

**調査票 社会・ガバナンス編  
分析結果**

# 社会 IR、電気・ガス、空運、保険がトップクラス

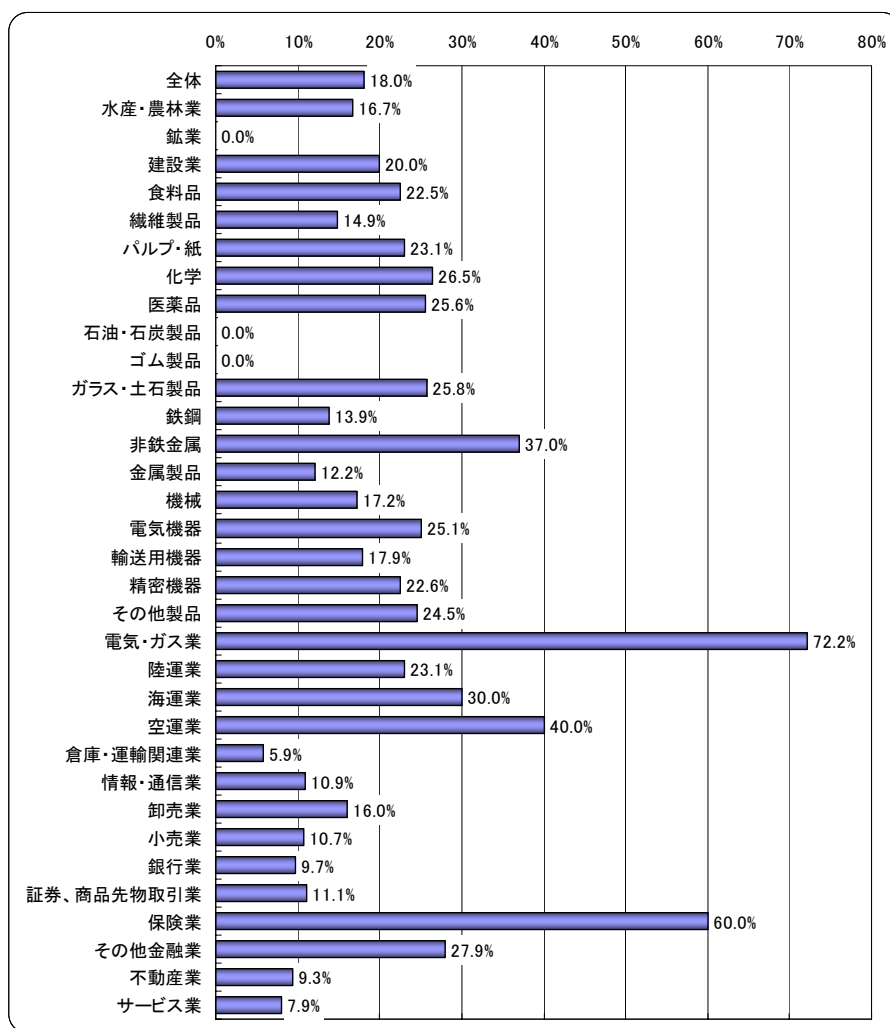
当社では、調査票「社会・ガバナンス編」への回答の多寡(回答率)を当該業種における社会 IR 対応の積極度を示すひとつの指標と考えている。今年度調査の対象企業数は2,002社で、そのうちの361社から調査票「社会・ガバナンス編」への回答を得た(有効回答率 18.0%)(締切後提出分も含む)。

業種(証券コード協議会が定める33業種中分類)別に見ると、環境 IR への積極性と同様に、電気・ガス(72.2%)が社会情報の開示にもっとも積極的で、続いて、保険業(60.0%)、空運業(40.0%)、非鉄金属(37.0%)の順となっている。一方、鉱業、石油・石炭製品、ゴム製品(各0.0%)、倉庫・運輸関連業(5.9%)、サービス業(7.9%)、不動産業(9.3%)、銀行業(9.7%)など、回答率が1割に満たない業種が7業種あった。

グラフ 21 社会 IR の積極性 (調査票「社会・ガバナンス編」への業種別回答率)

N=2,002(調査対象企業)

(%の分母は各業種の調査対象企業数)

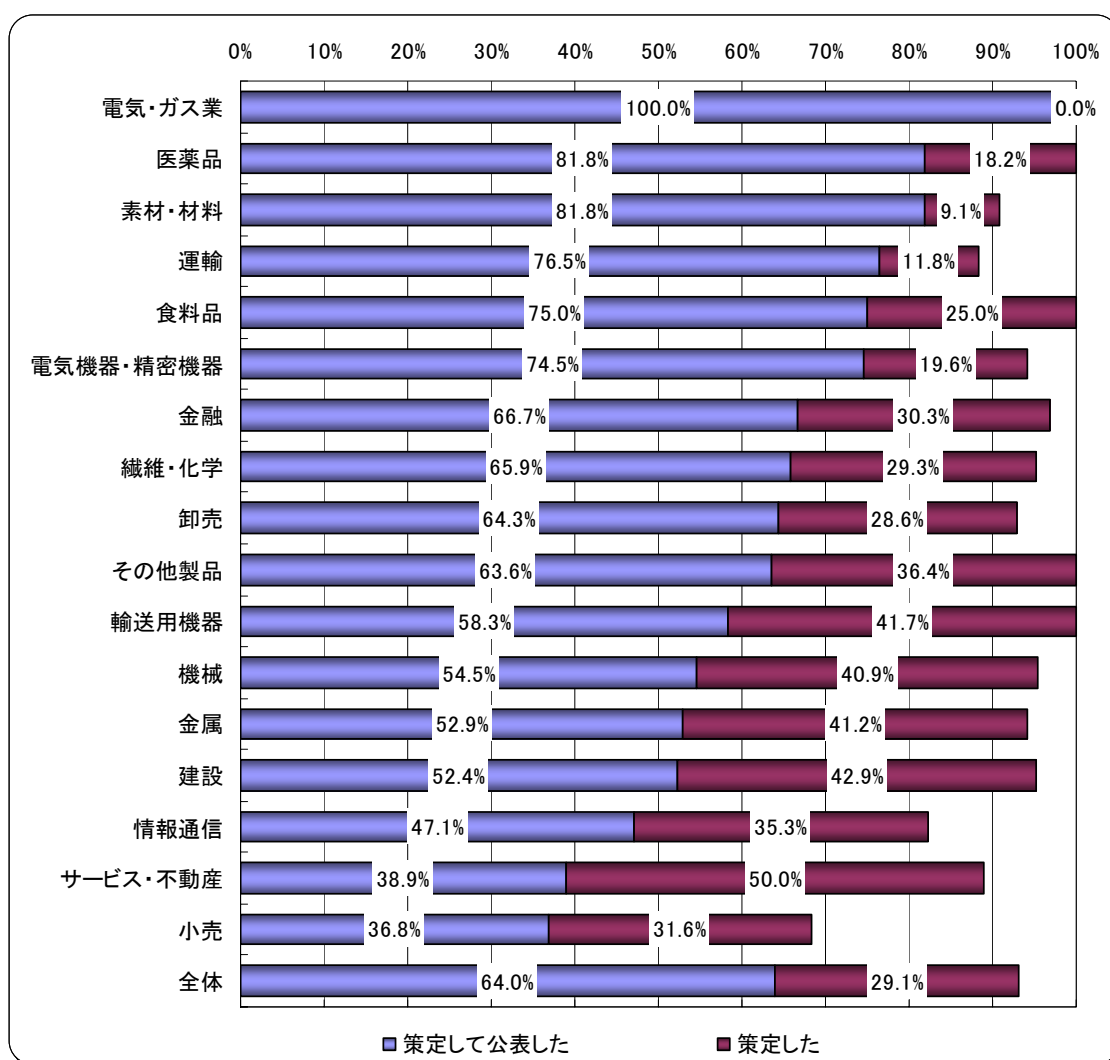


## 倫理行動規範、9割以上が制定、公表も6割を超える

有効回答企業全体では、「倫理行動規範を策定して公表している」と回答した企業は 64.0%、「策定しているが公表はしていない」と回答した企業は 29.1%で、これらを合計すると、93.1%の企業が倫理行動規範を既に策定していることが分かる。昨年度と対比すると微増(+1.3%)となっているが、一方、グラフ 26 で示すように、アンケート回答企業における違反事例の件数は増加傾向にある。業種別に見ると、倫理行動規範の外部への公表が最も進んでいるのは、電気・ガス業(100%)で、続いて、医薬品、素材・材料(各 81.8%)だった。

グラフ 22 倫理行動規範の策定

N=361(調査票社会・ガバナンス編への有効回答企業)

