

本所の動きについて

■中国・上海万博視察団の派遣報告

10月16日から20日までの日程で、「上海万博視察団」を派遣し、万博や現地に進出している京都企業などを視察した。まさに反日デモが発生したタイミングとなったが、上海市内や万博会場では特に反日運動を目にすることはなかった。万博会場では、国威高揚にかける中国館の展示内容のスケールの大きさに驚き、今後の中国の国際競争力への脅威を感じた。

今回の反日デモのように中国にはチャンスもあればリスクも大きい。しかし、中小企業の中国への進出意欲は高い。本所の「中国ビジネス相談デスク」には、開設以来2カ月間で、現地進出や販路拡大など、すでに20件近くの相談が寄せられている。京都府の「京都府上海ビジネスサポートセンター」や京都の主要企業で組織する「京都企業支援ネットワーク」などを活用しながら、意欲ある中小企業の中国進出と成長を支援していきたい。

上海万博を通じて中国の人々は、先進国の質の高い製品・サービスを知り、購買動機が量から質へ移行している。高品位・高品質の製品サービスが提供できる京都企業にとっては、進出の大きなチャンスになる。

■京都府・市への政策要望について

記者配布資料① ※京商 HP 参照→http://www.kyo.or.jp/kyoto/public/teigen_index.html

京都府・市の来年度予算策定期間に合わせて、「平成23年度施策と予算に関する要望」を提出することになった。第一項目に、ビジョンの共有、総合特区の推進、環境・温暖化対策の推進、産業支援機関の連携・機能強化といった、府と市が協調して進めるべき項目を掲げた。また、本所が推進する知恵産業や中小企業の支援、観光の構造転換や京都ブランドの価値向上など都市格向上に向けた施策などを、主な要望項目としている。

■京のCSRガイドラインの作成について

記者配布資料②

本所のCSR特別委員会では、京都の独自性を活かした中小企業のためのガイドライン「京のCSRガイドライン～企業価値向上の秘訣～」を取りまとめた。

CSRは企業活動を永続していく上で、企業規模に関係なく、欠かせないものである。このガイドラインは京都の強みや知恵を活かした京都らしい取り組みも盛り込んでいる。ぜひ、企業価値向上のツールとして役立てていただきたい。

なお、京都の中小企業のCSRの取り組みを紹介するための専用のホームページの立ち上げや、ガイドラインと連動させたCSRの普及促進、裾野拡大に向けた準備を進めている。

■京都商工会議所次期役員体制について

記者配布資料③

9月30日に1号議員が無投票で確定したことにより、次期150人の議員が確定した。新たに議員になられた方は18人で、社業での十分な経験があり、本所の活動にも理解が深い。新鮮でパワフルな面々が、次期の京商を牽引いただけるものと期待している。

次期の議員体制が固まったこともあり、先ほどの常議員会で、引き続き会頭を務めるようにとの発言をいただいた。現在の事業の継続性や役員議員の体制などを考慮し、私なりに去就について検討してきた。3年前に「ニュー京商ビジョン」を策定して以来、様々な事業が軌道に乗ってきたが、本格的な実行と成果が求められるのはこれからである。さらにスピードをあげて、自らが精力的に事業に取り組む必要がある。

手続きとして、会頭は11月9日の臨時議員総会において選任されることになる。しかし、常議員の皆さんの心強い後押しを受けたことにより、任期の切れる11月以降も引き続き会頭職を務め、就任時に掲げた「知恵産業のまち・京都の推進」「京都の都市格向上」に向けて、全力を傾ける決意をした。また、「知恵と力の博覧会」、「京の七夕」などオール京都の事業をさらに発展させ、地

域主権社会への移行も踏まえて、オール京都で共有できる都市ビジョン作りに積極的に参加して、明日の魅力ある京都作りに貢献したい。

臨時議員総会では、会頭に選任いただけるよう、これまでの成果と今後の京商の進むべき方向性について、しっかりと説明したい。

記者からの質問事項

■次期の京商の事業の方向性を教えて欲しい。

1 期目のニュー京商ビジョンの柱である「知恵産業の創造」について、2 期目は知恵ビジネスに取り組む事業者を個別的に支援していくと同時に、特に「自律する中小企業」を誘発する施策を展開していきたい。こうしたことを基本的なスタンスとして、現在、ニュー京商ビジョンのセカンドステージを策定しており、11 月 9 日の臨時議員総会・記者会見では、私からその内容を発表をさせていただきたい。

■円高について、京都の中小企業への影響は？

円高は、プラス・マイナスの両面で対策を講じる必要がある。ただ、今回の為替水準が企業の経営努力の範囲を超えている。

過剰な円高は、国内産業の空洞化や雇用の悪化を引き起こす。政府は、危機感を持ち、直近の為替相場の安定に努め、内需主導型の経済構造への転換に向けて、早急に政策を実行いただきたい。また、企業活動を支援する税制の見直しや規制緩和にも取り組むことで、内需経済と密接な関係にある中小企業の振興を積極的に進めてほしい。

■関西空港、伊丹空港の役割についてどのように考えるか？

大アジア時代を想定すると、関西にもハブ空港が必要だと思う。30 年、50 年の長期で、アジアの空港とのネットワークや顧客の利便性を考えると、関空と伊丹はいずれ同じ傘の下に位置づけられ、関空への集約も選択肢の 1 つとして必要となる。関係者間の協議のうえで、そうした方向付けをしていくことが大事だと考えている。

■関西広域連合について、特に観光面で期待できることは何か？

国からの権限・財源・人材の移譲がどのように進むか不透明であり、広域連合が関西全体の活性化につながるかどうか未知数である。広域連携による観光振興の効果を確かめたうえで、京都としても積極的に参画をしていく必要があると考えている。

■中国からのレアアースの輸出停止による京都経済への影響は？

京都産業への影響は、はっきりと見通せていない。日本全体では、当然、輸入元を中国に集約させるのではなく、分散させていくという動きが必要になる。

■中国視察で感じた「中国の国際競争力の脅威」とは具体的に何か？

まず、技術力の向上が挙げられる。量から質へと技術開発が進み、高品質・高品位の日本企業の製品・サービスとの競争が、5 年 10 年の間に現実のものになっていくだろう。また、中国は資源が安く手に入り、コスト競争力がある。これらが日本の脅威となると考えている。

■中国の反日デモの京都企業への影響は？

デモは一時的なもの。鎮静化すれば、マイナス影響は回避されていくだろう。むしろデモの背景は、格差問題や物価高、学生の就職難など、中国の国内問題に起因する不満が非常に大きいとみている。

以 上



京のCSRガイドライン

～ 企業価値向上の秘訣～

平成22年10月

京都商工会議所CSR特別委員会

京のCSRガイドライン策定に寄せて

近年、企業におけるCSR(企業の社会的責任)に対する関心が非常に高まってきており、その動きは大企業に止まらず、中堅・中小企業にも広がりを見せています。一方、世界的には、社会的責任(SR)に関する国際ガイダンス規格として、「ISO26000」の発行が予定されており、今やCSRは全ての規模・業種において避けて通れない、企業としての必要不可欠な課題・取り組みであるといわれています。

