

平成 25 年度第 2 回企業向け人権啓発講座（中小企業庁委託事業）

日時：平成 25 年 7 月 2 日（火）

場所：京都私学会館 大会議室

テーマ：「これがわが社の C S R」

事例発表企業：中村 誠一（株式会社カミッグ 執行役員）

谷口 容造（株式会社たにぐち 代表取締役）

中西 秀彦（中西印刷株式会社 専務取締役）

○明致 皆さんこんにちは。今日は企業から C S R について事例発表をしていただいた後、皆さんに本講座のテーマ「これがわが社の C S R」についてディスカッションしていただきたいと思います。まず、私から簡単に C S R とは何かについてお話しします。C S R については既に御存じの方が多いと思いますので、復習のつもりでお聴きください。

C S R は、英語のコーポレート・ソーシャル・レスポンシビリティの 3 文字略語の経済用語です。日本では、コーポレート＝「企業の」、ソーシャル＝「社会的」、レスポンシビリティ＝「責任」と「企業の社会的責任」と直訳して使用しています。2003 年頃から日本経団連や経済同友会が C S R の啓発を進めており、現在 C S R 報告書を発行している企業は約 1,000 社を超えていますが、大企業が中心です。経済団体等が開催する C S R の事例発表会では、大体、大企業が発表しています。ですから、C S R は、「大企業が取り組むもの」ということもよく聞かれます。

また、「責任」という言葉に抵抗感があるという経営者の方もいらっしゃいます。100 年、200 年と続いている京都の老舗企業は、C S R という言葉が登場する前から、創業からの「家訓」を守って、長きに渡り社会からの信頼を築いておられます。

レスポンシビリティという言葉の辞書で引いてみますと、実は責任のほかに「信頼」とも訳されます。そうしますと、コーポレート・ソーシャル・レスポンシビリティを「企業の社会的信頼」と置き換えられると思います。私ども京都 C S R 推進協議会では、C S R＝「企業が社会に信頼を築く経営」と捉えて、C S R とは何かということを企業の皆様に御説明しています。

では社会とは何を指すのかと言いますと、従業員、お客様、関係企業、そして地域社会、株主や出資元などです。ですから、C S R とは、これら関係先との間に信頼を築く経営ということを御説明しています。

今日は京都で C S R に取り組んでおられる 3 社に事例発表をお願いしています。順番は、株式会社カミッグさん、株式会社たにぐちさん、中西印刷株式会社さんの順で御発表いただきたいと思います。

皆さんよろしくお願いします。

<第1部>事例発表

【中村 誠一（株式会社マツシマホールディングス（株式会社カミッグ） 執行役員）】

○中村 皆さん、こんにちは。御紹介いただきました株式会社カミッグの中村と申します。本日のタイトルに書いてありますように、我が社の主なCSRの事例の発表をさせていただきます。よろしくお願いいたします。

初めにカミッグという会社の概要をお話しします。我が社は、元々カーディーラーの京都マツダが始まりで、現在輸入車の販売を中心に展開しており、2014年で創業60周年を迎えます。ただ単に車を売るということではなくて、車をお買い上げいただきましたお客様のカーライフをサポートする会社として、販売のほかに整備・保険も重点的に取り組んでいます。

企業理念は「お客様の信頼と、企業・社員の繁栄を育むヒューマンソサエティ」です。これ自体がCSRを意味していると思っています。簡潔に御説明しますと、お客様、企業と社員、それから我が社では機械、これらが一体となって繁栄していくことが大切であるという風に思いますし、家族主義とも言われている企業理念です。

場所は右京区です。国道1号線と西大路通の交差点の所に本社がございます。社員は450名ぐらいで、京都府を中心に奈良の方も営業展開しています。

それでは、具体的に我が社がどんな取組をしているかということを御紹介させていただきます。我が社は車を販売し、お客様により良いカーライフを御提供するために日々活動していますが、一方で車から出る排ガスによって、環境に負担を掛けていることも事実です。そこで、社内で何かCO₂削減など環境保全に関することで何かできることはないだろうかと話し合いました。

