

CSR 基礎講座 実施報告

・ CSR 基礎講座 実施報告

1 . 環境保全・CSR 活動普及セミナー「CSR 基礎講座」の概要

テーマ	「CSR 基礎講座～地域とのコミュニケーションで進める深める CSR～」
開催日時	2007 年 2 月 6 日（火曜）14：00～18：00
会場	ウィルあいち 愛知女性総合センター 会議室 5 （名古屋市東区上豎杉町）
主催	第 1 部：NPO 法人地域の未来・志援センター サスティナブル経営研究会 第 2 部：環境省中部地方環境事務所 環境省中部環境パートナーシップオフィス 社団法人 地域問題研究所
共催	IIHOE [人と組織と地球のための国際研究所]
協力	日本財団 CANPAN

第 1 部 主催：NPO 法人地域の未来・志援センター

サスティナブル経営研究会

講座日程	演題（時間）	出演者氏名（所属）
1 部	（ 1 ） 基調発題 - 「CSR の本質～持続可能な社会に向けて（プロダクトとして）」 『地域で信頼される企業であり続けるために』 CSR への取り組みをどう育てるか - ステークホルダー - 参画による CSR 経営 - （ 4 0 分）	川北秀人様（IIHOE [人と組織と地球のための国際研究所] 代表）
	- 『CSR 報告書にみる情報開示度の傾向と NPO の役割』 （ 1 0 分）	田村太郎様（IIHOE 研究主幹・ダイバーシティ研究所 代表）
	（ 2 ） CSR が日本を変える！ ～日本財団公益コミュニティイット CANPANCSR プラザのご紹介～ （ 3 0 分）	荻上健太郎様（日本財団 情報グループ Canpan チーム）
	（ 3 ） 参加者よりの問題提起 （ 2 0 分）	<コーディネーター> 川北秀人様（IIHOE）

第2部 主催：環境省中部地方環境事務所

環境省中部環境パートナーシップオフィス

社団法人 地域問題研究所

	2部	(4)東海地域のCSR活動調査中間報告(CSR活動の実態と先進事例) (20分)	岡田敏克様(サステナブル経営研究会)
		(5)意見交換・パネル討論 「CSRはチャンスか?リスクか?」 (60分)	<コーディネーター> 村田元夫様(サステナブル経営研究会) <パネリスト> ・加藤啓介様(サステナブル経営研究会) ・山田厚志様(株山田組) ・松澤考宏様(株マツザワ瓦店) ・萩原喜之様(NPO法人地域の未来・志援センター)
参加者数	51人		
参加者内訳 (人)	<ul style="list-style-type: none"> ・NPO・市民活動団体:(8)人 ・企業:(23)人 ・NPO支援センター、社会福祉協議会等:(6)人 ・行政:(3)人 ・研究者・学生:(6)人 ・その他(財団法人・社団法人):(5)人 		
広報方法 呼びかけ方法	<ul style="list-style-type: none"> ・チラシ配布(各NPOセンター・中小企業情報センターなど) ・環境に関するメールマガジンへの掲載 ・環境に関するHP情報欄に掲載 ・中日新聞お知らせコーナーに掲載 ・これまで関わった企業の方にメール ・環境省中部環境地方事務所CSR調査アンケート郵送時にチラシ同封 		

2. 「CSR 基礎講座」第1部の趣旨

「CSR 基礎講座」の内容

<開会挨拶> 萩原喜之（NPO 法人 地域の未来・志援センター）

今回の参加者の顔ぶれは企業・NPO・行製・研究者・学生と多様で共通の思いは「それぞれの立場で協力して持続可能な地域社会をつくっていかう」ということである。

（1）基調発題

川北秀人氏（I I H O E） 『地域で信頼される企業であり続けるために』

なぜ社会的責任なのか？『法律を超えた取り組みがなければ持続可能な企業経営はありません。『経済』を守り続けるための『環境』と『社会』という観点が必要になっている。これからは自発的に各企業が責任の範囲を決めて、情報開示を自発的に、継続的に取り組めるものにしていかなければならず、そのためには内部統制が取れていなければならない。

「基本は EHS + C（Environment/Health/Safety にプラスしてコミュニティ）」である。CSR をきちんと実施している会社はトップダウンとボトムアップのバランスがよい。CSR は現場の問題で CSR の視点で地域と接点を持っているのは、実は社長ではなく現場の社員。また CSR にきちんと取り組める会社は、品質管理・PL・CS も進んでいる。これは現場が継続的に改善する力を持っている証拠である。

