

2019年度（第4回）「企業のエシカル通信簿」調査コメント

社会・社会貢献

1 本分野の調査趣旨

この2年ほどで、CSRに加えてCSV（共通価値の創造）の発想がより色濃くなってきている。本業においての社会課題解決という貢献と同時に、経済的利益を得るという発想が、世界の持続可能性にいかに関与できるかが問われるSDGsへの取り組みと繋がり、SDGsに取り組む企業が増えた。「オ社会 社会貢献」では、個別の活動をSDGsのどれかに位置付けラベリングするだけではなく、企業経営の中心課題、ガバナンスとしてSDGs、CSRをとらえているか、また自社だけでなくサプライチェーン、ヴァリューチェーンとしての取り組みとなっているか、さらにステークホルダーとのコミュニケーションを問う設問等をコンセプトとした。

2 調査内容と結果概要

A CSR・SDGs 活動全般

CSR方針を明文化している企業は、飲料メーカー5社とカフェチェーン2社で、そのうちアサヒ、麒麟、サントリー、伊藤園の4社が中期の経営戦略に明記、コメダは中期経営計画にCSR活動の推進を明記していることがわかった。カフェチェーンではまだ取り組みが進んでいない。また、CSRを担当する専門部署があるのは5社（飲料メーカー4社、カフェチェーン1社）であった。CSRの報告書を毎年作成し公表しているのは飲料メーカーの5社のみで、そのうちアサヒとサントリーの報告書にはNGOなどとのレビューが記載されていた。SDGsを推進しようとする中長期の戦略の中で明確に位置づけすることが必要となってくるが、麒麟とコメダの2社は、中長期の経営戦略と中期経営計画にSDGsの推進も明記していた。

B ガバナンス・コンプライアンス

内部通報・告発の仕組みは日本社会に定着してきたようで「内部通報・告発窓口（社内）を設置」で6社（アサヒ、麒麟、サントリー、コカ・コーラ、伊藤園、コメダ）を確認することができた。ただ、社外に設置していたのは5社にとどまっており、今後は社外設置をすすめてもらいたい。企業倫理の方針の文書化については、今回の調査対象企業の10社のうち半分しか確認できなかった。これも、日本社会で取り組みが拡大し定着することが望まれる。また、タックスヘイブンを活用しない方針がある企業は今回の調査では確認できなかったが、アサヒは税務行動規範の中で、子会社及

び関連会社がタックスヘイブンとされる場所に所在することを開示した上で、「タックスヘイブンを租税回避目的では使用しない」と明記していた。

C 投資基準

他社の株を取得、保有する際に SRI の基準があり公表しているという企業は、今回の調査ではゼロであった。一方、SRI インデックス構成銘柄に選定されている企業は 3 社あり、3 社とも複数の銘柄に選定されていた。SRI インデックスの構成銘柄に選定されるということは、それだけ社会的信頼度が高いと評価されていることになるが、その社会的信頼度が高い企業自らが取得、保有する株が、社会的、倫理的な指標を重視して選択されていることは当然であり重要な点と考える。どのような指標を持って、投資先を選択しているのか、企業が情報を開示することは、個人投資家や消費者が企業の考え方を知り応援したいかどうかを決める大切な手がかりとなる。残念ながら今回の調査ではそのような情報を公表している企業はなかったが、NGO や消費者とのコミュニケーションを深めていきつつ、公表が必要な情報について共通認識がもてるようになることを願う。

D 社会貢献活動

社会貢献活動支出額、寄付金額は飲料メーカーの 4 社（アサヒ、キリン、サントリー、伊藤園）で開示されていた。また、アサヒ、キリン、サントリー、コカ・コーラの 4 社は、独自に財団、公益信託を設置し公募型の活動助成制度を運営していた。その中でサントリーは、東日本大震災や福島第一原子力発電所事故後、県外避難者を含む福島の子どもたちを支援するファンドを 2012 年に他の公益財団法人とつくり、NPO 助成を 2013 年から継続している。また、社員や社員 OB からの寄付金で公募型活動助成を行っていたのはアサヒだけだった。他に、社として NGO/NPO の会員になっているのは、アサヒとサントリーだった。なお、社会貢献活動の内容は、長期にわたる震災復興支援を継続している取り組みの他、震災復興からさらにユースや子どもたちの未来への可能性を広げる取り組みも複数見られた。ただ、社会貢献活動について全く開示されていない企業も 1 社あった。NPO/NGO と何らかの形で連携していた事例は、26 事例中 5 事例しかなかった。連携、協働へ活動を発展されることを期待したい。

E 次世代（子ども）育成

子どもたちへの支援を実際に実施している企業でも、社会貢献に関する方針に「次世代（子ども）の育成を支える」ことまで記載している企業はアサヒとサントリーの 2 社だけと少なかった。また、飲料メーカーでは 4 社が支援する何らかの具体的活動を実施していたが、カフェチェーンではコメダ以外の取り組みはわからなかった。取り

組みとして多かったのは、自然体験をはじめ、子どもが環境教育や環境活動に触れる機会の創出で4社（飲料メーカー3社、カフェチェーン1社）、食育、食に関する子どもの育成機会の提供で3社（アサヒ、サントリー、コメダ）が実施していた。一方、支援の9つの選択肢の内容で、唯一どの企業も実施していなかったのは、「社会的な理由により日本語指導が必要な子どもへの教育支援」だった。国内の現状を見ると、在留外国人や外国籍の児童生徒は年々増加し、それに伴い日本語指導を必要とする子どもたちもますます増えている。日常生活だけでなく、学習言語の問題は子どもたちの将来の問題とも繋がる。教育機関だけでなく、持続可能な社会を実現するための社会全体の課題として、このような問題に専門性あるNPOなどとパートナーシップによる支援が生まれることに期待する。

F 格差の是正

日本社会は、他のOECD諸国に比べて企業の業績や雇用は好調だが、不正規雇用が拡大し、国民の所得（特に可処分所得）や貯蓄が増えないと批判されている。F-1では正規雇用化や同一労働同意賃金への取り組みが進んでいるのかを調べたが、残念ながら積極的な情報公開がなされておらず、取り組みもあまりみられなかった。その中で、サントリーとコメダでは、「同一労働、同一賃金原則を採用する方針がある」「非正規雇用者を正規雇用へ登用する仕組みがあり、かつそれを公表している」「能力・業績評価基準（従業員用）を従業員に公開している」などがあることがわかった。加えて、コメダでは、非正規雇用者に正規雇用者と同等の有給休暇・各種休暇制度を実施している。その他の取り組みとしては、ドトールで定年非正規雇用の退職金制度があることがわかった。また F-2では利益を労働者や株主、社会に分配しないため込んでいないかどうかを確認するために利益剰余金の増減を調べた。今年度の対象企業では大きく増加しているところはない。

3 全体的な評価と今後への期待

社会貢献活動はCSRの原点ともいえるものだが、これからはSDGsの一環としてとらえNGO/NPOとのパートナーシップで活動内容を社会の要請に応えるものとして提供していきたい。