

第1章 企業の社会貢献活動の実態

～アンケート調査結果～

アンケート調査結果の見方

- ① グラフの数値は回答率（％）で示している。％の母数は、その質問項目に該当する回答者総数、あるいはクロス集計における分類別の回答者数であり、その数は「総数」または「n」で示している。
- ② 百分率は小数点以下第2位で四捨五入し、小数点以下第一位までを示している。よって、単数回答（答えを一つだけ選択する質問）の比率の合計が100%にならない場合がある。
- ③ また、複数回答（2つ以上の回答を認めた質問）の設問の場合は、その設問の回答者総数を分母としており、比率の合計が100%を超える場合がある。
- ④ 図表や本文中に登場する選択肢は、表記を簡潔化するため、趣旨を変えない範囲で省略している場合がある。正式には巻末の調査票を参照されたい。
- ⑤ クロス集計表については、分類別の回答者数（母数）が極端に少なくなるものについては、誤差が大きくなるため分析の対象とはしていない。

■ 1-1 アンケート調査結果の要約

①企業の属性

- ・所在地は「那覇市」(44.8%)、「南部地域」(35.8%)、「中部地域」(17.9%)、「北部地域」(1.5%)となった。
- ・設立時期は戦後(1950年代以降)、各年代へ広がっている。
- ・業種別では、「製造業」(16.4%)、「建設業」(11.9%)、「運輸業」(11.9%)、「小売業」(11.9%)と続く。全体の20%以上の業種はなく、多業種から回答をいただいた。
- ・資本金別では「3,000万円以上1億円未満」の割合が40%で最も多く、次いで「3億円以上」(21%)、「1,000万円以上3,000万円未満」(17.9%)と続く。
- ・年間売上高別では「50億円以上」が35.8%、「10億円以上50億円未満」(32.8%)、「1億円以上10億円未満」(22.4%)と続く。
- ・従業員数別では、「100人以上500人未満」が46.3%と最も多く、次いで「50人未満」(25.4%)、「50人以上100人未満」(16.4%)となった。
- ・社会貢献等の専任担当者について「あり」と回答した企業は4%(3社)であった。8割近くの企業で専任担当者を置いていない現状であった。

②社会活動の取り組み

- ・社会活動を行ったことが「ある」企業は94%と、県内企業の社会活動への意識の高さが見えた。
 - ・社会活動を行ったきっかけは「企業としての社会的責任」(76.2%)、「地域社会からの要請」(60.3%)、「自社の企業理念」(47.6%)とつづく。企業の社会的責任(CSR)の重要性を感じ、社会活動をはじめめる企業が多いことがわかった。
 - ・社会活動の分野では「その他(祭り・清掃活動への参画)」(63.5%)が最も多い。その他の記入欄で「祭りへの参画」と答えた企業が多く、沖縄特有の文化を反映する結果となった。
 - ・社会活動の内容としては「人や労力を動員してのサービス」(81.0%)、「資金の提供・援助」(68.3%)、「体験機会提供・インターン受入」(49.2%)と続く。
 - ・社会活動の自己評価では「地域との結びつきが強まった」(83.4%)「会社のイメージアップにつながった」(89.8%)に対する評価が高い。
- 社会活動を行っていない理由として、「自社に人的余裕がない」が75.0%と多い。「自社に資金面の余裕がない」(25.0%)と合わせ、県内企業の厳しい経営環境を反映している。

③NPO等との関わりの内容

- ・NPO等との関わりについて「ある」が45.7%と約半数近くの県内企業がNPO等と関わっていることがわかった。
- ・NPO等と「現在も関わっている」は81.3%、「現在は関わらない」が15.6%である。
- ・NPO等との現在の関わりについて、「寄付金の提供」(50.0%)が最も多く、「企業として会員に加入」(38.5%)、「助成金・協賛金での援助」(34.6%)と続く。

・調査票に記入された協働事例では、開始時期が2009年から協働事例数が微増し、特に2011年が多かった。沖縄でも企業の社会的責任（CSR）への注目が高まっている。

④NPO等との関わりのきっかけ

・NPO等との関わりのきっかけでは「NPO等から打診があった」が57.7%と最も多い。企業がNPO等と関わるきっかけとしては依然としてNPO等・行政側から働きかけるケースが多い。

・NPO等と関わる理由は「企業の社会的責任を果たすため」が突出して多い。「企業のイメージアップを図るため」「NPO等や社会への理解を深めるため」が続く。

⑤NPO等との関わりの成果

・NPO等と関わった評価では「大きな成果があがっている」と答えた企業が14.3%。「まあ成果が上がっている」(25.0%)と合わせると約4割の企業で「成果が上がっている」と回答している。

・今後の意向に関しては「今後も続けたい」と回答した企業は70.4%。「どちらともいえない」が29.6%、「中止したい」「他のNPO等にも広げたい」がともに0.0%となった。

・NPO等への要望では「情報を開示してほしい」(82.6%)、「理念や方針を明確にしてほしい」(78.2%)、「組織体制を確立してほしい」(91.3%)が上位となっている。

・NPO等との関わりをやめた理由として、「予定していた事業が終わった」(71.4%)が最も多く、次いで「NPO等の都合で継続不可」(14.3%)と続く。

・NPO等と関わりを持たない理由として、「自社に連携推進の意思形成がされていない」(77.4%)、「財政的余裕がない」(75%)、「人的資源に制約」(74.2%)が上位を占めた。

・問題点が取り除かれた場合のNPO等との関わりについて、「大いに検討したい」(2.9%)、「検討してもよい」(45.9%)を合わせると48.8%が検討してもよいと考えている。

⑥NPO等との関わりに必要な条件

・NPO等との協働事業を行う際に自社側に必要と思われる条件として、「協働事業を行う目的の明確化」(46.7%)、「財源の確保」(45.9%)、「協働についての知識や理解」(39.3%)が挙げられた。

・NPO等との協働をサポートする機関へは「協働事業を行うメリットや社会的意義を示してほしい」(93.5%)、「NPO等の情報や評価を提供してほしい」(85.0%)、「協働案を具体的に提案してほしい」(83.6%)への要望が強い。

・NPO等に対しては「活動理念が明確であること」(67.7%)、「事業や会計等、情報公開のレベルが高いこと」(55.0%)、「協働に必要な人材がいること」(51.7%)への要望が強い。

⑦その他

・自社の将来像について、「信用を優先する企業」(82.8%)、「地域に密着した企業」(76.2%)、「収益性の高い企業」(62.5%)が上位を占めた。

・企業のCSRや協働等に関する用語の理解度で「用語と意味を十分に理解していた」が5割をこえたのは、「社会貢献活動」(57.8%)のみだった。「マッチングギフト」(7.8%)「プロボノ」(0.0%)は特に理解度が低かった。

