

目次

[ページ]

CSR推進ツールの活用方法	i
CSR推進ツールI	
「CSR主要要素のマトリックス」	iii
CSR推進ツールII	
「CSR主要項目と参考事例」	1
I. コンプライアンス・企業倫理	2
II. 情報	7
III. 安全と品質	13
IV. 人権・労働	17
V. 環境	22
VI. 社会貢献	27

【問い合わせ先】

(社)日本経済団体連合会 社会本部 企業・社会グループ

電話： 03-5204-1750

FAX： 03-5255-6255

Eメール： t-csr@keidanren.or.jp

CSR推進ツールの活用方法

1. 本ツールの目的と位置づけ

(1) 目的

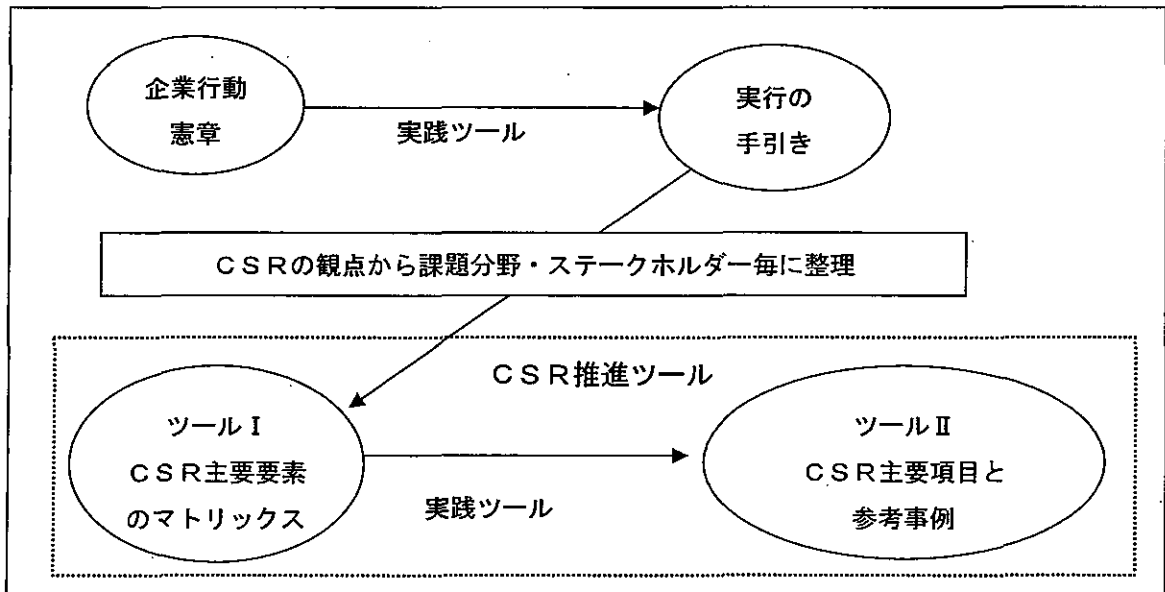
本ツールは、規模・業種を問わず日本のあらゆる企業が、企業の社会的責任(CSR)を視野に入れた活動を行うため、参考にする資料である。

なお、「企業の社会的責任(CSR)」の具体的な内容については国、地域によって考えが異なり、国際的な定義はないが、一般的には、企業活動において経済、環境、社会の側面を総合的に捉え、競争力の源泉とし、企業価値の向上につなげることとされている。

(2) 位置づけ

- ①本ツールは、多くの企業がCSRに配慮しつつ取り組んでいる諸課題を、日本経団連の「企業行動憲章」と「実行の手引き」を参考として課題分野およびステークホルダーの二つの側面から整理し、参考事例を添付したもの。
- ②本ツールは、企業に自主的な取り組みを求めるものであり、各企業の理念、組織、風土、経営環境、事業戦略などに応じて、項目の選択や重点化を行うもので、全ての項目が同時に取り組まれることを示唆するものではない。
- ③経営トップは、CSRの推進が自らの役割であることを認識し、リーダーシップを発揮して実効ある取り組みを図る。

