

第三者意見



青山学院大学
経営学部 教授

芳賀 康浩氏

今年の明治安田生命のCSR報告を拝見して最も印象的だったのが、6人の従業員がそれぞれの立場から顧客や地域社会、他の従業員とのかかわり方について語っている特集「MY CSR活動」でした。CSR活動の本質は、企業が様々なステークホルダーの期待を考え、それに応えていくところにありますが、企業とステークホルダーの接点は一人ひとりの従業員にほかなりません。その意味で、トップの熱い思いやコミットメントが重要であることは言うまでもありませんが、その理念が全従業員の日々の仕事や日常生活の隅々にまで浸透し、具体的な活動として具現化されて初めてCSRを実践していることになると言えるでしょう。この特集に登場する6人の従業員が語る感情のこもったストーリーに、同社のCSRが確実に社内に浸透していることを感じました。

特集IIで取り上げられた「海の環境工作教室」からは、社会貢献への取組みが長期的な視点から計画的・戦略的に行なわれていることがうかがえます。社会的課題の解決には、多くの人の協力が必要です。しかし、解決に向けた活動には様々な負担・労力がかかります。その点、この「海の環境工作教室」では、海岸のゴミ拾いという「面倒で面白くない」活動を「楽しいこと」に変えることで、無理なく多くの協力の獲得に成功している点は注目に値するでしょう。また、楽しい経験を通じて、子どもたちから社会的課題に触れる機会を提供する活動は、「今日海岸のゴミがなくなったこと」よりもずっと大きな成果を将来生むことになるはずです。その意味でも非常に効果的な取組みだと言えるでしょう。

また、従業員、総代、各種諮問会議メンバー、消費者専門委員などの「VOICE」コーナーをはじめ、ステークホルダーの声に傾聴する姿勢を本報告の随所に感じます。例えば、ステークホルダーの声に対して「もっと・・・」「さらに・・・」という表現がよく見られます。これはこれまでの取組みにさらなる努力が必要だという問題意識の表れだと思われそうですが、このように独りよがりには陥らない姿勢を保てるのは、ステークホルダーの声に真摯に耳を傾けているからでしょう。

今年からウェブサイトを中心に報告媒体としたことによって、編集面にも変化が見られました。まず、紙幅の制約がないため、写真や概念図などのビジュアルが効果的に使われています。顧客の声に基づいた改善事例や、新営業端末を用いた電子手続きのイメージなどはその好例です。

昨年度から継続している「もっと身近にCSR」の学生や子どもに向けた各種コンテンツのようにウェブという媒体にはまだまだ多くの可能性があるでしょう。ウェブの媒体特性を最大限に活用したコンテンツのさらなる充実を期待しています。とりわけ期待されるのは、一方的な報告ではなく、双方向コミュニケーションの可能性です。その実現には多くの課題があると思いますが、ステークホルダーの声を大切にするという姿勢を貫くならば、優先的に取り組むべき課題だといえるでしょう。年に一度の報告に加え、タイムリーに情報を発信して、ステークホルダーとのコミュニケーションを活発化させていただきたいと思います。