

ワークブック

社員と一緒に考える 新しい企業価値

～CSRでモチベーションアップ～

*本冊子についてのお問い合わせがありましたら、下記までご連絡ください。

大阪府商工会連合会
地域貢献型企業経営サポートセンター

〒556-0017 大阪市浪速区湊町1-4-1 (OCATビル4F)
TEL 06-6632-2051 (代) Mail shokoren@osaka-sci.or.jp
FAX 06-6632-2063 URL <http://www.ka-support.jp>



大阪府商工会連合会

はじめに

あなたが考える、あなたの会社の「企業価値」は何ですか？ 取引先からの評価・顧客からの評価・世間からの評価…。社員からの、という視点もあります。将来を見据えて、企業価値を高めていくには、どうすればいいでしょうか。その手段のひとつにCSR(※)に取り組むことがあります。CSRは、社会情勢の変化に対応していくためにかけがえのないものです。「大企業が取り組むもの」というイメージがあるかもしれませんが、中小企業だからこそ取り組む意義のあることもあります。例えば、顔が見える距離感だからこそ、社員と一緒にCSRについて考えることができます。「会社ごと」が「自分ごと」になれば士気向上につながり、若手社員の何気ない意見から、新規事業のアイデアが見つかるかもしれません。本冊子では、CSRの中でも中小企業が取り組みやすい「地域とのコミュニケーション」の視点から「社員と一緒に考える“新しい企業価値”」を探します。

※CSR<Corporate Social Responsibility> 企業の社会的責任(社会対応力)と訳される。企業が社会や自然と共存し、持続可能な成長を図るため、自らの利益の追求だけでなくとどまらず、社会に与える影響に責任をもち、社会が良くなるよう努力する企業行動のこと。

目次

はじめに	P2
本冊子の使い方	P3
ワーク1 自分について話そう	P5
ワーク2 会社について話そう	P7
ワーク3 新しい企業価値について話そう	P9
考えたアイデアを実現するために	P11
CSRをはじめよう	P12
おわりに	P14
世間よしアクションシート	P15

経営者・役員向けチェックリスト

経営者・役員の方におたずねします。

あなたはいくつ当てはまりますか？

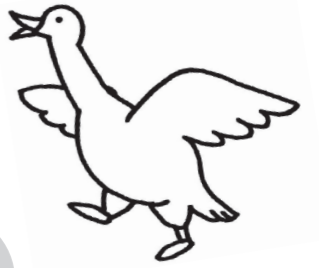
- 社員全員の好きなものを知っている
- 社員全員の良いところを言える
- 日頃から、企業理念を社員に伝えている
- 日頃、社員と雑談(コミュニケーション)する中から、考え方や意識を確認している
- 社員それぞれの個性や能力を発揮できる働きやすい職場環境づくりを心がけている
- すべての社員に、社外から褒められる場や機会がある
- 部署を越えて、社員同士が交流できる環境や機会がある

御社の社員に当てはまりますか？

- 社内の「当たり前」に疑問を持った時に発言できている
- 職場の改善案を提案できている
- 同僚の良いところを10個以上言えそう
- 今日、職場で雑談、談笑していた
- 会社の企業理念を知っている
- 社内に憧れる、相談できる人物がいるようだ
- 仕事を通して社会に役立っている実感がある



本冊子が対象とするのはこんな方です



社員のモチベーションを上げるにはどうすればいい？

最近、職場内での意思疎通がうまくいっていない…

これからの時代に新しい企業価値を見つけたい！

自分の夢や想いを仕事を通じて実現したい！

本冊子の使い方

社員と一緒に考え、意見交換しながら進めていきます。

- 誰かが話しているときは最後までしっかりと聞くようにしましょう。
- 話し合いの時間だけ、肩書や役職などから離れて、同じ目線で意見交換を試みましょう。
- 本冊子のワークの問いかけには「正解」がありません。社員と一緒に考えや意見を出し合いながら「よりよい解」を見つける気持ちで取り組んでみましょう。
- 年齢・性別・考え方・視点などによる違いを楽しみながら、話し合いを進めてみましょう。今まで当たり前だと思っていたことが、組織の中ではマチマチだったことに気づいたり、新しい発見や、可能性が見つかるかもしれません。

