



東京海上日動リスクコンサルティング (株)
製品安全・環境事業部 CSR・環境グループ
主任研究員 宗田 英理子

社会的責任に関する手引:ISO26000

概要とその利用可能性

はじめに

2010年11月1日、「社会的責任に関する手引き」である ISO26000 (Guidance for social responsibility) が発行された。本規格は、当初は「企業の社会的責任 (CSR: Corporate Social Responsibility)」に関する規格であったが、規格検討において、社会的責任を負うのは企業だけに限らないという考えの下、「社会的責任 (Social Responsibility: SR)」という表現に修正され、あらゆる組織を対象とするものとなった。とはいえ、本規格を最も意識するのはやはり企業であり、企業にとっては事実上 CSR の規格として理解することもできる。本稿では、ISO26000 の概要について解説し、企業への利用可能性について考察する。

1. ISO26000 とは

(1) 背景

ISO26000 発行の背景には、「組織の社会的責任」という概念への意識の高まりがある。その理由が規格の箇条 3 において解説されている[1]。

まず、近年、人・モノの移動がかつてと比較して容易になり、インターネットなどの通信回線の利用により、人と人とのコミュニケーションが国内に留まらず国外まで広がり、ますます活発になった。このようなグローバル化によって人々はより多くの組織活動に関与できるようになり、組織への監視力も高まってきている。

また、組織自体もその資金・物資調達先や生産・販売拠点などがグローバル化しており、それに伴い、組織の影響力もその所在地にとどまらず、様々な国・地域へと広範囲に及ぶようになった。

一方で、環境問題、衛生問題などの国境を越えたグローバルな問題が深刻化しており、このような問題に組織は少なからず関与しており、解決のための行動が求められている。貧困問題についても、個々の国だけではなく世界全体の問題として捉えられるようになり、問題解決のために企業や NGO 団体などの組織の関与が必須となってきている。

このように、人々の組織を監視する目と組織の影響力の高まりが、組織に対して「社会的責任」をより強く求めるきっかけとなった。ISO26000 はこのような社会の意識の高まりを受けて発行されたものである。

(2) 本規格の特徴

本規格の箇条 1「適用範囲」に、「この国際規格はマネジメントシステム規格ではない。この国際規格は、認証目的、又は規制若しくは契約のために使用することを意図したものではなく、それらに適切なものでもない。」[1]と記述されている。これは、ISO26000 は、認証取得を意図せず、ガイダンスを提供するのみの規格であることを意味する。これが ISO26000 の大きな特徴であり、組織、特に企業が第一に留意すべき点である。

企業はこれまで、企業におけるマネジメントシステムの適切性を示すために、品質管理や環境管理などに関する国際規格である ISO9001 や ISO14001 などの規格の認証を取得してきた。その際、企業は当該規格が規定する項目に取り組み、第三者機関の審査を受け、認証を取得するという手順を踏ん

だ。しかし本規格の場合はこのような手順は想定されておらず、むしろ、企業の判断により、当該企業にとって必要な項目を選択し、その取り組みの手引きとして活用することが想定されている。

(3) 本規格の意義

ISO26000 は社会的責任に関する国際的な規格であるが、なぜ国際的な規格が必要なのか。

規格序文にあるとおり、「社会的責任の目的は、持続可能な発展に貢献すること」である。「持続可能な発展」とは、「将来の世代の人々が自らのニーズを満たす能力を危険にさらすことなく、現状のニーズを満たす発展」[2]のことである。組織がグローバル化し、その影響力を様々な国や地域へ及ぼすようになれば、当然、当該国や地域におけるニーズは異なり、そのニーズを満たす手法は、その国や地域に相応しいものであることが期待される。しかし、異なる国・地域における異なるニーズへの対処を検討する場合、最低限満たすべき原則や基準もなくそれぞれにおいて一から検討することは、組織にとって非常に負担の大きい作業になるであろう。原則や基準が存在すれば、組織が応えるべきニーズの検討、すなわち組織自らの社会的責任の認識・実践の上で手助けとなるであろう。ISO26000 は、組織に対して、社会的責任を果たす手法について指針を示すものとなる。

