

第三者意見

第三者による継続的フォローの意義

富士重工業グループのCSRレポートに対する第三者意見を書かせていただくのは、今回で5回目になります。5年間継続して同じ人物が同じ企業グループの取り組みをフォローして、第三者としての意見や指摘を出すというケースは、他社ではあまり見られないのではないのでしょうか。互いに緊張感を失って、馴れ合いの関係になってしまうのではマイナスですが、そうならないように十分留意しつつ、継続的に富士重工業グループの取り組みを見させていただくことで、私としては、毎年、新たな発見があったり、着実な改善や進展を把握したりすることができ、それが結果的に的確な指摘につながるというプラスの面が大きいと感じています。

さて、今回の第三者意見の執筆にあたっては、CSRレポート2015に掲載されている内容および関連のWeb情報を拝見したことに加え、7月末には群馬県太田市にある本工場を訪問して、同工場における取り組みやグリーン調達ガイドラインおよびCSRガイドラインの改訂内容に関する説明を伺うとともに、Eye-sight搭載車の試乗、プリクラッシュ試験の見学、テストコースの同乗試乗といった貴重な経験をさせていただきました。さらに、本工場内の製造現場を見学した後、スバルディーラーである富士スバル株式会社も訪問させていただきました。以上を踏まえて、以下に所感をまとめます。

これまでの指摘事項への対応

CSRレポート2015の3頁には、第三者意見等を踏まえて昨年度からどのような点が改善されたのかがまとめられています。ここにあるように、これまでの指摘に向き合い真摯に対応しようとしている姿勢と着実な進展がうかがえます。

特に、生物多様性については、2011年度以来、事業活動による影響を把握して具体策を検討していくべきであるということ指摘してきましたが、これまでの間、地道な取り組みの模索がなされてきた結果、昨年度には生物多様性ワーキンググループが発足して、具体的な活動が展開され始めたとのことで、今後の展開が期待されるようです。また、自動車メーカーとして使用済み自動車に関わる責務をどのように果たしているのかを分かりやすく説明すべきとの昨年の指摘に対しては、流れをイラスト化して解説するといった内容の充実が図られています。

このほか、2013年度には、顧客等の社外からどのような声が届き、それらを具体的にどのように活かしているのか、今後の課題は何なのかも含めた、ネガティブ情報と対応結果の公開を充実させるべきとの指摘をしたところです。この点に関しては、いまだCSRレポート本体には十分な情報を見出すことができませんでした。他方、CSRレポートの29頁には顧客満足度調査において肯定的な評価が8割強を占めていることなどが明らかにされていますが、むしろ肯定的ではない残りの2割弱の意見がどのようなもので、それがいかなる要因によるものなのかをしっかりと分析して活かしていくことが重要だと思います。それがトップメッセージにある「スバルブランドを磨く」ことにつながっていくのではないのでしょうか。

部門／関係者間の共通理解の醸成

スバル車の安全性には定評があり、客観的にも国内外の安全性能試験において高い安全性が証明されています。安全性能の徹底的追求がスバルらしさであるともいえます。ところが、実際にどのような作業や工程を経て、スバル車の安全性が追求され実現されているのかについては、必ずしも全従業員が把握し理解しているわけではないようです。「全従業員」というのはなかなかハードルが高いかもしれませんが、自動車や製品づくりがあってこそその企業なので、自動車や製品に関わる根本的な情報や認識を部門間でもしくはサプライチェーンも含めた関係者間で共有しておくことは重要です。既に階層別、職能別にさまざまな教育プログラムが用意されているとのことですが、設計・開発・製造・営業・販売といった部門の枠を超えた業務について理解するための基本的な教育プログラムが求められるところです。



首都大学東京 教授
奥 真美氏

プロフィール

横浜国立大学経済学部卒業、同大学大学院国際経済学研究所を修了後、1993～98年まで（財）東京市政調査会研究員、98～2006年まで長崎大学環境科学部助教授を経て、現在、首都大学東京・都市教養学部・都市政策コース長・教授。専門は環境法・行政法。著書に『ECの環境法制度と環境管理手法』（東京市政調査会）、『環境法へのアプローチ』（成文堂）、『自治体環境行政の最前線』（ぎょうせい）、『環境ビジネスハンドブック』（中央法規）などがある。

環境マネジメントシステム導入に関する総括と優れた取り組みの水平展開

富士重工業ではすべての販売特約店に対してエコアクション21（EA21）の認証取得を促し、それが実現・継続されています。このこと自体高く評価されるどころですが、さらに一歩進んで、全販売特約店におけるEA21運用の成果と課題を富士重工業として総括するとともに、特に水平展開が図られると望ましいような取り組みや成果の事例については他の販売特約店に対して積極的に紹介していくなど、EA21というツールを活用して実質的・継続的な改善につなげていくためのより一層の支援がなされることを期待したいところです。

CSRレポート掲載情報とWeb情報との確実なリンク

富士重工業のCSRレポートは2013年版からWebサイトにおける公表が基本となっています。当時の第三者意見において、Webサイトの特性を活かして、関連情報へのリンクの充実を期待したところですが、この点に関しては2015年版においても多分に改善の余地があるようです。たとえば、上述した自動車リサイクルの流れに関するイラスト解説や生物多様性ワーキンググループの具体的な活動については、CSRレポートに記載されているはずの情報ですが、実際にはWeb上の別の場所にあって、リンクが張られていませんでした。また、リンクが張られた体裁にはなっても、クリックするとそこには情報がないといった個所もあり、ステークホルダーに対する情報提供媒体としてCSRレポートを確実かつ十分に機能させるという観点から総点検がなされることを期待いたします。

▶ [第三者意見をいただいて](#)