

「社会貢献に向けての企業経営の革新」

－良き企業市民像を求めて－

1992年1月

社団法人 関西経済同友会
企業経営委員会

目 次

I 企業の社会貢献に関する基本認識

(1) 企業の社会貢献の背景と今日的課題	1
1) ゆとり、生きがいの創出と民間公益活動の支援	
2) 企業の社会的影響力の増大と経営の自己規制の強化	
3) 国際的な市場開放と地域協調の推進	
(2) 企業の社会貢献の現状と問題点	2
(3) 経営価値観の転換	3
1) 社会に開かれた企業コミュニティ	
2) 次世代への責任	
3) 日本の平和と繁栄の基礎に対する認識と行動	

II 良き企業市民に向けての政策提言

(1) 社会貢献の基本原則	4
1) 企業活動総体としての社会貢献	
2) 利益追求と社会貢献の相互促進	
3) 地域からの発想と行動	
(2) 社会貢献に向けての経営の革新	5
1) 内なる企業努力による社会貢献	
2) パートナシップに基づく社会貢献	
3) 国際地域経営の枠組づくり	
4) 余暇とゆとりの創出に向けての施策の推進	
5) 経営組織体制の整備	
(3) 社会的環境条件の整備	8
1) 民間公益団体の活性化	
2) 税制上のインセンティブ	
3) 政策研究の推進と情報サービス支援	
4) 社会的評価・啓蒙システム	
(おわりに)	10
<資料 政策メニュー>	11
企業経営委員会活動状況・名簿	13

I 企業の社会貢献に関する基本認識

現在、日本の企業経営のあり様や日本型の経済システムが、国内外の様々な価値観から挑戦を受けている。国内においては、物の豊かさや効率性と合わせて、心の豊かさや文化的価値の創出が求められ、海外にあっては、各国各地域の論理や文化への理解と協調が強く求められている。

企業の社会貢献の問題は、経営環境の歴史的な変化に際会した日本企業が自らの社会的意義を問い直し、新たな価値観や時代の要請に応えうるよう経営を自己変革していく基本的課題の一つとしてとらえたい。

(1) 企業の社会貢献の背景と今日的課題

企業の社会貢献が求められる背景と今日的な課題は、大きく次の三つである。

1) ゆとり、生きがいの創出と民間公益活動の支援

経済的な豊かさと余暇時間の増加によって、人々は生きがいや心の触れあい、自己実現等心の豊かさを求めている。これに伴い、地域福祉、芸術文化、生涯教育、スポーツ等の社会的文化的サービス（準公共財）需要が増大している。今後、本格的な高齢化社会を迎え、国民負担率の急速な上昇が予想される中、これらの多様なサービスを行政にのみ委ねるのではなく、個人や企業の自発的な意思に基づく民間公益活動もその一翼を担っていかなければならない。

企業は社会の一員として、自らの経営において勤労者のゆとりや社会参加の機会を創り出していくとともに、これらのサービスを担う民間公益活動を積極的に支援していくことが求められる。

2) 企業の社会的影響力の増大と経営の自己規制の強化

企業の社会的な影響力が以前にもまして多面的かつ広範囲に及んでいる。土地・住宅問題、交通問題、環境問題等、企業活動と関わりの深い社会問題について、より認識を深め厳しい自己規制と問題解決のための貢献を行っていくことが求められる。

3) 国際的な市場開放と地域協調の推進

日本的経営システムの企業中心主義、閉鎖性等が経営の国際化の過程で様々

な不協和を起こしてきた。今後の課題はマクロレベルでは、日本の市場や取引慣行・雇用慣行の閉鎖的側面を世界により積極的に開いていくこと、ミクロレベルでは、進出先の各国各地域に身を浸す国際的な地域経営をさらに進めていくことが求められる。

(2) 企業の社会貢献の現状と問題点

日本企業の社会貢献の現状の特徴と問題点は次の三点に要約できよう。

- ①われわれが行ったアンケート調査の結果から浮び上った日本企業の社会貢献の取り組みの特徴は、「内なる企業努力」の重視、すなわち環境保全・省エネルギー、生涯福祉、職場環境の向上、労働時間の短縮等の経営改善を先決問題と考えていることである。
- ②問題点としては、経営計画、予算、業績評価の面で社会貢献の位置づけが明らかでなく、実際の対応は、受身的・個別的な処理が多いことである。とくに寄付については多くの企業から、効果に対する不安、重視している課題領域と現実の寄付対象とのギャップ、実施の意思決定基準の不明確さが指摘されている。
- ③日本企業の社会貢献に対する資源配分を寄付金額で見ると、課税所得に対する割合が低いこと（1989年日本 0.89%、米国 1.82%）が指摘されるが、日本企業の経営改善に対するコスト配分や法人税負担の大きさ（法人実効税率 日本 49%、米国 32%）を考慮するならば、日本企業の社会的負担は決して少なくない状況にある。

