

「緑字企業報告書 2015」に対する意見



京都文教大学総合社会学部 教授
京都CSR研究会 代表幹事
島本 晴一郎

宝酒造(株) (以下同社) の緑字企業報告書は2005年に発展的にCSRレポートと銘打って、今日に至っている。本年度の報告書もまた、例年にたがわず田んぼの学校、エコの学校、ハーモニストファンドなど、本業とマッチした社会貢献の分野を詳細に発信し、極めてぶれのないCSR企業としての同社の側面を伝えている。本年度の報告書の特徴は、得てして硬くなりがちなテーマを、人の顔が見える形で臨場感を持って伝えている点である。たとえば、従業員や取引先、協業先など異なるマルチステイクホルダーの生の声を、写真ともども「VOICE」という形で発信している。特集では、世界無形文化遺産の和食に焦点を当て、「世界に広がる日本の食文化」にかかる同社の主体的取り組みについて取り上げている。TPPなどの潮流によりさらに加速化が予測されるグローバル化の波の中で、同社のあるべきグローバル戦略の一端を浮かび上がらせている。なかでも、第一線で働く米国宝酒造(株)の仲義博社長の「生の声」は、その意気込みを伝えるに十分であり、いわば「人の顔が見える」CSRレポートとしての印象を演出することに成功している。

ところで、信頼できるCSRレポートとはどのような要件を充足すべきか? 個別の座標軸としては、具体性、可視性、継続性、開示性、真実性、統合性等の要件が満たされていることである。そのためには、正しいデータの開示が必要だが、個別データを客観的に示すだけでは十分ではない。何よりもそれらのデータが示す意味に対し、社としての

丁寧な説明が必要である。たとえば、本年度報告書では、直近の障がい者雇用率が低下しつつある(2.55%→2.39%)、あるいは有給休暇取得率の推移が横ばいである(62%→62%)。それら直近の結果に対する背景説明が、会社の認識として捉えられる。昨今、ダイバーシティの関連から、女性の雇用率や登用状況も会社のCSR度を占う判断材料となる。これまでの指標に加え、その辺りについてのデータ開示も必要になろう。また、社内体制の整備や、コンプライアンスについては、同社のような先進企業では既に出来上がった仕組みがある。その解説をするだけなら、よほど大きな変化がない限り記述内容は変わらないかも知れない。しかし、たとえば、コンプライアンス・セミナーの種類、回数など、その浸透に関する行動事例などに着眼すれば、より躍動的で丁寧なCSRレポートが完成するだろう。

次に、同社の緑字企業報告書のネーミングの由来とも言える同社の緑字決算について論述する。同社の緑字決算のしくみは、各年度における同社の製品開発から生産、販売に至るまでの環境負荷削減の取り組み、環境改善への貢献的な取り組みについて、それぞれの達成度を動的に把握せんとするものである。いわゆるECOは単純化された環境努力評価の数値ではあるが、どの取り組みがどの程度の達成度なのか、全体ではどうなのかを「見える化」することで、同社の環境傾斜度が診断できる。読者はこの数値を見ることにより、同社の本気度を知り、また今後の課題も知ることができるわけで、この仕組みを1998年以来継承

し、公表してきたことは、大変素晴らしいことである。ただ今回はこの緑字決算方法も含め、環境に関する発信内容に変化が見られる。

その一は、緑字決算報告の項目別構成についてである。従来、「環境負荷削減項目」に加え、「環境貢献推進項目」の具体的かつ総合的な項目(環境+社会)をあげ、それぞれのECOが算出されていた。今回は、これらを「地球環境からの調達」、「地球環境への放出」という言わばマテリアル・バランスの項目に変更している。地球環境との物質的収支に立った客観的な方法に切り替えた意味は大きいものの、環境貢献活動を含む社会性項目がECOの対象項目から外れてしまったことが留意点としてあげられる。

その二は、同社のユニークな「環境目標の達成状況」(カエルの笑顔、泣き顔による自己診断)が姿を消し、マテリアル・バランス項目の幾つかに絞って、過去5年間の経年グラフを示した「環境負荷削減の取り組み」に変更された点だ。環境負荷削減に関し、総量および原単位ベースで過去の推移が判ることは大きな前進であるものの、前年度までの目標→結果の自己診断表が割愛された点については、その理由を記しておくことが望まれる。

その三は、環境省の環境会計ガイドラインの扱い方である。今回は環境保全コストについて、過去10年間の推移をグラフに示しており、その意味ではかなり綿密なデータの開示に踏み切ったと言える。しかし、8項目の実績値推移を一堂に示されても、読者にとっては必ずしも判りやすいとは言えず、この点工夫を要する。

以上、同社の緑字決算の比較優位は、生身の声で読者に訴えるその訴求力にある。今後もそのことを念頭に丁寧な報告書作りにまい進してもらいたい。

編集方針

「緑字企業報告書2015」は、宝酒造のCSR(企業の社会的責任)に関する取り組みを、ステークホルダー(利害関係者)の皆様にはわかりやすく誠実に報告することをめざして発行しています。

- 対象組織:宝酒造株式会社単体の活動やデータを中心に報告しています。ただし、一部TaKaRaグループ企業の活動やデータを含みます。グループ企業を含むデータ部分については企業名を記載しています。
- 対象期間:2014年4月1日~2015年3月31日
注)上記の期間以外は年度を記載します。
- 発行時期:2015年7月

編集後記

本報告書では、一企業市民として、社会のさまざまなステークホルダーの皆様とのかかわりをご報告しています。

本年度の特集では、ユネスコ無形文化遺産に登録された日本の食文化に焦点をあて、“世界に広がる日本の食文化~宝酒造の海外酒類事業と海外日本食材卸事業~”と題して、当社の海外事業を紹介しています。

今後もよりよい活動を進めていくために、皆様方からの当社の企業活動、環境活動に対するご意見をお待ちしています。よろしくお願い申し上げます。

最後に、第三者意見として京都文教大学の島本様より貴重なご意見を頂きました。ホームページ上での公開を通じて、また来年度の報告書作成時に出来る限り反映していきたいと考えております。

編集体制

- ・編集委員会(広報部門、環境部門、総務部門、人事部門、事業管理部門、営業部門、商品開発・宣伝部門、購買・製造部門、海外事業部門、品質保証部門、お客様相談部門、宝ホールディングス株式会社IR部門計15名)
- ・編集責任者:中尾雅幸(環境課長)

発行責任者:松本博久(環境広報部長)