

Sustainability Report 2015



理念とビジョン

クレアンの一人生が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

▶ クレアンのマテリアリティ

▶ 目標と実績

▶ コンプライアンス・リスクマネジメント

▶ 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
- ▶ ダイバーシティ方針
- ▶ 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レアンですが、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

▶ OA用紙使用の最適化

持続可能な開発目標(SDGs)の実現に向けて

株式会社クレアン代表取締役
蘭田 綾子



持続可能な開発目標 (SDGs) の実現に向けて

2015年9月25日、「持続可能な開発のための2030年アジェンダ」が国連の場で採択され、2030年に向けた持続可能な開発目標 (SDGs : Sustainable Development Goals) が確定しました。

クレアンは今から15年前の2000年に「2020年ビジョン」を策定し、その中で2020年までにサステナブルな社会を実現すること、を掲げました。それからこのビジョンに基づきサステナビリティに向けたCSR活動の普及を日本において進めてきましたが、世界中のリーダーが集まる国連の場において、サステナビリティ実現のための明確なゴールが定められたことを歓迎するとともに、新たなスタート地点に立った感慨を持っています。

2015年8月にインドネシアのスラウェシ島の 카카오 農家を訪れる機会がありました。そこでは日本人の社会起業家が中心となり、現地の 카카오 農家への技術指導による生産性向上の取組と、これまで廃棄するしかなかった 카카오 殻の有効活用によるバイオガス発電、家畜の飼料化、堆肥化など、無電化地域における循環型 카카오 農業実現に挑戦している姿を目の当たりにしてきました。

こうして育てられた 카카오 は日本の生活者へ届くことになるのですが、この生産者のストーリーを日本の生活者に伝え応援する仕組みを創ることは、持続可能な開発目標 (SDGs) の1つでもある「持続可能な消費と生産」の実現に向けた一つの新しいビジネスモデルとなる可能性を感じました。

クレアンはこれまでも、長期視点経営 (サステナブル経営) の支援という観点から、企業様に向けて様々なコンサルティングサービスを提供してきましたが、持続可能な開発目標が策定された今、これまでの主要サービスについてもSDGs志向を取り入れ強化を図っていきたいと考えています。また同時にこれまで以上に社会的インパクトを創っていけるようバックカスティング (未来から考える) 発想で新しいチャレンジを続けてまいります。

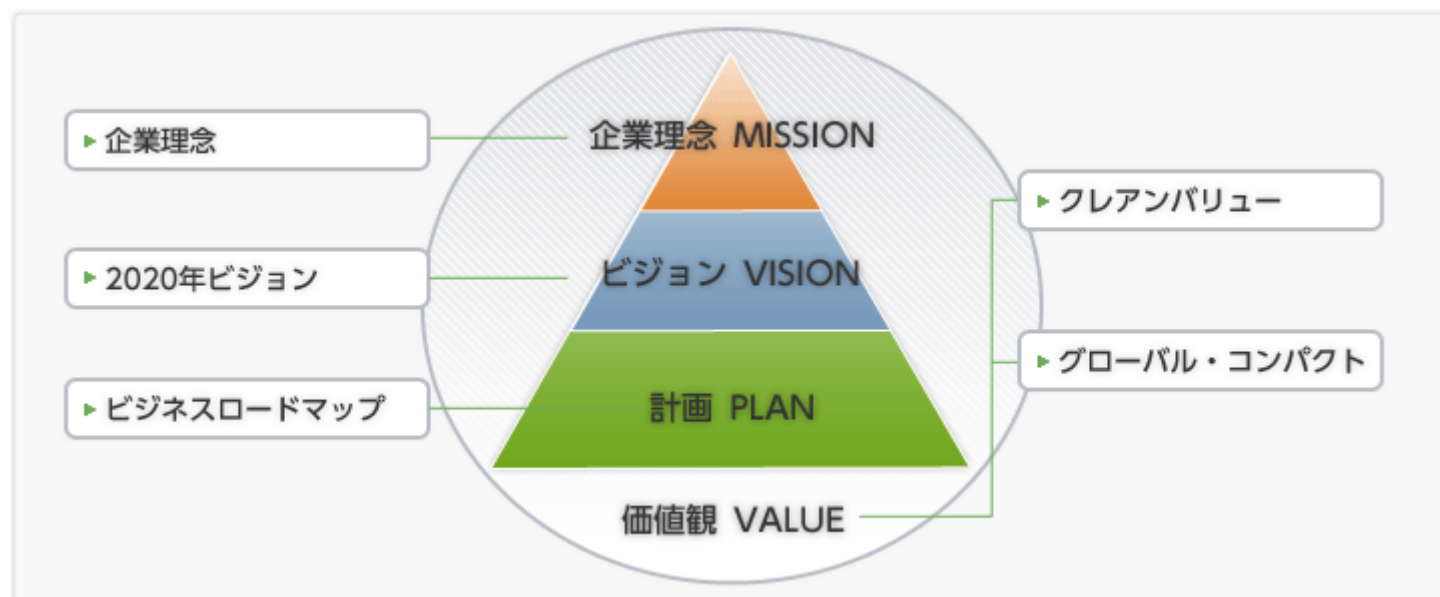
今後の企業経営には時間軸 (長期／中期／短期)、空間軸 (グローバル／ローカル)、資本軸 (財務／非財務：人的、知的、社会・関係資本など)、そのすべてを統合し最適化していく戦略およびマネジメントが求められていくことでしょう。これらを組み込んだ経営のことをクレアンでは「統合経営」と呼んでいます。企業と社会の価値創造を両立する方法として、こうした「統合 (経営) 思考」は非常に有効な手段になり得ると思います。