話し合いを盛り上げる4つのポイント

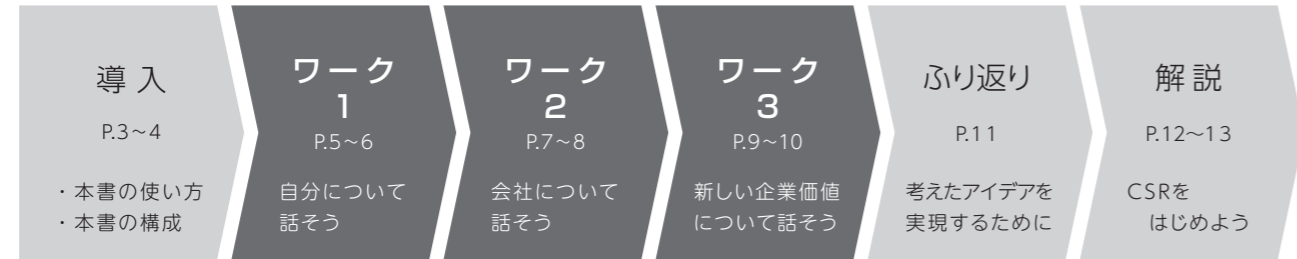
(アレックス・F・オズボーンによるアイデア発想の手法「ブレインストーミング」の4原則を参考に)

- ① 判断遅延(批判禁止)**
批判がある雰囲気だと意見は出しにくいもの。「良い」「悪い」の判断は後回しにしましょう。
- ② 突飛さ歓迎**
突飛な意見、奇抜な意見も推奨しましょう。何でも言い合える関係性がよい成果を生みます。
- ③ 質より量**
気づき、考えはどんどん話しましょう。話した分だけ、組織の課題解決、企業価値向上の可能性が高まります。
- ④ 仲間に便乗**
仲間の言葉を聞いて、ひらめくこともあります。他の人の案をよりよくする視点からも考えてみましょう。

本冊子の構成

本冊子は、ワーク1～3の3部構成になっています。3つのワークを通じて、自分から会社、会社から社会へと視野を広げ、最終的には新しい企業価値を生む行動のアイデアを社員と一緒に考えます。

ワーク1から順に取り組むのが基本的な使い方ですが、目的や場面に合わせ、アレンジしながらご活用ください。



ワーク（話し合い）の進め方を理解する

働く人それぞれが、お互いを知って社内理解を深める

自社の社会的評価から、現在の企業価値をふり返る

社員みんなで、新しい企業価値を生む行動を考える

考えたアイデアの実現に向けてすべきことを決める

中小企業だからこそできるCSRと、そのはじめ方を知る

本冊子を使ったワーク（話し合い）の基本的な進め方

奇数ページ（P5,7,9）にワーク、めくって偶数ページ（P6,8,10）に気づきを深めるためのヒントが書かれています。基本的な進め方は以下の通りです。



自分について話そう

〈めやす〉

- 人数
2人以上
- 所要時間
15～20分程度
- 用意するもの
・A4用紙(人数分)
・ペン(人数分)

あなたは自分のことを周りにどれだけ伝えられていますか？
また同じ職場で働く仲間のことをどれだけ知っていますか？

4つの問い

- ① 全員にペンと、紙を1枚配ります。
- ② 各自、紙を縦に1回、横に1回折り、4分割します。
- ③ 4分割した窓のそれぞれに、縦2本、横2本の線を引きます。(下図参照)
- ④ 4分割した窓の真ん中にある四角の中(下図ではグレーの部分)に、下図に書かれている「お題」を書き入れます。
- ⑤ 「お題」の周りがある8つのマスに、お題に対する自分の答えを短文で書き入れましょう。単語やキーワードのみでもOKです。
- ⑥ 2～3人のグループをつくり、書いた紙を見せながら自己紹介しましょう。今まで気づかなかったお互いの共通点を探したり、気になるキーワードを掘り下げたり、同僚に対する意外な発見を伝え合ったりしましょう。