その議論の中で、山の森林を育成していく取組に貢献できる活動は何かないかということで、既にそういった取組をされている京都モデルフォレスト協会に行き、同協会に加盟しました。そして、2008年から現在、長岡京市の西山の一部区間を御提供いただき、そこを「カミッグの森」と名付けて、月に1回全部署から希望者を募って活動しています。1回につき参加は約20名ぐらいです。具体的には、木が健全に育っていくためには適度に木を伐採しないといけませんので、それを皆でやっています。これが結構重労働で、1時間もやると足腰が痛くなって耐えられなくなることもあります。終わった後に皆で食事をするのが楽しいです。社員全員参加のCSRを目指して今取り組んでおり、2008年から始めた本活動の延べ回数は50回ぐらいになりますので、延べ参加者数でいうと約1000名の社員が参加しているという計算になります。

ほかには、京都府がCO₂削減に向けたエコカーマイスター、エコカードライブマイスターというよ

うな資格制度を設けておりまして、そこに社員を選抜して講習を受けてもらって資格を取るようになっています。今、約 150 人の社員が資格を取っています。社員個人もエコに強い社員になってほしいということで、企業として育成していくということもしています。

ほかには地域清掃活動や献血活動もやっています。また、地域の小学生を対象に、チャレンジ体験と題して我が社の工場に来ていただいて、仕事の内容を体験していただくというようなことをしています。

それから「無事故・無違反運動」も 8 年目になります。全社員が参加して、SD（セーフティドライブ）カードの取得に向けて年間通して無事故・無違反の会社になろうと取り組んでいます。また、交通事故防止コンクールに「セーフティラリー京都」という 5 名 1 組のチームを組み、チーム単位で 7 月～9 月のコンクール期間中、無事故・無違反を目指すものがあり、これにも我が社として全社員が参加しています。お客様の車を預かったりしますので、絶対に事故をしてはいけません。また違反もしてはいけません。その意識を高めるためにも、このセーフティラリー京都に参戦しています。

清掃活動については、会社の周りだけではなく、会社の本社から西院駅までの大体 3 キロぐらいの道のりを一周して行います。また、エコキャップ活動は各店舗でも行っています。

こういった取組を続けていましたところ、地域の方から御推薦いただきまして京都市民憲章推進者表彰を受けました。

ほかには、「青色防犯パトロール」を行っています。「子ども 110 番のいえ」という看板が掛かっている建物を見たことがある方もいらっしゃると思いますが、我が社の営業所でもやっています。それに加えて車のディーラーとして何かできることはないかと考えていたところ、ある社員の発想から「子ども 110 番のくるま」というものをやってみようということで、右京警察署に相談して安全課の指導を得ながら、毎週火曜日に子どもパトロールを実施しています。現在、京都府警本部からの働き掛けもあり、青色灯をつけてパトロールをしたらどうかという御提案もありましたので、「青色防犯パトロール」と名付けて取り組んでいます。パトロール隊として 2 台の車を登録しています。我が社の校区にある学校（4 校）の周りをパトロールしています。

以上が我々の主な CSR 活動です。CSR に取り組み続けることで、社員一人一人の社会に貢献していこうという意識が高まり、やりがいや生きがいにもなっています。本来業務に対しても、皆が一緒になってやっていこうという意識が高まり、相乗効果が出ていると実感しているところです。

現在、京都 CSR 推進協議会に参加して、色々と御指導をいただきながら取り組んでいます。

以上が、我が社の CSR 活動の一端ではございますが、御紹介させていただきました。御清聴ありがとうございます。

○明致 どうもありがとうございました。続きまして、株式会社たにぐちさんよろしくお願いします。

【谷口 容造（株式会社たにぐち 代表取締役）】

○谷口 皆さん、こんにちは。株式会社たにぐちの谷口と申します。

我が社は、2013 年で操業 105 年になります。5 年前に 100 周年を迎えまして、それで社員ともどもお祝いをしました。この 100 年、私で 3 代目になりますが、歩んできた道のりを考えますと、それぞれの世代で大変な時期があったと思います。実は私の代も今から 30 数年前に社員がたった 1 人になった時期がありました。そこから何とか、現在約 50 名の社員がいます。そのときに私は 37 歳でしたが、本当にどん底を経験しました。自分はどういう経営がしたいのか、何のために経営するのかということを自問しまして、そのときに出了た答えは、社員と一緒に会社を育てていきたい、社員の幸せ、皆が幸せになれるような会社を目指そうということを、決意しました。それが今の私の原点です。それから社員と一緒にそのことを考えていくということを、絶えずことあるごとに全社的に取り組むようにしています。

