

週刊WEB

企業 経営

MAGA
ZINE

Vol.635 2019.7.30



Weeklyエコノミスト・レター 7月22日号

米中関税競争の経済コスト

～通商法301条に基づく対中追加関税賦課から1年。
米中関税競争の影響が次第に明らかに

ネット
ジャーナル

経済・金融フラッシュ 2019年7月19日号

消費者物価(全国19年6月)

～食料品の上昇が目立つものの、
コアCPI上昇率は鈍化傾向が続く

統計調査資料

月例経済報告

(令和元年7月)

経営
TOPICS

職場環境を整え社員のパフォーマンスを向上させる
労働安全衛生法改正のポイント

経営情報
レポート

ジャンル:マネジメントスキル

サブジャンル:CSR(企業の社会的責任)

企業ブランドイメージを高めるCSRの取り組み
CSRの取り組みポイント

経営
データ
ベース

発行:税理士法人 森田会計事務所

本誌掲載記事の無断転載を禁じます。

米中関税競争の経済コスト

～通商法301条に基づく対中追加関税賦課から1年。米中関税競争の影響が次第に明らかに

1 トランプ政権は18年以降、中国からの輸入品に対する関税強化策を相次いで実行してきた。

とくに、中国の知的財産権の侵害を理由に通商法301条に基づいて18年7月から実施されている関税強化策では、第3弾までで対中輸入のおよそ半額に当たる2,500億ドルに25%の関税が賦課される状況となっている。

通商法 301 条に基づく
米国の対中関税と中国の制裁措置

2018年 7月6日	米	【第1弾】対中輸入額340億ドル(818品目)に25%
	中	【第1弾】対米輸入額340億ドル(545品目)に25%
8月23日	米	【第2弾】対中輸入額160億ドル(279品目)に25%
	中	【第2弾】対米輸入額160億ドル(333品目)に25%
9月24日	米	【第3弾】対中輸入額2,000億ドル(5,745品目)に10%
	中	【第3弾】対米輸入額600億ドル(5,207品目)に5～10%
2019年 5月10日	米	【第3弾】の関税率を25%に引き上げ
5月13日	米	【第4弾】対中輸入額3,000億ドル(3,805品目)に最大25%、発効は最短6月末
6月1日	中	【第3弾】の関税率を最大25%に引き上げ
6月29日	米	【第4弾】の発動を先送り

(資料) USTR、GRS、各種報道よりニッセイ基礎研究所作成

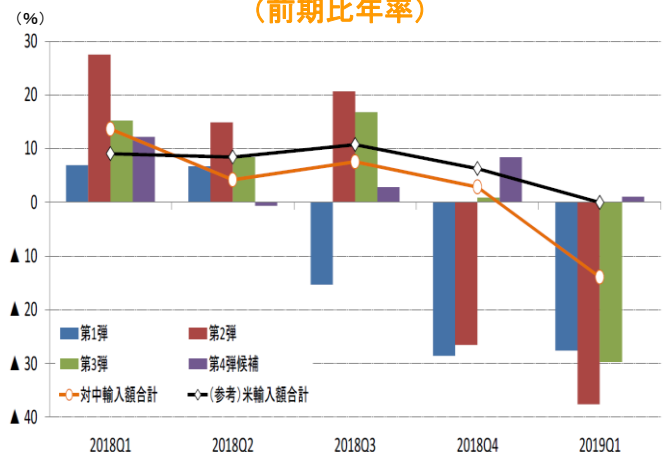
2 米国の関税強化策や中国からの対抗措置に伴い、米中ともに制裁対象品の貿易額減少が顕著となっている。

今後、関税強化策がさらに強化される場合には米国の農業や製造業への影響が大きいとみられる。

3 一方、最近の研究では制裁関税の引き上げ分が相当程度最終価格に転嫁されて

いるとの試算が示されており、対中関税の引き上げが米国内の家計や企業の負担増に繋がっていることが明らかになっている。家計の負担増加額は、対中関税第3弾までで年間800ドル程度との試算もあり、第4弾まで実施される場合には18年から実施されている個人向け減税の効果を相殺する可能性が高い。

