



株式会社創コンサルティング
代表取締役

海野みづえ

本年は、富士重工業の主要工場である群馬製作所に加えて宇都宮製作所を訪問し、航空宇宙事業、エコテクノロジーの展開とこのサイトでの環境・社会への取り組みについて伺いました。今後とも海外を含めた富士重工業の社員全員がCSRの意識を持ち続けていくよう、継続して取り組んでください。

CSR活動の全体

2009年にCSR方針を改定し、守るべき活動としてのCSRだけでなく、事業のなかで積極的に社会の課題解決につなげていく戦略的CSRについても明示されました。方向が示されたことは重要であり、今後は自動車メーカーとしてどのような課題に重点を置いていくのか、CSRボランティアプランの中で具体化して行ってください。現場の社員やステークホルダーに対して理解しやすく、実践的であることが大事です。

基本的CSRと戦略的CSRの課題整理

CSR方針の策定に伴い、CSRのリスクと機会の両面性を理解し基本部分(守り)と戦略部分(攻め)について、具体的に課題を整理して行ってください。

特にCSRに戦略性を意識するには、事業のコンピテンシーを中心におきつつ、世の中の関心事にその強みをどう適用できるかにあります。富士重工業では、「走りのよさ」が自動車開発の強みである一方で環境へのマイナスイメージを生んでいると伺いました。実際には環境性能をも達成する技術開発に取り組んでおり、その説明を今後とも継続してください。

また風力発電やエコテクノロジーなど、自動車以外の事業での富士重工業の取り組みは他の自動車メーカーにない特色です。さらに耐久力のあるエンジン開発は今後の途上国での発展に貢献できる事業であり、ニッチ事業も含めて世界での社会問題に取り組む姿勢を事業に位置づけることも有効であると考えます。

トピック別の活動

■CSR調達

サプライヤーへのCSRの展開は、メーカー側の一方的な要請だけではできない分野で時間もかかる課題です。グリーン調達に加え、CSRについても自動車やその関連業界での共同したガイドライン策定の動きが始まっています。富士重工業においてもその流れを受けながら、企業間の協力をベースにしたCSR調達に対応して行ってください。

■顧客対応

「お客さま第一主義」の意識が徐々に社内に広がっています。顧客対応活動を評価に組み込み始めたことで、成果が上がってきています。毎年CSRレポートで積極的な特約店を紹介していくことも定着してきており、特約店同士の横展開や意識アップの全国展開のうえで大いに活用してください。

また、本社カスタマーセンターが特約店、販売店に定期的な教育、研修をしていくことも重要な取り組みです。今回のレポートでもその報告が記載されていますが、まだその内容は十分とはいえません。今後は、全国そして海外の特約店に対する意識啓発を深める仕組みを活性化させてください。

■CSR活動の3つの柱

富士重工業では海外を含めたグループ内の共通項目として「環境、交通安全、地域貢献」の3分野を定めています。このうち交通安全の分野については、どのような活動をしてステークホルダーにどのようなインパクトや成果があるのかが曖昧です。自動車メーカーとして特徴のある分野であり既に活動の随所に組み込まれているものと思いますが、3本柱として掲げている以上より明確に意識して展開してください。

■CSRでのPDCAの展開

昨年は北米事業でのCSR委員会を設置し、グローバル展開がさらに進みました。SIAでのこれまでの環境、社会活動を、改めて全社でのグローバルCSR展開のなかに位置づけることは意味があります。初年は現在の活動の整理にとどまっていますが、今後CSRボランティアプラン策定時には海外の主要サイトも含め、計画からレビューまで行っていくことが大事です。

報告の媒体と内容

本年から、冊子での報告とウェブでの詳細報告とを区別し、内容を整理されました。それぞれのメディアの特徴を考慮し、読者にわかりやすく伝える工夫がみられます。ただし、今回の冊子版の内容が、この報告書だけを読む読者にとって必要とされる主要な項目にしばられているかについては、まだ検討すべきところが多いと考えます。読み手である各種ステークホルダーの評価を踏まえて、今後とも検討を続けてください。

