
学術論文

社会的貢献を果たす企業情報システムについて

Corporate Information Systems to serve as Social Contribution

キーワード：

社会的貢献，企業の社会的責任（CSR），企業情報システム，インターネット

Keyword：

Social Contribution, CSR, Corporate Information Systems, Internet

摂南大学 饗庭 正樹

Setsunan University Masaki AIBA

摂南大学 島田 達巳

Setsunan University Tatsumi SHIMADA

要 約

企業の情報システム化は競争優位性を保つためのツールとして機能させることに重点が置かれているため，結果として企業のコスト削減と生産性向上に寄与している。しかし，当初予測した効果が得られない場合があることに加え，企業の社会的責任の視点では，社会的貢献に向けた情報システム活用は遅れている。本論では，企業情報システムは，企業の収益事業として応分の対価を得ながら提供される企業情報システムではなく，社会情報システムのサブシステムとして機能しながら社会的貢献を担う企業情報システムを扱う。社会をネットワークで直接的・間接的に結んだ企業情報システムを活用し，企業が企業市民としてどのように社会的貢献を果たしていくかについて考察を行う。

2007年3月2日受付 2007年9月9日受理

Abstract

Corporate information systems are focused on functioning as tools for maintaining competitive superiority. As a result, such systems have contributed to the reduction of costs and improvement of productivity in companies. However, in some situations, the results which were originally expected have not been achieved, and furthermore, the systems have not brought about much in terms of social contributions from the point of view of corporate social responsibility. The corporate information system in the following article is a system which will serve as a subsystem of a societal information system that contributes to society, rather than as a system designed for the pursuit of profits. We would like to see how companies can contribute to society as corporate citizens by utilizing the corporate information system network directly or indirectly connected to society.

1 はじめに

今日における情報システム化は、競争優位性を保つためのツールとして機能させることに重点がおかれているため、結果として、当該企業のコストを削減し生産性を向上させてはいるものの、企画時に予測した環境保護など他の効果が得られない場合も生じる。

企業においては、情報システム化がもたらす効果の予測は、その直接的な効果のみに終始しているが、関わる社会におけるコスト削減、地球環境における効果を含め、その情報システム化の価値が認識されることが望まれる。加えて、企業の社会的責任の視点からは、立地する地域における社会的貢献に向けた情報システム活用が遅れている。

企業には利益、資金、人員等の規模の大小にかかわらず、より広い地域でより多くの市民に向けた社会的貢献を行う企業情報システムが求められる。また、この分野に関する研究が必要であるが、これまでのところ、先行研究は殆どない。企業の社会的責任や社会的貢献については、種々の先行研究があるが、企業の社会的貢献と企業情報システムを関連付けた研究は見当たらない。

本稿は、ユビキタスネット時代を迎えるに当たり、当該情報システムが成り立つ根拠を明らかにし、その概念を類型化し、要件を整備するとともに、それに適合する事例を取り上げる序説的で萌芽的な研究である。

本稿では、第一に、企業の社会的貢献が企業に求められる理由を述べる。第二に、社会的貢献を果たす企業情報システムの定義と要件を述べる。第三に、社会的貢献を果たす企業情報システムの事例を取り上げる。最後に、今後の社会的貢献を果たす情報システムのもつ課題に触れる。

2 企業の社会的責任と社会的貢献

企業の社会的責任（CSR＝Corporate Social

Responsibilityの頭文字）とは、一般的には企業が事業活動を通して果たす社会的な責任のことを言う。Kotlerと Leeは、その著書「Corporate Social Responsibility」の中で、CSRを次のように定義している。（Kotler, Lee 2004）[1]
 “Corporate social responsibility is a commitment to improve community well-being through discretionary business practices and contributions of corporate resources.”「企業の社会的責任は、企業資源の自由な裁量によるビジネスの実践と貢献を通してコミュニティに繁栄をもたらす取り組みである。」“Corporate social initiatives are major activities undertaken by a corporation to support social causes and to fulfill commitments to corporate social responsibility.”「企業の社会的イニシアチブとは、社会的団体を支え、企業の社会的責任への取り組みを果たすことである。」企業の社会的責任の定義や範囲は時代とともに移り変わってきた。近年は、従来とは違った角度から企業の社会的責任が議論されている。

ステークホルダーには、株主、顧客、従業員、取引先、地域住民、求職者、金融機関、政府など、多くの主体が含まれる。企業にとって、これらのステークホルダーそれぞれとの関係をこれまで以上に大切にし、具体的かつ実効性のある配慮行動を取ることの重要性が増している。その結果、現代企業に求められる社会的な責任は、従来の経済的あるいは法的な企業の責任を大きく超えた概念にまで広がったと言える。

しかし、社会的責任論の限界も唱えられている。「企業は自らの利害のためにのみ善行を積めるのであって、それが絶対的な限界である。社会的・環境的目標は自社と株主の利害を満たすための戦略であり、またそうでなくてはならない（Bakan, 2004）[2].」「競争の厳しい商品を生産する会社は顧客にCSRのコストを負担せしめることは困難であるか不可能である。競争に直面していればCSRはほとんど持続可能ではないだろ

