

**企業行動憲章
実行の手引き(第4版)**

2004年6月22日

社団法人 日本経済団体連合会

「実行の手引き」第4版発行にあたって

2004年5月18日の企業行動憲章の改定に伴い、「企業行動憲章 実行の手引き」を改訂した。手引きは、会員企業が企業行動憲章の精神を自主的に実践していく上で必要と思われる項目を例示したものである。各会員においては、それぞれの業態、特徴等を踏まえて、これらの項目を参考に具体的な行動のあり方を工夫することが期待される。

この第4版では、憲章の10カ条のそれぞれに新たに小項目を設け、それら小項目ごとに 基本的心構え・姿勢 と 具体的アクション・プランの例 を整理した。また、序文にある憲章改定の趣旨と第3版改訂以降の情勢変化を斟酌して、加筆・修正を行った。

なお、この手引きは今後の情勢変化に合わせて、適宜改訂していく。

実行の手引き(第4版)

目次

	[ページ]
「実行の手引き」第4版発行にあたって	
企業行動憲章	
1. 社会的に有用な製品・サービスを安全性や個人情報・顧客情報の保護に十分配慮して開発、提供し、消費者・顧客の満足と信頼を獲得する。	1 ~ 7
1-1 消費者・顧客のニーズを把握し、社会的に有用な製品・サービスを開発、提供する。	2
1-2 製品・サービスの安全性と品質を確保する。	3
1-3 消費者・顧客に対して、製品・サービスに関する適切な情報を提供する。	5
1-4 消費者・顧客からの問い合わせ等には誠実に対応する。	6
1-5 個人情報・顧客情報を適正に保護する。	7
2. 公正、透明、自由な競争ならびに適正な取引を行う。また、政治、行政との健全かつ正常な関係を保つ。	8 ~ 14
2-1 独占禁止法の遵守につき、社内での徹底を図る。	9
2-2 適正な購買取引方針を確立する。	10
2-3 自社の機密情報を管理し知的財産を保護する。また、他者の知的財産を尊重する。	11
2-4 法令に従い輸出管理体制を整備する。	12
2-5 不当な利益等の取得を目的とする贈答・接待を行わない。	13
2-6 政治、行政と透明度が高い関係を構築するとともに、政策本位の政治の実現を支援する。	14
3. 株主はもとより、広く社会とのコミュニケーションを行い、企業情報を積極的かつ公正に開示する。	15 ~ 18
3-1 株主総会やインベスター・リレーションズ(IR)活動を通じて、株主・投資家等とのコミュニケーションを促進する。	16
3-2 ステークホルダーに対して、適時適切に情報を開示する。	17
3-3 広報・広聴活動等を通じて、社会との双方向のコミュニケーションを促進する。	18
4. 従業員の多様性、人格、個性を尊重するとともに、安全で働きやすい環境を確保し、ゆとりと豊かさを実現する。	19 ~ 25
4-1 多様な人材が個々の能力を十分に発揮できる人事処遇制度を構築する。	20
4-2 雇用における差別を行わず、機会の均等を図る。	21
4-3 安全と健康のため、快適な職場環境を実現する。	22
4-4 従業員の個性を尊重し、従業員のキャリア形成や能力開発を支援する。	23
4-5 従業員と直接あるいは従業員の代表と誠実に対話、協議する。	24
4-6 児童労働、強制労働は認めない。	25

5. 環境問題への取り組みは人類共通の課題であり、企業の存在と活動に 必須の要件であることを認識し、自主的、積極的に行動する。	26 ~ 31
5 - 1 地球温暖化対策や循環型経済社会の構築に取り組む。	28
5 - 2 事業活動における環境影響を評価し、環境負荷と環境リスクの低減に努める。	29
5 - 3 環境問題の解決に資する革新的な技術、製品・サービス、ビジネスモデルの 開発に努める。	30
5 - 4 生物多様性の保全を含めた自然保護活動に取り組む。	31
6. 「良き企業市民」として、積極的に社会貢献活動を行う。	32 ~ 38
6 - 1 自らが取り組むべき社会的な課題について、資源や専門能力を投入し、その 解決に貢献する。	33
6 - 2 NPO / NGO、地域社会等、課題解決のために必要なパートナーと連携す る。	35
6 - 3 業界や経済界としての社会貢献活動に参画する。	36
6 - 4 従業員の自発的な社会参加を支援する。	37
7. 市民社会の秩序や安全に脅威を与える反社会的勢力および団体とは 断固として対決する。	39 ~ 42
7 - 1 反社会的勢力を排除するとの基本方針を明確に打ち出す。	40
7 - 2 反社会的勢力の威嚇には、警察等と連携して対応する。	41
7 - 3 業界団体や地域企業と連携し、反社会的勢力の排除に取り組む。	42
8. 国際的な事業活動においては、国際ルールや現地の法律の遵守はもと より、現地の文化や慣習を尊重し、その発展に貢献する経営を行う。	43 ~ 49
8 - 1 国際ルールを踏まえた行動規範と現地の法律の遵守を徹底する。	44
8 - 2 現地の文化や慣習を尊重し、相互信頼を基盤とした事業活動を推進する。	45
8 - 3 経営の現地化を進める。	47
8 - 4 現地取引先における社会的責任への取り組みに関心を持ち、必要に応じて 改善のための支援を行う。	48
8 - 5 外国公務員に対して、不当な利益等の取得を目的とする贈答・接待を行わな い。	49

9 . 経営トップは、本憲章の精神の実現が自らの役割であることを認識し、率先垂範の上、社内に徹底するとともに、グループ企業や取引先に周知させる。また、社内外の声を常時把握し、実効ある社内体制の整備を行うとともに、企業倫理の徹底を図る。	50 ~ 56
9 - 1 経営トップは、リーダーシップを最大限発揮し、経営理念や行動規範の明確化、社内への徹底等にあたる。	51
9 - 2 経営トップは、経営理念や行動規範の基本姿勢を社外に表明し、具体的取り組みについて情報開示する。	52
9 - 3 全社的な取り組み体制を整備する。	53
9 - 4 通常の指揮命令系統から独立した企業倫理ヘルプライン(相談窓口)を整備する。	54
9 - 5 企業倫理・企業行動規範に関する教育・研修を実施、充実する。	55
9 - 6 企業倫理・企業行動規範の浸透・定着状況をチェック、評価する。	56
10 . 本憲章に反するような事態が発生したときには、経営トップ自らが問題解決にあたる姿勢を内外に明らかにし、原因究明、再発防止に努める。また、社会への迅速かつ確かな情報の公開と説明責任を遂行し、権限と責任を明確にした上、自らを含めて厳正な処分を行う。	57 ~ 60
10 - 1 経営トップは常日頃から、危機管理の視点に立って、緊急事態の発生を未然に防止するための社内体制を整備する。	58
10 - 2 万一緊急事態が発生した場合には、経営トップ自らの指揮の下、速やかに事実調査、原因究明を行い、企業としての責任ある適切な対応方針・施策を打ち出す。	59
10 - 3 社会に対して経営トップ自ら、事実関係、対応方針、再発防止策等について明確な説明を迅速に行う。	60
不祥事を起した会員に対する日本経団連としての対応および措置 日本経団連は、不祥事を起こした企業に対して、自己責任に基づく申し出を基に措置を決定して実施し、改善策とその実施状況の報告を要請する。	61 ~ 62
日本経団連の企業倫理・企業行動へのこれまでの取り組み	63

企業行動憲章

【序 文】

日本経団連は、すべての企業や個人が高い倫理観のもと自由に創造性を発揮できる経済社会の構築に全力をあげて取り組んできた。その一環として1991年に「企業行動憲章」を制定し、1996年には憲章改定に合わせて「実行の手引き」を作成した。2002年の再改定時には、企業に対して社内体制整備と運用強化を要請するなど、経営トップのイニシアチブによる自主的な取り組みを促してきた。

そうした中で、近年、市民社会の成熟化に伴い、商品の選別や企業の評価に際して「企業の社会的責任(CSR: Corporate Social Responsibility)」への取り組みに注目する人々が増えている。また、グローバル化の進展に伴い、児童労働・強制労働を含む人権問題や貧困問題などに対して世界的に関心が高まっており、企業に対しても一層の取り組みが期待されている。さらに、情報化社会における個人情報や顧客情報の適正な保護、少子高齢化に伴う多様な働き手の確保など、新たな課題も生まれている。企業は、こうした変化を先取りして、ステークホルダーとの対話を重ねつつ社会的責任を果たすことにより、社会における存在意義を高めていかなばならない。

これまで日本企業は、従業員の潜在能力を引き出し企業の発展に結びつけるため、きめ細かい従業員教育や社内研修、労使協調に努めてきた。また、地域社会の発展への寄与、社会貢献活動や環境保全への積極的取り組みなど、企業の社会的責任の遂行に努力してきた。

社会的責任を果たすにあたっては、その情報発信、コミュニケーション手法などを含め、企業の主体性が最大限に発揮される必要があり、自主的かつ多様な取り組みによって進められるべきである。その際、法令遵守が社会的責任の基本であることを再認識する必要がある。そこで、今般、日本経団連は、会員企業の自主的取り組みをさらに推進するため、企業行動憲章を改定した。

会員企業は、優れた製品・サービスを、倫理的側面に十分配慮して創出することで、引き続き社会の発展に貢献する。そして、企業と社会の発展が密接に関係していることを再認識した上で、経済、環境、社会の側面を総合的に捉えて事業活動を展開し、持続可能な社会の創造に資する。そのため、会員企業は、次に定める企業行動憲章の精神を尊重し、自主的に実践していくことを申し合わせる。

企業行動憲章

社会の信頼と共感を得るために

(社)日本経済団体連合会

1991年 9月14日 「経団連企業行動憲章」制定

1996年12月17日 同憲章改定

2002年10月15日 「企業行動憲章」へ改定

2004年 5月18日 同 憲章改定

企業は、公正な競争を通じて利潤を追求するという経済的主体であると同時に、広く社会にとって有用な存在でなければならない。そのため企業は、次の10原則に基づき、国の内外を問わず、人権を尊重し、関係法令、国際ルールおよびその精神を遵守するとともに、社会的良識をもって、持続可能な社会の創造に向けて自主的に行動する。

1. 社会的に有用な製品・サービスを安全性や個人情報・顧客情報の保護に十分配慮して開発、提供し、消費者・顧客の満足と信頼を獲得する。
2. 公正、透明、自由な競争ならびに適正な取引を行う。また、政治、行政との健全かつ正常な関係を保つ。
3. 株主はもとより、広く社会とのコミュニケーションを行い、企業情報を積極的かつ公正に開示する。
4. 従業員の多様性、人格、個性を尊重するとともに、安全で働きやすい環境を確保し、ゆとりと豊かさを実現する。
5. 環境問題への取り組みは人類共通の課題であり、企業の存在と活動に必須の要件であることを認識し、自主的、積極的に行動する。
6. 「良き企業市民」として、積極的に社会貢献活動を行う。
7. 市民社会の秩序や安全に脅威を与える反社会的勢力および団体とは断固として対決する。
8. 国際的な事業活動においては、国際ルールや現地の法律の遵守はもとより、現地の文化や慣習を尊重し、その発展に貢献する経営を行う。
9. 経営トップは、本憲章の精神の実現が自らの役割であることを認識し、率先垂範の上、社内に徹底するとともに、グループ企業や取引先に周知させる。また、社内外の声を常時把握し、実効ある社内体制の整備を行うとともに、企業倫理の徹底を図る。
10. 本憲章に反するような事態が発生したときには、経営トップ自らが問題解決にあたる姿勢を内外に明らかにし、原因究明、再発防止に努める。また、社会への迅速かつ的確な情報の公開と説明責任を遂行し、権限と責任を明確にした上、自らを含めて厳正な処分を行う。

以 上

1. 社会的に有用な製品・サービスを安全性や個人情報・顧客情報の保護に十分配慮して開発、提供し、消費者・顧客の満足と信頼を獲得する。

背景

(1) 社会的に有用な製品・サービスの開発、提供の拡大

消費者・顧客のニーズは多様化、複雑化、高度化している。企業は、製品・サービスの開発、提供に際して、このようなニーズに応えていかなければならない。同時に、社会的な観点から製品・サービスの有用性を判断し開発、提供することも重要になっている。たとえば、障害の有無に関わらず誰もが利用しやすいアクセシビリティの向上やユニバーサルデザインの実現、省エネルギー、省資源、環境保全を同時に達成する地球に優しい技術・製品の開発など、技術革新や新事業領域の開拓を通じて社会的課題の解決につながるような製品・サービス、さらには生活スタイルを提案していくことが、企業に求められるようになってきている。

(2) 安全性確保の重要性の高まり

企業が、製品の安全性に関する欠陥により消費者・顧客からの信頼を失う事象は後を絶たない。一方、1995年7月より製造物責任法（通称PL法）が施行され、製品の安全性に関する欠陥により発生した損害について、被害者はメーカー側の過失を証明しなくても事故原因と欠陥との間に因果関係を証明すれば、企業側に賠償を求めることが可能になった。企業としては、PL法の趣旨の徹底はもとより、安全性を最重要視し、製品開発・提供の大前提として位置づける風土の醸成、体制の整備を図る必要がある。

(3) 消費者・顧客の視点に立った契約と情報提供の必要性の高まり

近年、消費者政策において、消費者を「保護される者」として受動的に捉えるのではなく、市場に参画し、積極的に自らの利益を確保するよう行動する「自立した主体」として位置づけられるようになってきた。また、2001年4月に施行された消費者契約法では、不適切な情報提供や勧誘による契約の取消し、消費者利益を不当に害する契約条項の無効性を定めている。企業が、消費者に必要な情報を提供することは、ますます重要になってきている。

(4) 適切な個人情報管理の必要性と法制化

IT(情報技術)の進展に伴い、情報の流通量が膨大になる中、企業による適切な情報管理が一層求められるようになってきている。特に、企業が、その活動全般を通じて、個人情報を適切に管理することは、企業の信頼構築の基本である。

2005年4月1日の「個人情報の保護に関する法律」の全面施行に向け、2004年4月に「個人情報の保護に関する基本方針」が閣議決定された。また、各省庁においても所管業界の実情に合わせたガイドライン等の策定・見直し作業を進めているところであり、企業においても個人情報管理に関する体制整備が急務である。

1 - 1 消費者・顧客のニーズを把握し、社会的に有用な製品・サービスを開発、提供する。

基本的心構え・姿勢

事業活動を通じて、消費者の生活向上や顧客の課題解決に寄与することは、企業存立の基盤である。多様化するニーズを正しく把握し、安全性と品質を追求し、社会にとって有益な製品・サービスを開発・提供することで消費者・顧客の満足と信頼を獲得できる。

新技術、新製品の開発力を維持するため、創造力豊かな人材の育成や自由に物の言える企業風土の醸成に努める。また、広く国際社会を視野に入れ、各国の法規を遵守するとともに、社会、文化等の理解を深める。

具体的アクション・プランの例

(1) ニーズを把握し有効活用する制度・仕組みを整備する。

消費者・顧客のニーズを把握するため、モニタリング制度などを導入し、社内の開発・設計部門、企画担当部門等にフィードバックする仕組みを整備する。

「お客様相談窓口」の設置

消費者モニターや顧客アンケートの実施

提案制度の充実

開発部門、販売部門、「お客様相談窓口」等の連携強化

(2) 起業家育成のための社内制度を整備する。

社会的に有用な製品の開発には、新しい感覚を持ったベンチャー的発想の企業内起業家を育成することが必要であり、そのために各種社内制度を整備する。

企業内公募制度などの活用

ベンチャー企業への従業員の出向制度

異業種間交流の促進

関連資料

「21世紀型の消費者政策の在り方について」2003年 国民生活審議会消費者政策部会

1 - 2 製品・サービスの安全性と品質を確保する。

基本的心構え・姿勢

消費者・顧客の支持と信頼を獲得し、それを維持するためには、提供する製品・サービスについて、安全性および消費者・顧客に受け入れられる品質の確保に万全を期する。PL法の趣旨の徹底はもとより、安全性を最重視する企業の姿勢を自主的に構築していく。また、消費者・顧客からの声を品質と安全性の向上につなげていく体制を整備する。

