

障害者雇用とCSR及びこれに関する 消費者の社会的責任

今 井 明

Employment of People with Disabilities, CSR and the Social Responsibilities of Consumers

Akira Imai

Abstract: In order to sustainable advance the employment of people with disabilities, it is important for such employment to firmly take root as one aspect of CSR efforts and also as an evaluation criterion in the market, as well as to become a major challenge to be tackled in corporate management. In order to lay the foundation to achieve this, the author considers it important that consumers recognize the relationship between their own consumption behavior and the employment of people with disabilities, and select the products and services of companies that actively employ people with disabilities based on appropriate information as the social responsibility of consumers. The immediate challenge requires a function that consolidates information related to companies' employment of people with disabilities, evaluates them from a third party's perspective with a focus on positive screening, and provides information so as to contribute to consumers' behavior of selecting products and services.

Key words: Employment of people with disabilities, CSR, social responsibility of consumers

障害者雇用の持続可能な進展のためには、障害者雇用がCSRの取り組みの一分野として、市場における評価の基準として定着し、企業経営上の重要課題として取り組まれるようになることが必要である。そのための素地として、消費者が自らの消費行動と障害者雇用とのかかわりを意識し、適切な情報をもとに、消費者の社会的責任として、障害者雇用に積極的に取り組む企業の製品・サービスを選択するようになることが重要であると考えらる。

当面の課題として、消費者の製品・サービスの選択行動に資するよう、企業の障害者雇用に関する情報を集約し、ポジティブスクリーニングに力点を置いて第三者の立場から評価し、情報提供する機能が求められるであろう。

キーワード：障害者雇用 CSR 消費者の社会的責任

1 はじめに

本稿は、障害者雇用の促進のための道筋として、CSR（企業の社会的責任：Corporate Social Responsibility）の観点から障害者雇用をとらえ、これと消費者のかかわりについて考えるものである。

平成 23 年 6 月 1 日現在における障害者雇用状況¹⁵⁾をみると、企業の実雇用率は、前年まで 6 年連続して上昇していたが、短時間労働者の法定雇用率算入の影響により平成 23 年は前年より 0.03 低い 1.65%となった。しかし、企業に雇用される障害者の人数は 36 万 6,199 人と過去最高となっており、5 年前（平成 18 年¹³⁾。28 万 3750.5 人、実雇用率は 1.52%。）と比較すると 3 割近い増加となっている。

短時間労働者の法定雇用率算入により直近の値は下がったものの、ここ数年の傾向としては実雇用率は堅調な伸びを示しており、雇用障害者数も増加している。とはいえ、法定雇用率達成状況の内訳をみると法定雇用率達成企業の割合は 45.3%であり、障害者を一人も雇用していない企業が法定雇用率未達成企業の 61.3%を占めている。企業規模別にみても平均で法定雇用率を上回っているのは常用労働者 1000 人以上の大企業だけとなっている（1.84%）。^(注1)

このような雇用率達成状況の中身をみると、全体として法定雇用率（1.8%）を上回るには、なおかなりの道のりがあることがわかる。

雇用障害者数のさらなる増加、法定雇用率の達成のためには、引き続き、現場の企業関係者・職業リハビリテーション関係者の尽力の下、様々な支援策を効果的に活用しつつ取り組んでいくことが必要である。それとともに、障害者雇用への取り組みが企業経営上の重要課題として位置付けられることが必要であることはいうまでもない。この点で注目されるのが CSR の推進である。障害者雇用対策基本方針¹⁴⁾は、これまでの障害者雇用の進捗状況について、「障害者の就労意欲の高まりに加え、CSR（企業の社会的責任）への関心の高まり等を背景として、積極的に障害者雇用に取り組む企業が増加する等により、障害者雇用は着実に進展してきた。」としている。

CSR への関心の高まりが障害者雇用への取り組みを促す材料であることは疑いのないところであろうが、それによって障害者雇用が企業経営上の課題としての重要性を高め、持続的な発展に至る道筋はいかなるものであるのか。特にステークホルダーたる消費者が、身近な問題としてこれにどのようなかかわりを持つべきであるのかということについては意識して論じられてはこなかった。

本稿では、CSR の推進によって障害者雇用の取り組みが、企業経営上の課題としてより重要性の高いものに位置づけられ、持続的な発展を遂げるための道筋をたどりながら、特に消費者がこれに対してどのようにかかわりを有しているのかを明らかにし、消費者がその役割を果たしていくために必要な環境整備のあり方も含めて示すことを目的とする。

具体的には、まず、CSR の一般的な概念等についての文献を基に、CSR の定義と障害者雇用の位置づけ、CSR が目指す社会メカニズムを確認し、現状の障害者雇用関連施策が企業経営上の課題に及ぼす意味やその限界を考える（第 2 章）。その上で、CSR の推進に当たっては市場の評価が重要であるとの前提の下、消費者行動における社会的責任概念や環境問題における消費者の責任のあり方、障害者雇用における消費者のかかわりについての既存の知見を足かりに、企業の障害者雇用の取り組みに対して、CSR の視点から消費者はどのようなかかわりがあり、どのような認識で臨むべきなのか（第 3 章）、またそのための課題としていかなる環境整備が求められているのか（第 4 章）を考察し明らかにしていくこととする。