■ 1-2 「企業の社会貢献活動調査」結果

(1) 企業の属性

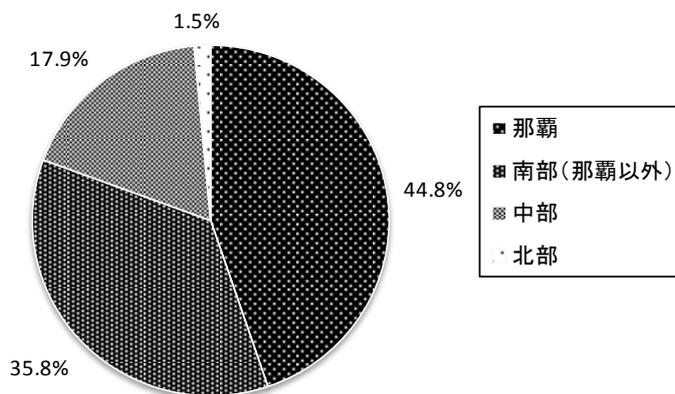
企業のアンケート有効回収分 67 社の属性について、所在地、設立時期、業種、資本金、年間売上高、従業員数の面から集計した。

① 所在地

所在地別分布の割合は「那覇市」(44.8%)、「南部地域」(35.8%)、「中部地域」(17.9%)、「北部地域」(1.5%) となった。

※実際のアンケートでは市町村別に回答をいただいたが、那覇市以外は母数が少ないため南部地域・・・糸満市、豊見城市、南風原町、浦添市
中部地域・・・西原町、宜野湾市、沖縄市、うるま市、読谷村、嘉手納町
北部地域・・・名護市
と地域別に再分類した。

図1-2-1 所在地別割合(n=67)



	実数	割合
全体	67	100.0%
那覇	30	44.8%
南部(那覇以外)	24	35.8%
中部	12	17.9%
北部	1	1.5%

② 設立時期

設立時期は各年代で分散しているが 1950 年代以降が多い。1939 年以前設立の法人が少ないのは沖縄の歴史的な理由によるものと思われる。1990 年代の企業が少ないのは、バブル後に一時日本経済が急落した影響が考えられる。

図1-2-2 設立時期(n=67)

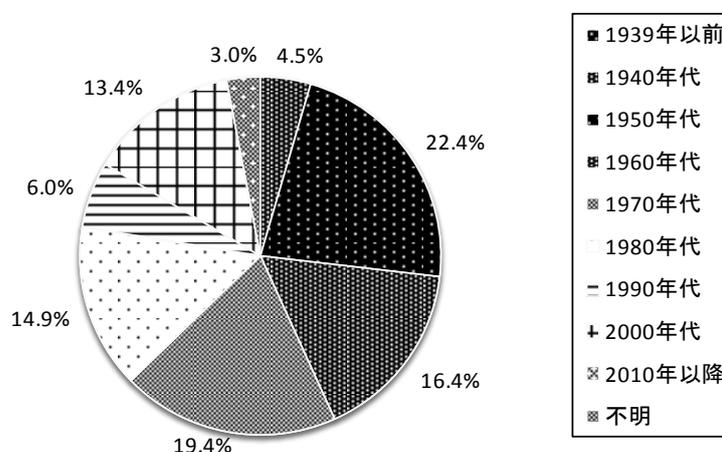


表1-2-2 設立時期(n=67)

	実数	割合
1939年以前	3	4.5%
1940年代	0	0.0%
1950年代	15	22.4%
1960年代	11	16.4%
1970年代	13	19.4%
1980年代	10	14.9%
1990年代	4	6.0%
2000年代	9	13.4%
2010年以降	0	0.0%
不明	2	3.0%
総計	67	100%

③ 業種

業種別では、「製造業」(16.4%)、「建設業」(11.9%)、「運輸業」(11.9%)、「小売業」(11.9%)と続く。全体の20%以上を占める業種はなく、多業種から回答があった。

所在地別では那覇で「運輸」「通信」「金融・保険業」が多く、南部で「卸売業」が多くみられる。

図1-2-3 業種別の割合(n=67)

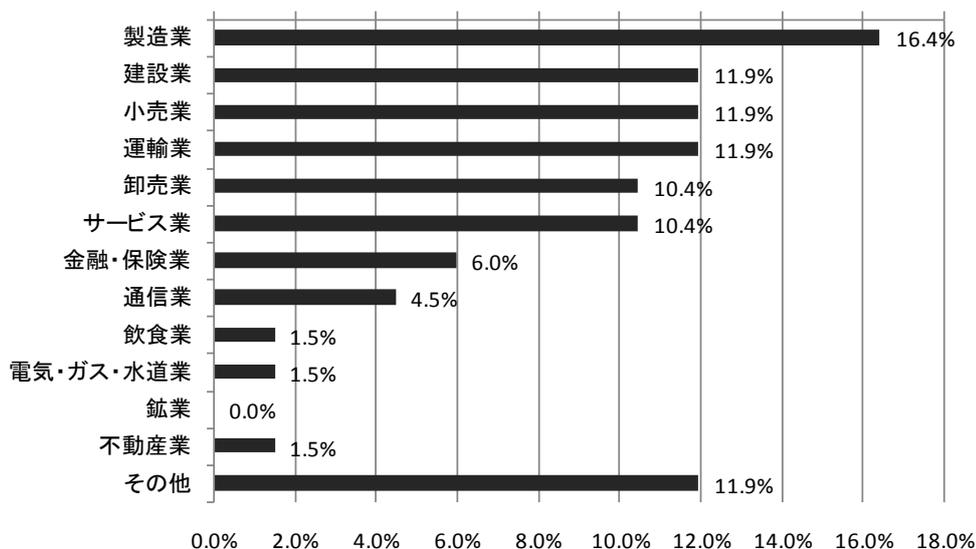
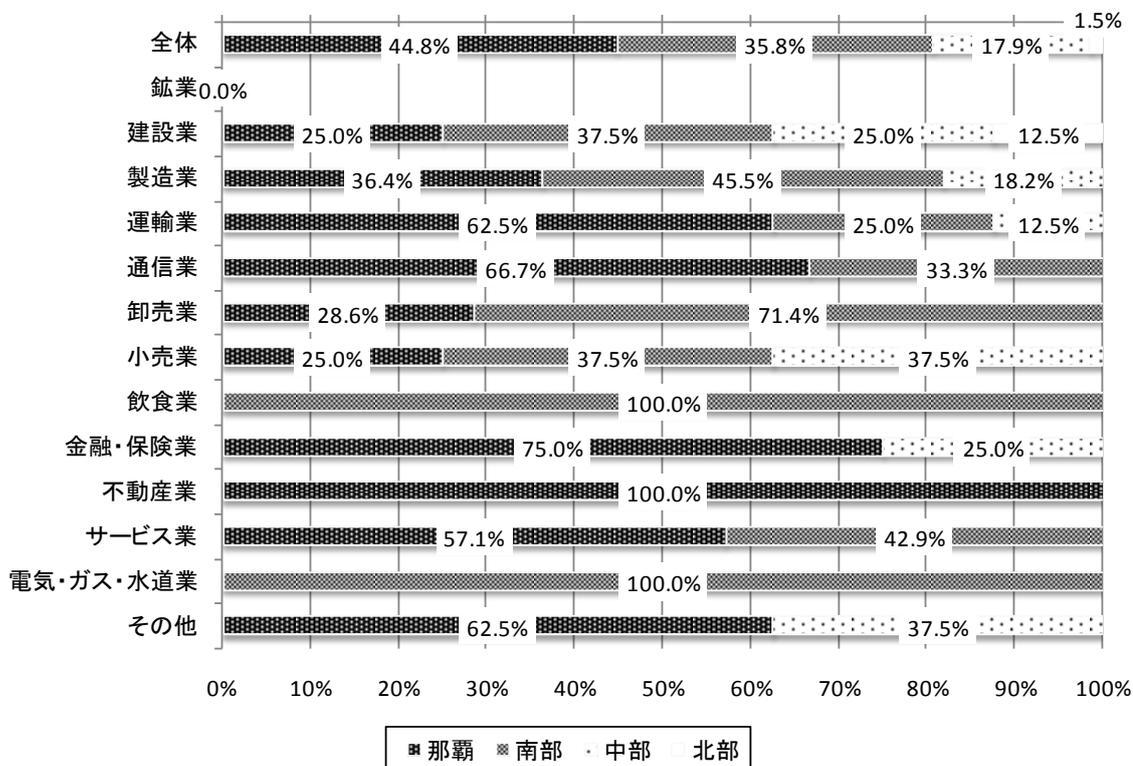


