

仙台市による CSR 企業認証制度の 構築に向けて

B1EB1196 沼澤 優希

目次

はじめに	2
第1章 理論編	4
第1節 協働の必然性	4
第2節 CSR とは	4
第3節 CSR 企業認証制度の正当性	5
第2章 分析編	7
第1節 横浜市	7
第2節 宇都宮市	10
第3節 さいたま市	12
第4節 アンケート分析（神奈川県）	15
第3章 仙台市における企業認証制度の提案	18
第4章 まとめ	24
おわりに	25
参考資料	26
添付資料	27

はじめに

近年、日本は2008年に起きたリーマンショックや日中関係の悪化、欧州債務危機などの影響により、経済成長が停滞しているといえる。安倍内閣による経済政策、通称「アベノミクス」は国内外において一定の評価を得たと言っても良いが、確かな成果を上げたのかどうか疑問に思うところもある。また、莫大な財政赤字を今後どうするのかといった大きな不安を依然残したままである。このような経済活動の停滞は、人々の生活に直接影響を及ぼす。例えば、リストラ、給料削減、就職難などである。また、このような経済面だけではなく、年々進行している地球温暖化問題や、首都直下型地震などの自然災害への対策など、我々が取り組むべき社会問題は山積している。このような中で、国民が抱く不安は年々大きくなっている。

では、財政の硬直化もあり、行政が対処できる範囲が限られている中で、どのように社会問題に取り組んでいくべきだろうか。私は、CSR活動に注目すべきであると思う。ここで、さいたま市の清水市長のコメントを掲載したい。

CSRで直面する課題は、市としての政策課題でもあり、市内中小企業によるCSR活動の推進は、地域産業の進行のみならず、社会課題の解決にも寄与すると認識しております。環境問題や障害者、高齢者雇用、働きやすい環境づくりなどはアプローチの違いこそあれ、企業も行政も共に取り組んでいかなければならないものです。

(埼玉りそな経済情報・2014年1月号)¹

つまり、「市としての政策課題」と「企業が考慮すべき社会課題」が、実は同じなのではないかという、今までにない踏み込んだ気づきがここには示されている。

CSRとは簡単に言うと、企業が社会的な影響を考慮して活動することであるが、企業がCSR活動をするという事は、企業が行政と同じ方向を向いて活動するということではないだろうか。だとすると、行政に余力がない今、CSR活動を活発にしていくことが行政にとって必要なことであると言える。

近年は「行政によるCSR支援」を推進する自治体が増えている。企業に社会的責任を果

¹ CSR（企業の社会的責任）とは何かを知るための、日本一カジュアルなブログ | CSRのその先へ、自治体の課題はCSR推進による企業との協業で解決すべき <<http://andomitsunobu.net/?p=6775>> 2014年11月29日アクセス

たしてもらうことで、住みやすい地域づくりを実現しようとするものである。現在、CSR を充実させている企業を認証し、何らかのメリットを与える制度が横浜市、さいたま市、宇都宮市、川口市などの自治体でできている。このような制度は、CSR 活動をする余力がなかった中小企業などの地元企業に、CSR 活動に取り組むきっかけを与えている。実際、数多くの企業が認証を受け、地域貢献を果たしている。このような認証制度を設け、地域志向型の CSR を推進させている自治体は増えている。ところが、私の住む仙台市においては、未だそのような CSR 支援がなされていない。そこで、仙台市における CSR 企業認証制度の提案をするのが本論文の目的である。東日本大震災をきっかけとして、被災地を中心に、国民のボランティア精神が向上しているといわれている。その中で、特にここ仙台市においては、この CSR 企業認証制度は住みよいまちづくりに貢献してくれることであろう。

第一章の理論編では、協働が必要とされていることと CSR について詳しく説明する。また、CSR 支援の方法として企業認証の形をとることの正当性について考えていきたい。第二章では、現在 CSR 企業認証制度を打ち出している三つの自治体についてそれぞれ分析・評価していく。また、神奈川県が実施した CSR についてアンケート結果を参照し、どのような企業認証制度をつくるべきか考えていく。第三章では仙台市における CSR 支援策について提案していきたい。第四章においてそれらをまとめる。

第1章 理論編

第1節 協働の必然性

近ごろ市民協働が注目されている。市民協働とは、行政と市民、特に民間団体やNPOなどが共に公益を目標として活動することである。この取り組みのメリットとしては、市民と協働することにより行政側にかかる負担を少なくできること、行政に民間の視点を組み込めることが挙げられる。現在は、行政が市民から意見を募集する、または市民団体に事業を委託するなどの形がとられている。では、この市民協働は現在どのくらいの自治体で取り組まれているのだろうか。

グリーンアクセスプロジェクト²という団体が2011年12月から2012年3月にかけて行った「市民参加・協働条例に関するアンケート」によると、「条例あり」と答えた自治体は31.2%にのぼり、「検討中または策定中」と答えた自治体は18.7%にのぼった。この二つを合わせると、回答した過半数の自治体が市民参加・協働条例の策定に前向きであることがわかる。このようなことから、全国的に市民協働は推進されていく流れにあり、なおかつ、行政の硬直化している財政事情や民間主体の社会貢献意欲の向上などを考えると、市民協働は今後も広がりを見せていくと予想される。

しかし、市民協働するだけではなく、企業等の民間の主体が自主的に社会問題に取り組んでいくようになれば、それほど望ましい状況はないだろう。横浜市や宇都宮市、さいたま市では、企業、NPO、行政、研究機関の協働の下、地域志向CSRを認定・認証する制度を構築・運営している。CSRは、地域企業の経営改善やそれによるイメージアップを通して地域経済の活性化を呼ぶだけではなく、社会貢献も含むことによって、地域活性化も促すものである。例えば、労働環境の改善など、行政だけの取り組みではなかなか改善しにくい問題も、CSR活動の推進により解決していくことができる。このように、行政は企業と共に住みよい地域づくりを行っていくことで、今まで以上の公益を実現することができる。もはや社会問題は行政のみが取り組むべきものではなく、企業や市民団体とともに取り組んでいくべきものなのである。

第2節 CSRとは

企業の社会的責任 (corporate social responsibility、略称：CSR) とは、企業があらゆるステークホルダー (利害関係者：消費者、投資家等、及び社会全体) に対する影響を考慮したうえで、企業活動を行うことである。一般的に企業活動の目的は利益を上げることであるとされているが、CSRの考え方を採用すると、企業はステークホルダーに対して悪影響を及ぼさない範囲で企業活動をし、利益を得るものであるといえる。正確には、CSRの概念は固定化されているとはいえない。だが、最も基本的なCSR活動とは企業が自らの活

² グリーンアクセスプロジェクト HP<<http://greenaccess.law.osaka-u.ac.jp/>> 2014年11月29日アクセス

動について説明責任を果たすことであるとされている。それは、企業が自らの活動について説明するためには、各ステークホルダーに対する影響を考慮した行動をとる必要があるからである。よって、企業は説明責任を果たすために、自らの行動を律していくのである。また、CSR はただ単に法律を守る行為とは別であることはもちろん、企業のイメージアップのための PR 活動とも識別される。PR 活動は企業の利益を目的とした活動の一つであるが、CSR 活動は企業がその倫理観や社会貢献意識のために自ら取り組む活動である。そのような動機によって、持続可能性を持った経営がなされ、さらに社会貢献がなされるのである。

では、このような考え方がなぜ今注目されているのだろうか。実は、日本において、CSR は決して新しい考え方ではない。自らの利益だけを考えるのでは結果として損をすることになるが、人に対して誠実に接していればいつかその行いは自分に返ってくるという意味の言葉は江戸時代から見られていた。そのような考え方が浸透していた日本において、特に企業の社会的責任が注目され始めたのは、1990 年代後半以降である。一部の企業において発生した、企業の信用を失墜させるような不祥事が企業の社会的責任についての議論を活発にさせたのである。中には製品の欠陥や事故により人々に大きな損害を与えたものもあり、消費者による不買運動など、商品・サービスの安全を求める声が高まった。また、消費者だけではなく、株主や投資家なども含めたあらゆるステークホルダーが企業行動の社会的責任について意識しはじめた。特に、従業員にとっても企業活動は関心の的である。現代においては学校を卒業するとほとんどの若者が企業へ就職し生計を立てていく。よって、法令遵守を含め、人材育成制度など職場環境が整っているかどうかは従業員にとって大きな問題になる。このような背景のもと、企業は社会的責任を意識せざるを得なくなっている。また、CSR 活動には終わりがなく、現代では様々な分野に取り組む事が求められている。近年では、グローバル化の進展もあり、NGO、NPO の活動も多様化する中で、環境、人権、経済といった問題に取り組むことが国際的な潮流となっている。