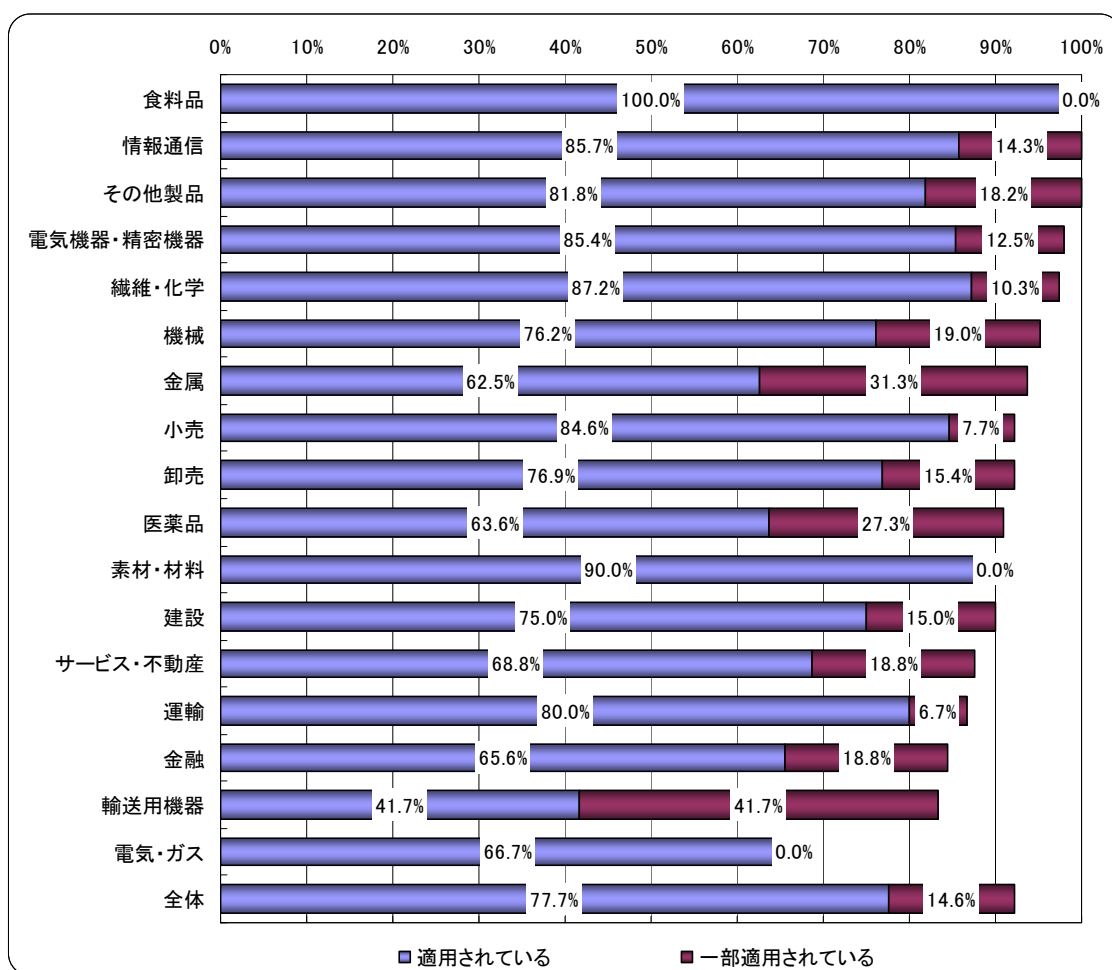


## 規範のグループへの適用、食料品等が徹底

倫理行動規範を策定していると回答した企業に対して、それをグループ各社への程度適用しているかについて尋ねたところ、77.7%が「グループ各社へ適用している」と回答した。また、「一部のグループ会社へ適用している」との回答も 14.6%あった。「グループ各社に適用している」と回答した企業の割合が最も高かったのが食料品(100%)で、素材・材料(90%)、繊維・化学(87.2%)、情報通信(85.7%)、電気機器・精密機器(85.4%)、小売(84.6%)、その他製品(81.8%)でも、グループ各社に対して企業倫理行動規範を適用する企業の割合が8割を超えた。それに対して、輸送用機器(41.7%)では、「グループ各社に適用している」と回答した企業の割合が5割に満たなかった。企業倫理行動規範を策定・公表した企業の割合が100%であった電気・ガスも、グループ各社への適用においては7割を割り込んでいた。

グラフ 23 倫理行動規範のグループ各社への適用

N=336(倫理行動規範を策定していると回答した企業)



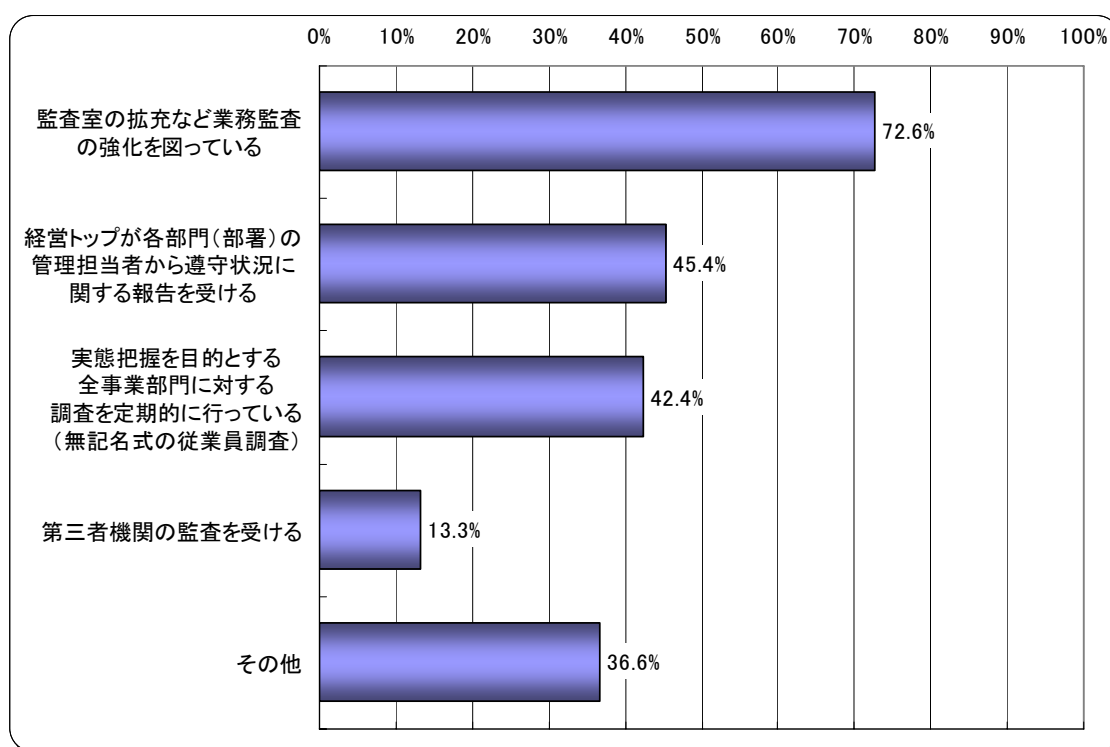
## 法令遵守の監査と評価、外部監査は広まらず

法令遵守の状況について監査及び評価するための取組みについて尋ねたところ、「監査室の拡充など業務監査の強化を図っている」と回答した企業が有効回答企業全体の 72.6%、「経営トップが各部門(部署)の管理担当者から遵守状況に関する報告を受ける」と回答した企業が 45.4%、「実態把握を目的とする全事業部門に対する調査(無記名式の従業員調査等)を定期的に行っている」と回答した企業が 42.4%であった。一方、「第三者機関の監査を受ける」という回答はわずか 13.3%に留まった。法令遵守の実態について外部からの積極的な監査・評価を導入することはまだ一般的にはなっていない。

その他(自由回答)の取組みとしては、「コンプライアンス委員会を設置及び開催」、「内部通報制度の拡充」、「取引先企業に法令遵守状況を評価してもらうためのアンケートを実施」などの答があった。

グラフ 24 法令遵守状況の監査・評価 (複数選択可)

N=361 (調査票社会・ガバナンス編への有効回答企業)

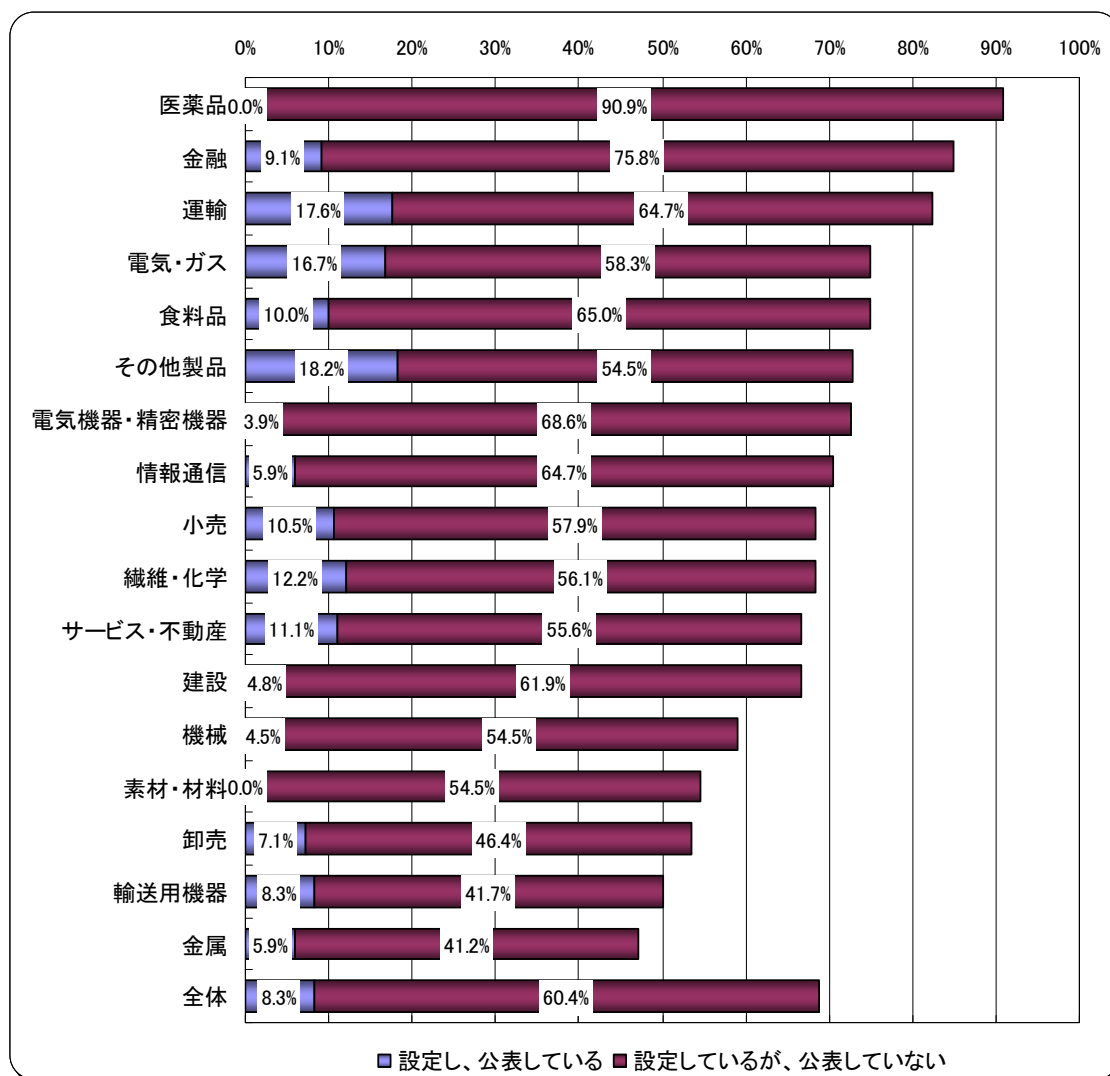


## 法令違反の情報開示方法、対応になお課題

法令違反が見つかった際の情報開示の方法についての事前策定について尋ねたところ、有効回答企業全体では、情報開示方法について「あらかじめ定めて公表している」と回答した企業の割合は 8.3%と、ごく一部の企業に留まった。情報開示方法について「設定しているが、公表していない」と回答した企業の割合は 60.4%となっている。業種別では、開示方針を設定している企業(公表していない企業を含む)の割合が最も多いのは医薬品(90.9%)で、次いで金融(84.9%)、運輸(82.3%)であった。一方、情報開示方法の事前策定を行っている企業の割合が最も少ないのは、金属(47.1%)、輸送用機器(50.0%)、卸売(53.5%)の順であった。

