

**企業行動憲章
実行の手引き(第三版)**

2002年10月15日

社団法人 日本経済団体連合会

企業行動憲章

社会の信頼と共感を得るために

(社)日本経済団体連合会

1991年 9月 14日 「経団連企業行動憲章」制定
1996年 12月 17日 同憲章改定
2002年 10月 15日 「企業行動憲章」へ改定

企業は、次の10原則に基づき、国の内外を問わず、全ての法律、国際ルールおよびその精神を遵守するとともに社会的良識をもって行動する。企業は、単に公正な競争を通じて利潤を追求するという経済的主体ではなく、広く社会にとって有用な存在でなければならない。

1. 社会的に有用な財、サービスを安全性に十分配慮して開発、提供し、消費者・ユーザーの信頼を獲得する。
2. 公正、透明、自由な競争を行う。また、政治、行政との健全かつ正常な関係を保つ。
3. 株主はもとより、広く社会とのコミュニケーションを行い、企業情報を積極的かつ公正に開示する。
4. 環境問題への取り組みは企業の存在と活動に必須の要件であることを認識し、自主的、積極的に行動する。
5. 「良き企業市民」として、積極的に社会貢献活動を行う。
6. 従業員のゆとりと豊かさを実現し、安全で働きやすい環境を確保するとともに、従業員の人格、個性を尊重する。
7. 市民社会の秩序や安全に脅威を与える反社会的勢力および団体とは断固として対決する。
8. 海外においては、その文化や慣習を尊重し、現地の発展に貢献する経営を行う。
9. 経営トップは、本憲章の精神の実現が自らの役割であることを認識し、率先垂範の上、関係者に周知徹底する。また、社内外の声を常時把握し、実効ある社内体制の整備を行うとともに、企業倫理の徹底を図る。
10. 本憲章に反するような事態が発生したときには、経営トップ自らが問題解決にあたる姿勢を内外に表明し、原因究明、再発防止に努める。また、社会への迅速かつ的確な情報の公開と説明責任を遂行し、権限と責任を明確にした上、自らを含めて厳正な処分を行う。

以 上

実行の手引き(第三版)

—— 目 次 ——

「実行の手引き」第三版発行にあたって

第 1 条 について	P.1 ~ 6
第 2 条 について	P.7 ~ 11
第 3 条 について	P.12 ~ 16
第 4 条 について	P.17 ~ 21
第 5 条 について	P.22 ~ 26
第 6 条 について	P.27 ~ 30
第 7 条 について	P.31 ~ 37
第 8 条 について	P.38 ~ 42
第 9 条 について	P.43 ~ 47
第 10 条 について	P.48 ~ 52

「実行の手引き」第三版発行にあたって

2002年10月15日の企業行動憲章の改定にあたり、会員企業に憲章の趣旨を社内で徹底し、実効性のある不祥事防止策を講じていただく際の参考に供するため、「企業行動憲章 実行の手引き」を改訂した。

この第三版では、法令遵守の徹底、消費者・ユーザーの信頼の獲得、経営トップが果たすべき役割と責任の明確化という今般の企業行動憲章改定の趣旨に沿って、企業を取り巻く情勢変化を踏まえて、憲章の各項目の背景、基本的心構え・姿勢及び具体的なアクション・プランの例の加筆・修正を行った。

各会員には、それぞれの業態、特徴等を踏まえて、この手引きを参考に具体的な行動のあり方を工夫されるよう期待する。

なお、この手引きは今後の情勢変化にあわせて、適宜改訂していく予定である。

1. 社会的に有用な財、サービスを安全性に十分配慮して開発、提供し、消費者・ユーザーの信頼を獲得する。

1. 背景

(1) 社会的に有用な製品・サービスの開発、提供

消費者・ユーザーのニーズは多様化、複雑化、高度化している。企業は製品・サービスの提供に際して、このようなニーズに応えることが必要であるが、それだけでなく、企業の社会的な影響力が大きくなった今日においては、社会的な観点からみてその製品・サービスが有用であるかどうかを判断することも必要である。

例えば、省エネルギー、省資源、環境保全を同時に達成できるような、地球に優しい技術・製品を開発することは、消費者・ユーザーのニーズに応えるのみでなく、社会的観点からみても有用である。

(2) 安全性の確保

1995年7月1日より製造物責任法（通称PL法）が施行され、製品の安全性に関する欠陥により発生した損害については、メーカー側の過失を証明しなくても、事故原因と欠陥との間に因果関係を証明すれば、企業側に賠償を求めることが可能になった。PL法の趣旨の徹底はもとより、安全性を最重視する企業の姿勢を自主的に構築していく必要がある。

(3) 消費者・ユーザーの視点に立った適正な取引

企業が、市場に受け入れられるためには、消費者・ユーザーから信頼を獲得していくことが必要である。特に、企業は、消費者・ユーザーが、合理的に製品・サービスを選択できるように、景品表示法その他の法令に従って適正な表示を行うことはもとより、消費者・ユーザーに対して、正確な情報を適切な方法で提供しなければならない。

2001年4月に施行された消費者契約法は、消費者契約の締結過程で事業者が不適切な情報提供や勧誘を行った場合には消費者はその契約を取消すことができること、また、消費者の利益を不当に害する契約条項は無効であることを定めている。加えて、事業者に対して、契約の内容を消費者にとってわかりやすくするとともに、消費者の理解を深めるために契約の内容についての必要な情報を提供するよう努力することを求めている。

(4) 適切な情報管理

IT(情報技術)の進展に伴い、情報の流通量が膨大になる中、企業による適切な情報管理が一層求められている。

特に、企業が、その活動全般を通じて、個人および顧客に関する情報を適切

に管理することは、企業の信頼構築の基本となる。

一方、企業は、グローバルコンペティションの中で、常に革新的な技術、製品を開発、提供していく使命を負っている。

その際、新技術に関する情報、経営戦略などの有用な機密情報の財産的価値を尊重し、不正に入手・利用しないことは、企業間に適正な競争関係を生む前提である。

機密情報のみならず、特許権や著作権などを含む知的財産権を尊重し価値を認めることが重要であり、そうすることによって、技術移転や有用な技術の流布が図られる。それが、産業の発展や消費者・ユーザーの利益にも結びつく。

2．基本的心構え・姿勢

- (1) 企業は社会的ニーズを正しく把握し、消費者・ユーザーに受け入れられる品質と、コストを追求した、社会にとって有益な製品・サービスを提供する。
- (2) 安全性に十分配慮して、製品・サービスを開発、設計、製造し、提供する。
- (3) 消費者・ユーザーの製品やサービスの合理的な選択に寄与するため、正確な情報を提供する。
- (4) 適切な情報管理の観点から、個人および顧客に関する情報の取扱いに細心の注意を払う。技術情報、特許権、トレード・シークレットなどの知的財産を重視かつ尊重し、優れた製品・サービスを消費者・ユーザーに提供する。
- (5) 新技術、新製品の開発力を維持するため、創造力豊かな人材の育成、自由に物の言える企業風土の醸成に努める。
- (6) 有用な製品・サービスを安全性に十分配慮して開発、提供するためには、国内だけではなく、広く国際社会を視野に入れなくてはならない。そのために、各国の法規を遵守するとともに、社会、文化等の理解を深める。

3．具体的アクション・プランの例

(1) 社会的に有用な製品・サービスの提供と消費者・ユーザーのニーズの反映

消費者・ユーザーからの支持と信頼を獲得し、それを維持するためには、提供する製品およびサービスについて、品質の維持ならびにその保証に対して万全を期する必要がある。また、多様化する消費者・ユーザーのニーズに応え、常に時代を先取りする新しい製品・サービスを開発、提供していくためには、

市場の声を常に適切に把握し、反映させる必要がある。

製品・サービスの適正な表示

消費者・ユーザーの信頼を得るためには、第一に製品・サービスに関して正確な情報を伝える必要があるため、製品・サービスの内容や取り扱い等について、正確かつ適切な表示を行わなければならない。

製品・サービスの品質保証体制の確立と徹底

消費者・ユーザーに対して保証する品質を堅持するためには、経営トップが自らの責任に基づいて、開発から販売、消費にいたる全てのプロセスにおいて、守るべき基準・手順を明確に定め、確実に実行し、効果的にチェックし、必要に応じて是正措置をとる、いわゆるPDCAサイクルを廻す仕組みを構築する必要がある。

- (イ) 品質方針の策定とそれを具現化する指針となる品質規格の設定
- (ロ) 関連法令及び自社規定の遵守、関連団体等の設定するガイドライン等への準拠
- (ハ) 品質アセスメントのための独立部門の設置及び実施
- (ニ) 品質監査の実施

消費者・ユーザーのニーズ、苦情に関する窓口の整備

消費者・ユーザーのニーズや苦情に対する窓口の整備を図り、消費者・ユーザーが気軽に問い合わせできる仕組みを作る。

- (イ) 「お客様相談窓口」の設置
- (ロ) 消費者モニターの実施

きめの細かい従業員教育

窓口があってもその対応が不適切なものであれば、消費者・ユーザーの理解は得られない。苦情は丁寧な対応でその多くが解決するとも言われており、きめの細かい適切な応答ができる従業員教育を実施する必要がある。

- (イ) きめの細かい従業員教育、研修制度の実施
- (ロ) 応答マニュアルの整備

社内へのフィードバック制度・仕組みの整備

消費者・ユーザーのニーズを把握してもそれが開発、企画担当者に伝わらなければ情報を活かすことはできない。そのためには、それらの情報を社内の開発・設計部門、企画担当部門にフィードバックできる制度・仕組みを整備することが必要である。

- (イ) 提案制度の充実
- (ロ) 開発部門と販売部門・「お客様相談窓口」の連携強化

アフター・サービス、ユーザー・サポート体制の充実

新しいニーズの把握だけでなく、提供済の製品・サービスについても事後のケアを行うことが大切である。売りっぱなしではなく、サービ

スフォロー体制の整備、充実を図ることが消費者・ユーザーの真の満足
を勝ち取る鍵である。

- (イ) サービス・マニュアルの充実
- (ロ) サービス・ネットワークの整備充実
- (ハ) ユーザー・サポート体制の整備充実

(2) 安全性に十分配慮した製品・サービスの開発と提供

製品・サービスの研究、開発段階、さらには流通段階においても安全性を最
大限追求する。

製品・サービスの研究、開発段階での安全性への一段の配慮
安全性向上のための技術研究、開発の一層の促進
安全性チェックのための独立部門の設置
新製品・サービス開発への創意と安全性の確保との調和

(3) 事故、トラブルの未然防止

以下のような措置により事故、トラブルの未然防止に万全を期す。

わかりやすい説明の徹底

取扱説明書等による説明が不適切であったり、あるいは販売員による
製品の説明が不十分であったりして、購入した製品・サービスの正しい
使い方やサービス内容が消費者・ユーザーに理解されなければ、無用の
トラブルや予想しない事故を引き起こしかねない。

また、高齢化の進展やビジュアル世代の増加を視点に入れて、製品の
取扱いやサービスの説明を、わかりやすく読みやすくすることも重要で
ある。

- (イ) ビジュアルな情報等で視覚に訴える説明書の作成
- (ロ) 製品・サービスを販売する際の危険性も含めた適切な説明

安全で正しい使用法についての表示

PL法は、安全設計が基本であることはもとより、本来してはいけな
いこと、正しい手順で行うべきこと、使い方に潜む危険等を正しく表示
しないことによっても、製品提供者に責任が生ずることを規定している。
従って製品の安全で正しい使い方の表示を充実することが、必須の責務
となっている。

- (イ) 危険な取扱いに対する「注意」「警告」「危険」の表示の充実

製品・サービスの安全性に関する社内教育の徹底

(4) 製品・サービスの不具合に関する経営トップへの報告と迅速な対応

万一、提供した製品・サービスの不具合が発見された場合は、速やかに経営

トップに報告し、被害が拡大しないよう、迅速な対応を行う。

製品・サービスの不具合に関する経営トップへの報告と迅速な対応

製品・サービスに予見不可能な不具合が発見された場合には、その情報を速やかに経営トップに報告し、事実関係を消費者・ユーザーに伝え、迅速な対応をとることが必要である。それが被害の拡大を最小限に止め製品・サービスの提供者への信頼感を増すとともに、最終的には企業への打撃を極小化することにもつながる。事情によっては製品の安全性に関する情報を開示し、被害を食い止めなければならない。

- (イ) 製品・サービスの不具合対応に関する社内基準の整備・充実
- (ロ) 社内基準に沿ったりコール等の実施

事故、トラブル例に関するデータの蓄積

その時点での科学的知見によっても、避け難い製品上の瑕疵が生ずる可能性はある。大切なことは同じ過ちを繰り返さないことであり、それが後世に正しく伝承されて、より良い次の製品作りに活かされることである。

