

IBM 環境シンポジウム 2002

【セッション A】

e-環境実現

「IBMのCSRへの取り組み」

日本アイ・ピー・エム株式会社 常務執行役員 CSR担当 柴田 稔久

(司会)

皆様大変お待たせ致しました。ただいまより、セッションA「IBMのCSRへの取り組み」と題しまして弊社日本IBM柴田稔久(しばた としひさ)より講演を始めさせていただきます。

それでは、柴田さんお願いいたします。

日本IBMの柴田でございます。本日はこんな素晴らしいシンポジウムの中で、私どものCSRへの取り組みという時間を割いていただいたことをまず御礼申し上げます。CSRはCorporate Social Responsibility、日本語では「企業の社会的責任」と訳されています。私見ではありますが、実は今CSRという言葉は二つの問題に直面していると思います。まず、新聞紙上でCSRという文字をご覧になる方も多いと思いますが、この文字がファッションのように先行してしまい、CSRなるものをしていないと先進的な企業と思われぬのではないかと、というように単にはやり言葉になってしまう可能性の心配です。CSRが企業評判の為の看板として掲げられ表層的に終わってしまうという問題があります。もう一つは、これはこれから次第に新聞などでも取りあげられるようになると思いますが、CSRの標準化・規格化という動きに関連する問題です。企業の経営、その実行に「社会的責任経営」という考え方を持ち込むとして果たしてどこまで規格とか標準が馴染むものなのか、どのくらいの範囲でやるべきものなのか、ということに関してまだこれからも議論を続けなければいけない段階にあると思います。ただ一方、CSR標準化の国際的な動きに対応して日本としてもCSRの標準規格を作らなければいけないという考え方にも一理あります。そのようなことを考えた末、きょうの話のタイトルをあえて日本語の「企業の社会的責任」と訳さずに、CSRという三文字がこれから新聞紙上を賑わしたときに今日の話を出して頂ければと思ひまして、「日本IBMのCSRへの取り組み」という名前にさせていただきました。

本題に入るまえに、「社会的責任経営」なる言葉についても少し触れておきたいと思ひます。この言葉が決して新しいものではないというのは皆様ご存じだと思います。先程昼食の時にもご質問がありました。CSRというのはどこからいつ頃出てきたのか、というご質問です。これを社会的責任経営という言葉に置き換えれば、昔の創業経営者の皆さんは家訓などをお持ちになって社会に対して貢献するということを考えながら経営されて来たのではないかと思いますし、1950年頃には経済同友会も社会的責任経営の大切さを説いていま

す。従って、日本に於いて企業の社会的責任経営というのは古くからあった言葉・考え方だったと言っていいかと思います。が、いつの間にか二桁成長で企業が成長していく過程で、あるいは日本の国力を成長させていった暁に、次第に社会的責任という側面が忘れ去られてしまったのではないのでしょうか。後ほども触れますが、近年になってヨーロッパなどを中心として企業という存在は社会的公器であるから、単に利潤を追求するだけでなく CSR も全うすべきである、という動きが出てきてちょうど昨今の時代の要請とも合致して日本に上陸したと考えられます。前置きが長くなりましたが、CSR という三文字のアルファベットそのものの出現は最近ですが、社会的責任経営という考え方はもっと古くからあったものであると先ず申し上げて、これから本題に入らせていただきます。

今日の私の講演の内容ですが、前半ではそもそも社会的責任経営とか CSR とは何なのかということをもう一回おさらいさせていただきたいと思います。皆様の中には、既に十分な見識をお持ちの方も多いかと思います。あるいは一方、これから勉強してみたいという方もいらっしゃるかと思います。知っている方には再整理という形で聞いていただきたいと思いますし、まだあまりよくご存じではない方には CSR とはそういうものなのかということを知っていただくために、まず前半部分でそもそも CSR というのは何なのか、あるいは何で今頃そんなことを言い始めたのかというところをご理解いただき、後半部分で私どもの会社ではどういう風に取り組んでいるかということをお話し申し上げます。日本アイ・ピー・エムではどういう考え方でやっているのか、どんな推進体制でやっているのかという事をお話させていただいた上で、結びとして私なりの CSR の今後に関する考え方をまとめさせていただきます。