日本企業の「内なる企業努力」の重視は、自らの経営を万全のものとし、企業本来の活動を通じてプラスの外部効果を社会に及ぼしていくことが経営の本務と考える思想であって、経営倫理としても経営目標としても堅持していくべきものである。

しかし一方、寄付や人材派遣による「外に向かった社会貢献」については、その志と質を高めていく余地が十分にあると考えなければならない。この意味で、米国調査団報告書で述べたように、米国企業のフィランソロピーにおける社会的ニーズの把握、企業理念の反映、効果の追求、そして企業の長期的な利益との調和への強い意思とそのための知恵・工夫について学ぶべき点が多いのではなからうか。

(3) 経営価値観の転換

今後社会貢献を企業経営に内実化していくためには、これまでの経済成長重視の時代の経営価値観にも大きな転換が迫られていると思う。特に次の三点について意識改革が求められる。

1) 社会に開かれた企業コミュニティ

企業内の結束を重視する日本型企业コミュニティは、従業員の企業への帰属意識を高めるとともに経営者の従業員や取引先に対する責任感を強め、相互の信頼と情宜を育んできた。また事業活動においても次代にその成長基盤が引継がれるよう長期的な視点で取り組んでいる。このような全社一丸となって会社を耕す経営や運命共同体的な企業間結合が日本の経済成長の推進力ともなり、また日本社会の安定に少なからず貢献してきた。

しかし今後は、このような日本型企业コミュニティを、勤労者の自由な生涯設計や豊かな家庭生活、あるいは一市民としての社会参加等のニーズに呼応して、市民的文化的な価値を紡ぎ出していくような、社会に開かれた存在に進化させていかなければならない。

2) 次世代への責任

われわれは今、物の豊かさというかけがえのない幸せを得ている。しかしこの物の豊かさを実現した原動力である物のありがたさやつくる喜びを失いつつあるのではないか。また物の豊かさを追求するあまり将来に残すべきストックをも消費していないだろうか。われわれは豊かな資源や自然環境、歴史的遺産、芸術文化、科学技術等の有形無形のストックと、次代の発展を支える倫理になるような良き心の習慣を培い、次世代へ引継いでいく必要がある。

3) 日本の平和と繁栄の基礎に対する認識と行動

これまでの日本の平和と経済的繁栄の基礎には、戦後の経済復興のための経済的技術的支援、安全保障体制、自由貿易体制、そして国内産業の保護育成に対する国際的理解があった。このような国際的環境条件の恩恵のもと経済大国となった日本は、今や民間レベルにおいてもその経済力と技術力を海外各地域社会の発展や地球規模での環境保全、世界平和のために国際フィランソロピーとして用いていく必要がある。

以上のような認識に基づいて企業経営を革新していくことは、企業自体の経営力を強化し企業の社会的評価を高め、ひいては人材の確保や商品・サービスの信認あるいは企業進出に対するパブリックアクセプタンスに資するものである。そしてこのような企業経営の革新は自由と市民的連帯に裏打ちされた強靱な社会をつくっていくことにつながり、企業の長期的な発展の基礎をつくるものとなろう。

Ⅱ 良き企業市民に向けての政策提言

(1) 社会貢献の基本原則

以上の基本認識に基づき、今後企業の成長発展と企業の社会貢献を両立させていくための基本原則として次の三点を提起したい。

1) 企業活動総体としての社会貢献

社会貢献は、企業活動全般にわたって様々なプラスの外部効果を社会に波及させていく「内なる企業努力」と、経営理念に基づいて生活文化の向上や社会問題の解決に主体的に貢献していく「外に向かった社会貢献」の二面から進めていく必要がある。そして、この両面にわたる社会貢献の成果を最大化するような企業努力を行っていかなければならない。

