

CSR 推進ツール

2005年10月4日

(社)日本経済団体連合会
企業行動委員会／社会貢献推進委員会
社会的責任経営部会

目 次

[ページ]

CSR推進ツールの活用方法	i
CSR推進ツールⅠ	
「CSR主要要素のマトリックス」	iii
CSR推進ツールⅡ	
「CSR主要項目と参考事例」	1
Ⅰ. コンプライアンス・企業倫理	2
Ⅱ. 情報	7
Ⅲ. 安全と品質	13
Ⅳ. 人権・労働	17
Ⅴ. 環境	22
Ⅵ. 社会貢献	27

【問い合わせ先】

(社)日本経済団体連合会 社会本部 企業・社会グループ

電 話： 03-5204-1750

FAX： 03-5255-6255

Eメール： t-csr@keidanren.or.jp

URL： <http://www.keidanren.or.jp/japanese/policy/csr.html>

CSR推進ツールの活用方法

1. 本ツールの目的と位置づけ

(1) 目的

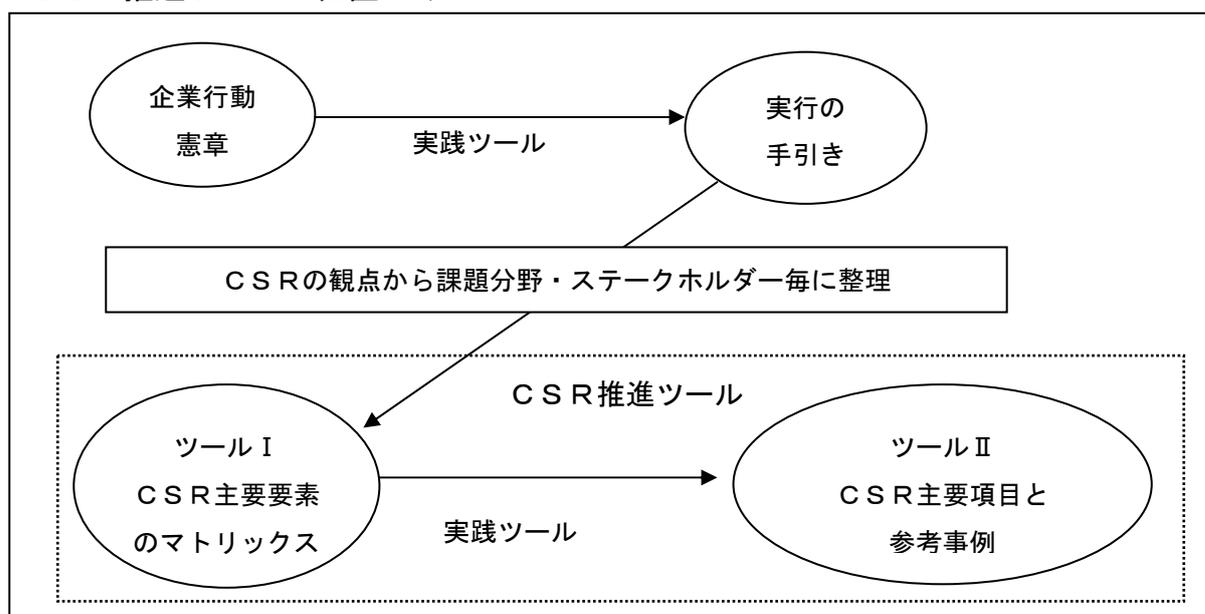
本ツールは、規模・業種を問わず日本のあらゆる企業が、企業の社会的責任（CSR）を視野に入れた活動を行うため、参考にする資料である。

なお、「企業の社会的責任（CSR）」の具体的な内容については国、地域によって考えが異なり、国際的な定義はないが、一般的には、企業活動において経済、環境、社会の側面を総合的に捉え、競争力の源泉とし、企業価値の向上につなげることとされている。

(2) 位置づけ

- ①本ツールは、多くの企業がCSRに配慮しつつ取り組んでいる諸課題を、日本経団連の「企業行動憲章」と「実行の手引き」を参考として課題分野およびステークホルダーの二つの側面から整理し、参考事例を添付したもの。
- ②本ツールは、企業に自主的な取り組みを求めるものであり、各企業の理念、組織、風土、経営環境、事業戦略などに応じて、項目の選択や重点化を行うもので、全ての項目が同時に取り組まれることを示唆するものではない。
- ③経営トップは、CSRの推進が自らの役割であることを認識し、リーダーシップを発揮して実効ある取り組みを図る。

CSR推進ツールの位置づけ



2. 各ツールの特徴と活用イメージ

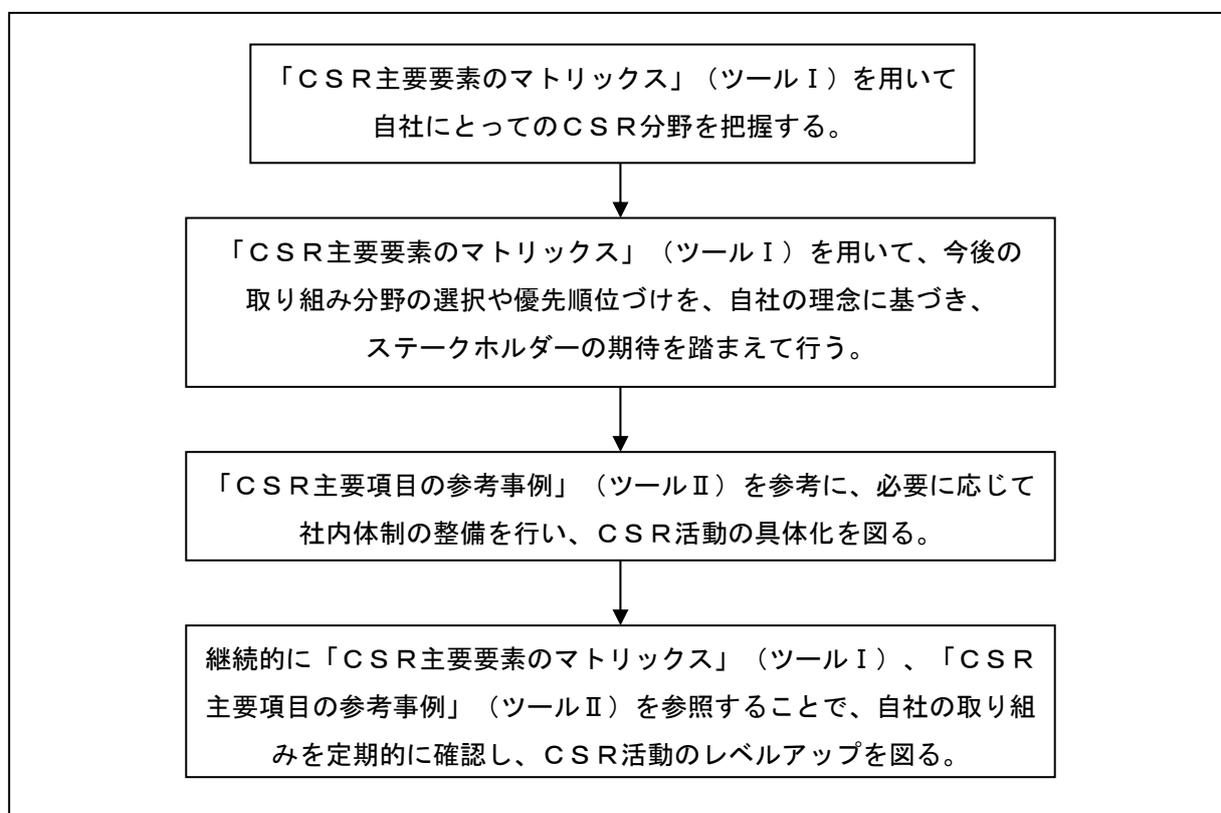
(1) ツールⅠ：CSR主要要素のマトリックス

CSRを実践していく上で重要と思われる事項を、課題分野およびステークホルダー毎に整理して、例示したもの。

(2) ツールⅡ：CSR主要項目と参考事例

「CSR主要要素マトリックス」の各項目に該当する参考事例を集めたもの。先進事例のみならず、企業が日常的に取り組んでいる事例も多く含む。なお、事例は社会的責任経営部会の関係企業から収集した。

