

# CSR(企業の社会的責任)に関する アンケート調査結果 《概要版》

## 1. 調査目的

- (1) 企業経営の中でCSRがどのように位置づけられ、実践されているかを明らかにするとともに、推進上の課題を整理・分析する。
- (2) 加えて、2008年秋以降の経営環境の急激な変化の中で、各社の取り組みにどのような変化が生じているかについても調査を行う。

2. 調査時期 : 2009年5月～7月

3. 調査対象 : 日本経団連企業会員1,297社

4. 回答数 : 437社(回答率:33.7%)

2009年9月15日  
(社)日本経済団体連合会  
企業行動委員会

# < 目 次 >

[頁]

<b>1. CSRに関する基本的な考え方</b>	.....	
(1) 分野別のCSR活動のとらえ方	.....	1
(2) CSR活動の意味	.....	2
<b>2. CSRへの取り組み状況</b>	.....	
(1) CSR推進上の課題ごとの取り組み状況	.....	3
(2) CSR推進体制・制度の導入時期	.....	4
(3) CSR方針が適用される範囲	.....	5
(4) CSR推進上の課題	.....	
<b>3. サプライチェーン・マネジメント</b>	.....	6
<b>4. 従業員の教育・研修</b>	.....	
(1) 教育・研修の内容／(2) 研修手段	.....	7
<b>5. CSRに関する情報開示</b>	.....	
(1) 開示方法	.....	8
(2) 開示項目	.....	9
(3) 情報の信頼性向上のための取り組み	.....	10
<b>6. CSRを推進する上で参考にしているガイドライン</b>	.....	11

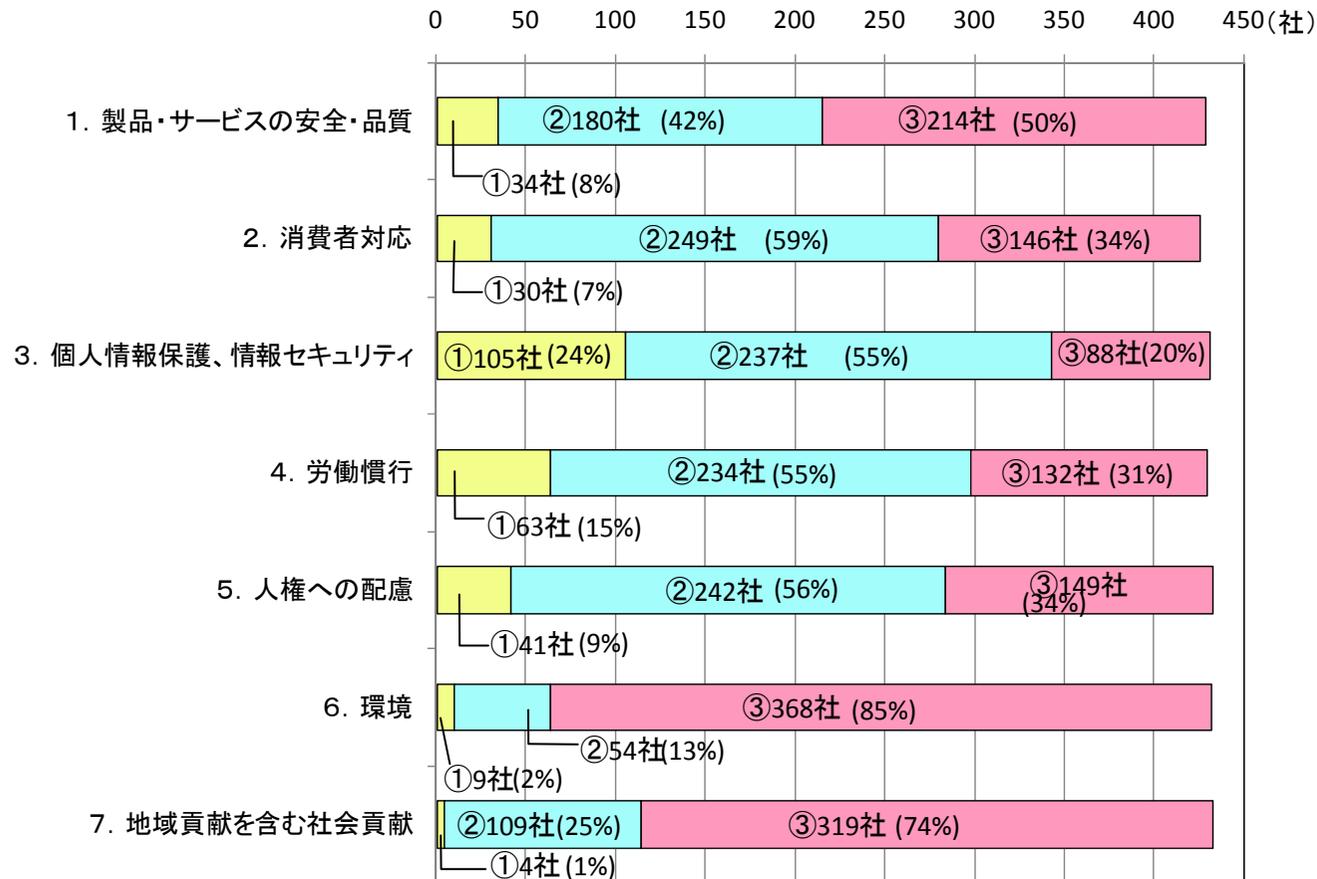
# 1. CSRに関する基本的な考え方 (1) 分野別のCSR活動のとらえ方

◇対象分野によって違いが見られるものの、総じて、「①法令遵守」にとどまらず、「②法令遵守を超えた社会的良識の範囲での活動」や「③持続可能な社会の創造に向けた活動」として、積極的に捉えている分野が多い。

