

Version 1.1
2009/12/31

NPOが提案する CSR活動基準(案)

CSRを応援するNPO・市民ネットワーク

「NPOが提案するCSR活動基準（案）」について

CSRを応援するNPO・市民ネットワーク
代表 早瀬 昇
(社会福祉法人 大阪ボランティア協会
常務理事・事務局長)

CSRへの関心は、近年、ますます高まっています。このような中、NPOの視点で企業の取り組みの「よいところ」「課題と思われるところ」を指摘し、また社会全体として社会的責任（SR）を推進していくための総合的なしくみの提供が必要だと考え、2005年5月、専門性の異なる下記の6団体で「CSRを応援するNPOネット」を立ち上げました（その後「CSRを応援するNPO・市民ネットワーク」に名称変更）。

その取り組みの一つとして、CSR向上に熱心に取り組む企業が「消費者から支持される状況の創出」が不可欠であると考え、「市民目線のCSR」調査研究プロジェクトを始めました。

CSRの向上に置いて、「CSRを応援するもう一つのCSR」の重要性が指摘されています。ここで「もう一つのCSR」のCとはコンシューマーのCであり、カスタマーのCであり、シチズンのCです。「社会的責任消費」という言葉も語られるように、市民が、その消費行動によってCSRを応援する（ボイコットというよりも、バイコット（buycott：積極的購買））ことが、私たち「市民の社会的責任」として問われているのではないかと考えています。

そこで、「持続可能な社会構築に向けてのビジョン・理念」「CSR統括体制」「情報開示・コミュニケーション」「環境」「サプライチェーン・マネジメント」「雇用・労働」「児童労働・強制労働の禁止」「社会との関わり」「軍需・防衛関連事業との関わり」の9項目について、この活動基準（案）をまとめました。

ただし、この内容は検討途上のものであり、皆さまのご意見を受けて、改善を進めたいと思っています。是非、積極的にご意見をお寄せ下さい。

なお、このプロジェクトは平成21年度「地球環境基金」の助成を受けて実施していません。

CSRを応援するNPO・市民ネットワーク幹事団体&構成団体

(2010年1月現在)

■幹事団体

(社福)大阪ボランティア協会、(特活)環境市民、ダイバーシティ研究所(Deco)

■構成団体

(特活)NPO政策研究所、(特活)消費者ネット関西、IIHOE[人と組織と地球のための国際研究所]

【もくじ】

| | |
|----------------------------|----|
| 第1章 持持続可能な社会構築に向けてのビジョン・理念 | 3 |
| 第2章 CSR統括体制（CSRガバナンス） | 4 |
| 第3章 情報開示とコミュニケーション | 7 |
| 第4章 環境 | 10 |
| 第5章 サプライチェーン・マネジメント | 16 |
| 第6章 雇用・労働 | 18 |
| 第7章 児童労働・強制労働の禁止 | 23 |
| 第8章 社会との関わり | 25 |
| 第9章 軍需・防衛関連事業との関わり | 27 |

第1章 持持続可能な社会構築に向けてのビジョン・理念

「持続可能な開発・発展」*1 が人類最大の課題となっています。その背景には、現代の社会がこのままでは持続不可能になってしまう危険性が大きい、という認識があります。たとえば地球温暖化をはじめとする地球規模の環境問題や資源枯渇、アメリカ発の世界的な経済不況、南北格差や国内の貧富差の拡大、世界各地で続く紛争、いまだに続く基本的人権の侵害など、どれをとっても私たちの世界は大きな問題を抱えているといわざるを得ません。

持続可能な開発とは「環境」「経済」「社会」*2 の3要素をともに満たすことだとされています。このような概念に基づく世界を築いていくためには、行政のみならず、企業、市民セクターの主体的な社会参画が必須となります。CSR活動とは、この社会的な要求に応えるものと考えられます。また、企業にとっても安定した経済、雇用の保証は必要不可欠な要素であり、環境問題は、経済活動が最も主な原因のひとつです。

企業は、その活動の基本的理念として、世界と日本の「持続可能性」を据える必要があります。これは、企業そのものの持続可能性と密接に関係するものです。

*1 「持続可能な開発・発展」という概念が、人類社会の最大の課題として世界的に認識されるようになってから、もう15年以上になります。この概念は、1980年に国際自然保護連合(IUCN)、国連環境計画(UNEP)などがとりまとめた「世界保全戦略」に初めてキーワードとして出されました。その後、国連の「環境と開発に関する世界委員会」(WCED)が1987年にまとめた最終報告書「Our Common Future」でその中心的な理念とされ広く認知されるようになりました。そして1992年ブラジルのリオデジャネイロで開催された環境と開発に関する国際連合会議(通称「地球サミット」)で採択された「アジェンダ21」で中心的コンセプトとされ、世界に大きく認知され、これまで続いています。

※2 ここでいう「社会」とは社会保障、人権保障、福祉医療制度などと地域の文化・歴史・アイデンティティといった資源の尊重を合わせた概念とされています。



A 理念とビジョン

1 企業理念、経営戦略等における持続可能性の位置づけ

企業理念、経営理念のコンセプトのひとつとして「持続可能性」をおいている。

2 長期ビジョン

将来における持続可能な社会像と、それを実現するための企業が果たす役割などを明確に描いた長期ビジョンを策定している。

第2章 CSR統括体制（CSRガバナンス）

CSRが企業活動において円滑に機能し、推進されるためには、「CSR統括体制（CSRガバナンス）」の構築・改善が重要であり、その際、以下の2点が徹底されていることが重要です。

（1）CSR推進を組織として体系的・戦略的に推進する体制構築において、NPO/NGOとの連携を重視しながら整備が進められていること。

（2）CSRに関する研修などを通じて社員やサプライヤーにも“市民的センス”が醸成され、CSR推進の姿勢が徹底され、風通しの良い社内体制を整備し、社内外の業務現場で起こる小さな問題も隠蔽されず速やかに経営責任者に報告される体制づくりがなされていること。