最初に、いくつかありました文献や資料の中から CSR という言葉がどのように定義されているかということをご紹介します。ここに掲げました例を読んでいただくと判るように多くの言葉が共通して使われています。それぞれ表現の仕方に若干の違いがありますが、持続可能という言葉、事業を成功させる為にあるという言葉、自主ベースだという言葉もありますが、ここからは CSR 活動というものは自主的なもので、決して規制によるものではないという意図が汲み取れます。社会とか環境という言葉も共通に用語です。今日の午前中のお話の中にも法律で追いつかないところは条例で対処しなければいけないということがありましたが、法律遵守ということに留まらず、市民とか、地域、あるいは社会というものに利するような企業経営を行うことという表現もございます。この三番目にあげた文章は経済同友会の冊子に出ているものですが、企業と社会というのは相乗効果・相乗発展のメカニズムを築くことが必要であるという立場を取り、他の説明と同じように持続可能性という言葉を中心に、経済・環境・社会という用語を使って説明しております。いろいろな言葉や表現がありますが、基本的には同じ思想だということはお分かり頂けると思います。

簡潔にまとめるとすれば、企業経営において考慮しなければいけないことには経済的側面に加えて社会的側面と環境的側面があり、この三つのバランスを取る努力をする経営がCSRということが出来ると思います。企業経営はどちらかというと株主の利益最大化ということにこれまで動いていましたが、今後はそれだけでは不十分で、本日の環境シンポジウムの基調講演でも環境の大切さをお聞きになったわけですが、もちろん経済的な側面においては最大限の経営努力で株主の期待に応えなければいけないわけですが、それに加えて、地球の上に存在している以上は地球環境を無視してはいけないということ、また社会の構成員として存在していると言う意識を大事にしなければいけないということを示したのがこの三つの楕円の図です。ここでそれぞれの楕円の重複点にキーワードをあげましたのでその気持ちを簡単に説明いたします。

先ず、経済的側面と環境的側面の接点では「均衡」ということを考える必要があります。これまで経済的な発展を主眼においてきた企業活動はかなりの負荷を地球に掛けてきています。すでに負の遺産をもっているというようなもの、例えば今日の知事のお話の中にもありました北上川の例などがあげられますが、そのような事象が至るところで見られるようになってきています。これからはそういう過去に蓄積した負の遺産を払拭しながら企業の業績と環境への配慮を均衡させて経営をやっていかなければいけません。また、一昨年来、欧米や日本で企業経営に対して社会的な信頼が失われるような事件もおきてきているだけに、経済的側面と社会的側面の接点では「公正」ということが大切になります。経営というのはやみくもに利益を最大化していくということに注力するのではなく、公正な形で、社会に対して透明性を保ったかたちでやっていかなければいけません。そのような企業が多く存在する社会が初めて地球と「共存」出来ると言えるのではないのでしょうか。これらの要素がきちんと整理出来て初めて「持続可能な成長」が出来る企業・社会になっていくと思われます。

実際、企業活動の立場から昨今の企業を取り巻く情勢を申し上げますと、株主を含む企業にとっての利害関係者（ステークホルダー）すなわちお客様、或いは社員や取引先の期待が高まると同時に企業活動に対する監視の目が強くなってきています。経営者の方々皆様が日々ご苦労なさっている業績、売上高をどうやって伸ばしていくか、利益率をどうするか、キャッシュフローをどうするかなど、いろんな経済指標を経済的側面として監視すると同時に、環境的側面という点では、製品は環境配慮製品なのか、地球温暖化防止にどんな工夫をしているのか、汚染防止対策はどうなっているのか、廃棄物管理はどのように為されているのか、あるいは浄化、化学物質管理というものはどうしているのか、環境会計に取り組んでいるのだろうか、というような分野にステークホルダーの注意が払われるようになっていきます。さらに社会的側面の活動に対してのステークホルダーの期待・指標に

