

REPORT I

日本企業のCSR活動の現状と今後の課題

- ニッセイ景況アンケート2007年1月調査結果 -

経済調査部門 小本 恵照
komoto@nli-research.co.jp

1. はじめに

企業の活動領域の多様化や拡がりに伴い、社会に対する影響力が一段と増す中で、企業の社会的責任（CSR, Corporate Social Responsibility）に対する関心が国内外で高まっている。その動きを受け、数年前から企業の側でも、環境問題への対応やCSR担当部門の設置など、CSR活動を積極化する動きが広がっている。

しかし、その一方で、企業の社会的責任を十分に果たしていない企業も依然として多く見られる。最近でも、パロマ工業やリンナイ製のガス瞬間湯沸かし器による死亡事故、不二家の消費期限切れ食材の利用事件、関西テレビの番組ねつ造問題など、企業の不祥事が相次いで発覚している。

また、大企業のCSR活動については、これまでにも数多くの調査が実施されているが、中小企業に関する調査はほとんど行われていない。

こうした現状を踏まえ、日本生命・ニッセイリースとニッセイ基礎研究所では、今年1月に実施した「ニッセイ景況アンケート調査」（全国1,831社から回答）において、CSR活動に関する企業の意見を併せて調査した。

2. 85%の企業がCSRに前向き

CSRを意識した取組みについては（図表-1）「熱心に取組んでいる」8.9%、「取組んでいる」48.5%と、何らかの取組みを行っている企業は57.4%と半数を超える。「現在検討中」の企業は19.0%、「検討を開始する予定」の企業は8.2%であり、これらを加えると84.6%の企業はCSR

図表 - 1 CSRを意識した取組の実施 (構成比: %)

		熱心に取組んでいる	取組んでいる	現在検討中	検討を開始する予定	当面、検討の予定は無い
全企業		8.9	48.5	19.0	8.2	13.4
業種別	素材型製造業	8.6	50.7	15.6	8.6	15.3
	加工型製造業	9.7	50.2	20.2	7.9	11.1
	非製造業	8.7	48.4	19.1	8.5	12.6
規模別	大企業	18.8	54.8	12.1	3.8	6.7
	中堅企業	10.0	52.4	19.7	7.3	9.4
	中小企業	5.9	44.9	20.2	9.8	17.4
業況別	良い+やや良い	9.8	50.7	19.6	7.1	10.9
	ふつう	8.3	47.6	19.9	8.2	13.5
	悪い+やや悪い	8.6	46.7	16.8	10.1	17.0

(注) 若干の無回答のため合計は100とならない。

図表 - 2 C S Rへの取組のきっかけ

(構成比：%)

	企業理念・創業理念	社会の関心の高まり	企業イメージ・ブランド価値向上	社内の不祥事	顧客・消費者の要請	親会社の要請	海外進出国の要請	同業他社の取組	従業員からの要請	金融機関・公的機関からの要請	関連する法律の成立	その他	
平均	67.5	72.5	55.8	2.1	12.1	25.8	0.2	3.4	0.8	1.0	19.4	1.2	
業種別	素材型製造業	67.7	76.6	45.3	2.0	10.9	26.9	0.0	2.5	0.5	0.0	22.4	2.5
	加工型製造業	70.7	72.7	61.6	2.7	13.1	21.2	0.3	2.0	0.0	1.0	17.2	1.0
	非製造業	66.0	70.8	55.3	1.9	12.0	28.1	0.0	4.6	1.1	1.5	20.0	0.8
規模別	大企業	77.3	80.7	64.8	4.5	11.4	11.4	0.0	1.7	1.1	0.6	15.9	1.7
	中堅企業	65.4	75.5	59.7	1.4	11.7	16.3	0.3	4.6	0.8	1.4	22.9	0.5
	中小企業	65.6	67.5	49.8	1.8	12.6	37.6	0.2	3.1	0.6	1.0	18.1	1.6
取組開始時期	今年から	60.2	69.0	48.7	2.7	6.2	32.7	0.0	8.8	0.9	1.8	25.7	1.8
	昨年	53.4	75.6	52.9	2.3	10.0	39.8	0.0	5.0	1.4	0.9	24.9	1.4
	2～3年前	69.2	75.6	58.2	2.3	13.1	23.7	0.2	1.4	0.5	1.1	17.9	0.5
	4～5年前	74.5	71.7	60.0	1.4	18.6	17.9	0.7	3.4	0.7	1.4	17.2	0.7
	6年以上前	84.8	61.6	55.2	1.6	9.6	12.0	0.0	3.2	0.8	0.0	13.6	4.0