具体的な事例としては、トヨタ自動車が開発された「環境チャレンジ2050」が挙げられます。環境と銘を打っていますが、その中身は事業と環境の長期的両立をどう実現するかについて描かれており、多くの企業にとって非常に参考になるものと思います。クレアンとしても、これまで以上に長期ビジョンの策定支援に力を入れていきます。また、そうした場面も含めて、企業そして生活者の皆様と協働できることを楽しみにしています。

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知恵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年に持続可能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。

企業のCSR促進ビジネス

市民のCSR促進ビジネス

持続可能な都市づくり
関連ビジネス

価値観 VALUE

クレンジンバリュー

「持続可能な社会を実現する」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」。「クレンジンバリュー」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

クレアンは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レアンは、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。

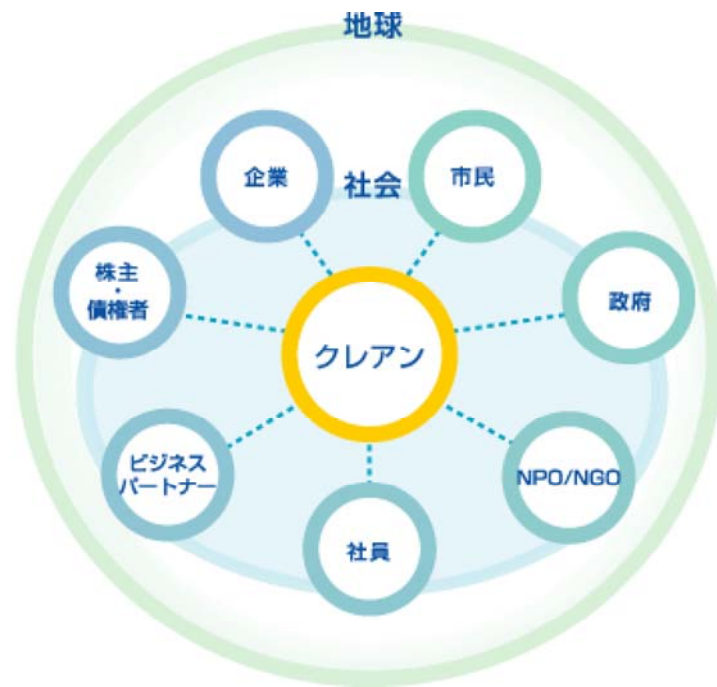


This is our **Communication on Progress** in implementing the principles of the **United Nations Global Compact** and supporting broader UN goals.

We welcome feedback on its contents.

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。

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。

CSR未来会議の全体像

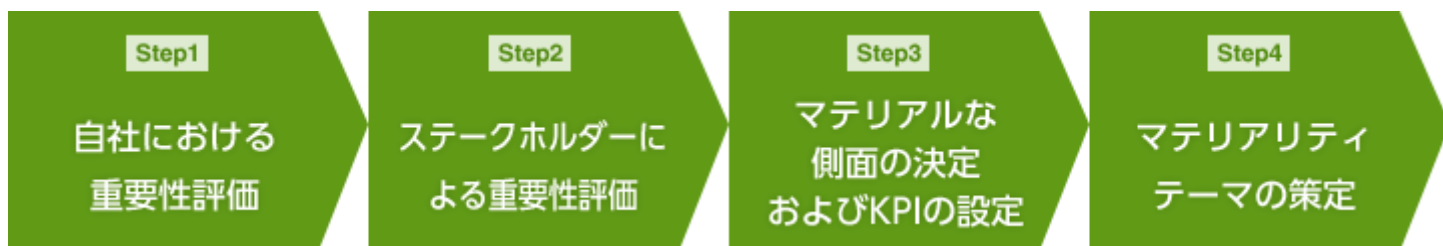


クレアンのマテリアリティ

クレアンではサステナブル（＝長期視点）経営において何に優先的に取り組むべきかを定めることを目的として、マテリアリティの策定を行いました。

マテリアリティの策定プロセス

マテリアリティの策定プロセスとしてはGRIガイドライン第4版に示されている46の側面を関連テーマとして特定し、それぞれの側面についてバウンダリーを決定した上で、以下4つのステップを踏みました。



STEP1、STEP2の重要性評価については3段階で評価を行い、以下の分類で取り組み（マネジメント）方針と情報開示（レポートへの掲載）方法を決定しました。

重要性評価と各側面の取り扱い

重要度	取り組み（マネジメント）方針	情報開示（レポートへの掲載）方法
大	取締役会承認の下、優先度高く積極的に取り組む側面	経営計画に組み込みKPIを設定、目標管理の状況を経営視点から報告
中	基本的な取り組みを継続する側面	進捗状況を把握し、現状を報告
小	取り組みが劣化したとしても、当面大きな問題は起きないと考えられる側面	情報開示は行わない

また、このうちSTEP2のステークホルダーによる重要性評価というプロセスにおいては、この分野の権威で特定非営利法人サステナビリティ日本フォーラム代表理事の後藤敏彦氏より意見・評価をいただいたほか、「雇用」や「研修および教育」といった労働慣行関連の側面については、全従業員へのアンケートを実施することで従業員からの評価を受ける手続きを取りました。

最終的に9マスのマテリアリティ・マトリクスにとりまとめ、自社の現状の経営計画およびリソースの状況に鑑み、自社・ステークホルダーの重要性評価が最も高いとされた一番右上のマスの側面をマテリアルな側面と決めました。