具体的アクション・プランの例

(1) 製品・サービスの品質保証体制を確立する。

消費者・顧客に対して保証する品質を堅持するため、経営トップが自らの責任に基づき、開発から販売、消費にいたる全てのプロセスにおいて、守るべき基準・手順を明確に定め、確実に実行し、効果的にチェックし、必要に応じて是正措置をとる、いわゆるPDCAサイクルをまわす仕組みを構築する。

品質方針の策定とそれを具現化する指針となる品質規格の設定
関連法令および自社規定の遵守、関連団体等の設定するガイドライン等への準拠
研究・開発スタッフに対する品質・安全性に関する研修の実施
品質アセスメントのための独立部門の設置および実施
品質監査の実施

(2) 安全性に十分配慮して製品・サービスを開発、提供する。

製品・サービスの研究、開発段階、さらには流通段階においても安全性を最大限追求する。

製品・サービスの研究、開発段階での安全性への一段の配慮
安全性向上のための技術研究、開発の一層の促進
安全性チェックのための独立部門の設置
新製品・サービス開発への創意と安全性の確保との調和

(3) 製品・サービスに不具合が発見された場合には、その情報を速やかに経営トップに報告し、事実関係を消費者・顧客に伝え、迅速な対応をとる。

製品・サービスの不具合対応に関する社内基準の整備・充実
法律や社内基準に沿ったリコール等の実施

(4) 事故、トラブル事例に関するデータを蓄積し、活用する。

その時点での科学的知見によっても、避け難い製品上の瑕疵が生ずる可能性はある。事故、トラブル事例に関するデータを蓄積し、それを再発防止に役立てる仕組みや体制を整備する。

事故、トラブル事例の開発・企画担当者へのフィードバック体制の確立
事故、トラブル事例に関する研究会などの実施

(5) 各国の安全基準に適合した製品・サービスを提供する。

世界各国の安全基準、P L 法等は必ずしも同一ではなく、それぞれの歴史・文化等により異なるため、それぞれの国の安全基準に適合した製品・サービスの安全性と品質の確保に努める。

事業対象となる各国における製品安全に関わる法制度（特に安全規格類、製品事故時の被害者救済を目的とする法）の十分なフォロー体制の整備

製造業においては、品質管理部門、海外事業部門、法務部門との密接な連携体制の確立

1 - 3 消費者・顧客に対して、製品・サービスに関する適切な情報を提供する。

基本的心構え・姿勢

消費者・顧客が合理的に製品・サービスを選択できるように、景品表示法その他の法令に従って適切な表示を行うことはもとより、必要な情報を適切な方法で提供する。また、製品・サービスの利用にあたって予測される危険性についても適切な説明を行う。

具体的アクション・プランの例

(1) 製品・サービスについて適正な表示をする。

消費者・顧客の信頼を得るためには、製品・サービスの内容や取扱い等について必要な表示を行う。

(2) わかりやすい説明に努める。

購入した製品の正しい使い方やサービス内容が消費者・顧客に理解されなければ、無用のトラブルや予想せぬ事故を引き起こしかねない。製品の取扱いやサービスの説明は、わかりやすく読みやすいものとする。その際には、障害者や高齢者に配慮するとともに、ビジュアル世代の増加も視野に入れる。

ビジュアルな情報等で視覚に訴える説明書の作成

製品・サービスを販売する際の危険性も含めた適切な説明

(3) 安全で正しい使用法を伝える。

製品の安全で正しい使い方とともに、危険な取扱いに対する「注意」「警告」「危険」の表示も充実する。

関連資料

「21世紀型の消費者政策の在り方について」2003年 国民生活審議会消費者政策部会

「企業及び事業者団体の消費者契約法施行にあたっての対応状況等について～

「消費者契約法の施行準備等に関するアンケート」の集計結果～」2001年 経団連

1 - 4 消費者・顧客からの問い合わせ等には誠実に対応する。

基本的心構え・姿勢

消費者・顧客のニーズや苦情に対する窓口での対応は、顧客の製品・サービスだけでなく、企業に対する満足や信頼を左右する。苦情は丁寧な対応でその多くが解決するといわれる。顧客に適切な対応ができるよう、従業員への教育を実施する。アフター・サービスや顧客サポートにおいても誠実な対応を心がける。特に事故やトラブルが発生した場合には迅速かつ誠意を持って対応する。

具体的アクション・プランの例

- (1) 消費者・顧客のニーズ、苦情に関する窓口を整備する。
 - 消費者・顧客のニーズや苦情に対する窓口の整備を図り、消費者・顧客が気軽に問い合わせできる仕組みを作る。
 - 「お客様相談窓口」の設置
 - ホームページへの相談コーナーの設置
- (2) 顧客への対応に関する教育を実施する。
 - 苦情は丁寧な対応でその多くが解決するとも言われており、きめ細かく適切に対応できる従業員を育成する教育を実施する。
 - 顧客への対応に関する教育、研修制度の実施
 - 応答マニュアルの整備
- (3) アフター・サービス、顧客サポート体制を充実する。
 - 新しいニーズの把握だけでなく、提供済みの製品・サービスについてもフォローアップ体制の整備、充実を図る。
 - サービス・マニュアルの充実
 - サービス・ネットワークの整備充実
 - 顧客サポート体制の整備充実

1 - 5 個人情報・顧客情報を適正に保護する。

基本的心構え・姿勢

事業活動を行う上で、取り扱う情報を適切に管理することは企業の信頼構築の基本である。企業は高度情報化社会における情報管理の重要性を認識し、その収集、利用、保管、廃棄の全てのプロセスにおいて細心の注意を払う必要がある。

特に個人情報・顧客情報については、「個人情報の保護に関する法律」などの関連法令、各省庁や業界団体の策定するガイドライン等に基づいて、個人情報・顧客情報の取扱いに関する方針を自主的に定め、それらの管理を徹底しなければならない。

具体的アクション・プランの例

- (1) 個人情報・顧客情報について、登録時の手続、情報の取扱い、訂正・登録抹消等に関するプライバシー・ポリシーの策定と公表
- (2) プライバシー・ポリシーの実効性確保のための社内体制（セキュリティの確保等）の整備
- (3) 個人情報・顧客情報の保護に関する教育研修の実施

2. 公正、透明、自由な競争ならびに適正な取引を行う。また、政治、行政との健全かつ正常な関係を保つ。

背景

(1) 公正かつ自由な競争を促進するための独占禁止法の重要性の高まり

「独占禁止法」は、公正かつ自由な競争の促進を通じて消費者利益を保護し、国民経済の健全な発展を確保することを目的としている。政府規制の撤廃・緩和が進み、市場における自由競争の徹底と企業活動の規律強化がますます求められる中で、独占禁止法の重要性は一層増大している。

(2) 公共入札をめぐる諸問題の発生

公共入札に関わる談合事件は厳しく糾弾されている。公正取引委員会は、1994年に入札談合の防止の観点から「公共的な入札に係る事業者及び事業者団体の活動に関する独占禁止法上の指針」を公表している。一方、現行の公共入札制度には、発注側独占の下でその硬直性に由来する問題が存在することも否定できない。こうした観点から、2002年7月には「入札談合等関与行為の排除及び防止に関する法律（官製談合防止法）」が成立したところであり、さらなる追加措置が期待されている。

(3) 健全かつ正常な行政との関係の構築

流通、取引慣行だけでなく、政治、経済、行政間についても透明性を高めることが、国内のみならず海外からも要請されている。

政治・行政との関わりについては、もたれ合いや癒着と取られるような行動があってはならない。これまでの通例や慣行について見直すべきは見直し、透明度の高い関係を保ちつつ、その中で、民から政・官への積極的な意見表明を行うことが求められている。そのような活動を通じて、政治、行政との健全かつ正常な関係が構築されることになろう。

行政指導と独占禁止法との関係については、公正取引委員会より「行政指導に関する独占禁止法上の考え方」が示されており、この中で「事業者または事業者団体の行為については、たとえそれが行政機関の行政指導により誘発されたものであっても、独占禁止法の適用が妨げられるものではない」ことが明示されている。

なお、事業者団体活動における独占禁止法上の問題については、公正取引委員会が「事業者団体の活動に関する独占禁止法上の指針」を公表している。また、2000年5月の独禁法改正により、事業者団体の独禁法違反が審決で確定した場合には、民事訴訟において、被害者は、当該事業者団体の過失を立証することなく、損害賠償を請求できることとなった。個々の企業のみでなく各事業者団体においても、透明な活動を行うことが求められている。

(4) 知的財産の保護と尊重

自らの知的財産（特許権や著作権などの知的財産権および機密情報）の保護は、わが国の製造業・コンテンツ産業の国際競争力を高めるうえで重要な要素である。あわせて、第三者の知的財産を尊重することは、開発者のインセンティブを確保して産業の健全な発展を促すうえで、極めて重要である。

2 - 1 独占禁止法の遵守につき、社内での徹底を図る。

基本的心構え・姿勢

「独占禁止法」は自由経済の基本法であり、企業はその遵守なくして、いかなる事業も行えないことを再認識する。また、企業活動のグローバル化、経済のボーダレス化が進展する中で、諸外国の競争法も遵守する。企業トップ自らによる基本方針の表明などを通じ、独占禁止法遵守に関わる社員の意識を高めるとともに、違反行為が行われないようチェックする内部体制を構築する。

具体的アクション・プランの例

(1) 独占禁止法遵守マニュアルを作成して展開する。

企業トップによる独占禁止法遵守の基本方針の表明、独占禁止法の規定に関する概要説明、独占禁止法違反を起こさないよう注意すべき点等の内容を盛り込んだ独占禁止法遵守マニュアルを作成し、社内での展開・徹底を図る。

説明会・講習会の開催、従業員の教育研修等を通じて、独占禁止法遵守マニュアルを社内の関係部門に周知徹底させ、独占禁止法違反行為の発生防止を図る。

役員・従業員が業務を行うに際し独占禁止法上、問題があるのではないかと疑問を感じたときに直接相談ができる窓口の整備、独占禁止法遵守に関する内部監査計画の立案、実施等を行う。

事業者団体は、事業者団体ガイドラインに基づき、行政機関からの委託業務等の実施に際して、差別的な取扱い等の違反行為を行わない。

関連資料

- 「特集：21世紀の競争政策を考える」『経済Trend』2004年3月号 日本経団連
- 『独占禁止法ガイド』2004年 公正取引委員会事務総局 編著 公正取引協会
- 『独占禁止法コンプライアンス・プログラムの手引（新版）』2003年 公正取引協会

2 - 2 適正な購買取引方針を確立する。

基本的心構え・姿勢

事業活動は、生産に必要な原材料・部品などの取引先をはじめ、各分野で事業を営んでいる多くの人々の協力と支援を得て成り立つことを認識する。取引先に対して優越的地位にあったとしても、その地位に乗じて取引先に不当な負担を負わせるようなことはしない。自社の購買取引ガイドライン等を作成して社内外にこれを明らかにし、公正性と透明性を確保する。また、購買取引（請負、委託を含む）においては、経済合理性のみならず、取引先における法令遵守、労働安全衛生、環境基準などにも関心を持ち、各々が社会的責任を果たしていけるよう努める。

具体的アクション・プランの例

(1) 適正な購買方針を確立する。

公正取引委員会の「流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針」および、経団連の「購買取引行動指針」を踏まえて、自社の購買取引ガイドライン等を作成し、社内外にこれを明らかにする。その際、独占禁止法上問題となる不当な相互取引、下請法上禁止されている不当な買いたたき、受領拒否、返品、支払遅延等の違法行為が起きないように、法に十分留意した内容とする。

購買組織は営業部門等社内の他部門から明確に区分されることが望ましく、購買取引に関わる決定は原則として、他の組織から独立して行う。

購買取引の担当窓口を具体的に国内外に対して明示する。また、自社の購買取引原則、新規購買取引先の審査、選定手続き、購買取引の決定手続きを対外的に明示する。

海外の取引先等のために必要に応じて外国語による資料を準備する。内外無差別、透明性の高い購買取引の方法として、インターネットを利用した資材調達を推進することも有用である。

(2) 業者からの贈答品については、上司、部内関係者への報告を励行する。

関連資料

「購買取引行動指針」1990年 経団連

2 - 3 自社の機密情報を管理し知的財産を保護する。また、他者の知的財産を尊重する。

基本的心構え・姿勢

新技術に関する情報や経営戦略などの営業秘密や特許権、著作権などの知的財産権は、持続可能かつ革新的なビジネスを生み出す基盤として重要である。自社の機密情報の管理、意図せざる技術流出防止、知的財産権の保全に万全を期するとともに、他者の機密情報や知的財産権を尊重するよう徹底する。

具体的アクション・プランの例

(1) 機密情報ならびに情報セキュリティ管理を徹底する。

基本方針の策定、社内規定や社内組織の整備、社内教育の実施、実施状況のチェックと見直しなど、企業文化や社内システムに沿って、自社の機密情報の管理や意図せざる技術流出の防止を徹底するとともに、情報システムのセキュリティについて適切な対策を講じる。

(2) 他者の知的財産を尊重する。

従業員教育などを通じて、特許権、著作権、商標権、機密情報など、他者の知的財産を尊重する意識を自社に涵養するとともに、特許情報システム等を活用し、他者の知的財産権の侵害を未然に防止する。

(3) 適切な職務発明の取扱いを行う。

適正な手続を踏まえて職務発明規程を整備したり、発明者と十分に話し合った上で契約を結んだりすることなどを通じて、発明者へのインセンティブを高めるとともに、予測可能な経営の実現に努める。

関連資料

「情報セキュリティ総合戦略」2003年 経済産業省

「知的財産推進計画の改訂に向けて」2004年 日本経団連

「知的財産戦略についての考え方」2002年 日本経団連

2 - 4 法令に従い輸出管理体制を整備する。

基本的心構え・姿勢

国際的な平和および安全の維持は、企業活動にとっても不可欠であると認識する。企業は自らの技術や製品の輸出が、通常兵器や大量破壊兵器（核兵器、化学兵器、生物兵器、ミサイル）の開発・製造等につながらぬよう、輸出管理の徹底に努める。

具体的アクション・プランの例

(1) 輸出管理体制を整備する。

従来のココム（現ワッセナー・アレンジメント）、不拡散型輸出規制、および従来規制対象としていた貨物等だけでなく、原則全ての貨物等について最終用途・最終需要者の確認を求める「キャッチオール規制(2002年導入)」について、これを遵守する。そのため、コンプライアンス・プログラム等を作成し、社内管理体制を整備する。

関連資料

「安全保障輸出管理ガイダンス」2002年 経済産業省

「WTO新ラウンド交渉立ち上げにあたっての基本的立場」2001年 経団連

「戦略的な通商政策の策定と実施を求める～『通商立国』日本のグランドデザイン～」2001年 経団連

2 - 5 不当な利益等の取得を目的とする贈答・接待を行わない。

基本的心構え・姿勢

事業活動において、公正かつ透明性を確保することは、国内のみならず、海外からも要請されており、不当な利益や優遇措置の取得・維持を目的とする贈答・接待等の供与は行わない。特に、国内外の公務員に対しては、法令違反行為を行ってはならない。また、直接的か間接的かを問わず、優遇措置を目的とした、もしくはそのように見なされかねない贈答・接待は厳に慎む。