(注)複数回答のため合計は100とならない。(3つまでの複数回答)

R活動に対して前向きな姿勢を示している。

業種別に見ると、素材型製造業に「当面、検討の予定はない」15.3%という企業がやや多いが、業種別の格差は小さい。企業規模別では、大企業では73.6%がすでにCSRに取り組んでいるなど、企業規模が大きいほどCSRに前向きである。しかし、中小企業にあっても、半数を超える企業がCSRに取り組んでおり、CSRは企業規模を問わずかなり浸透していると言える。業況別では業況が良好な企業ほど、CSRに取り組んでいる企業が多く、企業業績がCSRの取組みを左右する面があることを窺わせる。

3. CSRへの取組みのきっかけは、「社会の関心の高まり」が7割を超える

CSRへの取組みのきっかけとしては(図表-2)「社会の関心の高まり」72.5%が最も多く、「企業理念・創業理念」67.5%、「企業イメージ・ブランド価値向上」55.8%と続く。CSRに対する社会的関心の高まりという企業の外的要因と、企業理念・創業理念やブランド価値向上という内部的要因が複合して、企業のCSR活動を促進させていると考えられる。なお、本節から第9節までは、CSRに取り組んでいる企業を対象とした調査結果である。

業種別では、素材型製造業に「社会の関心の

図表 - 3 CSR担当役員・CSR推進部署などの設置

(構成比：%)

	CSR担当役員	CSR委員会	CSR専門部署	CSR専任担当者	CSR兼任担当者	その他	
平均	30.5	34.0	16.7	12.3	40.2	10.8	
業種別	素材型製造業	29.9	32.8	18.4	12.9	42.3	13.4
	加工型製造業	29.0	32.7	17.8	13.1	38.4	10.8
	非製造業	32.4	35.5	14.9	11.5	41.0	10.3
規模別	大企業	40.9	44.9	35.8	22.2	43.2	10.8
	中堅企業	31.1	36.0	16.3	13.6	41.4	9.5
	中小企業	26.6	28.7	10.2	7.9	38.2	11.8
取組状況	熱心に取り組んでいる	52.1	55.8	35.6	25.8	44.2	6.7
	取り組んでいる	26.6	30.0	13.2	9.8	39.4	11.6

(注)複数回答のため合計は100とならない。(該当するものを全て回答)

図表 - 4 重点的に取り組んでいる活動

(構成比：%)

		法令遵守	環境への配慮	地域社会への貢献	人権への配慮	従業員への配慮	消費者保護	情報開示	フィランソピー・メセナ活動	サプライチェーン・マネジメント	製品・サービスの顧客に対する安全	その他
平均		93.3	76.7	47.2	10.4	22.9	10.1	21.4	1.7	2.9	38.1	1.5
業種別	素材型製造業	96.0	89.1	43.3	12.9	19.4	3.0	26.4	2.5	3.5	38.3	3.5
	加工型製造業	92.9	86.5	49.8	8.4	20.2	7.1	24.9	1.0	3.0	43.4	1.0
	非製造業	92.4	67.2	46.9	10.1	25.6	13.7	17.2	1.9	2.7	35.5	1.1
規模別	大企業	96.0	87.5	52.3	11.4	15.9	13.1	29.0	4.5	2.3	40.3	2.3
	中堅企業	93.2	76.6	50.1	10.4	20.4	9.3	24.5	1.6	4.1	36.2	1.9
	中小企業	92.5	73.0	43.3	10.0	27.2	9.6	16.5	0.8	2.2	38.6	1.0
取組状況	熱心に取り組んでいる	93.9	77.9	54.6	14.7	22.7	16.6	23.3	2.5	3.1	37.4	3.1
	取り組んでいる	93.2	76.5	45.8	9.6	23.0	8.9	21.1	1.6	2.8	38.2	1.2

