

# CSRを通じた 地域社会貢献活動の実態

「道内で活動する企業のCSR実態調査」速報から

CSRに対する関心が高まる中、(社)日本経済団体連合会や公益社団法人経済同友会などでは、全国の企業を対象にしたCSRへの意識や自己評価について、定期的な調査が実施されています。しかし、道内で活動する企業のCSRへの意識や取り組みの実態は把握されていませんでした。

そこで、釧路公立大学地域経済研究センターと、公益財団法人秋山記念生命科学振興財団のネットワーク形成事業により発足した社会起業研究会が共同で「道内で活動する企業のCSR実態調査」を実施しました。ここでは、その速報集計結果（暫定値）を紹介しながら、道内で活動する企業のCSR活動について見ていきます。

## 調査の概要と対象企業の属性について

「道内で活動する企業のCSR実態調査」は、2010年11月下旬から郵送調査で実施しました。北海道経済連合会（道経連）と北海道経済同友会（同友会）の協力のもと、調査票はそれぞれの加盟企業や個人あてに定期物の発送時に同封していただくという方法をとっています。道経連の加盟企業約300社と、同友会は加盟者（同友会は個人加盟のため、経営者や幹部など個人あてに発送。同企業内で重複した場合は1名のみへ発送）約270名に発送しています。ただし、道経連加盟企業で、同友会にも加盟している場合も考えられるため、重複して調査票が届いた場合は、いずれかを返送いただくよう、文書を添付しました。調査票の締め切りは12月20日とし、有効回答は174でした。

レポート  
Report



回答いただいた企業の業種は、製造業が24.7%と最も多く、次いで建設業18.4%、卸・小売業14.9%となっています（表1）。本社所在地は、道内が73.6%、東京都が23.6%でした（表2）。道内企業の本社所在地は札幌市が66.4%、札幌市以外の道央が19.5%と、道央圏の企業が8割以上を占めています（表3）。また、全従業員数は101~300人が23.0%と最も多くなっていますが、300人以下の中小企業よりも、それ以上の従業員がいる比較的大きな規模の企業からの回答が半数以上となっており、この点を留意して結果を見ていく必要があるでしょう（表4）。

### CSRへの意識と取り組みのきっかけ

CSRを意識して活動しているかの質問では、「積極的に意識して取り組んでいる」「意識して取り組んでいる」を合わせると89.1%と高い数値になりました（表5）。'05年に(社)日本経済団体連合会（企業行動委員会、社会貢献推進委員会、社会的責任経営部会）が調査したCSRに関するアンケート調査（回答数572。グラフの経団連調査（2005年）を参照。以下同様）では、CSRを意識して活動していると回答した企業は75.2%でした。5年という時間がCSRへの意識を高めたといえるでしょう。

社内的に取りまとめているCSRの考え方や方針について尋ねたところ、「企業行動に関するものを策定している」が74.7%と最も高く、次いで「経営理念に関するものを策定している」71.3%、「社員の行動や倫理に関するものを策定している」64.4%となっています（表6）。経団連調査では5年前でも経営理念に関するものが90.7%、社員の行動や倫理に関するものが88.6%、企業行動に関するものが84.8%と、いずれも今回の調査結果より高い割合を示しており、考え方や方針をしっかりと取りまとめているといえるでしょう。

一方、CSRの観点から社内的に取り組み始めてどの程度経つかを尋ねたところ、「10年以上」、2000年以前の割合が30.5%に対し、それ以降の「1年未満」から「5年

以上10年未満」までのトータルが59.8%となっています（表7）。経団連調査でも、2003年以前から取り組んでいる企業が52.7%、2004年からは37.7%、2005年からは9.1%となっており、この10年でCSRに取り組む企業が増加してきたことが分かります。

また、CSR活動に取り組み始めたきっかけは、今回の調査では「新聞や雑誌などのマスコミ報道や世論の盛り上がりから」31.6%、「ISOにおける規格化の議論から」24.7%、「中央官庁の動向から」22.4%という順になっていますが、経団連調査と比較すると、「不祥事を受けての社内改革の一環として」や「合併など会社組織の改編を機に」の割合がやや高く、道内で起こった食品関連の事件など、具体的に教訓を得る機会があったことが一因になっていると推察できます（表8）。