従って、事故、トラブル例のノウハウを蓄積し、これを財産としていくことが重要である。

- (イ) 事故、トラブルの原因究明と、ノウハウの蓄積
- (ロ) 事故、トラブル原因等に関する研究会の実施

(5) 事故、トラブルの再発防止

事故やトラブルの原因に関する情報を再発防止に役立てなければ、宝の持ち腐れとなってしまう。製品の安全対策が、開発、企画に活かされる仕組み、体制の整備が大切である。

事故、トラブル事例の開発、企画担当者へのフィードバック体制の確立

(6) 個人および顧客に関する情報の保護

個人情報および顧客情報の不適切な取扱いは、個人や顧客の安全な社会生活を脅かすことになり、結果として情報社会の健全な発展の桎梏となるおそれがある。特に、事業活動の特性から個人情報が集積する企業では、個人情報の保護にきめ細かい配慮を行う必要がある。

個人情報登録時の手続、情報の取扱い、訂正・登録抹消等に関するプライバシー・ポリシーの策定
プライバシー・ポリシーの実効性確保のための社内体制の整備

(7) 機密情報、知的財産権の保護

新技術の開発にあたっては、高度な技術情報、経営戦略情報などの有用な機密情報の財産的価値を尊重し、不正に入手・利用しないことが企業間の正しい競争関係、あるいは協力関係を生み出す。

そのような機密情報を不正に入手し、自己、あるいは他の企業、他国政府などの利益のために利用、横流しするようなことは絶対してはならない。

また、秘密情報のみならず、特許権、著作権、商標権などを含む知的財産権を尊重することが重要であり、安易な物真似は経済の適正な発展の妨げとなる。

他社、他人の知的財産権の侵害を予防するための処理手順の制定

他社、他人の機密情報の取扱い、処理手順の制定およびその啓発

(8) 起業家育成のための社内制度の改革

社会的に有用な製品の開発には、新しい感覚を持ったベンチャー的発想の企業内起業家を育成することが必要であり、そのためには、各種社内制度の改革も有効である。

企業内公募制度

ベンチャー企業への従業員の出向制度

(9) 各国の安全基準に適合した有用な製品・サービスの提供

世界各国の安全基準、PL法等は必ずしも同一ではなく、それぞれの歴史・文化等により異なる。それぞれの国の安全基準に適合した「社会的に有用な製品・サービスの開発、提供」に努めなくてはならない。

事業対象となる各国における製品安全に関わる法制度(特に安全規格類、製品事故時の被害者救済を目的とする法)の十分なフォロー体制の整備

製造業においては、品質管理部門、海外事業部門、法務部門との密接な連携体制の確立

【関連資料】

「企業及び事業者団体の消費者契約法施行にあたっての対応状況等について～「消費者契約法の施行準備等に関するアンケート」の集計結果～」
2001年 経団連

「消費者・生活者の視点に立つ企業経営(2)」経団連資料 No.4 1994年 経団連

2. 公正、透明、自由な競争を行う。また、政治、行政との健全かつ正常な関係を保つ。

1. 背景

(1) 公正かつ自由な競争を維持・促進するための独占禁止法

「独占禁止法」は「公正かつ自由な競争」の維持・促進を通じて消費者利益を保護し、国民経済の健全な発展を確保することを目的としている。持株会社の解禁など事前規制から事後チェックへと規制改革が進展し、企業経営の自由度があがる中で、また、企業活動のグローバル化、経済のボーダレス化が進展する中で「独占禁止法」や諸外国の競争法を遵守した企業活動を行うことはますます重要となっている。

2000年3月に閣議決定された「規制改革推進3か年計画」のなかでも、規制緩和とともに競争政策を積極的に展開し、独占禁止法を厳正に運用することがうたわれている。

(2) 公共入札をめぐる諸問題

公共入札に関わる談合事件は厳しく糾弾されている。企業側は経済の憲法である独占禁止法の遵守なくして、いかなる事業も行えないことを再認識しなければならない。

公正取引委員会は、1994年に入札談合の防止の観点から公共入札ガイドライン（公共的な入札に係る事業者及び事業者団体の活動に関する独占禁止法上の指針）を公表している。

一方、現行の公共入札制度には、発注側独占の下でその硬直性に由来する問題が存在することも否定できない。こうした観点から、2002年7月には、「入札談合等関与行為の排除及び防止に関する法律（官製談合防止法）」が成立したところであり、効果的な改善が期待される。

(3) 健全かつ正常な行政との関係の構築

また、流通、取引慣行だけでなく、政治、経済、行政間の関係についても透明性を高めることが、国内のみならず海外からも要請されている。こうした観点から、1999年には「国家公務員倫理法」が制定され、2001年には「外国公務員に対する贈賄防止条約（1999年発効）」を受けて、我が国において行われる国際商取引に関する外国公務員への贈賄行為を処罰の対象とする不正競争防止法の改正が行われている。

政治・行政との関わりについては、もたれ合いや癒着と取られるような行動

があってはならない。これまでの通例や慣行を見直すべきは見直し、透明度の高い関係を保ちつつ、その中で、民から政・官への積極的な意見表明を行うべきである。そのような活動を通じて、政治、行政との健全かつ正常な関係が構築されることになる。

行政指導と独占禁止法との関係については、公正取引委員会より「行政指導ガイドライン（行政指導に関する独占禁止法上の考え方）」が示されており、この中で、「事業者または事業者団体の行為については、たとえそれが行政機関の行政指導により誘発されたものであっても、独占禁止法の適用が妨げられるものではない」ことが明示されている。

なお、事業者団体活動における独占禁止法上の問題については、公正取引委員会が「事業者団体ガイドライン（事業者団体の活動に関する独占禁止法上の指針）」を公表しており、個々の企業のみでなく各事業者団体においても、透明な活動を行うことが重要となっている。

（４）競争政策のハーモナイゼーションの進展

世界がボータレス化している状況では、市場経済の基本的ルールである競争政策は、国際的に調和がとれたものでなければならない。こうした認識から、各国の競争政策をできるだけハーモナイズさせようという動きが進んでいる。

２．基本的心構え・姿勢

- （１） 真に豊かで活力ある市民社会にふさわしい良識ある企業行動に努める。とりわけ、市場経済体制の前提である自己責任原則にのっとり、自助・自律意識に基づいて公正、透明、自由な競争を展開する。その際、法律のみならず社会的規範を遵守するなど、企業倫理の徹底を図る。
- （２） 違法な行動はもちろん、不当な手段による利益の追求や、国際的に説明のできないような不透明な行動をしない。
- （３） 政治、行政とのもたれ合いや、癒着と取られるような行動をなくし、健全で正常な官民の関係を構築する。
- （４） 購買取引は国内外に開放され、公正かつ透明とし、理解されやすい手続きによって行う。購買取引においては、優れた製品・サービスを経済合理性に基づき選択する。
- （５） 長年にわたって当然のことと生きてきた諸制度、諸慣行も公正性、透明性の観点から積極的に見直し、国際的に通用するものとなるよう努力する。

3. 具体的アクション・プランの例

(1) 独占禁止法遵守マニュアルの作成および展開

企業トップによる独占禁止法遵守の基本方針の表明、独占禁止法の規定に関する概要説明、独占禁止法違反を起こさないよう注意すべき点等の内容を盛り込んだ独占禁止法遵守マニュアルを作成し、社内での展開・徹底を図る。

説明会・講習会の開催、従業員の教育研修等を通じて、独占禁止法遵守マニュアルを社内の関係部門に周知徹底させ、独占禁止法違反行為の発生防止を図る。

役員・従業員が業務を行うに際し独占禁止法上、問題があるのではないかと疑問を感じたときに直接相談ができる窓口の整備、独占禁止法遵守に関する内部監査計画の立案、実施等を行う。

事業者団体は、事業者団体ガイドラインに基づき、行政機関からの委託業務等の実施に際して、差別的な取扱い等の違反行為を行わない。

(2) 政治・行政との健全かつ正常な関係の構築

法律を遵守し、贈賄や違法な政治献金、利益供与を決して行わないことは勿論、政治、行政との癒着という誤解を招きかねないような行為は行わず、トップの方針としてこれを周知徹底する。その際、国家公務員倫理法・規程の遵守に協力する。一方、行政と積極的に意見交換を行い、経済の実態等を正確に把握してもらうことも必要である。また、政治献金、寄付金等に関する社内承認手続き等を制定する。

公共入札にあたっては、独占禁止法や公共入札ガイドラインおよび官製談合防止法に留意する。行政指導については、独占禁止法および行政指導ガイドラインに留意し、あくまで企業の自己責任、自己判断によって毅然として行動することを徹底する。

また「行政手続法」の理解をはかり、その積極的活用を心掛ける。

(3) 官僚出身者の受入れに対する姿勢

許認可、公共事業の発注等における利益享受を目的とした官僚出身者の受入れは厳に慎む。

(4) 虚礼自粛

虚礼自粛（交際、儀礼の簡素化、合理化）について、意識改革を率先して行

うと共に、以下を実行する。

交際費については、社会的常識からみて、また国際的通念からみても、その枠を越えるもの(販売促進費としての性格を逸脱するもの)は自粛する。冠婚葬祭、その他の各種行事についても、形式にとらわれることなく、本来の姿に立ち返って簡素にして、合理的なものに改める。

中元、歳暮等についても、実質的に日常の生活慣習に根ざしたものはともかく、形式に流れ、あるいは度を過ぎた贈答については、これを自粛する。
〔虚礼自粛に関する申合せより〕

(5) 適正な購買方針の確立

公正取引委員会の「流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針」及び、経団連の「購買取引行動指針」を踏まえて、自社の購買取引ガイドライン等を作成し、社内外にこれを明らかにする。その際、独占禁止法上問題となる不当な相互取引、下請法上禁止されている不当な買いたたき、受領拒否、返品、支払遅延等の違法行為が起きないように、法に十分留意した内容とする。

購買組織は営業部門等社内の他部門から明確に区分されることが望ましく、購買取引に関わる決定は原則として、他の組織から独立して行う。

また、購買組織は、購買取引の担当窓口を具体的に国内外に対して明示するとともに、自社の購買取引原則、新規購買取引先の審査、選定手続き、購買取引の決定手続きを対外的に明示する。

海外の取引先等のために必要に応じて外国語による資料を準備することが望ましい。さらに、内外無差別、透明性の高い購買取引の方法として、インターネットを利用した資材調達を推進することも有用である。

(6) 輸出管理体制の整備

従来のココム(現ワッセナー・アレンジメント)、不拡散型輸出規制、および従来規制対象としていた貨物等だけでなく、原則全ての貨物等について最終用途・最終需要者の確認を求めるキャッチオール規制(2002年導入)について、これを遵守する。そのため、コンプライアンス・プログラム等を作成し、社内管理体制を整備する。

(7) 各種国際ルールの遵守

多角的自由貿易体制を維持するための、国際的な貿易、投資、知的財産等に関するルールを遵守する。そのため、海外進出にあたっては、関税、輸出入取引、原産地表示等に関するマニュアルをはじめ、各種国際ルールを遵守した海

外事業に関するマニュアルを国内外で作成し、それに基づいて行動する。

(8) 商慣行についての見直し

経済活動の国際化、技術革新等の環境変化に合わせて、商慣行については経済的合理性、消費者利益、透明性、開放性の実現に向けて不断の見直しを行う。その際、諸外国の理解を得られるルール・慣行に近づける努力を行う。

【関連資料】

- 「国家公務員倫理法・倫理規程の運用について」(説明資料) 2002年 経団連
(<http://www.keidanren.or.jp/japanese/news/announce/200209.html>)
- 「安全保障輸出管理ガイダンス」2002年 経済産業省
- 「WTO新ラウンド交渉立ち上げにあたっての基本的立場」2001年 経団連
- 「戦略的な通商政策の策定と実施を求める
～『通商立国』日本のグランドデザイン～」2001年 経団連
- 『魅力ある日本 - 創造への責任 - 』1996年 経団連
- 「行政手続法は初めての官民共通グラウンド！」1994年 経済広報センター
- 「購買取引行動指針」1990年 経団連
- 「虚礼自粛に関する申し合わせ」1989年 経団連

3. 株主はもとより、広く社会とのコミュニケーションを行い、企業情報を積極的かつ公正に開示する。

1. 背景

(1) 求められる企業経営の透明性

わが国資本市場の強化・拡充の観点や、企業活動の国際化、多様化、複雑化に対応して、商法や証券取引法の改正が行われ、企業の監査機能の強化や情報開示制度の充実が図られてきた。

