

CSR トピックス <2011 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「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:2011年9~10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。

<CSR>

ONEC が CSR レポートで ISO26000 に基づくステークホルダーレビューを掲載

（関連情報：2011年9月1日 同社ホームページ）

NEC は、CSR に関する 2010 年度の活動と成果をステークホルダーへ報告するため、「NEC CSR レポート 2011」を発行した。

今回の CSR レポートでは、新たな取組として、2010 年 11 月に発行された組織の社会的責任に関する国際規格 ISO26000 に基づくステークホルダーレビューを掲載している。

これは、NEC グループと民間の非営利組織「CSR レビューフォーラム」(*)とが、およそ 6 ヶ月間、ISO26000 を踏まえて、同社グループの CSR 活動について対話およびレビューを行い、その結果を要約したものを「ステークホルダー意見書」として掲載したもので、同社グループの CSR 経営や、ISO26000 の 7 つの中核主題への取組について、「CSR レビューフォーラム」より意見が述べられている。

同社は、「CSR レビューフォーラム」より述べられた意見を参考に、今後の CSR 施策を策定していくことを約束している。

(*) 持続可能な社会の実現に向けて、社会課題の解決に取り組む複数の市民組織 (NGO や消費者団体など)、またはそこに所属する個人がアライアンスを組んで設立した民間の非営利組織。ISO26000 をベースに、企業活動への第三者レビューを行っている。



Point!

本事例は、ステークホルダーダイアログやこれを受けた CSR レポートの発行にあたり、ISO26000 を活用した一例といえます。

ISO26000 を踏まえた対話・レビューを通じて、様々なステークホルダーの期待を踏まえた同社の課題を抜け漏れなく洗い出すことができます。また、自社の活動やその成果についても、ISO26000 の活用により、客観的な開示・説明を行うことが可能です。

ISO26000 を活用し、ステークホルダーとの信頼関係を強化する取組の一つとして、参考になるケースといえます。

<RM（震災対応）・雇用>

○ユニ・チャームがサマータイム制度を延長・拡充する

（関連情報：2011年9月9日 同社ホームページ）

ユニ・チャームは、東日本大震災に伴う電力不足を受けて5月より導入したサマータイム制度（*）の実施期間を、当初の9月30日までから2012年3月30日まで延長すると決定した。同社は通年での適用も視野に入れて検討している。

また、同制度の適用対象は主に本社スタッフであったが、これまでの実施により、業務の効率向上、残業時間の短縮などの効果が認められたことから、営業部門なども含めて全社的に適用を拡大することも決定した。

なお、子女の保育所等への送り迎えや、家族の介護等で対応が困難な社員は、その旨を申請して適用除外を可能としている。

（*）9時から17時50分までの就業時間を1時間早め、8時から16時50分までとするもの。



Point!

本取組は、今夏の電力不足対策の一環として導入したサマータイム制度の効果を踏まえ、実施期間・適用対象の拡張を図るものです。

夏季が過ぎたとはいえ、電力不足問題は本質的には未だ収束をみません。新たな節電の要請に備え、今夏に実施した施策の効果をレビューし、より有効な対策を検討することは必須といえます。また本事例のように、業務効率化など節電以外の有益な効果を認め、これら効果を追求して施策を拡大推進することは、従業員のモチベーション向上にもつながるため、有効といえます。

<RM・危機管理>

○「新型インフルエンザ対策行動計画」が改定される

（関連情報：2011年9月20日 内閣官房ホームページ）

政府は、新型ウイルスが発生した2009年4月以降の教訓や反省を踏まえて「新型インフルエンザ対策行動計画」を改定した。

主な改定ポイントは、病原性が高い新型インフルエンザの発生・流行に備え、医療・社会機能維持等の対策強化と病原性・感染力の程度に応じた対策を採用するというもの。

2009年に新型インフルエンザが流行した際、重症化する患者が少なかったにもかかわらず、高い病原性を前提とした対応が取られるなど、硬直的な対応になってしまった点を反省したもの。病原性・感染力の程度を見極めた上で柔軟な対応を目指している。



Point!

