

# 「サステナブルな社会に向けた CSRレポート発行の推進」

2004年5月17日

(株)クレアン 園田綾子

# もくじ

1	プロフィール	…3			
2 - 1	エコテイメントグループ:プロフィール	…4			
2 - 2	:理念と方針	…5			
2 - 3	:商品とサービス	…6			
3 - 1	環境報告書からサステナビリティ報告書へ	…8			
3 - 2	報告書の基本的な役割とは?	…9			
3 - 3	報告書のターゲットは?	…10			
3 - 4	報告書のターゲット(読者)ニーズは?	…11			
3 - 5	報告書におけるオープンな対話の推進 ~ステークホルダー・ダイアログ実施例	…12 …13			
3 - 6	報告書の今後の方向性	…14			
4 - 1	GRIガイドラインの利用企業数	…15			
4 - 2	GRIとは?	…16			
4 - 3	GRIとサステナビリティ	…17			
4 - 4	なぜ今、CSR(企業の社会に対する責任)?	…18			
4 - 5	企業と社会の相互関係	…19			
5 - 1	サステナブルな社会へ向けて:政府、企業、市民の役割	…19			
5 - 2	:CSRと企業価値	…20			
5 - 3	:ビジョンの重要性	…21			
5 - 4	:ビジョン構築の手法	…23			
6	環境と経済の好循環のための行政の役割:提言1	…24			
6	:提言2	…25			
6	:提言3	…27			
7 - 1	2020年のビジョン事例 - GRI日本フォーラム	…30			
7 - 2	幸せでサステナブルな社会を未来の子どもたちに!	…31			

## 藺田綾子(そのだあやこ)

- 1963年 兵庫県西宮市生まれ。血液型B型。  
甲南大学文学部社会学科卒業後、広告代理店、リクルートに勤めたが過労とストレスから突発性急性難聴炎で入院。その後、オーストラリアに療養のため短期ホームステイ。自分の人生を見つめ直し、悔いなく生きるためには、社会に対して影響力を与える仕事がしたいと考える。
- 1988年 女性を中心にしたマーケティング会社クleanを25歳で設立。  
女性向け商品のマーケティング分野を中心に、女性雑誌の開発やイベントを手がける。
- 1995年 日本初のインターネットウィークリーマガジン「ベンチャーマガジン」を立ち上げ、編集長となる。  
そのころから、環境ビジネスをスタート。
- 1996年 「地球は今」10巻シリーズを創刊。
- 1997年 環境情報マガジンの「エコロジーシンフォニ(<http://www.ecology.or.jp/>)」をNECと共同でスタート、編集長に就任。
- 1999年 地球にも健康にもいいお買い物サイトの「マザーアース・ネット(<http://www.mother-earth.ne.jp/>)」をオープン。
- 現在 松下電器、サントリー、資生堂など40社の環境報告書の制作を中心に環境情報の発信を行う。  
環境報告書の簡単お取り寄せサイト「エコほっとライン」(<http://www.ecohotline.com>)も2002年からスタートし、エコマインドを一人でも多くの人に広げている。
- 著書にネイティブアメリカンのディープエコロジーを描いた「プレアデスの智慧」。
- 産経新聞夕刊(水曜日)のコラム「知っ得エコライフ」も好評連載中。

# 2. 1 エコテイメントグループ: プロフィール

## 会社概要

社名 株式会社クリーン (1998年8月設立)  
 株式会社ハートウェイ (2000年1月設立)  
 CSR経営研究所 (2004年4月設立)

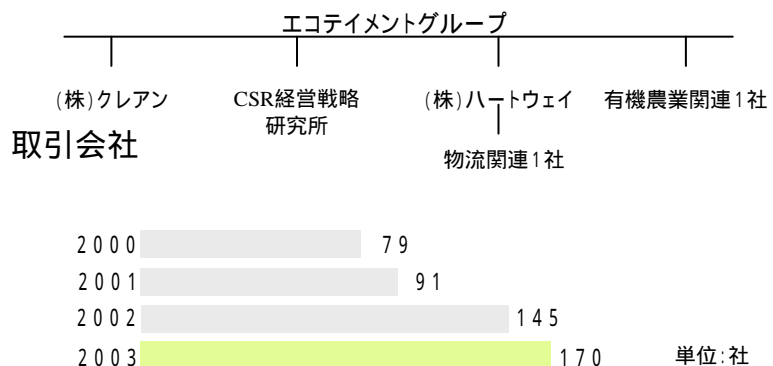
代表 クリーン代表取締役 園田綾子  
 ハートウェイ代表取締役 菱沼秀俊

従業員数 50名(契約社員を含む)  
 その他プロジェクトスタッフ30名

総資本 3500万円  
 売上高 4億6000万円 (うち クリーン 2億8000万円) [2003年度]  
 経常利益 185万円 [2003年度]

ウェブサイト 株式会社クリーン [www.cre-en.jp](http://www.cre-en.jp)  
 株式会社ハートウェイ [www.heartway.jp](http://www.heartway.jp)

## 組織構造図



## エコロジーがビジネスです

持続可能な社会を実現するために、環境コミュニケーション支援事業を中心に事業展開をしています。また、環境側面だけにとどまらず、社会性を重視したCSR活動の推進を目的としたコンサルティングやアドバイス事業も行っております。

