

# 日本企业社会责任规范模式

武圣涛

(西 北政法大学 国际法学院, 陕西 西 安 710063)

**摘 要:** 通过比较日本法关于企业社会责任发展的新模式与已有日本法中关于企业社会责任之规范模式, 辩证地分析了日本法中关于企业社会责任规范之优劣, 综合归纳出日本法中关于企业社会责任之规范特点, 并为完善中国相关法律制度指明方向: 中国公司法中, 应置入一般性规定来规范企业社会责任的问题, 在未来中国关于企业社会责任的规范模式应考量借鉴日本法, 即以自律规则作为规范主轴, 加强企业自身的社会责任意识。

**关键词:** 日本; 企业社会责任; 规范模式; 自律规则

**中图分类号:** DF411.91

**文献标志码:** A

**文章编号:** 1671-6248(2010)03-0102-05

企业社会责任理念的诞生系依附于公司制度。早在 18 世纪 90 年代东印度公司进口到英国的砂糖由加勒比海各国奴隶所生产, 导致英国消费者发起拒买运动, 此事件可被视为企业社会责任之肇端。随后, 企业社会责任在劳工保护、消费者保护、环境保护以及人权保护 4 个领域各有建树, 时至今日跨国企业遍布世界各地, 对企业社会责任的关注已不再局限于内国法的范畴, 许多国际组织或地区性组织亦对此表示高度关注, 并各自有了企业履行社会责任的行为准则, 如联合国 1999 年提出全球盟约、经济合作发展组织(OECD)于 2000 年发表的跨国企业指导纲领、企业社会责任欧洲多数利害关系人论坛于 2004 年发表的最终报告书。这些准则就企业社会责任及其评价方法达成了共识。企业社会责任向来仅在以营利为目的的企业制度中探讨, 而近年来在非营利性法人制度中对此议题也有所探讨。然而中国企业界与法学界对此所涵盖的范围尚未形成共识。学者刘连煜认为, 企业社会责任的内涵可以分为 3 个层次, 即遵守法律的责任、企业伦理责任及自由裁量责任<sup>[1]</sup>。学者陈俊仁认为, 企业社会责

任的实质内容为企业资产的运用与分配, 即企业经营能否将企业资产运用于与企业营利完全无关、或仅有间接关联性的活动上<sup>[2]</sup>。而企业与公司法学面对企业社会责任时, 究竟应扮演何种角色? 本文认为, 第一, 可依据当时的社会对企业社会责任赋予的含义, 在企业与公司法中将此内容加以条文化。但这种规范方式的可行性甚微, 因为企业社会责任所涉及的法律领域极广, 如劳动法、环境法、消费者权益保护法、所得税法等。要在各个法律领域中将企业社会责任所涉及的问题加以规范, 从成本与耗时来看并非易事, 更不要说在企业与公司法将其他法律领域所涉及的问题全部加以处理。第二, 包括企业与公司法在内的各个法律领域各自处理所涉及的企业社会责任问题, 而在企业与社会责任领域, 除了现有的各种具体制度, 如董事责任制度或股东权制度、实践中的企业社会责任以外, 为了能够涵盖企业社会责任的内涵, 应另行制订企业社会责任的一般性规定。

目前中国对于企业社会责任的规范方式, 除了尚未在公司法中规定企业社会责任的一般性规定

收稿日期: 2009-09-07

作者简介: 武圣涛(1982-), 男, 河南南阳人, 法学硕士研究生。

外,基本上采取上述第二种规范方式。而中国企业与公司法中规定企业社会责任的一般性规定的必要与否,是值得探讨的问题。对此,国内学者鲜有论及。本文以日本法关于企业社会责任的发展经验为例,对中国相关法律的完善提出建言。

## 一、日本有关企业社会责任的法律规范模式

自20世纪50年代日本企业界开始对企业社会责任这一问题予以关注,当时日本国内各地陆续发生多起严重公害事件以及多起严重损害国民生命健康的事件(类似中国近几年的食品安全事件),这些事件不断地唤起日本社会要求企业承担社会责任。在法律规范层面上,日本法依照企业所违反社会责任的性质,划归各相关法律领域处理。其中,社会伦理方面主要处理企业从事违反社会伦理行为的问题,文化方面涉及企业从事慈善捐赠等公益性事业问题<sup>[3]</sup>。

