

論 説

金融機関の社会的責任活動(金融CSR)についての調査と評価(2007)

—— 高知市所在銀行に対する学生による金融CSR評価の試み ——

紀 国 正 典

はじめに

本稿は、私の専門演習ゼミに所属する3年生ゼミ生が主体的に取り組んだ研究調査活動の報告書である。この研究調査活動の意義と目的については次章に述べた。本稿の注記3でも詳しく解説したが、この取り組みは、当初、演習授業における教育方法の改革を意図してのものであった。しかしこれを続ける内に教育活動としての成果だけでなく、金融の公共性と社会的責任金融教育という点での社会的意義を確認できたので、これまでそれらを本学会誌に発表してきた。今回の研究調査報告書についてもそのような意義と成果を見出したので、学生諸君の了解を得てここに公表することにした。

この研究調査活動に加わり報告書作成に奮闘していただいた学生諸君は、安藤誠二君、斎藤浩志君、習田洋平君、鈴木一平君、花田香苗さん、矢野大樹君の6名である。掲載を快く承諾していただいた学生諸君に、謝意を表するものである。ただしその内容についての責任は、指導して監修した紀国にある。

以下、その報告書の全文である。ただし残念なことであるが、学生の努力の結晶である報告書巻末の「参考資料：高知市所在銀行の金融CSR取り組み一覧表(銀行ホームページ調査より：2008年6月17日締め切り)」は、掲載枚数に制限があるのでカットせざるを得なかった。

1 本調査・評価活動の意義と目的（指導教授）

この研究調査報告書は、高知大学人文学部社会経済学科における専門演習紀国ゼミに所属する学生（3年生6名）が、ゼミ学習活動として主体的に取り組んだ研究調査結果をまとめたものである。

指導教授である高知大学人文学部教授（金融論・国際金融論）の紀国正典が、学生に提示したこの研究調査活動の意義と目的は、次の三つである。

- （1）金融機関が金融機関の社会的責任活動（金融CSR：Corporate Social Responsibility in Financial Institutions）という点で、どのような活動や取り組みを展開しているかどうか、これを調査すること、そしてそのデータを評価して金融機関を格付けしてみることに。
- （2）学生みずから金融機関の公表情報を主体的に調査・分析・評価することによって、金融に関する現実的な知識や感覚を身につけるとともに、金融についての社会的責任意識を高めることに。
- （3）就職活動に不可欠である会社研究の重要性について意識を高めることに。

第1の意義と目的は、金融機関の社会的責任活動（金融CSR）を調査・分析し、それで金融機関を評価・格付けしてみることにである。¹⁾

企業の不祥事や偽装表示そして社会保険庁の不正業務や自治体の裏金問題などの反社会的行為が次から次に明らかになっており、金融機関についても、金融庁から業務停止命令や業務改善命令を発せられる不祥事が続いている。また地球温暖化による環境異変は年々激しさを増しており、金融機関の社会的責任活動（金融CSR）の意義、重要性は高まるばかりである。²⁾

今回の調査・評価の目的は、①金融機関がどのような社会的責任活動（金融CSR）をしているかどうか、②金融機関の社会的責任活動（金融CSR）を金融消費者が分析・評価するには、どのような方法があるか、このようなことを実際に高知市に所在する銀行について調査・分析し、これらの銀行の評価・格付けに挑戦してみることにである。そしてこのような取り組みを通じて、③金融消費者が金融機関を社会的責任活動（金融CSR）で評価・格付けするとすると、どのような課題があるのか、これらを探ってみることにである。

第2の意義と目的は、金融における学習活動としてのものである。³⁾

学生が自分の目と頭で調べ、そして自分たちで考えた方法で実際に所在する金融機関やその金融機関が公表している金融CSR情報を調査・分析・評価することによって、金融機関の社会的役割をより身近に知ることができ、教科書を受け身的に学ぶ教育から得られないことを経験し、自分で工夫する面白さを実感できて、学習意欲も高まるのではないかと考える。

このような学習と調査活動を通じて、金融CSRという視点からの金融機関評価能力をみがくことができるだろうし、学生が金融機関に就職したときには金融CSRについて考え実践できる専門職業人になり得ることを期待できる。

第3の意義と目的は、この調査学習活動を通じて就職活動に重要な役割をしめる会社研究に関する意識を高めることである。

学生の就職活動を指導するに当たり、会社研究が有効で合理的な方法であること、そしてそれが学生の苦手とするところでもあると知った。自信を失ってしまうこともある自己分析から入るより、会社という具体的で目にみえる情報に早くからふれるようにして、自分の適性や相性を探っていく方が有効である。わたしの専門ゼミには金融機関に就職を希望する学生も多いので、この調査・評価活動で学んだことが金融機関の会社研究に役立つであろうことを期待している。

なお、指導教授は上記の意義と目的をゼミ学生に提起し、参考文献にもあげた関連資料の配付とその学習を予備学習として指導したが、それ以降の調査項目の策定や調査方法さらに分析作業などの活動は、学生の自主的で集団的な作業にゆだねた。学生のもっている潜在的能力や創造性を引き出すためである。

以下、ゼミ学生によるその成果のまとめである。

なお今回の報告書を作成するに当たって、これまでとは異なり、具体的な金融機関名を公表するよう指導した。今回の調査と評価は、否定的評価(ネガティブ・スクリーニング)ではなく、肯定的評価(ポジティブ・スクリーニング)だからである。法的規制などの社会的基準を満たしていない金融機関を選別するネガティブ・スクリーニングではなく、積極的に社会的責任活動を展開している金融機関を選び出し、その活動内容を評価するというポジティブ・スクリーニングなのである。

学生には、一般の金融消費者の立場にたち、その視点から自由に、金融機関を調査・評価してもらうことにした。学生の目にとまらなかった金融情報があるとは思いますが、その場合には一般の金融消費者にとってもそうである。金融機関には、金融消費者の注意や興味・関心を引き起こすよう、より一層の情報発信をお願いしたい。

2 本調査・評価活動の概要と経過

調査・評価活動は、2007年6月から始まり、2008年11月11日に報告書を作成して終了し、約1年半を費やした。その概要をまとめれば次のようになる（次ページの「表1 調査・評価活動の概要と経過」参照）。

- ① 2007年6月に、指導教授から今回の調査の意義と目的についての説明を受けた。その後、6月から7月にかけて、調査に必要な基礎知識を身につけるため、教授から配布された文献資料やDVDの学習と討論を続けた。CSRや金融CSR関係についての入門学習などである。その多くは本報告書の参考文献にあげられている。

またこれまでにゼミ先輩たちが実施した調査報告書「外貨建金融商品の販売方法についての調査と評価—高知市所在の金融機関の窓口調査結果の検討—」、「金融情報に対する金融機関の社会的責任意識の調査と評価—高知市所在金融機関のディスクロージャー誌とホームページの比較検討—」、「顧客勧誘方針に対する金融機関の社会的責任意識の調査と評価（2007）—高知市所在金融機関の顧客勧誘方針の公表状況と内容の検討—」も学習して、感想や意見を述べ合った。

- ② 指導教授から夏期休暇中の課題が提起された。金融CSRの調査や分析・評価に必要な専門的知識を身につけるためである。それは、参考文献で紹介されているが、金融庁が実施した金融機関のCSR実態調査における金融CSR事例を、指導教授が分類・整理した研究成果（1. 銀行編, 2. 信金・信組・労金編, 3. 証券会社等編, 4. 保険会社編）を学習し、分類項目ごとに自分の興味・関心のある金融CSR事例を選び出して、レジュメにまとめるという課題である。

表1 調査・評価活動の概要と経過

期 間	作 業 内 容
2007年6月～7月	予備学習(1)基礎学習。CSRや金融CSRについての基礎学習。
8月	予備学習(2)専門学習(夏季休暇中の課題)。金融CSR事例の学習と興味・関心があるCSR事例の選択。
9月24・25日	ゼミ合宿研修：夏季休暇中の課題の報告と学習・討論。
10月～11月	調査項目と調査方法の検討。
11月～12月	調査開始。調査結果をパソコンでWebサイトのゼミ掲示板に集計。
2008年1月～3月	春休みであったが就職活動の合間をぬって、集まれる者たちで自主ゼミ(調査続行)。
4月～6月	就職先の内定を確保できた学生たちが集まり調査続行。
6月17日	調査集計表の完成(ホームページ調査の締め切り)。
6月～7月	調査結果の分析と評価。
9月～11月	報告書の検討・作成。
11月11日	報告書の完成。

- ③ 9月24・25日に温泉ホテルでゼミ合宿を実施した。各自がレポートを提出し、議論と学習を深めた。なお就職を希望している業種と業界についての会社研究の成果も、各自が報告した。
- ④ 10月から11月にかけて、金融CSRデータの調査方法と調査項目、それに評価方法と評価基準について議論を重ねた。調査集計と評価方法については、これまでのゼミ先輩たちの方法を受け継いだ。マイクロソフト社の表計算・集計ソフトのエクセルで、行見出し項目に調査項目と評価項目を、列見出し項目に金融機関名を入れたワークシート一覧表を作成し、これを高知大学人文学部のWebサイトにあるSOULS (System for Online University Learning Support: オンライン学習支援システム) の紀国ゼミ掲示板に、添付ファイルであげた。
- ⑤ 11月から調査を開始した。ゼミ生で分担して、それぞれが12の銀行のホームページにアクセスし、④で述べたワークシートに調査結果を入力していき、その結果についてゼミで報告・議論した。ところが、この時期から就職活動の会社説明会が次から次に開催され、それに参加せざるを得ないゼミ生が毎回のように入れ替わって欠席となり、ゼミでの議論が停滞した。やむなく指

導教授が、ゼミ風景をDVDムービーで撮影し、欠席学生はそれで事後的ながらゼミの進展について学習する工夫を講じた。これによってゼミでの議論の継続性・一体性を確保するようにした。このような状況のため、調査はなかなか進展しなかった。

- ⑥ 2008年の春休みになっても調査は終わらず、就職活動も本格化してきた。しかし就職活動の合間をぬって、参加できる学生たちで自主ゼミを敢行し調査を続行させた。
- ⑦ 2008年の新学期を迎えても、調査は終わっていなかった。地元で就職活動をするゼミ生や教育実習に出かけるゼミ生が現れたが、内定を確保できた学生でできる限りの調査を進めた。またせっかく調査を終えた銀行がその後にホームページを更新していたことが分かり、再調査をせざるを得なくなったこともあった。このような苦勞をしつつ、ようやく6月17日に調査集計表が完成した。
- ⑧ 6月から7月にかけて、完成した調査集計表にもとづいて、ゼミ生それぞれがワークシートにコメント評価と点数評価を入力する作業に取りかかった。
- ⑨ 9月から11月にかけて、これらの調査結果と評価結果を報告書にまとめる作業に入った。そして2008年11月11日に、本調査・評価報告書が完成した。

3 調査と評価の方法

3-1 調査対象に選定した金融機関

高知市内に所在する銀行（信用金庫をふくむ）を12行選定した。高知市に本店のある銀行が3行、四国銀行、高知銀行、高知信用金庫である。四国に本店のある銀行が6行、阿波銀行、百十四銀行、徳島銀行、香川銀行、愛媛銀行、伊予銀行である。さらに国際展開している巨大銀行として3行、三菱東京UFJ銀行、みずほ銀行、りそな銀行を選び出した。

調査・評価活動に踏み出した当初は、銀行を直接訪問して、具体的な金融CSRの取り組み内容をヒアリング調査することも予定していたので、高知市所在銀行に絞って選定したのである。