### 環境コミュニケーション支援事業

- 環境報告書・サステナビリティレポート・CSRレポートの制作
- 環境教育ツールの制作および提供
- 環境情報ウェブサイトの企画および運営

### エコプロダクツ支援事業

- エコプロダクツ関連パンフレットおよびウェブサイトの制作
- エコウェブマーケティング
- エコプロダクツの開発および流通支援

### エコライフ推進事業

- エコ商品の通販サイト(マザーアース・ネット)の企画および運営

### クリエイティブ支援事業

- ウェブサイトの制作、DTP、編集

### マーケティング支援事業

- マーケティングリサーチの企画および実施
- データベース管理、DM発送代行など各種アウトソーシング
- ウェブサイトの企画および制作

### IT・CRM(顧客情報管理)支援事業

## 理念

---

わたしたちは、輝く笑顔があふれる地球の未来を創造します

## 方針

---

### 経済

事業の発展により安定した利益を確保し、社会づくりに貢献します。

### 環境

「バランス」と「共生」という地球と自然の原則を守り、事業活動を通じて、意識の普及と向上を図ります。

### 社会

サステナブルな社会実現のために、すべてのステークホルダーとベストの関係を築きます。

## 2. 3 エコテイメントグループ:商品とサービス

環境関連のオリジナルメディア制作

環境情報ネットワーク

イベント・キャンペーン

### 地球は今 書籍(全10巻 / CD-ROM)



地球環境問題をわかりやすく理解する  
企画・編集。CD-ROM版の監修。

### 省エネアースくん



地球は喜び、家計も得する環境家計簿  
( )の企画・制作。第2回エコライ  
: 優秀賞を受賞。

### プレアデスの知恵



インディアンの知恵に学ぶ、エコロジー  
とゲームにした書籍の執筆。

### エコロジーワールド



NECインターチャネル社の環境教育  
(総合教育)用の教材CD-ROMの原稿  
作成・監修。

### エコほっとライン

環境報告書の無料請求サイトの運営。

<http://www.ecohotline.com/php/index.php>

### マイ箸クラブ

マイ箸の普及・推進のためのネットワーク。  
「できることから」のミニストップと、エコ商  
販サイトのマザーアースネットによる  
提供。



## 2. 3 エコテイメントグループ:商品とサービス(2)

### エコロジーシンフォニー



環境やエコロジー情報を発信するウェブ  
企画・編集。NECシステムテクノ  
ロジーとの共同運営。 第一回環境goo  
大賞 ホームページ部門を受賞。

<http://www.ecology.or.jp/>

### マザーアースネット

マザーアースネット



環境に関するインターネット通販ウェブサ  
イクルの厳しいガイドラインをクリアし  
て配慮ある商品のみを扱う。

<http://www.mother-earth.ne.jp/>

### サステナビリティ報告書、環境報告書

環境報告書・サステナビリティレポートの企  
画・編集・制作。

NECシステムテクノロジー、オムロン、コクヨ、  
サントリー、資生堂、シチズン 時計、積水ハ  
ウス、ダイハツ、大和証券、帝人、東京エレクト  
ロン、日経BP社、日本板硝子、ハウス食品、  
松下電器産業、三井物産、三菱商事、  
ミニストップ、山武など、計35社 [2003年度]

