

「2002年度 社会貢献活動実績調査結果」要約

2004年1月20日

(社)日本経済団体連合会
社会貢献推進委員会・1%(ワン・セント)クラブ

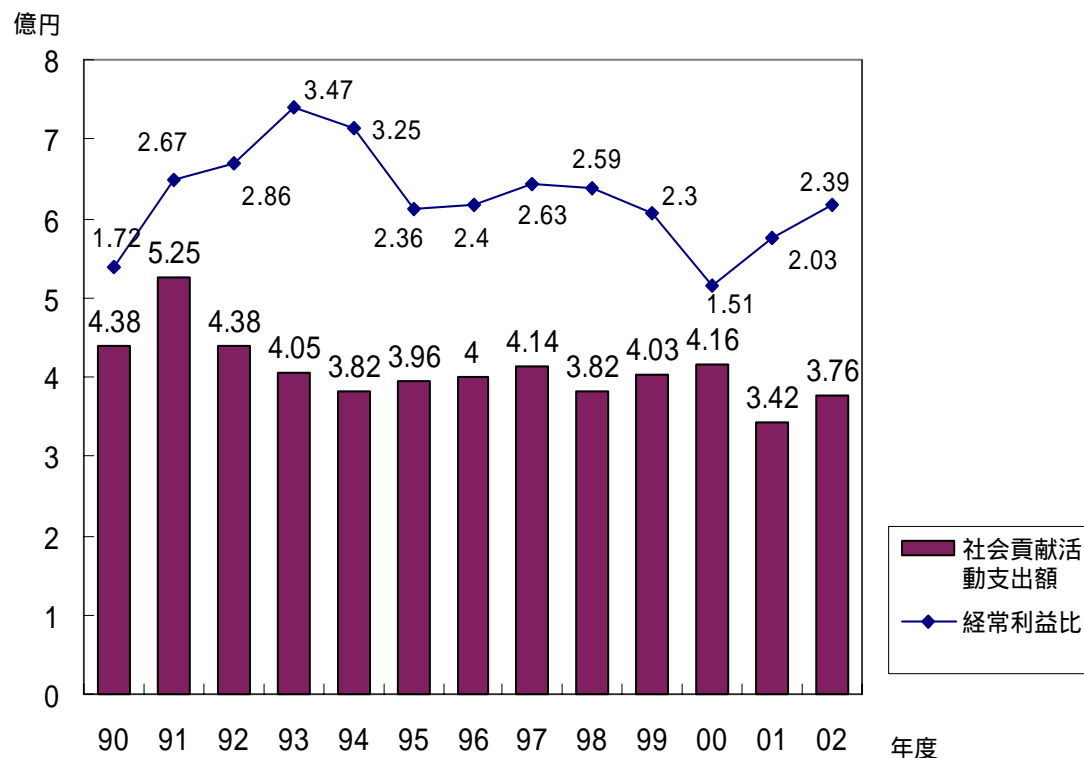
・調査概要

- 1．調査対象： 日本経団連会員企業、1%クラブ法人会員の合計1,302社
- 2．担当委員会： 社会貢献推進委員会、1%(ワンパーセント)クラブ
- 3．調査目的： 企業による社会貢献活動の実態を明らかにし、社会の理解を深めるとともに、今後の各社の活動に資する
- 4．調査内容： 2002年度の社会貢献活動支出額、その経常利益に対する比率、社会貢献活動に関する意識や社内体制・制度の導入状況、各社の社会貢献の事例に関する調査
- 5．調査時期： 2003年8月～10月
- 6．回答数： 340社(回答率：26.1%)

[参考；2002年7月に行った2001年度実績調査の回答数は382社(調査対象1,262社)、
回答率は30.3%であった]

