

# デンソーの社会貢献活動

- I. 弊社のプロフィール
- II. CSRと社会貢献の位置づけ
- III. 社会貢献の主要プログラム
- IV. これまでの活動の評価と今後の方向
- V. まとめ

平成21年8月7日

株式会社デンソー 川口 清司

# I. 弊社のプロフィール(平成21年3月31日現在)

1. 設立 昭和24年12月16日
2. 本社所在地 愛知県刈谷市
3. 資本金 1,874億円
4. 従業員数 11万9,919名(連結)
5. 売上高 3兆1,427億円(連結)
6. 製品

先進的なクルマ社会の創造をめざし、4つの製品分野で多様な部品・システムを提供しています。

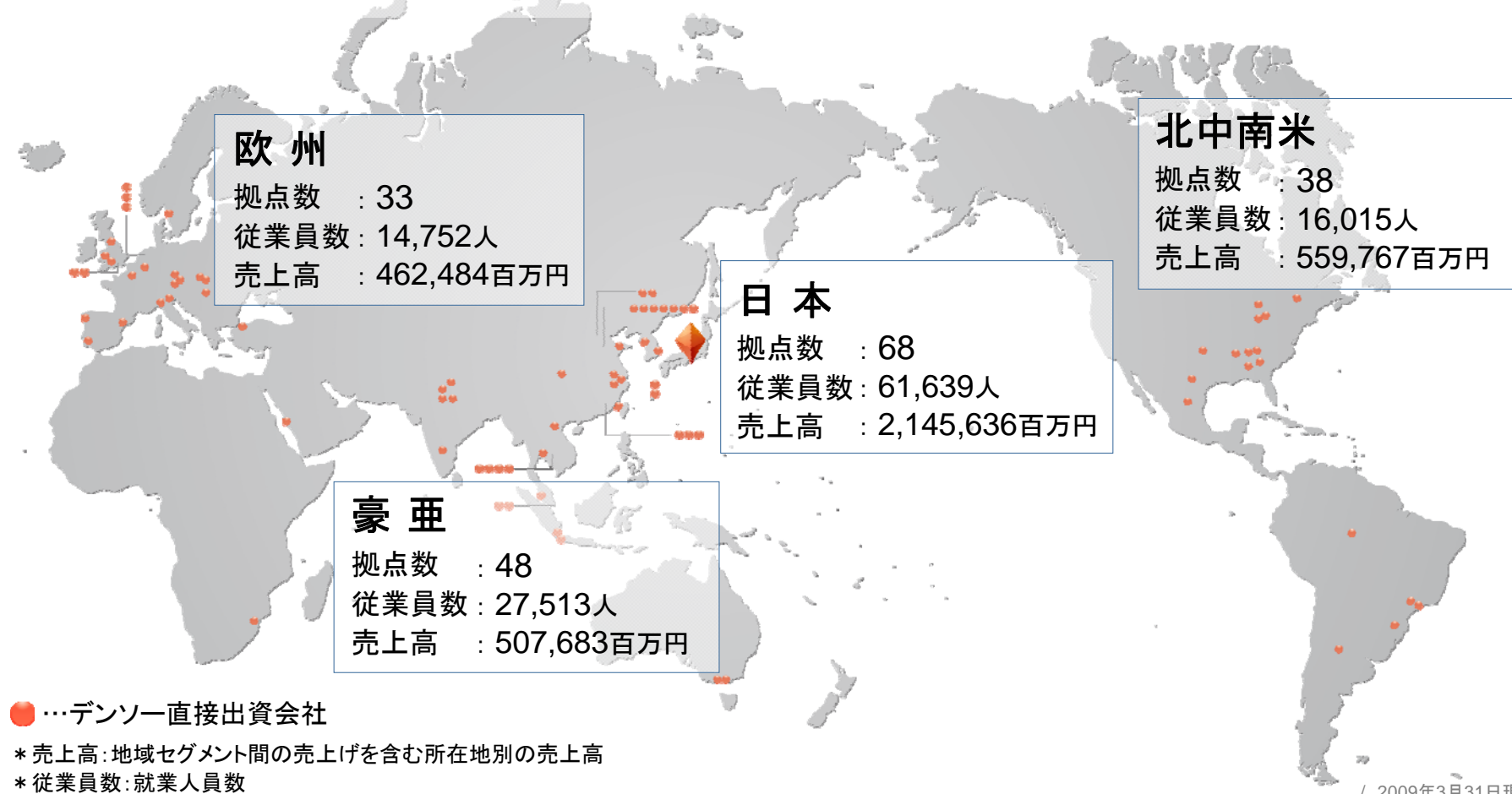
|  |  |
|--|--|
| <p><b>安全</b> クルマに乗る人も歩行者も安心できる<br/>交通事故のない社会へ</p> <p>車間制御:ミリ波レーダ</p>  <p>ブレーキコントロール:ESCユニット</p>   | <p><b>環境</b> クルマの一生を通じて<br/>環境負荷が限りなくゼロに近い社会へ</p> <p>ディーゼルエンジン(コモンレールシステム)</p>    <p>サンプライポン</p> <p>ソレノイドインジェクタ</p> <p>ECU</p>  |
| <p><b>快適</b> 誰もが移動できる<br/>空間や時間を<br/>心から楽しめる社会へ</p>  <p>エアコンユニット</p>  <p>ハイブリッド用電動コンプレッサ</p>  <p>バス用エアコン</p>  | <p><b>利便</b> ストレスなくスムーズに移動できる<br/>豊かなクルマ社会へ</p>     <p>カーナビゲーションシステム</p> <p>ETC</p> <p>ハイブリッド用新型インバータ</p>  |

