

東京グラフィックス 自主研究会活動 CSR報告書

平成23年度版

社団法人

東京グラフィックサービス工業会

the Tokyo Graphic services industry association



目次 | Contents

1	はじめに	11	会員企業のCSR報告書
	東京グラフィックスCSR活動	11	(株)三進社
2	概要	19	(株)創土社
2	設立趣意書	25	(株)東京技術協会
3	印刷産業人綱領	30	総括(BCP策定に向けて)
5	公益性を柱に	30	増田代表
	CSR自主研究会	31	キヤノンマーケティングジャパン
5	環境への取り組み	35	会議録
6	個人情報保護法の遵守	41	参考資料
	個人情報保護方針		ISO26001 やさしい社会的責任
8	労務・教育環境改善に向けて		奥付
	65歳雇用導入プロジェクト		
	労働時間短縮プロジェクト		
	ジョブ・カード制度(実践型人材養成システム)		
10	特別報告・東日本大震災をうけて		
	救援物資輸送		
	節電プロジェクト		



はじめに

(社)東京グラフィックサービス工業会では、公益社団事業の一環として、中小企業においてもコンプライアンスの重視やISOマネジメントシステムの運用、環境対応、個人情報保護に続くCSR（企業の社会的責任）の一般認知に係る社会情勢を鑑みて、これまで会員企業への普及・啓発を目的としてCSR諸事業を推進して参りました。これは、国や所管官庁の一である東京都の施策に適う公益事業に従事するとともに、社会発展に寄与することと当会自身のCSR活動として進捗することを企図したものであります。

本事業の具体的な活動として、CSRという枠組みの中で東京都や中小企業振興公社の協力を仰ぎながらBCP（災害時等の事業継続計画）セミナーを2度開催し、平成23年度では経営委員会CSRグループの有志が中心となってCSR自主研究会を立ち上げ、委員会所管の下、会員企業における各社のCSR報告書作りを進めて参りました。またこの間、先の東日本大震災の発生を受けて、震災時後の企業規模を問わない事業継続性も大きな課題となり、個々の企業はもとより業界団体としてもその対応が急がれるところです。グラフィックサービス業は東京都下の各区に根差した“地場産業”であることを意識し、地域に密着した事業継続と社会的責任を探っていく過程で、地域における中小企業の存在意義を改めて確認し、この活動の一内容を少しでも多くの会員・都民の皆様にも知っていただきたいと思う所存です。本報告書に掲載された会員企業のCSRの事例と報告書は、決して背伸びをせず、中小企業の身の丈に合ったものを目指して作成されたものであり、本事業は所期の目的を達成したとの自負を持って総括した次第です。

CSRは報告書を作成して終わるものではなく、取組みの持続性・継続性が最も重要であるとの認識を深くし、後続の会員企業におかれましても、本報告書を端緒としてその一助となるよう参考資料も充実させて参りましたので、多く活用されることを期待して発刊のあいさつとさせていただきます。

平成24年3月
社団法人東京グラフィックサービス工業会
経営委員会委員長
北村 洋一

東京グラフィックス CSR活動

概 要

(社)東京グラフィックサービス工業会では、公益社団法人の責務として、使命感を持ってこれまでもCSRに係る各種事業計画を策定し、様々な活動を推進してまいりました。東京グラフィックスの事業においては、その理念的な金言として以下に掲げる「設立趣意書」の精神に則った事業活動に取り組んでいます。

社団法人 東京軽印刷工業会
平成5年4月1日

設 立 趣 意 書

印刷は、文化創造に対する役割において、その発生から現代に至るまで多大な貢献をしてきました。なかでも、米国の発明王 トーマス・エジソンが110余年前に発明した謄写印刷を起源とする軽印刷は、それまでのグーテンベルクを起源とする活版印刷に対し、部数の多寡にも柔軟に対応でき、かつ、迅速な印刷技術として社会に深く浸透し、現在の印刷産業としての地位を確立するまでに至りました。

近年における急速な情報化社会の進展のなかで、印刷技術は、他の情報伝達機能と密接に結びつき、社会・文化発展の原動力として必要不可欠なものにまで進歩してきました。特に、近年のコンピュータの活用とオフセット印刷方式の目覚ましい進歩は、印刷技術を大きく飛躍させることとなりました。

軽印刷業は、この印刷技術の進歩を生かして、今後は、単に印刷するという受注形態にとどまらず、多様な情報の処理・加工を行い、印刷を手段とした企画・提案型の業務への転身を図る必要があります。そのためには、異業種交流・印刷・情報関連事業との提携を一層深め、ネットワーク化を実現し、新しい印刷のオルガナイザーとしても発展していかなければなりません。特に、国際化社会の中で情報発信都市「東京」における印刷の需要形態の変化は目まぐるしく、その変化に対応することが急務であります。

今後、軽印刷業は、経営の近代化、技術の向上、機械及び資材の開発研究を行うことで社会の要請にこたえなくてはなりません。また、人材の確保及び育成、労働環境の整備、高齢化社会への対応等のほか、印刷にかかわる公害防止、各種資源リサイクル、環境保全等にも努める必要があります。

さらに、印刷に関する相談室を開設し、情報の提供や啓発に努めるなどして、都民生活の向上に寄与したいと考えます。

こうした課題を解決し、社会と文化の発展に寄与するためには、従来の任意的な活動では制約があるため、社会的信用を得られる組織として、ここに社団法人を設立するものであります。

また当会に所属する350社のグラフィックサービス事業者においては、社業の継続における倫理と理念として広く業界の共通認識である、以下の「印刷産業人綱領」に則った方針を志向しています。

(社)日本印刷産業連合会

印刷産業人綱領

われわれ印刷産業人は社会の責任ある一員としてその使命を自覚し国民生活及び文化の向上に寄与するとともに産業基盤の強化と限りない発展をめざして本綱領を掲げる

一、われわれは

印刷産業人たるモラルを堅持し、自ら律して行動するとともに常に地球環境保全と地域社会との連携調和に努める

一、われわれは

情報社会の推進者たる誇りを堅持し優れた技術と積極的な提案をもって顧客に応え常に有益な製品及びサービスを提供する

一、われわれは

たがいにその立場を尊重し、協調と秩序を重んじ叡智を集め業界発展に尽す

東京グラフィックス組織概要(平成24年3月31日現在)

本部所在地：東京都中央区日本橋小伝馬町7-16

沿革：昭和37年 東京軽印刷工業会設立

平成5年 社団法人に改組

平成8年 現名称に変更

主務官庁：東京都

会員数：350社／賛助会員35社

発行媒体：機関誌「月刊東京グラフィックス」

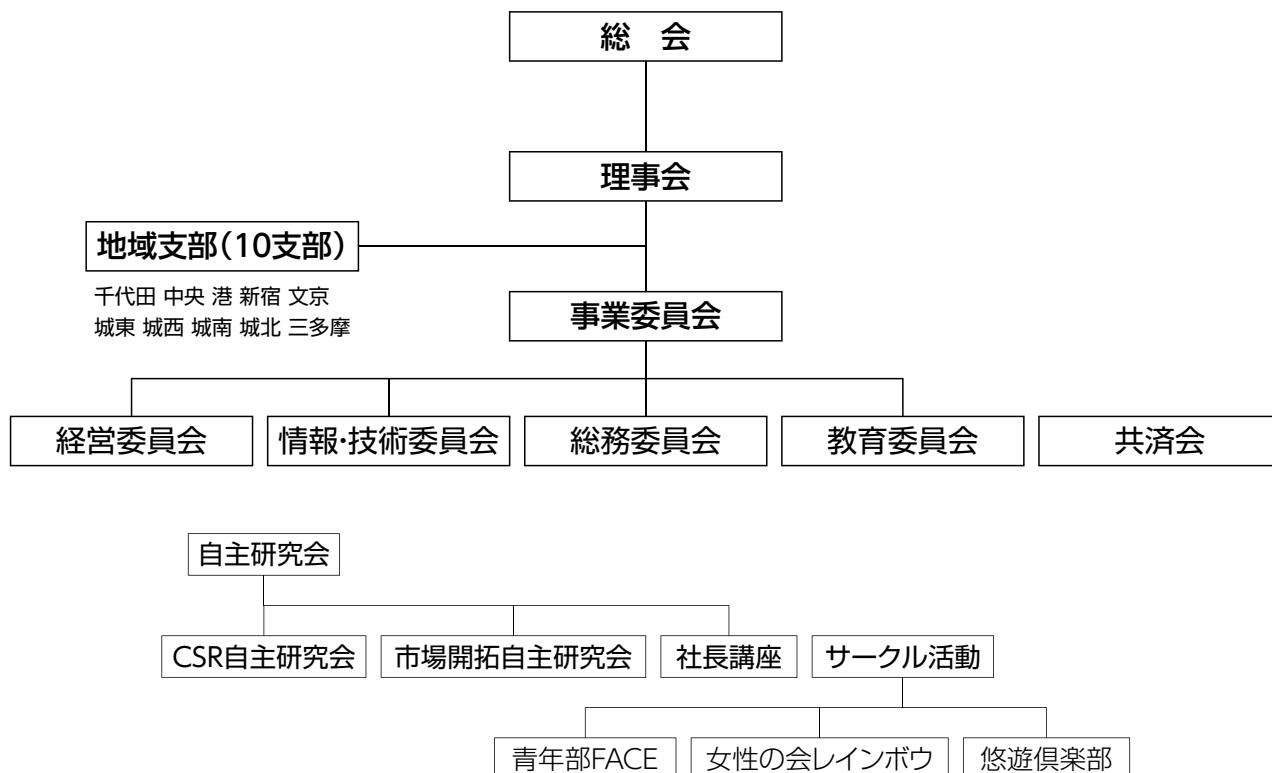
全国団体：(社)日本グラフィックサービス工業会



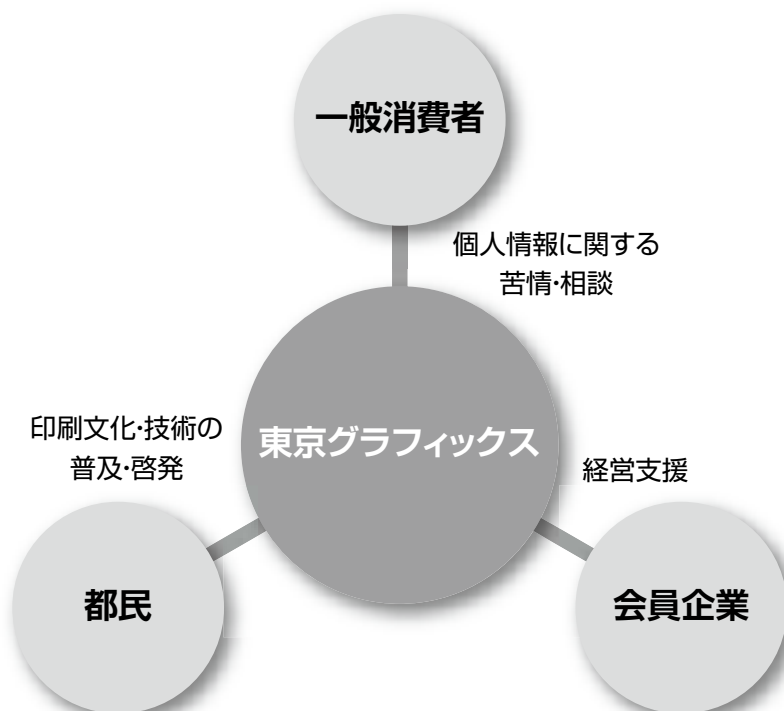
情報公開

東京グラフィックスは、機関誌やホームページ・メールニュースリリース等の媒体を活用して会員のほか、都民へ向けても事業計画・予算・役員・組織図など、当会の最高意思決定機関である定時総会での決定事項を主な内容として情報公開をおこなっています。

組織図（平成23年度）



ステークホルダーを媒介にした社会的責任の推進



公益性を柱に

CSR自主研究会

東京グラフィックスの諸事業では、常設委員会のほか、有志の集まりで自主研究会を組織し、より身近で具体的な活動もしています。本報告書発行においては、経営委員会CSRグループの有志が発起人として、CSR自主研究会を組織し、メンバー各社のCSR報告作りのための検討を重ねてまいりました。これは企業規模を問わない「CSR」の社会的認知を受け、社団法人としても団体のみならず、いち早く会員企業におけるCSRの普及・啓発と、その活動内容が発現した報告書を作成しなければならないとの目的を掲げたものです。本報告書の発行を以て、1年間の活動内容を総括するものです。

主な活動内容

- 計5回の研究会（詳細は巻末・議事録参照）
- 研究会のほか、世話人会を月1回開催
- セミナー開催
 - ・CSRセミナー 講師：早坂修一氏（キヤノンマーケティングジャパン(株)）平成23年3月10日
 - ・BCPセミナー 講師：山根義信氏（ウェルネット(株)）平成23年6月21日
- メンバー各社のCSR報告書作成支援
- 総括報告書（本書）の発行

CSR・BCP補足

研究会としてのセミナーのほか、本部事業としても監督官庁である東京都や東京都中小企業振興公社、キヤノンマーケティングジャパン(株)の協力を仰ぎこれまでもCSR・BCPに関するセミナーを開催しました。また東京都が進める環境、BCP事業に関しても、東京グラフィックスとして会員向けに周知をおこなっています。

CSRセミナー 講師：西尾元雄氏（キヤノンマーケティングジャパン(株)）

BCPセミナー「新型インフルエンザ対策とBCP」 講師：傳田純氏（東京都産業労働局経営支援課・当時）



環境問題への取組み

温暖化対策や低炭素社会の実現、ゴミ・資源リサイクルなど環境に関する諸課題は、エコ志向の高まりにより行政はもとより、一般消費者に至るまで商品・商材のサプライヤーとして大きな関心を払わなければならない分野となりました。東京グラフィックスでは、東京都の環境施策に沿った事業を進めており、CSR活動（ゴミ・リサイクル活動）の一環として、特に力を傾注しています。

環境問題に対する意識の向上を図るため、東京グラフィックスオリジナルの環境パンフレットを作成しました。このパンフレットは「地球防衛軍シリーズ」として全3種作成され、環境関連法令をはじめ、中小企業が取り組むべき環境施策を紹介するなど、都と連携しながら普及・啓発を図ってまいりました。そのほかにも、毎年度環境工場見学会や環境セミナーを実施し、広く公益に適う事業を継続しています。そのほか、関連団体・社日本印刷産業連合会が実施している「グリーンプリンティング制度」の紹介もしています。

主な活動内容と実績

- 環境チェックリストの作成・配布・集計
- 環境パンフレットの作成・配布（「地球防衛軍」シリーズ全3種）
- 環境セミナーの実施
- 環境見学会の実施
- グリーンプリンティング制度の紹介
- 行政の環境施策・関連法規の周知徹底



第一弾



第二弾

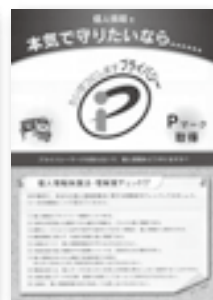


第三弾



個人情報保護法の遵守

個人情報保護法の施行を受けて、プライバシーに対する考え方が大きく変わり一部には過剰な反応等も見られ社会問題ともなりました。グラフィックサービス業では、名刺・名簿等の個人情報を扱う業者は数多く、対応が急がれていました。東京グラフィックスでは団体として、経済産業省から「認定個人情報保護団体」の認定を受け、個人情報に関する一般消費者からの苦情・相談窓口として機能することになりました。



さらに、ISO15001規格に則った個人情報保護のマネジメントシステム「プライバシーマーク」の審査機関として登録し、職員が専門のプライバシーマーク審査員の資格を取得、マーク取得申請のあった会員企業を対象に審査・マーク付与業務を推進しています（現在は㈱日本グラフィックサービス工業会に移管）。平成24年3月末現在で、会員企業200社がプライバシーマークを取得するまでに至り、マネジメントシステムに則った個人情報保護の運用をしています。また上記に関連した「個人情報保護セミナー」を毎年1回以上開催し、時事的な問題を扱いながら会員企業と共にスパイラルアップを図っています。

活動の指針は、個人情報保護方針に則っています。

個人情報保護方針

社団法人東京グラフィックサービス工業会は、個人情報保護に関する法令及びその他の規範を遵守し、また国際的な動向にも配慮した自主的なルール及び体制を確立し、高度情報通信社会、印刷・グラフィックサービス工業における情報処理・加工業としての健全な親展に資するよう取り組むことを誓うとともに、次の通り個人情報保護方針を定め、これを実行し維持することを宣言致します。

1. 個人情報を含む多種多様な情報を大量に取り扱う印刷・グラフィックサービス工業の特性を考慮した適切な個人情報の収集、利用、提供、預託及び管理のルールを「印刷・グラフィックサービス工業 個人情報保護ガイドライン」として制定し、これを公表するとともに、印刷・グラフィックサービス工業者がこれを遵守するよう啓発・推進致します。
2. 当工業会はすべての事業で取り扱う個人情報及び役職員等の個人情報に関して個人情報保護に関する法令及びその他の規範、ガイドライン等を遵守するために、日本工業規格「個人情報保護に関するコンプライアンス・プログラムの要求事項」(JIS Q15001)に準拠したコンプライアンス・プログラムを速やかに策定し、適切に運用します。
3. 印刷・グラフィックサービス工業者が取り扱う個人情報の紛失、破壊、改ざん、及び漏えいなどを防止するため、印刷・グラフィックサービス工業者に対し、不正アクセス対策、コンピュータ・ウイルス対策等適切な情報セキュリティ対策を講じるよう啓発・推進致します。
4. 印刷・グラフィックサービス工業者が保有する従業員等の個人情報について適切に管理するよう啓発・推進致します。
5. 印刷・グラフィックサービス工業者が個人情報保護に関するコンプライアンス・プログラムを策定し、実施し、維持し、及び継続的改善を行うよう啓発・推進致します。
6. 「プライバシーマーク制度」におけるプライバシーマークの普及に努めるとともに、できるだけ多くの印刷・グラフィックサービス工業者がプライバシーマークを取得するよう啓発・推進致します。
7. 印刷・グラフィックサービス工業者に対し、個人情報法、東京都条例をはじめ個人情報に関する法令及び経済産業省、厚生労働省、㈱日本印刷産業連合会ガイドラインその他の規範についての情報を提供致します。

社団法人東京グラフィックサービス工業会は、この方針、及び印刷・グラフィックサービス工業の個人情報保護ガイドラインを文書化し、印刷・グラフィックサービス工業者に周知するとともに、業界以外の者にも入手可能な措置を講じます。

主な活動内容と実績

- 個人情報に関する苦情・相談対応（認定個人情報保護団体）
- プライバシーマークの審査・付与業務（プライバシーマーク審査機関）
- 個人情報保護セミナーの実施
- 個人情報保護法その他、関連法規の周知・徹底

その他・ISOマネジメントシステム運用の推進

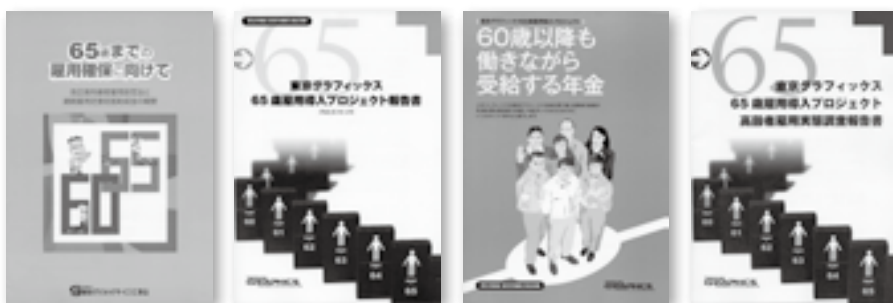
個人情報保護のほか、ISO関連ではISO9001の取得を目指したワーキンググループを形成し、会員共同での勉強会や情報交換をおこないました。

労務・教育環境の改善を目指して

東京グラフィックスに所属する会員企業は平均従業員数8人前後の中小零細企業が多く、時々の法施行も加わり労務や教育の課題が山積していますが、個々単独では改善に向けて手を付けるのが難しいというのが現状です。そこで東京グラフィックスでは、団体としてこれらの改善と支援を目指した各種プロジェクトを立ち上げました。ここでは近年の主なプロジェクトについて紹介します。

