

APPROACH

人と共に生きる企業であるために

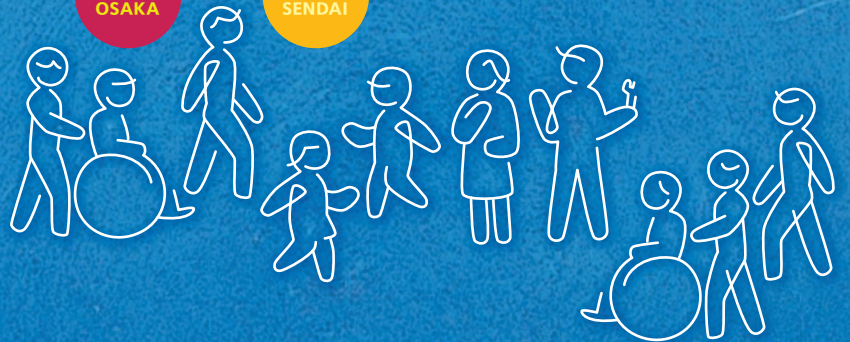
平成20年度

「企業の社会的責任と人権」セミナー概要

名古屋
NAGOYA

大阪
OSAKA

仙台
SENDAI



はじめに

このセミナーは、経済産業省中小企業庁の人権啓発事業のひとつとして平成14年度に「企業と人権セミナー」としてスタートしました。平成16年度からはテーマを「『企業の社会的責任と人権』セミナー」とし、毎年、主要都市2～3箇所で開催、昨年度(平成20年度)は、名古屋、大阪、仙台で開催されました。

経済産業省における人権啓発の取り組みは、「人権教育及び人権啓発の推進に関する法律」(人権教育・啓発推進法)に基づき、平成14年に策定された「人権教育・啓発に関する基本計画」の中で経済産業省が取り組むべき施策として、経済界、産業界に対する人権啓発の実施が盛り込まれたことを背景としています。これを受け、経済産業省中小企業庁では、企業の抱える人権にかかわる諸問題について、さまざまな角度からテーマを発掘してセミナーの開催や、パンフレットの作成・配布等による人権啓発事業を行っています。

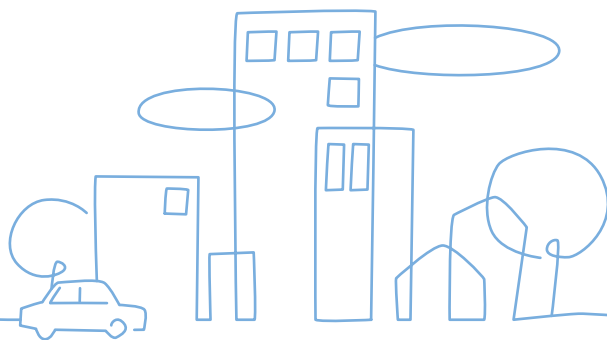
近年の人権問題は同和問題をはじめとして、女性や障害のある人、高齢者、国際的な人権問題等さまざまな問題が生じています。また、企業活動が社会に及ぼす影響は非常に大きいものとなっている一方で、食品偽装問題や情報漏洩問題など、企業による不祥事も発生しています。このような状況の中、企業活動のあらゆる面で人権に配慮する取り組みが重要となっており、企業が社会の一員として、社会に果たすべき責任、企業の社会的責任(CSR: Corporate Social Responsibility)の重要性はより一層高まってきています。

本パンフレットを、みなさまの人権啓発及び企業の社会的責任(CSR)の取り組みの一層の推進にお役立ていただければ幸いです。



目次

Contents



- 4 ■基調講演(名古屋会場)
CSRの考え方と「企業と人権」
梅田 徹(麗澤大学教授・企業倫理研究センター副センター長)
- 企業における事例発表
- 6 Case Study①事例発表 株式会社NTTドコモ 東海支社
ケータイ事業の本業をふまえた社会貢献活動と人権啓発
- 8 Case Study②事例発表 株式会社デンソー
社員一人ひとりに根付く、真のCSRを目指して
- 10 Case Study③事例発表 ヤマハ発動機株式会社 IMカンパニー
企業における多文化共生活動
- 12 ■名古屋パネルディスカッション
CSRとして人権に取り組む視点を、社内・国内・世界へと広げよう



- 14 ■基調講演(大阪会場)
CSRと人権で社会が変わる
田中 宏司(東京交通短期大学学長・教授)
- 企業における事例発表
- 16 Case Study④事例発表 エイボン・プロダクツ株式会社
すべては、女性のため…から始まりました
- 18 Case Study⑤事例発表 オムロン株式会社
障害者雇用と人権啓発の取り組み
- 20 Case Study⑥事例発表 株式会社プロアシスト
家庭との両立支援への取り組み
- 22 ■大阪パネルディスカッション
明確な経営理念やビジョンを確立しCSRを核とした企業経営を



- 24 ■基調講演(仙台会場)
CSRの考え方と「企業と人権」
池田 耕一(立教大学大学院ビジネスデザイン研究科教授)
- 企業における事例発表
- 26 Case Study⑦事例発表 イートス株式会社
地元仙台における「等身大の地域貢献」
- 28 Case Study⑧事例発表 株式会社大谷
障害者雇用で恩返し
- 30 Case Study⑨事例発表 凸版印刷株式会社
「人間尊重」を土台に、「独りよがりにならないCSR」の推進
- 32 ■仙台パネルディスカッション
今後はCSRや人権教育がいかに社内に浸透しているかが問われる

- 34 ■セミナー参加者の声
■過去のセミナー概要パンフレット

名古屋会場 基調講演

CSRの考え方と「企業と人権」



社会的価値を生み出す CSRと人権をめざし ポジティブに取り組もう

梅田 徹 UMEDA Toru

麗澤大学教授・企業倫理研究センター副センター長

2002(平成14)年に日本の新聞で初めて「CSR」という文字が使われてから今日まで、CSRは企業の社会的責任という言葉に置き換わって使われ、定着しつつあるように感じます。しかし、一方で、CSRの定義や解釈は未だに定まっていない現状です。そこで、CSRというのは何なのかということについて、皆さまに私なりの問題提起をさせていただくと同時に、私なりの解釈を提示したいと思います。

CSR観の三つの柱

2007(平成19)年に出版された、『暴走する資本主義』という書籍の中で、著者であるアメリカの経済学者のロバート・ライシュは、「企業は、自社のメリットになる範囲でしかCSRには取り組まないのだから、これを評価することはできない、企業は問題を自発的に解決することはできないのだ」という趣旨を述べています。果たしてそうでしょうか。私は、ライシュのCSRの捉え方にはCSR観、企業観、株主観・消費者観において、問題点があると思います。

CSR観ですが、私はCSRには三つの柱があると考えております。

一つ目に、本業で、その企業が得意としている分野で社会に貢献していくという柱。二つ目が社会に迷惑をかけないという柱。三つ目が、社会的問題の解決に取り組むという柱です。

つまり、ライシュが捉えているCSRは、企業が「寄付金を出す」というくらいの認識ですが、実際には

CSRを広く捉える必要があると申し上げたいのです。

次に、企業観についてみていきたいと思います。

ここで、わたしが提示したいのは、企業の理想像の二つのモデルです。一つが「株主利益最大化企業モデル」、もう一つが「社会的責任企業モデル」というものです。

簡単に言うと、前者の見解は、会社は株主のものであるという考え方であり、後者は、会社は株主だけのものではなく、従業員のものであり、経営者のものであり、コミュニティーのものであるという考え方です。

この2つのモデルの最大の違いは、以下の点です。いろいろな社会貢献活動を展開したり、コンプライアンスにも力を入れたりすると、そこに経費が発生したり、障害者を雇用すると、若干、効率が低下したりという側面が見られます。「株主利益最大化企業モデル」では、それは短期的には「損失」とであると判断され、「社会的責任企業モデル」では、犠牲は社会から評価される限り長期的に見て利益(ベネフィット)になると考えます。「株主利益最大化企業モデル」のような考え方ですと、株主の価値を最大化する企業像が理想なので、CSRも短期的には損失であると考えられてしまうのです。

株主観・消費者観ですが、ライシュは消費者というのは安物買いをし、株主は最大限のリターンを追求するという一面的な理解です。しかし、実際の消費者というのは、ある

場合には労働者であり、そして市民であるという側面を持ちます。ですから、場合によっては、われわれ消費者は遠い開発途上国の生産者のことを考えて、多少高くても買うというような、非合理的行動をすることもあるのです。株主についても同様に一筋縄ではいきません。

ライシュの最大の問題は、実際に多くの企業がCSRに力を入れていて、いろいろな取り組みをしているという事実を評価していないということです。一企業のほんの小さなCSR活動であっても、いろいろな企業が同じような取り組みをすることによって、社会を少しずつ変え、改善していくことができるというふうに私は思うのです。

評価されるCSRから、 価値を生み出すCSRへ

では、近年、なぜ多くの企業がCSR活動に取り組むようになったのでしょうか。

CSRが社会に浸透し、社会が純粋にCSR活動自体を評価するようになり、その活動を評価する機関も出現してきました。そこで、企業から社会へCSRについてのいろいろな情報をアピールする機会が増えたということが言えます。

また、自社の製品やサービスではなく、CSR活動そのものを広告するという企業イメージアップを図る宣伝活動もみられるようになってきました。

さらに、コース・リレーテッド・マーケティングという考え方もあります。例えば企業が売り上げの一部をNGO等に寄付することを通じて、販売促進やブランドイメージの向上を期待するもので、最近注目されるようになってきました。

このように、社会的にも関心が高まりつつあるCSRですが、企業としては、「社会から評価されるから」取り組むという側面だけでなく「社会

的価値を生み出す」という側面から取り組むべきでしょう。

「社会的価値」という言葉は、ソーシャル・エンタープライズ(社会的企業)の文脈でよく使われるようになってきました。これらの企業は儲けではなく社会的な価値、すなわち生活や環境の質の改善、社会的弱者の支援、精神的・心理的な満足、充実感、社会的インフラ整備への貢献をミッションにしています。一般的な企業であっても、本来企業活動というのは、われわれの生活の質の向上、住みやすい世の中を作ることに貢献している側面があるわけです。こうした、社会的価値の創造ということがCSR活動の目的になるべきであると私は思います。社会に対して何らかの価値を生み出すという動機付けが大切なのです。

企業と国際的な人権基準

次に、「企業と人権」のお話をしたいと思います。国際的な人権基準として、明文化されているものはいくつかありますが、その中でも60年前に採択されて、今でも非常に重要な文書として参照されているのが「世界人権宣言」です。

また、企業を対象にしたものについては、2000(平成12)年に改定された「多国籍企業行動指針」があります。これは、経済協力開発機構(OECD)加盟国及びこれを支持する諸国において事業を行う多国籍企業、あるいはOECD加盟国及び指針を支持する諸国出身の多国籍企業に対する、社会的責任を求める指針であり、OECD加盟国内外の諸国において任意で遵守されています。

さらに、国連の人権促進保護小委員会というところで「人権に関する多国籍およびその他の企業の責任についての規範」というものが、草案の段階ですが公表されています。

さらに、グローバルコンパクトという、当時のアナン国連事務総長が



提唱し、2000(平成12)年にニューヨークの国連本部で正式に発足した機構があります。人権、労働、環境、腐敗防止の4分野における10原則を支持していこうというものです。現在、日本では95社が、世界全体では7000を超す団体がグローバルコンパクトに参加をしています。

このようなさまざまな人権基準をもとにして、実際に、企業とNGO、あるいは企業と政府が一緒になり、実際の企業が人権の基準に沿った行動をしているかどうかチェックする動きが2000(平成12)年以降、特に欧米を中心に進んできています。企業の人権政策・行動評価の動きとしては、人権だけではなく、腐敗防止、賄賂の禁止、政治献金のあり方というようなものもチェック項目として上がってきています。

人権問題に対してさらにポジティブな取り組みを

さて、これらの人権のチェック機構の現在の取り組みは、いずれも、機構が人権の基準に反していないかどうかをチェックするという、どちらかという、ネガティブなアプローチにとどまっているように思います。企業は、もっと人権に対しポジティブに積極的にアプローチすることがあってよいのではないのでしょうか。

例えば、フェアトレードという考え方があります。フェアトレードコーヒーとかフェアトレードチョコレートが有名ですが、生産者に正当な対価を支払うための価格を上乗せ

することで、先進国の消費者が発展途上国の生産者に貢献することができます。ほかにも貧困問題とか、途上国の開発に貢献するというような運動も日本企業としてもできるはずですよ。

また、ホームレスの問題、ワーキングプア、ニート、少子化というような社会的な問題も、今後は、政府が解決すべき問題というよりは、もはや政府だけではなくて、企業も加わった形で問題解決に貢献するという姿勢で取り組んでいくべきではないかと考えます。

そういうものをCSRの課題、しかも人権の課題として、取り込んではどうだろうかということなのです。

最後に、外国人研修制度についてちょっと触れたいと思います。昨今、外国人研修制度が非常に大きな問題になり、現在、厚生労働省を中心に見直しが行われています。本来、外国人研修生は日本で技能を習得させ、本国に帰り、その技術を生かして自国の発展に貢献するというためのものであり、外国人研修制度の成功が日本の国際貢献につながるということだったわけです。しかし、実際には人権侵害のようなことも多発しているようです。企業も外国人研修生・技能生の受け入れはCSRだという意識を持ち、取り組み、社会もそれを評価していくことが、必要だと思います。

以上、企業の社会的責任と人権についての、私からの一つの問題提起とさせていただきます。

Case Study ① 事例発表

ケータイ事業の本業をふまえた 社会貢献活動と人権啓発



「安心・安全なコミュニケーション」、「人と地球のコミュニケーション」、「人と社会のコミュニケーション」、「チームNTTのコミュニケーション」という4つの柱を軸に、地域コミュニティに根ざした人権啓発活動を展開

名波龍弘 NANAMI Tatsuhiko

株式会社NTTドコモ
東海支社
総務部コンプライアンス推進担当課長

株式会社 **NTTドコモ**

本社 東京都千代田区永田町2丁目
11番1号 山王パークタワー
代表者 山田隆持
創立 1991(平成3)年
資本金 9,496億円
従業員数 21,831名(2009年3月31日現在)
事業内容 携帯電話事業 携帯電話
(FOMA)サービス、携帯電話
(movi)サービス、パケッ
ト通信サービス、国際電話
サービス、衛星電話サービ
ス、各サービスの端末機器
販売 など
その他事業 クレジットビ
ジネス、無線LANサービス、
IP電話サービス など
URL <http://www.nttdocomo.co.jp/>

当社は、日本電信電話株式会社の移動体通信業務から分離し、新たにNTTドコモとして独立した関係で、NTTのCSR憲章を受け継いでいます。コミュニケーションを通じて、人と社会と地球がつながる安心で安

全な豊かな社会の実現を目指し、「人と社会」、「人と地球」、「安心で安全」、「チームNTT」のコミュニケーションという4つの柱でCSRを進めています。

また、「人と社会の絆を深める」と、「持続可能な社会創造のために貢献する」ことで、ステークホルダーと非常に関係の深い「お客さま」、「社会」、「環境」、「経営」、「社員」、「取引先」、という6つの領域でのCSR活動に取り組んでいます。

「安心と安全」の啓発と、「環境と社会」貢献に注力

お客様の「安心」と「安全」に対する具体的な取り組みの一つ目に「緊急エリアメール」があります。2008(平成20)年から、災害時や地震が起きた際の、気象庁が配信する緊急速報や、国や地方公共団体が配信する災害・避難情報を、対象エリアにいるお客様にエリアメールという形でサービスするものです。

二つ目が「青少年のためのフィルタリング対策」と「ケータイ安全教室」です。青少年に安心して携帯電

話を持たせられるよう、出会い系サイトや有害サイトなどへのアクセスを制限することができます。制限するサイトのレベルによって「iモードフィルタ」や、「キッズiモードフィルタ」を準備し、アダルト系サイト、出会い系サイト、ギャンブルなどから、青少年を保護するものです。

また、携帯電話が生活のあらゆるシーンで利用されるようになり、学校や家庭などでは「安心・安全な使い方」や「使用方法に関するモラルやマナー」が大きな関心事になっています。そこで、「ケータイ安全教室」では、使用方法のモラルやマナー、出会い系サイトにはまったときの対処法、ブログで人権侵害をされないための対策などを、小学校・中学校・高等学校および地域コミュニティに講師を派遣して、保護者と子ども、両方のケータイの安全で安心な使い方の啓発をしています。