それにもかかわらず、日本型経営システムや企業風土の曖昧な部分が、国内外で批判され、経営の透明性の向上を求める声が高まってきている。

一方、高度成長を支えてきた経済社会システムが行き詰まり、その根本的な改革が求められている中で、政治・行政との健全で正常な関係や行政の透明性の向上が叫ばれている。そうした背景の下で、行政手続法、パブリック・コメント手続、日本版ノーアクションレター制度等の行政運営の公正・透明性を確保するための諸制度が順次導入されるとともに行政情報公開法が制定され情報開示請求制度が施行されている。企業においても行政運営の公正・透明性を確保するための諸制度を積極的に活用するとともに、経営の透明性を高めることが喫緊の課題となっている。

(2) 社会から信頼される「開かれた企業」へ

このため企業にとっては、株主をはじめとする社会とのコミュニケーションを行うとともに、企業情報を適切かつタイムリーに開示することが求められている。広報・広聴活動は今や経済と切り離せない存在になっている。また、情報開示は、国際化、高度情報ネットワーク化の時代において企業が社会的責任を果たす上で不可欠であり、「開かれた企業」として内外の信頼を得る上でも、ますます重要となっている。

(3) 高度情報通信ネットワーク時代の情報管理

情報の流通・利用が拡大する高度情報通信ネットワーク時代においては、正確な情報を如何に的確に伝えるかが企業の存亡を左右しかねず、適切な情報開示とともに、十分な情報管理が必要となっている。特に個人情報については、企業活動上の有用性に配慮しつつ、適正に取扱う必要が増している。

(4) 株主総会のあり方の見直し

高度情報通信ネットワーク時代に対応して、2001年に改正された商法により、

会社が株主に対して出す株主総会の招集通知等から株主が権利行使する議決権行使書までを、電子メール、ホームページなどウェブサイトの提供およびフロッピーディスクの交付等を通じて行うことが可能になった。

また、物理的にも制度的にも議決権行使が困難な外国人株主が増加していることなどに対応して、2002年の商法改正により株主提案権の行使期限が繰上げられ、企業は株主総会の招集通知を早期に発送できるようになった。

2. 基本的な心構え・姿勢

(1) 企業情報の開示と社会とのコミュニケーション

企業経営全般にわたり、社会が真に必要なとしている情報の適時適切な開示、積極的な広報・広聴活動等を通じて、常に社会とのコミュニケーションを行い、企業行動が社会的常識と整合する公正かつ透明なものとなるよう努める。

具体的には、単に法制度上の情報開示にとどまることなく、社会的規範や自らの判断に基づいて、信頼性のある、かつステークホルダーズにとって有用な情報を、適時、提供するよう努める。

また、広報・広聴活動については「広聴なしに、広報なし」の原則に立ち、企業にとってマイナスの情報を含め、広く社会から情報を収集し、これを経営方針、各部門の活動に役立てる。広報活動については「企業の顔」である経営トップが最大の広報資源であることを認識し、積極的なマスコミ対応を行う。

(2) IR活動を通じた株主・投資家等の企業経営、活動への理解促進

株主、投資家等とのインベスター・リレーションズ(IR)を重視し、情報開示を含むIR活動を通じて、株主、投資家の企業経営、企業活動に対する理解促進に努める。

その際には、全ての投資家に対して公平に情報提供を行うよう努める。

(3) 株主総会の積極的な活用

株主総会をディスクロージャーの場として活用するとともに、経営トップが経営プロセスや成果について株主と懇談する等、株主との双方向のコミュニケーションの場として充実させていく。

(4) 地域社会とのコミュニケーション

企業は、以下のような地域社会とのコミュニケーションの重要性を認識し、積極的にコミュニケーションを行う。

企業が立地し、その従業員、顧客が生活する地域社会との関係は、企業にと

って最も重要な関係の一つであり、企業の存立基盤である。
企業は、地域社会との関係を考慮して、自らの活動とそのあり方を見直して
いくことが求められる。
企業はその社会的責任として、地域社会に関わる活動を積極的に行う必要が
ある。

(5) 企業内部情報の管理

商法、証券取引法など、法令で要求されている諸書類の作成、管理、保管は
勿論のこと、重要な経営資産である企業秘密情報についても、適切な情報管理
の徹底に努める。

また、不正競争防止法やインサイダー取引規制等に反することのないよう、
企業秘密情報の入手、利用、開示に際して、適正な内部管理を行う。さらに、
社内の不正を感知した社員が適切に報告ができるような窓口設置等の社内体制
整備を行う。その際、企業が社会的存在であり、不正防止が企業にとっての基
本的なリスク管理であるという視点を社内に周知徹底させる必要がある。

(6) 情報通信技術を利用した企業情報の提供

また、情報通信技術の利用により、効果的かつ効率的に、より多くの人に適
切な企業情報を提供するよう努める。

3 . 具体的アクション・プランの例

(1) ステークホルダーズへの情報開示と社会とのコミュニケーション

商法に基づく計算書類を中心とした開示、証券取引法に基づく有価証券報告
書を中心とした開示等、法制度に基づく情報開示を適正に実行する。

その上で、社会的規範や自らの判断に基づき、企業を取り巻く各ステークホ
ルダーズに対して、有用で信頼性のある情報をタイムリーかつ継続的に開示
するよう努める。具体的には、法制度に基づく情報開示だけでなく、自社の
経営理念・経営方針、社会貢献活動等の社会との関わりに関する情報につい
ても、積極的に、かつ公正、タイムリーに開示する。

広聴活動では、何が重要な情報かを見極める感覚を磨く訓練を行い、社会各
層との対話チャネルの充実に努めるとともに、得た情報を各部門にフィード
バックする。特に、企業や経営者への批判に耳を傾け、これを貴重な経営資
源として情報共有することをトップの方針として宣言する。またトップは、
広報活動における自らの役割の重要性を自覚し、マスコミ対応等にできるだ
け時間を割く。

(2) インベスター・リレーションズ(I R) 活動の推進

株主、投資家等に対して、自社の経営理念、経営方針、収益状況、配当政策等、経営全般に関する情報や、企業の国際化・多角化に伴う連結財務情報、事業部門別情報等について、その提供、交換を積極的に行うとともに、意見、批判に耳を傾けるよう心掛ける。

なお、社内組織として、国内外で I R 担当者を置き、専任チームを設置することは、I R 活動を推進する上で有効とされている。

年度末決算時、あるいは半期、四半期毎に、報告、説明会をきめ細かく開催することはフレッシュな情報開示として有用である。また海外の株主、投資家等に対しては、英語版資料を作成するなどの配慮も必要である。

決算処理の迅速化を図り、決算発表の分散化に努める。さらに、各企業の自主的判断に基づき、できるだけ早期に株主総会を開催する。

(3) 株主とのコミュニケーションの充実

例えば、以下のような取組みを通じて、株主総会を株主との実質的なコミュニケーションの場として活用することが考えられる。

プロジェクターを使用して株主に対して視覚的に訴える説明を行う。
他社と開催日をずらすなど、開催日時を株主が集まりやすいものとする。
テレビ会議システム等を活用して遠隔地でも株主懇談会を開催する。

(4) 地域社会との対話促進

また、以下のような活動を通じて地域社会とのコミュニケーションを行い、企業活動に対する信頼を高めるとともに、企業への不要な不安や誤解を払拭する。

地域住民の声を様々なネットワークを通じて聞く。
地域行事への参加、各種イベント開催、説明会等を通じて、企業活動に対する住民の幅広い理解を得る。
危険物等の製造工場では、住民が安心するような対策(事故時の避難対策、情報連絡網の整備、工場見学の実施、廃棄物処理方法の説明等)を日常から実施する。

(5) 内部情報管理の徹底

法令上作成、保管すべき書類や企業秘密等の内部情報管理体制、ルールを整備するとともに、インサイダー取引規制について社内、関係先への周知徹底を行う。特に、経営者や従業員は、無用な誤解を招かないよう自社株式の短期売

買の自粛に努める。

(6) 高度情報通信ネットワーク時代の情報開示

インターネットのホームページを活用するなど、情報通信技術を利用して、効果的かつ効率的に、より多くの人に適切な企業情報を提供する。例えば、消費者や株主からよくある質問については、ホームページにQ & Aの形で公表することなどが考えられる。

その際、盗聴、改ざん、なりすまし等のリスクへの対処や情報漏洩の防止に十分留意する。

【関連資料】

『インターネット広報』2002年 経済広報センター

「わが国公開会社におけるコーポレート・ガバナンスに関する論点整理」
（「2.株主総会のあり方」「4. IR・ディスクロージャーのあり方」
「(参考資料)コーポレート・ガバナンスに関する各社の取り組み」等）

2000年 経団連

「電子商取引の推進に関する提言」1999年 経団連

『経営と広報』(企業広報講座)1993年 経済広報センター監修 日本経済新聞社

4. 環境問題への取り組みは企業の存在と活動に必須の要件であることを認識し、自主的、積極的に行動する。

1. 背景

(1) 地球環境問題の発生

わが国は高度成長期における公害問題への取り組みや、2度にわたる石油危機の経験を通じ、極めて高い公害防止、省エネの技術やシステム体系を構築している。しかし、今日の環境問題は、単に産業公害の防止に止まらない。

廃棄物問題や生活排水による水質汚濁問題、都市型交通手段の普及などによる大気汚染、騒音など、「都市型・生活型」の環境問題、さらには、地球温暖化、オゾン層の破壊、熱帯雨林の減少、砂漠化、酸性雨、生物多様性の保護などの「国境を越えた」地球規模の環境問題への対応が求められている。

今日の環境問題を解決するためには、個人、企業、行政、NPOが連携・協力しながら、それぞれの果すべき役割に積極的に取り組む必要がある。

(2) 各種環境法の整備が進展

1992年6月のブラジル地球サミット（環境と開発に関する国連会議）が開催され、「持続可能な発展」という基本理念が打ち出され、具体的な動きが始まった。

廃棄物・リサイクル問題

これを受ける形で、わが国国内では、「環境基本法」および「環境基本計画」が制定され、環境政策の柱の一つとして「循環」が打ち出された。さらに、2001年1月には「循環型社会形成推進基本法」が制定され、物質循環を確保し天然資源の投入を削減するという基本方針が打ち出された。この他、1990年代後半から2000年初頭にかけて、副産物の排出抑制・利用促進や使用済み製品のリサイクルに係わる企業の義務を規定した法が制定されるとともに、廃棄物処理法が改正され、産業廃棄物へのマニフェスト添付が義務付けや適正処理に向けた排出事業者の責任が強化されるなど廃棄物の排出事業者である企業の責任が強化された。

地球温暖化問題

温暖化対策については、1997年に京都議定書が合意され、先進国の地球温暖化防止の目標が設定されるとともに、CDM（クリーン開発メカニズム：途上国での温室効果ガスの削減努力を自国の削減努力に組み入れる制度）や共同実施（先進国間で連携して温暖化対策事業を行う制度）など新たな地球温暖化対策のスキームができた。わが国では、京都議定書の目標達成に向けて、省エネ法を拡充強化し、「トップランナー方式（電器製品や自動

車などの省エネルギー基準を、現在製品化されている最も効率のよい製品の性能が、それ以上の水準に設定する方式)」に加え、工場のみならずオフィス部門での省エネ強化策が導入された。

過去の汚染への対応

「ポリ塩化ビフェニル廃棄物の適正な処理の推進に関する特別措置法」や「土壌汚染対策法」など、科学的知見が乏しかった時代に製造・使用された有害物質が主な原因で引き起こされる汚染に対応するための法整備も進んだ。

化学物質に係わる情報公開

化学物質の管理を進める目的で、P R T R法（「特定化学物質の環境への排出量の把握等及び管理の改善の促進に関する法律」）が制定され、化学物質の大気や水等への排出量の把握と報告とデータの公表が義務付けられた。

（３）ISO14000シリーズの発行

ISO（国際標準化機構）では、1996年9月に環境マネジメントシステム規格14001を発行したが、2002年8月現在のわが国企業の認証取得件数は9,929に達している。

2. 基本的心構え・姿勢

（１）各種新法への速やかな対応

企業は、すでに、環境への取組みは、企業活動の必須の条件であるという認識のもと、自主的に環境保全活動を進めているが、上記のような一連の法整備を踏まえ、その技術、ノウハウ、人材を活用し、これまで以上に、環境保全活動に取り組む必要がある。

（２）経営課題としての環境問題

環境マネジメントの社内体制を整備するなど、環境問題を重要な経営課題として掲げ、自主的・積極的に環境問題へ取り組んでいくことが必要である。

なお、これまでの環境問題への取組みは、ともすれば製造業の課題という見方がされてきたが、温暖化対策や循環型社会の構築が大きな課題となっている今日、製造業・非製造業を問わず積極的な取組みが求められる。

