

2002年度 社会貢献活動実績調査結果

〔支出 / 意識・制度調査編〕

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

目 次

はじめに	[ページ]
・ 調査概要	1
・ 支出調査結果	
1．社会貢献活動支出額	2
2．社会貢献活動支出額が経常利益額等に占める比率	6
3．寄付金額	9
4．自主プログラムに関する支出額	13
5．現物寄付、施設開放、従業員参加の金額換算	15
・ 意識・制度調査結果	
1．社会貢献活動への取り組み、意識	17
2．社会貢献活動のための社内体制・制度導入状況	19
3．社会貢献活動に関するコミュニケーション	22
4．社員のボランティア活動に対する支援	23
5．企業財団（公益信託）	25
6．NPO・NGOに対する支援・連携	27
7．寄付金税制等	29
8．本調査の活用	29

はじめに

日本経団連では、1991年から会員企業および1%クラブ法人会員を対象にして、「社会貢献活動実績調査」を行っている。今年は、3年毎の大規模調査が5回目の年にあたり、毎年実施している支出調査、事例調査に加え、意識調査も行った。こうした大変ボリュームのある調査にもかかわらず、340社から回答をいただくことができた。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。

さて、調査結果を概観すると、回答企業の経常利益額や税引前利益額は前年度に比べて改善しており、社会貢献活動支出額も対前年度比で9.9%増加し、1社平均3億7,600万円となった。また、今回の調査では、厳しい経済情勢下にもかかわらず、資本金100億円未満の企業における支出額が増加しており、より幅広い企業において社会貢献活動が定着してきたことを示唆する結果となった。

2002年度は企業の不祥事が相次ぎ、社会からの「信頼と共感」を得て企業経営をしていくことが一層重要視されるようになったことから、各社における社会貢献活動の捉え方にも若干変化が見られた。意識調査では、社会貢献活動を「社会的責任の一環」「地域社会への貢献」「社会とのコミュニケーション」と捉え、これまで以上に情報を社内外に開示・伝達しながら、ステークホルダーの理解を得ながら推進していこうとする企業の姿が浮き彫りになっている。たとえば、「社会貢献活動に関する情報を開示すべき」と回答している企業は1993年度には6割だったが、今回の調査では9割に達している。また、実際に、インターネット上での情報提供、アニュアル・レポートへの記載なども進んでおり、環境への取り組みや企業の社会性についての情報を盛り込んだ「サステナビリティ報告書」を発行している企業も出てきている。

こうした情報提供への意識の高まりを受けて、今年度の事例調査では、従来事例一覽ではなく、各社の社会貢献活動についての基本的な考え方、活動推進のための社内体制、社員のボランティア活動支援策などとともに、具体的な活動のメニューを提示することとした。

企業の社会的責任に対する関心が国際的に高まっている折、本調査結果が、日本企業の社会性を示す基礎的資料として、各社の取り組み、情報発信等に活用されることを祈念する。

2003年12月

社会貢献推進委員会

委員長 池田 守男

1%クラブ

会長 伊藤 助成

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

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社平均では3億7,600万円と2001年度に比べ9.9%増加した。

なお、このうち1%クラブ法人会員(143社)の平均支出額は、6億4,700万円(対前年度5.1%減)と2年連続で減少したが、全社平均の1.7倍となっている。また、2001、2002年度と連続して回答した210社の平均支出額は、4億5,800万円となっている。

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

[うち1%クラブ法人会員]

	96年度 (188社)	97年度 (185社)	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)
合計額	1,272億円	1,294億円	1,119億円	792億円	1,179億円	996億円	925億円
1社平均	6億7700万円	6億9900万円	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
対前年	7.5%増	3.2%増	7.4%減	6.3%増	2.6%増	3.4%減	5.1%減

(2) 2001、2002年度と2年連続して回答した210社のうち、2002年度に社会貢献活動支出額が増加した企業は80社(38.1%)であり、このうち10%以上支出額が増加した企業が71社(34.0%)あった。

一方、支出額が減少した企業は124社(59.0%)と半数を超えており、10%以上支出額が減少した企業は96社(45.7%)あった。

社会貢献活動支出額の増減(2年連続回答企業210社)

社会貢献活動支出額が増加	80社 (38.1%)
社会貢献活動支出額が10%以上増加	71社 (34.0%)
社会貢献活動支出額が減少	124社 (59.0%)
社会貢献活動支出額が10%以上減少	96社 (45.7%)

*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、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

(3) 2002 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である。

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)

	96年度		97年度		98年度		99年度		00年度		01年度		02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	-	0	-	0	0	1
2.鉱業	1,918	2	33	1	1	2	1	2	-	0	4	1	11	1
3.建設	229	34	163	33	145	31	213	20	172	20	99	27	107	20
4.食品	970	11	833	14	770	16	1,065	11	722	16	737	13	545	15
5.繊維	362	6	203	7	108	7	222	5	206	7	172	8	210	5
6.紙パ	66	5	55	4	49	5	35	4	56	3	76	1	43	5
7.化学・製薬	452	44	382	46	481	38	449	36	499	39	476	34	548	33
8.石油・石炭	121	8	207	5	77	4	305	3	485	3	127	3	114	3
9.ゴム	93	5	80	3	57	3	77	2	93	3	50	3	67	2
10.窯業	342	6	287	6	252	6	301	6	464	4	283	5	370	4
11.鉄鋼	166	8	255	9	181	9	225	8	377	7	528	5	134	7
12.非鉄	425	6	93	2	101	4	96	3	93	4	152	4	36	3
13.金属	119	3	32	4	55	1	95	3	20	2	19	3	21	3
14.機械	193	9	204	8	152	15	232	7	220	14	154	13	181	9
15.電機	506	36	769	27	774	23	577	25	651	27	441	38	474	35
16.輸送機器	1,078	21	1,070	25	1,133	22	798	29	1,040	24	890	19	851	20
17.精密機器	113	11	258	10	142	8	163	8	103	6	84	9	111	5
18.他製造	219	10	106	7	77	9	162	5	133	5	169	7	224	7
19.商業	212	41	263	36	256	37	275	31	269	34	280	32	356	23
20.金融・保険	361	77	350	71	303	64	359	55	299	53	393	45	313	57
21.不動産	277	8	104	7	113	5	120	4	104	5	104	5	260	2
22.運輸・倉庫	371	12	313	12	318	11	184	9	173	8	100	13	130	8
23.情報通信	1,929	4	1,749	3	926	5	499	5	505	5	534	6	601	13
24.電力・ガス	819	14	1,079	14	904	12	921	11	901	14	1,077	10	1,326	9
25.サービス	110	20	73	16	77	19	58	12	156	14	52	28	62	18
26.その他	170	4	166	6	193	4	178	5	109	6	41	10	61	8
全業種平均	404	405	414	376	382	360	403	309	416	323	342	342	376	316

(4) 2002年度の社会貢献活動支出の比率を、分野別に見ると以下のとおりである。
 回答企業275社において支出割合が高い分野は、単純平均では、「学術・研究」(17.2%)、
 「文化・芸術」(14.4%)、「教育・社会教育」(13.3%)、「地域社会の活動」(12.7%)
 となっている。

また、支出総額に占める回答企業の分野別の支出合計の比率を推計すると、「学術・
 研究」「文化・芸術」「教育・社会教育」について、「スポーツ」「環境」となる。

分野別の社会貢献活動支出比率（2002年度）

	単純平均	支出総額に 占める比率 (推計)
1.社会福祉	7.1%	5.6%
2.健康・医学	4.5%	6.3%
3.スポーツ	7.3%	10.7%
4.学術・研究	17.2%	18.7%
5.教育・社会教育	13.3%	11.4%
6.文化・芸術	14.4%	16.1%
7.環境	6.0%	9.5%
8.史跡・伝統文化保存	1.7%	0.9%
9.地域社会の活動	12.7%	8.9%
10.国際交流・協力	6.4%	3.6%
11.災害救援	0.6%	0.3%
12.人権	0.2%	0.4%
13.NPOの基盤形成	0.9%	0.3%
14.その他	7.9%	6.7%

(5) 2002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61社(回答企業316社の19.3%)で支出額合計の54.1%を占めている。一方で、資本金100億円未満の企業105社(回答企業の33.2%)の支出額は62億円だが、支出額合計に占める比率は5.4%と2001年度に比べて1.9ポイント上昇している。

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

	96年度	97年度	98年度	99年度	00年度	01年度	02年度
1,000億円以上	60社	61社	63社	66社	70社	60社	61社
支出額	840億円	879億円	753億円	673億円	766億円	630億円	620億円
比率	51.4%	56.5%	54.7%	54.1%	57.0%	53.9%	54.1%
500～1000億円	45社	49社	44社	40社	40社	42社	35社
支出額	185億円	199億円	204億円	168億円	232億円	204億円	202億円
比率	11.3%	12.8%	14.8%	13.5%	17.2%	17.4%	17.6%
300～500億円	51社	47社	44社	38社	42社	30社	38社
支出額	211億円	144億円	137億円	137億円	136億円	102億円	165億円
比率	12.9%	9.2%	10.0%	11.0%	10.1%	8.8%	14.4%
100～300億円	125社	115社	107社	90社	90社	78社	73社
支出額	231億円	199億円	163億円	119億円	108億円	128億円	98億円
比率	14.1%	12.8%	11.9%	9.6%	8.0%	10.9%	8.5%
100億円未満	114社	96社	93社	67社	73社	126社	105社
支出額	79億円	52億円	46億円	42億円	36億円	41億円	62億円
比率	4.8%	3.4%	3.4%	3.4%	2.7%	3.5%	5.4%

