

伊藤忠商事

CSR Report 2006

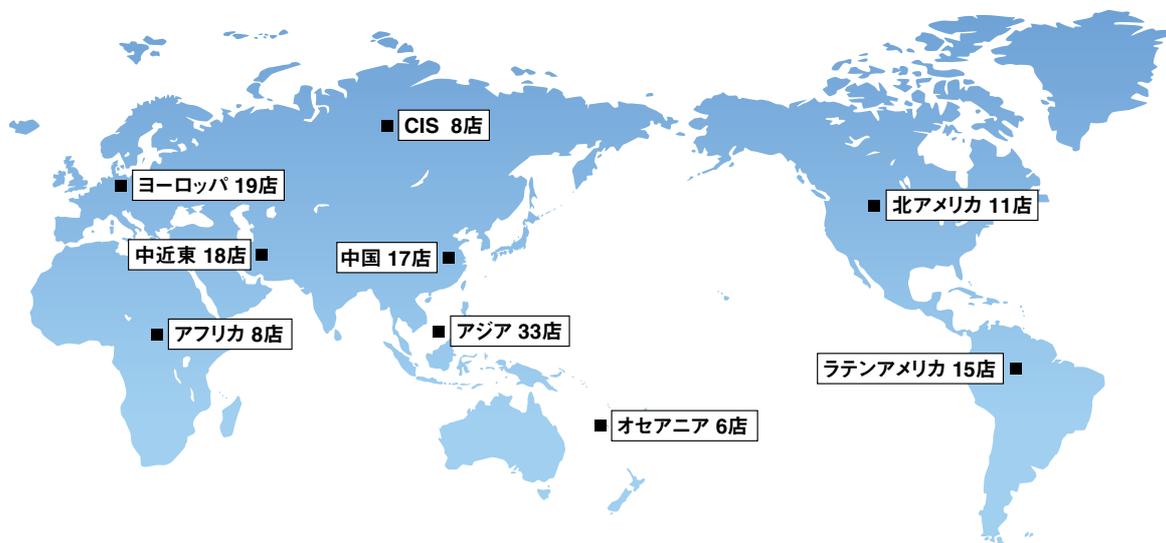


会社概要

社名：伊藤忠商事株式会社
 創業：1858年
 設立：1949年12月1日
 本店所在地：東京本社 〒107-8077 東京都港区北青山2丁目5番1号
 大阪本社 〒541-8577 大阪市中央区久太郎町4丁目1番3号
 代表取締役社長：小林 栄三
 資本金：2,022億円
 営業所数：国内18店 海外135店
 従業員数：4,007人 (2006年3月31日現在)

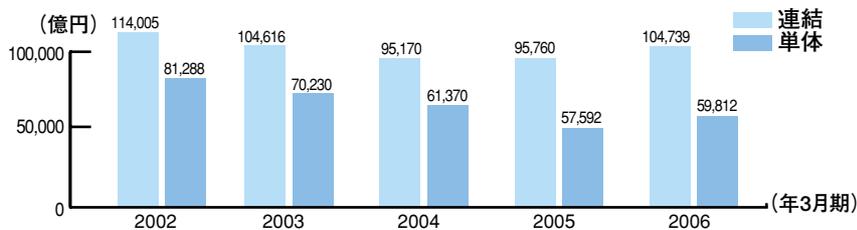


海外拠点

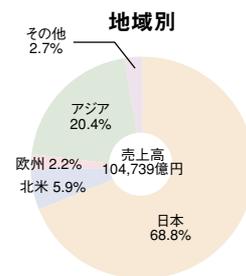


財務情報

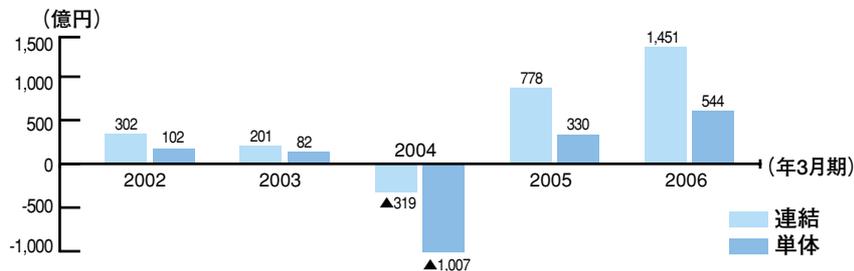
売上高



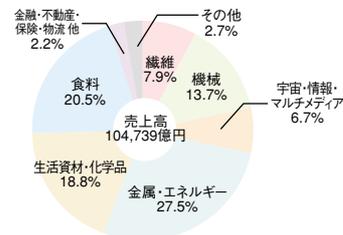
2006年3月期売上高構成比(連結)



当期純損益



カンパニー別



(注)・伊藤忠商事の連結財務諸表は、米国会計基準に基づいて作成しています。
 ・連結売上高は日本の会計慣行に従って表示しており、当社及び当社の連結子会社が契約当事者として行った取引額及び代理人として関与した取引額の合計です。
 ・売上高構成比(連結)地域別は本邦の連結財務諸表規則に基づき開示しています。上記国又は地域に所在する当社及び子会社の売上高を所在地区ごとに記載しています。国又は地域の区分は地理的接近度により決定しています。
 ・億円未満四捨五入。

編集方針

伊藤忠商事として初めてCSRレポートを発行するに当たり、当社及び伊藤忠グループが一体となってCSRを推進していくために、本業でどのようにCSRを進めていくかを議論し、7つのディビジョンカンパニー*が主体となって策定したCSR目標（CSRアクションプラン）を中心に、掲載しています。また、有識者の方をお招きしたステークホルダーダイアログを開催し、当社が社会において果たすべき役割について議論するとともに、CSRアクションプランについての評価やご意見をいただいています。

本レポートの作成に当たっては「環境報告書ガイドライン（2003年度版）」（環境省）、及び「サステナビリティ・リポートニング・ガイドライン2002」（Global Reporting Initiative）を参考にしました。

*伊藤忠商事は繊維、機械、宇宙・情報・マルチメディア、金属・エネルギー、生活資材・化学品、食料、金融・不動産・保険・物流の7つからなるディビジョンカンパニー制を採用しています。本レポートで「カンパニー」と記載しているのはこれらのディビジョンカンパニーを示すものです。

対象期間

2005年度（2005年4月1日～2006年3月31日）の実績ですが、活動や取り組み内容は一部直近のものも含まれます。

対象範囲

伊藤忠商事株式会社（国内18店、海外135店）及び主要グループ会社を含みます。

発行日と次回発行予定

2006年7月（次回：2007年7月予定）

問い合わせ先

伊藤忠商事株式会社
CSR・コンプライアンス統括部 CSR推進室
TEL:03-3497-4064
FAX:03-3497-7769
E-mail:tokcr@itochu.co.jp

目次

会社概要	1
編集方針/目次	2
トップコミットメント	3-4
伊藤忠商事のCSRとは	5-8

カンパニーごとのCSRアクションプラン

繊維カンパニーのCSRアクションプラン	9-10
機械カンパニーのCSRアクションプラン	11-12
宇宙・情報・マルチメディアカンパニーのCSRアクションプラン	13-14
金属・エネルギーカンパニーのCSRアクションプラン	15-16
生活資材・化学品カンパニーのCSRアクションプラン	17-18
食料カンパニーのCSRアクションプラン	19-20
金融・不動産・保険・物流カンパニーのCSRアクションプラン	21-22

ステークホルダーダイアログ

経営体制

コーポレートガバナンス	27
コンプライアンス	28
CSRマネジメント	29-30

社会性報告

取引先との関わり	31-32
従業員との関わり	33-35
社員とのコミュニケーション	36
社会貢献活動	37-38

環境報告

事業投資と商品取引における環境アセスメント	39
より良い社会に貢献する循環社会型ビジネス	40
環境活動の方針と推進体制	41

GRIガイドラインと本報告書の対照表	42
--------------------	----

「三方よし」は伊藤忠商事のDNA。 我々の持つ影響力を認識し、 持続可能な社会の実現に向けて 役割を果たしていきます。



代表取締役社長

小林 栄三

創業以来150年間受け継いできた 「三方よし」を礎に

伊藤忠商事は創業以来150年続いてきました。どうして150年も続けてこれたのだろうと考えますと、創業者、伊藤忠兵衛が商いの方針とした、「売り手よし、買い手よし、世間よし」という「三方よし」の精神を受け継いできたからであると思います。

1992年に英語の社名を「ITOCHU Corporation」と変更したとき、経営の理念は何だろうと議論をし、それは「豊かさを担う責任」であり、「三方よし」の精神に通じることを再確認しました。

会社というものは、良き企業市民でなければなりません。グローバル企業である伊藤忠商事は日本の中だけではなく全世界で良き企業市民でなければなりません。この考えを、日々、社員に伝えていきます。

日本だけではなく、各国で働くナショナルスタッフに対しても、その考え方、商売に対する道徳観、倫理観を理解してもらえよう努めてきました。

情報力を持ち、社会の変革を最初に知り得る 総合商社だからこそ、果たすべき責任があります

この10年で社会は大きく変革しました。伊藤忠商事は世界に10万社ほどの取引先を持っており、世界のどこで、どのような新しい概念やアイデアが生まれ、それが社会をどう動かしているか、それらを鋭敏に察知できる人材と情報ネットワークを擁しています。それにより未来の社会的要請を察知し、時代の要請に応える事業を興し育てることで、社会に貢献することが総合商社の役割です。

今、さまざまな世界的課題がありますが、そのなかでも、今後特に、食糧とエネルギー、そして環境問題が最大の課題となるでしょう。現場の生きた情報を総合的に分析し、日本の食糧とエネルギーの安全保障の観点から、今後どうするべきか考える。それを事業展開できるのは総合商社であり、当社も重要な役割を担っていると思います。

日本の食糧事情についていえば、その食糧自給率は現在40%まで下がっており、もし輸入が止まれば、瞬時に大変な問題となります。このような事態にならないよう、我々が世界中のネットワークを活かして安定供給に尽力します。

一方、エネルギー問題については、将来にわたって日本に安定的に供給していくために、エネルギーの効率的な利用やクリーンエネルギーの活用を考えています。

例えば、エタノールの利用は、現在、化石燃料のコストが上がってきたことから需要が伸びビジネスとしても成り立つようになってきました。環境保全に貢献するビジネスは時として採算性とのバランスが問題になりますが、世界の情勢を見ながら方向性を模索していかなければなりません。

時代の変化に応じて大きくなる 総合商社の役割

総合商社の役割も時代とともに変化してきました。今は、川上から川下まで、原料から消費者までのプロセスのなか、そこに我々はどういう付加価値をつけられるか、という発想が変わってきています。川上から川下まで関わるというこ

とは、社会に与える影響力も格段に増してくるということです。動かしている金額も大きいため、間違った判断をすると、社会に対して大きな悪影響を与えます。これを一人ひとりが自覚することが重要です。

カンパニーごとのCSRアクションプランで事業に即した取り組みを推進

伊藤忠商事には7つのディビジョンカンパニーがあります。それぞれのカンパニーが手がけている業態は、大きく異なりますので、CSRといったときに、同じ内容にはなり得ません。ですから、各カンパニーがそれぞれ、3年後、5年後、10年後はどうあるべきかを議論をし、それぞれのCSR上の目標、指標として「CSRアクションプラン」を定めました。各カンパニーが自主的に目標を申告し、CSRの取り組みを進めていくこととしたのです。

しかし、それだけでは「総合商社」ではなく、7つのカンパニーがばらばらにCSRを進めている“集合商社”です。当社にはCSRを推進するに当たっての、すべてのカンパニーに共通した理念があります。

例えば、どの業態でも、あるいは地球上のどこへ行っても共通のこととして、「嘘をつくな」「悪いことをするな」という、非常に基本的なことに加え、社会との共生や、安全・安心ということを常に一人ひとりが考えなければならない、ということを実社の根幹に置いています。

同時に、私が社員に常にいっているのは「謙虚であれ」ということです。傲慢になって人よりも一歩先にいると思ってしまうと、周りの人は何もいなくなる。一歩下がって謙虚な気持ちになると、人のいうことが必ず聞こえてくるはずなんです。

CSRは企業経営のインフラ その基盤となるのがコミュニケーションと人づくり

我々総合商社の財産は人材です。新しいビジネスを生み出すのは、社員一人ひとりの力であり、反対に、ひとりの自覚のなさによって社会的な信頼があつという間に崩れ去ってしまうこともあります。築城150年、落城1日であると自覚しています。ですから、コミュニケーションや人材育成には特に力を入れています。

コミュニケーションはCSRの基本であり、同時に、CSRは企業経営のインフラです。だからこそ、会社の存続そのものが、コミュニケーションにかかっています。「嘘をつくな」「悪いこ



とをするな」、あるいは「社会との共生」「謙虚であれ」というようなメッセージを、全社員総会や研修の場などで常に伝え、また、社員の思いに耳を傾けることに努めています。

また、伊藤忠商事はグローバル企業であり、新しい発想を生むためには人材の多様性が非常に重要です。多様な人材を育成するために、当社は、社員の教育・研修には特に力を入れています。例えばナショナルスタッフを海外店の幹部として登用するために日本で長期の研修を行い、積極的にコミュニケーションを図っています。このときにも「良き企業市民として生きよう」というメッセージは必ず伝えます。そして、そのスタッフたちがそれぞれの国で幹部になり、当社の理念を受け継ぎ広めていくのです。理念を社員一人ひとりが共有することで、当社の手がける事業は自ずと持続可能な社会にさらに貢献するものへとシフトしていくでしょう。

CSRの精神を未来へ引き継ぐ

私は、社長就任時に、President's Principleとして「Challenge (挑戦)、Create (創造)、Commit (責任)」を掲げ、常にこれを意識し、率先垂範して社員をリードしていくことを約束しました。この指針は、まさしく伊藤忠商事が目指すCSRの精神そのものです。

CSRは終わりのない取り組みです。昨日よりも今日、今日よりも明日という発想で、着実にやっていくしかありません。いつも勉強して進歩しようという気持ちをなくしてはいけません。CSRそのものといえる「三方よし」の精神を、我々はDNAとして持っています。このDNAを50年先、100年先、さらに150年先まできちんと引き継いでいけるよう、取り組んでいきたいと考えています。

伊藤忠商事のCSRとは

伊藤忠商事の社会的責任の本質は何か。

それを遂行するためには何が必要かについて、2005年春から社内で議論を重ねてきました。

ここで、当社のCSRに対する認識について報告します。

伊藤忠商事と社会との共生についての考え方

ルーツは“三方よし”

伊藤忠商事は、幕末の1858年に初代の伊藤忠兵衛が麻布類の卸売業を始めたことがその起りです。

忠兵衛は、「商売人はいかなることがあっても嘘をいわぬこと」を商売の上での哲学とし、生涯これを貫きました。これは、「人に対し、ビジネスに対し、何より己に対し誠実であること」を意味しており、時代は変わっても、当社はその商人魂を受け継いでいます。

また忠兵衛は、出身地である近江の商人の経営哲学「三方よし」の精神も事業の基盤としていました。その「売り手よし、買い手よし、世間よし」の哲学は、「企業はマルチステークホルダーとの間でバランスの取れたビジネスを行うべきである」とする、現代CSRの源流であり、当社はそれを150年前から標榜していたこととなります。

グローバル企業としての伊藤忠商事

創業当時の、「仕入れて売る」というシンプルなビジネス形態から、現在ではトレーディングに加え、注力すべき分野には企業買収まで含めて事業投資するなどの手法を用い、かつ、原料などの川上から小売などの川下までを包括的に事業領域とするというように、伊藤忠商事はこの150年の間にそのビジネス形態を大きく変えてきました。

21世紀に入りグローバル化の負の側面として明らかになってきた数々の地球規模の問題に対し、企業の社会的責任を問う声が高まってきているなかで、当社は社会に対してどのような影

伊藤忠商事企業行動基準

- 1) 法令等の遵守
伊藤忠商事は、法令の遵守はもとより、国際ルールおよびそれらの精神を遵守し、社会的良識をもって行動します。
- 2) 社会的に有用な商品、サービスの提供
伊藤忠商事は、多様化する消費者等の社会的ニーズに応えると共に、製造物責任・省資源・省エネルギー・環境保全等にも充分配慮を払い、安全かつ有用な商品・サービスの提供に努めます。
また、商品・サービスの取扱いは、社会性についても充分配慮したうえに行います。
- 3) 長期的な視野に立った経営
伊藤忠商事は、短期的な収益のみにとらわれず、常に長期的な視野に立った経営を行います。
- 4) 公正な取引
伊藤忠商事は、公正かつ自由な競争の確保が市場経済の基本ルールとの認識のもとに商活動を行い、また、政治・行政との健全かつ正常で透明な関係を維持します。
- 5) 企業情報の開示
伊藤忠商事は、株主はもとより、広く社会とのコミュニケーションをはかり、積極的に企業情報を正確かつ公正に、適時開示します。
- 6) 環境問題への積極的取組
伊藤忠商事は、環境問題への配慮を常に忘れず、自主的、積極的に取り組みます。
- 7) 社会貢献
伊藤忠商事は、企業の利益と社会の利益を調和させ、「良き企業市民」としての役割を積極的に果たします。
- 8) 働きやすい職場環境の実現
伊藤忠商事は、従業員のゆとりと豊かさを実現し、働きやすい環境を確保すると共に、従業員の人格・個性を最大限に尊重し、自由闊達で創造性の発揮できる企業風土を実現します。
- 9) 反社会的勢力および団体との対決
伊藤忠商事は、市民社会の秩序や安全に脅威を与える反社会勢力および団体とは断固として対決します。
- 10) 国際協調
伊藤忠商事は、諸外国の習慣および文化を尊重し、平和を守り、現地の発展に貢献する経営を行います。
- 11) 周知徹底
伊藤忠商事は、別途定めるところに従い、「伊藤忠商事企業行動基準」の周知徹底と社内体制の整備を行います。
- 12) 率先垂範
伊藤忠商事の経営者は、自ら率先垂範し、「伊藤忠商事企業行動基準」の精神の実現に努め、万一、「伊藤忠商事企業行動基準」の内容に反するような事態が発生した場合には、経営者自ら問題解決にあたり、原因究明・再発防止に努めます。また、社会への迅速かつ確かな情報公開を行うと共に、権限と責任を明確にしたうえで、自らも含めて厳正な処分を行います。

響を及ぼしているのでしょうか？

伊藤忠商事は世界75カ国に拠点をもち、国も地域も越えて事業活動を行っています。複数の業種で数多くの取引先を持つ当社の事業活動が、社会に与えるインパクトは決して小さなものではありません。

持続可能な社会に向けて

地球温暖化や途上国の貧困といった世界的な課題、そして私たち先進国の経済活動がこれらの課題に及ぼす影響の大きさを考えるとき、伊藤忠商事が果たすべき社会的責任は、質、量ともに大きなものです。

当社は、「これからの社会に対してどうコミットするか」を常に考え、「豊かさを担う責任」という企業理念を掲げています。そして、その企業理念に基づき、持続可能な社会を実現するために、当社の社会的責任を明確にし、課題を遂行していきます。

