

● 専門解説

“仕事の誇り”生むCSR

～CSR活動を社員の働きがいに連動させる方法～

株式会社クレイグ・コンサルティング 代表取締役 小河 光生

◆ 企業価値が大きく向上する

近年のCSRは企業価値にいかにつなげるか、というフェーズに入っている。カギは本業の技術力、ビジネスモデルを使って社会問題を解決することにある。その中で、社員は自らの経験やスキルが社会に役立つ喜びを感じる。それが自らの経験への誇り、会社に対する誇りにつながる。同時に、人材募集においてCSRが果たす効果も見逃せない。企業は“戦略的CSR”を実施して、良質な人材を呼び込み、かつ社員のモチベーションを向上させる手法を身につける時代になっている。

おがわ みつお

早稲田大学法学部卒業後、自動車関連メーカーを経てピッツバーグ大学経営大学院（MBA）修了

1991年 株式会社三和総合研究所（現三菱UFJリサーチ&コンサルティング）経営戦略部に在籍

2000年 PwCコンサルティング株式会社 に在籍

戦略コンサルティング部門の立ち上げに参画

2003年 IBMビジネスコンサルティングサービス株式会社 パートナーに就任

2004年 株式会社クレイグ・コンサルティング代表取締役
ベンチャー企業から大手企業まで、幅広くコンサルティング活動を実施

近年CSRと働きがいとの関係を研究し、CSRを企業価値向上に結びつける提言を行っている

<http://www.craig.co.jp/> mogawa@craig.co.jp

構成

I 第2フェーズに入ったCSR活動

- ① 取り組み企業は二極化へ
- ② 不祥事の起こりにくい風土構築
- ③ 先進企業のCSR内容
- ④ 本業で勝負する
- ⑤ 第2フェーズの課題

II CSRと働きがいの関係

- ① 企業がCSRに取り組むメリット
- ② CSRが働く誇りにつながる
- ③ プロが集う会社
- ④ CSR報告書で就職活動

III CSRを組織風土に高めるロードマップ

- ① CSRビジョンがカギ
- ② 自社の達成度を診断する

IV CSRを働きがいに連動させる4つの提案

- ① コンピテンシー（強み）を社会問題解決につなげる
- ② 本業へのフィードバックを考える
- ③ トップコミットメントとコミュニケーション
- ④ インターナルブランディング（社員の巻き込み策）