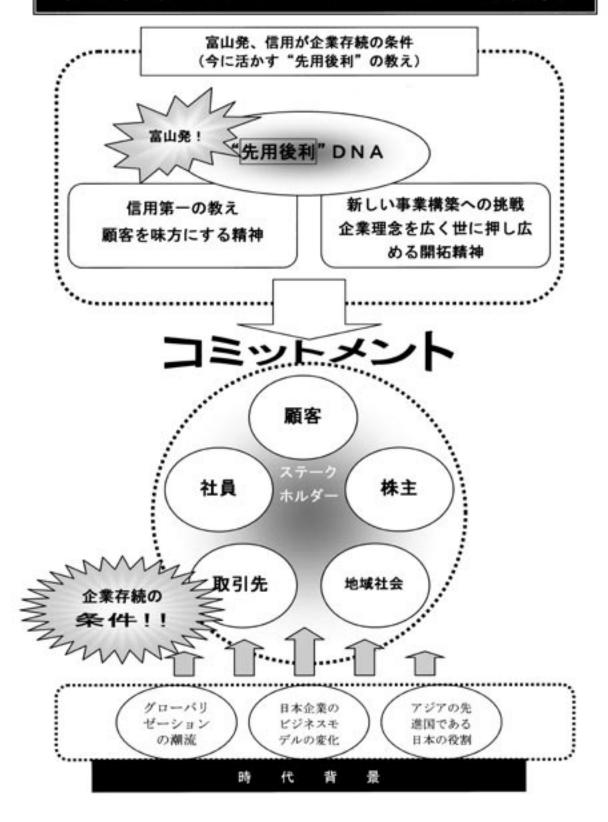
提言

平成 22 年 4 月

富 山 経 済 同 友 会 経営・CSR委員会



富山発、信用が企業存続の条件

~今に活かす"先用後利"の教え~

目 次

1	はじめに2
2	経営・CSR委員会の役割3
3	そもそも「社会的責任」とはなんでしょう?3
4	C S R の誤解·······3
5	日本企業におけるCSRの取り組み4
6	富山経済同友会会員企業においてのアンケート調査結果4
7	現地調査結果6
8	富山発、CSRコミットメントの提言6
9	富山発、CSRコミットメントの内容7
10	コミットメント参考例8
11	\$ わ り <i>「</i>

☆先用後利とは

「用を先に利を後にし、医療の仁恵に浴せざる寒村へき地にまで広く救療の志を貫通せよ」という富山藩二代藩主・前田正甫の訓示が出典と伝えられる。 未開の地へ踏み込んでいく開拓精神や顧客との信頼 関係を何より重んじる越中人の精神を端的に表した もの。

☆コミットメントとは

明言し、責任をもって約束すること。





1 はじめに

委員長 塩 井 保 彦

<時代の背景>

- グローバリゼーションとは世界中が豊かになること、私たちはグローバリゼーションが進むことで社会構造の大きな変化の潮流にいることを認識しなければならない。
- •日本企業のビジネスモデルは変わる。資源輸入→加工→輸出のモデルから各国企業と技術やサービスや販売において協調できるしくみを構築しなければならない。
- •70億人を超える世界の人口は毎年1億人ずつ増えている。この世界人口のおよそ半分の35億人はアジアにいる。私たちはアジアの中の日本ではなく、アジアを事業領域とした経営の推進を考えなければならない。アジアの先進国である日本の役目はアジア各国へのCSR経営の実践が基軸と考える。

<委員会活動>

- 私たちは「富山発、信用が企業存続の条件」(今に活かす "先用後利"の教え)をテーマにこの地域経済を背負ってきた先達の歴史的背景を学び、これからのこの地域経済成長の条件を探ることとした。
- 私たちは地方発の日本経済再生に役立つ CSR 実践事例を 5人の講師から学び、委員会での討議の時間を持つことができた。
- ・私たちは会員企業の参考となるべく身近な企業のCSR方針やCSR実践事例づくりを行い、今後の会員企業がCSR経営を実践することを期待した。

<富山発アジアグローバルカンパニーの条件>

- ・いま私たち経営者に求められるのは350年前の鎖国の時代に通行手形(パスポート)を持って寒村僻地に救療の志を貫通した先達の道なき道を切り開く先駆者精神、大きな志、強靭な精神力ではないか。
- 企業は誰のものか?顧客、社員、取引先、株主、地域社会、これら全ての方々とのヒューマンネットワークの形成が企業成長の条件と私たちは考える。特にアジアのこれら*ステークホールダーとのヒューマンネットワークの形成が不可欠と考える。厳しい時こそ顧客を味方にする "先用後利"の精神を持った「富山発、CSRコミットメント企業」の醸成をし続ける必要がある。
- 私たち経営者は新しい事業構築への挑戦をしなければならない。新しい市場、新しい事業、

^{*}ステークホルダーとは、企業の利益にかかわる、株主、従業員、地域社会、顧客、取引先をさす。

新しい製品、新しい技術、新しいサービス、これらを構築することでアジアの人々の生活 の向上に役立つ努力をすべきと考える。

く3つのテーマ>

富山発アジアグローバルカンパニーの形成をめざすには次の3つのテーマを今後構築する ことが必要と感じたことを申し上げおわりの言葉としたい。

- ① 人口減少少子高齢化社会における地方中小企業成長の条件
- ② アジア商圏における地方中小企業ビジネスモデルの構築
- ③ 社会構造の変化に対応する産・官・学の役割り

2 経営・CSR委員会の役割

2008年9月のリーマンショックに始まるアメリカ発世界同時不況はまたたくまに富山の企業にも多大な影響を与えた。目の前の売上がどんどん減っていく中で企業はその対応に追われる日々が今も続いている。

そのような外部環境のなか、経営・CSR委員会としては何を提言できるのか迷った。こんなときこそ、原点に返り"顧客満足とは"を再度見直して経営の強化に当たろう!と声高に訴えても、そんなきれいごとで経営は立ち行かぬとの本音が聞こえてきそうな環境のなか、それでも信用こそが企業存続の条件であると委員会では再確認した。

今だからこそ経営の原点に戻って、CSRの視点より自社の経営を検証すべきである、そんな提言をしていこうと確信した。委員長挨拶にもあるが、企業は誰のものであるかの問いに企業は顧客のもの、社員のもの、会社に関わるすべての人のもの、よって「会社は社会の公器である」と我々は心の底から言えるであろうか。企業の社会的責任という観点で会社を見直すことはきれいごとであろうか。

委員会ではいまこそ、いったい会社は何のために存在するのか?こんな経済環境だからこ そ、会社存続のためにいったいどのような視座を持つべきなのかを改めて会員各社に問いた い。

こんなときだからこそ企業は社会的責任(CSR)の観点から自らのベクトルを定めるべきであると主張し、CSRコミットメントを会員各社におこなってもらうことを提言する。

3 そもそも「社会的責任」とはなんでしょう?

企業の社会的責任:CSR(Corporate Social Responsibility)は、企業が利益を追求するだけでなく、組織活動が社会へ与える影響に責任をもち、あらゆるステークホルダー(利害関係者:顧客、投資家、社員及び社会全体)からの要求に対して適切な意思決定をすることをさす。

4 CSRの誤解

誤解されやすいことであるが、CSRは法令遵守そのものや、顧客や消費者に、その企業に対しての信頼や安心感などプラスのイメージを与えることを企図したPR活動やCI活動(corporate identity)と誤解されることがある。PR活動やCI活動は企業の営業活動の一環としておこなわれるものであるが、CSRは企業経営の根幹において企業の自発的活動として企業自らの永続性を実現し、また、持続可能な未来を社会とともに築いていく活動である。また、企業倫理とも誤解されがちであるが、企業倫理が、営利活動を含めた企業のすべての活動を行う際の規範であるのに対して、CSRは企業の自発的活動であり、あるいは企業行動に際して、社会的存在としての企業が、利害関係者からあるいは社会から自発的に行動するよう求められるものである。

5 日本企業におけるCSRの取り組み

日本においては、CSRに対する取り組みは諸外国に比べても早く、1970年代から企業の社会的責任ということばが使われていたようである。しかしながら、一般に日本企業がCSRに期待するものは、「企業の持続的発展」であり、そのため、しばしば企業の社会的責任は企業の社会的責任は企業の社会的貢献や企業イメージの向上を図る諸活動(いわゆる寄付、*フィランソロピー、*メセナのこと)のように考えられ、このため企業収益を実現した後の活動のみを指すものと誤解されることが多かった。実際、多くの大企業では、寄付、フィランソロピー、メセナを担当していた部署が、そのままCSRを冠する部署になったケースが多いのが現状である。また、企業活動における利益実現が主の目標でCSRは従と考えている企業経営者はいまだ多く、利益幅の小さな企業におけるCSRの活動の取り組みはあまり進んでいない。近年特に企業不祥事とそれに対する企業統治の実現や法令順守の問題の文脈でCSRが語られることが多い。経済団体などではCSRの普及に努めており、一定の成果をみせているものの、特に日本の企業において圧倒的に多い中小企業の意識の変化には時間がかかると思われる。

6 富山経済同友会会員企業においてのアンケート調査結果

そこで、富山経済同友会会員企業においてはどのようなCSRに関しての取組みが行われているのかのアンケート調査を平成21年8月に行ってみた。85社の会員より回答をいただき、それぞれの項目に関してどの点を重点戦略とされているのかをお聞きした。結果は次ページ、調査結果概要をご覧いただきたい。

^{*}フィランソロピーとは、企業が医療・福祉・環境保全活動に参加協力すること。

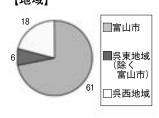
^{*}メセナとは、企業が文化的社会事業を支援すること。

CSR(企業の社会的責任)に関するアンケート調査 結果概要

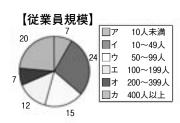
●調査概要

- ①富山経済同友会会員380社に対して郵送にてアンケートを送付し、FAXにて回収した。
- ②調査実施日 平成21年8月31日
- ③回答数 85社 (回答率22%)

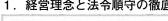
●回答社の特徴 【地域】

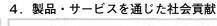


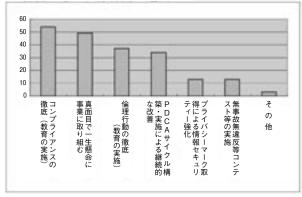


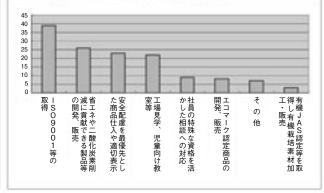


1. 経営理念と法令順守の徹底

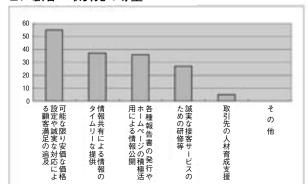




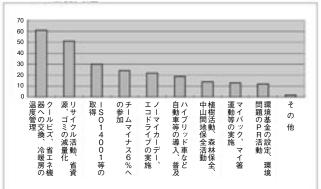




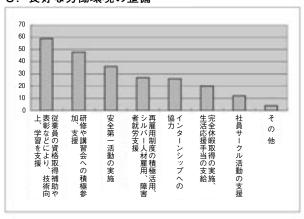
2. 顧客・取引先の尊重



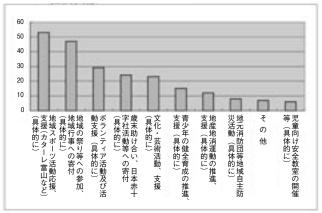
5. 環境問題



3. 良好な労働環境の整備



6. 社会貢献



7 現地調査結果

アンケート調査の結果を受け、活発に活動されている11社の企業を訪問し、現在行っておられる企業活動をCSRの観点から再度まとめていただくようお願いした。その結果は「10コミットメント参考例」の通りであるが、この調査を通じてお聞きした意見をまとめると