は、企業として危機管理が出来ているのか、突然何か災害が起きてそれが周りの住民にインパクトを与えないのか、またその企業は公正な取引をしているのか、雇用もしっかり保っているのか等々があげられます。あるグローバルな企業が低賃金労働でコスト低減をはかろうとして発展途上国で人権侵害のような事件が起きたことがあります、このように海外に生産拠点を持っている場合はそこまで目が届くように注意する必要があります。

さて、それでは何故このような CSR ということが最近とみに注目を集めるようになったかということをもとめてみますと、次のような項目がきっかけとなってきたと言えます。本日のこの場が環境シンポジウムということでもありますのできっかけとして第一には科学的根拠に基づく地球環境の劣化というところからご説明します。今朝ほど、山本の方からの話にもございましたが、地球に対して人間が与えている負荷というのは許容範囲を上回っていると言われていました。エコロジカルフットプリントという指標によると地球上の人口自体がもう既に2割オーバーロードだそうです。では、2割人を減らせるかということ、もちろん減らせるものではありませんが、この指標からだけでも様々なところで地球環境が劣化しているという事が想像出来ますし、それらが科学的根拠をもって説明されるようになってきました。

しかも、そういったことがインターネットとか、ITとかの進展によって世界中に瞬時にして伝わり、どこかの環境劣化などを隠しておけなくなったということがやはり CSR が注目を集めるきっかけになっていると思います。何かが起きてから月とか年という単位の時が経ってはじめて世界に伝わっていくのではなく瞬時に情報が伝わる世の中になりました。ねずみ算式に、私が2人の方にメールを送る、その2人の方がまたお1人ずつ2人の方に送る、これを10分間隔に行うと仮定して計算しますと大体200分で100万人に伝わります。300分で50億人に伝わります。こういうとんでもない世の中です。地球環境が悪化した、その話しがものすごいスピードで広まっていき隠しおおせなくなってきたということです。

さらに、目覚めた市民ということがあげられます。年功序列とか終身雇用の考え方とか、そういう従来の価値観が変化して、従業員の強固な企業に対する忠誠心が次第に企業人であると同時に市民であることの意識の高まりというようなものが出てきています。それら市民が先ほど述べましたようにインターネットなどで世界の情報を瞬時に得ることが出来ます。NPOの登録というのがものすごい勢いで増えておりますが、その中でも一番多い分類というのは環境関係です。NPO法人登録データベースによりますと大体16%が環境関係のNPOです。そのくらい皆さんの意識が地球環境に対して何かしなければというように高まっているというのが現在の状況です。

今までの話はどちらかというと環境を中心に展開してきましたが、最後に市場が企業に迫る意識変革ということに触れます。ご記憶にもあると思いますが、海の向こうではいくつかの企業がいろいろな不祥事を起こし、また国内でも企業への信頼の失墜がその企業の

存続を危うくするような事件がおきました。このような不祥事に対して市場・社会では、株主利益の最大化を目的とするとは言え不正をしてまで行うことは許されない、このような動きにはブレーキを掛けないといけない、という機運が盛り上がり、その結果として社会が受け容れられるような企業統治を企業に対して迫る、ということになったと思います。企業の社会的責任ということ、社会における公器なのだからという意識、これらが強く出てきて CSR 経営の必要性が唱えられるようになった要因だと思います。

具体的に更に皆様の企業と関係するという事でお話ししますと、これも一つの統計データですが、大体 3000 ぐらいの母集団の消費者に、商品を購入する際にあなたはその企業の不祥事の有無、社会的責任への取り組み・レベルを評価しますか、或いは考慮しますかと質問したところ、6 割方の消費者がハイと答えています。つまり良い企業が、悪い企業かというのは、必ずしもその製品だとか商品だとかサービスだけではなくて、その会社が行っている事それを見て判断すると言っている消費者が 6 割もいるということです。やはり商品が大事であるとか、価格を第一義的に考えると言う消費者は 3 割ほどとなっています。右側の表では、社会的信頼の維持・向上に必要なこととして企業は何をすべきだと思いますか、という質問をしていますが、当然の事ながら本業に徹して欲しい、良い製品を出して欲しいという回答が一番にあげられています、2 番目に企業倫理の確立とか遵守ということを非常に重視して欲しいという意見があげられています。また、次のページは新聞記事のコピーですが、資本市場でも、年金運用のときに S R I インデックスを意識するファンドや、あるいは企業間取引などでもお取引先に対してブランドイメージのためにも購買取引先に対していろんな要求を出すという傾向が強くなっていることもお判りいただけるとと思います。