図1-2-4 所在地別業種(n=67)



④ 資本金

資本金別では、「3,000万円以上1億円未満」の割合が40.3%で最も多く、次いで「3億円以上」(20.9%)、「1,000万円以上1億円未満」(17.9%)と続く。

図1-2-5 資本金(n=67)

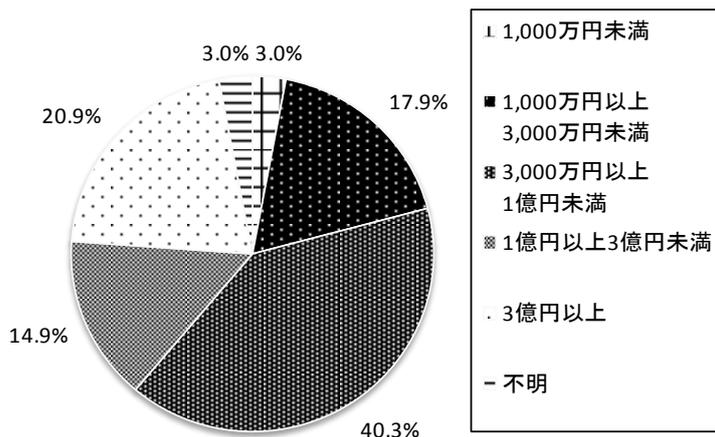
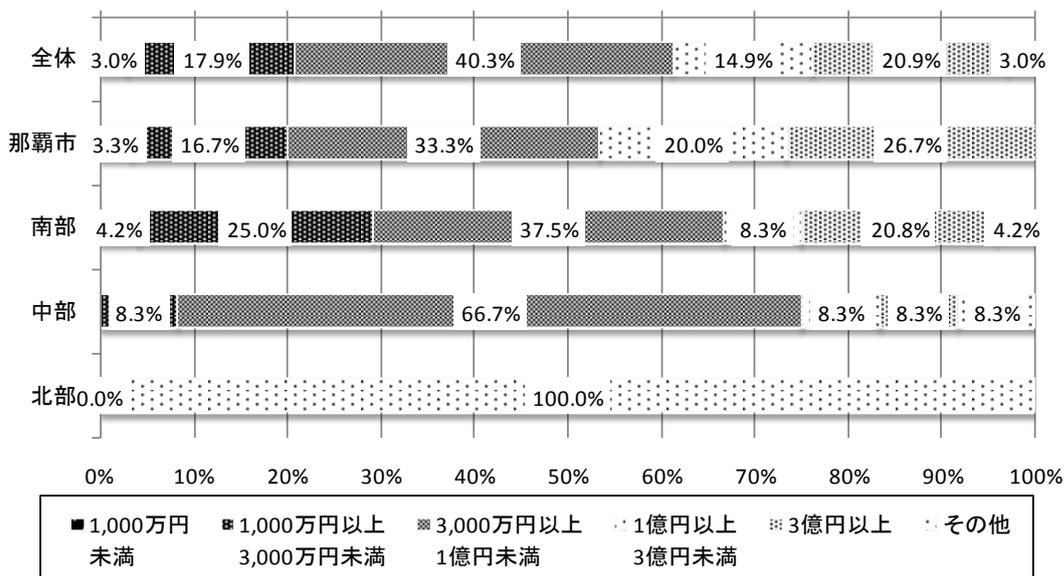


図1-2-6 所在地別「資本金」(n=67)



⑤ 年間売上高

年間売上高別にみると、「50億円以上」が35.8%、「10億円以上50億円未満」(32.8%)、「1億円以上10億円未満」(22.4%)と続く。

地域別で見ると、中部で50億円以上の企業の割合が50.0%と比較的多くなった。

図1-2-7 年間売上高(n=67)