第 3 節 CSR 企業認証制度の正当性

CSR 企業認証制度とは、既に横浜市、さいたま市、宇都宮市、川口市で実施されている制度である。どのような制度かというと、地域企業で CSR 活動を充実させている企業を認証し、優先的に事業を割り振る、融資を行う、CSR 充実企業であることを示すマークを付与し企業価値を高める、などのメリットを与えるものである。既に多くの企業が認証を受けており、CSR 活動の普及に貢献している。この CSR 企業認証制度は、地域貢献が期待できる企業を対象に、コンプライアンスを基本として、CSR 活動全般において評価したものである。従来は、子育て応援企業を認証し「くるみん」マークを付与する厚生労働省の政策や、環境に優しい活動をしている企業を「エコ・ファースト企業」として認証する環境省の政策などがあった。このように各分野別に CSR 活動を支援するものがあり、その分かり易さから、広く普及し、多くの企業が認証を受け、各分野の CSR 活動に取り組んできた。

しかし、このような制度を利用し、認証を受けることのできる企業は首都圏を活動拠点とする大企業に偏ってしまっている。首都圏の一極集中が問題視され、地方の活力が必要とされている今、地方に多く存在する中小企業が活発に CSR 活動に取り組むことのできる環境が必要とされるのではないだろうか。そこで、中央省庁による全国的な CSR 支援制度ではなく、地方自治体によるその地に適した CSR 支援制度が必要であると考えます。

行政による CSR 活動支援の形としては、企業向けに CSR セミナーを開催する、CSR に積極的に取り組んでいる企業を表彰する、もしくは認定制度を設けて何らかのメリットを与えるといったものがある。大手企業などは行政の手助けなしに自ら CSR 活動を行うことができるが、中小企業などについていえばそうではない。CSR 活動をすることの明らかなメリットがないとなかなか取り組めないのである。単なる表彰・顕彰制度に留まることなく、持続的な CSR 活動の展開が図られるとともに、それらの活動を通じ、企業の成長・発展・イメージアップに直接的に役立つ施策が望ましい。そこで、今後 CSR 活動をさらに推進させていくためには、認定制度を作り何らかのメリットを与えていくことが最も有効であると思う。よって、仙台市においても、企業認証制度という形で CSR 活動支援策を考えていきたい。

第2章 分析編

この章では、既に地域志向CSRを認定・認証する制度を構築・運営している、横浜市、宇都宮市、さいたま市について分析・評価していく。他にも、2013年に川口市が地域貢献事業者認証制度を構築し、沖縄県が人材育成に重点を置いた沖縄県人材育成企業認証制度を発足させているが、まだできたばかりで分析しにくい側面があるため、今回は分析対象外とする。なお、分析の対象は、主に評価基準と認証企業に与えるメリットとする。そのほかにも細かい点はたくさんあるが、制度の明暗を分けるのはその二点であると思うので、第3章の政策提言でもその二点をメインに提言していきたい。

また、全国で初となるCSR企業認証制度を導入した横浜市のある神奈川県では、企業に対しCSRに関するアンケートを行っている。CSR企業認証制度を長く運用する神奈川における企業の意見は参考になると思うので、それについても考察していきたい。そのなかで、仙台市においてこの企業認証制度を構築する際、どのような認証制度が望ましいのか考えていきたい。

第1節 横浜市³

全国で初めてCSR企業認証制度を導入した横浜市。横浜市が策定した「横浜型地域貢献企業認定制度」は2007年にできたものだった。この制度は、「信頼」と「ネットワーク」で結ばれる豊かな市民生活の実現を目標に、事業活動を通して地域を志向したCSRに取り組んでいる企業を、ある基準のもとに「横浜型地域貢献企業」として認定し、その持続的な成長・発展を支援する事業である。この横浜市の制度の特徴としては、横浜という地域への貢献を強く意識している点にある。

<評価項目・評価方法>

①CSRシステムの構築（システム評価）

②一定の項目数を超える地域貢献への取り組み（地域性評価）

上記①、②が両方確認できた場合に、「横浜型地域貢献企業」として認定するとしている。

①のシステム評価は地域貢献活動を継続的に取り組むための経営システム（Plan → Do → Check → Actの仕組み）が構築されているかどうかを評価するものであり、例えば、地域や社会を意識した事業活動に取り組む組織体制の構築状況などを評価する。

②の地域性評価については、必須項目としてコンプライアンス、重要項目として地域社会貢献、地元活用・志向、雇用、環境、品質、一般項目として財務・業績、労働安全衛生、消費者・顧客対応、情報セキュリティの計10項目がある。なお、この認証制度には三段階

³ IDEC 公益財団法人横浜企業経営支援財団HP<<http://www.idec.or.jp/keiei/csr/>>2014年11月29日アクセス

の認証基準があり、最上位認定、上位認定、標準認定がある。最上位認定で 7 項目以上、上位認定で 5 項目以上、標準認定で 3 項目以上クリアが条件となっている。なお、最上位認定は『地域社会貢献』と『地元活用・志向』を両方クリアしていること及び「直近 3 期以内に 1 回は黒字であること」が追加要件となる。

(1)取組項目評価

	項目	内容例
必須	コンプライアンス	法令遵守宣誓書 納税証明書 許認可
重要	地域社会貢献	地域ボランティア 文化事業 地域への寄附
	地元活用・志向	業者選定(地元企業優先) 地元ブランドの販売
	雇用	女性の活躍促進(よこはまグッドバランス賞認定など) 出産育児 サポート 介護サポート制度 高齢者・障害者積極雇用
	環境	認証取得(ISOなど) 地域環境活動参加 リサイクル
	品質	認証取得(ISOなど) 高齢者対応製品 健康配慮製品
一般	財務・業績	黒字決算 出納と帳簿作成の分離 会計参与の設置
	労働安全衛生	認証取得(OHSASなど) 健康・労務相談窓口の設置
	消費者・顧客対応	顧客対応窓口の設置 顧客対応の教育・訓練制度
	情報セキュリティ	PC・文書管理 Pマーク 顧客情報管理

「重要」項目のうち、「地域社会貢献」、「地元活用・志向」いずれか1項目は必ず取り組んでいる必要があります。
ただし、最上位認定には「地域社会貢献」、「地元活用・志向」は両項目必須です。

出所：公益財団法人横浜企業経営支援財団 HP より

加えて、これらの項目ごとに

- a) 横浜という地域特性や文化を重視した取り組みを行っている
- b) 横浜在住者限定の取り組みを行っている
- c) 取り組みの対象者（従業員、顧客など）の割合が横浜在住者 50% 以上であることのいずれかを満たすことが求められている。

<認定企業のメリット>

・認定証・認定マークの付与—評価項目のチェック数に応じて、「最上位認定」「上位認定」「標準認定」の認定証および認定マークが横浜市から付与。（下図）



横浜市地域貢献企業認定マーク

出所：IDEC 公益財団法人横浜企業経営支援財団 HP

- ・認定企業間のネットワーク—認定企業の交流会を年 1~2 回実施。
- ・認定企業限定セミナー実施—認定企業を対象にした大学教授や実務家など専門家による最新のテーマの講義を、年に数回無料で受講。
- ・IDEC 主催セミナーの割引受講
- ・広報支援—横浜市や、当財団のホームページなどで、活動を紹介。
- ・継続的経営コンサルティングの利用料優遇—経営革新に向けた専門家を継続派遣する「経営コンサルティングメニューの利用料を一部優遇。
- ・横浜市助成制度の資格要件緩和—横浜市が行う設備投資に対する助成制度について、申請の資格要件が緩和。
- ・低利融資の認定
- ・横浜市の公共工事におけるインセンティブ発注—公共工事の入札の際に、認定企業であることを参加条件とする制度。

この認証制度の認定は無料で、認定企業は 2014 年 3 月末で約 280 社にのぼっている。今までに寄せられた認定企業の声としては、以下のようなものがある。

・『認定前は明文化されていなかった経営理念を同制度の「CSR マネジメント・システム」を構築することで明文化し、「見える化」できたことで、従業員に対し、会社の進むべき方向性を明確に指示できるようになった。』

