

「企業の社会的責任（CSR）」についてのアンケート調査

結果概要

【 総 括 】

1. 大企業・中小企業ともに「企業の社会的責任（CSR）」に対する認知度・肯定的な自己評価は半数を上回っている。
ただし、その理解度や自信の深さ、取り組み範囲の広さについては、中小企業には大企業との間に格差がある。
(注) 下記の「留意点」を考慮すると、実際の格差は調査結果以上である可能性も。
2. 今後、サプライチェーンへのCSRの浸透が経営課題として重要性を増す可能性がある。
サプライチェーンに属する中小企業ではその他の企業に比べて、販売先からの取引上の優遇を支援策として必要と考える企業が多い。
3. CSR推進への支援策として、大企業・中小企業ともに情報提供の必要性を指摘する企業が大宗を占める。
大企業は、メディアでの紹介・PRに対する期待が強い。
業況・業容や持てる経営資源に制約のある中小企業においては、CSRに対する経済的支援の必要性を指摘する声もある。
4. 今後、自由記載欄への回答事項に関して追加的な調査等を行い、中小企業が取り組むべきCSRの範囲や求められる支援策等について、さらに議論を深める必要がある。

【 留 意 点 】

1. 調査対象は東京商工会議所会員の中小企業の中では、比較的規模の大きい企業が中心

(すなわち、**会員の法定中小企業全体が母集団ではない**)。

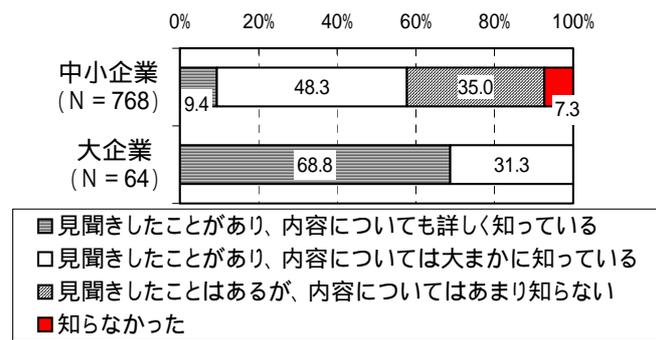
調査対象の母集団(企業数:約1万8千)のほかに、会員には「個人企業」と「資本金1千万円以下の法人企業」(企業数: , 計約5万6千)が存在している。後者については、前者に比べて規模の小さい企業が殆どを占めるとみられ、回収率の低下防止の観点から調査対象としなかった。

2. 大企業では、CSRの専任者もしくは関連部署の担当者が回答している場合もある。

【 概 要 】

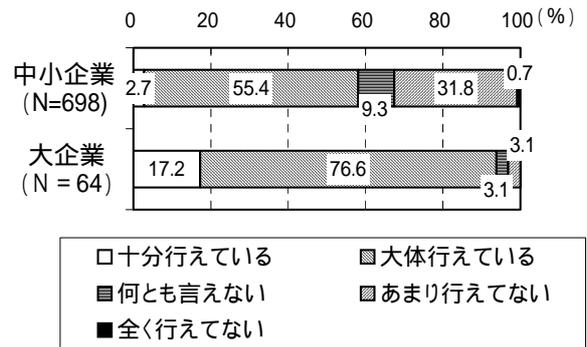
「企業の社会的責任（CSR）」への認知、肯定的自己評価は中小企業・大企業ともに半数超。CSRに取り組む理由は、その概念が社是・社訓・経営理念等に含まれていること。7割の中小企業が、法令順守・倫理的行動と良い製・商品、サービスの提供をCSRの取り組み範囲とみている。中小企業のCSRに対する理解の深さ、取り組みの範囲や自己評価の内容については、大企業との格差が大きい(例：大企業ではCSR全般への自己評価の9割超が肯定的) (図A～D)。

