

私のECO最良宣言

(ひいき)



報告書から始まるコミュニケーション

淑徳大学国際コミュニケーション学部教授 清水正道さん

CSR報告書や環境報告書を発行する企業が増えてきている。報告書は、企業が情報を開示したり、メッセージを発信する道具であり、まとめただけではもったいない。大事なことは報告書を素材として、社会との「コミュニケーション」を始めることだ。

考えてみよう。私たちは正しいのか決めにくいこと。だからこそコミュニケーションを繰り返すことが必要で、私たちは教育や啓発、議論などの多様な活動によって解決の道筋を追求している。

これは、環境活動やCSR活動に取り組む企業にとっても同じことで、多様なコミュニケーションを続けていく。

業は運動時の挨拶運動に取り組んでおり、これによって企業を受け入れようという気運が地域に醸成されてきたことが分かった。

双方向のコミュニケーションは、報告書を作成して配布しただけで始まるわけではない。多様なコミュニケーションによって、企業を評価し受け入れる関係を築くことが大切だ。CSRは、報告書を作成して配布しただけで始まるわけではない。多様なコミュニケーションによって、企業を評価し受け入れる関係を築くことが大切だ。

や考え方や、メッセージを発信するといいたいだろう。では、どんなコミュニケーションから始めるか。私は「本業でやるべし」が持論だ。ビジネスでは、マーケットの中で何ができるのかを常に考えているだろう。CSR活動も同じで、社会的な課題に対して自社の強みを生かす発想が大切だ。

「可能性もある。ただし、CSR活動はビジネスとは異なり決算期もないし、社会的な評価や成果を実感できるまでには長い時間がかかるだろう。」

PRとはパブリック・リレーションズの略。住民や消費者などの「市民」という「関係性」を築く活動との意味。一般的に使われる

地球規模の環境問題をどうやって知ったのだろうか。多くの場合、直接目にしたり、手で触れたりしたからではなく、報道や報告書などのようなコミュニケーション手段によって理解しているわけだ。

しかも難しいのは、地域や国、人によって考え方や基準には違いがあり、何が中していた。実は、この企業は運動時の挨拶運動に取り組んでおり、これによって企業を受け入れようという気運が地域に醸成されてきたことが分かった。

双方向のコミュニケーションは、報告書を作成して配布しただけで始まるわけではない。多様なコミュニケーションによって、企業を評価し受け入れる関係を築くことが大切だ。

そのためには、本業の強みをビジネス以外の分野でも活用できないかと常に考え、準備しておくことが必要だろう。でなければ、機会をみですぐに動き出すことができない。

CSRは、本業の強みを生かせる分野を広げた先にこそあるもので、やがては新しい事業領域の開拓に繋がる。

「宣言ではなく、社会的な信頼や理解を得る活動という意味がある。」

企業は、地域社会へのPRによって、新しい社会的ニーズを発見したり、新しいビジネスを築くことができるし、それを継続することでもっと強い「絆」が生まれるのだ。