グラフ 25 法令違反に関する情報開示方法の事前策定

N=361(調査票社会・ガバナンス編への有効回答企業)

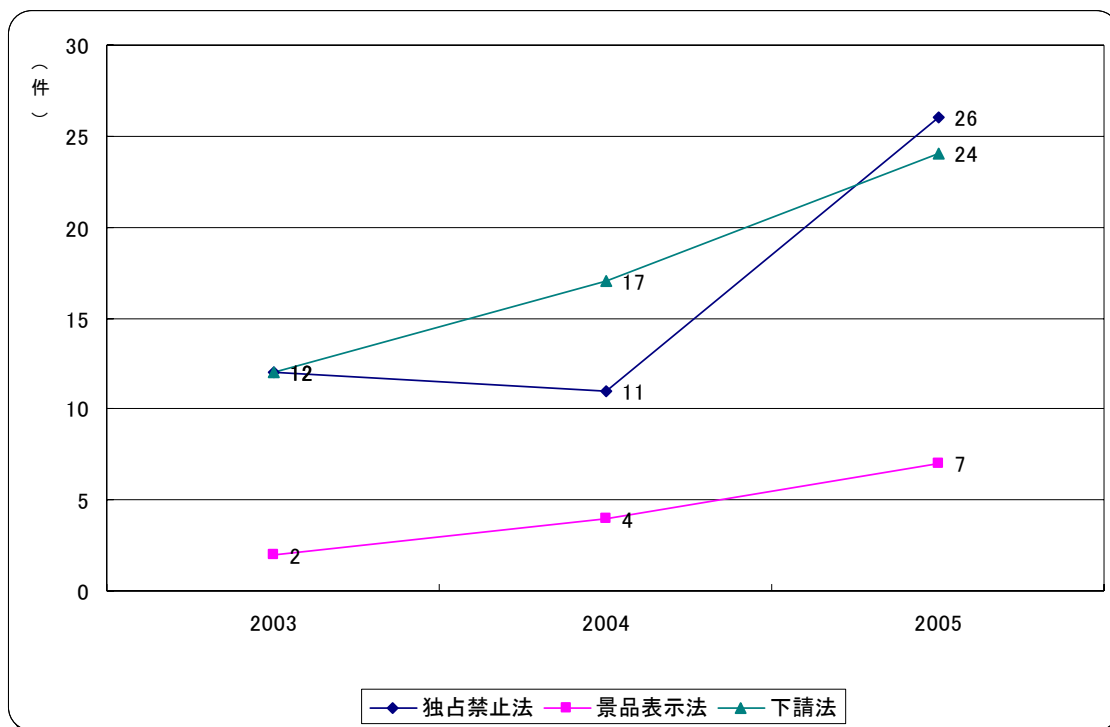


## 違反事例の件数、増加の傾向

各種法令に対する違反事例について尋ねたところ、アンケート回答企業において、違反事例が増加傾向にあった。件数が一番多かったのが、独占禁止法で、次いで下請法、景品表示法の順であった。倫理行動規範の策定をはじめとするコンプライアンスの取組みが強化されているにもかかわらず、残念ながら、近年、違反事例の数が減少しているという傾向は認められない。

グラフ 26 各種法令に対する違反事例件数推移

N=361(調査票社会・ガバナンス編への有効回答企業)

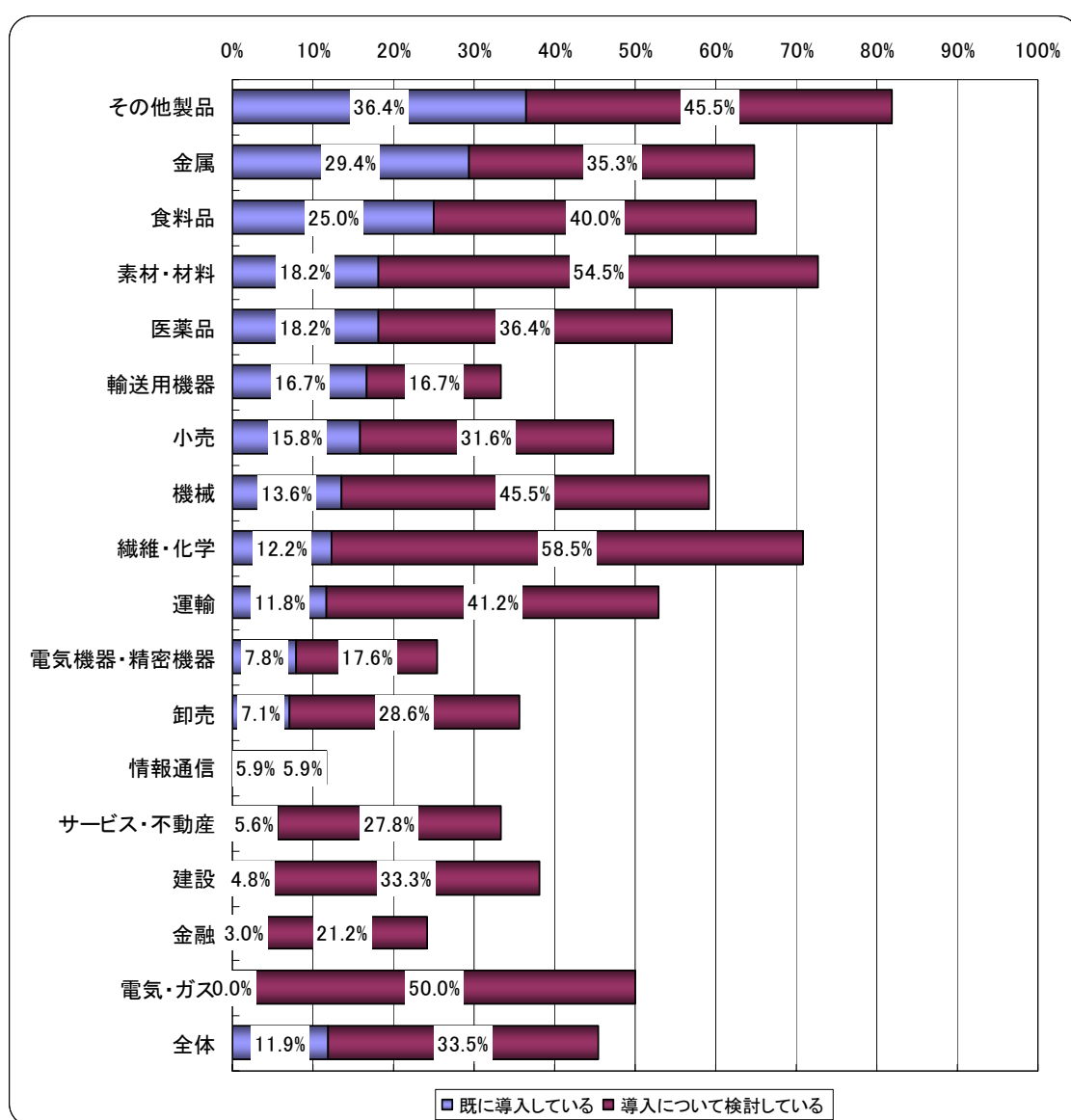


## 敵対的買収を想定した防衛策の導入検討進む

敵対的買収を想定した防衛策を既に導入している企業の割合は、有効回答企業全体の11.9%であったが、導入を検討していると回答した企業は33.5%にのぼった。導入企業の割合は、業種間のばらつきが大きく、最も割合が高かった業種はその他製品(36.4%)、次いで金属(29.4%)、食料品(25.0%)の順であった。導入していると回答した企業の割合が低かった業種は、電気・ガス(0%)、金融(3.0%)、建設(4.8%)、サービス・不動産(5.6%)、情報通信(5.9%)の順であった。

グラフ 27 敵対的買収に対する防衛対策の導入（複数選択可）

N=361（調査票社会・ガバナンス編への有効回答企業）



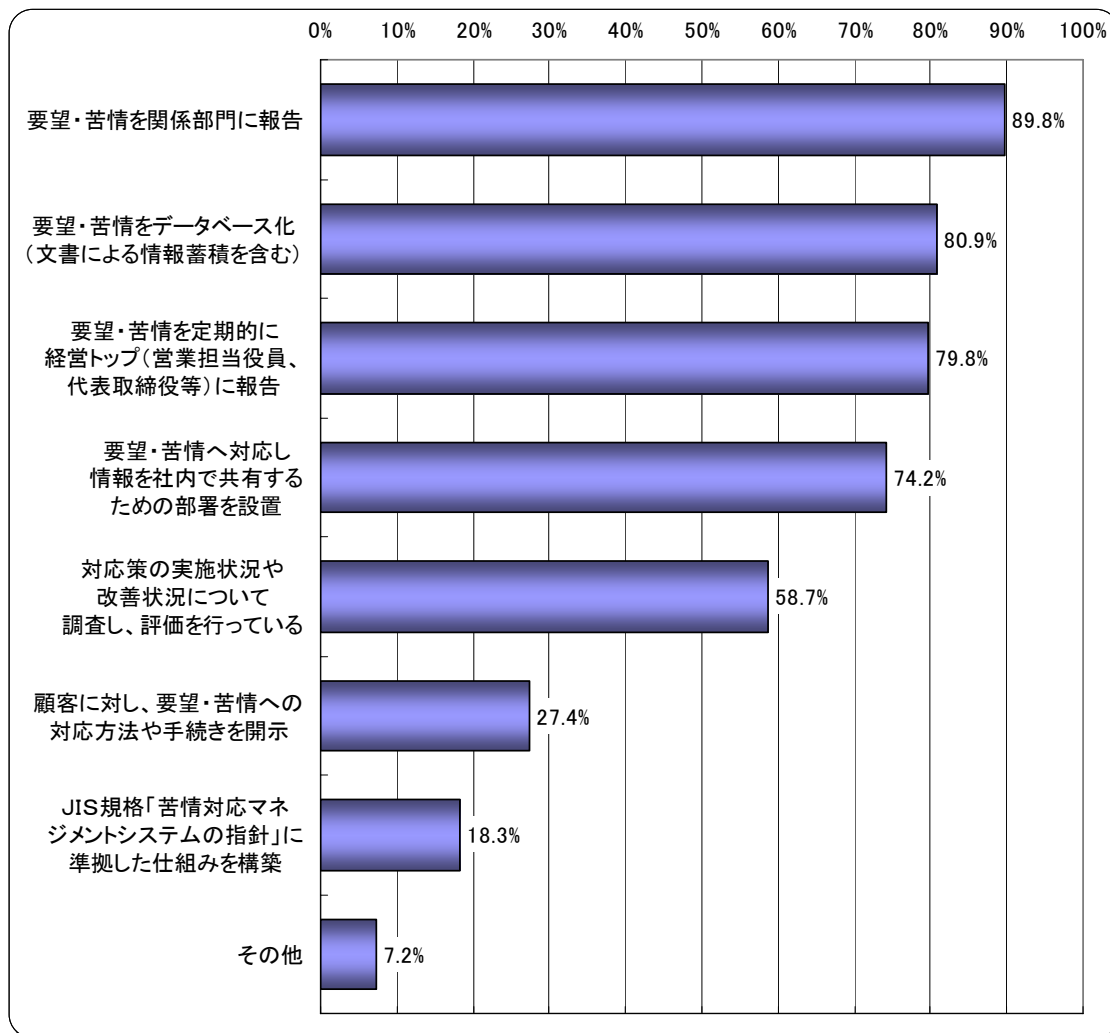
## 顧客の要望・苦情への対応・手続の開示に課題

顧客・消費者からの要望・苦情への対応について尋ねたところ、「要望・苦情を関係部門に報告」との回答が最も多く(89.8%)、続いて、「要望・苦情のデータベース化」(80.9%)、「要望・苦情を定期的に経営トップに報告」(79.8%)、「要望・苦情の情報を社内で共有するための部署を設置」(74.2%)、「対応策の実施状況や改善状況の調査・評価を実施」(58.7%)と回答した企業が半数を超えた。一方、「顧客・消費者に対し、要望・苦情への対応・手続を開示」(27.4%)、「JIS規格に準拠した仕組みの構築」(18.3%)と回答した企業は一部に留まった。