また、社会的責任は、マルチステークホルダー[3]に対する責任である。そのため、ISO26000 はマルチステークホルダーの声を反映させた規格となった。本規格の開発にあたっては、先進国および発展途上国を合わせた 99 カ国（16 カ国のオブザーバーを含む）、および産業界、消費者、労働者、政府間組織、非政府組織（NGO）を代表する 42 機関が参加した。さらに、その地域バランスやメンバーの性別バランスも考慮された。その意味で、ISO26000 を考慮に入れることで、マルチステークホルダーを対象とする取り組みが可能になる。

さらに、今まで社会の流れに沿って環境や人権など分野別、または金融や農業などセクター別に取組みられてきた様々な課題が一つの規格の中で整理されたことにより、社会的責任の全体像が理解しやすくなった。

ところで、国連グローバル・コンパクト [4]や GRI ガイドライン[5]などのように、ISO26000 発行以前に、すでに社会的責任に関する国際的なイニシアチブやガイドラインが存在していたが、ISO26000 とはどのような関係になるのであろうか。ISO26000 は、これらを追加的な手引きとして附属書 A で紹介している。つまり、企業がこれら既存の手引きに基づいて活動している場合、白紙に戻して ISO26000 を参考とする取り組みを新たに始める必要はなく、現在の取り組みと比較してカバーできていない点についてのみ、ISO26000 を参考にして取り組めばよいということである。

(4) 社会的責任を果たすことによるメリット

そもそも社会的責任を果たすことは、組織にとってどのようなメリットがあるのだろうか。この点、ISO26000 は、序文において、組織の社会的責任の認識およびその取り組み状況が影響を及ぼす可能性がある事項として、下記の 6 つの事項[1]を列挙している。つまり、組織が社会的責任を果たすことによって、下記事項を良い方向へと変えることができるということである。どの事項をとっても組織を維持・向上させていく上で非常に魅力的なものであろう。

- ・組織の競争上の優位性
- ・組織の評判
- ・労働者もしくは構成員、顧客、取引先又は使用者を引きつけ、とどめておく組織の能力
- ・従業員のモラル、コミットメントおよび生産性の維持
- ・投資家、所有者、資金寄与者、スポンサーおよび金融界の見解
- ・組織と、社会、政府、メディア、供給業者、同業者、顧客および組織が活動するコミュニティとの関係

