

CANPAN 第2回 CSR プラス大賞 ノミネート企業取り組み紹介レポート集

2008年9月16日

CANPAN 運営事務局

ノミネート企業

【情報開示力枠】(あいうえお順)

大阪ガス株式会社.....	2
関西電力株式会社.....	5
サッポロホールディングス株式会社.....	8
四国電力株式会社.....	11
株式会社損害保険ジャパン.....	15
大和ハウス工業株式会社.....	19
凸版印刷株式会社.....	22
日産自動車株式会社.....	25
日本電気株式会社.....	28
株式会社日立情報システムズ.....	31

【地域推薦枠】(あいうえお順)

油伝味噌株式会社(栃木県).....	34
石井造園株式会社(神奈川県).....	37
株式会社一ノ蔵(宮城県).....	40
一正蒲鉾株式会社(新潟県).....	43
株式会社オーシャン・ビュー(青森県).....	45
サラヤ株式会社(大阪府).....	48
株式会社神戸風月堂(兵庫県).....	51
宮地電機株式会社(高知県).....	54
大和信用金庫(奈良県).....	58
有限会社ワッツビジョン(愛知県).....	61

大阪ガス株式会社

安心・安全とともにお届けする、地球にいいコト、あなたにいいコト、
クリーンエネルギーで拓く未来の暮らし

【企業紹介】

当グループでは、お客さまを第一に全てのステークホルダーの価値をともに高めていく「価値創造の経営」を基本理念としてCSR活動に取り組んでいます。創業当初より継続している文化支援等に加え、1981年に従業員のボランティア活動を支える組織を設置する等、長きにわたり社会貢献に取り組んでいます。近年は、次代を担う子どもを重視し、従業員が学校に出向く「エネルギー環境教育」及び「食育」に注力しています。

ガスのある暮らし 未来の暮らしを提案する CSR

● エネルギー事業者として環境活動に取り組む

大阪ガスグループでは、事業活動が環境と深く関わっていることを認識し、1992年に「環境基本理念」を制定した。理念を具体化した「環境行動基準」は3つの基準を持つ。第一の基準は、事業活動における環境負荷の軽減である。第二は、製品・サービスによる環境負荷軽減への貢献である。最後に、地域及び国内外における環境改善への貢献を掲げ、3年スパンの中期計画に基づきグループ全体で取り組んでいる。



CSR レポート 2008 と同ダイジェスト版
(大阪ガス社員の朝原選手がナビゲータ役)

● まずは事業活動における環境負荷を削減すること

ガス販売量あたりの環境負荷を定量的に示す「環境経営効率」は早くから採用してきた。金額換算したCO₂、NO_x、COD（化学的酸素要求量）、廃棄物、掘削土の環境負荷の合計額を、都市ガス販売量千立米あたりに計算したもので、2002年度314円/千m³だったものが、2007年度には154円/千m³にまで減った。これは、導管工事の際に出る掘削土の再利用率を高めたり、廃材をリサイクルするなど、廃棄物の最終処分量の削減や再資源化を進めてきた地道な取り組みの集積によるものだ。

一方で、従業員一人ひとりの環境意識を高めることにも取り組んでいる。昨年からスタートした「省エネルギー行動診断」は、生活者としての従業員の省エネへの取り組み状況を調査するものである。節電等数々の身近な取り組みの有無を回答し、その結果どの程度 CO₂ 排出量を削減できたか e-ラーニングで分かるようになっている。2008 年度は、ガス事業に携わるグループ従業員の 95% にあたる 5300 人余りが参加した。

事業活動を通じた環境負荷の削減、従業員一人ひとりの環境への取り組みは、確実に前進しているようだ。

● 常に顧客の立場に立った省エネ提案

輸入した LNG（天然ガス）から都市ガスを生産し、顧客に届け、顧客が利用する。国内における都市ガス事業のプロセスでは、顧客先で排出される CO₂ が最も多い。顧客に都市ガスを届けるまでの自身の事業活動で排出される CO₂ が 16 万 t。顧客先では 2035 万 t。従って、顧客先での環境負荷の軽減は非常に重要である。そこで、大阪ガスグループでは、顧客先にて電気をつくるため、送電ロスがなく大幅な省エネと CO₂ 削減効果が期待できる、分散型エネルギーシステムを中心に据えて、この課題に取り組んでいる。「京都議定書目標達成計画」でも、コージェネレーションや燃料電池等の開発・導入を例に上げて積極的推進が記載されていて、わが国の環境政策にも沿った取り組みである。

工場・店舗等の顧客向けには、高効率システムの提案や省エネ診断を行っている。24 時間監視している保安サービスのインフラを活用し、設備機器の最適運転の提案等を行う省エネコンサルティングも実施している。個人の顧客向けには、各家庭で発電と給湯・暖房ができるマイホーム発電「エコウィル」や、給湯効率の高い「エコジョーズ」等を提案している。また、2009 年度には家庭における CO₂ 削減の切札とされる家庭用燃料電池の商品化が予定されている。

省エネの提案は、都市ガスの販売と相反するのように感じる。しかし、顧客の視点に立った本当に必要な事業提案・生活提案を続けているのだ。

● 27 年目を迎える「“小さな灯” 運動」

大阪ガスグループの CSR の中で、特筆すべきはボランティア活動「“小さな灯” 運動」だ。「社員の一人ひとりが身近なことに関心を持ち、地域社会の問題の解決に自らの意志で積極的に取り組んでいこう」と、1981 年に発足した。現在は事務局組織「いきいき市民推進室」を中心に様々な取り組みを展開している。

ミュージカル公演への児童福祉施設の子ども招待や、人気図書の点訳、高齢者の外出介助、古切手の仕分けなど、NPO との協働事業も含め、多くの活動に社員や OB が参加している。



クリスマス ともしびこどもミュージカル！(左) 御堂筋ふれあいバザー(右)

戦前より「ガスビル」として親しまれてきた本社社屋（登録有形文化財）は、最上階の「ガスビル食堂」、公開セミナー等で活用される中層階のホール、料理教室のある1階ショールーム等、一般に開放され様々な人が出入りしている。この他、御堂筋ふれあいバザーや大阪クラシックへの協力など、まちづくり活動にも積極的に関与している。

こうした地域との深い関わりの方で、国連グローバル・コンパクトへの参加、オーストラリアの植林プロジェクトへの参画、1992年設立の「大阪ガス国際交流財団」を通じた教育助成活動等、国際貢献活動も実施している。さらに、1995年設立の世界的な経済人団体「WBCSD(持続可能な発展のための世界経済人会議)」に日本のガス業界から唯一参加し、グローバルな視点での環境と持続的発展に資する政策提言に寄与している。



登録有形文化財となった本社社屋「ガスビル」

ダイバーシティ研究所からのコメント

大阪ガスの基本理念である「価値創造の経営」には、お客さま、株主さま、社会、従業員の4つの価値の最大化が謳われているが、「何よりもお客さま価値の最大化が第一」という担当者の一言が印象深い。顧客への提案姿勢や地域との密接な関わりは、顧客や地域との距離感の近さを感じさせる。地域に必要なガス事業を担う会社として地域になくてはならない会社であると同時に、世界的な活動にも注力されている、と感じた。

関西電力株式会社

私たちは、電力の安全・安定供給と地球環境問題を重要なミッションとして、事業活動を営んでおります。

【企業紹介】

当グループでは、お客さまの暮らしや社会の基盤となる事業において、「お客さま満足 No. 1 企業」をめざしています。お客さまのライフラインを担う事業者として、安全かつ安定して電力をお届けするため、一人ひとりの従業員の技術や技能の向上・継承に取り組んでいます。また、環境と関わりの深いエネルギーに携わる企業として、技術開発の推進など積極的に地球温暖化防止に挑戦し続けています。

CSR の最重要テーマは、電力の安全・安定供給と地球環境問題

● 世界最高レベルを誇る電力の安定供給

安全かつ安定的に電力を供給することは、電力会社にとっては、非常に大きな責任であり使命でもある。お客様 1 件当たりの年間事故停電時間の国際比較を見てみると、日本 19 分(2005 年度)、イギリスが 91 分(2004 年度)、アメリカが 88 分(2005 年度)、フランスが 51 分(2004 年度)となっている。関西電力の顧客 1 件あたりの 2006 年度事故停電時間は 4 分。国内外を見渡しても最高レベルの安定供給を行っている。

停電が起きる原因は、雷や台風、地震などの自然災害が多い。自然災害があっても停電にならないような対策と、仮に停電してもいかに迅速に復旧させることができるかが、大きなポイントだ。

「機械の故障をバックアップする体制も整えていますが、壊れたものを直す最後の砦は人です。」
(企画室 CSR 推進グループ 富岡洋光さん)

復旧に向かう人も被災をしている。暴風中の作業になる。それでも「一刻も早く電気を通したい」という社会に不可欠なライフラインを担う事業者としての使命感が、最高のパフォーマンスを生み出している。

● 「当たり前」を支えるのは、絶え間ない努力とチームワーク

第一線の現場で働く従業員の技術や技能の向上は欠かすことができない。「全社技能発表会」は、1970 年から始まり 38 年の歴史を重ねている。関西一円の事業所から参加チームが集まり、電柱の復旧や鉄塔の復旧などの様々な分野で、日頃の訓練の成果を発表しあい、互いの技術を共有したり、工具を改良したり、連携を深めている。

2007 年度からは、「専門技術・技能者制度」を新設した。工務・系統運用部門(水力や変電など

保全の専門家、ネットワーク技術部門（電柱や電力メータなどの専門家）など、6分野にわたって優れた技術・技能を持つ人を認定し、技術の伝承と向上、後進の育成にあたっている。「持てる技術のすべてを伝えたい」と思う認定者と、「あの人のようになりたい」という後輩の間には、高いモチベーションとともに信頼関係も築かれている。

危険な現場にチームワークで対応し、顧客の「当たり前」を支えている。



● **低炭素社会の実現をめざし技術開発に取り組む**

必要に応じて需給調整が行われている電源の違う複数の電力（火力、水力、原子力）のことを系統電力という。CO2 排出量の多い電力会社にとっては、事業活動に伴う環境負荷低減、CO2 排出量削減は環境分野での重要テーマの一つとなっている。

関西電力では、地球温暖化への対応として低炭素社会の実現を掲げ、「系統電力の低炭素化」「電化社会の推進」を柱として取り組みを進めている。そのキーになるのは“技術開発”だという。

火力発電では、石炭や石油を燃やし強力な水蒸気を作ることによって発電機を回している。効率よく燃焼させる技術、CO2 排出を削減する技術。水力発電や原子力発電では、安定運転の技術。その上で、CO2 を排出しない電源とその他の電源をバランスよく組み合わせる技術があり、系統電力の低炭素化を図っている。

電化社会の推進では、ヒートポンプ機器や自動車メーカーとの協働による電気自動車の普及など、電気の消費量の少ない製品や熱効率の良い製品の開発や提案を続けている。



排出された CO2 を分離回収し（左）地中の炭層中に吸着固定させる（右）

● 電気を使う人たちや次世代への啓発活動

電気を使う人たちへの啓発活動も、低炭素社会の実現には不可欠だ。

1975年から毎年6月を「環境月間」と定め、環境月間シンポジウムを開いている。WEBサイトでは、環境家計簿「エコeライフチェック」やエネルギー削減量のシミュレーションを実施している「Enjoy省エネLife」などを提供し、従業員だけではなく地域の人も気軽に環境活動に参加したくなるような仕組みの提供と呼びかけを行っている。

かんでんeキッズクラブでは、小学5,6年生を対象として、自然や環境、エネルギーについて「気づき」「知って」「できることから行動する」ための活動プログラムを実施しており、2007年度は、198名の子どもたちが参加した。

エネルギーや環境をテーマとした学校への「出前教室」は、2007年度の年間実施回数が1,100回を超えた。「また来てね」と言ってもらえるまでには、苦勞もあったそうだ。地球温暖化を目で見て理解するための実験装置も何度も改良し、子どもにでも理解できる話し方を訓練した。

次の世代を担う子どもたちに、エネルギーについて理解をし、考えるきっかけづくりになっている。



出前教室の様子

ダイバーシティ研究所からのコメント

「当たり前」に電力を供給するには、普段は消費者には見えてこない技術の伝承や復旧チームの信頼関係といった「人」の力が重要であり、それを育てるための地道な取り組みがなされている。覚悟を持って仕事に臨む姿、地球温暖化に真摯に取り組む姿からは、電力を消費する者としての責任を考えさせられるのではないだろうか。

また、教育機関への実験提供にもなっている環境教育としての「出前教室」への参加者数は、2007年度だけでも、4万7,000人を超えており、次世代へのエネルギー教育も確実に積み上げられている。

サッポロホールディングス株式会社

わたしたちは、いつもお客様に喜んでいただける企業活動を通じて、社会に信頼されるグループであり続けます

【企業紹介】

創業以来 130 年余、私達は社会と共生し、お客様の喜びを糧とし、歩んできました。これからも私達は、『潤いを創造し豊かさに貢献する』という経営理念のもと、お客様に喜んで頂ける誠実なグループであり続けることによって、企業として発展を目指すとともに持続可能な社会づくりに貢献して参ります。

安全・安心な商品やサービスの提供を目指すと共に、食品業界ではじめて LCA 手法を使って商品単位での CO2 排出削減を評価するなど、環境対策を推進しています。

「誠実さ」を CSR の根本に据えて

● 4 つのテーマを掲げて CSR に取り組む

この企業は創業 130 年。ビールや飲食業、不動産といった業界で「人々の喜びを糧に歩む」ことをテーマに長い発展の歴史を歩んできた。

そしてこの企業が近年特に注力している CSR 活動のテーマは、

- ・おいしさと安心
- ・環境配慮を、次のステップへ
- ・北海道に活力を
- ・お酒は楽しく健康的に

の 4 つで、具体的な活動は実に多岐に渡っている。

また、年に 1 回発行している「CSR レポート」の 2008 年版では、できるだけ社員を多く登場させることで、社外のステークホルダー（ 1 ）がこの企業に対して親しみと信頼を得やすくなるだけでなく、社員が「自分の仕事も CSR 活動の一貫なのだ」という意識を高めることにも効果を発揮している。

この「CSR レポート」は 2006 年からこの名称になったのだが、1998 年から「環境レポート」として発行してきており、この企業の環境問題に対する意識の高さもうかがえる。

● LCA の先駆者としての責任

この企業が社外からも高い評価を得ている環境活動のひとつに、LCA がある。LCA と聞いてピンとこない人も多いだろうが、これは「ライフサイクルアセスメント」の略語。原料の調達から、製品の製造、輸送、容器のリサイクルなどに至るまで、その製品づくりのすべての段階で、どれだけ CO2 が排出されているかを把握するというものだ。

一般的に製品の原料がどこから調達されているのか、細かい部分まで追跡することが難しいと言われている食品業界では、LCA を実施することも難しいとされてきた。しかし、すべてのビール商品において、その原料となる麦芽とホップで「協働契約栽培（＝産地、生産者が明確であることなどを柱とした独自の原料調達システム）」を実施しているこの企業は、2004 年、ビール業界で初めて自社の代表的な商品について、LCA による CO2 排出量の算出に成功した（データは 2003 年）。