ジョギング	登山	子どもと公園	〇〇の小説	レストランのディナー	産直野菜
家庭菜園	〈お題〉 休みの日の過ごし方	録画したドラマを見る	パスタマシン	〈お題〉 最近買ってよかったもの	〇〇のチョコレート
社員同士仲が良い	残業が少し多い...	社長が魅力的	〇〇の資格をとる	マイホーム	自分の企画した商品をリリース
みんなでBBQしたい	〈お題〉 今の会社にひとこと			〈お題〉 3年以内に叶えたい夢	

Point!

埋まらなくてもOKですが、8マス埋める気持ちでチャレンジしてみましょう。小さなことや、一見関係ないと思っても、どんどん書き出してみましょう。

ワーク1の 振り返り ポイント

- 同僚に対して、新しい一面を発見しましたか？
- 自分のことを伝えたときの同僚の反応を見て、何を感じましたか？
- ワークをする前と後で、相手に対する気持ちやイメージに変化はありましたか？

自分のこと、同僚のこと、どれだけ理解できている？

職場で毎日顔を合わせているメンバーでも、話してみると意外と知らないことも多かったのではないのでしょうか？

スタートはお互いを知ることから

右図を見てみましょう。普段、職場で見えるのは水面上（知識、スキル、行動）の要素です。しかし、水面下の部分を知ることによって、相手を理解し、より深いコミュニケーションをとることができます。

組織はチームワークでお客様にサービスを提供しています。品質を保つにもコミュニケーションが大切です。

社内の風通しの良さは、現場の仕事にも好循環を生み出します。

企業の価値は、社員一人ひとりの人間力の総和ともいえます。一人ひとりの能力を最大化するために、まずはお互いを知ることから始めてみませんか。相互理解を深め、個々の強みを持ち寄ることが“強い組織づくり”につながります。



人材の冰山モデル

応用編

P5で記入した4つのお題は、職場環境に合わせて右記のような問いに置きかえて試してみてください。

例) 今取り組んでいる仕事／大切にしているもの／私の小さな幸せ／私の性格／好きな本・映画／最近あったいいこと／影響を受けた人や物／子どもの頃に好きだったもの…など

あなたの組織はどちら？

あなたの組織を例えると、どちらのイメージが近いですか？ そう思った理由を話し合ってみましょう。(正しい答えはありません)



考えるヒント：周りの環境は？ 進行方向は？ それぞれが担う役割は？ チームワーク、主体性などの視点でみてみると？

会社について話そう

あなたが働く会社は、どんな会社ですか？

今、あなたの会社が社会に生み出している“価値”って何でしょうか？

〈めやす〉

- 人数
2人以上
- 所要時間
20～30分程度
- 用意するもの
・A4用紙(人数分)
・ペン(人数分)

問いで深める

- ① 全員にペンと、紙を1枚配ります。
- ② 各自、紙を縦に1回、横に1回折り、4分割します。
- ③ 4分割した窓のそれぞれに、下図に書かれている4つの問いの答えを書き入れましょう。できるだけたくさん、書き出してみましょう。
※ 問2～4の答えには、「①誰」から「②どんな言葉(内容)」で語られるか、という2つの要素を入れてください。
- ④ 2～3人のグループを作り、考えた答えを他の人と伝え合ってみましょう。

