

## 企業の社会的責任(CSR)への取り組みに関するアンケート調査結果

(株)鳥取銀行  
くらしと経営相談所

鳥取県企業動向調査と同時に調査した結果をご報告いたします。(調査実施:平成 17 年 10 月)

昨今の企業経営において「企業の社会的責任(CSR = Corporate Social Responsibility)」への取り組みは関心の高まっている項目の一つといえます。

ただし“社会的責任”と言っても、「法令遵守」や「危機管理対策」など、企業が存続するために必要な責任はもとより、「環境問題への対応」や「社会貢献」、「債権者や株主への情報開示の拡充」など、より広い範囲での取り組みに至るまで様々な責任が含まれます。

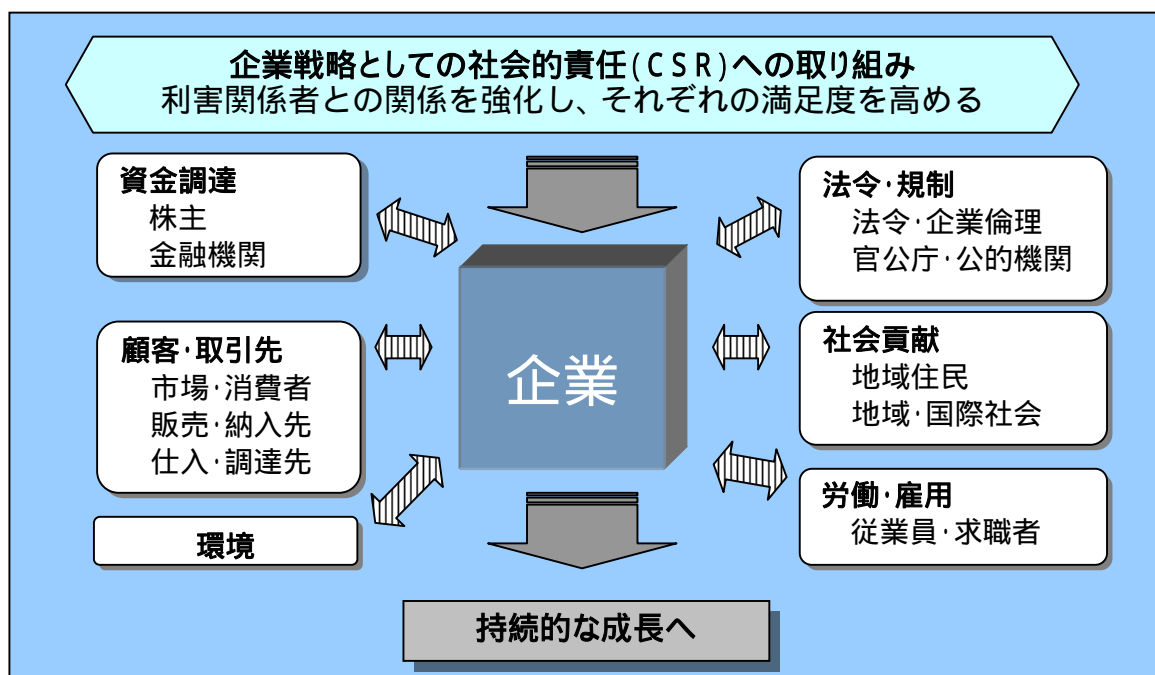
こうした責任は新しいものではなく、従来から、有用な製品・サービスの提供や雇用の創出、利益の還元としての寄付等の形で、多くの企業はこうした社会的責任を果たしてきました。

しかしこれまでと異なるのは、企業戦略の一つとして株主や顧客を始め、取引先や地域住民、従業員など企業を取り巻く利害関係者(ステークホルダー)との関係を強化し、それぞれの満足度を高めることが結果として、企業の持続的な成長に繋がるという考え方が重視されるようになってきたことです。

ただ大企業ではCSRへの取り組みが進みつつありますが、中小零細企業では関心が薄いのが現状です。一方、日本経団連が「CSR推進にあたっての基本的な考え方」を提示し、ISO(国際標準化機構)は、今後「社会的責任への取り組みについての指針文書(ガイドライン)」を策定することを決定しました。また経済産業省などでもCSRへの取り組みについての基準・規格化を検討する動きがあります。

したがって規模・業種に捉われないことなく、今後多くの企業にCSRへの取り組みが一段と求められ、また取組状況を比較される可能性があります。これに伴い人材や資金など経営資源を十分に保有していない企業にとっては、大きな影響が及ぶことが考えられます。