### 道内のきびしい経済環境を反映

CSR活動の取り組みをどのように推進しているかを尋ねたところ、「経営者などのトップダウンで推進」は71.8%でした（表9）。

また、CSR活動を推進する社内横断的な組織や委員会の設置については、「設けている」は59.2%となりました（表10）。一方で、CSR活動の推進部署や専任担当者を設けているかという質問では、「専門部署を設けている」は40.2%にとどまり、経団連調査の52.7%には届きませんでした（表11）。「設けていない」企業も33.9%と割合が高く、それは道内に本社がある企業がほとんどでした。CSR活動や地域社会貢献活動を阻害する要因については、「経済的な余裕がなくなっている」「時間的余裕がない」「専門知識不足・体制整備のための人員不足」といった回答が寄せられており、利益の確保とCSR活動を両立させる難しさを表しています。

CSR活動についての報告書等の発行についても、「何らかの報告書を発行している」企業は33.9%にとどまり、「発行していない」が42.5%と半数近くを占めています（表12）。この背景にも同様の事情が読み取れます。

表1 対象企業の業種

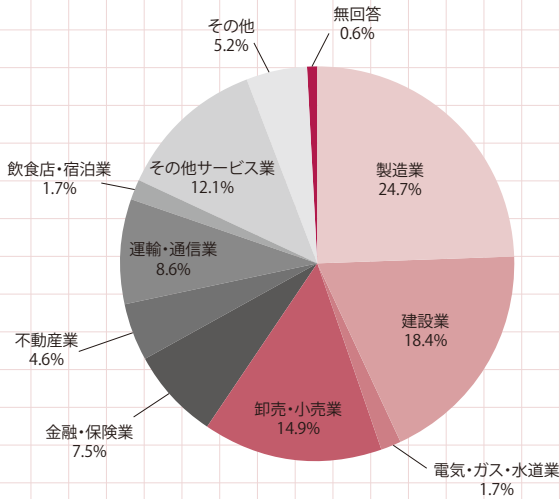


表4 全従業員数

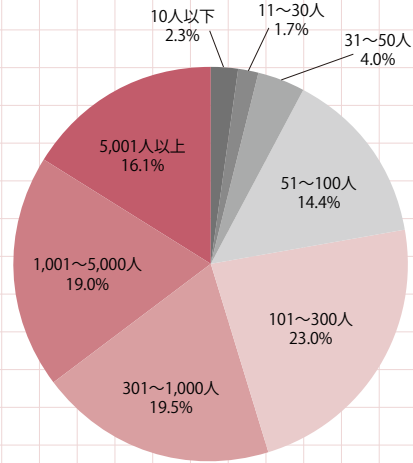


表2 対象企業の本社所在地

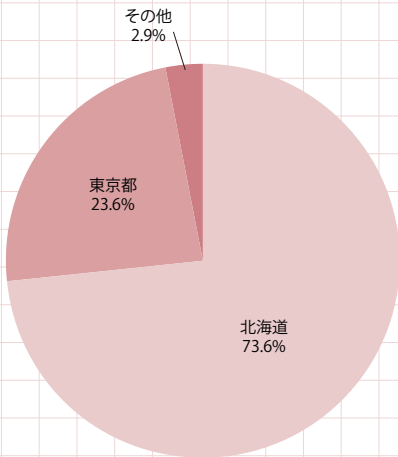


表3 道内企業の本社所在地

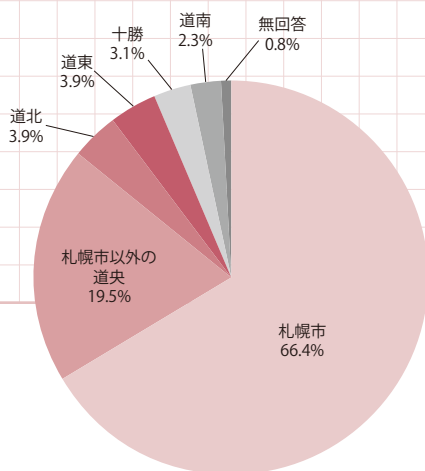


表5 貴社では、CSRを意識して活動していますか

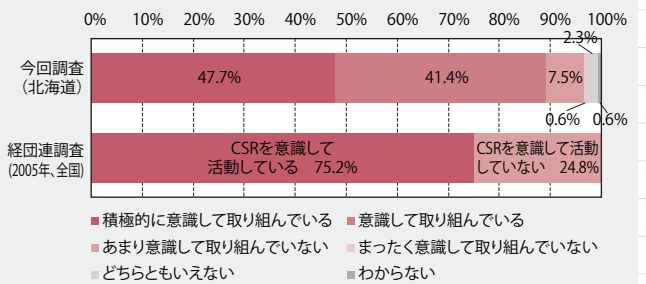