このような中、京都商工会議所では、平成19年11月、CSR特別委員会を発足いたしました。委員会では、「京都の中小企業への意識の浸透」と、「京都独自のCSR促進策」を検討していくことをミッションに掲げ、1年目は、京都企業の先進事例を学び、委員会全体で認識を共有するなど、“理解を深め”、2年目は、会員事業所へのアンケート調査を実施し、京都企業のCSRの取り組み実態状況の把握に努めるとともに、京都の老舗企業や他府県での取り組み状況や認証制度の事例を学ぶなど、“促進策を考え”、最終の3年目は、“成果をまとめる”ため、これまでの活動の集大成として、京都の独自性を活かした、中小企業のためのCSR促進策としての京都版ガイドラインの策定に取り組み、本書『京のCSRガイドライン ~企業価値向上の秘訣~』の発行に至りました。

規模の大小にかかわらず、京都で経済活動を営む全ての皆さまが、本ガイドラインを活用することで、CSRの考えを自社経営に取り込む契機としていただき、自社の“強み”、特徴を再認識し、企業価値を向上させることにより、地域の活性化に寄与されることを期待しております。

平成22年10月

京都商工会議所CSR特別委員会
委員長 布垣豊

目 次

はじめに～「京のCSRガイドライン」策定にあたって～	P 2
ガイドラインの考え方	P 3
ガイドライン項目～「京のCSRガイドライン」のまとめ方～ ～ の項目案の紹介	P 5
今後の方向性	P 13
ガイドラインの活用方法	P 14
CSR特別委員会活動報告	P 15

はじめに ～「京のCSRガイドライン」策定にあたって～

CSRとは「Corporate Social Responsibility」の略で、「企業の社会的責任」と訳されます。CSRの根本は「持続可能な社会をつくるために企業が果たすべき責任」であり、企業側から見ると「社会の要請・期待に応えて長期的に事業を継続させる方法」と考えられています。

近年、偽装問題などの企業不祥事が多発し、企業経営の透明性や法令遵守、社会に対する真摯な姿勢等が問題視され、CSRという言葉がさかんに言われるようになりました。また、世界的にも国際標準化機構(ISO)による新規格として、環境、人権、労働など7項目を柱としたSR(社会的責任)規格ISO26000の策定が進められております。このISO26000は環境や品質管理のような認証規格でなくガイダンス規格として取りまとめられ、2010年11月発行予定となっています。

このような中、京商のアンケート調査でも5割近い企業がCSRを「経営の中核に位置づけるべき重要課題」と認識するなど、「CSR＝企業経営」と考える企業が数多く見られます。

一方、京都には100年以上続いている老舗企業が数多く存在し、これらの企業は、経営者の信念(社是・社訓、経営理念)のもと、従業員、顧客、取引先、地域社会などとの良好な関係、その幸せを実現しつつ、時代の変化や要請に応えながら、経営を維持・存続してきました。

このような老舗企業は、CSRに対する意識が高く、京商のアンケート調査でも、CSRについては「企業として当然やっている(きた)ことである」という意見が多数みられました。

京都商工会議所CSR特別委員会では、3年間の委員会活動を通じて、京都の中小企業が、企業価値向上のツールとしてCSRを意識し、自社の“強み”や特性を活かした企業活動を通じてCSRに取り組むことを奨励するとともに、昔からCSRを実践してきた京都の老舗企業の事例や“京都の強み(歴史、地域性、気風)”などを活用して、京都ならではのCSR促進策「京のCSRガイドライン」を策定することと致しました。

本ガイドラインは、京都の中小企業が通常の企業活動の中でも、既にCSRといえる活動があることに気付いていただくとともに、CSRを常に意識することにより、もっと伸ばしていける部分、強化していかなければならない部分に対する気付きを促すものです。

今回のガイドライン策定により、京都の中小企業がCSRをより身近なものとして受け入れるとともに、自社の“強み”を活かしたCSR活動を通じて、CSRの裾野拡大、京都企業の経営力向上、ブランド価値向上に役立てていただくことを望みます。

CSRを企業経営の中核に位置づけ
CSRに取り組むことで自社経営を見つめ直す

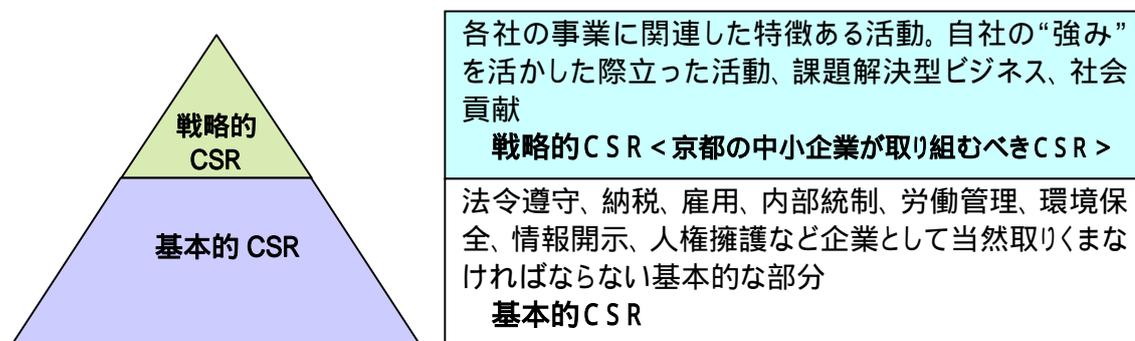
『企業価値向上のツールとして、CSRの考え方を積極的に経営に取り入れましょう!』

ガイドラインの考え方

自社の“強み”“知恵”を際立たせる(プラス思考「戦略的 CSR」の推進)

CSRには、企業が社会に対して果たさなければならない社会的責務 = 「基本的CSR」(企業倫理、法令遵守、納税、雇用、情報開示など)と、自社が事業を通じて、その特徴、強み、知恵などオンリーワンの部分を活かして社会に貢献していくプラス思考の「戦略的CSR」があるといわれています。

多くの京都企業は、昔から自社の際立った部分を、自らの強み、経営資源としてうまく活用しています。中小企業が自らの強みに気づき、知恵を絞ってそれを伸ばしていくことが、京都の経済・地域活性化を促すことになります。



企業の経営理念を重要視する

京商のアンケート調査でもCSRへの取り組みは経営者の意思によるところが大きく、経営理念(企業倫理・社是・社訓)を持っている企業は6割に上ります。企業としての経営理念を掲げることで、社内、社外への意志表示ができ、社員の結束も促します。時代は変わっても原点に立ち返り、その理念に基づいて行動することが重要です。



本業を通じたCSR活動

京商のアンケート調査でもCSRを「経営の中核に位置づけるべき重要課題」と認識し、「CSR = 企業経営」と考える企業は数多くみられました。CSRは「社会との共生」であり、企業としては、CSRの考え方(社会への配慮、環境への配慮、透明な経営)そのものを本業に組み込むことが大切です。

「企業価値」を高めていくためにも、本業を通じて社会ニーズに対応した事業を実施することもCSRのひとつです。そのことが地域経済の活性化に繋がり、地域と企業、企業と顧客、企業と従業員との好循環が生まれます。特に中小企業は本業を通じた活動により、地域での存在意義を高めることになります。