* 相互会社など資本金を持たない企業は除く

(6) つぎに、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16社(回答企業316社の5.1%)で支出額合計の31.2%を占め、同階層の1社平均支出額は22億9,400万円であった。

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

	96年度	97年度	98年度	99年度	00年度	01年度	02年度
1,000億円以上	19社	16社	13社	20社	23社	10社	16社
支出額	513億円	451億円	417億円	394億円	450億円	263億円	367億円
比率	31.4%	28.9%	30.3%	31.6%	33.5%	22.5%	31.2%
500～1000億円	21社	16社	16社	11社	24社	15社	14社
支出額	272億円	225億円	125億円	133億円	304億円	182億円	210億円
比率	16.6%	14.5%	9.1%	10.7%	22.6%	15.5%	17.9%
300～500億円	30社	22社	16社	12社	18社	14社	20社
支出額	249億円	212億円	167億円	95億円	91億円	142億円	182億円
比率	15.2%	13.6%	12.2%	7.7%	6.7%	12.1%	15.5%
100～300億円	65社	75社	58社	58社	66社	35社	42社
支出額	233億円	276億円	266億円	256億円	253億円	122億円	123億円
比率	14.3%	17.8%	19.3%	20.6%	18.8%	10.4%	10.4%
50～100億円	79社	58社	44社	43社	48社	30社	34社
支出額	198億円	132億円	75億円	80億円	79億円	65億円	64億円
比率	12.1%	8.5%	5.5%	6.5%	5.9%	5.6%	5.4%
50億円未満	152社	136社	113社	97社	95社	118社	118社
支出額	92億円	95億円	63億円	107億円	73億円	66億円	109億円
比率	5.7%	6.1%	4.6%	8.6%	5.4%	5.7%	9.3%

2. 社会貢献活動支出額が経常利益等に占める比率 ^{*2}

(1) 2002年度回答企業の1社平均経常利益額は、前年度から88.9%増加し、211億9,900万円(332社)となった。税引前利益額は127億2,000万円とプラスに回復した。なお、経常利益額、税引前利益額がマイナスになった企業は、各々54社から31社、112社から66社と前年度に比べ大幅に減少した。

1 社平均の経常利益額、税引前利益額

	96年度	97年度	98年度	99年度	00年度	01年度	02年度
経常利益額 1社平均	212億900万円 (419社)	152億4100万円 (385社)	93億9000万円 (367社)	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)
対前年	31.0%増	28.1%減	38.4%減	206.9%増	11.2%増	65.0%減	88.9%増
税引前利益額 1社平均	183億4500万円 (414社)	98億5100万円 (379社)	37億4300万円 (357社)	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)
対前年	14.7%増	46.3%減	62.0%減	188.5%増	94.3%増	120.1%減	130.1%増

(2) 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。

なお、1%クラブ法人会員の経常利益比は、全社平均を0.43ポイント上回る2.82%(121社)であった。

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)

[うち1%クラブ法人会員]

	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	0.21% (179社)	0.16% (180社)	0.13% (165社)	0.13% (111社)	0.13% (162社)	0.26% (143社)	0.21% (140社)
経常利益比	2.69% (178社)	2.81% (170社)	3.22% (147社)	2.46% (109社)	1.91% (162社)	2.28% (120社)	2.82% (121社)
税引前利益比	3.07% (167社)	3.66% (162社)	3.15% (122社)	5.39% (93社)	3.25% (142社)	3.28% (98社)	3.63% (103社)

*2: 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全社の平均値。(2)以降については、各々の項目がプラスとなった企業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。

(3) 社会貢献活動支出額が経常利益に占める比率が5%以上の企業は31社であり、回答企業(267社)の11.6%である。対経常利益比が3%以上の企業は52社で回答企業の19.5%であった。2000、2001年度は対経常利益比1%以上の企業は5割未満だったが、2002年度は51.3%と半数を超えた。

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)

	96年度 (368社)		97年度 (337社)		98年度 (295社)		99年度 (279社)		00年度 (308社)		01年度 (275社)		02年度 (267社)	
5%以上	39社	10.6%	36社	10.7%	28社	9.5%	31社	11.1%	18社	5.9%	24社	8.7%	31社	11.6%
4~5%	13社	3.5%	10社	3.0%	11社	3.7%	16社	5.7%	9社	2.9%	9社	3.3%	16社	6.0%
3~4%	24社	6.5%	20社	5.9%	22社	7.5%	20社	7.2%	17社	5.5%	17社	6.2%	5社	1.9%
2~3%	61社	16.6%	47社	13.9%	36社	12.2%	24社	8.6%	24社	7.8%	32社	11.6%	25社	9.4%
1~2%	93社	25.3%	93社	27.6%	80社	27.1%	60社	21.5%	61社	19.8%	55社	20.0%	60社	22.5%
0.5~1%	60社	16.3%	52社	15.4%	45社	15.3%	49社	17.6%	64社	20.8%	48社	17.5%	43社	16.1%
0.5%未満	78社	21.2%	79社	23.4%	73社	24.7%	79社	28.3%	115社	37.3%	90社	32.7%	87社	32.6%
対経常利益比 単純平均	2.40%		2.63%		2.59%		2.30%		1.51%		2.03%		2.39%	

(4) 2001、2002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157社のうち、比率が上昇した企業は67社であったのに対し、下降した企業は89社であった。

社会貢献活動支出額の対経常利益比の昇降(2年連続回答企業157社)

社会貢献活動支出額の対経常利益比が上昇	67社 (42.7%)
社会貢献活動支出額の対経常利益比が下降	89社 (56.7%)

(5) 2002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である。

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)

	96年度		97年度		98年度		99年度		00年度		01年度		02年度	
	%	社	%	社	%	社	%	社	%	社	%	社	%	社
1.水産	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	0.01	1
2.鉱業	3.09	2	1.28	1	0.02	2	0.01	2	-	0	-	0	-	0
3.建設	2.30	34	2.12	33	1.75	31	1.78	20	1.69	20	2.53	25	3.90	16
4.食料品	3.28	9	2.74	13	2.11	15	4.45	12	2.82	16	2.41	13	1.58	15
5.繊維	4.00	6	2.44	7	1.34	4	1.66	5	1.50	5	2.62	7	2.49	3
6.紙パ	0.93	5	1.13	4	1.65	3	2.58	3	0.60	3	2.50	1	0.41	4
7.化学	2.80	43	2.71	46	2.99	38	2.88	32	2.20	38	3.30	32	2.30	32
8.石油	3.64	7	3.47	5	1.79	3	1.59	3	0.78	3	1.18	3	0.88	3
9.ゴム	0.74	5	2.69	3	1.01	2	1.57	2	0.28	3	0.39	3	0.95	1
10.窯業	3.01	6	2.54	6	4.55	4	5.66	5	3.48	4	5.59	4	6.36	4
11.鉄鋼	1.62	6	2.04	7	4.41	4	2.30	8	1.62	7	2.11	2	1.70	5
12.非鉄	6.20	5	1.22	2	3.17	3	1.06	2	0.59	4	3.21	4	0.31	2
13.金属	1.06	3	0.65	3	8.20	1	0.82	2	0.41	2	0.38	3	0.43	2
14.機械	1.14	8	1.22	7	5.59	15	1.64	7	0.96	14	2.44	12	0.67	7
15.電機	1.65	33	3.54	26	8.13	17	3.34	24	1.55	27	2.87	19	4.25	29
16.輸送機械	1.56	21	1.54	22	2.38	20	2.09	22	1.15	23	1.09	19	2.61	20
17.精密機器	0.91	10	1.18	10	2.23	6	5.15	8	0.64	4	0.68	6	2.90	5
18.他製造	3.70	8	3.22	7	3.10	8	0.41	5	1.66	5	3.44	6	2.05	7
19.商業	2.44	37	2.17	34	1.10	33	2.09	28	1.38	34	1.56	30	2.30	23
20.金融・保険	2.49	67	3.36	49	2.24	38	1.55	51	1.08	46	1.48	25	1.81	38
21.不動産	3.97	7	0.84	5	0.89	3	1.15	4	0.61	5	0.50	4	0.88	2
22.運輸・倉庫	2.98	11	7.56	12	1.73	10	2.71	7	2.96	7	2.98	11	1.36	6
23.通信	3.62	3	0.55	3	0.50	4	0.86	4	0.21	5	0.22	5	2.47	10
24.電力・ガス	2.91	13	3.38	14	1.90	12	1.39	10	1.53	14	1.18	10	1.39	9
25.サービス	1.46	16	1.33	12	0.98	16	2.70	9	1.30	14	1.10	24	3.13	16
26.その他	1.71	3	0.89	6	1.03	3	0.74	4	1.38	5	0.60	7	0.48	7
全業種平均	2.40	368	2.63	337	2.59	295	2.30	279	1.51	308	2.03	275	2.39	267