- 1 CSRは当たり前のこと、決して小難しいことではない。
- 2 当たり前のことを、整理し見直すことで新たな発見が見つかる。
- 3 富山に面々と息づく「先用後利」は決して製薬会社だけの考え方ではない。
- 4 ステークホルダー本位の視点で自社を見直すきっかけになった。

等々の感想をいただいた。

8 富山発、CSRコミットメントの提言

委員会からは、自社のCSR活動を再度「先用後利」の考え方から整理・見つめ直ししていただくことをお勧めしたい。

「先用後利」とは①会社は信用第一であるということ②企業理念を広く世に押し広める開拓精神の必要性を説いたものである。そんな信用を重んずる心とフロンティア精神はDNAとして富山の企業の魂となっていると考える。

自社はステークホルダーにどのような思いでのぞむか?そしてその考えは「先用後利」の 考えをふまえるとどのような基本方針になるのか?日頃行っておられることを整理する意味 におきましても、ぜひコミットメントされることをお勧めする。コミットメントしていただ く相手はお任せする。お客様かもしれない、社員に対してなのかもしれない。各社の事情に よって違うであろうから皆様にその点はお任せする。

ステークホルダーに必ずコミットメントしていただくこと、コミットメントですから必ず 実践していただくことをお願いして、委員会からの提言とする。

会員各社の明るい未来のため、自社に関わるすべての人の幸せのため、笑顔があふれる豊かな社会のために、"富山発"富山の企業だからできるコミットメントを多くの方にしていただくことを希望する。決して難しい宣言を強要するものではないが「10コミットメント参考例」を参考にしていただければ幸いである。

富山発、CSRコミットメント

		<u></u> 会	社名				
	企業の社会的責	賃任(CS	R)				
responsibility (責任) response ability (応答能力) 対応のしかたは		社会人	的責任組織)と	亡人(組糸		引の関係との関係	
5つのカテゴリーのステーク	7ホルダーに対する実践事項		顧客	社員	取引先	地域社会	株主
	上先用後利□	· D考え ·]				
先用後利の考えを受けて わが社の理念を実現する 基本方針	•						

☆先用後利とは・・「用を先に利を後にし、医療の仁恵に浴せざる寒村へき地にまで、広く救療の志を貫通せよ」という富山藩二代藩主・前田正甫の訓示が出典と伝えられる。未開の地へ踏み込んでいく開拓精神や顧客との信頼関係を何より重んじる越中人の精神を端的に表したもの。

- <記載方法>-

企業の社会的責任を考えるうえで、左側欄(対応のしかたは)にはどのようなことを行っているか現在の実践事項と近い将来の予定事項もあれば記述してください。そして、この行為は誰を意識して行うものか該当する項目に〇印をつけてください。最後にその実践事項は「先用後利」の考えにつなげるとどのような基本方針になるのか記載してください。

10 コミットメント参考例

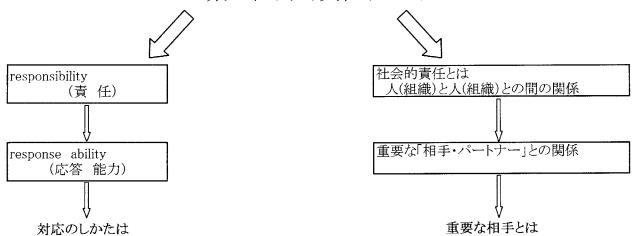
会員みなさまがコミットメントしていただくに当たっての参考例を示します。現地調査をさせていただいた11社よりご回答いただいたシートをご覧いただきたい。5つのカテゴリーのステークホルダーに対してバランスよく、そして、真摯に取り組んでおられる姿がわかる。何より、先用後利の考えが経営理念となり、社訓として明記されていることがわかる。ぜひ、みなさまがご記載される際に参考になさっていただきたい。

■ご協力頂いた、11社

- 学校法人 浦山学園
- 大高建設株式会社
- 株式会社廣貫堂
- 柴田電気工事株式会社
- 末広開発株式会社
- 株式会社チューリップテレビ
- トナミ運輸株式会社
- 株式会社富山県義肢製作所
- 日本海ガス株式会社
- ファインネクス株式会社
- 株式会社ユニゾーン

会社名 学校法人 浦山 学園

企業の社会的責任(CSR)



(<u>含む高校)</u> (学生)(教職員) 取引先 地域社会 株主 5つのカテゴリーのステークホルダーに対する実践事項 顧客 社員 ·情報公開への対応(HP) 0 0 0 0 O 0 ·FD·SDへの取り組み(教育的質の向上への組織的な取り組み) $\overline{\mathsf{O}}$ 0 ・学生への個別対応 $\overline{\circ}$ ·各種外部講座の開催(介護技術講習等) \circ 0 0 O ・外部への校舎貸出 O $\overline{\circ}$ $\overline{\mathsf{O}}$ ・教職員の高校への出張講座 ・教職員の各種公的機関・団体等の委員就任 O 0 O O ・外部向けフォーラムの開催 ・親学への取り組み O ・教職員評価制度の実施 0 O $\overline{\mathsf{O}}$ $\overline{\mathsf{O}}$ O ·ISOの実施 $\overline{\circ}$ ・第三者評価への取り組み O O ・障害者の雇用



先用後利の考え



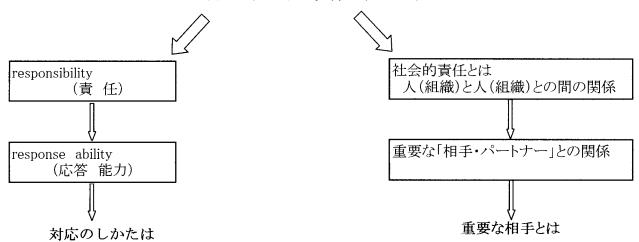
先用後利の考えを受けて わが社の理念を実現する

基本方針

- ・より時代のあった高度な専門性を高める教育機関。
- ・人間としての素養・教養を高め、個性・自主性を重視する。
- |・知行合一を基本にした実践躬行。
 - ・より良き社会の形成に貢献できる人材育成を期する。

会社名 大高建設株式会社

企業の社会的責任(CRS)



5つのカテゴリーのステークホルダーに対する実践事項	顧客	社員	取引先	地域社会	株主
・法令・社会規範の遵守(コンプライアンス教育)	0	0	0	0	0
・安全な商品の提供及び品質保証	0		0	0	0
・ホームページによる情報開示	0	0	0	0	0
·工事見学	0	0	0		
・子供110番の設置(工事現場事務所へ)				0	
・AEDの設置		0			
・労働安全衛生の計画的実施		0		0	
・キャリア開発支援制度		0			
・ワークライフバランス		0			
·社内表彰制度		0			
・次世代育成支援の取組		0			
・定年退職者再雇用の取組		0			
・飲酒運転撲滅運動への参加				0	
・地域スポーツ活動応援				0	
・ノーマイカーデー運動への参加			:	0	:
・リサイクル活動の推進				0	

先用後利の考え

先用後利の考えを受けて わが社の理念を実現する 基本方針

・公共事業の建設を通じて、社会資本の整備を推進し、地域社会へ安全と 安心を提供し、社会的責任を果たす。 ・創業の精神(チャレンジ・ハングリー)を持つ優れた従業員によって培われ

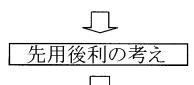
た技術力により、地域社会からの信頼を基盤とし、社業の発展をはかる。

株式会社 廣貫堂 会社名

重要な相手とは

企業の社会的責任(CSR) 社会的責任とは responsibility 人(組織)と人(組織)との間の関係 (責 任) 重要な「相手・パートナー」との関係 response ability (応答 能力)

5つのカテゴリーのステークホルダーに対する実践事項	顧客	社員	取引先	地域社会	株主
・法令・社会規範の遵守(コンプライアンス教育)	0	0	0	0	0
・安全な商品の提供及び品質保証	0		0	0	0
・ホームページによる情報開示	0	0	0	0	0
·IR活動	0		0		0
・工場及び資料館見学	0		0	0	
・お客様相談室の設置	0		0		
·AEDの設置	0	0		0	
・労働安全衛生の計画的実施		0		0	
・研修制度の充実		0			
・キャリア開発支援制度		0			
・ワークライフバランス		0			
・社内表彰制度		0			
・次世代育成支援の取組		0			
・定年退職者再雇用の取組		0			
•持株会制度		0			
•障害者雇用の取組				0	
・飲酒運転撲滅運動への参加		·		0	
・献血の協力推進				0	
・地域スポーツ活動応援				0	
・ノーマイカデー運動への参加				0	
・リサイクル活動の推進				0	
・インターシップ制度				0	
・(予定)健康相談室の設置	0		0		
・(予定)メンタルヘルスサポートシステム		0			
・(予定)事業継続計画〈BCP〉の策定	0		0	0	



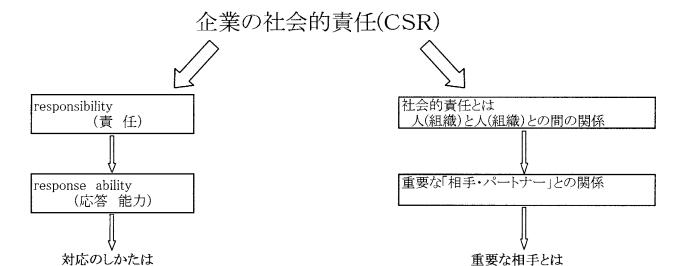
先用後利の考えを受けて わが社の理念を実現する 基本方針

対応のしかたは

・医薬品の製造販売を通じて、大衆の疾病の予防と治療、健康の増進に寄与すべき社会的責任を果たす。・優れた医薬品と。優れた従業員によって、培われる信用を基盤として社業の

発展をはかる。

会社名 柴田電気工事株式会社



5つのカテゴリーのステークホルダーに対する実践事項	顧客	社員	取引先	地域社会	株主
・法令、社会規範の遵守(社員への教育)	0	0	0	0	0
・ISOによる品質向上への取り組み	0	0	0	0	0
・社外安全大会の参加、社内安全大会、安全会議の実施	0	0	0	0	0
・緊急時の対応(24時間体制)	0	0	0	0	0
・ホームページによる情報開示	0	0	0	0	0
・社員の健康管理		0			
•社員表彰制度		0			
•資格取得、自己啓発支援(社外・社内研修)		0			
•社員持株会		0			0
・定年退職者再雇用の取り組み		0			
・社内安全パトロールの実施(各現場)	0	0	0		
-安全運転1・2・3運動への参加		0		0	
・インターシップの受け入れ				0	
・リサイクル活動の推進				0	
·こども110番運動への参加				0	
・地域スポーツ活動支援				0	



先用後利の考え



先用後利の考えを受けて く社訓> 柴田電気工事は社員の幸せを追求し、社業の発展に努め わが社の理念を実現する 社会に貢献する。 基本方針 <品質方針> 熱意と創意をもって継続的改善活動を行い、お客様に満足 いただける信頼性の高い品質とトータルサービスを提供する。

