



損保ジャパン

# 損保ジャパンのCSRコミュニケーション ステークホルダーとの「対話」・「協働」

(株)損害保険ジャパン

CSR・環境推進室 室長代理 酒井香世子

# 目次

## 1. 損保ジャパンの概要

## 2. 本業でのCSR実践例

エコファンド「ぶなの森」

## 3. 損保ジャパンのCSRコミュニケーション

CSRコミュニケーションレポート  
ステイクホルダーミーティング  
インターネットを活用した対話

## 4. 外部からの評価

## 5. まとめ

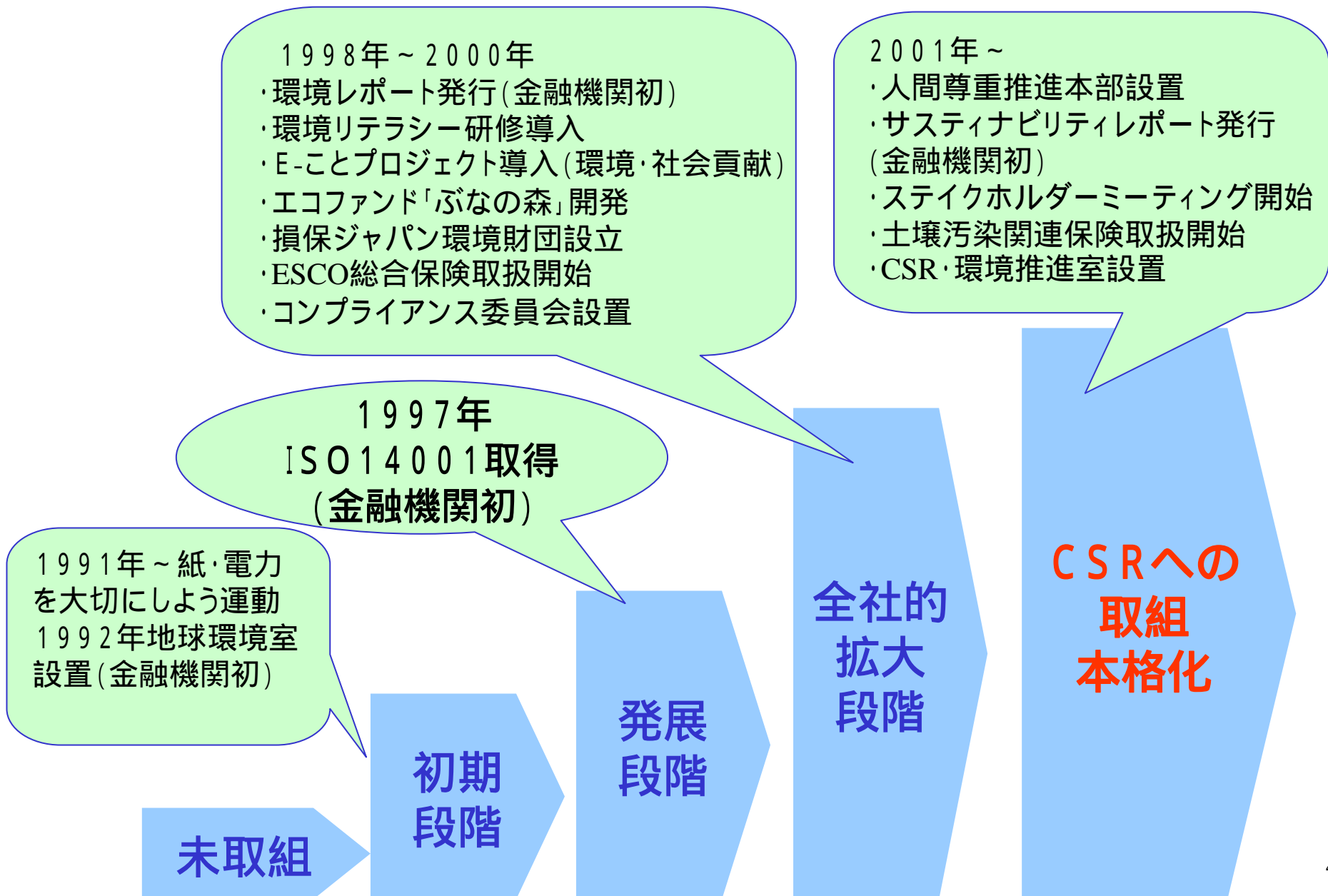
# 1. 損保ジャパンの概要

2002年7月に安田火災と日産火災が  
合併して誕生(12月から大成火災も合流)

