

2008年度 社会貢献活動実績調査結果

〔社会貢献活動支出と社会貢献に関する意識の調査〕

2009年12月15日

(社)日本経済団体連合会
社会貢献推進委員会・1%クラブ

はじめに

日本経団連社会貢献推進委員会と1%クラブでは、1991年から会員企業を対象として「社会貢献活動実績調査」を行い、その結果を公表するとともに、調査結果から得られた課題を取り上げて検討している。

本年は、例年の「支出調査」に加えて「意識調査」を実施したところ、419社（うち連結回答をした44社の対象企業数は約4300社）の企業から回答をいただいた。担当者各位の協力に深く感謝申し上げます。

2008年度については、年度後半から世界的な経済状況の悪化を受け、各社とも総じて厳しい業績となる中、1社平均の社会貢献活動支出は4億6,500万円と、昨年、一昨年並みの高い水準を引き続き維持している。このことは、各社が社会貢献活動をCSRの一環として位置付け、中長期的な視点に立ち、自社の経営資源を活用し、さまざまな工夫をしながら継続的に取り組んでいることの証左であると思われる。

前回の意識調査を実施した2005年と比べると、ステークホルダーとの対話の機会、情報開示、実施プロジェクトの事後評価が着実に増えている。また、NPO・NGOと何らかの関係を持つと回答した企業は全体の4分の3にのぼり、その内容については寄付もさることながら、協働での取組みが大きく伸びている。さらに、社員のボランティア活動を促す環境も大きく整備されてきている。これらのことは、かねてより社会貢献推進委員会において検討してきた方向性とも合致しており、このようなしっかりとした取組みによって、社会貢献活動の継続性が担保されているのではないかと思われる。

2009年度も厳しい経済情勢が続いているが、企業の社会貢献活動に対する社会やステークホルダーからの期待はますます高まっている。社会貢献分野においても、限られた経営資源を効率的に活用して、より高い成果をあげることが、経営者に問われているところである。

社会貢献推進委員会と1%クラブでは、今回の調査で浮きぼりとなった課題を踏まえ、CSR時代に相応しい社会貢献活動のあり方について、議論を深めてまいりたい。また各社におかれても、この調査結果が、企業経営の中で社会貢献活動を戦略的に位置づけるための一助となれば幸いである。

2009年12月

社会貢献推進共同委員長

社会貢献推進共同委員長／1%クラブ会長

古賀 信行

佐藤 正敏

目 次

[ページ]

はじめに	1
目 次	2
I. 調査概要	3
II. 社会貢献活動支出調査結果（回答社数：391社）	4
1. 社会貢献活動支出額	5
2. 社会貢献活動支出額と利益等との関係	10
3. 寄付金額	14
4. 自主プログラムに関する支出額	17
5. 災害被災地支援関連支出額	18
III. 社会貢献に関する意識調査結果（回答社数：408社）	19
1. 2008年秋以降の経済危機が与えた社会貢献活動への影響	19
2. 直近3年間(2006～2008年)における社会貢献活動への取組みの変化	23
3. 社員のボランティア・社会貢献活動に関する支援	28
4. 社会貢献活動に関する情報開示、コミュニケーション	30
5. NPO・NGO等への支援・連携	34
6. 今後の課題	37

I. 調査概要

1. 調査目的

- (1) 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、前年度の社会貢献活動実績調査を実施し、結果を公表している。
- (2) 今回の調査では、毎年実施している「支出調査」に加え、3年に1回行っている「意識調査」を実施した。その中で、2008年秋以降の世界的経済危機が社会貢献活動に与えた影響や、直近3年間の取組みの変化について分析を行った。

2. 調査内容 : 2008年度における社会貢献活動実績に関する調査

- (1) 社会貢献活動支出調査
- (2) 社会貢献に関する意識調査

3. 調査対象

: 日本経団連会員企業、1%(ワンパーセント)クラブ法人会員の合計1,321社

4. 担当委員会 : 社会貢献推進委員会、1%クラブ

5. 調査時期 : 2009年8月~10月

6. 回答数 : 419社 (回答率: 31.7%)

※ ただし、このうち連結で回答した企業は44社あり、これら44グループの回答には約4,300社の連結対象会社が含まれることから、本調査の実質的な参加企業数は約4,700社にのぼる。

※ うち、「支出調査」回答企業 391社 (回答率: 29.6%)
「意識調査」回答企業 408社 (回答率: 30.9%)

Ⅱ. 社会貢献活動支出調査結果（回答社数：391社）

- (1) 「支出調査」は、企業の社会貢献活動に係る支出額（「社会貢献活動支出額」）を調査・分析するものであり、1991年の調査開始より毎年度、把握している。
- (2) 本調査における「社会貢献活動支出額」とは、「A：寄付金額（現金による寄付（※1）のほか、現物寄付、施設開放、従業員派遣等を金額換算）」「B：自主プログラム（各社が独自に、またはNPO等と協働で実施した社会貢献プログラム）に関する支出（※2）」「C：災害被災地支援関連支出（※3）」の合計からなる。

※1：税法上免税とされているか否かに関わらず、社会貢献を目的とした寄付金。

：日本経団連では、政治寄付を社会貢献と位置付けていることから、2003年度以降の「A：寄付金」には「政治寄付」を含んでいる。

※2：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。

※3：「C：災害被災地支援関連支出」については、災害発生の有無により、年ごとに大きな変動が生じることから、通常の寄付金とは区別して調査・集計している。

【表1】 社会貢献活動支出額の回答状況

		2007年度		2008年度	
		企業数	% (企業数 /385社)	企業数	% (企業数 /391社)
「支出調査」回答企業		385	100%	391	100%
社会貢献活動支出額	【A】寄付金	376	98%	380	97%
	①現金寄付	370	96%	378	97%
	②現物寄付	136	35%	135	35%
	③施設開放	128	33%	135	35%
	④従業員派遣	146	38%	168	43%
	⑤その他	44	11%	49	13%
	【B】自主プログラムに関する支出	196	51%	205	52%
	【C】災害被災地支援関連支出	248	64%	313	80%
	[A][B][C]のいずれかを支出	384	100%	384	98%
	[A][B][C]とも無回答（支出額はあるが、内訳は空白）	1	0%	7	2%
	社会貢献活動支出額 あり	385	100%	391	100%
	社会貢献活動支出額 ゼロ	0	0%	0	0%

※ 2007年度調査は、「支出調査」に加えて「制度調査」を実施。「意識調査」は実施せず。
（上記「社会貢献活動実績調査回答企業」424社と「支出調査回答企業」385社の差は、「制度調査」のみ回答した企業）

1. 社会貢献活動支出額

：「A：寄付金」、「B：自主プログラムに関する支出」、「C：災害被災地支援関連支出」の総額

(1) 社会貢献活動支出総額の概況

【表2】

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 (387社)	96年度 (405社)	97年度 (376社)	98年度 (360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	1,376億円
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	3億8200万円
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	7.7%減

	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)	06年度 (393社)	07年度 (385社)	08年度 (391社)
合計額	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	1,786億円	1,802億円	1,818億円
1社平均	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	4億5400万円	4億6800万円	4億6500万円
対前年度	5.5%増	3.2%増	17.8%減	9.9%増	11.2%減	5.1%増	0.9%増	28.2%増	3.1%増	0.6%減

<参考>

【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)	98年度 (173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	1,234億円	1,119億円
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	6億4700万円
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	7.4%減

	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)	06年度 (138社)	07年度 (144社)	08年度 (141社)
合計額	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	1,344億円	1,407億円	1,338億円
1社平均	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	9億7400万円	9億7700万円	9億4900万円
対前年度	6.3%増	2.6%増	3.4%減	5.1%減	9.1%増	9.9%増	4.5%増	20.1%増	0.3%増	2.9%減

【表3】連結で回答を行った企業の社会貢献活動支出額

【連結回答企業のみ】

	05年度 (30社)	06年度 (36社)	07年度 (42社)	08年度 (44社)
合計額	339億円	529億円	499億円	652億円
1社平均	11億3000万円	14億6900万円	11億8700万円	14億8200万円
対前年度	-	30.0%増	19.2%減	24.9%増

<参考>

【うち1%クラブ法人会員】

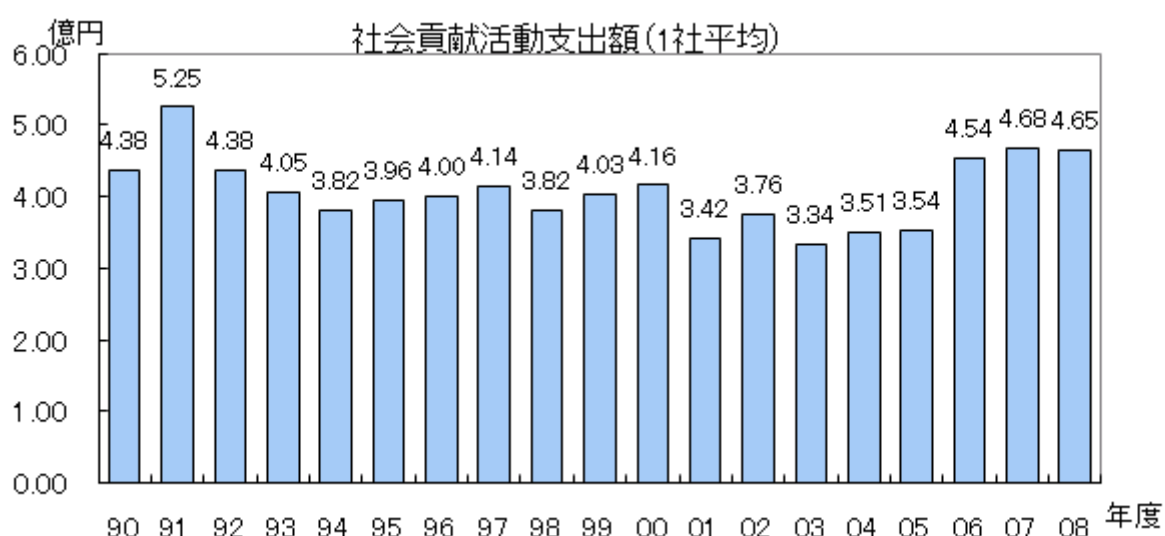
	05年度 (17社)	06年度 (17社)	07年度 (21社)	08年度 (19社)
合計額	298億円	379億円	421億円	451億円
1社平均	17億5200万円	22億2800万円	20億500万円	23億7300万円
対前年度	-	27.2%増	10.0%減	18.4%増

① 2008 年度社会貢献活動支出総額は 1,818 億円であり、1 社あたりの平均支出額は 4 億 6,500 万円と、2007 年度から 0.6%の減少にとどまった（→【表 2】）。

これは、年度後半に厳しい経済情勢に直面したものの、前年度までの利益や活動実績を参考に 2008 年度予算を組んでいるため、期中の業績悪化が社会貢献活動支出に与えた影響は比較的少なかったのではないかと推察される（世界的な経済危機の影響については「意識調査」（p19 以降）参照）。