2. ISO26000 の概要

ISO26000 は、序文、7 つの箇条および A、B 2 つの附属書から構成されており、その概要は図 1 の通りである。

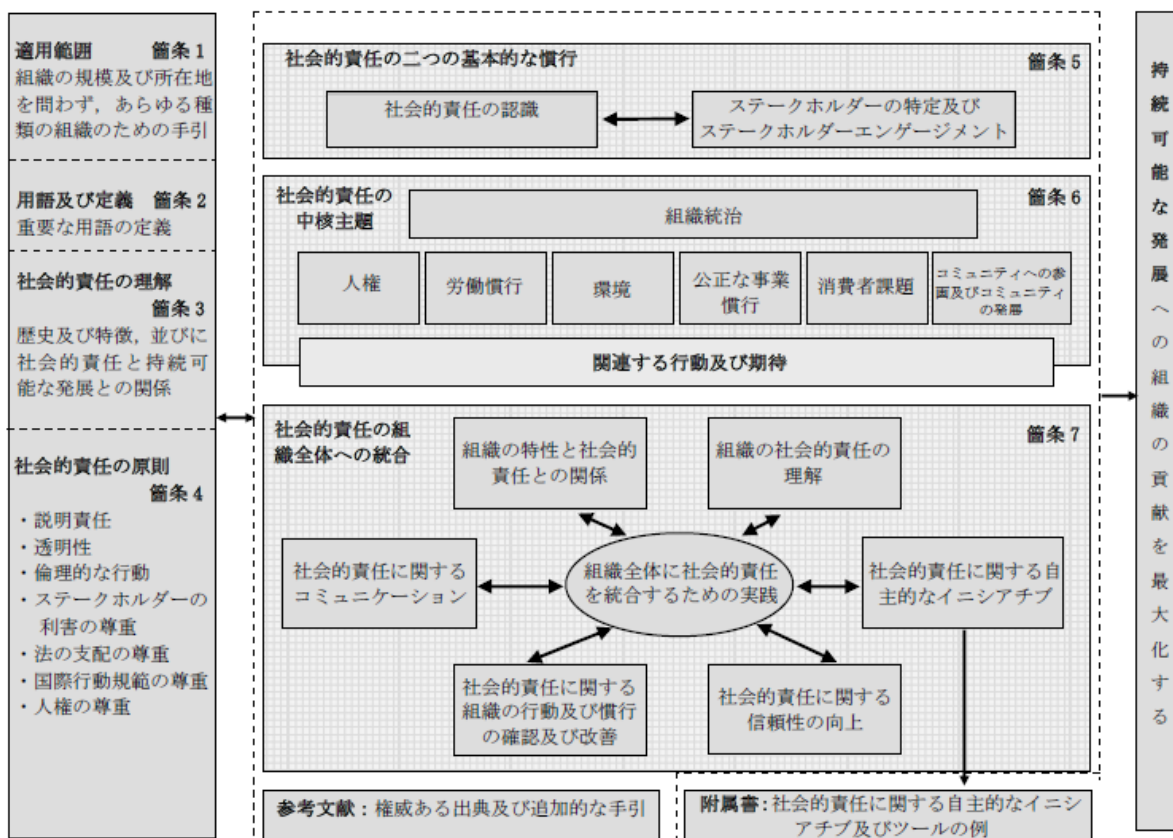


図 1：ISO26000 概要図示

出典) 財団法人 日本規格協会[6]

以下、それぞれの箇条について、具体的に解説する。

(1) ISO26000 の概要および用語説明： 序文および箇条 1～3

序文および箇条 1 から箇条 3 には、ISO26000 の概要や用語の定義などが説明されている。特に箇条 3 では、社会的責任の歴史背景や意義などが説明されており、社会的責任の概念を理解する上で有用な手助けとなる。また本箇条は中小規模の組織に対する手引きの役割も果たしているため、「社会的責任」という用語が比較的一般的にはなっていない中小企業にとっては一読に値する。

(2) 社会的責任の原則：箇条 4

実際に取り組みを行う際には、守るべき「原則」を理解しなくてはならない。規格の箇条 4 に、下記 7 項目[1]が原則として挙げられている。いずれも一見当然のことに思えるが、実際に徹底するためには相当の労力を必要とするケースもある。これらが社会的責任を果たすために必要な基本的姿勢であり、外部から取り組みを検証される視点でもある。

- | | |
|----------|-----------------|
| ①説明責任 | ②透明性 |
| ③倫理的な行動 | ④ステークホルダーの利害の尊重 |
| ⑤法の支配の尊重 | ⑥国際行動規範の尊重 |
| ⑦人権の尊重 | |

(3) 社会的責任の基本的な慣行：箇条 5

社会的責任を果たす際に必ず行う事柄として箇条 5 に挙げられているのが、「社会的責任の認識」、および「ステークホルダーの特定及びステークホルダーエンゲージメント」である。

組織が社会的責任を果たす際には、まずその組織が誰に対してどのような責任を負っているのか認

識する必要がある。誰に対して責任を負っているのか認識することが、「ステークホルダーの特定」である。そして、その特定されたステークホルダーに対する責任を果たす際には、当該ステークホルダーの要望を取り入れるなど、ステークホルダーを巻き込んだ取り組みが必須となる。それが「ステークホルダーエンゲージメント」である。箇条 5 においては、この実践についての手引きが示されている。

(4) 社会的責任として取り組む課題：箇条 6

ISO26000 を参考にした取り組みを開始する上で、社会においてどのような課題が存在するか確認することが重要である。これら社会的課題については、まず組織が社会的責任として取り組むべき中核的な課題として、箇条 6 に下記 7 つの「中核主題」が挙げられており、それぞれの中核主題に細分化された「課題」が数項目ずつ挙げられている[1]。