CSR推進ツールの活用イメージ



以上

CSR推進ツールI「CSR主要要素のマトリックス」

	基本原則	消費者・顧客	取引先	株主	社員	政治・行政	コミュニティ	NPO/NGO	途上国
I. コンプライアンス 企業倫理 2頁	○企業倫理の徹底を図る。 ○法令を遵守する。 2頁	○公正取引・競争の徹底 ○消費者関連法令の遵守 3頁	○下請法を遵守した公正な取引 ○倫理観を持った公正な購買活動の実施 ○知的財産権の尊重 3頁	○インサイダー取引防止 ○反社会的勢力の排除 4頁	○企業倫理、企業行動規範に関する理解の促進 4頁	○贈収賄、汚職の撤廃 ○不正資金浄化(マネーロンダリング)防止 ○政治寄付の方針明示 5頁			○事業進出・退去時の影響の検討 ○現地産業の育成への貢献 ○現地の文化や慣習の尊重 ○法令遵守 6頁
II. 情報 7頁	○ステークホルダーに適時適切に情報を開示するとともに、対話チャネルを充実する。 ○情報を適切に管理する。 7頁	○顧客対応に関わる情報の提供 ○製品・サービスに関する適切な情報の提供 ○コミュニケーションの促進 ○プライバシーの保護 7頁	○経営理念、行動規範の周知 ○調達方針、調達手続きの明示 ○コミュニケーションの促進 9頁	○コーポレート・ガバナンスに関する情報公開 ○CSRに関する情報公開 ○リスクに関する情報公開 10頁	○労働条件に関する情報の開示 ○社内コミュニケーションの促進 ○プライバシーの保護 ○知的財産権(含む営業秘密)の取り扱いに関する理解促進 10頁	○法令に基づく情報開示 11頁	○コミュニケーションの促進 11頁	○コミュニケーションの促進 12頁	○経営理念、行動規範の周知 ○調達方針、調達手続きの明示 ○コミュニケーションの促進 12頁
III. 安全と品質 13頁	○高品質かつ安全な製品・サービスを、安全な方法で生産・提供する。 13頁	○高品質かつ安全な製品・サービスの提供 13頁	○安全と品質に関する要求事項の明確化 14頁	○適正な配当 ○株主総会のよりよい運営 14頁	○安全な職場の実現 ○安全と品質に関する理解促進 15頁	○製品・サービスの安全性に関わる法令の遵守 15頁	○設備の安全 16頁		○安全と品質に関する要求事項の明確化 ○生産技術や品質管理手法などの指導や技術移転 16頁
IV. 人権・労働 17頁	○企業の活動によって影響を受ける人々の人権を尊重する。 ○従業員を尊重する。 17頁	○製品・サービスに関するアクセシビリティの向上 ○消費者に不快感を与えない宣伝・広告 17頁	○人権(・労働環境)配慮に関する要求事項の明確化 ○取引の機会均等 17頁		○多様な人材が能力を發揮できる人事処遇制度 ○雇用差別の禁止と機会均等 ○職場の安全衛生、従業員の健康管理の充実 ○従業員の能力・キャリア開発の支援 ○従業員との誠実な対話・協議 ○児童労働、強制労働の禁止 ○人権配慮 ○従業員の仕事と家庭の両立支援 18頁	○労働に関する法令の遵守 20頁	○雇用の創出 ○人権を尊重した社会づくりのための協働・対話 21頁	○人権を尊重した社会づくりのための協働・対話 21頁	○人権尊重の取り組みの促進 ○職場の安全衛生、従業員の健康管理の充実 21頁
V. 環境 22頁	○環境に配慮した事業活動を展開する。 ○環境情報を提供する。 22頁	○環境負荷低減のための製品・サービスの開発と提供 22頁	○環境問題に関する取引先との連携・協力の強化 23頁	○環境経営に対する理解促進 24頁	○従業員の自主的取り組みの支援 ○環境についての教育・啓発 24頁	○環境に関する法令の遵守 25頁	○環境負荷と環境リスクの低減への対応(地球温暖化防止、3Rの推進、化学リスク管理等) ○自然保護(含む生物多様性の保全)への取り組み 25頁	○持続可能な開発のための協働・対話 ○NPO/NGOとの協働による環境保全活動 26頁	○「海外進出に際しての環境配慮事項」の徹底 26頁
VI. 社会貢献 27頁	○健全で持続可能な社会づくりのために社会貢献活動を展開する。 27頁	○企業の社会貢献活動に対する理解促進と支援 27頁	○企業の社会貢献活動に対する理解促進と連携の観点からの活動支援 28頁	○企業の社会貢献活動に対する理解促進と支持の獲得 28頁	○社会の一員としての自発的な社会参加の推奨・支援 28頁	○企業の社会貢献活動に関する環境整備 29頁	○地域社会の自立に向けた課題解決のための経営資源の投入 30頁	○共有する社会的課題の解決に向けたパートナーシップの推進 ○社会貢献活動におけるカウンターパートとしての資格要件の明示、協働の推進 31頁	○地域社会の自立に向けた課題解決のための経営資源の投入 ○地球規模のテーマへの対応 32頁

・本マトリックスは、多くの企業がCSRに配慮しつつ取り組んでいる諸課題を、日本経団連の「企業行動憲章」と「実行の手引き」を参考として課題分野およびステークホルダーの二つの側面から整理したものである。
 ・本ツールは、企業に自主的な取り組みを求めるものであり、各企業の理念、組織、風土、経営環境、事業戦略などに応じて、項目の選択や重点化を行うもので、全ての項目が同時に取り組まれることを示唆するものではない。
 ・経営トップは、CSRの推進が自らの役割であることを認識し、リーダーシップを發揮して実効ある取り組みを図る。

CSR推進ツールⅡ

「CSR主要項目と参考事例」

目次

I. コンプライアンス・企業倫理

基本原則	2 頁
1. 消費者・顧客	3 頁
2. 取引先	3 頁
3. 株主	4 頁
4. 社員	4 頁
5. 政治・行政	5 頁
6. 途上国	6 頁

II. 情報

基本原則	7 頁
1. 消費者・顧客	7 頁
2. 取引先	9 頁
3. 株主	10 頁
4. 社員	10 頁
5. 政治・行政	11 頁
6. コミュニティ	11 頁
7. NGO/NPO	12 頁
8. 途上国	12 頁

III. 安全と品質

基本原則	13 頁
1. 消費者・顧客	13 頁
2. 取引先	14 頁
3. 株主	14 頁
4. 社員	15 頁
5. 政治・行政	15 頁
6. コミュニティ	16 頁
7. 途上国	16 頁

IV. 人権・労働

基本原則	17 頁
1. 消費者・顧客	17 頁
2. 取引先	17 頁
3. 社員	18 頁
4. 政治・行政	20 頁
5. コミュニティ	21 頁
6. NGO/NPO	21 頁
7. 途上国	21 頁

V. 環境

基本原則	22 頁
1. 消費者・顧客	22 頁
2. 取引先	23 頁
3. 株主	24 頁
4. 社員	24 頁
5. 政治・行政	25 頁
6. コミュニティ	25 頁
7. NGO/NPO	26 頁
8. 途上国	26 頁

VI. 社会貢献

基本原則	27 頁
1. 消費者・顧客	27 頁
2. 取引先	28 頁
3. 株主	28 頁
4. 社員	28 頁
5. 政治・行政	29 頁
6. コミュニティ	30 頁
7. NGO/NPO	31 頁
8. 途上国	32 頁

各事例の社名記載について

- ・ 比較的多くの企業で実践されている事例…社名は記載せず
- ・ 個別の会社（業界）に特徴的な事例…社名（業界名）を記載
（なお、事例は社会的責任経営部会の関係企業から収集した）

I. コンプライアンス・企業倫理

基本原則

○企業倫理の徹底を図る。

○法令を遵守する。

主要項目	参考事例
<ul style="list-style-type: none"> ➤ 経営トップは、リーダーシップを最大限発揮し、経営理念や行動規範の明確化、社内への徹底にあたる。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ グループのすべての取締役、役員、社員が守るべき「行動規範」「行動指針」「コンプライアンスガイドライン」を策定、配付、社内研修等で展開。 ➤ 「行動憲章」、「行動規範」等を翻訳し、世界各地のグループ各社に配付。 ➤ 「コニカミノルタグループ行動憲章」を9ヵ国語（日本語、英語、中国語、ドイツ語、フランス語、スペイン語、ポルトガル語、イタリア語、ロシア語）で併記した携帯版冊子 55,000 部を、世界各地のグループ各社全従業員に配付（コニカミノルタ）
<ul style="list-style-type: none"> ➤ 経営トップは、経営理念や行動規範の基本姿勢を社外に表明し、具体的取り組みについて情報開示する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ ホームページ、年次報告書・社会報告書への掲載、株主総会・ステークホルダーミーティングで説明。
<ul style="list-style-type: none"> ➤ 全社的な取り組み体制を整備する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ コンプライアンス活動を横断的に統括する「企業倫理委員会」「コンプライアンス事務局・支援室」「企業倫理相談窓口」等の設置。 ➤ 代表取締役クラスの役員を企業倫理の担当役員に任命。各部門・事業所などにおいてコンプライアンスオフィサーを任命。 ➤ グループ全体を横断的に統括するコンプライアンス統括部門を設置するとともに、これを補佐する地域の活動統括部門を米州、欧州、日本、東アジア、パンアジアに設置（ソニー）
<ul style="list-style-type: none"> ➤ 企業倫理・企業行動規範の浸透・定着状況をチェック・評価する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 「企業倫理委員会」を定期的開催。 ➤ 各職場の責任者が、職場の行動規範遵守状況を「企業倫理委員会」に定期的に報告。 ➤ 社員の倫理意識、行動規範の遵守状況に関するアンケート・ヒアリング調査を定期的実施。