2 CSR と障害者雇用

(1) CSR の定義と障害者雇用

まず、CSR の一般的な定義、分類と障害者雇用の位置づけ等について試みる。

CSR の定義については、例えば厚生労働省の「労働に関する CSR 推進研究会報告書」¹⁷⁾は、「企業の活動において、社会的公正や環境などへの配慮を組み込み、従業員、投資家、地域社会等のステークホルダー（利害関係者）に対して責任ある行動をとるとともに、アカウンタビリティ（説明責任）を果たしていくことを求める考え方」としている。識者によりそれぞれ定義がなされているが、いずれも概ね企業を社会的な存在にとらえ、企業と社会の相互関係に着目したものとなっており^(注2)、この点（企業と社会の相互関係性）から、CSR は基本的に三つの次元に区分することができる（谷本²⁶⁾による分類^(注3)）。

一つ目は経済活動のあり方であり、日常の経済活動のあらゆるプロセスに社会的公正性や倫理性、環境や人権などへの配慮を組み込んでいくことである。

次に、社会的事業であり、社会的に解決が求められている課題に対して、企業がその知識や技術力を活用し、事業として新たな社会的商品やサービス、社会的事業を開発することである。

三つ目は社会貢献活動であり、事業活動を離れ、コミュニティが抱えるさまざまな課題の解決に経営資源を活用して支援する活動を指すことである。

障害者雇用は、CSR の中でも上記の一つ目の次元に含まれるものである。ただし、その中でも、最低限度の法令を遵守する（法定雇用率 1.8%を達成する）というレベルと、社会的存在としての企業が障害者の就労の場を提供していくとか、人材の多様性を企業の競争力の源泉として生かしていく、などというような積極的な意義を見出しているレベルとが存在することに留意する必要がある^(注4)。1 で述べた通り法定雇用率の達成企業の割合は 45.3%と半数をやや下回る程度である。また、高齢・障害者雇用支援機構が行った企業向けアンケート調査¹⁸⁾^(注5)によると、障害者雇用に対する基本的な考え方として、「行政指導・企業名公表にならない程度に雇用したい」との項目について、「そう思う」、「どちらかといえばそう思う」と回答した企業が 50%を超えている。しかし、別の設問では障害者を雇用する理由について複数回答を求めたところ、「企業の社会的責任を果たすことができる」と回答した企業が 63.1%という結果も出ている（ただし、「法令を遵守することができる」も 57.4%）。

これらをみると、多くの企業は前者のレベル（最低限の法令遵守）にあるものとみられるが、しかし、後者のレベル（より積極的意義を見出している）にあるものとみられる企業も少なからず存在することがうかがえる。

いずれにしろ全体として障害者の雇用の水準の引き上げにつなげていくためには、法定雇用率未達成企業がこれを達成するよう取り組むことも、雇用の質的な面も含め、さらに高いレベルに発展させるよう取り組むことも、両方ともに重要であることはいうまでもない。

(2) CSR を組み込んだ社会メカニズムと企業経営

CSR の目指す社会メカニズム及び企業経営における CSR の位置づけが変化する要因、経過

をみてる。

CSR の理想とするところは、「企業と社会の相乗発展」であるといえる（（社）経済同友会「第15回企業白書」⁹⁾ほか）。先述した厚生労働省の研究会報告書¹⁷⁾は「従業員に責任ある行動を積極的にとっている企業が市場において投資家、消費者や求職者等から高い評価を受けるようにしていくことは、社会的にも有益である。」としている。これを労働分野以外にも敷衍していえば、企業が社会・環境問題に関し、積極的な対応を図る、そのことをNGO、消費者、従業員、投資家が評価、支持して市場でその企業の業績に好影響を与えるような行動をとる。このことによって、社会的問題の改善と企業の利益の双方が実現できることになる。逆に社会・環境問題に対応を怠る企業には、業績に悪影響が及ぶような行動がとられる。そのことによって、企業の行動が是正されるきっかけとなる。このような「企業と社会の相乗発展」が実現している社会メカニズムをCSRでは理想像としているといえる¹⁾。

谷本²⁶⁾は、企業経営におけるCSRの位置づけが変化し、企業がこれに積極的に対応するに至る過程について、企業経営にとって経済的課題か社会的課題か、中心的課題か周辺の課題か、という二つの座標軸で整理し説明している。

すなわち、これまでのCSRというのは、企業経営にとって周辺的で社会的な課題という位置づけであった。これが例えば大きな批判を受けたり訴訟となって社会問題化するようになると、企業はリスクの問題として対応せざるを得なくなり（中心的課題へ）、またCSRが市場レベルで問われるようになると経済的な課題へとシフトしていくことになる。CSRを求める社会の動きが、市場における経済行為として広がってくれば、CSRは企業経営にとって経済的・中心的課題となり、これに積極的に対応するようになるというものである。

ちなみに、（社）経済同友会の自己評価レポートにおける経営者意識調査¹¹⁾（注6）によると、CSRを「経営の中核」と考える企業経営者は年を追うごとに増加し（調査回答企業の71%）、「払うべきコスト」と考える企業経営者は減少している（51%）。