ステークホルダーにおける重要性		<ul style="list-style-type: none"> ● マーケティング・コミュニケーション 	<ul style="list-style-type: none"> ● 雇用 ● 労使関係 ● 研修および教育 ● 多様性と機会均等 ● 男女同一報酬 ● 労働慣行に関する苦情処理制度 ● 顧客プライバシー
	<ul style="list-style-type: none"> ● 結社の自由と団体交渉 ● サプライヤーの人権評価 ● 人権に関する苦情処理制度 ● 公共政策 	<ul style="list-style-type: none"> ● 原材料 ● 労働安全衛生 	<ul style="list-style-type: none"> ● 経済的パフォーマンス ● コンプライアンス（社会）
	<ul style="list-style-type: none"> ● 生物多様性 ● 排水および廃棄物 ● 児童労働 ● 強制労働 ● 保安慣行 ● 先住民の権利 <p>ほか 全27側面</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● エネルギー ● サプライヤーの労働環境評価 ● 非差別 ● 腐敗防止 ● 製品およびサービスのラベリング 	<ul style="list-style-type: none"> ● コンプライアンス（製品責任）
自社における重要性			

マテリアリティとKPI

こうして選定されたマテリアルな側面は、「雇用」、「労使関係」、「研修および教育」、「多様性と機会均等」、「男女同一報酬」、「労働慣行に関する苦情処理制度」、「顧客プライバシー」の7つとなりました。また、これらマテリアルな側面についてはそれぞれKPIを設定しました。

▶ [「目標と実績」ページへのリンク](#)

さらにこれらを社内外への訴求のためわかりやすく3つのテーマにまとめました。

1. 顧客本位を追求したベストプラクティスの創造
2. プロフェッショナル人材の育成と組織力強化
3. 公平で安心して働き続けられる職場環境の整備

クリーンのマテリアリティ



サステナビリティ日本フォーラム 代表理事
後藤 敏彦 氏

はじめに、そもそも会社にとってのマテリアリティはその会社が何を目標しているかということから導き出されるものと考えている。ステークホルダーから見るマテリアリティは、企業規模によってはあまりにも多様なステークホルダーが存在しそのすべてとの対話などのぞむべくもないので、いくつかの代表的なステークホルダーとの対話に限らざるを得ないだろう。そのギャップを埋めるものとして、特に大会社の場合はGRIやISO26000等を活用したマテリアリティチェックが必要と考える。

クリーンのマテリアリティについては、非製造業であり、しかも流通や建設のように環境・社会に大きな影響を与える業種ではなく、人の知恵とその発揮が極めて重要な特殊な会社といってよい。そうすると、この会社のマテリアリティは以下のものになるう。

1. 人材
2. 人材を活用するシステム（組織力）
3. 目指す方向性

人材については、優秀な人材を確保するだけでなく、さらにレベルアップさせる、する仕組みが重要ではないか。特に自ら学ぶ風土をどのようにシステム的につくるかが問われるだろう。

人材を活用するシステム（組織力）については、クリーン・ウェイといったものが重要になると考える。これはトヨタ生産方式のように人材を活用した「組織力」のことをいう。情報開示の支援を行うコミュニケーション・グループにおいては、品質管理の体制や文書の整備など、システム化され、毎年ブラッシュアップされているようである。マネジメントに対する支援を行うコンサルティング・グループでは、その仕組みがあるのかどうか現状では見えづらい。それを社内外に対して見える化、見せる化、していくことが必要のように思う。

目指す方向性については、長期ビジョンにおいて「社会変革企業になる」という方向が打ち出されている。どんな社会に変革するためにクライアント企業を変革させようとしているのか。私見では、社会変革の必要性は、つまるところ人口の増加による人間活動の拡大が自然破壊につながっているということである。そこから導き出される、特に重要だと考える側面は次の二つである。

1. 気候変動の緩和策と適応策
2. 生物多様性の保全（生物資源の資源循環）

これら二つの環境側面について、クリーンとしてどういう方向性を打ち出し、それをコンサルティングサービスとして商品化（およびブランド化）していくか。テーマが大きすぎるのなら、その中のどの部分で企業変革を図るのか、を明確に打ち出す必要があるのではないかと。そうした面での活躍をクリーンには期待したい。

目標と実績

経営目標を達成するためにKPI（key performance indicator、重要業績評価指標）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。

マテリアリティに紐づくKPI

顧客本位を追求したベストプラクティスの創造

2014年度目標	1人1つ以上のベストプラクティスを創造する	○
----------	-----------------------	---

※関連するマテリアルな側面：顧客プライバシー

プロフェッショナル人材の育成と組織力の強化

2014年度目標	1人あたり20時間以上の研修を受講する	◎
----------	---------------------	---

※関連するマテリアルな側面：研修および教育

公平で安心して働き続けられる職場環境の整備

2014年度目標	対象者の育児・介護休暇取得率および復職率100%	◎
2014年度目標	年1回以上の労使協定説明会の開催	◎
2014年度目標	女性管理職比率25%以上	◎
2014年度目標	有給休暇取得率75%以上	○
2014年度目標	年1回以上の経営者との対話の会の開催	◎

※関連するマテリアルな側面：雇用、労使関係、多様性と機会均等、男女同一報酬、労使慣行に関する苦情処理制度

◎：目標を達成した ○：ほぼ目標を達成した △：やや活動に不足があった ×：活動に不足があった

コンプライアンス・リスクマネジメント

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。

クレア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。クレアンでは今後も、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。

災害対策と事業の継続性

気候変動に起因する異常気象や地震などの自然災害に備えることは、企業の大切な取組です。これに対して、クレアンでは二つの側面で取組を進めています。一つは、災害・緊急時における社員一人ひとりの生命の保護、もう一つは、災害後の速やかな事業再開に向けた仕組みの構築です。

一つ目の災害・緊急時における社員一人ひとりの生命の保護については、社員全員に対して防災研修を行っているほか、社内備蓄の整備・見直しを定期的に行っています。また、災害後の速やかな事業再開に向けた仕組みの構築については、2014～15年かけて社外でもセキュアな環境で仕事ができるよう1人1台のノートパソコンを支給、ならびにテレワーク制度を整備したほか、本年度は「防災時マニュアル」の大幅な改訂を行い、災害時および災害後の社員の役割をより明確にしました。