表6 社内的に取りまとめているCSRの考え方や方針について教えてください(複数回答)

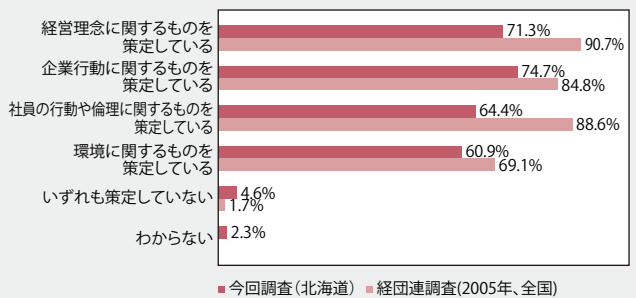
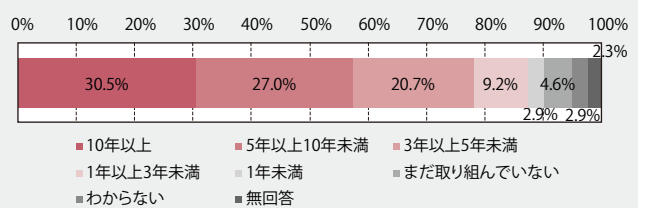


表7 CSRの観点から取り組み始めてどのくらい経ちますか



## 法令順守からより高次の活動範囲を目指して

CSRに関連する七つの分野を示して、取り組んでいる分野について尋ねたところ、「個人情報保護・情報セキュリティ」が81.0%、「製品・サービスの安全・品質」が79.3%、「環境」が78.7%となりました（表13）。「地域貢献を含む社会貢献」も7割以上が取り組んでおり、CSRにおける地域社会貢献への意識が高いことがうかがわれます。

この七つの分野で、CSRをどの範囲の活動として取り組んでいるかについて、「法令遵守」「法令遵守を超えた社会的良識の範囲」「持続可能な社会の創造に向けた活動」の中から選択してもらったところ、「個人情報保護・情報セキュリティ」「労働慣行」といった分野では、「法令遵守」と回答した割合が高く、「地域貢献を含む社会貢献」「環境」といった分野では、「持続可能な社会の創造に向けた活動」と回答した割合が高い傾向が見られました（表14）。

（社）日本経済団体連合会（企業行動委員会）では、'09年にも「CSRに関するアンケート調査」を実施していますが、その結果も、「個人情報保護・情報セキュリティ」「労働慣行」分野では「法令遵守」が、「地域貢献を含む社会貢献」「環境」分野では「持続可能な社会の創造に向けた活動」が高い割合を示す傾向は同様です（表15）。いずれの分野も「法令遵守」にとどまらず、より高次の「法令遵守を超えた社会的良識の範囲」「持続可能な社会の創造に向けた活動」へ展開していることが分かります。