65歳雇用導入プロジェクト

グラフィックサービス業の会員企業では、改正高年齢者雇用安定法の施行に伴う年金支給開始年齢の段階的引き上げに合わせて、65歳までの安定した雇用を確保する高年齢者雇用確保措置を講ずることが義務付けられることに鑑み、措置導入の実施が大きな課題となっていました。導入実施には、労務契約の見直しや新たな雇用延長の制度作りなど、労働協定締結もままならない平均従業員数8人のグラフィックサービス中小零細企業が取り組むには、ハードルが高い課題でありました。しかし、経過措置後には雇用延長導入が義務付けられることから、企業規模に関わらず、中小零細であってもこの課題に取り組む必要性に迫られていたことから、東京グラフィックスでは会員企業の雇用延長支援に加え、コンプライアンスの重要性を早くから認識していたこともあり、これらの課題を解決するため、厚生労働省・東京労働局の事業を活用し「65歳雇用導入プロジェクト」を立ち上げ各種啓発パンフレットを作成しました。



労働時間短縮プロジェクト

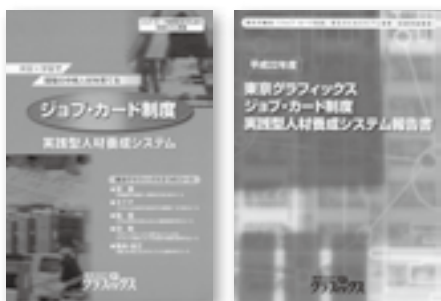
産業を取り巻く労務課題として長時間労働の軽減が挙がっていました。また、平成18年4月1日に施行された「労働時間等の設定の改善に関する、特別措置法」（略称：労働時間等設定改善法）に鑑み、同法のコンプライアンスを重視し、また、これまでグラフィックサービス業では、厳しい納期が常態となっており、印刷工程での夜を徹した作業、長時間の残業等が企業規模に関わらず、業界全体の問題となっていました。さらに、このころから、仕事だけでなく家庭人としてプライベートも充実した生活を推奨する「ライフ・ワー

クバランス」という考えが論調として内外で大きくなり、「中小零細企業こそ、大企業に率先して「ライフ・ワークバランス」を実現すべき」との考えから、会員下の労務環境充実を目指し、これらの課題を解決するため、厚生労働省・東京労働局の事業を活用し「労働時間短縮プロジェクト」を立ち上げました。そこでは複雑な労務法令の啓発を兼ねて、「ワーク・ライフバランスを考える」とした啓発パンフレットと「ワーク・ライフバランスQ&A」の2種類のパンフレットを作成しました。プロジェクトの総括は、好事例6社とアンケート結果を掲載した「労働時間短縮プロジェクト報告書」としてまとめられました。



ジョブ・カード制度（実践型人材養成システム）

業界ではこれまで体系的な教育カリキュラムが確立しておらず、新人教育などをはじめとした教育訓練は、各個の企業が独自に実施していました。しかし、実際は各社において独自の体系を作るのが難しく、その現状を鑑みて、厚生労働省が推進するジョブ・カード制度に取り組み、2年間の事業計画を策定して業界標準の教育カリキュラムを作成いたしました。同カリキュラムは①印刷営業、②印刷DTP、③デジタル製版・刷版、④印刷、⑤製本・後加工の5コースで運用し、当会ホームページほか、厚生労働省ホームページにも掲載され、会員内外の団体・事業者にも広く利用されています。



特別報告・東日本大震災を受けて

平成23年3月11日の東日本大震災を受けて、東京グラフィックスでは、一社団法人としてまずできることから取り組むという趣旨で、事業領域に捉われず震災復興に向けた支援策を実施いたしました。

救援物資の輸送

震災発生後、東京都と連携し被災地に必要な物資を会員企業から集め、本部ニッケイビルに集積しました。集積した物資は東京都の共通集積所である京浜トラックセンターまで、計2回にわたりトラックによる輸送を実施しました。一連の物資提供をはじめ輸送トラックの手配に至る活動は、東京グラフィックスの呼びかけに応じた会員企業のボランティアによるものです。

省エネ・節電プロジェクト

震災後、原子力発電所の稼働率低下により、関東でも需要に比べ供給電力が逼迫してきた上、電力需要が大幅に増加する盛夏を迎えるにあたり、産業界にも節電要請がありました。グラフィックサービス業は装置産業であり、通常の印刷機を営業運転中に止めることは難しい中、節電を呼びかけ、東京グラフィックスホームページ上でも「節電プロジェクト」のための特別ページを設けるなど、セミナーも併せて開催し、省エネ・節電対策方法を種々模索してまいりました。並行して経済産業省が進めた節電アクションにも団体として参画し、国の節電振興政策に寄与しました。また経済産業省が企画した「家庭の節電宣言」にも会員企業15社が協賛し、節電企画に参加した一般家庭を対象に、定価10%引きの年賀状印刷割引券を発行しました。



企業行動指針

2012年3月



株式会社 **三進社**

三進社の経営理念

- 私たちは、全てのお客様と共に成長、発展していきます
- 私たちは、全てのお客様に価値あるサービスを提供していきます
- 私たちは、全てのステークホルダーに対して感謝を忘れません
- 私たちは、印刷業務を通じて、社会貢献していきます
- 私たちは、環境問題に対して、積極的に取り組みます

三進社の企業理念

「お客様に求められる以上の製品実現」

私たちは創業以来、印刷事業を柱とし、「お客様の求められる以上の製品実現」を理念に掲げて事業発展してまいりました。日々変貌を遂げる印刷事業を取り巻く環境の中、私どもに求められる物は常に変化を繰り返し、その都度私たちも成長を遂げてまいりました。

また、時代の潮流を見据えながら、システムの導入、各人のスキル向上を展開しながら、現在もなお歩み続けております。どれほど印刷業が進化し、便利になったとしても、私たちの根幹は全く変わりません。

同時に、企業が社会全体に貢献出来る事を考えた上で行動する事は、全てのステークホルダーに対する責任と捉えています。それら全ては、人と人との繋がりであり、人に対する思いです。コミュニケーションなくして何も成り立ちません。

一企業としての社会的責任を常に意識しながら、利益追求だけでなく印刷を通しての社会貢献に今後も力を注いでいく次第です。

三進社が考える CSR

信頼される企業とは経済的な側面だけでなく、社会的な側面においてもしっかりと取り組んでいく事が本当に信頼される企業であり、本物の企業経営だと思います。

それに伴い、企業としてこれまでの成長路線から安定的な発展路線へ軌道修正して、さまざまな技術革新、経営革新、社会革新などを実行することがこれからの企業に対して求められるものです。

また、私たちが企業の社会的責任（CSR）に対する取組みを考えた時に印刷事業を通じて、環境への取組み、社会貢献活動などを進める事によって責任を果たすとともに、深く信頼される企業でありたいと考えます。

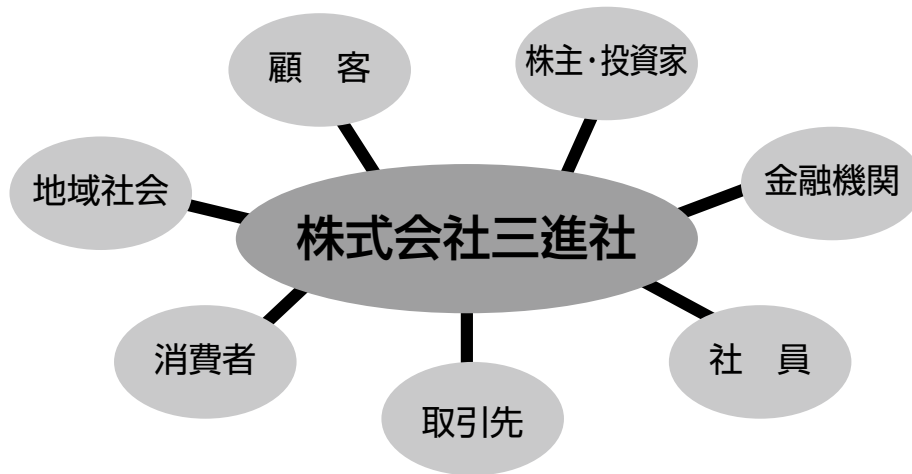
時代の流れや社会環境の変化により、お客様を始めとしたステークホルダーの要求は大きく変わっていきます。しかしどんなに変化しようとも、私たちはステークホルダーの為に存在し、常に支えられていると考えた上で全てにおいて信頼される企業でなければなりません。

持続的発展を目指す為に、経済、環境、社会の3つのバランスを思考しながら更なる事業活動の発展を目指していく事が大事であると私たちは今後も考え続けてまいります。

代表取締役 高 倉 三 夫

三進社を取り巻くステークホルダー

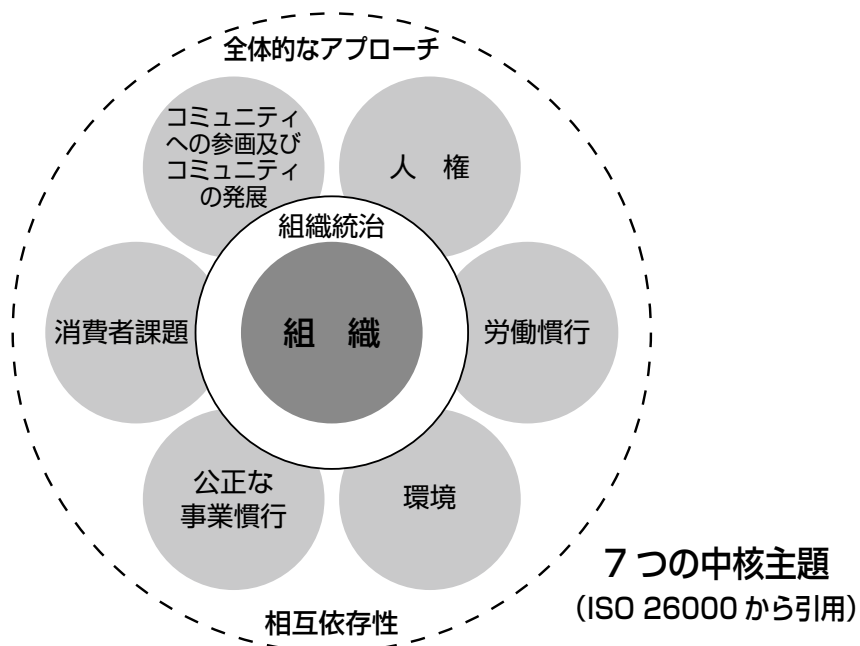
三進社は印刷を中心とした事業活動によって社会に与える影響を考え、関係性を持つ全てのステークホルダーに対応していきます。



ステークホルダーの意見・要望や、社会からの期待や要請を社員全員がしっかりと理解し、印刷業を通して社会貢献に役立っていきます。

三進社の社会的責任

三進社の社会的責任として、7つの中核主題（組織統治・人権・労働慣行・環境・公正な事業慣行・消費者課題・コミュニティへの参画及びコミュニティの発展）を軸と捉えて取り組んでいます。すでに取り組んでいる課題もいくつかありますが、今後更に新たな課題を設けて一つ一つ着実に取り組んでまいります。



三進社の社会的責任への取組み (ISO26000 を参考とし、中核 7 主題毎に報告しています)

私たち三進社は、組織として活動していくにあたり、全てのステークホルダー(※)と積極的にコミュニケーションを図っていきます。

また、企業としての意思決定を確実に実施していくためにも、企業としての説明責任と透明性を明確にするものとします。

(※)ステークホルダーとは、企業の経営行動などに対して直接・間接的に利害が生じる関係者(利害関係者)のことをいいます。

① 三進社の組織統治

【基本的な考えとして】

ISO 26000、の中で、「組織統治とは組織が目的を追求する上で、決定を下し実施することを可能とするような組織統治のシステムをもっているべきである」と記されています。

三進社の目的として、全てのステークホルダーの要求、期待に対して応えていき、尚かつ、継続的に内部統制の見直しを計り、社会的に責任ある企業行動を行いながらガバナンスの強化を進めています。

【CSR マネジメント】

三進社は CSR 活動を行うにあたり「東京グラフィック工業会」の会員によって、本年度に発足された「CSR 研究会」の勉強会で学んだ物と、弊社で運用している「ISO9001」「プライバシーマーク」「エコアクション21」「FSC」を軸にして活動しています。

また、活動するにあたっては各担当責任者と密接に情報交換を行い、各担当者が日常的に実践している CSR 活動を、あらゆる角度で手助けしながら会社全体のレベルアップを行っています。

② 三進社の人権

【基本的な考えとして】

三進社は全ての人の基本的権利である「人権」を尊重し、企業活動を行っています。弊社の活動により、関係者に与える様々な影響が人権侵害を招かないような環境作りを行い、その仕組みを常に見直し、改善しています。

■具体的行動

課題	① 人権に関する危機的状況	② 加担の回避	③ 苦情解決	④ 差別及び社会的弱者	⑤ 市民的及び政治的権利	⑥ 経済的、社会的及び文化的権利	⑦ 労働における基本的原則及び権利
具体的行動							
差別のない雇用の実施	△	—	—	—	—	○	○
不当な労働条件下での労働や児童労働の禁止	—	—	—	—	—	—	—
人権教育	△	△	—	△	△	△	△
障がい者・高齢者など社会的弱者の雇用促進	—	—	—	△	—	△	△

【表中の印の説明】

○・・・実施している

—・・・事例なし

△・・・今後取組もうと考えている

■具体的行動の詳細

差別のない雇用の実施 中国人の日本における教育訓練実習生や研修生の受け入れ。 その他の外国人の雇用。	不当な労働条件下での労働や児童労働の禁止 日本においては法整備が行われているのでこれは値しません。
人権教育 人権教育についての教育の実施は今まではなされていなかったため、今後の課題の一つとなります。	障がい者・高齢者など社会的弱者の雇用促進 今現在、弊社では障がい者や高齢者の受け入れ態勢ができていません。地域の自治体から発信される情報を基に、今後取り組んでいきます。

③ 三進社の労働慣行

【基本的な考えとして】

三進社にとって従業員は、重要なステークホルダーであり、企業運営においても非常に大きな力になっています。そのため、従業員の健康と安全、健全な労使関係の構築に励んでいます。更には、人材育成においても多方面に目を向けた教育を施しています。

■具体的行動

課題	① 雇用及び雇用関係	② 労働条件及び社会的保護	③ 社会対話	④ 労働における安全衛生	⑤ 職場における人材育成及び訓練
具体的行動					
職場の安全環境の改善	○	○	—	○	○
残業労働時間軽減のための会社の動き	○	○	—	○	○
残業に対する会社からの食事手当	○	○	—	—	—
人材育成・職業訓練	○	—	○	—	○
高齢者など社会的弱者の積極雇用	△	△	—	—	—

【表中の印の説明】

○・・・実施している
 —・・・事例なし
 △・・・今後取組もうと考えている

■具体的行動の詳細

職場の安全環境の改善 防塵マスクを全社員に提供し、ウイルス性の病気にに対する備えの実施。年一回の防災訓練の実施と避難経路の確保。	残業労働時間軽減のための会社の動き 全作業工程を常に見直し、余分な労働時間の削減に努めている。各部門長が部員の労働時間の管理体制を行っている。
残業に対する会社からの食事支給 夜 8 時を越える労働者には食事の支給を行っている。	人材育成・職業訓練 人材育成、スキルアップのための勉強会やセミナーへの参加を全社員対象に行っている。
高齢者など社会的弱者の積極雇用 今のところ具体的な動きはありません。今後の課題となります。	

④ 三進社の環境

【基本的な考えとして】

三進社は印刷事業を通じ、企画から顧客の手元に渡るまでのあらゆる段階において、環境にあたる負荷の軽減に努めています。地球環境の保全のために以下の方針を定め、環境を重視した企業活動を行います。

【行動指針】

1. エコアクション 21 に基づく環境マネジメントシステムを構築運用し、積極的に環境への負荷の軽減を目指します。
2. 環境に関わる法令、条件、規制、協定を遵守し、顧客の要求事項を明確にし、環境保全活動の継続的な向上をはかります。
3. 環境方針に基づいた環境マネジメントシステムを確立し、環境目標、行動計画を設定し、必要に応じて見直しを行います。
4. 環境負荷を軽減するために次の活動を積極的に進めます。
 - ① 二酸化炭素総排出量の削減に努めます。
 - ② 廃棄物の分別によるリサイクル化の推進及び廃棄物の削減を図ります。
 - ③ 水資源の節約に努めます。
5. この環境方針は全ての役員従業員に周知徹底し、社員教育を実施すると共に啓蒙活動を推進して、環境保全型企業を目指します。

■具体的行動

課題	① 汚染の予防	② 持続可能な資源の利用	③ 気候変動緩和及び適応	④ 環境保護、生物多様性及び自然生態地の回復
具体的行動				
大気・水・土壌汚染の低減、浄化対策	○	○	—	○
省エネ・省資源化	—	○	○	○
資源の再利用、再資源化	○	○	—	○
環境マネジメントシステムの導入	○	○	—	○

■具体的行動の詳細

大気・水・土壌汚染の低減、浄化対策 エコアクションの運用に伴い、廃液を特殊な循環機を使い、廃液量を 20% にまで圧縮し残りを真水に変えている。	省エネ・省資源化 エコアクションの運用に伴い、印刷工場の蛍光灯を LED 電球に変更した。省エネ推進運動の定着。
資源の再利用、再資源化 エコアクションの運用に伴い、一般ゴミと産廃物を識別している。再生紙の積極的利用。	環境マネジメントシステムの導入 弊社独自のエコアクション 21 のマネジメントシステムを基に活動している。

【表中の印の説明】

○・・・実施している
 —・・・事例なし
 △・・・今後取組もうと考えている

⑤ 三進社の公正な事業慣行

【基本的な考えとして】

三進社は倫理的な行動基準に基づいて、事業活動を行っていく事が公正な事業慣行の基本と捉えています。
そしてそれだけでは終わらせずに、全ての従業員に対して「常に高い倫理観を持ち、公正で正直に行動する」という事を求めており、コンプライアンスの実践は自らの存在目的に関わる大きな課題と捉えています。

■具体的行動

課題	① 汚職防止	② 責任ある政治的関与	③ 公正な競争	④ バリチェーンにおける社会的責任の推進	⑤ 財産権の尊重
具体的行動					
教育訓練	—	—	△	△	—
内部通報・相談窓口の設置	○	—	—	—	△
下請け業者への配慮	△	—	○	—	—
フェアトレード製品などの購入	—	—	—	—	—
社会的責任活動の取引先	—	—	△	△	—

【表中の印の説明】

○・・・実施している
—・・・事例なし
△・・・今後取組もうと考えている

■具体的行動の詳細

教育訓練 今現在、取り組めていないので今後の課題となります。	内部通報・相談窓口の設置 相談ボックスを設置し、会社に関わる全般の内容を無記名で投函出来る仕組みを設けている。
下請け業者への配慮 各部門長の把握の上で、購買先管理台帳（ISO9001 マネジメントシステム）を基に下請け業者の選定を行っている。	フェアトレード製品などの購入 弊社の業務上、これは値しません。
社会的責任活動の取引先 今現在、取り組めていないので今後の課題となります。	

⑥ 三進社の消費者課題

【基本的な考えとして】

三進社は消費者課題の取り組みとして、「ISO9001」の品質マネジメントシステムと、「プライバシーマーク」の個人情報保護マネジメントシステムの様々な規格を活用して組織全体で取組みます。そして、それに伴うシステムの管理と見直しを定期的に行い、常に安全で信頼される製品とサービスを提供しています。

■具体的行動

課題	① 公正なマーケティング、情報及び契約慣行	② 消費者の安全衛生の保護	③ 持続可能な消費	④ 消費者に対するサービス、支援、並びに苦情及び紛争の解決	⑤ 消費者データ保護及びプライバシー	⑥ 必要不可欠なサービスへのアクセス	⑦ 教育及び意識向上
具体的行動							
品質マネジメントシステムの導入	○	○	—	○	—	—	○
個人情報保護マネジメントシステムの導入	○	—	—	○	○	—	○
消費者とのコミュニケーション強化	○	△	—	○	○	○	○
エコ推進活動	○	○	○	○	○	—	○

【表中の印の説明】

○・・・実施している
—・・・事例なし
△・・・今後取組もうと考えている

■具体的行動の詳細

品質マネジメントシステムの導入 ISO9001 専用のマニュアルを作成して運用している。また常に見直しを行っている。	個人情報保護マネジメントシステムの導入 エコアクション 21 専用のマニュアルを作成して運用している。また常に見直しを行っている。
消費者とのコミュニケーション強化 年に一回、顧客満足度アンケートを実施。全社員に周知徹底させ、指摘事項の改善を行っている。	エコ推進活動 省エネ運動、節水運動、廃棄物識別運動を計画的に行っている。CO2 排出量の把握と削減への取組み。

