

# 環境問題とCSRに取り 組む日本企業

## —ニッセイ景況アンケート



2009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

地球温暖化の原因となる温室効果ガスの削減が、各国の重要な政策課題となっていることに示されるように、地球環境を中心とする環境問題は以前にも増して全世界的に大きな注目を集めている。こうした環境問題への関心の高まりの中で、社会貢献の一環としての環境保全活動を積極化する企業が増えると同時に、「環境」を新たなビジネスチャンスと捉え、環境ビジネスに乗り出す企業も増加している。

また、企業の活動領域の拡大や多様化に伴い、企業の社会的責任（CSR, Corporate Social Responsibility）に対する社会の関心はますます

[図表-1] 環境問題への取り組み内容

(単位：%)

	ISO14001等の認証取得	環境配慮型の設計	環境配慮型の素材・部品調達	製造工程での省資源・省エネ	オフィスでの省資源・省エネ	産業廃棄物の削減・リサイクル	環境に配慮した物流の効率化	環境会計の導入	土壌汚染対策	環境情報の対外的公開	無回答	
全産業	38.8	10.2	17.5	23.3	54.0	36.3	5.5	2.2	2.9	3.4	15.3	
業種別	製造業	57.7	13.9	21.1	44.4	41.2	42.9	3.0	3.1	3.3	3.0	9.5
	素材型製造業	57.7	9.9	18.4	51.4	36.5	42.8	3.7	4.3	4.8	4.1	9.5
	加工型製造業	57.7	16.2	22.6	40.4	44.0	42.9	2.6	2.5	2.5	2.4	9.6
	非製造業	25.5	7.8	15.0	8.0	63.5	31.7	7.3	1.5	2.5	3.7	19.0
規模別	大企業	57.1	14.7	19.7	32.5	49.6	36.3	5.8	6.4	4.9	9.6	10.5
	中堅企業	52.5	12.2	19.3	25.9	55.3	42.4	5.6	2.4	3.9	3.0	9.2
	中小企業	27.6	8.1	16.2	19.6	54.8	33.4	5.3	1.1	1.9	2.0	19.1
全産業 (2002年度調査)	26.2	9.5	16.2	25.1	39.0	36.9	6.1	1.0	2.4	1.3	25.9	

(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)

高まっている。こうした動きを受け、CSR担当部門の設置やCSR報告書の作成など、CSR活動を積極化する企業が増えている。しかし、一方で食品偽装事件が後を絶たないように、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散見される。CSRに対する取り組みは企業間で大きな違いがある。

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、2009年1月に実施した「ニッセイ景況アンケート調査」(全国3,630社から回答)において、企業の環境問題への取り組みとCSRについて調査した。なお、環境問題については2000年度と2002年度に、CSRについては2006年度に調査を行っており、これら調査との比較も行った。

### 2—環境問題への取組の中心は「オフィスでの省資源・省エネ」と「ISO14001等の認証取得」

実施している環境問題への取り組み内容については、「オフィスでの省資源・省エネ」が54.0%と最も多く、「ISO14001等の認証取得」38.8%、「産業廃棄物の削減・リサイクル」36.3%と続く。2002年度調査と比較すると、「オフィスでの省資源・省エネ」および「ISO14001等の認証取得」を中心に環境問題への取り組みが進ん

[図表-2] CO<sub>2</sub>排出量の把握

(単位：%)

		全事業段階で把握している	主要な事業段階で把握している	把握すべく検討中である	必要性は認識しているが検討していない	把握が必要とは考えていない	無回答
全産業		9.9	16.8	14.2	40.0	12.1	7.0
業種別	製造業	15.1	23.0	14.8	34.2	7.3	5.6
	素材型製造業	18.4	24.8	12.8	32.4	6.5	5.0
	加工型製造業	13.2	22.0	15.9	35.2	7.7	5.9
	非製造業	6.1	11.8	14.0	45.0	15.8	7.4
規模別	大企業	23.9	30.6	13.0	19.9	3.6	9.0
	中堅企業	10.9	20.9	14.9	41.5	7.9	3.9
	中小企業	5.8	11.3	14.3	45.0	16.5	7.1
全産業 (2002年度調査)		5.4	9.3	10.9	48.8	21.8	3.9