② 2008 年度支出総額のうち、連結で回答した企業は 44 社（対象企業数の総計約 4,300 社）であり、それらの支出総額は 652 億円と、全体の支出総額(1,818 億円)の約 36%を占める。

【図 1】



(2) 海外の活動への支出額（回答社数：13 社）

【表 4】

連結回答 13 社(対象: 2,332 社)

社会貢献活動 支出総額 (a)	うち海外グループ会社 による支出総額 (b)	海外比率 (b/a)
335.01 億円	174.71 億円	52.1%
1社平均 (a/13)	1社平均 (b/13)	各社比率の平均
25.77 億円	13.44 億円	20.1%

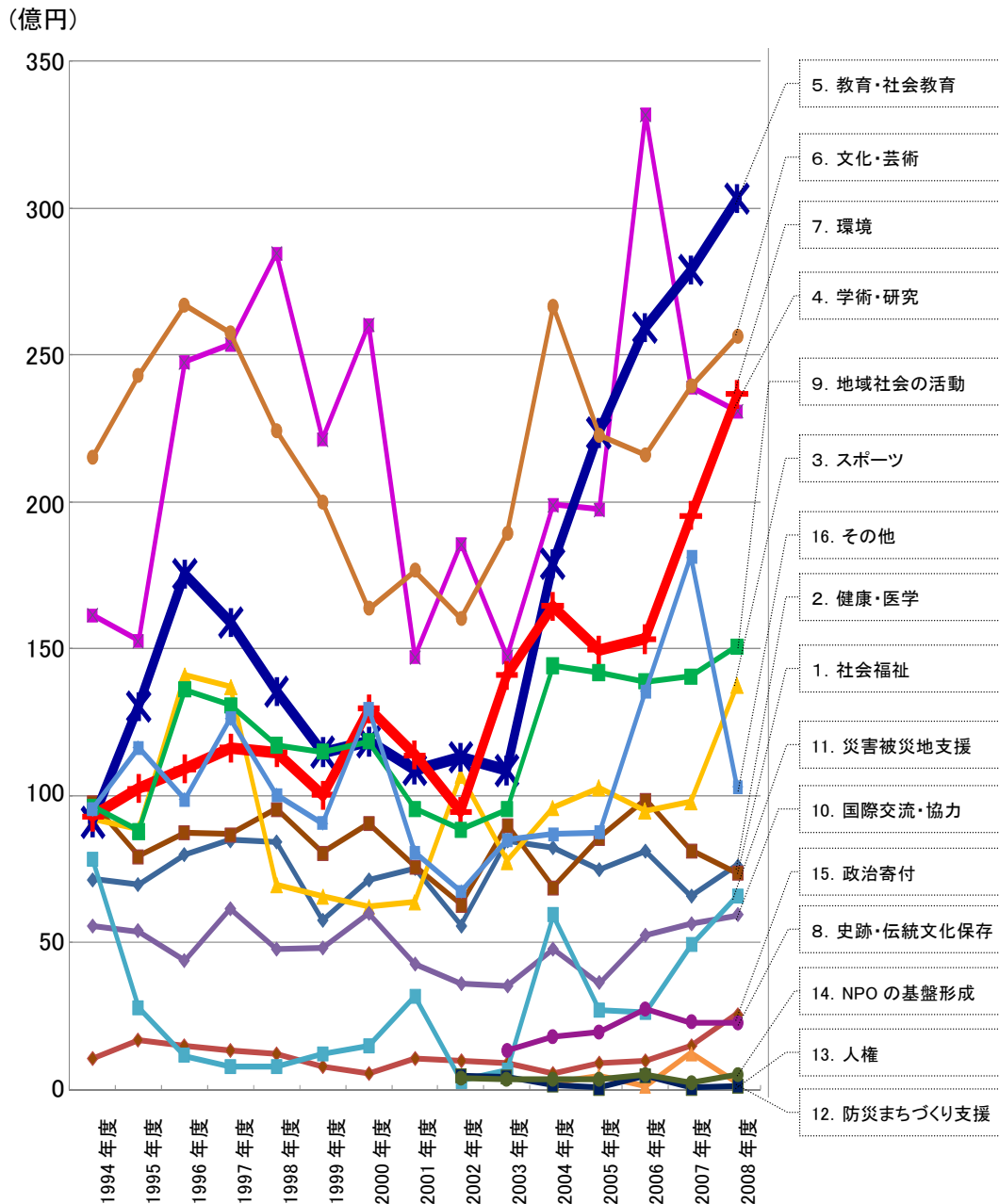
社会貢献活動支出額のうち、海外グループ会社における社会貢献活動支出額を回答した連結企業は 13 社あり、全体総額に占める海外比率は 52%、各社における支出比率の平均は 20%となっている。

(3) 分野別の社会貢献活動支出

① 分野別支出総額（推計）（※）の推移

※ 分野別支出総額の推計方法は、「各社による支出額」に「各社の分野別比率（％）」を乗じ、足し合わせたもの〔分野別支出総額＝（各社の支出額×各社の分野別比率）の総和〕。

【図2】 分野別支出総額(推計)の推移



- (1) 近年、増加が著しい分野は「5. 教育・社会教育」〔直近5年間で2.8倍(約195億円増)〕と「7. 環境」〔直近5年間で1.7倍(約95億円増)〕である。
- (2) 年度によって変動が大きいのは「3. スポーツ」、「4. 学術・研究」、「6. 文化・芸術」である。

② 分野別比率

【表 5】

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)		前年度からの変化 (%ポイント)
	2007 年度 (363 社)	2008 年度 (358 社)	
1. 社会福祉	3.92%	4.36%	+0.43
2. 健康・医学	4.85%	4.21%	-0.64
3. スポーツ	5.83%	7.87%	① +2.04
4. 学術・研究	③ 14.24%	④ 13.19%	-1.05
5. 教育・社会教育	① 16.62%	① 17.33%	④ +0.71
6. 文化・芸術	② 14.26%	② 14.64%	+0.38
7. 環境	④ 11.65%	③ 13.52%	② +1.88
8. 史跡・伝統文化保存	0.88%	1.46%	⑤ +0.58
9. 地域社会の活動	⑤ 8.38%	⑤ 8.62%	+0.24
10. 国際交流・協力	3.36%	3.38%	+0.02
11. 災害被災地支援	2.92%	3.75%	③ +0.83
12. 防災まちづくり支援	0.73%	0.13%	-0.60
13. 人権	0.04%	0.06%	+0.02
14. NPO の基盤形成	0.14%	0.29%	+0.15
15. 政治寄付	1.36%	1.30%	-0.06
16. その他	10.81%	5.88%	-4.93

- (1) 2008 年度支出総額に占める分野別の支出額(推計)の比率は、「5. 教育・社会教育」、「6. 文化・芸術」が前年度に続き、1 位、2 位を占めた。
- (2) 前年度 4 位の「7. 環境」が 1.9 ポイント増加し、3 位となった。前年度より 1 ポイント以上増えた分野は、「3. スポーツ」と「7. 環境」である。

(4) 資本金階層別支出

【表6】

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（シェア）

	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度	06年度	07年度	08年度
1,000億円以上	60社	61社	69社	73社	77社	75社	76社	78社
支出額	630.00億円	620.00億円	680.00億円	872.00億円	687.00億円	1124.00億円	1180.00億円	1039.00億円
比率	53.8%	52.1%	55.2%	57.8%	47.5%	63.0%	65.5%	57.1%
1社平均	10.50億円	10.16億円	9.86億円	11.95億円	8.92億円	14.99億円	15.53億円	13.32億円
500～1000億円	42社	35社	42社	40社	46社	46社	54社	56社
支出額	204.00億円	202.00億円	210.00億円	212.00億円	197.00億円	277.00億円	259.00億円	243.00億円
比率	17.4%	17.0%	17.0%	14.1%	13.7%	15.5%	14.4%	13.4%
1社平均	4.86億円	5.77億円	5.00億円	5.30億円	4.28億円	6.02億円	4.80億円	4.34億円
300～500億円	30社	38社	42社	44社	43社	44社	36社	44社
支出額	102.00億円	165.00億円	127.00億円	114.00億円	132.00億円	122.00億円	122.00億円	231.00億円
比率	8.7%	13.9%	10.3%	7.6%	9.1%	6.9%	6.8%	12.7%
1社平均	3.40億円	4.34億円	3.02億円	2.59億円	3.07億円	2.77億円	3.39億円	5.25億円
100～300億円	78社	73社	94社	123社	111社	105社	105社	100社
支出額	128.00億円	98.00億円	117.00億円	165.00億円	131.00億円	137.00億円	160.00億円	165.00億円
比率	10.9%	8.2%	9.5%	10.9%	9.1%	7.7%	8.9%	9.1%
1社平均	1.64億円	1.34億円	1.24億円	1.34億円	1.18億円	1.30億円	1.52億円	1.65億円
100億円未満	126社	105社	118社	142社	122社	116社	108社	106社
支出額	41億円	62億円	42億円	81億円	55億円	67億円	47億円	54億円
比率	3.5%	5.2%	3.4%	5.4%	3.8%	3.8%	2.6%	3.0%
1社平均	0.33億円	0.59億円	0.36億円	0.57億円	0.45億円	0.58億円	0.44億円	0.51億円

- ① 2008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78社(支出額回答企業391社の20%)が占める比率が依然として高く、57%を占めるものの、1社あたり支出額は約2億円減少している。
- ② 資本金階層別1社あたり支出額をみると、資本金500億円以上の企業では減少しているものの、500億円未満の企業では増加している。

2. 社会貢献活動支出額と利益等との関係

(1) 1社平均経常利益額、税引前利益額

【表7】

1社平均の経常利益額、税引前利益額

	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度	06年度	07年度	08年度
経常利益額 1社平均	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)	478億2100万円 (420社)	466億7300万円 (408社)	178億7800万円 (375社)
対前年度	65.0%減	88.9%増	60.5%増	20.2%増	4.7%増	11.7%増	2.4%減	61.7%減
税引前利益額 1社平均	-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)	478億6600万円 (422社)	486億4000万円 (407社)	51億9100万円 (373社)
対前年度	120.1%減	130.1%増	166.9%増	6.2%減	47.0%増	2.2%増	1.6%増	90.1%減

- ① 2008年秋以降の世界的な経済危機の影響を受けて、2008年度における1社あたりの経常利益額は178億7,800万円〔回答企業375社(赤字企業78社を含む)〕と、前年度に比べて62%減少した。
- ② 同じく1社あたりの税引前利益額は51億9,100万円〔回答企業373社(赤字120社を含む)〕であり、前年度に比べて90%減と激減した。

【表8】参考：黒字企業と赤字企業の比率（社数ベース）

		2007年度		2008年度	
		社数	%	社数	%
経常利益	黒字企業	356	92%	297	76%
	赤字企業	21	5%	78	20%
	無回答	8	2%	16	4%
	合計(支出調査 回答企業)	385	100%	391	100%
税引前利益	黒字企業	348	90%	253	65%
	赤字企業	29	8%	120	31%
	無回答	8	2%	18	5%
	合計(支出調査 回答企業)	385	100%	391	100%