CSR推進ツールの位置づけ



2. 各ツールの特徴と活用イメージ

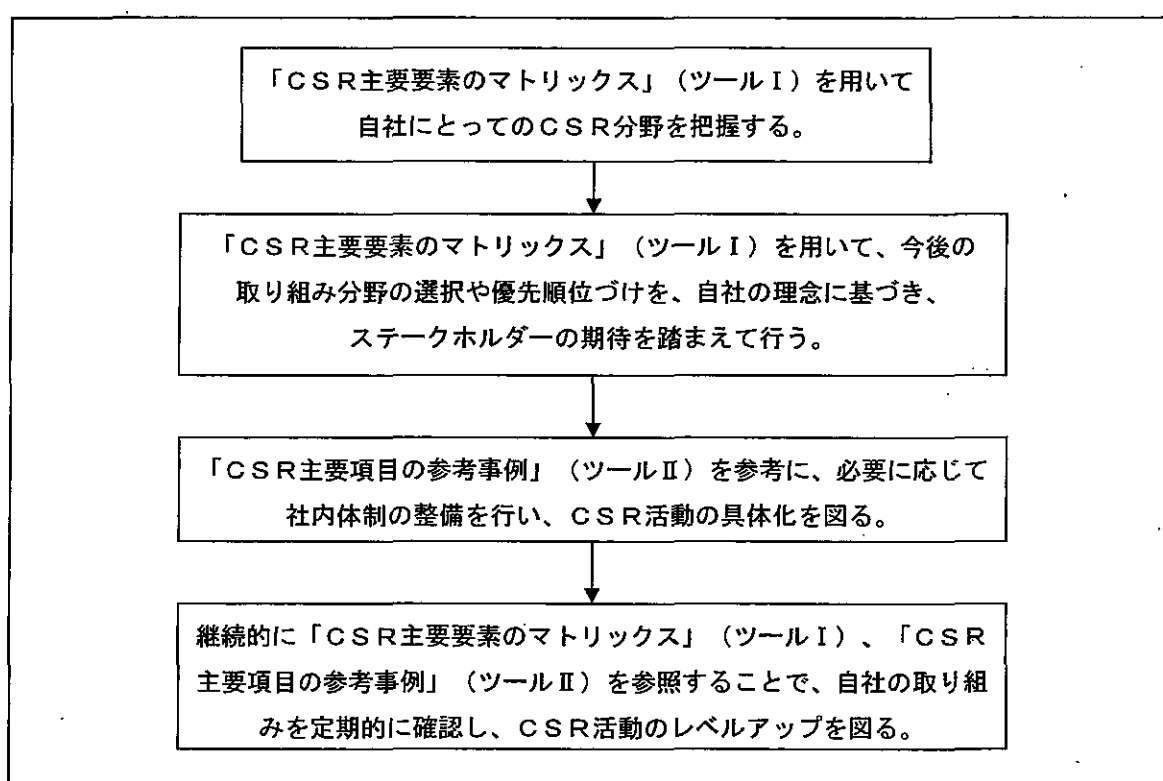
(1) ツールⅠ：CSR主要要素のマトリックス

CSRを実践していく上で重要と思われる事項を、課題分野およびステークホルダー毎に整理して、例示したもの。

(2) ツールⅡ：CSR主要項目と参考事例

「CSR主要要素マトリックス」の各項目に該当する参考事例を集めたもの。先進事例のみならず、企業が日常的に取り組んでいる事例も多く含む。なお、事例は社会的責任経営部会の関係企業から収集した。