では、CSR活動はどのような意味を持っていると考えられているのでしょうか（表16）。ブランド力や信頼等の「企業価値創造の一方策」ととらえている企業が最も多く、次いで「持続可能な社会づくり・地域づくりへの貢献」「リスクマネジメント」となっています。「将来の利益を生み出す投資」「優秀な人材確保・維持の一方策」などは割合が低く、まだこうした視点でのCSR活動にはつながないといえるでしょう。

## CSR活動と地域社会貢献

CSR活動の中で、地域社会貢献は「持続可能な社会の創造に向けた活動」としてとらえられ、同時にCSR活動を行う意義としての認識も高いという結果が出ていますが、CSR活動として地域社会貢献活動を継続的に行っている企業の割合は61.5%となっています（表17）。

具体的にどのような分野で活動しているかを尋ねてみると、「環境保全活動」が73.7%と最も高くなっています。その内容は清掃活動や植樹活動などの身近な取り組みから二酸化炭素対策やゼロエミッションの推進など、多岐にわたっています。また、「地域経済の活性化」と回答した企業では、地元採用による雇用創出や地域製品の有効利用などを明確に意識して活動していることをうかがわせる回答もありました。

それらの活動が本業と関連性があるかを尋ねたところ、「直接的な関連性がある」36.5%、「ビジネスで得たノウハウを活かすなど、間接的に関連性がある」21.2%でした。本業との関連性を意識した活動は、それほど高い比率にはならないだろうと仮定していましたが、意外にも半数以上が直接・間接的に意識して活動しているようです。調査票返送の際に、CSR報告書などの資料を添付いただいた企業も多く、今後、フリーアンサーの内容や資料を参考に、さらに分析を進めていく予定です。

## 今後に向けて

社会的ニーズの事業化として、新製品や新サービスなど、新規の取り組みが進んでいる分野や進めるべきだと思う分野について尋ねたところ、「環境」が60.9%と最も高い割合となりました。すでに地域社会貢献活動として取り組んでいることから、この動きを北海道の活性化につなげていく視点が大切です。