◇とりわけ「6. 環境」については、85%の企業が③と回答し、より積極的な活動として捉えられている。

〔図1〕

①法令遵守 ②法令遵守を超えた社会的良識の範囲での活動 ③持続可能な社会の創造に向けた活動

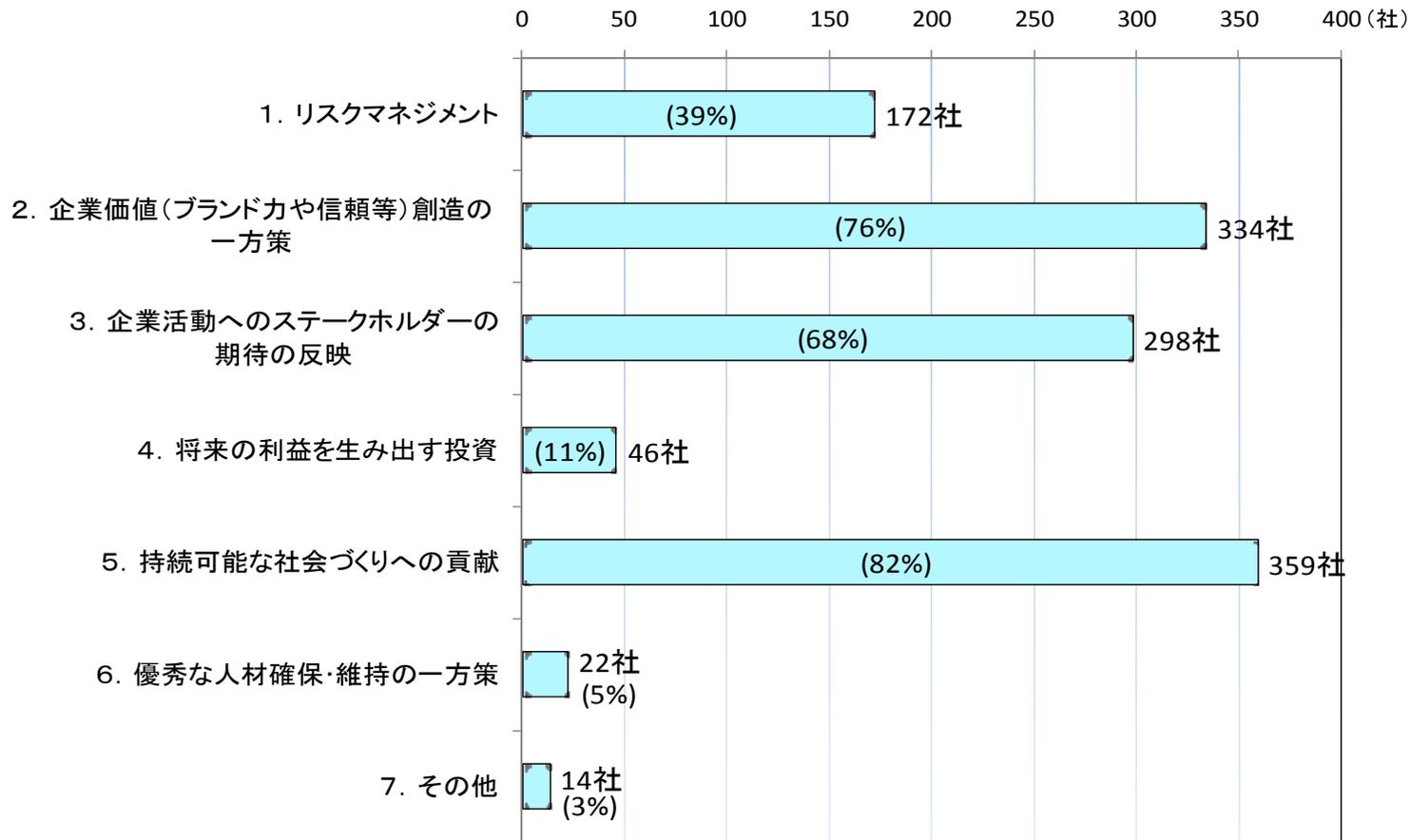


## 1. CSRに関する基本的な考え方 (2) CSR活動の意味

◇CSR活動の意味について3つ挙げてもらったところ、「5. 持続可能な社会づくりへの貢献」(82%)、「2. 企業価値(ブランド力や信頼等)創造の一方策」(76%)、「3. 企業活動へのステークホルダーの期待の反映」(68%)に回答が収斂しており、CSRについて共通認識が形成されている。

◇2008年秋以降の世界的な経済危機にあって、予算や事業内容の優先順位等を見直している企業があるものの、CSRに対する理念や取り組み姿勢は変わらないとする回答が大半を占めた。