伊藤忠商事の企業理念～豊かさを担う責任～



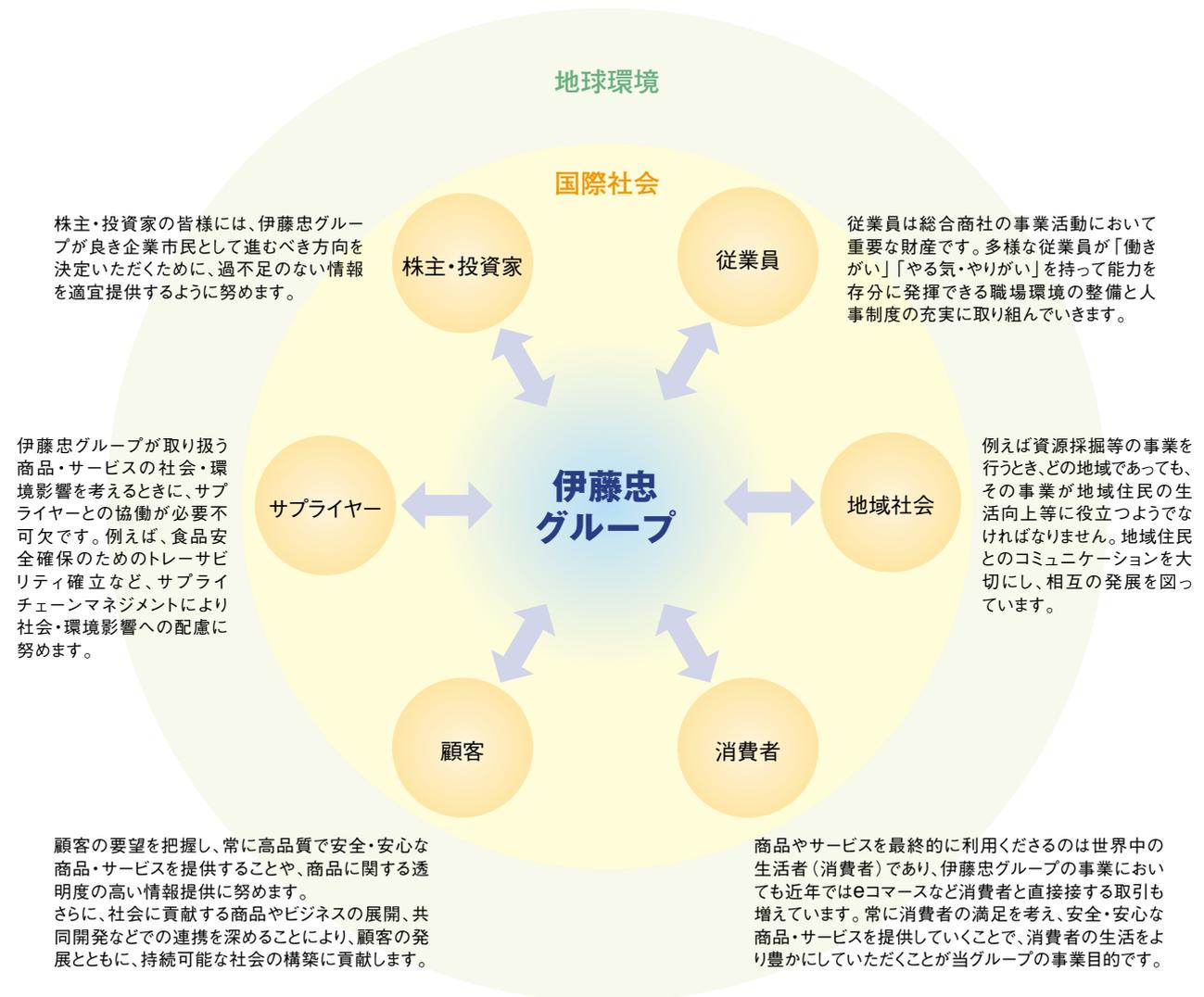
伊藤忠グループとステークホルダーとの関わり

多くの地域で多様な事業を展開する伊藤忠グループは、多くのステークホルダーとの関わりを持っています。

当グループが社会と共生していくためには、これらのステークホルダーの期待や懸念をコミュニケーションによって把握し、日々

の事業活動に反映させていくことが最重要であると考えています。ステークホルダーと良好な信頼関係を築いていくことで、当グループの発展とともに持続可能な社会に貢献できると確信しています。

伊藤忠グループの主要なステークホルダー



上記の主要なステークホルダーの他にも、NGO・NPO、金融機関、行政官庁、マスコミ、次世代など伊藤忠グループにとって重要なステークホルダーは多く存在しています。

伊藤忠商事のCSRとは

伊藤忠商事のCSRに対する基本的な考え方

伊藤忠商事は、企業市民として、社会と共生していく必要性を強く認識しています。そして「10年後も100年後も社会から支持・信頼され、必要とされる企業となるために、何をしなければならないか?」について深く考えねばならないと思います。

これらを踏まえて、当社はCSRに対する基本的な考え方を次のようにまとめました。

CSRに対する基本的考え方

企業も社会の一員であるとの考え方に立ち
 良き企業市民としての責任を果たすために
 企業を取り巻くさまざまなステークホルダーからの要請に配慮し
 企業自らが
 積極的にステークホルダーとのコミュニケーションを図ることによって
 社会にとって有益な経営のビジョンや具体的施策等を
 生み出し且つ実現し
 ステークホルダーから支持・信頼を獲得し
 もって伊藤忠グループの恒久的存続と発展を図る

また、この考え方に基づき、次のような「伊藤らしいCSR活動」を展開していきたいと考えています。

長期的視点で考える

総合商社の社会的役割は、世界に張りめぐらされる情報網など、さまざまなネットワークを通じて社会のニーズを汲み取り、時代の先を読み、社会のニーズに根ざした、一歩先をいくビジネスを創り育てることだと思えます。

長期的な視点で世界を、そしてビジネスを考えることが重要です。

みんなで考える

伊藤忠商事は幅広い多角的な営業活動を世界のさまざまな地域で行っており、多くの社員がさまざまな事業やプロジェクトのプロデューサーもしくはマネージャーの役割を担い、いろいろな場面でさまざまな判断を行っています。

社員一人ひとりがそれぞれの持ち場で自ら行うべきCSRを考え実践することを目指します。

プロセスを重視する

当社はこれまでさまざまなCSR活動を行ってきましたが、CSRは終わりのない取り組みです。

従って、当社は、CSR上の目標を達成できたかどうかという結果も大事だと思えますが、それ以上に結果を導くための課題の抽出や目標の設定といったプロセスを重視したいと考えます。

実効性のあるCSR推進に向けて

これまで述べてきた、伊藤忠商事のCSRに対する基本的な考え方を踏まえて、CSRの推進を「伊藤忠商事 中期経営計画 Frontier-2006」の重点施策のひとつとして位置付けました。また、Frontier-2006期間中のCSR推進基本方針を次のように定め、実効性のあるCSR活動を推進していきます。

Frontier-2006期間中のCSR推進基本方針

1. ステークホルダーとのコミュニケーション強化
2. 商品・サービス・人の安全・安心面の向上
3. CSRに関する教育・啓発

当社のCSR活動の中心となるのは、「本業において、持続可能な社会づくりに貢献すること」です。

当社は国内・海外の数多くの拠点において多様な事業展開をしており、社会に与える影響は少なくありません。一方、当社の事業活動はあらゆる面で持続可能な社会の構築に貢献することができる可能性を秘めています。

当社は、当社の持つ幅広い分野のグローバルなネットワークと、優れた人材の力を活かして、事業活動を通じて持続可能な社会づくりに貢献することの重要性を強く感じています。

当社のすべての事業活動をそのような方向に変革していくことは、多くの課題があり、簡単なことではありませんが、当社が行うCSR活動が社会にとって実効性のあるものとなるために、当社は「社員一人ひとりが本業においてCSRを行うこと」を活動方針として決定したのです。

CSRアクションプランの策定

本業におけるCSRを実効性のあるものとして推進するためには、具体的な取り組みを確実に進めていく必要があり、そのためには、明確な目標と計画が不可欠です。そこで、伊藤忠商事では、「CSRアクションプラン」を策定し、これに基づいてCSRを実行していくことにしました。

当社では、7つのディビジョンカンパニーが、それぞれ異なる業界・分野で事業展開しているため、それぞれの事業領域に則したCSR目標の設定が不可欠であると考え、各カンパニーごとにCSRアクションプランを策定することにしました。

CSRアクションプランの策定に当たっては、各カンパニーで実際の事業活動に携わる社員が議論を重ね、カンパニーの掲げるミッションと、本業の事業内容を深く見つめ直しました。これにより社員一人ひとりが当事者となって何を行うべきかについての計画が具体性をもったものにできたと思います。

策定のプロセスでは、事業活動に関わるさまざまなCSRの課題を抽出することもできました。例えば、マイナーシェアで参画したエネルギー開発案件では、メジャーシェアで事業を運営するビジネスパートナーに対してどこまで働きかけができるかというジレンマが生まれるなど、CSR推進に向けて、今後検討していくべき課題も明らかになりました。

CSRアクションプランの運用

2005年度に各カンパニーで策定したCSRアクションプランは現在実行段階にあります。取り組みの実績は半期ごとにレビューし、アクションプランを継続的に改善していきます。PDCAのサイクルを経ることで着実に結実させていきます。

CSR活動のグループ会社への展開

伊藤忠グループでは、グループ全体でCSRに取り組むことが重要であると考え、伊藤忠商事単体から、国内のグループ会社、海外のグループ会社へとCSRの浸透を図っていきます。その足がかりとして、CSRの観点から影響の大きな主要グループ会社をカンパニーごとに数社ずつ選定し、CSR活動の現状把握を行い、同時に2006年度中にグループ会社でCSRアクションプランを策定することを目標に、当社のCSRの考え方の共有や研修会を実施していく計画です。

➡ 各カンパニーのアクションプランはP9～22をご覧ください。

CSR推進室の役割と活動



CSR推進室長
中村 政樹

当室として現在最も注力すべき点は「CSRの社内浸透」です。多種多様なビジネスを行っている当社にとって社員一人ひとりがそれぞれの持ち場で自ら行うべきCSRを考え実践するようにCSRを浸透させるのは簡単なことではありません。この難しい課題の実現に向け、当室では他社の優れたCSR事例等の情報発信や社内各階層に対するCSR研修の実施等を通して、CSRに関する教育・啓発を行うとともに、各カンパニーでのCSRアクションプラン実行に対してできる限りの協力・支援を行っていきます。

また、連結経営をグローバルに推進する当社としては伊藤忠商事単体でのCSR推進だけではなく、CSR活動をグループ全体に、海外地域ごとに、そしてサプライチェーンへそれぞれ展開することが今後の課題だと認識しています。

グループ会社のCSRマネジメント推進に向けたロードマップ



繊維カンパニーの CSRアクションプラン

MISSION

確かな品質と新たな価値の提供を通して、
顧客の多様なニーズと期待に応え、
健全で豊かな活力ある世の中の実現に貢献する。

部門	CSR課題	ステークホルダー	中期的なアクション	2006年度行動計画
繊維原料・資材部門	海外からの調達に伴うリスクへの対応、品質管理、取引先管理	サプライヤー	①管理指針、チェックリストによる取引先管理 ②中国に加え、新規調達拠点の開発を図る	①管理指針(チェックリスト)の立案 ②新たな調達拠点についての問題点の把握のため、営業ヒアリング実施
	環境関連営業案件の取引拡大	サプライヤー	パートナー企業と協働し、技術の確立を図り、基準についての数値面での科学的確実な裏付けを基に、商品化を図る	パートナー企業の技術開発を支援し、市場調査を実行し、1日でも早い商品化を目指す
		消費者	商品(次世代DPF)の技術確立支援。伊藤忠グループのネットワークを通じた拡販(日本国内・欧州・アジア他)。環境問題に積極的に取り組んでいること、消費者へのアピール	
テキスタイル・製品部門	海外サプライヤーの従業員処遇・現地職場環境などコンプライアンスについて、モニタリング及び改善指導	サプライヤー	ISO14001システムを活用し、本社と海外店一体での取り組み推進	調査票を用いた調査及びアンケートの実施
	海外サプライヤー(生産工場)の環境管理体制の把握	環境 サプライヤー	本社と海外店一体での取り組み	投資先(工場)に対しての実態調査を実施
	雇用の公平性、法令遵守、職場環境整備	従業員	カンパニー及びグループ会社人事担当との連携	伊藤忠商事社員のみならず、グループ会社社員及び関係スタッフを含めた研修・教育の実施
	国内産地にある支店機能の充実による、国内産地との取引の継続・安定	地域社会	地場のプロ人材を外部から採用し、その人的関係を活用することにより、国内産地に深く根をおろした活動を推進。国内産地の支店に勤務する人材の活性化。支店開発組織との連携	営業面での支店の機能強化のために、支店開発組織、大阪営業課との定期打合せを継続
ファッション アパレル部門	海外からの調達に伴うリスクへの対応、品質管理、取引先管理	顧客	慣れにより管理レベルが低下しないよう体制の維持に努めるとともに工場に対する教育の強化	工場の選定、絞込みの実施及び管理体制の強化
	サプライチェーン全体での人権尊重などの法令遵守	国際社会	発展途上国の仕入先(特に工場)を中心に当社の取引先として法令が遵守されているかレビューの上、選別	調査票を用いた調査及びアンケートの実施
ブランドマーケティング 第一部門	主力ブランドにおけるCSR(品質管理、環境負荷についてのチェック含む)の強化	サプライヤー (工場)	ブランド側の監査対応を含む生産管理ノウハウを主力ブランド間で共有を図る	グローバル展開ブランドの生産管理ノウハウの共有を進める。素材に関わるCSR問題(環境負荷)のチェック
		ビジネスパートナー (ブランドホルダー)	主カライセンスブランドのビジネスパートナーのグローバル販売製造状況を把握し、ブランドのマーケットに応じた取引先の選定基準や生産/品質管理基準を策定するための情報収集	欧州ビジネスパートナーの生産管理を研究
	取引先管理(ライセンシーの生産に関するもの)	顧客 サプライヤー	主力ブランド(特に当社が物流に介入する場合)の製造工場の状況把握	主力工場に対する当社の取り組み先選定のための基準試案作成
	顧客満足度を高めるコミュニケーション	顧客 消費者	クレーム対応を含め顧客満足度を高めるリーテイル研修	伊藤忠商事本社のリーテイル研修へのグループ会社社員の参加促進継続。部門でのグループ会社向けCSR及び顧客満足の研修などの企画
	グループ会社含めて多様なステータスの従業員のモチベーションアップ	従業員	若手社員・別部門出身の中堅社員に対するブランドビジネスのノウハウ共有(単体)・グループ会社のリーテイル研修強化	ブランドビジネス研修会(伊藤忠商事本社主催)・伊藤忠商事本社の研修へのグループ会社社員の参加促進継続。特に女性が働きやすい環境づくりの課題をまとめる
ブランドマーケティング 第二部門	国内・海外生産、輸入商品の品質管理強化	サプライヤー	生産管理についてノウハウの共有化を図る	カンパニー内の各部署の管理体制に関する情報の共有化。改善計画の策定とノウハウの共有
	取引先管理(ライセンシー生産)	サプライヤー 顧客	主力ブランドについて生産から販売に至るまでのルートの把握	調査を行い、問題点があれば改善を促す

繊維カンパニーの事業概要

繊維カンパニーは“繊維”に軸足を置き、生活シーンに関わるあらゆる商品・サービスを全世界の人々に提供することをミッションとしています。広範囲な分野での事業展開は、原料の調達から生産活動、製品の販売に至るまでの縦の総合力によって支えられています。

展開領域

繊維原料・産業資材・テキスタイル・アパレル・服飾雑貨や、ブランドを切口とした衣・食・住・音楽など関連商品

繊維カンパニーのCSRとは

調達に関わる サプライチェーンマネジメントと 消費者との関係性の強化

衣を中心としたライフスタイルの多様化に貢献し、豊かな生活を享受したいという心に応えることが当カンパニーのCSRです。

当カンパニーにとって当面のCSRの中心課題のひとつは、中国・アジア地域に多くの生産拠点や仕入先を持っていることから、サプライチェーンマネジメントを強化することです。サプライチェーンにおいて、調達先及び調達した製品に関わる社会性（労働安全性、法令遵守、人権、製造責任）が繊維業、そしてサステナブルな社会にとってますます重要になっていくと認識しており、それらを配慮した調達先選定基準を、取引先とのコミュニケーションの中で策定していくことを中期的目標と捉えています。

また、ふたつめの課題として、消費者との関係をますます強化していくことが、今後さらに重要になると認識しています。小売事業、eコマースを推進し、川下ビジネスが拡大しているなか、個人情報保護、商品の安全性維持、カスタマーリレーション等を充実させ、ステークホルダーとしての消費者のニーズに応えていくことで、CSRを推進していきます。

取り組み事例

調達に関わるサプライチェーンマネジメントの強化

海外からの調達に伴うリスクへの対応、品質管理、取引先管理をCSRの課題と捉えています。一部の海外グループ会社では現地事務所にて各工場の品質管理担当者を常駐させることで、本社の目として徹底した工場管理を行っています。今後、消費者が安心できる商品を安心できる生産者から調達できるよう、取引先の選定基準（チェックリスト）の確立や管理指針の策定などを中期目標と位置付け、取り組みを進めていきます。

主要なグループ会社

グループ会社	業務内容
伊藤忠ファッションシステム(株)	ファッションビジネスを核とする総合コンサルタント業
Prominent Apparel Ltd.	繊維製品の生産管理及び販売
(株)ロイネ	繊維二次製品の製造販売
(株)ジョイックスコーポレーション	紳士服及び関連商品の販売
(株)トミーヒルフィガージャパン	トミーヒルフィガーブランド製品の販売
(株)ライカ	アパレル製品の企画製造及び販売

CSR推進に向けて



繊維経営企画部長
山口 潔

CSRは、一人ひとりの意識こそが基本

ライフスタイルの多様化に伴い、繊維カンパニーの領域は加速度的に広がっています。従来の企業対企業だけでなく、対個人（消費者）との直接的なつながりも増えてきています。その流れの中でさらに事業を拡大していくには、我々が供給する商品・サービスの安全面は当然のこと、企業として営利を追求するだけでなく、関係するすべての方々からの『信頼』を得ることが絶対条件となってきています。結局、CSRの原点は社員一人ひとりが同じ意識を持ちながら日々いかに行動するか、この点に尽きると考えており、そのために周知徹底を図りつつ質の高いCSR体制をカンパニーとして構築していきたいと考えます。

消費者など個人との関係性強化

グループ会社によるブランドの小売事業や、eコマースを推進していくに当たり、個人情報保護に対する体制強化を図っています。2004年度に個人情報取り扱いの有無に関するアンケートを実施。その後も半期に一度レビューを行い、一定基準を下回るグループ会社などに対しては、担当者が直接訪問し、問題点の指摘及び改善のアドバイスを出し管理レベルの維持向上に努めています。必要に応じてプライバシーマークの資格取得も実行しています。

機械カンパニーの CSRアクションプラン

MISSION

環境負荷削減に配慮した環境適合型ビジネスや商品開発・拡販に取り組み、環境調和型社会の実現に寄与する。また、コンプライアンスを遵守し、地域社会の発展、国際社会に貢献する。

部門	CSR課題	ステークホルダー	中期的なアクション	2006年度行動計画
プラント・プロジェクト部門	都市交通における諸問題の解決(渋滞、排ガス等)	環境顧客	環境にやさしい日本の鉄道交通システムの提供	HSST(磁気浮上式交通システム)の海外での普及推進
	クリーンエネルギーの供給	環境顧客	船舶、石油化学、発電等の分野での環境循環型案件の推進	LNG船による輸送普及推進
	エネルギーの効率利用への貢献	環境顧客	風力・バイオマス・地熱発電、EfW (Energy from Waste) 分野等での案件推進、老朽化したプラントの改修案件推進(電力・石化・造水等)	欧州EfW案件の普及推進
	環境負荷低減技術の実証実験	ビジネスパートナー 研究開発	オンサイト型水素製造装置について実証試験によりデータ収集。実用化に向けての最終試験	オンサイト型水素製造装置について東京ガスグループの協力を得て性能や耐久性などを確認し日本国内での実証試験を実施
	環境負荷低減のためのコンサルティングと機器の普及	顧客	CO ₂ 削減効果等のあるLED看板のコンビニエンスストアへの本格導入・設置	CO ₂ 削減効果等のあるLED看板のコンビニエンスストアへの実験的導入・設置
自動車部門	自動車リサイクル事業の拡大を図り循環型社会の形成に寄与	顧客	処理能力向上のための設備投資	15,000台/年の処理能力の確保
		サプライヤー	廃車の安定確保のための仕入先開拓	15,000台/年の廃車仕入能力の確保
		従業員	社内体制の整備	業容の拡大に対応した社内管理体制の整備
	燃費と排ガス対策に優れたディーゼルエンジンの拡販を通じて環境負荷低減に寄与	顧客	顧客開拓の継続	ビジネスの構築と立上げ
		環境	各国の排ガス規制動向のチェック	各国の排ガス規制動向・メーカーの対策状況に関する情報収集
高性能DPFの開発と商品化を通じて環境負荷低減に寄与	研究開発	テスト実施と国土交通省認可取得	販路開拓、販売開始	
産機ソリューション部門	環境負荷低減のためのシーズとニーズのマッチング	ビジネスパートナー 研究開発	次世代電池技術の開発推進	メーカー試験導入及び量産の検討・推進
		ビジネスパートナー	太陽電池の原料供給、モジュール販売、技術ライセンス仲介	プロジェクトの推進
全部門	地域社会の発展等国際社会への貢献	地域社会 国際社会	途上国の発展に寄与、教育環境改善、環境にやさしい案件の推進	現在取り組み中案件の改善策の検討と具体的な案件の推進
	コミュニケーションの強化	従業員	カンパニーとしてのCSR関連教育・啓発活動の実践(特に競合他社や得意先のCSR活動の実態把握に努める)	カンパニーでCSR関連研修を計画・実施、レビューと改善策の検討

機械カンパニーの事業概要

地域社会の発展と国際社会への貢献を使命とし、トレーディングと事業投資を展開しています。プラント・プロジェクト部門は、海外のインフラ整備プロジェクトへ多く参画しています。自動車部門はトレーディングに加え、リーテイルや金融ビジネスなど事業を多角化しています。産機ソリューション部門は建設機械・産業機械・医療機器などさまざまな商品を取り扱い、国内外のグループ会社とともにソリューションを提供しています。

取扱品目

ガス・石油・化学プラント、船舶、自動車、鉄道車両、発電設備、建設機械、繊維機械、産業機械、医療機器、電子デバイス機器

機械カンパニーのCSRとは

事業を通じて、 地域社会の発展と国際社会に貢献

当カンパニーでは、社会インフラ整備や自動車、船舶、産業機械等の社会・環境への影響が大きい商品を取り扱っており、環境負荷低減や地域・国際社会の問題解決に寄与する事業を通じて、社会的責任を果たしていきたいと考えています。近年は、顧客からも環境配慮仕様を要請されることが多くなり、CSRの観点から適切な判断ができるよう、組織員全員に教育・啓発活動を実施しています。