三つ目が「ケータイのリサイクルを通じた積立」です。当社では、ハーティファンドというネーミングで、使用済みのケータイをリサイクルするために、ケータイの契約解消時に、



職場での人権啓発研修

●NTTグループのCSR憲章

コミュニケーションを通じて、人と社会と地球がつながる安心・安全で豊かな社会の実現に貢献します。

CSR テーマ

人と社会のコミュニケーション

人と地球のコミュニケーション

安心安全なコミュニケーション

チームNTTのコミュニケーション

ケータイ安全教室
ケータイの安心安全な使い方、使う上でのルールやマナーを学びます。



1台回収リサイクルに協力いただくごとに、ドコモが10円を積み立て、それをハーティファンドとし、福祉団体に寄付しています。毎年、東海地区だけで約500万円が積み立てられ、それを財団法人中部盲導犬協会とか、社団法人愛知県聴覚障害者協会に寄付しています。

四つ目は、災害対策です。大災害のときこそケータイがつながらなければ意味がなく、不安をあおります。1998(平成10)年、災害対策基本法に基づき、ドコモも指定公共機関に指定され、なるべく強い通信ネットワークをつくり、重要通信の確保、早い復旧に備えています。また、大災害になったときの電源や電波の確保、衛星携帯電話機の準備もしています。

また、地域での取り組みの1つとして、NTTグループ東海少年剣道大会を主催し、小学生以下の東海4県の子どもたちを集めて、毎年、剣道大会も開催しています。

東海支社における人権啓発研修

東海支社での人権啓発の取り組みとしては、「高い倫理観」を持ち、「お客様の人権尊重」、「良き企業市民」、「人権と人格を尊重」という言葉に象徴されるように、厳格に取り組んでもらうための人権啓発の事務処理要領を定めています。

事務処理要領によると、東海支社では、毎年1回の人権啓発研修を義務づけています。事務局は、各職場へ研修の支援やWEB研修を提供しています。経営陣に対する研修は、社外の講師の方に依頼しています。

東海支社内における人権啓発研修は、たとえばニュースウィーク日本版の『CSRで評価する世界の500社』を参考に学習し合ったり、パワーハラスメントの実態を学習したり、人権侵害が起きた背景などを参加体験型の研修で学んだり、ユニバーサルデザインの商品をみんなで検証し合ったりしています。

社内研修時には関連のある音楽を流したり、参加者の緊張を解きほぐす手法を取り入れ、堅苦しくならないよう心がけています。

愛知同和問題企業連絡会とともに活動

私どもは愛知同和問題企業連絡会に加盟し、研修会を開いたり、企業相互のスキルアップのためのグループ活動をしたりしています。

愛知同和問題企業連絡会は、企業の立場で同和問題の解決のために活動する団体で、現在は24社が加盟しています。会員企業の社員各層に対する研修会を主催したり、グループ勉強会を開いたり、さまざまな行事にも参加しています。

また、愛知同和問題企業連絡会として、ISO26000についての学習も行っています。ISO26000は、現在策定が進められている「社会的責任」についての国際規格です。ISO26000の7つの要素、「組織統治、人権、労働慣行、環境、公正な事業慣行、消費者課題、コミュニティ参画・開発」等について現在学習しています。

このように私どもは、ケータイ事業の本業をふまえたうえでの社会的責任ということで、地域の連絡会と協力し、連携し、人権啓発を高めていこうという活動をしています。

●ドコモのCSRメッセージ

人と人、人と社会の絆をふかめ、新しい明日への扉をひらきます。持続可能な社会の発展に貢献します。



CSRへの姿勢

Case Study ② 事例発表

社員一人ひとりに根付く、 真のCSRを目指して



社員はCSRの受益者であり担い手であるということを念頭に、社員一人ひとりがCSRを理解し、日常の中で少しでも実践

岩原明彦 IWAHARA Akihiko

株式会社デンソー
経営企画部
CSR推進室長

株式会社 **デンソー**

本社 愛知県刈谷市昭和町1-1
代表者 加藤宣明
創立 1949(昭和24)年
資本金 1,874億円(2009年3月31日現在)
従業員数 連結 118,853名
単独 35,557名
事業内容 自動車部品の研究・開発・生産
URL <http://www.denso.co.jp>

当社はトヨタ自動車から分離独立してできた会社です。来年で60年を迎え、近年は、売上、社員数、会社数では、国内と海外比率は、多少海外が多くなり、欧州と日本、北中南米、豪亜という大きく4つのエリアでビジネスを展開しています。全従業員数12万人、その約半数の6万人が日本人社員です。製品はな

かなか目に触れることはないかもしれませんが、基本的には、環境、安全、快適、利便という4つのキーワードのもと車の部品を作っています。

CSRへの取り組みの背景と事業のグローバル化

私どもは、2001(平成13)年から会社の中でCSRの研究会議を立ち上げ、活動してきました。

2001(平成13)年、経済同友会が日本の団体として初めてCSRを定義し、2002(平成14)年、日本におけるいわゆるCSR元年を経て、私どもは2006(平成18)年にCSR宣言というを行いました。私どもがCSR宣言をするきっかけは、明らかにステークホルダーからのCSRを求める動きが拡大し、CSRに取り組むことは企業の持続的発展の必須条件として要求されるようになったからです。

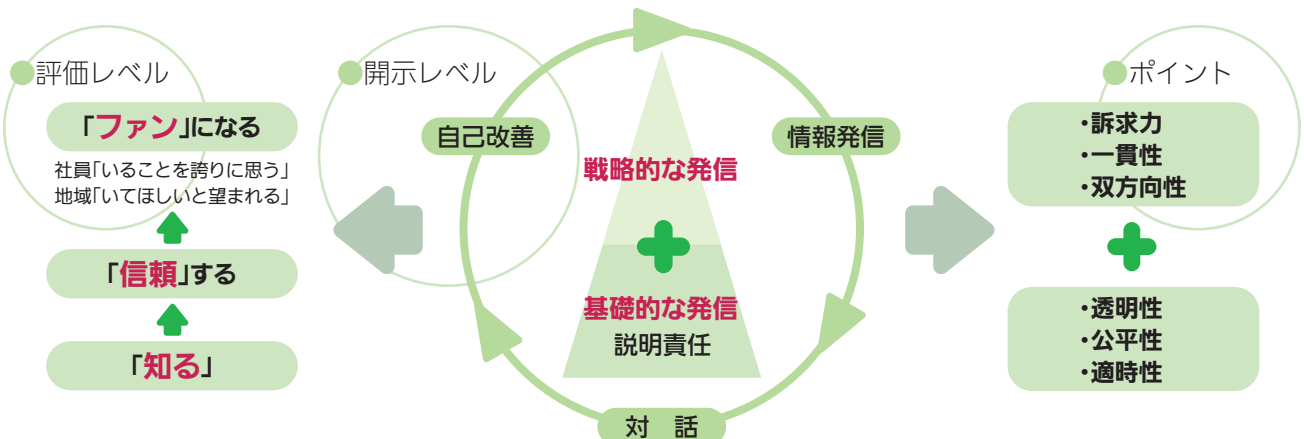
例えば、「消費者・市民」、「取引先」、「社員・学生」、「株主・投資家」など、

すべての動きが変わってきたということが言えます。CSRについて学んでいると必ず取り上げられるのが、日本企業の海外の取引先工場での人権問題についての話題です。あるグローバル企業が、ベトナムの下請けの工場で児童労働があり、ヨーロッパのNGOによりインターネットを使って全世界に配信され、不買運動につながったという例もあります。

私どもがCSRに取り組むようになったきっかけも、2002(平成14)年ぐらいから、ヨーロッパの自動車会社から、CSRの取り組み内容やガイドラインに関する問い合わせがきたり、最近では、日本の大学の先生や学生からCSRについてアンケートの回答を求められたりという、ステークホルダーの動きがありました。

デンソーグループのCSRは、ステークホルダーの動きの変化に応じ、このような動きを経営の中にどのように取り入れていくか、具体化していくかということで、活動が始まり

社会から信頼・共感される情報開示の推進



ました。今後は、外からの圧力だけでなく、内発的な風土を持ち合わせていく必要があると考えます。

CSRのフレームワークと具体的取り組み

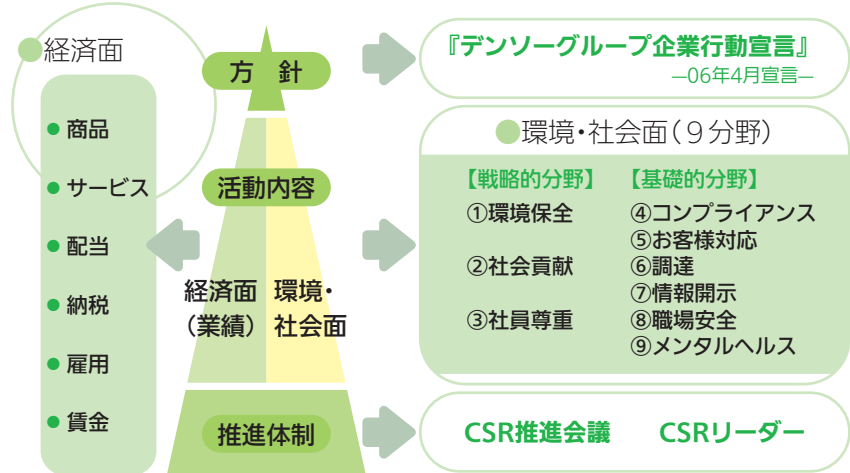
当社のCSRのフレームワークをご紹介します。まず、2006(平成18)年にデンソーグループ企業行動宣言を公表しました。行動宣言では、環境・社会面での活動内容を、環境保全、社会貢献、社員尊重、コンプライアンス(法令遵守)、お客様対応、調達、情報開示、職場安全、メンタルヘルスの9つの分野に設定し取り組むことにしました。この9つの分野を選んだ理由は、いろいろなCSRのガイドラインを調べ、そのCSRのガイドラインとデンソーグループの実態を比較し、できていることと、できていないことをセルフチェックし、強いところを伸ばそうということで環境保全、社会貢献、社員尊重の三つを戦略的課題＝重点課題とし、その他の六つは、CSRの基本と思われるものを取り入れたのです。

次に、具体的な取り組みですが、私どもは、まず、本業を通じてCSRをやっていくということを意識しています。例えば、環境にやさしい製品を作ることが、環境保全と社会貢献につながるというように、重要課題として取り組んでいます。

また、社員尊重としては多くの取り組むべきテーマがありますが、現在、グローバルに共有するテーマとして、多様な人材が活躍できる仕組み作りというのを、最重要課題に掲げ、日本においては、女性と高齢者と障害者に絞って取り組んでいます。

もう一つは、コンプライアンスの問題です。ここは人権と非常にかかわってくるわけなのですが、「企業倫理ヘルプライン」という通報制度をデンソー本体及びグループ会社さらには仕入先にも周知にしています。

CSRのフレームワーク



ということは、デンソーにビジネス上かかわっている人たちは自由にこのヘルプラインが使えるという状況になっているのです。

ダイアログやフォーラムと多様な情報開示を实践

CSRをやっていく上で忘れてはならないのが情報開示です。情報を発信し一方通行で終わるのではなく、対話までも取り入れているのが、デンソーの情報開示ツールです。特にステークホルダーダイアログという取り組みは、一般公募で参加いただいた、さまざまなステークホルダーの方から、広くご意見・ご提言をいただくというものです。このダイアログを通じ、社会の課題や当社への期待、また、現状に足りないものは何かについてご意見を伺い、いただいた意見は真摯に受け止め、今後のCSR活動への反映に努め、更に信頼・共感される企業行動の実践をめざすものです。

もう一つは、2006(平成18)年から始めたものですが、年に5回・6回、テーマを決めて、会社の中でCSRフォーラムを開いています。環境、社会貢献、防災、倫理、女性の活躍。まずは社員にCSRという考え方をきちんと理解してもらおうという取り組みです。

また、現在、5年、10年後の社員の意識がどう変わったかを把握して

おきたいということで、本社の社員の約1割にあたる4000人を対象に、2006年(平成18)から、CSRの意識調査を年1回行っています。

CSRの活動に携わってきて

CSRで大切なことは、会社の中だけの価値観ではなく、社会がどう変わったかということを中心にタイムリーに会社の行動に反映していくということだと感じます。

二つ目に、結果もさることながら、私はプロセスにおいて、今までとは違う社会の視点を入れていくことが大切だと感じます。

三つ目に、ISO26000の草案が約7年をかけて出来上がりつつありますが、第三者認証を目的としない、マネジメントプロセス規格ではないという観点からも、まず規格自体と、そして、策定のプロセスからみても、企業等の自発性を非常に重要視していると感じます。CSRの本質は、自発性、自由の上に成り立っているということをつくづく感じております。

最後に、会社は個人の集合体です。当社が責任を果たすためには、当社の社員がいかにCSRを理解して実践していくかということにかかってくるのではないのでしょうか。社員こそがCSRの受益者であると同時に重要な担い手であるということを念頭に置き、今後も啓発活動を継続していこうと考えています。

Case Study ③ 事例発表

企業における多文化共生活動



社内コミュニケーションのための「日本語教室」が、従業員の生活上の「問題解決訓練教室」、さらに「企業における外国人の日本語教育のモデルケース」へと発展

石岡 修 ISHIOKA Osamu

ヤマハ発動機株式会社
IMカンパニー
事業推進部長

ヤマハ発動機株式会社

本社 静岡県磐田市新貝2500
代表者 梶川 隆
創立 1955(昭和30)年
資本金 483億円(2007年12月期)
従業員数 連結会社 = 36,668人、
単体 = 8,461人
事業内容 主として、二輪車、船外機、
船舶、ウォータービークル、
四輪バギー車、
スノーモビル、自動車エンジン、
産業用ロボットの製造および販売、
レジャー・レクリエーション施設の運営等

URL <http://www.yamaha-motor.co.jp>
IMカンパニー 静岡県浜松市早出町882

ヤマハ発動機株式会社は、オートバイ、船舶、自動車エンジン、その他、レジャー施設の運営等多岐にわたる事業展開しています。企業目的は、「感動創造企業」。ヤマハのオートバイや船を使用した世界中の人々に感動を与え、豊かな生活を提供す

るということを目的にしています。

また、世界的な視野と基準で行動し、社会的責任のグローバルな遂行を理念のひとつとしています。

私どものIMカンパニーは其中で社内カンパニーとして、産業用のロボット、表面実装機、電動車いす等の製造販売を行っている部門です。

IM事業には日本人と外国人とのコミュニケーションが必須

私どもの会社は、オートバイや楽器などの製造業が盛んな静岡県浜松市にあります。製造業に携わる外国人、その中でも特に多いのが日系ブラジル人です。本日お話しする多文化共生活動も、この地域の特性に深く関係した話です。

IM事業の概要についてですが、IMというのはインテリジェント・マシナリーの略、産業用ロボットを主な商品としています。当社の商品は、サーフェスマウンターという電子基板の上に微細な電子部品を搭載していく機械や、小型組立ロボット、電動車いすのユニットなどがありま

す。

IMカンパニーでは、これらの主商品を生産するにあたって、常時、100～200名の外国人を雇い入れており、ほとんどが日系ブラジル人です。非常に高度で緻密な機械の組み立てをしているので、日本人と外国人労働者との間で、細部に及ぶコミュニケーションが必須であると考えています。

そこで、社内では、特に日系ブラジル人のための掲示物や、朝礼・ミーティングの内容や、作業手順書、いわゆるマニュアル等をポルトガル語に翻訳して、新人が入ってくるとこれを使用して指導していました。

多文化共生に向けての具体的な取り組み「日本語教室」の開催

「日本語教室」を開催するに至った経緯は、当初は企業の目的である「品質の向上」「生産性向上」「安全性の確保」のために、日本人と外国人のコミュニケーションが必須であるという企業主導の理由から始まりました。しかし、2006(平成18)年末に外国



ヤマハ発動機株式会社 IMカンパニー



工場内

外国人(韓国人)社員を招いての日本語教室。日本に初めて来た時の不安を話す



人の労働者にアンケートをとった結果、日本語を真剣に学びたいと考えている外国人が非常に多く、また、浜松という土地柄もあり、(財)浜松国際交流協会が強力な後押しをしてくれたことで、同協会のボランティア講師をお呼びすることができ、実施する運びとなりました。教室は週1回、毎週水曜日の終業後に約90分行い、費用はすべて会社で負担しました。クラスを初級、中級、上級の3つに分けて、延べ12か月かけてやっています。1期10回、4期40回の教室をこれまでにやってきました。