3-2 調査項目と調査方法

調査データは、まず各銀行のホームページにアクセスして入手することにした。ホームページで一応のあらましを知ってから評価に着手し、疑問点やより知りたい問題が生じたときに、訪問調査することにした。

一口に金融機関の社会的責任活動(金融CSR)といっても、多様で幅がとても広い。それをどのように調査すればよいのかゼミ生で話し合い、次の五つの調査項目を設定した。議論の中ではコンプライアンスの調査も必要であるという意見もあったが、時間的余裕があれば着手することにして、まずは調査しやすい項目から進めることにした。

五つの調査項目とは、①金融CSRのホームページ表示、②顧客・消費者に関する取り組み、③従業員に関する取り組み、④環境保全に関する取り組み、⑤地域・社会貢献に関する取り組み、である。

①の金融CSRのホームページ表示とは、金融機関がそのホームページでCSRという用語や項目をどのように使用しているかどうかを調べ、それで金融機関の金融CSRに対しての姿勢や熱意を判定しようというものである。②から⑤は、金融CSRを金融機関の利害関係者(ステークホルダー)に分類したものであり、金融庁の金融CSR調査に習ったものである。

調査データの記録や保存、それに評価データの入力には、マイクロソフト社の表計算ソフトのエクセルを用いた。このワークシートの行見出し項目に上記の調査項目を入力し、列見出し項目に金融機関名を入れた調査・評価一覧表を作成した。そして、このワークシート・ファイルを、上記のSOULS^{ソウルズ}紀国ゼミ掲示板に、添付ファイルであげた。ゼミ生は、いつでもどこからでもこのゼミ掲示板にアクセスし、パソコンを使って、ファイルのダウンロードと書き込みができる。この方式で、調査情報をゼミで共有できるようにした。調査結果については、その都度エクセルの調査表に入力し、Webサイトのゼミ掲示板に添付ファイルでアップした。ゼミ先輩の教訓をふまえ、入力は、誰かが入力してゼミ掲示板にあげた添付ファイルに次から次へと書き込む方法(リレー・ファイル方式)を引き継いだ。

3-3 評価方法と評価基準

コメント評価と点数評価の2本立てで評価することにした。前者は定性評価、後者は定量評価に相当する。コメント評価とは、12の銀行のそれぞれに対して、わたしたち6人のそれぞれが次の評価基準にもとづいて、自分たちの率直な感想や意見を明らかにするものである。点数評価の方法については、次に述べるとおりである。

(1) ホームページのCSR表示についての点数評価方法

12の銀行のホームページを6人で分担して調べ、次の五つの基準で評価し、それをエクセルの調査表に入力するようにした。なお本調査では、ホームページ上の使いやすさ、CSR活動の見つけやすさも判断基準とし、サイト内における「サイト内検索の有無」も点数評価の基準とした。

五つの評価基準

- 1位(5点)：トップページに「CSR活動」という項目がある場合。
- 2位(4点)：サイト内検索があり、サイト内に「CSR活動」という項目がある場合。サイト内検索により「CSR活動」が見つけられる場合(サイト内検索によりディスクロージャー誌内にヒットした場合も含む)。
- 3位(2点)：トップページに「CSR活動」という項目はないが、トップページに「環境への取り組み」などのCSR活動がある場合。
- 4位(1点)：サイト内検索がなく、自分たちでホームページ内(ディスクロージャー誌も含む)を調べた結果、「CSR活動」という項目を見つけられた場合と「環境への取り組み」などのCSR活動項目を見つけた場合。
- 5位(0点)：ホームページ内に「CSR活動」という項目や「環境への取り組み」などのCSR活動項目がない場合。

(2) 金融CSRの取り組みについての点数評価方法

顧客・消費者に関する取り組み、従業員に関する取り組み、環境保全に関する取り組み、地域・社会貢献に関する取り組みについては、それぞれについて次の四つの評価基準で、点数評価することにした。6人それぞれの判断で、この評価項目と点数基準にもとづいて採点しエクセルの調査表に入力し、それらを四つの評価項目ごとに合計することにした。

[四つの評価基準]

- ① 量的評価：調査した銀行それぞれについてのCSR活動の取り組み量で点数評価する。
- ② 質的评价：それぞれの銀行が取り組んでいるCSR活動がどの程度有効なものであるかを各評価者の判断で点数評価する。例えば、ISO取得のように第三者から認可を受けたものなどは高評価になる。
- ③ オリジナリティ評価：ほかの銀行が行っていないCSR活動に取り組んでいる場合に点数評価する。
- ④ 影響力と本業との関係性評価：それぞれの銀行が取り組んでいるCSR活動が社会に対してどのような影響力があるか、またそのCSR活動は本来の金融機関の仕事と連動性があるかどうかを点数評価する。

[点数評価方法]

点数は、それぞれ四つの項目について、0～5点で評価し、合計20点満点である。このようにして6人の各自が採点したものを合計することにした。

4 金融CSRのホームページ表示についての調査と評価

銀行がそれぞれのホームページで、CSRという用語や項目をどのように表示しているかどうかについて、次のように点数評価を試み、それらの全体的特徴を論評としてまとめた。

4-1 点数評価

ホームページ上におけるCSR表示評価について、上記の点数評価方法で採点してみた。ホームページ上でCSR活動を表示し、ホームページ上でCSRを容易に見つけられるようにしている銀行は、CSR活動に対する意識が高く、しっかりと取り組んでいるのではないかと考えたからである。

わたしたちが調査・分析をするのは銀行のCSR活動であるので、ホームページ表示評価をするときに、「CSR」という表記がトップページにあれば誰もが目に入るということで、トップページにある場合を最高得点の5点とし、次にホー

ムページ内に「CSR」という表記がある場合を次の4点とした。この二つのケースを最高点数とし、これ以外の点数基準も設けたが、それは7ページにある通りである。

こうして各銀行のホームページを検索し、上述の基準で点数評価してみたものが表2である(表2参照)。

それによれば、ホームページにCSRあるいはCSR関連の用語を全く掲載していない銀行はなかった。またわたしたちが最高基準としたトップページにCSR表示をしている銀行は、三つあった。百十四銀行、愛媛銀行、伊予銀行である。いずれも地方銀行である。

しかしどういう訳か、巨大銀行の3行は、トップページにCSRの表示をしていなかった。ただしサイト内検索をすれば容易に見つけられたし、「CSRレポート」が特別に掲載されていた。

さらに興味深いことは、積極的にCSR表示をしている銀行は、写真を掲載し、難しい用語を使用しないで説明するなどの配慮が行き届いていたことである。ホームページ表示に積極的な銀行は、ホームページ上での説明方法についても、顧客・消費者向けの視線をもっているといえる。

4-2 総評

金融CSRのホームページ表示について、全体としての特徴と改善すべきことについて話し合い、次のような意見を得た。

- ① ホームページは銀行によって情報量、見やすさともに大きな差があった。ホームページ評価の低いところは、後に紹介する総合評価においても低かった。最低でもサイト内検索は設けるよう改善して欲しいものである。ホームページはその銀行のCSRに対する取り組みが如実に表れていると感じた。
- ② 素晴らしいCSR活動を行っていてもホームページのトップやサイト内検索でヒットしなければ評価が低くなってしまうので、ホームページ評価が低い銀行は損をしている。
- ③ ホームページ上にCSRという言葉があるかないかで、その銀行のイメージが全く変わってくる。評価している途中にCSRの項目を設ける銀行が新

表2 ホームページにおけるCSR表示評価

	ホームページ上のCSRの有無	トップページ上のCSRの有無	CSR表示の見つけやすさ	点数	順位
四国銀行	あり	なし	サイト内検索あり。サイト内検索により「CSR」と検索するとディスクロージャー誌にヒットし、そこから「CSRへの取組み」が見つげられた。	4	4
高知銀行	なし	なし	サイト内検索なし。ディスクロージャー誌内に「地域社会への貢献」としてあり。	1	9
高知信用金庫	あり	なし	サイト内検索なし。ディスクロージャー誌内に「CSR経営」のページはあるが、見つけにくい。	1	9
阿波銀行	なし	なし	サイト内検索なし。CSRとしてまとめてないので分かりにくい。	1	9
百十四銀行	あり	あり	「19年度の取組み」(社会貢献・環境保全活動)とある。	5	1
徳島銀行	なし	CSRとしてはなし	CSRとしては表記されていないが、トップページ左に「環境への取組み、地域貢献への取組み」としてはあり。	2	8
香川銀行	なし	なし	サイト内検索なし。「地域貢献活動」「環境への取組み」という項目はトップページではなく、サイトマップにあり。	1	9
愛媛銀行	あり	あり	「ひめぎんCSR」としてあり。	5	1
伊予銀行	あり	あり	「いよぎんCSR」としてトップページ左側のメニュー項目にあり。	5	1
三菱東京UFJ銀行	あり	なし	サイト内検索あり。サイト内検索によりCSRと検索すると「CSRレポート」を見つけられた。	4	4
みずほ銀行	あり	なし	サイト内検索あり。「みずほ銀行について」のメニュー項目中に「CSRレポート」としてあり。	4	4
りそな銀行	あり	なし	サイト内検索あり。CSRで検索すると見つげられた。	4	4

たに出てくるなどしたので、近い将来CSRという言葉はもっと聞かれるようになるはずである。早くから取り組みをしている銀行を知ることができて良かった。

- ④ 現在、企業にとってCSRがとても重要になってきているので、ホームページのトップページにCSRをのせておくべきである。また、銀行によっては、CSRとは言わずにオリジナルの言葉で表記しているところもあるが、社会的にCSRという言葉が浸透してきているので、カッコ書きでもいいのでCSRということを追記すれば、見る側からも分かりやすい。

5 顧客・消費者に関する金融CSRの調査と評価

顧客・消費者に関する金融CSRの取り組みについて、次のように銀行それぞれに対するコメント評価と点数評価および総評を試みた。

5-1 コメント評価

四国銀行

- ・セキュリティ、接客サービス、金融商品といった様々な取り組みをしている。
- ・内容も普通で基準となると思う。
- ・「千代定期」や「一豊定期」など、高知ならではの定期預金があって良い。
- ・基本的な取り組みはできている。
- ・フォーシーカードなどはオリジナリティがあると思う。またお客様への態勢もしっかりしている。

高知銀行

- ・取り組みが少ない。
- ・外貨宅配サービスについてオリジナリティ評価。
- ・無料で社会保険労務士が相談に応えるなど、顧客が安心できる取り組みを評価。
- ・セキュリティーに関するものが少ない。
- ・社会労務士が年金相談に応えるというのは評価。

- ・無料で社会保険労務士が年金について相談していることを質的評価。

高知信用金庫

- ・金融商品の情報が多い。
- ・金融商品ばかりなので質的評価は2。しかし、多いと様々なニーズに応えられそうなので評価。
- ・様々な優遇金利がある点を評価。
- ・信用金庫の役割である中小企業への取り組みがあるのは良い。量も多い。
- ・活動の数も多いし、顧客の安心・安全を考えたセキュリティも強化されていて評価。
- ・セキュリティ強化はお客さまが安心できるため質的評価と影響力評価。またバリアフリー化も評価できる。

阿波銀行

- ・セキュリティがしっかりしている。
- ・「キャッシュカード・インターネットバンキングセキュリティ対策：万が一被害にあっても365日24時間有人で受け付け」は評価できる。
- ・ローンプラザの土日の営業や個人情報のリスク管理などを評価。
- ・経営相談やローンセンターなどの顧客のニーズに応えようとする取り組みが良い。
- ・相談窓口の土日祝日営業や、防犯監視カメラの常時有人化など、お客様への安心・安全がよく行われている。
- ・お客さま第一の姿勢であることやプライバシーマークの取得を質的評価。顧客の安心・安全をよく考えた取り組みをしている。