・『認定前は ISO(品質、環境)、労働安全衛生等、個別に対応していたが、「CSR マネジメント・システム」を通じ、経営理念の下に一つにまとまった。』

・『業界紙などへのマスメディア掲載が増え、従業員が自社に誇りを持ち、社内が活性化した。』

・『独自の企業ブランドが構築され、顧客からの信頼度が増した。』

このようなプラスの意見がある一方で、メリットとして公共工事の入札の際に、認定企業であることを参加条件とする制度としたこともあり、公共工事に関連のある業種の企業が多く認定されており、認定企業の業種に偏りが出ている点が同制度の課題である。その企業の倫理観や使命感に基づき、自発的に CSR 活動を行っていく企業と、公共工事受注という現在の利益を動機とした CSR 活動を行っていく企業では、そもそもの CSR の捉え方の違いはもちろん、取り組みにも先々に差が出てくるのではないかという懸念がある。また、この制度は公共工事に関係のある業種のみが対象の制度であるとの間違った認識を持たれてしまう可能性があるため、その点、改善が必要であると思う。

第2節 宇都宮市⁴

「横浜型地域貢献企業認定制度」を参考にして 2008 年に創設されたのが、「宇都宮まちづくり貢献企業認証制度（宇都宮版 CSR）」である。この制度は、「人づくり」「まちづくり」「環境」などの CSR 活動を宇都宮市のまちづくりの重要な仕組みと位置づけ、活動に取り組む企業を、「宇都宮まちづくり貢献企業」として認証し、様々な分野での活動を支援・推奨することによって、企業・市民・行政の協働のまちづくりを行っていくことを目的とした制度である。横浜市は「地域貢献」をテーマにしていたのに対し、宇都宮市は「まちづくり」をテーマとしている。

<評価項目・評価方法>

評価項目は必須項目としてコンプライアンス、CSR 推進計画を設けている。また、一般項目として人づくり、魅力あるまちづくり、活力あるまちづくり、協働のまちづくり、地元密着・地域志向、雇用・労働、環境、消費者・顧客対応の 7 項目を設けている。必須項目のコンプライアンス、CSR 推進計画と、一般項目の 3 項目以上をクリアし、さらに、企業規模別の基準点数以上の取り組みを実施することで認証を受けることができる。

⁴宇都宮 CSR <<https://www.csr-utsunomiya.net/>> 2014 年 11 月 29 日アクセス

項目	主な取組内容(例示)	必要な取組数(企業別)		
		小規模 ~20人	中小 21~300人	大規模 301人~
必須	コンプライアンス	法令順守宣誓書+完納証明		
	CSR推進計画	計画・実施・評価・改善		
一般	人づくり(教育等)	1	2	3
	魅力あるまちづくり (健康・福祉、文化、スポーツ等)	1	2	3
	活力あるまちづくり (経済・産業・観光等)	1	2	3
	協働のまちづくり (地域参画・防災・交通、国際等)	1	2	3
	地元密着・地域志向	1	2	3
	雇用・労働	1	1	2
	環境	1	1	2
	消費者・顧客対応	1	1	2
企業規模別の基準点数		3点 以上	6点 以上	9点 以上

【認証】
必須+3項目+基準
点数以上で
クリア

出所：宇都宮まちづくり貢献企業認証制度について

<認証企業のメリット>

1. 認証書・マークの付与(右図)



出所：宇都宮 CSR

2. CSR ホームページ等による認証企業の広報
3. 低利融資制度
4. 入札優遇制度
5. 入札参加資格審査項目に追加 ※平成 23・24 年度分～
などがある。

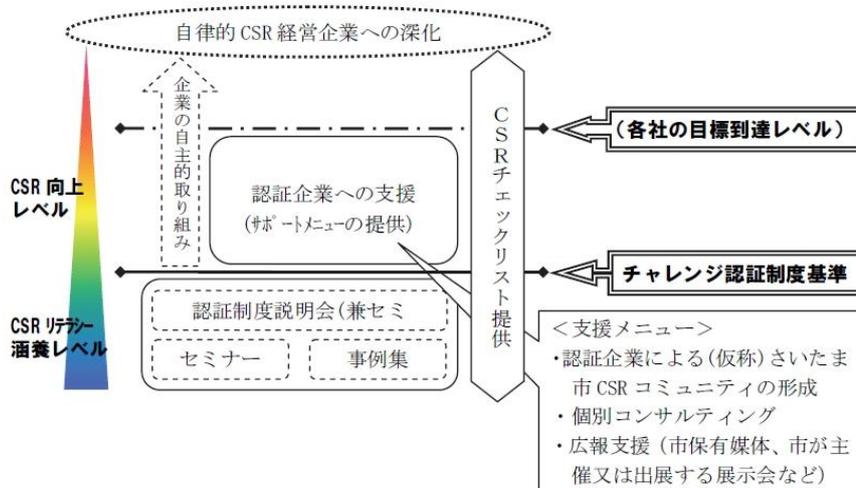
同制度の認証も無料であり、平成 25 年度末までに認証した企業数は 110 でそのうち 99 社が中小企業である。一方で建設業が 63 社を占め、横浜と同じような課題を内包している。

この業種の偏りをどのように解消していくのが課題である。また、横浜市と比べるとメリット面が少ない。認証企業による交流会や専門家の無料講習など、人間関係や知識を得ることのできる場が少ないのである。横浜市は毎年 30 ～ 40 社の認定、宇都宮市は毎年 20 社前後の認証があるのだが、宇都宮市の認証企業数が横浜市よりも少ないのは、メリット面の不足が原因なのではないだろうか。同じ土地で事業を営む者どうし、繋がりがあれば共同で CSR 活動を行ったり、ビジネスチャンスにつながったりするかもしれない。そのようなことから、宇都宮市の認証制度はメリット面が不十分であると言える。

第3節 さいたま市⁵

さいたま市では 2012 年に CSR 企業認証制度が中小企業を対象として創設された。横浜市や宇都宮市は企業規模を限定することはなかったが、さいたま市では対象企業を中小企業に限定した。この CSR 企業認証制度は、CSR に取り組む意欲のある中小企業を「CSR チャレンジ企業」として認証し、その取り組みを応援する制度である。つまり、CSR 企業としての育成を図る制度であり、CSR 活動に取り組んだ実績のみをもって認証するだけの制度とは異なる。そのため、横浜市や宇都宮市とは、その点大きく違った制度となっている。また、さいたま市では CSR は単なる社会貢献・地域貢献ではなく企業経営そのものと捉えており、CSR に取り組むことで企業の成長を促せると考えている。よって、この CSR 企業認証制度は産業振興につながり、ひいては中小企業育成の一貫策であると考えており、当制度のキーワードは『産業振興』である。下図が、さいたま市における認証制度の概要イメージ図である。

図表 3-1 本市の CSR 推進施策の体系



出所：さいたま市 CSR 活動認証制度設計に関する調査研究⁶

⁵ さいたま市 HP <<http://www.city.saitama.jp/index.html>> 2014 年 11 月 29 日アクセス

<評価項目・評価方法>

さいたま市は制度設計の際に、さいたま市に所在地のある企業、特に中小企業に CSR に関するアンケートを行った。その内容は、CSR の認知度や事業活動において今後注力したいことなどを問うものであり、CSR 活動の現状を把握するために実施された。このアンケート調査は、後に CSR 活動に関する読本を作成する際に用いるチェックリストにも反映され、126 の具体的な行動の有無を問う形式とした。このようにして作成されたチェックリストは認証制度の基準としても活用されたが、企業に実際にアンケートを行った上で審査項目が決定されたのは、さいたま市で初めて見られた取り組みである。このチェックリストは、法令遵守など一般的に取り組むべきと認識されている活動で成り立つ「守る CSR」31 項目と、社会貢献意識や倫理観の元に自発的に行っていく活動で成り立つ『伸ばす CSR』59 項目で構成されている。具体的には、企業風土、企業統治、情報セキュリティ、労務管理、製品及びサービス、調達、環境経営、経営革新、など様々な分野がある。そのチェックリストは本論文に添付させておく。このチェックリストのうち、『守る CSR』の内 50% 以上かつ『伸ばす CSR』の内 20% 以上をクリアすることが認証の条件である。このチェックリストはさいたま市の HP やパンフレット等で公開されているため、この認証を受けない企業などでも簡単に利用することができる。特に中小企業において、自社がどのような状況にあるのか把握できる全国初の秀逸なリストとなった。また、そもそも CSR とはどのような考え方なのかといった基本的なことから解説した読本も同時に公開しており、この取り組みはさいたま市にとどまらず、全国の CSR 活動促進に少なからず貢献したと考えられる。このように、審査基準となるチェックリスト作成にあたり、企業の声を反映させた点、企業認証を行うだけでなく、チェックリストの作成にあたった点がさいたま市の新しい取り組みといえる。