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 事業内容の専門化、高度化に伴う不正や不祥事発見の遅延防止のため、部門間のより一層の交流を図り、企業行動に関し、相互牽制を行う。 ➤ コンプライアンスに関する行動指針を手帳型の小冊子にして社員に配付し、遵守を徹底。
--	---

1. 消費者・顧客

	主要項目	参考事例
公正取引・競争の徹底	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 独占禁止法の遵守を徹底する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 「独占禁止法マニュアル」を作成してイントラネットに掲載する他、所属に備え置く。 ➤ 「独占禁止法遵守委員会」を設置し、その傘の下に「価格審議委員会」を設け、各製品の販売価格決定を監視（住友化学）
消費者関連法令の遵守	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 消費者関連法令（消費者基本法、消費者契約法等）の遵守を徹底する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 「消費者基本法」に基づいた社内規程とマニュアルを整備。

2. 取引先

	主要項目	参考事例
下請法を遵守した公正な取引	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 優越的地位の濫用を避ける。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 下請法に基づいた内部監査を、グループ会社の購買部門を含め定期的実施（リコー）
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 取引先の苦情が伝わる仕組みを作る。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 取引先ヘルプラインを設置。
倫理観を持った公正な購買活動の実施	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 適正な調達方針（購買基本方針）を確立する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 調達方針を制定し、ホームページなどで公開。 ➤ 公平・公正、かつ透明性あるプロセスで取引先を決定するため、国籍、企業規模、取引実績の有無を問わず参入機会を提供し、その全サプライヤーに、同じ条件を同時に伝達（日産自動車）
知的財産権の尊重	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 知的財産権（含む営業秘密）の尊重を自社内で徹底する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 行動規範等に「知的財産権の保護」を明記。 ➤ 営業秘密の取り扱いに関する基本方針、社内ルールを制定。

3. 株主

	主要項目	参考事例
インサイダー取引防止	<ul style="list-style-type: none"> ➤ インサイダー取引防止を徹底する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 「インサイダー取引防止規定」を制定。
反社会的勢力の排除	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 反社会的勢力を排除する基本方針を明確に打ち出す。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 経営トップによる「いわゆる総会屋等」との関係遮断の決意表明・絶縁宣言。 ➤ 企業倫理遵守に関する行動基準等で、反社会的勢力に対する姿勢について、「毅然とした態度で臨み、いかなる利益供与も行わない」と明記。

4. 社員

	主要項目	参考事例
企業倫理、企業行動規範に関する理解の促進	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 通常の指揮命令系統から独立した「企業倫理ヘルプライン（相談窓口）」を設置する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 「企業倫理ヘルプライン」を、役員・社員・契約社員・パートタイマーを対象として、コンプライアンス部・社外の弁護士事務所などに設置。 ➤ 「企業倫理ヘルプライン」の利用状態を調査し、運営状況を定期的に監査委員会・経営層に報告。 ➤ 「ソニーグループ・コンプライアンスホットライン」を設置し、運営状況を定期的に監査委員会に報告。地域ごと（米州、欧州、日本、東アジア、パンアジア）に通報窓口を設置し、グループ全社員から通報を受け付ける体制を整備（ソニー）
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 内部牽制を高める。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 内部発覚率¹を公開することで、社員の内部牽制への意識を高める（大和証券グループ）

¹ 金融庁への証券事故届出件数全体に対する、お客様からの申し出または外部検査による指摘「以外」のもの割合。

5. 政治・行政

	主要項目	参考事例
贈収賄、汚職の撤廃	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 関連法令²の遵守を徹底する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 企業行動憲章等で、政治や行政に対する姿勢について、「健全で透明な関係を保ち、十分に節度を保つ」と明記。 ➤ 渉外業務における法令遵守マニュアルを定め、公務員やみなし公務員等に対するイベント・ギフト等の禁止を規定。 ➤ 入札談合防止システムの構築により、過去の価格との比較を可能にするとともに、入札一件ごとに担当営業に談合がないことの宣誓をさせる（リコー）
不正資金浄化（マネーロンダリング）防止	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 関連法令の遵守を徹底する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ マネーロンダリング防止に関する社内規定を整備（金融業界）
政治寄付の方針明示	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 違法な寄付・政治献金を禁止する指針を策定する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 企業行動指針を作成。違法な寄付・政治献金の禁止を明文化。

² 政治資金規正法、国家公務員倫理法・規程、独占禁止法、公共入札ガイドライン、官製談合防止法など。

6. 途上国

	主要項目	参考事例
事業進出・退去時の影響の検討	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 事業撤退時には、従業員、取引先、地域社会への影響を最小とする方法を検討する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 現地法人の設立・縮小・事業撤退等にあたっては、取引先などとの契約条件を遵守。 ➤ 他社への事業譲渡や現地経営陣によるマネジメント・バイアウトなど、事業継続の可能性を検討。
現地産業の育成への貢献	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 技術移転や人材育成に取り組む。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 東南アジアで、現地企業を対象に生産技術講座を開催（東芝） ➤ 国際協力機構（JICA）への協力を通じ、現地での技術移転や人材育成に取り組む（東京電力）
現地の文化や慣習の尊重	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 現地の社会事情を十分に理解する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 語学のみならず、異文化の理解、異文化コミュニケーションに関する教育を実施。
法令遵守	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 現地法令の遵守を、マニュアル等を作成することで徹底する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 本社の開発、製造、経理、品質、環境などの事業活動の指針を社内イントラネットに掲載し、現地法人の事業活動上の指針とする。 ➤ 各現地法人でコンプライアンス・マニュアルやスタッフ・ハンドブック等を作成し、雇用の平等、基本的な就労条件、セクハラ禁止等の人権、労働基準関連条項を規定、明確化。 ➤ 「自主点検リスト」を作成し、海外拠点におけるコンプライアンス・リスク管理・情報管理等の自主点検とモニタリングを実施（東京海上日動）。

II. 情報

基本原則

○ステークホルダーに適時適切に情報を開示するとともに、対話チャンネルを充実する。

○情報を適切に管理する。

(基本原則に関する参考事例)

- 「ディスクロージャーポリシー」を制定し、公開。
- ステークホルダーミーティングを開催。
- 「CSRコンソーシアム³」への参画（損保ジャパン）
- 国内グループ企業全体でISMS（情報セキュリティマネジメントシステム）統一認証を取得（リコー）
- 「情報セキュリティ内部監査」を実施。

1. 消費者・顧客

	主要項目	参考事例
顧客対応に関わる情報の提供	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 顧客対応に関する基本方針・理念を策定し、公表する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 全社員の意識改革・CSマインドの定着を目指して制定した「CS憲章」をホームページで公表（ソニー）
製品・サービスに関する適切な情報の提供	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 製品・サービスの正しい使用法を適切に知らせる。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 電気製品の正しい使用法について、ホームページ、パンフレット、ビデオを作成し、各地の消費生活センター、消防署にも配付。セミナーも実施（電機業界）
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 理解しやすい説明書を提供する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 手続書類のわかりやすさについて、社外の消費生活アドバイザーから意見聴取（日本生命）
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 顧客に役立つ情報を提供する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 顧客向けメールマガジンを発行。 ➤ 医薬品の一層の適正使用に資するため、全世界の医療従事者、患者に、現在臨床試験を実施している化合物の情報を、自社ホームページで掲載（武田薬品）

³ インターネット上で多様なステークホルダーとの意見交換や対話を可能にする仕組み。参加各社はこのサイトでCSRに対する考え方を掲載し、寄せられた意見や質問に、関連部門の担当者が回答。過去に寄せられたステークホルダーからの意見・質問や、それに対する各社の回答も閲覧可能。