(図A)用語としての「CSR」に対する認識



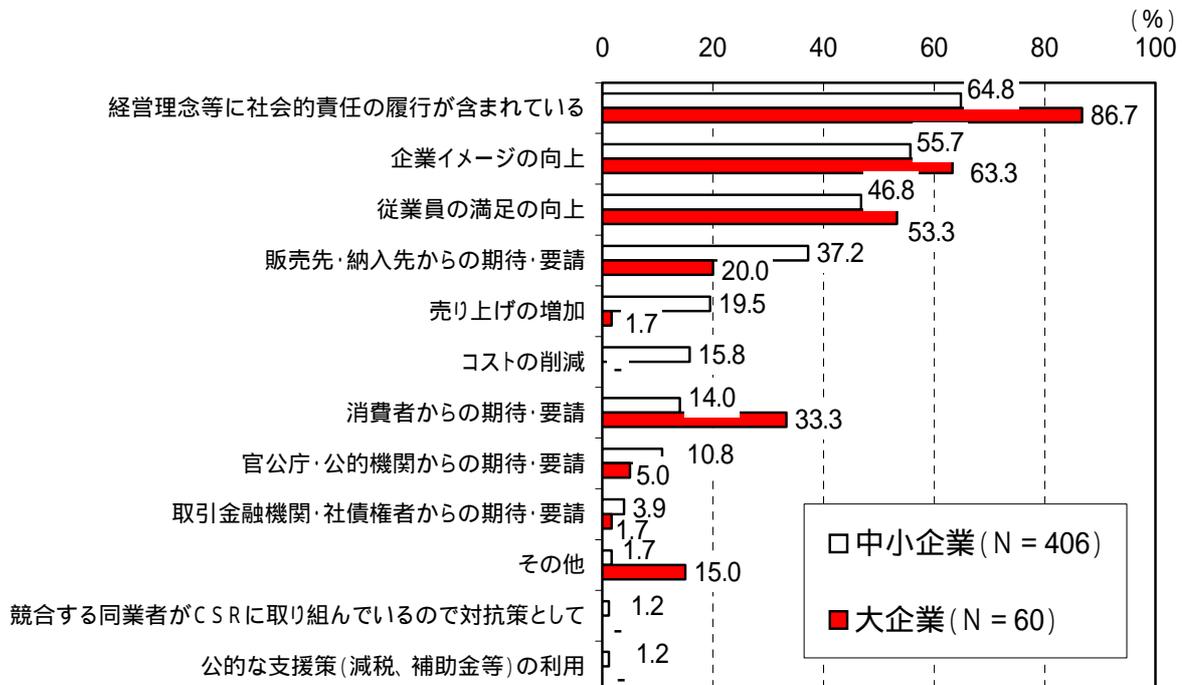
(注)四捨五入の関係上、構成比の合計が100にならない場合がある。

(図B)CSR全般に対する自己評価



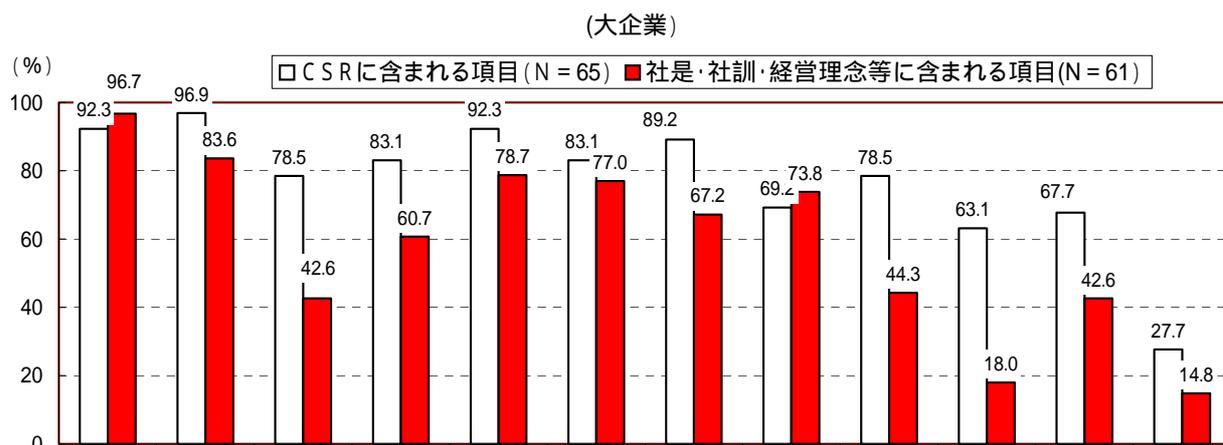
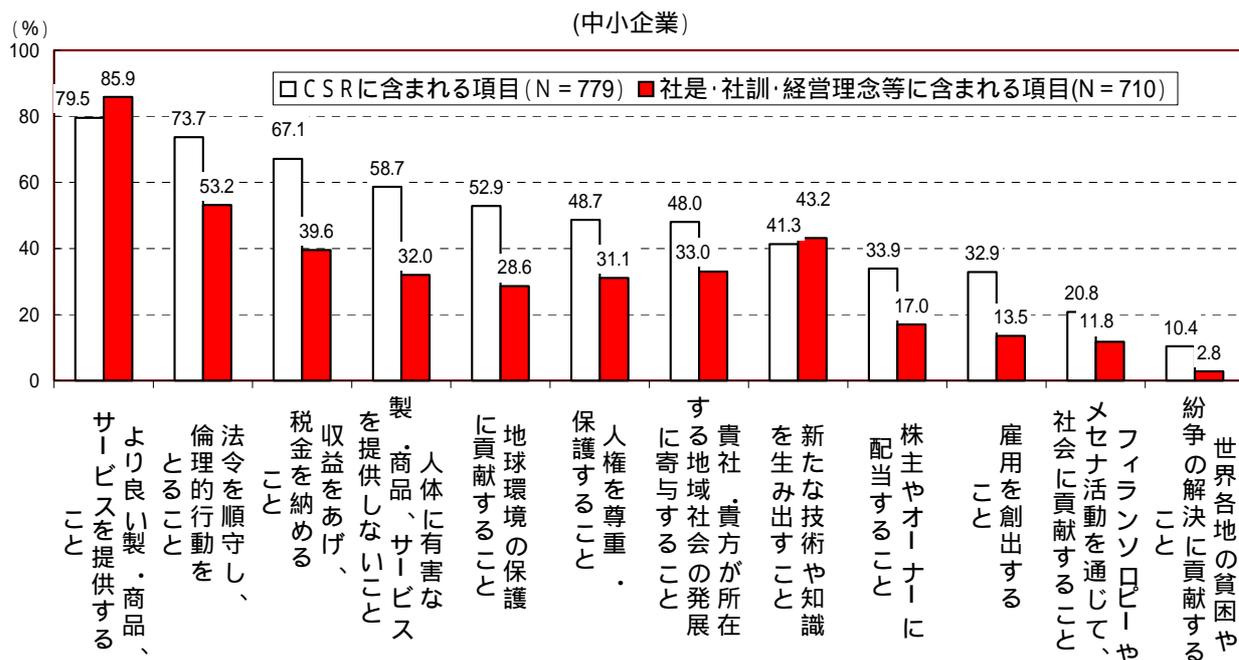
(注)四捨五入の関係上、構成比の合計が100にならない場合がある。

(図C)「CSR」に取り組む目的・理由(3項目以内複数回答)



(注)対象は、図Bの「CSR全般に対する自己評価」について、「十分行えている」または「大体行えている」と回答した企業。

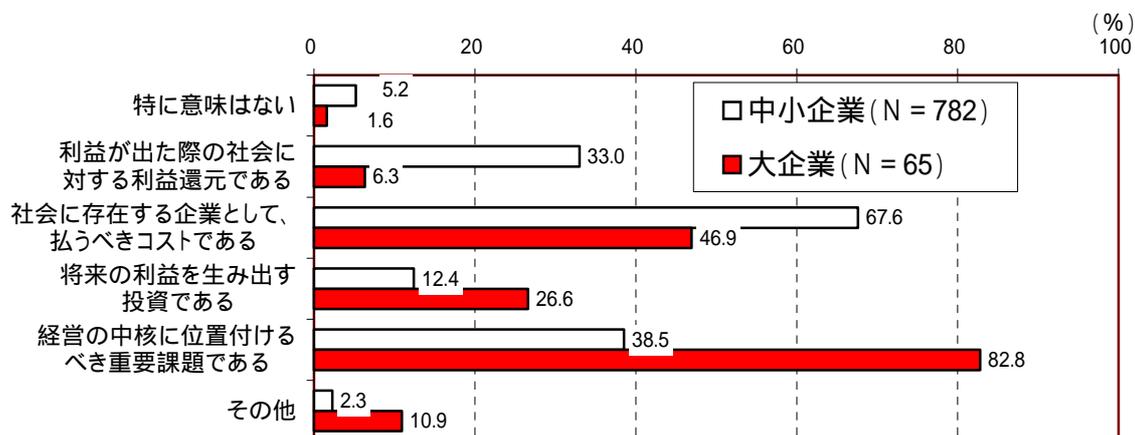
(図D) CSRに含まれる項目と社是・社訓・経営理念等に含まれる項目(複数回答)



(注) ~ は中小企業と同じ。

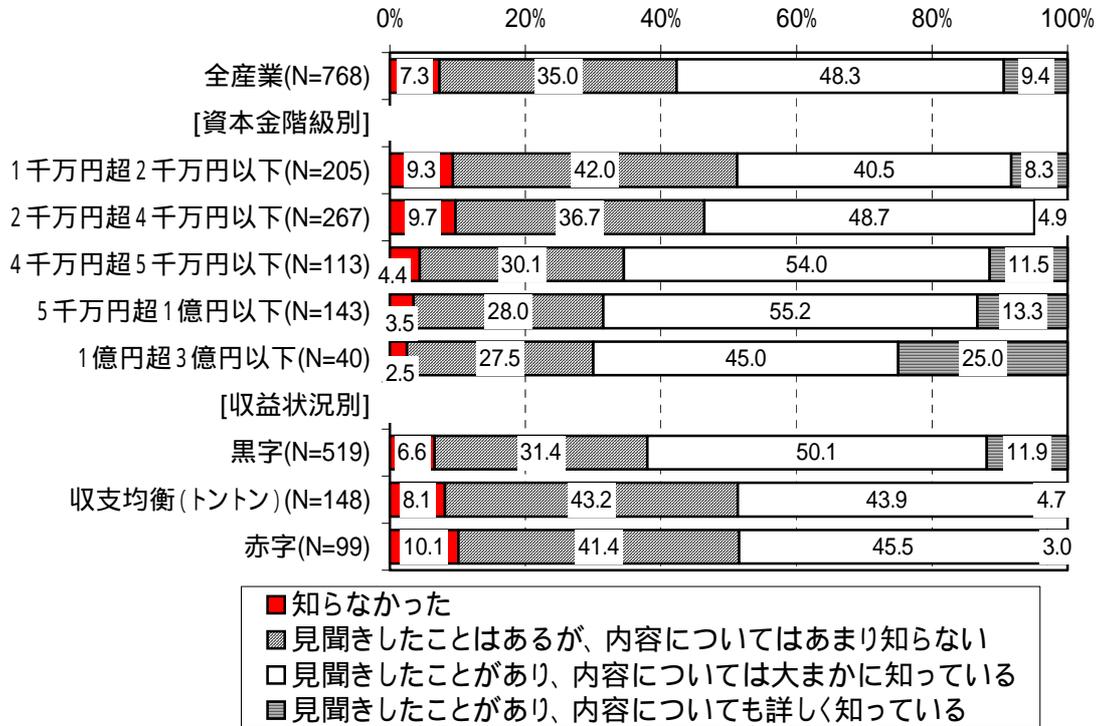
CSRの意味を、大企業では重要な経営課題、中小企業ではコストとみる企業が最も多い(図E)。