以後、この企業は 2007 年に 2 度目の CO2 排出量の算出を行った（データは 2005 年）。そして 2007 年には、2003 年から 2005 年の 2 年間のビール商品の製造過程全体における、CO2 排出量の削減をライフサイクル毎に示した。

アルミ缶製品については、2003 年から 2005 年までの 2 年間で 10%もの CO2 削減に成功。2009 年までには全工場で缶のフタのサイズ縮小を実施する予定で、これによってアルミの使用量を 1.9%削減することができる見通した。

こうした取り組みが評価を得て、2008 年には経済産業省が主催する「カーボンフットプリント（2）制度の実用化・普及推進研究会」のメンバーとして、参加を要請されるまでになった。

またテレビ CM では、CSR 部のメンバーがタレントとともに出演し、視聴者に向けて LCA をアピールするなど、社会に対しても LCA という言葉を浸透させる取り組みを行っている。



● 生産者の顔が見えるものづくり

ここ数年は食への不信感をあおるような事件が相次ぎ、消費者の間でも不安が高まっている。しかしこの企業では、CSR 部の社員が「企業側も自分たちが社会に何を求められているのかを察知して、しっかりと対応し対策を講じる必要があります。それが CSR 活動にもつながっていきます」と話すなど、企業としての責任を強く認識している。

実際、この企業は食の不安に対して徹底した対応をとっており、商品が生産されるどのプロセスや状況で誰がどのようなことを行っているのか、「畑からグラスまで」というバリューチェーン（3）ごとの品質管理を掲げて、きちんと消費者に伝えるべく、その管理方法などについても一つひとつ徹底して検証を行っている。



それはビールの製造はもちろんのこと、同社が手がける外食事業のレストランで出される食材の生産者、レストラン・スタッフの衛生管理にまで及んでいる。

● 消費者との距離を近づける努力

毎年発行されている「CSR レポート」もその好例だが、この企業が努力していることのひとつに、できるだけ消費者との距離を近づける、という取り組みがある。

例えば消費者からの提案や意見の一つひとつを CSR 部で話し合ったり、「CSR レポート」2008年版の巻末についている読者アンケートを、ファックスではなく誰もが投書しやすいはがきにすることで、より広い意見を吸い上げようとするなど、そこには CSR コミュニケーションを意識したきめ細かな配慮が見られる。

こうした消費者の声を大事にするという誠実な姿勢からも、この企業が、より社会に開かれた企業を目指していることがうかがえる。

有限会社パワーボールからのコメント

食の問題は、私たちにとって最も身近な問題のひとつだと言える。そんな中、品質や安全管理に関して徹底した取り組みを行い、さらに CO2 削減にも尽力するなど、その真摯な姿勢には、一朝一夕には成し得ない企業全体の持つ底力を感じた。この社風とも言えるべき「底力」、CSR という言葉が市民権を得る前から、この企業にはそういった精神が、社員一人ひとりの体の中に脈々と受け継がれていたのであろう、ということを実感した。

- (1) 企業、行政、NPO などの組織の行動に直接・間接的な利害関係を有する者。
- (2) 商品における原料の採掘や栽培、製造、加工、包装、輸送、および、購買・消費されたあとの廃棄に至るまで、それぞれの段階で排出された CO2 を表示する取り組み。
- (3) 調達、開発、製造、販売、サービスなど、企業活動において製品やサービスが消費者に届くまでに付加価値を生み出す連続したプロセス。

四国電力株式会社

地域に根ざすエネルギー企業として、皆さまの「しあわせのチカラ」になれるよう、様々な活動に取り組んでいます。

【企業紹介】

地域に根ざすエネルギー企業として、「電気の安全で安定した供給」を通じて、皆さまの快適・安全・安心な暮らしや豊かな文化・高度な生産の実現をサポートし、地域社会の発展に貢献できるよう努めています。また、皆さまから信頼され続けるために、誠実に法令遵守や情報公開の徹底等に努めることはもとより、環境保全や地域共生など様々な活動を推進し、「地域と共に生き、共に歩み、共に栄える」という企業理念の実現に全力を尽くしています。

地域と共に生き、共に歩み、共に栄える

● 安全で安定したエネルギー供給が社会的使命

地域に根ざすエネルギー企業として、エネルギーの安全かつ安定した供給を通じ、地域社会の発展に貢献することは社会的使命だ。電気を提供するこの企業でも、1951年の創業時から電気の安全・安定供給を事業活動の根幹として、住民の快適・安全・安心な暮らしや豊かな文化、工場や農地などにおける高度な生産の実現をサポートし、地域社会の発展に尽くしてきた。

電気を供給するために、発電所や送電線、変電所など多くの設備を作り、地域ではビルや家庭などに向けて電線を張り巡らす。それらの電線を支える電柱1本立てるのにも、住民や自治体など地域の理解・協力が欠かせない。実際、設計の内容を丁寧に説明し、意見を聞き、理解してもらい、ようやく設備を作ることができる。このような地道な取り組みを一つひとつ積み重ねながら、地域の信頼を得てきた。

発電ではCO₂などの排出物がどうしても発生する。それらが環境へ及ぼす影響を可能な限り少なくするための目標設定や実行といった努力は日頃から徹底され、従業員も高い環境意識を持って仕事に臨んでいる。

地域貢献や環境保全などに早くから取り組み、社会的責任を果たしてきたこの企業は、その活動を一層強化するため、2006年に「CSR推進会議」を設置し、行動憲章を作った。

さらに、重要課題として、「電力の安定供給の遂行」「コンプライアンス（1）の推進」「環境保全活動の推進」「開かれた経営の実践」「お客様志向の徹底」「従業員活力の維持・向上」「地域共生活動の推進」という7つの柱を掲げ、従業員一人ひとりが自覚を持ってCSRに取り組んでいる。

● 「古民家再生プロジェクト」で地域活性化に貢献

事業管轄内には伝統的な古民家が数多く残る地域があるが、過疎化により建物の荒廃が進んでいる。こうした古民家を電化リフォームして快適な住環境に変え、伝統文化を後世に伝えようという

思いから、2006年に「古民家再生プロジェクト」がスタートした。

2007年8月には、築140年を超える古民家を改装した体験型モデル住宅をオープン。すでに8000人以上の見学者が訪れ、古民家の素晴らしさと電化住宅の快適さのマッチングに感動する人も多いという。また、古民家をリフォームして1ターンをしたという事例もあり、地域の定住人口の向上にも貢献している。

これまでの古民家リフォームは100軒以上、協賛する工務店も120社を超えた。観光客も増え、自治体トップからは「今後もプロジェクトを進め、地域活性化につなげてほしい」といった感謝の言葉が寄せられている。



● 地域の学生や住民とともに「森づくり活動」

森の再生を進める自治体と2006年に締結した「森の力パートナー協定」。5年の協定期間中、約102ヘクタールの協定林で森林整備体験学習が行われている。

2007年10月には2つの支店から160名以上の従業員や家族が参加し、地元の中学生たちと一緒にのこぎりやなたを使って混交林(2)の間伐を体験した。「初めて大きな木を切った」「作業の後、森の中に光が差し込むのを見て森林整備の重要性を再認識した」などの感想が寄せられ、現場では他支店の従業員、地元の中学生、林業家、住民との間に交流が生まれた。



2008年には別の自治体とも協働して森林整備を始めた。支店単位でのこうした環境活動への取り組みは社内でも話題となり、参加希望者は増える一方だ。

● 次世代に向けたエネルギー教育を実施

理科離れが進むなか、子どもたちにエネルギーや環境への関心を持ってほしいという願いから、この企業では2002年より学校への「出前エネルギー授業」を展開している。2007年度には約680回の授業が行われ、2万5000人の生徒が受講した。備長炭などの身近な素材を使った電池づくりや

圧力鍋で蒸気タービンの仕組みを伝えるなど、楽しみながらエネルギーについて学べるよう、先生役の従業員は工夫を重ねている。

受講した生徒による「成果発表会」も開催された。家庭での省資源・省エネの実践が報告されるなど、生徒の理解と意欲を目の当たりにして、この授業の成果と社会的役割を実感したという。



● 原子力エネルギーだからこそ、透明性の高い情報公開

地球温暖化問題に積極的に取り組むこの企業では、発電時に CO2 を排出しない原子力発電の安全・安定運転のために、社会から寄せられる安全性への疑問や不安を解消すべく、迅速かつ透明性の高い情報公開を徹底している。

きっかけは、1999年に非常用ディーゼル発電機のトラブルが発生した際に通報が遅れ、厳しい批判を受けた経験から。それ以降、地元自治体との安全協定を「正常状態以外のすべての事象を直ちに通報・連絡する」と改定した。極端な例を挙げれば「発電所で働いている人が転んでけがをして病院へ行った」といったこともすべて通報される体制だ。

こうした「どんな些細なことでもお知らせしていく」という姿勢により、住民は不安を解消することができ、企業への信頼も厚くなっている。

● 風通しのいい職場へ ～社長による全事業所訪問～

2007年4月から8ヶ月間にわたり、社長自らが65ヶ所の全事業所を訪問し、従業員と懇談した。従業員が安全第一に生き活きと仕事ができるのは、自由闊達に議論ができる、風通しの良い職場があればこそ。そうした職場作りが不正や隠ぺいを予防すると考える。

懇談の場で従業員は、普段なかなか会う機会のない社長から直接話を聞き、質問をし、日々の業務の苦労話を紹介するなど自由な話し合いが行われ、社長も各現場の理解を深めることができた。こうした活動により経営と現場との距離が縮まり、全社的な一体感が更に向上した。

有限会社パワーボールからのコメント

電気がなかったら？と考えた途端に、こうしたエネルギー供給企業の重要性を改めて実感する。人々の生活の黒子役に徹するこの企業は、常に「市民の快適

な暮らしを」と考えて活動しており、その社会的役割は大きい。原子力発電で特に必要とされる透明性の高い情報公開の姿勢は、社外に対してはもちろん、社長の訪問活動をはじめとする社内での考え方にも表れていると感じた。燃料を使い、CO₂等を排出するエネルギー企業として、事業活動に並んで環境配慮も徹底している。

- (1) 法律や規則などの基本的なルールに従って活動を行うこと。
- (2) 2種類以上の木で成り立っている森林。

株式会社損害保険ジャパン

「木を植える『人』を育てる。」をキーワードに、CSR 推進の原動力となる全国の社員の人づくりに注力する。

【企業紹介】

私たちの CSR には、損害保険事業という本業の強みを社会的課題の解決に生かすために、社員一人ひとりが自ら考え、行動してステークホルダーの期待に応えていくプロセスが欠かせません。今後も、環境問題の解決に貢献する保険・金融・リスクマネジメントサービスの提供、全国各地で地域との協働による社員のボランティア活動、環境教育を軸とした NPO や市民とのネットワーク強化等に力を入れ、先駆的な CSR にチャレンジし続けていきます。

木を植える「人」を育てる CSR

● 常に半歩先を行く CSR を追求

創業 1888 年。日本最古の火災保険会社としてスタートしたこの企業は、国から正式認可された唯一の私設消防組としても活躍した。創業時に培われた「お客さま第一」の精神は、現在に至るまで脈々と受け継がれている。

この企業の CSR の取り組みは、1990 年に国内金融機関初となる地球環境リスク・マネジメント室を設置したことに始まる。1993 年からは「市民のための環境公開講座」をスタートし、「人」を育てるという同社の CSR の原点となった。1997 年にも国内金融機関初の ISO14001 (1) を取得。常に半歩先を行く CSR を追求してきた。

2002 年の合併を機に、ステークホルダー (2) ・ミーティングを開始し、「人間尊重」などを含む CSR の取り組みを本格化。2003 年には CSR・環境推進室に組織変更。更なる CSR の深化に取り組んでいる。



「市民のための環境公開講座」15周年記念シンポジウム
(2007年12月 本社会議室)

● 保険商品で環境問題に取り組む

この企業では、社内の省エネ活動や社員のボランティア活動、NPO との協働などの活動に加え、損害保険会社だからこそ提供できる商品・サービスを開発することで、本業を通じた環境問題への取り組みにも力を入れている。

例えば、太陽光発電システムを購入する消費者に対して異常気象で日照時間が少ない場合に補償金を支払う「天候デリバティブ」を提供し、太陽光発電の導入を促進している。今後は天候デリバティブの仕組みを使って、気候変動への適応策として発展途上国の農業を支援する保険機能も提供していく。これは干ばつなどの異常気象による農業被害から地域の農家を守るために、雨量が一定の基準を下回った場合に補償金を支払うもの。今秋からタイでパイロット・プロジェクトを開始する予定だ。

また、環境に特に配慮した事業活動を行う企業に積極的に投資するエコファンド（投資信託）を1999年から提供。主力ファンドの純資産残高は約200億円（2008年7月末現在）、運用実績も好調に推移。現在は新たなエコファンドの開発も行っている。

● 社長の「鶴の一声」で終わらないために

理解ある社長の決断でゴーサインが出たのに、その社長が退陣したために、CSR活動がしりすぼみになってしまった……。そんな事態を防ぐために、この企業では「人」づくりを意識し、「環境方針」の中でも全員参加、地道・継続、自主性を盛り込み、実行している。

1993年には全社員がメンバーになるボランティア組織「ちきゅうくらぶ」を設立し、全国の社員がそれぞれの地域に根ざしたボランティア活動を続けている。2007年度は、大阪ぶなの森の保全活動や障がい者向けのパソコン教室の開催など、全国各地で294件の多種多様な活動が実施された。



大阪ぶなの森守ろう運動

また、毎月100円以上の希望額を「ちきゅうくらぶ」メンバーの給与から天引きして、ボランティア活動やNPO支援に役立てる「社会貢献ファンド」を2000年に開始。社員が自主企画したボランティア活動の支援やNPO団体への寄付などに使われている。2007年度は5,807名の社員が参加し、1,500万円以上の資金が集まった。この資金の使いみちも社員有志で構成する委員会で決定されるという徹底振りだ。

さらに、多くの企業がCSRレポートの制作を外注する中、この企業ではすべての原稿を社員の手で執筆している。プロが書く文章に比べると、手づくりのゴツゴツした感じはあるが、各部門の社員110名以上が制作プロセスに関わることでCSRマインド醸成や社内浸透の面で効果があると考えている。完成したCSRレポートはグループ全社員に配布され、職場ごとの勉強会も実施されている。

● 変わり始めた社員の意識

この企業では、数年前に初めて障がい者雇用率を CSR レポートに掲載しようとした際、法定基準を達成していない状況の中で本当に掲載すべきかどうか、社内で大きな議論になった。「法定雇用率を達成したら情報を出してもよいのでは」という担当部門と、「良いことだけ載せるためのレポートではない」という CSR 部門が 1 ヶ月にわたり議論し、情報開示にこぎつけた。

また、2006 年に保険金の一部支払い漏れによる行政処分を受けた際も、その内容を CSR レポートにどう書くかが議論になったが、経営企画部が詳細な情報をすべて開示することを申し出た。これはその年の CSR レポートに反映された。CSR レポートの制作プロセスを通じてできるだけ多くの部門を巻き込んで様々な CSR の課題について対話を続けることによって、社員の意識は確実に変化している。

● CSR 成功の鍵はステークホルダーの上手な巻き込み

この企業では CSR レポート以外にも、ホームページ上に CSR の専用サイトを開設して市民からの質問に答えたり企業側からテーマを出して議論を活性化させたりしており、多様なコミュニケーション機会を通じて市民との対話を図っている。