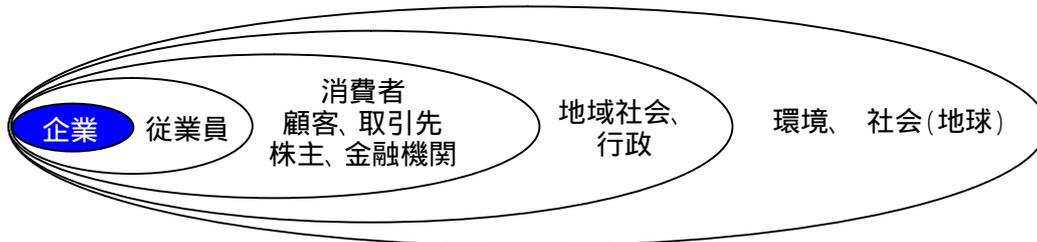
京都の“強み”を活かす(伝統、歴史、革新、コラボ、知恵)

京商のアンケート調査では、約7割の企業が京都の強みや特性が企業活動に好ましい影響を及ぼしているとの回答がありました。それは、付加価値型経営(少量高品質・高技術、知恵の活用)、コラボレーション、地域文化の共有感、短期利益より持続性、伝統を生かした経営・などです。

CSRは生き物であり、時代・社会環境の変化によって企業に求められることは変わっていきます。京都の老舗企業が永く存続してきたように、社会環境の変化を捉えつつ、自社で守るべきことと、革新を起こしていくことを意識し、繰り返しながら持続していくことで企業としての持続的成長を遂げることができます。

企業を取り巻くあらゆる関係者の整理例

ここでは、「企業を取り巻くあらゆる関係者(ステークホルダー)」と企業との関係を以下のように考え、ガイドライン項目を導き出します。



企業	経営理念の明示・浸透 誠実な事業活動
従業員	従業員の幸せ度の向上
消費者、顧客、取引先、株主、金融機関	顧客満足度の向上 本業を通じたCSRの実現
地域社会	地域社会への貢献
環境	地域環境問題への取り組み

目からウロコのワンポイント！

CSRに取り組むことで得られるメリット

- 長期的信頼** ...本業を通じて社会的な課題や地域課題の解決に取り組むことで、社会からの長期的な信頼が得られます。
- ブランド力アップ** ...同時に企業価値が向上し、企業としてのブランド力がアップします。
- 持続性の維持** ...CSRを常に意識することで、社会の変化、ニーズなどに敏感になり、経営環境などの変化に機敏に対応でき、企業としての継続性・存続性に繋がります。

例えば・・・

- ・地域特産品(果物)を活用した新しいお酒や洋菓子を開発。観光土産品として人気商品になるとともに、産地との契約栽培が進み、地域活性化、農商工連携のモデルとなっています。
- ・地元スーパーに出店する惣菜事業者が、高齢者が多い過疎地域への宅配弁当サービスを始め、地域からの信頼を得るとともに、他の地域からも要望が出ています。



ガイドライン項目

・よりよい社会に向けて、自社の理念を示しましょう
(経営理念の明示・浸透)

・社会の一員として企業倫理・法令遵守を徹底しましょう
(誠実な企業活動)

・個人を尊重し、つながりを大切にする職場環境をつくりましょう
(従業員の幸せ度の向上)

・社会に対して、信頼を得る取り組みをしましょう
(顧客満足度の向上)

・知恵を活かしたよりよい製品・商品、サービスを創造しましょう
(本業を通じたCSRの実現)

・多様な個性が生かされる、共存共栄社会をつくりましょう
(地域社会への貢献)

・環境に配慮した事業活動を推進しましょう
(地球環境問題への取り組み)

ガイドラインのまとめ方

次ページからの、【チェックポイント】は、CSRの取り組み事例項目です。

基本的な取り組み(企業として必ず取り組んでおきたい項目)は太字で示しています。

「これは自社でも実践している」、「この取り組みならできそう」といったように、自社で取り組みを進める際の参考として下さい。

< >印は、各企業の“強み”、“知恵”を活用した「戦略的CSR」の事例です。

・よりよい社会に向けて、自社の理念を示しましょう (経営理念の明示・浸透)

経営理念は、企業が「何のために社会に存在し、経営を行うのか」という経営者の倫理観、経営思想や、事業を通じて社会に貢献すること、社会的使命を果たしていくことを社内外に明確に宣言することで、社会的な理解と信頼を築くとともに、従業員の結束を強化することになります。経営理念に基づき、行動基準や事業ビジョン、計画に落とし込んでいき、常に社内でのコミュニケーションを図り、経営者の考えを社内に浸透させていきましょう。

【チェックポイント】 自社での取り組み状況を確認しましょう！

(太字が基本的CSRです。基本的な取り組みはできていますか?)

社会の中での自社の役割・責任が経営理念に反映されている

経営理念が従業員に十分理解・浸透している

経営者が朝礼で訓示を行うなど、機会をみて従業員に思いを伝えている

経営理念が事業計画等に反映されている

経営理念が製品・サービス、従業員教育等に活かされている

経営理念を浸透させるための研修・課外活動などを実施している

経営理念が自社に関するすべてのことを決する(判断する)ための基準となっている

例えば... 具体的にはこんな取り組みがあります。

 A社では、経営理念を徹底させるため、社内の主要な部屋に経営理念を貼り出し、社内報、社外向けパンフレット等でも理念やその解説、経営者の考え方などを記載している。

 B社では、月に一度、社長から経営理念等についての訓示の機会を設けるとともに、経営理念の浸透に向け、従業員、関係先との懇談の場を設定している。

京都では...

 京都には数多くの老舗企業があります。何百年も継続している企業の経営理念には、必ず社会を惹きつける内容があります。理念の中身が適切であれば時代が変わってもずっと通用します。新しい企業、古い企業に係わらず、京都の老舗企業の理念に学ぶこともお奨めします。

【参考】 経営理念にはこのような内容を盛り込みましょう

- ・企業を取り巻くあらゆる関係者(ステークホルダー)に対する感謝の心
- ・自社の勤勉性
- ・経営や技術伝承などにおける工夫・自社の特徴
- ・質実・儉約の心
- ・社会的存在価値、企業価値創造(社会に対する貢献) など



・社会の一員として企業倫理・法令遵守を徹底しましょう (誠実な企業活動)

企業が最低限守るべき義務である法令遵守、企業倫理を徹底することが大切です。また、法令を守ることは当然のこととして、社会に対して誠実であるか、社会良識、倫理に反していないか、反社会的勢力の排除に努めているか、社会的模範となっているか、自社の仕事、自分の仕事内容を誇らしく家族に話せるかなど、わかりやすい基準が必要です。

【チェックポイント】 自社での取り組み状況を確認しましょう！

(太字が基本的CSRです。基本的な取り組みはできていますか?)