CSR推進ツールの活用イメージ



以上

CSR推進ツールI「CSR主要要素のマトリックス」

	基本原則	消費者・顧客	取引先	株主	社員	政治・行政	コミュニティ	NPO/NGO	途上国
I. コンプライアンス 企業倫理	2頁 ○企業倫理の徹底を図る。 ○法令を遵守する。	2頁 ○公正取引・競争の徹底 ○消費者関連法令の遵守	3頁 ○下請法を遵守した公正な取引 ○倫理観を持った公正な購買活動の実施 ○知的財産権の尊重	4頁 ○インサイダー取引防止 ○反社会的勢力の排除	4頁 ○企業倫理、企業行動規範に関する理解の促進	6頁 ○贈収賄、汚職の撤廃 ○不正資金浄化(マネーロンダリング)防止 ○政治寄付の方針明示			6頁 ○事業進出・退去時の影響の検討 ○現地産業の育成への貢献 ○現地の文化や慣習の尊重 ○法令遵守
II. 情報	7頁 ○ステークホルダーに適時適切に情報を開示するとともに、対話チャネルを充実する。 ○情報を適切に管理する。	7頁 ○顧客対応に関わる情報の提供 ○製品・サービスに関する適切な情報の提供 ○コミュニケーションの促進 ○プライバシーの保護	9頁 ○経営理念、行動規範の周知 ○調達方針、調達手続きの明示 ○コミュニケーションの促進	10頁 ○コーポレート・ガバナンスに関する情報公開 ○CSRに関する情報公開 ○リスクに関する情報公開	10頁 ○労働条件に関する情報の開示 ○社内コミュニケーションの促進 ○プライバシーの保護 ○知的財産権(含む営業秘密)の取り扱いに関する理解促進	11頁 ○法令に基づく情報開示	11頁 ○コミュニケーションの促進	12頁 ○コミュニケーションの促進	12頁 ○経営理念、行動規範の周知 ○調達方針、調達手続きの明示 ○コミュニケーションの促進
III. 安全と品質	13頁 ○高品質かつ安全な製品・サービスを、安全な方法で生産・提供する。	13頁 ○高品質かつ安全な製品・サービスの提供	14頁 ○安全と品質に関する要求事項の明確化	14頁 ○適正な配当 ○株主総会のよりよい運営	15頁 ○安全な職場の実現 ○安全と品質に関する理解促進	15頁 ○製品・サービスの安全性に関わる法令の遵守	16頁 ○設備の安全		16頁 ○安全と品質に関する要求事項の明確化 ○生産技術や品質管理手法などの指導致や技術移転
IV. 人権・労働	17頁 ○企業の活動によって影響を受ける人々の人権を尊重する。 ○従業員を尊重する。	17頁 ○製品・サービスに関するアクセシビリティの向上 ○消費者に不快感を与えない宣伝・広告	17頁 ○人権(労働環境)配慮に関する要求事項の明確化 ○取引の機会均等	18頁 ○多様な人材が能力を発揮できる人事処遇制度 ○雇用差別の禁止と機会均等 ○職場の安全衛生、従業員の健康管理の充実 ○従業員の能力・キャリア開発の支援 ○従業員との誠実な対話・協議 ○児童労働、強制労働の禁止 ○人権配慮 ○従業員の仕事と家庭の両立支援	19頁 ○労働に関する法令の遵守	20頁 ○雇用の創出 ○人権を尊重した社会づくりのための協働・対話	21頁 ○人権を尊重した社会づくりのための協働・対話	21頁 ○人権尊重の取り組みの促進 ○職場の安全衛生、従業員の健康管理の充実	
V. 環境	22頁 ○環境に配慮した事業活動を展開する。 ○環境情報を提供する。	22頁 ○環境負荷低減のための製品・サービスの開発と提供	23頁 ○環境問題に関する取引先との連携・協力の強化	24頁 ○環境経営に対する理解促進	24頁 ○従業員の自主的取り組みの支援 ○環境についての教育・啓発	25頁 ○環境に関する法令の遵守	25頁 ○環境負荷と環境リスクの低減への対応(地球温暖化防止、3Rの推進、化学リスク管理等) ○自然保護(含む生物多様性の保全)への取り組み	26頁 ○持続可能な開発のための協働・対話 ○NPO/NGOとの協働による環境保全活動	26頁 ○「海外進出に際しての環境配慮事項」の徹底
VI. 社会貢献	27頁 ○健全で持続可能な社会づくりのために社会貢献活動を展開する。	27頁 ○企業の社会貢献活動に対する理解促進と支援	28頁 ○企業の社会貢献活動に対する理解促進と連携の観点からの活動支援	28頁 ○企業の社会貢献活動に対する理解促進と支持の獲得	28頁 ○社会の一員としての自発的な社会参加の推奨・支援	29頁 ○企業の社会貢献活動に関する環境整備	30頁 ○地域社会の自立に向けた課題解決のための経営資源の投入	31頁 ○共有する社会的課題の解決に向けたパートナーシップの推進 ○社会貢献活動におけるカウンターパートとしての資格要件の明示、協働の推進	32頁 ○地域社会の自立に向けた課題解決のための経営資源の投入 ○地球規模のテーマへの対応

・本マトリックスは、多くの企業がCSRに配慮しつつ取り組んでいる諸課題を、日本経団連の「企業行動憲章」と「実行の手引き」を参考として課題分野およびステークホルダーの二つの側面から整理したものである。
 ・本ツールは、企業に自主的な取り組みを求めるものであり、各企業の理念、組織、風土、経営環境、事業戦略などに応じて、項目の選択や重点化を行うもので、全ての項目が同時に取り組まれることを示唆するものではない。
 ・経営トップは、CSRの推進が自らの役割であることを認識し、リーダーシップを発揮して実効ある取り組みを図る。

CSR推進ツールⅡ

「CSR主要項目と参考事例」

目次

I. コンプライアンス・企業倫理

基本原則	2頁
1. 消費者・顧客	3頁
2. 取引先	3頁
3. 株主	4頁
4. 社員	4頁
5. 政治・行政	5頁
6. 途上国	6頁

II. 情報

基本原則	7頁
1. 消費者・顧客	7頁
2. 取引先	9頁
3. 株主	10頁
4. 社員	10頁
5. 政治・行政	11頁
6. コミュニティ	11頁
7. NGO/NPO	12頁
8. 途上国	12頁

III. 安全と品質

基本原則	13頁
1. 消費者・顧客	13頁
2. 取引先	14頁
3. 株主	14頁
4. 社員	15頁
5. 政治・行政	15頁
6. コミュニティ	16頁
7. 途上国	16頁