<p>問1 あなたが考える自社の魅力、好きなのところはどこですか？</p> <ul style="list-style-type: none"> ・社内がアットホームな雰囲気 ・お客さんの反応が直接わかる 	<p>問2 あなたの会社は、どんな風に褒められますか？</p> <ul style="list-style-type: none"> ・お客様から「働く人の挨拶がいいね」 ・取引先から「品質はまちがいないね」
<p>問3 あなたの会社へのマイナスの意見や要望はどんなものがありますか？</p> <ul style="list-style-type: none"> ・お客様から「昔はよかったけど…最近マンネリ化してきている？」 ・地域の人から「地域活動にもっと関わってほしいなあ」 	<p>問4 あなたは自社を“どんな会社”だと、褒められたいですか？</p> <ul style="list-style-type: none"> ・お客様から「〇〇を買うなら、ここじゃないと」 ・取引先から「チャレンジする姿勢がいいですね」



ワーク2の 振り返り ポイント

- 自分以外の答えを聞くことで、何か気づきや発見がありましたか？
- 答えを考えるなかで「自社らしさ」は見えてきましたか？
- 「よい企業」って、どんな企業だと思いますか？

「わが社らしさ」を見つけるには

企業が永続的に商いを続けていくためには、何が必要でしょうか？
社会から必要とされつづけるために、必要な要素について考えてみましょう。

あなたの会社の 「魅力」は何でしょう？

ラーメン屋を思い浮かべてみてください。
「魅力的なラーメン屋」って、どんなラーメン屋でしょうか？「早い」「安い」「うまい」「多い」…。一般的な基準ですが、中小企業の場合、大企業と同じ土俵で相撲をとってもいいのでしょうか。
また同じ商品を、同じ値段で売るA店とB店があるとき、どんな基準で選びますか？
日頃からのつきあい、経営者や販売員の人柄、イメージ、地域への貢献度…。「この店だから買いたい」という魅力をつくること、選ばれる要素につながります。
わが社らしさは、自分の中の思い込みを外し、他の社員や顧客、地域に問うことで見えてきます。複数の視点から再確認してみましょう。

事業を通して 誰とつながっていますか？

江戸時代に活躍した近江商人。その商いの心得を伝える「三方よし（売り手よし、買い手よし、世間よし）」という言葉があります。売り手の都合だけで商いをするのではなく、買い手が心の底から満足し、さらに商いを通じて地域社会の発展に貢献をすることで永続的な商売になる、ということです。
事業を通じて関わり合う利害関係者（ステークホルダー）を思い浮かべてみましょう。仕入先、得意先、消費者（利用者）、社員、行政、NPO、地域、環境（地球）、社員の家族、将来世代…。企業を取り巻くステークホルダーの多くは身近な地域の中にいます。自社の強みを活かして、地域とつながり直すことで、社会から必要とされ続けることができます。

応用編 ラーメン屋を「世間よし」化してみよう

一般的なラーメン屋があったとします。その店を「世間よし」のラーメン屋に変えるアイデアを考えてみましょう。「世間よし」といわれるためには、何をどう変えるといいでしょうか？ステークホルダーを思い浮かべながら考えるのがおすすめです。



答えの例

- ・地元産食材を使って地産地消
- ・子育て家族に優しいサービス
- ・使い捨ての商品を使わない
- ・安心安全な食材を選ぶ
- ・障がい者の就労を受入れる
- ・店内をバリアフリー化する
- ・子どもに職場体験の機会を提供
- ・売上の何%かを寄付する

新しい企業価値について話そう

あなたの会社が社会に提供できる「新しい価値」って何でしょうか？
社員それぞれの視点から、考えてみましょう。

〈めやす〉

- 人数
2人以上
- 所要時間
60分程度
- 用意するもの
・A4用紙（人数分）
・ペン（人数分）
・世間よしアクションシート

ウォーミングアップ

「世間よし」ってどんなこと？

まずは“気になる活動を選ぶこと”からチャレンジ！

まずは、巻末にある「世間よしアクションシート」を眺めながら、各自が気になったもの（やってみたい、おもしろそうなど）を3つ選んでみましょう。その後で、なぜそのアクションを選んだのか、魅力に感じた点を他の人と伝え合しましょう。