（3）障害者雇用関連施策と企業経営

（2）の谷本の整理に即して考えれば、障害者雇用の場合も、企業経営にとって経済的・中心的課題となることが、これを推進していく上で大きな動機付けになると考えられる。それでは、現状における障害者雇用関連施策が企業経営上の課題としての障害者雇用の位置づけを高めていくためにどのような意味を持っているのか、その限界も含めて考えてみる。

障害者の雇用の促進等に関する法律の体系は、大きく職業リハビリテーションの推進に関する部分と、法定雇用障害者数（雇用率に基づき算定された人数）以上の障害者の雇い入れを義務づける部分（雇用義務制度。納付金制度を含む。）の二つの柱からなる。

おおまかにいえば、前者は、障害者本人側に対する施策であり、後者は企業に対する施策であるといえるが、前者の各種施策も、ハローワークや障害者職業センター、障害者就業・生活支援センターといった関係機関の機能やジョブコーチなどの個別支援策をみても明らかとおり、企業が行う障害者雇用をサポートする上で不可欠の役割を担っている。

後者については、一定割合以上の人数の雇用障害者を雇い入れることを義務づける、雇用障

害者数が法定雇用障害者数を下回っている企業から納付金を徴収するなどの規制等もあるが、法定雇用率を上回っている企業に対する調整金や、納付金を財源として行われる助成金の事業など支援策もある。このほか、雇用保険を財源とするトライアル雇用や特定求職者雇用開発助成金といった支援策も多く準備され、広く活用されている。

これらの施策は、全体として現場において障害者の雇い入れ、雇用の継続等に当たって直面する様々な課題の解決のための処方であるといえる。支援策の多くは直接的には障害に対応した設備機器や人的サポートの負担を軽減する方向で作用し、障害者の雇用義務という経営上の法令遵守の要請について、各企業がこれをクリアする助けとなる¹⁸⁾ (注7)。その中でも経営上の課題としての障害者雇用の優先度自体を高める直接的な効果を及ぼす可能性があるものとして、あえてあげるとすれば企業名公表が考えられる。企業名公表は計画策定や指導を経ても雇用義務を履行しない企業について、これを公表して社会に訴える最終的な制裁措置である。企業名を公表された企業にとっては、自社の障害者雇用に対する消極的な取り組みが社会的に注目を浴び、経営の中心的な課題として対応せざるを得なくなる可能性が生じるであろう。市場の評価に影響が及べば経済的課題となり得る^(注8)。最終的に企業名の公表を免れたが、公表までの指導等のプロセスにのった企業についても、実際に指導の前後では相当程度の雇用状況の改善が図られていることから⁴⁾、同様の効果を及ぼすかもしれない。ただし、企業名公表の制度は雇用義務の履行状況が特に良くない企業、限られた企業についてのみ当てはまるものであり、また、いったん公表の対象とされた企業が、そのときだけでなく、以後も継続的に障害者雇用を経営上の大きな課題として取り組んでいくかどうかは未知数であるといわざるをえない。

なお、市場の評価に関連して公共調達の分野も注目される。各地方公共団体においては高い雇用率を達成している企業に対する競争入札参加資格の等級格付けの加点や指名競争入札に当たっての優先指名などの独自の取り組みがなされている^{3), 23)}。反対に障害者雇用状況の思わしくない企業との取引を制限する大阪府のような例もみられる²⁵⁾。

3. ステークホルダーとしての消費者と障害者雇用

(1) ステークホルダーとしての消費者のかかわり

CSRの推進に当たっては市場の評価が重要であることを確認するとともに、ステークホルダーとしての消費者のかかわりを、消費行動に対する消費者の社会的責任という観点から明らかにしてみる。

CSRが企業の経済的・中心的な課題に位置付けられるようにするためには、市場においてCSRに取り組む企業が評価される素地が求められる。市場における選択の基準として、企業が提供する製品、サービスの価格や品質だけでなく、それらがどのようなプロセスで、またどのような経営体制の下でつくられてきたのか、社会的に責任ある企業であるか否かが問われるようになる必要がある。具体的な行動としては、消費者の購買行動（ボイコット・バイコット）や投資家による社会的責任投資、企業間取引などにおける資材・原材料の調達などに当

たり CSR が重要な基準となることであるが、これが市場における規範として定着していくためには、消費者、投資家、従業員地域社会などステークホルダーの意識改革が不可欠の前提となる²²⁾。経済産業省の「企業の社会的責任（CSR）に関する懇談会」中間報告書¹²⁾は、「CSRを一過性のブームとして終わらせず、今後も中期に長期にわたって継続していくためには、企業側に対し、ステークホルダーが一方的に CSR の取組を要請するだけでなく、ステークホルダー自身が社会的責任の対象者であることから、ステークホルダーが社会的責任意識を持ちながら企業や SRI ファンド、評価・格付け機関などの取組を評価していくことが必要である。その評価が、企業との対話、あるいは購買行動、投資行動につながれば、CSR の取組みはより健全な形で進んでいくことが考えられる。」とし、今後は個人レベルの社会的責任意識の高揚や社会的責任の重要性に対する共通認識などが重要な要素となってくることが予想されとしている。

