
シンポジウム

企業のコンプライアンスと社会的責任

——コンプライアンスとは、何だろうか。

なぜ、企業は社会的責任を問われるのか——

日 時：2008年12月3日 午後4時30分—6時

場 所：国士舘大学

パネリスト

大谷秀幸（メーカーの立場から・オムロンの取組み）

高野一彦（サービス業の立場から・ベネッセの取組み）

吉田良夫（弁護士の立場から）

問題提起、司会・吉川吉衛（国士舘大学法学部教授）

（敬称略）

小橋 最先端研（最先端技術関連法研究所）のシンポジウムを開始します。全体の司会を務める法学部の小橋（昇）です。よろしくお願ひします。最初に、最先端技術関連法研究所所長の山口康夫よりあいさつをします。

山口先生、お願ひします。

山口 今日、最先端研のシンポジウムということで集まっていたきました。最先端研は、法学部の現代ビジネス法学科が開設するときに、その研究施設として一緒にできた研究所です。ここにいる人は現代ビジネス法学科の学生が多いですが、現代ビジネス法学科の教育と研究部門が最先端研で、最先端の知識を勉強、研究するところです。

現代ビジネス法学科もだんだん歴史を重ねてきました。今日は、実務において活躍され、第一線にいる人たちをお招きし、現代企業の現状の課題、あるいは解決などについてお話を伺います。

いつもの講義と違い生々しい話もたくさん出てくるので、興味を持って聞

けると思います。オムロンの大谷様、ベネッセ（ベネッセコーポレーション）の高野様、弁護士の吉田様は、それぞれの分野で大活躍されています。それから、本学の吉川教授が中心になり進行をしていきます。これからは吉川先生にお任せしますが、学生の皆さんには、しっかりと勉強をして、現代の企業実務をよく理解してください。

本日は、法学部のOBや市民の方もお見えになっています。有り難うございます。よろしく願います。以上です。

小橋 有り難うございました。それでは、パネリストの紹介をします。

大谷秀幸様は、オムロン株式会社SSBカンパニー企画室コンプライアンス部長をお務めです。高野一彦様は、株式会社ベネッセコーポレーション内部統制推進部会社統制マネジャーをお務めです。吉田良夫様は、鳥飼総合法律事務所パートナー弁護士をお務めです。本日の司会及び問題提起を担当するのは、国土館大学法学部現代ビジネス法学科教授の吉川吉衛先生です。よろしく願います。

吉川 皆さん、こんにちは。

こちらのスライドには、「90分でわかるビジネス法務の最前線」とあり、また「企業のコンプライアンスと社会的責任」とあります。私のゼミの学生に、「先生、ビジネス法務の最前線が90分でわかるの？」と言われて、私は、「わかるよ」と言いました。皆さんには、「ああ、そうか。コンプライアンスとは、そういうことなのか。企業の社会的責任というのは、そんなことだったのか」ということをわかってもらいたいと思っています。よろしく願います。

まず、コンプライアンスとは何でしょうか。今、社会で、コンプライアンスが大変話題になっていることは皆さんも、何となく感じていると思います。「コンプライアンス」や「企業の社会的責任」が言われているのは、社会が、

昔とは、変わってきたからなのです。

では、現在は、どんな時代なのでしょう。コンプライアンスの説明の次に、変化した社会のことをお話します。

それから、企業が果たすべき社会的責任（コーポレート・ソーシャル・レスポンシビリティ）とは何だろうか。企業は前から存在していますから、果たすべき責任は前からありました。それが、なぜ最近になって、「社会的責任」と言われるようになったのか。その中身は何かということをお話します。

このようなことをお話して、講師の皆様のスピーチ全体の案内役を務めさせていただきます。

コンプライアンスとは何だろうか

私は、実は6年ほど前に、ある大きな経済団体で、企業の人や労働組合の人と一緒に「CSR・コンプライアンス研究部会」を作ってから、座長を務めています。この研究部会のなかで、なるほど、「コンプライアンスとはこんなことだ」、これを世間の人に話したらコンプライアンスを分かってもらえると感じたことを、まず紹介します。

ある電器メーカーがあります。その工場長が、こんなことを経験しました。このメーカーは、電器では専門ですが、工場で新しく石油ストーブを造りました。研究、企画、開発をして、ようやく新製品が市場に出ました。しかし、1週間たつとクレームが来ました。

工場長は、使い方が悪くて不具合になったのか、あるいは製品そのものの欠陥なのかと悩みました。すると、2件目が来ました。これは使い方だけの問題なのか、あるいは製品そのものの問題なのか。製品そのものの欠陥であれば、生産を止めないと大変なことになります。しかし、ここでせっかくお金をかけて開発した新製品の生産を止めれば、大変な損失を被ります。工場

長は50歳前後ですが、悩みになやみ、決断をするとき、本当の話ですが、一晩で頭が真っ白になりました。そのときに、判断基準になったものが、コンプライアンスということなのかと、私は、得心がきました。

皆さん、いかがですか。

もう少し順を追って説明すると、コンプライアンスという英語を「法令順守」と訳すのはマスコミ用語です。ここは法学部ですから、法令遵守と記述するのが適切ですね。そうしましょう。

さて、「法令遵守」で、現在、社会で使われているコンプライアンスという言葉が過不足無く表現できるでしょうか。これは、そうではないですね。不二家や白い恋人の話など、賞味期限が1日過ぎて、ペコちゃん、ポコちゃんの信頼を裏切ったということで社会の反応は大きく、そうすると、法令違反はないのですが、社会から大きな批判を浴びてしまいました。そうなると、「法令」だけではなく、それに倫理等が加わっています。つまり、社会の信頼を裏切ったということで、モラルに反したわけです。

現在、コンプライアンスは「倫理法令等遵守」ということで、法令に倫理等を加えた意味で使われています。法令を守っているだけではなく、「ペコちゃん、ポコちゃんのお菓子だから大丈夫だろう、おいしいだろう」という信頼を裏切ることが、社会の人たちの胸にかちんと来たのです。倫理法令等遵守は基本的な考え方です。しかし、私は、もう少し違い、「倫理法令等実践」ではないかと考えています。その「倫理法令等実践」にあたっての、判断のよりどころだと考えています。

企業が存立している、社会から安心する存在として頼られる、安心できる存在としてあるときに、そういう社会の要請に対して本当に企業が誠実にこたえる、そのこたえ方に新しい、企業の在り方があります。また、工場長のように、判断をするときに、個人が実践をするということです。

コンプライアンスの究極の基準は、「この話は、家に帰ったら妻に話せる

だろうか」、あるいは、「親きょうだいに話せるだろうか」ということだと言われています。そうすると、これは個人の問題でもあるわけです。

変わった社会

なぜ、そのように時代が変わってきたのかを説明します。現在は、30年に一度、いや100年に一度というような、大きな時代のながれの変わり目です。日本の歴史を見てみましょう。