具体的アクション・プランの例

(1) 虚礼は自粛する。

虚礼自粛（交際、儀礼の簡素化、合理化）について、意識改革を率先して行うとともに、以下を実行する。

交際費については、社会的常識からみて、また国際的通念からみても、その枠を越えるものは自粛する。

冠婚葬祭、その他の各種行事についても、形式にとらわれることなく、本来の姿に立ち返って簡素にして、合理的なものに改める。

中元、歳暮等についても、実質的に日常の生活慣習に根ざしたものはともかく、形式に流れ、あるいは度を過ぎた贈答については、これを自粛する。

関連資料

「国家公務員倫理法・倫理規程の運用について」（説明資料）2002年 経団連
(<http://www.keidanren.or.jp/japanese/news/announce/200209.html>)

「虚礼自粛に関する申し合わせ」1989年 経団連

2 - 6 政治、行政と透明度が高い関係を構築するとともに、政策本位の政治の実現を支援する。

基本的心構え・姿勢

政治、行政とは、利益供与ほか癒着と誤解される行為は決して行わない一方、経済の実態や経済政策について、オープンかつ積極的に意見交換するという透明度の高い関係を構築する。

特に、政治に対しては、激化する国際競争の中、個人や企業の活力を引き出す制度改革を推進すべく、政策提言や意見表明など建設的な対話を行うとともに、企業の社会貢献の一環としての政治寄付等により、政党の政策立案・推進能力の強化に積極的に貢献する。

具体的アクション・プランの例

- (1) 関連法規の遵守を周知徹底する。
 - 政治資金規正法、国家公務員倫理法・規程を遵守する。
 - 公共入札における、独占禁止法、公共入札ガイドライン、官製談合防止法を遵守する。
 - 日本版ノーアクション・レターを積極的に活用する。
- (2) 企業の自己責任、自己判断による行動を徹底する。
 - 独占禁止法、行政指導ガイドラインに留意し行政指導に対応する。
 - 行政手続法の理解を深め積極的活用を心がける。
- (3) 許認可、公共事業の受注等における利益享受を目的とした官庁出身者の受け入れは、厳に慎む。
- (4) 企業の社会貢献の一環として、政党の政策立案・推進能力の強化に貢献する観点から、政策本位で政党本部への自発的寄付を実施する。
 - 寄付先の政党は、日本経団連の政策評価も参考に検討する。
 - 寄付額は、日本経団連の会費分担基準に基づく年会費相当額を当面の目安とする。
- (5) 企業人に対して、政策に厳しい目をもつ有権者となり政治に対して自発的に行動するよう呼びかける。
 - 企業人に、政治意識の高揚と政治家との交流促進を目的とする「企業人政治フォーラム」への参加を呼びかける。
 - 企業人に、選挙権の積極的行使を呼びかける。
 - 企業人に、政党への個人寄付の実施を呼びかける。
 - 企業人に、経済活動の第一線の経験を持ち、国政で活躍する志と能力を備えた人材を支援するよう呼びかける。

関連資料

- 「国家公務員倫理法・倫理規定の運用について」 2002年 日本経団連
(<http://www.keidanren.or.jp/japanese/news/announce/200209.html>)
- 「2004年第1次政策評価の発表にあたって」 2004年 日本経団連
- 「企業の政治寄付に関する参考資料」 2004年 日本経団連
(<http://www.keidanren.or.jp/japanese/policy/seiji.html>)

3. 株主はもとより、広く社会とのコミュニケーションを行い、企業情報を積極的かつ公正に開示する。

背 景

(1) 求められる企業経営の透明性

わが国資本市場の強化・拡充の観点から、あるいは企業活動の国際化、多様化、複雑化に対応して、商法や証券取引法の改正が行われ、企業の監査機能の強化や情報開示制度の充実が図られてきた。また、株式の持ち合い解消や、間接金融から直接金融への流れの中で、経営・財務情報の開示を含め、経営の透明性を高めることが喫緊の課題となっている。

(2) 社会から信頼される「開かれた企業」へ

現代のインターネット社会では、あらゆる種類の情報が瞬時に世界を駆け巡る。したがって、企業活動の透明性を自ら高める日常的な情報開示の努力は、「開かれた企業」として内外の信頼を得る上でも、ますます重要となっている。不祥事への抑止力としても、社内の企業倫理体制強化や意識徹底に加えて、日頃から社会に対して十分な情報開示を行っておくことが重要である。

(3) 幅広いステークホルダーへの説明責任

企業は、株主や投資家だけではなく、消費者・取引先・従業員・地域社会など、幅広いステークホルダーへの社会的責任を負っている。したがって、株主や投資家向けに説明責任を果たすだけではなく、その社会的影響力の大きさから、広く社会に向けてステークホルダーの理解を得るためのコミュニケーション活動を積極的に行う必要がある。

(4) 双方向コミュニケーションの重要性

社会とのコミュニケーションは、一方的な情報開示で終わるのではなく、相互理解を促進する双方向のコミュニケーションでなければならない。企業はステークホルダーの声に真摯に耳を傾け、期待や要請を知り、自らのマネジメントに生かしていくことが求められている。また一方、企業としてのメッセージを発信し、対話を通じて社会に影響を及ぼす能動的な働きかけも重要である。

3 - 1 株主総会やインベスター・リレーションズ(I R)活動を通じて、株主・投資家等とのコミュニケーションを促進する。

基本的心構え・姿勢

株主・投資家等に正確な情報を提供し、企業活動に対する理解促進に努める。定められた法定開示・適時開示を適切に行うだけでなく、自らの成長戦略など経営情報を市場に積極的に提供する。その際には、全ての株主・投資家に対して公平に情報提供を行うよう努める。また、企業は株主総会を、株主の参加のしやすさにも配慮して充実を図る。

具体的アクション・プランの例

- (1) 株主・投資家にタイムリーで適正な情報開示を積極的に行う。
商法に基づく計算書類を中心とした開示、証券取引法に基づく有価証券報告書を中心とした開示等、法制度に基づく情報開示を適正に実行する。
株主、投資家等に対して、自社の経営理念、経営方針、収益状況、配当政策、コーポレートガバナンス等、経営全般に関する情報や、企業の国際化・多角化に伴う連結財務情報、事業部門別情報等を提供するとともに、意見や批判に耳を傾けるよう心がける。
社内組織として、国内外にI R担当者を置き、専任チームを設置する。
I Rミーティングの開催だけでなく、インターネット上にI Rサイトを設けて広くタイムリーな情報発信を行う。
年度末決算時、あるいは半期、さらに必要に応じて四半期毎に、報告、説明会をきめ細かく開催する。
海外の株主、投資家等に対して、英語版資料の作成などの配慮を行う。
テレビ会議システム等を活用して遠隔地でも株主懇談会を開催する。
- (2) 株主総会の運営を工夫する。
決算処理の迅速化を図り、決算発表の分散化に努める。さらに、各企業の自主的判断に基づき、できるだけ早期に株主総会を開催する。
他社と開催日をずらすなど、開催日時を株主が集まりやすいものとする。
- (3) インサイダー取引を防止する。
内部情報管理を徹底し、インサイダー取引規制について社内・関係先への周知徹底を行う。

関連資料

- 「わが国公開会社におけるコーポレート・ガバナンスに関する論点整理」
（「2.株主総会のあり方」、「4. I R・ディスクロージャーのあり方」、
「(参考資料)コーポレート・ガバナンスに関する各社の取り組み」等)
2000年 経団連
「インサイダー取引規制の明確化に関する提言 - 公正で、安心して投資できる市場を目指して - 」 2003年 日本経団連

3 - 2 ステークホルダーに対して、適時適切に情報を開示する。

基本的心構え・姿勢

企業は経営全般にわたり、社会が真に必要としている情報の適時適切な開示を行う。具体的には、法制度上求められる情報開示にとどまることなく、社会的規範や自らの判断に基づいて、信頼性のある、かつ幅広いステークホルダーにとって有用な情報を、適時に提供するよう努める。開示する情報の種類としては、経営・財務的側面の情報だけではなく、環境的側面や社会的側面などの情報についても、社会から求められる企業活動の重要な情報として認識し、積極的に開示する。

具体的アクション・プランの例

- (1) 情報開示方針を策定する。
自社の情報開示に関する方針を定め、社外にも公表する。
- (2) 報告書を通じた経済・環境・社会各側面の情報を開示する。
アニュアル・レポート、環境報告書、サステナビリティ報告書などの作成・発行を通じて一覧性、継続性のある情報開示を行う。
レポートニングに関する内外の様々なガイドラインも参考にしつつ、自社にとって開示の必要な情報を定義して開示する。
パフォーマンス情報は、経済の側面だけではなく、環境・社会的側面についてもできる限り数値化した経年データを掲載する。
情報開示にあたっては、必要と考えられる場合には自社にとってのネガティブ情報も発信する。
- (3) 多様な機会・媒体を活用する。
インターネットなどを活用して、効果的かつ効率的に、より多くの人に適切な企業情報を提供する。例えば、消費者や株主からよくある質問については、ホームページにQ & Aの形で公表するよう努める。その際、改ざん、なりすまし等に十分注意する。
多様な受け手を想定して、アクセスしやすい、わかりやすい情報伝達に努める。
消費者向けのニュースやフリーダイアルでの情報提供、工場見学やビジターセンターへの受け入れなど、様々なメディアや機会を活用する。

関連資料

- 『企業活動報告の新たな動き』2002年 経済広報センター
- 『インターネット広報』2002年 経済広報センター

3 - 3 広報・広聴活動等を通じて、社会との双方向のコミュニケーションを促進する。

基本的心構え・姿勢

社会との双方向コミュニケーションは、企業としての説明責任を果たす観点だけでなく、企業の競争力を高めるうえでも重要であると認識して積極的に行う。また、株主・投資家・消費者・取引先・従業員・地域社会などの幅広いステークホルダーとの対話のプロセスを大切に、企業にとって異なる価値観にもとづく意見やネガティブな情報を含めその声に耳を傾け、真摯にかつ主体的に対応する。

具体的アクション・プランの例

(1) 経営トップが自ら対応する。

広報活動については「企業の顔」である経営トップが自ら積極的かつ誠実に行う。

トップは広報活動における自らの役割の重要性を自覚し、マスコミ対応等にできるだけ時間を割く。

企業や経営者への批判に耳を傾け、これを貴重な経営資源として情報共有することをトップの方針として宣言する。

(2) 進んで双方向の対話を行う。

幅広いステークホルダーとの対話チャンネルの充実に努める。

さまざまな立場の有識者との懇談会を開催し、その意見を経営に活かす。

ステークホルダーとの対話集会を開催し、その疑問や意見に耳を傾けるとともに、企業としての経営理念や事業活動、社会的責任への取り組みなどを語りかける。

インターネットを活用してステークホルダーとの対話を行う。たとえば、アニュアルレポート、環境報告書、サステナビリティ報告書などに寄せられた質問・意見に対してホームページ等でフィードバックする。

(3) 地域社会との対話を促進する。

地域社会との対話促進のために、以下のような活動を行い、企業活動に対する信頼を高める。

地域住民の声を様々なネットワークを通じて聞く。

地域行事への参加、各種イベント開催、説明会等を通じて、企業活動に対する住民の幅広い理解を得る。

危険物等を扱う製造工場では、住民の不安を払拭するような対策（事故時の避難対策、情報連絡網の整備、工場見学の実施、廃棄物処理方法の説明等）を日常から実施する。

4. 従業員の多様性、人格、個性を尊重するとともに、安全で働きやすい環境を確保し、ゆとりと豊かさを実現する。

背景

(1) 人間尊重の経営

日本企業は、従来から資本の論理を重視しながらも、企業の最大の経営資源は人であると認識し、長期的な視点から、従業員の雇用維持、人材養成の充実、労使協調など「人間尊重の経営」を行ってきた。今日、グローバル化やサービス化など経済環境が変化し、また個人の価値観が多様化する時代にふさわしい形で、人を大切にする経営を追求し、良好な労使関係を維持・発展させていくことなどが改めて課題となっている。

(2) 日本の経済社会的変化

少子高齢化等への対応

少子高齢化の進展によって、労働力人口の減少が予測される中、また激化する競争に打ち勝つためにも、企業としては優秀な人材を確保することが大きな課題である。人材確保と職場活性化のため、従業員が安心して働き、能力を発揮することができる環境を整備することがますます重要となっている。

多様化による活性化の推進

従業員の性別や国籍などの属性や雇用形態の多様化を進め、多様な人材の持つダイナミズムを企業活動の活性化につなげるという発想が求められている。その前提として、多様な人材が個性を発揮できる制度・環境を整備することが必要である。

(3) グローバルな潮流

冷戦の解消とグローバル化の進展に伴って、経済的発展のみならず、社会面での進歩に対する関心が世界的に高まった。1998年に採択された「労働における基本的原則及び権利に関するILO宣言」では、「結社の自由と団体交渉権」、「雇用における差別禁止」、「強制労働の廃止」、「児童労働の廃止」が、中核的労働基準とされている。これら4原則は、OECDの多国籍企業ガイドラインや国連のグローバル・コンパクトにも織り込まれている。

4 - 1 多様な人材が個々の能力を十分に発揮できる人事処遇制度を構築する。

基本的心構え・姿勢

(1) 多様な人材の尊重と活用

様々な考え方や価値観の人が相互に認め合い、刺激を与え合うことが企業にダイナミズムと創造性をもたらす。バリアフリーやノーマライゼーションの促進なども含めて、多様な人材が十分に能力を発揮できるような職場環境を整備する。多様な人材がそれぞれの能力を最大限に発揮できるような労働環境を整備し、企業の生産性および従業員の働く満足度双方を向上させるよう努める。

(2) 多様な雇用・就労形態の選択肢の提供

多様な人材を活用するため様々な就労ニーズに応えうる多様な雇用・就業形態の選択肢を提供し、就労しやすい環境を整備する。就労者のニーズと企業の生産性向上の両立を実現する自社型雇用ポートフォリオ（従業員構成の最適配置）の構築を目指す。

(3) 納得性・公正性に根ざした人事処遇制度の構築

従業員の仕事、組織への成果・貢献度、現在や将来の役割、働き方などを十分に考慮した、納得性と公正性のある人事処遇制度の構築に努める。

具体的アクション・プランの例

(1) 企業組織のあるべき姿を検討し、従来型の正社員に止まらず、短時間正社員、契約社員、嘱託社員、パートタイマー、アルバイトなど、多様な雇用形態の従業員の能力を従来以上に積極的に活用する。

(2) 従来の勤務形態にとらわれない多様な勤務・就業形態を開発、導入する。

フレックスタイム制

在宅勤務制

短時間勤務制（含む 育児・介護や高齢者のための短時間勤務制）

裁量労働制

その他労働時間、勤務場所等限定型または柔軟型の勤務制

(3) 納得性・公正性に根ざした人事処遇制度を構築する。

一律型賃金体系から、職務や役割等に応じて人事賃金処遇の軸を複数設定する多立型賃金体系への移行

年功型賃金システムから、能力・成果・貢献度反映型賃金システムへの移行
透明で公正な評価制度の確立

関連資料

「春季労使交渉の手引き」 日本経団連

「経営労働政策委員会報告」日本経団連

「成果主義時代の賃金システムのあり方」2002年 日経連（現・日本経団連）

「新時代の日本的経営」1995年 日経連（現・日本経団連）

4 - 2 雇用における差別を行わず、機会の均等を図る。

基本的心構え・姿勢

国籍、性別、信条または社会的身分などを理由として雇用管理や処遇について差別的な取り扱いを行わない。また、基本的人権を尊重し、セクシュアルハラスメントなど、職場における不当な取り扱いや差別を防止するように努める。さらに、仕事と家庭の両立支援に取り組み、男女共同参画社会の実現に努める。

