

## 地域 CSR の時代

D-YCAP 理事  
横浜市立大学名誉教授  
齊藤 毅憲



20 世紀から 21 世紀への変わり目あたりから、企業にとって社会的責任(CSR、Corporate Social Responsibility)が、重要であるといわれてきた。企業は自己の利益を追求するだけでなく、広く社会に貢献しなければならないということで、各種のステイクホルダー(利害関係集団。消費者、株主、従業員、取引業者、地域住民、行政、NPO など)との関係をしっかり作り上げることが求められてきた。

企業は自社の製品やサービスを消費者に購入してもらわなければならないので、消費者には絶えず配慮している。また、投資家である株主に対しても敬意を払っている。そして、しっかり働いてもらうためには、従業員の労働条件をひどいものにはできない。さらに、取引業者との関係も大切にしなければ経営はうまくいかないことになる。

これに対して、地域の住民や地域社会はこれまで企業にとってあまり重視されてこなかったように思われる。ある地域に企業が立地しているとすれば、企業もその地域の住民であるわけであるが、意外に地域とは疎遠であることが多かった。地域の中に多くの消費者がいるとか取引業者があるといった利害関係がある場合には、結構気を遣うであろうが、地域とのつながりは多いとはいえなかった。

もともと、現在では、地域の住民や地域社会にも十分配慮すべきであるという「地域 CSR」が実践されてきた。企業も地域の一員であるという意識が高まっていることは、地域づくりに役立ち、地域の発展を促進することになる。教育・文化、スポーツ、福祉などの分野において、企業が無理の中で貢献してくれることを心から期待している。