<企業認証のメリット>

(1) さいたま市による企業 PR 支援

・「コラボさいたま 2014 さいたま市商工見本市」での認証式と企業概要の展示

開催期間 平成 26 年 11 月 7 日（金曜日）から 9 日（日曜日）（補足）認証式は 7 日（金曜日）を予定。

・市報さいたま、さいたま市プレスリリース、さいたま市ホームページ等による企業名、企業概要、CSR 活動内容等の紹介。

・その他、さいたま市が出展する展示会・見本市での企業紹介等を予定。

(2) 認証企業や市内外の CSR 実践企業が集う「さいたま市 CSR コミュニティ」への参加

⁶ さいたま市 CSR 活動認証制度設計に関する調査研究 2014 年 11 月 29 日アクセス

http://www.city.saitama.jp/005/002/001/p014468_d/fil/doc-CSR.pdf#search='CSR+%E8%87%AA%E6%B2%BB%E4%BD%93'

・コミュニティ限定の CSR 経営に関する勉強会（経営者、従業員ともに参加可の予定）を定期的に開催するほか、CSR 課題に応じたグループコンサルティングや、企業交流会を開催し、ビジネスマッチング（異業種交流）機会を提供。

（3）認定マークの付与（右図）



さいたま市 CSR チャレンジ企業

出所：さいたま市 HP

横浜市や宇都宮市とは違い、この制度には低利融資や公共事業の入札優遇といったメリットが採用されていない。代わりに、同制度の大きなメリットとされているのが「さいたま市 CSR コミュニティ」への参加である。地域に根ざした中小企業にとって、その地域における人脈は今後の事業にプラスの影響を及ぼす事が予想されるため、認証に踏み切るには十分なメリットになるのではないだろうか。

同制度の認証は先行 2 市同様無料である。認証企業は制度発足から 2 年目の平成 25 年度末時点で 21 社である。メリット面での改善もあり、横浜市や宇都宮市のような認証企業の業種の偏りはない。しかし、横浜市は毎年 30 ～ 40 社の認定、宇都宮市は毎年 20 社前後の認証があるのに対し、さいたま市は初年度 15 社、2 年目 6 社と他市に比べて少ない。これは、企業にとってのメリット面が他市に比べて小さいことが原因であると考えられる。

このような状況のなか、さいたま市の企業認証制度の課題は大きく分けて二つ考えられる。一つは、さいたま市において CSR 活動を積極的に行い、地域をリードしているような大企業が認証を受けることができず、この制度を利用するような中小企業との交流が図れない点である。この制度は、CSR 活動には終わりがないため、常に向上心を持って CSR 活動に取り組めるように、中小企業の育成に主眼を置いた制度となっている。そのため、企業が制度の支えなしに自立して CSR 活動を行う事ができるようになれば卒業してしまうことになる。では、CSR 活動を充実させているような大企業も同時に認証できるような制度を構築すればよいのかというと、そうではない。チャレンジする中小企業とひとくくりにされてしまうと、そのような大企業にとっては、思わぬマイナスイメージが発生してしまう可能性があるからである。そのような大企業にも向上心を与えつつ、中小企業との交流が図れるような制度が必要である。例えば、CSR 企業認証制度より高次元の CSR 活動を行っている大企業には、チャレンジ企業とは別の、CSR 活動認証を行い、それぞれの交流を促すことなどが有用であると考えられる。

また、二つ目の課題点は、認証企業が少ない点である。横浜市や宇都宮市が抱える、認証企業の業種の偏りに関する課題は克服したと言えるが、その副作用として認証企業自体の数が減ってしまったものと考えられる。本制度の目玉は CSR 企業コミュニティへの参加である。このメリットをいかに大きなものにしていくかが重要であると思う。一つ目の課題でも言及したように、この認証制度による CSR 企業コミュニティに CSR 活動のトップをいくような企業も参加できるようにすれば、そこは大きなビジネスチャンスとなり、認証に踏み切るには十分なメリットになるのではないだろうか。また、消費者である市民がこの認証制度についてより理解するようになれば、認証されることによるメリットをより大きくすることができる。この認証制度では消費者教育というものは行われていないので、今後は取り組んでいくべきだと思う。二つの課題が挙げられたが、いずれにせよ CSR 活動を率先的に行っている企業の扱いが本制度の明暗を分けると考えられる。

第4節 アンケート分析（神奈川県）⁷

神奈川県は企業と行政の連携について模索するため、平成25年7月1日から平成25年8月9日まで間、県内の企業を対象に CSR 活動に関するアンケートをおこなった。アンケート方法は、各企業に調査票を郵送し、電子メールあるいは FAX で返答を募るといったものだったため、回答率は26.3%にとどまったが、620もの企業から回答が寄せられた。横浜市では全国初となる CSR 企業認証制度を実施しているだけに、今後の認証制度のあり方を考える際にこのアンケート結果は有用なのではないだろうか。

アンケートは全7問あり、それぞれについて今後活かしていけるような分析をおこなっていききたい。

①CSRの取組により、どのような効果を期待しますか。（複数回答可）

- ・企業価値や企業ブランドの向上86.3%
- ・地域社会とのコミュニケーション76.9%
- ・従業員のモラル向上70.8%

上位三つはこのようになった。企業価値の向上と答えた企業が一番多かったところを見ると、やはり CSR 企業認証制度によりマークを付与し、その企業のブランド力を高めるといった方向性は間違っていないようだ。

②CSRに取り組む上でどのような課題がありますか。（複数回答可）

- ・社内の推進体制の整備が難しい57.3%
- ・魅力的なプログラムを作ることが難しい48.5%

⁷神奈川県 HP : CSR 活動等に関するアンケート調査報告書 2014 年 11 月 29 日アクセス

<http://www.pref.kanagawa.jp/cnt/f490089/>

上位二つが突出して多かったが、どちらも CSR 活動に関する知識・経験不足が原因となるものだった。逆に、コストがかかる、従業員の参加が少ないといった回答は少なかった。これは、CSR に関する知識があれば企業は今よりもっと CSR 活動を行う余力があるということである。さいたま市のような、これから CSR 活動に取り組もうという企業を応援するような制度はやはり必要なのかもしれない。

③CSRの取組に対して、県のどのような支援が効果的であると考えますか。(複数回答可)

- ・ 社会貢献にかかる情報の発信 57.1%
- ・ CSR の取り組みを県 HP 等に掲載 43.9%
- ・ 上位二つが情報発信にかかることであった。①の問いにおいて、企業が CSR 活動に期待するものは企業価値や企業ブランドの向上であったが、その手助けとして行政に情報発信を支援してほしいのだろう。

④CSR活動の一つとして、社会貢献活動がありますが、社会貢献活動についてどのような分野に取り組んでいますか。

エネルギー・環境、安全・安心、産業・労働分野についてはそれぞれ、約7割もの企業が取り組んでいると回答した。それに対して、健康・福祉、教育・子育て分野はそれぞれ、取り組んでいると回答した企業が約4割にとどまった。このことから、ないがしろにされてきた分野が明らかになってきた。

⑤今後、神奈川県と連携するとしたら、どのような連携をしたいと考えますか。(複数回答可)

- ・ イベント等の共同開催 27.6%
 - ・ 講師や専門家などの相互派遣 23.1%
- 上位二つはこのようになった。今までの質問から、情報発信についての項目である「県広報誌でのタイアップ広報の実施」が多くの回答を集めるかと思ったが、イベントの開催が人気を集めた。情報発信の形として、県広報誌ではなく、イベントを開催していきたいということだろう。

⑥神奈川県と連携するとしたら、どのような効果を期待しますか。(複数回答可)

- ・ 社会貢献活動を通じた企業ブランドの向上 59.4%
 - ・ 顧客や地域からの信頼の獲得 58.1%
- この二つが大きな割合で回答されていた。やはり、企業価値の工場は企業にとって関心の高い項目であるようだ。

⑦その他、企業のCSRや社会貢献活動の推進に関して、ご意見をお聞かせください。

・ 県が推奨するNPO団体、社会貢献活動団体のリストがあると、様々な活動を知ることができるとともに、企業としては安心して参画できる。

・ 社内でも取組を行っているが、自社だけでは、毎年同じような内容になりがちで、社外のイベントやCSR活動に参加していきたい。

・ 県、NPO、企業の三者がそれぞれの立場で協働できる活動があればよい。

私が気になった三つを抜粋して掲載してみた。CSR という結果の見えにくい活動を続けていくためには、やはり行政に認められ、リストに掲載されるような仕組みが必要とされているかのように感じる。また、自社だけではなく、他社やNPOなどと協働することでシナジー効果を期待したいという意見もあり、CSR 企業コミュニティを重視したさいたま市の取り組みの方向性は間違ったものではないと改めて思った。

