

Title	CSP-CFP関係の要因とプロセスの検討
Sub Title	CSP-CFP relationship
Author	岡本, 大輔(Okamoto, Daisuke)
Publisher	慶應義塾大学
Publication year	2024
Jtitle	学事振興資金研究成果実績報告書 (2023.)
JaLC DOI	
Abstract	社会的責任と言ったときに、多くの場合は企業経営にとって消極的な、社会に迷惑をかけないために行なう限られた行動を指すことが多い。具体的には、雇用維持、納税は当然として、公害対処などがその主な内容になる。CSRと言った場合には、その社会的責任も含むが、もっと積極的に社会に対する働きかけを考える行動になる。それも批判されている時や余裕のある時だけ行なうのでは長続きしない。社会に良いことが自社にとっても良いことでなければ持続可能とは言えない。つまり、CSRは企業が積極的、戦略的に行なう行動、と言える。要するに、社会的責任よりCSRのほうが広い概念である。 このCSRを含めた社会性という、収益性、成長性に続く第三の企業評価基準が、良い企業の基準として重要であることも検証可能である。これを学会では CSP-CFP (Corporate Social Performance vs. Corporate Financial Performance) 関係の分析と言っている。短期的な収益性、中長期的な成長性に対して、超長期的な社会性という仮説を立てて検証してみた結果、同じ収益性・成長性の企業でも社会性の高い企業は、短期的には大差は無いが、10年後、20年後になると高収益、高成長を維持していることが分かった。 When we talk about social responsibility, we often refer to limited actions taken to avoid disturbing society, which are often negative for corporate management. Specifically, the main issues should include maintaining employment and paying taxes, and also dealing with pollution. When we talk about CSR, it includes not only social responsibility, but also an action to think more actively about social outreach. It will not last long if you do it only when you are criticized or when you can afford it. If what is good for society is not also good for the company, it cannot be called sustainable. In other words, CSR is a proactive and strategic action by a company. In short, CSR is a broader concept than social responsibility. It is also possible to verify that the third criterion of corporate appraisal, which is social relationship including CSR, followed by profitability and growth potential, is important as a criterion of good companies. This is called the CSP-CFP (Corporate Social Performance vs. Corporate Financial Performance) relationship analysis in academic societies. The results of the test of the hypothesis of ultralong-term social relationship against short-term profitability and mid-and-long-term growth potential showed that even among companies with the same profitability and growth potential, companies with high social relationship maintained high profitability and high growth potential 10 to 20 years later, although there was not much difference in the short term.
Notes	
Genre	Research Paper
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=2023000010-20230003

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

2023年度 学事振興資金（個人研究） 研究成果実績報告書

研究代表者	所属	商学部	職名	教授	補助額	300千円 (A)
	氏名	岡本 大輔	氏名 (英語)	Daisuke Okamoto		
研究課題 (日本語)						
C S P - C F P 関係の要因とプロセスの検討						
研究課題 (英訳)						
CSP - CFP Relationship						
1. 研究成果実績の概要						
社会的責任と言ったときに、多くの場合は企業経営にとって消極的な、社会に迷惑をかけないために行なう限られた行動を指すことが多い。具体的には、雇用維持、納税は当然として、公害対処などがその主な内容になる。CSRと言った場合には、その社会的責任も含むが、もっと積極的に社会に対する働きかけを考える行動になる。それも批判されている時や余裕のある時だけ行なうのでは長続きしない。社会に良いことが自社にとっても良いことでなければ持続可能とは言えない。つまり、CSRは企業が積極的、戦略的に行なう行動、と言える。要するに、社会的責任よりCSRのほうが広い概念である。 このCSRを含めた社会性という、収益性、成長性に続く第三の企業評価基準が、良い企業の基準として重要であることも検証可能である。これを学会では CSP-CFP (Corporate Social Performance vs. Corporate Financial Performance) 関係の分析と言っている。短期的な収益性、中長期的な成長性に対して、超長期的な社会性という仮説を立てて検証してみた結果、同じ収益性・成長性の企業でも社会性の高い企業は、短期的には大差は無いが、10年後、20年後になると高収益、高成長を維持していることが分かった。						
2. 研究成果実績の概要 (英訳)						
When we talk about social responsibility, we often refer to limited actions taken to avoid disturbing society, which are often negative for corporate management. Specifically, the main issues should include maintaining employment and paying taxes, and also dealing with pollution. When we talk about CSR, it includes not only social responsibility, but also an action to think more actively about social outreach. It will not last long if you do it only when you are criticized or when you can afford it. If what is good for society is not also good for the company, it cannot be called sustainable. In other words, CSR is a proactive and strategic action by a company. In short, CSR is a broader concept than social responsibility. It is also possible to verify that the third criterion of corporate appraisal, which is social relationship including CSR, followed by profitability and growth potential, is important as a criterion of good companies. This is called the CSP-CFP (Corporate Social Performance vs. Corporate Financial Performance) relationship analysis in academic societies. The results of the test of the hypothesis of ultralong-term social relationship against short-term profitability and mid-and-long-term growth potential showed that even among companies with the same profitability and growth potential, companies with high social relationship maintained high profitability and high growth potential 10 to 20 years later, although there was not much difference in the short term.						
3. 本研究課題に関する発表						
発表者氏名 (著者・講演者)	発表課題名 (著書名・演題)	発表学術誌名 (著書発行所・講演学会)	学術誌発行年月 (著書発行年月・講演年月)			
岡本大輔	社会的責任とCSRは違う！	三田商学研究	2024.8.			