301条に基づく制裁対象輸入額の伸び
(前期比年率)



(注) 通関ベース、制裁弾別の伸び率は米国国際貿易委員会 (ITC) データベースなどからジェトロが試算
(資料) ジェトロよりニッセイ基礎研究所作成

4 6月下旬の米中首脳会談での合意に伴い、米中関税競争は一旦小康と予想される。もっとも、トランプ大統領は通商交渉での合意には時間がかかると発言しており、関税賦課が長期化する可能性が高いほか、依然として関税競争が再び激化する可能性も残されているため、今後の動向が注目される。

「Weeklyエコノミスト・レター」の全文は、
当事務所のホームページの「マクロ経済予測レポート」
よりご確認ください。

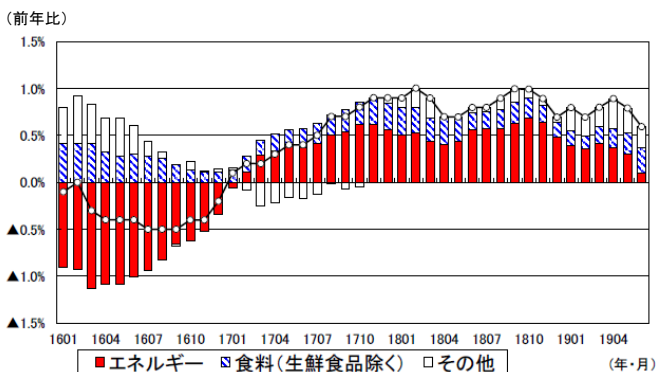
消費者物価(全国19年6月)

～食料品の上昇が目立つものの、コアCPI上昇率は鈍化傾向が続く

1 コアCPI上昇率は前月から0.2ポイント縮小

総務省が7月19日に公表した消費者物価指数によると、19年6月の消費者物価(全国、生鮮食品を除く総合、以下コアCPI)は前年比0.6%(5月:同0.8%)となり、上昇率は前月から0.2ポイント縮小した。事前の市場予想(QUICK集計:0.6%、当社予想も0.6%)通りの結果であった。生鮮食品及びエネルギーを除く総合(コアコアCPI)は前年比0.5%(5月:同0.5%)となり、上昇率は前月と変わらなかった。生鮮食品が前年比2.8%(5月:同▲0.1%)と8カ月ぶりに上昇したため、総合は前年比0.7%(5月:同0.7%)となり、コアCPIの伸びを上回った。

消費者物価指数(生鮮食品除く、全国)の要因分解



(資料) とともに総務省統計局「消費者物価指数」

2 上昇品目数が増加

消費者物価指数の調査対象523品目(生鮮食品を除く)を、前年に比べて上昇している品目と下落している品目に分けてみると、6月の上昇品目数は303品

目(5月は296品目)、下落品目数は162品目(5月は168品目)となり、上昇品目数が前月から増加した。上昇品目数の割合は57.9%(5月は56.6%)、下落品目数の割合は31.0%(5月は32.1%)、「上昇品目割合」-「下落品目割合」は27.0%(5月は24.5%)であった。