### (一) 社会伦理方面

从社会伦理方面论及企业社会责任问题,主要是指企业从事营利活动之际,为追求企业利益,进而从事违反社会伦理的行为,而这种行为可能造成特定人(如公司股东或公司本身)甚至不特定人(如公害的受害人或产品消费者)的损害,而企业是否应对其违反社会伦理的行为负责?若要承担责任,其法律依据为何?对于企业违反社会伦理的行为,可具体分为公害行为、侵害消费者权益的行为和不当行为,日本法对其处理模式各有不同。

#### 1 公害行为

在公害事件发生的初期,企业面对受害居民的严重抗议,不仅推卸责任,甚至为了追求企业利益不曾间断其生产活动。而对于企业所造成的公害问题,当时受害居民通过裁判制度请求损害赔偿,其法律依据或为民法侵权行为或为产业法的规定。在判决中,司法机关就公害问题确立了企业所应负的社会责任原则:第一,任何工厂在生产活动中不得污染或破坏环境,更不允许侵害或牺牲该地居民的生命健康;第二,企业从事具有危险性活动时,必须采取防范危险发生所必要且最有效的措施,企业未履行此等义务者即负有重大过失责任;第三,公害一旦发生,企业除了必须防止公害继续扩大外,亦不得逃避对受害人所应负的救济和赔偿责任。

嗣后,日本受到1992年于巴西举行的地球环境大会(即联合国环境及开发会议)中所提出的可持续发展这一基本理念的影响,于1993年公布实施环境基本法。该法明确规定,企业本着基本理念(可持续发展)从事生产活动,除负有防止生产活动制造煤烟、污水、废弃物或其他公害义务外,也负有保护自然环境而采取必要措施的义务;而企业为适当处理商品生产过程中所制造出的废弃物,负有采取必要措施的义务;对于生产过程中所使用的原材料或其产生的废弃物,企业除了应尽力降低其对环境所造成的负担外,也应尽力于资源的循环利用,对于国家或地方自治团体所施行的环保措施也负有配合的义务。

除了环境基本法规定企业具有环境保护与防止公害发生的义务外,配合2006年新公司法施行而制订的环境保护促进法中,要求企业披露相关环境讯息,亦即企业对其本身生产活动,应尽力于提供相关环境讯息。而投资其他企业时,也应斟酌所投资企业的环境讯息而提供此等讯息,如果违反此等规定并未处以任何惩罚,仅属训示规定。而唯一有惩罚规定,系企业负有义务在每生产年度应做成报告书并加以公开,如企业违反该规定未公开或有虚假记载者,对企业负责人处以20万日元以下罚款。

#### 2 侵害消费者权益的行为

自20世纪50年代开始日本陆续发生多起消费者因使用相关企业产品而生命健康严重受损事件,其中最著名的莫过于1955年所发生的森永砒霜奶粉事件。事件发生后,含有砒霜奶粉与受害婴儿患重度神经系统疾病或死亡之间因果关系已毋庸置疑,森永公司却极力否认其责任。森永公司的强硬态度亦引发了消费者发动拒买森永产品的运动。而日本在此期间所发生的消费者保护问题的处理上有几个特征:第一,企业对消费者的求偿一再推卸责任,而日本政府在消费者保护议题上,为了贯彻产业优先政策,仍采取极为保守的态度;第二,企业面对消费者提起的民事损害赔偿诉讼,往往在行政力量的介入下以和解方式收场,消费者无法窥探出司法机关对消费者保护问题所建构的解决机制。

日本当局在当时并无任何规范消费者保护的专门法律,故在1968年制定了消费者保护基本法(该法于2004年更名为消费者基本法)。就该法规定的内容,偏重于宣示国家对消费者保护政策之立场与应采取的措施,其中针对企业的部分仅规定企业就其所提供的商品与服务负有下列5项义务:确保消

