

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 28 年 6 月 27 日現在

機関番号：32641

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2012～2015

課題番号：24530482

研究課題名(和文)中国におけるCSR(企業の社会的責任)の研究 中央企業の取り組みを中心に

研究課題名(英文)Study on CSR (Corporate Social Responsibility) in China : Focusing on a case of Central Corporate

研究代表者

酒井 正三郎 (SAKAI, Shozaburo)

中央大学・商学部・教授

研究者番号：10138612

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,000,000円

研究成果の概要(和文)：中国において、CSR活動に取組みCSRディスクロージャーを行っている企業の中心は上場企業であり、なかでも国の基幹産業を担っている中央企業である。

一方で、地方の経営者や一般市民にとって、CSRは、国の法律を守り利益を追求し、消費者・従業員・生態環境にとってプラスの貢献(good things)を行うことである。CSRは企業の利益追求とは両立しないが、企業の良好なイメージ形成に役立つものであるから、長期的な利益獲得に向けて支払われるべきコストである。CSRは企業の経済的利益の追求に奉仕すべきものであり、ステークホルダーの中心に位置するのは、従業員、それから政府(党)・消費者であると認識されている。

研究成果の概要(英文)：The major actors which proactively address CSR activities and CSR disclosure are the listed companies in China, especially China central corporates who have an important part to play in national basic industry. At the same time, CSR are intended to perform a positive contribution for local manager and ordinary citizen, because they observe the law and pursued the profit of the nation, and therefore contribute to consumers, employee and ecology environment. Though CSR activities are not compatible with pursuing profits activities of companies in the short-run, it helps companies to obtain a good image formation, and add up to the cost to be paid towards the long-term profit acquisition. CSR should serve pursuit of the economical profit for the companies, and they recognize that it is the employee, government (party) and consumers who plays the center of the stakeholder.

研究分野：経営学

 キーワード：中国 CSR(企業の社会的責任) 中央企業(央企) 地方国有企業 民営企業 外資企業 (中国)企業
 業経営者 (中国)一般市民

1. 研究開始当初の背景

(1) 中国上場企業の CSR は、多くの場合、国連 GC (グローバル・コンパクト) や GRI (G4) ISO26000 など最新のグローバル・スタンダードに基づいて実施されており、その取り組み水準を示すランキングでは、国内の巨大有企業である中央企業は、中国進出の世界的な大企業群を凌いで、ほぼ上位を独占している。

(2) こうした現実の背景や CSR の具体的な取り組み内容を理解するには、公開されている資料や研究書だけでなく、関係者へのヒアリングやアンケートによって「国家資本主義」と呼ばれる独特の経済・経営システムの実態を理解する必要がある。

(3) それに向けて、交流のある研究者等を通じて、中央企業の経営幹部を紹介していただくべく段取りを整えて本研究に望んだ。ところが、開始年度である 2012 年の、「尖閣国有化」に端を発した「政凍経冷」と言われる両国間関係の悪化により、党・政府の直轄下にある中央企業へのアクセスはほぼ不可能になり、リスク対応のさいの代替策として掲げていた一般の企業経営者や市民へのアンケート調査に切り換えて、これを実施した。こちらは計画以上の規模で行うことができ、日本人研究者によるものとしては初めてのものとして、大変意義深い研究になったと思われる。

2. 研究の目的

(1) 現在、中国では、これまでの粗放型(投入依存型)成長に対応した旧型ビジネスモデルから脱却し、それを超えた新たなパラダイムへの転換および次世代ビジネスモデルの模索が始まっている。そこで中心に据えられている経営実践の一つは CSR (企業の社会的責任) である。本研究は、中国の中核、リード役である中央企業の CSR について、その取組実態に関する検証と考察を行うものである。中国における CSR 分析の対象企業として中央企業を取り上げるのは、中央企業の存在感の大きさ以外に、党・政府から模範効果を期待されている企業として、先進的取り組み事例に関して外部への情報発信に積極的であるためである。中国における CSR、特に中央企業のそれについての系統的な研究は、現在までのところ日本および諸外国ではほとんど無く、中国国内でも近年漸く端緒が開かれたばかりである。よって日本で本研究をまとめる意義はきわめて大きい。