具体的アクションプランの例

(1) 差別的取り扱いを排除する。

均等待遇原則の徹底

国籍、性別、信条または社会的身分などを理由に、雇用管理や処遇について差別的取り扱いを行わないことを定めた労働基準法3条など関係法令の趣旨を理解し、必要に応じて就業規則などに均等待遇原則を盛り込み、賃金、その他の労働条件につき差別的扱いは行わない。

セクシュアルハラスメントの防止

職場におけるセクシュアルハラスメントなど不当な取り扱いに関する方針を明確化し、社内報やパンフレットにより、その周知徹底を図るとともに、苦情・相談の窓口を明確にする。また、不当な取り扱いが生じた場合には、迅速かつ適切な対応を行う。

(2) 男女共同参画社会を実現する。

意識改革の徹底

啓発冊子の作成などにより、経営トップから新入社員に至るまで意識改革を行い、性別役割分担意識の払拭に努める。

両立支援のための諸制度の整備

企業の実情に応じ、労働時間・就労場所・休暇などについて多様な選択肢を用意し、仕事と家庭の両立支援のための諸制度（短時間勤務制度、テレワーク、育児休業等）の整備に努める。

ポジティブアクションの実施

企業における意識改革の手段としては、性別に関わりなく意欲と能力のある人材が活躍できる職場づくりのためのポジティブアクションの実施が有効である。

女性の勤続年数の伸長、女性の役員・管理職の拡大などについて、企業の実情に応じた目標を掲げるよう努めるとともに、管理職にチャレンジする女性をサポートする研修や、男性の意識改革のための研修等を行う。

関連資料

「子育て環境の整備に向けて」（2003年7月20日）日本経団連

「企業における男女共同参画」（2004年2月17日）日本経団連

4 - 3 安全と健康のため、快適な職場環境を実現する。

基本的心構え・姿勢

従業員の安全と健康の確保は企業経営において優先されるべき事項の一つである。経営トップの率先垂範の下に「安全第一主義」を徹底し、「安全文化」の醸成を図るとともに、労働安全衛生対策が企業内で自律的に推進される体制づくりに努める。また、従業員の要望を参考にしながら、快適な職場づくりに努める。

具体的アクションプランの例

- (1) 安全衛生管理組織の活動を活発化する。
管理者、安全衛生担当者、産業医等で構成する安全衛生委員会の開催。
- (2) 年間安全衛生活動計画を策定する。
経営トップの安全衛生管理の基本方針、年間・月別の重点実施事項、災害減少目標や職場改善目標等を盛り込む。
- (3) 安全衛生教育を実施する。
- (4) 日常の安全衛生活動を実践する。
5S（整理、整頓、清掃、清潔、躰）、KYT（危険予知訓練）活動等により、従業員の安全衛生に関する認識を高める。
- (5) 労働安全衛生マネジメントシステムへの自主的取り組みを行う。
PDCAサイクルにより、職場における安全衛生水準の向上を図る。
- (6) 労働衛生対策を実施する。
労働衛生の3管理（作業環境管理、作業管理、健康管理）の実施。
- (7) 心とからだの健康づくりを推進する。
心とからだの両面にわたるトータルヘルス・プロモーション・プラン（THP）の実施。
職場における健康増進活動・各種行事の実施。
従業員に対する運動指導、保健指導、栄養指導を行う。
職場におけるメンタルヘルス対策の充実。「心の健康づくり計画」策定。
従業員、管理者等へのメンタルヘルス教育の実施、相談体制の整備。
従業員本人の健康情報に関するプライバシーの保護に留意する。
- (8) 自主的に快適な職場づくりに取り組む。

関連資料

「安全対策の徹底について」（2003年9月22日）日本経団連

4 - 4 従業員の個性を尊重し、従業員のキャリア形成や能力開発を支援する。

基本的心構え・姿勢

技術革新やグローバル化に伴う競争力の激化、また少子・高齢化の進展などわが国の企業を取り巻く環境は大きく変化している。企業は学校教育に十分配慮した公平・公正で秩序ある採用を実施し、採用者一人ひとりの強みや持ち味を生かした育成・活用を図る。

従業員には、これまで以上に状況変化に対応しうる高度な判断力や課題解決能力が求められている。企業は個々の従業員の能力や適性に焦点を当てた多様な育成支援策を提供し、自らのエンプロイヤビリティ（雇用されうる能力）を高める努力に対して十分な環境整備を図るなど積極的な支援を行う。

具体的アクションプランの例

(1) 「新規学卒者の採用選考に関する企業の倫理憲章」を遵守する。

(2) 多様な研修・能力開発機会を提供する。

○JT、Off-JTの一層の推進

選抜型、選択型研修の実施

キャリア開発向上に向けた多様な研修プログラムメニューの整備

外部セミナー、異業種交流会への派遣

通信教育等の自己啓発に対する支援

大学院等の社会人教育システムの活用

(3) キャリア・カウンセリング・システムの整備・充実を図る。

(4) インターンシップを促進する。

学生が実社会との関わりについての理解を深め、職業意識を高めることを目的として、インターンシップを希望する大学生・高校生を受け入れる。

関連資料

「倫理憲章の趣旨実現をめざす共同宣言」2004年 日本経団連

「新規学卒者の採用選考に関する企業の倫理憲章」2004年 日本経団連

「21世紀を生き抜く次世代育成のための提言」2004年 日本経団連

「若年者の職業観・就労意識の形成・向上のために」2003年 日本経団連

「企業における経営幹部養成の今後の方向性」2002年 日経連(現・日本経団連)

「産業訓練実態調査-2000年度企業内教育に関する総合アンケート調査-」

2001年 日経連(現・日本経団連)・日産訓

「エンプロイヤビリティの確立をめざして - 従業員自律・企業支援型の人材育成を」1999年 日経連(現・日本経団連)

「グローバル化時代の人材育成について」2000年 経団連(現・日本経団連)

4 - 5 従業員と直接あるいは従業員の代表と誠実に対話、協議する。

基本的心構え・姿勢

(1) 労働関係法令の遵守と建設的な協議・交渉の実践

従業員が自由に自分達の代表を選ぶ権利をはじめ、労働関係諸法令を遵守するとともに、労働条件などに関し、労使双方が互いに知恵を出し合い、双方にとってよりよい結論を導き出すために、積極かつ建設的に協議を行うように努める。

(2) 労使交渉等に対する誠実対応の実践

従業員との対話・労使協議や団体交渉においては、常に誠実を旨とする。問題が生じた場合には、その平和的解決に向け、十分な協議を行い、健全な労使関係を築くように努める。

(3) 従業員、従業員の代表との情報の共有化の推進と信頼感の醸成

団体交渉だけに限らず、労使で協議・対話の機会を持つという姿勢を保ち、企業の状況、経営環境、経営課題などについて、適切な情報を従業員に提供し、労使が共通の認識に立ったうえで、実態に即した本質的な協議を行って効率的な企業運営に向けた合意形成を図り、信頼感の醸成に資するように努める。

具体的アクションプランの例

(1) 法令上の手続の点検と労使研究会の設置

労使協定等に関し、手続きが適正に行われているか点検する。また、各企業の労働実態に適合する労働条件などに関する研究会を労使で設置する。

就業規則作成、変更の際の意見聴取、36協定の締結、企画業務型裁量労働制の労使委員会の設置、派遣労働受け入れの際の意見聴取等適正手続きに関する点検の実施

労使による時短推進委員会、労働条件検討委員会などの設置

(2) わかりやすい説明と協議の実行

交渉に際しては、健全な労使関係を築くために、明確な資料を用いて、具体的事実に基づく説明を行う。そのうえで、労使での合意を目指し、誠実かつ十分な協議を行う。

(3) 情報の共有化の推進と信頼感の醸成

信頼感を醸成し、諸課題に従業員と一体となって迅速に対応できるように、従業員が知っておくべき会社情報が速やかに従業員に届く体制を整備する。

社内報やイントラネットの有効活用

必要に応じての企業グループ全体に関する現状説明の実施

関連資料

「経営労働政策委員会報告」 日本経団連

4 - 6 児童労働、強制労働は認めない。

基本的心構え・姿勢

就業の最低年齢に満たない児童に対する、身体的、精神的、道徳的その他の社会的発達を損なう、有害で搾取的な児童労働、ならびに従業員の意に反した苦役などの不当な労働は、基本的人権を侵害するものであることから、これらを強制しない。

世界では2億5千万人の児童が働いていると言われ（ILO）、製品が途上国などにおける児童労働・強制労働を通じて作られていないか、国際的に消費者やNGOの関心が高まっている。自社内に対してと同様に、グループ内企業・協力企業に対しても、児童労働・強制労働禁止を求める。

具体的アクションプランの例

- (1) 自社内の取り組みを推進する。
自社として児童労働・強制労働は行わず、かつグループ内企業・協力企業にも同様の措置を求めるという取り組み姿勢を、教育研修などを通じて従業員に徹底する。
- (2) グループ内企業・協力企業に向けた取り組みを推進する。
児童労働・強制労働を通じて生産された材料・製品などは購入しないことなどを内容とする企業行動規範を、グループ内企業・協力企業向けに周知させる。
児童労働・強制労働に関し、取引業者に対してアンケートを実施するなど、実態の把握に努める。
- (3) 広く社会に向けた取り組みを実施する。
途上国などにおいて、教育支援や職業訓練など、児童労働・強制労働禁止に向けた各種プログラムに協力支援を行う。

関連資料

- 「労働における基本的原則及び権利に関するILO宣言」（1998年）
- 「ILOの「就業の最低年齢に関する条約」（第138号）（本条約では、就業の最低年齢を義務教育終了年齢と定め、15歳を下回ってはならないとする。ただし、一定の条件のもとに例外も認められている。）

ILO児童労働撲滅プログラム

(International Program on the Elimination of Child Labor – IPEC)

<http://www.ilo.org/public/english/standards/ipec/index.htm>

5．環境問題への取り組みは人類共通の課題であり、企業の存在と活動に必須の要件であることを認識し、自主的、積極的に行動する。

背景

(1) 地球環境問題の発生

わが国は高度成長期における公害問題への取り組みや、2度にわたる石油危機の経験を通じ、極めて高い公害防止、省エネの技術やシステム体系を構築している。しかし、今日の環境問題は、単に産業公害の防止に止まらない。廃棄物問題や生活排水による水質汚濁問題、都市型交通手段の普及などによる大気汚染、騒音など、「都市型・生活型」の環境問題、さらには、地球温暖化、オゾン層の破壊、熱帯雨林の減少、砂漠化、酸性雨、生物多様性の保護などの「国境を越えた」地球規模の環境問題への対応が求められている。今日の環境問題を解決するためには、個人、企業、行政、NPOが連携・協力しながら、それぞれの果すべき役割に積極的に取り組む必要がある。

(2) 各種環境法の整備が進展

1992年6月のブラジル地球サミット（環境と開発に関する国連会議）が開催され、「持続可能な発展」という基本理念が打ち出され、具体的な動きが始まった。

廃棄物・リサイクル問題

これを受ける形で、わが国国内では、「環境基本法」および「環境基本計画」が制定され、環境政策の柱の一つとして「循環」が打ち出された。さらに、2001年1月には「循環型社会形成推進基本法」が制定され、物質循環を確保し天然資源の投入を削減するという基本方針が打ち出された。この他、1990年代後半から2000年初頭にかけて、副産物の排出抑制・利用促進や使用済み製品のリサイクルに係わる企業の義務を規定した法が制定されるとともに、廃棄物処理法が改正され、産業廃棄物へのマニフェスト添付が義務付けや適正処理に向けた排出事業者の責任が強化されるなど廃棄物の排出事業者である企業の責任が強化された。

地球温暖化問題

温暖化対策については、1997年に京都議定書が合意され、先進国の地球温暖化防止の目標が設定されるとともに、CDM（クリーン開発メカニズム：途上国での温室効果ガスの削減努力を自国の削減努力に組み入れる制度）や共同実施（先進国間で連携して温暖化対策事業を行う制度）など新たな地球温暖化対策のスキームができた。わが国では、京都議定書の目標達成に向けて、省エネ法を拡充強化し、「トップランナー方式（電器製品や自動車などの省エネルギー基準を、現在製品化されている最も効率のよい製品の性能が、それ以上の水準に設定する方式）」に加え、工場のみならずオフィス部門での省エネ強化策が導入された。

過去の汚染への対応

「ポリ塩化ビフェニル廃棄物の適正な処理の推進に関する特別措置法」や「土壌汚染対策法」など、科学的知見が乏しかった時代に製造・使用された有害物質が主な原因で引き起こされる汚染に対応するための法整備も進んだ。

化学物質に係わる情報公開

化学物質の管理を進める目的で、P R T R法（「特定化学物質の環境への排出量の把握等及び管理の改善の促進に関する法律」）が制定され、化学物質の大気や水等への排出量の把握と報告とデータの公表が義務付けられた。

5 - 1 地球温暖化対策や循環型経済社会の構築に取り組む。

基本的心構え・姿勢

環境保全とその恩恵の次世代への継承は人類共通の課題であり、個人、行政とともに、企業も環境問題の解決に自主的、積極的に取り組む。企業は、事業活動が、地球規模の資源問題、温暖化問題、環境汚染問題に関わることを認識し、循環型経済社会の構築、温室効果ガスの排出削減、化学物質の確実な管理に向けて努力する。経団連の環境自主行動計画への参加などを通じて、企業は環境保全に向けた自律的な取り組みを強化する。

具体的アクション・プランの例

(1) 循環型経済社会の構築

製品の設計から廃棄までの全ての段階で最適な効率を実現するように努める。

資源の投入においては、再生材や自然循環可能材を積極的に活用する。

廃棄物の処理にあたっては、優良な事業者を選定し委託する。

旧来の“ゴミ”の概念をあらため、個別産業の枠を超えて廃棄物を貴重な資源として位置づける。

リサイクルを企業経営上の重要課題とし、計画的に廃棄物削減・リサイクルに取り組む。

行政や消費者と協力しながら、使用済み製品の回収・リサイクルシステムの構築に取り組む。

オフィスにおける廃棄ゴミを分別する。

リサイクル用品の利用を促進する。

(2) 地球温暖化対策

循環型経済社会の構築、エネルギー効率の改善等を基本方針とし、世界最高の技術レベルを維持するとともに、利用可能な技術を途上国に移転することで、地球規模のエネルギー利用効率の改善を目指す。

地球温暖化の原因、影響等に関する科学的研究、各種対応策の経済分析等に協力する。

省エネルギー機器の開発・導入を進める。

(3) 化学物質管理

法律や規則に則り、化学物質を適正に管理すると同時に、漏洩防止措置をとる。

緊急時対策を事前検討すると同時に、地域住民とリスクコミュニケーションを行う。

関連資料

「環境自主行動計画」（地球温暖化対策編および廃棄物対策編）

「循環型社会の着実な進展に向けて」2002年 日本経団連

5 - 2 事業活動における環境影響を評価し、環境負荷と環境リスクの低減に努める。

基本的心構え・姿勢

製造業・サービスを問わず、事業施設・生産施設の立地をはじめとする事業活動の全段階において、環境への影響を科学的な方法で評価するシステムの確立を目指し、各段階において、エネルギーや資源の消費などを通じた環境負荷や汚染問題などの環境リスクをできる限り低減する。また、生産単位あたりの資源・エネルギーの投入量の削減や物流の効率化におけるコスト削減等、経済性の改善を通じて環境負荷の低減を図る「エコ・エフィシェンシー（環境効率性）」の実現にも取り組む。