- [機密情報保護方針](#)
- [個人情報保護方針](#)

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、当社の全員が不断の努力をもって、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レ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。

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場合ができる。

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ず、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 園田綾子

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。

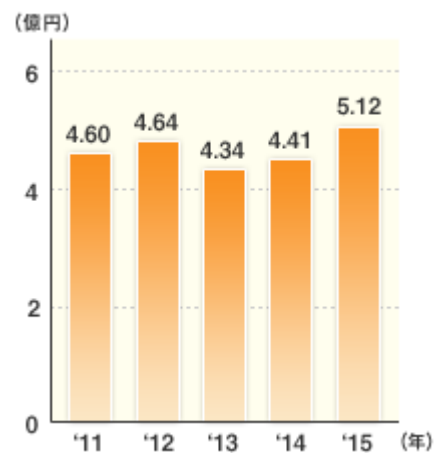
2005年4月1日
株式会社クレアン
代表取締役社長 藺田綾子

財務情報

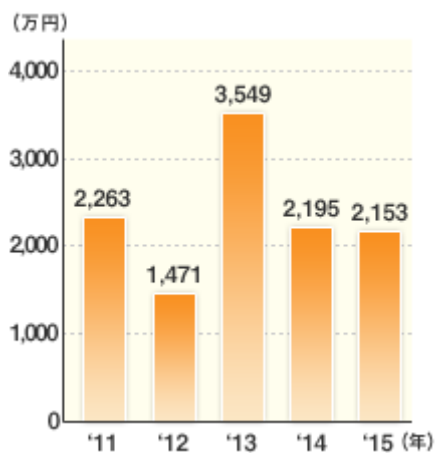
企業理念に掲げた「事業の発展により安定した利益を確保し、社会づくりに貢献します」という経済方針に則り、継続的に経営基盤の強化に努めています。

2015年1月期における財務の概況は以下のとおりです。

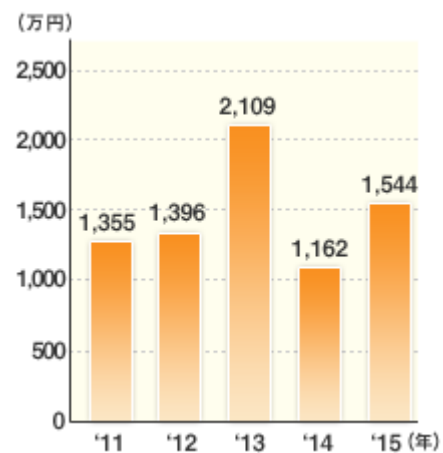
売上高推移（各1月期）



営業利益推移（各1月期）



当期純利益推移（各1月期）



ステークホルダーとの経済的関係

クレアンは、さまざまなステークホルダーのご支援とご協力に支えられて成り立っています。ここでは、事業を営む上でそれぞれのステークホルダーとの間に生じる経済的関わりについて説明します。

ステークホルダーへの経済的価値分配

クレアンはクライアント企業の長期視点経営を支援するサステナビリティ・コンサルティング事業を営んでいます。この事業は、マネジメント側面のコンサルティングとコミュニケーション側面のコンサルティングの2つに大別され、コミュニケーション側面のコンサルティングでは組織の情報開示に関するアドバイスを中心に行っているほか、サステナビリティ・レポート等媒体の企画・編集業務も行っています。またデザイン等の制作業務に関しては外部の信頼できるパートナーに委託しています。

2014年度にクレアンが創造した経済的価値（販売費・一般管理費の中でステークホルダーに跡付けられないものを除いた）は420,903,765円でした。これらをステークホルダーとの関係ごとにまとめたものが下表となります。このステークホルダーへの経済的価値分配については、クレアンが30人規模の小さな会社のため毎期の変動幅も大きくなることも予想されますが、それでも実績の推移を注視しながら、経営方針およびマテリアリティに従いバランスのよい投資意思決定を継続して行っています。

ステークホルダー	金額（円）	内訳
社員	209,291,315	給料手当、賞与、研修費等
取引先	186,244,993	売上原価
政府	7,971,070	法人税、事業税等
社会	1,150,000	寄付金
債権者	801,975	支払利息
株主	1,000,000	株主配当金
内部留保	14,444,412	当期純利益 - 株主配当金
合計	420,903,765	経済的価値

社員との関わり

クリーンのステークホルダーの中で最も重要なのは企業活動を支える社員一人ひとりです。クリーンには様々なバックグラウンドを持つ人財が、「サステナブルな社会を実現する」というビジョンに共感して集まっています。

こうした目指す方向性と価値観をあらためて共有・確認するため、毎週月曜日の朝礼において「企業理念」「2020年ビジョン」「クリーンバリュー」を唱和しているほか、求める人財像を示しているクリーンバリューは人財評価制度の中にも活かされています。

社員一人ひとりが、自身の想いと重なる「社会に役立つ本当にやりたい仕事」に意欲を持って臨める環境をつくり、同時に自己実現を図れる環境をととのえること、それがクリーンの重要な役割だと考えています。

そのためステークホルダーとしての社員の声を聞く機会を幾重にも設け、いただいたフィードバックはすぐにもマネジメントに活かすことができるようにしています。

- [人が活きる職場環境づくり](#)
- [ダイバーシティ方針](#)
- [テレワーク方針](#)

人が活きる職場環境づくり

社員一人ひとりが安心して働き続けられる職場、成長を実感し自己実現を図ることのできる制度や仕組みのあり方について、日々模索を続けながらクレアンらしい職場環境づくりを進めています。

安心して働き続けられる職場環境の整備

クレアンは1988年8月の創立から26年が経過し、社員の平均年齢は勤続年数が長期間となるにつれて現在40.8歳まで上がってきています。クレアンでは社員の多様性を尊重し、「公平で安心して働き続けられる」ことを、人事の基本方針としています。