		<ul style="list-style-type: none"> ➤ 育児関連企業連携によるポータルサイト「ベビータウン」を立ち上げ（ユニ・チャーム） ➤ ゲームを楽しみながら、生命保険等の金融商品や契約に関して学ぶ「ライフサイクルゲーム」を都道府県の教育センター・教育委員会等に無償提供（第一生命）
コミュニケーションの促進	➤ 顧客相談窓口を設置する。	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 顧客相談窓口を365日対応（もしくは24時間365日対応）とする。 ➤ ホームページにお客様サポートコーナーを設置する。
	➤ 顧客相談窓口寄せられた意見を品質改善に反映する。	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 顧客、グループ社員から品質に関する問題、情報、意見などを収集する窓口を設置。提供された情報をデータベース化し、製品・サービスの開発・品質向上に活用するとともに、問題点の解決を図る。 ➤ 顧客満足度調査を継続的に実施し、調査結果を経営にフィードバックし改善活動につなげる。 ➤ 「お客様満足度調査」の結果をサステナビリティ・レポート上で公開（大和証券グループ） ➤ 製品購入者を対象に、「グループインタビュー」「モニター調査」などフェイス・トゥ・フェイスの活動を実施。製品の満足度や発売前の商品に対して意見をもらう（三洋電機） ➤ 託児所付き会場を設営して育児中の母親の座談会を実施し、消費者の生の声を収集（ユニ・チャーム） ➤ 全国各地で懇話会を実施（生命保険業界⁴）
	➤ 多様な媒体を活用して、顧客に情報を開示する。	<ul style="list-style-type: none"> ➤ ディスクロージャー資料を顧客窓口に備置。 ➤ お客様相談センターを窓口とする電話相談、販売店スタッフによる説明。 ➤ ホームページでの情報開示。 ➤ 消費者対応部門の活動年報を発行し、消費者とのコミュニケーション事例を紹介（花王）
	➤ 顧客への応対用に応答マニュアルを整備する。	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 苦情に対する基本的対応姿勢、苦情受付から解決までの業務取扱等について定めた「苦情対応マニュアル」を作成し、顧客対応窓口へ設置。

⁴ 日本生命は111ヵ所で開催し、2,380名が参加。第一生命は102ヵ所で開催し、2,140名が参加（共に平成16年度）。

プライバシーの保護	<ul style="list-style-type: none"> ▶ プライバシー・ポリシーを策定し、公表する。 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 個人情報保護方針（ガイドライン）の策定。 ▶ 個人情報保護方針をホームページに掲載。
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ プライバシー・ポリシーが実効性を確保するよう社内体制を整備する。 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 専門部署や委員会を設置。情報資産保護の統括責任者を任命。 ▶ 情報資産保護の管理状況について「社内監査」を実施。 ▶ 顧客情報を含むファイルをメールに添付する際、関係者以外の目に触れないようファイルにパスワードを設定。 ▶ 個人情報管理・保管のための部屋を設け、暗号所有者のみ入室可能とする。
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 顧客情報の保護に関する教育研修を実施する。 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 全社員を対象に毎年一回程度、研修を実施。 ▶ 個人情報の取り扱い業務委託先に対して、必要な契約の締結、委託先の選定基準の整備、選定基準を委託先が満たしていることの確認、業務委託の手順の確認、研修などを実施。

2. 取引先

	主要項目	参考事例
経営理念、行動規範の周知	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 経営理念、行動規範を取引先に周知する。 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ サプライヤーが、関連法令の遵守、人権尊重、環境保全などに関するグループの基本方針を理解し実践するため、「サプライヤー行動規範」を制定（ソニー）
調達方針、調達手続きの明示	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 調達方針（購買基本方針）を公表する。 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 調達方針を制定し、ホームページなどで公開。 ▶ 取引先に対する説明会を実施。
コミュニケーションの促進	<ul style="list-style-type: none"> ▶ サプライヤーミーティングを開催する。 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ サプライヤーミーティング等を定期的実施し、調達や法遵守についての確認を行う。 ▶ 仕入先に対する説明会を開催し、グリーン調達の方針を説明。

3. 株主

	主要項目	参考事例
コーポレート・ガバナンスに関する情報公開	➤ 株主・投資家とのコミュニケーションを促進する。	➤ 株主総会を利用し、工場・社内の技能研修施設の見学や懇談会を実施（デンソー） ➤ 「投資家説明会」を開催。経営情報や事業状況、リスク要素等について直近情報を提供。
	➤ 株主・投資家への情報公開。	➤ 環境・社会報告書、有価証券報告書、IRレポートを発行。 ➤ ホームページ上に投資家関連情報サイトを設置。 ➤ 「情報開示委員会」を設置し、開示すべき重要情報の正確性、公平性、適時性確保に努力。 ➤ ホームページ上で機関投資家やアナリスト向けの業績説明会、経営方針説明会の模様を中継。プレゼンテーション資料の閲覧、海外の機関投資家向けに行う電話会議の傍聴も可能（ソニー）
	➤ 株主の意見を経営に反映させる。	➤ 株主への事業報告書発行時にアンケートを実施。意見を経営に反映させるとともに、翌期の事業報告書にアンケート結果を報告（ユニ・チャーム）
CSRに関する情報公開	➤ 各種資料でCSRに関する情報を公開する。	➤ CSR報告書などでCSRの視点から各ステークホルダーに対する会社の基本理念を解説。
リスクに関する情報公開	➤ 各種資料でリスクに関する情報を公開する。	➤ 決算短信、有価証券報告書等の資料において、投資家の判断に影響を及ぼす主なリスク、およびリスクマネジメントの体制について公開。

4. 社員

	主要項目	参考事例
労働条件に関する情報の開示	➤ 労働条件に関する情報を、適切な手段で通知する。	➤ 労使間協議や制度変更の情報を、組合報や人事部門が発信する文書で定期的に提供。 ➤ イン트라ネットに「社員組合」のページを設けて提供（大成建設）
社内コミュニケーションの促進	➤ 経営戦略に関する情報を提供。	➤ イン트라ネットや社内報で、トップのメッセージ、経営戦略などの情報を提供。
	➤ 経営トップとの対話機会提供。	➤ 経営トップと社員との直接対話を実施。社長や本社幹部が現場に足を運び、意見交換を行う。

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 社員の悩みや苦情、疑問を受け付ける窓口を作る。 ➤ 社員の家族を含めたコミュニケーションを促進する。 ➤ CSRに関する社内コミュニケーションを促進する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 「企業倫理相談窓口」「心とからだの健康相談窓口」「職場に関する相談窓口」「セクハラ防止ホットライン」を設置（トヨタ） ➤ ファミリーオープンハウスを開催し、会社施設の見学や職場メンバーとの懇談会（年3,000人以上参加）を実施（デンソー） ➤ イン트라ネットに「CSRフォーラム」を設置し、意見交換や情報共有化（東京海上日動） ➤ CSRに対する理解と更なる社内浸透を図るため、全社員13000人を対象に「CSRアンケート」を実施し、結果を経営にフィードバック（大和証券グループ）
プライバシーの保護	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 社員のプライバシー保護を徹底。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 社員との誓約書の取り交わしを実施。
知的財産権（含む営業秘密）の取り扱いに関する理解促進	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 社内研修の実施等を通じて理解促進を図る。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 知的財産権に関する「eラーニング」を全社員に実施（東芝） ➤ 営業秘密の取り扱いに関する社内研修を実施。

5. 政治・行政

	主要項目	参考事例
法令に基づく情報開示	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 法令に基づく情報開示を行う。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 法令に基づいて報告書を作成し、監督官庁等に提出。

6. コミュニティ

	主要項目	参考事例
コミュニケーションの促進	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 工場見学を実施する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 地域住民を対象に工場見学、施設見学を実施。 ➤ 全国の土木建設現場を公開する「100万人の市民現場見学会」を開催（建設業界） ➤ 複数製造事業所にて、化学物質に関するリスクコミュニケーションを実施（ソニー）

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 地域住民と交流する。情報交換を行う。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 地域の住民代表や地元自治会などとの協議会、懇談会の実施。 ➤ 事業所単位での美化、植林、教育等の地域貢献活動を通じて、地域住民と交流。 ➤ 絵画・工作作品の展示スペースの提供。 ➤ 本社が所在する新宿の「企業区民」として、「新宿環境情報ネット」へ参加（損保ジャパン） ➤ 主要事業所での「地域環境報告会」の開催、「サイトレポート」の発行（コニカミノルタ）
--	--	---

7. NPO/NGO

	主要項目	参考事例
コミュニケーションの促進	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 様々な意見交換を行う。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ CSRレポートの内容に関して、ステークホルダーとの意見交換を実施する。 ➤ CSRレポートにNPOによる第三者意見書を掲載。

