

社会から信頼されるために 改めて企業の存在が問われている

近年、社会の企業に対する信頼が失われつつあります。この背景には、1980年代以降に始まった世界的な規制緩和の流れを受け、競争が激化したことにより、日本においても“効率化”の名のもとに、本来当然のごとくやらなければならない基本的なことを怠る、あるいは法を犯してまで利益を追求するといった行き過ぎた行動に結びついているのではないかと思います。

また、ニュースなどで報道される社会的事件を見ても、企業だけでなく社会全体として倫理観・道徳観といったものが薄らいでいるのではないかと、バランスが崩れてきているのではないかと感じています。

一方、市民社会の成熟化とともに、私たちを取り巻くステークホルダーは今まで以上に厳しく企業を見極めるようになり、信頼を失った企業は市場から退場を迫られる場合もあります。企業は改めて自らのあり方、存在意義を問い直す段階に来ているのだと思います。

今まで行ってきた活動を CSRという概念で再整理する

そうしたなか、私たちNTT西日本グループでも、「NTT西日本グループのCSRは何であるか」を改めて問い直しました。その結果、CSRは何か新しいもの、特別なものではなく、1999年の創業以来、当社が社会から信頼を得るため、また貢献するために行ってきた活動そのものであることを再確認しました。ただ、それらが個々に行われてきたため、CSRという概念では整理されていませんでした。また、刻々と変化する社会の状況にあわせ、今後新たに取り組まなければならないことが出てきているのも事実です。

CSRは日本語に訳すと「企業の社会的責任」

となりますが、法令や社会的規範を遵守することや最適な製品・サービスを提供するといったことは義務的な発想であり、私たちはそうした従来の社会的な責任の範疇を超え、もっと能動的な発想でCSRを捉えています。

「経済的価値」「社会的価値」 「人間的価値」3つの価値を高め、 持続可能な社会に貢献する

2005年10月に策定した「NTT西日本グループのCSRに対する考え方」は、そうした考えを整理し、概念としてまとめたものです。ステークホルダーごとに「経済的価値」「社会的価値」「人間的価値」という3つの価値に分類し、それぞれの価値を向上させることで社会に貢献する。また、これらの価値を高めていくことは、私たちが持つ情報通信サービスにおける資源・ノウハウが向上することにつながり、ユビキタスな情報ネットワークによって安心・安全かつ持続可能な社会づくりに貢献することができると考えています。

当社は1999年に創業しましたが、本格的な光ブロードバンド時代への転換期を迎え事業環境が大きく変化するなか、まず取り組んだのは黒字経営を実現するということでした。利益を上げ、株主や社会に還元するという責任をしっかりと果たし、信頼されることが企業としての第一義だと私は考えています。また、黒字化を達成した後もこれを続けていかなければいけません。そのために財務体質を改善・強化し、株主に対する「経済的価値」を今後も高めていきます。

さらに、私どもは2004年に中期ビジョンとして「お客様に感動していただく」「地域の発展に貢献する」「安心・安全な社会の実現に貢献する」という3つの柱を掲げ、お客様に対してどうあるべきか、どういう企業をめざしていくのかを世の中に示しました。例えば、都市と地方の地域間格

差ということが言われていますが、これは大きな問題であると思います。高齢化の問題はこれからますます深刻になってくると考えられますが、地方にいても都市に同じようなサービスが受けられるように、私たちは情報通信サービスによる遠隔医療実現への支援や介護をサポートする仕組みなどで老後も安心して暮らせる社会の実現に貢献できると考えています。また、地球環境の保護も当社の重要な責務の一つです。NTTグループ各社とともに省電力化を強力に推進する一方で、情報通信サービスを活用することで社会全体を効率化し、エネルギー消費量を削減することは、当社が大きく貢献できる分野だと考えています。このように事業活動を通じてお客様や地球環境そして地域社会に貢献し、「社会的価値」を高めることにより、お客様に感動を与えることができる企業になりたいと考えています。

そして、社会に対してより良いサービスを提供していくためには、何より社員一人ひとりの質の向上が不可欠です。情報通信サービスは日々目覚ましい進歩を遂げており、ブロードバンド時代に対応でき、自分たちの仕事に誇りを持つ人材の育成を進めることにより、「人間的価値」を高めていきます。また、同時に社員一人ひとりが日々の仕事を直接的・間接的にCSRと結び付けて行動できるようになれば、「社会的価値」を高めることにつながっていくことから、CSRに関する研修もさらに力を注いでいく考えです。

CSR経営のベースは コミュニケーションの充実

また、CSR活動を進めていく上で、コミュニケーションというのが非常に大切になってくると思います。私は社員に対して「コミュニケーション文化を創っていく」と常日頃から話しています。それは、職場で一緒に働く人というのは、同じ使命感を持



ち、力を合わせて物事に取り組んでいかなければならず、そのためにはお互いをよく理解する必要があるからです。2005年度は、数回にわたり現場の第一線で働く課長職クラスすべての人を集めた研修会を開催しました。特に職場のリーダーである課長職クラスの人たちは、各職場において円滑なコミュニケーションを推進してもらう必要があり、CSR活動も同様だと考えています。そして、コミュニケーションを円滑にするということは、つまり相手を思いやる能力を身に付けるということです。さまざまなステークホルダーの意見を尊重しながら、バランスのとれた事業活動を行わなければならないCSR活動にとって、社員一人ひとりがコミュニケーション力を向上させることは必要不可欠なのです。

今後は、こうした教育・啓発、コミュニケーション活動を通じてCSRを企業風土として定着させ、さらにそれを現場の社員が実践していくことが課題であると考えています。

本報告書は、私たちNTT西日本グループのCSRの考え方と活動について掲載しています。多くの方にお読みいただき、忌憚のないご意見を賜ることができれば幸いです。

代表取締役社長 **森下俊三**