〔図2〕

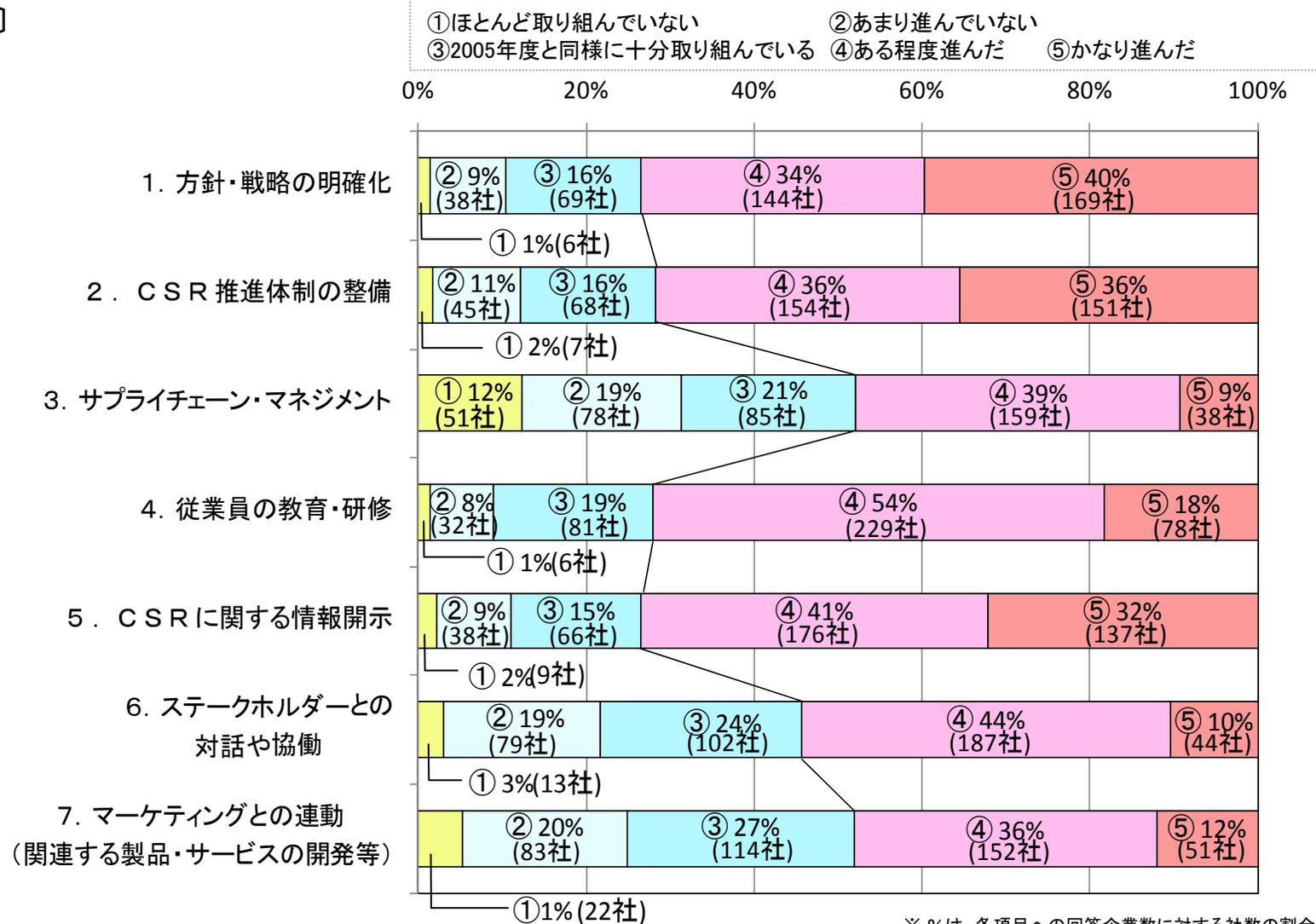


※ ( )内の%は、全回答企業数[437社]に対する回答社数の割合

## 2. CSRへの取り組み状況 (1) CSR推進上の課題ごとの取り組み状況

◇「1.方針・戦略の明確化」、「2.CSR推進体制の整備」、「4.従業員の教育・研修」、「5.情報開示」については、前回アンケートを実施した2005年以降、取り組みが進んだとの回答〔④・⑤〕が7割を超えた。

