

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

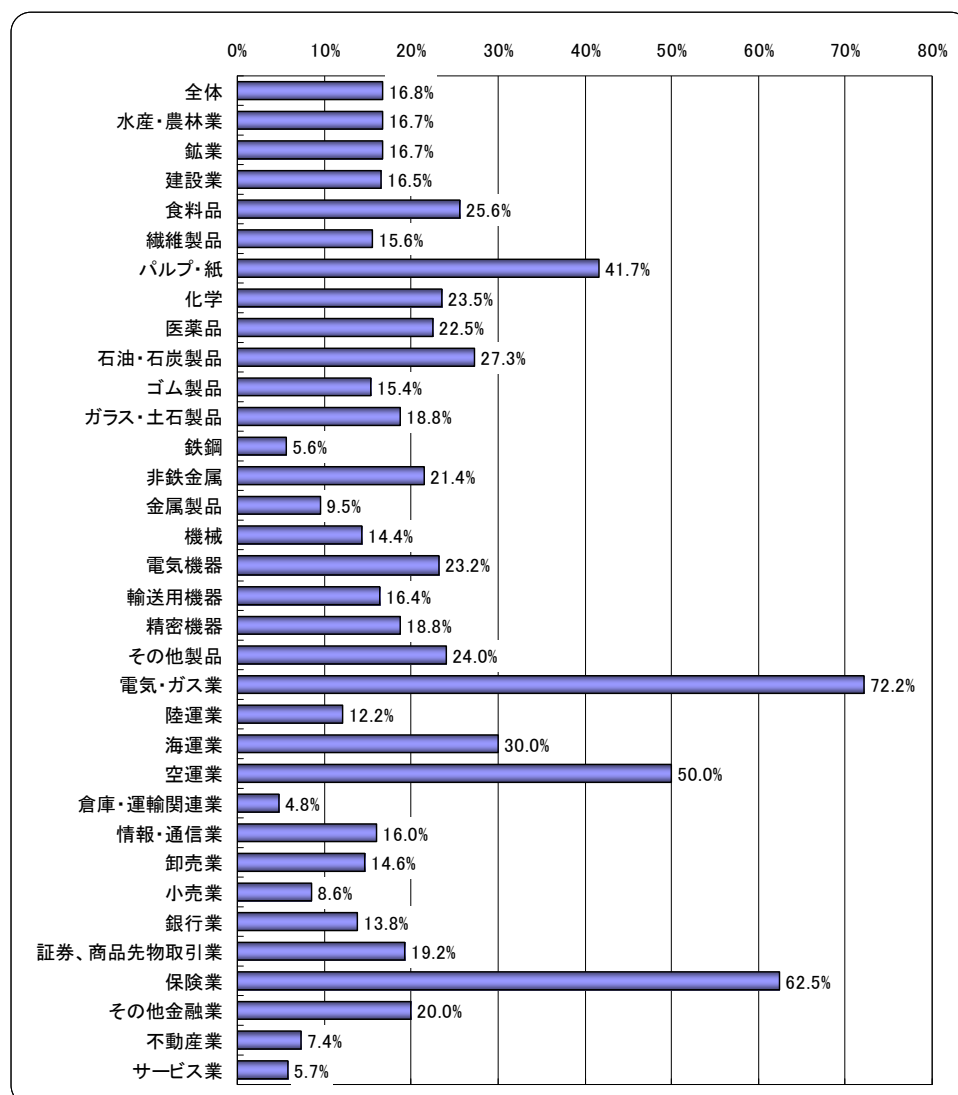
当社では、調査票「社会・ガバナンス編」への回答の多寡(回答率)を当該業種における環境 IR 対応の積極度を示すひとつの指標と考えている。今年度調査の対象企業数は2,000社で、そのうちの 336 社から調査票「社会・ガバナンス編」への回答を得た(有効回答率 16.8%)(締切後提出分も含む)。

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・ガス業(72.2%)がトップ、保険業(62.5%)と空運業(50.0%)が続き、パルプ・紙(41.7%)が大きく伸びて4位につけた。昨年度無回答であった鉱業(16.7%)、石油・石炭製品(27.3%)、ゴム製品(15.4%)も、その他の業種と遜色のない回答率となった点が特徴的であった。

グラフ 19 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=2,000(調査対象企業)

(%の分母は各業種の調査対象企業数)

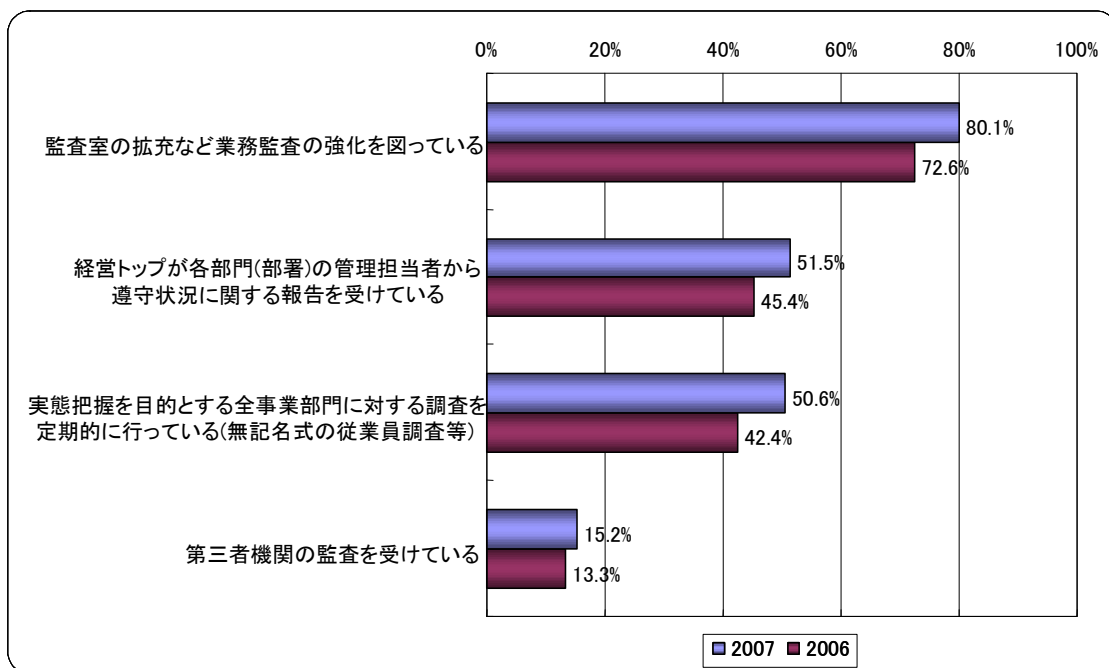


監査室の拡充など社内での業務監査の強化が進む

法令遵守の状況を監査、評価するために実施している取組みについて尋ねた。昨年度と比して全項目で実施率が純増しており、監査室の拡充など業務監査の強化を行っているとする企業は全体で 80.1%となった。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ている、実態把握を目的とする全事業部門に対する調査を定期的に行っている、とする企業もそれぞれ半数を超え、業務監査の強化が進んでいる状況が反映された。

グラフ 20 法令遵守の状況を監査、評価するための取組み（複数選択可）

N=336（調査票社会・ガバナンス編への有効回答企業）

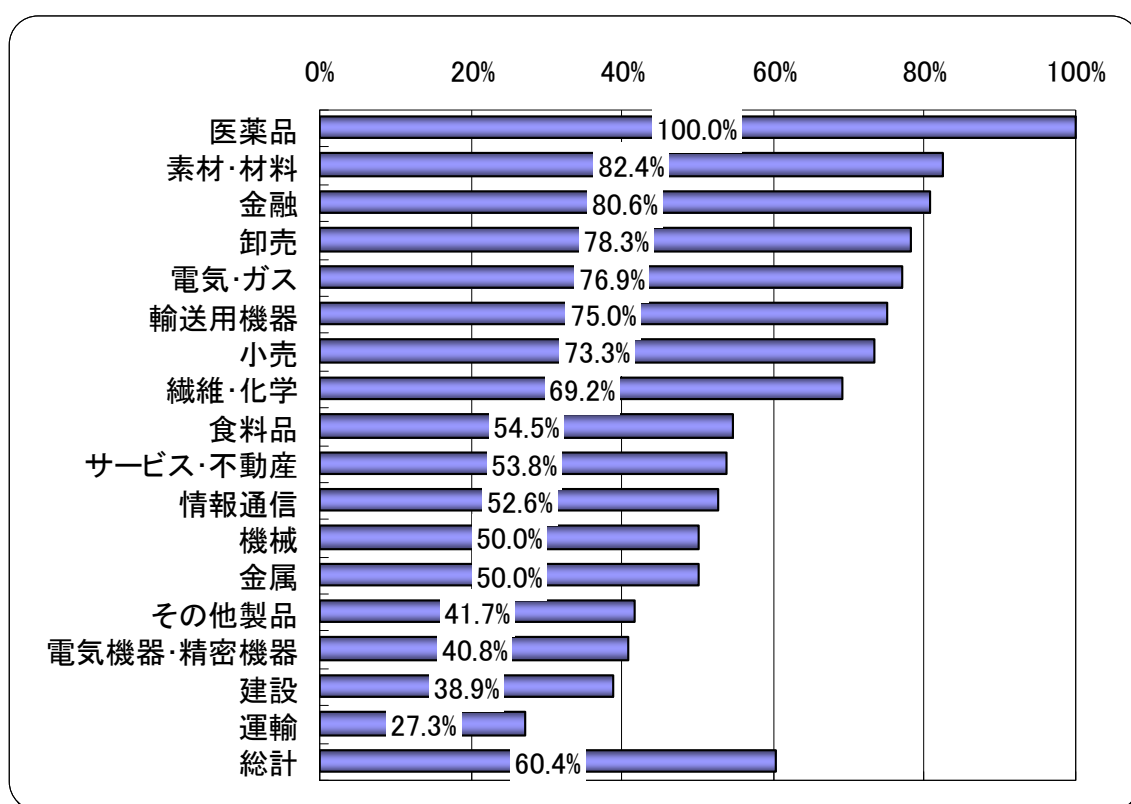


内部通報のための社外受付窓口は 6 割で実施

内部通報制度はすでに全体の 95.8%で実施されており、通報のための窓口を社外に設置しているとする企業は全体で 60.4%となった。業種別に見ると 7 割程度かそれ以上は実施しているグループ、5 割程度の実施率のグループ、4 割程度かそれ以下のグループに分かれている。内部通報についての問題意識の差や、同業他社の取り組みを見ながら取組みを進めていることに由来すると考えられる。

