

Sustainability Report 2014



理念とビジョン

クレアンの一人在りどどのような考えを持って仕事に臨んでいるのか。ここでは、私たちが大切にしている基本的な考え方、マインドについて説明します。

▶ トップコミットメント

▶ 理念とビジョン

▶ 私たちを取りまくステークホルダー

マネジメント

ここでは、「サステナブルな社会を実現する」というビジョン達成のため、クレアンが会社の運営をどのように進めているのかについて説明します。

▶ CSRマネジメント

▶ 目標と実績

▶ リスクマネジメント・コンプライアンス
▶ 機密情報保護方針
▶ 個人情報保護方針

経済性報告

クレアンは、社会を持続可能にしていくことをミッションに事業を行っています。私たちが企業として存続し、ミッションを果たしていくためには、社会から必要とされ、事業から適正な利益を継続的に上げていくことが必要だと考えています。

▶ 財務情報

▶ ステークホルダーとの経済的関係

社会性報告

ここではクレアンがさまざまなステークホルダー（社員、お客様、取引先、社会）との関わり合いのなかで取り組みを進めている活動について報告します。

- ▶ 社員との関わり
 - ▶ 人が活きる職場環境づくり
 - ▶ テレワーク方針
- ▶ お客様との関わり
 - ▶ 顧客満足度調査の実施
 - ▶ ステークホルダー・ダイアログ2008
- ▶ 取引先との関わり
 - ▶ ステークホルダー・メッセージ
- ▶ 社会との関わり
 - ▶ 企業市民活動

環境報告

もともと環境意識の高い社員が集まっているクリーンですが、より環境意識を高めるために、身の回りのことからきちんと活動に取り組んでいます。

- ▶ 環境マネジメント
- ▶ CO₂排出量の抑制
- ▶ グリーン購入の推進
- ▶ OA用紙使用量の削減
- ▶ 廃棄物の発生抑制

GRI内容索引

- ▶ GRI内容索引

サステナブル・イノベーションを 生み出すために

株式会社クレアン代表取締役
蘭田 綾子



創業25周年を迎えたクレアン

1988年8月5日に立ち上げたクレアンは2013年ようやく25周年を迎えることになりました。思い起こせば、「社会を変革したい」という強い思いで25歳の時に立ち上げた会社ですが、当時は経営学の専門知識も、人脈もなく、もちろん起業の経験もなかった私が、なぜここまで続けてこられたのか改めて不思議な思いがしています。25年という歳月の間には、なぜ自分は経営者を続けているのか、と自問したくなる苦しい瞬間もありましたが、優秀で素晴らしいマインドを持ったスタッフに囲まれ、私たちのビジョンに共感してくださるお客様や株主様にも恵まれ、また理解あるビジネスパートナーのご協力があったからこそ、ここまで継続できたと、本当に言葉では表せないほど感謝しています。

25年前といえば、社会起業家という言葉もなく、女性が会社を興すだけでも大きなハンディがありましたが、固定観念に縛られずに、働くメンバーみんながチャレンジできる場作りをして、世の中にない新しい仕事を創り出すことを目指してこれまで走ってきました。クレアン（Cre-en）という社名は、仏語であるCREATEUR-ENTREPRENEUR（創造する起業家）に由来するのですが、クレアンはそうした思いを実現していくビジョン型企業であり続けたいと思っています。メンバーは、事業会社、金融機関、新聞社などのメディア、経営コンサルティング会社の経験者のほか、国内および国際的なNPO、NGOの出身者など様々な経歴を持つ多様な人材で構成されていますが、社会を変革したいという強い思いでクレアンに集まってきてくれています。2000年に全員で策定した「私たちは輝く笑顔があふれる地球の未来を創造します」という企業理念、そして「2020年に向けて、事業を通じて地域、国という枠組みを越えた地球と人、人と人がつながるサステナブルな社会を実現します」という2020年ビジョンが、メンバー共通の大切な礎となっています。

「バックカスティング」と「統合思考」がサステナビリティ実現の重要な鍵

クレアンは、社会を変革していくためには社会的影響力の大きな企業が変わることが重要という考えから、2000年より大企業を中心にCSR体制の立ち上げ、マネジメントの推進、CSRレポートをはじめとした情報開示およびステークホルダーコミュニケーションの支援を一貫して進めてきました。これまで支援してきた企業数は延べ600社を超えますが、日本におけるCSRの発展と定着に少なからず貢献できたのではないかと考えています。

2010年に社会的責任に関する国際規格ISO26000が発行され、CSR経営は新たなフェーズを迎えました。そして今年2013年は、CSR（サステナビリティ）レポートの国際的なガイドラインであるGRIガイドラインの第4版（G4）が5月に発行されました。そして財務側面だけでなくESGなど非財務側面も含んだ企業の情報開示全般を取り扱う「統合報告」に関するフレームワーク（IIRC:国際統合報告評議会が発行）が年内にも発行されるなど、統合思考に基づいたサステナビリティ経営への流れが加速しています。短期的な利益だけではなく長期的で持続的な企業価値を創造できる企業なのかどうか、そのためにCSRを本当に企業経営に統合することができるのかどうかという点に、マルチステークホルダーだけではなく、世界の投資家の関心も集まってきているのです。

日本だけにとどまっていると世界の動きから取り残されてしまいます。私はここ3年の間に中国や韓国、シンガポール、インドなどを訪れる機会がありましたが、急速な発展にともなって、アジアでは大気や水質汚染をはじめとする環境問題、拡大する経済格差の問題とそれに起因する社会の歪みが深刻化しています。例えばインドでは12億人の人口のうち1日2ドル以下で生活している貧困層が8割を占めています。子どもたちの約半分が栄養失調、その母親も基礎的な栄養や保健衛生が不足し、多くが必要最小限の医療さえ受けることができません。けれども、経済成長の恩恵を受け、豊かで便利な生活をしている2億人以上の富裕層、中間層は、そのとんでもない状況を全く気にしないで、より豊かな生活を望んでいます。また、都市部では慢性化している交通渋滞や大気汚染、頻繁に起こる大規模停電、上下水道の未整備、至るところに散乱している廃棄物・・・と増え続ける人口と拡大する経済にインフラ整備や公衆衛生が全く追いついていない状態でした。その上、人権問題や労働問題も複雑で、世界の社会問題、環境問題の縮図のようでした。

有限な地球では成長の限界はすでに見えています。だからこそ、持続可能で心豊かなライフスタイルへの転換を早急に進める必要があるのです。「この社会は何かおかしい。」「このままでは、社会も人類も持続できないのでは・・・」と多くの方が改めて気づき始めた今、本気で社会のパラダイムや人々の意識を大きく変えていかなければなりません。そのためには「バックキャストिंग」という、未来から現在を考える手法によって、サステナビリティ時間軸（次世代までも見据えた超長期）のビジョンや戦略を考えることが有効です。一度目の前の制約、前提を取り払い、「あるべき姿」から考えることで、今までになかった新しい発想やサステナブル・イノベーションが生まれてくるものと私は心から期待しています。

未来は、きっと変えられる

本格的なCSR推進、そしてサステナビリティ経営への転換はまだまだこれからだと感じています。マイケルポーターが「CSV（Creating Shared Value）」＝共有価値の創造」というフレームワークを提唱したのは2011年のことですが、これは私たちがCSR元年である2003年よりずっと言い続けてきた「本業におけるCSR」（＝社会課題を、事業活動を通じて解決する）と通じるものです。気候変動、水・食糧資源の不足、高齢化、格差の拡大など社会課題に対する関心が高まる中、自社の強みやリソースを活用して、どの社会課題の解決に貢献できるのかについて真剣に検討し、新商品・サービスの研究・開発に取り込んでいくプロセスは、企業に新しい視点や気付きを与え、新市場の開拓、イノベーションの創出につながる大きな可能性を秘めています。もちろん、全ての問題がイノベーションやCSVで解決できるわけではありません。けれども、今起きているほとんどの問題は人間が起こしたものですから、私たちの責任で解決に向けて努力と創意工夫を続けるべきでしょう。世界中の人たちが利害を超えて、未来に向けて智恵を結集することができれば、きっと新しい世界を生み出すことができると私は信じています。

最後に私の大好きなことばを届けたいと思います。

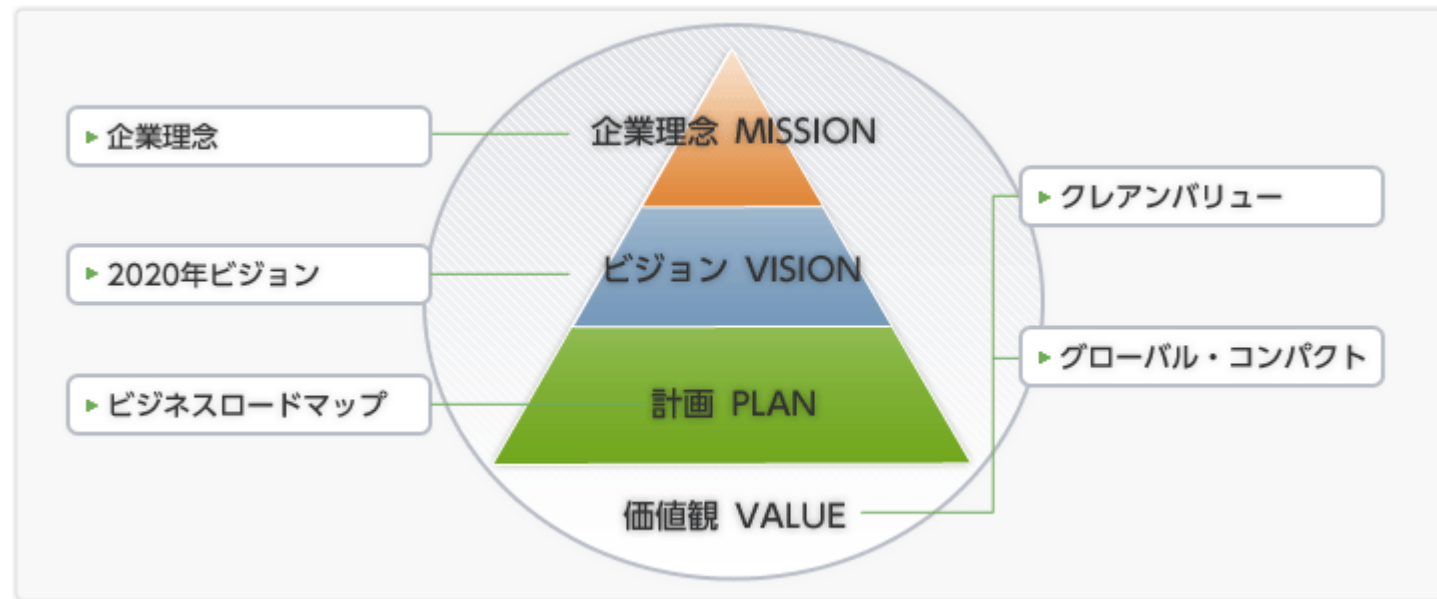
「思慮深い献身的な市民の小さなグループが、世界を変えられることを決して疑ってはならない。それはまさに起こったことなのだ。」
Never doubt that a small group of thoughtful, committed citizens can change the world. Indeed, it is the only thing that ever has.

マーガレット・ミード（1901～1978 文化人類学者 米国）
Margaret Mead (December 16, 1901 - November 15, 1978)

株式会社クレアン代表取締役
 蘭田 綾子

理念とビジョン

私たちは、「サステナブルな社会の実現」を使命として、事業活動を展開しています。



企業理念 MISSION

私たちの存在意義は、企業理念に示されています。私たちは、持続可能な社会の実現に向けて、経済・環境・社会の調和ある発展に貢献していきます。

私たちは輝く笑顔があふれる**地球の未来**を創造します。

経済方針

事業の発展により安定した利益を確保し、社会づくりに貢献します

環境方針

「バランス」と「共生」という地球と自然の原則を守り、事業活動を通じて、意識の普及と向上を図ります

社会方針

サステナブルな社会実現のためにすべてのステークホルダーとベストな関係を築きます

ビジョン VISION

私たちが目指すゴール、サステナブルな社会のイメージを共有するために、全社員のアイデアと智慧を結集してビジョンを策定しました（2002年策定）。

2020年に向けて、事業を通じて地域、国という枠組みを越えた地球と人、人と人がつながるサステナブルな社会を実現します。

計画 PLAN

私たちは、2020年にサステナブルな社会を実現するため、企業、市民、政府に対して、働きかけ、つなぎ、協働していくためのビジネスを展開していきます。



価値観 VALUE

クリーンバリュー

「サステナブルな社会を実現する」という使命をまっとうするために、自分たちは「どうありたいか」。「クリーンバリュー」はその羅針盤となるものです。私たちはここに掲げた7つのバリューを日々実践することで、企業理念とビジョンの実現を目指します。



グローバルコンパクト

クリーンは2007年、グローバル・コンパクトの趣旨に賛同し、日本で57番目の企業として署名しました。社会的影響力の大きい企業をクライアントとするクリーンは、お客様とともに、今後も継続してグローバル・コンパクトの精神を守っていきます。