国を治めた人たちのトップのなかのトップの一人が、聖徳太子ですね。この聖徳太子が造った、日本最古のお寺が四天王寺です。私は、この正月に四天王寺にお参りにいきました。日本の仏教発祥のお寺ですので、その流れを汲む仏教のそれぞれの教えが一言で書かれた額が掲げられていました。それらのなかで聖徳太子の教えがひととき大きな額に書かれていました。額が大きいのは、日本の仏教発祥の教えだと考えられているからですね。

その大もとの聖徳太子の教えは、「以和貴」です。「和を以って貴しとなす」と書いてあります。みんなで調和し仲よくいこう。多少のことがあっても、みんなが仲よく生活するためには、我慢したほうがよいのではないか。こういう社会で、日本は千何百年もやってきました。ですから、小さい企業も生き残り、みんなで一緒にやったほうがよいのではないかということです。

しかし、時代が大きく変わったのは「グローバル化」です。日本だけでは生き残れません。発展途上国からたくさんの人たちに来てもらわなければなりません。また、欧米と一層交流を深めなければならないとなると、日本の社会だけではなく、世界的に共通する考え方が日本社会の基準になり始めている、あるいはなっています。

価値観が異なる人たちが、世界的に共通する基準をもち、ともに生活する社会になったわけです。信頼を裏切らない、安心を、実際に証として、「どうなっているんだ」という説明も含めてやってもらわなければ困る社会に変

わってきました。そうすると、価値観の異なる人たちがたくさんいます。暗黙に、「多少の不具合は、いいじゃないか」ということでは済まなくなり、「これこれこうしてこうなった」というプロセスも含めて、きちんと説明をしなければなりません。

例えば、今日、皆さんから出席カードを提出してもらうことになっています。これは、皆さんがきちんと企業法等の講義を聞いている、理解しようと真剣に努力しているということを書面で示してもらうためです。単に試験でいい結果が出たから単位を取れるのではなく、それに至るプロセスについても、きちんとしているということ。「結果よければすべてよし」ではなく、プロセスも大事にしようという社会になっています。結果についても、プロセスについてもきちんとしよう、両方とも大事だということです。皆さんとしても、出席カードを出すことにより、私たちに対して、「出席しました」、「一生懸命聞きました」という説明をしてくれているということです。

企業の社会的責任とは何だろうか

企業の社会的責任は、決して特別なことをすることではありません。ボランティアで社会貢献をする。もちろん、これも企業の社会的責任の一つですが、それが本道ではなくて、その企業の本業を通じて行うことが、企業の社会的責任ということです。

企業は、まずもって本業において、経済的合理性を確保しなければ存立できません。これは、企業の存在意義として、必要なことです。しかしながら、それだけでは十分とはいえません。

本業において、経済的合理性を確保すること、これは、企業は前からやっています。では、何が改めてプラスして問われるようになったのか。それは、「環境保全」と「社会問題への取り組み」です。

リン・シャープ・ペインというハーバード大学の女性の先生は、企業は経

済的健全性と倫理的健全性を兼ね備えた部分において活動しなければならないといっています。そして、そのような企業を「センター・ドリブン・カンパニー」と呼んでいます。ここで、センターとは、一般に想像される何かの部署のことではありません。経済的健全性と倫理的健全性が重ね合わさっている部分のことです。その部分で活動する企業が、センター・ドリブン・カンパニーなのです。

企業の社会的責任では、よく三つの重要な項目が言われます。「トリプルボトムライン」です。それは、「経済」と「環境」と「社会」です。私は、これを「経済的合理性の確保」「環境の保全」「社会問題への取組み」として理解しています。企業は、本業を、「経済的合理性の確保」を通じて行うことにより、成り立ちます。しかし、これは必要なことだが、それだけで、十分に意義ある存在とはいえないと私は考えます。同時に、「環境の保全」「社会問題への取組み」を行わなければなりません。

社会問題への取組みと環境の保全

それでは、「社会問題への取組み」とか「環境の保全」とは、具体的にどのようなことか。社会には、たくさんの人々がいます。企業は、具体的に存在しているのでありますから、社会の人と、それぞれ利害関係を持っています。この利害関係者を「ステークホルダー」と言いますが、その人たちに対しての環境保全であり、社会問題への取り組みです。

ステークホルダーのなかには、少し不自然な感じもしますが、従業員も入ります。そうすると、従業員が良好な労働環境で仕事をすることも、企業の社会的責任なのであります。例えば、「企業のなかで女性従業員が占める割合を一定程度にしよう」、「女性の管理職の割合を高めよう」という問題があります。これは、従業員の多様性（ダイバーシティ）を高めるということです。単に成年男子だけではなく、女性も含めて、また、外国籍の人も含め

て仕事をしようということが、企業の社会的責任です。実際、そのほうが優れた商品ができるのですが、この実例については、本日は割愛します。

環境の保全について、あるメーカーの話をしします。そのメーカーには、たくさん本業があるのですが、ゲーム器を造るのも、その本業の一つです。ゲーム機の企画・開発をして、これを安価で供給することで、グローバル展開をするために、部品をある発展途上国の企業に委託して造りました。そのときに、もちろん基準を作り、「これを守っているでしょうね」と念を押しながら部品を造りました。

オランダでそのゲーム器を発売することになりました。ドイツだと緑の党が力を持っているように、ヨーロッパは環境を大事にします。そのメーカーは、発展途上国の企業に念を押し、「問題ない」ということでした。ところが、そのゲーム機をオランダで検査するとカドミウムが検出されて大変な問題になり、回収になりました。本業で製品を造るときに、環境保全への取り組みを真剣にしないと、企業の社会的責任は果たせません。

それでは、講師の方々からお話をいただきます。最初は、オムロンの大谷さんです。皆さんが、本学に通学するとき、駅で体験することが話題になるかもしれません。大谷講師、よろしくお願いします。

大谷 オムロンの大谷です。よろしくお願いします。

オムロンの会社・事業の概況

オムロンという会社をご存じですか。まずどんな会社かという概況を説明します。オムロンの主力商品は電子部品関係ですが、これをIAB、ECB、AECという三つのカンパニーが取り扱っています。IAB商品は工場や生産設備のなかで生産を制御するものです。例えば製紙工場のラインにおいて、高速で流れる紙製品に傷がないかを瞬時にチェックするセンサーのように、

工場ラインで使う電子部品や生産システムをコントロールする機器です。一方、ECB商品は家電品に組み込まれています。例えば電子レンジとかエアコンのなかに入っている温度調節センサーや、冷蔵庫を開けたら照明がつくようなスイッチなどの部品です。また、AEC商品は、自動車のパワーウィンドーや離れたところから車のドアを開けるキーレスエントリーなど自動車関連の商品です。

こうした電子部品とは少し異なりますが、私が現在所属しているSSBカンパニーでは社会システム商品を販売しています。例えば駅の改札機や券売機、あるいは道路交通の管制システムなど、社会的インフラとして24時間稼働しているようなシステム機器などを取り扱っています。