(注)複数回答のため合計は100とならない。(4つまでの複数回答)

高まり」76.6%を挙げる企業が多く、最終消費者に近い加工型製造業では「企業イメージ・ブランド価値向上」61.6%を挙げる企業が多い。企業規模別に見ると、大企業では企業理念・創業理念」77.3%や「社会の関心の高まり」80.7%を挙げる企業が多く、中小企業では「親会社の要請」37.6%が相対的に多い。CSRの取組開始時期別に見ると、取組開始が今年あるいは昨年という企業では、「親会社の要請」や「関連法律の成立」といった企業外部からの要請がきっかけとなっているケースが多いのに対し、4年以上前から取り組んでいる企業では、「企業理念・創業理念」という企業固有の要因を挙げる企業が多い。

4. CSR担当役員やCSR委員会の設置は3割を超える

CSR担当役員などの設置については(図表-3)「CSR兼任担当者」40.2%、「CSR担当役員」30.5%、「CSR委員会」34.0%などについてはかなり設置が進んでいる。しかし、「CSR専門部署」16.7%、「CSR専任担当者」12.3%など、専門や専任の部署・人員の設置はやや遅れている。

業種別では大きな違いは見られない。企業規

模別では、企業規模が大きいほど、いずれの項目についても設置率が高く、CSR関係の組織や人員の充実が図られている。また、CSRの取組みについて「熱心に取り組んでいる」企業では、「CSR担当役員」52.1%、「CSR委員会」55.8%、「CSR専門部署」35.6%、「CSR専任担当者」25.8%などとなっており、それ以外の取組企業と比べると、人員や組織の充実が目立っている。

5. 取り組んでいる内容では、「法令遵守」と「環境への配慮」が圧倒的に多い

CSRとして重点的に取り組んでいる活動では(図表-4)「法令遵守」93.3%が圧倒的に多く、「環境への配慮」76.7%、「地域社会への貢献」47.2%、「製品・サービスの顧客に対する安全」38.1%と続く。

業種別に見ると、製造業では「環境への配慮」や「情報開示」が相対的に多い。また、加工型製造業では「製品・サービスの顧客に対する安全」43.4%を挙げる企業も多い。非製造業では、「消費者保護」13.7%や「従業員への配慮」25.6%が相対的に多い。企業規模別では、大企業では「法令遵守」96.0%、「環境への配慮」87.5%、「地域社会への貢献」52.3%、「情報開示」

図表 - 5 C S R の取組みの対象範囲

(構成比：%)

		自社単体の事業所のみ	国内連結の事業所まで	内外連結の事業所まで	その他
平均		52.6	28.9	15.3	1.9
業種別	素材型製造業	43.3	34.3	20.4	1.0
	加工型製造業	48.8	23.9	23.2	2.0
	非製造業	59.7	29.8	7.4	2.3
規模別	大企業	25.6	39.2	32.4	2.3
	中堅企業	52.3	31.3	13.9	0.8
	中小企業	62.2	23.6	10.4	2.6
取組開始時期	今年から	69.0	20.4	8.8	1.8
	昨年から	55.2	29.9	11.3	2.3
	2～3年前から	53.3	28.0	16.8	1.8
	4～5年前から	42.8	36.6	16.6	2.8
	6年以上前から	44.8	32.0	21.6	0.8

(注)若干の無回答のため合計は100とならない。

29.0%が相対的に多く、中堅・中小企業では「従業員への配慮」を挙げる企業が多い。人材の確保が難しいという中堅・中小企業の事情を反映した結果と見られる。C S Rに「熱心に取組んでいる企業」の特徴としては、「人権への配慮」14.7%と「消費者保護」16.6%を挙げる企業が相対的に多い点を挙げるができる。