創業	1888年10月1日
資本金	700億円
総資産	5兆0,722億円
正味収入保険料	1兆3,528億円
代表取締役社長	平野 浩志
社員数	15,529名
代理店数	69,068店 (2004年3月末)
営業網	営業部・支店107、
損害サービスネットワーク	営業課支社等490、 海外41 全国244カ所

営業網及びサービスネットワークは2004年7月1日現在

# 環境からCSRへ ~これまでのあゆみ



# 損保ジャパンが考えるCSR

損保ジャパンのCSRは、

持続可能な社会の創造に向けた**商品・サービス開発**、  
人間尊重、コンプライアンス、環境保全、社会貢献、  
ステークホルダーとの**コミュニケーション**などの  
諸課題に、自主的かつ継続的に取り組むことによって、

**顧客からの支持(CS)と社員の働きがい(ES)との  
好循環**を生み出し、**企業価値の向上**を目指す

取り組みの  
キーワード

=

全員参加

地道・継続

自主性

## 2. 本業でのCSR実践例 エコファンド「ぶなの森」

SRIの一種であるエコ・ファンド  
“ぶなの森”を99年に発売

環境に配慮した事業活動を行う企業に  
積極的に投資する投資信託商品  
証券会社、地銀、労金、信金等で販売中



純資産総額 約122億円  
(2004年10月5日現在)

# 「ぶなの森」の運用パフォーマンス

設定来の対TOPIX騰落率 9.77% (2004.10.5現在)

基準価額は、分配金を決算日の基準価額で全額再投資したものとして計算し、TOPIXと比較しております  
基準価額およびベンチマークであるTOPIX(配当含まず)は設定日を10000として指数化しております



# 「ぶなの森」購入者の特長

1. 個人投資家(特に女性)  
環境や社会問題に対する意識が比較的高い
2. 知的好奇心が旺盛な有識者
3. 日本株投資入門者
4. 会社経営者  
ISO14001認証取得企業の経営者  
自らが大口購入するケースが増加



# 投資家とのコミュニケーション

## 1. 週次レポート、月次レポート

- 週次:組入上位20銘柄
- 月次:組入全銘柄            を開示

## 2. 運用報告書

- 組入全銘柄の環境保全活動を紹介

## 3. インターネット

- 「ぶなの森」の環境評価の視点やFAQを掲載

## 4. 「ぶなの森」ニュースの発行

- 四半期に1回発行
- 環境に関するトピックスのほか組入企業の取組好事例紹介

# 損保ジャパンのCSRコミュニケーション

CSRコミュニケーションの向上のため、ステークホルダー別コミュニケーションの自己分析を実施

ステイクホルダー	コミュニケーションツール・手段	概要	双方向の手段	有効性	課題	備考
共通	社会・環境レポート	サステナビリティレポート	NPOによる第三者意見書、アンケート		多くのステイクホルダーに配布すること、アンケートの回収率向上、簡略版の作成	日本語版 初版15,000部、2,000部増刷、英語版2,500部
	HP「環境の杜」	ホームページ	当社宛E-mail		アクセス数増加のためのコンテンツ充実	年間アクセス数約40万件
	「金融機関が環境活動に取り組むワケ」	ホームページ動画	同上			同上
	ステイクホルダーミーティング	ワークショップ形式での討論	自由に意見交換		幅広い層の参加者	前回53名参加
	CSRコンソシアム	インターネット上での対話サイト	Webでの質問に対してWebで回答		アクセス数の増加	毎月5～10件
	CSRアーカイブス	インターネットでCSRの取り組みを紹介		×	アクセス数の増加	日本総研主催HP
社員	社会・環境リテラシー研修	CSRに関する社内研修	各部署で意見・要望を取りまとめ		受講率アップ	前回受講率本社99%
	社会・環境レポート編集PT	環境レポートの編集PT、原稿執筆	編集会議出席、原稿執筆		一部の社員	
			各地区本部での取り組みを取材			年間6回発行
				×	視聴率アップ	前年度13回

代理店・顧客・取引先・株主・投資家・市民・学生・地域・NPOなど  
 ステイクホルダー別に自己評価

# 損保ジャパンのCSRコミュニケーション

## CSRコミュニケーションレポート2004



日本語版	20,000部
ダイジェスト版	全社員に配付
英語版	1,500部

1998年度 環境レポート作成スタート  
(国内金融機関初)