また、環境分野での人材育成を目的とした財団を設立し、環境 NPO に大学生・大学院生をインターンとして派遣するプログラムを実施。8 ヶ月間に及ぶインターン期間中、学生たちにはこの企業から時給 800 円の奨学金が支給されるが、これには上述の社員による「社会貢献ファンド」が活用されている。学生たちは、長期間の活動を通じて NPO を深く理解することができる。NPO 側は単に労働力が増えるだけでなく、活動に対する理解者が増えることにもなり、双方にとって効果の高いプログラムになっている。



インターンの学生たち

この企業ではモットーとする「木を植える『人』を育てる」の言葉どおり、持続可能な社会のために自ら考え行動する社員づくりを続けるとともに、市民、NPO、行政などあらゆるステークホルダーを巻き込んで、今後も CSR を経営に浸透させる取り組みを深めていく。

有限会社パワーボールからのコメント

「守り」ではなく「攻め」のCSRを実践している。常に半歩先のCSRを迫る姿からは、そんな印象を受けた。また、損害保険という目に見えにくい商品・サービスを提供している企業だからこそ、CSRにおいては常に目に見える活動を心がけているとも感じた。地球環境や社会を良くも悪くも変える力を持つのは「人」。そこに着目し、本業と社会貢献の両側面から「人」の意識に変化をもたらすことで、よりよい社会を一緒に築こうとする姿勢は特徴的だ。

- (1) 環境に配慮した活動をしていると認められた組織に与えられる国際認証規格。
- (2) 企業、行政、NPOなどの組織の行動に直接・間接的な利害関係を有する者。
- (3) 法律や規則などの基本的なルールに従って活動を行うこと。

大和ハウス工業株式会社

私たちは『あ・す・ふ・か・け・つ』をキーワードとし、社会の要請にこたえる製品・サービスの提供に努めています。

【企業紹介】

私たちは『あ・す・ふ・か・け・つ』、すなわち「安全・安心」「スピード」「福祉」「環境」「健康」「通信」に対し事業を通じたCSRを推進しています。「安全・安心」の領域では、地震大国・日本の実情に目を向け住宅事業を手掛ける企業として、地震に強い住まいの普及に努めるとともに、戦後最大の被害をもたらした阪神淡路大震災では15,000戸の仮設住宅を建設するなど大規模災害の復興活動にも尽力しています。

小さな取り組みを大切に積み重ねる大和ハウス工業のCSR

● 事業を通じて社会からの要請にこたえる “あ・す・ふ・か・け・つ”

“明日不可欠(あすふかけつ)”は、住まいづくり、街づくり、暮らしづくりに必要な技術・サービスを提供する大和ハウス工業の事業に対する姿勢や方向性を示すキーワードだ。

-
- 「あ」安全・安心...災害から生命や建物を守り、安心して暮らせる住まいや街を実現すること
 - 「す」スピード・ストック...ストックされている建物をリフォーム、資産を守り続けること
 - 「ふ」福祉...医療・介護施設の建設や事業をサポート、高齢社会の要請にこたえること
 - 「か」環境...省エネルギーなど環境負荷低減に技術・新商品で応えること
 - 「け」健康...健康に配慮した商品を開発・提供すること
 - 「つ」通信...便利・快適・安全な暮らしを支える情報通信技術を使った商品を提供すること
-

CSR推進室長の松本明さんは、「CSRと言われているのは、社会的な課題にいかにか企業がタッチしていくのか?ということですよ。」と話す。社会からの要請そのものである“あすふかけつ”に事業を挙げて応えていくことは、大和ハウス工業のCSRの屋台骨といえるだろう。



● 事業所からCSRの取り組みを育てる仕組み

CSR推進室では、本社やグループ全体として取り組むCSRだけでなく、事業所や地区単位で取り組みが進むような丁寧な仕組みづくりを行っている。その一つが、CSR推進委員や社会貢献推進委員の選任だ。

CSR推進委員や社会貢献推進委員は全国すべての事業所で選任され、CSRの取り組みのキーパーソンとなる。事業所の中にCSR委員会を立ち上げたり、「本社ではなく、事業所で出来ることは何

か？」を事業所単位で考え、計画を立てて実行し、半年ごとに自己評価も行っている。この仕組みが動き出すと、近隣の事業所であっても互いの取り組みを知らないことがわかり、年に数回、地区単位で会議を開き、情報の共有を図るようになった。地域の催事の時の事業所駐車場の開放やボランティア参加、古切手やプルタブの収集、地元 NPO との環境保全活動など、ささやかであっても地域に根差した活動が確実に広がってきている。

事業所や地区単位での取り組みが、全社での取り組みとして広がっていったのが常備薬の寄付制度だ。

鹿児島工場では、健康保険組合から社員にポイント交換制度で支給される常備薬のうち、使用する予定のない薬を集めて地域に寄付を行っていた。この情報は、全国規模に展開されることになり、2007 年からは健康保険組合と連携して、社員の誰もが、常備薬と交換しなかったポイントを金額に換算して寄付できる仕組みへと発展している。



鹿児島工場で集められた薬（左） 鹿児島工場有志一同（右）

● 「住まい」を通じて社会課題を伝える教育支援

事業所や地区単位での地域社会への働きかけは、「住まい」を通じた教育支援でも実践されている。小中学校への出張授業（特定非営利活動法人 JAE との協働）は、「住まい」の専門家だからこそできる教育支援だ。

出張授業では「一番大切な人に捧げる、世界でたった一つの家を作ろう」「住まいのユニバーサルデザイン」「快適な住まいづくり～風通しを考えよう」などのテーマが子どもたちに与えられる。各事業所から専門家として学校を訪問する社員は、健康、高齢者、省エネルギー、ライフスタイルの変化などの「住まい」にまつわる課題を子どもたちに伝える。次世代を担う子どもたちに、事業を通して社会課題を伝えていくことは、ハウスメーカーとしての大きな役割と考えている。



出張授業の風景

● 世界に届け！社員ひとりひとりの思い

社員ひとりひとりが自分の意志で参画できる CSR の取り組みも用意されている。

例えば、カンボジアで作られる T シャツの購入の社員への呼びかけがある。1000 円ほどの T シャツの代金のうちの一定額は、カンボジア井戸掘りの費用に充てられるという。

また、(社)シャンティ国際ボランティア会が行っている「絵本を届ける運動」にも、社員が参加できるようになっている。カンボジア、ラオス、タイなどの絵本出版されない国々の子どもたちのために、一般流通している絵本に母国語シールを貼っていく活動だ。年末年始、夏季休暇に合わせて準備した 140 冊の絵本は、参加希望者が多く、あっという間に足りなくなってしまった。

これらの取り組みは、社員と世界的な社会課題との接点となり、意識の向上にもつながっている。



ダイバーシティ研究所からのコメント

「“あすふかけつ”を事業を通じて全うしていく」という大和ハウス工業としての CSR の柱と共に、「地域において不可欠な企業・事業所になる」「地域社会の要請に応える」といった事業所や地区での取り組みを非常に大切にしていると感じた。CSR 推進室は、仕組みづくりや社員の啓発に力を入れている。「本社からのトップダウンではなく、事業所単位で取り組みが進まなければダメなんです。」という一言が、それを物語っているようだ。「絵本を届ける運動」も、元々はある事業所での取り組みだったという。今後、各事業所での取り組みがますます深まり発展していくことを期待したい。

凸版印刷株式会社

「一人よがりにならない CSR」を目指しています。ぜひ、皆さまのご意見をお聞かせください。

【企業紹介】

CSR（企業の社会的責任）とは『企業が“社会”＝“ステークホルダーの皆さま”に対して果たすべき責任』です。ですから、私たちはステークホルダーの皆さまのご意見に耳を傾け、一人よがりにならないように CSR に取り組んでいきたいと考えています。CSR への取り組みは、ステークホルダーの皆さまとのコミュニケーションによって成り立つものです。ぜひ、私たちの活動に対する皆さまのご意見をお聞かせください。

一人よがりにならない CSR を目指して

● 社会に対して積極的な CSR を

日本で最大級規模の印刷会社であるこの企業では、2003 年に CSR への取り組みに対する体制を構築して以降、幅広い分野で CSR 活動を行っている。

活動開始当時は、企業の不祥事が多かったという世相を受けて、コンプライアンス（ 1）に関する活動が多かった。しかし、現在は企業と特に深い関わりを持つ人々や社会といったステークホルダー（ 2）を

- ・ 顧客
- ・ 取引先
- ・ 社会・地域社会
- ・ 社員
- ・ 株主・投資家

の 5 つに分け、各ステークホルダーに対する積極的な情報開示と対話を進めながら幅広い活動を行っており、その活動内容を毎年報告している「CSR レポート」も社内外から高い評価を受けている。

● グローバル・コンパクトとチャリティーコンサート

今年度、同社がおこなった CSR 活動のひとつにチャリティーコンサートがあるが、この活動は国連の提案する「グローバル・コンパクト」と深い関係がある。「グローバル・コンパクト」という言葉自体あまり聞きなれないが、これは 1999 年に開かれた世界経済フォーラムで、当時の国連事務総長コフィー・アナン氏が提唱した、世界中の企業に参加して欲しい「人権、労働、環境、腐敗防止に対する 10 大原則」のこと。

日本では 65 の企業と自治体が「グローバル・コンパクト」に加盟しているが、この企業も 2006 年にこの提案に参加。社長自ら参加意思を表明



する書簡を国連に送っている。

とはいえ、加盟したからといって、国連側が企業に何かを強制するというものではない。「要は『グローバル・コンパクト』に参加したことをエンジンとして、それぞれの企業が CSR 活動に取り組むことが大事なのだと捉えています」と、この企業の CSR 推進室長。

そして「グローバル・コンパクトの実践」としてこの企業が選んだ活動の一つが、2008 年 2 月開催したチャリティーコンサートだ。バイオリニストの前橋汀子さんとギタリストの荘村清志さんを迎え、東京・小石川にある自社のコンサートホールで二日間のコンサートを行った。



チケット販売金額から、演奏を行った 2 人のアーティストへの出演料を引いた残りの約 300 万円を、世界の難民や国内避難民を支援する国連難民高等弁務官事務所（UNHCR）に寄付。同事務所を通じて、寄付金は「アジアの難民キャンプに暮らす子どもたちの識字率の向上」に役立てられている。

また、寄付先をどの国連機関にするかを決定する際も、CSR 担当社員が国内のさまざまな国連機関の事務所に出向き話し合いを重ねながら、どこがベストかをしっかりリサーチするなど、寄付金を預かる企業としての責任を果たすことに尽力した。

● 公明正大さで 2 つの賞を受賞

この企業は 2007 年に環境省と（財）地球・人間環境フォーラムが共催する「環境コミュニケーション大賞」で優秀賞を、東洋経済新報社が主催する「環境報告書賞・サステナビリティ報告書賞」では最優秀賞を受賞した。

これらの受賞の原動力となったのが、「CSR レポート 2007」だ。このレポートは 2004 年から毎年、年に 1 回発行されている。この企業がこういった企業で、どれくらいの利益を出していて、CSR に対してどのような考え方をもち、どう行動しているかがよくわかる内容になっている。



社員の平均給与から新入社員の定着率、社員の退職理由、さらには自社工場から有害物質が検出されたというニュースまで、ともすれば企業にとってマイナスイメージにもなりかねない情報も徹底して開示しているのが、特徴的だ。

ここには企業として等身大の姿を社会に見せてはじめて、関わるすべての人々や社会とのコミュニケーションが成り立つという、この企業の持つ真摯な姿勢が垣間見える。

● 広く意見を求めて活動を

印刷会社という性質上、この企業は雑誌や商品のパッケージなど、顧客となる企業のための製品を製作する（＝印刷する）ことが多い。そのため、高い印刷技術を持っているにもかかわらず、自社ブランドの製品が直接消費者に認知される機会が意外と少ない。

こうした企業活動のわかりにくさが、CSR 活動の中でも「社会との関連性が薄い」「外に対して開かれてない」という指摘を受けることにつながってしまい、それが CSR 活動をしていくうえでの悩みにもなっている。

「CSR レポートを作る際にも、有識者の方々に、当社がどういう方向性で CSR 活動を進めていけば良いかについて、ご意見を頂戴しています」とは、CSR 推進室長の言葉だ。例えば「CSR レポート 2007」の中では、「ユニバーサルデザインな社会をめざして」というテーマで、ステークホルダーを代表してユニバーサルデザインの専門家たちに、この企業の活動や進むべき方向性などについて語ってもらっている。

一般消費者には認知されにくい製品を提供している企業だからこそ、あらゆるステークホルダーの声に真摯に耳を傾けながら、今後も「ひとりよがりにならない CSR」を目標に掲げて、活動を継続していく予定だ。

有限会社パワーボールからのコメント

私たちの生活は印刷物と切っても切れない関係にあるが、実際に印刷を担っている企業についての関心はそれほど高くないと言えるだろう。しかし、「愚直」とまで言えるほどの情報開示に対する徹底ぶりや、印刷材料の供給元である企業とも環境問題に取り組むなど、「印刷」という企業活動を「核」にどこまで CSR に取り組めるかという、企業 CSR に対するまっすぐな精神には感心させられた。

- (1) 法律や規則などの基本的なルールに従って活動を行うこと。
- (2) 企業、行政、NPO などの組織の行動に直接・間接的な利害関係を有する者。

日産自動車株式会社

CSR を軸とした事業活動を行い、「社会とともに成長し、信頼される続ける企業」を目指しています。

【企業紹介】

当社は「人々の生活を豊かに」することをビジョンに掲げ、独自性に溢れた革新的な商品やサービスを創造し、多くの価値を世界中の皆さまに提供していきたいと考えています。同時に世界中のあらゆる事業活動を通じて社会のさらなる発展に貢献することを目指しています。そのためには「当社」と「社会」の方向性をつねに一致させた経営を行うことが重要であり、CSR の概念を経営に取り込み「当社と社会のバランス」を追求しています。

社会の声に耳を傾け、信頼され続ける企業に

● すべての活動を CSR 視点で

この企業では「人々の生活を豊かに」することをビジョンに掲げ、自動車の製造を中心としたあらゆる事業活動を通じて、社会の発展に貢献することを目指している。また、CSR を企業経営に必要なマネジメント・ツールだと考え、事業活動に浸透させている。

具体的には、社会からの多様なニーズや要請を CSR 視点で捉え、事業活動に反映させるというもの。CSR というフィルターを通したニーズや要請を各部門に浸透させることで、社員一人ひとりが高い CSR 意識を持って仕事に取り組むことにつながっている。

● それぞれの国で、それぞれの社会貢献を

日本、北米、欧州、アフリカなど世界のあらゆる地域で事業活動を行うこの企業は、社会貢献に対する考え方もグローバルだ。日本本社が主体となってグローバルレベルに取り組む活動と、各国・地域のグループ企業が文化的背景の違いを踏まえながら、自動車会社としてその地域の実情やニーズに合わせて独自に取り組む活動の両面で社会貢献を推進している。