⑦ 三進社のコミュニティへの参画及びコミュニティの発展

【基本的な考えとして】

三進社の今現在でのコミュニティとの関わりは、まだ多くの物がありません。しかし、今後展開していくにあたって考えている事は「教育活動」「雇用促進活動」「ボランティア」「BCP 策定」等、いずれも地域活性化と地域の安全性を重視した事に取り組んでいこうと予定しています。

■具体的行動

課題 具体的行動	① コミュニティへの参画	② 教育及び文化	③ 雇用創出及び技能開発	④ 技術の開発及び 技術へのアクセス	⑤ 富及び所得の創出	⑥ 健康	⑦ 社会的投資
地域におけるボランティア活動	△	△	△	—	△	—	—
社会的弱者の雇用促進活動	△	△	△	—	△	△	—
BCP 策定	—	△	△	—	—	—	△
地域での清掃活動	○	—	—	—	—	—	○
業務に伴うフォークリフト作業の安全確認	—	—	○	—	○	—	—
無臭の印刷機の導入	○	—	—	○	—	○	○

【表中の印の説明】

○・・・実施している

—・・・事例なし

△・・・今後取組もうと考えている

■具体的行動の詳細

地域におけるボランティア活動 本格的な活動はまだ出来ていないので、今後の課題となります。	社会的弱者の雇用促進活動 本格的な活動はまだ出来ていないので、地域情報を基にして取り組んでいきたい。
BCP 策定 今現在、勉強段階であります。今後は仕組みを理解した上で弊社に合った形を策定していきたい。	地域での清掃活動 毎週月曜日に工場周辺の清掃活動。
業務に伴うフォークリフト作業の安全確認 隣接する他の工場から印刷工場に紙類をフォークリフトで運ぶ際に、一般の歩行者の安全と妨げにならないように、必ず確認係を帯同させて作業を行っている。	無臭の印刷機の導入 印刷機の種類により匂いの発生するタイプの物があり（UV 印刷機）、近隣に迷惑をかけてしまう恐れがあるので、弊社では匂いが一切出ないタイプの印刷機の導入を行っている（LED-UV タイプ）。

三進社の概要

【ステークホルダーの皆様へ】

株式会社三進社が大きく成長していくにあたり、事業躍進していく事と社会貢献していく事のどちらか一つでも欠かす事はできません。また同時に、三進社を支える多くのステークホルダーと価値観を共有しながら連携・協力していくことも不可欠であります。

今回は CSR 活動の第一歩として弊社オリジナルの「企業行動指針」を作成いたしました。現在行っている取り組みや今後取り組んでいかなければならない課題を載せております。

この「企業行動指針」を基にして、ステークホルダーの皆様が期待出来る企業に成長していく事が三進社の役目と捉えて行動していきます。

【事業内容】

- 商業印刷物を中心とした総合印刷及び IT サービスソリューションの提案
 - ・一般印刷、オンデマンド印刷、冊子専門パック印刷
 - ・特殊紙印刷、古書復刻印刷
 - ・web 構築サービス、IT ソリューションサービス

【所在地】

■本社

〒141-0031 東京都品川区西五反田 4 丁目 28 番 13 番
TEL. 03-3495-5556 FAX. 03-3495-5552

■本社経理

〒141-0031 東京都品川区西五反田 5 丁目 26 番 3 番（レジディア不動前 201）
TEL. 03-3495-6571 FAX. 03-3495-8774

■営業本部

〒135-0042 東京都江東区木場 5 丁目 11 番 13 番木場公園ビル 6F
TEL. 03-5621-3848 FAX. 03-5621-3849

■木場工場

〒135-0042 東京都江東区木場 6 丁目 6 番 3 番
TEL. 03-5617-3555 FAX. 03-5617-3551

■西尾久工場

〒116-0011 東京都荒川区西尾久 8 丁目 32 番 4 番
TEL. 03-3893-9729 FAX. 03-3810-4105

■業平製本工場

〒130-0002 東京都墨田区業平 1 丁目 1 番 9 番
TEL. 03-5819-1720 FAX. 03-5819-1721

株式会社 創土社
CSR報告書
2012

株式会社 **創土社**



創土社

法人名：(株)創土社（従業員：25名）

所在地：東京都世田谷区

事業内容：企画・デザイン・印刷

自ら考え自ら行動する事を理念とし、1970年に港区三田で名刺印刷や広報誌印刷からスタートしました。現在では印刷業の他に、食に関するカタログやチラシ、デザイン制作を中心にっております。

弊社は小規模ながら、営業ディレクター、デザイナー、カメラマン、コピーライターを社内構成し、一貫してお客様の要望に素早くお応えしております。

創土社のCSRへの考え方

創土社とステークホルダーの係わり

創土社の社会的責任

創土社の社会的責任の7つの中核主題

1. 組織統治
2. 人権
3. 労働慣行
4. 環境
5. 公正な事業慣行
6. 消費者課題
7. コミュニティへの参画及びコミュニティの発展

創土社のCSRへの考え方

(株)創土社は、社会の公器としての意識を持ち、社会への持続的な貢献を目指します。その為には、私たちの事業を通じ、しっかりとステークホルダーに応え、社会的責任（CSR）に対する取組みを果たさなければなりません。

私たち創土社が、社会的責任ということを考えてから、多くの時間が経っていないこともあり、内容的には未熟ですが、今後は少しでも社会的責任が果たせるよう、着実に進んでまいりたいと思います。

創土社とステークホルダーの係わり

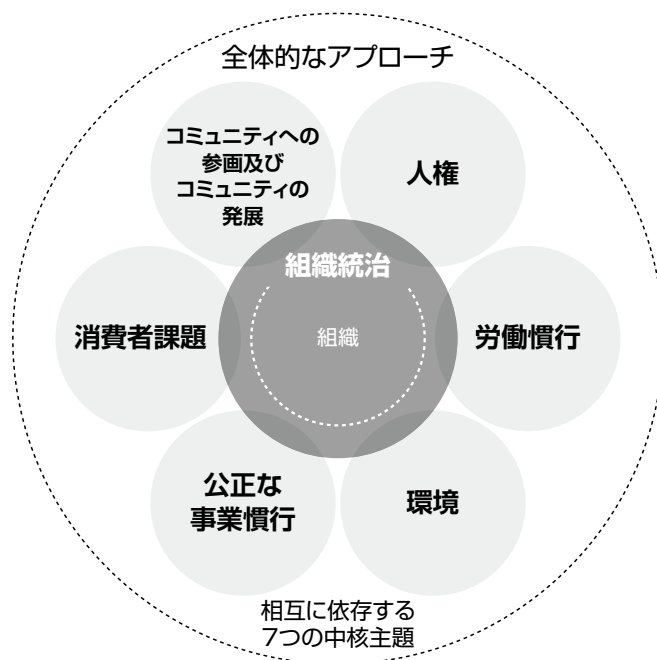
(株)創土社は事業活動を通じて、周りを取り巻くステークホルダーに対応していきます。



ISO26000より引用

創土社の社会的責任

創土社は、社会的責任として7つの中核主題を軸に取組み続けます。



7つの中核主題
ISO26000より引用

創土社の社会的責任の7つの中核主題

1. 組織統治

1-1 基本的な考え方

ガバナンスの公正を常に図り、ステークホルダーの要求に応えていきます。

1-2 現在の取り組み

社員持ち株制度を導入しており、社員が経営に参画できる環境を整えています。社員には、四半期毎に会社の売上等を報告し、経営に対する意識向上を進めています。また、コンプライアンスを高める為に、社外から監査役をお願いしています。

1-3 今後の目標と予定している取り組み

適宜、内部統制のチェックを行います。

2. 人権

2-1 基本的な考え方

基本的な法令にのっとり進めています。

2-2 現在の取り組み

男女差別や年齢による差別などの侵害にならぬよう配慮しています。

2-3 今後の目標と予定している取り組み

高齢者など社会的弱者の雇用促進も進めます。

3. 労働慣行

3-1 基本的な考え方

社員の安定雇用を目指し、就労環境の向上を目指します。

3-2 現在の取り組み

定期検診促進など行っています。また、人材育成やスキルUP制度を実施して、各種講習会やセミナーなどに随時参加していただき、現在では受講料は会社から全額支給を行っています。

3-3 今後の目標と予定している取り組み

よりより労働慣行の改善を重ね、環境を整えていきます。

4. 環境

4-1 基本的な考え方

事業を継続的に続けて行く為にも環境に対する配慮は外せません。社員全員で環境に与える負荷の軽減に努めます。

4-2 現在の取組み

印刷の廃液や廃材など、廃棄物は法令にのっとり処理をしています。また省エネルギーも徐々に進め、昨年夏には10%程度の電力カットにも成功しました。また、ペットボトルのキャップリサイクル「エコキャップ」に参加し、世界の子供にワクチンを届ける活動も行っております。

4-3 今後の目標と予定している取組み

太陽光発電の設置、蛍光灯LED化、ecoカーなどの導入を進めます。また、ecoアクションやISOなどの取得を目指します。

5. 公正な事業慣行

5-1 基本的な考え方

常に公正な事業慣行に努めます。

5-2 現在の取組み

周りのステークホルダーと公正な事業慣行を進め、継続的に社会に貢献できるよう取り組んでいます。

5-3 今後の目標と予定している取組み

ステークホルダーには適正な情報開示を行い、倫理的に取引活動が出来るよう積極的に努めます。またの不当な価格強制なども行いません。これからも従業員に対して適正な処遇も続けていきます。

6. 消費者課題

6-1 基本的な考え方

消費者問題としては、製品・サービスの向上を目指します。また、消費者保護やエコ推進活動に努めます。

6-2 現在の取組み

現在では多くの問題に着手していませんが、持続可能な消費を進める為に、まずはステークホルダーとコミュニケーション強化を図っています。

6-3 今後の目標と予定している取組み

消費者データ保護及びプライバシーの一環としてPマークの取得を進め、データ保護の意識向上を目指します。

また、環境負荷の少ない印刷物の作成はもちろんの事、社員教育の一環として、私たち業界を取り巻く環境に積極的に目を向けて学習していきます。

7. コミュニティへの参画及びコミュニティの発展

7-1 基本的な考え方

コミュニティへの参画は非常に重要だと考えます。これから本格的に迎える少子高齢化社会、隔家族化や老人の一人暮らしなど、社会にとって大きな課題です。その事に目を逸らさず、積極的に係わりを持つ事が重要だと考えます。

7-2 現在の取組み

会社では年に数回、ボランティア活動の一環として、地域の子供たちに塗り絵やお面作りを教えています。お父さんやお母さんが昔懐かしんだ「塗り絵」や「お面作り」をしながら、親子のコミュニケーションをとっていただくのはもちろんですが、折り紙などに触れることにより、紙をより身近に感じていただき、業界の普及に努めたいと考えます。また社員が、子供たちに折り紙などを教える事を通じて、「私たちは社会の一員として存在している」ということを感じ、活動を続けています。

7-3 今後の目標と予定している取組み

春と秋の全国交通安全運動の交通整理に積極的に参加をします。地域の防災やイベント参加にも努めていきます。



株式会社東京技術協会
Tokyo Engineering Service Co.,LTD

CSR報告書2011

社長のメッセージ お客様と、お客様のお客様のために

わたしたち東京技術協会は、まだ派遣業という概念のなかった1919年（大正8年）に製造メーカー様に設計製図スタッフを派遣する業務からスタートしました。これは、創業者小林孝太郎の「これからの日本は製造業が支えていく。私たちはそれを支える会社になろう」との考えからでした。

その後、青写真サービスの開始、印刷技術の導入、そしてわが国のパイオニアとしてテクニカルイラストレーション技術を米国より導入し、これらをコア技術としてマニュアル類のコンテンツ製作サービスと各種印刷サービスを展開してまいりました。

現在はテクノロジーが高度化してコンテンツは様々なメディアに展開されるようになり、経済のグローバル化と共に産業構造が激変し、少子高齢化による内需減少とともに日本経済が悪化しつつある中で、お客様や社会のニーズも多様化してきています。

また、わたしたちが未来にわたりこの地球で生活していくために、これまでの消費型社会から循環型社会への構造転換が必要とされ、企業も社会の一員として持続可能な活動をする必要があります。

わたしたち東京技術協会は、直接サービスを提供する「お客様」と、そのサービスにより利益を享受する「お客様のお客様」すなわちすべての人々に対して社会的責任を負っていることを常に認識し、法令と倫理を遵守し、環境負荷を可能な限り削減してまいります。

また、社員を家族同様に考え、社員の成長を当社の成長ととらえて社員の自己実現を支援し家族の幸福が実現できるよう配慮してまいります。

来年度より新たな経営ビジョンのもと、中期経営計画に基づき、技術革新に果敢にチャレンジし、新たな付加価値を生み出し、高品質なサービスを提供し社会に貢献してまいります。

そのためには、お客様のご理解とご協力はもとより、外注先・仕入先とのパートナーシップ、金融機関のご支援、従業員の理解と協力が欠かせません。どうかこれからも東京技術協会をご指導ご鞭撻賜りますようよろしくお願いいたします。

代表取締役社長 鈴木 将人

※当社のCSR報告書はISO26000を参考にしています。

経営ビジョン

コンテンツ・クリエイターのリーダー企業として、技術とノウハウを最大限に活かし、イノベーションに果敢に挑戦し、様々なメディアを縦横無尽に駆使して、お客様に新しいエクスペリエンスを提供する

経営理念

「創る」「見せる」「管理する」三つの技術ですべてのお客様と、お客様のお客様に貢献しもって社会の発展に寄与する

企業行動指針

わたしたちは、品質でお客様に貢献します

長年培った技術とノウハウに裏付けされた確かな品質でお客様に貢献します。

わたしたちは、共生の精神でお取引先に貢献します

自社の存在はお取引先のご協力の賜物であることを常に感謝し、共に成長発展することによってお取引先に貢献します。

わたしたちは、さまざまな活動で地域社会に貢献します

地域における文化・教育・経済・保安・環境・災害時対応など様々な活動に対する協力で地域社会に貢献します。

わたしたちは、先見性と卓越性で社会の発展に貢献します

たゆまぬ努力により磨き続ける先見性と卓越性によって社会の発展に貢献します。

CSRレポート

企業統治・BCP

お客様、お取引先、そして社員の利益と安全を守るために企業統治とBCPは必要不可欠です。わが社では、取締役会規定、組織規定、職務分掌規定などを明文化するとともに、企業行動指針、社員行動指針を策定し統治システムを明確化していきます。

また、一昨年度より新型インフルエンザなどへのパンデミック対策として感染予防のための備品を常備し、社員の安全と業務継続のために備えています。今年度は、災害対策も含めたBCP計画を策定する予定です。

人権

社員およびパート・アルバイトの採用に関しては、最低賃金の確保はもちろんのこと、性別・国籍・年齢・障害の有無などによる差別のないように最大限配慮しています。また採用にあたっては必ず雇用契約書を取り交わしています。

社内では処遇差別やハラスメントのないよう配慮しています。

労働慣行

労働関連法規を順守するとともに、企業内組合の他に社員代表を置き、社員の権利に関する事項については労使協議の上決定しています。

社員の健康維持のため業務平準化と残業管理を徹底しています。今年度は就業規則の見直しを行い、育児・介護休業などに配慮する予定です。

また、社員の自己実現のため各種セミナー・研修会・展示会などへの積極的な参加を支援しています。

環境

グリーン購入ネットワーク（GPN）の「グリーン購入ガイドライン」に準拠した調達・購入、「オフセット印刷ガイドライン」に準拠した生産活動を行なっています。CTPシステムには日本アグファ・ゲバルト社のAvalon LFを、CTP刷版には環境保護印刷推進協議会（E3PA）による環境保護印刷「GOLD」ステータスの対象製品であるAzura TSを使用し、環境影響物質の排除と生産性向上を達成しています。

また、主要なお客様からの要請に基づき、環境経営システムを構築し環境保全委員会を設置して環境影響物質や資源使用料の管理などの環境活動にあたっています。

その他に具体的な環境活動として、機械設備・OA機器の環境対応製品への入れ替えや使用台数削減、普通自動車の台数削減と軽自動車への入れ替え、カーシェアリングの利用、照明の間引き、室温管理の徹底などです。

公正な事業慣行

わが社はこれまでも伝統的に誠実・公正な事業活動に務めてまいりましたが、今後も倫理的な企業行動を守り、お取引先には不公正な取引を強要せず、入札や競合に際しては公正な競争に徹し、価格破壊を引き起こす不当な価格設定をしないよう注意してまいります。

情報セキュリティ

お客様の機密情報を扱う場合、情報セキュリティは最優先で取り組むべき課題です。当社はおお客様の情報セキュリティを守るために、社員および外注先と守秘義務契約を締結しお預かり資料や原稿、図面、各種データなどの管理を徹底しています。

特に紙による資料については、お客様との守秘義務契約のもと当社処分物に関しては「エコポイント」サービスを利用し、機密資料の溶解処理を確実に行なっています。

また、情報漏えい防止のため「セコムLX」を設置し入退室管理を行なっています。

社会貢献

災害時の義援金等の寄付、地域活動への寄付、「こども110番」拠点の引き受け、交通安全運動への人員派遣、会社前道路の清掃などを行なっています。

今年度より地域BCP活動の提案・協力を始める予定です。

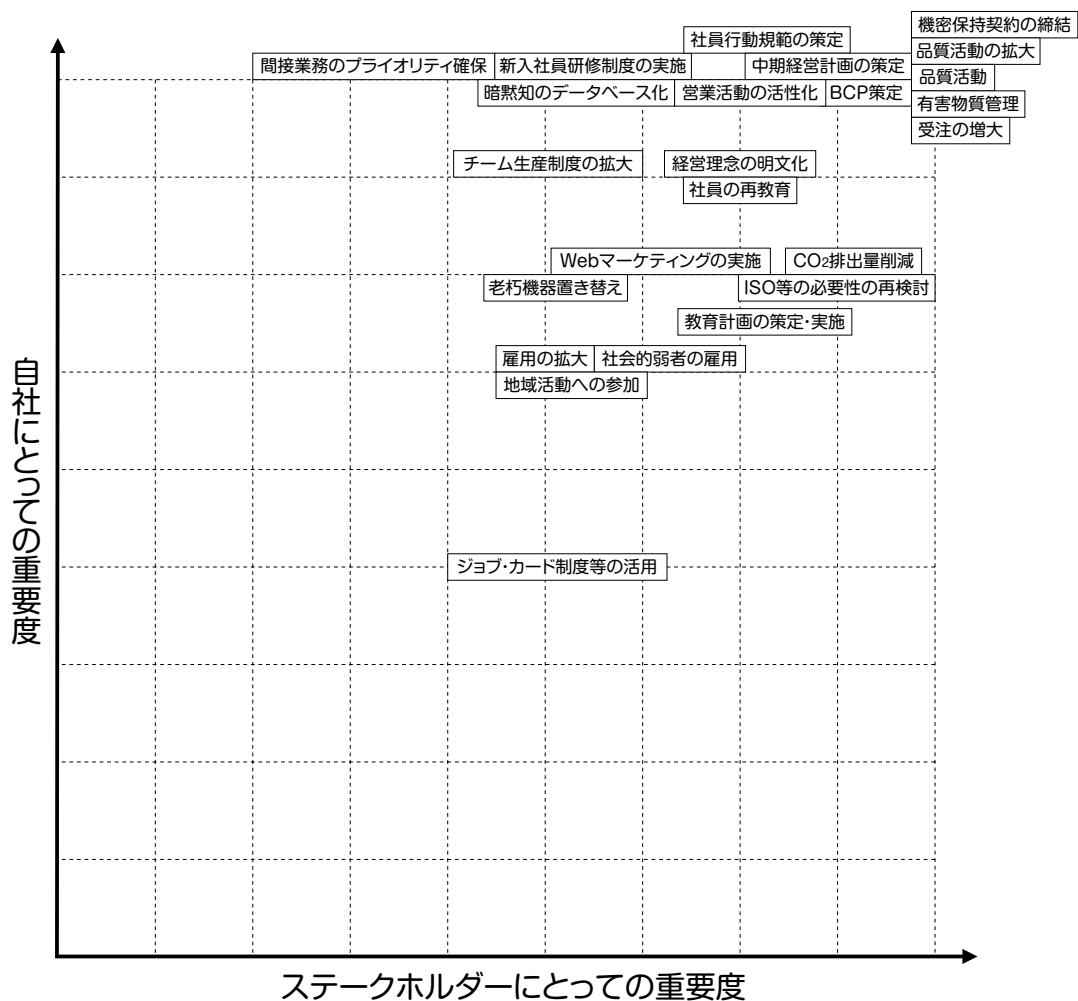
当社のCSR活動について

当社のCSR活動は2011年に社団法人東京グラフィックサービス工業会の「CSR自主研究会」に参加することから始まりました。この研究会はキヤノンマーケティングジャパン株式会社（CMJ）様の支援のもと、同社CSR推進本部CSR企画推進部・早坂修一様のご指導により、当社を含めて5社でまずCSR報告書を作ってその効果を実際に体験するとともに、そのノウハウを他の会員企業に還元していこうというコンセプトで活動を進めてきました。

