

用語	解説
コーポレート・ガバナンス	<ul style="list-style-type: none"> ●企業がその目的を追求するうえで、意思を決定し、それを実施するシステム。ガバナンスの仕組みには2種類がある。一つは、規定された構造とプロセスに基づいた公式の仕組み(内部統制を含む)。もう一つは、経営層の考え方の影響を受ける企業文化や価値観として現れる非公式の仕組み。 ●CSRの文脈では、自らの意思決定と事業活動の与える影響に責任をもち、CSRを企業全体と業務上の関係者に浸透させる最も決定的な要素。
コミットメント	<ul style="list-style-type: none"> ●日本語にはなりにくいが、一般には3つの意味がある。①委託・委任、②責任を持った約束・公約・確約、③責任を持つ深い関わり・介入。 ●CSRの文脈では、②ないし③の意味で使われることが多く、特に「トップ・コミットメント」は重要である。状況によっては、約束した必達目標(数値)に向けた努力の意味でも使われる。
CSR監査	<ul style="list-style-type: none"> ●財務、経理、商品の性能・品質などは別に、企業自らが環境・社会・経済に与える影響について調査を行い、CSRリスクの種類と大きさを確認すること。内部監査と外部(第三者)監査がある。 ●調達先(サプライヤー)に対して品質・価格・納期だけではなく、環境的・社会的・統制的に適切な活動を行っているかをサプライチェーン・マネジメントとして調査する場合には、「CSR調達監査」と言う。
人権	<ul style="list-style-type: none"> ●人権とは、全ての人に与えられた基本的権利、すなわち、生きている人間の権利である。人権には2種類ある。一つは市民的・政治的権利(自由及び生存、法の下での平等、表現の自由など)、他方は経済的・社会的・文化的権利(労働・食糧・健康・教育・社会保障など)。 ●企業にはその影響力の範囲内で人権を尊重する責任があり、人権侵害への「加担」も回避しなければならない。
デュー・ディリジェンス	<ul style="list-style-type: none"> ●CSRの文脈では、企業の活動や製品・サービスのライフサイクル全体において、企業の意思決定と事業活動によって起こる実際のないし潜在的な社会的・環境的・経済的なマイナスの影響を回避し軽減する目的で、自らマイナスの影響を特定する包括的かつ積極的なプロセス。 ●企業はそれを防止し対処する責任を負う。「CSR監査」と同じ意味で使われることもある。
差別	<ul style="list-style-type: none"> ●平等な扱いや機会均等をなくす区別・排除または優先で、その動機は偏見や先入観に基づく。差別の根拠には、人種・皮膚の色・性別・年齢・言語・国籍や出身国・民族や社会的出自・宗教・経済的背景・障害・妊娠、さらに政治的信条などがある。 ●最近では、配偶者の有無・家族状況・HIV/エイズ・性的嗜好(LGBT)などもある。差別によって雇用・労働や処遇における不当な格差を設けることがあり、また間接的に行われることもある。
社会的弱者	<ul style="list-style-type: none"> ●差別または社会的・経済的・文化的・政治的もしくは身体的に不利な状況にあって、自らの生存権を確立すると共に、安寧な生活を享受する機会を得るための手段を平等にもたない個人、および集団。 ●例えば、女性や女兒、障がい者、児童、先住民族、人種や家系を根拠に差別されている人々、あるいは高齢者、貧困者、非識字者、少数民族など。
温室効果ガス	<ul style="list-style-type: none"> ●地球温暖化(気候変動)の原因物質として可能性の高い、人間活動による温室効果をもつ気体の総称(略称GHG)。気候変動枠組条約第3回締約国会議(COP3)の京都議定書では、二酸化炭素(CO₂)、メタン(CH₄)、一酸化二窒素(N₂O)など6種のガスが削減対象となった。 ●地上気温の上昇は、18世紀の産業革命後にGHG排出が増えたことによる人為起源によるものであると、IPCCはほぼ断定した。 ●GHGは、自然環境と人間環境に基大な影響を及ぼすと認識され、予想されている。
生物多様性	<ul style="list-style-type: none"> ●生物は進化の過程で分化し、生息場所に応じた相互関係を築いてきた。その中で陸生種・水生種を問わず生物間に違いが生まれ、「生態系の多様性」「種の多様性」「遺伝子の多様性」が出現した。 ●国際的な取組として、1993年に生物多様性条約が発効した。2010年の生物多様性条約第10回締約国会議(COP10)で、生物多様性の損失速度を減少させる2050年までの戦略「愛知目標」と、遺伝資源の取り扱いに関する「名古屋議定書」が採択された。
ハラスメント	<ul style="list-style-type: none"> ●身体的、精神的、立場的な嫌がらせであり、他者に対する発言や行動が、その意図にかかわらず相手を不快にさせる、尊厳を傷つける、人格を侵害する、不利益を与える、脅威を与えることなど。 ●例えば、パワー・ハラスメントとは、職務上の地位の優位性を背景に、その立場や権限を利用または逸脱して、精神的・身体的苦痛を与える行為。これにより、労働条件に不利益を与える、就業環境を悪化させる、雇用不安を与えることがある。
消費者課題	<ul style="list-style-type: none"> ●CSRとしては、公正なマーケティング、安全衛生、持続可能な消費、紛争解決・救済、プライバシー保護、製品・サービスへのアクセス、消費者ニーズへの対応、消費者教育が課題である。 ●国際的に認められた消費者の権利は次のとおり。安全の権利、知らされる権利、選択する権利、意見が聞き入れられる権利、基礎的ニーズが保障される権利、救済される権利、教育を受ける権利、健全な生活環境の権利。さらに、プライバシーの尊重、予防的アプローチ、男女平等及び女性の地位向上、ユニバーサル・デザインも追加された。
<p style="text-align: center;">注:原則として、本用語解説はISO26000の定義や記述に準拠している。</p> <p>↑後日、追記があります!</p>	