CSR は結局現場の小集団活動力できまる。成功のポイントは具体的な目標を持ち、頻繁に振り返り、他のユニットと定期的に共有する場を持つことである。

では中小企業が CSR をどう進めたらよいのだろうか。まず、本業の長期的基盤に対する投資と考えることが重要である。他社がやらないのなら先行してやる！という気持ちで、わが社はどこで尖る（光る）のか？と考えるとよい。

B to C の関係では地域に愛され続けるためにということを一途に考えればよい。ただの社長の意志だけだと、社長が変わると活動も終わる。B to B の関係において環境は今や「性能」の問題、人権は今や「品質」の問題と考えるということが実践のポイントである。

田村太郎氏（I I H O E） 『CSR 報告書にみる情報開示度の傾向と NPO の役割』

情報開示の重要性として、事例だけでなく数字で表現することで信頼性が高まる。I I H O E が行った調査によると “世間良し” “買い手良し” “売り手良し” と言われるが “売り手良し” への取り組みが一番弱い傾向にある。

請負事業の実態について、愛知県内の派遣・請負業者の 8 割が法違反で是正指導を受けている。これでは愛知県内の事業所に安心して発注できず県全体として、信用を失う。地域全体としてのブランドを失う。地域全体として CSR に取り組むという姿勢が大事である。CSR が客観的に確認できない企業や地域とは危なくて取引できない。そこでまず情報開示が重要になる。安心して消費・発注できる企業が集積している地域をつくりたい。

（2）荻上健太郎氏（日本財団） 『CSR が日本を変える！』

日本財団の「CANPAN」プロジェクトでは情報インフラ支援を行っている。「CSR プラス」は、企業と地域のよりよいコミュニケーションのために、企業の CSR 情報開示をサポートするものである。企業は社会の公器であり社会とのコミュニケーションが不可欠である。

「CSR プラス」の三大特徴として 情報開示度の点数化 コミュニケーションが可能 オフライン展開、がある。

(3) 参加者よりの問題提起 <コーディネーター 川北秀人氏>

質問・感想・課題をフリップに書いてグループ内で共有の後、グループの代表が発表

松澤瓦店：松澤さん

- ・ 経営幹部と推進部署のズレがある。
- ・ 経営者のエゴ（よく見せたい、臭いものにはふた）も見える。

(財) 反差別・人権研究所みえ：鈴木良英さん

- ・ CSR プラスは、市民団体と企業の、情報の交換の場が有効になる。

三重県生活部 NPO 室：亀山さん

- ・ 中小企業の取り組みをどう進めていくか？ 大企業とは違うのでは。
- ・ 情報公開されたものの信用性の担保は？ 市民はどう判断していったらいいのか？
- ・ CSR 活動の一部である公益活動を取り上げるだけでは足りないと感じていた。

(社) 日本消費生活アドバイザー：浅野さん

- ・ コミュニケーションが大切である。
- ・ 地域や市民とパートナーシップを組むこと。
- ・ CSR なくして企業は生きていけない。表面でなく質が大切な時期にきている。

サステイナブル経営研究会：牧瀬さん

- ・ 法的責任よりも社会的責任が大切である。区別がよく分かった。
- ・ 中小企業に何が出来るか 本業をさらに進めていく中で CSR に取り組む。
- ・ 労働問題では、就業規則に、法律でなく社会的視点を入れるべきである。

(社) 地域問題研究所：高原さん

- ・ 中小企業にあったガイドラインが必要である。
- ・ CSR 担当が頑張っても動かない。
- ・ 情報開示の情報とは具体的に何かを明らかにする必要がある。

トーカイ(株)：矢久保さん

- ・ 環境から今後は CSR へ行きたい。
- ・ ボトムアップとトップダウンのバランスをどう取るかが大切である。
- ・ 自分たちの本業に戻ってくるというイメージは統一見解としてある。

3. 「CSR 基礎講座」第2部の趣旨

(1) 岡田敏克氏 (サステナブル経営研究会)

『東海地域の未来・志援センターのCSR活動調査中間報告』

アンケート調査

対象：東海3県内環境に意識している企業。有効回答：173

アンケート結果から読み取れる内容

CSRを6割が認識。活動している企業も6割。ステークホルダーにNPOなどは少ない。トップダウンの傾向が強い。開始時期は3年以上前が5割。今後の展望に情報開示は少ない。人材の不足・本業の忙しさ情報知識の不足が取り組めない理由のトップ3。などが明らかになった。