でいる (図表-1)。

業種別にみると、製造業では、「ISO14001等の認証取得」57.7%や「製造工程での省資源・省エネ」44.4%が多いのに対し、非製造業では「オフィスでの省資源・省エネ」63.5%が中心となっている。

企業規模別では、企業規模が大きいほど、「ISO14001等の認証取得」、「製造工程での省資源・省エネ」、「環境配慮型の設計」などの回答が多い。

### 3—27%の企業がCO<sub>2</sub>排出量を把握

#### 1 | 大企業では55%がCO<sub>2</sub>排出量を把握

CO<sub>2</sub>排出量の把握については、「全事業段階で把握している」9.9%、「主要な事業段階で把握

している」16.8%であり、CO<sub>2</sub>排出量を把握している企業は26.7%である (図表-2)。2002年度調査結果の14.7%から10ポイント以上上昇しており、6年間で取り組みがかなり進んでいる。

業種別では、製造業では、「全事業段階で把握している」15.1%、「主要な事業段階で把握している」23.0%であるのに対し、非製造業では、それぞれ6.1%と11.8%にとどまる。

企業規模別にみると、大企業では、「全事業段階で把握している」23.9%、「主要な事業段階で把握している」30.6%と、把握を実施している企業が54.5%に上るのに対し、中小企業では、それぞれ5.8%と11.3%であり、把握を行っている企業は合計で17.1%である。大企業と中小企業では取り組みに大きな格差がみられる。

[図表-3] CO<sub>2</sub>排出量削減に向けた中長期計画

(単位：%)

		既に策定している	現在、策定中である	策定すべきか検討中	検討もしておらず、予定もない	その他	無回答
全産業		29.1	20.0	38.3	6.5	1.7	4.4
業種別	製造業	33.7	20.5	36.3	4.1	1.0	4.4
	素材型製造業	31.6	20.6	37.9	4.0	1.7	4.3
	加工型製造業	35.1	20.4	35.3	4.2	0.6	4.4
	非製造業	23.2	19.3	41.7	9.2	2.5	4.1
規模別	大企業	45.1	17.0	28.4	2.8	1.4	5.3
	中堅企業	29.5	22.8	37.8	4.0	1.3	4.6
	中小企業	19.6	19.6	44.4	10.6	2.2	3.6
CO <sub>2</sub> の把握状況	全事業段階で把握	60.3	16.1	12.5	3.9	1.9	5.3
	主要な事業段階で把握	32.6	25.2	31.6	5.1	1.6	3.8
	把握すべく検討中	3.3	16.5	64.1	10.1	1.6	4.5

## 2 | CO<sub>2</sub>排出量の中長期計画を策定している企業は29%

CO<sub>2</sub>排出量を把握もしくは把握を検討している企業が、CO<sub>2</sub>排出量の削減に向けた3～5年の中長期計画を策定しているかどうかについては、「既に策定している」企業は29.1%である（図表-3）。「現在、策定中である」は20.0%、「策定すべきか検討中」は38.3%に上り、「検討もしておらず、予定もない」企業は6.5%にとどまる。CO<sub>2</sub>排出量を把握もしくは把握を検討している企業は、ほとんどの企業が中長期的な削減目標の策定を視野に入れている。

企業規模別にみると、「既に策定している」企業は大企業では45.1%に上るのに対し、中堅企業は29.5%、中小企業は19.6%にとどまり、企業規模が大きいほど取り組みが進んでいる。

CO<sub>2</sub>排出量の把握段階別にみると、「全事業段階で把握している」企業では「既に策定している」企業が60.3%に上るのに対し、「主要な事業段階で把握している」企業は32.6%、「把握すべく検討中」の企業は3.3%にとどまる。CO<sub>2</sub>排出量の把握段階と削減の中長期計画の策定は強くリンクしている。

## 3 | CO<sub>2</sub>排出量の削減上の課題は「コストアップ」が圧倒的に多い

CO<sub>2</sub>排出量の削減に取り組む上での課題につ  
[図表-4] CO<sub>2</sub>排出量の削減に取り組む上での課題

いては、「コストアップ」が56.1%と圧倒的に多く、「情報・ノウハウの不足」32.7%、「人材不足」18.3%、「技術不足」15.6%と続く（図表-4）。

製造業と非製造業を比較すると、「コストアップ」や「技術不足」を挙げる企業は製造業（特に素材型製造業）に多いのに対し、「情報・ノウハウの不足」を挙げる企業は非製造業に多い。