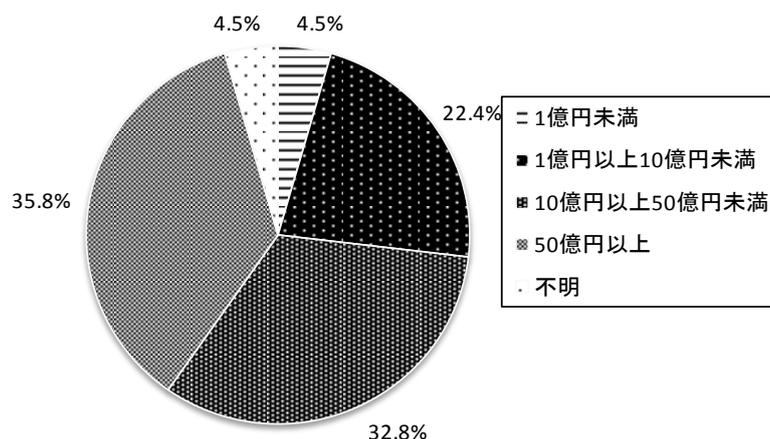
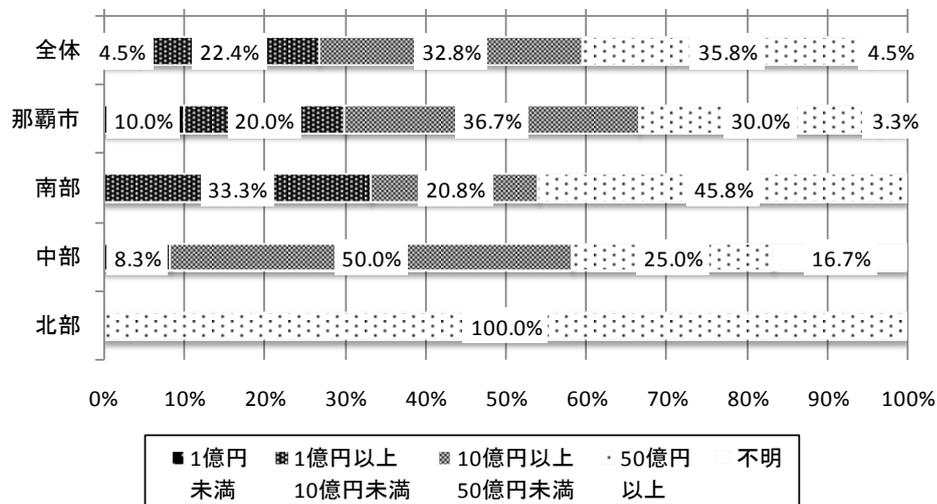


図1-2-8 所在地別「年間売上高」(n=67)



⑥ 従業員数

従業員数別では、「100人以上500人未満」が46.3%と最も多く、次いで「50人未満」(25.4%)、「50人以上100人未満」(16.4%)となった。

所在地別では、那覇市で「100人以上500人未満」の割合が多くなった。

図1-2-9 従業員数(n=67)

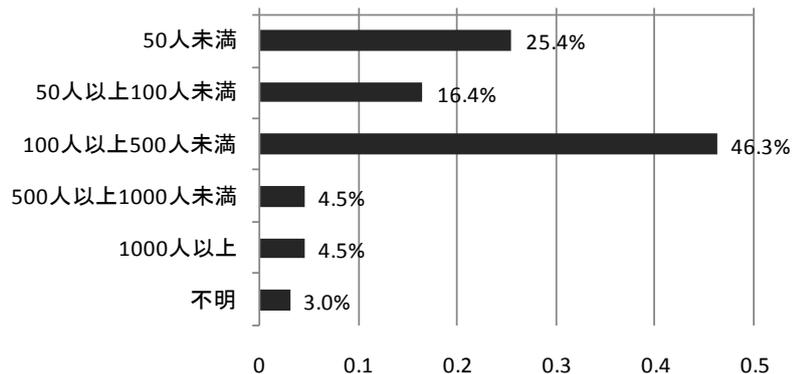
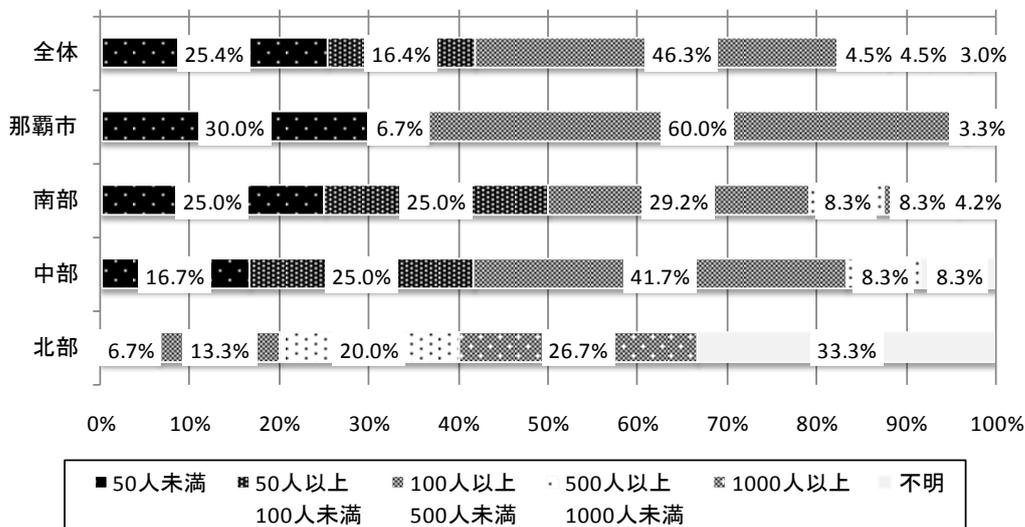


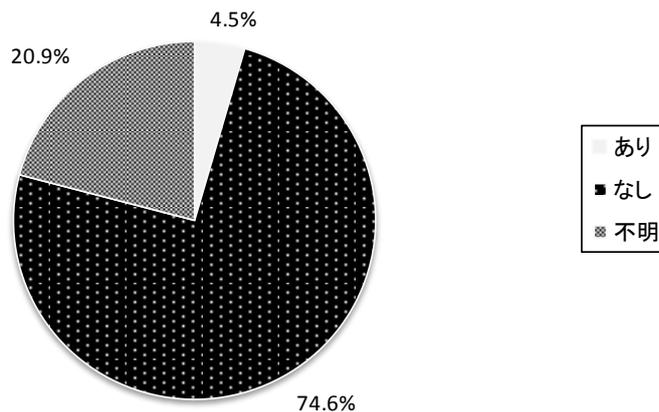
図1-2-10 所在地別「従業員数」(n=67)



⑦ 社会貢献等専任担当者の有無

「あり」と回答した企業は4%（3社）であった。そのうちの2社は電気・通信業界で、従業員数「500以上1000人未満」と「1000人以上」の大企業。全体の約4分の3の企業で専任担当者を置いていない。

図1-2-11 社会貢献等専任担当者の有無(n=67)