【人権】
原則1. 企業はその影響の及ぶ範囲内で国際的に宣言されている人権の擁護を支持し、尊重する。

原則2. 人権侵害に加担しない。

【労働】

原則3. 組合結成の自由と団体交渉の権利を実効あるものにする。

原則4. あらゆる形態の強制労働を排除する。

原則5. 児童労働を実効的に廃止する。

原則6. 雇用と職業に関する差別を撤廃する。

【環境】

原則7. 環境問題の予防的なアプローチを支持する。

原則8. 環境に関して一層の責任を担うためのイニシアチブをとる。

原則9. 環境にやさしい技術の開発と普及を促進する。

【腐敗防止】

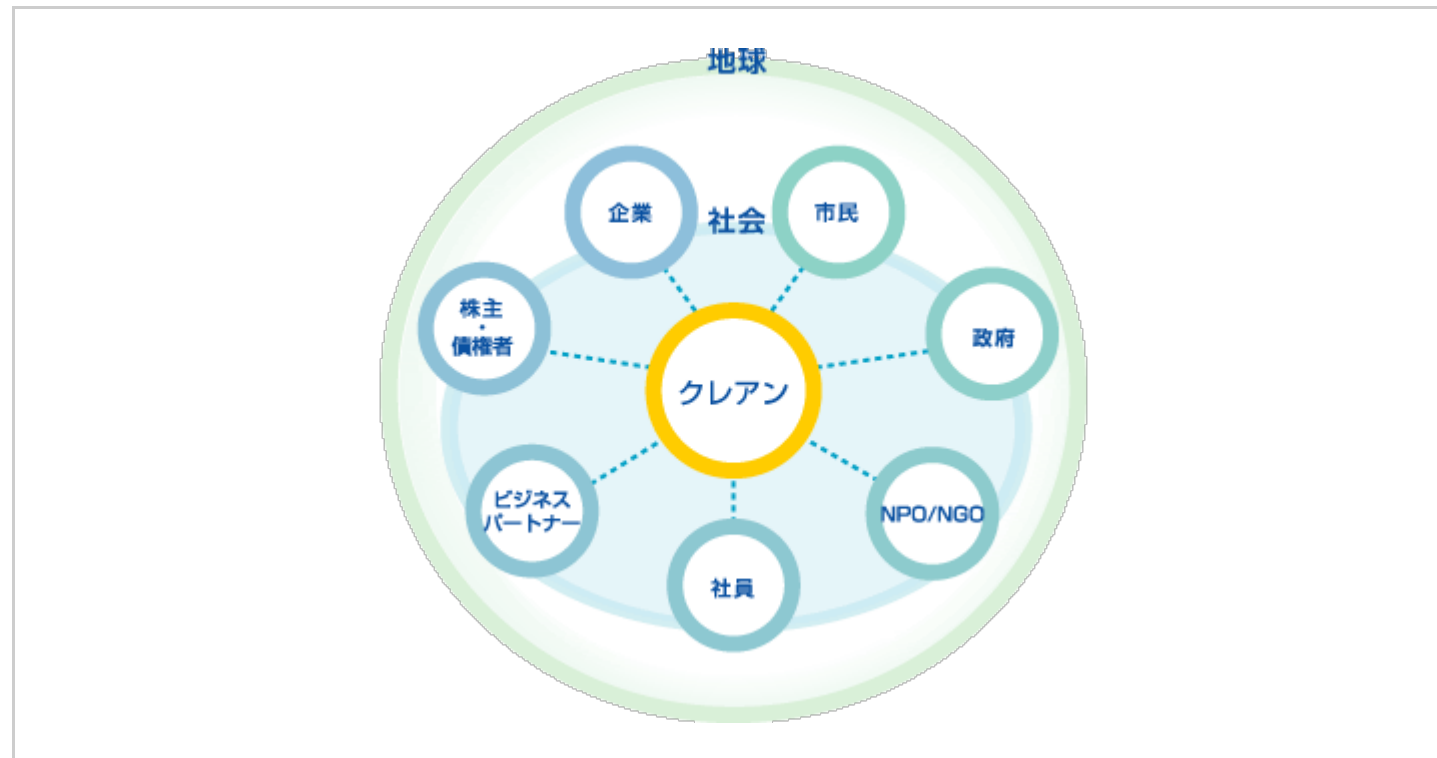
原則10. 強要と賄賂を含むあらゆる形態の腐敗を防止するために取り組む。



 [サステナビリティレポートのトップへ戻る](#)

私たちを取りまくステークホルダー

私たちはビジネスを通じて、多くの人々に支えられ、多くの人々に影響を与えています。



市民

市民のサステナビリティへの意識向上がサステナブルな社会実現の鍵となります。そのため様々な機会を捉え、啓発活動を推進しています。

企業

サステナブルな社会を実現するためのキープレイヤーの1つです。問題意識を共有し、サステナブルな社会づくりに貢献する企業への転換を支援しています。

政府

サステナブルな社会への転換に重要な主体であり、連携と協働を進めていきます。

株主・債権者

私たちの理念やビジョンを理解してくださり、応援いただいています。

NPO/NGO

多様な価値観、問題意識を持った人々とネットワークを構築し、常に連携をとっています。

| ビジネスパートナー

チームワークを大切に、質の高い仕事を一緒に追求しています。

| 社員

サステナブルな社会を実現するというビジョンの下に集っているかけがえのない仲間です。

.....

 [サステナビリティレポートのトップへ戻る](#)

CSRマネジメント

すべてのステークホルダーから期待される企業であり続けるために、CSRマネジメント体制を築き、事業と経営を一体としたCSR活動を推進しています。

CSRマネジメントの実行

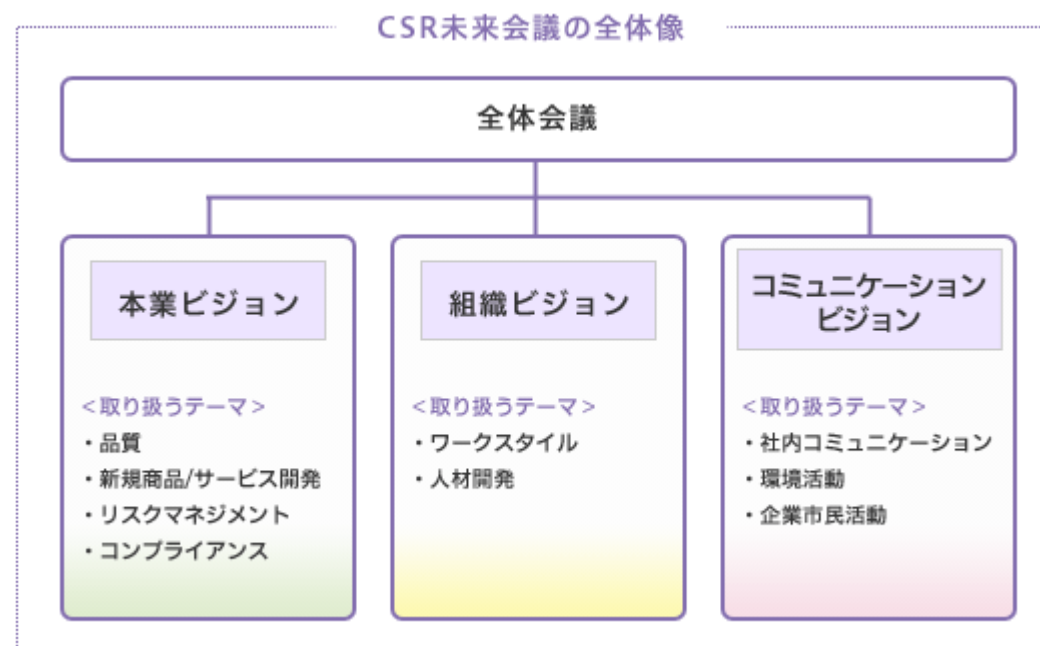
クレアンは事業の成長に伴い、組織が拡大していくなかで、提供する商品・サービスの品質管理をはじめ、コンプライアンスや人材の育成など、事業運営を組織としてシステムティックに進めるためのマネジメント体制を構築することが急務となりました。

2004年11月に、第1回ステークホルダーダイアログを開催し、クレアンに対するお客さまからの率直なご意見、ご要望をいただく機会を持ちました。これを一つの大きな契機として、ダイアログでいただいたご指摘と、経営会議における今後の経営の方向性に関する意見を集約し、CSR委員会を2005年1月1日付けで発足。その後2007年1月に全員参加型へ組織を改変した「CSR推進会議」へ、そして2013年2月には長期的視点（未来）からクレアンの経営を考えるという観点を強化した「CSR未来会議」へと発展させました。

CSR未来会議は、「本業ビジョン」、「組織ビジョン」「コミュニケーションビジョン」の3つのチームに再編成され、本業ビジョンチームでは、品質、新規商品・サービス開発、リスクマネジメント、コンプライアンスなどのテーマを取り扱い、組織ビジョンチームでは、ワークスタイル、人材開発などのテーマを、コミュニケーションビジョンチームでは、各ステークホルダーとのコミュニケーションをテーマとして活動することになりました。それぞれ現状の経営課題の解決を目的とした改善目標を設定し、その活動の進捗状況報告のため、個別会議を1カ月に1～2度のペースで開催しています。また全体会合は年に2度開催をする予定です。

各会議では、担当分野における情報共有と改善活動を日常的に進めています。年度末の1月には、1年間の活動の振り返りと評価、そして次年度に向けた改善施策の提案と予算申請、会議メンバーの入替および引継ぎなどが行われます。また、1年間の活動の結果は、サステナビリティ・レポートで情報開示をしていきます。

CSR推進のコンサルティング・サービスを提供する企業として、また、今後必要となってくるであろう中小企業におけるCSR活動推進の1つのモデルともなるよう、クレアンはCSR活動の推進を自ら実践しています。



 [サステナビリティレポートのトップへ戻る](#)

目標と実績

CSR活動を推進するために、分科会ごとに中長期・短期の目標を設定し、P（計画）・D(実行)・C（評価）・A（改善）のマネジメントサイクルをまわしています。

リスクマネジメント・コンプライアンス

法務リスク管理

2014年中期目標	顧客との守秘義務を厳守 個人情報保護の徹底
2013年度目標	機密・個人情報管理 知的財産権リスク管理 コンプライアンス教育の徹底 パートナーおよびクライアントとの契約書のリスク管理チェック徹底
2013年度実績	著作権に関する取り扱い個別相談の対応
2014年度目標	機密・個人情報管理 知的財産権リスク管理 コンプライアンス教育の徹底 パートナーおよびクライアントとの契約書のリスク管理チェック徹底

安全リスク管理

2014年中期目標	防災管理
2013年度目標	防災セットの配布確認 火災避難訓練参加
2013年度実績	火災避難訓練参加（全従業員）
2014年度目標	防災管理

健康リスク管理

2014年中期目標	健康管理
2013年度目標	医師会による健康相談の実施
2013年度実績	社労士による、メンタルヘルス基礎講習
2014年度目標	メンタルヘルス推進施策の検討

品質

顧客

2014年中期目標	市場・お客様のニーズの変化を先取りする 顧客満足度の向上
2013年度目標	CSR最新情報の定期的なチェックを継続 チェックしたCSR情報の社外に向けた配信を検討 タイムリーなCS調査実施と担当者へのフィードバックを行う CS調査結果を分析し、顧客の要求の精査を行う
2013年度実績	社内でメンバーを募り、CSR最新情報と事例の収集および社内発信を実施 CSRレポート最新動向をクレンジンWebにアップし、社外へ発信 CS調査をタイムリーに発信。各担当者へ適時フィードバックを行い改善につなげた
2014年度目標	国内外のレポートを査読し、CSR情報とともに社内外へ発信 タイムリーにCS調査を実施。調査結果を分析し、顧客サービスの向上に役立てる

従業員

2014年中期目標	品質向上に向けて、個々の能力のレベルアップを図る 品質向上のための円滑なコミュニケーションとチームワークの創造
2013年度目標	従業員ニーズに即した研修を10回以上実施 業務の効率化、品質向上につながる環境の整備 円滑な仕事の進め方、コミュニケーションの追求
2013年度実績	CSV研修、レポート動向共有会、統合レポート共有会、印刷工場見学、ダイバーシティワーク ショップ、マニュアル研修等、年間12回の研修を実施 円滑なコミュニケーション実現のため、ワークショップ形式の研修を実施
2014年度目標	誤植ゼロを目指して、校正のプロセス等の見直しを行う 従業員ニーズに即した研修を10回以上実施 業務の効率化、品質向上につながる環境の整備

取引先

2014年中期目標	パートナー企業との協働による価値の創出
2013年度目標	外部パートナー評価を継続し、業務の効率化および業務改善につなげる パートナーと、よりスムーズなコミュニケーションを図り、仕事の質を高める 新規パートナーの開拓

2013年度実績	パートナー評価を行った上で、パートナーとの意見交換会（10社）を実施。内容をパートナー、従業員に共有し、お互いに改善できる点を確認 デザイン会社1社、ライター1名、カメラマン1名を新規開拓
2014年度目標	パートナーシップの強化を図り、業務の効率化および業務改善につなげる パートナーとコミュニケーションの機会を図る 新規パートナーの開拓、および既存パートナーの稼働率向上を図る

- ▶ [詳細ページ：お客さまとの関わり](#)
- ▶ [詳細ページ：取引先との関わり](#)

人財開発

2014年中期目標	クレアンバリューを共有し、企業理念および2020年ビジョンを実現できる人づくり
2013年度目標	新入社員研修用教材の作成 新入社員研修の充実
2013年度実績	新入社員研修用教材の作成 新しい新入社員研修の導入
2014年度目標	上級ビジネス研修の改定

ワークスタイル

2014年中期目標	私生活と仕事生活の好循環を支える制度作り 心地よい職場作り コミュニケーションの促進
2013年度目標	制度周知のための手引き書作成 有給休暇取得率向上
2013年度実績	育児休業対象者および上長への説明資料の作成と説明会の実施 有給休暇取得率52%
2014年度目標	従業員情報発信へのしかけ、健康管理への啓発 社内スペースの見直し 見える化・言える化の推進

- ▶ [詳細ページ：社員とのかかわり](#)

環境

CO₂排出量抑制

--	--

2014年中期目標	電力使用量 一人あたり 10%削減（2005年度比）
2013年度目標	一人あたり 10%削減（前年度比）
2013年度実績	一人あたり 16.5%削減（前年度比）
2014年度目標	一人あたり 10%削減（2005年度比）

グリーン購入の推進

2014年中期目標	グリーン購入・調達ガイドライン策定
2013年度目標	グリーン購入ガイドラインの策定と数値目標の設定、目標達成
2013年度実績	ガイドラインと目標設定の未達
2014年度目標	グリーン購入ガイドラインの策定

OA用紙使用量削減

2014年中期目標	現状の業務内容に対しOA用紙 一人あたり 10%削減（2005年度比）
2013年度目標	一人あたり 2%削減（前年度比）
2013年度実績	一人あたり 11%増加（前年度比）
2014年度目標	一人あたり 2%削減（前年度比）

廃棄物発生抑制

2014年中期目標	ゴミ排出量 一人あたり 10%削減（2005年度比）
2013年度目標	一人あたり 2%削減（前年度比）
2013年度実績	一人あたり 3.4%削減（前年度比）
2014年度目標	一人あたり 2%削減（前年度比）

 [詳細ページ：環境マネジメント](#)

企業市民

NPO/NGOsの支援

2014年中期目標	サステナブルな社会の創造につながる活動を行うNPO/NGOsを支援する
2013年度目標	引き続き、クリーンの企業市民活動の方針に沿ったNPO/NGOs活動支援を行う

2013年度実績	サステナビリティ日本フォーラム、社会的責任投資フォーラムの支援
2014年度目標	引き続き、クリーンの企業市民活動の方針に沿ったNPO/NGOs活動支援を行う

わたしたち自身の活動

2014年中期目標	社員および会社自身が、サステナブルな社会の創造につながる活動を行う
2013年度目標	社員参加型の活動を強化して、社員の市民意識の向上を図る
2013年度実績	社員参加型イベントの実施 1. 社員の市民活動の社内共有会の実施 2. 社外の市民活動家を招いた意見交換会の実施
2014年度目標	社員参加型の活動を強化して、社員の市民意識の向上を図る