人事関連統計情報について（2015年1月31日現在）

従業員数	31名
男女別従業員数	女性：15名、男性16名
2014年度採用者数	女性：2名 男性0名
女性役員数	全役員数4名のうち女性1名
女性管理職数	全管理職数7名のうち女性2名
平均年齢	40.8歳
勤続年数	<ul style="list-style-type: none">● 2年未満：5名（女性：4名 男性：1名）● 2年から5年：10名（女性：3名 男性：7名）● 6年から10年：8名（女性：5名 男性：3名）● 11年から15年：8名（女性：3名 男性：5名）
ダイバーシティに関する方針	有り

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ともに充実できるよう、有給休暇の取得・活用を進めています。半期ごとに年2回、全社員に対して有給休暇保有数を通知し、積極的な利用を促しています。2014年度の有給休暇取得率は70%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、兄弟姉妹等がいる場合に、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。2014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。子が1歳6か月に達する時期を上限に、休暇を取得することができます。また、3歳に満たない子を養育している場合には、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年間に付き5日間を限度として特別休暇を利用できます。

2014年度は育児休暇を取得した社員は1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。

あわせて子が満6歳になるまで、1人あたり月額1万円の育児手当の給付を行っています。これからも社員の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。

永年勤続賞（フレッシュアップ休暇）

2013年8月5日のクレアン創立25年を機に、勤続10年を超えたメンバーを対象に永年勤続賞を授与しています。永年勤続賞を受けた社員は、連続10日間のフレッシュアップ休暇および慰労金5万円がもらえます。これまで4名が他のメンバーと日程を調整の上休暇を取得し、リフレッシュを図っています。

健康管理

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、年間1人あたり上限3万円まで会社が費用負担をしています。

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います。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。

制度の利用について（2015年1月31日現在）

有給休暇取得率	70% ※前年度：52%
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	1名
育児短時間勤務利用者	2名
子の看護休暇取得者	3名
年間平均労働時間	2008時間
健康診断受診率	100%

人財育成と組織力の強化

プロフェッショナル人財の育成

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。

クレアン人財育成体系

研修カテゴリー	内容	目的
上級ビジネス研修	<ul style="list-style-type: none"> ● マネジメント研修 ● リーダーシップ研修 ● コーチング研修 ほか 	マネジメント等、上級スキルの修得
専門スキル研修	<ul style="list-style-type: none"> ● ロジカル・シンキング研修 ● ヒアリング研修 ● 問題解決研修 ほか 	各部門で必要な専門スキルの修得
基礎研修	<ul style="list-style-type: none"> ● クレアン理念体系研修 ● マナー＆コミュニケーション研修 ● コンプライアンス研修（著作権・情報セキュリティ含む） ● 経営学研修 ほか 	基礎的知識、スキルの修得

知識の共有と創造の仕組み

CSR経営関連の情報は、日々情報が更新されるため、国内外における最新の情報収集を行い、イントラネットにて社員全員で共有をしています。また、すべての社員がそれぞれの専門分野を持ち、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。セミナー参加後には、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知識の共有を図っています。

また、各メンバーがクライアントに対して開発・提供したサービスについてもタイムリーに事例共有会を開催し、サービスの内容およびプロセスについて共有したのち、より良いサービスにするための改善点について意見を出し合い、ブラッシュアップすることを仕組み化しています。

今後も社員一人ひとりの特長を見極めたうえで、その能力が最大限発揮できる環境づくりに力を入れていきます。

ダイバーシティ方針

ダイバーシティ方針

ダイバーシティとは、人種、民族、国籍、宗教、性別、年齢、障がい、性的指向、信条、価値観などの「多様性」を意味します。

私たちクレアンメンバーはダイバーシティを尊重します。お互いに対話をし、理解し、認め合うことで、多様な価値観を持つ人財一人ひとりの能力が最大限に発揮され、そこから生まれるイノベーションを通じてサステナブルな社会実現への貢献につなげていくことができると信じています。

私たちはダイバーシティを尊重する組織文化づくりを進めるとともに、事業を通じてダイバーシティを尊重する社会の実現に向けてはたらきかけていきます。

クレアンはダイバーシティを尊重することをここに宣言いたします。

2015年9月1日
株式会社クレアン
代表取締役社長 園田綾子

テレワーク方針

株式会社クリー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・新規作成の状況に問わ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。

株式会社クリーン
代表取締役社長 藺田綾子

お客さまとの関わり

お客さまとの関わりにおいてクレアンが最も大切にしていることは、クレアンバリューにも掲げている、「クオリティ・イノベーション」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サービスを開発・提供することを意味しています。多くの企業が「お客さま満足」を掲げるなか、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ところです。

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ていき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、お客様企業の経営に資する新しい価値を常に提供することを追求し続けます。その中で先進的な取組事例（ベスト・プラクティス）を創造し、お客さまにサステナビリティの実現に向けてリーダーシップを発揮していただくこと、それが私たちの目標であり願いです。

- [顧客満足度調査の実施](#)
- [ステークホルダー・ダイアログ2008](#)

