

調査票 社会編
分析結果

社会 IR、電気・ガス、空運、保険がトップクラス

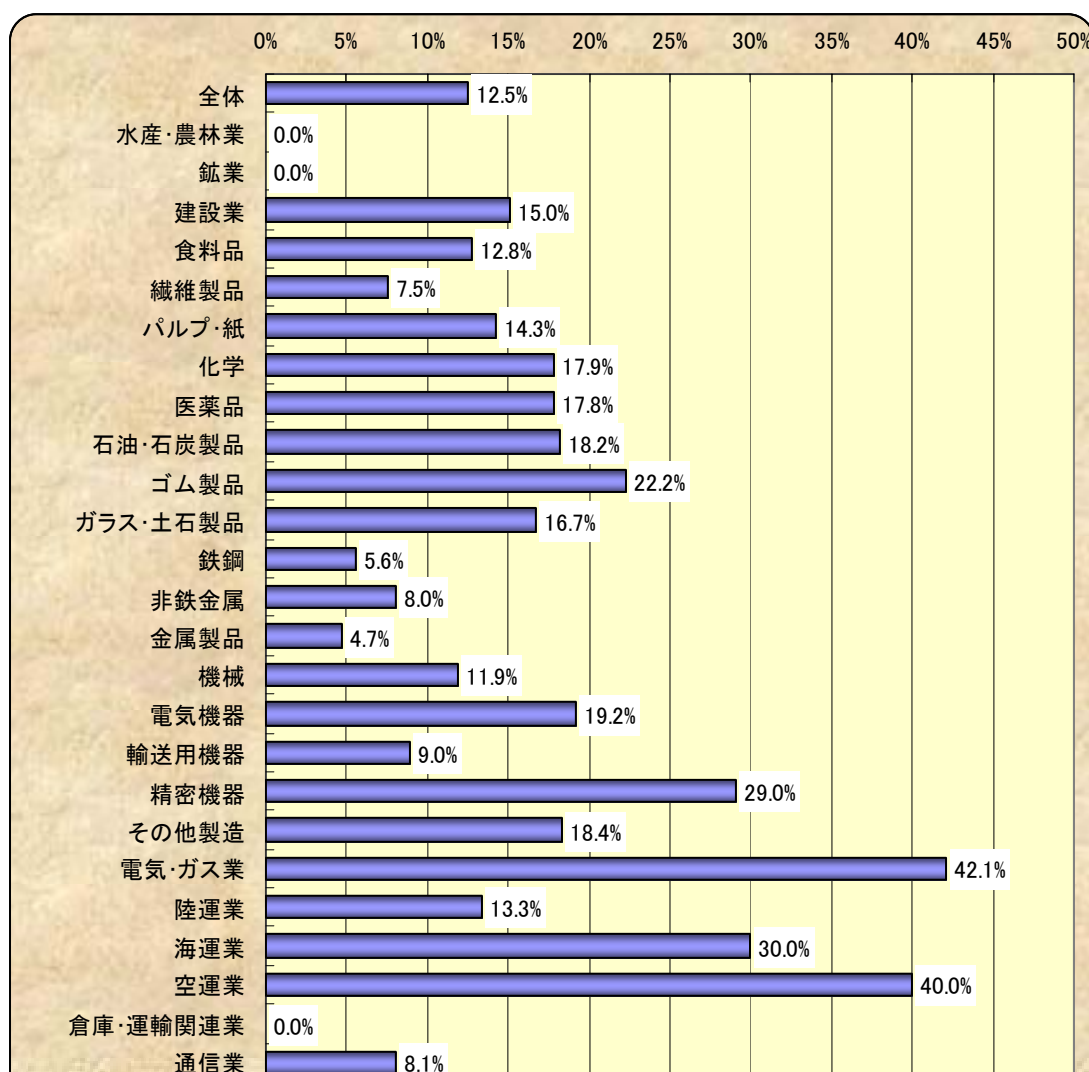
当社では、調査票「社会編」への回答の多寡(回答率)を当該業種における環境 IR 対応の積極性を示すひとつの指標と考えている。今年度調査の対象企業数は2,060社で、そのうちの258社から調査票「社会編」への回答を得た(有効回答率12.5%)。

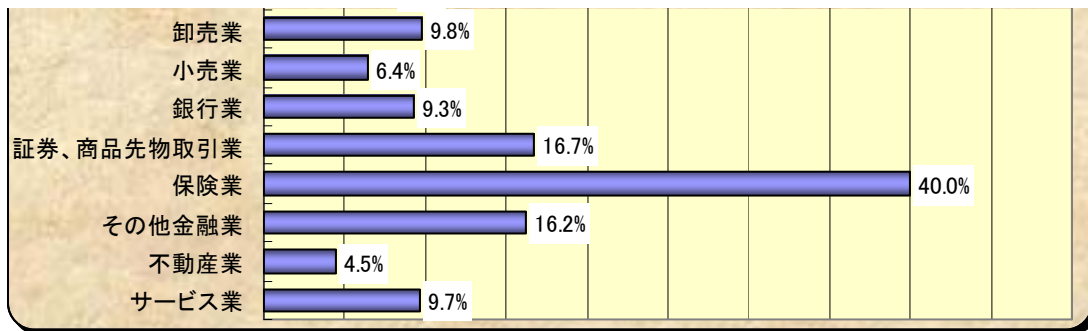
業種(証券コード協議会が定める33業種中分類)別に見ると、環境 IR への積極性と同様に、電気・ガス(42.1%)が社会情報の開示にもっとも積極的で、続いて、空運業と保険業(各40.0%)、海運業(30.0%)、精密機器(29.0%)の順となっている。一方、水産・農林業、鉱業、倉庫・運輸関連業(各0.0%)、不動産(4.5%)、金属製品(4.7%)、鉄鋼(5.6%)など、回答率が1割に満たない業種が14業種あった。

グラフ 24 社会 IR の積極性(調査票「社会編」への業種別回答率)

N=2,060(調査対象企業)

(%の分母は各業種の調査対象企業数)



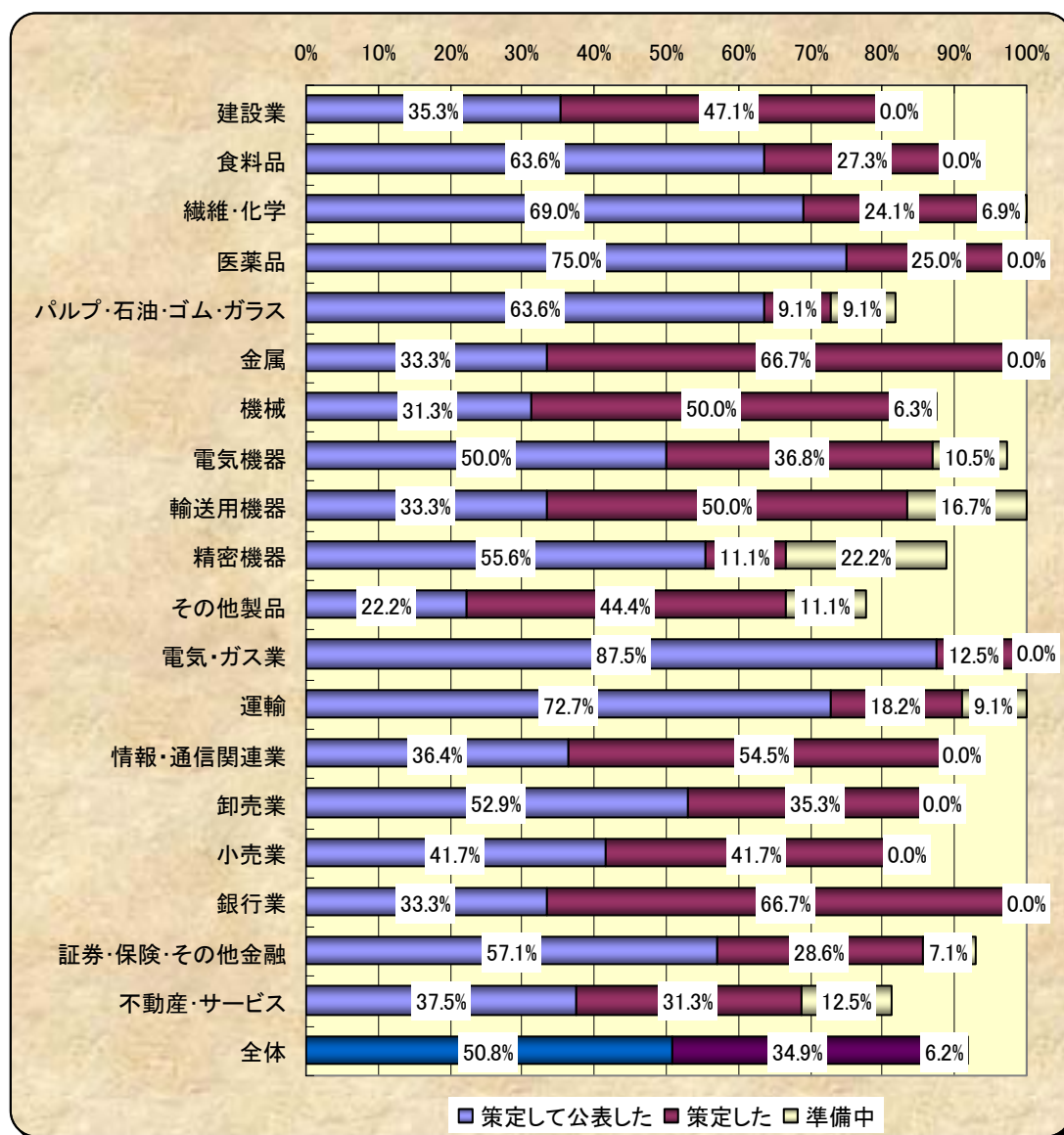


倫理行動規範、8割以上が制定、公表は5割に留まる

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 50.8%、「策定しているが公表はしていない」と回答した企業は 34.9%、策定期限(予定)を明示した上で「準備中」と回答した企業は 6.2%で、これらを合計すると、91.9%の企業が倫理行動規範を既に策定している、あるいは、策定準備中であると回答した。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(87.5%)で、続いて、医薬品(75.0%)、運輸(72.7%)だった。

グラフ 25 倫理行動規範の策定

N=258(調査票社会編への有効回答企業)