8. 途上国

	主要項目	参考事例
経営理念、行動規範の周知	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 途上国において、経営理念、行動規範を取引先に周知する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 企業理念等の周知・徹底に向け、「AJINOMOTO GROUP PRINCIPLES」を編集、日英2カ国語にて冊子を作成し、グループ企業従業員に配付、説明会を開催（味の素） ➤ 児童労働、強制労働、差別、環境について、各国の社会的責任標準への適合を求める「取引先行動基準」の説明会を開催（イオン）
調達方針、調達手続きの明示	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 調達方針を公表する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 資材発注等取引に関わる情報（調達の基本方針、調達計画等）をインターネット上で公開し、取引先に対する説明会を実施（東京電力） ➤ 「CSRを重視する企業と優先的に取引する」と宣言。世界の調達先にCSRの遵守を要請（東芝）
コミュニケーションの促進	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 現地法人で社内報を作成する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 各現地法人が社内報を刊行。 ➤ CSRレポートの英語版を、途上国を含む全駐在員事務所のスタッフに配付。

Ⅲ. 安全と品質

基本原則

○高品質かつ安全な製品・サービスを、安全な方法で生産・提供する。

1. 消費者・顧客

	主要項目	参考事例
高品質かつ安全な製品・サービスの提供	<ul style="list-style-type: none"> 製品・サービスの安全性と品質を確保する。 	<ul style="list-style-type: none"> 品質に関する基本的な方針を策定し、公開。 品質保証室等を設置し、全社体制で品質保証システムを稼動。 内部監査等による是正指導を強化。 ISO9001の品質マネジメントシステムをツールとして運用。 商品説明文書や、保険証券を作成するプロセスについて、ISO9001を取得（日本生命）
	<ul style="list-style-type: none"> 顧客対応向上のため、CSに関する取り組みを実施。 	<ul style="list-style-type: none"> 社内CS度調査を実施し、社員の顧客満足に対する意識調査を行う。 消費者月間に合わせて、全社CS月間行事（CSポスター掲示等）を実施。
	<ul style="list-style-type: none"> ユニバーサルデザインに取り組む。 	<ul style="list-style-type: none"> パッケージ、表示方法にユニバーサルデザインを活用。 高齢者でも使いやすい骨伝導電話機の商品化（三洋電機） 視覚障害者がシャンプーとリンスを区別するための容器のギザギザ形状の導入（花王） ユニバーサルデザイン商品の開発に、障害者の福祉工場（関係会社）社員が参画。自動券売機やATMのデザイン化にあたり、操作性、音声ガイドのわかりやすさ、車いすでの使いやすさなどについて意見・提案（オムロン）
	<ul style="list-style-type: none"> 不具合対応のための社内基準を整備する。 	<ul style="list-style-type: none"> 製品品質に関する告知を迅速・適切に行うための社内ルールを策定し、実行。

2. 取引先

	主要項目	参考事例
安全と品質に関する要求事項の明確化	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 購買方針を作成し、社内外に公表する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 資材発注等取引に関わる情報（調達の基本方針、調達計画等）をインターネット上で公開し、取引先に対する説明会を実施（東京電力） ➤ 全資材供給業者を対象に、CSR・品質・環境・商品安全説明会を毎年7月に実施。当社姿勢及び取組みについての理解と協力を要請し「お互いの品質保証体制の維持・徹底」を目指す（ユニ・チャーム） ➤ 「原材料品質管理基準」と「製造委託品・購入品の品質管理基準」を制定。これらの基準に基づき、サプライヤーを定期的に監査（味の素）
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 購買に関わる決定を他組織から独立して行う。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 原料調達の専門会社を設立（味の素）

3. 株主

	主要項目	参考事例
適正な配当	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 株主への利益還元を重要経営方針の一つと捉え、企業価値の増大に努力する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 本業への投資を最優先させて研究開発パイプラインを強化し、利益の追求を図ることで、配当性向を高める（武田薬品） ➤ 短期的な利益還元としての「安定配当」と、中長期的な利益還元としての「企業価値向上による着実な増配」をともに目指す（味の素）
株主総会のよりよい運営	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 株主総会の運営を工夫する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 集中日を避けて総会を開催。また、電子議決権行使の導入、報道関係者へのテレビモニターを通じた総会内容の公開、総会終了後の「経営状況説明会」「株主懇談会」を実施（オムロン）

4. 社員

	主要項目	参考事例
安全な職場の実現	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 安全衛生管理組織の活動を活発化する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 安全衛生委員会の設置。 ➤ 災害避難訓練や、防災に向けた検討を行うための全社会議を定例化。
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 労働安全衛生マネジメントシステムへの自主的取り組みを行う。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 労働安全衛生マネジメントシステム（OHSMS）の導入。 ➤ 国内外・業界団体の指針、安全衛生のノウハウ継承、社内事情を加味した独自システムの構築・運用（大成建設） ➤ 効果的な安全衛生・防災活動推進のため環境会計を参考にした「安全衛生・防災会計」を実施（積水化学）
安全と品質に関する理解促進	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 安全衛生教育を実施する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 労働安全衛生マネジメントシステム（OHSMS）の教育・研修。 ➤ 環境報告書、安全白書を発行し、労働安全に関する情報を発信・開示（積水化学） ➤ 全社労働安全衛生大会（年1回、年度方針及び取り組み状況の共有化）の開催（三洋電機）

5. 政治・行政

	主要項目	参考事例
製品・サービスの安全性に関わる法令の遵守	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 関連法令の遵守を徹底する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 法規制の他、業界自主基準にも準拠した体制を整備。

6. コミュニティ

	主要項目	参考事例
設備の安全	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 周辺地域を含めて安全性を確保する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 取り扱い物質、プラントについてリスクアセスメントを実施し、漏洩防止、地震対策等必要な予防措置を実施し、プラントの安全確保と周辺への影響がないことを確認。 ➤ 毎年8月の「電気使用安全月間」や地域の「防災デー」において、一人暮らしのお年寄り宅や文化財の配線診断を実施（電力業界）

7. 途上国

	主要項目	参考事例
安全と品質に関する要求事項の明確化	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 購買方針を作成し、社内外に公表する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 資材発注等取引に関わる情報（調達の基本方針、調達計画等）をインターネット上で公開し、取引先に対する説明会を実施（東京電力）
生産技術や品質管理手法などの指導や技術移転	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 技術指導や技術移転を積極的に行う。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 東南アジアで、現地企業を対象に生産技術講座を開催（東芝） ➤ 国際協力機構（JICA）への協力を通じ、現地での技術移転や人材育成に取り組む（東京電力） ➤ 国連等のマラリア撲滅計画に参加してタンザニアに防虫蚊帳の技術を無償供与（住友化学）

IV. 人権・労働

基本原則

- 企業の活動によって影響を受ける人々の人権を尊重する。
- 従業員を尊重する。

1. 消費者・顧客

	主要項目	参考事例
製品・サービスに関するアクセシビリティの向上	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 販売にあたり、消費者に対して差別的な取り扱いを行わない。 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 福祉車両「ライフケアビークル（LV）」を説明できるアドバイザーを店舗に配置（自動車業界） ➢ 社員が買物のお手伝いをする「買物介助サービス」（イトーヨーカ堂）
	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 商品情報の提供にあたり、障害者や高齢者に配慮する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 視覚障害者を対象に、商品情報、生活情報を音声で提供するDAISY⁵版CDを無料提供（花王） ➢ ウェブサイト制作においてアクセシビリティ向上に配慮。
消費者に不快感を与えない宣伝・広告	<ul style="list-style-type: none"> ➢ CMや広告媒体で差別的表現に注意する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 差別的表現に対する注意（CM、広告媒体での配慮）。 ➢ 各部署に「お客様宛文章作成マニュアル」を設置。毎年、担当者向けの研修会を開催。顧客宛文章を作成の都度、専門部署が人権等に配慮がなされているかチェックすることを義務化（日本生命）

2. 取引先

	主要項目	参考事例
人権（・労働環境）配慮に関する要求事項の明確化	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 調達方針の中に人権配慮に関する項目を明記する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 人権・労働に配慮する企業と優先的に取引することを調達方針として宣言し、国内外の取引先に人権・労働への配慮を要請（東芝）

⁵ DAISY対応の音声読書機で聴くことができる（ソフトウェア「Lp Player 日本語版 1.0」を使用すると、パソコンで再生することも可能）。

取引の機会均等	<ul style="list-style-type: none"> ▶ オープンで公正かつ公平な参入機会を提供する。 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 取引先を、品質・原価・技術・納期、経営姿勢等の観点から総合的に評価することで、取引の機会均等を図る。
---------	--	--