社会の橋渡し役

2014年中期目標	サステナビリティに対する意識の高い人材を育成する
2013年度目標	インターン受け入れについて、総合企画グループと共同で実施
2013年度実績	インターン受け入れなし
2014年度目標	インターン受け入れについて、総合企画グループと共同で実施

 [詳細ページ：社会とのかかわり](#)

 [サステナビリティレポートのトップへ戻る](#)

リスクマネジメント・コンプライアンス

すべてのステークホルダーとの信頼関係の強化、より一層の安心とサービスをご提供するための活動について、ご紹介します。

クリーンのリスクマネジメント・コンプライアンスの基本的な考え方は、「お客様・お取引先様をはじめとするステークホルダーの皆様との信頼関係を強化することで、より一層安心してサービスをご利用いただける環境を整えること」です。この基本方針のもと、リスクマネジメントとコンプライアンスを複合的に捉え、以下の3つの側面で活動を推進しています。

これらすべての側面において大切なのは、「社員一人ひとりの知識レベルと意識レベル」を高めることです。クリーンでは今後も、社員のコンプライアンス研修、リスクマネジメント研修に力を入れていきます。

厳格な情報管理

業務の遂行において不正競争防止法や個人情報保護法など関連する法規・法令を遵守し、当社の機密情報保護方針および個人情報保護方針に基づいた事業活動を展開しています。

お客様との間では機密保持契約書または機密保持および個人情報保護を含めた契約書を取り交わしています。また、お取引先との間では機密保持誓約書を交わすと同時に、公正な対応を心がけ、信頼関係を築いています。

機密情報・個人情報の適正な利用・取り扱いのため、社内研修を実施し、情報セキュリティ強化を推し進めています。

情報システムの適正な管理

「業務の安定・円滑な運営と業務の継続のための、情報システム構築および運用管理」を基本方針としています。クリーンのさまざまな業務を遂行するにあたり、お客様が安心してクリーンに業務を依頼できるよう、外部からの不正アクセスの防止のためのファイアウォール、情報漏えい・改ざん防止のためのアクセス制限、データの定期的なバックアップなど、基本的取り組みを徹底して行うことで、情報システムの適正な管理を追求しています。

災害対策と事業の継続性

異常気象や地震を含めた自然災害に備えることは、企業の大切な取り組みとなっています。これらに対して、クリーンでは二つの側面で取り組みを進めています。一つは、災害、緊急、事故時における社員の対応能力や防犯意識の向上など社員一人ひとりの生命、財産の保護。そしてもう一つは、災害時（後）において、速やかな事業再開へ向けての仕組みの構築です。

📄 [機密情報保護方針](#)

📄 [個人情報保護方針](#)

🔗 [サステナビリティレポートのトップへ戻る](#)

機密情報保護方針

機密情報保護の基本方針

1. 基本方針

クレアン（以下、当社）は、当社とお客様・取引先との信頼関係を強化し、より一層の安心とサービスを提供するため、以下の機密情報保護方針を定める。当社内の機密情報およびお預かりした機密情報保護の確保と日々の改善に努めることが当社の事業活動の基本であり、社会的責務であることを認識し、本機密情報保護方針（以下方針）を遵守する。

なお、機密情報とは、機密情報を含む可能性のあるすべての有形資料および電子情報を含む。

1. 委託者から貸与された一切の資料
2. 前項の複製・要約・その他二次的資料
3. 電子メールやFAX、郵便物、電子掲示板などの内容および通信履歴
4. 業務遂行に際し作成された一切の資料
5. 業務の成果物のうち、機密情報を含む一切

当社の事業においては、機密情報の収集、預かり、格納、伝達、報告、返却、消去といった業務が日常発生する。機密情報が守られなければ、当社の事業活動の停止、停滞、当社に対する信頼の失墜、失落は免れない。したがって、当社の全員が不断的努力をもって、機密情報を保護し、方針を遵守する責任があり、意図の有無を問わず、当社内外の機密情報に対する権限のないアクセスや改竄、複写、破壊、漏洩等を行ってならない。

当社CSR委員会リスクマネジメント部会は、利用者が方針を理解し、実施できるように教育、指導を徹底する責任がある。

2. 趣旨ならびに位置付け

方針は、下記のとおりを設置目的をもって、当社の管理するコンピュータ、ネットワーク等を利用し情報を取り扱うにあたって、遵守しなければならない最低限の事項をまとめたものである。詳細は、関連法規、条約、当社の各種規約、ならびに内規等に従うものとする。

- 当社の機密情報保護に対する侵害の阻止
- 当社内外の機密情報保護を侵害する行為の抑止
- 情報の機密区分の分類と管理責任者の策定
- 情報の機密区分に応じた管理策
- 機密情報ごとのITインフラとマネジメント
- 機密情報保護の評価と更新
- 建物内の入退出管理
- 機密情報を取り扱う人の情報管理の状況と必要な管理策の実施

3. 対象範囲ならびに適用と責任

当社における方針の対象範囲は、当社全体とし、方針は、当社の機密情報を利用する当社の役職員および従業員（取締役、正社員、契約社員、インターン等）すべてに適用される。役職員および従業員は、諸規程に定めている責任を果たさなければならない。

4. 罰則

本基本方針、諸規程、ガイドラインおよびそれらに付属する規則等に従わない場合は、就業規則に定められている懲戒の規定に従い処罰される。

5. 実施手順

本方針の実実施手順は、当社の規約、内規等によって別途定めるものとする。

情報システムの適正な管理

「業務の安定・円滑な運営と業務の継続のための、情報システム構築および運用管理」を基本方針としています。クレアン
のさまざまな業務を遂行するにあたり、お客様が安心してクレアンに業務を依頼できるよう、外部からの不正アクセスの防
止のためのファイアウォール、情報漏えい・改ざん防止のためのアクセス制限、データの定期的なバックアップなど、基本
的取り組みを徹底して行うことで、情報システムの適正な管理を追求しています。

対策基準

1. 運営体制

機密情報保護の責任者は、当社代表とする。当社代表は、機密情報保護に関する総括的な意思決定を行い、当社内外に対す
る全責任を負うものとする。方針の解釈に関しては、当社代表がすべての権利を保有し、当社代表による解釈をもってその
最終決定とする。方針の策定ならびに重要事項の決定は、当社CSR委員会が行うものとする。システム管理責任者ならびに
システム管理者は、CSR委員会リスクマネジメント部会が担うものとし、システム管理の実施、緊急時の対応等にあたる。
情報保護に関する啓発および教育についても、CSR委員会リスクマネジメント部会が担当し、自主管理ドメイン等のシステ
ム管理者に対する教育を行うとともに、一般の利用者に対する幅広い初心者教育を行う。

2. 機密情報保護侵害の阻止および侵害行為の抑止

2-1. 機密情報保護侵害の阻止

外部または内部からの不正アクセスが検出された場合、当社のネットワーク管理者は、緊急措置手順に従って関連する通信
の遮断または該当する情報機器の切り離しを実施する。不正アクセスが継続する場合には、所定の手続きに基づいて、当該
情報機器またはそれを接続するネットワークに対し、事態を警告し、対策をとるよう勧告し、さらには、定常的な利用を停
止するなどの抑止措置をとることができる。

2-2. 当社内外の機密情報保護を侵害する行為の抑止

当社内外を問わず、あらゆる機関、企業、組織、団体、個人等の機密情報を侵害してはならない。また、情報保護に関連す
る諸法規、条約ならびに当社が定める規約等を遵守しなければならない。

3. 機密情報の管理者と機密情報の扱い

3-1. 機密情報の管理者

当社の管理する機器に保存された情報は、当社のシステム管理者が管理しなければならない。当社の管理するネットワークに個人および自主管理ドメインの機器を接続した場合、当該機器内の情報は、その機器および自主管理ドメインのシステム管理者と利用者が管理しなければならない。

3-2. 非公開情報の扱い

営業、制作、個人情報等の非公開情報を不当に利用してはならない。情報は適切に管理されなければならない、権限のない情報に対してアクセスを行ったり利用したりしてはならない。情報の盗難・漏洩等を防止するため、非公開情報を扱うネットワークは、暗号化や盗聴防止策を講じなければならない。また、情報が記録された媒体は、適切に管理されなければならない。

3-3. 限定公開情報の扱い

特定の利用者に特定の情報を公開する場合、その情報の登録・閲覧は、許可された者が許可された操作だけを行えるように、認証、アクセス制御等を実施しなければならない。非公開情報を扱う場合と同じく、ネットワークは、暗号化や盗聴防止策を講じなければならない。さらに、異常な登録、閲覧および操作が行われていないか、定期的に調査・確認しなければならない。

3-4. 公開情報の扱い

あらゆる公開情報を不当に利用してはならない。情報は改竄、破壊されないように適切に管理されなければならない。また、非公開情報を公開する場合には、個人情報の漏洩、プライバシーや著作権の侵害に十分注意し、公開できる情報だけを抽出し、公開してよい形に加工しなければならない。情報が記録された媒体は、適切に管理されなければならない。

3-5. 情報機器および記憶媒体の処分

非公開・限定公開・公開を問わず、情報機器および記憶媒体を破棄する場合は、その処分方法に注意しなければならない。

4. 機密情報保護ならびに方針の評価と更新

4-1. 機密情報保護の評価と更新

当社の機密情報を守るためには、適切な物理的・技術的・人的セキュリティが実施されているかを定期的に評価・調査・監査しなければならない。改善が必要と認められた場合は、速やかに情報セキュリティの更新を行わなければならない。

4-2. 方針の評価と更新

機密情報保護の調査とともに、方針の実効性を定期的に評価し、改善が必要と認められた場合には、変更内容および実施時期の決定を行い、保護レベルの高い、かつ遵守可能な方針に更新しなければならない。

附 則

この機密情報保護方針は、2005年4月1日より施行する。

株式会社クレアン
代表取締役社長 藺田綾子

 [サステナビリティレポートのトップへ戻る](#)

個人情報保護方針

お客様のプライバシーを適切に保護することは、私たち、クレアン（以下、当社）の重要な責務です。当社は、以下の個人情報保護方針に基き、お客様、お取引様の個人情報※を慎重に取り扱い、安全かつ適切な保護に努めます。

※ 個人情報：事業のために取得する、お客様・お取引様の氏名、年齢、勤務先、役職、性別、生年月日、住所、電話番号、FAX番号、メールアドレス等の個人に関する情報であり、これらの組合せにより特定の個人を識別することができる情報を指します。

1. 基本方針

当社では、お客様・お取引様を初めとする、当社に個人情報を提供されるすべての方（以下、「ご本人」とします）の個人情報を適切に保護する方針を定め、個人情報の適正な利用・取り扱いに努めます。

2. 法令・規範の遵守

当社は、個人情報の適正な利用・取り扱いのため、「個人情報の保護に関する法律（以下「法」とします）」ほか関連法令及びガイドラインその他当社の内部規範を遵守します。また、個人情報の適切な利用・取り扱いについて、従業員に対し必要な教育・啓発活動を行います。

3. 個人情報の利用・取り扱い

（1）個人情報の取得について

個人情報の取得については、法に定める場合を除き、ご本人に対し利用目的を明確にし、その達成に必要な範囲において、適法かつ公平な方法を用います。

（2）個人情報の利用について

個人情報の利用については、法に定める場合を除き、利用目的の達成に必要な範囲を超えて、ご本人の個人情報を利用することは致しません。

（3）個人情報の第三者への提供について

個人情報の第三者への提供については、法に定める場合およびご本人の同意を得ている場合を除き、ご本人の個人情報を第三者に提供することは致しません。

（4）個人情報のお問い合わせについて

ご本人がご自身の個人情報の照会、変更、修正等を希望される場合には、個人情報をご提供された当社または担当者にご連絡いただければ、当社所定の手続に基き、すみやかに対応いたします。

（5）個人情報の委託について

利用目的の達成に必要な範囲内で、個人情報の取り扱いを委託することがあります。この場合は、個人情報の適切な管理能力を有することを条件とし、個人情報の利用・取り扱いに関する定めを締結します。

4. 個人情報の適正な管理

個人情報を安全かつ適正に取り扱うために、個人情報への不正アクセス、個人情報の紛失・破壊・毀損・滅失および漏洩などが起こらないための適切な措置を講じます。

5. 個人情報の利用・取り扱いの改善

個人情報の取り扱いの定めを必要に応じて見直し、改善を図ります。

2005年4月1日
株式会社クレアン
代表取締役社長 園田綾子

.....

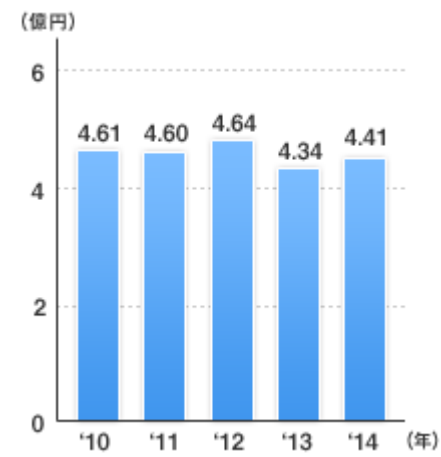
 [サステナビリティレポートのトップへ戻る](#)

財務情報

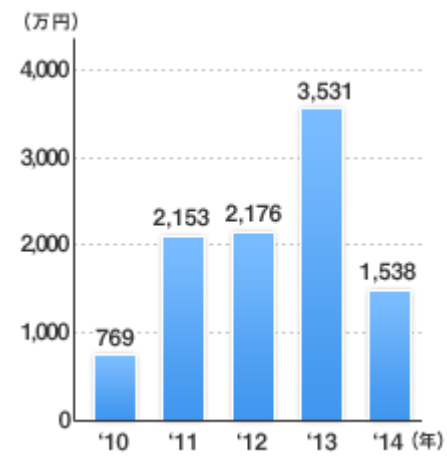
すべてのステークホルダーから期待される企業であり続けるために、CSRマネジメント体制を築き、事業と経営を一体としたCSR活動を推進しています。

2014年1月期における財務の概況は以下のとおりです。

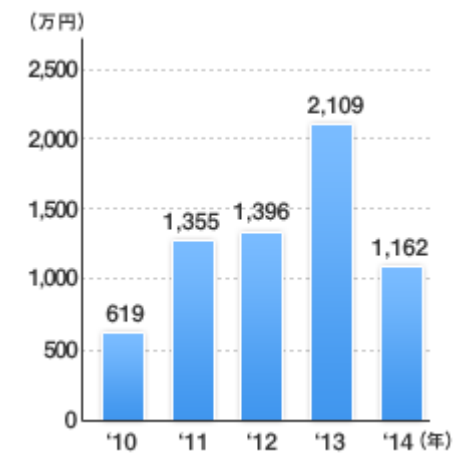
売上高推移（各1月期）



経常利益推移（各1月期）



当期純利益推移（各1月期）



[▶ サステナビリティレポートのトップへ戻る](#)