アンケートでは、「横の連携、情報交換の場がない」「税制面でのメリットがない」など、現在のCSRを取り巻

表8 社内的にCSR活動に取り組み始めたきっかけを教えてください（複数回答）

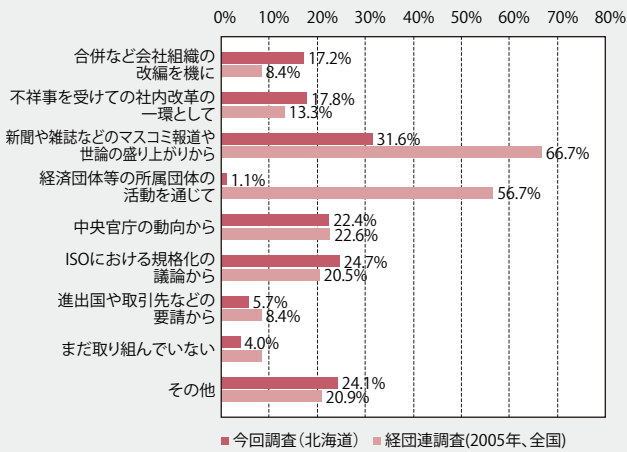


表9 CSR活動の取り組みはどのように推進されていますか

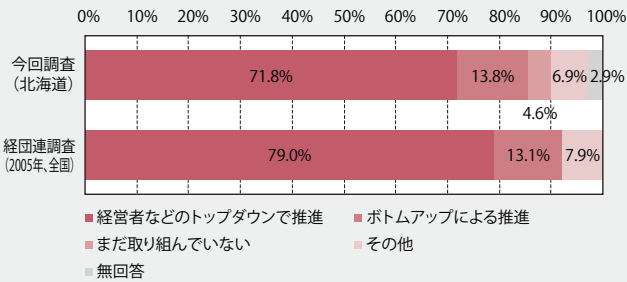


表10 CSR活動を推進する社内横断的な組織や委員会を設置していますか

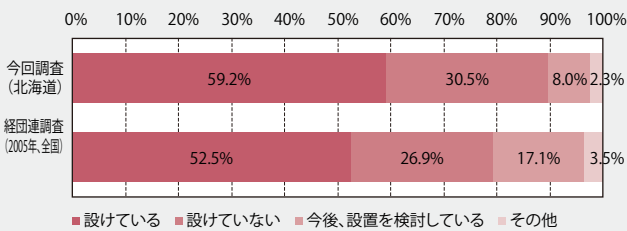


表11 CSR活動を推進する部署や専任担当者を設けていますか

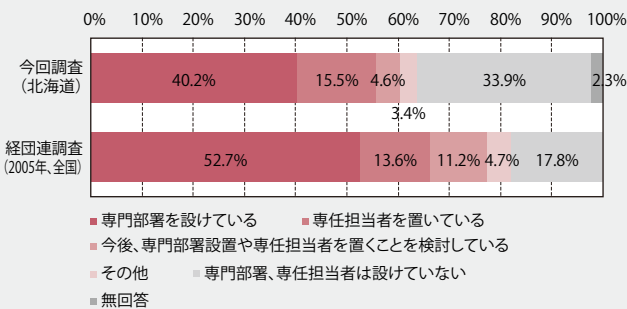


表12 CSR活動について、報告書等を作成していますか

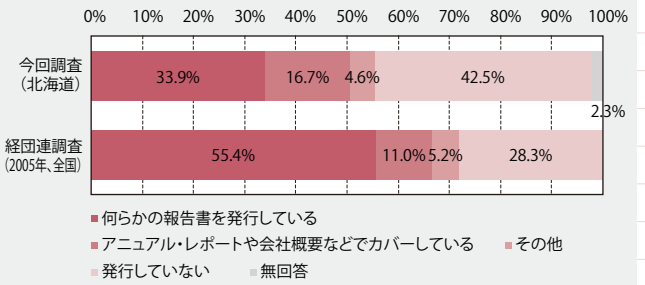


表13 次のCSRに関連する分野について、貴社が取り組んでいる分野に○を付けてください（複数回答）

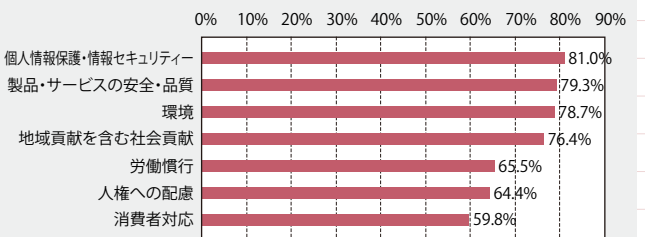


表14 それぞれの分野において、貴社ではCSRをどの範囲の活動として考えていますか

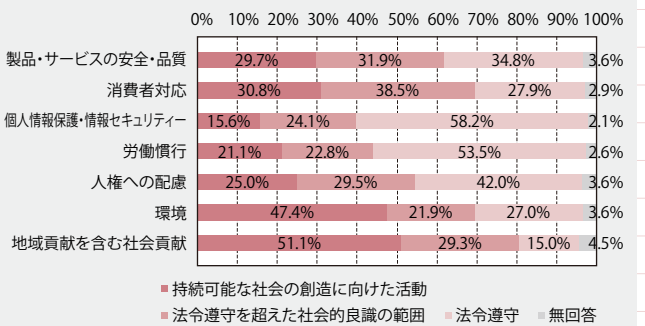
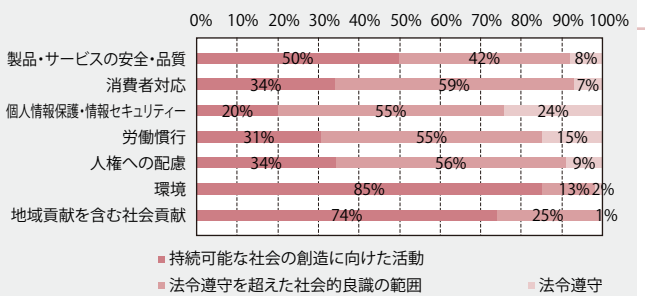