7 つの中核主題自体は従来から CSR の取り組みの柱とされてきたもので、大枠としては既に多くの企業で取り組みが実施されている。しかし、各中核主題を細分化した課題については、テーマが幅広く網羅されており、これら全てにわたり規格の内容を充足する必要があるわけではないが、もし充足しようとするれば相当の取り組み強化が必要になると思われる。特に、中核主題「環境」における課題 4 中の「生物多様性」、また、中核主題「公正な事業慣行」における課題 4 「バリューチェーンにおける社会的責任の推進」など、先進的企業では手掛けられてはいるものの、多くの日本企業では取り組みが不十分な項目も散見される。

表1：箇条6における中核主題及び課題

中核主題及び課題	掲載細分箇条
中核主題：組織統治	6.2
中核主題：人権	6.3
課題1：デューディリジェンス	6.3.3
課題2：人権に関する危機的状況	6.3.4
課題3：加担の回避	6.3.5
課題4：苦情解決	6.3.6
課題5：差別及び社会的弱者	6.3.7
課題6：市民的及び政治的権利	6.3.8
課題7：経済的、社会的及び文化的権利	6.3.9
課題8：労働における基本的原則及び権利	6.3.10
中核主題：労働慣行	6.4
課題1：雇用及び雇用関係	6.4.3
課題2：労働条件及び社会的保護	6.4.4
課題3：社会対話	6.4.5
課題4：労働における安全衛生	6.4.6
課題5：職場における人材育成及び訓練	6.4.7
中核主題：環境	6.5
課題1：汚染の予防	6.5.3
課題2：持続可能な資源の利用	6.5.4
課題3：気候変動の緩和及び気候変動への適応	6.5.5
課題4：環境保護、生物多様性、及び自然生息地の回復	6.5.6
中核主題：公正な事業慣行	6.6
課題1：汚職防止	6.6.3
課題2：責任ある政治的関与	6.6.4
課題3：公正な競争	6.6.5
課題4：バリューチェーンにおける社会的責任の推進	6.6.6
課題5：財産権の尊重	6.6.7

中核主題及び課題	掲載細分箇条
中核主題：消費者課題	6.7
課題1：公正なマーケティング，事実に即した偏りのない情報，及び公正な契約慣行	6.7.3
課題2：消費者の安全衛生の保護	6.7.4
課題3：持続可能な消費	6.7.5
課題4：消費者に対するサービス，支援，並びに苦情及び紛争の解決	6.7.6
課題5：消費者データ保護及びプライバシー	6.7.7
課題6：必要不可欠なサービスへのアクセス	6.7.8
課題7：教育及び意識向上	6.7.9
中核主題：コミュニティへの参画及びコミュニティの発展	6.8
課題1：コミュニティへの参画	6.8.3
課題2：教育及び文化	6.8.4
課題3：雇用創出及び技能開発	6.8.5
課題4：技術の開発及び技術へのアクセス	6.8.6
課題5：富及び所得の創出	6.8.7
課題6：健康	6.8.8
課題7：社会的投資	6.8.9

出典) 財団法人 日本規格協会[6]

(5) 社会的責任を実践するための手引き：箇条 7[1]

箇条 7 においては、社会的責任の原則や社会的課題の認識を基に、実際に組織において社会的責任を実践する際に活用できる手引きが示されている。下記 a～i のような、組織が自らの社会的責任を認識したり、それを果たす取り組みを検討する場面において手助けとなるであろう。

a. 組織の特性と社会的責任の関係の認識【該当箇条番号（以下同様）7.2】

組織はその種類、目的、規模など様々な特性を有するため、社会的責任とどのように関係するかは組織によって異なる。組織が社会的責任とどのように関係しているのか認識する際に、手助けとなる考え方が紹介されている。

b. 組織の社会・環境・経済へのマイナス影響の認識【7.3.1】

組織は、社会的責任を果たす中で、自分たちの活動が社会・環境・経済に対して悪影響を与える可能性がある、または与えているということを認識し、その軽減に努めなければならない。このような悪影響を明確化するプロセス（「デューディリジェンス」）に取り入れるべき要素が列挙されている。

