

CSR報告書調査・研究—企業はネガティブ情報をどう開示しているか

NACS東日本支部 コンプライアンス経営研究会

古谷由紀子

1. CSR報告書とネガティブ情報

多くの企業がCSR報告書を発行しているが、記載情報の多くは企業にとってのポジティブ情報である。なかにはPR誌と見間違えるようなものもある。CSR報告書はPR誌ではなく、自社のCSR(企業の社会的責任)についての取り組みを記載するものである。CSRとは、企業が、ステークホルダーの期待や要請に応え、社会の持続可能性に対して果たす責任である。したがって、CSRの取り組みについての報告には、企業にとって都合のいい情報ばかりではなく、ネガティブ情報も含まれるはずだが、ネガティブ情報は企業にとってはリスクとなりうるものだけにその記載には慎重なところが多い。

当研究会では、CSR報告書の記載項目である「経済」、「社会」、「環境」のうち、「社会」の項目を消費者とのかかわりにおいて研究している。今回、企業がいつそう消費者の信頼に応えた情報開示をすることを期待し、現在、調査の過程で明らかになった積極的なネガティブ情報の記載事例を業種に限定しないで紹介する。

なお、研究会の他のメンバーの論文においても、業種ごとにネガティブ情報について論述しているので参考にされたい。

2. ネガティブ情報にはどのようなものがあるか

ネガティブ情報にはどのようなものがあるのだろうか。「社会」の項目で取り上げられるもののなかから、消費者にかかわりの深いものをあげると、次のようなものが考えられる。

1) 法令等違反の不祥事

最近では、保険不払い、石綿被害、期限切れ原料の使用などが問題となったが、これらの不祥事に対して、事実や原因、監督官庁の処分内容、再発防止策などの記載が考えられる。

2) お客様相談室の苦情件数とその内容

消費者の相談窓口であるお客様相談室に入った件数やその内容などの記載が考えられる。消費者の声を企業がどのように受け止め活かしたかは消費者の関心が高い情報である。

3) 製品等に関わる消費者の安全性

家電製品、食品、洗剤、化粧品等製品の情報のなかには消費者の安全にかかわる情報が含まれるが、これらは購入を阻害するかもしれないネガティブ情報である。これらの情報の記載は企業の消費者志向度を測る材料ともいえる。

4) 製品事故やリコール情報

製品事故やリコール情報については、消費者への告知としてはニュースリリースや社告になろうが、CSR報告書ではこれらの事例について、どのような対応をとったのかを報告することがメインとなるであろう。

5) 内部通報制度の件数とその内容

コンプライアンスに関わる企業の取り組みの実態を示すものとして、企業がヘルプライン等の通報窓口に入った件数や内容を開示することがある。消費者にとってはその企業の取り組みを知る手がかりとなり、信頼度の目安となるものである。

6) その他の消費者の生命・身体・財産に影響を及ぼすもの

上記以外にも消費者の生命・身体・財産に影響を及ぼすものがあれば記載することで当該企業の姿勢を示すものとなる。

3. ネガティブ情報とCSR報告書への記載例

以下具体的なネガティブ情報ごとに、企業がCSR報告書で積極的に開示している例を紹介する。

1) 法令等違反の不祥事

① 株式会社損害保険ジャパン 出所：「CSR Communication Report 2006」

【背景事実】

2006年5月25日、保険金の支払い漏れや生命保険の募集に関わる不適切な取扱いの発生により、金融庁より一部業務停止命令および業務改善命令が出された。

【記載】

次のような記載項目で関連情報や取り組みの詳細が記載されている。

- ① トップメッセージ
信頼回復を最大の課題に、すべての人に安全で安心な社会
 - ② 特別対談
谷本寛治氏（一ツ橋大学教授）佐藤正敏（損保ジャパン取締役社長）の対談
 - ③ 損保ジャパンの社会的責任
行政処分の内容とその背景、業務改善計画と行政処分後の保険金のお支払状況について
 - ④ 損保ジャパン再生プラン
 - ⑤ お客さま声を改革の力に
- ※詳細は同社の報告書をご参照ください。

【コメント】

不祥事の説明および信頼回復の取り組みについて、総数20ページにわたる詳細な記載を行っている。しかも、事実の記載、再発防止策のみならず、第三者からの意見の挿入、お客様視点での見直しなど多様なアプローチで記載しており、同社の全社的な取り組みが理解できる。

なお、不祥事を起こした企業が、CSR報告書で詳細に関連情報を記載することが一般的になってきており、説明責任という意味では評価できる。しかし、不祥事自体はすでに公になっているものであり、他のネガティブ情報の記載とはニュアンスが異なる。

