

# 第8回例会報告

## － 基調講演 －

### コンプライアンス ～実践にあたって～

今回は、これまで部会で行われてきた「コンプライアンス」についての議論の発展形として、コンプライアンスを具体的に実践していくために必要な事柄を、中小企業診断士の菅野和彦氏にお話いただきました。

#### 講演内容

コンプライアンス実践にあたっては、「1.行動指針・規範の作成(トップの価値観の明示)」「2.教育・研修(周知)」「3.コミュニケーション(理解の確認および行動のフォロー)」、この3つのステップを踏む必要があります。

1.に関しては、トップの思いやこだわりを、普段使っている言葉でそのまま書くだけで結構です。生の言葉で、気持ちを込めて書くことが大切です。それでも難しいという方のために、多摩グリーン倶楽部の作業部会では『倶楽部の行動指針・規範』を作成しました。ぜひこれを参考に、自社らしい行動指針・規範の作成にチャレンジしてください。2の「教育・研修」は、この明文化した指針を、全社員にしっかりと伝えるステップです。理解して行動してもらうために、何度でも周知します。3は、会社で起きているいろいろな事象の中で、「どれが不祥事につなが

るのか」「どうすればその対策ができるのか」をトップが理解することが重要ということです。例えば、「問題が経営トップに上がってこない→情報伝達の問題→情報とコミュニケーションの見直しが必要」とか、「問題を放置しないという感覚が希薄→個人の倫理意識の欠如→教育・研修・モニタリングを徹底する」など、問題の本質がどこにあるのかを捉え、コンプライアンス体制に必要な仕組みを把握することが必要です。



器(制度)だけつくっても、コンプライアンスは機能しません。社員に重要性を意識させるためには、トップの“思い”や“本気”を感じさせることです。その意味では、コンプライアンスはトップのリーダーシップに尽きます。

「守り」のイメージが強いコンプライアンスですが、作成することで企業価値や組織力を維持・向上できるメリットもあります。これはひいては、売上の増加、有望な人材の獲得、ブランド力のアップ、経営力の向上につながります。ぜひ、自分の会社をアピールするツールとして、コンプライアンスを積極的に使っていただければと思います。



#### 菅野 和彦 氏 [中小企業診断士 ファイナンシャルプランナー]

1985年に慶応義塾大学理工学部を卒業後、(株)東芝入社。実務をとおして、製造・知的財産・営業関連法務を経験。現在、(株)ソルクシーズにて内部統制推進業務を担当し、企業組織運営関連法務を経験する傍ら、ライフワークである中小企業診断士として、中小企業の経営問題の解決支援に尽力している。

講師  
プロフィール  
Lecturer Profile

## 一 報告会 一

第2部では菅野和彦氏のコーディネートにより、作業部会参加会員企業4社にそれぞれの企業におけるコンプライアンスの事例を紹介していただきました。

### ●前田金属工業株式会社 代表取締役社長 前田 正明

産業廃棄物処理業のため、年々規制が厳しくなっているのを肌で感じる。例えば、最近導入したコンプレッサーが騒音規制法にかかり、国に届けを出した。販売会社からは一切説明はなく、法律を自分でチェックしなければいけなかった。騒音や大気汚染など、法令は年々改正されているので、自らアンテナを張っていなければならない状況だ。罪に問われる危険性を回避し、自分の身を守るためにもコンプライアンスはますます重要になっていくと感じている。

### ●株式会社キャリア・マム 代表取締役 堤 香苗

ただ会社や社員の損得だけではなく、その会社が継続して繁栄していくために必要な理念が、コンプライアンスの考え方だと思う。例えば、「“社会や地域に役立つ会社”という部分は絶対に捨てられない！」と常々社員に話している。会社として、ただ“いいことやろう”ではなく、“何をやらないか”をはっきりさせ、分かりやすい言葉で万人の心に染みるような話を繰り返し話していくことが必要だ。そうすれば、トラブルやイレギュラーな状況など迷ってしまう場面で、各社員が1人で判断しないといけないとき、コンプライアンスが“心の判断基準”になる。

また、相手にわかりやすい形でコンプライアンスを提示し、「この会社だから働きたい」としてもらえれば、良い人材の採用にもつながっていくと思う。

### ●株式会社ヤシマ 代表取締役 武井 哲也

4,5年前に初めて経営指針を作ったが、新卒説明会のとき、経営理念をベースにした説明が厚い内容になり、共感して新卒者が入ってきてくれた。経営理念に加えてコンプライアンスというしっかりした基準をもつことで、更に会社は良くなると思う。社内の誠実性や透明性があがることで生産性の質があがり、結局のところ、品質の向上によって販売の量が自然に増えていく。心のこもったものを作って、経営者が模範となって愚直に示していくことで会社も変わってくる、という好循環が起こる。

### ●多摩信用金庫 法務相談室 関 義直

コンプライアンスを浸透させ、理解度を深めるのはとても難しいこと。トップのビジョンや考え方を伝えるた

めに、できるだけ簡単な言葉で明文化し、それを伝え続けていくことで、社員の実践につながっていくのではないかと。コンプライアンスを周知徹底するために、弊金庫ではコンプライアンスプログラム年度計画がある。読み合わせを行ったり、問題提起を行って職員全員にケーススタディを勉強してもらう。また、職員一人一人が自覚を強くもつために、コンプライアンスチェックカードを採用し、自問自答しながら間違った判断をしないよう携行させている。信用保持のためには、コンプライアンスを継続して徹底させていく仕組みも必要だ。

全体を通して、大事なことは経営者の「思い」をはっきりさせ、それを定着させるための仕組みを作って、繰り返し社員に伝え、納得・共感してもらい、最終的には社員に誇りと思ってもらえるような会社作りをすることが、コンプライアンスが目指すところだ、と結論づけられたようです。

報告者の中からは、「コンプライアンスは最初“足かせ”と思っていたが、攻めの側面もあると部会で知り、それが作成のきっかけとなった。」「コンプライアンスは“当たり前前に守ること”としか思わなかったが、部会に参加するうちに、1つ1つが経営方針や経営理念を実現するためのものなのだ、と気持ちを改めた。」など、部会を通してコンプライアンスの重要性を知った、再認識した、といった声も聞かれました。

今年4月にコンプライアンスについてのアンケートをとったところ、作成している企業は、27社中9社という結果でした。今回部会でコンプライアンスについて取り上げたことで、「1社でも多く『うちも作ろう!』と考えてもらえるようなきっかけになったら嬉しい。」という菅野氏からの言葉で、会は締めくくられました。