3. 社員

	主要項目	参考事例
多様な人材が能力を 発揮できる人事処遇 制度	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 男女共同参画を推進する。 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 本社部門長、支社・営業本部責任者等からなる「男女共同参画部会」を、人事部長を部会長としてCSR委員会のもとに設置。若手・女性の経営参画の促進、仕事と育児の両立支援、多様な働き方を可能にする体制構築等を推進（資生堂） ▶ 社長直属の専任組織「きらめきライフ&キャリア推進室」を設立。社内ホームページの開設やフォーラムの開催による意識・風土の改革、ワーク／ライフ・バランスの実現に向けた制度の拡充、女性のステップアップを支援するリーダー養成教育の実施（東芝） ▶ 女性社員のステージ拡大の一環として、Uターン異動、Iターン異動の制度を実施（東京海上日動） ▶ グループ女性社員で構成される会議体の発足（損保ジャパン）
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 若年者・高齢者・障害者を活用する。 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 社会福祉法人「太陽の家」と連携して、障害者のための福祉工場を設立・運営。工場内は障害を持つ人が働きやすい環境を整備。また、障害者自らが工具類を工夫（オムロン） ▶ 定年退職者の豊富な経験や高度なスキルを活かす定年後再雇用制度の導入。
雇用差別の禁止と機会均等	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 国籍、性別、信条または社会的身分などを理由に、雇用管理や処遇について差別的取り扱いを行わない。 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 基本的人権や各国・地域の社会的規範を尊重することなどを、人事諸施策推進にあたっての前提条件とする。 ▶ 外国人の採用を実施。ローカル人材を登用。 ▶ 全ての国内グループ会社がEEO（雇用機会均等）相談窓口を設置（ソニー） ▶ 北米事業体トップに対してダイバーシティ政策（マイノリティ・女性等の人材活用、マイノリティ系販売店・サプライヤーとの関係に関する取り組み等）に関する提言を行うことを目的に、「北米ダイバーシティ・アドバイザリー・ボード」を設置（トヨタ）

職場の安全衛生 ⁶ 、従業員の健康管理の充実	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 心とからだの健康づくりを推進する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 健康相談窓口、専門部署、委員会の設置。 ➤ イン트라ネットによる健康情報提供、教育冊子配付。研修・講習の実施。 ➤ 社員及び家族が抱える精神的・肉体的負荷による不安や問題を未然に防止することを目的として、メンタルヘルス対策プログラム（EAP⁷）を導入。 ➤ 人間尊重推進本部を設置。人権、健康づくり、労働時間、女性活躍等に関わる諸課題を、全社的に推進（損保ジャパン）
従業員の能力・キャリア開発の支援	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 従業員に多様な能力開発機会を提供する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 公的資格の積極的な取得を支援。 ➤ 資格別教育、部門別専門教育、語学教育の実施。 ➤ 社外団体やMBA取得のための海外ビジネススクールへの派遣。 ➤ 「社員起業家育成」「多様性」「専門性」の3視点の能力開発教育実施（ユニ・チャーム）
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 社内公募制度を実施する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 社内公募制度で、所属長を通さずに人事へ申告できるルートを用意。 ➤ 一定の選考基準を充足した社員に対し、本人の異動希望を必ず実現する「ドリームチケット」制度を導入（損保ジャパン）
従業員との誠実な対話・協議	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 能力・キャリア開発に関して、従業員と対話の機会を持つ。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 社員自ら仕事や能力開発の目標を立て、その結果を自己申告する制度の導入。上司との面談を通じて目標設定の見直しや結果のフィードバックを行い、公平な評価を目指す。 ➤ 評価に関する異議や反論に関する窓口を設置。会社と組合が組合員の苦情を調整する制度を導入。
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 労使関係について、従業員と誠実に対話する。 ➤ 労使間の直接対話を公開する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 経営や人事制度に社員の意識を反映し、企業文化や組織風土を社員に確認するための調査を実施。 ➤ 組合委員長と人事部長の直接対談をサステナビリティ・レポート上で公開（大和証券グループ）
児童労働、強制労働の禁止	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 児童労働・強制労働は行わないという姿勢を、従業員に徹底。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 「社会・地球の持続可能な発展への貢献〔基本理念の解説書〕」の中で、強制労働・児童労働を行わないと公表し、これを全世界の連結子会社と共有（トヨタ）

⁶ 「職場の安全衛生」については「Ⅲ. 安全と品質－4. 社員」の欄を参照。

⁷ Employee Assistance Program（従業員支援サービス）。

人権配慮	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 人権への配慮を従業員に徹底させる。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 行動規範に従業員の人権尊重を明記。 ➤ 社内の集合研修の導入部分に人権研修を必ず実施（大成建設） ➤ 「eラーニング」の導入、人権啓発フォーラムの開催（ソニー）
従業員の仕事と家庭の両立支援	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 各種支援制度の整備に取り組む。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 育児休職・育児短時間勤務制度の導入。 ➤ 配偶者が働いていなくても取得可能な育児休職制度の導入（東芝） ➤ 事業所内託児所の開設、在宅勤務制度の導入。 ➤ 契約社員、パートタイマーを育児・介護休職、短時間勤務制度の対象に（ユニ・チャーム） ➤ 「こども看護休暇制度」の導入（ユニ・チャーム） ➤ 家族を含めた健康問題、子どもの教育・親の扶養問題、不動産の取得・管理上で直面している問題等の身上を職員が毎年人事部に申告する制度を導入（保険業界） ➤ 傷病又は家族介護のために、有休休暇残を繰り越せる「リバイバル休暇」制度（大成建設）
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 各種支援制度の利用促進を図る。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 育児・介護休暇取得者に対し、希望すれば、職場復帰プログラムを実施。 ➤ 育児休暇の利用者が出た場合に正社員での要員補充を実施（東京海上日動）
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 労働時間・就労条件・休暇などについて多様な選択肢を用意する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 自主管理の労働時間である「フレックスタイム制度」の導入。 ➤ 有給休暇の取得促進に向け、連休につなげて休暇が取れる「フォーシーズン休暇制度」（リコー）

4. 政治・行政

	主要項目	参考事例
労働に関する法令の遵守	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 労使協定などに関し、手続きが適正に行われているか点検する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 時間外労働の事前指示のルール化、チェックシステムの導入、社内相談体制の充実、労使一体となった取り組みの強化（東京電力）

5. コミュニティ

	主要項目	参考事例
雇用の創出	<ul style="list-style-type: none"> ➤ コミュニティの雇用創出に貢献する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ サブサハラ地域にJVの設立や学校の建設を行い、直接あるいは環境整備を通じて雇用促進に尽力（住友化学）
人権を尊重した社会づくりのための協働・対話	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 人権についてコミュニティと協働・対話を推進する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 差別撤廃を推進する外部団体などへの加盟、団体から講師を招いての社内研修を実施（三洋電機）

6. NPO/NGO

	主要項目	参考事例
人権を尊重した社会づくりのための協働・対話	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 人権についてNPOと協働・対話を推進する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 社内の人権研修にNPOから講師を招く。

7. 途上国

	主要項目	参考事例
人権尊重の取り組みの促進	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 人権配慮を従業員に徹底させる。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 各現地法人のコンプライアンス・マニュアルやスタッフ・ハンドブック等に、雇用の平等、基本的な就労条件、セクハラ禁止等の人権、労働基準関連条項を規定。
職場の安全衛生、従業員の健康管理の充実	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 現地法人における心とからだの健康づくりを推進する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 現地法人の「職場懇談会」で、職場の安全衛生や従業員の健康管理について、現地従業員と直接対話（味の素）

V. 環境

基本原則

○環境に配慮した事業活動を展開する。

○環境情報を提供する。

(基本原則に関する参考事例)

➤ 「環境理念」「環境基本方針」の制定。

1. 消費者・顧客

	主要項目	参考事例
環境負荷低減のための製品・サービスの開発と提供	➤ 各種再生材や自然循環可能材の開発、有効利用を進める。	<ul style="list-style-type: none"> ➤ テレビのシャーシフレームや背面端子部に、再生材を約10%含有したプラスチックを採用（東芝） ➤ 輸送用ダンボールを「ディスプレイ兼用ダンボール」に変更（ユニ・チャーム）
	➤ 環境負荷の低減に努める。	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 製造工場のゼロエミッション。 ➤ 土壌浄化技術の開発。 ➤ 排出ガスの低減、有害物質の削減、浄化。新型車の環境負荷物質低減（自動車業界） ➤ 投資用ビルを中心に環境に配慮したビルづくり（生命保険業界） ➤ 土壌の汚染浄化を促進する保険（土壌汚染保険、コストキャップ保険）、ESCO⁸事業の発展を支援するESCO総合保険、風力発電事業者向けに、風力の低下による収益減少を補償する保険を提供（損保ジャパン） ➤ 既存のビルについて、ESCO事業を活用する他、省エネ・緑化対応など環境に配慮した方針に基づき、不動産投資物件の新築・改修を実施（第一生命）

