



新年特別号
2010

ガラス・建装時報

NEW YEAR edition

JAPAN GLASS NEWS

第1部 1st section

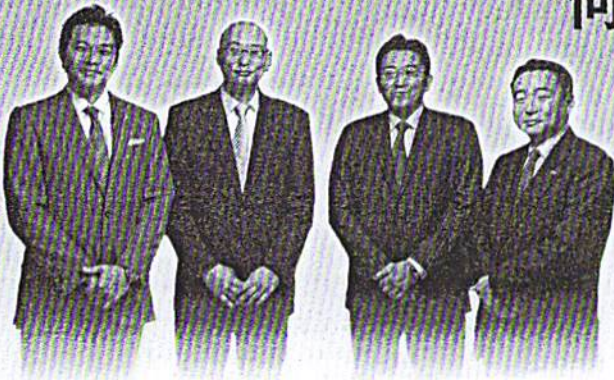
■発行所 株式会社 時 社 ■編集兼印刷 発行人 吉川 博昭 ■購読料前金 送料・税共 一年12,600円 一冊料金315円
 ■東京編集本部 〒143-0016 東京都大田区大森北4-12-3 (CASA・K) TEL.03(3761)9962(代) FAX.03(3761)9968 <http://www.jihosha.com>
 ■本 社 〒540-0005 大阪市中央区上町1-13-18 TEL.06(6763)3581(代) FAX.06(6763)3585



GLASS
SASH
TOOLS & MACHINES
WINDOW FILM
AUTOMATIC DOOR
MIRROR

異業界4者座談会

今、問われる企業の社会的責任 何を考え、どう動くべきか



日本経済は2008年から低迷期に入り、どの業界も非常に厳しい状況に追いやられている。各社とも、生き残りをかけ、必死の闘いを続けている。これからの企業はどこにどう目を向けるべきか。ガラス、自動車、内装工芸、労務管理の異業界の4人による座談会を、東京都豊島区で開催。「今問われる企業の社会的責任への取り組み」をテーマに、それぞれの立場から、考え方や取り組みを語った。



労務管理 下田 直人氏

社会保険労務士事務所 エスパシオ社長。大学卒業後、金券ショップ大手の大黒屋に入社し広島地区統括責任者などを歴任。社会保険労務士試験に合格し2002年、しもだ人事労務システムを設立。後にエスパシオに改名し現在に至る。業務内容は、就業規則作成サービス、人事労務アドバイザー、人事コンサルティング。社内に「元気」「安心」を創造することが使命と語る。埼玉県出身。



ガラス卸 松本 浩志氏

板ガラス卸のマテックス社長。米国の大学院を卒業しMBAを取得。帰国後東芝に入社し4年勤めた後マテックスに入社。社長室次長として情報化の推進に取り組む。ホームページの立ち上げ、コンピュータによる販売・生産統合システム導入などに取り組む一方、営業部長に就任してからは客先への営業活動にも力を入れた。2009年社長に就任。東京都出身。

下田 今回のテーマは企業のCSR(企業の社会的責任)への取り組み事例。CSRの根本的な考え方、企業が社会的な問題に取り組むことの必要性、実際に取り組んでおられる事例などを紹介していただきたい。

まずは一番ホットなトピックスとして、地球温暖化防止対策がある。09年は1990年比でCO₂の排出量を25%削減するという日本の鳩山内閣の提案が世界中に発表された。

松本社長が業界に先駆けていち早く取り組んでおられるエコガラスを中心に、地球温暖化対策全般についてお聞きしたい。

地球温暖化対策

松本 25%削減するという

目標は諸外国では例がなく、実際にわれわれ企業側が取り組む上では、大変厳しい数字であることは間違いない。クールビズといった身近に取り組める活動だけでは絶対に達成できないだろう。

吉原 エコポイントといった行政側の財政支援や、自力では25%という目標を達成できない企業の支援策としてのカーボンオフセット(排出量取引)といった制度的な仕組みで運用していくしかない。

松本 私どもでは、「エコ窓普及促進会」という豊島区での地域協議会を立ち上げて活動してきた。地域の人々に窓の断熱の大切さを訴えることを目的とした地球温暖化対策協議会で、CO₂削減が緊急の課題となっている現状に、行政、事業者、住民が環境省と連携して対策を協議