ここではステークホルダーの中でも特に消費者のかかわりに注目したい。

（社）経済同友会の企業白書⁹⁾は、近い将来、「価格」、「品質」と並び「CSR」が消費者の第3の選択基準になるであろうことを予想している。

また、財津²⁹⁾は、消費と環境（財津がここでいう環境とは自然環境だけでなく、社会的・文化的環境も含んだ広い意味で用いている。）の関係性について、消費行動における環境に対する社会的責任を説く。すなわち消費行動そのものが環境との相互作用によって成り立っており、自分の生活における目線から社会環境・自然環境とのかかわりを意識化することが必要であるとする。

消費行動そのものが環境との相互作用によって成り立っているとの視点に立つと、消費者には、自分自身の消費行動自体は自分の生活という私的領域に属しながらも、はるかな公的領域との相互作用から成り立っていることを認識することが求められており、自身の消費行動を環境に対する社会的責任としてとらえるべきとの考え方が見出される。

例えば、環境問題（ここでは自然環境のような、先述の消費と環境の関係性について述べたところより限られた意味で環境という用語を用いる。）であれば、資源的制約、環境的制約にある経済において、消費者の商品選択は企業の商品開発や生産システムを抜本的に動かす。消費者が商品の選択を誤れば環境破壊が発生することも考えられる⁵⁾。このような意味において消費者には社会的な責任があるということが出来る^{（注9）}。消費者が商品・サービスを選択する際の要素として商品自体の環境性能のみならず、事業者自身の環境配慮の取組状況も重要なものとなってきている⁷⁾。例えば、環境配慮促進法（環境情報の提供の促進等による特定事業者等の環境に配慮した事業活動の促進に関する法律）では、国民は、投資その他の行為をするに当たっては、環境情報を勘案してこれを行うよう努めるものとする（第5条）としている。

（２）障害者雇用に対する消費者の社会的責任

（１）において述べた通り、環境問題の分野では、消費者の商品選択の如何が企業の商品開発や生産システムに影響を与え、場合によっては環境を破壊することにもつながりかねないという意味において、消費者の社会的責任がはっきりと認識されているといえる。

では、障害者雇用に対する消費者のかかわりについてはどのようなことがいえるのであろうか。

これまで述べてきた通り、CSR の取り組みの一環として障害者雇用が推進されるべきであるということ、ないし単なる法的義務（強制）ということを超えて企業が積極的に障害者雇用に取り組むことの意義について、これを CSR に見出す見解は多い²⁾、¹⁷⁾、²⁶⁾、^(注10)

また、障害者雇用の取り組みを評価する主体として消費者を意識し、企業の雇用率達成の有無について消費者から受ける評価に関して分析、論じたものもある。これら（茅原⁸⁾、立石²⁷⁾）の分析によると消費者は法定雇用率達成企業を市場において高く評価する可能性が示唆され、また、雇用率達成状況の公表は、未達成企業に対する障害者雇用への取り組みを促進させる効果を持つことが示唆されるとしている^(注11)。

要すれば、既存の知見においては、CSR が障害者雇用の取り組みを促す材料であることはもちろん、市場における消費者の評価に着目し、雇用率達成状況の公表が障害者雇用の促進にとって効果的であることが示唆されている。しかしながら、障害者雇用の促進にとって消費者は無視し得ない存在であるということは明らかにされているといえるものの、消費者の障害者雇用とのかかわりのあり方、すなわち仮に消費者が能動的、積極的に障害者雇用にかかわるべきであるとすれば、それはいかなる理由によるものなのか、という点に目を向けるまでには至っていない。

それでは、(1) に述べたことも含め、これまで明らかにされてきたことを前提に、CSR の目指すところの「企業と社会の相乗発展」という視点に立ったとき、ステークホルダーとしての消費者は、企業の障害者雇用の取り組みに対してどのような姿勢で臨むべきなのであろうか。

筆者は、消費者が、消費行動に当たり障害者雇用に取り組む企業を積極的に評価することにより、いわば能動的に障害者雇用に関わることに必然性が認められるものと考ええる。具体的には、障害者雇用に対する消費者の消費行動には環境問題におけるそれと同様、一定の社会的責任、すなわち単に企業の障害者雇用の取り組みに対して理解する、賛同するというような立場を超えた密接なかかわり、共通する利益を有しているということがいえるのではないかと考える。

障害のない人も、いつ障害を有することになるかはわからない。個人には皆、その可能性がある。そうした前提で、公的な所得保障の分野では、障害を受けることによる勤労収入の減少というリスクに備えて皆が強制的に加入して保険料を拠出する公的年金の仕組みをもって障害者の自立を支えている。その延長上で考えれば、個々人が消費行動（障害者の雇用に積極的に取り組む製品、サービスを購入する）という形で障害者の職業的自立のための環境づくりに協力することは広い意味で自らの抱えるリスクへの対応であるとみることもできる。