c. 組織と社会的課題の関連性およびその課題の重要性の検討【7.3.2】

ある組織にとって、箇条6に挙げられた課題すべてが関連性のある課題というわけではない。そのため、組織は、各課題がどれくらい当組織に関連性があるのか検討し、関連性が認められた課題については、その課題が組織にとってどの程度重要な課題なのか検討する必要がある。その際に考慮に入れるべき事項が示されている。

d. 組織の影響力の評価、および影響力の行使手法の検討【7.3.3】

本箇条では、組織が持つ影響力を評価する際、その影響力がどのような要因から生じるのかその要因が例示されている。さらに、このような要因に基づく影響力について、良い影響であればそれを高め、悪い影響であればそれを軽減させるために、どのように影響力を行使するか、その行使手法が紹介されている。

e. 課題の優先順位の決定【7.4】

前述で課題の重要性の検討がなされた場合、その重要性を基にして、どのような課題から取り組むか優先順位をつければ、課題に取り組みやすくなる。その際に考慮に入れるべき要素が紹介されてい

る。

f. 社会的責任に関するコミュニケーションの実践【7.5】

社会的責任を果たす際に必要となるのが組織内外におけるコミュニケーションである。コミュニケーションの重要性、提供する情報が備えるべき要素、また提供手法が示されている。

g. 社会的責任に関する信頼性の確保【7.6】

社会的責任を果たしていることを証明することにより、組織はステークホルダーから信頼を得ることができる。そのためには組織の社会的責任に関する報告や主張が、信頼感を与えるもの、すなわち信頼性があるものであることが必要である。また、組織とステークホルダーとの間に紛争や意見の不一致がある場合、それを解決することによっても組織への信頼感が高まる。このような、組織の社会的責任に関する信頼性を確保および向上させるための方法が例示されている。

h. 社会的責任に関する取り組みの確認および改善【7.7】

社会的責任に関する取り組みは、効果的かつ効率的に行われていることが必要であり、それは取り組みを監視・確認し、さらに改善することで達成できる。本箇条では、確認および改善のための手法が紹介されている。

i. 社会的責任に関する自主的なイニシアチブの利用【7.8】

国連グローバル・コンパクトやGRIガイドラインのような、社会的責任に関する自主的なイニシアチブやツールは組織にとって、実践の手助けとなる。利用するか否か検討する際に考慮に入れるべき事項が示されている。

3. 企業におけるCSRの実態とISO26000の利用可能性

(1) 企業におけるCSRへの認識および取り組みレベル

a. 企業におけるCSRへの認識

経済同友会が2010年4月に公表した、日本企業のCSRに関する意識調査[7]によれば、CSRに対する企業経営者の意識は非常に高まっており、それに伴い、企業の取り組みレベルも上がっているということがわかる。

まず、自社におけるCSRの意味を問う質問については、2003年と2010年を比較すると、「払うべきコスト」と考える経営者の割合は減少し、「経営の中核」と考える経営者の割合が増加している(図2)。また、自社のCSRに関する取り組みがどのような段階にあるか問う質問についても、同じく、「法令や社会から求められたことに取り組む」段階にあると回答した経営者の割合は減少し、「企業戦略の中核として取り組む」段階にあると回答した経営者の割合が増加しており、よりCSRが経営戦略としてとらえられてきたことを表す結果となった(図3)。これは、本稿1.(1)「背景」においても述べたとおり、組織や人の活動のグローバル化や社会的課題の顕在化に対する経営者の認識が高まってきたことが背景として考えられるであろう。

