

2005年度 社会貢献活動実績調査結果

〔支出／意識・制度調査編〕

2006年12月19日

(社)日本経済団体連合会
社会貢献推進委員会・1%（ワッパ-セント）クラブ

目次

[ページ]

はじめに	1
I. 調査概要	2
II. 支出調査結果	
1. 社会貢献活動支出額	3
2. 社会貢献活動支出額が経常利益額等に占める比率	8
3. 寄付金額	11
4. 現物寄付、施設開放、従業員派遣の金額換算	15
5. 自主プログラムに関する支出額	17
III. 意識・制度調査結果	
1. 企業の社会貢献活動への取り組み・意識	19
2. 社会貢献活動推進のための社内体制・制度導入状況	21
3. 社会貢献活動に関するコミュニケーション	24
4. 社員のボランティア活動に対する支援	25
5. 企業財団(公益信託)	27
6. NPO・NGOに対する支援・連携	28
7. 寄付金税制、公益法人制度改革、等	30

はじめに

日本経団連では、1991年から会員企業と1%クラブ法人会員を対象に、「社会貢献活動実績調査」を行っている。今年は3年毎の大規模調査6回目の年にあたり、毎年実施している支出と活動事例の調査に加え、意識調査も実施した。質問事項が多岐にわたる調査であるにもかかわらず、回答社数は447社となり、前回の大規模調査から100社以上増えた。担当者各位の本調査へのご協力に対し深く感謝申しあげる。

今回の調査結果では、社会貢献活動支出額は総額1,444億円と前年度比で4.2%減少したが、1社平均は3億5,400万円と0.9%増加した。このうち、1%クラブ法人会員142社の平均支出額は8億1,100万円となり、バブル期の1991年度（9億3,900万円）に次ぐ歴代2番目の額となった。支出額の対経常利益比は1.38%と前年度に比べて0.37ポイント下がったが、これは、経常利益額の1社平均が調査開始以来最高となったことだけでなく、金額ベースの年間予算制度を導入した企業が増加したことも影響している。1990年以降、厳しい経営環境の中でも一定規模の社会貢献活動を維持してきた企業の実績と経験が、制度にも反映されつつある。

意識・制度調査結果には、企業の社会的責任(CSR)の一環として社会貢献活動を位置づけ、積極的に展開しようとする企業の姿勢が色濃く表れている。

「CSR元年」と呼ばれる2003年からの3年間に、半数以上の企業が社会貢献への取り組みを強化しており、「基本方針の明文化」「専門部署や専任担当者の設置」「社内横断的組織の設置」など社内体制の整備も大きく前進した。社会貢献活動の情報開示も進んでおり、「広く一般向けに開示している」と回答した企業は、1993年度には3割だったが、今回の調査では7割に達している。インターネット上での情報提供、CSR報告書等への記載も進んでおり、ステークホルダーから意見を聞く機会を設ける企業も出てきている。

今後、各社が企業活動全体の中で社会貢献活動を戦略的に位置づけ、ステークホルダーと連携しながら、さらに大きな社会的成果を生み出すことを期待したい。各社が説明責任を果たしながら、知恵と工夫を凝らして独自性ある活動を着実に展開していく上で、この調査結果が一助となることを願っている。

2006年11月

社会貢献推進委員会委員長

1%クラブ会長 池田 弘一

I. 調査概要

1. 調査目的

日本経団連では、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ため、1991年より毎年、社会貢献活動実績調査を実施し、結果を公表。

今回は、3年に1度の大規模調査であり、例年実施の社会貢献活動関連支出、社会貢献活動を促進するための社内制度、活動事例の調査に加え、社会貢献活動に関する意識や取り組みの方向性を把握するための意識調査を実施。

2. 調査内容

(1) 2005年度の社会貢献活動実績に関する調査

- ①社会貢献活動支出額やその経常利益に対する比率、寄付金額などの支出額
- ②社会貢献活動事例（別冊）

(2) 意識・制度調査

社会貢献活動に関する基本的考え方、情報開示、社員のボランティア活動、企業財団等との関係、NPOとの関係、寄付金税制などに対する意識を、3年に1度時系列で調査。社会貢献活動を促進するための体制・制度の導入状況を、3年毎の動向としてとりまとめ。

3. 調査対象

日本経団連会員企業、1%クラブ法人会員の合計1,403社

4. 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

5. 調査時期

2006年8月～10月

6. 回答数

447社（回答率：31.9%）

[参考；前回大規模調査(2002年度)の回答数340社(調査対象1,302社)、
回答率26.1%]

Ⅱ. 支出調査結果

1. 社会貢献活動支出額 *1

(1) 社会貢献活動支出について回答した企業 408 社の、2005 年度社会貢献活動支出総額は 1,444 億円。1社平均では 3 億 5,400 万円と、2004 年度に比べ 0.9%と微増。

このうち、1%クラブ法人会員(142 社)の平均支出額は 8 億 1,100 万円(対前年度比 4.5%増)と、バブル期の 1991 年度(9 億 3,900 万円)に次ぐ歴代 2 番目に多い額。

社会貢献活動支出額

	90年度 (254社)	91年度 (350社)	92年度 (381社)	93年度 (398社)	94年度 (404社)	95年度 (367社)	96年度 (405社)	97年度 (376社)
合計額	1,113億円	1,838億円	1,670億円	1,494億円	1,542億円	1,454億円	1,620億円	1,557億円
1社平均	4億3,800万円	5億2500万円	4億3800万円	4億500万円	3億8200万円	3億9600万円	4億円	4億1400万円
対前年度	—	19.9%増	16.6%減	7.5%減	5.7%減	3.8%増	1.0%増	3.5%増

	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)	03年度 (369社)	04年度 (430社)	05年度 (408社)
合計額	1,376億円	1,246億円	1,345億円	1,170億円	1,190億円	1,232億円	1,508億円	1,444億円
1社平均	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	3億3400万円	3億5100万円	3億5400万円
対前年度	7.7%減	5.5%増	3.2%増	17.8%減	9.9%増	11.2%減	5.1%増	0.9%増

[うち1%クラブ法人会員]

	90年度 (114社)	91年度 (152社)	92年度 (194社)	93年度 (183社)	94年度 (211社)	95年度 (183社)	96年度 (188社)	97年度 (185社)
合計額	881億円	1,427億円	1,405億円	1,240億円	1,257億円	1,153億円	1,272億円	1,294億円
1社平均	7億7200万円	9億3900万円	7億2400万円	6億7800万円	5億9600万円	6億3000万円	6億7700万円	6億9900万円
対前年度	—	21.6%増	22.9%減	6.4%減	12.1%減	5.7%増	7.5%増	3.2%増

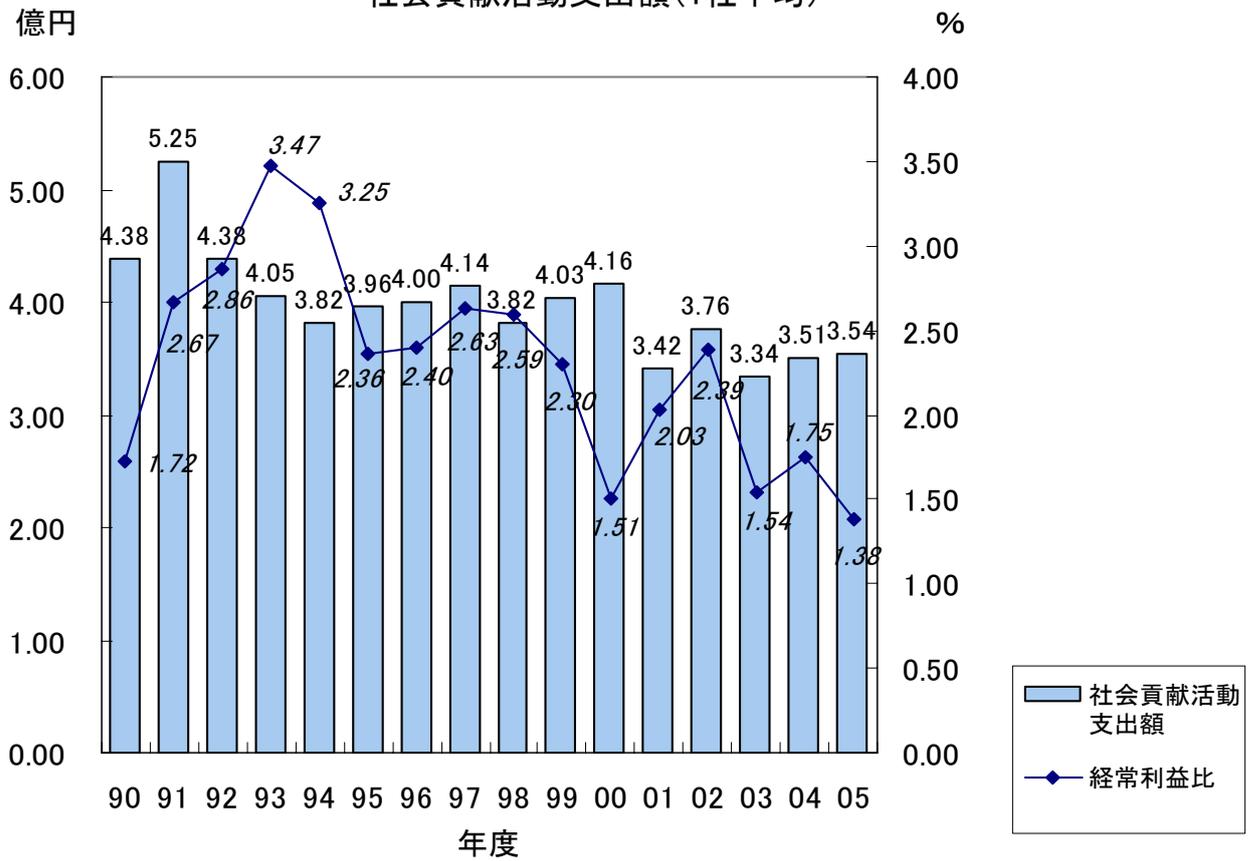
	98年度 (173社)	99年度 (115社)	00年度 (167社)	01年度 (146社)	02年度 (143社)	03年度 (146社)	04年度 (147社)	05年度 (142社)
合計額	1,119億円	792億円	1,179億円	996億円	925億円	1,030億円	1,141億円	1,151億円
1社平均	6億4700万円	6億8900万円	7億600万円	6億8200万円	6億4700万円	7億600万円	7億7600万円	8億1100万円
対前年度	7.4%減	6.3%増	2.6%増	3.4%減	5.1%減	9.1%増	9.9%増	4.5%増

*1: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、①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)、②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。

なお、日本経団連では、政治寄付を社会貢献と位置づけていることから、2003 年度以降は「政治寄付」を含む。

社会貢献活動支出額(1社平均)