#### 第7回環境レポート大賞

##### 持続可能性報告大賞

三菱商事株式会社 「サステナビリティ・レポート2003」

##### 環境報告マイスター賞

松下電器産業株式会社 「環境経営報告書2003」

##### 環境報告優秀賞

コクヨ株式会社 「環境・社会報告書2003」

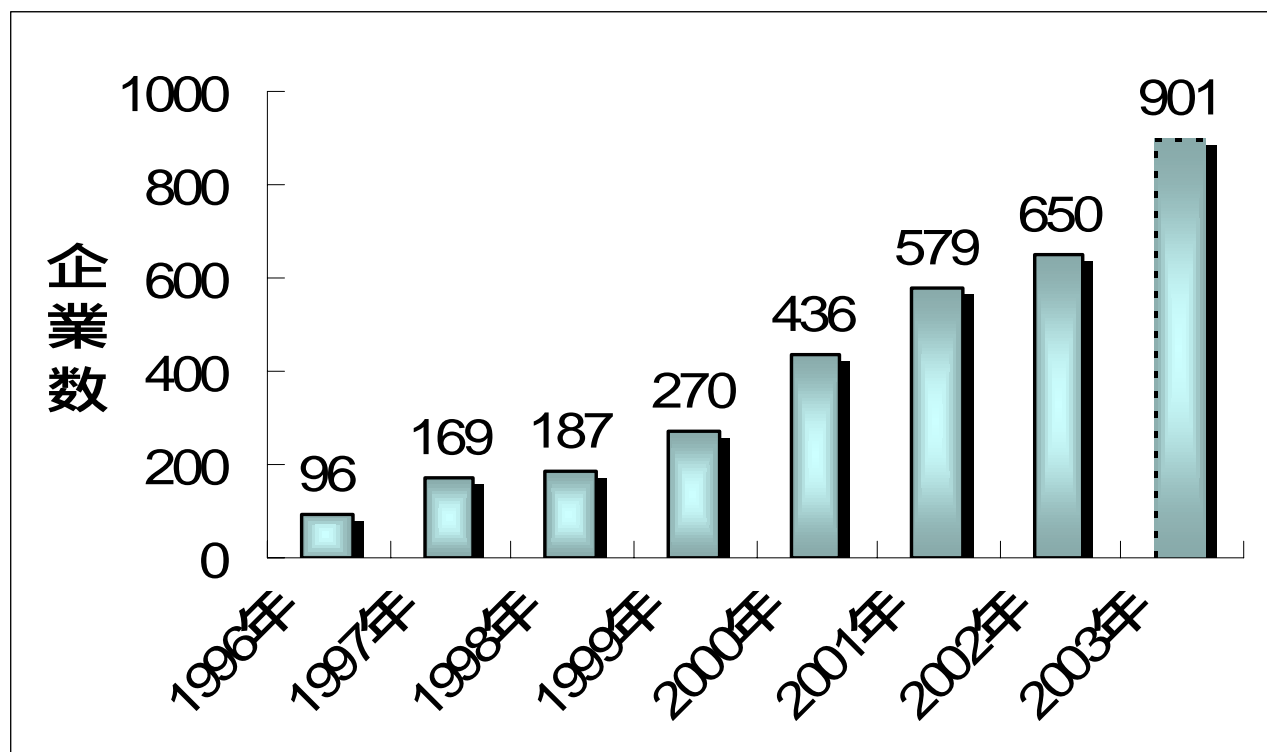
##### 環境報告優秀賞

サントリー株式会社 「環境レポート2003」

#### 環境goo大賞2003

優秀賞 大手企業一報告書 松下電器産業株式会社

## 報告書作成企業数の推移



(出所) 環境省, 『平成14年度環境にやさしい企業行動調査』(2003).



## 3. 2 報告書の基本的な役割とは？

### 社外的(社会的)役割は、コミュニケーション・ツール

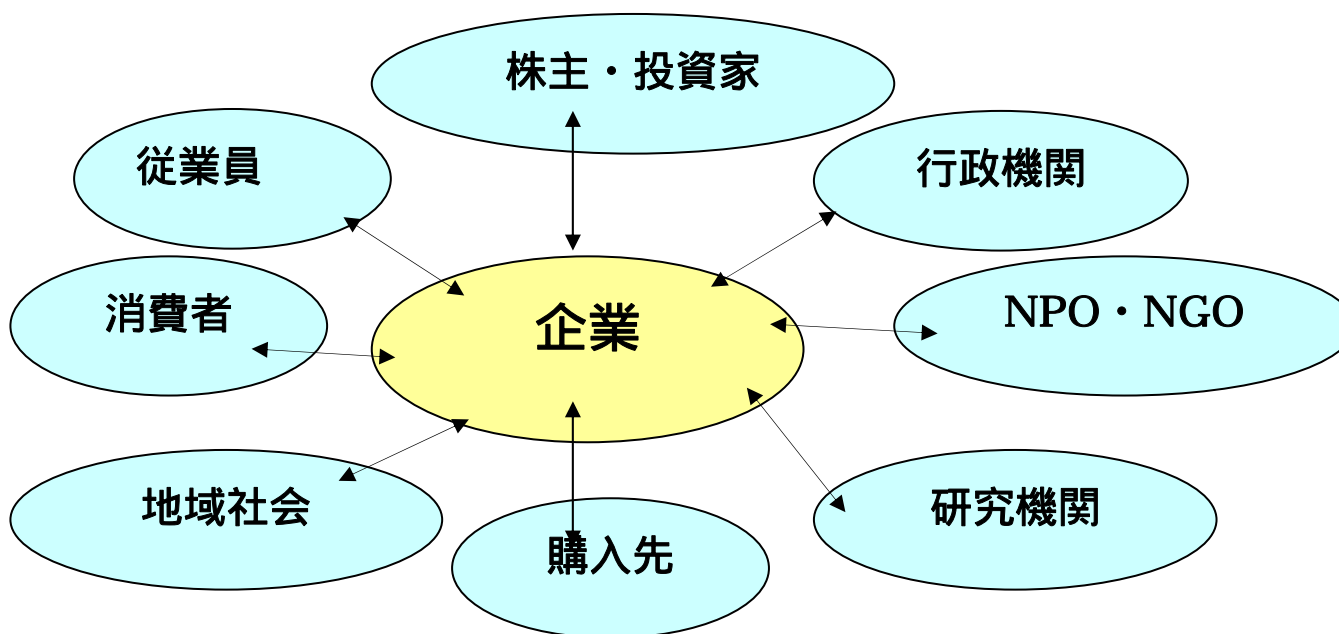
1. 事業者と「社会」とのコミュニケーション
2. 事業者の「社会」に対する説明責任に基づく情報公開ツール
3. 事業者の「社会」との 誓約(コミットメント)と、パフォーマンス評価による環境保全活動の推進

### 社内的役割は、マネジメントツール

4. 事業者自身のCSRに関する方針・目標・行動計画等の策定・見直しのためのツール
5. 経営者や従業員の意識付け・行動促進のためのツール

### 3. 3 報告書のターゲット(読者)は？

企業を取り巻くさまざまなステークホルダー



# 3. 4 報告書のターゲット(読者)ニーズは？

## ステークホルダー別の知りたい情報の具体例

環境問題の認識と環境負荷の低減についてはすべてのステークホルダーに関連した対応課題

主なステークホルダー	主な対応課題
従業員	コンプライアンス、適正な労働環境、機会均等、労使関係、安全、衛生、教育研修、能力開発など
仕入先・ビジネスパートナー	サプライチェーンを通じた社会性配慮、安全性、品質(トレーサビリティ、)など
顧客(消費者)	製品・サービスの責任、顧客への安全性配慮やサービス対応 プライバシーの尊重など
株主	コーポレートガバナンス、アカウントビリティ、企業倫理体制など
地域、社会	製品・サービスについての社会的課題、海外での社会性配慮 (サプライチェーンマネジメント、児童労働の問題)など
NGO・NPO 今日の世代と将来世代	環境経営の推進、環境負荷の低減 ディスクロージャーとパートナーシップなど