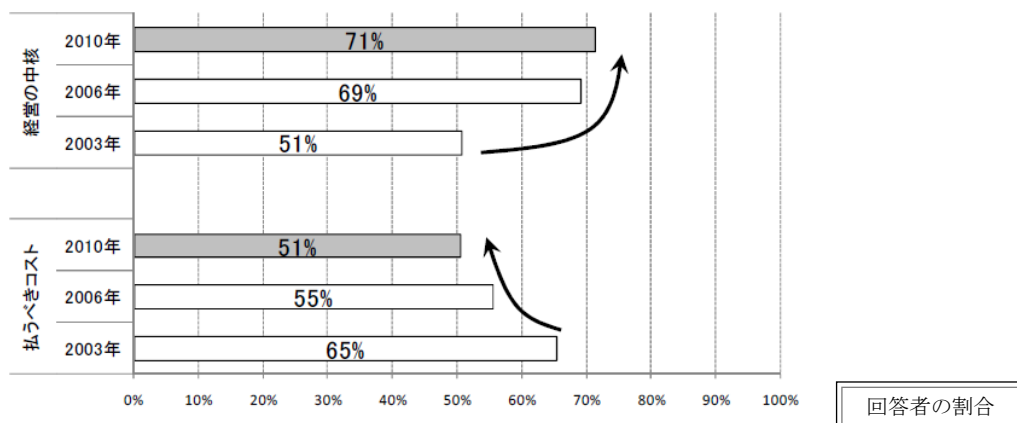


図2：自社におけるCSRの意味

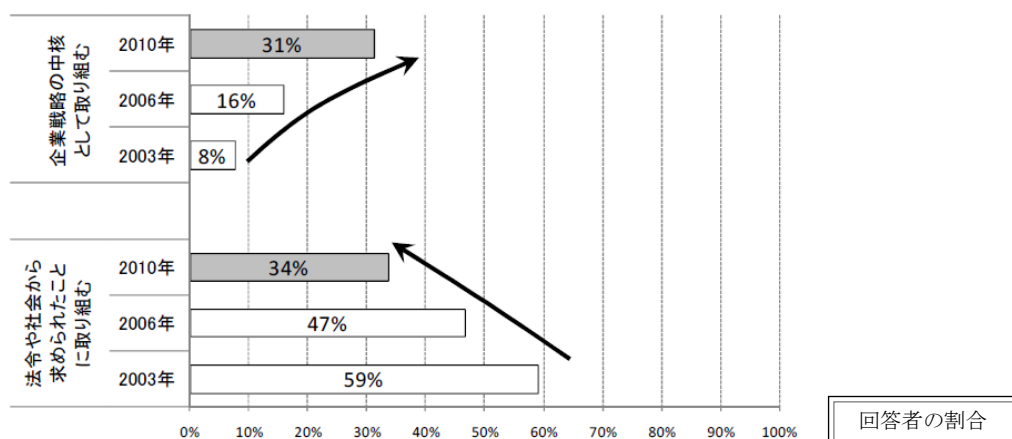


図3：自社のCSRに関する取り組みの現段階

出典) 公益社団法人 経済同友会[7] (※枠内は弊社補記)

b. 企業におけるCSRの取り組みレベル

一方、実際の取り組みレベルについては、同調査によれば、図4の通り、2006年と2010年を比較すると、自社におけるCSRの意味や範囲を明確にし、それを経営戦略に反映させるレベルまで取り組みを進めていると回答した経営者が全体で16%も上昇しており、その取り組みレベルが上がっていることがわかる。しかし、そのようなレベルまで取り組みを進めていると回答した経営者の割合は、企業規模が小さくなるほど低くなっており、中小企業においてCSRに取り組むことの困難さがうかがえる。

