CSR とは何か ?

2013年10月18日 パナソニック株式会社 CSR・社会文化グループ 小川理子

CSRの定義

Corporate Social Responsibility

企業の社会的責任

企業が事業活動を行ううえで、 その社会的役割において、 社会の様々なステークホルダーとの対話を通じて、 信頼関係を構築しながら、 より良い社会の実現を目指すために果たすべき責任。

ステークホルダー・・・・顧客、従業員、各国政府、NGO、 地域社会、株主、取引先、投資家、、、

CSRの歴史 :欧米

【1920年代】SRI

欧米の教会が、武器・煙草・酒・ギャンブル等に関係する企業に投資しない 社会的責任投資(SRI:Socially responsible investment)からの始まり。 企業の社会的責任(CSR)を考慮して行う投資。

【1940年代】環境、人権

1942年「国際自然保護連合」誕生、絶滅危惧種のレッドリスト作成。

1948年「国連総会」で「世界人権宣言」が採択。

条約化したものが「国際人権規約」 1966年の国連総会で採択。 「すべて人は、人種、皮膚の色、性、言語、宗教、政治上その他の意見、 国民的若しくは社会的出身、財産、門地その他の地位又は これに類するいかなる事由による差別をも受けることはない。」

1945年 ロスアンゼルスで「光化学スモッグ」の最初の事例報告。

【1950年代~1960年代】環境と経済、人権、

1952年「ロンドン・スモッグ事件」公害問題が世界的にクローズアップ。

1955年 黒人公民権運動勃発

1962年 「沈黙の春」 農薬による環境破壊

1963年「宇宙船地球号」環境経済学の提唱

CSRの歴史 :欧米

【1970年代】企業行動指針

1972年 ストックホルムの国際連合人間環境会議にて 「人間環境宣言」及び「環境国際行動計画」が採択。国連環境計画(UNEP)誕生。 国際会議で初めての環境保全に関する取組み。

1976年 経済協力開発機構(OECD)が多国籍企業行動指針を勧告

1977年 サリバン原則。8項目の人権に関する企業行動原則

【1980年代】企業倫理原則

1988年 生物多様性の概念誕生。気候変動に関する政府間パネル」(IPCC)創設。

1989年 バルディーズ原則。エクソン社タンカー原油流出で策定された企業倫理原則。 セリーズ原則。(アメリカのNGOセリーズ)がバルディーズ原則を元に。

1989年 子どもの権利条約 国連総会で採択

【1990年代】グローバル化

ソ連消滅、世界中が市場経済へ、グローバル化。多国籍企業巨大化。新興国台頭。

1991年 経団連企業行動憲章。

1992年 リオデジャネイロの地球サミット(国連環境開発会議) 生物多様性条約(CBD)と気候変動枠組み条約(FCCC)が採択。

1997年 CSRの基本概念「トリプル・ボトム・ライン」(経済・環境・社会性)誕生。

1997年 ナイキのベトナム等の下請工場で、強制労働、児童労働、低賃金労働、長時間労働、 セクシャルハラスメントが曝露。NGOは不買運動や訴訟。

1999年 国連アナン事務総長グローバル・コンパクト 人権・労働・環境・腐敗防止の10原則

CSRの歴史 :欧米

【2000年代~】

自然資本主義(1999年に発行)

市場の力で環境問題と社会問題を解決する方法を実例を用いて提示した本の名。

2000年 GRIガイドライン。企業のサスティナビリティ報告書に関する国際的ガイドライン。

2001年 エンロン事件

2002年 ワールドコム事件

アメリカで大規模な企業の不正・粉飾決算・倒産。

2002年 EUホワイトペーパー

2007年 REACH 施行

2008年 グリーン・ニューディール

2010年 企業と公共機関の「社会的責任(SR)」のための国際規格、 ISO26000の最終国際規格案承認

CSRの歴史 :日本

企業の社会的責任(CSR)の日本の起源は江戸時代に遡る。1700年前後に材木商が役人と組んで日光東照宮などを作って儲け「元禄バブル」を起こしたが、幕府の財政がやがて崩壊。この反省で「投機的な行動をし一時的な目の前の利益を追わず地道に顧客本位の商売をすること」が江戸商人たちの家訓に