「日本語教室」上級クラスでは自主的に漢字を勉強して漢字検定試験に挑戦するための勉強会を行ったり、対話形式で学べるようにゲストが参加したり、ゲーム感覚で授業が行われたり、というように生徒からの要望を授業に取り込めるようになりました。

やがて、生徒の方から緊急時の日本語の訓練をしてほしいというリクエストがあり、「病院での問診を想定した授業」「火事や救急への対応訓練」などが行われ、さらに、興味が深まっていったようです。「自分の職場・仕事を紹介する」「110番への通

報」「薬局での薬の買い方」「ハンバーガー店での注文の仕方」などの訓練が実施されました。

IMカンパニーの「日本語教室」の進化のメカニズム

授業の内容も、最初はテキストを使った文法中心の授業でしたが、10回を1期として2期、3期と重ねる中で、仕事から離れた、生徒の皆さんの生活に密着した日本語、特に生徒の皆さんが困っていることを解決するための授業に変わっていきま

た。これは、言い換えると主催者側の観点も、日本語教育の成果を、企業の目的に直結するものから、副次的な彼らの生活上の課題解決へと変化していったということです。こういった、進化のメカニズムはPDCA(計画(plan)、実行(do)、評価(check)、改善(act))サイクルによって成果をその都度測定しながらやってきたことにより、実現できたのです。

一方で、一連の当社の活動が各方面で紹介され、「企業における外国人

の日本語教育のモデルケース」ということで文化庁の委嘱を受け、浜松国際交流協会、独立行政法人国語研究所や有識者との共同事業へと展開する運びとなりました。現在は、日本語のカリキュラムやテキストの開発を委ねられています。

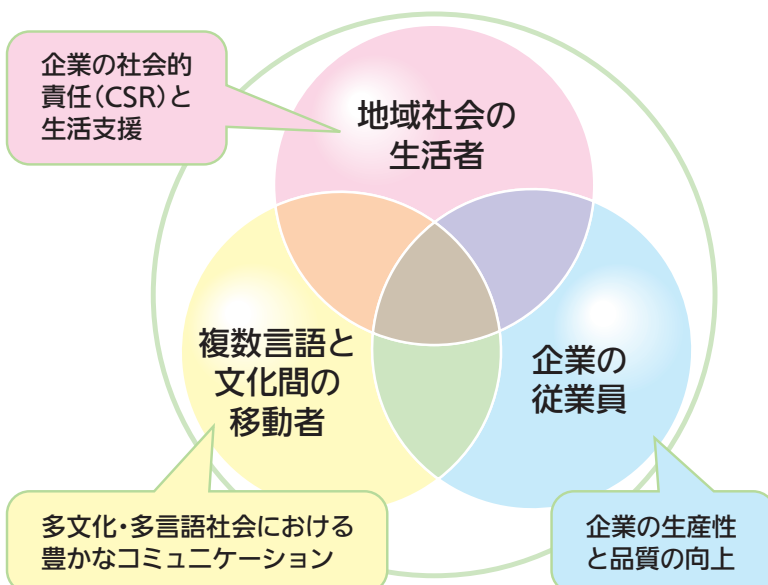
「日本語教室」のあるべき姿と多文化共生事業の今後

企業の中で行う日本語教育というのは珍しいのですが、その目的を考えると、単なる語学研修ではなく、彼らの学習意欲を引き出すような機能を持っているべきであり、単に日本語の能力を身につけるだけでなく、生活習慣や文化摩擦で生じているギャップを埋められるものであるべきではないでしょうか。

それは、とりもなおさず、当社においては、外国人従業員のための豊かなコミュニケーションを実現するための研修であると同時に、企業の生産性と品質の向上にも有効で、さらには、CSRとしても重要であると考えます。

私どもの多文化共生事業が今後どういう展開になるのかということを考えて、外国人との本当の意味での共生とは何かを考えたとき、日本語を習得した上で、教育・雇用・労働・収入の安定というように発展してゆけるものの実現だと考えています。

企業内日本語教室の位置づけ(あるべき姿)



企業内日本語教室のあるべき姿の条件

- ①語学研修にとどまらず、日本語学習支援の機能を有すること
- ②豊かなコミュニケーションが生まれるもの
- ③生活習慣や文化摩擦で生じているギャップを埋めるもの

パネルディスカッション 名古屋会場

CSRとして人権に取り組む視点を、社内・国内・世界へと広げよう

●コーディネーター



梅田 徹

麗澤大学教授・企業倫理研究センター副センター長

●パネリスト



名波龍弘

株式会社NTTドコモ東海支社総務部コンプライアンス推進担当課長



岩原明彦

株式会社デンソー経営企画部CSR推進室長



石岡 修

ヤマハ発動機株式会社IMカンパニー事業推進部長

梅田：皆さまからいくつか質問をいただいています。それでは、まず、デンソーの岩原様「海外、特にアジアの製造子会社に対するCSR教育、人権啓発をどのように行っていますか」とのご質問です。よろしくお願ひいたします。

海外の子会社のCSR教育、啓発の結果はヘルプラインの導入でモニタリング

岩原：CSR活動の展開を二段階で行っています。まず、2006(平成18)年度から国内のグループ会社に対して展開し、2007(平成19)年度から海外に展開し

ていきました。

ご質問の子会社に対する教育・啓発ということですが、まず、内容について、グループ会社に出かけて行き、トップの方に趣旨を説明しました。説明するだけでなく参加してもらおうということ、内容に賛同し、これに基づく経営をやるという約束のサインを全員からもらいました。

さらに、社員一人ひとりがどういう行動をしたらいいかという、社員行動指針を作っています。これは、アメリカ、日本、ヨーロッパ、アジアと四つの地域に分けて作り、これをベースにして、全社員に対して教育・啓発をやるという計画をしています。

ご質問の「行っていますか」ということではまだ行っていません。これから行うという状況です。

梅田：今後は、実際に現地まで行き、教育・人権・啓発を行うご計画ということですね。

岩原：さらに、教育を行った結果をモニタリングしなければいけないので、その方法はヘルプラインを導入して行おうと考えています。アメリカと日本は、ヘルプラインの導入は終わっています。遅くとも、2010(平成22)年までにヨーロッパやアジアにも、なんらかのかたちで導入して、啓発の結果をモニタリングしていく心積もりでいます。

梅田：ありがとうございます。では次に、ヤマハ発動機の石岡様に、「外国人の集住する地域においては地域住民との間でゴミ出し問題などのトラブルが発生しているところがあります。貴社から地域社会に対して、何か取り組んでおられることはありますか」というご質問です。よろしくお願ひします。

石岡：実は、ゴミの問題の苦情はありませんでしたが、騒音に対する苦情がありました。例えば、金曜日とか土曜日の夜に大騒ぎをして近隣にご迷惑をかけるというような苦情は過去に何回かいただいたことがあります。

何ができるかということなのですが、

われわれは彼らを直接採用しているわけではない(派遣従業員としての雇用)のであまりできることはないのですが、一緒に苦情のあったお宅へ謝りに行き、本人には再発しないように注意をして、それを社内に持ち帰り、外国人従業員に限らず、社員全員に、「こういうことがあったけれど、二度と起こさないように」という注意を徹底しています。地域社会に、どう働きかけができるかというところは、まだわれわれとしては良い手だてがありません。

NPOや行政との連携で企業としての役割を模索中

梅田：デンソーの岩原様は、そのあたりについて、何かお考えをお持ちでしょうか。

岩原：実は、先ほどご紹介しましたステークホルダーダイアログというのを行っているのですが、毎年この問題が参加者から出てきます。「デンソーの工場の前にはたくさんの方の外国人の方がみえるのだけれども、デンソーは地域の課題としてそれをどう捉えているのか、何をしているのか、あるいは、これから何をしていくのか」という、問いかけをいただきます。それに対して、デンソーはその方たちを直接雇用していない(派遣従業員としての雇用)ので、なかなかすぐにはお答えできません。そこで、行政と、NPOと企業が連携してやってく仕組みが必要になってくるのだと思うのです。

一つの例としては、2008(平成20)年から始まったのですが、愛知県がエンジェル基金という日系の外国人の教育をサポートする仕組みをつくられました。デンソーもその基金の中に間接的ではありませんが参加をさせていただきました。

もう一つは、日系ブラジル人の方たちの生活を向上していこうということに取り組んでいるNPOが地域にはたくさんあり、そうしたNPOと連携をしてデンソーとしての役割を果たせないのかというところを研究しています。

人権への取り組みとしての

外国語教室では、 企業側も一緒に学ぶ姿勢が大切

梅田：ありがとうございます。もう一点、これもヤマハ発動機IMカンパニーに対する質問ですが、「日本語教室は非常に面白い話だった。テキスト作成には並々ならぬ苦労があったと思うが、特にランク分けをして作った場合、どのようにランク分けをしたか」というご質問です。石岡様よろしくお願ひします。

石岡：事例報告では少し、説明を急ぎましたので誤解をされたかもしれませんが、現在行っている日本語教室のテキストをわれわれが作ったということではないのです。当初、テキストを使った教室では市販のテキストを使いましたので、初級、中級、上級と教室を三つに分けました。分ける方法は、面接をして、各個人の能力やスキルに合わせてクラス分けをしました。

もう一つ、テキスト作成の苦労ということですが、実は、文化庁の委嘱で、日本語カリキュラム開発検討委員会というのがありまして、今、作っている最中です。2009(平成21)年の3月ぐらいまで、アウトラインができるかと思ひます。

これは、製造業で、外国人を雇っている工場の日本語教育に焦点を当て、どのような業種、どのような会社でも使えるような汎用性のあるテキストを作ろうというものです。難しいテーマなのですが、身近なところでいうと、安全と衛生、会社のルールからゴミの捨て方や騒音で周りに迷惑をかけないとか、そういった一般的なルールまで、盛り込もうと考えています。その上で、当社がやってきたような、防災訓練とか、緊急電話のかけ方とか、薬局での薬の買い方、バスや電車の乗り方、銀行での対応の仕方とか、外国人の労働者も交えて開発をしています。

梅田：ありがとうございます。先ほどのお話を伺っていると、ヤマハ発動機IMカンパニーで派遣社員として働いている日系ブラジル人の方に対して、特に日本語教育が行われているわけですが、派遣会社あるいは行政では、日本語教育のようなものを行っていないのかどうかお尋ねしたいのですが。

石岡：先ほども申し上げましたよう

に、浜松市では国際交流協会をはじめ、NPOも含めて、さまざまな取り組みが行われています。ただ、当社がやった日本語教室というのは、一般的な日本語教育とは少し違い、彼らの生活に根ざした実践的な授業内容、日本語の使い方のような切り口で、一緒に勉強してきたものですから、そこが珍しかったのか、周囲の方の目にとまったようです。

ヒアリングやヘルプラインの導入で 人権意識がアップ

梅田：ありがとうございます。それでは、ドコモの名波様、ヘルプラインの運用状況について、差し支えない範囲でお話いただければありがたいのですが。

名波：当社では東京と名古屋で、それぞれにヘルプラインを持っています。2004(平成16)年、グループ会社も含めて、初めて、派遣社員からドコモショップまで含めてヘルプラインを開設いたしました。コンプライアンス推進担当の私のところには、東海地域の相談が入ってきて、中身としてはセクシュアル・ハラスメント関係、パワー・ハラスメント関係、ドコモショップにおける不正な取引、社内における不正契約の疑いなど、いろいろあります。

必要と判断すればヒアリングを行います。ずっと相手の話を聞いて、その中で一つひとつ確認をしていく方法です。確認をするときには申告者がだれであるかが分からないように聞いていかなければいけない場合もあるし、被申告者の方は、場合によっては懲戒処分の対象にもなるので、申告者の方にもそのことは充分承知してもらい、そのあたりのバランスをとりながら、慎重に運用しています。人事の懲戒担当と連携をとりながらやっているような状況です。

梅田：語弊がありましたら恐縮ですが、未然に不正の芽を摘むという点で、機能しているということですよ。

名波：そういう意味ではかなり機能していると思ひます。社内でのハラスメント等に関するアンケートでの実態調査もしています。それも含めまして、大きな問題になる前に摘み取れているのかなと思ひます。

梅田：それでは、終了の時間もさし迫っ

てまいりましたので、まとめさせていただきます。

企業と人権という問題は、どちらかといひますと、これまで、社内の問題に、焦点が当てられてきたと思ひます。もちろんそれは大切なことですが、グローバルな視点でCSRを展開していく場合で、社内の問題だけではなく、例えば国内外の貧困問題の解消といった、より広い課題までを視野として入れておく必要があると思ひます。

経済同友会が2002(平成14)年と、2005(平成17)年に経営者に対するCSRのアンケート調査を実施しましたところ、「CSRの項目として何が大事かと思うか」という質問に対して、2002(平成14)年の段階では、「法令遵守」だとか、「良質な製品、サービスを提供すること」だという答えは圧倒的に多く、「人権の保護、促進」という項目については32.4パーセントぐらいしかいみませんでした。しかし、三年後の2005(平成17)年のアンケートでは、その割合は約54パーセントにまでに増えました。つまり、それだけ企業にとって人権が重要であるという意識が、日本の企業の中にも広がってきているのです。

一方で、『企業における人権』の認識は、往々にして社内の差別ということに限定されていたりするものです。そこで、それも大事だけれども、日本の国内の人権問題、世界の貧困問題、あるいは世界における人権擁護促進ということにまで、企業としての取り組みを広げることができるのではないかと問題提起したいのです。

また、単独で企業が取り組むというよりもむしろ、NPO等と共同しながら、あるいは政府と一緒にあって、具体的なプログラムを展開していくということも考えられます。『人権』はこれからの企業のCSR活動の一つとして、最も大事なことはないかと強調させていただきまして、第二部のパネルディスカッションを終わらせていただきます。

大阪会場 基調講演

CSRと人権で社会が変わる



社会と企業の持続的発展をめざし、
社員に能力を発揮してもらうためにも、
人権への取り組みを

田中 宏司 TANAKA Hiroji

東京交通短期大学学長・教授 日本ISO/SR国内委員会委員
日本経営倫理学会副会長 日本大学講師

人権とは、一人ひとりが幸福に生きるための権利で、人種、民族、性別を超えてすべての人々に共通した人間に備わった権利です。第二次世界大戦における人権に対する悲惨な経験の反省から、人権の重要性が国際的に高まりを見せ、世界人権宣言の採択となりました。

「世界人権宣言」と申しまして、それに続く内容は「すべての人民とすべての国とが達成すべき共通の基準」とあります。分かりやすい言葉で言い換えると、われわれが住みやすい社会にするために、守らなければいけない基準であり、権利ということなのです。

企業が抱える人権問題

企業が人権問題に直面したときにどうするかという問題ですが、日本には、2000(平成12)年12月に「人権教育及び人権啓発の推進に関する法律」が成立し、この法律に基づき「人権教育・啓発に関する基本計画」が策定されました。

この基本計画では、女性の問題、子どもに関しては大人と同等の権利の保障の問題と児童買春・児童ポルノの禁止、虐待の防止、高齢者や障害者の問題、言語や宗教や習慣が違ふ外国人の問題、同和問題、インターネットでの誹謗中傷の問題等が言及されています。これらに対し、企業は「企業の社会的責任(CSR)」の視点から、広く取り組むことが求められています。

CSRは世界的潮流

人権問題への取り組みと併せて、近年、CSRは世界的に急速な関心の高まりをみせています。それは、以下のようなことに起因していると考えられます。

企業活動にともない、環境破壊の問題、貧富の格差や貧困問題が起こります。これは、やがて、開発途上国からの先進諸国に対する貿易摩擦や国家間の関係に対する批判にもつながり、それは、とりもなおさず、企業が起こす不祥事に対する厳しい市民からの目としても現われ、社会全般から見られる、企業の社会的責任への取り組みを支援する動き、良き企業市民であろうとする企業への評価、国際的ガイドラインを制定しようという傾向などにも現われています。

CSRの基本コンセプト

CSRにはさまざまな定義や考え方がありますが、共通するコンセプトは三つです。一つ目が「サステナビリティ」すなわち持続可能性、二つ目が「ステークホルダー」すなわち利害関係者とのようにコミュニケーションを図るか、三つ目が「経済・環境・社会」の3つの側面でバランスある行動をとるということです。

一方で、内容的側面からみると、地球の環境許容量の範囲内で持続的な発展をし、企業を取り巻くステークホルダーと、双方向コミュニケーションや会話をして、そこで得られ

た内容を公開することが重要になってきます。「経済・環境・社会」という、企業の活動を3つの重要なファクター(要素)に集約し、企業活動を経済的側面と環境的側面、社会的側面という三つの側面でバランスある行動をとろうという考え方が、トリプル・ボトムラインです。