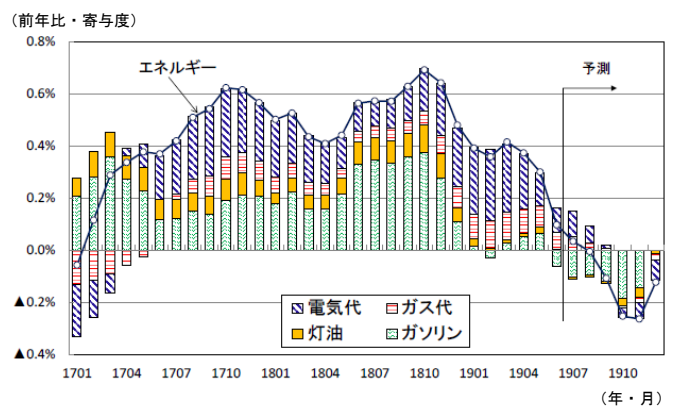
3 コアCPI上昇率はゼロ%台前半へ

コアCPI上昇率はエネルギー価格の上昇幅縮小を主因として鈍化している。

原油価格(ドバイ)は18年末の50ドル程度から70ドル台まで上昇した後、足もとでは60ドル台前半で推移している。

エネルギー価格の上昇率は18年10月の前年比8.9%をピークに19年6月には同1.2%まで縮小したが、夏場以降はマイナスとなることが見込まれる。

コアCPIに対するエネルギーの寄与度



(注) 19年10月以降の予測は消費税率引き上げの影響を除く

経済・金融フラッシュの全文は、
当事務所のホームページの「マクロ経済予測レポート」
よりご確認ください。

月例経済報告 (令和元年7月)

内閣府 2019年7月23日公表

総論

1 我が国経済の基調判断

景気は、輸出や生産の弱さが続いているものの、緩やかに回復している。

- 個人消費は、持ち直している。
- 設備投資は、このところ機械投資に弱さもみられるが、緩やかな増加傾向にある。
- 輸出は、弱含んでいる。
- 生産は、このところ横ばいとなっているものの、一部に弱さが続いている。
- 企業収益は、高い水準で底堅く推移している。
企業の業況判断は、製造業を中心に慎重さが増している。
- 雇用情勢は、着実に改善している。
- 消費者物価は、このところ緩やかに上昇している。

先行きについては、当面、弱さが残るものの、雇用・所得環境の改善が続くなかで、各種政策の効果もあって、緩やかな回復が続くことが期待される。ただし、通商問題の動向が世界経済に与える影響に一層注意するとともに、中国経済の先行き、海外経済の動向と政策に関する不確実性、金融資本市場の変動の影響に留意する必要がある。

2 政策の基本的態度

政府は、東日本大震災からの復興・創生及び平成 28 年（2016 年）熊本地震からの復旧・復興に向けて取り組むとともに、デフレからの脱却を確実なものとし、経済再生と財政健全化の双方を同時に実現していく。

このため、6月21日に「経済財政運営と改革の基本方針 2019～『令和』新時代：『Society 5.0』への挑戦～」、「成長戦略実行計画」等を閣議決定した。今後、これらに基づき、潜在成長率の引上げによる成長力の強化に取り組むとともに、成長と分配の好循環の拡大を目指す。さらに、誰もが活躍でき、安心して暮らせる社会づくりのため、全世代型社会保障を実現する。

また、10月に予定されている消費税率の引上げを控え、経済財政運営に万全を期す。

平成 30 年度補正予算及び臨時・特別の措置を含む令和元年度予算を迅速かつ着実に執行する。
日本銀行には、経済・物価・金融情勢を踏まえつつ、2%の物価安定目標を実現することを期待する。

各論

1 消費・投資などの需要動向

個人消費は、持ち直している。

実質総雇用者所得は緩やかに増加している。また、消費者マインドは弱含んでいる。

需要側統計（「家計調査」等）と供給側統計（鉱工業出荷指数等）を合成した消費総合指数は、5月は前月比0.2%減となった。個別の指標について、最近の動きをみると、「家計調査」（5月）では、実質消費支出は前月比5.5%増となった。販売側の統計をみると、「商業動態統計」（5月）では、小売業販売額は前月比0.4%増となった。新車販売台数及び家電販売は、持ち直している。

旅行は、持ち直しの動きがみられる。外食は、緩やかに増加している。

先行きについては、雇用・所得環境が改善するなかで、持ち直しが続くことが期待される。

設備投資は、このところ機械投資に弱さもみられるが、緩やかな増加傾向にある。

需要側統計である「法人企業統計季報」（1－3月期調査）でみると、2019年1－3月期は前期比1.1%増となった。業種別にみると、製造業は同1.7%減、非製造業は同2.8%増となった。機械設備投資の供給側統計である資本財総供給（国内向け出荷及び輸入）は、一部に弱さがみられるものの、おおむね横ばいとなっている。ソフトウェア投資は、緩やかに増加している。