# 3. 5 報告書におけるオープンな対話の推進 ~ステークホルダー・ダイアログ実施例

## 2003年度に実施した日本企業一覧

企業名	報告媒体	名称
大阪ガス	2003環境・社会行動レポート	懇話会
オムロン	環境報告書2003	ステークホルダーミーティング
サントリー	環境レポート2003	マルチステークホルダーミーティング
資生堂	サステナビリティレポート2003	ステークホルダーミーティング
シチズン時計	環境報告書2003	エコ交流会
セイコーエプソン	サステナビリティレポート	環境報告書読書会
西友	サステナビリティ・レポート2003	西友サステナビリティ・レポート読書会
損保ジャパン	環境・社会レポート2003	ステイクホルダーミーティング
大成建設	環境報告書2003	ステークホルダーミーティング
大和証券グループ	持続可能性報告書2003	ステークホルダー・ダイアログ
電装	webにて公表	環境社会報告書読書会 (OpenHouse2003)
トヨタ自動車	Environmental & Social Report 2003	ステークホルダー・ダイアログ
トヨタ自動車	Environmental & Social Report 2003	意見交換会
日産自動車	環境・社会報告書	環境・社会レポートを讀む+質問する~発行者との協働ワークショップ~
松下電器産業	環境経営報告書2003	ステークホルダーミーティング
三井化学	レスポンシブル・ケア報告書2003	ステークホルダー工場見学会及び意見交換会
三菱電機グループ	環境・社会報告書2003	座談会
ミニストップ	環境・社会報告書2003	座談会
山武	環境報告書2003	省エネ工場見学会
リコー	環境経営報告書2003	環境報告書読書会

## 3. 6 報告書の今後の方向性

### 環境報告書からサステナビリティ/CSR報告書へ

環境から人類と企業のサステナビリティへ

サステナビリティ社会(地球環境と人類社会が持続可能な社会像)に向けて、企業が果たすべき役割を明確にし、事業活動を通して社会とどう信頼関係を築いていくのか、その方向性を経営トップが宣言した報告書(トップコミットメントの重要性)

地球環境と人類社会が持続可能となる社会に向けて、環境的な側面だけでなく、社会的な側面や経済的な側面についても理念や方針、目標、活動実績をレポート(グローバル企業は国内だけでなく世界的な視点でのレポートも)

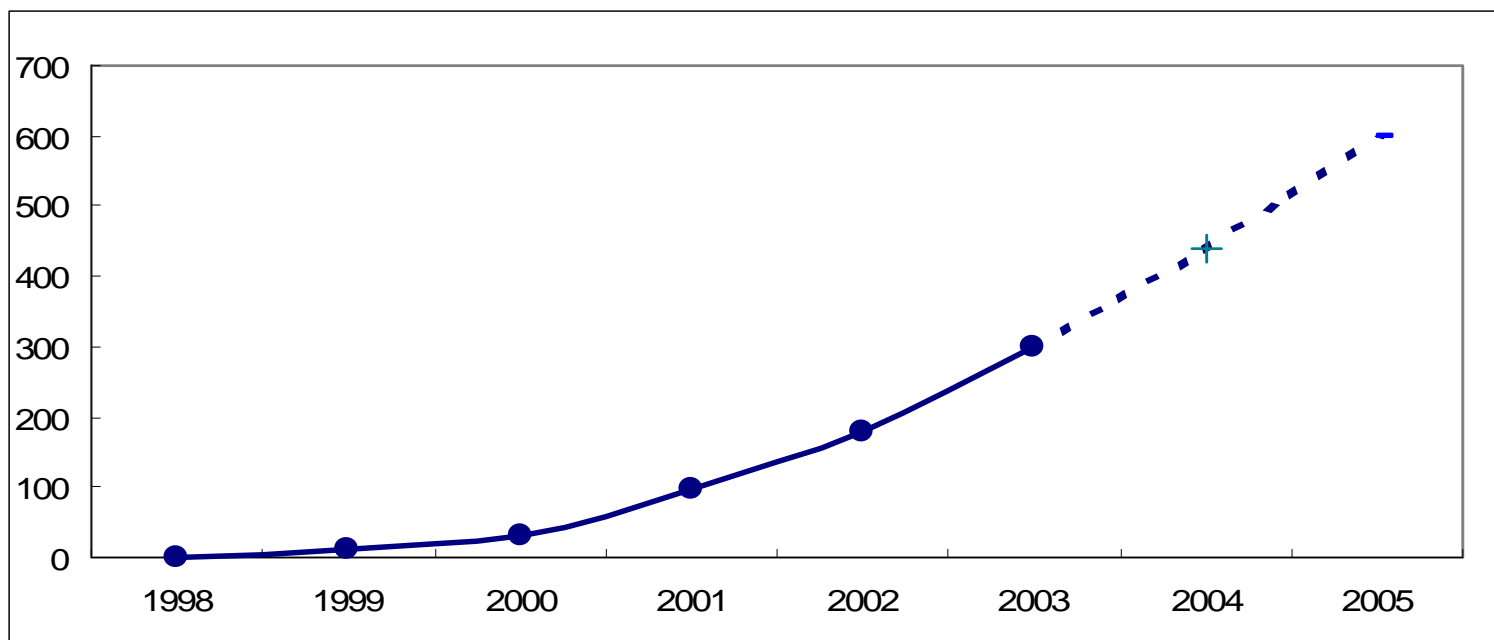
総花的な年間の活動報告だけでなく、サステナビリティ社会に向けたビジョンと戦略のあるレポート  
マルチステークホルダー重視型の(読者が知りたい内容を盛り込み、理解しやすい)レポート  
コミュニケーションツールとしての活用と同時に、社内のマネジメントツールとして活用できるレポート  
ネガティブな情報についても説明責任を果たし、企業経営の透明性を高めるレポート