百十四銀行

- ・ATMに関する情報が具体的で良い。
- ・財団法人：香川経済研究所をオリジナリティ評価。
- ・障害者や高齢者への取り組みは社会に対する影響力があると思い評価。
- ・基本的な取り組みはできている。バリアフリーの取り組みが良い。
- ・静脈認証による本人確認などATMの情報が具体的で良い。また身障者や高齢者への配慮がよくなされている。

- ・ATMの取り組み（車いす・高齢者に対する）はきちんとできていて安心できる。またお客さまセンターもあり，質的に評価できる。

徳島銀行

- ・個人情報保護に力を入れている。
- ・量が少なく，やっていることも他と変わらない。
- ・個人情報の保護に力を入れている点を評価。
- ・基本的な取り組み，他行と違うものが少ない。
- ・基本的な取り組みはできている。プライバシーマークの認定は良い。
- ・個人情報の保護に力を入れている。プライバシーマークの認定を質的評価。

香川銀行

- ・取り組みが少ない。
- ・量が少なく，内容も普通。
- ・もう少し具体的な取り組みがあれば評価できた。
- ・掲載が少ない。
- ・基本的な取り組みしかのせていないのが残念。
- ・もっと量が欲しい。

愛媛銀行

- ・取り組みが少ない。
- ・少なすぎる。もっと積極的な取り組みをやって欲しい。
- ・少なすぎて評価できなかった。
- ・取り組みに力を入れている感じがしない。
- ・取り組みが少なすぎる。顧客へのCSR活動をもっと考え直すべきだ。
- ・量が少ない。お客さまアンケートの実施を本業との関連性で評価。

伊予銀行

- ・満足度調査に力を入れている。
- ・顧客の意見をしっかり聞こうという姿勢が伝わった。オリジナリティが高い取り組みが多い。
- ・顧客に満足度調査を行い，それらを基に改善していこうという点を評価。
- ・満足度以外の調査が少ない。

- ・個人・中小企業・大企業向けとそれぞれの調査を行っている姿勢が評価できる。
- ・顧客の意見をしっかり聞き入れる姿勢を評価。女性が働きやすい環境づくりが顧客の満足度を向上させる。

三菱東京UFJ銀行

- ・国際規格の認証取得を内容の質的水準として評価。
- ・ISOは質的評価。量に不満。
- ・情報管理に力を入れている点を評価。
- ・情報保護などは評価できるが、接客面での活動が少ない。
- ・ISOの取得は評価できる。
- ・情報管理に力を入れている。ISOの取得を質的水準として評価。

みずほ銀行

- ・国際規格の認証取得を質的水準として評価。バリアフリーに関する情報が多くて良い。
- ・質的水準、量的水準ともに良い。バリアフリー、ATMの稼働時間延長など顧客のことをよく考えている。
- ・バリアフリー化への取り組みは、社会に対する影響力が高いと評価。
- ・セキュリティー、満足度向上の取り組みなどは一番高い水準。
- ・セキュリティーやバリアフリーなどの顧客一人一人の満足を考えた取り組みが評価できる。
- ・ウェブサイトでの予測待ち時間のお知らせは、質的水準として評価。バリアフリー化も評価できる。知事感謝状も評価。

りそな銀行

- ・三菱東京UFJ銀行、みずほ銀行に比べると取り組みが少ない。
- ・りそな『私のチカラ』プロジェクトをオリジナリティで評価。
- ・ミッドタウン支店の開設は他行と違い評価。
- ・資産運用に関する取り組みが目立っていた。
- ・巨大銀行にしては少ないが、りそな銀行は女性への取り組みによく力を入れている。
- ・ほかの巨大銀行に比べると量は少ない。女性への取り組みは評価できる（オ

リジナリティとして評価)。

5-2 点数評価

点数評価で順位づけしたとき、上位の銀行と下位の銀行に分かれる大きな要因になったのは、取り組みの量であった(表3参照)。上位3行は量的評価でもトップ3に入り、下位3行は量的評価でもワースト3であった。活動数がそのまま銀行の力の入れ具合だとわたしたちが考えたことがこのような結果に表れたが、一般消費者もそのように考える傾向にあるのではないだろうか。

個人情報の保護、ATMの利用しやすさといった取り組みは、多くの銀行で実施されているので高い評価に結びつくことはなく、反対にその取り組みすらしていない銀行は低い評価になってしまった。

金融商品が多いことは、顧客のニーズに応えようとしている良い銀行と見ることができると、他方、商品の宣伝しかない利益だけの銀行という悪いイメージも同時に浮き上がってしまった。

質的评价やオリジナリティ評価が高い銀行は、顧客や企業に満足度調査を行ったり意見カードを回収したりするなどの、顧客ニーズを知ろうと努力する取り組みがあった。また、点字やスロープの設置などバリアフリーへの取り組みも高評価であった。地方銀行とは異なり巨大銀行では国際規格の認証取得が評価されていた。

1位のみずほ銀行を参考してみると、個人情報の保護、ATMの利用しやすさ、セキュリティの強化といった基本的な取り組みができていて、そして顧客のニーズを調査やアンケートで汲み取りそれを実現しようという取り組みがあったことが、高評価につながった。

5-3 総評

顧客・消費者に関する金融CSRの取り組みについて、全体としての特徴と改善すべきことについて話し合い、次のような意見を得た。

- ① 全体的に商品・サービスにかかわる情報が多かった。「CSRは副業であり、本業を重視すべき」という考えを持った銀行が多いからだろうか。

表3 顧客・消費者に関する金融CSRの点数評価

	量的評価	質的評価	オリジナリティ評価	影響力&本業との関係評価	合計	順位
四国銀行	19	17	17	18	71	8
高知銀行	14	17	14	13	58	10
高知信用金庫	25	22	22	22	91	3
阿波銀行	28	24	24	22	98	2
百十四銀行	18	21	21	21	81	4
徳島銀行	15	18	15	18	66	9
香川銀行	11	14	13	14	52	11
愛媛銀行	8	12	8	13	41	12
伊予銀行	18	17	21	18	74	6
三菱東京UFJ銀行	14	21	21	18	74	6
みずほ銀行	28	26	25	25	104	1
りそな銀行	18	18	21	19	76	5

- ② 類似性の高い取り組みが多かった。銀行はお客様第一なので、もっと独自性の高い取り組みを行ってお客を呼び込むべきであろう。個人の情報保護など銀行として当たり前の取り組みなども同じような内容のものが多い。もっと個人や法人からの意見を取り入れるシステムを作り、ニーズに沿った商品や融資を行って欲しい。
- ③ 銀行としての本業を考えた取り組みはどこもやっていたので、銀行が本業以外でも顧客に対して何か社会貢献できることはないか、これがこれからの課題になる。
- ④ 個人情報の保護、ATMの使いやすさに重点を置いてくれたら良い銀行だと思ふ。アンケートをとり顧客のニーズに応えようとしている銀行なら、なおさら利用したい銀行になる。信用が一番大事なので、いかに顧客から信用される取り組みをするかだ。
- ⑤ 顧客・消費者の安心できる取り組みが行われていることが第一である。香川銀行と愛媛銀行は取り組みが少ない。

6 従業員に関する金融CSRの調査と評価

従業員に関する金融CSRの取り組みについて、次のように銀行それぞれに対するコメント評価と点数評価および総評を試みた。

6-1 コメント評価

四国銀行

- ・具体的な情報が少ない。
- ・どこもやっている取り組みで、量も少ない。
- ・具体的な情報が欲しい。
- ・量も少なく具体的な内容もない。
- ・研修制度的なものしか書かれてない。
- ・従業員への福利厚生などを詳しくのせて欲しい。従業員の能力アップには力を入れているようである。

高知銀行

- ・「次世代認定マーク」取得を質的水準として評価。
- ・次世代認定マークは質として評価。
- ・少子化対策を計り、子育て支援など一定の基準を満たした企業が取得できる「くるみん」は影響力があると思いい評価。
- ・仕事と家庭の両立ができる制度が良い。他行と違う取り組みが少ない。
- ・次世代認定マークの認定は、子育て世代にとっては良い。
- ・次世代認証マークの認定を質的水準とオリジナリティとして評価。また本業との関連性にもつながると考える。裁判員休暇も評価できる。

高知信用金庫

- ・休暇、福利厚生情報が欲しい。
- ・人間ドックをオリジナリティとして評価。
- ・「日帰りドック」など従業員に対する制度を評価。
- ・スキルアップはしやすいが、働く環境面の取り組みがなく、評価が低い。
- ・人間ドックなどすべての従業員に適用すべきだ。

- ・従業員のスキルアップには力を入れている。ここをオリジナリティとして評価。

阿波銀行

- ・休暇・福利厚生が少ない。
- ・研修のみで、独自性がないように感じた。
- ・従業員の能力の向上だけでなく、福利厚生にも力を入れて欲しいと思った。
- ・具体的な取り組みが少ない。
- ・研修制度など基本的なことしかない。
- ・行内研修と行外研修が分けられていて研修制度はしっかりしていることは分かるが、もっと具体的な内容をのせて欲しい。

百十四銀行

- ・休暇、福利厚生が少ない。
- ・福利厚生の充実が質的評価。国外へのビジネススクール参加可能は地方銀行としては評価できる。
- ・福利厚生に関する多彩な施設は従業員にとって良い。
- ・スキルアップは充実しているが、育児関係の取り組みがない。
- ・福利厚生の充実が評価できる。
- ・スキルアップに力を入れている点は評価でき、また福利厚生やいろいろな制度について分かりやすくのせてある。

徳島銀行

- ・具体的な情報が少ない。
- ・量も少ないし、取り組みも普通水準。
- ・「とくぎん夜間講座」があるということは、余り残業がないのかもしれない。
- ・詳しい取り組みがなく、力を入れている感じがしない。
- ・取り組みが少ない。
- ・量が少なく、具体的な内容をのせて欲しい。

香川銀行

- ・具体的な情報が少ない。
- ・どこもやっている取り組みだと思う。
- ・漠然として評価できなかった。

- ・大まかな活動としては評価できる。細かく書かれていないため点数は低め。
- ・他行と同様に、従業員に対しての取り組みが少ない。
- ・採用段階でのリ・キャリアプランの取り組みをオリジナリティとして評価。

愛媛銀行

- ・従業員からの募金を社会に対する影響力として評価、そして男性の育児参加促進事業への取り組みをオリジナリティとして評価。
- ・男性の育児参加促進は質的水準とオリジナリティで評価。
- ・男性の育児参加促進事業など他行にはない制度を評価。
- ・地方銀行の中では具体的に書かれている方である。募金や男性の育児はオリジナリティがある。
- ・入行後一年間は教育担当がついて指導することと、男性の育児参加を促進していることを評価。
- ・ひめぎんCSRを設立し従業員から募金を募る点や、男性の育児への参加を推進している点を評価。

伊予銀行

- ・次世代認定マーク取得を質的評価。他行に比べ情報が多い。
- ・次世代認定マーク「くるみん」を質的評価。1週間連続休暇も高く評価した。
- ・少子化対策を計り、子育て支援など一定の基準を満たした企業が取得できる「くるみん」は影響力があり評価。
- ・スキルアップと育児は具体的に書かれている。他行と比べた時の取り組みがない。
- ・仕事と家庭との両立をしなければならない従業員にとっては、とても良い銀行だと思う。
- ・「くるみん」の取得は質的評価。研修と育児についてまとめてあって良い。

