

社内座談会



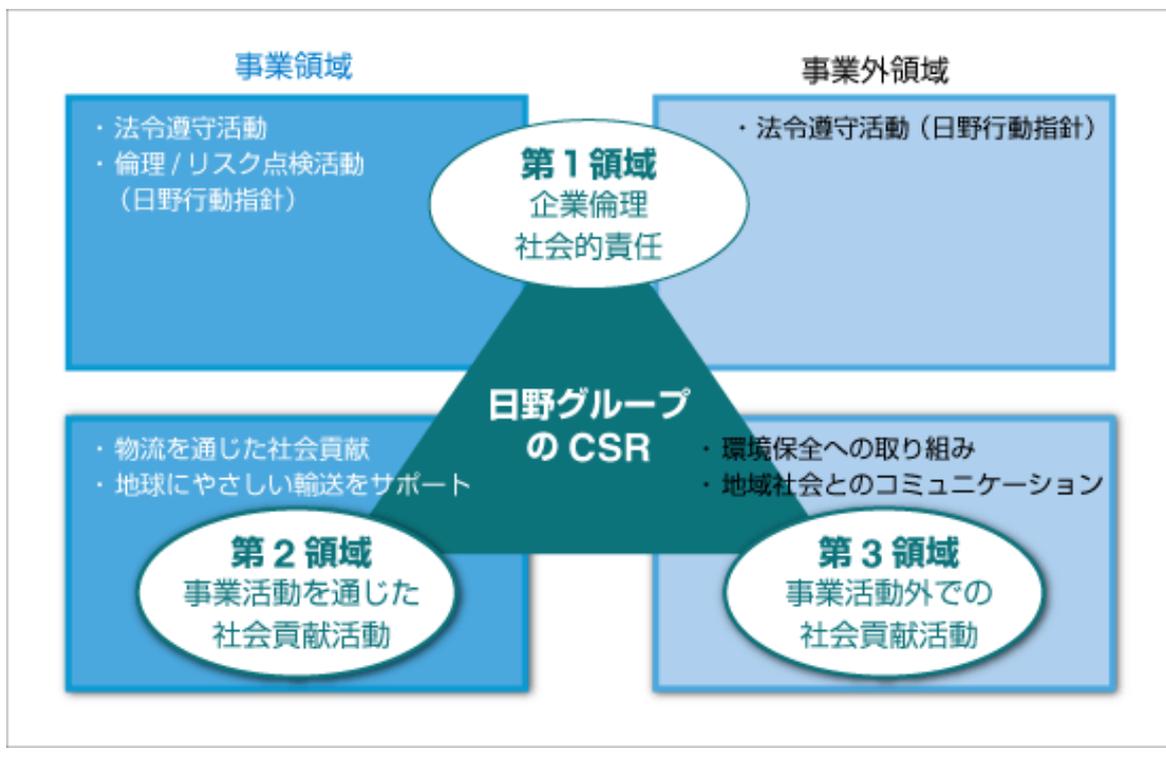
CSR活動のこれまでの取り組みと社内座談会開催までの経緯

日野自動車では、2006年度からCSRへの取り組みを始め、2007年度には第1期ワーキンググループを結成して「HINO基本理念」などを策定するとともに、日野のCSRを以下の図のように体系化しました。そして2008年度は第2期ワーキンググループで「日野自動車CSR指針」の策定に組み込み、日野のCSRの第2領域である「事業活動を通じた社会貢献活動」、第3領域である「事業活動外での社会貢献活動」についてどのように活動すべきかを具体化しました。以後、全社的なCSRの推進を図り、今後の課題について社員の声を吸い上げるべく、2009年4月にはCSR活動に関する社内アンケートを実施し、アンケート結果を基に社内座談会を開催しました。

参加メンバーの所属部署（50音順）

海外企画部、環境部、技術研究所、商品企画部、製品開発部、総務部、総合企画部、電子設計部、BR工場改善室

日野のCSR活動領域



事業活動を通じた社会貢献活動（第2領域）について

まだ理念を消化しきれていないのが現状

吉田：座談会の前半では、「事業活動を通じた社会貢献活動」についての意識や浸透させるための課題について議論していただきたいと思います。まずは、ワーキンググループメンバーとして「CSR指針」の策定に関わった大西さん、いかがですか？



大西さん

大西：理念や指針は全体を網羅して分かりやすくまとめられていて、社員みんなが納得できる内容になっていると思います。ただ、今回のアンケート結果を見て気になったのは、理念を日常業務で意識する姿勢が20～40代の社員にあまり見られないことです。その理由に「時間的な余裕がない」と答えている人が多い。本来、わざわざ時間を取って何かするというのではなく、50代以上の多くが答えているように「当然のことであり、意識するほどのことではない」という域に達することが理想です。どうやってそこまで浸透させるかが、今後の課題だと思います。