一方、みなさんご存知の健康商品はOHQという子会社の事業ですが、体温計、血圧計、体重体組計などを販売しています。例えば血圧計は、オムロンが世界で60%のシェアを占めています。オムロン全体の売り上げの約10%にとどまっていますが、テレビコマーシャルのおかげで、オムロンというと、健康商品の会社だと思っている方が多いのではないかと思います。

会社・事業の概況 (2008年3月末日現在)



■創業 1933年5月10日 ■従業員 5,593人(連結35,811人)
 ■創立 1948年5月19日 ■株主構成 金融機関=28.4%、外国法人等=44.0%、
 ■資本金 641億円 ■その他法人=4.2%、個人その他=23.4%

IAB インダストリアルオートメーションビジネス
 工場自動化用、産業設備用の精密システム機器の製造・販売
 センシング機器(光電、近接センサ、基振検出装置など)、コントロール機器(PLC、速度制御装置、レーザマシニング)、サーボモーター(サーボモーター、サーボモーター、サーボモーターなど)

ECB エレクトロニクス
 エレクトロニクスビジネス
 家電、通信機器、携帯機器、オーディオ機器、OA機器
 向けの電子部品の製造・販売
 リレー、スイッチ、コンタクト、センサ、マイク、レンズ、アレイ、カスタムIC、ICコイン、光電検知デバイスなど

AEC オートモーティブエレクトロニクス
 コンポーネントビジネス
 自動車用電子部品の製造・販売
 自動ブレーキ、シートベルトプレッシャー、パワーウィンドースイッチ、キーレスリモートスイッチ、ECUなど

SSB ソーシャルシステムズ
 システムズ
 駅・交通分野への機器 / モジュールの製造・販売およびシステムインテグレーションサービスの提供
 自動改札機、券売機、精算機などの駅舎機器、信号制御、道路管制機器などの交通機器ほか

HCB ヘルスケアビジネス
 ヘルスケアビジネス
 家庭用および医療用健康機器の製造・販売
 電子血圧計、電子体温計、ネブライザー、歩数計、体重組成計(体脂肪計)、家庭用の酸素生体情報モニタ、血圧監視装置、呼吸ガスモニタ、セントラルモニタ、自動検知検査装置など

その他
 グループ成長戦略の実現に向けた新規事業の育成・推進
 (VLSI用シリコン研磨機「モテム」、プロドロン「トルスタ」、バックアップ装置など)、ワイヤレスセンシング装置(無線検知装置など)、RFID事業(ICタグ、リーダー、アンテナなど)

オムロンの企業理念とCSR

次に本題に入ります。実は私も法学部出身です。オムロン入社後、法務部門に配属され、ずっと企業法務を経験してきましたが、法務を担当しているときには、実は企業倫理やCSRは非常に苦手でした。「法を越えるものとしての『企業倫理』とは何だろう」と考えるとなかなかつかみどころがなく、企業法務担当者にとっては、企業倫理やCSRは理解困難な問題でした。


ところが、CSRのISO（国際標準化機構）の規格化という動きにより、5年ほど前から急速に各企業とも対応せざるを得ない状況になりました。私自身もやらなければならないなら前向きにやってみようと、コンプライアンス部の設置に名乗りを上げたわけですが、実はこのコンプライアンス部という組織はオムロンでは私の部署だけです。したがって、社内でもよく質問されることですが、法務機能とコンプライアンス機能はどう違うのかということについて、後で説明します。

さて、近代経済学では、「人」と「もの」が明確に分けられたことが大きな意義の一つのようです。しかし、会社だけは両方の性格を合わせ持ったまま残されました。投資家から見たら、会社はお金をもうける道具であり、アメリカではM&Aの対象物として転売されてしまいます。ところが、日本企業においてはそうではありません。法人、つまり人としてのアイデンティティを重視し、いかに人格を高めていくかに一生懸命取り組んできたのが日本型経営です。

発表資料に「オムロンとCSRの長い歴史」と書いてある通り、オムロン創業者の立石一真は、「会社はだれのものか」ではなく「何のためにあるのか」と考え、社会のなかでの存在意義を重視し、「企業の公器性」というこだわりを持ちました。そして、「単に私企業であっても、自分がよかったらいいということではなく、社会のなかでの存在意義を考えるべきだ」と考え、


1959年に「社憲」を制定しました。「われわれの働きでわれわれの生活を向上し、よりよい社会を作りましょう」がその社憲です。今でも社員の名刺に刷り込んであり、また、あたかも念仏のように毎朝全社員で唱和しています。

1959年というと、高度成長のなかで多くの会社が利益に走っているときです。そうした時代背景のなかで、こういう企業理念を打ち出したことがオムロン全員の大きな誇りであります。



オムロンとCSRの長い歴史

オムロンにとって、CSR・企業倫理の原点は1959年制定の「社憲」にあります。
 オムロンの創業者・立石一真は、「企業は社会に役立ってこそ存在意義があり、利潤も上げることができ、存続していける」という信念を持っていました。
 ぞして、この信念は、オムロングループに脈々と受け継がれています。



■1959年「社憲」制定
 ・企業は社会の「公器」であり、社会の発展向上に貢献するために存在することを宣言。
 ・制定以来、あらゆる経営活動、事業活動の拠り所となってきました。

■社憲
 われわれの働きで
 われわれの生活を向上し
 よりよい社会をつくりましょう

OMRON(S&B) コンプライアンス部 | 2008-12-01

さて、21世紀を迎えるにあたり、「社憲」や、「企業の公器性」という理念を踏まえて、オムロンでは長期経営構想を打ち出しました。「グランドデザイン2010」というもので、「2010年までにどうありたいか、どうなっていたいか」をまとめたものです。ありたい姿としては、社会発展に貢献する「21世紀企業の創造」を2010年の目標に据えています。

この「グランドデザイン2010」は、オムロンのこだわりとして将来的にも守るべき「アイデンティティービジョン」と、時代に応じてどんどん変えていくべき「企業変革ビジョン」、そして、現場でどういうPDCA（Plan—Do—Check—Act）を回していくのかという「カンパニービジョン」という三つのビジョンから構成されています。

次に、CSRですが、先ほども述べた通り、2003年ごろから急速に経済界ではCSRに取り組みなければならないというトレンドが大きく出て参りました。しかし、オムロンが考えるCSRとは、寄付やボランティア活動のように企業が余力で行う活動ではなく、これまで通り本業のなかでしっかりとやっていくものです。本業のなかでしっかりとやっていくからこそ、当然、説明責任も付いてくるという考え方を基本としています。

したがって、CSRの重点的取り組みとして、「事業を通じた社会貢献」、「公正性への取り組み」、「社会的課題への取り組み」という三つの柱を挙げていますが、まさに本業のなかでやっていこうということです。例えば三つ目の「社会的課題」について言えば、オムロンには大分県の別府と京都に「オムロン太陽」という子会社があります。そこで、多くの身障者が働いていますが、身体的な機能として足りないところは機械で補うかたちで工場ラインを整備し、設立以来、赤字になったことがない非常に優秀な工場の一つです。このように、単に余力や付け足しでCSRなどの問題に取り組むのではなく、あくまでも本業のなかで、オムロンの特長を活かしてどんな社会貢献ができるのかを考えていこうというのが三つの柱の考え方です。