このように、CSRは「企業が社会の一員として、社会と企業の持続的発展をめざし、経営戦略の中核に位置づけ、さまざまなステークホルダーとの相互交流を深めて、『経済・環境・社会』の問題について、社会の信頼を得るために自主的に取り組む活動」という広い定義になるのです。

CSRの主要なテーマ

では、CSRのテーマですが、一つ目は、コンプライアンス(法令等遵守)という法令や企業理念等を遵守すること。二つ目がコーポレート・ガバナンス(企業統治)という内部統制をはじめとする経営管理。三つ目が人権を含む経済活動、四つ目が労働関係、五つ目が地球環境対策、六つ目が情報開示、です。つまり、企業が毎日活動していることが、まさにCSR活動そのものだと言えます。

皆さんの企業でも、不祥事等を防止しようという企業倫理やコンプライアンスを実践しておられますが、コンプライアンス、企業理念の実践は、CSR経営の基盤といえます。そして、企業を効率的に、透明性を持って、整然と運営することが、コーポ

レート・ガバナンスなのです。

国連グローバル・コンパクトにおける人権

皆さんは国連のグローバル・コンパクトというものをご存知でしょうか。アナン国連事務総長(当時)が提唱し、2000(平成12)年にニューヨークの国連本部で正式に発足した機構ですが、人権、労働基準、環境、腐敗防止の4分野にわたり、「企業はその影響の及ぶ範囲内で国際的に宣言されている人権の擁護を支持し、尊重する」、「人権侵害に加担しない」とうたっています。企業は、人権を守り、人権侵害を黙認したり見過ごしたり、人権侵害に気付いていながら改善しないままであることをやめようということです。

ISOの国際的規格化の最新動向

ISO26000は社会的責任(SR)規格というかたちで草案が練られ、国際的な合意が成り立ちつつあります。

ISO26000では、発展途上国も先進国も、全てが同じ方向に向かうべく、ガイダンスという手法、すなわち「~しなければならない」ではなく、「~することが望ましい」とか、「~することが期待されている」というような、自発性を重要視する手法で策定が進められています。

ISO26000において人権について述べている条文がいくつかありますが、「組織と人権」では、「すべての人間が人間であるゆえに有する基本的権利」というように、広い意味での人権をうたっています。たとえば、ひとつ目には、公民的および政治的権利から始まり、二つ目には経済的、社会的、文化的権利、三つ目には、労働権、食糧権、ならびに教育および社会保障への権利などにいたるまで人権が含まれています。

今日、日本では駅でのスロープや、車いすの人のためのエレベーターの

設置などの物理的な面での取り組みは当たり前のようになりつつありますが、社会的弱者に対する思いやりは十分かという、未だ足りないところがあるといったところです。それと同様に、働きやすい環境を維持することは、物理的な環境を整え、人間関係を整え、差別なく働けるようにしようということなのです。

まさに、労働と人権は表裏一体、皆さんが働きやすい環境を保つということは、別の見地からすると、その人の能力を十分に発揮してもらうということです。

人権は文化のバロメーター

人権が、人類社会の基軸だということは、人権というのは「文化のバロメーター」と言われていることから分かります。人権は文化が進めば進むほど、守られなくてはならない権利です。人権が無視され、人権意識がいきわたらない組織というのは、いわば、文化水準が低いと言わ

ざるを得ないということになります。

地球は一体であるという前提で国際社会が動いている現在、「経済・環境・社会」の3つの側面でバランスある行動をとることは、世の中が変わり、世界が変わるということを意味しています。

CSRと人権で社会が変わるという視点で見えてまいりましたが、逆にいうと、変わらざるを得ないという状況なわけです。

今日、日本は人権において先進諸国の中でも重要な役割を担っています。ですから、日本が人権においてより良く変遷を遂げていかないと、先進諸国の中での地位を保てないこととなります。

各企業が、自分の企業の組織や風土の中で、働く人が働きやすく、いかに能力を発揮できるようにするか、また、われわれ一人ひとりが、組織が、社会の中でどのように、お互いの人権を守っていくか、今、まさに、私たち全員が力を合わせてゆくときではないでしょうか。



Case Study 4 事例発表

すべては、女性のため…から始まりました



「the company for women」の旗印の下、創業以来、理念、経営戦略が一体となり、ステークホルダーを構成する方々を自然なかたちで取り込みながら活動！

岩城昌子 IWAKI Masako

エイボン・プロダクツ株式会社
エイボン女性文化センター事務局長

エイボン・プロダクツ 株式会社

本 社 東京都新宿区西新宿3-20-2
東京オペラシティタワー
代 表 者 テレンス・ムアヘッド
創 立 1968(昭和43)年(日本支社)
従業員数 677名
資 本 金 31億円
事業内容 化粧品および関連商品の製造販売
URL <http://www.avon.co.jp>

当社は、「the company for women」—女性のための会社—ということを創業以来、ずっと大切にしております。ニューヨークのエイボン本社は、1886(明治19)年に設立、おそらく世界中で初めて女性に収入の機会を提供した会社であろうと思われます。今でこそ、化粧品というと女性のセールスマンが当たり前ですが、123年前は、女性は家にいることが当たり前でしたから、女性に収入の機会を提供する当社は、まさに画期的でした。

また、当社のCEOはチャイニーズ・アメリカンということをかながみても、差別等のない社風がうかがわれると思います。彼女は世界が選ぶベスト経営者25人にも選ばれています。

女性に自己実現の機会を提供することからスタートした当社ですが、企業に求められる責務が、時代とともに変遷しています。今こそ原点に立ち返り、女性同士が手をつなぎ、女性の自己実現と社会から求められる企業像の合致を図っていただければと思います。

ビジョンとミッション

企業は製品やサービスの提供を通じて、ビジョン(なりたい姿・目指したい姿)を目指し、ミッション(そのビジョンを達成していくための使命・存在意義)を達成していきます。当社のビジョンは、「女性の自己実現の願望を最もよく理解し、満足させることを目指す」ということ、ミッションは、「グローバルビューティーリーダー」であり、「女性が好んで選ぶブランド」であり、「一流のダイレ

クトセラー」であること。そして、「最良の職場」であることに加え、「世界最大の女性基金」であり、「最も評価される企業」であることを掲げています。

「企業の寿命は30年」と申しますが、当社が創立120年ということは、4世代にわたって支持をいただいたわけですね。世代を超えて支持していただくためには、世代間格差が問われないほどの普遍的なものを社会に還元できるかが問われているのではないのでしょうか。

「the company for women」の戦略

具体的な取り組みについて解説します。私どもは「the company for women」というスローガンのもと、取り組んでいる事業が大きく三つあります。ピンクリボンの取り組み、ドメスティック・バイオレンス(DV)への取り組み、社会にそして地域で活躍する女性の表彰です。

エイボンのCSR

- 「世の中を変える」活動 女性の生活を変えることは世の中を変えること(弊社社長&CEO アンドレア・ジュング)
- ステークホルダーとともに担う運動 問題意識の共有
ステークホルダーにアクションを求める。
- 大きな活動、小さな活動 女性の人生は360°(～幅広いフィールド)

乳がん撲滅に向けた ピンクリボン活動

エイボンのカタログでピンクリボン製品を販売しています。その販売収益のうち一個当たり70円をピンクリボン活動基金に寄付をすることを中心にやっています。2002(平成14)年から始めて、おかげさまで累計総額2億円を突破しました。

寄付をしてくださっているのは、ピンクリボンを購入してくださったお客さまです。延べ約300万人の方から応援していただいています、当社の財産であると考えています。

集められた寄付金は、マンモグラフィ設置の助成金、乳がん検診に携わる医師、技師の育成及び全国でピンクリボン活動を担うグループの活動助成に役立てられています。

ドメスティック・バイオレンス(DV)に対する活動

2007(平成19)年、当社は全世界の女性の意識調査を行い、女性の抱える社会的問題を明確にしました。先進国、発展途上国を問わず、全世界の女性が抱える一番大きな問題は女性に対する暴力です。現在、全世界の女性の3人に1人は生涯に何らかの形で暴力を受けた経験があると言われています。女性が健やかにいきいきと過ごすには女性に対する暴力を地球上から廃絶することが必要です。

2008(平成20)年の3月、ニューヨークの国連本部にてエイボンはグローバル・サミットを開催、国連女

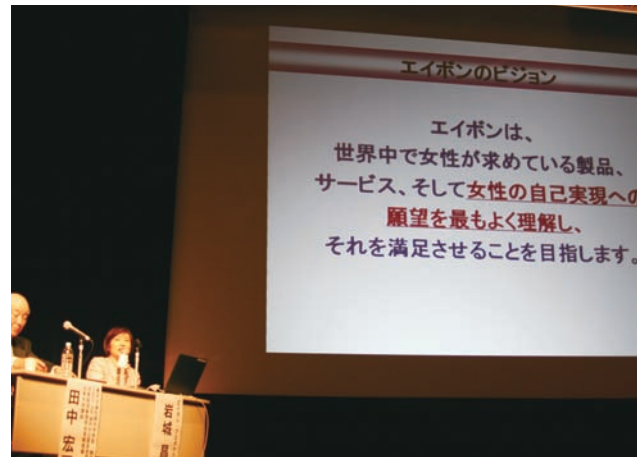
性開発基金(ユニフェム)とパートナーシップを組み、今後女性に対する暴力を廃絶するための活動をスタートさせました。

女優のリース・ウィザースプーンさんにグローバル・アンバサダーになっていただき、ブレスレットを販売し、その販売収益をユニフェムに寄付をしています。

社会にそして地域で活躍する女性を表彰

当社では、これからの時代を的確に捉え、社会のために有意義な活動をし、時代を生きる女性に夢と希望を与え、功績をあげている女性を顕彰しようということで、1979(昭和54)年より「エイボン女性年度賞」を授賞してきました。振り返ってみると、30年前は働く女性が少ない時代だったので、「日本で初めて〇〇をした女性」という方が受賞されていました。80年代の後半になると、女性だからこそ気付いたり、できたり、という生活者の視点で問題解決に取り組まれた方が受賞されていました。

その一方で、2008(平成20)年より「エイボンレディ地域貢献賞」を設けました。女性が安心して働くためには、あるいは男性が安心して働くためには、地域が暮らしやすくないと始まりません。地域は社会の一番



小さな核です。エイボンレディは化粧品の販売を通じ、家族や地域を大切に、たったひとつのことから始め、それが大きな輪になる。当社は女性の草の根の活躍を応援します。

女性のため、社会のための、エイボンのCSR

当社CEOのアンドレア・ジュングは「女性の生活を変えることというのは世の中を変えること、女性の生活を向上させることは世の中を向上させること」であるという強い信念を持っています。

また、当社の運動はエイボンがやっている活動ではなく、ステークホルダーであるお客様と共に一緒に担う運動であるということに意味があります。お客様とともに、世の中のために一歩前進しようという姿勢が特長なのだと思います。

そして、大きな活動も小さな活動もありますが、女性の人生は、仕事、家庭、地域、と、幅広いフィールドを持っています。女性を囲む360度を大切にしている企業であるということ、これからもわたしたちの軸足に据えて進んでいきたいと思っています。

エイボンの、
the company
for women
戦略

The company for women 女性を応援する企業



Case Study 5 事例発表

障害者雇用と人権啓発の取り組み



障害者雇用と人権啓発でつながるものは、一人ひとりの保有機能や保有能力・強みを活かし(活かすように支援をして)人が真に生きようようにすること

平原正樹 HIRAHARA Masaki

オムロン株式会社
企業文化統括センタ担当課長

オムロン株式会社(旧:立石電機)

本社 京都市下京区塩小路通堀川東入
代表者 作田久男(さくたひさお)
創立 1933(昭和8)年
資本金 641億円
従業員数 36,000人(連結、2008年3月末)
従業員数 5,600人(単独、2008年3月末)
事業内容 電気機器の製造販売業
URL <http://www.omron.co.jp>

当社は、2008(平成20)年で創立75周年、オムロンという社名は京都の仁和寺で有名な「御室」^{おむろ}にかつて本社があり、それに因んで付けられたものです。

事業内容としては、健康機器が一般に知られていますが、メインは工場用の設備備品、ほかに家電製品や携帯電話などの電子部品、車の電気部品、そして交通信号機システムや駅の券売機等の公共・交通・駅務機器を納めています。

「No charity, but a chance !」 を合言葉に生まれた オムロン太陽

当社が障害者雇用に取り組むきつ

かけとなったのは、大分県別府市にある社会福祉法人「太陽の家」の中村裕先生が、障害のある人がリハビリや職能訓練を終え、社会に復帰しようとしてもなかなか働く場所がないという現実の壁を目の当たりにし、オムロンの創業者、立石一真に相談を持ちかけたことによります。

立石は、「社会に受け皿がないのなら、障害のある人が働くための福祉工場を太陽の家と合併で設立しよう」と考え、1972(昭和47)年別府市にオムロン太陽を、1986(昭和61)年京都市にオムロン京都太陽を、特例子会社としてつくりました。現在、別府のオムロン太陽で75名、京都のオムロン京都太陽で113名の障害のある人たちを雇用しています。

障害のある人が働きやすい作業環境づくりと生活の質の改善

当社の特例子会社オムロン太陽およびオムロン京都太陽は、「障害のある人が働きやすい作業環境づくり」ということを徹底していて、通路の幅は車いすですれ違えることができる1.8メートル、部品などを置く台は手の届く範囲で90センチの高さというように設計されています。障害

のある人の失われた機能を、機械や補助具で補い、保有機能を生かすという考えに基づき作業環境を整備しています。現在、障害者の法定雇用率が1.8パーセントで、2008(平成20)年の日本の企業全体では1.59パーセントのところ、弊社は2.81パーセントという状況です。

今後は、特例子会社に頼らないオムロン本体での雇用率の向上、目標未達成のグループ会社の1.8パーセント達成ができるようにしていきたいと考えています。

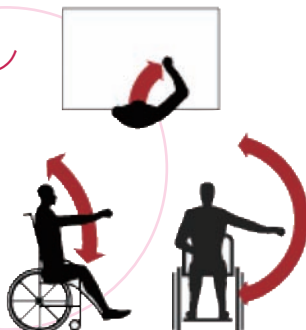
また、雇用だけではなく、障害のある人の生活の質を向上させるという観点で、車いすマラソン等、障害者スポーツも支援しています。

オムロンの社憲・ 企業理念・「CSR」と「人権」 の位置づけ

当社は、社憲として、「われわれの働きでわれわれの生活を向上しよりよい社会をつくりましょう」と毎朝唱和しています。企業理念としては、大変仰々しいと思われるかもしれませんが、「企業は社会の公器である」の一言で言い表しています。それを支える経営理念のひとつとして「人間性の尊重」があり、これが人権

作業範囲とベストポジション

作業への負担と、作業効率
を考え作業が無理なく手が
届く範囲(ベストポジション)
に部品、治具などを配置



障害者と機械のベストマッチング

「障害者と機械のベストマッチング」とは、障害者の保有機能を把握し、機械の助けを借りて、保有機能を活かすこと

障害者が生きる、人間が生きる

この考えは、すべての人間に当てはまる

に結び付いています。

それから、本日のセミナーのタイトルの中にもある「企業の社会的責任(CSR)と人権」をどのように位置づけているかということですが、オムロンではCSR取り組みのフレームワークを3つの柱で捉えています。「事業を通じてよりよい社会をつくる」ということ、「事業活動で常に公明正大である」ということ、そして「社会が抱える課題に取り組む」の3つの柱です。

企業がなぜ人権研修に取り組むのか

当社では、具体的にどんな人権研修をしているのかというと、大きく分けて3つの研修があり、資格別研修、役割別研修、全社員研修があります。

人権問題に取り組む理由は、人権は企業経営の根本にかかわるものであり、企業は人の役に立つためにあり、人が集まって事業を行っているのだから人権に結び付くのだという考え方です。

それから、二つ目に、人権を尊重する活動は個人と企業の多様性を実現し、創造性に満ちた活力ある企業風土を構築していくといえます。追いつけ追い越せといわれていたのは遠い昔のことで、今は創造性が競争力をけん引するのだといわれています。

三つ目は、各種の企業不祥事はそ

の企業の風土として人権意識がないことが影響しているといえます。人権意識があれば、人命を脅かすような製品の供給をしないはずですし、万一事故が発生しても対応方法が異なると思います。