このような世の中の要請に対応するように、経済同友会では今春『市場の進化と社会的責任経営』と題して企業白書という冊子を発行しました。21 世紀に目指すべき経済社会の姿として、個人が将来への希望を持ち、それぞれの可能性に積極的に挑戦して、生き甲斐を実現していくことが出来るような社会にすべきであるということを主張しています。抽象的に聞こえるかもしれませんが、企業に勤める個人は単に経済的価値だけを追っていくのではなくて、やり甲斐のある仕事をして、働き甲斐のある会社に勤めて、本当に生き甲斐のある人生を送りたいと思っているはずで、それに答えるような経済社会を作るべきだという主張です。

こういったような経済社会の姿を目指すとした場合に同友会としましては、企業の社会的責任に対して評価を出来るようにしようということで評価項目を作りました。この中には、社会的責任として市場、環境、人間、社会に対してどうあるべきかという評価、それともう一つはコーポレート・ガバナンス(企業統治)としてどうあるべきか、という二つの大きな評価軸を設けまして、CSR あるいは企業の社会的責任を全うする為にはどんな

ところに意識していかなければいけないのかという項目を網羅してあります。経済界の方々がどんなことをお考えになったかということをもとめているいい資料でございますので、もしご参考になればと思い、インターネットで簡単に手に入りますのでここに紹介させて頂きました。

経営者として自社の現状をどう評価しているのか、それを三年後にはどうしたいのか、といった評価基準に対して経営者自身が答え、こうすることによってマニフェスト的に社会的責任経営が推進出来ないかという試みとも解釈できます。

時期がちょっと前後しますが、2000年に大歳が日本アイ・ビー・エム及びそのグループ企業をこれからどのような風土にしたいかということをもとめて「VISIONe」として発表しました。すなわち、ネットワーク社会をリードしながら新しい価値の創造を行い、人と地球に豊かさと潤いをもたらす、そのような風土の会社としていくという内容です。これをCSRの立場から読み直しますと、新しい価値を創造するという部分はCSRの三つの側面の経済的側面とも捉えられますし、人と地球に豊かさと潤いという部分は、人は社会を表しているとも捉えられ、地球すなわち環境を表しているとも捉えられます。この「VISIONe」はCSRという言葉が世の中で頻繁に使われるようになる前に作られたのですが、経営理念として基本的CSRに合致していると言えます。これからは経済的側面で業界をリードするような強い会社になることに加えて会社としては社会性や環境性というものにも目を向けていこうという気概の表明です。

使命と申しますか、憲章と申しますか、私どもが考えています日本アイ・ビー・エムグループのあるべき姿は、この「VISIONe」の理念のもと、社会から見て好ましい存在となる、あるいは信頼されることを目指すということです。先程来、私は経済、環境、社会という三つの側面でお話申し上げましたが、私たちはこれをもう一つ細分化しまして、社会の中にある人間の面を取り出して4つに分け、更にその人間の面での中心として社員に焦点を当てることにしました。

最初に環境的側面の説明ですが、ここは環境シンポジウムとしてご参加いただいている皆様にあえて申しあげる必要もないと考えて簡潔に私どもの取り組みを列挙させていただくにとどめます。取り組みとしての特徴は、グローバルに徹底的にやっているということと、単に工場の汚染防止とか、生産現場に限らず、一般事業所に対しても包括的にやっていることだと思えます。この後のセッションで私どもの松浦の方から一般のオフィスや事務所での環境問題の対応がいかにか大事かということに触れさせていただきますが、私どもの考え方としては一部の観点だけで環境対応するということは十分ではないと考えています。