(2) とはいえ、中央企業は、党・政府の直轄下にある企業であるという同じ理由で、その時々的情勢や政治の影響を受けやすい。かかる意味のリスクを本研究は常にかかえていることになるが、その場合の対応策(代替策)として、一般の企業経営者や市民に対して CSR 認識などを問うアンケートを実施したいと考えている。これはこれで、日本人研究者によるものとしては前例がないだけに、

研究上の意義は小さからざるものがあると考えられる。

3. 研究の方法

本研究は、中国の CSR の導入に関するこれまでの経緯を踏まえ、CSR への具体的な取り組み状況を、中国にける CSR 実践のモデル企業として期待されている中央企業を事例に取り、文献研究とアンケート調査の 2 本を柱として評価・分析する。次に、一般の経営者(地方国有企業、民営企業、外資企業 etc.) や市民が CSR をどのように理解しているのかを調査(アンケート、インタビュー)し、両者を比較する中で、CSR 認識 実践の中国的特徴を抽出する。研究方法は先行研究や資料のサーベイだけでなく、徹底したフィールド重視(アンケート、インタビュー、ヒアリング etc.) ということであり、この点に本研究のメリットがある。

4. 研究成果

(1) CSR (Corporate Social Responsibility) とは、企業が社会の一員、企業市民 (Corporate Citizen) として利益追求だけでなく、ステークホルダーへの関与 (Stakeholder Engagement) をその経営戦略の中に位置づけ活動するという、企業自身の社会的行動指針を意味する。CSR がカバーすべき問題領域は、労働、環境、地域社会貢献、法令遵守などきわめて広範囲にわたっている。したがって、CSR は社会の持続可能性にかかわるきわめて包括的な概念であるといえるが、上の問題領域へのアプローチの仕方や切り口においては、国や地域ごとに社会のあり方の違いを反映して相互にそれは異なっている。

CSR が中国において本格的に議論されるようになったのは、2003 年 3 月の第十期全人代第 1 回会議で胡・温政権 (胡錦濤党総書記兼国家主席 温家宝国务院総理の体制) が発足して以来のことである。胡・温政権下における CSR 重視の背景として、大きく分けて国内外 2 つの要因があったように思われる。

まず外生的な要因であるが、2001 年 11 月の中国の WTO 加盟を契機に、グローバル化の巨大なうねりの中で中国経済の国際経済へのリンケージが質量共に急速に深化してきたという点である。すなわち、「世界の工場」としての中国が、最終組立拠点としてだけでなく、グローバル企業のサプライチェーンの中で部材生産の拠点、工程間分業の担い手としての役割も重視されるようになってきたという事情である。今日中国は、グローバル企業による SCM (Supply Chain Management) の連鎖の中にますます深く組み込まれるようになってきている。この連鎖の中で、中国のサプライヤーは、グローバル企業と同等の行動規準を遵守しないかぎりそこから弾き出されることになってしまうこと

から、環境や人権、労働、貧困といった問題についての法制や慣行の整備のもと、いわゆる「CSR 調達」、「グリーン調達」といった課題にも積極的に対応せざるをえなくなってきたのである。

他の1つは国内要因で、これまでの経済成長優先路線の結果として、中国では地域間・階層間の格差拡大、生活・生態環境の悪化、農民および農民工の生活苦や失業者の増大、食糧・資源・エネルギーの制約といった多くの問題群が顕在化し、社会的安定の維持、実現にむけてこうした問題への対応が猶予ならない事態に立ち至ってきたことである。こうした「経済眼」（経済発展の付け）の発生に対して、胡・温政権は「科学的発展観」にもとづく「和諧社会の建設」という方針を打ち出し、企業を中心とする経済と社会の調和をはじめとして、人と自然、都市と農村、国内発展と対外開放の各分野における調和の実現という理念を前面に押し立てた、経済発展の新たなモデルの追求を模索してきた。

つまり、党や政府はさまざまな社会問題の解決を自らの課題としてとらえるのではなく、むしろ CSR への取り組みの推奨を通じて企業の方へと課題の付け替えを「上から」行ってきたのである。その意味で中国では、CSR は外資導入や社会安定化に関わる国の政策の一環として、その主導のもとで追求されてきているのが特徴である。