この企業では持続可能な社会の実現のために、「教育への支援」「環境への配慮」「人道支援」の3つの社会貢献活動を重点分野に設定。

「教育への支援」の一環として、日本では1984年から毎年、アマチュア作家を対象とした創作童話と絵本のコンテストを開催しており、大賞に選ばれた作品は出版し、全国の公立図書館や事業所近隣の幼稚園などに寄贈している。こうすることで、アマチュア作家に活躍の機会を提供すると同時に、子どもたちに夢や創造性あふれる童話や絵本を届けている。

また南アフリカ共和国では、同社の看板をリサイクルしたビニール材でつくった通学用カバンを提供する「アドバッグ」キャンペーンを展開。地球環境の持続性や人道的支援を目的としたこのキャンペーンは、南アフリカ共和国のグループ企業が独自に企画した。バッグの製造も心身に障がいを抱える人々に委託するなど、徹底して社会貢献にこだわっている。完成したカバンは農村地域の

小学校に配布され、それまでポリ袋に教科書を入れて持ち歩いていた子どもたちにとっても喜ばれている。



● 人材の多様性を強みに

この企業は 1999 年にフランスの自動車製造会社と資本提携して以降、女性社員の登用や国際的な人材交流などを積極的に推進しながら、社員のダイバーシティ（多様性）を企業の強みに変えている。

従来日本では女性の能力活用がなかなか進んでいなかったが、この企業は 2004 年度から本格的な取り組みを始め、女性管理職比率の目標も設定。経営の中でダイバーシティの重要性を位置付けたことも奏功して、目標を達成することに成功した。また、フランスの提携会社との間で「エンジニア交流プログラム」を実施。日本とフランスの若手エンジニアがペアを組んで、自動車を製造する際に発生する様々な技術課題にチャレンジしている。また、従来から日本、北米、欧州、アジアなど各拠点の社員が部署異動や出向などによる海外赴任も行うなど、日常的に国際レベルでの人材交流を推進している。

● 本業と社会貢献の両輪で環境活動

この企業は、中期的な環境行動計画となる「グリーンプログラム 2010」を 2006 年に策定。「CO2 排出量の削減」「排出ガスの浄化」「資源循環」の 3 つの重要課題について、商品、工場、オフィス、販売会社、物流などそれぞれの現場で設定した目標を 2010 年までに達成できるよう、試行錯誤を通じた取り組みが行われている。

商品を通じた環境貢献にも積極的だ。ガソリンの消費による CO2 排出問題が取り沙汰される中、リチウムイオンバッテリーを搭載した電気自動車を 2010 年度に販売するという目標を設定し、開発に取り組んでいる。また、同社が提供しているカーナビゲーション・サービスでは、会員になると自分がどのくらいガソリン消費の少ないエコロ



ジーンな運転をしているかがわかる仕組みになっている。他の会員とCO2の排出量を競うことも可能で、原油高の中、エコドライブの重要性を再認識する機会を提供している。

社会貢献活動を通じた環境活動も盛ん。この企業では全社的に資源分別排出基準を策定し、詳細なゴミ分別活動を実施しているが、2007年度からペットボトルのキャップ専用ボックスを設置し、回収を行っている。ペットボトルのキャップは質の高いポリプロピレン（1）でつくられており、自動車の部品に再利用可能。集められたキャップはリサイクル業者によって回収され自動車の部品会社へと渡り、新しい部品に生まれ変わってこの企業が製造する自動車に組み込まれて行く。こうした活動は社員の環境意識を高めることにも大きな役割を果たしている。



● 徹底した情報開示で社会と対話する

多くの企業が発行するCSRレポートや環境報告書には、冊子の発行タイミングと合わないために掲載できない情報も少なからずある。そこでこの企業では、最新の商品や企業ニュース以外に、「品質」「環境」「社会貢献」などの各部門で独自のウェブサイトを立て上げ、環境やCSRに関わる情報を随時アップデートしながら、社会に発信できる仕組みを整えている。

また、社内のイントラネット（2）上にCSR専用のサイトを開設。CSR視点で捉えた社内外のニュースを発信したり、CSRの用語集や社会から企業に何が求められているかといった視点でまとめたトピックスなどを紹介し、社員のCSRマインドを高めている。

CSR活動の進捗管理を行うための「CSRスコアカード」も作成し、その年度の目標だけでなく翌年度や中長期視点での目標も設定している。そして目標に対する達成度も含めたすべての情報を開示するなど、徹底したCSR情報の開示で社会との対話を図っている。

有限会社パワーボールからのコメント

「日々の企業活動こそCSR活動」という意識が徹底している企業だ。CSRのために何か特別な活動をするのではなく、社会と自社の持続的な発展に必要な活動を地道に続けることが、自然とCSRにつながっている印象を受けた。その一方で、環境問題に対する関心の高まりを受けて、2007年度からサステナビリティレポートの冊子印刷を廃止。インターネット上で電子データ（PDF）をダウンロードする形に変更するなど、常に社会のニーズや要請を汲み取りながら活動を進化させてもいる。社会との対話を図りながら、必要な活動に粛々と取り組む姿に、CSR活動の原型を見た気がした。

（1）プロピレンガスを原料に製造されるプラスチック製品の一つ。

（2）インターネットの技術を用いて構築された企業内のコンピューターネットワーク。

日本電気株式会社

私たち 15 万人は“人と地球にやさしい情報社会をイノベーションで実現するグローバルリーディングカンパニー”を目指しています。

【企業紹介】

私たちは IT を活用した独自の省エネ技術による CO2 排出量削減を通じた地球温暖化防止や、途上国の人々の生活基盤を支える通信インフラの提供による情報格差の解消、ユニバーサルデザインの普及により、障がいのある方や高齢者を含んだあらゆる立場の人々が参加する多様性豊かな社会の実現などに取り組んでいます。15 万人全員でイノベーション（革新）を追求し、「事業活動を通して社会の課題解決に取り組み、持続可能な社会の発展に貢献する」ことが私たちの CSR です。

人と地球にやさしい情報社会へ

● イノベーション（革新）で社会の課題解決に貢献

グループ会社 300 社以上に社員約 15 万人を擁するこのグローバル企業は、IT を活用したソリューション、通信ネットワークシステムやインターネット・サービス、携帯やパソコン、半導体製品や電子部品などを提供している。

CSR に対する考えの根底にあるのは、事業活動を通じた社会の課題解決への貢献だ。収益性の向上や社会への還元による経済責任と、法令の遵守・企業倫理の徹底といったコンプライアンス（ 1 ）責任を果たしたうえで、よき企業市民として社会的課題解決に貢献する。こうした事業活動による貢献を通じて、社会と自社の持続可能な発展を目指している。

この企業では、優先的に取り組む 7 つのテーマ（ 2 ）を設定して CSR 活動を推進している。そして 2007 年度以降は、地球温暖化をはじめとした「気候変動への対応と環境保全」と、すべての人がデジタル社会の恩恵を享受できるための「デジタルデバイド（ 3 ）の解消」という 2 つのテーマに特に注力している。

● 本業を通じて CO2 排出実質ゼロを目指す

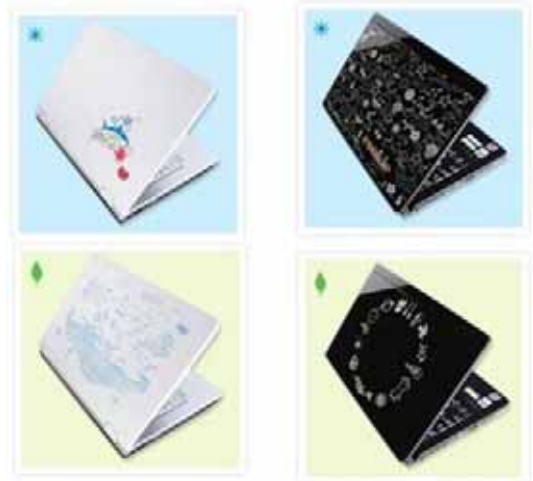
この企業では 2010 年に CO2 の排出を実質ゼロにすることを目標にしている。

CO2 の総排出量は、製品を生産する過程でオフィスや工場、物流から排出される CO2 と、生産された製品を顧客が使用することで発生する CO2 の量を足し上げて算出する。これに対し、自社の IT ソリューションを提供することによって顧客や社会の CO2 排出削減に貢献した分を、CO2 排出削減量として相殺している。

2007 年度は、生産活動と製品使用による CO2 排出量 280 万トンに対し、削減量は 105 万トンだった。これを 2010 年度には排出量・削減量ともに 220 万トンにすることで、CO2 排出量の実質ゼロを実現する予定だ。

製品使用による CO2 排出量を削減するために、省電力のサーバ(4)の開発など製品の省エネ化を推進し、テレビ会議システムなど IT を活用した環境負荷の少ないビジネススタイルの提供を行っている。

また、インターネット・サービス・プロバイダーでもあるこの企業では、検索ツールバーをパソコンに設定したユーザーの検索回数をカウントし、検索 100 万回につき 1 本のユーカリをオーストラリア・カンガルー島に植樹するという取り組みを行っている。この企業は、個人向けのパソコンも製造・販売しており、エコをテーマとしたデザインパソコンを開発し、売り上げの一部を NPO に寄付することで、海洋自然保護活動を支援している。また、このデザインパソコンも、2 台販売されるごとに 1 本のユーカリがカンガルー島で植樹される。



デザインパソコン

植林を実施している企業は多いが、事業活動と連携させたユニークな取り組みと言えるだろう。

● 格差のないデジタル社会をつくる

この企業は、IT とネットワークの提供を通じてすべての人がデジタル社会の恩恵を享受できることを目指しており、デジタルデバイドを解消するための多様な活動を世界各地で続けている。

例えば、1960 年代から事業展開しているアフリカでは、社会のインフラを支えるデジタル技術を提供しながら、各国の発展に貢献している。タンザニアでは、短波・中波放送機や送信設備の納品を通じて、ラジオ放送システムをサポート。教育・啓発番組を充実させる役割を担っている。多様な人種で構成される南アフリカでは、指紋照合を用いた「国民 ID システム」を導入し、照合作業にかかる時間の短縮や個人情報盗難の低減を実現した。またアンゴラでは、簡易型マイクロ波通信システムを納入し、携帯電話ネットワークの急速な普及に貢献した。こうした取り組みはアフリカの多くの国で行われ、各国の官公庁や国民から高い評価を得ている。

一方、日本ではコンビニエンス・ストアに設置される ATM において、視覚障がい者向け音声案内ガイダンスシステムの導入を支援。インターホンに搭載されたテンキー操作のみで ATM を操作できるシステムを、視覚障がいのある人たちと一緒に開発した。操作に不慣れな人には音声ガイダンスで案内し、取引中に障害が発生した場合は自動的にコールセンターに接続されオペレーターが対応するなどして、利用を促進している。

この他にも、ブラジルでは貧困地区の若者の職業訓練を支援する NGO に、社内で使用した中古パソコンを寄贈するなど、本業と社会貢献の両面からデジタルデバイドの解消に取り組んでいる。



● CSR活動をグローバルに表彰

グローバルに事業展開するこの企業では、グループ各社が各国でその国のニーズに合った CSR 活動に取り組んでいる。

そこで年に1回、顧客満足、環境、社会貢献の各分野で特に優れた活動を選定し「CSR AWARDS 社長賞」を授与、東京本社で表彰式を行っている。この取り組みは全世界で活動するグループ社員の一体感とモチベーションを向上するだけでなく、顧客や社会に事業を通じて貢献することの重要性を認識する機会にもなっている。



「CSR AWARDS 社長賞」授与式

● 多様なツールで CSR コミュニケーションを推進

世界各地で個人、企業、官公庁など様々な顧客に IT を活用したソリューションを提供しているこの企業では、多様なツールでステークホルダー(5)との CSR コミュニケーションを行っている。

ホームページ内には CSR の専用サイトを設け、「環境アニュアルレポート」や「CSR アニュアルレポート」を掲載。CSR 活動については重要事項をハイライトした冊子版の「CSR ダイジェスト」も作成し、顧客や投資家、社員など幅広いステークホルダーに配布している。

また、日本語だけでなく、英語や中国語の CSR レポートも発行するなど、グローバル企業ならではの CSR コミュニケーションに積極的に取り組んでいる。

有限会社パワーボールからのコメント

この企業では CSR 推進委員会が設置されており、社長や副社長をはじめ各事業部門の代表者などが参加し、原則年に2回、CSR 経営推進のための重要事項を審議している。2007 年度以降、「気候変動への対応と環境保全」と「デジタルデバイドの解消」という2つのテーマに特に注力することを決めたのも、この CSR 推進委員会だった。グローバルに事業展開する大企業だからこそ、部門横断の CSR に関する意思決定機関が大きな役割を果たしていると言える。

- (1) 法律や規則などの基本的なルールに従って活動を行うこと。
- (2) 2つのほか、「信頼性の高い情報通信インフラの構築」「セキュリティを多面的に確保」「お客さまとの信頼関係の構築」「働きやすい職場づくりとグローバルな人材育成」「リスクマネジメントとコンプライアンスの強化」の5つがある。
- (3) パソコンやインターネット技術を使いこなせる人とそうでない人の間に生じる、雇用や待遇、機会の格差。
- (4) コンピューターネットワークにおいて、各コンピュータからの要望に沿った様々なサービスを提供する電子機器。
- (5) 企業、行政、NPO など組織の行動に直接・間接的な利害関係を有する者。

株式会社日立情報システムズ

「On your side」の精神に則り、IT サービスを通じて豊かな社会づくりに貢献

【企業紹介】

当社は IT サービスを通じて、社会の役に立ち、さまざまな相手に喜びを提供する企業をめざしています。その一環で、データセンタの省エネルギー化を進める「環境データセンタ構想」など、地球環境の負荷低減にも力を注いでいます。一方で、小学校での IT 教育や、視覚に障がいのある従業員への盲導犬導入などの社会貢献活動を展開しています。今後も、スローガンである「On your side」を追求し、豊かな社会の実現に向け企業運営を行います。

本業である IT サービスの提供を通じて社会に貢献

● 社会の発展を支えてきた責任と自負こそ、CSR の原点

情報を扱うこの企業では、1959 年の創業以来、金融業、製造業、サービス業などの民間企業から自治体・官公庁まで、幅広い業種でさまざまな業務の IT 化に携わりながら、社会の発展を支えてきた。

IT 化に伴い「お客様の貴重な情報を預かる」という責任から、情報の紛失や流出など日常の不注意が原因で起こりうる事故やリスクを排除するために、1987 年より全社で整理、整頓、清掃、清潔の「4S 活動」を開始。不要書類などの廃棄処理にも細心の注意を払ってきた。当初は社内における安全・衛生面の改善を目的としていたが、その後、防火・防災や地球環境保護といった社会課題の解決にもつながるといった認識に発展し、1990 年以降はこれら全ての課題を総合的に解決するための「総合運動」として、全社で展開されている。月に一度の「職場クリーンデー」や職場の定期巡視といった具体的な取り組みを通じて、この企業では情報セキュリティ管理のみならず環境保護や防災、安全衛生などに対する意識も全従業員に浸透している。

創業当初から社会の発展を支えてきた、IT サービスを軸とする事業活動。その社会的責任と自負こそ、この企業の CSR の原点だと言える。

● コーポレートスローガン「On your side」

この企業が培ってきた CSR の精神は、2007 年 4 月に掲げられたコーポレートスローガン「On your side」にも表れている。「相手の立場に立って考え、積極的に行動する」という企業姿勢は、本業である IT サービスを通じて社会の人々がよりよい関係でつながり、それが豊かな社会の実現につながることを目指したものだ。