う (Hay, Stavins, Vietor, 2004) [3].」自らの社会的責任の実践を企業の戦略として捉え、業績と株主の富を最大化する手段としているのが多くの企業の方策である。

しかし、CSRの実践を市民たる企業の責務として捉え、仮に株主価値を高めていないとしても、その活動が株主から許容され持続的に行われている例も多い。

社会学の面からは、BirchがCSRを企業の市場性における権利に対する義務として捉え、「企業の挑戦は、純粋な利潤創造型企業になることではなくて、社会・経済組織として自他ともに認める企業として、社会の一員になることである」とし、理論的な裏付けを行っている (Birch, 2003) [4]. 一方、「企業の存在が元来、利害関係者所有権に基づく以上、この問題解決は利害関係者の範囲により異なるため一筋縄ではない」とし、困難さを指摘している。

企業の社会的責任を求める要請を受けて、国内においては、有力な2つの経済団体がCSRの指針を示し、その強化を求めている。いずれも、企業は本業で社会貢献することに加え、「企業市民」として本業以外の面からも社会的貢献を実践することを求めている。

まず、日本経団連の「企業行動憲章」では、「企業は公正な競争を通じて利潤を追求するという経済的主体であると同時に、広く社会にとって有用な存在でなければならない。そのため企業は、次の10原則に基づき、国の内外を問わず、人権を尊重し、関係法令、国際ルールおよびその精神を遵守するとともに、社会的良識をもって、持続可能な社会の創造に向けて自主的に行動する。」[5]とし、10原則の中の6に「良き企業市民として、積極的に社会貢献活動を行う。」とし「企業は、社会貢献活動を『社会への投資』にとらえて、社会の抱える様々な問題の中から自発的に取り組むべき課題を選択し、その経営資源や専門能力を投入する。」としている。

また、経済同友会の「第15回企業白書ー市場

の進化と社会的責任経営」では、CSRについて「①今日的な意味で世界的に使われるCSRは、単に法令遵守や社会貢献といったレベルにとどまらない。②CSRは企業にとってコストではなく、経済・環境・社会のあらゆる側面において社会ニーズの変化をいち早く価値創造へと結び付け、企業の持続的な発展を図るための「投資」である[6]」としている。同白書の「企業評価基準」の評価軸「企業の社会的責任 (CSR)」では、四つのフィールド (市場、環境、人間、社会) のうち、社会のフィールドで「社会貢献活動の推進」を挙げている。

このような社会貢献を実践する企業として、日本IBMを挙げることができる。同社は、社会貢献活動の選考基準として、次の4つの選考基準を設けている[7].

- ① 営業活動に直接関係のないものであること
- ② 見かえりの経済効果は期待しないものであること
- ③ 特定の個人にかかわる支援ではないこと
- ④ 政治活動・宗教活動の支援でないこと

さらに、『この4つの基準に従いビジネスとは一線を画した社会貢献活動を実施し、その活動が最終的に企業のブランドバリューを高めることに貢献し、「よき企業市民」としての役割を果たしていく』と表明している。この選考基準は、他の企業についても勧められる普遍性を持っていると評価できよう。

一方、公共財や公共財としての性格を強く持つような財やサービスについては、今日では、政府・自治体・公的企業のみが供給を担っているわけではない[8]. これらの財やサービスに対する需要が多様化しており、企業やNPOによる社会的貢献が求められる所以でもある。

80年代以降、社会的課題を事業として取り組む社会的起業家が台頭している。彼らは、ソーシャル・エンタープライズを起こし、政府・行政・市場の対応を超える領域を社会的活動の領域としている。社会的活動を担う企業は、社会性・事業

性・革新性を特徴としており、これらの面から評価がなされている[9]。

われわれの対象とする社会貢献型企業は、ソーシャル・エンタープライズと類似しているが、同一ではない。ソーシャル・エンタープライズは、社会性・事業性・革新性を要件とし、株式会社・有限会社の他に、NPO、社会福祉法人、中間法人、協同組合なども含まれるが、社会貢献型企業は必ずしも革新性を要件とせず、株式会社・有限会社形態を採る。

3 社会貢献型情報システムの概念と類型

本稿では、「CSRは事業活動のコアに関するものであり、社会的貢献は本来のCSR活動から派生するもの[10]」との考え方を採用せず、Kotler, Leeの定義、及び、Birchの「CSRは企業の市場性における権利に対する義務である」との考え方を採る。そして、社会貢献型企業情報システムとは『社会的貢献に向けて情報技術を利用する企業情報システム』であると定義する。

具体的には、①企業の事業として社会的貢献に供する企業情報システム、②ボランティアとして社会的貢献に供する企業情報システム、が含まれる。それぞれ、企業単独の情報システムに加え、地域・自治体・他企業・NPO・個人等の情報システムと連携しながら社会的貢献を果たしている企業情報システムが対象範囲に含まれる。

次に、企業情報システムの社会貢献度と企業利益貢献度のレベルを概念的に図示すると、4つに分類することができる。(図1)

