

# 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

2006年9月25日

(社)日本経済団体連合会

社会貢献推進委員長／1%クラブ会長

池田 弘 一

## 1. はじめに

◇ 企業が存続するためのインフラとしてのCSR

## 2. CSRへの関心が高まってきた背景

- (1) 企業活動のグローバル化と経済発展の負の側面の解決協力への期待
- (2) 多くのステークホルダーの監視の強化

## 2. CSRに関する日本企業の取り組みと課題

### (1) ステークホルダー経営

◇ 日本のCSRの原型・・・江戸時代の近江商人の「三方よしの精神」

### (2) より積極的なステークホルダーとの関係づくり

### 《アサヒビールグループ》

#### 【経営理念】

アサヒグループは、最高の品質と心のこもった行動を通じて、お客様の満足を追及し、世界の人々の健康で豊かな社会の実現に貢献します。



#### 【CSRの捉え方】

あらゆるステークホルダーを「お客様」ととらえ、  
CSR = CS (カスタマー・サティスファクション) + R (リレーション)  
と読み変えて日々の活動に反映。

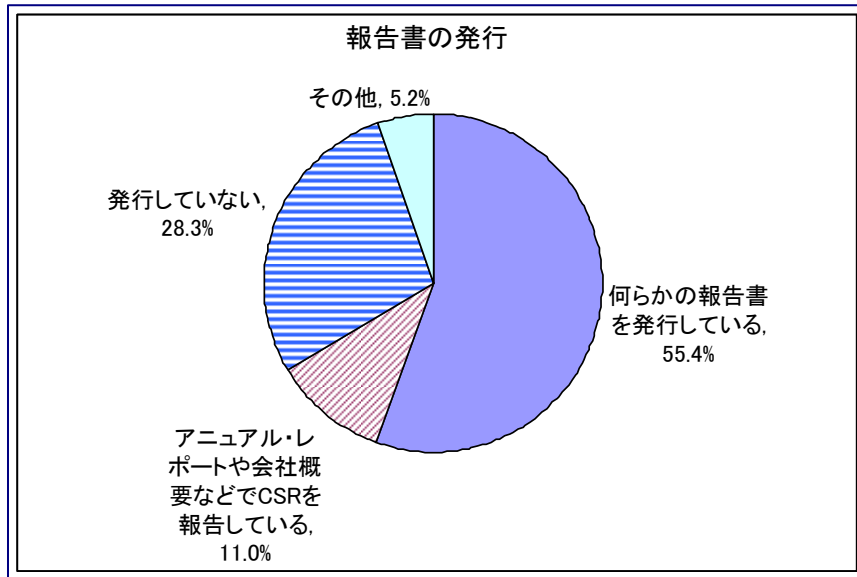


#### 【優先取り組み項目】

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

- ◇ ステークホルダーとの「リレーション」を深めるツールとしてのCSR報告書

【CSR（企業の社会的責任）に関するアンケート調査結果】



\*日本経団連調査(2005年3月～4月に実施)より抜粋

(3) 企業の強みを活かした社会的課題の解決に向けたイノベーション

- ◇ アサヒビールの事例：発酵技術を利用したバイオマス・エタノールプロジェクト

3. CSR推進における社会貢献活動の役割

- ◇ CSRの一環としての社会貢献/未来社会への投資
- ◇ NPOは社会貢献活動推進のパートナー

NPO・NGOに対する認識 (複数回答)

	2002年度	
多様な市民社会構築の担い手	69.5%	235社
社会貢献活動推進の有力なパートナー	50.9%	172社
行政に代わるサービスの提供主体	27.5%	93社
社員のボランティア活動の受け入れ先	17.8%	60社
社会の監視役	16.6%	56社
企業にとって「社会」を見る目	—	—
(広い意味での) 危機管理	—	—
事業活動のパートナー	8.0%	27社
少数意見の代弁者	5.3%	18社
高齢社会に欠かせない存在	—	—
特に意識していない	11.8%	40社
その他	0.9%	3社

\*日本経団連「2002年度社会貢献活動実績調査結果」より抜粋

- ◇ 社会貢献活動を通して得た知見や経験、人権感覚や地球環境に対する問題意識を企業活動に活かす
4. CSRへの取り組みにおけるNGOとの協働の意義や可能性
- ◇ 地球的規模の問題の解決のための協働
  - ◇ 企業（蓄積された技術、設備、ノウハウ、情報）
    - × NGO（現場に基づく専門性、当事者性、提案力）
    - × 対等な立場での協働
    - = 課題解決の速度と効果の最大化
5. おわりに
- ◇ CSR推進のために最も重要な経営者のリーダーシップ
  - ◇ 「リレーション」から「アクション」へ

以 上