政府は、今回の改定にあたり、インフルエンザの流行を「危機管理上の大きな課題」と位置づけています。しかし、多くの国内企業では、一昨年の大流行時においても、経営への重大な影響や事業継続が不可能になるケースは稀でした。そのため、より病原性の高い新型インフルエンザへの備えが道半ばとなっている企業が少なくありません。

インフルエンザの流行期を迎える前に、一つの想定シナリオに固執せず、病原性や感染拡大のスピードに応じた柔軟な対応が可能となるよう、複数の選択肢や対応に一定の幅を持たせるなどの視点で事業継続計画の見直しを行うことが得策です。

<RM・危機管理>

○東京都港区で帰宅困難者対策を企業に求める条例が成立

(関連情報：2011年10月17日 港区ホームページ)

東京都港区は、大規模災害時の帰宅困難者対策として、企業に対して、従業員の帰宅を抑制し、事業所に留めることや、帰宅困難者の支援を求める条例を制定した。

東日本大震災の際に企業の従業員が一斉に徒歩帰宅を始め、同区の主要な駅や幹線道路に人が集中し、大きな混乱が生じたことを踏まえたもの。

発生が危惧される首都直下地震では、さらに大規模な帰宅困難者が発生すると予想されるため、区内の企業に対し、自社従業員への対応に留まらず、地域の帰宅困難者への支援も想定した物資の備蓄を求めている。



Point!

本件は、東日本大震災の経験を踏まえて、行政だけでは解決が困難な帰宅困難者対策について、周辺企業の協力を求めるものです。今後他の自治体でも同種条例の制定が想定されます。

本条例に強制力はありませんが、帰宅困難者に対する人道的な配慮や地域の治安確保など社会的責任の観点から、企業には条例の有無にかかわらず、帰宅困難者対応への協力が求められます。

一方で、大災害の混乱状態の前で、企業単独での取組には限界があります。行政と地域の企業等が連携し、効果的・効率的な対策を検討していくことが望まれます。渋谷駅周辺帰宅困難者対策協議会などの先行事例を参考にするのも得策です。

海外トピックス：2011年8～10月に公開された海外のCSR等に関する主な動向をご紹介、コメントします。

○ISOとGRIが協力強化の覚書を調印

(関連情報：2011年10月4日 GRIプレスリリース)

CSRの国際的ガイドラインISO26000(社会的責任の手引)を発行する国際標準化機構(ISO)とCSR報告書の世界で最も代表的なガイドラインを発行するグローバル・レポーティング・イニシアティブ(GRI)は9月5日、両者間の協力強化で覚書を調印した。

覚書によると、両者は、持続的発展に関する情報開示およびベンチマークのツールとしての普及を連携して促進する。具体的には、両者のそれぞれの活動に関する情報共有や他のCSR推進団体・組織との連携促進、CSR関連指針・規範の新設・改定作業への参画、宣伝・普及策等を共同で実施する。



Point!

GRIは、ISO26000の発行直後(2010年11月)に、同規格の内容を踏まえGRIガイドラインを活用してCSR報告書を作成するための手引きを発行しています。今回の覚書は、連携をさらに強めて、CSR報告書の代表的なガイドラインとしての位置づけをより強化するためと考えられます。

過去数年で CSR の国際指針の間で以下のような連携が図られています。

2006年10月	ISO と国連グローバルコンパクト (GC) が内容の整合性を高めることで合意。
2008年5月	ISO と OECD が、ISO26000 と OECD 多国籍企業ガイドライン指針との整合性を高めることで合意。
2010年5月	GRI と国連 GC が、GRI ガイドライン次期改訂版への国連 GC10 原則の反映等で覚書。
2010年11月	GRI が、ISO26000 の内容を反映した持続可能性報告書を作成するための手引きを発刊。
2010年12月	GRI と OECD が、両者ガイドライン利用の共同プロモーション実施で合意。

GRIは現在、ガイドラインの最新版(G4)を策定中であり、今回の覚書で、G4 と ISO26000 との内容の整合性が更に向上すると予想されます。それにより、国際指針の間で以下のような役割分担がさらに強化されることで、CSR 活動の「国際標準形」の姿がさらに明確になるでしょう。

- ISO26000 が、国連 GC の基本的原則等を踏まえつつ、主なテーマや具体的活動の内容を示し、
- OECD 指針が取組レベルのベンチマークを示し、
- GRI ガイドラインが、それらを踏まえた開示方法を示す。

企業は、これらの指針の内容を踏まえ、自社の取組の評価・見直し強化に活用することが得策です。

○米ティンバーランドが、ブランド向上を目指した新 CSR 目標を発表

(関連情報：同社 2011 年 8 月 1 日付プレスリリース)

米国のアウトドアウェア大手のティンバーランドは 8 月 1 日、新たな CSR 目標を発表した。CSR の目標を設定するテーマを拡大し、達成レベルも引き上げる。さらに、同社のホームページに目標の進捗を定量的データで公表するサイトを新設した。挑戦的な目標設定による取組レベルの高度化と情報開示の充実により、「アウトドアのナンバーワンブランド」(ニュートン同社副社長)を目指すという。