し、協力して地球温暖化防止に取り組む組織として設立した。

エコガラスは断熱効果が高く、従来のガラスよりも、大幅なCO₂の排出抑制につながる。行政側と協力し、温暖化防止のための制度として、このエコガラスを使っていただくことで、最大20万円の所得税の減税措置を受けられるようになっていく。

吉原 所得税の20万円減税は大きい。施主にとっては大変ありがたい制度だ。断熱効果が電気代の節約に直結するので、これからの潜在需要は大いに期待できる。

松本 先般、当社の新座営業所に特設会場を設けて、エコ改修体感展示会を開催し、実際に断熱効果を体感してもらうことで、より身近にエコガラスの有効性を確認しても

らうことができた。来場者には、まず移動体感車で、樹脂製二重窓が熱も音も遮断することや、熱いはずのガラスを触っても熱くないこと、さらには真空ガラスが冷却スプレーを掛けても冷えることなど、湯気の中でも曇らないことなどを実際に体感していただいた。単独の事業所を使って窓のエコ化をPRした初めての試みだったが、思っていた以上に好評で、その場で多数の見積もり依頼があった。

吉原 (09年) 11月29日に開催されたエコ窓普及促進会主催のエコリフォームセミナーに行ったが、100名を超える大盛況だった。当日は体感展示会があり、実物のエコガラスの断熱性能を体感できただけでなく、午後からのセミナーでは、環境省地球環境局地球温暖化対策課の水間健

局地球温暖化対策課の水間健

二氏の「今、地球は」、プラスチックサッシ工業会事務局長の斎藤彰彦氏の「エコ窓普及とその効果」といった講演などもあり、地球温暖化対策としてのエコガラスの必要性を痛感し、大変有意義なセミナーだった。

有吉 営業的にも既存の窓ガラスを使っているユーザーへの訴求効果は高い。建材だけだけでなく、次代に続いていくあらゆる産業でも、今まで以上に環境に配慮しているか否かが問われていくことは間違いないと思う。

下田 環境対策に絡む商品やサービスがあらゆる分野で生まれれば、産業の空洞化が叫ばれる中で、一つの産業を築くことができるし、雇用の創出にもつながる。

吉原 失業率は5%を超えていて、企業内失業者を加え



自動ドア 吉原 二郎氏

自動ドアメーカーの日本自動ドア専務。明治学院大学卒業後、日本自動ドアに入社。海外営業部を設立し責任者に就任。米国留学し帰国後、2002年から取締役経営企画室長として、ギアレステイトドライブ採用の新型自動ドアの開発や、自動ドアを取り付けた場合の省エネ効果を提案する「環境分析サービス」の立ち上げに尽力する。2009年に専務就任。埼玉県出身。

ると10%に近づいていくことが予想される。われわれ企業は雇用を生み出す取り組み、つまり新しい商品やサービスを切り開いて産業を生み出す取り組みをしていくことが求められている。

子供の安全対策

松本 エコガラスの普及を促進することで地球温暖化対策の一助になればと思う。

下田 日本自動ドアでは、3年前から「キッズ・デザイン」を合言葉に、子供を健やかに安全に育てる環境をつくらうというコンセプトで活動されている。

吉原 当社は自動ドアによる事故の統計を取っている。自動ドアによるぶつかりや挟まりといった事故は10歳以下の子供は実に多いことが分かります、子供向けの安全対策が求

められていた。ちょうど回転ドアによる事故を契機に、さまざまな製品による子供の事故がクローズアップされていた時期で、経済産業省が音頭を取り、製品による事故情報を医療機関やメーカー、行政サイドといったさまざまな機関に循環させることで、技術改良や安全基準の整備につなげるという「安全知識循環型社会構築事業」を取りまとめた。その延長線上でNPO法人キッズ・デザイン協議会という団体を立ち上げることになり、設立時から会員として活動している。

松本 子供の事故は回転ドアだけでなく、プールの排水溝に吸い込まれる事故や、シユレッダーで指を切断してしまふという痛ましい事故もあった。

吉原 キッズ・デザイン協



内装工芸 有吉 徳洋氏

内装、家具、什器(じゅうぎ)専門会社のソーケン社長。旅行会社で法人担当の営業、企画、ツアーコンダクターを経験。ソーケンに入社しオフィス内装の営業を15年経験。2004年社長に就任。人のため、社会のため、環境のために働くことを目指し、インテリア空間だけでなく、企業の諸問題を総合的に解決する企業づくりを目指す。北海道出身。

