

教宣 せぶん

マングローブのCMを知っていますか？

「これってお父さんの会社でしょ」。朝刊を読んでいる私に、娘がそう言いました。テレビに目をむけると、温暖化を少しでも抑えるためにマングローブを植えるという東京海上日動社のCMが流れていました。授業で地球環境について勉強し始めた娘にとって、自分の父親が勤める会社が、温暖化防止のために役立つことをやっていることが嬉しいような感じで、日動出身者にとっては、「合併効果」を感じた瞬間でした。

CMを見ていても、自社の商品やサービスを宣伝するパターンがほとんどの中にあって、企業の経営理念を表現するCMは珍しいと言えます。今の時代のキーワードとも言える「地球環境」に焦点をあて、環境にやさしい企業、環境を考える企業という経営方針、理念をPRすることは、間接的なCM効果もさることながら、顧客や株主、そして世間に与える企業のイメージアップ効果も相当なものだと感じます。環境に配慮するという理念・方針も含めて、このCMに見る発想・着想は、日動社では、考えもつかなかったことではないでしょうか。

さて、その外にむけ大々的に自社の経営理念をPRしている東京海上日動社が、内にむけた施策としてはどんなことをしているのでしょうか？昨年末に行われた事務折衝報告が、どぶいたニュースに載せられてきましたが、これが同じ会社が行うことかと目を疑う内容でした。今までの経緯をみれば、また客観的にみても、会社がどんな抗弁を使おうが、今回の会社発言・考え方は、私たちの組織に対する嫌がらせ、組合差別に他なりません。会社は、なぜ私たちの存在を否定しようとするのでしょうか？なぜ正々堂々とむき合おうとしないのでしょうか？なぜ私たちの組織の運動や考え方を、自らの目で見ようとするのでしょうか？

言うまでもありませんが、人権の尊重や思想信条の自由は憲法で保障されています。法令を守っていくことは合併新会社の最大の方針です。そして、会社は地球環境を守り、人権を大切にすることを宣言していますし、社長は客観性が鋭く問われる他団体の重要なポストに就任しました。長野ではスペシャルオリンピックスを企業として大きくサポートしています。そんな観点から考えれば、企業内で法令に抵触するような考え方をし、差別を行うような風潮があってよいのでしょうか？

「マングローブの植林をパフォーマンスだとは思いたくはない」のですが……。