

社会起業も増え、インド国内のCSRが本格化

次なる成長市場として関心が集まるインドだが、CSRガイドラインの制定や多国籍企業の取り組み、社会起業家の活躍などの動向が注目される。イースクエアでは、今年3月にインドの有識者マリーニ・メーラ氏を日本に迎え、自社が運営するネットワーク「CSRコンパス」などでインドのCSR動向に関するセミナーを開催した。今回は、インドのCSRに関する動きをご紹介します。

エグベリ 聡子(株式会社イースクエア 取締役)

えくべり・さとこ ●企業におけるCSRの社内浸透支援、および新興国・途上国におけるBOPビジネス支援を行う。2007年秋にアフリカ・ザンビアの村で、地元の人々の自立支援を行うワンブラネット・カフェを設立。株式会社ワンブラネット・カフェ代表。東北大学大学院環境科学研究科特別講師。

10年前のインドでは、「CSR」を聞いたことがないという反応が一般的だったが、社会の認知度が高まり、現在は多くの企業がその言葉を理解しているとされる。マリーニ・メーラ氏が代表を務めるNPO法人「Centre for Social Markets (CSM)」では、数年前にインドのCSR情報をまとめた「Who's Who in CSR in India」を発行した。

インドのCSRの位置づけとしては、奉仕活動(寄付をすれば良い)という理解が強いと言われている。インドではタタやビルラといった財閥が街を作り、学校を作り、終身雇用を提供してきた。ヒンドゥー教やガンジーの思想の影響により、寄付文化や慈善活動が社会に根づいているが、CSRを本業の中で捉える動きには至っていないことが指摘されている。

市民の関心はグローバル企業から国内企業へ

インドでは1991年に自由経済政策が導入され、1992年に設置されたインド証券取引委員会(SEBI)が企業の責任についてのガイドラインを発行した。ガイドラインでは、上場企業に対し、取引、会計書、リスクマネジメント管理、役員報酬などについての報告を義務付けている。

CSRガイドラインとしては、重工業公営企業省公営企業局による「中央公共機関向けCSRガイドライン(2007年制定)」、企業省による「企業の社会・環境・経済的責任に関する国家ボランティア・ガイドライン(2009年制定)」があり、これらが国営企業、民間企業のCSR活動に大きく影響を与えている。

今後の企業法改訂において、利益の2%をCSRの予算として確保することが義務づけられるといった情報もある。だが、専門家の間では、CSR予算の義務化はCSRを寄

付活動と見る動きを助長し、本来推進すべき本業におけるCSRの理解を歪めるとして批判的な意見も多い。

一方、ここ数年、インドにおけるCSRにも新しい波が押し寄せている。ユニリーバ、ノバルティス・インドといった、インドで操業する多国籍企業が牽引する動きである。これらの企業は、自社の本業における強みを活かし、事業を通じた社会価値の創造に注力している。

また、ソーラー照明装置を提供するSELCO、有機農業を推進するERA Organics、加工食品のID Special、農家へのIT提供を行うE-farmなど、社会課題の解決に着目した事業はインド国内の企業にも広がっている。

これまでNGO・NPOを中心とした市民社会からの関心が、多国籍企業からインド企業に移行し、インド国内企業のCSRを加速することが期待されている。

起業家精神が生み出す新たな潮流

インドのCSRでもう一つ注目すべきことは、人口約12億人の半分が25歳未満で、若いエネルギーと自信にあふれた社会である点だ。実際に、技術や知識のあるエリート層の若者も多く、若年層による社会起業の例も珍しくない。

前述のマリーニ・メーラ氏が代表を務めるCSMでは、レポート「メイド・イン・バンガロール」を発行し、インド国内における様々な社会起業の事例を紹介している。

インドは、大きな中産階級を抱え、さらには年間所得3000万^{ルピー}未満で、経済ピラミッドの底辺とされるBOP層も厚い。今後インドが、多様な環境・社会課題に対応しつつ、いかに持続可能な発展を遂げていけるかは、インド国内はもちろん、グローバル社会にとっても大きな挑戦と言える。