



影山 摩子弥



1959年、静岡県に生まれる。
早稲田大学商学部卒
〈専攻〉経済システム論、経済原論
〈現職〉横浜市立大学教授、横浜市立
大学CSRセンター長、横浜市立大学
生協理事長、キャリアアカウンセラー

すてーくほるだーって、なに？

前

回は、「横浜市資源リサイクル事業協同組合」を例に、CSRの具体的な事例を見てみました。今回も、具体例を見ていく予定ですが、読者の方から質問が出たので、それにお答えしておきたいと思えます。質問とは、企業が取組むべきCSRの具体的な内容は、どのようにして決ってくるか、です。

た

だ、この質問にお答えする前に、ちょっと解説しておかないといけない用語があります。「ステークホルダー (Stakeholder)」です。ある企業の「利害関係者」って意味です。どんなCSRに取組むかは、このステークホルダーが大きくなカギとなるんです。そこで、今回は、ステークホルダーについてちょっと解説しちゃうおつもりです。

わ

たしたちは、企業の製品やサービスを買いますし、企業に勤めていたりしますし、株を買った

ります。そうすると、製品やサービスのよしあしで影響を受けますし、雇用条件がどんなかで影響を受けますし、株価や配当の変化で影響を受けます。

で

も、影響を受けるだけじゃありませんよね。いいものつくっている企業はひいきにしたり、品質管理に不安がある企業のものを買わなかったりします。過労死をへとも思わない企業なんかに勤めたくはないですよ。つまり、わたしたちは、企業に対して、なんか期待して接してるんです。その期待にこたえてもらえれば、ひいきにしたりしますし、裏切られれば、怒ったりシカトしたりするわけです。

こ

んなふうに、企業の影響を受ける一方で、企業に対して何らかのリアクション (プラスのリターンやマイナスのリターン) を返す人や組織を「ステークホルダー」って呼ぶんです。

ス

テークホルダーのリアクション次第では、企業の製品がバカスカ売れちゃったり、不祥事企業が倒産しちゃったりします。だからステークホルダーがカギとなるんです。言い換えれば、CSRは、ステークホルダーが望んでいることにこたえて、プラスのリターンを返してもらうために行うわけです。

で

も、企業の資源は限られていきますから、すべてのステークホルダーのあらゆる要求にこたえられません。従業員というステークホルダーが、高い給与を望んでいても給与を青天井にするわけにはいきませんよね。そこで、重要なステークホルダーを見極めることが必要となります。

重

要なステークホルダーを見つけるポイントは、大事にすれば大きなプラスを返してくれたり、無視すると痛いマイナスを返してくる人や組織はだれかってことです。今回は、取組み内容の決め方についてのお話をしましょう。

今月号いかがでしたか？ これまでの号も含め感想をお寄せください。Eメールのみでの受付となりますが、たくさんの感想をお待ちしています。

アンケート内容

1. 月刊 リサイクルデザインで取り扱ってほしい事
2. 今月号の感想

メールの件名を『リサイクルデザイン読者アンケート』とし、アンケートの質問番号の後に回答をお書きください。お名前(フリガナ)・郵便番号・ご住所・年齢・性別・職業をお忘れなく。(HPからの方が簡単です) 抽選で10名様にりくみちゃんシャープペンとノートのをプレゼントいたします。

読者アンケートにご協力を！
メールをお待ちしています

Eメール

mail@recycledesign.or.jp

または

HP

リサイクルデザイン

検索