「日銀短観」（6月調査）によると、全産業の2019年度設備投資計画は、増加が見込まれている。「日銀短観」による企業の設備判断は、不足感がみられる。先行指標をみると、機械受注は、おおむね横ばいとなっている。建築工事費予定額は、緩やかに増加している。先行きについては、高水準の企業収益や成長分野への対応等を背景に、緩やかに増加していくことが期待される。

住宅建設は、おおむね横ばいとなっている。

持家の着工は、このところ増加している。貸家の着工は、緩やかに減少している。

分譲住宅の着工は、おおむね横ばいとなっている。総戸数は、5月は前月比3.3%減の年率90.0万戸となった。なお、首都圏のマンション総販売戸数は、このところ弱含んでいる。

先行きについては、当面、横ばいで推移していくと見込まれる。

公共投資は、このところ底堅い動きとなっている。

5月の公共工事出来高は前月比0.9%増、6月の公共工事請負金額は同8.0%減、5月の公共工事受注額は同3.3%減となった。公共投資の関連予算をみると、国の平成30年度一般会計予算では、補正予算において約1.6兆円の予算措置を講じており、補正後の公共事業関係費は、前年度を上回っている。令和元年度当初予算では、公共事業関係費について、一般会計では前年度当初予算比15.6%増（臨時・特別の措置分を含む）としている。令和元年度地方財政計画では、投資的経費のうち地方単独事業費について、前年度比5.2%増としている。

先行きについては、関連予算の執行により、底堅く推移することが見込まれる。

輸出は、弱含んでいる。輸入は、おおむね横ばいとなっている。

貿易・サービス収支は、赤字となっている。

地域別にみると、アジア及びEU向けの輸出は、弱含んでいる。アメリカ及びその他地域向けの輸出は、おおむね横ばいとなっている。先行きについては、海外景気の緩やかな回復等を背景に、持ち直していくことが期待される。ただし、通商問題の動向が世界経済に与える影響や中国経済の先行きなど海外経済の不確実性に留意する必要がある。

輸入は、おおむね横ばいとなっている。地域別にみると、アジア、アメリカ及びEUからの輸入は、おおむね横ばいとなっている。先行きについては、持ち直していくことが期待される。

貿易・サービス収支は、赤字となっている。5月の貿易収支は、輸出金額が減少し、輸入金額が増加したことから、赤字幅が拡大した。また、サービス収支は、赤字に転じた。

2 企業活動と雇用情勢

生産は、このところ横ばいとなっているものの、一部に弱さが続いている。

鉱工業生産は、このところ横ばいとなっているものの、一部に弱さが続いている。鉱工業生産指数は、5月は前月比2.0%増となった。鉱工業在庫指数は、5月は前月比0.5%増となった。

また、製造工業生産予測調査によると、6月は同1.2%減、7月は同0.3%増となることが見込まれている。業種別にみると、輸送機械は緩やかに増加している。生産用機械はおおむね横ばいとなっている。電子部品・デバイスは減少している。

生産の先行きについては、中国経済など海外経済の動向に留意する必要があるが、持ち直しに向かうことが期待される。また、第3次産業活動は、緩やかに増加している。

企業収益は、高い水準で底堅く推移している。企業の業況判断は、製造業を中心に慎重さが増している。倒産件数は、おおむね横ばいとなっている。

企業収益は、高い水準で底堅く推移している。「法人企業統計季報」（1－3月期調査）によると、2019年1－3月期の経常利益は、前年比10.3%増、前期比13.2%増となった。業種別にみると、製造業が前年比6.3%減、非製造業が同18.4%増となった。規模別にみると、大・中堅企業が前年比11.2%増、中小企業が同8.6%増となった。「日銀短観」（6月調査）によると、2019年度の売上高は、上期は前年比1.7%増、下期は同0.6%増が見込まれている。経常利益は、上期は前年比7.9%減、下期は同0.4%減が見込まれている。