具体的アクション・プランの例

- (1) 事業活動の全段階（全生涯）において生じる環境負荷を客観的・定量的に評価するLCA（ライフサイクルアセスメント）を導入する。例えば、製造業の場合、部品の製造、製品の組立て、輸送、製品使用時、廃棄・リサイクルなど各段階・プロセスにおいて、環境負荷を評価し、その低減に努める。
- (2) 効率よく環境負荷を低減させるため、環境負荷の大きい段階・プロセスに重点を置き、取組みを進める。
- (3) 輸送の共同化、低公害車の導入などの「グリーン物流」をはじめ、環境負荷の小さい物流システムの構築に努める。

5 - 3 環境問題の解決に資する革新的な技術、製品・サービス、ビジネスモデルの開発に努める。

基本的心構え・姿勢

地球温暖化対策や循環型社会の構築には、技術開発が鍵となる。日本には、資源小国というハンディがあったがゆえに培うことができた省エネルギー、省資源の技術やノウハウがある。資源やエネルギーの投入量を削減する技術革新を一層進めるとともに、耐久性のある分離・選別が容易な製品など、環境に配慮した製品・サービス、ビジネスモデルの開発を行う。また、国内外を問わず、適切な手段により積極的に技術の移転に努める。

具体的アクション・プランの例

- (1) 燃料電池やバイオマスエネルギーなど、新エネルギー創出の技術やノウハウに関わる研究をさらに進める。
- (2) 紙やプラスチックを含む、各種再生材や自然循環可能材の開発、有効利用を進める。
- (3) ヒートポンプ（大気や水を利用して冷暖房や給湯を行うシステム）や蓄熱システムなど、エネルギー高効率利用型機器・システムの一層の開発・商品化に努める。

5 - 4 生物多様性の保全を含めた自然保護活動に取り組む。

基本的心構え・姿勢

大気圏や生物圏、あるいは水の循環圏などについて、一層理解を深めるとともに、人類にとって多様な生物が共存することが、豊かな生活環境をもたらすものであることを改めて認識し、多様な自然環境の保全を重視した自然保護活動を推進する。また、環境問題におけるNPO/NGOの役割を認識し、パートナーシップの強化に努める。

具体的アクション・プランの例

- (1) 日本の産業界の国際協力の視点から、生物多様性の保全や森林の保全を目指し、日本経団連自然保護協議会への参加を通じ、自然保護活動への支援を積極的に行う。

日本経団連の活動

日本経団連自然保護協議会 / 自然保護協議会基金

1992年設立 (<http://www.keidanren.or.jp/kncf/>)

国際自然保護連合(IUCN)への加盟

- (2) 環境問題におけるNPOの役割の重要性を認識し、資金的支援にとどまらず、企業人の専門性やノウハウをNPO運営に活かす人的協力や情報提供、技術支援、ならびに企業が保有する施設利用の便益の提供など多様な支援やプログラムの共同実施などにより、NPOの育成、パートナーシップの強化に努める。

- (3) 経営者および従業員のボランティアによる自然保護活動を奨励する。

【条文全体の関連資料】

「環境立国のための3つの取り組み」2004年 日本経団連

「個人、企業、行政がともに「環境立国」戦略を進める」『活力と魅力溢れる日本をめざして』(第1章4節) 2003年 日本経団連

「経団連地球環境憲章」1991年 経団連

6. 「良き企業市民」として、積極的に社会貢献活動を行う。

背 景

(1) 「良き企業市民」としての活動の多様化

企業活動は、社会の健全かつ持続的な発展があって初めて成り立つ。そのため企業は社会の一員として、より良い社会を築き支えるという広義の責任を負っている。このような考えの下で日本では1990年代に社会貢献活動が本格化し、各企業において基本方針の明文化、専門部署や社会貢献委員会の設置など社内体制が整備された。その後の経済情勢により日本企業を取り巻く環境は極めて厳しいものであったが、企業は社会貢献活動に継続的に取り組んできており、活動の分野や方法は多様化してきた。

社会貢献活動は、商品、設備・機器、ノウハウ、人材など企業内の資源を社会に拠出することがテーマとなる。したがって、幅広いステークホルダーの支持と共感を得ての活動、社会的課題の解決に向けての実質的な寄与、会社と従業員の社会性を高めるための貢献などが求められている。

(2) 企業活動にも重大な影響を与えかねない社会的課題の表面化

21世紀に入り、人類の生存そのものに影響を及ぼしかねない社会的な問題が顕著となってきた。「ヒューマン・セキュリティ」といわれる人権、生命、環境など人間の安全に関わる課題への取り組みが、経済の持続的な発展にとって不可欠となり、企業による社会貢献活動の面でも重要なテーマとなっている。

(3) 「公」の担い手としてのNPOに対する期待の高まり

日本の企業は、社会貢献活動や環境活動を推進していく中で、公益法人、海外協力団体、ボランティア団体、芸術家グループなどのNPO（民間非営利組織）やNGO（非政府組織）とのパイプを開拓してきた。こうした団体との協働を通じて、組織の特性、活動内容、人材、特定分野における専門知識やノウハウなどの強みを理解するようになった。一方、欧米では、飢餓や貧困、環境や自然保護、消費者保護、労働や人権などの課題に対して専門的に取り組み、企業活動のみならず国や自治体の政策にも大きな影響を与えるまでに成長したNGOも見られるようになっている。

NPOが「公」の担い手として注目される契機となったのは、1995年1月の阪神・淡路大震災であった。震災発生後、市民とNPO、企業が直接連携して救援、復興活動に取り組んだことが、新しい市民社会のあり方に一つの示唆を与えた。その後、NPOの活動を推進するために、1998年3月に「特定非営利活動促進法(NPO法)」が成立し、現在では全国で約16,000のNPO法人が登録し、その多くが企業との連携や協働を求めている。

6 - 1 自らが取り組むべき社会的な課題について、資源や専門能力を投入し、その解決に貢献する。

基本的心構え・姿勢

企業は、社会貢献活動を「社会への投資」ととらえて、社会の抱える様々な問題の中から自発的に取り組むべき課題を選択し、その経営資源や専門能力を投入する。投入にあたっては、目標を定めるとともに、活動の評価を行い、社内外のステークホルダーに自社の社会貢献活動をわかりやすく説明する。

具体的なアクション・プランの例

(1) 社会貢献活動の形態

寄付： 寄付は、企業の社会貢献活動の中で中心的な役割を占めており、社会の期待も大きい。寄付を効果的なものとするために、寄付の方針や寄付先の判断基準、社内決裁の仕組みを明確にする。

なお、日本経団連では「1%クラブ」(1990年設立)により、個人や企業による社会貢献活動の促進に努めている。

「1%クラブ」(<http://www.keidanren.or.jp/1p-club/>)

経常利益の1%相当額(法人の場合)、可処分所得の1%相当額(個人の場合)を目標に、寄付やボランティア活動を行うことによって社会の役に立ちたいという企業や個人の集まり。企業の社会貢献活動に関する啓発や情報提供のほか、企業や企業に勤める人々のNPOとの出会いの場づくり、企業とNPOの具体的連携策の例示などを行っている。

自主プログラム： 自主プログラムとは、企業自らが企画、立案し、場合によっては実施までを行う社会貢献活動のことである。具体的には、植樹や清掃活動の実施、学生がNPOで学ぶ奨学金の提供、地域の車いす利用者への外出移送サービスの提供、市民によるアート活動の支援など多岐にわたる。従業員がボランティアとして参画したり、外部の専門家やNPOと連携するなどの広がりも見られる。

企業財団： 企業は、学術研究、環境保全、教育、文化・芸術活動などを助成したり、独自の公益事業を行うために、公益法人としての企業財団を設立することもある。企業財団は、企業本体の業績に左右されることなく比較的安定した助成や公益事業を行うことができる点、財団内部に公益活動に関する専門知識や経験を蓄積できる点などが評価されている。

その他の社会貢献の方法

- (イ) 事業活動を通じて培ったコスト意識、効率的な業務遂行能力、組織運営ノウハウ等を提供する。
- (ロ) 技術、専門知識を持った役員・従業員を派遣する。
- (ハ) 自社の各種施設を提供する。

(2) 社会貢献活動に際して留意すべき点

企業の社会貢献に関する理念、基本的考え方を提示する。

- (イ) 社是、社訓などの企業の経営理念に社会貢献活動を組み込む。
- (ロ) 企業の中長期計画に社会貢献活動を盛り込む。その際、活動分野、方策、予算、継続的な社会貢献活動を担保する方法などについても検討する。

社内組織を整備する。

- (イ) 社会貢献の専門部署を設置する。
- (ロ) 経営陣が社会貢献活動を理解し、自ら積極的に参加する。たとえば、トップが参加する社会貢献の意思決定機関(社会貢献委員会等)を設ける。

社内外の社会貢献活動状況を調査する。

- (イ) 社内外の社会貢献活動の実施状況を調査する。

社会とのコミュニケーションを推進する。

- (イ) 社会とのコミュニケーションに一層力を入れて広い視野で活動する。
- (ロ) 企業と社会の関係について、グローバルな視点での情報の受発信や活動を行う。

社会貢献活動に対する社内の理解を促進する。

- (イ) 社会貢献活動を社内報、イントラネット、グループ企業誌(紙)などの社内の各種媒体を通じて紹介する。
- (ロ) 社会貢献活動に関するパンフレット、紹介ビデオ等を作成する。
- (ハ) 社会貢献活動、ボランティア活動等に関する社内教育・研修体制を整備する。

社会貢献活動を社会に公表する。

- (イ) 各社が適当と判断する報告書(社会・環境報告書、CSR報告書、サステナビリティレポートなど)やホームページなどで社会貢献活動を紹介する。
- (ロ) 日本経団連が実施する社会貢献活動実績調査への協力を通じて、広く社会に情報提供する。

6 - 2 NPO/NGO、地域社会等、課題解決のために必要なパートナーと連携する。

基本的心構え・姿勢

企業が様々な社会的課題に取り組む時、NPO/NGOや地域社会のボランティア団体、行政、あるいは公的セクターなどのパートナーと連携すれば、相互にリソースやノウハウ、情報を補完でき、短期間に広範な活動が可能となる。企業は、それらのパートナーと共に考え行動(協働)することによって、企業の立場からはつかみにくい草の根の意見や社会の実態、動向、反応を逸早く知ることができる。これは社会の賛同と共鳴を確かめる作業でもあり、問題解決に向けてのスピードや効率を上げ、社会貢献活動をより効果的に行うことができる。

具体的なアクション・プランの例

(1) 潜在的パートナーに関する情報を収集する。

NPO/NGO、ボランティア団体などの中には、企業が関心を持つ分野で活動するところも少なくない。こうした団体や組織についての情報を収集するにあたっては、自らの社会貢献活動の重点領域や支援・連携に関する判断基準などを明確にし、潜在的なパートナーからのアプローチを促すことも必要であろう。また、関連するテーマについてのシンポジウムやセミナーなどに参加し、ネットワークを構築することも情報収集に有効である。

(2) 中間支援組織を活用する。

企業とNPOとの連携を促進していくために、両者をつなぐ組織として「日本NPOセンター」(<http://www.jnpoc.ne.jp/>)をはじめNPO支援センターが全国各地に設立されている。そうした中間支援組織の仲介や支援を活用することも一案である。

(3) パートナーと対等な連携関係を築く。

企業が社会貢献活動において他の組織と協働する際には、相手の行動原理や特性を理解し、対等な関係を築くことが大切である。また、共通の目標を設定し、それぞれの資源や強みを活かして役割分担を明確にした上で、課題解決に取り組む。さらには、互いに活動の評価を行い、目標が達成されれば協働を終えるという時限性も意識する必要がある。

関連資料

「信頼されるNPOの7つの条件」 2004年 民間NPO支援センター・将来を展望する会

「NPOと企業の協働フォーラム2002 報告集」

(<http://cw1.zaq.ne.jp/osakavol/events/kdf02/index.htm>)

「NPOと企業の協働フォーラム2003 報告集」

(<http://www.jnpoc.ne.jp/event/kyodo2003/kyodo2003.html>)

6 - 3 業界や経済界としての社会貢献活動に参画する。

基本的心構え・姿勢

大規模な自然災害や難民の発生時などの緊急支援、国際協力や福祉、環境、あるいは教育・文化向上のイベント協賛など、業界や経済界が関連企業に参加を呼びかけた場合には、社会貢献活動の効果が最大化するよう、それぞれの企業にふさわしい形で積極的に参画に努める。

具体的なアクション・プランの例

(1) 経済界全体で行う募金に協力する。

社会的に意義のある大規模なプロジェクトや、経済界全体で対応するのに相応しいプロジェクトなどに対しては、社会貢献活動の一つとして企業自らの判断に基づき募金に協力する。

(2) 緊急支援に協力する。

大規模な自然災害や難民の発生時には、経団連や1%クラブが義援金や様々な形での支援を会員企業に呼びかけている。

たとえば、阪神・淡路大震災の被災地支援においては、資金援助のみならず、1%クラブの呼びかけに応じて、多くの企業が輸送手段や物資、施設を提供し、被災地の人々を応援した。また、海外での自然災害や難民の発生時には、日本赤十字やジャパン・プラットフォームをはじめとするNGOに資金的な支援などを行っている。

(3) 業界の強みを活かした取り組みを推進する。

企業が共通する課題に協働で取り組む事例が生まれている。たとえば、専門的な知識やノウハウを持った人材の派遣、市民活動のリスクマネジメントのための講座の実施など、業界の強みを活かした取り組みを進めていくことも効果的である。

6 - 4 従業員の自発的な社会参加を支援する。

基本的心構え・姿勢

従業員の価値観が多様化し、仕事以外の面でも社会の役に立ちたい、あるいは社会との関係を持っていたいという人が増えている。こうした従業員を多数擁することは、会社の公正性・透明性を担保していくことにもつながる。また、会社が従業員の社会参加を支援することは、従業員の会社に対する誇りを高め、仕事に対する姿勢や目的意識にもプラスの影響を与える。支援の効果が最大限発揮されるよう、企業は個人の自発性を尊重しつつ、従業員の社会参加のための環境整備ときっかけづくりに取り組んでいく。

具体的なアクション・プランの例

(1) 従業員の意識と活動実態を把握する。

従業員のボランティア活動・寄付に関する意識や実態を把握し、関心と社会参加の度合いにあわせて支援制度を構築することが重要である。多くの企業が、従業員へのアンケート調査やヒアリングなどを行っている。

(2) 支援制度を導入する。

企業は、自社の社風や従業員の社会参加の度合いに合わせて、必要な支援制度を導入している。主な制度には以下のものがある。

ボランティア休職制度： 長期にわたってボランティア活動に参加する場合に、休職を認める制度。青年海外協力隊への参加を目的とするものもある。

ボランティア休暇制度： ボランティア活動や地域活動のために、有給で休暇を提供する制度。

ボランティア活動者表彰制度： ボランティア活動を行っている従業員を対象とした表彰制度。

ボランティア研修制度： 従業員のボランティア活動推進のための研修制度。

マッチング・ギフト資金支援制度： 従業員が市民活動団体等へ寄付する場合、企業も同じ対象団体に、同額あるいは一定割合を上乗せして寄付を行う制度。

地域貢献活動促進運動： 地域貢献活動を促進するための方針策定、地域貢献活動促進を目的とした全社運動。

NPOへの出向制度： 従業員を一定期間、NPOに出向させる制度。

(3) ボランティア活動やNPOに関する情報を提供する。

従業員の関心に合わせて、ボランティア活動やNPOに関する情報を選び、社内WEB、掲示板、社内報などを通じて提供する。最近では、社会貢献担当部署が蓄積してきた知識やノウハウをイントラネット上で公開し、従業員のボランティア活動の質の向上や、範囲の拡大に役立てようとする企業も出てきている。