ステークホルダーとの経済的関係

地球社会

株主

政府

CSR&エコロジカルアクション

CSR&エコロジカルマインド

従業員

CSR&エコロジカルマインド

CSR&エコロジカルアクション

クレアン

売上高：4億4100万円
(2014年1月期)

お客様

CSR&エコロジカルマインド

CSR&エコロジカルアクション

市民・NPO

CSR&エコロジカルマインド

CSR&エコロジカルアクション

ビジネスパートナー

CSR&エコロジカルマインド

CSR&エコロジカルアクション

投資

税

法規制

製品サービス情報

対価

支援

協力

資源

廃棄物大気・水域への排出物

サービス

対価

給与

[サステナビリティレポートのトップへ戻る](#)

社員との関わり

クレアンの重要なステークホルダーは事業活動を支える社員です。「サステナブルな社会を実現する」というビジョンを共有する社員が集まっています。

日々の業務のなかで大切なことを忘れずに仕事で実現することができるよう、毎週月曜日の朝礼では「企業理念」「2020年ビジョン」を唱和し、目指す方向性と価値観を共有しています。

社員一人ひとりが、その想いと重なる「本当にやりたい仕事」に意欲を持って臨める環境をととのえること。そして自己実現を実感できること。それが企業の重要な責任だと考えています。

- [人が活きる職場環境づくり](#)

- [テレワーク方針](#)

[▶ サステナビリティレポートのトップへ戻る](#)

人が活きる職場環境づくり

社員が働きやすい職場、自己実現できる制度とは何か。クレアンらしい職場環境づくりをすすめています。

働きやすい職場環境の整備

クレアンにとって、最も重要な経営資源は人材です。社員が働きやすい職場にするため、一人ひとりの個性や感性を尊重する働き方ができるよう、心がけています。

クレアン社員の平均年齢は40.8歳。仕事中心の働き方ではなく、男女の性差にとらわれず、プライベートと仕事を両立できる仕組みをつくることを人事方針としています。

人事について（2014年1月31日現在）

従業員数	31名
男女別従業員数	女性：13名、男性18名
平均年齢	40.8歳
女性役員数	全役員数4名のうち女性1名

ワーク・ライフ・バランス

有給休暇の活用

プライベートも仕事ともに充実できるよう、有給休暇の活用を勧めています。年2回、全社員に有給休暇所有数を通知し、積極的な利用を促しています。2013年度の有給休暇消化率は52%でした。

介護休暇制度

社員の親族の看護を目的とした休暇制度を導入しています。要介護状態にある配偶者、父母、子、配偶者の父母、祖父母、兄弟姉妹等がある場合に、要介護必要者一人につき最長93日の介護休業を取得する制度です。2013年度の介護休暇取得者は0名でした。

育児に関する各種制度

出産または育児を担う社員に対する制度として、育児休業制度を導入しています。育児休業の期間は子が1歳6か月に達するまでを限度して取得できる制度です。また、3歳に満たない子を養育する場合には育児短時間勤務のほか、小学校就学前の子一人の看護休暇として1年間につき5日間を限度として特別休暇を利用できます。2013年度は、育児休業対象者がいなかったため、育児休業を取得した社員は0名でした。また、育児短時間勤務利用者は2名、子の看護休暇を取得した社員は3名でした。これからもライフステージに合わせて仕事と両立できる制度を整備していきます。

定期健康診断とオプション健診支援

毎年1回全社員を対象に定期健康診断を実施しています。2008年度より、社員一人ひとりが自分の健康状態を知り、関心を持つように人間ドックの利用を推奨し、一部を除き費用は会社で負担しています。

社員向け健康相談

クレアンでは、社員が各地区医師会に所属する地域産業保健センター内の相談室または医療機関に健康に関する相談を受けられるようにしております。これは、センター登録の認定産業医または医療機関が、センター登録された事業者および労働者からの健康に関するあらゆる相談に応じている制度です。健康に不安があるときや、健康診断の結果などに応じて利用を促しています。

制度について（2014年1月31日現在）

健康診断	1回／年度
有給休暇消化率	52% ※前年度：70%
年間休日数	125日（夏季：3日 冬季：5日を含む）
介護休暇休業取得者	0名
育児休業取得者	0名
育児短時間勤務利用者	2名
子の看護休暇取得者	3名

人財開発のための教育・研修

教育・研修を通じて社員の成長をサポート

クレアンでは、会社は人間としての成長を図る場であり、社員には仕事を通して多くのことを体験し、学んでもらいたいという考えのもと、教育・研修活動を行っています。研修は、「基礎研修」「専門スキル研修」「上級ビジネス研修」から成り、毎年改善を重ねながら充実を図っています。社員一人ひとりのレベルアップが会社全体のレベルアップにつながることから、社内外の専門家講師による講義や自発的に参加する社外研修など、社員の教育・研修機会の拡大・充実にも力を入れています。

専門性とコミュニケーションスキルを高めるために

地球環境問題およびCSR関連の情報は、日々発信され状況が変化するため、国内外の情報収集を専門に行う社員を社内に常駐させ、社員全員で最新の情報を共有しています。また、すべての社員がCSRの専門分野を持ち、その分野に関係のあるシンポジウムやセミナーへ積極的に参加することを通じて、個々人の能力および専門性を高めています。イベント参加後は、イントラネットにおける報告レポートや社内報告会の開催を通じて、社員全員で知識の共有を図るとともに、コミュニケーションスキルの向上にも努めています。社員一人ひとりの特長を見極めたうえで、その能力が最大限引き出される環境づくりに、今後も力を入れていきます。

 [サステナビリティレポートのトップへ戻る](#)

テレワーク方針

株式会社クレアンにおいてテレワークとは「情報通信技術を利用して、時間や場所にとらわれない柔軟な働き方」をいい、事業所外でも事業所内にいるのと同じあるいはより能率的に業務を遂行するものである。

当社におけるテレワーク導入の目的は、仕事の生産性・効率性の向上、育児・介護との両立による就労の確保、従業員のプライオリティにあわせたワークスタイルやライフスタイルの実現（効率性の向上）および災害時におけるBCP対策とする。本方針は、テレワーク実施にあたっての基本方針をまとめたものである。

1. テレワーク利用対象者は全従業員とする。但し、利用に際しては部門長の承認および取締役の決裁を要するものとする。
2. テレワークの勤務時間は原則として通常事業所における勤務時間と同じとする。
3. テレワークの勤務時間および勤務場所の変更は部門長の承認および取締役の決裁を要するものとする。
4. テレワークは、勤務時間中に育児や介護を行うものではない。
5. 利用者はテレワーク方針およびその他テレワークに関する各種規約・内規を理解し、遵守するものとする。
6. テレワークのために会社より貸与された機器は私用に利用してはならない。
7. 機密資料は、会社の承認を得た場合を除き、会社から持ち出したり、ネットワークに接続して閲覧したりしてはいけない。また、既存・新規作成の状況に関わらずテレワーク時は第一に会社のサーバに保存し、困難な場合は暗号化処理がなされた貸与PCに保存することとし、いかなる場合も、外部サイト等への保存は認めない。
8. 利用者の給与および手当では、テレワークの利用の有無によって変わるものではない。
9. テレワークは会社の勤務管理上の選択肢であり、利用者の権利ではない。勤務者のテレワークの利用は任意であり、会社は利用者に対し、テレワークの利用を禁止することもできる。

附 則

このテレワーク方針は、2014年8月1日より施行する。

株式会社クレアン
代表取締役社長 蘭田綾子

 [サステナビリティレポートのトップへ戻る](#)

お客さまとの関わり

お客さまのかかわりにおいてクレアンが最も大切にしていることは、お客さまの満足です。これはお客さまのニーズに応えることにとどまらず、お客さまが期待する以上のものを提供することを意味しています。同じ表現を使われている企業が多いなか、私たちが他の企業と異なる点は、お客さまの満足追求と両立して、社会全体のサステナビリティを同時に追求している点です。

お客さまをはじめ、私たちを取りまくすべてのステークホルダーの皆さまとお付き合いをしていくなかで、サステナブルな社会像と一緒に描き、その実現に向けて協働したいと常に考えています。またその相互作用プロセスを通じて社会をより良い方向へ必ず変えていくことができると信じています。その意味で、お客さまも、サステナブルな社会実現を担う主役の一人だと認識しています。

もちろん、このような協働を進める上では、お客さまとの信頼関係をしっかりと築いていることが大前提です。お客さまが望んでいることをしっかり把握した上で、質の高い仕事をするだけでなく、常に新しい価値を提供することに全力であたります。お客さまの満足と社会そして地球環境が高いレベルでバランスがとれるように日々仕事に取り組んでいます。

 [顧客満足度調査の実施](#)

 [ステークホルダー・ダイアログ2008](#)

 [サステナビリティレポートのトップへ戻る](#)

顧客満足度調査の実施

お客様満足度、サービスの向上を目指し、毎年「顧客満足度調査」を実施しています。お客様の期待やニーズにお応えできているか、どのような点で改善が望まれるかを明らかにすることで、より一層質の高いサービスを提供したいと考えています。調査結果については、社内での共有会開催や適宜フィードバックを行い、改善につなげています。

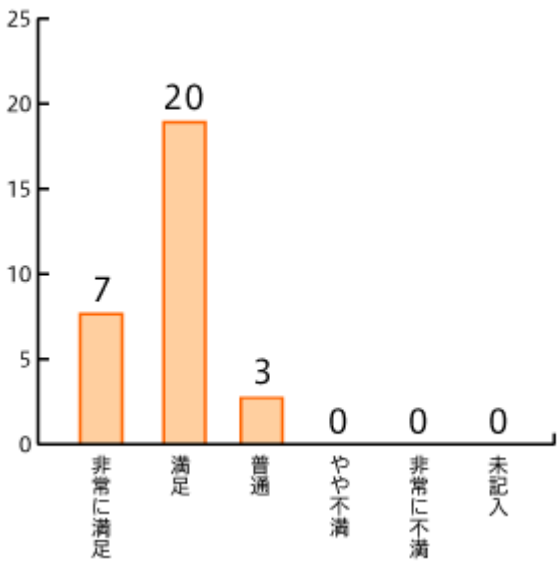
「CSRレポートの企画・制作」サービスに対する満足度調査結果

調査概要

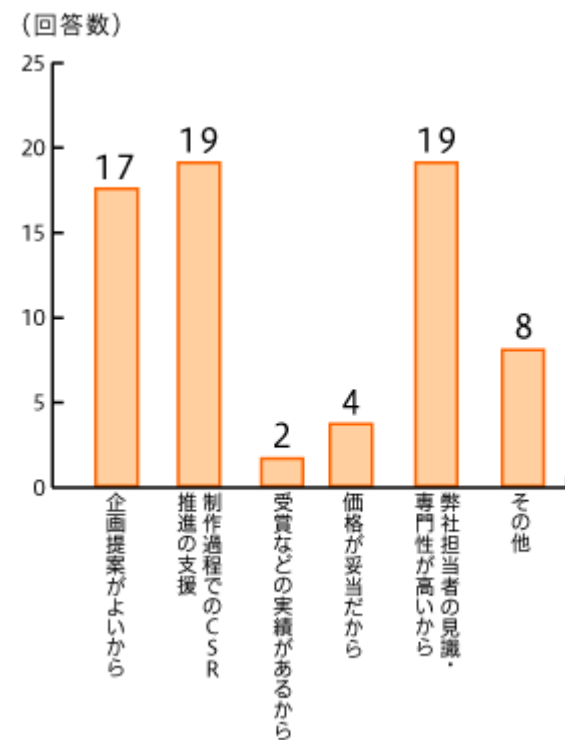
実施期間：2013年6月～2014年2月末
調査対象：主に報告書の企画制作をご支援したお客様
回答数：30社（※調査対象企業全37社）、回答率81%
調査方法：報告書発行後、適宜、顧客チーム顧客満足度調査担当者より各企業のご担当者様へ調査を依頼。各ご担当者様がWEB上の記入フォームに従い回答

調査結果（主な項目の抜粋）

Q：完成した2013年版レポートへの総合評価
（企業数）



Q：クレアンへの発注理由（複数回答可）



頂いた主なご意見（抜粋）

評価いただいた点

- 弊社の意向を取り込んでいただいたことに加え、御社のご提案をいただいたことを加味して、非常に良い成果物を作っていただいたと思っています。
- 企画から発行まで期間が短かったにもかかわらず、修正やコミュニケーション等迅速にご対応いただき感謝しています。
- 企画のプロセスにおいてしっかりとした理念を持って真摯に対応いただけて、とても満足です。
- スタッフの皆さんのお人柄がすばらしく、信頼でき、作業中のストレスがなかったです。
- コンサルティングからデザイン等の制作に至るまで懇切丁寧に対応いただき、レポートとしてもクオリティの高い内容とすることができました。
- ご担当者の専門性・編集能力の高さもさることながら、何よりも良いレポートを作りたいという強い思いがひしひしと伝わり、大変好感がもてます。

改善および期待する点

- 見積提示、契約書精査などの事務手続きの迅速化を要望します。
- 弊社の取り組みへのアドバイスや社会の動向などの情報提供を継続して行っていただきたいと思います。
- 他社とは違う、うちならではのレポートになるような企画の提案をレポート作成の早い段階でいただきたいと思います。
- 豊富なご経験をもとに、他社成功事例などをたくさんご紹介いただけるとありがたいです。
- やや割高感があります。
- 当社の活動にさらに踏み込んでいただき、効果的なCSR活動を展開いただくパートナーとして期待をしておりますので、今後ともよろしく願いいたします。

総括と今後に向けて

ご支援内容、サービスについて、概ね「非常に満足している」「満足している」の評価を頂きました。その中でも、「企画提案力」「構成力」「担当者の意識の高さ」「コンサルティングと一体となったCSRの推進」等、当社の強みが活かされていることが明らかになりました。その一方で原稿、印刷の品質に関しては、さらなる期待・ご要望があることがわかりました。

頂きましたこれらの結果については、タイムリーに担当者へフィードバックし、適宜改善提案に活かしています。さらに、社員の能力向上に向けた勉強会・研修を実施しています。原稿、印刷の品質については、当社の制作パートナーとも課題を共有し、対策を講じています。

今後も当社の強みを活かしながら、お客様のご期待に応えられるよう取り組みを進めていきます。

.....

