

経済広報

2004年5月号

No.297

社会と企業をつなぐコミュニケーション誌

第26巻第5号通巻297号2004年5月1日発行 1980年10月23日 第3種郵便物認可(毎月1回1日発行)ISSN 0918-4600

CONTENTS

アングル

サッカーが教えてくれたこと

清水 敏彰(日本工営(株) コーポレート本部 法務・広報部長)

表紙裏

シリーズ「経営と広報」インタビュー

金融力の強化により新産業の育成を

原 良也((株)大和証券グループ本社 社長兼CEO)

1

広報立見席

「懐」を深く

長竹 孝夫(東京新聞 論説委員・社会部 部次長)

5

経済広報センター活動報告(韓国ジャーナリスト招聘プログラム)

韓国ジャーナリストの眼に映った日本

6

視点・観点

常識の壁

菊池 哲郎(毎日新聞社 論説委員長)

10

経済広報センター活動報告(戦略国際問題研究所 ジョン・J・ハムレ所長講演会)

米国の未来: 寂しき超大国かチームリーダーか

12

視点・観点(「企業観アンケート」に関連した講演会を開催)

消費者の「良き隣人」目指す企業

谷口 学(共同通信社 編集委員兼『経済ウイークリー』編集長)

14

企業と信頼性

森 一夫(日本経済新聞社 論説副主幹兼編集委員)

16

企業・業界団体広報ニュース

19

フィリップ・リエスの「ブリュッセル便り」③

EUの東方拡大、実は欧州の再統一

20

英米主要16紙誌の論調分析

22

経済広報センター2004年度事業計画

24

経済広報センターニュース／Book

26

経済広報センターホームページを刷新

29

企業・団体の文化・社会活動

くるまプラザ

(日本自動車会館)

裏表紙

金融力の強化により 新産業の育成を

はら よしなり
原 良也

(株)大和証券グループ本社 社長兼CEO

聞き手

林 正
経済広報センター 事務局長



海外から評価される 日本企業の経営力

■様々な経済指標からは景気改善の兆しが見られますが、日本経済の現状について、どのように考えておられますか。

原 たしかに2003年の10-12月期で実質経済成長率が年率6.4%、4月初めに発表された日銀短観は4期連続の改善となるなど、統計でもそのような雰囲気を後押しする数字が出てきています。アメリカの景気動向やイラク問題、わが国の長期金利の上昇などの不安要因はありますが、基調的には日本経済の先行きは明るくなってきていると思います。株式市場もそれを見通して堅調に推移しています。これは海外投資家の買いが主因ですが、彼らは、日本経済が一時的に持ち直していると考えているのではなく、将来にわたって高い可能性を持っていると考えているのです。そして、その根底にあるのは、日本の経済や産業の構造が大きく変革を遂げているという判断だと思います。経営改革、すなわち企業の構造改革が成功し、日本企業の競争力が回復しつつ

あると考えているのでしょうか。

■日本企業の経営者ももっと自信を持ってよいのでしょうか。

原 そう思いますし、実際に自信を持つ経営者も増えていると思います。海外の投資家と意見交換すると、日本企業のコーポレート・ガバナンスが強化され、経営力が格段に向上したという認識で一致しています。これからの課題は、どうすれば、この良い萌芽を持続的に発展させられるかだと思います。先ほど申し上げたような、いくつかの不安要因はありますが、個々の企業が手を緩めることなく構造改革を進めていけば、90年代のアメリカのような長期的経済発展を実現することは十分に可能だと考えています。

■バブル崩壊後に企業が取り組んできたリストラ、構造改革がようやく終わって、それが企業収益に反映し、さらには前向きの設備投資が増えてきたということでしょうか。

原 そう言えますね。バブルまでの日本経済

サッカーが教えてくれたこと

3月18日夜、千駄ヶ谷の国立競技場に行った。アテネオリンピックのサッカーの出場権をかけ、UAE代表と戦う日本代表を応援するためだ。競技場は5万人を超す日本のサポーターで青一色。90分間応援は鳴りやまない。結果は日本が圧勝し、アテネ行きを決めた。

試合後も興奮は続いた。

遙か昔、中学生時代にまだマイナーな存在だったサッカーを始めた者にとっては、夢のような一夜だった。

2年前の日韓共催ワールドカップでは、競技場はもちろん日本中の街角にサポーターが溢れ、老若男女が「ニッポン、チャチャチャ、ニッポン、チャチャチャ」を唱和した。歩道に溢れ出る彼らを整理する年配の警官の顔からも笑みが絶えることがなかった。村人とカメルーン選手のユーモラスにして心温まる触れ合いは、大分県・中津江村の名を全国に轟かせた。

こうした一億総サポーター的状况の下、ふと、普段あまり口にはしない「愛国心」ということばが頭に浮かんだ。

戦前の軍国主義の呪縛から逃れられないのか、愛国心を唱える人は少ない。「自分たちの国や国民、国土を愛する心を持つこと」と考えれば、愛国心を持つことは自然なことだと思うのだが……。戦後ひたすら経済至上主義で生きているうちに、いつしかそういう心は遠い存在になってしまったようだ。保険料不払いなど、国民に一体感のない日本の現象

A N G L E
アングル



しみず としあき
清水 敏彰

日本工営(株)
コーポレート本部
法務・広報部長

は、ひょっとするとこの愛国心の欠如からきているのかもしれない。

8月にはアテネオリンピックが開催される。日本代表を思いきり応援して愛国心をかきたてるのもいいかもしれない。きっと新しい自分を発見できる。もっとも、サッカーのフーリガンのように身びいきが行き過ぎ

て、他人に迷惑をかけるような狂信的愛国者では困るが……。

サッカーといえば、企業は、地域密着型で社会に貢献するJリーグの哲学を学ぶべきではないか。まさにいま企業が求められているCSR(企業の社会的責任)のお手本と思える。

無名の鹿島を全国区にし、あまりスポーツシーンに登場しない新潟を熱狂させているのは、それぞれの地に根を下ろしたJリーグのチームである。もちろん企業からの人的・経済的支援もあるが、それらの企業は、チーム名に自社名を冠することなど求めておらず、陰でチームを支えている。企業は、経済界のみに存在するのではなく、企業市民として地域社会の発展のために労を惜しまない姿勢が大切だ。

Jリーグを基盤とする日本のサッカーがますます発展し、世界的な視野、発想で、日本国民をつなぐネットワークを築かれんことを祈念する。

そして、われわれもその活躍を参考にして地域社会、市民社会にしっかりと根付いた活動を心がけていきたい。

は、右肩上がりの成長状況下で、収益力を高めるための不断の努力がなくともそれなりの収益を上げることができました。現在は、成熟した経済環境の下で、収益を維持するための高度な経営力が必要になります。構造改革を進めてきた企業の中には、設備投資の積極化に転じる動きも見られます。90年代のアメリカの経済発展を支えたのはIT活用を中心とする生産力回復でしたが、日本のこれからの成長を支えるのは、ガバナンスすなわち経営力の改善ではないかと思います。海外投資家は、日本の企業にも、ようやくその経営力が身についてきたと注目しているようです。



● 金融力が新産業を生み出す

原 日本経済にとってのもうひとつの課題は、金融改革です。製造業は経営力を高め、グローバルな競争力を取り戻すことに成功しつつあります。しかし、金融分野の改革はようやく緒についたばかりで、それが成功しなければ、日本経済全体の構造改革が達成されたことにはなりませんし、本当の意味で日本経済の競争力が回復したとはいえないでしょう。バブル崩壊後、長期間にわたり日本経済が苦しんできたのは、端的にいうと銀行の不良債権問題が根本にあります。それは、これまでの日本の金融構造がいびつで、銀行に全てのリスクが集中する仕組みとなっていたからです。

また、日本の金融業界は、いわゆる「護送船団」の考え方に基づく公的規制に守られて、十分な競争力を身につけることができませんでした。そして、その状態のまま、いわゆる「ビッグバン」により、急激にグローバル競争の渦中に放り込まれ疲弊してしまったという事情もあります。今は、銀行の不良債権処理が峠を越え、ようやく本格的な金融構造改革が始まった、という段階かと思います。

■ 金融業務における銀行と証券の“垣根”の問題もこれからですね。

原 経済のグローバル化が進む中で、間接金融から直接金融へ、どのようにして金融構造を変えていくかが非常に重要です。市場経済のベースには金融があるので、それがどれだけの力を持つか、すなわち金融力をいかに構築するかが、日本が新たな産業を創り出し、経済を成長させることができるかどうかのカギになると思います。

日本の金融はメガバンクを中心として成り立っていることは事実であり、これからもそうであり続けると思いますが、間接金融から直接金融への流れの中で、メガバンクも金融グループとしては投資銀行の色彩を強めていくのではないのでしょうか。そして、銀行・証券の垣根を越えた形での金融グループが、企業や個人を対象に総合的に金融サービスを担っていくことになろうと考えています。そのグループの中には、新しい企業の育成のためのインキュベーター機能も併せ持つベンチャー・キャピタルも含まれます。

日本で新しい産業が生まれにくい最大の原因は、担保に依存した融資形態だと思います。起業する場合、最初の事業資金は、起業家個人の資産を担保に銀行から借りるのが一般的です。そのため、失敗すると個人資産を全て失い、再起不能となるのです。これでは、事業を興そうという意欲がそがれてしまいま

す。アメリカでは、起業家が事業に失敗してもある程度の個人資産は守られ、再チャレンジが可能と聞きます。それと比較すると、日本は、担保や個人保証に過度に依存した融資のあり方が原因で、非常に起業しにくくなっているのです。

■ ベンチャー事業は失敗の可能性も高いわけですが、一度起業に失敗した人が取り組む2つ目のベンチャーは成功の確率が高いという統計もあるようです。

原 一度目の失敗の経験が生きるということでしょう。再起のチャンスを与えることは非常に大切です。その観点からいうと、ベンチャー・キャピタルは、純粋な起業への投資のほかに、再編や再生を目指す事業への投資も担っており、投資銀行や投資組合の機能の拡大と充実が進むことにより、多様なアプローチから新産業の育成ができると思います。

大和証券グループのベンチャー・キャピタル、エヌ・アイ・エフベンチャーズは、20年以上ベンチャー投資に取り組んできました。これまでに約1500社に投資し、その3割は上場を果たしましたが、投資判断に当たっては、事業内容はもちろんですが、経営トップの資質と情熱を重視してきました。企業が成功するかどうかは、やはりトップのあり方が決め手となります。

私が共同委員長として取りまとめ、先頃公表された日本経団連新産業・新事業委員会の報告書『次代のコア事業育成のために』でも、企業内ベンチャーなどによる新事業成功のカギは経営者のリーダーシップであると位置付けています。

● コーポレート・ガバナンス、コーポレート・ブランドとCSR

■ ところで原社長は、CSR（企業の社会的責

任）にも、積極的に取り組んでおられますね。

原 企業がその社会的責任を果たすための基本は、コーポレート・ガバナンスの確立だと考えています。企業は社会の一員だという前提の下に、企業活動を通じて、お客さまに満足いただき、社会からの信頼を得なければ、企業の持続的（サステナブル）な発展はあり得ません。それを可能にするための体制作りがコーポレート・ガバナンスです。そして、お客さまの満足、信頼がコーポレート・ブランドに結実するわけですから、CSRとコーポレート・ガバナンス、コーポレート・ブランドは、広い意味で共通の概念であり、企業の目的であると考えてよいと思います。

当社のCSR活動のうち、特徴的なものをご紹介します。ひとつは、証券業という本業を通じた、社会性に配慮した資金の流れを作るためのSRI（社会的責任投資）への取り組みです。個人資産の資本市場への流入には2つのルートがあり、個人が個別の株式へ投資する方法と、投資信託などがそうですが機関投資家を經由する方法があります。アメリカでは後者が圧倒的に多数です。機関投資家を經由する投資のメリットは、保有する機関投資家がガバナンスを行使する、すなわち、多数の株に基づく強い発言力をもって、収益を改善し企業を発展させるために、より良い経営をするよう経営者に提言や要求ができることです。環境への対応、地域社会への貢献など社会的責任を果たしている企業は、顧客の満足や経営の安定を通じて発展性が高く、優れた成果をもたらすと考えられます。その観点から投資先企業を選ぶSRI投資信託には、2年半ほど前から取り組んでいます。

