

もっと! むいて!



もっと! むいて!

さいたまCSR事例集2008

もくじ

さいたまCSRフォーラム2008基調講演録

page

守るより挑む: 地域・市場という社会の責任 2

事例①~④ 地域とともに

ショールームの一角を市民団体と協働運営 埼玉トヨペット(株) 6
商工会・大学・NPOが地域連携でまちづくり 宮原西口商工会 8
企業が創る地域との防災ネットワーク 東京ガス(株)埼玉支店 12
お客様が参加者になる黄色いレシート イオン浦和美園店 14

事例⑤~⑦ 社員とともに

社員の意思を尊重し、地域とつながる寄付活動 富士ゼロックス埼玉(株) 18
本業を活かした活動でやりがいある職場づくり 埼玉りそな銀行 20
第三子に報奨金子育てしやすい職場づくり 毎日興業(株) 22

事例⑧~⑩ 自然とともに

ホテルを彩る野菜 生ゴミリサイクルで地域循環 バレスホテル大宮 28
現場が主役 未来を見据えたメーカーのCSR (株)タムロン 30
活動が育つ、環が広がる 埼玉に根ざす環境財団 (財)サイサン環境保全基金 32

みかんな起業家

店頭の「BOX」から生まれる地域のたまり場 たこやきありがとう 10
行政マンから、スポーツ施設のオーナーに転身 (株)ラダースポーツ 11
子ども部屋つきクラフト工房 小さな子を持つ女性に仕事を (有)ファンシーフラワー工房 24
パン屋と障がい者雇用 バランス経営で社会に新しい風を スワンペーカー北浦和店 25

「数字で読む」
さいたま市

雇用とCSR 16
環境とCSR 27
コラム「社会的企業」を模索する新しい事業体 26

さいたまCSR大調査・結果のご報告 34

目的別 市内相談窓口リスト 36

「CSR ってムズカシイ」「コストがかかるんでしょ？」
私たちがそう思っていました。

でも、本書をつくる中で、「そうではないのだ」ということを、
たくさんのお客様の方にお会いし、教えていただきました。

CSR（企業の社会的責任）は、会社やお店が
地域とともに、社員とともに、自然とともに、
持続・発展するための
本気の、本業の仕事でした。

私たち「みかんプロジェクト」は、
行政・企業・NPO がいっしょにまちのことを考える、
そのきっかけをつくりたいという想いから、
NPO が行政に働きかけて始まったプロジェクトです。

初めの一步は、
CSRについて、市内の企業の方々にご協力いただいて、
アンケートを実施しました。（調査結果はP34 をご参照ください）

本書は、このアンケートにご協力いただいた、
さいたま市内の企業の中から、
14社を訪問し、事例集としてまとめたものです。

また『さいたま CSR フォーラム 2008』を開催し、
多くの企業関係者の皆さまとともに、
CSRについて学び、出会う機会をいただきました。
（P2～P5に基調講演を抄録いたしました。）

DVD版の事例集「さあ！むいて！」と併せて、
「みかん」をじっくり味わっていただき、
未来の会社を考えるヒントとして
ご活用いただければ幸いです。

2008年3月

みかんプロジェクト

さいたま市コミュニティ課市民活動支援室／
NPO法人市民活動情報センター・ハンズオン！埼玉



みらいの
かいしゃ
かんがえる

守るより挑む: 地域・市場という 社会の責任



講師 ● 川北秀人さん

(IIHOE [人と組織と地球のための国際研究所] 代表者)

そもそも「CSR」って。

CSR (Corporate Social Responsibility) とは、「社会貢献」とイコールではありません。環境、人権、安全や、いわゆる社会貢献を含めて、「社会における企業のすべての責任」を意味する言葉です。社会貢献よりも対象となる範囲が圧倒的に広く、企業が社会における責任にどう取り組むか、という問題です。

社会の共通課題としてのCSR

「社会的責任」は、法律で求められる範囲を超えた広く深い責任を意味します。たとえば、食品の偽装問題。仮に法律上の違反は軽微でも、消費者や取引先は法律上の責任だけを見ているわけではありません。品質の管理や向上、取引先や消費者との信頼関係、ブランドの価値などは、法的な責任を超えた企業と社会との約束です。これまでは「できるといいですね」というレベルで語られてきたかもしれない。しかし今では「やらないと生き残っていけない」時代です。これは、個々の企業だけの問題ではなく、その企業のある自治体の問題でもあります。安全よりメンツを守る国でつくられた餃子を食べたいですか？ 環境や交通に配慮のないまちに、みなさんは住み続けたいですか？ セクハラも男女差別もない市役所と、ある市役所とは、職員さんたちが力をふりしぼってよいまちになっていくのはどちらでしょう？ 子育てしやすいまちとそうでないまち、どちらのまちで働く若者が増えるでしょうか。女性や外国人が働くことを応援する自治体と、そうではない自治体、どちらのまちに企業が進出してくるでしょうか。「社会における責任を果たす」とは、企業だけでなく、N

CSR ≠ 社会貢献

CSR = 環境 + 人権 + 安全 + ……
= 企業の社会におけるすべての責任
(Corporate Social Responsibility)