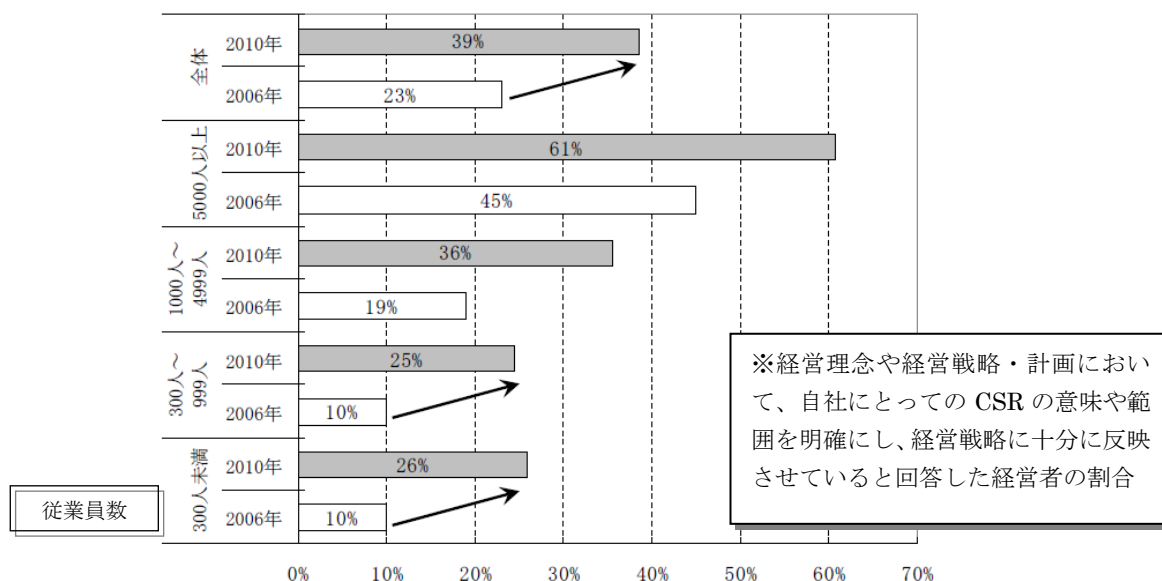


図4：CSRの意味と範囲の明確化および経営戦略への反映

出典) 公益社団法人 経済同友会[7] (※枠内は弊社補記)

(2) 企業におけるISO26000の認識

企業は、ISO26000発行前からすでにCSRという用語を用い、その社会的責任を果たす取り組みを行ってきた。しかし、本規格発行前はまだCSRにおける原則や課題を網羅した国際的な規格が存在しなかったため、限定的な内容のイニシアチブやガイドラインを参考にしたり、自社独自の方針に沿って進めるなどしてきた企業が多いようである。このような中で社会的責任の原則や課題を網羅した国際的な規格としてISO26000が発行されたため、ISO26000を意識する企業は多いと考えられる。

この点、上記(1)と同様、経済同友会によるアンケートによれば、アンケートの実施時期がISO26000発行前であったものの、正式発行後にISO26000を参照すると回答した企業は約半分に入った。ちな

みに、海外売上比率が比較的高い企業ほど、積極的に ISO26000 を参照すると回答した企業の割合が高い傾向にある（図 5・6）。これは、海外へ進出している企業ほどステークホルダーの範囲も広がり、国際的な課題を意識する機会が多いため、より ISO26000 を意識するようになったことが要因と考えられる。近年は規模にかかわらず企業のグローバル化が進んでいるため、CSR に消極的な中小企業においても、海外売上比率が高くなるにしたがって、ステークホルダーからの要望などにより、ISO26000 を意識する機会が増えると予想される。

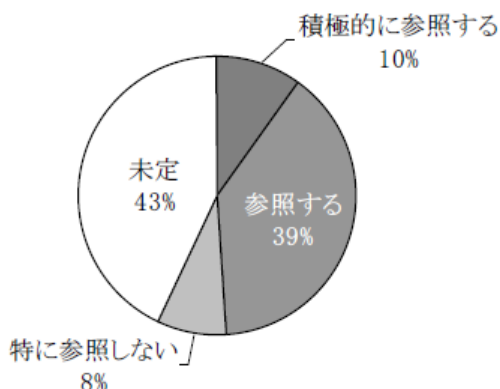


図 5：ISO26000 の参照意欲

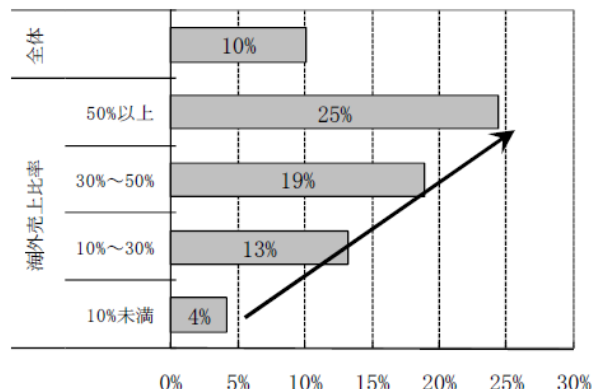


図 6：「積極的に参照する」企業の海外売上比率

出典) 公益社団法人 経済同友会[7]

