



社会からゆるぎない信頼を得ている 地球貢献企業になるために

厳しい経済環境下においても企業の社会的責任は不変

米国金融機関の破綻をきっかけにして、昨年秋から世界経済は急速に悪化し、現在も厳しい状況が続いています。このような環境下では、従来であれば収益の追求に終始するところではありますが、私はそのようには考えておりません。

例えば、米国のオバマ大統領が打ち出した「グリーンニューディール」は、環境と雇用の両立を狙っており、日本でも環境性能に優れた自動車や家電製品などの振興を図ることで、景気回復と雇用創出を実現しようとしています。こうした施策が社会に受け入れられるのは、人々が単に経済性のみを追求していない証だと考えます。

今日、世界が直面している気候変動などの環境問題、生物多様性の危機、人口の急増、貧困と格差、資源枯渇などの課題は、地球に生きる人類が協力しあい、継続して

解決に取り組まねばならないものばかりです。

グローバルに事業を展開する企業は、地球全域に広がる活動範囲、すなわち国際社会から大きな期待・要請を受けており、たとえ経済が「100年に一度の危機」といわれる状況であっても、長期的視野に立ち、これらの課題解決に向けた取り組みの歩みを止めることはできません。

社会からの信頼性の向上(CSR)を実現する経営の強化

今日、横浜ゴムグループは、16,772人の従業員が日本、北米、大洋州、欧州、アジア、中東、中南米の拠点で事業活動を行い、日本以外の売上高が44%に達するグローバル企業になっております。

2006年度からスタートさせた中期経営計画「グランドデザイン100(GD100)」では創業100周年を迎える2017年

度に売上高1兆円規模の「企業価値・市場地位において、独自の存在感を持つグローバルカンパニー」になることを明言し、今後もさらなるグローバル化を推進してまいります。

横浜ゴムグループは、グローバル企業として国際社会が求める期待・要請に、十二分に応えることが「社会からの信頼性を高める」唯一の方策と考えております。そのために私たちは、3年前に「GD100」をスタートさせるに当たり、その基本方針に「トップレベルの環境貢献企業になる」「高い倫理観を持ち、顧客最優先の企業風土を作り上げる」を掲げ、CSR重視の姿勢を打ち出しました。また2008年6月にはCSR本部を設立し、マネジメントの強化を図りました。さらに本年4月からスタートさせた3カ年の中期経営計画「GD100フェーズⅡ」(2009年度～2011年度)のテーマを「高質な成長」とし、経営、事業共に質の向上を目指すことを決定いたしました。

とくに経営では「人・社会」「環境」への取り組みを一段と強め、「社会からゆるぎない信頼を得ている地球貢献企業になる」とのCSR経営ビジョンを社内外に表明いたしました。

社会性に対する経営活動の強化

命題は「人・社会」への取り組みです。仕事と私生活との両立(ワークライフバランス)・多様な働き方の支援のために、従来から育児・介護休業などの施策充実を図っており、さらに2008年には自主的に社会奉仕活動(ボランティア)を推進する休暇制度を新設いたしました。

従業員が安全に働ける職場づくりも重要であり、国内外生産事業所では「設備の本質安全化」「危険を感知する安全な人づくり」に向けた活動を行うと共に、労働安全衛生マネジメントシステム(仕事の仕組み)の認証取得に取り組んでおります。

2007年11月からは、国内外の横浜ゴムグループ会社生産拠点到約50万本の植樹を行う「YOKOHAMA千年の杜」プロジェクトを開始し、本年6月までに国内7生産拠点、海外4生産拠点での植樹を行いました。地域社会への貢献と共に地球温暖化防止・生物多様性の保全に向け、従業員とその家族、地域社会の皆さまと杜を創生する活動は根付きつつあります。

環境経営の高質化

モノづくりを使命とするメーカーにとって、原材料→生産→商品の利用→廃棄の全過程において環境負荷削減への取り組みが最優先課題です。今日のクルマ社会において、タイヤの低燃費化は地球的規模でのCO₂排出量削減に大きく寄与します。

横浜ゴムは1998年に乗用車用低燃費タイヤ「DNA」

シリーズを発売、現在もさらに性能向上を図った低燃費タイヤの開発を続けており、また2017年度までにすべての商品を環境貢献商品にするとの明確な目標を立てました。2008年度には取扱い商品に占める環境貢献商品の比率が、全商品で75%、新規商品で100%に達しました。

環境負荷が少ないモノづくりも重要な課題です。2008年度の温室効果ガス排出量は基準年(1990年)比13.4%減となり、3年連続して京都議定書で定められた日本の削減目標を上回りました。世界の全拠点で高度で同質の環境経営を実施するための努力も続けており、3年前から海外拠点の社長(環境経営責任者)を集めたグローバル環境会議を開催しております。

「快」と「分かりやすさ」をキーワードとして

私は「快」こそが人を動かす力、社会や人に対して何か良いことをすると、それがその人の「快」になる、と考えております。横浜ゴムは、2006年2月から「ムダ取り活動」と名付けた全社運動を展開しております。当初は経費削減が目的でしたが、活動が続ける中で、ムダな資源は使わない、ムダな電気は消すといった環境貢献活動に進化していきました。小さな活動でも社会に役立つ気持ち良さ、つまり従業員が感じる「快」が、運動を長続きさせる原動力だと考えております。

もうひとつ重要なことは「分かりやすさ」です。多くの従業員にとってCSR(Corporate Social Responsibility)という言葉は馴染みづらいものです。そこで私は昨年から、「Responsibility」は「責任」と訳さず「信頼」と言い換えようと呼び掛けました。責任を果たすといえど重く響きますが、社会から信頼される企業になろうといえど、肩の力が抜けて実行しやすいと考えたためです。

CSRに向けた活動は今後も長く続きます。こうした活動を継続していくためには、従業員一人ひとりが、誰でも自然に取り組める仕組みづくりが大切で、私は「快」と「分かりやすさ」をキーワードに、創意工夫をして活動の定着と活性化を図りたいと考えております。

最後になりましたが、私どもは、横浜ゴムグループに関心をお持ちくださる皆さまから様々なご指摘やご意見を頂戴し、新たな課題の発見や活動の改善に結び付けたいと考えております。ぜひ、忌憚のないご意見やご感想を賜りますよう、お願い申し上げます。

代表取締役社長

南 雲 忠 信