		あり	なし	不明	総計
全体	実数	3	50	14	67
	割合	4.5%	74.6%	20.9%	100.0%
那覇市	実数	1	20	9	30
	割合	3.3%	66.7%	30.0%	100.0%
南部	実数	2	18	4	24
	割合	8.3%	75.0%	16.7%	100.0%
中部	実数	0	11	1	12
	割合	0.0%	91.7%	8.3%	100.0%
北部	実数	0	1	0	1
	割合	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%

		あり	なし	不明	総計
全体	実数	3	50	14	67
	割合	4.5%	74.6%	20.9%	100.0%
50人未満	実数	1	10	6	17
	割合	5.9%	58.8%	35.3%	100.0%
50人以上100人未満	実数	0	10	1	11
	割合	0.0%	90.9%	9.1%	100.0%
100人以上500人未満	実数	0	24	7	31
	割合	0.0%	77.4%	22.6%	100.0%
500人以上1000人未満	実数	1	2	0	3
	割合	33.3%	66.7%	0.0%	100.0%
1000人以上	実数	1	2	0	3
	割合	33.3%	66.7%	0.0%	100.0%
不明	実数	0	2	0	2
	割合	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%

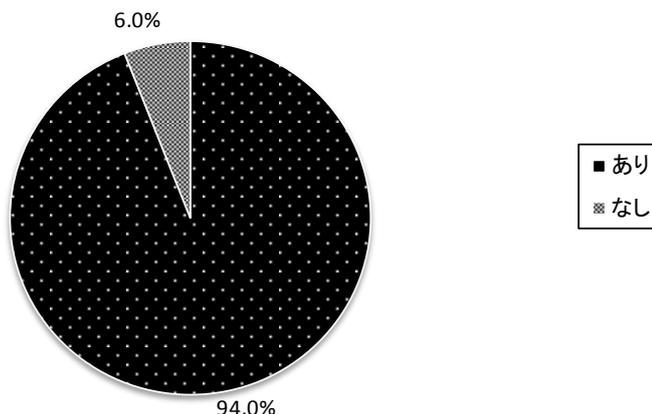
(2) 社会活動の取り組み

① 社会活動の有無

問 1 貴社は今までに社会貢献活動や企業市民活動（以降「社会活動」と表現）を行ったことがありますか。

社会活動を行ったことが「ある」企業は 94%と、県内企業の社会活動の取り組みに対する意識の高さが見えた。

図1-2-12 社会活動の有無(n=67)



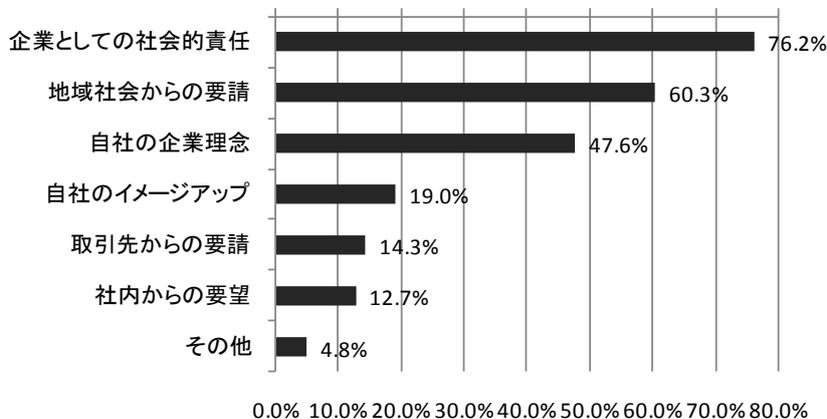
② 社会活動を行ったきっかけ

問 2 問 1で「ある」と答えた方にお尋ねします。社会活動を行った主なきっかけは何ですか。（3つまで選択可）

社会活動を行ったきっかけは「企業としての社会的責任」(76.2%)、「地域社会からの要請」(60.3%)、「自社の企業理念」(47.6%)とつづく。

企業の社会的責任（CSR）の重要性を感じ、社会活動をはじめめる企業が多いことがわかった。

図1-2-13 社会活動を行ったきっかけ(n=63)

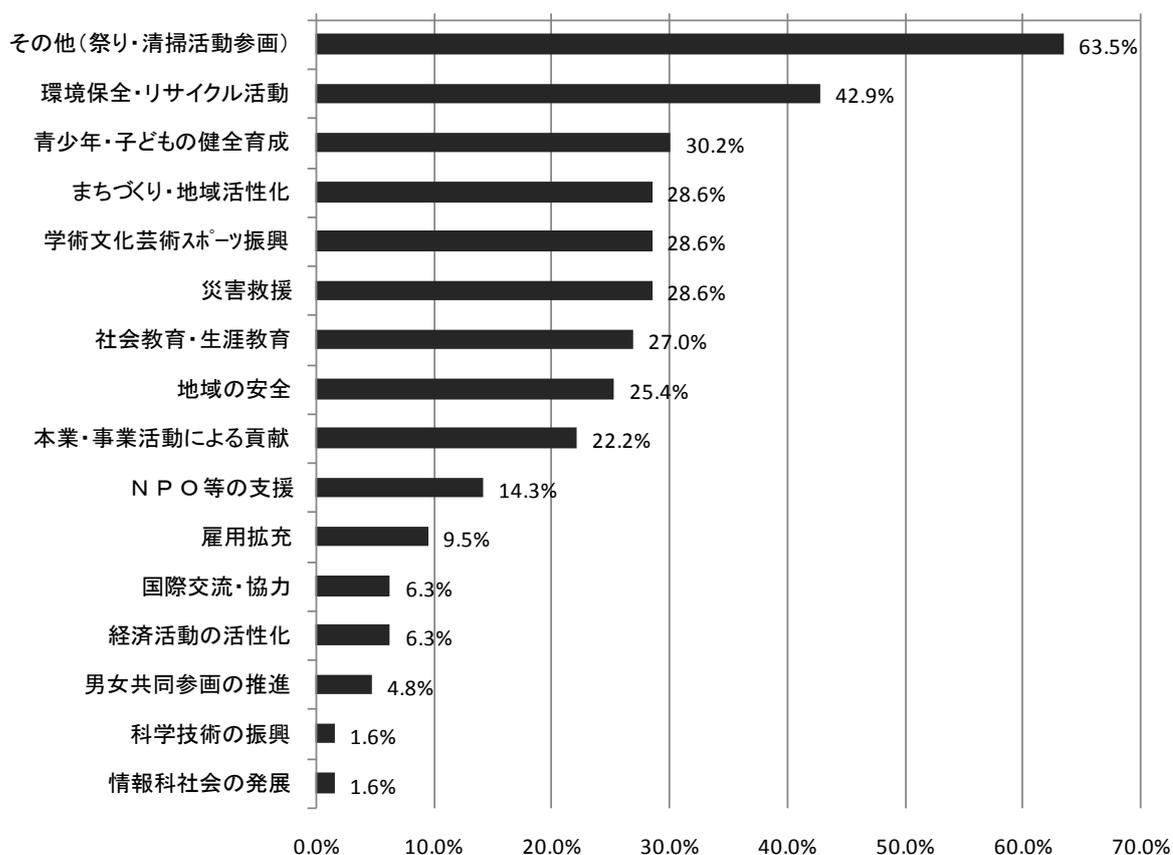


③ 社会活動の分野

問3 実施した主な社会活動は下記のどのような分野ですか。(主要な分野6つまで選択可)
(問1で「ある」と回答した企業のみ)