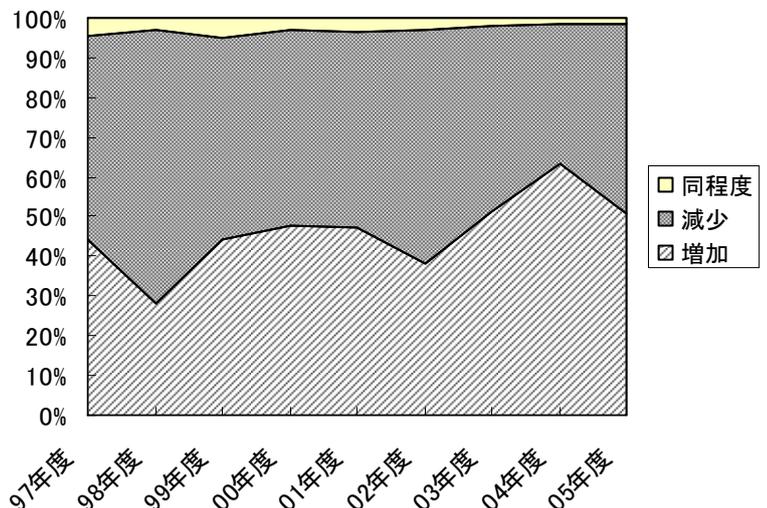
(2) 2004、2005年度と2年連続して回答した279社のうち、2005年度に社会貢献活動支出額が増加した企業は161社(50.9%)。うち10%以上増加した企業は120社(38.0%)。一方、支出額が減少した企業は150社(47.5%)、うち10%以上減少した企業は116社(36.7%)。

社会貢献活動支出額の増減(2年連続回答企業316社)

社会貢献活動支出額が増加	161社	(50.9%)
社会貢献活動支出額が10%以上増加	120社	(38.0%)
社会貢献活動支出額が減少	150社	(47.5%)
社会貢献活動支出額が10%以上減少	116社	(36.7%)

(3) 2年連続回答企業のうち、社会貢献活動支出額が増加した企業の比率の推移は右のとおり。2005年度に増額した企業の比率が前年度に比べて1割減ったのは、災害被災地支援関連の支出減が影響。

<社会貢献活動支出額の増減の推移>

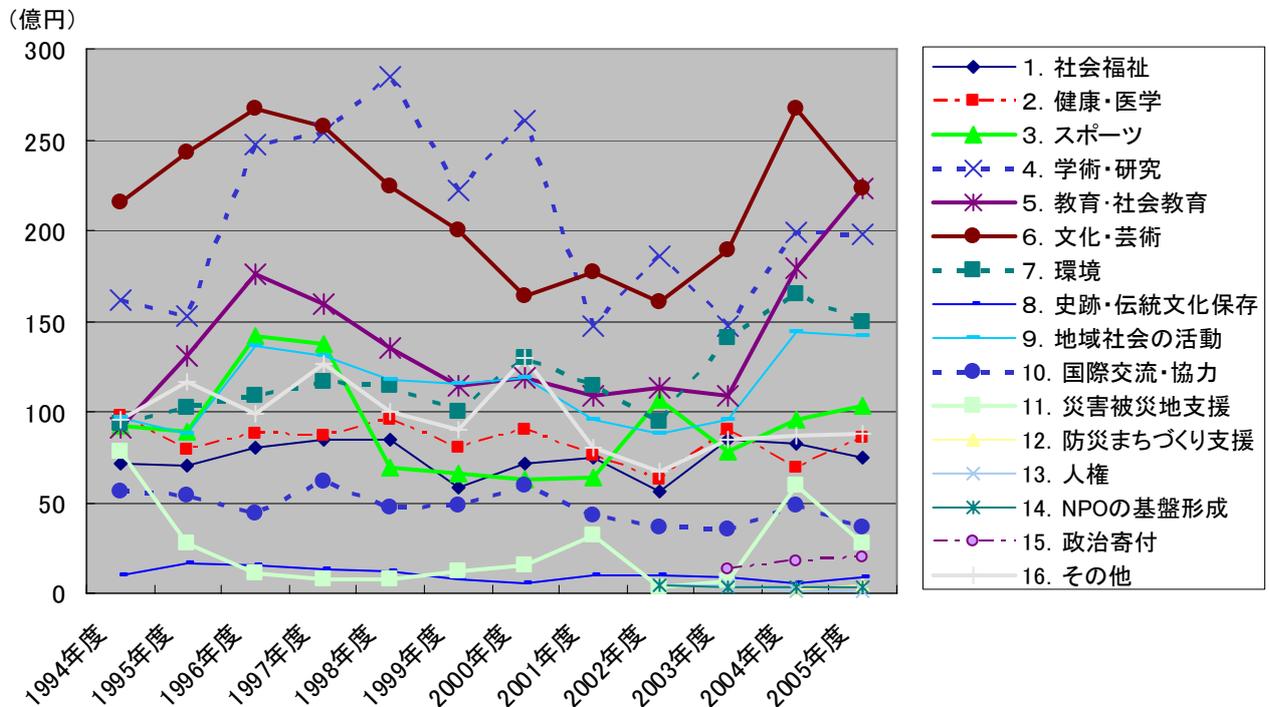


(4) 2005年度の支出総額に占める分野別の支出額(推計)*2の比率は、「教育・社会教育」「文化・芸術」「学術・研究」「環境」の順。

分野別の社会貢献活動支出比率

	支出総額に占める比率(推計)	
	2004年度(395社)	2005年度(385社)
1. 社会福祉	5.8%	5.4%
2. 健康・医学	4.8%	6.2%
3. スポーツ	6.7%	7.4%
4. 学術・研究	14.0%	③ 14.2%
5. 教育・社会教育	12.6%	① 16.1%
6. 文化・芸術	18.7%	② 16.1%
7. 環境	11.5%	④ 10.8%
8. 史跡・伝統文化保存	0.4%	0.7%
9. 地域社会の活動	10.0%	⑤ 10.2%
10. 国際交流・協力	3.4%	2.6%
11. 災害被災地支援	4.2%	1.9%
12. 防災まちづくり支援	0.2%	0.3%
13. 人権	0.1%	0.1%
14. NPOの基盤形成	0.2%	0.3%
15. 政治寄付	1.3%	1.4%
16. その他	6.1%	6.3%

(5) 分野別の支出額(推計)の推移は、以下のグラフのとおり。2003年度以降「教育・社会教育」の分野の支出額が増加。



*2: 分野別の支出総額(推計)

各社における分野別の比率をもとに、その分野の支出総額を推計したものであり、実額とは異なる。

(6) 2005年度の業種別の社会貢献活動支出額平均値は以下のとおり。

業種別の1社平均社会貢献活動支出額

(左；平均支出額、右；回答企業数)

	99年度		00年度		01年度		02年度		03年度		04年度		05年度	
	百万円	社	百万円	社										
1. 水産・農林	-	0	-	0	-	0	0	1	110	1	102	1	-	0
2. 鉱業	1	2	-	0	4	1	11	1	19	1	94	1	48	1
3. 建設	213	20	172	20	99	27	107	20	129	24	124	29	141	29
4. 食品	1,065	11	722	16	737	13	545	15	655	17	764	19	520	16
5. 繊維	222	5	206	7	172	8	210	5	214	7	249	8	155	6
6. 紙パ	35	4	56	3	76	1	43	5	90	5	96	5	82	3
7. 化学・製薬	449	36	499	39	476	34	548	33	451	34	362	41	390	39
8. 石油・石炭	305	3	485	3	127	3	114	3	113	5	250	7	403	7
9. ゴム	77	2	93	3	50	3	67	2	21	3	24	2	17	3
10. 窯業	301	6	464	4	283	5	370	4	309	4	275	7	141	7
11. 鉄鋼	225	8	377	7	528	5	134	7	147	5	296	7	246	8
12. 非鉄	96	3	93	4	152	4	36	3	16	4	41	7	61	6
13. 金属	95	3	20	2	19	3	21	3	9	3	9	6	24	5
14. 機械	232	7	220	14	154	13	181	9	144	15	193	14	180	15
15. 電機	577	25	651	27	441	38	474	35	497	37	519	43	404	40
16. 輸送機器	798	29	1,040	24	890	19	851	20	731	27	1,036	25	924	25
17. 精密機器	163	8	103	6	84	9	111	5	144	4	54	4	292	5
18. 他製造	162	5	133	5	169	7	224	7	113	9	218	15	297	10
19. 商業	275	31	269	34	280	32	356	23	253	30	207	41	259	38
20. 金融・保険	359	55	299	53	393	45	313	57	265	57	325	59	376	54
21. 不動産	120	4	104	5	104	5	260	2	151	5	198	7	229	10
22. 運輸・倉庫	184	9	173	8	100	13	130	8	217	15	360	19	246	16
23. 情報通信	499	5	505	5	534	6	601	13	451	19	390	20	519	20
24. 電力・ガス	921	11	901	14	1,077	10	1,326	9	1,278	8	743	11	839	11
25. サービス	58	12	156	14	52	28	62	18	63	23	95	24	47	21
26. その他	178	5	109	6	41	10	61	8	8	5	11	7	80	6
全業種平均	403	309	416	323	342	342	376	316	334	369	351	430	354	408

(7) 2005年度の社会貢献活動支出額を資本金階層別に見ると、資本金 1,000 億円以上の企業 77 社(支出額回答企業 408 社の 18.9%)が占める比率は 47.5% (前年度に比べて 10.3 ポイント減少)。

資本金階層別の社会貢献活動支出額および合計額に占める比率

	99年度	00年度	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度
1,000億円以上	66社	70社	60社	61社	69社	73社	77社
支出額	673億円	766億円	630億円	620億円	680億円	872億円	687億円
比率	54.0%	57.0%	53.8%	52.1%	55.2%	57.8%	47.5%
500～1000億円	40社	40社	42社	35社	42社	40社	46社
支出額	168億円	232億円	204億円	202億円	210億円	212億円	197億円
比率	13.5%	17.2%	17.4%	17.0%	17.0%	14.1%	13.7%
300～500億円	38社	42社	30社	38社	42社	44社	43社
支出額	137億円	136億円	102億円	165億円	127億円	114億円	132億円
比率	11.0%	10.1%	8.7%	13.9%	10.3%	7.6%	9.1%
100～300億円	90社	90社	78社	73社	94社	123社	111社
支出額	119億円	108億円	128億円	98億円	117億円	165億円	131億円
比率	9.6%	8.0%	10.9%	8.2%	9.5%	10.9%	9.1%
100億円未満	67社	73社	126社	105社	118社	142社	122社
支出額	42億円	36億円	41億円	62億円	42億円	81億円	55億円
比率	3.4%	2.7%	3.5%	5.2%	3.4%	5.4%	3.8%

(8) 支出額を税引前利益階層別に見ると、税引前利益 1,000 億円以上の企業 37 社 (回答企業 408 社の 9.1%) が支出額合計の 47.7%を占めている。500～1,000 億円の企業は 21 社から 43 社と約 2 倍。同階層の比率は 17.7%と前年度に比べて 8.6 ポイント増加。