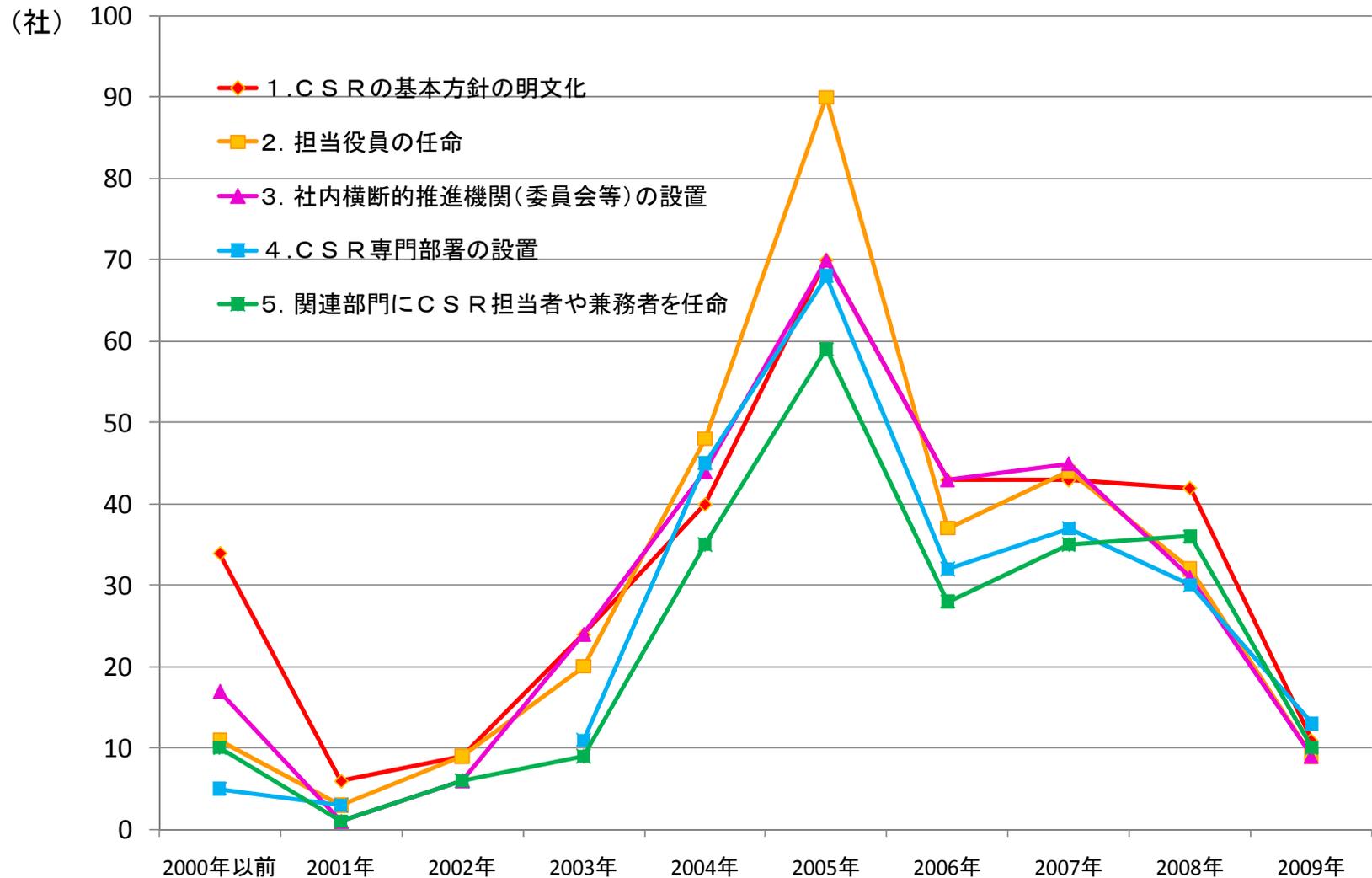
〔図3〕



## 2. CSRへの取り組み状況 (2) CSR推進体制・制度の導入時期

◇CSR推進体制・制度は、「CSR元年」と位置づけられている2003年以降導入が進み、2005年前後が導入のピークとなっている。

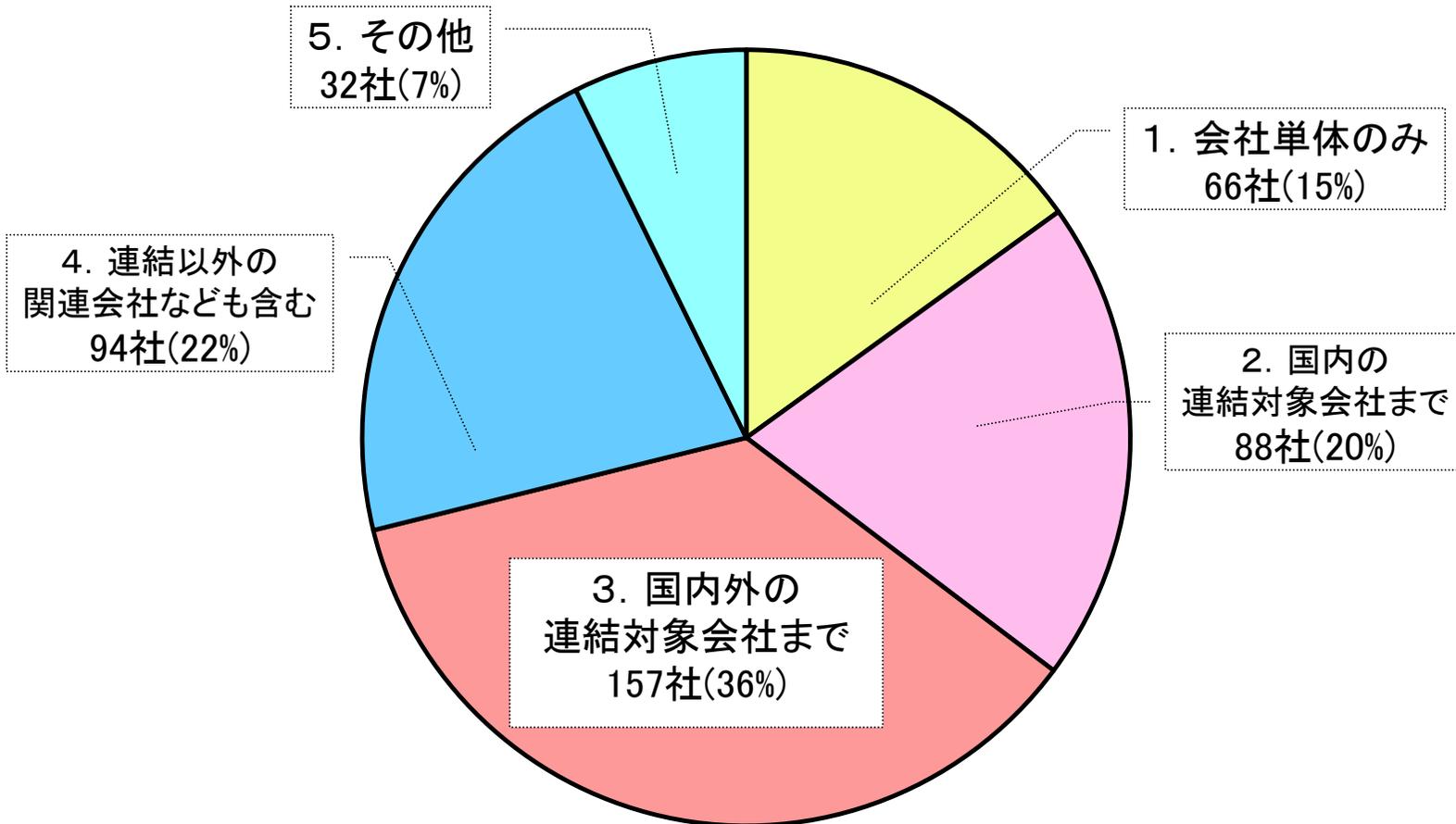
〔図4〕



## 2. CSRの取り組み状況 (3) CSR方針が適用される範囲／(4) CSR推進上の課題

- ◇ CSRの方針が適用される対象範囲について、会社単体のみとしているのは15%の企業に過ぎず、約6割の企業が連結対象会社も対象に含めている。さらに約2割を超える企業が、連結以外の関連会社なども含めて対象にしている。
- ◇ CSR推進上の具体的な課題としては、国籍、業種・業態、企業文化の異なるグループ各社の多様な従業員に対する教育や広報の難しさなどについての回答が多く寄せられた。