また、事業による環境と社会への影響を的確に審査することが重要であるとの認識から、事業投資の決定やパートナーの選定にはCSRの視点を取り入れています。

当カンパニーにおける環境配慮型事業の一例として、プラント・プロジェクト部門では、風力・地熱・バイオマスなどの再生可能エネルギーを利用した発電事業等のインフラ整備を推進しています。自動車部門では、燃費と排ガス対策に優れたディーゼルエンジンを中国などの新興市場で拡販し、環境負荷低減に寄与することに取り組んでいます。産機ソリューション部門では、新しい環境負荷低減型技術の実用化普及に努めています。

以上のとおり、当カンパニーは環境に配慮した事業を積極的に展開することにより、地域社会の発展と国際社会に貢献していきたいと考えています。

取り組み事例

環境負荷低減技術の実用化に向け、実証運転

コンパクトで高性能なオンサイト型水素製造装置*の開発を手がける米国企業「H2Gen Innovations Inc.」に出資、2006年3月に日本市場向け準商用機の第一号機の実証運転を開始しました。東京ガスグループの協力を得て、日本の都市ガス特性における性能・耐久性・安全面等を確認し、2007年度より工業用水素市場向けを皮切りに販売を開始する予定です。

* オンサイト型水素製造装置：現場設置型の水素製造装置で、二酸化炭素をまったく排出しない環境性に優れた燃料電池自動車に対する水素供給ステーションへの今後の導入が期待されている

主要なグループ会社

グループ会社	業務内容
伊藤忠産機(株)	各種産業機械の販売
センチュリーメディカル(株)	医療用機器・資材の販売
MCL Group Ltd.	倉庫業・自動車小売及び販売金融
ITOCHU Automobile America Inc.	北米自動車関連事業統轄
センチュリー・リーシング・システム(株)	総合リース業

CSR推進に向けて



機械経営企画部長
杉本 繁慈

環境に配慮したビジネスを積極推進

今回、CSRレポートを通じて機械カンパニーの環境配慮型ビジネスへの取り組みをご紹介できることを大変嬉しく思います。機械というとにかく、堅いイメージを持たれがちですが、実は環境にやさしい技術を取り入れた商材を扱ったり、環境配慮型のプロジェクトに取り組んだり、いろいろと手を打っています。実際、このレポートにご紹介しているのは、我々が取り組んでいる案件の内、ごく一部でしかありません。引き続き本レポートにご紹介できるようなビジネスをさらに増やし、CSRの観点からも評価いただけるようなビジネスを積極的に進めていきたいと思っています。

クリーンエネルギーであるLNGの輸送事業を拡大

プラント・プロジェクト部門は、クリーンエネルギーとして需要が急増しているLNG(液化天然ガス)の輸送に積極的に取り組んでいます。韓国、アルジェリア向けのLNG輸送船3隻の保有に引き続き、2005年度はオマーンで新造LNG船を竣工。本船を長期備船し、今後20年間にわたりオマーンよりLNGの引き取りを行い、国内電力会社に供給する予定です。LNG船の保有・備船により天然ガスバリューチェーンの川中部分を支え、クリーンエネルギーの供給に貢献しています。

宇宙・情報・マルチメディアカンパニーの CSRアクションプラン

MISSION

- 1.企業活動を通じて、安全で便利で豊かな社会の実現に貢献すること。
- 2.企業活動を通じて、消費者・取引先・株主・社員の利益に貢献すること。

部門	CSR課題	ステークホルダー	中期的なアクション	2006年度行動計画
航空宇宙・電子部門	航空輸送分野における安全と利便性の提供	顧客 サプライヤー	<ol style="list-style-type: none"> ①空港・税関等のニーズに応じたセキュリティ機器・システムの提案 ②ビジネスジェット機や災害用ヘリコプター等に関するマーケットニーズの掘り起こし ③官公庁や地方自治体を含む顧客の安全な運行への貢献 	<ol style="list-style-type: none"> ①サプライヤーとの緊密なコミュニケーション継続 ②顧客（空港・税関等の公的機関、官公庁・地方自治体等）との緊密なコミュニケーションによる的確なニーズの把握 ③安定的なサービスの提供へ向けた整備事業の強化
情報産業部門	ライフサイエンスビジネスの推進	消費者 ビジネスパートナー	<ol style="list-style-type: none"> ①予防医学・健康社会に関するニーズの発掘・具体化 ②治験事業の推進に当たっての専門性・技術力のさらなる強化による信頼性向上 ③関連法令等の整備・改正に関する動向把握と対応 	<ol style="list-style-type: none"> ①少子高齢化等の社会環境変化を見据えたマーケットニーズの開拓と、新規PETセンター開設 ②開発体制強化と人材開発の継続的推進 ③取り組み推進
	グループ会社における情報セキュリティ管理の徹底/推進	顧客 サプライヤー 消費者 従業員	<ol style="list-style-type: none"> ①情報セキュリティに関するソフト/ハードの改善 ②情報セキュリティマネジメントシステム (ISMS) / プライバシーマーク (Pマーク) の取得推進 ③事故発生時の迅速かつ適切な対応 ④従業員に対する啓発・教育の継続 	<ol style="list-style-type: none"> ①情報セキュリティに関するソフト/ハードの改善 ②ISMS/Pマークの取得推進 ③事故発生時の迅速かつ適切な対応 ④従業員に対する啓発・教育の継続
メディア事業部門	3R (Reduce, Reuse, Recycle) 活動を通じた環境問題意識の深化	消費者 ビジネスパートナー マスコミ	リサイクルビジネスの具現化を通じた社会貢献	認知度向上によるビジネスパートナーの拡大
	より快適な通信手段、アプリケーション、サービスの提供による社会インフラの整備	消費者 ビジネスパートナー	<p>消費者からの信頼を獲得すると同時に、消費者へのアプローチを強化するため、</p> <ol style="list-style-type: none"> ①顧客情報管理の徹底 ②エンドユーザーニーズの把握 	<ol style="list-style-type: none"> ①グループ会社の実態調査結果に基づき、問題点の改善を実施 ②具体的施策の検討・実施
	有意義なコンテンツの普及促進による豊かな社会の実現	消費者 ビジネスパートナー	<ol style="list-style-type: none"> ①コンテンツのさらなる獲得・普及 ②エンドユーザーニーズの把握 	<ol style="list-style-type: none"> ①取引等を通じた、顧客・サプライヤー・ビジネスパートナーとの信頼関係の構築・向上 ②具体的施策の検討・実施

宇宙・情報・マルチメディアカンパニーの事業概要

情報産業及びメディア事業の2部門は、IT関連サービスやモバイル事業など、新技術を使ったビジネスや新事業を積極的に展開。また、航空宇宙・電子部門は、航空機の販売・リース、宇宙関連機器やセキュリティ関連機器の販売など航空宇宙事業を展開しています。

取扱品目

映像・エンターテインメント事業、携帯電話事業、ITサービス・関連機器、コンピュータ・情報処理機器及びシステム、eビジネス、航空機及び航空宇宙関連機器、セキュリティ・電子システム関連機器

宇宙・情報・マルチメディアカンパニーのCSRとは

安全で便利で豊かな社会の実現への貢献

当カンパニーでは、1985年の通信自由化に当たり衛星通信事業へ参入したのを皮切りに、国際電話事業、衛星通信事業の周辺事業としての映像チャンネル事業を展開するなど、豊かな社会の実現に貢献してきました。このように先駆的な新規産業・新規分野の開拓に果敢にチャレンジしてきた伝統を受け継ぎ、さらに進化したサステナブルな社会の実現に向け、これからも新規事業の開拓に積極的にチャレンジし、すべての人が必要で重要な情報を享受できるような社会づくりに貢献することが当カンパニーの使命であると認識しています。

すでに進行している「MOTTAINAIプロジェクト」とのコラボレーションによる、新しい社会貢献型ビジネス等がそうしたチャレンジ精神に基づく新しいビジネスモデルの事例です。私たちの事業が生み出す未来のビジネスが世界に与える影響は大きく、そのビジョンを示していくことは、伊藤忠商事のCSRの方向性を示すことになると考えます。

➡ 「MOTTAINAIプロジェクト」の詳細はP40をご覧ください。

取り組み事例

新たな映像メディアで豊かな社会を実現

メディア事業部門では、昨今のブロードバンド時代に相応しい、ビデオ・オン・デマンド (VOD) サービスを提供する「オンデマンドTV」を立ち上げ、2005年3月にサービスを開始しました。ブロードバンド加入世帯は今後3年間で倍増が見込まれており、それに伴うVODサービスへの需要増に対応すべくサービスエリアを拡大しています。CSR課題である「生活の質・利便性の向上」を目指し、ブロードバンドの持つ双方向性を活かしたさまざまなサービス展開を計画しています。

主要なグループ会社

グループ会社	業務内容
伊藤忠テクノサイエンス(株)	コンサルティング、システム開発、運用・管理、保守、教育、アウトソーシング
(株)CRCソリューションズ	情報処理サービス、システム開発・販売・運用・保守
エキサイト(株)	インターネットポータル事業
アイ・ティー・シーネットワーク(株)	携帯電話の国内販売
(株)ナノ・メディア	携帯情報コンテンツ及び放送/通信連携サービス提供事業
(株)スペースシャワーネットワーク	通信衛星・ケーブルテレビを利用した放送事業
キャプラン(株)	人材紹介、人材派遣、教育研修、再就職支援、業務請負

CSR推進に向けて



宇宙・情報・マルチメディア経営企画部長
直田 宏

グループ会社へのCSR活動の展開を今後の課題に

宇宙・情報・マルチメディアカンパニーでは、人々の生活の安全や利便性・質の向上を実現するためにさまざまなビジネスを展開していますが、その特徴はそうしたビジネスを多様なグループ会社群を形成してグループ体となって推進していることにあります。

当カンパニーのCSR活動の実効性を高めるために、今後、カンパニー組織員がそれぞれのビジネスを遂行する上で常にCSRの意識(自身の担当するビジネスが持続可能な社会づくりに貢献するものであるかを考える意識)を持てるような啓発活動の実施や、グループ会社へのCSR活動の展開を検討していきたいと考えています。

情報セキュリティに関する認証取得の推進

情報を扱うことが主である当カンパニーは、情報セキュリティの維持・向上をCSR課題としています。個人情報を取り扱うグループ会社を中心に、いくつかのグループ会社ではISMS※1やPマーク※2の認証を取得し、情報セキュリティの質を高めています。これらの経験を活かし、その他のグループ会社においても特に個人情報を扱うグループ会社から重点的に、認証取得を進めていきます。2006年度は(株)地球の歩き方ティーアンドイーがPマークの取得に向けた検討を開始しています。

※1 ISMS (Information Security Management System) : 情報セキュリティマネジメントシステム

※2 Pマーク: プライバシーマーク

金属・エネルギーカンパニーの CSRアクションプラン

MISSION

1. 安定的な資源・エネルギーの開発・調達
2. 消費者への安全で環境にもやさしいエネルギーの供給
3. (それら過程での) 地球環境への配慮

部門	CSR課題	ステークホルダー	中期的なアクション	2006年度行動計画
金属資源・石炭部門	資源のリサイクルによる循環型社会構築への貢献 (課題) リサイクル対象廃棄物の適切な回収・処理・管理・確保	サプライヤー ビジネスパートナー	①使用済み飲料容器のリサイクルシステムの構築 ②グループ会社から排出する廃棄物の再資源化	①廃棄物処理業者の選定・決定 ②リサイクル活動開始
		グループ会社		①廃棄物・リサイクルセミナーの開催 ②リサイクル活動開始
		地域社会 自治体		①地域自治体とのリサイクル検討会開催 ②リサイクル活動開始
	国連承認を得た温暖化ガス排出削減プロジェクトへの貢献・推進	国際社会 ビジネスパートナー	家畜由来の糞尿メタンの排出削減 化学プロセス由来のN ₂ Oの排出削減	参加プロジェクトの発掘・特定
エネルギー開発部門	地球温暖化対策	国際社会 ビジネスパートナー 環境	オペレーター(石油・ガス開発の操業会社)等への働きかけを通じた環境負荷軽減策の実施	環境基準の見直しと検証
		環境 国際社会 地域社会	環境負荷の少ない新エネルギーの開発作業も加速	環境負荷の少ない新エネルギーの開発作業も継続推進
	発展途上の産油・産ガス国の社会的発展	地域社会	効果的貢献の精査による貢献効率の強化	産油・産ガス国への教育、スポーツ活動等の貢献策の検討と実施
		地域社会	効果の検証、必要に応じての効率改善案策定	改善策の検討と実施
エネルギー トレーディング部門	タンカー事故の防止と有事の際の対応	環境	伊藤忠エネルギーグループの用船基準の徹底	新入社員への教育と用船基準の運用徹底
	タンク基地の安全確保	地域社会 環境	各基地における保安対策の再検討	保安対策の徹底
	伊藤忠エネクスにおける石油・ガス販売に関するCSRへの取り組み	地域社会 環境	社員の防災士資格取得を目指す等、積極的な社会的活動を行う	カーライフ事業本部の営業社員全員の防災士資格取得を目指す
全部門	コミュニケーションの強化	地域社会 自治体	地域社会・自治体とのコミュニケーションの場の設定	地域自治体とのリサイクル検討会開催
		グループ会社	グループ会社に対する廃棄物・リサイクル問題解決への働きかけ	廃棄物・リサイクルセミナーの開催
		ビジネスパートナー	オペレーターとのコミュニケーションを通じた環境基準遵守の監視	オペレーターとのコミュニケーションの継続
		環境	タンカー用船基準等環境に関連する社内自主基準のグループ内徹底	環境関連社内自主基準のグループ内徹底の監視
		国際社会	産油・産ガス国政府とのコミュニケーションを通じた貢献度の検証	産油・産ガス国政府とのコミュニケーションの維持

金属・エネルギーカンパニーの事業概要

資源開発関連事業は「Frontier-2006」における全社的な注力分野のひとつです。金属資源・石炭分野では、鉄鉱石、石炭、アルミナにおいてオーストラリアを中心に複数の開発プロジェクトに参画しています。エネルギー資源開発では、天然ガス・LNGの開発をカタール、オマーン、アルジェリアなどで手がけ、原油開発ではアゼルバイジャンのACGプロジェクトやBTCパイプラインプロジェクト、サハリンプロジェクト、等に参画しています。

取扱品目

原油、石油製品、LPG、LNG、原子力燃料、鉄鉱石、石炭、アルミ、鉄スクラップ、鉄鋼製品、等

金属・エネルギーカンパニーのCSRとは

日本、そして世界における資源・エネルギーの安定供給

私たちの最大の使命は、日本と世界に資源・エネルギーを安定供給することです。好不況に関わらず、また、紛争や災害が発生しても、人々の生活を支える資源・エネルギーが途絶えることのないよう、安定供給のための仕組みづくりに注力しています。

資源・エネルギー開発のビジネスは社会・環境負荷が高くCSRの観点の配慮が不可欠です。そこで、当カンパニーは事業投資前に社会・環境アセスメントを実施し、その結果に基づいて事業参画を決定します。さらに、事業参画後も常にCSRを視野に入れて運営に当たっています。これらCSRの取り組みによって、当社の考える資源開発における社会的責任のあり方を示していきます。さらに参加プロジェクトを通じて地域社会への貢献にも努めています。

また、エネルギートレードにおいてはグローバルなトレード体制の下、供給ソースの多様化等を図っており、安全面の確保の観点からは用船基準の運用徹底やタンク基地保安対策等に取り組んでいます。

取り組み事例

CO₂排出権取引に関わるビジネスを開始

金属資源・石炭部門では2006年4月より新規環境ビジネスに取り組む部署を新設し、CO₂排出権取引に関わる事業を開始しました。

発展途上国の養豚場で集められる豚の糞尿から発生するメタンガスを、テント構造の装置で回収・燃焼し大気放出を抑制するメタンガス回収プロジェクトや、硝酸プラントから副生成物として大気に排出されるN₂Oを、触媒を用いて分解し大気放出を抑制する事業など、CDM^{※1}を利用したビジネスを進めています。

※1 CDM(クリーン開発メカニズム):先進国が、途上国において排出削減事業を実施し、事業により達成した排出削減量の一部を自国に移転させる仕組み

主要なグループ会社

グループ会社	業務内容
伊藤忠非鉄マテリアル(株)	非鉄軽金属製品・材料等の輸出入・卸販売
伊藤忠ベトリアム(株)	原油及び石油製品の国際取引、石油タンカーの用船及び運航、船舶燃料油販売、石油貯蔵施設の運営
ITOCHU Minerals & Energy of Australia Pty Ltd	鉄鉱山開発、石炭採掘・販売、ボーキサイト開発・アルミナ生産、原油開発等各種資源関連事業に対する投資
ITOCHU Oil Exploration (Azerbaijan) Inc.	原油開発・生産
伊藤忠丸紅鉄鋼(株)	鉄鋼製品の輸出入及び卸販売
伊藤忠エネクス(株)	石油製品及び高圧ガスの卸販売

CSR推進に向けて



金属・エネルギー経営企画部長代行
三橋 優憲

地域環境にやさしい資源・エネルギー開発の推進

資源の乏しい日本で資源・エネルギーの安定供給、資源のリサイクルは極めて重要な使命であり、地域社会、地球環境への配慮を行い、ステークホルダーとより良いパートナーシップを築き、社会全体の発展に寄与できる企業として今後もCSRに取り組んでいきたいと考えています。

また、排出権取引、新エネルギーの開発等により地球温暖化防止を推進できる事業も今後さらに積極的に展開していきたいと思えます。

CSRは社員一人ひとりの意識向上が極めて重要であり、自発的に取り組む社内風土を根づかせるよう、努力していきます。

新エネルギーの普及促進活動

エネルギー開発部門では、地球にやさしい天然ガスの普及のため、燃料として利用可能な新エネルギー、DME^{※2}の利用技術の開拓及び普及促進活動を行っています。2001年に三菱ガス化学(株)、三菱重工業(株)、日揮(株)と日本DME(株)を設立し、地球規模での原料調達から利用促進までのDMEの事業化を推進しています。一方、LNG^{※3}分野ではオマーン国より日本商社初となる長期LNG買付を行い本年より販売し、さらなるLNG普及に向けた新規事業に取り組んでいます。

※2 DME(Dimethyl Ether):天然ガスのほかバイオマス等からも製造され、環境負荷が小さく取り扱いが簡便な新エネルギー

※3 LNG(Liquefied Natural Gas):地中の化石燃料から発生するメタンを主成分とした天然ガスを、輸送しやすいよう低温で加圧、液化したものを

生活資材・化学品カンパニーの CSRアクションプラン

MISSION

製品の品質安全に努め、環境に最大限配慮しながら、顧客のニーズに的確に応える商品、資源、物資の迅速かつ安定的な供給を行い、人々の豊かなライフスタイルに貢献する。

部門	CSR課題	ステークホルダー	中期的なアクション	2006年度行動計画
生活資材部門	原料トレーサビリティの確保	サプライヤー	適法かつ持続可能な森林資源を背景としたサプライヤーとの取り組み拡大	サプライヤーへの訪問調査及びアンケート実施による原料トレーサビリティ調査を継続する
		行政官庁	輸入木材のトレーサビリティ確立	毎年公表されるグリーン調達法の調達方針の確認と法令に則った関係書類の整備を行う
	国際森林認証取得商品の取り扱い	顧客	森林認証を取得したパルプの積極拡販	森林認証取得パルプを年間110万トン取り扱う
		サプライヤー	森林認証未取得サプライヤーに対する取得要請とグループ会社での取得促進	東豪州におけるチップ加工事業の資源に関してAFS(オーストラリア森林認証)を取得する
	グリーン調達法への対応	NGO/NPO	グループ内森林認証取得状況の情報開示	グループ内での森林認証取得状況をHP等にて開示する
		行政官庁	グリーン調達法に則ったシステムの構築	輸入協会の事業者認定取得とサプライヤーへの訪問調査アンケートを継続する
	自然林の保護	地域社会	地域社会より認められたサプライヤーとの取り組み拡大	訪問調査等により地域社会との調和を確認する
NGO/NPO		自然林保護に関する認識の共有	自然林保護に関する情報収集と地球環境室を窓口としたNGO/NPOとの対話を実施する	
化学品部門	危険・有害化学物質の管理	顧客	毒物・劇物に関しては営業許可証の入手を徹底。当該化学品の販売先として適正かどうかを審査	毒物・劇物取締法遵守状況チェック実施
		サプライヤー	MSDS(製品安全データシート)取得の徹底。成分開示の徹底(適用法規検索のため)	成分開示の要請実施
		従業員	化学品関連法規に関する教育の継続。年1回の全商品検索の継続。海外での関連法規遵守に関するチェック体制の整備。化学品関連法規遵守のための専任者の設置	化学品関連法規に関する講習実施。海外店を含む全商品化学品関連法規検索の実施
		行政官庁	許可・届出漏れの根絶。事故発生時には正確かつ迅速に報告を行いその指導に従う	行政への届出・許可取得の漏れの根絶
	資源・物資の安定供給ソース確保(無機化学品部)	運送会社	イエローカード(緊急時対応カード)の保有等、関連法規遵守の指導	法令遵守の徹底に関し運送会社へ書面で要請。法令遵守状況の査察を実施
		サプライヤー	新規鉱産資源事業の検討(蛍石、コバルト等)	事業化検討
	安全で安心できる商品の調達	地域社会	現地法規制遵守の徹底 新規事業の創出	新規グループ会社設立による雇用の創出
サプライヤー		輸入品についてはサプライヤーに検品体制の強化を継続的に指導する。サプライヤーにISO等の取得要請を行う	クレーム商品ゼロを目指す ISO取得をサプライヤーに要請する	