グラフ 21 内部通報制度の社外受付窓口

N=336(調査票社会・ガバナンス編への有効回答企業)

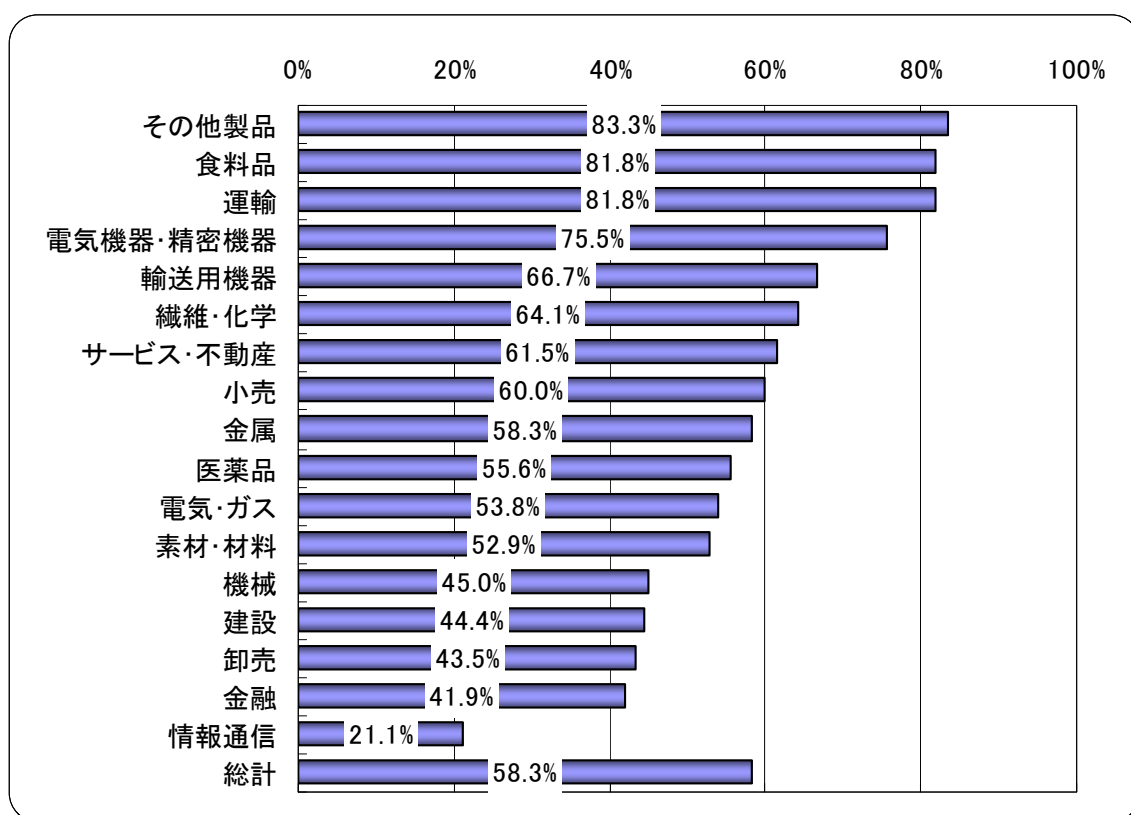


約 6 割で環境、社会問題を事業リスクとして開示

直近の有価証券報告書等の「事業等のリスク」に関する情報開示の中で、環境問題や社会問題に関連するリスクの言及があるとする企業は、全体で58.3%となった。その他製品、食料品、運輸では 80%を超える企業で開示を行っているとしており、開示率が 50%を切る業種は5つのみと、少数派に回った。特に情報通信は 21.1%とその他の業種に大きく水をあけられている。

グラフ 22 環境問題や社会問題に関するリスク言及

N=336(調査票社会・ガバナンス編への有効回答企業)

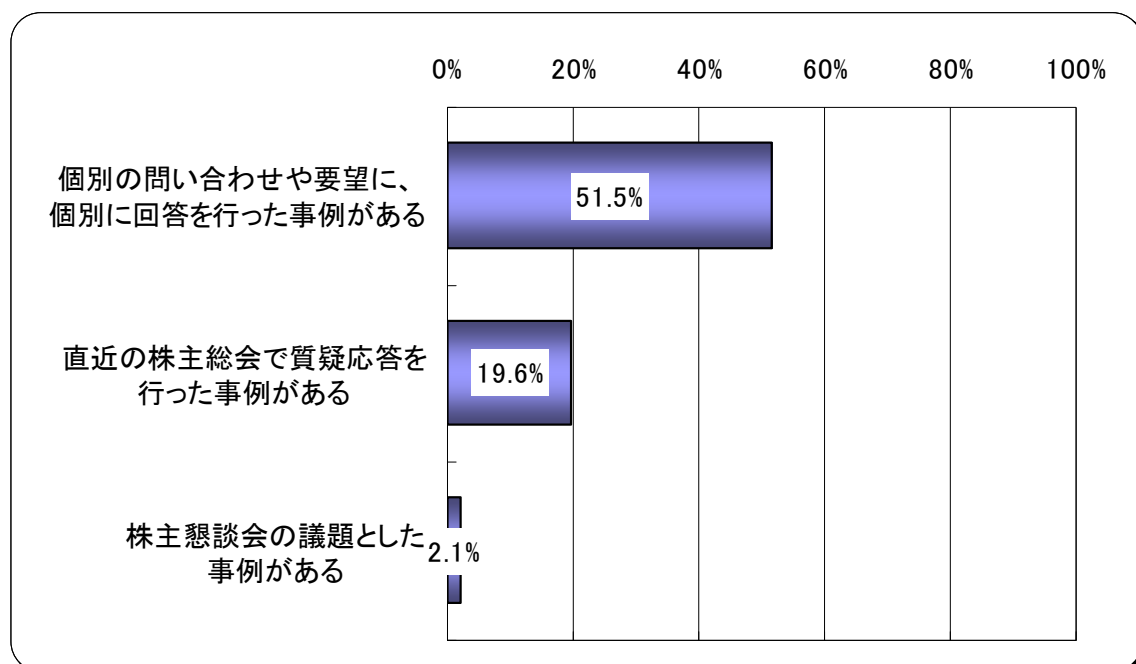


株主からの働きかけには個別回答で取組みあり

環境問題・社会問題に関連する株主からの個別の働きかけ等に積極的に対応している事例として、個別の問い合わせや要望に、個別に回答を行った事例があるとする企業が、全体で 52.0% に上る結果となった。さらに、直近の株主総会で質疑応答を行った事例があるとする企業も 19.6% 存在し、環境問題・社会問題に関連した株主行動が日本企業に対しても存在することが裏付けられたといえる。

グラフ 23 環境・社会問題に関する株主の個別な働きかけ等への対応事例（複数選択可）

N=336（調査票社会・ガバナンス編への有効回答企業）



社内規定の設置は進むが、程度に開き

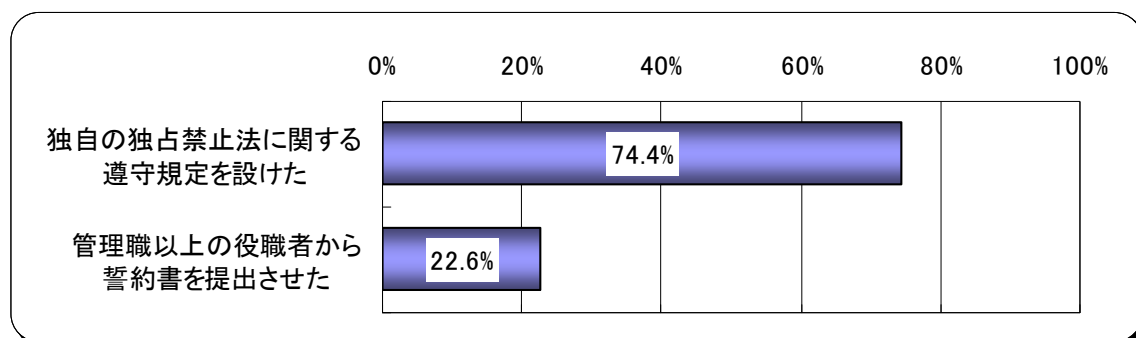
独占禁止法と公務員等との接遇について、それぞれ社内規定の設置の取組みがあるのか尋ねた。