2) 利益追求と社会貢献の相互促進

今後、社会貢献の成果を利益と並ぶ経営価値として追求していくための経営システムを構築し、利益追求と社会貢献をトレードオフの関係ではなく相互促進的な関係におくような経営戦略を模索していかなければならない。そのためには、われわれ一人一人が社会への感受性を高め、自らの経営を市民的・国際的価値基準に合致するよう普段に改革していく主体的な努力が求められる。

3) 地域からの発想と行動

企業活動は各地域社会と雇用面・取引面のみならず、社会文化・自然環境と様々な交渉をもちながら遂行されている。企業の誕生と発展がこのような地域社会を苗床としている以上、企業経営の原点は、このような地域からの発想と行動である。

経営のグローバル化とセントラリゼーションが進む中であっても常に地域からの発想を重視し、地域社会の論理に立帰って行動していかなければならない。このことにより社会への感受性と問題認識が高まり、良き企業市民の精神が陶冶されていくのではなかろうか。

(2) 社会貢献に向けての経営の革新

このような基本原則を踏まえて、企業が社会貢献に向けて取り組むべき政策の基本方向を以下に提示する。なお今後、各企業が業種・業態、経営の実情に応じて具体的に検討していくべき政策メニューを末尾資料に示す。

1) 内なる企業努力による社会貢献

商品開発、生産活動、雇用、従業員福祉、マーケティング活動、設備投資等、企業活動全般においてマイナスの外部効果を抑制し、プラスの外部効果を助長するような企業努力を一層強化していくことが望まれる。

例えば、事業設備を計画する際に障害者への対応や、地域開放のやりやすさ、周辺施設との調和、アメニティの向上等、社会的便益性の視点をも入れてデザインしていくこと、あるいは商品開発において、高齢者や障害者に対する特別仕様の製品を商品メニューに加えるといった企業努力は、きわめて意義のある社会貢献である。

このような自己努力を推進していくためには、自主的な行動原則や倫理規定あるいは法的基準を上回る業務基準を定めて企業活動全般に社会的な目標を与えていくことが必要である。

2) パートナiershipに基づく社会貢献

「外に向かった社会貢献」において、志の醸出と相手先との価値の共有を一層重視していかなければならない。個別の寄付、企業協調型の出捐、官民協調型の事業体（第3セクター）への出資等において、企業の志が通い、関係者の価値観や使命観が共有化されることがその事業の成功の鍵であろう。「外に向かった社会貢献」において必要なことは、社会的ニーズと自らの役割分担について見識をもつことである。

今後の課題として、企業協調・官民協調と合わせて日本の特徴である企業と従業員との相互信頼関係に基づく社会貢献のプログラムを検討していくことが望まれる。

社会貢献の質を上げていくためには、資金の醸出だけではなく、製品、設備等の物、人材、技術、情報等、汗と知恵による貢献にも努力していかなければならない。企業協調と企業保有資源の有効活用による社会貢献プログラムとして「緊急災害援助連絡協議会」の設置を検討したい。

「緊急災害援助連絡協議会」

国内外の災害に対する緊急援助に関する企業の協力は、個別的・間接的になり的確性・タイムリー性に欠けるうらみがある。緊急災害援助において企業の製品、設備あるいは技術が被災地に的確・タイムリーに醸出されるような企業協調の仕組（援助連絡協議会）が求められている。

援助連絡協議会は、あらかじめ参加企業の醸出する企業資源の目録（企業が登録）をもち災害発生の際に政府機関や赤十字等の関係機関と調整の上援助プログラムを作成し、これに沿って各企業に資源醸出の要請を行うものである。この協議会は、当面、関西の企業が、主として自社製品、自社設備でもって被災地を共同で援助するN G Oとして組織しようとするものである。

3) 国際地域(グローバル)経営の枠組づくり

経営の国際化は、一方で企業活動の海外拠点の増加とボーダーレス化の側面をもち、他方で各国各地域社会での企業活動の現地化とボーダーフル化の側面をもっている。つまり国際企業は、様々な文化や価値観、社会的ルールに適応しながら経営の舵取りを行うことが避けられない状況になっている。

国際地域経営の要件としては、権限、雇用・登用、調達の現地化の推進、進出先社会の痛みや価値観への理解と行動、現地ルールでの外国企業との公正な競争があげられる。また国内企業においても外国人雇用、海外研修生の受入れ、技術移転等、内なる国際化を推進していくことが望まれる。