（３）環境問題の取組みにあたってのキーワード

環境問題への取組みの際には、以下のキーワードを重視する。

個人や組織の有り様としての「環境倫理」の再確認

技術力の向上等、経済性の改善を通じて環境負荷の低減を図る「エコ・エフィシエンシー（環境効率性）」の実現

「自主的取り組み」の強化

環境情報の公開とステークホルダーズとのコミュニケーションの活発化

具体的には、環境対応のための経営方針・社内体制を整備するとともに、事業活動面で、省資源・省エネルギー、環境保全型の技術開発、生産活動、製品開発を推進していく必要がある。とくに製品・サービスの開発、提供にあたっては、国民のライフスタイルを省資源、省エネルギー型へ変革していくといった視点も重要である。また、これらの取り組みについての環境広報に努める。

（４）国際的な環境保全活動への貢献

また「世界から信頼され、尊敬される日本」をめざし、技術移転・人材の育成などを通じた地球の温暖化対策への貢献や生物の多様性の保護など、国際的な環境保全活動に積極的に貢献していくことが重要である。

3．具体的アクション・プランの例

（１）環境対応のための経営方針の策定、社内体制の整備

環境問題に関する経営方針を策定するとともに、環境問題を担当する役員の任命、組織の設置等、社内体制を整備する。また、環境問題に対する自主的取り組みと継続的改善を担保するために、自社の事業活動に関する環境関連規定を策定するとともに、環境管理システムを構築し、これを着実に運用するため内部監査を行う。

さらに、環境法制度に対応する社内教育と社内体制の整備のみならず、社員にも環境に配慮した消費行動や生活スタイルを促すべく、環境教育を行う。

（２）事業活動における環境影響の評価と環境負荷の低減

生産施設の立地をはじめ、製品等の研究開発、設計段階から資材の購入、生産、販売、廃棄にいたる製品・サービスなど事業活動の全段階において、環境への影響を科学的な方法で評価するシステムを確立するとともに、各段階での環境負荷をできる限り低減するよう努める。

（３）環境に配慮した製品・サービスの開発と環境技術の移転

製品やサービスなど製造業、非製造業を問わず、省エネルギー、省資源、環境保全を同時に達成する革新的な技術、製品、サービスの開発に努め、社会に提供

する。また国内外を問わず、適切な手段により積極的に技術の移転に努める。

(4) 環境情報の公開とステークホルダーズとのコミュニケーションの推進

環境保全活動の積極的な展開とともに、これらの情報を社外に公開し、コミュニケーションを図ることの大切である。環境保全活動は、様々なステークホルダーズと関連があり、また社外からは見え難い存在の活動である。環境報告書やホームページ、パンフレットなど様々な媒体を活用し、継続的で広範囲な情報発信に努める必要がある。

また、環境ラベルを通じて、製品の使用段階のみならず、その製造や廃棄後の環境影響に関する情報を消費者に提供する。

(5) 地球温暖化対策

使い捨て経済の見直し、循環型経済社会の構築、エネルギー効率・炭素利用効率の改善等を基本方針とし、世界最高の技術レベルを維持するとともに、利用可能な技術を途上国に移転することで、地球規模のエネルギー利用効率の改善を目指す。

また、地球温暖化の原因、影響等に関する科学的研究、各種対応策の経済分析等に協力する。

(6) 循環型経済社会の構築

資源の浪費につながる使い捨て型経済社会を見直し、循環型に転換すべく、製品の設計から廃棄までの全ての段階で最適な効率を実現する「クリーナー・プロダクション」に努める。また、廃棄物の処理にあたっては、優良な事業者を選定し委託する。

同時に、旧来の“ゴミ”の概念をあらため、個別産業の枠を超えて廃棄物を貴重な資源として位置づける。リサイクルを企業経営上の重要課題とし、計画的に廃棄物削減・リサイクルに取り組む。また、地方自治体等と協力しながら、使用済み製品の回収・リサイクルシステムの構築に取り組む。

(7) 海外事業展開における環境配慮

経団連地球環境憲章に盛り込まれた「海外事業展開における 10 の環境配慮事項」遵守はもちろんのこと、海外における事業活動の多様化・増大等に応じた環境配慮に一段と取り組む。

(8) 国際的な自然保護活動への支援

日本の産業界の国際協力の視点から、生物多様性の保全や森林の保全を目指し、

経団連自然保護基金への支援など、自然保護活動への支援を積極的に行う。

また、環境問題におけるNPOの役割の重要性を認識し、資金的支援にとどまらず、企業人の専門性やノウハウをNPO運営に活かす人的協力や情報提供、技術支援、ならびに企業が保有する施設利用の便益の提供など多様な支援やプログラムの共同実施などにより、NPOの育成、パートナーシップの強化に努める。

(9) 国際ルール作りへの参画

ISOにおける環境関連の国際基準作りに積極的に参加する。

【関連資料】

「循環型社会の着実な進展に向けて」2002年 日本経団連

「産業廃棄物最終処分量削減目標の達成状況について - 経団連環境自主行動計画 第4回フォローアップ結果(廃棄物対策編) - 」2002年 経団連

「第4回経団連環境自主行動計画フォローアップ結果-温暖化対策編」
2001年 経団連

「経団連環境アピール - 21世紀の環境保全に向けた経済界の自主行動宣言 - 」1996年 経団連

「循環型社会の構築に向けた課題 - 廃棄物対策の促進に向けて - 」1996年 経団連

「経団連地球環境憲章」1991年 経団連

【日本経団連関連活動】

(1) 『経団連自然保護基金』1992年設立(<http://www.keidanren.or.jp/kncf/>)

(2) 国際自然保護連合(IUCN)への加盟

5. 「良き企業市民」として、積極的に社会貢献活動を行う。

1. 背景

(1) 「良き企業市民」としての活動の多様化と国際的動向

企業は従業員を通じて、また企業活動そのものを通じて、地域社会と深い関わりを持っており、地域社会は企業の存立基盤である。製品やサービスの提供、納税、雇用など企業が果している社会的役割も、地域社会等、社会の健全な発展があって初めて可能となる。そのため「社会の一員としての社会に役立つ事業活動を行う」という基本認識の下で、企業は、自己と社会の双方の利益を調和させつつ事業活動を行い、社会と共に歩む「良き企業市民」としての役割を果たしていくことが求められる。

このような考えの下で、1990年代に日本において社会貢献活動は本格化し、各社においても、基本方針の明文化、専門部署や社会貢献委員会等の設置など社内体制・制度が整備された。また、厳しい経済環境にもかかわらず、活動分野、活動方法は多様化し、1社平均の社会貢献活動支出額は4億円前後で推移してきている。

21世紀に入り、さらなるグローバル化や情報化の進展、消費者行動の変化、欧州諸国の法制化や国際機関の動き等により、企業に求められる社会的責任への関心は世界的に高まっている。それらの動向を踏まえて、今後、企業は地域社会に対する貢献活動のみでなく、各ステークホルダーズとの関係を見直し、企業と社会の関係を再構築する必要がある。

(2) NPO(民間非営利組織)との連携による「社会参加」

日本企業は、社会貢献活動を推進していく中で、公益法人を始めとして、海外協力団体やボランティア団体、芸術家グループなどの市民活動団体等のNPO(民間非営利組織)とのパイプを開拓し、彼らの組織、活動内容、人材、そして強みなどを理解するようになった。

そうした動きの中で、1995年1月に発生した阪神・淡路大震災に際して、市民、NPOと企業が直接連携して救援、復興活動に取り組んだことは、新しい市民社会のあり方に一つの示唆を与えた。その後、NPOの多様な活動を推進するために、1998年3月に「特定非営利活動促進法(NPO法)」が成立し、現在、約8,000のNPO法人が活動している。

活力ある豊かな市民社会を構築するためには、自立した個人、NPO、企業、公的セクターの4者が連携することが必要である。企業は、NPOと連携した社会貢献活動を通じて社会とのパイプを一層太くし、広く社会にアンテナを張りつつ、社会的課題の解決に積極的に参加することが求められている。

2．基本的心構え・姿勢

企業の社会貢献活動については、その基本的な考え方、実施形態などをめぐって様々な議論がある。以下に主な考え方を紹介する。

(1) 社会貢献活動は、企業のいわば「社会への投資」である。

企業の社会貢献活動は、社会の一員としての義務や責任という考え方から、「社会参加」「会社の変革」という段階を経て、「社会への投資」の考え方へと移行しつつある。受動的に社会からの要請に応えるのではなく、企業自らが社会の課題に気づき、自発的にその課題に取り組み、自らの資源を投入するという、より能動的な社会との関係づくりへの意識が高まっている。また、そのために、各社の社会貢献に関する理念、基本的考え方の策定が重要となっている。

(2) 社会貢献活動は、直接的な事業経営上の効果を期待するものではない。

社会貢献活動を通じて社会との関係を一段と深めることにより、社内に柔軟かつ創造的な文化を醸成する、企業に対する好感度が高まる、などの間接的・長期的な効果は想定されている。しかし、事業経営上の直接的な効果を期待して行うものではないとの考え方が多い。

(3) 社内外の人々に自社の社会貢献活動をわかりやすく説明する。

日本の企業の中には、伝統的に社会貢献を大切にする経営姿勢を持っているところが多い。企業活動への正しい理解を得るために、そのような経営姿勢や活動内容を内外の人々に分かりやすく説明し、共感を得ながら活動を推進することが重要である。

3．具体的なアクション・プランの例

(1) 企業の社会貢献活動の形態・活動分野

寄付

寄付は、企業の社会貢献活動の中で中心的な役割を占めており、社会の期待も大きい。効果的な寄付のためには、寄付の方針、寄付先の判断基準を明確にするとともに、社内決済の仕組みが必要となる。

なお、日本経団連では「1%クラブ」(1990年設立)により、個人や企業による社会貢献活動の促進に努めている。

「1%クラブ」(<http://www.keidanren.or.jp/1p-club/>)

可処分所得の1%相当額（個人）、経常利益の1%相当額（法人）を目標に、寄付やボランティア活動によって社会の役に立ちたいという企業や個人の集まり。活動としては、企業の社会貢献活動に関する啓発や情報提供のほか、企業や企業に勤める人々のNPOとの出会いの場づくり、企業とNPOの具体的連携策の例示などを行っている。

自主プログラム

「自主プログラム」とは、企業自らが、企画、立案し、場合によっては実施までを行う社会貢献活動のことである。プログラム内容としては、地域の定期的清掃、植樹、駅前や会社ロビー等でのコンサートの開催、チャリティ・イベント、育英奨学事業の実施など様々な分野がある。ボランティアとして社員が参画したり、外部の専門家集団やNPOと連携するなどの広がりも見られる。

企業財団

企業は、学術研究、環境保全、教育、文化・芸術活動などを助成したり、独自の公益事業を行うために企業財団を設立することもある。企業財団は、比較的安定した助成や公益事業が行える、財団内部に公益活動に関する専門知識や経験を蓄積できるなどの点が評価されてきた。

従業員の社会参加に対する支援

社員の価値観が多様化し、仕事以外の面でも社会の役に立ちたい、あるいは社会との関係を持っていたいと志向する人が増えつつある。従業員が外の風に触れることによって得られる副次的効果も大きいいため、個人の自発性を尊重しつつ、社員のボランティア活動や寄付活動を応援するための仕組みを導入する企業もある。

2000年度の経団連の社会貢献活動実績調査によると回答企業のほぼ半数の168社が、ボランティア休暇・休職制度の導入、活動情報の提供、活動機会の提供などを通じて、従業員の社会参加を支援している（対象：経団連会員企業1,039社、回答数：339社）。また、従業員が寄付したり、ボランティアとして参加したりするNPOに対して、企業も同じ団体に同額あるいは一定割合の寄付をする、マッチング・ギフト制度を導入する企業もある。

その他の社会貢献の方法

- （イ）事業活動を通じて培ったコスト意識、効率的な業務遂行能力、組織運営ノウハウ等を提供する。
- （ロ）技術、専門知識をもった従業員を派遣する。
- （ハ）自社の各種施設を提供する。

以上のような方法を通じて、社会福祉、医学、健康、環境保全、教育、学術、芸術、文化、史跡保存、被災地支援、地域イベント、スポーツ、国際理解・交

流等の分野での地域や社会のニーズに対応した活動を行うことが求められる。

(2) 社会貢献活動に際して留意すべき点

企業の社会貢献に関する理念、基本的考え方の提示

- (イ) 社是、社訓等の企業の経営理念に社会貢献活動を組み込む。
- (ロ) 自社の中長期計画に、社会貢献活動を盛り込む。その際、活動分野、方策、予算、継続的な社会貢献活動の担保方法などについても検討する。

社内組織の整備

- (イ) 社会貢献の専門部署を設置する。
- (ロ) 経営陣が社会貢献活動を理解し、自ら積極的に参加する。たとえば、トップが参加する社会貢献の意思決定機関（社会貢献委員会等）を設ける。