また、障害者雇用の促進は、障害のない人も含めた各人の職業的な自立にとっても意義を持つ。バリアフリー化された職場は、いわば公共財ともいえるべきものである¹⁸⁾ ^(注12)。障害者にとって働きやすい職場環境とは、障害のない人にとっても働きやすい職場環境であり、障害者の職場進出が進むということは、ワークライフバランスの推進という形で、障害のない他の労働者にも利益が及ぶ。経営資源を別なものに置き換えることが可能な環境負荷の軽減などの場合と

は異なり、従業員の持つ多様な個性と能力は、その健康が損なわれ、消耗したからといって必ずしも代替がきくものではない¹⁶⁾(注13)。少子高齢化が進み、労働力人口の減少が進む中、障害者、女性、高齢者の働きやすい職場を整備することは社会全体の持続可能性にとっても利益となるといえる。

さらにいえば、公費の削減それ自体が目的ではないものの、障害者の一般企業への就労が進むことは、結果的に、より少ない公費負担で障害者の自立を図ることにもつながるであろう。

このように、「企業と社会の相乗発展」という視点に立つとともに、消費者の消費行動を自身の環境との相互作用による責任ととらえるとき、障害者雇用に積極的に取り組む企業の製品・サービスに対する消費者の選択には、社会的な責任がともなっているといえるのではないかと考える。

先述した高齢・障害者雇用支援機構の研究報告書¹⁸⁾は、CSRに関する既存調査結果の分析を行う中で「日本におけるCSRの関心は社会全般、企業ともに高いものがあるが、どちらかというと環境への関心が高く、労働、人権への取組みは調査によっては環境等への取組みには及ばない傾向が散見される。」^(注14)としている。障害者雇用を含め労働分野のCSRに対する企業の関心が環境分野のそれに及ばないとすれば、その背景にはこうした消費者の社会的責任意識の有無、浸透度の違いも存在しているのではないかとと思われる。

4 消費者が社会的責任を果たすための環境整備

消費者が消費行動を通じて、障害者雇用に関し、その社会的責任を果たしていくためにはいかなる環境整備が求められるのかを考えてみる。

CSRの取組みを市場が評価するに際し、そのパフォーマンスをあらわす指標は多岐にわたっていると考えられるが、障害者雇用の場合、実雇用率という指標が存在する。雇用率の高低だけでは、雇用の質を推し量ることができないなど限界もあるが、この指標は、法律により雇用義務が適用される全ての企業が把握し、行政に届け出がなされ、全国的な状況について集約・発表がされ、個別企業の実雇用率については情報公開法に基づく開示の対象にもなっている。

CSRレポート、持続可能性報告書などの形で積極的に自らの雇用率を開示し、説明責任を果たそうとする企業も数多く見受けられる。先述の(社)経済同友会の自己評価レポート¹¹⁾によると(調査回答企業の)45%の企業が持続可能性報告書(社会・環境報告書、CSRレポート等)を作成・公表しているとしている^(注15)。

消費者が消費行動を通じてその社会的責任を果たしていくためには、企業の障害者雇用に関する情報を集約評価し、情報提供する機能が必要であろう。端的にいうと消費者が財やサービスを提供する際に、雇用率達成企業が製造したものであるということが何らかの形で消費者に伝わるようにすることであると考える。

先に述べたように、法の最終的な制裁措置として企業名公表制度が存在するが、これは雇用義務の履行状況が特に良くない企業、限られた企業についてのみ当てはまる制度であり、継続的に、かつ、法令遵守のレベルを超え障害者雇用に積極的な意義を見出していこうと取り組む

企業に対しても後押しができるような仕組みが欲しいところである。

このように考えると、今後は特にポジティブスクリーニングが必要であり、法定雇用率の達成状況はもとより雇用の質の面も含め障害者雇用に熱心に取り組む企業を積極的に評価し、情報提供する、それによって消費者の製品・サービスの選択行動に資するような取り組みが重視されるべきであろう。

2（3）で述べた公共調達の分野の取り組み以外に、例えば東京都は障害者雇用優良事業登録事業²⁸⁾を実施しており、障害者雇用率 2.1%、常用労働者数 300 人以上等の条件を満たす企業にシンボルマーク・名称の使用を認め、東京都のホームページで公表する事業を実施している^(注 16)。

こうした公的な部門による取組も障害者雇用に取り組む企業の情報を広く提供する意義が認められることはもちろんであるが、本来的には、消費者、企業、行政の間に立って第三者の立場から継続的に企業の障害者雇用の取り組みを評価し、情報提供する機能が確立されることが望まれると考える。

5 結語

冒頭にも述べた通り、障害者雇用の一層の進展のためには、現場の企業関係者・職業リハビリテーション関係者の変わらぬ尽力とともに、障害者雇用が、企業経営上の課題としてより重要性の高いものに位置づけられ、取り組まれていくことが必要であり、CSR の推進はその鍵となる。CSR の目指すところは「企業と社会の相乗発展」であり、企業が社会・環境問題に対して積極的な対応を図る、そのことを消費者や投資家などのステークホルダーが支持して市場における評価につながるような環境が整うことが重要である。障害者雇用も、その取り組みの状況が市場における評価の基準として定着し、取り組みに積極的な企業が競争的優位につながるような環境が整うことが望ましいことはいままでもない。そのための素地としては、消費者が自らの消費行動と障害者雇用とを結びつけて考えることが重要である。人は皆、障害を持つ可能性を有している。また、障害者にとって働きやすい職場環境は皆にとっても働きやすい職場環境である。障害者の職業的自立は遍く共通する利益である。自身の消費行動を障害者雇用と結びつけて考え、障害者雇用に積極的に取り組む企業の製品・サービスに対する選択を消費者の社会的な責任として認識することが、障害者雇用を企業経営の経済的・中心的課題として押し上げ、その持続的な発展を実現する原動力になるものと考ええる。

