



大和総研 環境・CSR調査部長
河川 真理子 氏

報告書を手にとって、まず「考働」レポートというタイトルに目をひかれました。「考働」とは、高い倫理観を持ち日常的に考えながら働き創意工夫するというマンダムの企業哲学で、社内では共通用語として親しまれているとのこと。CSRは企業のミッション・文化に根ざしたものであり、カタカナの輸入単語ではなく、独自のわかりやすい共通言語でその精神の浸透を図るのは「正統」な手法といえます。

実際に読んで確かに「考働」精神が具現化された報告書という印象を持ちました。トップメッセージにおいて、西村社長が「生活者へのお役立ち」という基本理念について述べておられますが、日本やアジア各国においてその土地の生活者目線で事業展開をしていることは良くわかります。また社員ダイアログにおいても、各自の持ち場で社員がステークホルダーに真摯に対応する姿がみられます。その中で、アジアの目線で見るとmade in Japanは安心・安全・信頼感である、ということ社員が再認識したことは、今後のビジネス戦略上大変重要な肥やしとなるはずで、それは、社員一人ひとりがプライドを持って生活者に愛される商品を提供する、信頼に値する企業として成長することにつながると信じます。

この風土からより豊かな実りを得るためには、今後はどんなタネをまくべきでしょうか。その鍵は「生活者」にあります。単に市場に並ぶモノやサービスのうち自分の好み・都合にあったものを安く買うのは、消費者であって生活者ではありません。生活者とは、自分の暮らしにかかわる社会情勢や環境問題にも関心と意見を持ち、行動する市民です。その点から「生活者へのお役立ち」を改めて考えてみると、手元にある商品は製造や物流段階できちんと環境に配慮されているか。動物実験を行っていないか。原材料のたとえばパームオイルなどが熱帯雨林の乱伐と生態系破壊、コミュニティの住民の権利侵害に加担していないか。途上国にある協力工場では児童労働をさせていないか。このように自分が使う商品の環境や社会的影響にも配慮したいという生活者の声に応えていくことが重要です。実際にフェアトレードやエコ商品を選んで買うという消費者も増えていきます。報告書は動物実験の考え方、調達方針について触れていますが、生活者の立場からは商品選択の場における具体的な情報を提供できないでしょうか。それはそうした情報を知らない生活者への啓発活動にもつながります。

最後に、働く人としての生活者の立場から、職場のダイバーシティは大変重要な評価ポイントです。アジア9の国と地域に展開するグローバル企業として、積極的に現地採用・登用しているとありますが、その取り組み状況がわかるようグループ全体のデータ開示をお願いしたいところです。

成長の反面、環境や人権などの課題も抱えているアジア市場で、生活者に愛され、社会発展に貢献する企業として、さらに【考働】を深化されることを期待します。

読者の皆様へ

マンダムの社会・環境活動についてまとめた今回の「考働レポート2011」は、タイトルを変更し、わたしたちならではの考え方をご理解していただくために、日常的に考えながら働き、創意工夫しなければならないという意味を込めた「考働」を使用しました。

マンダムでは企業理念である「美と健康を通じ、快適な生活にお役立ちする」の達成に向けて、アジアを軸とした独自性のあるオンリーワンカンパニーを目指しています。

今年も第三者意見において、有識者の方からアジアのグローバルな視点を取り入れていく必要性をはじめ、貴重なご意見・課題をいただきました。

グループ全体で多様なステークホルダーの皆様に対して、どのような「お役立ち」ができるのかを考え、その責任をまっとうするとともに、良き企業市民としてグループ全体で推進すべき社会貢献活動を実践できる体制づくりに取り組んでいきたいと考えています。



執行役員
総務部・環境推進室・
品質保証室担当兼総務部長
田中 晃