それから、社会の人権に対する意識が一昔前に比べて格段に上がっているということだと思います。

世界人権宣言が、戦争は最大の人権侵害であるとして、第二次世界大戦の反省から生まれたことはご承知のとおりです。戦争、命を奪うことが最大の人権侵害です。このことを逆から言えば、人間が人間らしく生きようとするのが最大の人権尊重になるはずだと思います。職場では社員がいきいきと働けることが人間尊重の重要な側面になります。

人権への取り組みはこれからの企業活動そのもの

障害のある人の保有機能を把握し、機械の助けを借りて保有機能を活かすことは、真に人間を活かすこと。

この考え方は障害のある人だけでなく、すべての人に当てはまる考え方だと思います。

その人のスキル・経験・肉体機能・思考能力を活かすということは、一人ひとりを大切にし、それぞれの人の存在を無条件に認めることで、その人の保有能力・経験・スキル・長所を、活かすことができるように支援することです。

おのずと、自分の長所や短所、能力的に優れている点や劣っている点などがあることを知り、自らも多くの人の一人だと分かると、無意味な優越感から解放され、謙虚になり人間的にも一歩成長するのではないかと考えています。

「…人間を尊敬する事によって自ら解放せんとする…」これは、水平社宣言の一文ですが、すべてはここにつながっていくと思います。

企業の活動は、人間尊重の人間尊重による人間尊重のための働きです。

オムロングループの社憲・企業理念

社憲 われわれの働きで
われわれの生活を向上し
よりよい社会をつくりましょう

企業理念

経営理念

- チャレンジ精神の発揮
- ソーシャルニーズの創造
- 人間性の尊重

自律と共生

人間性の尊重

個人の尊重

企業市民の自覚と実践

経営指針

- 個人の尊重
- 顧客満足の最大化
- 株主との信頼関係の構築
- 企業市民の自覚と実践

行動指針

- 品質第一
- 絶えざるチャレンジ
- 公正な行動
- 自律と共生

Case Study ⑥ 事例発表

家庭との両立支援への取り組み

社内コミュニケーションの充実で
プロアシスト流ワーク・ライフ・バランスを実現

生駒京子 IKOMA Kyoco

株式会社プロアシスト
代表取締役株式会社 **プロアシスト**

本社 大阪市中央区高麗橋2-3-9
 代表者 生駒京子
 創立 1994(平成6)年
 資本金 5,000万円
 従業員数 118人(2008年4月1日現在)
 事業内容 Windows、組込みLinux、
 組込みJava、リアルタイム
 OS (ITRON) をプラット
 フォームとしたデバイス制
 御等のシステム提案の開発
 URL www.proassist.co.jp/

当社は、15年前に有限会社プロアシストとして設立されました。当時は、今と同様、世界的不況の時代。なぜこんな時期に起業したのかと言われたことが記憶に残っています。たった一人の小さな企業ではありませんが、何か専門性を持つことでお客様のために役立つことができるのではないかと考えました。「働くことというのは生きることそのものである」これは私の企業理念です。そ

の考え方をもとに、「社員、仲間と一緒に幸せになっていくことができるのではないか」というのが事業開始の動機です。

原点は一人からの
スタート＝「個人の尊重」

会社創設当初、一人で当社の企業理念等を考え、「個人の尊重」を掲げたところ、周囲から「企業は利益の追求をしなければいけないのに、個人の尊重を掲げているとは勇気がありますね」などと言われたものです。しかし、個人の尊重を掲げた理由はプロアシストの起業の志、「たった一人の企業でもお客さまのお役にたつはず…」に由来します。

バラエティに富んだ
従業員構成

現在の従業員構成は男性が70パーセント、女性が30パーセント。弊社の入社条件は、性別、年齢、国籍を問いません。今年も62歳の新入社員が入りました。当社定年年齢は創業当初から65歳ですので、男性でも女性でも、国籍は問わず、

日本人でも外国人でも65歳までは入社資格があります。外国人が多いのも当社の特色です。当社が働く上で大切にしていることは、意欲、ひた向きさ、前向きさです。そして、自分が精いっぱい働けるのは、周囲から働かせていただいているからだという謙虚な気持ちを忘れないということも大切な理念です。

仕事や働く環境を
人に合わせ多様化する

当社では、「われわれにとってできる仕事か」「やれることか」ということを常に一番に考えます。できないときにできない理由を考えるのではなくて、できるようにするためには何が必要か、何をどうすればいいのかを考える組織をつくってきました。その上で、仕事や働く環境を人に合わせたやさしいものへと変化させてきた結果、既存の社会にはない特性が当社の中では生まれてきたように思います。

ビジネスの世界でも、このような多様化を考えることが必要で、結果として新しい価値観がプラスされた

経営理念

社 是

永久的不滅にて前進あるのみ、
そして信頼と安心と安らぎを社会に与え続ける

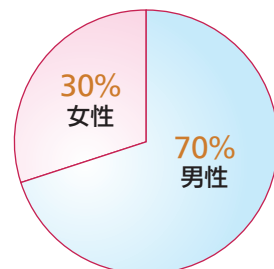
存在要件

1. 社員の精神的・物質的幸福
2. 企業における最大利益の追求
3. 需要の創造

経営理念

1. 個人の尊重
2. 最良のカスタマーサービス
3. システムの信頼性の追及
4. 卓越したマネジメント
5. 社会への貢献

従業員



企業となり、成長できてきたように思います。

仕事や働き方を人に合わせ、人に優しいものへと変革し、多様化を考える企業は、社員にとってもより働きやすい職場となり、働きやすい職場は、社員が力を発揮でき、人を伸ばし、企業も伸びるという結果がついてきたと思います。

プロアシスト流ワーク・ライフ・バランス

「働くことは生きること。人生そのものである」と当社は考えています。まず、「自分」を一生懸命大切に、次に、「家族」のことを考え、3つ目は「仲間」である会社の同僚や上司や部下、周りの人に気を遣う。ルールを決めて、組織化して、色々な規制の中でやっていくのではなく、互いに気遣い合い、周りのことを考えて声をかけるといところを、プロアシスト流ワーク・ライフ・バランスと考えているのです。

そして、働くことに一番大切なのは、意欲、ひた向きさ、前向きさ、努力、そして自分が働くことができる事に対する家族や社会への感謝です。今、自分ができる事を精一杯やっ

ていきたいというワーク・ライフ・バランスを考えています。

社員教育と同様に社内コミュニケーションが大切

当社では、設立後10年間は私自身が社員教育を担当してきましたが、11年目からは経営理念や会社の考え方については私が担当し、それ以外の部分は外部の皆さまのお力をお借りして、一生懸命社員研修に取り組んでいます。おかげさまで、非常に離職率の低い会社となっています。

その理由として考えられるのは、企業としての社内コミュニケーションの良さが思い当たります。ゆとり、遊びの企画として、歓迎会と称し全社員でボーリング大会を行ったり、社員旅行に行ったり、その他いろいろな企画を準備しています。

小さな組織ですが、組織間で何をやっているかが分からない、見えないというような声がちらほらと聞こえてくる気がしました。

そこで、毎月、「お誕生日会」と称し、毎月、12月生まれの人とは上下関係なく全員集まり経営幹部と一緒に食事をしたり、その他、交流会や意見交換会をスケジュールに組み込

んでいます。

事象の発生に伴い柔軟に制度化

また、企業としての福利厚生面での取り組みとしては、育児の為に短時間勤務制度を小学校入学まで設けています。育児休業は男性社員も取得可能で、半休制度、始業・就業時刻の繰り上げ・繰り下げなどを行っています。さらに、家庭を持つ女性の採用推進、女性も男性も平等な教育訓練や昇進の保障、女性の職務・部門領域の拡大、性別にとらわれず個人の能力を基準としたキャリアパス制度を設けるなど、事象が発生した時点で柔軟に制度を作成し、実施してきました。

養育支援の取り組みとしては、育児休業制度については、男性従業員も当たり前のよう取得できるように促しています。現在、育児休業制度を利用している女性従業員が3名、育児のための時短を利用している女性従業員は2名となっています。

今後のビジョン

当社は株式会社ですが、現在、出資者は私以外にはいません。今後は、当社の企業理念に対する賛同者、支援者というスタンスで、当社の企業理念の理解者＝株主様の力をお借りして、技術力や競争力を高め、グローバル企業として世界で活躍していきたいと思います。100年後、200年後も存在し続けられる企業であるために、将来へ向けて、これからも安心して仕事ができる環境づくり、家庭との両立支援プログラムをさらに充実していける企業であり続けたいと思っています。

ワーク・ライフ・バランス

我々にとってできる仕事か？

できない理由を考え
→できるようにする為に何が必要かを考える

多様化
特許

仕事、働く環境は人に合わせた優しいものへ変革
既存社会にはない新しい社会が必要とする特性を生み出す

=価値観が+αされた企業となる

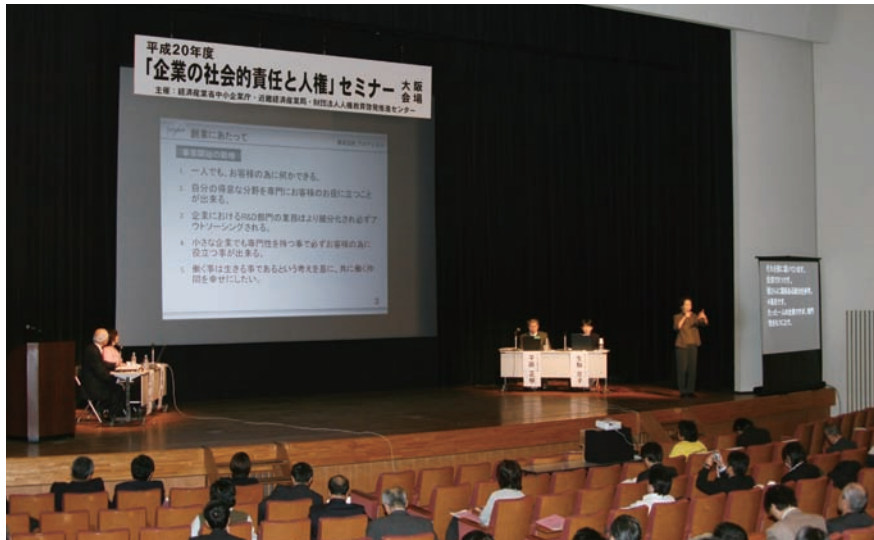
働き方&仕事の多様化を考える会社

多様化時代にマッチした商売として栄える
そこで働く人もよりよい働き方ができる

社会にとっても「より働きやすい職場」に変わる

パネルディスカッション 大阪会場

明確な経営理念やビジョンを確立し CSRを核とした企業経営を



田中：ご来場の皆さまからいくつか質問をいただいています。それでは、まず、オムロンの平原さん「障害のある人の給与は健常者と同じか」「障害のある人が従事している部分の採算はどうか」「知的障害、精神障害のある人の雇用にはどのように取り組んでいるのか」「特例子会社の取り組みとそれ以外とはどう違うのか」とのご質問です。よろしくお願ひします。

障害のある人の理想的な雇用、給与アップを目指して

平原：「障害のある人の給与は健常者と同じか」ということですが、障害のある人の給与は健常者とは違います。やはり、健常者に比べて生産性は若干低くなりますので、低い給与になります。ただし、先程ご説明しましたように、障害のある人の保有能力と機械を組み合わせ、補って、生産性をアップするように努力していますので、他社より高い給与をお支払いしていると思います。

「障害のある人が従事している部分の採算はどうか」というご質問ですが、若干の黒字を維持しています。

「知的障害、精神障害のある人の雇用にはどのように取り組んでいるのか」ということですが、これについては取り組みが遅れていまして、まだ、身体障害のある人がほとんどといった状態です。これから、取り組みを開始していかなければ

いけないと思っています。

「特例子会社の取り組みとそれ以外とはどう違うのか」というご質問ですが、特例子会社の場合は、車いす用の設備が整備されています。しかし、それ以外のところは、ハード面の整備はなかなかできないというのが現状で、障害の内容と仕事内容で配置をしています。例えば、聴覚に障害のある人でパソコンが得意な場合には、パソコンのできる仕事、開発や設計の仕事をお願いしたりしています。

報酬は障害の有無や内容ではなく能力によって決まる

田中：オムロンの平原さんにはさらに質問がきています。「障害のある人を採用する場合にどんな採用形態がいいのでしょうか」「障害のある人やその家族からどのような声がありますか」ということですが、よろしくお願ひします。

平原：「障害のある人を採用する場合にどんな採用形態がいいのでしょうか」ということですが、当社としては、基本的に正社員として雇うことを原則にしています。ただし、出勤時間の関係で、通勤に不便なことがある場合には、条件を聞いて嘱託その他、特別な労働条件を設定する場合もあります。

「障害のある人やその家族の方からどのような声がありますか」ということですが、これについては、最初に工場(オムロン太陽)をつくったときの、社内で

語り継がれているエピソードが2つあるのですが、「初めて給料をもらった時、給料袋を机に飾った」という例。もう一つは、「税金というものを一度納めてみたかった」という声があったということです。

田中：「エイボンさんは女性のための取り組みをなさっていますが、こういう取り組みに対して、女性の社員がどのように思っているか」という質問です。

岩城：私は端的に言って、「エイボンっていい会社」だと感じていると思います。入社した時最初に教わるのが、わたしたちは「DNA」と呼んでいるのですが、「the company for women」という企業理念です。その企業理念に自分自身が参加するということで、よりエイボンがいい会社だと分かるのだと思います。いい会社かどうかは、プロアシストの生駒さんの「安心して仕事ができる会社」というご意見がありました。信じられる会社、自分が働くに値する会社であるというふうに思えるところがよいのかなと思います。

長期休暇のあとでも、きちんと戻れる場所を確保することが大切

田中：女性のための取り組みとか、女性にどう思われているとか、会社を取りまとめている立場から、プロアシストの生駒さんはどうお考えでしょうか。

生駒：私は会社を女性だけのためにという視点では見たことがありません。女性も男性も同じ人間として、共に働く仲間として考えます。それでも、女性には子どもの出産等、女性特有の事情があります。そこで、「大変なときはみんなで助け合い、周りの理解を求め、再び必ず元気に戻ってきてみんなの役に立ちましょう」というコンセンサスで仕事をしています。これは男性の場合も一緒に、当社では介護のために休暇を取った男性社員もいます。年老いた両親を看なければいけないということは女性も男性も同様です。そのときは安心して休むことができ、

再び戻ってきて頑張れる職場づくりという取り組みをしています。

田中：オムロンでは、女性社員に対してはどのような考えで処遇等を考えていらっしゃいますか。平原さんお願いします。

平原：以前は女性に対する取り組みが遅れ気味でした。しかし、現在は、出産・育児休業や短時間勤務などの制度充実、会社の近くでの託児所設置、出産後も仕事に復帰しやすい仕組みづくり等、鋭意取り組んでいます。

田中：ありがとうございます。エイボンでは「女性が出産や育児休業で休む際、その間、その人を補うために人を採用すると余剰人員になるのでは？」というようなご質問がありました。岩城さんお願いします。

●コーディネーター



田中宏司

東京交通短期大学学長・教授

●パネリスト



岩城昌子

エイボン・プロダクツ株式会社
エイボン女性文化センター
事務局長



平原正樹

オムロン株式会社企業文化
統括センタ担当課長



生駒京子

株式会社プロアシスト代表
取締役

岩城：エイボンの場合、本当に必要かどうかは、みんなで考えるのですけれども、産休や育休をとったら基本的に契約社員、あるいは派遣社員で補充します。契約・派遣社員が産休を取る場合にはまたその人のために別の契約・派遣社員を補充することもあります。仕事は仕事ですし、たとえば契約社員、派遣社員であっても、エイボンで働く意思があるのであれば、まずそれが最優先になります。このような形で、人的部分を補っています。

田中：なるほど。エイボンで働きたいという意思を尊重されるわけですね。では、「社員の有給休暇取得状況はいかがですか」ということですが、生駒さん、お願いします。

生駒：半日でもとれる半休制度とか、有給休暇をとりやすいルールをつくりましたので、有給休暇取得率は高いです。

コンプライアンスと 定年問題の密接な関係

田中：では次に、定年と、定年後の再雇用、処遇等についてお答えいただきたいと思います。プロアシストの生駒さんお願いします。

生駒：まだ若い会社ですので、65歳を超えた社員がいません。現在63歳の社員が最年長になります。ただ、65歳を超えたときに、年金をもらうことができる範囲内での勤務形態にするかどうか等、ルールを決めて給与を支給できるようなかたちをとっています。また、当社では働き方も多様化を考えており、その人が最も働きやすい働き方で、雇用契約を進めていこうと考えています。