・支出調査結果（2002年度）

1. 社会貢献活動支出額と経常利益比の推移（1社平均）



* 社会貢献活動支出額： 本調査における社会貢献活動支出額とは、 寄付金総額(税法上免税とされるか否かにかかわらず、社会貢献を目的とした寄付金、現物寄付等)、 社会貢献を目的とした自主プログラムに関する支出額(税法上、広告・宣伝費等で処理されていても、実質は社会貢献活動と企業が認識している支出を含む)の合計

2. 社会貢献活動支出額

回答企業316社の2002年度社会貢献活動支出総額は1,190億円であり、1社平均で3億7,600万円と2001年度に比べ9.9%増加した。

社会貢献活動支出額

	96年度 (405社)	97年度 (376社)	98年度 (360社)	99年度 (309社)	00年度 (323社)	01年度 (342社)	02年度 (316社)
合計額	1,620億円	1,557億円	1,376億円	1,246億円	1,345億円	1,170億円	1,190億円
1社平均	4億円	4億1400万円	3億8200万円	4億300万円	4億1600万円	3億4200万円	3億7600万円
対前年	1.0%増	3.5%増	7.7%減	5.5%増	3.2%増	17.8%減	9.9%増

3. 経常利益比率等

社会貢献活動支出額が経常利益に占める比率(単純平均)は、2.39%(回答企業267社)と2001年度から0.36ポイント上昇した。売上高比は0.13%(302社)、税引前利益比は3.20%(233社)と前年度から若干下降している。

社会貢献活動支出額が売上高、経常利益、税引前利益に占める比率(単純平均)

	96年度	97年度	98年度	99年度	00年度	01年度	02年度
売上高比	0.18% (384社)	0.12% (363社)	0.10% (342社)	0.10% (283社)	0.10% (303社)	0.19% (322社)	0.13% (302社)
経常利益比	2.40% (368社)	2.63% (337社)	2.59% (295社)	2.30% (279社)	1.51% (308社)	2.03% (275社)	2.39% (267社)
税引前利益比	2.88% (350社)	2.97% (319社)	2.70% (256社)	4.76% (229社)	2.56% (274社)	3.31% (218社)	3.20% (233社)

4. 社会貢献活動支出額の内訳

寄付金額：1社平均2億6,400万円(301社。対前年度比12.8%増)

分野別の社会貢献活動支出比率

	単純平均
1. 社会福祉	7.1%
2. 健康・医学	4.5%
3. スポーツ	7.3%
4. 学術・研究	17.2%
5. 教育・社会教育	13.3%
6. 文化・芸術	14.4%
7. 環境	6.0%
8. 史跡・伝統文化保存	1.7%
9. 地域社会の活動	12.7%
10. 国際交流・協力	6.4%
11. 災害救援	0.6%
12. 人権	0.2%
13. NPOの基盤形成	0.9%
14. その他	7.9%

寄付金額

	96年度	97年度	98年度	99年度	00年度	01年度	02年度
合計額	1,049億円 (396社)	1,027億円 (373社)	883億円 (357社)	787億円 (306社)	873億円 (318社)	785億円 (336社)	796億円 (301社)
1社平均	2億6500万円	2億7500万円	2億4700万円	2億5700万円	2億7400万円	2億3400万円	2億6400万円
対前年	10.8%減	3.9%増	10.2%減	4.0%増	6.6%増	14.6%減	12.8%増

自主プログラムに関する支出額：

1社平均1億1,800万円(299社。対前年度比7.3%増)