企業の業況判断は、製造業を中心に慎重さが増している。「日銀短観」（6月調査）によると、「最近」の業況は、「全規模非製造業」ではおおむね横ばいであったが、「全規模製造業」が低下したことから、「全規模全産業」は低下した。9月時点の業況を示す「先行き」は、「最近」に比べ慎重な見方となっている。また、「景気ウォッチャー調査」（6月調査）の企業動向関連D1によると、現状判断及び先行き判断は変わらなかった。

月例経済報告（令和元年7月）の全文は、
 当事務所のホームページの「企業経営 TOPICS」よりご確認ください。



職場環境を整え社員のパフォーマンスを向上させる

労働安全衛生法 改正のポイント

- 1.労働安全衛生法改正のポイント
- 2.産業医が果たすべき役割と面接指導の進め方
- 3.職場の衛生管理と業務遂行能力低下への対策
- 4.社員のパフォーマンス向上に繋がる取り組み事例



参考文献

「労働衛生のしおり」(中央労働災害防止協会) 「働き方改革法 労働基準法、労働安全衛生法、パート労働法、派遣法」(大村剛史、高 亮) 「嘱託産業医 スタートアップマニュアル」(勝木美佐子、奥田弘美) 「産業保健と看護 2018vol.10」(長谷川素美)

1

企業経営情報レポート

労働安全衛生法改正のポイント

「働き方改革」によって、事業者は従業員の生活や健康を守りつつも、自社の生産性の向上や優秀な人材の確保という課題に対しても同時に取り組まなければなりません。

本レポートでは、働き方改革関連法案の改正のうち、労働安全衛生法の改正のポイントについて整理し、事業者が職場環境および労働者を守るために果たすべき義務について要点をまとめました。

■働き方改革における労働安全衛生法改正の要点

1. 面接指導等の強化	①面接指導の義務化
	②労働者の申出による面接指導の対象拡大
	③労働時間の状況の把握
2. 産業医・産業保健機能の強化	①産業医の活動環境の整備
	②労働者の心身の状態に関する情報の取り扱い

■面接指導等の強化

①面接指導の対象・要件

これまで、長時間労働者への医師による面接指導制度が設けられていましたが、今回の改正では、面接指導の対象・要件として、下記の通り、従事する業務や勤務時間による条件が定められました。

■面接指導義務に関する改正のポイント

- 新たな技術、商品または役務の研究開発に係る業務に従事する労働者で、時間外・休日労働が月当たり 100 時間を超える者
- 特定高度専門業務・成果型労働制（高度プロフェッショナル制度）の対象者で、健康管理時間が1週間当たり 40 時間を超えた場合のその超えた時間が月 100 時間を超える者

②事業者が講ずる措置

さらに、事業者は、面接指導の結果に基づく必要な措置についての医師の意見の聴取、また必要がある場合には、就業場所・職務内容の変更、有給休暇の付与、労働時間の短縮、深夜業の回数の減少等の措置、健康管理時間が短縮されるための配慮等の措置を講じなければならないものとされています（労働安全衛生法第 66 条の 8 の 2 第 2 項・同法 66 条の 8 の 4 第 2 項による同法第 66 条の 8 第 5 項の準用）。

2

企業経営情報レポート

産業医が果たすべき役割と面接指導の進め方

本章では、職場環境を整えるうえで重要な、産業医が担うべき役割とその意義について解説します。事業者にとっては、産業医と上手く連携してそのメリットを最大限に活用することが、生産性の向上にも繋がることになります。

■ 医師による面接指導の意義

事業所での産業医面談には、主に3種類あります。①健康診断に基づく「保健指導」、②従業員からの申し出による「健康相談」、③「医師による面接指導」です。

このうち③「医師による面接指導」は、労働安全衛生法の規定によるもので、2種類に分けられます。

■ 医師による面接指導

- ①長時間労働者への面接指導：時間外・休日労働時間が1ヶ月あたり100時間以上の者で、疲労の蓄積が認められるものが対象（労働安全衛生法第66条の8）
- ②高ストレス者への面接指導：ストレスチェックの結果、高ストレスであり、面接指導が必要であるとストレスチェックの実施者が判断した者が対象（労働安全衛生法第66条の10）