生活資材・化学品カンパニーの事業概要

人々の暮らしを支える領域で、資源開発からリーテイルまでさまざまなビジネスを展開しています。「Frontier-2006」の重点市場である北米・中国・アジアをはじめとする海外では、積極的な事業展開を推進しており、また消費者関連分野では横の総合力を生かした生活雑貨のリーテイルを行っています。

取扱品目

木材、建材、チップ、パルプ、紙、ゴム、タイヤ、セラミックス資材、基礎化学品、精密化学品、医薬品原料、無機化学品、合成樹脂、生活消費関連商品

生活資材・化学品カンパニーのCSRとは

自然環境の保護と安全管理
～事業投資先を含めたCSRの推進

当カンパニーは、自然環境の保護及び危険・有害化学物質の安全管理をCSRの中心課題として考えています。

生活資材部門では、森林資源に関わるビジネスの比率が高く、その原料の調達に当たっては原産地の国・地域への環境・社会的側面に配慮することが重要です。具体的には、自然環境の保護や森林認証の取得を通じた自然環境保全を推進していくと同時に、資材調達における原料トレーサビリティの確立も目指します。

化学品部門においては、頻繁に更新される化学品関連法規を正確に把握し、これを遵守すること、グループ会社の工場運営における労働安全衛生環境の向上などが中心課題です。

当カンパニーでは「トレーディング」と「事業投資」の相乗効果を活かしたビジネスモデルを進めており、グループ会社を含めたCSRの推進が非常に重要な課題です。

取り組み事例

ブラジル、セニブラ社による持続可能な森林経営

ブラジルのグループ会社、セニブラ社では森林経営からパルプ製造までを一貫して行っています。23万ヘクタールにわたる山林で東京23区の2倍に相当する12万ヘクタールを植林し、年間96万トンのパルプを生産しています。森林経営においては、地域の自然環境に配慮することを基本としており、2005年度には持続可能な森林経営が行われていることを証明するFSC (Forest Stewardship Council) の森林認証及びCoC認証 (加工・流通過程の管理認証) を取得しました。

主要なグループ会社

グループ会社	業務内容
伊藤忠建材(株)	住宅用資材、合板、建設資機材の販売
伊藤忠紙パルプ(株)	紙、板紙、包装資材、パルプの販売
伊藤忠ケミカルフロンティア(株)	精密化学品及び関連原料の販売
伊藤忠プラスチック(株)	合成樹脂製品並びに関連商品の販売、製品開発
大建工業(株)	住宅関連資材の製造・販売
タキロン(株)	平板・波板等合成樹脂製品の製造・販売
シーアイ化成(株)	塩ビパイプ、フィルム等の製造・販売
日伯紙パルプ資源開発(株)	ブラジルのパルプメーカー・セニブラ社への投資会社

CSR推進に向けて



生活資材・化学品経営企画部
生・化 CSR・コンプライアンス統括チーム長
鈴木 通睦

安全と環境に配慮し幅広いステークホルダーに
信頼されるカンパニーに

生活資材・化学品カンパニーの特色は、広く生活に関わる数多くの取扱商品と、資源・原料の調達から消費者への販売を行うリーテイルビジネスまでというビジネスの幅の広さです。化学品を中心とする安全管理、生活資材を中心とする環境への配慮が重要な課題です。数多くのステークホルダーを意識して活動を行い、その要請に応え、信頼を勝ち得ることが大切です。逆に伊藤忠グループに対する信頼を毀損するような事件・事故を起こさないようにすること、すなわちコンプライアンスの強化にも当カンパニーは積極的に取り組みます。このような方針を数多くのグループ会社と共有しながら推進していく、そのお手伝いができればと考えています。

砂漠の緑化に貢献する保水剤を研究

有機化学品の中核グループ会社のひとつである伊藤忠ケミカルフロンティア(株)は、植林・緑化事業をサポートするための保水剤(SAP:Super Absorbent Polymer)の利用を推進しています。中国の面積の0.1%を緑化し、農地面積の拡大、生活環境の改善を目標とし、実用化に向け、数年前より中国研究機関と共同テストを行っています。世界的課題である砂漠化に対する有効な節水技術であり、確実に水の節約を可能にする保水剤を通じて、緑化事業をサポートしていきます。

食料カンパニーの CSRアクションプラン

MISSION

- 1.消費者からの高い信頼を得つつ、社会の健全な発展に貢献すること。
- 2.安全な食料の安定供給を通して豊かな食のライフスタイルを実現し、人々に健康と幸福を提供すること。
- 3.公正な企業活動を通して消費者・取引先・株主・社員の利益に貢献すること。

部門	CSR課題	ステークホルダー	中期的なアクション	2006年度行動計画
食糧部門	食品製造業の生産性向上・効率化	サプライヤー 顧客 ビジネスパートナー	①サプライヤーとの一層の安定的な取引関係の形成及び緊密な情報交換 ②需要サイドとの情報ルートの整備	各分野での取り組み推進と効果検証
	環境負荷の少ない製造工程や商品・包装資材の開発・導入	ビジネスパートナー	①副産物の用途開発 ②環境負荷の少ない包装資材導入推進	環境負荷の少ない包装資材を導入する商品の拡大
生鮮・食材部門	主要取扱商品のトレーサビリティシステム (TS) 確立	顧客	①すでに整備されたTSの活用 ②他商品でのTS導入検討	すでに整備されたTSの周知・活用を図る
	適正な食品表示	サプライヤー ビジネスパートナー	①国内における食品表示の適正化推進 ②海外内販事業の現状把握と改善指導	EUでのアレルゲン表示義務化への対応 海外グループ会社の実態調査
食品流通部門	中間流通から外食・食品小売業に至る情報共有による安定化・効率化	ビジネスパートナー	①リーテイルサポートのための情報インフラ整備 ②食品卸売業の経営合理化サポート	取り組み推進と効果検証
	消費者ニーズに即した商品や新たな流通チャンネルの開発	消費者	人口構成の変化を見越したフィジビリティスタディ実施とその結果に基づく最適商品の開発	世代特性・地域特性を意識した商品の開発及び効果検証
	災害発生時の被災地支援	消費者 地域社会 行政官庁	①災害時支援協定締結の推進 ②緊急時体制の周知徹底と確立	自治体との災害時支援協定締結推進 訓練等を通じ緊急時体制の確認
	環境保全に配慮した配送システムの確立	ビジネスパートナー	環境保全効果を検証しながら随時拡大	ハイブリッド車両の導入拡大
	省エネ・省資源に配慮した施設の確立	ビジネスパートナー	省エネ・省資源設備機器の効果を検証しながら随時拡大	①LED看板の導入拡大 ②複合冷凍機、調光システムの改良 ③什器リサイクルの推進
全部門	食品安全管理に関する知識の啓発・周知徹底	従業員	食品安全管理マニュアルを共有し、充実させる	食品安全監査の継続実施
		ビジネスパートナー		制度説明会等の啓発活動
	産地管理の改善・強化	サプライヤー	①日本:ポジティブリスト化への対応 ②北米:トレーサビリティシステムの拡充、契約条件・商品規格の徹底及び継続的な有効性検証	産地管理・表示管理の徹底 通常検査実施のルール確立と遵守 残留農薬チェック体制の改善指導
		顧客 ビジネスパートナー		適正表示の実施状況確認 北米:トレーサビリティシステム・契約条件・商品規格の改善状況検査の実施
	取引先のニーズに対応した原料・製品の効率的な調達	消費者 顧客 サプライヤー	小売業とのコミュニケーションを強化し、消費者ニーズの到達度を高める	小売業を通じ消費者ニーズを掌握 消費者のニーズをサプライヤーに伝える機能の強化 消費者ニーズを満たす製品の共同開発
		ビジネスパートナー サプライヤー 従業員		①取引先メーカーの安全管理体制強化 ②食品安全監査等、既存取り組みの拡充
	製造・流通段階での事故予防	従業員 消費者 マスコミ	ルール遵守の徹底	食品安全監査等での改善指導

食料カンパニーの事業概要

安全な食料の安定供給をミッションとし、国内外の食料資源開発から製造加工・中間流通、リーテイル販売までを展開しています。川下～川中～川上のバリューチェーンを構築し、さまざまな顧客ニーズに対応する供給体制を強化。日本で培ったノウハウを活かし、海外展開も加速していきます。

取扱品目

小麦・大麦、植物油、大豆・コーン、果汁・コーヒー、砂糖類、乳製品、農畜水産物、冷凍食品、加工食品・ペットフード、飲料・酒類

食料カンパニーのCSRとは

消費者ニーズに即した 食料の安全管理と安定供給の確保

食料カンパニーでは、ファミリーマートのお客様をはじめとする消費者の方々を起点として原料の生産現場までの一貫した取扱体制を構築すべく、伊藤忠食品(株)や(株)日本アクセス等、中間流通を担当するグループ食品卸の機能強化を推進するとともに、北米や中国をはじめ海外主要生産拠点の整備にも注力しています。これらの取り組みを通じ、多様化する消費者のニーズ、とりわけ、近年高まっている食の安全・安心に対する要求に応えるべく、食料の安全管理に配慮しながら、安定供給を確保することが当カンパニーのCSRの中心課題です。

安全・安心の側面を重視する市場及び消費者からは、商品選択に不可欠な情報として適正な食品表示を求める声が強まっています。これに対し当社は流通業者としてのチェック機能を強化し、表示適正化を推進しています。消費者が求める情報を正しく提供するという観点から、主要取扱商品のトレーサビリティシステム構築にも取り組んでいます。

一方、価格変動が激しく、また、供給が不安定な商品については、加工業者を含む市場関係者及び需要家は安定供給を重視しています。こういった分野では、食品安全に加えて、安定供給に主眼をおいた商品流通体制を目指した取り組みを進めています。

これらの活動を通じて、消費者がそれぞれの安全・品質・価格に対するニーズの優先順位に基づき、商品を決められる環境整備を目指しています。

取り組み事例

教育・研修の徹底

食料カンパニーでは、2002年に食品安全管理室を発足させ、伊藤忠商事、グループ会社、さらに取引先を対象にした教育・啓発活動や改善指導を行っています。その一環として、2005年度には伊藤忠商事本社勤務者及び出向者を対象に、食品安全管理に関するeラーニングを実施し、546名全員が受講しました。

また、廃棄物処理法や2006年5月から導入される残留農薬ポジティブリスト制についての説明会も開催し、グループ会社や取引先に法令遵守を呼びかけています。

主要なグループ会社

グループ会社	業務内容
伊藤忠食品(株)	酒類・食料品等の販売
西野商事(株)	食料品・雑貨等の販売
(株)日本アクセス	酒類・食料品等の販売
ジャパンフーズ(株)	清涼飲料の製造
不二製油(株)	食用油脂・植物蛋白の総合メーカー
(株)ファミリーマート	フランチャイズシステムによるコンビニエンスストア事業
プリマハム(株)	ハム・ソーセージ、肉肉及び加工食品の製造販売
CGB Enterprises, Inc	穀物売買及び物流、解運送業

CSR推進に向けて



食料経営企画部
食品安全管理室長
高井 通彰

食品業界に流通の立場から 安全管理システムの構築による安全・安心を目指す

健全な食生活を普及させ、国民の健康、活力を向上させること、さらには豊かな食材がもたらす多彩な食文化を発展させることにより健康と幸福を提供することは、食品の生産・流通に携わる者すべての願いです。

一方で、BSE問題をはじめ「食の安全」に関わる種々の問題が取り上げられていることを契機に、世の中の食への関心がかつてないほどに高まっています。表示、アレルギー、トレーサビリティ、残留農薬など対応すべき課題も山積んでいます。

そのため、食品業界では、安全管理システムの必要性が急速に高まっています。

私たちも、問題に気が付いてから対策を考えるという、従来のもぐら叩きのような案件対応から、統一的な予防システムを構築して、お客様に安全・安心をお届けするべく、「食の番人」として、日々努力しています。

環境負荷低減への取り組み

ファミリーマート店舗への商品配送業務を担当するファミリーコーポレーション(株)では、環境負荷を低減するためハイブリッドトラックの導入を進めており、2006年3月末現在までに47台を導入しています。二酸化炭素、窒素酸化物、粒子状物質などの環境汚染物質の排出を大幅に削減することを目指し、2012年までには全配送車をハイブリッド車に切り替える予定です。また、店舗へのLED看板の導入など、チェーン全体としての環境負荷低減にも協力しています。

金融・不動産・保険・物流カンパニーの CSRアクションプラン

MISSION

- 1.透明性並びに利便性の高い金融ビジネスの推進
- 2.保険仲介業者としての中立性及び信頼性の確保
- 3.物流事業における顧客満足度の向上及び環境・安全に対する一層の配慮
- 4.信頼性の高い不動産関連商品・サービスの提供

部門	CSR課題	ステークホルダー	中期的なアクション	2006年度行動計画
金融部門	個人情報管理の徹底及び管理体制の充実のためのセキュリティ対策強化	個人顧客	不正アクセス防止策の強化とともに、従業員教育の徹底を図る	マネジメント層の認識の向上とスタッフへの教育を徹底。定期レビューの継続
	地域社会とのチャンネルの確保とニーズの発掘	地域社会	地方も含めた中堅・中小企業に対するファイナンス・ソリューションを軸にしたサービスの提供を通じた企業活動への貢献と地域経済活性化への貢献	①中堅・中小企業関連ビジネスの横串機能強化 ②新たな顧客基盤の構築・リレーションの確立 ③各種プライベートエクイティファンドを通じた投資案件の新規発掘
建設・不動産部門	良質な住宅供給	消費者	良質な住まいづくりを継続、充実した住環境を社会に提供	中期目標を達成するための商品企画等の検討
	PF事業取り組みを通じ、高品質な公共サービスの提供支援	地方自治体消費者	民間のアイデア・専門性・事業経験等を広く社会に提供	中期目標を達成するため、グループ会社各社が保有する機能の強化と連携
保険部門	保険業法等の各種関連法令の遵守	従業員	コンプライアンスプログラム・特別業界法マニュアルの周知徹底（啓発・教育活動）と年1回の見直し	①コンプライアンスプログラム・特別業界法マニュアルの見直し ②部会等でコンプライアンスの周知徹底 ③新規配属者の保険代理店コンプライアンス講習受講（単体）
		顧客	①金融商品販売法と消費者契約法の遵守 ②個人情報管理強化	①保険商品販売時の重要事項の説明 ②プライバシー・マーク基準での個人情報管理の実施
		サプライヤー	業界法の変更等に関連する事項の情報共有	①FAXや書面で、業界法の変更等に関連する事項の情報共有 ②各種関連法令に関するサプライヤー主催の講習会参加
	適切な保険商品の提供及び正確かつ分かりやすい説明	従業員	①商品内容の理解向上 ②仕入れの強化 ③啓発・教育活動の継続実施	①社内外の新商品の説明会参加による商品理解向上 ②各保険会社に対する新商品の開発提案 ③啓発・教育活動の継続実施
		顧客	①顧客ニーズに関するヒアリング実施 ②顧客ニーズに合った新商品の提案 ③顧客ニーズに合った複数の商品提案	①顧客ニーズに関するヒアリングの実施継続 ②各保険会社へヒアリング結果に基づいた新商品の開発提案 ③顧客への複数の保険商品の提案継続
保険金支払いに関する保険求償対応	従業員	保険求償担当者の知識向上のための教育・研修活動参加	①保険求償担当者の社内外の保険商品及び保険求償対応の講習会への参加 ②専任の保険求償担当者より業務を通じて、保険求償対応の知識習得	
物流部門	環境・安全に配慮した物流スキーム構築	ビジネスパートナー	現場レベルで環境・安全に十分配慮した、物流スキーム構築を目指す	（新規パートナーの選定に際し） CSRをフォローしている企業を選定対象とする（モニターレビューの実施） 下記をCSR基準とし、年2回のモニターレビューを実施する ①法令遵守 ②必要な許認可の取得・更新 ③安全・廃棄物マニュアルの整備
保険部門	コミュニケーションの強化	従業員	①従業員間の保険商品及びクレーム状況等の情報共有 ②コンプライアンスに関して部会等での理解徹底（啓発・教育活動）	①部会や課会でのビジネス進捗報告継続 ②部会や課会でのコンプライアンスの徹底継続 ③新入社員の保険代理店コンプライアンス講習受講
		サプライヤー	顧客ニーズに基づいた商品提供のための情報共有及び商品開発	①サプライヤー主催の講習会、商品説明会参加 ②クレームの伝達等による情報共有の促進 ③ビジネス検討会議の実施継続
物流部門		顧客 ビジネスパートナー 従業員	CSR（環境・安全）を強く念頭におき、顧客／物流業者との定期ミーティングを通じ、各ステークホルダーのニーズを把握し、Updateを行う	定例ミーティングの実施内容・頻度の見直し

金融・不動産・保険・物流カンパニーの事業概要

当カンパニーの特色は、金融・不動産・保険・物流の4部門が、グループ内外の顧客に向け、創造性豊かなサービス機能を提供する、「サービス&ソリューション提供型」カンパニーです。グループ会社と一体となり、カード事業や保険代理店等各種金融・保険サービス事業、物流ネットワーク構築事業、住関連ビジネスやPFIを含む建設・不動産関連事業を展開しています。

取扱品目

為替、クレジットカード事業、ファンド(証券化)事業、各種保険代理店/ブローカー業務、国際総合物流・倉庫業務、住関連ビジネス・証券化ビジネス

金融・不動産・保険・物流カンパニーのCSRとは

当カンパニーの共通目標は、顧客に対する安心・安全の提供

さまざまな法令・規制の下にビジネスを展開している金融・不動産・保険各部門では、個人情報保護等の情報セキュリティやコンプライアンスの徹底にとどまらず、顧客への商品内容の十分な事前説明等、「どうすればお客様に安心と安全を提供できるか」という視点に立ち、適切なサービス対応の実施を常に心がけています。今後もグループ社員への啓発・教育を行いつつ、法令等の遵守徹底、さらなる情報システム対応強化、顧客の利便性の向上を図ることにより、ビジネスの持続的な拡大につなげたいと考えています。

また、各種プライベートエクイティファンド等を活用した投資活動を通じて、地域社会の発展や活性化に貢献していくことも、当カンパニーの大きな使命のひとつであると位置付けています。

物流部門では、顧客のニーズに基づき効率的な物流スキームを構築する際、物流業者(パートナー)選定に当たり、社会性・環境面での取り組み状況を重要ポイントとすべく、その基準作成やモニターレビューに取り組んでいます。また、こうした取り組み方針を将来的には日本国内のみならず、大きな市場となる中国などにも広げていきたいと考えています。

取り組み事例

FXプライム(株)の情報セキュリティ体制

オンライン外国為替保証金取引を扱う当社100%出資グループ会社FXプライム(株)では、情報セキュリティ管理の観点から個人情報(顧客情報)を含む情報資産の洗い出しと、リスクアセスメントによるセキュリティリスクへのタイムリーな対応及びその見直しを実施する体制を整備しています。特に、顧客情報に関しては社内の限られた者だけがアクセスできるようにする等、個人情報保護法を遵守した厳格な管理を実施しています。

主要なグループ会社

グループ会社	業務内容
伊藤忠ファイナンス(株)	融資業務を中心とした金融関連業務全般
(株)センチュリー21・ジャパン	不動産仲介業者に対するフランチャイズシステムの運営
(株)アイ・ロジスティクス	総合物流業(倉庫陸運業、国際航空貨物取扱業、通関業、NVOCC)
Cosmos Services Co., Ltd.	企業保険ブローキング・コンサルティングサービス
(株)オリエントコーポレーション	信販業

CSR推進に向けて



金融・不動産・保険・物流経営
管理部長代行
荒川 勉

シナジー効果を発揮して顧客ニーズを満たす複合的な商品・サービスを提供

当カンパニーは、金融・不動産・保険・物流の4つの各部門が、それぞれ異なるビジネス領域を独立した形でカバーしつつも、部門間のシナジーを発揮することで、カンパニーとしての一体的な運営による顧客サービスの向上を目指しており、これは当カンパニーにおける重要テーマのひとつです。