3. 寄付金額 *3

(1) 2002年度の1社平均寄付金額は、2億6,400万円(301社)と2001年度に比べ12.8%増加した。このうち、1%クラブ法人会員(138社)では4億6,700万円と、対前年度比で1.9%減少したが、全社平均を2億300万円上回っている。

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

[うち1%クラブ法人会員]

	96年度	97年度	98年度	99年度	00年度	01年度	02年度
合計額	807億円 (185社)	827億円 (183社)	716億円 (172社)	464億円 (115社)	754億円 (164社)	690億円 (154社)	645億円 (138社)
1社平均	4億3600万円	4億5200万円	4億1600万円	4億300万円	4億6000万円	4億7600万円	4億6700万円
対前年	5.8%減	3.6%増	8.0%減	3.1%減	14.1%増	3.5%増	1.9%減

(2) 2001、2002年度と2年連続して回答した206社のうち、2002年度に寄付金額が増加した企業は95社(46.1%)、寄付金額を減少させた企業は104社(50.5%)とほぼ半々であった。

寄付金額の増減(2年連続回答企業206社)

寄付金額が増加	95社 (46.1%)
寄付金額が10%以上増加	70社 (34.0%)
寄付金額が減少	104社 (50.5%)
寄付金額が10%以上減少	86社 (41.7%)

*3: 寄付金額

一般にいう「寄付金」には、政治献金、関連会社への寄付などが含まれるが、本調査における「寄付金」にはこれらを含めず、社会貢献を目的とした寄付についてのみ回答いただいた。

(3) 2002年度の業種別の寄付金額平均値は以下のとおりである。

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)

	96年度		97年度		98年度		99年度		00年度		01年度		02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	-	0	-	0	0.1	1
2.鉱業	68	2	33	1	1	2	1	2	-	0	4	1	11	1
3.建設	191	34	149	33	126	31	194	20	166	20	95	27	97	20
4.食品	265	10	339	14	318	16	448	11	333	16	372	13	243	15
5.繊維	218	6	110	7	102	6	196	5	229	6	164	8	202	5
6.紙パ	63	5	54	4	45	5	32	4	55	3	72	1	40	5
7.化学・製薬	389	44	337	46	408	38	367	36	428	39	408	33	472	29
8.石油・石炭	51	8	86	5	46	4	295	3	69	3	56	3	99	3
9.ゴム	78	5	74	3	44	3	51	2	76	3	47	3	135	1
10.窯業	153	6	181	6	157	6	187	6	266	3	137	5	314	4
11.鉄鋼	128	8	221	9	145	9	261	8	369	7	513	5	130	7
12.非鉄	245	6	93	2	85	4	87	3	93	4	20	3	36	3
13.金属	102	3	27	4	27	1	84	3	20	2	16	3	21	3
14.機械	157	9	173	8	130	15	166	7	166	14	121	13	109	9
15.電機	420	34	580	27	530	23	406	25	472	27	306	37	302	35
16.輸送機器	522	21	483	25	524	22	382	29	408	24	519	19	666	20
17.精密機器	63	11	206	10	71	8	118	8	83	5	77	9	111	5
18.他製造	99	10	54	7	27	9	98	5	71	5	112	7	147	6
19.商業	143	39	136	35	127	36	114	30	115	33	119	31	148	23
20.金融・保険	288	75	278	71	240	64	241	54	241	52	289	44	190	56
21.不動産	244	8	70	7	71	5	82	4	79	5	85	5	213	2
22.運輸・倉庫	303	12	238	12	233	11	107	8	157	8	66	12	144	7
23.情報通信	232	4	206	3	235	5	66	5	195	5	148	6	641	12
24.電力・ガス	680	13	865	13	678	12	747	11	680	14	869	10	962	8
25.サービス	78	19	50	16	50	18	34	12	124	14	37	28	35	13
26.その他	9	4	93	5	138	4	89	5	55	6	11	10	23	8
全業種平均	265	396	275	373	247	357	257	306	274	318	234	336	264	301

(4) 2002年度の寄付金額を資本金階層別に見ると、資本金1000億円以上の企業60社(回答企業301社の19.9%)で寄付金額合計の52.4%を占めた。一方で、資本金100億円未満の94社(31.2%)の寄付金額は52億円だが、寄付金額合計に占める比率は6.5%と2001年度に比べて2.2ポイント上昇している。

資本金階層別の寄付金額および合計額に占める比率

	96年度	97年度	98年度	99年度	00年度	01年度	02年度
1,000億円以上	59社	60社	63社	66社	70社	67社	60社
支出額	482億円	521億円	419億円	400億円	448億円	406億円	360億円
比率	45.9%	50.8%	47.4%	50.8%	51.3%	51.7%	52.4%
500～1000億円	44社	48社	43社	38社	39社	44社	33社
支出額	147億円	165億円	169億円	138億円	188億円	156億円	148億円
比率	14.1%	16.0%	19.1%	17.5%	21.5%	19.8%	18.2%
300～500億円	51社	47社	44社	38社	39社	34社	90社
支出額	116億円	76億円	73億円	67億円	67億円	52億円	86億円
比率	11.1%	7.4%	8.3%	8.5%	7.7%	6.7%	10.4%
100～300億円	122社	115社	107社	89社	90社	82社	74社
支出額	185億円	165億円	133億円	99億円	89億円	98億円	68億円
比率	17.6%	16.0%	15.0%	12.6%	10.2%	12.5%	8.4%
100億円未満	110社	95社	91社	67社	72社	145社	94社
支出額	55億円	40億円	36億円	34億円	30億円	33億円	52億円
比率	5.2%	3.9%	4.0%	4.3%	3.5%	4.3%	6.5%

* 相互会社など資本金を持たない企業は除く

(5) 2002年度の寄付先別の寄付件数・金額は、以下のとおりである。

寄付先別の1社平均寄付件数・金額

	96年度	97年度	98年度	99年度	00年度	01年度	02年度
国・地方自治体への寄付	6000万円	25.7件 3700万円	21.0件 3300万円	26.6件 5000万円	27.5件 3500万円	29.5件 3300万円	35.9件 4500万円
指定寄付金		17.7件 2600万円	18.4件 1600万円	21.7件 2600万円	18.1件 3500万円	15.3件 3000万円	12.9件 2600万円
特増&認定NPO法人への寄付	7700万円	44.3件 9300万円	43.4件 8000万円	48.6件 8200万円	46.7件 8500万円	42.3件 7500万円	43.7件 6200万円
特増でない公益法人への寄付		28.9件 5900万円	34.6件 5500万円	25.5件 4900万円	21.5件 5100万円	17.0件 5300万円	
NPO法人への寄付	11700万円	32.5件	40.2件	7.3件 2900万円	6.7件 2400万円	6.0件 2100万円	96.7件 8800万円
法人格を持たないNPO・NGOへの寄付		800万円	960万円	24.5件 1500万円	17.0件 1400万円	26.4件 1400万円	
その他の寄付		113.7件 7200万円	116.2件 6200万円	140.4件 7400万円	122.2件 7100万円	87.3件 7100万円	61.2件 4500万円
うち自社財団への寄付	11800万円	1.8件 11100万円	1.9件 10500万円	2.3件 11000万円	2.4件 8100万円	2.1件 6700万円	1.6件 5800万円

2002年度の寄付区分は以下の通り。

1. 国・地方自治体への寄付 ()
2. 指定寄付金 ()
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 は特増法人への寄付
4. 一般寄付金 (+ +)
5. その他の寄付

(6) 寄付金の損金算入限度枠(免税枠)の平均利用率は、一般寄付は43.4%と、2001年度を17.9ポイント下回り、特定公益増進法人(以下、特増)への寄付は26.2%とほぼ同じだった。1%クラブ法人会員について見ると、一般寄付枠で10.4ポイント、特増枠で5.8ポイント、回答全社の平均を上回る結果となった。

また、限度枠利用率が100%に達している企業は、一般寄付で33社(12.9%)、特増への寄付で14社(5.7%)となった。ともに100%に達している企業は6社であった。

寄付金損金算入限度枠の利用率(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
一般寄付免税枠	51.2% (328社)	55.1% (324社)	51.0% (312社)	47.7% (269社)	48.5% (275社)	61.3% (272社)	43.4% (255社)
特増法人免税枠	24.8% (313社)	27.8% (315社)	22.9% (302社)	24.3% (259社)	21.1% (266社)	26.5% (265社)	26.2% (245社)

[うち1%クラブ法人会員]

	96年度	97年度	98年度	99年度	00年度	01年度	02年度
一般寄付免税枠	49.5% (150社)	56.8% (164社)	60.8% (151社)	59.8% (100社)	53.6% (143社)	62.0% (119社)	53.8% (117社)
特増法人免税枠	29.6% (147社)	30.9% (161社)	31.0% (149社)	34.6% (100社)	29.9% (140社)	32.3% (119社)	32.0% (116社)