本研究は、中国の CSR の導入に関するかかる経緯を踏まえ、CSR への具体的な取り組み状況を、中国にける CSR 実践のモデル企業として期待されている中央企業を事例に取り、文献研究とアンケート調査の2本を柱として評価・分析する。次に、一般の経営者（地方国有企業、民営企業、外資企業 etc.）や市民が CSR をどのように理解しているのかを調査（アンケート、インタビュー）し、両者を比較する中で、CSR 認識 実践の中国的特徴を抽出することを課題とするものである。

（2）中国における政府の主導による実践において、その先導役としての位置付けを与えられ、模範効果を期待されているのは、中央政府の直轄下にある巨大国有企業群、すなわち中央企業である。中央企業は、その多くが計画経済時代の行政機関から改組されたものであり、（例えば現在中国で最大の石油会社「中国石油天然気股份有限公司（CNPC=ペトロ・チャイナ）」はかつての「石油工業部（省）」をその前身としている）資源エネルギー・鉄鋼・自動車等の「支柱産業（基幹産業）」部門の主要企業の大半を網羅し、2015年8月現在で全中国に117社ある。いわゆる「規模以上の企業」（中国の統計分類上の概念）が約40万社ある中で、中央企業は数の上ではごく僅かな比重しか占めていないものの、中国全体の固定資産総額の42%、純利益額の39%と圧倒的な存在感を持っている。

中国政府は2008年1月、中央企業の管理機関である中国国有資産監督管理委員会（国資委）名で中央企業の CSR 実践に関するガイドラインを発出し、その中で中央企業が CSR に率先して取り組むとともに、中央企業の経験を参考にして、他の国有企業、民営企業、外資企業なども積極的に CSR を経営戦略の一環に位置づけて活動するよう呼びかけを行った。以来中国では、CSR に取り組む企業は「雨後の筍のような」勢いで増えつづけ、2014年末現在で外資系を含む中国企業全体で2000社超が CSR 報告書を発表するに至っている。

しかし、中国における CSR は、政府が音頭をとりそれに主導されて始まったという、その「出自」に影響されて、「企業自らのミッションとして自分に課す社会に対する責任としての CSR」という、資本主義国で一般に理解されている CSR 理念とは異質の、政府による「政策」次元の問題として把握され、実践されている。

それでは、中国における CSR のこのような「出自」は、中国企業の CSR への取り組みの実態にどのように現れているのであろうか。これを見るために、ここでは中国社会科学院経済研究所内に2008年に設立され、2009年より中国企業が発表する CSR 報告書について、独自の評価基準を設けてスコア化し、ランキングを発表している CSR 研究センターの研究を紹介しておこう。これは、中国で事業活動を行う国有・民営・外資のそれぞれ売上高上位100社、計300社を対象とした CSR ベスト・プラクティスの企業番付である。

ここで提示されている CSR 評価基準は4つ（責任管理・市場責任・社会責任・環境責任）で、これを細分化した項目スコアの積み上げによって、CSR の発展類型が5つに分類されている。すなわち、「卓越者=80点以上」、「先駆者=60点以上」、「追走者=40-60点」、「初歩者=20-40点」、「傍観者=20点以下」である。最新版（2015年版）のスコア・ランキングによれば最上位の「卓越者=80点以上」、これは「社会的責任の管理体系が完全に出来上がっている」というものであるが、この水準にある企業は中国全体で23社、内訳は中央企業17社、民営企業と外資企業各3社となっている。まさに、党・政府の配下にある中央企業の圧勝という状況である。

（3）次に中国 CSR をめぐる企業経営者アンケートの調査結果について紹介しておこう。一つはドイツの IZA（The Institute for the Study of Labor）の研究者 Zu & Song が2008年に83社（100社中の有効回答数）を対象に行ったもの、他の一つは筆者（酒井）が今回（2013年に）104社（122社中の有効回答数）について行ったものである。筆者のものは、中国全土（東西南北）、主要産業部門網羅、企業規模（大・中・小型）、所有形

態（地方国有・株式・集団・私営の各企業）など可能な限り Zu & Song のものと共通になるよう意識して実施したものがある。アンケートの質問も共通で次の3本が柱である。CSRの理解（どのようなものと認識しているか）、CSRの目的（何のために行うか）、CSRの成果（実践し成果を上げている企業はどのような企業か）。

