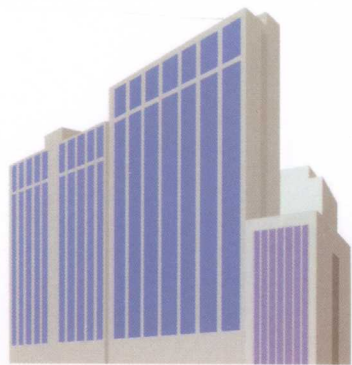


一看就懂 CSR

日本综合研究所 编著
国家电网公司
社会责任工作办公室 译



成为负责的、
社会信赖的企业。



中国电力出版社

www.cepp.com.cn

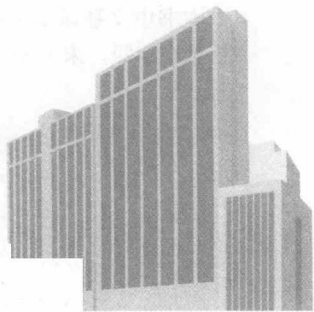
一看就懂 CSR

无论是确保合规经营，
还是提升品牌影响力
只要这一本就OK

日本综合研究所 编著

国家电网公司
社会责任工作办公室

译



中国电力出版社

www.cepp.com.cn

图书在版编目 (CIP) 数据

一看就懂CSR / 日本综合研究所编著; 国家电网公司社
会责任工作办公室译. —北京: 中国电力出版社, 2009
ISBN 978-7-5083-9284-4

I. 一… II. ①日…②国… III. 企业—社会—职责—研究 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 140477 号

北京市版权局著作权合同登记

图字: 01-2009-4582号

これでわかるCSR

株式会社日本综合研究所

ISBN 978-4-7848-2603-2

Copyright © 2007 by 株式会社日本综合研究所

本书中文翻译版由株式会社日本综合研究所授权中国电力出版
社独家出版。未经许可, 不得以任何形式复制或抄袭本书内容。

中国电力出版社出版、发行

(北京三里河路6号 100044 <http://www.cepp.com.cn>)

北京博图彩色印刷有限公司印刷

各地新华书店经售

*

2009年9月第一版 2009年9月北京第一次印刷

787毫米×1092毫米 32开本 6.75印张 142千字

印数0001-3000册 定价18.00元

敬告读者

本书封面贴有防伪标签, 加热后中心图案消失
本书如有印装质量问题, 我社发行部负责退换
版权专有 翻印必究

原著前言

青山学院大学名誉教授森本三男先生指出，在经营学领域，CSR的概念最早是1924年时任英国某糕点公司董事奥利弗·谢尔顿先生提出的。如今，这个词汇已经在国内外掀起了数次热潮。日本的这次热潮开始于2002年前后。某报社的数据库显示，带有CSR字样的报道已由2002年的52篇急剧增长到2005年的972篇，直到最近，这一势头也没有丝毫的衰减。

但是，在与企业的接触中我们惊讶地发现，各企业对于CSR的理解也是莫衷一是。有的解释为“避免企业丑闻”，也有的解释说“提供优质的产品和服务才是根本”，而“即便是企业，也不能仅仅是赚钱，还要致力于世间的慈善事业”这样的观点让我们意识到，寻找“CSR是什么”也就是重新审视“企业到底是什么”。

CSR的实现方式有很多种。在美国，世界第二大资本家沃伦·巴菲特向比尔·盖茨创建的基金捐赠资产，有600亿美元以上的资金用于贫困国家和地区的卫生医疗以及美国国内的教育领域。在“政府的失灵”已成为发达国家共识的当今时代，美国将最后的希望寄托在企业慈善活动和非营利组织（NPO）主导的“民间公益活动”上。在欧洲，来自非政府组织（NGO）和消费者协会、劳工组织等