Aに位置する情報システムは、企業利益貢献度と社会貢献度の双方を高める企業情報システムであり、理想的な形である。

Bに位置する情報システムは、社会貢献度は高く、企業利益貢献度は低い情報システムである。企業業績が悪化すると、運用コスト削減に向けて、廃止や、縮小の候補となる可能性がある。

Cに位置する情報システムは、企業利益貢献度

学術論文—社会的貢献を果たす企業情報システムについて

は高く、社会貢献度は低い情報システムである。企業利益向上の手段として利用されており、業績向上に向けた効果が出ている。さらに高いパフォーマンスに向けて改良され、機能が追加される可能性がある。企業を支え効果を出している情報システムとして、情報システムの技術、運用、仕組み面で差別化されていると言える。ベストプラクティスの情報システムがCからAへ変わることは、優れた企業情報システムを社会システムのサブシステムにすることであり、このようなパターンが存在することを第5節で事例を提示し明らかにする。

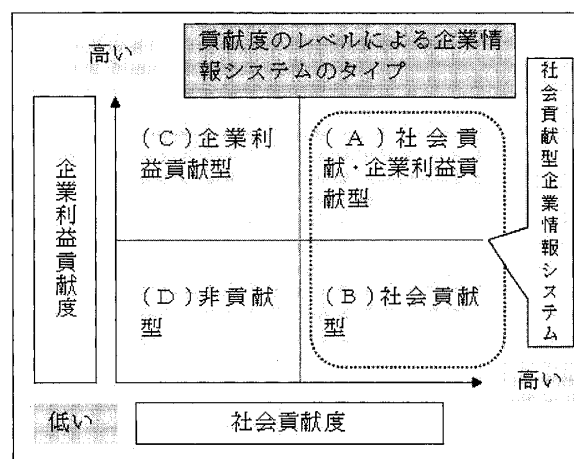


図1 社会貢献度と企業利益貢献度のレベルによる類型

Dに位置する情報システムは、企業利益貢献度、社会貢献度ともに低い情報システムである。企業において業務上必要な情報システムであるが、運用コストの割に効果を生まない情報システムであると言える。コア業務でない情報システムである。これらは、ASPや、アウトソーシングの候補となる可能性がある。

4 社会貢献型企業情報システムの要件

4.1 企業が地域と連携して社会に貢献する情報システム

企業情報システムと他の情報システムは情報ネットワークで結ばれている。物財、人、金による貢献が各団体や個人から社会へ向かって提供され

る。一方、情報システムによる貢献は、情報ネットワークを通じて提供される（図2）。それぞれの情報システムは、社会情報システムの一部として機能している。

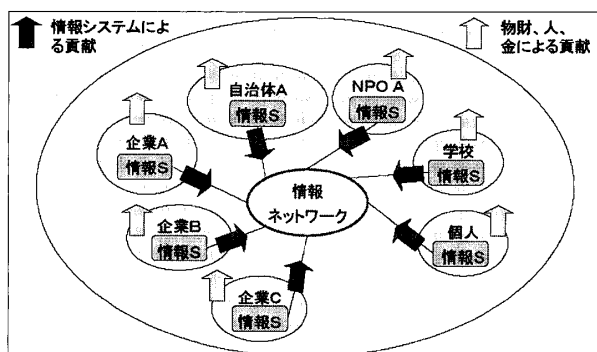


図2 情報システムによる貢献のネットワーク

4.2 企業情報システムと公共情報システムの重層領域

企業情報システムは公共情報システムとともに、社会情報システムの中に位置づけられる。最近では、Web型受発注システムやWeb型EDIシステムなど、インターネットで接続されているシステムが多い（図2）。公共情報システムは、行政、学校、市民、NPO、企業等が自由に利用できる情報システムを指す。例えば、岡山情報ハイウェイをはじめとした地域イントラネットを挙げることができ、地域内の相互接続は進んでいるが、アプリケーションの共同利用は実証実験が始まった段階である。

企業情報システムの、社会的貢献に供している部分は、公共情報システムとしても機能している。よって、企業情報システムは社会情報システムのサブシステムであり、公共情報システムの一部であると捉えられる。この企業情報システムが社会貢献型企業情報システムに該当する。

図3の「企業情報システム」には、企業の事業を支える情報システムが分類される。たとえば、生産管理システム、販売管理システム、財務会計システム、給与システム等がある。

「公共情報システム」には、自治体等公共団体が地域に開放し、住民サービスを行うための情報

システムが分類される。たとえば、電子図書館システム、電子窓口システム等がある。

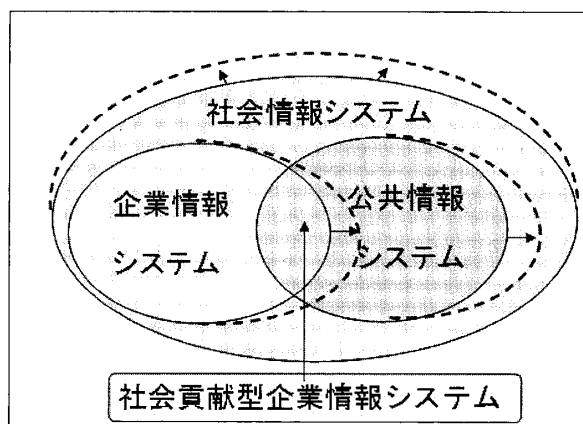


図3 社会貢献型企業情報システム

「社会貢献型企業情報システム」には、企業による社会貢献活動・社会的事業に使う情報システムが分類される。例えば、後述するように米IBM社のワールド・コミュニティ・グリッド、トヨタグループ6社のスマイルゆうネット等がある。上記のいずれにも分類されない社会情報システムとして、個人の情報システム、NPO法人等の非営利組織の情報システムがある。