プロフィール

うんの
海野 みづえ
株式会社創コンサルティング 代表取締役
<http://www.sotech.co.jp>

経営コンサルティング会社に勤務の後、1996年に創コンサルティングを設立。日本企業のグローバル経営に視点を置き、独自の分析眼で環境・CSR分野での経営のあり方を提言、企業活動の実務をサポートしている。東京大学大学院非常勤講師。著書に、「グローバルCSR調達」、2006年(共著)、「SRIと新しい企業 金融」、2007年(共著)、「企業の社会的責任[CSR]の基本がよくわかる本」、2008年などがある。

第三者評価をいただいて

昨年に引き続き、株式会社創コンサルティングの海野みづえさまに、当社CSR・環境委員会委員長の奥原取締役専務執行役員、同副委員長の高橋常務執行役員に対するトップ・インタビューや宇都宮製作所（航空宇宙カンパニー、エコテクノロジーカンパニー）のCSR、環境推進事務局へのヒアリングを通じ、スバルの社会性および環境活動を客観的にご確認いただきました。

今後、これまでにいただいたご意見を真摯に受け止めて、CSR、環境活動のレベルアップを図っていきます。

(1) CSR活動全般

「企業行動規範や重要項目の尊重を主体とした守りのCSR」と「企業市民として事業活動を通じて社会課題に寄与することを主体とした攻めのCSR」をCSR方針として明示しました。今後は、常に変化する社会課題への対処を図るべく、攻めと守りのバランスを取ったCSRボランティアプランの策定を進めていきます。

(2) CSR個別テーマ

① CSR調達

サプライチェーンにおけるCSRの推進を効率的に進めるためには、自社のみならず産業界との連携が重要です。社内、グループにおける活動の浸透を前提にCSR調達ガイドラインの検討を進めています。

② 顧客対応

「お客さま第一」のより一層の理解、啓発、実践に向けた教育・研修の充実、ベストプラクティスの把握と水平展開を踏まえつつ、スバルグループにおける「お客さま第一主義」の浸透、レベルアップを図っていきます。

③ CSR活動の3つの柱

自動車を中心とした輸送機器メーカーの社会的責任として、「環境、交通安全、地域貢献」を共通活動項目として掲げて昨年から推進しています。特に交通安全はさまざまな取り組みがあるため、お客さま、地域、社内対応など対応分野や狙いを整理しながら進めていきます。

④ CSRのPDCAの展開

2008年度から北米CSR委員会を立ち上げました。CSRに関する守りと攻めを明確化したCSR方針の展開およびCSRボランティアプランの策定に関しても、グループ企業間の連携を図りながらPDCAマネジメントを推進していきます。

(3) CSRLレポートの媒体と内容

CSRLレポートとしての発行を契機にwebと冊子の位置づけを見直し、webをフルレポート、冊子を要約版としました。冊子版の内容に関しては読者の皆さまからのアンケート結果を踏まえつつ継続的に改善を図っていきます。

環境シンボルマークについて



2005年6月に、当社はスバルグループの環境シンボルマークを設定しました。マークの中心に「葉」をデザインし、「緑の大地」と「青い空」の地球をコンセプトとし、当社の環境方針に述べられている「地球と社会と人にやさしい商品と環境づくり」に積極的に取り組んでいく想いをこのマークに込めています。

スバルも「チーム・マイナス6%」に参加しています。



みんなで止めよう温暖化

チーム・マイナス6%



表紙のデザインについて

はじめてCSRLレポートとして発行するにあたり、本業を通じたCSR活動推進の想いを込めました。スバルの“CSR”と街中を走る電気自動車プラグイン ステラをつなぎ、事業活動を通じて社会、環境に貢献する姿を表現しています。

～編集・発行～

富士重工業株式会社 総務部 CSR環境推進室

お問い合わせ先 ● TEL 03-3347-2036 FAX 03-3347-2381

制作支援・印刷 ● 日本ビジネスアート株式会社



富士重工業株式会社
Fuji Heavy Industries Ltd.

〒160-8316
東京都新宿区西新宿一丁目7番2号

2009年8月発行