独占禁止法に関する独自の遵守規定を設けたとする企業は全体の 74.4%に上った。業種別に見ても、全ての業種で過半数の企業が設置していた。一方、管理職以上の役職者から誓約書を提出させたとする企業は 22.6%となり、取組みの徹底度に差が出ているものと考えられる。

公務員等との接遇に関しても、全体で 64.6%と比較的多数の企業が何らかの社内規定を持ち、その程度に差が出る結果となっている。規定が元公務員にまで言及しているものは全体で 11.0%にとどまった。

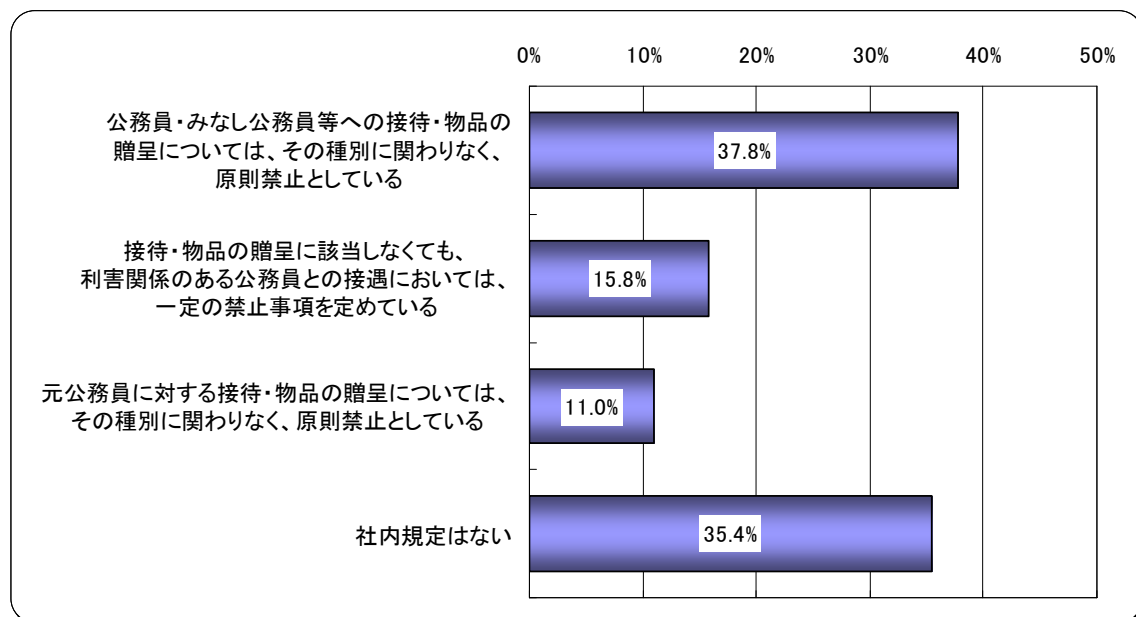
グラフ 24 独自の独占禁止法に関する遵守規定の設置と誓約書の提出（複数選択可）

N=336（調査票社会・ガバナンス編への有効回答企業）



グラフ 25 公務員等との接遇についての社内規定

N=336（調査票社会・ガバナンス編への有効回答企業）

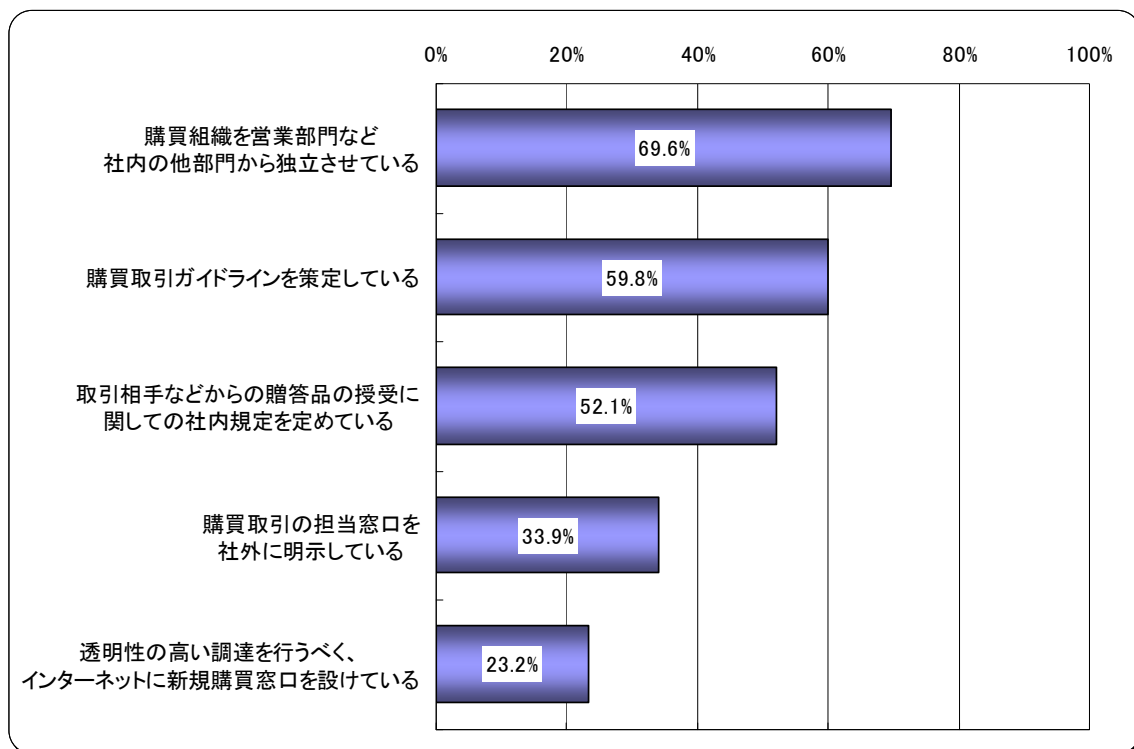


購買組織の独立が約 7 割の企業で進む

国内の購買取引において、公正な経済取引を確保するための取組みについて尋ねた。購買組織を営業部門など社内の他部門から独立させているとする企業が全体で 69.6% となって最も多く、購買取引ガイドラインの策定、取引相手などからの贈答品の授受に関しての社内規定が続いた。これらの取組みは全体の半数以上の企業で実施されている。

グラフ 26 国内の購買取引における公正な経済取引確保のための取組み（複数選択可）

N=336（調査票社会・ガバナンス編への有効回答企業）

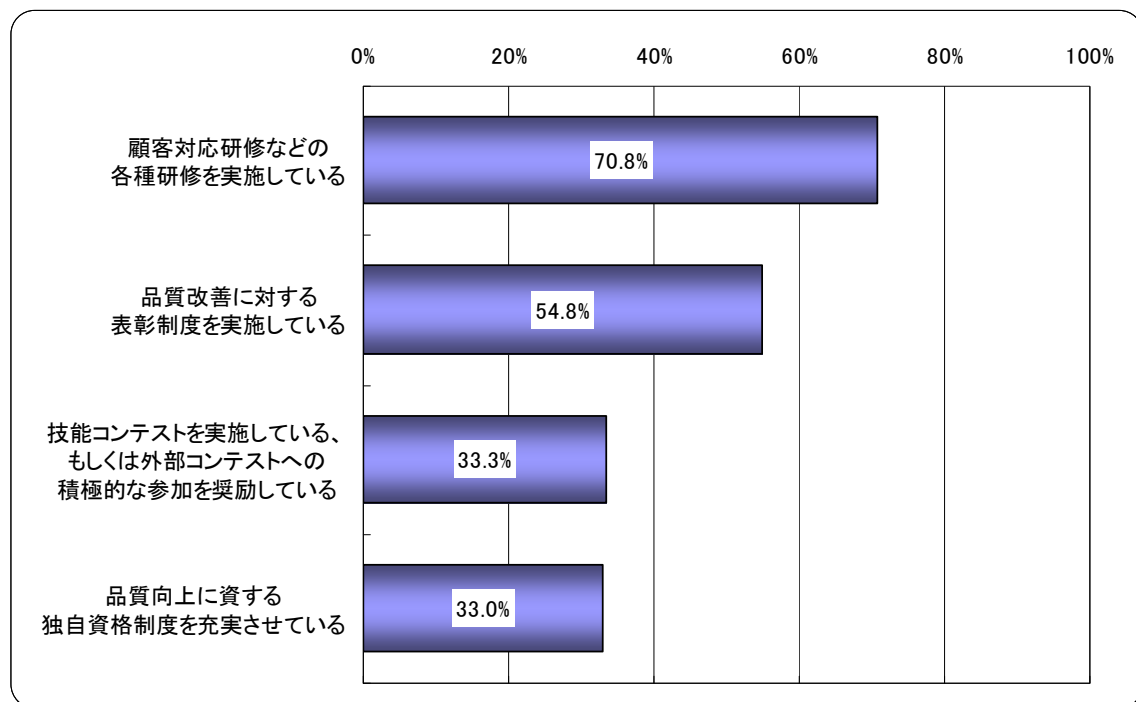


顧客満足度向上のための研修、7割で実施

顧客満足度向上のための取組みについて尋ねた。顧客対応研修などの各種研修を実施しているとする企業は70.8%となり、最も多い結果となった。品質改善に対する表彰制度を実施しているとする企業も54.8%と半数以上に上っている。