*原則として日本法人での体制について。ただし傘下の外国法人では著しく体制が異なる場合は、注記が望まれる。



A CSR統括に関する役員、委員会

1 役員体制

CSRを担当する社外取締役などに、非営利セクター関係者がいる。その関係者は消費者団体、市民活動団体などがより望ましい。（2～6全体に関係）

2 企業倫理委員会等

CSRに関わる特別な委員会（コンプライアンス委員会、企業倫理委員会など）に、非営利セクター関係者がいる。その関係者は消費者団体、市民活動団体などがより望ましい。

3 社外取締役

取締役の中に「社外取締役」を選任している。

4 社外監査役

監査役の中に「社外監査役」を選任している。

5 非企業セクターの社外監査役

4の社外監査役に、企業セクターに直接関わっていない監査役*を選任している。

*研究機関、監査法人、消費者団体、その他非営利団体などに所属する監査役

B CSRガバナンスへの市民活動団体の関与

1 市民活動団体の関わり方

CSRの推進に関して、消費者団体を含む市民活動団体やその役職員*から助言を得る仕組みがある。

*NPO・NGOやその役職員。大学などで研究・教育活動だけをしている人は除く

C CSRと社員の市民的感性向上に関する研修と評価など

1 実施実績（企画方法、内容も含む）

従業員に対して実施している「CSRに関する研修」で、企画・実施の際に市民活動団体と協働している、また社会問題に関する市民としての関心が高まり、また社員が市民活動に参加する意欲が高まる内容が盛り込まれている。

2 人事考課、処遇への反映

CSRに関する理解などを人事考課や処遇に反映している。報奨金などの特別の奨励制度をもつ場合がより望ましい。

3 その他、実施している社員の活動参加支援制度

社員の市民活動参加を支援制度のメニューが豊富にある。

D 公益通報への対応

1 公益通報保護体制の環境整備について

公益通報保護に関する社内規定を制定し、パートタイム、派遣社員を含む従業員、取引業者への周知を図っている。

2 公益通報の受付体制について

専門部署や社外相談窓口を設置するなど、受付体制が整備されている。

3 公益通報の「保護対象」

自社従業員だけでなく、自社役員*、取引業者*も保護対象としている。

*公益通報者保護法では保護対象とされていない。

4 公益通報について

公益通報の件数・内容を把握している。

5 公益通報者（内部告発者）への対応

公益通報後の対応経過および結果について、通報者に報告している。

E 個人情報保護への対応

1 個人情報保護に関する研修等

研修などにより、従業員に個人情報保護の重要性を周知徹底している。その際、コンプライアンスやリスクマネジメントの観点からだけでなく、市民生活上の個人情報保護の重要性についての理解も求めている。

第3章 情報開示とコミュニケーション

日本の企業の情報開示は、この十数年でかなりの改善をみてきました。が、ネガティブ情報の開示はまだまだ進んでおらず、隠蔽体質の抜本的改善が必要です。日常的な製品情報の提供に関しては、ユニバーサルデザインの導入や長期利用者に対する配慮など、CSRを踏まえた、適切でわかりやすい情報が誰でも簡便にアクセスできるしくみが構築されているかが重要です。

そしてリコールなど危険性が想定・確認される場合には、ネガティブ情報や対処内容が隠蔽されず、積極的かつ迅速に提供される必要があります。ともに企業内で担保するしくみをどうつくっているかが重要な視点となります。

一方向の情報開示にとどまらず、CSRに関して対等なコミュニケーションの場を消費者、調達取引先、販売店舗、株主・投資家など関連するステークホルダーとのあいだで定期的に設け、それを企業活動に反映させることが大切であり、これは相互に利益を得られるしくみづくりにつながるものです。



A 恒常的な情報提供

1 ウェブサイトにおける配慮

ウェブサイトでの商品情報提供は、一般的なユーザビリティに配慮するとともに、JIS X8341-3:2004(*1)やW3CのWCAG2.0(*2)に準拠するなど、アクセシビリティの向上を重視している。

*1「JIS X8341-3:2004」:「高齢者・障害者等配慮設計指針—情報機器における機器、ソフトウェア及びサービス第三部:ウェブコンテンツ」

*2「W3CのWCAG2.0」:World Wide Web Consortium「ウェブコンテンツ・アクセシビリティ・ガイドライン 2.0」

2 自社広告における配慮

- ア. 自社広告表示に関するCSR視点からの自主基準がある。
- イ. 社会的公正性を確保するため、消費者あるいは消費者団体やNPOと協働の自社広告評価委員会をつくり、定期的な評価・改善を実行している。

3 環境・地域貢献型商品の取扱と消費者への推奨(食品・流通企業)

MSC・フェアトレード・有機JAS・GAP認証など、環境・地域貢献型商品を積極的に扱い、店内に掲示もしくは直接頒布するなど、消費者に分かりやすく情報を提供している。

4 安全に関する情報提供、長期利用者・少数者等への配慮

- ア. 危険な使い方が想定できる場合や、類似商品で事故等が発覚した場合などに、ホームページ等で適宜関連情報を提供し、消費者に注意を喚起している。
- イ. 商品の安全性や故障時の対応に関して問い合わせ先を表示するなど、長期利用者へ配慮した情報提供を行っている。

- ウ. 高齢者や障害者に配慮するとともに、多言語で表示するなど少数者に配慮した情報提供を行っている。
- エ. 特定原材料（アレルゲン）は原料名表示枠での日本語表示とは別枠を設け、多言語表示やピクトグラム（絵文字）による表示を実施している。（食品・流通企業）
- オ. 原材料表示は表示義務のある特定原材料（アレルゲン5種）に加え、宗教・信条上の理由による食事規制に関する原材料までを自主的に表示している。（食品・流通企業）

4 災害、施設事故等に関する情報

- ア. 生産プロセスで使用する危険物等がある場合、近隣住民にその情報を提供している。
- イ. 災害や施設事故発生時における対応を、近隣住民や自治体などに事前に説明している。

