

2013.6

CSR トピックス <2013 No.3>

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「内部統制」「コンプライアンス（法令等遵守）」「リスクマネジメント」「環境」「品質」「CS（顧客満足）」「労働安全衛生」「従業員満足」「人権」「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：2013 年 4 月に公開された国内の CSR 等に関する主な動向をご紹介、コメントします。

○東京商工会議所が ISO26000 を受けて「企業行動規範」を改定

（参考情報：東京商工会議所 HP）

今春、東京商工会議所は、傘下の事業者が自社の企業行動規範を作成・見直しをするにあたっての参考として提示している「企業行動規範」の改定を行った。2002 年に策定された本規範は、2007 年につづき、2 回目の改定となる。

この企業行動規範は、中小企業が自社の風土、体制等の実情を踏まえ、各社の行動規範の作成・見直しを行うことを期待して作成されたもの。10 のテーマに沿って、簡略かつわかりやすいことにポイントを置いて説明されている。

今回の改定では、2010 年 11 月に発行された ISO26000 を受けて、新たに「人権の尊重」が加わった。

<第 3 版で掲げられた 10 のテーマ>

1	法令の遵守
2	人権の尊重
3	環境への対応
4	従業員の就業環境整備
5	顧客・消費者からの信頼獲得

6	取引先の相互発展
7	地域との共存
8	出資者・資金提供者の理解と支持
9	政治・行政との健全な関係
10	反社会的勢力への対処



Point!

グローバル化の流れの中で、中小企業においても海外に拠点・取引先をもつ企業は増加しており、自社の事業活動の過程で、海外における人権侵害が発生するリスクが高まっています。また、取引先の調達基準の一つとして人権問題に対する取組実態を問われています。

一方で、国内においても、ハラスメントの問題の深刻化、外国人労働者の増加などに伴い人権問題がより身近な問題となりつつあります。以上の背景を考えると、中小企業にあっても、人権問題に対する対策は避けて通れない課題となっているといえます。

人権問題について、企業が取り組むべき事項としては以下が考えられます。

- ・経営トップが自社の事業活動に伴うすべての場面で、自ら人権尊重を実践することを内外に表明する。
- ・自社及び取引先の製品・サービスや事業地域の地理・法律・文化・歴史・価値観・政治体制、社内外のステークホルダーの状況等、自社が関係する人権にまつわる様々な要素を検討し、人権侵害が発生するリスクの洗い出しを行い、対策を講じる。

- ・教育・研修を通し、事業活動の中で生じうる人権問題について認識・理解させる。
- ・人権問題の早期発見と問題解決のために内部通報窓口を設置し、利用を促す（通報者が特定されないこと、通報者に不利益が発生しないことが担保される仕組みの整備が不可欠）。
- ・風通しのよい職場にするために、職場コミュニケーションの活発化を図る。

中小企業にあつては、大企業ほど本取組を実施するにあたってコスト・ロードを費やすことが出来ない問題があります。しかし、知恵と工夫次第で出来ることも少なくありません。そのためには、経営者が人権問題への対応の重要性を認識、各種取組を率先していくことが肝要となります。

○ユナイテッドアローズが日本で初めて「エシカル・ファッション・イニシアティブ」プロジェクトに参加する

（関連情報：2013年4月11日付同社HP）

ユナイテッドアローズは、日本のブランドや小売店としては初めて「ETHICAL FASHION INITIATIVE（エシカル・ファッション イニシアティブ）」のプロジェクトに参加し、同プロジェクトにより生産されたキャンバストートバッグを、4月下旬より発売する。

同プロジェクトは、世界貿易機構と国連の合同機構である国際貿易センター（ITC）により立ち上げられたもの。『NOT CHARITY, JUST WORK（チャリティではなく、仕事として）』をスローガンに、アフリカなどの恵まれない地域の人々に対し、技術の訓練などを行い、自らの力により貧困から抜け出せるようにすることを目指している。ブランドや小売店は、ITC とパートナーシップを結んだ上で、ITC へ業務発注し、共同で商品開発にとりかかる。商品の生産は、ITC による訓練で技術を身につけた女性職人たちが行う。

本トートバッグも、プリントから縫製、付属品加工まで、ケニアのスラム地区やサバンナなど様々な地区に住む女性職人たちの手で一つひとつ生産されている。



Point!