企業法務からコンプライアンスへ

残念ながら、いろいろな事業をやっていると、オムロンでも思いがけない問題が起きることがあります。例えば2003年に、東京の警視庁の交通信号機の入札談合について、公正取引委員会から勧告を受けました。当時私は本社の法務部門という立場にありましたが、現場がピンチのときに、法務部門に活躍の機会が回ってきます。法務部門は普段は煙たがられたり、「事業の邪魔だ」と言われかねない存在ですが、いったん問題が起きると、大いに頼りにされる存在に変わります。

前述の通り、法務部門にとって企業倫理やコンプライアンスには苦手意識

が強く、結果として、パッチワーク的な対応に終始していました。しかし、アメリカ連邦法の量刑ガイドラインのなかで「コンプライアンスプログラムをきちんと持ちなさい」と言われているように、まずコンプライアンスプログラムを整備し、私自身も本気で取り組み始めました。

そのときに重視したことは、単なる掛け声ではなく、現場における「継続的P D C Aの浸透」です。「継続的P D C A」とは何かというと、現場はもともと自らの仕事についてP D C Aを回しています。そこに、「何かを付け足しでやってくれ」と言っても結局その場しのぎに終わり定着しません。したがって、もともとのP D C Aのなかに、いかにコンプライアンスという問題をはめ込むか、落とし込んでいくかが必要になります。もう一つは、P D C Aは同じことを繰り返すだけではなく、いかに改善を積み重ねスパイラルアップしていくかが重要です。だからこそ、現場の主体性で継続していくことが必要なのです。

なお、企業倫理やコンプライアンス活動を進めるうえで、最近はこの二つの問題点を感じています。これまでは企業防衛的発想で取り組んできました。社会のあちこちで不祥事が起きるので、自社でも同様に起こさないようにという自己防衛的発想でやってきましたが、C S Rやコンプライアンスの本質は自己防衛ではないはずです。もっと社会の価値につながるようなポジティブな取り組みに転換できないかということです。もう一つは、企業理念は重要ですが、建前論だけでは現場になかなか落とせないことです。したがって、企業理念を単なる建前論と考えてしまわないように、現場のなかで事業と一体化させて、いかに風土や体質化していくべきかを考えなければいけないという問題認識です。

事業を通じたC S Rの実践

次に、健康事業と社会システム事業のなかで、どのように具体的に取り組

んでいるのかを説明します。これからは高齢化社会です。ところが、だれもが簡単に使える機器はなかなかありません。社会は今までは効率性重視のため、ごく普通の社会人、つまり健常者を想定した機器設計でした。そうではなく、簡単なことから言えば、例えば文字を大きくする、英語をあまり使わないことから始まり、高齢化社会に向けてだれでも簡単に使える健康商品にしていく。また、発展途上国では電池はなかなか手に入らないので、ソーラー型の血圧計を造るなど、世界のいろいろなところで役立てるような取り組みもしています。

先日、健康事業の担当者に最近の状況を少しヒアリングしてきました。今頑張っているのは、お客さんの声を大事にする活動です。「コールセンターの充実を一生懸命やっており、お客さんからのお礼の手紙やメールをたくさんもらっている」という説明を受け、一部を見せてもらいましたが、結構感動する内容が多く、顧客満足度の向上に力を入れていることがよくわかりました。

私が所属するSSBカンパニーは、社会のインフラを支えているため、少しのミスでもみんなが困るようなことになりかねないシステム機器を取り扱っています。これまで重視されてきたことは社会の効率性への貢献です。例えば、券売機にしても改札機にしてもそうですが、ラッシュアワーにいかにかたくさんの人を通すか、そのためにいかに壊れないものを造るかという発想で製品を造ってきました。

しかし、最近のように社会の安心・安全・快適が重視され始め、使う人は高齢者もいれば身障者もいるかもしれないと考えると、単に壊れないものではなく、健康商品と同じように、だれもが安心して安全に使える設計に変えていく必要があります。つまり、単に壊れないものから安心・安全設計へと仕事のしくみを変えていかなければなりません。


「紺屋の白袴」ではありませんが、社会の安心・安全を担う商品を売って

いるのに、その商品を作っている舞台裏がグレーだとか、いいかげんなやり方ではお客様にきちんと説明できないので、「事業そのものがCSRの実践」を合い言葉に、SSBカンパニー自らの体質改革も含めて取り組んでいます。

社会システム事業(SSB)の取り組み

OMRON

■カンパニーのミッション



SSBカンパニーのミッションは、社会インフラ領域で、時代のニーズを先取りしたソリューションを提供することを通じて、安心・安全で快適な社会を実現すること

■CSR取り組みのポイント

「事業そのものがCSR」を合言葉に、特に以下の2つにこだわった取り組みを進めています。

- ・社会ニーズに応えるという面で…
- 「安心・安全」ニーズの高まりに対し、事件・事故の防止や交通安全などに貢献するソーシャルセンシングに注力するとともに、市場最高レベルの品質確保を推進。
- ・公明正大な事業活動という面で…
- コンプライアンスの徹底を重視。ルールや制度を作るだけでなく、従業員一人ひとりの意識改革・行動変革にチャレンジ。

OMRON SSB コンプライアンス部 | 2008.12.03 |

CSR・コンプライアンスの意義

最後に、企業法務とコンプライアンスの違いを説明します。法務機能は「合理性」重視です。例えば地震が起きたときにもつぶれない家づくりのため、耐震構造を高めていくという合理性を追求するのが法務の機能です。それに対して、コンプライアンスとはみんなで快適な町作りをしていくことです。何が快適かは合理性というよりも、みんなできちんと議論をして、いかに共感していくかという「納得性」の問題ではないかと思えます。

今SSBカンパニーでは、コンプライアンスのギアチェンジを合言葉に、これまでの活動の見直しを進めています。例えばコンプライアンスの意義について言えば、今までは、「不祥事を起こした会社はつぶれかねないから、そのようなことがないようにみんなで会社を守っていこう」という守り重視でした。結果として、社員を委縮させてしまうような活動も多くみられまし

た。

しかし、これからは、「自分たちは、社会の期待にこたえるような仕事をしている」という誇りや自信をきちんと持って仕事に取り組んでいけるように、「元気の出るコンプライアンス」にギアチェンジしていきたいと考えています。

皆さんもこれから社会人になります。少し失礼な言い方ですが、学生時代は独りよがりでも許されますが、そろそろ社会のなかで自分がどうあるべきか、どんな役に立てるかを考える時期に来ています。CSRとは、みんなでいかに世のなかをよくしていくかという運動ですので、企業も皆さんと同様に、どうしたらもうけられるか、どうしたら成長できるのかという自社中心の発想から転換し、社会の発展のために何ができるか、あるいはどんな存在意義があるのかを真剣に考える時期に来ているのではないのでしょうか。私からは以上です。