具体的には環境への取り組みが秀でた企業を選ぶファンド（エコ・ファンド）を設定したり、グローバルな投資対象のSRIファンドの販売などですが、5月には日本国内を投

資対象としたSRIファンドを設定します。

■SRIを通じて、個人投資家が資本市場に参加するのは、市民によるガバナンスという側面もありますね。

産学連携を通じた社会貢献

原 もうひとつは、産学連携の取り組みです。まず、大学との連携については、新しい企業を生み出すための連携と、企業の戦略性、なかでも金融力を高めるための連携に、幅広く取り組んでいます。前者については、大学における研究成果を事業に結び付けようという大学発ベンチャーを支援しており、既に公開した企業も出ています。後者につきましては、代表的なものとして、一橋大学大学院では、大学院国際企業戦略研究科との包括的提携を通じて、競争戦略論の第一人者であるハーバード大学マイケル・E・ポーター教授をアドバイザーとする「ポーター賞」を運営・資金の両面でサポートしています。「ポーター賞」は、独自性のある戦略を実行し、優れた収益性を達成、維持している企業を表彰することで、競争戦略の理論と実践が日本企業に広く根付くことを目指しており、日本企業を変革し、競争力の復活を牽引しようというのが創設の理念です。これが大和証券グループの方向性と一致するところから全面的にサポートしているものです。京都大学大学院では、わが国における金融工学をより実践的に発展させるため、経済学研究科への「金融・証券システム」寄付講座を通じて、講師の派遣、共同研究などを行っています。

また、人づくりの面から、経済教育の普及を通じて中等教育への支援に取り組んでいます。教育水準が高いとされる日本は、確かに学生の学力は高いですが、社会に出て力を発揮できる学生が教育を通じて生み出されているかどうかは、非常に心許ないところがあり

ます。コミュニケーション能力の不足とともに、現実の社会、経済の仕組みについて、あまりに知識を持たない学生が多いのです。

■そういう経済の仕組みを理解している人は少ないでしょうね。

原 子どものころから、何も言わなくても食事は親が作ってくれてテーブルに出てくる、蛇口をひねればいつでも湯が出る、という生活に慣れてしまっていると、社会は共存共栄で成り立っているという経済の前提について、全く無感覚なまま大きくなってしまいうのでしょう。日本では大学に行って初めて「経済学」を学びますが、これも難解な用語と理論が中心です。日常の社会生活の原理原則と経済の原理原則とが実は同じであることを、子どもの時から教える教育の必要性を痛感しています。また、経済教育は倫理観を養う道徳教育でもあるということも認識しておく必要があるでしょう。

そこで、「ジュニア・アチーブメント」というアメリカ発祥のNPOが取り組んでいる経済教育プログラムの普及を支援しています。最初に、社会はどうやって成り立っているかを理解させ、それから、学校の中に実際に会社を作って経営を体験し、現実の経済がどう動いているか、企業は何をしているのか、そして働くとはどういうことかを子どもたちに実感してもらうプログラムなのですが、よく練り上げられたプログラムで、子どもたちは目を輝かせながら生き生きと取り組んでいます。

こうした活動は一見迂遠に見えるかもしれませんが、中・長期的には間違いなく日本経済の足腰の強化につながるのではないのでしょうか。

(文責：国内広報部主任研究員 深尾 聡)

経済の活動をめぐる事件や事故が相変わらず続いている。利益優先の経営体質や説明責任を忘れて、傷口を広げているケースも目立つ。企業の真摯な態度が改めて問われている。

会社がらみの事件や事故が起きたとき、広報のあり方は十分といえるのだろうか。あるベテラン広報担当者がかつて、危機対応について「忘れてはならない5つのポイントがある」とアドバイスしたことがある。

1つ目は「謝罪」。その時、組織のトップが頭を下げなければならない。

2つ目は「調査」。第三者を含めて客観性のある調査をして、事件を明確にしなければならない。

3つ目は「原因の分析と把握」。二度と同じような事件・事故を起こさないようにするためである。

4つ目は「改善策」。ここでは最も効果的な再発防止策を考える必要がある。

そして5つ目は「処分」。世間が納得できる処分が必要ということである。

さらに、広報担当者は、こんなことも述べている。「今まで広報はただの宣伝だと思っていたが、自分がかかわると意外に奥が深い。マスコミに対応するのは広報で、いわば企業の顔である」。そして「広報を重視しない企業は良い企業とはいえない。組織に都合の良い評価を出そうとしてはいけない。冷静な判断が大切だ」。もっともな指摘である。

ただ、気になったのは次の言葉だ。「マスコミは企業にとって最大の敵である。広報の役目はマスコミ取材から組織を守るための盾でもある。いかに企業の都合の良いように丸め込んで広報するかだ」。確かに、一度問題を起こせば、マスコミはあらゆる手段で、事件や事故の背景、原因を探る。会社全体や経営者の「体質」にまで迫るだろう。

行き過ぎた報道で、裁判ざたになることもある。マスコミ側も、「報道の自由」がある

にせよ慎重に取材、報じなければならないのは言うまでもないが、問題を起こした企業がマスコミを「敵」とみなす視点はだろうか。少なからずマスコミは市民の立場で動いていることが多いのである。あまりにも無謀な発言といえないだろうか。

マスコミ側がすべて正しく、企業側がすべて悪いと言い張るつもりはない。極端な言い方をすれば、企業は利益を出すことが第一。いったん事件や事故を起こせば企業のイメージが変わる恐れもある。収益が落ちたり、さまざまな影響も出るだろうが、企業は市民などにもっと「誠実」であってほしい、といつも感じる。一時的に不正を隠せても、内部通報から、再び表面化するケースもある。

企業にとって、「法令遵守」は最も大切なことである。そして常に「透明性」が大事である。事件や事故が起きた場合、うそをつかず誠実に対応すれば、市民の受け止め方はだいぶ違う。

マスコミを「敵」とみるのは、市民を「敵」とみなすことにつながるのだろうか。時に内容の一部が事実と異なり、行き過ぎた報道もあるだ

ろうが、企業の「顔」である人たちには少なからず、「マスコミの使命」「社会における企業の役割は何か」をもっと真剣に考えてもらえたら、と思う。

かつて、ブラジルで百数十カ国のトップが参加した「地球サミット」に、取材チームの一人としてかかわったことがある。ある政府関係者の一人がこう言った。「これからは地球環境、いや世界の人たちのことを考えなければ、企業は生き残れないだろう」。この言葉を、今も鮮明に記憶している。やや飛躍した話かもしれないが、企業は問題が起きたときこそ、市民を意識した“懐の深い”ところを見せてほしいものである。



ながたけ 孝夫
東京新聞
論説委員・社会部
部次長

「懐」を深く

広報立見席

韓国ジャーナリストの眼に映った日本

経済広報センターは、3月15日～19日、韓国主要新聞社の経済問題担当のジャーナリストを招聘し、日本が直面する課題について各界のリーダーと意見交換をする機会を提供した。本年は、昨年の東亜日報、朝鮮日報、中央日報、韓国経済新聞、毎日経済新聞の5紙に加え、新たにハンギョレ新聞を加えた6社6名を招聘した。

最終日の19日には、プログラムの総括としてシンポジウムを開催し、訪日の印象をそれぞれ語ってもらった。当日のコーディネーターは産経新聞社の吉田信行論説委員長が務め、約120名が出席した。

悲観主義から脱出し、自信溢れる回復基調を実感



高 承徹 (コ・スン Chol)
(東亜日報 編集局副局長)

今回、経済広報センターの招聘で日本に来て、アサヒビールの瀬戸雄三相談役(日韓経済協会会長)から「日本経済はペシミズム(悲観主義)から脱却しつつある」というキーワードを聞いた。

トヨタ自動車、三菱商事などの企業を訪問しても、自信に溢れる話を聞くことになり、確実に回復基調に向かっていると強く感じた。

さらに東京大学の吉川洋教授の予測だが、日本経済の潜在的成長率は来年以降、2%プラスアルファで、比較的堅調に推移するであろうとの話もあった。

日本経済が、「失われた10年」という言葉で表現されている10年間を経験し、その低迷から脱しつつあることを直接感じる事ができたことを喜ばしく思う。

日本経済の回復を「さよなら、失われた10年」というキーワードで表現することは可能か」と日本の経済専門家に聞いたら「その表現で構わないと思う」との同意もあった。

韓国では、日本の政治改革にも非常に関心

を持っている。今回、政界の若手リーダーにも会う機会があり、直接、改革に対する声を聞くことができた。その一方で、中曽根康弘元首相にお会いしたが、最近の若手政治家への評価として「歴史認識が少し弱いのでは」と懸念されていたのが印象に残った。

ルース・ベネディクトが日本人の特性を書いた『菊と刀』という本があるが、この本の中には、日本人の短所も読み取れる。私が1週間という短い時間で、日本人の性格、特性を判断するのは僭越だが、「白いナプキンと貝」というふうに表現してみた。

白いナプキンは、秩序と清潔を意味する。しかしながら、あまりにも清潔過ぎて手を触れると汚れてしまうという触れ難さも感じてしまう。

さらに、貝殻は普段は口を閉ざしている。それ自体は美しくフレッシュにもかかわらず、口を閉ざしている限り中を見せないし、見えないのだ。

日本が、競争力に見合ったリーダーシップを備えるためには、貝殻も途中で、口を開ける必要があるのではないかと思います。

最後に、日韓は極めて近い隣国であり、サッカーW杯共催において、大きな成功を共有することができた。今後、両国が経済発展に基づいて、相互の国民の理解を増大させ、文化交流を深めていくことを祈念したい。

アジアのリーダーを目指し、進める日本のF T A戦略



(写真提供: ジャパンタイムズ)

金 東源 (キム・ドンウォン)
(毎日経済新聞 論説委員)

昨年9月27日付『エコノミスト』誌の日本特集記事の題名が「キル オア キュア」(日本を殺すべきか回復させるべきか)であった。これは、世界経済第2位を占めている日本の変化のスピードが、あまりにも遅いことに対するアメリカの不平不満の表れではないだろうかと感じた。

ところが、今年の2月14日付には、鶴の絵とともに「ジャパン フライング アゲイン」(日本は再び羽ばたく)との見出しがついていた。過去10年間、欧米のマスコミが、日本が抱える構造的な問題を指摘し続けたにもかかわらず、「日本はたった5カ月でこんなに変わることができるのか」「日本は本当に生き返ったのだろうか」といった疑問を持ちながら、今回、訪日することになった。

今回の滞在では、日本の各界の人々と多数会ったが、経営者が自信に満ちていることが特に印象に残った。

また、韓国とのF T Aに対する取り組みの熱意が、予想以上に高いということも印象に残った。

私見だが、日本がF T Aを国家戦略に打ち出すことには、色々な意味があると思う。

まず、アメリカからのグローバリゼーションの圧力に対し、日本がアジア地域でのF T Aを推進することで、自主性を持った効果的な解決策を求めることが可能になるだろう。

