

[企業情報](#) > [サステナビリティレポート2005](#) > [トップコミットメント&ハイライト](#) > [理念の実現に向けた挑戦を続けます](#)

トップコミットメント&ハイライト

トップコミットメント



経営環境の劇的な変化

いま、企業経営が格段に難しく、複雑になってきたと感じておられる経営トップは多いことと思います。成熟化した市場における競争はますます熾烈となり、価格の低落とコスト削減のいたちごっこの競争が、際限なく繰り広げられています。一方で、単純な価格競争から脱すべく、各社が付加価値向上のための提案を行ない、そのレベルも高まってきています。さらには企業に対して、社会から厳しい目が注がれるようになっていきます。その最大の理由として、企業活動が人々に物質的な豊かさをもたらしてきた半面、社会や地球環境にひずみと矛盾を引き起こしてきたことが考えられます。

このひずみを正すべく、企業の社会的責任に関する条約の発効、法規制の施行が相次いでなされています。2005年2月には、京都議定書が正式に発効され、CO₂排出の削減は、企業としての正式なコミットメントとなりました。また、日本やEUで施行されたリサイクル法、EUのRoHS指令など、これに対応できない企業はビジネスそのものを続けることができなくなりました。さらに、個人情報保護法やe文書法の施行、そして米国では不正会計防止のために企業統治の法律であるサーベンス・オクスレー法が施行され、これと同様の目的を持ったものが、日本でも2008年3月に施行されようとしています。

企業への要請は、地球環境への配慮、機密保持などの社会的な責任、経営の透明性や説明責任など、範囲やレベルが大きく引き上げられ、しかも強制力を伴うようになりました。このように、企業と社会の関係に、新たなそして強い変化が起り始めたのが2005年ではないかと私は考えています。今、企業経営の難易度が飛躍的に高まったと感じられる所以です。

高い企業品質を構築し変化に対応する

企業は、業績を厳しく問われるなかで、このように社会や環境からの要請も満たさなくてはなりません。それを怠った時のコストは、社会にとってあるいは企業にとって膨大なものになります。さらに、最近のアスベストの事例は、法律を守るだけでは十分ではなく、法の要求を超え、企業が自分たちの価値観をもとに、自主的に取り組みを進めていく必要があるということを示しています。企業が収益の極大化に邁進していれば良い時代は終わり、新たな経営の質が問われる時代になったのです。

このように、企業経営にも、商品や仕事と同じように経営や企業としての品質があり、富士ゼロックスはこれを「企業品質」と呼びたいと考えています。高い「企業品質」には、基本的なコンプライアンスのみではなく、社会・環境への十分な配慮、そして新鮮で豊富な価値を世の中に提供し続ける卓越した能力、さらには、企業全体を高いレベルで統治するガバナンスが備わっていなければならないと考えます。



そして、私は、高い企業品質を実現するには、商品やサービスにおける「イノベーション力」と、従業員一人ひとりが自ら考え自ら行動する「ビヘイビアとマインドの定着」が重要と考えています。つまり、革新的な価値を世の中に提供し続けることが、当社の社会に対する使命であり、私を含め従業員は、自ら積極的にその実現を目指しています。

富士ゼロックスの挑戦

富士ゼロックスが目指す企業像は、「強い」「やさしい」「おもしろい」の三つの要素がバランスよく拡大してゆく「よい会社」です。この実現により社内外のステークホルダーに対して提供する価値を総合的に高めていきます。そして私たちが理想とする社会像は、「世界の人々の相互理解が深まり文化が発展する社会」です。私たちは「知の創造と活用をすすめるための環境を構築する」ことを通じて、このような社会の実現に貢献したいと考えています。また、そのことを通じて、同時に私たちの社員の「一人ひとりの成長の実感と喜びを実現」しようとしています。これが、富士ゼロックスのミッションステートメント(企業理念)「私たちが目指すもの」の意味であり、このミッションを市場における競争に勝ち抜きながら実現すること、それが富士ゼロックスのCSRです。



いま私たちは、CSRを三つの階層で捉え、展開しています。まずは、法律などで決められていることを遵守する、即ちコンプライアンスの階層です。これができていないことは、市場からの撤退を意味します。今年は特に海外の関連会社にも適用する共通した制度をつくり、社員の教育を徹底して行なっていきます。この展開には、その趣旨に共感して署名したグローバル・コンパクトを参考にしたいと考えています。次の階層は、世の中の動きをウォッチしながらも、必要と思われる規範やルールを自ら定め、実行に移すというものです。ここでは、社会・環境への配慮と、事業としての自立性やお客様への価値提供の両立を目指していきます。三番目の階層は、世の中の仕組みを変えるような、革新的な取り組みの実践や、事業活動だけでは成し得ないより本質的な社会貢献活動などです。具体的には、例えば、資源循環システム(リサイクル)の国際展開が挙げられます。ここでは、社会的意義や、社員の自発性を重視します。そして、このような考え方や活動を、私たちのビジネスエリアであるアジア・オセアニア地域そして中国全域へ積極的に展開していきます。

私は、今年の6月、中国の国家環境保護総局(SEPA)に招かれて北京大学でスピーチをしましたが、私たちの複写機やプリンターのリサイクルへの取り組みの話が、特に大きな関心を集めました。また、中国の方々から、「オリンピックまでには、北京に青い空を取り戻す」という決意を伺い、大きな変化の予感を感じました。中国市場でリサイクルをビジネスとして立ち上げることは容易ではありませんが、中国の持続可能な発展は、アジアひいては世界の持続可能な発展にとって不可欠です。私たちの資源循環システムはまだまだ発展途上にありますが、さらに高い技術とプロセスのイノベーションに向けて最大限の努力をまいります。

より良いコミュニケーションを通じて、社会の相互理解を目指す

最後に、私たちが創業以来大切にしてきた、ゼロックスの創業者、ジョセフ・ウィルソンの言葉をご紹介します。彼はゼロックスの創業期、「我々のビジネスの目的は、より良いコミュニケーションを推進することを通じて、世界の人々の相互理解を増進することにある」という言葉で、ゼロックスが何のために存在するのかを、端的に指し示しました。その数年後、富士ゼロックスはこの言葉を創業の理念として掲げました。創業以来40数年を経て、このDNAを継承できているかどうかは世の中の評価と今後の実績を待つしかありません。しかし、この創業の理念が少なくとも私たちの活動を方向付け、また、それらの基盤となっているという実感が富士ゼロックスで働くすべての人々の心のなかにあることは事実です。

私は、このサステナビリティレポートを通じて、当社の考え方や実践をご報告し、多くのご意見をいただきたいと考えています。これからの地球環境と企業経営について、皆様と一緒に考え行動していきたいと願っています。

富士ゼロックス株式会社 代表取締役社長

有馬利男