〔図5〕

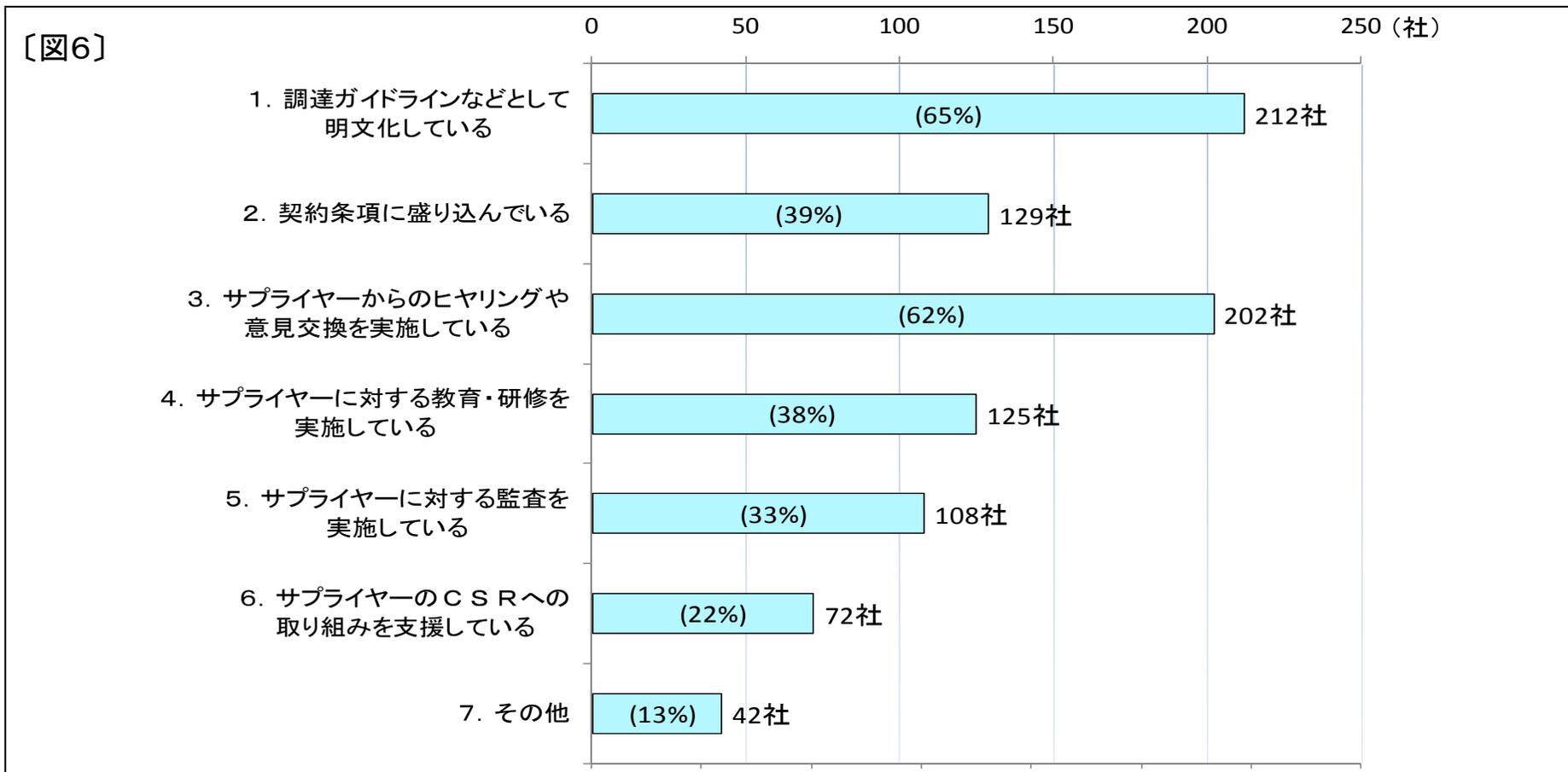


※ ( )内の%は、全回答企業数[437社]に対する社数の割合

### 3. サプライチェーン・マネジメント

◇サプライチェーンを含めたCSRの取り組みが広がっている。具体的には、65%の企業が調達ガイドラインなどの明文化(1.)、39%の企業が契約条項への盛り込み(2.)、33%の企業がサプライヤーへの監査(5.)に取り組んでいる。また、62%の企業がサプライヤーとの理解を深めるため、ヒヤリングや意見交換を実施(3.)している。

◇分野別では、「製品・サービスの安全・品質」(86%)や「個人情報保護、情報セキュリティ」(66%)、「環境」(59%)について、ある程度強制力を持った要件をサプライヤーに課している。



※ ( )内の%は、本設問への回答企業数[327社]に対する回答社数の割合

## 4. 従業員の教育・研修 (1) 教育・研修の内容／(2) 研修手段

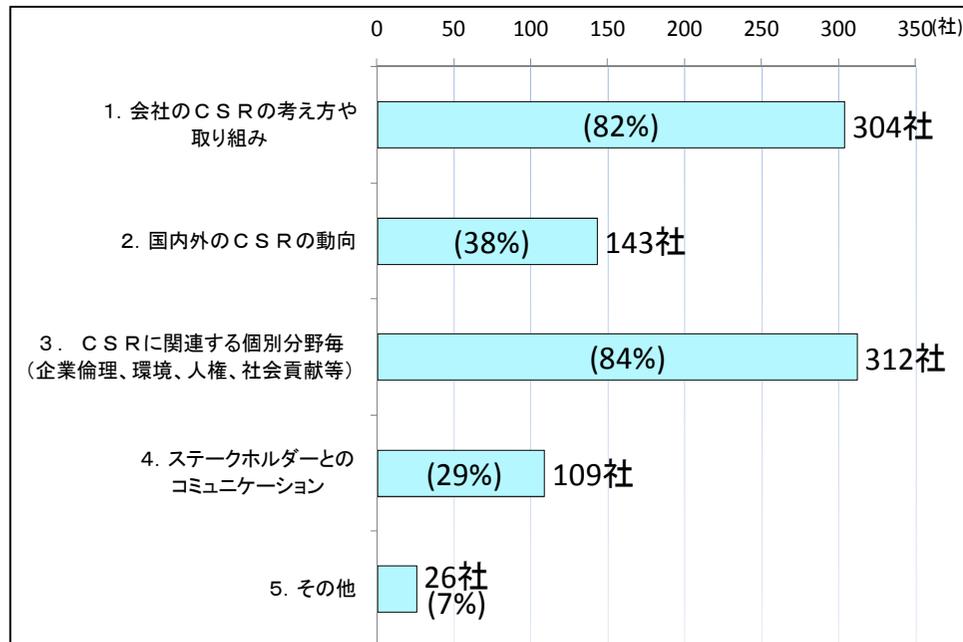
◇CSR推進のため、教育・研修を実施している企業372社(近々実施する企業を含む)のうち、約8割の企業が、「3. CSRに関連する個別分野」(84%)、「1. 会社のCSRの考え方や取り組み」(82%)を研修内容に取り入れている。グループ会社一体となった活動の必要性により「2. 国内外のCSRの動向」を取り入れる企業も多い(38%)。