(図E) CSRの意味(2項目以内複数回答)



中小企業の中でも、規模が小さくなるほど、あるいは収益状況が良くない企業ほど、CSRへの認知度・自己評価等が劣る(図F, G)。これらからみて、本調査の対象外である資本金1千万円以下の企業では、認知度・自己評価が調査対象企業に比べて一段と劣る可能性も。

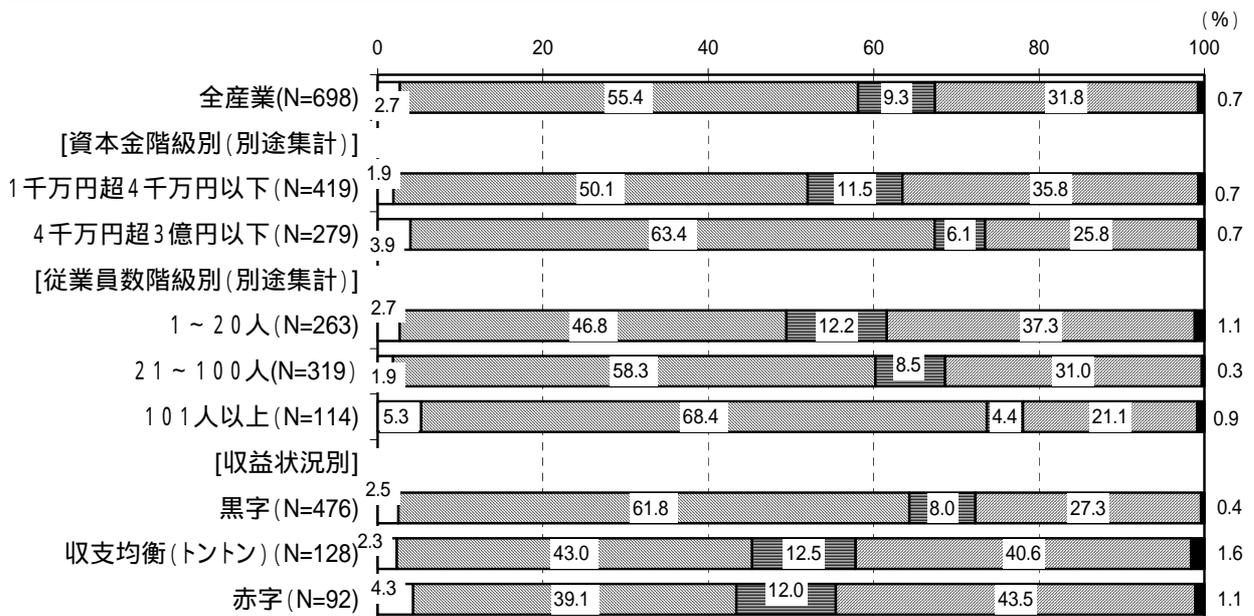
(図F)用語としての「CSR」に対する認識(中小企業:資本金階級別と収益状況別)



(注)収益状況は、直近決算での経常損益の状況。

(図G)CSR全般に対する自己評価(中小企業:資本金階級別と収益状況別)

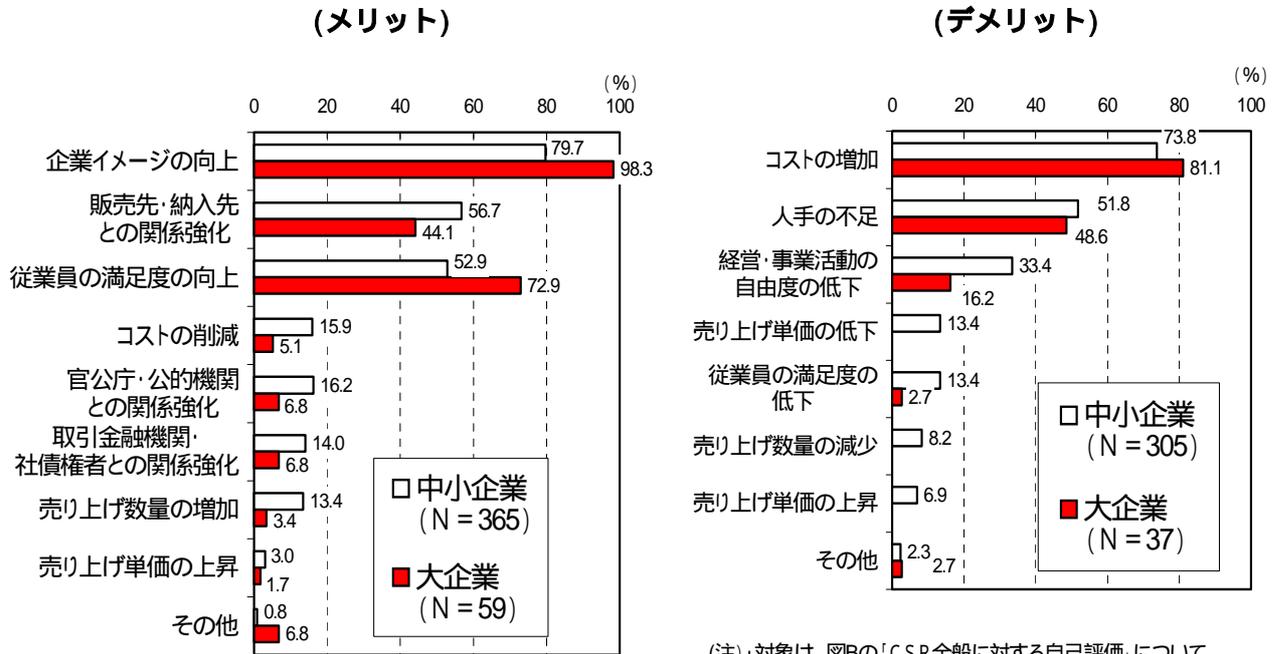
□十分行えている ■大体行えている ▨何とも言えない ▩あまり行えてない ■全く行えてない