社会の一員として倫理的な行動に努めている
法令遵守の大切さを社内で徹底させている

企業倫理規範、行動規範・法令遵守マニュアル等を策定し、全社員理解に努めている
法令遵守・企業倫理を高めるための教育・研修事業を実施している

法令違反行為が行われていないか互いに注意し、定期的にチェックしあっている
関係法令などについて最新の情報を入手している

企業を取り巻くあらゆる関係者(ステークホルダー)との対話を心がけ、双方向コミュニケーションを実施している

CSR報告書の発行、ホームページ等での情報開示に努めている

反社会的勢力との関係は断固として排除する決意を表明し、従業員に周知している
社会、地域(京都)、自社の歴史・伝統に対する自覚と責任を意識している < >

例えば... 具体的にはこんな取り組みがあります。

 A社では、社会人としての基礎知識の共有や自社事業に関する法令遵守、企業理念や企業倫理を徹底させるため、入社後3ヶ月を経過した全従業員に対してコンプライアンスを含む研修を定期的実施している。

 B社では、難しい法令遵守を徹底させるため、法令や事業に関係する規定などをわかりやすく従業員に示せるような副読本を作成している。

 食品会社C社では、全従業員に対して、老舗企業としての歴史(これまで無事故であり、企業として信頼を築いてきたことなど)を理解するための研修時間を設け、自覚を促している。 < >



・個人を尊重し、つながりを大切にする職場環境をつくりましょう
(従業員の幸せ度の向上)

従業員は企業の経営資源として大切な要素ですが、一人ひとりの人権、社会性を尊重することが最も重要です。安全衛生、作業負荷の把握はもちろんのこと、介護、子育て支援などのワークライフバランスへの対策、心のケア(メンタルヘルス)の増進の検討も必要となります。

また、従業員の能力を最大限に引き出せるよう、研修体制を整備、透明な評価やチャレンジ機会の創出による能力開発、やる気を促す環境づくりを推進しましょう。

また、社会の要請として高齢者、障がい者、外国人などの雇用についても対応が必要となってきます。

【チェックポイント】 自社での取り組み状況を確認しましょう！

(太字が基本的CSRです。基本的な取り組みはできていますか?)

従業員のワークライフバランス(仕事と生活の適正なバランス)を意識している
多様な人材を雇用し、あらゆる差別の解消に取り組んでいる

職場内での挨拶・会話・コミュニケーションを大切にしている

従業員に研修や自己啓発、文化活動等への参加機会を設けている

個性を發揮し、やりがいのある職場をつくるため、資格取得制度補助や表彰制度等を導入している

従業員の仕事と家庭の両立が図れるよう配慮している(育児・介護休暇等の制度充実など)

従業員の福利厚生制度の充実に努めている

労働環境における安全衛生の整備に努めている

過剰労働の防止やメンタルヘルスの増進に努めている

例えば... 具体的にはこんな取り組みがあります。

 A社では、3歳未満の子供を育てる社員を対象に「1日5時間フレックス勤務制度」を導入。育児休業から復帰する際のステップとして好評を得ている。 < >

 B社では、育児休業中の社員に対する在宅講習や復帰後の研修などを盛り込んだ「職場復帰プログラム」を実施。また、出産・育児を理由に退職した勤続5年以上の職員を優先的に再雇用する「退職者再雇用制度」を導入している。 < >

 C社では、社内で茶道や華道、コーラスなどが学べるサークル活動を積極的に支援しており、発表会の機会などを通じて、社員、その家族との交流を深める機会を創出している。 < >



・ 社会に対して、信頼を得る取り組みをしましょう

(顧客満足度の向上)

取引先とは自由で公正な取引ルールを尊重し、情報漏えいなどが起こらないよう情報管理に努めましょう。また、不正な商慣習の徹底排除、決済スピード等の改善も重要です。お客様に対しては、安心・安全で確かな品質の製品、サービスを適正な価格で提供し、製品やサービスの情報公開「見える化」を徹底しましょう。万が一、商品・サービス内容等に欠陥があった場合などには迅速な対応が重要です。誠実なサービスのための人材育成、研修事業、内部監査の徹底など、常に顧客満足度向上を意識した事業活動を心がけましょう。

【チェックポイント】 自社での取り組み状況を確認しましょう！

(太字が基本的CSRです。基本的な取り組みはできていますか?)

お客様、取引先には常に真摯に対応している(信頼されている)

常に顧客満足度の向上に努めている

苦情・要望・意見に対応する準備ができています(担当や専用窓口の設置など)

自社製品などの対しては安全基準を策定し、遵守している

商品・サービスのリコール制度の整備・徹底

信用・信頼を獲得するため、常日ごろから社員への教育・研修を徹底している

自社事業・製品等に関連する情報・問題等については隠さず、世の中へ公開している

ISO9001の取得など、品質管理の徹底に努めている

例えば... 具体的にはこんな取り組みがあります。

 A社では、事故が発生した場合、適時報告できるよう開示方法をあらかじめ定めている。

 B社では、顧客の安全を第一に考えた安全基準・設計基準、事故防止マニュアル等を作成し、従業員へ周知徹底している。

 通販で化粧品等を取り扱うC社では、HP等からお客様の意見等を常時受け付けるようにし、苦情に早急に対処できる体制を整備している。

 産業用機械等を扱う商社D社では、自社製品や技術・開発力等を広く紹介する展示会を開催し、取引先や関連事業者に対するサービス強化と情報公開に努めている。



京都では...

 京都には、目先の利益にとらわれることなく、常に「お客様を裏切らない」姿勢で、堅実に身の丈にあった経営に努め、長く継続している老舗企業が数多くあります。

・知恵を活かしたよりよい製品・商品、サービスを創造しましょう

(本業を通じたCSRの実現)

経済のグローバル化、顧客ニーズが大きく変化していく中で、自社の“強み”、“知恵”を活かし、企業として持続的成長を続けていくための事業を展開していきましょう。

ここでは戦略的CSRとして、本業を通じて、医療、健康、環境、観光、福祉、介護などといった新たな分野、社会的課題に対応した事業(製品、商品、サービスの提供)を展開し、新たな市場を創造していきましょう。また、地域資源を活用した製品やサービスの開発は、自社経営、売上げの向上とともに、地域経済の活性化にも貢献します。

【チェックポイント】 自社での取り組み状況を確認しましょう！

(太字が基本的CSRです。基本的な取り組みはできていますか?)

自社の強み、個性について社内で十分理解・認識している

**自社の製品、サービスが社会の中でどのような役割を果たしているかを意識している
(製品・サービスの社会との結びつき)**

自社の“強み”を活かし、顧客ニーズ、課題解決に対応した製品・サービスを提供している < >

製品・サービスの提供には常に改善を図るとともに、新たな顧客創造に臨む姿勢がある < >

製品・サービスを通じて、地域経済の活性化に寄与している < >

障がい者や高齢者にも使いやすい製品(ユニバーサルデザイン)の開発など、社会・環境配慮型製品・サービスの開発・提供を進めている < >

京都の歴史、伝統、文化、革新、進取の気風など、“京都らしさ”を意識した製品・サービス展開に努めている < >

例えば... 具体的にはこんな取り組みがあります。

 金属箔・金属粉などの製造技術で伝統産業を支えてきた老舗企業A社では、技術力を活かし、時代のニーズに合わせて、自動車、携帯電話、パソコンなどあらゆる機器に使われる金属箔や金属粉などを製造している。 < >

 京都の老舗和装企業A社では、昔のデザイン、図柄等を活用し、現代のライフスタイルに見合った高品質・高付加価値の生活雑貨商品を提案している。 < >

 機能性食品素材などを手がけるB社では、社会の健康志向の高まりを受けて、食品メーカー等との連携により菓子類やサプリメントなどへの商品展開を進め利益をあげている。 < >

 高齢者が多い商店街の魚屋E商店では、近隣のお年寄りの御用聞きサービスや食べやすく調理した魚の販売など、きめ細かな対応をすることで売上げを伸ばしている。 < >

京都では...