富山発、CSRコミットメント 会社名 末広開発株式会社 企業の社会的責任(CSR) 社会的責任とは responsibility 人(組織)と人(組織)との間の関係 (責 任) 重要な「相手・パートナー」との関係 response ability (応答 能力) 重要な相手とは 対応のしかたは 5つのカテゴリーのステークホルダーに対する実践事項 顧客 社員 取引先 地域社会 株主 法令の遵守及び透明性の確保 0 О 0 О 0 O O O ・ホームページによる情報開示 0 ・魅力的なテナント誘致と安定的確保 0 0 0 O ・指定管理業務受託による官・民一体となった賑わいの創出 0 0 0 0 0 0 0 各種イベントの実施 0 O O 0 ・情報発信・企画発信による街づくり支援 0 0 ・施設見学への積極受入れ 0 O 0 AEDの設置 0 各研修会への参加 ・多岐に渡る業務への対応(少数精鋭主義) 0 先用後利の考え

先用後利の考えを受けて わが社の理念を実現する 基本方針 ・経営の透明性を確保し、信頼経営を実践することにより「学び、ふれあい、楽しむ、 出会いのステージ」として市民に愛され、高岡市中心市街地活性化に寄与すべき 社会的責任を果たす。

・各種イベント、情報発信、街づくりを積極的に実践することにより、中心市街地に 賑わいを創出し地域の発展を図る。

会社名 ㈱チューリップテレビ 企業の社会的責任(CSR) *地域メディアは公共性が高い為 企業活動(放送)そのものがCSRと考える。 社会的責任とは responsibility 人(組織)と人(組織)との間の関係 (責任) 重要な「相手・パートナー」との関係 response ability (応答 能力) 重要な相手とは 対応のしかたは 5つのカテゴリーのステークホルダーに対する実践事項 顧客 社員 取引先 地域社会 株主 人づくり ・越中人たん プロジエクト (先人の偉業を紹介)番組・出版・DVDなど O 0 O O $\overline{\mathsf{O}}$ ・住民ディレクターの養成(住民制作番組の放送) O O 0 ・メディアリテラシーの実践(高校生制作番組) O 0 0 ・富山大学教養講座への講師派遣(メディア論など) O 0 Ο ・ふるさとCM大賞の制定と実施(一般部門・自治体部門) $\overline{\mathsf{O}}$ 0 0 0 ものづくり ・ジャパンロボットフェステイバルの開催 0 0 0 О ・ものづくり企業紹介ニュース番組シリーズ $\overline{\circ}$ 0 0 O ・県産野菜応援プロジェクト(野菜ゴゴロ)安心安全な県野菜の普及促進 0 O O 0 ・エコプロジェクトの推進(ペットボトルキャップ回収)(近隣清掃) 0 0 街づくり まちなか賑わいイベントやフォーラムの実施 0 0 0 O ・地域スポーツの応援(@すぽ天) 0 0 ・経済講演会・大型文化催事など各種イベントの実施 O Ō O $\overline{\mathsf{O}}$ ・街中を花一杯 チューリップの球根配布(幼稚園他) $\overline{\circ}$ $\overline{\circ}$ ・まちづくり 提言番組や地域情報発信番組の制作と放送 全国発信 $\overline{\circ}$ Ó O Ô Ö その他活動 ・異業種社外講師による勉強会(弁護士 他) $\overline{\circ}$ $\overline{\circ}$ 先用後利の考え 「社会貢献のリディングカンパニーを目指す」 先用後利の考えを受けて わが社の理念を実現する ・お客様の課題を共に共有して成功に貢献する「真のビジネスパートナーへ」 ・緻密で果敢な「情報力・企画力でオンリーワンのプロ集団」を目指す。 基本方針 ・業務の革新と諸制度の改革で「引き締まった組織つくり」

- 14 -

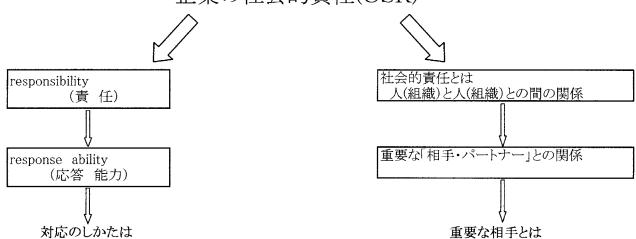
地域の 「人づくり」「ものづくり」「街づくり」で貢献していく事が 地域社会にとって真に必要とされる企業となる。

そして

富山発、CSRコミットメント	△牡々	L	+ =	運車	渝 (株)
企業の社会的責任(C	_ <u>会社名</u> SR)		<i>T</i> =	<u> </u>	削 (17不)
responsibility	社会的責任 人(組織)。		*)との間	の関係	
(責任)	/ (/ <u>HI//4</u> //	_/ \ (//41//)		10101	
	重要な「相	F. N-	<u> </u>	の間核	
response ability (応答 能力)	里安は一円一	 /\-	r) —](
			\int		
▽ 対応のしかたは		重要な	マ 相手とに	ł	
5つのカテゴリーのステークホルダーに対する実践事項	顧客			地域社会	株主
・社員への環境教育の実施		0			
・ごみ減量化の取組み(リデュース・リユース・リサイクル)		10		0	_
・環境負荷低減の取組み ・ISO14001環境マネジメントシステムの取り組み	 	8		-	
・グリーン経営認証の取得	Ö	1 0			
・環境に優しい車の導入	Ŏ	Ö			
・環境に優しい商品の開発・提供及び調達	0				
・エコドライブの実践	0	10	<u> </u>	<u> </u>	Ö
・物流の効率化と地球に優しい物流システムの構築	0	0	0	0	0
・CSR報告書の発行 ・社会福祉事業への支援		+ -	 	0	
・地域スポーツ活動応援				ŏ	
•事業所見学•職場体験				0	
・インターンシップ制度				0	
・講師の派遣(事業に関わる)				0	
・献血の協力支援 ・地域清掃活動		+		0	-
・地域行事への参加(祭等)			<u> </u>	ŏ	
・ノーマイカー運動への参加				0	
•安全事業所認定資格の取得		0			
・人材教育・研修の充実		0			
・法令・社会規範の遵守(コンプライアンス教育) ・高齢者雇用の取組み	0	0	0	0	0
・【こころ】と【からだ】の健康づくり		1 8			
・持株会制度		Ŏ	0		
・交通事故防止の取組み	0	0	0	0	0
11 + +12 0 30 (-		+	ļ		
・社内報の発行・通達、メール		+			
・宣伝広告(テレビ・ラジオ、電光掲示板、パンフレット、看板など)	- 0	+	0	0	0
·IR活動(証券アナリスト、ホームページ、四季報・日経会社情報)	Ŏ		Ŏ	Ŭ	Ö
·決算説明会	0		0		0
0					
・プレスリリース(業界紙・一般紙・専門誌など) ・職場見学、学校教育(特別授業)、業界団体	- 0	+	0	8	0
・緊急時対応、	0	0	0		0
Me 100 km d V d km d				•	
先用後利の考え					
先用後利の考えを受けて トナミ運輸は輸送を通じ社会に寄与し わが社の理念を実現する	,事業の発	展をはか	る		

会社名 株式会社 富山県義肢製作所

企業の社会的責任(CSR)



5つのカテゴリーのステークホルダーに対する実践事項	顧客	社員	取引先	地域社会	株主
・法令・社会的規範遵守(コンプライアンス教育)	0	0	0		
・障害者が使用する医療器具の提供及び品質保証	0				
・飲酒運転撲滅への参加				0	
・ホームページによる情報開示	0	0	0	0	
・会社内見学自由(申し込み不要)	0		0	0	0
・専門学校必修研修生の(8週間)の受け入れ指定事業所		0			
・業界表彰制度(同業者全国400社で就業5年10年15年20年)あり		0			
・定年退職者再雇用制度の取り組み		0			
・障害者雇用の取り組み		0		0	
・飲酒運転撲滅への参加		0		0	
・リサイクル活動の推進		0		0	
・インターシップ制度		0		0	



先用後利の考え



先用後利の考えを受けて わが社の理念を実現する 基本方針

・身体障害者及び治療用の義肢装具等を通じて、より良い生活改善に寄与すべき社会的責任を果たします。

すべき社会的責任を果たします。 ・高い技術力を持った義肢装具士によって製作された義肢装具等は身体障害者 治療上必要な患者さんに利用され社業の発展をはかる。

富山発、CSRコミットメント 会社名 日本海ガス株式会社 企業の社会的責任(CSR) 社会的責任とは responsibility 人(組織)と人(組織)との間の関係 (責任) 重要な「相手・パートナー」との関係 response ability (応答 能力) 重要な相手とは 対応のしかたは 取引先 地域社会 株主 5つのカテゴリーのステークホルダーに対する実践事項 社員 顧客 リスクマネジメント体制の維持(マニュアル整備と緊急時想定訓練) 0 O O 0 O 0 Ō ・コンプライアンスへの取り組み(CSR委員会設置。社員への教育) 0 Ō 0 ・ホームページによる情報発信、情報開示 O O 0 0 0 ・安定供給の取り組み(経年管の入替、24時間緊急体制の確保) 0 0 ・業務品質向上への取り組み(お客さまの声の分析による業務改善) 0 0 0 0 ・業務改善プロジェクト(業務フロ一整流化、お客さまサービス向上) 0 0 0 ・安全なガス機器、ガス設備の普及促進 0 O O $\overline{\cap}$ $\overline{\cap}$ O ・天然ガスの普及促進(低炭素社会実現への貢献)

先用後利の考え

先用後利の考えを受けて わが社の理念を実現する 基本方針

・こども110番運動への参加

インターンシップの受け入れ

・地域スポーツ活動支援

·工場、供給所見学会

育児・介護休業制度

·高齢者雇用(定年退職者再雇用制度)

・優秀社員表彰制度(お客さまからの評価)

・富山市企業の森づくり事業への参加

・食育教育(体験型料理教室の開催)

・原料のグリーン調達(LNGのローリー輸送+鉄道輸送)

・社員の健康管理(定期診断+ストレスドック、インフル予防接種)

・ワークライフバランスの取り組み(最低週2回のノー残業デー)

・県主催「社会に学ぶ14歳の挑戦事業」に受入事業者として参加

・社員の環境活動(ノーカーデー、マイカップ、マイ箸、リサイクル)

・地域の小学校への出張事業(高齢化社会、環境問題、エネルギー)

- 自己啓発支援制度(資格取得、通信教育への支援)

・環境負荷の低減(ガス導管工事における掘削土抑制)

・ISO14001による工場・供給所の環境マネジメント

・富山市の環境活動(チーム富山市)への参加

・ガスの安定供給を基本に、お客さま、株主、地域社会、行政など各方面の ステークホルダーとのより良い関係を永続していく。

 $\overline{\mathsf{O}}$

O

0

0

0

0

0

0

0

0

0

0

Õ

 $\overline{\circ}$

0

0

0

O

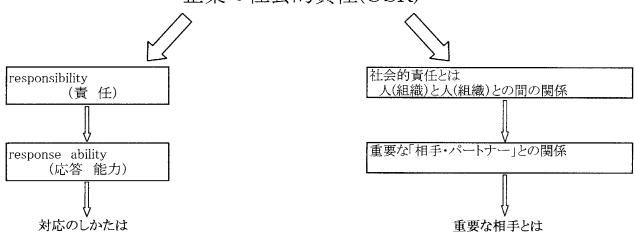
O

0

- ・再生可能エネルギーをコアとした多様なエネルギー関連ビジネスを展開し 企業価値の増大に努めるとともに低炭素社会実現に貢献する。
- ・ガス機器の各種レンタル、リース制度を通じ、「所有から利用」へと 利用者の視点に立ったサービスメニューの拡充を図る。