费者安全以及与消费者交易的公平性;提供消费者必要的信息,而该信息内容应明确且易懂;与消费者交易时应考虑消费者所具备的知识、经验及财产状况等;为能妥善且迅速地处理消费者申诉,应建构必要的机制,管理消费者投诉;协助国家或地方公共团体所施行之消费者保护政策。除了上面所列举的 5 项义务外,企业在考量环境保护的前提下,为取得消费者的信赖,应提升此等商品及服务品质等,并就生产活动自行形成应遵循的基本准则。从 5 项义务的内容上看,该法对于企业违反这些规定的情形,并未规定任何制裁方式;换言之,这些规定对企业而言仅属于训示规定。而此种立法规定系通过行政机关行使其职权,促使企业直接或间接地履行社会责任,此种处理模式在 20 世纪 70 年代极为常见。

相比较于消费者基本法通过行政权督促企业履行保护消费者这一社会责任,日本于 1994 年所制定的产品责任法直接规范企业经营者对消费者的民事责任,也即针对因商品瑕疵致消费者生命、身体或财产受到损害时,企业经营者所应负的损害赔偿责任的无过失责任,受害人即使不能证明企业经营者的过失,只要能证明事故与商品瑕疵之间具有因果关系,即可向企业经营者请求赔偿,而此种强加于企业经营者无过失责任的立法例,可谓加重企业责任而提供受害消费者重要的救济途径。

### 3 不当行为

如前所述,自 20 世纪 70 年代至今日本时有震惊社会大众的不当行为发生,如在囤积居奇中牟利、哄抬土地价格赚取不当利益、粉饰决算、著名食品公司販售过期商品等。企业从事不当行为,等同于践踏经济自由市场中所要求的包含诚信原则在内的公正原则,而日本早在 1947 年就制订了独占竞争法(相当于中国的反不正当竞争法),以维护公平交易与自由竞争秩序。该法系通过行政权力主要规范市场的独占、不当交易限制、企业团体、企业结合、不公正交易行为。

进入 21 世纪后,日本许多著名企业甚至将上述不当行为事实隐匿,而此等不当行为之所以公之于世,完全归功于企业内部员工的告发。为了保护告发企业不当行为的员工免于受到解雇及其他不利处置,日本在 2004 年完成公益告发者保护法立法,于 2006 年开始施行。该法将公益告发定义为企业员工非为获取不当利益或非以损害他人等不正当目的,将告发事实(亦即企业的不当行为)告发于监管处,而适用该法告发的事实,其种类以列举方式加以

规定。不过,纵使未能成为该法保护对象的员工告发行为,依然受到判例法理的保护。

需注意的是,公益告发者必须是符合一定条件的员工,否则可能因企业内部员工恣意告发不实之事,而严重影响企业经营。当企业员工向企业内部告发,只要告发者认为告发事实已发生,或者认为告发事实可能会发生,均受该法保护;换言之,告发者所告发之事即使在客观上非属真实,甚至无相当理由认为是真实的,这时因员工所告发的对象为企业本身,并不会发生损害企业名誉或信用问题;相反,当企业员工向行政机关或企业外部人告发,则要求员工所告发的事实必须具有真实性或相当真实性,特别是企业员工向企业外部监督者告发时,因有危害企业的存续或带给企业信用上或经济上的损害之嫌,进而违反大多企业利害关系人的利益,故将告发的情形限定于违法行为发生或防止违法行为所产生的危害扩大而认为有必要之时。

## (二)文化方面

相比较于社会伦理方面主要探讨法律如何规范公司为追求最大利益而从事有损于居民或消费者权利等行为,文化方面则探讨法律是否必须禁止或鼓励公司利用其内部资源从事各种文化贡献活动,如赞助艺术、文化活动或从事慈善捐款事项等,而将利益归还于社会问题。事实上,日本企业自 20 世纪 90 年代泡沫经济末期起,企业丑闻接二连三地被公之于世,同时企业为美化自身形象开始积极从事此类活动。而时至今日,各大企业均各自明确该公司从事社会贡献活动时所采取的基本方针,并在企业内部设置专门部门或社会贡献委员会。

企业从事慈善捐款行为,有助于提升企业形象,但此类行为并非属于追求企业股东最大利益行为,因此,日本在立法上对于企业从事此类行为究竟采取何种立场,值得探讨。从企业与公司法而言,日本公司法本身虽未明文禁止或鼓励企业从事慈善捐款行为,但日本最高法院的判例表明,企业从事慈善捐款行为属于章程所载范围,具有正当性,不过企业在从事此类行为时应考虑到公司规模、经营状况、社会经济情况以及受赠对象等,如果超过合理捐赠范围时,公司经营者即有违反忠实义务之嫌<sup>[3]</sup>。