6. 取組みを連結事業所まで拡大している企業は4.4%

C S Rの取組み対象範囲については(図表 - 5)「自社単体の事業所のみ」52.6%、「国内連結の事業所まで」28.9%、「内外連結の事業所まで」15.3%となっている。C S Rの取組みを連結事業所まで拡大している企業は44.2%を占める。

業種別に見ると、素材型製造業では「国内連結の事業所まで」という企業が34.3%、「内外連結の事業所まで」の企業が20.4%と、連結事業所まで対象としている企業が54.7%を占めており、相対的に対象範囲が広い。企業規模別に見ると、大企業は連結事業所を対象としている企業が7割を超えるなど、規模が大きい企業ほど対象範囲が広い。しかし、中小企業では連結事業所を持たない企業が多いことを考えると、34%の企業が連結事業所まで対象範囲を拡大していることは、連結ベースでC S Rを捉えている企業が多いことを示していると言える。C S R活動の取組開始時期別に見ると、開始時期が早い企業ほど、内外連結の事業所までを対象としている企業が多い。

図表 - 6 C S Rの開始時期

(構成比：%)

		今年から	昨年から	2～3年前から	4～5年前から	6年以上前から
平均		10.8	21.0	41.4	13.8	11.9
業種別	素材型製造業	11.9	17.9	40.3	16.4	12.9
	加工型製造業	7.7	16.2	46.8	14.8	12.5
	非製造業	12.2	25.4	38.4	12.0	11.1
規模別	大企業	5.7	15.3	47.7	17.6	13.1
	中堅企業	11.7	17.4	41.7	12.5	15.0
	中小企業	11.8	25.6	39.0	13.4	9.3
取組状況	熱心に取組んでいる	9.2	16.0	40.5	14.1	19.0
	取組んでいる	11.0	22.0	41.6	13.7	10.6

(注)若干の無回答のため合計は100とならない。

図表 - 7 C S R 報告書の作成状況

(構成比: %)

		C S Rと環境 を別々の報告 書で発行	C S Rと環境 一体の報告書 を発行	C S Rのみの 報告書を発行	環境報告書の みを発行	発行していな い
平均		3.2	8.8	2.9	12.2	70.8
業種別	素材型製造業	3.0	16.9	1.0	15.4	61.2
	加工型製造業	4.4	9.8	1.0	17.5	64.6
	非製造業	2.9	5.2	5.0	7.4	78.1
規模別	大企業	6.8	24.4	1.7	23.3	43.2
	中堅企業	2.2	7.9	3.0	12.3	72.5
	中小企業	2.8	3.9	3.3	8.3	79.1
取組開始時期	今年から	3.5	3.5	5.3	3.5	79.6
	昨年から	3.2	8.1	3.6	8.1	76.9
	2～3年前から	3.4	9.2	3.0	13.1	69.4
	4～5年前から	2.1	12.4	2.1	22.1	60.7
	6年以上前から	4.0	9.6	0.8	12.8	71.2

(注)若干の無回答のため合計は100とならない。

7. 多くの企業が2～3年前から取組み開始

C S R の取組みの開始については(図表 - 6) 2～3年前という回答が41.4%と最も多い。4年以上前という企業は25.7%、今年または昨年という企業は31.8%である。3年ほど前から、企業のC S Rに対する関心が高まったことが窺われる。

業種別では非製造業、企業規模別では中小企業に、最近C S Rを開始したという企業が多い。また、「熱心にC S Rに取り組んでいる」企業では、6年以上前からという回答が2割弱を占めている。

8. 3割弱の企業が、C S R 報告書を作成

C S R 報告書の作成については(図表 - 7) 「発行していない」企業が70.8%を占める。発行の形態については、「環境報告書のみを発行」という企業が12.2%と最も多く、「C S Rと環境報告書の一体発行」が8.8%で続く。「C S Rと環境報告書を別々の報告書で発行」3.2%、「C S Rのみの報告書を発行」2.9%という形態は少ない。