利益相关方的压力成为CSR的发展动力。企业从“风险管理”或者“从业许可”的角度来理解CSR，并从事相关的实践活动。在日本，“企业自古以来就是和股东一起，从事为员工、顾客以及当地社会等利益相关方创造价值的经营活动”，这种理解得到广泛的支持。“企业自我规范”可以说是日本模式的典范。

本书由日本综合研究所参与CSR相关业务的研究员共同执笔，笔者对CSR的理解各有独到之处，本书对此不作统一。另外，本书的内容也并不能代表编者所属机构的观点。基于上述事实而仍将本书出版的原因在于，所谓“企业到底是什么”这个问题并没有标准答案。因此，本书收集了关于CSR的用语，旨在收集材料以帮助读者思考企业的社会责任问题。在经济全球化浪潮和不确定性日益高涨的今天，这样的思考无疑非常重要。本书如能为您的思考尽一份绵薄之力，笔者将不胜荣幸。

编者代表 足达英一郎

目 录

原著前言

第1章 | 总论 1

总论

- 1 CSR (企业社会责任)2
- 2 利益相关方6
- 3 可持续发展 10

第2章 | CSR的操作项目 15

Compliance与企业治理

- 4 企业丑闻 16
- 5 Compliance (合规经营) 20
- 6 内部治理和COSO组织体制 24
- 7 风险管理 28
- 8 公司法 32
- 9 日本版SOX法 36

消费者

- 10 通用设计 (Universal Design) 40
- 11 个人信息保护 44
- 12 消费者意见与处理办法 48
- 13 品质与放心、安全 52
- 14 消费者保护 56

员工聘用

15 多样性	60
16 就业能力	64
17 工作与生活的平衡	68
18 家庭友好型	72
19 职场安全与卫生	76
20 高龄者雇用	80
21 工会组织	84

社会贡献活动

22 社会贡献活动	88
23 NPO (民间非营利组织)	92
24 事业关联营销 (Cause Related Marketing) ...	96
25 员工志愿活动	100

公平交易

26 供应链中的CSR	104
27 血汗工厂	108
28 供应商行为规范	112
29 公平交易	116

环境

30 温室效应	120
31 绿色劳动力市场	124
32 环境配套服务	128
33 供应链上的环境友好型企业联合	132
34 指导方针·认证	136

第三章 | 推广CSR的具体措施 ————— 141

管理

- 35 CSR管理体系142
- 36 利益相关方的参与146
- 37 企业品牌 (Corporate Brand) 与CSR150
- 38 CSR排名 (CSR Ranking)154

沟通交流

- 39 CSR报告158
- 40 利益相关方会议162
- 41 内部交流 (Inner Communication)166

第四章 | 促进CSR实施的重要因素 ————— 171

有关CSR的标准、方针

- 42 ISO 26000172
- 43 日本经济团体联合会企业行动宪章176
- 44 联合国全球契约 (Global Compact)180
- 45 其他标准及方针184

社会责任投资

- 46 社会责任投资 (Socially Responsible Investment)188
- 47 SRI指数 (社会责任投资指数)192
- 48 SRI基金 (社会投资责任基金)196
- 49 股东行动200
- 50 社会融资204

关于“企业社会责任”这个词的定义，可以说是见仁见智、各不相同。而且，这个词也是长期以来围绕“企业究竟是什么”进行争论的产物。在这里，我们并不回顾那些关于企业的定义和争论的过程。从当今社会对企业的要求这个观点出发，在这里把美国社会责任促进组织（Business for Social Responsibility, BSR）的定义作为基准。BSR把CSR定义为“回应社会对企业所抱有的法律、道德、商业或者其他方面的期待，针对各关键利益相关方（Stakeholder）的需要进行平衡决策。”

在此，请您注意的是“社会对企业的期待”这一部分。“社会对企业的期待”究竟包括什么？首先想到的应该是“通过产品和服务为社会提供经济价值”，“通过纳税将利益回报社会”等。但是，问题在于这样的期待现在正迅速扩张。“希望更加尊重顾客的隐私”，“希望在灵活的工作体系下劳动”，“企业的产品应该更加重视环境问题”，“企业应该对发展中国家那些上不起学的孩子们伸出援助之手”，各种各样的期待不断增长并附加到企业之上。当然，其中包括善意的内容，也包括批评的内容。