議会の中には複数の研究会があり、当社は機械設備の安全性に関する研究グループを立ち上げて活動している。具体的には自動ドア、エスカレーター、エレベーターといった昇降機などの安全性を検証し、製品改良や安全基準の再整備につなげている。アドバイザーとしてCIEPC(傷害予防)の研究をされている産業技術総合研究所の方々にも協力いただいている。

有吉 最近でもエレベーターやエスカレーターによる事故はたびたび報道されている。学校の天窓に乗って、天窓が割れて落下するという事故もあった。

松本 われわれ建設・建材業界は、子供の事故が多い製品を扱っていることがよく分かる。

あつて、体の一部に触れるものが多いからだと思う。ドアでも指は挟むし、ガラスが割ればけがをする。そんな中でも、やはり自動ドア、エスカレーター、エレベーターの3種類の装置産業では事故が絶えない。

下田 大人にとつては珍しいものでも何でもないが、幼児にとつては、自動で開く動作が、一種のマジックに見えるのだから。

吉原 建材は生活の身近に

自動ドアの場合、重篤な事故は少ないが、打撲や切り傷といった事故は非常に多い。最近の私たちの研究では、5歳以下の子供は自動ドアの開閉動作に非常に興味を示し、保護者が目を離すと、延々と自動ドアで遊んでしまうという研究結果が出ている。保育園などでカメラを設置して自動ドアの定点観測をやったが、自動ドアで遊ぶ子供が実に多いことが分かった。

察している様子は、楽しくてしょうがないという感じだ。集合住宅の入り口では、親が管理人や隣人と立ち話をしている、子供から目を離すケースは多い。子供が自動ドアに挟まれて、泣き始めてから気が付くので、単に挟まれたと思う人が多いが、普通に通行するだけでは挟まれない。定点観測を行った保育園のケースでは、保育園から子供が勝手に外に出ないように、子供の手の届かない高い位置に自動ドアのタッチスイッチを設置しているが、子供が走ってジャンプし、5回くらい繰り返して成功する様子が映し出されていた。走ってドアに飛び込んでいくので頭部の打撲といった事故は十分に起こり得る。

有吉 良かれと思つてやった対策が、逆に危険性を生んでいる。

吉原 われわれ自動ドアのプロでも普段から講じている安全対策の有効性をよく分かっている。子供が保育園を飛び出して、すぐ先の道路で車にでも跳ねられたら、その責任の一端はわれわれにもある。

吉原 自分の体を自動ドアに近づけると自動ドアが開くわけだが、センサーが感知していることが分からないから、謎といえば謎なのだろう。幼児が自動ドアに近づいたり離れたたりしてドアの反応を観

あるスポーツシューズのメーカーに話を伺ったところ、子供の跳躍力は目標に応じて無限に伸びるといふ。思い込みによる安全対策は、決して有効ではない。その映像は真に有効な安全対策とは何かを考えるきっかけになった。

下田 しかし、何から何まで安全にすべきだという過剰で行き過ぎた議論も時折見受けられる。

吉原 取柄なげがをするような物を何も安全対策をしないまま放っておいていいということはもちろんないが、何から何まで過剰に安全である必要はない。子供は多少のけがを経験することによって、危険性を認識できる大人に成長するからだ。過剰な安全さは成長の妨げになる。ナイフで指を切ったり、ドアで手を挟んだり、熱湯でやけどしたりすることで、初めて包丁を使えるようになり、ドアを優しく閉めたり、熱湯に手を近づけないという習慣が身に付くのだと思う。

もわれわれ企業家の責任だろう。

廃材利用で社会貢献

下田 ソーケンでは、家具製作の工程で出る廃材で、ソーケン玩具やクリスマスツリーなどを作り、恵まれない施設の子供たちに寄付をしている。

有吉 廃材は捨ててしまうにはもったいないし、使うにしても中途半端な木片なので、都合のいい用途は見当たらない。そこで新入社員教育の一環として、この廃材を使って何かできないかというテーマを与えたところ、玩具製作を思いつき、それを子供にプレゼントしようということになった。