 [サステナビリティレポートのトップへ戻る](#)

ステークホルダー・ダイアログ2008



2008年4月17日、クレアンのスークホルダー5名の方を東京支店にお招きして、第2回目のステークホルダー・ダイアログを開催しました。

当日は、CSR推進およびCSRレポートの企画・制作でおつき合いをさせていただいているお客さま3社の方と、消費者視点の専門家および学識経験者である2名の有識者の方にお集まりいただき、「サステナブルな社会の実現に向けてクレアンに期待すること」をテーマにご意見をいただきました。

ダイアログの様子は、東京支店の会場で、またテレビ会議システムを使って大阪本社とつなぐことで、両事業所の社員が傍聴しました。

参加者（写真左より五十音順）



辰巳 菊子 氏	社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会理事
豊田 洋介 氏	株式会社大和証券グループ本社 CSR室 次長
中村 政樹 氏	伊藤忠商事株式会社 金融・不動産・保険・物流カンパニー 保険第二部長 (前 CSR・コンプライアンス統括部 CSR推進室長)
野村 浩一 氏	富士ゼロックス株式会社 CSR部 企画推進グループ グループ長
水口 剛 氏	高崎経済大学 経済学部 教授

富士ゼロックス株式会社 野村様に本ダイアログの座長をご担当いただきました。

これからの社会の変化とCSR

- ▶ これからの社会はどうなっていくか
- ▶ 社会全体の意識がついてこない

クレンジンに期待すること

- ▶ 常に進化しなければいけない
- ▶ ダイアログを終えて

.....

▶ [サステナビリティレポートのトップへ戻る](#)

これからの社会の変化とCSR

野村氏： 今日、これからの社会はどうなっていくのか、その中で各セクターの果たすべき役割は何か、特に企業におけるCSRとはどうあるべきかを議論した後で、持続可能な社会の実現のために、クリーンに期待することについて話していきたいと思います。

これからの社会はどうなっていくか

水口氏： 今後の社会の行く末について私は悲観的に捉えています。中国やインドが経済発展をしていますが、私の印象では中国はアメリカ的な考え方と親和性があって、市場原理主義が入りやすい国なのではないかと感じているからです。そういう意味でこのまま行くと少し怖いな、と感じています。

辰巳氏： 私は日常の暮らしという視点から社会を見ていますが、生きるために必要な衣食住が今後も本当に持続可能なのか想像が付きません。中でも一番気懸かりなのが食。日本は食の海外依存度が非常に高い国ですし……。そう考えると、世界の安定が大切になり、長期的に見れば、持続可能性と平和はイコールではないかと思えます。

水口氏： これからの社会は、やはり企業が中心で、社会を良くするか悪くするかの鍵は企業が握っていると思います。もう1つの鍵はお金。目先の利益だけではなく、社会のことも考えて行動できるような資金の流れをつくっていけるか、そしてその期待に応えられるような金融機関の存在が重要になってくると思います。

豊田氏： 資金の流れを決める責任は基本的に投資家にあります。私たち証券会社の主な役割は仲介ですが、その制約の中でどれだけそういう資金の流れをつくれるか。資金は水が高いところから低いところへ流れるように、より儲かりそうなところに流れていくもの。金銭的でなく社会的なリターンへ資金が向かうかどうかについては今のところ不透明です。

水口氏： 個人投資家が儲かるところにお金を出すのは仕方がない。ただ、大きなお金を預かっている、例えば年金などのお金は規制されるべきではないかと思っています。つまり環境や社会のことも考えて投資するように。それは大きなお金を動かす人の社会的な義務ではないでしょうか。

豊田氏： 私もそのとおりだと思います。たとえばこんな例もあります。「自分の加盟している年金はSRIをやるべきか」というアンケートをすると、「そうすべき」と賛成する人が大半なのです。

水口氏： 国連の責任投資原則（PRI：Principles for Responsible Investment）に署名している世界の年金資金の総額は今13兆ドルにもなっている。結構大きなお金が署名をしているわけです。資金を野放しにしておくと危ない、ということを世界が理解し始めた証拠ではないかと思っています。

中村氏： 世界的にはそうかもしれませんが、日本の企業年金の方の話をいろいろなところで聞くとがっかりします。そこには、資金の流れを変えて行こうという発想はほとんどないんですね。少なくとも日本の現状においてはそれが現実なのではないでしょうか。



 [サステナビリティレポートのトップへ戻る](#)

これからの社会の変化とCSR

社会全体の意識がついてこない



野村氏： 日本では、環境問題ひとつとっても、社会全体の意識はあまり高まっていないと感じています。企業の側から言わせると、生活者がみんな環境に配慮されている商品を好み、購買するようになれば、企業はあっという間にそっちを向くだろうに、とは思います。

中村氏： 企業はそれなりに頑張っていると私は思うのですよ。ただそういうものを認める一般社会の雰囲気というか受け皿がなければ、経済行為としてそれを選択できないという現実がある。企業が技術革新を起こして何とかしてくれる、と企業だけに頼り、責任を負わずのは絶対に良くない、ということだけは言っておきたいと思います。

豊田氏： 企業には今でも、「売れるものをつくって何ぼ。一番収益に貢献しそうな人が社長になっていく」という絶対的な評価軸がある。ただここ数年間で、その一本しかなかった評価軸のところにもう一本、「環境や社会への貢献」という軸ができかかってきているのも事実。今後はそれをどう育てていくかではないでしょうか。

中村氏： たとえば自動車がいい例だと思うのですが、そこでは環境に対する投資やものづくりでの努力が経済価値に置き換えられつつある。それは世の中の消費者の行動がそうになっているからです。しかしそうでない現実がまだまだあって、世の中に対する、特に一般の方に対する働きかけをどうしていくのかがやはり重要になるのではないかと思います。

辰巳氏： 私たちはものを選ぶときに、商品のライフサイクルを見てきちんと選択しなければいけない、と言い続けています。地球温暖化が話題となって、自動車でも使用時におけるCO₂削減ばかりが注目されますが、資源をとってきて生産するまでの環境負荷はどうか、また使い終わった後の廃棄段階での環境負荷はどうか。でも情報提供がされないためにそこがよく見えない。消費者が企業を支え、パートナーシップをつくっていくためには、そういうところをきちんと伝えていただかないと。

水口氏： 私が消費者側に責任がある、と言われるのがちょっと違うなと思うのは、消費者はすでにあるものの中からしか買うことができない、ということがひとつ。そして企業は今まで本当に消費者が欲しいものを提供してきたか、売りたいものを買わせてきたという側面はないか、とは思いますね。

辰巳氏： そういった意味でも、私は消費者のどこを見て消費者ニーズと言われているのか疑問だと思うことがよくあります。たとえば身近な例でいうと、缶やペットの飲料のラベルが曲がったり、ずれていたりすることでその商品は市場に出ず、廃棄処分となる。その理由を尋ねると「消費者のニーズですから」と言われる。そんなことを消費者は、本当は望んでなんかいないと思いますよ。

豊田氏： でも店頭で他社の商品と一緒に並びますから。企業としては極めて自然な行動のような気がします。消費者がそう選ぶ限りは。

中村氏： それは対話が足りなかった、ということなのではないでしょうか。たとえばそういう商品は半額にしたら消費者だって買うかもしれませんし。企業だって商品を廃棄するのもコストがかかるのですから。今、食品の表示の問題がいろいろ言われていますが、賞味期限が過ぎても、食べられるうちは食べようという考え方だって一方であるんです。だから



消費者と企業がもっときちんと対話をすれば、いろいろなことがいい方向に向かう可能性は十分あるのではないかと私は思っています。

野村氏： 私も企業と生活者が絶えず対立関係にあるという考え方には違和感を感じています。企業とは何か。企業といっても、実体としてそういうものがあるわけではなくて、結局人の集まりで、僕らも家に帰ったら生活者なのですね。我々一人ひとりが、企業、生活者の両方の目を持ってきちんと考えなければいけない時期に来ているのだと思います。

辰巳氏： プラス何が本当に豊かなのか、ということも、もっときちんと考えていく必要がありますね。



[< 前のページ](#) | [1](#) | [2](#) | [3](#) | [4](#) | [次のページ](#) >

[▶ サステナビリティレポートのトップへ戻る](#)

クリーンに期待すること

常に進化しなければいけない

野村氏： 今までの議論を受けて、ではクリーンが企業に対して、社会に対して、どういうサービスを提供していくべきか。またその際、こういった視点を大切にすべきか、という話に移りたいと思います。

中村氏： CSRが進んでいると言われている企業でも、CSRの推進部署だけがCSR活動をやっているようなケースがあります。本来は全社員がCSRを考えて、一つひとつの企業活動にCSRの観点を入れていくことが必要なのにです。どうすれば全社を巻き込み、意識の浸透を図れるのか、クリーンにはそういった提案、アドバイスの提供をお願いしたいと思います。



豊田氏： そうですね。どうしたら企業が本腰を入れ、組織として動けるようになっていくのか。サステナビリティの軸をどう設定して、それをどう企業活動に反映させていくのか。そこへの支援をしていただきたいと思います。ただしそれをする際に、企業の10歩先を示してはいけません。この企業は何を本気でやりたいのか。どこまでできるのか、そこをきちんと見極めて、1歩先か2歩先を示す。そこへ誘導してもらいたいと思っています。

辰巳氏： 企業が頑張っているのは分かるのですが、私はまだまだ消費者が取り残されている気がしています。消費者が取り残されないようなやり方をクリーンとしてサポートしていただきたい。私は10歩先ぐらいを見ていてほしいと思いますよ。やはり遠いところを見て1歩1歩というのが大事だと思います。



中村氏： クリーンのクライアントはグローバルに企業活動を展開している企業が多いと思いますので、日本の中だけで通用するCSRではなく世界で通用するためのCSR、世界の各地域で何をしなければいけないかに対する的確なアドバイスをいただきたい。そのためには、海外のいろいろな組織と連携したり、社員を外に出したりするなど、もう少し投資をしてほしい。グローバル企業としてのCSRが求められてくる中で、そういうコンサルティングができる準備を今から始めていただきたいと思います。あとは、業界ごとのCSRを推し進める働きかけ。1つの会社でできるCSRなんて言ってみればたかが知れてるんですね。電子業界ではJEITAさんがサプライチェーンの行動指針を出していますがあのような取り組みが今後は必要だと思うのです。同一業界内での差別化のためのCSRはもうやめて、業界が抱えるマテリアルなCSR課題に業界全体としての取り組みにつながるような提言をお願いしたいと思っています。



野村氏： CSRに関する経営コンサルティングは、今のままのクリーンには無理ではないかと思っています。われわれが最初にお世話になった4～5年前というのは、皆さんの持っている情報とかネットワークを企業は持っていないで、その価値がかなり高かったと思うんです。ただ、今のクリーンの価値が世間と比べてどうなのか。クライアントのCSR担当者が持っていない良質な情報やネットワークを持っているのか？

きちんと認識する必要があると思います。また、これまでのレポーティングの実績から、CSRマネジメントの手法に関してはいろいろな知見があると思うので、それらをもっと標準化し、安く、簡単にできるかたちにして、企業に提供していただきたいと思います。

水口氏： 私の疑問はクリーンにとっての顧客とは誰なのかということです。お金を支払う

のは確かに企業だとは思いますが……。でもクレアンのミッションは「サステナブルな社会をつくること」ですよね
本当の意味でのクレアンの顧客は「未来社会の住人」なのではないですか？
だったらやはりそこを原点に考えるべきではないでしょうか。たとえばCSR報告書を読んでいる人たちがどう感じているか
という調査はされているのでしょうか。

辰巳氏： 消費者のニーズをきちんと聞いて、ということですよ。

水口氏： クレアンは、サステナビリティレポートをつくることを含め企業を支援する。そうすることでサステナブルな社会をつくるのがミッションだと言っている。そうだとするとたとえばCSR報告書とかサステナビリティレポートができたことで、本当にサステナブルな社会に近づいているのか、それを検証しなければいけないのではないのでしょうか？
また単にレポートをつくるというのではなく、どんなレポートをめざすのか、そしてそれがどういうプロセスでつくられるのかが大事なはず。CSRレポートをつくるプロセス自体がその会社のいわば変革のプロセスとなるからです。だからCSRレポートの出来上がりがきれいなことよりも、どういうプロセスでつくるのか、そこをもっと頑張ってもらいたいと思っています。



辰巳氏： あとは、私たち消費者が商品を購入する場面で、あの企業がつくっているから大丈夫といって選択できるように、企業のこともきちんと評価できることにつながるようなレポートづくりであるとか、コンサルティングをやっていていただきたいと思っています。

中村氏： 世の中を見れば、一般の市民とか、中小企業といったセクターのCSRに対する理解がまだまだ足りていないと思うのです。だからそういうところを啓発する事業というのを少し真面目に考えていただきたい。たとえば、商社というのは中小企業の集まりみたいなもので、当社も600社あまりのグループ会社を持ちながら連結経営をやっていて、グループマネジメントというのを本当にどうしようかといつも悩んでいる。数人しかいないような会社も含めて連結であって、グループ全体でCSRを推進する必要があります。そのようなことから、当社のニーズでもあるのですが、一般の中小企業でも使えるようなものを用意していただいて、それを広めていくといったようなことを考えてほしい。そうすると、世の中のCSR意識がぐっと底上げされるのではないのかと思います。

水口氏： 情報発信というか、つまりクレアンが言うのだったら仕方ないといってみんながやってくれるような会社になることを期待しますね。知見の力によって……。情報の作成、情報の創出によって、日本や世界がこうなっていくべきだという提言力があると、それ自体はすぐにお金にならなくても、いつか事業に必ずはね返ってきて、仕事自体もやりやすくなるのではないかと思います。

辰巳氏： あとは、情報のソースというか、そういうことをつなぐ役割というところでもクレアンの存在はすごく大きいと思うんですね。大事なものがどこにあるのか、きちんと把握していて、的確に人をつなぐだとか、あるいは情報を提供するだとか。

水口氏： 日本というのは世界に対するものづくりとしての発言力がすごくあったにもかかわらず、コンセプトとかアイデアとかの発信力が弱いじゃないですか。そこを日本社会全体としてもっと底上げしていく必要があるのかなと思います。



豊田氏： 企業にいと日本企業の地盤沈下というものをかなり感じているので、そういった意味でクレアンには、企業における情報の発信力を高めていくところにもっと貢献していただきたいと思っています。そのためのいろいろな仕掛けを、チャレンジしてつくっていただきたいと思っています。

[＜ 前のページ | 1 | 2 | 3 | 4 | 次のページ ＞](#)

[▶ サステナビリティレポートのトップへ戻る](#)