自主プログラムに関する支出額

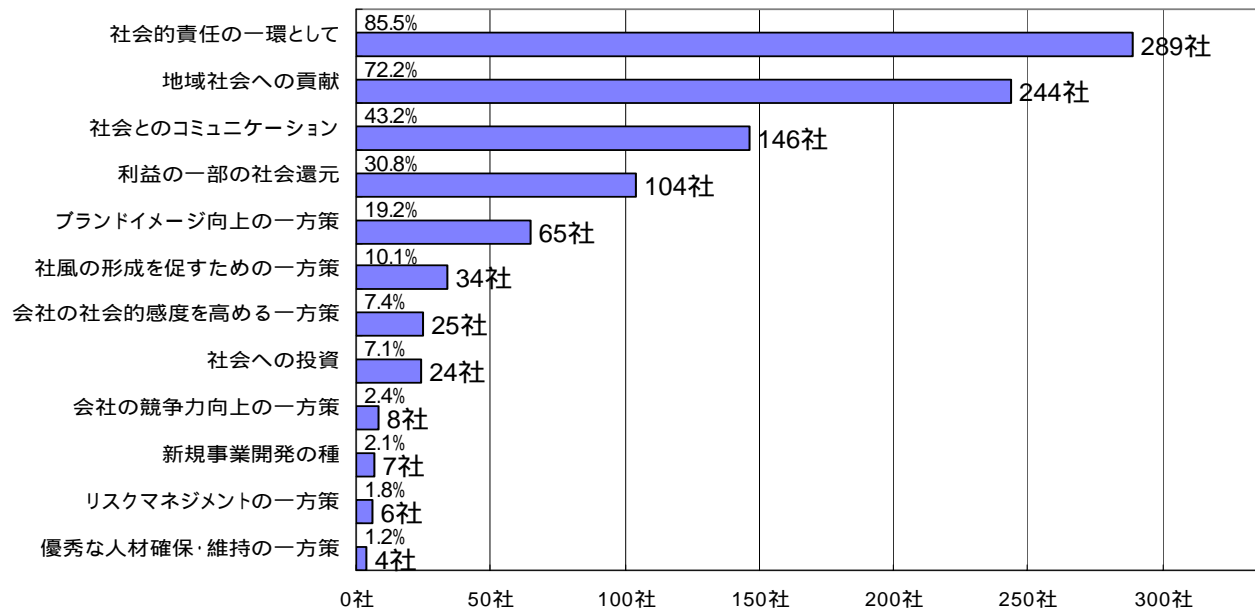
	96年度 (387社)	97年度 (367社)	98年度 (357社)	99年度 (298社)	00年度 (317社)	01年度 (328社)	02年度 (299社)
合計額	571億円	530億円	493億円	441億円	470億円	361億円	353億円
1社平均	1億4700万円	1億4400万円	1億3800万円	1億4800万円	1億4800万円	1億1000万円	1億1800万円
対前年	38.7%増	2.1%減	4.2%減	7.2%増	0%増	25.7%減	7.3%増

意識・制度調査結果（2002年度）

1. 企業の社会貢献活動への取り組み・意識

(1) 社会貢献活動の捉え方

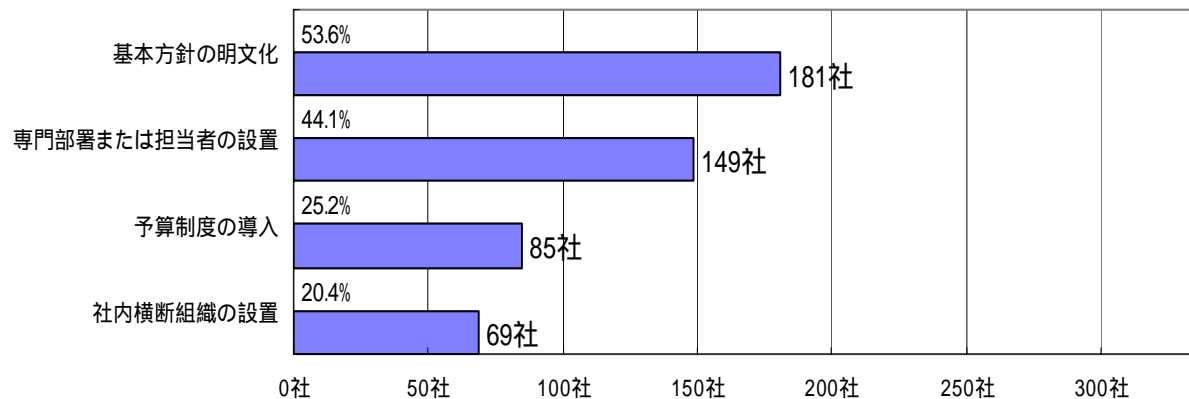
(複数回答)