 自らの“知恵”を活用するのはもちろんのこと、京都という地域で事業活動することそのものを“強み”と捉え、技術開発、新商品開発などで大学や異業種分野との連携・協力、NPO法人などの活用も考えられます。

・多様な個性が生かされる、共存共栄の社会をつくりましょう (地域社会への貢献)

「企業市民」といわれるように、企業は地域社会を支える一員です。地域の歴史、伝統、文化などを十分に考慮した上で、地域内の行事や祭り、催しに参加し、地域社会と積極的につながり、かかわりを持つように心がけましょう。また、自社事業を通じて地域社会に貢献することが有効です。地域の活性化を促すことは、自社の発展につながり、お互いの共存共栄の関係を成立させます。

経済団体や同業組合などの活動に参画することは、業界の活性化や後継者育成、職人や技術の継承を図るためにも有効な手段です。自社だけではできない取り組みも、組合や金融機関、NPOや大学、各種団体、企業、住民、行政等と連携することで、地域社会に対して貢献することができます。

【チェックポイント】 自社での取り組み状況を確認しましょう！

(太字が基本的CSRです。基本的な取り組みはできていますか?)

**京都のよさや自社の特色を活かした活動を通じて、地域社会とのつながりを持っている
地域の一員として、地域住民とのコミュニケーションを意識している**

地域のお祭り、町内会活動などへ積極的に参加している

近隣の清掃活動、交通安全運動などを率先して実施している

工場、企業見学等の積極受け入れ、地域住民に対し企業公開日を設けている

従業員のボランティア活動等を奨励し、支援する雰囲気がある

地域の歴史・文化・慣習を理解・尊重し、それを守り、継承していく意識が社内に浸透している

京都の伝統・歴史保持、文化・スポーツ振興などに向けた支援、協力を積極的に進める < >

理科・環境学習、交通安全教室などの出前授業を実施している < >

行政や経済団体、大学、NPO等との連携により、地域活性化の事業展開を進めている < >

例えば... 具体的にはこんな取り組みがあります。

 精密機械メーカーA社では、年に数回、自社の1階ホール(公開スペース)を地域住民に提供して、市民コンサートを開催している。 < >

 医療機器メーカーB社では、自社の開発した医療機器を使用して、発展途上国の子どもたちを治療するボランティア活動を行っている。 < >

 老舗企業C社では、自社の歴史的建造物や昔の道具・機械、商品などを無料で展示・公開している。 < >

 測定機器メーカーD社では、環境負荷を測定する機器を活用し、地元小学生への環境出前授業を実践している。 < >

 食に携わるE組合では、加盟するお店の職人が結束して、次世代の料理人や技術者を育成するための活動を展開している。 < >

京都では...

 京都は、職住共存している地域が多く、企業が地域社会を通じて活躍する場面がたくさんあります。また、京都での“つながり”を積極的につくっていくことによって、地域、業界、異分野などとのネットワークを育み、CSR活動を通じて自社の経営環境整備を進めましょう。

・環境に配慮した事業活動を推進しましょう

(地球環境問題への取り組み)

職場内におけるCO²排出削減、省資源・省エネルギー、3R(廃棄物の発生抑制(リデュース)、再使用(リユース)、再生利用(リサイクル))に取り組ましましょう。グリーン購入、ISO14001 やKES といった認証の取得も有効です。京都の自然環境を保全する活動も重要です。また、自社技術を活用した環境配慮型商品・サービスの開発・提供にチャレンジしましょう。

【チェックポイント】 自社での取り組み状況を確認しましょう！

(太字が基本的CSRです。基本的な取り組みはできていますか?)

**事業活動において、省エネ、CO₂削減、3Rなどに意識して取り組んでいる
地域・近隣の環境悪化・迷惑につながることはしない**

事務所内の機器の買い替えなどの際は環境への影響が少ないことを基準に選んでいる
(省エネ機器への転換など)

環境問題について社内で意見交換や教育の機会を設けている

環境問題に対する自社の目標を掲げ、取り組み状況をチェックする体制を整備している

環境への意識付け、京都らしい「もったいない、始末・儉約」の精神が社内に浸透しており、自社の経費節減にも繋がっている

エコカー、太陽光発電、LEDなど新たな技術・製品の導入を積極的に進めている < >

環境に配慮した商品・サービスの研究・開発を進めている < >

京都商工会議所の事業者向け「環境家計簿」に取り組んでいる

ISO14001 やKESを取得している



例えば... 具体的にはこんな取り組みがあります。

💡 鉄道会社A社では、環境問題に対する公共交通機関の使命として、環境にやさしい鉄道車両を導入するとともに、バスは天然ガス車を導入し、エコドライブを推進している。 < >

💡 B銀行では、行員の家庭や社員食堂から発生する使用済み天ぷら油の回収事業を行っており、回収した油は業者を通じてバイオディーゼル燃料へリサイクルされている。 < >

💡 旅行会社C社では、市内を自転車や電動機付自転車でまわるエコ観光ルートを設定し、観光客のエコ意識向上にも寄与している。 < >

💡 学生服等を製造・販売するD社では、制服のリサイクル、リペアなど「服育活動」を推進し、学生への環境学習を実践するとともに、環境に配慮した製品の開発を積極的に進めている。 < >