グラフ 27 顧客満足度向上に資する人材育成のための取組み（複数選択可）

N=336（調査票社会・ガバナンス編への有効回答企業）

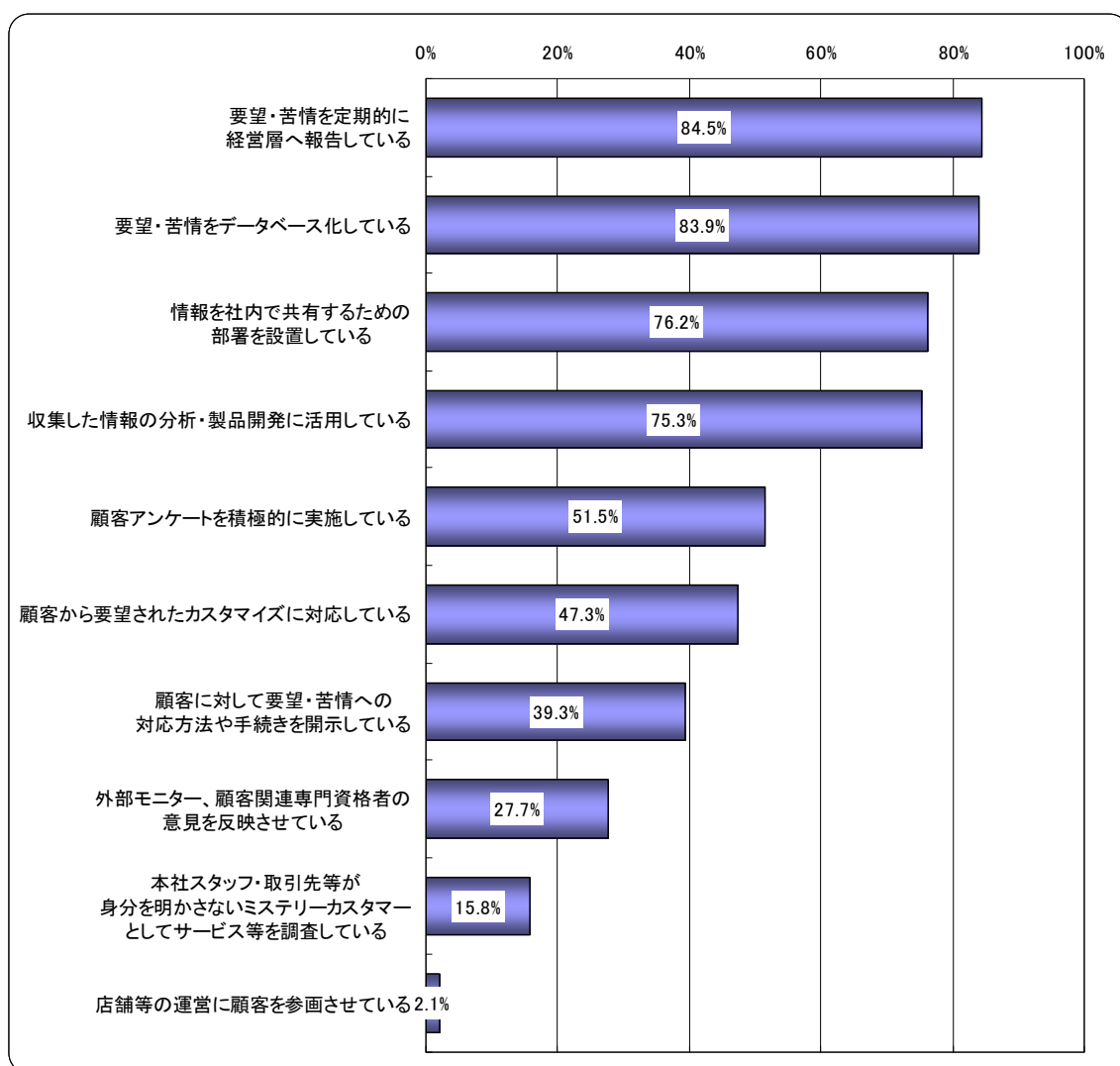


要望・苦情を経営層に報告している企業は 8 割超

顧客からの要望・苦情に対応するための取組みについて尋ねた。要望・苦情を定期的に経営層へ報告しているとする企業は 84.5%と最も多く、要望・苦情のデータベース化、情報を社内で共有するための部署の設置、収集した情報の分析・製品開発への活用といった取組みには全体の 4 分の 3 以上の企業が取組んでいる。外部モニター、顧客関連専門資格者の意見反映やミステリーカスタマーによるサービス調査といった現場をさらに正確に知るための進んだ取組みは、まだ 3 割以下の企業でしか実施されていなかった。

グラフ 28 顧客からの要望・苦情に対応するための取組み（複数選択可）

N=336(調査票社会・ガバナンス編への有効回答企業)

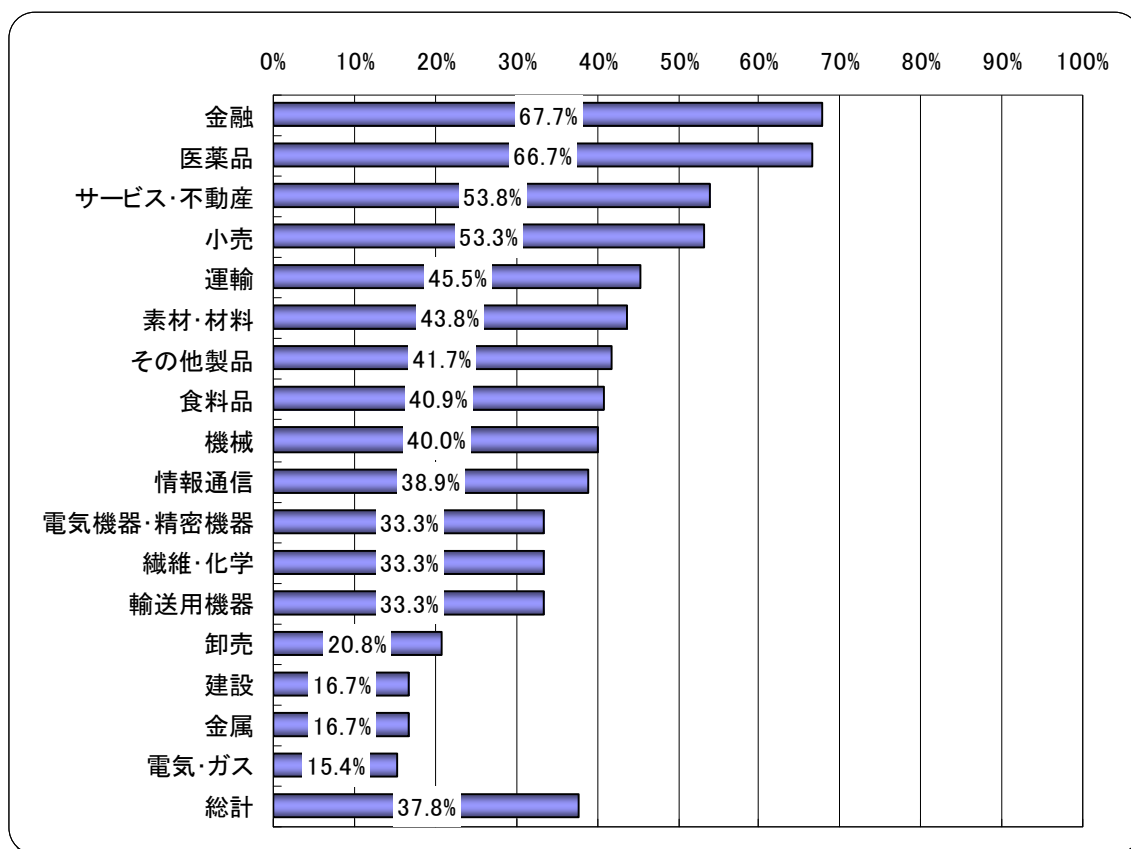


非正規雇用従業員を正規に転換、4 割以下

非正規雇用従業員を積極的に活用するための取組みとして、通常の中途採用とは別に、一定の条件を満たすものを正規従業員に転換させる制度があるとする企業は、全体で 37.8%となった。5 割を超えたのは金融、医薬品、サービス・不動産、小売の4業種のみで、電気・ガス、金属、建設、卸売では特に実施率が低い結果となった。

グラフ 29 非正規従業員を対象とした取組み

N=336(調査票社会・ガバナンス編への有効回答企業)