社員の成長なくして会社の成長ありませんので、社員一人一人が自立的に自分で考えて、そして自分で発言し、自分で行動をして、反省をする、そして自分でそれを次のステップにつなげていく、そういう PDCA を一人一人ができるような、そういう自律的な仕組みを作り、色々な課題に直面したときに皆で解決しながら、今まで歩んできました。

それで 5 年前に丁度、京都府が行っている「知恵の経営」認証制度において、我が社の人材育成に関する取組が評価を受け認証されました。

ですから、我が社の一番の強みであり誇れるものは、会社の風土です。この風土というものは 1 日で作れるものではありません。代表に就任して 30 数年間、絶えず皆でハッピーな会社を作ろうという理念の下に歩んできた結果だと思います。

各部門で色々と課題があるときは、社員一人一人が課題の解決に携わり、そして全社的に全体最適となることを意識しながら全社員が取り組んでいます。よく社員ともコミュニケーションを取り、会社の理念や方針がきっちりと理解されているかどうかというのを、社員と一緒に確認することが必要ではないかと思っています。会社の中で、自分がどれだけ成長したかを自覚するために今の立ち位置を認識し、なおかつ目指す位置を明確に示して、その方向に向けて上司が支援するという形で「歩み確認シート」というものを作成しており、それが給与の昇給や昇格等の一つのベースになっています。

組織については、一般的に社員の 2 割ぐらいは会社の方針等に付いて行けないという一つの見方がありますが、我が社においては速度の遅い社員をいかに引き上げていくかということを考え、励んでいますので、会社全体で活力があると感じています。

今日の資料として社員からの手紙を持ってきました。出産でどうしても退職せざるを得なくなった社員に、そのときの会社に対する思いを書いてもらいました。実は、書いてもらった手紙は、先ほど話し

ました「知恵の経営」認証時の報告書の最後に付けました。審査に当たって、何よりも社員の声が一番正直に届くと思い、手紙を最後に付けたところ、それも含めて大変に高い評価を頂きました。また、その社員も1年後にパートで復帰してくれまして、品質管理の仕事をしていただいています。今は、二人目の子どもの出産のため休職中ですが、この9月にはまた復帰される予定です。

我が社では、パート等の就業形態にかかわらず、仕事と家庭が両立しやすいような環境作りに努めており、パートで10年以上働いておられる社員がたくさんいます。

社員、パート、一人一人が色々な事情で休みを取らなければいけないときは、皆が協力してフォローする、カバーするという体制を作っています。例えば子どもが急に熱を出したので看病しないといけないとか、子どもの学校行事へ参加しないといけない等の場合には、お互いがカバーし合います。また、長期間休職してから復帰できる環境整備にも努めており、パート社員は、休みを取りながらも働き続けることができるようにしています。社員が本当に気兼ねなしに休みが取れる環境が、居心地が良く、社員同士がお互いにカバーし合うという風土を作っているのだと思います。ですから、全てにおいて我が社の強みは風土です。今まで培ってきた、皆で幸せになろうという理念、お互いに切磋琢磨して一步一步着実に成長していこうという意欲、そういうものが我が社の資本だという風に思っています。

人を大切にしながら、それぞれの社員が持つ力を引き出すこと、社員がチャレンジすることに皆で支援をするということを、我が社の企業理念に入れていまして、人に喜ばれる努力を惜しまないということとを大切に、顧客、同僚・先輩後輩・部下・上司、仕入れ先、また得意先などの全てのステークホルダーに対して、心底喜んでいただきたいという気持ちで接するということが人間的に成長するということと考えると、会社全体で取り組んでいるところです。