社内外の社会貢献活動状況の調査

- (イ) 社内外の社会貢献活動の実施状況を調査する。

社会とのコミュニケーションの推進

- (イ) 社会とのコミュニケーションに一層力を入れて広い視野で活動する。
- (ロ) グローバルな視点で企業と社会の関係についての情報の受発信や活動を行う。

社会貢献活動に対する社内の理解促進

- (イ) 社会貢献活動を社内報、イントラネット等の各種社内媒体を通じて紹介する。
- (ロ) 社会貢献活動に関するパンフレット、紹介ビデオ等を作成する。
- (ハ) 社会貢献活動、ボランティア活動等に関する社内教育・研修体制を整備

社会貢献活動の社会への公表

- (イ) 事業報告、社会報告書、ホームページで社会貢献活動の事例を紹介する。
- (ロ) 日本経団連が実施する社会貢献活動実績調査への報告を通じて広く社会に情報提供する。

NPO（民間非営利組織）との連携

NPOは、企業が社会貢献活動を推進する際の重要なパートナーである。NPOは社会の様々な課題に先駆的に取り組み、課題に対処するためのノ

ノウハウや専門知識を持っているところが多い。企業はこうしたNPOと協働して活動することを通じて社会貢献を効果的に行える。

なお、企業とNPOとの連携を促進していくために、両者をつなぐ組織として「日本NPOセンター」(<http://www.jnpoc.ne.jp/>)をはじめとするNPO支援センターが全国各地に設立されている。

【関連資料】

- 『社会貢献資料 2002 - グッドカンパニーへの変革 ()』2002年 経団連資料 No.18
- 『この発想が会社を変える～新しい企業価値の創造』2001年 経団連社会貢献担当者懇談会編、リム出版新社
- 『1%クラブボランティア体験セミナーレシピ』2001年 経団連1%クラブ
- 『米国企業広報調査ミッション報告書』1999年 経済広報センター
- 『経団連社会貢献白書』1992年、1996年、1999年 経団連編、日本工業新聞社
- 『企業の社会貢献ハンドブック - 近未来の企業像』1994年 経団連編、日本工業新聞社
- 『企業と地域社会 良き企業市民の条件 - 』1989年 経団連、日本国際交流センター

6．従業員のゆとりと豊かさを実現し、安全で働きやすい環境を確保するとともに、従業員の人格、個性を尊重する。

1．背景

企業は以下の労働環境の変化を認識し、適切に対応することが求められている。

従業員の価値観の多様化
労働力の高齢化
雇用の流動化
企業活動のグローバル化

2．基本的心構え・姿勢

(1) 従業員のゆとりや豊かさを支援する仕組みづくり

労働時間短縮を着実に進め、従業員のゆとりある生活を支援する。また、フレックスタイム制や在宅勤務の普及、長期休暇の取得など、従業員の時間感覚に配慮した制度を一層拡大していく。

(2) 安全で働きやすい職場環境づくり

従業員の安全と健康の確保は事業活動に不可分な関係であると認識し、安全衛生関係法令を遵守する。特に、女性、高齢者、障害者、外国人等が十分に能力を発揮できるような職場環境を整備する。また、国内はもとより、海外における従業員の安全性確保のための危機管理体制を確立する。

(3) 人権の尊重と機会均等

従業員の人権尊重、機会均等の視点から、また、海外現地法人や日本国内での外国人雇用に対応したグローバルな視点から、雇用・人事システムを見直す。

(4) 従業員の個性の尊重、自己実現への配慮

従業員の個性を尊重し、その中で従業員の主体性と創造性を最大限発揮させ、自己実現欲求に配慮することにより、企業も発展するという認識のもとで、企業風土づくりに努めるとともに、人事システム、人材育成プログラムを開発する。

3. 具体的アクション・プランの例

(1) 従業員のゆとりや豊かさを支援できる仕組みづくり

多様な勤務形態、就労形態を開発、導入する。

- (イ) フレックスタイム制
- (ロ) 在宅勤務制
- (ハ) サテライト・オフィス

多様な休暇制度を開発、導入する。

- (イ) リフレッシュ休暇
- (ロ) 育児・介護休暇制度、育児のための短時間勤務制度
- (ハ) ボランティア休暇制度

社内慣行等を見直す。

- (イ) サービス残業防止
- (ロ) 休日に行う社内行事の見直し
- (ハ) 長期間にわたる単身赴任の回避

(2) 安全で働きやすい職場環境の実現

安全衛生関係法令をミニマムとした自主基準の策定

女性、高齢者、障害者、外国人等が十分に能力を発揮できるような環境の整備

- (イ) 女性〔例：社内託児施設の整備〕
- (ロ) 高齢者、障害者〔例：バリアフリー、ノーマライゼーションの促進、等〕

心の健康診断の実施

海外における従業員の安全確保と危機管理

- (イ) 海外出張・赴任前の危機管理に関する研修、セミナーの実施
- (ロ) 海外勤務における危機予防・管理マニュアルの作成
- (ハ) 緊急事態発生時の対応・処理マニュアルの作成と社内体制の確立
- (ニ) 危険地域、緊急事態発生に関する情報提供

(3) 人権の尊重と機会均等

性別、年齢、障害の有無などによる差別の禁止

- (イ) 女性の雇用と登用の拡大
- (ロ) 障害者の法定雇用率（従業員数の1.8%）の達成
- (ハ) セクシュアル・ハラスメント〔後掲〕、マイノリティ問題への配慮
- (ニ) エイズ患者に対する配慮〔後掲〕
- (ホ) 従業員一人ひとりが人権問題について正しく理解し差別の本質を認識するよう、社内で繰り返し人権啓発研修を実施する。

(ヘ) その他、国籍、人種、宗教などによる差別の禁止

(4) 従業員の個性の尊重

企業風土の改革

従業員が失敗をおそれずに提案、トライでき、失敗しても再びチャレンジできる企業風土作りを、経営トップが率先して行う。

多様な人材の能力や個性に応じた採用方法の開発、実施

(イ) 採用方法のオープン化

(ロ) 通年採用、経験者(中途)採用の活用

能力・実績に基づく評価システムの活用

年俸制、業績給、能力査定昇給、抜擢人事の活用

従業員のエンプロイアビリティを重視した人材育成プログラムの整備

(イ) 人材育成プログラム、自己啓発支援制度の拡充

(ロ) 高齢者の再配置、転属、転社、自立などへの教育・支援制度の開発、実施

(ハ) 従業員の生涯設計、ライフプランづくりへの支援システムの開発、実施

【参 考】

1. 世界人権宣言

すべての人間は、生まれながらにして自由であり、かつ、尊厳と権利とについて平等である。人間は、理性と良心とを授けられており、互いに同胞の精神をもって行動しなければならない(1948年12月10日 国連第3回総会にて採択)

2. セクシュアル・ハラスメント(セクハラ)への配慮

(1) 男女雇用機会均等法

男女雇用機会均等法の第21条において、事業主はセクハラ(職場において行われる性的な言動に対する女性労働者の対応により雇用等の職業上の不利益を受け、又は性的な言動により女性労働者の就業環境が害されること)に対して雇用管理上必要な配慮をしなければならないと規定されている。

(2) セクハラ予防のための企業側の対応

職場におけるセクハラは容認しないという方針を経営トップ自らが打ち出す。

セクハラに対する方針を職場で周知徹底し、社内にセクハラは容認されないという雰囲気醸成する。

管理職、従業員を対象にどのような行為がセクハラとみなされるか、またセクハラを受けた場合、どのような救済処置があるかについての研修を実施する。

セクハラの苦情が出されたら、社内で迅速に調査し、必要な処置がとれるような苦情処理手続きを制定する。

〔海外事業活動関連協議会 機関誌 『Stakeholders』 第 34 号等より〕

3. エイズに対する配慮

(1) 企業側の対応方針

トップがエイズ問題の重要性を自覚し、正確な事実認識を持つ。
エイズ・ポリシー（エイズによる雇用差別を行わないという経営方針）を明示する。

「差別」（行為・言動、用語、表現等）に細心の配慮を行う。

人事、職務規定等を整備する。

守秘義務規定と個人情報取扱い規定を整備する。

(2) 業務管理体制の確立

感染・患者従業員の申告受付に関する対応者の確定

感染・患者従業員の接遇（プライバシーの確保、人事上の取扱い）

医学的評価（健康状態の確認等）と職務内容の検討

各種給付、支援（病休取扱、疾病手当、カウンセリング等）の検討

管理職、従業員に対する教育（人権尊重等）

〔『危機管理入門ハンドブック』より〕

【関連資料】

「創造的な人材の育成に向けて - 5 つの提言、7 つのアクション」1996 年
経団連

『危機管理入門ハンドブック』1996 年 日本在外企業協会

「男女が会社ではつらつと働くための会社の人たちの考え方 - 女性の社会
進出に関する部会報告 - 」1995 年 経団連

『Stakeholders』（海外事業活動関連協議会機関誌）

7. 市民社会の秩序や安全に脅威を与える反社会的勢力および団体とは、断固として対決する。

1. 背景

(1) 多様化する反社会的勢力、団体

近年、市民社会の秩序や安全に脅威を与え、経済活動にも障害となる反社会的勢力、団体の活動は、以前に比べてますます知能犯化、巧妙化しつつあり、その多様化が進んでいる。暴力団活動もその例外ではなく、広域化、寡占化を進めると共に、その活動も多様化、悪質化の傾向を辿っている。

(2) 暴力団対策法の施行と暴力団活動の変質

こうした動きに対応して、92年に施行された「暴力団員による不当な行為の防止等に関する法律」(暴力団対策法)を一つの契機に、市民や企業の間では反社会的勢力、団体に対する排除意識が確実に深まり、司法当局の取締りや各企業における関係遮断の努力とあいまって、反社会的勢力では資金源が枯渇し、活動の中止や廃業を余儀なくされてきた。

しかし一方で、何とか生き延びようとするそれらの勢力は、政治結社や社会運動団体等に偽装転向し、その姿を不透明化することにより、恐喝、強要、嫌がらせなど企業を標的とした新たな資金獲得活動を活発化させるようになった。またその手口も、フロント企業を使ってあたかも合法的経済取引に見せかけるなど、ますます多様化しつつある。

(3) 企業における反社会的勢力、団体との対決姿勢

企業においては、97年に発覚した一連の大手企業による大物総会屋への利益供与事件以来、大きく低下した国民の企業に対する信頼度や我が国の国際的な信用を取り戻すべく、いわゆる総会屋等との絶縁を宣言し、遵法経営の確立に努力してきた。商法改正で利益供与要求罪の新設、罰則の強化等が図られたこともあり、総会屋は減少の一途をたどった。しかし、その後も企業による利益供与事件は皆無とはならず、反社会的勢力、団体との絶縁貫徹に向けて、いま改めて企業における倫理が問われている。

こうした中で各企業は、社会的責任を強く認識して、その姿勢を常に見直し、反社会的勢力、団体に屈服したり、癒着したりすることは厳しく戒め、かつ、これらの勢力や団体とは断固として対決する基本方針を改めて確認し実行することが求められている。

2. 基本的心構え・姿勢

(1) 断固たる決意と行動規範の遵守

反社会的勢力や団体との関係根絶のためには、各企業において企業倫理の確立、徹底を図ること、また企業のトップが意識改革を行い、総会屋等の反社会的勢力、団体との関係を断つという断固たる決意をすることが必要である。

今、企業行動に対する社会の目は非常に厳しいものとなってきている。不祥事に対する社会の反応に見られる通り、企業関係者が法律違反や社会の一員として妥当性を欠く行動をすれば、その企業は法的制裁を受けるだけでなく、社会的な批判にさらされ、永年培ってきた名声や信用を一夜にして失い、その存続すら危うくなることもある。

このような事態にならぬよう、事業遂行にあたっては、企業トップから従業員一人一人に至るまで遵法の意識を持つと同時に、社会的良識を備えた善良な市民としての行動規範を確立、遵守する。

(2) 関係遮断

企業活動がますます広範に展開される中で、企業と反社会的勢力、団体が結びつく危険性がないとは言い切れない。企業は自らがそれらの勢力、団体に決して入り込まないよう厳しく戒めなければならない。企業がその姿勢を正すとともに、反社会的勢力、団体に毅然とした態度で臨むことは企業の倫理的使命であり、企業活動の健全な発展のために不可欠の条件であるとの認識を持つ。

(3) 毅然とした対応（「三ない」の基本原則）

反社会的勢力、団体に対しては、「三ない」すなわち「金を出さない」「利用しない」「恐れない」を基本原則として、毅然とした態度で対応する。

企業は常に、危機管理意識を持ち、反社会的勢力、団体に付け入る隙を与えないよう企業活動の実践の場において「三ない」の基本原則を徹底するよう努める。暴力団対策法をはじめとする法令が本当に機能するか否かは、企業側の心構えによるところが大きい。

