

2014.7

CSR トピックス <2014 No.4>

CSR トピックスは、CSR（企業の社会的責任）およびこれに関連する「コーポレート・ガバナンス」「リスクマネジメント」「コンプライアンス」「人権」「労働慣行」「環境」「品質」「CS（顧客満足）」「社会貢献」「CSR 調達」等の諸テーマについて、国内外の動向や企業の抱える疑問などについて紹介・コメントした情報誌です。

国内トピックス：2014 年 4～6 月に公開された国内の CSR 等に関する主な動向をご紹介します。

<CSR>

○ユニ・チャーム「日経ソーシャルイニシアチブ大賞」企業部門賞を受賞

（参考情報：2014 年 4 月 25 日付 同社 HP）

ユニ・チャームは、「サウジアラビアにおける女性労働者専用工場の立ち上げ」の取組について、第 2 回「日経ソーシャルイニシアチブ大賞」企業部門賞を受賞した。同賞は、

- ①社会性(社会的課題の解決を事業のミッションとしている)
- ②事業性(ビジネスの手法を用いて継続的に事業活動を進めている)
- ③革新性(新しい事業モデルや社会的価値を創造している)

の観点から優れた取組を行っている企業・団体を表彰するもの。

イスラム教の戒律が厳しい同国では、女性が家族以外の男性の前で顔や肌を露出すること、同じ室内に同席すること、会話することなどが禁止されていることから、女性が働くことのできる場所が極端に制限されている。同社が立ち上げた女性労働者専用工場では、外部との商品受け渡し場所にもシャッターを設置する等の工夫を実施している。また、女性労働者から紙おむつや生理用品等に関する意見の吸い上げを行い、同社の製品・サービスに反映させる取組も行っている。

<CSR>

○経済産業省が CSR の課題とそのマネジメントに関する調査報告書を発表

（参考情報：2014 年 5 月 23 日付 経済産業省 HP）

経済産業省は、企業活動に大きな影響を与える CSR の今日的な課題を理解するため、企業の個別事案や諸外国の CSR 戦略等に関する調査を行い、「国際的な企業活動における CSR（企業の社会的責任）の課題とそのマネジメントに関する調査報告書」を発表した。

本調査は、グローバル化に伴い企業を取り巻く課題が多様化している中、日本企業が持続的な価値創造を続けるためには、CSR の課題・リスクに的確に対応していくことが不可欠であるとの問題認識から行われたもの。企業等における CSR の課題の検討に活用されることを目的としている。

報告書では、日本企業において必ずしも十分に対応がとられていない一方で、グローバル展開する中で直面せざるを得ない CSR 上の重要論点（以下の 7 項目）を選定。各論点につき、現状と課題、企業の事例を踏まえた考察が示されている。

<報告書記載の重要論点>

- ①新興国における労使問題
- ②先住民の生活及び地域社会

- ③水ストレスの高い地域における水リスク
- ④腐敗防止
- ⑤食品サプライチェーンにおけるトレーサビリティ及び持続可能性
- ⑥紛争鉱物
- ⑦租税回避

<雇用>

○厚生労働省が「働きやすい・働きがいのある職場づくり」に役立つツールを作成

(参考情報：2014年6月3日付 厚生労働省 HP 他)

厚生労働省が設置した「働きやすい・働きがいのある職場づくりプロジェクト」企画委員会は、中小企業が利用できるポータルサイト等の各種ツールを作成した。

中小企業は、今後雇用創出の中核的な担い手となることが期待されているものの、知名度の低さなどから、人材を確保できないなどの雇用管理上の問題を抱えている。当該問題の改善のために、従業員にとって働きやすい・働きがいのある職場を作り、中小企業において雇用創出を図ることを目的として、上記委員会によって調査・検討が進められてきた。