企業規模別にみると、「コストアップ」と「行政の関与の不足」を挙げる企業は企業規模が大きいほど多い。一方、「情報・ノウハウの不足」、「技術不足」、「緊急性が乏しいテーマ」については、企業規模が小さい企業ほど多い。

CO<sub>2</sub>の排出量の把握状況の違い別にみると、「コストアップ」、「資金不足」、「行政の関与不足」については、把握が進んでいる企業ほど回答が多い。「情報・ノウハウの不足」、「人材不足」、「技術不足」、「緊急性が乏しいテーマ」という回答は把握が進んでいない企業ほど多い。排出量の把握が進み、CO<sub>2</sub>の削減を現実に進める段階が近づくにつれ、コストや資金といった事業遂行上の問題が重要となっている。

## 4—37%の企業が取引先から環境問題に対する取り組み要請を受ける

取引先から環境問題に対する取り組みの要請を受けた企業は36.7%である（図表-5）。2000  
(単位：%)

		コストアップ	人材不足	技術不足	資金不足	情報・ノウハウの不足	緊急性が乏しいテーマ	行政の関与の不足
全産業		56.1	18.3	15.6	8.1	32.7	11.0	8.1
業種別	製造業	59.5	18.5	18.0	8.8	30.9	10.7	7.9
	素材型製造業	64.5	17.6	18.9	10.3	25.9	10.0	7.6
	加工型製造業	56.3	19.1	17.4	7.8	34.0	11.1	8.0
	非製造業	53.2	18.1	12.8	6.2	35.4	11.4	8.6
規模別	大企業	61.8	12.8	14.2	7.5	26.7	8.9	10.0
	中堅企業	58.6	21.7	16.0	7.0	32.1	10.8	7.6
	中小企業	50.9	18.7	16.2	9.3	36.3	12.5	7.3
CO <sub>2</sub> の把握状況	全事業段階で把握	65.3	14.2	13.3	9.4	20.0	8.1	9.7
	主要な事業段階で把握	62.3	15.2	14.9	8.5	30.5	11.5	8.0
	把握すべく検討中	42.4	24.8	18.0	6.6	44.2	12.6	7.2

(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)

[図表-5] 取引先から環境問題に対する取り組みの要請を受けた企業

(単位：%)

	今回調査			2002年度調査			2000年度調査			
	要請を受けたことがある	要請を受けたことはない	無回答	要請を受けたことがある	要請を受けたことはない	無回答	要請を受けたことがある	要請を受けたことはない	無回答	
全産業	36.7	55.3	7.9	38.3	59.2	2.4	36.2	59.2	4.6	
業種別	製造業	47.2	45.1	7.7	48.6	49.0	2.4	44.1	53.3	2.6
	素材型製造業	45.3	47.3	7.4	41.7	56.5	1.8	40.8	56.1	3.2
	加工型製造業	48.4	43.8	7.8	52.2	45.1	2.7	45.6	52.0	2.4
	非製造業	28.9	63.7	7.4	29.5	68.0	2.5	29.1	64.5	6.5
規模別	大企業	45.7	40.6	13.7	43.4	52.6	3.9	42.1	53.3	4.6
	中堅企業	43.4	49.4	7.2	41.8	55.5	2.7	39.2	56.4	4.4
	中小企業	31.5	62.3	6.2	36.0	61.9	2.1	34.4	60.9	4.7

年度の調査結果（38.3%）と2002年度の調査結果（36.2%）と比較しても大きな変化はない。ただし、要請を受けたことはないという企業の割合は最近になるにつれ若干減少している。

業種別にみると、製造業は47.2%の企業が要請を受けているが、非製造業では28.9%にとどまる。

企業規模別にみると、企業規模が大きいほど「要請を受けたことがある」企業が多い。また、大企業と中堅企業については、調査年次が新しくなるにつれて、「要請を受けたことがある」企業の比率が高まっており、一定規模以上の企業については、取引先が環境問題への取り組みを要請する動きが徐々に広がっている。

### 5—約半数の企業が環境問題への取組状況によって取引先の選別が進むと考えている

環境問題への取り組み状況により取引先の選

別が進むかという問については、「全くそう思う」12.0%、「どちらかというと思う」36.9%と、肯定的な意見が約半数（48.9%）に上る（図表-6）。しかし、2000年度調査、2002年度調査と比べると比率は高まっていない。