吉川 有り難うございました。

「元気の出るコンプライアンス」ということで、企業のコンプライアンスや社会的責任が、新しいところを迎えているということです。

皆さんは、ベネッセの進研ゼミにお世話になったことがありますね。ベネッセの高野講師、よろしく申し上げます。

高野 ベネッセコーポレーションの高野です。

私も、つい2年ほど前までは法務コンプライアンス部に所属していました。今は法務部と内部統制推進部に分かれていて、私は内部統制推進部に所属しています。法務はサービスの提供先が現場で、内部統制は取締役などの経営者であることから、実務上コンフリクトが起きる可能性があることが、機能が分かれた理由の一つです。

ベネッセにおけるBtoCビジネス（消費者対象の取引）と信頼

ベネッセは、BtoCの商品を扱っているのでご存じの人もいますが、進研ゼミや「たまごクラブ」、「ひよこクラブ」などの商品を扱っています。多分、進研ゼミは、やっていた人も結構多いのではないかと思います。

ベネッセグループには、子会社が30社あります。もともとはベネッセだけでしたが、M&Aや資本提携、子会社化などを繰り返し、今はベネッセを入れて31社の企業グループです。子会社には、例えばベルリッツという語学学校やアビバというパソコン教室があります。去年は、東京個別指導学院という進学塾を買収しています。このような過程を経て、最終的に1万8千人程度の従業員を擁する企業グループとなりました。特にベルリッツは世界70を超える国と地域で展開しており、グローバル企業グループといえるかと思います。

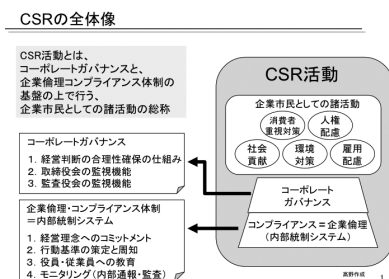
進研ゼミは、赤ペン先生がいて添削を返してあげます。「これはいいね」ということで毎月続けてもらいます。小学1年生が終わると、2年生も続けてやるというように、要するに、お客様の信頼を得て継続してもらおうというビジネスモデルです。ですから、お客様の信頼とか社会の信頼をビジネスモデルの根幹にしています。ビジネスというと利益追求というイメージをお持ちになる方もいらっしゃるかもしれませんが、そうではなく、良い商品・サービスを提供することで社会に貢献することができて、その結果として強い信頼を得ることを目指しています。

このように社会の信頼を得るために、企業グループとしての仕組みを作っていかなければいけないということが、私たちの大きなテーマです。高い規範性を持った、顧客や社会から信頼をされる企業グループにしていかなければいけません。

CSRの全体像

今日は、「経営の仕組み」と、女性従業員が多いという「特徴的な人事制度」について紹介します。

まず、ベネッセとしてのCSRの説明をします。たとえばM&Aの場合は、その前に「デューデリジェンス」と言って、対象の会社に入り、いろいろな書類を見てあらかじめ調査をしますが、社風や倫理意識などはこの調査ではわかりません。M&Aや資本提携などにより、たくさんの会社がベネッセグループに加わりましたが、企業風土の違う会社同士がグループとして一緒にやっていかなければなりませんから、ベネッセグループとして統一した企業風土や倫理観を醸成していかなければなりません。



CSRの基盤は、「コーポレートガバナンス」と「コンプライアンス体制」です。コンプライアンス体制は、企業倫理までを含んだ遵守の仕組みです。これを、グループ横断的に作るのがCSRにおける大きなテーマです。CSRは、その仕組みの上に、企業市民としての環境活動や人権の配慮などという諸活動が乗っている構造であると考えています。

CSRの構造は、ベネッセに限らず、ほかの会社でも同じようです。これは、ソニーとベネッセのCSRレポートの目次を比べたものです。最初に「経営の仕組み」があり、その中身は「コーポレートガバナンス」と「コン

プライアンス体制」についての記述です。そのあと、「環境」や「人権」という企業市民としての諸活動がくる順番になっています。

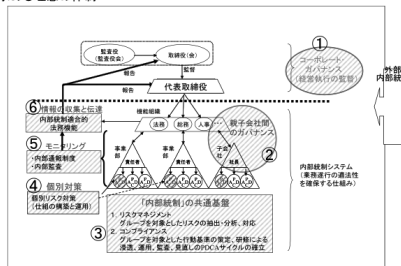
ちなみに、最近では「SRI（社会的責任投資）ファンド」と言って、CSRへの取り組みがよい会社をインデックスとして採用し、投資をしてくれます。したがって、CSRへの取り組みは企業価値向上に貢献しているともいえるでしょう。

コーポレートガバナンスと企業倫理コンプライアンス体制

CSRの基盤となるコーポレートガバナンスと内部統制システム（企業倫理コンプライアンス体制）は、PDCAとして回っているので簡単に説明します。この三角形は、普通の指揮・命令ラインです。社長から指揮・命令を受けて、事業部や子会社が事業を遂行し、その結果を社長に報告します。通常業務は、この三角形の中で指揮命令関係が回っています。

コーポレート・ガバナンスとコンプライアンス体制

法の求める理想の体制



2

第一に、「コーポレートガバナンス（経営執行の監督）」です。これに法律の要請として、まず経営執行の監督機能を確立するとともに、親会社の責任として、一定程度、子会社の経営執行に関与しなければなりません。

第二に、企業倫理コンプライアンス体制です。最近では、「内部統制システム」という言い方をすることもあります。これは企業倫理コンプライアンス

に関する、その会社なりのルールを作り、それを研修して運用します。その状況を「内部通報制度」や、業務監査などでモニタリングし、ネガティブな情報を収集して対策を講じるとともに、定期的に社長や取締役会に報告し、その意見に基づいて改善を行うといった、「PDCAサイクル」を回していくという仕組みです。

まずは、当社グループにおけるコーポレートガバナンスの特徴を話します。とても特長的な機能は、監査役会設置会社でありながら委員会を設置し、本来は取締役会が決める事項の一部を、その委員会に委ねていることです。本来、役員の任免と報酬を決定するのは取締役会ですが、指名・報酬委員会が設けられています。この委員会の構成員は、社外取締役が過半数を占めており、そこで役員の任免や報酬を決めるという仕組みになっています。

次に、「親子会社間のガバナンス」です。会社法の施行によって、子会社で起こったことでも親会社に責任が及ぶ可能性がでてきましたので、これに対応するために、子会社の意思決定にある程度親会社が関与する仕組みになっています。例えば子会社が、金額の大きな取引を行うときは、事前に親会社の承認が必要です。つまり、ベネッセの連結財務諸表上の大きな損失が、親会社が知ることなく突然発生することがないように仕組みになっています。

企業倫理コンプライアンス

「ベネッセグループ行動基準」

2001年ベネッセ企業行動宣言
2005年ベネッセグループ行動基準
2008年ベネッセグループ行動基準改定
70を超える国と地域に展開するベルリッツを含む、国内外のベネッセグループ31社を対象とした行動基準に改定