クリーンに期待すること

ダイアログを終えて

野村氏： ありがとうございました。せっかくお集まりいただいていますので社員の方の意見もお聞きたいと思います。

社員A： クリーンの中ではクリーンらしく「とんがれ」と言われます。多少無理な話であってもあるべき論を展開すべきと。それをお客様との間できちんと前向きに議論をしていくためには、お互いのいわゆる「信頼」というのがベースになると思っています。私たちが皆様から見て信頼に足るような資質を持っているのか、あるいはそういうことをするためには何が欠けているよみたいなことを、貴重な機会なので教えていただければと思うのですが。



中村氏： まず信頼に足るかどうか。足るからこそ選んでいるのです。クリーンをパートナーとして選ぶ際に一番強く感じたのは、CSRで世の中を良くしていこうという強い意志。これなら自分たち企業にとって良いアドバイスをもらえると思いました。継続して仕事を依頼しているのもその期待に応えてくれたからです。ただ世界はどんどん変わります。だから先んじて勉強していただきたい。特に私が一番注目しているところはグローバルCSRを進めるために何をすればいいのか。そこを強化してアドバイスをもらえたらと思っています。

野村氏： もちろん信頼はしていますが、たとえばレポートを納品した後のレビューのやり方。もっときちんとやれば、次の年の指名率ももっと高くなるのではないかと思います。やはり絶えずPDCAを回していないといけない。一生懸命やられているのはわかるのですが、それがきちんとアウトプットにつながっているのかということを企業視点で厳しく見る必要があるのではないかと思います。



豊田氏： あとは、法定開示なんかについて、もう少し皆さん勉強されたらいいのかなと思います。たとえば有価証券報告書をあまり読まれている感じはしないですし……。企業とつき合うに当たって、会社法や財務会計に関するある程度の知識を身につけたら、もっと仕事の歯車が回りやすくなるのではないかと思います。

水口氏： 逆に私の方から皆さんに質問したいのですが。いろいろな会社とつき合われて、たとえばCSR報告書をつくるにしても、これは満足だ、いいものできたと思うときと、そうでないときがあるのかなと思ったりするのですが、そうなのですか？
つまり私は会計士でもあるのでいろいろな話を聞くのですが、たとえば会計士が保証をつける場合でさえ、基準の解釈などで会社側とぎりぎりの攻防をすることがあるようなのです。今はクリーンがすごい会社だということはよく分かりましたし、変わった人がいっぱいいる

こともわかりました。これほめことばなんですよ。とてもいい会社だと思います。
以前はコンサルタントが報告書をつくると思ったら、見栄えのいいものをつくることをサポートしているのではないかと考えていました。今日ここに来る道々考えたのは、最近起きた、いわゆる古紙混入率の偽装のことです。これは、偽装だということがはっきり分かるのですね。今まで隠していたから見えなかったけれども、見つかったら偽装だったということが分かります。ところが世の中には明確に偽装とは言えないけれども変だということがあるのではないかと考えるのですね。CSR報告書というのはまさにそうで、別に偽装ということではないのだけれど、すごく頑張っていると言いながら、実は100ある問題のうちの10の部分だけ頑張っ取り組んでいるとか。でもそれは嘘ではないし、報告書にもそう書いてある。でもなんか納得いかないという……。そういう見えない偽装というのでしょうか。もしそういう方向に進んでしまったら、社会全体としては逆効果になるかもしれません。もともと私が環境報告書やCSR報告書を推進したいと思ったのは、本

当に頑張っている企業を社会やマーケットがきちんと評価するような仕組みが必要だということだったものですから。

社員B： 水口先生への答えになるかどうかかわからないのですが、やはりたった1年で結果を、というのは実は難しくて……。今日来ていただいた豊田さん、中村さん、野村さんは長くお付き合いいただいている企業さんなのですが、たとえば1年目につくったレポートと、2年目、3年目とではやはり違うのですね。1年ごとの変化は小さいのですが、3年お付き合いいただくとその企業さんが変わったなというのは実感するし、担当者としてやはり嬉しくなります。そうすると、そこで満足度は上がります。私自身は、結構長くお付き合いいただいているクライアントさんが多いので、そういう意味で満足度は高いです。

ただたとえば広報出身の方がCSRに來られたりすると、いい面ばかりを見せようとされる傾向があるので、ネガティブ情報があってもどうしても出さない、ということがあります。それを出すことでむしろ信頼度が上がりますよ、と説得をしても、やはりそこは出せない、というところでジレンマを感じることもあります。それできれいなレポートができて、他社の方から「いいですね」と言われると、ちょっと首をかしげるところはあります。

野村氏： 今のネガティブ情報という話でいうと、よく皆さんは出したほうがいいと言うのですが、企業の立場から見ると、そのネガティブ情報を出す理由について、納得いく説明をしてほしいのですね。「GRIガイドラインにあるから」とか、根拠もなく「出した方が今は評価される」などといういい加減な理由ではなくて。

水口氏： ネガティブ情報だけが問題なのではないのですが、やはり本当にいい会社は本当によく見える。それなりの会社はそれなりに見える。そういう報告書になるべきだと思うのです。

変な質問をして申し訳ありませんでしたが、おっしゃるように、読み手の方もどう読んだらいいかわからないというか、非常に読み方が難しくなっているなと思うのですね。これは僕たちにとってもジレンマで、たくさん報告書を出してほしいし、情報もいっぱい書いてもらいたい。いい報告書をつくるためにはコンサルタントの力も必要だろうと思う一方で、報告書がいっぱい出てきたときに、やはり読めないというか分からなくて。当初の意図とは違って本当にいい企業ではなくて、グリーンウォッシュというか、見せ方のいい企業だけが高く評価されてしまうようなことになったら、かえって本末転倒になると。そこをどうしたらいいのかという感じを持っているのです。

ただ、ひとつ思うのは、会計士の世界でこんなことが言われるのですが、監査法人が「この会計手段は絶対まずいから、これだけは認められません」と突っ張ねると、最後はどうなるかというと、監査法人を替えてしまうというのです。監査法人が交代したらあやしいということですね。なるほど、クリーンと長く付き合っていない会社はあやしいのかというのはちょっとした示唆になります。

辰巳氏： すごいですね、最後の締めとして。

蘭田： 本日は本当にどうもありがとうございました。皆様方から非常に貴重な意見をいただき、クリーンに寄せる期待だけではなく、皆様方が社会をどういうふうに考えていらっしゃるか、どういうふうにしていきたいのかということを伺えて、私だけではなく、社員のみんなも非常に参考になったと思います。水口先生がおっしゃっていたレポートの読者は誰なのか、クリーンの顧客は誰なのかということも、認識した上で企業さんを支援しているつもりでしたけれど、改めてもう一度その部分はきちんと私たちも考えていかなければいけないなと思いました。

私自身、良い社会をつくりたいという想いからこの会社をスタートし、クリーンのミッションであるサステナブルな社会を実現するためには、今は企業がまず50社変わることが早道と考え、事業を展開してきました。なので、クリーンとして企業を変えていくというか、企業が変わるためのお手伝いをしていきたいということがあって、レポートをつくるプロセスを通じて、企業の方たちの価値観をもう少し市民側に寄せていくというか、そういう共有の価値観を持てるように、というようにところでやってきたのですけれども、いよいよ市民側にもっとシフトして行かなければいけないというふうに感じています。

この5年間ほどは実はずっとそれを感じていて、クリーンの事業計画の中では、企業や社会に対して建設的にものを言える、そういうステークホルダーを育てていくことの事業化に取り組んでいるところです。企業と一緒に市民を巻き込んでいくという事業にしていきたいと考えておりますので、ぜひ、また皆様のお知恵もお借りできたらと思っています。いろいろなかたちで1歩でも2歩でもサステナビリティの世界に近づいていくように頑張っていきたいと思いますので、今後ともどうぞよろしくお願いいたします。本日は本当にどうもありがとうございました。



 [サステナビリティレポートのトップへ戻る](#)

取引先との関わり

取引先としてのビジネスパートナーは主に、デザイン会社、印刷会社、ライター、カメラマン、翻訳家の方々です。私たちがパートナーを選ぶ際に重視している点は、プロフェッショナルとしての仕事の質、クリエイティビティのレベルが一定水準以上であるということだけでなく、私たちの事業への理解、つまり、サステナブルな社会の実現という目標を共有して仕事をしていただけるかどうかということです。

ただし、こうした意識を必ずしも最初から求めているわけではありません。私たちとの仕事を通じて、徐々に考え方や取り組みが変わってきたというパートナーの方々も多数いらっしゃいます。お客さまだけではなく、パートナーの方々へもサステナビリティの考え方をご理解していただけるよう常にコミュニケーションを図っています。パートナーの皆様には、自分たちが関わっている仕事が最終的にどのような意味を持つのかをご理解いただき、やっている仕事に責任や誇り、喜びを感じていただきたいと考えています。そうして、お互いが多くの良い影響を与えられるような関係を私たちは望んでいます。そのような関係から生まれてくるものこそが、お客さまにとっても「本当に良いもの」になるのだと私たちは考えています。

これまでも良好な関係を築くことを目的に、日ごろからパートナーの方々の声に耳を傾けてきましたが、その仕組みをシステムとしてきちんと確立するため、2004年から年に1度、ビジネスパートナーとの意見交換会を開催しています。率直な意見交換会の実施により、お互いの仕事の進め方を建設的に改善する仕組みが整い、私たちも多くのことをパートナーから学んでいます。

 [ステークホルダー・メッセージ](#)

 [サステナビリティレポートのトップへ戻る](#)

ステークホルダー・メッセージ

私たちの事業は多くのビジネスパートナーの方々に支えられています。普段報告書制作に関わってくださっているビジネスパートナーの方々からメッセージをいただきました。

企業と社会を結ぶ役割に期待します。



ライター 宮武 ちえ子 さん

これまで2年間一緒にお仕事させていただく中、常々感じてきたのはクレアンのみなさんの真摯さと妥協のなさです。企業トップへの取材に同行したときなど、レポート制作を超えてクライアント企業と共にCSRのあり方を考えられているのを実感しました。CSR分野のプロフェッショナルとしての知識と経験があればこそ、発展性のある対話には学ぶことが多いと感じます。

2011年には東日本大震災後、藺田社長をはじめ何人もの方がボランティア等で現地を訪れたとうかがいました。非常に多忙な中で時間をつくり、そうした活動をされていることに驚いた一方、「現場で、いま実際に起こっていること」を見極め、その上で被災地と企業の橋渡しをしようとする姿勢に感銘を受けました。

近年、環境意識が高まる中ではありますが、CSRという考え方はまだまだ一般に浸透はしていないように感じます。しかし、持続可能な社会づくりに企業が果たす役割はとても大きく、各社のさまざまな取り組みが適切に社会で評価されてこそ、企業はさらなるステップを踏み出せるのでしょう。企業とそれを取り巻く多くの人々をつなぐものがCSRレポートであり、その制作を担うクレアンさんの役割に今後も期待します。

一緒に創り上げる喜びを感じています。



株式会社 サンニチ印刷

興水 一栄 さん（写真：右）

杉山 文朗 さん（写真：左）

CSRレポートのデザイン・印刷業務においてここ2年の間お付き合いさせていただいております。

お仕事をする中で、クレアンの皆様がパートナーとしての関係を大切にしている姿勢に、感謝の気持ちを持つとともに、良い刺激を受けています。

CSRに関する知識・レポート作成の経験等も浅かった我々ですが、CSRに関するプロフェッショナルであるクレアンの皆様とお仕事を一緒する中で、CSRに関する理解・意識も以前よりも高くなりました。

これからはデザイン・印刷業務の中で、こちらから皆様にアドバイス・ご提案が出来るように、知識・技量を高めていきたいと思いをします。

今後とも、よろしくお願い致します。



株式会社グラフィック 南部 朋克 さん

当社は総合印刷サービス会社として、クレアンさんとは主にCSRレポートのデザイン・印刷で一緒にお仕事をさせていただいています。クレアンさんの印象を一言で言うと「信念の強い企業」です。デザインでは、フォントの種類や大きさ・色、行間や段組にいたるまで徹底した信念を持っておられます。それもすべて、CSRレポートをいかに読みやすく、またより多くの人に読んでもらうために、どのようにすればいいのかをいつも考えておられるからです。印刷でも同様に、弊社の工場見学に来られ、製版・印刷・製本と印刷物が出来上がるまでの工程を確認されることがあります。このような信念が、クレアンさんのスタッフお一人おひとりに貫かれているのです。

今後ますます企業のCSRへの取り組みが重要視されてくる中、クレアンさんが担う役割も大きくなっていくと思います。仕事を通じて、少しでもそのお手伝いが出来れば光栄です。

[▶ サステナビリティレポートのトップへ戻る](#)

社会との関わり

クリーンの企業市民活動に関する理念と基本方針は「サステナブルな社会の実現のために必須の活動を行うこと。そして、資金や設備を提供するだけでなく共に智慧をしぼり、汗を流すこと」です。こうした観点から、いくつかのテーマに絞って企業市民活動を行っています。

「サステナビリティ日本フォーラム」や「社会的責任投資フォーラム（SIF-Japan）」などのNPO法人には、立ち上げ時より資金や設備、人的なサポートを行い、運営を支援しています。

今後はボランティア支援の制度を整えることで、社員やその家族が社会活動に参加しやすい環境も整えます。また、他企業の企業市民活動のサポートやNPO/NGOとのネットワーキングも行っていきます。

 [企業市民活動](#)

 [サステナビリティレポートのトップへ戻る](#)

企業市民活動

人材育成

当社では、職業体験の場を提供するとともに、CSRの現場を学びたい人に勉強の場を提供することを目的として、大学もしくは大学院に在学中の学生を対象にインターンを受け入れています。以前受け入れていた社会人も含めると、1995年より受け入れてきたインターンの数は156名に上ります。

機密保持の関係から、インターンにきた学生の方に実際のビジネスに関わる仕事してもらうことは難しいため、実際のビジネスにより近い現場で仕事の経験を実現してもらうことがこれからの課題です。今後も、より学生にとって有意義な学びとなるよう、プログラムの改善を重ねていきます。

社員の市民意識向上

社員参加型のイベントとして、2013年度は以下の活動を行いました。

1. 社員の市民活動の社内共有会の実施
2013年11月
2. 社員の市民活動の現場体験会の実施
2012年12月 コレクティブハウスツアー
3. 社外の市民活動家を招いた意見交換会の実施
2013年9月

NPO/NGOsの支援

2013年度は以下の活動を行いました。

1. 使用済切手をJOCS（日本キリスト教海外医療協力会）へ寄付
2013年6月
2. 2012年カレンダーをチャリティーカレンダー市に寄付
2013年2月

その他、サステナビリティ日本フォーラム事務局および社会的責任投資フォーラム事務局に引き続き事務所を提供したほか、その2つの団体が開催するセミナーの運営や事務局運営に社員がボランティアで参加しています。

 [サステナビリティレポートのトップへ戻る](#)