以上で発表を終わります。御清聴ありがとうございました。

○明致 ありがとうございました。株式会社たにぐちさんは、先ほど重要な関係先と申し上げた中の、社員に重点を置いて取組をされている事例です。

では続きまして、中西印刷株式会社の中西専務からお話をいただきます。よろしくお願いします。

【中西 秀彦（中西印刷株式会社 専務取締役）】

○中西 皆さん、こんにちは。御紹介いただきました中西です。今日は、我が社がCSR活動の一環で行っている「ワーク・ライフ・バランス」の取組についてお話しします。

我が社は慶応元年創業の非常に古い会社で、木版印刷から始めまして、活版、平版、現在はオンデマンド印刷ともいいますが、デジタル印刷を主力にしています。

1985年に私が我が社に就職した当時は、コンピューターがないような状況でした。私は東京でコン

ピューター関係の仕事をしていましたので、コンピューターによる組み版を導入しました。

しかし、間もなくインターネットの時代に入りまして、それに伴い印刷の仕事というのは激減し、印刷をやめていく会社も多いのが現状です。インターネットが発信の主流になる時代に、我が社ではオンラインジャーナルという、簡単に言いますとインターネット上で提供されている雑誌の分野に早くから進出しました。2001年にオックスフォード大学出版会と提携する等この分野に積極的に取り組み、2012年に世界初の日本語オンラインジャーナルを作成しました。

次に、人材の確保についてです。昔は仕事においては男性と女性で差がありましたが、現在、女性の社会進出もどんどん進んでおり、国等も男女共同参画社会を推し進めています。我が社では、早い段階から女性社員が活躍できる職場づくりに取り組んできました。

初めに取り組んだのは、休みの取りやすさです。出産、育児等で休まなければいけないことが出てきますので、休みを取りやすくしようということで、業界に先掛けて完全週休2日制を早い段階で導入しました。有給休暇を励行し、取ることに抵抗がない社風にしようと思いました。

それから女性の働きがいです。重要な仕事をどんどん任せました。現在、中西印刷の管理職の半分以上は女性です。2012年の1月には初めて女性取締役が誕生しました。

そうすると、今度は男性にも波及してくるわけです。育児短時間勤務制度を利用する男性も出てきました。ちなみに、短時間勤務制度は現行法では3歳までの子どもがいると利用できますが、我が社ではそれを小学校3年まで延長することができます。

また、育児短時間勤務制度を利用中の女性社員が、今管理職に就いています。非常に忙しい中、制度利用時の1日の労働時間は6時間でしたが、その中で集中して、全ての仕事を終えていました。労働生産性がものすごく向上したと思います。

我が社の社員数は70名ぐらいですが、育児休業を取っている社員は既に10名おります。育児短時間勤務制度の利用者が4名いまして、3歳以後まで時短勤務を延長した社員も2名います。

育児休業制度の男性の利用も推進しています。現在で延べ3名の男性社員が取得しましたが、もっともっと増やしていきたいと思います。

ただ、育児休業等を取得できる環境を作るには、業務のマニュアル化も必要だと思います。つまり誰でもできるような体制にしておかないといけません。規模の小さい中小企業は、1つの業務を1人が担当している例が多いと思います。仕事に対しての属人性が強いということです。そうすると、自分が休んだらこの仕事を誰がやるのかということで育児休業等も安心して取得できません。ですから、できるだけ属人性を排除し、マニュアル化しようということで取り組んできました。

ほかには、長時間労働を縮減する取組を実施しました。所定外労働時間は、月40時間以内、年間で360時間以内にしようということにしました。もちろん、実際には完全に守れるということにはなりま

せんが、そのように言うことで社員の意識も変わり、長時間労働の縮減には効果があります。社員のワーク・ライフ・バランスも改善してきていると思いますので、今後も色々と取り組んでいきたいと思います。

色々な取組の結果として、京都市男女参画登録事業者表彰の第1号として日本電産と我が社が選ばれました。日本電産という著名な企業と一緒に表彰していただき、非常に有り難かったです。また、京都府から「京の子育て応援企業」として認証もいただいています。

会社としては、社員がやりがいを持って働きやすい環境を作ろう、休暇を取りやすい環境を作ろうということで取り組んでいましたが、表彰等を通じて色々と社会に宣伝していただけるという効果もあります。

しかし、常に素晴らしい結果が出るとは限りません。どうしても子育てを理由に退職していく社員がいるのは事実です。また、困るのは、実際に遭った例で言いますと、子どもが病気になったときに、我が社の女性社員の夫の会社では育児で休むことへの理解が進んでいないと、どうしても我が社の女性社員が休まざるを得ません。ですから、自分たちの会社に取り組んでいけばよいということではなくて、社会の一員として、社会全体が積極的に取り組んでいかないといけないと思います。