さらに、「企業倫理コンプライアンス体制」です。これについては、ベネ

ッセグループ31社共通の「ベネッセグループ行動基準」という冊子を作成し遵守しています。中には、「取引先などに対して優越的な地位を乱用してはいけない」、「人権に配慮しなければならない」などといったことが書かれています。要するに、ベネッセグループ共通の企業倫理コンプライアンスルールを明文化しており、ベネッセグループの役員・従業員は、業務を行ううえで迷ったらこれを見るように、ということになっています。これは、ベネッセグループの役員・社員を対象に研修を行い、運用しています。

次に、「内部通報制度」を説明します。私が所属する内部統制推進部は内部通報の受け窓口をしていて、ベネッセに限らず、子会社からの通報も受けています。グループの従業員の信頼を得るために、通報されたことは必要に応じて調査や事実確認を行い、調査結果を通報者に報告するなど、きちんとしたルールに基づき運用しています。通報の内容については、経営幹部に定期的に報告する仕組みになっています。

そして、グループ全体のネガティブな情報が「リスク主管部門長会議」に集まり、その会議で適切な対応策を検討します。集まった情報や議論の内容は、社長と取締役会に定期的に報告され、フィードバックをもらってPDCAサイクルを回すという仕組みです。

ベネッセの人事制度の特徴

最後に、「特徴的だ」と言われている「人事制度」を簡単に説明します。ベネッセコーポレーションは、以前は「福武書店」という出版社でした。1995年に「ベネッセ」に社名変更をしました。「ベネッセ」は、「よく生きる」という意味の造語で、福武書店時代の経営理念を引き継いでいます。要するに、当社は経営理念を社名にしているのです。取締役や社長が経営判断をするときに、「社員がよく生きるために」、「お客様がよく生きるために」、という具合に、社名に含まれている「経営理念」をもとに考える、指標の役

割を果たしています。

吉川先生より女性の社会進出の話もありましたが、当社の場合、従業員の約6割が女性で、また管理職の約4割は女性です。当然に女性役員もいます。

このような会社ですから、従業員の「よく働く」を支えるために、育児休職制度が設けられています。この制度は、当然に女性は活用していますが、最近では男性社員もこの制度を利用して育児休暇を取る人がでてきました。これも、雇用に対する社会貢献活動の一つです。このことは「CSRレポート」に、書かれています。

また従業員の満足度調査（GAMBA）は毎年やっています。「あなたたちは、この会社に満足していますか」というテーマで、約100項目のチェックしてもらい、満足度を測っています。これは経営の指標の一つとして使われています。ベネッセはこのような会社です。ご清聴ありがとうございました。

吉川 有り難うございました。

吉田弁護士、弁護士の立場からのお話し、よろしく申し上げます。

吉田 弁護士の吉田です。

私は、企業の実践として、大谷さん、高野さんの話を伺い非常に勉強になりました。ここに来てよかったです。

コンプライアンスの本質論

まず、「第1. コンプライアンスの本質論」を確認します。コンプライアンスとはどういうものかをイメージしてもらいたいのですが、実は、「利益にならない」、「もうからない」、「会社が成長・発展しない」、「やらなければいけないからやるだけだ」という消極的なものではありません。マスコミでは、一般に、「法令遵守」と呼んでいます。しかし、マスコミ自身、コンプ

ライアンスは法令遵守だけではないということを十分熟知しています。

では、コンプライアンスとはいったい何か。一点目は、利益性に非常に密接にかかわっているということです。コンプライアンスがなければ利益にならず、利益を上げられません。二点目は、問題が発生したときに、損害、ダメージを少なくします。ダメージを少なくすることを、「ダメージコントロール」と言いますが、その意味での危機管理です。

なぜ長々と説明をするかということ、言葉にはいろいろな意味があり、イメージするのは人それぞれです。危機管理の中で、危機を事前に予防するという予防的な危機管理ではなくて、発生した問題をどのように解決するか、発生した問題のダメージをどうしたら少なくできるかというダメージコントロールの意味でのリスクマネジメント、危機管理の際の行動基準になります。

まとめます。コンプライアンスは二つあり、一つ目は、利益、売り上げ、発展の源泉、源、原動力です。二つ目は、発生した問題を解決するときの行動の羅針盤です。

では、コンプライアンスとはどういうものか。コンプライアンスの語源は、「コンプライ (comply)」です。その意味は、「相手の期待にこたえる。相手が望んでいることにこたえる」ということです。これが、ビジネスの世界では、お客様、そのほかの会社にかかわる人たち、ステークホルダーの正当な期待にこたえることがコンプライアンスです。

コンプライアンスが、どうして「法令遵守」という言い方をされるようになったのか。日本は、法律違反をする傾向が強かったのです。この問題は克服しましたが、特に総会屋という特殊なメンバーに長らく侵食されていました。談合のように、「違法だ」と言われていてもやってしまう傾向がありました。そのために、「それはだめだ」と意識付けるため、イメージを強烈にするために、企業に対して、社会やステークホルダーが求めているものの重大な一つとしてコンプライアンスで法律を守っていく。だから、「コンプラ

イアンス、イコール、法令遵守」の意味があります。しかし、法律さえ守っていればコンプライアンスは守ったというわけではありません。

近江商人の三方よし

ここから先は独自の見解ですが、江戸時代の士農工商の時代に、商人は一番身分が低かったのです。ですが、一番実権を握っていたのは商人、財閥です。商人は身分が一番下だったのに、なぜ力を発揮することができたかといえば、江戸幕府も含めた社会から信頼されてきたからです。

この「信頼」という言葉を表すのが、大阪地方の近江商人の商売の仕方、哲学です。その哲学で「三方よし」という考え方があります。この哲学で商売をし、社会から認められました。三方よしとは、「売り手よし、買い手よし、世間よし」のことです。この三方よしをもって商売となすということです。つまり、浮利を追わず、暴利を取らない。お客様をだまさない。いわゆる、リピーターです。いい商品を適正な値段で売り、お客様に満足してもらい、社会からも、「こういう商売をしてくれるんだったらいい商人だ。また売りにおいで」と認めてもらい、「この商売をするんだ」ということで、近江商人は力を着けました。

私は、最近ある本を読んで驚いたのですが、人類の最大クラスの発見は「複式簿記」というやり方です。いわゆる、企業がもうかっているか、個人がもうかっているか、損しているかということを経営者が見ることができるといわれています。

この複式簿記は、江戸時代は情報がなく、だれも知りませんでした。ところが、近江商人の中心的な財閥は、秘伝中の秘伝として、門外不出ということで、この複式簿記の考え方をに入れて自分たちの商売の管理をしていました。言い換えると、私から言わせれば、その時代の日本における最高のインテリジェンスと最高の情報網です。その人間がやった商売方法が、三方よしです。

そして発展しました。

ですから、私は、これはコンプライアンスだと思っています。このことをもってしても、コンプライアンスが商売繁盛で、社会に役に立つCSR、社会とのかかわりも意味していることをイメージしてもらえたと思います。三方よしの考え方は、実質はコンプライアンスです。ただ、この当時は「コンプライアンス」という言葉がなかっただけです。