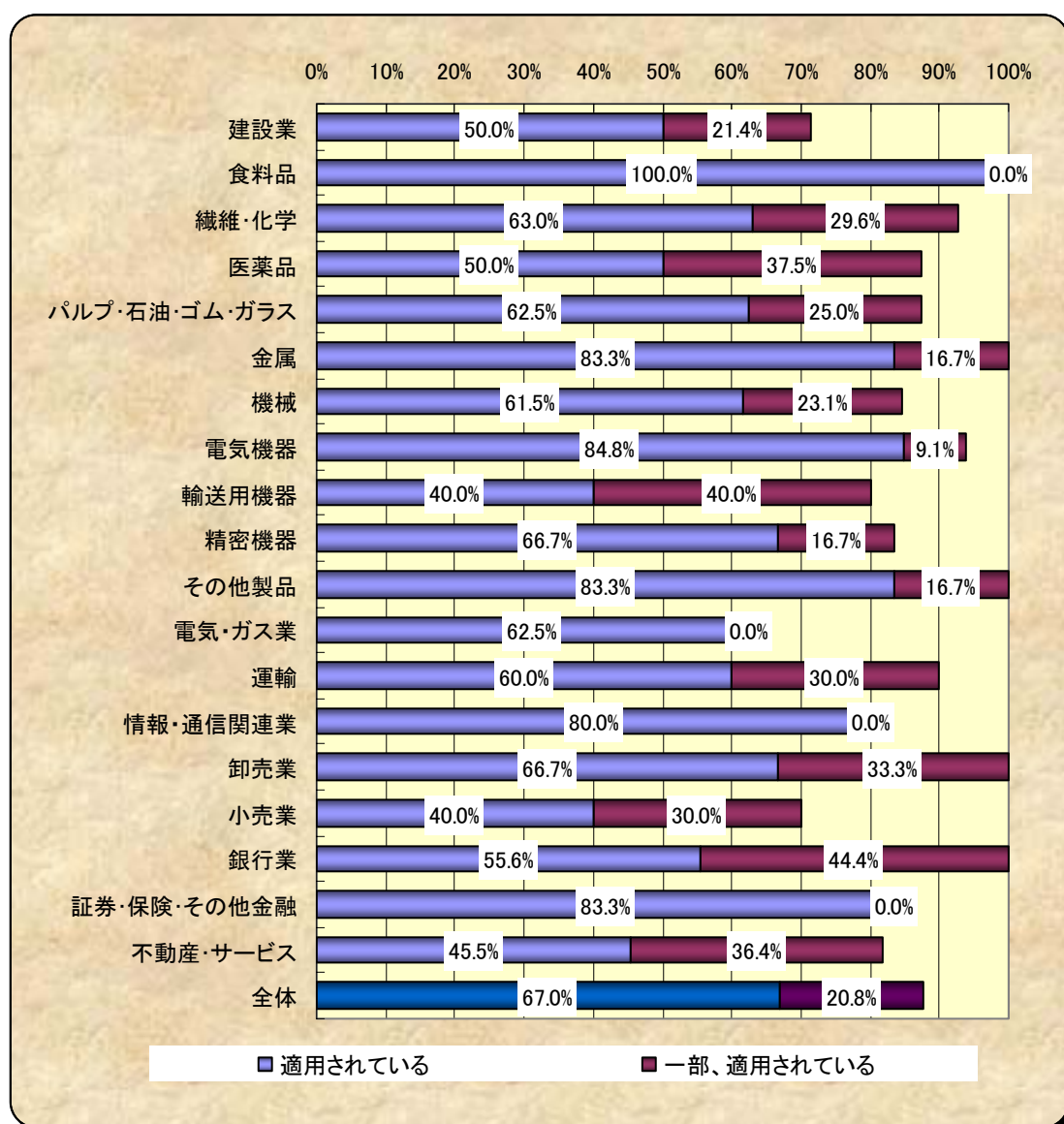


規範のグループへの適用、食料品が徹底

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、67.0%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20.8%あった。業種別に見ると、食料品(100.0%)、電気機器(84.8%)、金属(83.3%)、その他製品(83.3%)、証券・保険・その他金融(83.3%)、情報・通信関連業(80.0%)では、グループ各社に対して統合的な倫理行動規範を適用する企業の割合が8割に上った。それに対して、輸送用機器(40.0%)、小売業(40.0%)、不動産・サービス(45.5%)では5割に満たなかった。

グラフ 26 倫理行動規範のグループ各社への適用

N=221(倫理行動規範を策定していると回答した企業)



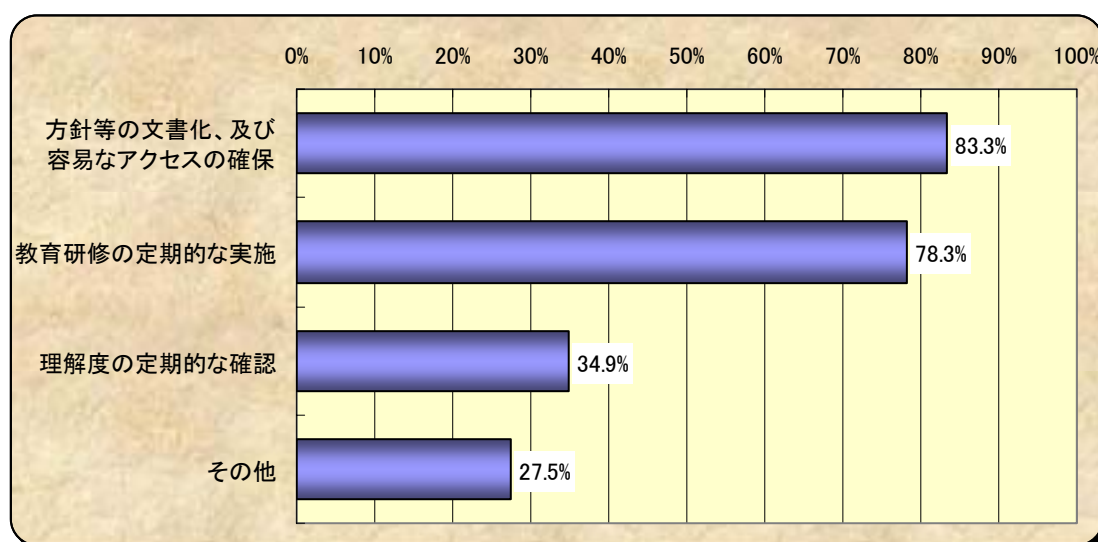
法令遵守の徹底、従業員理解度の把握が課題

法令遵守の認識を高めるために従業員に対してどのような周知徹底の取り組みを行っているかについて尋ねたところ、「法令遵守に関する方針やその解説を文書化して容易なアクセスを確保している」と回答した企業は 83.3%、「教育研修を定期的実施している」と回答した企業は 78.3%で、多くの企業において法令遵守の方針や教育研修が整備されている状況にある。一方、「従業員の理解度を定期的に確認している」と回答した企業は 34.9%に留まり、法令遵守に関して方針の周知や教育研修は多くの企業で取り組まれているものの、従業員の理解や認識の確認については多くの企業が未着手である現状が浮き彫りになった。

その他(自由回答)の取り組みとしては、「社内報を活用した周知徹底」、「法令遵守等に関わる委員会等の組織の設置」、「人事考課の評価項目への組み込み」、「コンプライアンス意識調査の実施」、「具体的事例の共有」などの回答があった。

グラフ 27 法令遵守の周知徹底の取り組み(複数選択可)

N=258(調査票社会編への有効回答企業)



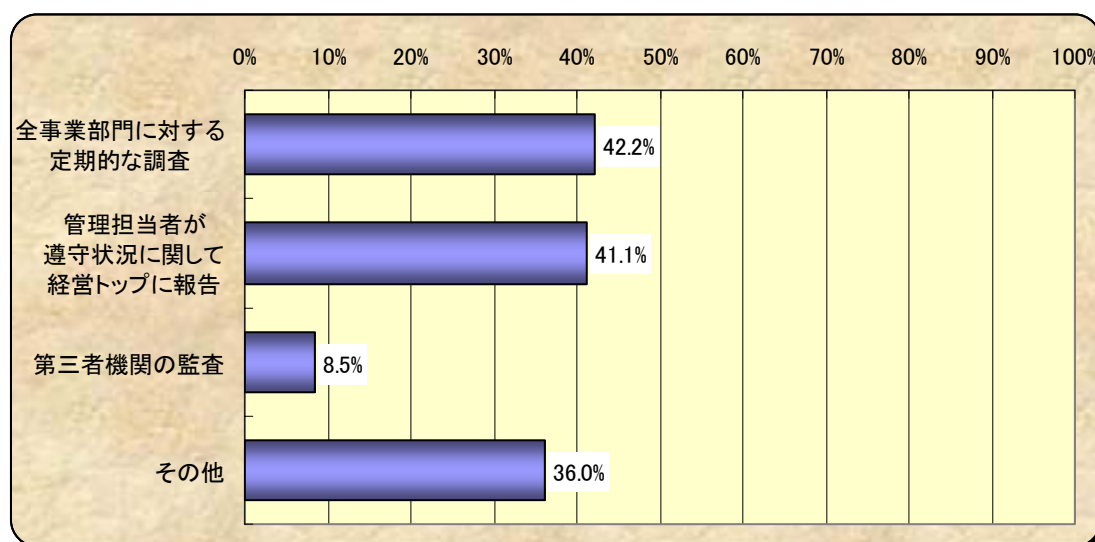
法令遵守の監査と評価、外部監査は広まらず

法令遵守の状況について監査及び評価するための取り組みについて尋ねたところ、「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」と回答した企業が有効回答企業全体の 42.2%、「経営トップに対して各部門（部署）の管理担当者が法令遵守状況に関する報告を行っている」と回答した企業が 41.1%であった。一方、「法令遵守に関して第三者機関の監査を受けている」という回答はわずか 8.5%に留まった。法令遵守の実態について積極的な監査・評価を実施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）の取り組みとしては、「内部監査体制の充実」、「内部通報窓口によるモニタリング」、「親会社による定期監査」などの回答があった。

グラフ 28 法令遵守状況の監査・評価（複数選択可）

N=258（調査票社会編への有効回答企業）

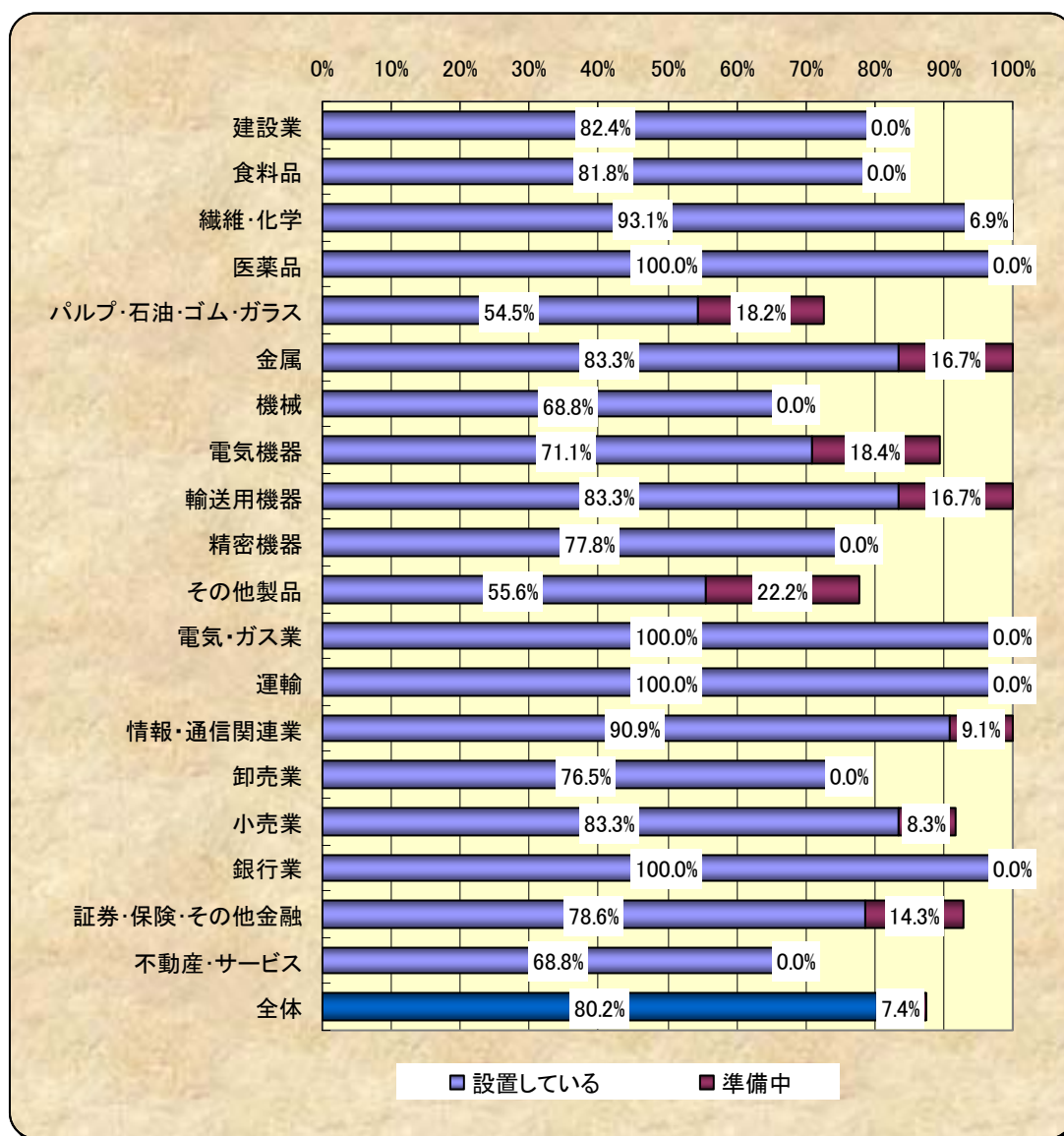


内部告発窓口の設置、8割に広がる

従業員から法令遵守に関わる内部告発を受け付ける窓口を設置している企業は、有効回答企業全体の80.2%であった。特に、医薬品、電気・ガス業、運輸、銀行業では内部告発窓口の設置している企業の割合が100.0%に達した。それに対して、内部告発窓口を設置しているという回答した企業の割合が低いのは、パルプ・石油・ゴム・ガラス(54.5%)、その他製品(55.6%)であり、6割に満たなかった。しかし、これら2業種においても、内部告発窓口の設置を「準備中」と回答した企業の割合が、それぞれ18.2%と22.2%あった。