社会活動の分野では「その他(祭り・清掃活動への参画)」(63.5%)が最も多い。その他の記入欄で「祭りへの参画」と答えた企業が多く、沖縄特有の文化を反映する結果となった。次に多かったのが「環境保全・リサイクル活動」(42.9%)、「青少年・子どもの健全育成」(30.2%)と上位は全国的にも多く取り組まれている活動になっている。「本業・事業活動による貢献」(22.2%)の割合は低く、社会活動と企業ブランドの更なるマッチングが求められる。

図1-2-14 社会活動の分野(n=63)



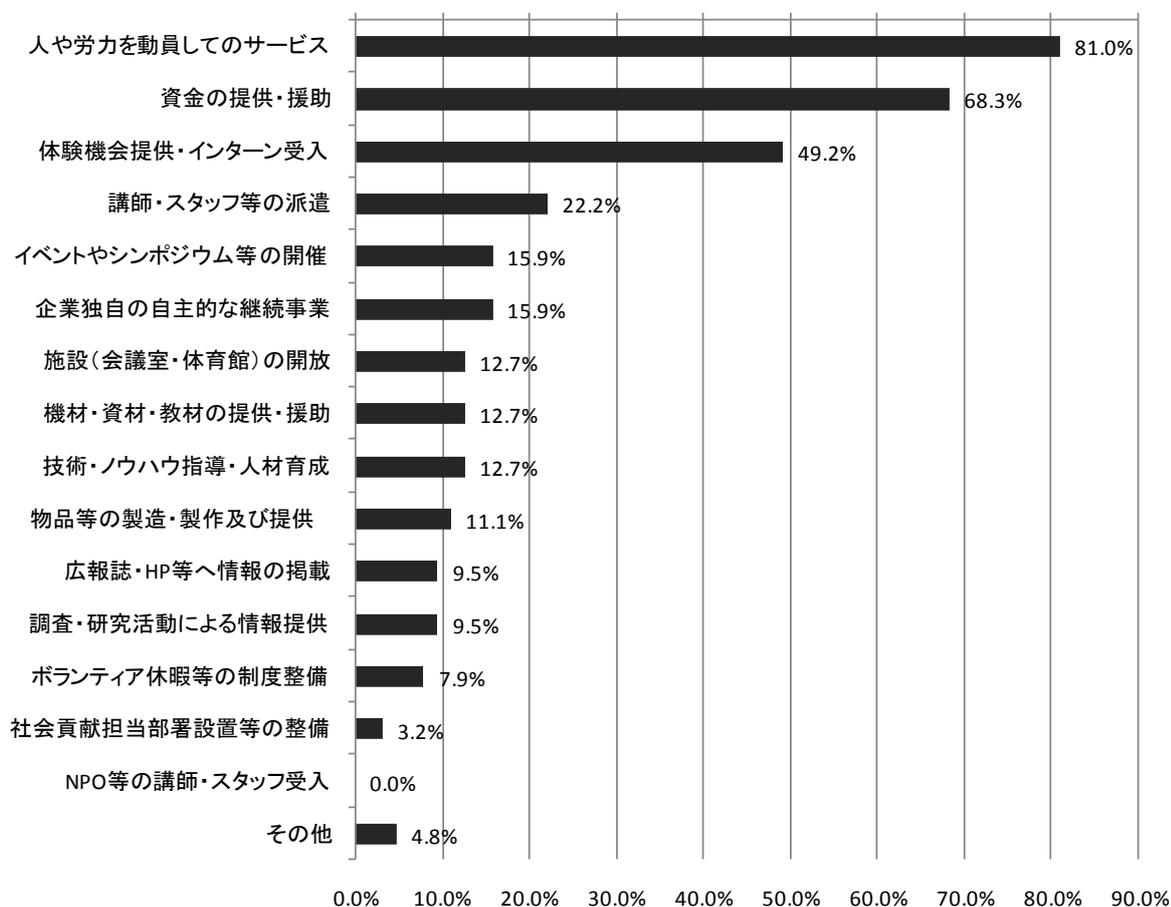
④ 社会活動の内容

問4 その社会活動は、どのような内容の活動ですか。(複数選択可)
 (問1で「ある」と回答した企業のみ)

社会活動の内容としては「人や労力を動員してのサービス」(81.0%)、「資金の提供・援助」(68.3%)、「体験機会提供・インターン受入」(49.2%)と続く。

(1) 企業の属性 7) 社会貢献等専任担当者の有無 (P.20) で、「なし」と答えた企業が8割近くだったこともあり、「社会貢献担当部署設置等の整備」は3.2%と少ない結果となった。

図1-2-15 社会活動の内容(n=63)