損金算入限度枠利用率100%の企業

	96年度	97年度	98年度	99年度	00年度	01年度	02年度
一般寄付免税枠	34社 (328社の 10.4%)	51社 (324社の 15.7%)	42社 (312社の 13.5%)	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%)
特増法人免税枠	19社 (313社の 6.2%)	20社 (315社の 6.3%)	13社 (302社の 4.3%)	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%)
一般寄付金・ 特増法人免税枠	9社 (312社の 2.9%)	12社 (313社の 3.8%)	5社 (300社の 1.7%)	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. 自主プログラムに関する支出額 *4

(1) 2002年度の自主プログラムに関する支出額の1社平均は、1億1,800万円(299社)と対前年度比7.3%増となった。また、1%クラブ法人会員(137社)は1億7400万円と対前年度比15.5%減となったが、全社平均を5,600万円上回っている。

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

[うち1%クラブ法人会員]

	96年度 (183社)	97年度 (180社)	98年度 (171社)	99年度 (111社)	00年度 (163社)	01年度 (142社)	02年度 (137社)
合計額	464億円	468億円	403億円	318億円	423億円	292億円	239億円
1社平均	2億5400万円	2億6000万円	2億3600万円	2億8700万円	2億6000万円	2億600万円	1億7400万円
対前年	47.7%増	2.4%増	9.2%減	21.6%増	9.4%減	20.8%減	15.5%減

(2) 2001、2002年度と2年連続して回答した198社のうち、2002年度に自主プログラム支出額が増加した企業は49社(24.7%)、減少した企業は75社(37.9%)あった。

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198社)

自主プログラム支出額が増加	49社 (24.7%)
自主プログラム支出額が10%以上増加	33社 (16.7%)
自主プログラム支出額が減少	75社 (37.9%)
自主プログラム支出額が10%以上減少	60社 (30.3%)

*4: 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) 2002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である。

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)

	96年度		97年度		98年度		99年度		00年度		01年度		02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	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	0	1
2.鉱業	1,849	2	0	1	0	2	0	2	-	0	-	0	-	0
3.建設	34	34	10	32	19	31	18	20	6	20	5	25	9	20
4.食料品	729	11	494	14	453	16	594	11	388	16	359	12	302	15
5.繊維	145	6	93	7	21	7	26	5	10	7	8	8	11	4
6.紙パ	3	5	1	4	4	5	3	4	1	3	4	1	3	5
7.化学	55	42	46	45	74	38	87	33	73	38	84	32	103	30
8.石油	68	8	122	5	32	4	11	3	416	3	71	3	15	3
9.ゴム	15	5	6	3	13	3	26	2	26	2	3	3	0	1
10.窯業	190	6	131	6	95	6	115	6	262	4	145	5	56	4
11.鉄鋼	34	7	34	9	36	9	86	8	8	7	15	5	4	7
12.非鉄	215	5	0	2	16	4	8	3	0	3	138	4	0	2
13.金属	10	3	8	3	28	1	12	3	0	2	3	3	0	3
14.機械	13	8	31	8	22	15	66	7	53	14	33	13	72	9
15.電機	112	35	189	27	244	23	178	24	179	27	148	37	172	35
16.輸送機械	556	21	587	25	609	22	416	29	632	24	370	19	185	20
17.精密機器	50	11	52	10	71	8	45	8	12	6	7	9	1	5
18.他製造	120	10	52	7	50	9	64	5	62	5	57	7	114	6
19.商業	75	39	134	35	132	37	149	29	262	33	155	29	208	23
20.金融・保険	81	70	76	68	64	63	100	52	62	53	84	45	128	56
21.不動産	33	8	34	7	42	5	38	4	30	4	25	4	47	2
22.運輸・倉庫	74	11	75	12	85	11	89	9	16	8	39	13	6	6
23.通信	1,697	4	1,543	3	691	5	418	5	310	5	386	6	136	12
24.電力・ガス	220	12	297	13	227	12	191	10	237	13	231	9	178	8
25.サービス	36	20	24	15	34	17	24	12	32	14	16	26	47	14
26.その他	161	4	89	6	55	4	112	4	54	6	30	10	38	8
全業種平均	147	387	144	367	138	357	148	298	148	317	110	328	118	299

5 . 現物寄付、施設開放、従業員参加の金額換算

(1) 2002 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、現物寄付、施設開放、従業員参加ともに増加している。1 %クラブ法人会員の実施率は、全社平均を、各々11~14 ポイント上回っている。

現金以外の寄付を行った企業の比率

	96年度 (391社)	97年度 (370社)	98年度 (356社)	99年度 (301社)	00年度 (297社)	01年度 (311社)	02年度 (333社)
現物寄付	26.6% (104社)	24.9% (92社)	23.6% (84社)	27.9% (84社)	26.3% (78社)	27.0% (84社)	32.7% (109社)
施設開放	27.4% (107社)	30.0% (111社)	31.7% (113社)	31.2% (94社)	30.0% (89社)	27.7% (86社)	30.6% (102社)
従業員参加	30.9% (121社)	31.1% (115社)	31.5% (112社)	34.2% (103社)	30.0% (89社)	28.9% (90社)	32.4% (108社)
その他	-	-	10.3% (39社)	13.0% (42社)	16.8% (50社)	15.1% (47社)	16.8% (56社)

[うち1%クラブ法人会員]

	96年度 (182社)	97年度 (181社)	98年度 (172社)	99年度 (114社)	00年度 (156社)	01年度 (137社)	01年度 (145社)
現物寄付	34.6% (63社)	33.7% (61社)	29.7% (51社)	37.7% (43社)	35.3% (55社)	38.7% (53社)	47.6% (69社)
施設開放	33.5% (61社)	38.7% (70社)	40.7% (70社)	40.4% (46社)	38.5% (60社)	40.1% (55社)	43.4% (63社)
従業員参加	35.7% (65社)	42.5% (77社)	41.3% (71社)	43.9% (50社)	39.7% (62社)	38.0% (52社)	44.1% (64社)
その他	-	-	17.4% (31社)	19.5% (23社)	21.8% (34社)	21.2% (29社)	26.2% (38社)

(2) 現金以外の寄付を金額換算すると、現物寄付は2001年度より減少しているが、施設開放、従業員参加、その他は大幅に増加している。1%クラブ法人会員では、現金寄付で400万円、施設開放で2,000万円、従業員参加で2,400万円、全社平均を上回っている。現金以外の寄付の合計が、寄付金額に占める比率は、19.1%となっている。

現金以外の寄付の金額換算

	96年度	97年度	98年度	99年度	00年度	01年度	02年度
現物寄付	31億円 (104社)	23億2100万円 (92社)	23億2600万円 (84社)	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)
1社平均	3000万円	2500万円	2800万円	2500万円	2700万円	1700万円	1100万円
施設開放	30億5400万円 (107社)	35億3500万円 (111社)	47億8400万円 (113社)	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)
1社平均	2900万円	3200万円	4200万円	2200万円	2400万円	3200万円	4200万円
従業員参加	57億7100万円 (121社)	62億4300万円 (115社)	61億3500万円 (112社)	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)
1社平均	4800万円	5400万円	5500万円	5700万円	4500万円	4100万円	4600万円
その他	-	-	21億2600万円 (39社)	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)
1社平均	-	-	5500万円	4900万円	4100万円	5000万円	8300万円

[うち1%クラブ法人会員]

	96年度	97年度	98年度	99年度	00年度	01年度	02年度
現物寄付	23億2800万円 (63社)	18億7300万円 (61社)	14億7200万円 (51社)	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)
1社平均	3700万円	3100万円	2900万円	2200万円	3200万円	2200万円	1500万円
施設開放	17億7800万円 (61社)	28億5000万円 (70社)	39億3100万円 (70社)	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)
1社平均	2900万円	4100万円	5600万円	2100万円	3000万円	3900万円	6200万円
従業員参加	41億9100万円 (65社)	52億4800万円 (77社)	55億5100万円 (71社)	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)
1社平均	6400万円	6800万円	7800万円	7500万円	5700万円	6300万円	7000万円
その他	-	-	19億6200万円 (31社)	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)
1社平均	-	-	6300万円	6300万円	4700万円	5700万円	9900万円

現金以外の寄付の寄付金額に対する比率(総額のみ)

	95年度	96年度	97年度	98年度	99年度	00年度	01年度	02年度
現金以外の寄付	8.5%	11.4%	11.8%	17.4%	15.4%	11.9%	13.0%	19.1%
現物寄付	1.3%	3.0%	2.3%	2.6%	2.6%	2.4%	1.8%	1.5%
施設開放	2.5%	2.9%	3.4%	5.4%	2.6%	2.5%	3.5%	5.4%
従業員参加	4.7%	5.5%	6.1%	6.9%	7.5%	4.6%	4.7%	6.3%
その他	-	-	-	2.4%	2.6%	2.4%	3.0%	5.8%