当初は「CSR ってなんだろう」「中小零細企業が取り組む意味があるのだろうか」「格好ばかりつけても商売にならなければしょうがないのでは」という疑問を抱えてのスタートでした。しかしながらCMJ様の

親身なご指導により、CSR活動が自社を見つめ直してその立ち位置を再認識し、未来に向かって進んでいくための道標となることがだんだんとわかってきました。

まず自社の現在のCSR活動を確認し、ステークホルダー（SH）の特定とその要請・期待の分析、内外環境の分析、課題の抽出と進めてきました。ここで項目のスクリーニングを行いました。当社ではそれぞれ立場の違う3人の社員および取締役「自社にとっての重要性」と「自社のSHにとっての重要性」をそれぞれ自分の立場から推察してそれぞれ3点満点で採点してもらい、項目ごとの3人の合計点数で重要度をみました。その結果、特に情報セキュリティ、品質、有害物質管理に自社、SHともに重要性が置かれているとみられることがわかりました。



来年度は、スクリーニングをする人を増やし、社員だけでなくお客様やお取引先、金融機関などにも重要度評価をお願いしたいと思います。

そして最後に自社の目指す姿を確認し、CSR報告書の企画概要を策定して今年度のCSR自主研究会活動を終了しました。半年ほどの短い期間でしたが、自社の客観的な姿を認識し今後どうしていくのかを確認できたのは大変貴重な体験でした。

来年度以降は社内にCSRマネジメント委員会を立ち上げ、PDCAサイクルで毎年継続して活動して行くことにしています。

東京グラフィックスCSR自主研究会を終えて！

増田代表

《はじめに》

昨年3月10日、22年度決算総会に先立ち、「東京グラフィックスCSR自主研究会」の立ち上げとセミナーを開催し、実践的なCSR報告書作りが始まりました。

私達は、所属業界の社会的貢献と各個企業の新たな地域貢献について継続的にセミナー等を開催して来ました。また、CSR活動の取り組みと平行して、鳥インフルエンザ・パンデミック等の感染症対策として事業継続（BCP）の視点から対策セミナーを東京都の協力を頂き開催してきました。勿論CSR並びにBCPへの取り組みの背景には、迫り来ると言われている「首都直下型震災」への第一歩を踏み出すことにありました。

そして、翌日

《3月11日午後2時46分「東日本大震災」が発生！》

——岩手・宮城・福島の前災三県の死者・行方不明者は、1万九千余名

予想されていた首都直下型の災害ではありませんでしたが、震源を遠く離れた東京でも、当日515万人余の帰宅困難者問題が発生し、都内は終日その対応に追われました。また、災害に無防備とも言える実情も改めて思い知らされました。

《第一期自主研究会活動を終えて》

最初に、鳥インフルエンザ等のパンデミック対策として講師派遣を頂いた我が業界の主管官庁である東京都産業労働局商工部経営支援課に感謝申し上げます。また、今期の自主研究会の講師役をお引き受け頂いたキヤノンマーケティングジャパン(株)に合わせ感謝を申し上げます。特にキヤノンマーケティングジャパン(株)には、過去3年に亘り継続的にCSRセミナーを開催して頂きました。

今回こうして一年間の成果として、業界と協力3社のCSR報告書を皆様にお届けするにあたり、自主研究会員としてご協力を頂いた会員の皆様にも改めて感謝申し上げます。

平均2カ月間隔で研究会を開催しました。詳しくはキヤノンマーケティングジャパンの早坂氏の報告をご覧頂くとして、基本的な理解の周知とセミナーでの演習を重視したものとして、改めて自社の成り立ちと将来への方針提示に思いを進める事が出来たように感じています。

今後、会員企業の皆様がこれに続きCSR報告書作成に取り組まれる事を願っています。

《次年度の課題（BCP策定に向けて）》

私たちは、今回の自主研究会のもう一つの重要なテーマとして「地域貢献の出来る中小印刷事業者」「地域密着型中小事業者の新規事業の開発・挑戦」を喫緊の課題としてきました。今期、CSR報告書の作成を通して課題と問題点の抽出を行ないましたので、第二期は新たな実践的な事業展開への報告が出来るよう頑張りたいと考えています。

今年度CSR研究会の第1回は、「準備すべきBCP(事業継続計画)」のポイントとして実施しました。次年度は、自主研究会員はもとより所属組合員が「我が社のBCP」を持つ為の業界運動を開始したいと考えています。

現在予想される「首都直下型震災」は、震災で地殻変動が活発化し、M5以上の余震は599回を数えている事と併せより現実味を帯びて来ています。加えてM7クラスが「4年以内に70%」と言う大学の研究機関からの発表もあり、行政も首都防災計画を急ぎ見直しをしています。私達も「想定外」と言う言葉を使う事のないように、私達の「想定」する緊急時事業継続の対策を急ぎたいと考えます。

事前計画と緊急時における30分、3日間、3カ月の具体的施策を検証し、“事業継続こそ最大の社会貢献！”を合い言葉として、なにより事業責任者並びに管理責任者の不測の事態回避計画から実践的なBCP運動を開始したいと考えています。30分以内になすべきことと従業員並びにステークホルダーに対する3日間の命の保証と3カ月の事業継続を如何に可能とするかを各社の実情に併せ作成して行きたいと考えています。

最後に、今期の自主研究会への協力とご支援に改めて感謝致します。

活動を振り返って

2008年より貴会からのご要望を受け、CSRに関わるセミナーにおいて、弊社CSR推進本部のメンバーが「CSR全般」「環境」「CSRを企業の競争力に」などをテーマに、講師を務めさせていただきました。2011年3月には、貴会の本年度の事業計画を見据えたテーマとして、不肖ながら私が「CSR報告書」に関するセミナーの講師を務めさせていただきました。

おそらく、セミナーをお聞きになった段階では、皆様の頭の中での「CSR」は、まだ漠然としたものだったのではないのでしょうか。勿論、環境保全や情報セキュリティ、BCPなど、いくつかのテーマについては、既に取り組み、成果を挙げていたものもあったでしょう。それは遵守すべき法令であったり、お客様、行政、金融機関など皆様が直に接するステークホルダーからの要請に基づいて対応を取られていたものと思います。ただ現実的には、この「CSR」を、トレンドや机上の知識としてではなく、自社にとって真に必要なものとして捉え、さらには「CSR報告書の発行」という成果物に向かうには、その「理由」となる背景や目的をつかみにくいと感じられていたのではないのでしょうか。

実は当初、セミナー講師をお引き受けするにあたり、CSR報告書制作の一実務者であった私は、事務局の皆様「CSR報告書制作の一通りの手順と実務者としての経験談しかお話しできません」と率直に申し上げました。また、セミナーに続き1年間にわたり本研究会の講師を務めるにあたっては、「たった年間4回の活動で一定の成果（各社CSR報告書の完成）を求めるのであれば、参加者の自主的な学習が前提であり、双方向でのコミュニケーションと状況に合わせての軌道修正がしやすい『ワークショップ形式』で進めさせてください」と勝手ながら要望させていただきました。

今となって考えますと、このように正直に事務局様に申し上げたことが良かったような気がいたします。CSRに近道はなく、上述の通り、この段階では講師と参加者との間で共有できていない「CSR報告書をつくる理由」を皆で一緒に考えていくという、この“ワークショップ形式”を採用したことと、参加企業様がそれに応えて真摯に事前課題などに取り組んでいただいたことが、本研究会の進行においては最大の収穫であったと思っています。

さて、こうしてまさに“自主”研究会がスタートすることになりました。

まず、最終成果物である各社CSR報告書の完成までのプロセスについては、課題毎の目的が明確になるために一番着実な方法として、段階を踏みながら中間成果物をつくっていくことに致しました。

そして、「各社の考えや取り組みが違うことは当たり前」として、常に悩みながら、修正を繰り返すことを恐れずに、まずは現状で「できていること」「できていないこと」の整理から本研究会を進めていくことになりました。

その後、ISO26000を参考にしながら、回を追う毎に中間成果物を作成し、＜ステークホルダーの特定～課題の洗い出し～その解決に向けた活動の優先順位の決定～CSRと企業理念や事業計画との関係性＞までを順次整理していき、なんとか最終成果物であるCSR報告書の完成に漕ぎ付けることができました。

研究会の半ばでは、「CSRは本当に必要か」「なぜCSRに取り組むのか」など、CSRが参加者や参加企業の“腑に落ちる”ための議論にも時間を費やし、補講なども加えながらの進行でした。

プロセスの詳細につきましては、各回のアジェンダおよび中間成果物、私の回想録を付録に記しておりますので、参考としていただきたいと思います。

私も本研究会を通じて、様々な課題について皆で一緒に考え、知恵を絞って対応する工夫がいかに重要か

を学びました。また、皆様のご意見をお聞きすることが、CSRを推進するにあたって重要なことをあらためて考える機会となりましたが、それは、「CSRを分かりやすいものにする」「利益あるCSRにすること」でした。「一部の人にしか分からないCSR」「事業と関係性のないCSR」は、持続していくことは困難です。CSR活動は誰から見ても良い取り組みだと感じてもらえるものにしていくべきでしょう。

また一方で、CSR活動に終着点はなく、社会の課題が変わればCSR活動も変容する必要があることを先の震災は教えてくれました。社会の課題にアンテナを張り、“企業として、その課題に応えていくためのPDCAサイクルが常に回る状態をつくる”ことが大切なのだと感じます。

弊社といたしましても、今後も社会的な課題の解決に通じる貴会の公益事業を支援してまいります。これは弊社としてのCSR活動の一端でもありますし、独り善がりのCSRとならないためにも、相互コミュニケーションを重視し、ともに発展していきたいと考えております。

最後に、本会の進め方やゴールの決定までの企画を練るために、幾度となく弊社へ足をお運びくださり、若輩者である私の意を汲みながら、熱意を持って背景やビジョンをご説明くださった事務局の皆様と、CSRの意義をご自身や自社の中できちんと消化され、その名の通り、“自主的”なご努力で回を重ねるごとに理解を深めてくださった本会参加企業の皆さまに、あらためて敬意を表すとともに御礼申し上げます。

この活動を起点として、貴会および会員企業様がCSR活動に一層取り組むことによって社会の持続的発展に寄与し、ますます発展される事を心よりお祈り申し上げます。

平成24年3月9日

キャノンマーケティングジャパン株式会社 CSR推進本部

早坂 修一

付録

成果物であるCSR報告書を見て評価を行うことは勿論大事ですが、CSRもまさにPDCAの繰り返しであり、各参加企業様がどのようなプロセスを経て制作し、そこで何を気づき、何を得たのかが大変重要と考えます。以下に各回のアジェンダおよび中間成果物を、回想録とともに記しますので、本文とあわせてご拝読いただければ幸いです。

◎第2回／2011年9月2日

※第1回はBCPをメインのテーマとして本研究会を実施したため、弊社は不参加

<アジェンダ>

■企画概要（企画に必要な要素）の説明

- ・発行の目的・用途
- ・編集方針（報告事項の考え方、報告対象、報告範囲、参照ガイドライン、その他留意点）
- ・報告項目
- ・構成
- ・制作体制・進め方
- ・信頼性確保の方策
- ・全体スケジュール

■自社の現状分析（自己&自社紹介）

- ・各社のCSR活動内容を整理

◆中間成果物

- ① 参加各社のCSR活動状況を確認できた

●回想録

- ・参加企業の皆さまはCSR報告書制作について様々な疑問を持ちながらの、一方、講師の私は参加企業様のCSR活動の現状が分からない手探り状態でのスタートとなりました。
- ・各社のCSR活動内容の発表においては、今後続く双方向コミュニケーションの土壌を形成する第一歩として位置付け、「何でも言える環境づくり」を重視して、CSRに近い分野や取組みに関しても“否定なし”で忌憚なく意見交換しました。

◎第3回／2011年11月9日

<アジェンダ>

■前回の補足説明

- ・ステークホルダーの重要性

■自社の現状分析（各社発表）

- ・ステークホルダーの特定
- ・ステークホルダーの要請・期待と自社の強み・弱みの分析結果

■分析結果を踏まえた企画案策定にむけての説明

- ・自社のCSR活動の重要度
- ・創業理念、企業理念、社是、行動指針とCSRとの関連性

◆中間成果物

- ② ステークホルダーの特定およびその要請、期待の分析ができた
- ③ 自社の強み、弱みの分析ができた
- ④ ②③を踏まえ、自社が取り組むべきCSR活動を確認できた

●回想録

- ・初回の反省と参加者の皆様からのご意見を受け、会の冒頭で前回の振り返りと補足説明を行いました。
- ・「自社にとってのステークホルダーとは？」「そのステークホルダーの自社への影響はどの程度なのか？」などをあらためて視覚化し、考察することで、業界や自社の特性が少しずつ明らかになってきました。
- ・CSRを意識した場合の「従業員」に対する考察では、参加者の会社での立場の違いもあり、様々な意見がありました。これを受け、「外部ステークホルダーに影響を与えるCSR推進役としての側面」と「会社の利害関係者としての側面」があり、「従業員」へのCSRの施策はとりわけ重要であることを共有しました。
- ・自社の強み、弱み／ステークホルダーの要請・期待の分析では「実際に取り組んでいること」と「やるべきこと」にギャップがあること、その差を埋めることが重要であることを共有しました。

◎第4回／2011年12月13日

<アジェンダ>

■自社の現状分析（各社発表）

- ・ 自社のCSR活動の重要度
- ・ 創業理念、企業理念、社是、行動指針等とCSRとの関連性

■中間成果物（取り組んだ課題）と最終成果物（各社CSR報告書）の関係性

- ・ これまで作成した課題をCSR報告書にどのように反映させるかを説明

◆中間成果物

- ⑤ ステークホルダーの視点と自社の視点の両軸に基づき、自社のCSR活動の重要度決めることができた
- ⑥ 経営理念、行動指針、事業内容、事業計画など、自社の主要な特性がCSRとどのような関係を持つか、また、自社の取り組むべき課題にどう影響するかを確認した

●回想録

- ・ 参加企業が事前に洗い出した「自社のCSR活動」を全てメモに書き出し、「環境」「情報セキュリティ」「地域貢献」など、カテゴリに分類しながらホワイトボードにはっていきました
- ・ 上記作業での視覚化により、共通するテーマや各社固有のテーマなどを認識できました。
- ・ 個々のCSR活動の重要性を分析する際には、ステークホルダーの優先順位や自社の事業戦略を踏まえる必要があること、そのことが判断できるような立場の方に参画してもらうのが良策であることなどを共有しました。

◎第5回／2012年2月22日

<アジェンダ>

■各社CSR報告書素案発表

- ・ 素案の発表
- ・ 良い点の共有、改善点の討議

◆中間成果物

- ⑦ 各社のCSR報告書素案ができた

●回想録

- ・ 各社にご用意いただいた素案について共有し、意見交換をおこないました。それぞれ相当な努力をされており、方向性に間違いはないことを皆で確認することができました。
- ・ 本研究会において常に参考としてきたISO26000についても、各社が一定の理解をした上でCSR報告書に工夫して取り入れていることを見てとることができました。
- ・ 今後素案を磨いていく上でのポイントとして、CSR報告書発行の目的や用途をさらに明確にすること、読者から見て疑問がわくような表現の見直しを行うことをアドバイスしました。
- ・ 本研究会での活動を踏まえて「企業理念」や「行動指針」等の見直しをおこなったことは、大きな成果であると感じました。

CSR自主研究会 会 議 録

- ◎第1回 平成23年6月21日(火)
- ◎第2回 平成23年9月2日(金)
- ◎第3回 平成23年11月9日(水)
- ◎第4回 平成23年12月13日(火)
- ◎第5回 平成24年2月22日(水)

第1回CSR自主研究会 報告

日 時：平成23年6月21日(火)午後5時～ 8時30分

場 所：ニッケイビル8F会議室

出席：増田光仁港支部長, 鈴木将人氏(株東京技術協会・港), 山崎泰新宿支部長, 長谷川勝氏(株創土社・港), 小林盛夫氏(株マステック・城東), 比嘉良孝氏(株清水工房・三多摩)

事務局：吉野職員

●議 題

◎第1企画については下記内容で、東京都中小企業振興公社のご協力によりBCPに関するセミナーを開催した。参加者は20人。

時 間：午後5時～ 6時半

演 題：『準備すべきBCP(事業継続計画)のポイント』

講 師：防災コンサルタント 山根義信氏

◎第2企画は防災マップソフトの紹介と説明のため、下記内容のセミナー形式で開催した

時 間：午後6時半～ 7時半

演 題：(独)防災科学研究所＝社会還元プロジェクト

「eコミュニティ・プラットホーム2.0」の検討と関連報告

講演内容：上記ソフトの開発・運用、東日本大震災のためのサイトALL311の構築支援に携わられてこられた株式会社ファルコンの担当者が説明。

◎第3企画・研究会会議 午後7時半～ 8時半

・研究会報告並びに研究体制の構築と運用について 資料・東京都BCP事例集など

○研究会出席者有志で、下記の通り世話人を決定した。

代表世話人：増田

世 話 人：北村, 山崎, 鈴木, 宮地(代理：長谷川), 小林, 比嘉 敬称略

事務局：吉野

- ・BCPに関しては本日のセミナーを参考に、中小企業が策定できる簡易的なもので且つ外向けに発表できるものを目指す。
- ・策定には、具体的に自社震災時の提携業務先を、事前にピックアップする必要性あり。
- ・データバックのリスク分散等(複数箇所)
- ・また単なるCSR(BCP)ではなく、顧客向けの営業ツールとして活用することを想定。
- ・eコミュ等の防災ソフトを利用した区単位行政との災害協定も視野にいれ、東京グラフィックスが公益社団になるための事業推進と、会員メリットとして協定企業には入札条件の優遇も要望のひとつに。
- ・東日本大震災においてeコミュが罹災証明の発行に活用。
- ・以上を踏まえ、BCP策定を進める上で自社の業務内容・マニュアル・提携先等の情報整理を進める。

○今後のスケジュール

- ・2カ月後を目途に第2回研究会の開催。
- ・7月上旬キヤノンと協議。それを受けて世話人会で具体案並びに詳細を検討し次回会議の決定と告知

次回研究会：8月下旬開催を予定。

なお、第2回会合において、今回のBCPの講座の成果として、BCPレポートバージョン1として、提供資料を参考に

1)作成の目的の明確化

2)自社の重要事業の確認点検

3)想定される災害(大規模地震災害を例に！)に対する復旧目標の策定等について報告協議。

第2回CSR自主研究会 報告

日 時：平成23年9月2日(金)午後4時～6時

場 所：キャノンSタワー(港区品川)

出席：増田光仁港支部長、北村洋一経営委員長、鈴木将人氏(株東京技術協会・港)、宮地本治氏(株創土社・港)、小林盛夫氏(株マステック・城東)、室雄一氏(株三進社)、比嘉良孝氏(株清水工房・三多摩)

事務局：吉野職員

●議 題

○「CSR報告書制作ワークショップセミナー」

キャノンMJの早坂氏が講師を務め、研究会前段で標記セミナーを開催した。このセミナーは報告書作りにおけるポイント解説したもの。今後の研究会スケジュールについても概案が説明された。

○グループディスカッション

前段のセミナーを受けた形で、参加企業各社によるこれまでのCSR取り組み事例を洗い出した。洗い出した内容と項目は各自から発表・ホワイトボードに掲載し、他者の視点からも意見交換をすることで、新たな気づきの機会とした。

今回の洗い出しは、CSRに近い分野や取り組みに関しても忌憚なく意見交換し、広範囲に及んだ結果となった。

次回以降の研究会においては、今回の雑多な洗い出しの精査と確認作業を進めていくことが確認された。

※なお研究会に先立ち、あらかじめ課題に出された「自社の現在のCSR活動」を事前に確認する作業を各自で進めていた。

○今後のスケジュール

・今回の洗い出しを踏まえての内容精査と作業を進捗

次回研究会：11月9日(水)開催を予定。※次回は本部ニッケイビルを予定。



第3回CSR自主研究会 報告

日 時：平成23年11月9日(水)午後5時～ 8時

場 所：ニッケイビル8F会議室

出席：増田光仁港支部長，北村洋一経営委員長，鈴木将人氏(株東京技術協会・港)，宮地本治氏(株創土社・港)，小林盛夫氏(株マステック・城東)，室雄一氏(株三進社)，比嘉良孝氏(株清水工房・三多摩)