(注)・四捨五入の関係上、構成比の合計が100にならない場合がある。
・収益状況は直近決算での経常損益の状況。

CSRに取り組むメリットはイメージアップ、デメリットはコストの増加が中小企業、大企業ともに多い(図H)。

(図H) CSRに取り組んだことによるメリットとデメリット(各3項目以内複数回答)

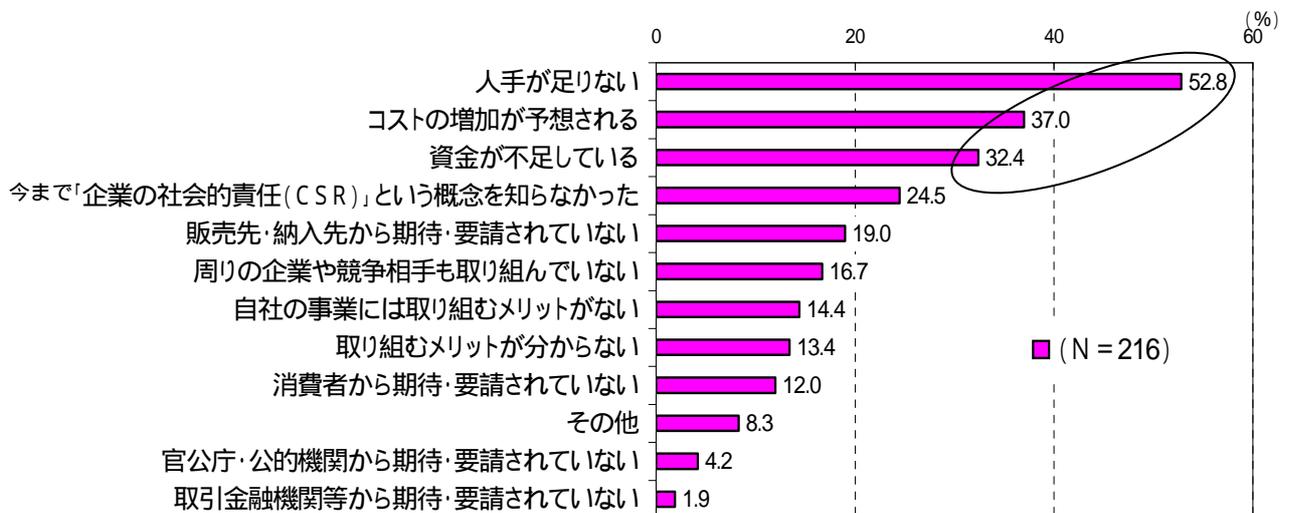


(注) 対象は、図Bの「CSR全般に対する自己評価」について、「十分行えている」または「大体行えている」と回答した企業。

(注) 対象は、図Bの「CSR全般に対する自己評価」について、「十分行えている」または「大体行えている」と回答した企業。中小企業については1%未満の少数回答として、「コストの削減」、「取引金融機関・社債権者との関係強化」、「官公庁・公的機関との関係強化」、「売上数量の増加」、「販売先・納入先との関係強化」がある。

中小企業では、CSRへの障害は人材・資金等の経営資源不足とコストの増加による収益悪化に対する懸念(図I)。

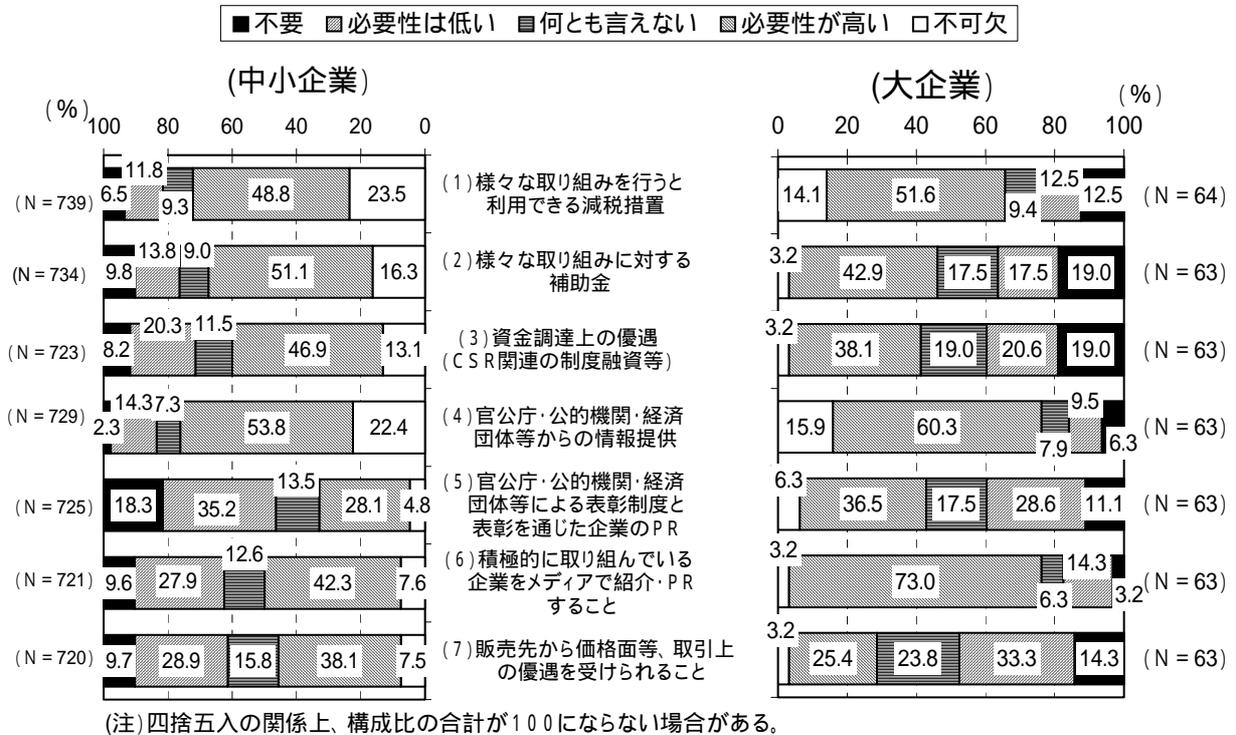
(図I) CSRに取り組めない理由(中小企業: 3項目以内複数回答)