5 消費者の健康と安全（食品・流通企業）

分煙の方法については受動喫煙による健康被害を避けるため、1つのフロアをパーティションや垂壁によって分ける区画化ではなく、フロア分けによる分煙や個室による分煙を実施している。

B 不祥事対応とリコール、苦情対応

1 不祥事への対応について

- ア. 法令違反等の不祥事*への対応に関し、透明性の確保や説明責任についての基本方針、指針、規定等がある。
- イ. CSR報告書等で自社の不祥事情報についても積極的に開示している。
*法令違反、犯罪等の本来あってはならない事象を「不祥事」と捉えています。

2 リコール情報の提供等（製造業）

- ア. 消費者の要望を聞いてリコールに関するガイドラインを作っている。
- イ. 機種や品番のみでなく何が原因でどのような危険があるかを、図や写真を使ってわかりやすく具体的に知らせている。
- ウ. 対象台数だけでなく回収台数・回収率・事故件数などを更新し、途中経過の情報を開示している。
- エ. 修理・交換など回収後の対応を明示し、消費者が反応しやすいよう工夫している。

3 リコール放置、リコール隠し（製造業）

- ア. リコール放置、リコール隠しなどの不正防止に関する行動基準を策定している。
- イ. 調達元、販売業者、同業他社などに説明会を開催するなどして情報を提供・共有し、共同で再発防止に努めている。
- ウ. リコール対策委員会等を社内に設置し、外部機関へ調査を委託している。

4 苦情・返品対応（食品・流通企業）

商品の安全性等に対する問い合わせ先を表示するとともに、商品の販売自粛や自主回収の場合には、消費者が商品を購入した小売店での返品もできる体制を整備している。

C ステークホルダーとの双方向コミュニケーション

1 ステークホルダーの認識

「株主・投資家」「消費者・顧客」「社員」「取引事業者」「行政」「環境」などを、自社本業の活動の影響が及ぶステークホルダーとして分析・特定し、影響の内容とともに、そのステークホルダーからの期待・要請についての認識を持っている。

2 ステークホルダーの記述

CSRに関する価値観や姿勢が文書化された形で示されている「企業行動指針」「企業行動基準」などの中に、一般的な「株主・投資家」「消費者・顧客」「社員」「取引事業者」「行政」「環境」以外に、以下の関係者に対する姿勢についての記述がある。

- ア. 派遣社員・臨時雇用者
- イ. 研修生などの外国人
- ウ. 調達先・原材料輸入元、及び現地労働者・地域住民
- エ. NPO/NGO、市民活動団体
- オ. 地域社会
- カ. 未来の子孫

3 ステークホルダーとのコミュニケーションの機会

- ア. ステークホルダーとのコミュニケーションの機会を定期的に設けている。
- イ. コミュニケーションが双方向的なものとなっている。

4 ステークホルダーとのコミュニケーションの活用

- ア. ステークホルダーとのコミュニケーションの結果を、その後の改善に生かしている。
- イ. コミュニケーションの内容、改善策などを公開している。

D CSR報告書

1 CSR/環境報告書の作成

- ア. 企画段階から消費者団体等と協働するなど、消費者の意見を取り入れて作成している。
- イ. ネガティブな情報も載せ、改善の経過がわかるようにしている。
- ウ. 前回の第三者評価を踏まえ、指摘に対する努力の効果を数値等で明確に表示している。

2 CSR/環境報告書の活用

- ア. CSR/環境報告書を、社員研修、サプライヤーとのセミナー、顧客とのコミュニケーション、ステークホルダーミーティング等で活用している。
- イ. 活用する際、配布するだけでなく、副教材として活用するなどし、また把握度や意見をフィードバックして以後の改善につなげている。

第4章 環境

環境問題は、人類が抱える最大の問題のひとつです。その解決には人類のみならず多くの生き物たちの生存がかかっています。地球温暖化へ対応するためには、素材の採掘から、輸送、製造、流通、使用・消費、廃棄・リサイクルのすべての過程においてエネルギーの削減が求められています。2050年に世界で温室効果ガスを半減化するためには、先進国は80%削減が必要とされますが、これを実現しようとするると産業も社会も根源的な変化が必要となります。

さらに人類のみならず、多様な生物種が存在することが、人類の生存にとっても欠くことができない重要な基盤として認識されるようになってきていますが、生物多様性を尊重する取り組みは、まだこれからの状況です。

CSR活動の中でも、環境対応は多くの企業にとって具体的な取り組みが進んでいる分野であるといえます。しかし、現代のそしてこれからの世界を考え、地球環境と共存するより広いより深い取り組みが必要となっています。また一企業だけではなく、サプライヤー、流通販売事業者、消費者、NPO等のステークホルダーとの協力、協働がより重要となっています。



A 環境方針、理念等

1 企業理念、経営戦略等における環境の位置づけ

企業理念、経営理念の中心コンセプトの一つとして「環境」をおいている。

2 環境行動計画の策定

環境に関する行動計画を策定し、随時改定している。

3 環境統括セクション

環境統括セクションを設置し、専任者のTOPとして取締役を置いている。

B 環境マネジメントに関する取り組み

1 環境マネジメントシステム

国内外にある本社、統括社、支社、研究所、事業所、工場、店舗等において環境マネジメントシステム*の認証取得または自己適合宣言を全サイトで実施している*。

*ISO14001だけでなく、KES、エコアクション、エコステージ等の簡易型環境マネジメントシステムも可。

2 サプライチェーンへの環境マネジメントシステム導入の要求とサポート

ア. サプライチェーン企業の環境マネジメントシステムに対して環境マネジメントシステ

ムの認証取得及びそのためにサポートを次のように実施している。

- イ. 国内外の直接取引のある企業に対して、環境マネジメントシステムの認証取得を必須化し、認証取得のための講習会、研修会の実施、専門家の派遣助成金、認証取得のための融資制度等の経済的支援策を設けている。
- ウ. 国内の間接取引のある企業に対して、環境マネジメントシステムの認証取得を必須化もしくは推奨し、認証取得のための講習会、研修会の実施、専門家の派遣助成金、認証取得のための融資制度等の経済的支援策を設けている。
- エ. 海外の間接取引のある企業に対して、環境マネジメントシステムの認証取得を推奨し、認証取得のための講習会、研修会の実施、専門家の派遣助成金、認証取得のための融資制度等の経済的支援策を設けている。