業種別にみると、加工型製造業を中心とする製造業で、選別が進むと考えている企業が多い。

企業規模別では、企業規模が大きいほど選別が進むと考えている企業が多い。

### 6—過半数の企業が環境に配慮した製品等を意識的に利用・購入・調達

環境に配慮した製品や設備の意識的な利用・購入・調達については、「積極的に行っている」13.9%、「行っている」39.4%と、合計で53.3%の企業が意識的な利用・購入・調達を行っている（図表-7）。

[図表-6] 環境問題への取り組み状況により取引先の選別が進むか

(単位：%)

		全くそう思う	どちらかというと思う	どちらとも言えない	どちらかというと思う	そうは思わない	無回答
全産業		12.0	36.9	33.4	7.1	5.8	4.8
業種別	製造業	14.6	42.7	31.4	4.5	2.8	4.0
	素材型製造業	13.6	42.1	33.5	3.4	3.4	4.1
	加工型製造業	15.2	43.1	30.2	5.2	2.5	3.9
	非製造業	10.0	33.1	35.2	9.1	7.9	4.8
規模別	大企業	18.0	41.2	27.1	4.3	2.1	7.3
	中堅企業	13.2	40.9	33.6	4.5	4.4	3.3
	中小企業	10.0	34.1	35.4	9.0	7.3	4.3
全産業（2002年度調査）		16.5	40.6	27.8	7.4	5.9	1.8
全産業（2000年度調査）		12.7	37.2	33.2	12.1	1.0	3.9

[図表-7] 環境問題に配慮した製品や設備の意識的な利用・購入・調達

(単位：%)

		積極的に 行っている	行ってい る	どちらと も言えな い	行ってい ない	無回答
全産業		13.9	39.4	33.4	7.9	5.4
業種別	製造業	15.5	42.5	32.0	5.3	4.6
	素材型製造業	14.2	40.2	36.9	4.1	4.7
	加工型製造業	16.3	43.8	29.2	6.0	4.6
	非製造業	12.2	37.7	35.0	9.8	5.3
規模別	大企業	27.4	41.4	20.3	3.4	7.5
	中堅企業	14.9	44.1	31.4	5.3	4.3
	中小企業	9.8	36.9	38.2	10.4	4.8
環境問題への 取り組み 状況による 取引先の選 別	全くそう思う	45.7	41.6	9.9	1.6	1.1
	どちらかという とそう思う	14.6	51.3	29.9	3.2	1.0
	どちらとも 言えない	6.8	37.6	46.7	7.7	1.2
	どちらかという とそうは思わ ない	4.3	25.8	46.1	22.3	1.6
	そうは思わ ない	3.8	16.2	38.6	40.0	1.4

業種別にみると、加工型製造業では意識的な利用・購入・調達が進んでいるが、非製造業はやや遅れている。

企業規模別では、大企業では「積極的に行っている」が27.4%、「行っている」が41.4%に上り、意識的な利用・購入・調達がかなり普及しているが、中小企業ではそれぞれ9.8%と36.9%にとどまっており、企業規模によって取り組みに大きな違いがある。

また、環境問題への取り組み状況による取引先の選別に関する意識の違い別にみると、「全くそう思う」という企業は、「積極的に行っている」45.7%、「行っている」41.6%と、非常に高い比率である。一方、「そうは思わない」という企業ではそれぞれ3.8%と16.2%にとどまっている。環境問題への取り組み状況による取引先の

選別に関する意識が大きな影響を与えている。

## 7—環境ビジネスに既に取り組んでいる企業は34%

環境負荷削減のための製品やサービスなどを含む環境ビジネスへの取り組みについては、「すでに積極的に行っている」12.2%、「ある程度は行っている」22.2%と、34.4%の企業が既に環境ビジネスに取り組んでいる（図表-8）。これに「現在、検討中である」企業17.3%を加えると過半数（51.7%）の企業が取り組みの姿勢を示している。

業種別にみると、製造業では「すでに積極的に行っている」15.4%、「ある程度は行っている」23.7%と39.1%の企業が取り組みを行っているが、

[図表-8] 環境ビジネスへの取り組み

(単位：%)