第3章 仙台市における企業認証制度の提案

これまで分析してきたことから、仙台市における企業認証制度を考えていきたい。ここで、他市の認証制度を分析しても、仙台市とは違う土地なのだから参考にならないのではないか、という不安もあった。しかし、企業と CSR 活動の関係には地域性はあまり影響しないと思う。よって、他市の制度の問題点を改善し、仙台市でうまく運用できるよう、提案していきたい。分析編であげた三つの自治体における制度は、それぞれに課題を抱えていた。横浜市・宇都宮市は、認証企業の業種に偏りがあったこと、さいたま市は認証企業数不足、大手企業の扱いが定まっていなかったことである。横浜市・宇都宮市の課題をさいたま市が解決するような制度を作り、そこでまたさらに新しい課題が発見された形である。そこで、仙台市には横浜市と宇都宮市の制度を改善させたさいたま市の制度をさらに改善したものを提案していきたい。

<二つの認証制度>

さいたま市の二つの課題、認証企業数不足と大企業の扱いについてであるが、認証制度を二つ構築することで解決できる。まず認証企業数不足であるが、この課題解決のためには認証企業のメリット面を強化する必要がある。しかし、公共事業の優先的割り振りや低利融資制度などのメリットを導入してしまうと、CSR 活動に取り組む動機の面や、業種の偏りの面からふさわしくないと思う。では、どのようにしてメリット面を強化していくべきだろうか。私は、さいたま市がメリット面の目玉としていた CSR コミュニティの強化をしていくべきであると思う。神奈川県のアナウンスにも現れていたように、企業は CSR 活動に取り組む他社との関わりを求めている。CSR 活動をよりよいものにするために情報交換をし、共同で CSR 活動をするためである。さいたま市の制度よりさらにこのメリット面を強化するためには、まず CSR 企業コミュニティに CSR のトップランナーと言える大企業などをいれる必要がある。中小企業がそのような企業と情報交換して得ることのできるメリットは大きいからである。これで、大企業の扱いについての課題も克服できる。また、NPO やボランティア団体など市民団体もコミュニティに入れることができれば、なおシナジー効果が期待できるのではないだろうか。例えば、CSR 活動に関する勉強会を開き、その中で専門的な知識を得るために NPO やボランティアの方を講師として招き、話を聞くというのがよいと思う。

まずは、大企業が CSR 企業コミュニティに参加できるように、CSR 企業認証制度を二つ用意する必要がある。ここで、大企業にとっては市内の中小企業とコミュニティを持つことはあまり大きなメリットとならず、認証を受ける動機にならないかもしれないので、大企業にはさらにメリットを用意する必要がある。そこで、大企業の認証企業は仙台市と共同でイベントを開催、また CSR ランキングの公表を行い、メリット強化を図る。イベントは、例えば仙台メディアテークなどで各企業のブースを設け、日々の CSR 活動の展示会を

開催したりするとよいと思う。また、CSR ランキングについては、各企業の CSR 活動を点数化し、ランキングを作成するというものである。もしこのランキングで上位に入ることができれば、企業のイメージアップにつながる。例えば、学都仙台と呼ばれているように、仙台市には就職を控えた学生が多く暮らしている。そのような若者が、働きやすい職場を探し、ランキング上位の企業を就職先として検討することが考えられるので、大きなメリットになるだろう。既に、全国の企業に順位をつけて CSR ランキングを公表している団体があるが、この認証制度では地域性も考慮されているため、また違ったランキングとなって、意味があるだろう。

このようにメリット面の強化をし、さいたま市で現在採用されている、中小企業のみを対象としたチャレンジ企業認証制度と同時に、CSR トップランナー企業認証制度を構築するのである。現在のさいたま市の制度では、中小企業がある程度の CSR 活動をするができるようになると、認証を卒業するような構図になっていた。しかし、CSR 活動は終わりがなく、常に向上心を持って取り組むべきものであるのに対してこの制度は卒業した企業やトップランナー企業の CSR 意欲を向上させるものではない。そこで、卒業し、トップランナーとなった企業も向上心を持って CSR 活動に取り組めるよう、認証制度をつくるのである。なお、ただ二つの認証制度を作るのではなく、認証制度を横浜市の制度のように三段階に格付けする必要がある。これも、企業が常に向上心をもって CSR 活動に取り組むことのできる工夫である。三段階の認証制度(仮に CSR ゴールド企業、CSR シルバー企業、CSR ブロンズ企業)をチャレンジ企業認証制度に導入し、トップランナー認証制度においては上記で述べたように、認証企業内でランキングを作製するのはどうだろうか。神奈川県アンケートにもあったように、企業は実績の公表を望んでおり、実績がよりはっきりと表現されるのは順位という数字であると思う。手間がかかるが、このように順位づけて仙台市 HP や市政だよりなどで広報していくとよい。

このようにして、仙台市の制度を構築していくべきである。また、すでに仙台市では「みちのく環境管理規格」を実施している。これは、CSR 活動の環境面に着目して、企業認証を行う制度である。この認証制度を廃止、もしくは CSR 企業認証制度に成長させるような形で実施していくことができればよいと思う。なお、さいたま市はチャレンジ企業認証において応募企業を中小企業に限定していたが、仙台市の制度ではそれを撤廃しようと思う。さいたま市の制度では、大企業も応募することができると、大企業と中小企業が同じ括りで認証されてしまうため、大企業にとって思わぬイメージダウンが起こってしまうおそれがあった。しかし、仙台市の制度ではトップランナー認証制度があるため、大企業のイメージダウンは起こらないはずである。そのため、チャレンジ・トップランナーの両方の認証において対象企業の限定はしない。

なお、認証の審査方法については、横浜市、宇都宮市、さいたま市同様、各企業に自己診断書を提出してもらい、その上で市職員が企業を視察し、協議の上判断するものとする。

<評価項目・評価方法>

このようなことから、認証制度を二つ用意するが、その認証基準はどのようにするのが良いだろうか。まず、チャレンジ企業についてはさいたま市のチェックリストを活用するべきであると思う。仙台市とさいたま市は別の市であることから抱える問題や市民の意識など、異なっている点はいくつかあるかもしれない。しかし、中小企業が CSR 活動に対して抱く課題などはあまり変わらないはずである。制度運用の前に、かつてさいたま市がそうしたように市内企業にアンケートを取るのが最も望ましいのかもしれない。しかし、それにはコストもかかるので、さいたま市の制度を踏襲するような形でも構わないと思う。ただし、仙台市におけるチャレンジ企業認証制度は三段階の認証制度である。そのため、チェックリストの何%以上該当で認証するかを三段階用意する必要がある。その点、仙台市の企業の CSR に対する現状を把握した上で設定する必要があるが、仮にこのようにしたいと思う。

<チャレンジ企業認証基準>

さいたま市 CSR チェック項目を活用。

- ・ゴールド 『守る CSR』の内 70%以上かつ『伸ばす CSR』の内 40%
- ・シルバー 『守る CSR』の内 50%以上かつ『伸ばす CSR』の内 20%
- ・ブロンズ 『守る CSR』の内 40%以上かつ『伸ばす CSR』の内 15%

従来のさいたま市の認証基準をそのままシルバーの認証基準とし、ゴールドはそれよりも基準を高く、ブロンズは低く設定した。このチェックリストは守る CSR はもちろん、伸ばす CSR においても基本的な事項が多いため、ゴールド認証を得るためには『守る CSR』の内 70%以上かつ『伸ばす CSR』の内 40%と、大きく高いハードルを設けた。また、ブロンズ認証を得るためには、『守る CSR』の内 40%以上かつ『伸ばす CSR』の内 15%とした。これは、あまりにハードルを下げすぎると、この認証を受けることによる企業ブランド向上効果が薄れてしまう可能性があるため、シルバーとの認証基準の差を小さくした。

また、トップランナー認証制度については、横浜市のチェックリストを応用し、最上級の条件で認証されるようなものにする。その際、認証基準が低すぎるものにならないよう、現状と照らし合わせながら検討していく必要がある。なぜ横浜市の認証制度を活用するのかというと、宇都宮市の認証基準は地域へ貢献する CSR 活動かどうかをあいまいに評価するものになっているからである。横浜市の制度では、厳格に取り組みの対象者の 50%以上が横浜市民であることなどを定めている。一方、宇都宮市では、地域づくりの取り組みを評価しているため、厳格に数値を持って地域に還元する活動かどうかの判断をしていない。地方自治体はその地域の人々から税金を徴収し運営されている。その点から、支援する CSR 活動がその地域に還元するものかどうかを厳格に判定する必要がある。よって、横浜市の判定基準をトップランナー認証基準において基本的に踏襲する。なお、仙台市においてこ