吉田さん

松田：私の部からもワーキンググループに参加した者はいますし、もちろん私もCSR指針ができたことは知っています。ただ、冊子が配られてもすぐに机の引き出しにしまいこんで見ない人も多いし、私自身もそこに書かれている一つひとつの内容と照らし合わせて日々の行動に落としこんでいるかと問われたら、答えづらいというのが正直なところですね。

梅岡：私の部では部方針でもCSRを大きく掲げて、総合企画部の加治さんに説明に来ていただいたり、私自身も部長として一所懸命いろいろ工夫したりしています。



梅岡さん

佐藤：私は第1期ワーキンググループに参加していたので、進捗にも注目しています。社内報でもかなりページを割いて、伝えようという熱意を感じます。ただ社内でもいろんな人と話すと、CSRというどうしても学問的に語ろうとする傾向があって、自分の行動のレベルまでは消化しきれていないと感じます。



松田さん

河野：日野のCSR指針には、日野の基本理念やCSRメッセージがかなり具体的に落とし込まれていると思いますが、基本理念やCSRメッセージとの関連性も含めて私たち一人ひとりがCSR指針を常時共有できるような仕掛けを工夫すれば、日々CSRを果たすための道しるべとしてより一層共有できるようになり、かつ一人ひとりが行動し易くなるのではないのでしょうか。

指針を活用しやすくするには何が必要？



服部さん

服部：環境ISOを取得して定期監査をクリアしているから環境対応は大丈夫と安心している人がいます。それと同じように、決められたことには従っているからCSRは大丈夫だという感覚の人が多いのではないのでしょうか。CSRについても、環境の課題と同じようにセルフチェックなどの仕組みを作り、それを繰り返しながら定着させるべきだと思います。セルフチェックはコミュニケーションのきっかけにもなります。

大西：仕組み作りはもちろん、意識の浸透を図ることも大事だと思います。指針の発表時期がちょうど世界の経済状況の急変と重なり、盛り上がらなかった気はしますが、CSR活動は清々と進めるべきです。もっと日々、目に留まるような仕組みをつくってPRするとよいのではないのでしょうか。

柴田：社内報にCSR活動については2ヶ月に1回は掲載するなどPRはしているつもりですが、イントラネットでも目につきやすいところに紹介するなど、もっと工夫ができるといいかもしれませんね。

千葉：基本理念やCSR指針をお手本にすれば、仕事がうまくいくという実感は私を持っています。上流から下流まで意識レベルを変えて指針を活用すれば、いろんな示唆が得られると思うのですが、日々の業務に追われすぎてそれができない人が多いようです。食堂に理念や指針の冊子を置くとか、トイレの壁に貼っておくとか、無意識のうちに目に入るようにすると意外と効果的かもしれません。

松田：色々なやり方があると思いますが、景気が悪い今だからこそ、原点に戻り何をいつまでにどのようにやらなくてはいけないかをしっかり見極めることが大切だと考えます。やるべきことが明確になれば、技術も車もお客様のニーズに応えられるはず。指針は要所要所で立ち返るべきものなので、無理に意識付けするよりも、足元のやるべき仕事を確実にこなすことで自然にCSRが実現されるのだと思います。



千葉さん

中里：私の部では、主に若い従業員を対象に「CSR指針」説明会が開催されました。今後、会社全体で「CSR指針」を活用していくためには若い従業員に留まらずマネジメント層を含めた全従業員での共有が必要だと思います。

加治：基本理念は冊子を作成し、配布をするなど目に留まる工夫をいろいろおこないました。それに比べて「CSR指針」はまだ露出度が低いので、このままでは埋もれてしまうという危機感を持っています。何かやらなければと日々考えているのですが。

佐藤：お金はかけなくても、細々とでも続けていくことが大切だと思います。何年か前の不景気で社内活動が低迷した結果、今になってQCなどの再教育が必要になっています。CSRについてもこれと同じような事を繰り返してはいけないと思います。

吉田：好不況に関わらず、社会貢献の意識を持って本業に取り組むことが重要です。CSRを浸透させるためには、説明会を開催したり冊子を配ることに加えて、マネジメントの仕組みの中に意識的に仕事とCSRとの関係を盛り込む必要がありますね。



佐藤さん

事業活動外での社会貢献活動（第3領域）について

まずは気軽に活動できる仕掛けを

吉田：「事業活動外での社会貢献活動」についてのご意見を聞かせてください。

加治：アンケートでは、「日野自動車企業が企業として特に大切にすべきものは何か？」の設問に対し、3つ回答を選ぶ中で一番多かった回答は「事業活動を通じた社会貢献」613名で、それと比べると「事業以外での社会貢献活動」は240名で決して多いとはいえない結果でした。ですから、「今は企業人も一市民として社会貢献活動をする時代だ」という意識を広めることから始めるべきか、何か活動のプログラムを作って全社展開すべきかなど、今、悩んでいるところです。みなさんはどう考えているのでしょうか？