今般作成されたツールは以下の通り。

- (1) ポータルサイト「働きやすい・働きがいのある職場づくりサイト」
中小企業の取組事例、中小企業向けの支援策や、調査報告書の概要を掲載したサイト。
- (2) 「働きやすい・働きがいのある職場づくり事例集」
「評価・処遇」「人材育成」「業務管理・組織管理」「人間関係管理」に取り組む中小企業の事例を業種別・取組別に紹介した事例集。
- (3) 「働きやすい・働きがいのある職場づくりに関する調査報告書」
雇用管理制度などの取組状況と、「働きやすさ」「働きがい」との関係などについて、中小企業の人事担当者（企業調査）と中小企業で働く従業員（従業員調査）を対象に調査した報告書。調査結果では、従業員が「働きやすさ」「働きがい」を感じている会社において、従業員の仕事に対する意欲が高く、「今の会社に定着したい」と考える傾向があることなどが示されている。

<環境>

○富士フイルムが「ウォータープリントの算定方法に関するガイドライン」を制定

(参考情報：2014年6月4日付 同社 HP)

富士フイルムは、製品ライフサイクル全体における「水消費量」を定量的に評価するための「ウォーターフットプリント（*1）の算定方法に関するガイドライン」を制定した。近年、世界の水不足や水質汚染の問題が深刻化していることから、国際的に水資源に係る影響評価・情報開示の動きが活発化していることに対応したもの。

本ガイドラインは、同社の CO² のライフサイクルアセスメント算定手順を基に策定された。今後、水の環境影響算定手法に関する国際標準化がなされることを想定し、「水消費量」だけでなく「水質」（汚染度）の算定も視野に入れた内容となっている。

同社は、本ガイドラインを活用し、製品ライフサイクル全体での水資源に関する環境負荷の「見える化」を推進するとともに、「水ストレス地域（*2）」を考慮した原材料調達も行い、環境に配

慮した製品開発と水資源の保護を実施していくとしている。

***1 ウォーターフットプリント**

調達・製造から販売・廃棄にいたるまでの製品ライフサイクル全体に係る水消費量を算定し、水資源に係る環境負荷を定量化する手法

***2 水ストレス地域**

農業、工業、生活などで使用する人口一人当たりの年間利用可能水資源が 1,700 m³を下回る国・地域

＜労務・人事＞

○過労死等防止対策推進法が可決

（参考情報：2014 年 6 月 21 日付 日経新聞 他）

「過労死等防止対策推進法」が 6 月 20 日、参院本会議で可決、成立した。同法は今年 11 月までに施行となる見込み。

本法律は、過労死等（*）の防止を目的とするもので、対策の推進を国の責務として明示している。概要は以下の通り。

- ・ 国は、過労死等の防止のための対策を効果的に推進する責務がある（事業主は国の対策に協力するよう努める）。(第 4 条)
- ・ 11 月を過労死等防止啓発月間とする。(第 5 条)
- ・ 政府は、過労死等の状況及び対策に関する報告書を毎年作成する。(第 6 条)
- ・ 政府は、過労死等の防止の対策に関する大綱を作成する。(第 7 条)
- ・ 国は、過労死等にかかる実態調査や効果的な防止に関する調査研究を行う。(第 8 条)
- ・ 国及び地方公共団体は、国民に対して過労死等を防止することの重要性について啓発活動を行う。(第 9 条)
- ・ 国及び地方公共団体は、過労死等のおそれがある者や家族が相談できる体制を確保する。(第 10 条)
- ・ 国及び地方公共団体は、民間団体の過労死等防止活動の支援のために必要な施策を講じる。(第 11 条)
- ・ 厚生労働省に労働者や経営者の代表者、専門家、過労死遺族等からなる過労死等防止対策推進協議会を設置する。(第 12 条・13 条)

*** 過労死等**

本法律においては、業務における過重な負荷による脳血管疾患若しくは心臓疾患を原因とする死亡若しくは業務における強い心理的負荷による精神障害を原因とする自殺による死亡又はこれらの脳血管疾患若しくは心臓疾患若しくは精神障害をいう。

海外トピックス：2014年5月に公開された海外のCSR等に関する主な動向をご紹介します。

<環境>

○欧州委員会が重量車のCO²抑制のための戦略を提示

(参考情報：2014年5月21日付 欧州委員会 HP 他)