本編

自社の「世間よし」を考えよう

- ① 全員にペンと、紙を1枚配ります。各自、紙を縦向きに置き、4等分に折ります。（右下図参照）
- ② 1番上のマスは「地域課題」です。あなたが関心のあるものを1つ書きましょう。
- ③ 2番目のマスは「自社の資源・強み」です。1番目のマスの課題の解決に向けて、活かせそうなものを1つ書きましょう。
- ④ 3番目のマスは「課題解決のアイデア①」です。2番目のマスの資源・強みを活かし、1番目のマスの課題の解決につながる行動のアイデアを1つ書きましょう。世間よしアクションシートも参考にしながら、考えてみましょう。
- ⑤ 2～3人のグループになり、考えたアイデアを伝え合ってみましょう。
- ⑥ 4番目のマスは「課題解決のアイデア②」です。3番目のマスのアイデアを深掘したり、別の視点で考えてみましょう。
- ⑦ 再度、2～3人のグループになり、考えたアイデアを伝え合ってみましょう。

ヒント 普段から気になっていることや、下記のキーワードを参考にしながら書いてみましょう。
※このまま書き写してもOKです。

働きやすさ働きがい	障がい者の支援・雇用
1人暮らしが増えている	女性の活躍
歴史や伝統を受け継ぐ	交通安全
買い物難民	貧困問題
地域資源の活用	海や森を守る
食料自給率が低い	外国人が増えている
自治会活動の高齢化	地域みんなで子育て
空き家が増えている	健康寿命をのばす
地域の安全の見守り	地方の観光振興

地域課題

高齢者の1人暮らし

自社の資源・強み

商品を各家に宅配している

課題解決のアイデア①

商品の宅配をするときに見守りをする

課題解決のアイデア②

敬老の日などに地域の子どもの手紙を全員に届ける

ワーク3の 振り返り ポイント

- 地域の課題解決に取り組むことで、お客様はどんな反応をしそうですか？
- 考えた「世間よし」の活動をする中で、地域はどんな風によくなりますか？
- 自社の企業価値は「現在」と「活動に取り組んだ未来」ではどう変わりそうですか？

「わが社らしさ」×「わが街らしさ」で地域に必要とされる企業に

地域の課題はどうやって見つける？

「地域課題」といっても、何が課題で、何から手を付けたらよいか、見つけるのが難しいかもしれません。P9で伝えた地域課題の例は「ISO26000」「SDGs」、NPOの活動分野などを参考にしながら、より身近な課題を抜き出したものです。NPOは社会課題の解決をミッションに活動しています。あなたのまちではどんなNPOや市民活動団体が活動しているか、調べてみると今まで見えなかった課題が見つかるかもしれません。

ISO26000

2010年11月に国際標準化機構が発行した、組織の社会的責任に関する国際規格。

SDGs (読み方：エスディーゼーズ)

Sustainable Development Goals：持続可能な開発目標と訳される。2015年9月の国連サミットで採択された国際社会が持続可能な発展のために2030年までに達成すべき目標のこと。

詳しくは…

ISO26000 や SDGs で 検索

わが社らしい「世間よし」の活動をつくるには

企業が地域社会とコミュニケーションをとる方法は、次の2つの視点があります。寄付、ボランティアなどでも本業を通じた社会貢献にすることで、社会的評価を高め、結果的に本業に良い影響を与えていきます。

1. 地域の〇を増やすこと(価値創造)

地域の資源を活用。まちの魅力を発信。郷土愛のある人を増やす、育てる、繋げる…など

事例① 大里総合管理(株) (千葉県大網白里市)

不動産業の同社(社員22名)は、地域活性化の中でも特に「人」に焦点を当て、年間200以上の地域活動を社員が企画・実施する。例えば、市民活動に空きスペースを貸出す、コンサートや文化教室を開いて集う場をつくる、料理好きの主婦に社内調理スペースを貸しワンディシェフレストランに…。活動を通じて地域課題や資源に気づく社員が育ち、本業の不動産の販売促進にもつながっている。