## 7. 地域別の事業拠点

全拠点数 219社 (32の国と地域 ※日本含)

連結子会社数 : 187 (日本 68、北中南米 38、欧州 33、豪亜 48)

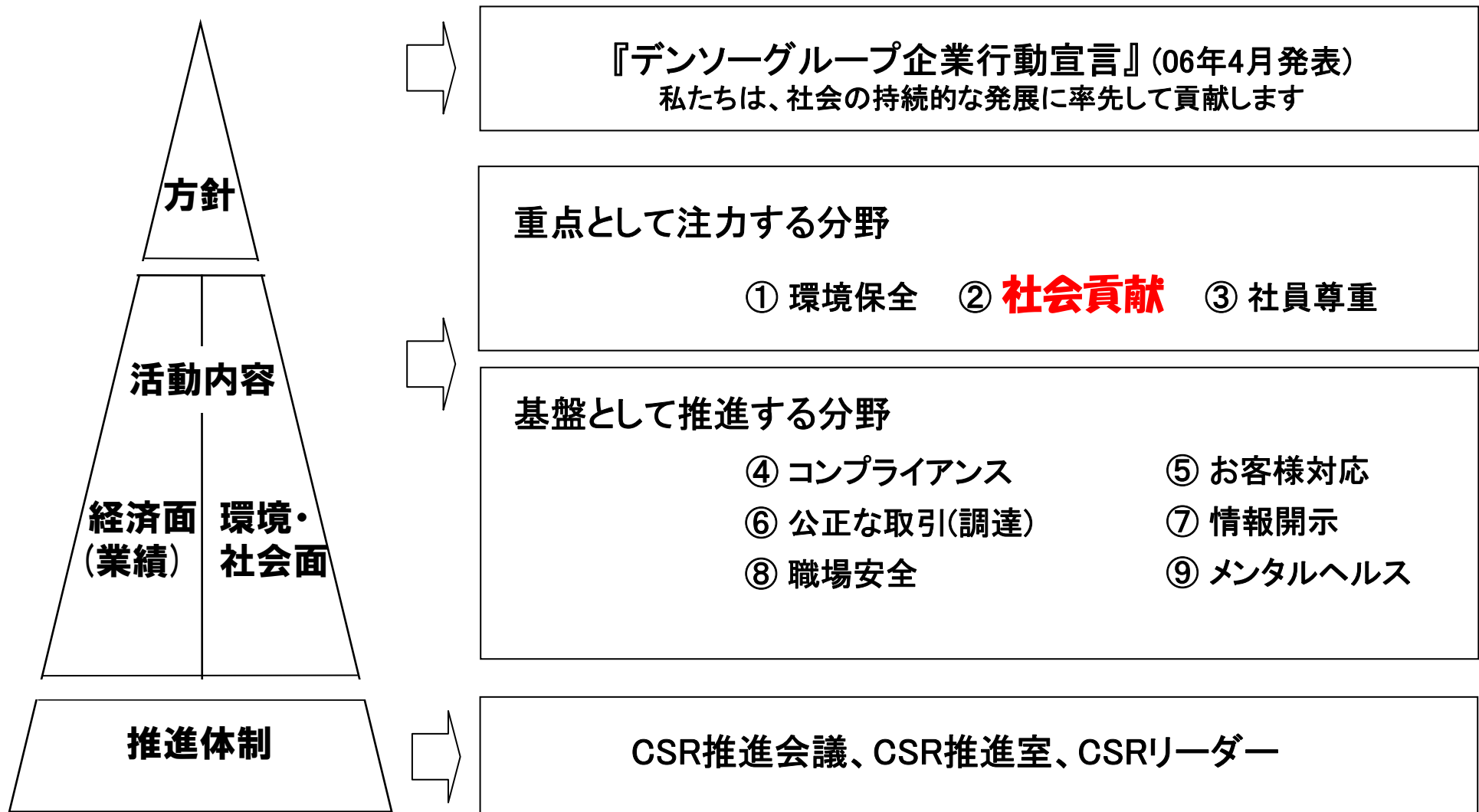
持分法適用関連会社数 : 32 (日本 13、北中南米 5、欧州 3、豪亜 9、その他 2)



## II. CSRと社会貢献の位置づけ

### 1. CSRと社会貢献の位置づけ

**社会貢献**をCSRの重点分野として位置づけ、戦略的、計画的に推進



## 2. デンソーグループ社会貢献活動基本方針 <06年11月制定>

### デンソーグループ企業行動宣言

社会との共生を目指して、**事業活動を行うあらゆる地域**で社会貢献活動に努めます

### デンソーグループ社会貢献活動基本方針(要旨)

#### ◇重点分野

##### 1. 人づくり

- ・次世代の人材育成(科学技術・技能教育等)
- ・社会参加のための自立支援(障がい者等)