従来は、「公共領域」と「私的領域」は、前者は国・自治体、後者は企業・市民が担うという公私二分論が確立されていたが、今日ではそれが適合しなくなりつつあり、公共領域についても、企業・NPO・市民が担うことが増えている。また、「公共領域」の範囲自体も拡大している。それは、少子・高齢化が進み行政需要が増大するに伴い、行政が財政破綻するなどの社会経済情勢の変化に起因している。

このような状況の中で、公共的サービスの提供主体となり得る意欲と能力を備えた多様な主体（住民団体、NPO、企業等）が、先進的、開拓的、創造的に「公共」を担う仕組みが進んでいる[11]。そして、企業による公共的サービス拡大が社会貢献型企業情報システムの範囲拡大にもつながっていると考えられる。

社会貢献型企業情報システムにおける範囲拡大のパターンは、①新たな社会貢献型企業情報システムの稼働、②自治体の公共情報システムの企業運営への移行、③事業用企業情報システムから社会貢献型企業情報システムへの変化等がある。公共情報システムの拡大と併せて、社会情報システム全体の拡大をもたらす。

4.3 社会貢献型企業情報システムの対価

社会貢献型企業情報システムは、CSRの実践に経営資源を投入している企業の情報システムに含まれている。企業が持つ知識を社会に還元するインフラとして機能する。知識の還元に向けた人材育成、広報、ツールの提供もなされる。ツールとは無形物としてソフトウェア、知識財産として文献、有形物としてハードウェアがある。

社会貢献型企業情報システムの対価は3区分になる。「①利用者から対価を全く得ずに実施（ボランティア、奉仕、隠匿）」、「②利用者から対価を全く得ずに、補助金、協賛金、寄付等を得ながら実施」、「③利用者から対価を得ながら事業として実施」に区分けされる。

谷本（2006）[12]は、「CSRの3つの次元」として「経営活動のあり方そのものを問う次元」、「社会的事業の次元」、「社会貢献活動の次元」に区分している。この区分によれば、①は社会貢献活動、②は社会貢献活動と社会的事業の境界線上にある活動、③は社会的事業、とそれぞれを当てはめることができる。

本稿では社会貢献型企業情報システムの中で、①及び②の企業情報システムを中心に扱う。

表1は、図2に示した企業情報システムと公共情報システムについて、利用者、目的、セキュリティ、インフラの対比を表したものである。

社会貢献型情報システムの利用者はステークホルダーとしての地域である。公共情報システムの利用者也同じく地域であり、具体的には行政、学校、企業、住民、NPOなどである。

表1 企業情報システムと公共情報システムの比較

項目	企業情報システム		公共情報システム	
利用者	社内、従業員、取引先、顧客	地域	地域（行政、学校、企業、住民、NPO、他）	
目的	収益	社会的貢献	社会的貢献（生活の質向上、社会福祉、教育、安心、安全、社会的・経済的弱者支援、社会的損失削減、社会的費用削減、他）	
公開	非公開	公開	非公開	公開
インフラ	固有	標準（インターネット技術、インターネット接続）		



社会貢献型企業情報システム

4.4 自律・分散・協働の情報システム

行政、学校、NPO、市民、そして企業の協働によって、より多くの人・組織が、豊かな社会実現に向けた課題を認識し、社会的貢献に役立つ情報システムを共有し、知恵を出し合い、豊かな社会を実現するために結集することが、持続的な社会の発展をもたらす。企業は、企業情報システムを、本業を支えるインフラのみに使用するのではなく、積極的な社会的貢献での使用が、社会から求められる。

社会情報システムは主にネットワークを通じた分散処理型の情報システムとして機能している。企業は安定した運用、セキュリティ確保など、情報システム全体の品質を保つ役割を担わねばならない。

インターネット利用では発信された情報そのものが持つ価値は発信する企業の規模には比例しない。物財は量が価格に比例するため、小企業では社会的貢献として提供できる量は大企業のそれに比べると少ない。一方、情報は多数が同時に消費できるという非競合性を持つ故、企業規模にかかわらず、情報の価値向上により社会的貢献の度合いを高めることができる。従来、資金的な理由から物財、人材、寄付等による社会的貢献が難しかった企業においても、情報システムによる社会的貢献の機会は、ユビキタスネット時代を迎えるにあたり、格段に増えていくであろう。