グラフ 29 内部告発窓口の設置

N=258(調査票社会編への有効回答企業)

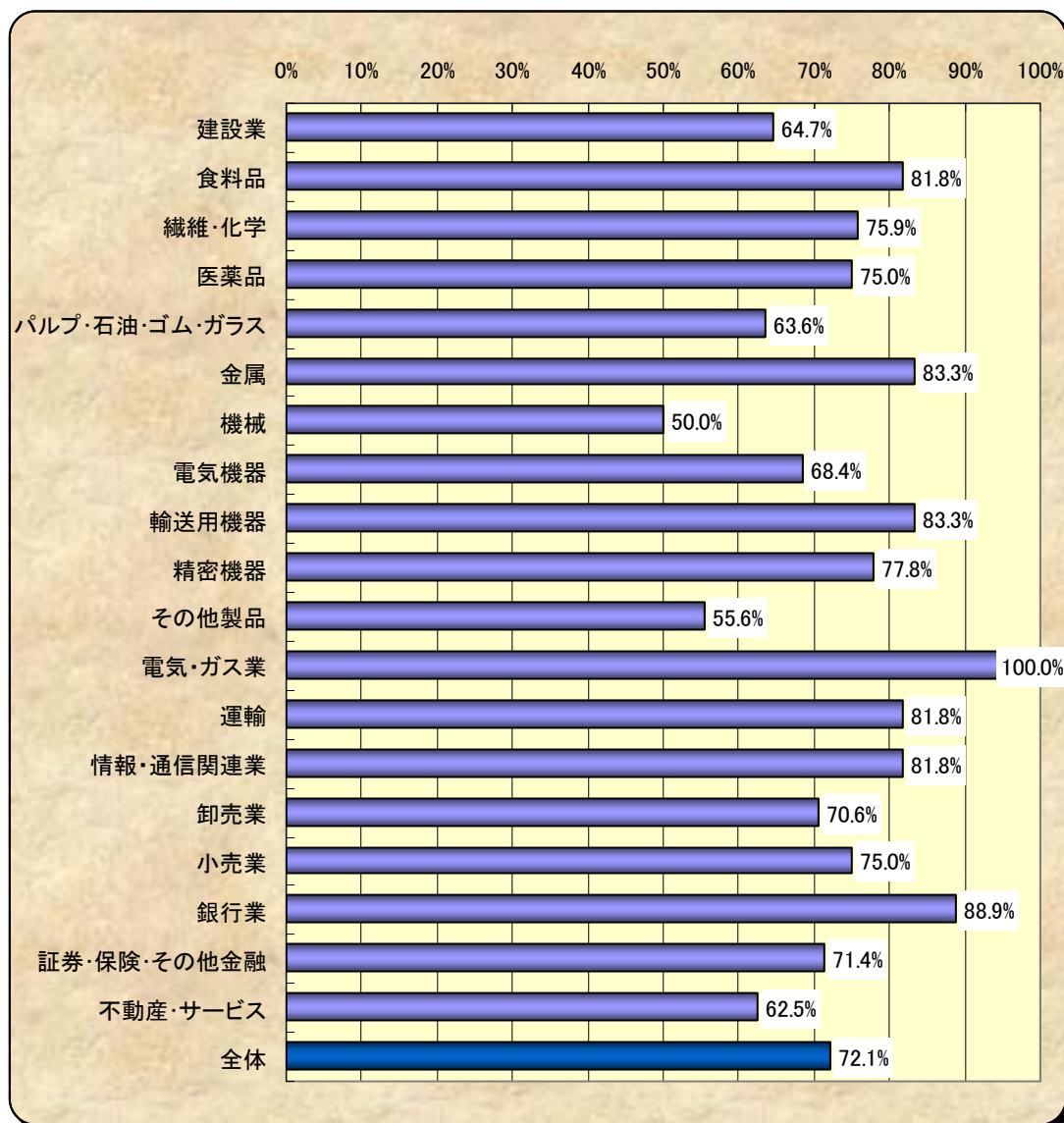


内部告発者の権利保護規定の制定、7割に留まる

法令遵守に関して内部告発を行った者が不利益を被らないよう、権利保護等について明確な規則が定められている企業の割合は、有効回答企業全体の 72.1%であった。電気・ガス業（100.0%）の割合が最も高く、次いで、銀行業（88.9%）、金属（83.3%）、輸送用機器（83.3%）、食料品（81.8%）、運輸（81.8%）、情報・通信関連業（81.8%）となっている。逆に、機械（50.0%）、その他製品（55.6%）では、内部告発者の権利保護に関する規則を持つ企業の割合が 6割に満たない状況にある。

グラフ 30 内部告発者の権利保護規定

N=258(調査票社会編への有効回答企業)

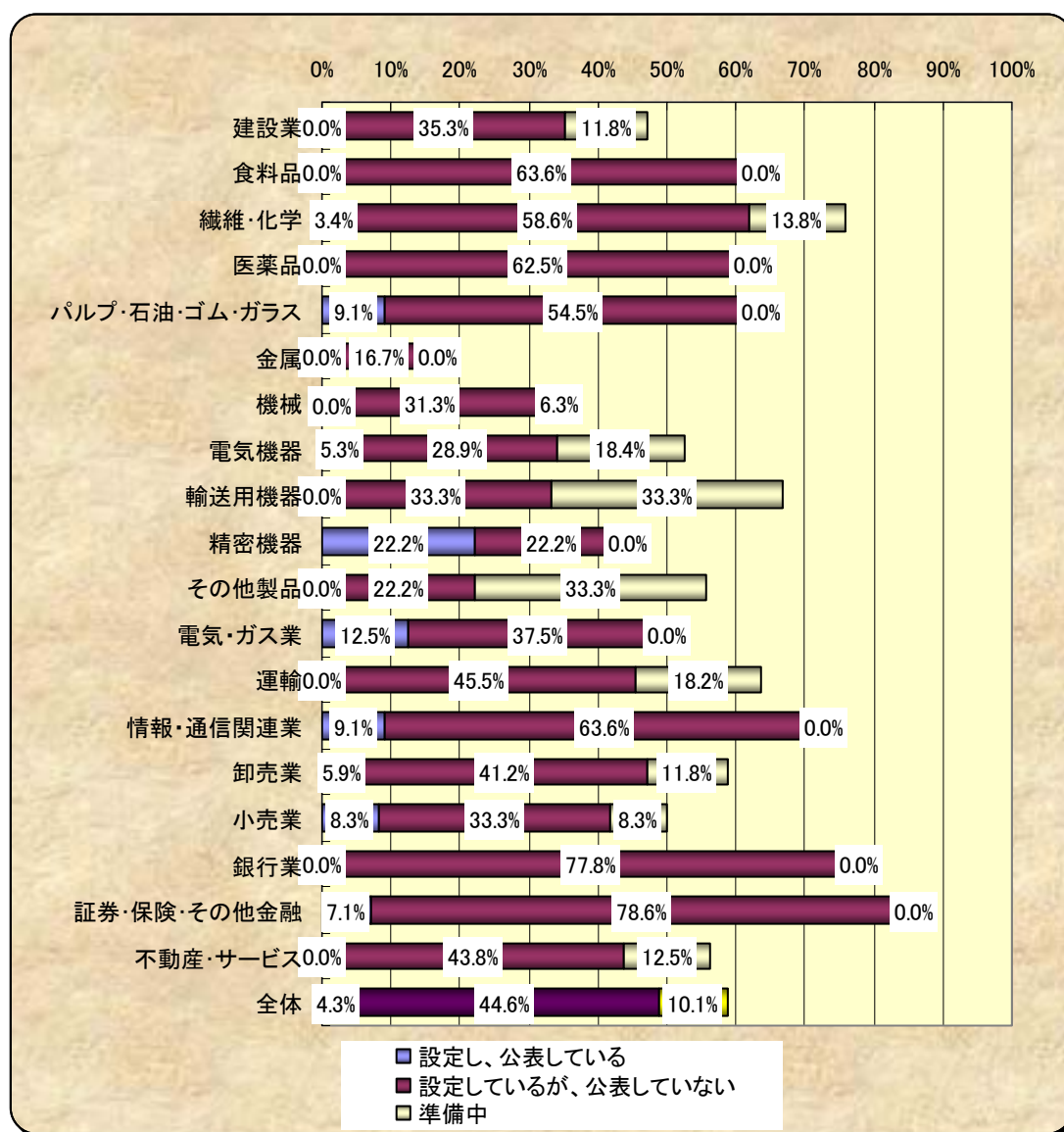


法令違反の情報開示方法、対応になお課題

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 4.3%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 44.6%、「準備中」と回答した企業の割合は 10.1%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証券・保険・その他金融（85.7%）で、次いで、銀行業（77.8%）、情報・通信関連業（72.7%）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（16.7%）だった。

グラフ 31 法令違反に関する情報開示方法の事前策定

N=258(調査票社会編への有効回答企業)