基数：全回答企業
(N = 338社)

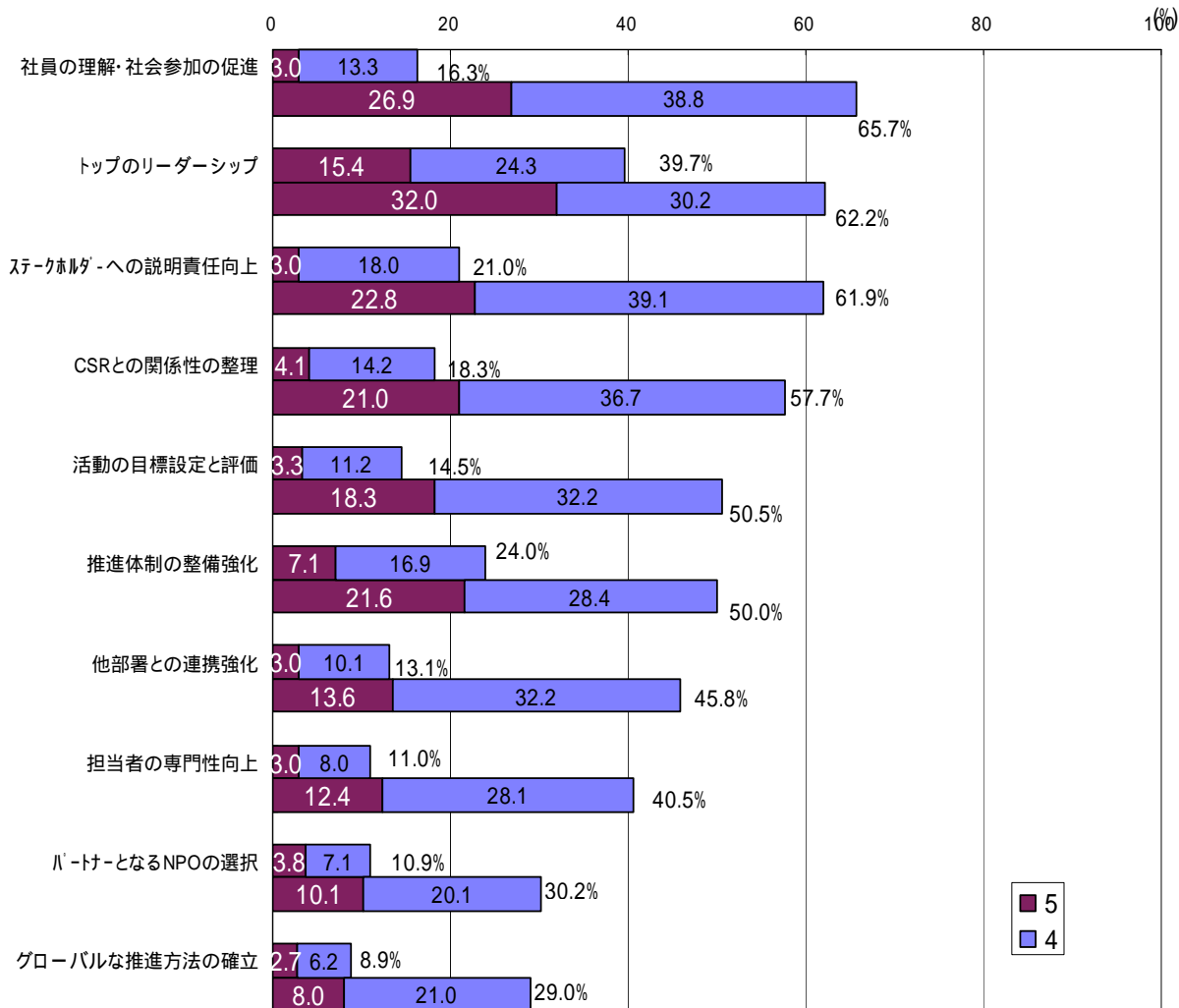
(2) 社会貢献活動推進のための社内体制・制度導入状況

(複数回答)