田中：続いて、オムロンの平原さん、お願いします。

平原：当社は定年が60歳です。60歳以降、本人が希望すれば1年ごとの更新で65歳まで再雇用されます。勤務の形態は、フルタイムと週3日勤務の2つの制度があり、それを選択します。また、当社の再雇用率は20%くらいです。

田中：続いて、エイボンの岩城さん、お願いします。

岩城：会社のニーズと本人のニーズによって決まります。ある人の例ですが、半年前に60歳を迎えられたのですが、本人はお辞めになりたいとのことでした

が、非常に責任のある仕事を担当されており、会社の要望により、定年を延長していただきました。今のところ、定年を延長している人は多いです。再雇用になると給料はある程度下がるのですが、定年延長の人はそれまでの仕事そのままその人の仕事として引き継がれます。

田中：今、定年のことを3人の方からお答えいただきましたが、労働と定年とCSRは非常に関連が深いと言えます。私は、社会的責任とか、コンプライアンスを専門にしていますが、企業の不祥事の一因として、年配者や経験者の早期退職が原因になっていることをご存じでしょうか。年配者とか経験者だからこそできる事故の予測や予兆、ノウハウの申し送り、年配者の早期退職によってうまく引き継がれず、仕事が単なるマニュアル上の管理で進められる結果、事故や不祥事が起こるのです。これは、会社の無形資産、いわゆる暗黙知としてあったものが、継承されないという残念な結果でもあります。したがって、年配者をいかに処遇していくか、ある程度の給料を出しながら会社の戦力になっていただくということが大切です。そして、年配者の持っている経験やノウハウをきちっと継承しながら、それを生かしてほしいと思います。

今回、皆様のお話を伺い、3社とも非常に理念がしっかりしていると感じました。経営理念には、いわゆる、言葉の魔力のような力があります。3社はそこを、非常にきっちり行われているのではないかなと感じました。

また、CSRや人権への取り組みの際に、なるべく生の声を聞き、他社の事例、他社の取り組み方を参考に、自社の企業風土に根ざした取り組みをされるのが一番いいかと思います。皆さまも、いろいろな機会に、ディスカッション等されるとは思います。そこでディスカッションすることが、次への改善のステップになるかと思っています。本日のセミナーも皆さまと企業、あるいは組織と現場で、今後の改善のために1つでもお役に立てば、私もパネリストとしても非常に幸いに思うところです。皆さん、本日は大変ありがとうございました。

仙台会場 基調講演

CSRの考え方と「企業と人権」



今求められるCSRのテーマ、コンプライアンスと人権はすべてのCSRの基盤

池田耕一 IKEDA Koichi

立教大学大学院ビジネスデザイン研究科教授

私は現在のパナソニック株式会社、当時の松下電器産業株式会社にて36年間勤務していました。数年前から立教大学大学院の教授をしています。今日は、企業の社会的責任(CSR)と人権ということでご報告をします。

なぜ、今、世界的に企業の社会的責任(CSR)が、再び問われているのでしょうか。簡単に振り返ってみますと、日本において企業の社会的責任という言葉は、実は新しい言葉ではありません。

我が国におけるCSRの歴史

すでに1888(明治21)年に日本赤十字社が創設され、大正末期、昭和初期には日本生命済生会、朝日新聞社会事業団等が設立され、広い意味の社会貢献活動が始まりました。

1970年代以降、経済成長の影で公害、土地投機、便乗値上げ等の問題が深刻化し、企業の社会的責任が問われました。

1990年代に入り、フィランソロピー=社会貢献、コーポレート・シチズンシップ=企業市民活動といった概念が、欧米から入ってきました。しかし、そもそも、日本人は農耕民族であり、農耕文化の下での、話し合い、助け合い、お互いに役に立ちたいという活動は、実はもともと日本の風土に根付いていたものでした。

私が勤務していましたパナソニックの創業者、松下幸之助氏は、「利益を上げるのが目的ではなく、お客様の役に立つことが目的。利益は後か

らついてくるもの」と、申していました。

それにもかかわらず、2000年代に入り、なぜ、再び、CSRがとりざたされているのかというと、一つめの理由としては、日本、アメリカ、ヨーロッパなどで企業の不祥事が多発しており、不信感が高まってきたこと。二つめは、企業のグローバル化、巨大化が進み、社会からの期待や要請が拡大したこと。三つめはISO(国際標準化機構)によるSR(社会的責任: Social Responsibility)規格化(ISO26000)が現在進められていること、四つめはSRI(社会的責任投資)の拡大等の理由が考えられます。

多発する企業の不祥事

CSRに対する関心と期待が高まってきた一番大きな理由は、特にこの10年間に企業の不祥事が多発したことです。

現代の不祥事の特徴は、企業と社会との価値観や常識との間に大きなギャップが出てきているという現状に加え、従来は許されていたことも、現在では許されなくなっているにもかかわらず、企業の経営者が気付いていないという現状もあります。しかも、それらの行動は、日常業務において発生しているということも、重大な問題だと受けとめるべきでしょう。

その要因として考えられるのは、経営環境が急激にグローバルスタンダード(アメリカンスタンダード)化し、企業の組織と行動、経営者や責

任者の意識が、それについていけないということがあげられます。

10年来、急激に日本社会を覆ってきた、このグローバルスタンダードの波を3つのキーワードで言い表すと、1.基本的価値観としての「自由競争」、2.ルールや手続を重視した「公正さ」、3.正確な表示・説明を求める「透明性」、ということが出来ます。このグローバルスタンダードの根底にある文化は、アングロサクソン系の文化=狩猟文化です。

日本の文化はというと農耕の文化で、話し合いと助け合いの文化だと言えます。すべての大事なことは寄り合いで決め、人手が足りない時には助け合う文化です。それに対して、狩猟文化は、力の強い会社、力の強い個人が獲物をたくさん捕り、捕った獲物が十分になった段階で、困っている人に分け前を回しましよという、自由競争の文化です。

急変した企業をとりまく環境

企業と企業を取り巻く社会との関係において、従来、企業は結果責任だけを果たせば、社会から評価されていました。社員を採用し、給料を払い、売り上げを上げ、利益を上げ、税金を納め、配当を支払い、結果責任を果たしておけば、企業は社会の中で批判されることはなかったのです。しかし、近年では、結果責任だけでなく、プロセス責任、仕事の一つひとつにおいて、社会の期待、法令を遵守しているかどうか、これらを問われる時代に急激に変わってきています。

近年、多くの企業がCSRに取り組んでいますが、現代の企業不祥事は日常業務内で起こっています。コンプライアンス、さらにはCSRが重要課題といえる現代社会で、あらためてコンプライアンスとは何かについて考えたいと思います。企業が遵守すべき対象は法令だけではなく、経

営方針、顧客、消費者、行政当局といった社会の期待に広がってきました。社会の期待に応える仕事を行うという点では、コンプライアンスというのは、倫理と法令の遵守だけでなく、それを実践することだと考えます。

日本企業がCSRのテーマとして実践している主なものを挙げると、一つには、コンプライアンス・企業倫理、二つには環境問題、三つには社会貢献です。一方、それに対して、ISOのSR規格案における主なテーマは、一つには組織統治、二つには人権、三つには労働慣行、四つには環境、その他、公正な事業慣行、消費者、コミュニティ参画等です。

今後、2010年の発行に向けISOのSR規格が姿を現わすにつれて、人権は今まで以上に大きな比重を占めるようになってくるだろうと思

ます。

ISOのSR規格案の中には五つの人権課題がありますが、この中で、特に注目すべきなのは「共謀の回避」です。

ここでは、私たち自身が、無意識のうちに加害者にならないこと、さらには、共犯者にならないことを提言しています。具体的に言うと、「コーヒー豆を買うときには一定程度の労働条件を維持しているところから買うことを奨励します。なぜならば、それにより、コーヒー農園の労働者が、人権を回復できることにつながるのです」ということです。そのような意識をもたずに安いコーヒー豆を買うことは、広い意味では人権侵害の共犯者、加害者になっているかもしれないということなのです。

個人と企業にとって大切なこと

今日、企業の常識と会社の常識の間には、大きなギャップがあります。そこで、そのギャップを埋めるために、企業人は社会の意識の変化を敏感につかみ、それをつかんだ上で、意識と判断と行動を変える必要があります。

ギャップの急拡大は、グローバル化の急速な進展による社会の意識の変化に企業の行動が対応できていないことと、昔から変わらない、企業や部門内の仲間意識から引き起こされます。

ギャップ縮小策の基本は、より風通しのよい風土・仕組づくりです。

部門間、企業と社会の間の壁を、せめて垣根に変えることが重要です。

社員は、まず社会の意識の変化を敏感につかみ、それをつかんだ上で、意識と判断と行動を変える。意識した通りに判断できるとは限らず、判断した通りに行動ができるとも限りません。意識を変え、判断を変え、そして行動まで変える。そして、企業、会社は仕事の仕組み、経営の仕組みを変えていく。こういうことが骨格だろうと思っています。

今、人権という点で、感じていることは二つあります。

一つは、ご存じの方も多い言葉ですが、金子みすずさんという詩人が言っている、「みんなちがって、みんないい」ということを実感しています。

二つめに心にしみているのは、命です。限りある命を生きている人間、自分を、本当にいとおしく思うと同様に、限りある命を生きている他の人たち、家族、いろいろな機会に知り合う方々も本当にいとおしく思います。以上、CSRと人権について、ご報告させていただきました。

改めて重要性を増す「人権」 — ISOのSR規格案の定義

人種、皮膚の色、年齢、婚姻状態、妊娠、言語、宗教、政治的またはその他意見、国籍、民族的または社会的出身、財産、出生、能力的な障害、性的指向、HIV/AIDSの状態、またはその他のいかなる状態にもかかわらず、すべての人間が有し、欠乏及び恐怖なしに及び尊厳をもって生活するための、基本的権利

大切なこと — 個人と企業にとって

「企業の常識」と「社会の常識」との <大きな> ギャップの縮小
ギャップの要因(流行) グローバル化の急速な進展
(不易) 仲間意識(部門、企業、業界等)

＊ギャップ縮小策の基本：より風通しのよい風土・仕組みへ
— 部門間、企業と社会の間(例えば、壁から垣根へ)

- まず社会の意識の変化を敏感に把む
- (社員) 意識と判断と行動を変える
- (企業) 仕事と経営の仕組みを変える

Case Study 7 事例発表

地元仙台における「等身大の地域貢献」



イトスの取り組みのルーツ
売り手よし、買い手よし、世間よしの「三方よし」の教えは、まさに、日本のCSRの原点

増子良一 MASUKO Ryoichi

イトス株式会社
代表取締役

イトス 株式会社

本社 仙台市青葉区本町1-12-12
GMビルディング4F
代表者 増子良一(ますこりょういち)
創立 1992(平成4)年
資本金 9,220万円
従業員数 61名
事業内容 ソフトウェア開発・インターネット事業・医療事業
URL <http://www.etos.jp/>

私どもの会社では、10年ほど前から、当社をよりよくするために始めた取り組みが、CSRの好例ということで評価され、日本財団が主催する、「市民が選ぶCSR大賞」にノミネートされました。

そもそも、当社のこの取り組みは、自らの会社が良くなることとして始めました。会社が良くなるということは、お客様にとっても、私たちにとっても、社会にとっても良くなると思って始めたことでした。

CSRのことを、近江商人の「三方よし」に通じると言った方がいますが、近江国外での行商を本務とした近江商人は、地縁や血縁もないところに得意先を開拓し、信用という目に見えない財産を築いていかなければならなかったため、一回きりの売り込みではなく、売り手と買い手の当事者同士はもちろん、その取り引きが、社会全体の幸福につながるものでないと、何度も取り引きしただけだと思われていました。

そういった考え方が、売り手よし、買い手よし、世間よしの「三方よし」の教えで、当事者だけでなく、世間のためにもなるものでなければならぬことを強調し、現代の企業のCSRに通じると言われているゆえんです。

社員も自らの成長を促すことができる、
インターンシップ支援事業

当社では、「自らの専攻や将来のキャリアに関連した就業体験を行いたい」という学生の皆さんをイン

ターンシップ生として積極的に受け入れ、学生の皆さんに実践の場(プログラムの構築、プレゼンテーション、商談など)を体験していただき、社会観や職業観、就労意識を高めていただいています。

インターンシップを受け入れるということにより、学生の皆さんには業種や職種と自分自身との適合性を確認してもらうことができ、また、当社としては学生の皆さんを指導することで自らの成長を促すことができるという、実りの多い事業だと考えています。

最近では、海外からのインターンシップ生や、1年以上の長期インターンシップ生も受け入れており、さらにそのまま当社への入社希望者も出てきており、当社としても非常に大きな収穫があった事業だと思っています。

町おこしのポータルサイト「エニータウン」の成果

エニータウンはいつでもどこでも、必要な情報が必要な時に見られる地

れんらっこファミリブ

「子育てをもっと楽しく」をコンセプトに、家族向けコミュニケーションツールを無料で提供しています。

日記や写真、スケジュール等を携帯サイト上に掲載でき家族で共有できます。また、コミュニティを作り子供会やクラブ活動などでの連絡事項や情報交換などにも活用できます。

さらに子育て中のママの要望から生まれた「ファミカフェ」というリアルな

コミュニケーションの場も無料で提供しております。



成長記録



オリジナル写真集の作成



家族でスケジュールの共有



「子育て中の不安」などを共有し、解決できる場を提供して行きたいと考えており、今後は家族で集まれるパーベキューなどの開催も予定しています。

地域密着型のポータルサイトです。人が集まり交流することで、地域が活性化されていく仕組みを作りました。もともと、町おこしに役立てたいということで、にぎやかさを演出できるサイトづくりを考えました。仙台ですと、七夕とか「光のページェント」とか、ジャズフェスティバルなどが開催されていますが、人が集まってにぎやかになると、イベントも街も活性化します。それと同じことを、店舗や企業を対象にできないかと作ったのが、エニータウンです。

ホームページ1ページ分を無料にしたり、携帯端末へのお得な情報メールを無料配信したり、レポーターによるお店紹介の記事も掲載しています。

れんらっこイベント代行、れんらっこファミリブの成果

「れんらっこ」は、企業の方々にスポンサーになっていただき、クリスマス、節分などの幼稚園・保育園で実施される行事やイベントを無料で

企画、お手伝いし、一方で、連絡網や災害情報などのメールを一斉配信しています。

また、「子育てをもっと楽しく」をコンセプトに、家族向けコミュニケーションツール「れんらっこファミリブ」を無料で提供しています。日記や写真、スケジュール等を携帯サイト上に掲載でき、家族で共有できます。また、コミュニティを作り、子ども会やクラブ活動などでの連絡事項や情報交換などにも活用していただけます。

地域スポーツ文化振興へのサポート

地域スポーツ文化振興へのサポートということで、社内自動販売機の売り上げの一部をプロバスケットチーム「仙台89ers」の選手強化費として寄付しています。

また、この社内自動販売機を通じて、1本につき10円を「せんだい・みやぎNPOセンター」を通じてNPO団体に寄付する活動を行っています。

このような取り組みを通じて、何が一番の収穫になったかという、社員が自らの会社や自分に対して自信を持つようになったということが、非常に大きいと思っています。

先日も、CO₂排出量報告義務に役立つソフトを、社員が自発的に開発し、仙台市に申請、仙台市の「エコにこオフィス」の認定を受けました

当社に来られた方は、みなさん非常に明るい会社だとおっしゃってくださり、入社希望者も非常に多くなってきました。

特にCSRということ意識したわけではなく、自分たちが良くなるためにと始めた取り組みを、私たちが考えている以上に高く評価していただいた結果、周囲からの評価により私どもの評判も上がり、最高の結果を出せたという事例です。今後も、地域を意識し、地域とともに、これらの、等身大の活動を続けていきたいと考えています。

エニータウン

エニータウンはいつでもどこでも、必要な情報が必要な時に見られる！！を目指した地域密着型のポータルサイトです。

エニータウンのテーマは「地域興し」人が集まり交流することで、地域が活性化されていく仕組み作りをしています。



- エニータウンでの店舗、団体紹介のページを作成。
⇒ ホームページ1ページ分(画像付)を無料で作成。
- ケータイへのメールマガジンお得な情報メール配信システムの提供。
⇒ 活用方法のご提案。マニュアル、操作説明とアフターフォローまで無料でを行っています。

- もちろんシステムの使用も無料。ご希望があれば、会員登録用の媒体、資料の作成も無料でを行っています。
- ショップレポートでの紹介ページを作成
⇒ イートスタッフが店舗を訪問し、その様子をレポートします。第三者の目からみた店舗紹介ということもしています。