新目標では、「気候変動 (Climate)」「製品 (Product)」「製造工場 (Factories)」「地域社会 (Service)」の 4 つのテーマを設定。各テーマに複数のカテゴリーを設定し、それぞれで定量的な目標および実績を開示している。

各カテゴリーの内容も従来に比べて高度化している。例えば、製品では、従来は再生可能製品のシェア拡大を目標としていたものを、「Cradle to Cradle=ゆりかごからゆりかごへ」(生産・使用中・使用後のすべての製品ライフサイクルで、廃棄物や有害物の排出ゼロを目指す)のコンセプトを採用し、いっそうの環境負荷の低減を志向。また、製造工場では、製造(委託先)工場の労働者の人権・生活レベルの向上を目標に、監査の強化等を挙げている。

これらの新目標の進捗を、同ホームページに常時掲載し、四半期ごとに更新する。また、同社の取組をめぐるステークホルダーとのコミュニケーションのため、ホームページ上の専用掲示板の設置やブログ、SNS のアカウント等の多様な手段を設けた。



Point!

同社の取組には、特筆すべき次の点があります。

- ・ 自社の理想のブランドの確立に結びつく 4 つのテーマを特定し、それぞれに明確な定

量的目標を設定している

- ・ 各テーマの目標達成のための具体的なプロセスを設定している

- ・ 上記の目標や達成状況を、容易に理解できる手法でアップデートし、開示している

これらにより、ステークホルダーは同社のゴール設定と現状との差をプラス・マイナスの両面で把握でき、かつ自身の意思を同社に伝達するためのツール（HP、ブログ、SNS等）も複数提供されています。ステークホルダーとのコミュニケーションを活性化させるためには、ステークホルダーに企業の取組を評価するのに十分な情報が開示され、双方向のコミュニケーション手段があることが大前提です。その先駆的なケースとして、同社の取組は参考となるでしょう。

○コカ・コーラが中国における雇用創出と教育支援を実施

（関連情報：コカ・コーラ（米国）HP

http://www.thecoca-colacompany.com/dynamic/press_center/2011/08/company-invests-us4-billion-in-china.html)

8月18日、米国の飲料最大手コカ・コーラは、中国国内で同社製品を製造販売する太古飲料有限公司と中糧可口樂飲料有限公司が中国国内に新たな3工場を新設すると発表した。投資総額は約2億3000万米ドル。工場の新設で、中国国内で新たに直接雇用940人と間接雇用9400人を生み出すという。すでに中国国内では40を超す工場を運営し、4万8000人以上の雇用を創出している。

また、同社は同日、四川大地震で大きな被害のあった地域において中国で100校目になるコカ・コーラプロジェクトホープ校の開校を発表した。コカ・コーラプロジェクトホープは、中国国内において開発が遅れている地域や災害に見舞われた地域に対して、学校建設による青少年の学習環境の提供を目的にしたもので、過去18年にわたり10万人を超す学生の就学環境の改善がなされたという。



Point!

ISO26000（社会的責任の手引）の主要な要素の一つとして、海外進出した地域に対する企業の社会的責任が挙げられています。同社は今回の工場新設により、中国国内でのコカコーラグループとしての雇用が20%強増加すると試算しています。学校建設プロジェクトによる教育支援と併せて、今回の工場新設及びそれに伴う雇用創出は、現地のインフラ整備や経済発展といった点で、地域社会に貢献しているといえます。

これらの取組は、最終的に、中国における同社事業の基盤強化につながり、中長期的にブランド・プレゼンスの向上や業績への好影響も期待できます。

進出地域における社会貢献と自社事業の発展の双方を志向した取組として、本件は参考になるでしょう。

○KFC、ピザハットなどが全世界の店舗で「飢餓救済」キャンペーンを一斉展開

（関連情報：ヤム・ブランズ HP

<http://www.yum.com/company/pressreleases/092311.asp>)

KFC（ケンタッキーフライドチキン）、ピザハット、タコベルの親会社で世界最大の外食チェーン運営会社の米ヤム・ブランズは、9月23日、今年度の「世界飢餓救済」キャンペーンを開始したと発表した。2007年から開始し、今年で5回目となる。

KFC、ピザハット、タコベルの110カ国・3万8千店舗で、100万人を超える従業員とフランチャイズ加盟店が参加。飢餓に関する意識を高め、ボランティア活動を推進するとともに、世界食糧計画（WFP）やその他の飢餓救済機関への資金を募る。

具体的には、同社および同社グループ各社の広告や広報、ホームページ、店舗内のポスター等を通じて飢餓問題の意識向上を図り、約5000万ドル相当の募金を集める予定。また、同社とフランチャイズ加盟店の従業員が、世界中の飢餓救済機関、無料食料提供所などでボランティア活動を行い、募金活動を開始する。なお、今年はキャンペーンで集まった最初の100万ドルを深刻な飢餓が発生しているアフリカ北東部地域でWFPが展開する食糧供給活動の支援に充当するという。



Point!