三菱東京UFJ銀行

- ・研修が充実、海外まで取り組みが幅広い。
- ・e-ラーニングやOPENポータルをオリジナリティとして評価。障害者への配慮もさすが巨大銀行と感じた。
- ・行内でのコミュニケーションに力を入れていることを評価。

- ・人材育成に注力した取り組みを評価。
- ・e-ラーニングや無記名アンケートなど、従業員が働きやすい職場作りに積極的。
- ・行内でのコミュニケーションがしっかりと取られている。また働きやすい環境づくりを質的評価。

みずほ銀行

- ・成果主義をどうとらえるかが問題である。福利厚生は充実。
- ・他行にくらべ量も多く内容も具体的で評価できるが、成果主義や支店長公募制に疑問が残るので質的評価は3にした。
- ・育児休業や障害者雇用などを評価。
- ・スキルアップ、育児のサポートだけでなく、女性が働きやすい環境をつくっている点を評価。
- ・巨大銀行ということもあり、取り組み量は多く就業時間も整備されているので、子供のいる家庭にはとても良い。
- ・取り組み量は多い。女性の管理職への登用などは書くべきなのか疑問。育児のサポートもされていて働きやすい環境である。

りそな銀行

- ・Women's Councilの設置をオリジナリティとして評価。しかし構成員14名は少ないような気もする。
- ・女性を大切にしている姿勢はうかがえるが、他行も取り組むべきではないか。
- ・女性の活躍できる制度が整っていると思い、そこを評価。
- ・女性が働きやすい環境や育児についての取り組みが少なく、量的評価と質的評価の点数は低い。
- ・女性が活躍できる職場としての活動がよくできている。
- ・女性が働きやすい環境だと思った。

6-2 点数評価

みずほ銀行と三菱東京UFJ銀行が1位、2位をしめた(表4参照)。巨大銀行は、福利厚生施設が整っているのかもしれない。しかし、みずほ銀行の成果主義や支店長公募制度、スキルアップなどが本当に従業員のためのものなのか、

表4 従業員に関する金融CSRの点数評価

	量的評価	質的評価	オリジナリティ評価	影響力&本業との関係評価	合計	順位
四国銀行	11	13	13	14	51	9
高知銀行	13	21	17	20	71	6
高知信用金庫	13	13	16	13	55	7
阿波銀行	11	12	12	13	48	10
百十四銀行	13	15	13	14	55	7
徳島銀行	9	12	11	12	44	11
香川銀行	9	13	10	12	44	11
愛媛銀行	19	20	24	21	84	4
伊予銀行	21	24	22	23	90	3
三菱東京UFJ銀行	23	23	24	23	93	2
みずほ銀行	28	25	23	23	99	1
りそな銀行	15	16	24	20	75	5

疑問も残った。ホームページにおける情報表示の多いことが、量的評価や質的評価を高めたものと思われる。

このことは反対に下位にある香川銀行と徳島銀行についてもいえることである。従業員に関する項目についてほとんど情報がないので、低い評価になってしまった。地方銀行も従業員に関する取り組みについて、もっと情報発信すべきである。

地方銀行でも、伊予銀行と愛媛銀行が巨大銀行に負けじと3位、4位に入る結果となった。これは情報発信していることもあるが、愛媛銀行における男性育児参加支援や伊予銀行における少子化対策の次世代認定マーク「くるみん」取得が高く評価されたからである。

りそな銀行における女性の活躍できる制度については評価が高かった。ただし育児などの働きやすい環境づくりができていのかどうかは不明である。少子化対策については、もっと銀行が先進的な取り組みをすべきであると感じた。

6-3 総評

従業員に関する金融CSRの取り組みについて、全体としての特徴と改善すべきことについて話し合い、次のような意見を得た。

- ① どの銀行でも、ほかの項目に比べて情報量は少なく、評価の差別化が難しかった。従業員については採用情報のみというところが多かった。もっと取り組みをホームページにのせるべきである。企業を支えているのは従業員なのでもっと取り組みを増やし、大切に扱って欲しい。企業の持続可能な経営を行っていくためにも、まずは従業員の働きやすさや雇用環境を整備していくべきである。
- ② 自社の事だからと余り掲載されていない銀行もあったが、従業員を大切にしない企業が顧客を丁寧に対うとは思えづらい。人を財産だと思っている銀行とそうでない銀行では差がつくと感じた。
- ③ ほとんどの銀行が、従業員に対してのCSRを採用情報等の福利厚生だけで終わらせてしまっている感じがした。自社の従業員を大切にしていることをアピールすることは、良い印象を与えることにもなると思う。
- ④ キャリアアップについてばかりでなく、福利厚生についても掲載しておくことが大事。就職活動の時にはホームページもみるため、もっと情報をのせておいて欲しい銀行もあった。

7 環境保全に関する金融CSRの調査と評価

環境保全に関する金融CSRの取り組みについて、次のように銀行それぞれに対するコメント評価と点数評価および総評を試みた。

7-1 コメント評価

四国銀行

- ・ISO14001の認証を質的評価。地域との協力もしている。
- ・行内、地域両方に取り組みを行っていて高評価。
- ・地元地域の環境に貢献していると感じた。
- ・行内だけのエコにとどまらず、環境活動の一環として森を利用して、地域の方々との交流を図るボランティアを行うなど、行員に環境についての意識づけをしている。地域と共にという気持ちもあり良い。

- ・ISOの取得は環境面において評価できると思う。地方銀行の中では活動をがんばっている。
- ・ISO14001の取得は質的評価。行内だけでなく地域に対する取り組みもきちんとしている。行員の環境保護への積極的参加も促している。

高知銀行

- ・身近な環境対策を行っていると思われる。
- ・行内LANをオリジナリティ評価。あとは普通水準。
- ・どこでもやってそうな内容だったので、質的評価・オリジナリティ評価・影響力評価などを低くした。
- ・他行でも行っている活動(クールビズ, ウォームビズ, リサイクル)はあるが、それ以外に評価するものはない。
- ・LANを利用することで紙使用量を減らしていることは、分かりやすく良い。
- ・行内における環境保護(電力の消費やペーパーレス)は行っている。

高知信用金庫

- ・具体的内容をのせるべき。
- ・具体的内容がないと評価のしようがない。
- ・具体的な内容がないので判定できなかった。
- ・実際にどんなことを行っているのか、最低、箇条書きでも書くべきだ。
- ・具体的内容がなかったため評価は難しい。

阿波銀行

- ・情報が少ない。
- ・取組量が少なく、本業との関連性も余りない。オリジナリティは評価できる。
- ・吉野川の清掃活動は徳島に本店を有する銀行しかできないので、評価を高くした。
- ・清掃は評価できるがそれ以外に行っているものがない。
- ・数が少ないので、実際にこれだけなのか知りたいと思った。
- ・清掃活動は評価できるが情報が少ないと感じた。

百十四銀行

- ・チームマイナス6%を影響力評価と本業との関連性として評価。

- ・屋上緑化はオリジナリティが高いと思った。それ以外は平均的。
- ・標準的な環境CSRだと感じた。
- ・他行が行っている活動はほぼ行っており、屋上緑化は地方銀行で行っているところは少なく評価できる。取り組み数も多い。
- ・屋上緑化やエコカーは効果がありそうで良い。
- ・チームマイナス6%への参加や屋上緑化は、調査した地方銀行にはない取り組みであり質的評価。

徳島銀行

- ・ISO14001の認証を質的評価。ペットボトル再生繊維素材の制服採用等をオリジナリティ評価。
- ・質的水準は平均的だと感じたが、ペットボトル繊維の制服採用のオリジナリティを評価。
- ・ペットボトル再生繊維素材を夏制服に使用などはオリジナリティがあった。
- ・環境についての金融商品が多い。地方銀行の中では多く書かれている。
- ・ペットボトル再生繊維素材の制服は、オリジナリティがあって良い。
- ・ISO14001の取得は質的評価。環境方針もありオリジナリティがある。

香川銀行

- ・ISO14001の認証を質的評価。
- ・被災者への寄付は影響力が大きいと思った。
- ・台風などのとき被災者への再生紙：ティッシュペーパーの寄贈は、社会に対する影響力があると思った。
- ・トイレットペーパーの寄贈は地域に貢献しているが、ゴミ拾い等のボランティア活動がない。
- ・ISOの取得は環境面において良い評価ができると思う。天災の被災者への支援は評価できる。
- ・ISO14001を質的評価。オリジナリティはないと思った。

愛媛銀行

- ・地域環境への取り組みは多いが。行内での活動は少ない。
- ・地域への貢献度が高い。

表5 環境保全に関する金融 CSR の点数評価

	量的評価	質的評価	オリジナリティ評価	影響力&本業との関係評価	合計	順位
四国銀行	20	23	20	20	83	5
高知銀行	14	15	17	14	60	9
高知信用金庫	7	6	6	6	25	12
阿波銀行	8	11	12	12	43	11
百十四銀行	22	22	22	21	87	4
徳島銀行	25	21	24	21	91	3
香川銀行	16	19	14	17	66	7
愛媛銀行	17	15	15	18	65	8
伊予銀行	18	18	16	20	72	6
三菱東京UFJ銀行	26	23	26	26	101	1
みずほ銀行	29	25	25	22	101	1
りそな銀行	12	16	14	18	60	9

- ・銀行の営業活動以外のCSR活動が多いと感じた。
- ・松山市主催の『まつやま姉妹都市環境フェア2008』の中で、「環境美化活動優良事業所」として表彰されるなど、地域の環境を意識している。ほかの活動は少ない。
- ・地元中心の活動に力を入れているようにみえる。
- ・積極的な清掃活動への取り組みは評価できる。

伊予銀行

- ・伊予銀行環境基金などを、本業との関連性として評価。行内での活動は少ない。
- ・地域環境、行内での取り組みのバランスがいいと思う。本業との関連性も環境基金などによって高く評価。
- ・活動内容に余りオリジナリティがないと感じた。
- ・環境に関する金融商品が多い。銀行のできる活動をほぼ行っている。
- ・ほかの銀行でもやっているような一般的な活動のみだと思う。
- ・環境に対する金融商品もあるが、オリジナリティはないと感じた。

三菱東京UFJ銀行

- ・ISO14001の認証を質的評価。社内・社外ともに取り組みが多い。

- ・ 国外へ目を向けた取り組みはさすが巨大銀行と感じて、オリジナリティを高評価。担保不動産の土壤汚染への配慮は本業の関連性として評価。
- ・ 地方銀行にはできない高度な事業や国際的な取り組みを評価。
- ・ 充実している。清掃活動やボランティアに注力するよりも、企業融資に環境面を大きく取り入れている。国際的に環境について取り組んでいる。
- ・ 巨大銀行なのでISO取得は当たり前であって欲しい。環境会計というのはオリジナリティがある。
- ・ 環境方針があり、ISO14001の取得は評価できる。また雨水の利用や新エネルギー事業への注力などオリジナリティがあると感じた。

みずほ銀行

- ・ ISO14001の認証を質的評価。社内・社外ともに取り組みが多い。
- ・ 取り組み量も多く、他がやっていないオリジナルの取り組みも多い。
- ・ 一つ一つの取り組みが具体的であり、高評価。
- ・ 国内、国外ともに環境についての融資に力を入れているのは分かるが、細かすぎて分かりにくい。ゴミ拾いなどの身近な活動がないので余り評価できない。
- ・ 巨大銀行として取り組み量は十分だと思う。海外への活動も行っていることを評価。
- ・ 環境経営コンサルティングがあり、国際的な環境への取り組みを評価。