2. 地域の×を減らすこと(課題解決)

まちの課題や困りごとを解決する。社会的弱者を支える…など

事例② スーパーサンシ(株) (三重県鈴鹿市)

小売業の同社(社員288名)は、高齢者ら買い物弱者の支援として宅配事業を行う。顧客からの声を聴くサービスセンターを設置し、日頃のコミュニケーションからニーズを集め、付帯サービスをどんどん開発。商品宅配時の資源ごみ回収、60歳以上の希望者に決めた時間に電話をかけ、注文受付と安否確認を同時に行うなど、地域ニーズに応じて事業を充実させることで、利用者が増え続けている。

応用編

ワーク3を通じて考えた課題解決のアイデアについて、どれが一番「わが社らしい」、「わが街らしい」か話し合ってみましょう。例えば、三方よしの視点から見ると、誰が喜ぶか、などを話してみましょう。



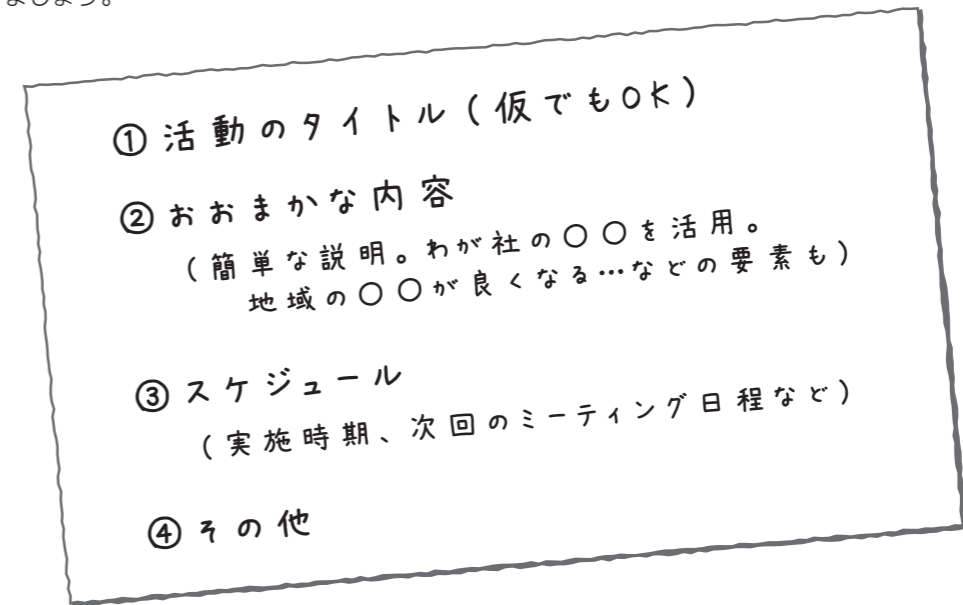
考えたアイデアを実現するために

せっかく考えたアイデアを、アイデアのまま終わらせないために、実現に向けて、具体的な役割やスケジュールを決めましょう。

- 用意するもの
ホワイトボード
またはA4用紙、
筆記用具など

まずは「やる」と決めて、始めてみましょう

考えたアイデアを実際に行動にうつしやすくするために、みんなで最低限のことを決めておきましょう。



※担当者などの役割分担も、みんなで話し合っ決めていきましょう。

※この活動に対して自分はどのように参画していきたいかを、全員が一言話してみましょう。経営者・役員の方も同じ目線で一緒に話し合ってみてください。

わが社ならではの「世間よし」のステップを見つけよう

改めて、P2のチェックリストや3つのワークを振り返ってみましょう。このように社員と一緒にCSRを考えながら、組織の一体感も高めていけるのは“中小企業ならではの”です。また、考えたアイデアは、ぜひ行動にうつしてみよう。最初から大きな成功を求めず、小さなトライ&エラーを重ねてステップアップすることで、組織力も高まり、地域との絆も深まっていきます。