その他(自由回答)の取組みとしては、「顧客対応に関する社内研修の充実」、「インターネットを通じた顧客の評価の把握」などの回答があった。

グラフ 28 顧客・消費者からの要望・苦情への対応（複数選択可）

N=361(調査票社会・ガバナンス編への有効回答企業)



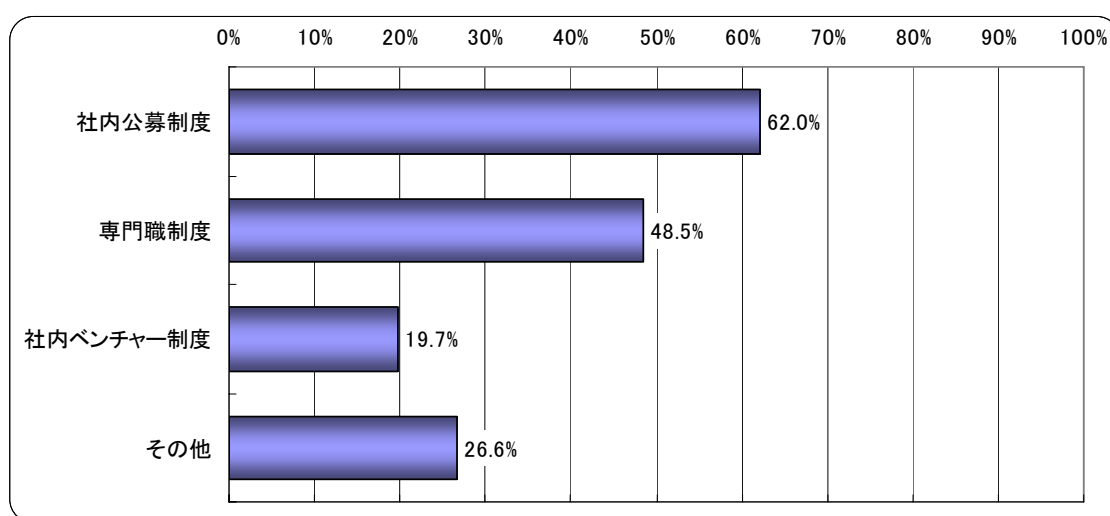
## 社内公募制度、6割以上が導入済み

従業員の能力や個性を最大限に引き出すための制度としてどのようなものがあるか尋ねたところ、「社内公募制(従業員が自らの意思で社内求人に応募する制度)」(62.0%)が最も多く、次いで「専門職制度(高度な専門知識を有する人材を特別に処遇する制度)」(48.5%)であった。「社内ベンチャー制度(社内での企業のチャンスを与える制度)」は19.7%に留まった。

その他(自由回答)の取組みとしては、「フリーエージェント制度」、「資格取得の奨励」、「通信教育や外部講習の提供」、「留学支援制度」、「ジュニアボード制度」などの回答があった。

グラフ 29 従業員の能力や個性を引き出すための制度（複数選択可）

N=361(調査票社会・ガバナンス編への有効回答企業)



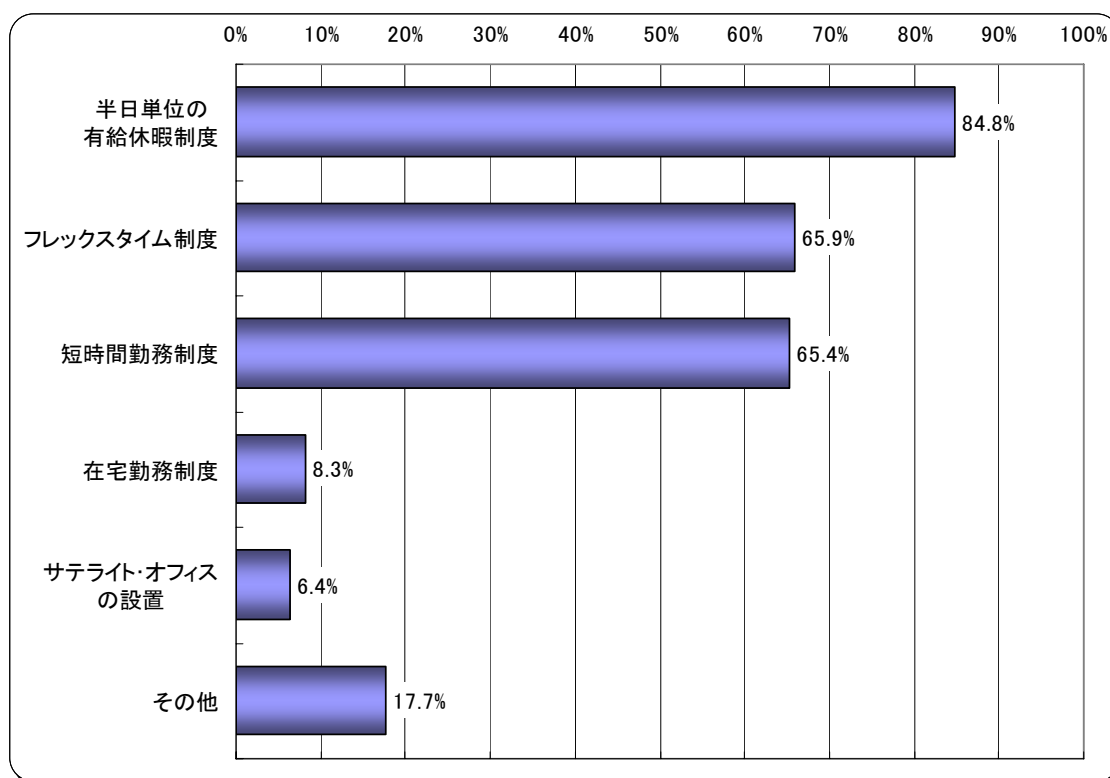
## 勤務形態の多様化、勤務場所の柔軟性に課題

勤務形態を柔軟に選択できる制度に関する質問に対して、「半日単位の有給休暇制度」(84.8%)、「フレックスタイム制度」(65.9%)、「短時間勤務制度」(65.4%)と回答した企業は、有効回答企業全体のそれぞれ6割を上回った。一方、「サテライト・オフィスの設置」(6.4%)、「在宅勤務制度」(8.3%)という回答はごく一部に留まり、情報化が進んでもなお勤務場所に関しては柔軟な措置が一般化していない実態が浮き彫りになった。

その他(自由回答)の取組みとしては、「勤務日選択制度」、「裁量労働制度」、「時差勤務制度」、「時間外勤務の免除措置」、「転勤配慮」、「月単位の勤務時間帯変更制度」、「1時間単位の有給休暇利用制度」などの回答があった。

グラフ 30 勤務形態の柔軟な選択（複数選択可）

N=361(調査票社会・ガバナンス編への有効回答企業)

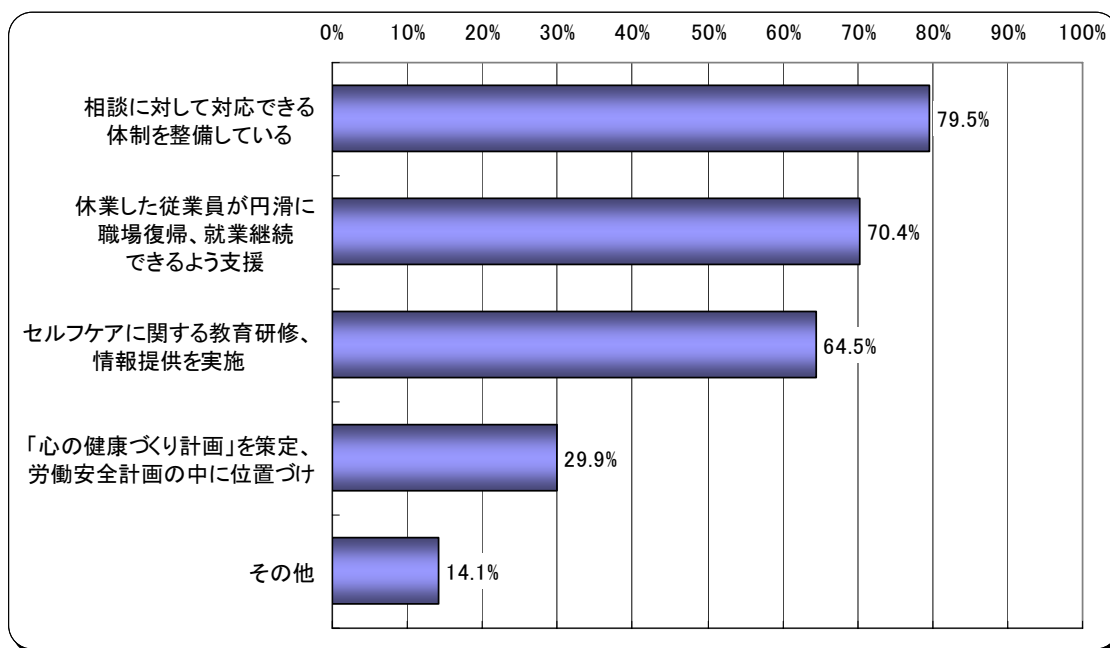


## メンタルヘルスへの取組み、8割が相談体制整備

メンタルヘルスケアに関して、厚生労働省の「労働者の心の健康の保持増進のための指針」に沿った取組みの実施について尋ねたところ、8割近い企業が「従業員本人、管理監督者等、家族等からの相談に対して対応できる体制を整備している」(79.5%)と回答した。次いで「メンタルヘルス不調により休業した従業員が円滑に職場復帰し、就業を継続できるよう支援を行っている」(70.4%)、「セルフケアに関する教育研修、情報提供を行い、心の健康に関する理解の普及を図っている」(64.5%)という回答が多かった。一方、「事業現場における労働安全衛生に関する計画の中に『心の健康の保持増進のための指針』を策定し位置づけている」と回答した企業は、全体の29.9%に留まった。その他(自由回答)の取組みとしては、「アンケートや診断実施と本人への結果のフィードバック」、「産業医やカウンセラーの配置」などの回答が複数あった。