松本 無駄な材木を出さずに最大限利用するという点で自然環境の保護にも通じるし、廃材処理にかかるエネルギーの浪費を抑えることができるので、地球温暖化対策にもなる。

吉原 (09年) 11月に開催されていた「内田洋行フェア」の展示ブースにソーケンさんが「木の再生プロジェクト」を出展されていたので、拝見

させていただいた。複数ある出展の中でも大変強いインパクトがあった。木の廃材を使って作られた玩具の写真などを拝見したが、実によくできている、とても玩具製作の素人とは思えない出来栄であった。木の玩具には金属製のおもちゃにはない自然の温かみを感じた。

下田 環境対策を踏る上で、「サステナブル」(持続可能性)という用語を最近よく見掛けるようになった。資源を効率よく使い続けるというところに着眼点があり、限られた資源の再利用を繰り返すことで、持続可能な社会をつくらうという願いが込められていて、経営者の間にサステナブルな経営を実践しようという運動が世界的に広まっている。

有吉 実際に取り組んでみると、昔は廃材が山積みされていた木工工場内も、すべて整理されてごみも減り、整理整頓が行き届いた、きれいな工場に生まれ変わった。

松本 限られた資源を無駄にせず再利用を繰り返すという点では、「木の再生プロジェクト」は、サステナブル

な経営を実践されている好例。建材業界すべてが見習える取り組みだと思う。

吉原 施設の子供たちに寄付をするというアイデアも素晴らしい。そのアイデアを出して取り組んだのが新入社員というのがすごい。将来の可能性に希望と明るさを感じた。

下田 コンサルタント業務の中で新入社員教育を依頼されることは多いが、自ら進んで物を作り、商品として売るだけでなく、余った物を社会福祉に役立てるといふ真に実践的な商売と社会奉仕を体感して得られた経験は、給料とといった金銭では決して測れない、得難い経験になる。「木の再生プロジェクト」は若い社員の皆さんに、善良で模範的な倫理観にあふれた人生観を構築する素晴らしい機会になると思う。

松本 私たちもサステナブルでなおかつ倫理観を養えるようなプロジェクトをたくさん立ち上げていきたい。

締めくくりとして

下田 企業が社会的な問題の解決に取り組むことによっ

て、確実にブランドイメージも向上し、そのブランドイメージによって、販促の強化につながったり、有能な社員が集まるといふ相乗効果が生まれる。企業価値を大いに高めるし、採用活動にも影響する。企業にとって、財政的に負担のない範囲でCSRに取り組むことは、プラスにはなっても、決してマイナスにはならない。

有吉 廃材を利用した、施設の子供たちへの社会貢献活動に取り組んでいたら、新卒採用の際に、応募が数百通を超えるようになった。

下田 販促活動や採用活動といった社員の雇用にも良い影響だし、最終的には業績が向上するのではないかとと思う。特定のビジネスモデルにこだわる必要はなく、会社ごとに得意な分野でさまざまな方法があった方がいい。

吉原 企業規模に関係なく、社会に貢献することが求められている。まずは得意な分野で実践していくということを社内に浸透させることが必要だろう。

有吉 まずは、われわれ経営者が真剣に取り組んでいる

という姿勢を末端の社員まで理解してもらうことが重要だと思う。

下田 すべての社員に浸透させるという方法でいえば、就業規則や経営理念に盛り込んでしまうのも一つの有効な方法。

私が顧問をさせていただいている会社では、社員に伝えたいことを就業規則に条文として入れ込むようにアドバイスしている。その方がすべての社員に必ず伝わるからだ。

吉原 下田先生にご指導いただくまでは、就業規則は、「規則」としてだけ認識されていて、労務管理のためのだけのルールブックというイメージがあった。就業規則に経営理念を入れてしまうというのはユニークな発想だ。

下田 就業規則はもちろん労務管理のルール集ではあるが、経営理念を盛り込んでも一向に差し支えない。むしろ社員各自の働きがい、モチベーションのアップにもつながるし、入社時や改定時に必ず全社員に配布されるものなので、会社を取り組んでいる方針や経営理念を浸透させやすいのではないかとと思う。