消費者が消費行動を通じてその社会的責任を果たしていくためには、企業の障害者雇用に関する情報を集約評価し、情報提供する機能が必要であろう。今後は、法定雇用率の達成状況はもとより雇用の質の面なども含め、特にポジティブスクリーニングに力点を置いた第三者の立場からの情報提供、評価機能の確立が望まれると考える。

【注】

- (注 1) 本文中、雇用される障害者の人数については重度身体障害者、重度知的障害者についてダブルカウント、短時間労働者について 0.5 カウント（平成 18 年分については精神障害者たる短時間労働者のみ 0.5 カウント）した後の数字である。
- (注 2) (社) 経済同友会「日本企業の CSR：現状と課題－自己評価レポート 2003」¹⁰⁾ は、(同会の第 15 回企業白書⁹⁾ の提唱する) 社会的責任経営について、「様々なステークホルダー（顧客、株主、従業員、将来の世代、地域社会など）を広く視野に入れながら、企業と社会の利益をその時代の社会ニーズを踏まえて高い次元で調和させ、企業と社会の持続的かつ相乗的な発展を図る経営のあり方」と要約している。また、日本経営倫理学会 CSR イニシアティブ委員会²⁴⁾ は、「CSR とは、企業組織と社会の健全な発展を保護し、促進することを目的として、不祥事の発生を未然に防ぐとともに、社会に積極的に貢献していくために企業の内外に働きかける制度的義務または責任である。」としている。
- (注 3) CSR の分類としては、他に例えば、日本経営倫理学会 CSR イニシアティブ委員会²⁴⁾ が作成した CSR 行動憲章においては、責任のレベルに応じて、法的責任、経済的責任、倫理的責任、社会貢献的責任に区分する。また、法令を遵守することや基本的人権を侵害しないこと、株主、従業員、消費者、地域の住民などの利害関係者に対する責任、積極的に社会の福利増進に貢献すること、と区分する見方などもある（望月規夫²¹⁾）。
- (注 4) 本稿では法令遵守も含めて CSR ととらえているが、これは第 15 回企業白書⁹⁾、CSR 行動憲章²⁴⁾、経済産業省、厚生労働省の各研究会報告書^{12), 16), 17)} ほか多数の文献における取扱いにならっている。なお法令遵守は CSR には含まれないとする見方もある（馬奈木¹⁹⁾ など。松本²⁰⁾ は、自身は法令遵守は含まれるとの見方に立ちつつ両説を紹介。）。
- (注 5) 障害者雇用に対する基本的な考え方として、7 つの設問項目を設置し、それぞれ「そう思う」、「どちらかといえばそう思う」、「どちらかといえばそう思わない」、「そう思わない」の 4 段階で回答を求めたもの。
- (注 6) 本文引用以外に、同レポート¹¹⁾ における意識調査によると、CSR を「企業戦略の中核」として取り組む企業は 31%に増加し、「法令や社会から求められたこと」に取り組む企業は 34%に減少している（2003 年、2006 年調査との比較）。
- (注 7) 高齢・障害者雇用支援機構の研究報告書¹⁸⁾ では、「従業員として雇用する場合、種々の要因がその経営に影響を与える。労働が収益の源泉となり、一方で人件費がコスト要因となるという収支への影響はその基本であるが、障害がある従業員の場合、影響は他の面にも及んでいく。直接的には、障害者がある従業員のための設備機器の導入の費用、その従業員を他のスタッフがサポートする場合の人的負担等が想起されるが、

障害者雇用支援にかかる各種の制度はそれら負担を相殺する方向に影響し、先に述べた社会的責任との関係では企業イメージも考慮の対象となる。(中略) 企業の障害者雇用の促進を図っていくためにはこうした企業経営との関係を踏まえた障害者雇用の促進要因・促進策を検討し、それをより明らかにしていくことが重要である。」としている。

(注 8) 本文に述べた通り企業名公表制度は、公表によって情報提供を受けた社会の側が当該違反企業に対して不買などのネガティブな対応をすることを想定して成り立っており、その制裁としての効果は、本文第 3 章において述べるような市場における評価、消費者の消費行動によって当然変わってくるものと予想される。

(注 9) 石橋⁵⁾は、環境保全との関係において消費者には社会的環境責任があるとする。なお、消費者に社会的責任があるとする財津²⁹⁾の主張の結論自体については、他に例えば伊藤⁶⁾も同旨。