##### 2. 環境共生

- ・コミュニティの自然環境保護
- ・地球環境保護

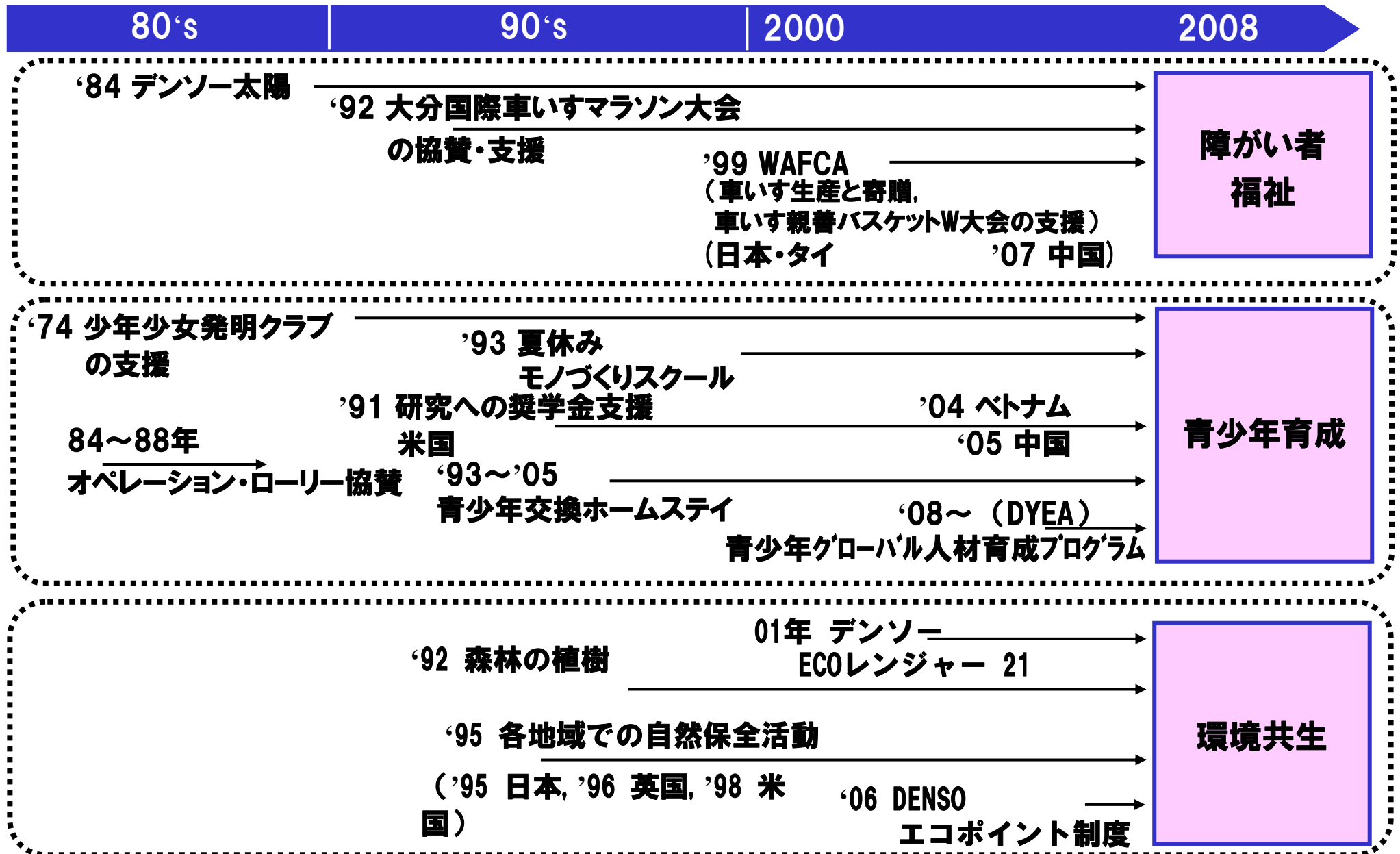
#### ◇社員参加の風土づくり

社員のボランティア活動支援

#### ◇情報発信

積極的な情報発信と双方向コミュニケーション

## 2. 社会貢献活動の歴史



※その他ボランティア支援センターによる社員のボランティア活動支援を推進しています。

### Ⅲ. 社会貢献の主要プログラム

**記録映像をご覧ください。**

## IV. これまでの活動の評価と今後の方向

### 1. 活動の評価

・概ね計画どおりに活動を推進し、社会からの評価も向上

⇒ 東洋経済誌で07年CSR1位の評価

週間東洋経済 2008.5.17より抜粋

第11回環境報告書賞/第5回サステナビリティ報告書賞

#### ■ 東洋経済「CSRランキング」トップ20社

2007年

2006年

| 順位 | 社名             | 総合ポイント | 順位 | 社名             | 総合ポイント |
|----|----------------|--------|----|----------------|--------|
| 1  | デンソー           |        |    |                | 538.9  |
| 2  | 東芝             |        |    |                | 537.0  |
| 3  | シャープ           |        |    |                | 536.6  |
| 4  | ソニー            |        |    |                | 534.2  |
| 5  | トヨタ自動車         |        |    |                | 532.5  |
| 6  | 松下電器産業         |        |    |                | 530.4  |
| 7  | 富士フイルムホールディングス |        |    |                | 529.9  |
| 8  | キヤノン           | 525.6  | 8  | リコー            | 528.9  |
| 9  | リコー            | 525.5  | 9  | 三菱電機           | 522.5  |
| 10 | 三菱電機           | 516.6  | 10 | 富士フイルムホールディングス | 521.4  |

◆評価されている点(強み)

- ・先進性、オリジナル性
- ・継続性



## 2. 事業環境の変化と会社の取り組み姿勢

### <事業環境の変化>

|       | これまで (05年~)                      | → 今後(08年~)              |
|-------|----------------------------------|-------------------------|
| 世界経済  | BRICSの成長による好景気                   | 世界同時不況                  |
| 自動車業界 | ・空前の好景気<br>・急速なグローバル化            | 市場の急速な冷込み<br>収益悪化(赤字転落) |
| 社会の期待 | ・収益の社会還元                         | 雇用維持、次なる成長              |
|       | ・企業の社会的責任(CSR)の重視<br>・地球環境問題への対応 | ←<br>←                  |