一般的に IT では効率化こそが最優先課題だと考えられている。しかしこの企業では「On your side」の精神に則って、効率化の先にある市民の幸せ、そして豊かな社会の実現を目指す。地方自治体と連携を図り、自治体や市町村役場での各種手続きを簡便化するための情報システムを構築するなど、これまでも市民や消費者の立場に立った事業を数多く手がけてきた。

● 小学校で情報セキュリティの授業を開始

この一環で、地域社会との共生を目的に昨年からはまったのが、奈良県の公立小学校における IT 教育だ。小学生でもコンピューターを自在に使いこなす現代だからこそ、インターネットの安全な使い方や個人情報を守る方法を知っておく必要がある。授業は教育用に開発したキャラクターを活用したり、ゲームを通じて暗号化を説明するなど工夫を凝らすことで、児童たちは情報セキュリティの仕組みを楽しんで理解することができた。

この活動は、小学校を管轄する自治体からこの企業の関西支社への依頼がきっかけとなって実現した。子どもを有害サイトなどから守り、情報セキュリティの意識を芽生えさせることができるとして大変喜ばれ、活動の継続が決定している。今後は各地の NPO 法人と連携しながら、この企業ならではの IT 教育を全国に横展開していく予定だ。



● 盲導犬を受け入れ、障がい者も安心して働ける環境を整える

また、視覚に障がいのある従業員が安心して通勤し、働く環境を整えるため、2007年12月、本社に盲導犬を導入した。初めての取り組みだったが、環境・衛生面の不安、待機場所、餌やトイレの世話などの懸案を社内で話し合いながら一つずつ解決。頼もしいパートナーを得た当事者の従業員は、以前にも増して意欲的に業務に取り組んでいる。

盲導犬の導入をきっかけに、日本盲導犬協会の協力を得て従業員への説明会も開催した。従業員と家族約30名が参加し、目隠しをして白杖を使ったり、盲導犬と歩くなどの体験を通じて、視覚障がいや盲導犬に対する理解を深めることができた。



● 従業員の社会貢献活動を応援する「Let's Try 探検隊」

CSR 活動を実践するうえで、従業員一人ひとりの社会参加意識の向上は欠かせない。そこで社内報「next」では、従業員参加型のボランティア企画「Let's Try 探検隊」というページを設け、毎月さまざまな社会貢献活動を取り上げながら従業員による体験レポートを紹介している。

中でも知的障がい児・者を中心としたサッカークラブを運営する NPO 法人「トラッソス」とは、2006 年 6 月に最初のサッカー交流を行って以来、自主的な交流が広がっている。「一緒にボールを追いかけるうちに健常者と障がい者という境がなくなり、サッカーを純粹に楽しむ仲間と思った」「何かをしてあげる」どころか終始サポートしてもらい、心からサッカー交流を楽しめた」といった感想も寄せられ、社会参加の意義に気づいた従業員も多い。

● 全国ネットワークで地域社会との連携に取り組む

関西の事業所が窓口となって奈良県の小学校での IT 教育が実現したように、この企業では全国の事業所を通じて、地域に密着したきめ細やかな CSR 活動を実現している。「企業は社会の一員である」という認識のもと、昨年度は約 700 名の従業員と家族が参加し、地域住民と一緒に清掃活動を行った。

今後もこの企業が持つ全国ネットワークを活かし、各地のステークホルダー（ 1）と密接なコミュニケーションを取りながら、豊かな地域社会を目指した社会貢献活動を積極的に展開する予定だ。こうした全社的な CSR 活動は、その成果や課題が CSR 報告書やホームページでも随時公開されている。

有限会社パワーボールからのコメント

「情報を扱う」という本業を揺るぎない軸として、CSR を展開している企業だ。

「お客様から貴重な情報を預かる」という責任から、情報セキュリティの確保を大前提として危機管理に取り組んできた。まずは整理整頓、ゴミの分別など、従業員の身の回りのことから。そして企業としては、業界に先駆けてプライバシーマーク（ 2）や ISO14001（ 3）を取得するなど、情報を扱う業務に必要な取り組みが自然と CSR に結びついていると感じた。環境保護活動についても企業の社会的責任の柱であるとして、IT サービス事業と CSR の両面から熱心に取り組んでいる。

（ 1）企業、行政、NPO などの組織の行動に直接・間接的な利害関係を有する者。

（ 2）個人情報の取り扱いについて、一定の基準を満たした組織に与えられるマーク。

（ 3）環境に配慮した活動をしていると認められた組織に与えられる国際認証規格。

油伝味噌株式会社（栃木県）

厳選した材料をもとに、長期熟成させた味噌。

230年の伝統を礎に、芳醇で豊かな味わいをお届けしています。

【企業紹介】

江戸中期、油屋で創業し、味噌の製造を始めてから今日に至るまで、一貫して、日本の伝統的な味の文化を継承していくことを念頭に、本物の味噌づくりを続けています。食育に寄与する味噌づくり体験だけでなく、厳選した材料や、木桶の発酵樽にこだわるなどのエコロジカルな経営を貫いています。

また、江戸時代の繁栄を物語る蔵の街と、例幣使街道の歴史的な景観を活かした、栃木ならではの地域活性化事業に力を入れてきました。

地域を守り共に歩んだ 230年

蔵の街、栃木市で江戸中期から味噌を作り続けている油伝(あぶでん)味噌株式会社。かつて京都から勅使が日光東照宮へ通ったという例幣使街道に面して店を構える油伝味噌の前に立つと、江戸時代にタイムスリップしたような気になる。現在は、家族を中心に社員5人という小企業ながら、その長い歴史を通じて「地域を守り、地域とともにある」ことがそのアイデンティティとなっている。

● 伝統を守る作り手として

味噌は日本の伝統食でありながら、需要は年々減少傾向にある。しかし、ご飯に味噌汁の伝統的和食は健康長寿のもとであり、現在では海外から注目を集めている。ここでは、その基本となる味噌を遺伝子組み換えの大豆は使わず厳選した大豆を使い、木製の6尺桶で仕込んでいる。味噌蔵には「菌」が活着しているのでエアコンは使っていない（貯蔵庫には使用）。

味噌田楽を提供する茶店「田楽あぶでん」も古材を使って建て、自然の風が抜ける店内には、大正時代の米国製レジスターをはじめ、明治・大正の時代から使い続けられているものが現役である。古いものを大切に、エコロジカルなスタイルが徹底されている。

味噌蔵などの建造物のうち4棟は、2004年に文化庁の登録有形文化財として登録されており、さらに今年もう1棟も登録されることになったという。古いものを残し大切に使い続けるには手間もお金も必要であるが、これは地域の宝ともなっている。



● 伝統食のよさを子どもたちに知ってもらいたい

「あっ、味噌屋のおじちゃんだ。」

専務取締役の小池英夫さんが学校に行くと子どもたちから声がかかる。油伝味噌では90年代から小学校の「地域を学ぶ」ことに協力している。毎年市内の15,6校の小・中学校の子どもたちが味噌蔵の見学に来ている。麴造り、甘酒造り、味噌の仕込み、切返しなどを子どもたちに体験してもらったこともある。

味噌汁を飲む機会が減ってきている子どもたちは、自分たちで仕込んだ味噌でつくった味噌汁を給食で飲む機会ができ、日本の伝統食がどのように造られているのか体験的に知ることができる。父母に対しても、伝統的な食文化を伝えるとともに、子どもの時に味覚を発達させることの大切さを訴えている。



● 日本の伝統技術を伝える土壁体験



味噌づくり体験だけではなく、2002年には伝統的な技術の伝承にも取り組んでいる。自宅改修をきっかけに「小学生による左官体験」を行い、今では年配の職人しかできない土壁を子どもたちが作った。土壁は手間がかかるため、この地域では30年以上前に作られなくなっているが、吸湿性があり化学物質の心配もない優れた伝統的な素材である。

● 地域をよくしてこそ

蔵の街・栃木にあって、古い建物を活用しながら後世に残すことに努めてきた油伝味噌では、地域の文化を発掘し、まちの活性化をはかっている。まちの人たちが行う映画会やコンサートに会場を提供してきたが、1992年には、地域の特性を生かしたまちづくりをめざして「栃木の例幣使街道を考える会」というまちづくり団体の立ち上げに参画し、小池専務がその事務局を担当している。町並みの保存については、博物館的に保存するのではなく、人々の温もりが伝わってくる活用を図ろうとさまざまな取り組みを重ねている。

地域へは、1996年には、マップ「例幣使街道再発見」を作成、3町内1300戸に配布した。SPレコードコンサートは毎秋開催している。行政に対しても諸施策の提言を続け、文化庁の伝統的建造物群保存地区に市から申請を上げている。

一般市民へは、マップを作成したり、大正から昭和初期の写真を集めての写真展を開き、その写

真集を発行している。また、「お蔵のお人形さん巡り」(2002年～)に協力して人形の展示と「昭和30年代のくらし展」を開催している。

こうした展示の会場、昔の写真、生活用具なども油伝味噌の長年培ったものが生きて提供されている。そこには、地域をよくすることで自分たちもよく生きられるという油伝味噌の秘伝の味が隠されている。

とちぎ協働デザインリーグからのコメント

当企業の株式会社としての設立時期は1936年ですが、江戸中期に油屋から始めて味噌屋の今日に至るまで200年以上にわたって営業を続けてきました。従業員も売上高も小規模の企業であっても、地域の需要に応え、信頼される経営であればこそその姿であるといえます。CSRの今日的な解釈による「三方良し」の評価基準には該当しない部分が多々ありますが、当企業の現実的な姿は、本来の企業機能（味噌の製造販売）を通して、地域文化および伝統的食文化を維持継承していくことを強く意識しつつ、さまざまな地域活動を展開しているという点を高く評価しました。

石井造園株式会社（神奈川県）

零細企業はついでが大事！無い知恵絞って（頼知の利いた）小さな活動。零細企業は密度が大事！地域の皆様と深みのある活動をしていきます。

【企業紹介】

当社は、生業として展開するすべての活動において、環境、癒し、潤いを提供し、お客様や、会社に関わるすべての人の幸せを実現する為に、横浜型地域貢献企業として、地域の皆様の役に立つ企業を目指します。次世代の環境問題にも企業として責任を果たすべく、まちの美化や CO2 の削減に努めてまいります。お客様から頂戴する「ありがとう」の一言が私たちの何よりの喜びです。

従業員 8 名。工夫を凝らして高いレベルの CSR に取り組む

● CSR の主要項目にしっかり取り組む

石井造園は、正社員 6 名、パート 2 名の零細企業である。それを前提にすれば、取り組み内容の範囲や質、取り組みの姿勢は、どれをとっても驚くべきレベルである。

石井造園の取り組みは、広範囲にわたる。コンプライアンス、雇用、労働安全衛生、品質、顧客対応、環境、財務、情報セキュリティ、社会貢献など、業務のあらゆる領域において、CSR への取り組みが見られる。

さらに、それぞれの領域においては、目を見張る取り組みが見られる。つまり、取り組みは範囲（量）の面でも、質の面でも、高いレベルに達している。

その証左として、石井造園は、CSR に関するきわめて高い取り組みが評価され、横浜型地域貢献企業の認定（しかも、最上位認定）を受けている。CANPAN の項目整理に準じた形でいくつかの事例を見てみよう。

● 「三方よし」取り組み

1. 世間よし

社会貢献および環境に関して、情報公開も含めて、多様な取り組みをしている。

- ・ 150 万本植樹行動に賛同して、横浜開港記念祭で自治会に 300 本の苗木を寄贈している。
- ・ 社員が提案できるボランティア提案制度がある。
- ・ NPO と協働して清掃活動や落書き消し活動をしている。
- ・ 市内の NPO と共同で、剪定屑のバイオマスエネルギーとしての利用可能性を研究。
- ・ バイオディーゼル燃料を利用している。
- ・ 横浜開港記念祭で、ボランティアでゴミ拾いを行っている。
- ・ 地元の自然観察会（上郷自然観察会）で、ボランティアで、地域の先生として危険動植物を教えるという活動をしている。



NPO 法人 ILOVE つづきの皆様と落書き落としをしました

2. 売り手良し

零細企業では、人権や雇用・労働に関する取り組みは希薄になる傾向があるが、ここでもしっかりした取り組みがなされている。

- ・育児休暇制度および介護休暇制度を形だけではなく、実際に運用している。
- ・「趣味のための長期休暇制度」をもうけている。
- ・社長の経営理念や方針を伝える「つぶやきボード」を設置するとともに、ボードを通した社長からの伝達に対して社員の意見をくみ上げる仕組みをつくっている。
- ・特定求職者の雇用をすすめ、「特定就職困難者雇用開発助成金」を受けている。
- ・神奈川県立鎌倉養護学校から、雇用を前提として生徒の研修を受け入れている。
- ・社員の技能研修費は、会社全額負担で受けさせている。

3. 買い手良し

本業における CSR の核となるため、非常にクオリティの高い取り組みが見られる。

- ・品質 ISO (ISO9001) の認証を取得している。
- ・独自の品質基準を作っている。
- ・優良工事請負業者表彰など、多くの表彰を受けている。
- ・CSR 報告書を発行している。
- ・CSR のためのシステムマニュアルを作成し、CSR 方針を策定している。
- ・情報セキュリティのマネジメントシステムを構築・運用している。

● 大切なのは、形だけでなく実際に運用すること

先述のように、広範かつ質の高い取り組みが見られる。ユニークなのが雇用の取り組みの一環として運用されている「趣味のための長期休暇制度」で、利用者も 2 名いる。人間の特性や労働のあり方を真摯に考える姿勢が見受けられる。

また、従業員には、技能を高める研修だけではなく、コンプライアンスや人権、個人情報保護に関する研修を積極的に受けさせている。

営利企業である以上、本業における取り組みは重要であるが、従業員 8 名の企業であるにもかかわらず

らず、ISO9001 を運用しており、しかも、独自の品質基準まで設定して取り組みを行っている。取り組みの質の高さは、情報開示とともに、CSR の実を挙げるために必要なことで、CSR は何かをよく理解している企業といえる。

● **地域と一緒にあって深みのある活動を！**

地域の子どもたちに、触るとかゆくなる植物を教示したり、スズメバチの巣が無い点検したり、歩くみちすがら、森の偉大さや食物連鎖の話を伝える。写真左で挨拶しているのが当社会長。その他、社員 1 名が参加。



(社)横浜青年会議所が中心に 6 月 1 ~ 2 日で開催した開港祭で、ゴミ拾いなどを行った。NPO 法人水辺基盤協会東京湾支部と供に会場内、特に水際のゴミ拾いをし、ゴミ拾いに参加してくれた人に 1 5 0 万本植樹行動の一環としてミツマタの苗木をプレゼント。

横浜市立大学 CSR センターLLP からのコメントからのコメント

石井造園は、正社員 6 名、パート 2 名の零細企業である。それを前提にすれば、取り組み内容の範囲や質、取り組みの姿勢は、どれをとっても驚くべきレベルである。

石井造園の取り組みみは、広範囲にわたる。コンプライアンス、雇用、労働安全衛生、品質、顧客対応、環境、財務、情報セキュリティ、社会貢献など、業務のあらゆる領域において、CSR への取り組みが見られる。