(注) 対象は、図Bの「CSR全般」について、「全く行えていない」または「あまり行えていない」と回答した企業。

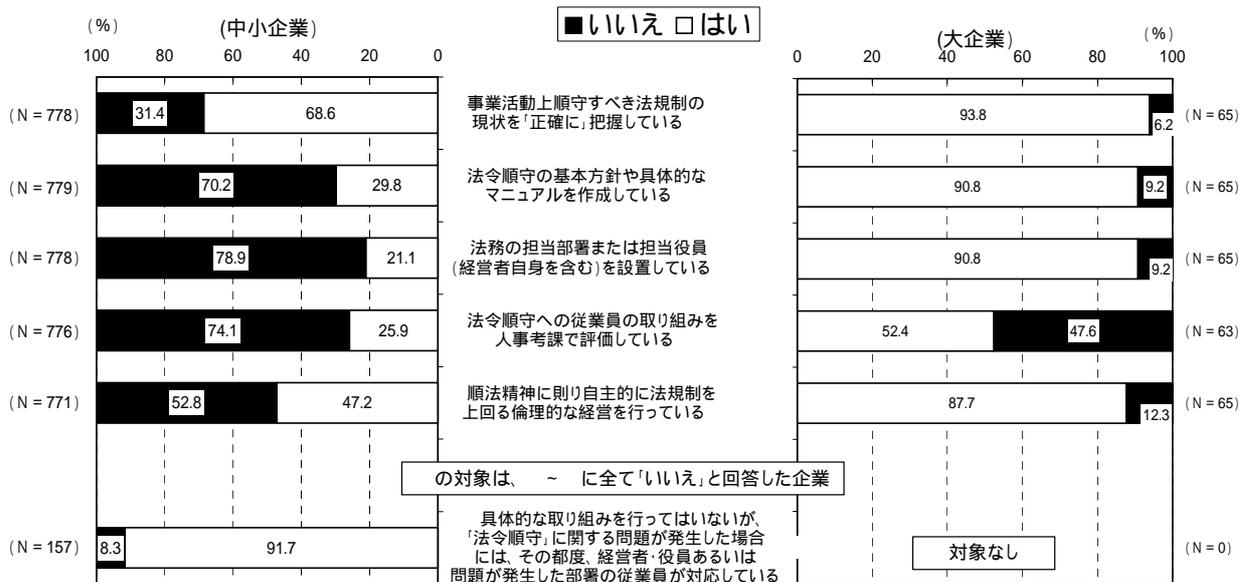
中小企業、大企業ともに4分の3が支援策として情報提供を必要とみている。中小企業では経済的な支援策(減税(注)、補助金、資金調達上の優遇)を必要とみる企業が半数超。一方、大企業ではPR効果のある支援策(メディアでの紹介や表彰制度)にも必要性を感じている(図J)。
 (注)自由記載には寄付行為に対する減税措置の必要性を指摘する意見がある。

(図J) CSRに対する支援策の必要性



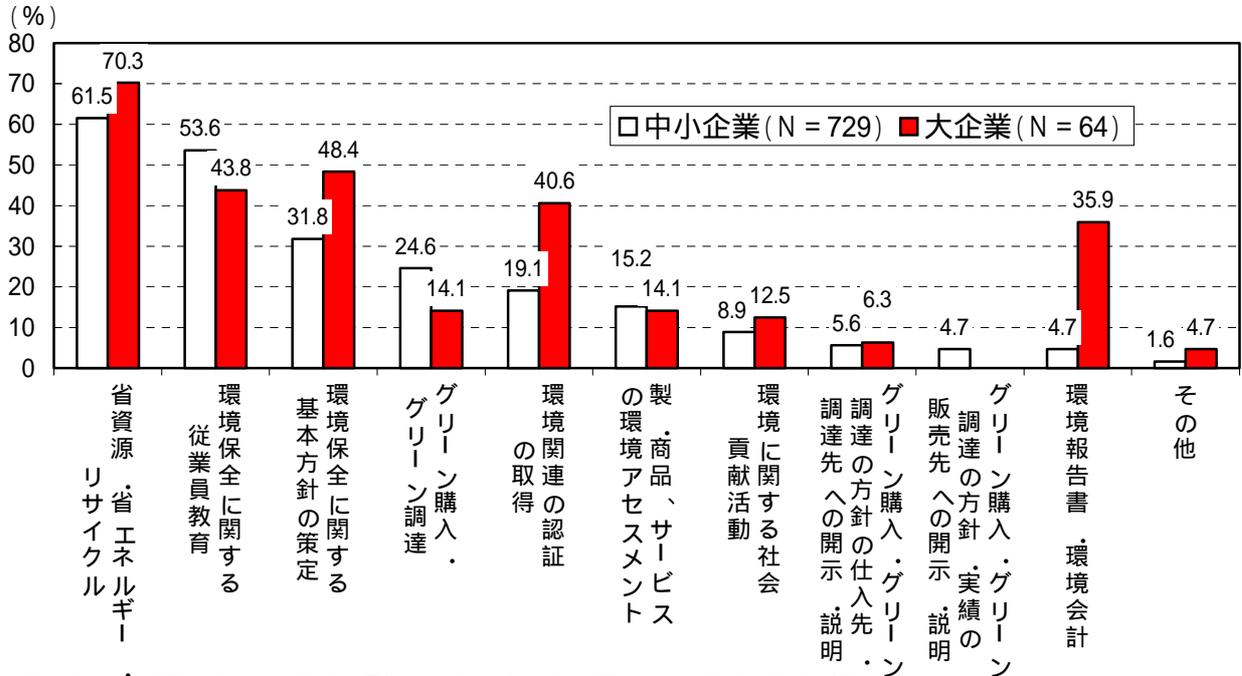
法令順守については、中小企業では7割が法規制の現状を把握している。ただ、体系的な取り組みを行っている企業は半数に達していない(図K)。

(図K) 法令順守への取り組み



環境保全については、大企業・中小企業ともに過半が省資源・省エネルギー・リサイクルを重視。しかし、環境保全の基本方針、認証の取得、環境報告書といった取り組みは、中小企業では大企業に比べて少ない(図L)。

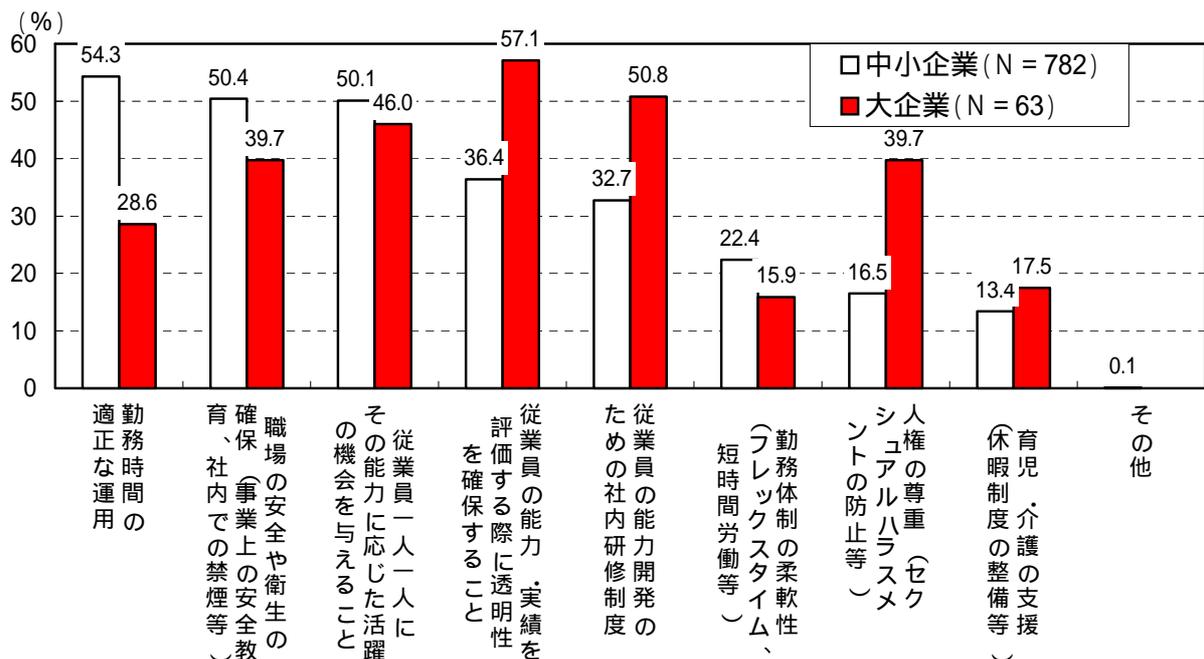
(図L)「環境保全」について重視している取り組み(3項目以内複数回答)