(2) 税引前利益階層別支出

【表9】

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

	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度	06年度	07年度	08年度
1,000億円以上	10社	16社	29社	37社	37社	48社	42社	18社
支出額	263.00億円	367.00億円	500.00億円	703.00億円	689.00億円	991.00億円	850.00億円	426.00億円
比率	22.5%	31.2%	40.6%	46.6%	47.1%	55.5%	47.2%	23.4%
1社平均	26.30億円	22.94億円	17.24億円	19.00億円	18.62億円	20.65億円	20.24億円	23.67億円
500～1000億円	15社	14社	24社	21社	43社	33社	36社	15社
支出額	182.00億円	210.00億円	195.00億円	137.00億円	254.00億円	296.00億円	279.00億円	138.00億円
比率	15.5%	17.9%	15.8%	9.1%	17.3%	16.6%	15.5%	7.6%
1社平均	12.13億円	15.00億円	8.13億円	6.52億円	5.91億円	8.97億円	7.75億円	9.20億円
300～500億円	14社	20社	27社	36社	36社	36社	35社	16社
支出額	142.00億円	182.00億円	117.00億円	216.00億円	176.00億円	117.00億円	140.00億円	82.00億円
比率	12.1%	15.5%	9.5%	14.3%	12.0%	6.5%	7.8%	4.5%
1社平均	10.14億円	9.10億円	4.33億円	6.00億円	4.89億円	3.25億円	4.00億円	5.13億円
100～300億円	35社	42社	73社	98社	97社	86社	87社	74社
支出額	122.00億円	123.00億円	180.00億円	269.00億円	159.00億円	163.00億円	204.00億円	224.00億円
比率	10.4%	10.4%	14.6%	17.8%	10.9%	9.2%	11.3%	12.3%
1社平均	3.49億円	2.93億円	2.47億円	2.74億円	1.64億円	1.90億円	2.34億円	3.03億円
50～100億円	30社	34社	45社	64社	58社	51社	48社	36社
支出額	65.00億円	64.00億円	83.00億円	72.00億円	56.00億円	69.00億円	67.00億円	80.00億円
比率	5.6%	5.4%	6.8%	4.8%	3.8%	3.9%	3.7%	4.4%
1社平均	2.17億円	1.88億円	1.84億円	1.13億円	0.97億円	1.35億円	1.40億円	2.22億円
0～50億円未満	118社	118社	134社	134社	107社	101社	100社	94社
支出額	66.00億円	109.00億円	49.00億円	66.00億円	34.00億円	51.00億円	41.00億円	66.00億円
比率	5.7%	9.3%	4.0%	4.4%	2.3%	2.8%	2.3%	3.6%
1社平均	0.56億円	0.92億円	0.37億円	0.49億円	0.32億円	0.50億円	0.41億円	0.70億円
0円未満	100社	62社	29社	30社	18社	28社	29社	120社
支出額	303.00億円	120.00億円	96.00億円	30.00億円	22.00億円	74.00億円	204.00億円	567.00億円
比率	25.9%	10.2%	7.8%	2.0%	1.5%	4.1%	11.3%	31.2%
1社平均	3.03億円	1.94億円	3.31億円	1.00億円	1.22億円	2.64億円	7.03億円	4.73億円
未回答							8社	18社
支出額							16.26億円	236.00億円
比率							0.9%	13.0%
1社平均							2.03億円	13.11億円
合計	322社	306社	361社	420社	396社	383社	385社	391社
支出額	1143.00億円	1175.00億円	1220.00億円	1493.00億円	1390.00億円	1761.00億円	1801.26億円	1819.00億円
比率	97.7%	99.9%	99.1%	99.0%	94.9%	98.6%	100.0%	100.0%
1社平均	3.55億円	3.84億円	3.38億円	3.55億円	3.51億円	4.60億円	4.68億円	4.65億円

※ 01～06年度の「0円未満」の回答社数には、未回答企業(斜線部分)を含まない。

- ① 社会貢献支出総額に占める黒字企業のシェアは、前年度の88%から、本年度は56%へと大幅に減ったものの、黒字企業における1社あたりの支出額は全階層とも増加している。黒字企業のシェアが大幅に減少したのは、黒字企業数が減少(前年度90%→本年度65%)したこと起因するものである。
- ② 他方、赤字企業120社が、総支出額の31%に相当する567億円を支出している。しかしながら、赤字企業における1社あたり支出額は4.7億円であり、前年度の7.0億円に比べて、大幅に減少している。
- ③ なお、税引前利益額が未回答だった企業は18社あり、未回答企業の支出額は約236億円と、全体の13%を占めている。

(3) 売上高比、経常利益比、税引前利益比

【表 10】

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）

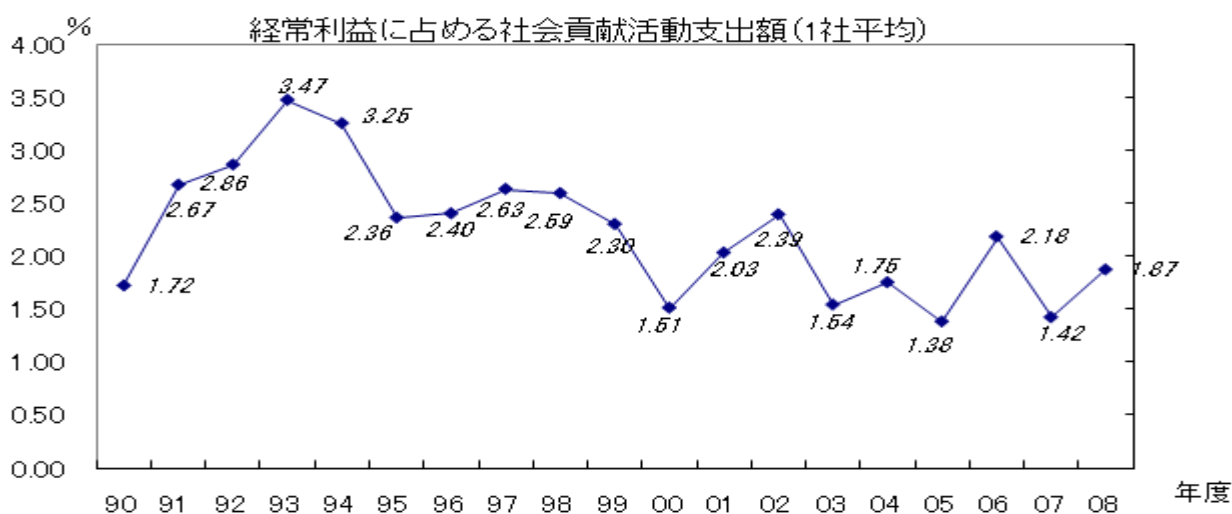
	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度	06年度	07年度	08年度
売上高比	0.19% (322社)	0.13% (302社)	0.14% (347社)	0.09% (398社)	0.10% (359社)	0.12% (347社)	0.08% (340社)	0.18% (354社)
経常利益比	2.03% (275社)	2.39% (267社)	1.54% (332社)	1.75% (407社)	1.38% (386社)	2.18% (366社)	1.42% (355社)	1.87% (297社)
税引前利益比	3.31% (218社)	3.20% (233社)	1.92% (312社)	1.95% (382社)	1.67% (374社)	1.83% (352社)	1.73% (347社)	5.11% (253社)

<参考> [うち1%クラブ法人会員]

	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度	06年度	07年度	08年度
売上高比	0.26% (143社)	0.21% (140社)	0.17% (141社)	0.12% (135社)	0.12% (136社)	0.18% (133社)	0.11% (136社)	0.09% (131社)
経常利益比	2.28% (120社)	2.82% (121社)	2.08% (136社)	2.29% (139社)	1.52% (137社)	3.72% (132社)	1.45% (134社)	1.25% (111社)
税引前利益比	3.28% (98社)	3.63% (103社)	2.19% (129社)	2.11% (128社)	1.74% (133社)	1.95% (124社)	1.71% (133社)	6.11% (84社)

- ① 社会貢献活動支出額が前年度と比べてほぼ横ばい（約 0.6%減）に留まるなか、経常利益・税引前利益ともに大幅に減少したことから、経常利益比率は 1.87%（黒字企業 297 社から算出）、税引前利益比率は 5.11%（黒字企業 253 社から算出）と、それぞれ前年度に比べて増加した。
- ② 経常利益比率、税引前利益比率は、黒字企業のみを対象に算出（赤字企業と無回答企業は対象外）している。2008 年度においては、前述【表 8】にあるように、支出総額に占める赤字企業の割合が 2～3 割を占めていることから、前年度との単純な比較はできないことに留意する必要がある。

【図 3】



(4) 経常利益比1%以上の企業数等

【表 11】

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)

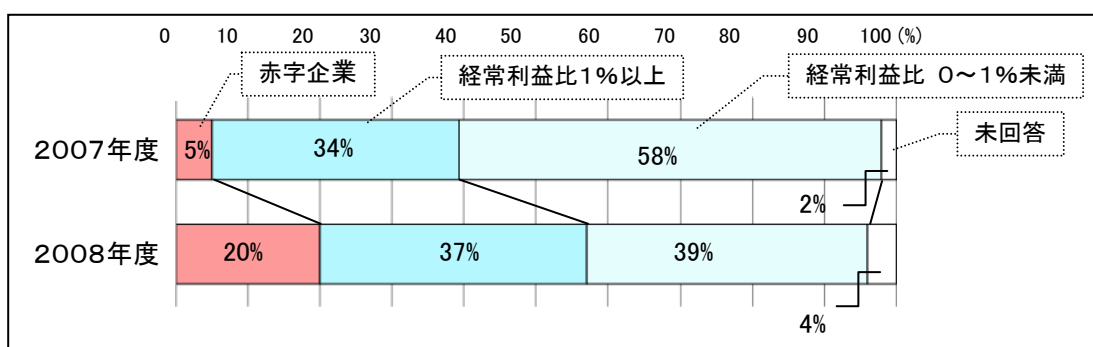
	01年度 (275社)		02年度 (267社)		03年度 (332社)		04年度 (407社)		05年度 (386社)		06年度 (366社)		07年度 (355社)		08年度 (297社)	
5%以上	24社	8.7%	31社	11.6%	21社	6.3%	27社	6.6%	20社	5.2%	27社	7.7%	21社	5.9%	27社	9.1%
4~5%	9社	3.3%	16社	6.0%	11社	3.3%	5社	1.2%	6社	1.6%	8社	2.3%	8社	2.3%	7社	2.4%
3~4%	17社	6.2%	5社	1.9%	12社	3.6%	13社	3.2%	10社	2.6%	6社	1.7%	14社	3.9%	21社	7.1%
2~3%	32社	11.6%	25社	9.4%	12社	3.6%	24社	5.9%	23社	6.0%	27社	7.7%	19社	5.4%	28社	9.4%
1~2%	55社	20.0%	60社	22.5%	65社	19.6%	64社	15.7%	58社	15.0%	48社	13.7%	75社	21.1%	64社	21.5%
0.5~1%	48社	17.5%	43社	16.1%	67社	20.2%	87社	21.4%	84社	21.8%	72社	20.5%	68社	19.2%	44社	14.8%
0.5%未満	90社	32.7%	87社	32.6%	144社	43.4%	187社	45.9%	185社	47.9%	163社	46.4%	150社	42.3%	106社	35.7%
対経常利益比 単純平均	2.03%		2.39%		1.54%		1.75%		1.38%		2.18%		1.42%		1.87%	

