

倫理つれづれ (5)

倫理的な企業を応援しませんか？

マンション耐震強度偽装、ライブドア、東横イン偽装改造……さまざまな問題や事件が起こるたびに、いろいろな方から「忙しくなりますね」といわれる私。でも、実際は、技術倫理の授業で用いる「事例(技術倫理の授業では、教師が一方的に講義するだけでなく、受講者に技術者のジレンマの体験や、まわりとの意見交換/ディスカッションを行ってもらうため、事例を使った教育を行うことが多いです)」として使えるかという視点で、話題となっている社会問題について調べはしますが、業界が違う場合には、さほど忙しさは変わらないのが現状です。

ところで、読売新聞(2006年1月30日朝刊)に、ライブドア問題が起きた原因(複数回答)についての世論調査結果が出ていました。回答では、「金さえあればという風潮」67%、「株式市場や企業を監視する機能の不足」64%、「株取引のルールの不備」57%などを超えて、「経営モラルの欠如」が73%と最も多かったとのこと。ここでふと思ったのですが、ある企業に「経営モラルの欠如」を感じた人のうち、どれくらいの人が、その企業の商品を買わない等、自身の行動に反映させているのでしょうか？みなさんは、いかがですか。

たとえば、偽装改造が問題になっている東横インは、問題発覚後も全ホテル営業を続けており、違反(営業停止の強制力のない条例に)したまま開業したホテルもあります。自治体のトップの中には「こういうホテルには泊まらないでほしい。」と言い切った方もいらっしゃいますが、現時点で、東横インの宿泊客が減ったという話を、私は聞いていません。今、私は、しばらく東横インの対応を見ようと思い、予約を避けています。しかし、以前宿泊した際の東横インの印象は、人気の「無料朝食サービス」はもちろん、綺麗さ、スタッフのフロントでの対応能力など、同じ価格帯のホテルの中で優れているとの印象を持っており、また使いたいと思いました。ですから、もしすでに宿泊予約を入れていたとしたら……。わざわざそれをキャンセルするまでの行動を取るかというと、正直わかりません。

と、ちょっと元気のない話になってしまいました。石油温風機事故によるリコール(回収・無償修理)騒動により、企業イメージ悪化の影響が懸念されていた松下電器産業は、2006

年3月期の連結営業利益予想(昨年4月時点)を700億円プラスし、15年ぶりの大台である4,000億円に、上方修正しました。松下の業績は、リコール徹底の緊急命令を受けた直後の12月1週目こそ、前年同期の88%に落ち込んだものの、2週目以降はすでに前年を上回っていたそうです(朝日新聞 2006年2月3日朝刊)。こうした好調の背景には、主力製品の成功はもちろんですが、事故後の社内の強い危機感と、テレビCMや新聞などを使った徹底した対策による企業イメージの回復も関係しているのではないかとされています。さらに、日経ビジネス「松下流 CSR が生んだ余波暖房機事故の陰で起きた「意外な出来事」」2006年1月23日号によると、この騒動のプラス効果は、松下だけではなくたこと。騒動後、同形式の暖房機を販売している他のメーカー(松下はすでに石油暖房機器から全面撤退)では、松下からの買い替えに加え、そのメーカーのFF式が排ガスを室外に出す方式であるとの報道が新たな購入者を開拓し、売れ行きが急増。また、松下が全国の家庭等に自社製品の危険性を知らせるお知らせを、日本郵政公社の新しいサービスを使って行うことにしたことから、このサービスについても問合せが急増したそうです。

「経営モラルの欠如」を感じた時、その企業の商品を買わないというのは、ちょっとさみしい行動ですが、「経営モラル」、あるいはCSR(企業の社会的責任)が優れていると感じた企業を応援するというのはどうでしょう。すでに投資の世界では近年、欧米で急速に拡大、発展している投資対象を選ぶ社会的責任投資(SRI)といった、従来の収益性や成長性といった財務分析だけでなく、「社会」、「倫理」、「環境」といった社会的責任を果たしているかを基準として、投資する方法も行われています。

より良い企業や社会を作るのは、そこで働く人だけではない。ひとりひとりのちょっとした行動も大きな力なのです。みなさんも、一企業人、一組織人としてだけではなく、一市民としても、「力」を発揮しませんか。

(倫理委員・大場恭子)

