

することは、①CSRを受け身的な義務として捉えるのではなく、社会から信頼・共感される企業を目指した主体性のある活動とする、②社員一人一人がCSRを理解し、日常行動の中で実践する風土づくりを行うことである。そして、二〇〇六年度をデンソーにおけるCSR元年と位置づけ、具体的な活動がスタートした。

## 社員一人一人に根付く活動へ

当社には一九四九年の創業以来、脈々と培ってきた価値観・信念である「デンソースピリット」があり、「先進」「信頼」「総智・総力」という三つの柱から成り立っている。この中で、CSRの実践にあたっては、特に「総智・総力」の発揮を重視している。すなわち、社員相互のコミュニケーションとチームワークを大切にし、グループ一〇万人の一人一人の行動にCSRが根付くことにより、「ISR (Individual SR: 一人一人の社会的責任行動)」まで深化することを目指している。

そのためには、社員が理解・共感し、行動につながるよう仕掛けや道具立てが必要であり、その取り組み事例をいくつかご紹介する。  
【デンソーCSRフォーラム】

まずは、当社のCSRに対する考え方や活動内容を社員一人一人に知ってもらうためのインナーコミュニケーションの場として、二〇〇六年四月から「デンソーCSRフォーラム」を開始した。CSRという大きな概念を具体的な活動分野にブレイクダウンさせ、シリーズ化して開催するもので、初年度は計五回のフォーラムに約二〇〇〇名の社員が参加した。単なる情報

|     |             |
|-----|-------------|
| 4月  | オープニングフォーラム |
| 7月  | 社会貢献フォーラム   |
| 9月  | 防災フォーラム     |
| 10月 | 企業倫理フォーラム   |
| 12月 | 女性フォーラム     |

伝達だけでなく、社員からの意見や提案を会社施策に反映させるための双方向コミュニケーションの場となることを目指している。二〇〇六年度の活動内容は右表のとおりである。

【社員向けCSRレポート「私たちのCSR活動」の発行】

二〇〇六年度から従来の環境・社会報告書を「CSRレポート」として改編したのに合わせて、社員にスポットを当て、個人や職場グループで取り組むCSR活動の事例集として「私たちのCSR活動」を新たに発行した。今後はこのレポートを社内での研修会や懇談会で活用し、一人でも多くの社員がCSRを身近なものと感じて、行動に結びつくようにしていきたい。

## 【デンソーエコポイント制度の創設】

社員一人一人がCSRを理解するだけに留まらず、一歩進んで自発的な行動につなげる

ための仕組みとして、二〇〇六年十二月より社員参加の環境共生活動「デンソーエコポイント制度」をスタートさせた。

これは二〇〇五年に開催された「愛・地球博」の中で実施され、半年間で約六〇万人が参加した「EXPOエコマネー事業」に関連させ、デンソー独自の取り組みとして制度化したものである。

具体的には、社員が会社や私生活において実施したエコ行動(エコ通勤・ゴミゼロ運動・環境ボランティア等)に対し、一定のポイントを付与し、蓄積ポイントに応じてエコ商品と交換したり、環境NPOへの寄付など地域還元を活用する制度である。個人のエコ行動をポイントによって「見える化」し、その見返りとして自らもうれしさを享受できる点が特長である。制度発足後三カ月で参加者が二〇〇〇名を超えるなど、順調な立ち上がりとなった。

CSRという大きな概念の活動を社内に浸透定着させるには、こうしたより具体的でわかりやすい活動として展開していくことが大変重要であるとあらためて認識した。

このように、社員一人一人に根ざした活動を目指したデンソーのCSRも緒についたばかりである。CSR活動を実践することが社員一人一人の誇りとなるような風土づくりに取り組んでいきたい。

# デンソー・スピリットを發揮し、 社員一人一人に根付く CSRを目指して

デンソー経営企画部CSR推進室長

岩原明彦  
いわはら あきひこ



## 経営ビジョンづくりの中から スタートしたCSR

当社は二〇〇四年四月に長期経営ビジョンとして「デンソービジョン2015」を発表した。約二年の歳月をかけ、トップから中堅・若手社員まで幅広い層が参画し、一〇年後のデンソーが目指す姿を議論し、経営の指針としてまとめたものである。

新ビジョンのキーワードの一つとなったのが、「社会から信頼・共感される企業行動」であり、今後当社が持続的に成長するため、ステークホルダーとの関係を大切にするCSR経営を目指すことを経営課題として明確化した。

ビジョン発表を間近に控えた二〇〇四年二月、海外の取引先から一通のレターが届いた。サプライヤーである当社のCSR活動の実態を調査するとともに、CSRに関する国際規格・指針へのコミットメントを期待するもの

であった。その後、他社からも同様の動きが相次いだ。

また、同時期に国内外の投資信託の調査機関やマスメディアから、CSR活動を評価しランキング等に活用するためのアンケート依頼が急増するなど、二〇〇四年に入り、CSR活動を促す外部からの働きかけが高まってきた。

このように当社のCSR活動は、外部環境の変化を先取りし、経営ビジョン策定の中から内発的に沸き起こる形でスタートした。そして、二〇〇五年一月、グループ全体のCSR活動を推進するための組織として経営企画部にCSR推進室が新設された。

## デンソー流CSRの フレームワーク

CSRへの取り組みの第一ステップは、活動のフレームワーク（枠組み）を固めることであった。世界三二カ国の二〇〇以上のグルー

プ会社を巻き込んだ活動とするためには、①グループで共有する方針づくり、②重点的に取り組む課題設定、③グループ全体の推進体制づくりが重要となる。

そこで、国内外のグループ企業との議論を重ね、社外の有識者の意見をいただいたながら、下図のような「デンソー流CSRのフレームワーク」を構築した。

こうした活動を展開する上で重視