事務局：吉野職員

●議 題

○CSR取り組みの精査

前回研究会での各社CSR取り組み事例の洗い出しを受けて，今回の研究会ではその内容・項目の精査作業に入った。

具体的にはキャノンマーケティングジャパン提供の各課題・項目について順を追っての検討をした。また方式はテーブルを囲んでのグループワーク方式とした。

ステークホルダーの特定を中心にして，自社との関係性について討議を進めた。

早坂講師からの補足説明内容

・ステークホルダーの重要性

次回以降の研究会においては，今回の宿題の進捗状況を確認しながら進めていく。

○今後のスケジュール

・課題スクリーニングと，「自社の目指すCSRの姿」の作成

次回研究会：12月13日(火)開催を予定。※次回は本部ニッケイビルを予定。



第4回CSR自主研究会 報告

日 時：平成23年12月13日(火)午後5時～ 8時

場 所：ニッケイビル8F会議室

出席：増田光仁港支部長，北村洋一経営委員長，鈴木将人氏(株東京技術協会・港)，宮地本治氏(株創土社・港)，小林盛夫氏(株マステック・城東)，室雄一氏(株三進社)

事務局：吉野職員

●議 題

○CSRの取組みとステークホルダーの特定

前回研究会から持ち越しの課題であった，自社のCSRへの取組みに関して，ポストイットで書き出した後，カテゴリーごとに区分しながらホワイトボードに張り出していった。

宿題であったスクリーニング作業は，今回の書き出しと同時並行的に行った。

研究会自体は従前のグループワーク方式で進めた。

また今回までにできなかった従前の課題についても，再度，参加企業の意見交換を踏まえながら検討した。次回が研究会の討議としては最後となるため，各社の報告書作りのイメージを固める確認と方向性についても大まかではあるが確定させた。今回の討議でまかないきれなかった課題については，別途・世話人会等で個別に検討することとなった。

同時に，東京グラフィックスとしてのCSR報告書作りは，増田代表，北村委員長，事務局・吉野とで進める。

○今後のスケジュール

- ・ 報告書作りと研究成果発表のための資料収集と精査
- ・ 3月下旬に成果発表会
- ・ 3月末に報告書を発行

次回研究会：2月22日(水)開催を予定。※次回は本部ニッケイビルを予定。



第5回CSR自主研究会 報告

日 時：平成24年2月22日(水)午後5時～ 8時
場 所：ニッケイビル8F会議室
出 席：増田光仁港支部長，北村洋一経営委員長，鈴木將人氏(株東京技術協会・港)，宮地本治氏(株創土社・港)，室雄一氏(株三進社)
事 務 局：吉野職員

●議 題

○最終精査

前回研究会から今回までの間，個別ヒアリング訪問を行いながら参加メンバーの作業状況を確認し，アドバイスをを行った。

ヒアリングを参考に，各社から暫定での報告書が提出され，その資料を基にキャノンMJ・早坂講師から助言を仰ぎ，修正点を確認した。

各自の発表では，ほかのメンバーからの意見も出され，本日の検討を考慮して，最終的なCSR報告書を作成する。

3月の成果報告会は下記の日程で決まった。なおCSRと関連して，BCPセミナーも合わせて実施する。講師は前神奈川県知事の松沢氏。

日 時：3月28日(水)午後5時～
場 所：芝パークホテル
内 容：BCPセミナー・CSR報告会
セミナー講師：松沢氏
報 告 者：三進社，創土社，東京技術協会ほか
司 会：増田代表

北村委員長は主に，東京グラフィックスとしての活動内容等の紹介を中心とする。
発表の順序は，会社名の50音順とする。

○CSR報告書の発行

3月末に発行予定の総括「CSR報告書」について，内容と進行方法を討議した。

東京グラフィックスとメンバー各社の報告書を合わせた形の報告書として発行し，本事業の総括とする。

総括報告書の印刷は，メンバーでもある創土社に発注し，別途見積もりを取る。支払いは研究会予算から支出するものとする。原則，データ入稿とし，事務局・吉野にデータ集積，のち一括して入稿という流れで作業を進める。詳細な工程スケジュールは，創土社から提案されたスケジュール表を目安に進捗する。

概ね，PDFの完全データであれば3月中旬，そのほかは3月第1週をめぐりにコンテンツを作成，入稿する。

○今後のスケジュール

3月28日(水)午後5時～ CSR報告会(社団予算総会の前段として)

参 考 資 料

◎次ページ以降の資料はISO/SR国内委員会のご協力・ご好意により、
参考資料として転載させていただいたものです。

やさしい社会的責任 概要

－ ISO26000 と中小企業の事例 －

全体的アプローチ

コミュニケーションへの参画 及びコミュニケーションの発展

社会的責任(Social Responsibility)とは →P.1

- 組織活動が社会及び環境に及ぼす影響に対して組織が担う責任のこと
- 様々な組織が持続可能な社会への貢献に責任をもつ

企業だけではなく、すべての組織を対象
CSR Social Responsibility
※CSR="Corporate" Social Responsibility

社会的責任を果たすメリット →P.1

- 社会的責任を果たす最大のメリットは、社会からの信頼を得ること。そのほか次に示すような効果も期待できる。
- 社会の期待に反する行為(法令違反など)によって、事業継続が困難になることの回避
- 組織の評判、知名度、ブランドの向上
- 従業員の採用・定着、士気向上、健全な労使関係への効果
- 消費者とのトラブルの防止・削減やその他ステークホルダーとの関係向上
- 資金調達円滑化、販路拡大、安定的な原材料調達

社会的責任を果たすために(7つの原則)

- すべての組織で基本とすべき重要な視点

7つの原則

- 説明責任
- 透明性
- 倫理的な行動
- ステークホルダーの利害の尊重
- 法の支配の尊重
- 国際行動規範の尊重
- 人権の尊重

ISO26000とは →P.2

- 先進国から発展途上国まで含めた国際的な場で複数のステークホルダー(消費者、政府、産業界、労働、NGO、学術研究機関他)によって、議論され、開発された国際規格
- 認証を目的としたマネジメントシステム規格ではなく、ステークホルダーを重視し、組織が効果的に社会的責任を組織全体に統合するための手引(ガイダンス)
- 第1章から第7章及び附属書によって構成され、7つの原則と7つの中核主題を掲げる

消費者課題

ポイント →P.16

- 組織の活動、製品、サービスが消費者に危害を与えないようにする
- 製品・サービスを利用した消費者が環境被害など社会に悪影響を及ぼさないようにする
- 日本の中小企業における留意点
- 消費者課題への意識はますます高まっている。より積極的な行動が必要である
- 組織の自主的取り組みが重要である

取り組み例

積極的な情報開示、消費者とのコミュニケーション強化、エコ製品製造

組織統治

ポイント →P.7

- 組織として有効な意思決定の仕組みをもつようにする
- 十分な組織統治は、社会的責任実現の土台である

取り組み例

監査役や監事の選定と適正な運営、ステークホルダー・ダイアログ、社外専門家の活用

組織

人権

ポイント →P.8

- 人権を守るためには、個人・組織両方の意識と行動が必要
- 直接的な人権侵害だけでなく、間接的な影響にも配慮し、改善する
- 日本の中小企業における留意点
- 日本でも人権問題は根深く残っているため、注意が必要
- 海外での拠点・取引をもつ企業は、海外での人権保護に十分な確認が必要

取り組み例

差別のない雇用、人権教育

労働慣行

ポイント →P.10

- 労働慣行は、社会・経済に大きな影響を与える
- 「労働は商品ではない」が基本原則である
- 日本の中小企業における留意点
- 雇用機会、労働時間など労働関連法令の再確認からスタートする
- 従業員・労働組合との話し合いなどを通じ、組織と従業員にとってよりよい仕組みを作る

取り組み例

職場の安全環境の改善、ワークライフバランス推進、人材育成・職業訓練

公正な事業慣行

ポイント →P.14

- 他の組織とのかわりあいにおいて、社会に対して責任ある倫理的行動をとる
- 日本の中小企業における留意点
- 独占禁止法・下請け法を再確認する
- 組織のトップが取り組み姿勢を示すことが重要である

取り組み例

意識向上教育、内部通報・相談窓口の設置、フェア・トレード製品などの購入

環境

ポイント →P.12

- 組織の規模にかかわらず、環境問題へ取り組む
- 環境への影響が「わからない」から取り組まない「ではなく」「わからなくても、環境問題に取り組む」の予防的アプローチをとる
- 日本の中小企業における留意点
- 最低限、法令・条例を再確認する
- どんな組織でも環境への接点はある身近なところからできることを実施する

取り組み例

省エネ・省資源、CO₂削減、サステイナビリティにおける環境・生物多様性保全活動

主となる7つの中核主題

相互に依存する7つの中核主題

「ISO26000 Guidance on social responsibility (邦題:社会的責任に関する手引)」は、2010年11月に正式発行された、社会的責任に関する国際規格です

本資料記載の内容・ページ番号は、ISO/SR国内委員会発行の「やさしい社会的責任－ISO26000と中小企業の事例＜解説編＞」に対応しています (→<http://iso26000.jisa.or.jp/>)

やさしい社会的責任

— ISO26000 と中小企業の事例 —

ISO/SR 国内委員会

無断引用・転載禁止

はじめに

「やさしい社会的責任 ―ISO26000 と中小企業の事例―」（以下、本書）は、主に中小企業の方を対象に、社会的責任の国際規格である ISO26000 のポイントを、わかりやすく解説しています。中小企業の方が ISO26000 を理解し、社会的責任に関する取り組みを行うための手引となることを目的としています。

そこで本書では、具体的取り組み内容を考える上で特に参考になると考えられる ISO26000 の第 6 章（社会的責任の中核主題に関する手引）を中心に、日本の中小企業が社会的責任に取り組むときの留意点や、中小企業などにおける実践事例、具体的行動を実行するためのヒントを紹介しています。

中小企業の皆様にとって、ISO26000 への理解を深める上で本書が一助となればと考えています。本書で紹介している具体的な取り組み事例を通じ、自らの企業がどのように社会的責任を果たすことができるかを考え、実行するための足がかりとしていただければ幸いです。

取り組みは大掛かりな投資や体制整備が伴う大規模なものである必要はなく、利用できる経営資源の範囲で実施できる小規模なものから始めればよいのです。むしろ、柔軟性や革新性、地域コミュニティとの密接なつながりなど、中小企業の強みを活かしながら、それぞれの「身の丈に合った」地道な活動を継続することが重要です。

また、本書は、主に中小企業の方を対象とし、紹介する事例も中小企業を中心としたものですが、その内容は企業以外の教育・医療機関などの方にも参考となるはずです。中小企業以外の皆様にも、自らの組織に置き換えて考えることで、本書が社会的責任に関する理解を深め、具体的な行動に反映するためのきっかけとなり、多くの方に役立てていただけることを願っています。

ISO26000 は、ISO（国際標準化機構）が発行する国際規格です。ただし、本規格は、手引（ガイダンス）規格であり、**要求事項を示した認証規格ではありません**。

本書は＜概要編＞、＜解説編＞、＜事例編＞の 3 編で構成されています。

＜概要編＞は、本書の概要を 1 ページで図解しています。

＜解説編＞では、ISO26000 を理解する上でのポイント、中小企業における留意点などを解説しています。

＜事例編＞では、中小企業などにおける実践事例及び導入のためのヒントを紹介しています。

本書は、経済産業省より委託を受けた（財）日本規格協会及び（株）三菱総合研究所の協力の下、ISO/SR 国内委員会及び国内委員会内に設置された事例WGによって作成されました。本書における ISO26000 に関する解説は、規格の最終原案の仮訳をもとに、規格の

一部を要約し、解説・事例を追加したものです。作成に当たっては技術的内容を十分に考慮しましたが、本書は ISO 規格の内容をすべて網羅しているわけではありません。よって、ISO26000 の内容を確認する場合には ISO 規格原文を参照してください。

やさしい社会的責任

— ISO26000 と中小企業の事例 —

＜解説編＞

目次

1. 社会的責任（Social Responsibility）とは.....	1
2. ISO26000 とは	2
3. 社会的責任の中核主題	5
3.1 組織統治	6
(1) ポイント	6
(2) 具体的行動例と主な関連法令.....	6
3.2 人 権	7
(1) ポイント	7
(2) 日本の中小企業における留意点.....	7
(3) 具体的行動例.....	8
(4) 課題の解説	8
(5) 主な関連法令.....	8
3.3 労働慣行.....	9
(1) ポイント	9
(2) 日本の中小企業における留意点.....	9
(3) 具体的行動例.....	10
(4) 課題の解説	10
(5) 主な関連法令.....	10
3.4 環 境	11
(1) ポイント	11
(2) 日本の中小企業における留意点.....	11
(3) 具体的行動例.....	12
(4) 課題の解説	12
(5) 主な関連法令.....	12
3.5 公正な事業慣行.....	13
(1) ポイント	13
(2) 日本の中小企業における留意点.....	13
(3) 具体的行動例.....	14
(4) 課題の解説	14
(5) 主な関連法令.....	14
3.6 消費者課題	15
(1) ポイント	15
(2) 日本の中小企業における留意点.....	15

(3)	具体的行動例.....	16
(4)	課題の解説	16
(5)	主な関連法令.....	16
3.7	コミュニティへの参画及びコミュニティの発展.....	17
(1)	ポイント	17
(2)	日本の中小企業における留意点.....	17
(3)	具体的行動例.....	18
(4)	課題の解説	18
(5)	主な関連法令.....	18

1. 社会的責任（Social Responsibility）とは

■ CSR と Social Responsibility

近年、世界中で、環境破壊、貧困など様々な社会的問題が深刻化しています。また、物流などネットワークの発達によって、個々の組織の活動が社会に与える影響はますます大きく、そして広がるようになってきています。このため、社会を構成する世界中のあらゆる組織に対して、社会的に責任ある行動がより強く求められるようになってきています。特に企業では、社会的な評価・評判や資金調達に影響するようになり、CSR（Corporate Social Responsibility；企業の社会的責任）という用語が一般的になってきました。しかし現在では、様々な組織が持続可能¹な社会への貢献に責任があると考えられるようになり、企業だけではないという意味で、単に Social Responsibility（社会的責任）となっています。ここで、社会的責任とは、組織活動が社会及び環境に及ぼす影響に対して組織が担う責任のことをいいます。

■ 社会的責任を果たすメリット

社会的責任を果たす最大のメリットは、社会からの信頼を得ることにあります。そのほか、次のような効果も期待できます。

- ・ 法令違反など、社会の期待に反する行為によって、事業継続が困難になることの回避
- ・ 組織の評判、知名度、ブランドの向上
- ・ 従業員の採用・定着、士気向上、健全な労使関係への効果
- ・ 消費者とのトラブルの防止・削減やその他ステークホルダーとの関係向上
- ・ 資金調達の円滑化、販路拡大、安定的な原材料調達

■ 社会的責任を果たすために（7つの原則）

社会的責任を果たすためには何が必要でしょうか。ここでは、ISO26000 で提示されている7つの原則を紹介します。いずれも、それぞれの組織において基本とすべき重要な視点です。

- ① 説明責任：組織の活動によって外部に与える影響を説明する。
- ② 透明性：組織の意思決定や活動の透明性を保つ。
- ③ 倫理的な行動：公平性や誠実であることなど倫理観に基づいて行動する。
- ④ ステークホルダー²の利害の尊重：様々なステークホルダーへ配慮して対応する。
- ⑤ 法の支配の尊重：各国の法令を尊重し順守する。
- ⑥ 国際行動規範の尊重：法律だけでなく、国際的に通用している規範を尊重する。
- ⑦ 人権の尊重：重要かつ普遍的である人権を尊重する。

¹ 持続可能（サステナブル）

現在の活動を継続しても、将来のニーズを満たすことが可能であること。例えば、将来、森林資源が足りなくなると考えられるベースで、森林の伐採を継続し木材とすることは、持続可能な発展ではない。

² ステークホルダー

その組織と利害関係をもつ個人、グループのこと。企業でいえば、顧客や取引先、株主、従業員や労働組合などはもちろん、企業が事務所・工場などをしている地域の地域住民まで含まれる。

2. ISO26000 とは

■ ISO26000 の特徴

ISO 国際規格のひとつであり、社会的責任に関する手引（Guidance on social responsibility）がその名称です。2010 年 11 月に正式発行されました。

これまでも社会的責任に関するガイドラインなどは世の中に様々なものが出されていますが、先進国から途上国まで含めた国際的な場で、複数の主要なステークホルダー（消費者、政府、産業界、労働、NGO、学術研究機関他）によって議論され、規格化されたものとして ISO26000 は唯一のものであり、現時点で存在する社会的責任に関する様々な概念をひとつの文書にまとめる方向性を示したという意味で価値あるものです。社会的責任への関心が高まる中、ISO26000 は、今後世界中の様々な組織が社会的責任を実践していく上でのグローバルな共通テキストとして、組織の社会的責任の実践に多くのヒントを与えることになるでしょう。

ISO26000 は、これから社会的責任に取り組む組織や、すでに社会的責任に取り組んでいる組織が、ステークホルダーエンゲージメント³を通じて、組織全体に社会的責任を効果的に統合するためのもので、認証を必要とするマネジメントシステム規格ではなく、手引（ガイダンス）として利用される規格となっています。

■ ISO26000 の構成

この規格は、英語の原文で約百頁ありますが、その基本的な構造は、下表に示すように第1章から第7章と附属書及び参考文献とで構成されています。組織の中で社会的責任を実践していくための具体的な内容は、第6章が中心となります。ここで定められている7つの中核主題は、本書の中心でもあります。

章番号	タイトル	内容
1	適用範囲	ISO26000 の目的、用途、位置づけを解説
2	用語及び定義	ISO26000 で使われている用語及びその定義
3	社会的責任の理解	社会的責任の歴史的背景と近年の動向、特徴となるポイントを解説
4	社会的責任の原則	社会的責任の7つの原則と組織が行うべき行動を解説
5	社会的責任の認識及びステークホルダーエンゲージメント	組織の社会及びステークホルダーとの関係性を理解することの重要性を指摘し、ステークホルダーの特定とエンゲージメントの方法と要件を解説
6	社会的責任の中核主題に関する手引	社会的責任に取り組む際に検討すべき7つの中核主題とそれらに含まれる課題について解説
7	組織全体に社会的責任を統合するための手引	社会的責任を組織内で実践する際の検討項目、組織全体に社会的責任を統合するための方法、コミュニケーションの役割と重要性などの手引を解説
附属書 A	社会的責任に関する自主的なイニシアチブ ⁴ 及びツールの例	社会的責任に関連するイニシアチブとツールを紹介し、ISO26000 の内容との対応を整理
附属書 B	略語	ISO26000 に使用されている略語を整理
参考文献	参考文献	ISO26000 で参照している国際的な文書の出典を示す

³ ステークホルダーエンゲージメント

組織とステークホルダーとの間での対話の機会を作る活動。組織の決定がステークホルダーに様々な影響を及ぼすため、組織の決定に関する基本的な情報を提供する目的で実施される。