さらに、それぞれの領域においては、目を見張る取り組みが見られる。つまり、取り組みみは範囲(量)の面でも、質の面でも、高いレベルに達している。その証左として、石井造園は、CSR に関するきわめて高い取り組みみが評価され、横浜型地域貢献企業の認定(しかも、最上位認定)を受けている。(再掲)

株式会社一ノ蔵（宮城県）

伝統的な手づくりの技で、高品質の酒をつくり、社員、お客様、地域社会から高い信頼を得ることを使命としている酒造会社です。

【企業紹介】

「醸造発酵産業による農業の振興と地域の活性化」を目標に、県内四酒造家が企業合同により会社を設立しました。自然と共に生きてきた日本人の伝統的文化、技術を現代に活かしながら、正直な酒造りと商品開発に挑戦してきました。環境への配慮や地域への貢献も社員が一丸となって取り組んでいます。

一ノ蔵とは問題解決の専門集団

「人と自然と伝統を大切にし 醸造発酵の技術を活用して 安全で豊かな生活を提案することにより 社員 顧客 地域社会のより高い信頼を得ることを使命とする」

これは一ノ蔵が掲げる経営理念の一部である。地域振興、環境問題への対応、NPO との協働、一筋縄にはいかないこれらの取り組みを、本業で培ったノウハウと連携先の専門性の両方を上手く生かしながら実現させている。しかもそれぞれが一ノ蔵ならではの、独自性のある魅力的なものとなっている。これらの取り組みはいったいどのように生れているのだろうか。

● 地域と一緒に「農業」に取り組む



東北地方では、「やませ」と呼ばれる北東の風が周期的に発生し、冷害の原因になっている。93 年は記録的な冷夏になり、本社がある旧松山町（現大崎市）でもひどい凶作になった。もちろん米を原料とする酒造業界もかなりの打撃を受けたようだ。しかしその凶作の中で、豊かな実りの田んぼがいくつかあることに気がついた。「どのような農法だと、凶作の時もおいしいお米が作れるのだろうか」この疑問が出発点となり、一ノ蔵と農業との密な関わりが始まった。

96 年、地元の農家とともに「酒米研究会」という組織を立ち上げ、おいしいお米づくりの勉強会を始めた。その後、農薬や化学肥料に頼らない米づくりを通して、環境や農地を守ることを目指す NPO「環境保全米ネットワーク」と出会い、酒米研究会も同 NPO に加入し、更なる米づくりの研究を続けた。

企業が直接農業に参入できる規制緩和が行われ、松山町は「水田農業活性化特区」の申請を行った。04 年、一ノ蔵の農業部門「一ノ蔵農舎」を立ち上げ、本格的に農業への取り組みが始まっ



た。現在、収穫高が生活に直結している農家にはなかなか出来ない、環境対応の米づくりを、会社として実験的に取り組んでおり、そこでの成功例を地元の農家に伝えることで地域全体の農業の活性化へつなげる取り組みを進めている。

また本業の現場では、リユース瓶（以下 R 瓶）を積極的に採用している。1 升瓶は 100% R 瓶を使用しており、一般的にあまり再利用がされていない 300ml の瓶でも 40% 強が R 瓶になっている。また、リユースがしやすいように、商品のラベルをはがしやすい自然のりを使用している。さらに、農協との取引で使用する米袋を再使用品に変える、酒造組合の一員として R 瓶の回収業者専用の P 函を開発するなど、外部の企業も巻き込みながら環境対応を進めている。

● NPO との協働も一つのきっかけから

前年に仕込みをした酒造りが終わる 4 月、酒蔵を開放する蔵開放イベントを毎年行っている。酒造工程の見学、試飲コーナー、子どもも楽しめるプレイランド、ステージでのイベント等を行い、約 3 千人の来場者があるそうだ。過去には、試飲用コップはプラスチック製、無料提供の豚汁用発泡プラスチック椀など全てごみになっていた。そこで、「大量に出るゴミ問題を何とかしたい」と考えた。

最初は、数量調整で残った半端なくい飲みを安く譲ってもらい、来場者に提供するというアイデアを考えたが、ぐい飲みだけを手渡すのではなく、巾着のような小さい袋に入れて提供したいと考えた。そこで知り合いの NPO に相談すると、ネパールで活動しているフェアトレード団体を紹介された。4 年前から始まったこの袋とぐい飲みのプレゼントは、毎年来場者から大きな好評を得ている。発泡プラスチック椀も全て再利用できるものに切り替え、イベント会場からごみの山が一掃された。



また、本業に欠かせない米づくりの分野でも、NPO 法人たんぼと、「ふゆみずたんぼ」という、生態系を生かした無農薬農法の研究を行い、先に紹介した NPO 法人環境保全米ネットワークとは、有機米の規格である環境保全米に適合した米の栽培を協働で行った。その有機米を使用した日本酒

は製品化され、売上の1%をこの団体に寄付する仕組みも作っている。他にも多数のNPOの支援や連携を積極的に行っている。

● 全ては社員との関係づくりから

同社では1年に一度、全社員約160名対象の全体会議を1泊2日かけて実施し、社員から出る様々な改善点を協議する場を設けている。さらに、アンケートも実施して幅広く意見を集められるよう努めている。これまでに、年齢給を止めて職能給へ切り替える、家族手当を状況に合わせて増やしていくなどの改訂を行ってきた。これらは全て、社員のアンケートから出てきた意見を実現させたものだそうだ。

初めに紹介した一ノ蔵の経営理念には、信頼を得る対象として「社員」が最初に掲げられている。全体会議に限らず、常に日々の業務の中で社員からの意見を吸い上げそれを実現させる雰囲気が出てきている。それが特徴的な一ノ蔵の社風であり、魅力である。小さな例で言えば、6月に発生した「岩手・宮城内陸地震」の後には、社員が自発的に募金活動始める。アフリカの学校建設のためのチャリティイベントを社員側から企画するなど、社員独自の取り組みが日常的に行われている。

問題を発見し、常にそれを解決しようと動いてきた一ノ蔵。この企業風土が、一ノ蔵の他には無い、そして今後の新たな取り組みへと繋がっている。

特定非営利活動法人せんだい・みやぎNPOセンターからのコメント

NPOとの協働の取組が、企業からの一方的な支援ではなく、お互いのスキルやネットワークを生かした双方向の取組により成り立ち、事業化されていることに強い感銘を受けました。別途行った48項目の調査でも、とてもすべてのCSR情報を拾いきれないと感じるほど、独自で多様な取組が多いと思いました。

また、社員一人一人の声に耳を傾けようという一ノ蔵さんの姿勢が、個人のモチベーションをアップさせ、チームワークを育て、個々の事業から会社全体を盛り上げていく原動力に繋がっていて、最終的には会社を超えて地域全体を豊かにする取組へと発展しているのだと思います。

一正蒲鉾株式会社（新潟県）

子育てサポートの取り組みを国から認定され、お客様に選ばれる企業に

【企業紹介】

経営理念は、「安全・安心を基本として、ユーザーに信頼され、愛され、感動される商品・サービスを提供することで、社会になくってはならない企業として貢献します」。早くから仕事と子育ての両立を掲げ、平成2年から企業内保育園を設立。長期休暇制度の導入や育児休業取得への積極的な取り組みなどが認められ、平成19年には新潟労働基準局長より県内初となる「次世代育成支援対策に取り組む企業」として認定された。

食品メーカーとして女性の味方となる企業へ

● 女性の味方にならざるを得ない環境

一正蒲鉾株式会社は、新潟を中心に全国6工場9支店で水産練製品の製造販売を行っている。食品業界は女性が多い職場であり、同社も工場を含めると従業員の70%が女性である。平成2年に、「いちまさ保育園ちびっこランド」を開設するきっかけとなったのは、バブル景気による人材難だった。同社の通勤圏には団地や住宅が多く、人がたくさん住んでいる地域なのに、人材不足。新卒で入社した女性たちが、結婚・出産をきっかけに退職する。人事担当者が、話を聞くと「子供が小さくて働けない」ということがわかった。働きやすい魅力ある職場、働き続けられる職場環境を考え「女性の力を活かさない会社は生き残れない」との意識のもと、設立されたのが企業内保育園であった。保育料は無料、1歳児から親の就業時間にあわせて受け入れている。



● 社員が安心して働ける環境づくりも大切な企業活動

「次世代育成支援対策に取り組む企業」として県内で初めて新潟労働基準局長から認定企業になった同社。そのためには、行動計画を策定・申請し、期限内に目標を達成しなければならない。



同社では、6つの目標を掲げたが、このうち最も苦労したのが「長期休暇

制度」であった。また、女性の育児休業取得率は既に100%であったため、出産を経ても働き続けられる環境が、リーダーを育てる大きな存在となっていた。

認定第一号を同社が取得できたのには、もうひとつ理由があった。実は、行動計画は、5年間で達成すればよかったのだが、同社管理部総務課の長谷川課長が2年以内と誤解し、スピードを速めて実行していたからだ。結果として、「認定第一号」というブランドが付き、様々なところから講演会や事例発表などに招かれるようになった。県内の女性の異業種交流を行うNPO法人ワーキングウイメンズアソシエーションが発行するフリーペーパーでも「働く女性を応援する優良企業」として紹介されたこともある。長谷川さんは、「こうしたことを広報費に換算するとおそらく何億。どんなCMよりも効果がある。会社名だけでなく、商品や会社概要を知っていただくことができ、思わぬ効果があった。」と語っている。

● 地域が企業の取り組みについて関心を持ってくれる

同社の取り組みを知って、会社説明会では出席者から保育園などのことについて質問が出るという。「ただ業績がいいからという時代ではなくなった。地域に愛される、関心を持ってもらえる、企業価値を高めるためにはCSRへの取り組みが重要になっている」と語る長谷川さん。安全・安心・健康という食品メーカーの使命を果たすため、同社では今後、保育園に頼らない施策の充実を検討している。



● CSRが企業価値を高める時代

同社の工場や支店の清掃を業者をお願いしていたが、障害をもつ人を同社で雇用し清掃作業を行うことで、障害者雇用促進法の法定雇用率が達成できるように取り組んでいるところである。様々な人が働く中で「責任感」や「思いやり」なども芽生え、県内で発生した度重なる災害の支援として社内で募金を集めるなど幅広いCSR活動に取り組み始めている。

特定非営利活動法人新潟NPO協会からのコメント

一正蒲鉾(株)の取り組みは、日本の企業で弱いといわれている労働環境の整備に力を入れている点である。特に企業内保育園から始まった育児休業取得率向上やノー残業デーの取り組みは、従業員に対してやさしい企業、という印象を持った。今後は、障害者雇用やさらなるNPOとの連携に期待したい。

株式会社オーシャン・ビュー（青森県）

「たすけっこ」は命の笛です。お守りです。命を大切にすることを育む「たすけっこ」の輪、全国に広がります。

【企業紹介】

当社は、中古パチンコ台の買い取りや廃棄台を解体してリサイクル可能な部材を取り出す仕事を障害者との協働で実施しています。また、2001年の大阪池田小事件をきっかけに、子ども達の命を守る防犯笛「たすけっこ」の配布活動を開始し、これまでにのべ8,000人のボランティアとともに120,000個のたすけっこを配りました。子どもの命を守ることは地域に生かされている企業の使命です。

命を大切に。思いを込めた活動を全国に展開

● 障害者雇用のモデルケースの創出

（株）オーシャン・ビューは、パチンコ台の解体、リサイクルを本業とする平成15年創業の若い会社だ。贅沢産業の花形パチンコ業界は新旧の台交換がめまぐるしく、ほとんどはまだ使えるものばかり。それらは中古機械として売買されたり、解体・リサイクルされ別製品として生まれ変わっている。

この解体作業には地域の障害者がたくさん関わっている。県内には、十分な能力を備えた障害者がたくさんいるが、単に雇用目標値達成のための“あてがい職場”や低賃金労働に甘んじているケースが少なくない。

そんな中、この活動が認められ、現在、国、県、市町村、学術研究団体、教育機関、事業所、施設などと協働して7カ所でモデルケースが立ち上がっている。

● たすけっこ活動

戦後、物のない時代、津軽の子ども達は「たすけ」（一部地域では「たすけ鬼」または「たすけっこ」）で暗くなるまで遊んだもの。鬼につかまった子は手をつないで「助け」を待つ。まだつかまっていない子が鬼のスキをねらって助けに来てくれるのだ。子ども達は「たすけ」で遊びながら、鬼（＝怖い敵）から全力で走って逃げる、工夫して仲間を助けることを学んだ。

遠い「たすけ」の記憶から半世紀、2001年6月8日、大阪教育大学付属池田小学校で起きた、教育史上未曾有の児童殺傷事件はあまりにも悲惨だった。この事件をきっかけに翌7月、（株）オーシャン・ビューはたすけっこ運動を立ち上げた。運動の根底にあるのは、あの全力で逃げながら、仲間を助けて遊んだ「たすけ」の心だったのだ。

「たすけっこ」は小さなオモチャのような笛だが、身の危険を感じたときに周りに知らせるために吹くようにと、地域の子供達に配布した。少しでも事件の当事者がなくなることを願い始め

たすけっこ運動だが、当時は無関心な人がまだ多く、こういう心寒い時代が悲惨な事件をつくり出したのかと思ったそう。

● 配布するだけの取り組みから地域での取り組みへ

「たすけっこ」は、最初は一方向的に配布する「児童を守る」ためだけの運動だった。

「たすけっこ」の笛はひとつひとつが手作りだ。人の手で組み立て、ひもを通し、命の大切さを手書きしたメッセージカードを入れて袋に詰めていく。始めは社員が仕事の合間にボランティアで作業していた。翌2002年、二人の女子中学生がこれを手伝ってくれた。それが縁で二人のクラスが取り組み、それが学年全体に、さらに学校全体の運動になり、近くの四つの中学校にも飛び火し、やがて市内の全中学校に広がり、代表者が一堂に会しての作業になっていった。



そして、この中学生達の活動は高校生達の運動へとつながっていった。自分たちもかつて手にした笛だから、今度は自分たちで作って「事件の被害者・加害者を生み出さないことを呼び掛け合う」という「命を大切にすることをかみしめる」運動に進化している。



● ボランティアスピリッツ東北大賞を受賞

この間、黒石市立黒石中学校生徒によるたすけっこ運動はボランティアスピリッツ東北大賞に輝いた。また、遭遇した危難から「たすけっこ」によって辛くも脱出できたり、水難に遭遇し一命を取り留めたこともあった。2006年、「たすけっこ」は池田小学校の子ども達にも届けられた。東京都目黒区の小学校や宮城県の小学校にも届けられた。さらに2008年8月には、この運動を知った山梨県南アルプス市の小学校にも届けられることに。

地域子ども達を守ろうと始まった運動は、いま「命を大切に作る心を育てる運動」として日本中に広がっている。

「障害者の自立を図り、クルマの両輪として協働し、子ども達の命を守ることが、企業として私たちが果たさなければならない責任であると考えています。」と五十嵐社長は話す。社会への貢献、責任は、お金だけでは果たせないものと感じる。今、この津軽の小さな企業から、そんな取り組みを全国に発信しようと思う。「たすけっこ」は命の笛。お守りの笛。アルプスの牧場に響く心の笛なのだ。