(4) 企業内コンセンサスの確立

集団の威力を背景とした反社会的勢力、団体による組織暴力に対しては、組織で対抗するのが基本姿勢であり、企業の担当者個人による対応にまかせるようなことは絶対に回避する。また、総会屋等については、企業として一切の接触を遮断する。それにより、担当者個人が問題を抱え込み、時として心ならずも徐々に相手のペースに引き込まれていく構図は排除しなくてはならない。

こうした観点から、総会屋等との個人的関係の生成やその助長を完全に防止

する社内基盤の確立、すなわち、反社会的勢力、団体に対し企業をあげて立ち向うことについて企業内のコンセンサスを確立する。

(5) 平素の備え

基本的心構えの一つとして、平素から備えを厳重に固めておくことが必要である。反社会的勢力、団体の実態を的確に見据えることが大切であり、相手の真の姿を平素から研究し、具体策を練っておく。また、暴力事件に発展する場合には直ちに警察に通報することとし、その際、企業においては常に、「立証措置」を考慮に入れて対応する。トラブルに巻き込まれた場合には安易な妥協をせず、法的な判断を前提とし、個々の事案の内容に応じて適切な解決を図ることを基本とする。社内の総務、法務、審査、監査等の各関係部門が情報を共有し、反社会的勢力、団体に対し横断的に対応できるよう協力体制を構築しておく。

3. 具体的アクション・プランの例

(1) 企業のトップの決意（絶縁宣言）とその実行

企業のトップは、自ら反社会的勢力、団体の実態を把握し、それらとの関係を完全に遮断し、断固としてこれらを排除する決意を社内外に明らかにする（絶縁宣言）。そして危機管理を自らの役割として認識し、反社会的勢力を排除する基本方針を明確に打ち出すとともに、担当部門任せではない、組織的対応を可能とする体制を確立する。あわせて、企業としての意思を統一すると共に、企業を取り巻く危機の実態や問題点が企業トップや関係幹部にタイムリーに、かつ、迅速に伝達されるシステムを構築する。

(2) 対応組織体制の整備

企業意思を統一し、社内における危機管理意識を高めながら、反社会的勢力、団体の動きに組織的に対応していくため、次のような対策を通じて社内体制の整備を図る。

対応責任者の決定と対策委員会等の設置（「業務監視委員会」等）
情報の一元化をベースとした指揮命令系統の整備
社内での緊急報告ルート、連絡システムの構築
従業員に対する教育、指導の徹底、啓蒙の強化
水際で防御するための受付け、応対体制の整備
社内関係部門間の横断的協力体制の構築

(3) 複数対応の原則と「立証措置」への配慮

集団的暴力行為の威嚇に対しては、企業サイドも必ず複数でチームを組んで対応し、担当者を孤立させないようにする。

対応の初期段階から相手の確認を行うとともに、不当な要求行為の事実、交渉経緯等の「立証措置」に十分配慮する。この面でも、社内の法務部門との連携が必要である。

(4) 迅速な被害届け

反社会的勢力、団体による行為により被害を被ったときには、被害額の大小にかかわらず、泣き寝入りすることなく、直ちに警察に被害届けを出す。この点についても、企業のトップの毅然とした姿勢が社内に周知徹底されていることが必要である。また、そうした被害に対しては、損害賠償請求訴訟の提起など、民事的な対策を講ずることも検討する。

(5) 理論武装、法的武装

企業における総務、法務などの関係部門は、事業活動等を律する各種の法令、関係機関の行政指導事項などについて平素から関心を持ち、調査、研究を怠らない。

反社会的勢力、団体に立ち向うためには、必要に応じ刑事・民事両面からの法的手段に訴えていくことを考慮する。状況に応じて、対応を考慮することが必要である。暴行、傷害、脅迫等の行為については、その被害を直ちに警察に申告することが暴力追放の根本であり、また、例えば街宣車を使つての嫌がらせには、裁判所から「街宣活動禁止の仮処分」の決定を得ることが有効である。このための法的武装を整えるにあたっては、顧問弁護士に加えて専門の弁護士等からの協力、助言をタイムリーに得る。

日本弁護士連合会や各单位弁護士会における民暴対策活動(各都道府県の「民事介入暴力被害者救済センター」、後掲)を積極的に利用し、問題の未然防止や適切、迅速な処理に当たる。

(6) 反社会的勢力、団体に対する自衛策の実施

社内に暴力団追放運動に関するポスターや追放運動を進める団体に参加する会員証を掲示するほか、会社施設や幹部宅などに防犯カメラを設置するなどして自主防衛措置をとる。こうした企業における自衛策の強化をアピールすることにより、反社会的勢力、団体に対してガードが固いことを明示する環境づくりを行う。平素から企業をあげて暴力団等に対処する予防システムの構築が必要である。

(7) 情報の交換、収集、蓄積

関係情報を業界他社、地域企業との間で交換するとともに、常にマスコミ、警察をはじめ関係機関等からの収集を欠かさず、生きた情報として、いつでも活用できるよう蓄積、整備しておく。これにより、相手の動きを的確に知ることができる。情報の収集は、反社会的勢力、団体に企業が毅然と対峙していく上で、大きなポイントとなる。

(8) 業界全体、地域企業での反社会的勢力、団体排除への取り組み

各業界団体や地域企業が団結し、反社会的勢力、団体の排除に向けた取り組みを行う。各企業の関係者が情報を共有し、この分野での問題点を相互にチェックし合える土壌づくりを進めることにより、反社会的勢力、団体に対する企業の自衛策を一層強固なものとするよう努める。

総会屋等の反社会的勢力、団体に対して、商法違反となるような金品供与の中止はもとより、不当な収益をもたらすおそれのある寄付金や賛助金の提供、資材等の購入も中止し、これらの不当、不法な要求には一切応じないことを各業界レベル、地域レベルで申し合わせておくことが大切である。

こうした取り組みは、業界そのもののガードを固めることになり、また、反社会的勢力、団体と対決する際の「味方」を増やすことにもなる。業界の団結により業界全体で被害を防止したり、地域の企業が団結し反社会的勢力、団体と対決することなども有効な対策となる。

(9) 総会屋等が発行する情報誌の購読中止等

総会屋等が発行する情報誌については、その購読、広告出稿を絶対に行わない。また、企業活動を妨害される恐れがあるといった理由で、情報誌の購読、広告出稿等を行うことがあってはならない。この点についての業界全体での結束は、購読中止等の実行にあたって大きな力となる。

また、その他の新聞、雑誌等の購読や広告掲載についても、警察や業界等からの情報に基づき、社内での厳しいチェックをへて、その必要性を判断すべきである。判断にあたっては、必要性や相当性を裏付ける資料を確保し、発行元についての慎重な調査を実施する。

(1 0) 警察等関係行政機関との緊密な連携

関係行政機関への通報、相談窓口を設置し、平素から緊密な連携を保つ。反社会的勢力の動きに対し、警察には早い段階で相談、連絡する。特に、総会屋対応については、警察との普段からの意思疎通が重要であり、不法、不当な要求に対しては、その前兆を察知した段階で、迅速に連絡し、適時・適切なる指導と支援を要請することがキーポイントである。

状況に応じ、都道府県ごとに設置されている「暴力追放運動推進センター(後掲)」を活用する。

(11) 対策マニュアルの作成と活用

暴力団の介入手口は極めて多様であり、近年、一段と知能犯化、巧妙化している。彼らは、あらゆる手段を講じて企業に入り込む機会をうかがっている。

反社会的勢力、団体を分類し、区分ごとに、その特性、行動パターン等を分析、整理し、具体的事態に即しての対応マニュアルを作成する。こうしたマニュアルを社内で活用することにより、「経験」の不足を補い、企業における窓口部門による臨機応変の対応の一助として役立てることが重要である。

【反社会的勢力、団体を排除するための組織の概略】

(1) 社団法人警視庁管内特殊暴力防止対策連合会(「特防連」)

これは、東京都内における特殊暴力を効果的に排除し、その被害を防止することによって広く社会公共の繁栄のために寄与することを目的に設立されたものである。各地区に特殊暴力防止対策協議会(略称「地区特防協」)が置かれ、地区内の企業が会員となって、警視庁暴力団対策課および地元警察署と連携しながら、特殊暴力の追放・排除活動にあたっている。(2002年4月時点の会員数は48地区・約2,200社となっている。)

特殊暴力とは、暴力団、総会屋等による、企業に対する寄付金・賛助金・出版物の購読料等の名目のいかんを問わない金品その他の財産上の利益の供与を強要する等の不当要求および面会の強要、強談威迫、暴力的不法行為その他の迷惑行為と広く定義され、特防連ではこうした特殊暴力に関する情報の提供、研修会や講演会の開催、企業防犯に関する相談、指導などの活動を行っている。

会員になるには、地区特防協の推薦を受けて、理事会の承認が必要である。理事長には、日本経団連事務総長が就任している。

〔連絡窓口：特防連事務局 TEL:(03)3581-7561〕

(2) 暴力追放運動推進センター

暴力団対策法では、暴力団排除活動を効果的に推進するため、都道府県ごとに暴力団追放運動推進センターを指定し、暴力団追放運動、暴力団による不当な行為に関する相談に応ずることなどの事業を行わせることとしている。暴力団追放運動推進センターには、「都道府県暴力追放運動推進センター」と「全国暴力追放運動推進センター」がある。

例えば、東京都では、「財団法人暴力団追放運動推進都民センター」が民間で

の暴力団排除運動を支援するための推進母体として設立されている。ここでは、主として暴力団追放に関する思想の高揚、知識の普及を図るための広報、民間の自主的な組織活動に対する支援、暴力団員の不当行為等に関する相談などの事業を行っている。

全国暴力追放運動推進センターでは、各都道府県センターの事業について、連絡調整を図ることが主たる事業内容となっている。

〔連絡窓口：東京都の場合 TEL:(03)3201-2424〕

(3) 民事介入暴力被害者救済センター

日本弁護士連合会では、「民事介入暴力対策委員会」を設置するとともに、各単位弁護士会に対して民事介入暴力被害者救済業務への取組みを要請し、これを受けて、各弁護士会では「民事介入暴力被害者救済センター」を設置した。

東京都においては、東京三弁護士会が「民事介入暴力被害者センター」を開設し、民事介入暴力またはそのおそれのある案件について被害者の依頼を受けた場合、弁護士会に所属する弁護士に法律相談または事件の受任を紹介するなど、関係諸機関との協力体制の下、問題の解決にあっている。

〔連絡窓口：東京三弁護士会の場合 TEL:(03)3581-1511
(総合受け)〕

【関連資料】

- 「総会屋等への対応について警察庁からの要請」1997年 経団連
- 「当面の総会屋等への対応策について」1997年 経団連
- 「いわゆる総会屋対策の推進について」1997年 いわゆる総会屋対策のための関係閣僚会議
- 「総会屋等への対応に関する警察庁よりの要望について」1994年 経団連

8. 海外においては、その文化や慣習を尊重し、現地の発展に貢献する経営を行う。

1. 背景

- (1) 経済のグローバル化・ボーダレス化が世界各地で急速に進む中で、日本企業は国境を越えた事業活動を活発化させており、海外投資・海外進出も急増している。特に近年では、全世界レベルで、業種を越えた海外企業との提携、協力も展開されている。
- (2) このような中で、欧米を中心に、消費行動の変化、投資家の評価手法・基準の変化、労働者の意識変化などにより、企業の社会的責任に厳しい目が向けられつつある。その結果として、これまでの寄付やボランティアといった社会貢献活動にとどまらず、環境、労働、人権問題などへの社会的責任を求める声も一段と高まっている。加えて、開発途上国では、経済格差の広がりによる先進国との軋轢・対立が深まるとともに、政治・経済情勢も急激に変化している。また、国際機関や欧米の企業行動に関する評価機関等では、企業の行動規範の制定、改定、並びに多様な側面から企業行動を評価する動きが活発化しており、国際標準化機構（ISO）においても企業の社会的責任の規格化作業が進められている。

2. 基本的な心構え・姿勢

グローバル化・ボーダレス化した国際社会において、日本企業の経営のグローバル化を積極的に進め、世界の経済、社会の発展に積極的に貢献することが大切である。

各企業は、国際ルールや現地法の遵守はもとより、現地の習慣および文化を尊重しつつ、現地の発展に貢献する経営を行う。そのためには、世界に通用する企業理念と経営方針の確立が重要となる。