グラフ 31 メンタルヘルスケアに対する取組み

N=361(調査票社会・ガバナンス編への有効回答企業)

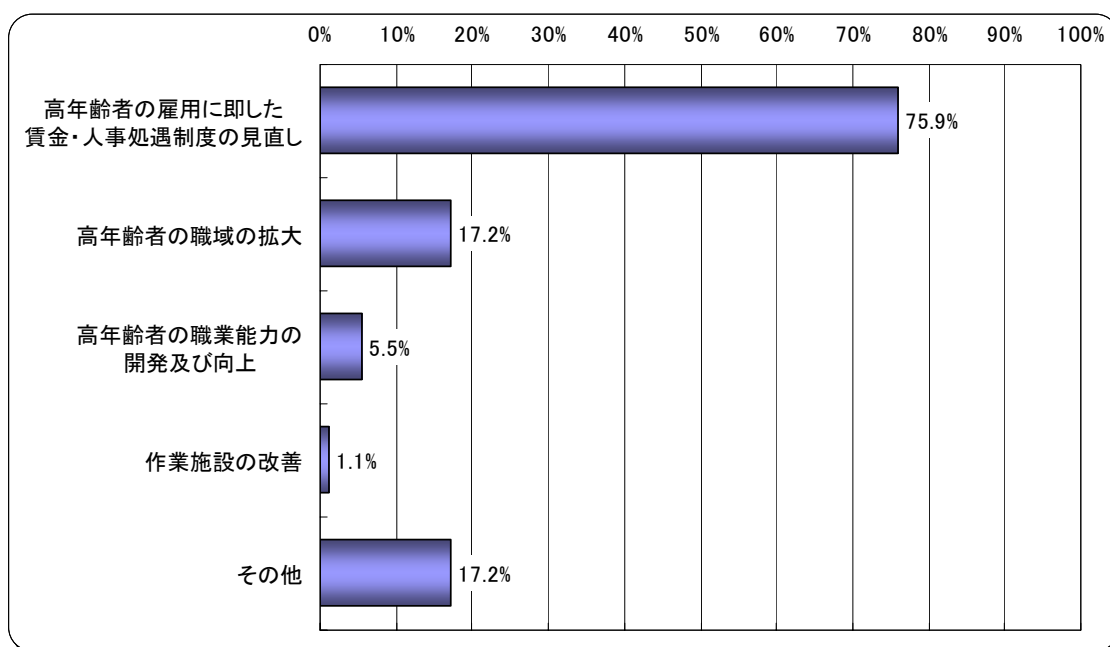


## 高年齢者雇用に即した人事制度見直し、7割超が実施

高年齢者雇用安定法改正による、定年の引き上げ、継続雇用制度の導入等の措置の義務化に伴い、講じた施策について尋ねたところ、「高年齢者の雇用に即した賃金・人事処遇制度の見直し」(75.9%)と回答した企業の割合が最も高く、有効回答企業全体の7割を超えた。しかし、それ以外の施策については、「高年齢者の職域の拡大」(17.2%)、「高年齢者の職業能力の開発及び向上」(5.5%)、「作業施設の改善」(1.1%)に留まった。その他(自由回答)の取組みとしては、「再雇用制度の導入」、「継続雇用制度の導入」、「定年制の廃止」などの回答があった。

グラフ 32 高年齢者雇用の為の施策

N=361(調査票社会・ガバナンス編への有効回答企業)

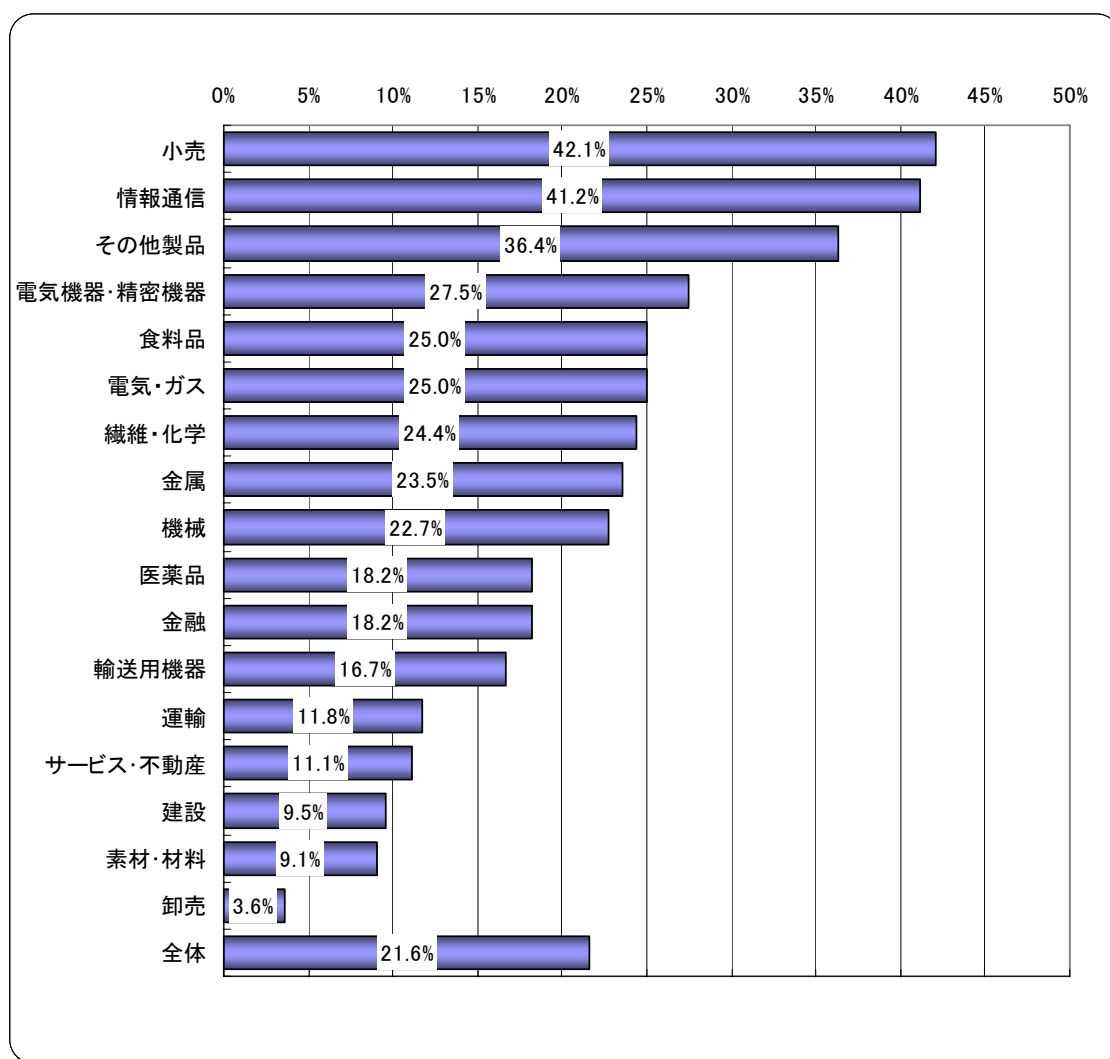


## 育児休業制度、小売、情報通信で柔軟な対応

育児休業制度において、「対象となる子の上限年齢」と「子一人につき取得可能な休業の回数」とともに法定を超える企業の割合は、有効回答企業全体の 21.6%であった。最も割合が高い業種は、小売業(42.1%)で、次いで情報通信(41.2%)、その他製品(36.4%)であった。一方、卸売(3.6%)、素材・材料(9.1%)、建設(9.5%)では、この割合が1割を下回った。

グラフ 33 育児休業制度における法定以上の取組み

N=361(調査票社会・ガバナンス編への有効回答企業)