現在、全世界で約10億人が飢餓に苦しんでおり、問題解決に向けて国際機関や民間企業が様々な支援活動をしています。

そうした中、本件は、全世界で事業を展開する同社の規模のメリットを活かし一般消費者も巻き込むことで、飢餓撲滅への関心を広く高めるとともに、募金活動でも大きな効果が期待できます。

同社の取組のように、世界の重大な課題解決に、自社の強み・特性を最大限活用し貢献する同社の考え方は、社会貢献の本旨にかなっているといえます。

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

東日本大震災時に情報収集や安否確認などにソーシャルメディアが有効であったとの実績を受けて、当社でも積極的な活用を考えています。活用の際して留意する点はありますか？

Answer

■ ソーシャルメディア、SNSとは？

ソーシャルメディアを活用したサービス（SNS、ソーシャル・ネットワーキング・サービス）については、一般的な定義は確立されていませんが、「個人が大規模な拡がりを伴う多数の人に対して情報を発信し、情報を受け取った側がそれに対するレスポンスを返すという双方向のコミュニケーションで情報が形成されていくWeb上のサービス」（出典：弊社「情報セキュリティニュース」2011年第3号）と整理されます。

■ 東日本大震災で評価されたSNSの機能

東日本大震災において、情報収集や安否確認のツールとして、「Twitter」や「Facebook」などのSNSが非常に有効に機能したと評価されています。SNSが持つ情報を持つ者が自ら発信し、それを同時に多くの者が共有できるという直接性・即時性が、圧倒的に情報が不足し、電話などの通信手段が利用できない状況において、人々のニーズを満たしたといえます。

■企業の災害対策ツールとしての活用可能性

以上より、企業の震災対策見直しに当たり、災害時の情報収集・共有手段の複線化を目的として、SNSを活用することは十分検討の価値があるでしょう。本稿では SNS の代表的なサービスである「Twitter」と「Facebook」に的を絞って検討していきます。

(Twitter)

その不特定多数への機動的な情報発信という特性から、既存のメディアより災害現場に密着した情報をよりタイムリーに入手・発信できます。現に、自治体なども公式アカウントにより震災情報を積極的に発信するなど利用は拡大しています。

(Facebook)

グループ機能があり、承認されたメンバー内での機密性を確保した上で、特定メンバー間での情報やそれに対する各人の反応を共有することが可能であるため、企業内の情報共有ツールとして活用できます。平常時より対策本部メンバーや各部署単位でグループ設定を行っておくことで、災害時に企業内掲示板のような活用も可能となります。

■活用における注意点

このように SNS は自社の既存インフラに依存しない高機能な情報収集・共有ツールとしてのメリットを持ちますが、一方でそれによりもたらされるリスクを踏まえた措置を講じることが必要です。

まず、不確かな情報やデマなどが紛れ込む可能性があるということです。特に「Twitter」のように実名登録を必要とせず、不特定多数に発信できるツールで想定されます。このため、企業として情報の正否を確認するという工程を入れることは不可欠ですし、それでも完全に確認することは難しいことから、あくまで補助的手段として位置づけざるを得ません。

次に、お客様情報の流出やプライバシーの侵害を引き起こす可能性があるということです。昨今、従業員による Twitter 上での軽率な書き込みの事例が複数報じられていますが、仮に書き込んだ本人に悪意がないとしても、書き込んだ内容が勤務先や取引先等と関連付けられた上で拡散する可能性は十分想定されます。特に Facebook に至っては、実名登録制で勤務先を登録することも一般的であるため、よりリスクが大きくなります。

最後に、企業によるセキュリティ上の統制が十分に効かないおそれがあるということです。従業員の SNS の私的利用を企業側で制限することはできませんし、例えば Facebook は、従業員が業務において活用する場合、プライベートで使っているアカウントを業務にも併用することが想定されます。最終的には個人の IT リテラシーに依存せざるを得ない状況に陥る可能性が否定できません。そこで、例えば私的利用時の留意点について、それが企業や従業員自身にもたらす影響も含めて、十分な従業員教育を行うことなどが求められます。

企業は、SNS の活用したい機能、そのメリットとそれによりもたらされるリスクを冷静に評価し、自社のネットワークにおける同種の機能の実現可能性も考慮した上で、具体的な活用法を検討することが肝要です。

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 コンサルティング第一部 (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 2011