のトップランナー企業は文字通り仙台市の CSR 活動を牽引していく企業でなくてはならない。そのため、認証基準のハードルを現行の横浜市の基準より高くする。もちろん、その度合いは仙台市の企業の現状と照らし合わせて決めていく必要があるが、仮にこのようにしておく。

<トップランナー企業認証基準>

① CSR システムの構築（システム評価）

② 一定の項目数を超える地域貢献への取組み（地域性評価）

上記①、②が両方確認できた場合に、「CSR トップランナー企業」として認定する。①のシステム評価は地域貢献活動を継続的に取り組むための経営システム（Plan → Do → Check → Act の仕組み）が構築されているかどうかを評価するものであり、例えば、地域や社会を意識した事業活動に取り組む組織体制の構築状況などを評価する。

②の地域性評価については、必須項目としてコンプライアンス、重要項目として地域社会貢献、地元活用・志向、雇用、環境、品質、一般項目として財務・業績、労働安全衛生、消費者・顧客対応、情報セキュリティの計 10 項目がある。そのうち、8 項目を満たしていれば CSR トップランナー企業として認証する。なお、『地域社会貢献』と『地元活用・志向』を両方クリアしていること及び「直近 3 期以内に 1 回は黒字であること」が追加要件となる。

横浜市ではチャレンジ企業認証制度がない代わりに、この三段階の認証基準を設けていた。その基準では、最も高い最上位認証で重要項目 7 項目以上を満たしている必要があった。しかし、仙台市においてはこのトップランナー認証の他に、チャレンジ認証があるため、その横浜市の認証基準より、さらに高いハードルを用意した。難しい認証になるかもしれないが、より多くの企業に向上心を与えるものになることを期待する。

<認証企業のメリット>

認証企業に与えるメリットであるが、チャレンジ企業とトップランナー企業で、それぞれが前向きに CSR 活動に取り組めるよう、異なるものにしようと思う。また、CSR コミュニティは主要なメリットであるため、CSR コミュニティへの参加は認証を受ける条件として提示する。

<CSR チャレンジ認証企業のメリット>

(1) 仙台市による企業 PR 支援

- ・ 市政だより、仙台市ホームページ等による企業名、企業概要、CSR 活動内容等の紹介。
- ・ その他、仙台市が出展する展示会・見本市での企業紹介等を予定。

(2) 認証企業や市内外の CSR 実践企業が集う「CSR コミュニティ」への参加

- ・ コミュニティ限定の CSR 経営に関する勉強会（経営者、従業員ともに参加可の予定）を定期的開催するほか、CSR 課題に応じたグループコンサルティングや、企業交流会を開

催し、ビジネスマッチング（異業種交流）機会を提供。

（３）認証マークの付与

<CSR トップランナー企業のメリット>

・チャレンジ企業のメリット（１）、（２）、（３）

（４）仙台市と共同で開催する合同イベントの開催

（５）CSRに関するランキングの発表

認証企業に付与するマークであるが、事業者や一般市民から見て好感を持てるようなものにしたい。また、そのマークがついていることで、プラスのイメージを持てるようなものである必要がある。そこで、近年人気を集めているゆるキャラを活用するのがよいと思う。たとえば、宮城県の「むすび丸」をデザインに使わせてもらうというのはどうだろうか。宮城県と仙台市が行っている観光促進キャンペーンである「宮城・仙台destinationキャンペーン」でむすび丸が起用されているということもあり、むすび丸は市民にとっても人気のあるキャラクターである。そのため、CSR 企業認証のメリットをより高めてくれるだろう。また、この認証制度は「公的な機関の認証を受けた」という企業ブランド向上を期待するものであることから、仙台市認証ということがひと目でわかるようなマークにしたい。下はそのイメージ図である。チャレンジ企業に関しては、ゴールド、シルバー、ブロンズの三段階で左上のメダルの色が変わる。たとえこのマークの趣旨や意味がわからなくとも、「なんとなくすごい企業」という印象を持つことができるようにデザインした。

<トップランナー企業認証マーク>

<チャレンジ企業認証マーク>



※むすび丸イラスト出所：宮城県 HP⁸、仙台市紋章出所：仙台市 HP⁹、マーク著者作製

⁸宮城県 HP<<http://www.pref.miyagi.jp/>>2014年11月29日アクセス

⁹仙台市 HP<<http://www.city.sendai.jp/index.html>>2014年11月29日アクセス

また、このような企業認証制度は、認証された企業のイメージアップにつながることを望ましいが、そのためには消費者など市民が CSR 活動の大切さを知っていることが必要となる。認証企業にマークを付与し公表したとしても、それを見る周りの人々がきちんと評価できなければイメージアップとはならないからである。認証企業のメリットとして広報していく中で、ある程度の認知は得られると思うがその他にも何らかの広報を行っていくべきである。そこで、消費者教育を行っていく必要がある。例えば、小学校の昼休み・授業時間・給食の時間などに CSR 活動や CSR 企業のマークについて子供たちに教えたりするとよい。また、この制度について市内の大学や高校などで講演会を開き説明するなどしていくべきである。特に、CSR を充実させている企業は働きやすい企業でもあると言える。そのため、卒業後多くの学生が就職する予定の学校で講演会を行うと、生徒の関心を引けるはずである。このような教育にどれくらいの効果が見込めるのかはわからないが、少しずつでも市民に CSR を理解してもらう必要がある。消費者教育については横浜市、宇都宮市、さいたま市のどこも取り組んでいない。それゆえに、どのような形で行っていくのがよいか手探りでやっていくしかないが、うまく CSR についての認知を得ることができれば、他の自治体と比べてこの企業認証制度がよりよいものとなるはずである。そのためにも、制度が現状に沿ったものとなっているか常に考え、制度を改善しながら運用していきたい。

第4章 まとめ

現在、国内外を問わず様々な社会問題が起こっている。その解決に迫られ、財政は悪化し、行政には余力がない。そこで、市民協働が注目されている。民間主体の力を借りることで、行政の負担を軽減させるとともに、民間主体の知識や経験を公益のために活かすことができるからである。さらに、近年は企業自ら社会貢献を意識した活動をする CSR という活動が起こっている。この CSR 活動をさらに発展させることができれば、行政の負担はより軽くなり、社会問題への取り組みが一層加速する。

行政として今までも CSR 活動を促進させるために企業向けにセミナーを開催したり、CSR 活動を評価し、企業を表彰したりしてきた。しかし近年、さらに踏み込んだ CSR 支援策を打ち出す自治体が出てきたのである。その策とは、CSR 企業認証制度である。これは、CSR を充実させている企業を認証し、何らかのメリットを与えるものである。この制度が出来たことにより、今まで CSR 活動に取り組む余力のなかった中小企業も CSR 活動に取り組むきっかけとなった。横浜市を皮切りに打ち出されたこの政策は、宇都宮市、さいたま市にも構築され、それぞれ改善されながら未だそのより良い形を模索している。横浜市、宇都宮市では認証企業の業種が偏ってしまい、さいたま市ではその偏りを改善できたものの、認証企業数が少ないといった問題を抱えている。

今後、仙台市でこの CSR 企業認証制度を構築する際、現在考えられる最善の形で運用し、まちづくりに貢献させたい。そのためには、さいたま市の制度を改善し、認証企業数を増やしつつ、業種の偏りをなくす必要があった。改善の方法としては、認証制度をチャレンジ企業認証制度とトップランナー企業認証制度の二つ作ることが考えられる。その際に、仙台市の CSR 企業認証制度では認証基準として二つの自治体の制度を改善し、運用する。まず CSR チャレンジ認証企業においてはさいたま市の認証基準を三段階に分けて運用する。また、CSR トップランナー認証企業については横浜市の認証基準のハードルをより一層高いものにして運用する。このようにすることで、企業が前向きに CSR 活動に取り組むことのできる認証基準ができる。また、メリット面でもチャレンジ企業とトップランナー企業の違いを作る。チャレンジ企業についてはさいたま市のメリットを踏襲し、トップランナー企業についてはそのほかに、仙台市と共同のイベント開催、仙台市 CSR ランキングの発表をする。特にランキング発表は、はっきりと優劣を付けることになるので、わかりやすい広報となるはずである。

また、横浜市、宇都宮市、さいたま市では実施されていないが、消費者教育も制度運用と同時に進めていくべきである。消費者、つまり市民がこの認証について理解していなければ、認証企業のメリットが小さくなってしまふからである。消費者教育の方法については前例がないため、手探りで進めていくことになる。しかし、それがうまくいけばこの制度がもたらす効果は絶大なものになる。このように、新しい試みも取り入れつつ、仙台市において CSR 企業認証制度を運用していくことが望ましいのではないだろうか。