		すでに積 極的に 行ってい る	ある程度 は行っ ている	現在、検 討中であ る	検討もし ておら ず、予定 も無い	その他	無回答
全産業		12.2	22.2	17.3	41.0	0.9	6.4
業種別	製造業	15.4	23.7	19.7	35.5	0.6	5.0
	素材型製造業	14.9	24.8	19.7	34.5	0.9	5.2
	加工型製造業	15.7	23.1	19.7	36.1	0.4	4.9
	非製造業	9.9	20.8	15.6	45.8	1.1	6.8
規模別	大企業	22.9	30.5	14.7	21.6	0.8	9.6
	中堅企業	13.9	26.2	19.7	35.1	0.6	4.5
	中小企業	8.7	18.2	16.9	49.3	1.2	5.8
環境問題への 取り組み 状況による 取引先の選 別	全くそう思う	30.3	27.8	15.4	24.1	0.5	1.8
	どちらかという とそう思う	15.3	28.4	20.7	32.8	0.7	2.1
	どちらとも 言えない	6.8	21.4	19.4	48.7	1.2	2.6
	どちらかという とそうは思わ ない	4.7	11.7	11.3	69.1	2.3	0.8
	そうは思わ ない	3.3	5.7	8.1	80.0	1.0	1.9

非製造業では取り組みを行っている企業は30.7%（積極的：9.9%、ある程度：20.8%）にとどまる。

環境ビジネスへの対応は企業規模が大きいほど進んでいる。大企業では「すでに積極的に行っている」22.9%、「行っている」30.5%と半数を超える企業が環境ビジネスに既に取り組んでいるが、中小企業では26.9%にとどまる。

環境問題への取り組み状況による取引先の選別に関する意識の違い別にみると、「全くそう思う」という企業は、「すでに積極的に行っている」30.3%、「ある程度は行っている」27.8%と、58.1%の企業が環境ビジネスをすでに行っている。環境問題への取り組み状況による取引先の選別が進まないと考えている企業ほど、環境ビジネスに取り組んでいる比率は低下し、「そうは思わない」という企業では9.0%（積極的：3.3%、ある程度：5.7%）にとどまる。環境問題への取り組み状況による取引先の選別に関する意識が、環境ビジネスへの関心を高めたと考えられる。

## 8—「省エネ・省資源型の製品・装置」が環境ビジネスの中心

環境ビジネスに取り組んでいる企業を対象に、ビジネスの内容をみると、「省エネ・省資源型の製品・装置」52.6%が圧倒的に多く、「リサイク

ル・再資源化事業」35.5%、「公害防止型の製品・装置」15.5%が続く（図表－9）。

業種別では、「省エネ・省資源型の製品・装置」を挙げる企業は加工型製造業で相対的に多く（61.0%）、「リサイクル・再資源化事業」は素材型製造業に多い（42.6%）。「環境関連情報の提供」や「カーボンオフセット商品」は、非製造業に多い（それぞれ、7.2%と6.7%）。

企業規模別にみると、「CO<sub>2</sub>関連技術・装置」、「GHG排出量取引」、「カーボンオフセット商品」が大企業に多くみられる（それぞれ、14.1%、5.0%、7.7%）。「公害防止型の製品・装置」は中小企業に多い（17.0%）。

環境ビジネスへの取り組み状況別では、「公害防止型の製品・装置」、「CO<sub>2</sub>関連技術・装置」、「省エネ・省資源型の製品・装置」が、「すでに積極的に行っている」企業に多くみられる（それぞれ、19.7%、17.2%、58.6%）

## 9—58%の企業がCSRを意識した取り組みを実施

CSRを意識した取り組みについては、「熱心に取り組んでいる」企業が12.6%、「取り組んでいる」企業は45.8%であり、全体の58.4%の企業がCSRを意識した取り組みを行っている（図表－