※ 本表には、経常利益がマイナスの企業(78社)のデータは反映されていない。

- ① 日本経団連が1990年に設立した「1%クラブ」では「経常利益や可処分所得の1%相当額以上を自主的に社会貢献活動に支出しよう」とする活動を展開している。今回の調査において、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147社であり、経常利益の黒字企業297社の約50%を占めた(前年度に比べて約11ポイントの上昇)。

【表 12】

	赤字企業	経常利益比1%以上	経常利益比0~1%未満	未回答	合計
2007年度 社数	21 社	131 社	225 社	8 社	385 社
2007年度 割合	5 %	34 %	58 %	2 %	100 %
2008年度 社数	78 社	145 社	152 社	16 社	391 社
2008年度 割合	20 %	37 %	39 %	4 %	100 %



- ② なお、社会貢献支出額が経常黒字1%以上の企業と、経常赤字でも社会貢献支出額を計上した企業を合わせた比率は、前年度の39%から、18ポイント増の57%となった。

3. 寄付金額（※）

※ 本調査において「寄付金」とは、社会貢献を目的とする寄付金（金銭）のほか、現物寄付、施設開放、社員の参加・派遣、その他を合計したもの。2003年度以降は政治寄付を含む。また2004年度より、年度によって変動が大きい災害の被災地支援は、寄付や自主プログラム経費には含まず、「災害被災地支援関連支出」として別立てで計上している。

(1) 総額

【表 13】

寄付金額

	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)	06年度 (390社)	07年度 (378社)	08年度 (380社)
合計額	785億円	796億円	829億円	1,032億円	1,013億円	1,353億円	1,236億円	1,088億円
1社平均	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	3億4700万円	3億2700万円	2億8600万円
対前年度	14.6%減	12.8%増	14.0%減	5.7%増	5.4%増	37.2%増	5.8%減	12.5%減

<参考> [うち1%クラブ法人会員]

	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)	06年度 (137社)	07年度 (142社)	08年度 (139社)
合計額	690億円	645億円	687億円	741億円	811億円	1,005億円	928億円	847億円
1社平均	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	7億3400万円	6億5400万円	6億900万円
対前年度	3.5%増	1.9%減	1.5%増	7.8%増	12.5%増	27.7%増	10.9%減	6.9%減

2008年度の1社平均寄付金額は2億8,600万円(回答企業380社)と、2007年度に比べ12.5%減少した。

(2) 寄付金（金銭）

【表 14】

寄付金(金銭)の推移

	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)	06年度 (390社)	07年度 (378社)	08年度 (378社)
合計額	683億円	644億円	636億円	787億円	823億円	1157億円	1061億円	876億円
1社平均	2.03億円	2.14億円	1.74億円	1.83億円	2.06億円	2.97億円	2.81億円	2.31億円
対前年度		5.4%増	18.7%減	5.2%増	12.6%増	44.2%増	5.4%減	17.8%減

<参考> [うち1%クラブ法人会員]

	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)	06年度 (137社)	07年度 (142社)	08年度 (138社)
合計額	608億円	513億円	523億円	572億円	660億円	849億円	828億円	690億円
1社平均	3.95億円	3.72億円	3.61億円	3.94億円	4.68億円	6.20億円	5.83億円	4.96億円
対前年度		5.8%減	3.0%減	9.1%増	18.8%増	32.4%増	6.0%減	14.9%減

「寄付金」のうち、金銭による寄付金額は前年度から17.8%減少した。

(3) 現金以外の寄付（現物寄付、施設開放、従業員派遣の金額換算）

① 寄付金のうち、現金以外の寄付を行った企業数とその比率

【表 15】

現金以外の寄付を行った企業の比率

	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)	06年度 (384社)	07年度 (370社)	08年度 (380社)
現物寄付	25.0% (84社)	36.2% (109社)	30.9% (113社)	35.1% (149社)	33.4% (132社)	34.6% (133社)	36.8% (136社)	35.5% (135社)
施設開放	25.6% (86社)	33.9% (102社)	30.3% (111社)	24.7% (105社)	28.4% (112社)	31.8% (122社)	34.6% (128社)	35.5% (135社)
従業員派遣	26.8% (90社)	35.9% (108社)	35.2% (129社)	31.8% (135社)	33.9% (134社)	33.9% (130社)	39.5% (146社)	44.2% (168社)
その他	14.0% (47社)	18.6% (56社)	16.1% (59社)	11.5% (49社)	14.2% (56社)	13.3% (51社)	13.8% (44社)	12.9% (49社)

<参考> [うち1%クラブ法人会員]

	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)	06年度 (136社)	07年度 (141社)	08年度 (139社)
現物寄付	34.4% (53社)	50.0% (69社)	37.9% (55社)	43.8% (63社)	50.7% (71社)	48.5% (66社)	51.8% (73社)	47.5% (66社)
施設開放	35.7% (55社)	45.7% (63社)	26.2% (67社)	43.1% (62社)	47.1% (66社)	50.7% (69社)	49.6% (70社)	53.2% (74社)
従業員派遣	33.8% (52社)	46.4% (64社)	51.0% (74社)	49.3% (71社)	50.7% (71社)	51.5% (70社)	49.6% (70社)	55.4% (77社)
その他	18.8% (29社)	27.5% (38社)	24.1% (35社)	20.1% (29社)	22.1% (31社)	23.5% (32社)	16.3% (23社)	18.7% (26社)

現物寄付を行った企業数は減少したものの、施設開放や従業員派遣を行う企業数は前年度より増加した。

② 現金以外の寄付の金額換算

【表 16】

現金以外の寄付の金額換算

	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度	06年度	07年度	08年度
現物寄付	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)	26億7700万円 (133社)	60億3300万円 (136社)	32億6100万円 (135社)
1社平均	1700万円	1100万円	1500万円	3700万円	1900万円	2000万円	4400万円	2400万円
対前年度	-	35.3%減	36.4%増	146.7%増	48.6%減	5.3%増	120%増	45.5%減
施設開放	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)	32億400万円 (122社)	34億3100万円 (128社)	47億9000万円 (135社)
1社平均	3200万円	4200万円	5600万円	7600万円	2700万円	2600万円	2700万円	3500万円
対前年度	-	31.3%増	33.3%増	35.7%増	64.5%減	3.7%減	3.8%増	29.6%増
従業員派遣	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)	72億2000万円 (130社)	62億2400万円 (146社)	77億3800万円 (168社)
1社平均	4100万円	4600万円	5100万円	5300万円	5400万円	5600万円	4300万円	4600万円
対前年度	-	12.2%増	10.9%増	3.9%増	1.9%増	3.7%増	23.2%減	7.0%増
その他	23億4200万円 (47社)	48億5500万円 (56社)	48億5500万円 (59社)	37億9800万円 (47社)	63億2400万円 (56社)	64億7500万円 (51社)	18億200万円 (44社)	54億2300万円 (49社)
1社平均	5000万円	8300万円	8200万円	8100万円	1億1300万円	1億2700万円	4100万円	1億1100万円
対前年度	-	66%増	1.2%減	1.2%減	39.5%増	12.4%増	67.7%減	170.7%増

<参考> 【うち1%クラブ法人类員】

	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度	06年度	07年度	08年度
現物寄付	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)	16億500万円 (66社)	18億5000万円 (73社)	24億5500万円 (66社)
1社平均	2200万円	1500万円	2100万円	3300万円	2100万円	2400万円	2500万円	3700万円
対前年度	-	31.8%減	40.0%増	57.1%増	36.4%減	14.3%増	4.2%増	48%増
施設開放	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)	26億3000万円 (69社)	24億8400万円 (70社)	25億1800万円 (74社)
1社平均	3900万円	6200万円	8800万円	1億1800万円	3600万円	3800万円	3500万円	3400万円
対前年度	-	59.0%増	41.9%増	34.1%増	69.5%減	5.6%増	7.9%減	2.9%減
従業員派遣	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)	51億8700万円 (70社)	42億6000万円 (70社)	56億4900万円 (77社)
1社平均	6300万円	7000万円	7400万円	6900万円	7400万円	7400万円	6100万円	7300万円
対前年度	-	11.1%増	5.7%増	6.8%減	7.2%増	0.0%増	17.6%減	19.7%増
その他	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)	61億6300万円 (32社)	13億7300万円 (23社)	50億6300万円 (26社)
1社平均	5700万円	9900万円	1億100万円	8900万円	1億9200万円	1億9300万円	6000万円	1億9500万円
対前年度	-	73.7%増	2.0%増	11.9%減	115.7%増	0.5%増	68.9%減	225%増

「現物寄付」は、総額、1社平均額ともに大幅に減少した一方で、「施設開放」ならびに「従業員派遣」は、総額、1社平均ともに増加した。

【表 17】

現金以外の寄付の寄付金額に対する比率（総額のみ）

	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度	06年度	07年度	08年度
現金以外の寄付	13.0%	19.1%	24.8%	23.7%	18.8%	14.5%	14.2%	19.5%
現物寄付	1.8%	1.5%	2.1%	5.3%	2.5%	2.0%	4.9%	3.0%
施設開放	3.5%	5.4%	8.0%	7.7%	3.0%	2.4%	2.8%	4.4%
従業員派遣	4.7%	6.3%	8.4%	7.0%	7.1%	5.3%	5.0%	7.1%
その他	3.0%	5.8%	6.3%	3.7%	6.2%	4.8%	1.5%	5.0%

「現金以外の寄付」の合計が寄付金全体に占める比率は 19.5%と、前年度から 5.3 ポイント増加した。

4. 自主プログラムに関する支出額（※）

※ 自主プログラムとは、各社が独自に、またはNPOや他社と協働で実施した社会貢献プログラム。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いる。

なお、寄付金額と自主プログラム支出額の内訳を回答していない企業があるため、2つの合計は、社会貢献活動支出総額とは異なる。

【表 18】

自主プログラムに関する支出額

	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度	06年度	07年度 (196社)	08年度 (205社)
合計額	361億円	353億円	376億円	424億円	415億円	413億円	427億円	486億円
1社平均							2億1800万円	2億3700万円
対前年度							-	8.7%増

<参考>

【うち1%クラブ法人会員】

	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度	06年度	07年度 (100社)	08年度 (103社)
合計額	292億円	239億円	317億円	363億円	330億円	331億円	342億円	394億円
1社平均							3億4200万円	3億8200万円
対前年度							-	11.7%増

2008年度において「自主プログラムに関する支出額」を支出したと回答した企業は205社であり、1社あたりの支出額は2億3700万円と、前年度に比べて8.7%増加した。

5. 災害被災地支援関連支出額（※）

※ 災害被災地支援は、災害発生の有無等により、年ごとに大きく変動することから、2004年度調査より、通常の寄付金とは区別して集計している。

【表19】

災害被災地支援関連支出額				15クラブ法人会員
	04年度 (387社)	07年度 (273社)	08年度 (313社)	08年度 (123社)
合計額	56億円	50億円	64億円	52億円
1社平均	1400万円	1800万円	2100万円	4200万円
対前年度	-	-	-	-