会社名 ファインネクス株式会社

企業の社会的責任(CSR)



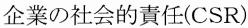
5つのカテゴリーのステークホルダーに対する実践事項	顧客	社員	取引先	地域社会	株主
・法令・倫理を遵守する(従業員教育)	0	0	0	0	0
・要求事項を満たした製品の提供及び品質保証	0	0	0		
・ホームページによる情報開示	0	0	0	0	0
・安全衛生に関する従業員教育		0			
・AEDの設置	0	0		0	
・緊急災害・事故発生時の対応		0		0	
・身体的負荷のかかる作業への配慮		0			
・機械、設備及び職場の安全対策		0			
・従業員の健康管理		0	Ĭ.,		
・情報セキュリティポリシー	0	0	0		0
・研修制度(社内・社外研修の積極的参加)		0			
·5S委員会		0			
•社内表彰制度		0			
・次世代育成支援の取り組み		0			
・定年退職者再雇用の取り組み			0		
•従業員持株会		0			0
・障害者雇用の取り組み				0	
・飲酒運転撲滅運動への参加				0	
・献血の協力推進		0		0	
・地域スポーツ活動応援				0	
·環境負荷低減活動	0	0	0	0	
·社会奉仕				0	

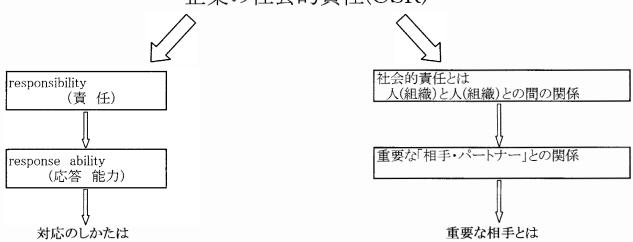
↓先用後利の考え↓

先用後利の考えを受けて わが社の理念を実現する 基本方針

・ファインネクスは、未来を拓く最新の技術を追求し人と社会に最善の信頼を築き、 お客様に最良の品質を提供し、お客様から信頼される企業を目指します。

会社名 株式会社 ユニゾーン





5つのカテゴリーのステークホルダーに対する実践事項	顧客	社員	取引先	地域社会	株主
・法令、社会規範の導守(コンプライアンス教育)	0	0	0	0	0
・ホームページによる情報開示	0	0	0	0	0
•工場見学	0		0	0	
・労働安全衛生の計画的実施		0	0		
・ワークライフバランス		0			
·社内表彰制度		0			
・定年退職者再雇用の取組		0			
•持株会制度		0			
・障害者雇用の取組				0	
・献血の協力推進				0	
・インターンシップ制度				0	
・エコドライブ運動への参加、実施				0	
・地域スポーツ活動支援				0	
•文化、芸術活動支援				0	
・研修制度の充実					
・安全な処理品及び品質保証	0				0



先用後利の考え



先用後利の考えを受けて わが社の理念を実現する 基本方針

・「品質第一、生まれる信頼」当社の品質方針スローガンどおり、 常に顧客の立場に徹し、品質至上を旨とする経営を行う ・感謝・感動・感性・科学的管理(4K)を全社スローガンとして、発展を図る

11 おわりに

委員会では過去2年間計5回の講演会そして会員総会でのパネルディスカッションを通じてCSRについて理解を深めた。その中で企業が社会的存在意義を高め、持続可能なものにするためには経営理念・確固たる信念の必要性を改めて痛感した。富山には「先用後利」という優れた言葉が受け継がれている。決して先に用があって利を後にするというビジネスモデルを表現する意味ではなく、真に顧客の信用こそがすべての始まりであると説いたものであることを委員会で学んだ。CSRは儲かった時に、そのうち力がついたらはじめるというものでは決してない。

CSRこそが商売の原点の視座とするなら、「先用後利」の考えとまさに同じことと考えた。 富山にすばらしい考えが受け継がれている以上、その視点で各社の基本となる方針を見つめ なおしていただくことを今回提案した。

別紙1は今までの委員会からの学びとコミットメントに至る流れをフロー図で表したものである。別紙2以降のページは委員会の内容をまとめたものである。今回の提言の基礎となる考え方はこの委員会活動より学んだものである、参考にしていただきたい。会員企業のCSR実践の成果をお祈りして、おわりの言葉とする。

研究フロー図

時代背景

グローバリ ゼーション の潮流

日本企業の ビジネスモ デルの変化

アジアの先 進国である 日本の役割

テーマ

富山発、信用が企業存続の条件(今に活かす"先用後利"の教え)

研究領域

CSRとは

- ・企業の社会的責任
- ・商売(経済活動)と倫理観
- ・倫理規定制定の動き

富山の先用後利の歴史

- ・富山の県民性の理解
- ・富山の売薬の機能とこころ
- ・近代化と売薬の役割

グローバル企業の経営とマーケティング(経営者が持ちたい®の発想視点)

- ・悲観や心配は、思考を停止させる
- ・社会に必要とされる商品は顧客だけが知っている
- ・時代に流されず、時代をつく れなど

大手のCSR

- ・野村グループのCSRの原点は「創業の精神」
- ・野村證券の存在意義『證券報告こそ は野村證券の職域奉公の実態にしてあ くまでもこれを貫徹すべく』
- ・松下幸之助氏『企業は社会の公器』

欧州では

CSRはコスト要因ではなく、企業を取り巻くステークホルダーとの交流を図りながら課題を取り出し、それを逆に商売の芽(新たなビジネスチャンス)を得る積極的投資と捉える

富山発アジアグローバルカンパニーの条件

道なき道を切り開く先駆者精神

ステークホルダーとの ヒューマンネットワークの形成

アジアの人々の生活に役立つ努力

地域企業のCSR実態調査

(6つの視点で調査)

- ・経営理念と法令順守の徹底
- ・顧客・取引先の尊重
- ・良好な労働環境の整備
- ・製品・サービスを通じた社会貢献
- ・環境問題
- ・社会貢献
- ・ CSRは当たり前のこと
- ・ 整理・見直すことで新たな発見
- ・ 「先用後利」は製薬会社だけの考え方でない

富山発、CSRコミットメントの提案

別紙2

委員会活動報告

(平成20年4月~平成22年3月)

I. 地方中小企業とCSR〜地方中小企業の経営力向上につながるCSR実践例〜

みずほ総合研究所 主任研究員 岡田 豊 平成20年9月29日、於:かわい本館

Ⅱ. 企業が取り組むべきCSRの本質とは

野村ホールディングス コーポレート・シティズンシップ推進室長 山川 敦子 平成20年11月27日、於:名鉄トヤマホテル

Ⅲ. 富山・売薬のこころ

立山博物館 館長 米原 寛

平成20年11月27日、於: 名鉄トヤマホテル

Ⅳ. 富山発のグローバルカンパニーになるために必要な経営とマーケティング

ブレインゲイト(株) 代表取締役 酒井 光雄

平成21年2月23日、於:富山県民会館

V. 企業の社会的責任とポジティブ・アクション

オムロン(株) 相談役 立石 信雄

平成21年3月6日、於:オークスカナルパークホテル富山

VI. 先用後利が原点、富山からの再生を目指して

平成21年会員総会 パネルディスカッション

平成21年4月22日、於:オークスカナルパークホテル富山



I. 地方中小企業とCSR

~地方中小企業の経営力向上につながる С S R 実践例~

みずほ総合研究所主任研究員岡田豊平成20年9月29日於:かわい本館

(1) CSR(企業の社会的責任)とは

- ①「CSRとは、一般に、法令順守、消費者保護、環境保全、労働、人権尊重、地域貢献など財務的な活動以外の分野で、企業が持続的な発展を目的として行なう自主的な取り組み」と解されている。 「経済産業省・CSR懇談会資料(2004年4月)]
- ②「日常の経済活動のプロセスに社会的公正性や倫理性、環境への配慮といったこと取り組んでいくこと」 [谷本寛治『企業社会のリコンストラクション』千倉書房、2002年]



そうしたCSR経営の実践が、企業の社会における存在価値を高め、企業自体の持続可能性に資する。

(2) CSR(企業の社会的責任)とメセナ、環境保護活動との違い

①従来型のメセナ(芸術・文化支援活動)・フィランソロピー(慈善活動)との違い 持続可能性(利益が大きくでた年に、一時的に行なうのではCSRとは言えない) 方針の明確化(利益処分の手段として実施するのではなく、経営方針として位置づけられていること)

②環境保護活動との違い

地域、ステークホルダー、時代ごとにニーズが異なる

(地球環境保護は基本的なニーズに違いはない)

対策によって他社との差別化がしやすい

(3)企業の意識調査

みずほ総合研究所㈱の会員24,000社をよりサンプリングして2005年2月にアンケートを実施、619社より回答

①自社にとってのCSR

「収益を上げ、税金を払う」「より良い製品を提供」等が重要と認識

②時に重要なステークホルダーは?

「顧客」、「従業員」が重要なステークホルダー

③CSRに取り組んだきっかけは?

「トップの方針」が最も多い、「親会社・取引先からの要請」が目立つ

④CSRに取り組んでいない理由

「何をするか決まっていない」が6割弱

⑤CSRに取り組むことのメリット

「従業員の志気が向上」、「知名度、ブランド力の向上」が主な効果

⑥CSRに対する意識

「本業をしっかりやること」が一番重要と認識

(4)中小企業の取り組み事例

①本業中心のCSR

富士メガネ 資本金 1億円

所 在 地 札幌市中央区南2条西1-3

事業内容 メガネの販売

経営理念は「メガネを通じた社会貢献」

富士メガネの会長は難民支援のノーベル賞ともいわれる「ナンセン難民賞 |を日本人として初めて受賞

②特定分野での先進的なCSR展開

日本理化学工業株式会社 資本金 2,000万円

所 在 地 川崎市高津区久地2-15-10 事業内容 ダストレスチョークの製造

経営理念は「障害者雇用による社会貢献」

第2回企業フィランソロピー大賞社会共生賞受賞(財団法人日本フィランソロピー協会主催)

③特定分野での先進的なCSR展開

カタログハウス株式会社 資本金 1億円

所 在 地 渋谷区代々木2-12-2

事業内容 カタログ販売

経営理念は「地球環境に配慮した経営」

第3回企業フィランソロピー大賞社会共生賞受賞(財団法人日本フィランソロピー協会主催)