りそな銀行

- ・ 社内での取り組み等がない。チームマイナス6%を影響力・本業との関連として評価。
- ・ 行内での取り組みがなく、巨大銀行として寂しい取り組み量だと思った。
- ・ 行内でのCSR活動にも取り組んで欲しいと思った。
- ・ 取り組み数が少ない。やはり融資に環境面を取り入れている。地域に還元する基金を行っているのは評価できる。
- ・ 取り組み量が少ない。「さいたま緑のトラスト基金信託」は環境にも良いと思う。
- ・ チームマイナス6%への参加を質的評価。取り組み数が少ないと感じた。

7-2 点数評価

各銀行の取り組み量の差が顕著にでた項目である。上位の三菱東京UFJ銀行、みずほ銀行、徳島銀行は取り組み量が他行に比べ多く、その中でも特に三菱東京UFJ銀行、みずほ銀行は国際的な取り組みや大規模な取り組みが見受けられた。これらが高く評価されたために上位に位置づけられたと考えられる(表5参照)。

逆に下位の阿波銀行、高知信用金庫は取り組み量が極端に少なく、低い評価になった。また、客観的に評価できるISOの取得が高評価につながった。上位に位置づけられている銀行はISOを取得しているが、下位の銀行はほとんどが取得していなかった。ISOの取得が環境保全の取り組みに対するひとつの基準となった。

7-3 総評

環境保全に関する金融CSRの取り組みについて、全体としての特徴と改善すべきことについて話し合い、次のような意見を得た。

- ① 巨大銀行と地方銀行の差が最も現れた項目である。国際的、大規模な取り組みの多い巨大銀行の評価が高くなってしまった。地方銀行は本店を有する県や地域に対する取り組みが多く、巨大銀行は国内のみではなく国際的な貢献が目立ち、それぞれが規模にあった環境CSRに取り組んでいる。
- ② 地方銀行の中に取り組みがかなり少ない所があった。具体的な内容が書かれていない銀行もあった。社会的に今、環境問題に注目が集まっているのでしっかり取り組んで欲しい。
- ③ 環境問題が深刻化しているので、どの銀行もいろんなことを考えているように思う。評価をする上では、ISO取得認証という、だれにでも目に見える形での取り組みが高評価へつながった。
- ④ 地球温暖化、ガソリン価格高騰などの環境問題が深刻になってきている現在、銀行が企業に投資する責任や査定は大変重要になってきている。持続可能な発展を考える上で最も重要な要素である。国際的な基金活動や国内もしくは地域内の清掃活動など規模にとらわれずどんなことでも実行していく必要がある。

8 地域・社会貢献に関する金融CSRの調査と評価

地域・社会貢献の金融CSRの取り組みについて、次のように銀行それぞれに対するコメント評価と点数評価、さらに総評を試みた。

8-1 コメント評価

四国銀行

- ・地域に密着した取り組みを行っている。
- ・地域密着の取り組み姿勢がよく分かった。
- ・銀行が企業と大学の橋渡しをし、創業・新事業の支援を行い、地域の活性化に貢献している点を評価。
- ・経済の支援、イベントの支援ともにできている。
- ・地域へのイベントに積極的に参加している。
- ・大学と企業の橋渡しとなり、共同研究を推進している点はオリジナリティとして評価。また地域行事にも積極的な参加支援がみられる。

高知銀行

- ・地域イベントへの参加情報がない。
- ・量的評価・質的评价ともに不満。より地域に密着した取り組みを行って欲しかった。
- ・どこでもやってそうな内容に感じた。
- ・貸し出しの事だけで他の取り組みがない。
- ・具体的な活動がない。
- ・地域への取り組みが書かれていない。高知県内への貸出金シェア率の高さは本業との関連性で評価。

高知信用金庫

- ・金融商品や大学との連携などは少ない。
- ・芸術や文化に力を入れているのかなと思った。
- ・医療研究に貢献はオリジナリティで評価。
- ・他行と比べて取り組みが少ない。

- ・活動が少ない。医学研究基金は良いと思う。
- ・医学研究基金をオリジナリティとして評価。また地域行事にも積極的に参加している。

阿波銀行

- ・地域に密着した取り組みを行っている。
- ・地域密着した取り組みが多い。子供への啓もう活動に力をいれていると感じた。
- ・地元地域の活性化に寄与しており、影響力として評価。
- ・地域の行事に積極的に参加している点を評価。
- ・具体的な取り組みがたくさん書かれていて良い。特に、徳島県内の小学校を中心とした金融経済ゲームの無料配布は、子供が金融に興味を持つきっかけになると思う。
- ・地域行事への積極的な参加、スポーツ大会の開催、献血などの取り組みを評価。

百十四銀行

- ・地域に密着した取り組みを行っている。
- ・全国高校生金融経済クイズ選手権 エコノミクス甲子園（四国大会）をオリジナリティで評価。
- ・エコノミクス甲子園をオリジナリティの評価に入れた。
- ・観光を支援する募金など地域の発展に目を向けた取り組みが多い。
- ・使用済み切手収集や金融教育活動など、具体的に書かれていて良い。
- ・エコノミクス甲子園の開催などオリジナリティがみられる。地域行事への積極的な参加も評価できる。

徳島銀行

- ・地域に密着した取り組みを行っている。
- ・経営相談・M&A・ビジネスマッチングをオリジナリティ、影響力で評価。企業に対しての取り組みが目立った。
- ・ベンチャー支援やビジネスマッチングなど、影響力を評価した。
- ・地域の企業を支援する取り組みが多く、そこから地域を発展させようという意図が伝わってくる。
- ・地元の中小企業を積極的に支援していると思う。

- ・地元の企業への支援はオリジナリティとして評価。

香川銀行

- ・地域に密着した取り組みを行っている。
- ・ヨガ教室をオリジナリティで評価したが、なぜ銀行がヨガをやるのか疑問に思った。
- ・本業とのかかわりのある社会貢献があれば良いと思った。
- ・地域の文化に触れる取り組みは評価できる。
- ・地元の高齢者を支援する取り組みや、地域の歴史・風土を大切にしているところを評価。
- ・地域への取り組みを行っている。国際交流は評価できる。

愛媛銀行

- ・地域に密着した取り組みを行っている。
- ・外国人大学生の遍路道巡礼の応援を、オリジナリティで評価。車いす3台をベトナムへ輸送したという取り組みは、地方銀行であっても世界に目を向けていて素晴らしいと思う。
- ・福祉活動に力を入れている点を評価。
- ・行事から子供の安全を守る活動など取り組み範囲が広い。
- ・取り組み活動が多くて良い。その地域に住む人に大いに役立つ取り組みだと思う。
- ・社会福祉にも力を入れている。また地域行事への積極的参加も行われている。

伊予銀行

- ・取り組みが多い。
- ・まんべんなく取り組みが行われていて良いと思う。イカノオスシダーはオリジナリティで評価。
- ・イカノオスシダーなどオリジナリティを評価。
- ・地域経済研究センターでの地域経済の情報収集は評価できる。イカノオスシダーのようなものは他行にはない。
- ・子供への安心・安全を中心にオリジナリティのある取り組みは評価できる。
- ・野球チームやサッカーチームへの支援、また子供に対する取り組みはオリジ

ナリティとして評価。

三菱東京UFJ銀行

- ・国外まで幅広く活動している。
- ・国際的な取り組みはさすが巨大銀行。子供への取り組みもあり，影響力で評価。
- ・国際的な取り組みと国内での取り組みがあり，どちらにも力を入れている点を評価。
- ・規模は大きい取り組みは少ない。
- ・NPO/NGOと協力することでよりよい社会貢献ができると思う。
- ・キッズへの取り組み，海外での取り組みや，海外学生への支援を質的評価。また児童福祉施設への支援をオリジナリティとして評価。

みずほ銀行

- ・国外まで幅広く活動している。災害への義援金など規模の大きな活動を行っている。
- ・国外の取り組みが多く，内容も具体的。
- ・国際的な取り組みが多く，そこを評価。
- ・取り組み量は多い。国外の取り組みも多い。
- ・海外への幅広い活動が評価できる。
- ・海外に視点を置いた取り組みは評価できる。また海外への義援金などはグローバルな視点を持っているからだと思う。

りそな銀行

- ・三菱東京UFJ銀行，みずほ銀行に比べると地元密着的な印象である。
- ・「食」分野における産学連携や有望な若いアーティストを応援などの取り組みは，オリジナリティが高い。
- ・店舗数の多い埼玉と大阪への地域貢献が多いので，そこを評価。
- ・巨大銀行の中では地方銀行寄りの活動が多い。
- ・点字カレンダーや視覚障害者向けのATMなど，オリジナリティのある活動だと思った。
- ・視覚障害者対応ATMや点字カレンダーは質的評価。ビジネス展示商談会はオリジナリティとして評価。

8-2 点数評価

ほかの調査項目に比べると地方銀行の評価が高く、上位には1位の伊予銀行をはじめとする地方銀行が目だつ形となり、地方銀行が巨大銀行にも負けていないことが明らかになった(表6参照)。

そのため全体的に高い評価となり、1位から8位までの合計点の差はわずかに20点であった。このことから各行とも地域・社会貢献への関心が高いことがうかがえる。

また評価の中で、各金融機関によって様々な取り組みが行われていたことから、オリジナリティ評価も上位から下位まで比較的高い結果となった。

8-3 総評

地域・社会貢献に関する金融CSRの取り組みについて、全体としての特徴と改善すべきことについて話し合い、次のような意見を得た。

- ① 地域密着型の地方銀行にオリジナリティの高い取り組みが多かった。巨大銀行は世界に目を向けた取り組みが多く、さすが巨大銀行と感じた。
- ② 環境項目とは逆に、巨大銀行よりも評価が高い地方銀行がいくつかあった。

表6 地域・社会貢献に関する金融CSRの点数評価

	量的評価	質的评价	オリジナリティ評価	影響力&本業との関係評価	合計	順位
四国銀行	22	18	19	20	79	9
高知銀行	15	13	13	16	57	11
高知信用金庫	11	13	15	16	55	12
阿波銀行	25	22	22	22	91	3
百十四銀行	23	20	24	21	88	6
徳島銀行	20	19	20	21	80	8
香川銀行	19	15	17	16	67	10
愛媛銀行	25	22	22	22	91	3
伊予銀行	27	24	26	23	100	1
三菱東京UFJ銀行	23	19	21	22	85	7
みずほ銀行	28	21	23	24	96	2
りそな銀行	25	21	23	21	90	5

取り組みの中には環境項目と似ているものもあるが、社会・地域貢献はより地域に密着している印象を受ける。地方銀行の役割は地域活性化なので、イベントの参加とか中小企業の支援などは不可欠。地域による特性が出る分、取り組み内容に差が出た。

- ③ 社会・地域貢献では各行ともオリジナリティーにあふれていると感じた。本店を有する地域の特徴に合わせて社会・地域貢献ができているので、オリジナリティーが生まれているのかもしれない。

9 総合評価

次のように個々の銀行それぞれに対するコメント評価と点数評価、および全体をおとしての総評を試みた。

9-1 総合コメント評価

四国銀行

- ・調査した銀行の中では標準的な評価であった。もう少し個性が欲しい。
- ・CSRの質的評価・量的評価ともに標準的だと思った。県内最大規模の地方銀行なのでもう少し頑張ってもらいたい。
- ・総合順位も6位と標準的であり、CSR活動も全体として標準的であったと思った。
- ・地元企業のニーズを大学の研究とマッチングするといった取り組みが良い。中小企業を援助するビジネスマッチングは地域の活性化に役立つ。
- ・調査した銀行の中では標準的で、基準となったと思う。特に、強い印象を受けるものがなかったので残念。
- ・従業員への取り組みをもっとCSR活動としてとらえ、ホームページ上にもきちんと書いて欲しい。その他はきちんと取り組んでいると感じた。