3 海外の工場、研究所等における環境基準

全ての国において工場、研究所等で、大気排出基準、排水基準、騒音規制基準、振動規制基準、悪臭規制基準を日本の基準か当該国の基準の内、いずれか厳しい方の基準を採用している*。

*法的社会的にやむを得ない理由によって日本の基準より緩い当該国の基準を採用することは可

4 社員研修

- ア. 全従業員を対象に、修了テストのある環境一般教育（eラーニング、集合教育を問わず：ただし単発の講演会ではなく、一定のカリキュラム化されたもの。ただし環境マネジメントシステム取得のための研修を除く）を実施している。またその修了者及び修了者数を把握している。
- イ. 環境 NGO の役員もしくはスタッフを講師に招いて、従業員を対象とした専門的な研修、もしくは講演を実施している。

5 社員の勤務成績評価

従業員の勤務成績の評価（給料、昇進にかかわる）に、当該従業員の環境活動の有無及び内容を反映させるシステムを採用している。

6 グリーン購入

- ア. グリーン購入（調達）方針もしくは（及び）実施計画があり、調達基準もしくはガイドラインを作成している。
- イ. 製造する製品の金属及び非金属資材にグリーン調達を実施している。
- ウ. グリーン購入（調達）実績を公表している

7 環境パフォーマンスの表現

- ア. 企業の環境行動のパフォーマンスを総合的にわかりやすく測る指標、目標等を設定している。
- イ. 上記指標、目標の評価に環境 NGO、消費者団体の参加を求めている

C 気候変動・地球温暖化防止

1 温室効果ガスの削減目標

温室効果ガスの削減目標*を次の要件で定めている

- ア. 国内生産拠点、海外生産拠点、国内物流、海外物流、店舗、国内本社・支社等のオフィスにおける、各々の二酸化炭素排出量削減目標及び国内の事業活動全てにかかわる二酸化炭素排出量削減目標
- イ. 国内の二酸化炭素以外の温室効果ガス総排出量の削減目標
- ウ. 製品使用時の二酸化炭素排出量削減目標を定めている

*削減目標は、原単位当たりではなく、絶対量であることがより望ましい。また目標値は 2020 年には 1990 年比 25%~30%かそれ以上、2050 年には同 80%以上であることが望ましい

2 温室効果ガス削減実績

- ア. 温室効果ガスの削減実績と目標達成率を把握し、公表している。
- イ. 削減実績が目標に着実に近づいている、もしくは目標以上になっている

3 再生可能エネルギーの導入の利用促進

国内及び海外の本社、支社、研究所、事業所、店舗、工場等において再生可能エネルギーを導入及び利用促進を、積極的、計画的に行っている。

4 京都議定書、中期目標

- ア. 京都議定書を気候変動問題解決のため第一歩として肯定的に評価し、その国別目標達成のために事業者としてできる限りの協力を実施している。
- イ. 2020 年を目標年とした日本の温室効果ガス削減目標に関して、1990 年比 25%かそれ以上削減を明確に支持している

5 環境税（炭素税・気候変動税）、国内排出量取引

- ア. 環境税（炭素税・気候変動税）の導入に対して、肯定的な評価をしている
- イ. キャップのある国内排出量取引制度の導入に対して、肯定的な評価をしている

6 主要製品の省エネルギー化（製造社）

主要製品の 1 台(個、器)当たりの平均使用エネルギーの省エネルギー化を進めている*。

*主要製品の 1 台(個、器)当たりの平均エネルギーの例

- ア. 家電メーカーの場合、エアコン、冷凍冷蔵庫、テレビ等において各々 全機種(各機種出荷量×各機種年間消費電力量)/全機種出荷量
- イ. 自動車メーカーの場合 乗用車(ガソリン車、ディーゼル車別)、貨物車ごとに各々 全形式(各形式出荷台数×各形式 10・15 モード燃費)/全形式出荷量

7 製造社、売店の地球温暖化防止活動への支援、協力

製造社にあっては自社製品を販売する店舗へ、流通販売社にあっては自社店舗で販売する製品の製造社へ、地球温暖化防止活動への支援、協力をしている。

D ごみ削減の取り組み

1 3Rの推進とその優先順位の明確性

環境方針もしくは環境行動計画等において、3Rの推進と、リデュース、リユース、リサイクルの優先順位を明確にしている

2 廃棄物削減目標の設定

廃棄物の削減目標*を次の要件で定めている

- ア. 国内生産拠点、海外生産拠点、店舗、国内本社・支社等における、廃棄物の削減目標
 - イ. 製品の梱包材・包装材の削減目標
 - ウ. 国内生産拠点、海外生産拠点、国内外店舗における、廃棄物の再資源化率
 - エ. 国内外店舗において販売物に用いる容器・包装材の削減目標
- *削減目標は、原単位当たりではなく、絶対量であることが望ましい