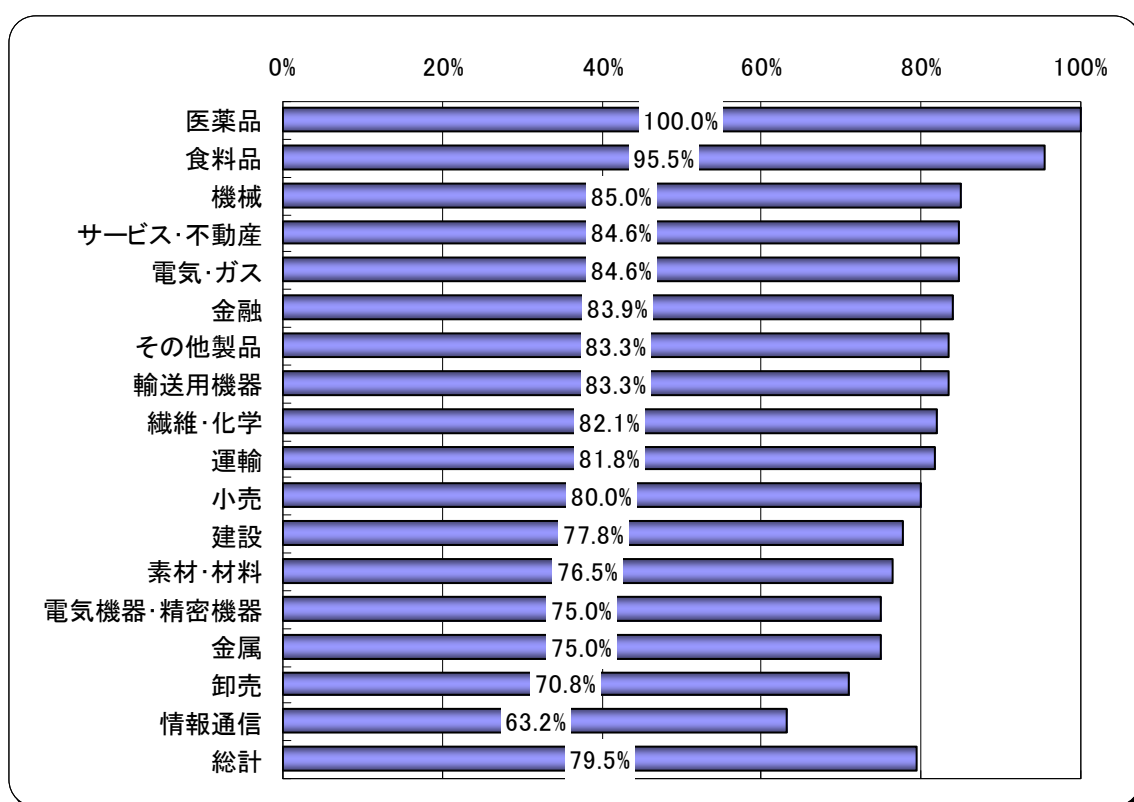


従業員の家族からの通報・相談窓口は広く設置

従業員の家族が職場環境や従業員の抱える問題等について会社に通報または相談可能な窓口（内部通報窓口やメンタルヘルス相談窓口等）を設置しているか尋ねた。全体では 79.5%の企業が設置しているほか、医薬品では 100%、食料品では 95.5%と、通報・相談窓口は広く設置されている状況が伺われた。ほとんど全ての企業が 70%を超える実施率を示す中、情報通信では 63.2%と低い値を示していることが特徴的である。

グラフ 30 従業員の家族が従業員の抱える問題等を通報・相談可能な窓口の設置

N=336（調査票社会・ガバナンス編への有効回答企業）

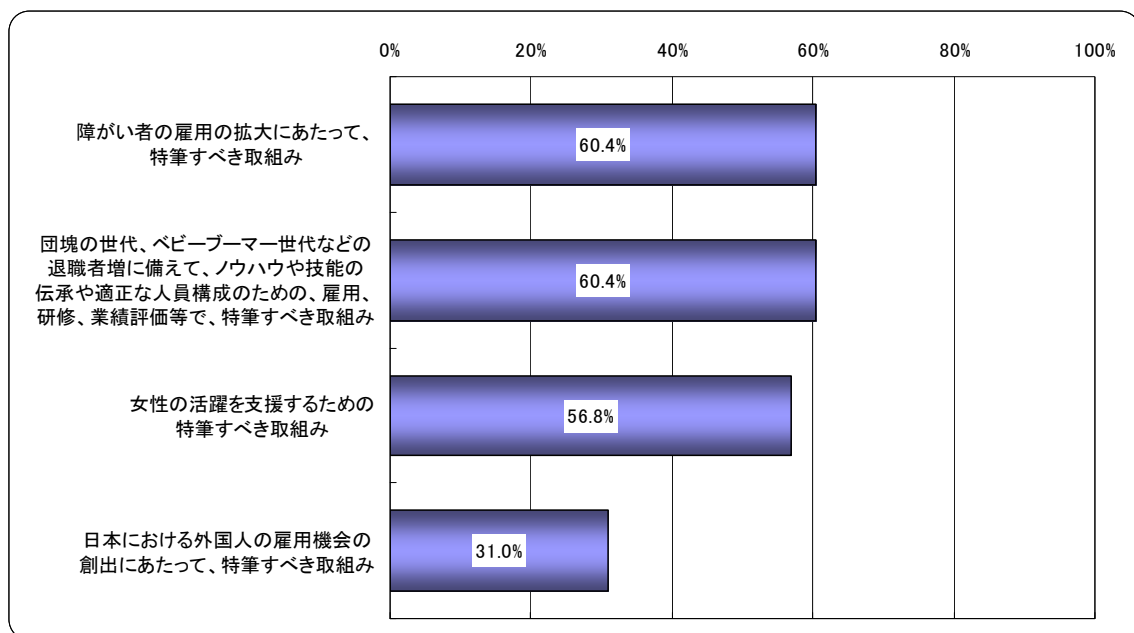


外国人の雇用機会創出、進展は鈍い

女性の活躍支援、団塊の世代・ベビーブーマー世代などの退職者増に対する備え、障害者の雇用、外国人の雇用機会の創出、という4つの労働慣行に関するテーマについて特筆すべき取組みがあるか尋ねた。過半数の企業が女性の活躍支援、団塊の世代・ベビーブーマー世代などの退職者増に対する備え、障害者の雇用について取組みがある一方、外国人の雇用機会の創出については31.0%と取組みに遅れが見られた。

グラフ 31 労働慣行の中での特筆すべき取組みの実施（複数選択可）

N=336（調査票社会・ガバナンス編への有効回答企業）

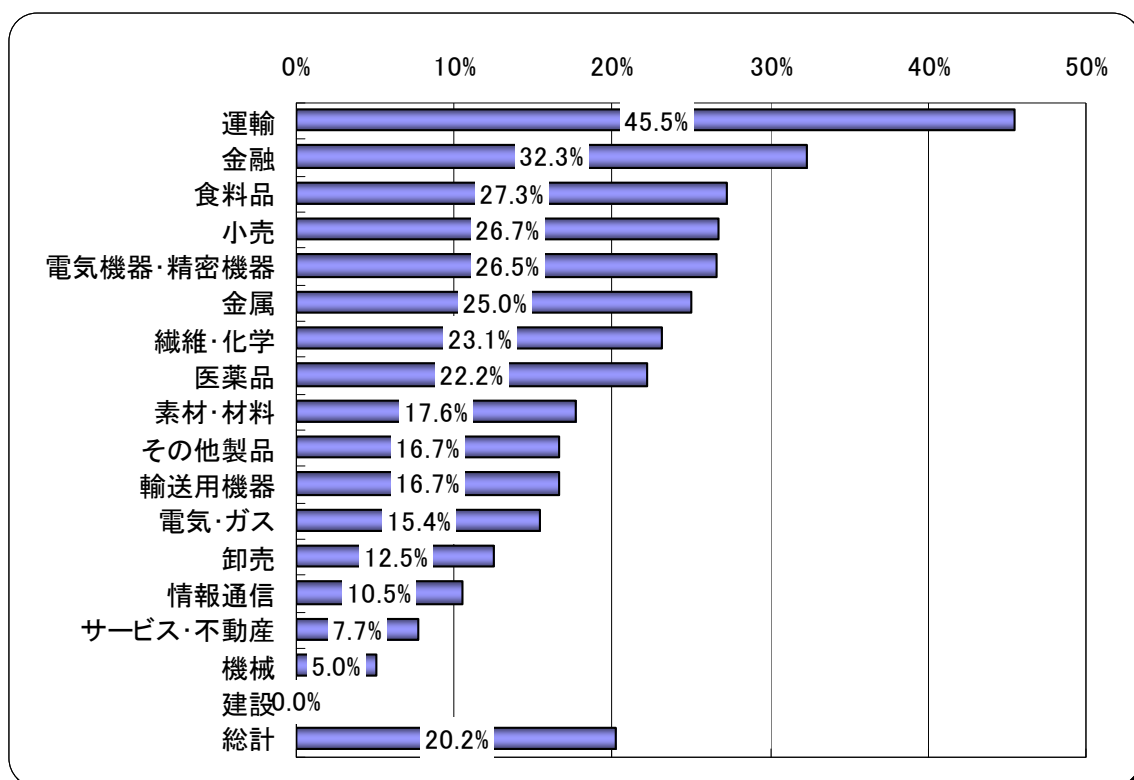


進まないワーク・ライフ・バランスの教育・研修機会

全従業員を対象にワーク・ライフ・バランスをテーマとした教育・研修機会を設けているとする企業は、全体で20.2%のみとなった。全業種で実施率50%を超えておらず、取組みが進んでいない状況にある。建設では実施しているとする企業はなく、機械とサービス・不動産では10%以下の企業でしか実施されていない。実施率20%以下の業種が17業種中9種と過半数になっている。

グラフ 32 ワーク・ライフ・バランスをテーマとした教育・研修機会

N=336(調査票社会・ガバナンス編への有効回答企業)