ただ、会社によって、事情がまちまちで、色々と取り組むには負担が掛かるのも事実です。育児休業の間の人員確保は大変です。その間を派遣社員やアルバイトを雇うということで全て解決できるような問題ではありません。

我が社でも、経理担当の社員が妊娠されて、いずれは育児休暇に入ると分かっていたので、事前に予定はしていたのですが、残念なことに切迫流産となって、急に休まざるを得なくなったことがありました。我が社の経理事務は、先ほど言いました属人性が強くて他の社員では処理の仕方も分からなくて、経理事務が止まるということも経験しました。

そういった苦い経験も踏まえ、更に改善に取り組んでいきたいと思います。

日本の産業も高速・大量・安価から安心・公正・品質への転換を進めていく時代が来ていると思います。これからは安心・公正・品質と、環境への社会的責任を進めていき、持続可能な開発を進めていきたいと思います。御清聴ありがとうございました。

○明致 ありがとうございました。以上が第1部の事例発表でございました。続いて2部のワークショップに入っていきたいと思います。

(第1部 終了)

<第2部>グループディスカッション

○明致 では、今度は皆さん方でワークショップを行っていただきます。第1部の事例発表では、それぞれに社員に焦点を当てた取組であったり、顧客や地域社会に対する取組であったり、様々な取組を御紹介いただきました。お聴きになって、「それがCSRなのか」と思われた方や「それなら我が社でもやってるなあ」と考えられた方もいらっしゃると思いますが、それが正にCSRなのです。そういう取組が社会に信頼を築いていくことにつながっていくのです。ですので、皆さんの会社で取り組んでおられることを、この第2部でどんどん出し合っていただきたいと思います。

皆さんの机に黄色いポストイットがあると思います。まずは、個別で、社員、顧客、地域社会などの関係先に対して、自分たちの会社に取り組んでいることを何点でも結構です。個人作業で書き出してみてください。5分ほど時間を取りたいと思います。ではどうぞ。

(作業中)

○明致 5分たちました。これからテーブルごとにワークショップをしていただきます。

はじめに自社紹介をお願いします。それから、ポストイットに書いていただきました自社の社会からの信頼を築く取組を、また時間の都合上書くことができなかった取組も発表してください。

その後、発表された取組について、「この取組はCSRになるのだろうか」とか「そういった取組なら我が社でもやっているよ」ということを、お話ししていただきたいと思います。

また、時間は15時45分までとさせていただきます。それぞれ進行役と発表者を決めて進めてください。よろしくお願いします。

(ワークショップ中)

○明致 それでは時間となりましたので、これから各グループで出された我が社のCSRの取組事例と、議論となった取組内容について発表をお願いしたいと思います。

それでは、順番に発表をお願いします。

○1グループ 我々のグループでは、特に社員に対してのCSRと環境に対するCSR、それと地域に対するCSRの三つで、それぞれのCSRの内容を抽出しました。

社員に対するCSRについては、社員が休暇を取得しやすい環境を作ること、それと自分の意見を言しやすい関係を作ることが社員に対するCSRの重要な取組ではないか思います。あと、具体的

には、子育てしながら働き続けられるような環境作りとして、社員の育児休暇や時間単位の有給休暇制度の充実が求められているのではないかという話が出ました。ほかには障害者雇用を積極的に行うこと、あとコンプライアンスを守ることもCSRの取組になるのではないかという話になりました。

環境に対するCSRについては、ペットボトルのキャップを集めて、これがワクチンに変わるという取組を聞きました。ほかには天ぷら油の回収と再利用の取組。ものづくりに関しては、例えば製品に使う原料、省エネ化、最終的な廃棄のことも含めて、できる限り環境に負荷を与えないものづくりを行うという取組が環境に対するCSRになると思います。電気系統を太陽光発電にすること、EV、EHVなどの電気自動車等の導入もこれに当たると思います。

地域に対するCSRについては、地域の小学校での会社見学の受入れ、製造業の会社では試作室の開放をしているという話がありました。子ども110番、災害支援、家財等の提供、京都の素材を使った商品開発、地域イベントの積極的な参加など色々な取組事例が出ました。