⁴ イニシアチブ

社会的責任に関係する目的を達成することに専念している組織、プログラム又は活動のこと。国連グローバルコンパクトなど。

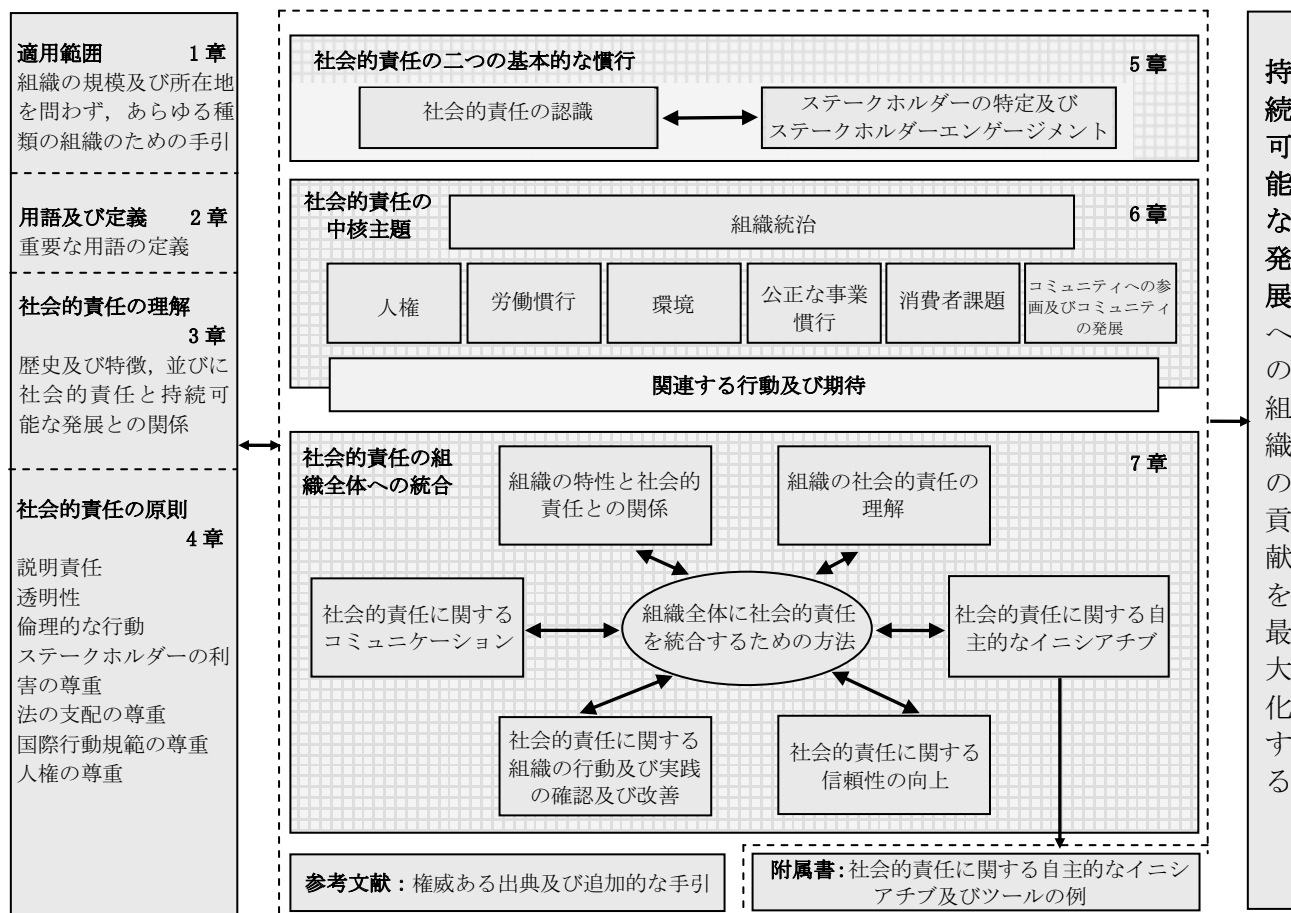


図 1 ISO26000 の図式による概要（ISO 26000 から引用）

※上図に記載されている章番号は、ISO26000 における章番号であり、本書の章番号とは関係ない。

なお、本書では第 6 章を中心に解説し、必要に応じて他の章の内容についても解説しています。規格本文では、ここでは解説しきれなかった内容についても詳しく説明されています。図 1 の左側の第 1 章から第 4 章には、ISO26000 に従って社会的責任を実践する上での基本的な事項が記載されています。図 1 の中心部分は、組織における社会的責任の実践の中核を成しています。

例えば、社会的責任の歴史的背景や近年の動向などについての詳しい説明（第 3 章）や、組織活動が社会に与える影響やステークホルダーとの関係について考える際のポイント（第 5 章）、本書でも解説した多くの課題（第 6 章）の中から重要な課題を特定し、課題の優先順位をつけるためのポイント（第 7 章）などが規格本文には記載されています。附属書及び参考文献は、社会的責任を組織に統合する際に適宜参照すると効果的です。そして、これらの一連の活動の結果として、持続可能な発展への組織の貢献が最大化されることが期待されています。

規格の詳しい理解のために規格本文を読む際には、本書の中心となる第 6 章だけでなく、その他の章についても検討することをお勧めします。

■ ステークホルダーの重要性

企業活動にはステークホルダーからの様々な期待を受けるとともに、企業活動は多かれ少なかれステークホルダーに影響を与えることになります。そのため、ISO26000 では図 2にあるように、自社の社会的責任を認識し、ステークホルダーとの対話などエンゲージメントを通じ自社の社会的責任を果たしていくことで、持続的発展へ貢献することが期待されています。

本書は、中小企業向けの導入的な解説書として位置づけているため詳しくは解説していませんが、企業の社会的責任にかかわる取り組みの検討と実践のプロセスにおいて、その企業の活動によって影響を受ける様々なステークホルダーを巻き込むことの重要性については、ISO26000 の第5章、第7章において強調されています。

自社が配慮すべきステークホルダーは誰（どこ）なのか、それらのステークホルダーと自社はどのように影響しあっているのか、そしてそれらのステークホルダーは自社に対してどのような期待をもっているのかを確認した上で、自社が取り組むべき課題を特定し、優先順位を決め、具体的な活動につなげることが重要です。

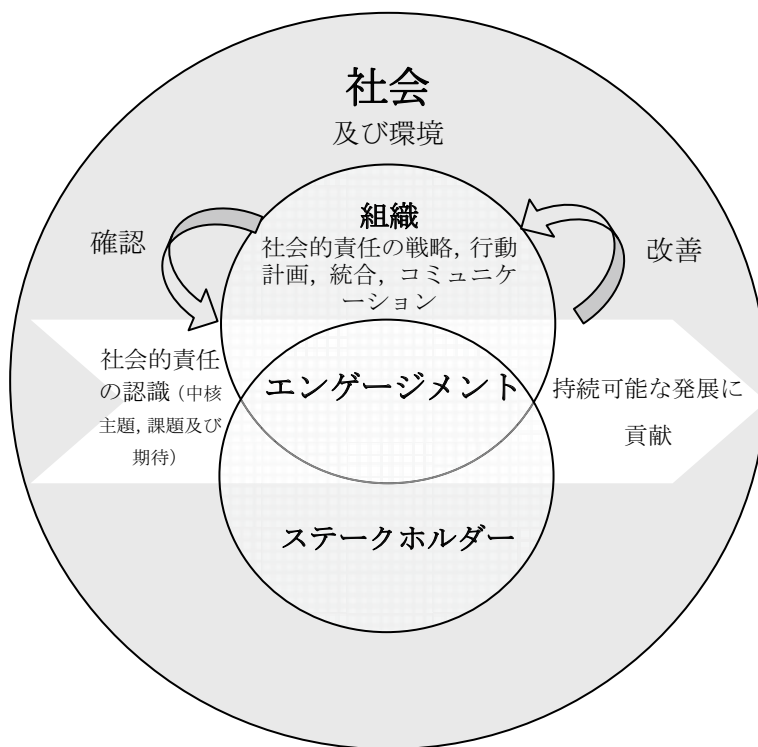


図 2 社会的責任の組織全体への統合 (ISO 26000 から引用)

3. 社会的責任の中核主題

社会的責任には7つの中核主題が設定されており、組織統治、人権、労働慣行、環境、公正な事業慣行、消費者課題、コミュニティへの参画及びコミュニティの発展となっています。また、それぞれの中核主題に対して複数の課題が設定されており、合計36個の課題となっています。

しかし、ここで注意しなければならないのは、ISO 国際規格は先進国から途上国まで様々な国や地域で利用されるものだということです。日本国内では法令や社会常識のレベルで既に深く浸透しているもの、多くの日本人の意識としてあらためて顧みられることが少ないものなど、社会的責任の課題として捉えにくいものが含まれていることも事実です。

つまり、社会的責任を果たすために、これらの課題のすべてに組織として同じレベルで対応しなければならないということはありません。ISO26000 では、7 つの中核主題については考慮しながらも、個々の課題については、各組織との関連性・重要性を判断した上で取り組みを判断すればよいとしています。本章では、課題別に解説や事例を提示するのではなく、中核主題別に行っていることもその理由によります。それぞれの組織にはそれぞれの組織の社会的責任があり得ます。様々な事例から、それぞれの組織に見合った社会的責任を考えるヒントを提示することが本章の目的です。ただし、組織として、取り組む課題の内容や成果を定期的に確認しながら、社会的責任への取り組みを着実に高めていくことも忘れてはなりません。

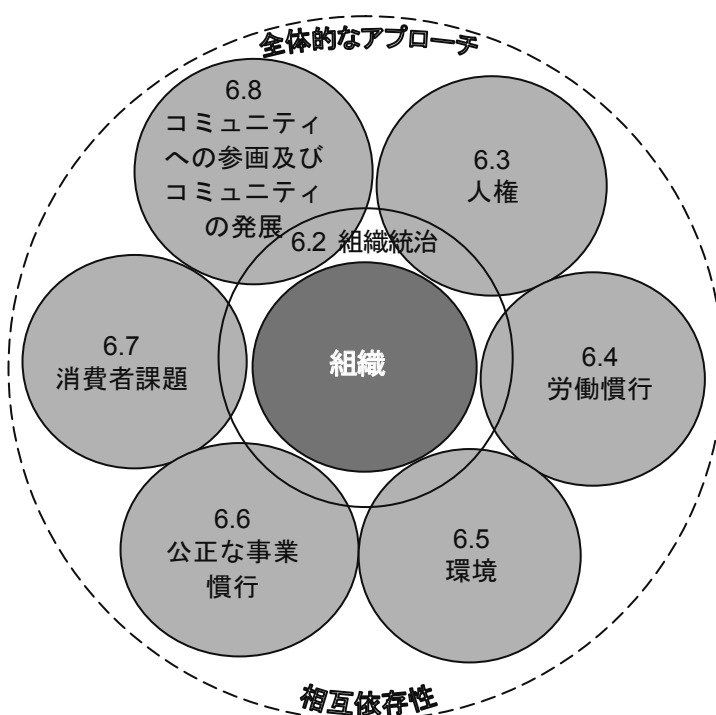


図 3 7つの中核主題（ISO 26000 から引用）

※上図に記載されている章番号は、ISO26000 における章番号であり、本書の章番号とは関係ない。

3.1 組織統治

(1) ポイント

■ 組織として意思決定すること

人の集まりである組織が社会的責任を果たすためには、その組織の目的や役割（企業における製品やサービスの提供、学校における教育の提供、病院における医療の提供など）を達成するために、有効な意思決定の仕組みをもっていることが重要です。一人ひとは、正しく判断し正しく行動しているつもりでも、組織としての明確で透明性のある意思決定がなかったり、その場限りの行動であったりすると、組織としての統治は十分とはいえません。

■ 他の中核主題の土台

他の6つの中核主題に取り組むときにも、組織としての統治が十分でなければ、その内容は乏しいものであったり、実践することが難しいものになるかもしれません。つまり、組織統治は他の6つの中核主題と同列のものではなく、組織の社会的責任を実現するための基盤であるといえます。

■ 組織が統治されている状態とは

普通の会社では社長から一般従業員までがピラミッド構造になっているように、すべての組織には意思決定の仕組みがあります。しかし、その仕組みの中身が重要です。人間が次の行動を意思決定する場合、五感で得られた外界の情報、自分の体の調子に関する情報を脳で処理し、手足などに次の行動を正確に指示しています。そして全身が統率された状態で動きます。組織においてもこのようなことを実現する必要があります。外部のステークホルダーや内部の従業員とのコミュニケーションを図り、説明責任と透明性を伴った意思決定を確実に実施させ、統率された行動を伴う、ということが求められます。

(2) 具体的行動例と主な関連法令

具体的行動例	概要	関連法令
監査役や監事の選定と適正な運営	特定の組織では、組織の統治が有効に機能しているかを監督する者を任命することが義務付けられている。	会社法、医療法、学校法人法
ステークホルダー・ダイアログ ⁵	組織外の人々からどのように見られているのかを、ステークホルダーを集めた定期的な対話によって知る。	—
コンサルタント・業界団体などの社外専門家の活用	中小企業診断士など、多くの組織を知る専門家や有識者を活用し、自組織の統治力向上を図る。	—

※ 本書に掲載している具体的行動はその一例を示したものであり、具体的行動内容はここに示しているものに限らない。（以下同様）



⁵ ステークホルダー・ダイアログ

ステークホルダーとの対話のこと。ステークホルダーを集め、直接的な対話を行うステークホルダー・ダイアログは多くの企業で実施されており、企業のCSR活動の一環としてホームページなどで紹介されている。

3.2 人 権

(1) ポイント

■ 人権は、すべての人に与えられた基本的権利

人権には、大きく分けて、①市民的及び政治的権利、②経済的・社会的及び文化的権利、の2種類があります。すべての人は、平等に扱われ、自由に思ったことを表現し、働き、食べ、医療・教育を受け、安全に生活していくための基本的な権利をもっています。

■ 人権を守るためには個人・組織両方の認識と行動が重要

すべての人が性別・年齢・人種・出身地・障がいの有無や身体的特徴などによって差別を受けない社会を作るためには、個々人の意識もさることながら、各組織が組織の活動に関係する社内外の人々の人権を尊重し、直接的・間接的に人権を侵害することのないよう、配慮していくことが重要です。

■ 直接的な人権侵害のみならず、間接的な影響にも配慮・改善が必要

組織の活動が関係者に与える影響について、それらが人権侵害にあたらないかどうか、また、直接的でなくとも結果的に人権侵害を招くような環境を作り出したり、作り出すことに加担したりしていないかを確認していかなくてはなりません。また、もし、人権を侵害するような行為や環境ができてしまった場合に、人権侵害を受けた人、及びそれに気づいた人がそのような状況を報告し、その内容が改善へと反映される仕組みも同時にもち合わせていることも重要です。

(2) 日本の中小企業における留意点

■ 日本でも根強く残る人権問題

日本は、アメリカなどのように複雑な人種構成ではないと言われています。また、人権に関する法整備も行われていることから、著しく人権を無視した行為が顕在化することは諸外国に比べ少ないと言われています。しかし、一部では性別や出身地、宗教、感染症などによる差別などは依然として深刻な問題となっています。これらは法令によって禁止されている行為であり、差別が行われないよう徹底されるべきです。

■ 海外に拠点・取引をもつ組織は、十分な確認が必要

例えば、海外に拠点・取引をもつ企業などでは、当該国の法整備や法令順守が十分に行われていないことなどから、児童労働など労働における基本的権利が侵害されていることがあります。そのため、日本国内ではもちろんのこと、海外に進出する組織は特に、自組織や関連組織が人権の侵害を行っていないかを十分に確認し、日頃からの職場教育や、問題が発生した場合には早期に是正に取り組むことが重要です。



(3) 具体的行動例

課題 具体的行動例	① デュー ディリ ジェンス	② 人権に 関する 危機的 状況	③ 加担の 回避	④ 苦情解 決	⑤ 差別及 び社会 的弱者	⑥ 市民的 及び政 治的権 利	⑦ 経済的 、社会 的及び 文化的 権利	⑧ 労働に おける 基本的 原則及 び権利
差別のない雇用の実施	○			○	○		○	○
不当な労働条件下での労働や児童労働の禁止 【☞事例編 人権(1)】		○	○		○		○	
人権教育	○	○	○	○	○	○	○	
人権相談窓口の設置				○	○	○	○	
障がい者・高齢者など社会的弱者の雇用促進 【☞事例編 人権(2)】					○	○	○	○

※ ○は、特に関連性の高い課題を示す。

(4) 課題の解説

課題① デューディリジェンス⁶ 自分の組織やその関係組織（取引組織）が人権を侵害していないかを確認し、侵害している場合はその是正をすること	課題② 人権に関する危機的状況 政治が腐敗している場合や、法律で保護されていないような取引関係など、特定の状況では人権を侵害する行為が見過ごされやすいため、特別な注意を払うべきであること
課題③ 加担の回避 組織が人権侵害に加担することや他の者の人権侵害によって利益を得ることなど、人権侵害によって不当な利益を得ることを回避すること	課題④ 苦情解決 人権が侵害されたときに、それを組織に伝えるようにすることができ制度を確立することで、人権に関する苦情の解決をすること
課題⑤ 差別及び社会的弱者 組織に関係するすべての人に対する直接的・間接的の差別を禁止し、不利な状況に立たされやすい社会的弱者の機会均等と権利の尊重に特に配慮すること	課題⑥ 市民的及び政治的権利 自由な言論、表現、政治への参加など、人として、社会の一員としての尊厳をもった生活を送るための権利を尊重すること
課題⑦ 経済的、社会的及び文化的権利 人が生きていく上で、精神的・身体的に健康で幸せな生活を追及するための権利を尊重すること	課題⑧ 労働における基本的原則及び権利 国際労働機関（ILO）が定める労働における基本的権利（結社の自由、団体交渉権、強制労働の撤廃、児童労働の廃止、差別の撤廃）を尊重すること

(5) 主な関連法令

基本的な法令 労基法、男女雇用機会均等法、障害者雇用促進法	それ以外の関連法令 高齢者雇用安定法、最低賃金法、職業安定法
---	--

⁶ デューディリジェンス

一般にデューディリジェンスというと、ビジネスでは投資家が投資対象に関して資産価値などを調査することを指すことが多いが、ISO26000では、組織の決定や活動が社会・環境・経済に与える負の影響を調べることをデューディリジェンスとしている。人権の中核主題では、影響の中でも特に組織が人権に与える影響について注目し、デューディリジェンスと呼んでいる。

3.3 労働慣行

(1) ポイント

■ 労働慣行は、社会・経済に大きな影響を与える

組織が雇用を生み出し、労働者に賃金を支払うことで労働者の生活水準が維持・改善していくという労働慣行は、社会・経済に対して大きな影響を与えています。この労働慣行は、組織とその直接の従業員との関係だけでなく、派遣労働や委託先での労働なども含まれます。

■ 「労働は商品ではない」が基本原則

「労働は商品ではない」（1944 年国際労働機関（ILO）フィラデルフィア宣言）という基本的原則のもと、組織がすべての労働者に対する平等な労働機会を確保し、公正かつ労働者の安全と健康に配慮した労働条件・労働環境を整備するとともに、政府・雇用者・労働者の代表者間の交渉・協議・情報交換などの社会対話の重要性を認識することが求められています。

■ 世界人権宣言・ILO 労働基準の内容を法律で保障することが重要

労働者の権利を保障するためには、世界人権宣言及び関連する ILO 労働基準と一致した法律の採択・施行、及び労働者と組織に司法へのアクセスが確保されていなければなりません。また、OECD 多国籍企業行動指針や多国籍企業及び社会政策に関する原則の ILO 三者宣言にも留意しておく必要があります。

(2) 日本の中小企業における留意点

■ 労働関連法令を再確認するところからスタート

日本においては、憲法 27・28 条を基礎とする労基法をはじめとした労働関連法令において、雇用機会、労働時間、安全衛生、妊産婦の保護などの労働者の権利に関する基本的な内容が定められています。

■ 最低限の義務のみならず、組織と従業員でよりよい仕組みを構築していくことが重要

法令を順守することで最低限の義務を果たせばよいという考えに留まらず、労働条件や労働環境に関して組織と従業員（労働組合など）とが話し合う場や仕組みを設け、組織と従業員双方にとって有益な組織作りに向けて協議すること、また、従業員が利用しやすい人材育成支援制度を設けることで、従業員の能力を高めることができるような仕組みを作っていくことが重要です。



(3) 具体的行動例

課題 具体的行動例	① 雇用及び雇用関係	② 労働条件及び社会的保護	③ 社会対話	④ 労働における安全衛生	⑤ 職場における人材育成及び訓練
職場の安全環境の改善			○	○	
ワーク・ライフバランス推進	○	○	○		
非正規社員の正規登用制度	○	○	○		○
人材育成・職業訓練 【☞事例編一労働慣行（１）】			○		○
高齢者など社会的弱者の積極雇用	○	○	○		○

※ ○は、特に関連性の高い課題を示す。

(4) 課題の解説

課題① 雇用及び雇用関係 労働を通じた社会・組織・労働者の利益のための雇用制度、雇用関係の構築のために雇用主及び従業員双方が権利をもち、義務を果たすこと	課題② 労働条件及び社会的保護 労働者に対して国際労働基準と一致した労働条件を保障すること、及び病気・ケガ、妊娠、老齢などの原因によって財政困難に陥った場合に、国など社会からの保護が受けられるようにすること
課題③ 社会対話 政府、雇用主（組織）、及び労働者の代表が、雇用主と労働者それぞれの優先事項・要望を考慮した組織の方針・解決策を検討・協議するための仕組み（職場での労使協議など）を提供すること	課題④ 労働における安全衛生 労働者にとって身体的・精神的に安全で健全な環境・条件を整えるとともに、労働者の異議・要望が取り入れられる仕組みをもつこと
課題⑤ 職場における人材育成及び訓練 組織が、人が能力・技術を磨くことで成長し、各人が目指す経済的、社会的、文化的生活水準の維持・向上を可能にするための機会を提供すること	