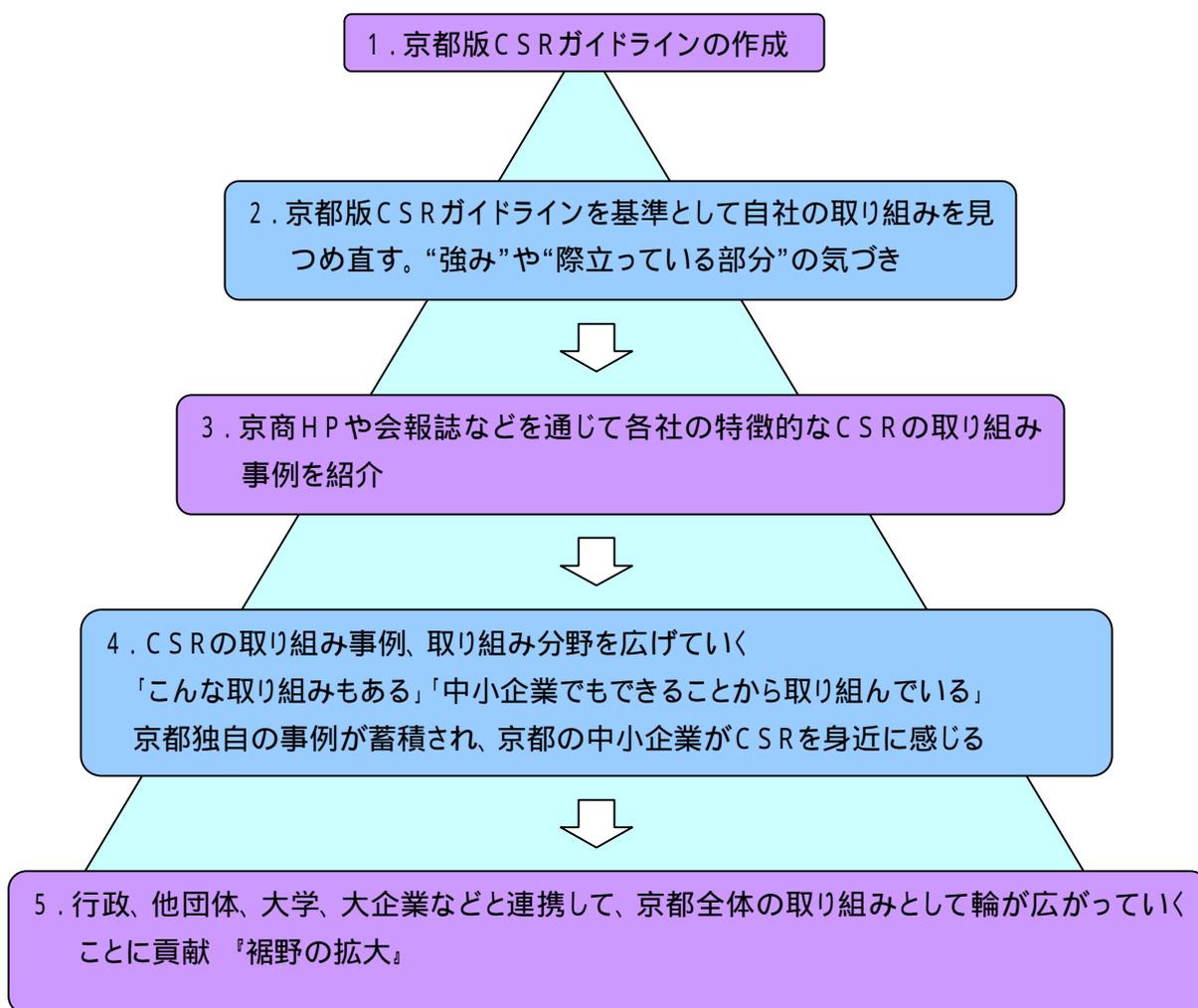
💡 Eホテルでは、室内のアメニティグッズの削減やシーツやタオルの無交換の協力など、宿泊者に対するエコの取り組みを奨励し、地球環境への貢献を率先して実践している。 < >

京都では...

💡 京都は京都議定書採択の地であり、京都企業も環境に対する意識の高い企業が数多くあります。KESなど京都独自の環境認証システムもありますので、取得することもお奨めです。

今後の方向性

- ・京都商工会議所では、ガイドラインの策定のほか、HPや本所会報などを活用して、京都の中小企業のCSRの取り組み事例を紹介し、いろいろな取り組み事例を蓄積することにより、各社がCSRに取り組むきっかけづくりをお手伝いします。
- ・また、CSRに対する意識付け、啓発を図っていくため、シンポジウムや担当者同士の交流会などを開催し、京都におけるCSRの裾野を拡大し、普及・啓発を図っていきます。
- ・京都の老舗企業の事例紹介などの機会もつくり、京都の強み、京都らしさを活かしたCSRの事例などを見出していきます。
- ・本ガイドラインなどを活用し、京都の中小業がCSRに関心を持つとともに、CSR普及・啓発に関する取り組みが、点から線、線から面へ広がっていくよう努めます。



ガイドラインの活用方法

- ・CSRとは「特別な取り組み」を行うことなく、経営の中核に位置づけ、社会との関わりの中で、本業を通じて進めていくものです。
- ・ガイドライン各項目のチェックポイントに掲げている基本的な取り組みはもちろんのこと、その他の取り組み項目や具体的取り組み事例等を参考に、自社の事業活動と照らし合わせながら、自社の“強み”や“知恵”を活用したCSR活動(企業経営)を進めてください。
- ・ガイドラインに示している取り組み事例などを参考に、各社で実践されている事例がありましたら、京都商工会議所のHPや会報を通じてご紹介させていただきます。