4.5 情報特性の活用

物財に比べた情報の特性は、次のように整理される[13]。

- ① 追加一単位生産して配布するコストが限りなくゼロに近づきつつある。
- ② 他者に伝達しても自分の手元にも残る。
- ③ 共有して他者の持つ別の情報と組み合わせることで価値が高まる。
- ④ 同じ情報をより多くの人間がもつことで価値が高まる。

情報の特性を把握した上で、それを活かすにはリテラシーが必要である。ITリテラシーが高いか低いかにより情報の活用度に大きな差をもたらす。目に見えないだけに、ITリテラシー抜きで情報を扱うことは難しい。

物財はそのものが持つ機能により効用が決まる場合が多いが、情報はそのものが持つ価値により効力が決まらないことである。

つまり、人、物による社会的貢献と情報による社会的貢献では、量の拡大にかかるコストは情報が限りなく安い。よって、企業にとって、人、物による社会的貢献に加え、情報と情報システムによる貢献を増やせば、対象範囲の拡大が実現し、情報システムがもたらす社会利益は級数的に高まっていくと予想される。

情報は、使う人の活用力の大小により、情報の持つ価値が変化する上に、情報によって課題が解決する度合いにも大きな開きが出る。社会情報システム利用者へのIT教育は、企業情報システムの大きな役割であると考えられる必要がある。社会情報システムを活かすために、一人一人のITリテラシーが高まれば、企業情報システムの価値は高まる。

4.6 情報システムの公開

企業情報システムはそもそも公開できるのだろうか、それとも公開できないのだろうか。企業情報システムのコンテンツは、企業内情報が殆どである。優秀な技術やノウハウは他社に比べて優位性を保つ。通常、社外に公開されることはない。公開可能と思われる情報がある場合であっても、情報ごとに公開できるかどうかを見極め分別する、情報システムのセキュリティコントロー

ルが難しい等の理由により、企業内情報に留めておくことになりやすい。

情報は体系化されていること、新鮮な状態であることでその価値が増す。企業の持つ情報、知識、知恵、ノウハウを地域内で流通・循環させ共有化することは、地域の活性化を図ることにつながる。企業市民としての役割を果たすためには、より一層の情報公開が求められる。物財に比べると情報財は共有化コストが極端に安価である。

一方、コンテンツは公開出来なくとも、アプリケーションソフトは公開できる場合がある。(図4)

アプリケーションソフトでは、利用許諾契約価格がユーザー数に比例する場合は、その公開は現実的ではない。それ以外の契約価格によるか、もしくは自社開発のアプリケーションソフトであれば公開しやすい。アプリケーションソフトには、ノウハウ、工夫が組み込まれており、それらの提供による社会的貢献は、社会システム全体の価値を上げることに直結する。

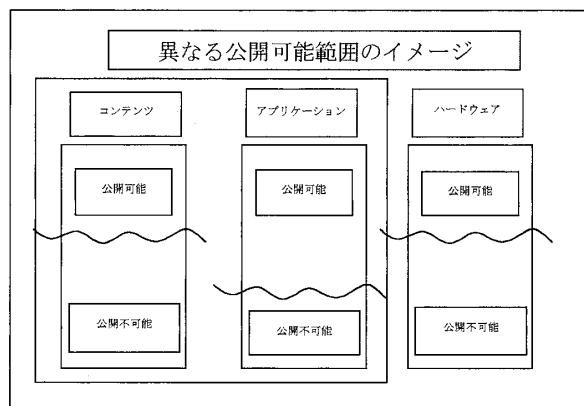


図4 コンテンツ、アプリ、ハードの公開可能範囲

ハードウェアは、コンテンツやアプリケーションソフトを動かしている筐体であり、企業情報システムにとって不可欠な物である。情報セキュリティー面から通常サーバーのようなハードウェアは公開されることはない。公開はネットワークを通じてそのサーバーに格納されている情報やアプリケーションが対象となる。公開可能か不可能かはハードウェアならびにOSやアプリケーション

によるアクセス制御が適切に行われる仕組みが不可欠である。

サーバーやアプリケーションソフトをインターネット経由で行政、学校、地域に貸し出す、所謂ASPは数多い。ASPはそれ自体が企業の商品であることが多いが、その仕組みは社会貢献型企業情報システムとして活用されうると思われる。

5 社会貢献型企業情報システムの事例

本稿が扱う社会貢献型企業情報システムの海外企業の事例及び国内企業の事例を数例取り上げる。

5.1 海外企業の事例

海外企業の事例として2つを取り上げる。

①マイクロソフトのUPプログラム

ハードウェア、コンテンツ、アプリケーションを組み合わせで行われている企業情報システムによる社会的貢献として、マイクロソフトの企業市民活動としてUPプログラムがある。UPプログラムは、マイクロソフトが世界各国で展開している社会貢献プログラムである。[14]

対象は、これまでITを活用する機会があまりなかった方々であり、IT研修やITを通じた自立支援や就労支援などを行なっている。地域のNPOや自治体と連携し、地域の社会的課題の解決や地域の活性化に貢献するとしている。