基数：全回答企業
(N = 338社)

2. 社会貢献活動に対する取り組み状況 今後3年間、重要になると考えられている課題



現状の取り組み状況

トップのリーダーシップ (39.7%)
 推進体制の整備強化 (24.0%)
 ステークホルダーへの説明責任向上 (21.0%)

今後3年間、重要になる課題

社員の理解・社会参加の促進 (65.7%)
 トップのリーダーシップ (62.2%)
 ステークホルダーへの説明責任向上 (61.9%)

重要度と現状との差

社員の理解・社会参加の促進 (49.4 p)
 ステークホルダーへの説明責任 (40.9 p)
 CSRとの関係性の整理 (39.4 p)
 活動の目標設定と評価 (36.0 p)
 他部署との連携強化 (32.7 p)

(注) %は5および4と回答した企業が全体に占める比率
 pは重要度と現状の%の差をポイント化

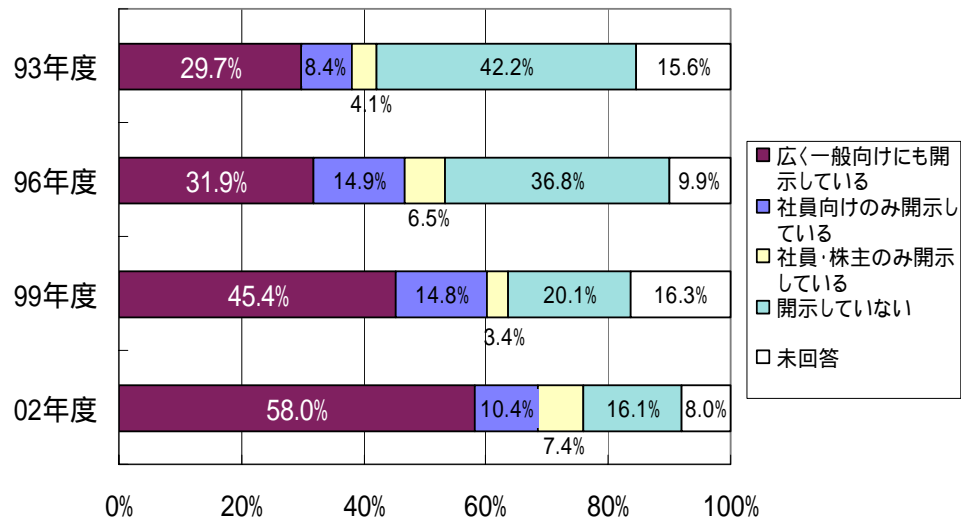
基数：本項目回答企業 (N=314)

上段は現状 (現状の取り組みを5段階評価)

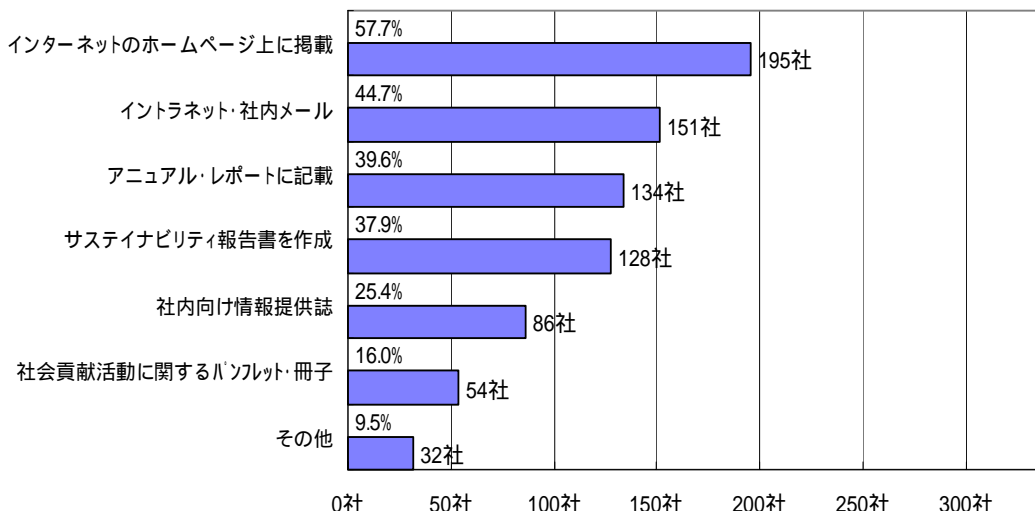
下段は今後3年間で重要となる課題 (重要度を5段階評価)