(注 10) 例として、厚生労働省の労働に関する CSR 推進研究会報告書¹⁷⁾は、労働分野において社会問題となっている諸問題の解決を図る上で、労働 CSR が有する効果について、置き換えることのできない従業員について、その働き方に十分な配慮を行い、かけがいのない個性や能力を活かせるようにしていくことは企業にとって本来的な責務であるといえること、従業員等に責任ある行動を積極的にとっている企業が市場において投資家、消費者や求職者等から高い評価を受けるようにしていくことは、社会的にも有益であることをあげている。また個別企業の問題が社会問題と深く関わっている場合などには、様々なステークホルダーとの対話と協働を通じて解決を図る CSR の取り組みが有効であると考えられるとしている。また、安生²⁾は、個々の企業にとっての雇用・労働問題は極めて多様であり、どのような施策が有効かの答えは一つではないことから、政府による法令、規制などの一律的な施策によってではなく、CSR の観点から自社にあった多様な取り組みを行うことが企業の成長・発展にとって有意義な成果につながるができるとする。谷本²⁶⁾は、それぞれの領域において、コンプライアンス、リスク管理という基礎を固めるいわば「守りの CSR」と、それぞれの課題により積極的に取り組み、新たな社会的価値を創発していくという「攻めの CSR」のレベルがあるとし、特に後者については、社会的価値を生み出す革新的な価値が期待されるとして、障害者雇用を例に、ただ法定雇用率の 1.8%という数字をクリアすればいいということではなく、障害者の就労、仕事のあり方を考え、障害者個人の資質を生かす場、働きがいのある場をいかに提供できるか、ということが課題となっていくとしている。

(注 11) 茅原⁸⁾は、障害者雇用が企業経営に与える影響について、費用－便益分析の想定モデルに、障害者を雇用したことから得られる非経済的便益(社会的信用、企業者・経営者の心理的安定、同僚従業員への効果)を加えるべきと主張し、これが長期的には経済的便益に転ずるような要素があると考えられるとしている。そして、雇用率未達成の公表は非経済的便益がもたらす社会的信用を失墜させる効果を持つことから、公

表により企業イメージが低下し、経済的便益が減少すると企業が認識することができれば、企業は障害者を積極的に雇用するだろうと主張する。立石²⁷⁾は、大学の学生という限られた集団を対象にしたものではあるが、アンケート調査、分析（Conjoint Analysis）を行い、個別企業の障害者雇用状況に関する情報が消費者の購買行動にどのような影響を与えるかを探っている。その結果、消費者は雇用率達成企業が製造する財を好んで購買する確率が高く、またこれに一定のプレミアムを付与することが観測されたことから、障害者雇用に伴うコストを価格転嫁しても市場において消費者に許容される可能性があるとしている。そして、広く一般の消費者に個別企業の障害者雇用状況に関する情報を提供するのは非常に効果的であると思われると考察している（ただし、本調査、分析には、先述のようなアンケート調査の対象の偏り等いくつかの限界、課題があり、今後さらに調査、分析がなされることによる結果の検証が待たれる。）。

（注 12） 「バリアフリー化された職場は、いわば公共財ともいうべきもので、その恩恵は当該障害者にだけでなく、広く施設の利用者全員に及ぶ。」（高齢・障害者雇用支援機構¹⁸⁾）

（注 13） 厚生労働省の「労働に関する CSR 推進研究会中間報告書」¹⁶⁾ は、「例えば、環境負荷を軽減するに当たっては、経営資源を別な物に置き換えることによって対処できる場合があるが、従業員は多様な個性と能力を有しており、従業員の健康が損なわれ、消耗したからといって必ずしも代替がきくものではない。また、職業能力の蓄積なしに失業するようなことになれば、さらなる職業能力の低下を招き、無業期間が長期化しかねないが、これは従業員本人の職業生涯に取り返しのつかない損害を与えるのみならず、社会全体でみても悪影響を及ぼす。」とする。

（注 14） 高齢・障害者雇用支援機構の研究報告書¹⁸⁾ は、既存調査（「CSR に関する消費者意識調査」（NTT データスミス）、「CSR（企業の社会的責任）に関するアンケート調査」（2009 年 9 月 15 日 （社）日本団体連合会））の結果から、本文記述のような分析をしている。なお、労働に関する CSR 研究会報告書¹⁷⁾ は企業の労働 CSR の取組実態に関するアンケート調査を行っている。それによると、企業においても CSR の重要性の認識が高まっているが、労働 CSR については、コンプライアンスの一部として狭くとらえる考え方が根強く、労働 CSR を従業員というステークホルダーへの責任ある行動をとることとする認識はまだ十分に浸透していないことが明らかになったと分析している。

（注 15） ちなみに評価指標の具体例としては、経済同友会自己評価レポート¹¹⁾ のもとになった CSR に関する取り組み状況についての企業の「自己評価シート」（第 3 版）においては、労働慣行を含む 7 分野、107 の設問からなっており、その中で障害者雇用については過去 3 年間の障害者雇用率の推移及び 3 年後の目標を記入するものとなっている。また、東洋経済新報社刊「CSR 企業総覧 2012 年版」では、障害者雇用については、2008 年から 2010 年における各年の実人数と障害者雇用率が掲載されている（このほか、雇用率について中長期的な目標値がある場合はその旨、特例子会社の有無及び会

社名、具体的な障害者雇用の取組み内容についても適宜掲載されている。)