おわりに

行政と CSR の関係について考えてきたが、財政が硬直化する中で行政が民間主体と協力していくことは、これから必ず必要となってくるはずである。市民協働が注目され、民間の力を借りてきたが、これからはさらにその必要性が高まってくる。そのとき、CSR が社会問題解決の鍵になるはずである。行政は人々に平等な行政サービスを提供する必要がある、その性格から失敗が許されず、リスクの高い取り組みを行いにくい。CSR 支援は、具体的な成果が見えにくいため、行政が取り組みにくい分野であるといえる。しかし、長期的視点に立ったとき、CSR 活動は企業自身や社会にプラスの影響をもたらしてきた。そのことから、CSR 活動を行政が支援することは、企業、社会、さらに行政にとっても望ましい事であるといえる。行政が今後、具体的な成果が見えにくいからという理由で新しい政策を打ち出すことに二の足を踏まずに、長期的視点に立って政策を打ち出す勇気を持つことを期待する。

また、現在日本では首都圏一極集中が続き、地方の活力が低下していると言える。その原因や影響はさまざま論じられているが、地方が活力を取り戻さなければならないことは言うまでもない。CSR 企業認証制度によって住みよいまちづくりを実現し、仙台市が今後もしきいとした街であることを願うのみである。それが東北全体の活性化につながり、より多くの地域が住みよいまちになると思う。

震災から3年以上たった今でも、仙台市をはじめとする被災地では社会貢献の意識が高まっている。そのような地で CSR 企業認証制度を構築することは、市民の社会貢献意欲をさらに高めることにつながるはずである。行政のみが社会問題に取り組む時代は終わったのである。これからは市民や企業と手を取り合い、社会問題に向き合っていくべきである。

参考資料

- ・月間 地域づくり 一般社団法人地域活性化センター平成24年9月特集

<http://www.chiiki-dukuri-hyakka.or.jp/book/monthly/1209/html/f00.htm>

- ・企業の社会的責任（CSR）に関する懇談会中間報告書—経済産業省

http://www.meti.go.jp/policy/economic_industrial/gather/downloadfiles/g40715a52j.pdf#search='CSR+%E6%99%AE%E5%8F%8A%E7%8E%87'

- ・CSR（企業の社会的責任）とは何かを知るための、日本一カジュアルなブログ | CSR のその先へ、自治体の課題は CSR 推進による企業との協業で解決すべき

<http://andomitsunobu.net/?p=6775>

- ・グリーンアクセスプロジェクト HP

<http://greenaccess.law.osaka-u.ac.jp/>

- ・さいたま市 CSR 活動認証制度設計に関する調査研究

http://www.city.saitama.jp/005/002/001/p014468_d/fil/doc-CSR.pdf#search='CSR+%E8%87%AA%E6%B2%BB%E4%BD%93'

- ・自治体による CSR 企業認証の現状と今後の方向性—東レ経営研究所

http://www.tbr.co.jp/pdf/sensor/sen_163_02.pdf#search='CSR+%E8%87%AA%E6%B2%BB%E4%BD%93'

- ・IDEC 公益財団法人横浜企業経営支援財団 HP

<http://www.idec.or.jp/keiei/csr/>

- ・宇都宮 CSR

<https://www.csr-utsunomiya.net/>

- ・さいたま市 HP

<http://www.city.saitama.jp/index.html>

神奈川県 HP：CSR 活動等に関するアンケート調査報告書

<http://www.pref.kanagawa.jp/cnt/f490089/>

仙台市 HP

<http://www.city.sendai.jp/index.html>

笑顔咲くたび伊達な旅 HP

<http://www.sendaimiyagide.jp/ci/shinsei.php>

宮城県 HP

<http://www.pref.miyagi.jp/>

添付資料

さいたま市チャレンジ企業認証制度チェックシート

出所：さいたま市 HP

大分類 (目的)	中分類 (対象)	小分類 (内容)	チェック項目	はい	いいえ	
守り	1	企業内部	企業風土	会社としての信念・方針や理念がある（定めている）		
守り	2	企業内部	企業風土	経営者や従業員一人ひとりが守るべき具体的な行動規則や規範がある		
守り	3	企業内部	企業風土	朝礼や定例会などで会社の方針や経営者の想いなどを従業員に定期的に伝えている		
守り	4	企業内部	企業統治	適法な手続きにより株主総会・取締役会（・監査役会）を開催している（組合・合同会社などは総会・理事会・社員総会にこれを準用する）		
守り	5	企業内部	企業統治	地震などの災害に遭遇しても事業が継続できるような備えがある（又は計画を定めている）		
守り	6	企業内部	企業統治	法令違反行為がないか定期的にチェックしている（チェックする組織や仕組みがある）		
守り	7	企業内部	企業統治	財務状況が別紙のフローチャートで「条件クリア」に該当している		
守り	8	企業内部	企業統治	株主（出資者）や取引金融機関に対して、自社の財務情報や事業計画について正確に開示又は説明している		
守り	9	企業内部	企業統治	決算及び配当を適法に行っている		
守り	10	企業内部	情報セキュリティ	顧客や取引先から入手した個人情報の漏洩を防ぐためにルールを定めて管理・運用している		
守り	11	企業内部	情報セキュリティ	業務情報の紛失・漏洩を防ぐためにルールを定めて管理・運用している		
守り	12	企業内部	労務管理	過去3年間に事業に関して従業員が死傷した場合、すべての事案について「労働者死傷病報告」を労働基準監督署に提出し、労働災害補償保険法に基づく補償を行っている		
守り	13	企業内部	労務管理	労働災害・通勤災害を防止するための実効的かつ具体的な措置を行っている		
守り	14	企業内部	労務管理	過去3年間に賃金の未払い、遅延及び違法な賃金引き下げをしていない		
守り	15	企業内部	労務管理	人員削減などをとする場合は、退職強要行為を行わず、法令に基づき適法に処理している		
守り	15	企業内部	労務管理	人事考課にあたり、法律に定める権利の行使を理由とした差別を行っていない		

大分類 (目的)	中分類 (対象)	小分類 (内容)	チェック項目	はい	いいえ
守り	17	企業内部 労務管理	法令に基づき社員などに(法定)健康診断を受診させている		
守り	18	企業内部 労務管理	セクシュアルハラスメント、パワーハラスメントに関するトラブルが発生しないよう具体的な対策をとっている		
守り	19	企業外部 製品及びサービスの提供	製品やサービスの品質を安定させるための取組みをしている		
守り	20	企業外部 製品及びサービスの提供	納期を厳守し、安定的な製品・サービスを提供している		
守り	21	企業外部 製品及びサービスの提供	製品やサービスの安全性を損ねるコスト削減を行っていない		
守り	22	企業外部 製品及びサービスの提供	法令で規制された有害な物質を使用した製品・サービスを提供していない		
守り	23	企業外部 製品及びサービスの提供	製品に不具合があった場合は、不具合が法令が定める基準以内であっても、自主的に回収・交換し、再発防止に努めている		
守り	24	企業外部 調達	取引先への発注は書面で行うなど、誤発注がないよう努めている		
守り	25	企業外部 調達	取引上の優越的地位を利用して、取引先への協賛金や従業員の派遣要求・物品の購入の強制、受領拒絶、不当返品、支払遅延(不当減額)、短納期発注を行っていない		
守り	26	企業外部 調達以外の商慣習	カタログや広告、営業において顧客などに対し、事実と異なる情報を伝え、あるいは誤認させないように営業方法を適切に管理している		
守り	27	企業外部 調達以外の商慣習	顧客・取引先の要望・不満に対して、誠実に対応する仕組みがある		
守り	28	企業外部 調達以外の商慣習	他社の製品やサービスに対して誹謗中傷を行っていない		
守り	29	企業外部 調達以外の商慣習	特許権、著作権、商標権などの取引先の知的財産を侵害していない		
守り	30	地域社会 環境経営	騒音・振動・悪臭・汚水・その他有害物質の排出抑制など、法令に基づき地域環境を良好に保つための環境経営を行っている(さいたま市生活環境の保全に関する条例で定める「環境負荷低減計画」の策定義務がある場合は、策定し、報告を行っている)		
守り	31	地域社会 環境経営	事業系一般廃棄物を定められた方法により適正に処理している		
守るCSR項目数計					