環境マネジメント

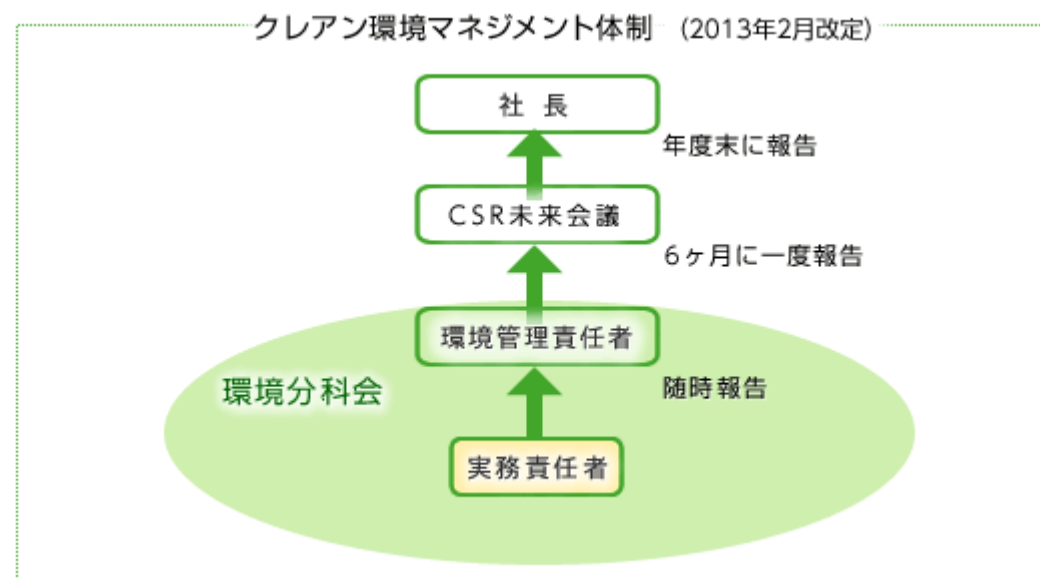
クレアンでは、独自に環境マネジメント体制を構築し、環境負荷低減に向けて地道な取り組みを続けています。

環境マネジメントについての考え方

クレアンでは、2005年にCSR委員会（現：CSR未来会議）、その下部組織として「環境分科会」を設置したことをきっかけに、環境マネジメントをどのように進めていくかに関して本格的に検討を開始しました。

当社は、ISO14001などの認証の取得や、外部監査を実施する計画は今のところありません。東京本社、大阪支店を合わせて総勢30余名の組織であることから、身の丈に合った実効性の高い独自のマネジメントの確立を目指しています。

具体的な取り組みとしては、「環境分科会」が中心となり、年度初めにその年の行動計画を立てて目標を設定し、その達成に向けて社員全員で活動を進めています。実務責任者と環境管理責任者（ともに環境分科会メンバー）が活動の進捗状況を取りまとめ、6ヶ月に1度のCSR未来会議にて報告を行います。年度末には実績を総括し、改善施策を検討したうえで、総責任者（代表取締役社長）に報告を行っています。



[🔍 サステナビリティレポートのトップへ戻る](#)

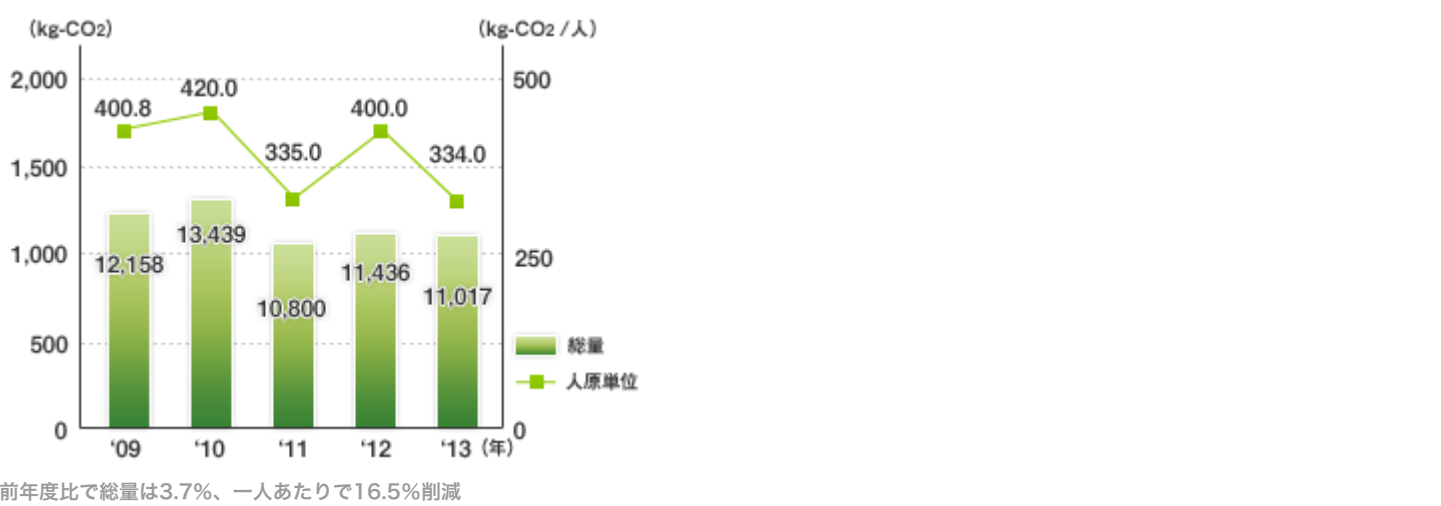
CO₂排出量の抑制

2013年度実績	一人あたり 16.5%削減（前年度比）
2013年度目標	一人あたり 10%削減（2005年度比）
2013年度実績	一人あたり 19.3%削減（2005年度比）

クレアンでは地球温暖化防止のため、省エネルギー活動を進めることでCO₂の排出量削減に取り組んでいます。 2013年度は、2012年度と比べ一人あたり16.5%の削減となりました。
中期目標である2005年度比では、一人あたり19.3%の削減となり、目標達成しました。今後もさらに業務の効率化を図り、オフィスに滞在する総時間数を削減することで、さらなるエネルギー消費量およびCO₂排出量を削減していきます。

CO₂排出量の推移

対象期間：2013年2月～2014年1月
特記事項：経年で比較するため、排出係数：0.368を用いて過去のデータを再計算しています。（2005年度の数字を採用しています）



[🏠 サステナビリティレポートのトップへ戻る](#)

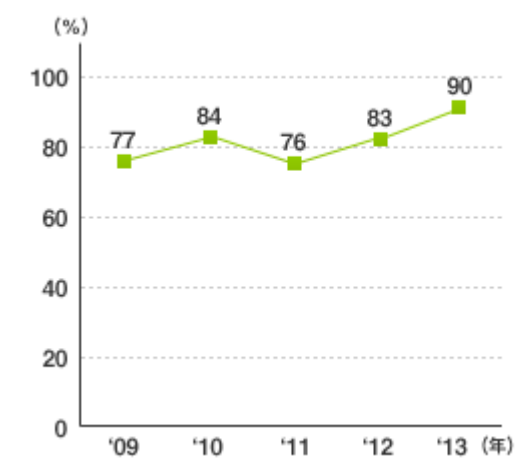
グリーン購入の推進

2013年度実績	ガイドラインと目標設定の未達
2013年度目標	グリーン購入ガイドラインの策定と数値目標の設定、目標達成

クレアンではグリーン購入を推進しています。
2013年度は、購買部門において、原則的に環境ラベル等のついた物品について購入することを推進しました結果、グリーン購入率が7%増加しました。
一方で、グリーン購入ガイドラインと数値目標の設定を今年度も目指しましたが、達成できずに終わりました。
今後も引き続きグリーン購入を促進するとともに、さらなる発展に向けて仕組みづくりにも取り組んでいきます。

グリーン購入率推移

対象期間：2013年2月～2014年1月
特記事項：金額ベースでの割合



[🔍 サステナビリティレポートのトップへ戻る](#)

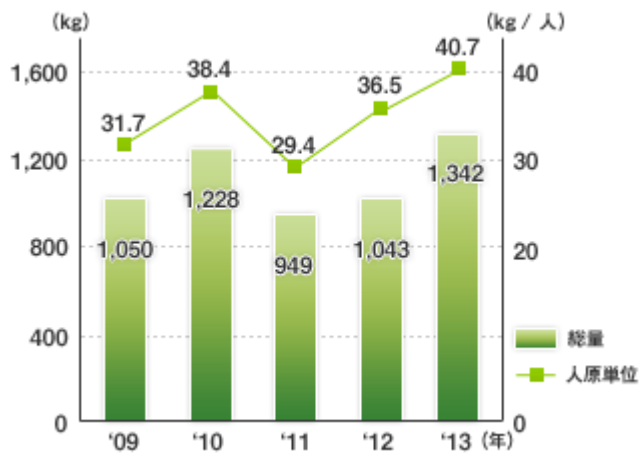
OA用紙使用量の削減

2013年度目標	現状の業務内容に対しOA用紙 一人あたり 2%削減（前年度比）
2013年度実績	一人あたり 11%増加（前年度比）

クレアンでは、生物多様性の観点から、森林資源保全を目的に、OA用紙使用量削減に取り組んでいます。
2013年度は、2012年度と比べ一人あたり11%増加し、目標である2%の削減は達成できませんでした。
中期目標に対しては2005年度比で一人あたり10%増加となり、10%の削減目標達成に向けてさらなる取り組みを進めていきます。
今後はこの状態をより改善し、継続・維持できるように社内において、すべての資料をプリントアウトせずに会議を行う方法などを検討することで、OA用紙使用量のさらなる削減に取り組んでいきます。

OA用紙使用量推移

対象期間：2013年2月～2014年1月



前年度比で総量は29%、一人あたりで11%増加。2005年度比で一人あたり10%増加

[サステナビリティレポートのトップへ戻る](#)

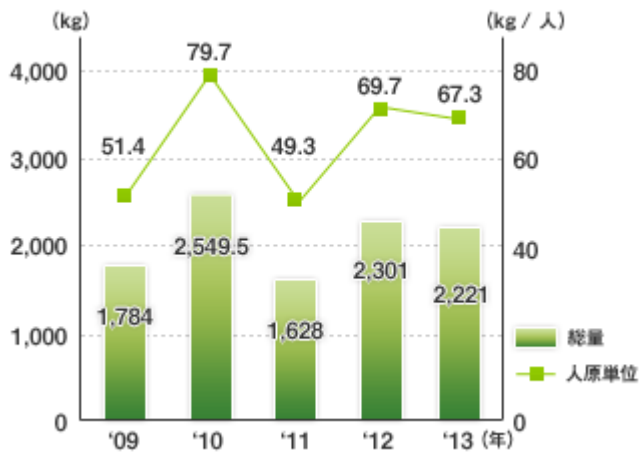
廃棄物の発生抑制

2013年度目標	ゴミ排出量 一人あたり 2%削減（前年度比）
2013年度実績	一人あたり 3.4%削減（前年度比）

クレアンでは、ゴミの発生抑制に取り組んでいます。
2012年度と比べ一人あたり3.4%削減しました。中期目標の基準年である2005年度比では16.4%増加し、目標達成に向けさらなる取り組みを進めていきます。
2014年度は継続して、ゴミ発生抑制に一層努めるとともに、削減のための社員の意識の向上を行ないます。

廃棄物発生量の推移

対象期間：2013年2月～2014年1月



前年度比で総量は3.4%、一人あたりで3.4%削減。2005年度比では一人あたり16.4%増加

[🔍 サステナビリティレポートのトップへ戻る](#)

GRI内容索引

該当なし	該当しないため掲載していない項目です。
—	2013年版には掲載していない項目です。

1. 戦略および分析

項目		指標	記載ページ
1 戦略および分析			
1.1		組織にとっての持続可能性の適合性と、その戦略に関する組織の最高意思決定者（CEO、会長またはそれに相当する上級幹部）の声明	トップコミットメント
1.2		主要な影響、リスクおよび機会の説明	財務情報

2. 組織のプロフィール

項目		指標	記載ページ
2 組織のプロフィール			
2.1		組織の名称	企業情報
2.2		主要なブランド、製品および／またはサービス	サービス
2.3		主要部署、事業会社、子会社および共同事業などの組織の経営構造	企業情報
2.4		組織の本社の所在地	企業情報
2.5		組織が事業展開している国の数および大規模な事業展開を行っている、あるいは報告書中に掲載されているサステナビリティの課題に特に関連のある国名	日本およびクライアント企業の事業展開地域
2.6		所有形態の性質および法的形式	企業情報
2.7		参入市場（地理的内訳、参入セクター、顧客／受益者の種類を含む）	—
2.8		以下の項目を含む報告組織の規模 <ul style="list-style-type: none">● 従業員数● 純売上高（民間組織について）あるいは純収入（公的組織について）● 負債および株主資本に区分した総資本（民間組織について）	企業情報

		<ul style="list-style-type: none"> ● 提供する製品またはサービスの量 	
2.9		以下の項目を含む、規模、構造または所有形態に関して報告期間中に生じた大幅な変更 <ul style="list-style-type: none"> ● 施設のオープン、閉鎖および拡張などを含む所在地または運営の変更 ● 株主資本構造およびその資本形成における維持および変更業務（民間組織の場合） 	該当なし
2.10		報告期間中の受賞歴	—

3. 報告要素

項目		指標	記載ページ
3 報告要素			
報告書のプロフィール			
3.1		提供する情報の報告期間（会計年度／暦年など）	2011年2月～2012年1月
3.2		前回の報告書発行日（該当する場合）	2011年11月
3.3		報告サイクル（年次、半年ごとなど）	年次
3.4		報告書またはその内容に関する質問の窓口	info@cre-en.jp
報告書のスコープおよびバウンダリー			
3.5		以下を含め、報告書の内容を確定するためのプロセス <ul style="list-style-type: none"> ● 重要性の判断 ● 報告書内のおよびテーマの優先順位付け ● 組織が報告書の利用を期待するステークホルダーの特定 	ステークホルダー・ダイアログ2008 私たちをとりまくステークホルダー
3.6		報告書のバウンダリー（国、部署、子会社、リース施設、共同事業、サプライヤー（供給者）など）	株式会社クレアン東京本社、大阪支店
3.7		報告書のスコープまたはバウンダリーに関する具体的な制限事項を明記する	該当なし
3.8		共同事業、子会社、リース施設、アウトソーシングしている業務および時系列でのおよび／または報告組織間の比較可能性に大幅な影響を与える可能性があるその他の事業体に関する報告の理由	該当なし
3.9		報告書内の指標およびその他の情報を編集するために適用された推計の基となる前提条件および技法を含む、データ測定技法および計算の基盤	—
3.10		以前の報告書で掲載済みである情報を再度記載することの効果の説明、およびそのような再記述を行う理由（合併／買収、基本となる年／期間、事業の性質、測定方法の変更など）	該当なし