特定非営利活動法人あおもり NPO サポートセンターからのコメント

(株)オーシャン・ビューは、パチンコ台のリサイクルと解体を本業としている。社長自ら「負の遺産」と言うように、限りある資源を使いすぎた結果の現代の負の廃棄物を再生し、ゼロエミッションをめざしている。

「たすけっこ」運動は、2001年の池田小事件をきっかけに生まれた。消費者や地域への貢献ではなく、「子どもの命を守る」ことをテーマに始まった点で、地域で活動する他のCSRと違っている。

たすけっこ作りの本当の目的は、笛を作るのではなく、その行為によって子ども達が命の大切さに思いを寄せることである。だからこそ、日本中に広がっていくのだろう。

今回、短い期間だったがHPで投票を呼びかけた。青森トヨペット(株)、東北ろうきん青森県本部とも、地域に密着した活動を長年続けてきたことでは、(株)オーシャン・ビュー以上に評価されるが、「命」というテーマが共感を集めたのだと思う。

青森県からの地域推薦は、**特定非営利活動法人あおもり NPO サポートセンター**と**協同組合プランニングネットワーク東北**によって実施された地域選抜インターネット投票の結果により決定された。候補企業は、青森トヨペット(株)、東北ろうきん青森県本部。候補企業の取り組みレポートは、特定非営利活動法人あおもり NPO サポートセンターのWEBサイトに掲載。

サラヤ株式会社（大阪府）

当社は「人に優しい商品づくり」と「地球に優しい企業づくり」を目指し環境保全活動に取り組みます。

【企業紹介】

当社は、「世界の人々に私たちの手洗いをひろめたい」という思いのもとに、衛生・環境・健康の向上をめざした商品とサービスを国内外で提供しています。当社の事業目標は“Stay Healthy and Smile”。自然に優しい商品開発やサービスを開発し、環境負荷の削減に貢献します。また、NPO などの非営利組織と連動して環境問題への対応や貢献を行っています。

企業活動が引き起こす社会のリスクに正面から向き合う

● 「自然派のものづくり」を目指して

サラヤ株式会社は、ヤシノミを使った洗剤や、衛生商品・健康食品の開発と製造・販売をする企業だ。1952年創業当初、ココヤシ油から手肌に優しく衛生的なせっけん液を開発した。人も本来自然の一部であること、自然と調和しうることを信念に、創業以来半世紀もの間、同社の企業風土として「自然派のサラヤ」であることを受け継いできている。

「環境は地球に生きるすべての生物、そして人類にとって貴重な資源であると認識し、環境保全と同時に持続的発展を目指し、衛生の維持や感染の予防、健康的なライフスタイル支援のための商品とサービスの提供をグローバルに推進する。」を基本理念とし、地球温暖化防止や資源の削減・再利用、環境負荷の低い製品開発に努めている。

同社の洗剤は、ヤシ油やパーム核油、その他天然界面活性剤配合の洗剤などすべて生分解性にすぐれ、河川の水質への影響に配慮している他、容器のリユースとリデュースによる省資源化に取り組んでいる。

● 原料であるアブラヤシの栽培を持続し、熱帯雨林を保護するために

アブラヤシから搾るパーム油が、最も安価な植物油であることから、私達の生活の中でパーム油は欠かせないものとなっている。手肌に優しい石鹸・洗剤を作るにはヤシ油から採れる脂肪酸が最も適しており、同社も1952年の創業以来、ヤシ油を使用してきた。しかし1980年代頃より、その需要が拡大し、ヤシ油は原料不足となった。ヤシノミ洗剤はその原料としてパーム油を搾油した後に残った種子から搾油するパーム核油を主成分としている。現在パーム油のもととなるアブラヤシの約87%がマレーシアとインドネシアで生産されているが、これら原材料の需要は年々増加し、それと同時に価格も高騰し続けている。それと





同時に、アブラヤシプランテーションの拡大による自然破壊、熱帯雨林地帯の減少が深刻化し、多くの動物たちが絶滅の危機にさらされている。

同社は原料供給地の環境への配慮の一環として、2004年12月にRSPO(持続可能なパーム油のための円卓会議)に入会した。RSPOには100以上の団体が参加し、持続可能なアブラヤシのプランテーション開発や、パーム油の生産と供給、活用について話し合う会議を開催している。また2005年からはマレーシアの政府機関SWD(サバ州野生生物局)に協力して、ボルネオ象の救出活動にも参加している。

2006年10月に設立されたBCT(ボルネオ保全トラスト)へは社長である更家悠介氏が理事として参加し、ヤシノミ洗剤の売上の1%をBCTに送金するなど、原料の供給による自然破壊を少しでも軽減するための活動に積極的に取り組んでいる。

● NPO 法人 ZERI ジャパンの活動に協力

ZERIとは、Zero Emission Research and Initiative(ゼロエミッション研究構想)の略であり、廃棄物を再利用して限りなくゼロに近づけ、物質が循環する生産・消費形態を実現するための研究機構だ。その主旨に賛同した社長の更家氏は、日本で実践するために2001年1月にZERIジャパンを発足、同年12月にNPO法人格を取得した。現在は理事長である更家氏を筆頭に、熱帯雨林再生のための「ガビオタスの友」基金の設立、「ボルネオ保全トラスト」などの活動を行っている。

また日本国内でも、企業に対する環境保全活動の啓発や環境教育の実施、講演会などを行い、21世紀に生きる企業がその生産活動に責任を持ち、排出する廃棄物を限りなくゼロに近づける循環型産業システムを構築することを目指している。



特定非営利活動法人大阪 NPO センターからのコメント

サラヤ株式会社は、本業である手洗いせっけん、洗剤の商品開発、販売と企業の CSR を結びつけている。企業活動が引き起こす社会のリスクに対して正面から向き合い、如何にして企業の課題を解決するかに熱心に取り組んでいる点が大きく評価された。

これからの CSR は、NPO や NGO などの社会へと働きかける団体へ寄附するような行為ではなく、企業の経営理念に基づき本業を通じて行われる社会貢献活動へと変化していくことだろう。当センターはこのサラヤ株式会社の取り組みを、Win=Win の視点から社会と企業とがともに成長できる循環型社会を形成するための先駆的な取り組みであるとして、今回の地域 CSR 推進企業に推薦することとした。

株式会社神戸風月堂（兵庫県）

お菓子は文化のエッセンスを信条とし、自社ホールにて文化事業を展開、ロドニー賞も創設し地域文化振興に貢献。

【企業紹介】

当社は 1897 年に創業し、「お菓子は文化のエッセンス」を信条とし、神戸元町で和洋菓子の製造販売をしている。1977 年の本店ホール竣工以来、サロン講座・朗読会・コンサート等を主催、各種イベントに協力、元町ミュージックウィーク等の元町のまちづくりにも企画・参画し、お菓子作りを通じて地域文化振興に貢献している。1988 年には“神戸市民をびっくりさせた人”を表彰する『ロドニー賞』を創設し、神戸の街の活性化を応援している。

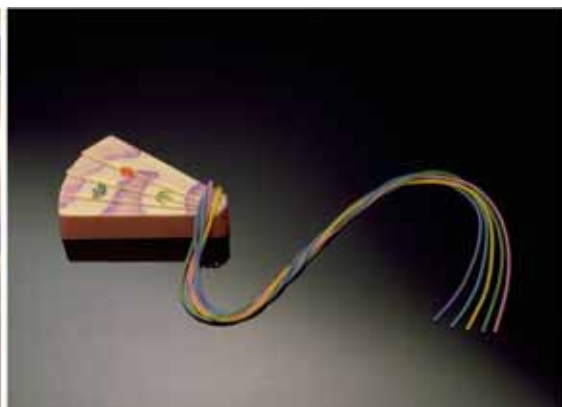
お菓子は文化のエッセンス～地域文化振興とまちづくり

● 開港都市：神戸と洋菓子

洋菓子は 1868 年に開港都市となった「ハイカラ神戸」の象徴であり、代表的な産業の一つである。神戸風月堂の「お菓子は文化のエッセンス」という信条には、文化は心のゆとりが育み、それはお菓子作りにも通ずるとの思いが込められていて、111 年におよぶ同社の歴史は文化振興を通じた社会貢献の歴史そのものでもある。

洋菓子「ゴーフル」は同社の日本の煎餅技術とフランス菓子の長所を組合せた和魂洋才の銘菓で、昭和 2 年の発売以来全国で人気を博している。同社は和菓子と洋菓子を製造販売しているところに特徴がある。代表取締役会長の下村俊子氏は第 25 回全国菓子大博覧会・兵庫（姫路菓子博 2008）の博覧会会長を務め、今年 5 月、予想を大幅に上回る 92 万人の入場を得て博覧会を成功裡に終えた。

● 神戸元町の地元で展開する文化振興



同社は「お菓子はコミュニケーションのツール」であると、お菓子を通じて地域文化・芸術文化振興に貢献している。1977 年には街の中に「場」を提供するため自社（本店）ビルを建替えた際に、地下に「神戸風月堂ホール」を併設し、ホールにて講演会や朗読会、音楽会などの主催事業や持込

の企画への協力を行っている。

主催事業では本業のお菓子作りが力を発揮する。休憩時間に舞台の内容にちなんだ創作菓子とお茶が出され、ホールは人々の交流サロンとなる。同社の創作和菓子「源氏の由可里」は1960年代から20年間開催された村山リウ氏による連続講演会「村山源氏を聞く会」でお茶の時間に供された、源氏物語を心ゆかしく表現した200種に及ぶ創作菓子である。1985年には「源氏の由可里」を映像化した作品を国際産業映画・ビデオ祭国内大会へ出品し、文部大臣賞や経団連賞はじめ数々の賞を受賞した。

朗読会は元町誕生130年を記念して始まりこれまで23回開催され、同社ホールで開催される協力事業の「恋雅亭」は30年におよぶロングランの人気寄席で、今では元町の名物となりチケットはすぐに完売となる。

● “神戸をびっくりさせた人”に贈られる「ロドニー賞」

同社では1988年に「ロドニー賞」を創設し、毎年1名(組)を表彰している。市民を対象とした賞を制度化している地元企業は全国的にも少ない。賞の名前は1868年神戸の開港の際に祝砲を放ち神戸っ子を“びっくり”させたイギリス艦隊旗艦の「ロドニー号」にちなんで命名され、神戸の発展・活性化を企業の立場から応援する同社の思いが込められている。

ロドニー賞は、1985年に創作菓子「源氏の由可里」の映画が国際産業映画祭で受賞した際の賞金を基金とし、選考は受賞者が選考委員に加わっていくユニークな体制で、広く神戸市民から選ばれる。18回の表彰の中で、1996年には震災復興の励みとなったオリックスの優勝選手(当時)の鈴木イチロー氏が受賞している。

● 震災の打撃と文化振興

1995年に都市型の大震災を経験した神戸・兵庫において「文化都市」の創生はまちづくりの柱である。同社は、1989年から観光と地域振興を目的としてポートアイランドでホテルを経営し、神戸のハイカラな歴史資料や芸術関係書籍を「ファッションライブラリー」で一般に開放していた。震災の打撃により1997年にホテル事業から撤退の苦渋の決断を下し、それらの作品を末永く市民に親しんでもらう方法として兵庫県立美術館に19世紀末芸術の美術書など約5000点の寄付を申し出、現在、1階図書室「美術情報センター」の書架に「ファッションライブラリー」として公開されている。ホテルで開催されていたコンサートや「サロン講座」(講演会)は会場を元町本店のホールに移し、講座は開催150回を超え、人々に親しまれている。

富士通テン株式会社が主催する「元町ミュージックステーション」は震災後間もなく、まだ文化事業の開催が困難であった時期に神戸風月堂へ話があり、ホールでの開催協力を行うようになった。また、障害者の方も気軽に参加できるイベント「元町ハートミュージック



第15回ロドニー賞授賞式記念 平成17年11月2日 主催ロドニー賞選考委員会

アム」ではホールを会場の一つとして協力し、社会貢献を目的とする企業や団体へ特別にホールを提供する地域文化振興に向けた協力体制が確立されている。

● 神戸元町のまちづくりと地域振興「元町ミュージックウィーク」

神戸元町は明治時代から続くモダンな商店街で 1980 年代から地域の活性化を目指したまちづくりを行っていたところに震災が起き、打撃を受けた。震災からの復活を目指して、同社はじめ地元連合会が力を注いだ地域づくりの中に 1998 年に始まった「元町ミュージックウィーク」がある。広く市民から出演者を公募し、10 月には商店街や元町地域全体が音楽会場となる。同社の下村会長は実行委員会委員長として、社員はボランティアとして数ヶ月かけて準備を行う。ミュージックウィークでは、神戸風月堂ホールがコンサート会場の一つとなり多くの出演者で賑わう。元町地域は、春のインフィオラータ、夏の夜市、秋のミュージックウィークから 12 月のルミナリエまで様々な震災復興・地域振興のイベントが開催され街に灯が点される。

特定非営利活動法人神戸まちづくり研究所からのコメント

文化は心のゆとりが育てるが、心のゆとりを保つには努力も必要となる。目に見えないモノを支えていく、縁の下の力持ちの存在であることが「企業の信頼」につながることを神戸風月堂の活動を知る中で実感した。同社は 13 年前の震災復興の際には本店のホールを会議利用など広く一般に開放したと聞いている。何かあった時に「神戸風月堂さんに相談してみよう。」と市民に思わせる魅力を持つ企業である。今後も地域に根づき、市民と共に行う社会貢献活動が期待される。

宮地電機株式会社（高知県）

社員が地域のことを想えば自然と CSR に繋がります。そのためには社員の幸福。その環境づくりに取り組んでいます。

【企業紹介】

当社は、女性の持つ感性を事業の大きな力と考えています。同時に「人生楽しく」生きて欲しいと願っています。出産・子育てという人生のかけがえない時期に、仕事と子育てを両立できる職場環境の実現に努力しています。さらに地球温暖化対策が叫ばれる今、最も地球に優しい光源 LED を普及させることで CO2 削減に寄与し、自社開発の「停電でも 2 晩消えない LED 防災ライト」で安心・安全な街づくりに貢献したいと考えています。

地域を想う社員を育む。天然 CSR 企業

● 幸福な人生を送るために一生懸命な人へ

社員一人一人が地域や社会のことを考えていたら、自然と CSR は生まれる。それには社員自身が「幸福」であることが重要と考える。

当社では、女性の感性が事業の大きな力になると考え、女性社員の出産・育児によるキャリアや人材流出の損失を防ぐため、子育てと仕事を両立できる支援制度に力を入れている。

(1) 経済的な支援

育児休業取得による収入減が家庭に与える影響は大きいと考える。安心して出産・子育てをするために、政府管掌の保険給付にプラスした支援を行っている。

- ！ 満 1 歳までの育児休業中の社員に月額 5 万円の育児休職支援手当を支給
- 労働基準法を上回る 2 週間の有給による産前産後休暇を付与

(2) 休暇制度による支援

両立支援は女性中心の制度になりやすい傾向があるが、子育てには配偶者の協力が大切である。子育てに協力できるよう休暇制度を充実させている。

- ！ 児期育児休暇として 12 日の有給休暇を付与
- 対象は満 1 歳未満の子供を育てる社員のうち、育児休業中でない社員
- 最高 30 日の有給休暇の保存積み立て、年間 1 日の誕生日休暇、年間 6 日のフレックス休暇などの有給休暇