**サステナブルな社会に向けたコミットメントツール  
= 信頼関係を築くツール**

# 4. 1 GRIガイドラインの利用企業数

## GRIガイドラインを参照している企業数が増加

世界での利用状況



(出所)GRI,“BUSINESS P.LAN 2003-2005”(2003), p.10.

## 4. 2 GRIとは？

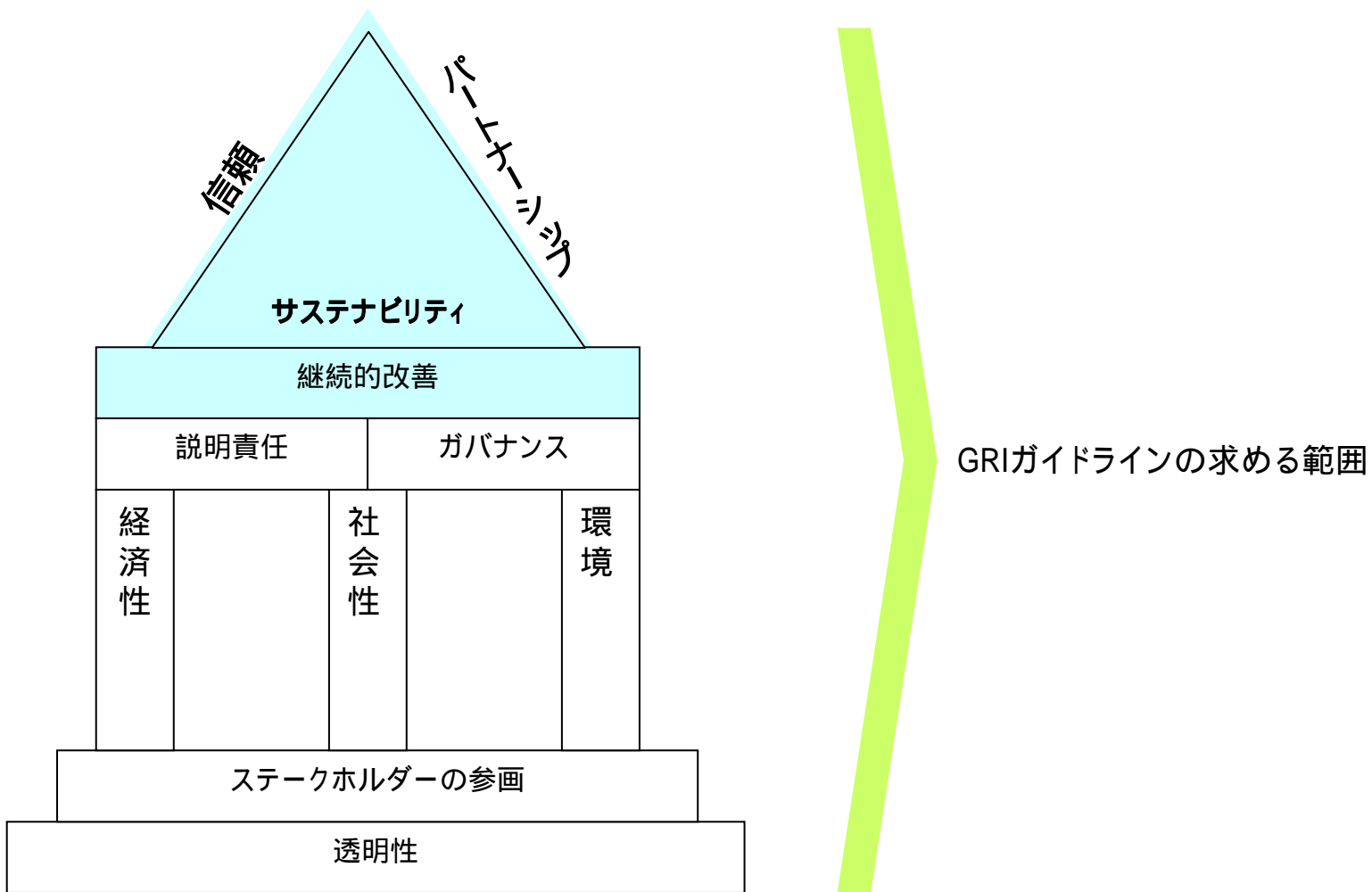
### GRI (Global Reporting Initiative)

- ・CERESがUNEPなどの協力により1997年に設立した国際的NGO。世界各地の企業、NGO、コンサルタント、会計士団体、事業者団体などのマルチ・ステークホルダーの参画による合意形成が特徴。
- ・サステナブルな社会実現のために発行される報告書の世界的な作成基準として、「GRIサステナビリティ・リポーティング・ガイドライン」を公表(改訂版 2002年)