3. 社会貢献活動に関するコミュニケーション

社会貢献活動の情報開示について、90.8%の企業が「開示すべき」と考えており、1993年度調査(64.2%)から大幅に増加している。また、実際に、58.0%の企業が「広く一般にも開示」しており、その割合は増加傾向にある。



(複数回答)

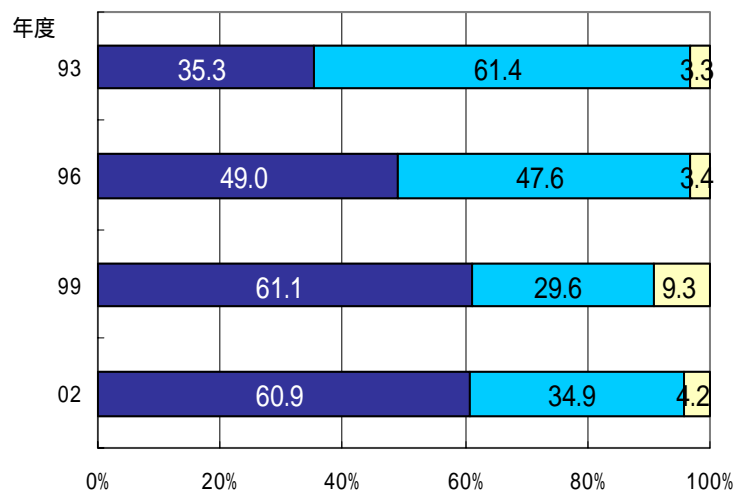


社会貢献活動についての社内外への情報提供は「インターネットのホームページ」に掲載している企業が57.7%となっており、「アニュアルレポート」や「サステナビリティ報告書」(含 環境報告書、社会・環境報告書等)への掲載も進みつつある。

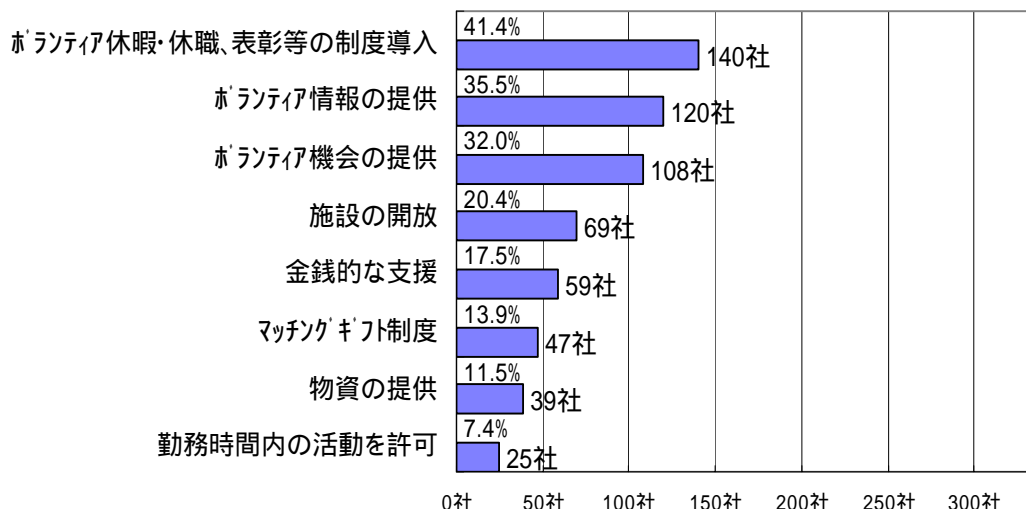
基数：全回答企業
(N = 338社)

