

企業の社会的責任（CSR）の解説

■ASCII.jp デジタル用語辞典の解説

利益の追求だけでなく、従業員、消費者、地域社会、環境などに配慮した企業活動を行うべきとする経営理念。米国のエンロン、ワールドコム、日本でも雪印やカネボウ、西武鉄道などの不祥事や不正事件を契機に、こうした企業姿勢を求める声が強まっている。社会的責任の範疇は広く、コンプライアンス（法令順守）、消費者保護、環境の重視、人権擁護、社会貢献など多岐に及ぶ。

■株式公開用語辞典の解説

企業がさまざまな活動をおこなうプロセスにおいて、利益を優先させるのではなく、ステークホルダーとの関係を重視しながら、社会に対する責任や貢献(社会的公正性を保つことや、環境対策を施すことなど)に配慮し、長期にわたって企業が持続的に成長することができるよう目指すことを経営戦略として捉え、そのように社会での役割を果たさなくてはならないという社会側からの要請のことを意味する。企業にとっても、このような社会的責任を果たすことは、環境効率向上によるコストの削減、技術革新、企業イメージの向上を通じたブランド価値が向上するなど、さまざまなメリットがあると考えられている。

■マーケティング用語集の解説

経済・環境・社会など、幅広い分野に企業が与える影響を考慮しながら、利害関係者(顧客・株主・従業員・消費者など)の要求に対し、適切な責任を果たしていくという考え方。

■ブランド用語集の解説

企業の社会的責任とは、企業が社会の一員として社会的公正や環境への配慮などを経営活動として行うべき責任のことをいう。具体的にはコンプライアンス、消費者保護、環境配慮、労働衛生安全、人権擁護、社会貢献などが対象となる

■知恵蔵の解説

企業は大規模になるほど、株主の私的所有物から社会の所有物、すなわち社会的存在という性格を強める。このことから、企業は株主ばかりでなく、顧客、従業員、取引相手、さらには地域住民といった利害関係者の利益を実現することが求められるようになる。従って、経営者は企業をそうした社会的存在として運営していく責任、すなわち経営者の社会的責任を負っている。単なる法令順守という意味以上に、様々な社会のニーズを、価値創造、市場創造に結びつけ企業と市場の相乗的發展を図ることがCSRである。CSRは企業の信頼構築、競争力を向上させるほか、株価の上昇にも影響を与える。

■百科事典マイペディアの解説

企業の社会的責任。Corporate Social Responsibility の略語である。企業は、利益追求、法令遵守だけでなく、あらゆるステークホルダー（利害関係者のことで、消費者をはじめ社会全体）の多様な要求に対し適切な対応をとる義務があることを示す。人権を尊重した適正な雇用・労働条件、消費者への適切な対応、環境への配慮、地域社会貢献等々、市民としての企業が果たすべき責任をいう。国際的なガイドラインとして、国際標準化機構 ISO は理事会の決議で、2001 年 CSR の規格化の検討に入ったが、社会的責任は企業のみではなく、より包括的なものであるという議論をへて、2011 年 11 月、〈社会的責任 SR Social Responsibility〉に関する国際規格 ISO26000 を発効させた。この規格には、〈企業統治〉〈人権〉〈労働慣行〉〈環境〉〈公正な事業慣行〉〈消費者に関する課題〉〈コミュニティおよび開発〉の七つの中核主題が掲げられており、企業のみならず、すべての組織を対象としている。