3 廃棄物の削減実績

- ア. 廃棄物の削減実績と目標達成率を把握し、公表している。
- イ. 廃棄物の削減実績が目標に着実に近づいているもしくは目標以上になっている

E 水使用の削減、有害化学物質の削減

1 水使用量の削減目標

国内生産拠点、海外生産拠点、店舗、国内本社・支社、国内外店舗等における、水使用量の削減目標を定めている。

*削減目標は、原単位当たりではなく、絶対量であることが望ましい。

2 水使用量の削減実績

- ア. 水使用量の削減実績と目標達成率を把握し、公表している。
- イ. 水使用量の削減実績が目標に着実に近づいているもしくは目標以上になっている

3 原水保全、水資源確保のための事業、活動

原水保全、水資源確保のために、森林の保全活動、休耕田の水はり、雨水の利活用及び地下浸透などを実施している*。

*これらの活動を地元自治体、NPO、民間団体と協働していることが望ましい

4 有害化学物質の削減

製品内の有害化学物質の削減、使用禁止及び工場における有害化学物質の削減、使用禁止、移動、管理を次のように取り組んでいる。

- ア. 現在法律では禁止されていないが環境への影響が懸念される化学物質について使用の禁止もしくは使用管理について取り組んでいる

- イ. RoHS 指令を EU 内だけでなく全世界的な取り組みにしている
- ウ. サプライヤーから調達する資材、物品等に含まれる化学物質の情報を一元管理するシステムを導入している
- エ. 化学物質の排出・移動量を削減する目標を設定し削減に取り組んでいる

F 生物多様性の尊重

1 絶滅の恐れのある野生生物種の保護

製品・サービスの原材料の調達、工場店舗等の施設の新築・改築、生産及び運搬時の廃棄物・排出物、サービスの使用時及び廃棄・リサイクル時など、事業活動のあらゆる過程(以下「事業活動過程」という)において、絶滅の恐れのある野生生物種の生存を脅かさない方針と行動計画を策定し、行動している。

2 生態系の保全、地域特性の配慮

事業活動過程において、多様な生物種の存在の基盤となっている森林、草原、海洋、サンゴ礁、河川等の自然環境の破壊、地域特性の喪失、改変を招かない方針と行動計画を策定し、行動している。

3 生物多様性を尊重した製品の開発、提供

- ア. FSC 認証、MSC 認証、有機 JAS 認証等を取得した原材料の調達及び製品の開発、販売を促進している。
- イ. 上記認証以外に、これら認証と同等かそれ以上の取り組みを行っている原材料の調達及び製品の開発、販売を促進している。

4 生物多様性の回復行動

- ア. 事業活動過程において生態系の改変・悪化をまねいた場合、その悪化した以上の回復行動を実施している
- イ. 生物多様性を回復するための植林、海洋・河川環境の回復活動を企業として(他のセクターと協働で)実施している。

G 環境適応型商品の開発と消費者への推奨

1 優れた環境適応型製品の開発及び商品

- ア. 独自の環境適応型商品の基準と、その達成目標を設定している
- イ. 環境適応技術の開発及び商品化において、同業他社に比べて特筆すべき事例がある。

2 消費者への環境適応型製品の推奨

- ア. 製造社においては販売店に対して、店内に掲示もしくは消費者に頒布するわかりやすい環境適応型製品の情報を提供している。

- イ. 流通販売社においては、公的機関からの要請に基づく環境適応型製品の推奨表示を確実に実施するだけでなく、より積極的な表示、説明を実施している
- ウ. 流通販売社においては、消費者への環境配慮型商品、サービスの提供を積極的に行っている。
- エ. 環境適応型製品に対する税制面等社会的優遇制度を積極的に顧客に伝えている。

3 製品の長期使用対応(製造社)

- ア. 製品の技術的な長寿命化を図るとともに、長期使用についての対応を積極的に進めている*。
- イ. 製品の基本的性能にかかわらない、デザイン等だけのモデルチェンジを行わない。
*長期使用についての対応例 保守部品の法令に定める期間を超えての保有、有寿命部品の保有期間の長期化、使用者が相談や修理の依頼をしやすいように電話やインターネット等を用いたサポート窓口の設置、修理及び交換部品の有償費用を低額に抑える等。

第5章 サプライチェーン・マネジメント

CSRは、自社だけでなく取引先においても推進されなければ、結果として自社の責任も果たすことができなくなります。しかし、CSRに取り組むことができない企業を排除するだけの調達基準を設けただけでは、取引先へ責任を転嫁するだけでCSR向上の実効性は保てません。多くの部品や原材料を調達・販売する企業が取引先を支援したり、明確で取り組みやすい基準を明示して取り組みを促したりすることで、サプライチェーン全体としてCSRが向上していくような取り組みが必要です。

*本項では環境についての調達やサプライチェーン・マネジメントの取り組みは取り扱わない。また本項では部品や原材料の調達における契約先を「調達先」、その他の取引全般での契約先を「取引先」とし、サプライチェーンとして取り扱う。



A 調達・取引基準の策定状況

1 CSR調達基準の策定

以下の項目について、調達先に情報開示や取り組みもとめるCSRの調達・取引基準を策定している。

- ア. ガバナンス：意志決定や経営管理状況の開示、CSR推進体制の整備
- イ. 人権：ハラスメント対策、人的多様性配慮、相談窓口の設置、研修の実施
- ウ. 労働慣行：労働安全衛生、雇用契約、労働法制の遵守、ワークライフバランスの推進
- エ. 公正な事業慣行：汚職防止のための倫理規定、内部通報者保護体制の整備
- オ. 品質・安全管理：マネジメントシステムの導入、外部監査体制の整備
- カ. 消費者対応：個人情報保護、苦情対応、情報公開

2 調達先へのCSR調達基準策定の要請

前項の方針を調達先に求めるとともに、調達先にも同様の調達基準の策定を求め、サプライチェーン全体でのCSR向上に努める。

3 サプライチェーンとの公正な取引およびCSR推進の要請

販売代理店やフランチャイズ契約など通じて自社製品の販売やアフターサービスを行う取引先との契約において、自社及び自社の関係者が不当な要求や消費者に不利な契約を結ばないよう、取引基準を策定、改善している。またサプライチェーンでもCSRが推進できるよう要請している。

B 調達・取引先への支援の取り組み

1 国内における支援

A で掲げた調達・取引基準に基づき、国内の調達・取引先における取り組みを促すため、下記の支援を行う。

- ア.** 情報提供：CSR に関する最新情報の提供、優れた取り組みの共有
- イ.** 研修・教育機会の提供：調達・取引先の経営者・社員が受講できる研修機会の提供、教育資料の提供
- ウ.** 監査・奨励：定期的な監査の実施、優れた取り組みの表彰、費用の助成・補助・融資
- エ.** 協働：調達・取引先同士での協働による取り組みの促進