※05年度、06年度の実績調査では災害被災地関連支出額の調査を行っていない。

- (1) 2008年度において、「災害被災地支援関連支出額」に支出したと回答した企業は313社と前年度に比べて40社増え、支出総額も64億円と前年度に比べて14億円増加した。
- (2) 1社あたりの支出額は2,100万円であり、1社あたりの社会貢献活動支出額の4.5%に相当する。
- (3) 2008年度に発生した主な大規模自然災害は次の通り。
ミャンマー（サイクロン「ナルギス」）、中国（四川大地震）、岩手・宮城内陸地震

(参考)

2004年度：新潟県中越地震、スマトラ沖大地震／インド洋大津波

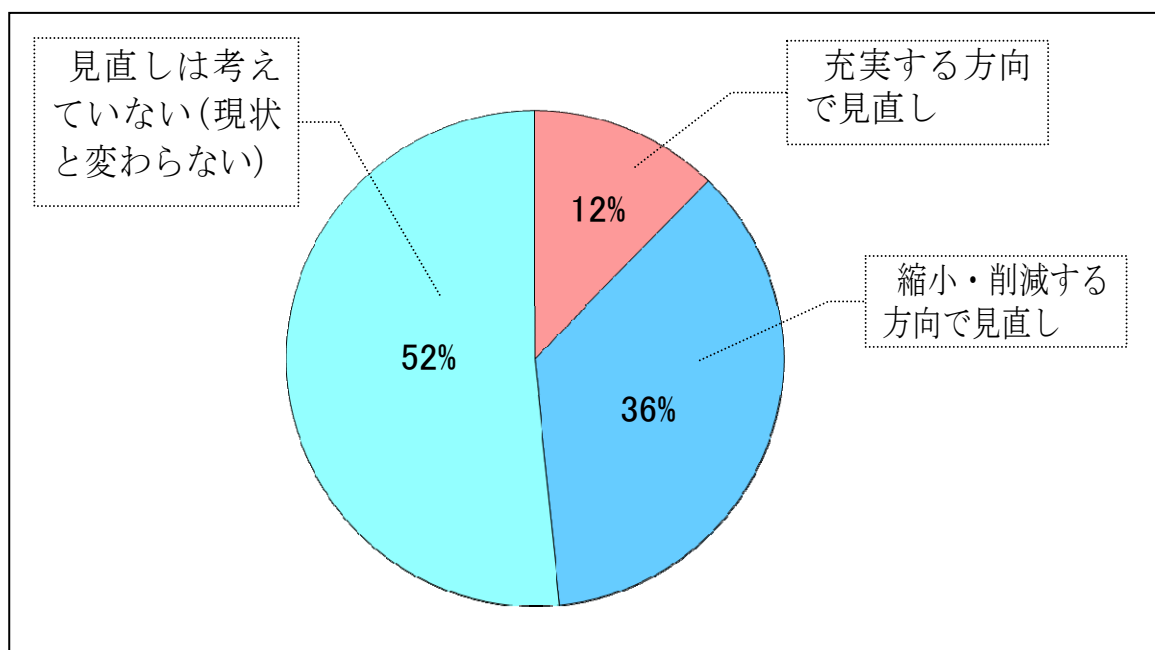
2007年度：能登半島地震、熊本県豪雨災害、新潟県中越沖地震、
バングラデシュ（サイクロン「シドル」）

Ⅲ. 社会貢献に関する意識調査結果（回答社数：408社）

- (1) 本意識調査は、91年の調査開始より、3年ごとに実施している。
(過去90、93、96、99、02、05年度の実績調査時に実施)
- (2) 今回の調査にあたっては、2008年秋以降の世界的経済危機が社会貢献活動に与えた影響や、直近3年間（2006～2008年）の取組みの変化についても調査を行った。
- (3) 加えて、社会貢献活動に対する評価のあり方や情報開示・コミュニケーション、社員の活動に対する支援、NPO・NGOとの関係、推進上の課題については、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を行った。

1. 2008年秋以降の経済危機が与えた社会貢献活動への影響

Q1. 2008年9月以降の世界的な経済危機のなか、社会貢献活動への取組みについて何らかの見直しをしましたか(または、見直しを予定されていますか)。〈択一回答〉



《コメント》

- ◇ 厳しい経済情勢にもかかわらず、「見直しは考えていない。(現状と変わらない)」とする回答が52%を占めた。
- ◇ 「縮小・削減する方向で見直しした、または検討中」とする回答が36%となった反面、「充実する方向で見直しした、または検討中」とする回答が12%あった。

《以下は、Q1で、「充実する方向で見直し(または検討中)」、「縮小・削減する方向で見直し(または検討中)」と回答した企業(197社)のみ回答。》

SQ1-1. 見直しの対象は何ですか。〈複数回答可〉

	充実 (回答 50 社)		縮小・削減 (回答 147 社)	
	社数	割合	社数	割合
1. 社会貢献活動の予算の削減	7	⑧ 14.0%	125	① 85.0%
2. 社会貢献活動の予算の増加	11	⑦ 22.0%	1	0.7%
3. 社会貢献活動に従事する社員の人数の削減	0	0.0%	16	⑦ 10.9%
4. 社会貢献活動に従事する社員の人数の増加	19	④ 38.0%	1	0.7%
5. 活動規模の適切な水準	17	⑥ 34.0%	55	④ 37.4%
6. 活動プログラムの内容	43	① 86.0%	69	② 46.9%
7. 活動プログラムの規模や数	24	② 48.0%	67	③ 45.6%
8. パートナー、連携相手	22	③ 44.0%	23	⑤ 15.6%
9. 活動地域の範囲	19	④ 38.0%	19	⑥ 12.9%
10. その他	10	20.0%	6	4.1%

《コメント》

- ◇ 充実する方向での見直しにおいては、「活動プログラム」の「6. 内容」、「7. 規模や数」、「8. パートナー、連携相手」など、質的な充実を図っている企業が多い。
- ◇ 縮小・削減する方向での見直しにおいては、85%の企業が「予算」をあげている。次いで、「活動プログラム」の「6. 内容」、「7. 規模や数」を選択した企業も半数弱にのぼる。

SQ 1-2. 取組みの内容、予算、規模、件数等の見直しにあたり、重視することは何ですか。

〈3つ以内で回答〉

	充実 (回答 50 社)		縮小・削減 (回答 147 社)	
	社数	割合	社数	割合
1. 社会的責任の一環	31	① 62.0%	77	② 52.4%
2. 利益の一部の社会還元	1	2.0%	4	2.7%
3. 地域社会への貢献	27	② 54.0%	91	① 61.9%
4. 社会への投資(社会的課題への取組みの一環)	8	16.0%	23	15.6%
5. 本業との関連性の高さ	19	⑤ 38.0%	52	④ 35.4%
6. 製品・サービスの企画立案・開発にあたってのマーケティングの一方策	0	0.0%	0	0.0%
7. 社会的要請(ステークホルダー、社会からの声)への感度を高める一方策	11	22.0%	15	10.2%
8. コーポレートブランド、企業価値向上の一方策	22	④ 44.0%	45	⑤ 30.6%
9. リスクマネジメントの一方策	1	2.0%	1	0.7%
10. 人材確保・維持の一方策	2	4.0%	2	1.4%
11. 社会貢献活動の長期的な継続可能性	23	③ 46.0%	63	③ 42.9%
12. 営業利益の増減との連動	2	4.0%	20	13.6%
13. その他	1	2.0%	4	2.7%

《コメント》

- ◇ 「充実」、「縮小・削減」の方向性にかかわらず、見直しにあたっては、過半数を超える企業が「1. 社会的責任の一環」、「3. 地域社会への貢献」を重視している。
- ◇ このほか、「11. 社会貢献活動の長期的な継続可能性」や「5. 本業との関連性の高さ」、「8. コーポレートブランド、企業価値向上の一方策」を重視する企業が多い。

SQ 1-3. 予算を見直した(または見直しを検討中の)分野は何ですか。〈複数回答可〉

	充実 (回答 50 社)		縮小・削減 (回答 147 社)	
	社数	割合	社数	割合
1. 寄付(増加)	8	16.0%	1	0.7%
2. 寄付(削減)	11	22.0%	126	85.7%
3. 自主プログラム(増加)	29	58.0%	8	5.4%
4. 自主プログラム(削減)	4	8.0%	56	38.1%
5. その他	4	8.0%	11	7.5%

※ 「その他」の主な回答内容

〔充実〕：「既存の取組に対する内容の充実（費用対効果）」

〔縮小・削減〕：「事業所別のウエイトバランス」、「支援団体、寄付の見直し」、「自主プログラムの運営体制や形態の変更」、「社員による社会貢献活動支援の拡大」、「費用のかかる新規企画を凍結」

《コメント》

◇ 充実した企業では、「自主プログラム」を増加した企業が多く(58%)、縮小・削減した企業では、「寄付」を削減した企業が多い(86%)。

SQ 1-4. 予算を決める際の指標として重視されることは何ですか。〈2つ以内回答〉

	充実 (回答 50 社)		縮小・削減 (回答 147 社)	
	社数	割合	社数	割合
1. 前年実績	21	42.0%	77	52.4%
2. 過去(直近の)何年かの実績	15	30.0%	72	49.0%
3. 前年の売上高や利益	16	32.0%	66	44.9%
4. その他	11	22.0%	15	10.2%

※ 「その他」の主な回答内容

〔充実〕：「事業活動との関連性」、「パートナーの活動内容や自主プログラムの展開」、「前年活動の評価+新規活動=今年の活動決定」、「当年度の売上高や利益」

〔縮小・削減〕：「取組み内容の重要度、費用対効果の判断等」、「寄付協賛や自主活動の現地化や自立化への効果の有無」、「次年度の売上高や利益の予測」、「当該決算期の経費総額に占める比率」、「過去5年間の純利益」