高知銀行

- ・全項目でCSRへの取り組みが少ない。ホームページを改善し、もっと情報を発信して欲しい。

- ・取り組みが少ない。より地域に密着した取り組みを増やして欲しい。
- ・CSRとしての取り組みが少なく、総合評価も低くなっていると思った。もう少し頑張ってもらいたい。
- ・地域の経済が発展するためにもっとオリジナリティーがある取り組みをすべきだと思った。
- ・全体的に取り組みが少ない。しかし個人的には従業員のところの次世代認定マーク「くるみん」の取得は、女性としてはうれしい。
- ・裁判員休暇や行内LANなど他行には余り見られない取り組みが行われている。

高知信用金庫

- ・顧客・消費者だけの評価が高いので、この銀行の特徴がよく現れていると思う。ホームページは最も見にくかったので改善して欲しい。
- ・環境に対する取り組みが全く見当たらないのは、企業として問題だと思う。ホームページとともに改善して欲しい。
- ・私の勝手な推測では、地域に一番密着しているのが信用金庫というイメージであったが、高知信用金庫が総合評価で最下位だったので少し期待外れだった。
- ・顧客・消費者以外の活動がほぼなく、利益だけ出れば良いという雰囲気を感じた。
- ・顧客・消費者だけ高評価ということなので、社会の中での一企業としてもっと社会全体に向けてできることを考えて欲しい。
- ・ホームページが見にくかったので、もう少し分かりやすくして欲しい。具体的内容をもう少し書いて欲しい。

阿波銀行

- ・社会・地域貢献、顧客・消費者への取り組みはよく行われている。地域密着している印象を受けた。
- ・地域密着の取り組みが多いと思った。環境への取り組みをもっと積極的に行って欲しい。
- ・環境CSRにもう少し力を入れて欲しいと思った。
- ・環境の取り組みが少ないのが残念だ。
- ・これだけ環境問題が言われている中で、取り組みが1つというのは良くない。

地域の環境から地球全体の環境について考えてもらいたい。

- ・従業員や環境に対する取り組みをもっと増して欲しい。またホームページ上にCSRという言葉のをせてあればもっと良いと思った。

百十四銀行

- ・地方銀行の中では各調査項目ともに評価は高い。調査中にホームページが更新されていたので、CSRに関心を持ち始めたのではないだろうか。
- ・エコノミクス甲子園などオリジナリティの高い取り組みが多く、全体的に高評価。
- ・会社説明会で、CSRについて「本業の一部でありCSR活動に力を入れている」と言われていたが、総合評価も高く納得した。
- ・ATMやキャッシュカードのセキュリティ強化は、犯罪が複雑化する中では良いと思う。コンプライアンスとも関係してくる。
- ・地方銀行の中ではオリジナリティのある活動もあって、CSR活動がよくできていると思った。
- ・十分に組み組んでいると感じた。また屋上緑化やチームマイナス6%への参加などオリジナリティがみられた。

徳島銀行

- ・環境への取り組みに力を入れていることが分かる。ほかの項目のCSRにも取り組んで欲しい。
- ・経営相談、M & A・ビジネスマッチングが印象に残った。全体的にもう少し取り組みを増やして欲しい。
- ・地域・社会貢献でのベンチャー支援やビジネスマッチングでの成果がどのくらいあるのか知りたくなった。ビジネスマッチングなどが成果を上げているのであれば、かなり地域に貢献していると思った。
- ・ベンチャー企業の支援。個人情報の保護は評価できる。
- ・従業員以外はどの項目も大体組み組んでいる。
- ・きちんと組み組んでいる。CSRとしてまとめてあればもっと良いと思った。具体的な内容を書いて欲しい。ISO取得は四国の地方銀行で初というのは評価できる。

香川銀行

- ・もっとCSRに取り組むべき。ホームページも改善した方が良い。
- ・取り組み量, 内容ともに不満。まずはホームページから見直すべきだと思う。
- ・全体的にCSR活動が少ないが地域・社会貢献だけは多く、本店を有する香川県の発展に寄与していると思った。
- ・ホームページに大きく取り上げられていない時点で、CSRに注力していないイメージがある。
- ・全体的に取り組みが少ない。
- ・ISO取得は評価できるが、もう少し具体的な内容が書かれていれば良いと感じた。

愛媛銀行

- ・顧客・消費者の評価は低いが、従業員や社会・地域貢献への取り組みの評価は高く、ホームページも見やすい。
- ・顧客、消費者への取り組みが少ないのは残念。しかしCSRに積極的に取り組んでいる姿勢が感じられた。
- ・地域・社会貢献で地元の愛媛県内での活動だけではなく、ベトナムなど海外へのCSR活動もあり評価できる。顧客・消費者に対するCSR活動があれば、もっと地元地域に貢献していけると思った。
- ・地域・社会貢献の取り組みや環境への配慮が多い。地域活性化を考えている。
- ・地方銀行として、地域社会貢献への取り組みが多いことは良い。ただ、お客様への取り組みがとても少ないことが気になる。顧客への取り組みは、最も本業に関係してくるところだと思う。
- ・CSRとしてきちんと取り組んでいる。男性の育児休暇制度は良いと感じた。

伊予銀行

- ・ホームページが見やすく、各項目のCSRもよく取り組まれている。特に社会・地域貢献はよく取り組まれている。
- ・地方銀行の中では最高評価。オリジナリティのある取り組みもあり、手本になると思う。
- ・社会・地域貢献で巨大銀行を押さえて一位になり、地方銀行として地域社会

に貢献していると思った。

- ・地方銀行として地域の活性化を目指す取り組み(社会・地域貢献)が多いのが、本業と関連していて良いと思った。トップページにCSRがあるのも良い。
- ・地方銀行の中で一番CSRに力を入れている。イメージも良いと思う。
- ・基本的にどの項目もきちんと取り組んでいると感じた。

三菱東京UFJ銀行

- ・他の項目に比べ社会・地域貢献が低い、全体的に評価は高い。
- ・取り組み量が圧倒的に多いわけではないが、質的评价は高いものが多かった。海外への取り組みなど規模も大きい。
- ・巨大銀行は地方銀行や信用金庫と比べて規模の面や営業対象などが違い、日本全体や海外に向いているので、その分CSR活動の規模も大きくなっていると思った。
- ・みずほ銀行のように取り組みが多いわけではないが、持続可能な成長ができるように配慮した取り組みが多い。
- ・巨大銀行として全体の取り組みの規模も大きく、取り組み量も多かった。
- ・さすが巨大銀行だと感じた。

みずほ銀行

- ・すべての項目で非常に高い評価で、情報量もととても多い。しかし従業員向けの取り組みに関して成果主義をCSRとしてどうとらえるか、評価の難しいところもあった。
- ・情報量がととても多く、海外への取り組みなどは、さすが巨大銀行といえる取り組みである。
- ・総合評価で一位になったみずほ銀行は、やはり公的要素が強い分CSRに対する取り組みも他行と違うのかなと思った。
- ・ホームページのトップにCSRが掲載されていないのが残念。今回調査した銀行の中では一番CSRに注力しており、ステークホルダーを大切にしていると思った。
- ・すべての項目で高評価。しかし、CSR活動のレポートをみずほ銀行単体ではなく、みずほフィナンシャルグループ全体でまとめているので、みずほ銀行

にしぼって評価するのは少し難しい。

- ・さすが巨大銀行だと感じた。

りそな銀行

- ・環境への取り組みの評価が低く、巨大銀行にしては情報量が少ない。
- ・巨大銀行としては量的評価・質的评价ともに不満。地方銀行に負けるようでは全国基盤の銀行として駄目だと思う。しかし女性向けの取り組みは多く、そこは他行も見習うべきである。
- ・りそな銀行は女性が活躍しやすい銀行であることがうかがえた。
- ・一番差をつけられている銀行。環境の取り組みが少ないのが残念。
- ・順位が一部の地方銀行より下で、巨大銀行としてはCSR活動への取り組みが少ない気がした。しかし、女性が活躍できる環境が整えられている点は評価できる。
- ・ほかの巨大銀行と比べると取り組み量などが少ないと感じた。

9-2 総合点数評価

総合点数評価では、一位と最下位では200点近い差が出た。トップ3のみずほ銀行、三菱東京UFJ銀行、伊予銀行は、どの調査項目でも上位にあった(表7参照)。

このような顕著な差が出たのは、環境保全に関する金融CSRであった。その理由として、環境CSRを行うことにより直接的な利益を得られる可能性が低いからと考えられるし、環境保全に対する意識がまだ低いのかもかもしれない。

総合評価での順位は、規模の大きい銀行ほど上位に位置づけられ、逆に規模がそれほど大きくない第二地方銀行が下位を占めるといった結果になってしまった(都市銀行→地方銀行→第二地方銀行)。

しかし今回の数値化した結果を鵜呑みにするのは良くないと思う。例えば高知県を基盤とする四国銀行と日本全域または世界を相手にする都市銀行とでは活動基盤の大きさが極端に違うので、絶対的なCSRの数や内容に差が生じ、それが今回の点数結果に結びついていると考えられる。もしわたしたちが、金融機関の規模などを把握しそれを高度な手法を用いて点数評価する方法を開発

表7 金融 CSR についての総合点数評価

	ホームページにおけるCSR表示評価	顧客・消費者に関する金融CSR評価	従業員に関する金融CSR評価	環境保全に関する金融CSR評価	地域・社会貢献に関する金融CSR評価	合計	順位
四国銀行	16	71	51	83	79	300	7
高知銀行	4	58	71	60	57	250	10
高知信用金庫	4	91	55	25	55	230	12
阿波銀行	4	98	48	43	91	284	9
百十四銀行	20	81	55	87	88	331	4
徳島銀行	8	66	44	91	80	289	8
香川銀行	4	52	44	66	67	233	11
愛媛銀行	20	41	84	65	91	301	6
伊予銀行	20	74	90	72	100	356	3
三菱東京UFJ銀行	16	74	93	101	85	369	2
みずほ銀行	16	104	99	101	96	416	1
りそな銀行	16	76	75	60	90	317	5

できれば、また違う結果になったかもしれない。

いずれにしても規模が大きい都市銀行では活動基盤が国外にもあるので世界レベルでのCSR活動が行え、それが高評価につながったと考えられる。

10 調査・評価活動のまとめ

この調査・評価活動から学んだことと反省点について話し合った。各自のコメントが次のものである。

(1) この調査・評価活動から学んだこと

- 評価の難しさを学んだ。集めてきた情報をどのようにまとめてどのように比較するのか、その難しさを実感した。同じデータを使っても、評価の手段によって相手に伝わるものは大きく変わってくるのが分かった。
- この調査を始める前は、どの金融機関もやっていることはほとんど一緒だろうと思っていた。しかし実際に調査をしてみると、明らかにCSRに対する

姿勢が各金融機関で違っていった。このご時勢に環境に対する取り組みを全くやっていないところ、ご当地ヒーローで啓もう活動をする銀行、世界に目を向けた活動を行っている銀行、逆に地域密着の活動をしている銀行など、様々な違いがみえた。