这种变化的背景有四方面。首先，应该指出的是，“世界的发展方向令人担忧”。这句话虽然

CSR 包含的内容

问题 以下的项目是广义上“企业社会责任”(CSR)包括的项目。对贵公司而言,CSR具体包括如下哪些项目?(可以多选)

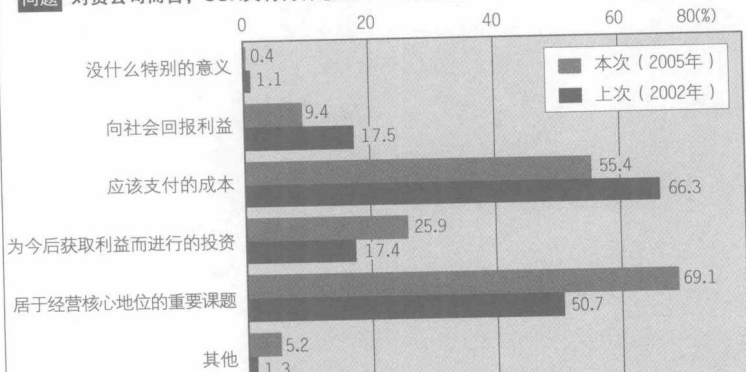
排名	项目	本次 (2005年)	上次的排名 (2002年)	相对上次的 变动幅度
1	遵守法律制度,采取道德的行动	94.6%	2	+13.2
2	提供更优质的商品与服务	91.4%	1	-1.7
3	为地球环境保护作贡献	80.8%	5	+18.9
4	提高收益,缴纳税金	74.7%	3	-0.2
5	为所在地区的社会发展作贡献	72.3%	7	+20.7
6	尊重并保护人权	68.3%	10	+36.0
7	向股东与所有者分红	66.9%	4	-0.7
8	不提供对人体有害的商品及服务	65.1%	9	+19.7
9	创造工作岗位	57.3%	8	+9.3
10	创造新的技术与知识	54.7%	6	+2.6
11	通过对公益与文化艺术的赞助活动为社会作贡献	45.7%	11	+23.9
12	为解决世界各国的贫困与纷争作贡献	16.4%	12	+12.8

出处:日本经济同友会《与企业社会责任(CSR)相关的经营者意识调查》(2006年3月)

图表1-1-1

CSR 的意义

问题 对贵公司而言,CSR具有何种意义?(可以多选)



出处:日本经济同友会《与企业社会责任(CSR)相关的经营者意识调查》(2006年3月)

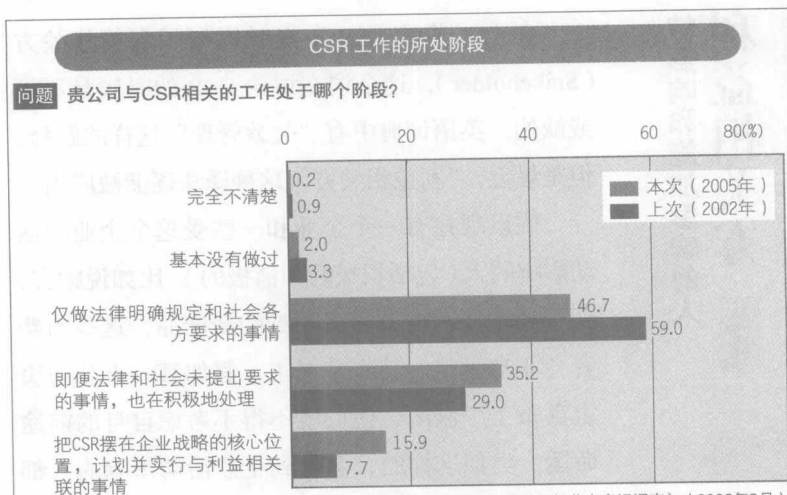
图表1-1-2

空泛却又是整个世界担忧的焦点。频繁战争，疫疾的扩散，环境的不断恶化，贫富差距的扩大等不计其数。

其次，企业的影响力日益增大。美苏冷战结束后，国家和政治的影响力逐渐减退。在经济全球化的形势下，跨国企业不断推进企业间并购（M&A），不断扩大企业规模并且提高企业的竞争力。