本件に関するご連絡・お問い合わせ先

京都商工会議所 企画室 TEL:075-212-6402 / FAX:075-255-1985

E-mail:kikaku@kyo.or.jp

CSR特別委員会活動報告

< CSR特別委員会 / 開催報告 >

【平成 19 年度】

第1回(3月18日) 出席者 17名 於:本所

副委員長の選任、講演「CSRの意義と取り組みについて」京都文教大学 教授 島本 晴一郎 氏

【平成 20 年度】

第2回(5月28日) 出席者 48名(議員企業含む) 於:本所

テーマ「社会への情報発信」

事例発表 京都中央信用金庫、オムロン株式会社

第3回(7月16日) 出席者 53名(議員企業含む) 於:本所

テーマ「コンプライアンス、企業倫理」

事例発表 株式会社村田製作所、株式会社ジェイアール西日本伊勢丹

第4回(10月15日) 出席者:47名(議員企業含む) 於:からすま京都ホテル

テーマ「環境、安全、品質」

事例発表 京セラ株式会社、佐川急便株式会社

第5回(12月3日) 出席者:44名(議員企業含む) 於:本所

テーマ「社会貢献、地域貢献、メセナ活動」

事例発表 株式会社ワコールホールディングス、ローム株式会社

【平成 21 年度】

第6回(4月8日) 出席者:19名 於:本所

キースピーチ 「京都におけるCSR促進策の検討について～中小企業へのCSRの浸透など～」

京都文教大学 教授 島本 晴一郎 氏

第7回(6月18日) 出席者:40名(議員企業含む) 於:本所

テーマ「京都の老舗とCSR」

事例発表 「京都の地が育てた『千鳥酢』～食酢専業で270年老舗企業のCSR～」

村山造酢株式会社 代表取締役社長 村山 忠彦 氏

講演 「老舗企業の持続の秘訣を探る～CSRの観点から～」

株式会社成岡マネジメントオフィス 代表取締役社長 成岡 秀夫 氏

第8回(10月5日) 出席者:39名(議員企業含む) 於:本所

テーマ「CSRの世界的動向と京都における促進策」

講演 「ISO26000の最新動向と中小企業への普及・浸透について」

講師:株式会社損害保険ジャパン 理事CSR統括部長 関 正雄 氏

第9回(12月4日) 出席者:31名(議員企業含む) 於:本所

テーマ「自治体等を中心としたCSR促進策の先進事例紹介」

講演 「産官学連携によるCSR促進策の展開について～中小企業への浸透を目指すCSR横浜の取り組み～」

講師:横浜商工会議所 総務部運営課 課長 高崎 真二 氏

横浜市立大学国際総合科学研究所 教授 / 横浜市立大学CSRセンター長

影山 摩子弥 氏

【平成 22 年度】

第 10 回(3 月 23 日) 出席者:24 名 於:本所

基調スピーチ「松山商工会議所の CSR 支援事業の取り組み」

講師:松山商工会議所 経営支援部長 佐々木 孝純 氏

第 11 回(6 月 1 日) 出席者:35 名 於:本所

講演「CSR『つながり』を活かす経営～持続可能な成長の実現～」

講師:日本経済新聞社大阪本社クロスメディア大阪営業局 営業部次長 塚田 剛志 氏

第 12 回(8 月 30 日)出席者 24 名 於:本所

協議事項:京都版 CSR ガイドライン(仮称)中間案について

第 13 回(10 月 1 日)出席者 名 於:からすま京都ホテル

協議事項:京都版 CSR ガイドライン(仮称)最終とりまとめについて

< 京都版 CSR ガイドライン策定小委員会 / 開催報告 >

【平成 22 年度】

第 1 回(6 月 15 日) 出席者 12 名 於:本所

小委員会の設置について、京都版 CSR ガイドライン(仮称)について

第 2 回(7 月 7 日) 出席者 13 名(議員企業含む) 於:本所

京都版 CSR ガイドライン(仮称)作成について

第 3 回(8 月 2 日) 出席者 12 名(議員企業含む) 於:本所

京都版 CSR ガイドライン(仮称)作成について

(第 4 回、第 5 回は特別委員会と合同開催)

第 4 回(8 月 30 日)出席者 24 名 於:本所

協議事項:京都版 CSR ガイドライン(仮称)中間案について

第 5 回(10 月 1 日)出席者 25 名 於:からすま京都ホテル

協議事項:京都版 CSR ガイドライン(仮称)最終とりまとめについて

< その他の活動 >

【平成 20 年度】

CSR シンポジウム「CSR が企業価値を高める～中小企業に求められる CSR とは～」

日時:平成 21 年 2 月 9 日 13:30～16:30 於:本所講堂 参加者:135 名

【平成 21 年度】

「CSR でつながる京都の輪！」～京都企業が語る～京都らしい CSR とは～ 討論会 & 交流会

日時:平成 21 年 8 月 5 日 15:00～18:30 於:からすま京都ホテル 参加者:113 名

CSR シンポジウム「CSR が企業力を高める」～CSR は地域活性化、企業発展のキーワード～

日時:平成 22 年 2 月 1 日 13:30～16:30 於:本所教室 参加者:113 名

CSR(企業の社会的責任)についてのアンケート調査の実施

調査目的:本所会員企業に対し、CSR の取り組み状況についてアンケート調査を行うことにより、京都企業における CSR の浸透状況を把握し、京都独自の促進策を検討するうえでの委員会活動の参考としていく。

調査期間:平成 21 年 9 月 8 日～9 月 28 日

調査対象:京都商工会議所会員事業所 1200 社(資本金 4 億円以下企業,業種不問)

調査方法:郵送にて調査票を送付し、FAX にて回収

有効回答数:240 社 (回答率:20%)

CSR特別委員会名簿 (平成19年11月～22年10月末)

担当副会長	田中 田鶴子	株式会社キャリアール・インターナショナル	代表取締役会長
委員長	布垣 豊	京都中央信用金庫	理事長
副委員長	安道 光二	ワタキューセイモア株式会社	代表取締役社長
副委員長	岡野 益巳	株式会社岡野組	代表取締役社長
副委員長	茶谷 孝一	茶谷木材株式会社	代表取締役社長
委員	赤木 透	株式会社近鉄百貨店桃山店	店長
委員	石橋 武夫	株式会社京都西川	代表取締役会長
委員	市橋 尚	株式会社増田組	代表取締役社長
委員	上村 博美	大和証券株式会社京都支店	支店長
委員	大倉 治彦	月桂冠株式会社	代表取締役社長
委員	岡田 登史彦	ムーンバット株式会社	相談役
委員	小川 秀明	小川珈琲株式会社	代表取締役社長
委員	奥村 昇三	日本管工業株式会社	代表取締役社長
委員	小澤 淳二	大松株式会社	代表取締役会長
委員	齋藤 茂	株式会社トーセ	代表取締役社長
委員	佐伯 希彦	東邦電気産業株式会社	代表取締役社長
委員	鈴木 正三	日本写真印刷株式会社	取締役名誉会長
委員	高井 保治	株式会社フジタカ	代表取締役社長
委員	田丸 政則	株式会社かねわ工務店	代表取締役社長
委員	津田 純一	株式会社井筒八ッ橋本舗	代表取締役社長
委員	永守 重信	日本電産株式会社	代表取締役社長
委員	野村 直史	株式会社ルシアン	代表取締役社長
委員	橋本 進	株式会社京都製作所	代表取締役社長
委員	藤井 久嗣	株式会社藤井大丸	代表取締役社長
委員	堀場 厚	株式会社堀場製作所	代表取締役会長兼社長
委員	松山 靖史	株式会社しょうざん	代表取締役社長
委員	森田 恵三	税理士法人京都合同会計	代表社員・会長
委員	山田 昌次	花豊造園株式会社	代表取締役社長
委員	山本 源兵衛	株式会社山本本家	代表取締役社長
委員	藤井 克枝	共栄印刷紙業株式会社	代表取締役会長
専門委員	島本 晴一郎	京都文教大学人間学部	現代社会学科 教授

(順不同・敬称略)

京都版CSRガイドライン策定小委員会名簿

座長	茶谷 孝一	茶谷木材株式会社	代表取締役社長
小委員会委員	川勝 哲夫	京都中央信用金庫	理事・広報部長
小委員会委員	村田 憲彦	ワタキューセイモア株式会社	東京事務所課長
小委員会委員	中西 康郎	小川珈琲株式会社	支援部長
小委員会委員	稲岡 昇一	大松株式会社	常務取締役
小委員会委員	松田 健二	日本写真印刷株式会社	コーポレートコミュニケーション本部 CSR部長
小委員会委員	伊東 修二	株式会社藤井大丸	営業本部付部長(CSR担当)
小委員会委員	富嶋 真二	株式会社堀場製作所	総務部総務チームマネージャー
小委員会委員	塩津 滋	株式会社しょうざん	主任
専門委員	島本 晴一郎	京都文教大学人間学部	現代社会学科 教授
オブザーバー	京都府商工労働観光部、京都市産業観光局商工部		

(順不同・敬称略)

本ガイドラインについて、改正・改訂の必要性が生じた場合は、CSR特別委員会、またはそれに準ずる委員会や組織、もしくは京都商工会議所事務局において、その必要性の有無を含めて改訂版の作成を検討する。