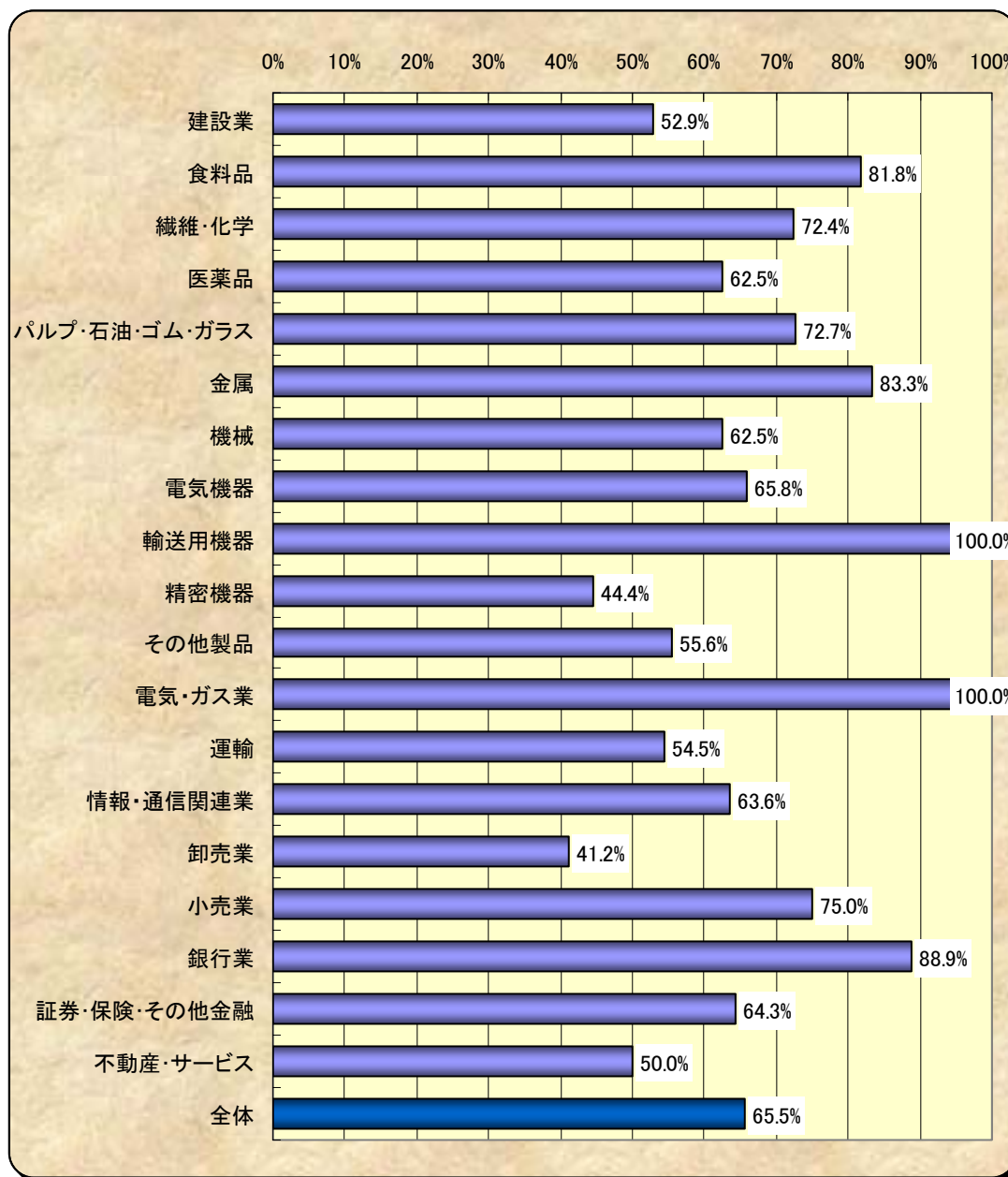


経営理念、6割強がステークホルダーを明確化

経営理念でステークホルダーを明確に定義していると回答した企業は、有効回答企業全体の半数を超え、65.5%だった。業種別に見ると、輸送用機器と電気・ガス業がともに100.0%と高く、銀行業(88.9%)、金属(83.3%)、食料品(81.8%)においても8割を超えている。一方、割合が最も少なかった卸売業(41.2%)、精密機器(44.4%)では5割に満たなかった。

グラフ 32 経営理念でのステークホルダーの明確化

N=258(調査票社会編への有効回答企業)

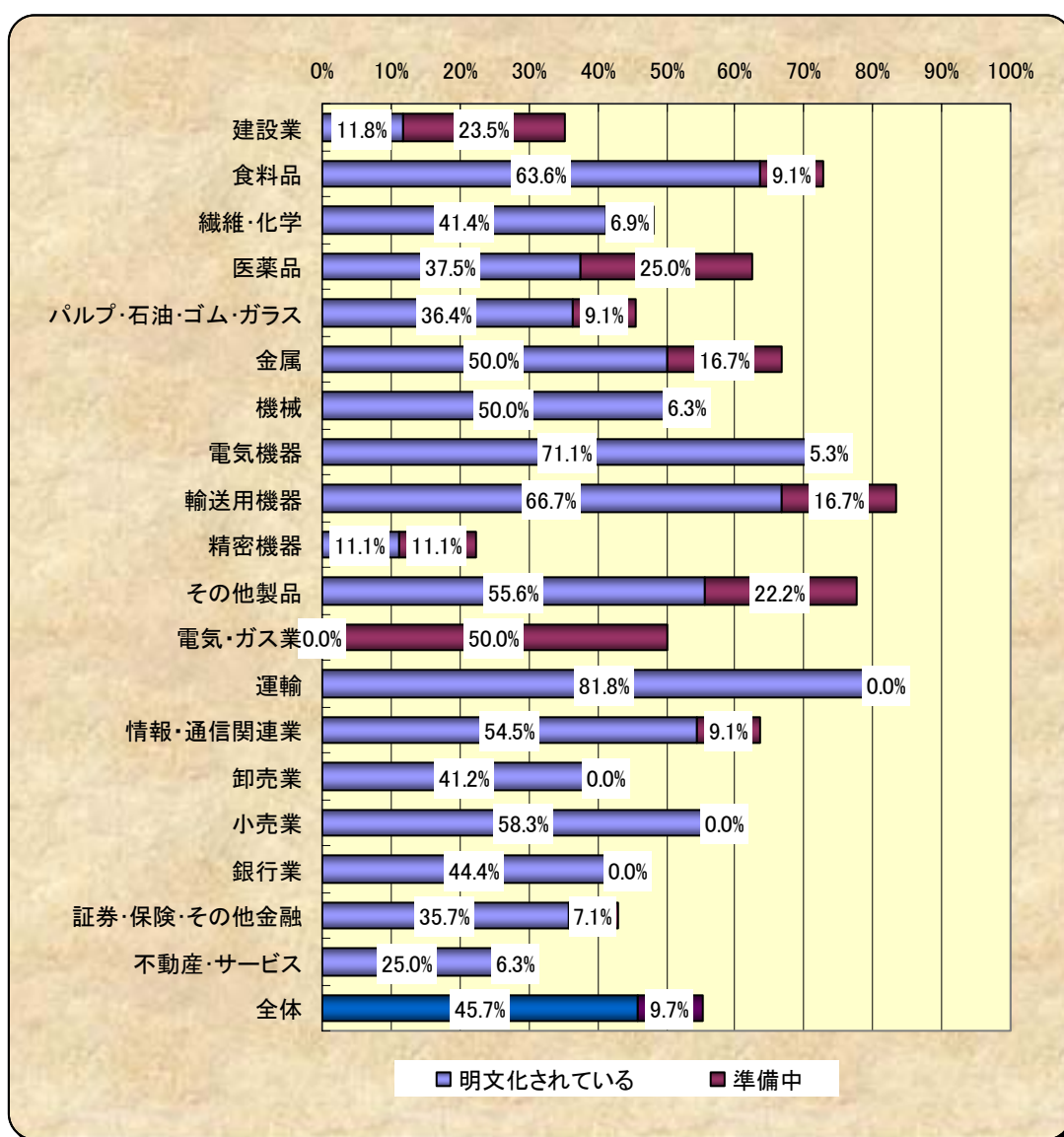


ブランドマネジメント方針、明文化は半数に達せず

企業ブランドのマネジメントに関して方針を明文化している企業は 45.7%と、有効回答企業全体の半数に満たなかった。「準備中」と回答した企業を合わせると、55.4%だった。ブランドマネジメントに関する方針の明文化が最も進んでいるのは運輸(81.8%)で、次いで電気機器(71.1%)、輸送用機器(66.7%)、食料品(63.6%)となっている。逆に、電気・ガス(0.0%)を筆頭に、精密機器(11.1%)、建設業(11.8%)では、企業ブランドのマネジメントに関する方針を定めている企業は一部に留まっている。

グラフ 33 ブランドマネジメント方針の明文化

N=258(調査票社会編への有効回答企業)

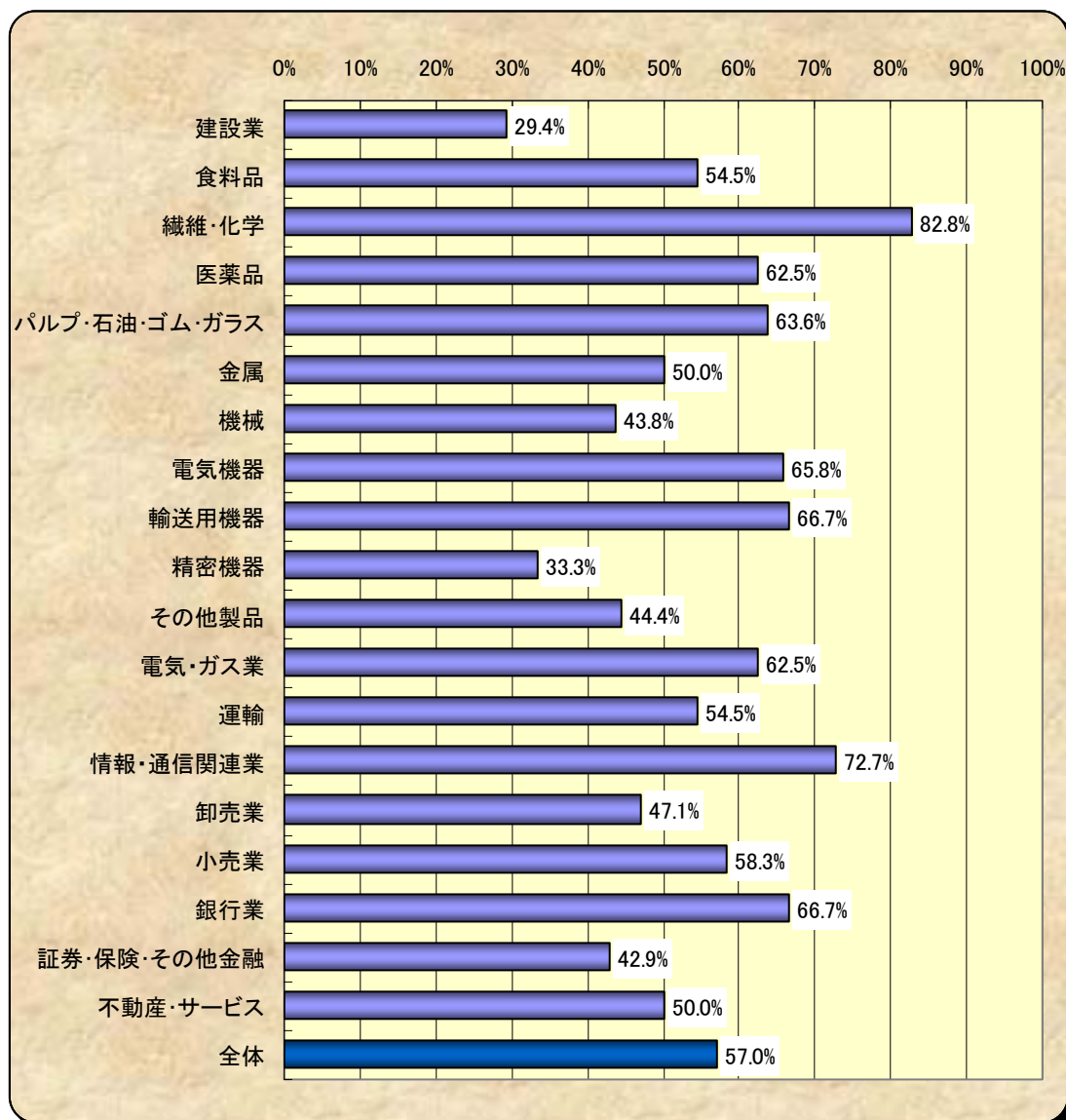


環境・社会リスク、5割が取締役会の役割に明記

環境・社会問題への対応など企業の社会に対する責任に関連するリスクの把握ならびに管理が取締役会の役割として明確化されているかについて尋ねたところ、有効回答企業全体の57.0%が明確化していると回答した。業種別では、繊維・化学(82.8%)、情報・通信関連業(72.7%)において、環境・社会に関連するリスクの把握を取締役会の役割として明確化している企業の割合が高い。それに対して、特に、建設業(29.4%)、精密機器(33.3%)では、取締役会の役割として環境・社会リスクの把握・管理が認識されている割合が相対的に低い。

