

報告書 2009年度社会的責任経営委員会（水越さくえ委員長）

日本企業のCSR ～進化の軌跡～

社会的責任経営委員会は、4月13日に報告書「日本企業のCSR～進化の軌跡～ 自己評価レポート2010」を発表した。報告書は、4年ぶり3回目となるCSRアンケートの調査結果をまとめたものとなっている。この中で、日本企業におけるCSRへの取り組み状況や、CSRに対する経営者の意識の変化が示されている。

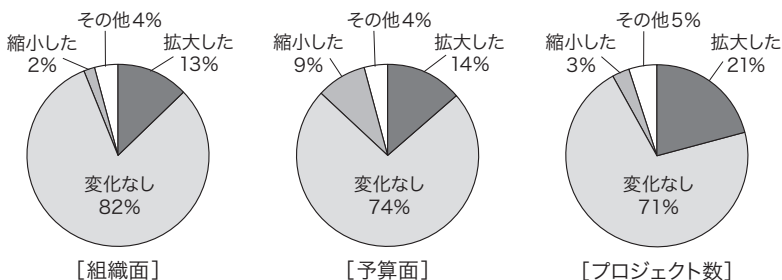
※詳しくは <http://www.doyukai.or.jp/policyproposals/articles/2010/100413a.html>

1 世界的な経済危機を経験して

◎CSRの取り組みは、依然として継続・強化の流れ

大多数の企業は、経済危機前と同様にCSRへの取り組みを継続。また、一部の企業において取り組みが縮小されたものの、それを上回る数の企業で取り組みが強化された。経済危機を反映し、予算面を縮小した企業は9%に上るが、組織面、プロジェクト数を縮小した企業は2～3%にとどまるなど、厳しい経営環境においてもCSRに取り組み続けようとする経営者の高い意識がうかがえた。

■世界的な経済危機により、CSRへの取り組みにどのような影響がありましたか。



2 CSRの経営上の位置付け

◎フィランソロピーやメセナ活動を通じた社会貢献から、事業活動を通じて社会的課題の解決を図るCSRへ、経営者の意識が変化

「フィランソロピーやメセナ活動を通じて社会に貢献すること」ではなく、「所在する地域社会の発展に寄与すること」「雇用を創出すること」「世界各地の貧困や紛争の解決に貢献すること」といった社会的課題の解決を図るCSRへ経営者の意識が変化。

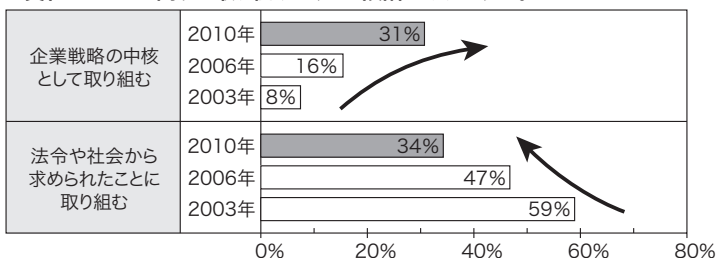
■貴社にとってのCSRには、どのような項目が含まれますか。

	得票率		
	2006年	変動	2010年
所在する地域社会の発展に寄与すること	72%	▲	77%
雇用を創出すること	57%	▲	62%
フィランソロピーやメセナ活動を通じて社会に貢献すること	46%	▼	39%
世界各国の貧困や紛争の解決に貢献すること	16%	▲	19%

◎CSRを「企業戦略の中核」として取り組む企業は、31%に倍増

CSRを「企業戦略の中核」として取り組む企業は31%に倍増し、企業におけるCSRへの取り組み段階は、着実に進化している。

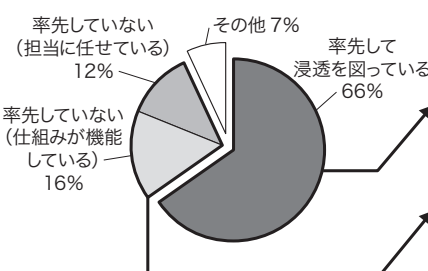
■貴社のCSRに関する取り組みは、どの段階にありますか。



◎社長自らが率先してCSRの浸透を図る企業では、「経営理念の浸透、価値観の共有が十分」行き届く傾向

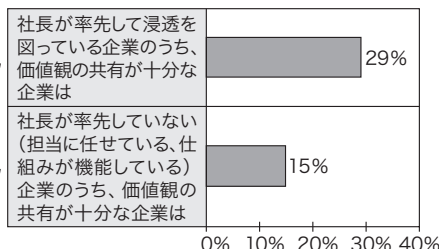
機会あるごとに社長自らが率先してCSRの浸透を図る企業は66%で、このうち、経営理念の浸透、価値観の共有が十分であると答えた企業は29%であった。経営理念を浸透させ、価値観の共有を十分なレベルに引き上げるためには、企業トップ自らがリーダーシップを発揮することが重要と考えられる。

■企業行動基準の策定・CSR推進体制の構築など、仕組みの整備にとどまらず、機会あるごとに社長自らが率先して、組織内部でのCSRの浸透を図っていますか。



■経営理念の浸透度を把握するための仕組みがあり、価値観の共有は十分ですか。

※グラフは、「浸透度を具体的に把握しており、価値観の共有も十分である」と回答した企業。



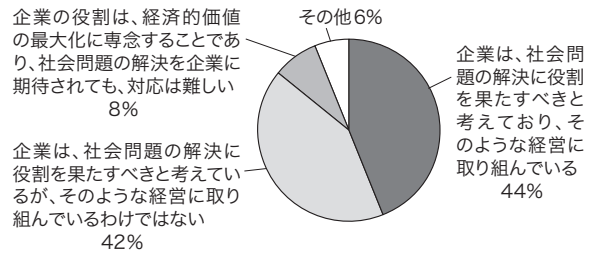
3 社会的課題と企業への期待

◎「社会的課題の解決に向けて企業は役割を果たすべき」と考える経営者は86%に達するが、その思いを自身の経営に反映している経営者は44%にとどまる

「企業は、社会問題の解決に役割を果たすべき」と考え、そのような経営に取り組んでいる経営者は44%、「考えているが、そのような経営に取り組んでいるわけではない」経営者は42%であった。