(注)・グリーン調達・グリーン購入:環境への負荷が少ない原材料・部品等の購入・調達。
 ・環境報告書・環境会計:廃棄物等の排出(環境への負荷)や植林(環境への貢献)等を社外へ開示する書類。

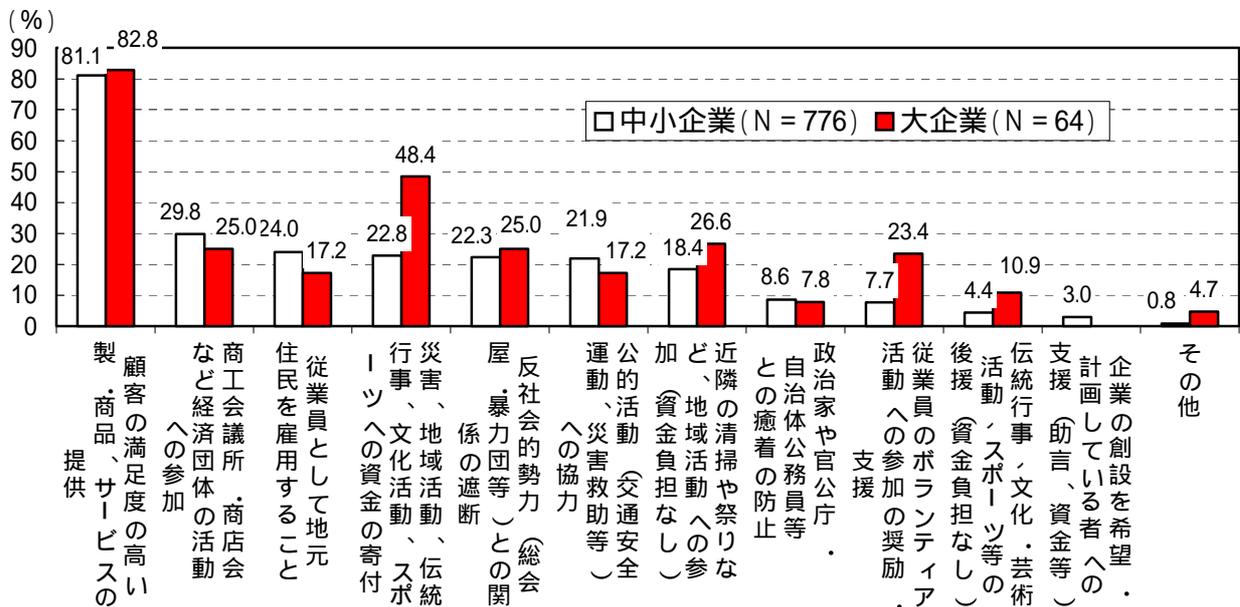
従業員の生活・教育・人権等については、中小企業では勤務時間の適正化や労働安全・衛生等を重視(図M)。

(図M)「従業員の生活・教育・人権」について重視している取り組み(3項目以内複数回答)



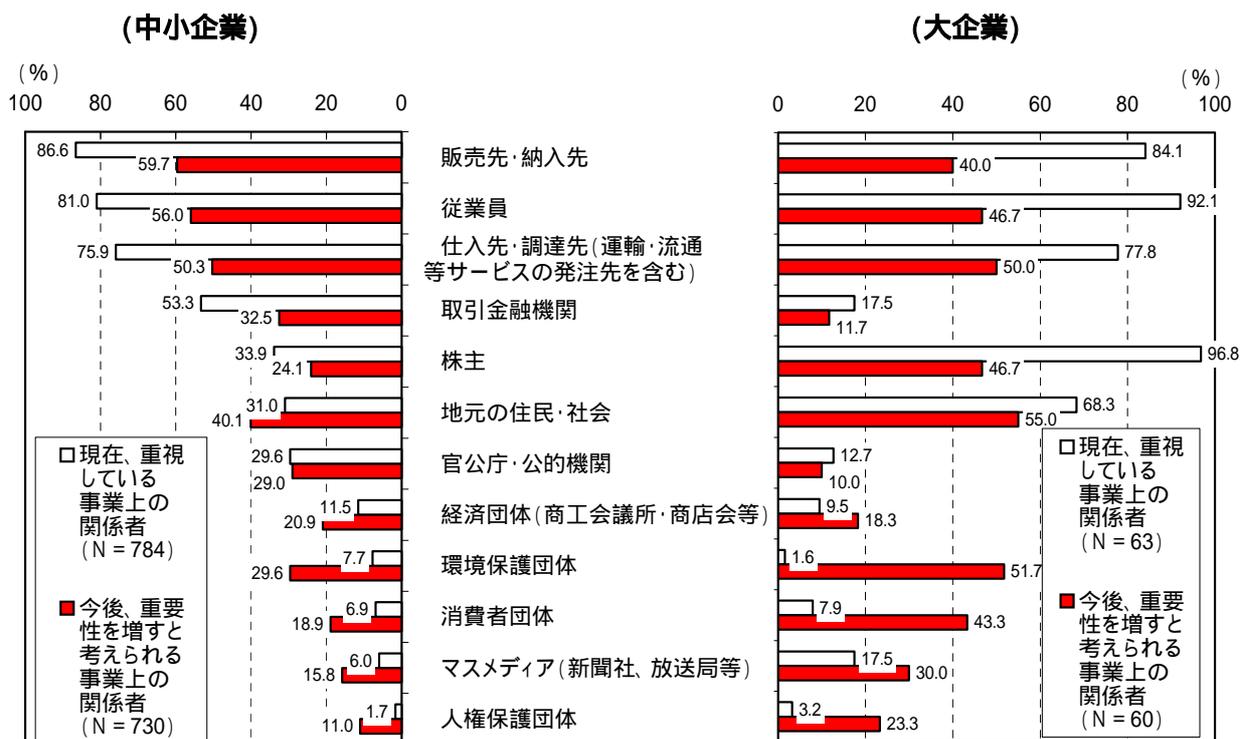
地域や社会への貢献・責任については、中小企業、大企業ともに顧客満足度の高い製・商品、サービスの提供を大方の企業が重視（図N）。