税引前利益階層別の社会貢献活動支出額および合計額に占める比率

	99年度	00年度	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度
1,000億円以上	20社	23社	10社	16社	29社	37社	37社
支出額	394億円	450億円	263億円	367億円	500億円	703億円	689億円
比率	31.6%	33.5%	22.5%	31.2%	40.6%	46.6%	47.7%
500～1000億円	11社	24社	15社	14社	24社	21社	43社
支出額	133億円	304億円	182億円	210億円	195億円	137億円	255億円
比率	10.7%	22.6%	15.5%	17.9%	15.8%	9.1%	17.7%
300～500億円	12社	18社	14社	20社	27社	36社	36社
支出額	95億円	91億円	142億円	182億円	117億円	216億円	176億円
比率	7.7%	6.7%	12.1%	15.5%	9.5%	14.3%	12.2%
100～300億円	58社	66社	35社	42社	73社	98社	97社
支出額	256億円	253億円	122億円	123億円	180億円	269億円	159億円
比率	20.6%	18.8%	10.4%	10.4%	14.6%	17.8%	11.0%
50～100億円	43社	48社	30社	34社	45社	64社	58社
支出額	80億円	79億円	65億円	64億円	83億円	72億円	56億円
比率	6.5%	5.9%	5.6%	5.4%	6.8%	4.8%	3.9%
50億円未満	97社	95社	118社	118社	134社	134社	107社
支出額	107億円	73億円	66億円	109億円	49億円	66億円	34億円
比率	8.6%	5.4%	5.7%	9.3%	4.0%	4.4%	2.3%

* 税引前利益が0円未満の企業は除く

2. 社会貢献活動支出額が経常利益額等に占める比率 *3

(1) 2005年度回答企業の1社平均経常利益額は428億300万円(433社)、税引前利益額は468億1,500万円(422社)と調査開始以来最高額。

1社平均の経常利益額、税引前利益額

	99年度	00年度	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度
経常利益額 1社平均	288億1500万円 (316社)	320億5100万円 (336社)	112億2600万円 (364社)	211億9900万円 (332社)	340億1800万円 (378社)	408億7500万円 (443社)	428億300万円 (433社)
対前年度	206.9%増	11.2%増	65.0%減	88.9%増	60.5%増	20.2%増	4.7%増
税引前利益額 1社平均	108億円 (305社)	209億8600万円 (331社)	-42億2600万円 (353社)	127億2000万円 (325社)	339億4500万円 (372社)	318億4500万円 (435社)	468億1500万円 (422社)
対前年度	188.5%増	94.3%増	120.1%減	130.1%増	166.9%増	6.2%減	47.0%増

(2) 社会貢献活動支出額の売上高比率は0.10%(359社)と前年度に比べ微増。経常利益比率は1.38%(回答企業386社)、税引前利益比率は1.67%(374社)と、業績回復を反映し、それぞれ前年度に比べて減少。

なお、1%クラブ法人会員においては、社会貢献活動支出総額が増加する一方で、経常利益比率や税引前利益比率の落ち込みが全社平均より大きい。このことから、1%クラブ法人会員をはじめとする、社会貢献活動に積極的に取り組んできた企業では、経常利益や税引前利益が大幅に増加していると推測。

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)

	99年度	00年度	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度
売上高比	0.10% (283社)	0.10% (303社)	0.19% (322社)	0.13% (302社)	0.14% (347社)	0.09% (398社)	0.10% (359社)
経常利益比	2.30% (279社)	1.51% (308社)	2.03% (275社)	2.39% (267社)	1.54% (332社)	1.75% (407社)	1.38% (386社)
税引前利益比	4.76% (229社)	2.56% (274社)	3.31% (218社)	3.20% (233社)	1.92% (312社)	1.95% (382社)	1.67% (374社)

[うち1%クラブ法人会員]

	99年度	00年度	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度
売上高比	0.13% (111社)	0.13% (162社)	0.26% (143社)	0.21% (140社)	0.17% (141社)	0.12% (135社)	0.12% (136社)
経常利益比	2.46% (109社)	1.91% (162社)	2.28% (120社)	2.82% (121社)	2.08% (136社)	2.29% (139社)	1.52% (137社)
税引前利益比	5.39% (93社)	3.25% (142社)	3.28% (98社)	3.63% (103社)	2.19% (129社)	2.11% (128社)	1.74% (133社)

*3: 経常利益等に占める比率

(1)の1社平均経常利益額、税引前利益額は回答企業の平均値。(2)以降については、回答各社における社会貢献活動支出額との比率を単純平均したものであり、(1)と社会貢献活動支出の1社平均(3億5,900万円)との比率ではない。

(3) 社会貢献活動支出額が経常利益に占める比率が1%以上の企業は117社と回答企業(386社)の30.3%。

社会貢献活動支出額が経常利益額に占める比率分布

(左:回答企業数、右:分布)

	99年度 (279社)		00年度 (308社)		01年度 (275社)		02年度 (267社)		03年度 (332社)		04年度 (407社)		05年度 (386社)	
5%以上	31社	11.1%	18社	5.9%	24社	8.7%	31社	11.6%	21社	6.3%	27社	6.6%	20社	5.2%
4~5%	16社	5.7%	9社	2.9%	9社	3.3%	16社	6.0%	11社	3.3%	5社	1.2%	6社	1.6%
3~4%	20社	7.2%	17社	5.5%	17社	6.2%	5社	1.9%	12社	3.6%	13社	3.2%	10社	2.6%
2~3%	24社	8.6%	24社	7.8%	32社	11.6%	25社	9.4%	12社	3.6%	24社	5.9%	23社	6.0%
1~2%	60社	21.5%	61社	19.8%	55社	20.0%	60社	22.5%	65社	19.6%	64社	15.7%	58社	15.0%
0.5~1%	49社	17.6%	64社	20.8%	48社	17.5%	43社	16.1%	67社	20.2%	87社	21.4%	84社	21.8%
0.5%未満	79社	28.3%	115社	37.3%	90社	32.7%	87社	32.6%	144社	43.4%	187社	45.9%	185社	47.9%
対経常利益比 単純平均	2.30%		1.51%		2.03%		2.39%		1.54%		1.75%		1.38%	

(4) 2004、2005年度と2年連続して社会貢献活動支出額の対経常利益比を回答した286社のうち、比率が上昇した企業は124社、低下した企業は154社。

社会貢献活動支出額の対経常利益比の変化(2年連続回答企業286社)

社会貢献活動支出額の対経常利益比が上昇	124社	(43.4%)
社会貢献活動支出額の対経常利益比が低下	154社	(53.8%)

(5) 2005年度の業種別の社会貢献活動支出額が経常利益額に占める比率は以下のとおり。

業種別の社会貢献活動支出額が経常利益額に占める比率 (左：比率、右：回答企業数)

	99年度		00年度		01年度		02年度		03年度		04年度		05年度	
	%	社	%	社	%	社	%	社	%	社	%	社	%	社
1. 水産・農林	-	0	-	0	-	0	0.01	1	1.85	1	1.84	1	-	0
2. 鉱業	0.01	2	-	0	-	0	-	0	0.29	1	0.65	1	0.24	1
3. 建設	1.78	20	1.69	20	2.53	25	3.90	16	3.11	22	2.21	28	1.86	28
4. 食品	4.45	12	2.82	16	2.41	13	1.58	15	1.87	15	2.65	19	2.30	15
5. 繊維	1.66	5	1.50	5	2.62	7	2.49	3	1.15	7	1.26	8	2.50	6
6. 紙パ	2.58	3	0.60	3	2.50	1	0.41	4	0.72	5	0.29	4	0.55	3
7. 化学・製薬	2.88	32	2.20	38	3.30	32	2.30	32	2.48	33	1.67	39	1.40	38
8. 石油・石炭	1.59	3	0.78	3	1.18	3	0.88	3	0.97	5	0.55	7	0.63	7
9. ゴム	1.57	2	0.28	3	0.39	3	0.95	1	0.33	3	0.89	2	0.21	3
10. 窯業	5.66	5	3.48	4	5.59	4	6.36	4	4.09	3	1.99	7	1.06	7
11. 鉄鋼	2.30	8	1.62	7	2.11	2	1.70	5	1.45	5	1.86	7	0.51	7
12. 非鉄	1.06	2	0.59	4	3.21	4	0.31	2	0.32	3	0.34	7	0.27	6
13. 金属	0.82	2	0.41	2	0.38	3	0.43	2	1.00	2	6.58	5	3.74	5
14. 機械	1.64	7	0.96	14	2.44	12	0.67	7	2.28	13	0.87	13	0.89	14
15. 電機	3.34	24	1.55	27	2.87	19	4.25	29	1.92	32	3.68	38	1.38	35
16. 輸送機器	2.09	22	1.15	23	1.09	19	2.61	20	0.76	26	0.90	25	0.79	23
17. 精密機器	5.15	8	0.64	4	0.68	6	2.90	5	0.87	2	2.43	4	1.81	5
18. 他製造	0.41	5	1.66	5	3.44	6	2.05	7	1.16	9	1.97	14	1.86	10
19. 商業	2.09	28	1.38	34	1.56	30	2.30	23	2.04	27	1.30	40	1.71	37
20. 金融・保険	1.55	51	1.08	46	1.48	25	1.81	38	0.50	51	0.51	56	0.32	50
21. 不動産	1.15	4	0.61	5	0.50	4	0.88	2	0.32	5	0.72	7	0.82	10
22. 運輸・倉庫	2.71	7	2.96	7	2.98	11	1.36	6	1.02	15	1.10	18	2.02	15
23. 情報通信	0.86	4	0.21	5	0.22	5	2.47	10	0.98	16	0.35	17	0.53	18
24. 電力・ガス	1.39	10	1.53	14	1.18	10	1.39	9	1.35	8	0.73	11	1.10	11
25. サービス	2.70	9	1.30	14	1.10	24	3.13	16	2.37	18	1.64	23	3.39	19
26. その他	0.74	4	1.38	5	0.60	7	0.48	7	0.44	4	0.56	5	3.25	6
全業種平均	2.30	279	1.51	308	2.03	275	2.39	267	1.54	332	1.75	407	1.38	386

3. 寄付金額 *4

(1) 2005年度の1社平均寄付金額は2億5,300万円(400社)と、2004年度に比べ5.4%増加。うち、1%クラブ法人会員(141社)では5億7,500万円と、前年度に続き5億円台。

寄付金額

	99年度 (306社)	00年度 (318社)	01年度 (336社)	02年度 (301社)	03年度 (366社)	04年度 (430社)	05年度 (400社)
合計額	787億円	873億円	785億円	796億円	829億円	1,032億円	1,013億円
1社平均	2億5700万円	2億7400万円	2億3400万円	2億6400万円	2億2700万円	2億4000万円	2億5300万円
対前年度	4.0%増	6.6%増	14.6%減	12.8%増	14.0%減	5.7%増	5.4%増

[うち1%クラブ法人会員]

	99年度 (115社)	00年度 (164社)	01年度 (154社)	02年度 (138社)	03年度 (145社)	04年度 (145社)	05年度 (141社)
合計額	464億円	754億円	690億円	645億円	687億円	741億円	811億円
1社平均	4億300万円	4億6000万円	4億7600万円	4億6700万円	4億7400万円	5億1100万円	5億7500万円
対前年度	3.1%減	14.1%増	3.5%増	1.9%減	1.5%増	7.8%増	12.5%増