2 国外における支援

国外の調達・取引先における取り組みの推進においても、前項の支援を行う。

第6章 雇用・労働

CSRとは、多様なステークホルダーの満足を実現していくことであるのは改めて言うまでもありません。中でも、従業員満足（ES＝エンployee・サティスファクション）の実現は、従業員が自己実現を図り、一人の市民として、生き生きと楽しい家族生活を送っていくためにも、企業にとってはきわめて重要な経営課題です。

しかし、厳しい企業間競争を強いられるなか、多くの企業には人件費削減が強く求められ、正社員の非正社員への切り替えが進行しています。そんな現実のなか、ややもすれば多くの企業では、正社員には長時間の労働が強いられ、非正社員はますます不安定な立場に追いやられていく悲しい現実があります。うつ病など精神疾患の多発や、ときには過労による自殺が労災認定されるケースも報じられているところです。

労働者派遣法の改正など、各種労働法制の改正にその原因を求める声もありますが、しかし企業が、従業員一人ひとりの存在を尊重する人事労務政策に注力することで解決できる問題も少なくありません。



A 人事労務管理の基本事項

1 基本方針

人事労務管理に関する基本方針等が明文化されている。

2 基本方針内容

基本方針等で以下の内容が謳われている。

- ア. ディーセントワーク（尊厳ある労働）
- イ. 人権の尊重
- ウ. 差別（学校差別・民族差別、同和差別など）のない採用
- エ. 人材多様性（ダイバーシティ）
- オ. ワークライフバランス（仕事と生活の調和）
- カ. 同一価値労働同一賃金
- キ. ポジティブアクション（女性の積極登用）
- ク. 「間接差別」の禁止
- ケ. セクハラ・パワハラ禁止
- コ. 児童労働・強制労働の禁止

3 基本データ

経常利益、当期純利益、役員報酬、株主配当、労働分配率を公表している。

B 人材の活用

1 女性の登用

- ア. 全管理職数に占める女性の数と比率を公表している。
- イ. 全役員数に占める女性の数と比率を公表している。
- ウ. 女性登用推進の専任部署を設置している。
- エ. 女性の積極登用に対して中長期的な目標値を設定している。
- オ. 女性の積極登用に対して特別な取り組みをしている。

2 障害者雇用

- ア. 障害者雇用の実績値を公表している。
- イ. 障害者雇用のための特例子会社を設置している。またその場合、会社名と雇用者数を公表している。
- ウ. 障害者雇用に対して中長期的な目標値を設定している。
- エ. 障害者社員の平均勤続年数を把握している。
- オ. 障害者の就労定着を促進するための特別な取り組みをしている。

3 外国人雇用 ※日本国内の事業所に限定。

- ア. 外国人正社員の人数とその比率を公表している。
- イ. 外国人管理職の人数とその比率を公表している。

4 高齢者雇用

高齢者雇用安定法改正を受けて必要な措置を講じている。

5 新卒・中途採用

- ア. 新卒入社者の定着状況（3年後）を公表している。
- イ. 中途採用者の正社員比率を公表している。

C ワークライフバランス

1 年次有給休暇

年次有給休暇の付与日数、取得日数、取得率を公表している。

2 子育て支援

- ア. 従業員の育児休業取得者数を公表している。
- イ. うち、男性従業員の数を公表している。
- ウ. 男性従業員の育児休業取得者数に対して中長期的な目標値を設定している。
- エ. 次世代育成支援対策推進法に基づく行動計画を策定している。

3 介護休業

- ア. 従業員の介護休業取得者の数を公表している。
- イ. うち、男性従業員の数を公表している。
- ウ. 男性従業員の介護休業取得者数に対して中長期的な目標値を設定している。
- エ. 従業員の家族介護の対する特別な支援策を実施している。

4 その他の制度

ワークライフバランス実現のために、以下の制度を設けている。

- ア. 法定外の有給休暇制度
- イ. 短時間勤務制度
- ウ. フレックスタイム制度
- エ. 事業所内託児施設の開設
- オ. 子育てサービス費用の援助措置
- カ. 休業後の職場復職支援
- キ. 育児などで退職後の優先的な再雇用制度
- ク. 子育て中の在宅勤務制度
- ケ. 転勤免除

5 所定外労働時間

- ア. 三六協定を締結・届出している。
- イ. 三六協定による労働時間を下記の時間以下で定めている。
 - ① 週所定労働時間：40 時間
 - ② 1 日について延長することができる時間：2 時間
 - ③ 1 カ月について延長することができる時間：40 時間
 - ④ 1 年について延長することができる時間：150 時間
- ウ. 正社員一人当たり月間平均所定外労働時間を公表している。
また、月間平均所定外労働時間が 80 時間を超えた正社員の人数と比率を公表している。

6 賃金未払残業

- ア. 残業賃金未払いで労働基準監督署から是正指導を受けたことがない。また、ある場合でもその時期、金額、遡及期間を公表している。
- イ. 時間外労働手当の支給対象とならない正社員の人数と比率を公表している。
- ウ. 労働基準法第 41 条 2 にいう管理監督者として時間外労働手当を支給していない管理職は、役員以上としている。

7 過重業務に起因する労働災害

過重な業務に起因する脳・心臓疾患および精神障害等で労災認定を受けた従業員はいない。あるいは、いる場合にはその時期と労災認定件数及び死亡事案（過労死、過労自殺）件数を公表している。