1999年度 環境レポート



2000年度 環境・社会貢献レポート

2001年度 環境・社会レポート



サステナビリティ  
レポートを意識

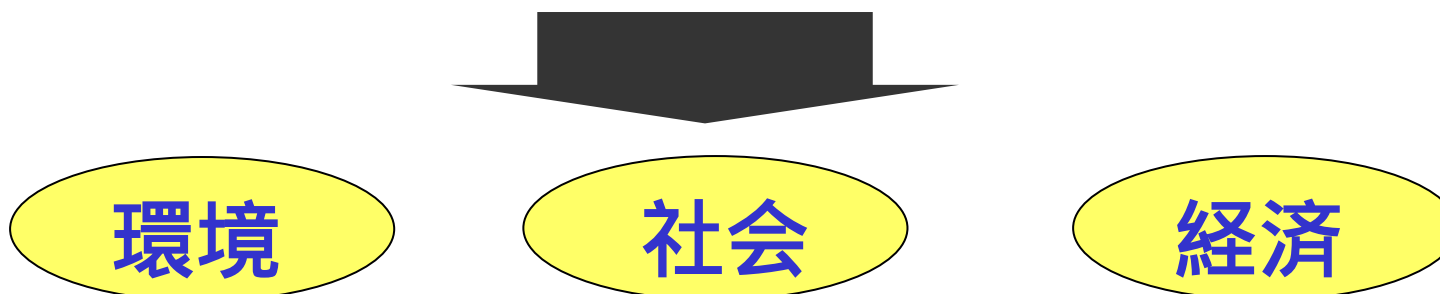
2002年度 社会・環境レポート

2003年度 社会・環境レポート

**2004年度 CSRコミュニケーションレポート**

# 方針1： 横断プロジェクトチームで製作

サステナビリティレポート掲載情報は幅広い



経営企画・IR部門、環境・社会貢献部門、商品開発部門、人事部門、顧客対応部門、国際部門等の参画  
2002年にプロジェクトチーム設置

作成に関わることで自身がCSRへの理解を深める！  
➡ 内製へのこだわり 社内コミュニケーション

## 方針2： 社員参加型の紙面づくり

掲載情報に関わった社員、提携先企業、NPOや学生のみなさんが紙面に登場し、自らの言葉で語る。

各頁の脚注に「はみだしぴあ」のような社員のコメントを掲載

- 損保ジャパンのここが好き！
- 最近私が癒された瞬間

社外から：「親しみやすい」、「誠実な印象」と好評。

社内から：自らが登場しているためPRしやすい。

今年からは本社だけでなく全国の社員も登場  
ディスクロージャ誌とあわせて活用。

「社内報  
みたい」  
との声

## 方針3： パフォーマンスデータの充実

- ・環境省

「環境報告書ガイドライン」(2000年版)

- ・経済産業省

「ステークホルダー重視による  
環境レポーティングガイドライン2002」

- ・GRI(Global Reporting Initiative)ガイドライン

などを参考に、環境面・社会面ともに  
定量的データを、ネガティブ情報も含めて  
できる限り経年的に掲載。

例：身障者雇用率

# CSRにおけるレポーティングの重要性

「アカウンタビリティ(説明責任)を果たし」、  
「透明性の高い情報開示を行う」にとどめず、  
ステークホルダーとの対話ツールとして活用する。

CSR諸活動を有機的にレポーティングに  
結びつけることで、レポートの真の価値が生まれる。  
CSR推進のマネジメント・ツールとして活用する。

「報告のための報告」  
にしない

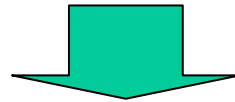
# 損保ジャパンのCSRコミュニケーション

## ステークホルダーミーティングの開催

「環境レポートを読む会」から「CSRの対話集会へ」

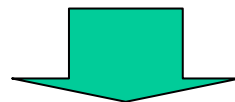
第1回

「環境ワイワイ会議～環境レポートを  
赤ペンチェックしよう！」(2002.2.25)



第2回

「環境・社会レポートを読む + 質問する」  
～ 発行者との協働ワークショップ～ (2003.2.18)



第3回

「社会・環境レポートを読む + 質問する」  
～ 発行者との対話2004～ (2004.3.16)



