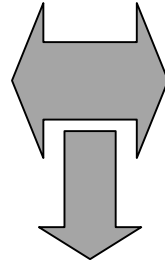


# 価値創造型CSRによる社会変革

## ～社会からの信頼と社会的課題に応えるCSR～

### 1. さきがけとしての経済同友会

- 『21世紀宣言』(2000/12): 企業は「経済的価値」のみならず「社会的価値」「人間的価値」をも創造する責任を有する。
- 『市場の進化と社会的責任経営』(2003/3): 企業の社会的責任=「企業は社会の一員として社会に何をもたらすために存在するのか」



### 2. 日本企業のCSRの現状認識

- 企業不祥事～信頼崩壊の危機
- 企業不祥事の顕在化 それに対する規制強化 企業のコスト増加 企業活力の減殺
  - この悪循環を断ち切る必要あり。

- 企業内における現状と課題
- 基本戦略に起因する課題
  - 組織・体制に起因する課題
  - 実務上の課題 その他
  - 企業の外からみた課題

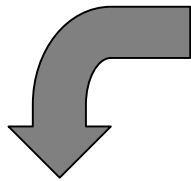
### 3. 企業はなぜCSRに取り組むのか？

**原点に戻る～CSRの本質を再確認**  
原点に戻るとともに、それを超えた「今後目指すべき方向性」を提示する必要がある。

**環境の変化を察知する～自主・自立の力を発揮**  
・企業経営を取り巻く課題の多様化・複雑化  
・政府に依存しない自主・自立のスタンス

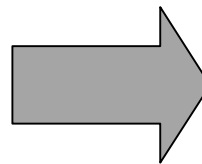


**CSRを一段と進化させる**  
～社会的課題を先取りした「価値創造型CSR」への挑戦～



### 4. 時代は何を求めているのか？～価値創造型CSR

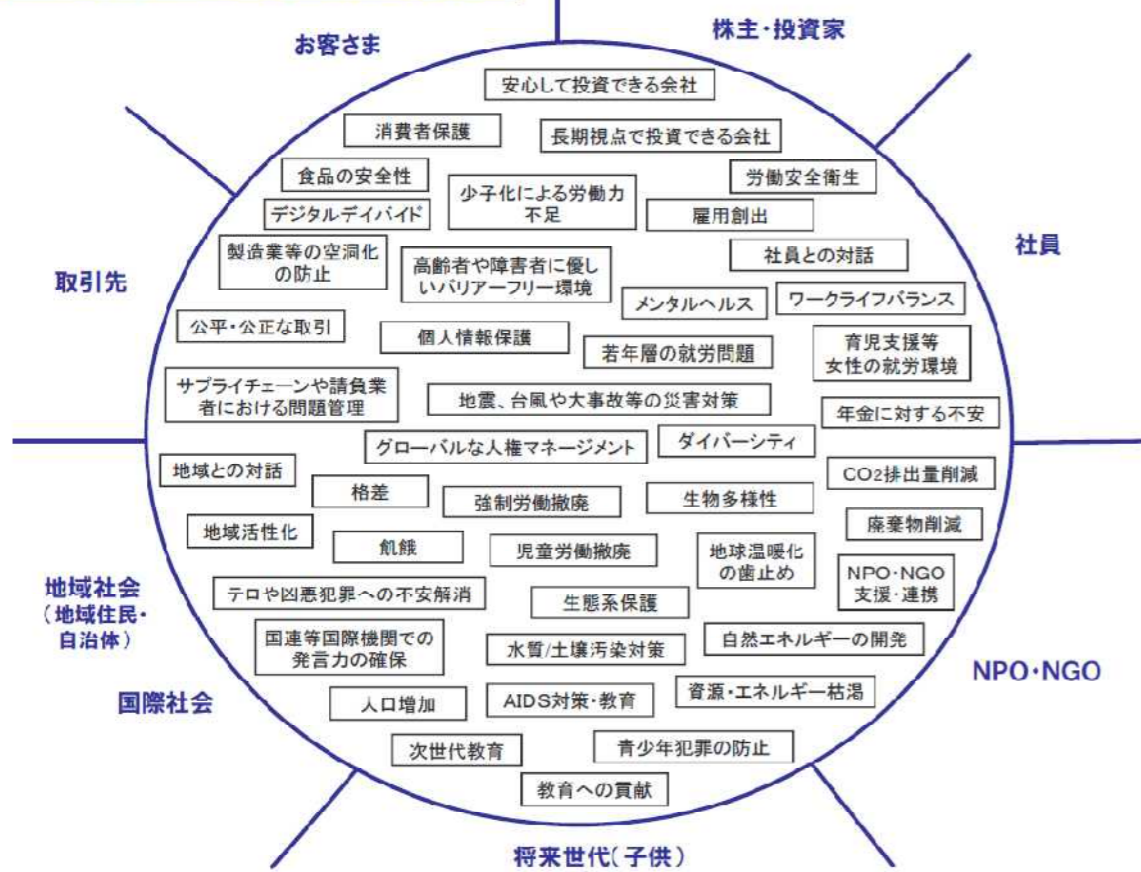
社会からの要請と期待に対する感受性を磨き、社会的課題と自社の事業活動との関連性を発見することにより、信頼の回復と価値創造を目指す。  
経営者のリーダーシップとコミットメントが必須である。  
社会からの期待と要請、社会的課題を直視する。  
社会性を備えた人材を育成する。  
PDCAによるCSRマネジメントシステムを確立する。  
一企業を超えた連携を図る。  
ステークホルダーとの多面的な対話を活かす。