IV. 人権・労働

基本原則	17頁
1. 消費者・顧客	17頁
2. 取引先	17頁
3. 社員	18頁
4. 政治・行政	20頁
5. コミュニティ	21頁
6. NGO/NPO	21頁
7. 途上国	21頁

V. 環境

基本原則	22頁
1. 消費者・顧客	22頁
2. 取引先	23頁
3. 株主	24頁
4. 社員	24頁
5. 政治・行政	25頁
6. コミュニティ	25頁
7. NGO/NPO	26頁
8. 途上国	26頁

VI. 社会貢献

基本原則	27頁
1. 消費者・顧客	27頁
2. 取引先	28頁
3. 株主	28頁
4. 社員	28頁
5. 政治・行政	29頁
6. コミュニティ	30頁
7. NGO/NPO	31頁
8. 途上国	32頁

各事例の社名記載について

- ・ 比較的多くの企業で実践されている事例…社名は記載せず
- ・ 個別の会社（業界）に特徴的な事例…社名（業界名）を記載
（なお、事例は社会的責任経営部会の関係企業から収集した）

I. コンプライアンス・企業倫理

基本原則

○企業倫理の徹底を図る。

○法令を遵守する。

主要項目	参考事例
<ul style="list-style-type: none"> ▶ 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、社内への徹底にあたる。 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ グループのすべての取締役、役員、社員が守るべき「行動規範」「行動指針」「コンプライアンスガイドライン」を策定、配付、社内研修等で展開。 ▶ 「行動憲章」、「行動規範」等を翻訳し、世界各地のグループ各社に配付。 ▶ 「コニカミノルタグループ行動憲章」を9ヵ国語（日本語、英語、中国語、ドイツ語、フランス語、スペイン語、ポルトガル語、イタリア語、ロシア語）で併記した携帯版冊子 55,000 部を、世界各地のグループ各社全従業員に配付（コニカミノルタ）
<ul style="list-style-type: none"> ▶ 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。 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ホームページ、年次報告書・社会報告書への掲載、株主総会・ステークホルダーミーティングで説明。
<ul style="list-style-type: none"> ▶ 全社的な取り組み体制を整備する。 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ コンプライアンス活動を横断的に統括する「企業倫理委員会」「コンプライアンス事務局・支援室」「企業倫理相談窓口」等の設置。 ▶ 代表取締役クラスの役員を企業倫理の担当役員に任命。各部門・事業所などにおいてコンプライアンスオフィサーを任命。 ▶ グループ全体を横断的に統括するコンプライアンス統括部門を設置するとともに、これを補佐する地域の活動統括部門を米州、欧州、日本、東アジア、パンアジアに設置（ソニー）
<ul style="list-style-type: none"> ▶ 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。 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 「企業倫理委員会」を定期的開催。 ▶ 各職場の責任者が、職場の行動規範遵守状況を「企業倫理委員会」に定期的に報告。 ▶ 社員の倫理意識、行動規範の遵守状況に関するアンケート・ヒアリング調査を定期的実施。

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 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、相互牽制を行う。 ➤ コンプライアンスに関する行動指針を手帳型の小冊子にして社員に配付し、遵守を徹底。
--	---

1. 消費者・顧客

	主要項目	参考事例
公正取引・競争の徹底	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 独占禁止法の遵守を徹底する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 「独占禁止法マニュアル」を作成してイントラネットに掲載する他、所属に備え置く。 ➤ 「独占禁止法遵守委員会」を設置し、その傘の下に「価格審議委員会」を設け、各製品の販売価格決定を監視（住友化学）
消費者関連法令の遵守	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 消費者関連法令（消費者基本法、消費者契約法等）の遵守を徹底する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 「消費者基本法」に基づいた社内規程とマニュアルを整備。

2. 取引先

	主要項目	参考事例
下請法を遵守した公正な取引	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 優越的地位の濫用を避ける。 ➤ 取引先の苦情が伝わる仕組みを作る。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 下請法に基づいた内部監査を、グループ会社の購買部門を含め定期的実施（リコー） ➤ 取引先ヘルプラインを設置。
倫理観を持った公正な購買活動の実施	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 適正な調達方針（購買基本方針）を確立する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 調達方針を制定し、ホームページなどで公開。 ➤ 公平・公正、かつ透明性あるプロセスで取引先を決定するため、国籍、企業規模、取引実績の有無を問わず参入機会を提供し、その全サプライヤーに、同じ条件を同時に伝達（日産自動車）
知的財産権の尊重	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 知的財産権（含む営業秘密）の尊重を自社内で徹底する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 行動規範等に「知的財産権の保護」を明記。 ➤ 営業秘密の取り扱いに関する基本方針、社内ルールを制定。