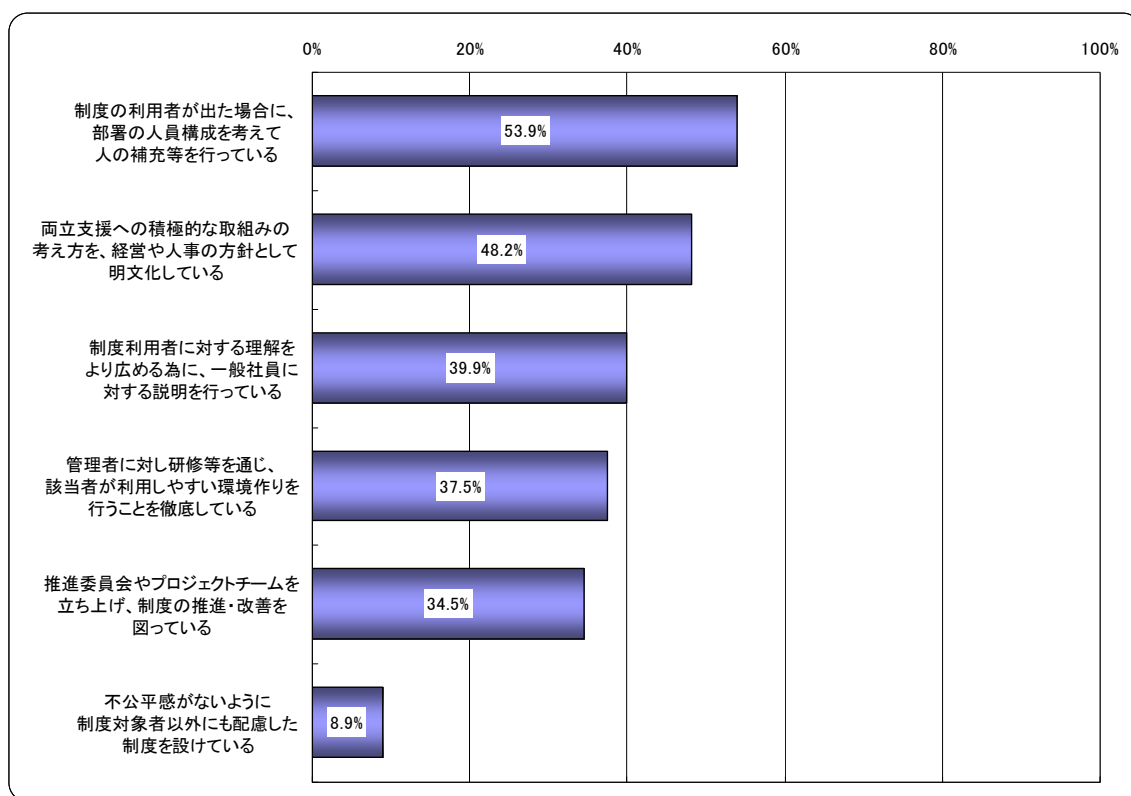


両立支援制度利用促進、該当部署の人員補充が進展

仕事と育児や介護との両立を支援する制度について、制度の利用を促進するための取り組みを尋ねた。最も多くの企業が取組んでいるとするのは制度の利用者が出た場合に部署の人員構成を考えて人の補充等を行っているとする回答だった。半数以上の企業では一時的な休業などで制度利用者以外の従業員に負担が増えることに対する対策を実施しているということになる。不公平感がないように制度対象者以外にも配慮した制度を設けているとする企業は 9.0%と特に低い結果となっており、ほとんどの企業は制度対象者以外にまで目が向いていない状況にあるといえる。

グラフ 33 両立支援の制度利用促進のための取組み（複数選択可）

N=336（調査票社会・ガバナンス編への有効回答企業）

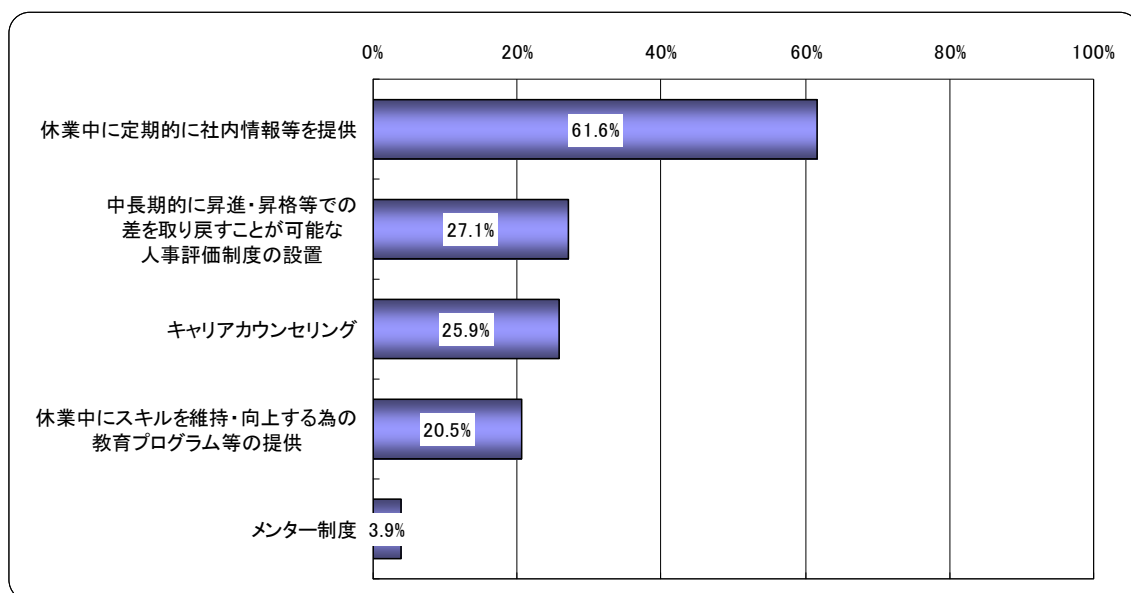


復職サポートとして、社内情報の定期的提供が 6 割超

育児・介護休業など一定期間の休業取得後の従業員の復職をサポートするための制度について尋ねた。休業中に定期的に社内情報等を提供しているとする企業は全体で 61.6%という結果になった。制度利用者が復職しやすい環境を整えようとする企業が過半数存在するといえる。一方で、将来のキャリアを考えて制度を利用しない従業員を考慮し、中長期的に昇進・昇格等での差を取り戻すことが可能な人事評価制度、キャリアカウンセリング、休業中にスキルを維持・向上するための教育プログラム等の提供を実施しているとする企業は 3 割に達していなかった。