・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である(過去90、93、96、99年度の実績調査時に実施)。今回の調査では、「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」や「情報開示の状況」に焦点をあてて調査項目を改訂し、社会貢献活動に対する基本的な考え方、社内体制、従業員のボランティア活動支援等についての考え方を調査した。(回答社数338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) 自社の社会貢献活動への取り組み姿勢を「積極的」「まあまあ積極的」と回答した企業は40.5%を占める。自社の取り組み姿勢に対する評価は、90年度から大きな変動はない。

取り組み姿勢

	90年度	93年度	96年度	99年度	2002年度	
積極的	18.7%	18.7%	18.4%	23.8%	18.9%	64社
まあまあ積極的	22.6%	20.7%	20.0%	20.4%	21.6%	73社
ふつう	40.8%	40.9%	41.0%	34.6%	37.0%	125社
それほど積極的ではない	13.1%	12.8%	12.1%	12.3%	13.6%	46社
消極的	2.2%	3.6%	3.7%	1.2%	4.1%	14社
無回答	2.5%	3.3%	4.7%	7.7%	4.7%	16社

(2) 社会貢献活動の捉え方は、「社会的責任の一環」(85.5%)との回答が最も多く、次いで、「地域社会への貢献」(72.2%)、「社会とのコミュニケーション」(43.2%)、「利益の一部の社会還元」(43.2%)などの回答が多い。また、上位6項目について90年度からの推移を見ると、「社会的責任の一環」は毎回8割以上である。他の項目が減少する中、「社会とのコミュニケーション」が大幅に増加し、新たに加えた項目「地域社会への貢献」が72.2%を占めている。

社会貢献活動の捉え方

(複数回答)

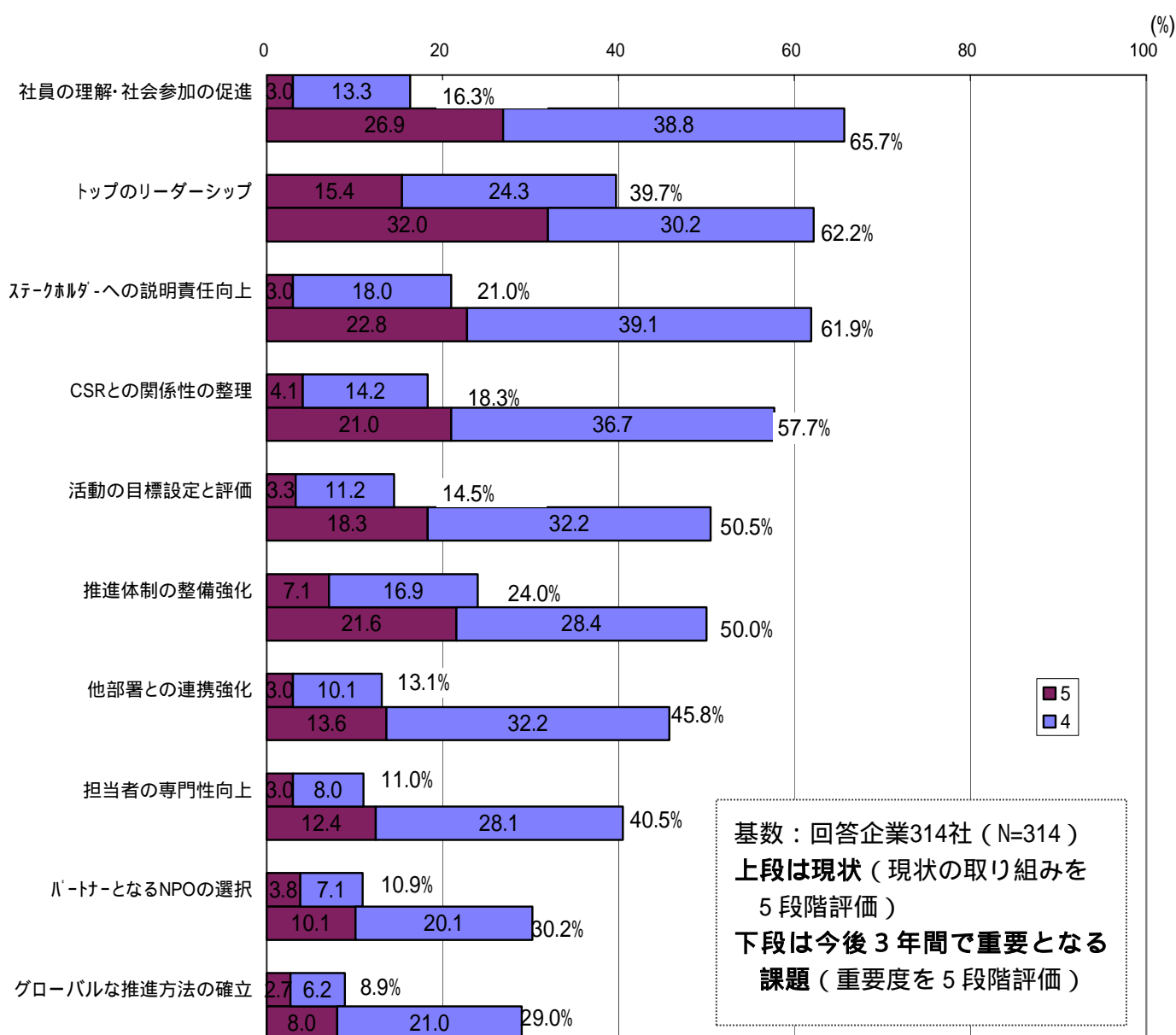
	90年度	93年度	96年度	99年度	2002年度	
社会的責任の一環として	88.0%	85.9%	84.4%	84.3%	85.5%	289社
地域社会への貢献	-	-	-	-	72.2%	244社
社会とのコミュニケーション	-	27.1%	30.8%	21.9%	43.2%	146社
利益の一部の社会還元	46.6%	36.6%	38.9%	47.2%	30.8%	104社
ブランドイメージ向上の一方策	56.4%	38.9%	40.1%	35.5%	19.2%	65社
社風の形成を促すための一方策	23.7%	24.6%	23.3%	21.0%	10.1%	34社
会社の社会的感度を高める一方策	-	-	-	-	7.4%	25社
社会への投資	-	-	-	-	7.1%	24社
会社の競争力向上の一方策	-	-	-	-	2.4%	8社
新規事業開発の種	2.5%	2.6%	1.9%	1.9%	2.1%	7社
リスクマネジメントの一方策	0.8%	1.3%	0.5%	0.6%	1.8%	6社
優秀な人材確保・維持の一方策	1.7%	0.8%	0.0%	0.3%	1.2%	4社
その他	4.5%	3.1%	3.3%	2.8%	2.1%	7社

*90、93、96、99年度は、2002年度の類似項目のみを掲載

(3) 社会貢献活動に対する取り組み状況については、現状で十分であるとの回答は、「トップのリーダーシップ」(39.7%)、「推進体制の整備強化」(24.0%)が多い。

他方、社会貢献活動を推進する上で、今後3年間、重要になると考えられている課題は、「社員の理解・社会参加の促進」であり、回答企業314社の65.7%が重要度が高いと回答している(重要度5および4と回答した企業の合計)。ついで、「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%)、「CSRとの関係性の整理」(57.7%)などがあげられている。

そして、重要度と現状との差を見ると、「社員の理解・社会参加の促進」(格差：49.4ポイント)、「ステークホルダーへの説明責任」(40.9ポイント)、「CSRとの関係性の整理」(39.4ポイント)、「活動の目標設定と評価」(36.0ポイント)、「他部署との連携強化」(32.7ポイント)の順で差が大きくなっている。



2. 社会貢献活動推進のための社内体制・制度導入状況

(1) 社会貢献活動を推進するために何らかの社内体制を整備している企業は、全体の65.4%にあたる221社にのぼっている。とくに、「基本方針の明文化」(181社)、「専門部署または専任担当者の設置」(149社)を行っている企業が多い。

社会貢献活動推進のための制度

(複数回答)

	～90年度	91～95年度	96～00年度	01年度	02年度	不明	合計	
0.基本方針の明文化	-	-	-	-	-	-	181社	53.6%
1.専門部署または専任担当者の設置	27社	50社	34社	8社	18社	12社	149社	44.1%
2.事業所毎の社会貢献担当者の設置	3社	10社	11社	2社	4社	2社	32社	9.5%
3.社内横断的推進組織の設置	6社	17社	18社	3社	17社	8社	69社	20.4%
4.外部専門家の入った組織の設置	0社	1社	1社	1社	1社	2社	6社	1.8%
5.予算制度の導入	7社	18社	12社	0社	11社	37社	85社	25.2%
6.金額換算ルールの設定	2社	5社	8社	5社	6社	21社	49社	14.5%
7.その他	0社	5社	0社	1社	8社	1社	15社	4.5%
8.組織変更等	0社	0社	19社	7社	21社	3社	50社	14.8%