(5) 主な関連法令

基本的な法令 労基法、労働安全衛生法、労働組合法、労働関係調整法、労働者派遣法、職業能力開発促進法、障害者雇用促進法、高齢者雇用促進法、育児・介護休業法、男女雇用機会均等法	それ以外の関連法令 下請法
--	-------------------------

3.4 環 境

(1) ポイント

■ 組織の規模にかかわらず、環境問題への取り組みは重要

現代社会は、天然資源の枯渇、汚染、気候変動、生態系の崩壊など様々な環境問題に直面しています。すべての組織は、規模にかかわらず、環境に何らかの影響を及ぼしているといえます。その影響をゼロにすることはできませんが、それぞれの組織が、環境問題に取り組むためにできることを行っていけば、悪い影響をできるだけ小さくしていくことはできるはずです。

■ 組織が環境に対する責任をもち、予防的アプローチ⁷をとる

法律、規制の順守に加えて、組織は、その活動が引き起こす環境影響に対して責任を負わなくてはなりません。組織の活動による環境影響が許容レベルを超えた場合には、そのコストを組織が負担するという原則を用いることが求められています。また、「環境と開発に関するリオ宣言」（並びにその後の宣言と合意）に基づいた予防的アプローチを採用し、環境への影響が不確実であってもできるだけ影響を小さくするための予防措置をとることが重要です。

(2) 日本の中小企業における留意点

■ 法令・条例などの最低限の条件を再確認

日本国内では、汚染予防、廃棄物処理、資源利用などに関する法律や条例が既にあり、これらを順守することが大前提となります。工場などの製造施設をもつ組織であれば既に環境関連の法令への対応は徹底されているところが多いでしょう。それ以外の組織においても、まずは、法令・条例などの規制の内容を改めて確認するところから始めることが基本です。

■ 身近なところからできることを実施

どんなに規模が小さい組織であっても、環境との接点は必ずもっているはずであり、環境問題に対してできる取り組みは数多くあります。法令順守に留まらず、まずは、省エネや再生紙の利用など、日常業務に取り入れやすい取り組みを含め、無理のない範囲でできる独自の取り組みがないかどうか検討することから始めることも重要です。



⁷ 予防的アプローチ

現段階では、その活動を実施することによって環境などに与える影響が不確実であっても、その影響を最小限にするように予防的措置をとること。「環境と開発に関するリオ宣言」によれば、これは影響があると考えられる場合には、科学的根拠がないことを理由に、対策を延期してはならないことを意味する。

(3) 具体的行動例

具体的行動例	課題			
	① 汚染の 予防	② 持続可 能な資 源の利 用	③ 気候変 動緩和 及び適 応	④ 環境保 護、生 物多様 性、及 び自然 生息地 の回復
大気・水・土壌汚染の低減・浄化対策	○			○
資源利用量の削減・効率化（省エネ・省資源）	○	○	○	
資源の再利用・再資源化		○	○	
環境マネジメントシステムの導入	○	○	○	○
資源利用量の削減・効率化（省エネ・省資源） 【☞事例編－環境（１）】		○	○	
サプライチェーンにおける環境・生物多様性 ⁸ 保全活動 【☞事例編－環境（２）】	○			○

※ ○は、特に関連性の高い課題を示す。

(4) 課題の解説

課題① 汚染の予防 大気への排出、排水、廃棄物、有毒・有害化学物質の排出、及びその他の原因による汚染を防止すること	課題② 持続可能な資源の利用 電気、燃料、原料及び加工材料、土地、及び水の使用に責任をもち、持続可能な資源の利用を促進すること
課題③ 気候変動緩和及び適応 温室効果ガス（GHG：Green House Gas）の排出削減のための取り組みを行うこと、及び気候変動に関連する損害を回避、又は最小限に抑えるための対策を講じること	課題④ 環境保護、生物多様性、及び自然生息地の回復 人間の活動によって変化してしまった環境を保護し、自然生息地及び生態系の回復のための取り組みを行うこと

(5) 主な関連法令

基本的な法令 環境基本法、廃棄物処理法、水質汚濁防止法、下水道法、大気汚染防止法、悪臭防止法、化学物質排出把握管理促進法（PRTR法）、地球温暖化対策推進法、資源有効利用促進法	それ以外の関連法令
--	------------------

⁸ 生物多様性

生物多様性とは、森林、河川などの生物の「生態系の多様性」、動植物から、細菌などの微生物に至るまでの「種の多様性」、同じ種の中でも異なる遺伝子をもつことによって形、模様、生態などに多様な個性がでるという「遺伝子の多様性」をいう。

（参考）環境省、生物多様性 -Biodiversity-、<http://www.biodic.go.jp/biodiversity/>

3.5 公正な事業慣行

(1) ポイント

■ 公正な事業慣行とは、他の組織とのかかわりにおける組織の倫理的行動

組織として社会的責任を果たしていくためには、組織として社会に対して倫理的な行動をとることが必要であり、また基本でもあります。不正によって不当に利益を得ているような場合は、組織として社会的責任を果たしているとはいえません。公正な事業慣行の課題として、汚職防止、責任ある政治的関与、公正な競争、バリューチェーンにおける社会的責任の推進、財産権の尊重が定められています。

■ 倫理的な行動基準の順守・促進はすべての公正な事業慣行の基礎

組織が倫理的な行動基準に基づいて事業活動を行うことが、公正な事業慣行の基礎です。このためには、自らの所属する組織が倫理的に活動するように努めることはもちろんのこと、取引先など、関係する組織にも倫理的活動を行うよう働きかけることが求められており、社会全体としての倫理的行動の推進に努めることが重要です。

(2) 日本の中小企業における留意点

■ まず、独禁法・下請法を再確認

日本においては既に組織の不正を防止するための法令が整備されており、基本的には法令を順守することが重要です。主な法律としては、談合などの不公正な競争を禁止する独禁法、不公正な取引を禁止する下請法の2つがあります。また、法令としては整備されていない場合であっても、社会的に考えて非倫理的行動は慎むことが求められています。

■ トップが姿勢を示すことが重要

組織として倫理的な活動を行っていくためには、トップから現場までの個々の従業員が「不正は行わない」という意識をもたなければなりません。そのためには、組織のトップが組織としての姿勢を明確に示すことが重要となります。組織固有の行動基準の策定など、その姿勢を明文化することで、組織内外に公正な事業慣行を行っていくことを示すことが基本となります。



(3) 具体的行動例

課題 具体的行動例	① 汚職防止	② 責任ある政治的関与	③ 公正な競争	④ バリューチェーンにおける社会的責任の推進	⑤ 財産権の尊重
意識向上教育	○		○		
内部通報・相談窓口の設置	○	○	○	○	○
下請け業者への配慮（支払期日・方法）					○
フェアトレード製品などの購入 【☞事例編ー公正な事業慣行（1）】				○	
社会的責任活動の取引先・顧客への推奨				○	
従業員の発明への正当な対価の補償					○

※ ○は、特に関連性の高い課題を示す。

(4) 課題の解説

課題① 汚職防止 贈収賄や、利益相反、詐欺行為、マネーロンダリング、不正商取引など、私的な利益を上げるために自分の権限を乱用することを防止すること	課題② 責任ある政治的関与 過度な政治への関与や不正操作、脅迫・強制を避け、社会全体の利益になるよう、社会正義に基づいて政治に関与をすること
課題③ 公正な競争 不当な価格協定、談合、ダンピングなど、組織間の自由な競争を妨げる行為を行わないこと	課題④ バリューチェーンにおける社会的責任の推進 自組織のみならず、取引先など、関係する組織にも、社会的責任を推進すること
課題⑤ 財産権の尊重 知的財産まで含めた財産権を尊重し、その権利を侵害するようなことをしないこと	

(5) 主な関連法令

基本的な法令 独禁法、不正競争防止法、金融商品取引法、会社法、商標法、著作権法、知的財産基本法	それ以外の関連法令 公益通報者保護法
---	------------------------------

3.6 消費者課題

(1) ポイント

■ 消費者に害を与えないこと

曖昧で不正確な宣伝をすることなどで消費者が不利になることや、安全面に欠陥がある製品を提供して消費者に危険が及ぶことがないようにしましょう。自らの組織が提供する製品・サービスに責任をもち、製品・サービスが消費者に危害を及ぼさないようにすることが重要です。

■ 消費者が社会に悪影響を及ぼすことがないようにすること

消費者がその製品やサービスを使うことで、環境被害が出るなど社会へ悪影響を与えてしまうことがないようにすることが重要です。そのためには、それぞれの組織が、自らの組織のことだけを考えて製品やサービスを提供しようとするのではなく、それらを受け取る消費者のことも考え、組織と消費者との双方が社会に悪影響を与えないような消費活動を行っていくことが大切です。

(2) 日本の中小企業における留意点

■ なくならない消費者課題、高まる意識

中核主題「消費者課題」で挙げられている課題のうち、一部の課題については PL 法などの法令が整備されています。2009 年の消費者庁の設立などからもわかるように、依然として消費者に関連する問題は数多く存在し、消費者課題に対する社会の意識は高まってきています。そのため、組織としてもより一層消費者課題に対して積極的に取り組む必要があります。

■ 組織の自主的取り組みが重要

品質マネジメントシステムや個人情報保護マネジメントシステムなど消費者に関連する様々な規格を活用して、法令の順守はもちろんのこと、消費者課題に対しては、組織の自主的な取り組みが大変重要です。



(3) 具体的行動例

課題 具体的行動例	① 公正なマーケティング、情報及び契約慣行	② 消費者の安全衛生の保護	③ 持続可能な消費	④ 消費者に対するサービス、支援、並びに苦情及び紛争の解決	⑤ 消費者データ保護及びプライバシー	⑥ 必要不可欠なサービスへのアクセス	⑦ 教育及び意識向上
品質マネジメントシステムの導入		○		○			
個人情報保護マネジメントシステムの導入					○		
安全基準の策定		○					
お客様窓口の設置・強化				○	○		
消費者とのコミュニケーション強化 【☞事例編－消費者課題（１）】				○	○		○
わかりやすいマニュアルの作成		○		○			○
積極的な情報開示 【☞事例編－消費者課題（２）】	○	○					○
エコ推進活動・エコ製品製造			○				○
社会的弱者などを対象とした割引制度						○	

※ ○は、特に関連性の高い課題を示す。

(4) 課題の解説

課題① 公正なマーケティング、情報及び契約慣行 消費者が正しく判断できるように、十分な情報提供、虚偽や隠ぺいをしないこと。また、社会的影響及び環境的影響に関する情報を提供すること	課題② 消費者の安全衛生の保護 消費者のリスクを最小限に抑えた安全な製品・サービスを提供し、安全な使用のための情報提供をすること。また、販売後にリスクが現れた場合や重大な欠陥があったことが分かった場合は、適切な手段によってリコールを行う仕組みをもつこと
課題③ 持続可能な消費 ライフサイクル全体を考慮しながら、社会的・環境的に有益な製品・サービスを消費者に提供すること。また、消費者が意思決定をするための情報を提供すること	課題④ 消費者に対するサービス、支援、並びに苦情及び紛争の解決 製品・サービスを販売後に、適切な使用方法やパフォーマンスが不完全な場合も返品、修理、保守などの適切な救済を受けられること。また、アフターサービスやアドバイスなどの仕組みを提供すること
課題⑤ 消費者データ保護及びプライバシー 消費者個人に関するデータについて、取得する情報の種類やデータ取得・使用・保護の方法を限定することで、消費者のプライバシーを守ること	課題⑥ 必要不可欠なサービスへのアクセス 水道などの生活に必要な不可欠なサービスについて、合理的な猶予期間を与えることなくサービスを打ち切らないことなど、生活困窮者に配慮すること
課題⑦ 教育及び意識向上 消費者が自らの権利や責任を十分に知り、よりよい判断のもとに購入の意思決定をし、責任をもって消費できるように、消費者の教育、意識向上に努めること	

(5) 主な関連法令

基本的な法令 景表法、消費者契約法、不正競争防止法、製造物責任法（PL法）、食品衛生法、消費生活用品安全法、電気用品安全法、農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律（JAS法）、個人情報保護法	それ以外の関連法令 資源有効利用促進法
--	-------------------------------

3.7 コミュニティへの参画及びコミュニティの発展

(1) ポイント

■ コミュニティへの参加・関与と発展への貢献

どの組織も、多かれ少なかれ、町内会や商店街、市区町村、都道府県などコミュニティに属しています。社会的責任を果たすという観点から、組織は自らが属しているコミュニティとコミュニケーションをとり、コミュニティの発展・活性化のために積極的に関与していくことによって、ともに発展をしていくことが重要です。

■ 地域住民との対話から、教育・文化の向上、雇用の創出まで

本中核主題では、課題として、コミュニティへの参画、教育及び文化、雇用創出及び技能開発、技術開発及び技術へのアクセス、富及び所得の創出、健康、社会的投資を挙げています。中核主題「コミュニティへの参画及びコミュニティの発展」が対象としているものは、地域の住民との対話や、自らの組織が属する地域における教育や文化の向上から、組織が発展し新たな雇用を生み出すことまで、多様な形式でのコミュニティへの関与・貢献が含まれています。

(2) 日本の中小企業における留意点

■ 組織の自主的な取り組みが重要

この中核主題が対象にしている内容は他の中核主題と比べ、日本国内において法令などで定められていることは少なくなっています。そのため、特にこの中核主題においては、より一層の自主的な活動が各組織に求められます。その反面、組織それぞれの特徴を存分に活かしたより自由な形での貢献が可能であるといえます。

■ 地域コミュニティとのかかわりが薄くなってきた現在でも重要

そもそも、商店街などでは、地域のコミュニティとのつながりが強く、地域住民との日頃のコミュニケーションや、祭などイベントの開催、地域住民の雇用など、様々な形でコミュニティへの参画・貢献を行ってきました。

近年、都市への人口の一極集中、生活スタイルの変化などによって、地域コミュニティとのつながりは薄れつつあるといわれていますが、これによる組織と地域住民とのトラブルや地域経済の衰退なども問題となっています。それだけに、現在においてもコミュニティへの参画・貢献が大変重要であることに変わりはありません。



(3) 具体的行動例

課題 具体的行動例	① 参画 コミュニティへの	② 教育及び文化	③ 開発 雇用創出及び技能	④ 技術の開発及び 技術へのアクセス	⑤ 富及び所得の創出	⑥ 健康	⑦ 社会的投資
地域におけるボランティア活動	○						
地域住民・児童を対象とした啓発・教育活動 【事例編ーコミュニティへの参画及びコミュニティの発展（１）】	○	○		○			
地域におけるスポーツ促進		○				○	
社会的弱者の雇用促進活動			○				
ホームレス自立支援活動（ビッグイシューなど）				○		○	
コミュニティ内組織の協力による技術開発	○			○			
コミュニティを対象とした事業 【事例編ーコミュニティへの参画及びコミュニティの発展（２）】	○						○

※ ○は、特に関連性の高い課題を示す。

(4) 課題の解説

課題① コミュニティへの参画 公共の利益、コミュニティの発展に貢献すること、及び地域の組織やステークホルダーとの協調関係を強化することなどを目的にし、コミュニティに参加しかかわること	課題② 教育及び文化 教育の質を向上させ、教育を受ける機会を広げるなど、教育の普及・改善を行うこと。また、文化の保護、振興を行うこと
課題③ 雇用創出及び技能開発 雇用の創出を行うこと、及び自組織の活動が雇用に与える影響について検討すること。また、雇用を促進するため、人々の技能の開発に貢献すること	課題④ 技術の開発及び技術へのアクセス コミュニティの発展のために技術開発に貢献すること。また、より有効な人的資源の利用や技術の普及のために、技術を導入すること
課題⑤ 富及び所得の創出 生産性の向上や、起業プログラムの実施など幅広い取り組みを通じて、コミュニティにおける富、所得の創出に貢献すること	課題⑥ 健康 自組織の活動・サービスによる健康への悪影響を最小限に抑えること。その他健康的なライフスタイルの向上や疾病の防止などを通じ、コミュニティの健康衛生水準の向上に貢献すること
課題⑦ 社会的投資 コミュニティにおける生活の向上のため、インフラやその他の事業にリソースを投資すること	

(5) 主な関連法令

基本的な法令 社会教育法	それ以外の関連法令 NPO 法
------------------------	---------------------------

やさしい社会的責任

— ISO26000 と中小企業の事例 —

<事例編>

ISO/SR 国内委員会

無断引用・転載禁止

目次

1. 人権 に関する実践事例	1
(1) 不当な労働条件下での労働や児童労働の禁止	1
(2) 障がい者・高齢者など社会的弱者の雇用促進	2
2. 労働慣行 に関する実践事例	3
(1) 人材育成・職業訓練	3
3. 環境 に関する実践事例	4
(1) 資源利用量の削減・効率化（省エネ・省資源）	4
(2) サプライチェーンにおける環境・生物多様性保全活動	5
4. 公正な事業慣行 に関する実践事例	6
(1) フェアトレード製品などの購入	6
5. 消費者課題 に関する実践事例	7
(1) 消費者とのコミュニケーション強化	7
(2) 積極的な情報開示	8
6. コミュニティへの参画及びコミュニティの発展 に関する実践事例	9
(1) 地域住民・児童を対象とした啓発・教育活動	9
(2) コミュニティを対象とした事業	10

1. 人権 に関する実践事例

(1) 不当な労働条件下での労働や児童労働の禁止

法人名：株式会社イミオ

従業員数：15名（社員）、5名（アルバイト）（2010年8月現在）

資本金：4370万円（2010年5月現在）

所在地：東京都港区

【事業概要】

株式会社イミオは、フットサルブランドの企画・販売、フットサルショップの運営、フットサルフリーペーパーの発行、大会・イベントなどの企画・運営、フットサルコート予約サイトなどの運営を行っています。

【取り組み内容】

同社は、児童労働撲滅のための取り組みとして、子どもがボールづくりに関与せず、大人が適正な賃金をもらってつくったボール、つまり、「フェアトレード¹」（公正な取引）によるボール、SFIDA（スフィダ）の生産を行っています。この取り組みは、同社の代表がボールの生産に子供がかかわっていたケースがあることを知ったことがきっかけとなって始まりました。契約しているパキスタンの工場は、すべて国際労働機関（ILO）の規定に基づいた第三者モニタリングを定期的に受け入れており、児童労働を禁止し、適切な労働環境が保たれ、労働者には適正な賃金が支払われています。さらに、NPO法人ACE（エース）が毎年開催する「チャリティフットサル大会」の試合球としてフェアトレードのボールを提供し、フェアトレードや児童労働の問題についてアピールするとともに、SFIDAの売上の一部をACEの活動支援のために寄付する活動を行いました（2007～2008年）。

☞関連する中核主題：労働慣行、コミュニティへの参画及びコミュニティの発展

👉 ヒント

国内においては、法律の順守によって最低限の労働条件の確保と児童労働をある程度防ぐことができますが、海外から原材料や資材を調達している場合、知らないうちにその生産現場において不当な労働条件のもとでの労働や児童労働が行われ、人権侵害に加担している状況に陥ることもあります。こういった状況为了避免するため、大企業の多くは、資材調達方針を策定し、このなかで調達先における労働者の人権や児童労働の禁止などの項目を設けています。中小組織においても、海外からの調達を行う場合にこのような方針を策定し、調達先に示すことで人権に対する組織の責任を示し、知らないうちに人権侵害に加担することを防ぐことができます。資材調達方針を策定する際の参考として、社団法人電子情報技術産業協会（JEITA）が「サプライチェーンCSR推進ガイドブック」とチェックシートを公開しています。主にエレクトロニクス企業を対象としていますが、他の業種であっても共通の項目がほとんどですので、参考にされるとよいでしょう。

参考：「サプライチェーンCSR推進ガイドブック」<http://home.jeita.or.jp/ecb/csr/>

<出典>

- ・ CANPAN CSR プラス「CSR 最前線 ～CSRにおける企業と市民コミュニケーションを読み解くコラム集～」、http://blog.canpan.info/column/category_16/2

¹ フェアトレード

公正な条件に基づく取引のこと。発展途上国における生産者を、極度に安い価格での買い叩きなどから守ることを主な目的としている。国際フェアトレードラベル機構が設定した国際フェアトレード基準を満たした製品には、フェアトレードラベルが付与される。（参考：フェアトレード・ラベル・ジャパン <http://www.fairtrade-jp.org/>）