さらに、国内的には、日本の市場の拡大を目指すとともに、開放に対する努力を推し進めるのだという姿勢の表明とも感じられる。

また、アジア諸国に向けて日本の新たなリーダーシップを示すという戦略的な意味合いもあるのだろう。

今回の意見交換を通じ、日本がF T Aに取り組む強い姿勢を、このような3つの側面で理解した。

さらに、政治家とも話したが、非常に興味深い表現を耳にした。それは、「日本は既に

十分“豊かな国”である」という言葉だ。このことは、日本国民が、“豊かな国”であるということを、当然として受け止めているのだろうとも推測できる。

行き過ぎた解釈かもしれないが、「今、持っている物を守ればよいのだ」というふうにも取ることができる。あくまでも外から見ての感想だが、果たしてこういった認識で、政治家たちは、国民に真の改革を促すことができるのだろうかと感じる。これでは、日本人の持つ潜在的な能力を十分発揮できないのではないだろうかと思ってしまう。「既に十分豊かな国だ」ではなく、「今の豊かな国を維持することができなくなる可能性が出てきたので、改革が必要だ」という表現こそ、国民に対し改革の必要性を説得できるのではないだろうか。

正しい歴史観こそが、アジアのリーダーへの条件



(写真提供: ジャパンタイムズ)

金 炳秀 (キム・ビョンソ)
(ハンギョレ新聞 経済部長)

今回、初めて日本に来て、1週間滞在した。感想から申し上げると、私にとっての日本のイメージは、大きく3つに分けて説明できる。

1つ目は歴史の本で読み、ドラマで見、両親から聞いた植民地時代の暗いイメージだ。

2つ目は、大学卒業後、付き合いの浅い日本の商社マンにお願い事をした時、あまりにも親切な対応を受けたことで、逆に「計算高い人なのだろうか」「怖い人なのだろうか」と戸惑った感のあるイメージであった。

そして今回、3つ目のイメージが作られた。あくまでも個人的な感想だが「よくまとまり、きれいに整理されている国だ」というイメージである。お会いした皆さん、非常に親切で慎み深いし、本当に良い人々が、隣国にいると実感することができた。

これまでの、「計算高いのでは」と疑って見えた態度は勘違いで、本当に純粋な気持ちからの対応だったということが理解できた。

次に、日本経済についての感想だが、統計

指標などに日本経済が上向いていることが、はっきり表れている。2003年以降、日本経済の牽引力は設備投資であり、消費低迷の度合いはあまり大きくなかったと聞いている。

韓国では通貨危機以降、回復は急ピッチに進んだ。当時、景気回復の牽引は公的資金の投入による財政支出、そして消費による内需の拡大であった。個人にはクレジットカードを使わせ、銀行も個人への貸し出しを増やした。その結果、急ピッチに回復したが、バブル経済を生じさせてしまった。日本の10年前ほどではないにしろ、韓国経済は、今バブル崩壊の影響に直面している。

韓国では、通貨危機直後、「構造改革はスピーディーかつ果敢に実行しろ」と言われていたが、今や減速し、その代償を払わねばならない状況にある。

改革を拙速に急いだ韓国の姿は、日本に参考になるかと思う。

最後に、私自身、日本と韓国の両国民が心を開いて話し合っ、一杯やり合うようなお付き合いをする機会が、増えることを望んでいる。

そのためにも、歴史にこだわってはいけませんが、きちんと清算されなくてはならない。日韓間では、幾度となく努力を重ねているが、一部の日本の政治家の言動が、韓国の国民感情を悪い方向に誘導している。もし清算されたなら、歴史は教科書に残るだけでよい。2度、3度と言及してはならないと考えている。

韓国に対してだけでなく、日本がもう少し胸襟を開いて、アジアの周辺国の対日思考を理解し、「直すべきところはないのだろうか」という前向きな、ゆとりある姿勢を見せてくれば、全てが良い方向に向かうと思う。

失われた10年から脱却し、 自信回復の状況鮮明



(写真提供: ジャパンタイムズ)

宋 洋民 (ソン・ヤンミン)
(朝鮮日報 論説委員)

韓国と日本の経済には共通点がいくつかあると思う。一見、堅調な回復を見せているかのようにとれる。日本の株価は40%、韓

国の株価も50%上昇した。輸出ドライブ型の経済成長が続いている。少子高齢化の問題、製造業の空洞化の問題も共通に抱えている。

一方で、いくつかの違いもある。日本は設備投資、内需が回復しているが、韓国は低迷している。日本は政界において自民党と民主党という二党体制が作られつつあり、政治的に安定期に入ったといえる。一方、韓国は民主党、ハンナラ党という二大政党体制から、ノムヒョン大統領を支持するウリ党が新党として誕生するなど、政治的な激変期に入ったといえる。

さらに、労使問題だが、日本は非常に安定しているが、韓国は1987年の民主化闘争以降、ストライキが継続しており、今年が分岐点になりそうな気配がある。

このような日本と異なる点が、総合的に絡み合っ、韓国経済はこれ以上、悪くならないという状況にある。朴正熙政権以降、40年間続いた経済のエンジンとなった部分が限界に差し掛かってしまったようだ。新しい脱出口を見つけ出すように図っているが、見出せない状況にある。

今回7年ぶりに来日したが、日本の企業家、官僚、政治家の自信が非常に高くなっており、それが日韓F T Aに非常に興味を示している点に表れているのではないかと感じた。

日本は、既にアジア諸国だけでなく、世界でリーダーシップを発揮する国として成長し、足を踏み出していると思う。日本がその力を発揮するためには、隣国、周辺国との良い関係をさらに固くし、国際的な弱者に対する配慮を忘れないでほしい。

激変する政治体制下で、 持続的な経済成長への課題



(写真提供: ジャパンタイムズ)

李 世正 (イ・セジョン)
(中央日報 論説委員)

「日本に対し、G D P規模で10分の1にもかかわらず、対等の立場や少し見下げたような態度をとる国は、全世界で韓国しかないだろう」と、我々はよく冗

談を言う。韓国より10倍も大きい日本に対し「競争相手であり、もう少しの頑張りで勝つことができるのでは」と考えてしまうのだ。

これは過去の日韓の歴史から生まれた感覚かもしれないし、一方で、日本という国が韓国のお手本であるから、「追いつけ、追い越せ」という感覚となったのかもしれない。

今回、訪日して韓国と日本の間の共通点をいくつか発見できた。

第1は、過去の経済成長を、韓国では独裁政権下で、日本では一党50年体制で達成してきた。両国とも、政治の激変がない中での経済成長といえる。

しかしながら、韓国は97年に、実質的には初めての政権交代が行われた。一方、日本では二大政党制への流れが生じるなど、政治状況が変化する中で、経済成長をどのように成し遂げるかが共通の課題になっている。

第2に、数年前、韓国の高官が「中国は韓国より資本主義的で、資本主義といっている韓国が本当は社会主義だ」と言って物議をかもしたことがある。

韓国の場合、結果の平等主義、下向きの標準化、各種の規制などにマイナスイメージで「社会主義的」という言葉をよく使う。一方、日本の企業家も、「日本は社会主義的な性格を帯びている」と指摘することがある。

これは、両国の市場体制の中、市場競争というものが、まだ完全に整備されていないからではないかと感じた。

したがって、両国が持っているもう一つの共通の課題は、真の競争体制のもとで、経済成長をいかに継続していくかであると思う。

開放された国内市場こそが、 アジアのリーダーへの条件



(写真提供: ジャパンタイムズ)

鄭 奎載 (チョン・ギュジェ)
(韓国経済新聞 編集局副局長)

昨年もこのシンポジウムに参加したが、今回は日本の改革が順調に進んでいることを強く感じた。職業柄、色々な国を訪問するが、日

本ほど短い期間に静かな変化を成し遂げた国は例がないと思う。

現在、国立大学の改革問題、年金改革の問題については、激しい議論が巻き起こっている。このような改革の裏には、憲法改正や有事法制に関する議論もなされており、イラク派兵問題も含まれている。

景気がある程度回復し、経済が安定化する中、日本が今、第2次世界大戦の体制から抜け出し、「正常な国家、普通の国家」になりつつあるのだと感じた。こうした現象は歓迎すべきだが、同時にアジアの近隣諸国から色々な指摘も生じてくると思う。その一つとして、韓日・日韓F T Aも絡んでいる。韓国側には、F T Aで直接的に得られるメリットはないのではないかという意見がある。

日本の関税は1%ほどで、ゼロ関税に近い状況である。一方、韓国は自動車分野には、8%ほどの関税がかかっている。F T Aが関税のゼロ化であるとするならば、韓国にはメリットがないという声が出てくるし、事実、そのような懸念もある。

さらにアジアにおけるリーダーシップを認めてもらうことを目指すなら、日本の国内経済は、十分に開放されなければならないであろう。

例えば、対日投資で、韓国の某企業が日本の某部品製造会社を買収しようとしたところ、業界全体からけん制され失敗に終わった例が実際に3件ほどある。

つまり日本の業界内部の談合的体質がなくなれば、F T Aは功を奏さないということだ。国内市場を改革し、マーケット内での談合、あるいは垂直的な関係を打破しなくてはならない。

仮にこのような問題が解決できたなら、日韓F T Aはもちろんのこと、イラクへの自衛隊の派遣、対中国政策などで、アジアの人々の日本を見る目が変わり、日本は本当の意味での普通の国になり得るし、アジアにおけるリーダーにもなり得ると思う。

(文責: 国内広報部主任研究員 勝尾 修)

常識の壁

きくちてつろう

菊池哲郎 (毎日新聞社 論説委員長)



経済広報センターは3月24日、理事会・評議員会（本号26頁参照）に引き続き、毎日新聞社の菊池哲郎論説委員長による講演会を開催した。テーマは「常識の壁」。当センターから同名の出版物を発行、その後、加筆し、中央公論から新書ラクレとして出版されている。講演の一部を掲載する。

「透明性」だけでいいのか？

最近、日本社会は、文句を言われることを避けようとする社会になっている。最近の例で言えば、陸連のアテネオリンピック女子マラソン選手選考で、それを感じた。野口みずき、坂本直子、土佐礼子が選ばれ、高橋尚子が落選したが、やっぱり高橋尚子を選ぶべきだったと私は思う。彼女は、何かにつけて話題の焦点だった。でも、東京国際女子マラソンでちょっと調子が悪かった。栄養失調でエネルギーが切れてしまった。一方、名古屋国際女子マラソンで土佐礼子が妙に頑張っ、優勝したのだから、陸連が前述したような結論を出したわけだが、私は納得がいかない。

なぜかという、オリンピックというのは、テレビで見て、みんなで楽しむのが全体の90%の意味を持つ。テレビで何を見たいかという、ラドクリフ、ヌデレバと高橋が先頭を走る姿なのだ。高橋以外の選手では面白くない。その楽しみを奪ってしまったわけだ。しかも、始まるまで随分時間がある。その間も、それを話題にして何だかんだ楽しめたのに、楽しめなくなってしまった。

「そんなことを言っても、どうしようもないだろう」って言うなら、最初から、3つのマラソンで優勝した選手をオリンピックに出すよと決めておけばいい。そうしたら、陸連

も判定会議を開く必要も何もないわけだ。でも、そうなったら全然面白くない。だから、陸連に責任を持って決めろという実にはいいルールがあるわけだ。その代わり、陸連が責任を持って、我々を楽しませろということになっている。そこが透明ではないところの良さ。これを忘れてしまうと、世の中全部ルールどおりで、決まってしまう。「きちんと透明に決めなさい」と。それで、決めたとおりに速く走ったら、「それじゃあ、あなた行ってください。はい、次行ってください」という話で、陸連も何も裁量がなくなってしまう。ヤマカンとか、屁理屈とか通用しなくなってしまう、のりしろがない世の中になってしまう。新しいものが突然生まれる可能性がなくなってしまう。さらに、楽しませるという技がなくなってしまう。

「文句」を避ける社会

なぜそうなるかという、結局、一番文句を言われないうに運営するというか、決めるというのが、このごろの日本の癖になり、習慣になっている。これがいけない。日本全体が文句を言われないうにどうしたらいいか、ということを考えているように思える。

実は、新聞も同じような面がある。自分のところを言うのも何だけど、何か激しいこと

を書くと必ず文句がくる。新聞というのは公平、中立といっているけれど人間がやってるので完全に公平、中立なわけではない。でも、それがいいとみんなが言うからそうしているわけだけど、誰かが強く言ってくると、そういうふうになってしまうこともある。記事掲載の判断も文句を言われないうに流される危険もある。これはすごくいけないことだろうけれど……。