実に、経営者の86%が「企業は、社会問題の解決に役割を果たすべき」と考える一方で、42%の経営者は、その思いを自身の経営に反映できていないことが明らかになった。

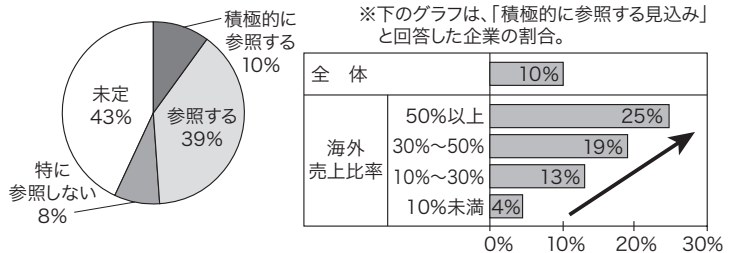
■昨今、社会問題の解決の主体として、企業に対する期待が一層高まっている側面があります。これについて、どのような考えをお持ちですか。



◎ISO26000(組織の社会的責任に関する手引き、現在策定中)が正式発行後、積極的に参照する予定がある企業は10%にとどまる。海外売上比率が高い企業において、積極的に参照する傾向

正式発行前で「未定」という回答が多く、積極的に参照する企業は10%にとどまった。海外売上比率が高い企業では積極的に参照する傾向がうかがえた。経済がグローバル化した今、国際手引きを足がかりにして社会的課題を把握し、感度の高い経営に努めることが重要である。

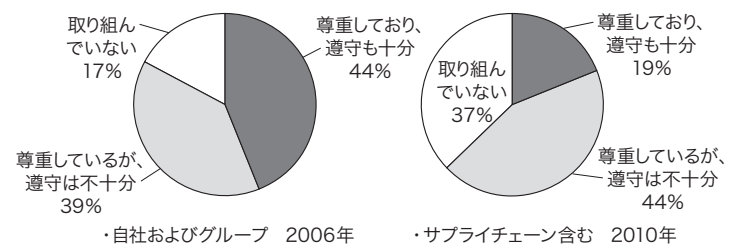
■【ISO26000の参照】現在策定が進められているISO26000について、正式に発行後、積極的に参照する意向がありますか。



◎「自社およびグループ内」において「人権・労働に関する国際規範を尊重・遵守」している企業は44%。対象を「サプライチェーン」まで広げると、遵守している企業は19%。日本企業には、さらなる人権意識と行動が求められる

世界には、児童労働など深刻な人権侵害が起りやすい国や地域が存在するが、日本企業は、それらに対する取り組みが徹底されていない。日本企業には、国際規範を尊重した人権意識と行動が求められる。

■人権・労働に関する国際的規範(児童労働や強制労働の禁止、結社の自由、差別の排除等)を尊重し、その遵守を確認していますか。



◎気候変動の緩和策は、製造業およびエネルギー産業を中心に高い取り組み。一方で、気候変動の適応策の実施は、緒についたばかり

■【気候変動の緩和策】

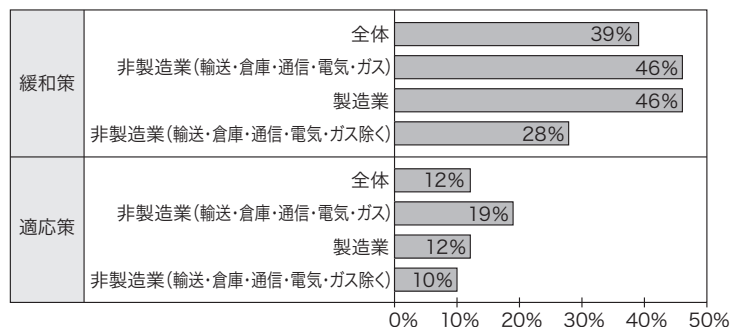
事業活動(オフィスや事業所を含む)において、気候変動の緩和策(省エネルギーなど温室効果ガス削減の取り組み)に取り組んでいますか。

※グラフは「取り組んでおり、十分な成果をあげている」と回答した企業。

■【気候変動の適応策】

気温・降雨量変化による農作物の収穫量減少に対しては品種改良により対応し、海面上昇による沿岸地域の浸水に対しては堤防築堤・高床化により対応するなど、気候変動の適応策に取り組んでいますか。

※グラフは「適応策を実施したことがある」と回答した企業。



◎BOPビジネスへの関心は、業種によって温度差

BOPビジネスは、将来の市場開拓が期待できると同時に、ビジネスのやり方次第では、貧困など社会的課題の解決に結び付きやすい。調味料・日用品の小分け販売や、マイクロファイナンス(貧困層向け小規模金融サービス)などが代表的なBOPビジネスとされており、それらを反映して、食品、銀行・金融、卸売といった業種において取り組みが高かった。

■BOPビジネス(途上国の貧困層を消費者やバリューチェーンに位置付けたビジネス)に取り組んでいますか。

※グラフは「BOPビジネスに取り組んでいる」と回答した企業。

(BOP: ボトム・オブ・ザ・ピラミッドあるいはベース・オブ・ザ・ピラミッド。1日2ドル未満で生活する貧困層の人々(世界で約40億人)を指すなどとされる)