4) 余暇とゆとりの創出に向けての施策の推進

企業の社会貢献の方法や対象領域は、基本的に各企業が主体的に判断して決定すべきものである。しかし現在、社会的なニーズが強く、かつ企業経営のあり様に深くかかわっている国民的課題として勤労者の余暇と生きがいの創出がある。

（余暇の拡充・やりがいの創出）

心の豊かさや自己実現の欲求を満たす基本的条件は余暇の拡充である。余暇の源泉となる労働時間の短縮、フレックス化、長期休暇制度、ボランティア休暇制度等の施策を一層推進していくことが望まれる。一方、仕事にやりがいや喜びを見出だしうるような人事配置や業務機会、職場の環境づくりを行っていく必要がある。

（従業員の社会参加の環境づくり）

従業員の社会参加は、一市民としての自発的な意志に基づいて行われるべきものであり、企業がやり方や対象を指示したりすべきものではない。しかしながら、個人のボランティア活動や市民的連帯を社会の大きな流れとしていくためには、個別企業が、従業員の自発的な意志を尊重し、上述のような時間的・精神的なゆとりをつくりだしていくこと、そして従業員の社会参加を積極的に評価していく姿勢が求められる。在職中の社会活動において様々な経験や知識を習得し、会社での仕事に生かしていくこと、また退職後、その幅広い見識と特技を生かしてヤングオールドとして社会に貢献していくことは、企業の社会貢献にとっても民間の公益活動の発展にとっても不可欠の要素となっている。この意味で経営者の率先垂範が望まれている。

（住みやすく働きやすい住宅・都市環境に向けての協力）

大都市圏における、いわゆる遠・高・狭の住宅問題、通勤地獄・交通渋滞等に象徴される都市交通問題は、もちろん個別企業の努力で解決できる問題ではない。しかしながら、企業としても事業所の分散、配置転換や転勤での配慮、共同利用型の社宅の設置、在宅勤務やサテライト・オフィスの導入等によって地価上昇や交通量の集中を抑制していくような方策を検討していく余地がある。

（雇用形態・企業内福祉施策の拡充）

障害者、高齢者、外国人等が活躍しうる職場を積極的に創出していくこと、従業員の生涯設計や社会参加の自由度を向上させる雇用形態や企業内福祉施策を導入していくことが望まれる。

5) 経営組織体制の整備

上記のような経営革新を着実に進めていくためには、社会貢献が経営活動全体とリンクするような経営組織体制が望まれる。

①社会貢献を利益目標と並んで企業活動を律する価値目標として追求していく

ために、経営理念、経営計画、経営組織、予算の中で社会貢献の基本方針、実施計画、推進組織、予算を明確に位置づけていくこと

- ②社会貢献のプログラムの作成や個々の案件の事前評価と事後の効果の測定あるいは企業活動の外部効果を客観的に評価しトップや各部門長にフィードバックしうる専門的な人材を養成していくこと
- ③社会貢献を短期的な業績（利益）に影響されることなく社会のニーズに対応して、できるだけ継続的に行っていくために、資金を企業財団やコミュニティ財団あるいは社内基金にプールすること
- ④社会貢献の内容を積極的に開示し、株主、従業員、顧客、地域社会の理解と賛同を得ていくための広報・広聴機能をもつこと

(3) 社会的環境条件の整備

企業の社会貢献や民間公益活動が社会的ニーズに適合し、企業サービス（私的財）や行政サービス（公共財）と適切な分担が図られるための社会的環境条件として以下が必要と考える。

1) 民間公益団体の活性化

日本における民間公益活動の中核的な担い手であり、企業助成の主要な対象先となっているのは、福祉、教育、研究開発、文化、国際交流等の分野で設立されている財団である。

これらの財団が財政的基盤を充実させ、そのパフォーマンスを高めていくために、事業目的や事業実績のより積極的なPR、公益活動の実績に基づいて課税上の恩典やペナルティを与える税制、公益活動の自由度を高める公益法人行政を望みたい。