(2) 障がい者・高齢者など社会的弱者の雇用促進

法人名：サンイン技術コンサルタント株式会社

従業員数：89 名（2010 年 4 月現在）

資本金：20 百万円

所在地：鳥取県米子市

【事業概要】

サンイン技術コンサルタント株式会社では、本業の公共事業に関する測量・地質調査及び土木建設コンサルティング事業のほか、バイオディーゼル燃料（BDF）の精製と普及事業も行っています。BDF は、家庭や飲食店、スーパー、デパートなどで使用される植物性の食用油の廃油を原料に精製されるカーボンニュートラルのバイオマスエネルギーで、環境の観点からも注目度の高い燃料です。

【取り組み内容】

同社では、地域のホテル・旅館、飲食店や催事イベント、学校などから使用済みの天ぷら油を回収し、障がい者施設に設置されている BDF 専用の精製機で廃油を BDF に精製しています。この燃料精製に必要な廃食油の収集活動を施設の職員と障がい者が行っています。地域の障がい者施設の入所者が施設職員のサポートを受けながら廃油回収作業を行い、BDF 事業の一端を担っています。BDF の導入に際しては、精製機が 350 万円と高価なため、鳥取県の助成金公募に応募し、設備投資資金の一部を調達しました。

現在、この障がい者施設が販売する BDF は、米子市内の清掃車、廃棄物回収車、皆生温泉旅館の送迎バス、幼稚園園児送迎バス、事業所の営業車などの車両で活用されています。

また、社内的にも障がい者との協働による人権への取り組みと BDF という環境への取り組みをビジネス化したことで、社員の社会的責任活動への参加を促進し、同時に社員教育の役割も担っているとの実感が得られています。

📌 関連する中核主題：環境、労働慣行、コミュニティへの参画及びコミュニティの発展

👉 ヒント

障がい者の雇用にあたっては、設備などの改善が必要となる場合があります。事業主にとっての負担は小さくありません。このような状況を考慮し、厚生労働省や自治体などの公的機関では、助成金制度のほか、入札の際の優遇や融資の対象となるなど、様々な促進施策がとられています。障がい者雇用について検討する際には、このような助成や優遇措置も参考にしてみてください。

参考：「自治体の障害者雇用施策」、<http://www.atarimae.jp/forCompanies/josei/>

<出典>

・経済産業省、「SR実践に関する中小企業事例調査」、2009 年 3 月

2. 労働慣行 に関する実践事例

(1) 人材育成・職業訓練

法人名：未来工業株式会社

従業員数：775 名（2010 年 3 月現在）

資本金：70 億 6,786 万円

所在地：岐阜県安八郡

【事業概要】

昭和 40 年に創業、電気設備資材、給排水設備及びガス設備資材の製造販売を行っている。

【取り組み内容】

未来工業では、従業員の人材育成のための取り組みとして、社会人向け講座をもっている産業能率大学と提携し、従業員が自由にコース受講できるシステムを設けています。コース修了者には、授業料を全額支給しており、従業員の自己負担なく、参加できます。コースの内容は業務内容と直結している必要はなく、「このシステムを利用する各従業員が生活に張り合いをもち、「やる気」をもって仕事に取り組み、なおかつ取得した資格や知識を職場で活かせる機会があるのであれば、それは「やる気の育成」と「未来の可能性」に対する先行投資である」と考えられています。

🔗 関連する中核主題：人権

👉 ヒント

既存の研修制度の充実や従業員に選択の自由度をもたせた形の自己研修制度など、人材育成のための取り組みは様々な形態・レベルが考えられます。厚生労働省や自治体などの行政機関をはじめ、人材育成に取り組む企業をサポートするための様々な取り組みや制度があります。まずは、以下のホームページを参考にどのようなサポートが受けられそうか、情報収集するところから始めてみましょう。

- ・ 厚生労働省 職業能力開発情報、<http://www.mhlw.go.jp/bunya/nouryoku/index.html>
- ・ 独立行政法人 雇用・能力開発機構、<http://www.ehdo.go.jp/gyomu/2.html>

< 出典 >

- ・ 経済産業省中小企業庁 財団法人 人権教育啓発推進センター、『信頼される企業をめざして 企業の社会的責任・人権啓発 取組事例集』、
http://www.chusho.meti.go.jp/soudan/jinken_pamf/download/CSRJinkenChange.pdf
- ・ 未来工業株式会社 HP、<http://www.mirai.co.jp/company/index.html>

3. 環境 に関する実践事例

(1) 資源利用量の削減・効率化（省エネ・省資源）

法人名：石井食品株式会社

従業員数：353 名（2009 年 8 月現在）

資本金：9 億 1960 万円

所在地：千葉県船橋市

【事業概要】

石井食品株式会社は、ミートボールなどの食肉加工品の製造を行い、首都圏の大手スーパー向け中心に販売しています。

【取り組み内容】

同社では、環境理念と環境方針のもと、「ロス・ムダの改善及び品質改善活動」として、各工場における生産方式の見直しなどによる作業効率化や省スペース化、会員へのプレゼント発送の際の包装材のインクを使用しない環境負荷の低い茶箱への変更など、各工場・事業所が独自の工夫を行い、ロス・ムダの削減に向けた取組を行っています。また、2008 年から「チーム・マイナス6%」にも参加していた同社は、2010 年からは「チャレンジ25キャンペーン」も継続して応援、「チャレンジャー」としても団体登録し、エコドライブやごみの量、電気の使用量の削減などにも取り組んでいます。

このほか、同社のグループ3工場では、太陽光発電システムを採用しています。システムの規模は、3工場併せて180kWで、2005年10月にシステムを設置してから約74万kWhの発電を行い、3工場を合わせたCO₂発生抑制量は、総計で280トンとなっています。

これらの取り組みについては、「イシイの品質・環境・食品安全活動報告書」を年2回発行することで対外的なコミュニケーションも積極的に行っています。

☞ 関連する中核主題：組織統治、コミュニティへの参画及びコミュニティの発展

👉 ヒント

太陽光発電など大掛かりな設備投資が伴う環境対策以外にも、組織ができる取り組みはたくさんあります。例えば、まずは組織で使用している紙、ごみ、電気の使用状況を調べ、削減の余地がないかどうか検討することから始めてみましょう。事例に挙げた組織のように、「チャレンジ25」に参加し、組織の環境対策を見直しと従業員の意識向上のきっかけとすることも検討してみましょう。

・チャレンジ25、<http://www.challenge25.go.jp/index.html>

<出典>

・ 石井食品株式会社『イシイの品質・環境・食品安全活動報告 2010』、
http://www.ishiifood.co.jp/company/images/report_2010.pdf

(2) サプライチェーンにおける環境・生物多様性保全活動

法人名：サラヤ株式会社

従業員数：977 名（単体）；1339 名（連結）（2009 年 10 月末現在）

資本金：45 百万円（単体）；105 百万円（連結）

所在地：大阪府大阪市

【事業概要】

サラヤ株式会社は、シャボネット、ヤシノミ洗剤など「衛生・環境・健康」関連商品の製造・販売を事業の柱としています。「環境は地球に生きるすべての生物、そして人類にとって貴重な資源であると認識し、環境保全と同時に持続的発展を目指し、衛生の向上や感染の予防、健康的なライフスタイル支援のための商品とサービスの提供をグローバルに推進する」ことを基本理念に掲げています。

【取り組み内容】

同社は、同社製品の主要原料の 1 つでもあるパーム油の生産が行われているボルネオのサバ州の環境・生物多様性保全活動として、2004 年にボルネオ象の保護活動やボルネオ保全トラスト(BCT)の設立を支援し始めました。支援のための資金は、ヤシノミ洗剤ブランドの工場出荷売上 1 %を BCT 支援に使うことを明言したキャンペーンで工面しています。また、このような活動についての社会の理解を得るため、広告・広報活動の他、商品のパッケージへの環境保全メッセージのプリントや一般公募による「ボルネオ調査隊」の実施など、消費者と共有できるプラットフォームを作ることに取り組んでいます。

🔗関連する中核主題：消費者課題、コミュニティへの参画及びコミュニティの発展

👉 ヒント

環境保全というと、自組織の製造した製品が直接環境に与える影響を考えがちですが、製品製造のために必要な材料や組織が活動する上で必要な備品・消耗品が環境に与える影響も考慮に入れることが重要です。

ただ、事業者にとって、原材料の生産地などの自然環境の回復に取り組むことの負担は小さくありません。そのため、中核主題「人権」の実践例でも紹介しましたが、大企業の多くは、資材調達方針を策定し、その中で環境への影響が少ないものを調達するグリーン調達を推進しています。中小組織においても同様に、グリーン調達方針を定め、より環境負荷が小さいものを調達するようにすることで、サプライチェーンの観点から見た環境への影響を減らすことが可能です。

また、グリーン購入・調達を推進する意志がある企業、行政、消費者によって構成される「グリーン購入ネットワーク」に入会し、研修会などを通じて組織としてのグリーン購入・調達の推進への取り組みの第一歩にしてもよいでしょう。

参考：グリーン購入ネットワーク、<http://www.gpn.jp/>

<出典>

- ・ 経済産業省、「SR実践に関する中小企業事例調査」、2009 年 3 月

4. 公正な事業慣行 に関する実践事例

(1) フェアトレード製品などの購入

法人名：大日本印刷株式会社

従業員数：10,539 人（単体）（2010 年 3 月末現在）

資本金：114,464 百万円

所在地：東京都新宿区

【事業内容】

出版印刷、商業印刷などの印刷業の他、建材、エレクトロニクス、情報技術へと事業領域を展開し、現在では出版印刷・商業印刷・IC カードなどの「情報コミュニケーション部門」、包装材・住宅内外装材などの「生活産業部門」、液晶ディスプレイ用カラーフィルターや半導体用フォトマスクなどの「エレクトロニクス部門」の 3 つの部門で事業を行っています。

【活動内容】

大日本印刷では、2006 年 4 月より市谷の本社地区と五反田ビルで、社員食堂と来客用のコーヒーを、フェアトレード製品へ切り替えました。また、東京の拠点内の売店でもフェアトレード製品の販売を始めています。

👉 関連する中核主題：人権

👉 ヒント

自らの組織の中での事業慣行が公正かどうかは気をつけているものの、購入・調達している製品が公正な事業慣行の基で生産されているかなどは不透明なことが多く、特に注意が必要となります。ここで挙げた実践例は大企業によるものですが、オフィス内で使用する製品を、フェアトレード製品などより公正な事業慣行のもとで生産された製品に切り替えることは、中小組織においても参考になる実践例といえるでしょう。

また、中核主題「人権」の実践例でも紹介しましたが、調達方針を策定し、その中で、人権や労働安全衛生への配慮を組織の方針として示し、労働安全衛生に配慮した調達を組織として推進することも重要です。

< 出典 >

- ・ 大日本印刷ホームページ、<http://www.dnp.co.jp/>

（注）大日本印刷は一般に中小企業とは分類されないが、本事例で紹介されているフェアトレード製品などの購入は中小企業でも比較的容易に実施できる事例と考えられるため、掲載した。

5. 消費者課題 に関する実践事例

(1) 消費者とのコミュニケーション強化

法人名：フットマーク 株式会社

従業員数：70 人（社員 50 名、契約社員・アルバイト社員 20 名）（2010 年 8 月現在）

資本金：85 百万円

所在地：東京都墨田区

【事業概要】

フットマークは、1946 年、赤ちゃんのオムツカバーをはじめとするゴム布製品製造卸売会社として創業、その素材と製造技術を活かして水泳帽子の製造を行い、現在でも水泳帽子の 50% のシェアを確保しています。また、大人用オムツカバーを開発し、介護分野にも事業を展開しています。

【活動内容】

同社では、ブログをお客様への情報発信、双方向コミュニケーションの重要な手段として位置づけ、社内各部門がブログを設置、カタログに載せきれない商品の紹介や商品開発に関する情報、社員個人の感想などの発信を行っています。「公式・公認ブログ」として社内で認定されたものは、仕事の一環として勤務時間内に記入することができ、社内のプロジェクトチームで決定した書き込み内容の大枠の方針に従い、個々人が自由に書き込めるようになっています。

また、ブログに書き込まれたお客様からの質問は該当部署に回し、購入希望はネット通販の部門にまわすなど、一方向に情報を発信するだけでなく、お客様との双方向コミュニケーションができるようになっています。

👉 ヒント

現在では、本実践例のように、多くの会社でブログを開設し、情報発信及び消費者とのコミュニケーションの強化が図られています。従業員が直接書き込み可能な、パンフレットなどの紙媒体やホームページでは紹介しきれない製品・サービスの情報や、リアルタイムな情報の発信が可能となり、消費者とのより直接的なコミュニケーションを取ることができるようになるというメリットがあります。

もちろん、従業員が自由な発言をすることによって、従来の広報手段では防がれていた不適切な情報の発信が行われてしまったりすることや、それに対し閲覧者からのクレームの殺到によるいわゆる「炎上」や、いやがらせによる「荒らし」が発生する危険性があるなど、注意すべき点があるため、開設する前には十分な検討が必要です。

ただ、ブログをはじめ、インターネットを消費者とのコミュニケーションに利用することは投資コストも小さく、また近年インターネットはますます生活の中で使われていっていることから、消費者とのコミュニケーション手段の一つとして参考にしてみてはいかがでしょうか。

<出典>

- ・ 経済産業省、「SR実践に関する中小企業事例調査」、2009 年 3 月
- ・ フットマーク株式会社ホームページ、<http://www.footmark.co.jp/>（2009 年 1 月 6 日アクセス）

(2) 積極的な情報開示

法人名：らでいっしゅぼーや株式会社

従業員数：233 人（2010 年 2 月末現在）

資本金：856 百万円

所在地：東京都港区

【事業概要】

らでいっしゅぼーやは、約 100,000 世帯の会員に対し 2,100 生産者・500 メーカーによる 7000 アイテム（年間取扱品目数）の商品を届ける環境保全型農産物と無添加食品などの会員制宅配会社です。

【活動内容】

らでいっしゅぼーやでは、販売する食品に関する情報を積極的に開示することによって、消費者の安全・安心向上に貢献できると考え、1988 年の創業当初から農産物の生産履歴を公開しています。

毎週配達する野菜セットとともに生産者や住所、農薬使用の有無を含めた野菜の栽培履歴などを記載したメニュー表を配布し、消費者の手に届く農産品に関する情報を詳細に開示しています。これらは、生産者から提供された情報をベースとしていますが、事前に同社が定める基準に適合しているか確認されるとともに、現地農家へ直接訪問をして情報に誤りがないかのチェックが行われています。また、生産者から一方的に消費者に情報提供だけでなく、消費者である会員が生産地を訪問する産地交流会を開催し食品情報開示・食品トレーサビリティ向上に取り組んでいます。

👉 ヒント

食品の生産情報（誰が、どこで、どのように生産したか）を消費者に提供する仕組みとして、「生産情報公表 JAS 規格」があります。これは、事業者が自主的に食品の生産情報（生産者、生産地、農薬及び肥料の使用情報など）を消費者に正確に伝えていることを第三者機関である登録認定機関が認定するものです。現在、生産情報公表 JAS 規格は、牛肉、豚肉、農産物、加工食品（豆腐、こんにゃく）及び養殖魚について制定されています。規格の取得までは至らずとも、生産に関する情報をどのような形で消費者に対して開示する方法について検討するきっかけとしてみましょう。

・ 農林水産省「生産情報公表 JAS 規格」、http://www.maff.go.jp/j/jas/jas_kikaku/seisan.html

<出典>

- ・ 経済産業省、「SR実践に関する中小企業事例調査」、2009 年 3 月
- ・ らでいっしゅぼーや株式会社ホームページ、<http://www.corporate.radishbo-ya.co.jp/>（2010 年 6 月 14 日アクセス）

6. コミュニティへの参画及びコミュニティの発展 に関する実践事例

(1) 地域住民・児童を対象とした啓発・教育活動

法人名：株式会社アレフ

従業員数：711 名（社員） 2,849 名（パート・アルバイト：1 日 8 時間換算人数）（2010 年 3 月現在）

資本金：443 百万円

所在地：北海道札幌市

【事業概要】

アレフは、ハンバーグレストラン「びっくりドンキー」やイタリアンレストラン「ペペサーレ」などを直営及びフランチャイズの合計で約 300 店舗展開しています。

【活動内容】

アレフは店舗から出る生ごみのリサイクルなどの環境保全活動に積極的に取り組んでいます。活動の1つの「ナタネプロジェクト」では、ナタネ油の食用・燃料としての利用、油の搾りかすの家畜のえさや肥料としての利用、廃油の回収・燃料化、燃料の自社農場のトラクターでの利用、リサイクルを行っています。この取り組みの中では、ナタネの種まき、収穫、搾油、バイオディーゼル燃料工場の見学などを地域の小学校の総合学習の一環として実施し、地域の教育活動に貢献しています。また、地域住民の家庭で出た廃油を、同社が運営する店舗で回収するという取り組みも行っています。これらの活動は環境保全のみならず、地域住民の意識の変化につながる活動といえるでしょう。

🔗関連する中核主題：環境、消費者課題

🔗ヒント

地域住民や児童を対象とした啓発・教育活動を行うにあたっては、自組織の強みや既存の経営資源を活かし、活動のための負担が少なく取り組み易いところから始めることが重要です。

また、このような教育活動は地域住民や児童の意識向上だけでなく、自組織への理解を深め、好感度・知名度の向上させることができるなど、ビジネスの観点から見ても有益な活動にすることができます。

<出典>

- ・ 株式会社アレフ、『2008 年度環境報告書』、
http://www.aleph-inc.co.jp/kankyo/2008/eco_report2008.pdf、2009 年 9 月
- ・ 環境省北海道地方環境事務所・財団法人北海道環境財団、「北海道内における CSR に基づく社会貢献・環境保全活動 意向・現況調査報告書」、http://www.epohok.jp/hcsr/data/csr_anketo070329.pdf、2007 年 3 月
- ・ CANPAN ホームページ、<http://blog.canpan.info/csr2007/archive/20>（2009 年 9 月 24 日アクセス）

(2) コミュニティを対象とした事業

法人名：株式会社コミュニティタクシー

従業員数：29 名（正社員）、30 名（パート）（2008 年 3 月現在）

資本金：25 百万円

所在地：岐阜県多治見市

【事業概要】

コミュニティタクシーは、岐阜県多治見市に 2003 年 1 月に「市民の市民による市民のためのタクシー会社」を目指し、市民の足として車が重要である地域における生活環境の向上などを理念として設立されました。現在では、タクシー事業の他、草刈りや障子の張替えなどの便利屋業などへも展開し、コミュニティ内の住民生活の様々な側面の支援をするビジネスを行っています。

【活動内容】

事業概要でも紹介したように、コミュニティ内の住民生活のニーズに応えるためのタクシー事業、便利屋事業などを行っています。

タクシー事業では、ヘルパーの資格をもつドライバーや、福祉車両を配備し、高齢者の病院への送迎などに役立っています。また、学童保育や塾への送迎など、保護者が子どもの送迎に使うことも多く、従来のタクシーに比べより市民の生活に根ざしたサービスを提供しています。

📖 関連する中核主題：消費者課題、人権

👉 ヒント

地域資源を活かしながら地域課題の解決を「ビジネス」の手法で取り組むことを「コミュニティビジネス」と呼びます。本取り組み事例でもそうであるように、コミュニティビジネスでは、ボランティア活動とは異なり、事業として継続的に、安定的に運営することが考えられており、ビジネスを通じて、地域の問題解決、貢献を行うことができます。

コミュニティビジネスに関する詳しい情報は、経済産業省関東経済産業局のホームページ（<http://www.kanto.meti.go.jp/seisaku/community/index.html>）に載っていますので、参考にするとよいでしょう。

<出典>

- ・ 株式会社コミュニティタクシー、<http://www.comitaku.com/>（2010 年 1 月 4 日アクセス）
- ・ CANPAN ホームページ、<http://blog.canpan.info/csr2007/archive/28>（2010 年 1 月 4 日アクセス）

東京グラフィックス経営委員会 CSR自主研究会

委員長 北村洋一／(有)北村紙店
代 表 増田光仁／ケイ・エム・アイネットワーク(株)
世話人 山崎泰／(株)TFS Publication
世話人 鈴木将人／(株)東京技術協会
世話人 宮地本治／(株)創土社
世話人 室雄一／(株)三進社
世話人 小林盛夫／(株)マステック
世話人 比嘉良孝／清水工房(株)
協 力 早坂修一／キヤノンマーケティングジャパン(株)
事務局 吉野玲緒／(社)東京グラフィックサービス工業会



自主研究会活動CSR報告書 平成23年度版

発行人 (社)東京グラフィックサービス工業会
発行日 平成24年3月31日
住 所 東京都中央区日本橋小伝馬町7-16
T E L 03-3667-3771
F A X 03-3249-0377
印 刷 (株)創土社

