
手引1 経営層が“CSR実践”をコミットする

秘訣1:本業を通じたCSRの実践を経営の中核に据える

事例企業	東京ガス株式会社
	日本電気株式会社

手引1 経営層が“CSR実践”をコミットする

秘訣1

本業を通じたCSRの実践を経営の中核に据える

経営層のコミットメントは、他の主要プロジェクトや全社運動と同様、CSRの実践にとっても最重要事項です。このコミットメントとは、“必達目標”のことです。よって、経営層が明確にコミットすることは、社員やグループ会社に対して、CSR実践の重要性を知らしめ、経営層の“本気度”を示すことができ、絶大な効果が期待できます。

80年代に盛んだったフィランソロピー活動が、バブル崩壊と共に萎んだことがありました。CSRは社会やステイクホルダーとの関係を考えて経営であり、いまや事業の中核に位置づけられる経営活動です。自社の都合で、「去年は儲かったからCSRを実践したが、今年は苦しいから社会やステイクホルダーの事は考えない…」というような活動ではないと思われます。よって経営層は、CSRを全社的、計画的及び継続的に実践する覚悟でコミットしなければなりません。

経済同友会では「『市場の進化』と社会的責任経営（第15回企業白書）」の中で、CSRが企業の持続的発展や競争力向上に資する理由として、「CSRの取り組みによって、社会のニーズの変化を先取りし、それをいち早く価値創造や新しい市場創造に結びつけるとともに、企業変革の原動力にすることができる」点を挙げています。つまりCSRは、本業とは別物ではないのです。それゆえ“将来の利益を生む投資”と考えるべきであり、通常事業同様に中期計画などの中に明示し、経営の中核に据えることが、CSR実践には不可欠なのです。

手引1 経営層が“CSR実践”をコミットする

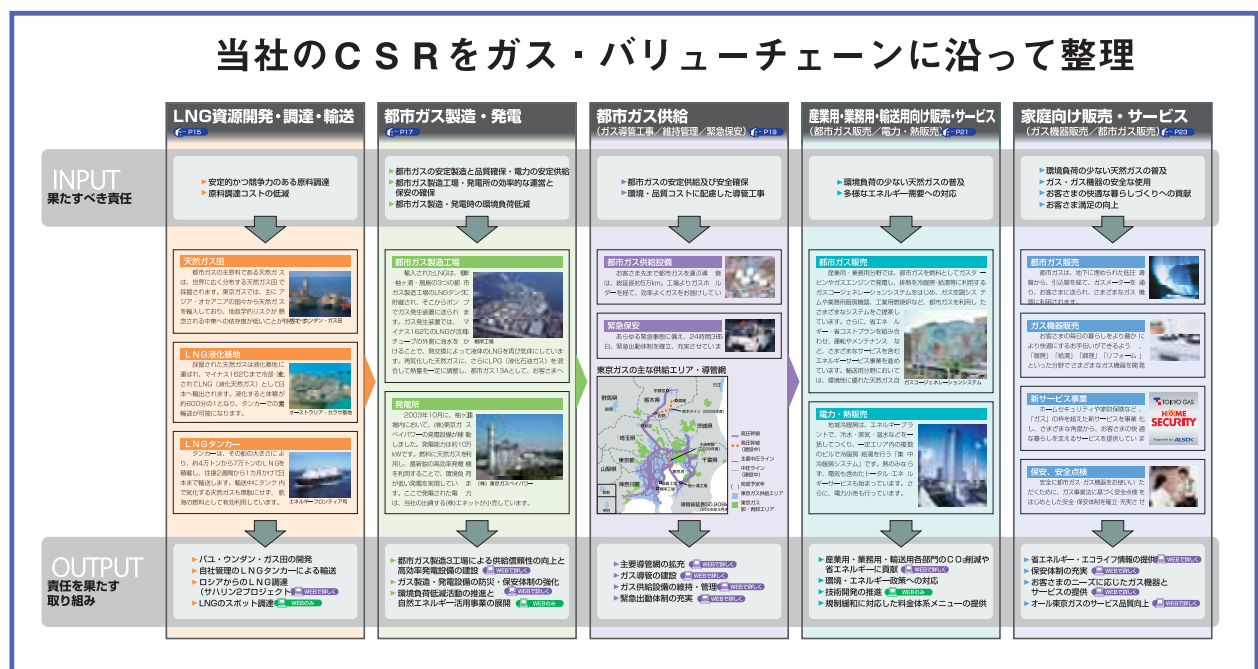
秘訣1 本業を通じたCSRの実践を経営の中核に据える

事例 【ガス・バリューチェーンに沿って社会へのコミットメントを整理】 東京ガス株式会社

東京ガスのCSRは「企業理念」「企業行動理念」を実現することです。そのため、「諸活動の戦略的推進とレベルアップ」「オール東京ガスの総合力向上・現場力強化」「対外的情報発信の強化と、ステークホルダーの東京ガスに対する正しい理解を深める」を強化ポイントとし、日々の仕事そのものがCSR活動として取り組みを行っています。

これを如何に体系化し、社内外に示していくか。そこで着目したのがエネルギーの安定供給を実現する「ガス・バリューチェーン」です。これは、海外のガス田（上流）からお客さま先（下流）までの一連のガスと付加価値の流れです。この流れの各段階における当社の「果たすべき責任」と「責任を果たすための取り組み」を整理することで、事業活動そのものがCSRであることを視覚的かつ体系的に表現するとともに、各分野を担当する部門におけるCSR活動のPDCAサイクル運用ツールとしての活用を目指しました。

図6 ガス・バリュチェーン



事業活動そのものが当社のCSR

秘訣1 本業を通じたCSRの実践を経営の中核に据える

事例 【本業にCSR要素を組み込み社会的価値創出】 日本電気株式会社

NECでは、「CSR推進の基本方針」として、

- ① CSRリスクマネジメントの徹底、
- ② 社会的価値創出に向けた活動の促進、
- ③ CSRコミュニケーションの推進

という3つの大方針を立てています。

このうち「社会的価値創出に向けた活動の促進」を実際の本来業務を通して実践している事例の1つが、法人向けのパソコン(PC)事業における「バリューアップサイクル」の取り組みです。

PCはいまやビジネスに欠かせないツールと言えますが、だからこそPC事業を通しての安心・安全なIT社会づくりが社会的な価値創造と考えています。そこで、特に法人向けPCのお客さまに対して、購入時の価格(短期的価値)だけでなく、製造から回収までの長期の視点に立って、性能や品質、購入後の運用面でのセキュリティ、万が一の時のきめ細かなサポート、使い終わった後の回収・リサイクルなどをお客さまのバリューとして提案しています。

図7 PC事業における「社会的価値創出に向けた活動」の取り組み例