例えば金融と不動産(不動産証券化)、不動産と物流(物流ファンド)、保険と物流(国際総合物流)など、カンパニー内のシナジー発揮により、顧客ニーズに合致する複合的な商品・サービスを提供している事例もいくつか出てきています。今後さらにこうしたビジネスを展開していく際に、提供する商品・サービスの「安心と安全」を高め、顧客の利便性・満足度を高める、すなわち「CSRを意識して行動していく」ことが、顧客との信頼関係を深め、ビジネスの拡大に直結するものと考えています。

PFI事業を通じた地域社会への貢献

伊藤忠商事は2006年7月現在、PFI^{※1}事業に3案件取り組んでいます。「神奈川県近代美術館新館(葉山)」事業では、プロジェクトマネージャーとして、事業に参画するパートナーを幅広く募り、異業種によるコンソーシアムを組成し、公共施設の建設・所有及び維持管理、付帯施設の運営業務を統括しています。国や自治体からの委託ニーズに多面的に応える一方、一般市民に対しては「バリュー・フォー・マネー^{※2}」の高いサービスを提供しています。

※1 PFI(Private Finance Initiative):公共施設の設計、建設、維持管理及び運営において、民間の資金や技術力、運営ノウハウを活用する仕組み

※2 バリュー・フォー・マネー:国民の税金(Money)の使用価値(Value)を最も高めようとする考え方

ステークホルダーダイアログ

伊藤忠商事のCSRとは何か

総合商社のCSRとは何か、伊藤忠商事の社会的役割は何か、について、多様なステークホルダーを代表する有識者をお招きしてダイアログを行いました。(開催日:2006年5月24日)

総合商社のCSRとは

CSRの潮流と、社会のニーズに対する企業の責任

薦 僕は経済記者になった40年前から企業を見続けてきました。が、いま、企業のあるべき姿について、今度はCSRという言葉で、事を構えて議論されることについて「またか」という気がします。

企業史をみると、公害の時代があり、石油危機の時代があり、また、1980年代には、社会貢献室や1%クラブをつくったりした時代もあった。バブルの時期には「モーレツからビューティフル」という言葉が語られました。社会の規範となる品性のある企業にならなければいけない、ということです。ところが、バブル崩壊後は生きることによって一生懸命で、誰もそういうことはいわなくなりました。

ここ2~3年で再び余裕が出てきて、コンプライアンスからCSRが始まったわけですね。企業には定見がないのではないのでしょうか。CSRというと新しい言葉のように聞こえますが、本質的には、昔から企業のあり方として求められてきたことだと僕は思います。CSRの基本は企業として社会と関わり合うときに、どういうことをきちんとやるかということだと思えますね。

クラーク博士が札幌農学校をつくったときに、細かい規則より「Be Gentleman 紳士たれ」といった。細かい規則で縛るよりも、自分自身で考えて紳士的な行動をとれよと。僕は私人も法人も同じだと思えますよ。

長坂 では私は、従来からの、企業が社会から求められてきたあり方と、今日のCSRの違いについて述べたいと思います。

「CSR」の概念は、1980年代後半から企業とNGOがパートナーシップを組んで作り上げてきた新しい経営システム論です。それがなぜ1980年代後半から盛り上がりしてきたかという、社会の代弁者としてのNGOが、それまで企業を攻撃していたのを、その時期、攻撃だけでは貧困問題や気候変動の問題は解決しないと認識して、パートナーシップ、協働戦略に変えたからです。

CSRとは、社会が、「企業よ、社会のニーズにどう適応するのか」と問うことです。

総合商社というのはニーズへ適応する。同時に、これから成長過程のプロセスに入る芽をつかまえて、成熟段階まで扱って、成熟段階にきたら次の芽を見出し育てるといったことを自由自在にできることによって、ビジネスを発見し生き延びてきた役割があったと思います。そういった意味では、総合商社はCSRによって生きてきたし、これから21世紀もCSRとともに生き延びるのではないかといえます。

CSRと従来の経営論が基本的には違うのは、収益だけではなく、環境や社会的な側面を経営のすべてのプロセスに組み入れて経営をするところだと思います。

では、世界のニーズ、社会のニーズは具体的に誰が知っているのか、という、それはNGOが代弁しているのだ、というのが世界の認識です。これを日本企業はもっと知って、どのように企業活動に反映させるか。それは、未来のビジネスチャンスにもなれば、リスク管理にもなる。商社にとってCSRは21世紀を生き延びるための大変なチャンスを与えてくれるものだと思います。

足立 持続可能性という観点で大変な状況にある途上国で起きている問題をいちばんよく分かり、その近くで活動しているのはNGOです。そういった団体とどのように連携するかということまで一歩踏み込む必要があるのではないかと思います。ステークホルダーというときに、NGOも組み込んで、NGOが持っている情報を如何に汲み上げるかという姿勢と体制が、社会のインフラストラクチャーを支える役割を担う商社には必要だと感じます。

長坂 CSRとは、実際にあるニーズに対してNGO、NPOセクターと企業とが一緒につくり上げてきたものだという認識を、日本の場合はまず持っていないことや、景気の上昇期にはCSRにまじめに取り組んでいない企業でも短期的には収益は上げられることなどが要因になって、日本ではCSRのブームが下がりつつあると感じます。ただ、世界の動きはまったく逆で、アジアでも途上国でも定着していく方向にある。10年後、CSRをやっていない日本の企業は、世界の企業と比べて競争力を失っているという状況に直面す

有識者



足立治郎氏
「環境・持続社会」研究センター
(JACSES) 事務局長



薦信彦氏
ジャーナリスト



末吉竹二郎氏
国際連合環境計画F1特別顧問



長坂寿久氏
拓殖大学国際開発学部教授、
NPO「ファミリーハウス」理事長



松田布佐子氏
株式会社環境経済研究所
所長



る可能性があると思います。

変化する金融の世界への対応を

末吉 国連は、今、地球社会が直面している課題として「貧困」「環境」「経済成長」を挙げています。別のいい方をすれば、経済あるいは社会のグローバル化によって大きくなった負の遺産に、どう取り組むか、ということです。そのなかでも温暖化による弊害が非常に大きくなっている。これまでサイエンスの分野では大きなリスク要因だった問題が、ビジネスリスクとして認識され始めたという点が良いと思います。

さらに、その危機に対する認識をどのように社会全体の認識にしていくのか。サッカーで例えれば、20世紀はピッチの上でどんなゲームをプレーしようと許されましたが、その荒れたゲームの結果ピッチが壊れ始めてしまった。まさに現在は、このリスクの現状の認識を共有し始めたところです。ピッチがこれ以上壊れるのを防ぎ、壊れを直すために、そのピッチ上で行われるサッカーのゲームのルールを変えなければなりません。要するに21世紀の地球社会を運営する国際ルール、国際秩序を作らなければならないのですが、グローバルにオペレーションを行う企業はそういう問題意識を持たないと、新しい国際ルールに対応できなくなってしまいます。

松田 私は、現実の厳しい勝負の世界で生きる企業の姿勢、という観点で述べます。

例えば、最大の社会的責任であろう温暖化の問題では、排出権取引で儲ける国や企業が出てくる一方で、南太平洋のツバルなど、沈もうとしている国があります。排出権取引で儲けるのは良い。そちらで儲けたのであれば、温暖化の影響を受けているところをどうサポートするか。プロジェクトに参画するときに、そこで上がる利益の1%でも、そういうところに役立てますよという姿勢、メッセージを企業は発信しなければいけないと思います。

足立 途上国の貧困層の意見をどのように汲み取るかということもCSRのひとつのポイントです。グローバル化によって、負

の側面として貧困層が世界で生み出されていることは誰もが認める事実です。日本の中の人権は守られるようになって、発展途上国では人身売買だって未だにある。儲けの1%を寄付するくらいでは正直足りません。非常に難しいことなのですが、商社としてそういう問題にどう対応していくかということを考えることが商社のCSRの本質だと思います。

末吉 金融イニシアチブ^{※1}でも同じ認識を持っているんです。金融の世界では、マイクロファイナンス^{※2}という手法で、貧しい人たちが経済的に自立できるよう助けるなど、途上国の貧困問題を企業がどう援助するかを考えています。さらに、金融界には今、投資の世界をもっと動かしたい、という動きが出てきています。

金融のインフラを使って地球社会が抱える課題を解決するために一歩前進しよう、という気運が非常に強まっているんです。

一例を挙げますと、去る4月27日、ニューヨークと東京、パリで、世界の機関投資家を中心に50数社の機関が新しい投資原則(PRI)^{※3}を打ち立てました。原則の基本は、「機関投資家は今後、投資判断のプロセスに、環境、社会、ガバナンスを反映させる」ということです。環境(Environment)のE、社会(Social)のS、ガバナンス(Governance)のGで、総称してESG問題といいます。株主行動はこれに沿うものとし、投資対象企業にはESGに関する情報公開を求めることを宣言しました。

SRI、社会的責任投資は、どちらかというと「環境やCSRに関心が深いから多少リターンが少なくても応援しますよ」という具合に投資範囲が限定的ですが、今回の宣言は、投資全般にESG問題を入れていくというものです。

ESG問題をおろそかにする企業は、クオリティの高い投資が受けられない時代が来たということです。

※1 国連環境計画と個々の金融機関が自主的な協定を結んで組成した、「環境と持続可能な発展に配慮した金融活動」を普及促進する団体

※2 貧しい人々に小口の融資を行うことで、彼らの事業運営を支援し、自立をサポートすることを旨とした金融サービス

※3 Principles for Responsible Investment (責任投資原則)：国際連合が発表した原則で、資産運用を行う機関投資家等が「環境・社会・ガバナンス」に配慮した投資を実施する際の原則

伊藤忠商事



丹波俊人
専務取締役
財務・経理・人事・法務・総務・CSR・コンプライアンス担当役員



前田一年
執行役員 財務・経理・人事・法務・総務・CSR・コンプライアンス担当役員補佐



辰口久
CSR・コンプライアンス統括部長



中村政樹
CSR推進室長

伊藤忠商事のCSRの主題は何か

伊藤忠商事のCSRアクションプラン策定・遂行における課題

松田 伊藤忠のアクションプラン、これは非常によくできていると思います。それぞれの部署ごとに分析されているのは非常に良い。その上で、ビジネスとCSRのバランスをどう取っていくか。グローバル化で企業の責任が非常に重くなっていることを自覚するところからスタートすべきだと思います。企業は利益を上げなければいけないし、社員を生活させていくという使命もありますから、CSRと利益のバランスをどう取るか、が重要です。

長坂 エティベル社などのNGOを前身とする評価機関がレポートを評価する際、その評価のポイントになるのは、人権や環境、労働などのマネジメントの仕組みをつくっているか、その仕組みが機能しているか、という2点です。そのとき、個々の事業ごとにNGO、NPOがどれだけその事業に関わっているかが判断基準になります。

伊藤忠のレポートは他社に比べて大変素晴らしいと思いますが、翻訳されて国際機関が見たときに、もう一步迫力がなくて評価されるであろう、それはNGO、NPOとの事業連携が少ない、という点であろうと推察します。これからCSRに取り組んでいく上で、いろいろな基準をつくっていくときに、伊藤忠の中だけで議論して基準をつくるのではなく、NGOが作った、例えば末吉さんがお話されたPRIや、GRI指標等の、行動規範類を研究されるともっとスムーズにいくと思います。

鳶 伊藤忠に関わるNGO・NPOにはどういうものがあって、そのNGO・NPOはどんなコード・オブ・コンダクトをつくっているか、について調べ、本社のCSR推進室がそれを各カンパニーにぶつけていったらどうでしょう。

ひとつの例ですが、「Shopping for a Better World」という本があります。より良い世界のための買い物、という意味で、1980年代にアメリカで出た本です。そのなかに、より良い社会を築くための判断基準が出ています。寄付金の貢献度、女性管理者の採用、少数民族の社内昇進度、軍事産業との関わり、動物愛護、内部情報の公開、地域への社会教育的な貢献度、原子力発電への関与度、環境保護、社員への貢献度など11項目です。買物をするとき、品質も値段も同じだったら、こういった側面で優れている企業から買います、ということです。20年前の本ですが、今問題になっていることと課題がほぼ共通していますね。その優先順位をどう変える、あるいは新たに加えるものがあるかということを考えながら、そのなかで伊藤忠は何をしただけなのかを考えていくと分かりやすいのではないかと思います。

サプライチェーンでのCSR推進が鍵となる

松田 サプライチェーンの管理も大きな課題です。発展途上国も含めてサプライチェーンをどこまで把握して、影響を及ぼしていくのか。その線引きをする基準みたいなものをこれから作っていく必要があると思います。



末吉 サプライチェーンを考えると、私は「CSRのアウトソースをしてはならない」と思っています。つまり、根幹的な事柄を本社の中枢からどんどん離していくと、管理が薄まっていく。外部の評価機関からも非常に厳しい評価になる。

そういう意味で、事業のアウトソースと本社機能全体で守るべきCSRとのバランスをどう考え、総合商社として特徴あるCSRを打ち出して、社会の共感を得るという視点が重要だと思います。

伊藤忠商事らしい、個性を持ったCSRを

鳶 伊藤忠はどういう個性を持ったことをやるのかを考えたらどうかと思います。自分の軸をつくるという発想を持ってほしい。例えば、環境では今、中国の黄砂が問題になっていますよね。日本中の、あるいは世界中の環境技術や省エネ技術を集めて、中国とビジネスをしながら環境問題にも協力して取り組んでいくと、日中関係を良くすることにもなるだろうと思います。極めて個人的であり、ビジネスと社会的な問題とが結びつく展開になるのではないのでしょうか。貧困の問題では教育が大きなポイントですから、教育と貧困に焦点を当てたビジネスができないものかとか。

伊藤忠はどのように世界のために、日本のために尽くすのか。自社の考えをはっきり定めて、個性を持ったやり方をしていくことが大事だと思います。

末吉 個性あるCSRには私も大賛成です。今後の世界に対して伊藤忠はどうコミットするかではなく、何をコミットするかが大事です。「what」ですよ。そのコミットしたwhatを実現するために、手段、道具としていろいろなことをやるという流れでいわないと、国内



はもちろん、海外に対するメッセージ性が非常に薄らいでしまう。世界が何を求めているか、誰が困っているのか、ということを生々一生懸命に探し出していくことが重要なポイントだと思います。

長坂 伊藤忠で取り組まれている「MOTTAINAIプロジェクト」。マータイさんのコンセプトを伊藤忠全体のコンセプトに入れないと、それこそもったいないと思います。

マータイさんの運動はどのような意味があるのかを社内で分析して、根付かせるよう意識していったらいかででしょうか。「MOTTAINAI」という言葉が世界のNGOや企業のCSRを通じて発信され、市民社会のなかに



日本語が使われるようになれば、素晴らしいと思います。

次に労働組合とCSRの関係についてですが、労働組合の位置付けはCSRにおいては非常に重要なのです。日本ではほとんど影響力がないのですが、国際的には労働組合の社会的役割がきちんと意識されている。我が社は労働組合と一緒にCSRに取り組んでいるという、国際的に非常に大きなインパクトがあるんです。伊藤忠の場合は労働組合との対話を十分やっておられるわけですから、レポートのなかにもっと活かしたらいいと思います。

松田 それぞれのカンパニーでのダイアログも持たれると良いのではないかと思います。社員の皆さんが気がつかない課題が、NGO、NPOを含めていろいろ出てくると思うんですね。そうすると、本来のCSRという言葉にとらわれず、伊藤忠が何を大事にやっていくのがはっきりしているのではないのでしょうか。



末吉 伊藤忠は7つのカンパニーに分かれていて、CSRもそれぞれのカンパニーで取り組んでいくということですが、そうすると、ひとつの会社であることをどう位置付けるのか。個々の7部門のカンパニーで行うこと、全体として統合していくことを適切に区別することが非常に重要です。

次に各カンパニーのCSRミッションについてですが、ミッションの

言葉を見ていますと20年前でも通用するもののように思います。安全・安心というのでも、20年前と今とでは安全の追求の仕方が異なってきています。ですから、それを反映するようなミッションにしないと、「本当に変わっていくんだ」というインパクトが薄れるように思います。今、どのような付加的な価値を大事に思うのか。それを社会に伝えてほしいと思います。

世界から敬意を表される国家になるための提言を

薦 世界だけでなく日本を見ることも必要です。21世紀の日本の問題は人口減少とか、少子高齢化とか、安全・安心、それから地域の再生とか。こういった問題はいちばん身近に感じますよね。こういうことに対しても、具体的に何かを始めることが非常に重要だと思います。

日本は今、世界で2番目の経済大国ですが、あと20年か30年すると間違いなくミドルパワーの国になるだろうと思います。日本が、世界のなかでアイデンティティを失ったとき、そのためには今から日本はどう生きていくのか戦略が必要ですし、ミドルパワーの国になっても国際社会で敬意を表される国になるにはどうしたらいいか。商社はいろいろな情報を持っているわけですから、政府に任せるだけではなく、その情報を基に提案を出すのも、大きな役割だとぜひ認識してもらいたいと思います。

ご意見を受けて

今回、初めてステークホルダーダイアログを開催し、各分野でご活躍の方々から大変貴重なご意見、ご提言をいただきました。

7つのディビジョンカンパニーごとにCSRアクションプランを策定・実行するという伊藤忠商事のCSRの進め方については、ご理解を得られたものと思いますが、同時に、NGO・NPOとのさらなる連携の必要性、CSRの視点でサプライチェーンをどこまで把握し推進していくのかという問題、また、当社らしい個性を持ったCSRを進めていくべきというご指摘など、さまざまな視点に立ったご意見をいただいたことで、社会が当社に何を期待しているのかが良く理解でき、次への課題がより明確になったと思います。

今後も、ステークホルダーの皆様との対話、コミュニケーションをますます強化し、社会に対する責任を果たしていけるよう、当社のCSRを推進していきたいと思っております。

丹波俊人

専務取締役 財務・経理・人事・法務・総務・CSR・コンプライアンス担当役員

コーポレートガバナンス

さまざまなステークホルダーとの間で公正かつ良好な関係を構築し、長期的な視点に立って企業価値の向上を図ることを経営の基本方針とし、この基本方針に則った、適正かつ効率的な業務執行を確保することができるよう、意思決定の透明性を高め、監視・監督機能が適切に組み込まれた体制を構築します。また、適時適切な情報開示に努め、株主からの信頼に基づいた経営を行います。

経営体制

伊藤忠商事は、取締役による業務執行を監査役が監視する監査役会設置会社です。また、経営執行体制としては執行役員制及びディビジョンカンパニー制を採用しています。執行役員制は1999年より導入していますが、これにより取締役会の意思決定機能と監督機能の強化及び業務執行の効率化を図りました。ディビジョンカンパニー制においては、7つの社内カンパニーが担当事業領域における経営の責任を負い、市場・顧客のニーズに迅速に対応し、自主経営を行うとともに、総本社は、全社の経営戦略の企画及び経営総合管理に特化し、カンパニー自主経営と総本社による総合経営管理との間でバランスのとれた効率の高い経営体制を構築しています。また、社長を補佐する機関としてHMC (Headquarters Management Committee)を設置し、全社経営方針や重要事項を協議しています。さらに、各種社内委員会を設置し、各々の担当分野における経営課題について慎重な審査・協議を行い、社長及び取締役会の意思決定に役立てています。なお、取締役の各事業年度に対する経営責任を明確化するため、2005年度には役員退職慰労金を廃止し、業績も反映して決定される年次報酬に一本化しました。また、2006年度からは取締役の任期を1年に短縮しました。