(2) 意見交換・パネル討論『CSRはチャンスか？リスクか？』

ヒアリング調査における印象

加藤啓介氏 (サステナブル経営研究会)：

まずサステナブル経営研究会とは「中小企業の経営から見たCSR」という観点で研究を積み重ねてきた団体。今回、環境省中部地方事務所と財団法人地域問題研究所に指導を仰ぎながら調査を進めた。アンケート調査に加えてヒアリング調査を行っている。

ヒアリング調査訪問を申し込むと「うちの会社でいいですか？大したことしていませんよ」と答えられる。『CSR』という言葉を知らないが、やっていることは実際立派なCSRであるということが見受けられる。多くがトップダウンで行われている。

先進事例の発表

松澤考宏氏 (マツザワ瓦店)：

CSRの取組み：現場の残材をリサイクル製品(培養土)として販売。
もともと「職人さんがいかに早くきれいに仕上げるか？」から始まった(ボトムアップ型)。どうやって楽をして儲けるか(動機は不純)から始めてみると、最初はCSRは金がかかると気づく(設備投資額4億近く)が、『環境』への取組みも含めて“四方良し”を目指す現在では、結果的にも儲かっている。

山田厚志氏 (山田組)：

CSRの取組み：学区でNPO・行政・企業に呼びかけ『防災』活動に取り組む。
中小企業のCSRは社長の道楽が多い。トップダウン型がほとんど。中小企業の親父の性癖が、実践している経営者は変わった人が多い。『いざという時、地域のお役に立ちます!』をどれくらいできるのか試してみたい!という思いから、2年間で延べ1000人近くが関わり、どこが主催・主導かわからない状態で地域が一緒になってとりくんだ。その結果、地域の多様な関係がつくられてきた。

Q：どうやってCSRに取り組む時間をつくるのか？

自身が動くのがいい。社長が一番時間がある。時間をもてあましています。これからの社長は“地域”でいい生き方をしないといけないと思う。地域で「ありがとう」と言われ、社員がやる気になっている。

加藤啓介氏（サステナブル経営研究会）:

製造業・建設業は環境の取組みが多い。では、販売業・サービス業はCSRとして何に取り組んでいるのか？ 例として、保険相談センター（保険の代理店）の取組みを紹介したい。身障者を保険の販売員としての雇用し、損害を受けた顧客の気持ちがわかる営業を展開している。

NPO の立場から

萩原喜之氏（地域の未来・志援センター）:

NPO の影響はまだまだ小さい。企業がまともになれば地域も良くなる。良くも悪くも企業の本業における地域への影響力・インパクトは大きい。

CSR に取り組む門井さん（㈱デンソー）応援の事例を紹介したい。NPO として社内通貨という手段を提供し、「エコひいき」（ボトムアップでできたしくみ）という㈱リコー中部で実践してきたツールをコーディネートし、市民団体の人材（2名）をデンソーの社内に送り込んだ。デンソーにとっての地域を刈谷市と見て（世界という広範囲ではなく）活動したこと、NPO を社内に受け入れることができたことは有意義であった。

環境・CSR について「社会貢献」は否定しないが、本業の中でできるところで活動する方が健全だと思う。企業が儲けなくてどうして存在できるのだろうか。「純粋な社会貢献」はウソっぽい気がする。本来「不純な動機です」の方が純粋とを感じる。儲けを出して社会に貢献してほしい。そうでないなら NPO に任せればいい。

< 社会貢献はウソっぽい？ > からの議論

- ・松澤：利益は追求している。本業と関わる貢献もしているが、自分や社員の喜びも追求する目的で幼稚園に培養土を提供している。社長の道楽かもしれない。「企業だから利益だけ」はさびしい。幼稚園に行った社員も喜んでいる。“企業は人なり”教育（社員）の一環と考えている。本気で儲けるために人材教育をしたい。
- ・萩原：瓦屋なら瓦屋の本業をまともやってほしい。本業で何かを垂れ流して置いておいて社会貢献をとというのは不純を感じる。
- ・加藤：先ほど紹介の保険会社も始め本業に結び付ける気持ちはなかったが、保険会社は事故に遭った人に対応することが多い職業。実際に事故に遭った人（身障者）が販売員として対応することになってお客さんの気持ちが分かりお客さんも勇気づけられ本業にも結果的に役に立った。
- ・山田：“利益”の捉え方は多面的。“利益”を追求しないCSRをしているつもりは全くない。『地域防災大会』も、本当に『防災』に役立つのかという検証をしたら全く役に立たないことが分かった・・・など、色々なことがノウハウとして分かってきたことも“利益”と考えている。