◇そのほか「4. ステークホルダーとのコミュニケーション」の重要性が高まっており、29%の企業が研修内容に盛り込んでいる。

◇研修の手段としては、講義形式が中心であるが、15%の企業が「5. ステークホルダーとの対話」を活用している。

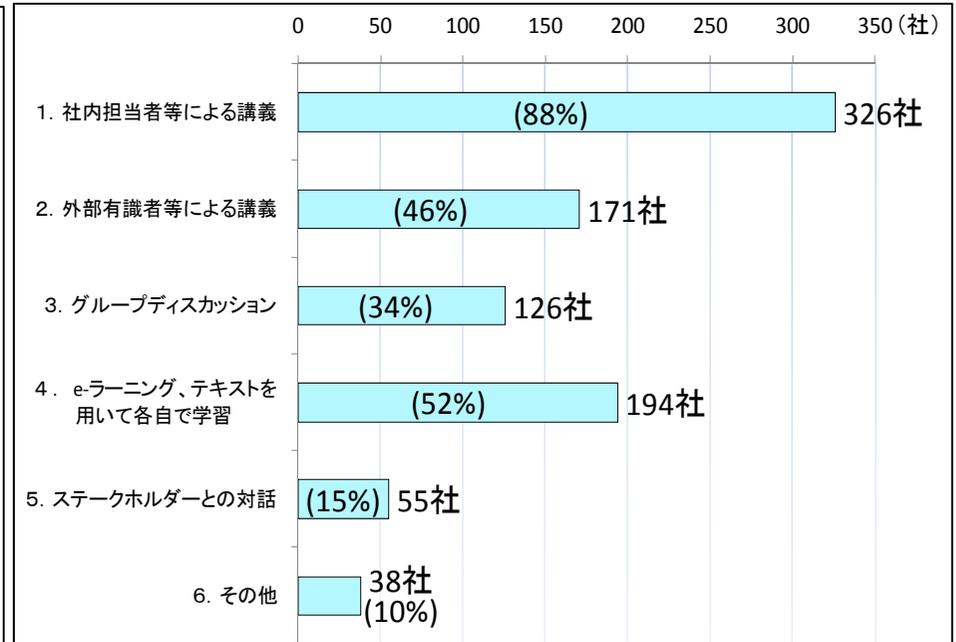
〔図7〕

＜教育・研修の内容＞



〔図8〕

＜研修手段＞

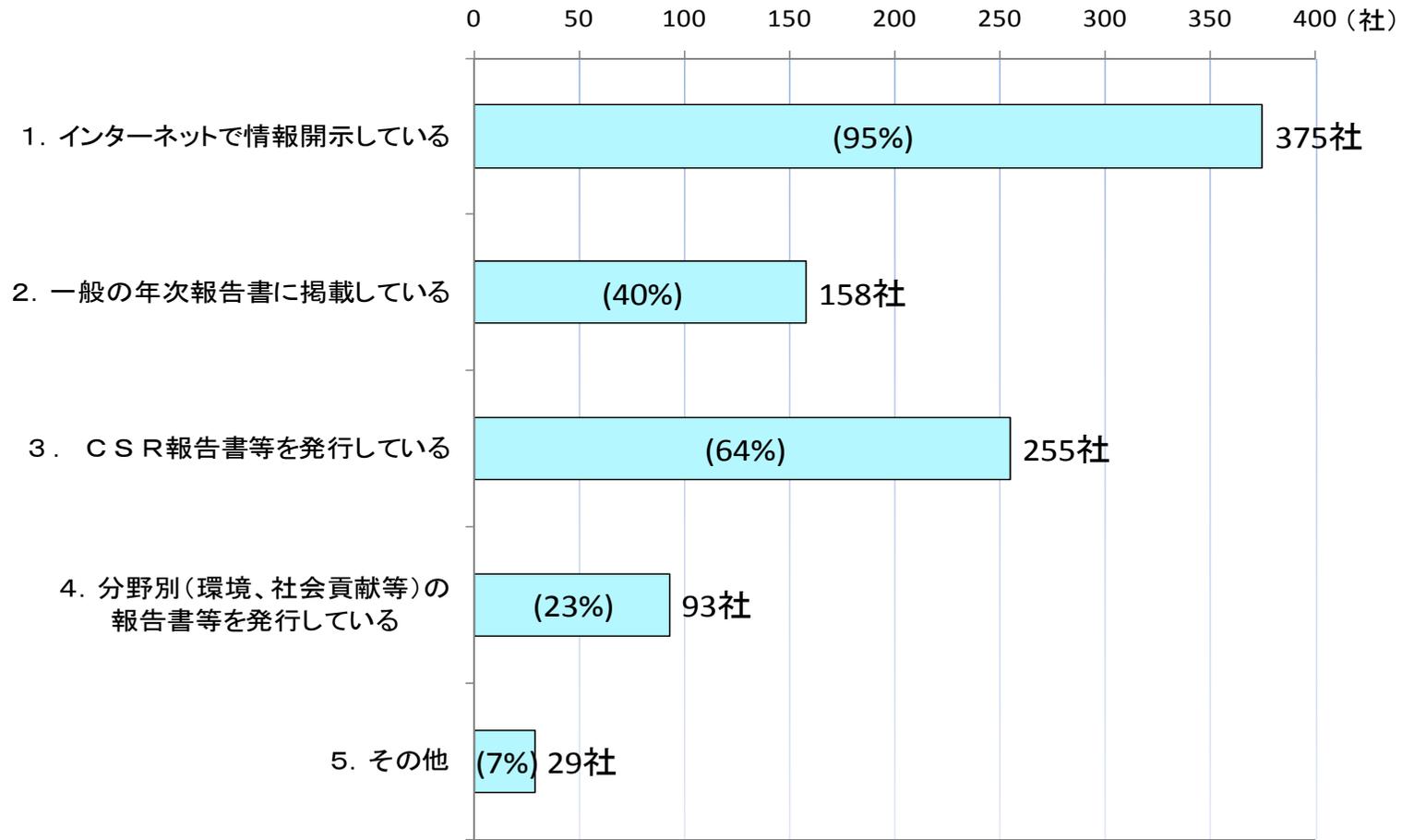


※ ( )内の%は、CSR推進のための教育・研修を実施した企業数(近々実施する企業を含む) [372社]に対する回答社数の割合

## 5. CSRに関する情報開示 (1) 開示方法

- ◇ CSRに関する情報開示をしている企業396社(近々開示する企業を含む)のうち、95%が、CSRに関する情報をインターネット上で公開している。
- ◇ CSR報告書を発行している企業は64%にのぼる。