日本では現在、「大分UPプログラム」、「女性のためのUPプログラム」、「徳島UPプログラム」、「障害者のIT利用支援のためのUPプログラム」、「宮城UPプログラム」、「在住外国人のためのUPプログラム」、「NPOのためのUPプログラム」が実施されている。

ただし、地域や市民の情報リテラシー向上は、同社の基幹事業であるOSやアプリケーション販売の増加につながることは明白であり、事業の一環としての性格も窺える。

学術論文—社会的貢献を果たす企業情報システムについて

②IBMのグリッドコンピューティング

ハードウェアそのものを社会に提供する方法として、最近注目されているのは、余力のCPU能力を貸し出すことである。米IBM社のグリッドコンピューティングプロジェクトの事例があり、注目すべき社会的貢献である。

米IBM社は2004年11月、社会的貢献のためのグリッド・コンピューティング・プロジェクト『ワールド・コミュニティ・グリッド』を立ち上げた。世界中のパソコン・ユーザーに協力を呼び掛け、人海戦術によって科学計算に協力する試みである。世界中の企業、個人によるボランティアの協力を得ている。[15]

スーパーコンピュータでも何年もかかるような計算を、数百万台規模のパソコンで分業することによって短期間でやり遂げるのが目的である。パソコンをインターネットに接続し、自分が使わない時間帯だけ「無償で貸し出す」社会的貢献である。図5はエイズ撲滅に対する医学研究目的での計算用に供するグリッドコンピューティングのクライアントプログラム画面である。

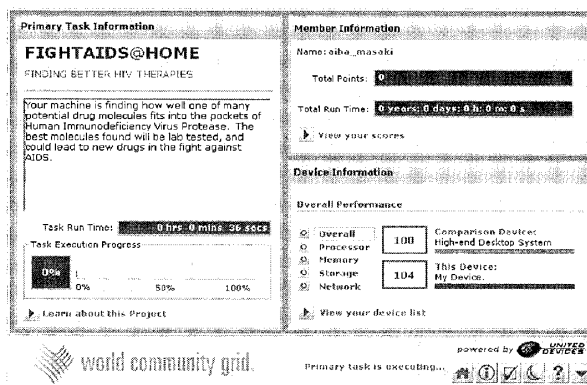


図5 米IBMグリッドコンピューティングのクライアントソフトの画面、FIGHTAIDS@HOME

本プログラムは、パソコン1台毎にいつでも始められ、いつでもやめられる企業情報システムの社会貢献分野である。個々の企業に継続の制約がないところが、社会的貢献への敷居を一段と低くしている。画面上ではパソコンの貢献度を数値で表示するなど、工夫がなされている。

5.2 国内企業の事例

日本経団連の「2005年度 社会貢献活動実績調査結果」(調査対象：日本経団連会員企業、1%クラブ法人会員の合計1,403社)によると、2005年度の社会貢献活動支出額は調査回答408社の合計金額は1444億円、1社平均354百万円であった。社会貢献活動支出額の売上高比率は0.10%(359社)と前年度に比べ微増。経常利益比率は1.38%(回答企業386社)、税引前利益比率は1.67%(374社)である。寄付金額は1社平均2億5,300万円(400社)、自主プログラム経費は1社平均1億1,000万円(377社)である。[16]

2004年度調査結果[17](回答355社)によると、自主プログラム経費の中から、社会貢献型企業情報システムの事例を4例取り上げる。

①クリック募金

クリック募金とは、Webサイト上に表示された「募金ボタン」をクリックするだけで、環境問題や社会問題等に取り組む団体等へ寄付ができるシステムである。

クリックする方には金銭的負担が発生せず、スポンサーとなる企業がクリックしたネットユーザに代わって、クリック毎に団体へ一定額を寄付する仕組みである。味の素、ジャパンエナジーは自社のWebサイトで同システムを運営している。

②ナレッジ共有、情報交流Webサイト運営

スマイルゆうネット(愛知県刈谷地域のトヨタグループ6社=織機・ジェイテクト・アイシン・デンソー・紡織・通商)は、社員ボランティア、地域ボランティア団体に向けて情報提供、情報交換をサポートするWebサイトを運営している。

③デジタルデバイドの支援

JOINプロジェクト(日本IBM)は長野大学と共同で聴覚に障害のある学生や、上肢障害などにより筆記が困難な学生らのために、ITを活用して授業における情報保障を向上させようとする「障害のある学生のための授業支援プロジェクト」(JOINプロジェクト:Joint project Of Ibm-Nagano university)を運用中である。

④教育分野への支援

日本IBMは「東京都三鷹市学校・家庭・地域連携教育プロジェクト」を支援している。システムの特徴はネットワークを利用して保護者や地域支援者(メンター)が教育に参加できることである。

以上、数例を紹介したが、経団連の報告書に掲載されている数多くの事例の中で、社会貢献型企業情報システムによる活動企業は非常に少ない。

5.3 社会貢献型企業情報システムの類型と事例の分類

企業情報システムによる社会的貢献は、社会的貢献の媒体が「情報」であるか「IT」であるか、企業情報システムが社会的貢献の「主体」であるか「媒介」であるによって、分類することができる。(図6)