内部統制

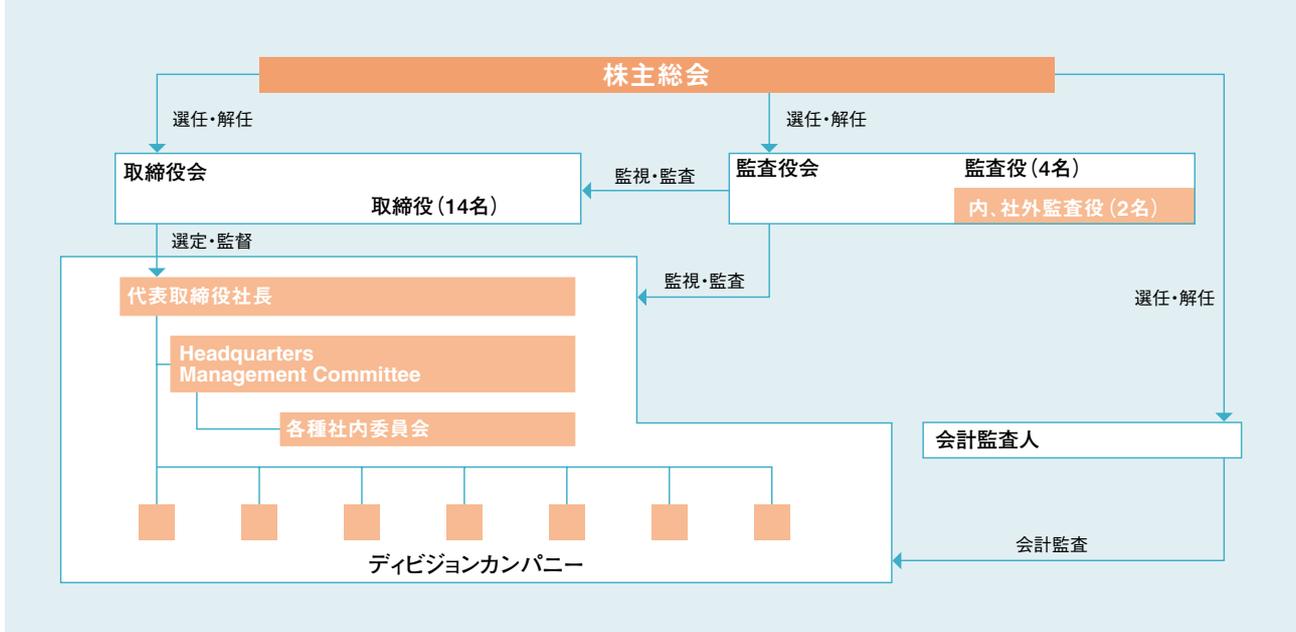
内部統制の3つの目的(①法令遵守の徹底、②財務報告の信頼性確保、③経営の有効性と効率性の向上)のうち、法令遵守については、次ページに詳述するように従来からコンプライアンス体制の充実に努めています。財務報告の信頼性確保を目的とした内部統制についても、関連社内規程を整備するとともに、適切な統制機能を業務プロセスに組み込むことにより構築していますが、この体制をより一層充実させるためのプロジェクトを現在進めています。また、経営の有効性と効率性向上に向けた業務改革プロジェクト「ITOCHU DNA(Designing New Age)プロジェクト」も2006年度から開始しています。

リスク管理

市場リスク・信用リスク・投資リスク等さまざまなリスクに対処するため、各種管理規則、投資基準、リスク限度額の設定や報告・監視体制の整備等、必要なリスク管理体制及び管理手法を整備し、リスクを総括的かつ個別的に管理しています。また、管理体制の有効性につき定期的にレビューし、管理手法の高度化に努めています。なお、2005年度には大規模災害時における業務継続計画(Business Continuity Plan)を策定しましたが、今後、この計画をさらに充実させていく予定です。

コーポレートガバナンス体制

(2006年6月末現在)



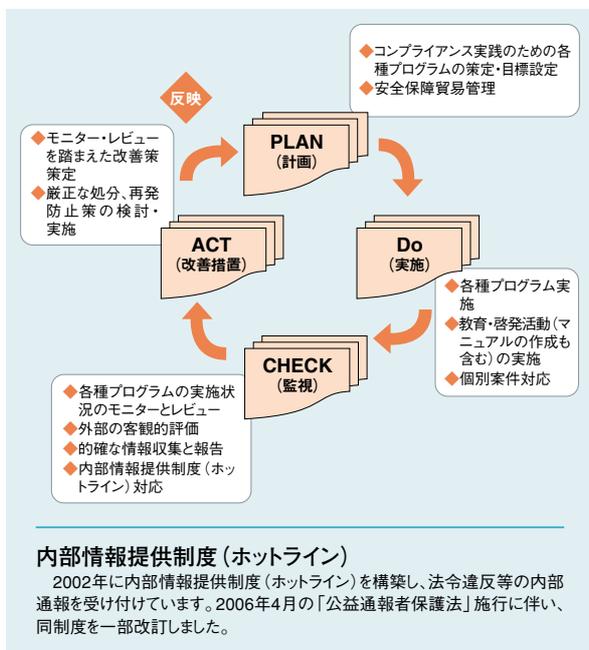
コンプライアンス

「良き企業市民」として社会との共生を図るためには、社会の最低限のルールであるコンプライアンス（法令遵守）は不可欠です。伊藤忠商事では、コンプライアンスをCSRの土台と位置付け、「築城150年、落城1日」を合言葉に取り組みを進めています。

PDCAによる継続的改善

コンプライアンス徹底のため、伊藤忠グループ内の各組織において、アクションプランである「コンプライアンスプログラム」を策定しています。同プログラムに従い、PDCAサイクルに沿って活動していくことによりコンプライアンスの継続的な高度化を図っています。

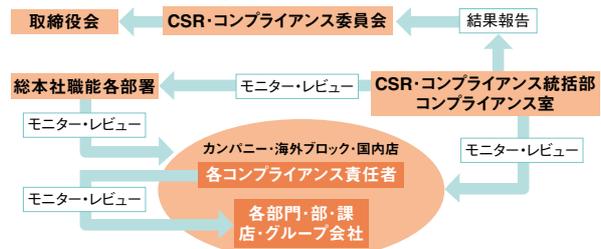
PDCAサイクル



モニター・レビューによる活動のチェック

PDCAサイクルのC(チェック)に当たる仕組みのひとつとして、2003年度から半期に1度、伊藤忠グループ内の各組織に対して各種プログラム・法令遵守マニュアル等の策定状況や教育・研修の実施状況をモニターし、その結果をレビューして改善を図る仕組みを構築しています。具体的には、カンパニー・総本社職能部署・国内支社支店・海外店及びグループ会社それぞれのコンプライアンス責任者(または総本社職能部署長)宛にアンケートを送付し回答を得ています。このアンケートは、さらに上記各組織の内部組織(部門・部・課等)に対しても実施しており、その回答結果はトップマネジメントに報告しています。

モニター・レビューの仕組み



モニター・レビューアンケート結果(抜粋)

アンケート項目	結果				
	2004年3月	2004年9月	2005年3月	2005年9月	2006年3月
①グループ会社のうちコンプライアンスプログラムを策定している割合	82%	83%	94%	97%	99%
②海外店のうちコンプライアンスプログラムを策定している割合	69%	71%	87%	99%	99%

コンプライアンス教育・研修

各種法令を「全社共通法」(各種ビジネスに共通して適用される法律)と「特別業界法」(取扱商品・サービスごとに適用される関係業界法令諸規則)に分類し、全社共通法については総本社職能各部署が、特別業界法についてはカンパニー等の各組織が、それぞれ対象となる法令リスト及び遵守マニュアルを作成し、教育・研修を実施しています。

今後の課題/海外店及び海外グループ会社のコンプライアンス強化

2006年度の重点施策は「海外でのコンプライアンス強化」です。2005年度に国内グループ会社約200社を対象として実施したコンプライアンスコンサルと同じような活動を海外店・海外グループ会社向けに実施し、伊藤忠グループにおけるコンプライアンスのさらなる高度化を図ります。

安全保障貿易管理

伊藤忠商事は、安全保障貿易管理に係る社内規程である「貿易管理プログラム」を策定しており、外国為替及び外国貿易法(外為法)に基づく関連法令諸規制の遵守はもとより、国際社会との協調及び国際平和への貢献という観点からも「貿易管理プログラム」による管理を行っています。

CSRマネジメント

カンパニーごとに、それぞれの事業内容に即した「本業におけるCSR」を実践するとともに、全社横断的に推進すべきCSR課題については、総本社職能部※が中心となってアクションプランを策定し実行していきます。

※本社コーポレートスタッフ部署。業務部（経営企画）、事業・リスクマネジメント部、広報部、IT企画部、海外市场部、財務部、経理部、人事部、法務部、総務部、CSR・コンプライアンス統括部、監査部、秘書部などがあります。

CSR推進体制

伊藤忠商事は、従来から事業活動の中でCSRを実践してきましたが、より組織的・体系的にCSRを推進するために、2005年4月にCSR推進室を新設しました。また、CSRに関する基本方針・施策等については「CSR・コンプライアンス委員会」で議論・検討することとし、より積極的にCSRを推進していく体制としています。

マネジメント側面のアクションプラン

総本社でのCSRの取り組み

伊藤忠商事が対応しなければならないCSR課題はまだまだ沢山あります。当社は、カンパニーごとに事業領域・業界に応じたCSR課題への対応を行うこと（P9～22参照）を中心に当社のCSR活動を推進していこうと考えていますが、一方で、定期的に全社を俯瞰して全社横断的に強化・対応すべき課題を抽出し、総本社が中心となって課題への対処を行うことも重要だと考えています。この考えに基づいて、2006年度は右に掲げた課題を中心に対応を強化していきます。

CSRの社内浸透

伊藤忠商事では、中期経営計画「Frontier-2006」期間中の3つのCSR推進基本方針のひとつとして「CSRに関する教育・啓発」を掲げています。社員一人ひとりがCSRを深く理解し、実際に日々の業務やビジネス活動の中でCSRを体現していくために、社内浸透に努めています。

具体的には、社内各階層に対するCSR研修の実施や、社内報「ITOCHU MONTHLY」でのCSR特集の連載、さらに、2006年5月24日に開催されたステークホルダーダイアログには25名の社員が陪席するとともに、ダイアログの様相（動画）をその後社内イントラで全社員が見られるようにするなど、CSRに関する情報発信等により、社員が自らCSRについて考える企業文化を醸成したいと考えています。また、本レポートを社内浸透のツールのひとつと位置付け、「CSRレポートを読む会」の開催や各組織でのCSRに関する活発な議論といった企画を今後実施する計画です。

総本社職能部が中心となって推進するCSRアクションプラン

	CSR課題	担当部署
CSRマネジメント	CSR面での現状把握	CSR・コンプライアンス統括部
	CSRに関する教育・啓発を全社的に推進	CSR・コンプライアンス統括部
	投資案件に対するCSR観点からの審査	CSR・コンプライアンス統括部 事業・リスクマネジメント部
多様な人材の活用	多様な人材の確保・育成	人事部
	働きやすい職場環境の実現	
アカウンタビリティ	従業員とのコミュニケーション強化・従業員ニーズの経営への反映	業務部 人事部
	アカウンタビリティの向上・情報開示体制の整備	業務部 IR室 CFO室
危機管理	事業継続計画（BCP）の策定及びその高度化	業務部 人事部 総務部 IT企画部
	地域・国別リスクの把握と対策緊急時対応計画策定 駐在員・ナショナルスタッフの安全確保	海外市场部 人事部
情報セキュリティ	情報セキュリティ管理	IT企画部
	顧客情報・個人情報管理の強化	IT企画部 業務部 法務部

中期的なアクション	2006年度行動計画
海外、グループ会社、サプライチェーンの順にCSR上の諸問題への対応状況についての実態把握	<ul style="list-style-type: none"> ①海外でのCSR上の諸問題への対応状況把握のため、地域・国別の重視すべきCSR課題等に関するCSRチェックリストの作成(海外市場部とのCo-Work) ②海外店でのCSR諸問題への対応状況に関する調査実施(海外市場部とのCo-Work) ③グループ会社でのCSR上の諸問題への対応状況把握に向けての諸作業着手
一人ひとりの社員がCSRという概念を理解し、CSRマインドの醸成につなげ、CSR的視点を取り入れて日々の業務やビジネスを実践できるように全社的なCSR教育を推進する また、可能な範囲でグループ会社にもCSRに関する教育・啓発を展開する	<p>教育</p> <ul style="list-style-type: none"> ①社内各種研修でのCSR研修の実施 ②eラーニングの実施または自主制作ビデオを用いた啓発 ③「CSRレポートを読む会」を試験的に実施
各種投資案件に対するCSRの観点からの審査強化	<ul style="list-style-type: none"> ①CSRの観点からの審査を導入すべき申請案件の特定 ②CSR対応チェックリストの作成
国籍・性別・年齢に捉われない多様な人材の確保・育成	「人材多様化推進計画」の着実な実行
育児・介護、ボランティア等仕事と家庭の両立支援制度の取得率向上 ①組織長の理解を促進 ②社員に周知徹底	<ul style="list-style-type: none"> ①社内イントラを通じた情報発信強化 ②組織長研修実施
社員の勤務実態の把握・長時間労働の防止 ①労働組合と協調して賃金不払残業防止、三六協定の遵守を適宜レビュー ②組織長の理解を促進	<ul style="list-style-type: none"> ①労働組合との定期的なレビュー実施 ②組織長研修実施
全社員総会・労働組合との経営協議会等の開催	全社員総会・労働組合との経営協議会等の開催
①IR体制の強化 ②内部統制整備	<ul style="list-style-type: none"> ①情報開示体制の継続的なレビューと改善 ②内部統制整備継続
①各部署で緊急対応が必要な業務につき具体的BCP策定 ②緊急時連絡・安否確認システムの導入 ③予行演習 ④継続的BCP見直し	<ul style="list-style-type: none"> ①予行演習 ②継続的BCP見直し
①ブロック別/国別リスクの随時更新/把握 (事業・リスクマネジメント部とのCo-work) ②海外関連情報の取りまとめ・発信 ③危機管理研究会との連携、情報発信	<ul style="list-style-type: none"> ①各国の政治社会動向把握 ②ブロック別/国別リスクの把握
伊藤忠商事におけるPDCAを確立し、継続的に情報セキュリティを改善	本社における情報管理諸規程、ITアーキテクチャ等の遵守状況レビュー
グループ会社向けの対応	グループ会社における情報管理諸規程の整備状況、ミニマムスタンダード遵守状況レビュー
技術的対策のさらなる強化	<ul style="list-style-type: none"> ①PC暗号化の完了 ②技術的対策のグループ会社への推奨、啓発を継続実施
サービスレベル管理 (SLM:Service Level Management)	カンパニーシステムに対するService Level Agreement締結、運用開始
システム監査の実施	システム監査の継続実施
セキュリティ教育・啓発と個人情報保護対策の徹底	<ul style="list-style-type: none"> ①eラーニングによる社員セキュリティ教育の継続実施 ②ライン長研修へのセキュリティ教育組み込み
個人情報保護法の遵守・周知徹底の継続実施及び年1回のモニター・レビューの実施	個人情報保護法の遵守状況に関するモニター・レビューの実施

取引先との関わり

総合商社における最も重要なCSR課題のひとつが、サプライチェーンのCSRマネジメントです。サプライヤー及び顧客とのコミュニケーションを深め、サステナブルなサプライチェーンの構築を目指します。

伊藤忠商事のサプライチェーン

伊藤忠商事はさまざまな事業領域で多様な取引を行っています。そのため、取引先は世界各地に分布し、その数も10万社にのぼります。

サプライチェーンを含めたCSR推進の重要性

サプライチェーンのCSRマネジメントは、総合商社である伊藤忠商事の最も重要なCSR課題のひとつであると考えています。

それは、自社で開発や生産を通常行わず、事業投資やトレーディングが中心である当社が、取り扱う商品やサービスを永続的に社会に貢献できるものにしていくためには、実際に開発や生産を行う取引先に対する働きかけが重要なポイントであるからです。

特に、グローバル化のネガティブな側面として、発展途上国の生産工場での劣悪な労働環境や人権侵害、環境破壊などが大きく問題視されていること、食品の安全性や、原料の調達に関わる社会・環境影響に関する消費者の関心が高まっていることなどから、消費者や顧客に対して信頼性と満足度の高い商品やサービスを提供していくためには、取引先の活動の把握が欠かせません。

このようなことから、当社では、自社でCSR活動を推進することにとどまらず、サプライチェーンのCSRマネジメントを推進していきます。

多数の取引先との関わりを持つ当社にとって、すべての取引先についてCSRの観点から問題がないかを把握するのは大変困難なことだと思えます。また、当社が現実的にどこまで調達に関する責任を負うべきかについてもさまざまな議論がありますが、できる限り多くの取引先について現状把握を行い、持続可能なサプライチェーンのCSRマネジメントを実践していきたいと考えています。

取り組み事例

原料のトレーサビリティの確保

トウモロコシ・大豆のトレーサビリティ

米国産トウモロコシ・大豆においては、グループ会社であるQuality Technology International, Inc.が商品開発と物流管理を行い、同じくCGB Enterprises, Inc.が穀物集荷を行っています。

特に、非遺伝子組み換えトウモロコシ・大豆、豆腐や味噌、豆乳用の特殊大豆などの分野では、日本の消費者のニーズにあ

った穀物を開発、農薬の使用や、収穫、保管も両社が指導管理した上で、生産物の集荷・買付けをしています。

このような、生産農家―輸送―日本のお客様までの一貫流通体制は、「農家の顔が見える」トレーサビリティ・ネットワークとして、お客様からも信頼いただいています。



栽培、農薬、分別集荷などについて農家を指導



搬入された穀物をCGB社にて品質チェック

製紙原料のトレーサビリティ

伊藤忠商事紙パルプ部では、サプライヤーの原料トレーサビリティ調査のため、サプライヤーの訪問やアンケートによるヒアリングを継続的に行っています。

また、製紙原料の確保と環境負担の軽減のため、オーストラリア・ニュージーランド・ベトナム・チリなどの植林事業に出資しています。総植林面積は8万ヘクタールに及び、森林の適正管理の体制確立を進めています。

またFSC（森林管理協議会）等の国際森林認証を取得したサプライヤーと優先的に取引するとともに、森林認証未取得のサプライヤーに対しては取得要請を行っています（P18参照）。



セニブラ社が取得したFSC森林認証



CoC認証（加工・流通過程の管理認証）

サプライヤーの選定

中国におけるサプライヤーの管理

繊維カンパニーの主たる調達先である海外、特に中国のグループ会社では、欧米をはじめ、独自のサプライヤー選定基準を持つバイヤーとの取り組みにおいて、その基準に忠実に従ったサプライヤー選定を行っています。バイヤーが具体的な基準を持たない場合も、価格・品質・納期といった商品そのものの品質判断に加え、労働環境等について、バイヤーの要求を総合的に判断しサプライヤーを選定しています。

2006年度からは、海外店と一体となって、主要サプライヤーから段階的にサプライチェーンの実態調査に着手し、伊藤忠商事としての選定基準を設定し、当社の取引先として適切かどうかを見極め、サプライヤーの選定を進めていく方針です。

サプライヤーにおける労働環境の改善

労働環境のチェックを強化

昨今、海外のサプライチェーンにおける労働環境、人権に対する配慮を求める動きがますます強くなっています。

繊維カンパニーにおいては、すでに監査指針を保有するバイヤーが多く、その対応として、伊藤忠商事がサプライヤーに改善を働きかけたり、労働法の遵守を指導していますが、サプライチェーンにおける労働環境改善に対する全社的な取り組みはまだ十分とはいえません。

当社としては、調達した製品に関わる社会性（労働安全性、人権保護を含む）を重要なCSR課題と位置付けており、今後、主要サプライヤーから段階的に着手する実態調査において、労働環境についてもチェックを強化し、改善を図っていく方針です。

高品質の製品を提供するために

品質管理の徹底

伊藤忠商事では、「品質管理の徹底」も重要なCSRの課題と認識しています。特に、中国において原料からアパレル製品までの一貫生産を担う、繊維カンパニーの中核グループ会社では、すでに現地事務所に工場ごとの品質管理担当者を常駐させ、伊藤忠商事本社の目となつての工場管理をしています。今後、消費者が安心できる商品を安心できるサプライヤーから調達できるよう、サプライヤーの選定基準の設定とともに、品質管理指針の策定も中期的目標と位置付けています。

お取引先の声



王子製紙株式会社
常務執行役員原材料本部長
神田 憲二氏

王子製紙グループは環境問題を経営の重要課題のひとつと位置付け、「環境憲章の基本理念」を定めています。その基本理念を普段の事業活動に生かすため、目標達成年度を2010年とした「環境行動計画21」を定めました。このなかには紙のリサイクルや、化石エネルギーの原単位削減等のほか、森のリサイクルとして30万ヘクタールの海外植林実施を掲げております。この目標実現に向け王子製紙は伊藤忠さんとともに豪州やニュージーランドで積極的に植林事業を行っており、さらにブラジルでは日本の他の主要紙パルプメーカーの参加も得てユーカリからの一貫パルプ工場を運営しております。これらの植林のほとんどにつき、FSCの認証を取得しており、海外植林については認証取得100%を目指しております。今後とも伊藤忠さんと連携しながら「持続可能な森林からの原料調達」に尽力していく所存です。



植林によるユーカリ林（ブラジル）

従業員との関わり

国際的に幅広い領域で事業を展開する伊藤忠商事が継続的に発展していくためには、性別・国籍・年齢を問わず多様な人材を採用・育成することが不可欠です。その実現に向け、社員が「やる気・やりがい」を持って能力を最大限に発揮できる環境整備に努めています。

伊藤忠商事の人事制度の方針

全社員が価値観・目標を共有し、「やる気・やりがい」を持って自らの能力を最大限に発揮することを通じ、競争力のある会社を目指し、1999年に現行人事制度を導入しました。この制度は、処遇の軸を「人（能力）の評価」から「仕事（職務）の評価」に切り替え、「職務・職責・成果主義」を基本方針としています。さらには、社員の適性・能力・意欲に基づいた「適材適所の推進」と、性別・国籍・年齢を問わない「多様な人材の採用・育成」も基本方針としています。