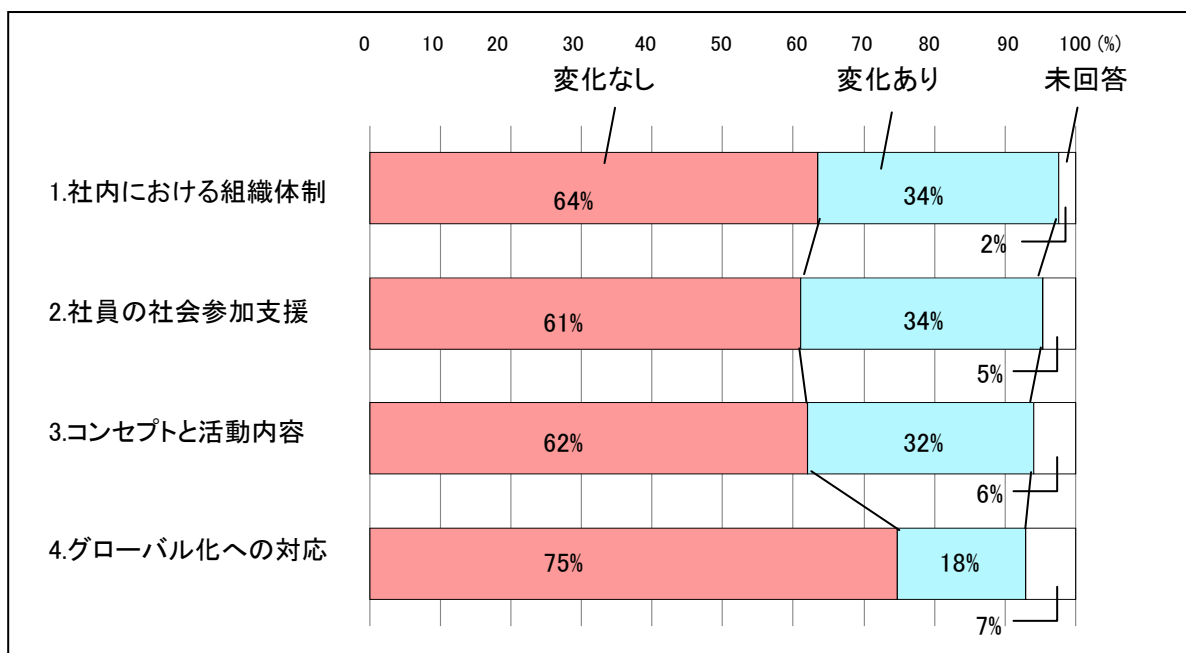
《コメント》

◇ 「充実」、「縮小・削減」の方向性にかかわらず、予算を決める際の指標としては、売上高や利益等の業績面もさることながら、前年および直近何年かの実績をより重視する傾向が読み取れる。

2. 直近3年間(2006～2008年)における社会貢献活動への取組みの変化

Q2. 直近の3年を振り返り、貴社における社会貢献活動への取組みの変化がありましたか。
変化があった場合、変化の内容を具体的にご記入ください。

項目	変化なし (社)	変化あり (社)	未回答 (社)	計
1.社内における組織体制(担当部署を設置または明確化した等) (回答割合 <回答社数/408社>)	259 63.5%	139 34.1%	10 2.4%	408 100.0%
2.社員の社会参加支援 (回答割合 <回答社数/408社>)	249 61.0%	140 34.3%	19 4.7%	408 100.0%
3.コンセプトと活動内容 (回答割合 <回答社数/408社>)	253 62.0%	131 32.1%	24 5.9%	408 100.0%
4.グローバル化への対応 (回答割合 <回答社数/408社>)	305 74.8%	74 18.1%	29 7.1%	408 100.0%



《コメント》

■全体的な変化の方向について

- ◇ 「1. 社内における組織体制」、「2. 社員の社会参加支援」、「3. コンセプトと活動内容」、「4. グローバル化への対応」の全設問を通じて、「変化なし」が6割を超えた。
- ◇ 社会貢献活動は定着傾向にあると言える。

■「1. 社内における組織体制(担当部署を設置または明確化した等)」について

- ◇ 「変化があった」と回答した139社から、約70件の具体例が寄せられた。
- ◇ 具体的には、「CSR担当部署の設置に伴い、その中に社会貢献活動の担当部署が

新設された」との回答や、「他部署にあった社会貢献担当部署がCSR担当部署に移管された」との回答が多く見られた。組織的にも、CSRへの取組みの一環として社会貢献が位置づけられていることが多い。そのほか、「関連部署（渉外、広報等）との連携体制の見直し」や「グループ全体の連携体制の強化」等の回答があった。

※ 主な具体例：

「CSR担当部署を新設、社会貢献も担当」、「環境担当と社会貢献担当を統合」、「社内・グループ内横断的組織『CSR委員会』を設置」、「担当部署と関連部署（渉外、広報等）との連携体制の見直し」、「グループ会社との連携体制強化」

■2. 社員の社会参加支援

- ◇ 「変化があった」と回答した140社から、約130件の具体例が寄せられた。
- ◇ 具体的には、「休暇・休職制度や資金的支援等の制度導入」や「社員への参加機会・情報の提供」などの回答があげられた。
- ◇ こうした取組みにより、「社員の社会参加への意欲が高まり、参加型プログラムへの参加人数等が目に見えて増えた」との回答が寄せられた。
- ◇ さらに、「親会社が主体となってグループ全体を対象とするイベントの実施」等の動きも見られる。

※ 主な具体例：

「社員参加型活動の導入・拡充、情報提供・呼びかけ」、「ボランティア活動支援制度を活用した、被災地へのボランティア参加」、「資金的支援（ボランティア保険、マッチングギフトの導入による社員の寄付の支援、マッチングプログラムの拡大、ボランティア活動必要経費の補助拡充）」、「事業所内に従業員によるボランティアクラブ（団体）を設立」

■3. コンセプトと活動内容

- ◇ 「変化があった」と回答した131社から、約120件の具体例が寄せられた。
- ◇ 具体的には、「社会貢献活動に関する基本的な考え方や方針・指針の策定・明確化」、「グループを含めた周知」、「CSRガイドラインへの位置づけ」等があげられている。

※ 主な具体例：

「グループ共通の社会貢献方針の制定（含 グローバルの統一の方針）」、「重点分野の選定（環境、教育・次世代育成、地域社会に根ざした活動等）」、「事業PR主体から地域・社会貢献主体へ変化」、「メセナから、本業に関連した活動、本業を通じた社員参加型の活動等に変化」、「社員のCSRに対する認識の向上」

■4. グローバル化への対応

- ◇ 「変化があった」と回答した74社から、約70件の具体例が寄せられた。
- ◇ 企業活動のグローバル化に伴い、社会貢献活動も、CSR活動の一環として、グローバルに展開されている。
- ◇ 具体的には、「国内外のグループとしての社会貢献活動の基本方針やCSR活動計画の策定」、「海外子会社や関連会社・現地法人による活動実態の把握のための調査・情報収集の実施」等があげられている。「英語での情報発信」や「海外のグループ会社を実施する現地での活動への参加支援」、「国内外を対象とする表彰制度の開始」、「国連グローバル・コンパクトへの参加」等も行われている。

Q3. 貴社の社会貢献担当部署(2008年度)に関し、当てはまるものは何ですか。

	回答社数	割合 (回答数/408社)
社会貢献活動を担当する専門部署は存在しない (総務や広報等に社会貢献担当者を置いているといった場合を含む)	232	56.8%
従来から社会貢献活動を担当する専門部署を設置している	145	35.6%
専門部署を新たに設置した	17	4.2%
組織変更を行い、社会貢献活動を担当する専門部署を廃止した (他の部署への統合等も含む)	3	0.7%
その他	9	2.2%
未回答	2	0.5%

※ 「その他」の主な回答内容

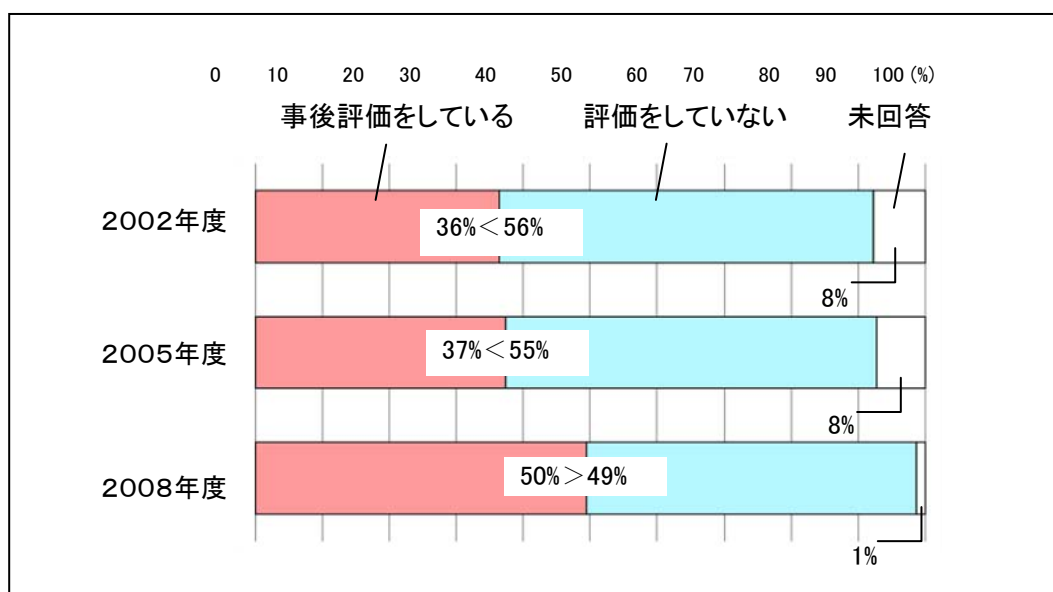
「社会貢献活動を含むCSR全般を担当する部署（調査・CSRグループ）の設置」、「社会貢献活動専門部署をホールディングスに設置」、「親会社に担当する部署があり、そこで推進している」、「担当部署は設置していないが、社会貢献の専任者を中心とした部門横断の推進チームを設置」、「2009年度より専門部署を設置した」

《コメント》

- ◇ 社会貢献活動に係る専門部署の設置状況については、「従来から社会貢献活動を担当する専門部署を設置」していた企業（36%）に加えて、08年度に「専門部署を新たに設置した」企業（4%）があり、あわせて40%となった。

Q4. 貴社では、実施した社会貢献活動について事後評価をしていますか。

	2002 年度	2005 年度	2008 年度	
			%	社数
事後評価をしている	36.4%	37.4%	49.5%	202
事後評価はしていない	55.9%	55.3%	49.3%	201
未回答	7.7%	7.3%	1.2%	5
合計	100.0%	100.0%	100.0%	408



《コメント》

◇「事後評価をしている」という回答が、「していない」を初めて上回った。

Q4で、「事後評価をしている」と回答した企業(202社)のみ回答

SQ4-1. 事後評価をしている場合、事後評価をされる方はどなたですか。〈複数回答可〉

	2002 年度	2005 年度	2008 年度	
			%	社数
担当者・担当部署	58.5%	62.8%	68.3%	138
担当役員	12.1%	27.0%	42.1%	85
役員会以外の社内横断的組織	4.1%	31.8%	25.2%	51
プログラムの受益者	-	-	24.3%	49
役員会	11.3%	16.8%	18.3%	37
学者・有識者(外部専門家)	12.1%	6.7%	12.9%	26
その他			8.4%	17

※ 表中の「-」は、当該年度に実施していない調査項目を示す。(以後、同じ)

※ 「その他」の主な回答内容

「役員を含む社内の地域社会貢献委員会」、「グループ内の研究所による調査」、「監査役」、「NPO法人の意見および社員の投票」、「活動実施地域でのメディア露出や事業所及びグループ会社からの再依頼の有無」、「職員、お客さま」

