

# CSRに見る若者の仕事観

## 〜期待される企業の活動〜

下京青少年活動センター ユースワーカー 岩見晃宏

就職活動をする若者にとって、「働くとは何か」、「やりがいを持って働くためには」といった漠然とした「仕事」に対する不安が渦巻いています。

賃金、福利厚生など仕事を選ぶ基準はたくさんあります。中でもCSRは、企業側が社会貢献とアピール材料、若者側は選択肢としてとらえ、双方の関心が高まっています。CSR活動を取り入れた企業の実態と働きがいを求める若者の間に合致点が生まれているようです。

CSR (Corporate Social Responsibility) 企業の社会的責任は、企業の経済活動において、国際的にも重要視されています。そもそもCSRの範囲は広く、消費者、従業員、サプライヤー、出資者、国、地域コミュニティなど多様なステークホルダー(利害関係者)に対して、自社企業が存続していけるよう良好な関係を築いていくことが「CSR」とされています。

ここでは、大手企業のサラリーマンからベンチャー企業を立ち上げ、国際貢献を続ける(株)カスターネットと、地域社会と連携して登校の学童を見守るFレンタカーみやこ(株)京都店の実情を取材しました。





## 社会貢献とともに企業の成長を

### 若者の関心集める(株)カスタネット

「国際貢献されている貴社に就職したい」「今年の社員募集は？」。オフィス家具や消耗品などを販売する(株)カスタネット(京都市南区)が誕生したのは2001(平成13)年。社会貢献室の室長をかねる植木力社長は、大手企業の課長から転身し、立ち上げた会社でしたが、2年間に累積損6,000万円のどん底を経験しました。が、「社会貢献とともに成長したい」と夢を抱き、赤字経営の中、カンボジア支援や京都の障害者スポーツを応援してきました。「カンボジアの子どもたちに文房具を送りたい」と呼び掛けたところ、大きな



倉庫にあふれるほどのエンピツ、消しゴム、ボールペン、ノートが集まり、箱詰めにして郵送し喜ばれました。トナーカートリッジ売り上げの1%を寄付財源に、同国トレア村に小学校も建てました。国内では毎年京都で行われる全国車いす駅伝競走、障害者シンクロナイズドスイミングフェスティバルなどに協賛金を贈り続けています。カスタネット社会貢献室で「小さな企業のCSR報告書」を制作配布したところ、「こんな職場で仕事をしたい」という若者が同社に大勢問い合わせてきました。「最近は大卒卒の雇用情勢も改善されてきたようですが、一般的には大手企業に集中して中小企業は応募も不足気味です。でも近頃の若い人は、会社のミッションや社会貢献の実行力に、仕事のやりがいや生きがいを求めているようです」と植木社長は当世若者の就労気質に触れながら「社会貢献は企業のトップが率先指示しな



いと本物にはなりません。顧客もわが社のCSRぶりを信頼し商品を買ってくださる。代金の一部が国際貢献につながるなら、その一助にといわれご協力をたまわる。営業面も軌道に乗ってききました」と語っています。



## スクールガードと青パトの取り組み

### Fレンタカーみやこ(株)京都店

「小学生が元気におはようとあいさつし登校する姿を見ると元気をもらおうし、話をしていても楽しい」。Fレンタカーみやこ(株)は、2年前からスクールガードの取り組みを進めています。

自動車業界では、よく知られるニッチな会社。「地域で仕事をしている以上、地域に恩返しをしたい」と模索中の2012年4月亀岡市で小学生の登校の列に自動車が出っ込む大事故が発生。衝撃が走った。「凶器にもなりえる自動車を扱う私たちだからこそ、右京警察

署、梅津学区自治連合会と協力し、梅津小学校スクールガード梅津見守り隊を始めました」と専務取締役の藤原純一さんは話します。



6名の事業所でありながら、週に3回、始業前の朝8時から30分間、2〜3名ずつ参加し、100名ほどの児童が通る通学路で地域の有志、PTAなどと一緒に声掛けを行っています。「新入社員も率先して参加し、小学生との会話や地域に親しむことで、人間的に成長してきた」ようです。