環境の取り組みに関してのもう一つの特徴は透明性ということが言えます。社内のイントラネットではなくインターネットに環境に関して社外にも環境情報を出すことを心がけ

ています。とくに重視していますのは、我々が外部に喧伝したいという情報だけを出すという事ではなくて、社会が知りたいと考えている情報を出すようにしていることです。環境報告で大事なことはスローガンや宣伝に陥らないということだと思います。もうひとつ気を付けていかなければならないのがこれら資料の厚さです。皆様、環境とかCSRとかということを勉強されますといろんな資料が手に入ると思います。多くの会社がそれぞれの企業経営として、どんなに環境を大切にしているかという資料が、数年前は数ページだったものが数十ページになり、三桁ものページ数の報告書になってきています。そのパンフレットを作るのに紙がたくさん使われていて資源の問題があるという指摘だけでなく、資料が多くなると本当に企業が正しいことをやっているかどうか読みこなせるかという問題も出てきます。いまの環境報告書のあり方が真の情報提供になっているか考える必要があると思います。企業が提供すべき情報の標準化を検討するのは大切なことです。

環境への取り組みということでは最後のページになりますが、地球温暖化対策計画書。一般事業オフィスでどんなことをやっているか、これもインターネットで見ただければわかりますので、是非ご覧戴ければと思います。日本アイ・ビー・エムのホームページから入りまして「日本IBMについて」というタグが下の方にございますので、そこを見ていただき、よりよい企業市民を目指してというところにリンクしまして、その中でこういった環境の観点のページにいけます。是非見ていただきたいと思います。環境への取り組みとしては、やはり言葉ふうに言えば環境マニフェストと呼んでもいいかと思いますが、経営のトップがリーダーシップを持って、目標値に対してコミットしてやってまた成果を管理するようにやっていることがお判りいただけたかと思います。

次に経済的側面に少し触れます。ただ、ここでは経営あるいは営業の戦略、たとえば売り上げをどの製品分野、市場分野でどう伸ばそうかという話をする気はございません。経済的側面で特にCSRという観点で力を入れるとすればお客様の満足度を如何に向上していくか、お客様に満足していただけない製品、サービスというのは長続きしませんし、したがって企業も長続きしません。ですから、一番大事なことはお客様に満足していただくことです。そこで「VISIONe」では、お客様中心という言葉、大歳自らこのように表現しております。通常のお客様満足度向上ということに、あえてプラスするとすれば、お客様のお客様、最終のユーザーのニーズにどう答えていくかということに私は非常に力点を置いております。そういったことを実施するためにはプロセスをまわす。この図で示してあるものは1991年ぐらいからはじめたプロセスの概念図です。全社的なお客様満足度向上委員会というものを作りまして、その下部組織としては事業部門ごとのお客様満足度向上委員会があります。ただもっとも大切なことは現場の担当の者一人ひとりがどのようにお客様に接し、お客様の期待をどのように収集するかということ。お客様満足度向上委員会を全社的に作ることはもちろんプロセスの確立として必要なことではありますが、お客様が私たちの会社・提供するサービスに何を期待されているか、それには「そのお客様の

お客様」が一体何を望んでおられるかを知ることが重要です。お客様からそういったものを伺う仕組みをどう作りあげていくのかということが一番キーのプロセスになると思っています。

お客様満足度調査ではその結果を分析して、何が発見出来るかということは大変に重要です。これは一例ですが、お客様からいただいた回答を分析していきますと、先程のあの消費者購買行動に似ているのですが、必ずしも製品とか、サービスとか、価格とか、契約条件だけを問題として捉えるのではなく、営業や現場に行く人間の姿勢、その結果から見える企業の姿勢、イメージをお客様は非常に重視されていることがわかってきます。この分野は時間のあるときにまたご紹介させていただきたいと思います。経済のところでは、株主価値の増大の根本はお客様中心だということをお話させていただいたわけです。