講演のスライドより

POも行政も、すべての社会組織に共通する課題なのです。

守りのCSRから、攻めのCSRへ

行政や社会も、社会責任への取り組みを促す動きを加速させています。最近では、道路や橋などの公共事業の入札の時に、環境への取り組みが進んでいる会社は入札で選ばれやすく、遅れている会社は選ばれにくいという選考基準が採り入れられる自治体が増えています。つまり、取引先には選ばれ続けるために、CO₂の排出抑制、廃棄物の抑制とリサイクル、生態系や人権に配慮した原材料や部品の調達、労働・品質・情報の安全などへの取り組みは、いわば「守りのCSR」として持続可能な企業経営に不可欠です。

さらに会社を発展させるために、エネルギー消費量削減へ取り組むことは、短期的には投資を必要としても、必ず効果を生みます。ほかにも雇用上の魅力、独自性やブランドの強化、地域における信頼の獲得など、環境や地域というテーマに挑まなければならないのです(攻めのCSR)。

CSRは企業のコストを下げる

「CSRにはコストがかかる」といわれます。

しかし中期的には、コストを下げ、売上の拡大にもつながります。たとえばCO₂の削減は、多少の投資が必要であっても、使用する燃料の削減という形でコストが減り、取引先からは「CO₂排出が少ない企業だ」と



本気でCSRしなきゃいけない 10 の理由

- 二酸化炭素の排出規制
- 廃棄物の抑制・リサイクル
- エコ調達
SCM (サプライチェーン・マネジメント)
- 労働・品質・情報の「安全」
- BCP (緊急時の事業復旧)
- ブランドの脆弱さ
- (中期的には) コストダウン
CO₂排出=エネルギー消費
- 雇用上の魅力
処遇上の働き続けやすさ
安全衛生
- 独自性・ブランド強化
- 地域における信頼

→ 守りのCSR

→ 攻めのCSR

講演のスライドより

いう評価から受注が増えるでしょう。

同様に、従業員研修など人材育成への投資は、短期的にはコストがかかり、生産性が下がるように見えますが、「この会社で働き続けたい」と思う若者がたくさんいる会社は、長期的にはコストは下がります。若い社員が会社を愛し、立派に成長していくほうが、毎年何十人も補充するより、企業としての成長の可能性も高まり、収益構造も安定するからです。

優秀な社員が長く働き続けられる会社であるためには、家族にやさしい職場であることが大切です。たとえば介護。現在の経営層や管理職である50歳代は、兄弟姉妹の間で介護を共有できます。しかし20歳代のほとんどはひとりっ子。つまり父母と祖父母、合計6つのお財布をもって育ってきた人が、6人分の介護リスクを抱えることとなります。

会社の将来を期待されている人材が、家族の看護・介護を理由に退職するということが、実際に起きています。みなさんの会社は、男性が育児休暇をとれる会社ですか？ 有給休暇を100%取ることが許される雰囲気がありますか？ 先ほど申し上げたとおり、現在の30歳代以下の人たちにとって、家族に時間が取れる会社かどうかは、次の管理職や経営者が育つかどうかに他なりません。また、「休んだら周りに迷惑がかかる」とか「自分にしかわからない仕事だから」という理由で休みが取れない職場は、その人がいなくなるとわからないというリスク、つまりブラックボックスを抱えているのと同じです。複数の人間で分担・共有できる職場であることが、企業として生き残るために必須なのです。

川北秀人さん

(IIHOE[人と組織と地球のための国際研究所]代表者)

(株)リクルート、国際青年交流NGO代表、国会議員秘書などを経て、94年にIIHOE設立。NPOや社会責任・貢献志向の企業のマネジメント、CSRや環境・社会コミュニケーションの推進を支援している。主な著書『NPO 大国アメリカの市民・企業・行政』(99年)など。



川北さん持参の企業の環境報告書を
読みあう参加者

現場で数字で考える

CSRに本気で取り組むというのは、「電気を消してください」と空に向かって呼びかけるのではなく、現場でどれだけCO₂、すなわち燃料を減らせるか、上司と部下が「数字を使って」やり取りできるようにすることです。

ある会社では、電気やガスなど生産にかかるエネルギーの消費量を、1時間ごとに計測しそのデータを活用しています。そこまで細かく把握することによって、消費の傾向や削減できない原因が生産工程のあり方によるものか、季節か、それとも個人の能力かが分析できます。だから削減するためのポイントを具体化し、合理的な目標設定やふりかえりが可能になるのです。

CSRは本業です

CSRは、木を植えたり、イベントに寄付したりすることではなく、会社の中でどれだけ環境負荷を減らすか、社会に対する責任をどれだけ果たすかの問題なのです。だからこそ社会との接点、つまり現場で、従業員の方たち一人ひとりが、どう「まっとうな仕事」をしていくのか。それがCSRの本質です。

また、自分だけ、社内だけの視点ではなく、外の社会の視線をどう取り込んでいくのがポイントです。そのとき、課題解決のプロであるNPOや地域と一緒に取り組むことが大切であることは、もうおわかりのことだと思います。

本気で会社を生き残らせるための社会的な取り組み、それがCSRです。