⁸ エネルギー効率改善スキームを包括的に提供するESCO（Energy Service Company）事業者向けの保険。個別にESCO事業毎にリスク分析、およびリスクマネジメントを行い、ESCO事業に係る財物リスク（導入する省エネ機器の破損等による損害）、賠償リスクに対する補償、ESCO事業者が保証したエネルギーコスト削減額が未達成であった場合の補償をオーダーメイドで提供。

		<ul style="list-style-type: none"> ➤ 石油資源の使用量削減につながる植物原料プラスチックの開発と、ウォークマンやDVDプレーヤーなどへの実用化（ソニー）
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 省エネルギー機器の開発・導入。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ バイオテクノロジーを用いて、建設廃木材（原料）から燃料用エタノールを製造し、ガソリン代替燃料とする「バイオエタノール事業」を推進（大成建設） ➤ 住宅使用時エネルギーの環境負荷を大幅に低減した住宅の開発（住宅業界）
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ エネルギー高効率利用型機器・システム等の開発・商品化。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 燃費の向上、クリーンエネルギー車（ハイブリッド車、CNG車等）の普及拡大（自動車業界） ➤ 温室効果ガス排出削減策の一環として、高効率熱源システムによる省エネルギー化を推進（ソニー） ➤ 安全で環境にやさしい次世代型電源（電気二重層キャパシタ）を開発（オムロン）

2. 取引先

	主要項目	参考事例
環境問題に関する取引先との連携・協力の強化	<ul style="list-style-type: none"> ➤ グループ環境ガイドラインを策定する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 「味の素グループグリーン環境ガイドライン」制定（味の素） ➤ 「トヨタ販売店環境ガイドライン」の展開、国内外サプライヤーへの「環境に関する調達ガイドライン」提示と進捗フォロー（トヨタ） ➤ 「グリーンパートナー環境品質認定制度」により、サプライチェーンの化学物質管理体制を構築（ソニー）
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 取引先の環境対策を評価する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 仕入先評価制度の中に環境を折込み、サプライチェーンでの環境への取り組みを推進（デンソー） ➤ 取引先における「環境マネジメントシステムの構築・運用」の支援も含めた形で、環境に配慮した調達活動を推進（富士通） ➤ 「モーダルシフト」の推進（トラック運送から列車、船による運送への切り替え）。 ➤ 専門工事業者との協力組織「大成建設安全衛生・環境協力連合会」を通じたアンケート実施、情報提供（大成建設）

3. 株主

	主要項目	参考事例
環境経営に対する理解促進	<ul style="list-style-type: none"> 環境推進活動を社会に公表する。 	<ul style="list-style-type: none"> 環境経営をテーマとした投資家向け説明会を実施（キヤノン）

4. 社員

	主要項目	参考事例
従業員の自主的取り組みの支援	<ul style="list-style-type: none"> 社員のボランティアを奨励する。 	<ul style="list-style-type: none"> 自然保護活動の推進役となる社員を育成する「自然保護リーダー育成プログラム」（積水化学） 毎年全国 20 数ヵ所で実施する植樹・育樹活動に 1000 名以上の役員・職員が参加（日本生命）
環境についての教育・啓発	<ul style="list-style-type: none"> 環境教育を実施する。 	<ul style="list-style-type: none"> 新入社員からマネジメント層に至る階層別研修、海外事業体赴任教育、「CSR 報告書を読む会」等で環境教育を実施。 社内通信教育として、「環境問題総合講座」「CSR の基礎講座」を提供（損保ジャパン）
	<ul style="list-style-type: none"> 社内で環境についての取り組みを推進させる仕組みを作る。 	<ul style="list-style-type: none"> 環境委員会の設置、ISO14001 推進チームの設置、環境推進リーダーの任命。 全社共通の環境目標を設定するとともに、所属ごとの業務特性に応じた所属独自の目標を設定。 各部門に内部監査員を配置。各部門が自主的に内部監査を実施できるよう、内部監査員を育成する研修を実施（味の素） 環境省の定める環境月間（6 月）に環境講演会等を実施。 グループ環境マネジメントシステムの構築（三洋電機、ソニー） 全社の環境マネジメントシステム（ISO14001）を統合し、国内社員全員参加のシステムとして認証登録（大成建設） 廃棄物の分別リサイクルを徹底。 環境問題に対する全社的な取り組み方針を検討・決定するため、役員を委員長とする社内横断組織を設置。

5. 政治・行政

	主要項目	参考事例
環境に関する法令の遵守	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 環境に関する法令の遵守を徹底する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 法規制の改正など行政の動きを確実に掴み、的確に自社の活動に反映。 ➤ 法規制基準値を上回る自主基準を設定し、それに対応した活動を実施。 ➤ 法規制と地域条例の双方の規制がある場合に、厳しい基準に対応した取り組みを実施。

6. コミュニティ

	主要項目	参考事例
環境負荷と環境リスクの低減への対応(地球温暖化防止、3Rの推進、化学リスク管理等)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 地球温暖化対策や循環型経済社会の構築に取り組む。 ➤ リサイクル用品の利用を促進する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 地域の小中学生を対象とした体験型の環境教育(社員が講師を担当し、社内の環境関連施設を利用)。 ➤ 副生物利用の「バイオサイクル」実施：発酵法により副生される有機成分を含む発酵液を肥料として農地に還元することにより資源の有効活用を図る(味の素) ➤ パソコンの入替におけるグリーン製品の購入。 ➤ 紙のリサイクル、紙使用量の削減、再生紙利用の拡大。 ➤ 各種帳票、資料等の電子化。 ➤ 食堂での生ゴミから生成した肥料を地元住民に配布(三洋電機)
自然保護(含む生物多様性の保全)への取り組み	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 生物多様性の保全を含めた自然保護活動に取り組む。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 地球環境問題に関するプロジェクトへの賛同・経営資源の投入。 ➤ 「環境教育」「環境技術」の2分野で、地域に根ざした実践的なプロジェクトを支援する「トヨタ環境活動助成プログラム」を実施。公募制で、国内外の有識者で構成する選考委員会が審査・決定(トヨタ) ➤ 日本自然保護協会との協業による自然観察指導員講習会の実施(富士ゼロックス) ➤ 道路建設等に際して、絶滅の恐れがある小動物が息息するのに必要な保全エリアを確保(建設業界) ➤ (財)都市緑化基金と共催で「緑のデザイン賞」創設。都市部の新たな緑化プランを全国から募集し、優秀なプランを表彰すると同時に、その実現に対して資金助成を行う(第一生命)

7. NPO/NGO

	主要項目	参考事例
持続可能な開発のための協働・対話	<ul style="list-style-type: none"> ➤ NPO/NGOを招いて会合を開催する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ NPOらを招いて環境をメインテーマとしたステークホルダーミーティングを開催。 ➤ 国際NGOとパートナーシップを構築し、持続可能性という観点から環境方針や環境活動の妥当性を検証（松下電器）
NPO/NGOとの協働による環境保全活動	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 資金的支援にとどまらず、人的協力や情報提供、技術支援など多様な支援を行う。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 「森と水を守る」を基本コンセプトに、地球環境保全をテーマとした海外ワークキャンプを、マレーシアでNGOと協働で実施。水を各世帯へ供給するシステムを設置（三洋電機） ➤ NPOと協働で、センサーネットワークシステムを利用した広域環境モニタリング事業を展開（日本電気） ➤ NPOと協働で、子供向けの環境教育プログラム「Kids ISOプログラム」を展開（富士ゼロックス） ➤ NPOとの協働で市民のための環境公開講座を1993年から継続開催。また、環境NGOとのパートナーシップにより学生を環境NGOへの派遣する「CSOラーニング制度」を運営（損保ジャパン） ➤ 日本経団連自然保護協議会を通じた内外プロジェクトの支援。

8. 途上国

	主要項目	参考事例
「海外進出に際しての環境配慮事項」の徹底	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 地球規模のエネルギー利用率の改善を目指す。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 環境関連技術の移転を目的とするNGOの活動に参画し、途上国の環境技術向上を支援（デンソー） ➤ クリーン開発メカニズム（CDM）の事業化調査案件として、マレーシアでのバイオマス利用プロジェクト（パームオイル工場の廃液からメタンガスを回収し発電を行う）の事業化調査を、北海道電力と組んで実施（大成建設） ➤ 世界銀行カーボン・ファンドへの出資（750万ドル、ホンジュラスの「エスペランザ水力発電プロジェクト」）が、クリーン開発メカニズム理事会により承認（温室効果ガス37000トン分の削減効果）（大和証券グループ）

VI. 社会貢献

基本原則

○健全で持続可能な社会作りのために社会貢献活動を展開する。

(基本原則に関する参考事例)

- 社会貢献の方針や重点分野を決めて活動を展開する。
- 社会貢献活動を「社会への投資」ととらえ、社会の課題解決のために、経営資源や専門能力を投入する。
- 社内外のステークホルダーに自社の社会貢献活動をわかりやすく説明する。
- NPO/NGO、地域社会等、課題解決のために必要なパートナーと連携する。
- 従業員の自発的な社会参加を支援する。