### GRIガイドラインの主旨

- ・単に行動規範・行動基準を示すものではなく、企業や諸団体が発行するサステナビリティ・レポートの質、厳密さ、利便性の向上などを目的に、経済・社会・環境面のトリプルボトムラインによる報告を提唱。

# 4. 3 GRIとサステナビリティ



(出所) GRI“BUSINESS PLAN 2003-2005”(2003) , p.4



## 4. 4 なぜ今、CSR(企業の社会に対する責任)?

### 「企業の社会に対する責任」を改めて検討する背景

#### 企業が社会に与える影響の拡大

グローバル化の中で企業の活動領域が広がり、一企業が社会に与える影響が大きくなってきた。

#### 社会(市民)が企業を見る視線の変化

消費者意識も高まり、NPOなどが増えつつある新しい社会の下で、企業を見る目が厳しくなってきた。企業の不祥事の増加、悪質化によって、企業に対する社会的責任を迫及する声が高まってきた。

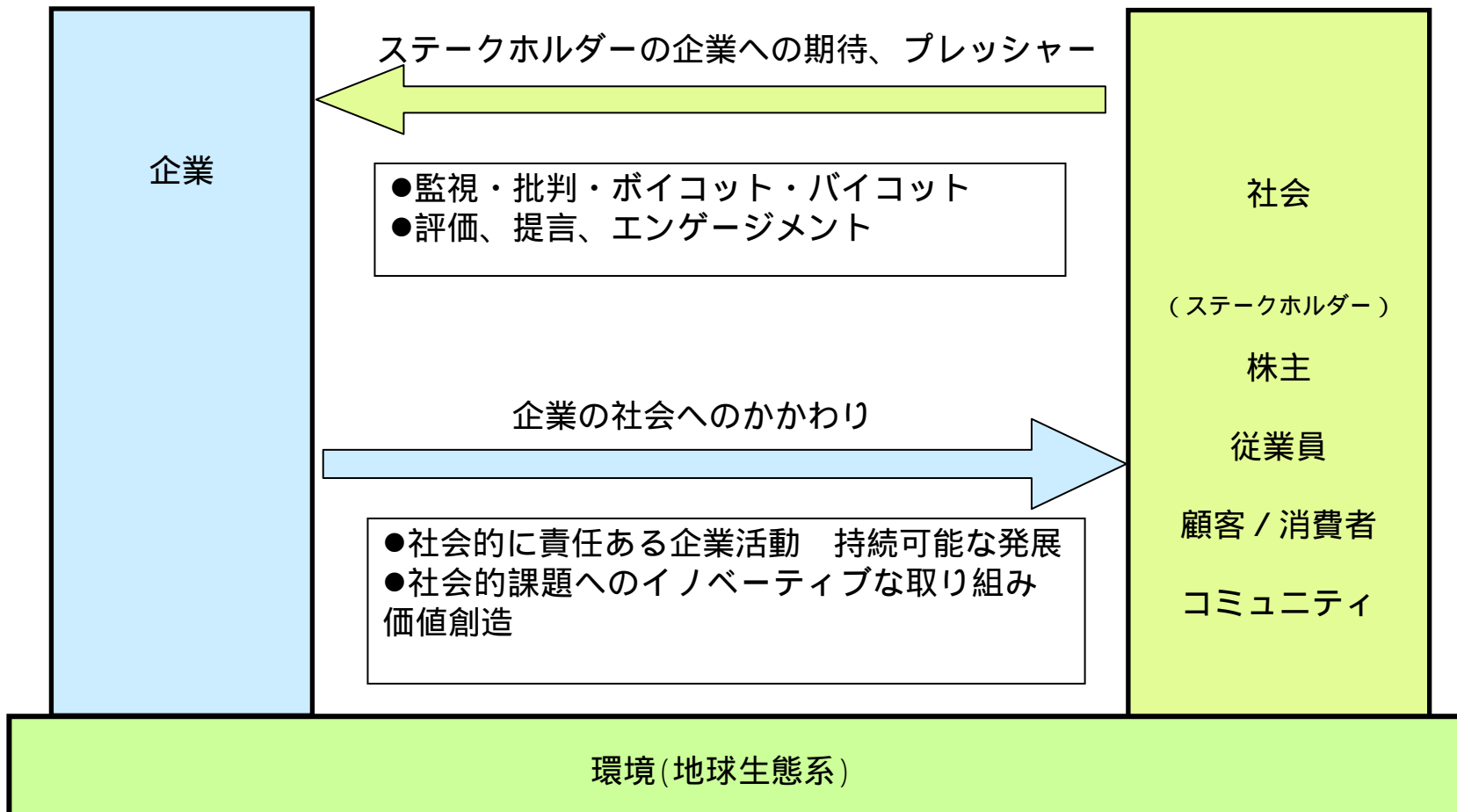
#### ゆき過ぎた「株主資本主義」の是正

いわゆる「アメリカ型経営」のゆき過ぎに対し、社会・環境・経済のバランスを取り直す経営を求める声が高まってきた。

#### 個人の価値観の変化

個人の価値観が変わりつつあり、スローライフ指向、エコロジー指向など、新しい働き方やライフスタイルを求める人が増えてきた。

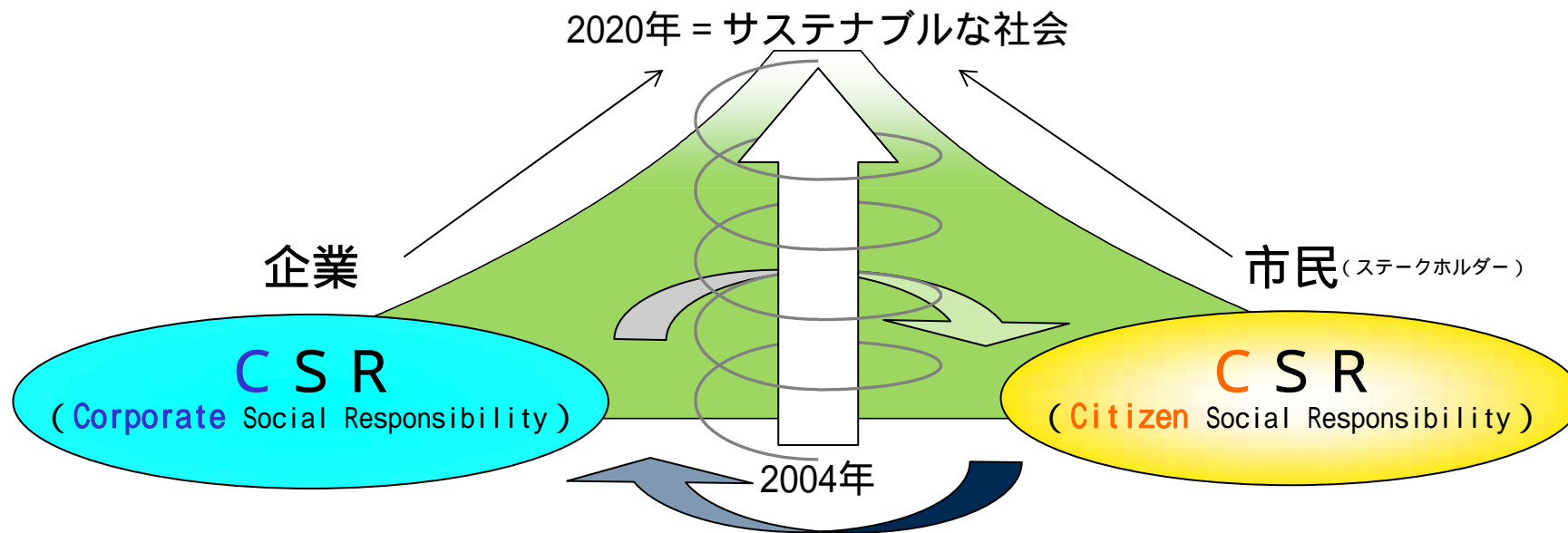
# 4. 5 企業と社会の相互関係性



(出所)谷本寛治編著『SRI社会的責任投資入門』(2003), p.31.

# 5. 1 サステナブルな社会へ向けて：政府、企業、市民の役割

## サステナブルな社会にむけて



# 5. 2 サステナブルな社会へ向けて:CSRと企業価値

## CSRは、

- トップ経営者の主導で展開すべき
- 企業戦略に統合されなければならない
- 企業の透明性、説明責任がベース
- 自社での自発的取り組み
- 様々なステークホルダーの視点で考える
- 一過性ではなく、長期にわたる展開



## その結果、

- 企業の財務価値の増大につながる
