

## 特別講演 議事録

日本経済団体連合会 社会貢献推進委員会委員長／1%クラブ会長

アサヒビール(株) 代表取締役会長兼 CEO 池田弘一氏

### 「企業の経営理念に基づく未来社会への投資としての社会貢献活動」

#### CSR への関心が高まっている背景

企業活動のグローバル化が進む中、温暖化、公害、貧困、飢餓、難民、テロなど、経済発展の負の側面の解決が求められている。また多くのステークホルダーによる監視の強化と企業の不祥事、極端な利益追求に対する批判から、CSR は今やグローバルに活動するほとんどの企業の経営戦略に取り込まれるようになった。

#### CSR に関する日本企業の取り組みと課題

CSR は日本でも古くから扱われてきたテーマである。江戸時代の「三方よしの精神」である、売り手よし、買い手よし、世間よし、をいかに現代に織り込んでいくかが CSR の課題といえる。

アサヒビールグループでは、「最高の品質と心のこもった行動を通じて、お客様の満足を追求し、世界の人々の健康で豊かな社会の実現に貢献する」という経営理念のもと、あらゆるステークホルダーを「お客様」と捉え、①品質の追求、②法令・倫理規範の遵守、③環境保全活動、④適切な情報開示、⑤地域社会との共生、⑥適正飲酒の啓発活動を通して、CSR の推進に取り組んできた。

また社会全体の課題の解決に向けて、NGO や市民と共に企業の活動と経験を生かした社会貢献活動に携わっている。例えば自社の発酵技術を使って新しいバイオ燃料を開発してきた。企業が社会貢献活動をおこなう上で、企業活動の延長線上にある活動に取り組むことが必要となる。

#### 企業と NGO との協働

CSR の実施にあたって約 5 割の企業が NPO、NGO を連携のパートナーとして選んでいる。連携にあたり、企業は自らの技術、設備、ノウハウ、情報を提供し、それが NGO の現場に基づく専門性、当事者性、提案力と合わさることにより、課題解決の速度と効果の最大化が生まれる。

#### CSR 推進に向けた課題

CSR を発展させるにあたって、①経営者のリーダーシップ、②従業員間の社会問題意識の浸透、③ステークホルダーとの連携、④そこから明らかになった期待の具体化、⑤企業社会全体の底上げが重要となる。

以上