〔図表－9〕 取り組んでいる環境ビジネスの内容

（単位：％）

	公害防止型の製品・装置	CO <sub>2</sub> 関連技術・装置	省エネ・省資源型の製品・装置	リサイクル・再資源化事業	土壌汚染調査・浄化	水資源関連技術・装置	環境コンサルティング	環境関連情報の提供	緑化・植林・自然環境修復	GHG排出量取引	カーボン・オフセット商品	
全産業	15.5	11.2	52.6	35.5	3.9	4.2	3.3	5.1	7.9	2.5	5.0	
業種別	製造業	20.3	12.1	57.0	35.8	3.2	4.6	1.7	2.8	6.5	1.0	2.5
	素材型製造業	20.1	10.3	50.2	42.6	5.3	5.3	2.2	1.9	6.9	0.9	0.9
	加工型製造業	20.4	13.1	61.0	31.8	2.0	4.2	1.5	3.3	6.3	1.1	3.5
	非製造業	10.7	10.6	49.1	35.6	4.7	4.1	4.5	7.2	8.7	3.7	6.7
規模別	大企業	13.0	14.1	53.3	35.1	5.2	4.7	3.0	4.4	9.9	5.0	7.7
	中堅企業	15.0	10.0	56.5	37.2	4.1	4.1	2.6	3.5	7.1	2.5	4.3
	中小企業	17.0	10.8	50.0	34.4	3.1	4.0	3.6	6.4	7.7	1.5	4.1
環境ビジネスへの取り組み状況	すでに積極的に行っている	19.7	17.2	58.6	32.1	4.3	5.7	4.1	4.8	9.7	2.0	3.8
	ある程度は行っている	16.4	11.3	53.8	36.6	4.0	4.0	2.9	4.6	7.3	2.2	4.0
	現在、検討中である	11.5	7.0	46.8	36.5	3.5	3.5	3.2	5.9	7.3	3.0	7.2

（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）

【図表-10】 CSRを意識した取り組み

(単位：%)

		熱心に取り組んでいる	取り組んでいる	現在検討中	検討を開始する予定	当面、検討の予定はない	無回答
全産業(今回調査)		12.6	45.8	15.1	7.0	13.4	6.1
業種別	製造業	13.3	46.7	17.2	7.0	10.5	5.3
	素材型製造業	14.2	47.1	17.1	6.0	10.2	5.4
	加工型製造業	12.8	46.5	17.2	7.6	10.6	5.3
	非製造業	11.6	46.1	13.7	7.0	15.4	6.1
規模別	大企業	33.8	45.1	9.0	2.6	2.1	7.3
	中堅企業	13.5	53.9	14.8	5.3	8.4	4.1
	中小企業	6.5	42.3	17.0	9.1	19.0	6.1
全産業 (2006年度調査)		8.9	48.5	19.0	8.2	13.4	2.0
規模別	大企業	18.8	54.8	12.1	3.8	6.7	3.8
	中堅企業	10.0	52.4	19.7	7.3	9.4	1.2
	中小企業	5.9	44.9	20.2	9.8	17.4	1.9

10)。2006年度調査と比較すると、「熱心に取り組んでいる」企業が増加している(8.9%→12.6%)。

業種別では、非製造業に比べ素材型製造業を中心とする製造業の取り組みが進んでいる。

企業規模別にみると、大企業では「熱心に取り組んでいる」企業が33.8%に上るのに対し、中堅企業では13.5%、中小企業では6.5%にとどまるなど、企業規模による違いはかなり大きい。2006年度の調査との比較でも、中堅・中小企業ではあまり変化がないのに対し、大企業で大きく取り組みが進んでいる。

## 10—CSRとして重点的に取り組んでいる活動は「法令順守」が圧倒的に多い

CSRに取り組んでいる企業を対象に、その活動内容をみると、「法令順守」が92.7%と圧倒的

に多い(図表-11)。続いて、「企業統治・内部統制の徹底」44.8%、「地域社会への貢献」41.4%、「地球環境への配慮」39.3%、「製品・サービスの顧客に対する安全」36.0%などの回答が多い。

業種別では、「地球環境への配慮」や「製品サービスの顧客に対する安全」は製造業に多く(それぞれ、45.2%と40.8%)、「人権への配慮」や「従業員への配慮」は非製造業に多い(それぞれ、11.8%と22.7%)。

企業規模別では、「人権への配慮」や「従業員への配慮」は中小企業に多く(それぞれ、12.7%と24.4%)、「地球環境への配慮」や「地域社会への貢献」は大企業に多い(それぞれ、53.6%と46.0%)。

また、CSRに「熱心に取り組んでいる」企業は、「地球環境への配慮」56.7%、「人権への配慮」16.2%を挙げる企業が相対的に多い。

【図表-11】 CSRを意識した取り組みの内容

(単位：%)