虽然日本公司法就企业捐赠行为的合法性没有明确肯定,但日本税法对于公司从事捐赠行为给予一定的优惠措施;换言之,日本税法的相关规定不仅宣示公司捐赠行为的合法性,而且有鼓励公司从事捐赠之意。按照日本税法的规定,包括企业在内的

捐赠可列入企业法人当年的费用支出。

## 二、规范企业社会责任之新模式

近年来日本在企业社会责任这一议题的发展上,与过去比较有下列不同之处。第一,过去大多将承担社会责任的企业放在有盈余能力的企业,而近年已将履行社会责任当作企业活动的本质构成要件并加以组织化或内在化,即履行社会责任成为企业经营内容本身。此种转变意味着,企业社会责任已是企业经营所不容忽视的风险。第二,企业社会责任即便未带有法律强制力,实际上也逐渐以具有相当强制力的自律规则来发挥其作用<sup>[4]</sup>。

### (一) 自律规则及其例证

自律规则即所谓软法,是非基于正统立法权限所创设的规范,原则上不具有法律拘束力,但对于当事人的行为及实践有重大影响力。最典型的软法为商事习惯,而规范企业社会责任的自律规则可以归属于商人之间的规范。但与传统商事习惯不同的是,自律规则的制定完全取决于企业的自发性,一般是以各企业以及业界团体的行为规范来加以具体化;换言之,不同机关、团体所制定或公布的行为准则、方针等,即便内容上有所差异,但是是否履行这些准则、方针所规定的责任内容亦完全取决于企业本身。

在日本企业接二连三地爆发舞弊案丑闻的背景下,企业界团体对企业社会责任的关心度逐渐提高,为此也采取了各种对应措施,其中日本最具影响力的企业界团体即经济团体联合会在1991年制订了企业行动宪章,并在1996年出版了《企业行动宪章实践手册》。日本经济团体联合会在企业行动宪章中明确表示,为了构建一个让所有企业与个人均能在高度伦理观下自由发挥创造力的经济社会,并且促使企业经营者能够自主地健全企业内部机制及强化其运用。

### (二) 自律规则下的企业社会责任与企业与公司法的连结

日本于1975年修订商法过程中,曾就是否应于公司法中规定企业社会责任之一般条款有过争论。当时有学者提及企业社会责任是个多义词,如果将一词多义概念以一般性规定植入法的话,将过度扩大经营者的裁量权,因此,在公司法中不应使用企业社会责任这种抽象概念。时值今日,日本在以自律规则规范企业社会责任的背景下,企业是否践行企

业社会责任完全由企业自行决定;企业经营者就其所采取的策略究竟哪些构成社会责任应当有其说明的义务,而此等义务与其说是法律上的义务,倒不如说是自律规则下的事实义务。而在自律规则取代公司法来规范企业社会责任的前提下,是否意味着企业经营者不再受到公司法的规范。答案是否定的,自律规则下企业的社会责任与公司治理之间具有密切的关系。

按日本近年来企业社会责任理论的发展,企业经营方针中已经将企业社会责任的基本方针内在化了。在此意义下,有关企业社会责任的风险即成为企业经营中一种不可忽视的风险,既然如此,那么从企业治理的观点看即有内部控制该风险的必要。而有关企业内部控制机制的构建可以从大和银行损失事件中可见一斑。当时法院明确指出董事善良管理人注意义务及忠实义务中包含了构建这种机制的义务,到日本公司法将董事此等义务予以成文化,此等内部控制机制之构建在企业与公司法中已具有相当的重要性。换言之,企业社会责任与公司法之间具有连结点。再者,既然企业社会责任的实践已内化于企业事务之中,那么通过经营者的注意义务,企业社会责任亦已被纳入法律规范之中,倘若经营者有违反注意义务的情形,经营者即有可能被追究法律责任。至此,企业社会责任与公司法之间亦具有连结点。