第三，政府机关的弱化。针对各种社会问题和企业违法行为提出对策本来是政府的职责。但是，事实上各国政府都已陷入了深刻的财政危机与死板僵化的体制之中。民众对政府的期待可以说越来越淡薄。

最后，以互联网的普及为代表的信息技术迅速发展。任何人都可以简单地向全世界发送信息。这意味着个人可以很容易地表明对企业的期待。在这种情况下，不能说企业盈利不对，但是这个盈利的过程有许多值得考虑的问题，而且这种针对企业的呼声在不断高涨。



图表1-1-3



图表1-1-4

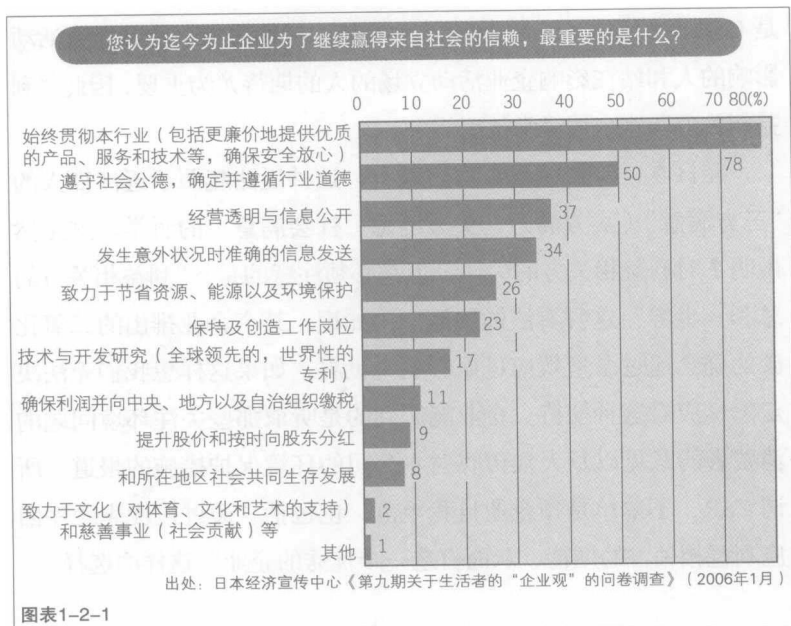
在上一节给 CSR 定义时提到了利益相关方 (Stakeholder)，这个词在讨论 CSR 的时候是不可或缺的。英语词典中有“欠款管理”这样的解释，但是最近，“利益相关方”这种译法逐渐被应用。

假设现在有一个企业和一些受这个企业的活动影响的人(包括积极的和消极的)。比如说顾客，购买到了在别的公司买不到的新产品，这些消费者会非常满足。其次是员工，假如某一天公司决定宣布工厂倒闭，他们就不得不考虑自身的前途命运。类似这样的、会受到企业活动影响的人都叫做利益相关方。

另外，也有站在影响企业活动这一立场上的人(对企业来说，这种情况下也有积极的与消极的影响)，比如说股东，如果企业效益不好股东们就会要求换掉总经理。而且随着政府制定新的法律，企业的活动也会受到一定的影响。所以说站在能够可以给予企业影响的立场上的人也是利益相关方。