因子分析の結果は、2008年（Zu & Song）も2013年（酒井）もCSRは企業イメージの向上に役立つと理解されていること、地域への貢献は企業に長期的利益をもたらすとみなされていること、CSRは労使関係の改善に役立つと考えられていること、企業の経営者からは、以上の3つで最も高い反応が見られるという点で共通している。他方、CSRは利益追求と両立しない、過剰なCSRは企業利益を毀損する、という反応は、2008年から2013年にかけて急速に減少し、企業の持続可能性とCSR活動への取り組みには正の相関があるとする経営者は、逆に2008年から2013年にかけてその割合を大きく伸長させていることが確認できる。

ここからは、上（党・政府）からの指示に従わざるをえないことから単なるアクセサリとしてCSRに取り組むという姿勢から、社会的存在としての企業にはそれ固有の責任があるということ、それだけに経済的責任が担保されない限り、他の企業責任の遂行には自ずと限界が画されることが経営者によって理解されつつある、この点が傾向的に示されたものと見ることができる。

（4）それでは、中国のCSRについて一般市民はどのように見ているのであろうか。これについては、中国社会科学院経済学部CSR研究センター主任研究員の鐘宏武の街頭インタビューによる調査（2008年、2010年）があり、筆者（酒井）も2012年にアンケートによって同種の調査を行っている。鐘と酒井の調査は、企業が最も重視すべきステークホルダーはだれか、企業にとって最も重要なCSR実践は何か、CSR報告書の閲覧状況（読んだことがあるか）など、同一の質問項目を立てて行っているものの、鐘の方は調査対象地域が北京市内に限られてはいるが、サンプル数が多く（2008年=1,031通、2010年=1,002通）、他方筆者は全国を対象に主としてネットを利用して調査しているが、回答は392通と鐘と比較してかなり少ないという制約をもっている。したがって、2008年、2010年、2012年の3者間の単純比較には慎重でなければならぬが、際立った特徴からのみ三者間の異同を若干拾い上げると次のようになる。

まず、CSR報告書の閲覧状況についてである。これは「読んだことも聞いたこともない」回答が2008年に約6割であったものが、2010年には約5割、2012年には3割台に下がってきている。また、企業が重視すべきス

テークホルダーとして、従業員や消費者は3ヵ年ともに高いままであるが、他方、地元の政府や党を想起させる経営所在地の比率が、2008年から2012年にかけて一貫して急速に低下してきている。市民がCSRの重要テーマと考えるもので目立っていることは、法令遵守や納税義務などは、2012年にかけて低下傾向を示し、遂に信頼のおける経営、製品品質の保証などはいずれの年も最も高い値を示しているという点である。これらの結果は、一般市民の間に徐々にではあるが、CSR意識が浸透しつつあることを示しているというようにもとれる。つまり経営者への調査の場合と同様に、CSRの自発性・自律性が傾向的には市民に理解されつつあるということである。これは、例えば法令や納税を守ることがCSRをことさら強調しなくとも企業として当然の義務であるとする見方であり、それよりも製品の品質や透明性のある企業経営に経営者は責任を持つべきである、という考え方に通じる立場である。

（5）まとめ（暫定的結論）

CSR活動に取組みCSRディスクロージャーを行っている企業の中心は上場企業であり、その中心に位置しているのは国の基幹産業を担っている中央企業である。中国のCSRは党の指導のもと（中央・地方の）政府や業界団体によって作成されたガイドラインに従って取り組まれ、評価基準も党や政府の「自己都合」に従って設定された尺度が用いられているケースが少なくない。

地方の経営者や一般市民にとって、CSRは、国の法律を守り利益を追求し、消費者・従業員・生態環境にとってプラスの貢献（good things）を行うことである。CSRは企業の利益追求とは両立しないが、企業の良いイメージ形成に役立つものであるから、長期的な利益獲得に向けて支払われるべきコストである。CSRは企業の経済的利益の追求に奉仕すべきものであり、そこでのステークホルダーの中心に位置するのは、従業員、それから政府（党）・消費者であると認識されている。その意味では中国におけるCSRは「単位制型CSR」に近く、経路依存的な制度構築と同義のものとして理解されている。しかし直近の調査によれば、CSRはコストとしてではなく、サステナビリティやSRI、地域社会との調和、労使関係の改善を意識したものとして理解される方向に変化しつつあるように見える。