日本人の悪い癖

それから、もうひとつ。日本人の悪い「癖」に「人のせいにする」ということがある。

景気が悪いという見方があるが、私は違うと思う。デフレなんてとんでもない話で、グローバル化の時代になって、世界中がつながっているのに、日本だけが物価でやっていけないわけがないのだから、こんなものはデフレでも何でも無いと思う。高く売っていた過去が悪いのであって、今は正しいと思う。「不況でうちはもうからない」と言う経営者がいるけれど、それは逆に「あなたがもうからないから不況って言われている」という話ではないか。

人のせいにする最たるものが小泉改革だと思う。「おれはちゃんとやってるのに、できないのは抵抗勢力のせいだ」と。「ああ、そうだな」と見えるようにするという、その見せ方の上手さは見習っていいが、人のせいになっている。人のせいにするということと、文句言われないうにするということの積み重ねでずっときて、今みたいな世の中になってしまったのではないか。これは非常にまずい。直さなければいけないと思う。

世の中、変わった

話は変わるけれど、私は税調委員でもある。税調で、このごろの世の中ってどうなっているんだという勉強会を2週間に1回ぐらいやっている。

家族関係はどういうふうに変ったか、今

どきの就労関係はどう変わったかとか。それぞれの分野の専門家を呼んで、話を聞いている。それがなかなか面白い。このごろ、やっぱり世の中、全然違ってきている。

税金の中で基本にしている、お父さんとお母さんと子ども2人という家族は、もう少数派。そんなのを基準にして考えたらまずいだろうというようなことを発見するために勉強している。

そんな中でいろいろ、「へえ、そうなんだ」というのを発見した。失業を考えると失業率が上がったの下がったの言っているが、失業率は今や大した指標ではない。10%も変われば大した指標だけれども、4.9だろうが5.3だろうが、4.5だろうが、それだけのことで大したことではない。

では、何が大変なのかというと、15歳から34歳という文句も言わないで働く、一番使い勝手のいい世代の失業者が、統計ではたかだか68万人だが、問題は「私、失業」と、手も挙げないで、しかし学校に行くわけでもないし、アルバイトをやるわけでもない人たちが250万人もいることだ。定義できない人がそれだけいる。そういう分らない世の中になってしまっている。

講演のタイトルが「常識の壁」だから、常識がおかしいという話をしたい。これから景気が良くなるというけれど、景気がいいということはどういうことか考えてみると、つまりは金利が上がるということ。金利が上がるというのは、大変なことなのである。金利が上がると、国債はひどいことになる。つまり、景気を良くしてもいいことばかりではない。

あと、もうひとつ言えるのは、金利が高いと景気を引き締め、金利が低いと景気が浮揚するという。これは本当か。統計をずっと長い目でみると、金利が高いときは景気がいい。金利が低いときは景気が悪いときだった。このように常識を疑ってほしい。常識といわれているものにも、間違いがある。そういうふうに考えてみてほしい。

(文責：国内広報部次長 佐桑 徹)

米国の未来： 寂しき超大国が チームリーダーか



(写真提供：ジャパンタイムズ)

戦略国際問題研究所(CSIS) ジョン・J・ハムレ所長講演会

3月31日、米国ワシントンの有力シンクタンクであるCSISのハムレ所長を招き、米国の外交政策・安全保障の今後の方向性やイラク復興・北朝鮮政策についての講演会を開催した。ハムレ所長は米国防次官や同副長官を歴任し、CSIS所長就任後もイラク復興政策の抜本的提言をするなど米国の外交政策にも重要な影響を及ぼしてきた。当日のコーディネーターは日本経団連特別顧問の渡邊幸治元駐ロシア大使が務めた。出席者は約200名。

ハムレ所長の講演要旨

米国外交政策の変遷

第2次世界大戦後に米国や同盟国が直面したのは、どうやって世界を共産主義の手から守るかだった。その回答として、国連、世銀、国際通貨基金やNATO（北大西洋条約機構）などの国際機関をつくり、法の支配や透明な意思決定といった欧米あるいは民主主義に利する価値観を織り込んだ。その結果40年間にわたり共産主義との危険な対立関係を乗り越えることができたが、1989年のベルリンの壁崩壊により、この対立の時期は終焉した。

その後2003年のイラク戦争に至るまでの間に、米国の政治家たちはだんだんと国際機関に疎外感を覚えるようになり、国連については“米国に敵対するもの”と考えて関心を失い始めた。

クリントンの残渣を排除したブッシュ

一方、1990年代に入り米国内では民主党・共和党対立の時代を迎えていた。共和党にとって民主党のクリントン大統領は、米国の利益を犠牲にしてまでも、国際的な議題を優先して妥協してしまう人物であり、京都議定書へ

の調印はその象徴だった。

共和党ブッシュ大統領が誕生すると、クリントンの残渣でもある米国にとって危険と思われるような国際主義的な動きをすべて排除しようと考え、米国は京都議定書や国際刑事裁判所から脱退した。

そうした中で2001年9月11日の同時多発テロが発生して、ブッシュ政権はイラク攻撃を決定したが、これが世界を分断する原因となった。ヨーロッパをはじめ多くの国が「イラク戦争は論理的な帰結ではない。ブッシュ大統領は危険人物だ」と思うようになった。

また自分たちの利害のために国際機関を無視したブッシュ大統領の言動により、米国と国連の関係も危機的な状況となった。

米国はチームリーダーに戻るべき

米国はいま大切な時期を迎えている。将来どうすればよいのかと自問することが必要だ。

多くの米国人は「自分たちはチームリーダーだ」と思っているが、ヨーロッパの人は「米国は寂しき超大国になった」というだろう。

米国は建設的な国際主義という路線に戻らなければならない。“双子の赤字”を抱えている経済状況下では、単独での軍事行動は難しいということを認識すべきである。

第1にチームリーダーとしてやるべきことは、国際協調のための諸制度や機関を改革することだ。国連は弱体化が進んでいる。リビア人を人権委員会のメンバーとするといったような理解しがたい考え方を変える必要があり、安保理のパワーバランスも修正すべきだ。

第2には真の同盟関係の基盤を再構築することだ。神は耳を2つと口を1つくださったのだから、もっと友好国に耳を傾ける必要がある。時間のかかることだが、やりがいのあることだ。

第3には大量破壊兵器や核兵器などの拡散を防ぐこと。

第4には世界経済や人類の発展、また市民社会の構築を進めることだ。

これらは米国だけでは解決できない。日米をはじめとする同盟国が手を携えて前向きに取り組む必要がある。米国に残された道は、伝統的で真に誠実なチームリーダーに戻ることにしかない。そしてCSISとしては、特に国際問題について実質的な解決策を見出すために貢献していきたいと考えている。

ハムレ所長と渡邊特別顧問とのディスカッション

渡 邊 イラク戦争については、正当な理由付けがない、戦後復興計画の用意がなかったという点で否定的にみているが、一方では日米同盟の結束を確認する、また自衛隊が旧帝国陸軍とは異なることをアピールするといった意味合いではよい機会であったと思う。

ハムレ イラク情勢はマスコミの情報よりはずっとよいが、セキュリティ問題が深刻だ。一般的な犯罪の増加、フセインに忠誠を誓う勢力の増強、大規模な組織犯罪の横行などだ。広範な選挙をやればシーア派政権が誕生して内戦状況を招くというジレンマもある。

米国防省は、フセインを倒せば国民は喜んでくれ、自然と民主主義が生まれるだろうという理想主義で戦後復興を考えていて、イラク社会を深く理解していなかった。

自衛隊の派遣について米国は深く感謝している。日本はいまや国際社会の中で完全なる

国家としての体制が整った。

渡 邊 ロンドンの戦略問題研究所発刊の冊子に「ネオコン主義の時代は終わった」と記されていたが、どう思うか。

ハムレ 結論をいえば、弱体化したがまだ残っている。民主主義に対する理想主義によりネオコンが誘った道は、寂しき超大国という米国にとって大変危険なものになった。民主主義の根本的価値であるオープンな議論により、いろいろな考え方を発展させていく必要がある。

渡 邊 今年の米国大統領選挙の行方はどうか。

ハムレ 歴史的には現職大統領が再選されてきたし、ブッシュのほうが大衆から好まれる個性をもっている。しかし、ブッシュはこの2～3カ月、経済問題やイラク問題で選挙戦のリズムを失っており、結果としては非常に小差の接戦になると思う。

質疑応答

質問 北朝鮮問題についてどう考えているか。

回答 米国政府内では北朝鮮対策の合意ができていない。ブッシュ政権は交渉しない、妥協しない、戦争もしないという3つの「ノー」からスタートしたが、反対に、交渉する、譲歩も考慮する、しかし戦争する用意もある、という3つの「イエス」から始めるべきだった。

質問 今後の米中関係をどうみているか。

回答 米国にとって中国は“ライバルにはなるが敵ではない”。北朝鮮への対応が結果として地域での中国の立場を高めているが、今後は戦略的なものの見方をすべきだ。中国で経済発展に続いて民主主義も育ってることが望ましい。

質問 イラク問題での具体的な国連の関与とはなにか。

回答 イラクで新しい政府をつくるために国連による正当性をもったプロセスが不可欠だが、米国がこれを十分に理解していなかった。また国連もこの種の能力向上が必要だ。

(文責：国際広報部主任研究員 湯川秀人)

「企業観アンケート」に関連した講演会を開催

経済広報センターの社会広聴会員を対象に実施し、1月27日に発表した『企業観アンケート』調査結果を踏まえて、名古屋（3月9日）と東京（3月12日）で、同会員を対象とする講演会『識者と語る論談倶楽部』を開催した。名古屋では、谷口学氏を講師に「消費者の『良き隣人』を目指す企業」との題名で実施し、東京では、森一夫氏を講師に「企業と信頼性」との題名で実施した。講演要旨は次のとおり。

消費者の「良き隣人」を目指す企業

谷口 学
（共同通信社 編集委員兼『経済ウイークリー』編集長）



あなたの1万円が世の中を変える ～増え始めたSRI～

最近、退職者や主婦などが集まり、株式投資を基礎から勉強しようという投資クラブが増えている。現在、そうしたクラブが日本全国で300ほど。そのようなクラブの一つに、サモンズクラブがある。メンバーは消費生活アドバイザーの女性6人。「私たちの投資が世の中を変える力になればいい」ということであるが、これはまさしくSRI（社会的責任投資）の考え方である。

インテグレックスというSRIのための調査会社では、SRIファンドのデータを作るために調査票を企業に送っている。調査内容は、法令違反を犯さないための組織体制や防止策など詳細にわたるもので、そうした調査データを基にして投資信託を作るという仕組みが今だんだん広がっている。

SRIの普及の背景 ～企業の不祥事・社会構造の変化～

1990年、バブルが崩壊して証券会社の損失補てん問題が発覚し、大手銀行が総会屋に利益供与をしていることが露呈したところから、社会と企業のかかわりが変わってきた。行政の態度もこれまでの保護行政、指導行政から摘発行政に変わった。マスコミもコンプライアンス、法令順守という言葉をこのころから使い始めた。

発祥は米国、欧州でも定着

SRIは、1920年代の米国で始まったといわれている。クウェーカー教徒が教会の基金を運用する際、宗教的観点からギャンブルやアルコールに関連する企業、高い金利の貸金業などは運用の対象にしないというのが始ま

りだといわれている。

その後、ベトナム戦争があり、反戦の観点から武器を製造する企業、あるいは環境を汚すような企業、人権を大事にしない企業には投資しないという概念が広がった。90年代以降、グローバリゼーションが進み、途上国で児童を働かせる企業も出てきて、企業を監視する要素が広がってきた。