市場開拓としてやっていることを世の中かが都合よくCSRと呼んでくれている。その他CSRの活動が紙面に上げられたことも広告料なしの宣伝効果で“利益”といえる。またCSRで社員は地域の人にほめられることになって人間が変わる。本業にもいい影響がある。目先の金ではない儲け。

いいリーダーというのは、組織を引っ張ってだけでなく組織の人間が支えなき

やと思える人である。先代と違うことをしようと、やりたいことをやっているうちに、社員が支えてくれるようになった。地域の人たちと出会って、学んでいって、CSRが“利益”になることに気がついた。

- ・村田：業界へのアプローチということではどうですか？
- ・山田：建設業界は仕事の“とり方”というところでオープンにできないところがあり、世の中と接点をもたないようにしている業界だと思っている。そのくせ建設業は地域に必要なだとか貢献できるなどと言っているが、やれていないのが実情だと思う。業界も変わっていくとは思っており、業界に山田組のやってきたノウハウが提供できるなら惜しげなく出すつもり。エンドユーザーである市民に支持されて仕事をする業界でありたい。
- ・村田：そのために地域・市民・NPOができる役割はありますか？
- ・萩原：評価する側（市民）のアンテナが壊れていないか？という視点を持っている。まじめな企業がもうけていない社会は受け手の市民がおかしいからともいえる。CSRに取り組む企業の製品を優先して買う、というのはウソである。よい商品だから買う。だから本業でCSRができていないといけないと考える。
- ・川北：各社が出している環境報告書についてステークホルダーの声を聞くと、企業が出したい情報と、読者が欲しい情報のギャップ・ミスマッチが見られる。「企業が市民を巻き込めていない。」という証拠である。

まとめ

加藤：“会社を存続していくこと”が社会的責任として危ぶまれている。中小企業では製品を開発しても、その後メンテナンスする人間が数年後に辞めるということがある。ソフトウェア会社などは精神的にも厳しい職業。一度勤めらたら長く務めていけるという幸せな状況はなく、少子化にもつながっていると感ずる。他者に迷惑を掛けず役割を果たすために会社を存続していくことも、ひとつのCSRとしての課題ではないかと感じている。

山田：一つは、CSRをまず実践してみることが大切。社長は許すのが仕事である。あれこれ考えずまずやっちゃうこと。もう一つは具体的な利害関係者・地域住民と会ってみること。リスクの後にメリットがある。怖がらずにやってみることが大切であると感じている。

松澤：CSRはリスクになるかチャンスになるかというのは、人の主観によるところだが、CSRをリスクと感じる企業は企業の体質を変える必要があると思う。やるなら受動的でなく能動的にやった方がプラスになると思う。

萩原：地域の構成員一人ひとりが当事者にならないといけない。企業だけがいくらがんばっても仕方がない。選ぶ側もがんばろう。これを「ソーシャルチェーン」だと言いたい。社会全員が当事者にならないと持続可能な社会にはならない。

<パネル討論まとめ・閉会挨拶> 村田元夫氏（サステナブル経営研究会）

「きっかけは不純でも軽率でもいい、本業で儲けるためにCSRに取り組み続けることがどうやら大切だ」ということが見えてきた。デンソーという大企業でも1人の社員が動き始めたことから変わり始めた。「企業は本業の経済活動で貢献することこそが社会貢献につながる」ということが確認された。課題としては、「社員は巻き込みはじめているけれど、サービスや製品を買う市民は巻き込めていない」こと。エンゲージメントできていないということだろう。もう一つ

は、「業界の仲間を巻き込めていない」こと。この2点が解決できれば、CSR も実効力を持つことになる。そのためにはどうしたらいいのかというと、「情報発信」と「ソーシャルチェーン」という発想が大切だということが確認できた。

今後、主催者としても、多様なセクターとの協働によって、このような場をつくっていきたいと考えている。お互いに地域でエンゲージメントされるようにがんばりましょう。

(終了)



第2部
パネル討議



第2部
企業側のパネラー