		法令遵守	地球環境への配慮	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	フィラソロピー・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	企業統治・内部統制の徹底	適切なリスク・マネジメント	公正な取引
全産業		92.7	39.3	41.4	11.1	20.9	9.4	16.9	1.7	2.8	36.0	44.8	24.8	15.7
業種別	製造業	94.2	45.2	40.9	9.7	18.0	6.9	17.8	1.8	3.3	40.8	44.9	24.5	13.2
	素材型製造業	95.1	45.9	41.0	8.8	14.9	5.5	17.3	0.9	3.0	39.8	51.4	27.1	15.8
	加工型製造業	93.6	44.8	40.8	10.2	19.8	7.8	18.1	2.4	3.4	41.4	41.0	23.0	11.6
	非製造業	92.0	34.4	41.6	11.8	22.7	11.5	16.6	1.6	2.3	32.7	45.1	24.7	17.4
規模別	大企業	91.9	53.6	46.0	9.8	16.4	9.0	21.9	1.9	4.0	37.6	43.8	20.5	10.7
	中堅企業	94.7	38.7	41.6	9.8	18.2	9.3	21.9	2.0	3.8	36.9	49.3	24.1	14.6
	中小企業	91.8	34.0	39.3	12.7	24.4	9.5	11.2	1.4	1.6	34.8	42.1	27.2	18.7
CSRへの取り組み	熱心に取り組んでいる	92.6	56.7	44.4	16.2	17.9	9.8	19.5	1.8	4.8	30.6	46.2	22.8	12.9
	取り組んでいる	92.7	34.6	40.6	9.7	21.7	9.3	16.2	1.7	2.3	37.5	44.5	25.4	16.5

(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)

[図表-12] これまでの自社のCSR活動に対する評価

(単位：%)

		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	無回答
全産業(今回調査)		4.5	47.0	39.0	6.7	0.8	2.1
業種別	製造業	3.6	50.0	35.9	7.0	0.9	2.5
	素材型製造業	4.0	52.9	33.1	6.7	0.9	2.4
	加工型製造業	3.4	48.3	37.6	7.3	0.9	2.5
	非製造業	4.8	43.9	42.4	6.3	0.7	1.9
規模別	大企業	7.9	52.4	31.4	4.0	0.7	3.6
	中堅企業	3.8	46.3	39.7	7.4	0.7	2.0
	中小企業	3.3	45.6	41.7	7.1	0.8	1.5
全産業 (2006年度調査)		2.6	32.4	49.3	12.5	2.1	1.1
規模別	大企業	4.5	37.5	46.0	11.4	0.0	0.6
	中堅企業	2.2	32.4	48.5	13.1	2.5	1.4
	中小企業	2.2	30.7	51.0	12.4	2.6	1.2

## 11—自社のCSR活動に対する評価は2年前に比べ16.5ポイント向上

これまでの自社のCSR活動に対する評価については、「満足している」4.5%、「ある程度満足している」47.0%と満足を示す評価が51.5%となった(図表-12)。2006年度調査と比較すると、満足(満足+ある程度満足)と評価する割合が16.5ポイント増加している。一方、否定的な評価である「満足していない」は0.8%、「あまり満足していない」は6.7%にとどまった。

業種別では、「満足している」と「ある程度満足している」を合わせた数字で見ると、素材型製造業を中心とする製造業に満足しているという企業がやや多い。

企業規模別では大企業で満足の割合が高い。ただし、いずれの規模の企業についても2006年度調査に比べ、満足しているという企業の割合は増えている。これは、CSRに取り組んでいる企業の、CSR活動の内容が過去2年間の中でより充実したものになったことを反映した結果と考えられる。



### [ニッセイ景況アンケート・調査概要]

調査時点：2009年1月

回答企業数：3,630社

回答企業の属性：以下のとおり

#### ①業種別状況

	社数(社)	構成比(%)
製造業	1,467	40.4
素材型製造業	537	14.8
加工型製造業	930	25.6
非製造業	2,010	55.4
無回答	153	4.2
合計	3,630	100.0

#### ②企業規模別状況

	社数(社)	構成比(%)
大企業	532	14.7
中堅企業	1,016	28.0
中小企業	2,047	56.4
無回答・その他	35	1.0
合計	3,630	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

#### ③地域

	社数(社)	構成比(%)
北海道	66	1.8
東北	113	3.1
関東	1,846	50.9
甲信越・北陸	157	4.3
東海	302	8.3
近畿	735	20.2
中国	117	3.2
四国	54	1.5
九州	109	3.0
無回答	131	3.6
合計	3,630	100.0