(4) 社会参加の機会を提供する。

従業員に社会参加する上でのきっかけを提供するため、自社の自主プログラムに従業員の参画を促したり、ボランティア体験セミナーなどを実施する企業もある。社内でNPOの活動を紹介する講座などを実施することも一案である。

(5) 社内ボランティア組織を支援する。

社会に貢献したいという従業員の思いを実現させるため、社内にボランティア組織を結成する企業もある。その事務局を、会社の社会貢献担当者が務めることが多い。また、会社は会議場やイベント会場、社内連絡手段なども提供している。従業員からの社内ボランティア組織への拠出金を、毎月の給与からチェックオフする仕組みを持っている企業もある。

関連資料

「1%クラブボランティア体験セミナーレシピ」2001年 経団連1%クラブ

【条文全体の関連資料】

「社会貢献活動実績調査結果」日本経団連調査

(<http://www.keidanren.or.jp/japanese/policy/index09.html>)

『この発想が会社を変える～新しい企業価値の創造』2001年 経団連社会貢献担当者懇談会編、リム出版新社

『米国企業広報調査ミッション報告書』1999年 経済広報センター

『経団連社会貢献白書』1992年、1996年、1999年 経団連編、日本工業新聞社

7. 市民社会の秩序や安全に脅威を与える反社会的勢力および団体とは断固として対決する。

背 景

(1) 多様化する反社会的勢力、団体

近年、市民社会の秩序や安全に脅威を与え、経済活動にも障害となる反社会的勢力、団体の活動は、以前に比べてますます知能犯化、巧妙化しつつあり、その多様化が進んでいる。暴力団活動もその例外ではなく、広域化、寡占化を進めると共に、その活動も多様化、悪質化の傾向を辿っている。

(2) 暴力団対策法の施行と暴力団活動の変質

こうした動きに対応して、1992年に施行された「暴力団員による不当な行為の防止等に関する法律」(暴力団対策法)を一つの契機に、市民や企業の間では反社会的勢力、団体に対する排除意識が確実に深まり、司法当局の取締りや各企業における関係遮断の努力とあいまって、反社会的勢力では資金源が枯渇し、活動の中止や廃業を余儀なくされてきた。

しかし一方で、何とか生き延びようとするそれらの勢力は、政治結社や社会運動団体等を仮装・標ぼうし、その姿を不透明化することにより、恐喝、強要、嫌がらせなど企業を標的とした新たな資金獲得活動を活発化させるようになった。またその手口も、暴力団関係企業を通じて通常の経済活動に進出し、あたかも合法的な企業活動に見せかけるなど、ますます多様化しつつある。

(3) 企業における反社会的勢力、団体との対決姿勢

企業においては、1997年における一連の大手企業による大物総会屋への利益供与事件以来、大きく低下した国民の企業に対する信頼度や我が国の国際的な信用を取り戻すべく、いわゆる総会屋等との絶縁を宣言し、遵法経営の確立に努力してきた。商法改正で利益供与要求罪の新設、罰則の強化等が図られたこともあり、総会屋は減少の一途をたどった。しかし、その後も企業による利益供与事件は皆無とはならず、反社会的勢力、団体との絶縁貫徹に向けて、いま改めて企業における倫理が問われている。

こうした中で各企業は、社会的責任を強く認識して、その姿勢を常に見直し、反社会的勢力、団体に屈服したり、癒着したりすることは厳しく戒め、かつ、これらの勢力や団体とは断固として対決する基本方針を改めて確認し実行することが求められている。

7 - 1 反社会的勢力を排除する基本方針を明確に打ち出す。

基本的心構え・姿勢

企業活動を進めるうえで、いわゆる総会屋や暴力団等の反社会的勢力に毅然たる態度で臨み、付け入る隙を与えない企業活動を実践することは、健全な市民社会の形成に寄与するとともに、ひいては企業価値の向上にもつながる企業の社会的責任の根幹であるとの認識を持つ。企業活動に重大な脅威を与える反社会的勢力との関係根絶のため、企業トップがいわゆる総会屋等の反社会的勢力との関係を完全に遮断し、断固としてこれらを排除する決意を社内外に明らかにする（絶縁宣言）。同時に、反社会的勢力による組織暴力に対しては、「恐れない」「金を出さない」「利用しない」(三ない)を基本原則として、担当部門任せではない、企業としての組織的対応を可能とする体制を確立する。

具体的アクション・プランの例

(1) 企業トップが決意して実行する。

企業トップは、自ら反社会的勢力、団体の実態を把握し、それらとの関係を完全に遮断し、断固としてこれらを排除する決意と基本方針を明確に社内外に打ち出す（絶縁宣言）。

事業遂行にあたっては、企業トップから従業員一人一人に至るまで遵法の意識を持つと同時に、社会的良識を備えた善良な市民としての行動規範を確立、遵守することにより、企業活動のあらゆるレベルにおいて反社会的勢力、団体との結びつきを阻止し、健全な企業風土を醸成する。

企業トップは、常に危機管理意識を持ち、反社会的勢力、団体に付け入る隙を与えないよう、企業活動の実践の場において「三ない」の基本原則に則った毅然とした対応が実践されるための社内基盤(会社規則や対応組織体制等)の整備に努める。

(2) 組織的対応体制を確立する。

企業意思を統一し、社内における危機管理意識を高めながら、反社会的勢力、団体の動きに組織的に対応していくため、次のような対策を通じて社内体制の整備を図る。

対応責任者の決定と対策委員会等の設置（「業務監視委員会」等）

情報の一元化をベースとした指揮命令系統の整備

社内での緊急報告ルート、連絡システムの構築

従業員に対する教育、指導の徹底、啓発の強化

水際で防御するための受付、応対体制の整備

社内関係部門間の横断的協力体制の構築

7 - 2 反社会勢力の威嚇には、警察等と連携して対応する。

基本的心構え・姿勢

反社会的勢力の威嚇に対しては、警察等関係機関との緊密な連携を保ちながら立ち向かう。このため、対応の初期段階から、相手の確認や不当要求行為の記録など法的立証措置に配慮した対応に努める。反社会的勢力により利益供与要求、恐喝、暴行等の被害を受けるおそれがある場合には速やかに警察に通報し適切な指導を要請すること、実際に被害を受けた場合には躊躇せず警察に被害届を出すことが、民事介入暴力（民暴）追放の基本であると認識し、決して要求に屈したり泣き寝入りすることはしない。同時に民暴対策を専門とする弁護士と連携し、損害賠償請求等の民事的対策を講じたり、街宣活動による嫌がらせに対しては街宣禁止の仮処分を裁判所から得るなど、刑事、民事両面からのあらゆる法的対抗措置を十分に活用する。

具体的アクション・プランの例

(1) 警察等関係行政機関と緊密に連携する。

社内に警察等関係行政機関への相談や通報担当窓口を設置し、平素から緊密な連携を保つ。反社会的勢力、団体の接近や威嚇に対し、警察や暴力追放運動推進センターには、できるだけ早い段階で連絡、相談する。総会屋対応については、警察との普段からの意思疎通を図り、利益供与要求罪に該当するような不当要求行為に対しては、その前兆を察知した段階で迅速に通報し、適時・適切なる指導と支援を要請する。

反社会的勢力、団体から企業不祥事を理由にした威嚇を受けた場合は、速やかに事実調査、原因究明を行い、企業として情報公開を含めた責任ある適切な対策を講ずる一方、企業の弱みに付け込もうとする反社会的勢力の動きに対しては、警察と連携しつつ、毅然と対抗する。

(2) 複数対応を原則とし、法的立証措置に配慮する。

反社会的勢力、団体による組織暴力の威嚇に対しては、企業サイドも必ず複数でチームを組んで対応し、担当者を孤立させたり、個人が問題を抱え込むことのないようにする。

対応の初期段階から相手の特定を行うとともに、不当要求行為の録音、録画等による記録化を図り、法的対抗手段に向けた立証措置に十分配慮する。

(3) 迅速に被害を届け、法的対抗手段を活用する。

反社会的勢力、団体による行為により被害を被ったときには、被害額の大小にかかわらず、直ちに警察に被害届けを出す。こうした毅然とした対応が企業の社会的責任であることを認識し、事件化に躊躇することなく、刑事的な対抗手段に訴えていく。

被害に対しては、民暴対策機関(弁護士会による民事介入暴力被害者救済センター等)を積極的に利用し、各種の不当行為を禁止する仮処分の申立て、損害賠償請求訴訟の提起など、あらゆる民事的な対抗策を講ずる。

7 - 3 業界団体や地域企業と連携し、反社会的勢力の排除に取り組む。

基本的心構え・姿勢

各業界団体や地域企業が情報を共有し、結束して反社会的勢力の排除に向けた取り組みを行う。これにより、業界全体で被害の防止を図るとともに、反社会的勢力に対する各企業の自衛策をより強固なものとするよう努める。特に、いわゆる総会屋等の反社会的勢力に対して、商法違反となる金品供与はもとより、不当な収益をもたらすおそれのある要求や取引には一切応じないことを各業界レベル、地域レベルで申し合わせ、実践する。また、各種の商取引に際しては、取引の社会的相当性に関する自主的なチェックを実施するとともに、業界の取引約款等に暴力団排除条項を設けるなど、あらゆる経済取引における反社会的取引の排除に取り組む。

具体的アクション・プランの例

(1) 業界全体で反社会的勢力、団体の排除に取り組む。

各業界団体や地域企業が団結し、反社会的勢力、団体の排除に向けた取り組みを行う。このため、各企業は、業界他社、地域企業との間で情報交換するとともに、特防連(社団法人警視庁管内特殊暴力防止対策連合会)や地区の企業防衛協議会といった支援団体の活動にも積極的に参加し、関係情報の収集を欠かさず、蓄積、整理しておく。これにより、相手の動きを的確に知り、反社会的勢力、団体に毅然と対峙するための生きた情報として活用する。総会屋あるいは人権問題や環境問題に名を借りて違法・不当な行為を行う者など、反社会的勢力による寄付金や賛助金の要求、下請契約締結の要求、資材等の物品購入要求、機関紙(誌)の購入や広告出稿依頼、法外なクレームといった不当な利益供与につながるいかなる要求にも一切応じないことを、各業界レベル、地域レベルで申し合わせ、各企業において実践する。

(2) 取引の事前審査と暴力団排除条項を活用する。

暴力団等の反社会的勢力が、民事上の取引関係を通じて不法な資金獲得活動を拡大しているため、取引開始前に取引の社会的相当性に関する自主的な審査を実施することにより暴力団関係企業や総会屋等との反社会的取引を回避し、企業取引における被害を未然に防止する。

取引約款や個別契約に暴力団排除条項(暴力団等の反社会的勢力が取引の相手方となることを拒絶する旨を定め、取引開始後に暴力団等の属性が判明した場合には、契約解除によって当該相手方を取引から排除できる条項)を設け、契約後においても暴力団等の反社会的勢力を排除できる体制を確立する。

【条文全体の関連資料】

「総会屋等への対応について警察庁からの要請」1997年 経団連

「当面の総会屋等への対応策について」1997年 経団連

「いわゆる総会屋対策の推進について」1997年 いわゆる総会屋対策のための関係閣僚会議

8 . 国際的な事業活動においては、国際ルールや現地の法律の遵守はもとより、現地の文化や慣習を尊重し、その発展に貢献する経営を行う。

《 背 景 》

(1) グローバリゼーションの進展

経済のグローバル化・ボーダレス化が急速に進む中、日本企業は国境を越えた事業活動を活発化させている。海外直接投資も急増し、最近では業種を越えた海外企業との提携、協力が展開されている。

(2) 開発途上国における貢献

グローバル化、IT化の進展は、先進国と開発途上国との経済格差をますます広げ、また環境破壊などグローバル化の負の側面が改めて認識されるなど、先進国と途上国との軋轢・対立が深まっている。こうした中、自社の利益を追求するだけでなく、現地社会の発展にいかに関与するかという視点から経営にあたることが求められている。

(3) 外国公務員贈賄を含む不正・腐敗問題に対する世界的な意識

国内同様、海外での商取引においても、公正な競争が行われねばならない。特に外国公務員に対する贈賄といった不正行為は防止しなければならない。こうした考えから、OECDの「国際商取引における外国公務員に対する贈賄の防止に関する条約」に関する交渉が開始され、現在OECD加盟国など35カ国が署名している。わが国も1998年9月に、同条約の国内実施法である「不正競争防止法」が一部改正され、外国公務員に対する贈賄行為に対して厳しい両罰規定が設けられた。また、国連においても、国内公務員に関する贈収賄や外国公務員に対する贈賄等の規制を含んだ「腐敗の防止に関する国際連合条約」が2003年に署名され、わが国も署名している。このように不正・腐敗問題に関する意識が世界的に高まっていることを認識する必要がある。

8 - 1 国際ルールを踏まえた行動規範と現地の法律の遵守を徹底する。

基本的心構え・姿勢

現地の法律を十分調査するとともに遵守し、自社の経営理念や行動規範が海外オペレーションにも確実に反映されるよう努めなければならない。そのため各企業は、経営戦略や事業計画が経営理念・行動規範に適合しているかどうか適宜チェックする。経営理念・行動規範に反する行為や、反するおそれのある行為を認識した場合には、適切な改善措置をとる。また、そうした事態が起こらないよう、社内およびグループ企業内の態勢をグローバルに構築する。

具体的アクション・プランの例

- (1) 現地の法律を遵守する。

現地の事業法、独禁法、労働法、消費者保護法、税法、環境法および製品の規格取得義務など、現地の法律を十分に調査し遵守する。
不正競争防止法（外国公務員への利益供与の禁止）、外為法など、海外オペレーションに密接に関連する日本の法律を海外支店駐在員や現地法人出向者にも伝達・理解させ、遵守の徹底を図る。
- (2) 経営理念や行動規範を海外支店・現地法人に徹底する。

経営理念の浸透
(イ) 経営トップが効果的な方法で繰り返し情報発信を行う
(ロ) 必要な教育ツールおよびプログラムを提供する

行動規範の徹底
(イ) 現地の法律・文化等を考慮して、本社の行動規範に加筆・修正を施し、海外支店・現地法人の行動規範を作成する
(ロ) 海外支店の駐在員や現地従業員に適用するのはもとより、現地法人の出向者・現地従業員についても、自社との関係を考慮したうえで、適用（拘束）の度合いを決定する
(ハ) 必要な教育ツールおよびプログラムを提供する
- (3) 経営理念・行動規範違反行為への対策を講じる。

人的ネットワークの構築
現地法人については、経営理念・行動規範の徹底のために責任者を選任し、本社との連携を図る

ヘルプラインの設置
通常の職制とは別に、違反行為に関し相談・報告を受け付けるヘルプラインを設置する。現地法人については、自社との関係を考慮し、自社ヘルプラインの対象に含めるかどうかを決定する
- (4) 本社によるチェックシステムを確立する。

本社は、海外支店・現地法人における事業が、国際ルールや現地の慣習・文化を尊重したものとなっているかどうかを常にチェックできるようなシステムをグローバルに構築する。また、現地法人については、必要に応じて行動規範の遵守・尊重につき指導する。

8 - 2 現地の文化や慣習を尊重し、相互信頼を基盤とした事業活動を推進する。

基本的心構え・姿勢

長期的な観点に立って、現地社会との相互信頼を基盤とした事業活動の推進に努める。そのためには、現地の社会事情を理解し、その文化や慣習に十分配慮した事業活動を行うとともに、「良き企業市民」として様々な文化・社会貢献活動を展開し、地域からの信頼を得るよう努める。また、現地法人やその従業員による文化・社会活動についても、これを積極的に支援するよう努める。

