

## 社会貢献活動の進化

株式会社グッドバンカー  
リサーチチーム

日本経団連がまとめた調査結果<sup>1</sup>によると、2008年度の1社平均の社会貢献活動支出は4億6,500万円となり、厳しい経済状況にも関わらず、昨年、一昨年並みの水準を維持しました。また今回は、例年の支出調査にあわせて3年毎の意識調査も実施され、いくつか注目すべき結果が見られました。まず、2008年以降の経済危機が与えた影響では、社会貢献活動を「充実する方向で見直し」(12%)、「縮小・削減する方向で見直し」(36%)、「見直しは考えていない」(52%)となりましたが、「充実」、「縮小・削減」のいずれの方向性においても、予算を決める際には、売上高や利益等の業績面だけではなく、前年及び過去何年かの活動実績をより重視する傾向が見られました。また、実施した活動について事後評価を行っている企業の割合が、評価を行っていない企業のそれを初めて上回り、評価の実施にあたっては、何らかの形で役員が関与する割合が高まっていることがわかりました。これらの結果は、経営のレベルでCSRをとらえ、その中で社会貢献活動を位置付ける企業が増えつつあることを示していると言えそうです。

SRI投資家は、企業が自社の人材や技術などを活かし、社会が抱える問題の改善・解決に寄与することを期待しています。そして社会貢献活動は、そうした取り組みの一環であると言えるでしょう。従来の仕組みでは解決が困難な問題に社会貢献として取り組むことは、長期的に見れば潜在的な顧客層の開拓につながり、商品開発などにも活かしていくことができます。さらに、従業員が活動に参加することによって、様々なステークホルダーと触れ合う機会が得られ、社会的な問題に対する感度を高めることができるなど、人材育成の場としても活用することが可能です。つまり、企業の競争力につながるのではないのでしょうか。最近の学術研究<sup>2</sup>で、社会貢献にかかるスコアをはじめとするSRI格付と、株式リターンとの間に正の相関が見られるという結果が出ていることも、投資の観点から興味深いことです。

企業の担当者からは、社会貢献活動に対する社内での理解浸透がまだ不十分ということをよく聞きます。経団連の調査でも、今後の課題として、従業員の理解促進や社内の推進体制の整備・強化が上位に挙がっており、全社的に取り組みを進めていく必要性が認識されています。社会貢献活動を、マーケティングや商品開発、人材育成、IR活動などに活かし、競争力につなげていくためには、社内のあらゆる部門の連携が必要です。企業には、

<sup>1</sup> 「2008年度 社会貢献活動実績調査結果〔社会貢献活動支出と社会貢献に関する意識の調査〕」2009年12月15日（調査対象：日本経団連会員企業 1%クラブ法人会員 1,321社。回答数：「支出調査」391社、「意識調査」408社）

<sup>2</sup> 白須洋子（2009）「企業の社会的責任投資（SRI）ファンドの収益性について」金融庁金融研究研修センター 21年度ディスカッションペーパー（2009.6.30）

多くの従業員を巻き込みながら社内での意識共有を図り、社会貢献活動をさらに進化させていくことを期待します。