業種別では、製造業では「発行していない」企業は6割台にとどまり、C S R報告書の発行が比較的進んでいる。特に、素材型製造業で発

行企業の割合が高い。企業規模別では、大企業の発行割合は56.2%に上り、報告書発行はかなり定着している。中小企業についても、2割弱の企業が発行している。C S R報告書の発行は、企業規模での格差は残るものの、多くの企業で広がってきていると言える。C S Rの取組開始時期別について見ると、4～5年前に取組んだ企業の作成比率がやや高いものの、それほど大きな差はなく、C S R報告書の発行とC S R活動の経歴との関係性は薄い。

9. 自社のC S R 活動に満足している企業は35%

これまでの自社のC S R活動に対する評価は(図表 - 8) 「どちらとも言えない」が約半数を占め、「満足している」2.6%、「ある程度満足している」32.4%と、満足している企業は35.0%である。満足していないという企業(「満足していない」12.5%+「あまり満足していない」2.1%)は14.6%と比較的少ない。企業は、自社のC S R活動を概ね肯定的に評価していると判断される。

業種別に見ると、素材型製造業では満足していない企業は少ない。企業規模別では、企業規模が大きいほど満足している企業が多いが、そ

図表 - 8 これまでのCSR活動に対する評価

(構成比：%)

		満足している	ある程度満足している	どちらとも言えない	あまり満足していない	満足していない
平均		2.6	32.4	49.3	12.5	2.1
業種別	素材型製造業	2.0	34.3	53.7	7.5	1.5
	加工型製造業	2.0	34.7	45.5	12.8	3.4
	非製造業	3.2	30.9	49.8	13.5	1.5
規模別	大企業	4.5	37.5	46.0	11.4	0.0
	中堅企業	2.2	32.4	48.5	13.1	2.5
	中小企業	2.2	30.7	51.0	12.4	2.6
取組開始時期	今年から	1.8	15.0	54.0	19.5	8.0
	昨年から	0.9	26.2	52.9	16.7	2.7
	2～3年前から	1.8	30.6	54.3	12.2	0.9
	4～5年前から	4.8	43.4	40.7	9.7	0.7
	6年以上前から	6.4	53.6	33.6	4.0	1.6

(注)若干の無回答のため合計は100とならない。

の差はそれほど大きいとは言えない。CSRの取組開始時期別では、取組開始時期が早い企業ほど満足している企業が多い。CSR活動を積み重ねる中で満足感が高まることを示している。

10. 満足していない理由や取組みの課題は、
算・人員や時間の問題

CSR活動に満足していない理由や取組みの課題としては(図表-9)「十分な予算・人員が割り当てられない」61.4%、「予想以上に時間がかかる」53.6%という回答が圧倒的に多く、「企業業績の向上に結びついていない」25.5%、「取組みの優先順位がわからない」19.6%と続く。

業種別では、素材型製造業に「予想以上にコストがかかる」27.8%、「社内の理解が得られな

い」27.8%という回答が多く見られる。一方、加工型製造業では「十分な予算・人員が割り当てられない」68.8%、非製造業では「企業業績の向上に結びついていない」29.1%という回答が相対的に多い。企業規模別では、中堅・中小企業に「予想以上に時間がかかる」「予想以上にコストがかかる」という回答が多く、当初の目論見と現実との違いを感じている企業が多い。CSRの取組開始時期別に見ると、4年以上前から取組んでいる企業でも、「十分な予算・人員が割り当てられない」77.3%、「社内の理解が得られない」18.2%、「活動が社会に認知されていない」13.6%という回答が相対的に多く見られる。

図表 - 9 満足していない理由ないし取組みの課題

(構成比：%)