○明致 ありがとうございます。色々活発な取組事例が出たように思います。それでは次のグループ、よろしくお願いします。

○2グループ まず、CSRの一環で障害者雇用に積極的に取り組んでいるという話が出ました。

ほかに海外インターンシップの事業をやって、海外から来たインターン生との交流の機会を設けている会社もありました。それから被災地支援を行っている会社もありました。

ほかには、リサイクルショップで買い取った衣類を、NPO法人を通して海外の必要としている地域へ送るという取組をしている会社もありました。

○3グループ 我々のグループではCSRとは何なのかという所を議論しました。まず、CSRは単に企業のイメージアップ戦略になってはいけないということで、何を目的にするかということ話し合いました。今の日本が抱えている社会的な問題として、例えば、少子高齢化、環境問題、いじめ問題等の社会で起こっている問題に対して企業が積極的に取り組んで、解決に向けて貢献していく取組がCSRではないかなということで、それぞれの取組事例を出し合いました。

まず、育児休業、育児短時間勤務制度を法定以上に定めている会社や、年2回の献血活動を会社で取り組んでいるという話がありました。

環境に対しては、豊平川のカムバック・サーモンキャンペーンに取り組んでいる会社がありました。ほかには、缶を拾って川をきれいにしようというクリーン缶キャンペーンや、太陽光発電、ISO14001の環境ISOにも取り組んでいるという事例が出されました。あと、絶滅危惧種のフジバカマを育成し

て、自然を守る大切さを京都府民に訴えていこうという取組をしているという話もありました。

教育問題では、会社が作られた有名なキャラクターによるいじめ撲滅キャンペーンを行っているという話やインターンシップの大学生を積極的に受け入れているという話がありました。また、京都府警と連携して、交通安全の取組を行っているという話もありました。

以上、会社の特徴をいかしながら取り組まれている事例等様々な取組がC S Rに当たるのだと思ったところです。

○4 グループ 我々のグループでは、皆から出された事例を地域・社会・顧客に分けました。

まず、地域での特に話題となったのは防災協定です。災害時に無償電話・レンタカー等を提供するという協定を結んでいるという話でした。それに関連して、災害時でも商品の提供ができるように、動員継続力の強化の訓練等を行っているという話がありました。

ほかには、町内の祭典などに会社の敷地を貸し出したり、積極的に行事に参加しているという話があり、また、朝に登校中の子どもたちに対して、交差点付近で交通整理を行っている取組を「朝の子ども交通見守り隊」と名付けて行っているという話が出されました。

後は「未来のゆめ・まちプロジェクト」というものを立ち上げて、関わる地域において「未来にわたり住みたいまち」をつくることを目指し、グループ各社が力を合わせ、企業の社会的責任を果たしていくことを取組の方針として、環境づくり、人づくりを中心に取り組んでいるという話がありました。

あと社員に向けては、育児・介護休業制度の充実と、これを積極利用するように社内で意識を高めるよう啓発しているという話がありました。夏休み等の連続休暇取得を推進し、皆で協力して連続休暇を取るようにしているという話がありました。会社独自で社員の記念日に休暇取得できるように、アニバーサリー休暇というものを作っている会社もありました。

ほかには、自己啓発の支援として社外の学習に参加する場合には補助金の支給も行っている会社もありました。

○5 グループ 我々のグループでは、大きく分けると社員、顧客、地域に対して行っている事例が出ました。社員については、5年ごとに社員旅行で海外旅行を企画しており、モチベーションが上がるとともに、社員間のコミュニケーションも良くなっているのではないかという話がありました。

あと、御存じの方も多いかと思いますが、K P C（公益財団法人京都中小企業振興センター）という京都府下の中小企業で働いている労働者及び事業主の方々の福利厚生を推進と充実を図る目的で設立された法人が京都にあり、そこに加入することによって、例えば、結婚の何周年記念の節目、入社10年、20年の節目に祝い金が支給されており、そういった外部の機関を利用する方法もあるという話が

ありました。

顧客との関係では、自社内だけでなく取引先との交流も積極的に行い、共に顧客に対してより良いサービスを届けようという話がありました。

地域との関係は地域の清掃活動、青色防犯パトロールなどのたくさんの事例が出されました。本を取り扱う会社では、「子どもの本ブックフェア」という催しを行い、5万冊の本を準備して、子どもたちに本に触れてもらう機会を提供しているという話がありました。そういう本業を通じた取組事例も出されました。