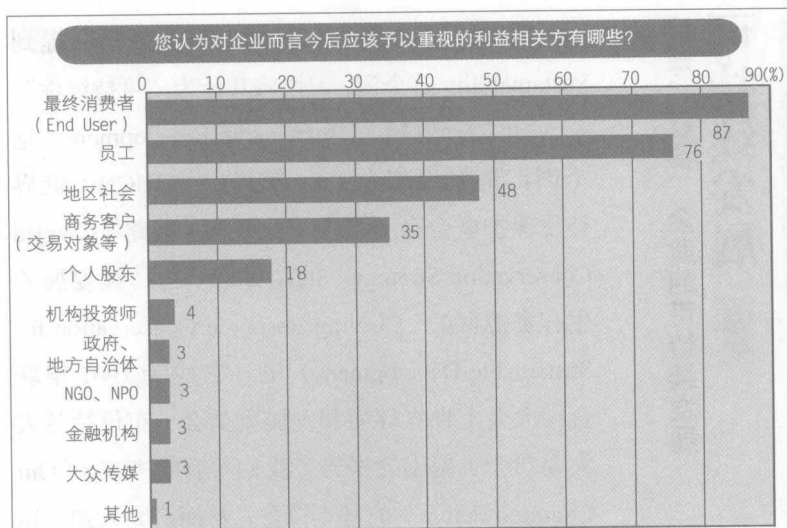
而且接受或给予这种影响的两种关系往往是相互关联的。顾客从企业购买产品而感到满足，但是有时也会发起联合抵制产品之类的对企业的批判行为。同时，员工会受企业经营决策的影响，如果他们不断离职，企业也会遭受损失。

上一节里提到了“社会对企业所抱有的期待”



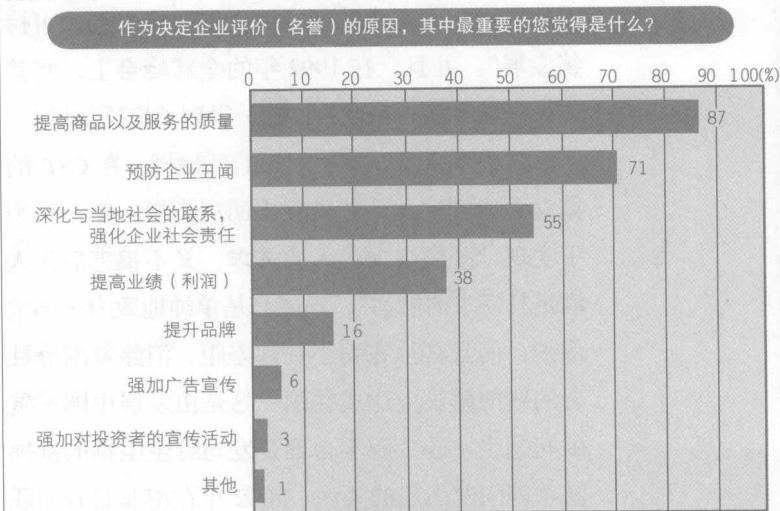
是 CSR 的特征之一。在抱有这种期待的主体之中，受到企业活动影响的人和站在影响企业活动立场的人的期待尤为重要，因此“利益相关方”这个词经常被引用。

在日本，CSR 的观念自古就有，这种说法起源于近江商人的“三方满意”（卖方满意、买方满意、社会满意）的哲学。这虽然说明了对利益相关方的关注，但是必须注意的是，“利益相关方的总和 = 世界”这种看法的漏洞。比如说，某个企业排出的二氧化碳的确会通过温室效应进而影响全世界，如果这样想我们无法决定怎样应对这种期待。企业能做到的是听取那些关注环境问题的消费者的意见以及大众传媒对本公司的环境保护措施的报道。所谓 CSR，不单单是指企业自我规范，也包括“通过按优先顺序回应利益相关方的期待，从而打造一个优秀的企业”这样的选择。



出处：日本经济宣传中心《第九期关于生活者的“企业观”的问卷调查》（2006年1月）

图表1-2-2



出处：日本经济宣传中心《第九期关于生活者的“企业观”的问卷调查》（2006年1月）

图表1-2-3