

ムラタのCSRに寄せて

ムラタは今年度から中期経営計画とあわせて、CSR中期目標を策定されました。環境の計画もそれにあわせて3年単位とされました。これは、企業経営とCSRおよび環境活動をより密接に連動させるという意味で、大変重要なことと思います。CSRの究極の目標は、企業と社会の持続的な発展ですので、CSRや環境の活動を企業経営の中心的課題と接合することがどうしても必要になります。

CSRの課題は数多くありますが、ダイバーシティを含めた企業の中での働きやすさはその中でも特に重要なものです。ムラタでは女性の活躍推進に積極的に取り組んでおられるようですので、将来的には、何らかの具体的な目標を設定されることも検討課題になると思います。また、グローバルローテーションも非常に重要な制度で、世界的な技術伝承はグローバル企業としての大きな責務でもあります。海外でのステークホルダーダイアログなども取り入れられると、活動がより具体的に伝わると思います。

ムラタの報告書は会社案内とCSR報告書の一体型ですが、世界的には、アニュアルレポートとCSR報告書を一体化した統合報告書が増加傾向にあります。売上高を急速に伸ばされて世界的なプレゼンスを大幅に高めてこられたムラタとしては、この機会に統合報告書への発展をお考えになられてはどうか？統合報告を採用されれば、ムラタのビジネスモデルを使って、社会に対してどのような価値を創造することができるのかを示すことができますので、CSR情報開示としてメリットがあるだけでなく、経営戦略策定にも好影響をもたらすと思います。

CSRの世界では、マテリアリティ(重要性)の特定による、プライオリティの設定が世界的に注目されています。幅広い事項を満遍なく実行するだけでなく、特定の事項に特化した取り組みも重視されています。そのためには、ベンチマーク型管理とアクションプラン型管理のバランスを取られることが必要と思います。日本企業はアクションプランを強く好む傾向にありますが、すべての事項を毎年改善していくことは必ずしも現実的ではありません。ベンチマーク型管理にして質の向上を目指すことも重要と思います。



神戸大学大学院
経営学研究科 教授
國部 克彦氏