○5 グループ 我々のグループでは、主に社員、地域に関する取組事例が出されました。

工場がある会社では、地域にお住まいの方々との関係が非常に大事ということで、安全対策をしっかりと行ったり、周辺清掃を行っているという話がありました。

また、会社内の敷地を使って、盆踊り大会を開催して地域の方々との交流を深めているという話があり、さらに同じような取組を海外の事業所でもやっているという話で、非常に参考になりました。

社内では、ハラスメント対策を徹底しようということで、社内教育をしているという話がありました。

また、ワーク・ライフ・バランスの取組として、水曜日を残業ゼロの日に設定し、社員に対して早期退社を徹底しているという話もありました。

後は、東日本大震災被災地への協力ということで、福島産の酒を仕入れて、それを社員に販売するという取組の話もありました。

○明致 ありがとうございます。各グループで活発な意見交換をしていただき、様々な取組事例が出てきたと思います。是非、出された事例を参考にして自社で取り組んでいただきたいと思います。

さて、冒頭、重要な関係先として、顧客・社員・地域社会を掲げましたが、CSRの取組を考えるに当たっては、一言で言いますと、顧客に対しては、顧客の価値を創造する価値創造を支援することが大切だと思います。社員に対しては働きがいの提供が大事だと思います。そして地域社会に対しては、地域によって異なる様々な課題があると思いますので、その地域の課題の解決に積極的に関わっていく。先ほどの発表の中でも、地域に関する取組事例がたくさん出されましたが、地域の一番の身近な企業は中小企業です。大企業も事業所や営業所を各地にお持ちですが、地域に目を向けるということでは距離があるような気がします。そういう点では中小企業は、より地域に近い立場だという風に思います。

それでは、顧客の価値創造についての話をします。これは簡単に言いますと、皆さんの会社が行っている事業をサプライチェーンの視点で考えるのではなく、バリューチェーンの視点で考えていただけたらと思います。提供する価値というのは単なる製品サービスではありません。マーケティング、ロ

ジスティック、アフターサービス、それから問題解決、提案力も価値・バリューです。そういうものをお客様に提供していくということです。

それから価値の基準は、自分ではなかなか分かりません。評価はお客様がします。したがって、そこにはお客様の反応というものを確かめる必要があります。つまり、お客様との対話によって価値を確かめるということです。

社員については、働きがいと言いましたが、もっと突き詰めれば生きがいにもつながります。社員の働きがい・生きがいをいかに提供するかが大切です。

まず、底辺には安心・安全・安定を提供することが働きがいにつながります。自分の人生設計を組み立てるとき、会社が明確な方針を持って、安定して持続的に経営されないと自身の人生設計を描くことができません。それから仕事を通じて社会に貢献する機会を提供することです。先ほど本業を通じた取組事例が出されていましたが、正に本業そのものが社会に貢献しているという会社はたくさんあります。そして社員がそれに従事していると働きがい・生きがいを感じることができます。

地域に関しては、地域によって異なりますが様々な課題があります。事例発表やワークショップのグループ発表でも言われましたとおり、環境問題、少子高齢化、障害者雇用等の課題があります。人権に関わる社会課題の解決の問題もありますし、災害の問題、被災地支援の話もありましたが、皆さんの身近でも災害は起こり得る問題です。

そういった問題について、本業を通じて、すなわちそれぞれの会社の強みを、問題の解決に対して発揮・活用していくということがCSRの取組の実践として一番重要だと思います。

そういった取組を通じて、例えば「障害者雇用といえばあの会社」、「災害に対して支援する会社といえばこの会社」という風に、地域の方々に認識され、会社自体がブランド化していきます。

確かに社会的課題はたくさんありますから、幅広くやるのも一つの手ですが、まずは課題を絞り込んで、徹底して自社の強みをいかして社会的課題の解決に力を注ぐのがよいのではないかと思います。

私たち京都CSR推進協議会は中小企業のCSRの促進支援を目的に設立し、取り組んでいます。

さらに、中小企業がCSRに取り組んでいただくことによって地域力を再生又は創生するということを目的にしています。

運営組織には、京都商工会議所や京都経営者協会、京都中小企業家同友会など経済団体にも加わっていただいています。また、行政にも参画いただいています。

メンバー会員には中小企業、小規模事業者の方々がおられます。賛助会員として大手企業、大学、個人の方々に活動の経済的支援をいただいています。

詳しくはCSR京都のウェブサイト(<http://www.csr-kyoto.net/>)を御覧いただきたいと思います。またサイトには会員企業のCSRの取組を開示しています。本日事例発表をいただいたカミッグさんや