# 今年のステークホルダーミーティング

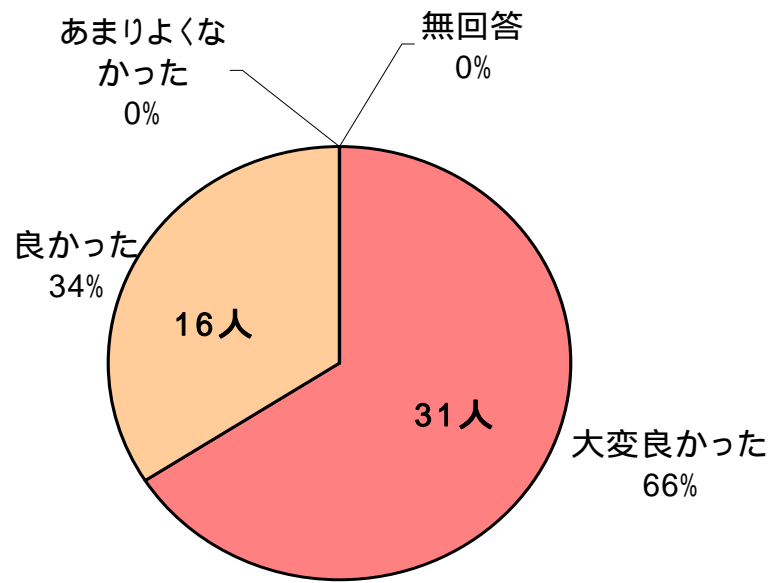
「社会・環境レポートを読む + 質問する」  
～ 発行者との対話2004～ (2004.3.16)

- ・ ワークショップ形式で楽しく討論しながら  
当社の「社会・環境レポート」に対する  
意見をちょうだいする新しいスタイルの  
コミュニケーションフォーラム。
- ・ 「屋台方式」での分散討論も
- ・ 日産自動車との共催
- ・ NPOにファシリテータを依頼