グラフ 34 環境・社会のリスク管理に関する取締役会の役割

N=258(調査票社会編への有効回答企業)

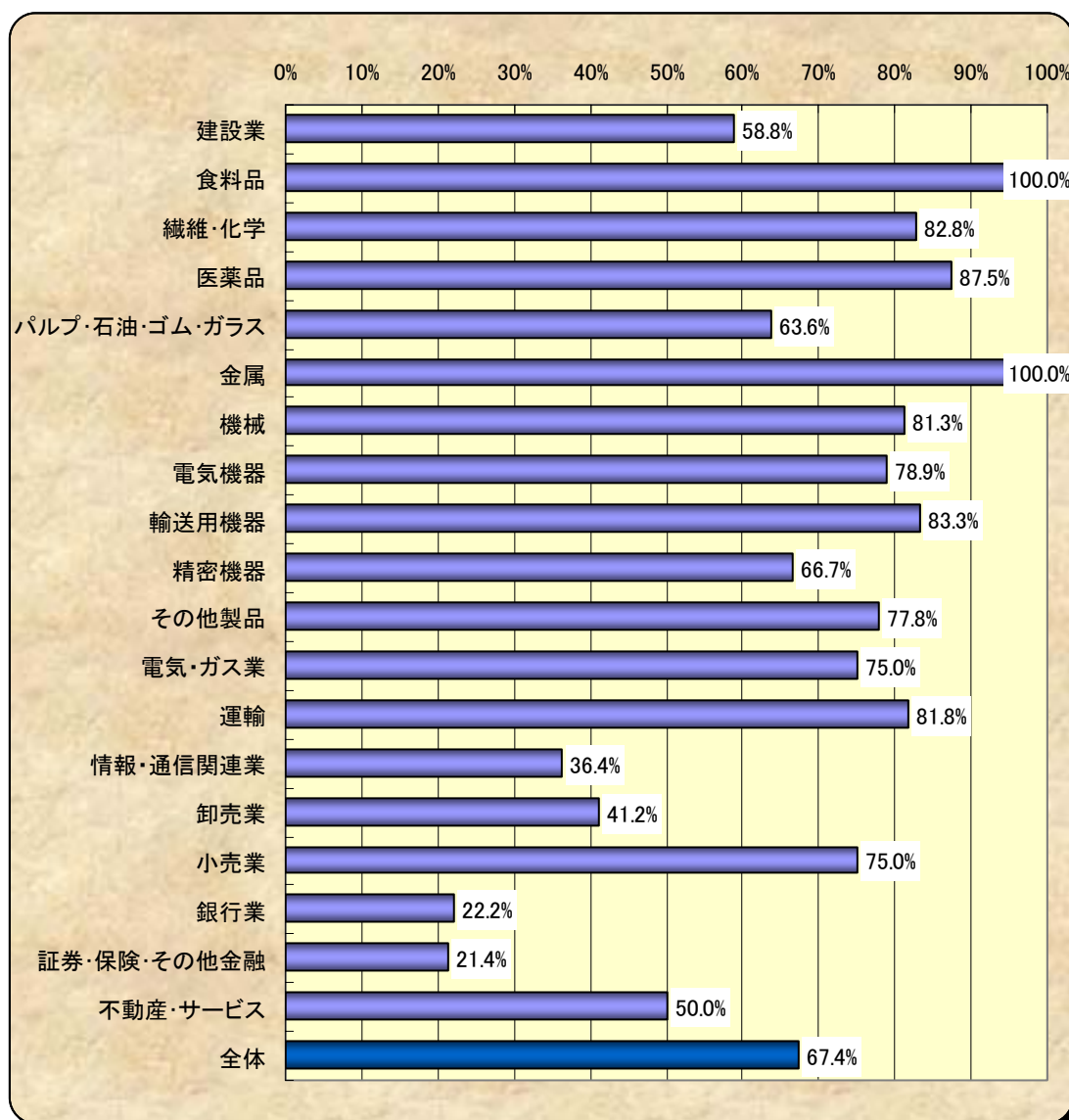


人体への悪影響情報、食料品等が積極姿勢

製品・サービスについて人の健康に悪影響を与える可能性が指摘された場合には原因の究明や悪影響の回避措置に自ら積極的に取り組む方針を明文化している企業の割合は、有効回答企業全体の 67.4%だった。食料品と金属で 100.0%と最も高く、次いで、医薬品(87.5%)、輸送用機器(83.3%)、繊維・化学(82.8%)、運輸(81.8%)、機械(81.3%)においても 8 割を超える企業が同様の方針を有している。

グラフ 35 人体への悪影響が指摘された際の積極的な対応に関する方針

N=258(調査票社会編への有効回答企業)



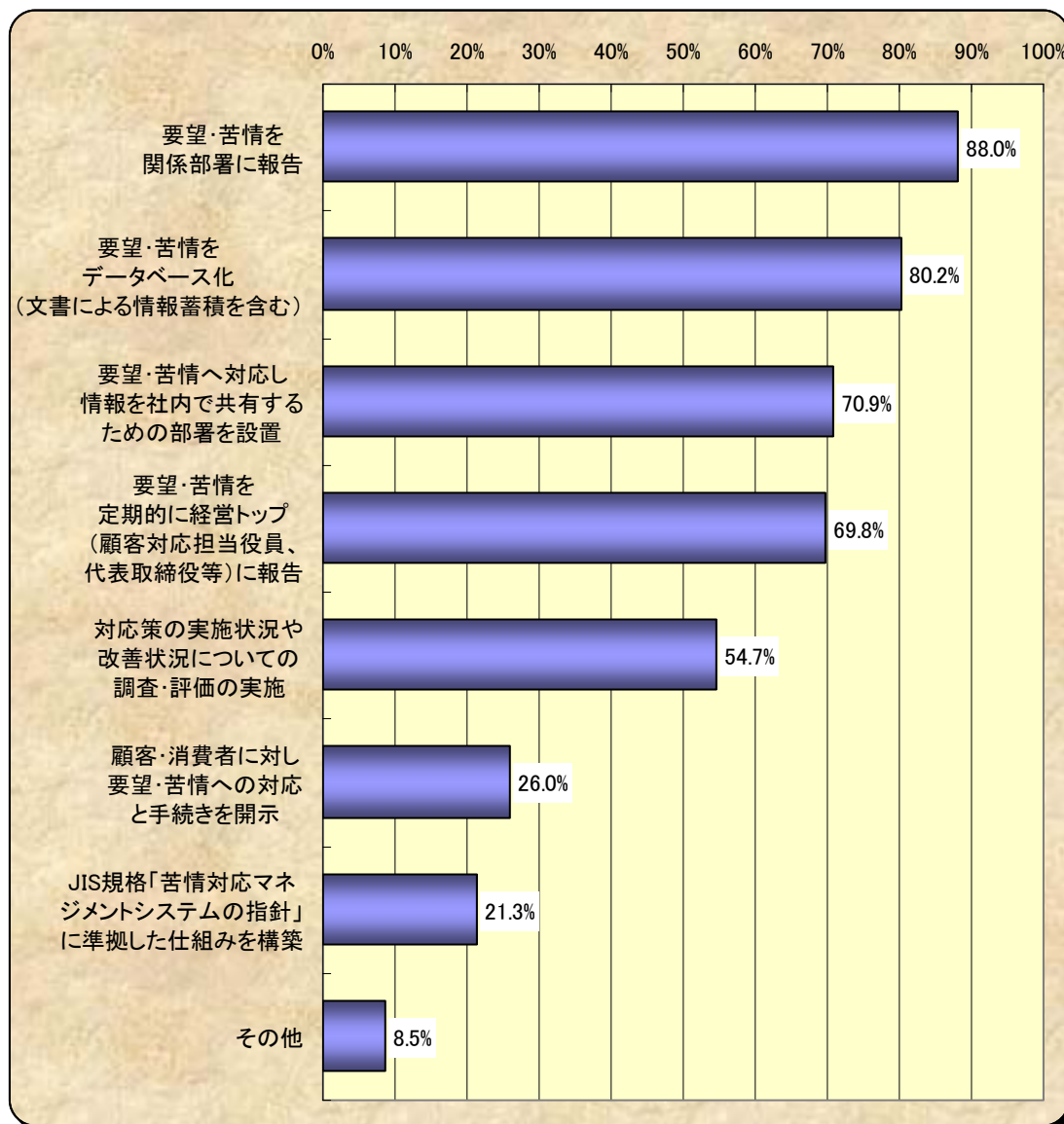
顧客の要望・苦情への対応・手続の開示に課題

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、「関係部門への報告」との回答が最も多く(88.0%)、続いて、「要望・苦情のデータベース化」(80.2%)、「要望・苦情の情報を社内で共有するための部署を設置」(70.9%)、「要望・苦情を定期的に経営トップに報告」(69.8%)、「対応策の実施状況や改善状況の調査・評価を実施」(54.7%)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」(26.0%)、「JIS規格に準拠した仕組みの構築」(21.3%)と回答した企業は一部に留まった。

その他(自由回答)の取り組みとしては、「顧客から寄せられた意見を検討する委員会の設置」などの回答があった。

グラフ 36 顧客・消費者からの要望・苦情への対応(複数選択可)

N=258(調査票社会編への有効回答企業)