多様な人材の採用と育成

「人材多様化推進計画」の策定

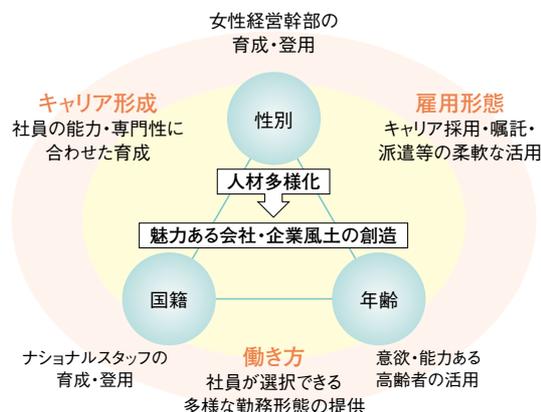
昨今の経済のグローバル化に対応し、連結経営を進めていく上では、各業界・分野の実態に即した人材の活用が重要になることから、2003年12月に「人材多様化推進計画」を策定しました。この計画は、性別・国籍・年齢を問わず多様な人材を活用することを目指しており、女性総合職の採用・育成、ナショナルスタッフの育成、高齢者の活用、キャリア採用の強化の具体策を実施しています。

なお、多様な人材の活用に対する取り組みに対して、厚生労働大臣から障害者雇用優良事業所（2002年3月期）として、東京労働局長から均等推進企業（2006年3月期）として表彰されています。



均等推進企業表彰式

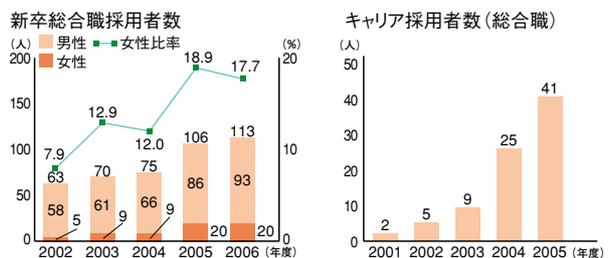
魅力ある会社・企業風土の創造



女性従業員の育成・登用

「人材多様化推進計画」では、女性経営幹部の積極的な育成を重要な課題と位置付けています。女性経営幹部を育成していくためには、まず女性総合職の人数を増やすことが重要であることから、①総合職女性比率を2008年度末までに5.0%に倍増、②新卒採用者数における総合職女性比率を20%に増加、の2つの目標を設定しています。①については順調に推移し、2006年4月1日現在3.7%となっており、②については、2006年度入社者では18%となっています。

加えて、全女性総合職に対し、個別にCDP（キャリア育成計画）を作成し、定期的な計画をレビューし進捗状況を確認しています。また、メンター制度を導入し、先輩社員に後輩への指導経験を与え、所属部署の枠組みを超えて後輩社員からの相談を受け付けています。



メンター制度

2004年度に導入したメンター制度は、女性経営幹部育成に加え、若手女性社員へのロールモデルの提示、出産等に伴う女性特有の悩みに対する相談に積極的に対応することを目的としています。2005年度は、経営幹部にも参画してもらうことを重点課題とし、経営幹部をエグゼクティブメンターに任命、女性総合職メンターのメンタリングも開始しました。また、メンター制度の一環として、外部女性経営者による講演会を開催しており、2005年度は、NPO法人女子教育奨励会の木全ミツ理事長と米国Raytheon CompanyのLouise Francesconi 副社長にご講演いただきました。



木全氏による「女性の活力を日本再生の活力に」講演会

障害者雇用

身体等に障害を持つ方と共に働く機会を提供することを目的として、1987年に障害者雇用促進法に基づく特例子会社「伊藤忠ユニダス（株）」を設立しました。以後、継続して高い雇用率を確保しており、障害者雇用率は2.2%（法定雇用率1.8%）となっています（2006年4月1日現在）。

ナショナルスタッフの採用と育成

世界各地の地域事情や文化に精通した現地事業推進の担い手として、ナショナルスタッフの積極的な育成を図っています。幹部候補生に対しITOCHU WAYを体感させながらリーダーとしてのマネジメント教育を行う「グローバル・リーダーシップ・プログラム (GLP)」をはじめとしたレベル別の研修体系を整備し、それぞれの職務レベルに応じた知識・スキルを習得する場を提供するとともに、伊藤忠グループとして共有すべき経営理念や伊藤忠商事企業行動基準をナショナルスタッフに浸透させる機会として活用しています。



ナショナルスタッフ研修風景

研修制度

伊藤忠商事にとって、「人は財産である」という考えに基づき、社員教育に力を入れています。特に、連結経営推進の観点から、中長期的に経営者を育成することが大きな課題になっており、若手・中堅層を中心に経営関連スキルを習得する研修を展開しています。また、連結・グローバル強化のためにグループ会社社員やナショナルスタッフのための研修や、キャリア採用の増加等に対応する研修を実施しています。

人材育成方針及び研修内容

人材育成体系の骨子	研修強化分野	具体的研修名
1.中長期的な経営者候補養成	経営者人材の育成	経営者スクール、マネジメント研修、ビジネスプロフェッショナルコース
	ビジネスリーダーの育成	リーダーシップ研修(2、4、9年目、アドバンスド、エグゼクティブ)、指導社員研修
	マネジメントミッションの浸透	組織長研修(評定者訓練、組織マネジメント)
2.連結・グローバル強化のための人材育成	グループ社員の育成	事業・リスクマネジメント部主催研修(勉強会等)、グループ新任取締役勉強会等
	ナショナルスタッフの育成	本社研修(GLP、GSP、NS)現地研修(中国、アジア他)
	グローバル人材の育成	赴任前研修、駐在員研修、新人海外派遣、語学研修生派遣、実務実習生派遣、MBA研修生派遣
3.多様な人材・キャリアビジョンに応じた人材育成	多様な人材の育成と活用	キャリアビジョン支援研修、専門家人材育成研修
		メンタープログラム、キャリア採用者研修、事務職研修

働きやすい職場環境の実現

仕事と家庭の両立

少子・高齢化社会への対応と多様な人材の活用促進の観点から、社員が安心して育児・介護と仕事を両立することができる魅力ある職場環境づくりを積極的に進めています。従来から充実した育児・介護支援策を講じていますが、制度の利用を促進するためには、制度内容の周知徹底と上司を含めた周囲の理解が必要であるため、2005年度に上司用・男性用・取得者用にきめ細かく分けたパンフレットを作成したほか、継続して組織長研修において上司への啓発活動を行っています。



育児・介護ハンドブック

キャリアカウンセリング

「キャリアカウンセリング室」は、さまざまな社員がキャリアに関し相談しやすい環境を整えることを目的に、2002年に発足しました。専門資格を有したキャリアカウンセラー4名を中心に、相談者の職務経験・適性などを踏まえたキャリアに関する専門的な相談・支援を実施しています。さらに、組織長への研修や個別の相談も行っています。

評価制度

個人業績を変動給に反映させるMBO(目標管理)制度のほか、「適材適所」「人材育成」の推進を目的とした「人材アセスメント制度」を実施しています。同制度は一人ひとりが組織長と良く話し合い、自身が有する能力・適性・専門性等を毎年レビューした上で、将来の異動・育成計画に結び付けていくことを目指しています。また、組織長に対しては、2004年度より「多面観察制度」を導入し、組織長自らが普段気付きにくいマネジメント行動を組織員からのフィードバックを通じて振り返る機会を提供するなど、評価制度は社内のコミュニケーションを活性化する上で重要な役割を果たしています。

従業員との関わり

ハラスメントの防止

2000年に社員相談室を設置し、職場におけるセクハラ等に関する相談・苦情を受け付け、問題解決に努めています。社員への啓発を強化する観点から、2004年に、就業規則の服務規律にセクハラ禁止を明記し、さらに年に1回組織長研修を実施し、組織長に対してもセクハラ等の防止を徹底しています。

メンタルヘルスの支援

メンタルヘルス対策としては、事前の予防が重要であるという考えから、2005年にストレスマネジメントプログラム(心の健康診断)を開始し、社員自身がストレス状態を早期に自覚できる仕組みを設けています。

一方、精神科医・臨床心理士等専門家に社内でカウンセリングを受けることができる社員相談体制も整備しています。また、産業医、人事部、所属長等関係者による健康管理委員会を設置し、定期的に長期傷病者の実態を把握し、計画的な復職支援に努めています。

働き方の多様化への取り組み

社員の働き方の多様化に対応し、働きやすい環境を整えるため、1995年に全社にフレックスタイム制度を導入し、始業及び終業時間は、社員の自主的な判断にゆだねています。一方、法令遵守や健康管理の観点から、長時間労働を防止することにも努めており、労働組合と協調して、賃金不払残業及び三六協定の遵守状況を毎年レビューし問題解決を図ると共に、組織長研修を通じて上司への啓発活動も行っています。

海外事業所での職場環境

海外赴任の社員とその家族の安全を守り事故を防止するため、1998年に設立された海外安全対策室が中心となり、海外危険情報の収集と提供、安全対策マニュアルの発行、海外赴任前研修等での安全指導を行っています。

事件・事故、自然災害、テロ等緊急事態が発生した場合には、社員とその家族の安全を確保するため、迅速にコミュニケーションを取る体制を整備しています。さらに、緊急医療サービス会社と提携し、非常時に備えています。

労働組合との取り組み

労働組合

伊藤忠商事では、会社と伊藤忠商事労働組合が経営ビジョンを共有し、人を活かすより良い会社を目指すことが労使の基本認識となっています。従い、労使の十分な対話や経営状況の説明が重要であると考え、積極的にコミュニケーションを図っています。

2005年度は「社長との経営協議会」と、「カンパニー経営協議会」を4つのカンパニーと開催しました。経営協議会の開催に当たっては、労働組合が事前に組合員へのヒアリングやアンケートを実施し、意見や質問などを経営陣と議論します。議論の本身は、人材活用・育成といった人事面でのテーマにとどまらず、経営ビジョンや事業戦略、リスク管理など経営全般にわたります。経営協議会で交わされた議論の詳細については、後日社員にフィードバックしています。また、上記の経営協議会以外に決算内容や人材多様化推進計画などの個別のテーマ別協議会も随時開催しています。

労働組合より



伊藤忠商事労働組合
組合長
大富 博久

CSR活動は、伊藤忠商事の企業理念「豊かさを担う責任」そのものと言え、また、顧客、株主、従業員、社会、国、地球といった当社の広義のステークホルダーが期待する取り組みであると考えます。従業員が「やる気・やりがい」を持って働くことができる職場環境を整備することはCSR活動の一環であり、組合としての最重要課題ですが、我々はそれにとどまることなく、全体的かつ中長期的な視点に立ち、労使共同であるゆるCSR活動に取り組んでいきます。ひいてはそれが持続的な当社の企業価値向上や、従業員を含むあらゆるステークホルダーの満足度向上につながると考えます。

全社員総会による 社員との コミュニケーション

伊藤忠商事では2001年より原則年に2回、全社員総会を開催しています。この総会は社長をはじめ役員と社員が休日に東京・大阪の両本社で一堂に会し、直接対話を行うという自由参加型の社員総会です。海外店・国内支社支店の会場とはTV会議システムまたはインターネットで結び遠隔地の社員も参加することができます。

全社員総会への参加が一体感を生む

伊藤忠商事は元来風通しの良い企業として評価されてきました。しかし、経営を取り巻く環境の変化のスピードがますます加速するなか、当社内部においても社内コミュニケーションの重要性はますます高まる傾向にありました。社長が自ら直接社員に対し自分の情熱や社員への期待を問いかけて、一方社員は直接トップに自分の考えをぶつけてみたい、そんな思いをかなえるべく、休日を返上して社員総会を開催するという企画が立案されました。社員はトップの考え方をリアルな情報として直接インプットする。社長はじめ経営陣は社員の忌憚のない質問・意見に耳を傾ける。一方的に上司の話を聞くことが多い会社生活の中で、臨場感あふれる双方向のコミュニケーションを可能にする貴重な時間です。

TV会議システム・インターネットの活用により、国内支社・支店の社員はもとより、総合商社ならではの全世界に駐在する社員との対話も可能で、社員の一体感の醸成にもつながっています。

経営層と社員の間で活発に意見が交わされる

2006年度上期の全社員総会は5月14日(日)に、会場の東京・大阪本社およびバンコク・北京を中継して開催され、雨の日にもかかわらず、社員総勢約1,300名が参加しました。過去最高益をあげた2005年度決算及び2006年度の計画内容が報告された後、業務改革プロジェクトである「ITOCHU DNA PROJECT」の説明がありました。その後約80分にわたって対話集会が行われ、若手社員中心にさまざまな質問・意見が出され、活発な意見交換が行われました。

「各組織の目標を全員で共有し、是非新しいことを熱い気持ちで執念をもって実践しよう」という社長からの熱いメッセージで全社員総会は閉会しました。



参加者から出た主な質問とその回答

1 「ITOCHU DNA PROJECT」について：業務プロセスをマニュアル化・合理化することは大いに賛成。ただ、元来の伊藤忠のDNAは昔から脈々と続く「近江商人魂」であったり、「個人力の強さ」にあり、すべてのことを画一化すると攻撃力を殺いでしまう可能性や、かえってビジネスが非効率的になる面もあると思うが、社長はどうお考えか。

回答 DNAにはふたつの意味がある。ひとつが「Designing New Age」で、10年、20年後の伊藤忠がどうあるべきかを考えること。そしてふたつめが150年間存続・発展できた伊藤忠のDNAをより強くすることである。既存の定型フォームの効率化により、本来のDNAを強くする時間ができるはずだ。本プロジェクトは皆さんの色々な意見を聞いて進めていく。伊藤忠のDNAを定型化してどこかへやってしまうことは決してしない。理解いただいて全員参加型のワークをお願いしたい。

2 自分の所属する繊維カンパニーでは、リーテイル戦略を強く推進している。他カンパニーがどのように消費者ビジネスを捉え、かつ推進しようとしているのか。それぞれの戦略をプレジデント全員に伺いたい。

回答 田中プレジデント(食料カンパニー)

リーテイルに対して一番近いところにいるのが、当カンパニーである。当カンパニーの戦略は、原料・メーカー、中間流通、リーテイルまで一貫した事業を構築すること。この戦略を遂行するためには消費者ニーズを正確に捉えることが極めて重要。ファミリーマートとの提携も「消費者動向を把握すること」が狙いであった。ただリーテイルに参入するといっても、我々が例えばスーパーを経営できるかといえば、人材や経営能力の点で困難である。伊藤忠の持つリーテイルサポート機能によりリーテイルを囲い込んで川上と川中を一体としたバリューチェーンを構築するのが我々の戦略の最終目的(他カンパニーは省略)。

全社員総会に参加して

自分が入社して間もないころ、「せっかく丹羽社長(当時)と直接話せる機会なのだから是非質問してみよう」そう思い、手を挙げて質問をしたのが全社員総会でした。

社長をはじめとし、各カンパニープレジデントの方々と直接対話ができるという点から、伊藤忠商事の社風である“風通しの良さ”を感じます。何かいいたいことがあれば声に出していえば良い。「コミュニケーション」という定義が曖昧になってきている昨今、このような「LIVE」を意識した「全社員」による「会合」というのはとても貴重な場である、と感じています。これからも、本会合を通して伊藤忠商事を盛り上げていきたいと思えます。



繊維資材部繊維資材第一課
福永 大夢

社会貢献活動

企業理念に掲げた3つの柱のひとつは、「Societal Benefits」の実現、つまり豊かでゆとりのある社会の実現です。その実現のために私たちは、国際的視野に立ち、また「良き企業市民」として果たすべき役割を自覚して、国内のみならず、国際的にも社会貢献活動を実践していきます。

社会貢献に対する考え方

伊藤忠商事は本業を通じて社会に貢献することを目指し、これに向けた活動を行うことが重要であると考えています。その上で、本業以外の部分でも社会的課題の解決・改善に向けて社会の一員としての社会貢献活動を推進すべきと考えます。

また、「会社は市民意識の高い社員の集合体であることが求められる」との考えから、社員のボランティア活動を積極的に支援していきます。

伊藤忠商事「社会貢献活動基本方針」(1997年8月26日改訂)

伊藤忠商事は企業の礎である「Societal Benefits」の実現を図るため、会社として広く社会貢献活動を行うことはもとより、社員の実践する社会貢献活動を積極的に支援する。

重点活動分野

- 1) 社会福祉分野
- 2) 国際交流分野
- 3) 環境保全分野
- 4) 教育・文化・芸術分野
- 5) 地域活動分野

ビジネスを通じた社会貢献

伊藤忠商事は民間企業として、まずはビジネスを通じて社会に貢献することを目指したいと考えています。この考え方に基づき、カンパニーごとのCSR活動を推進するなかで、それぞれのビジネスを通じた社会貢献や社会的に意義の高いビジネスを一つひとつ積み上げていきます。

当社は、岐阜県、福井県、島根県、宮城県、三重県、などの地方自治体と提携を行い、地域のキラリと光る企業や新技術を持つ企業を応援しています。優良な地場企業への投資から、伊藤忠グループのノウハウを活用した販路拡大や人材教育まで、その共同取り組みは多岐に渡っています。

また、MOTTAINAI事業では、MOTTAINAIブランド商品化の収益の一部をアフリカのグリーンベルト運動に寄付し、公式グッズの第一弾「MOTTAINAI THANKS BAND」に関しては、女性の自立を助ける活動(Job for Housewife)の精神を引き継ぎ、商品製造をケニアの女性に依頼して女性の就業を支援することで、社会、環境、地域に貢献しています。



岐阜県との提携を活用して投資した(株)ゼロスポーツが開発した電気自動車。「愛・地球博」で運送用として活躍した。

会社が行う社会貢献活動

伊藤忠商事は、ビジネスを通じて社会に貢献するだけでなく、良き企業市民として本業以外での社会貢献活動も積極的に展開していきます。本業以外での社会貢献活動の推進に当たっては、当社の持つインフラや人的資源を活かせる活動など、社会の一員として分担すべき分野をできる限り明確にし、実行していきたいと考えています。

国内での取り組み

災害救援活動

2005年度はパキスタン北部地震や米国ハリケーンなど、世界的に災害の多い年でした。伊藤忠商事は災害発生に当たり緊急性を考慮し、被災地への義援金や物資の提供などの支援を実施しました。また、社員の募金活動等も積極的に行われており、社員の募金総額と同額を会社が上乘せるマッチングも行いました。

食糧問題

災害や紛争による慢性的な飢餓や貧困を少しでも改善するため、国連唯一の食糧援助機関であるWFP(世界食糧計画)の活動を支援する認定NPO法人・国連WFP協会の評議員となり、2005年度より同協会に対する支援を開始しました。

「ITOCHU LOBBY CONCERT」の開催

伊藤忠商事では1992年より毎年、米国の室内管弦楽団「ニューヨークシンフォニックアンサンブル」を招聘し、東京本社にて「ITOCHU LOBBY CONCERT」を開催しています。地域の方々、身体障害者施設の方々も招待していますが、障害者の方々に対するお世話は、共立女子大学・短期大学の学生と一緒に社員ボランティアが対応しています。



招待者の方々と

地球温暖化防止に関する基礎研究支援

伊藤忠商事はグループ会社と協力し、東京大学気候システム研究センターへの研究支援を1991年より継続して行っています。また、1992年より毎年1回、東京大学の先生方に気候問題を分かりやすく説明していただく「伊藤忠シンポジウム」を開催し、社外にも公開しています。地球温暖化問題の教育・啓発活動の一環です。

夏休み環境教室

1992年より「若い世代の教育」「地域との共生」「社員ボランティアの育成」といった観点から区内小学校を対象に「夏休み自由研究のお手伝い」を実施しています。港区教育委員会の協力のもと、広く参加を呼びかけています。

海外店での取り組み

ITOCHU International Inc. (米国)

1993年よりITOCHU International Inc.のグループ会社がニュージャージー州の低所得者層地域の小学校5年のクラス全員に大学までの授業料を援助することを約束したのがきっかけとなり、以来授業料の援助を続けています。その児童のうち8人が2005年6月に初めて大学を卒業し、2005年7月にITOCHU International Inc.にて卒業記念レセプションを開催しました。



卒業記念レセプション

ITOCHU MINERALS & ENERGY

OF AUSTRALIA PTY LTD. (豪州)

西オーストラリア州において、毎年、地元の子供たちや子供たちの所属するスポーツクラブを対象にITOCHU Junior Sports Awardという賞を授与しています。イベント実施日には当社の代表者が、優勝した子供やその所属クラブ、また優勝候補だった子供たちに対し、賞状、賞金などを授与しています。



ITOCHU Junior Sports Awardの授与

伊藤忠記念財団

伊藤忠記念財団では、次世代を担う健全な子供たちの育成を目的として、児童の読書啓発・指導を行っている民間の「子ども文庫」「子ども文庫連絡会」や、個人の活動を対象に助成を行っています。これまでの助成件数は1,055件、総額は約7億6千万円を超えています。

- ・「子どもの本購入費助成」……………869件
- ・「子どもの本100冊助成」……………178件
- ・研修会開催費用等の助成を行う「研修助成」……………8件

社員のボランティア活動

伊藤忠商事は、社員一人ひとりが良き市民として自立していることが「良き企業市民」であることにつながると考えており、社員が一市民として自主的に行うボランティア活動を積極的に支援しています。社員のボランティア活動を支援する制度として、ボランティア休暇・休業制度があるほか、災害救援募金活動に対するマッチングシステムや、社員の講習会受講料に対する補助等があります。