(注) 03年度導入分は02年度に含む。

回答社数 338 社中 221 社(65.4%)が、何らかの社会貢献活動推進のための社内体制・制度を導入。

社内体制・制度等の変更を行った経験を持つ企業は50社あるが、そのうち21社が2002年度(2003年度との回答も含む)に行っている。また、変更の具体的な事例としては、コーポレート・コミュニケーション部への統合、社会的責任に関する横断的組織の設置、組織改革に伴う部署・名称等の変更などがある。

「その他」との回答が15社あるが、その特徴的な社内体制は以下のようなものである。

- ・ 株主、会社、社員が三位一体で安定した継続性のある社会貢献を行うために社会貢献積立金制度を設け、積立金の算定式を設定。
- ・ NPOへの助成基金を社内に設置。

スタッフ数

専門部署または専任担当者を設置している企業におけるスタッフ数は右のとおりである。

	2002年度	
1 人	14.1%	21社
2 人	17.4%	26社
3 人	20.1%	30社
4 人	7.4%	11社
5 人	8.7%	13社
6 人	4.0%	6社
7 人	4.7%	7社
8 人	2.7%	4社
9 人	2.7%	4社
10 人	2.0%	3社
11人以上	6.0%	9社
兼務	2.0%	3社
不明	2.0%	3社

基数：専門部署または専任担当者ありと回答した企業(N=149社)

(2) 制度について

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年度に比べると増加(7.8% 25.1%)しており、売上高比、経常利益比、税引前利益比などの目標で決定している企業(21.8% 6.2%)とほぼ逆転している。

予算制度の有無

(一部複数回答)

	90年度	93年度	96年度	99年度	2002年度	
年間予算額が決まっている	7.8%	13.8%	14.9%	28.1%	25.1%	85社
目標が決まっている	21.8%	13.0%	11.2%	11.4%	6.2%	21社
売上高比で決定	2.8%	1.3%	0.0%	0.3%	0.6%	2社
経常利益比で決定	15.9%	10.0%	7.7%	6.8%	4.1%	14社
税引前利益比で決定	1.4%	1.0%	0.5%	0.6%	0.3%	1社
その他の指標	1.7%	1.8%	2.8%	3.4%	1.2%	4社

寄付金以外の活動に関わる金額換算の基準・ルールを設けている企業は、前回より若干減少しているが、1990年度に比べると増加(3.9% 14.5%)している。

金額換算ルール

(一部複数回答)

	90年度	93年度	96年度	99年度	2002年度	
定めている	3.9%	8.4%	8.6%	16.4%	14.5%	49社
従業員参加の場合の金額換算						
社員個人の時給×時間	0.3%	0.5%	0.7%	2.2%	2.1%	7社
統一単価×時間	1.7%	5.9%	6.1%	8.3%	8.9%	30社
その他	1.4%	1.5%	1.2%	0.6%	0.9%	3社
施設提供の場合の金額換算						
施設利用料単価×時間	2.2%	4.1%	3.5%	5.9%	3.8%	13社
統一単価×時間	0.6%	1.5%	2.8%	4.6%	5.0%	17社
その他	2.2%	1.8%	1.2%	1.2%	0.6%	2社
現物寄付の金額換算						
製造原価	2.0%	2.3%	1.4%	3.7%	2.1%	7社
仕入価格	1.7%	1.8%	1.9%	2.5%	3.0%	10社
卸売価格	1.4%	0.5%	0.5%	0.3%	1.5%	5社
標準小売価格	0.0%	1.8%	3.0%	3.4%	3.3%	11社
その他	1.1%	1.3%	0.7%	2.5%	3.0%	10社

事後評価を行う企業は、前回調査より増加(34.6% 36.4%)し、評価を専門部署が行う企業が多い(21.3%)が、外部専門家による評価をする企業も出てきている。事後評価をする場合の基準としては、「予め定めた目標の達成度」(16.9%)のほか、「社会的影響」「対象受益者からのコメント」など、いわゆる「質的評価」が重視されている。「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いて評価をする企業も多い。また、「社員の参加人数」や「社員への影響」を重視するなど、社員に対する効果に注目している企業が目立つのも特徴である。

社会貢献活動に関する事後評価 (一部複数回答)

	90年度	93年度	96年度	99年度	2002年度	
事後評価をする	-	-	26.1%	34.6%	36.4%	123社
役員会で評価	5.0%	4.3%	3.7%	0.9%	4.1%	14社
担当役員が評価	6.7%	8.7%	5.8%	3.1%	4.4%	15社
専門部署で評価	15.4%	14.8%	13.5%	22.2%	21.3%	72社
社内横断的組織で評価	3.6%	6.9%	8.4%	8.0%	1.5%	5社
外部専門家による評価	-	-	-	-	4.4%	15社
その他	-	-	-	-	3.6%	12社
事後評価するシステムはない	71.8%	68.3%	68.1%	52.2%	55.9%	189社

事後評価の基準 (複数回答)

	90年度	93年度	96年度	99年度	2002年度	
質的評価	19.3%	21.7%	20.5%	-	-	-
予め定めた目標の達成度	-	-	-	-	16.9%	57社
社会的影響	-	-	-	8.3%	15.7%	53社
対象受益者からのコメント	-	-	-	18.8%	15.1%	51社
社員への影響	-	-	-	12.0%	9.8%	33社
NPO・NGO等への影響	-	-	-	5.2%	5.3%	18社
活動件数	9.2%	8.2%	10.0%	13.3%	13.0%	44社
社員の参加人数	3.1%	5.1%	7.9%	18.2%	16.9%	57社
対象受益者の人数	-	-	-	10.5%	11.5%	39社
予算の消化率	3.1%	4.3%	4.4%	7.4%	3.6%	12社
コーポレートブランドへの寄与	-	-	-	16.7%	8.6%	29社
外部機関の評価・表彰	4.7%	6.4%	7.9%	11.7%	7.7%	26社
マスコミでの取り扱い	-	-	-	-	8.0%	27社
業績向上への寄与	0.3%	0.0%	0.7%	1.2%	0.9%	3社
その他	1.7%	1.5%	2.1%	3.1%	2.7%	9社

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、90.8%の企業が「開示すべき」と考えており、前回調査から15.5ポイント増加している。その理由として、「企業としての責任を明示する」「経営理念を社会に伝える必要がある」をあげる企業が増加していることが特徴的である。

実際に、現在、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。

企業の社会貢献活動の開示

(一部複数回答)

	90年度	93年度	96年度	99年度	2002年度	
開示すべき	-	64.2%	68.8%	75.3%	90.8%	307社
企業としての責任を明示する	33.2%	36.3%	35.7%	40.1%	54.4%	184社
社会にアピールし理解を深めてもらう	47.8%	41.2%	43.8%	47.8%	43.5%	147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%	146社
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%	50社
外部の意見により改善を図れる	8.7%	7.4%	5.1%	6.2%	8.3%	28社
その他	2.5%	0.5%	0.5%	1.2%	1.5%	5社
開示すべきでない	-	29.9%	22.8%	11.4%	2.7%	9社
広告宣伝活動と混同される	16.2%	12.8%	9.1%	3.4%	1.2%	4社
寄付依頼が殺到するおそれがある	7.5%	9.2%	6.8%	3.7%	0.9%	3社
寄付先の主体性を損なう恐れがある	11.2%	12.3%	8.9%	6.8%	0.6%	2社
陰徳を積むという考えで行うべき	10.9%	10.5%	9.1%	3.1%	0.6%	2社
その他	3.4%	0.8%	0.9%	0.0%	0.3%	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	2002年度	
広く一般向けにも開示している	-	29.7%	31.9%	45.4%	58.0%	196社
社員向けのみ開示している	-	8.4%	14.9%	14.8%	10.4%	35社
社員・株主のみ開示している	-	4.1%	6.5%	3.4%	7.4%	25社
開示していない	-	42.2%	36.8%	20.1%	16.3%	55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」(57.7%)が最も多いが、「アニュアル・レポートへの掲載」(39.6%)や「サステナビリティ報告書の作成」(37.9%)による情報開示も進んでいる。社内への情報伝達は、「イントラネットや社内メール」の活用が進んでいる(44.7%)。

自社の社会貢献活動の情報開示手段

(複数回答)

	90年度	93年度	96年度	99年度	2002年度	
インターネットのホームページ上に掲載	-	-	12.1%	36.4%	57.7%	195社
イントラネット・社内メール	-	-	15.4%	34.0%	44.7%	151社
アニュアル・レポートに記載	-	-	-	25.0%	39.6%	134社
サステナビリティ報告書を作成	-	-	-	-	37.9%	128社
社内向け情報提供誌	-	-	10.5%	4.9%	25.4%	86社
社会貢献活動に関するパンフレット・冊子	-	-	18.9%	16.0%	16.0%	54社
社内報に掲載	-	-	32.4%	55.6%	-	-
その他	-	-	9.6%	13.0%	9.5%	32社

(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20.4%あり、ハガキの回収やアンケート調査の実施だけでなく、懇談の機会を設ける企業も出てきている。

ステークホルダーの意見を聞く機会 (一部複数回答)