(2) 2004、2005年度と2年連続して回答した302社のうち、2005年度に寄付金額が増加した企業は158社(52.3%)、寄付金額が減少した企業は135社(44.7%)。

寄付金額の増減(2年連続回答企業302社)

寄付金額が増加	158社 (52.3%)
寄付金額が10%以上増加	128社 (42.4%)
寄付金額が減少	135社 (44.7%)
寄付金額が10%以上減少	101社 (33.4%)

*4:寄付金額

社会貢献を目的とした寄付。2003年度以降は政治寄付を含む。

(3) 2005年度の業種別の寄付金額平均値は以下のとおり。

業種別の1社平均寄付金額

(左；平均寄付金額、右；回答企業数)

	99年度		00年度		01年度		02年度		03年度		04年度		05年度	
	百万円	社	百万円	社	百万円	社	百万円	社	百万円	社	百万円	社	百万円	社
1. 水産・農林	-	0	-	0	-	0	0.1	1	35	1	102	1	-	0
2. 鉱業	1	2	-	0	4	1	11	1	19	1	93	1	36	1
3. 建設	194	20	166	20	95	27	97	20	122	24	120	29	136	26
4. 食品	448	11	333	16	372	13	243	15	232	17	303	19	276	17
5. 繊維	196	5	229	6	164	8	202	5	209	7	245	8	146	5
6. 紙パ	32	4	55	3	72	1	40	5	88	5	93	5	77	2
7. 化学・製薬	367	36	428	39	408	33	472	29	383	34	304	41	366	29
8. 石油・石炭	295	3	69	3	56	3	99	3	71	5	216	7	314	5
9. ゴム	51	2	76	3	47	3	135	1	19	3	21	2	13	2
10. 窯業	187	6	266	3	137	5	314	4	214	4	140	7	108	6
11. 鉄鋼	261	8	369	7	513	5	130	7	145	5	260	7	209	7
12. 非鉄	87	3	93	4	20	3	36	3	16	4	39	7	57	5
13. 金属	84	3	20	2	16	3	21	3	9	3	9	6	22	4
14. 機械	166	7	166	14	121	13	109	9	98	15	138	14	136	11
15. 電機	406	25	472	27	306	37	302	35	335	37	353	43	270	34
16. 輸送機器	382	29	408	24	519	19	666	20	480	26	736	25	799	16
17. 精密機器	118	8	83	5	77	9	111	5	115	4	26	4	198	4
18. 他製造	98	5	71	5	112	7	147	6	78	8	181	15	144	7
19. 商業	114	30	115	33	119	31	148	23	123	29	117	41	142	29
20. 金融・保険	241	54	241	52	289	44	190	56	210	57	209	59	246	48
21. 不動産	82	4	79	5	85	5	213	2	129	5	165	7	163	7
22. 運輸・倉庫	107	8	157	8	66	12	144	7	169	15	366	20	180	14
23. 情報通信	66	5	195	5	148	6	641	12	197	19	220	20	146	18
24. 電力・ガス	747	11	680	14	869	10	962	8	1,055	8	457	11	578	11
25. サービス	34	12	124	14	37	28	35	13	26	22	60	24	33	17
26. その他	89	5	55	6	11	10	23	8	8	5	10	7	48	5
全業種平均	257	306	274	318	234	336	264	301	227	366	240	430	253	400

(4) 2005年度の寄付先別の寄付件数・金額は、以下のとおり。

寄付先別の1社平均寄付件数・金額

	99年度	00年度	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度
①国・地方自治体への寄付	26.6件 5000万円	27.5件 3500万円	29.5件 3300万円	35.9件 4500万円	21.5件 3000万円	22.8件 2200万円	20.1件 4100万円
②指定寄付金	21.7件 2600万円	18.1件 3500万円	15.3件 3000万円	12.9件 2600万円	16.9件 1000万円	16.5件 4500万円	17.9件 7100万円
③特増&認定NPO法人への寄付	48.6件 8200万円	46.7件 8500万円	42.3件 7500万円	43.7件 6200万円	38.6件 4900万円	34.7件 5100万円	30.6件 5400万円
④特増でない公益法人への寄付	25.5件 4900万円	21.5件 5100万円	17.0件 5300万円				
⑤NPO法人への寄付	7.3件 2900万円	6.7件 2400万円	6.0件 2100万円	96.7件 8800万円	98.8件 6400万円	88.6件 8600万円	77.3件 6700万円
⑥法人格を持たないNPO・NGOへの寄付	24.5件 1500万円	17.0件 1400万円	26.4件 1400万円				
⑦その他の寄付	140.4件 7400万円	122.2件 7100万円	87.3件 7100万円	61.2件 4500万円	70.7件 6700万円	57.2件 6000万円	61.3件 9300万円
うち自社財団への寄付	2.3件 11000万円	2.4件 8100万円	2.1件 6700万円	1.6件 5800万円	1.6件 5600万円	2.6件 7900万円	2.9件 9900万円

2005年度の寄付区分は以下のとおり。

1. 国・地方自治体への寄付 (①)
2. 指定寄付金 (②)
3. 特定公益増進法人(特増)および認定NPO法人への寄付
(96～01年度の③は特増法人への寄付のみ)
4. 一般寄付金 (④+⑤+⑥)
5. その他の寄付 (⑦)
6. 本表には、政治寄付を含まず。

(5) 寄付金の損金算入限度枠(免税枠)^{*5}の平均利用率は、一般寄付は 23.6%、特定公益増進法人(以下、特増)への寄付は 15.1%。1%クラブ法人会員について見ると、一般寄付枠で2.1ポイント、特増枠で2.8ポイント、回答全社の平均を上回った。

また、限度枠利用率が100%に達している企業は、一般寄付で12社、特増への寄付で8社。ともに100%に達している企業は3社。

寄付金損金算入限度枠の利用率(単純平均)

	99年度	00年度	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度
一般寄付免税枠	47.7% (269社)	48.5% (275社)	61.3% (272社)	43.4% (255社)	36.3% (317社)	32.0% (323社)	23.6% (298社)
特増法人免税枠	24.3% (259社)	21.1% (266社)	26.5% (265社)	26.2% (245社)	18.9% (296社)	14.4% (345社)	15.1% (274社)

[うち1%クラブ法人会員]

	99年度	00年度	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度
一般寄付免税枠	59.8% (100社)	53.6% (143社)	62.0% (119社)	53.8% (117社)	37.5% (123社)	35.8% (111社)	25.7% (105社)
特増法人免税枠	34.6% (100社)	29.9% (140社)	32.3% (119社)	32.0% (116社)	25.0% (121社)	20.3% (113社)	17.9% (108社)

損金算入限度枠利用率100%の企業

	99年度	00年度	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度
一般寄付免税枠	32社 (269社の 11.9%)	32社 (275社の 11.6%)	35社 (272社の 12.9%)	33社 (255社の 12.9%)	27社 (317社の 8.5%)	35社 (323社の 10.8%)	12社 (298社の 4.0%)
特増法人免税枠	12社 (259社の 3.7%)	13社 (266社の 4.9%)	13社 (265社の 4.9%)	14社 (245社の 5.7%)	12社 (296社の 4.1%)	13社 (345社の 3.8%)	8社 (274社の 2.9%)
一般寄付金・ 特増法人免税枠	5社 (258社の 1.9%)	1社 (264社の 0.4%)	2社 (262社の 0.8%)	6社 (244社の 2.5%)	4社 (295社の 1.4%)	5社 (322社の 1.6%)	3社 (254社の 1.2%)

*5: 寄付金の損金算入限度枠

一般寄付金は、社会貢献に関する寄付だけでなく、関連会社支援など法人の行ったあらゆる寄付が対象となり、その損金算入限度枠は、(資本金等の金額×0.25%) + (所得金額×2.5%) × 1/2 で計算される。なお、特定公益増進法人を対象とする寄付金の損金算入限度枠の計算は一般寄付と同じ。

4. 現物寄付、施設開放、従業員派遣の金額換算

(1) 2005年度に社会貢献を目的とした現金以外の寄付を行った企業の比率は、以下のとおり。

現金以外の寄付を行った企業の比率

	98年度 (357社)	99年度 (306社)	00年度 (318社)	01年度 (336社)	02年度 (301社)	03年度 (366社)	04年度 (425社)	05年度 (395社)
現物寄付	23.5% (84社)	27.5% (84社)	24.5% (78社)	25.0% (84社)	36.2% (109社)	30.9% (113社)	35.1% (149社)	33.4% (132社)
施設開放	31.7% (113社)	30.7% (94社)	28.0% (89社)	25.6% (86社)	33.9% (102社)	30.3% (111社)	24.7% (105社)	28.4% (112社)
従業員派遣	31.4% (112社)	33.7% (103社)	28.0% (89社)	26.8% (90社)	35.9% (108社)	35.2% (129社)	31.8% (135社)	33.9% (134社)
その他	10.9% (39社)	13.7% (42社)	15.7% (50社)	14.0% (47社)	18.6% (56社)	16.1% (59社)	11.5% (49社)	14.2% (56社)

[うち1%クラブ法人会員]

	98年度 (172社)	99年度 (115社)	00年度 (164社)	01年度 (154社)	02年度 (138社)	03年度 (145社)	04年度 (144社)	05年度 (140社)
現物寄付	29.7% (51社)	37.4% (43社)	33.5% (55社)	34.4% (53社)	50.0% (69社)	37.9% (55社)	43.8% (63社)	50.7% (71社)
施設開放	40.7% (70社)	40.0% (46社)	36.6% (60社)	35.7% (55社)	45.7% (63社)	26.2% (67社)	43.1% (62社)	47.1% (66社)
従業員派遣	41.3% (71社)	43.5% (50社)	37.8% (62社)	33.8% (52社)	46.4% (64社)	51.0% (74社)	49.3% (71社)	50.7% (71社)
その他	18.0% (31社)	20.0% (23社)	20.7% (34社)	18.8% (29社)	27.5% (38社)	24.1% (35社)	20.1% (29社)	22.1% (31社)

- (2) 現金以外の寄付を金額換算すると、「現物寄付」「施設開放」では総額、1社平均ともに減少しているが、2004年度に比べて災害被災地支援が少なかったことが影響した。「従業員派遣」では1社平均、「その他」では総額と1社平均が増加。現金以外の寄付の合計が寄付金額に占める比率は18.4%。

現金以外の寄付の金額換算

	99年度	00年度	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度
現物寄付	20億6300万円 (84社)	21億3300万円 (78社)	14億3900万円 (84社)	12億1300万円 (109社)	16億4600万円 (113社)	55億900万円 (149社)	25億3000万円 (132社)
1社平均	2500万円	2700万円	1700万円	1100万円	1500万円	3700万円	1900万円
施設開放	20億7600万円 (94社)	21億6200万円 (89社)	27億5200万円 (86社)	43億2700万円 (102社)	62億1700万円 (111社)	79億5100万円 (105社)	29億9000万円 (112社)
1社平均	2200万円	2400万円	3200万円	4200万円	5600万円	7600万円	2700万円
従業員派遣	58億9600万円 (103社)	40億3400万円 (89社)	36億7600万円 (90社)	50億500万円 (108社)	65億4000万円 (129社)	72億300万円 (135社)	71億8300万円 (134社)
1社平均	5700万円	4500万円	4100万円	4600万円	5100万円	5300万円	5400万円
その他	20億7000万円 (42社)	20億5300万円 (50社)	23億4200万円 (47社)	46億5500万円 (56社)	48億5500万円 (59社)	37億9800万円 (47社)	63億2400万円 (56社)
1社平均	4900万円	4100万円	5000万円	8300万円	8200万円	8100万円	1億1300万円