# ミーティング参加者へのアンケート

## Q: イベントの満足度は?

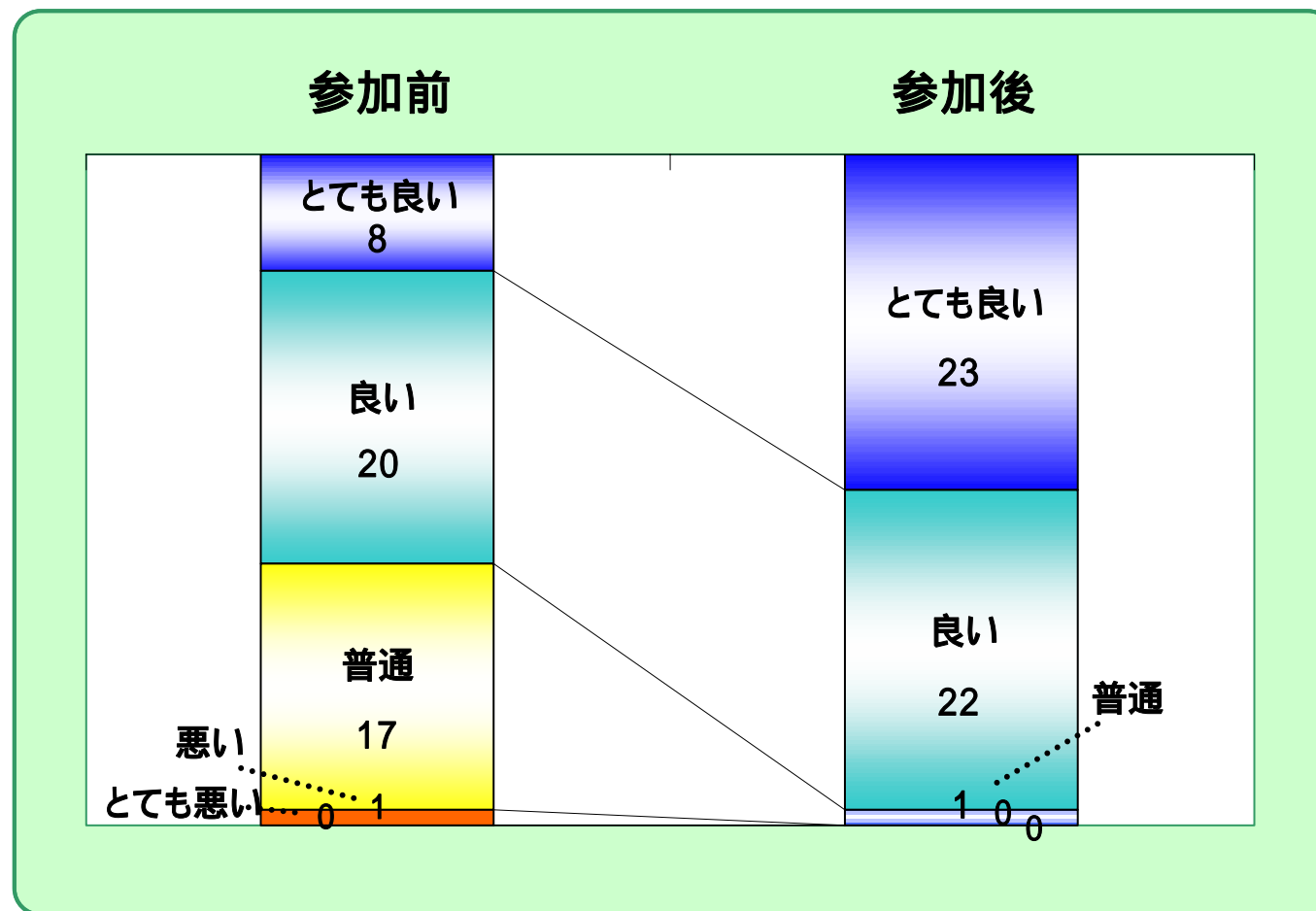


1. フェアで透明性の高い事業活動
2. よりよい商品・サービスの提供
3. 環境問題への取り組み
4. 社会への貢献活動
5. より働きやすい企業をめざして

理由として挙げられた要素	回答者数	%
テーマ別ディスカッション	27	57%
勉強になった・理解が深まった	18	38%
有意義だった	9	19%
他の参加者の意見が聞けたこと	8	17%
イベントの進行・運営	6	13%

# ミーティング参加者へのアンケート

Q: 損保ジャパンの印象は？



2004.3.16 参加者アンケート 回答46名

# ミーティング参加者へのアンケート

Q: 損保ジャパンの印象は？

[ 理由として挙げられたポイント ]

- ・ レポートに対する姿勢がよくわかった。
- ・ 顔が見える活動をしている。
- ・ 真面目に取り組んでいる。
- ・ 非製造業だが環境分野にも取り組んでいる
- ・ 働きやすい会社という印象。
- ・ 報告書に配慮や工夫が見られ熱意を感じる

# 損保ジャパンのCSRコミュニケーション

## CSRコンソーシアム(2003年9月~) ~ 対話が生み出す価値がある ~



例えば...

Q : 色々なエコファンドがありますが、違いがわかりません。銘柄選定基準の特徴は？



A : 損保ジャパングループのぶなの森では、まず環境問題への取り組みを評価し...

<http://www.csrc.jp>

### 3. 外部からの評価 - 各種表彰制度 -

- 2001 地球環境大賞の「環境大臣賞」受賞
- 2001 人形劇場「ひまわりホール」が企業メセナ協議会の「メセナ大賞」を受賞
- 2002 企業の社会貢献賞の「環境保護賞」受賞
- 2002 日経環境経営度調査で非製造部門第2位
- 2002 環境レポート大賞で「優秀賞」と「持続可能性報告奨励賞」をW受賞
- 2003 市民のための環境公開講座が「地球温暖化防止活動大臣表彰」受賞
- 2003 日経環境経営度調査で非製造部門第3位
- 2003 環境レポート大賞で「持続可能性報告優秀賞」受賞
- 2004 インテグレックス社の「企業の誠実さ・透明性(倫理性・社会性)調査」で調査対象877社中第1位
- 2004 厚労省東京労働局「平成16年均等企業表彰優良賞」を受賞
- 2004 日経働きやすい会社2004ランキングで第8位。金融機関ではトップ

### 3 . 外部からの評価 - SRIインデックスへの組入 -

#### インデックスとは？

調査機関が一定の基準に基づき選定した企業銘柄群。世界の金融機関がこれらのインデックスを活用してSRI投資信託商品を開発している。

**(インデックスに組み入れられる = 株式が世界で購入される機会が広がる)**

#### Dow Jones Sustainability Group Index (1999 ~ )

- ・スイスの社会的責任投資アドバイス会社SAM社とアメリカのダウ・ジョーンズ社が共同で開発したインデックス。(略称:DJSI)

#### FTSE 4 GOOD Index (2001.2 ~ )

- ・フィナンシャルタイムスとロンドン証券取引所が所有するFTSEがイギリスの社会性調査機関EIRISと共同開発したインデックス。

#### Ethibel Sustainability Index(2002.6 ~ )

- ・ベルギーの社会性調査機関エシベル社が開発したインデックス。
- ・世界の230社を組入。日本企業は36社。

#### モーニングスター SRIインデックス(2003.5 ~ )

- ・日本の特定非営利法人、パブリックリソースセンターが独自のアンケート調査に基づき選出した組入対象候補企業群を利用。
- ・最終的にモーニングスターが150社を選んでSRIインデックスを組成。

(<http://www.morningstar.co.jp/>)

損保ジャパン  
組入

## 4. まとめ ステークホルダーとのCSRコミュニケーション