これらの企業においては、次年度以降の取り組みの実践の報告こそが注目される。

2) お客様相談室の苦情件数とその内容

① 株式会社 イトーヨーカ堂 出所：企業の社会的責任報告 Web サイト 2006

【記載】

「お客様の声」をもとにした商品改善「ワイシャツの改善例」の箇所に次のような記載がある。

ワイシャツ売場で形態安定加工の商品が増加しているなか、綿100%のワイシャツ（形態安定機能はありません）を購入されたお客様から、「洗濯すると皺になる」といったご不満が寄せられました。また、ご自宅でワイシャツを洗濯されるお客様が増えたことにもなって、「襟の汗じみがとれない」といったお問い合わせも増加していました。そこで、さまざまなワイシャツの特性、扱い方について、お客様に正しい知識をもっといただけるよう、2003年度にオリジナルの小冊子を作成し、以来、売場で配布しています。

その結果、お客様から寄せられた「ワイシャツの襟の汗じみ」に関するご不満は、2003年度の14件から2004年度は4件、2005年度は5件と減少傾向にあります。今後も紳士衣料担当マネジャー会議での説明や、QC（品質管理）室から店舗への情報発信を通じて再度案内を行うほか、小冊子を増刷し、継続的な店舗配布を実施していきます。このほか、2005年度は、お問い合わせが増加していた「傘の取り扱い」に関する小冊子を作成・配布。その結果、傘へのご不満の件数は、2004年度比74%と減少しました。

（株式会社イトーヨーカ堂ホームページ「企業の社会的責任報告 Web サイト 2006」より）

【コメント】

企業におけるお客様相談室の相談・苦情の記載は、一般的に全体の件数および内容の分類程度であるが、同社では基本的な姿勢の記載、またグラフによる「販売点数100万点あたりの不良品発生件数指数の推移」の明示、さらには上述の「ワ

「シャツの改善例」の記載が示すように、消費者の関心に沿った記載の工夫、真摯な取り組みや効果を数字として示す明快さ、さらには小冊子の作成による啓発の記載など、同社の問題解決姿勢が理解できるものとなっている。

消費者の不満に対して消費者利益に適った対応を行い、それを丁寧に記載することで、消費者の信頼という効果が期待できるよき事例である。同社ではほかにも「靴の改善例」を記載している。

3) 製品等に関わる消費者の安全性

製品ではないが、現在社会問題になっているアスベストについての実態を報告しているものがある。

①クボタ株式会社 出所：「CSR報告書2006」

【記載】

アスベスト(石綿)に対する対応について、次のような項目が記載されている。

- ・「トップコミットメント」
- ・「社会性報告」の「石綿問題に対する対応について」の記載のなかで、
 1. 石綿使用状況について
 2. 当社の考え方について
 - ① 情報開示について
 - ② 尼崎市に対する「石綿による健康被害者対策に関する協力」の申し入れについて
 - ③ 周辺住民の方々への救済金制度について
 3. 今後の対応について

※詳細は同社の報告書をご参照ください。

【コメント】

アスベストの問題について積極的に情報開示している姿勢は評価できるが、アスベスト取扱い状況や被害状況などの具体的な記載がないのが残念である。ただし、これらはホームページで詳細に記載されていることから、ホームページで記載されていることを示すことで充実した情報開示になると考えられる。

また、トップコミットメントにおいて、「健康被害への対応をお聞かせください」と記載されており、単に対応を報告するのではなく、社会の声を聞く姿勢が示されている。

②イオン株式会社 出所：「イオン環境・社会報告書2006」

【記載】

「家族」を思いやる視点」の箇所で、次のような項目が記載されている。

Qアスベストが心配です。イオンのお店は大丈夫ですか？
 A. お店の中のアスベスト調査・対策は終わらせています。
 アスベストへの対応
 【経過】、【対策】、【今後の対策】
 ※詳細は同社の報告書をご参照ください。

【コメント】

同社の報告書はわかりやすいことで定評があるが、ここでも質問形式に答える形でアスベストの実態をわかりやすく報告している。店舗調査で含有が確認されたのが6店舗、露出が確認されたのが1店舗と具体的に事実を報告し、今後の対策まで記載されていることが消費者の不安と不信に応えるものと評価できる。

4) 製品事故やリコール情報

松下電器産業株式会社が、「松下グループ 社会・環境報告2006」において、FF式石油温風器事故について詳細な報告を行っているが、最近製品事故やリコールについて、急速にCSR報告書で報告が行われるようになってきている。