Step3

・本業を通じた課題解決
・他セクターとの連携
地域とつながる (自社×その地域らしさ)

Step2

・職業体験
・工場見学など
自社らしさ (その業種ならではの…)

Step1

・寄付 ・ゴミ拾いなど
(一般的に思いつきやすい
慈善事業イメージ)
手軽にできる

CSRをはじめよう あなたの会社は、働く人、お客様、地域社会を幸せにできていますか？

会社にとっての「信頼」「価値」とは、何でしょうか。
 “老舗”と呼ばれる企業は、なぜ続いているのでしょうか。
 ものが売れない時代に、選ばれる基準は「安い」「早い」だけですか？

CSRは企業を守り、高める

CSR (Corporate Social Responsibility) は、企業が利益だけを追求するのではなく、社会と共存しながら持続可能な成長を図るために、社会の一員として、社会に責任ある姿勢で経営にのぞむという考え方です。“Responsibility”は「責任」を意味しますが、これは“response (対応する)”と“ability (能力)”の合成語です。つまり“Responsibility”の「責任」とは、企業の社会への対応能力、時代とともに変化するステークホルダーからの期待や要請に応え続ける力と解釈ができます。

「CSR=社会貢献」という誤解があります。社会貢献がCSRの一部であることに間違いはありませんが、本来のCSRは“企業の社会貢献”だけではなく、経営全体に関わっています。

CSRには、企業を「守る」「高める」の2つの側面があります。「守る」は、法的責任（法令遵守、納税など）、経済的責任（取引先、社員への支払いなど）、倫理的行動（汚職防止など）などが当てはまります。「高める」は、ステークホルダーの期待や要請に応えることで、信頼や社会的評価を高める行動をすることです。例えば、寄付やボランティア活動、キャリア支援、福利厚生の実施など、企業価値を高める取り組みがそれに当たります。今、学生が就職活動で企業を選ぶとき、その企業の社会貢献度を重視する学生が増えています。CSRに取り組むことが「未来の社員」から選ばれることにもつながります。



まずは取り組みやすいテーマを選んで小さく始め、
 だんだん広げていきましょう

中小企業の魅力を活かしたCSR

「CSR=大企業のもの」という印象を持たれがちですが、中小企業だからこそできるCSRもあります。中小企業のステークホルダーの多くは、地域社会に存在しています。地域社会との距離の近さは、大企業にはない優位性です。中小企業は大企業と比べて、経営者と社員の距離が近いので、会社全体で組織的なCSRを実践しやすく、意思決定にスピード感があることが特長です。

CSRが人を活かし、組織を強くする

本冊子では、そんな中小企業ならではの強みを活かしたCSRに取り組むために、第一歩の踏み出し方を伝えています。CSRに取り組むとき、安易に他の企業の事例をまねても「自社がやる必然性」の壁にぶつかり、経営資源の浪費になりかねません。社員が十人十色であるように、企業も規模・業種・得意分野・成り立ち・経営理念・課題・人員体制などが異なり、個性があります。本当の企業価値の創造につながるのは、この冊子で考えた「自社ならではの」CSRです。「自社ならではの」ヒントは、経営理念などのミッションに立ち戻り、経営者と社員がともに考えることで、見つけることができます。これこそが

大企業にはまねにくい部分であり、中小企業最大の強みです。

選ばれ続ける企業になるために、中小企業だからこそできるのは“社員とともに”CSRを考えることです。まずは意見交換しやすく、行動をおこしやすい職場環境づくりからはじめましょう。社員の想いを知り、それを活かした活動に取り組む。距離の近さを活かして、地域からフィードバックをもらう。活動や社員に対して、地域や社内から直接褒められる機会をつくる。その積み重ねが社員1人ひとりの「働きがい」「成長」「愛社精神」につながり、将来的には組織の成長、強さにつながっていきます。