上記①の対象である長時間労働者への医師による面接指導を行うために、まずは衛生委員会で規約作りなど下記に関する審議を行います（労働安全衛生規則第22条9号）。

■ 面接指導のための体制整備の手順

- ①長時間労働者に対する健康障害防止対策の実施計画の策定
- ②面接指導等の実施方法および実施体制
- ③労働者の申出が適切に行なわれるための環境整備
- ④申出を行ったことにより不利益な取扱いが行われないようにするための対策
- ⑤面接指導または面接指導に準ずる措置の実施対象者を定める基準の策定
- ⑥事業場における長時間労働による健康障害の防止対策の周知

法令では、時間外労働が月100時間を超える者について面接を行うよう規定されています。また、面接指導の体制については、衛生委員会など事業所側の組織が主体となって整備し、産業医との連携を密にしながら進めていきます。

3

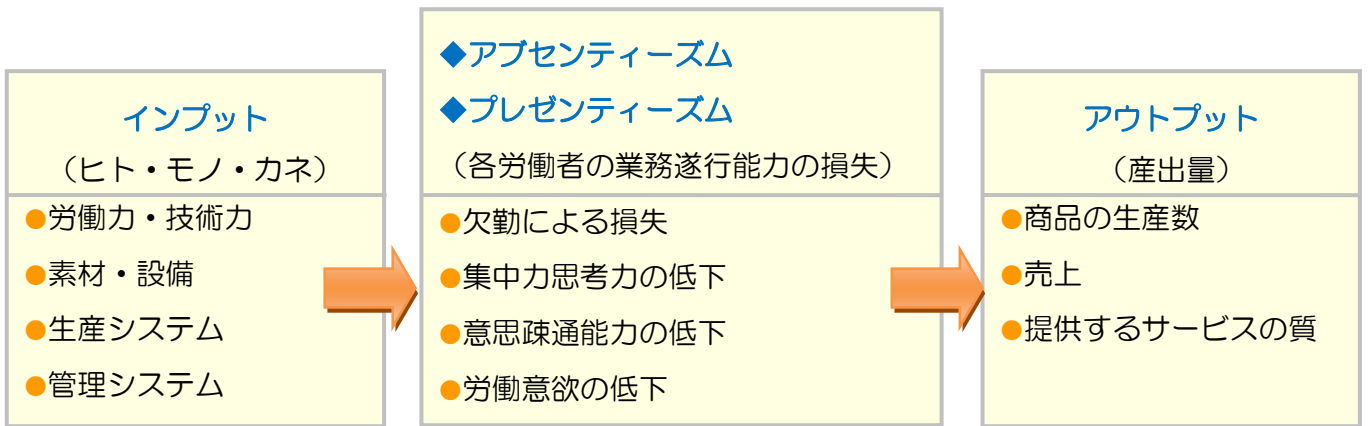
企業経営情報レポート

職場の衛生管理と業務遂行能力低下への対策

■ 職場環境とパフォーマンスの関係性

労働人口が減少し続けている日本の現状において、生産性の向上は非常に重要なテーマです。「働き方改革」においても生産性の向上が前提となっており、この観点から職場における健康管理は必須の課題のひとつと言えるでしょう。

本章では、職場における健康管理が労働者のパフォーマンス、すなわち生産性に与える影響について考え、業務遂行能力の低下という損失を抑えるための考え方や取り組みについて述べていきます。



■ 職場における業務遂行能力の損失

(1)アブセンティーズムとは

生産性を「アウトプットをインプットで割ったもの」と考えると、生産性の向上のためには、設備や機器、システムや生産工程を良質なものに変える（モノに関する施策）他に、労働者一人ひとりの技能や労働意欲を高める（ヒトに関する施策）等の方策が考えられます。

不当な長期欠席や欠勤、特に労働争議等の計画的欠勤、さぼり癖などによる業務遂行能力の損失はアブセンティーズムと呼ばれます。突発的な欠勤というよりも、ある程度継続的な、あるいはしばしば繰り返される欠勤を意味します。