本取組は、「エシカル・ファッション イニシアティブ」のプロジェクトへの参加を通じて、ケニアのスラム地区などの社会的課題の解決に取り組むものです。

貧困問題を解決する上で、当該地域の経済的自立、女性の経済的自立は重要な意義を持っています。本取組は、現地における産業の育成や同産業の担い手となる女性職人の育成に寄与する点で、貧困問題の本質的解決を志向する有益な CSR 活動といえます。

海外トピックス：2013年4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、コメントします。

○ノバルティスがマラリア・ノー・モアの「パワー・オブ・ワン キャンペーン」に参画

（参考情報：2013年4月25日付 同社HP）

マラリア治療薬のメーカーであるノバルティスは、世界マラリアデーである2013年4月25日、マラリア・ノー・モア*の主催する「パワー・オブ・ワン キャンペーン**」に参加することを表明した。

同社は、本キャンペーンに対し、小児マラリア薬開発協力および今後 3 年間の経済的支援の実施を約した。

* マラリア・ノー・モアは、2015 年までにアフリカにおけるマラリア感染死を根絶することを狙いとして、2006 年に設立された NPO。

**本キャンペーンは、パワー・オブ・ワンのサイトに登録し、寄付するだけで参加できるもの。

1 ドルの寄付で 1 人分のマラリア治療をアフリカで提供することができる。最新のソーシャル、ウェブ、イーコマース技術を駆使し、2015 年までに 436 万人分の治療を提供することを目標としている。マラリア対策への直接の寄付だけでなく、各国政府の協力を得ることも視野に入れ、マラリア撲滅運動を促進する。



Point!

マラリアは、採算性の問題から、治療薬等の研究・開発に取り組む企業が少なく、現代において「見捨てられた病気」の一つと言われています。そのため、治療薬の開発等により、治療可能な病気となった現在においても、アフリカでは毎分 1 人の子供の命を奪う病気とされています。特に、サハラ以南の最貧国においては、国家予算の保健衛生関連費（うち約 40%はマラリア対策）の不足や、都市部以外での物流インフラ整備等の遅れなどにより、マラリア対策は遅々として進んでいない状況にあります。

同社は、これまでも 2001 年から 10 年契約で WHO と提携し、通算 600 万人分の治療薬をマラリアが蔓延する国々に原価で提供してきました。

本取組は、上記に続く、マラリア撲滅運動の促進策の一環といえます。同社が世界的に注目されるキャンペーンに参加・協力することで、より多くの企業・市民に本キャンペーンへの参加を呼びかけることができ、より効果的にマラリア撲滅運動を促進することができると考えられます。

自社の技術や資本を継続的に提供し、自社の影響力を駆使して、当該運動を促進させていくことで、社会的課題の解決を志向する取組といえます。

○国際統合報告評議会、統合報告の公開草案を発表

（関連情報：2013 年 4 月 16 日 国際統合報告委員会 HP）

国際統合報告評議会（以下 IIRC）は 4 月 16 日、統合報告の公開草案を発表した。統合報告は、企業の収益や資産状況についての財務報告と ESG（Environment:環境、Society:社会、Governance:企業統治）課題に対する対応状況等に関する非財務情報を統合した形態の報告を指し、長期的な企業価値創造の道筋をわかりやすく簡潔に開示することを目的としたもの。今回開示された公開草案では、統合報告を作成するうえでの基本原則と、盛り込むべき要素ならびに作成や表示に関するガイドラインが示されている。

基本原則	内容要素
(1) 戦略的焦点と将来志向	(1) 企業概念と外部環境
(2) 情報の結合性	(2) ガバナンス
(3) ステークホルダー対応性	(3) 機会とリスク
(4) 重要性と簡潔性	(4) 戦略と資源配分
(5) 信頼性と完全性	(5) ビジネスモデル
(6) 一貫性と比較可能性	(6) 財務と非財務の業績
	(7) 将来予測



Point!