- ①銀行によってCSR活動に力を入れている度合いが大きく違い、今の段階で差があることを知った。就職先が銀行であったので選ぶ基準にもなったし、将来顧客が銀行の規模だけでなくCSR活動を見て預金する時代が来ると思った。②地方銀行と巨大銀行の間にも活動量に差があった。③今のCSR活動は企業にとって目標であることが多く、具体的な数値や結果が掲載されていない事が多かった。これからは結果も公表していくべきではないかと感じた。④どこの企業でもやるCSR活動ではなく、金融機関だからこそできるCSR活動を知ることができた。
- ①当初思っていた以上に各銀行がCSR活動に力を入れていたということ。各銀行の営業基盤に対する地域貢献が長い目でみると利益につながってくることを学んだ。②地方銀行と巨大銀行では規模が違うので、可能なCSR活動の範囲や規模にも差が出たように感じた。また第一地方銀行と第二地方銀行とのCSR活動に対する取り組みの温度差を感じた。
- ①銀行の取り組みについて知ることができた。昨年から準備作業としていろいろな学習をしてきた。銀行がただの金貸し屋であり、利用者をだますような方法で金融商品の説明をしてはいけないと(金融商品勧誘方針など)、先輩たちの取り組みから学び、さらにこの調査から銀行の銀行としてあるべき姿と方針を知ることができた。しかし銀行間でも取り組んでいる内容、取り組み量なども異なり、面白い結果が出たと思った。CSR活動を当たり前としてとらえる銀行もあれば、そうでない銀行もあることを、この調査から学んだ。②地方銀行と都市銀行では、国内に重点をおく(特に地域貢献を重視している)所とグローバルな視点を持ち海外に重きをおくのでは、取り組む内容が異なると感じた。三菱東京UFJ銀行のビルにおける雨水の利用などはこれから大事になることだと思う。銀行の業務や社会的責任活動は、社会の中で大きな役割を担うことになると感じた。

(2) 反省点

- ホームページから集めてきた情報を整理するのに、とても時間がかかった。はじめは銀行ごとにそれぞれ分担してホームページを調べた。しかし情報量が多く、また銀行によってホームページでの表示の違いが大きかったため客観的にまとめるのが難しくなり、最後には全員で一つ一つ整理しないといけなくなった。はじめにもっと基準を明確にできていれば、効率よくできたかもしれない。
- ①調査を始めてからCSR活動がどういったものか詳しく知ることができ、今の社会では、企業を評価したり企業のイメージに直接つながるぐらいに、CSR活動というものがとても重要であることが分かった。②各銀行において、内容がほとんど変わらない項目もあれば、そうでないところもあったので、オリジナルの取り組みをしている銀行はそれだけCSRについてよく考えていると感じた。
- ①時間的に余裕がなかったので、実際に金融機関を訪問して調べることができなかった。気になる取り組みは実際に訪問して話を聞いてみたかった。②ホームページの締め切りの期日を決めていなかったため、ほとんどを完成させた後に更新した銀行が現れたので、慌てた。はじめから期日をきめて計画的にやれば良かった。
- ①ホームページから調査表にまとめる方法があやふやだった。②実際に銀行に足を運んで、直接話が聞けたらもっと書きやすかったかもしれない。
- ①実際に銀行に足を運んで聞き取り調査に行けなかったこと（時間が足りなかった）。②様々な意見が飛び交うほどには、議論が余り活発ではなかった。
- 時間をあまり上手に使えなかった。就職活動に時間をとられたりした。また評価の対象とする項目が全員の中で定まっていなかったため、繰り返し見直したりして時間がかかってしまった。
- ①コンプライアンスをやりたかった。②ホームページが更新されたりするので、期日を決めてやっておけば良かった。③調査表に金融商品をいれるべきか入れないのか、これが難しかった。

11 講評(指導教授)

今回の報告書がまとまるまでには、実に一年半もの日時を要し、困難を極めた。わたしは、とても報告書を作成できるところまで行き着かないだろうと、半ばあきらめもしていた。しかし学生たちは頑張って、とうとう完成させた。学生のねばり強さには感心した。春休みには、参加できる学生たちで自主ゼミをするというので、わたしはせっせと茶菓子と弁当を差し入れたりした。

このような困難に直面したのは、企業による横暴な人材獲得競争がますます激しさを増してきたからである。このため4回生時の1学期はもちろんのこと、3回生時の夏休み明けの2学期から早くも、ゼミなどの少人数教育での授業が成り立たなくなってきた。平日に開催される会社説明会に学生が参加するため、ゼミを欠席するからである。入れ替わり立ち替わり複数の学生がいなくなるのであるから、ゼミ学習に不可欠な一体性や継続性は失われてしまった。⁴⁾

この苦境を何とか乗り越えようと、わたしはゼミ教室にDVDムービーカメラを設置してゼミ風景を撮影し、ディスクに保存するようにした。就職活動で欠席した学生にはそのディスクを渡し、それをみて事後的であるがゼミでの議論状況について学習してもらったのである。

しかし何とんでも、この苦境を救い大きな威力を発揮したのが、人文学部のWebサイトに設置されたSOULS(オンライン学習支援システム)であった。このSOULSのおかげで、就職活動や教育実習などでゼミに出席できなくなった学生も、インターネットの端末を通じて、いつでもどこからでも、Web上の紀国ゼミ掲示板にアクセスでき、書き込みをしたり、添付ファイルをダウンロードしたり、ファイルをアップできるのである。時間と空間をこえて簡単にゼミ情報を共有できるのであるから、これほど便利なものはない。

今回時間がかかっても、どうにか報告書を完成できるところまで来たのは、このSOULSがあったからである。SOULSをわが人文学部に導入された村端五郎人文学部教授(現人文学部副学部長・教務委員長)に心から感謝を申し上げたい。

学生が一般金融消費者の立場にたつて、金融機関を社会的責任活動(金融CSR)で評価・格付けしてみようとする試みは、おそらく日本では初めてのことでな

いかと思う。市民団体や自治体の最近の活動に、環境問題についての銀行の取り組み状況をアンケートで調査し、その結果をホームページに掲載して預金者の銀行選択に役立ててもらおうというものがある。今後、このような活動が増えていくものと思われる。⁵⁾

今回の調査・評価目的としてわたしがあげた3点については、次のような貴重な成果が得られた。

①の「金融機関がどのような社会的責任活動(金融CSR)をしているかどうか」については、学生がかなりの時間と労力を費やして銀行のホームページを調査し、高知市所在銀行について詳細な一覧表を作成した。本報告書の末尾に参考資料として添付したものである。これは、金融CSRの項目ごとに各銀行の取り組みを簡略化してまとめたものであって、比較が容易で分かりやすい。

②の「金融機関の社会的責任活動(金融CSR)を金融消費者が分析・評価するには、どのような方法があるか」について、学生たちが考えだした方法は独創的であり、とても興味深いものであった。「ホームページ表示評価」、「量的評価」、「質的评价」、「オリジナリティ評価」、「影響力&本業との関係評価」の五つである。

「ホームページ表示評価」は、金融機関が金融CSRの取り組みに対してどのような積極性や自覚をもっているかどうかを評価するものとしては、ざん新な方法である。これらの調査結果から、金融CSRの情報発信状況に関して金融機関の格差が大きいことが明らかになった。面白いことに、ホームページが見にくく分かりにくい銀行については、金融CSRの取り組みも弱いという傾向が学生が発見した。

金融CSRの取り組みは多面的性格をもつので「量的評価」は必要なことであろうし、その取り組み効果と有効性を問題とするなら「質的评价」が欠かせないだろうし、さらに金融CSRは創造的な取り組みであるので「オリジナリティ評価」も必要なことである。また金融CSRの取り組みは社会に向けてのものであり、そのことで本業とも関係してくるので、「影響力&本業との関係評価」という視点も重要なことである。

以上の五つの基準で学生たちが12の銀行を格付けしてみたのであるが、金融CSRに積極的な銀行とそうでない銀行の違いや、金融CSRの取り組み程度や

取り組み方についての各銀行の特色が、十分に明らかになったと評価する。

ただ「質的評価」については、どういう金融CSR事例がどういう場合に質が高いか低いかについての集团的検討の時間は、上記の事情により、十分に確保できなかった。このため個々の学生の主観的判断に頼る部分が強くなってしまった。「質的評価」という視点は重要で奥が深いものである。学生の見解によれば第三者認証を得た取り組みが例示されたが、さらに多面的な視点を必要とするものとする。もっと議論を深めれば興味深い論点が出てきたように思う。この議論には金融CSRの具体的な取り組みに関する知識も必要になるし、この点についての情報収集や学際的な学習も求められるようになる。

「影響力&本業との関係評価」についても、同様のことがいえる。どういう金融CSR事例が社会的影響力が強いといえるのか、本業にどのような作用をもたらすものなのか、本業に金融CSRを組み込んだ金融商品をどう評価するのか、そもそも金融CSRは広い意味での本業ではないのか、などについて検討する時間的余裕はなかった。

その結果、本業と金融CSRを結びつけたCSR金融商品に対する評価視点が弱まってしまったようにも感じる。四国銀行の環境応援定期預金「絆の森」や香川銀行の環境ボランティア定期預金「花と緑」は、もっと高く評価していいものとおわしは考える。⁶⁾

③の「金融消費者が金融機関を社会的責任活動(金融CSR)で評価・格付けするとすると、どのような課題があるか」に関して、学生たちの挑戦からいくつかの課題が明らかになってきた。

第1に、Web上での情報発信の重要性について認識が低く情報発信力が弱い金融機関がまだ多いことである。とりわけ地方銀行は宣伝が下手であると感じた。ホームページに掲載されていない金融CSRの取り組みも多いと思うが、ホームページを使えば、金融機関の一覧評価と選択に必要な情報が容易に入手できる時代であることを再認識し、Web上の情報提供により積極的に努力してもらいたい。

第2に、情報提供にさいしては、どのような状況にあるどのような人であってもすべての人が、容易に理解できるよう工夫することが必要である。金融機

関は必要にして重要な情報を、だれにでも分かりやすく提供する義務がある。それが金融の専門家たる金融機関の社会的使命である。この点で、ホームページでのCSR表示に熱心な銀行は、写真を掲載し難しい用語を使用しないで説明する配慮が行き届いていた、という学生の評価をうれしく思った。

第3に、体力や規模にもともと格差がある地方銀行と巨大銀行を、同じ基準で評価していかどうかに関してであるが、これについては何度も議論が起こり、ずっと学生たちは悩んでいた。しかし採点評価してみれば、個々の取り組みでは地方銀行でも巨大銀行に負けないうところが出てきて、学生たちは一様に安心した様子であった。しかし総合評価では、上位に巨大銀行がならんだ。9-2「総合点数評価」の学生のまとめにおいて、「体力や規模、経営範囲を盛り込んでのより高度な評価手法が必要である」との課題が示されたが、わたしも同感である。

しかしながら、規模の序列が金融CSRの取り組み序列になっているとは、わたしは思わない。巨大銀行が上位にきたのは、一つは環境に関する取り組みの多さと、もう一つは従業員に関する取り組みの情報発信の多さからである。しかし規模の小さい金融機関ほど環境に関する取り組みが弱いようにも感じるので、その点の解明は必要である。

学生たちは、さぞや多くの社会的責任金融知識を得られたことと思う。会社研究にも役だったことは、学生の記した「調査・評価活動のまとめ」から明らかである。

注)

- 1) 金融CSRやその評価方法については参考文献でも紹介したような専門書も出始めているし、一般企業のCSR評価方法について蓄積された知識や専門評価機関の格付け方法などもある(例えば参考文献にあげた、経済法令研究会編[2007]『金融CSR総覧』、斎藤慎[2000]『企業評価の新しいモノサシ—社会的責任からみた格付基準』など)。これらを学習してその方法に学び、それを応用するという調査・評価方法もある。しかしわたしは、このような学習方法をあえて指導しなかった。これらのコピーでなく、まったくの素人である一般金融消費者の立場にたって評価するとすればどのような方法があり、どのような課題がみえてくるのかを、白紙の状況から考えてもらおうとしたからである。学生たちには、金融CSRの評価方法につ