日本の場合、業務上の災害による欠勤は厚生労働省の統計で明確にされていますが、病欠や長期欠勤によるアブセンティーズムは統計をとるのが難しいとされています。

これは病気で欠勤する場合は病気休暇ではなく年休で振り替えることが一般的であるため、明確に把握しづらいという実情があります。

実態把握のためにも、病気による欠勤の場合は病気休暇を使用しやすい職場環境づくりも視野に入れなければならないでしょう。

4

企業経営情報レポート

社員のパフォーマンス向上に繋がる取り組み事例

■ 喫煙対策とその評価事例

職場環境の改善による労働者の疾患対策として代表的なものが、喫煙対策の推進です。

間接的に労働者の疾病予防やたばこ関連の疾患による休業の回避、医療費の削減などの経済的効果を得られることが期待できます。

A社では、産業医による面接指導の結果に基づき、職場の屋内全面禁煙を実施するなど、積極的に禁煙対策に取り組んだ結果、喫煙者の割合が減り、喫煙に起因する疾病が減少しました。

また、この取り組みによって間接的に生産性の向上に寄与したと評価できます。

■ 事前アンケートにおける保険行動と生活習慣

質問事項	回答内容	回答指数
喫煙本数	平均喫煙本数	18.8本
	平均喫煙年数	23.9年
吸い始めた年齢	18歳以下	52.9%
	19～29歳	43.9%
	30歳以上	3.6%
「子どもの前ではたばこは吸わない」回答数		35.5%
禁煙に取り組む理由：健康を害したから 回答数		25.0%

■ 本事例における取組内容

- ① 任意のメンバーで構成される職場内プロジェクトチームによる喫煙対策の企画・推進
- ② 禁煙希望者に対する支援…医療機関での禁煙指導、情報提供、禁煙相談窓口の実施、など
- ③ 喫煙者の禁煙実施後の健康面における評価の実施

■ 本事例における取組内容

項目	性別	実施前	実施後
喫煙者の割合	男性	41.9%	38.0%
	女性	9.1%	7.5%
喫煙起因の疾病割合	男性	7.8%	5.4%
	女性	3.2%	2.1%

出典：「産業保健と看護」

レポート全文は、当事務所のホームページの「企業経営情報レポート」よりご覧ください。

ジャンル:マネジメントスキル > サブジャンル:CSR(企業の社会的責任)

企業ブランドイメージを高めるCSRの取り組み

企業のブランドイメージを高めるCSRへの取り組みについて教えてください。

CSRに取り組むことによって企業のブランドイメージを高めることができます。

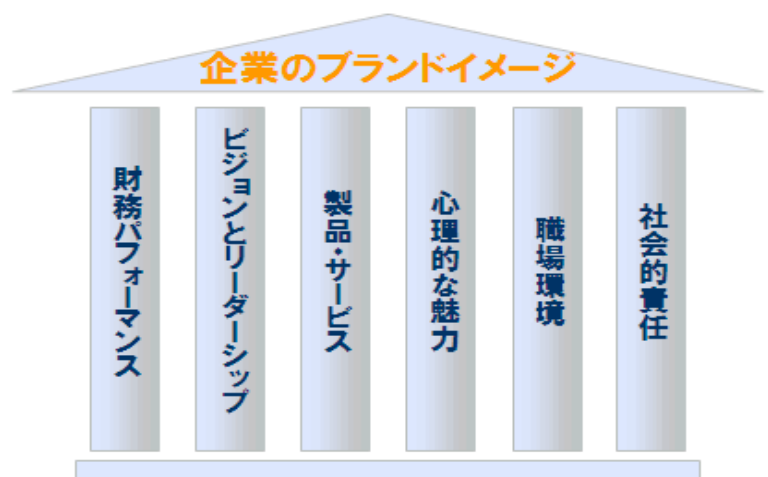
欧州のCSR推進団体であるCSRヨーロッパ(CSR Europe)が発行する「CSR Magazine」で、企業のブランドイメージを構成する要素を神殿の土台と柱に例えて説明する考え方が発表されました。