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：2014年9月～2015年3月中旬

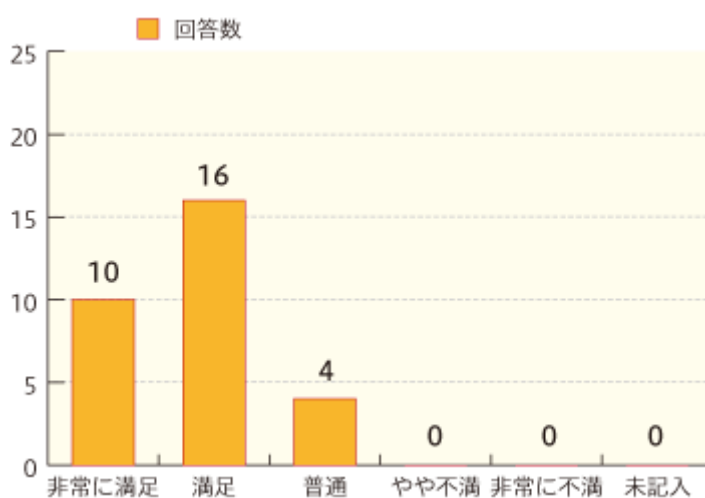
調査対象：主に報告書の企画制作をご支援したお客様

回答数：31社（※調査対象企業全43社）、回答率72%

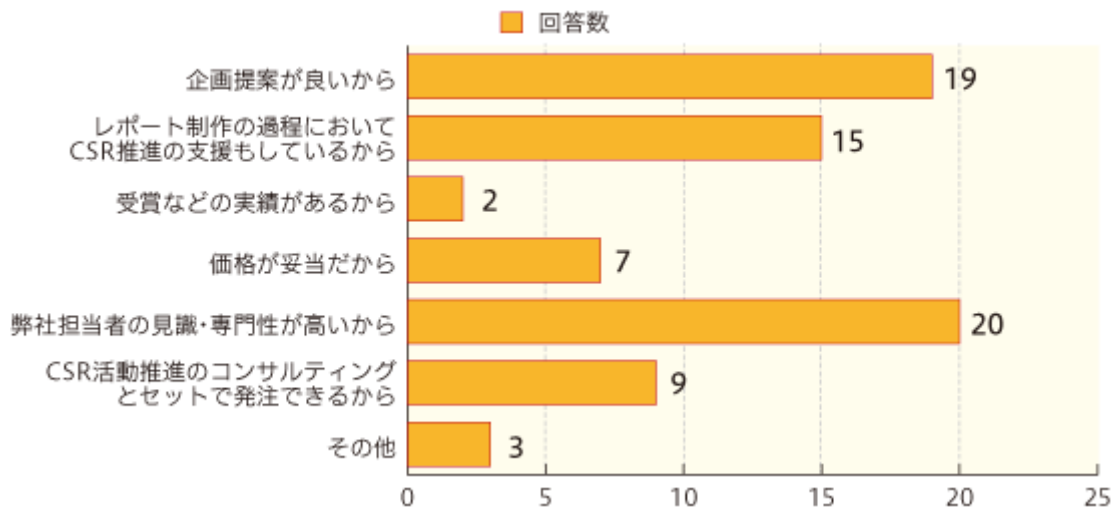
調査方法：報告書発行後、適宜、顧客チーム顧客満足度調査担当者より各企業のご担当者様へ調査を依頼。各ご担当者様がWEB上の記入フォームに従い回答