米国のSRIの残高は大体250兆円。株式市場の時価総額の大体15%程度だといわれている。日本は投資信託の残高に対して0.3%ぐらいで、1000億円にはまだいたっていない。

SRIからCSRへ

英国でもSRIファンドが急速に伸びており、今約44兆円といわれている。またEUとしても統一的な概念を持ちたいという意味で、SRIの裏返しになるが、CSR（企業の社会的責任）という考え方が広がっている。

日本も昨年5月、厚生労働省系の公益法人年金総合研究センターが、SRIに関するガイドラインを出した。このガイドラインが出て、年金基金や投資信託がSRIの要素を取り入れ始めている。日本でも一気にSRIファンドが膨らんでくる気がする。

日本企業でCSRの問題が象徴的に表れたのがソニーの事件。2001年秋にオランダで起きた。プレイステーションとテレビをつなぐ付属ケーブルから環境基準を上回るカドミウムが検出されたのである。厳しい批判にさらされ、ソニーは130万台を出荷停止し、全製品の部品交換をした。ケーブルは下請け企業が中国で作ったものだった。これはサプライチェーン・マネジメント・リスクである。取引先を含めて危機管理をしないと、親会社のブランドに傷がつく時代になったのである。

企業へのCSRの質問が急増

企業にも調査会社からCSRに関する質問が多く来るようになり、SRIに対応した体制を取らなければいけなくなってきた。一連の不祥事で消費者の目が非常に厳しくなっ

きているのと同時に、外国人投資家が最近とみに増え、海外からも大量の質問が来るようになり、専門部署を作るところが増えてきている。

CSRの先進国、欧米の現状

1992年、リオデジャネイロで地球サミットが開かれ、持続可能な成長、サステナビリティが強く打ち出され、このころからCSRがスタートする。また、1999年に開催された世界経済フォーラム（ダボス会議）で、国連のアナン事務総長が「グローバル・コンパクト」を呼びかけた。人権・労働・環境の3分野で、企業が良き地球市民となる約束をするものだが、日本では数十社が誓約している。

このように国際的にCSRを求める声は強まっており、CSRに力を入れていないと欧米の企業は取引をしにくくなってきている。例えば携帯電話大手のボーダフォンは、携帯電話の製造・発注に当たって、どれだけ真剣にCSRに取り組んでいるかの報告書を取引先に求める。

もう一つはフェアトレード。公正貿易という考え方が今広がっている。例えばコーヒー豆を輸入する場合、現地の人が自立して豊かな生活を送れる値段で買い取るべきで、途上国を搾取してはいけないという考え方である。スターバックスなどはフェアトレードのマークを表示している。これは、きちんとした対価を途上国に支払っているというNGOが出している証明である。NPOについては法人化が認められ、NPO、NGOの力が大きくなってきた。CSRについても、各国政府あるいは機関はNPO、NGOの意見を聞くようになってきた。

対応急ぐ官庁、財界

日本でもCSRの規格を作ろうという動きが出ている。日本経団連は企業行動憲章にCSRの要素を取り入れて、ディフェクトスタンダードにしようとしている。

厚生労働省は雇用の面から評価する指針を

作ろうとしている。企業の雇用への取り組みを点数化して公表すれば、強制しなくてもSRIファンドが企業を選ぶという考え方のようである。

こういう状況の中で、損害保険会社が企業のCSR担当者などを集めてセミナーを開いている。中心になるのはリスクマネジメントとしてCSRをどうとらえるかである。

本来はリスクマネジメントではなく、市民

の良き隣人たるために企業はどうしたら歓迎され、持続できるのかを考えるべきである。不祥事が起きて企業も変わらなければいけないと思っているとき、消費者という視点だけではなく、投資家という視点からも企業への働きかけを強めて、日本の企業を良き方向に持っていくべきである。我々マスメディアとしても、そういう方向で記事を書いていきたい。



企業と信頼性

もり か ず お
森 一 夫

(日本経済新聞社 論説副主幹兼編集委員)

問題の原点は「組織のしがらみ」か

企業不祥事が起きると「利益志向が強過ぎるからだ」という論評が見られる。しかし、利益志向と企業の社会的責任ないしは企業の信頼性とは、本来矛盾しないと思っている。

それどころか、逆に「企業は、利益を上げることに徹していないからこそ問題を起こす」と思っている。

あるマクロ経済学者が「企業は経済合理性に徹して判断すると思っていたが違った。不祥事後の社会のリアクションによる機会損失を考えたら、あのような行動はとらないはずなのに」と言っていたが、企業は、本来、もうかることをやるのであって、損することはやらないはずなのに、やらなくてもいいことをやっていたり、逆にやるべきことをやっていなかったりしている。

そういうことが起きるのは、組織の習わしや、しがらみなどが原因ではなかろうか。

付き合いや慣行、前例とかに従わないと、その組織に帰属できないような雰囲気になることが、企業が問題を起こす原因ではないかと思うのである。

問われる利益の「質」

「企業というのは優勝劣敗で、きれいごとでは済まされない」と言う人がいるが、ビジネス社会はジャングルの「弱肉強食」の世界とは違う。戦争ですら国際法がある。ましてやビジネスには法的なルールのほかに倫理的なルールもあって、それに則ってしかるべき利益を上げるかどうかで競争するのである。

利益にも「質」がある。100億円もうかった、200億円もうかったというような数字では表すことのできない「質」がある。

利益には、長い目で見た利益あるいは持続性のある利益と、短期的にもうかれればよいという短期決戦型の利益の2つがあるが、企業は長い目で見て存続できるような利益の上げ方をしなければならないだろうし、「目先だけもうかれればいい」という考えでは、おそらく企業は長続きしないだろう。

短期決戦型の利益の上げ方には、アメリカのエンロン事件のように、経営者がストックオプションで自己の利益を上げたいがために、会計操作というルール違反をする場合も

あるが、ルール違反ではないものもある。たとえば先行投資をやめると、どんな企業でも1、2期は利益が上がる。電機メーカーは売上高比5～9%と、かなりの研究開発投資をしているが、これをやめてしまえば、その分がそっくり利益になる。しかし、その先に問題が待っている。新商品が出てこなくなるだけでなく、「わが社の明日はどのような？」という不安で社内の士気（モラル）が停滞する。

利益の「質」の本質として、最近よくいわれるのが「公正（フェアネス）」だが、これが旧来の発想ではピンとこない。

典型が贈収賄で、企業の営業担当者が官庁の発注担当者に贈賄し、それで受注できれば企業側も官庁の担当者もハッピーだから、当事者には何の不都合もない。損をするのはその場にはいない納税者だけだ。

談合も同じで、参加者たちは仕事を分け合うから、皆ハッピーである。これも公共事業であれば、損をするのは発注者の行政機関の背後にいる納税者だけだ。

だが、贈収賄にしても談合にしても、競争を阻害する行為だ。しかも正しい価格形成をゆがめるおそれがある。

だから、このように被害者が直接見えない場合であっても、「競争のルールから外れてはいないか」「隠れた被害者がいるのではないか」と常に自問する姿勢が重要だ。従来の商いのやり方を引きずっていると、その重要性が分からなくなる。

市場メカニズムが企業を淘汰する

株価が上がり過ぎたり、下がり過ぎたりするように、市場には行き過ぎがあって、必ずしも理想どおりには動かないが、市場メカニズムが正しく機能していれば、無軌道なことをやる企業は淘汰される。

労働市場では、サービス残業をさせている会社や、過労を承知で働かせる会社には優秀な学生が行かなくなる。消費市場では、この選別がより顕著で、4年前の乗用車のリコール隠しが問題になった企業は、売り上げが大幅に落ちて企業存亡の危機に立たされたし、

牛肉偽装事件を起こした雪印食品は、廃業にまで陥った。

企業の信頼性は、企業自体の努力も必要だが、市場がうまく機能しているかどうか也非常に重要なのである。

企業はいつでも問題を抱えている

企業は、存在しているだけで問題を抱えている。人間がただ呼吸をしているだけで炭酸ガスを排出して大気汚染をしている。これと同じで、企業活動をしていれば、社会に何らかの悪影響を与えてしまう。

「環境に優しい企業というのは虚言であって、企業がいちばん環境に優しくする方法は、事業をやめてしまうことだ」と言った経営者がいる。環境に良い商品を作ったとしても、そのためには必ずエネルギーを消費しているし、その商品を増産するために工場を拡張したとすれば、多かれ少なかれ自然破壊をしてしまうということだ。

とにかく、会社というのは常に問題を抱えているし、事業活動をすれば何らかの問題を起こしている。このことを企業は自覚する必要がある。天真らんまんに「うちは社会的責任を果たしている立派な会社だ」と思い込むのは危険で、常に「何か問題があるのではないか」と思っていたほうが安全だ。

「信頼性を高める」というのは、企業の永遠の課題である。「ここまでやったら、この会社は信頼性の高い会社になる」ということはおそくない。だから、「これは信頼性を失うことになるのではないか」と、絶えず考える習慣をつける必要がある。

合理的な説明ができるかどうか

ある会社のトップが社員に「何かやろうとして迷った時には、合理的に説明できるものかどうかを考えてほしい」と言っていた。

合理的に説明できるのであればやってよい。論理的・合理的に説明できないことはやらないでほしい。どんなに細かく倫理憲章や行動規範を作っても、現実には千差万別だから

マニュアルどおりにはいかない。そのときに、取引先、株主、監督官庁、社内、そして家族に対して、説明のつかないことはやめてほしいということなのである。「そして家族に対して」というのは、悪意や犯意がなくても違法行為をして逮捕されれば、その人の家族は非常に困るから、「最終的には、社長や上司が困ったとしても、家族まで困らせるようなことはしないでほしい」ということのようなのだ。

しがらみをなくす企業風土づくり

ある企業の社長が、「私は社長に指名されたとき、総会屋のことが気になったのだが、そのときすぐには問いただせなかった。“聞いて知ってしまったら、警察に通報することになるだろう。通報したら、自分を選んでくれた前社長や部下たちを警察に突き出すようなことになる”と思ったからだ」と話してくれたが、こういうしがらみが関係する問題はたくさんある。

日産自動車のカルロス・ゴーン氏が「外国人だから、しがらみがなくて思い切ったことができた」とよく言われるように、業績向上のための構造改革をする場合でも、組織のしがらみは枷になるのである。

企業組織は大体ピラミッド型の構造をしているから、前任者後任者、先輩後輩、親分子分の関係は、しかたがない面がある。しかし、上意下達が過ぎると、どうしてもイエスマンが増え、なかなか問題点が表面化してこないという弊害が起きる。だから、常に問題点が見えるような、あるいは互いに問題点を指摘できるような企業風土を築かなければならない。

企業風土というのは生活習慣のようなものだから、普段からよくないことをしていると、突然企業存亡の危機が訪れる。

そうならないような予防対策、起きたあとの対策、この2つを常に考えておかねばならない。

倫理憲章だけでは解決しない

倫理憲章、行動規範、内部通報制度などを作っただけで、企業の信頼性が高まるとはいえないが、それらがあることによって、社員の自覚が生まれてくる。

絶えず教育することも必要だが、教育だけでは不十分で、問題が起きないような仕組みあるいは起こさないような仕組みを作る必要がある。それは、だれかがやったことをほかの人が必ずチェックするようにしたり、ルールから外れたことがしにくいような業務の進め方にしたりすることである。すべて担当者任せというのが一番危険なのだ。

消費者、投資家、経営者の重要性

最近の企業は、CS（カスタマー・サティスファクション）、ないしは顧客志向に真剣に取り組んでいる。顧客のニーズを掘り起こして顧客の満足度を高める商品を出さない限り高付加価値は得られないという考えが、今や常識になってきた。

投資家に対しても、最近の企業は非常に気を使っている。変わらないといわれてきた株主総会も、90年代半ばには、3月決算企業の株主総会の100%近くが同日同時刻に集中していたのが、今や7割と分散している。