D 非正社員の処遇について

1 従業員の種類・人数

アルバイト・パートタイマー、契約社員・嘱託社員、派遣社員、構内請負労働者、正社員
の人数及びその男女比率を把握している。

2 従業員構成別（直接雇用のみ）の平均年齢・平均勤続年数

従業員構成別にその平均年齢と平均勤続年数を把握している。

3 従業員構成別（直接雇用のみ）の月額平均賃金・月額平均実労働時間

従業員構成別（直接雇用のみ）の月額平均賃金と月額平均実労働時間を把握している。

4 非正社員の雇用条件適正化

非正社員の雇用環境や労働条件の適正化のための施策を実施している。

5 正社員への登用

非正社員を正社員へ登用するしくみがある。

6 請負社員

- ア. 自社の工場等で働いている労務請負先企業の労働者数及びその男女比率を公表している。
- イ. 過去に偽装請負などを労働基準監督署から指摘を受けたことはない。
- ウ. 指摘を受けたことがある場合は、その改善のための対策を講じている。

7 正規雇用化

派遣社員や自社の工場で働いている労務請負先企業の労働者から正規雇用を求められ、裁判に至った事例はない。

E 労働環境改善の取り組み

1 労働災害

- ア. 労災認定を受けた労働災害発生件数及び度数率を、正社員／非正社員別に公表している。
- イ. 労働災害の発生を予防するための研修などを実施している。

2 パワー・ハラスメント、セクシャル・ハラスメント

- ア. パワハラ・セクハラで労働基準監督署より指摘を受けたことがない。

- イ. パワハラ・セクハラ防止のために以下のことを実施している。
- ウ. 専門相談窓口の設置
- エ. 研修会の実施
- オ. 啓発ビデオ・パンフレットの配布

3 メンタルヘルス

- ア. 従業員のメンタルヘルスに対応するために、以下のことを実施している。
- イ. 専門担当者の配置
- ウ. 外部専門機関との連携
- エ. 休職者に対する復職対応のルール化
- オ. 教育研修・情報提供の実施
- カ. メンタルヘルスケア計画の策定

4 労使関係

- ア. 経営課題や現場の状況等について、労使委員会等、常設の労使の話し合いの場を設けている。
- イ. 上記の常設の場で、様々な職種や雇用形態の従業員の意見が反映されるようになっている。

第7章 児童労働・強制労働の禁止

児童労働とは、15歳未満の子どもが義務教育を受けずにおとなと同じように働くこと、また18歳未満の子どもが危険有害な労働に就くことをさします。強制労働とは、自らの意思によるものではなく、他の者によって強要される労働、懲罰や脅迫、又は債務の返済のために要求される労働またはサービスをさします。経済不況やグローバル化による格差が広がる中で、日本国内の製造現場においても、日系ブラジル人の児童労働や中学生による派遣労働のケースなどが報告されています。また外国人研修・技能実習生制度が社会問題化する中、強制労働に等しい国内状況も散見されています。2009年10月には、米国労働省が児童労働・強制労働で生産された製品リストを公表しており、世界各地で生産、産出される農産物や鉱物資源が多く含まれていました。産業構造の最上流で使用されるこれらの原材料を、日本の企業が知らずに使用しているリスクも否めません。企業には、調達先を含む製品の生産現場における労務管理（強制労働、児童労働の禁止、労働環境の適正化、差別と虐待の禁止など）のガイドラインづくりや問題を予防、是正する計画の整備が求められています。特に、問題が発覚した場合の対応として、企業が単に取引を打ち切るだけでは根本的な解決にはならないため、地域の貧困や教育など、問題を引き起こす要因となっている課題をも視野に入れた、包括的な対応が求められます。



A 自社における児童労働・強制労働をなくすための取り組み

1 児童労働・強制労働を禁止する方針及び基準の策定

自社の調達方針や行動規範等に、児童労働、強制労働の禁止を明記するほか、CSR 調達のガイドラインや、サプライヤーに対する行動規範を策定する。

2 事業所における検査や監査の実施

製品の製造過程において児童労働や強制労働がないかを確認し、問題の有無を把握し、改善するためのしくみを持つ。その他、第三者機関による監査の実施や、SA8000*などの認証制度を導入する。

*米国のCSR評価機関であるSAI(Social Accountability International)が、国際的な労働市場での基本的な労働者の人権の保護に関する規範を定めた規格。SA8000のSAは「ソーシャル・アカウンタビリティ（社会説明責任）」の略。

B サプライヤー(製造委託先、原材料仕入先)の労働・人権状況に対応するしくみ

1 製造委託先および原材料の調達過程における取り組み

製造委託先および原材料の調達過程において、児童労働・強制労働がないかを確認し、問題の有無を把握し、改善するためのしくみを持つ。また、SA8000などの認証制度を導入するなど、サプライヤーを含めた第三者機関による監査等を実施する。

C サプライチェーンにおけるリスク対応

1 児童労働・強制労働が発生した場合の対応策

児童労働、強制労働が発生した場合の対応方針や、具体的な行動計画、手順を定める。また、雇用されていた児童や労働者の一方的な解雇など、問題の悪化に繋がらないような救済策を用意する。

D サプライヤーとの協働のとりくみ

1 児童労働・強制労働を抑止するための海外のサプライヤーに対する支援

開発途上国にある海外のサプライヤーに対して、児童労働や強制労働が発生しないための包括的な教育・訓練を行う。また、サプライヤーが行う研修への資金提供や人材派遣を行ったり、サプライヤーを対象とした相談窓口を設置する。

2 児童労働・強制労働の予防に向けた取り組み

原材料の調達元の地域で、児童労働や強制労働を予防するために、労働者への教育・研修機会の提供や啓発活動、地域の教育や保健、福祉の推進に資する取り組みを行う。

E 業界内における児童労働・強制労働撤廃に向けた取り組み

1 児童労働・強制労働撤廃に向けた業界による取り組みへの参加

児童労働・強制労働撤廃に向け、業界単位で行っている取り組みに参加する

F 児童労働の撤廃に向けた関係機関との協力

1 児童労働・強制労働の撤廃に向けた国際機関とのパートナーシップ

ILO（国際労働機関）、UNICEF（国連児童基金）など、児童労働・強制労働に取り組む国際機関と情報交換や学習会を実施するほか、パートナーシップを結んで取り組みを行う。