### (三) 日本企业社会责任规范模式之价值

从日本法的有关企业社会责任的规范模式可知,各法域所涉及的企业社会责任问题,是由各法自行解决的。而在企业与公司法领域,即便对于企业采取股东利益最大化原则,但并未完全排斥其他利益调整原则,企业社会责任即为一例。至于企业与公司法本身如何规范企业社会责任,除了通过日本公司法中既有的各种制度外,并未制订企业社会责任的一般性规定而通过司法机关的判决,亦即股东利益最大化并非绝对至上原则,同时许多情形下该原则的法律效果应有所缓和<sup>[5]</sup>。

日本近年来规范企业社会责任的新模式,是以企业团体所制订的自律规则来规范企业履行社会责任的。这种自律规则虽不具有法律上的强制力,但具有事实上的约束力,可以促使企业团体的成员遵守,并要求这些成员必须履行说明义务,使企业股东乃至其他利害关系人理解到该企业是在何种策略下履行其社会责任的;相反地,如果成员不遵守自律规

则,将受到相应制裁。除此之外,日本企业已有将履行社会责任作为企业经营内容的一部分之趋势,企业社会责任已成为企业经营的风险。无论是以自律规则取代公司法规范企业社会责任,或是将企业社会责任逐渐内化于企业中,均仍与公司法有所连结。按日本公司法已将构建内部控制机制予以义务化,而企业社会责任既然是企业经营的风险,则如何将这种风险的评价或管理在内部控制机制中予以具体化,是企业与公司法值得探讨的课题。

### 三、结 语

从日本法在企业社会责任之规范经验,鉴于中国近几年所发生的企业社会责任事件,笔者认为有几点可供中国法借鉴。

第一,中国公司法中,是否应置入一般性规定来规范企业社会责任的问题,中国学者鲜有见解。从日本法对于企业社会责任规范方式中可以得知,企业社会责任是一词多义性概念,其实质内容不仅欠缺明确性,而且违反规定并未施以任何法律效果,此等法律规定之多仅具宣示性。除此之外,一般性规定的存在可能助长经营者的裁量权。因此笔者认为,对在公司法中置入企业社会责任的一般性规定应保持保留态度;相反,应在公司法中积极通过或改善各种相关制度,有助于企业履行社会责任,如强制性公开披露履行社会责任内容等方式。

第二,日本近年来有关企业社会责任的探索方面,最受瞩目的莫过于以自律原则来规范企业社会责任。反观中国,目前在企业社会责任这一议题上可以说是空白或至多处于萌芽阶段,基本上都由政府机关倡导企业应履行社会责任。笔者认为,在未来构建关于企业社会责任的规范模式方面,中国应考量借鉴日本法,即以自律规则作为规范主轴,加强企业自身的社会责任意识,而不是由政府规范企业的社会责任。但是在以自律规则规范企业社会责任时,并不代表企业社会责任再不需要法律规制或者说与公司法不再有关联;相反,企业所建构的内部控管机制中必须将公司社会责任确实纳入该机制中,进行风险评价或管理。

#### 参考文献:

- [1] 刘连煜.公司监控与公司社会责任[M].台北:五南图书,1995.
- [2] 陈俊仁.论公司本质与公司社会责任:董事忠实义务之规范和调和[M].台北:五南图书,2007.
- [3] 于光平,杨 艺.企业社会责任:国外理论演进及最新文献述评[J].广东经济管理学院学报,2006 21(5):20-26
- [4] 李立清,李燕凌.企业社会责任研究[M].北京:人民出版社,2005.
- [5] 沈洪涛,沈艺峰.公司社会责任思想起源与演变[M].上海:上海人民出版社,2007.

## Social responsibility of Japanese corporates in regulations

WU Sheng-tao

(School of International Law, Northwest University of Politics and Law,  
Xi'an 710063, Shaanxi, China)

**Abstract** This paper compares the social responsibility of the Japanese enterprise's new developing model with that of their set model and analyzes the advantages and disadvantages of the social responsibility in their laws. The paper summarizes their features and provides the possible orientation for China's related departments when they perfect the the corresponding laws. In *China's company law*, the ordinary regulations should be added to the law to standardize the social responsibility. Besides, the social responsibility should be taken as one of the required provisions for the enterprises so as to standardize their doings and promote the social responsibility.

**Key words** Japan corporate social responsibility; regulation model; soft law