3.11		報告書に適用されているスコープ、バウンダリーまたは測定方法における前回の報告期間からの大幅な変更	該当なし
GRI内容索引			
3.12		報告書内の標準開示の所在場所を示す表	GRI内容索引
保証			
3.13		報告書の外部保証添付に関する方針および現在の実務慣行。サステナビリティ報告書に添付された保証報告書内に記載がない場合は、外部保証の範囲および基盤を説明する。また、報告組織と保証の提供者との関係を説明する	—

4. ガバナンス、コミットメントおよび参画

項目		指標	記載ページ
4 バナンス、コミットメントおよび参画			
ガバナンス			
4.1		戦略の設定または全組織的監督など、特別な業務を担当する最高統治機関の下にある委員会を含む統治構造（ガバナンスの構造）	—
4.2		最高統治機関の長が執行役員を兼ねているかどうかを示す（兼ねている場合は、組織の経営におけるその役割と、このような人事になっている理由も示す）	—
4.3		単一の理事会構造を有する組織の場合は、最高統治機関における社外メンバーおよび／または非執行メンバーの人数を明記する	—
4.4		株主および従業員が最高統治機関に対して提案または指示を提供するためのメカニズム	—
4.5		最高統治機関メンバー、上級管理職および執行役についての報酬（退任の取り決めを含む）と組織のパフォーマンス（社会的および環境的パフォーマンスを含む）との関係	—
4.6		最高統治機関が利害相反問題の回避を確保するために実施されているプロセス	—
4.7		経済的、環境的、社会的テーマに関する組織の戦略を導くための、最高統治機関のメンバーの適性および専門性を決定するためのプロセス	—
4.8		経済的、環境的、社会的パフォーマンス、さらにその実践状況に関して、組織内で開発したミッション（使命）およびバリュー（価値）についての声明、行動規範および原則	企業理念 行動規範
4.9		組織が経済的、環境的、社会的パフォーマンスを特定し、マネジメントしていることを最高統治機関が監督するためのプロセス。関連のあるリスクと機会および国際的に合意された基準、行動規	CSRマネジメント

		範および原則への支持または遵守を含む	
4.10		最高統治機関のパフォーマンスを、特に経済的、環境的、社会的パフォーマンスという観点で評価するためのプロセス	—
外部のイニシアティブへのコミットメント			
4.11		組織が予防的アプローチまたは原則に取り組んでいるかどうか、およびその方法はどのようなものかについての説明	—
4.12		外部で開発された、経済的、環境的、社会的憲章、原則あるいは組織が同意または受諾するその他のイニシアティブ	グローバル・コンパクト
4.13		組織が以下の項目に該当するような、（企業団体などの）団体および／または国内外の提言機関における会員資格 <ul style="list-style-type: none"> ● 統治機関内に役職を持っている ● プロジェクトまたは委員会に参加している ● 通常の会員資格の義務を越える実質的な資金提供を行っている ● 会員資格を戦略的なものとして捉えている 	—
ステークホルダー参画			
4.14		組織に参画したステークホルダー・グループのリスト	私たちをとりまくステークホルダー
4.15		参画してもらうステークホルダーの特定および選定の基準	私たちをとりまくステークホルダー
4.16		種類ごとのおよびステークホルダー・グループごとの参画の頻度など、ステークホルダー参画へのアプローチ	顧客満足度調査の実施 ステークホルダー・メッセージ
4.17		その報告を通じた場合も含め、ステークホルダー参画を通じて浮かび上がった主要なテーマおよび懸案事項と、それらに対して組織がどのように対応したか	ステークホルダー・ダイアログ2008

5. マネジメント・アプローチおよびパフォーマンス指標

項目		指標	記載ページ
5 マネジメント・アプローチおよびパフォーマンス指標			
経済			
		マネジメント・アプローチ	財務情報
側面：経済的パフォーマンス			
EC1	中核	収入、事業コスト、従業員の給与、寄付およびその他のコミュニティへの投資、内部留保および資本提供者や政府に対する支払いなど、創出および分配した直接的な経済的価値	—

EC2	中核	気候変動による組織の活動に対する財務上の影響およびその他のリスクと機会	—
EC3	中核	確定給付（福利厚生）制度の組織負担の範囲	—
EC4	中核	政府から受けた相当の財務的支援	該当なし
側面：市場での存在感			
EC5	追加	主要事業拠点について、現地の最低賃金と比較した標準的新入社員賃金の比率の幅	該当なし
EC6	中核	主要事業拠点での地元のサプライヤー（供給者）についての方針、業務慣行および支出の割合	該当なし
EC7	中核	現地採用の手順、主要事業拠点で現地のコミュニティから上級管理職となった従業員の割合	該当なし
側面：間接的な経済的影響			
EC8	追加	商業活動、現物支給、または無料奉仕を通じて、主に公共の利益のために提供されるインフラ投資およびサービスの展開図と影響	—
EC9	追加	影響の程度など、著しい間接的な経済的影響の把握と記述	—
環境			
		マネジメント・アプローチ	環境マネジメント
側面：原材料			
EN1	中核	使用原材料の重量または量	—
EN2	中核	リサイクル由来の使用原材料の割合	—
側面：エネルギー			
EN3	中核	一次エネルギー源ごとの直接的エネルギー消費量	CO ₂ 排出量の抑制
EN4	中核	一次エネルギー源ごとの間接的エネルギー消費量	—
EN5	追加	省エネルギーおよび効率改善によって節約されたエネルギー量	CO ₂ 排出量の抑制
EN6	追加	エネルギー効率の高いあるいは再生可能エネルギーに基づく製品およびサービスを提供するための率先取り組み、およびこれらの率先取り組みの成果としてのエネルギー必要量の削減量	該当なし
EN7	追加	間接的エネルギー消費量削減のための率先取り組みと達成された削減量	—
側面：水			
EN8	中核	水源からの総取水量	該当なし
EN9	追加	取水によって著しい影響を受ける水源	該当なし
EN10	追加	水のリサイクルおよび再利用量が総使用水量に占める割合	—
側面：生物多様性			

EN11	中核	保護地域内あるいはそれに隣接した場所および保護地域外で、生物多様性の価値が高い地域に所有、賃借、または管理している土地の所在地および面積	該当なし
EN12	中核	保護地域および保護地域外で、生物多様性の価値が高い地域での生物多様性に対する活動、製品およびサービスの著しい影響の説明	該当なし
EN13	追加	保護または復元されている生息地	該当なし
EN14	追加	生物多様性への影響をマネジメントするための戦略、現在の措置および今後の計画	該当なし
EN15	追加	事業によって影響を受ける地区内の生息地域に生息するIUCN（国際自然保護連合）のレッドリスト種（絶滅危惧種）および国の絶滅危惧種リストの数。絶滅危険性のレベルごとに分類する	該当なし
側面：排出物、廃水および廃棄物			
EN16	中核	重量で表記する直接および間接的な温室効果ガスの総排出量	該当なし
EN17	中核	重量で表記するその他の関連ある間接的な温室効果ガス排出量	該当なし
EN18	追加	温室効果ガス排出量削減のための率先取り組みと達成された削減量	CO ₂ 排出量の抑制
EN19	中核	重量で表記するオゾン層破壊物質の排出量	該当なし
EN20	中核	種類別および重量で表記するNO _x 、SO _x およびその他の著しい影響を及ぼす排気物質	該当なし
EN21	中核	水質および放出先ごとの総排水量	該当なし
EN22	中核	種類および廃棄方法ごとの廃棄物の総重量	廃棄物の発生抑制
EN23	中核	著しい影響を及ぼす漏出の総件数および漏出量	該当なし
EN24	追加	バーゼル条約付属文書1、2、3および8の下で有害とされる廃棄物の輸送、輸入、輸出、あるいは処理の重量、および国際輸送された廃棄物の割合	該当なし
EN25	追加	報告組織の排水および流出液により著しい影響を受ける水界の場所、それに関連する生息地の規模、保護状況、および生物多様性の価値を特定する	該当なし
側面：製品およびサービス			
EN26	中核	製品およびサービスの環境影響を緩和する率先取り組みと影響削減の程度	該当なし
EN27	中核	カテゴリー別の再生利用される販売製品およびその梱包材の割合	該当なし
側面：遵守			
EN28	中核	環境規制への違反に対する相当な罰金の金額および罰金以外の制裁措置の件数	該当なし

側面：輸送			
EN29	追加	組織の業務に使用される製品、その他物品、原材料の輸送および従業員の移動からもたらされる著しい環境影響	—
側面：総合			
EN30	追加	種類別の環境保護目的の総支出および投資	—
労働慣行とディーセント・ワーク（公正な労働条件）			
		マネジメント・アプローチ	社員との関わり
側面：雇用			
LA1	中核	雇用の種類、雇用契約および地域別の総労働力	—
LA2	中核	従業員の総離職数および離職率の年齢、性別および地域による内訳	人が活きる職場環境づくり
LA3	追加	主要な業務ごとの派遣社員またはアルバイト従業員には提供されないが、正社員には提供される福利	—
側面：労使関係			
LA4	中核	団体交渉協定の対象となる従業員の割合	—
LA5	中核	労働協約に定められているかどうかも含め、著しい業務変更に関する最低通知期間	—
側面：労働安全衛生			
LA6	追加	労働安全衛生プログラムについての監視および助言を行う、公式の労使合同安全衛生委員会の対象となる総従業員の割合	—
LA7	中核	地域別の、傷害、業務上疾病、損失日数、欠勤の割合および業務上の総死亡者数	—
LA8	中核	深刻な疾病に関して、労働者、その家族またはコミュニティのメンバーを支援するために設けられている、教育、研修、カウンセリング、予防および危機管理プログラム	—
LA9	追加	労働組合との正式合意に盛り込まれている安全衛生のテーマ	—
側面：研修および教育			
LA10	中核	従業員のカテゴリー別の、従業員あたりの年間平均研修時間	—
LA11	追加	従業員の継続的な雇用適性を支え、キャリアの終了計画を支援する技能管理および生涯学習のためのプログラム	人が活きる職場環境づくり
LA12	追加	定常的にパフォーマンスおよびキャリア開発のレビューを受けている従業員の割合	人が活きる職場環境づくり
側面：多様性と機会均等			
LA13	中核	性別、年齢、マイノリティーグループおよびその他の多様性の指標に従った、統治体（経営管理職）の構成およびカテゴリー別の	人が活きる職場環境づくり

		従業員の内訳	
LA14	中核	従業員のカテゴリー別の、基本給与の男女比	性別による給与の区別はありません
人権			
		マネジメント・アプローチ	—
側面：投資および調達の慣行			
HR1	中核	人権条項を含む、あるいは人権についての適正審査を受けた重大な投資協定の割合とその総数	該当なし
HR2	中核	人権に関する適正審査を受けた主なサプライヤー（供給者）および請負業者の割合と取られた措置	該当なし
HR3	追加	研修を受けた従業員の割合を含め、業務に関連する人権的側面に関わる方針および手順に関する従業員研修の総時間	—
側面：無差別			
HR4	中核	差別事例の総件数と取られた措置	該当なし
側面：結社の自由			
HR5	中核	結社の自由および団体交渉の権利行使が著しいリスクに曝されるかもしれないと判断された業務と、それらの権利を支援するための措置	該当なし
側面：児童労働			
HR6	中核	児童労働の事例に関して著しいリスクがあると判断された業務と、児童労働の防止に貢献するための対策	該当なし
側面：強制労働			
HR7	中核	強制労働の事例に関して著しいリスクがあると判断された業務と、強制労働の防止に貢献するための対策	該当なし
側面：保安慣行			
HR8	追加	業務に関連する人権の側面に関する組織の方針もしくは手順の研修を受けた保安要員の割合	—
側面：先住民の権利			
HR9	追加	先住民の権利に関係する違反事例の総件数と取られた措置	該当なし
社会			
		マネジメント・アプローチ	社会との関わり
側面：コミュニティ			
SO1	中核	参入、事業展開および撤退を含む、コミュニティに対する事業の影響を評価し、管理するためのプログラムと実務慣行の性質、適用範囲および有効性	—

側面：不正行為			
SO2	中核	不正行為に関連するリスクの分析を行った事業単位の割合と総数	該当なし
SO3	中核	組織の不正行為対策の方針および手順に関する研修を受けた従業員の割合	—
SO4	中核	不正行為事例に対応して取られた措置	該当なし
側面：公共政策			
SO5	中核	公共政策の位置づけおよび公共政策開発への参加およびロビー活動	—
SO6	追加	政党、政治家および関連機関への国別の献金および現物での寄付の総額	—
側面：非競争的な行動			
SO7	追加	非競争的な行動、反トラストおよび独占的慣行に関する法的措置の事例の総件数とその結果	該当なし
側面：遵守			
SO8	中核	法規制の違反に対する相当の罰金の金額および罰金以外の制裁措置の件数	該当なし
製品責任			
		マネジメント・アプローチ	お客様との関わり
側面：顧客の安全衛生			
PR1	中核	製品およびサービスの安全衛生の影響について、改善のために評価が行われているライフサイクルのステージ、ならびにそのような手順の対象となる主要な製品およびサービスのカテゴリーの割合	—
PR2	追加	製品およびサービスの安全衛生の影響に関する規制および自主規範に対する違反の件数を結果別に記載	該当なし
側面：製品およびサービスのラベリング			
PR3	中核	各種手順により必要とされている製品およびサービス情報の種類と、このような情報要件の対象となる主要な製品およびサービスの割合	該当なし
PR4	追加	製品およびサービスの情報、ならびにラベリングに関する規制および自主規範に対する違反の件数を結果別に記載	該当なし
PR5	追加	顧客満足度を測る調査結果を含む、顧客満足に関する実務慣行	顧客満足度調査の実施
側面：マーケティング・コミュニケーション			
PR6	中核	広告、宣伝および支援行為を含むマーケティング・コミュニケーションに関する法律、基準および自主規範の遵守のためのプログラム	—

PR7	追加	広告、宣伝および支援行為を含むマーケティング・コミュニケーションに関する規制および自主規範に対する違反の件数を結果別に記載	該当なし
側面：顧客のプライバシー			
PR8	追加	顧客のプライバシー侵害および顧客データの紛失に関する正当な根拠のあるクレームの総件数	該当なし
側面：遵守			
PR9	中核	製品およびサービスの提供、および使用に関する法規の違反に対する相当の罰金の金額	該当なし

.....

 [サステナビリティレポートのトップへ戻る](#)