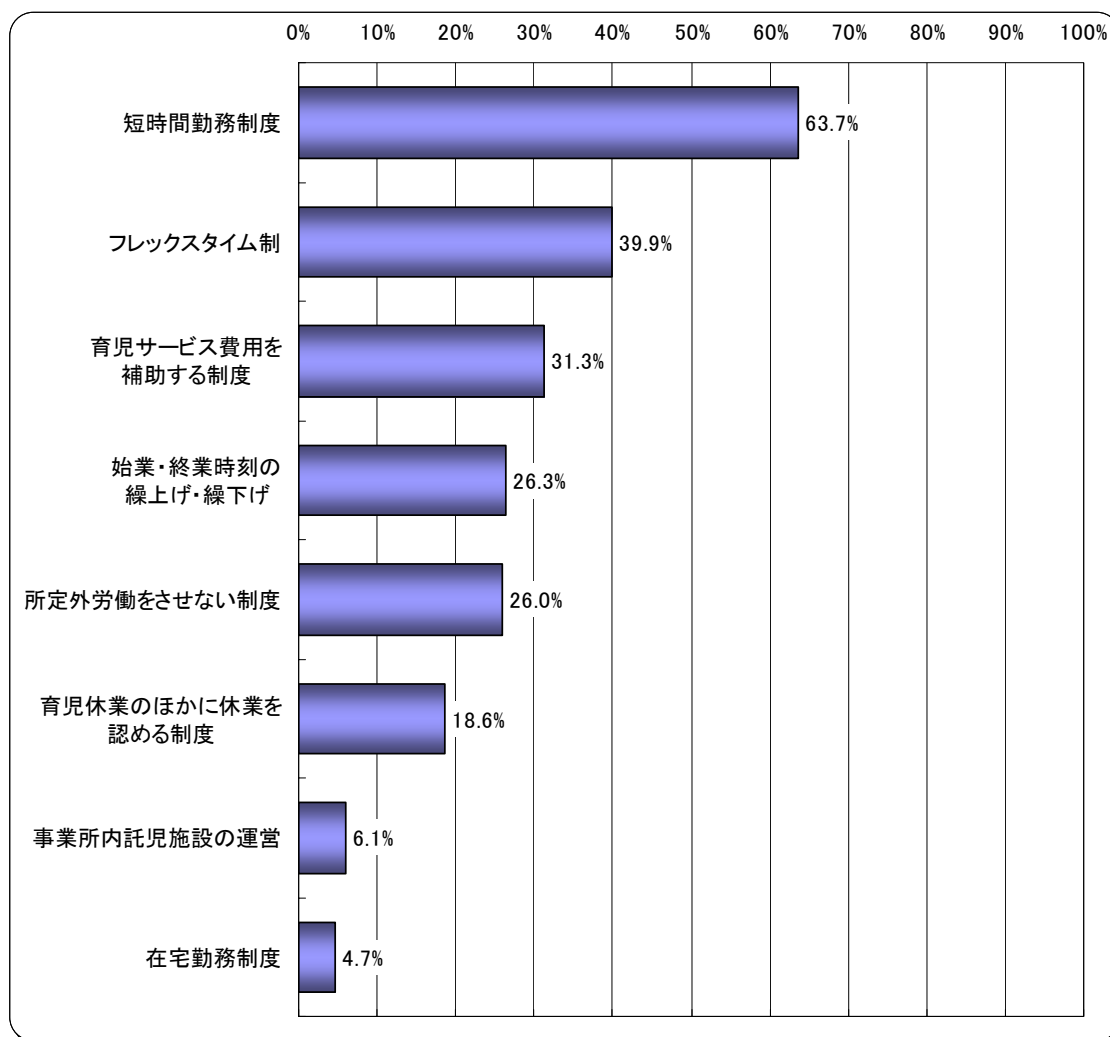


## ファミリーフレンドリー制度、メニューは限定的

小学校就学前の子を持つ従業員が利用できるファミリーフレンドリー制度を有する企業に、導入済みの制度を尋ねたところ、最も多くの企業が導入しているのが、「短時間勤務制度」(63.7%)であったが、それ以外の制度についてはいずれも4割に達しなかった。「在宅勤務制度」(4.7%)、「事業所内託児施設の運営」(6.1%)については、1割にも満たなかった。

グラフ 34 ファミリーフレンドリー制度の導入

N=361(調査票社会・ガバナンス編への有効回答企業)

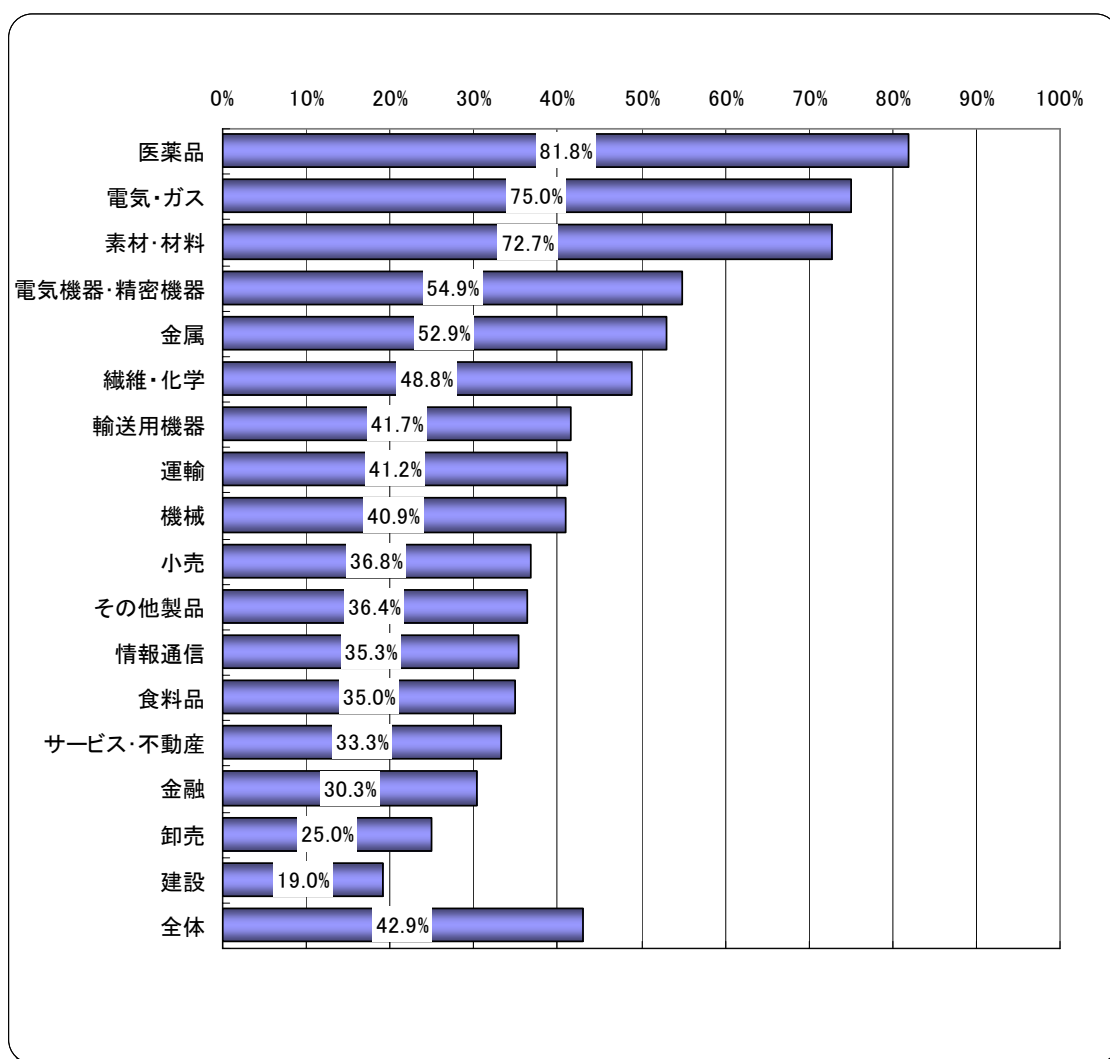


## 介護休業制度、医薬品、電気・ガスで柔軟な対応

介護休暇制度において「取得可能な休業期間」と「一つの要介護状態につき取得可能な休業の回数」のいずれもが法定を超える企業は、有効回答企業全体の 42.9%であった。この割合が特に高いのは、医薬品(81.8%)、電気・ガス(75.0%)、素材・材料(72.7%)である。逆に、この割合が低いのは、建設(19.0%)、卸売(各 25.0%)であった。

グラフ 35 介護休業制度における法定以上の取組み

N=361(調査票社会・ガバナンス編への有効回答企業)

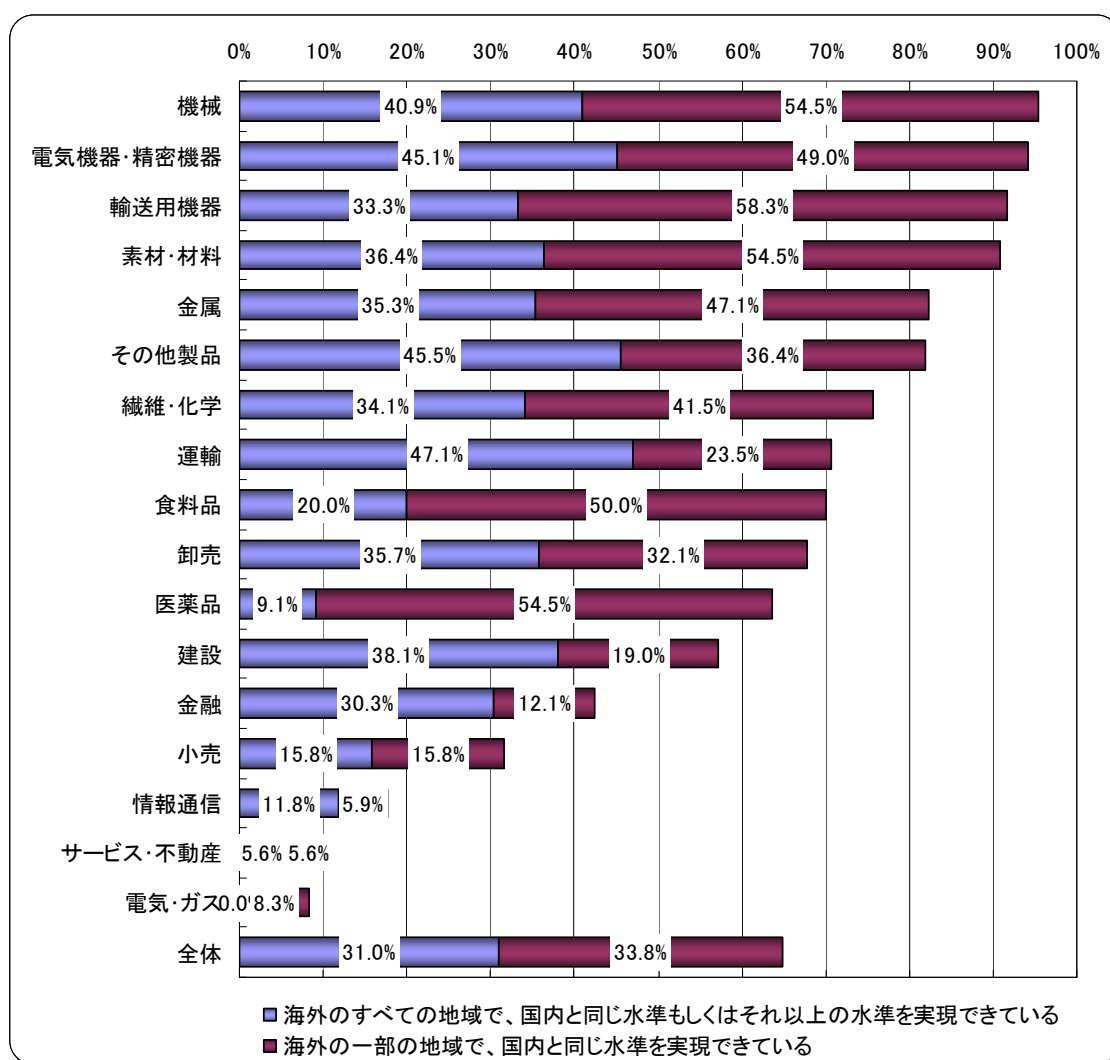


## 海外における顧客対応、6割が国内と同水準

海外で販売活動を行っている企業に、顧客対応の取組みについて海外の地域で国内と同じ水準を実現できているか尋ねたところ、全有効回答企業の6割を超える企業が「一部の地域(またはすべての地域)で、国内と同じ水準(もしくはそれ以上の水準)を実現できている」と回答した。業種別には、機械(95.4%)、電気機器・精密機器(94.1%)、輸送用機器(91.6%)、素材・材料(90.9%)において、この割合が9割を上回った。また、運輸では「全ての地域で、国内と同じ水準もしくはそれ以上の水準を実現できている」とする回答が47.1%と最も高かった。