経営者も変わってきた。生産者本位のプロダクト・アウトから市場志向のマーケット・インへの転換が、常識化してきている。

これからもいろいろな問題が起き、尽きることはないと思うが、企業の信頼性のレベルは、今後、逐次向上していくだろう。

しかし組織である以上、常に何らかの問題を抱え続けるだろうから、「一病息災」という言葉が示すように、絶えず何か問題を抱えていることを自覚し、それをうまくマネジメントしていくことを忘れてはならない。

（文責：国内広報部前専門研究員 山田俊彦）

企業・業界団体広報ニュース

企業広報ニュース

CSR

○社会的責任で報告書

住友信託銀が今夏発刊へ

住友信託銀行は、企業評価の新しい“モノサシ”として注目されている「CSR（企業の社会的責任）」の報告書を今夏に発刊する。社会的責任を推進する組織を設けるなど、全社を挙げてCSRに取り組む姿勢を報告書にまとめることで、イメージアップを図るとともに、ビジネス拡大につなげるのが狙い。銀行がCSR報告書を発行するのは初めて。

住友信託は、社会的責任の遂行に向けた活動の統括組織として2003年6月に「社会活動統括室」を新設したほか、同年12月には役職員が心掛けるべき基本事項を「社会活動憲章」として定めた。また、商品面では欧米で普及しているSRI（社会的責任投資）ファンドを企業年金と投資信託で設定し、実績を上げている。「すべての業務をCSRの観点から洗い出す」（高橋温社長）作業に全社を挙げて取り組んでおり、2003年度分を「CSR報告書」としてまとめることにした。

（日本工業新聞2月26日より）

HP

○環境報告書を電子化

NEC、6月、HPで公開

NECは紙を用いた環境報告書の発行を廃止し、ホーム

ページ（HP）を使った電子媒体に移行する。今年6月に公開予定の環境報告から適用していく。これにより、紙資源節減による環境保全と電子化のメリットを追求する。

同社では1995年から毎年環境報告書を発行している。現在では50ページで構成される環境報告書『NEC環境アニュアルレポート2003』を合計1万3000部発行。これと並行する形で、ホームページ上での公開も推進している。今回、電子化に移行することで、タイムリーな環境情報の発信や動画活用、ユーザーの使い勝手の向上、内容の充実化などが図れるとしている。

（日刊工業新聞3月29日より）

社会貢献

○三井生命の苗木贈呈運動 30年で433万本

三井生命保険が「こわさないでください。自然。愛。いのち」をテーマに、1974年から展開してきた「苗木プレゼント」運動が、今年、30周年を迎えた。

社会貢献の一環として開始したこの運動で、同社が全国の公共施設や学校、病院、企業、個人などに贈った苗木の累計本数はおよそ433万本にも達する。

北海道から沖縄まで植樹された苗木は、いずれも緑を大切に、自然を愛する人々によって育てられており、地球環境保護にも役立っている。

30周年を記念して、第1回

の贈呈先である「茨城県立こども福祉医療センター」（旧ひばり学園、水戸市吉沢町）には再び、アジサイの苗木をプレゼントした。

（フジサンケイビジネスアイ 3月19日より）

IR

○NTTドコモ、IRサイト開設 携帯iモードで

NTTドコモが4月1日、携帯電話のiモードでIR（投資家向け広報）の専用サイトを開設する。同社の株価の動きに加え、自社株買いや決算発表といった情報の開示状況をいつでも手軽に検索できるようにする。最新情報を発信する手段を増やし、投資家向けサービスを手厚くする。

（日本経済新聞4月1日朝刊より）

業界団体広報ニュース

○車リサイクル部品、「関心高い」7割、「使用」は3割弱 損保協調べ

日本損害保険協会（松澤建会長）は自動車リサイクル部品について意識調査を実施した。その結果、ユーザーではリサイクル部品への関心度は「高い」、「やや高い」が74.6%と高いものの、使用した人は29.6%にとどまっている。

また、使用した感想では92.7%が「満足」と答えている。

（日刊工業新聞3月5日より）

（国内広報部専門研究員 佐々木貴士）

EUの東方拡大、 実は欧州の再統一



公式には、「拡大（エンラージメント）」と呼ばれるが、実際には、「再統一（リユニフィケーション）」という方が適切な呼び方であろう。2004年5月1日をもって10カ国が新しく加盟する今回のエンラージメントは欧州連合（EU）の短い歴史の中で最大の規模のものである。

東西に分かれていた欧州という家族がいままた一緒になるのである。7400万人が新しく加わり、その国土は20%広がって、ポルトガルの西の端からロシア国境までのかつての旧欧州大陸の大部分をカバーする。

ベルリンの壁が崩壊したその日に始まったプロセスを完結するのがEUの東方拡大である。ポーランドやハンガリー、チェコの人々が、かつての東ドイツの人々がしたように、鉄のカーテンを越えて、やってくるのである。

豊かな西ヨーロッパ国民が、彼らより不幸な東側の「いとこ達」を迎え入れるという道義的責任の正当性には何の疑いもない。それは民主主義の義務であって、スペインやポルトガル、ギリシャなど南ヨーロッパの国々が戦後の右翼独裁から自由になった80年代にEUに迎え入れられた時とは違うのだ。

それはまた同時に、政治的計算に基づくものでもあった。欧州統合は、そもそも、一世代のうちに2つの世界大戦を経験した旧欧州大陸に平和と繁栄をもたらすために始められたのである。

しかし、その道義的、文化的、政治的正しさにもかかわらず、その将来には巨大な挑戦が待ち受けている。

EUが拡大の経済的負担に耐えられるということについて疑う余地はない。新規加盟の10カ国を全部合わせてもEU25カ国全体の国内総生

産（GDP）のわずか5%にすぎない。しかし、これは、旧東ドイツ側を取り込んで統一したドイツの負担と比べれば大した障害ではない。

外国からの投資が流入し、国際貿易の流れも変わり、観光客はプラハ、ブダペスト、クラブに押し寄せ、収れんのプロセスはもうすでに始まっている。

“エマージング・ヨーロッパ”の出現

ここ2～3年、新規加盟国の経済は、ほとんど停滞しているユーロ圏と比べて、平均で2倍の高い率で成長し続けている。アジアの新興成長経済（エマージング・アジア）ほどダイナミックではないけれども、それでも元気な“エマージング・ヨーロッパ”が今できつつある。

しかし、本当の収れんは何十年もかかるプロセスであろう。特に大国においては。欧州委員会によると、ポーランドが、現在の欧州連合の中で最下位のポルトガルの一人あたりのGDP水準に到達するには、最速でも20年かかるという。

その理由の一つは、EUの慎重な財政支出姿勢にある。新規加盟国へ与えられるもろもろの補助金は、取るに足らないというほど少額ではないけれども、スペインやポルトガルなどが加盟後にもらえた金額ほどには気前のいいものではない。EUは新規加盟国を援助するけれども、まずは自分たちで自助努力をなささいということなのだ。

いいニュースといえば、農業大国ポーランド以外の新規加盟国はみんな相対的に小さい国で、マルタやキプロス、バルチック諸国などは、実に小さい。そして、これらの国は、もう一つの小さな欧州の国、アイルランドが

EUに加盟後に達成したすばらしい発展から有益な教訓を学ぶことができる。加盟当時、一人あたりのGDPがEU諸国平均の60%だったのが、今では120%になっている。アイルランドはもう今では補助金を受け取る資格はない。この補助金は、確かに「ケルトのタイガー」の出現にある程度の役割は果たしたけれども、外国からの直接投資が果たした役割に比べればささやかなものである。英語圏だということは有利な条件になったけれども、同時に、好条件の税制や、広範囲の規制撤廃、構造改革、それに教育や技能を重視する政策などによっても、アイルランドは大量の投資を外国企業から、特に米国企業から、誘致することができた。その中心はハイテクとサービスという、これからの経済の主要分野であった。ポルトガルのように、道路と橋の建設ではなかった。そして、最後には、なんという大きな違いになったことだろう。

旧東側の国々は何もないところから始めるわけではない。しっかりした初等および中等教育はソ連スタイルの制度が遺した数少ない業績の一つである。技術者から医者、建築家、看護師まで多くの優秀なプロフェッショナルの職業についている人たちがいる。かつての「労働者天国」では、たしかに彼らの給与は彼らの持っている資格や能力にふさわしいものではなかった。しかし、誰も逃げ出す者はいなかった。

頭脳流出を阻止できるか

だが、今は、あるいは、EUの現加盟国15カ国が移動労働者の“津波”を恐れてとったセーフガード措置が解除されれば2～3年のうちに、そういう国外脱出もあり得るだろう。新規に加盟する国々にとっての挑戦は、貴重な頭脳を国内にとどめておくために、国内経済を急速に成長させることができるか、である。

問題はそれだけではない。EUに加盟するには、いわゆる「アキ・コミュノテール」と呼ばれる、何万ページにもおよぶEUの法律や規制を自国の法体系に取り入れて、EU基準に合わせなければならない。実際には、多くの国が、期限までには、数千ページも未整備のままだろう。

EU拡大は常に双方向の通行であった。新規加盟国が、EUというクラブに加盟する用意をしている一方で、クラブの方は、それによって増える人口に合わせて、いろんな細則を変更するのに忙しい。だから、欧州協定があり、EUに最初の憲法条約を作る努力がなされているのだ。

新しい意思決定方式

EUが25カ国に、そしてブルガリアとルーマニアが加盟する2007年以降は27カ国に拡大し、今の意思決定のプロセスが、もし改善されなければ、機能しなくなる。EUは、その国民に対して、もっと説明責任を明確にし、多数決による決定方式を、全会一致方式が取られている分野に広げていく必要がある。憲法草案では、行政部門である欧州委員会はもっとダウンサイズして効率化し、2年半の任期のEU“大統領”が悪評高い6カ月ごとの議長国制度にとって代わることになる。

ジスカール・デスタン元フランス大統領のもとで、欧州協定はコンセンサス形成にそれなりの成果を上げた。しかし、加盟国間で合意を得ることは予想以上に困難であることが分かったし、12月のEU首脳会談は惨めな失敗に終わった。議長国イタリアのベルルスコーニ首相のアマチュアリズムと首尾一貫しないやり方がその大きな理由であった。そしてついに政治指導者たちをまとめるまでには、アハーン・アイルランド首相による巧みな意見調整と“ヨーロッパの9.11”といわれる3月11日のマドリッドのテロ攻撃の悲劇を必要とした。3月25～26日の首脳会談では、首脳たちは遅くとも6月17日までには憲法案について合意することを互いに約束した。それは、EUの歴史を通して常にそうであったように、非常にヨーロッパ的な解決となった。

筆者はフランス通信社AFPのブリュッセル支局長。2003年6月まで5年間AFP東京支局長を務めたあと、同年9月から現職。ここに述べられた見解はリエス氏個人のものであってAFPのものではない。

（訳：編集顧問 石塚嘉一）

本稿は隔月で連載しています。

日増しに力強くなる**日本経済の回復**について、**AWS J (4/2-4)**は、「か弱かった日本の経済回復に力がつき、輸出部門以外にも広がりを見せている。エコノミストたちはこの5年間、この国を悩ませてきたデフレからようやく抜け出せるのではないかと見ている」と報じている。

この記事は「デフレ圧力は弱まってきた。デフレには中国からの安価な輸入品が寄与していると考えられていたが、ここにきて鉄鋼をはじめとする素材に対する中国の需要は今や国際価格を競り上げている。日本国内では携帯電話などのデジタル新製品の需要が電子機器の値下がりにより鈍止を掛けている。日銀の企業物価指数は、年ベースでは過去10年下がり続けてきたが、この1月と2月は横ばいだった」と指摘して、「企業物価指数が上向けば、消費者価格に上昇圧力が掛かる」というパークレイズ・キャピタルのチーフエコノミストのコメントを紹介している。