グラフ 34 育児・介護休業取得後の復職サポートの為の制度（複数選択可）

N=336（調査票社会・ガバナンス編への有効回答企業）

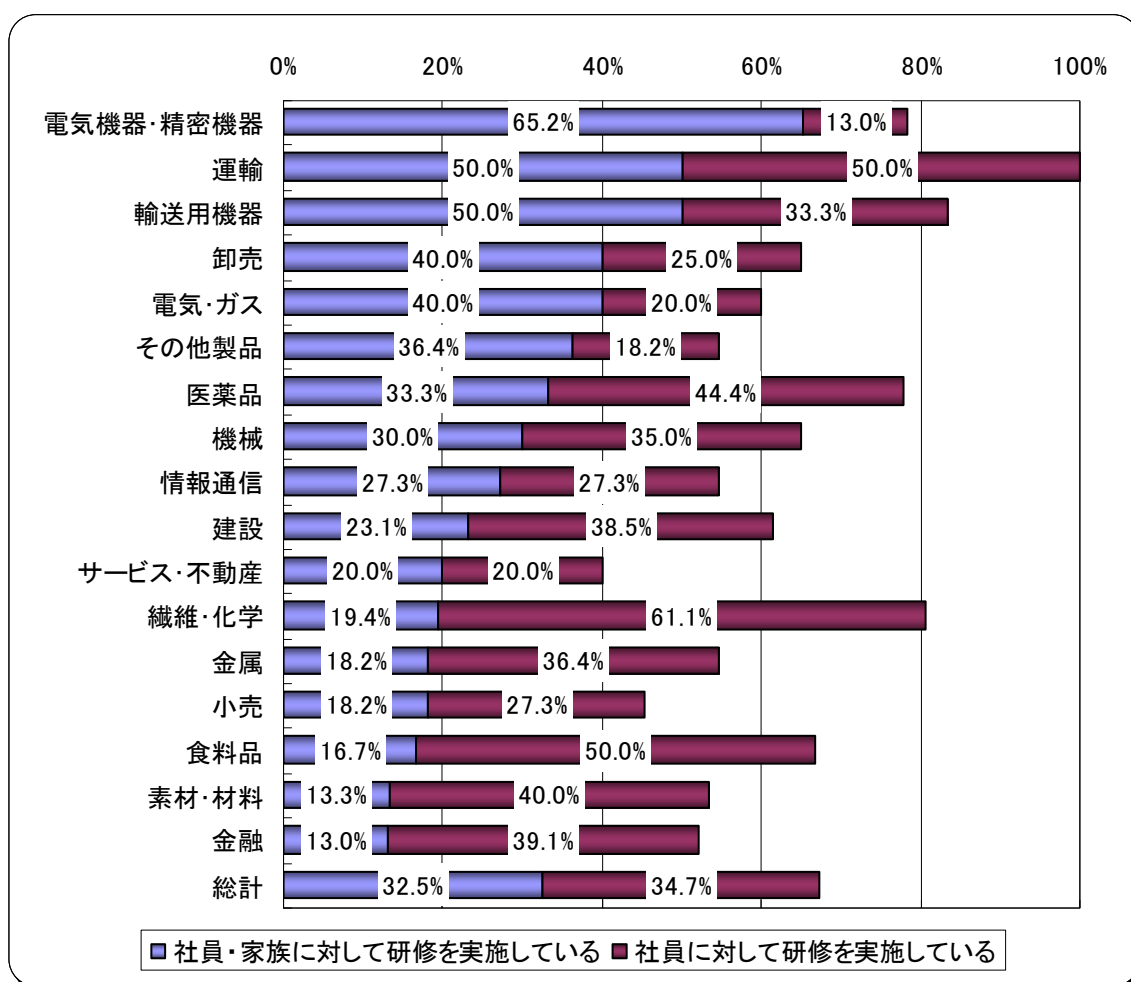


海外赴任前の研修は社員の家族にも実施される

海外に赴任する日本人社員・家族に対して、文化、法律、労働慣行などに関する研修を実施しているとする企業は、全体で 67.2%となった。特に社員だけでなく家族にも実施すると回答した企業は全体で 32.5%となっており、業種別では電気機器・精密機器、運輸、輸送用機器で半数以上の企業が実施していることが明らかにされた。家族向けの研修を実施するとする企業が存在しない業種はなく、海外赴任する従業員に対しては家族に対しても何らかの取り組みを行う企業が広がっていると考えられる。

グラフ 35 海外赴任する日本人社員・家族向けの研修の実施

N=336(調査票社会・ガバナンス編への有効回答企業)

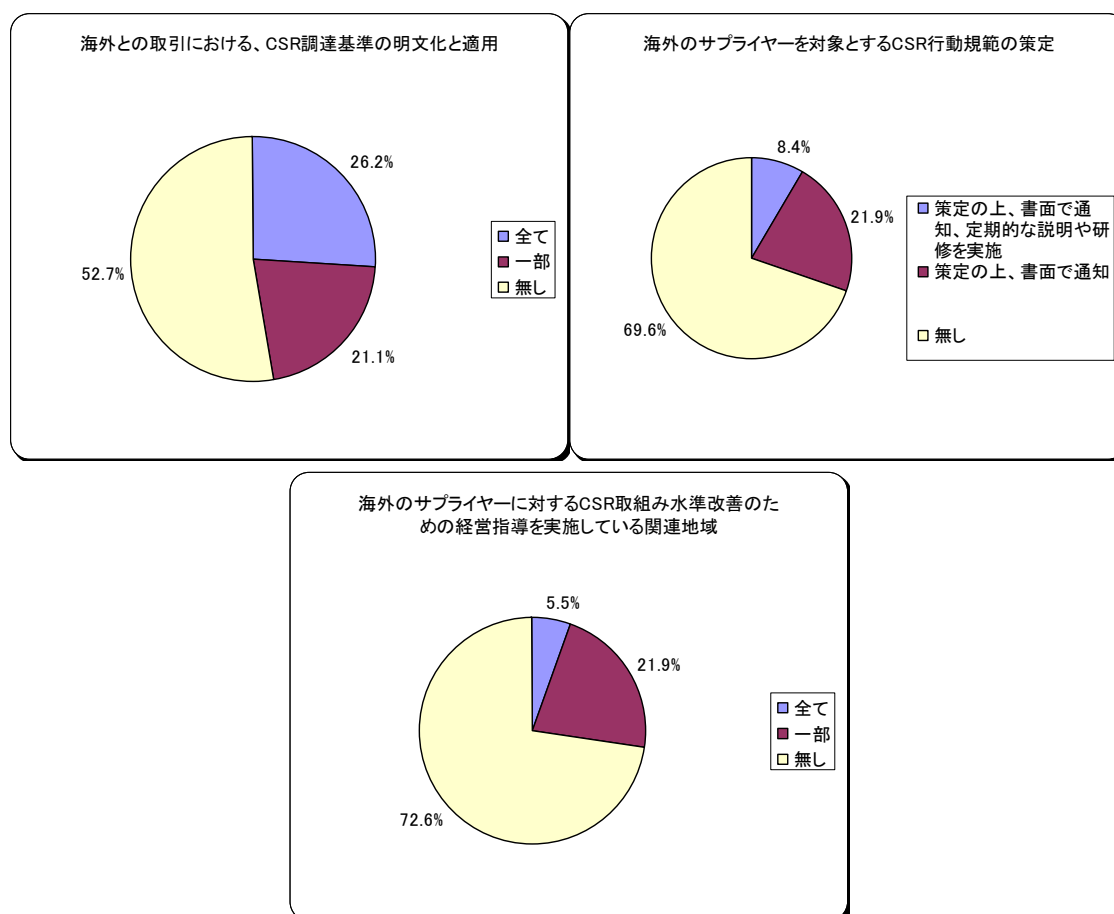


海外サプライヤー向け CSR 配慮は未着手

海外のサプライヤーに対する CSR について、CSR 調達基準の明文化と適用、CSR 行動規範の策定、CSR の取引水準を改善させるための経営指導等の実施、の3項目について尋ねた結果、全項目で取り組みが半数に満たない結果となった。海外での原材料、資材、製品等の調達がありながら、実際には海外サプライヤーを含めた CSR 配慮については遅れているという事実が表れている。

グラフ 36 海外取引における CSR 配慮の現状

N=237 (海外で原材料、資材、製品等の調達を行っているとした企業)

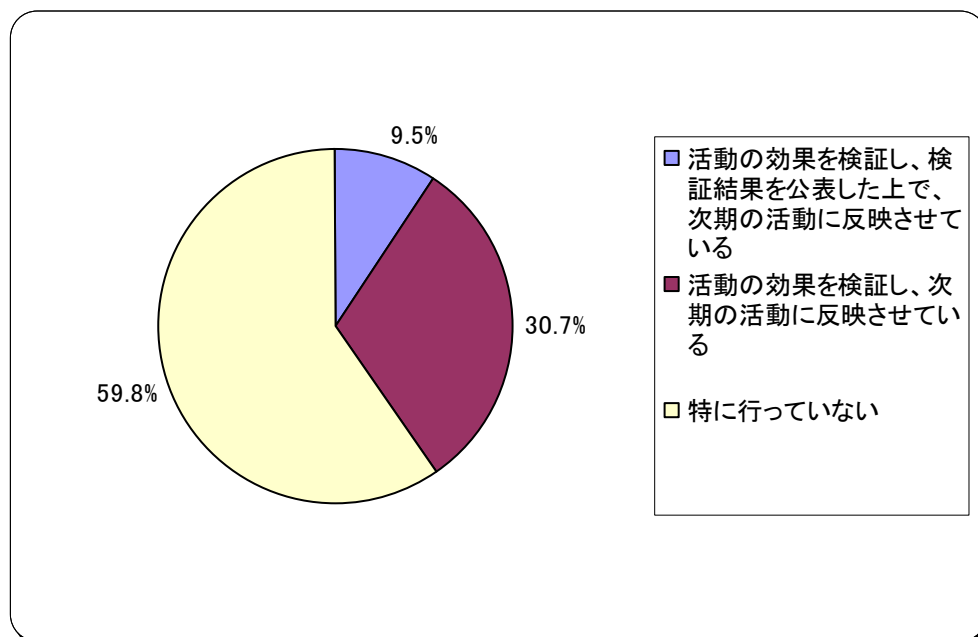


社会貢献活動の効果検証は約 6 割で行われていない

社会貢献活動の効果検証について、活動の効果を検証し、時期の活動に反映させているとする企業は、検証結果を公表するとする企業も含めて、全体で 40.2%という結果となった。持続的な社会貢献が課題とされる中で、社会貢献活動継続の根拠となるべき効果検証が進められていない実態が明らかになった。

グラフ 37 社会貢献活動の効果検証

N=336(調査票社会・ガバナンス編への有効回答企業)