服部：たぶん、多くの社員は機会があればやりたいと思っています。ただ例えば、日野市主催の「浅川クリーン作戦」という活動がありますが、土曜日に会社の近くまで行かなければならないので、全社に呼びかけても数名しか集まらないのです。でも、1年前から始めたペットボトルのキャップリサイクルは、毎回たくさん集まります。簡単にできることなら、みんな積極的に参加してくれるのです。

千葉：小さいことでも、人数が集まれば大きくなります。例えば、会社周辺の見通しの悪い角の植木を斜めにカットするとか、汚れているカーブミラーを拭くとか、簡単なことからできるんじゃないでしょうか。

柴田：散歩がてらの掃除なら気軽にできていいですね。それから「ボランティアポイント」のような仕組みがあれば、各自のライフスタイルに合った活動に積極的になれるかもしれませんね。会社が社員の活動をサポートするために、登録すればボランティア情報が送られてくる仕組みを作ってもよいと思います。



大西：アイデアを出す人、まとめる人、イベント化する人、参加する人が、それぞれ少しずつ力を出してつながれたらいいでしょうね。地域に出れば、地域に期待されていることも見えてくるはずですよ。やってみれば自己実現になったり、ありがとうと言われてうれしかったりして、好循環が生まれると思います。会社が率先するより、社員が自発的にやるのが大切ですよ。

大切なのは、地道な活動の積み重ね

服部：会社の社会貢献活動の一環として「日野自動車グリーンファンド」などもやっていますが、過去に景気の変動に応じて助成金額が変わったことがありましたが、細々とでも継続することが大切だと思います。

大西：そういう意味では、給料の100円以下の端数を寄付する「端数クラブ」を作って、会社はマッチングで同額を出すという形で原資を確保する仕組みもよいと思います。



河野さん

柴田：個人の社会貢献としては時間がないけどお金は出す、お金は出さないけど力は出す、各自ができる時にやりたいように自由に選べるといいですよ。

河野：仕組みや制度を作って会社が社員の後押しすることに私は賛成です。今後、ボランティア休暇制度を作るなど、将来を見すえた施策をより充実させる必要があると思います。

中里：去年の議論では、「日々忙しくて社外活動にまで手が回らない」といった意見が出ていました。ただ、社外活動が回り回って自分個人や会社にも良いものをもたらしてくれることは確かですから、休暇を取りやすくする制度を作ったり、マネジメント層が1週間ボランティア休暇を取ったり、そういう事例を紹介したりすれば、活動する環境が整ってくると思います。現状のままだと、今までやってきた人以外には広まらないような気がします。

梅岡：社外活動のために休むことをバックアップする取り組みとして、うちの部では4月から、休みの印のマグネットを、緑色は地域の安全活動など、桃色は文化支援活動などと決めました。単なる有給休暇じゃなくて、

「桃色だから絶対に休ませてあげよう」という周りのバックアップもあります。

中里：有給休暇を取りやすくする制度として、「アニバーサリー休暇」などの名目が付いた休暇が何種類かありますよね。そういう枠があると取りやすいので、そのなかに「ボランティア休暇」も入れると良いのではないのでしょうか。もちろんプラスαで取れるなら強力な後押しになると思います。



梅岡：データを見ると、社外活動を休日にやっている人も多いです。学校の運動会とか、家族と一緒にの地域活動とか、できることからやっている人もいます。

松田：ゆるやかなやり方がいいですね。できる範囲内で実行していることを互いに話して、認め合えたらモチベーションが高まりそうです。

千葉：私は週末に子どものサッカーチームでパパコーチをしているんですが、日野自動車の社員は土曜が休みだから重宝されます。他のチームでコーチをしている社員もいて、練習試合を組んだりもできる。そういう情報交換の掲示板があったら、「話だけでも聞いてみよう」とか、「参加してみよう」とか、輪が広がるかもしれませんね。

佐藤：私も子どもが小さい頃は少年野球の役員をやっていましたが、やはりそういう地道にできることをやればいいと思います。ハードルが高くてお金がかかることより、小さいことをたくさんやればいい。人間はみんな向上心があるから、目標はどんどん高くなっていくはずですよ。

大西：こうして話しているだけで、こんなに地道にやっている人がいるということが分かりましたね。社内報で活動をしている人を紹介して、「やっていないのは遅れていますよ」というムードを作っていくのも有効かもしれません。

梅岡：桜祭りみたいに会社としてドーンとやる手法と、一人ひとりが地道にやる手法の2つがあると思いますが、地道なほうが長く続けられます。地道にやっていて、あるとき「あなた、日野自動車の人だったの」と気づかれるくらいがいいんだと思います。そういうのがだんだんと広がっていくといいですよ。

加治：個人的にはイベントも大好きなんですけど、やはり地道が大切だということを今日、あらためて確認しました。

吉田：事業外の社会貢献活動においても「豊かで住みよい世界と未来に貢献する」という「基本理念」が根底にあります。ビジネスを展開する地域と色々な形で接点を持ち、周りの人と仲良くすることが結局ビジネス環境をよくすると思います。今後も、社員の理解を深めるための発信をしたり、意見交換をしたりしていきたいです。



加治さん