欧州委員会は、5月21日、トラック、バスおよび長距離バス（以下、重量車）によるCO²排出量を抑制するための戦略を提示した。

同戦略は、EU域内の道路輸送によるCO²排出量の4分の1を占める重量車に対し、年間の燃料消費量と排出量制限の導入を目指すもの。

欧州委員会は、今後新たにCO²排出量抑制の対策を講じない場合、2030年～2050年の重量車によるCO²排出量は、依然として現在と同様、許容しがたい水準にあるとの予想のもと、2015年中に、新規に登録される重量車のCO²排出量の証明、報告、監視を規定する法案の提出を目指している。

欧州委員会は、同法案成立により、燃料効率の高い技術の開発・導入、代替燃料の利用、加盟国における効果的な税制の導入といったハード、ソフト両面施策が促進されることにつながり、CO²の排出量削減が期待される、としている。

<CSR>

○マクドナルドが同社初の「CSR・サステナビリティ・フレームワーク」を発表

(参考情報：2014年5月25日 sustainable Japan HP 他)

マクドナルドは、同社初の「CSR・サステナビリティ・フレームワーク」を発表した。

同フレームワークは、社会に好影響を生み出しながら事業運営を行う構想を示すもので、2020年までの計画として、以下のような内容が含まれている。

- ・2016年に持続可能な資源で飼養された牛肉の買い付けを開始し、sustainable beef production（持続可能な牛肉生産）を支援する
- ・包装紙はすべてリサイクル素材等を使用する
- ・9つの主要な市場では、店舗から出るゴミのリサイクル率を50%に向上させる、など

今般の同フレームワークの作成にあたり、同社は、サプライヤー、フランチャイジー、消費者、専門家、NGO、社会的責任投資団体との共同制作というアプローチをとり、社外からの意見を十分に取り入れた内容としている。

<社会貢献>

○デルタ航空ががん撲滅に向けたチャリティイベントを開催

(参考情報：2014年5月30日付 Sustainable Japan HP 他)

デルタ航空は、5月8日、今年で第5回目となるがん撲滅に向けたチャリティイベント「Delta Day of Hope」を開催した。

同社は、がんが労働者の死亡原因トップで、世界的にも大きな経済的負担を引き起こしていることを背景に、その撲滅のための様々な活動を支援している。2014年5月初旬には、100を超えるチャリティーイベントを開催し、目標の130万ドルの達成に向けて、米国がん協会と共同で募金活動を行っている。

同社は今後も継続的に、米国がん協会への支援を継続していく予定。



Question

改正景品表示法（不当景品類及び不当表示法）が成立しましたが、企業への影響と対策について教えてください。

Answer

1. 改正景品表示法の内容

6月6日、改正景品表示法が参院本会議において賛成多数で可決、成立しました（年内に施行予定）。本改正は、昨年相次いで明らかになった全国のホテルやデパートにおける食品表示偽装等の問題を受けたものです。消費者庁は、現行法の消費者庁のみによる法執行では多数の事業者に対する迅速な監視指導を行うことは体制面で限界があること、また、事業者において表示に関するコンプライアンスの意識が欠如していることから、行政の監視指導体制の強化・実効性の確保及び事業者における表示管理体制の強化の観点から改正を行ったとしています。

主な改正内容は次のとおりです。

- ・不当表示に対する措置命令を事業者に出すことができる権限を、消費者庁に加えて都道府県にも与える。
- ・調査を行う権限を、農林水産省や経済産業省など消費者庁以外の省庁にも持たせる。
- ・事業者には、専門の部署や責任者がメニューなどの表示を点検するなど、表示に関するコンプライアンス体制の強化を義務づける。

なお、法改正の検討過程で議論になった課徴金制度の導入は今回見送られましたが、内閣府の消費者委員会が6月10日、「消費者被害の防止に有効で、課徴金は必要」とする答申をまとめています。これを受けて消費者庁は、同法に違反し、不当表示を行った事業者に課徴金を課す方針を決め、早ければ今秋の臨時国会において課徴金制度導入の法改正を目指している、との報道もなされています。

2. 企業への影響と対策のポイント

今回の改正によって特に企業が影響を受けるのは、表示に関するコンプライアンス体制の確立が義務付けられたことです。企業が講じるべき措置の詳細を規定した指針が、今後定められる予定ですが、改正法においては、企業がしかるべき措置を講じていない場合には、内閣総理大臣が指導・助言、勧告するとされています（当該勧告に従わないときは企業名が公表される）。したがって、当該指針の公表を待つことなく、表示に関するコンプライアンス体制構築に向けて着手する必要があります。