KIDSプロジェクト

NPO法人KIDSが主催するKIDSプロジェクト(障害を持つ子供たちがディズニーランドで1日を過ごすことに対するお手伝い)にエスコートボランティアとして参加しています。会社から参加費の半額を補助するとともにボランティア休暇取得対象活動としています。

東京都障害者スポーツ大会

東京都主催の東京都障害者スポーツ大会に介助ボランティアとして参加しており、2005年度は10名が参加しました。また、食料カンパニーではエビアン(飲料水)2,004本を寄贈しています。2002年からは伊藤忠OBが施設長である知的障害者更生施設「それいゆ花の里」の選手の介助を担当しています。

「ふれあいのネットワーク」の活動

「できることから始めよう」を合い言葉に、1994年結成された社員のボランティア組織「ふれあいのネットワーク」では4つの部会を中心に活動の自主企画から運営まで行っています。「音読ボランティア部会」では毎月1回高齢者福祉施設「パール」にてデイサービスのお年寄りに本を耳で聞いていただく訪問音読を実施。また、「災害救助の集い」では毎月1回災害救助に必要な知識や技術を学んでいます。2005年度には帰宅困難問題のシミュレーションやライフラインについて講習会も実施しました。このほか、自然観察を行う「自然観察部会」や年末にカレンダーと手帳を神戸の復興住宅のお年寄りや山古志村の被災地の方々に寄付等する「草の根部会」があります。



アサヒビールのタバ「チャリティーバザー」

事業投資と商品取引における環境アセスメント

伊藤忠商事は国内外において多種多様な商品取引や事業投資等を行っているため、自らの活動が地球環境に対して大きな影響をもたらし得ると認識しています。そのため、新規の商品取引や事業投資を実施する場合、事前に環境面での十分なチェックを行う環境アセスメントの仕組みを構築しています。

事業投資及び商品取引における環境影響アセスメント

環境アセスメントに対する基本的姿勢

伊藤忠商事は地球規模でさまざまな形での商品取引や投資等を行っています。鉄鉱石、原油などの資源開発及びそれに伴うプラント設置等、活動自体が直接的にも、間接的にも、環境に大きな影響をもたらし得る可能性があります。

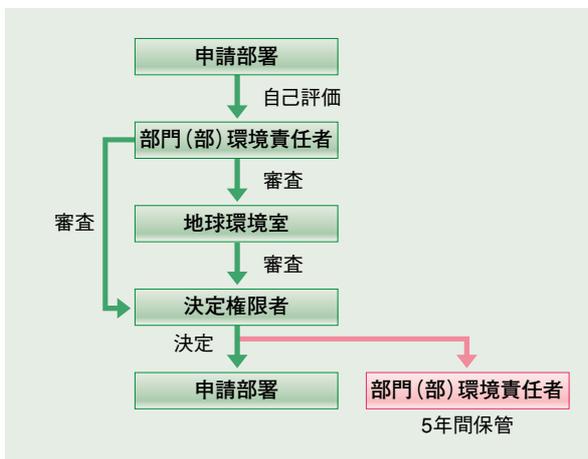
そうしたことから、当社が重視しているのが、事業投資及び商品取引における環境アセスメントです。「新規投資（開発）申請」や「新規商品取扱申請」の際に十分な環境影響についてのアセスメントを実施することが、環境配慮の上での最重要事項と考えています。

環境アセスメントの仕組み

環境アセスメントの仕組みとして、「新規投資（開発）申請」については、環境への影響をあらゆる角度から十分に精査し、環境面での影響が生じ得るものと判断された場合は、地球環境室の意見を求めることとなっています。必要に応じて、専門機関による環境アセスメント（自然環境、当該国の法規制、国際条約等に関する環境影響の事前調査）が実施されます。

また、「新規商品取扱申請」については、全申請案件につき環境面からの検証を加えることとしており、地球環境室がこれを担当しています。

新規投資・開発における環境アセスメントフロー



環境アセスメントの事例 土壌汚染問題への対応

2005年度に実施した環境アセスメントのひとつに、英国で一般消費財の物流業務（倉庫運営）に着手しようとする案件がありました。そのアセスメントで最重要視された事項が、取得予定としている土地の土壌汚染状況の確認でした。そこで以下ふたつの観点より、信頼のおける調査機関による土壌汚染等の調査を実施しましたが、調査結果として問題は確認されませんでした。

- ①物流オペレーション現場での環境面での信頼性。
- ②土壌汚染に起因し得る潜在的リスクの未然防止。

既存取扱商品における環境アセスメント

既存取扱商品に関しても、毎年、原材料から廃棄に至るまでのフローを分析し、環境に影響を与え得る原因とその結果を特定するライフサイクル分析的手法を用いた調査を実施しています。調査結果として、環境負荷を持ち得る商品取引等として認定された場合、取扱部署がその商品取引等を推進するに際し、地球環境室がそれを年1回定期的にチェックし、指導する仕組みを構築しています。

グループ会社の環境アセスメント

伊藤忠グループには多種多様な業種の会社があり、なかには環境問題に十分な配慮を要する製造業や物流業等の会社も含まれます。こうしたことから、当グループの環境対策を推進する上では、グループ全体を視野に入れた環境リスク管理が重要です。そこで2001年度よりグループ会社を対象に、環境負荷及び環境関連法規制の遵守状況等の実態調査を開始。2005年度までの5年間で、毎年、環境問題に十分な配慮を要する20数社を選定の上、調査し、2006年3月末までに全116社の調査を実施しました。各社に環境リスクの未然防止を主眼とした指導を行っています。

今後も本調査を継続し、当グループの環境リスク未然防止及び環境保全の推進に努めていきます。

より良い社会に貢献する 循環社会型ビジネス

伊藤忠商事が事業を通してどのように環境保全に貢献できるのかを考えたとき、環境保全型ビジネスを一つひとつ実現していくことが重要な使命です。ここでは、当社が取り組んだ循環型社会の構築に貢献するビジネス「MOTTAINAIキャンペーン」をご紹介します。

MOTTAINAI事業の目的と概要

伊藤忠商事は、植林活動推進等の功績により環境分野で初のノーベル平和賞を受賞したワンガリ・マータイさんが提唱する「MOTTAINAIキャンペーン」に2005年7月より賛同し、「MOTTAINAI」を世界初の循環社会型環境ブランドとして展開しています。

当社はこれまでに取り組んできたさまざまなブランドビジネスによるライセンス商品化のノウハウを最大限活かし、MOTTAINAIキャンペーン事務局（毎日新聞社）と協力の上、商品化を通じて「MOTTAINAIキャンペーン」を世界規模で広げていきます。ごみの減量に配慮した商品、再利用可能な商品、再資源化を企画基準とした商品など3Rの理念に基づいた商品化を行っていきます。また当社が得意とするコンテンツビジネス（音楽配信、映像化、イベント）など、独自の視点からも順次推進します。

販売されたブランド商品の収益の一部は、マータイさんが創設した植林活動「グリーンベルト運動」に寄付していくことで、賛同企業各社にとってもビジネス展開のみならず、ビジネスを通じて地球環境に貢献できることが特徴です。MOTTAINAIのある生活を消費者に提案することをテーマに、ライセンサー及びキャンペーン賛同企業として、3年後に50社を目標にしています。



商品開発・販売の流れ

MOTTAINAIブランドを商品化するに当たっての条件は、3R（Reduce, Reuse, Recycle）の理念が商品にひとつでも反映されていることです。具体的には、商品の素材がリサイクル素材であること（例：再生繊維から製造するネクタイ）や、商品そのものがリデュース、リユースの観点から作られたもの（例：風呂敷、エコバッグ）であることです。

またMOTTAINAIを広げていく観点から、MOTTAINAI公式グッズを定期的に発売していきます。公式グッズの第1弾「MOTTAINAI THANKS BAND」に関しては、マータイさんが支援する女性の自立を助ける活動（Job for Housewife）の精神を引き継ぎ、商品の製造をケニアの女性に依頼しています。女性の就業を支援するとともに、農業だけに頼らない新たな産業機会を提供することで、地域の発展に貢献していきます。

「MOTTAINAI THANKS BAND」の販売

公式グッズの第1弾「MOTTAINAI THANKS BAND」は、MOTTAINAIへの賛同を象徴し、身に付けることで生活のなかで少しでも3Rの意識を持ってもらい、身近なところからヒト・モノ・コトへの感謝の気持ちと環境への配慮を考えるきっかけを作っていきます。すべて地球にやさしい天然素材を使用したケニアの女性たちによるハンドメイドです。販売価格390円（税込み）のうち39円を植林活動「グリーンベルト運動」に寄付しています。



MOTTAINAI THANKS BANDの工房（ケニア）



MOTTAINAI THANKS BAND

ワンガリ・マータイさんの講演会を開催

2006年2月14日、ケニアの環境副大臣であり、30年間で3,000万本以上の植林活動を認められノーベル平和賞を受賞したワンガリ・マータイさんが東京本社に来社され、講演会が行われました。マータイさんは長年にわたりグリーンベルト運動、3R（Reduce, Reuse, Recycle）運動を推進しています。2005年初めて来日した際に日本語の「もったいない」という言葉に出会い、「自分が長年活動してきた3R運動の概念に加え、物事に敬意を払うという意味をたった一言で言い表している言葉は世界中探しても他の言語にはない」と感銘を受け、環境保



護のメッセージを伝える際に「Do your MOTTAINAI」（あなたのもったいないをしてください）と使っているそうです。当日は350人あまりの社員が集まり、立ち見が出るほどの盛況ぶりでマータイさんのお話熱心に耳を傾けていました。

環境活動の方針と推進体制

伊藤忠商事では事業活動を行うに当たっては、「環境方針」に基づいた取り組みをしています。また、社員一人ひとりが環境保全についての意識を高めることが重要と考え、オフィスにおける環境活動にも注力しています。

環境活動の考え方

伊藤忠商事「環境方針」(1997年10月策定 2004年7月改訂)

[I] 基本理念

地球環境問題はその影響が地球的規模の拡がりを持つとともに、人類の生存に係わる問題である。国際社会の一員である伊藤忠商事は、地球環境問題を経営方針の最重要事項の一つとして位置づけ、企業理念である「豊かさを担う責任」を果たすべく「青い地球と経済成長の両立を図る企業活動」を行い、また「伊藤忠商事企業行動基準」に示す「環境問題への積極的取組」を推進し、このかけがえのない地球を守り広く社会に貢献する。

[II] 基本方針

伊藤忠商事は、国内のみならず、輸出入、海外間において、繊維、機械、宇宙・情報・マルチメディア、金属・エネルギー、生活資材・化学品、食料、金融・不動産・保険・物流等様々な製品・サービスの提供を行っており、また国内外で開発及び事業投資等の活動を行っている。伊藤忠商事は、これらの活動の推進に当たって定期的に環境影響を評価し継続的改善に努めるとともに、地球環境保全に関する基本方針として、以下を定める。(項目のみ抜粋)

- | | |
|---------------|----------------|
| (1) 環境への配慮 | (2) 環境関連諸法規の遵守 |
| (3) 環境保全活動の推進 | (4) 社会との共生 |
| (5) 啓発活動の推進 | |

2004年7月 代表取締役社長 小林 栄三

環境管理体制

社長より任命された地球環境委員長が環境保全活動の最上位責任者であり、その諮問機関として地球環境委員会を設けています。実務責任者として、地球環境委員長より任命された環境管理責任者がその任にあたります。環境の管理単位である各部門には、環境責任者(全社75名)を選任し、環境責任者のもとにエコリーダーが配置されています。

伊藤忠商事はISO14001を1997年に認証取得しており、毎年、ISO14001に基づく社内環境監査を実施しています。2005年度は全75部署の監査の結果、不適合(軽微)2件と指導事項71件がありましたが、いずれについても早急に改善策が講じられました。

グループ会社についても、さらに環境保全活動を推進する必要があることから、2005年3月に国内連結子会社を中心として「事業会社環境責任者」を設置しました。あわせて、環境問題に十分な配慮を要するグループ会社に対しては、従来から実施している環境アセスメント(P39参照)を実施し、よりいっそうの環境リスク未然防止に努める等、重点的対応分野や会社を特定した上で、メリハリのあるグループマネジメントを推進します。

環境関連法令動向への対応

環境関連法令動向に関する各種情報は、地球環境室が各関係部署に配信し、また適宜講習会を実施し、法令遵守の周知徹底を図っています。最近では、2006年7月1日施行の「EU電気電子機器に含まれる特定有害物質の使用制限(RoHS指令)」及び「家電製品・パソコンの製品含有物質に関する情報提供の義務化(Rマーク)」につき、ニュースを配信しました。

東京都環境確保条例

新「地球温暖化対策計画書制度」

本制度は、東京都内の温室効果ガス排出量の多い事業者が排出量削減のための「地球温暖化対策計画書」を作成し、東京都が評価し、その結果を公表することで事業者の地球温暖化防止の取り組みを推進するものです。

伊藤忠商事も上記計画書を提出しましたが、省エネ活動、設備の更新等の計画の確実な遂行により、今後も東京本社ビルの温室効果ガス排出削減に努力していきます。

GRIガイドラインと本報告書の対照表

サステナビリティ・リポーティング・ガイドライン2002

GRIガイドライン: NGOであるGRI (Global Reporting Initiative) が公表する、経済・環境・社会パフォーマンスを報告するための枠組み

項目	指標	記載ページ	
1 ビジョンと戦略			
1.1	持続可能な発展への寄与に関する組織のビジョンと戦略に関する声明	3-8	
1.2	報告書の主要要素を表す最高経営責任者(または同等の上級管理職)の声明	3-4	
2 報告組織の概要			
組織概要			
2.1	報告組織の名称	1	
2.2	主な製品やサービス。それが適切な場合には、ブランド名も含む	9-22	
2.3	報告組織の事業構造	1	
2.4	主要部門、製造部門子会社、系列企業および合併企業の記述	1、9-22	
2.5	事業所の所在国名	1	
2.6	企業形態(法的形態)例:株式会社、有限会社など	1	
2.7	対象市場の特質	9-22	
2.8	組織規模	1	
2.9	ステークホルダーのリスト。その特質、および報告組織との関係	6	
報告書の範囲			
2.10	報告書に関する問い合わせ先。電子メールやホームページのアドレスなど	2、裏表紙	
2.11	記載情報の報告期間(年度/暦年など)	2	
2.13	[報告組織の範囲](国/地域、製品/サービス、部門/施設/合併事業/子会社)と、もしあれば特定の「報告内容の範囲」	2	
報告書の概要			
2.20	持続可能性報告書に必要な、正確性、網羅性、信頼性を増進し保証するための方針と組織の取り組み	2	
2.22	報告書利用者が、個別施設の情報も含め、組織の活動の経済・環境・社会的側面に関する追加情報報告書を手に入れる方法(可能な場合には)	41	
3 統治構造とマネジメントシステム			
構造と統治			
3.1	組織の統治構造。取締役会の下にある、戦略設定と組織の監督に責任を持つ主要委員会を含む	27	
3.4	組織の経済・環境・社会的なリスクや機会を特定し管理するための、取締役会レベルにおける監督プロセス	27	
3.6	経済・環境・社会と他の関連事項に関する各方針の、監督、実施、監査に責任を持つ組織構造と主務者	27	
3.7	組織の使命と価値の声明。組織内で開発された行動規範または原則。経済・環境・社会各パフォーマンスにかかわる方針とその実行についての方針	5-22、37、41	
ステークホルダーの参画			
3.9	主要ステークホルダーの定義および選出の根拠	6	
3.10	ステークホルダーとの協議の手法。協議の種類別ごとに、またステークホルダーのグループごとに協議頻度に換算して報告	23-26、35-36	
3.11	ステークホルダーとの協議から生じた情報の種類	23-26、35-36	
3.12	ステークホルダーの参画からもたらされる情報の活用状況	35-36	
統括的方針およびマネジメントシステム			
3.16	上流および下流部門での影響を管理するための方針とシステム	9-22	
3.17	自己の活動の結果、間接的に生じる経済・環境・社会的影響を管理するための報告組織としての取り組み	39	
3.19	経済・環境・社会的パフォーマンスに関わるプログラムと手順	33-35、39、41	
3.20	経済・環境・社会的マネジメントシステムに関わる認証状況	41	
4 GRIガイドライン対照表			
4.1	GRI報告書内容の各要素の所在をセクションおよび指標ごとに示した表	42	
5 パフォーマンス指標			
経済的パフォーマンス指標			
顧客	EC1	金銭的フロー指標:総売上げ	1
	EC2	市場の地域別内訳	1
環境パフォーマンス指標			
エネルギー	EN3	直接的エネルギー使用量	WEB*
水	EN5	水の総使用量	WEB*
放出物、排出物および廃棄物	EN8	温室効果ガス排出量(CO ₂ 、CH ₄ 、N ₂ O、HFCs、PFCs、SF ₆)	WEB*
	EN11	種類別と処理方法別の廃棄物総量	WEB*
法の遵守	EN16	環境に関する国際的な宣言/協定/条約、全国レベルの規制、地方レベルの規制、地域の規制の違反に対する付帯義務と罰金。事業活動を行う国別の状況を説明のこと	41
水	EN22	水のリサイクル量および再利用量の総量	WEB*
社会的パフォーマンス指標			
【労働慣行と公正な労働条件】			
雇用	LA2	雇用創出総計と平均離職率を地域・国別に区分	33
	LA4	報告組織の運営に関する変更(例:リストラックチャリング)の際の従業員への情報提供、協議、交渉に関する方針と手順	35
人種多様性と機会均等	LA10	機会均等に関する方針やプログラムと、その施行状況を保証する監視システムおよびその結果の記述	33
雇用	LA12	従業員に対する法定以上の福利厚生	34-35
労働/労使関係	LA13	意思決定および経営(企業統治を含む)に正規従業員が参画するための規定	36
教育研修	LA16	雇用適性を持ち続けるための従業員支援および職務終了への対処プログラムの記述	34
	LA17	技能管理または生涯学習のための特別方針とプログラム	34
【人権】			
方針とマネジメント	HR1	業務上の人権問題の全側面に関する方針、ガイドライン、組織構成、手順に関する記述(監視システムとその結果を含む)	33-35
差別対策	HR4	業務上のあらゆる差別の撤廃に関するグローバルな方針、手順、プログラムの記述(監視システムとその結果も含む)	33-35
組合結成と団体交渉の自由	HR5	組合結成の自由に関する方針と、この方針が地域法から独立して国際的に適用される範囲の記述。またこれらの問題に取り組むための手順・プログラムの記述	35
方針とマネジメント	HR8	業務上の人権問題の全側面に関する方針と手順についての従業員研修:訓練形態、研修参加者数、平均研修期間を含めること	35
懲罰慣行	HR10	報復防止措置と、実効的な秘密保持・苦情処理システムの記述(人権への影響を含むが、それに限定されない)	35
【製品責任】			
顧客の安全衛生	PR1	製品・サービスの使用における顧客の安全衛生の保護に関する方針、この方針が明白に述べられ適用されている範囲、またこの問題を扱うための手順/プログラム(監視システムとその結果を含む)の記述	7、9-22
製品とサービス	PR2	商品情報と品質表示に関する組織の方針、手順/マネジメントシステム、遵守システムの記述	19-22
プライバシーの尊重	PR3	消費者のプライバシー保護に関する、方針、手順/マネジメントシステム、遵守システムの記述	10、14、22

※WEB: <http://www.itochu.co.jp/main/csr/env/index.html>

編集タスクフォースメンバー

繊維カンパニー	小山 和彦	金融・不動産・保険・物流カンパニー	荒川 勉	人事部	佐野 智弘
機械カンパニー	西澤 善弘	業務部	齊藤 晃	CSR・コンプライアンス統括部	茂木 康次郎
宇宙・情報・マルチメディアカンパニー	林 哲生	事業・リスクマネジメント部	野村 雅和	〃	小野 慎一郎
金属・エネルギーカンパニー	三橋 優憲	広報部	北川 正英	〃	中村 政樹
生活資材・化学品カンパニー	鈴木 通睦	IR室	保里 周良	〃	桜本 朱美
食料カンパニー	竹内 壽一	海外市场部	鈴木 孝雄	〃	中山 比呂子



本レポートの表紙は、当社発祥のルーツである「麻布」をモチーフにしています。初代、伊藤忠兵衛が近江麻布の持ち下り商いを始めてから150年。伊藤忠商事は「商い」の原点を大切にしながら、新たな挑戦を続けていきます。

伊藤忠商事株式会社

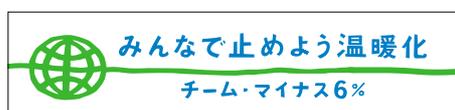
CSR・コンプライアンス統括部

〒107-8077 東京都港区北青山2丁目5番1号

Tel: 03-3497-4064 Fax: 03-3497-7769

E-mail: tokcr@itochu.co.jp

ホームページ: <http://www.itochu.co.jp>



本文用紙にFSC認証紙を使用しています。