[うち1%クラブ法人会員]

	99年度	00年度	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度
現物寄付	9億5100万円 (43社)	17億7800万円 (55社)	11億4300万円 (53社)	10億5000万円 (69社)	11億6200万円 (55社)	22億4500万円 (69社)	14億5900万円 (71社)
1社平均	2200万円	3200万円	2200万円	1500万円	2100万円	3300万円	2100万円
施設開放	9億5600万円 (46社)	17億8100万円 (60社)	21億4800万円 (55社)	39億2400万円 (63社)	59億3000万円 (67社)	73億4300万円 (62社)	23億9800万円 (66社)
1社平均	2100万円	3000万円	3900万円	6200万円	8800万円	1億1800万円	3600万円
従業員派遣	37億2900万円 (50社)	35億5500万円 (62社)	32億7900万円 (52社)	44億5500万円 (64社)	54億4800万円 (74社)	47億700万円 (68社)	52億8400万円 (71社)
1社平均	7500万円	5700万円	6300万円	7000万円	7400万円	6900万円	7400万円
その他	14億4500万円 (23社)	16億200万円 (34社)	16億5800万円 (29社)	37億6000万円 (38社)	38億8000万円 (35社)	25億8900万円 (29社)	59億5700万円 (31社)
1社平均	6300万円	4700万円	5700万円	9900万円	1億100万円	8900万円	1億9200万円

現金以外の寄付の寄付金額に対する比率（総額のみ）

	99年度	00年度	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度
現金以外の寄付	15.4%	11.9%	13.0%	19.1%	24.8%	23.7%	18.8%
現物寄付	2.6%	2.4%	1.8%	1.5%	2.1%	5.3%	2.5%
施設開放	2.6%	2.5%	3.5%	5.4%	8.0%	7.7%	3.0%
従業員派遣	7.5%	4.6%	4.7%	6.3%	8.4%	7.0%	7.1%
その他	2.6%	2.4%	3.0%	5.8%	6.3%	3.7%	6.2%

5. 自主プログラムに関する支出額 *6

(1) 2005年度の自主プログラムに関する支出額の1社平均は、1億1,000万円(377社)と対前年度比6.8%増。一方、1%クラブ法人会員(136社)は2億4,300万円と対前年度比3.6%減。

自主プログラムに関する支出額

	99年度 (298社)	00年度 (317社)	01年度 (328社)	02年度 (299社)	03年度 (359社)	04年度 (417社)	05年度 (377社)
合計額	441億円	470億円	361億円	353億円	376億円	424億円	415億円
1社平均	1億4800万円	1億4800万円	1億1000万円	1億1800万円	1億500万円	1億300万円	1億1000万円
対前年度	7.2%増	0%増	25.7%減	7.3%増	11.0%減	1.9%減	6.8%増

[うち1%クラブ法人会員]

	99年度 (111社)	00年度 (163社)	01年度 (142社)	02年度 (137社)	03年度 (142社)	04年度 (144社)	05年度 (136社)
合計額	318億円	423億円	292億円	239億円	317億円	363億円	330億円
1社平均	2億8700万円	2億6000万円	2億600万円	1億7400万円	2億2300万円	2億5200万円	2億4300万円
対前年度	21.6%増	9.4%減	20.8%減	15.5%減	28.2%増	13.0%増	3.6%減

(2) 2004、2005年度と2年連続して回答した288社のうち、2005年度に自主プログラム支出額が増加した企業は95社(33.0%)、減少した企業は65社(22.6%)。半数近くの企業はほぼ同額。

自主プログラムに関する支出額の増減(2年連続回答企業288社)

自主プログラム支出額が増加	95社 (33.0%)
自主プログラム支出額が10%以上増加	74社 (25.7%)
自主プログラム支出額が減少	65社 (22.6%)
自主プログラム支出額が10%以上減少	50社 (17.4%)

*6: 自主プログラムに関する支出額

各社が独自に、または他社と共同で実施した社会貢献プログラム。

本調査では、広告宣伝費等で処理されたものであっても、社会貢献を主たる目的とした活動は自主プログラムに含めて回答いただいた。

(3)2005年度の業種別の自主プログラムに関する支出額平均値は以下のとおり。

業種別の1社平均自主プログラム支出額

(左;平均支出額、右;回答企業数)

	99年度		00年度		01年度		02年度		03年度		04年度		05年度	
	百万円	社												
1.水産・農林	-	0	-	0	-	0	0	1	75	1	0	1	-	0
2.鉱業	0	2	-	0	-	0	-	0	0	1	1	1	0	1
3.建設	18	20	6	20	5	25	9	20	7	24	4	28	4	26
4.食品	594	11	388	16	359	12	302	15	423	17	460	19	252	17
5.繊維	26	5	10	7	8	8	11	4	5	7	4	8	6	5
6.紙パ	3	4	1	3	4	1	3	5	2	5	4	4	5	2
7.化学・製薬	87	33	73	38	84	32	103	30	75	31	35	38	35	29
8.石油・石炭	11	3	416	3	71	3	15	3	42	5	31	7	76	5
9.ゴム	26	2	26	2	3	3	0	1	2	3	3	2	3	2
10.窯業	115	6	262	4	145	5	56	4	94	4	135	7	30	6
11.鉄鋼	86	8	8	7	15	5	4	7	2	5	36	7	33	7
12.非鉄	8	3	0	3	138	4	0	2	0	4	3	7	0	5
13.金属	12	3	0	2	3	3	0	3	0.3	3	0	6	0	4
14.機械	66	7	53	14	33	13	72	9	46	15	46	14	50	11
15.電機	178	24	179	27	148	37	172	35	166	36	166	43	128	34
16.輸送機器	416	29	632	24	370	19	185	20	176	27	300	25	114	16
17.精密機器	45	8	12	6	7	9	1	5	29	4	38	3	83	4
18.他製造	64	5	62	5	57	7	114	6	48	8	37	13	166	7
19.商業	149	29	262	33	155	29	208	23	134	30	94	39	113	29
20.金融・保険	100	52	62	53	84	45	128	56	53	56	72	58	139	48
21.不動産	38	4	30	4	25	4	47	2	22	5	34	7	65	7
22.運輸・倉庫	89	9	16	8	39	13	6	6	49	15	33	19	65	14
23.情報通信	418	5	310	5	386	6	136	12	254	19	170	20	410	18
24.電力・ガス	191	10	237	13	231	9	178	8	255	7	207	11	234	11
25.サービス	24	12	32	14	16	26	47	14	40	22	37	23	14	17
26.その他	112	4	54	6	30	10	38	8	0	4	1	7	36	5
全業種平均	148	298	148	317	110	328	118	299	105	359	103	417	110	377

Ⅲ. 意識・制度調査結果

本調査は、毎年実施している支出調査に加え、3年に1回、社会貢献に関する意識・制度等を調査したもの(過去90、93、96、99、02年度の実績調査時に実施)。社会貢献活動に関する基本的考え方、情報開示、社員のボランティア活動、企業財団等との関係、NPOとの関係、寄付金税制などについて、意識の変化を時系列で追えるよう、できるだけ過去の調査と共通する項目や選択肢で調査。

(回答社数447社。項目により無回答および複数回答も可とした。なお、表中の「-」は、当該年度に実施していない調査・項目を示す。)

1. 企業の社会貢献活動への取り組み・意識

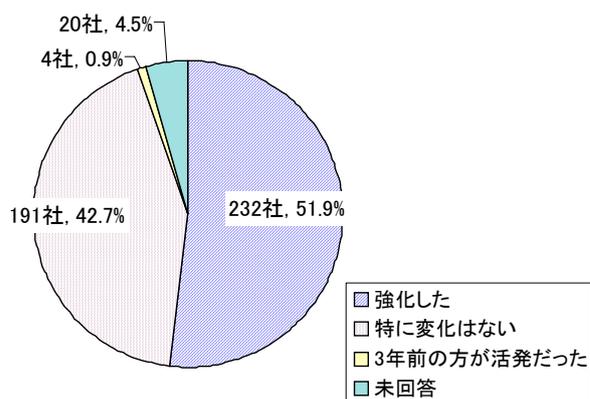
- (1) 社会貢献活動の捉え方として、「社会的責任の一環」(86.1%)と「地域社会への貢献」(75.2%)を、例年同様、多くの企業が選択。時系列で見ると90年度に比べて大幅に回答比率が減少したのは、「コーポレートブランド向上の一方策」(56.4%→13.2%)、「利益の一部の社会還元」(46.6%→12.5%)、「社風の形成を促すための一方策」(23.7%→2.7%)。CSRへの理解と実践が進みつつあり、「社会的責任の一環」や「経営理念の具現化の一方策」などと捉える傾向がより顕著。

社会貢献活動の捉え方

	90年度	93年度	96年度	99年度	02年度	2005年度	
社会的責任の一環として	88.0%	85.9%	84.4%	84.3%	85.5%	86.1%	385社
地域社会への貢献	-	-	-	-	72.2%	75.2%	336社
経営理念の具現化の一方策	-	-	-	-	-	36.9%	165社
社会とのコミュニケーション	-	27.1%	30.8%	21.9%	43.2%	30.9%	138社
コーポレートブランド向上の一方策	56.4%	38.9%	40.1%	35.5%	19.2%	13.2%	59社
利益の一部の社会還元	46.6%	36.6%	38.9%	47.2%	30.8%	12.5%	56社
社会への投資	-	-	-	-	7.1%	5.1%	23社
会社の社会的感度を高める一方策	-	-	-	-	7.4%	4.3%	19社
社風の形成を促すための一方策	23.7%	24.6%	23.3%	21.0%	10.1%	2.7%	12社
会社の競争力向上の一方策	-	-	-	-	2.4%	1.1%	5社
新規事業開発の種	2.5%	2.6%	1.9%	1.9%	2.1%	1.1%	5社
優秀な人材確保・維持の一方策	1.7%	0.8%	0.0%	0.3%	1.2%	0.9%	4社
リスクマネジメントの一方策	0.8%	1.3%	0.5%	0.6%	1.8%	0.4%	2社
その他	4.5%	3.1%	3.3%	2.8%	2.1%	1.3%	6社

*2005年度は3つ以内で回答、その他の年度は複数回答。

- (2) この3年間の自社の社会貢献活動への取り組み姿勢の変化については、232社(51.9%)が「強化した」と回答。「3年前の方が活発だった」という企業は1%未満。