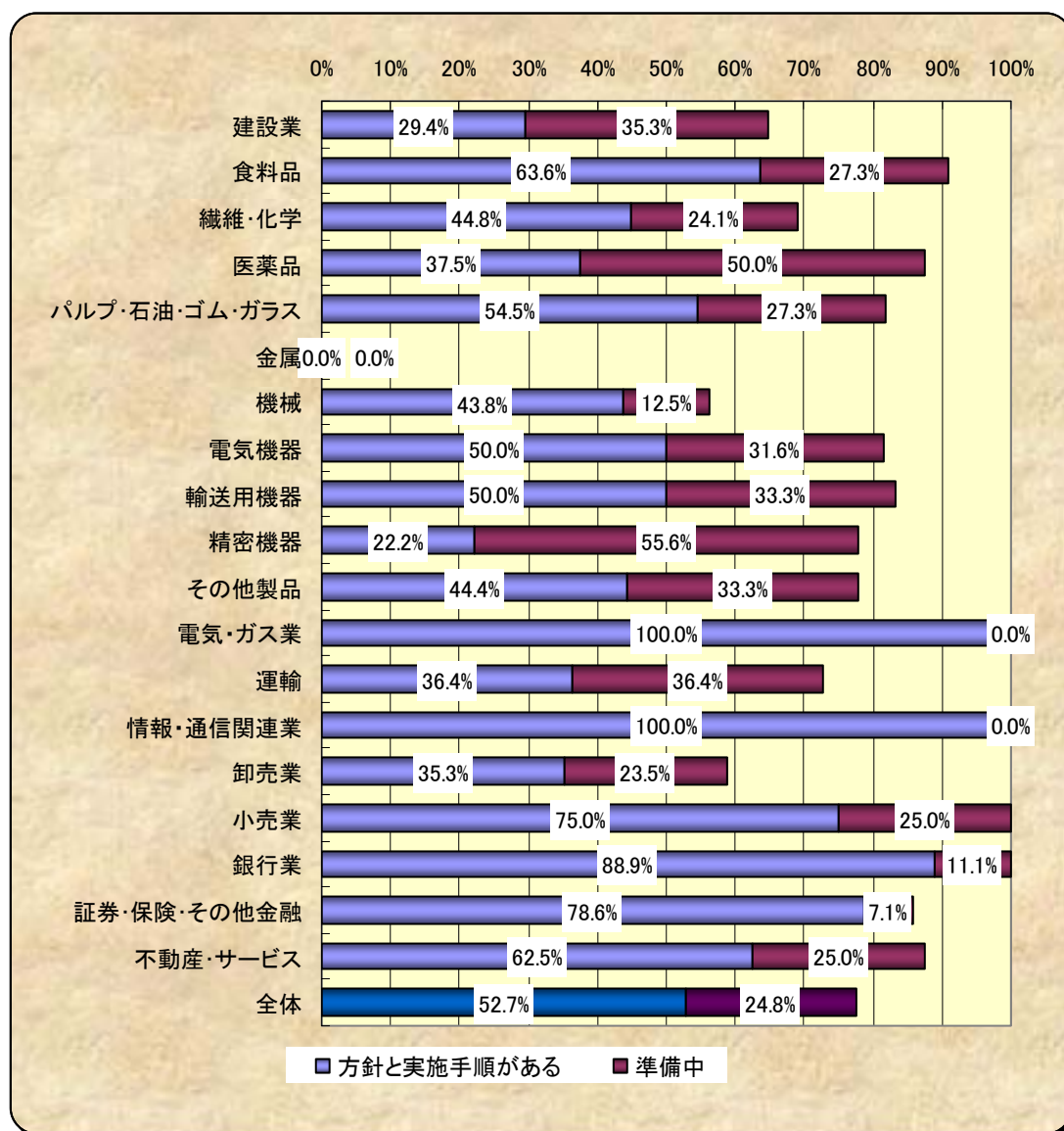


顧客の個人情報の適正管理、5割が方針未整備

顧客の個人情報を適正に管理するための方針と実施手順を持つ企業の割合は、有効回答企業全体の約半数(52.7%)に留まった。なお、「準備中」と回答した企業は24.8%だった。業種別では、電気・ガス業と情報・通信関連業が100.0%と最も高く、次いで、銀行業(88.9%)、証券・保険・その他金融(78.6%)、小売業(75.0%)が個人情報の管理に対する姿勢が積極的である。一方、金属(0.0%)、精密機器(22.2%)、建設業(29.4%)では、個人情報管理に関する方針と実施手順を持つ企業の割合が3割に満たない実態が明らかになった。

グラフ 37 顧客の個人情報の適正管理

N=258(調査票社会編への有効回答企業)



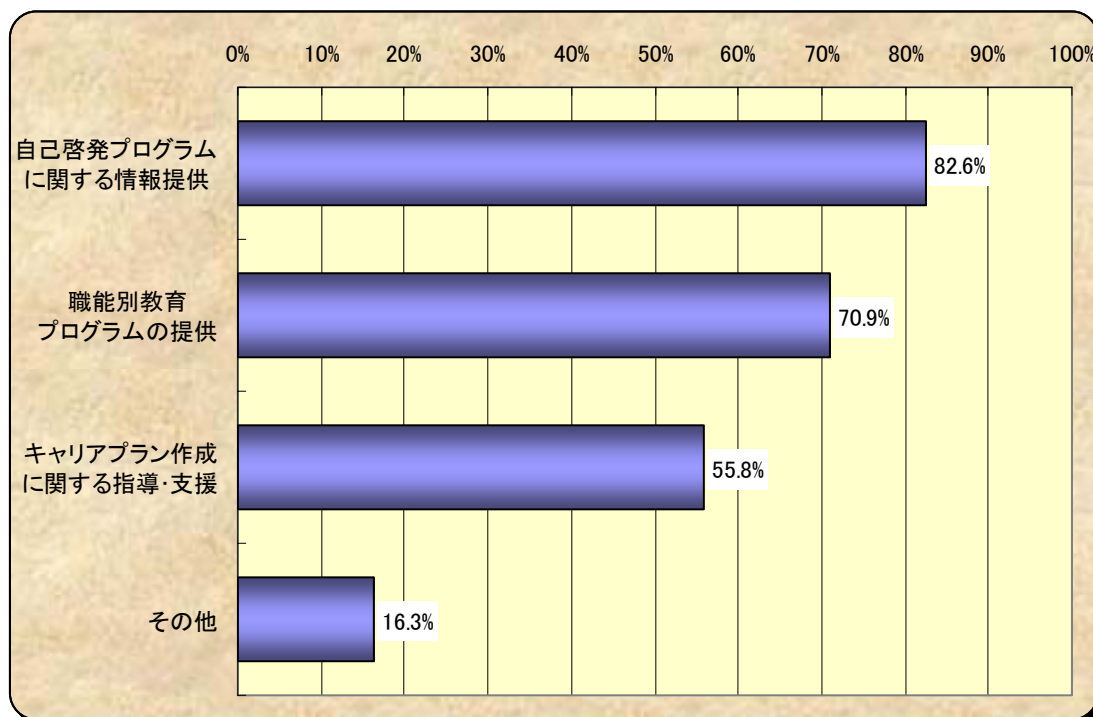
キャリアプランの作成支援、半数が導入済み

個人の意欲やキャリア形成を重視した自立・選択型の人材育成・能力開発としてどのような仕組みがあるか尋ねたところ、「自己啓発プログラムに関する情報提供」という回答が最も多く(82.6%)、「職能別教育プログラムの提供」(70.9%)、「キャリアプラン作成に関する指導・支援」(55.8%)を実施する企業の割合も半数を超えた。

その他(自由回答)の取り組みとしては、「通信教育や資格試験の費用補助」、「キャリアアドバイザーの設置」、「次世代人材の早期選抜・育成の制度」、「国内外大学院への留学支援」、「社内大学の設置」などの回答があった。

グラフ 38 自立・選択型の人材育成・能力開発(複数選択可)

N=258(調査票社会編への有効回答企業)

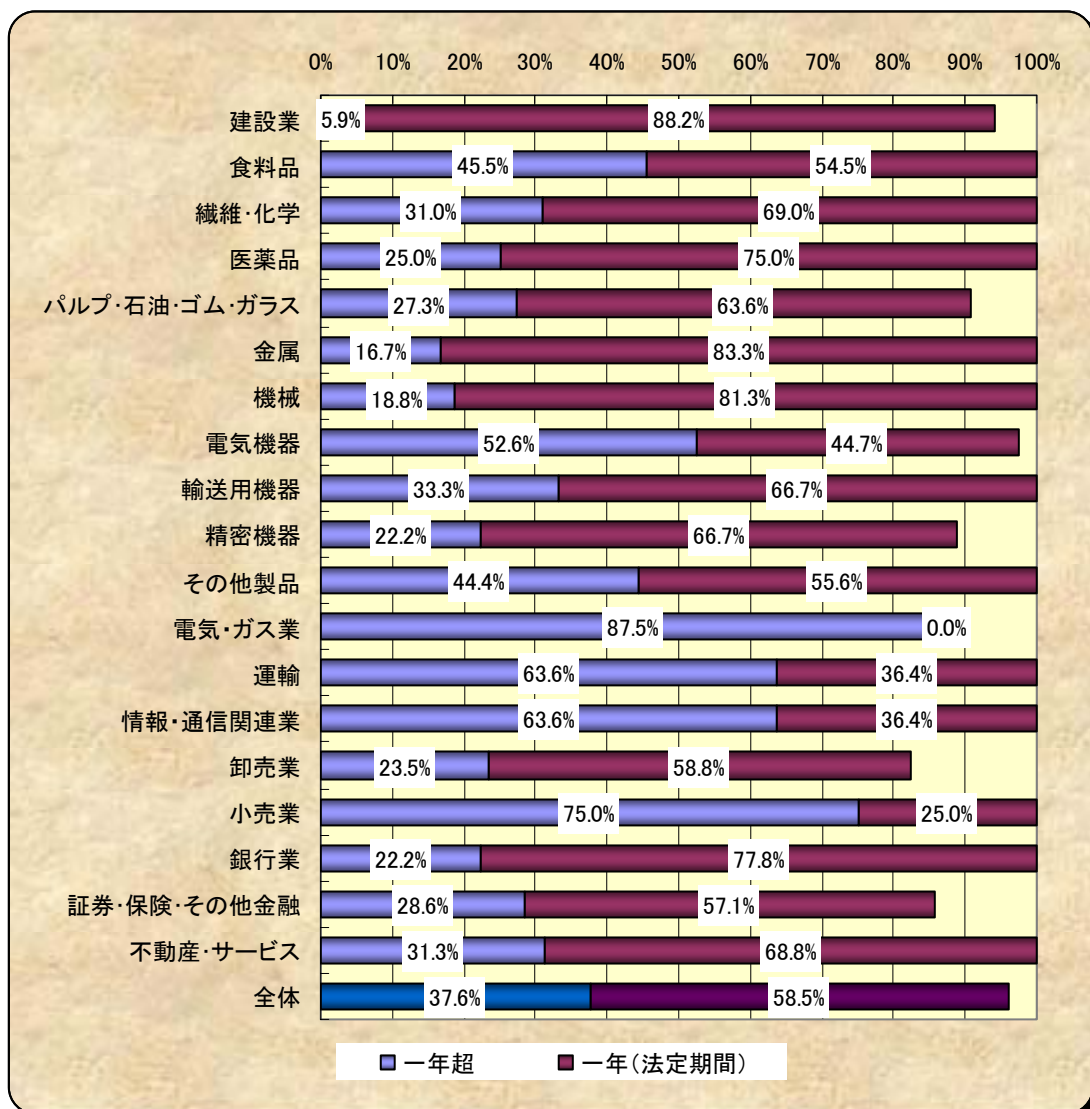


育児休業制度、電気・ガス、小売業で柔軟な対応

育児休業制度において取得できる最長期間について尋ねたところ、有効回答企業全体では、「一年超」と回答した企業の割合は 37.6%であり、一年(法定期間)と回答した企業の割合は 58.5%だった。業種間に非常に大きな較差が見られ、電気・ガス業(87.5%)、小売業(75.0%)、運輸(63.6%)、情報・通信関連業(63.6%)ではその割合が6割以上に達しているのに対し、建設業(5.9%)、金属(16.7%)、機械(18.8%)では、1年以上の育児休業が取れる企業の割合は2割未満に留まっている。

グラフ 39 育児休業制度の最長取得期間

N=258(調査票社会編への有効回答企業)