また、CSRが政府やマスコミに顔を向けたものから、消費者・従業員・生態環境を意識したものに変化する一方、コンプライアンスや納税は当然の義務とされ、むしろ経営の透明性、反腐敗・賄賂、総じて誠実に信頼の置ける企業経営こそが最重要のCSR実践であるとの理解の方向に変化する兆候が見られる。

参考文献

Reference

Liangrong Zu and Lina Song(2008),Determinants of Managerial Values on Corporate Social Responsibility: Evidence from China. *IZA Discussion Paper No.3449(April 2008)*

鐘宏武 (2010),中国企業社会責任基準調査 2010 .

中国社会科学院経済学部企業社会責任研究中心 (2010年2月9日)

酒井正三郎著 / 高紋訳 (2009), 中国企業の社会責任評価:理論と現実, *審計と経済研究*, 南京審計学院主編, 第24巻第5期(総第129期).

黄群慧・彭華崗・鐘宏武・張蕙他 (2013), *中国企業社会責任研究報告(2013)*, (企業社会責任藍皮書) 社会科学文献出版社.

酒井正三郎 (2010)「中国における企業の社会的責任 CSR ガイドライン・CSR 発展指数・CSR 報告書の検討を中心に」『*商学論纂*』第51巻第5・6号.

商道縦横著 / 酒井正三郎・毛土勇訳 (2012) 「価値発見の旅 2010 - 中国企業の持続可能性発展報告書に関する研究」『*企業研究*』第21号.

商道縦横著 / 酒井正三郎・王予穎訳 (2014) 「価値発見の旅 中国企業の社会的責任報告書に関する研究」『*企業研究*』第24号(近刊).

黄群慧・鐘宏武・張蕙 (2015), *中国企業社会責任研究報告(2015) 十年回顧と十年展望* (企業社会責任藍皮書) 社会科学文献出版社.

5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

〔雑誌論文〕(計4件)

酒井 正三郎,「特集(市場経済と市民社会の共生を求めて - 市民社会の可能性と企業の役割・責任 -)によせて」, *比較経営研究*(日本比較経営学会編集), 査読無、第40号、2016、1-4

酒井 正三郎,「特集(移行経済とCSR・NPO・組織文化)にあたって」, *企業研究*(中央大学企業研究所編集), 査読無、第28号、2016、1-2

酒井 正三郎,「特集:市場移行国における『国家資本主義』をめぐる」, *季刊経済理論*(経済理論学会編集), 査読無、第52巻第2号、2015、3-4

酒井 正三郎,中国とロシアの市場経済化の20年、*比較経営研究*(日本比較経営学会編集), 査読無、第36号、2012、151-164

〔学会発表〕(計5件)

酒井 正三郎,「共通論題:世界経済の地殻変動」への代表討論、比較経済体制学会、

2015年11月8日、日本大学経済学部(東京都千代田区)

酒井 正三郎,中国においてCSRとは何か 経営者と一般市民へのアンケート調査より、日本比較経営学会、2014年5月10日、玉川大学(東京都町田市)

酒井 正三郎,「新興国発他国籍企業の国際比較」への代表討論、日本比較経営学会、2013年5月11日、鹿児島国際大学(鹿児島県鹿児島市)

酒井 正三郎,「地域大国(ロシア・中国・インド)の持続的発展の可能性」への代表討論、比較経済体制学会、2012年6月3日、帝京大学(東京都八王子市)

〔図書〕(計1件)

コーリン S.C.ホーズ著 酒井 正三郎/武石智香子監訳、中央大学出版部、『中国における企業文化の変容』、2015年、225

〔産業財産権〕

出願状況(計 0件)

取得状況(計 0件)

〔その他〕

ホームページ等 なし

6. 研究組織

(1)研究代表者

酒井 正三郎(SAKAI, Shozaburo)
中央大学・商学部・教授
研究者番号:10138612

(2)研究分担者 なし

(3)連携研究者 なし