部 会	1 号 議 員		2 号 議 員		3 号 議 員	
小売商業	新 イオンモール(株) 新 (株)大垣書店 (株)近鉄百貨店 桃山店 (株)大丸松坂屋百貨店 大丸京都店 新 (株)田ごと (株)西浅 (株)ハヤセ衣裳店 新 (株)ひさご寿司 (8人)	服藤 伸二 大垣 守弘 赤木 透 内田 隆 堀部 素弘 児玉 保次 早瀬 信善 宇治田 秀	(株)川勝總本家 (株)祇園辻利 京都麻業(株) (株)ジェイアール西日本伊勢丹 (株)大安 (株)高島屋京都店 (6人)	川勝 康行 三好 通弘 小泉 光太郎 松井 達政 大角 正幸 奥村 正綱	(株)藤井大丸 (1人)	藤井 久嗣
卸売商業	小川珈琲(株) 京染卸商業組合 京都生花(株) 新 京華産業(株) 佐川印刷(株) モリカワ商事(株) (6人)	小川 秀明 寺井 庄兵衛 松尾 義平 小島 英利 木下 宗昭 木下 泰一	(株)今與 京都全魚類卸協同組合 ニシムラ(株) (株)若林佛具製作所 (4人)	今西 信裕 池本 周三 宮崎 虎一郎 若林 卯兵衛	京都青果合同(株) (1人)	内田 隆
繊維・染織	(株)川島織物セルコン 京都丸紅(株) 新 啓明商事(株) 大松(株) 高見(株) 西陣織物産地問屋協同組合 服部織物(株) 丸池藤井(株) ムーンバット(株) (株)ルシアン (10人)	中西 正夫 小林 幸弘 野瀬 兼治郎 小澤 淳二 高見 重光 木村 卯兵衛 服部 正毅 藤井 博夫 岡田 登史彦 野村 直史	京都原糸商協同組合 京都友禅協同組合 西陣織工業組合 吉忠(株) ワタベウェディング(株) (5人)	深田 康夫 池田 佳隆 渡邊 隆夫 吉田 忠嗣 渡部 隆夫	(株)京都西川 (株)ワコールホールディングス (2人)	石橋 武夫 塚本 能交
電機・機械金属	(株)菊水製作所 京都機械工具(株) (株)京都製作所 サムコ(株) サンコール(株) (株)ジーエス・ユアサ コーポレーション (株)写真化学 (株)たけびし TOWA(株) ニチコン(株) 新 日本輸送機(株) 福田金属箔粉工業(株) (12人)	島田 泰男 宇城 邦英 橋本 進 辻 理 幸元 攻 依田 誠 石田 敬輔 岩田 武久 坂東 和彦 武田 一平 裏辻 俊彦 福田 健	(株)イシダ 大日本スクリーン製造(株) 日新電機(株) 三菱自動車工業(株)パワートレイン製作所 (株)村田製作所 (5人)	石田 隆一 石田 明 位高 光司 横井 英雄 村田 恒夫	オムロン(株) 京セラ(株) (株)島津製作所 日本電産(株) 村田機械(株) ローム(株) (6人)	立石 義雄 川村 誠 矢嶋 英敏 永守 重信 村田 純一 佐藤 研一郎
建設産業	(株)岡野組 (株)かねわ工務店 (株)増田組 新 美濃清商工(株) (4人)	岡野 益巳 田丸 政則 市橋 尚 若山 貴義	(社)京都府建設業協会 京都支部 京都木材協同組合 公成建設(株) (株)地域計画建築研究所 日本管工業(株) (5人)	小崎 学 乾 康之助 絹川 治 杉原 五郎 奥村 昇三		
食品・名産	(株)井筒ハッ橋本舗 北尾商事(株) 新 (株)木乃婦 (株)下鴨茶寮 (株)俵屋吉富 本家ハッ橋西尾(株) 新 (有)みすや忠兵衛 新 (株)山一パン総本店 (株)山本本家 (9人)	津田 純一 北尾 陽 高橋 信昭 佐治 八重子 石原 義清 西尾 陽子 山口 忠洋 山本 隆英 山本 源兵衛	(株)朝日堂 キンシ正宗(株) (株)西利 (株)野村佃煮 京都支店 (株)福寿園 京都本店 (5人)	浅井 國勝 堀野 欣哉 平井 義久 野村 憲司 福井 正典	月桂冠(株) 宝ホールディングス(株) (2人)	大倉 治彦 後藤 功
化学	旭コンクリート工業(株) 西部支社 京都薬品工業(株) 日本プラスチック製砥(株) 古川勘(株) (4人)	伊藤 晃一 北尾 和彦 福田 正章 古川 元夫	第一工業製薬(株) 明成化学工業(株) (2人)	津田 章裕 貴志 吉延	日本新薬(株) (1人)	前川 重信
一般工業	(株)イセトー (株)太平洋 (2人)	小谷 達雄 瀧 静子	大阪ガス(株) 京都・滋賀地区 日本写真印刷(株) (2人)	中島 賢 鈴木 正三	関西電力(株) 京都支店 任天堂(株) (株)堀場製作所 (3人)	安部川 信 山内 溥 堀場 厚
観光・運輸	(株)京都駅観光デパート 京都府料理生活衛生同業組合 京都府旅館生活衛生同業組合 新 (株)京都ホテル 新 京福電気鉄道(株) 新 佐川急便(株) (株)JTB西日本 京都支店 (株)聖護院ハッ橋總本店 (株)しょうざん 新 (株)リーフ・パブリケーションズ (10人)	東 憲昭 佐竹 力總 山本 忠彦 平岩 孝一郎 藤本 昌信 栗和田 榮一 丸尾 真哉 鈴鹿 且久 松山 靖史 中西 真也	(株)キャリエール・インターナショナル 京都駅ビル開発(株) 京阪バス(株) (株)鼓月 (社)地域企業振興協会 (株)ハトヤ観光 彌栄自動車(株) (7人)	田中 田鶴子 南 隆明 丹羽 敬 中西 たえ子 中野 淑夫 岩井 一路 桑田 佳幸	京阪電気鉄道(株) 西日本旅客鉄道(株) 京都支社 (株)フクナガ (3人)	佐藤 茂雄 二階堂 暢俊 福永 晃三
金融	大和証券(株) 京都支店 三井生命保険(株) 京都支社 (2人)	上村 博美 井上 政憲	京都中央信用金庫 (株)三井住友銀行 京都法人営業本部 (2人)	布垣 豊 西川 知宏	(株)京都銀行 (1人)	柏原 康夫
文化・情報	(株)オービーピー (株)京都書房 (株)京都放送 (株)傳來工房 新 西日本電信電話(株) 京都支店 (5人)	小川 浩 時岡 伸行 中澤 隆司 橋本 和良 東田盛 正治	ジーク(株) (株)淡交社 (株)日商社 (有)服部和子きもの学院 花豊造園(株) (5人)	湯浅 圭一 納屋 嘉人 岸田 昭夫 服部 和子 山田 昌次	(株)京都新聞社 (1人)	白石 方一
サービス産業	(社)京都府自動車整備振興会 (株)くろちく 新 (株)公益社 公認会計士 長谷川正治事務所 (4人)	太田 伊右衛門 黒竹 節人 松井 昭憲 長谷川 正治	石原会計事務所 税理士法人京都合同会計 ジーケージャパンエージェンシー(株) ワタキューセイモア(株) (4人)	石原 豊 森田 恵三 橋田 正信 安道 光二	(株)トーセ (1人)	齋藤 茂
議員数	76人(定数76人)		52人(定数52人)		22人(定数22人)	