また、企業財団については、経営環境や社会的ニーズの変化に対応して複数の分野で有効かつ的確な助成活動が行いえるよう、関係省庁の総合行政を望みたい。

2) 税制上のインセンティブ

現状の寄付の動向から見て、とくに次の三点について寄付金税制の改革を望みたい。

- ①企業財団の設立や周年事業など大型寄付の年度集中により企業寄付金が損金算入限度額を超過する場合に超過分について繰延措置を認めること。

- ②損金算入限度額が別枠で認められる特定公益増進法人の認定条件がなお限定的であり、またその認定が各省庁の判断となっているため総合的な評価基準に欠けるうらみがある。今後社会的ニーズや当該公益法人の公益活動の実績を反映した認定基準や認定手続を検討されること。
- ③個人の寄付を促進するために一般公益団体への寄付について一定の範囲で所得控除を認めること。またその限度枠超過分について繰延措置を認めること。

3) 政策研究の推進と情報サービス支援

都市問題、環境問題、国際問題等に関して企業や行政に対して様々な政策立案と提言を行う民間イニシアチブの非営利非政府型の研究機関や社会的ニーズと企業シーズのマッチング、中堅企業等への社会貢献に関する情報提供を行う中立機関の設置が望まれる。

4) 社会的評価・啓蒙システム

企業の社会貢献度は単に寄付の多寡や話題性で評価されるべきでなく、企業活動全般にわたる地道な努力が正当に評価され、そのような企業が規模の大小にかかわらず社会的に高い支持を得ていくようにならなければならない。企業の社会貢献に関する公正中立な評価・啓蒙の社会的仕組ができることを望みたい。

以上の社会的環境条件の整備を促進し、また個人・企業の自発的な社会参加を普及啓発していくための市民協調プログラムとして「市民ボランティアの日」の制定を提唱したい。

「市民ボランティアの日」

日本において個人・企業の自発的な社会参加と民間公益活動の据野を拡げていくための記念日として「市民ボランティアの日」を民間の発意で定めていく。

この日には、企業は例えば施設の地域開放、事業所近隣の清掃や植樹等のボランティア活動、従業員ボランティアの表彰、チャリティバザールの開催や企業協賛等、に努めるとともに、学校、地域コミュニティ、公共団体等においてボランティアの普及啓蒙と実践学習のための行事等を全国的にとり行う。

(おわりに)

良き市民とは、仕事に励み、自分自身や家庭を豊かにし、社会に奉仕する人であろう。そしてこの三つの営みが相反することなく互いに心の糧となっている状態が生きがいを感じる生活だと思う。

良き企業市民の条件は、公正な競争と旺盛なビジネスマインドによって利益を追求していくこと、個人の生きがいを大切にしていくこと、そして社会に貢献することの三つと考える。この三つの営みが、互いに触発されるような状態が、国際的にも普遍性をもつ良き企業市民の経営ではなかろうか。

1. 社会貢献に向けての経営革新

(ポイント及び施策例)

内なる企業努力による社会貢献	企業行動原則 倫理規定の設定と遵守……………事業活動に対する内部チェックシステム、社会貢献評価システム、社外役員制の活用 エネルギー・環境等外部不経済要因に対する自主基準 商品開発における社会的便益性の考慮……………弱者対応の商品オプション、環境への配慮、リサイクルへの配慮 弱者雇用への積極的対応……………ハンディキャップ層・女性・高齢者雇用の推進、職場環境・就労環境の向上 企業施設の社会的便益性の確保……………施設開放・共同利用、デザイン向上、街づくりの視点
パートナーシップに基づく社会貢献	経営哲学とプログラムにもとづく主体的貢献 身近な都市問題（コミュニティ）への関心と問題解決に向けた貢献……………交通問題・ゴミ問題・教育問題・土地住宅問題への対応、地場産業・伝統産業振興 地域文化・伝統芸能支援 株主、従業員、顧客、地域社会の理解を求める努力……………アニュアルレポート・社内報等によるPR パートナーシップの重視……………相互信頼関係の醸成、社会的使命感の共有化、企業・従業員協調寄付、株主・企業連合寄付 ノンキャッシュによる貢献……………製品・設備・人材・マネジメントノウハウ・技術等の活用
国際地域経営の枠組づくり	現地社会の歴史、文化、価値観、社会問題への理解と共感……………現地社会の痛みとニーズへの理解と貢献、外国企業の重荷に対する理解、外国企業の フィランソロピーの理念や方法論の理解 経営の現地化努力……………現地採用・現地登用・現地調達の推進、現地への権限委譲、事業活動を通じた現地社会への貢献 内なる国際協調……………外国人雇用・研修生の受入促進、技術移転、日本進出・市場アクセス環境づくりへの協力
余暇とゆとりの創出に向けての施策の推進	余暇の拡充・やりがいの創出……………労働時間の短縮・フレックス化、長期休暇制度、余暇空間・余暇施設充実への協力 社会的使命感の共有化、多様な人材・価値観の包摂、仕事を通じた社会貢献、学歴偏重の打破、長時間労働・3K労働の改善、ストレス・ミスマッチの解消 従業員の社会参加の環境づくり……………ボランティア活動のための時間的ゆとり（休暇、時短、フレックス、etc.）の付与、雇用・考課面での評価、社内ボランティアグループ支援、組合ボランティア活動支援、表彰、企業目的に対する価値観の共有、トップ層の率先垂範 住みやすく働きやすい住宅・都市環境に向けての協力……………職住近接への配慮、サテライトオフィス・在宅勤務の導入、共同利用型社宅の設置、通勤負荷軽減のためのフレックスタイム、地価抑制への協力 雇用形態・企業内福祉施策の拡充……………ライフプランの多様化に対応する雇用・福祉システム、企業内福祉の外部効果の追求、自主的なライフプラン（リカレントプラン・キャリアパス）設計支援
経営組織体制の整備	明確な理念、方針 具体的な行動計画（事業計画への組入れ）……………プログラム・ガイドラインの策定、プラン・ドゥ・シー・サイクル 推進組織、審議機関、予算……………プログラムオフィサーの養成配置、審議の客観性・中立制の確保、予算管理 広報・広聴機能