(1) 現地社会との協調、相互信頼

長期的な観点に立って、現地社会との相互信頼を基盤とした事業活動の推進に努める。

(2) 経営の現地化の促進

現地社会に溶け込み、信頼される企業となるため、経営の現地化を積極的に進める。特に、従業員のみならず役員、トップについても、平等な機会を提供

するとともに、人材育成に力を入れ、現地社会からの人材登用を積極的に推進する。

(3) 良き企業市民としての活動

現地社会を深く理解し、地域からの信頼を得、しっかりと根をおろすために、「良き企業市民」として、様々な文化・社会貢献活動を展開する。また本社は、現地法人やその従業員による活動を積極的に支援する。

(4) 経営理念・行動規範をグローバルに反映させるシステムの構築

企業行動憲章に基づいた企業の経営理念や行動規範を、自社の海外オペレーションにも確実に反映させるよう努める。そのために各企業は、自社の経営戦略や事業計画が経営理念・行動規範に適合しているか適宜チェックするとともに、駐在員や現地会社の従業員に対する啓発・教育を繰り返し行う。

3. 具体的アクション・プランの例

(1) 現地社会との協調・相互信頼

現地法や企業行動規範等を遵守する。

- (イ) 労働法、税法、環境法、独禁法、消費者保護法および製品の規格取得義務など、現地法を十分に調査し遵守する。
- (ロ) 不正競争防止法（外国公務員への利益供与の禁止）、外為法など、日本法を現地企業にも伝達し理解させ、遵守の徹底を図る。
- (ハ) 本社の企業行動規範等を適切に伝え、現地の実情に即した実行ガイドラインを作成し遵守する。

現地企業との相互協力関係を緊密化し、現地産業の育成に貢献する。

- (イ) 部品の現地調達を拡大する。
- (ロ) 現地企業とのアライアンス、提携を強化する。
- (ハ) 生産技術や品質管理手法など、技術指導や技術移転を積極的に行う。
- (ニ) 現地商工会議所などの地域経済団体への積極的協力、参加に努める。

駐在員に、企業の国際化の中心的な役割を担っていることを認識させる。

- (イ) 駐在員には、企業行動憲章に基づいた企業の経営理念や行動規範を現地で自ら率先して実現する役割を担っていることを繰り返し啓発する。

- (ロ) 駐在員の選任は、現地社会の文化、慣習の尊重と現地社会に適応できる資質を考慮して決定し、その家族も含めた教育、研修および情報提供を十分に行う。
- (ハ) 駐在員が現地従業員とのコミュニケーションや相互理解に努めるよう指導する。

事業撤退時にはその影響を十分に検討する。

- (イ) 現地法人の縮小・事業撤退等にあたっては、取引先等との契約条件の遵守はもとより誠実な対応に努める。
- (ロ) 従業員、取引先、地域社会への悪影響を最小化するため、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等、事業継続の可能性を検討する。

(2) 経営の現地化の促進

日系企業の経営の現地化を進めるため、現地社会の人材を積極的に登用し、必要な教育、研修を十分に行う。また、経営・事業方針等についても、積極的に現地従業員に説明する。

- (イ) 現地従業員の昇進制度を確立し、現地企業のマネジメントに積極的に登用する。
- (ロ) 国籍を越えた "Right Person for the Right Position"を進める。
- (ハ) 以下の教育、研修を実施する。
 - ・ 現地従業員を対象とした教育、および業務研修の実施
 - ・ 現地サイド主導のマネジメント・セミナーの実施
 - ・ 現地従業員、日本人駐在員を区別しない研修機会の提供
- (ニ) 現地従業員を交えた定例会議の開催

海外駐在員の教育研修を拡充する。

- (イ) 現地社会の文化、慣習の尊重と現地社会に適応できる資質を念頭に置いて、海外に派遣する駐在員を選考し、その家族も含めた教育、研修および情報提供を行う。
- (ロ) 異文化対応、言語習得、現地の慣習理解等に最大の関心を払った研修を行う。
- (ハ) 赴任する駐在員は、日本企業を代表するとの自覚を持ち、それにふさわしい現地社会についての知識と理解を身につけるよう心掛ける。

本社と現地企業との間に適正な関係を確立する。

- (イ) 経営の現地化を進める一方、リスク管理や法令遵守のモニタリング、業績評価等の面から、適切なガバナンス体制を整備する。
- (ロ) 現地企業による発案や意思決定を尊重し、本社と対等なパート

ナー関係の構築に努める。

- (ハ)グループ会社間の適正な取引関係や公正な取引ルールを確立する。

(3)「良き企業市民」となるための活動

現地の社会事情を理解し、現地の文化や慣習に十分配慮した事業活動を行う。

- (イ)現地社会の一員として現地の抱える社会問題(マイノリティ、教育、犯罪、貧困等)に十分に配慮し、現地NPOなどとも積極的に対話・連携を進め、誠実に対応する。
- (ロ)商工会議所等の地域の経済団体、コミュニティ、政府、州、市町村の活動に積極的に参加するとともに、自社を理解してもらうために必要な情報発信・広報活動を積極的に進める。
- (ハ)現地教育機関への支援、ビジネス・インターンの実施、奨学金付与などを通じて現地の人材育成に貢献する。
- (ニ)寄付、ボランティア活動などの社会貢献活動を積極的に行う。

現地のニーズにあった寄付を実施する。

- (イ)現地企業側に寄付検討委員会を設置し、寄付に関する手続きの整備や透明性の向上に努める。
- (ロ)本社側も、現地における寄付の重要性を理解し、現地の判断を最大限に尊重するとともに、必要に応じて資金面などで支援を行う。

ボランティア活動を推進する。

- (イ)現地の駐在員は率先してボランティア活動を行う。
- (ロ)本社側もボランティア活動の必要性を十分に認識し、有給休暇の取得許可など、現地での活動を奨励する。
- (ハ)現地企業従業員によるボランティア活動を推進する。

(4)本社のグローバル化

本社は、グローバル化された社会において、各地の現地企業における事業が、国際ルールや現地の慣習・文化を尊重したものとなっているかどうかを常にチェックできるようなシステムを構築し、必要に応じて現地企業を指導する。

本社の役員、従業員に対して、グローバル化された社会に対応し得る人材となるよう教育を行う。

- (イ)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等

に関する教育を継続的に実施する。

(ロ) 定期的に現地従業員を来日させ、相互理解の機会を設定する。

同時に、企業行動憲章に基づいた行動が海外でも行われるよう、本社の経営理念や行動規範が現地の事業に的確に反映できるシステムを構築し、必要に応じて現地企業を指導する。

(イ) トップによる経営方針を、文書、会議、研修等を通じて伝達する。

(ロ) 国籍不問の多様なキャリア・パスによる国際的な人材育成に努める。

(ハ) グローバルな規模で、人材の適材適所を実現する。

(ニ) 本社において、グローバル化された社会における経営のあり方に関する研修を実施する。

(内容：本社の経営トップが直接経営方針を説明する、国際的な人的ネットワークづくりを推進するなど)

【関連資料】

「特集～ISOにおける企業の社会的責任に関する規格化の動向」2002年
海外事業活動関連協議会 機関誌『Stakeholders』No.55

「特集～アジアにおける“良き企業市民”のあり方を探る」2001年 海外
事業活動関連協議会 機関誌『Stakeholders』No.51

9. 経営トップは、本憲章の精神の実現が自らの役割であることを認識し、率先垂範の上、関係者に周知徹底する。また、社内外の声を常時把握し、実効ある社内体制の整備を行うとともに、企業倫理の徹底を図る。

1. 背景

(1) 企業倫理の重要性の認識

企業の活動範囲が拡大し、市民生活の隅々にまで関わりをもっている今日、企業の行動が直接市民生活に大きな影響を与えるようになってきている。また、事業活動のグローバル化に伴い、企業に関する諸問題は単に一国の問題として片づけられなくなっている。

一方、日本の経済は高度成長から低成長時代へと移行し、さらに「失われた10年」を経て、ある種の閉塞感が現在の日本の社会全体を覆っている。国民の価値観も「量」から「質」へ、そして「多様な価値観」の容認へと確実に変化している。生活環境の改善や地球環境保護の実現を要求する消費者は確実に増加しており、企業をみる社外の目は厳しくなる一方である。さらに、雇用関係も大きく変化しており、企業をみつめる従業員の目も一様ではなくなっている。こうした状況に加えて情報化の進展もあり、企業を守るために不祥事や不利益な情報を隠し続けるということは不可能な時代である。今後の企業活動においては、不祥事の発生を未然に防止し、社会的に有用な製品やサービスを提供することによって、社会から信頼と共感を得る必要がある。そのためには、経営トップが先頭に立って、企業倫理・企業行動の強化に努めなければならない。

(2) 続発する企業不祥事の発生要因

1980年代の終わり頃から1990年代は、政官界の汚職事件、バブル経済の崩壊に伴う損失補填問題や乱脈融資などの金融不祥事、反社会的勢力への利益供与事件等が続発した。これに対して、2000年以降は、企業の業務の現場において違法行為や不祥事が発生し、それらを隠蔽工作することによってさらに大きな問題となり、消費者、国民の信頼を失うという事態が発生している。これらの事件では、経営トップ層の退陣だけではなく、ついには企業そのものが市場からの退場を余儀なくされたケースもある。

このような企業行動が起きる理由としては、

業績や利益追求を重視するあまりに、役員ならびに従業員が倫理を軽視し、社会のルールや常識から逸脱した行動、ついには違法行為を引き起こすこと

同一業界が従来通りの同一步調をとっていれば問題とされにくい、といった業界の横並び意識が根強いこと

高度情報ネットワーク社会の進展に伴い、事業内容が一層専門化するな

か経営トップが業務の全容を細部にわたって把握しきれないケースが増え
てきていること
等が指摘される。

2．基本的な心構え・姿勢

(1) 自社の企業倫理・企業行動強化への強いリーダーシップ

経営トップは、信頼がビジネスの基本であることを肝に銘じ、国民からの信頼確保に全力をあげなくてはならない。

そのために、自ら、広く社会全体にとって有用な企業を作り上げるという高い志を身をもって示し、連結子会社を含めた従業員一人ひとりにいたるまでにその精神を浸透させていくことが必要である。従業員の行動についても「知らなかった」で済ませることなく、経営者としての責任を果たしていく覚悟が必要である。

そうしたトップの姿勢が、国民の信頼を受ける企業を作り上げていく。

(2) 「社会の公器」についての認識と行動

経営トップは、企業は社会の構成員であることを改めて認識し、コンプライアンス（法令遵守）はもとより、高い志をもって企業運営にあたり、企業の経済的責任と共に、社会的責任を果たさねばならない。このため、経営トップは以下の事項を実施することが期待される。

行動指針の整備・充実

経営トップの基本姿勢の社内外への表明と具体的な取り組みの情報開示

全社的な取り組み体制の整備

「企業倫理ヘルプライン（相談窓口）」の整備

教育・研修の実施・充実

企業倫理の浸透・定着状況のチェックと評価

3．具体的アクション・プランの例

(1) 行動指針の整備・充実

各企業において、経営トップが、本憲章の趣旨を十分に理解した上で、率先垂範し、新たな行動規範、諸規定の作成、あるいは既存のものの点検・見直しを行う。

(イ) 経営トップ自らがリーダーシップを発揮し、機会ある毎に企業行動憲章、および各社の行動規範や行動規準および各種法令の遵守の

重要性を訴える。

(口) 社内各部門で活発な議論を喚起する。

(ハ) 他社で生じた事件等が自社でも起こり得ることを想定し、参考にする。

新たな行動規範等を社内で周知徹底する。その上で、子会社・グループ内企業、場合によっては取引先等の関係者にも周知徹底する。

(2) 経営トップの基本姿勢の社内外への表明と具体的な取り組みの情報開示

役員、従業員の倫理観を涵養するために最も重要なことは、経営トップが常に自らの行動でそれを体現することである。トップの姿勢や日常の言動が、役員、従業員の行動に少なからぬ影響を与えることをトップは認識すべきである。

企業倫理・企業行動の重要性と基本姿勢を機会あるごとに社内で訴える。たとえば、社内報、社内イントラネット、小冊子、ポスター等を活用し、きめこまかく、また、継続的に周知徹底を図る。年頭の挨拶、経営方針の発表、入社式等の重要な社内行事の際に、経営トップより周知徹底を図る。各企業は自社の行動規範、取り組み姿勢、社内推進体制を社外に公表する(ホームページ、年次報告書、企業活動の事業・環境・社会的側面を含めた社会報告書への掲載等)。