その際の具体的な取組例とそのポイントは次のとおりですが、企業側が適正な表示に関する管理体制において問題がなかったことを合理的に説明できるようにしておくことが肝要です。

■不適切な表示を未然防止するための専任部署の設置（事前審査体制）

商品の販売やサービスの提供に先立ち、これらに伴う表示内容の合理性を基礎付ける資料をあらかじめ準備し、常にその真実性を検証する体制を整える。

■未然防止および営業活動の委縮を回避することを目的にした社内相談体制の整備

企業の内部において、表示の合理性を検討する部署と、販売を担当する部署とが分離している場合も少なくない。この場合、両部署の連携が確保されていないがために、販売を担

当する部署において、表示の危険性が認識されないまま販売が継続されてしまうケースや、逆に表示に関する規制が厳格ゆえに販売を担当する部署において過剰な反応を示してしまうというケースがある。いずれのケースにおいても、販売を担当する部署のメンバーが表示の合理性を検討する部署とのコミュニケーションの充実により解決できるよう社内相談体制を整える。

■全役職員を対象とする当該テーマについての教育、関連ルールの周知徹底

表示に関する問題意識と法令等の正しい理解を定着させるため、全社横断的な教育プログラムを計画し、実施する。また、表示の作成に携わる部署については、表示に関する不正が発生しやすい業務を特定し、業務遂行上留意すべき点等について研修を行う。

■表示に関するコンプライアンス実践に向けた組織風土の醸成

取組の実効性を高めていくためにも、表示の不正に対して組織として厳格な姿勢で臨むという風土を醸成していく。

上記の取組に加えて、万が一、表示に関する不正またはそのおそれが明らかになった場合に備えた準備も大切です。不正行為の早期発見のための定期的監査や抜き打ち監査の実施、内部相談・通報制度の充実、さらに緊急時における対応力向上のために不正行為発見時のTODOをまとめたマニュアルの策定やトレーニングもあわせて実施することが望めます。

本改正を契機に、不正表示リスクに関して従来の対策を見直し、今後取り組むべき課題を整理することが期待されます。



Question

昨今、従業員によるソーシャルネットワーキングサービス（以下、SNS）への不適切な投稿により、企業が対応に追われるケースが頻発しています。従業員の投稿が原因で SNS が「炎上」した場合、企業としてどのように対応すればいいのでしょうか？

Answer

近年の SNS の普及により、従業員の不適切な投稿が拡散し、第三者による非難・批判・誹謗・中傷等のネガティブな意見が殺到する、いわゆる「炎上」するケースが後を絶ちません。最近でも自社のシステム障害発生を企業の公式 SNS アカウント上で謝罪した際に、同業他社の従業員が中傷する内容を書き込んでいたことが発覚し、当該企業が謝罪するなどの事例が発生しています。

個人の SNS 利用を企業として完全に管理できない以上、かかる事件が起きる可能性はゼロとはいえません。万が一、SNS への不適切な投稿により「炎上」した際に企業が実施すべき緊急時対応は、以下の各フェーズに沿って対応することが求められます。

①事実確認

多くの場合は社外からの照会や、社員が気付いて報告してくるケースが想定されます。不適切な投稿が発見された場合、被害拡大を最小限にするため、以下の点について事実関係を確認し、迅速に社内関係者と情報共有することが必要です。

- ・いつ、誰が、どの媒体に投稿したのか

- ・投稿内容およびその投稿に対するフォロワー*の返信内容
- ・投稿内容の拡散状況（別媒体を含む）

* フォロワー

Twitterをはじめとする SNS において、特定のユーザーの更新状況を手軽に把握できる機能設定を利用し、その人の活動を追っている者のこと

②対応策の検討

一度「炎上」した場合、放置するとネット上で投稿内容が次々と拡散し、被害が急速に拡大することが想定されます。投稿者に「炎上」の原因となった投稿を削除・訂正させることはもちろんですが、投稿により名誉・信用を害された被害者への謝罪対応や投稿者の過去に遡って同種、類似の投稿の有無などを調査することも必要です。