(5)地方中小企業にとってのCSRと地域社会の存在

①今後の都道府県別人口動向の特徴

東京圏への一極集中は当面続く

東京圏以外では若年層の流出、特に高学歴の女性の流出が深刻化

非東京圏では、都市部といえども「過疎化」が進むエリアも

「シャッター通り」に代表される賑わいの減少

富山県でも人口減少が進む

2035年には2005年比で23万人(現在の高岡市の人口より多い!)減少

②人口減少時代の地域活性化

人口獲得競争に備える

若者、特に20代、30代の高学歴女性にとって魅力ある仕事を提供

公的施策に過度に依存しない

インフラ整備は過剰ストックになりがち

付加価値の高さを追求する

地域資源もそのままでは競争力に乏しい

大きな「失敗」は致命傷に

これまでと違い、今後20年ほどの間に多くの地方自治体で人口が急激に減少

「一発勝負」よりも、小さな成功を地道に積み重ねていくべき

③地域活性化のキーワード

主要ターゲットは「地域住民」

地域資源は「開発」よりも「発掘」

「わかもの、よそもの、ばかもの」のアイディアを生かす。

「カリスマ」任せは禁物

(6)人工減少時代の地域活性化と中小企業

①地域に基盤をもつ中小企業にとっての地域の衰退は重要な問題

人口減少は地域に基盤をもつ企業を直撃する(消費、人材、従業員の生活環境)

近年は、СSR(企業の社会的責任)という観点から、地域活性化は重要な課題に

<地域の一企業として>

- ◆地域の問題解決を自社のビジネスに取り組む
- ◆既存産業と、新産業、大学、行政の間のコーディネート役を担う
- ◆地域住民である「従業員」や「消費者」の地域貢献活動を側面支援する
- ◆中心市街地などのまちづくりにおける地権者、商店主、消費者間の利害調整やパートナーシップ の構築に協力する
- ◆公共分野を担う企業やNPO/NGOの育成に関与する



上記対応は地域経済、地域産業に影響力をもつ中小企業にとって、広い意味での「企業の社会的責任(CSR)」といえる。

人口減少時代の地域社会の課題へ率先して対応し、地域活性化に貢献することが求められる。



(1)CSRとは

Ⅱ. 企業が取り組むべきCSRの本質とは

野村ホールディングス

コーポレート・シティズンシップ推進室長 山 川 敦 子 平成20年11月27日 於:名鉄トヤマホテル

C S R

Corporate Social Responsibility



'企業の社会的責任'

(2) С S R は新しい考え方なのか?

石田梅岩 (江戸時代中期の儒学者)

「実の商人は、先もたち我も立つことと思う」

近江商人(江戸時代~明治中期)

三方よし「売り手よし・買い手よし・世間よし」

二宮尊徳

「道徳無き経済は罪悪であり、経済無き道徳は寝言である」

商売 (経済活動) と倫理観



倫理規定、Code of ethics制定の動き

(3)世間で話題になった事件についての考察 ―その背景にあるもの

- ・松下電器 ファンヒーター発火事件
- 不二家「消費期限切れ原材料使用問題」
- ミートホープ「食肉偽装」事件
- 石屋製菓「白い恋人 賞味期間偽装」問題
- 赤福「賞味期限偽装」問題
- 産地偽装問題 ——多数!!

(4)コンプライアンスは法令遵守だけでいいのか?

コンプライアンスとは、一般的には「法令遵守」すなわち「企業が法令を遵守し、違法行為を行なわない」との意味を持つ。今日では単に法令遵守にのみ限定されるものではなく社会的存在としての企業が社会的規範や企業倫理を守ることまでも含まれるようになってきた。

安全・安心に対して厳しい現代日本社会 社会の期待に背いた時は 市場からの退出勧告!!

アンテナを立てて、世の中の求める声を聞いていく必要性

(5)世間で話題になった事件についての考察 ―その背景にあるもの

- ✓ 安心・安全を求める消費者
- ✓ 「うそをつく」という、道徳や倫理観に反した行動に、 不信感を募らせる消費者・反発、扇動するマスコミの論調
- ✓ 企業に求められる 「道徳、倫理観」「常識」 「説明責任」「自律」

(6)野村グループのCSRの原点は「創業の精神」

①野村證券の存在意義

「証券報国こそは野村證券の職域奉公の実体にしてあくまでもこれを貫徹すべく」

(7)松下幸之助 「企業は社会の公器|

「企業の社会的責任とは何か?」(昭和49年発行)から

企業の使命とは

「水道水をみていて考えた。生産者の使命はあらゆる物質を水のごとく豊富に生産し、世に供給することによって、ひとびとの生活を不自由なからしめ、この社会から貧困をなくしていくことではないか?」 →物質を豊かにし、それを公正に配分。いいものを安く。一方では厳格な自己統制。

(8) CSR ~キーワードはSubstainability~

トリプルボトムライン「経済」「環境」「社会」

「企業の社会的責任」と聞いて想起するもの

・倫理・女性の活躍プロジェクト

・コンプライアンス・ワークライフバランス(ダイバーシティ)

・コーポレート・ガバナンス・SRIファンド

·製品·品質管理 · 社会支援

・地球環境への配慮・ボランティア活動・エコプロダクト・文化・芸術支援 etc.

(9)会社は誰のものか?

ミルトン・フリードマン (ノーベル経済学者)

"Business of Business is Business" ~株主の利益追求が唯一正当なビジネスの目的である~ →株主というステークホルダーを軸に、企業価値向上について考える

一般的CSR

社会環境レポート、企業理念、男女差、人種問題、環境問題、サプライチェーン、ボランティア等 →あれもこれもどれも……全てのステークホルダーについて対応

企業にとって、何をその企業にとって重要だと考え、ステークホルダーとどういう連携を取っていくのかは、千差万別。それぞれの企業が、自社のあり方と方向性を定義して、戦略を持って経営を行っていくべきであり、CSRもそうした考え方に立つべきではないか?

(10)自治体とCSR

自治体初のCSR認定

横浜市の例

地域貢献企業認定制度

り:地域貢献の視点で雇用や環境などの事業活動に取り組んでいる、商店や企業の成 に取りませばよる。

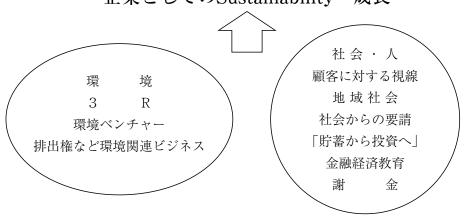
長と発展を支援する。

認定の仕組み:10項目の評価項目から、クリアしている項目の数によって、判断される。「地域性基準を満たしているか」の視点が、全ての項目に組み込まれる。

必須	コンプライアンス
重 要	雇用・環境・品質・地元活用・志向・地域社会貢献
一般	財務・業績・労働安全衛生・消費者顧客対応・情報セキュリティー

(11)野村グループの事例 一野村グループのCSR

企業としてのSustainability・成長



ガバナンス・コンプライアンス 企業倫理

まずは、ガバナンスやコンプライアンスを、企業倫理観をしっかりと定めた上でおこなっていく。その上で、顧客や株主、社員、地域社会といった「社会の声」を聞きながら、先んじた施策を行うことで、社会と企業自身のSustainabilityを実現していくこと。

(12)野村グループの様々な取り組み

金融で行う社会的課題の解決

SRI (社会的責任投資)、新エネルギー分野への投資

環境

3 R、グリーン電力証書、環境マネジメントシステムの導入

社 会

金融経済教育……全ての世代の人々に必要なリテラシーの提供 PMF (パシフィック・ミュージック・フェスティバル)

(13)野村の決意 野村の意思

「本業を通じた社会への貢献、それが私たちのCSRです」



Ⅲ. 富山・売薬のこころ

立山博物館 館長 **米** 原 **寛** 平成20年11月27日 於:名鉄トヤマホテル

I. はじめに 富山のこと

1. 富山の地理的・歴史的背景(風土)

【地理的立地要件】

A 文化的:東西の接点/都からの文化的距離

B 自然的:山・川・海が一体化した自然

C 立山と七大河川

【県民性の育成】

ーア.立山がもたらしたもの……①精神的シンボル「空に聳える雄々しさに」

△万葉の故地

②日本人の基層思想「地獄思想」の風景を提供 内観思想

③真宗王国

我執に囚われない謙虚さ、他力の尊重

一イ.河川がもたらしたもの……氾濫・洪水(水との戦い)→県民の財産を育む

-【富山の県民性

□正の遺産=富山の産業 の基底をなすもの

①進取の気性:旺盛な好奇心/創造力

②保 守 的:謙虚さ/謹厳実直/高い向学心/実利実学的/家への執着

③経済観念の発達:蓄財倹約/機会を察知する力

④辛 抱 強 い:自己抑制的/粘り強い

⑤情 緒 的:厚い信仰心

⑥権威主義

□負の遺産=中央志向(地元を厭う風習)

Ⅱ. 富山の売薬 象徴する言葉=「とやまの売薬さん」・「先用後利」

時期:江戸時代中期

商 圏:全国80%のシェアー (江戸時代後期)

前 提:「売薬業」とは:薬の製造販売を不特定の公衆をめあてに行う経営

「売薬業」の発展は、①公衆の科学的意識の高揚が前提となる。(霊薬と薬品)

②文化(学問)の発達に大いなる関係がある。

売薬の制約 (限界) ……江戸時代の経済主義 = 封建社会の枠組み

1. 売薬の「カタチ」=「流行」……「助け合い」と「情報」のネットワークの構築

-(1)封建的制約の枠組みを有効に活用

(ア)幕藩体制下の流通経済:

・領外の商売は「貿易 | (摩擦の対策) ……行商圏の形成

・貨幣価値の多様性(三貨と藩札の交換比率)

・組の結成 仲間組「掟」の遵守 組仲間全体の利益確保

(イ)製薬原材料の交易と在地生産:

・薬種・製法・薬品の厳重吟味

-(2)独自の経営方法:個々の得意先に個別に対応(特定少数、多用なニーズに対応)・「懸場帳」の整備 商圏の客体化(売買・譲渡の対象)・「先用後利」

−(3)売薬人の自助努力:商売に必要な経営感覚を磨く−家伝、教育機関の活用(寺子屋)/情報の収集

素

要

【売薬のブランド性】

- 売薬人の品格経営の巧みさ b 財務会計の巧みさ c 広域的商圏の形成
 - ①厳しい科学的姿勢
 - ⑤高い教育力
 - ②強い組織力
- 6積極的姿勢
- ③優れた経営感覚
- ⑦文化的志向
- ④経営のシステム化
- □富山売薬のダイナミズム……昆布ロード
- 2. 売薬の「こころ」=「不易」……経済活動と文化環境の構築 「売薬人固有の強い信念」と「価値観」
 - (1)「先用後利」の真意
 - □信用と信頼のなかで「足る」を知る = 文化力(cf経済力)
 - a. 売薬人と得意先の一

- 一体的利益の確保 = 一元論的

売薬人と仲間組の-

「商い」の倫理感

「他人を立てれば己が立つ|「都鄙問答|(石田梅巌)

「他人の利益を図らずして自らの繁栄はない」(吉田忠雄、「善の巡環」)

「社会に利益を図れば、その利益はやがて巡環して自身に戻ってくる」

「個々人の幸福を実現するために集団(商売仲間)がある」

- b. そのためには「確かな商品」に加えられた「付加価値」を高める 「付加価値」を高めるには、得意先(顧客)のニーズに答える"心構え" その方法は、倹約と貯蓄=「創造的な智恵をめぐらせる」
- c. 「商行為」における「品と格」の確立 = 文化力の確立 「格」とは、社会的枠組み(人と人との文化的つながり) 「品」とは、個々人を磨く姿勢
- (2)売薬人個々の理念確立と研鑽
 - 不易と流行の見極め……経営力・交渉力・情報力・文化力
 - 「初心忘るべからず」の実行:現在の自分を自覚し、これまでのよってきたところを未来に生か すこと。