3. 株主

	主要項目	参考事例
インサイダー取引防止	<ul style="list-style-type: none"> ➤ インサイダー取引防止を徹底する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 「インサイダー取引防止規定」を制定。
反社会的勢力の排除	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 反社会的勢力を排除する基本方針を明確に打ち出す。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 経営トップによる「いわゆる総会屋等」との関係遮断の決意表明・絶縁宣言。 ➤ 企業倫理遵守に関する行動基準等で、反社会的勢力に対する姿勢について、「毅然とした態度で臨み、いかなる利益供与も行わない」と明記。

4. 社員

	主要項目	参考事例
企業倫理、企業行動規範に関する理解の促進	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 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）」を設置する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 「企業倫理ヘルプライン」を、役員・社員・契約社員・パートタイマーを対象として、コンプライアンス部・社外の弁護士事務所などに設置。 ➤ 「企業倫理ヘルプライン」の利用状態を調査し、運営状況を定期的に監査委員会・経営層に報告。 ➤ 「ソニーグループ・コンプライアンスホットライン」を設置し、運営状況を定期的に監査委員会に報告。地域ごと（米州、欧州、日本、東アジア、パンアジア）に通報窓口を設置し、グループ全社員から通報を受け付ける体制を整備（ソニー）
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 内部牽制を高める。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 内部発覚率¹を公開することで、社員の内部牽制への意識を高める（大和証券グループ）

¹ 金融庁への証券事故届出件数全体に対する、お客様からの申し出または外部検査による指摘「以外」のもの割合。

5. 政治・行政

	主要項目	参考事例
贈収賄、汚職の撤廃	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 関連法令²の遵守を徹底する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 企業行動憲章等で、政治や行政に対する姿勢について、「健全で透明な関係を保ち、十分に節度を保つ」と明記。 ➤ 渉外業務における法令遵守マニュアルを定め、公務員やみなし公務員等に対するイベント・ギフト等の禁止を規定。 ➤ 入札談合防止システムの構築により、過去の価格との比較を可能にするとともに、入札一件ごとに担当営業に談合がないことの宣誓をさせる（リコー）
不正資金浄化（マネーロンダリング）防止	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 関連法令の遵守を徹底する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ マネーロンダリング防止に関する社内規定を整備（金融業界）
政治寄付の方針明示	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 違法な寄付・政治献金を禁止する指針を策定する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 企業行動指針を作成。違法な寄付・政治献金の禁止を明文化。

² 政治資金規正法、国家公務員倫理法・規程、独占禁止法、公共入札ガイドライン、官製談合防止法など。

6. 途上国

	主要項目	参考事例
事業進出・退去時の影響の検討	<ul style="list-style-type: none"> 事業撤退時には、従業員、取引先、地域社会への影響を最小とする方法を検討する。 	<ul style="list-style-type: none"> 現地法人の設立・縮小・事業撤退等にあたっては、取引先などとの契約条件を遵守。 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。
現地産業の育成への貢献	<ul style="list-style-type: none"> 技術移転や人材育成に取り組む。 	<ul style="list-style-type: none"> 東南アジアで、現地企業を対象に生産技術講座を開催（東芝） 国際協力機構（JICA）への協力を通じ、現地での技術移転や人材育成に取り組む（東京電力）
現地の文化や慣習の尊重	<ul style="list-style-type: none"> 現地の社会事情を十分に理解する。 	<ul style="list-style-type: none"> 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に関する教育を実施。
法令遵守	<ul style="list-style-type: none"> 現地法令の遵守を、マニュアル等を作成することで徹底する。 	<ul style="list-style-type: none"> 本社の開発、製造、経理、品質、環境などの事業活動の指針を社内イントラネットに掲載し、現地法人の事業活動上の指針とする。 各現地法人でコンプライアンス・マニュアルやスタッフ・ハンドブック等を作成し、雇用の平等、基本的な就労条件、セクハラ禁止等の人権、労働基準関連条項を規定、明確化。 「自主点検リスト」を作成し、海外拠点におけるコンプライアンス・リスク管理・情報管理等の自主点検とモニタリングを実施（東京海上日動）。

II. 情報

基本原則

○ステークホルダーに適時適切に情報を開示するとともに、対話チャンネルを充実する。

○情報を適切に管理する。

（基本原則に関する参考事例）

- 「ディスクロージャーポリシー」を制定し、公開。
- ステークホルダーミーティングを開催。
- 「CSRコンソーシアム³」への参画（損保ジャパン）
- 国内グループ企業全体でISMS（情報セキュリティマネジメントシステム）統一認証を取得（リコー）
- 「情報セキュリティ内部監査」を実施。