〔図9〕



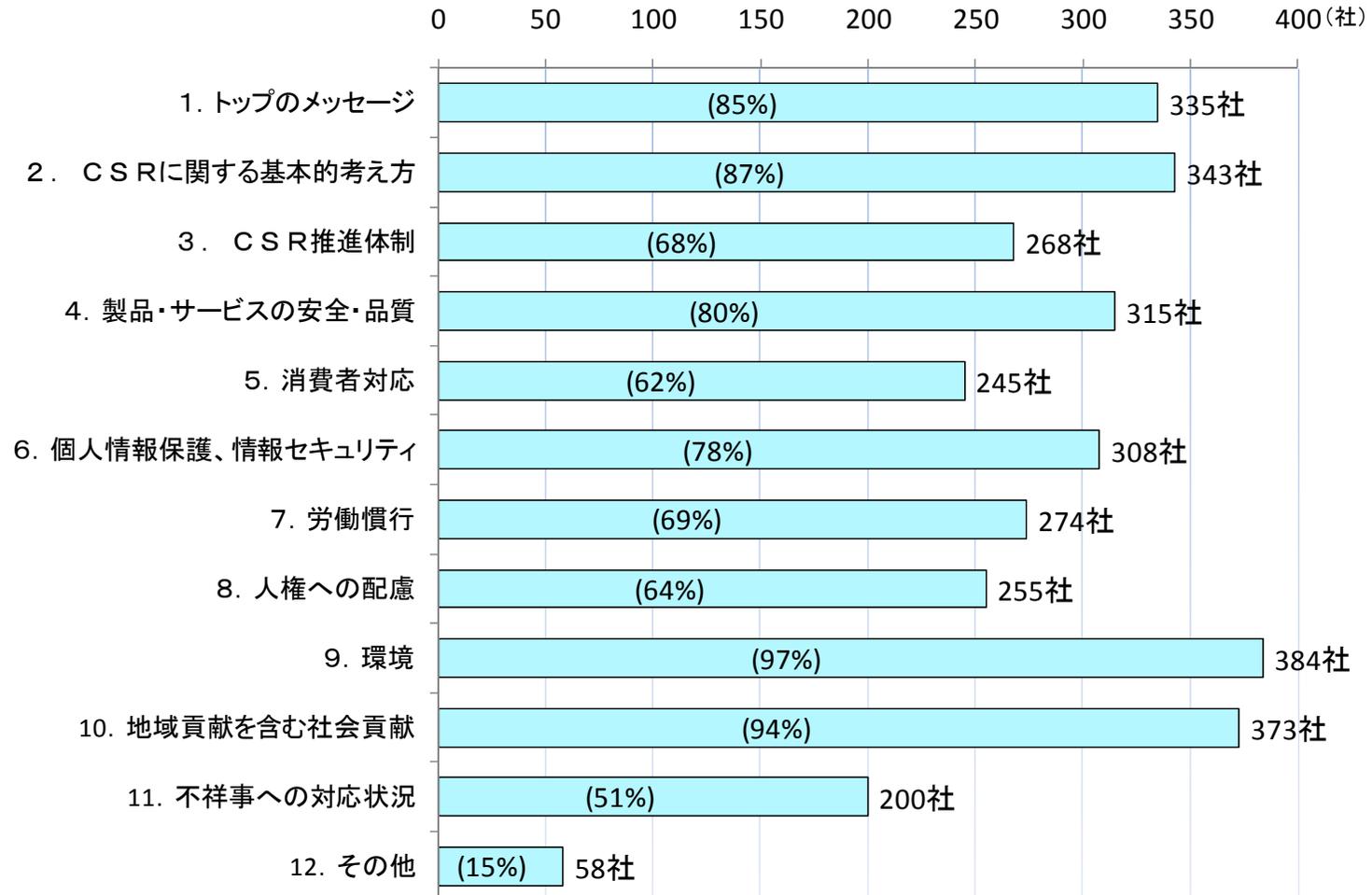
※ ( )内の%は、CSRに関する情報を開示している企業数(近々開示する企業を含む)[396社]に対する回答社数の割合

## 5. CSRに関する情報開示 (2) 開示項目

◇ほとんどの企業が、「9. 環境」(97%)、「10. 地域貢献を含む社会貢献」(94%)、「2. CSRに関する基本的考え方」(87%)、「1. トップのメッセージ」(85%)を開示している。

◇約半数の企業(200社)が、不祥事への対応状況を開示している。

〔図10〕



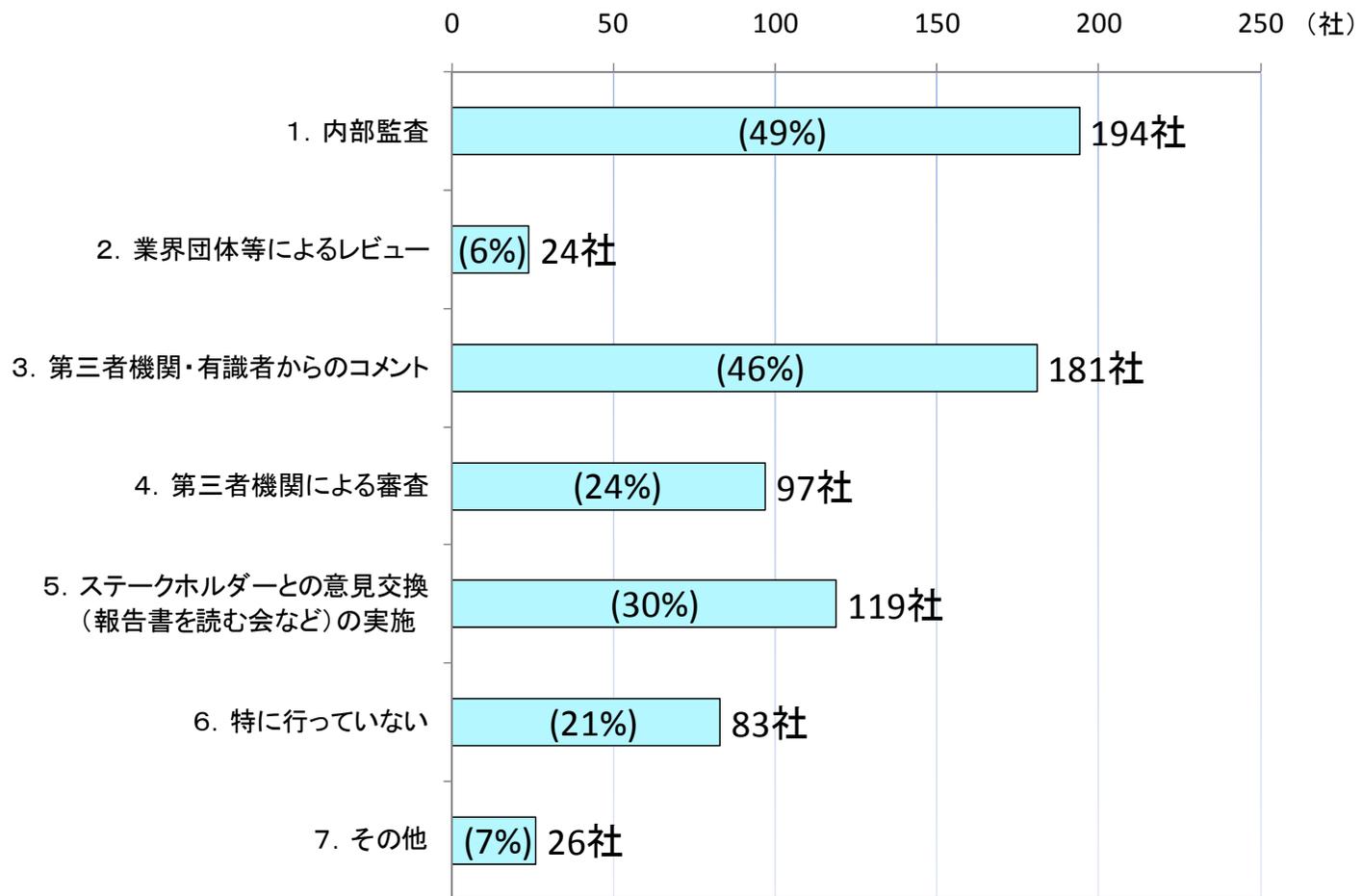
※ ( )内の%は、CSRに関する情報を開示している企業数(近々開示する企業を含む)[396社]に対する回答社数の割合