（図N）「地域や社会への貢献・責任」について重視している取り組み（3項目以内複数回答）



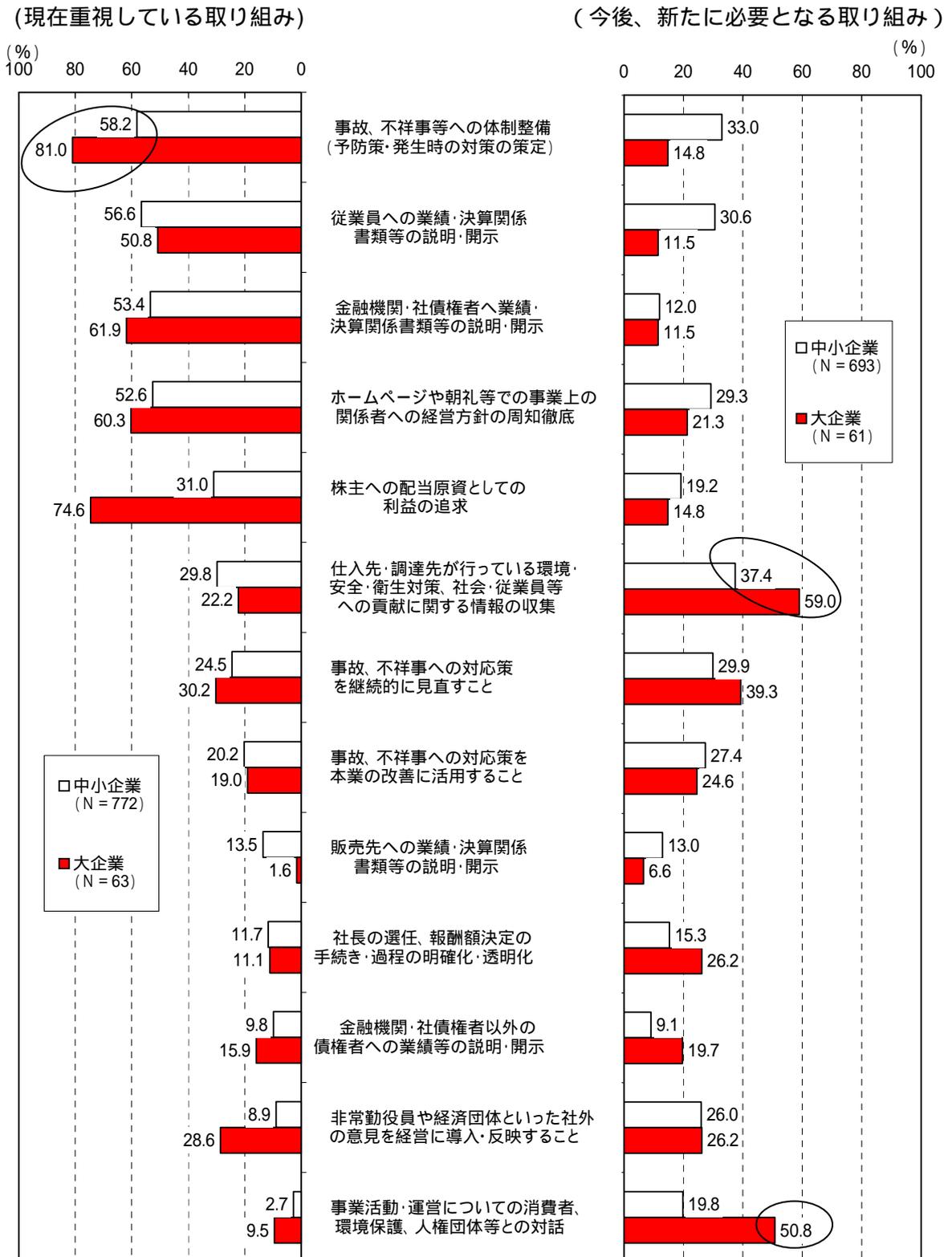
現在、重視するステークホルダーは中小企業では販売先、大企業では株主。半数の大企業が、今後、地元の住民・社会、環境保護団体、仕入先・調達先の重要性が増すと考えている（図O）。

（図O）ステークホルダーに対する認識（5項目以内複数回答）



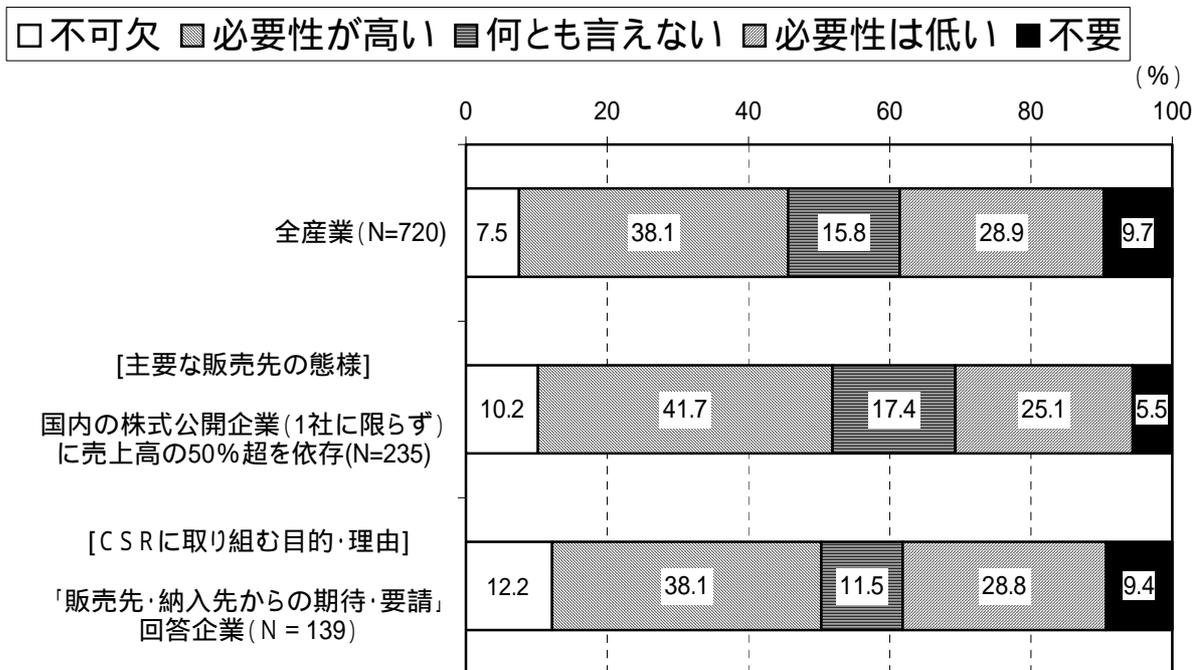
企業統治については、大企業・中小企業とも現在は事故・不祥事に対する体制の整備を重視。現状では、サプライチェーンでのCSRに対する取り組みとして、仕入先が行うCSRの情報収集を重視する企業は、中小企業、大企業ともに多くない。しかし、今後については、大企業、中小企業ともに仕入先のCSRの情報収集が経営課題として新たに重要性を増すと認識が高い。大企業では、各種ステークホルダーとの対話を今後必要と見る企業が半数に達する(図P)。

(図P)企業統治に関して、「現在重視している取り組み」と「今後、新たに必要となる取り組み」
(各5項目以内複数回答)



国内の株式公開企業を主要販売先とする中小企業、及び販売先からの期待・要請を理由としてCSRに取り組む中小企業で価格面等、販売先による取引上の優遇が支援策として必要とする声が全体と比べて相対的に多い(図Q)。

(図Q) CSRに対する支援策の必要性
(中小企業:「販売先から価格面等、取引上の優遇を受けられること」)