(3)強化したと回答した企業(232社)において変化した点は、以下のとおり。1～7の全項目を強化した企業は10社、6項目は15社、5項目は19社。

強化したと回答した企業において変化した点

1. 活動プログラムの内容	57.3%	133社
2. 活動プログラムの規模や数	52.2%	121社
3. 担当部署等の位置づけ	48.7%	113社
4. 人員	46.6%	108社
5. 予算	41.4%	96社
6. パートナーとの連携	29.7%	69社
7. 活動地域の範囲	27.6%	64社
8. その他	8.2%	19社

*基数は強化したと回答した232社

「その他」との回答が19社あるが、その主な内容は以下のとおり。

- ・ 担当部署と新設 CSR 推進部署による体制強化
- ・ グループレベルでの活動の推進（例：単体からグループ企業に拡大。グループレベルでの活動の見直しのための検討会を定期的開催。グループ方針を設定しグループとしての活動が見えてきた。）
- ・ 活動対象分野の拡大
- ・ 社会貢献を意識した対外的コミュニケーション
- ・ 推進制度の促進策として表彰制度を創設
- ・ 社員の意識を高めるための取り組み

(4)社会貢献活動を推進する上で、今後3年間重要となる課題は以下のとおり。「社員の理解・社会参加の促進」(55.9%)は、2002年度と同様にトップ。2002年度に順位の高かった「ステークホルダーへの説明責任の向上」は大きく順位を下けているが、この3年間に情報開示の取り組みが前進したことが影響。

今後3年間の重要課題

1. 社員の理解・社会参加の促進	250社 (55.9%)	①
2. 推進体制の整備・強化	203社 (45.4%)	⑥
3. 企業の社会的責任との関連性の整理	138社 (30.9%)	④
4. 活動の目標設定と評価	107社 (23.9%)	⑤
5. トップのリーダーシップ	102社 (22.8%)	②
6. 社会のニーズの把握と対応	93社 (20.8%)	
7. 本業との関係性の整理	72社 (16.1%)	
8. 適切なパートナーの選択と連携強化	47社 (10.5%)	⑨
9. グローバルな推進体制の確立	40社 (8.9%)	⑩
10. ステークホルダーへの説明責任向上	34社 (7.6%)	③
11. ステークホルダーの声の活動への反映	33社 (7.4%)	
12. 専門部署以外の部門との連携強化	31社 (6.9%)	⑦
13. 新たなテーマの発掘と対応	26社 (5.8%)	
14. 担当者の専門性の向上	3社 (0.7%)	⑧
15. その他	1社 (0.2%)	

* 3つ以内で回答。右の○番号は、2002年度の類似調査での順位。

2. 社会貢献活動推進のための社内体制・制度導入状況

(1) 2003～2005年度の3年間に導入された社会貢献活動を推進するための制度は329件と全件数の35.4%を占める。特に「基本方針の明文化」「専門部署または専任担当者の設置」「社内横断的組織の設置」「予算制度の導入」における増加が顕著。CSRへの取り組みが強化される中、社会貢献活動もその一環として体制が整備されつつあることを示唆。

社会貢献活動推進のための制度

	～90年度	91～93年度	94～96年度	97～99年度	00～02年度	03～05年度	不明	合計	
1. 基本方針の明文化	18社	28社	13社	29社	36社	97社	0社	221社	49.4%
2. 専門部署または専任担当者の設置	27社	31社	16社	17社	16社	94社	87社	288社	64.4%
3. 事業所毎の社会貢献担当者の設置	4社	5社	5社	10社	11社	13社	24社	72社	16.1%
4. 社内横断的推進組織の設置	10社	11社	6社	8社	11社	78社	0社	124社	27.7%
5. 外部専門家の入った組織の設置	3社	1社	0社	2社	1社	4社	0社	11社	2.5%
6. 予算制度の導入	24社	16社	10社	9社	13社	32社	69社	173社	38.7%
7. 金額換算ルールの設定	4社	5社	6社	2社	7社	10社	0社	34社	7.6%
8. その他	1社	3社	1社	0社	0社	1社	0社	6社	1.3%
3年毎の導入件数	91件	100件	57件	77件	95件	329件	180件	929件	

(注) 03～05年度は、06年度導入分を含む。

(2) 社会貢献活動の推進を担う独立した専門部署、専門部署以外の担当者や兼務者の位置づけは、以下のとおり。独立した専門部署を持つ企業の37.6%が、専門部署を「CSR関連部門」に置いており、03年度(同13.7%)に比べると大幅に増加。

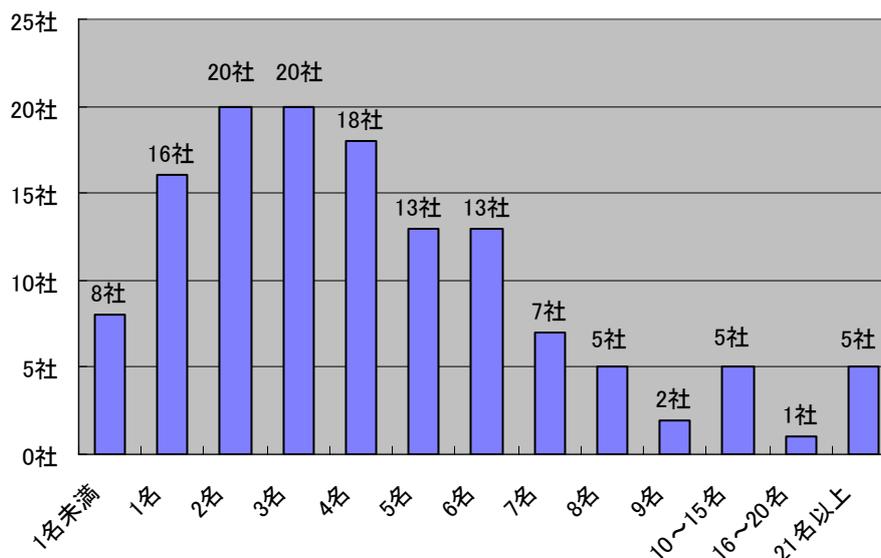
	03年度	04年度	05年度
独立した専門部署の設置	30.2% 117社	31.7% 144社	29.8% 133社
A. 広報、コーポレート・コミュニケーション部門	37社	30社	31社
B. 総務部門	20社	34社	23社
C. 経営企画部門	11社	7社	7社
D. CSR関連部門	16社	38社	50社
E. トップ直結	11社	14社	7社
F. その他	16社	21社	15社
(未回答)	6社	0社	—
専門部署以外の担当者・兼務者の任命	29.4% 114社	31.9% 145社	49.0% 219社
A. 広報、コーポレート・コミュニケーション部門	38社	39社	99社
B. 総務部門	44社	39社	103社
C. 経営企画部門	11社	7社	38社
D. CSR関連部門	15社	32社	59社
E. 社長室、秘書室等	3社	1社	14社
F. その他	18社	27社	39社

(複数回答)

(3) 独立した専門部署のスタッフ数の分布は、以下のとおり。

- ・ スタッフ3名以下が64社(本項目回答133社の48.1%)、4～9名が58社(同43.6%)、10名以上が11社(同8.3%)となっている。133社のスタッフ総数は833名、1社平均5.5名。
- ・ 専門部署以外の担当者や兼務者は、219社で総数1,374名、1社平均6.3名。
- ・ 事業所、支店、支社等の担当者は、63社で2,546名、1社平均40.4名。

独立した専門部署のスタッフ数の分布



(4) 何らかの年間予算制度を導入している企業は200社と回答企業の44.7%となっている。年間予算を金額ベースで決めている企業は、調査を開始した1990年度に比べると大幅に増加(7.8%→32.4%)。他方、経常利益比で決定している企業は大きく減少(15.9%→1.6%)。経常利益に左右されず、ある一定規模の社会貢献活動を維持しようとする企業が増加。

予算制度の有無

	90年度	93年度	96年度	99年度	02年度	2005年度	
年間予算額を決めている	7.8%	13.8%	14.9%	28.1%	25.1%	32.4%	145社
売上高比で決めている	2.8%	1.3%	0.0%	0.3%	0.6%	0.0%	0社
経常利益比で決めている	15.9%	10.0%	7.7%	6.8%	4.1%	1.6%	7社
税引前利益比で決めている	1.4%	1.0%	0.5%	0.6%	0.3%	0.7%	3社
独自の指標を持っている	1.7%	1.8%	2.8%	3.4%	1.2%	4.0%	18社

(一部複数回答)

- (5) 事後評価を行う企業は、前回調査より増加（36.4%→37.4%）。評価を専門部署が行う企業が最も多い(23.5%)が、社内横断的組織で評価する企業が前回調査より大幅に増加(1.5%→11.9%)。事後評価の基準としては、「対象受益者からのコメント」「社会的影響」などのいわゆる質的評価、「活動件数」や「対象受益者数」などの定量化可能な基準に基づく量的評価まで多岐にわたる。また、「社員の参加人数」や「社員への影響」など、社員に対する効果も1つの指標。

社会貢献活動に関する事後評価

	90年度	93年度	96年度	99年度	02年度	2005年度	
事後評価をしている	—	—	26.1%	34.6%	36.4%	37.4%	167社
担当者・部署で評価	15.4%	14.8%	13.5%	22.2%	21.3%	23.5%	105社
社内横断的組織で評価	3.6%	6.9%	8.4%	8.0%	1.5%	11.9%	53社
担当役員が評価	6.7%	8.7%	5.8%	3.1%	4.4%	10.1%	45社
役員会で評価	5.0%	4.3%	3.7%	0.9%	4.1%	6.3%	28社
外部専門家による評価	—	—	—	—	4.4%	2.5%	11社
その他	—	—	—	—	3.6%	4.3%	19社
事後評価はしていない	71.8%	68.3%	68.1%	52.2%	55.9%	55.3%	247社

(一部複数回答)

事後評価の基準

	90年度	93年度	96年度	99年度	02年度	2005年度	
質的評価	19.3%	21.7%	20.5%	—	—	—	—
対象受益者からのコメント	—	—	—	18.8%	15.1%	21.7%	97社
社会的影響	—	—	—	8.3%	15.7%	17.7%	79社
予め定めた目標の達成度	—	—	—	—	16.9%	16.8%	75社
社員への影響	—	—	—	12.0%	9.8%	10.3%	46社
NPO・NGO等への影響	—	—	—	5.2%	5.3%	6.0%	27社
社員の参加人数	3.1%	5.1%	7.9%	18.2%	16.9%	19.0%	85社
活動件数	9.2%	8.2%	10.0%	13.3%	13.0%	15.7%	70社
対象受益者数	—	—	—	10.5%	11.5%	13.0%	58社
予算の消化率	3.1%	4.3%	4.4%	7.4%	3.6%	4.9%	22社
マスコミでの取り扱い	—	—	—	—	8.0%	10.7%	48社
コーポレートブランドへの寄与	—	—	—	16.7%	8.6%	9.8%	44社
外部機関の評価・表彰	4.7%	6.4%	7.9%	11.7%	7.7%	8.3%	37社
業績向上への寄与	0.3%	0.0%	0.7%	1.2%	0.9%	1.6%	7社
その他	1.7%	1.5%	2.1%	3.1%	2.7%	2.0%	9社

(複数回答)