1. 消費者・顧客

	主要項目	参考事例
顧客対応に関わる情報の提供	➤ 顧客対応に関する基本方針・理念を策定し、公表する。	➤ 全社員の意識改革・CSマインドの定着を目指して制定した「CS憲章」をホームページで公表（ソニー）
製品・サービスに関する適切な情報の提供	➤ 製品・サービスの正しい使用法を適切に知らせる。	➤ 電気製品の正しい使用法について、ホームページ、パンフレット、ビデオを作成し、各地の消費生活センター、消防署にも配付。セミナーも実施（電機業界）
	➤ 理解しやすい説明書を提供する。	➤ 手続書類のわかりやすさについて、社外の消費生活アドバイザーから意見聴取（日本生命）
	➤ 顧客に役立つ情報を提供する。	➤ 顧客向けメールマガジンを発行。 ➤ 医薬品の一層の適正使用に資するため、全世界の医療従事者、患者に、現在臨床試験を実施している化合物の情報を、自社ホームページで掲載（武田薬品）

³ インターネット上で多様なステークホルダーとの意見交換や対話を可能にする仕組み。参加各社はこのサイトでCSRに対する考え方を掲載し、寄せられた意見や質問に、関連部門の担当者が回答。過去に寄せられたステークホルダーからの意見・質問や、それに対する各社の回答も閲覧可能。

		<ul style="list-style-type: none"> ▶ 育児関連企業連携によるポータルサイト「ベビータウン」を立ち上げ（ユニ・チャーム） ▶ ゲームを楽しみながら、生命保険等の金融商品や契約に関して学ぶ「ライフサイクルゲーム」を都道府県の教育センター・教育委員会等に無償提供（第一生命）
コミュニケーションの促進	▶ 顧客相談窓口を設置する。	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 顧客相談窓口を365日対応（もしくは24時間365日対応）とする。 ▶ ホームページにお客様サポートコーナーを設置する。
	▶ 顧客相談窓口寄せられた意見を品質改善に反映する。	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 顧客、グループ社員から品質に関する問題、情報、意見などを収集する窓口を設置。提供された情報をデータベース化し、製品・サービスの開発・品質向上に活用するとともに、問題点の解決を図る。 ▶ 顧客満足度調査を継続的に実施し、調査結果を経営にフィードバックし改善活動につなげる。 ▶ 「お客様満足度調査」の結果をサステナビリティ・レポート上で公開（大和証券グループ） ▶ 製品購入者を対象に、「グループインタビュー」「モニター調査」などフェイス・トゥ・フェイスの活動を実施。製品の満足度や発売前の商品に対して意見をもらう（三洋電機） ▶ 託児所付き会場を設営して育児中の母親の座談会を実施し、消費者の生の声を収集（ユニ・チャーム） ▶ 全国各地で懇話会を実施（生命保険業界⁴）
	▶ 多様な媒体を活用して、顧客に情報を開示する。	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ディスクロージャー資料を顧客窓口に備置。 ▶ お客様相談センターを窓口とする電話相談、販売店スタッフによる説明。 ▶ ホームページでの情報開示。 ▶ 消費者対応部門の活動年報を発行し、消費者とのコミュニケーション事例を紹介（花王）
	▶ 顧客への対応用に応答マニュアルを整備する。	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 苦情に対する基本的対応姿勢、苦情受付から解決までの業務取扱等について定めた「苦情対応マニュアル」を作成し、顧客対応窓口へ設置。

⁴ 日本生命は111ヵ所で開催し、2,380名が参加。第一生命は102ヵ所で開催し、2,140名が参加（共に平成16年度）。

プライバシーの保護	<ul style="list-style-type: none"> ➤ プライバシー・ポリシーを策定し、公表する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 個人情報保護方針（ガイドライン）の策定。 ➤ 個人情報保護方針をホームページに掲載。
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ プライバシー・ポリシーが実効性を確保するよう社内体制を整備する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 専門部署や委員会を設置。情報資産保護の統括責任者を任命。 ➤ 情報資産保護の管理状況について「社内監査」を実施。 ➤ 顧客情報を含むファイルをメールに添付する際、関係者以外の目に触れないようファイルにパスワードを設定。 ➤ 個人情報管理・保管のための部屋を設け、暗号所有者のみ入室可能とする。
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 顧客情報の保護に関する教育研修を実施する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 全社員を対象に毎年一回程度、研修を実施。 ➤ 個人情報の取り扱い業務委託先に対して、必要な契約の締結、委託先の選定基準の整備、選定基準を委託先が満たしていることの確認、業務委託の手順の確認、研修などを実施。

2. 取引先

	主要項目	参考事例
経営理念、行動規範の周知	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 経営理念、行動規範を取引先に周知する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ サプライヤーが、関連法令の遵守、人権尊重、環境保全などに関するグループの基本方針を理解し実践するため、「サプライヤー行動規範」を制定（ソニー）
調達方針、調達手続きの明示	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 調達方針（購買基本方針）を公表する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 調達方針を制定し、ホームページなどで公開。 ➤ 取引先に対する説明会を実施。
コミュニケーションの促進	<ul style="list-style-type: none"> ➤ サプライヤーミーティングを開催する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ サプライヤーミーティング等を定期的に行い、調達や法遵守についての確認を行う。 ➤ 仕入先に対する説明会を開催し、グリーン調達の方針を説明。