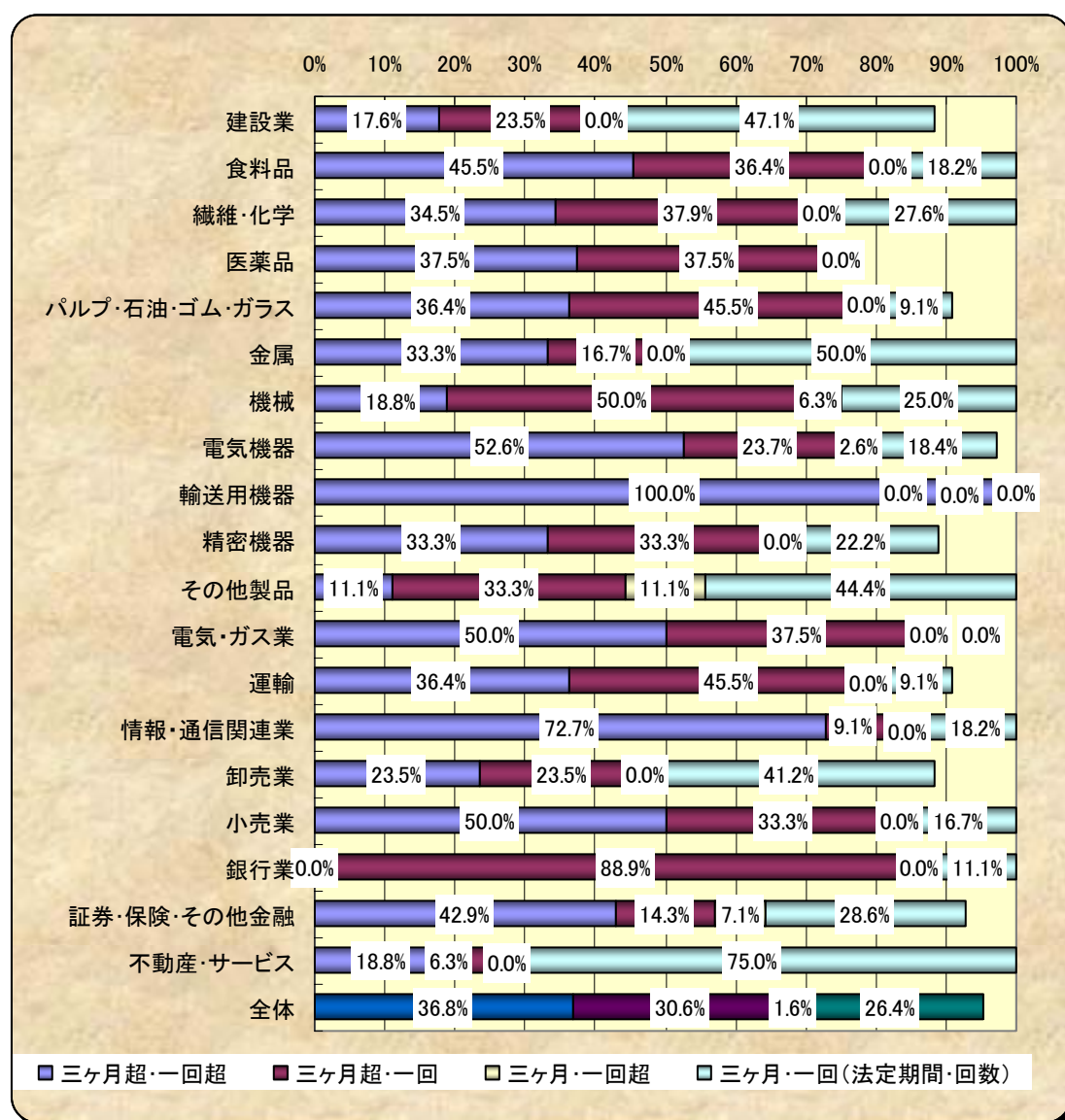
※当該設問に無回答だった企業が含まれるため、一部業種では合計が100%になっていない。

介護休業制度、法定以上の対応が7割に達する

介護休暇制度において取得できる最長期間と最多回数について尋ねたところ、期間・回数ともに法定基準(三ヶ月・一回)を超えている企業の割合は、有効回答企業全体では36.8%であった。これに期間、回数のどちらかが法定を超えている水準を加えると、全体の7割以上が法定以上の対応をしている。この割合が特に高いのは、輸送用機器(100.0%)と情報・通信関連業(72.7%)である。逆に、この割合が低いのは、銀行業(0.0%)、その他製品(11.1%)、建設業(17.6%)、機械(18.8%)、不動産・サービス(18.8%)であった。

グラフ40 介護休業制度の最長期間及び最多回数

N=258(調査票社会編への有効回答企業)



※当該設問に無回答だった企業が含まれるため、一部業種では合計が100%になっていない。

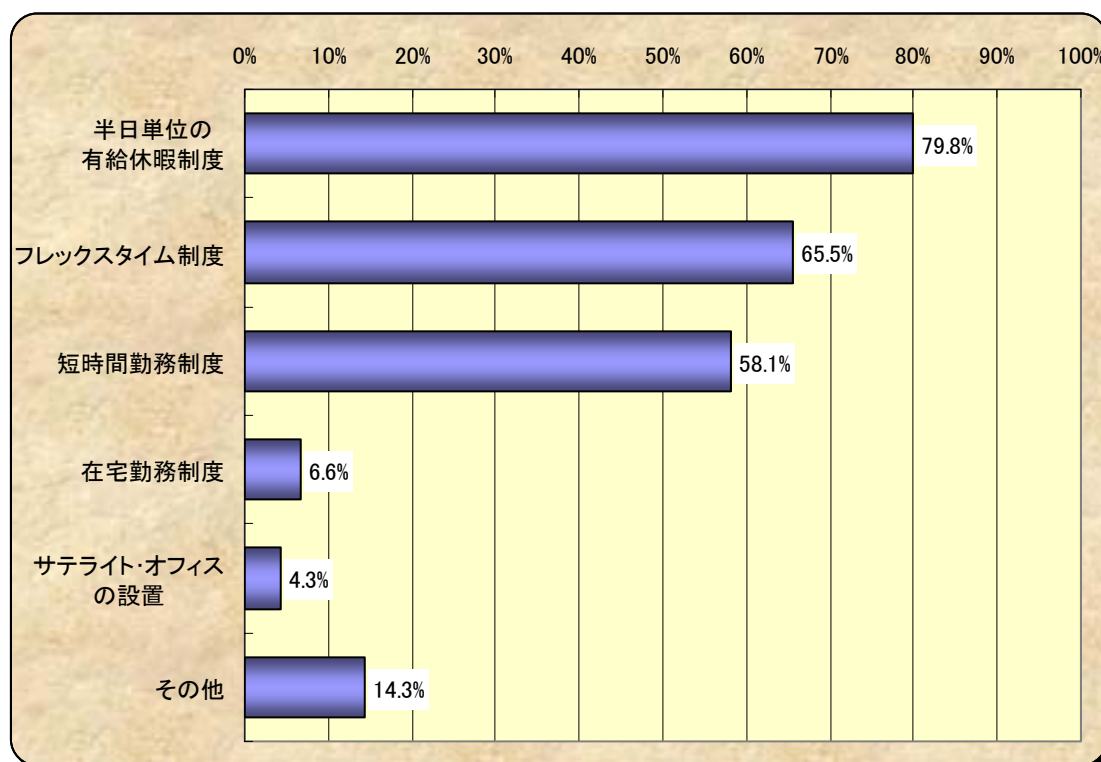
勤務形態の多様化、勤務場所の柔軟性に課題

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」(79.8%)、「フレックスタイム制度」(65.5%)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。これに次いで、「短時間勤務制度」との回答も 58.1%あった。一方、「在宅勤務制度」(6.6%)、「サテライト・オフィスの設置」(4.3%)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)の取り組みとしては、「子供の看護休暇制度」、「就業時間中に育児時間を取れる制度」、「ベビーシッターやホームヘルパーの利用料金割引クーポン制度」、「配偶者の出産時の休暇制度」、「育児・介護求職者職場復帰プログラムの実施」などの回答があった。

グラフ 41 勤務形態の柔軟な選択(複数選択可)

N=258(調査票社会編への有効回答企業)



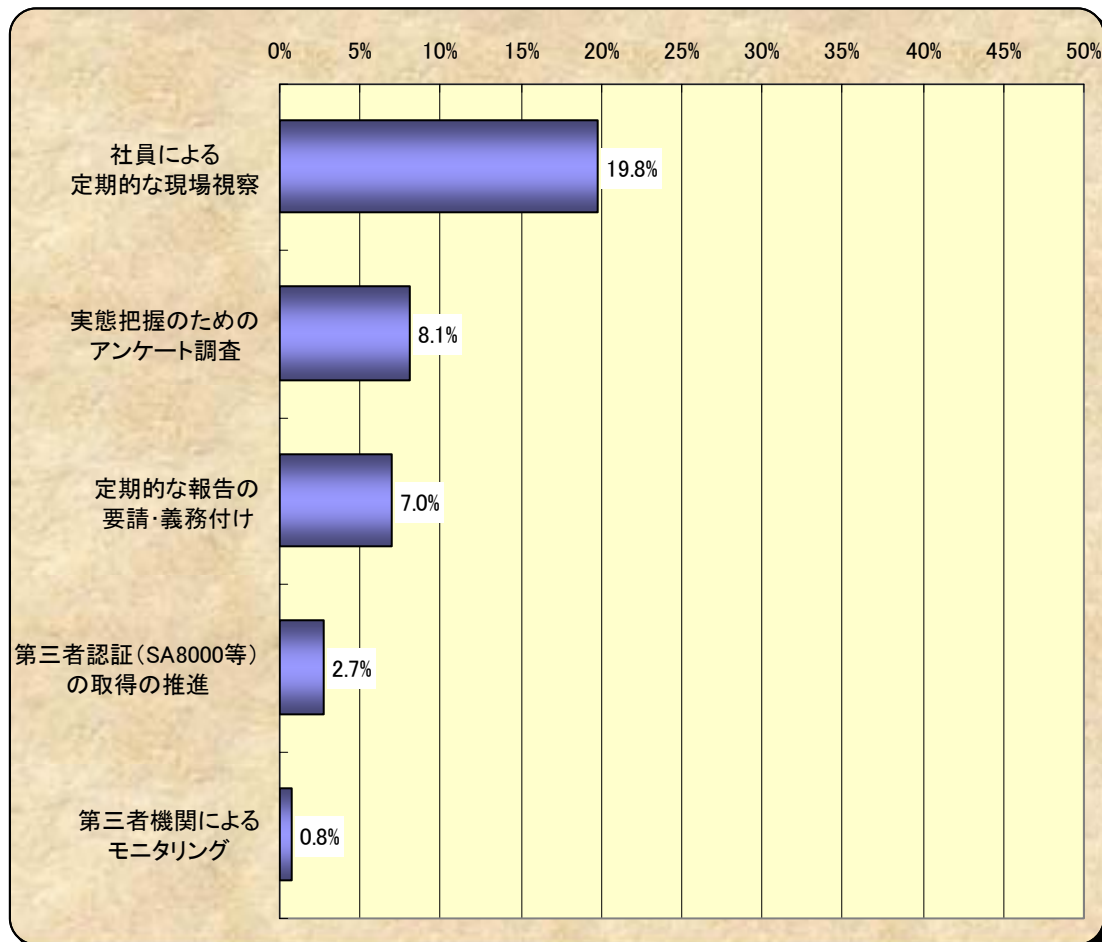
海外サプライヤーの実態把握、現場視察が2割

海外からの資材調達に関連して、相手先の CSR について実態を把握するための取り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、「社員による定期的な現場視察」(19.8%)を挙げる企業がもっとも多かった。その他の方法で実態把握に取り組む企業はいずれも1割に満たず、「実態把握のためのアンケート調査」(8.1%)、「定期的な報告の要請・義務付け」(7.0%)、「第三者認証(SA8000等)の取得の推進」(2.7%)、「第三者機関によるモニタリング」(0.8%)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、ほとんどない状況にある。

グラフ 42 海外サプライヤーの CSR の実態把握の取り組み(複数選択可)

N=258(調査票社会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)