本草案は、統合報告作成にあたっての基本的考え方・要素等が示されており、同報告を作成する上での1つのメルクマールとなるものです。例えば、基本原則(2)の「情報の結合性」では、「組織の戦略、ガバナンス、実績及び将来の見通し等の各要素が、どのように関連・依存しあい、長期にわたる価値創造につながるかを表すべき」と改めて同報告の基本的考え方が示されています。

企業としては、CSR経営を着実に実践しつつ、自社にとってのESG課題の明確化やKPI等を活用した取組成果の明示をすること等、本草案のポイントを押さえることが肝要です。

Q&A : CSR等に関するさまざまなご質問についての解説を行うコーナーです。



Question

最近、企業による「ビッグデータ」の活用に向けた環境整備が進んでいるとのことですが、その動向や個人情報保護法制との関係等について教えて下さい。

Answer

近年、企業が保有する「ビッグデータ」の利活用に注目が集まっています。ITの進展等により、企業が大量かつ様々な個人情報等を保有することが可能になったことから、この情報を分析して新商品開発やマーケティング等に活用する、他企業と共有してワンストップでの商品・サービス案内に活用するなどのメリットが期待されています。

しかし一方で、個人情報やプライバシーの保護にも配慮する必要もあるため、我が国では利活用が進んでいなかったのも事実です。

そこで経済産業省が、「IT 融合フォーラム パーソナルデータワーキンググループ」を設置し、同WGでの「パーソナルデータ(※)利活用の基盤となる消費者と事業者の信頼関係の構築に向けて」についての検討結果報告を本年5月10日に公表しています。

(※) パーソナルデータ：個人情報保護法に規定する「個人情報」に限らず、位置情報や購買履歴など広く個人に関する個人識別性のない情報を含むデータ(上記報告より)

同報告では、事業者がパーソナルデータを利活用した際に社会的な批判につながるのは、取得する情報項目や利用目的に関して事業者と消費者の認識にずれがあることに起因する場合が多いとして、パーソナルデータの収集フェーズに検討を絞っています。その上で、消費者が同データの利活用について納得・受容できるために、事業者に求められる取組について検討を行っています。

①「分かり易さ」に関する手法・アプローチ

透明性の高い説明責任を果たすことを前提に、現行の冗長で分かりにくい利用規約やプライバシーポリシーではなく、消費者のサービスの理解を促すような、分かり易く簡潔な形で消費者に情報を提供する手法。

②情報提供機関の活用

ベンチャーなど社会的信頼の確立途上にある事業者に対して、第三者が客観的に審査・認証等を行うことで、信頼性を高める手法。

③消費者による開示情報の選択

消費者が自ら判断した情報の開示度合いに応じサービスを提供し、消費者の安心感を高める手法。
(同報告より抜粋)

同報告等を踏まえ、今後は個人情報保護法の見直しを含めた関連法制度等の検討が行われるとされています。

同報告の検討内容は、従来に比べ事業者によるパーソナルデータの利活用を促進するものです。しかし、これによって急速に利活用が促進されるとは言い切れない側面もあります。

例えば、先述の通り、今回の報告では、データの収集フェーズに検討を絞っています。今後、データ管理・データ解析フェーズ（匿名化、暗号化など）、データ利活用フェーズ（オプトアウト・共同利用に関する制約など）においても解決すべき論点は残っており、いずれも企業の個人情報保護対策に様々な影響を及ぼすと想定されます。

また、本年 2 月に欧州委員会で採択された「EU 個人データ保護規則案」では、特定の目的で個人データを取り扱う場合に、本人の明示的な同意を要求するなど、我が国の個人情報保護法よりも強固な個人データ保護を志向しています。

また、個人データの EU 域内から域外等への移転は、欧州委員会が適切な保護レベルにあると認めた国等に対してしか認められません（CSR トピックス 2013-1 号参照）。

とすれば、同規則のような海外の法制度が、我が国の法制度等に影響を及ぼしうることも、考慮に入れなければなりません。

いずれにせよ、個人情報保護等に関する我が国の諸規制が一気に緩和する方向に向かうとは考えづらく、企業においては、本テーマにおける国内外の動向を十分に見極めつつ、ビッグデータの利活用に関する戦略の検討と並行して、自社の個人情報保護対策を着実に維持・強化していくことが求められるでしょう。

（参照）経済産業省 HP

<http://www.meti.go.jp/press/2013/05/20130510002/20130510002.html>

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 コンサルティング第一部（CSR・法務第一・第二グループ）
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 2013