		予想以上にコストがかかる	予想以上に時間がかかる	企業イメージの向上につがっていない	企業業績の向上に結びついていない	十分な予算・人員が割り当てられない	活動が社会に認知されていない	取組の優先順位がわからない	社内の理解が得られない	経営トップの姿勢が曖昧	その他
平均		18.3	53.6	11.8	25.5	61.4	8.5	19.6	13.7	5.2	8.5
業種別	素材型製造業	27.8	61.1	11.1	5.6	50.0	16.7	22.2	27.8	5.6	11.1
	加工型製造業	20.8	52.1	12.5	25.0	68.8	8.3	18.8	6.3	0.0	14.6
	非製造業	13.9	51.9	11.4	29.1	58.2	6.3	17.7	15.2	8.9	5.1
規模別	大企業	10.0	45.0	5.0	20.0	60.0	10.0	10.0	15.0	5.0	20.0
	中堅企業	26.3	54.4	14.0	22.8	61.4	12.3	21.1	12.3	7.0	5.3
	中小企業	14.5	55.3	11.8	28.9	61.8	5.3	21.1	14.5	3.9	7.9
取組開始時期	今年から	12.9	51.6	12.9	25.8	58.1	3.2	12.9	3.2	9.7	16.1
	昨年から	14.0	58.1	9.3	23.3	58.1	9.3	20.9	18.6	7.0	4.7
	2～3年前から	22.8	54.4	14.0	28.1	59.6	8.8	22.8	14.0	3.5	7.0
	4年以上前から	22.7	45.5	9.1	22.7	77.3	13.6	18.2	18.2	0.0	9.1

(注)複数回答のため合計は100とならない。(3つまでの複数回答)

図表 - 10 CSRに取り組んでいない理由

(構成比：%)

		財務的な余裕がない	人的余裕がない	事業上のメリットが明確でない	同業他社も取り組んでいない	特に不利益が生じていない	納税によって責任を果たしている	日頃から誠実な経営を心掛けている	その他
平均		10.5	45.6	12.9	3.2	16.8	9.6	45.9	3.5
業種別	素材型製造業	7.5	46.3	12.7	3.0	19.4	9.0	44.0	3.7
	加工型製造業	12.9	47.4	11.3	1.0	18.6	9.8	44.3	4.1
	非製造業	10.6	47.4	14.4	4.9	15.2	10.3	48.2	3.3
規模別	大企業	3.7	31.5	11.1	3.7	14.8	5.6	55.6	3.7
	中堅企業	9.3	48.6	11.2	3.3	16.8	9.3	46.7	3.7
	中小企業	11.6	46.0	13.9	3.2	17.1	10.1	44.3	3.4
取組状況	現在検討中	7.2	52.0	8.9	3.2	14.4	6.6	44.3	4.3
	検討を開始する予定	17.3	53.3	16.7	1.3	20.7	5.3	42.7	2.7
	当面、検討の予定はない	11.0	31.8	16.3	4.5	18.0	16.3	50.2	2.9

(注) 複数回答のため合計は100とならない。(2つまでの複数回答)

11. 「誠実な経営を心掛けている」意識と「人的余裕がないこと」が取組みを阻害

一方、現時点でCSRに取り組んでいない企業に対し、その理由を尋ねると(図表-10)、「日頃から誠実な経営を心掛けている」45.9%、「人的余裕がない」45.6%という回答が断然多い。

業種別では、非製造業に「日頃から誠実な経営を心掛けている」48.2%という回答が多く見られるが、それほど大きな違いはない。企業規模別に見ると、中堅・中小企業に「財務的余裕がない」「人的余裕がない」という意見が多く見られ、企業経営に余裕が生まれてからCSR活動を実施するという企業が少なくないことを示している。CSRの取組状況別に見ると、「現在検討中」・「検討を開始する予定」という

企業は、「人的余裕がない」という理由が多い。一方、「当面、検討の予定はない」という企業では、「日頃から誠実な経営を心掛けている」50.2%、「納税によって責任を果たしている」16.3%という意見が多く見られ、CSRに対する考え方の違いが行動の違いになって現れている面が少なくないことが窺われる。

12. CSRに配慮した金融やSRIに対する関心のある企業は45%

全企業に対し、CSRに配慮した金融やSRI(社会的責任投資)に対する関心を問うと(図表-11)、「大変関心を持っている」2.8%、「関心を持っている」42.3%となっており、45.1%の企業が関心を持っている。

業種別に見ると、素材型製造業に関心を持つ

図表 - 11 CSRに配慮した金融やSRIに対する関心

(構成比：%)