| 社員    | ・高負荷・繁忙感、収入増                     | 自由時間増、収入減               |

### 悩み

従来のやり方を継続するだけなら  
社員・株主からの批判を招く恐れ

業績悪化だけを理由にやめれば  
社会からの信頼が失墜する恐れ

### <DNの社会貢献に対する期待>

◆ステークホルダーダイアログ(08年12月)より  
「地域の課題・困りごとを真摯に聞いて、課題の解決に向けた活動に結びつけて欲しい」 → 地域との連携

### 会社の姿勢

**適正なコストで、社会からの期待に応え続けられる社会貢献活動を追求**

### 3. 今後の方向

#### <デンソーの社会貢献活動と社員のありたい姿>

|    |  |                                    |  |
|----|--|------------------------------------|--|
|    | (導入) <span style="float: right;">→</span> (成熟) |                                    |  |
| 会社 | ◆地域との共生を目指し、<br>組織・内容整備                        | ◆認知・共感を高めるため、独自性<br>発揮、グループ連携の社会貢献 | ◆持続可能な社会貢献<br>・地域や団体の活動を側面支援<br>・独自性あるプログラムの継続 |
|    | 会社主導   |                                    | 地域・社員主導  |
|    | 対社員： 活動啓発                                      | 活動参加支援                             | 活動当事者を側面支援                                     |
| 社員 | 知る   |                                    | できる範囲で<br>気軽に参加<br><br>自ら主体的に動く                |

DNの現在の位置(1/4の社員が関与)  
次のステージへのステップアップに向け加速させる時期

#### <今後の方向>

【これまでの取組み】  
会社主導の活動を充実



- ① 従来の会社主導活動を棚卸し、オリジナル性のある活動に絞込み  
(含む：ノウハウを伝承し得る外部団体との協働)
- ② 社員の社会参加を後押しする施策の充実・強化

## 4. 進め方

### (1) 会社主導活動を棚卸し、オリジナル性のある活動に絞込み

#### <考え方>

・これまで評価されてきた活動を以下のとおり区分

**(1) オリジナル性が高いプログラムは、極力コストを節減して継続**

**(2) 協働先・地域団体にノウハウを伝承し、やる気・実力のある団体に2～3年かけて主体を移管 (※)**

※活動ノウハウを伝承して、ソフトランディング

⇒ DNは、リソース(ノウハウ・ヒト・モノ)提供やPRを支援

| 項目              | 進め方  |
|-----------------|--|
| プログラム単位でのコストの節減 | 個々のアイテムのコスト削減策の推進<br><p>…ex. 弁当を幕の内からおにぎりのみへ</p> |
|                 | 受益者負担化<br><p>… ex. 費用の発生する部分を一部受益者が負担</p>        |
|                 | 考え方に賛同する企業・団体(含む行政)との協働運営                        |
| 地域団体へのノウハウ伝承    | 協働先に対し、考え方を含めた理解活動の推進<br><p>⇒その後、実際の運営支援</p>     |