たにぐちさんの取組も見ることができます。

大手企業は個々にCSR報告書を発行していますが、中小企業では一社で発行するのは結構負担なので、このCSR京都ウェブサイトから取組を発信していただいています。また、それぞれの取組を、「顧客」、「子育て」、「環境」といったカテゴリーでも検索できるようにして、例えば、子育て支援に積極的に取り組んでいる企業の一覧とそれらの会社の具体的な取組を見ることができるようになっています。

さらに、CSRの「取り組み気づきヒント」というサイトも設けました。日常的に取り組んでいることが、「それもCSRになるんだ」ということに気付いてもらおうと、ただ今7例挙げていますが、どんどん追加していきたいと思っています。

あと、「CSRなんでも相談室」も開催しています。ハートピア京都の会議室の1室を借りまして、月に2回行っています。

さて、もしかしたらワークショップの中でも話題になったかもしれませんが、「CSRはコストの掛かる取組なんではないか？」という疑問をお持ちではないでしょうか。

私は、CSRはリターンを伴う投資だと考えます。

CSRに取り組むことによって、社会からの信頼を築くという話をしました。すると、CSRの取組は「トク」になるものだと思います。「トクするCSR」、この「トク」は、「徳」、「得」が当てはまりますが、まず顧客に共感が伝わって「得」をする。

実際、京都のある文具を取り扱う会社が、カンボジアに学校を建てた人と出会ったときに、文房具が足りないという話を聞いて、「それなら自社は専門で取り扱っているので文房具を提供します。」と支援活動を始めました。

活動には当然費用が掛かりますが、お客様から「あんたの会社は良い取組をしているし、今度ビルを新しくするから事務機一切合財、机から何から、あんたの会社から買うわ。」ということで大きな注文が入ったそうです。CSRの取組が共感としてお客様に伝わった例です。

先ほど、グループ発表で、CSRはPRではいけないというお話がありましたが、共感を得る取組という風に考えてやっていただけたらと思います。そうすると、同じような商品でも、CSRに取り組んでいる会社から買おうという話になるということです。

次に、社員に対するCSRは、生産性を向上させます。中西印刷さんの事例発表にもありましたが、例えば育児の短時間勤務制度を利用して、労働時間が8時間から6時間になると、その分ポテンシャルが上がって、生産性が向上します。

それから競争優位。戦略経営としてCSRを活用するということもあります。学生のCSRへの取組の関心は高く、CSRの取組が行われている会社に対しては応募が多いという風になります。

営業も、先ほどの文具の会社の例を見ても、CSRに取り組んでいる会社に注文しようということにつながると思います。そういった取組で会社をブランド化すると、自然と知名度も上がってきます。

それから、グループ発表にも出ていましたコンプライアンスの話については、確かに法令順守、コンプライアンスは大事です。しかし、コンプライアンスというと、どっちかと言うと内向きになります。

そうではなくて、CSRの場合は社会に対して、積極的に取り組んでいこうという外向きの取組です。つまり、攻めの経営につながるわけです。そういった意味で、法令順守よりもコンプライアンス、コンプライアンスよりもCSRという考えで取り組んでいただければと思います。

そして、先ほど「CSRはリターンを伴う投資」と申しましたが、具体的にはどんなリターンがあるのかと言いますと、西宮市で産業廃棄物の処理事業をしている会社があり、長年CSRの取組を継続してやってこられたことが金融機関に評価されて低利の融資が受けられたという例があります。金融機関においてもCSRに関する関心が高まっているということです。また、廃棄物処理場を地域に設置するのは、地域住民から抵抗される場面も多いと思いますが、その会社は地域社会に対しての取組も継続してやっておられたので、地域住民の了承もスムーズに取れたそうです。こういう風にCSRの取組には、そういったリターンがあるということが言えると思います。

最後に、適者生存というのは社会に必要とされ、信頼される企業が生き残ることです。皆様におかれましても、是非社会からの信頼を積み重ねて、長く持続する企業に育っていただきたいと思います。

御清聴ありがとうございました。

(終了)