れんらっこ イベント代行

クリスマス、節分などの幼稚園・保育園で実施される行事やイベントを無料でお手伝いし、一緒に子供たちを盛り上げる企画を開催しています。

これまでに実施したイベントは

「サンタが子どもに会いに来る'06」

(06.12.25)

「エニレンジャーと一緒に鬼退治'07」

(07.2.2)

「よいこの味方！

エニレンジャーショー'07」(07.7.28)

「サンタが子どもに会いに来る'07」

(07.12.12)

「エニレンジャーと一緒に鬼退治'08」

(08.2.1)



【メディア紹介履歴】

TBC「イブニングニュース」

TBC「TBCニュース」

仙台放送「スーパーニュース」

東日本放送

「スーパー」チャンネルみやぎ」

河北新報 朝刊

仙台市主催「web2.0CreativeForum」

Case Study 8 事例発表

障害者雇用で恩返し



お客様に喜びと満足を、社員には利益を、
幸福と社会福祉に貢献できる企業を目指す、
当たり前の障害者雇用を

大谷勝彦 OHTANI Katsuhiko

株式会社大谷
代表取締役

株式会社 **大谷**

本 社 新潟県新潟市江南区亀田工
業団地1-3-5
代 表 者 大谷勝彦(おおたにかつひこ)
創 立 1951(昭和26)年
資 本 金 1億円
従業員数 543名
(男子33・女子36・パートナー474)
事業内容 印章・印刷・ゴム印・シャ
チハタ
URL <http://www.p-otani.co.jp/>

当社は、はんこ、印章の製造販売というものを生業にしています。北は、北海道・旭川から、南は、九州・鹿児島まで、全国に135の直営店があります。また、1960年代の創業当初から障害のある人の雇用を続けていたことを評価していただき、労働大臣賞や日本経済新聞社の地域活性化貢献事業賞などを受賞してきました。

弊社の障害ある人の雇用の動機と雇用の現状、弊社の経営理念と現在の社会貢献状況、そしてこれからのビジョンと企業責任についてご紹介いたします。

障害者雇用の動機

1960(昭和35)年に身体障害者雇用促進法が制定され、1976(昭和51)年に改正され、一般の企業は、

常用労働者として全常用労働者の1.8パーセント以上の身体に障害のある人を雇用していなければならないという法律ができました。しかし、1970年代は、高度経済成長期ということもあり、多くの企業は、障害のある人を雇うよりも、雇わないことに対する納付金を納めたほうが良いという風潮から、身体に障害のある人は就職の場が少ない時代でした。

現在は、大企業の特例子会社が非常に多く設立され、障害のある人の大企業の雇用率というのが非常に高まっています。これは、大企業のCSRというのが、定着をしてきているという証でしょう。

しかし、40～50年前は、障害を持って生まれますと就職のことを案じ、手に職をつけて備えました。時計やラジオの修理、和裁や洋裁、印章彫刻のように座ってできる職場で大勢の障害のある人が働きました。私自身も、盛岡の銀章堂という印章店で修行をしましたが、この経営者も障害があり、私と同様に技術を学んだ先輩の中にも、障害のある人がたくさんいました。

私は、1966(昭和41)年に独立をし、雇用に関しては障害の有無に関係なく雇用してきましたが、当社においては、障害のある人の雇用は、CSRというよりも障害のある人を受け入れやすい職業であったということが、一番の理由です。

また、二番目の理由としては、実は私自身も難病を持っており、長い間苦しんでいますので、そのことが、障害のある人の雇用の二次的な理由になっていると思います。

お客様・自分・社会に 喜びと満足を与えられる 企業を目指して

弊社の経営理念を振り返ってみます。会社というのは、社員の物心両面の幸せを実現する場であるということ、企業市民として社会貢献をしていくという2つの意義、生きがいと働きがいを持っています。社長の給料も皆さんの給料もすべてお客様の満足料です。会社は、利益を上げることが目的ではなく、お客様の満足の結果として、満足料として利益を与えられるという考え方を、繰り返し、繰り返し社員に訴えております。



彫刻準備作業

部門作業風景



二つ目は、働きがいのある職場づくりと社員の幸福を目指そうということです。社員の幸福とは、いったいどういうことなのか。働きがいというのは、どういうことなのか。不幸と感ずるときは、どういふときなのかということ、絶えずディスカッションをします。働くことの意味や意義を絶えず社員に教育しています。

三つ目に、社会福祉に貢献をする集団を作るといふことです。最初は、障害のある人を大勢雇用するといふことから始まりましたが、途中からボランティア委員会というのを作り、外に向けた社会貢献活動をしてきました。障害のある人の中には、社会に出たての頃は、まさに温室から外に出てくるようなもので、人間関係や社会経験に不慣れな部分がある人も多いことが分かりました。具体的には、与える喜びが分からなければ、与えられても喜びにならないといふことに気付いたのです。これは障害のある人に限らず現代の若者にもそのような傾向がありますので、私どもは一人でも多くの人に喜んでいただくことをしようといふことで、ボランティア活動を始めました。

具体的には、新潟県内に1,000人の海外からの留学生がおり、そのうちの800人が私費の留学生です。新潟県内にある12大学のうち11大学に申し出をし、彼らの印鑑を無料で作らせていただきました。日本へ来

ると、留学生といふでも印鑑が必要です。そこで、弊社の営業マンや宅配便でお届けするのではなく、ボランティア委員会の人たちが、小さい子どもさんがいる人は子どもさんも連れて、直接本人に手渡しするよう指示しています。こうすることにより、相手が喜んでくれる状況といふのは、どのような時で、どのような喜び方をするのかといふことが親から子への教育も含めてできます。そのようなことも含めて、社会福祉に貢献をする集団を作ろうと励んでいます。

障害者が働き、生活する場を

現在、私は、障害のある人が働き、生活するための福祉施設を作りたいと考えます。既に、ゴルフ場を一つ買い、計画を立てているのですが、新潟県障害福祉課に行きましたところ、障害者自立支援法ができ、今後は障害者を収容化する施設は必要ないとのことで、障害のある人が働ける施設だったら運営費は出してくださるとのことでした。

私は、以前、障害のある従業員の家庭訪問をしていた際、お宅に行く

と、必ず話題に上る問題は、親亡き後の残された障害のある方々に対する、親御さんの心配でした。そこで、親御さんの心配が、少しでも軽減するような、障害のある人のための福祉施設を作りたいと思っています。

すでに、新潟県阿賀野市に、約10万坪の牧場・農場を経営できるようなゴルフ場を買ってあります。いかにして、障害のある人に多くの給料を払える仕事を作り出せるか、いかにして、親御さんの心配を解消できるか調査・計画中です。

また、知的障害や精神障害のある人の就労問題とあわせて、今後の課題とし、企業活動に邁進していきます。



印影入力作業

Case Study 9 事例発表

「人間尊重」を土台に、“独りよがりにならないCSR”の推進



ステークホルダーの意見・指摘、期待、要望をCSRのマネジメントサイクルに組み込んで推進

山本正己 YAMAMOTO Masami

凸版印刷株式会社
法務本部CSR推進室長

凸版印刷 株式会社

本社 東京都千代田区神田和泉町1番地
代表者 足立直樹(あだちなおき)
創立 1900(明治33)年
資本金 1,049億8,600万円
従業員数 11,548名
事業内容 「印刷」で培ってきたノウハウを活かした証券・カード、商業印刷、出版印刷、パッケージ、高機能部材、建築材、ディスプレイ関連、半導体関連の8部門で多彩な事業を展開

URL <http://www.toppan.co.jp>

当社は、創業が1900(明治33)年、売上高が1兆6,000億、社員数が約3万8,600人、関係会社176社、本社は東京の秋葉原にあります。事業領域は、すでに電子化され紙の印刷物はなくなってしまった株券や有価証券の印刷をスタートにして立ち上がり、ポスター、カレンダー、カタログ、店頭POPといったような商業印刷物、書籍、雑誌といった出版

印刷部門の情報ネットワーク系、家庭用品のパッケージ、木目、壁紙等の建築材部門などの生活環境系、半導体の製造に使われるフォトマスク製造事業や、液晶カラーテレビ用カラーフィルターなどのエレクトロニクス関連部品を扱う事業も展開しています。売上高では、よくご存じの印刷という部分は約56パーセント、残りを生活環境系とエレクトロニクス系で分け合っています。

CSRとは、企業がステークホルダーに果たすべき責任

当社のCSRの原点は、100周年記念の際に策定された「TOPPAN VISION 21」です。当社の企業像には「企業理念」、「経営信条」、「行動指針」とありますが、この企業像を実現することがトッパンのCSRであるとして推進しています。

「企業の社会的責任」は、ステークホルダーに対して果たすべき責任と言い換えることができます。

トッパンは、そのステークホルダーの意見・指摘、期待・要望を聴

き取り、それをCSRのPDCA【Plan(計画),Do(実行),Check(評価),Act(改善)】サイクルに取り込み、中期経営計画にビルト・インすることで、“独りよがりにならないCSR”を目指しています。

これまでに、株主・投資家や、環境NPOの代表、お客さま企業の環境担当部長、元国連広報センター長、経済産業省参事官、またユニバーサルデザイン関連NPOの代表など、多種多様なステークホルダーからトッパンのCSRのあり方や、次年度の取り組みの方向性などについて意見をいただき、またトッパンのCSRに望むものを伺ってきました。

本業とCSRで世界中の様々な状況の人々にサービスを提供

「行動指針」はいわば当社の「CSR行動憲章」です。私どもは、この「行動指針」第1章の第1項に「基本的人権を尊重する」とうたっています。また第2章には、第3節、第4節に児童労働、強制労働の禁止、不当な差別行為をしない、セクハラ・パワハ

トッパンのCSRの基本的な考え方

トッパンでは、これまでも、そして、これからもステークホルダーの意見・指摘、期待・要望を取り込み、独りよがりにならないCSRを進めます。

2004
座談会
「トッパンに期待するCSR」



2006
ステークホルダーダイアログ
「トッパンのCSR
～情報・文化の担い手として」



2007
ステークホルダーダイアログ
「ユニバーサルデザインな社会をめざして」



2008
「CSR推進研究会」



具体的な取り組み

1) 人間尊重

2) 「行動指針」の浸透

3) ユニバーサルデザイン

4) 識字率の向上に向けた取り組み

ラをしない、内部通報制度を利用して問題提起したものを保護する、といった指針を具体的に示しています。人権に関するしっかりとした考え方を持たせ、この「行動指針」を社員に浸透させていくには、従業員に常に意識を持たせながら、「行動指針」浸透のPDCAサイクルをまわすことが欠かせません。

次に当社の「ユニバーサルデザイン」について説明します。印刷表現におけるユニバーサルデザイン化は、トッパンにとってはいわば本業におけるCSRの推進であると認識しています。「トッパンユニバーサルデザイン6原則」に則って、様々な人々の、身体知覚特性に配慮した、ユニバーサルデザインを提案しています。

当社は、企業理念にある「情報・文化の担い手として」創業して以来、教育に深く関わってきました。そこで、「識字率の向上」というキーワードのもと、教育支援を目的としたチャリティーイベントを開催し、寄付を行うことを企画しました。たまたま、私どもは東京に小さな音楽専用ホールを持っておりましたので、ここでチャリティーコンサートを開

催し、チケットの収入から出演者の出演料を差し引いた金額を寄付させていただき、難民キャンプの子どもたちの教材、また、教員の養成、障害のある子どもたちの就学支援というものに利用いただきました。

CSRのサプライチェーン展開

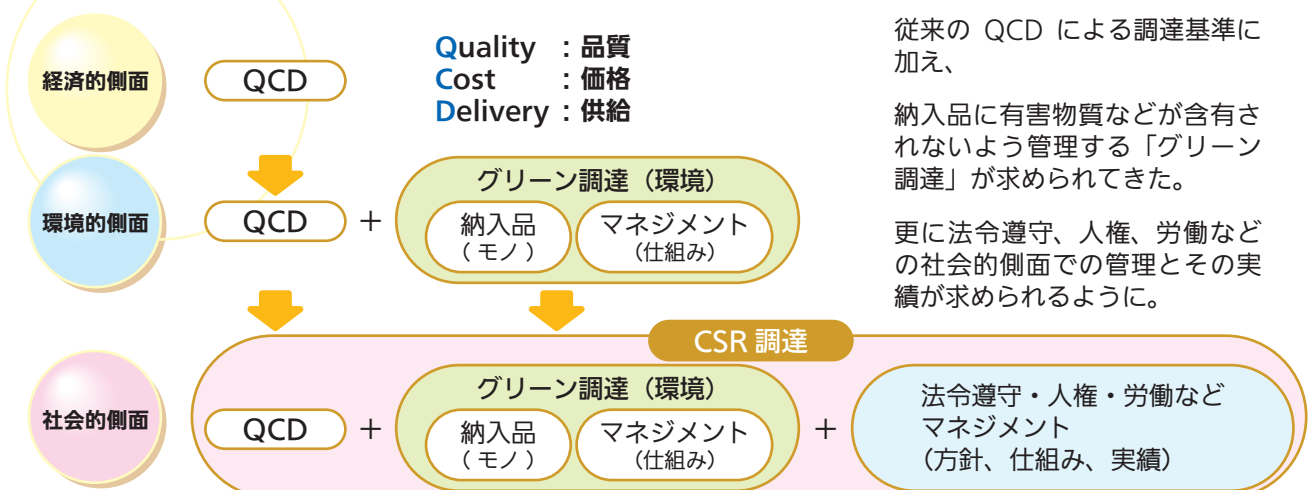
今後CSRが国際規格化、即ちISO化されます。2010(平成22)年の秋の発行を目指して国際的に議論されていますが、ISO26000と呼ばれる「社会的責任(SR)規格」は、ISO9000シリーズやISO14000で必要な、いわゆる第三者認証を必要としない「ガイダンス」として発行される方向です。このISO26000の中で「人権」については、原則、並びに、中核課題の双方に盛り込まれておりますが、両方に盛り込まれている項目は、ほかに例がありません。

この「人権」の「差別および社会的弱者」という項目には、「組織はいかなる根拠に基づいても、いかなる人物も差別しないことを確実にするために、注意を払うことが望ましい。これは組織が、何らかの接触または

影響力を持つ従業員、ビジネスパートナー、顧客、ステークホルダー(利害関係者)、組織及びあらゆる人物を含む。」とあります。ここで重要なのは、ビジネスパートナーにもお願いしていくということです。

トッパンは2007(平成19)年の5月にCSR調達の取り組みを開始しました。CSR調達、なかなか聞き慣れない言葉だと思いますので、簡単にご説明しますと、今までは、品質、価格、供給、これが調達基準になっていましたが、それに有害物質が含まれないように管理するグリーン調達といったものが、加わってきました。CSR調達と申しますのは、更に法令遵守、人権、労働などのマネジメント、そしてこの実績というものが基準として求められる調達のことを指します。トッパンは、調達先の皆さま方に8分野、20の項目の遵守をお願いしています。本当に遵守されているかどうか、これを確認していかないと、先ほど申し上げたISO26000に準拠できないということになります。これが、私どもの今後の大きな課題だと考えています。

今後の課題



パネルディスカッション 仙台会場

今後はCSRや人権教育がいかに社内に浸透しているかが問われる

池田：それでは、パネルディスカッションに移りたいと思います。会場の皆様方から、たくさんのご質問を頂いています。順番にご回答いただこうと思います。はじめに、私あてに頂きましたご質問に回答したいと思います。「近年多発する企業不祥事の背景として、日本的な企業風土の特質や社会的価値観のグローバル化により、企業に求められているものがより厳しくなっているということが、よく分かりました。経営者から現場の従業員に至るまで、共通の認識を持つ必要があると思いますが、そのような組織的な意識改革は、どのようなプロセスで実現できますか」とのご質問です。

CSRの取り組みは人事・組織改革に現れる

私の見解では二つの方法があると思っています。

一つは、基本認識、共通認識のところをきちんと明文化し、それを教育・研修の場で、役員から部課長、社員に至るまで伝える。さらに、それらを繰り返す中で、今度はそれが実際の仕事の中でくい違っているところがないかをモニタリングをし、実態と共通認識との間のギャップをつかみ、それを改善します。

もう一つのやり方は、昇格の人事で、経営陣の本気を見せるという方法です。経営者が本気で考え認識しているかどうかを、社員は、経営者の言葉を聞くよりもその背中を見ているので、誰を昇格させるか、人事や組織改正等で察します。