次に社会との関わりのことについてお話しいたします。社会的側面です大事なのは、やはり社会的な信頼を得るためのコンプライアンスへの取り組みです。企業の行動基準というものを定めた上で、どのようにして社員に徹底するか、それが企業経営に対し信頼性を高める施策となります。私どもには「ビジネス・コンダクト・ガイドライン：企業行動基準」というものがあり、全社員が毎年署名してその遵守を誓約します。法律を守るのはもちろんですが、当ガイドラインはそれに加えて企業倫理としての行動基準を持っており、社員にはこれに従う義務があります。もし違反すれば人事措置がとられるということも決まっております。昨今お客様とこのようなお話をさせていただきますと、このような文化が既にある、社員一人ひとりのDNAになっているということは非常にうらやましい、と仰る方がいらっしゃいます。このように社員に基本的な行動基準を明示し誓約を取り交わした上で、さらにそれを支えるプロセスとして内部監査などのプロセスを回します。この企業行動基準もインターネットで公表しておりますので、参考にいただければと思います。社会という観点においてまず信頼性をどういうふうに高めるかということをご紹介させていただきました。

その他の面での社会との関わり方を社会貢献のプログラムという観点から、とくに日本アイ・ピー・エムの持つITを中心にした本業を総合的に生かした社会貢献ということ、あるいはそのスキルを生かす形での社会貢献をご説明させていただきます。

残り時間が少なくなってきましたので、説明を簡単にしますが、社会貢献に力をいれている分野は教育、科学、研究といった分野でございます。教育におきましては保育園に「KidSmart」という形のパソコンの幼児教育プログラムを展開しております。初期画面などを經由せず、いきなり子供の画面になるようなかたちでパッケージ化しまして色々な県の保育園さんにご利用いただいております。今年で17回目になる日本IBM科学賞。物理、化学、コンピューター・サイエンス、エレクトロニクス、4分野の45才以下の若手研究者に限って表彰するようなことをやっております。時間が迫ってしまいましたので、障がい者の方への支援というところに参ります。冒頭にインターネットは大変に便利だとお話し

しましたが、インターネットで検索しても画面は視覚障がいの人にとってそのまま十分に役に立つとは限りません。私どもは画面が見えない方々に画面を読み上げるような支援ソフトウェアを開発し、それを使って皆さんが作られるホームページなどを読み上げることが出来るようなお手伝いをしています。また、難聴者の人への支援として音声言語をシステムでデジタル認識させてこれを視覚的に認識出来るようにするソフトを開発したりしています。このようにしてソフトウェアを使うことによって、障がい者の方がコンピュータにアクセスすることが容易になる、いわゆるコンピュータのバリアフリーを実現する努力をしています。これもまたホームページに載っておりますのでぜひご覧いただきたいと思えます。

CSRの第四の分野として分類しました人間的な側面に関して、最後になりますが「人資源」と言うことで私どもの問題認識を述べさせていただきます。中央主権から地方主権、これは説明の必要もない世の中の潮流です。そして一方、限られた地球資源を守るためにも、規格大量生産・多消費型社会から3Rの社会へいかなければならないだろうというのも環境の世界では潮流です。企業経営でもう一つ大きな潮流の変化として捉えなければならないのがここにある人資源です。社員、これまでは男中心、中高年中心、日本人中心だった人資源に対する考え方もこれからは変わっていく必要があります。男プラス女と、大人プラス若者、それから日本人プラス外国人。こういった形で考えていかなければならないということが私どもの会社における人資源の基本的な考え方です。

この中でも、女性社員の活用・共同参画ということを目指しますと、家事・出産・育児ということでの仕事に於けるディスアドバンテージをどう解消するかということが優先的課題として出てきます。詳細は割愛しますが、女性社員がもっと企業で活躍出来るようにするにはどうしたらいいかということを経験された委員会からの報告に基づき、場所と時間から独立した働き方をe-Workとかモバイルオフィスという形で具現化しました。一般的な用語ではホームオフィスと呼べる形で、会社に来なくても自宅で自由の利く時間帯に仕事をしたり、研修を受けたりすることで、女性の仕事と家庭と両立出来るように工夫したものです。なお、当然ですが、これは女性社員だけのプログラムではなく、男性社員も同様に家庭の時間を増やすことに活用出来ますし、今後の高齢化に伴う介護の時間をとる必要性を考えればその重要性はお判りいただけると思えます。