3. 社会貢献活動に関するコミュニケーション

(1) 社会貢献活動の情報開示について、89.9%の企業が「開示すべき」としている。回答率は前回調査に比べ若干減少しているが、回答社数は307社から402社へと増加。「開示すべき」理由として、CSR、ステークホルダーとの関係、コーポレートブランドとの関係を強く意識。

実際に、311社(69.6%)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。

企業の社会貢献活動の開示

	90年度	93年度	96年度	99年度	02年度	2005年度	
開示すべき	—	64.2%	68.8%	75.3%	90.8%	89.9%	402社
企業としての責任を明示する	33.2%	36.3%	35.7%	40.1%	54.4%	70.9%	317社
ステークホルダーの理解と共感を得る	47.8%	41.2%	43.8%	47.8%	43.5%	50.1%	224社
情報開示を通じてコーポレートブランドを向上する	—	—	—	—	—	32.2%	144社
経営理念を社会(株主・社会・顧客)に伝える必要がある	32.1%	25.3%	30.5%	27.2%	43.2%	—	—
株主に情報を提供する必要がある	5.3%	3.6%	7.0%	11.4%	14.8%	—	—
外部の意見により改善を図れる	8.7%	7.4%	5.1%	6.2%	8.3%	9.2%	41社
その他	2.5%	0.5%	0.5%	1.2%	1.5%	1.1%	5社
開示すべきでない	—	29.9%	22.8%	11.4%	2.7%	5.1%	23社
広告宣伝活動と誤解される	16.2%	12.8%	9.1%	3.4%	1.2%	4.0%	18社
寄付先の主体性を損なう恐れがある	7.5%	9.2%	6.8%	3.7%	0.9%	1.6%	7社
陰徳を積むという考えで行うべき	11.2%	12.3%	8.9%	6.8%	0.6%	1.3%	6社
寄付依頼が殺到する恐れがある	10.9%	10.5%	9.1%	3.1%	0.6%	1.1%	5社
その他	3.4%	0.8%	0.9%	0.0%	0.3%	0.2%	1社

現在の社会貢献活動の開示状況

	90年度	93年度	96年度	99年度	02年度	2005年度	
広く一般向けにも開示している	—	29.7%	31.9%	45.4%	58.0%	69.6%	311社
社員向けのみ開示している	—	8.4%	14.9%	14.8%	10.4%	10.3%	46社
社員・株主のみ開示している	—	4.1%	6.5%	3.4%	7.4%	2.9%	13社
開示していない	—	42.2%	36.8%	20.1%	16.3%	11.9%	53社

(2) 自社の社会貢献活動に関する情報を社外へ開示する方法としては、「インターネットのホームページ」(61.7%)が最も多く、「CSR報告書等への記載」(49.2%)による情報開示も増加。社内への情報伝達は、社内報、イントラネット、情報提供誌など多様な媒体を活用して実施。

自社の社会貢献活動の情報開示手段

	90年度	93年度	96年度	99年度	02年度	2005年度	
インターネットのホームページ上に掲載	—	—	12.1%	36.4%	57.4%	61.7%	276社
CSR報告書等に記載	—	—	—	—	37.9%	49.2%	220社
アニュアル・レポートに記載	—	—	—	25.0%	39.6%	34.0%	152社
社会貢献活動に関する報告書等の作成	—	—	18.9%	16.0%	16.0%	12.5%	56社
社内報に掲載	—	—	32.4%	55.6%	—	63.3%	283社
イントラネット・社内メール	—	—	15.4%	34.0%	44.7%	50.8%	227社
社内向け情報提供誌	—	—	10.5%	4.9%	25.4%	10.1%	45社
その他	—	—	9.6%	13.0%	9.5%	10.7%	48社

(複数回答)

- (3) ステークホルダーからの意見を聞く機会を設けている企業は 149 社 (33.3%) あり、前回調査よりも増加。社員を対象とする企業が最も多いが、地域社会、支援・連携先、株主をはじめ、対象とするステークホルダーの範囲も拡大。

ステークホルダーの意見を聞く機会

	02年度	2005年度	
設けている	20.4%	33.3%	149社
報告書等に添付のハガキ等の回収	7.7%	20.4%	91社
懇談の場	8.9%	15.9%	71社
アンケート調査の実施	7.4%	11.6%	52社
その他	3.8%	7.6%	34社
設けていない	68.3%	61.5%	275社

(一部複数回答)

対象のステークホルダー

	02年度	05年度
株主	10社	75社
社員	22社	100社
地域社会	24社	87社
支援・連携先	18社	77社
支援・連携先ではないNPOや専門家	—	65社
その他	23社	37社

(複数回答)

4. 社員のボランティア活動に対する支援

- (1) 社員のボランティア活動を支援している企業は 1993 年度に 35.3%だったものが、65.8%になり大幅に増加。支援方法は、制度の導入、情報や機会の提供、施設開放、金銭的な支援と多岐にわたる。今回調査項目に加えた「社員ボランティア組織の設置と支援」は 15.4%、「給与天引きシステムの導入」は 7.8%。

社員のボランティア活動の支援

	90年度	93年度	96年度	99年度	02年度	2005年度	
支援している	—	35.3%	49.0%	61.1%	60.9%	65.8%	294社
ボランティア休暇・休職、表彰等の制度導入	—	22.0%	33.1%	39.2%	41.4%	47.4%	212社
ボランティア活動の情報を提供	—	15.3%	24.0%	32.1%	35.5%	34.9%	156社
ボランティア活動の機会を提供	—	10.2%	20.5%	28.4%	32.0%	34.7%	155社
施設の開放	—	9.7%	14.5%	18.8%	20.4%	24.2%	108社
金銭的な支援 (含 ボランティア保険の加入料)	—	7.7%	9.6%	13.9%	17.5%	23.0%	103社
社員ボランティア組織の設置と支援	—	—	—	—	—	15.4%	69社
物資の提供	—	4.6%	8.4%	9.6%	11.5%	14.8%	66社
勤務時間内の活動を許可	—	4.9%	6.5%	5.9%	7.4%	11.4%	51社
寄付や活動支援の給与天引きシステム導入	—	—	—	—	—	7.8%	35社
その他	—	2.8%	4.0%	5.6%	4.4%	2.0%	9社
支援していない	—	61.4%	47.6%	29.6%	34.9%	28.9%	129社

(一部複数回答)

- (2) ボランティア活動を支援する理由としては、「地域社会の維持発展に繋がる」(34.9%)とともに、「支援を望んでいる社員がいる」(22.8%)が多い。米国企業が社員のボランティア活動支援の効果として挙げている「人材育成に繋がる」「会社に対して社員が誇りを持つ」を選んだ企業はそれぞれ10%台に留まる。

ボランティア活動を支援する理由

	90年度	93年度	96年度	99年度	02年度	2005年度	
地域社会の維持発展につながる	—	22.0%	29.6%	37.3%	43.5%	34.9%	156社
支援を望んでいる社員がいる	—	14.3%	19.1%	25.6%	30.5%	22.8%	102社
社会との関わりを持つ社員を擁したい	—	18.7%	26.1%	25.3%	28.7%	16.3%	73社
人材育成に繋がる	—	9.5%	18.9%	22.5%	27.5%	16.3%	73社
支援する会社に対して社員が誇りを持つ	—	9.0%	11.9%	17.3%	21.3%	14.3%	64社
企業イメージが向上する	—	9.2%	14.0%	19.8%	23.1%	14.1%	63社
その他	—	0.8%	2.1%	2.8%	3.3%	1.3%	6社

*2005年度は2つ以内で回答。その他の年度は複数回答。

- (3) 2003～2005年度の3年間に導入された、社員のボランティア活動を支援するための制度は、172件と全件数の29.8%を占める。特に「ボランティア休暇制度」「マッチング・ギフト資金支援制度」「地域貢献活動促進運動」における増加が顕著。

社員のボランティア・社会貢献活動を促進するための制度

(複数回答)

	～90年度	91～93年度	94～96年度	97～99年度	00～02年度	03～05年度	不明	合計	
ボランティア休職制度	3社	29社	15社	14社	4社	12社	0社	77社	17.2%
青年海外協力隊参加制度	12社	26社	23社	3社	5社	10社	0社	79社	17.7%
ボランティア休暇制度	3社	30社	38社	28社	19社	39社	0社	157社	35.1%
ボランティア活動者表彰制度	9社	12社	2社	7社	6社	14社	1社	51社	11.4%
ボランティア活動者登録制度	0社	3社	6社	5社	7社	15社	0社	36社	8.1%
ボランティア研修制度	0社	6社	4社	2社	3社	11社	0社	26社	5.8%
退職者ボランティア支援制度	0社	0社	1社	2社	4社	6社	1社	14社	3.1%
マッチング・ギフト資金支援制度	1社	10社	8社	8社	8社	34社	0社	69社	15.4%
地域貢献活動促進運動	5社	10社	8社	6社	7社	31社	2社	69社	15.4%
3年毎の導入件数	33件	126件	105件	75件	63件	172件	4件	578件	

(注) 06年度導入分は03～05年度に含む。

5. 企業財団(公益信託)

- (1) 独自の財団、公益信託を持っている企業は、各々27.7%、3.1%だが、社数としては1990年度の調査開始時から大きな変動はない。企業財団の数は124社で216財団、公益信託は14社で127件。

企業財団、公益信託等の有無

	90年度	93年度	96年度	99年度	02年度	2005年度	
企業財団	34.4%	31.7%	31.5%	31.5%	36.1%	27.7%	124社(216団体)
公益信託	0.8%	2.3%	2.6%	2.5%	5.3%	3.1%	14社(127件)
その他	—	—	—	—	—	2.5%	11社(13団体)

- (2) 企業と企業財団の関係については、財団があると回答した企業の72.6%、90社が「連携して実施する活動がある」と回答。

財団との活動連携

企業と財団が連携して実施する活動がある	72.6%	90社
連携する活動はないが、情報交換している	21.8%	27社
特に連携していない	4.0%	5社
その他	0.8%	1社

* 基数は、企業財団を持っていると回答した124社

- (3) 財団運営の今後の課題としては、「事業規模の維持・拡大」、「資産運用」、「会社の資金的・人的負担の軽減」など、低金利の中での財団運営の難しさを示唆する項目が多い。また、「社会のニーズにあった新規事業の開発」や「専門スタッフの育成」など、財団活動の質向上について関心を持つ企業は、前回調査に比べてやや減少。

財団運営の今後の課題

	90年度	93年度	96年度	99年度	02年度	2005年度	
事業規模の維持・拡大	—	—	—	—	33.3%	52.4%	65社
資産運用	—	—	—	—	22.2%	38.7%	48社
会社の資金的・人的負担の軽減	—	—	—	—	—	29.0%	36社
社会のニーズにあった新規事業の開発	—	—	—	—	55.6%	27.4%	34社
専門スタッフの育成	—	—	—	—	37.0%	25.8%	32社
公益法人制度改革にあわせた運営	—	—	—	—	—	23.4%	29社
企業本体の専門部署との役割分担・連携	—	—	—	—	25.9%	22.6%	28社
組織運営のガバナンス強化	—	—	—	—	18.5%	21.8%	27社
財団の独立性の確保	—	—	—	—	—	18.5%	23社
企業本体のステークホルダーに対する説明責任	—	—	—	—	11.1%	10.5%	13社
その他	—	—	—	—	3.7%	0.8%	1社