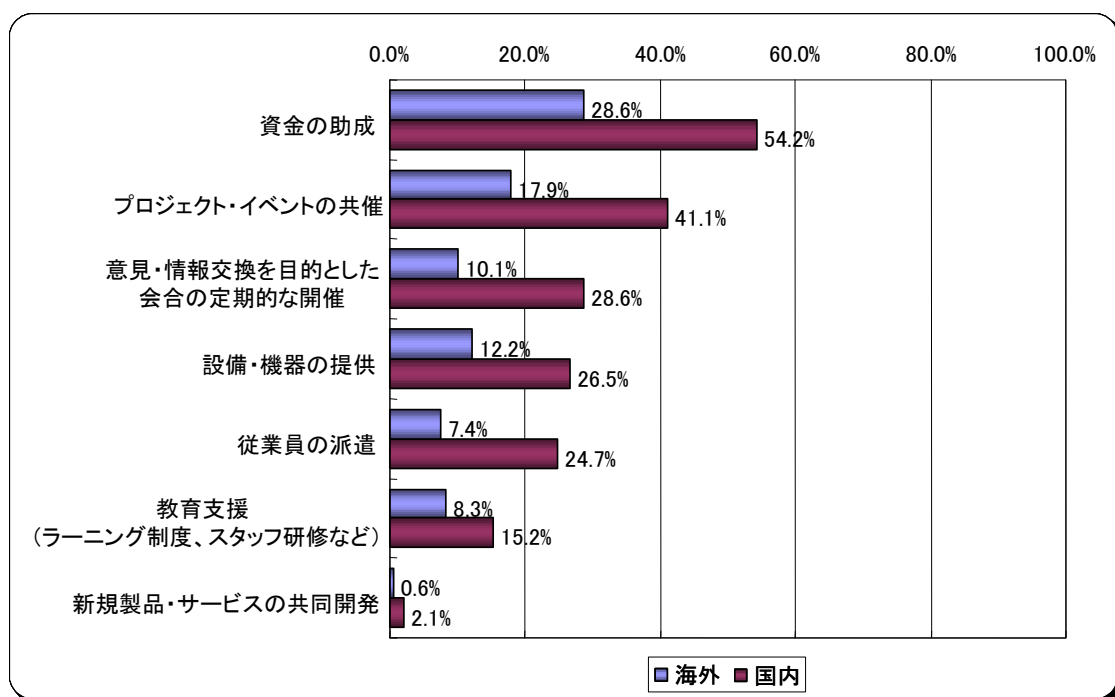


NGO/NPO との協働は資金の助成がメイン

国内・海外の NGO/NPO との協働として、どのような取り組みがあるか尋ねた。国内・海外共に資金の助成が最も多く、また、国内と海外で取り組み別に見ると、全ての取り組みで国内に対する支援が多いという結果になった。資金援助以外の取り組みは全て半数以下の企業でしか実施されていない。国内での取り組みの順番と比べると、海外 NGO に対する支援では設備・機器の提供と教育支援が国内よりも優先されている様子が表れた。

グラフ 38 国内・海外 NGO/NPO との協働としての取り組み（複数選択可）

N=336（調査票社会・ガバナンス編への有効回答企業）

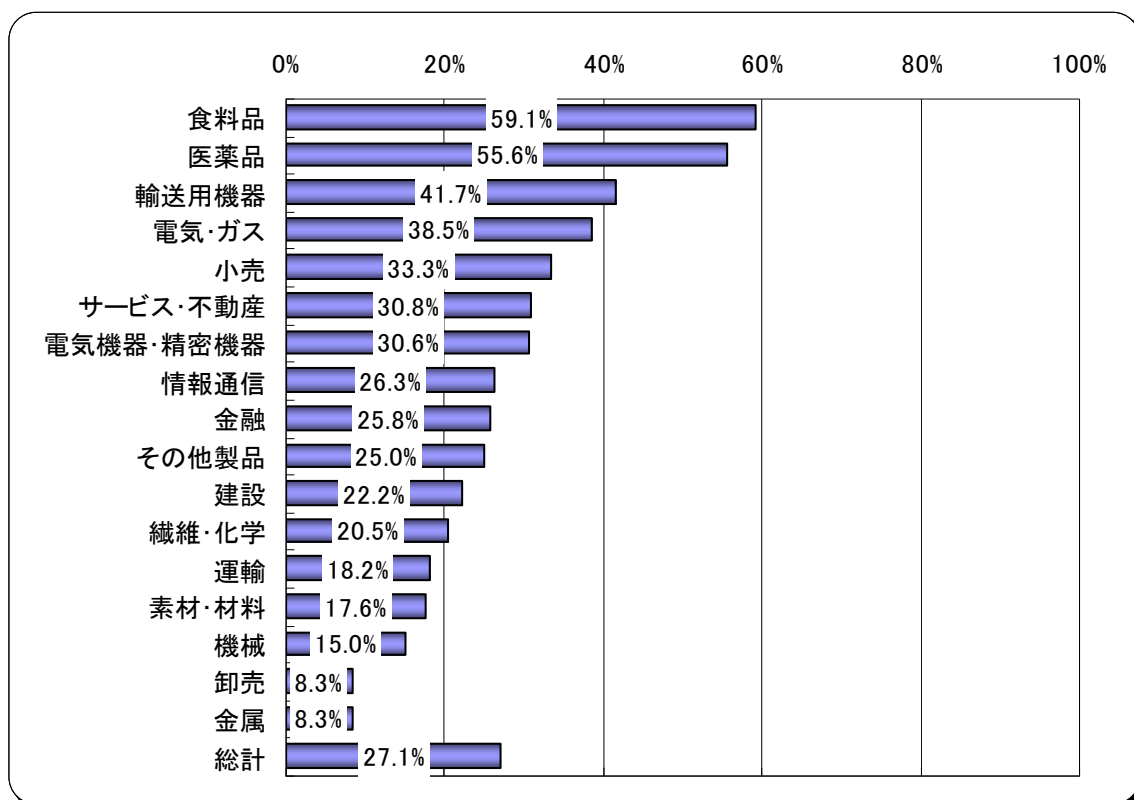


メディアスポンサーになる際の基準、未策定が目立つ

TV 番組等のメディアのスポンサーになる場合は、有害情報から子どもを守るために、何らかの基準を定めているとする企業は全体で 27.1%となった。有害情報に対するメディアやスポンサー企業の自粛・自主規制は教育再生会議の中で直ちに切り掛かるべき事項に挙げられており、日本経団連の企業行動憲章実行の手引きの中でも求められている。それにもかかわらず、取組み実施企業が半数以上となった業種が食料品と医薬品のみという状況であり、多くの企業で基準制定が急がれている。

グラフ 39 有害情報から子どもを守るための基準を策定

N=336(調査票社会・ガバナンス編への有効回答企業)



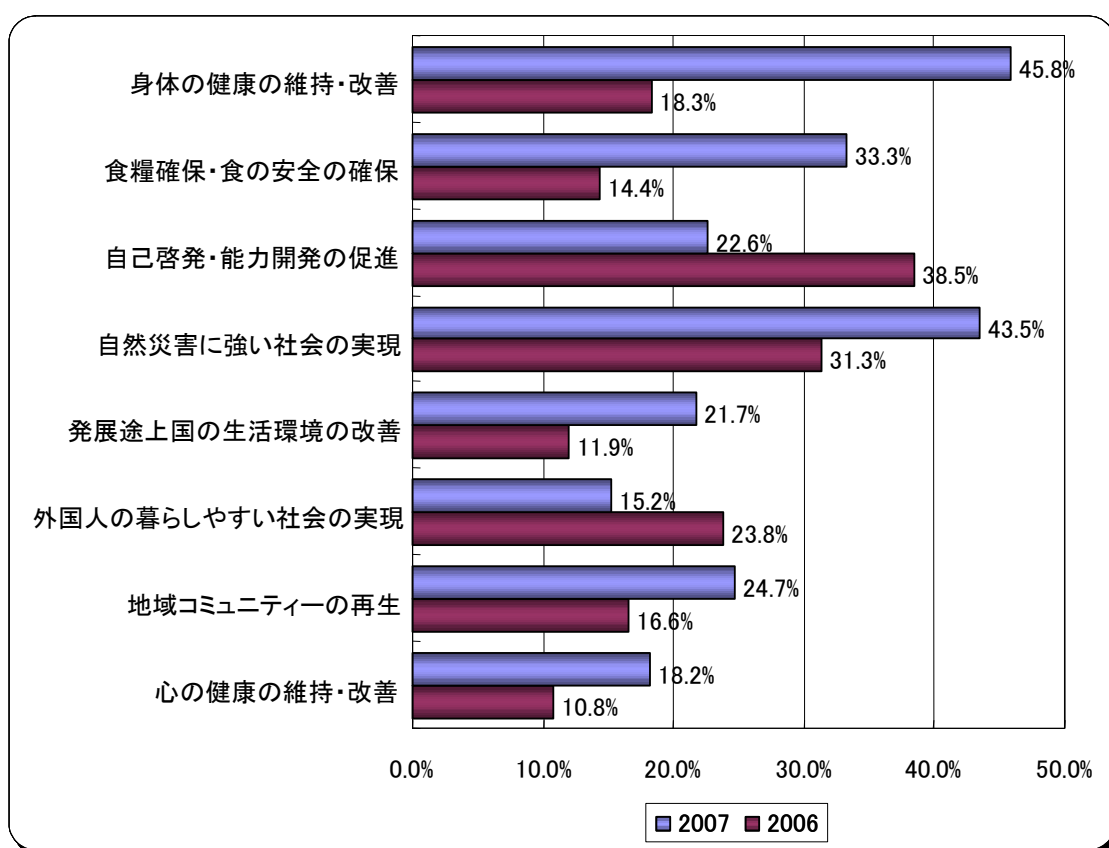
健康と食の安全に本業としての取組みが集まる

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、特に昨年度との比較で変化の多い事業が複数あるということが明らかになった。体の健康の維持・改善については2006年の18.3%から45.8%と大きな伸びを見せており、食糧確保・食の安全の確保も14.4%から33.3%と急増している。安全・安心にかかわるテーマに企業の視線が向けられている状況が反映されている。

グラフ 40 社会的課題の解消に資するビジネス

N=361(2006年)、336(2007年)

(調査票社会・ガバナンス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 古賀

住所: 東京都千代田区一番町 16 番 丁102-0082

電話: 03-3288-4616(受付:松本)

FAX: 03-3288-4689

e-mail: csr-eng@ird.jri.co.jp