以上、私どもが定義した四分野での取り組みをそれぞれ簡単にご説明させていただきました。社会的責任経営というのは企業を社会の公器として位置づける必要性から出てきた考え方であり、今なぜCSRかと言えば、このような世の中の変遷において企業・社会の持続的成長のために必要だということを前提として、社会から見て好ましい存在として信頼されるための方針として、透明性を高めた環境政策を持ち、お客様中心の視座で営業活動を行い、本業の強みを活かして社会に貢献をし、多様性を活かした人資源の活用に努力

をすることに日々努力しております。

日本アイ・ビー・エムに於ける CSR の経営推進体制としては「VISIONe 推進委員会」という体制を今年 10 月に作りました。簡単に図示しますとコーポレート・ガバナンス活動やそのほか既存の委員会をまとめて、全社的にこの「VISIONe 推進委員会」を社長のもとに統一しました。

CSR という新しい潮流の中での企業を取り巻く課題、企業への要請、これらを企業側が放置しておくとすぐに政治や官主導の規制につながっていきます。規制されたものに対応するというのではなく、企業側としてはこのような課題・要請をビジネスオポチュニティとして捉え、そのようなチャンスに投資していくことは、とても大事なことだと思っています。規制として縛られるよりは、積極的に乗り出して、ビジネスチャンスというものを取っていくべきだというのがこの図の意図です。後程、資料を見ていただければどのようなビジネスチャンスがあるかということがおわかり頂けると思いますので説明は省略させていただきます。

最後に、CSR にとってもっとも必要になるであろう三位一体の考え方に触れさせていただきます。まずは戦略の必要性です。単に経営戦略というと業績を伸ばすというような受け取り方をされてしまうといけないので、ここでいう戦略とは CSR にまつわる戦略的思索と考えてください。その戦略的思索に加えて CSR に関する知識が重要になってきます。単に CSR とは何であるかという知識だけでなくこのような場で是非ベストプラクティスというような知識を吸収していただき、自分達の企業や団体に適用出来るものを見つけていただきたいと思います。このような戦略的思索と知識を得た上で、もっとも大切なのはそれを実践する、自分達の行動とする、ということです。もちろん、この行動においては産・官・学の協力が必要です。が、ここで更に強調したいのが民、市民、すなわち個人の役割です。産・官・学という組織が「行動する」というのは我々個人個人が行動してはじめて組織の行動になるはずで、ぜひ個人というレベルにまで落として行動するということを実践していただきたいと思います。環境という点ではゴミを捨うとかゴミの分別をちゃんとやる、資源やエネルギーの無駄をしないと言うことで個人の行動が思い起こされるかと思いますが、社会貢献でも、横断歩道で目をつぶったときに音楽が鳴って、これによっていつ渡るのかわかるようになって非常に便利になったと思います。ただそうやってテクノロジーに依存するということではなくて、周りの人が手を添えてあげれば、目の見えない方々が「機械の音」が無くて横断歩道を渡れるはずで、社会貢献というとすぐ何かそういったものを作る、技術で解決しようという発想がありますが、企業や自治体が何かをしてくれるということだけではなく、目の見えない方に対しては手を差し伸べる、耳の聞こえない方に関しては色々なお手伝いをする、というように個人のレベルに落とすことも大切なこと

ではないかと思えます。

長々とお話しましたが、企業の社会的責任をまっとうするためには、もちろん企業の経営ということはどう考えなければいけないかというのも大事ですが、最後はその中の構成員である一人一人、皆様方一人一人が今日から何をやっていくか、それが一番大事ではないかということでまとめさせていただきます。ここに私の好きな言葉として「我よりいにしえをなす」という文言を加えさせていただきました。今日をひとつの契機としていただいて自ら歴史を作るといいますか、「環境シンポジウム 2003」に参加したその日から個人として何をやっていくかということを是非考えていただき、21 世紀の経済社会というものを明るい形で子々孫々に引き継いでいきたいというように考え、この気持ちを「自我作古」として表現しました。是非今日これから考えていただいて、帰ったら何が出来るかというように考えていただければ、私の講演のひとつの目的が達成出来たのではないかと考える次第です。

後半の説明は、時間に追われて少し走りながらになりました。申し訳ございません。あとで配布される資料を見ていただいて、きょうの私の話を思い出していただければ有難いと思えます。

どうもご清聴有難うございました。