3. 株主

	主要項目	参考事例
コーポレート・ガバナンスに関する情報公開	<ul style="list-style-type: none"> 株主・投資家とのコミュニケーションを促進する。 	<ul style="list-style-type: none"> 株主総会を利用し、工場・社内の技能研修施設の見学や懇談会を実施（デンソー） 「投資家説明会」を開催。経営情報や事業状況、リスク要素等について直近情報を提供。
	<ul style="list-style-type: none"> 株主・投資家への情報公開。 	<ul style="list-style-type: none"> 環境・社会報告書、有価証券報告書、IRレポートを発行。 ホームページ上に投資家関連情報サイトを設置。 「情報開示委員会」を設置し、開示すべき重要情報の正確性、公平性、適時性確保に努力。 ホームページ上で機関投資家やアナリスト向けの業績説明会、経営方針説明会の模様を中継。プレゼンテーション資料の閲覧、海外の機関投資家向けに行う電話会議の傍聴も可能（ソニー）
	<ul style="list-style-type: none"> 株主の意見を経営に反映させる。 	<ul style="list-style-type: none"> 株主への事業報告書発行時にアンケートを実施。意見を経営に反映させるとともに、翌期の事業報告書にアンケート結果を報告（ユニ・チャーム）
CSRに関する情報公開	<ul style="list-style-type: none"> 各種資料でCSRに関する情報を公開する。 	<ul style="list-style-type: none"> CSR報告書などでCSRの視点から各ステークホルダーに対する会社の基本理念を解説。
リスクに関する情報公開	<ul style="list-style-type: none"> 各種資料でリスクに関する情報を公開する。 	<ul style="list-style-type: none"> 決算短信、有価証券報告書等の資料において、投資家の判断に影響を及ぼす主なリスク、およびリスクマネジメントの体制について公開。

4. 社員

	主要項目	参考事例
労働条件に関する情報の開示	<ul style="list-style-type: none"> 労働条件に関する情報を、適切な手段で通知する。 	<ul style="list-style-type: none"> 労使間協議や制度変更の情報を、組合報や人事部門が発信する文書で定期的に提供。 イントラネットに「社員組合」のページを設けて提供（大成建設）
社内コミュニケーションの促進	<ul style="list-style-type: none"> 経営戦略に関する情報を提供。 	<ul style="list-style-type: none"> イントラネットや社内報で、トップのメッセージ、経営戦略などの情報を提供。
	<ul style="list-style-type: none"> 経営トップとの対話機会提供。 	<ul style="list-style-type: none"> 経営トップと社員との直接対話を実施。社長や本社幹部が現場に足を運び、意見交換を行う。

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 社員の悩みや苦情、疑問を受け付ける窓口を作る。 ➤ 社員の家族を含めたコミュニケーションを促進する。 ➤ CSRに関する社内コミュニケーションを促進する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 「企業倫理相談窓口」「心とからだの健康相談窓口」「職場に関する相談窓口」「セクハラ防止ホットライン」を設置（トヨタ） ➤ ファミリーオープンハウスを開催し、会社施設の見学や職場メンバーとの懇談会（年3,000人以上参加）を実施（デンソー） ➤ イン트라ネットに「CSRフォーラム」を設置し、意見交換や情報共有化（東京海上日動） ➤ CSRに対する理解と更なる社内浸透を図るため、全社員13000人を対象に「CSRアンケート」を実施し、結果を経営にフィードバック（大和証券グループ）
プライバシーの保護	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 社員のプライバシー保護を徹底。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 社員との誓約書の取り交わしを実施。
知的財産権（含む営業秘密）の取り扱いに関する理解促進	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 社内研修の実施等を通じて理解促進を図る。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 知的財産権に関する「eラーニング」を全社員に実施（東芝） ➤ 営業秘密の取り扱いに関する社内研修を実施。

5. 政治・行政

	主要項目	参考事例
法令に基づく情報開示	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 法令に基づく情報開示を行う。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 法令に基づいて報告書を作成し、監督官庁等に提出。

6. コミュニティ

	主要項目	参考事例
コミュニケーションの促進	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 工場見学を実施する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 地域住民を対象に工場見学、施設見学を実施。 ➤ 全国の土木建設現場を公開する「100万人の市民現場見学会」を開催（建設業界） ➤ 複数製造事業所にて、化学物質に関するリスクコミュニケーションを実施（ソニー）