		大変関心を持っている	関心を持っている	あまり関心はない	関心はない
全企業		2.8	42.3	41.0	9.2
業種別	素材型製造業	3.5	44.8	39.8	7.1
	加工型製造業	3.2	40.3	44.2	8.3
	非製造業	2.1	41.5	40.8	10.6
規模別	大企業	4.6	49.0	37.7	2.5
	中堅企業	2.4	42.0	41.8	10.4
	中小企業	2.6	40.9	41.4	10.1
取組状況	熱心に取組んでいる	11.0	53.4	25.8	7.4
	取組んでいる	2.4	44.7	41.7	8.0
	現在検討中	2.6	51.1	37.1	5.2
	検討を開始する予定	1.3	34.0	55.3	7.3
	当面、検討の予定はない	0.4	22.4	49.8	22.9

注) 若干の無回答のため合計は100とならない。

図表 - 12 今後2～3年後の、企業評価の指標としてのCSRの重要性(構成比:%)

		非常に重要になる	重要になる	ある程度重要になる	あまり変わらない	重要性は低下する
全企業		6.8	34.2	42.9	11.2	0.2
業種別	素材型製造業	5.9	35.1	45.4	9.1	0.0
	加工型製造業	9.3	35.5	40.1	10.9	0.0
	非製造業	5.8	33.3	44.6	11.0	0.3
規模別	大企業	9.2	38.1	38.5	7.9	0.0
	中堅企業	5.6	37.9	42.5	10.9	0.0
	中小企業	6.9	31.1	44.4	12.2	0.3
取組状況	熱心に取組んでいる	23.3	43.6	26.4	3.7	0.0
	取組んでいる	7.0	42.6	39.9	7.4	0.0
	現在検討中	4.6	31.6	49.1	10.3	0.3
	検討を開始する予定	3.3	21.3	58.7	14.0	0.7
	当面、検討の予定はない	1.2	11.8	51.4	31.0	0.4

(注)若干の無回答のため合計は100とならない。

ている企業が多く見られる。企業規模別に見ると、大企業で関心が高く、半数を超える企業が関心を示している。また、CSRに対する取組状況別に見ると、「熱心に取組んでいる企業」では、64.4%と多くの企業が関心を持っている。一方、「当面、検討の予定はない」という企業では、「関心はない」22.9%、「あまり関心はない」49.8%となっており、72.7%の企業が関心はないとしている。

13. CSRが企業評価上で重要な指標になると考える企業は84%に上る

今後2～3年後に、CSRの取組みが企業評価の上で現在以上に重要な指標になるかという点について、全企業に尋ねたところ(図表-12)「非常に重要な指標になる」6.8%、「重要になる」34.2%、「ある程度重要になる」42.9%と、合計で83.9%の企業が重要になると考えている。業種別に見ると、加工型製造業に「非常に重要となる」9.3%という見方が多い。企業規模別に見ると、大企業の方で、重要性が高まるという見方が強い。CSRの取組状況別に見ると、「熱心に取組んでいる」企業では、「非常に重要になる」という回答が23.3%に達している。なお、「当面、検討の予定はない」という企業にあっても、「非常に重要な指標になる」1.2%、「重要

になる」11.8%、「ある程度重要になる」51.4%と、合計で64.4%の企業が企業評価上のCSRの重要性を認めており、CSRに対する評価は高まっている。

〔ニッセイ景況アンケート・調査概要〕

調査時点：2007年1月

回答企業数：1,831社

回答企業の属性：以下のとおり

企業規模別状況

	社数(社)	構成比(%)
大企業	239	13.1
中堅企業	588	32.1
中小企業	1,001	54.7
無回答・その他	3	0.2
合計	1,831	100.0

(注) 企業規模の区分

大企業：従業員数1,000名超

中堅企業：同300名超～1,000名以下

中小企業：同300名以下

地域別状況

	社数(社)	構成比(%)
北海道	77	4.2
東北	119	6.5
関東	455	24.8
甲信越・北陸	77	4.2
東海	315	17.2
近畿	488	26.7
中国	111	6.1
四国	54	2.9
九州	65	3.5
無回答・その他	70	3.8
合計	1,831	100.0