Ⅲ. 近代化と売薬の役割

- □明治維新期の困難を乗り越えてきた力
- 1. 売薬資本の形成とその活用……商業資本→産業資本・金融資本に活用
 - (1)売薬業・薬業の継続的発展
 - ①製薬会社の成立:廣貫堂等
 - (2)売薬資本の形成とその活用
 - ②電力会社の成立:発電用ダム建設(黒部川・常願寺川・神通川等のダム)
 - ③銀行業の成立:国立銀行、民間銀行
 - ④紡績会社の成立
- 2. 意識改革と売薬業 漢方医学・和漢薬と西洋医学・洋薬

Ⅳ. 先人=売薬から学ぶもの

- □「和」とは何か、妥協ではない、真剣勝負である。一定のところに満足することなく前進するとこ ろに自ずから「和」が生ずる。
- □物の大小は別として、人に徳を与えるアイデイアこそ本当のアイデイアであり、成功するアイデイ アである。(正力松太郎)
- □「社会に利益を図れば、その利益はやがて巡環して自身に戻ってくる」

(「善の巡環」) (吉田忠雄)



IV. 富山発のグローバルカンパニーになるために 必要な経営とマーケティング

ブレインゲイト㈱ 代表取締役 酒 井 光 雄 平成21年2月23日 於:富山県民会館

(1)富山は新たなビジネスモデルを生み出した風土と気鋭を持つ

- ①「先用後利」の発想
- ②各戸に薬を配置するという販路開拓
- ③貿易の活用
- →薩摩では手に入りにくい北海道松前の昆布を、太平洋側ルートや日本海側ルートを通って日本最南端 の薩摩まで北前船で送り、昆布貿易によって薩摩藩に利益を与えることで、薩摩での行商を続けるこ とができた。
- →薩摩藩に送られた昆布は琉球を経由し中国へと輸出され、中国からは逆に薬の原料が輸入された。鎖 国時代に、長崎という窓口を通さずに輸入することで、薬の原料を安く大量に輸入することができた。

(2)2009年以降の世界経済の"通説"を疑う

①アメリカの経済成長力は衰退するか?

長期的に見ると、国の経済力はその国の人口構造と密接にかかわる。経済成長を遂げる国とは、人口が増加し生産年齢人口が増加して需給と供給が共に拡大する。

アメリカは先進国の中でもこれまで着実に人口を増やしており、アメリカの経済力は一時的に停滞 しても、中長期的にはアメリカの経済力の比重は今後も高い。

②ドルの地位が下落する?

アメリカの経済力が一時的に低落しドル安が進んでも、アメリカの経済力が戻ればドルの地位も復活し、海外からの資金も流入する。

③円高になる?

日本の経常黒字は続くが、1990年代の後半から日本の生産年齢人口は減少しており、人口も減少している。人口が減少すると日本経済の供給力と需要の創出が縮小するため、日本に蓄えられた資金は海外に流出することになり、中長期的には円安に動く可能性がある。

(3)今、何をするかで、谷を越え、山の頂上に着いた時の成果が決まる

- ……今こそ経営者が持ちたい10の発想視点
- ①悲観や心配は、思考を停止させる!ピンチをチャンスに変える発想を持て!

トヨタ自動車はバブル経済崩壊後にハイブリッド自動車プリウスを市場に導入するなど環境に配慮する企業として評価を獲得し、世界市場でシェアを拡大した。

②危機感は人を萎縮させる / ビジョンを語り、社員の心に火をつける /

マーティン・ルーサー・キング・ジュニア

ワシントン大行進演説 (1963年8月28日)

私には夢がある。いつの日か、かつての奴隷の子たちと、かつての奴隷の所有者たちの子たちが、 兄弟愛というテーブルで席を共にできることを

- ③どの企業の経営者も悩みはひとつ。有能な人材を今こそ獲得する! 名将には、直江兼続的存在が不可欠
- ④企業の戦略は、過去の方法論を疑い、常識を否定することから始まる! 高機能性と価格の安さで席巻した日本の時計メーカーに対して、ブランド力で競うスイスの時計メーカー
- ⑤社会に必要とされる商品は、顧客だけが知っている!顧客視点に立てる企業は、求められている商品 が見える!

座して顧客を待つ文房具店から、注文すれば翌日届くアスクルの視点

- ⑥人は明るいニュースに飢えている!世の中を味方にするニュースをつくり、広報活動を展開する! 国を動かした日比谷の年越し派遣村
- ⑦経営者はキズをなめ合って安心する相手ではなく、話していてまぶしい人と会って話せ! この時期にも、好調な業種や企業が2割は存在する
- ⑧他力本願を捨て、自立した経営を行なおう! 公共工事に依存して没落する土木建設会社が大半を占める中、自らの手で需要を創造する土木建設会社がある
- ⑨厳しいときこそ、顧客を味方にする!火災を起こした京都の俵屋と震災で被害を受けた加賀屋が盛り返した理由
- ⑩時代に流されず、時代をつくれ! 時代の流れに流されていては、人も企業も主体性は発揮できない 時代の風を読み、時代を自らの手でつくれ

(4)富山発グローバル企業になるには、次なる「先用後利」の発想でビジネスモデルをつくろう!

• 世界で一番厳しい顧客である日本人を満足させ、感動させることができれば、世界を魅了する企業に なれる



Ⅴ. 企業の社会的責任 (講演録)

オムロン(株) 相談役 立 石 信 雄 平成21年3月6日 於:オークスカナルパークホテル富山

◆策定中である、IS 026000

富山でもCSRをベースとした活動を一生懸命やっておられますが、もともと薬の世界では歴史があり、「先用後利」の哲学がすごく行き届いていると伺っています。これが、まさにCSRの根本的な考え方ではないかと思います。

私自身、ここ10数年間経団連の中で、CSRへの取り組みとして、企業、会員への啓蒙と同時に、世界に調査団を送って現地の状況等を日本にフィードバックする活動をしてまいりました。

CSRとは、企業が法令遵守にとどまらず、経済、環境、社会にかかわる諸課題に積極的に取り組んでいくということです。その対象とする分野は大変に幅が広く、企業倫理、法令遵守、労働、人権、環境保護、安全衛生、消費者保護、腐敗防止、地域投資、地域貢献、不当競争防止に加え、最近ではさらにマラリア・結核・エイズなどの感染病対策も求められています。

CSRが大きなテーマとなっている背景として、1つ目は相次ぐ企業の不祥事があります。産地偽装などの問題で、消費者、投資家からの企業を見る目が大変厳しくなっております。2つ目はグローバリゼーションの進展です。進出先の国で、労働法制を守らない、環境を汚すことなどで、その会社が地域社会から一層厳しい目で見られます。また、インターネットが発達して、あらゆるニュースが即刻リアルな形で流れますので、企業の動きがどこにいても瞬時にわかるようになりました。そして、3つ目として、国連のグローバル・コンパクトやOECDの多国籍企業ガイドラインなどCSRにまつわるさまざまな規格が策定されています。そして現在、ISO(国際標準化機構)でも社会的責任の規格化の動きが起こっているのです。

この「IS〇26000」という基準は、現在策定中で、2010年の9月ごろに発効の見通しです。

ISO26000は、企業だけではなく、政府をはじめNGO、病院、学校などすべての組織が対象になるということです。その内容は、組織統治、人権、労働慣行、環境、公正な事業慣行、そして消費者課題、コミュニティーの参画/開発です。

私どもは、この動きに対して、相当ISOの本部と折衝しました。というのは、ISO9000も14000もマネジメント規格で、認証をとるために相当の時間とお金がかかります。ですから、「認証目的」の規格ではなく、ただ単に「ガイダンス」としての規格にしてほしかったのです。

おかげさまで、今の段階では、認証を受ける必要がなく、それぞれの組織が自主的に取り組む際の参考となるガイダンスになりました。産業界にとっても経済界にとっても、プラスではないかと思っております。

◆SCMは重要課題

CSRの大きな課題の一つに、サプライチェーン・マネジメント(SCM)があります。いまや企業に求められるCSRは、単に自社や子会社だけにとどまらず、世界中に広がっている自社の仕入れ業者や販売代理店などの、いわゆるサプライチェーンのCSRに対してまでも、責任を問われる時代になってきています。

例えば米国のスポーツ用品会社では、パキスタンでサッカーボールをつくるのに児童労働を使っている ことが見つかり、商品の大々的なボイコットを受けてしまいました。実はつくらせているところとは、資 本関係は全くありません。すべて委託生産という形で、仕事をしてもらっている先でこういうことが起こっ ても、同社の責任として専断されました。

米国のコンピュータメーカーでは、同社のコード・オブ・コンダクト、いわゆる行動規範を守ることに 同意できないところからは、一切物は買わないと謳っています。 欧米系の電子業界では、EICCという行動規範をつくっています。日本でもJEITA(電子情報技術産業協会)がサプライチェーンのCSR推進ガイドブックをつくっており、業界の多くのメーカーがこれに従ってサプライヤーとそういう契約をしています。

◆世界の動き

CSRに関する世界各地での動きについて、私もミッションの団長として調査に参加しました。 直近で行ってきた欧州の状況ですが、訪問したのは、欧州委員会をはじめ、商品ごとにどれだけのCO₂を 出したか、その数値の表示にかかわる英国のカーボントラストという団体や、CSRを積極的に進めてい るような企業を中心に投資していくという責任投資機関などです。

欧州では、CSRについて、コスト要因ではなく、企業を取り巻くステークホルダーとの交流を図りながら課題を取り出し、それを逆に商売の芽とする、いわゆる新たなビジネスチャンスを得るための積極的な投資と捉えています。

中国では、環境や賄賂、脱税など多くの問題をいまだに抱えており、政府として迅速にCSRを広めていきたいということでした。2004年の段階ではまだ概念すら十分に理解されていないような状態でしたが、翌年に商務部などがCSRに取り組むための団体をつくり、3年目には中国内のCSR規格をつくり、普及させようと、国内企業だけではなく、外資系にも働きかけております。

中国での急速な普及の背景には2つの理由があります。1つは、進出先で労働法制を守らないなどの問題を起こし、多くの企業が焼き討ちにあったという苦い経験があり、それが一つの投資障壁になる可能性があるという心配から。もう一つは、「世界の生産基地」と言われているぐらいに多くの企業が下請け、あるいは協力会社としておられますが、そこにCSR監査などが求められています。ですから、中小企業であってもやらざるを得ないのです。

東南アジアでは、貧困の問題や政情の不安定、労働法制が守られない、統一された法解釈がなされていないなどで、日本の進出企業も大変困っておられる実態が出てまいりました。

CSRについて、経済同友会のアンケートでは、「経営の中核に位置づける重要課題」が69%、経団連の会員企業へのアンケートでは、組織や委員会の設置、レポートの発行などをしている企業が75.2%にも上っております。それだけ関心の高いテーマで、多くの経営者がCSRを企業競争力の源泉として位置づけていることがわかると思います。

◆「頑張りましょうや」

今、大変状況が厳しい。多分この第1四半期が一番底ではないかと思っています。仮に回復したとしても、V字型にはなり得ない。いわゆるL字型、一旦底まで行って、その後もずっとだらだら厳しさが続くのではないでしょうか。ですから、やはりアメリカの経済の回復度合いによって変わってくる世界です。