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 地域住民と交流する。情報交換を行う。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 地域の住民代表や地元自治会などとの協議会、懇談会の実施。 ➤ 事業所単位での美化、植林、教育等の地域貢献活動を通じて、地域住民と交流。 ➤ 絵画・工作作品の展示スペースの提供。 ➤ 本社が所在する新宿の「企業区民」として、「新宿環境情報ネット」へ参加（損保ジャパン） ➤ 主要事業所での「地域環境報告会」の開催、「サイトレポート」の発行（コニカミノルタ）
--	--	---

7. NPO/NGO

	主要項目	参考事例
コミュニケーションの促進	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 様々な意見交換を行う。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ CSRレポートの内容に関して、ステークホルダーとの意見交換を実施する。 ➤ CSRレポートにNPOによる第三者意見書を掲載。

8. 途上国

	主要項目	参考事例
経営理念、行動規範の周知	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 途上国において、経営理念、行動規範を取引先に周知する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 企業理念等の周知・徹底に向け、「AJINOMOTO GROUP PRINCIPLES」を編集、日英2カ国語にて冊子を作成し、グループ企業従業員に配付、説明会を開催（味の素） ➤ 児童労働、強制労働、差別、環境について、各国の社会的責任標準への適合を求める「取引先行動基準」の説明会を開催（イオン）
調達方針、調達手続きの明示	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 調達方針を公表する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 資材発注等取引に関わる情報（調達の基本方針、調達計画等）をインターネット上で公開し、取引先に対する説明会を実施（東京電力） ➤ 「CSRを重視する企業と優先的に取引する」と宣言。世界の調達先にCSRの遵守を要請（東芝）
コミュニケーションの促進	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 現地法人で社内報を作成する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 各現地法人が社内報を刊行。 ➤ CSRレポートの英語版を、途上国を含む全駐在員事務所のスタッフに配付。

Ⅲ. 安全と品質

基本原則

○高品質かつ安全な製品・サービスを、安全な方法で生産・提供する。

1. 消費者・顧客

	主要項目	参考事例
高品質かつ安全な製品・サービスの提供	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 製品・サービスの安全性と品質を確保する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 品質に関する基本的な方針を策定し、公開。 ➢ 品質保証室等を設置し、全社体制で品質保証システムを稼働。 ➢ 内部監査等による是正指導を強化。 ➢ ISO9001の品質マネジメントシステムをツールとして運用。 ➢ 商品説明文書や、保険証券を作成するプロセスについて、ISO9001を取得（日本生命）
	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 顧客対応向上のため、CSに関する取り組みを実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 社内CS度調査を実施し、社員の顧客満足に対する意識調査を行う。 ➢ 消費者月間に合わせて、全社CS月間行事（CSポスター掲示等）を実施。
	<ul style="list-style-type: none"> ➢ ユニバーサルデザインに取り組む。 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ パッケージ、表示方法にユニバーサルデザインを活用。 ➢ 高齢者でも使いやすい骨伝導電話機の商品化（三洋電機） ➢ 視覚障害者がシャンプーとリンスを区別するための容器のギザギザ形状の導入（花王） ➢ ユニバーサルデザイン商品の開発に、障害者の福祉工場（関係会社）社員が参画。自動券売機やATMのデザイン化にあたり、操作性、音声ガイドのわかりやすさ、車いすでの使いやすさなどについて意見・提案（オムロン）
	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 不具合対応のための社内基準を整備する。 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 製品品質に関する告知を迅速・適切に行うための社内ルールを策定し、実行。

2. 取引先

	主要項目	参考事例
安全と品質に関する要求事項の明確化	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 購買方針を作成し、社内外に公表する。 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 資材発注等取引に関わる情報（調達の基本方針、調達計画等）をインターネット上で公開し、取引先に対する説明会を実施（東京電力） ▶ 全資材供給業者を対象に、CSR・品質・環境・商品安全説明会を毎年7月に実施。当社姿勢及び取組みについての理解と協力を要請し「お互いの品質保証体制の維持・徹底」を目指す（ユニ・チャーム） ▶ 「原材料品質管理基準」と「製造委託品・購入品の品質管理基準」を制定。これらの基準に基づき、サプライヤーを定期的に監査（味の素）
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 購買に関わる決定を他組織から独立して行う。 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 原料調達の専門会社を設立（味の素）

3. 株主

	主要項目	参考事例
適正な配当	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 株主への利益還元を重要経営方針の一つと捉え、企業価値の増大に努力する。 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 本業への投資を最優先させて研究開発パイプラインを強化し、利益の追求を図ることで、配当性向を高める（武田薬品） ▶ 短期的な利益還元としての「安定配当」と、中長期的な利益還元としての「企業価値向上による着実な増配」をともに目指す（味の素）
株主総会のよりよい運営	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 株主総会の運営を工夫する。 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 集中日を避けて総会を開催。また、電子議決権行使の導入、報道関係者へのテレビモニターを通じた総会内容の公開、総会終了後の「経営状況説明会」「株主懇談会」を実施（オムロン）