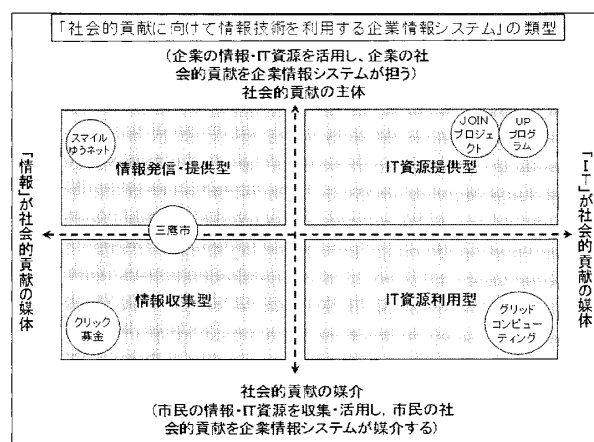


図6 「社会的貢献に向けて情報技術を利用する企業情報システム」の類型

企業情報システムは、自らの情報・IT資源を社会的貢献に供することもできるが、市民や他者の情報・IT資源を社会的貢献に結びつけるための媒介の役割を果たしている。社会的貢献の媒体は、主として情報を媒体とする情報システムと、主としてITを媒体とする情報システムがある。

事例で取り上げた情報システムは、上図のように分類することができる。

「IT資源提供型」には、マイクロソフト社のソフトウェアを利用者に提供している「UPプログラム」、IBM社がハードウェアとソフトウェア

を提供して支援している「JOINプロジェクト」が該当する。

「IT資源利用型」には、市民のPC資源を科学計算用に提供している「グリッドコンピューティング」が該当する。

「情報発信・提供型」には、Webで地域の自動車関連企業に向けた情報発信が中心の「スマイルゆうネット」が該当する。

「情報収集型」には、市民により募金ボタンをクリックされた情報を収集し、自社の募金金額を決定する「クリック募金」が該当する。

三鷹市の事例は、システム提供側の市、教育委員会、IBM社および、利用者側の保護者がともに情報発信をする仕組みであるから、「情報発信・提供型」であり「情報収集型」でもある。

6 社会貢献型企業情報システムの課題

第一に、情報システムの継続性保証についてである。社会情報システムのインフラとして動かすことは、ある程度の継続性を保証する必要がある。経営が厳しくなったので情報システムの稼働をやめるということは、地域に不便を強いる可能性が高い。

地域からみれば、単発的な取り組みであればそのとき限りの情報システム運用ですむ。しかし継続的な情報システムは、業績、信頼度、社会的貢献の理念がオープンでしっかりしていないと任せられない。よって、自治体と企業、地域と企業との契約が必要であろう。企業情報システムを社会システムとして機能させ続けるには、契約不履行の場合にペナルティーを課すくらいの厳しさが求められるのである。

コンテンツの提供についても、自治体と企業間、地域と企業間との契約が必要であろう。継続すべき情報システムの突然の中止により混乱を引き起こしたり、他者への引き継ぎ面で問題を残したりすれば、企業の信頼は揺らぎ、地域から受け入れられなくなる。

学術論文—社会的貢献を果たす企業情報システムについて

第二に、情報システムのリスクの大きさに応じたセキュリティ対策やバックアップ体制などの方法が求められることである。自治体が自ら情報システムを保有するか、あるいはASPなどを利用して、その対応を企業に委託する方法もある。分散処理ネットワークにおいて企業情報システムの自律的な継続保証が社会情報システムの中で担保されるよう、情報技術面、および制度面での整備が求められる。

第三に、企業情報システムによる社会貢献活動に対する誘因の確保である。あいまいな誘因では、企業情報システムによる社会的貢献が進展するとは思えない。明確な評価の制度と評価結果の公開が必要となろう。今後、経済的な動機付けが社会の中に組み込まれていけば、さらに取り組みが加速するであろう。

第四に、企業情報システムによる社会貢献活動の戦略性の確立である。近年、地域社会からは、企業の社会貢献活動が企業の評価項目となってきた。企業は限られた経営資源を使ってどのような社会貢献活動を行うのかという戦略が求められている。

企業情報システムによる社会貢献活動の戦略性は何であろうか。それは、企業規模が小さく、人・物による社会貢献活動が出来ない企業であっても、情報システムによる社会貢献活動は出来ることにある。問題は、供する企業情報システムが社会システムの中で機能するのか、役立つのか、社会利益に貢献するのか、そして市民から受け入れられ続けるのかである。

上述した企業利益貢献度と社会への貢献度の双方を果たす企業情報システムであれば、当該企業の強みを活かした情報システムによる社会貢献活動として市場の評価に直結すると言える。