(注)・四捨五入の関係上、構成比の合計が100にならない場合がある。
・CSRに取り組む目的・理由の対象は、図Bの「CSR全般」について、「十分行えている」または「大体行えている」と回答した企業。

自由記載をみると、中小企業では業況・業容の制約もあり、本来の事業による社会への貢献と法令順守の重要性、経済的支援の必要性を強調する声が強い。その一方で、CSRには自主的に取り組むべきであるとの意見も根強い。また、大企業・中小企業ともに、支援策としてCSRに関する情報提供の必要性を指摘する意見が多い。

主要な自由記載 (中小企業)

内容	自由記載欄 (抜粋)
本業による社会への貢献	「企業の社会的責任」と言うのと、とかく人的貢献と考えられがち。しかし、真の「企業の社会的責任」とは、日常生活上、安全と豊かさを感じる環境なり製品を創りだして、顧客及び社会がその利便性を享受できるようすることではないか。当社はこうした考えに基づき新しい製品・サービスの開発に努力している(建設)。
企業の自主性	CSRは自力更正で行い支援策は期待するべきではない(化学系製造業)。
法令順守、倫理	いつの時代も同じで、企業の社会的責任の遂行にとって最も重要なことは経営者の倫理的な考え方(建設)。 地球環境の保護や人権の尊重をするという当り前の理念を持っていない企業は淘汰されるのが必然であると思う。企業も人間も何が自分にとって得であるかではなく、何が正しいことであるかという判断をしなければいけない(化学系製造業)。
業況・業容の制約	零細企業においては、企業の存続を維持するのに全精力を注入している状態。CSRについて理解はできるが、現状ではなかなか取り組めない。情報提供や補助金等の支援策を提供してくれれば前向きに考えたい(加工・組立系製造業)。
経済的支援・情報提供	販売先が要求のみで価格を見直してくれないことが多い。特に、大手企業に協力していただきたい(加工・組立系製造業)。 社会的貢献度の高いものに対する資金提供や寄付行為等に対する減税措置をぜひとも導入してほしい。(アメリカ等を参考に)(サービス)

【 調査要領 】

調査目的

- ・ 中小企業(本調査では、東京商工会議所会員(**1ページ留意点を参照のこと**)について、大企業(同、議員企業)と比較しつつ「企業の社会的責任(CSR : Corporate Social Responsibility の略) (注) 」に対する認識、取り組みの実態の把握と課題の抽出、及び求められる支援策の分析を行う。

(注) 本調査では、「法令順守に基づいた事業活動により収益を確保することにとどまらず、地球環境の保全や(地域)社会とそのメンバーである人間への貢献とのバランスにも配慮すること等も企業が負うべき責任であり、同時にその内容を事業上の関係者に説明する必要があるとの概念」とした。

調査期間

- ・ 2005年2月10日～2005年3月8日

調査対象

- ・ 中小企業：東京商工会議所会員の内、資本金1千万円超3億円以下の法人企業で、資本金の上限が中小企業基本法の基準を充足する企業17,825社を母集団とし、業種別・資本金別に系統抽出した4,209社(**東商会員の法定中小企業全体(約7万4千)が母集団ではないことに留意のこと。詳細は1ページ留意点を参照**)。
- ・ 大企業：東京商工会議所議員企業の内、資本金3億円超の株式会社109社。

有効回答数(カッコ内は回収率)

- ・ 中小企業：798社(19.0%)
- ・ 大企業：65社(59.6%)

【 回答企業の属性 】

1. 資本金階級(S.A.)

上段:実数、下段:構成比(%)

	回答 企業数	1千万円超 2千万円以下	2千万円超 4千万円以下	4千万円超 5千万円以下	5千万円超 1億円以下	1億円超 3億円以下	3億円超	無回答
中小企業	798	213 26.7	276 34.6	116 14.5	153 19.2	40 5.0		-
大企業	65						65 100.0	-

2. 業種(S.A.)

上段:実数、下段:構成比(%)

	回答 企業数	製造業					非製造業							無 回答	
		製造業 計	素材系 製造業	化学系 製造業	食品系 製造業	加工・ 組立系 製造業	非 製造業 計	建設 業	情報 通信	運 輸	卸 売	小 売	サ ー ビ ス		その 他の 非 製 造 業
中小企業	792	226 28.5	32 4.0	31 3.9	25 3.1	138 17.4	566 71.5	129 16.3	43 5.4	39 4.9	187 23.6	37 4.7	94 11.9	37 4.7	6
大企業	65	28 43.1	3 4.6	6 9.2	4 6.2	15 23.1	37 56.9	5 7.7	3 4.6	3 4.6	8 12.3	6 9.2	6 9.2	6 9.2	-

(注) ・素材系製造業は、木材・木製品(家具を除く)、パルプ・紙・紙加工品、窯業・土石、鉄鋼、非鉄金属、繊維(衣服、その他の繊維製品を除く)。
 ・化学系製造業は、化学工業、石油製品・石炭製品、プラスチック製品、ゴム製品。
 ・食品系製造業は、食品、飲料・たばこ・飼料。
 ・加工・組立系製造業は、衣服、その他の繊維製品、家具・装飾品、印刷・同関連、なめし皮・同製品・毛皮、金属製品、一般機械器具、電気機械器具、情報通信機械器具、電子部品・デバイス、輸送用機械器具、精密機械器具、その他の製造業)
 ・小売業には飲食店を含む。
 ・その他の非製造業は、鉱業、電気・ガス・熱供給・水道、金融・保険、不動産、宿泊業、医療・福祉、教育・学習支援。
 ・四捨五入の関係上、構成比の合計が業種小計または合計に一致しない場合がある。

3. 従業員数(S.A.)

上段:実数、下段:回答企業数合計に対する構成比(%)

	合計	1～5人	6～20人	21～50人	51～100人	101～300人	301人以上	平均(人)	無回答
中小企業	796 100.0	66 8.3	237 29.8	222 27.9	148 18.6	104 13.1	19 2.4	70.6	2
大企業	65 100.0	-	-	-	3 4.6	2 3.1	60 92.3	11,148.3	-

4. 直近決算での経常損益の状況(S.A.)

(実情に最も近いもの)

上段:実数、下段:構成比(%)

	回答企業数	黒字	収支均衡 (トントン)	赤字	無回答
中小企業	796 100.0	541 68.0	152 19.1	103 12.9	2
大企業	65 100.0	62 95.4	1 1.5	2 3.1	-

5. 主な販売先(S.A.)

	中小企業		大企業	
	回答企業数	構成比(%)	回答企業数	構成比(%)
合計	792	100.0	65	100.0
国内の株式公開企業(1社に限らず)に売上高の50%超を依存	262	33.1	17	26.2
国内の株式非公開企業に売上高の50%超を依存	314	39.6	3	4.6
国内の一般消費者に売上高の50%超を依存	83	10.5	22	33.8
国内の官公庁・公的機関に売上高の50%超を依存	42	5.3	1	1.5
海外(の企業、一般消費者、官公庁・公的機関)に売上高の50%超を	16	2.0	2	3.1
上記以外	75	9.5	20	30.8
無回答	6	-	-	-

本調査に関するご照会先

東京商工会議所 / 産業政策部 (藤野)

電話番号: 03-3283-7628 (直)

電子メール: sansei@tokyo-cci.or.jp