経営の神様

今度は、「経営の神様」と言われる松下幸之助さんです。松下さんの時代にも、やはり「コンプライアンス」という言葉はありませんでした。なぜ、「経営の神様」と言われるかといえば、その後の多くの会社が、この考え方をベースに仕事をしたほうがよくなるという指針を示したからです。

松下さんは、貧乏人も、そうでない人も、自分の財布の中で買うことができ、それを利用して便利になってもらい、その人に幸せになってもらう。そういう商品を造り、売って、幸せになってもらう。この哲学で事業展開をしたから、一介の商人から世界的企業に一代でのし上がりました。

松下さんは、経営の言葉として、「電球1個のお客さんを大事にしろ」と言いました。考え方が三方よしに似ているとは思いませんか。そして、現代は英語の時代ですから、「コンプライアンス」というものが出てきたと思ってください。

企業実務におけるコンプライアンスの意味

2枚目の「企業実務におけるコンプライアンスの意味」をご覧ください。コンプライアンスは法令遵守ではありません。法律を守ることが大事です。ですが、それだけではないということです。

『安全』と『偽装』に関する意識の劇的変化」ということで、社会の関心

事として、安全がらみ、うそつきがらみは重大な問題になりやすいです。なぜかという、安全、偽装、裏切り、ごまかしは、ステークホルダーが自分の期待を裏切られたという判断をしやすくなり、重大なコンプライアンス違反になりやすいです。

言い換えると、皆さんがこれから社会へ出ていろいろな活動をするときに、安全がらみ、偽装、うそつきがらみは重大なことになるのでやらないようにしてください。やってしまったら、コンプライアンスの観点から、周りの人がどのような判断をするのかを行動の基準にします。

「最近の傾向」から、「実害の有無」という問題ではなく、信頼をきちんと確保したか。つまり、厳密な法律ではなく、社会的な約束という広いものも含んだルールを守ったかどうかです。これについては、吉川先生が、「倫理法令遵守」だけではなく、「倫理法令等実践」という言葉で言いました。要は、きちんと信頼にこたえられるようなことをやってきたかどうかを確認するためには、それを実践する。きちんとやることになっていた手続き、やることになっていた事柄、『『やれ』と言われたことはしっかりやりました』という実践が求められます。

その際に、「いや、実害がありませんので大丈夫です」と。これは、「やれ」と言われたことをやったことにはならないからだめです。実害があるとかないというよりも、信頼を得るためには、「やれ」と言われたことをやったという実践が大事です。ですから、コンプライアンスが、実務の世界ではそういうかたちで変化しています。

タイレノール事件

次に、「クライシス発生時に企業体質が現れる」ということです。もうかる話はよくわかりました。では、危機のときはどうかという話で、企業が初めて本格的なテロを受けた有名な事例があります。これは、「タイレノール

事件」と言い、1982年9月から10月にシカゴ周辺で、利益性の強い、ジョンソン・エンド・ジョンソン（J&J）という立派な世界的企業が、当時、大変売れていた鎮痛解熱剤「タイレノール」に青酸カリを混入され、7人が死亡というショッキングな事件が起きて大問題になりました。つまり、重大な危機です。

それをどう乗り切ったかという、実はコンプライアンスの考え方です。J&Jは、「Our Credo（アワークレド）」、「我が信条」という重大なコンプライアンス憲章があり、「第1条」は、株主のために頑張るのではなく、第一に消費者の期待にこたえる、消費者のために行動をする。「消費者第一」ということです。第二は従業員で、第三は地域社会、最後に株主の利益という考え方でいくという宣言をしていました。

重大な青酸カリの事件です。世界トップレベルのメーカーで、これまでは、「非常にいい薬だ」と言われていたものを買ったら青酸カリで死んでしまうなんて大ショックです。そのときに、即座に戦略対策委員会を立ち上げ、社長、法律顧問、広報担当、そのほかのメンバーが集まり、重大な施策を実施しました。

その中で、全米で1億2千万ドルのお金を使い全品回収をしました。その際、FBIとFDA（食品医薬品局）がストップを掛けました。なぜかという、危機管理大国アメリカにおいても、企業が始めてテロを受けた最初の事例でした。ですから、対応がわかりませんでした。

ところが、J&Jは、自社の存亡、自社の全責任で、「Our Credo」、「第1条. 消費者のために行動する」。青酸カリの8人目の死亡事故を防ぐということで、1億2千万ドルを使い回収しました。このときには批難ごうごうです。その結果、回収したものを調べたら、数パーセントの割合で青酸カリが混入されていました。もしも放置していたら、間違えて飲みます。川や土に捨て、一般ごみで出すと回収不能な状態になっていました。

この事件は犯人不明の謎の事件です。犯人が割り出せなかったという汚点や大量に混入されてしまったという失敗はありますが、その後の対応は、まさしく、「Our Credo」、「第1条. 消費者のために頑張る」という姿勢を実践し、信頼関係を回復しました。

その後、三重の包装にし、異物が混入されない商品にして売りに出すと、信用を回復したので売れに売れました。つまり、倒産するのではないかというぐらいに売れ行きが下がったのが、どんどん売れ行きが上がり、「奇跡のV字発展」と言われ、アメリカでは有名な話です。

何を言いたいかというと、トラブルになったときにはダメージコントロールをする。やってしまったものは仕方がありません。仕方がないというのは、責任逃れをする意味ではありません。ここからどう立ち向かうか。それは、ダメージを回復することです。

そのときに、ダメージを回復するために隠蔽をする、ごまかしをするという方法を取るか、第一に、「消費者のために」という哲学のもとで、消費者が何を望んでいるか。安心・安全を希望しているのであれば、そのために何をやらなければならないか。企業の存亡を懸けて、1億2千万ドルのキャッシュを使い全部を回収し、とにかくお客様の安全を確保するのだという対応で危機を乗り切りました。これが危機管理の話です。危機管理は、実はコンプライアンスと根っこは同じです。

企業不祥事とは何か

「企業不祥事になるのはどういう場合か」ということで、企業不祥事とは何か。これも私の勝手な定義ですが、企業不祥事とは、株主、消費者、取引先などのステークホルダーから非難されることが第一条件です。第二条件は、業績、株価、企業イメージに悪影響が発生することです。

要はダメージコントロールですが、悪いことをやってしまった、へまをし

てしまったら、そのあとでどうするか。ごまかしをしないで、非難の度合いを少なくするように努力をします。つまり、謝るとか、対応策をしっかりと取れば何とかなるという話です。

次に、「コンプライアンスを社内に浸透させる必要性」で、これについては、「構築」、「運用」、「定着」でPDCAということですが、これ以上の説明は時間の関係で省きます。

「第2. 情報を正確に伝えることの重要性」です。これは、問題が起きたときにどのように対応するかという、企業不祥事解決法の鉄則があります。それは、問題が起きたときにマスコミが来てたたきますが、それに、きちんと真正面から対応し、逃げずに情報を開示して、自分たちの事情を説明し、今後のことをきちんと示しきります。

