

## 中小企業の社会的責任

後 藤 康 雄  
 (成 城 大 学)  
 (社会イノベーション学部教授)



世の中全体に「社会的責任」への意識が着実に高まっている。個人と企業にとって社会の存在が重要なことは今さらいうまでもない。従来から“個人”と社会の関係は、様々な観点から検討がなされてきた。社会学はまさに個々人の集合体としての社会を真正面から捉える学問だし、社会政策は社会の視点から個人への支援等を図る施策である。

一方、“企業”と社会の関係は、重要性こそ認識されつつも、相対的に議論が手薄だった感はある。企業を取り巻く要素として、社会より経済のほうが意識される傾向にある。しかしながら、近年は、環境悪化への危機感や経済成長による歪みへの問題意識などを背景に、企業と社会の関係が明示的に意識されるようになってきた。SDGs (Sustainable Development Goals: 持続可能な開発目標) やESG (Environment, Social, Governance: 環境、社会、ガバナンス) などはそれを象徴するコンセプトである。

こうした中、企業部門でも社会的責任を果たそうとする努力が進んでいるが、大企業と中小企業では温度差がある。例えば、帝国データバンク「SDGsに関する企業の意識調査 (2022年)」によると、大企業ではSDGsに積極的な企業が約7割であるのに対し、中小企業は約5割、小規模企業では約4割と、企業規模間で格差がみられる。もともと経営的余裕に乏しい中小企業が苦勞して取り組んでも、それに見合った直接的なメリットを感じにくいという現実的な状況は十分理解できる。しかし、企業活動の過半を占める中小企業部門の取り組みが進まない限り、産業界全体として進捗は不十分なままとなる。

中小企業は紛れもなく社会を構成する重要な一員であり、長期的に一段と社会的責任が求められることは疑いようがない。そこには、カーボンニュートラルなどの環境負荷の軽減や、情報漏洩の防止といった国防や安全保障などの国家運営に関わることから、さらには社会保障や勤務条件等を通じた被用者の環境改善などまで幅広い領域が含まれる。今後の中小企業のあり方を考える際に、社会全体の視点を欠かすことはできない。

それでは、当事者たる中小企業の自主的な取り組みを促すには、いかなる方向性が有望だろうか。一言で社会的責任といっても様々な内容であろうし、中小企業のタイプによっても方策は異なるであろう。しかし、経済学の視点からいえば、路線は2つに大別される。社会的責任の多くはその恩恵が自社だけでなく社会に広く及ぶものであり、いわゆる正の外部性 (金銭的

対価を伴わずに何らかの経済的影響が外部に及ぶ状況」と解釈される。外部性は市場メカニズムに任せては社会の最適供給量が達成できない「市場の失敗」を生じる典型的な原因のひとつである。本来もっと社会全体のコストや労力をかけて然るべき努力が不十分になってしまうという、まさに今現在のような状況をもたらす。

その解決策として常にあがるのが政府による介入である。したがって、(新味はないが)企業の対策を促す補助金や優遇税制によって望ましい方向に誘導することがまず考えられる。市場の失敗を軽減するためのこうした介入は政府による経済政策の王道であり、ややもすると弱者救済的な社会政策の性格を帯びる嫌いもある平時の中小企業への保護的施策よりも経済学的な根拠がはっきりしているともいえる。

もうひとつの大きな方向性は“外部性の内部化”である。ありていにいえば、外部性を「見える」化して、市場原理のもとで解決させようというものである。「見える」化すれば万事解決するというわけではないが、漠然と実態が見えない状況に比べれば、状況ははるかに改善されるはずである。CO<sub>2</sub>排出量を把握することによって、排出権取引市場を作ることができるようになったように、様々な社会的課題を「見える」化する。これは社会的責任に敏感になっている顧客や取引先の評価基準となる可能性があり、いわば市場を通じた解決の道がみえてくる。

実際、サプライチェーン全体として社会的責任を果たすというのは有力な路線であり、今後、中小企業が取引先からそうした対応を求められる機会も増えてくると考えられる。取引先の地域分布が広範囲にわたるサプライチェーン型中小企業だけでなく、地域密着型の中小企業にも「見える化」の方向性があり得る。一般的に地域密着型企業は、ビジネス以外の部分でも地域コミュニティとの結びつきが強い。安心・安全や地域文化など多様な地域社会の価値とつながっており、いわば地域の社会的課題を顧客と共有している。例えば、地域の環境課題を明示的にとらえて対応すれば、域内における信頼度向上を通じ、経営面への現実的なプラス効果も期待されるだろう。ここでことさら指摘するまでもなく、これまでも地域型の中小企業はそうした取り組みを行ってきたはずである。重要なのは、地域の課題を「見える」化できるか否かである。

市場を通じた解決の方向性ということでは、資金調達面に関しては、すでに具体的な動きがいくつもある。例えば、環境対応に応じて資金コストが優遇される環境格付融資やESG投資など、間接金融、直接金融のいずれにおいても環境負荷と資金調達コストをリンクさせる視点が強まっている。そうした動きは、大企業との取引が多いメガバンクだけでなく、地域金融機関にも広がっている。

政府による介入と、市場原理を通じた解決は、ややもすると対立的に語られる。しかし、経済社会構造が大きく変革しつつある現下の状況においては、両者が補完し合うことが有効である。社会課題を定式化し、市場参加者に「見える」化する仕組みづくりは中央政府や自治体の大きな役割である。一方、中小企業がそうした流れを促す声をあげ、市場原理のもとで、当事者として対応を進めることは、社会的責任を果たすと同時に、自らのビジネスチャンスを拡大させる可能性も大きい。逆に社会的責任をないがしろにする経営は、中小企業においても長期的には様々な不利益につながるだろう。私たちは今、そんな時代に生きている。