コラム 「関係の質」が組織を高める 組織の成功循環モデル

マサチューセッツ工科大学のダニエル・キム教授が提唱した「組織の成功循環モデル」という考え方があります。組織の成功は「関係の質」「思考の質」「行動の質」「結果の質」の4つの要素にどのような順で取り組むかで決まるといえるものです。「結果の質」から取り組むのが“バッドサイクル”、「関係の質」から取り組むのが“グッドサイクル”です。結果に集中すると、成果が出ないときに対立や押し付けが始まり、関係の質が低下します。思考停止になって、後ろ向きになり、行動も委縮してしまふ。行動が起こらなると成果が生まれず…という悪循環（バッドサイクル）が生まれます。しかし、関係の質を高めるところからスタートすると、思考が前向きになり、意見が出しやすくなります。信頼関係があるので、安心して行動でき、主体的に新しい挑戦もできるようになる。みんなが行動できると自ずと結果が出る好循環（グッドサイク

あなたの組織はどちら？



ル）となります。経営者と社員の距離が近く、コンパクトな組織だからこそ、“人を大切にすることが、経営全体の成長、成功につながります。

おわりに

宇宙飛行士になるために必要な能力とは何でしょう。知識、体力はもちろんです。しかし、過酷な環境の中で、異なる価値観を持った人と協力して任務を遂行するためには「状況を把握し、主体的に動ける力」「コミュニケーション能力」が必要だと言われています。会社を宇宙船に例えてみましょう。機長は経営者、乗組員は社員です。機長が指揮をしても、乗組員の行動力（主体性）や協調性がないと、ミッションは達成できず、無事地球に帰ることができません。

日本経済団体連合会が毎年実施する「新卒採用に関するアンケート調査」によると、「（企業が学生の）選考時に特に重視した点」は「コミュニケーション能力」が1位（15年連続）、「主体性」が2位（9年連続）となっています。今、多くの企業は「コミュニケーション」、「社員の主体性」に課題を感じています。そのような課題を乗り越えていくことを願って、本冊子のタイトルを「社員と一緒に考える“新しい企業価値”～CSRでモチベーションアップ～」としました。まずは社員と対話して、お互いの考えを知り、会社の未来を一緒に考える。その小さなステップが御社のよりよい企業価値の創造につながっていくことを願っています。



社員と一緒に考える“新しい企業価値”
～CSRでモチベーションアップ～

発行日 平成30年7月10日

発行 大阪府商工会連合会
〒540-0029 大阪市中央区本町橋2番5号 マイドームおおさか 6F
TEL 06-6947-4340 FAX 06-6947-4343

制作 特定非営利活動法人 Mブリッジ
(企画：米山哲司 デザイン：澤卓哉 編集・執筆：中川絵美子)
〒515-0084 三重県松阪市日野町788 カリヨンプラザ3F
TEL 0598-23-8400 FAX 0598-23-8488
Mail info@m-bridge.jp URL http://m-bridge.jp

イラスト 山口 美帆子

写真提供 NACニセコアドベンチャーセンター

世間よしアクションシート

※ワーク3 (P9) で使用するカードです。必要に応じて、人数分コピーして活用してください。

環境にやさしい 商品・材料を 買う	容器包装を 簡素化する	地元小学生に 職業体験の 機会を提供する	ボランティア 活動に参加する
地域の方々が 集う場を つくる	障がい者が 製作した 商品や作品を 買う	寄付をする	地球にやさしい 商品を開発する
仕事の技術を 地域の活動に 役立てる	地域のまつりに 参画・出店する	NPOと一緒に 地域活動に 取り組む	郷土の魅力を 発信する
森林を守る 活動に参加 する	寄付つき商品 をつくる・販売する	地域の 見守り活動に 参加する	地元になんだ 商品・サービス をとり入れる
休耕田を活用 して自社米を 育てる	海外からの 旅行者に 道案内する	住宅や家具 などに地元の 木材を使う	地域で 防災活動に 取り組む