日本では内需のところが十分機能しない形なのが原因だと思うのですが、「やはり輸出」という世界の中で、11月の輸出額は、何と総額で27%ダウン。対米国が33.8%、対EUが30.8%、対アジアが26.7%、好調だった対中国も24.5%の落ち込みで、それが今でも続いています。

ですから、苦しい時期をどのように有効に過ごすか。再浮上した時に企業が生まれ変わっていけるかどうかを考えると、ある意味では今は成長のチャンスをつくるための時期です。新しい技術・商品・事業を今のうちに多くため込んでいくことが肝要です。

私どもは、来年の夏ぐらいにアメリカの景気も回復し、それによって輸出も伸び、再浮上するのではないかという見方をしております。

ですが、これほど急激に落ち込んだことは「100年に一度」と言われていますので、逆にこういう世界が経験できるのも、考えようによっては大変恵まれているのではないでしょうか。社内でもよく言うのですが、「こんなチャンスの時、こんなことを経験できる世界って、2度とないよ」と。

ですから、もう一回戻ったときの自分の姿、企業の姿、あるいは自分が担当している事業の姿をどのように変えられているかが勝負どころです。お互いに苦しいけれども、頑張ってやらないと。

とにかく、頑張りましょうや。ありがとうございました。



VI. 先用後利が原点、富山からの再生を目指して

平成21年4月22日 総会時のパネルディスカッション

コーディネーター:新田 八朗氏

パ ネ リ ス ト:塩井 保彦氏、粉川 義弘氏、

川本 元戎氏、小竹 哲氏

於:オークスカナルパークホテル富山



開会挨拶 副代表幹事 新田 八朗

すっかり枕詞のようになりました「100年に一度の不況」のなかに我々はいるわけであります。

かの松下幸之助さんは、不況克服の心得10ケ条をおっしゃいました。その一番目に「不況もまた良し」というのがあります。不況の時には、普通では見えないこともいろいろ見えてくるので、これは「経営を立て直す、或いは、経営を作り変える、そんな経営改革のいいチャンス」だと理解されています。我々富山の企業も「不況もまた良し」とポジティブに考えて活路を切り拓いてゆくにはどうすればよいのかを、これからこのパネルディスカッションで、経営・CSR委員会の皆さんには絶大なご協力を頂き、富山経済再生への道を考えて行ければと思います。なかなか結論は出ないと思いますが、少しでも、皆さんにヒントをお持ちかえり頂ければと思います。

さて、今、景気循環の戦後14回目の下降局面と言われています。統計的には2007年11月から始まりました。2002年に始まった、この前の好況がいざなぎ景気を超えた。もう70か月になりそうだと、はやし立てていたのが昨日のことに思いますが、今は大変厳しい状況にあります。

過去の景気循環の観察によりますと、この景気の山から谷、そして底になって、また反転するまでは、21か月ぐらい平均的にかかったといわれますが、今回はどうでしょうか。そんな甘いものではないかもしれません。

そして、そもそも景気は循環するのか。先ほどの中尾代表幹事のスピーチの中にもありましたが、そんなことも我々は考えなければいけない状況ではないかと思います。

経済情勢について 経営・CSR委員会 副委員長 粉川 義弘

世界経済は2003年から2007年にかけて、平均4%という高成長が続きました。

2008年以降はサブプライムローン問題を契機に減速、2009年とマイナス成長に入り、2010年から徐々に回復するのではと、IMF見通しでは、+1.5~2.5%を予想しています。

日本経済は、2003年から2007年にかけては、輸出主導という形で平均2%近い成長をしてました。しかし、日本銀行の予想では、2009年は \triangle 2%と厳しい状況が続きます。在庫、生産調整が進み、原材料価格の低下、各国の景気刺激策の恩恵から、一部業種におきましては、 $1\sim3$ 月にやや底打ち感も見えてきていますが、予断を許さない状況が今年一年続くものと思われます。

輸出主導の日本経済では、内需拡大が重要ですが、その為には、少子高齢化が問題になります。全人口の内の15歳から64歳までのいわゆる生産年齢人口とそれ以外の人口の比率が、2025年前後には概算で1:1になります。財政赤字の状況の下で、社会保障の削減も重要になってきます。

厳しい世界経済状況ですが、アジアが台頭してきます。65億人の世界人口の内、3人に1人は中国人かインドの方です。アジアにおける中流階層の人口の増加で、アジアが有望なマーケットになってきます。環日本海経済の中心である北陸地域の地の利、富山県の製造業は産業の56%近くあり、富山県の製造業の技術力があります。小売サービス業の皆様にもビジネスチャンスがあります。

今後、新興国の人口は増加します。食料、資源、エネルギー等々の問題の懸念は周知の事実です。今後も日本の企業の技術力、高い商品開発力によって様々な業種にビジネスチャンスはあります。

経営・CSR委員会の取り組み 経営・CSR委員会委員長 塩井 保彦

私どもの地域の富山には、代々経営の格言として「先用後利」という言葉があります。平成20年度にこの委員会がスタートするにあたり「富山発、信用が企業存続の条件。今に生かす先用後利の教え」を基本方針としました。

「先用後利」の言葉の意味をご説明いたしますと、今から350年ほど前の江戸時代は元禄の頃、富山藩の2代目藩主・前田正甫公が、農業と漁業しかないこの荒れた地に新しく薬の産業を興そうと、「用は先に、

利は後に。医療の仁恵に浴せざる寒村僻地に至るまで広く救療の志を貫通せよ。」と言ったといわれます。 「用は先に」とは、顧客からの、品質上の、そして仲間からの、また地域からの信用と信頼を先に得ることが事業の創生や事業の存続に不可欠と問いかけた言葉です。

経営・CSR委員会では、今日の経営課題である、少子高齢化社会、グローバリゼーションなど経営の基盤づくりに取り入れながら、この現代の「先用後利」の確立ということで進めております。

工場で無農薬野菜 環境問題委員会 副委員長 川本 元充

私どもの会社は、鉄道保安設備や交通信号機を設備し、そのメンテナンスを365日・24時間体制で行なっ ている会社です。私どもは「人にやさしく、安全で快適な地球環境作り」をテーマとして会社を運営して います。ここ3、4年、食品の偽装問題などが話題になり、何とか同じ安全を保てるものでお手伝いでき ないかと考え、北陸電力の呉羽電化農場で研究を始めました。また、LED照明が脚光を集め始めた頃で、 赤いLEDは植物の成長を3倍にする。青いLEDは「うどんこ病」をなくすという話を聞きました。東 京の大手町にある金融会社の地下2階金庫室で、「稲を含めていろんな植物を栽培している」ということ で見学しました。その後3年間全国を飛び回り美味しくて安全な作物をと研究を進めていましたが、「無 農薬栽培で洗わずに食べられる野菜を街の工場で作る」と言う事業へ参入することを決断しました。植物 工場で生産するに当たっては、4つの「定」があります。まず、品質を一定にすること。それから、価格 が安定すること。欲しい時期に欲しい作物をきちっと取り出せること。要望された量を出すことです。花 とか果実があると花粉が出て虫が寄ってくるので、農薬を使わなければなりませんが、このクリーンな工 場では無農薬で栽培できます。しかも富山の美味しい水とクリーンで安全な電気エネルギーで栽培のため の季節空間を工場内に作り出すことで、作物の生産と安定雇用に貢献できます。そしてその美味しいリー フレタスやハーブなどの生鮮野菜が富山の生産地から富山の消費者へと配送でき、輸送時のCO₂排出も少 なくてすみます。しかし、工場と設備の投資額が高くつくことと、栽培コストが露地ものに比べて大変割 高であることなど事業運営には難問が山積しています。このことを承知しながら参入したわけですからこ の富山で、何としてでも新たな産業作りをと進めてまいりたいと思います。

持続可能なまちづくり 地方民間活力委員会 委員 小竹 哲

私どもは、後発ですが、まちづくり事業を婦中町で企画しました。社内プロジェクトを作りまして、どのようなまちづくりをやればいいか勉強いたしました。基本的に考えたのは、50年後、100年後もしっかりいいまちとして存在する、「持続可能なまち」。住んでもらった人にふるさとだと言ってもらえるようなまちを作ろうと考えました。

いろいろ考えた結果、テーマは「住民参加で住環境を育むまちづくり」。もう一つ、サブタイトルとして「これからの富山のまちづくり」と名前を付けました。

「住民参加」というのは、地域のコミュニティーをしっかり作ってゆくということです。「高い住環境」ということは、環境問題を受けまして、できるだけゆとりある空間をとりたい。それから、緑をしっかり配置したいということで、道路には当然街路樹を付けますが、各住宅の宅地内にも、一軒の家に2本から3本ぐらいの木は必ず植えていただくという、建築協定であるとか、緑化協定を決め、高い住環境、これが財産なんだ。まち全体を公園のような形で彩りを付けようと考えました。

「安心・安全」なまちということで、道路はちょっと曲がった形、曲線にしてスピードを出した車が通れないようにするとか、塀などは固定的な塀をつくらずにオープンな形で全体が見えるようにしようというコンセプトにしました。

最後に「ステータス」。これは、いつまで経っても価値が続くということで、10年経って、20年経っても、 劣化しないまちとしています。

地元の住宅メーカーとして、いいまちをつくっていくことが使命。いい環境をつくっていくことが使命 と思っております。

グローバル化 経営・CSR委員会 委員長 塩井 保彦

「この不況の時代に、薬屋さん、製薬企業だけ景気がいいのではないか」とお話を皆さんから頂きましたが、そんな状況のなか、景気の会社は2割程度であります。ちなみに、当社を例に上げますと、当社が販売している、売薬さん、配置販売業を営んでいらっしゃる方々は、10年前は5,500名おられたのですが、今はもう、1,800名です。結果として、6、7年前の配置薬品の生産額とか販売額から比べると、今はもう半分以下になってます。8割の会社は7、8年前から必死に苦労しております。

そのような中で、廣貫堂は今年、創業134年目を迎える企業です。これは、それぞれの時代の経営を担って来た方々が、まさしくこの先用後利の理念というものを、バトンタッチしながら来たから、企業の平均寿命が30年を切るんじゃないかと言われる今日も、その先人のおかげで生きてきた会社かと思ってます。

そのような中、昨年から新中期5ケ年経営計画ということで、「付加価値創生」というものをテーマに掲げ、 技術創生、製品開発、グローバル推進、廣貫堂ブランドの醸成、人材育成、この5つの基本方針を掲げ進 んでおります。

世界の医薬品の総生産額は60兆円ほどありますが、北米とEUと日本で90%弱を占めております。この経済危機がプラスに転じるようになると、それらのシェアが90%弱から50%くらいになるのも、もうごくごく近い将来ととらえております。我々もそのような中で、中期5ケ年計画を終える年には、海外売上比率を何とか30%くらいまで引き上げたく思っております。

当社はそのような状況のなか、古くからの伝統的なお薬をアジア、特に東アジアの国々に販売、輸出する事業を進めております。特にこの東アジアのエリアでは、メイド・イン・ジャパンに対する信用度、信頼度が高いです。その中でも医薬品や食品に対する信頼度が高く、この地域や薬局やドラッグストア向けの輸出を今進めています。