グラフ 36 海外における顧客対応（複数選択可）

N=361(調査票社会・ガバナンス編への有効回答企業)

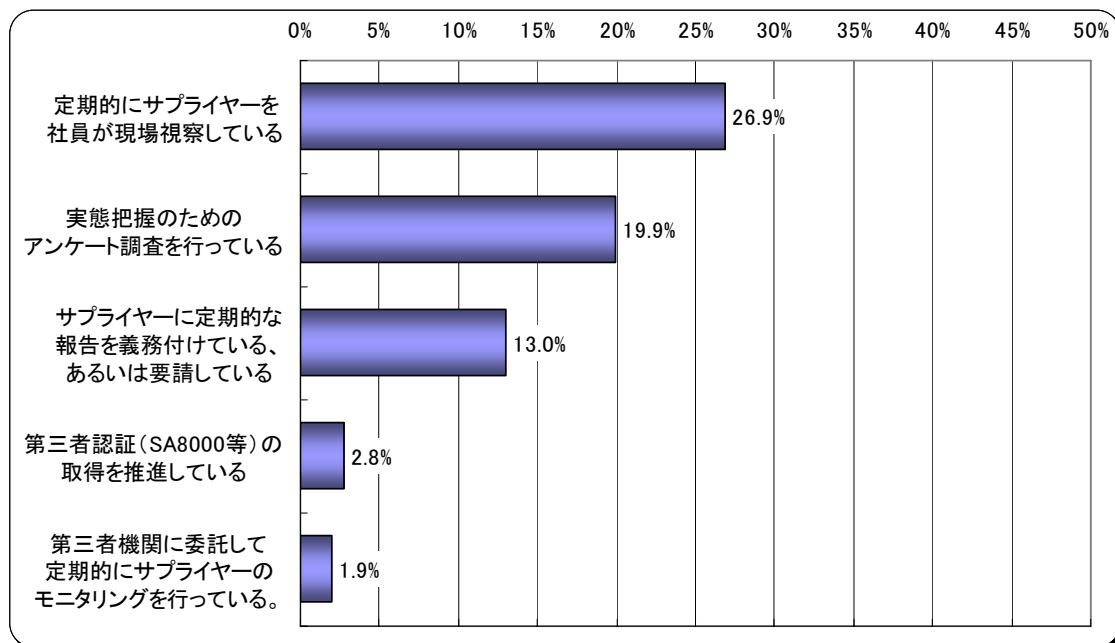


## 海外サプライヤーの実態把握、アンケート実施が増加

海外からの資材調達に関連して、相手先の CSR について実態把握するための取組みとしてどのような手段を講じているかについて尋ねたところ、「定期的にサプライヤーを社員が視察」(26.9%)をあげる企業もっとも多かった。「実態把握のためのアンケート調査」(19.9%)については、昨年度と対比すると増加傾向(+7.1%)となっている。また、「サプライヤーに定期的な報告を義務付け、あるいは要請」(各 13.0%)、「第三者認証(SA8000 等)の取得の推進」(2.8%)、「第三者機関によるモニタリング」(1.9%)であった。認証取得や外部のモニタリングに取り組む企業は、まだほとんどない状況にある。

グラフ 37 海外サプライヤーの CSR の実態把握の取組み（複数選択可）

N=361(調査票社会・ガバナンス編への有効回答企業)  
(%の分母には海外から資材調達を行っていない企業も含まれる)

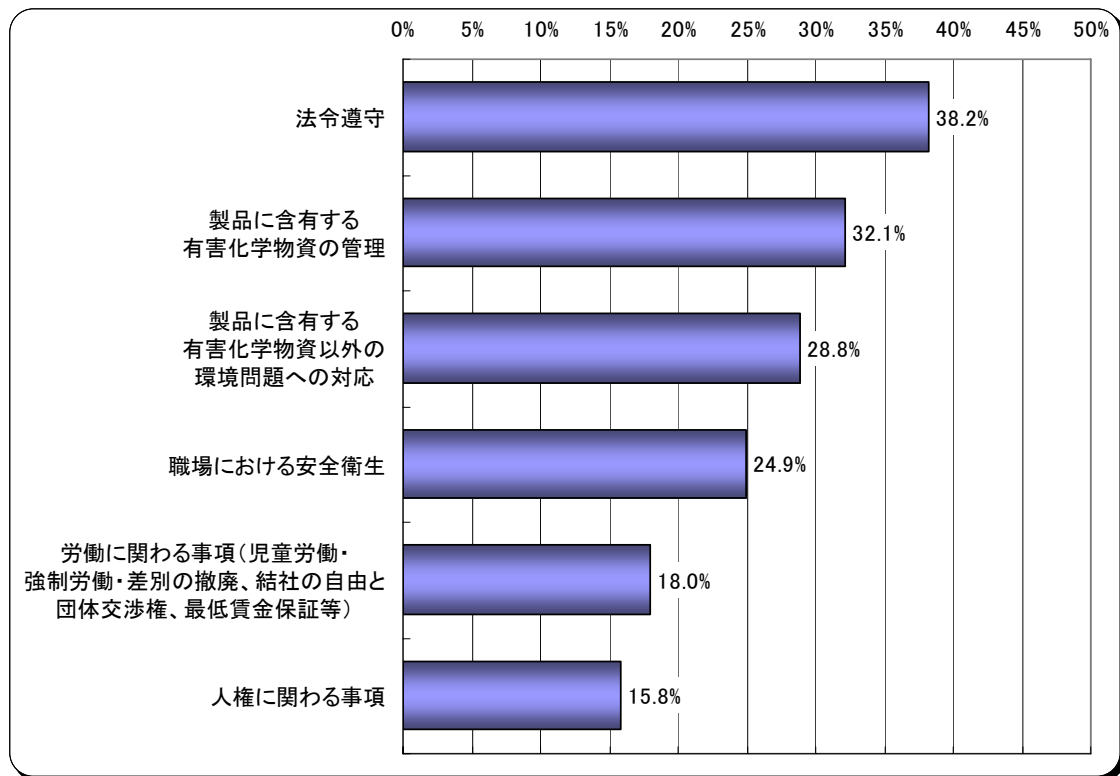


# 海外サプライヤー、環境と法令遵守を実態把握

海外からの資材調達に関連して、企業が相手先の CSR について実態把握を行う項目について尋ねたところ、「法令遵守」(38.2%)と「製品に含有する有害化学物資の管理」(32.1%)が 3 割を超え、続いて「製品に含有する有害化学物資以外の環境問題への対応」(28.8%)、「職場における安全衛生」(24.9%)、「労働に関わる事項」(18.0%)、「人権に関わる事項」(15.8%)であった。海外で関心の高い労働問題や人権問題について、実態把握の取組みの遅れが目立つ。

グラフ 38 海外サプライヤーの CSR の実態把握の項目（複数選択可）

N=361(調査票社会・ガバナンス編への有効回答企業)  
(%の分母には海外から資材調達を行っていない企業も含まれる)



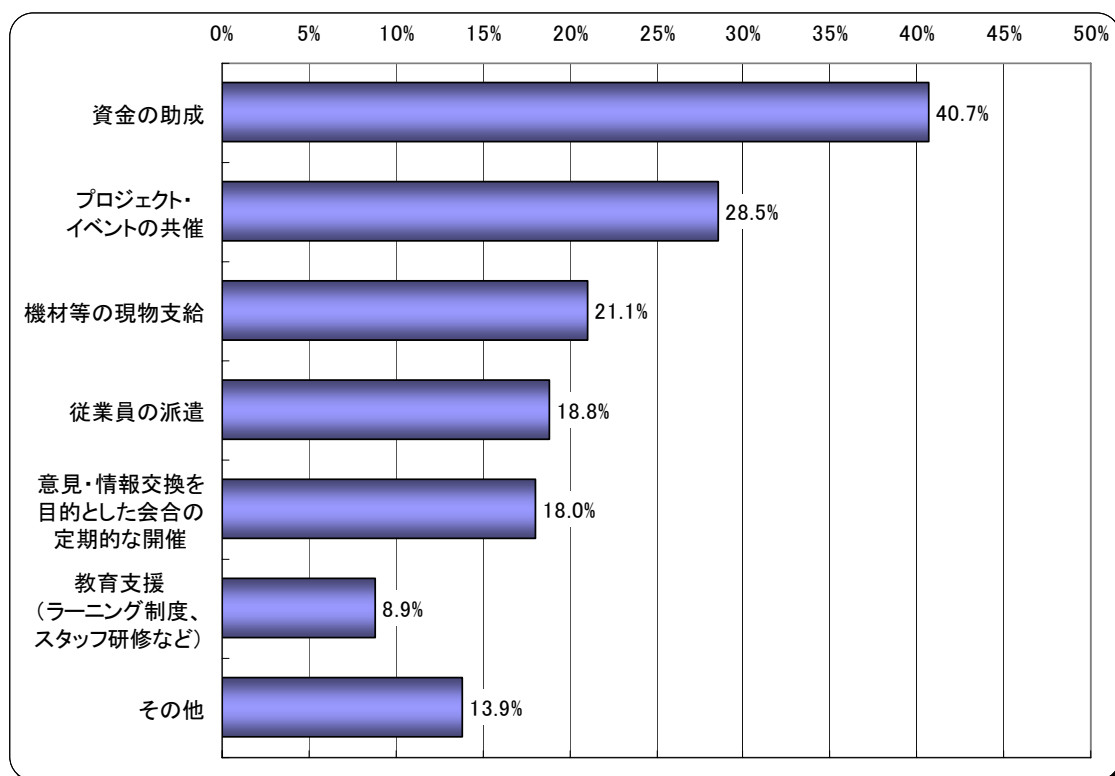
## NGO/NPO の支援・協働、資金助成でも 4 割のみ

NGO/NPO の支援・協働の取組みについて尋ねたところ、「資金の助成」(40.7%)、「プロジェクト・イベントの開催」(28.5%)、「機材等の現物支給」(21.1%)をあげる企業がいずれも 2 割を超えた。また、「従業員の派遣」と回答した企業は 18.8%、「意見・情報交換を目的とした会合の定期的な開催」が 18.0%、「教育支援(ラーニング制度、スタッフ研修など)」が 8.9%だった。NGO/NPO の支援・協働は依然として日本企業の課題として残されているといえる。

その他(自由回答)の取組みとしては、「オフィススペースの無償提供」、「輸送協力」、「広報支援」、「使用済み切手の収集活動」などの回答があった。

グラフ 39 NGO/NPO の支援・協働の取組み(複数選択可)