(注 16) <http://www.hataraku.metro.tokyo.jp/koyo/shogai/touroku/touroku.html>

本文第 2 章 (3) にも触れた通り、大阪府では、(東京都とは対照的に) 府と取引のある企業であって障害者雇用に改善のみられない一定の要件に該当する企業について府との取引を制限するとともに、企業名を公表する制度を設けている²⁵⁾。

《引用・参考文献》

-
- 1) 足達英一郎: 企業の社会的責任と雇用・労働問題, 「日本労働研究雑誌」, No. 530, p50 (2004)
 - 2) 安生徹: CSR 経営と雇用・労働, 「日本労働研究雑誌」, No. 530, p44 (2004)
 - 3) 今井明: 障害者の就労に対する発注促進策の特徴と当面の課題, 「社会事業研究所研究紀要」, 第 57 集, p87 (2011)
 - 4) 今井明: 障害者雇用促進法に基づく企業名公表制度に関する考察, 「職業リハビリテーション」, Vol. 25 No. 1, pp. 17-19 (2012)
 - 5) 石橋春男: 環境と消費者 (入門 消費経済学 3), p4, 慶應義塾大学出版会 (2010)
 - 6) 伊藤幸雄: CSR と消費者, 「名古屋経済大学消費者問題研究所報」, (28), pp. 16-17 (2006)
 - 7) 環境省: 環境に配慮した事業活動の促進方策の在り方について (意見具申) (平成 16 年 2 月 5 日 中央環境審議会), P8
 - 8) 茅原聖治: 障害者法定雇用率未達成企業に関する経済学的一考察, 「龍谷大学経済学論集」, Vol. 44 No.3, pp. 15 - 16 (2004)
 - 9) (社) 経済同友会: 第 15 回企業白書 「「市場の進化と社会的責任経営」, pp. 6 - 7, pp. 31 - 35, p41 (2003)
 - 10) (社) 経済同友会: 日本企業の CSR: 現状と課題ー自己評価レポート 2003, p4 (2004)
 - 11) (社) 経済同友会: 日本企業の CSR: 現状と課題ー自己評価レポート 2010, p12 (2010)
 - 12) 経済産業省: 「企業の社会的責任 (CSR) に関する懇談会」中間報告書 (平成 16 年 9 月 10 日), p28, pp. 43 - 44
 - 13) 厚生労働省: 「平成 18 年 6 月 1 日現在の障害者の雇用状況について」 (平成 18 年 12 月 14 日)
 - 14) 厚生労働省: 障害者雇用対策基本方針 (平成 21 年 3 月 5 日 厚生労働省告示第 55 号)
 - 15) 厚生労働省: 「平成 23 年障害者雇用状況の集計結果」 (平成 23 年 11 月 25 日)
 - 16) 厚生労働省: 労働に関する CSR 推進研究会中間報告書 (平成 16 年 6 月 労働に関する CSR 推進研究会) p4
 - 17) 厚生労働省: 労働に関する CSR 推進研究会報告書 (平成 20 年 3 月 労働に関する CSR 推進研究会) p2, PP. 4 - 5
 - 18) 高齢・障害者雇用支援機構: 企業経営に与える障害者雇用の効果等に関する研究, p9, p16, pp. 24 - 25, p50, pp. 62 - 63 (2010)
 - 19) 馬奈木俊介: 企業の立場から考える CSR 活動, 「経済セミナー」, 627 号, p29 (2007)
 - 20) 松本恒雄: “コンプライアンス” は何を示すか, 「経済セミナー」, 627 号, p25 (2007)

- 21) 望月規夫：企業の社会的責任と消費者，「国民生活」，第 32 巻 5 号，p33 (2002))。
- 22) 向山敦夫：企業の社会性評価と CSR，「経営分析研究」，第 25 号，p36 (2009)
- 23) 内閣府：官公需における障害者雇用企業・障害者福祉施設等に対する特例措置について（平成 22 年度）
- 24) 日本経営倫理学会 CSR イニシアティブ委員会（水尾順一ほか編）：CSR イニシアティブ，pp. 23 - 25, p79, p87, p89, 日本規格協会 (2005)
- 25) 大阪府：大阪府障害者の雇用の促進等と就労の支援に関する条例（平成 21 年大阪府条例第 84 号。愛称ハートフル条例。）、大阪府障害者の雇用の促進等と就労の支援に関する条例の規定に基づき氏名等を公表された事業主に係る契約の締結及び補助金の交付等の制限措置に関する要綱
- 26) 谷本寛治：CSR，pp. 67 - 70, pp. 106 - 107, NTT 出版 (2008)
- 27) 立石純一郎：消費者は障害者雇用を評価するか — Conjoint Analysis を用いた消費者行動の検証 —，「学習院大学大学院経済学研究科・経営学研究科研究論集」，Vol. 18 No.1, pp. 63 - 67 (2010)
- 28) 東京都障害者雇用優良企業登録事業
<http://www.hataraku.metro.tokyo.jp/koyo/shogai/touroku/touroku.html>
- 29) 財津庸子：消費行動における「社会的責任」概念把握の試み，「消費者教育」，vol. 29, pp. 121 - 125, (2007)