1. 消費者・顧客

	主要項目	参考事例
企業の社会貢献活動 に対する理解促進と 支援	➤ 社会貢献活動を社会に公表する。	<ul style="list-style-type: none"> ➤ ホームページ、顧客向け各種資料（ニュースレター、販促ツール）などを利用したPR。 ➤ バリアフリー、介助犬普及、自然保護等、社会的なメッセージを込めたCMや広告。
	➤ 消費者と協力して社会貢献活動を行う仕組み（コーズ・リレーテッド・マーケティング ⁹ など）を導入する。	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 「クリック募金」（ホームページ上で、消費者がクリックすることにより、自分で選択した団体に寄付ができるシステム。1クリックあたり1円をNPO団体に寄付）の実施（味の素） ➤ 災害時の義援金やNPOへの寄付などの店頭募金を行い、ポスターや掲示板で、結果報告やNPOの活動紹介をする。

⁹ コーズ・リレーテッド・マーケティング（cause related marketing）は、企業が製品の売り上げに応じてNPO等に寄付を行う仕組み。

2. 取引先

	主要項目	参考事例
企業の社会貢献活動に対する理解促進と連携の観点からの活動支援	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 社会貢献活動で連携する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 地域社会において、自社だけでなく、取引先などにも呼びかけて、それぞれの特性を活かして一緒に社会貢献活動を展開する。

3. 株主

	主要項目	参考事例
企業の社会貢献活動に対する理解促進と支持の獲得	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 社会貢献活動について株主総会で支持を獲得する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 当期利益から配当金を差し引いた額の1%（上限あり）を、社会的な課題について継続的支援を実施するための「社会貢献積立金」とすることについて株主総会で決議を得る（リコー） ➤ 株主総会の会場に、社会貢献活動を紹介するブースを設ける。

4. 社員

	主要項目	参考事例
社会の一員としての自発的な社会参加の推奨・支援	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 支援制度を導入する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ ボランティア休暇・休職制度を導入。 ➤ NPOの活動等に参加する社員のボランティア活動を支援する「ボランティア活動資金支援制度」を導入。 ➤ 社員がNPO等に寄付を行う場合に、一定額を併せて寄付する「マッチングギフト制度」を導入。 ➤ ボランティアリーダー育成制度を導入。
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ ボランティア情報を社員に提供する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 社内イントラネット、社内報、ビデオ社内報等で、社会貢献関連のイベントやニュースを紹介。 ➤ ボランティア情報誌、ボランティア活動に関する小冊子などを発行。

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 社会参加の機会を提供する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 社員一人ひとりの自主的な社会貢献活動を活性化するためのきっかけづくりとして、支社や部署単位で自主的に活動の企画から運営までアイデアを出し合って取り組む、ボランティア活動奨励期間を設置。 ➤ 社員や家族を対象に、外部からNPO関係者や専門家を招いた「ボランティア体験講座」を実施。 ➤ 会社の社会貢献活動（例：植樹、国際協力ワークキャンプ、母子家庭の親子を対象にした自然教室、NPOと連携したインターネット安全教室、ロビーコンサート）に社員ボランティアが参画。
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 社内ボランティア組織を支援する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 社内にボランティア支援センターを設置し、社員のニーズと地域社会のニーズをコーディネート。 ➤ 一人一人の価値観にあったボランティア活動に参加してもらえるよう、さまざまなボランティア活動を具体化して進めるリーダーを育成（リコー） ➤ 社員の有志が、毎月の給与から任意の金額を拠出し、メンバーの活動費用やNPOへの寄付にあてる仕組みを導入（損保ジャパン）

5. 政治・行政

	主要項目	参考事例
企業の社会貢献活動に関する環境整備	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 行政と協働して環境整備に取り組む。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 経済団体と協力し、寄付税制の改善やNPOの基盤強化のための制度づくりに取り組む。

6. コミュニティ

	主要項目	参考事例
地域社会の自立に向けた課題解決のための経営資源の投入	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 各種地域貢献活動を運営する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 販売会社において「企業と地域社会」をテーマにした「ステークホルダー会議」を開催。顧客も巻き込み活動の輪を広げる（リコー） ➤ 地域で活動するNPOを支援するため、地域の企業が協力して、資金や物資を提供する仕組みを構築。 ➤ 各地域で職員グループが、清掃、施設訪問、募金活動等、自発的なボランティア活動を展開。 ➤ 施設を開放する。 ➤ 学校の総合的な学習の時間への社員の派遣、学校の教職員の受け入れ（学校の教職員に経営戦略、営業現場、社会貢献活動などを紹介）（日本生命） ➤ 自然から学んだ基礎サイエンスの知見をものづくりに活用する研究活動に対する助成「自然に学ぶものづくり」を実施（積水化学） ➤ 世界各国の拠点が、それぞれの地域社会のために社員参加型地域貢献活動を実施。 ➤ 地域において子どもを対象に理科教室等を開催する。
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 地域が主催する行事を支援する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 地域住民、地元自治体が主催する行事・イベントの共同開催・協賛。 ➤ 品川区とNPOのジュニア・アチーブメントが共催した生活設計体験学習プログラム「ファイナンスパーク」に協賛（大和証券グループ） ➤ 事業所の社員が地域の森や水の保全、環境教育の活動に参加、支援（積水化学）
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 地域の小中学生を対象に地域貢献活動を実施する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 地域の小中学生を対象にモノづくりの啓発教育や科学教室を実施。 ➤ 小学生を対象に、「マングローブと制服のエコサイクル」をテーマとした「総合学習」を3ヵ年計画（10校以上／年間）で実施（東京海上日動）

7. NPO/NGO

	主要項目	参考事例
共有する社会的課題の解決に向けたパートナーシップの推進	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 寄付や物品の提供等を通じて、NPOを支援。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 社会貢献活動の重点分野で活躍しているNPOに寄付、物品、技術の提供などを通じて支援。 ➤ 企業財団や公益信託を設立し、ここを通じて市民の公益に繋がる活動に対する助成や表彰を実施。
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ NPOと協働で社会貢献活動を実施する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ NPOとの協働で、NPOラーニング奨学金制度（日産、損保ジャパン）、学生NPO起業塾（日本電気）、環境教育、科学教室など創造的な人材育成の事業を実施。 ➤ 次世代育成のキーパーソンである小・中学校の教員を、海外の野外調査プロジェクトにボランティアとして派遣するプログラムをNPOと協働で実施（花王） ➤ 「食・栄養・保健分野」において国際協力活動を展開するNGOへの助成を通じて、開発途上国の人々の生活の質の向上を目指したプログラムを実施。事業は、評価シートに基づいて関係者間（実施団体、カウンターパート、受益者、会社等）で評価し、目標や活動の重点や視点を共有（味の素） ➤ NPOと協力し、自社のセンサー技術を応用した地雷探知センサー「マイン・アイ」を開発。そのセンサーを活用したタイ・カンボジア国境付近での地雷除去活動を支援（オムロン） ➤ 「SRIファンド」の純資産の額を参考に算出された金額を、NPOの市民社会創造ファンドに寄付し、人間の「いのちを守る」ための活動を行うNPOの助成（大和証券グループ）
社会貢献活動におけるカウンターパートとしての資格要件の明示、協働の推進	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 協働するNPOの資格要件や契約内容を明確にする。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 活動方針、対象分野、支援活動の性格、支援先とのかかわり方、支援期間等の支援基準を明確にして公表している。 ➤ NPOとの協働事業の実施に際して、契約書で双方の役割を明確化し、共通の目標、活動の報告や評価などに関する条項を盛り込む。

8. 途上国

	主要項目	参考事例
地域社会の自立に向けた課題解決のための経営資源の投入	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 社会貢献活動を積極的に行う。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 事業展開先の国・地域のニーズを踏まえた社会貢献活動の実践と継続のための財団の設立。 ➤ NPO法人を設立し、車いすの普及を通じたアジアの障害者の自立を支援（デンソー） ➤ 国連ミレニアム開発目標実現に協力する途上国支援活動の実施（味の素） ➤ アジア各国における栄養改善プログラム等、途上国における生活向上を目指した支援の実施（味の素）
地球規模のテーマへの対応	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 森林保全活動を実施する。 ➤ 地震等被災者の復興を支援する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 国内外で植林活動を実施。 ➤ 地震・津波被災者の復興支援の観点から、公益信託アジア・コミュニティ・トラストの仕組みを活用し、NPOである「アジアコミュニティセンター21」と協働し、「津波復興基金」を設定、10年間の継続支援を実施（大和証券グループ）

以上