4. 社員のボランティア活動に対する支援

社員のボランティア活動を支援している企業は、1993年度調査時に35.3%だったものが、60.9%（206社）に大きく増加している。ボランティア休暇・休職制度、表彰制度等を導入したり、ボランティア活動の情報や機会を提供することを通じて、社員が活動しやすい環境整備やきっかけづくりに取り組んでいる。



(複数回答)



基数：全回答企業
(N = 338社)

5. 企業財団(公益信託)

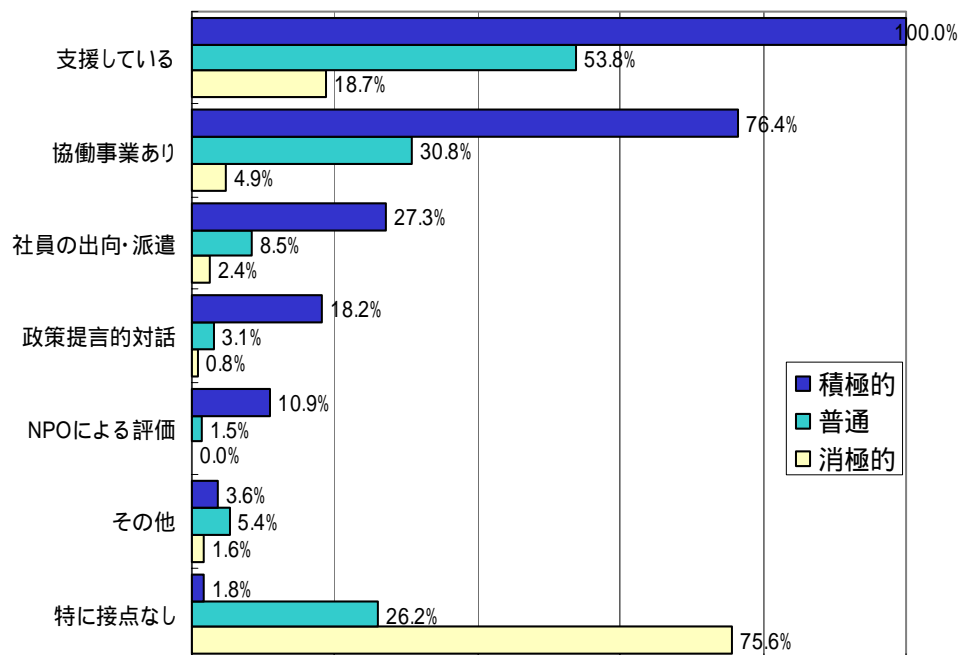
- (1) 独自の財団を持っている企業は36.1% (122社)、公益信託を持っている企業は5.3% (18社) となっている。
- (2) 企業と財団との関係については、財団があると回答した122社のうち80.3%で「設立後も基本財産の積み増しや寄付」を実施して継続的に財団を支援している。また、94.3%の企業が財団に対して何らかの人的支援を実施している。企業と財団が「連携して実施する活動がある」と回答した企業も51.6%ある。

財団との関係		(一部複数回答)	
		2002年度	
資金的支援			
設立後も基本財産の積み増しや寄付	80.3%	98社	
設立時のみ基本財産を出捐	13.1%	16社	
その他	6.6%	8社	
人的支援			
企業の役員・社員が財団の役員	75.4%	92社	
企業の役員・社員が財団に出向	53.3%	65社	
人的支援は行っていない	5.7%	7社	
その他	4.9%	6社	
活動連携			
連携して実施する活動がある	51.6%	63社	
連携事業はないが情報交換している	35.2%	43社	
特に連携していない	9.0%	11社	
その他	3.3%	4社	