7 おわりに

社会貢献型企業情報システムに関する研究は前述のとおり先行研究が少なく、萌芽的研究として

位置づけられる。本稿では問題提起、あり方の検討、事例分析、新しい知見を交えて、企業情報システムが社会的貢献を果たすことの意義を明らかにした。また、企業情報システムの新たな活用目的、活用分野について提示を行なった。企業の社会貢献活動が情報システムによって社会的貢献に寄与することは、人、物、金の提供だけでは実現し得なかった、ユビキタスネットを通じた効果拡大を図ることができる。ネットを通じて多くの市民が当該企業の取組みに共感し、さらに企業情報システムの活用が広がることにより、社会貢献型企業情報システムはさらに発展することが期待される。

今後、企業情報システムによる社会的貢献を支えるインフラ、情報セキュリティ技術が整うにつれて、企業が保有するIT資源の余剰を比較的容易に社会に提供しうる可能性がある。特に、ネットワーク産業においては、機動的に提供しうる可能性は大きいと思われる。誘因として、社会的貢献の実績に応じた税制の優遇等の措置が加われれば、企業の取り組みが加速するであろう。

本研究は、緒に就いたばかりであり、具体的事例の分析、評価方法など実証的研究を進める必要がある。その場合に、図1における社会貢献度と企業利益貢献度のレベルによる類型化、および図7における「社会的貢献に向けて情報技術を利用する企業情報システム」の種類の客観的区分方法や企業や情報システムの類型化のための測定方法などの操作化が課題として残されている。

また、社会貢献型企業情報システムについて、企業の誘引をどう設定し、導入促進をどのように図るかについても検討が必要である。

参考文献

- [1]Philip Kotler, Nancy Lee, Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause, John Wiley & Sons (December 13, 2004), p.3.
- [2]Joel Bakan, The Corporation : The Pathological Pursuit of Profit and Power, Free Press, (2004), p.46,p.50, (酒井泰介訳『ザ・コーポレーション：わたしたちの社会は「企業」に支配されている』早川書房,2004).
- [3]Bruce L. Hay, Robert N. Stavins, Richard H. K. Vietor, "Environmental Protection and the Social Responsibility of Firms : Perspectives from Law, Economics, and Business" ,Resources for the Future,(2004), p.7.
- [4]David Birch, Corporate Social Responsibility: Some Key Theoretical Issues and Concepts for New Ways of Doing Business, Journal of New Business Ideas and Trends, (2003, 1), pp.1-19 (若林宏明訳「企業の社会的責任：主要な理論的課題と新しい経営スタイルの諸概念 (抄訳)」,『サステイナブル マネジメント』第4巻, 第1・第2号合併号, 環境経営学会, 2005)
- [5](社)日本経済団体連合会,「企業行動憲章」,(2004, 5), <<http://necsv01.keidanren.or.jp/japanese/policy/cgcb/charter.html>> Accessed 2006, August 10.
- [6]経済同友会, “「市場の進化と社会的責任経営」－企業の信頼構築と持続的な価値創造に向けて”, 「第15回 企業白書」 (2 0 0 3 / 3) , <http://www.doyukai.or.jp/whitepaper/articles/pdf/no15/030326_3.pdf> Accessed 2006, August 10.
- [7]日本IBM(株), 「社会貢献について－良き企業市民として」, <<http://www-06.ibm.com/jp/company/society/general.html>> Accessed 2006, August 10.
- [8]山内直人, 「IT革命とボランティア・エコノミー」, 下河辺淳 (監修)『ボランティア経済と企業』日本評論社 (2002), p.184.
- [9]谷本寛治, 「ソーシャル・エンタープライズ (社会的企業) の台頭」, 谷本寛治編『ソーシャル・エンタープライズ』中央経済社 (2006), p.6.
- [10]坪郷實編, 『“参加ガバナンス 社会と組織の運営革新」, 日本評論社 (2006), p.165.
- [11]総務省 「分権型社会に対応した地方行政組織運営

- の刷新に関する研究会, “分権型社会における自治体経営の刷新戦略－新しい公共空間の形成を目指して－ I. 地方自治体を取り巻く環境の変化”, (2005/4), <http://www.soumu.go.jp/iken/kenkyu/050415_k04.html> Accessed 2006, August 10.
- [12] 谷本寛治, 『CSR 企業と社会を考える』 NTT出版 (2006), p.201.
- [13] 國領二郎, 『オープンソリューション社会の構想』, 日本経済新聞社 (2004), p.29.
- [14] マイクロソフト(株), “UPプログラム”, <<http://www.microsoft.com/japan/citizenship/ca/up/default.mspx>> Accessed 2006, August 10.
- [15] IBM, “World Community Grid”, <http://www.worldcommunitygrid.org/>
- [16] (社)日本経済団体連合会, 社会貢献推進委員会・1%(ワンパーセント)クラブ, 「2005年度 社会貢献活動実績 調査結果」(要約), (2006), <<http://www.keidanren.or.jp/japanese/policy/2006/084.html>>, <<http://www.keidanren.or.jp/japanese/policy/2006/084/youyaku.pdf>> Accessed 2007, January 4.
- [17] (社)日本経済団体連合会, 社会貢献推進委員会・1%(ワンパーセント)クラブ, 「2004年度社会貢献活動実績 調査結果」(事例調査編), (2006), <<http://www.keidanren.or.jp/japanese/policy/2006/004.html>> Accessed 2007, January 4.