これによると、企業のブランドイメージは、「責任・誠実・信頼」という土台と、「財務パフォーマンス」「ビジョンとリーダーシップ」「製品・サービス」「心理的な魅力」「職場環境」「社会的責任」の6つの柱から構成されているとしています。

これらは、いずれも企業のブランドイメージを支える上で必要不可欠な要素であり、いずれか一つが揺らいでも、神殿つまり企業は崩壊の危機に直面するとされています。

これらは、いずれも企業のブランドイメージを支える上で必要不可欠な要素であり、いずれか一つが揺らいでも、神殿つまり企業は崩壊の危機に直面するとされています。

■企業ブランドの構成要素



■CSRと企業のブランドイメージとの関係

この神殿を構成する6本の柱のうち、いずれの柱が重要であるかは、企業によって異なりますが、このうち「社会的責任」がより重要な企業とはどのような企業でしょうか。

一つには、事業活動が社会や環境に及ぼす影響が非常に大きい企業が挙げられます。

たとえば、欧米では天然資源の開発や人の健康に関わる事業を行なう企業(石油メジャーや医薬品大手など)が、企業のブランドイメージを守るために真剣にCSRに取り組んでいる事例がいくつもあります。

さらに一般的には、社会的な認知度が高いほど「社会的責任」の柱がより重要であるといえます。これは、認知度が高い企業ほど、社会からの期待が大きいことによります。

また、認知度の高い企業ほどマスメディアが大きく取り上げるため、企業の不祥事や積極的なCSRの取り組みも、ブランドイメージへの影響が強いといえます。

ジャンル:マネジメントスキル > サブジャンル:CSR(企業の社会的責任)

CSRの取り組みポイント

中小企業におけるCSRの取り組みポイントについて
教えてください。

CSRというと、GRI(注)の報告書ガイドラインが示すように、網羅的な項目全てについて取り組みを進めなければならないとか、広範囲に存在する全てのステークホルダーに満遍なく目を配らなければならないという通説が語られる傾向にあります。

とりわけ中小企業においては、そうした強迫観念を持つ必要はありません。取り組みの領域は選択的で構いませんし、ステークホルダーが限定的であったとしても、CSR活動を戦略的な競争優位の獲得、企業価値の向上に繋げることができるのです。

(注) GRI (Global Reporting Initiative)

GRIは、報告書の内容の質ならびに信頼性・比較可能性向上のため、世界で統一したガイドラインを作成し、報告書を読み手である利害関係者にとって意味あるものにしようと、1997年に設立された非営利団体です。環境のみならず、持続可能な発展に向けた「持続可能性報告書」のガイドラインを作成し普及を図っており、最新版の「GRIサステナビリティ・リポーティング・ガイドライン」(第3版)を発行しています。

取り組みの領域を選択的に捉え、ステークホルダーを限定的に意識することで、本業との相乗効果を構想することに成功している企業もあります。ステークホルダーとの関係が相対的に限定的な中小企業は、自社の差別化につながる領域からCSRを導入すればよいということになります。本業と関係の深い分野から順に経営資源を集中し、業界の中で自社製品・サービスを差別化して長期的な成長を持続することができるようになるのです。

■CSRに取り組む中小企業の絶対条件

CSRは、下記の項目から構成されています。

- 「公益責任 (企業の利益を上げる: 社会に益をもたらす)」
- 「公共責任 (コンプライアンス: ルールを守る)」
- 「存在責任 (社会に貢献する: 存在価値)」

企業の究極の目的は「利益を上げ続け社会に貢献する」ことに尽きます。したがって、企業が付加価値を社会に提供し、その対価によって利益を生み出し、税金などの形で社会に還元していくということが、すなわちCSRの実践になります。

週刊 WEB 企業経営マガジン No. 635

【著 者】日本ビズアップ株式会社

【発 行】税理士法人 森田会計事務所

〒630-8247 奈良市油阪町456番地 第二森田ビル 4F

TEL 0742-22-3578 FAX 0742-27-1681

本書に掲載されている内容の一部あるいは全部を無断で複製することは、法律で認められた場合を除き、著者および発行者の権利の侵害となります。