(3) 企業における ISO26000 の利用可能性

日本経団連は、昨年 9 月にこの規格の発行を先取りする形で『企業行動憲章』とその『実行の手引き』を改定し、ISO26000 のポイントであるステークホルダーエンゲージメント、サプライチェーンにおける社会的責任の推進、人権を含む各種国際行動規範の尊重などの概念を盛り込んだ[8]。また、個々の企業においても、すでに CSR 報告書の構成に反映させている例が見られる。ただ、より多くの企業への影響が目に見える形で出てくるのは、今年発行される CSR 報告書においてであろう。

こうした動きを反映して、今後日本経団連会員企業を中心に自社の活動を拡大したり、他社の CSR 報告書に触発されて自社の CSR 報告書に活用する例が出てくることが予想される。特に、人権やサプライチェーンにおける社会的責任の推進などのような、日本企業にとっては馴染みが薄い分野については、本規格を参考にして何らかの取り組みを行おうと試みる企業も少なからず出てくると考えられる。

中小企業について言えば、CSR まで手が回らないと考える企業も多いと思われるが、そのような場合も、自社にとって CSR に取り組むメリットは何なのか再検討する契機として、ISO26000 を利用することも可能であろう。

4. おわりに

ISO26000 は新たな取り組みを押し付けるものではなく、組織が社会的責任を果たす上で手助けとなるものである。まだ CSR 活動を実施していない企業は、本規格を活動開始の契機として活用することができる。例えば、CSR に取り組みたいと考える担当者が自社の CSR を進めることについて経営者の理解が得られない場合、本規格をもとに、CSR に取り組むメリットを整理して説得する材料とすることが可能である。また、既に様々な活動を実施している企業は、本規格を自社の取り組みのチェックリストとして活用し、何が自社にとって重要な課題なのか見直すことが可能になる。例えば、自社においてなかなか CSR が進まないという企業は、課題の選定や優先順位付けが行われておらず、注力する方向性について社員の理解を得られていないからかもしれない。そのような場合は、本規格に照らして一度自社の CSR を見直してみることで改善される可能性もある。

このように、ISO26000 は、企業にとって、CSR について考える、または考え直すきっかけを与えるものとなる。企業の CSR の取り組みレベルは様々であるが、どのようなレベルであっても、ISO26000 から何らかの指針を見つけることができるであろう。

(第 275 号 2011 年 6 月 9 日発行)

<http://www.tokiorisk.co.jp/>

【参考資料】

[1] ISO/SR 国内委員会 監修 財団法人日本規格協会 編 (2011) 『ISO26000 : 2010 社会的責任に関する手引』財団法人日本規格協会

[2] 参考資料[1]p.41、箇条 2.23

[3] 「ステークホルダー」とは、「組織の何らかの決定又は活動に利害関係をもつ個人又はグループ」(参考資料[1]p.41、箇条 2.20) であり、「マルチステークホルダー」とは、多種多様なステークホルダーのこと。

[4] 事業組織を対象とした国連によるイニシアチブであり、人権の保護、不当な労働の排除、環境への対応、および腐敗の防止に関わる 10 の基本的原則を掲げ、各組織がその事業および戦略において実現するためにコミットメントするもの。

<http://www.unglobalcompact.org/>

[5] Global Reporting Initiative が発行する「持続可能性の報告に関するガイドライン」

<http://www.globalreporting.org/Home>

[6] 財団法人 日本規格協会 ISO/SR 国内委員会

<http://iso26000.jsa.or.jp/contents/index.asp>

[7] 公益社団法人 経済同友会 「日本企業の CSR－進化の軌跡－『自己評価レポート 2010』」

<http://www.doyukai.or.jp/policyproposals/articles/2010/pdf/100413b.pdf>

[8] 社団法人 日本経済連合会 「企業行動憲章 実行の手引き (第6版)」

<http://www.keidanren.or.jp/japanese/policy/cgcb/tebiki6.pdf>