江戸商人の家訓の中に。伊藤松坂屋は、「伝来の家業を守り決して投機事業を企つるなかれ」。住友家は、「一時の機に投じ目前の利に走り危険の行為あるべからず」。近江商人は、「三方よし。売り手よし、買い手よし、世間よし」。「

1950~60年代に 高度成長に伴い、四大公害病が発生。

1967年、公害対策基本法制定。

1979年、省エネ法

1993年、環境基本法

化学物質排出移動量届出制度

様々な環境政策。

人権面でも、同和問題から始まり、男女共同参画(女性の権利向上)、障害者雇用。 80年代、90年代は メセナ(芸術文化支援)も。

1995年 阪神淡路大震災

1998年 NPO法

新しい公共、NPO法改正

2011年 東日本大震災

パナソニックにおけるCSRの原点

1929年 経営理念





企業は社会の公器

「"企業の社会的責任"ということが言われるが、 その内容はその時々の社会情勢に応じて多岐にわたるとしても、 基本の社会的責任というのは、どういう時代にあっても、 この本来の事業を通じて生活の向上に貢献するということだといえよう。 こうした使命観というものを根底に、

一切の事業活動が営まれることがきわめて大切なのである。」

―松下幸之助著「実践経営哲学」、1978年6月発行より

パナソニックのCSRの枠組み、ポリシー

◆ 経営理念に支えられた行動基準、サスティナブルポリシーに基づく活動。 品質、リスクマネジメント、環境、人事、調達、CS、情報セキュリティ、 など社内の関連部署は多数。

サスティナビリティポリシー

私たちは、社会の公器として、地球環境や社会との調和を図り、事業を通じて、持続可能な未来の発展に貢献します。

- 1.商品・サービス・ソリューション
- 2.拠点·地域社会
- 3.サプライチェーン
- 4.マルチ・ステークホルダー連携
- 5.人材育成・イノベーション
- 6.環境