《コメント》

- ◇ 「担当者・担当部署」や「担当役員」等の組織の内部で事後評価を行う傾向は変わらないが、最近では、なんらかの形で役員が関与する割合が高まっている。CSRの一環として社会貢献活動が位置付けられていることと関係するのではないか。
- ◇ 学者・有識者（外部専門家）から事後評価を受けるのは13%に留まっている。
- ◇ 今回から選択肢に追加した「プログラムの受益者」による評価について、24%の企業が実施していた。

SQ4-2. 主にどのような基準で事後評価をしますか。〈重要度の高い順に3つ以内で回答〉

	2002 年度	2005 年度	2008 年度	
			%	社数
受益者の満足度(受益者への影響/受益者コメント)	41.5%	58.0%	52.5%	106
予め定めた目標の達成度	46.4%	44.9%	50.5%	102
社の経営理念との合致性	-	-	41.1%	83
社員の参加人数	46.4%	50.8%	29.7%	60
外部機関の評価・表彰(社会からの評価)	21.2%	22.2%	28.7%	58
社員の満足度(社員への影響)	26.9%	27.5%	23.8%	48
受益者の数	31.6%	34.8%	19.8%	40
マスコミでの取り上げられ方(社会からの評価)	22.0%	28.6%	14.9%	30
役員会での評価	-	-	5.9%	12
その他	-	-	5.0%	10

※ 「その他」の主な回答内容

「出資している財団の活動実績報告」、「関係する社外の方々との交流会等」、「経団連実績調査(当調査)の報告数値」、「地域への貢献度」

《コメント》

- ◇ 事後評価の基準としては、「受益者の満足度」、「予め定めた目標の達成度」、「社の経営理念との合致性」が上位3回答を占めた。
- ◇ 最近では、「社員の参加人数」や「受益者の数」といった、企業側が把握しやすい定量的な指標よりも、「受益者がどう思うか」、「社会がどう評価するか」など、受益者や外部の視点に立った、きめ細かな評価が行われていることが読み取れる。

3. 社員のボランティア・社会貢献活動に関する支援

Q5. 貴社では社員のボランティア活動や社会貢献活動を支援していますか。〈択一回答〉

	2002 年度	2005 年度	2008 年度	
			%	社数
1. 支援している	60.9%	65.8%	79.2%	323
2. 支援していない	34.9%	28.9%	19.8%	81
未回答	-	-	1.0%	4
合計			100.0%	408

《コメント》

◇ 社員のボランティア活動や社会貢献活動を支援している企業が 79 %と、2002 年度 (61%)、2005 年度 (66%) と比べ、さらに大きく伸びた。

以下、Q5で、「1. 支援している」と回答した企業(323 社)のみ、回答

SQ 5-1. 支援をしている場合、その理由は何ですか。〈重要度の高い順に3つ以内で回答〉

	2002 年度	2005 年度	2008 年度	
			%	社数
地域社会の維持発展に貢献したい	71.4%	53.0%	78.0%	252
ボランティア活動支援を望む社員がいる	50.1%	34.7%	41.8%	135
会社に対して社員が誇りを持てる	35.0%	21.7%	39.9%	129
社会における企業イメージ向上のため	37.9%	21.4%	37.5%	121
会社以外に社会との関わりを持つ社員を社内に擁したい	47.1%	24.8%	27.6%	89
社会の動向に敏感な社員を育成したい	-	-	21.4%	69
会社の風土に社会からの新しい風(動き)を入れたい	-	-	8.7%	28
その他	-	-	4.0%	13

※ 「その他」の主な回答内容

「企業の社会的責任として」、「親会社の方針に基づく」、「当社の事業内容に関連する分野において社会的ニーズに応えるため」、「プロジェクトへの参加とその活動を通しての組織・風土・文化の醸成」、「従業員の生きがいづくりや視野の拡大を会社として支援したい」

《コメント》

◇ 「地域社会の維持発展に貢献したい」を挙げる企業が 78%と、認識が強い。地域貢献活動と社員のボランティア活動とは関連が深いのではないか。

◇ なお、2002 年度調査では複数回答可 (制限なし)、2005 年度調査では「2つ以内で選択」する形式を取ったため、この設問 (SQ 12-1) では数字の単純比較はできない。

SQ 5-2. どのような支援策を実施していますか。〈複数回答可〉

	2002 年度	2005 年度	2008 年度	
			%	回答社数 /323 社
ボランティア活動の機会を提供	52.5%	52.7%	67.5%	218
ボランティア休暇・休職、表彰等の制度導入	68.0%	72.0%	65.9%	213
ボランティア活動の情報を提供	58.3%	53.0%	60.1%	194
金銭的な支援(含 ボランティア保険の加入料負担)	28.7%	35.0%	38.4%	124
施設の開放	33.5%	36.8%	35.9%	116
物資の提供	18.9%	22.5%	27.6%	89
社員ボランティア組織の設置	-	23.4%	20.7%	67
勤務時間内の活動を許可	12.2%	17.3%	18.6%	60
寄付や活動支援のための給与天引きシステムの導入	-	11.9%	16.1%	52
その他	-	-	6.2%	20

※ 「その他」の主な回答内容

「マッチング・ギフト制度の導入」、「ボランティア活動にポイントを付与するポイント制度の実施」、「活動チームリーダーや委員に対して一定の条件で勤務時間中の貢献活動の許可」、「一部の活動について個人の業績評価の対象」、「海外青年協力隊への派遣」、「労働組合との連携」

《コメント》

◇ 「ボランティア活動の機会を提供」、「ボランティア休暇・休職、表彰等の制度導入」、「ボランティア活動の情報を提供」の3つの回答が引き続き上位を占めた。

以下、Q5で、「2. 支援していない」と回答した企業(81 社)のみ、回答

SQ 5-3. 支援をしていない場合には、その理由を具体的にご記入ください。

25 件の回答が寄せられた。具体的には、「労働組合やグループ会社が主催するボランティア活動に全社員が参加可能」、「個人活動の範疇」、「社員からの申し出も無く、必要性を感じていない」、「人的余裕がない」、「業績が低迷」、「現在検討中」といったものであった。

4. 社会貢献活動に関する情報開示、コミュニケーション

Q6. 貴社の社会貢献活動に関する情報はどのような形で社内外に提供されていますか。

〈複数回答可〉

	2002 年度	2005 年度	2008 年度	
			%	回答社数 / 408 社
インターネット上のホームページで公開している	57.4%	61.7%	74.5%	304
社内報に掲載している	-	63.3%	71.1%	290
CSR報告書等に記載している	37.9%	49.2%	65.7%	268
社内メールやイントラネット上で情報提供している	44.7%	50.8%	65.0%	265
アニュアル・レポートに記載している	39.6%	34.0%	36.5%	149
社内向けの情報提供誌を作成している	25.4%	10.1%	14.7%	60
社会貢献活動に関する報告書等を作成している	16.0%	12.5%	14.0%	57
その他	-	-	9.6%	39

※ 「その他」の主な回答内容

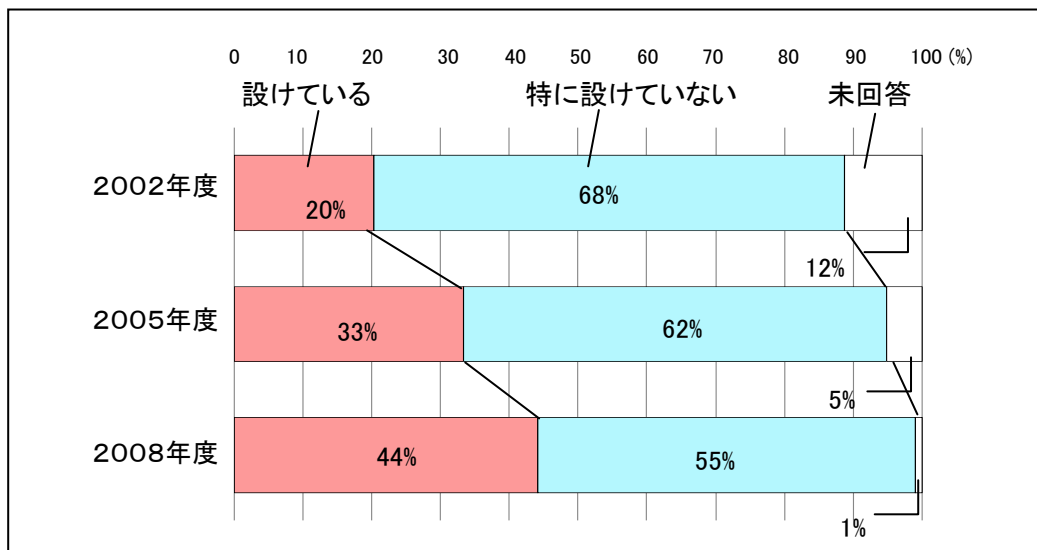
「本社ビルの展示コーナーで活動を紹介」、「プログラムのポスターを配布、各フロアに掲示」、「地域の社会福祉協議会 ボランティアセンターへ報告」、「マスコミ向けリリース、NPO等機関紙への情報提供など」、「雑誌等への取材協力」、「CSRフォーラム（社員向け講演会等）の定期的開催」、「専門委員会での定期報告、社内会議での周知」

《コメント》

- ◇ いずれの手段においても回答割合が増加しており、社会貢献活動に係る情報公開が多様な手段で進んでいることがわかる。
- ◇ とりわけ、「インターネット上のホームページで公開している」会社数が75%と最も多く、社外にも常時情報を公開していることが明らかになった。そのほか外部への情報公開としては、「CSR報告書等(66%)」や「アニュアル・レポート(37%)」への記載が多い。「CSR報告書等への記載」(66%)は、2002年度(38%)、2005年度(49%)に比べ大きく伸びている。「社会貢献活動に特化した報告書等」も作成(14%)されているが、2002年度(16%)、2005年度(13%)からほぼ横ばいである。
- ◇ 他方、「社内報への掲載」(71%)、「社内メールやイントラネット上での情報提供」(65%)など、社員を対象とする情報提供も行われている。とくに「社内メールやイントラネットを利用した情報提供」は、2002年度(45%)、2005年度(51%)、今回(65%)と、着実に進んでいる。企業活動のグループ化やグローバル化の進展により、社内関係者が増えてきたことから、アクセスが容易な電子媒体での情報提供が進んでいると推察される。

Q7. 貴社の社会貢献活動についてステークホルダーから意見を聞く機会を設けていますか。

	2002 年度	2005 年度	2008 年度	
			%	回答社数
1. 設けている	20.4%	33.3%	44.1%	180
2. 特に設けていない	68.3%	61.5%	54.9%	224
未回答	-	-	1.0%	4
合計			100.0%	408



《コメント》

◇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44%と、2002年度の20%、2005年度の33%から増加している。

以下、Q7で、「1.設けている」と回答した企業(180社)のみ、回答

SQ 7-1. 意見を聞く対象は何ですか。〈複数回答可〉

	2002 年度	2005 年度	2008 年度	
			%	社数
社員	31.9%	67.6%	71.7%	129
地域社会	34.8%	58.8%	60.0%	108
支援・連携先	26.1%	52.0%	51.1%	92
株主	14.5%	50.7%	41.1%	74
支援・連携先ではないNPOや専門家	-	43.9%	40.0%	72
その他	-	-	21.7%	39