緊急災害援助連絡協議会

2. 社会的環境条件の整備

(ポイント及び施策例)

民間公益団体の活性化	公益法人の公益活動の活性化	財団の事業目的・活動内容のPR、財団の財政基盤の強化、個人寄付の促進、公益活動推進のためのタックスインセンティブ、縦割行政の改善
	民間公益活動の仕組みづくり	コミュニティ財団の設立、公益信託制度の活用、多目的財団の設立
税制上のインセンティブ	企業・個人に対するタックスインセンティブ	特定公益増進法人・認定特定公益信託の認定範囲の拡大 企業寄付金に係る繰延措置、個人一般寄付金の所得控除・繰延措置
	民間イニシアティブによる政策研究機関の設置	環境問題・都市問題・国際問題等に関する非営利非政府型シンクタンクの設立、国際共同研究・政策提言活動
政策研究の推進と情報サービス支援	共同利用型情報センターの設置	企業シーズと社会ニーズのマッチングサービス
社会的評価・啓蒙システム	企業評価システム	表彰制度、中立的評価・啓蒙の仕組み
	ボランティア普及啓蒙	学校教育への導入、企業内教育への導入、指導者の育成、余暇政策への組入れ

市民ボランティアの日

平成2年度 企業経営委員会活動状況

5月 9日 正副委員長会議 「本年度の活動方針について」

6月21日 スタッフ会

6月25日 講演会・晚餐懇談会

「企業と地域社会—アメリカの現状と将来」

講 師 ボストン大学コーポレート・コミュニティ・リレーションズ

研究センター 所 長

エドモンド・M・バーク 氏

7月18日 スタッフ会

7月25日 スタッフ会

「コーポレート・シチズンシップの紹介－事例と考え方－」

講師 笹川平和財団 プログラム・オフィサー 田中弥生氏

8月30日 講演会・常任委員会

「わが国企業の社会的貢献のあり方を考える」

講 師 慶応義塾大学経済学部 教 授 島 田 晴 雄 氏

スタッフ会

9月13日 常任委員会

・「松下電器産業（株）における社会貢献活動への取り組み

とその問題点について」

講 師 松下電器産業(株) 社会業務室長 飯 田 宏 治 氏

・「今後の活動の進め方等について」

9月18日 スタッフ会

10月 1日 スタッフ会

11月13日 スタッフ会

11月27日 講演会・常任委員会

「社会のなかの企業のあり方」

講 師 新潟大学教養部 教授 梅 澤 正 氏

11月29日 スタッフ会

12月19日 正副委員長会議

・「『企業の社会貢献に関する実態調査結果』およびヒアリング調査結果報告」

・「提言スケルトン案についての討議」

平成 3 年

1月24日 スタッフ会

2月20日 スタッフ会

2月25日 「企業の社会貢献に関するアンケート調査」結果の概要(案)を 幹事会にて発表

平成 3 年 度 企 業 経 営 委 員 会 活 動 状 況

4月11日 正副委員長会議
『企業と社会』調査団(仮称)派遣についてのご討議」

5月14日 調査団 第1回 打ち合わせ会
「調査団の打ち合わせ会」

正副委員長会議
「本年度の活動方針」

5月28日 調査団 第2回 打ち合わせ会

6月13日 調査団 第3回 打ち合わせ会

7月 3日 調査団 第4回 打ち合わせ会・結団式

7月 9日 ～19日	「企業の社会貢献」調査団 派遣
---------------	-----------------

9月20日	幹事会にて「企業の社会貢献」調査団 帰国報告