(3) 勤務時間の短縮による支援

ゆとりある子育て為には毎日の勤務時間短縮が効果的だと考え、満 3 歳到達時までの時間短縮勤務制度（最長 2 時間）を 2007 年 9 月から小学校 1 年修了時まで期間延長した。

当社の既婚女性（46人）の中で2人目の子供のいる割合は46%となっており、2度目の育児休業も取得しやすい社風をつくりだしている。

また、2007年7月23日には、「高知県次世代育成支援企業」の認証を受けた。



● 地球に優しいあかりを使った CO2 削減、安心・安全な街づくり

洞爺湖サミットでも地球温暖化に対する CO2 削減が最大の焦点であり、さまざまな分野での CO2 削減対策が地球規模で進められている。

あかりの分野では「白熱灯より蛍光灯」を合言葉に、消費電力の少ない蛍光灯に置き換えていく動きがあるが、蛍光灯には環境汚染を起こす可能性のある水銀を含んでいるという問題がある。一方、LED は長寿命・省電力という特徴を持ち、有害な物質を含まない最もクリーンな光源といえる。当社では 2005 年より LED 研究のプロジェクトチームによる開発を進めおり、その成果が 2007 年 3 月に発売した「Multi LEDs（マルチレッズ）」である。

Multi LEDs は消費電力：3.9W、電気代に換算すると一日 8 時間点灯するとして、1 ヶ月で約 21 円、1 年間でも僅か 252 円となっている（1kWh-22 円で計算）。さらに 4 万時間以上の長寿命なので、赤ちゃんが高校一年生になるまで使えることになる。

そうしたクリーン・省エネ・長寿命の LED を地域に広め、地球温暖化対策に寄与することが CSR に繋がると考えている。



また、LED の特徴を活かし停電でも 2 晩以上点灯する LED 防災ライトも開発した。高知県は今後 30 年以内に 50%の確率で南海大地震が発生すると予想されており、阪神・淡路大震災でも経験したとおり、高い確率で大規模停電が発生することが危惧される。停電がもたらす今まで感じたことのない暗闇は、避難や救助活動の妨げとなり、被災者は暗闇からくる心の不安を募らせることが予想される。光もライフラインである。

そこで、当社では新興団地に LED 防災ライトを 58 灯設置し、大規模な実証実験を行った。団地内を暗闇にし、LED 防災ライトだけを点灯した状態で被験者である大学生に団地内を歩行してもらい「歩きやすさ」などを検証した。当日は、防災の専門家や自体の防災担当者に参加いただき、専門家からも高い評価を得ることができた。

● **アーティストの文化活動を支援**

当社が経営する商業ビルには、ウエディングやホールとして多目的に利用できる「ラ・ヴィータホール」がある。

「コンサートを開きたいけどお金が心配」というのがアマチュアアーティストの本音であると考え、当社では地元の 8 社と共同で「オピニオンズ高知」という団体を結成し、ホールの無料貸出など文化活動の支援に取り組んでいる。



● **高知のスポーツ活動を支援**

「南国高知 FC」は、JFL への昇格を目指す地元高知のサッカークラブである。全員がアマチュアのクラブであり、資金面も含め運営・活動は大変な状況にある。当社は、事務局として運営をサポートするとともに、メインスポンサー企業として、サッカーを通じて高知県のスポーツ振興に寄与したいと考えている。



特定非営利活動法人こうち企業支援センターからのコメント

宮地電機株式会社は、環境と社会の抱える課題を本業で解決する LED 防災ライトにビジネスチャンスを見出している点や、自社の持つ施設を活かして文化活動を複数企業で支援する取り組みが独自性のある活動として注目される。

また、社員に対してきめ細かな育児支援を実施することで働きやすい職場環境づくりを実践しており、特に女性の社会進出と有能な社員の流出防止の両面で効果を発揮していると考えます。

県内で開催した審査会では、会社の内外に対する CSR のバランスが高く評価されたほか、これまで自然な流れの中で CSR に取り組んできた「天然 CSR 企業」であり、CSR の考え方がうまく社内に浸透していることが今回の推薦のポイントとなった。

大和信用金庫（奈良県）

大和川をベストワンに。川と暮らしを守るオンリーワンの信用金庫です。

【企業紹介】

当金庫では、平成16年12月にCSR検討委員会を設置し、『Next Generation ~未来へ~ 次世代のために、私たちは歴史と環境を大切にします。』とのメインテーマを掲げ、様々な活動を行っている。全国ワーストワンの大和川の水質改善を願い取り組んでいる「大和川定期預金」については、環境各賞を受賞するなど、各方面から評価を得ている。

本業を通じて地域の環境を守り続ける

● 大和川について

その昔、大和川は古代中国との交易における重要な水路であり、万葉の昔から人々に親しまれ、昭和30年代までは清流に親しみ川遊びをする風景がよく見られた美しい川であったが、現在の大和川は、水質の悪さでワーストクラスを争うという汚れた河川となってしまうている。これは、大和川上流に山間部が少ないという地形的な特徴と、流域の年間降水量が全国平均に比べて少ないことその他、最大の要因は各家庭からの生活排水にある。

戦後の高度経済成長における工場進出、私鉄沿線開発による住宅の急増を経て流域の人口が増加する一方で、流域の下水道の普及率が進んでいないことが大きな要因となってきた。原因の8割を占める生活排水を抑えれば水質は確実に改善することから、水質向上の鍵は流域住民が握っているといっても過言ではない。

当金庫のCSR活動のテーマに掲げているとおり、古都奈良を事業地域とする当金庫はその社会的責任を果たすためにも地域の歴史と環境と次世代の子供たちを大切にしたいとの思いから、全国の一級河川の中でもワーストワンの汚名を着せられている大和川の水質改善を願い、水質汚濁の数値「BOD（生物化学的酸素要求量）」が前年比改善されていれば金利を上乗せするという「大和川定期預金」を企画し、推進している。

同時に「大和川生活排水対策社会実験」にも参加し、各家庭における生活排水の軽減を呼び掛けるとともに、河川の清掃活動等にも汗を流している。

大和川定期預金の推進に際しては、同商品の趣旨を説明した上で、各家庭での生活排水削減を呼び掛け、実際に行動を起こしていただくように依頼した。



● 「大和川定期預金」の反響について

これら大和川の水質改善に向けた当金庫の取組みが評価され、平成19年2月には「第16回地球環境大賞《フジサンケイビジネスアイ賞》」を受賞し、同年3月には第5回「日本環境経営大賞《環境プロジェクト賞》」を、同年6月には「平成18年度関西エコオフィス奨励賞」を、同年12月には第5回「企業フィランソロピー大賞《地域環境賞》」を、そして平成20年3月には今回の第10回「日本水大賞《奨励賞》」をそれぞれ受賞した。

さらに平成20年5月には、信用金庫業界における顕彰である「信用金庫社会貢献賞《特別賞》」の受賞、同じく6月には「平成20年度奈良県環境保全功労賞」も受賞した。

これらの評価については、地域金融機関として金融と環境を結びつけたこと 河川の水質数値と預金の金利をリンクさせたユニークさと分かりやすさ 生活排水抑制の呼び掛けや河川の清掃活動、「大和川基金」の組成等の地域と一体となった活動の実践にあるのではないかと分析しており、地域金融機関ならではの取組ではないかと考えている。

● その他の取組み

各種フォーラムや「環境フェア」での展示ブース設置による紹介、各種セミナーでの活動紹介、「大和川市民ネットワーク」の設立にも関わった他、第2回の大和川定期預金では、お預け頂いた預金総額の0.01%に相当する金額及び金庫役職員からの自由意志による出捐により「大和川基金」を創設した。

この基金については、奈良NPOセンターと連携し、大和川の水環境改善に向けた様々な取組みに対して資金の拠出を行うこととしている。具体的な基金による活動としては、昨年「大和川源流体験ツアー」を実施し、特に子どもたちに大和川の源流を実感してもらい、環境意識を芽生えさせるという意味のあるイベントを実現することができた。今後も、基金の活用により子どもたちとのふれあいイベント、河川浄化への啓発活動等を考えている。

その他、当金庫のCSR活動としては、少子化対策・子育て支援のための子育て応援商品（18歳未満の子どもが3人以上いる世帯の個人を対象に0.3%の金利上乗せを行う定期預積金および1%優遇のローン商品）の発売や、清掃活動・各種セミナーの開催・クールビズ・ウォームビズ運動・ハイブリッドカー等の環境にやさしい低公害車への金利優遇ローンの取扱い・AEDの全店設置・認知症サポーター養成講座の受講・介護ケアセミナーへの協賛・「こども110番」活動・小学生への金融教育・献血運動・マラソン大会への協賛等、様々な取組みを行っている。



- **ホテルの舞う川づくりを目指して**

川は人を映し出す鏡のような存在であり、川を活かすのは住民の意識次第である。地域住民が意識を変え、何とか大和川の水質良化のために一人でも多くの方が行動を起こせば、近い将来、奇跡が起こるかもしれないと信じている。実際に、ここ数年来では清流にしか生息しないと言われているアユの遡上も確認されたり、孵化間近のアユの卵や仔アユの流下も確認されている。大和川のさらなる水質改善を願い、当金庫は、今後も引き続き様々な取組みを進めていく所存である。

特定非営利活動法人奈良 NPO センターからのコメント

CSR 活動は、社会の動きや生活者がもつ問題意識に敏感かどうか重要なポイントだと考えます。

大和信用金庫は、古来より人々の命を育ててきた「大和川」が今、危機的状況にあり、それを壊すのも、蘇らせるのも、住民の心と行動にあるという強い信念に基づき、地域の金融機関としての特性を発揮した様々な取組みを進めています。地元の人々を巻き込み、全職員が自発的に行う息の長いCSR活動としてここに推薦します。

有限会社ワッツビジョン（愛知県）

全ての子どもが夢をもって学び合い、支えあい、笑顔があふれる社会を目指して、地域と共に生きる企業です。

【企業紹介】

国産唯一の手づくりタイルメーカーながら、目指すは子どもの笑顔あふれるまちづくり。創業から14年、子育てをしながらでも働くことのできるやさしい作業環境づくりに取り組んできました。自由な日程、時間で働くことができる完全フレックス制、作業効率を社員に託す出来高報酬制、子どもを会社に連れてきてよい子ども同伴出勤制度など、ワーク・ライフ・バランスを考えたこれからの企業のあり方を実践しつつ地域に提案しています。

ものづくりは人づくり、人づくりはまちづくり

● うちの仕事は『埃まるけ』

「うちの仕事は『埃まるけ』なんですよ。」社長の横井さんが自社の話をする時、いつも最初にこう言う。しかしそういう横井さんの顔はいつも笑顔。埃が舞う仕事は普通だったら敬遠されそうなものだが、従業員集めに困っているようには全く見えない。働いている人も不満なんて感じてなさそう。『埃まるけ』の仕事場でみんなが生き生きと誇りを持って働ける秘訣は何なのだろうか。

● 従業員との3つの約束

ワッツビジョンは、従業員に対して3つの約束をしている。

「働く時間は自由です。」つまり、完全フレックス制なのだ。例えば家庭のある女性だと、家事や子育てとの両立も容易になる。長期休暇を取ることも難しいことではない。

「報酬は出来高制です。」最低限の賃金は保障されるが、基本は自分が製造した分が給与となる、ということだ。この と により、従業員は自分に合った働き方を選択することができる。時間があってのんびり働きたい、家事や地域活動もしたいのでテキパキ仕事をしたい、今月だけ少し多めに報酬が欲しいから頑張っただけ働きたいなど、一人一人が自分の作業効率を考えて働くことができるようにしている。

「子ども同伴出勤OK。」子どもを会社に連れてきてもらっても全然構わないのだ。むしろ、親の働いている姿を子どもに見せることは大事なことで、子ども同伴出勤を奨励しているくらいだ。とはいえ、社内に託児所があるわけでもなく、専門の職員がいるわけでもない。工場の片隅にある社長室（という名の普通の事務室）で子どもを勝手に遊ばせておくだけ。何かあっても親が近くにいるので特に問題もなく過ごすことができる。

その他にも、横井さんはよく従業員の話に耳を傾ける。対話を通じてよい意見などはどんどん取

り入れることで、従業員も納得して働けるし、ひとりひとりの自主性も高まる。そうすることでコストダウンにもつながるので、かえって会社にもメリットが大きいのだという。「会社で働く人にとっては会社の業績をあげるために働いているのではなく、“幸せになる”ために働いているのですよ。それが結果的に会社の業績につながっている。会社がそのための環境を用意するのは当然のことです。」



ワッツビジョンの工房で手作りタイルを作る従業員さんたち



横井さんのいる社長室兼事務室が託児ルームとなる

● 社会のあらゆる課題の源流が“教育”にある

一日中会社にいることがほとんどない横井さんは、よく地域に出かけていく。社長としてというより、地域社会の一員として、これまでも様々な取り組みをしてきた。そうした活動の中で思い至ったのが「最終的に『教育』がまちづくりの源流」ということ。教育は地域全体で行うものと、週一回のペースで近隣の学校に行ってキャリア教育を実践するなど、毎日のように主に教育を中心とした市民活動をしている。それだけでも熱心さが伝わってくるが、さらに驚くのがそのプログラムの多彩さ。やきもの体験はもちろんのこと、マナー講座もすれば企業経営の体験プログラムをすることも。しかも横井さんの教育プログラムの特長は、ただ単に働く楽しさを教えるだけではない。働く厳しさも教えた上で仕事をやり遂げる達成感を味あわせ、厳しさの中にある自分の役割、自分のやりがいを感じてもらおうとしているのだ。

「地域の教育力の低下は、将来間違いなく地域全体の企業力の衰えにつながります。」たった従業員8人の企業だが、それでも地域のことを考えるのは、横井さんにとって至極当然のこと。横井さんにとって地域貢献ができない理由などないのだ。



“ものづくり・人づくり・まちづくり”窯業の町瀬戸地域に根ざすワッツビジョン

● ワーク・ライフ・バランスが伝統産業を救う？！

日本の伝統産業である窯業。しかし、「せともの」で有名な瀬戸地域に限らずどの地域でも衰退の一途を辿っている産業でもある。「伝統」を維持したいという意志がいくらあっても、変わり行く社会情勢についていくことができず、産業復興施策は空振りばかり。これは窯業に限らず多くの伝統産業がそうではないだろうか。

しかし横井さんは言う。「誠実に地域や家庭とつながる職場環境を考えれば、必ず、企業と共に伝統産業は発展していきます。」仕事が自分の住む地域の伝統産業を守ることに繋がっているのなら、こんな素敵なことはない。

特定非営利活動法人地域の未来・志援センターからのコメント

ワッツビジョンは国内唯一の手づくりタイルメーカーなので、それこそ日本中から注文が殺到している。「仕事がたくさんあるのですから8人だと少ないのでは？規模を大きくはしないのですか？」と問いかけると、「今の規模が適切なんですよ。」と穏やかに答える横井さん。会社は大きくするためにあるのではなく人が幸せに働くためにある、という信念がここでも窺えた。「足るを知る」経営。わざわざCSRと呼ぶ必要がないほどの、力強い経営の原点がここにある、そう感じた。