	2002年度		(対象)				
	割合	社数	株主	社員	地域社会	支援・連携先	その他
設けている	20.4%	69社					
報告書等に添付のハガキ等の回収	7.7%	26社					
アンケート調査の実施	7.4%	25社	2社	15社	8社	4社	6社
懇談の場	8.9%	30社	5社	4社	13社	13社	7社
その他	3.8%	13社	3社	3社	3社	1社	10社
設けていない	68.3%	231社					

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、60.9%となり増えてきている。支援方法としては、「ボランティア休暇・休職・表彰制度の導入」(41.4%)、「ボランティア活動の情報提供」(35.5%)、「ボランティア活動の機会の提供」(32.0%)などが中心となっている。

社員のボランティア活動の支援 (一部複数回答)

	90年度	93年度	96年度	99年度	2002年度	
支援している	-	35.3%	49.0%	61.1%	60.9%	206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%	140社
ボランティア活動の情報を提供	-	15.3%	24.0%	32.1%	35.5%	120社
ボランティア活動の機会を提供	-	10.2%	20.5%	28.4%	32.0%	108社
施設の開放	-	9.7%	14.5%	18.8%	20.4%	69社
金銭的な支援	-	7.7%	9.6%	13.9%	17.5%	59社
物資の提供	-	4.6%	8.4%	9.6%	11.5%	39社
勤務時間内の活動を許可	-	4.9%	6.5%	5.9%	7.4%	25社
その他	-	2.8%	4.0%	5.6%	4.4%	15社
支援していない	-	61.4%	47.6%	29.6%	34.9%	118社

(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」(43.5%)とともに、「支援を望んでいる社員がいる」(30.5%)、「社会と関わりを持つ社員を擁したい」(28.7%)、「人材育成に繋がる」(27.5%)などが多くなっている。

ボランティア活動を支援する理由 (複数回答)

	90年度	93年度	96年度	99年度	2002年度	
地域社会の維持発展につながる	-	22.0%	29.6%	37.3%	43.5%	147社
支援を望んでいる社員がいる	-	14.3%	19.1%	25.6%	30.5%	103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%	97社
人材育成に繋がる	-	9.5%	18.9%	22.5%	27.5%	93社
企業イメージが向上する	-	9.2%	14.0%	19.8%	23.1%	78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%	72社
その他	-	0.8%	2.1%	2.8%	3.3%	11社

(3) 企業が社員のボランティア活動を支援するための制度導入状況は以下のとおりである。

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	91～95年度	96～00年度	01年度	02年度	不明	合計	
ボランティア休職制度	5社	23社	20社	2社	1社	1社	52社	15.4%
青年海外協力隊参加制度	17社	38社	11社	1社	1社	3社	71社	21.0%
ボランティア休暇制度	1社	37社	34社	7社	10社	3社	92社	27.2%
ボランティア活動者表彰制度	3社	15社	7社	3社	4社	5社	37社	10.9%
ボランティア活動者登録制度	0社	11社	12社	1社	1社	3社	28社	8.3%
ボランティア研修制度	0社	6社	7社	1社	0社	3社	17社	5.0%
退職者ボランティア支援制度	0社	3社	11社	1社	3社	3社	21社	6.2%
マッチング・ギフト資金支援制度	1社	15社	17社	1社	10社	3社	47社	13.9%
地域貢献活動促進運動	3社	18社	10社	3社	8社	5社	47社	13.9%
その他	0社	16社	13社	3社	5社	3社	40社	11.8%

(注) 03年度導入分は02年度に含む。

なお、「その他」との回答が40件あるが、その主な内容は以下のようなものである。

- ・社員や定年退職者がボランティアとして長期継続的に関わっているNPOに対し、団体が活動に必要な自社商品の寄贈や、備品・機材の購入援助金の寄付を行う
- ・骨髄バンクへのドナー登録および検査、ドナー提供時の入院等に必要の日数を有給休暇として認める
- ・企業が期間(1日、1ヵ月など)を設け、社会活動への参加を呼びかける
- ・社員のボランティア活動に際し、保険加入料を会社が負担する
- ・専門的な知識・技術・技能や長年培った特技などを有する社員を登録した社会貢献を目的とする人材バンク
- ・社員のボランティア組織を設立し、有志から給与天引で集められたファンドを同組織の活動費用に充てる

(4) その他

社員のボランティア休暇制度の利用について回答している56社における平均利用人数は24.2人となっているが、そのうち5社では100名を超えている。

ボランティア休職制度の利用について回答している37社における平均利用人数は、2.6人となっている。

青年海外協力隊休職制度の利用について回答している46社における平均利用人数は、0.7人となっている。

ボランティア研修制度については、17社の企業が導入している。うち10社で新入社員に対する研修、5社で管理職研修、5社で自己啓発研修、2社で退職前研修として実施している。

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36.1%、5.3%となっているが、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。

独自の財団、公益信託の有無

		90年度	93年度	96年度	99年度	2002年度	
独自の財団							
	ある	34.4%	31.7%	31.5%	31.5%	36.1%	122社
	ない	57.0%	60.1%	61.1%	53.1%	55.6%	188社
公益信託							
	ある	0.8%	2.3%	2.6%	2.5%	5.3%	18社
	ない	76.3%	72.6%	75.1%	67.0%	77.5%	262社

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)

(2) 財団を通じた活動については、「設立趣旨に沿って公益的な活動を推進できる」(29.6%)、「安定した事業規模が確保できる」(18.3%)、「長期的観点から計画できる」(18.0%)と評価している企業が多い。一方、「事業内容が硬直的になる」(15.4%)、「毎年の事業規模が限定される」(14.2%)、「緊急案件に対応できない」(8.3%)と、よりフレキシブルな財団運営を望む回答も目立つ。また、財団を設ける際の「設立・維持に必要な資産額が大きい」(13.3%)ことを問題としてあげる企業も多く見られた。

財団を通じた社会貢献活動の長所

(複数回答)

	90年度	93年度	96年度	99年度	2002年度	
設立趣旨に沿って公益的な活動を推進できる	-	-	-	-	29.6%	100社
安定した事業規模が確保できる	29.9%	24.3%	21.7%	19.1%	18.3%	62社
長期的観点から計画できる	29.3%	27.1%	20.3%	18.5%	18.0%	61社
財団独自の意思決定ができる	20.9%	18.4%	20.0%	20.7%	13.6%	46社
支援依頼に専門的・合理的に対応できる	10.3%	11.5%	9.8%	10.8%	6.5%	22社
その他	2.2%	1.5%	0.9%	2.2%	0.6%	2社

財団を通じた社会貢献活動の問題点

(複数回答)

	90年度	93年度	96年度	99年度	2002年度	
事業内容が硬直的になる	14.0%	11.3%	9.3%	12.0%	15.4%	52社
毎年の事業規模が限定される	16.2%	11.8%	10.3%	10.5%	14.2%	48社
財団設立・維持(運営)に必要な資産額が大きい	21.2%	18.4%	14.7%	10.5%	13.3%	45社
緊急案件に対応しづらい	9.2%	8.7%	5.4%	7.1%	8.3%	28社
事務管理費の割合が大きい	11.7%	7.9%	6.8%	5.6%	6.2%	21社
企業本体の担当部署との連携が薄い	-	-	-	4.9%	4.7%	16社
主務官庁から人を受け入れざるを得ない	1.7%	2.0%	1.2%	0.6%	1.2%	4社
その他	2.2%	2.0%	3.7%	1.5%	1.2%	4社
特に問題はない	11.5%	7.4%	7.7%	8.6%	6.5%	22社

- (3) 今後の財団・公益信託を通じた活動については、回答企業 338 社の 30.4%が「現状程度でよい」と回答している。「強化したい」と回答した 27 社のうち、15 社が「社会のニーズにあった新規事業の開発」、10 社が「専門スタッフの育成」を強化したいと考えている。

今後の財団・公益信託を通じた活動

(一部複数回答)

	90年度	93年度	96年度	99年度	2002年度	
強化したい	18.7%	13.3%	6.5%	5.9%	8.0%	27社
現状程度でよい	19.8%	26.9%	27.5%	28.7%	30.4%	102社
縮小したい	0.0%	0.0%	0.5%	0.6%	0.6%	2社
財団を解散したい	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0社

財団・公益信託の強化点

(複数回答)

	2002年度	
社会のニーズにあった新規事業の開発	55.6%	15社
専門スタッフの育成	37.0%	10社
事業規模の拡大	33.3%	9社
企業本体の専門部署との役割分担・連携	25.9%	7社
資産運用	22.2%	6社
組織運営のガバナンス	18.5%	5社
企業本体のステークホルダーに対する説明責任	11.1%	3社
その他	3.7%	1社

基数：強化したいと回答した企業 (N=27社)

6 . N P O ・ N G O に対する支援・連携

(1) 企業はN P O やN G O を、「市民社会構築の担い手」(69.5%)、「社会貢献活動推進のパートナー」(50.9%)と捉えており、N P O ・ N G O に対する期待は大きい。

N P O ・ N G O に対する認識

(複数回答)