N=361(調査票社会・ガバナンス編への有効回答企業)



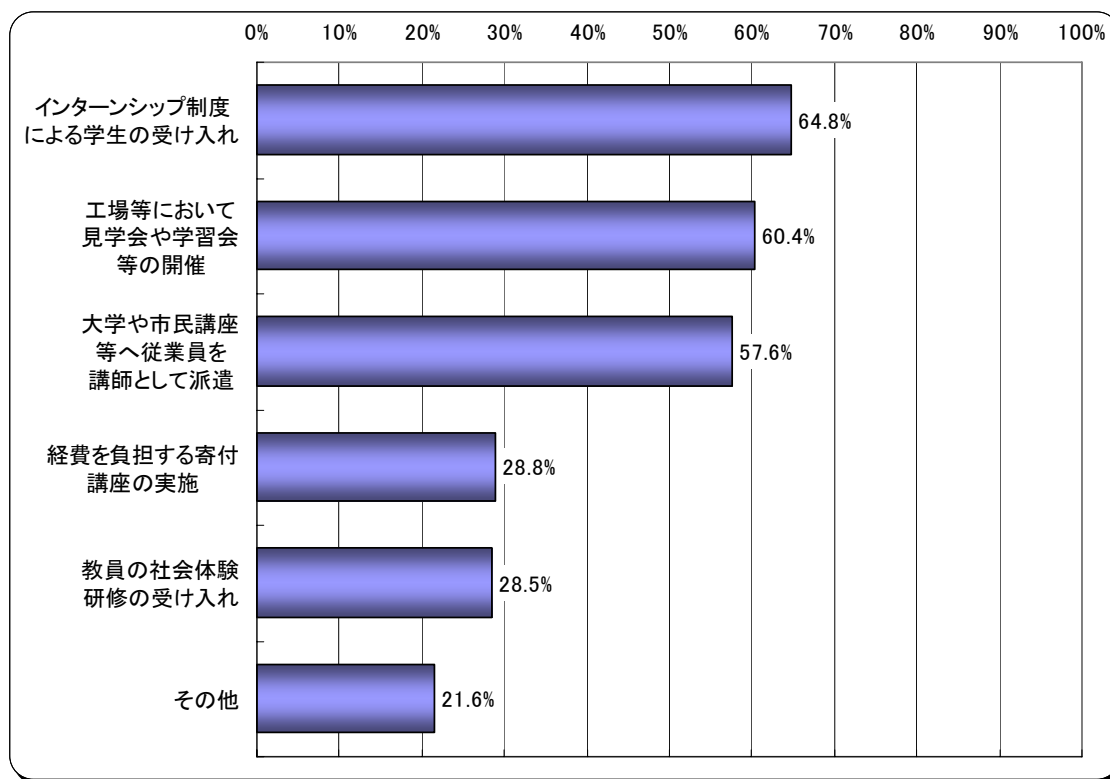
## 教育機関との協働、インターンシップ制度が増加傾向

教育機関との協働の取組みについて尋ねたところ、昨年度対比 4.3%増となった「インターンシップ制度による学生の受け入れ」(64.8%)が最も高く、「工場等において見学会や学習会等の開催」(60.4%)、「大学や市民講座等へ従業員を講師として派遣」(57.6%)という回答がそれぞれ有効回答企業全体の半数を超えた。「経費を負担する寄附講座の実施」(28.8%)と「教員の社会体験研修の受入れ」(28.5%)に取組む企業の割合は3割未満だった。

その他(自由回答)の取組みとしては、「小・中学校へ従業員を講師として派遣」、「共同研究」「教育プログラムへの教材提供」、「環境リサイクル学習支援」、「ビジネススクールでのケーススタディ対象としての協力」、「資金提供」などの回答があった。

グラフ 40 教育機関との協働の取組み（複数選択可）

N=361(調査票社会・ガバナンス編への有効回答企業)

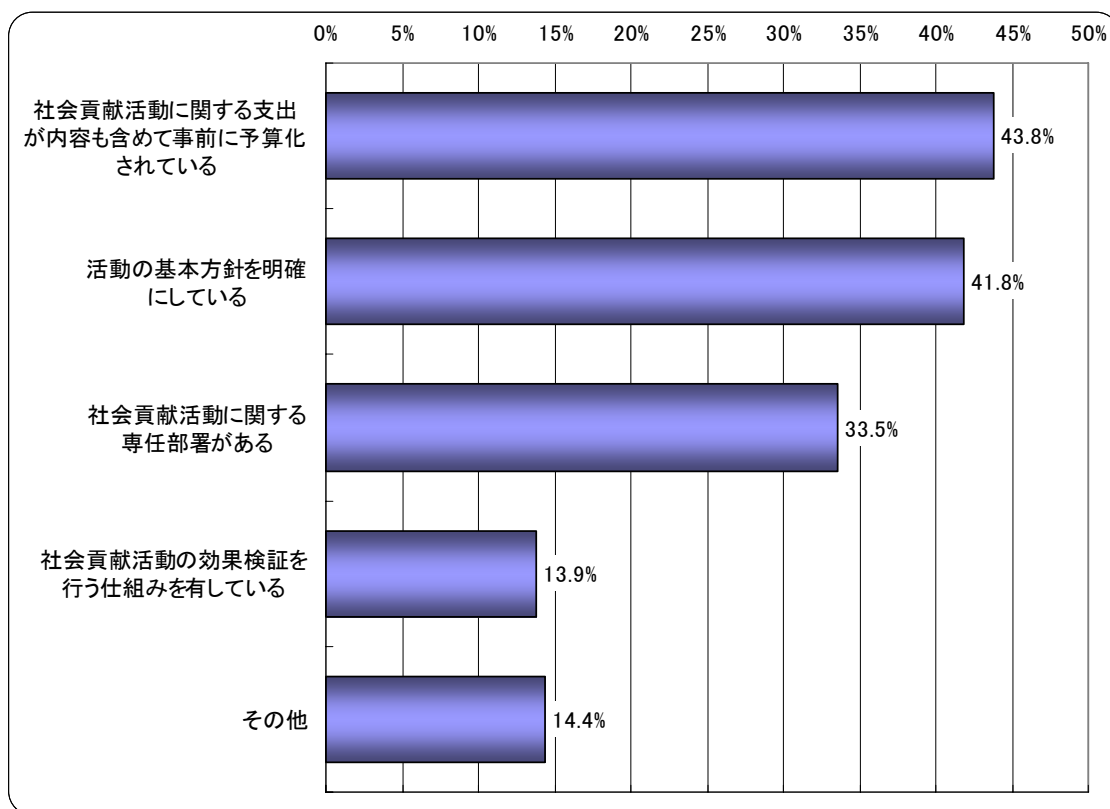


## 社会貢献活動推進の取組み、いずれも半数を下回る

社会貢献活動全体を統括する取組みについて尋ねたところ、いずれの取組み例に対しても実施しているという回答は半数以下であった。実施しているという回答が最も多かった取組みは「社会貢献活動に関する支出が内容も含めて事前に予算化されている」で 43.8%であったが、「社会貢献活動の効果検証を行う仕組みを有している」は 13.9%に留まった。

グラフ 41 社会貢献推進の取組み（複数選択可）

N=361（調査票社会・ガバナンス編への有効回答企業）



## 社会的課題の解消に資するビジネス、非製造業でも活発な事業化

16 の社会的課題をあげ、それらの解消に資するビジネスが既に事業化されているか尋ねたところ、全体で1,182件の事例があげられた。特に、非製造業における活発な事業化の状況は特徴的である。業種別では、電気機器・精密機器(197件)、金融(111件)、繊維・化学(97件)、小売(86件)、情報通信(81件)の順となっている。また、製品・サービス分類別には、「高齢化問題の克服」(143件)、「身体の健康の維持・改善」(139件)、「治安・セキュリティの維持・改善」(129件)、「障害を持つ人にとってのバリアフリー社会の実現」(122件)といった分野に事業化が多く見られた。具体的な事業例として、「少子化問題の克服」としてあげられた「育児の負担を軽減する育児支援サービス」や「子育て支援店舗」、「食糧確保、食の安全の確保」としてあげられた「トレーサビリティシステムや IC タグ」や「淡水化プラント」、「女性の社会進出」としてあげられた「惣菜や調理の手間のかからない冷凍食品」や「在宅勤務支援システム」等がある。

グラフ 42 社会的課題の解消に資するビジネス

単位：既に事業化された事例件数

	高齢化問題の克服	身体の健康の維持・改善	治安・セキュリティの維持・改善	障害を持つ人にとってのバリアフリー社会の実現	自然災害に強い社会の実現	食糧確保・食の安全の確保	自己啓発・能力開発の促進	地域コミュニティの再生	女性の社会進出	心の健康の維持・改善	少子化問題の克服	発展途上国の衛生状態の改善	人間関係の希薄化の是正	外国人の暮らしやすい社会の実現	財政の再建	若者の意欲喪失	合計
電気機器・精密機器	21	17	24	18	21	11	15	10	9	10	5	8	8	8	5	7	197
金融	15	9	14	14	10	4	6	8	9	4	5	1	0	3	9	0	111
繊維・化学	14	20	5	12	8	10	2	3	3	6	2	8	2	1	1	0	97
小売	13	10	7	8	4	9	5	6	5	4	3	1	4	3	1	3	86
情報通信	8	5	13	6	8	5	8	7	1	3	4	0	4	4	3	2	81
建設	9	5	8	10	12	7	1	4	4	2	4	4	4	2	2	1	79
サービス・不動産	8	8	9	7	8	2	5	3	4	1	5	0	2	4	2	4	72
食料品	7	18	1	4	1	12	1	2	7	3	3	2	5	1	0	0	67
卸売	5	7	9	5	4	5	5	2	5	2	2	4	3	2	2	1	63
運輸	7	4	6	6	6	4	5	6	2	4	2	0	1	5	1	1	60
機械	5	3	6	10	11	5	1	3	1	0	2	5	0	0	0	1	53
その他製品	6	4	6	5	4	3	4	2	1	3	4	1	3	1	0	0	47
電気・ガス	7	8	7	2	7	2	5	2	4	0	0	0	1	1	1	0	47
輸送用機器	6	3	6	7	3	1	1	1	3	2	2	0	2	2	0	0	39
金属	4	6	6	3	4	1	2	1	0	1	0	3	0	1	0	0	32
医薬品	5	7	0	2	0	2	0	0	0	6	0	1	0	1	2	0	26
素材・材料	3	5	2	3	2	3	0	0	0	1	1	5	0	0	0	0	25
全体	143	139	129	122	113	86	66	60	58	52	44	43	39	39	29	20	1,182