その上で被害の拡大を抑えることを最優先に、その時点で判明している事実確認の結果に基づいた、自社の見解発表を出来る限り早急に行うことが求められます。その際には、自社のホームページやプレスリリースなどを活用し、企業の正式な見解であることを表明します。

※見解発表に際しての留意点

- ・投稿内容が不適切（明らかに事実と反する、他者への誹謗中傷を含む、など）であった場合
 - ＞被害者への謝罪など被害者対応に関する状況を表明する
 - ＞真摯に謝意を表明し、再発防止策を表明する
 - ＞問い合わせ窓口などを設置し、マスコミを含む外部からの問い合わせ対応を一元化する
- ・投稿内容自体が不適切とまではいえないが、第三者の誤解や悪意により「炎上」した場合
 - ＞正確な事実関係、企業としての見解ではない旨等を表明する
 - ＞悪意による「拡散」に対して法的手続の可能性を含めた今後の対応方針を表明する

さらに社内調査の結果、自社従業員が不適切な投稿を行ったことが明らかな場合は、社内規程に基づき、処分を検討することが必要となります。

以上の対応を適時・適切に実践出来るように、自社に関する不適切な投稿等を迅速に発見するための監視体制の整備や緊急時対応のルール・連絡体制、情報開示など広報対応に関するマニュアルの策定など、予め危機管理体制を構築しておくことが肝要です。

また、役職員に不適切な投稿をさせないためにも、SNS 利用に関するガイドライン等を策定し、社内イントラネットへの掲載だけでなく、実際に発生した事例を題材とした研修などを実施することが効果的です。個人のプライベートにおける何気ない言動、SNS への投稿が、自身や家族・友人、そして所属する組織にも多大な悪影響を与えかねないことを認識させることが重要です。

以 上

本誌は、マスコミ報道など公開されている情報に基づいて作成しております。
また、本誌は、読者の方々に対して企業の CSR 活動等に役立てていただくことを目的としたものであり、事案そのものに対する批評その他を意図しているものではありません。

株式会社インターリスク総研は、MS&AD インシュアランスグループに属する、リスクマネジメントについての調査研究及びコンサルティングに関する専門会社です。

CSR・内部統制に関しても、以下のようなコンサルティング・セミナー等を実施しております。
これらのコンサルティングに関するお問い合わせ・お申込み等は、下記の弊社お問い合わせ先、または、お近くのあいおいニッセイ同和損保、三井住友海上の各社営業担当までお気軽にお寄せ下さい。

お問い合わせ先

㈱インターリスク総研 事業リスクマネジメント部（CSR・法務グループ）
TEL.03-5296-8912 <http://www.irric.co.jp/>

<CSRコンサルティングメニュー>

- ①経営トップにCSRの本質を理解してほしい。
⇒経営者向けCSR研修
- ②目指すべきCSR像を定めたい。
⇒グランドデザイン策定コンサルティング
- ③迅速かつ確実な手順・ペースで活動を進めたい。
⇒CSRマネジメントシステム構築コンサルティング
- ④まず行動憲章・規範を作りたい。
⇒経営理念、行動憲章・規範、綱領、ガイドブックの策定コンサルティング
- ⑤ステークホルダーとのコミュニケーションを促進したい。
⇒ステークホルダー・ミーティングの企画・運営支援
- ⑥全員参加で進めたい。
⇒教育プログラム策定コンサルティング
CSR社内研修用ビデオの製作

<内部統制コンサルティングメニュー>

- ①役員・従業員に周知徹底させたい。
⇒内部統制セミナー
- ②「リスクの評価と対応」を実践したい。
⇒総合リスクマネジメント・コンサルティング
危機管理体制構築コンサルティング
- ③「法令遵守」の体制・対策を整備したい。
⇒コンプライアンス体制構築コンサルティング
- ④自社固有の「統制環境」を整備したい。
⇒企業行動憲章・役職員行動規範策定コンサルティング
CSRコンサルティング
- ⑤「内部統制に関する基本方針」を具体的に展開したい。
⇒内部統制・CSRグランドデザイン・アクションプラン策定コンサルティング

不許複製／©株式会社インターリスク総研 2014