実績は上がっていても、決して社会的に認められないような仕事の進め方を認めず、問題がある人を経営者が昇格させないことが大事だと考えます。

池田：では次に、イトス様に「社内における人材教育、意識の開発等に関して具体的な実践のあり方をお話してください」とのことです。増子さんお願いします。

増子：はい。当社では人材教育というような具体的なカリキュラムはありません。ただ、週に一度、朝1時間ほど全員が集まる、ミーティングの場を設けていま

す。このときお互いに絶対無視をしてはいけない、お互いに愛のある対応をしようということを説いています。人は、「自分を無視されることくらい寂しいことはない」と言われています。多分、他人を無視しないということが理解できることが「人権」を理解することなのではないかと思います。また、朝礼というのは、私だけが話をするのではなくて、毎回、社員が入れ替わりで話すことにしています。自分の考え方を人前で1分から3分くらいで話せる訓練、他人に自らの意見や気持ちを伝える訓練にもなります。

池田：増子様、ありがとうございました。では株式会社大谷さんへの質問です。「仕事と障害のある人とのマッチングがなかなか難しいので、障害に合わせた仕事の創出などのアドバイスをいただきたい」とのことです。

大谷：はい。ご質問された方の職種がわからないので、参考になるかどうか分かりませんが、障害の種類によりそれぞれ特性があります。例えば、知的障害のある人であれば、同じことを繰り返しやり続ける能力が健常者以上にある人もいます。そういう人には例えば、クリーニング屋さんの仕事にはぴったりな業務があります。朝から晩までホテルのシーツを両方向からフックに掛けるなど、単純な作業の繰り返しという面では、知的障害のある人は非常に優れた能力を発揮します。

気をつけたいのは、入院・治療して回復し、退院して職場復帰しても、職場環境の問題で精神障害が再発してしまう場合もあるので、職場の環境の配慮が必要だということです。

池田：大谷様ありがとうございました。では、凸版印刷様「社員の労働意欲の高揚の実現につながる具体例をお話してください」とのことです。

山本：はい。これはいろいろなやり方があるかと思いますが。一例を挙げますと人事考課を行った際には、結果は必ずフィードバックするようにするといったものがあります。当然ながらそれは単に

●コーディネーター



池田耕一

立教大学大学院ビジネスデザイン研究科教授

●パネリスト



増子良一

イトス株式会社
代表取締役



大谷勝彦

株式会社大谷 代表取締役



山本正己

凸版印刷株式会社
法務本部 CSR推進室長

査定がAだったBだったということではなくて、こうすればもっといい、ここを改善していこうという、上司と部下とのコミュニケーションということに重点を置き、話し合うようにしています。

池田：山本様ありがとうございました。それではイトス様にお伺いします。「今日の発表を聞くと、イトス様の活動は、増子さんのリーダーシップによるところが大きいと感じましたが、それだけに後継に対する悩みはありませんでしょうか」という質問ですがいかがでしょうか。

増子：いろいろな面があり、総合的に考

えなければなりません「働きがいのある会社ナンバー1になろう」というのが私どもの会社のスローガンとなっています。

今、私どもの会社は、次期トップの養成に関しては思案中です。幸いにも社員のほうから、積極的な人間が出てきますので、その人たちに今まで続けてきたことを踏襲してやってもらおうと思っています。

企業理念の浸透を経営に フィードバック

池田：増子様、ありがとうございました。続いて凸版印刷様へ「当社としても社員にビジョンなり、指針を浸透させることに非常に苦慮しているのですが、内容が浸透しているということに対してその確認はどのようにされているのか」というご質問です。

山本：はい。私どもではeラーニングを取り入れており、いわゆる企業理念というものの浸透を図り経営信条といったものはどういったものであるかという理解を促進し、かつそれがどのくらい理解できたのかというものにつきましてはアンケートを実施して、効果測定を行っています。

また行動指針については、行動指針推進リーダーの研修等を行っています。この研修の最後に、自分を含めてどのくらいこの行動指針というものが浸透しているのか、自分の上司はコンプライアンスに対してどのくらいきちんと取り組んでいるかと思うかといったアンケートを実施しています。またこういった企業理念とか経営信条については、例えば広報本部が社内広報を行うときに、「この間の社内報を読んだか、そこに企業理念が書かれていたが、何か考えたことがあったか」といった定性的な情報も吸い上げながら、企業理念の浸透を推進している部門にフィードバックしていくといったような地道なことをやっています。

池田：山本様、ありがとうございました。それでは続きましてイートス様に「特に中小企業にとって、専門部署の設置等は困難である場合もありますが、中小企業が本業を生かしながらCSRに取り組む上でのアドバイスをいただければ」とい



うご質問です。イートス様お願いします。

増子：はい。わが社のCSRについては先ほどお話しさせていただきましたが、エコ関係のもの以外は自分たちの技術でできるものなのです。ですから、自分たちが得意なもので、役に立つというよりも自分たちが良くなるためにはどうしたらいいかというのが、わたしの考え方なのですが、会社も社員も地域も良くなるためにはどうしたらいいかということを考えて、しかも自分のところの得意な技術を使ってやれば、長続きすると思います。長続きするということところが、わたしはものすごく大切なのではないかと思います。また、社員から出てきたものをうまく活用するというを前面に打ち出し、社員の意欲を高めるように心がけています。

池田：増子様ありがとうございました。大谷様に具体的な質問です。「障害のある人に働きがいを持ってもらうのに一番必要なものは何でしょうか」ということです。お願いします。

障害の有無にかかわらず仕事に 甘えは許されない

大谷：はい。障害のある人だけではなく、企業が人を雇用するというのは、経営の一環であるわけですから、利益に結びつかない雇用というのはあり得ないと思っています。従って、同情や哀れみで雇用はできないし、してはいけない。これは厳しい経営環境の中では当然だと考えます。ですから、障害の有無にかかわらず仕事に甘えは禁物であるのと同様に、障害のある人が自分の障害に甘えないよう

に強い気持ちが必要だと思っています。

池田：大谷様ありがとうございます。では、次に、「人権教育の今後の課題をお話してください」とのご質問です。凸版印刷様お願いします。

山本：はい。私どものほうは、社内、社員に対する教育というのは、先ほど申し上げたような形でやらせていただけていますが、今後CSR調達を進めていく上で、課題となるのは、発注する側の意識の問題かと思っています。サプライヤーの皆さま方に、CSR調達をお願いするに当たっては、発注する側自体がきちっと取り組んでいなければ話にならないのです。そういう意味で、もう一度、サプライヤーの皆様方と発注部門の社員が、基本的人権とは何なのかということを理解できるかどうか、理解させられるかどうか、これらのことが、私どもにとっての課題だと感じています。

池田：山本様、ありがとうございました。本日3社の方から、CSRの実践的な重要なお話と、それぞれの事業とそれぞれのCSRの取り組みをどのようにリンクさせるかという極めて大事な話を伺うことができました。

何よりも、企業のCSR、人権教育・啓発の取り組みに大切なのは、「人」「人間の志」だということを、強く感じさせていただきました。私自身、本当に勉強になりました。これにて、パネルディスカッションを終わらせていただきます。ありがとうございました。

セミナー参加者の声 Voice

セミナー終了後、参加者の皆様にお答えいただいたアンケートの一部をご紹介します。

名古屋 NAGOYA

- CSRをすすめると、会社の環境、利益にもつながり、企業が豊かに業績を伸ばしていることができる。思いを新たにしました。
- 「企業と人権」考えたこともなかったが、良い機会となった。
- 事例発表は三者三様で良かった。
- 当社でもCSRの取り組みを重要視しているが、具体的に何をすべきか明文化されておらず、本日の事例が非常に参考になった。
- これからの会社はCSRを十分内容討議することが必然と感じた。
- 人材も多人種に渡って行くと思うので、人権も啓発推進も検討しなくてはならないと思う。
- 人権問題について、どういったことをすべきか分からなかったが、今回分かった。
- 各企業の真剣な取り組みが分かって参考になった。

大阪 OSAKA

- CSRと人権について分かりやすくまとめられた基調講演だった。障害者雇用についても弊社も議題として取り組みだしたところで、大変参考になった。
- 意識の高い企業の取り組み事例を直接聞くことができ、大いに参考になった。
- 各社それぞれ真しに取り組んでいることを知り、感銘を受けた。
- 自社の取り組みに生かして生きたいと思う。
- 全ては想いから始まる、その重要さと言葉の重みを再認識できたセミナーでした。
- 企業が社会に何を返していけるかという発想で活動している企業のあることに感銘を受けた。
- 立派なお題目を掲げている企業は多いが、企業の名を高めるだけでなく、真に社会のため、弱者のために地道な取り組みを行っている企業の存在を知り、尊敬の念を覚えた。自社もそのようになりたいという気持ちになった。
- 人権を企業内に浸透させるためには、トップのメッセージが非常に大切であることを再認識した。

過去のセミナー 概要パンフレット Pamphlet

平成19年度版



コーディネーター・基調講演

(大阪会場/東京会場)

水尾 順一

東京工業大学特任教授、駿河台大学教授・経済研究所長、経営学博士、CSRイニシアチブ委員会代表

事例発表

- **社員相互の信頼を築いてCSRを推進**
日新電機株式会社
- **地域を守るタクシー**
両備タクシーセンター
- **人権尊重のリーダーカンパニーへ**
マツダ株式会社
- **ステークホルダー全員に笑顔を**
株式会社ファンケル
- **障害者と共に働き、共に成長を**
株式会社中西
- **目指すは社会、企業、社員のWin-Win-Win**
大日本印刷株式会社

平成18年度版(在庫なし)



コーディネーター

水尾 順一

東京工業大学特任教授、駿河台大学教授・経済研究所長、経営学博士、CSRイニシアチブ委員会代表

田中 宏司

立教大学経済学部客員研究員、経済産業省・日本規格協会「ISO/SR国内対応委員会」委員

谷本 寛治

一橋大学大学院商学研究科教授

事例発表

- **「ありがとう」のあふれる社会を目指して**
オザキエンタープライズ株式会社
- **「我が信条」に基づく経営**
ジョンソン・エンド・ジョンソン株式会社メディカルカンパニー
- **社会から必要とされる企業であり続けるために**
東陶機器株式会社
- **「人」が基本の経営**
クロイ電機株式会社
- **大和証券グループのCSR経営**
株式会社大和証券グループ本社
- **ユニ・チャームのCSR推進**
ユニ・チャーム株式会社
- **帝人グループのCSRとコンプライアンス・企業倫理**
帝人株式会社
- **企業の社会的責任(CSR)と人権 ~ NECの取り組み~**
日本電気株式会社(NEC)
- **人づくりは企業ができる最高の社会貢献**
南富士産業株式会社



- CSRを自ら取り組み、成功を収めている経営トップの方々から直接話が聴けて大変参考になった。
- CSRにこれだけ積極的に取り組んでいた企業がなかったことに勇気づけられた。
- 他企業の実例を知る事ができ、勉強になった。
- CSRはとても重要だと認識してはいるが、本業の側面そのものだと言われ、自社の取り組みはそこまで至っていないと思う。気持ちを行動に移す。変えなければと感じた。
- CSRのいろいろな取り組みが、人を大切にする「人権尊重」だということが理解出来た。
- 「自分達の会社を良くするために始めた事が、たまたまCSRにつながった」ということに非常に感銘した。
- 活発で諸々の質問がなされ、講師も真剣に答えてくれて本当に良かったと思う。参考になった。



この冊子でご紹介した、平成20年度「企業の社会的責任と人権」セミナーには、名古屋、大阪、仙台的3会場とも、企業や行政、NPO・NGOの関係者をはじめ、多くの方々にご参加いただきました。

経済産業省中小企業庁・財団法人人権教育啓発推進センターでは、今後も企業の人権啓発の取り組みや、CSRを考えていくための、さまざまなセミナーやイベント活動を行う予定です。これからも皆様の積極的なご参加、ご協力をよろしくお願い申し上げます。

平成20年度「企業の社会的責任と人権」セミナー
主催：経済産業省中小企業庁・財団法人人権教育啓発推進センター

平成17年度版(在庫なし)



コーディネーター

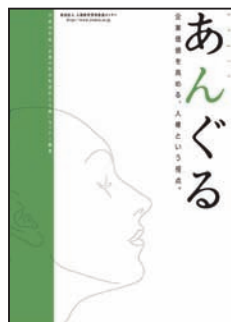
梅田 徹
麗澤大学外国語学部教授、麗澤大学企業倫理研究センター副センター長

水尾順一
駿河台大学経済学部・同大学院経済学研究科教授・博士(経営学)、立教大学大学院・専修大学兼任講師、駿河台大学企画広報委員長、資生堂社友、CSRイニシアチブ委員会代表

事例発表

- CSRを通じた企業と社会の対話
イオン株式会社
- 顧客のニーズを知る
～ユニバーサルデザインタクシー導入で見えてきたこと～
肥後タクシー有限会社
- できることから始めていく ユニクロの社会貢献への取り組み
～ひとりの元気がみんなのやる気につながる障害者雇用～
株式会社ユニクロ
- 地域社会から信頼される企業づくりをめざして
株式会社アイワード
- ベネッセコーポレーションのCSR（企業の社会的責任）と人権
株式会社ベネッセコーポレーション
- 企業の社会的責任と人権 ～リコーの取り組み～
株式会社リコー

平成16年度版(在庫なし)



コーディネーター

水尾順一
駿河台大学経済学部・同大学院経済学研究科教授・博士(経営学)、駿河台大学企画広報委員長、立教大学大学院兼任講師、専修大学兼任講師、資生堂社友

田中宏司
立教大学大学院経済学研究科教授、ISO / SRI国内対応委員会委員

事例発表

- 自ら考え、行動する人づくり
～損保ジャパンのCSRの考え方～
株式会社損害保険ジャパン
- 社員教育(体験教育)
七福醸造株式会社
- 松下電器のCSRへの取り組み
松下電器産業株式会社
- 企業の社会的責任としての女性活躍支援
～ニチレイの取り組み～
株式会社ニチレイ
- 海外難民眼鏡寄贈活動
株式会社富士メガネ
- 資生堂の人権啓発活動進
株式会社資生堂

APPROACH

このパンフレットは、2008年(平成20年)～2009年(平成21年)に名古屋、大阪、人と共に生きる企業であるために 仙台で開催した「企業の社会的責任と人権」セミナーを元に作成したものです。

Program



日 時/2008年11月26日(水) 13:20～17:00

会 場/名古屋国際会議場(愛知県名古屋市)

基調講演

CSRの考え方と「企業と人権」

梅田徹

事例発表①

ケータイ事業の本業をふまえた社会貢献活動と人権啓発

株式会社NTTドコモ 東海支社

事例発表②

社員一人ひとりに根付く、真のCSRを目指して

株式会社デンソー

事例発表③

企業における多文化共生活動

ヤマハ発動機株式会社 IMカンパニー

パネルディスカッション



日 時/2008年12月17日(水) 13:20～17:00

会 場/ドーンセンター(大阪府大阪市)

基調講演

CSRと人権で会社が変わる

田中宏司

事例発表①

すべては、女性のため…から始まりました

エイボン・プロダクツ株式会社

事例発表②

障害者雇用と人権啓発の取り組み

オムロン株式会社

事例発表③

家庭との両立支援への取り組み

株式会社プロアシスト

パネルディスカッション



日 時/2009年1月20日(火) 13:00～16:40

会 場/メルパルク仙台(宮城県仙台市)

基調講演

CSRの考え方と「企業と人権」

池田耕一

事例発表①

地元仙台における「等身大の地域貢献」

イトス株式会社

事例発表②

障害者雇用で恩返し

株式会社大谷

事例発表③

「人間尊重」を土台に、「独りよがりにならないCSR」の推進

凸版印刷株式会社

パネルディスカッション

経済産業省中小企業庁では、関連する資料をホームページで公開しています。

中小企業庁 人権啓発支援事業に係るパンフレットのページ

http://www.chusho.meti.go.jp/soudan/jinken_pamf/index.htm

中小企業庁 出版物一覧

<http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/index.html>

経済産業省中小企業庁委託事業

発行 財団法人人権教育啓発推進センター

〒105-0012 東京都港区芝大門二丁目10番12号KDX芝大門ビル4F

TEL.03-5777-1802(代表) FAX.03-5777-1803

<http://www.jinken.or.jp>

※この冊子に関してお気づきの点がございましたら、発行元までご連絡ください。

表紙に使われているイラスト(バック絵)はアートビリティに登録されている、徳岡麻美子さんの作品です。<http://www.artbility.com>



2009年12月発行