調査結果（主な項目の抜粋）

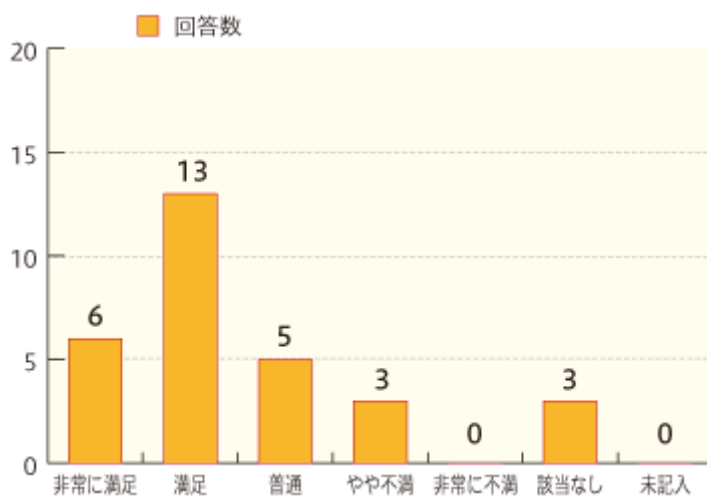
Q：完成した2014年版レポートへの総合評価



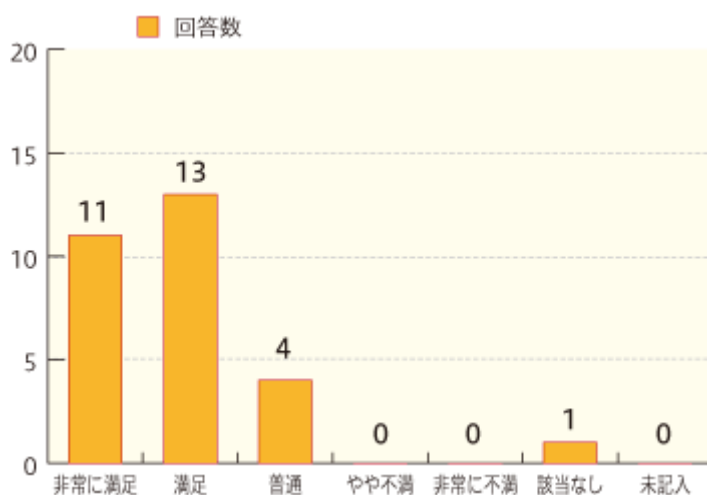
Q：クリーンへの発注理由（複数回答可）



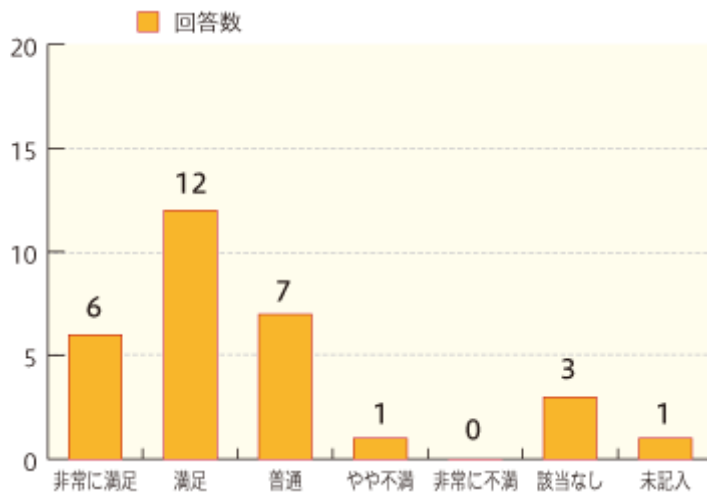
Q：企画への満足度



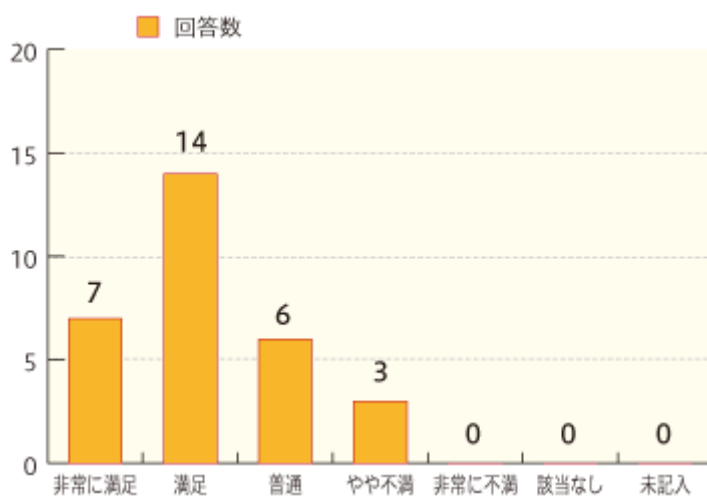
Q：原稿への満足度



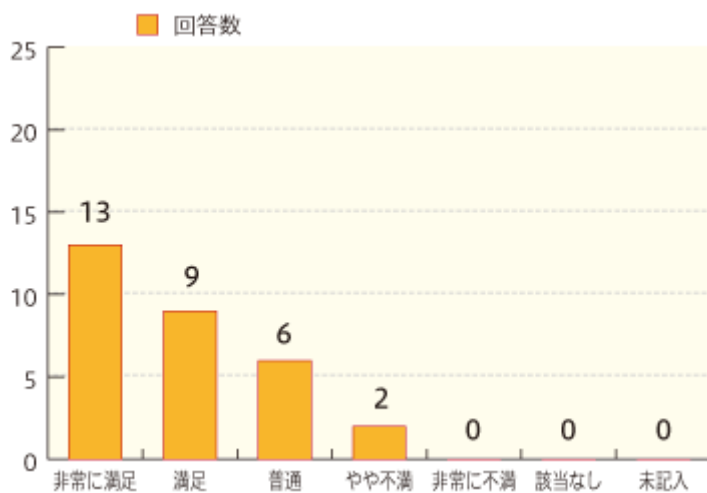
Q：デザインへの満足度



Q：スケジュール管理への満足度



Q：コミュニケーションへの満足度



頂いた主なご意見（抜粋）

評価いただいた点

- 弊社らしいレポートに仕上がった。制作スケジュールがタイトな中、ご支援いただき感謝しています。特にトップインタビューと、その文章作成には、大変満足しております。
- デザインの完成度も高く、記載されている内容も充実できました。

- 制作ご担当者様とよくコミュニケーションが取れ、スムーズに進行できました。読者の評価も高まっています。
- マテリアリティの特定を視野に入れた社内でのワークショップや複数の有識者との懇談会のご提案もいただき、実施した結果、今後の推進の上で大変良い経験となりました。
- G4への移行に関して適切なアドバイスをいただきました。
- スケジュール管理が徹底されており、柔軟な対応をしていただき、計画どおりにリリースすることができました。
- 編集打合せの頻度も多く、密なコミュニケーションが図れました。スケジュールについては弊社の要望に柔軟にに応じていただくことが度々あり、感謝しています。

改善および期待する点

- 能動的なプロジェクトマネジメントを期待しましたが、当社がコーディネーションを主導する場面が多かったように感じます。
- 当方の原稿遅れなどにより、都度、変更スケジュールを頂いていたが、そのままスケジュール遅れが発生。コミュニケーション不足もあるが、もっと催促や問い合わせの連絡を頂いても良かった。
- デザイナーとのイメージ合わせがもっと早くできていれば余裕ができたと思います。
- 英文原稿については、もう一歩踏み込んだ管理・チェックをして貰いたかった。
- 短期集中に耐えうる体制で、一時的な負荷があるときはマンパワーを増強して欲しい。

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」「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、当社の強みがお客様の期待に沿う内容であったことがわかりました。その一方でプロジェクトマネジメント、マンパワーなどに関しては、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。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。

ステークホルダー・ダイアログ2008



2008年4月17日、クレアンのステークホルダー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

クレンジングに期待すること

- ▶ 常に進化しなければいけない
 - ▶ ダイアログを終えて
-

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、私の印象では中国はアメリカ的な考え方と親和性があり、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かれるか、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危険、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。



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にも

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](#) >

ステークホルダー・ダイアログ2008

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けるのか。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、これまでのレポートिंग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： 私の疑問はクレア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。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行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、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。



ステークホルダー・ダイアログ2008

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す。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……。企業とつき合うちに当たって、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、いいもののできたと思うときと、そうでは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感じていました。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思います。

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の部分だけ頑張っているとか。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んですね。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に来られたりすると、いい面ばかりを見せようとする傾向があるので、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よね。「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わからなくて。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、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、クレンジ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。