そこで今回は、県内各企業の現状でのCSRへの取り組み、考え方などについて尋ねてみました。



## 【 結果要約 】

「企業の社会的責任(CSR)」という言葉自体広く知られているが、内容をよく理解している企業は少ない。重視する利害関係人は「販売先・納入先」が最も多い。資本規模が小さい企業では大きい企業と比べ「金融機関」と「官公庁・公的機関」が、大きい企業では小さい企業と比べ「株主」が重視されている。

CSRを取り組むことによる効果、メリットは「企業イメージの向上」が最も多かった。しかし規模の小さい企業では「販売先・納入先」との関係強化が最も多く、規模により期待する効果・メリットは異なっている。

実施しているCSRへの取り組みは「顧客・販売先」に対しての関係強化が多い。また、規模が大きいほど幅広くCSRの取り組みを実施している。

CSRへの取り組みを後ろ向きな“コスト”と捉える先が多いものの、規模の大きい企業ほどCSRへの取り組みを重要課題として積極的に取り組んでいる。

## 【アンケート調査内容】

平成17年10月に県内250社にアンケート調査を実施し、96社から有効回答を頂いた。調査内容は、1.CSRに対する認識、2.重視する利害関係者(ステークホルダー)、3.CSRを取り組むことによる効果・メリット、4.自社で実施しているCSRへの取り組み、5.自社にとってのCSRの意味、6.具体的な取り組み事例等

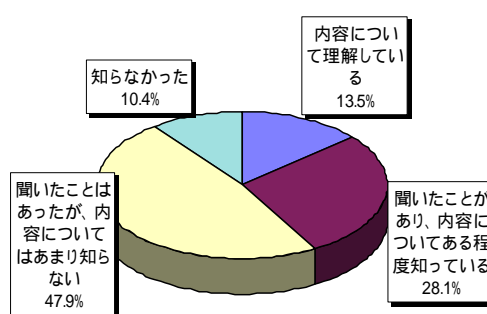
### 1. CSRに対する認識

まず企業の社会的責任(CSR)に対する認識について尋ねたところ、「内容について理解している」と回答した企業は13.5%(構成比)で、「聞いたことがあり、内容についてある程度知っている」が28.1%、「聞いたことはあったが、内容についてはあまり知らない」が47.9%、「知らなかった」が10.4%であった。

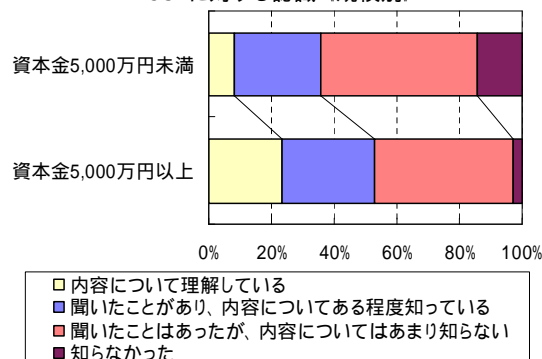
「企業の社会的責任(CSR)」という言葉自体を聞くなどして知っていた企業は約9割と認知はされているものの、内容については、ある程度でも理解している企業を含めても半数に満たず、内容の理解は進んでいないのが現状である。

次に資本規模別(資本金構成別)のCSRに対する認識をみると、「内容について理解している」と「聞いたことがあり、内容についてある程度知っている」の合計は、資本金5,000万円未満では35.5%であったのに対し、資本金5,000万円以上では52.9%と資本規模により、CSRに対する理解度に大きな差がある。

CSRに対する認識 (全回答先)



CSRに対する認識 (規模別)



## 2. 重視する利害関係者(ステークホルダー)

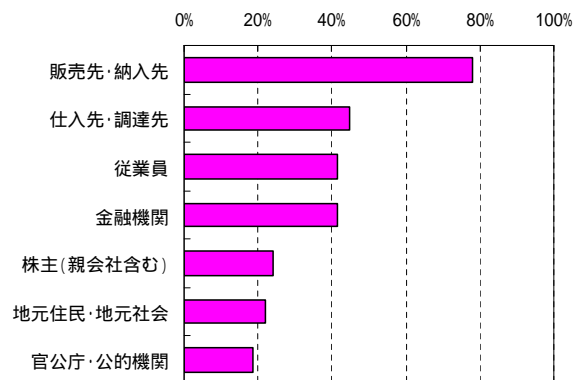
現在、自社の経営上、重視している利害関係者(ステークホルダー)を尋ねたところ(3つまで複数回答)、「販売先・納入先」が最も多く全体の78.1%であった。続いて「仕入先・調達先」が44.8%で、「従業員」と「金融機関」はそれぞれ41.7%であった。