基数：財団ありと回答した企業(N=122社)

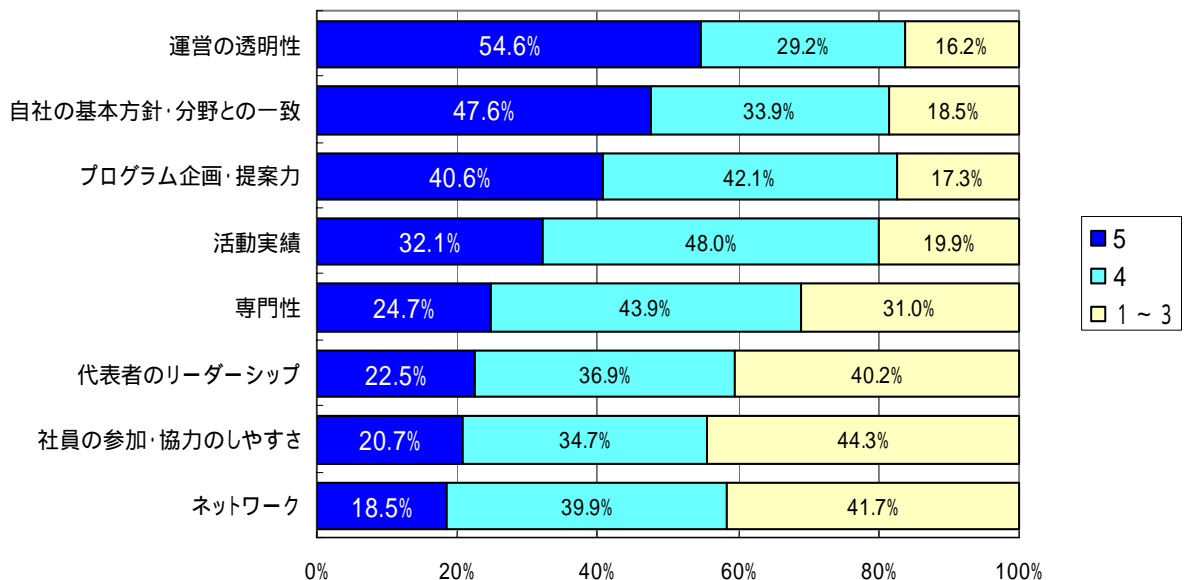
6. NPO・NGOに対する支援・連携

- (1) 企業はNPOやNGOを「多様な市民社会構築の担い手」(複数回答。69.5%、235社)、「社会貢献活動推進のパートナー」(50.9%、172社)ととらえており、NPO・NGOに対する期待は大きい。
- (2) 企業とNPOの関係は、支援している(44.1%、149社)、協働で取り組む事業がある(26.3%、89社)等、積極的な企業がある一方、特に接点のない企業もある(38.8%、131社)。
- (3) NPOとの関係構築に積極的な企業(55社,16.3%:「積極的」「やや積極的」と回答した企業)、普通と回答した企業(130社,38.5%)、消極的な企業(123社,36.4%:「消極的」「やや消極的」と回答した企業)のNPOとの関係を見ると、積極的な企業では、支援している、協働事業を行う等、多様な形での関係が形成されている。また、普通と回答した企業でも30.8%で協働で事業に取り組んでいる。消極的な企業も18.7%が支援しているが、75.6%がNPOとの具体的な接点を持っていない。



基数：「積極的」(N=55社)
「普通」(N=130社)
「消極的」(N=123社)

(4) NPO・NGOを支援・連携する際には、「運営の透明性」「自社の基本方針・分野との一致」「プログラムの企画・提案力」などを企業は重視している。



基数：本項目回答企業（N=271社）

重視の度合いを5段階評価

以上