- ステークホルダーから支持が得られる



**CSRは企業価値そのもの**

(出所)谷本寛治編著『SRI社会的責任投資入門』(2003), p.307

# 5. 3 サステナブルな社会へ向けて: **ビジョン**の重要性(1)

## 海外事例

### EU

---

6項目の基軸テーマを設定。  
気候変動並びにクリーンエネルギーでは、2020年までに1990年の基準から年1%下げる計画。自動車やトラックの燃料消費量の少なくとも2010年には7%、2020年には20%を、バイオ燃料を含む代替燃料にする。

### イギリス

---

CO2排出量を2050年を目処に現在より60%削減。  
再生可能エネルギーシェアの向上やエネルギー効率の向上を推進する。

### スウェーデン

---

バックカスティングの手法を用いて、エネルギー、交通、農業、森林、食糧、消費財、家庭/オフィス、下水、都市と地方のそれぞれのセクターごとにビジョンを描いている。

### デンマーク

---

2030年までに海上風力発電所を合計400万kW建設し、電力消費量の50%を風力発電でまかなう計画。2020年までに健康と環境に有害な化学物質の販売・使用を禁止。

# 5. 3 サステナブルな社会へ向けて: **ビジョン**の重要性(2)

## 海外事例

### ニュージーランド

74ある地方議会の半数以上となる39の議会がゼロ・ウェイスト宣言。  
2015年～2020年を目標にゼロ・ウェイストをゴールとする。

### ブータン

6つの指針(アイデンティティ、調和と統一、安定、自立、持続可能性、柔軟性)の  
中心となる概念は、GNH“Gross National Happiness“。(GNPは単にお金  
の動きの指標でしかなく、これで国家の発展を図ることは無理があり、富と幸福に直接  
的な関係は存在しない。) GNHは基本的  
な生活水準に個人の精神的・感情的な満足を目指す。

### シンガポール

2012年までに全廃棄物のリサイクル率を44%から60%に引き上げる。  
発電用燃料の60%を天然ガスにする。水需要の25%を海水の淡水化や排水の  
再生利用によって賄う。