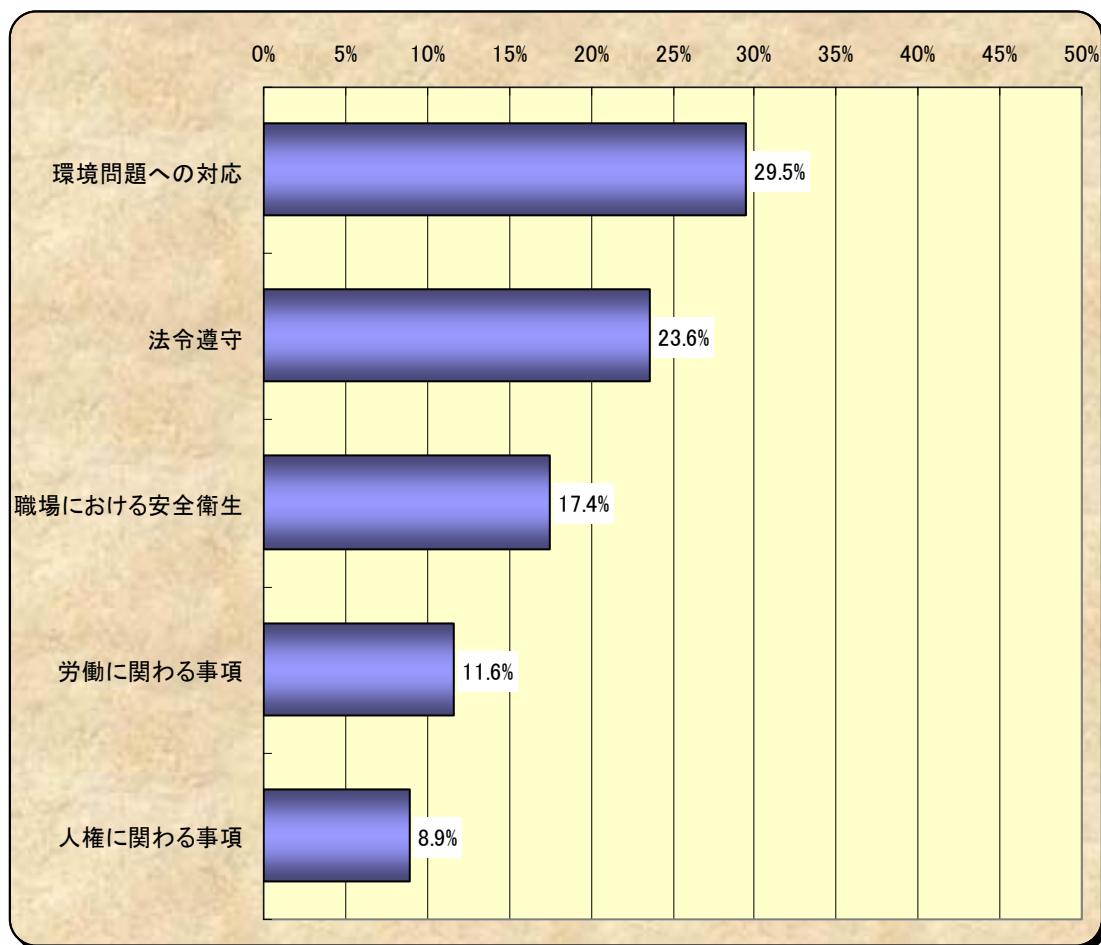
海外サプライヤー、環境と法令遵守を実態把握

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、「環境問題への対応」(29.5%)と「法令遵守」(23.6%)を挙げる企業が 2 割を超え、続いて、「職場における安全衛生」(17.4%)、「労働に関わる事項」(11.6%)、「人権に関わる事項」(8.9%)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、実態把握の取り組みの遅れが目立つ。

グラフ 43 海外サプライヤーの CSR の実態把握の項目(複数選択可)

N=258(調査票社会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)



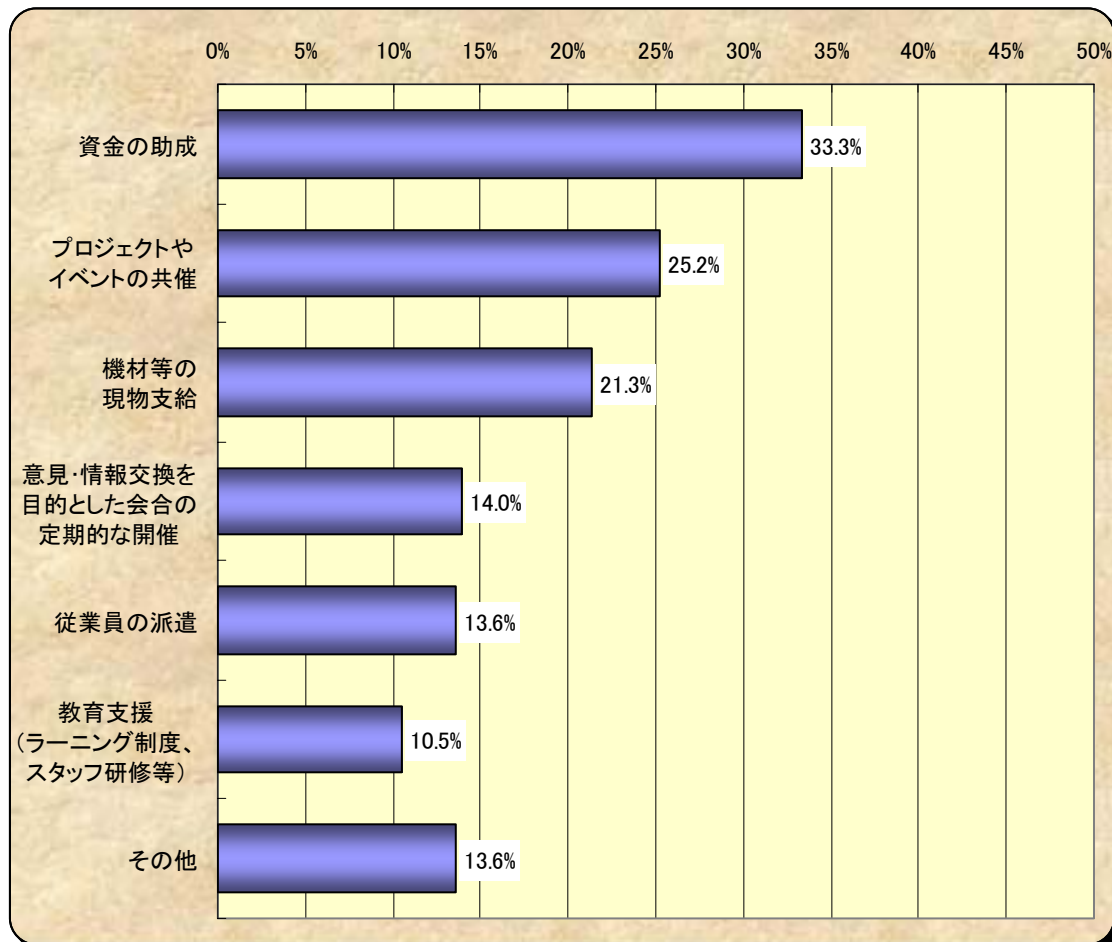
NGO/NPO の支援・協働、資金助成でも 3 割のみ

NGO/NPO の支援・協働の取り組みについて尋ねたところ、「資金の助成」(33.3%)、「プロジェクト・イベントの開催」(25.2%)、「機材等の現物支給」(21.3%)を挙げる企業がいずれも 2 割を超えた。また、「意見・情報交換を目的とした会合の定期的な開催」と回答した企業は 14.0%、「従業員の派遣」が 13.6%、「教育支援(ラーニング制度、スタッフ研修など)」が 10.5%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)の取り組みとしては、「NGO 主催イベントへの参加」、「会社施設の無償提供」、「市民団体の基盤強化のための公募型基金を NPO と協働運営」などの回答があった。

グラフ 44 NGO/NPO の支援・協働の取り組み(複数選択可)

N=258(調査票社会編への有効回答企業)



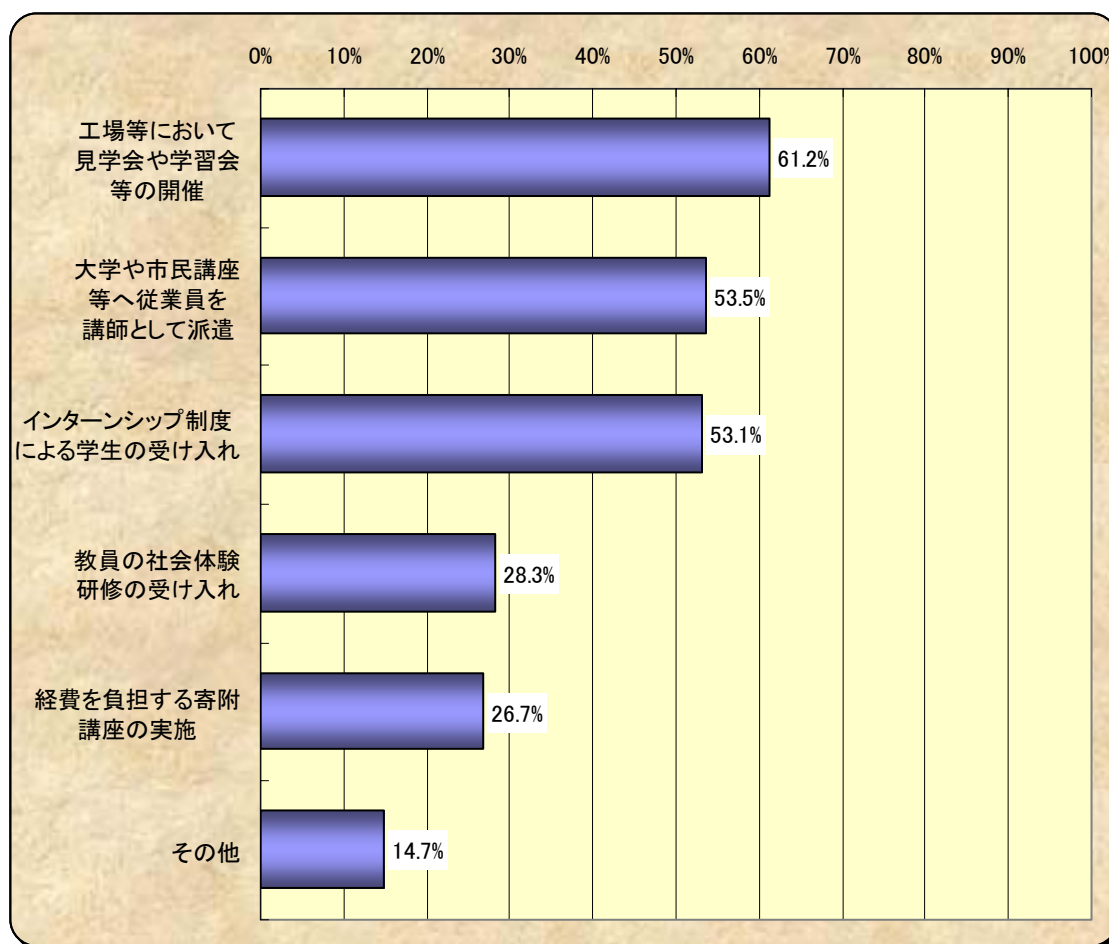
教育機関との協働、一部企業で取り組みに独自性

教育機関との協働の取り組みについて尋ねたところ、「工場等において見学会や学習会等の開催」(61.2%)、「大学や市民講座等へ従業員を講師として派遣」(53.5%)、「インターシップ制度による学生の受入」(53.1%)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。「教員の社会体験研修の受入」(28.3%)と「経費を負担する寄附講座の実施」(26.7%)に取り組む企業の割合は3割未満だった。

その他(自由回答)の取り組みとしては、「子供向けの環境教育プログラムの実施」、「小中学校の総合学習での出張授業」、「小中学生の社会見学や体験学習の受け入れ」、「教員の研究支援」などの回答があった。

グラフ 45 教育機関との協働の取り組み(複数選択可)

N=258(調査票社会編への有効回答企業)



本調査に関するお問い合わせ先:
株式会社日本総合研究所 創発戦略センター 足達
住所: 東京都千代田区一番町 16 番 102-0082
電話: 03-3288-4616(受付:松本)
FAX: 03-3288-4689
e-mail: eco-eng@ird.jri.co.jp