いて専門的な学習はしないで、自分の足でまったくの第1歩から踏み出してもらった。そのことでより創造的な力量を鍛えられるであろうし、独創的な方法が生み出されるかもしれないからである。調査・評価活動に当たっての予備学習は、金融庁が調査した金融CSR事例を分類・整理した拙稿(下記参考文献)を学習し、自分が最も興味・関心をもった金融CSR事例をそれぞれが選び出して報告し、議論するという手順を踏んだ。それぞれが先進的だと考える事例を自分の価値観で選び出し、意見交流することによって、各自の評価能力を高めるためである。

- 2) 銀行、証券会社、保険会社がどのような不祥事を引き起こし、どのようなことで金融庁から処分を受けたかについては、次の拙稿で紹介した。紀国正典[2008]「日本における金融CSRの現状と活動(3-1)―金融庁「金融機関のCSR実態調査」のCSR事例分析(証券会社等編)―」、紀国正典[2008]「日本における金融CSRの現状と活動(4)―金融庁「金融機関のCSR実態調査」のCSR事例分析(保険会社編)―」。
- 3) わたしの金融論・国際金融論ゼミがこのような調査・評価活動に踏みきるきっかけは、演習形式の授業方法について課題探求型の教育方法の学習効果が高いとの、本学人文学部社会経済学科における教育実践である。課題探求型とは、ある課題を設定させ、その課題の解決のためにどのような方法がありどうすればいいのかを求めて、自分で調査し、自分で工夫・企画し、自分で必要な知識や情報を集めるよう指導する方法である。

これに触発されて金融分野においても、自分の生活にかかわりがあり、自分で体験できて対象や経過が目に見え、その成果を実感できることによって、学習意欲を高めるであろう教育方法を実践してみたい、と思い立ったのである。そうして考え出した教育方法は、金融における何らかの課題(テーマ)を設定し、学生たちに実際に存在している金融機関を調査してもらい、自分の価値観や自分たちで議論して決めた基準で金融機関を評価するという方法であった(この経緯について詳しくは次の拙稿の注記参照。紀国正典[2005]「外貨建金融商品の販売方法についての調査と評価(2004)―高知市所在の金融機関の窓口調査結果の検討」pp.60~61)。

このような調査と評価にさいしてどういう課題(テーマ)を考えるかであるが、最初はついでに社会的意義もあるようなものを設定してみたい、との軽い気持ちで踏み出した。ところがこのような教育実践に取り組むうち、この調査・評価活動が社会的責任金融教育としての内容も備えているのではないかと思うようになってきた。最初のうちは、社会的責任金融教育という意義は、副次的な意味でとらえていたのであるが、ますますこれをメインに据えてみようと考えてようになってきたのである。今回の調査と評価のテーマは、金融機関の社会的責任活動(金融CSR)であるので、社会的責任金融教育にはふさわしいものである。

社会的責任金融教育とは、一言でいえば金融における社会的責任意識を高めるような人材教育である。金融消費者についていえば、投資ゲームに走るのではなく、持続可能な社会に役立つ金融の視点から、資産・負債やリスクを自己管理でき、金融機関を評価・選択できる人材の育成である。金融職業人についていえば、持続可

能な社会に役立つ金融のあり方を考え実践でき、社会的リスク管理能力や意識が高く、プロとしての高度な職業的倫理意識をもち、情報公開に熱心であり、金融消費者に信頼され、その専門的知識によって社会に貢献できる人材の育成である。

金融経済教育は、「貯蓄から投資へ」との政府の掛け声や金融機関が金融CSR活動の一環として取り組んだことなどによって、盛んなものになっている。しかしこれらが、投資ゲームで金もうけをするための金融教育であったり、投機・借金地獄への入り口を準備する金融教育であったり、ライブドアや村上ファンドのように一獲千金の金もうけのためには不正な手段も平気である人間を作り出す金融教育であったり、金融機関の宣伝や収益チャンスを拡大するための金融教育（カモネギ教育：カモとなる金融消費者がネギをしょってくるように仕向ける宣伝教育）であったりしてはならない。社会的責任金融教育はこれらの金融教育とは対極にあるものである。このことについては、紀国正典 [2006] 「金融情報に対する金融機関の社会的責任意識の調査と評価（2005）—高知市所在金融機関のディスクロージャー誌とホームページの比較検討—」 pp. 28～29。

森永卓郎氏は、教育評論家の尾木直樹氏との対談で、このような金融教育は不要だとして、次のようにいう。「金融教育が必要だという話が私のところによく来ます。今のロスト・ジェネレーションの人たちにとっては、新興のIT長者たちというのはヒーローなんですね。だから、例えば、学校教育の中で株式投資術を小・中学生に教えてくださいという話があるんですけど、僕は根本から間違っていると断言しているんです。要するに、小さい頃から、右から左に金を動かして、短期で濡れ手に粟の金を稼ぐというのを教えるなど言語道断だと思うんです。分別のないときにそういうのを覚えてしまうと、まともな人生を送らなくなっちゃうんですね。」尾木直樹・森永卓郎 [2008] 『教育格差の真実：どこへ行くニッポン社会』 pp. 160～161（この文献箇所については妻裕子から教示を受けた）。

また、全国銀行協会主催（後援：金融庁・文部科学省・金融広報中央委員会）「シンポジウム：金融経済教育をいかに充実していくか」で、基調講演にたった生活経済ジャーナリストの高橋伸子氏は、「私が金融界に期待することは、①目先の目標（商品やサービスのPR）を忘れ、公正・中立な立場での学習支援に徹して欲しいこと、」と厳しい注文をつけている。全国銀行協会『金融』2008年4月号, p. 20。

- 4) 大学やマスコミもようやく、このような危機的状況に警鐘を鳴らすようになってきた。高知新聞社 [2008] 「企業の採用選考早すぎ：大学3団体は正要請」高知新聞記事2008年7月10日付け、NHKクローズアップ現代「内定ブルー：就職戦線に異変あり」2008年10月16日放映。
- 5) 市民団体による次のような取り組みが最近報道されている。日本経済新聞社 [2008] 「銀行選び「環境基準」に、ネットで参考情報提供：NGOや自治体、預金者に働きかけ」日本経済新聞記事2008年7月9日付け。
- 6) エコ金融商品やCSR関係金融商品について最近の報道は、日本経済新聞社 [2008] 「「洞爺湖」にらむ環境金融（下）エコ預金の開発加速：地域が主導、大手沈黙」2008

年4月11日付け。日本経済新聞社 [2008] 「金融商品「社会貢献型」相次ぐ：貧困撲滅や環境保護・手数料の一部寄付」日本経済新聞記事2008年7月6日付け。

[参考文献]

- 経済法令研究会編 [2007] 『金融CSR総覧』経済法令研究会。
- 紀国正典 [2003] 「金融の公共性・国際公共性諸学説の検討(1) —外部性論からのアプローチ—」高知大学経済学会『高知論叢』第78号, 2003年11月。
- 紀国正典 [2004] 「金融の公共性・国際公共性諸学説の検討(2) —「公共財」論の問題点—」高知大学経済学会『高知論叢』第79号, 2004年2月。
- 紀国正典 [2005] 「外貨建金融商品の販売方法についての調査と評価(2004) —高知市所在の金融機関の窓口調査結果の検討—」高知大学経済学会『高知論叢』第82号, 2005年3月。
- 紀国正典 [2005] 「金融の公共性・国際公共性諸学説の検討(3) —貸手責任論と社会的責任金融(SRF)—」高知大学経済学会『高知論叢』第84号, 2005年11月。
- 紀国正典 [2006] 「金融情報に対する金融機関の社会的責任意識の調査と評価(2005) —高知市所在金融機関のディスクローチャー誌とホームページの比較検討—」高知大学経済学会『高知論叢』第86号, 2006年7月。
- 紀国正典 [2006] 「金融の公共性・国際公共性諸学説の検討(4) —社会的責任投資(SRI)と社会的責任金融(SRF)—」高知大学経済学会『高知論叢』第87号, 2006年11月。
- 紀国正典 [2007] 「国際的責任金融(IRF)」立命館大学国際関係学会『立命館国際研究』19巻3号, 朝日(関下)教授退職記念号, 2007年3月。
- 紀国正典 [2007] 「日本における金融CSRの現状と活動(1) —金融庁「金融機関のCSR実態調査」のCSR事例分析(銀行編)—」高知大学経済学会『高知論叢』第88号, 2007年3月。
- 紀国正典 [2007] 「日本における金融CSRの現状と活動(2-1) —金融庁「金融機関のCSR実態調査」のCSR事例分析(信金・信組・労金編)—」高知大学経済学会『高知論叢』第89号, 2007年7月。
- 紀国正典 [2007] 「日本における金融CSRの現状と活動(2-2) —金融庁「金融機関のCSR実態調査」のCSR事例分析(信金・信組・労金編)—」高知大学経済学会『高知論叢』第90号, 2007年11月。
- 紀国正典 [2007] 「顧客勧誘方針に対する金融機関の社会的責任意識の調査と評価(2007) —高知市所在金融機関の顧客勧誘方針の公表状況と内容の検討—」高知大学経済学会『高知論叢』第90号, 2007年11月。
- 紀国正典 [2008] 「日本における金融CSRの現状と活動(3-1) —金融庁「金融機関のCSR実態調査」のCSR事例分析(証券会社等編)—」高知大学経済学会『高知論叢』第91号, 2008年3月。
- 紀国正典 [2008] 「日本における金融CSRの現状と活動(3-2) —金融庁「金融機関のCSR実態調査」のCSR事例分析(証券会社等編)—」高知大学経済学会『高知論叢』第92号, 2008年7月。

- 紀国正典 [2008] 「日本における金融CSRの現状と活動（４）—金融庁「金融機関のCSR実態調査」のCSR事例分析（保険会社編）—」高知大学経済学会『高知論叢』第93号, 2008年11月.
- 尾木直樹・森永卓郎 [2008] 『教育格差の真実：どこへ行くニッポン社会』小学館.
- 斎藤慎 [2000] 『企業評価の新しいモノサシ—社会的責任からみた格付基準』生産性出版.
- 全国銀行協会 [2008] 「シンポジウム：金融経済教育をいかに充実していくか」全国銀行協会『金融』2008年4月号.
- NHKクローズアップ現代「個人年金保険トラブルを避け」2005年11月10日放映.
- NHKスペシャル「環境異変：前編・後編」2006年2月18・19日放映.
- NHKクローズアップ現代「社会貢献ビジネス」2007年2月21日放映.
- NHKクローズアップ現代「社会に役立つ投資」2007年5月19日放映.
- テレビ高知「地球の危機を救うお金の使い方」2007年9月3日放映.
- NHKクローズアップ現代「自分のお金を生かす市民金融」2008年1月17日放映.
- NHKクローズアップ現代「内定ブルー：就職戦線に異変あり」2008年10月16日放映.
- 日本経済新聞社 [2008] 「「洞爺湖」にらむ環境金融（下）エコ預金の開発加速：地域が主導、大手沈黙」日本経済新聞記事2008年4月11日付け.
- 日本経済新聞社 [2008] 「金融商品「社会貢献型」相次ぐ：貧困撲滅や環境保護・手数料の一部寄付」日本経済新聞記事2008年7月6日付け.
- 日本経済新聞社 [2008] 「銀行選び「環境基準」に、ネットで参考情報提供：NGOや自治体、預金者に働きかけ」日本経済新聞記事2008年7月9日付け.
- 高知新聞社 [2008] 「企業の採用選考早すぎ：大学3団体是正要請」高知新聞記事2008年7月10日付け.