* 基数は、企業財団を持っていると回答した124社

6. NPO・NGOに対する支援・連携

- (1) 企業はNPOやNGOを、「市民社会構築の担い手」(69.8%)や「行政に代わるサービスの提供主体」(31.8%)と捉え、NPO・NGOが社会において果たす役割に期待。また、57.0%の企業がNPO・NGOを「社会貢献活動推進のパートナー」としているが、「事業活動のパートナー」として見ている企業は6.5%。

NPO・NGOに対する認識

	90年度	93年度	96年度	99年度	02年度	2005年度	
多様な市民社会構築の担い手	—	—	57.6%	60.2%	69.5%	69.8%	312社
社会貢献活動推進の有力なパートナー	—	—	37.1%	44.8%	50.9%	57.0%	255社
行政に代わるサービスの提供主体	—	—	23.1%	21.3%	27.5%	31.8%	142社
社員のボランティア活動の受け入れ先	—	—	16.6%	14.2%	17.8%	13.0%	58社
社会の監視役	—	—	—	—	16.6%	7.2%	32社
企業にとって「社会」を見る目	—	—	8.2%	11.4%	—	—	—
(広い意味での)危機管理	—	—	4.0%	1.9%	—	—	—
事業活動のパートナー	—	—	2.8%	3.1%	8.0%	6.5%	29社
少数意見の代弁者	—	—	5.1%	4.3%	5.3%	2.9%	13社
高齢社会に欠かせない存在	—	—	10.0%	9.9%	—	—	—
特に意識していない	—	—	—	—	11.8%	11.4%	51社
その他	—	—	2.6%	0.6%	0.9%	0.4%	2社

*2005年度は3つ以内で回答。その他の年度は複数回答。

- (2) 企業とNPOの関係は、「支援している」(49.9%)、「協働で取り組む事業がある」(32.7%)という企業が前回調査に比べて増加。NPOによる評価を受けたり、政策的な対話を行っている企業も微増。一方、「特に接点がない」という企業は32.4%。

NPOとの関係

	90年度	93年度	96年度	99年度	02年度	2005年度	
支援している(寄付、物品提供、施設開放等)	—	—	—	—	44.1%	49.9%	223社
協働で取り組む事業がある	—	—	—	—	26.3%	32.7%	146社
社員の出向や派遣を行っている	—	—	—	—	8.6%	6.7%	30社
NPOによる評価を積極的に受けている	—	—	—	—	2.4%	6.3%	28社
政策提言型のNPOと対話を行っている	—	—	—	—	4.4%	5.1%	23社
主体的に設立を働きかけたNPO法人がある	—	—	—	—	—	5.1%	23社
その他	—	—	—	—	3.3%	2.9%	13社
特に接点がない	—	—	—	—	38.8%	32.4%	145社

(複数回答)

- (3) NPO・NGOを支援・連携する際に重視する点は、「運営の透明性」(66.7%)、「活動実績」(50.8%)、「自社の基本方針・分野との一致」(47.2%)。また、NPO・NGO側もこだわっている「ミッション」に共感できるかどうか、という点も重視(37.6%)。調査方法は異なるが、前回調査で回答数が多かった「プログラム企画・提案力」「専門性」「ネットワーク」「代表者のリーダーシップ」などへの注目度が低下。

NPO・NGOの支援・連携に際し重視する点

	90年度	93年度	96年度	99年度	02年度	2005年度	
運営の透明性	—	—	—	53.4%	54.6%	66.7%	298社
活動実績	—	—	—	45.4%	32.1%	50.8%	227社
自社の基本方針・分野との一致	—	—	—	—	47.6%	47.2%	211社
ミッションに対する共感	—	—	—	38.3%	—	37.6%	168社
社員の参加・協力のしやすさ	—	—	—	—	20.7%	12.1%	54社
プログラム企画・提案力	—	—	—	37.0%	40.6%	11.6%	52社
専門性	—	—	—	—	24.7%	8.3%	37社
NPO・NGOの持つネットワーク	—	—	—	15.4%	18.5%	6.3%	28社
代表者のリーダーシップ	—	—	—	9.6%	22.5%	2.2%	10社
スタッフの事務処理能力	—	—	—	4.6%	—	0.4%	2社
その他	—	—	—	1.9%	—	0.4%	2社

*2005年度は3つ以内で回答。その他の年度は類似調査。

- (4) 企業側が認識している、NPO・NGOにとっての今後の運営上の課題は以下のとおり。「NPO法人全体への社会への信頼」を挙げる企業が283社(63.3%)と最も多い。

NPO・NGOにとっての今後の運営上の課題

NPO法人全体への社会への信頼	63.3%	283社
情報開示の強化	44.1%	197社
組織運営のガバナンスの強化	32.7%	146社
より幅広い会員や支援者の獲得	27.1%	121社
社会のニーズにあった新規事業の開発	22.6%	101社
社会に対するメッセージ発信力の強化	18.3%	82社
専門スタッフの育成	11.9%	53社
認定NPO法人などの税制優遇資格の獲得	5.6%	25社
その他	2.0%	9社

(3つ以内で回答)

7. 寄付金税制、公益法人制度改革、等

- (1) 寄付金税制の問題点としては、法人税では「損金参入限度額の不足」(18.6%)よりも「損金算入限度額が決算時まで確定しない」(23.7%)が多い。また、特定公益増進法人や認定NPO法人、指定寄付金などの対象が少ない点も不満。個人所得税では、「確定申告をしない場合、控除にならない」(34.2%)という手続的な問題、「寄付金控除の対象が少ない」(28.6%)ことを指摘。また、個人住民税については、「控除最低寄付金額(10万円)が高すぎる」(42.1%)、「控除対象が限定されている」(32.4%)ことが問題。

寄付金税制の問題点

	90年度	93年度	96年度	99年度	02年度	2005年度	
法人税							
損金算入限度額が不足	50.0%	33.5%	25.4%	21.6%	26.0%	18.6%	83社
損金参入限度額が決算時まで確定しない	—	—	—	—	—	23.7%	106社
特定公益増進法人が少ない	38.3%	35.0%	24.7%	27.2%	20.1%	23.9%	107社
認定NPO法人が少ない	—	—	—	—	15.4%	17.7%	79社
「指定寄付金」が少ない	36.9%	32.0%	27.0%	20.7%	15.1%	15.2%	68社
実行委員会方式などの非営利プロジェクトへの支援に対する控除が受けにくい	—	—	—	—	—	10.1%	45社
その他	3.6%	5.1%	1.9%	4.6%	3.3%	5.4%	24社
個人所得税							
所得控除限度額が不足	—	21.7%	17.0%	12.7%	19.5%	11.6%	52社
所得控除の適用下限額が大きすぎる	—	—	—	—	—	16.1%	72社
寄付金控除の対象が少ない	—	—	—	—	—	28.6%	128社
特定公益増進法人が少ない	—	30.9%	21.7%	18.5%	15.4%	—	—
認定NPO法人が少ない	—	—	—	—	13.3%	—	—
NPO・NGO支援が所得控除の対象外	—	27.4%	23.8%	34.3%	—	—	—
確定申告をしない場合、控除にならない	—	—	—	—	—	34.2%	153社
会社が募る寄付への協力が控除にならない	—	—	—	—	—	18.1%	81社
その他	—	4.6%	2.3%	4.6%	3.6%	2.5%	11社
個人住民税							
所得控除限度額が不足	24.6%	13.8%	9.8%	9.3%	12.7%	9.8%	44社
控除最低寄付金額(10万円)が高すぎる	38.5%	43.2%	34.5%	32.1%	25.7%	42.1%	188社
控除対象が限定されている	33.2%	32.2%	22.8%	21.3%	23.1%	32.4%	145社
NPO・NGO支援が所得控除の対象外	—	18.4%	17.9%	26.9%	15.7%	—	—
地域に密着したNPOへの寄付が対象になっていない自治体が多い	—	—	—	—	—	13.2%	59社
その他	2.8%	3.3%	2.1%	3.7%	1.5%	2.7%	12社

(複数回答)

- (2) 公益法人制度改革に関して、「新たな非営利法人制度」の効果的、効率的運営に重要な事項について聞いたところ、「透明性の高い認定委員会の運用」「公益性の判断基準の明確化」など公益性を誰がどのように判断するか、という点に高い関心。また、情報公開の促進やガバナンスの強化など、法人側の対応も重視。

新たな非営利法人制度の効果的・効率的運営のために重要な事項

1. 透明性の高い認定委員会の運用	50.6%	226社
2. 公益性の判断基準の明確化	50.1%	224社
3. 公益法人の情報公開の促進	32.4%	145社
4. 公益法人のガバナンスの強化	25.7%	115社
5. 公益法人への税の優遇措置	18.1%	81社
6. 公益性を認定する委員会の人選	14.8%	66社
7. 「民間が担う公益」を促進するという価値観の共有	8.9%	40社
8. 既存の公益法人等の円滑な新制度への移行	6.3%	28社
9. 個人による制度の活用促進と寄付文化の醸成	4.0%	18社
10. その他	1.1%	5社

*3つ以内で回答。

- (3) 公益法人制度改革に絡めた寄付金税制の見直しでは、認定NPO法人や公益法人などの対象の拡大にあわせて特定寄付枠を拡大し、一般寄付枠を縮小するという方向性が出されている。この点について意見を聞いたところ、「一般寄付枠を拡大すべき」もしくは「維持すべき」と回答した企業は、281社（回答企業の62.9%）。その理由としては、「企業の社会貢献活動の一層の拡充」や「主体的な寄付先の選択」がある。また、一般寄付金の例として、「任意団体への寄付」「実行委員会形式のイベント等への寄付」の他、海外のNGOや財団、国連などの国際機関への寄付がある。

一般寄付枠の取扱い

拡充すべき	28.4%	127社
現行程度を維持	34.5%	154社
縮小はやむをえない	9.4%	42社
その他	1.8%	8社
未回答	26.0%	116社

一般寄付枠を拡充・維持すべき理由

企業の社会貢献活動の一層の拡充のため	46.5%	208社
企業が寄付先を主体的に選択できるようにしておくため	36.9%	165社
グローバルな社会貢献活動を展開しやすくするため	15.7%	70社
非営利法人を育成するという視点に基づく寄付を行いやすくするため	12.8%	57社
特定寄付枠の対象となる団体が増えていないため	5.1%	23社
その他	0.9%	4社

(複数回答)

一般寄付枠でないと処理できない寄付の例

任意団体への寄付	38.3%	171社
実行委員会形式のイベント等への寄付	26.2%	117社
海外のNGOや財団等への寄付	16.6%	74社
設立時または設立間もない団体への寄付	16.3%	73社
海外の企業財団への出損や寄付	6.7%	30社
国連などの国際機関への寄付	6.3%	28社
奨学金の対象となる個人への寄付	5.6%	25社
その他	4.0%	18社

(複数回答)

以上