※ 「その他」の主な回答内容

「社外有識者」、「顧客、関係会社、取引先、調査研究機関、マスコミ、採用訪問先(学生)等」、「レポート読者やアンケート回答者」、「他社の社会貢献部門」、「役員、労働組合」、「学校(保護者・教職員)、教育委員会など」、「行政」

《コメント》

- ◇ 意見を聞く対象が広がり、さまざまなステークホルダーからの期待に的確に応えることを重視していることがわかる。
- ◇ 「支援・連携先ではない NPO や専門家」から意見を聞くのは 40%にのぼる。中立的な外部意見を取り入れることにより、社会全般の声を活動に反映させていくことの顕われと考えられる。

SQ 7-2. 意見を聞く方法を教えてください。〈複数回答可〉

	2002 年度	2005 年度	2008 年度	
			%	社数
懇談の場の開催	43.6%	47.7%	58.3%	105
報告書等に添付されたハガキ等の回収	37.7%	61.3%	47.8%	86
アンケート調査の実施	36.3%	34.8%	46.1%	83
その他	-	-	25.6%	46

※ 「その他」の主な回答内容

〈社外〉: 「CSR報告書に関する第三者意見、専門家コメントの寄稿依頼」、「CSR報告書へのアンケート回答 (FAX、ネット返信など)」、「ステークホルダー・ダイアログの開催」、「株主総会や工場で実施するフェスティバルや地元向け説明会、県内IRの場等」 「担当者が支援先から意見を聞く」

〈社内〉: 「社内委員会(評価委員会等)、社内研修」、「社員アンケート」、「全国から社会貢献担当者を集めて開催するブロック会議」

《コメント》

- ◇ 意見を聞く方法についても、単なるアンケートなどではなく、お互いの顔が見え、コミュニケーションを図ることができる懇談の場の開催(58%)が増えている。

Q8. 企業が実施する社会貢献活動に関する情報開示方法として、新聞、テレビ、ラジオなどの媒体を使って、社会貢献活動への取組みを積極的に広告宣伝することについて、どのように考えますか。

	回答社数	割合 (回答数/408社)
積極的に利用すべき	244	59.8%
利用すべきではない	132	32.4%
未回答	32	7.8%
合計	408	100.0%

《コメント》

◇「積極的に利用すべき」との回答が60%と、「すべきでない」との回答の2倍近くにのぼった。

以下、Q8で、「積極的に利用すべき」と回答した企業(244社)のみ、回答

SQ 8-1. 積極的に利用すべきとお考えの場合、その最も重要な理由は何ですか。

	回答社数	割合 (回答数/244社)
ステークホルダーの理解と共感を得る	122	50.0%
コーポレートブランドの向上	76	31.1%
企業の説明責任	57	23.4%
社会的課題についての啓発	42	17.2%
その他	5	2.0%

《コメント》

◇理由としては、ステークホルダーとの関係を意識している企業が半数にのぼった。

以下、Q8で、「利用すべきではない」と回答した企業(132社)のみ、回答

SQ 8-2. 利用すべきではないとお考えの場合、その最も重要な理由は何ですか。

	回答社数	割合 (回答数/132社)
社会貢献活動は広告宣伝の手段として用いるべきではない	76	57.6%
自社で広告するよりもマスコミの記事等に取り上げられる方が効果が高い	33	25.0%
陰徳を積むという考え方で行うべき	21	15.9%
寄付依頼が殺到する可能性がある	6	4.5%
その他	12	9.1%

《コメント》

◇「利用すべきではない」と回答したうちの半数以上は、「社会貢献活動は広告宣伝の手段として用いるべきではない」と、やり方そのものに対して消極的な考え方を持っている。

5. NPO・NGO等への支援・連携

Q9. 貴社とNPO・NGOとは具体的にどのような関係ですか。 <複数回答可>

	2002 年度	2005 年度	2008 年度
何らかの接点がある	61.2%	67.6%	74.3%
・支援している(寄付、物品提供、施設開放等)	44.1%	49.9%	60.5%
・協働で実施している活動がある	26.3%	32.7%	44.4%
・NPO・NGOと政策提言的な対話を行っている	4.4%	5.1%	7.8%
・社員の出向や派遣を行っている	8.6%	6.7%	6.9%
・NPO・NGOによる評価を積極的に受けている	2.4%	6.3%	6.1%
その他	-	-	3.4%

※「その他」の主な回答内容

「NPO主催のボランティア活動を社員に案内している」、「NPO主催セミナーへの講師派遣」、「社会的課題を把握するための情報交換」、「共同での商品開発等」

《コメント》

- ◇ 74%の企業がNPO・NGOと何らかの接点を持っている。
- ◇ 具体的な関係としては、「協働で実施している活動がある」という回答が4割にのぼり、NPO・NGOをパートナーとして捉える見方が浸透している。

Q 10. 貴社がNPO・NGOを支援・連携する際、特に重視する点は何ですか。 <3つ以内回答>

	2002 年度	2005 年度	2008 年度	
			%	社数/408 社
運営の透明性	54.6%	66.7%	62.0%	253
活動実績	32.1%	50.8%	53.2%	217
自社の基本方針・分野との一致	47.6%	47.2%	51.2%	209
ミッションに対する共感	-	37.6%	33.6%	137
社員の参加・協力のしやすさ	20.7%	12.1%	17.4%	71
プログラムの企画・提案力	40.6%	11.6%	12.3%	50
専門性	24.7%	8.3%	11.5%	47
NPO・NGOの持つネットワーク	18.5%	6.3%	6.4%	26
スタッフの事務処理能力	-	0.4%	0.7%	3
代表者のリーダーシップ	22.5%	2.2%	0.5%	2
その他	-	-	0.7%	3
無回答	-	-	10.5%	43

※「その他」の主な回答内容: 「地域との連携」、「継続性(収支改善、自立化に向けた努力)、PDCAの実施状況」

《コメント》

- ◇ 前々回、前回調査に引き続き、今回の調査でも、企業がNPO・NGOとの連携に際し重視するのは、「運営の透明性」、「活動実績」、「自社の方針等との合致度」の3つである。企業は、NPO・NGOのガバナンスを重視する傾向が強いと言える。
- ◇ プログラムの企画・提案力や専門性への見方については、企業自身が経験とノウハウを蓄積し、企画段階からパートナーのNPO・NGOと連携するなど、より深く社会貢献活動にかかわるようになったことを示しているのではないかと。

Q 11. 支援団体の活動実績の評価につき、設けられている基準や特に注意している点は何ですか。

《コメント》

◇約 40 件の回答が寄せられた。

◇具体的には、以下の通り、運営の透明性に関する記述が多い。

- ・ 当社の社会貢献活動におけるテーマに沿った活動内容か、支援が完了した以降も継続可能な活動であるか。
- ・ 過去に行った活動・取組みが、きちんと目標達成しており、活動途中で頓挫していることがないかといった点。
- ・ 当社からの支援がどのような効果を与えたかについて、正確なフィードバックがなされること。
- ・ 毎年度、活動実績の報告があること。
- ・ 運営情報の公開、活動実績、対象規模、コンプライアンス。
- ・ アカウンタビリティがしっかりしていること。
- ・ 非営利、非政治を表明していること。
- ・ 実施したプログラムへの参加者の満足度を重要視していること。
- ・ 社員の参加、協力のしやすさ。
- ・ 財務内容の健全性。団体運営に関し収支報告がなされていること、かつその内容が公開されていること。

Q 12. NPO・NGOにとっての今後の運営上の課題は何ですか。〈重要な順に3つ以内回答〉

	2005 年度	2008 年度	
		%	社数/408 社
NPO法人についてのさらなる情報開示	44.1%	53.9%	220
組織運営のガバナンスの強化	32.7%	42.2%	172
社会に対するメッセージの発信力の強化	18.3%	32.1%	131
より幅広い会員や支援者の獲得	27.1%	29.2%	119
社会のニーズにあった新規事業の開発	22.6%	27.2%	111
専門スタッフの育成	11.9%	25.7%	105
認定 NPO 法人などの税制優遇資格の獲得	5.6%	7.6%	31
その他	-	1.0%	4
無回答	-	11.5%	47

※ 「その他」の主な回答内容

「安定した資金力もしくは調達力」、「明確なミッション」、「運営の基盤強化」、
「予算消化型から事業計画推進型への体質改善と継続性の重視」

《コメント》

◇「情報開示」や「組織運営のガバナンスの強化」を強く求める傾向は変わらない。加えて、NPO・NGO自身による「社会に対するメッセージ発信力の強化」や「専門スタッフの育成」などの回答が増えている。

Q 13. NPO、NGOとの連携で何が得られましたか。〈3つ以内で回答〉

	回答社数	割合 (回答数/303社)
社会的課題の理解	194	64.0%
企業とは異なる着眼点や発想	170	56.1%
人的ネットワーク	125	41.3%
専門性	99	32.7%
スキル	24	7.9%
その他	9	3.0%
無回答	114	37.6%

※ 「その他」の主な回答内容

「効果的な支援活動の実現」、「協働事業の継続」、「専門知識・サービスの提供」、「ボランティア活動機会の拡大」

《コメント》

◇ 今回の意識調査で初めて聞いた設問。「社会的課題の理解」、「企業とは異なる着眼点や発想」、「人的ネットワーク」が上位3位を占めた。

6. 今後の課題

Q 14. 今後、社会貢献活動を推進するうえで重要と思われる課題は何ですか。

〈3つ以内で回答〉

	2005 年度	2008 年度	
		%	社数/408 社
社員の理解・社会参加の促進	55.9%	61.8%	252
横断的連携を含む、社内の推進体制の整備・強化	45.4%	45.1%	184
経営への戦略的位置付け	－	42.2%	172
トップの理解、リーダーシップ	22.8%	37.7%	154
活動成果の評価基準の確立(目標設定、経年変化、インパクト測定等)	－	19.9%	81
適切なパートナーの選択と連携強化	10.5%	17.9%	73
「社会的な要請」への対応に係る判断基準の明文化	－	11.5%	47
ステークホルダーの声を活動に反映	7.4%	9.6%	39
経営資源の活用促進	－	9.3%	38
グローバルな推進体制の確立	8.9%	8.8%	36
担当者・担当部署の熱意、専門性の向上	0.7%	7.1%	29
自由意見	－	3.2%	13

※ 「その他」の主な回答内容

「自社の収益改善と安定化」、「社会貢献に寄与するための利益を継続して計上できる企業力」、「地域社会のニーズに合わせた活動を行うこと」、「本業との関連性強化」、「リスクを伴う事業の一つという経営認識」

《コメント》

- ◇ 前回調査と同様、「社員の理解・社会参加の促進」と「横断的連携を含む、社内の推進体制の整備・強化」が上位2位を占め、全社的に取組みを広めていくことが課題として認識されている。
- ◇ 次いで、今回新たに設けた選択肢である「経営への戦略的位置付け」の回答が42%にのぼった。CSR経営の一環として社会貢献活動を展開するとの考え方が浸透している。トップの理解やリーダーシップが重要との認識が高まっており、経営上の戦略的な位置付けや一貫性が求められている。

以上