具体的アクション・プランの例

- (1) 本社のグローバル化を進める。
 - 語学のみならず、異文化の理解、異文化コミュニケーション等に関する教育を継続的に実施する。
 - 定期的に現地従業員を来日させるなど、本社と海外拠点との相互交流・理解の機会を設ける。
 - 国籍不問の多様なキャリア・パスによる国際的な人材育成に努める。
 - グローバルな規模で、適材適所を実現する。
 - 本社において、グローバルな経営のあり方に関する研修を実施する。
- (2) 現地企業との協力関係を緊密化し、現地産業の育成に貢献する。
 - 部品の現地調達を拡大する。
 - 現地企業とのアライアンス、提携を強化する。
 - 生産技術や品質管理手法など、技術指導や技術移転を積極的に行う。
 - 現地商工会議所など地元経済団体に積極的参加し、協力を努める。
- (3) 企業が国際化を推進するにあたって、海外支店駐在員や現地法人出向者が中心的な役割を担っていることを認識させる。
 - 海外支店駐在員や現地法人出向者には、企業の経営理念に基づいた行動規範を現地で率先して実現する役割を担っていることを理解させ、現地従業員に対して繰り返し啓発運動を行うよう指導する。
 - 海外支店駐在員や現地法人出向者の選任にあたっては、現地社会の文化や慣習を尊重できるか、現地社会に適応できるかなどを考慮して決定し、家族も含めた教育・研修や情報提供を十分に行う。
 - 海外支店駐在員や現地法人出向者が、現地従業員とのコミュニケーションや相互理解に努めるよう指導する。
- (4) 事業進出・撤退時にはその影響を十分に検討する。
 - 現地法人の設立・縮小・事業撤退等にあたっては、取引先等との契約条件の遵守はいうまでもなく、誠実な対応に努める。
 - 事業撤退時には、従業員、取引先、地域社会への影響が最小となるよう、他社への事業譲渡や現地経営陣によるマネジメント・バイアウトなど、事業継続の可能性を検討する。

(5) 現地の社会事情を理解し、現地の文化や慣習に十分配慮した事業活動を行う。

現地社会の一員として現地の抱える社会問題（マイノリティ、教育、犯罪、貧困等）に十分に配慮し、現地NPOなどとも積極的に対話・連携を進め、誠実に対応する。

商工会議所など現地の経済団体、コミュニティ、政府、州、市町村の活動に積極的に参加するとともに、自社を理解してもらうために必要な情報発信・広報活動を積極的に進める。

現地教育機関への支援、ビジネス・インターンの実施、奨学金供与などを通じて、現地の人材育成に貢献する。

寄付やボランティア活動などの社会貢献活動を積極的に行う。

(6) 現地のニーズにあった寄付を実施する。

現地法人などに寄付検討委員会を設置するなど、寄付に関する手続きの整備や透明性の向上に努める。

本社側も現地における寄付の重要性を理解し、現地の判断を最大限に尊重するとともに、必要に応じて資金面などで支援を行う。

(7) ボランティア活動を推進する。

海外支店駐在員・現地法人出向者は率先してボランティア活動を行う。

本社側もボランティア活動の必要性を十分に認識し、有給休暇の取得許可など、現地での活動を奨励する。

現地従業員によるボランティア活動も奨励・推進する。

8 - 3 経営の現地化を進める。

基本的心構え・姿勢

現地社会に溶け込み、信頼される企業となるため、経営の現地化を積極的に進める。そのために現地従業員に対し必要な教育・研修を行い、人材育成に力を入れるとともに、現地の人材を積極的に活用し、登用に関して平等な機会を提供する。また、海外支店・現地法人に対しては、リスク管理や法令遵守、業績評価の面から適切なガバナンス体制の整備を促す。

具体的アクション・プランの例

- (1) 海外支店・現地法人の経営の現地化を進めるため、現地の人材を積極的に登用し、必要な教育・研修を十分に行う。また、経営・事業方針等についても、積極的に現地従業員に説明する。

現地従業員の昇進制度を確立し、現地法人の中間管理職やマネジメントに積極的に登用する。

国籍を越えた「適材適所」を進める。

以下の教育、研修を実施する。

(イ) 現地従業員を対象とした教育と業務研修の実施

(ロ) 海外支店・現地法人主導のマネジメント・セミナーの実施

(ハ) 海外支店駐在員・現地法人出向者と現地従業員を区別しない研修機会の提供

現地従業員を交えた定例会議の開催

- (2) 海外支店駐在員・現地法人出向者の教育研修を拡充する。

現地の文化・慣習を尊重し、現地の社会に適応できる人材を海外支店駐在員や現地法人出向者として選考し、その家族も含めた教育・研修や情報提供を行う。

異文化対応、言語習得、現地の慣習理解などに十分配慮した研修を行う。

海外に赴任する駐在員・出向者は、日本や企業を代表するという自覚を持ち、現地社会についての知識と理解を深めるよう心掛ける。

- (3) 本社と現地法人との間に適正な関係を確立する。

経営の現地化を進める一方、リスク管理や法令遵守のモニタリング、業績評価などの面から、適切なガバナンス体制を整備する。

海外支店・現地法人による発案や意思決定を尊重し、本社と対等なパートナー関係の構築に努める。

グループ会社間の適正な取引関係や公正な取引ルールを確立する。

8 - 4 現地取引先における社会的責任への取り組みに関心を持ち、必要に応じて改善のための支援を行う。

基本的心構え・姿勢

資材パートナーや販売パートナーなどの現地取引先についても、自社の経営理念や行動規範を提示し、社会的責任遂行に関わる姿勢を理解してもらう。また、国ごとに異なる価値観に配慮した上で、現地取引先をも含めた企業全体での取り組みの必要性を認識してもらい、必要に応じ取引先自体の取り組み態勢の整備を求める。

具体的アクション・プランの例

(1) 経営理念・行動規範を周知する。

自社ホームページ、通知類、会議などを通じ、現地取引先に対し自社の社会的責任遂行に関わる姿勢を理解し、協力してもらう。

(2) 取引先の取り組み態勢整備を支援する。

法令遵守、人権尊重、環境保全など社会的責任への現地取引先の取り組みの必要性を促す。

取引先の了承を得た上で、アンケート調査などを通じ、取引先の社会的責任への取り組み状況を把握する。

改善が必要と思われる事項が確認された場合には、これを指摘するとともに、取引先から要請があった場合は、積極的に改善のための支援を行う。

8 - 5 外国公務員に対して、不当な利益等の取得を目的とする贈答・接待を行わない。

基本的心構え・姿勢

外国政府（地方政府や政府に準ずる機関を含む）の役職員など外国公務員に対し、贈賄行為を行わないことはもとより、日本政府の指針に従った防止策を講ずる。営業上の不正な利益を得るために、接待や贈答などの利益供与を行わない。また、こうした行為や疑義を招く行為が起らないよう、社内のチェック体制の整備や従業員の教育・啓発に努める。海外支店駐在員・現地法人出向者、現地従業員についても、同様の体制整備、教育・啓発が行われるよう、必要に応じ指導する。

具体的アクション・プランの例

（１）教育・啓発を徹底する。

わが国の不正競争防止法のみならず、同様の趣旨で制定された現地の法律についても理解を深め、遵守する。

行為形態を例示したわかりやすいマニュアル類を作成し、外国公務員と接点を持つ役員や従業員に対して教育を行う。違法行為を行わせないことはもちろん、疑義を招く行為が生じないように周知徹底をはかる。

OECDの「国際商取引における外国公務員に対する贈賄の防止に関する条約」の国内実施法は、各国の事情により所要の見直しが行われることがあるので、その動向を注視するとともに、改正された場合には、改めて教育・啓発を行う。

（２）チェック体制を整備する。

「外国公務員贈賄防止指針」を参考として、内部統制の整備と構築をはかる。

所管部門を明確にし、上記教育・啓発を行わせるとともに、具体的な案件に関して相談・対応を行わせる。

外国公務員が関係する交際費はもとより、研修費用やコンサルタント料といった調査費用についても事前申請を必ず行わせる。また、所管部門の承認がなければ、そうした行為ができない仕組みを整える。

関連資料

「外国公務員贈賄防止指針」2004年

【条文全体の関連資料】

「CBCC対話ミッション「米国・欧州におけるCSR（企業の社会的責任）報告書」2004年 海外事業活動関連協議会(CBCC)

「多国籍企業に求められる社会的責任に関する研究会報告書」2003年 CBCC

「アジアにおける日系企業の活動に関するアンケート調査」 2001年 CBCC

9. 経営トップは、本憲章の精神の実現が自らの役割であることを認識し、率先垂範の上、社内に徹底するとともに、グループ企業や取引先に周知させる。また、社内外の声を常時把握し、実効ある社内体制の整備を行うとともに、企業倫理の徹底を図る。

背 景

(1) 企業倫理の重要性に関する認識の高まり

企業の活動範囲が拡大し、市民生活の隅々にまで関わりをもっている今日、企業の行動は直接市民生活に大きな影響を与えるようになっている。また、事業活動のグローバル化に伴い、企業に関する諸問題は単に一国の問題として片づけられなくなっている。

国民の関心が「量」から「質」へと転化し、多様な価値観が共存する時代となる中で、消費者は生活環境の改善や地球環境保護の実現を要求するようになっている。企業をみる社外の目や要求が厳しくなる一方で、雇用形態の多様化等により、企業をみる従業員の目も一様ではなくなっている。

このような状況の中で、企業が社会から信頼と共感を得るためには、経営トップが先頭に立ち、コンプライアンスが企業の社会的責任（CSR）の基本であることを再確認し、社会的に有用な製品やサービスを提供するとともに、不祥事の発生を未然に防止して企業倫理にかなった企業行動を確立することがますます重要になっている。情報化の進展の中では、企業の不祥事にまつわる不利益な情報を隠し続けることは不可能となっている。

(2) 企業活動の現場での不祥事に対する批判の強まり

1980年代後半から1990年代にかけての企業不祥事は、政官界の汚職事件、バブル経済の崩壊に伴う損失補填問題や乱脈融資などの金融不祥事、反社会的勢力への利益供与事件等、企業が外部との関係におけるものであった。

これに対して2000年以降は、製造、研究開発、営業など業務の現場で違法行為や不祥事が発生している。企業活動そのものに関わる不祥事であることから、それらを隠蔽することでさらに問題が深刻化し、消費者や国民の信頼を失うという事態に至っている。経営トップ層の退陣のみならず、企業そのものが市場から退場するに至ったケースもある。

9 - 1 経営トップは、リーダーシップを最大限発揮し、経営理念や行動規範の明確化、社内への徹底等にあたる。

基本的な心構え・姿勢

経営トップは、国民からの信頼確保がビジネスの基本であることを肝に銘じ、そのために全力をあげなくてはならない。社会全体にとって有用な企業を作り上げるといふ高い志を自ら示し、連結子会社を含めグループ内の従業員一人ひとりに至るまで、その精神を浸透させることが必要である。経営者としての責任を果たす覚悟が必要であり、従業員の行動も「知らなかった」では済まされない。そうしたトップの真摯な姿勢が国民から信頼される企業を作り上げる。

具体的アクション・プランの例

- (1) 経営トップは、機会ある毎に企業行動憲章や企業の行動規範・行動規準および各種法令の遵守の重要性を訴える。

経営トップは、以下を活用し、きめこまかく、また、継続的に企業倫理・企業行動の重要性と基本姿勢の周知徹底を図る。

- (イ) 社内報
- (ロ) 社内イントラネット
- (ハ) 小冊子
- (ニ) ポスター など

経営トップは、年頭挨拶、経営方針の発表、入社式等の重要な社内行事の際に、企業倫理・企業行動の重要性と基本姿勢を訴える。

毎年10月の「企業倫理月間」の機会を活用する。

- (2) 経営トップは、率先垂範により、役員、従業員の倫理観を涵養する。

経営トップは、常に自ら企業倫理・企業行動のあるべき姿を体現する。

経営トップは、自らの姿勢や日常の言動が、役員、従業員の行動に少なからぬ影響を与えることを認識する。

- (3) 経営トップは、新たな行動規範・諸規定の作成、あるいは既存のもの点検・見直しにリーダーシップを発揮する。

経営トップは、社内各部門での企業行動に関する議論を喚起する。

経営トップは、他社で生じた事件等が自社でも起こり得ることを想定する。

- (4) 経営トップは、企業倫理の推進や法令遵守にとどまらず、社会的責任の遂行にリーダーシップを発揮する。

9 - 2 経営トップは、経営理念や行動規範の基本姿勢を社外に表明し、具体的取り組みについて情報開示する。

基本的心構え・姿勢

経営トップは、「企業は社会の公器」との認識を持ち、社会の構成員としてコンプライアンスはもとより、高い志をもって企業運営にあたる。これにより、企業の経済的責任とともに社会的責任をも果たす。企業活動に関わる情報を積極的に社会に開示することは、社会から信頼を得ることにつながり、企業価値を高めることになると認識する。

具体的アクション・プランの例

(1) あらゆる機会を捉えて自社の行動規範、取り組み姿勢、社内推進体制を社外に公表する。

〔情報公開の手段例〕

(イ) ホームページへの掲載

(ロ) 年次報告書への掲載

(ハ) 企業活動の事業・環境・社会的側面を含めた社会報告書への掲載

(ニ) 株主総会での説明

(ホ) ステークホルダーミーティングでの説明

(ヘ) 新聞・雑誌等のインタビューなどの活用

(2) 取引先などの関係者に対しても、自社の行動規範、取り組み姿勢、社内推進体制を周知し、企業倫理への取り組みを要請する。

9 - 3 全社的な取り組み体制を整備する。

基本的心構え・姿勢

経営トップは、社内の各種情報を迅速かつ適確に入手し経営判断に活用すべく、必要な人材を任命・配置して組織を構築する。また、その社内体制が有効に機能して実効を挙げるよう、自ら指導し確認する。

具体的アクション・プランの例

- (1) 代表取締役クラス役員を企業倫理の担当役員に任命する。
- (2) 企業倫理委員会を設置し運営する。
企業倫理委員会は定期的を開催する。
年に1回以上、取締役会および監査役会（委員会等設置会社は監査委員会）に活動内容を報告する。取締役会および監査役会は、企業倫理プログラムが有効に機能しているかをチェックする。
- (3) 企業倫理推進担当部署を設置し、その権限を明確にし、企業倫理委員会の事務局とする。
- (4) 企業の社会的責任（CSR）についても、担当の役員や部署を設け、部門横断的に取り組む。

9 - 4 通常の指揮命令系統から独立した企業倫理ヘルプライン(相談窓口)を整備する。

基本的心構え・姿勢

経営トップは、通常の業務報告ルートでは、企業倫理に関わる必要情報が自らに伝わらないケースがあることを認識する。このため、現場から直接、経営トップに情報が迅速に伝わる特別のルートを常設し、情報の内容を精査した上で、改善措置の実施に活用する。また、情報の通報者に対しては、不利益な扱いは行わない。

具体的アクション・プランの例

(1)「企業倫理ヘルプライン(相談窓口)」を設置する。

相談窓口は、社内に設置する場合と社外に設置する場合がある。

情報の受け付け手段としては、以下が考えられる。

- (イ) 電話
- (ロ) ファックス
- (ハ) 手紙
- (ニ) eメール
- (ホ) 面談 など

情報通報者に関する秘密の保護と情報管理を徹底する。

相談内容は企業倫理担当役員および経営トップに伝える。適切な改善措置を講ずるとともに適宜通報者にも対応策を伝達する。

9 - 5 企業倫理・企業行動規範に関する教育・研修を実施、充実する。

基本的心構え・姿勢

教育・研修の機会を繰り返し提供することは、企業倫理を確立するうえで極めて重要であり、継続的に取り組む。事業内容や役職に応じてプログラムの内容を精査し、全員参加型の仕組みを作る。

