



「再生紙偽装」「フグ産地偽装」「ウナギ産地偽装」「クエ偽装」「液晶価格カルテル」「悪質なミシン訪問販売」「内部告発者の不利益扱い」等、次々と、企業をめぐる不祥事は後を絶たない。

「企業の社会的責任」という言葉が、初めて使われたのは昭和45年頃(1970年代)です。その後、平成12年頃(2000年)に「CSR」という装いをして再登場し、2003年は「CSR元年」と称され、誠に不名誉な称号を得た。

今日では、企業活動のあらゆる分野に、「CSR」という冠を飾り、流行的現象になっている。多くの企業では、「CSR推進室(部)」等の組織を設置して、「CSR」を進めている。

また、経済団体等では、「CSR研究会」等の会合を開いている。

「Responce」＝「責任」という意味…『行為の結果』から生ずる『罰』を受ける立場です。

端的に言えば、「悪いことをしたから、その罰を受ける」ということ。

だから、「責任を追及」される。嫌だから、「責任を転嫁する」「責任を回避する」のです。

「CSR推進」とは、「わが社は悪いことをして、責任を追及される立場になることを推進します」という意味なのです。

「CSR研究会」というのは、「企業が悪いことをして、責任を追及される立場になることを研究する」ということです。

「CSR推進」…社会的責任を追及されるうちは、社会の公器ではなく、社会の凶器という存在です。

結局、企業不祥事の問題は、「企業は何のために存在しているのか」「何のために仕事をするのか」という、「経営者の志」が問われているのです。

「志」が問われているのであるから、「志」で応えなければなりません。

経営者の志とは何か…それは、経営理念に現されていることです。つまり、経営理念に明記されていることを、日々の経営において実践することが問われているのです。

経営理念には、「企業が何のためにあるのか」という、「使命・目的」が明記されている。「使命」＝「Mission」…大切なことは、「CSM」です。「Corporate Social Mission」…企業の社会的使命「CSM推進」こそが、企業の不祥事対策のもっとも重要な根幹です。

健全な企業であるためには、「CSR」という言葉を「死語」にして、「CSM」という言葉を使うことです。

経営者の志である経営理念に、すべての社員が共鳴して、日々の仕事に、その志を反映するのが、喫緊の課題ではないでしょうか。

今日、多くの企業の経営理念は、ホコリを被っているかも知れません。ホコリを取り払って、経営理念の本意に、磨きをかけなければなりません。

経営者は、もっともっと、自らの志にこだわり、組織の隅々まで、その志を、「語り、訴える努力」を怠ってはならないと思います。

「責任を追及される」ような寂しい経営ではなく、「使命を追求する」ような、生き生きした、誇りに満ちた経営を通じて、健全な社会の発展に貢献しなければなりません。



PROFILE

テクノ経営総合研究所 TECコンサルタント

上田 勝 うえだ まさる

松下電器出身、営業本部および本社経営監査部等を経て、松下流通研修所、販売研修所 取締役所長を歴任
NPO兵庫経営塾 副理事長