資本規模別に重視している利害関係者(ステークホルダー)をみると、資本金5,000万円未満と5,000万円以上どちらとも「販売先・納入先」が最も多く、それぞれ77.4%、79.4%であった。次に資本金5,000万円未満では「金融機関」が46.8%と続いているが、資本金5,000万円以上では「仕入先・調達先」が50.0%となっている。

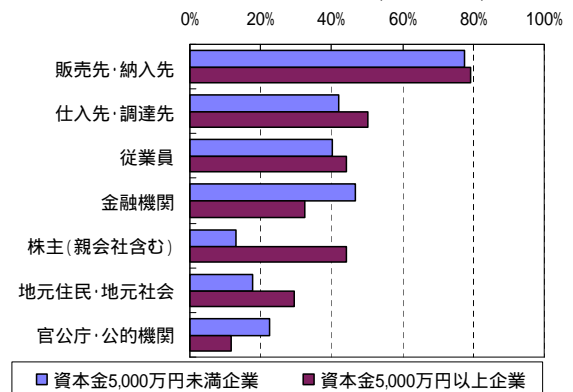
規模別に割合が大きく異なっている利害関係者をみると、「株主(親会社含む)」については資本金5,000万円未満では12.9%で、5,000万円以上では44.1%となっている。また「官公庁・公的機関」は資本金5,000万円未満では22.6%で、5,000万円以上では11.8%となっている。

「販売先・納入先」が、規模にかかわらず最も重視されているが、規模が小さい企業では大きい企業と比べ「金融機関」と「官公庁・公的機関」が、規模が大きい企業では小さい企業と比べ「株主(親会社含む)」が重視されている。

重視する利害関係者(全回答先)(複数回答)



重視する利害関係者(規模別)(複数回答)



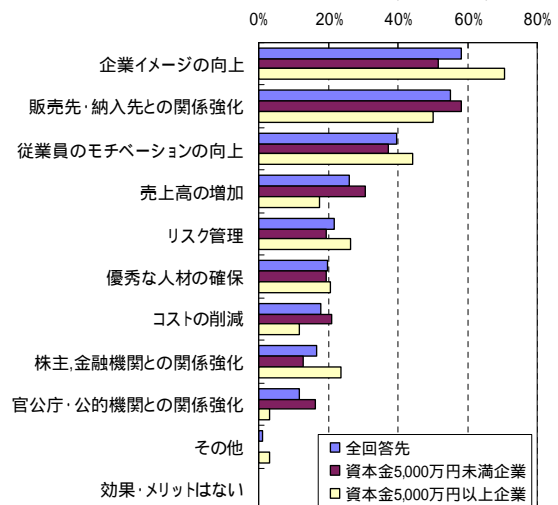
## 3. CSRへの取り組みによる効果、メリット

CSRに取り組むことによる効果、メリット(複数回答)は「企業イメージの向上」が最も多く全体の58.3%、次に「販売先・納入先との関係強化」が55.2%、「従業員のモチベーション(やる気)の向上」が39.6%、「売上高の増加」が26.0%となっている。

「効果・メリットはない」と回答した企業がなかったことからCSRへの取り組みについては効果・メリットがあるものとして認識されているようである。

資本規模別にみると資本金5,000万円以上で、最も多かった回答は「企業イメージの向上」であるのに対し、5,000万円未満で最も多かった回答は「販売先・納入先との関係強化」で、規模により期待する効果、メリットは異なっている。

CSRへの取り組みによる効果、メリット(複数回答)



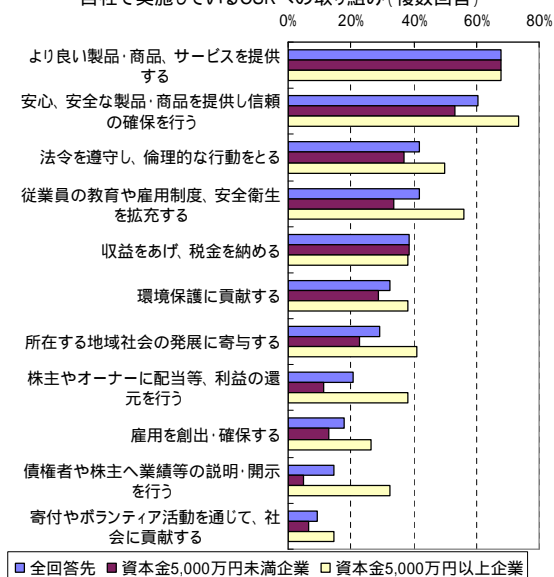
#### 4. 自社で実施しているCSRへの取り組み

広義でCSRへの取り組みに含まれる可能性がある項目の中から、自社で実施している取り組みを尋ねたところ(複数回答)、最も多い回答は「より良い製品・商品・サービスを提供する」で全体の67.7%、次が「安心、安全な製品・商品を提供し信頼の確保を行う」が60.4%、「法令を遵守し、倫理的な行動をとる」と「従業員の教育や雇用制度、安全衛生を拡充する」が41.7%であった。