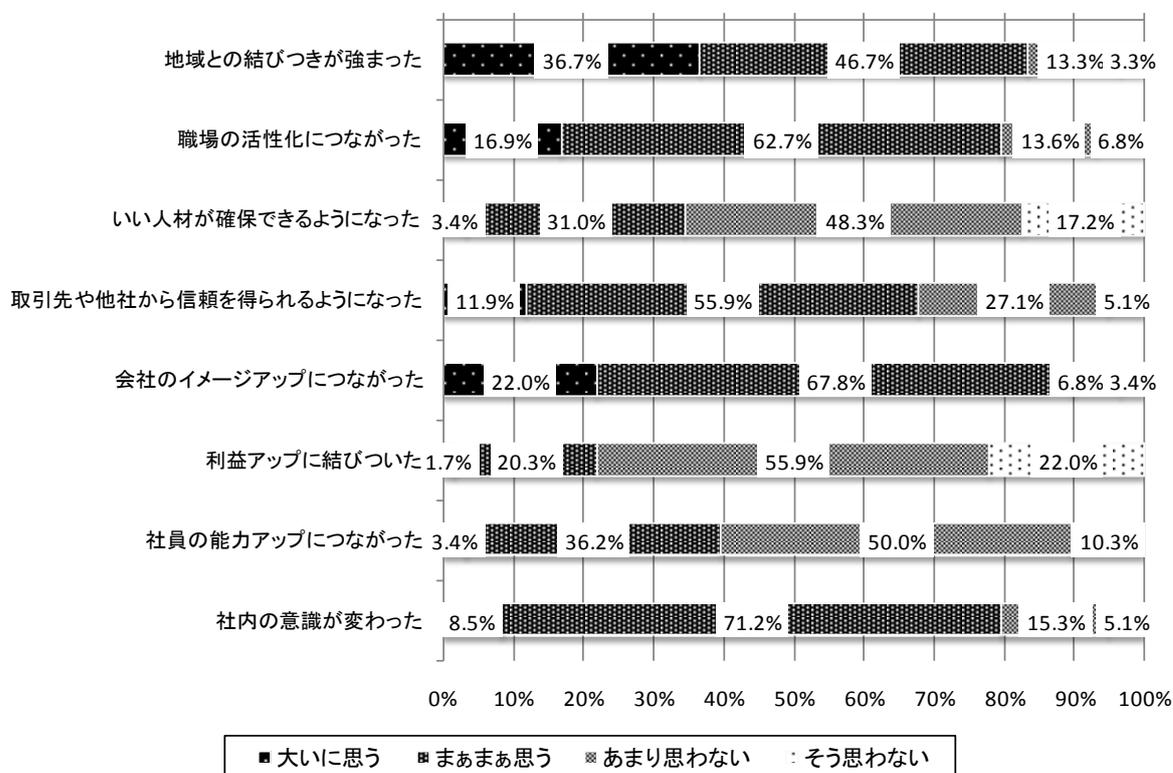


⑤ 社会活動に対する評価

問5 貴社の社会活動について、活動をどのように自己評価されていますか。
 以下の項目について4段階から評価してください。(問1で「ある」と回答した企業のみ)

社会活動をどのように自己評価しているかについて8項目を挙げ、4段階で評価を尋ねた。「大いに思う」「まあまあ思う」の合計が8割を超えたのは、「地域との結びつきが強まった」(83.4%) 「会社のイメージアップにつながった」(89.8%)であった。社会活動が企業にとってプラスに働いていると言える。

図1-2-16 社会活動の自己評価(n=63)

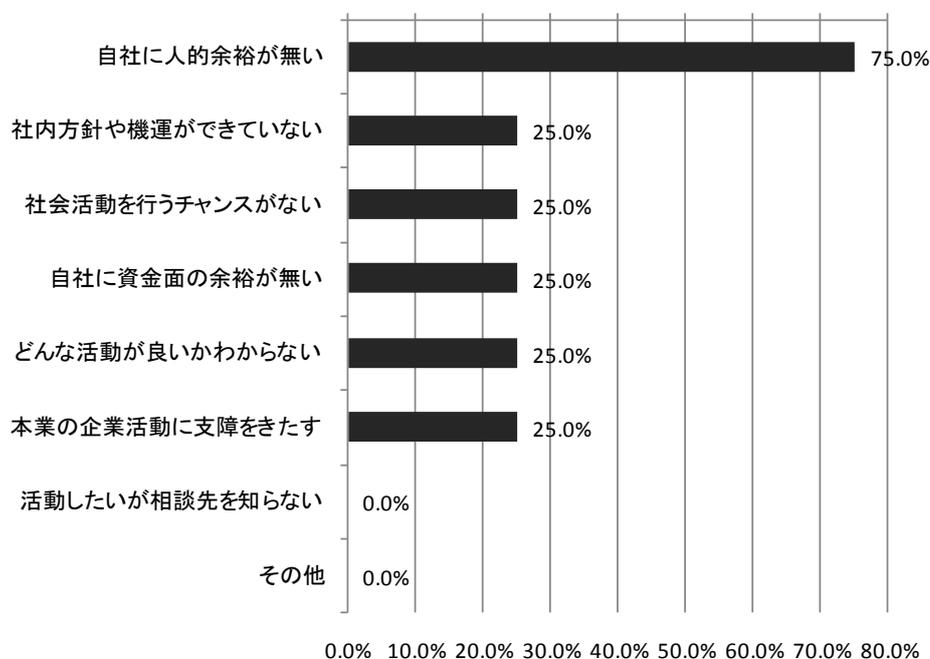


⑥ 社会活動を行わない理由

問6問1で「ない」と答えた方にお尋ねします。社会活動等をしていない理由は何でしょうか。(3つまで選択可)

社会活動を行っていない理由として、「自社に人的余裕がない」が75.0%と多い。「自社に資金面の余裕がない」(25.0%)と合わせ、県内企業の厳しい経営環境を反映している。社会活動を負担と考えている企業が多いが、社会活動の本業とは別で行う、経営戦略とは結び付きのないものと捉えているのではないだろうか。より本業とマッチした社会活動の導入(検討)が求められている。

図1-2-17 社会活動をしていない理由(n=4)



(3) NPO等との関わり

① NPO等との関わりの有無

問7 貴社はNPO法人やボランティア団体（以降、「NPO等」と表現）と関わりをもったことがありますか。

NPO等との関わりについて「ある」が45.7%と約半数近くの県内企業がNPO等と関わっていることがわかった。

社会活動をしたことがある企業のNPO等との関わりは43.5%と、社会活動をしたことがない企業よりもNPO等との関わりに積極的である。

※この質問より一つの企業内の複数部署からの回答があったため母数が増加。

図1-2-18 NPO等との関わりの有無(n=70)