### 5. 「新・日本流経営」への期待

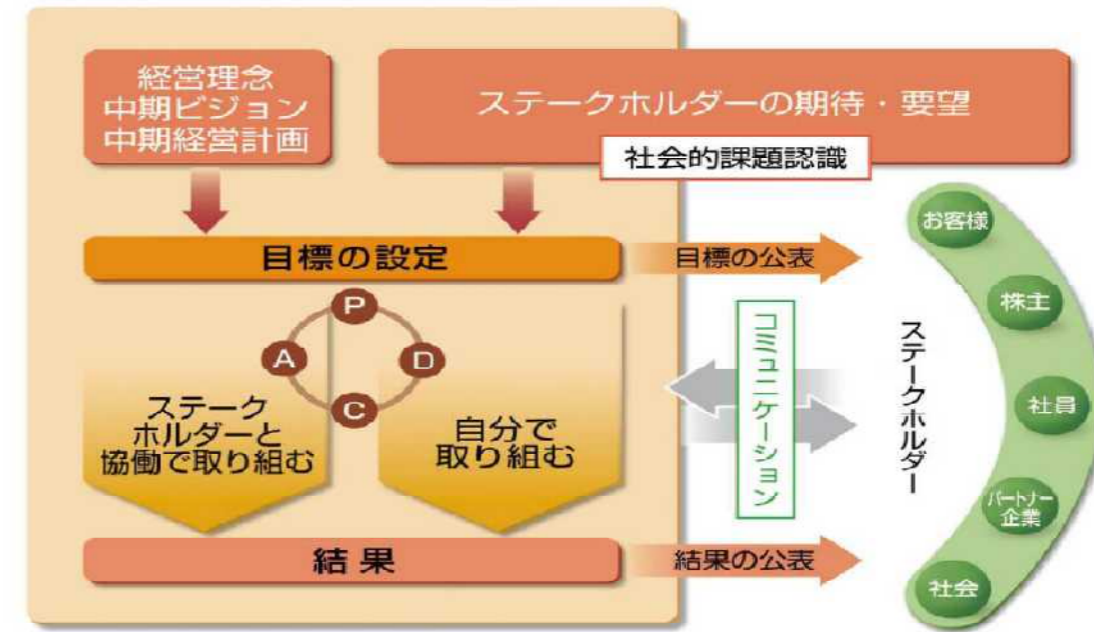
価値創造型CSRは、  
・経営トップの意思、企業スタイルを反映する。  
・国際競争力、世界からの信頼獲得に向けた創意工夫の具体的な姿を示す。  
強い優しい企業へ。働き甲斐と誇りを持てる企業へ。  
日本経済・社会の活力を再生へ