松下電器産業株式会社以外にも、自主回収等について報告している事例があるので紹介する。

①味の素株式会社 出所：「CSRレポート2006」

【記載】

安全・品質向上への取り組みにおける「商品回収の仕組み」の箇所において、次のような記載がある。

商品回収の仕組み
 ■商品の回収、出荷停止
 ●2005年10月、味の素冷凍食品(株)が製造した「エビシューマイ(15個入り)」にプラスチック片が混入したことが、お客様からのクレームにより判明し、新聞などで告知のうえ、自主回収を実施しました。回収対象は、異物が混入した可能性のある全てのロットの25,400パックでした。タマネギ洗浄水槽内の部品が脱落破損し、製品に混入したと推定され、再発防止のため、他の製造所を含めた総点検を行うとともに、異物管理体制の強化と従業員教育を実施いたしました。
 (味の素株式会社「CSRレポート」より)

【コメント】

このほかにも2005年8月にはクノール食品株式会社の「クノール カップスープ」オニオンコンソメが、JAS法で定められているコンソメの定義に適合してい

ないことが判明し、農林水産省への届出、出荷停止と是正措置を行ったこと、さらに原因に対する品質アセスメントおよび従業員教育強化のことが記載されている。

同社の記載の特徴は事実の経緯を記載していること、さらに、原因の記載と原因にあわせた再発防止策が丁寧に記載されていることである。多くの企業が単にあつたことの実事のみを記載し、「品質管理の強化と再発防止に努めます」という形式的な記載にとどまるなか、誠実な取り組みが伝わる記載となっている。

②雪印乳業株式会社 出所：「活動報告書2006 新生雪印乳業の歩み」

【記載】

「消費者重視の経営を目指して」の箇所および「詳細」の箇所に次のような項目が記載されている。

「消費者重視の経営を目指して」の箇所

日常の危機管理体制と商品事故の対応

「コクとうまみのひとくちチーズ」および「まるやかチェダーのひとくちチーズ」賞味期限日付印字のない商品の回収について

…[詳細 P. 32](#)

詳細の箇所

「コクとうまみのひとくちチーズ 50g」および「まるやかチェダーのひとくちチーズ 50g」賞味期限日付印字のない商品の回収について

1. 回収状況
2. 本商品の製造工程
3. 推定原因
4. 再発防止対策
5. 主な対応経緯

※詳細は同社の報告書をご参照ください。

【コメント】

自主回収後の結果の報告についてはまだまだ不十分なところが多いが、同社では本文への記載のほか、「詳細」ページの1ページを使って、具体的な回収状況や推定原因、さらにそれらに対応した再発防止策、対応の経緯も記載するなど、情報開示が徹底されており、これからの自主回収報告のモデル的な報告といえる。

5) 内部通報制度の件数とその内容

株式会社イトーヨーカ堂が、企業行動指針に反する行為の抑制や防止、早期解決を図ることを目的に導入された「ヘルプライン」制度の運用状況について、社員やパートタイマーなどの相談者構成比や問い合わせ内容などが年度比較のグラフで報告しているが、ここでは、通報内容を具体的に記載した大和証券グループ本社の報告書を紹介する。

【記載】

「コンプライアンス グループ全体での取組み」の箇所に次のような記載がある。

■ 通報制度の仕組みと実績

2003年1月に導入した「企業倫理ホットライン」は、2005年の1年間で30件の通報がありました、通報件数は2004年の13件から大きく増加しましたが、(後略)

■ 通報事例とその対応

| 通報内容 | 対応 |
|--------------------|---------------------------|
| パワーハラスメント人格否定的な発言等 | 事実調査後、上席者に対する注意喚起及び指導を徹底 |
| セクシャルハラスメント的な行為 | 事実調査後、上席者に対する注意喚起及び指導を徹底 |
| 営業姿勢やルール違反 | 事実調査後、特定者対象の特別研修を含む指導を実施 |
| マナー違反 | 業務態度、身だしなみ等について集合会議での注意喚起 |

■ 企業倫理ホットラインに対する従業員調査結果

全役職員を対象とした「企業倫理ホットラインに関するアンケート」を継続的に実施しています。(中略)、「匿名性が守られている=51%」とまだまだ理解が広まっていない部分も見受けられる(後略)。

(大和証券グループ本社「持続可能性報告書 2006」より)

【コメント】

内部通報制度の窓口である「企業倫理ホットライン」に入った具体的な件数や対応について記載しているほか、従業員調査結果も公表するなどネガティブな情報であってもそのまま開示している姿勢が評価できる。

以上