パナソニックの企業市民活動









財団·奨学金



WWF 協働プロジェクト



NPOの 組織基盤の強化



災害支援



共生社会への 取り組み

NPO/NGOの組織基盤強化支援プログラム



特徴

- ●他企業、他財団にはない「組織基盤強化支援」に特化
- ●NPO中間支援組織との協働企画・運営
- ●助成(支援)先団体とのコミュニケーションを重視

Panasonic NPOサポート ファンド とは

新興国・途上国で活動するNGOや 国内で先進的な取り組みを展開するNPOの 組織基盤の強化を応援する

公募型の助成プログラム



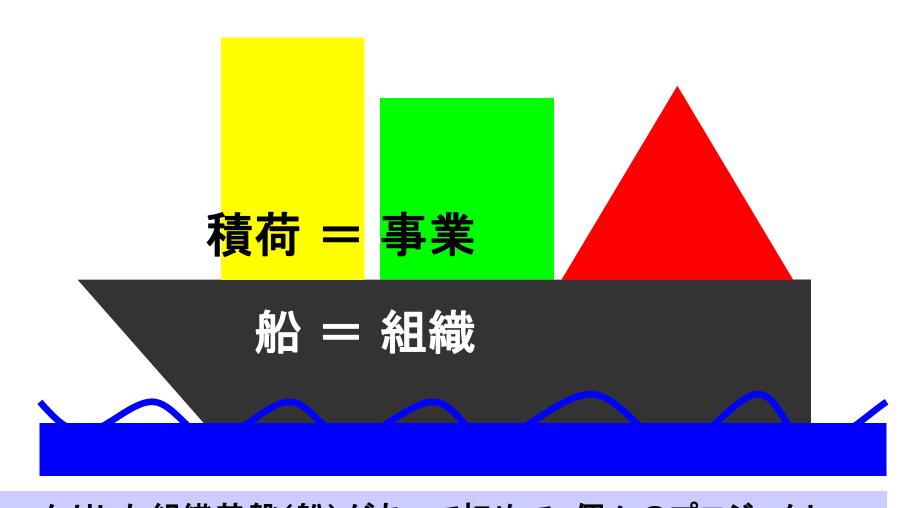
助成対象

環境分野

子ども分野



組織基盤の強化とは



しっかりした組織基盤(船)があって初めて、個々のプロジェクト (積荷)も発展していく。 - 日本NPOセンター 顧問 山岡義典氏 サポートファンド贈呈式総評より -

Panasonic NPOサポート ファンド

助成事例 NPO法人 ニッポンバラタナゴ高安研究会 【大阪府】



- ●タナゴの保護、里山・水環境の保全に取り組む団体
- ●2008年、2009年の2年にわたり、人材育成を支援
- ●2011年、パナソニックの社員プロボノチームがウェブサイト再構築を支援
- ●2012年、日本ユネスコ協会主催の第3回プロジェクト未来遺産に登録

Panasonic NPOサポート ファンド

助成事例

NPO法人 ニッポンバラタナゴ高安研究会 【大阪府】

Before



◇リニューアルのポイント

大阪から至近距離にある高安の自然の魅力を伝え、子どもや家族連れなど、一般市民の環境に対する関心を高め、同地域への来訪、活動への参加を促進するウェブサイトを構築しました。

After



NPO組織基盤強化ワークショップ

組織基盤強化の重要性を理解いただくためのワークショップ



学ぶ

「組織基盤強化とは」をテーマに座学で学ぶ

知る

組織基盤強化で発展している 団体の事例を紹介

考える

組織の課題を参加者同士で出しながら、課題を深掘り

●2013年6月に東京、宮城、茨城、新潟、広島の5箇所で開催

●講 師: 日本NPOセンター 早瀬氏、田尻氏

●参加者: 113団体 147名

NPO組織基盤強化ワークショップ

関西での開催実績



2012年7月 京都

- ●2012年は京都 他、4箇所で開催
- ●講 師:社会的認証開発機構 平尾氏
- ●参加者:16団体 30名



2011年6月 大阪

- ●2011年は大阪 他、8箇所で開催
- ●講 師:地球と未来の環境基金 古瀬氏
- ●参加者:12団体 25名



Panasonic NPOサポート プロボノ プログラム

■プログラムのねらい

- ①社員のビジネススキル・経験をさらに社会の中でお役にたてる
- ②NPOサポートファンドで過去に支援した助成先を対象に、プロボノで事業展開力の強化を支援。
 - ▶ 社会課題の解決をさらに促進
- ③社会課題解決に取り組むNPO支援を通じた 社員の地球市民力向上

「社員参加」+「NPO組織基盤強化支援」



Panasonic NPOサポートプロボノプログラム

■企業人から見たプログラムの特徴

- -プロジェクトチームは、4~6名で編成
- ・費やす時間は「週5時間」、期間は「約6ヵ月間」、 ミーティングは「月1回程度」、通常はメール
- ・成果物の納品をもって、プロジェクト完了(web・営業資料等)
- NPO法人サービスグラントとの協働プログラム ビジネススキルや専門知識を活かした社会貢献活動「プロボノ」を専門とする、 中間支援型NPO(NPOを支援するNPO)



Panasonic NPOサポート プロボノ プログラム

■これまでの取り組み(2011-2013.5月末)

