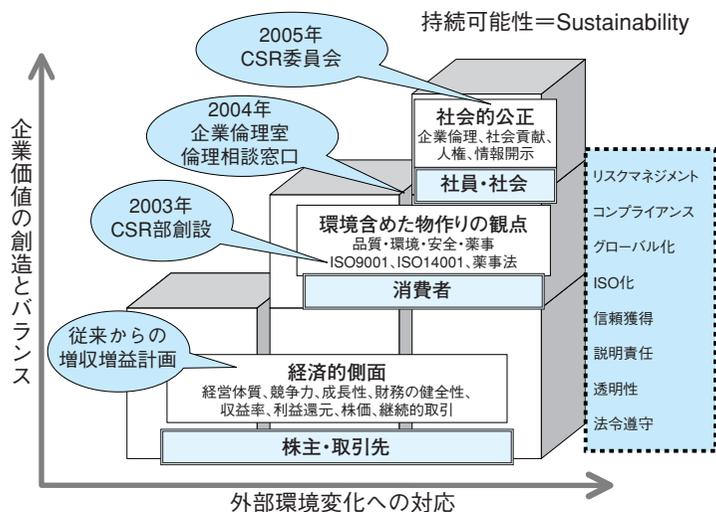


## CSR組織化の考え方 当社のトリプルボトムライン



## CSRの拡充

### (1) 倫理・コンプライアンスの強化

二〇〇四年四月にコンプライアンス強化の観点からCSR部に企業倫理室を設置した。「法令さえ遵守していれば良い」時代は過去のこととなり、現在は「社会規範を含んだ倫理」の概念が重要になってきている。社会環境が激変する状況下では「従来の物差しでは

想定しえなかった指摘や糾弾」がなされる。その指摘から生ずる破綻を未然に防ぐためには、全社員が当社の価値観、倫理観を共有し定着させることが重要となると判断したためである。

企業倫理室の主な役割は、①倫理行動基準と指針の明確化として「行動指針の策定」と社員への配布、②倫理教育の全階層への実施、③倫理個人相談窓口「りんりんダイヤル」の運営、④定期的なモニタリングの実施である。特に倫理教育では、法規制違反ではなくても立ち入るべきではない領域を明確にし、「何を守るべきか」の社員意識の徹底が結果として社員・企業を守ると考えた教育プログラムを推進している。

### (2) CSR委員会の設立

二〇〇五年四月に社長を委員長とする全社横断的組織としてCSR委員会を設置した。本業に特化したCSRからスタートした当社CSRの推進も社会の要求から見れば、それだけでは十分とは言えず、特にサプライヤー対応、リスク管理、人権対応、社会貢献を全社推進項目と定め、現状を見直しての社会的責任の推進を図る委員会とした。

## グループ企業や海外企業への浸透

CSR部の推進が進展するに従って、CSRはCSR部が推進すれば良いのではないかと

この考え方を回避する必要がある。CSRは一時的な風潮ではなく企業経営そのものであることから、CSR認識の浸透が最大の課題である。特に、国内グループ企業のCSR認識レベルの統一、海外企業のCSR認識レベルの強化が課題となる。

## 社内への認識浸透

CSRは経営そのものであれば、CSR認識を持って日常業務の推進を図るのが理想である。品質保証、環境推進の専門部署がCSR部の母体であることから、品質・環境では通常業務に比較的CSR的認識が加味されているが、全社への浸透にはまだまだ時間を要する。浸透への当社の特有力な取り組みとして、環境報告書から引き続き「CSR報告書を読む会」を全部門に実施して今年で三年目になる。各部門の定例部門会議の1時間ほどを割いてもらい、その部門に関連の強いテーマで実施内容を説明している。質疑応答ともに活発である。今後は全グループ企業に倫理教育とともに拡大して実施する。

CSR推進は未だ緒にいたばかりであるが、今後、社是に掲げている『第一級の商品とサービスを創造し日本及び海外市場に広く提供する』の具現化に国内外社員全員が納得し、一緒に行動し、日々努力していきたい。

# 製造販売業として本業に 特化したCSRの推進

ユニ・チャームCSR部長

石川英二  
いしかわ えいじ



## 社会から真に信頼され続ける企業へ

「社会から真に信頼され続ける企業」であること。当社は創業以来、社会にとって、お客様にとって一番良いことは何かを追求し、その実現に力を尽くしてきた。同時に当社の製品を考えると、持続可能性としての経済・社会・環境のトリプルボトムラインの三項目を外すことはできない。具体的には、①営利企業としての収益の継続的向上と雇用の確保、②乳幼児用紙おむつ、大人用紙おむつ、生理用品、お掃除シートなど直接肌につける、触れる製品特性から、使用から廃棄に至るまでの安全で安心な商品の提供、③製品が一次使用後の即廃棄という特性を有するため、素材採択から最終廃棄に至るまでの環境負荷の軽減などである。同時に社会における企業の比重の変化、社会からの要求度合いの強さや企業に対する社会の監視の眼が厳しく変化しており、従来の考え方を社会変化に照らしてみることが必要が生じた。

## CSR部の発足

そのような社会動向の変化、お客様の要求の変化から、製品の社会的意義に照らした製造業としての企業価値とは何か、お客様から信頼される企業としてのあり方を再検討した結果、二〇〇三年四月一日、CSR部を設立した。既存の品質保証、環境推進、商品安全などの専門組織を統合してスタートした。

## 本業に特化したCSR

CSRの領域は多岐にわたるが「製造業として信頼される企業」であるため、まず本業に特化したCSRから着手し、具体的には、次の項目を推進している。①商品の安全性の確保および使用までを想定した品質保証の徹底として、安全性が確保された資材のみを使用することが開発部門にも周知されている。また、毎年七月に資材納入各社が一堂に会し当社の品質、環境、CSRの姿勢にご理解をいただく会を実施している。また、使用者に

優しい商品としてユニバーサルデザインも推進している。②素材採択から廃棄に至るライフサイクルでの環境配慮型製品開発を目指している。コンパクト化、スリム化による製品重量の削減、詰め替え製品の拡大に加え、高齢化社会の到来に向けた使用済み紙おむつのリサイクルも技術的にもクリアできてきた。③信頼性を高めるための具体的で公正性の高い積極的な情報開示とCSR報告書の発行、④ステイクホルダーの要求窓口となるお客様相談室とCSR部の緊密な連携による製品の改善がなされ、お客様の声を最大限反映している。これらの項目は従来から実施している内容も含まれるが、社内事情を優先させず、真の社会的責任として捉えていくことはなかなか困難な側面も含まれている。