顧客や販売先に対するCSRへの取り組みが上位2つを占め、先述の「2.重視する利害関係者」で「販売先・納入先」が最も多い回答であったことから、実施しているCSRへの取り組みは、顧客や販売先に対しての関係強化が多い。

またほとんどの項目で規模が大きい企業が小さい企業の割合を上回っており、規模が大きいほど幅広くCSRの取り組みを実施している。

自社で実施しているCSRへの取り組み(複数回答)

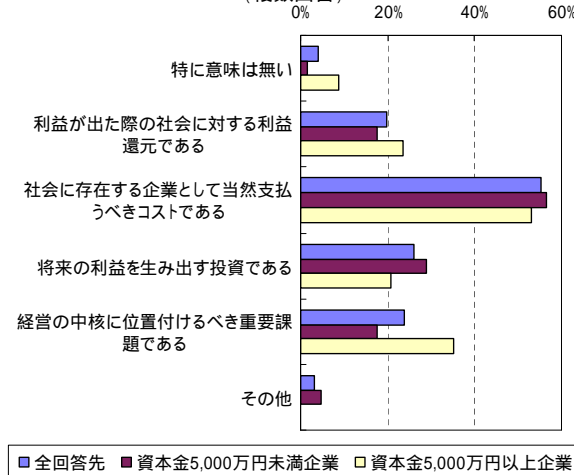


#### 5. 自社にとってのCSRへの取り組みの意味

自社にとって、CSRへの取り組みの意味を尋ねたところ(複数回答)、「社会に存在する企業として当然支払うべきコストである」と回答した企業が最も多く、全体の55.2%となった。続いて「将来の利益を生み出す投資である」が26.0%、「経営の中核に位置付けるべき重要課題である」が24.0%であった。

CSRへの取り組みを前向きな“投資”や“重要な課題”として積極的に捉えるのではなく、後ろ向きな“コスト”と捉える企業が多いものの、資本金5,000万円以上では「経営の中核に位置付けるべき重要課題である」として捉える企業が35.3%で、資本金5,000万円未満と比べ高い割合となっており、資本規模の大きい企業ほどCSRへの取り組みを重要課題として積極的に取り組んでいることが窺える。

自社にとってのCSRへの取り組みの意味(複数回答)



## 6. 具体的なCSRへの取り組み事例

回答があった主なCSRへの具体的な取り組み事例(フリーアンサー)については以下のとおりである。

関連する利害関係者	具体的なCSRへの取り組み事例
顧客・取引先	品質向上を目指し、市場に不良品を流出させない。
顧客・取引先	「不良品を(工場内へ)入れない、作らない、(工場外へ)出さない」をスローガンとして掲げ、社内への浸透を進めつつある
顧客・取引先、法令・規制	ホルムアルデヒド対策に早くから取り組んでいる
法令・規制	親会社からの指導もあり、会社及び役員・従業員が遵守すべき「企業倫理規範」を定めた
法令・規制	ISO 14001 を来年、認証取得するため、経営理念、経営方針を明確にし、現在努力をしている
法令・規制、資金調達先、環境、社会貢献	法令順守、会社情報の適時開示、官公庁等各種団体への統計資料作成協力、継続的な環境改善を実施する。年数回の会社周辺の清掃活動
労働・雇用	工場内での事故防止のため、不安全作業や不安全設備をチェックするルールを作った(イエローカードの発行)
環境	ISO 14001 を認証取得し、全従業員で環境への配慮を意識している(朝礼での唱和)
環境、法令・規制	産業廃棄物削減に協力している。仕入品に付いてくる産廃物を削減する方針
社会貢献、労働・雇用	年数回のボランティアロード活動に役員・従業員が親子で参加し、企業間、世代間の交流を図るとともに、親が率先垂範して子供に、社会マナーの大切さ、環境の大切さを教育することに努めている
社会貢献	昨年は利益が出たので、日本赤十字社や鳥取大学へ研究開発に役立てて欲しいとの目的で寄付をした
社会貢献	商工会などの経済団体へ地域の活性化を目的に積極的に参加している

以上