-------	------------------------

9月25日 調査団 報告書 打ち合わせ会

10月 8日 調査団 報告書 打ち合わせ会

10月30日
～31日 スタッフ会 (於：大阪ガス 研修センター 奥池ロッジ)

11月14日 講演会・常任委員会
「米国第1、2、3セクターの役割分担と日米関係の課題について」
講 師 コロンビア大学 教授 ジェラルド・C・カーチス 氏
常任委員会
「『企業の社会貢献』調査団の調査結果報告」
「提言のスケルトン案についてのご討議」

11月29日 スタッフ会

12月 6日 常任委員会
「提言案についてのご討議」

12月17日 スタッフ会

平成4年

1月 8日 正副委員長会議
「提言案についてのご審議」

1月13日	提言「社会貢献に向けての企業経営の革新 ～良き企業市民像を求めて～」(案)を幹事会にて報告
-------	---

1月21日	提言「社会貢献に向けての企業経営の革新 ～良き企業市民像を求めて～」を記者発表
-------	---

平成3年度 企業経営委員会常任委員会名簿

委員長 副委員長 " " " " "	村瀬栄一	大阪ガス	(敬称略・順不同)
	朝日村徹	東洋紙業	専務社長
	西村	住友生命	常務
	福原	松下電器	常務
	榑崎正	関西電力	専務
	岡本	クボタ	常務
	井上	日本生命	専務
常任委員	近藤宏昭	大和銀行	常務
	日下部雅	住友銀行	常務
	池口義明	丸紅	大阪業務部部長
	大村和二	日本アイ・ビー・エム	取締役
	岸本一	三菱商事	副社長
	小西理之	住友海上火災保険	大阪支社長
	岡野晋滋	隆祥産業	常任監査役
常任委員	斎藤顕一	マッキンゼー・アンド・カンパニー、 インク・ジャパン	取締役
	白土泰三	近畿銀行	大阪副支社長
	高橋長逸	住友信託銀行	副社長
	田中太郎	近鉄百貨店	取締役
	田村宏之	日本生命保険	副社長
	津田和明	住友金属工業	総合法人営業本店 第二部長
	友光祥八	サントリ	取締役
常任委員	南谷昌二郎	西日本旅客鉄道	大阪秘書部長
	西村知明	オムロン	常務
	松原徳一	阪急電鉄	常務
	吉田倬也	伊藤忠商事	常務
	若林昭夫	日本生命球場	社長
	松下鎮平	大阪ガス	理事・経営調査部長
	上田昌彦	大阪ガス	経営調査部次長
常任委員	服部信則	大阪ガス	事業開発部副部長
	大澤則夫	住友生命	総務部次長
	柏原正幸	松田電器	市場開発部
	塚本利彰	関西電力	商品課副長
	太田垣英士	クボタ	会長室長
	隅蔵	日本生命	営業部長
	岡純治	大和銀行	営業企画課副長
常任委員	高橋邦夫	大和銀行	機械事業本部長
	小瀬清夫	大和銀行	統括部部長
	萩尾千里	関西経済同友会	企画広報部長
	梅名義昭	関西経済同友会	本店広報室長
	井上仁	関西経済同友会	渉外部次長
	里見千絵	関西経済同友会	渉外部部長補佐
		関西経済同友会	社会事業調査室長
常任委員			常任幹事
			事務局長
			企画調査課長
			企画調査課
			主任研究員
			企画調査課

「社会貢献に向けての企業経営の確信」
～良き企業市民像を求めて～

平成4年1月13日発行

発行者 社団法人 関西経済同友会

常任幹事 萩 尾 千 里
事務局長

大阪市北区中之島6丁目2番27号

電話 (06) 441-1031

印刷所 株式会社 あらい

大阪市北区天満橋1-3-3