問題が発生したときは、「いったいどうなっているんだ。現時点で会社が把握している情報はどうなんだ」と責められます。言葉の裏には、「今後どうしたらみんなが安心できるんだ。安心と安全をどうやって取り戻したらいいんだ」ということを聞いています。ということは、まず、社会がその会社に求める第一の情報は謝罪です。第二に、原因を明らかにする。第三に、今後の対応策・改善策を作り実施する。企業不祥事への対応法の鉄則は、第一に謝罪、原因究明、今後の対応プランの策定と実行です。

今は会社用の話で説明をしていますが、これは会社用だけに限定されません。人と人の付き合い、先輩等のトラブルとの付き合い、プライベートで問題が起きたときの自分の解決法、自分の周りの人が困ったときの問題解決法すべてに共通しています。ちなみに、会社というのは人間が集まって会社になっているので、会社のシステムについての一つのいい考え方は、その会社の中にいる社員、人間のやることの解決法にもなります。この発想を持ってください。

コンプライアンスの注意点

「第3. コンプライアンスは絶対に経済合理性と比較考量をしてはいけない」。つまり、この場合の経済合理性は、端的にもうかる話とバッティングする場合があります。「コンプライアンスが大事なのはよくわかった。十分勉強したし大体実行している。しかし、ここまで努力したこの話はどうしても成功させたい。この話がうまくいかないと、今まで何のために努力してきたんだ」という局面があります。そのときに、今回だけは目をつぶり、コンプライアンスを天ぶらにしてしまい、目の前のおいしいものを取りに行きたいとだれでも思います。しかし、「それはやめようよ」と。第三が一番難しい問題です。

しかし、今ここで話をして、コンプライアンスの重要性は理解してもらえたと思います。実は、皆さんだけではなく、私も、超一流企業も共通でやらなければいけない一番難しい問題です。けれども、ぶつかったときに、「やはり悪いことはやめるぞ」という、合法的、後ろ指を刺されない方法を考えます。その努力が、今後のビジネスチャンスやいい人生発展の原動力になることは少なくありません。ということで、第三を提言としてまとめて、私の説明は終了します。

吉川 有り難うございました。

講師の方々からたくさんのお話をいただいて、皆さん、だいぶイメージが膨らんで、具体的になったと思います。

吉田弁護士のお話のなかで、「オンリーワン」、「固有のものがあると強い」ということがありました。「近江商人」、「経営の神様」は、独自のものがある、オンリーワンのものがあるから強いということです。それは、必ずしもビッグワンではないですが、固有のものです。しかし、たった一つとはいえ、

それが勝手なものではいけません。普遍的に通じる固有のもの、オンリーワンがあると非常に強いという話でした。

皆さん。国士舘大学にはオンリーワンがあります。しかも、ビジネスの世界に通じるオンリーワンです。私はゼミが始まる前に、「誠意・勤労・見識・気魄」を、ゼミ生と一緒に唱えています。なぜかという、勉学をはじめとして、クラブ・サークル活動や就職活動など、何ごとにも実践をするには、PDCA、「プラン・ドゥー・チェック・アクト」が重要だからであります。そして、このPDCAは、どの企業にも通じる普遍的なことなのです。

そういう普遍的なことを、オンリーワンとして、わが国士舘大学は、有しています。「誠意・勤労・見識・気魄」です。これは、PDCAです。「誠意・勤労・見識・気魄」が、PDCAに通ずるということは、本学の関係者によって既に言われていることです。

私は、その意味を、このように理解しています。誠意を持って計画を作成する、勤労としてその計画を実行する、見識を基にその実行を評価する、そして、その評価を踏まえて計画を修正し、気魄を持って改めてその修正された計画を行動に移す。こういうように、PDCAという普遍的な考え方に通じるオンリーワン「誠意・勤労・見識・気魄」が、本学にはあります。

そこで、企業のPDCAについては、既に何点か触れていただきましたが、改めてそれに触れつつ、講師の方々から皆さんに、メッセージを一言ずついただきます。

まずは、大谷講師からお願いします。

大谷 私も、吉川先生のご説明の通り、今まさにオンリーワンの時代になってきていると感じています。今までの世の中は、効率性を重視してきました。効率性重視のなかでは、むしろ個性は邪魔でした。つまり、「組織のなかでは上司の指示に従え」、「個性は効率性の妨げでしかない」という認識のもとで収益を伸ばしてきたのがこれまでの企業活動だといえます。

これに対し、社会の発展のためにいかに創造性を発揮できるかを重視するならば、会社もオンリーワン重視に変わらざるを得ないと実感しています。皆さんが、大学の勉強を通じて自分の生き様や個性をもう一回見直し、ぜひ自分らしさを伸ばしていただければと思います。

吉川 有り難うございます。

高野講師、よろしく申し上げます。

高野 ご清聴いただき有り難うございます。今、「誠意・勤労・見識・気魄」という文字を拝見しましたが、まさに、企業倫理学で言っている本質だと思います。皆さんは、これから社会へ出て社会人になると思いますが、二十数年前に私も卒業し、現在は実感として、「あなたは何ができるの？」という専門性の時代になってきていると思います。皆さんのなかでもオンリーワンを作り、社会のなかで活躍してもらいたいと思います。以上です。

吉川 有り難うございました。

吉田弁護士、申し上げます。

吉田 まずは、丁寧に聞いていただき有り難うございます。勉強をすることができるのは、義務ではなく権利です。そして今日、自分の話はともかく、ほかの3名の講師の話は自分自身にとって大変勉強になりました。勉強で得るのは義務ではなく権利であり、得たものを自分なりにいっそう活用してください。たくさん勉強したほうが自分にとって絶対にいいことになり、得るものが大きいです。

今の社会は、「格差社会」と言います。格差社会の「格差」とは何かというと、情報の格差だと思っています。社会的劣位に立ってしまった人に欠けているのは、残念ながらお金ではなく情報です。それだけ情報は使えるのです。今、皆さんは情報を取得しようとしています。どんどん情報を取得し勉強してください。それは絶対に自分のために役に立ちます。これを皆さんに対しての最後の言葉にします。ご清聴有り難うございました。

吉川 有り難うございました。

小橋先生、よろしく申し上げます。

小橋 今日、お忙しいなかわざわざ国士舘大学までおいでいただいた、オムロンの大谷様、ベネッセの高野様、弁護士の吉田様、本当に有り難うございました。オムロンの大谷様は、明日も国士舘大学に来ていただけます。明日の2限目の吉川先生の「企業法」の授業のなかで、「オムロンの法務戦略」ということでご講演いただく予定です。これは授業を取っていなくても出席できますので、もう少し聞きたい人は6号館6304の教室へ来て参加してください。大谷さん、よろしく申し上げます。

それでは、法学部最先端技術関連法研究所シンポジウムを閉じたいと思います。本日は、有り難うございました。

(終了)