半年後には予約の入っていないレンタカーを活かした防犯パトロール「青パト」の取り組みも始めました。スポーツカーも登録しています。その他、京都府と防災協定を結んで被災地に冷凍車を提供し、食糧物を腐らせず被災者に届ける準備をしたり、全店舗災害対応型自動販売機を導入して、防災、災害への意識を高めています。

「新入社員が社外活動を通し、社会人として



大きく成長していつている。ステークホルダーに対する信用や企業の認知度が向上したり、新たな人脈が出来たりメリットは様々。CSRについて取材に来た学生が、自動車業界に興味を持ち、就職した。学生の人生を変えたと思うと、直接的な活動だけでは測れない影響がある」と藤原専務は語ります。





# CSRの広がりに期待

京都市教大 総合社会学部教授 島本晴一郎

現在、日本の企業も大手企業を中心に、CSR担当部署を設け、また「CSR報告書」を作成するなど、精力的に活動を行っています。CSRという言葉そのものは、直接的には1990年代の東西冷戦構造の崩壊を契機に進んだグローバル企業に対する世界的な社会的責任キャンペーンがきっかけとなって広がってきました。その後、内外を問わず、さまざまな企業不祥事がそのブームに火をつけたことも一因としてあります。そして、その一環として、企業はその活動を利益、環境、社会の3つの観点から捉え、これを公明正大に社会に伝えなければならぬという考え方が次第に定着してきました。日本の企業もその動きを受けて、当初は「環境に対する取り組み」などについての報告書を作成していましたが、それらの報告書のかなりの部分が2000年に入り「CSR報告書」へと、その内容を拡充してきています。

ところで、CSRの考え方の中でも、より戦略的に経営活動を進めていくための考え方として、「ビヨンド・ステークホルダー」という考え方が注目されています。企業経営を取り巻く利害関係者との「今」ある関係を超えて、「将来的」な関係を見越して、経営そのものが持続可能になるようにCSR経営を行うという考え方です。例えば、将来的に消費者になる子どもたちに対する教育・啓発的活動、企業経営の持続可能性を高めるための自然保護活動、被災地への寄付、コミュニティの課題への対応といった取り組みは、取り巻く社会・自然環境に貢献することのみならず、自社と社会双方の長期的な利益に繋がるといってわけですね。

日本では、企業の倫理性、商道德という考え方は古くから息づいていました。1600年代には琵琶湖の周辺は、東海道、中山道、北国街道、伊勢街道などの結節点にあり、京都に近いという恵まれた立地の各地に市が立ち、農業従事者が農閑期に商人となりました。それらの地域はやがて地の利を活かして全国に向

けての行商人発祥の地となり、五個荘商人、八幡商人、日野商人、高島商人など、俗に「近江商人」と呼ばれる商人グループが生まれました。彼らは天秤を担いで行脚商売に出かけ、遠隔地に地元の商品運び、また行く先々での商品を扱う「行商人」になりました。異なる地域での商売はその地域の人々の信頼がないと成りません。その中で、商い本来の在り方、倫理観というものが出てきました。近江商人の経営哲学として「広く知られている三方良し（「売り手良し」「買い手良し」「世間良し」）などはそのうちのひとつですが、その多くは商家の家訓として残っています。現在でも、百貨店の高島屋や大手商社の伊藤忠商事、丸紅やその他多くの、近江商人の系譜を引く会社の企業理念には、これらの経営哲学が活かされています。この「商人道徳」こそ、CSRそのものと言っても良く、その理念は企業倫理・道徳として、経営陣が本来持つべきものとして多くの企業に受け継がれてきています。

このようなことから、昨今ではCSR報告書などを通して、企業のミッションや社内環境、業務の実態と社会、環境との関わり合いを見る若者が増えてきているようです。

## ■ プロフィール

島本 晴一郎（しまもとせいいちろう）  
1974年日本輸出銀行（現国際協力銀行）入行。  
2004年から現職。  
京都CSR研究会代表幹事