- ・社内説明会に154名が参加し、 累計86名がボランティア登録
- ・社員50名がプロボノとして活躍



- ・サポートファンドの支援先10団体、被災地NPO 1団体を支援
- ・うち8団体は、社員のみで構成するパナソニックチームで支援
- NPOの中期計画策定(4)や営業資料作成(1)、ウェブサイトの再構築(6)を支援



Panasonic NPOサポート プロボノ プログラム

フォーラムの開催



11/23 「プロボノフォーラム OSAKA 2012」

事例① 事業計画

支援先:気候ネットワーク



- ●ゴールがあるから会社員でも取り組みやすい 築いた人間関係が財産になった (40代 技術)
- ●大組織だと自分が役にたっているか分かりにくいが、 プロボノはすぐに反応があるのでやりがいがある(30代 調達)
- ●企業人としてのスキルも高まった(20代 経理)

●製品開発に使っている頭を活かせたことが嬉しい 刺激になった(40代 技術)





目標の実現に向けて中期計画は作成していたのですが、 ビジョンが地球温暖化防止というあまりにも壮大なものな ので、どうしても中身が現実と乖離してしまう。そこを 具体的にどう積み上げていけばいいのか、 企業の方々がもっているノウハウをヒント にしたかったし、実際の考え方やステップ のふみかたが大変参考になった。

うちは事務所が京都と東京で離れていることもあって、 全体で話し合う機会がほとんどなかった。それが、 プロボノのヒアリングを受けた段階で、 しっかり話し合おうという機運が内部から 生まれてきた。それは私たちにとって大き な変化でした。



事例② Web 支援先: 花と緑のネットワークとよなか



資源循環の形成、農育、食育

事例② Web 支援先:花と緑のネットワークとよなか

Before



● リニューアルのポイント

長年にわたって培った実績をもとに、 より幅広い豊中市民の理解や参加を 促進するメッセージ性あるウェブサイト を構築しました。

After



多面的な効果 花と緑のネットワークとよなか プロボノチーム(当社社員)

イベントに参加する子どもの笑顔と、それをうれしそうに見ているボランティアの方々の姿がとにかく印象的。 こんなふうに陰で地域を支えているNPOがあるんだと思った





普段の仕事ではトップダウン的に仕切るので 初対面のメンバーの意見を調整し、NPOの

思いに寄り添いながら、ベターな選択を積み重ねていくプロボノの仕事の進め方は新鮮だった。

個人的なスキルとして、ウェブサイトの構築を学べた

のもよかった

もともと家庭菜園をしていたので、 自分もご近所さんと協力しながら、 小さなところから資源循環をしていきたい

NPO法人 花と緑のネットワークとよなか



もう、本当にプロやと思いました。

今までのホームページでは活動に参加したいと 思わせるような視点が欠けていたことに気づき

ました。NPO側としては、ほとんど資金をかけずにホームページのリニューアルができるというメリットがあるけど、

それ以上に大きかったのは、

プロボノが自分たちの活動を 問い直すいい機会になった ということ。

日本のNPOの多くが脆弱な組織で苦しんでいる中で、企業で働く個人がプロボノというかたちで、どんどんかかわってくれれば、日本の社会も変わるんじゃないかと期待しています

事例③ 営業資料

支援先: 石巻復興支援ネットワーク



石巻の復興に向けて、 主体的に活動する市民の育成とサポートを展開

支援先: 石巻復興支援ネットワーク



特定非営利活動法人 石巻復興支援ネットワーク 「**やっぺす 石巻**」のご紹介

制作:パナソニック株式会社 プロボノチーム

- ●企業・団体と現地をマッチング したコーディネート事例を多様 な視点から紹介し、当団体の 提供価値を分かりやすく訴求
- ●21ページの営業資料を作成

やっペすチーム 当社社員コメント

復興支援には地元のことを熟知し、 幅広いネットワークを持つNPOの 力が欠かせないことを痛感しました。 作成した営業資料を通じて 被災地支援に繋がれば嬉しいです。



ご清聴ありがとうございました。