## 5. CSRに関する情報開示 (3) 情報の信頼性向上のための取り組み

◇情報の信頼性を向上させるための手段としては、「1. 内部監査」(49%)が最も多いが、それにとどまらず、「3. 第三者機関・有識者からのコメント」(46%)や「5. ステークホルダーとの意見交換」(30%)により、第三者の意見を反映させている企業も多い。

◇さらに、「4. 第三者機関による審査」まで取り入れている企業が24%ある。

〔図11〕

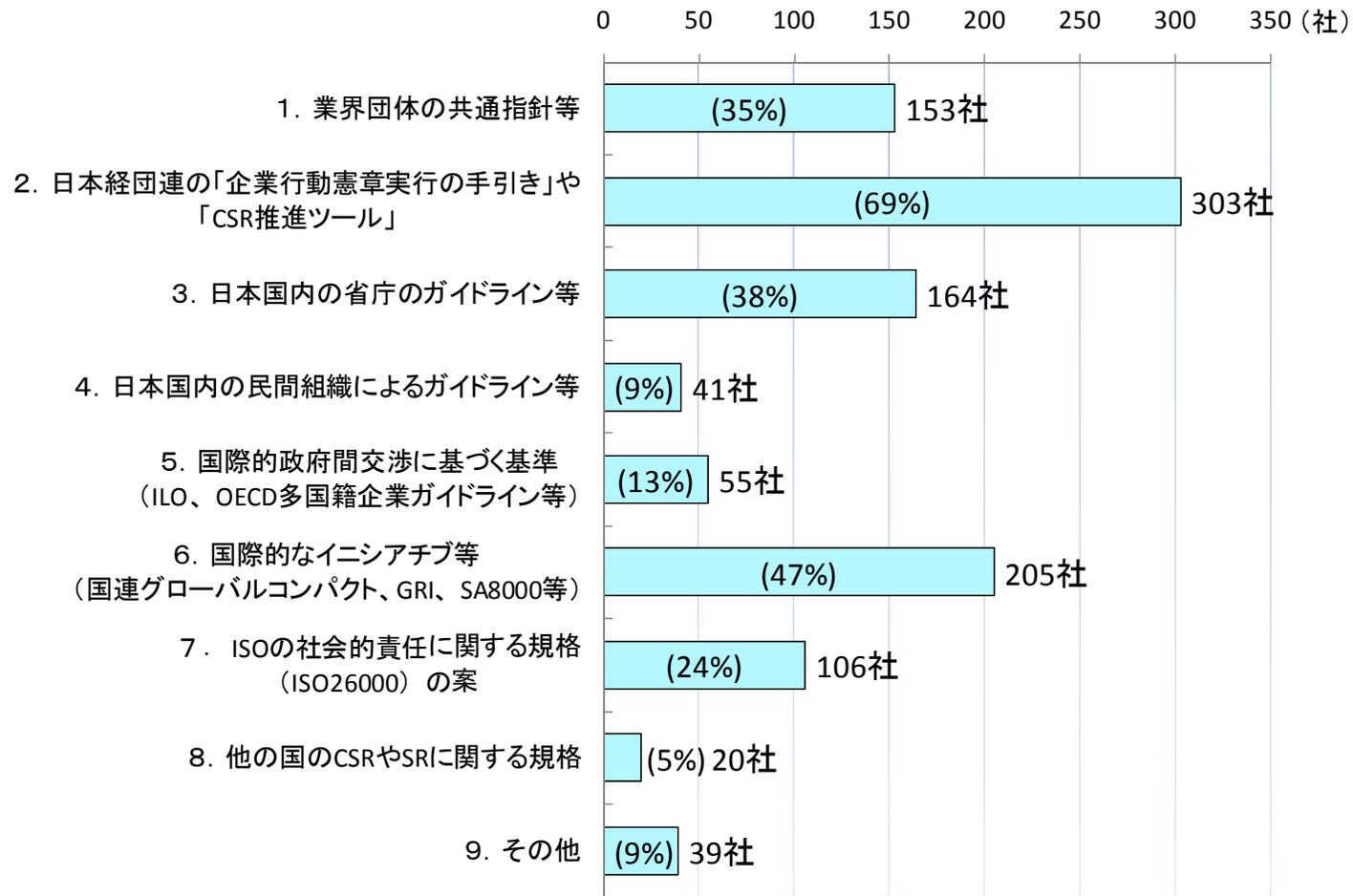


※ ( )内の%は、CSRに関する情報を開示している企業数(近々開示する企業を含む)[396社]に対する 回答社数の割合

## 6. CSRを推進する上で参考にしているガイドライン(基準、イニシアチブ等)

- ◇経団連の「企業行動憲章実行の手引き」や「CSR推進ツール」は、約7割の企業で活用されている。
- ◇企業活動や情報開示におけるグローバル化の進展等を反映し、「6. 国際的なイニシアチブ等」を参考にしていると回答した企業も約半数にのぼる。
- ◇ISO26000についても、原案段階から24%の企業が参考にしている。

〔図12〕



※ ( )内の%は、全回答企業数[437社]に対する回答社数の割合