# 5. 4 サステナブルな社会へ向けて:ビジョン構築の手法

環境対策というと、ともすれば「今できることから」といった進み方をすることが少なくありません。すなわち現在の状態から前を見るフォアキャストと呼ばれる手法に基づいた考え方です。

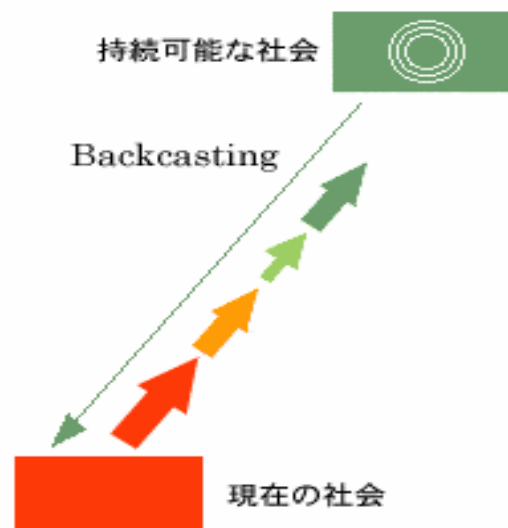
しかし、この方法では最終的に到達すべき明確な目標を持たないままに闇雲に前へ進み、環境対策に投じた費用、労力、そして貴重な時間のかなりの部分を結果的に浪費することにもなりかねません。

フォアキャスト手法



© Takashi Yoshida

バックキャスト手法



これに対して、ナチュラル・ステップが提唱するのはバックキャストという手法です。これは最終的な到達目標である「持続可能な社会」が満たすべき原則を「4つのシステム条件」によってまず明確に定義し、環境対策を考える時に常にその対策の妥当性・方向性を検証するコンパスを持ちながら進んでいく方法です。

このバックキャスト手法によって環境対策を押し進めることにより、無駄のない速やかなステップアップをはかることを目指します。

(出所) ナチュラル・ステップ・ジャパン ホームページ  
<http://www.tnsj.org/tnsj/tnsjdata/f02.htm>

サステナブルな社会づくりに向けた  
2020~2050年の国家計画  
(具体的ビジョン + 長期行動計画)  
を策定する。



企業に対し、  
「環境/サステナビリティ報告書に  
2020～2050年に向け、CSRに立脚した  
企業ビジョンと長期行動計画  
を盛り込む」  
ことを推奨する。

## 海外の事例

## フランス

## 2002.2 新経済法の制定

フランスで会社法改正(企業統治の改善、独占禁止法の強化等)の一環として制定された新経済法(Nouvelles Regulations Economiques, NRE)の第116条である。この法律は、持続性の観点から社会・環境を含むトリプル・ボトムラインについての方針と実績を、年次報告書及び財務報告書に盛り込むことを第一部上場の全企業に対して義務づけている。特に注目される社会面の報告について、この法律はヒューマン・リソース(雇用、報酬、機会均等、多様性等)、コミュニティ・インボルブメント(地域住民やステークホルダーに与える影響及び共同の取り組み等)、労働基準(ILO憲章の遵守等)の三側面から報告するべきことを定めている。

(出所)日本総研 CSRアーカイブ ウェブサイト

[http://www.csrijapan.jp/research/newsletter/001\\_01.html](http://www.csrijapan.jp/research/newsletter/001_01.html)

環境を重視したCSR推進のために  
「CSR大臣」を設置、  
同時に、CSRに取り組む  
省庁横断的組織を設置する。

## 海外の事例

## 英国

## 2000.3 CSR大臣を任命（ただし閣外大臣）

現CSR大臣であるダグラス・アレクサンダー氏は「政府の国内的役割は経済の活性化のみに留まらず、公正な社会を築くことである」と述べている。CSR大臣はこの考えに基づき、CSRを普及させるカタリスト(触媒)として多岐にわたる役割を果たしてきた。

たとえば、他省庁にわたる政府内のCSR関連プログラムを調整することのほか、CSR年次レポートの発行や、EUや国際機関と協力してグローバルレベルのCSR普及活動を担っている。そのほかにも、CSR関連企業団体を通じて議論の活性化を支援したり、企業の模範的な慣行を表彰し、奨励している。今後の目標として、企業に対して更なるCSRの導入とCSR報告書の発行を促す努力を続ける一方、＜企業の社会的責任＞という概念を大企業に留まらず中小企業にも取り込んでいく考えを示している。

(出所)日本総研 CSRアーカイブ ウェブサイト

[http://www.csri-japan.jp/research/newsletter/001\\_01.html](http://www.csri-japan.jp/research/newsletter/001_01.html)

## フランス

## 2002.5 CSR大臣を任命

## 民間企業の事例

## 松下電器産業株式会社

2003.10 社長直轄のCSR担当室を設置

松下電器は意思決定機関の「全社CSR会議」とマネジメントを担う「CSR委員会」を全社横断的に機能させ、グループ全体を統括する形でCSR活動を展開する。



松下電器のCSR推進体制

～ 自然との絆を取り戻す、プチ週末農林業～



物を大事にする心

生命の大切さ

健康・快適

食料自給率100%

地域の再生

家族のふれあい

教育・実証研究

生きがい発見

熟練の伝承

コミュニティづくり

## ACTIONS

運営資金の確保

休耕地の確保

コーディネーターの育成

仕組み化

広報

百笑ファッションの提案