ステークホルダーを取り巻く社会的課題



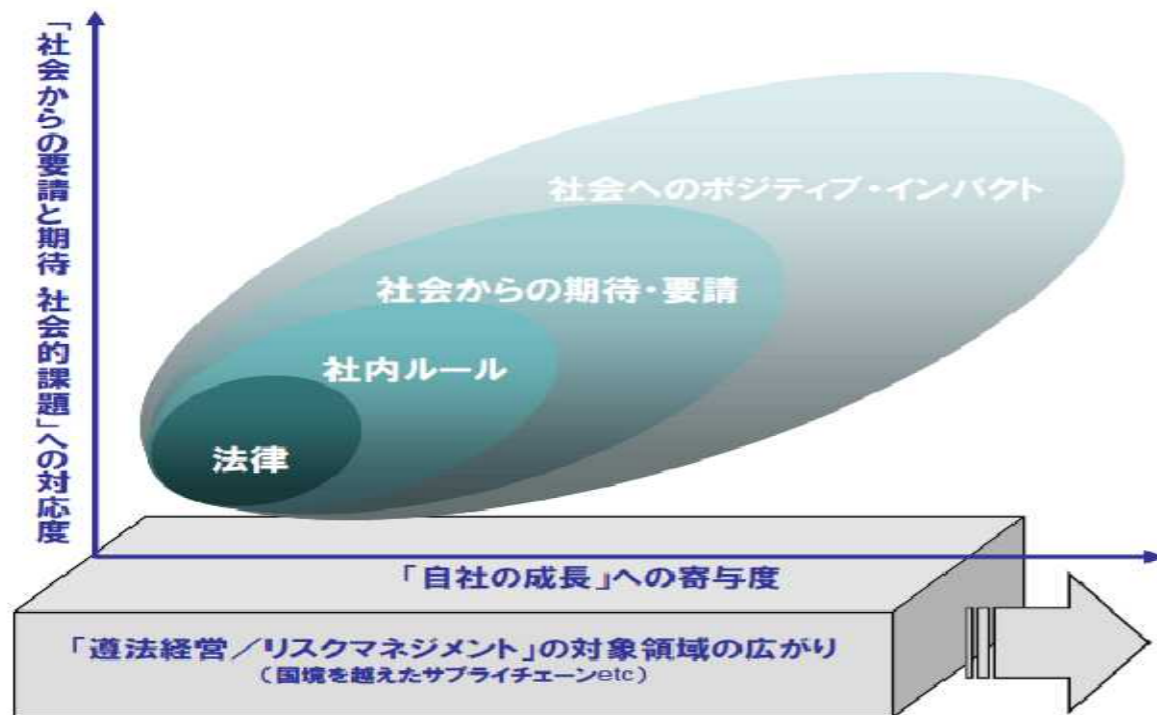
出所:事務局作成

価値創造型 CSR の実行プロセス (例)  
(P D C A サイクルとステークホルダー・コミュニケーション)



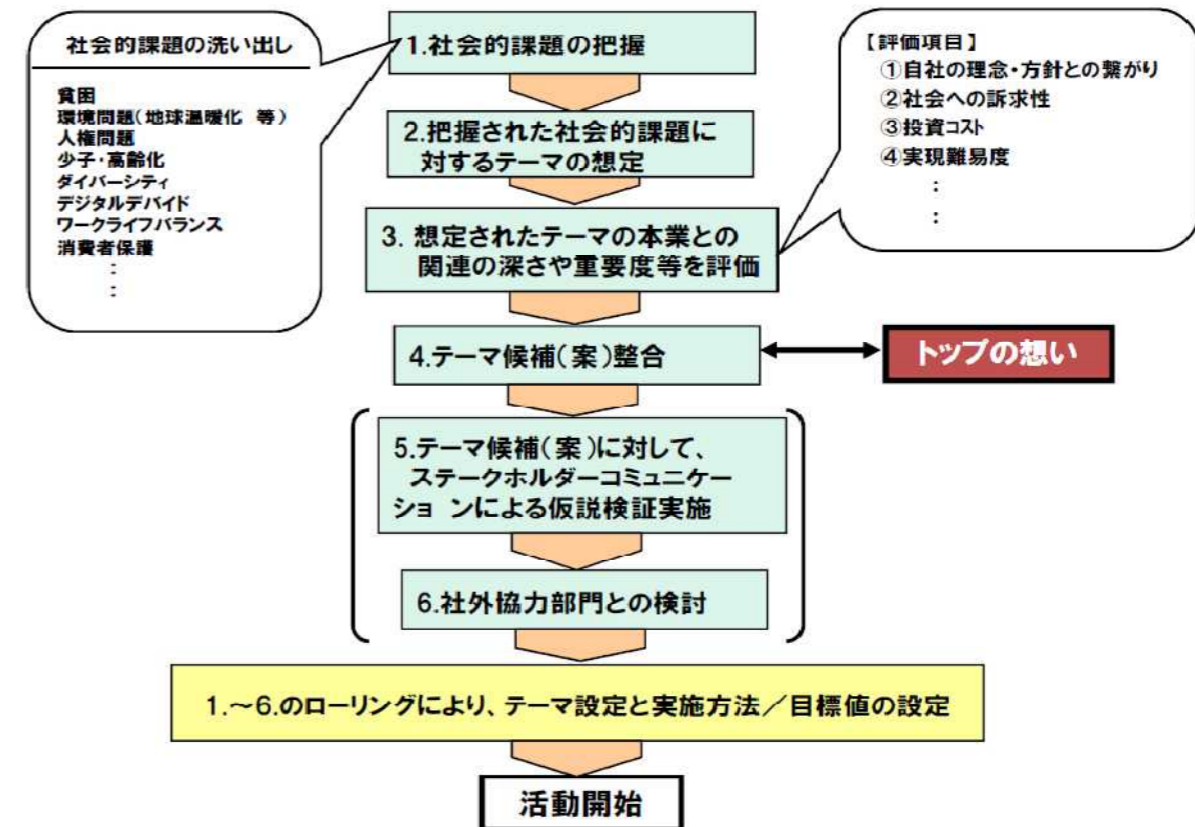
出所:事務局作成

価値創造型 CSR の方向性



出所:事務局作成

価値創造型 CSR : 社会的課題の洗い出し  
テーマ抽出 活動開始のプロセス (例)



出所:事務局作成