具体的アクション・プランの例

- (1) 役員を対象とした企業倫理研修を実施する。
経営トップを含めた研修会とし、定期的を実施する。
社外の講師を積極的に活用し、外部の視点、グローバルな視点から企業倫理を考える場とする。
- (2) 従業員を対象とした企業倫理、企業行動規範に関する教育、研修会を実施する。
定期的を実施する。
行動憲章の趣旨の徹底、他企業の事例分析等を研修内容とする。
プログラムの例は以下のとおり。
 - (イ) 企業倫理についてのディスカッション
 - (ロ) 地域行事、ボランティア活動への参加
 - (ハ) 従業員による行動規範遵守への決意表明
- (3) 新たに管理職に任命された従業員を対象とした企業倫理に関する研修を実施する。その際には、行動規範を自ら遵守することに加えて、部下の倫理性を高める指導に役立つ研修内容とする。
- (4) 企業倫理、企業行動規範に関する社外セミナーへの社員の参加を奨励する。
- (5) 関係部門を中心に、コンプライアンス（法令遵守）のための個別分野マニュアル（独禁法遵守、企業秘密の保護、環境保護等）を整備し、その説明会・研修を定期的を実施する。
- (6) 関係会社、取引先における企業倫理研修をサポートする。

9 - 6 企業倫理・企業行動規範の浸透・定着状況をチェック・評価する。

基本的心構え・姿勢

コンプライアンスの徹底に向けて社内に構築した体制を有効に機能させるため、企業倫理・企業行動規範の浸透・定着状況を定期的にチェック・評価し、さらなる改善に向けて努力する。

具体的アクション・プランの例

- (1) 各職場の責任者等が、職場の行動規範遵守状況および企業倫理推進状況等を企業倫理委員会・担当部署等に定期的に報告する制度をつくる。
- (2) 従業員の倫理意識、行動規範の遵守状況に関するアンケート調査やヒアリング調査を定期的実施する。
- (3) 経営トップと従業員との意思疎通の円滑化を図るべく、社内懇談会等を実施する。
- (4) 事業内容の専門化、高度化に伴う不正や不祥事発見の遅延防止のため、部門間のより一層の交流を図り、企業行動に関し、相互牽制を行える体制をつくる。
部門間会議の場で相互チェックする。
管理部門と現場部門の間での意見交換の場を拡大する。
人事ローテーションを活発化する。
- (5) 企業倫理監査(内部監査部門、監査役、第三者等)を実施し、経営トップに報告する。
- (6) 社会的なニーズ等を把握し、企業行動が社会的常識から逸脱したものにならないよう、企業行動に対する社外からのチェックを受ける。
経営トップと有識者、消費者団体等との間で、意見交換のための定期的な懇談会を実施する。
お客様相談窓口等、消費者の声を経営に活かすシステムの設置・強化する。
社外監査役、社外取締役等によるチェックを実施する。

【条文全体の関連資料】

- 「企業倫理徹底のお願い」 2003年 日本経団連
「企業不祥事への取り組み強化について」2002年 日本経団連
『企業活動報告の新たな動き』2002年 経済広報センター
『「企業の社会的責任」に対応するための社内体制の構築』2002年 Business for Social Responsibility (翻訳：CBCC)
「わが社の企業行動指針」1997年3月～2002年4月 月刊KEIDANREN掲載

10. 本憲章に反するような事態が発生したときには、経営トップ自らが問題解決にあたる姿勢を内外に表明し、原因究明、再発防止に努める。また、社会への迅速かつ的確な情報の公開と説明責任を遂行し、権限と責任を明確にした上、自らを含めて厳正な処分を行う。

背景

(1) 経営トップのリーダーシップ欠如に対する社会的批判

企業不祥事の中には国民の生命や財産に重大な損害を及ぼす事例もあり、大きな社会問題となるものもある。これら不祥事を未然に防止し、また発生時に速やかに対応するためには、経営トップの強いリーダーシップが必要不可欠である。これが必ずしも十分に発揮されず、社会から批判を招来したケースもある。

(2) 企業の情報に対する不信感

企業不祥事の事態の重大さにもかかわらず、経営トップによる迅速かつ的確な情報公開がなされないと、企業は事実を隠蔽して責任を回避しているとの批判を招き、社会からの不信感を増大させる。

(3) 責任の明確化

不祥事を起した企業は、原因を徹底的に追求したうえで責任を明確にし、経営トップを含めて厳正な処分を行うことが求められる。

10 - 1 経営トップは常日頃から、危機管理の視点に立って、緊急事態の発生を未然に防止するための社内体制を整備する。

基本的心構え・姿勢

経営トップは危機管理の視点から、強いリーダーシップを発揮して緊急事態の未然防止に努力する。また、緊急事態が発生した場合のことも想定し、速やかに適切な対応がとれるよう日頃から社内体制を整え準備する。

具体的アクション・プランの例

(1) 緊急事態が発生した際の体制を構築する。

平時より経営トップを長とする対策本部の設置を準備する。

(イ) 対策本部のメンバー、任務、機能等を明確化する(規定整備)。

(メンバーは広報部、総務部、人事部、法務部、その他関連部門のスタッフを含むようにする)

(ロ) 対策本部と現場を含めた情報連絡・指揮命令系統を明確化する など
危機管理マニュアルを作成する。

〔マニュアルに記載すべき事項〕

(イ) 会社の危機管理に関する方針、基本理念

(ロ) 緊急事態発生時の経営トップの役割

(ハ) 緊急事態発生時の管理体制、関連組織の業務と権限

(ニ) その他、個々の事業毎の特性に即した対応要領 など

〔ポイント〕

(イ) 自社に起こりうる具体的事例に即して解説する。

(ロ) 個々の事態において、是非すべきこと、絶対すべきでないことを整理、分類した上、箇条書きで表記する。

(2) 緊急事態への対応に関する研修、訓練を実施する。

一般従業員、管理職など階層別に、また管理部門、営業部門、製造部門、研究部門などの部門別に研修を実施する。

緊急事態の発生を想定し、対策本部の設置や関係部門との連絡、広報対応等についての訓練を実施する。

緊急事態発生時の経営トップによる報道機関への対応に関するシミュレーション研修を実施する。

10 - 2 万一緊急事態が発生した場合には、経営トップ自らの指揮の下、速やかに事実調査、原因究明を行い、企業としての責任ある適切な対応方針・施策を打ち出す。

基本的心構え・姿勢

緊急事態が発生した場合、経営トップは自ら指揮をとり、速やかに事実調査と原因究明を行い、再発防止に向けて新たな対策を講ずる。また、経営トップは責任の所在を明らかにし、自らに対するものを含め厳正な処分を行う。

具体的アクション・プランの例

- (1) 関係者に対する迅速な連絡を実施する。
 - 管理責任者に連絡する。
 - 関係要員を招集する。
- (2) 経営トップを長とする対策本部を設置する。
 - 情報収集および指揮命令系統を一元化する。
 - 可能な限り迅速に関連する全ての情報を収集し、状況を把握する。
 - 現場責任者と対策本部を繋ぐホットラインを確保する。
 - ・現場ではその時点で判明していることを対策本部に漏れなく報告する。
 - ・本部では報告された情報を迅速・的確に整理・分析する。
- (3) 原因究明と再発防止に努める。
 - 事実を正確に把握し、徹底的に原因を究明する。
 - 社内体制の見直し等、効果的な再発防止策を検討する。
 - 報告事項、公表事項を整理し確認する。
- (4) 責任を明確化し、厳正な処分を行う。
 - 直接関係者に対する処分を行う。
 - 事実関係や原因が明確になり次第、就業規則等に基づき速やかに、直接関係者に対する的確・厳正な処分を行う。
 - 事案によっては、トップも含め監督者に対する的確・厳正な処分を行う。
 - 処分内容を公表する。

10 - 3 社会に対して経営トップ自ら、事実関係、対応方針、再発防止策等について明確な説明を迅速に行う。

基本的心構え・姿勢

本憲章に反するような事態が発生した場合、経営トップは、社会に対する説明責任を果たすことが信頼回復の第一歩であると認識し、社会的責任の一環として、可能な限り早い段階でホームページや報道機関等を通じて関連情報を公開するよう努める。

具体的アクション・プランの例

(1) 対策立案を待たず、事実関係が明らかになった時点で迅速に情報公開する。

メッセージは弁解ではなく率直な事実の説明に努める。

初期の段階であれば、状況の変化に応じて事実の追加、訂正に努める。

記者会見は極力経営トップ自らが行き、誠実な態度で率直に語り、責任と誠意ある企業姿勢を示す。

嘘の発言は絶対に行わない。コメントできない場合は、その理由とコメントできる時期を可能な限り明確にする。

報道機関に対してのみでなく、社内外のステークホルダーズに対する報告も行う。

(2) 報道機関等に対する対応窓口を一本化し混乱を避ける。

【条文全体の関連資料】

「企業倫理徹底のお願い」 2003年 日本経団連

「企業不祥事への取り組み強化について」 2002年 日本経団連

『企業・団体の危機管理と広報』 2000年 経済広報センター

『危機管理入門ハンドブック』 1996年 日本在外企業協会編集

『危機管理と広報』（企業広報講座） 1993年 経済広報センター監修
日本経済新聞社

不祥事を起した会員に対する日本経団連としての対応および措置

2006年5月8日改定

(1) 本憲章に反するような事態が発生した際の日本経団連としての措置の決定手順

- ① 本憲章に反するような事態が発生した場合、会員は、速やかに日本経団連にその内容等について報告を行う。その際、日本経団連の会員資格、役員、委員長等についても適宜、自己の判断で申し出ることが望ましい。
- ② 日本経団連は、必要に応じ、定款13条委員会^(注)を設け、委員会は上記を参考にして、あるいは同委員会の判断で、会員から事情を聴取し、日本経団連としての対応および措置を会長に具申する。

注：定款13条委員会

不祥事を起こした会員への日本経団連の対応および措置を検討する委員会。委員は会長、副会長および会長が指名する者。委員長は、企業行動委員会を担当する副会長。

- ③ 日本経団連は、会員からの申し出や定款13条委員会の具申等を参考に、対応および措置を決定する。

日本経団連定款(抜粋)

第12条 会員が退会を希望するときは、別に定める手続きにより届出を(退会) なし、退会することができる。

2 会員が次の各号の一に該当するときは、退会したものとみなす。

- (1) 法人又は団体が解散し又は破産したとき。
- (2) 会費を引続き2年度にわたり納入しないとき。
- (3) 後見開始又は保佐開始の審判を受けたとき。
- (4) 死亡し又は失踪宣言を受けたとき。

第13条 会員が次の各号の一に該当するときは、総会において会員総数の(除名) 3分の2以上の議決を得て、これを除名することができる。

- (1) 本会の定款その他の規則に違反したとき。
- (2) 本会の名誉をき損する行為をしたとき。

2 前項の規定により会員を除名する場合は、当該会員に予め通知するとともに、除名の議決を行う総会において、当該会員に弁明の機会を与えなければならない。

(2) 措置の内容

措置の内容は、次のとおり。

措 置	会員資格	役 職	委員会への参加	総会への参加
嚴重注意	○	○	○	○
役職の退任	○	×	○	○
会員としての活動自粛	○	○ (自粛期間中は活動停止)	×	○ (自粛期間中)
会員資格停止	×	×	×	×
	(停止期間中)		(停止期間中)	(停止期間中)
退 会 (注)	×	×	×	×
除 名	×	×	×	×

注：日本経団連は、会員からの退会措置の申し出を認めるほか、会員に対し退会を勧告することができる。

(3) 不祥事を起した会員への要請

① 再発防止のための企業行動改善報告の提出

不祥事を起した会員に対しては、企業行動の改善策とその実施状況を日本経団連に報告するよう要請する。

② 日本経団連の企業と社会の関係に関わる会合等への出席

不祥事を起した企業に対しては、企業と社会の関係に関わる会合^(注)等、日本経団連会長が指定する会合に参加するよう要請する。

注：企業行動委員会、社会貢献推進委員会、1%クラブ、海外事業活動関連協議会(C B C C)等が主催する会合やセミナー。

(4) 回復措置

事態の改善がみられると判断された場合には、措置を終了する。

(5) 退会・除名後の再入会

措置により非会員となった法人からの再入会申請は、次の期間受理しない。

- ① 退会した法人： 2年間
- ② 除名された法人： 5年間

以 上

日本経団連の企業倫理・企業行動へのこれまでの取り組み

- 1973年 5月 経団連総会決議において企業の社会的責任について提言
「福祉社会を支える経済とわれわれの責任」
- 1974年 12月 「企業の社会性部会」を設置（委員長：稲山嘉寛 副会長）
- 1976年 3月 企業の社会性部会報告書を発表「企業と社会の新しい関係を求めて」
- 1989年 2月 「企業倫理に関する懇談会」を設置（委員長：豊田英二 副会長）
- 1989年 4月 「企業倫理に関する中間報告」を発表
- 1989年 7月 「企業倫理問題に関するアンケート調査」を実施
- 1989年 9月 「虚礼自粛に関する申し合わせ」を発表
- 1990年 4月 「購買取引行動指針」を発表
- 1991年 4月 「経団連地球環境憲章」を発表
- 1991年 9月 「経団連企業行動憲章」を制定・発表
- 1992年 7月 「暴力団対策連絡協議会」を設立
- 1996年 5月 「企業行動委員会」を設置（委員長：那須 翔 副会長、共同委員長：
鈴木敏文 イトーヨーカ堂社長）
- 1996年 7月 「経団連環境アピール」を発表
- 1996年 9月 企業行動委員会の下に「企業行動憲章部会」を設置
（部会長：小野敏夫 日本電気専務取締役）
- 1996年 10月 「企業倫理・企業行動についてのアンケート調査」を実施
- 1996年 12月 「経団連企業行動憲章」を改定・発表
- 1997年 6月 「経団連環境自主行動計画」を発表
- 1997年 6月 「企業行動憲章に関するアンケート調査」を実施
- 1997年 9月 「当面の総会屋等への対応策について」を発表
- 1997年 9月 「コーポレート・ガバナンスのあり方に関する緊急提言」を発表
- 1997年 11月 「企業行動に関するアンケート調査」を実施
- 2002年 8月 企業行動委員会の下に「企画部会」を設置
（部会長：池田守男 資生堂社長）
- 2002年 9月 「企業倫理の徹底を求める」を全会員企業代表者に送付
- 2002年 10月 「企業行動憲章」を改定し、「企業不祥事防止への取り組み強化
について」を発表
- 2003年 1月 「第1回企業倫理トップセミナー」を実施
- 2003年 10月 「第1回企業倫理月間」で「企業倫理徹底のお願い」を全会員企業
に送付するとともに、「第2回企業倫理トップセミナー」を実施
- 2003年 10月 企業行動委員会(委員長：武田國男 武田薬品工業会長、共同委員長：
大歳卓麻 日本アイ・ビー・エム社長)と社会貢献推進委員会(委員
長：池田守男 資生堂社長)の合同部会として「社会的責任経営部会」
を設置(部会長は社会貢献推進委員長が兼任)
- 2004年 5月 「企業行動憲章」を改定
- 2004年 6月 「企業行動憲章実行の手引き」を改訂

企業行動憲章 実行の手引き(第4版)

1996年 12月17日 初 版 発行

1997年 11月 7日 第2版 発行

2002年 10月15日 第3版 発行

2004年 6月22日 第4版 発行

問い合わせ先：社団法人日本経済団体連合会

〒100-8188 東京都千代田区大手町一丁目9番4号

電 話：(03)5204-1500(代表)

F A X：(03)5255-6255