	90年度	93年度	96年度	99年度	2002年度	
多様な市民社会構築の担い手	-	-	57.6%	60.2%	69.5%	235社
社会貢献活動推進の有力なパートナー	-	-	37.1%	44.8%	50.9%	172社
行政に代わるサービスの提供主体	-	-	23.1%	21.3%	27.5%	93社
社員のボランティア活動の受け入れ先	-	-	16.6%	14.2%	17.8%	60社
社会の監視役	-	-	-	-	16.6%	56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%	27社
少数意見の代弁者	-	-	5.1%	4.3%	5.3%	18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%	40社
その他	-	-	2.6%	0.6%	0.9%	3社

(2) 企業とN P O の関係は、支援している(44.1%)、協働で取り組む事業がある(26.3%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%)。

また、N P O ・ N G O との関係構築に積極的な企業(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(38.5%)、消極的な企業(36.4%。「消極的」「やや消極的」と回答した企業)のN P O との関係をみると、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N P O との具体的な接点を持っていない。

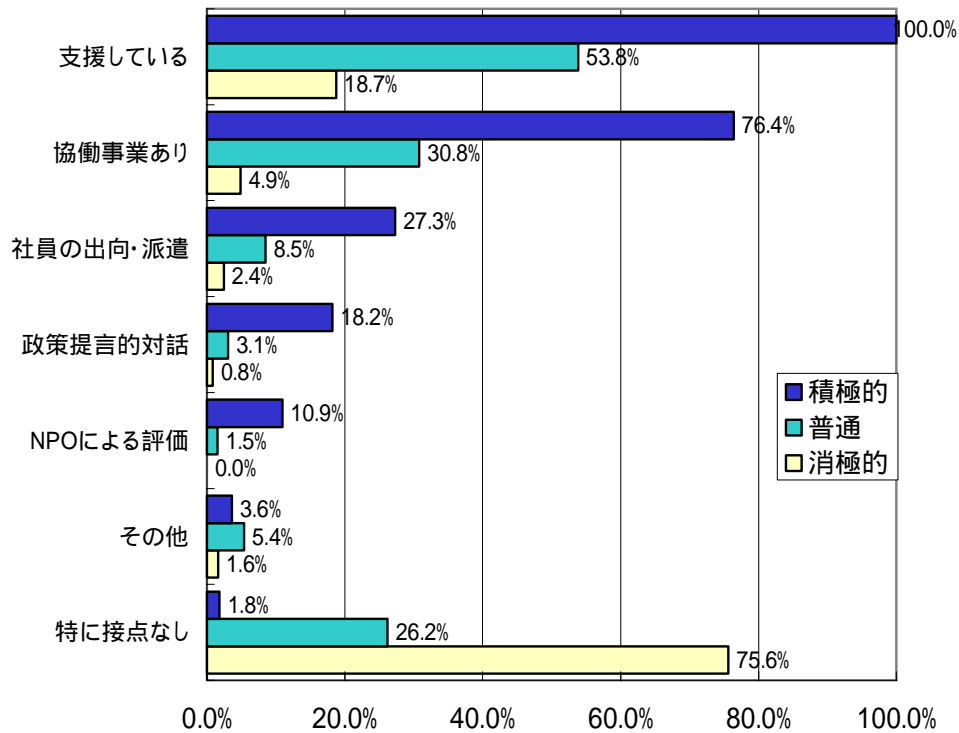
N P O との関係

(複数回答)

	90年度	93年度	96年度	99年度	2002年度	
支援している(寄付、物品提供、施設開放等)	-	-	-	-	44.1%	149社
協働で取り組む事業がある	-	-	-	-	26.3%	89社
社員の出向や派遣を行っている	-	-	-	-	8.6%	29社
政策提言型のN P O と対話を行っている	-	-	-	-	4.4%	15社
N P O による評価を積極的に受けている	-	-	-	-	2.4%	8社
その他	-	-	-	-	3.3%	11社
特に接点がない	-	-	-	-	38.8%	131社

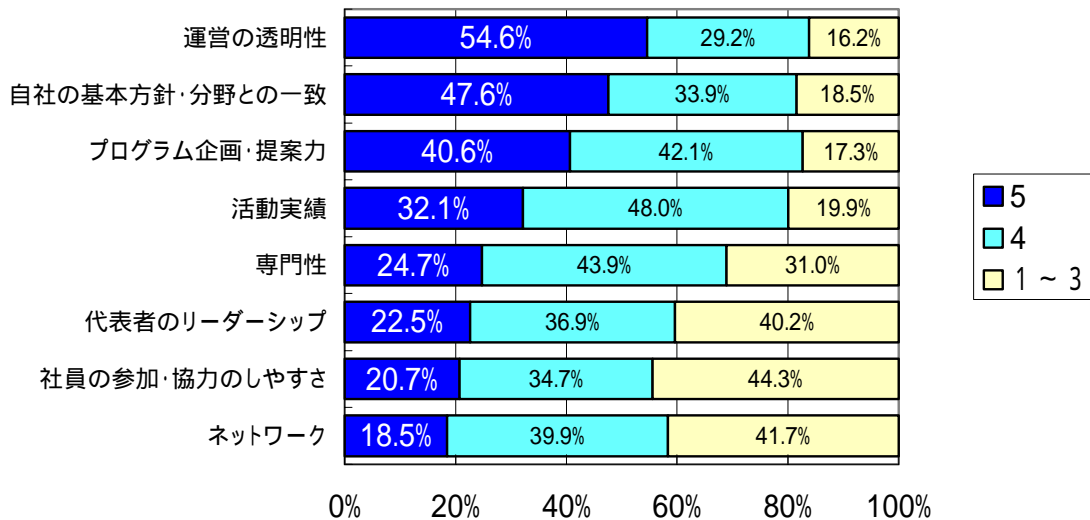
N P O ・ N G O 支援・連携に対する考え方

	90年度	93年度	96年度	99年度	2002年度	
積極的	-	-	4.2%	9.0%	7.7%	26社
やや積極的	-	-	14.0%	16.7%	8.6%	29社
普通	-	-	-	-	38.5%	130社
やや消極的	-	-	28.9%	27.8%	18.9%	64社
消極的	-	-	32.4%	21.3%	17.5%	59社



(3) 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。

NPO・NGOを支援連携する際に重視する点



基数：本項目回答企業（N=271社）
重視の度合いを5段階評価

7. 寄付金税制等

法人税では「損金算入限度額の不足」(26.%)、個人所得税では「所得控除限度額の不足」(19.5%)を指摘する企業が多い。「特定公益増進法人が少ない」「認定NPO法人が少ない」といった点にも不満が強い。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」(27.7%)、「控除対象が限定されている」(23.1%)ことが問題であると捉えられている。

寄付金税制の問題点

(複数回答)

	90年度	93年度	96年度	99年度	2002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%	88社
特定公益増進法人が少ない	38.3%	35.0%	24.7%	27.2%	20.1%	68社
認定NPO法人が少ない	-	-	-	-	15.4%	52社
NPO・NGO支援が所得控除の対象外	-	18.4%	20.3%	29.9%	-	-
「指定寄付金」が少ない	36.9%	32.0%	27.0%	20.7%	15.1%	51社
プロジェ外経費の一部が交際費となり課税される	15.9%	10.2%	10.7%	10.8%	7.4%	25社
その他	3.6%	5.1%	1.9%	4.6%	3.3%	11社
個人所得税						
所得控除限度額が不足	-	21.7%	17.0%	12.7%	19.5%	66社
特定公益増進法人が少ない	-	30.9%	21.7%	18.5%	15.4%	52社
認定NPO法人が少ない	-	-	-	-	13.3%	45社
NPO・NGO支援が所得控除の対象外	-	27.4%	23.8%	34.3%	-	-
その他	-	4.6%	2.3%	4.6%	3.6%	12社
個人住民税						
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%	87社
控除対象が限定されている	33.2%	32.2%	22.8%	21.3%	23.1%	78社
NPO・NGO支援が所得控除の対象外	-	18.4%	17.9%	26.9%	15.7%	53社
所得控除限度額が不足	24.6%	13.8%	9.8%	9.3%	12.7%	43社
その他	2.8%	3.3%	2.1%	3.7%	1.5%	5社

8. 本調査の活用について

本調査の結果を、自社の社会貢献活動の構築や見直しに活用している企業がそれぞれ4割近くあり、「事例」や「意識調査」を参考としている企業が多い。

本調査の活用

(複数回答)

	2002年度	
自社の社会貢献活動見直しの参考	39.9%	135社
自社の社会貢献活動構築の参考	38.5%	130社
特に活用していない	27.2%	92社
社内向け説明資料	13.3%	45社
評価機関等への説明資料	1.5%	5社
その他	1.5%	5社

主たる活用データ

(複数回答)

	2002年度	
事例	47.3%	160社
社会貢献に関する意識	35.2%	119社
平均支出額	28.4%	96社
業種別データ	19.8%	67社
経常利益比	19.2%	65社
売上高比	8.9%	30社
税引前利益比	6.5%	22社
資本金階層別データ	5.3%	18社
その他	2.1%	7社

以上