NW (3/29)も「消費者が戻ってきた」との見出しのもと、「日本ではここ数カ月、高級コーヒーからミニバン、デジタルカメラ、旅行まで、すべての消費が上昇している。長い間冬眠していた日本の消費者は、ついに穴から出てきたようだ。これは1990年代初頭から低迷していた日本経済にとって、素晴らしいニュースである」と述べている。

同誌は続けて、「慎重ではあるが、楽観論が広まっている。昨年日本の経済の成長を引っ張ったのは輸出依存型製造業と設備投資だったが、最新のデータでは、それが小売業の売上と家計支出にも広がっている。賃金は実質ベースで上昇しているし、仕事も見つけやすくなった」と指摘している。

このような経済状況での**日銀の金融緩和政策継続**を支持して、**FT (3/24)**は社説で、「福井日銀総裁は、マネーサプライを急速に増加させる『量的緩和政策』を継続するとあらためて述べた。この発言によって、日本がデフレを確実に脱するまで量的緩和政策をやめないという日銀の方針が終わりに近づいている、という見方を否定してみせた。日銀は

英米主要16紙誌 の 論調分析

極めて正しいシグナルを発したといえる」とコメントした。

日本の通貨当局による**大量の市場介入**について、米経済界の見方を反映するといわれる**BW (3/22)**は、「日本の貿易相手国は、“ミスター・ドル”（溝口善兵衛財務官のこと）に好きなようにやらせてはいけない。今回の日本の通貨市場介入には純粋な重商主義のにおいがする。これを大声で非難してやめさせなければならない。日本の経済が回復している時に、もはやこの大規模介入を正当化することはできない」と強く非難している。

NYT (3/17)も、「日本の金融当局は、日本経済の回復にとって最大の脅威とみなしている円高に戦いを挑んでいる。今のところ戦略は成功しているように思われるが、いつまで持続できるか疑問視されている」と報じて、グリーンSPAN米国連邦準備理事会議長が日本のあまりにも巨額なドル買い市場介入が日本経済にもたらす問題について忠告したことに触れている。

NYT (4/1)は、その介入が一段落したように見える市場について「今や日本が、激しい通貨ゲームをやめることにしたかのようなので、ドルの急落という状況が作り出されることになる」と述べて、市場が日本の今後の出方をウォッチしていることを説明している。

そして、今年2-3月の大量介入の理由として、「年度末に円が弱ければ企業の財務内

経済広報センター国際広報部は、ワシントン・ポスト（以下WP）、ニューヨーク・タイムズ(NYT)、ウォール・ストリート・ジャーナル (WSJ)、アジア・ウォール・ストリート・ジャーナル(AWSJ)、ロス・アンジェルス・タイムズ (LAT)、USAトゥデイ(UST)、ビジネス・ウィーク(BW)、タイム、ニュース・ウィーク(NW)、フォーリン・アフェアーズ、フォーブス、フォーチュン、英エコノミスト(TE)、フィナンシャル・タイムズ(FT)、ザ・タイムズ、デイリー・メールの計16紙誌の論調分析を行っている。

今回は3月5日から4月8日までの紙誌面を分析したものである。

容が救われるということがある。もうひとつは、円高に賭けている投機家を締め出すことにあったということである」としている。しかし、「介入しなければ、ドルは数日も経たずして104円台から95円に急落（円が急騰）してしまう」ので「日本が市場介入をやめることは考えられない」というドイツ銀行上級通貨ストラテジスト、ケネス・ランドン氏の見方を紹介している。

WSJ (3/30)は、「日本がメキシコと自由貿易協定(FTA)について大枠で合意に達したのは、米国市場に入る裏口を確保するためであったが、別の理由もあったのだ。つまり、アジアにおいて強大になりつつあるライバルの中国に対抗するためである」と述べている。

「日本政府は、中国がアジアで緊密な通商関係を築いてその実力を示しているのを前にして、日本も市場開放の協定くらい締結することはできるのだということを証明したかったのだという。日本では、中国はいつか政治的にも経済的にも日本に追いついて、アジアで日本の影が薄くなるであろうと多くの人が心配している。この恐れのために、日本は中国に追いつくべく慌ててFTA交渉をタイ、マレーシア、フィリピン、韓国、インドネシアと開始した」とこの記事は解説している。

FT (3/20-21)は、『ジャパン・ダイジェスト』編集長アヤコ・ドイの寄稿で、**日本の少子化問題**を取り上げている。この記事は、日本の迫り来る人口減少の問題を指摘した上で、「少子化が日本にとって重大な問題であることは今や広く理解されている。しかし、日本の政治家もビジネスリーダーたちもこの傾向を変えようとする十分な努力をしていない。少子化を解決するための提案は政府や民間団体によって出されているが、それらの提案の実現はゆっくりとしたプロセスである」と述べている。

日本でも関心が高まっている**社会的責任投資(SRI)**について、**FT (3/8)**は、SRIファンドの投資対象となる良い企業、「人間と環境に少なくとも害をもたらない企業、場合によっては貢献する企業」を選別するためには、「外国の概念を借りてきて手直ししたものを基準にするのではなく、日本に適したSRIの考え方を構築すべきである」と述べて、「日本には日本特有の文化があり、従って日本における企業の社会的責任は、日本の価値観に基づいたものであるべきだ」とアドバイスしている。

ザ・タイムズ (4/5)は社説で、**日本の外交**について、「日本の外交は受け身であるが、これを上品に言えば国際政治の世俗から解脱、超越しているという禅の思想を応用しているからであり、ずばりいえば、日本はエレクトロニクスは得意だが、外交はできないだけだ」と述べ、日本は国際外交の舞台でもっと大声で発言し、日本の言い分、思いをもっと聞いてもらうべきだ、といている。「国際的影響力を確立する際には、小泉首相は中国と韓国の懸念に十分配慮すべきではある。だが、それと同時に今、日本はその外交姿勢を一変できる貴重な機会にあることを理解すべきである。つまり、より声を大にし、リスクを取り、過敏に反応する近隣諸国に日本の動機を説明する絶好の機会に恵まれたのである」という。

(編集顧問 石塚嘉一)

2004年度事業計画

3月24日に開催された第57回理事会・第56回評議員会合同会議で承認された「2004年度事業計画」は次のとおり。(理事会・評議員会については26頁参照)

経済広報センターは、「企業と社会をつなぐ」ことを使命としている。

私たちの社会において、企業の存在と機能がいかに重要不可欠のものであるかを人々に知っていただくよう、いろいろなプログラム事業を展開していくのが当センターの役割である。

一方で経済広報センターは、消費者・生活者などに代表される社会の声に耳を傾け、その主張や意見を聴くことに日々努めている。

他方、経済広報センターは、このような広聴活動に基づき、消費者・生活者、企業人、政策関係者、メディア、教育関係者、学生など社会の構成員に向けて、企業や経済に関する経済界の意見や主張を広く発信している。

経済広報センターは2004年度も、フェース・ツー・フェースのコミュニケーションを重視しつつ、以下の活動(プログラム)にとくに積極的に取り組んでいく。

1. 消費者・生活者などに代表される社会各層との双方向コミュニケーションに一段と力を入れる。企業、経済、社会に関する情報や経済界の意見を広く発信し、より緊密なコミュニケーションの実現を図る。
2. 環境広報、CSR(企業の社会的責任)についても積極的に取り組み、環境広報、CSRに関する会員企業・団体の活動を幅広く広報していく。
3. 当センターが有する内外の教育界とのネットワークを活用し、日本企業のあり方や日本経済に関する理解が内外で増進されるよう努める。
4. 危機管理、インターネット広報、グループ広報、IR、ブランドなどの広報テーマについて、会員企業・団体と最新の情報を共有するほか、広報手法の開発、レベルアップに努める。
5. 海外のジャーナリストや研究者に日本企業や日本経済の現状を紹介するとともに、わが国の経済政策のあり方について検討する場を提供する。

国内広報の主要課題

1 経済界の主張を広報面で支援する事業

日本経団連と連携し、重要政策テーマの広報活動を展開する。

具体的には、①社会保障制度改革、②税制改正、③規制改革、④産業技術、⑤FTA(自由貿易協定)・EPA(経済連携協定)などの政策テーマにつき、広報活動を行っていく。

広報手段としては、①新聞・雑誌などへの意見広告の掲載、②パンフレットの作成、③シンポジウムの開催、④当センターの広聴システムを活用したアンケート調査などを実施する。テーマによっては、各種の広報手段を連動させたり、繰り返すことで、広報効果が上がるよう努める。

各業界が抱える課題については、業界団体とも連携し、経済界全体の問題として解決に協力していく。

2 環境広報、CSR(企業の社会的責任)に関する企業活動の広報

地球環境問題に対する国民の意識・関心には、近年極めて高いものがある。しかし、地球環境問題解決に向けての取り組みとなると、社会一般の間では自分たち一人ひとりの問題であるという感覚が乏しい。そこで、地球環境問題に関する広報を積極的に展開していく。

また、環境省が導入を検討している「温暖化対策税」については、国民一般に正しく理解してもらう必要がある。そこで、昨年11月に設置した「環境広報タスクフォース」を中心に状況を踏まえつつ、地球環境問題に対する企業の取り組みについても広報していく。

その一環として、環境専門のホームページ『環境情報プラザ』を一段と充実させるとともに、本ホームページの認知度を高め、広く利用してもらうため、小・中・高等学校の先生方を対象にした広報を積極的に行う。

さらに、後記の教育プロジェクト(教員の民

間企業研修、企業人派遣講座など)とも連携し、教育界との協力関係を強化する。

CSRについては、会員企業・団体の活動をフォローし、CSRに関する企業活動の広報を積極的に行う。また、大学への「企業人派遣講座」などでCSRに対する企業の取り組みを紹介する。

3 教育界との対話促進

企業活動や日本経済の最新動向について、小学生から大学生までよりよく知ってもらうため、教育界との対話をさらに促進する。このため、小・中・高等学校の先生方を対象に夏休み期間中に行う「教員の民間企業研修」や、大学への「企業人派遣講座」を継続する。

「教員の民間企業研修」については、理科の教員などを対象にしたモノづくり教育研修の拡充を図る。「企業人派遣講座」では、2004年度の新たな試みとして、CSRに関する講座を早稲田大学商学部に開設する。

このほか、小・中・高校生の活用を促進するため、ホームページ『産業データプラザ』を充実するとともに、本ホームページについても積極的な広報を行う。

4 社会各層との対話促進

当センターは、消費者・生活者や企業人、学生などで構成する社会広聴会員約4900名を有し

国際広報の主要課題

1 外国メディアに発信する事業

日本経済の低迷が長引くにつれ、日本経済に関する外国メディアの報道が減少気味である。そこで、英国や韓国の有力ジャーナリストを日本に招聘し、経済界、政界、官界、メディア、研究者など、オピニオン・リーダーへのインタビューの機会を多数設け、日本に対する関心と理解の増進を図る。

2 外国教育者との交流

小学校から大学まで、各国の教育者との交流は相互理解を促進するだけでなく、いろいろな知恵を交換できる機会でもある。中国の有力大学教授陣、および米・加・豪・英の教育関係者を招聘し、企業経営、経済の現状、教育問題などにつき意見交換を実施するとともに、従来実施してきたビジネススクール教授招聘プログラムについては、大幅改定を検討する。

3 外国のオピニオン・リーダーとの交流

諸外国では、政治家や官僚のみならず、シンクタンカー、大学教授などが政策策定に深く関

っている。そのうち約1400名は、インターネットを利用してコミュニケーションを行う「eネット会員」である。

2004年度はこれまで以上に社会広聴会員に働きかけ、「企業と生活者懇談会」「識者と語る論談倶楽部」などの活動を充実させる。また、2004年度も年3回のアンケート調査に加え、インターネットによるアンケート調査を随時実施し、経済界に関連する社会動向の把握に努める。アンケートは、政策提言や政策広報に活用できるよう、作成や分析にこれまで以上に工夫を加える。