## (2)社員の社会参加を後押しする施策の充実・強化

### <従来の活動>

|   | 内容 ( ): 08人員   | 評価  |
|---|--|---|
| <b>ボランティア支援</b><br>(94~)<br>NPO法の全分野<br>&<br>事業所周辺の<br>活動を対象    | ・ハートフルクラブ (1700人)<br>・マッチングギフト(600人)   | 取組開始10年経過し、<br>計2,310名<br>(ボランティア参加<br>=無償の奉仕)  |
|   | ・ボランティア表彰(1人)<br>・NPOインターンシップ(10人)   | ▲ <b>敷居高い</b>   |
|   | ・はあとふる基金(4500人)<br>100円単位で天引   | ● <b>敷居低い</b><br>▲活動への後押弱   |
| <b>DECOポン</b><br>(06~)<br>環境分野<br>事業所周辺<br>+<br>家庭のEco活動<br>を対象 | 【ポイント貯める】<br>・家庭でのEco活動<br>・環境ボランティア<br>・Eco商品購入<br><br>【ポイント使う】<br>・Eco商品と交換<br>・地域の環境活動に助成 | 取組開始2年間で<br>7000名加入<br><br>● <b>敷居低い</b><br>身近な活動で<br>ポイント獲得<br>⇒お得感あり<br><br>▲50%がとりあえ<br>ず加入しただけ<br>(理由)面倒・<br>興味ない<br>↓<br>活動参加とポイ<br>ント活用の促進<br>が課題 |

### <施策充実の方向>

#### 「敷居の低い活動」

キーワード: **身近・お得・気軽**

- ・職場でも、自宅でも活動は自由(身近・気軽)
- ・どんな活動でもポイントが貰える(お得)
- ・簡単に登録・申請ができる(気軽)



#### 会社の社会貢献のスタンス拡大

#### <今後の施策>

<従来領域>

会社プログラム・  
制度への参加

<新規領域>

社員の生活地域・家  
庭での社会貢献

#### <進め方>

- (1) 活動を後押しする情報発信強化
- (2) 応援のスタンスの周知
- (3) 活動参加とポイント活用のしくみ整備

| 会社の動き(進め方より)   | 社外にあれば嬉しい機能   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>・オリジナルプログラムに賛同<br/>いただける連携先探し<br/>(協働先)</li> <br/> <li>・社員の社会参加を後押し<br/>する情報発信強化</li> <br/> <li>・地域活動への社員参加を促進</li> <br/> <li>・社員が獲得したポイントを<br/>活用するしくみの整備<br/>⇒ポイントで買える商品・<br/>地域活動への助成など</li> </ul> | <p>安心して連携できる有意なNPO・団体・スポンサー候補の<br/>情報提供を行う機能(含む 相談できる場所)</p> <p>各地域のお困り情報、ボランティア活動の紹介機能<br/>(→ 安心して、社員に紹介できる)</p> <p>企業人側(資源提供側)の立場を理解、受入れることが可能<br/>な団体や具体的な活動を紹介する機能<br/>(→ 安心して、社員に紹介できる)</p> <p>市民(含む社員)をもっと巻き込むための工夫を行う機能<br/>(…でないとおちともボランティア活動が普及せず、町が住み<br/>良くなる)</p> <p>[企業・各種団体がポイントプログラムを導入している]<br/>↓<br/>ポイントの相互乗り入れ、協働運営などを調整する機能</p> |

**ご清聴ありがとうございました。**