経済成長が著しいベトナムとかタイの製薬会社から、配置薬事業を是非一緒に当社と進めたいというリクエストが増えております。

当社ホームページの国別アクセスを見ると、中国や韓国、台湾からの件数が増えてきております。新たに中国語や韓国語や英語でホームページを見られるように工夫しました。ホームページでの注文するお客さんにそれぞれの国の取引先の企業から、日本製品を発送する具体的な仕組みづくりについて議論を始めたところです。

こんなことをしながら海外売上高比率を何とか高めていきたいと、当社としては取り組んでおります。

閉会挨拶 副代表幹事 新田 八朗

どうもありがとうございました。

塩井さんからご紹介いただいたジャパンブランドの信頼、それと自社で長年培って来た技術力、そんな力を持って海外マーケットに展開する。そして、特に途上国の医療環境の向上に貢献していく、そのような事例。それから、川本さんからご紹介いただいた、食への信頼が揺らいでいる中、安心・安全な野菜を無菌の状態でつくり出すということ。それが食料自給率のアップにも、貢献するという事例。また、小竹社長からご紹介いただきました、単なると言ったら語弊があるかもしれませんが、宅地造成ビジネスにとどまらず、環境への配慮を大いにしたまちづくりというところまでの事業を行い、環境保全、さらに低炭素社会に貢献していくという事例。

いずれの事例も、冒頭に塩井委員長からプレゼンテーションがありました、富山売薬が培ってきた先用後利、広い意味での先用後利というか、本来的な意味での先用後利の精神、すなわち目先の儲けを追うわけではなく、社会のお役に立つ、ステークホルダーそれぞれのお役に立つ、そしてその前提にある顧客や社会との信頼関係に基づいている、そのような事例だと理解いたしました。

最後になりますが、先ほどの松下幸之助さんの「不況克服の心得十カ条」の中の1番目が「不況もまた良し」ですが、8番目にはこういうのがあるそうです。それは「責任は我にありと自覚せよ」ということであります。

なかなか大松下翁のようにはなれませんが、我々も経営者という意味では同じです。責任は我にありという自覚を忘れてはいないか。これはアメリカの金融業界から降ってきた災難だとか、景気の波なんだから、ちょっとじっとしとらにゃあかんとか、そういうことにするのではなく、すべて責任は我にありという自覚を持ってこの難局に取り組んでいかなければならないのではないか。そして、私は、経済同友会というのは、これまでもそのような責任は我にありと自覚した経営者が互いに切磋琢磨し合う場でありましたし、今後もそうあり続けていきたいと考えています。

そんな努力の中に、先ほど中尾代表幹事もおっしゃった新しい経済の形、すなわち私の考えでは20世紀型の高度成長、競争や、勝ち負けをとにかく第一とする、ビジネスモデルから、21世紀型の長続きする、居心地のいい、そんなビジネスモデルに変えていくことができるのではないかと思います。この不況を越えたら、そんな居心地のいい社会をつくれるのではないか。そんなことを思ったわけです。

景気は循環するのか。果たして戦後15回目の波は来るのかということを冒頭に問いかけましたが、それは、やっぱり景気は循環するのではなくて、循環させるのだということです。責任は我にありと自覚した我々経営者が次の景気の山をもう一回つくり出すべく頑張っていかなければならないのではないかと思います。その上で、この先用後利というコンセプトが大切ではないかと。

まとめにはなりませんが、きょう、そのようなことを一つのヒントとして皆さんにお持ち帰りいただければと思います。

ご協力、どうもありがとうございました。(拍手)

CSR(企業の社会的責任)に関するアンケート調査

)

)

)

◆ 該当する記号を○でお囲み下さい。(カッコ)内には具体的内容をお書き下さい。

1. 経営理念と法令順守の徹底

- (ア)真面目で一生懸命に事業に取り組む
- (イ) コンプライアンスの徹底(教育の実施)
- (ウ)倫理行動の徹底(教育の実施)
- (エ) PDCA サイクル構築・実施による継続的な改善
- (オ) プライバシーマーク取得による情報セキュリティー強化
- (カ)無事故無違反コンテスト等の実施
- (キ) その他(

2. 顧客・取引先の尊重

- (ア)可能な限り安価な価格設定や誠実な対応による顧客満足の追求
- (イ)情報共有による情報のタイムリーな提供
- (ウ) 各種報告書の発行やホームページの積極活用による情報公開
- (エ) 誠実な接客サービスのための研修等
- (オ)取引先の人材育成支援
- (カ) その他 (

3. 良好な労働環境の整備

- (ア)従業員の資格取得助成や表彰などによる、技術向上、学習の支援
- (イ) 完全休暇取得の実施、生活応援手当の支給
- (ウ) 安全第一活動の実施
- (エ)社員サークル活動の支援
- (オ) 再雇用制度の積極活用、シルバー人材雇用、障害者就労支援
- (カ)研修や講習会への積極参加、支援
- (キ) インターンシップへの協力
- (ク) その他(

4. 製品・サービスを通じた社会貢献

- (ア) I S O 9 O O 1 等の取得
- (イ) 安全配慮を最優先とした商品仕入や適切表示
- (ウ)エコマーク認定商品の開発・販売
- (エ) 社員の特殊な資格を活かした相談への対応
- (オ) 有機JAS認定等を取得した有機栽培素材の加工・販売
- (カ)省エネや二酸化炭素削減に貢献できる製品等の開発・販売
- (キ) 工場見学・児童向け教室等
- (ク) その他(

経営・CSR委員会 アンケート

5	搢	悋	胛	題
v.			101	JI-R

- (ア)チームマイナス6%への参加
- (イ) ハイブリッド車などの導入、普及
- (ウ) ノーマイカーデー、エコドライブの実施
- (エ)リサイクル活動、省資源、ゴミの減量化
- (才) 植樹活動、森林保全、中山間地保全活動
- (カ)マイバッグ、マイ箸運動等の実施
- (キ) クールビズ、省エネ機器への交換、冷暖房の温度管理
- (ク)環境基金の設定、環境問題のPR活動
- (ケ) I S O 1 4 O O 1 等の取得

(コ) その他	(
	\

6. 地域貢献

(ア) 児童向け安全教室の開催等(具体的に	
(イ) 地元消防団等地域自主防災活動(具体的に	:
(ウ)地域の祭り等への参加、地域行事への寄付(具体的に	;
(エ)歳末助け合い、日本赤十字社活動等への寄付(具体的に	;
(オ) ボランティア活動及び活動支援(具体的に	:
(カ) 地域スポーツ活動応援・支援(カターレ富山など)(具体的に	;
(キ)文化・芸術活動、支援(具体的に	:
(ク) 青少年の健全育成の推進、支援(具体的に	
(ケ) 地産地消運動の推進、支援(具体的に	
(コ) その他 (,

)

当アンケート調査のご回答は当調査の目的以外には一切使用いたしません。ご記入をお願い申し上げます。

事業所名・連絡先等	事業所名	
	住 所	
 業 種	ア鉱業	オ 卸売業 ケ 不動産業
	イ 建設業	カ 小売業 コ サービス業
	ウ 製造業	キ 飲食店 サ その他
	エ 電気・ガス・	ク 金融・保険業 ()
	熱供給・水道業	
従業員数	ア 10 人未満	ウ 50~99人 オ 200~399人
	イ 10~49 人	エ 100~199 人 カ 400 人以上

詳細について訪問調査させていただく場合がありますので、ご協力のほどお願いします。

ご多忙のところ、ご協力いただき誠にありがとうございました。恐れ入りますが<u>8月31日(月)</u>までにファクシミリにて下記までご返送くださいますようよろしくお願い申し上げます。

富山経済同友会 事務局行 FAX: 076-422-0114

経営・CSR委員会 アンケート

平成20·21年度 経営·CSR委員会

	氏 名	会 社 名	役 職
委 員 長	塩井 保彦	(株)廣貫堂	代表取締役
副委員長	宮本 孝	財富山県新世紀産業機構	専務理事
副委員長	池田 進(後任)	財富山県新世紀産業機構	専務理事
副委員長	加藤 雅哉	㈱みずほ銀行	富山支店長
副委員長	伊勢 浩祐(後任)	㈱みずほ銀行	富山支店長
副委員長	粉川義弘	野村證券㈱	富山支店長
副委員長	八嶋祐太郎	八嶋名	代表社員 社長
副委員長	山瀬 孝	㈱ジェック経営コンサルタント	取締役社長
副委員長	小暮 浩之	㈱三井住友銀行	富山支店長兼富山法人営業部長
副委員長	上田明(後任)	㈱三井住友銀行	富山支店長兼富山法人営業部長
アドバイザー	新田八朗	日本海ガス(株)	取締役社長
アドバイザー	翠田章男	(株)トンボ飲料	取締役社長
委員	在田長生	高岡信用金庫	副理事長
委員	石橋隆二	(株)石 橋	代表取締役
委員	板倉 啓子	メンター・フーズ(株)	代表取締役
女 貝 委 員	伊東潤一郎	アイティオ(株)	取締役社長
委員	岩崎孝	(株)インディオ富山	代表取締役
委員	奥野 博之	オークス(株)	取締役社長
委員	押田洋治	㈱押田建築設計事務所	取締役社長
委員 委員	河合 裕子	㈱かわい本館	代表取締役・女将
委員	久木野良樹	みずほ信託銀行(株)	富山支店長
委員	栗原 幸宏	第一生命保険(相)	富山支社長
委 員 委 員	小暮浩之	(株)三井住友銀行	富山支店長兼富山法人営業部長
委員	齊藤 栄吉	(株)富山銀行	取締役頭取
委員 委員		㈱損害保険ジャパン	富山支店長
委員	多賀善治	(有)高 芳	取締役社長
委員	高野 二朗	タカノ建設㈱	取締役社長
委員	高見り	富山検査㈱	取締役会長
委員	竹澤・恵子	サカエ金襴(株)	取締役社長
委員	田島洪重	㈱田島木材	顧問
委員	玉川 宏	㈱チューリップテレビ	取締役営業局長
委員	永井 信次	伊藤忠商事㈱	富山支店長
委員	長崎 衛	富山糧穀㈱	取締役社長
委員	長田 武嗣	財北陸電気保安協会	理事長
委員	羽岡 立史	(株)初 芝	取締役社長
委員	林 孝樹	(株)インサイト	取締役社長
委員	針田 正尚	クリーン産業(株)	代表取締役
委 員	平野 泰康	ハイテック(株)	取締役会長
委員	福島鉄雄	(株)エフテック	取締役社長
委員	星名 照彦	㈱星名産業	代表取締役
委員	堀田 信一	日本海ツーリスト㈱	取締役社長
委員	本間比呂詩	オリジン工業(株)	取締役社長
委 員	松田 昭博	㈱みずほコーポレート銀行	富山営業部長
委員	松波 茂夫	(有)北陸マックス	代表取締役
委員	水口昭一郎	立山科学工業(株)	取締役社長
委 員	水持 雄一	㈱ホクタテ	取締役社長
委 員	宮本 次郎	㈱宮本工業所	取締役相談役
委 員	森田 忠雄	㈱富山県義肢製作所	取締役会長
委 員	矢葺 修	㈱日本政策金融公庫富山支店中小企業事業	事業統轄
委 員	米田 隆彦	(株)米 田	代表取締役
担当役員	藤谷 和彦	㈱OSCAR	取締役会長兼社長

富山経済同友会

〒930-0856 富山市牛島新町5-5

TEL (076) 444-0660

FAX (076) 444-0661

e-mail: doyukai@po.hitwave.or.jp

ホームページ:http://www.doyukai.org/