5 企業広報の充実に資する事業

企業を見る社会の眼が変化し、企業を取り巻く環境が厳しくなっている。こうした状況を踏まえて、企業広報のあり方を検討するとともに、企業広報の質の向上を目指す。

このため、月刊『経済広報』の編集・発行をはじめ、優秀企業広報の表彰事業や企業の広報部長とマスコミ編集局幹部との懇談会である「メディア・フォーラム」を継続する。また、広報部門幹部を対象とした「企業広報セミナー」「企業広報フォーラム」「メディア・トレーニング」を実施するほか、広報担当者向けに「企業広報講座」を開催する。

わっている。そこで、これらオピニオン・リーダーの方々に日本の経済・社会・政治を知悉していただくため、日本のオピニオン・リーダーとの意見交換の機会を設ける。2004年度も、昨年度に引き続き、中国、他のアジア諸国のオピニオン・リーダーとの交流に力を入れる。

4 調査分析と広聴事業

市場開放を進めつつある中国の動向には注目しておく必要がある。中国側から日本のコーポレート・ガバナンスについて教えてほしい旨の要請があったので、北京にてシンポジウムを開催する。

また、英米の主要紙誌が日本について、どのような報道をしているかについて分析を行っているが、これを2004年度も継続する。

さらに、海外の教育機関、研究機関、ビジネス界で定評を得ている英文国際比較統計集『JAPAN』の2005年版を発行する。

このほか、米国事務所(ワシントン)は、日本の経済問題について論ずる英文出版物『Japan Economic Currents』を発行する。

第57回理事会・第56回評議員会合同会議を開催 2004年度事業計画・収支予算などを承認

3月24日、経団連会館で第57回理事会・第56回評議員会合同会議を開催した。奥田碩会長の挨拶に引き続き、事務局より2003年度事業概要および収支見込みに関し報告した。次いで、2004年度事業計画（案）・収支予算（案）および役員等の補充選任（案）が審議され、原案通り承認された（事業計画は24頁参照）。最後に、立石信雄・櫻井孝顕・張富士夫副会長から挨拶があった。奥田会長、立石・櫻井・張副会長の挨拶要旨は以下の通りである。

なお、会議終了後、「常識の壁」と題し、毎日新聞社の菊池哲郎論説委員長が講演した（講演要旨は本号10頁参照）。

◆奥田会長挨拶要旨

経済広報センターは1978年の設立以来、四半世紀にわたって消費者や教育界、マスコミなど社会各層との太いパイプを作り上げてきた。今後もこうしたパイプを活用しながら、繰り返しわれわれ経済界の意思を伝えることに専心していきたい。

昨今、CSR（企業の社会的責任）や環境問題への取り組みなどが注目され、各企業ともその説明責任を果たすことが求められている。

経済広報センターの使命は、企業と社会をつなぐことにある。この使命を全うするためにも、当センターは会員の皆さま方とともに、企業の社会的責任や環境広報の問題に取り組んでいきたい。

◆立石副会長挨拶要旨

経済広報センターは「企業と社会」「日本と海外」の架け橋として、各種の事業を実施している。その内容も濃く、意義あるものとなっている。私自身も、中国との対話促進のために、1994年以来毎年、中国の有力大学で日本の経済状況や企業の経営課題などについて講演している。また、ビジネススクール教授などの招聘プログラムにもできるだけ参加するようにしている。2004年度も、時間のある限り、各種事業に協力していきたい。

◆櫻井副会長挨拶要旨

日本経団連の政策提言活動は、経済界の生き残り且不況からの一日も早い脱却を目指した、止むに止まれぬ行動である。それに応えた各政党に対する評価、これの繰り返し活動というもの、今年是一段と踏み込んだ形で実施していかなければならない。しかしながら、こうした活動については、まだマスコミや消費者の正しい理解が得られていない。

経済広報センターの新たな、そして最も重要な役割は、私たちの政治・経済活動に対する目の肥えた観客を養成するということだと考えている。

◆張副会長挨拶要旨

企業を取り巻く環境が変わっていく中で、私たちは新しい考え方やものの見方を作り上げていかなければならない。例えば、海外から入ってきた概念であるコーポレート・ガバナンスやCSR（企業の社会的責任）については、日本独自の考え方やあり方を打ち出していくべきである。その際、社会各層とのフェース・ツー・フェースのコミュニケーションや会員企業間の議論が大事になる。その意味で、経済広報センターが果たす役割は大きい。

（総務部長 早川 勝）

2004年度「企業人派遣講座」を 5大学で7講座開設

経済広報センターは、2004年度においても引き続き、早稲田、慶應義塾、東京工業、同志社、京都の5大学で、企業人講師（経営幹部、技術専門家など）による講義を7講座開設する。

企業人派遣講座は、次代を担う大学生に、現実の経済産業の構造や動向について実感をもって把握してもらい、その育成に寄与することを目的としている。1986年に早稲田大学国際部で始めて以来、現在までに7大学で開設してきた。学生からは、日本経済の実態や技術の最先端に触れることができる機会として高い評価を得ている。

2004年度は、下表の5大学で7講座を開設し、日本の主要企業から派遣される各分野の多彩な企業人（計約80名）が1コマずつ講義を行い、企業の素顔や企業活動の実際について学生に語りかける。なお、昨年度と同様、慶應義塾大学



2003年度講義の様様（早稲田大学商学部）

総合政策学部・環境情報学部（湘南藤沢キャンパス）と京都大学は同時開講し、インターネットを利用して、講義内容を相互に受発信し、授業を行う。

大 学	学 部	学期 前後	テ ー マ
早稲田大学	国際教養学部	○	日本企業論 ～国際化と日本企業の役割～
	商学部	○	企業の社会・環境への挑戦A ～新たに問われる企業の社会的責任（CSR）～
		○	企業の社会・環境への挑戦B ～社会・環境戦略の最前線～
	理工学部	○	21世紀における科学技術と社会 ～ライフテクノロジーの展望～
慶應義塾大学	商学部	○	変革の時代を生き抜くための経営
	総合政策学部 環境情報学部 (共通科目)	○	21世紀に向けての企業の挑戦 ～ブロードバンド時代のビジネス戦略～
京都大学	(全学共通)		
東京工業大学	大学院共通	○	エネルギー・環境技術の最先端と将来展望
同志社大学	経済学部	○	生き抜く企業 ～企業構造の現状と今後～

（国内広報部主任研究員 深尾 聡）

EPA・FTAについて意見広告を掲載

経済広報センターは4月10日付と17日付の朝日新聞朝刊に、EPA（経済連携協定）とFTA（自由貿易協定）の理解促進を図るため、意見広告を掲載した。

10日付の意見広告は「FTA・EPAによる貿易・投資の自由化が日本経済を活性化させ

る！」との見出しで、榎原稔日本経団連副会長と川口順子外務大臣が対談した。

17日付の意見広告は「EPAは私たちの生活への大きなメリット！」との見出しで、伊藤元重東京大学大学院経済学研究科教授が解説した。

（国内広報部前専門研究員 竹下寿美男）

『新聞と現代日本語』

Book

金武伸弥 著、文藝春秋・2004年2月発行、定価756円（税込）



読売新聞社で校閲部幹部や用語委員を歴任し、現在は日本新聞協会用語専門委員である著者による、言葉についての考え方

の説明書。時の経過に伴う言葉の変化に、新聞をはじめマスコミがどのように対応してきたかが分かる。同書は、現実に流布する言葉と、言葉本来の用法・由来との折り合いをどのようにつけるかなど、言葉の用い方に関する考え方を学ぶための本だ。

言葉は広報セクションの仕事道具であり、広報スタッフは注意しつつその道具を使ってきた。しかし、パソコンや文書作成ソフトの能力向上と普及により、意識して正しい言葉、正しい文字を選びながら文章を記す機会が著

しく減っている。話しているとおりにキーボードをたたけば、誰にでも、なんとか意味が通る文章ができてしまう時代となった。しかし、情報受発信を担う広報スタッフには、それ以上のこだわりが求められる。また、仕事の「相方」であるマスコミがどれだけ言葉に注意を払っているかは知っておくべきと思われる。同書は、実際のマスコミの使用例に即して、例えば、新聞社によって表記が異なる「超伝導」「超電導」といった言葉の使い方などについて、マスコミ各社の考え方を具体的に説明している。

広報部門のマネージャーにとって、言葉に無頓着な部下を持つほど不幸なことではない。だが、言葉の用い方は人格の重要な要素でもあり、なかなか面と向かって指導しづらいところだ。さりげなく本書を部下に勧め、自発的に言葉に対する意識を高めてもらうのも手ではないだろうか。

（国内広報部主任研究員 深尾 聡）

今月号も「読者アンケート」を実施したいと思います。先月号の回答で分かったのは、ある方にとって面白い記事がほかの方には全く面白くないということでした。ご意見は、まさに様々でした。さらに多くの読者の方々のご意見をお聞きしたいと思います。ご協力をよろしくお願いいたします。（YuYu）

経済広報センターホームページを刷新

<http://www.kkc.or.jp/>

このたび、経済広報センターはホームページを刷新しました。このホームページは、当センターが展開する事業について、広く皆様に知っていただくことを目的に開設しています。



新しいホームページでは、当センターが行っている事業活動を、4つの視点（「企業の姿を社会へ」「社会の声を企業へ」「経済界の主張」「海外との対話」）から整理し、活動内容を分かりやすく紹介しています。

また、ホームページ内に「企業広報プラザ」(<http://www.kkc.or.jp/plaza/>)というトピックスページを新設しました。企業広報のテーマ、手法など、各社の事例を盛り込んでおり、キーワードごとに提供しています。また、以前冊子として刊行していました「企業の文化施設ガイド」「広報誌ガイド」をウェブ上でご覧いただけるようにしました。

企業情報の専門サイトとしてご好評をいただいている「環境情報プラザ」(<http://kankyo.kkc.or.jp/>)「産業データプラザ」(<http://sangyo.kkc.or.jp/>)と併せて、情報の充実を図ってゆきたいと考えています。

くるまプラザ（日本自動車会館）

東京タワーに程近い東京都港区芝大門。ここに自動車関連団体の事務所を集約した「日本自動車会館」がオープンしたと聞いて、早速行ってみた。

「日本自動車会館」には、日本自動車会議所、日本自動車工業会など、自動車関係の生産、流通、関連サービス、リサイクル、調査・研究関係など広範囲の15団体・企業が入居している。このように幅広い分野の自動車関連団体が同一ビルに集合した施設は世界でも例がないという。各団体が連携を深め、総合情報受信拠点となることを目指したものだ。

同会館の1階に「くるまプラザ」がある。「くるまプラザ」では、各団体の機関誌や会報、各種統計、広報資料などが閲覧できるほか、ビデオなども視聴できる。一角には、メディア向けの「メールボッ

クス」（リリースなどの資料配布ボックス）が設置されている。

また、同じ階には、日本自動車工業会が運営する「自動車図書館」がある。所蔵する自動車関連の図書や文献は約1万2000冊。自動車のカタログなどもある。中には大正時代の自動車雑誌のような貴重な資料も閲覧できる。自動車に関するビデオも約400タイトルと充実しており、無料で貸し出しサービスもある。ここは、国内でもユニークな自動車専門の図書館だ。



くるまプラザ



自動車図書館



住 所：東京都港区芝大門1-1-30
T E L：03-5401-7685（くるまプラザ）
03-5405-6139（自動車図書館）

開館時間：9:00～18:00（くるまプラザ）
9:30～17:00（自動車図書館）

休 館 日：土・日曜日、祝日、年末年始
入 館 料：無料

交通案内：J R「浜松町駅」下車徒歩8分、都営地下鉄三田線「御成門駅」下車徒歩3分
都営地下鉄浅草線・大江戸線「大門駅」下車徒歩4分

H P アドレス：<http://jidoshakaikan.aba-j.or.jp/>（5月中旬 開設予定）

（取材：国内広報部 岡本清美）