2 児童労働・強制労働の撤廃に向けた NGO とのパートナーシップ

情報交換や学習会、サプライヤーの調査の実施など、児童労働・強制労働に取り組む NGO と協力する。また児童労働・強制労働の問題に取り組む NGO の現地プロジェクトに資金提供を行う。

第8章 社会との関わり

企業が社会に与える影響は、正負ともに大きなものがあります。

ステークホルダーから信頼を得るためには、自社の行動が正負ともに大きな影響を社会に与えることを自覚し、「どういう社会づくりに貢献していきたいか」という考えを確立した上で、その考えに基づいて行動することが求められます。また、それが実行されるためのしくみや検証システムの有効性も問われてきます。

「社会との関わり」を考えたとき、事業活動と企業市民活動（社会貢献活動）のいずれにおいても、以下2つの視点をもっていることが望ましいと言えるでしょう。

(1) 公正な社会づくりを推進するための努力をしていること

(2) 社会に良い影響を与えようとする行動であっても、意図しない弊害が発生することがないか、可能性を検証し回避する努力をしていること



A 企業市民活動（社会貢献活動）

1 企業市民活動に関する方針について

自社の企業市民活動に関する基本方針を明文化し、その中に、『経営理念やビジョン実現のために社会貢献活動に取り組む』旨の明記がある。また、年初、自社の事業計画の中に織り込むとともに活動の内容が固定化しない工夫（仕組み）を取り入れている。

2 ビジョン・理念を共有するNPO/NGOの活動と成長促進について

自社の企業市民活動を通じて、ビジョン・理念を共有するNPO/NGOの活動と成長を助けることを意図している。

3 企業市民活動に関する計画の立て方について

企業市民活動を計画する段階で、関連団体を巻き込んで計画を立てている。

4 企業市民活動に関する評価・見直しについて

ア. 自社の企業市民活動に関して、以下の観点を盛り込んだ評価や見直しを行っている。

イ. 事業計画策定時の担当部署、担当者の見解

ウ. 当該団体からの要望やコメント

エ. 地域の関係者からの要望やコメント

オ. 外部関係者など第三者評価、ステークホルダーダイアログ、アンケート分析など

カ. 従業員等の内部関係者のアンケート実施などによる結果

キ. 経営陣や幹部クラスによる内部関係者からのアンケート、声など

5 意図しない弊害の回避努力について

企業市民活動による意図しない弊害の可能性を検証し、それを回避する努力をしている。

B 事業活動の影響アセスメント

商品やサービスなどの提供を通じた、公正な社会づくりと社会との信頼構築の取り組みについて

1 店舗出店・撤退、事業所・工場の建設・撤退に際して

- ア. 地域の事業者や商店（商店街）の活力向上に寄与し、共存共栄をはかるためのガイドラインをもうけている。
- イ. 地域社会と住民の安全に配慮するためのガイドラインをもうけている。
- ウ. 交通・流通の変化によって、社会環境的負荷（交通渋滞、危険増加、住民の自動車利用助長など）を与えないための基準をもうけている。

2 商品提供について

- ア. 商品やサービスの開発・提供にあたって、貧困や所得格差の拡大などを助長しない、または是正するための方針または基準をもっている。
- イ. 商品やサービスの開発・提供にあたって、青少年の健全な育成（安全・精神・健康・金銭面など）を促すような方針または基準をもっている。
- ウ. 社会的公正や経済格差・貧困問題の改善等を目的とする「フェアトレード商品」を、販売商品として優先的に取り扱っている。
- エ. 地産地消を推進するなど、地域の生産物を優先的に取り扱うための方針または基準がある。

第9章 軍需・防衛関連事業との関わり

CSR評価の中で、軍需・防衛関連事業との関わりをなぜ問うのか、日本の場合、企業や市民に理解が広がっているわけではありません。企業が軍需・防衛関連事業に関わることについて、人によって、その評価は大きく異なります。それは人の信条に関わることであり、一概に「何が正しい」とは言えません。

ただ、軍事行為が人権や経済、環境に甚大な影響をもたらすことは言うまでもなく、欧米でのSRI（社会的責任投資 Socially responsible investment）においては、たばこ、アルコールなどとならんで、軍需・防衛産業はネガティブスクリーンの重要な対象とされてきました。

意見が分かれる分野だからこそ、情報開示が必要と考えます。情報を得て、各個人や団体が判断すべきことでありますが、まだまだ、日本の企業の軍需・防衛関連事業に関する情報開示は不十分であると感じます。企業から発信される情報の開示を今以上に進め、各個人や団体が判断する際の材料を、より豊かにすることが重要です。



A 軍需・防衛関連物品の製造または販売に関する方針について

1 方針

- ア. 軍需・防衛関連物品について、特に兵器または武器の扱いや開発、武器輸出に関して方針を持っている。
- イ. その方針を一般に開示している。

B 軍需・防衛関連事業への関与について

製品開発や商取引等、自社の事業活動が、国外事業所を含めて、軍需・防衛関連事業と関わりを有しているか否か、把握している。

C 軍需・防衛関連物品の輸出、および防衛省への納入について

軍需・防衛関連物品を扱っている場合、全売上に占める兵器または武器の比率、防衛省への兵器または武器の納入額（納入していないも含めて）、輸出額と輸出先を把握している。

D 軍需・防衛関連物品を製造・販売している企業の情報開示

1 情報開示

- ア. 軍需・防衛関連物品を製造・販売している企業である場合、その旨を、アニュアルレポートやCSR報告書、ウェブサイトなどで一般に開示している。
- イ. 軍需・防衛関連の事業内容を、同様に開示している。

※兵器および武器の定義

ここでは、戦闘において使用することを前提に作られた全ての車両、航空機、船舶、設備等、および、個人が携帯し使用する殺傷・破壊能力のある道具を、兵器および武器と称しています