表15 CSRに関する基本的な考え方、分野別のCSR活動のとらえ方（経団連調査、2009年）





く環境への課題に向けた意見も見られていました。一方、比較的規模の大きな企業からの回答が多かったこともあり、CSRや持続可能な地域社会づくり、地域社会貢献に対する意識がやや高く表れたのではないかと考えています。

今後は、CSRを通じた地域社会貢献、本業力を通じたCSR活動の展開に向けて、道内で活動する多くの企業が相互に情報交換しながら、意識を醸成し、共通の課題について問題提起していくような場を構築していくことが求められます。また、地域のニーズや課題を発掘していくために、地域と企業が相互理解を深める機会をつくっていくことも必要でしょう。

表18 (地域社会貢献活動を行っている場合)、具体的にどのような分野で活動していますか (複数回答)

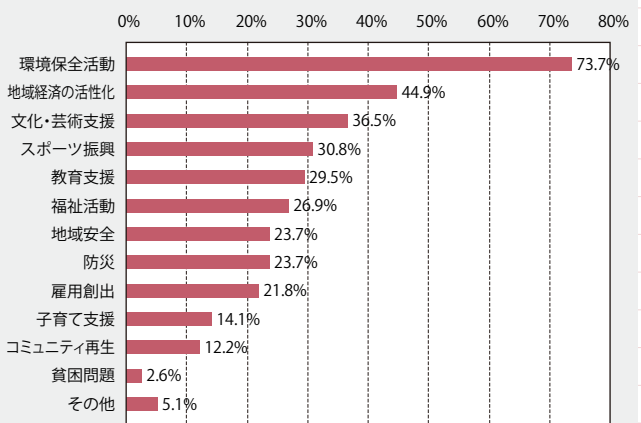


表16 貴社にとって、CSRはどのような意味を持っていますか。最も近いと思うものを選んでください (三つまで)

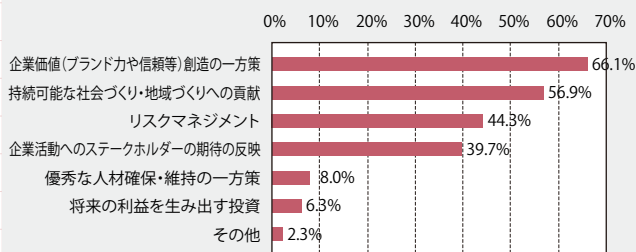


表19 その活動は本業と関連性がありますか

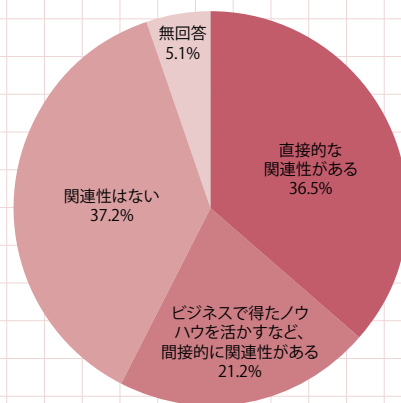


表17 貴社では、CSR活動の一環として何らかの地域社会貢献活動を行っていますか

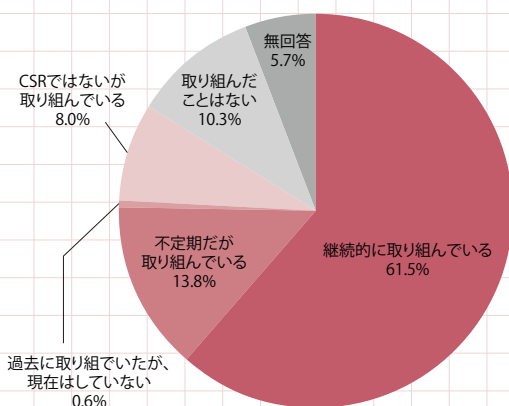


表20 社会的なニーズの事業化として、貴社で新製品や新サービス、新規事業の取り組みが進んでいる分野、または進めるべきだと思いを教えてください (三つまで)