伸ばす	32	企業内部	経営革新	中小企業新事業活動促進法に基づく「経営革新計画」の承認を受けている又は埼玉県「チャレンジ経営宣言！」の登録企業である		
伸ばす	33	企業内部	経営革新	産学（官）又は産産連携による新商品・サービスの開発や経営改善に取り組んでいる		
伸ばす	34	企業内部	経営革新	中期経営計画又は長期経営計画若しくは両方の経営計画を策定している		
伸ばす	35	企業内部	社内コミュニケーション	社内提案制度など従業員の意見が経営者に届く仕組みがある		
伸ばす	36	企業内部	社内コミュニケーション	社員の家族や株主、出資者などに対して、自社の見学会や従業員との交流会を開催している		
伸ばす	37	企業内部	労務管理	店舗や社屋（事務所・工場）をバリアフリー、ユニバーサルデザイン化している		
伸ばす	38	企業内部	労務管理	65歳以上の高齢者を積極的に雇用している又は雇用できる仕組みがある		
伸ばす	39	企業内部	労務管理	法定雇用率以上の障害者を雇用している		
伸ばす	40	企業内部	労務管理	パートタイム社員や派遣社員を正社員に登用する制度がある又は登用した実績がある		
伸ばす	41	企業内部	労務管理	女性を管理職として積極的に登用している		
伸ばす	42	企業内部	労務管理	従業員が希望した（有給）休暇は確実に取得させている		
伸ばす	43	企業内部	労務管理	「ノー残業デー」「ワークシェアリング」などの残業を抑制する取組みを行っている		
伸ばす	44	企業内部	労務管理	「フレックスタイム」「短時間勤務」「在宅勤務」といった柔軟な働き方ができる制度を導入している		
伸ばす	45	企業内部	労務管理	従業員が育児・介護・看護休暇を実際に取得できる仕組みがある		
伸ばす	46	企業内部	労務管理	女性従業員が結婚や出産後も働き続けている又は安心して働き続けることができる労働環境を整備している		
伸ばす	47	企業内部	労務管理	休暇や勤務体系以外に育児や家庭との両立を支援する制度を設けている（手当の支給や事業所内保育施設の設置など）		
伸ばす	48	企業内部	労務管理	禁煙や分煙などを実施している		
伸ばす	49	企業内部	労務管理	従業員が仕事を上での悩みやメンタルヘルスについて、従業員のプライバシーを保護しながら相談できる仕組みがある		
伸ばす	50	企業内部	労務管理	従業員の能力向上を図る仕組みがある（社内研修の充実、社外研修等の受講支援など）		
伸ばす	51	企業内部	労務管理	従業員の企業への貢献や社会的善行を表彰する仕組みがある		
伸ばす	52	企業内部	環境経営	事業所の屋上や壁面の緑化活動を行っている（又はさいたま市「緑のカーテンサポーター」に登録している）		
伸ばす	53	企業内部	環境経営	エコカー、太陽光発電、LED、カーボンオフセットなどのエコ（環境配慮型）製品を導入している		

大分類 (目的)	中分類 (対象)	小分類 (内容)	チェック項目	はい	いいえ
伸ばす	54 企業内部	環境経営	ISO14001やエコアクション21、エコステージなどの環境経営に関する認証を取得している		
伸ばす	55 企業内部	環境経営	気候や労働環境に応じた服装での勤務を奨励している(クールビズ、ウォームビズを含む)		
伸ばす	56 企業外部	社外コミュニケーション	自社サイトで企業情報のほか、製品やサービスの内容などを伝えている		
伸ばす	57 企業外部	社外コミュニケーション	展示会や見本市に出展し、自社や自社の製品のPRに努めている		
伸ばす	58 企業外部	社外コミュニケーション	CSRレポートを作成している		
伸ばす	59 企業外部	製品及びサービスの提供	分かりやすい製品・サービスマニュアルを作成している		
伸ばす	60 企業外部	製品及びサービスの提供	子どもや高齢者、障害者に配慮した製品やサービスを製造したり、提供している(ユニバーサルデザインへの配慮)		
伸ばす	61 企業外部	製品及びサービスの提供	取換商品にエコマークやグリーンマークを取得しているものがある		
伸ばす	62 企業外部	製品及びサービスの提供	ISO9001などの品質を管理監督する認証を取得している		
伸ばす	63 企業外部	製品及びサービスの提供	環境に配慮した製品やサービスを製造又は販売している		
伸ばす	64 企業外部	調達	取引先の選定に関して、取引先のCSR実施状況を考慮している		
伸ばす	65 企業外部	調達	企業の大小にかかわらず、経営者から担当者まで、取引先と対等の立場で取引を行っている		
伸ばす	66 企業外部	調達	環境負荷の少なさを判断基準として、業務に必要な製品やサービス(例:再生紙等)を購入している(グリーン購入)		
伸ばす	67 企業外部	調達	障害者支援施設や高齢者施設から業務に必要な製品やサービスを購入している		
伸ばす	68 地域社会	地域志向	業務に必要な製品やサービスについて、さいたま市内の事業者から調達可能なものは、優先的に購入している		
伸ばす	69 地域社会	地域志向	地域を意識した製品やサービスを扱っている		
伸ばす	70 地域社会	地域志向	地元の商店会(街)に加盟している		
伸ばす	71 地域社会	地域志向	従業員の50%以上がさいたま市民又はさいたま市内の学校の卒業生である		
伸ばす	72 地域社会	環境経営	道路や河川の清掃・草刈、ゴミ拾い、街路への植樹、花壇・ゴミ箱設置などの市内美化活動を行っている		
伸ばす	73 地域社会	環境経営	省エネやCO2削減に向けた具体的な行動を社内で実践している(さいちゃんの「3Rパートナーシップ宣言」団体(企業)であることを含む)		
伸ばす	74 地域社会	環境経営	従業員に対し「エコ通勤」を推奨している		

大分類 (目的)	中分類 (対象)	小分類 (内容)	チェック項目	はい	いいえ
伸ばす	75	地域社会 安全・安心	地域パトロールを行ったり、自社を子どもの避難所 (子ども110番の家等)に提供するなど地域防犯活動へ 協力している		
伸ばす	76	地域社会 安全・安心	災害発生時に、飲料水や食料の提供、救援活動、自社 を避難場所として提供などの協力を行っている(「埼 玉県地域防災サポート企業・事業所」への登録を含 む)		
伸ばす	77	地域社会 安全・安心	従業員の消防団などへの参加を推進している		
伸ばす	78	地域社会 安全・安心	防災訓練などを定期的実施している		
伸ばす	79	地域社会 安全・安心	災害時に従業員の協力を得て、被災地への救援物資の 提供や人員の派遣を行っている		
伸ばす	80	地域社会 安全・安心	さいたま市や埼玉県の子育て・高齢者支援事業に協力 している(さいたま市の「シルバー元気応援ショップ」 「ババママ応援ショップ」「赤ちゃんの駅」など)		
伸ばす	81	地域社会 安全・安心	AEDの設置や、従業員への救命講習の受講など、地域救 急医療に協力する備えがある		
伸ばす	82	地域社会 教育・文化・ スポーツ	市内又は県内においてスポーツや文化活動に協力して いる		
伸ばす	83	地域社会 教育・文化・ スポーツ	情報セキュリティに関する認証などに達しない範囲 で、自社の施設を地域社会の要請等により貸し出す仕 組みがある		
伸ばす	84	地域社会 教育・文化・ スポーツ	児童・生徒又は地域住民の見学・職場体験の受入れ、 出前授業等の地域の教育・教養支援を行っている		
伸ばす	85	地域社会 教育・文化・ スポーツ	学生の就業体験(インターンシップ)の受入れを行っ ている		
伸ばす	86	地域社会 教育・文化・ スポーツ	国際交流に関する取組みを進めている(外国からの来 訪者受入、留学生のインターンシップ受入れなど)		
伸ばす	87	地域社会 社会貢献・ 地域協働一般	売上の一部を社会貢献活動に寄付している(売上の一 部が寄付になる仕組みをとっている)		
伸ばす	88	地域社会 社会貢献・ 地域協働一般	社内で定期的に募金活動を行い社会福祉や災害支援の ために寄付を行っている(使用済み切手や書き損じは がきを集めて寄付する等の間接的に募金につながる仕 組みを含む)		
伸ばす	89	地域社会 社会貢献・ 地域協働一般	社員のボランティア活動を支援している(休暇付与・ 勤務扱いなど)		
伸ばす	90	地域社会 社会貢献・ 地域協働一般	自治会や地域住民、周辺の事業者、市民活動団体、N POなどと協力しながら、社会問題の解決・緩和につ ながる取組みを行っている		
伸ばすCSR項目数計					