

第三方意见



上智大学经济学部教授 上妻 义直 先生

伊藤忠商事のCSR管理给人的印象是行动方针明确，行动坚决而有条不紊。

CSR基本观点已在开头的TOP COMMITMENT中进行了阐述。最近，不用“COMMITMENT（承诺）”这样的表达，而用像“高层咨文”这样含糊标题的公司在不断增多，对于小林社长仍明确使用“COMMITMENT”的该公司CSR管理，可以做如下概括。

首先，作为经营理念的“对三方有利”、“挑战精神”、“人材培养”这3个关键词是行动方针的基础，“对三方有利”表明了重视利益相关者的经营态度，为应对社会环境的变化，在业务经营中推进CSR，创建新的高附加价值链已是势在必行，这就需要发挥“挑战精神”，而商社业务成败与否最终归结于人才，所以特别着力于“人材培养”。

这种观点始终支持着CSR管理核心的行动方针、行动计划、信息披露，并直接反映在识别出的CSR课题及其应对措施中。例如，在重视利益相关者方面，选择了与利益相关者对话这一直接手段，有识之士与经营层的对话已成为每年的惯例，除此之外，每个公司内公司还举办与第三方的意见交流会、员工对CSR报告的意见征询、全公司员工大会、与工会的经营协商会等，实施了细致的双方互动活动。

另外，在价值链构建方面，对各分公司的供应商进行有关人权、劳动、环境的实况调查，实施调查的数目达到了全体调查对象公司的80%以上。另外，在“人材培养”方面，实施人材多样化推进计划，设置世界人才开发中心、通过运用系统的人材培养和培训制度，培养CSR的接班人。

将具体的课题选定和行动计划的制定工作委托给直接执行业务组织的各公司内公司，也是该公司CSR活动的特点之一。这种果断明确的态度进一步推动了具有一贯性的CSR管理。

不过，这种一贯性和果断态度反过来也会产生大问题。即全公司的CSR方针和各公司内公司之间的关系。各公司内公司的活动与全公司CSR方针有怎样的关联？各公司内公司如何判断各个活动的优先顺序？对于这些，因没有提供充分的说明资料，情况不是很清楚。总公司、各公司内公司、地区活动的相互关联性也同样。

虽然有条理清楚的一贯性观点，但如果缺乏对理解复杂的CSR问题所不可缺少的说明，则CSR报告的说服力就会降低。KPI（主要的业绩评价指标）等定量的信息不足和未考虑与WEB信息之间的连动性也是一个问题，今后，为了进一步确保透明性，希望能下更大的工夫。

CSR Report 2008 编辑工作组成员

纺织公司
机械公司
宇航·信息·多媒体公司
金属·能源公司
生活资材·化学品公司
粮油食品公司
//
金融·房地产·保险·物流公司
业务部
事业部
广报部

丝贺 应文
今西 洋晶
三谷 恭介
安田 贵志
三岛 章夫
吉本 充弘
工藤 拓
栗田 昭宏
齐藤 晃
铃木 康史郎
山中 直树

IR室
海外市场部
风险管理部
人事部
CSR·合规统括部
//
//
//
//
//

保里 周良
山本 志乃
东条 阳士
彼原 弘树
太田 赖子
西山 照美
佐藤 绯纱
高井 通彰
樱本 朱美
中山 比吕子