藺田： 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、クレンジ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と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のを伺えて、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、クレンジ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、クレンジ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、クレンジ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、というような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な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、クレンジ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。

[< 前のページ | 1 | 2 | 3 | 4 | ダイアログトップ >](#)

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](#)

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ご一緒する中で、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っております。

今後とも、よろしくお願い致します。

「徹底した信念」を誌面に反映するお手伝いを



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。

社会との関わり

クリーンの企業市民活動に関する基本方針は「サステナブルな社会の実現のために社外のステークホルダーと共に智慧をしぼり、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。

東日本大震災からの復旧・復興支援については、震災直後から現地に関わり、現在でも年に数回、メンバーが交代で現地へ赴くなど、息の長いボランティア活動を続けています。

また、「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、継続的に運営支援を行っています。

- [企業市民活動](#)

企業市民活動

インターンシップ

クレアンは、職業体験の場を提供するとともに、CSRコンサルティング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の受け入れを行っています。2014年度は、男性1名、女性1名、合計2名のインターンを受け入れました。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158名に上ります。

機密保持の観点から、インターンの方に実際のクライアント案件に直接関わる仕事してもらうことは難しいため、コンサルティング業務を陰で支える周辺情報の調査・分析業務を担っていただくことが多いですが、インターンシップ終了後にいただいた感想から、「将来、本気で自分もサステナビリティに関わる仕事に就きたいと思うようになった」など、刺激を受けられることも多いようです。

実際にこれまで、クレアンでインターンシップを経験した方の中から、社会起業家や大学教授になられた方などを輩出しており、社会に貢献する人材の育成に、一定の役割を果たしてこられたのではないかと考えています。今後も、インターンの方にとってより有意義な学びの場となるよう、プログラムの改善を重ねていきます。

東北復興支援

クレアンは、震災直後より災害支援NGOと組んで「ボランティアツアー」を企画し、クレアン社員自らが現地にて泥かきなどのボランティア活動に従事したほか、企業様に現地の状況を知っていただき、支援計画を立てる際の情報収集を主な目的とした、現地視察およびボランティア活動参加の機会を提供してきました。

また復旧から復興への移行段階においては、各自治体の復興の鍵となる計画の具現化・推進を支援するプロジェクト「東北未来復興イニシアティブ」に発起人として参画し、資金および人的側面において支援を継続的にを行っています。

近年では現地における人々のメンタルケアが重要な課題になってきていることから、NPO法人JKSKおよびメンタルヘルスの専門家と組んでプログラムの策定し、現地にて実施する際の運営支援を行っています。2014年度は宮城、岩手、福島の各地域において計4回、「セラピー体験会・講習会」を実施し、延べ354名の方が参加をされました。

NPO/NGOsの支援

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。

そのほか、クレアンも署名・参加している、グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパンの開催する勉強会において、講師依頼を引き受け、CSRの最新動向に関する講演を行うなど、様々な機会を通して、日本におけるCSR活動の普及に努めています。

環境マネジメント

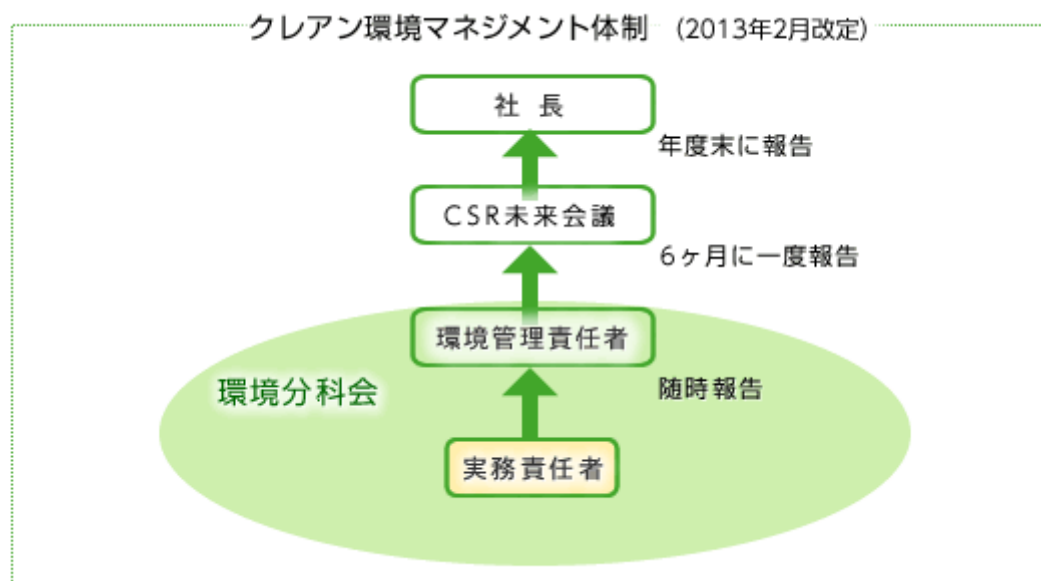
クレアンでは、独自に環境マネジメント体制を構築し、環境負荷低減に向けて地道な取り組みを続けています。

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。



OA用紙使用の最適化

コンサルティングサービスを提供するクレアンは、主にアウトプット（納品物）となる企画書や報告書等の資料を提出するために多くのOA用紙を使用しています。マテリアリティ分析を行った際にも、クレアンの事業形態としては他の環境側面と比較して、紙資源を使用する「原材料」の側面において最も環境に対する影響が大きいという結果が出ており、クレアンとしても環境活動の中で最も重視して取り組むべき課題と捉えています。

現状では紙資料での納品という形態以外には選択が難しい段階のため、売上高と比例して紙使用量も伸びてしまう傾向にありますが、その中でも売上高原単位について向上できるよう、取組を推進していきます。

OA用紙使用量と売上高原単位