(3) 全社的な取り組み体制の整備

代表取締役クラスの役員を企業倫理担当役員に任命する。

企業倫理委員会を設置し定期的に会議を開催する。また、活動内容を年に1回以上、取締役会および監査役会(委員会等設置会社は監査委員会)に報告する。

企業倫理推進担当部署を設置し、企業倫理委員会の事務局を担当する(権限を明確化)。

(4) 「企業倫理ヘルプライン(相談窓口)」の整備

通常の上司を経由した報告ルートとは別に、重要情報が現場から経営層に伝わるルート「企業倫理ヘルプライン(相談窓口)」を設置し、面談、eメール、ファックス、手紙等の方法で受け付ける。相談内容については、企業倫理担当役員および経営トップに伝えるとともに、適切な改善措置を講ずる。

上記相談者の秘密保持と不利益扱いの禁止を第一義とする。

(5) 教育・研修の実施・充実

以下のように、企業倫理研修を行う、あるいは、管理職研修等の機会を活

用して、充実する形で行う。

経営トップをはじめとする役員企業の企業倫理研修を定期的実施する。研修においては、外部の視点、グローバルな視点での評価を十分つかめるよう、社外の講師を積極的に活用する。

従業員を対象に企業倫理、企業行動規範に関する教育、研修会を定期的実施する。行動憲章の趣旨の徹底、他企業の事例分析等を研修内容とする。

新しく入った従業員を対象に、社会における企業の役割、企業倫理に関する集中的な研修を実施する。

(イ) 企業倫理についてのディスカッション

(ロ) 地域行事、ボランティア活動への参加の奨励

(ハ) 従業員による行動規範遵守への決意表明

新たに管理職に任命された従業員を対象に、企業倫理に関する研修を実施する。

自ら、行動規範を遵守するだけでなく、部下の倫理性を高める様に指導する場合に役立つ研修内容とする。

社内研修だけでなく、企業倫理、企業行動規範に関する社外セミナーへの参加を奨励する。

関係部門を中心に、コンプライアンス(法令遵守)のための個別分野マニュアル(独禁法遵守、企業秘密の保護、環境保護等)を整備すると共に、その周知徹底を図るため、説明会・研修を定期的実施する。

(6) 企業倫理の浸透・定着状況のチェックと評価

各職場の責任者等が職場の行動規範遵守状況および企業倫理推進状況等につき、企業倫理委員会・担当部署等に定期的に報告する制度をつくる。従業員の倫理意識、行動規範の遵守状況に関するアンケート調査やヒアリング調査を定期的実施する。

社内懇談会の実施等により、経営トップと従業員との意思疎通の円滑化を図る。

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、様々な方法で部門間の交流を一層図り、企業行動に関し、相互牽制を行えるような体制をつくる。

(イ) 部門間会議の場での相互チェック

(ロ) 管理部門と現場部門の間での意見交換の場の拡大

(ハ) 人事ローテーションの活発化

企業倫理監査(内部監査部門、監査役、第三者等)を実施し、経営トップに報告する。

社会的なニーズ等を把握し、企業行動が社会的常識から逸脱したものにならないよう、企業行動に対する社外からのチェックを受ける。

(イ) 経営トップと有識者、消費者団体等との間で、意見交換のための

- 定期的な懇談会の実施
- (口) お客様相談窓口等、消費者の声を経営に活かすことのできるシステムの設置、強化
 - (ハ) 社外監査役、社外取締役等によるチェック

【企業倫理に関する中間報告】1992年 経団連より抜粋

〔企業に求められる倫理観〕

そもそも倫理とは、「自らの行いの善し悪しをはっきりさせる」ことである。企業倫理は、企業は「法人」として、経営者は「経営責任者」として、従業員は各自が「個人」として自らの行いに節度を保つことである。

企業が法を遵守することは、当然であるが、倫理は法律を守りさえすれば良いということではない。「法を守れば何をしても良い」ということは許されないし、「法によって倫理を規定する」ことも不可能である。要するに、企業が社会の健全な発展を前提に、社会的な良識を持って行動すること、言い換えれば、道徳律を守ること、それ自体が倫理である。

【関連資料】

- 「企業倫理の徹底を求める」2002年 日本経団連
- 『企業活動報告の新たな動き』2002年 経済広報センター
- 「わが社の企業行動指針」1997年3月～2002年4月 月刊 KEIDANREN 掲載
- 「企業倫理に関する中間報告」1992年 経団連

10. 本憲章に反するような事態が発生したときには、経営トップ自らが問題解決にあたる姿勢を内外に表明し、原因究明、再発防止に努める。また、社会への迅速かつ的確な情報の公開と説明責任を遂行し、権限と責任を明確にした上、自らを含めて厳正な処分を行う。

1. 背景

(1) 経営トップのリーダーシップ欠如に対する社会的批判

近年、企業不祥事が多発しており、中には国民の生命や財産に重大な損害を与え得る事例も起きるなど、大きな社会的問題となっている。これら不祥事の未然防止や発生時の対応に関しては、経営トップの強いリーダーシップが求められるが、これが必ずしも十分に発揮されず、社会の企業に対する批判を招来したケースもある。

(2) 企業の情報公開に対する不信感の増大

企業不祥事に関して、発生した事態の重大さにもかかわらず、経営トップによる迅速かつ的確な情報公開がなされないために、企業は事実を隠蔽したり責任を回避しているとの批判を招き、社会の不信感を増大させている。

(3) 企業・経営トップの責任明確化の要請

不祥事を起した企業は、徹底した原因追求のうえで責任を明確化し、経営トップを含めて厳正な処分を行うことが求められる。さらに、日本経団連としても、会員企業に対する厳格な対応を行う。

2. 基本的心構え・姿勢

- (1) 経営トップは常日頃から、危機管理の視点に立って、緊急事態の発生を未然に防止するための社内体制整備に強いリーダーシップを発揮する。
- (2) 万一緊急事態が発生した場合には、経営トップ自らの指揮の下、速やかに事実調査（情報収集）、原因究明を行い、企業としての責任ある適切な対応方針・施策を打ち出す。
- (3) 社会に対して経営トップ自ら、事実関係（事態の経過）、対応方針、再発防止策等について明確な説明を迅速かつ的確に行う。

- (4) 責任の所在を速やかに明らかにし、社会的に十分理解される形で厳正な処分を行う。事案によっては、経営トップとしての責任を十分認識した上で、自らに対し厳しい処分を課すことも必要である。

3. 具体的アクション・プランの例

経営トップは常日頃から、企業倫理・法令遵守(コンプライアンス)の徹底を目的とした適切な社内体制を整備するため、強いリーダーシップを発揮する必要がある(詳細は9章参照)。

以下、万が一の緊急事態発生に備えた事前の体制作りと、実際に緊急事態が発生した場合の対応等について、具体的アクション・プランを例示する。

(1) 事前の体制作り

緊急事態発生時の管理、広報体制の構築

(イ) 経営トップを長とする対策本部設置の準備

- ・ 対策本部のメンバー、任務、機能等の明確化(規定整備)

(メンバーは広報部、総務部、人事部、法務部、その他関連部門のスタッフを含むようにする)

- ・ 対策本部と現場を含めた情報連絡・指揮命令系統の明確化等

(ロ) 具体的な行動指針・マニュアルの作成

[行動指針・マニュアルに記載すべき事項]

- ・ 会社の危機管理に関する方針、基本理念
- ・ 緊急事態発生時の経営トップの役割
- ・ 緊急事態発生時の管理体制、関連組織の業務と権限
- ・ その他、個々の事業毎の特性に即した対応要領等

[ポイント]

- ・ 自社に起こりうる具体的事例に即して解説する。
- ・ 個々の事態において、是非すべきこと、絶対すべきでないことを整理、分類した上、箇条書きで表記する。

研修、実地訓練の実施

(イ) 一般従業員、管理職など階層別に、緊急事態への対応方法についての研修を実施

(ロ) 緊急事態発生を想定し、対策本部の設置や関係部門との連絡、広報対応等についての実地訓練を実施

(ハ) 緊急事態発生時の経営トップのマスコミ対応に関するシミュレーション研修の実施

(2) 緊急事態発生時の対応

迅速な連絡

- ・管理責任者への連絡、関係要員の招集

経営トップを長とする対策本部の設置

- (イ) 情報収集および指揮命令系統の一元化
- (ロ) 出来るかぎり迅速な状況把握
 - ・関連する全ての情報を出来る限り迅速に収集
- (ハ) 現場責任者と対策本部を繋ぐホットライン確保
 - ・現場においてはその時点で判明していることを対策本部に漏れなく報告
 - ・本部においては報告された情報を迅速・的確に整理・分析

原因究明と再発防止

- (イ) 事実の正確な把握による徹底的な原因究明
- (ロ) 社内体制の見直しなどによる効果的な再発防止策の検討
- (ハ) 報告事項、公表事項の確認・整理

マスコミ等を通じた、出来る限り早い段階での情報公開

- (イ) 社会への説明責任を果すため、対策立案を待たず、事実関係が明らかになった時点での迅速な情報公開を行う。
- (ロ) メッセージは弁解ではなく率直な事実の説明に努める。初期の段階であれば、状況の変化に応じて事実の追加、訂正はありうるものとする。
- (ハ) マスコミ等への発表は極力経営トップ自らがいき、誠実な態度で率直に語り、責任と誠意のある企業姿勢を示す。
- (ニ) 嘘の発言は絶対に行わない。ノーコメントにする場合は、その理由とコメント出来る時期を明確にする。
- (ホ) 外部(マスコミ)に対してのみでなく、企業のステークホルダーズに対する報告も行う。
- (ヘ) 社内のマスコミ等への対応窓口を一本化して混乱を避ける。

(3) 責任の明確化と厳正な処分

直接関係者に対する処分

- ・事実関係や原因が明確になり次第、就業規則等に基づき速やかに、直接関係者に対する的確・厳正な処分を行う。

事案によっては、トップも含め監督者に対する的確・厳正な処分を行う。処分内容を公表する。

4. 不祥事を起した会員に対する日本経団連としての対応および措置

(1) 本憲章に反するような事態が発生した際の日本経団連としての措置の決定手順

本憲章に反するような事態が発生した場合、会員は、速やかに日本経団連にその内容等について報告を行う。その際、日本経団連の会員資格、役員、委員長等についても適宜、自己の判断で申し出ることが望ましい。

日本経団連では、必要に応じ、定款 13 条委員会を設け、委員会は上記を参考にして、あるいは同委員会の判断で、会員から事情を聴取し、日本経団連としての対応および措置を会長に具申する。

(2) 措置の明確化・厳格化等

従来、日本経団連としての措置は、会員の申し出をもとに決定されてきた。今後はケースによってはこれに止まらず、定款 13 条委員会が独自の判断で、日本経団連としての対応および措置を会長に具申し決定していく。

【日本経済団体連合会定款 13 条】

第 13 条 会員が次の各号の一に該当するときは、総会において会員総数の 3 分の 2 以上の議決を得て、これを除名することができる。

(1) 本会の定款その他の規則に違反したとき。

(2) 本会の名誉をき損する行為をしたとき。

2 前項の規定により会員を除名する場合は、当該会員にあらかじめ通知するとともに、除名の議決を行う総会において、当該会員に弁明の機会を与えなければならない。

措置の内容としては、これまでは厳重注意、役職の退任、会員企業としての活動自粛を実施してきた。今後は、これらに加えて、会員資格の停止、退会の勧告、除名も行う。

措 置	会員資格	役 職	委員会への参加	総会への参加
厳重注意	○	○	○	○
役職の退任	○	×	○	○
会員としての活動自粛	○	○ (自粛期間中は活動停止)	×	○
会員資格停止	×	×	×	×
	(停止期間中)		(停止期間中)	(停止期間中)
退 会	×	×	×	×
除 名	×	×	×	×

(3) 不祥事を起した会員への要請

再発防止のための企業行動改善報告の提出

不祥事を起した会員に対しては、企業行動の改善策とその実施状況を日本経団連会長に報告するよう要請する。

日本経団連の企業・社会関係会合等への出席

不祥事を起した企業に対しては、企業と社会の関係に関わる会合(注)等、日本経団連会長が指定する会合に参加するよう要請する。

(注) 企業行動委員会、社会貢献推進委員会、1%クラブ、海外事業活動関連協議会(C B C C)等が主催する会合やセミナー。

(4) 回復措置

事態の改善がみられると判断された場合には、措置を解除する。

【関連資料】

- 『企業・団体の危機管理と広報』2000年 経済広報センター
- 『危機管理入門ハンドブック』1996年 日本在外企業協会編集
- 『危機管理と広報』(企業広報講座) 1993年 経済広報センター監修
日本経済新聞社

以 上

企業行動憲章 実行の手引き(第三版)

1996年12月17日 初版 発行

1997年11月7日 第二版 発行

2002年10月15日 第三版 発行

問い合わせ先：社団法人日本経済団体連合会

〒100-8188 東京都千代田区大手町一丁目9番4号

電話：(03)5204-1500(代表)

FAX：(03)5255-6255