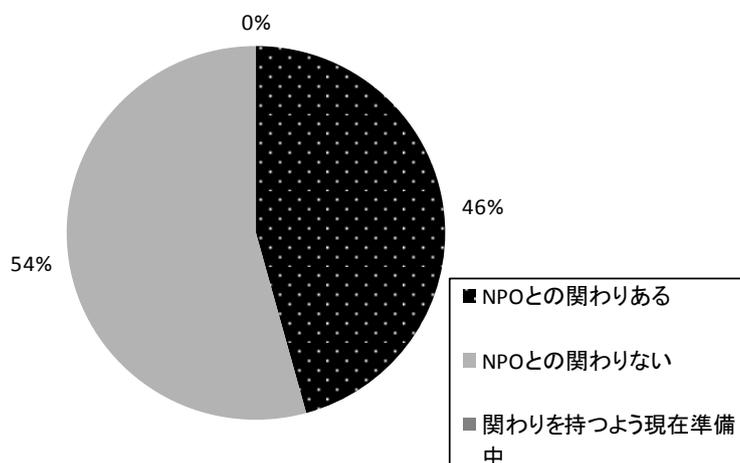
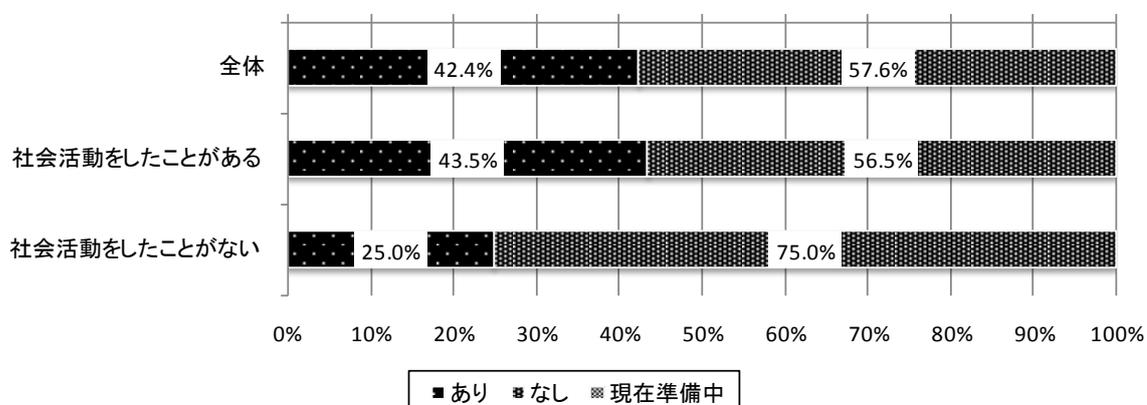


図1-2-19 社会活動の有無別「NPO等との関わりの有無」(n=70)



従業員数別「NPO等との関わりの有無」では、従業員数が多いほどNPO等との関わりがある割合が比較的高い。

業種別「NPO等との関わりの有無」では、「金融・保険業」のNPO等との関わりが100.0%となった。

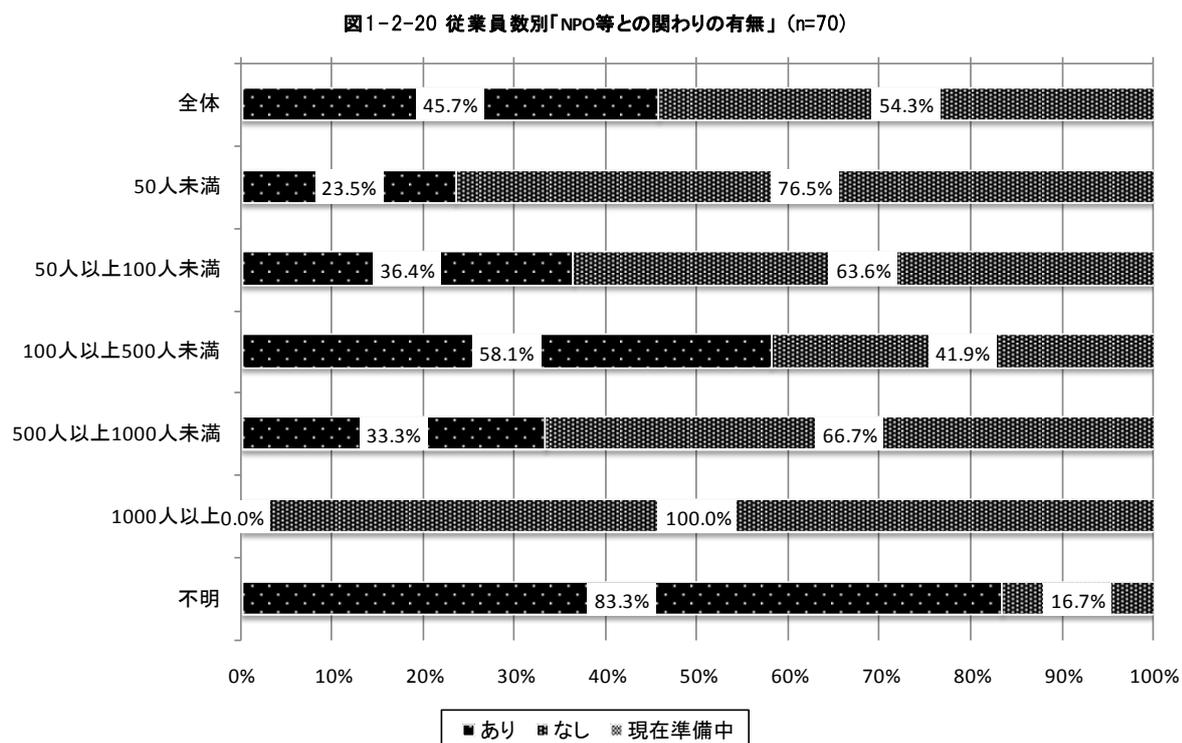


図1-2-21 所在地別「NPO等との関わり」の有無(n=70)

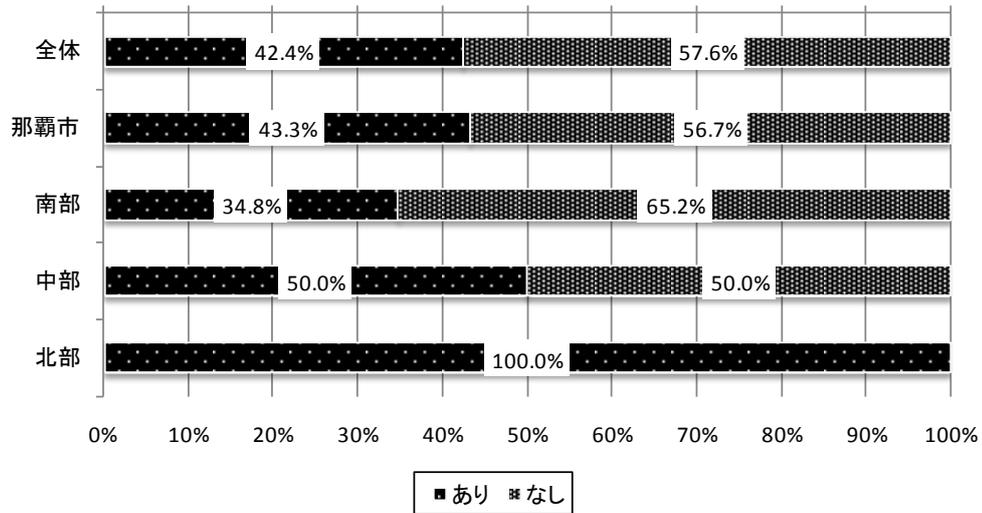
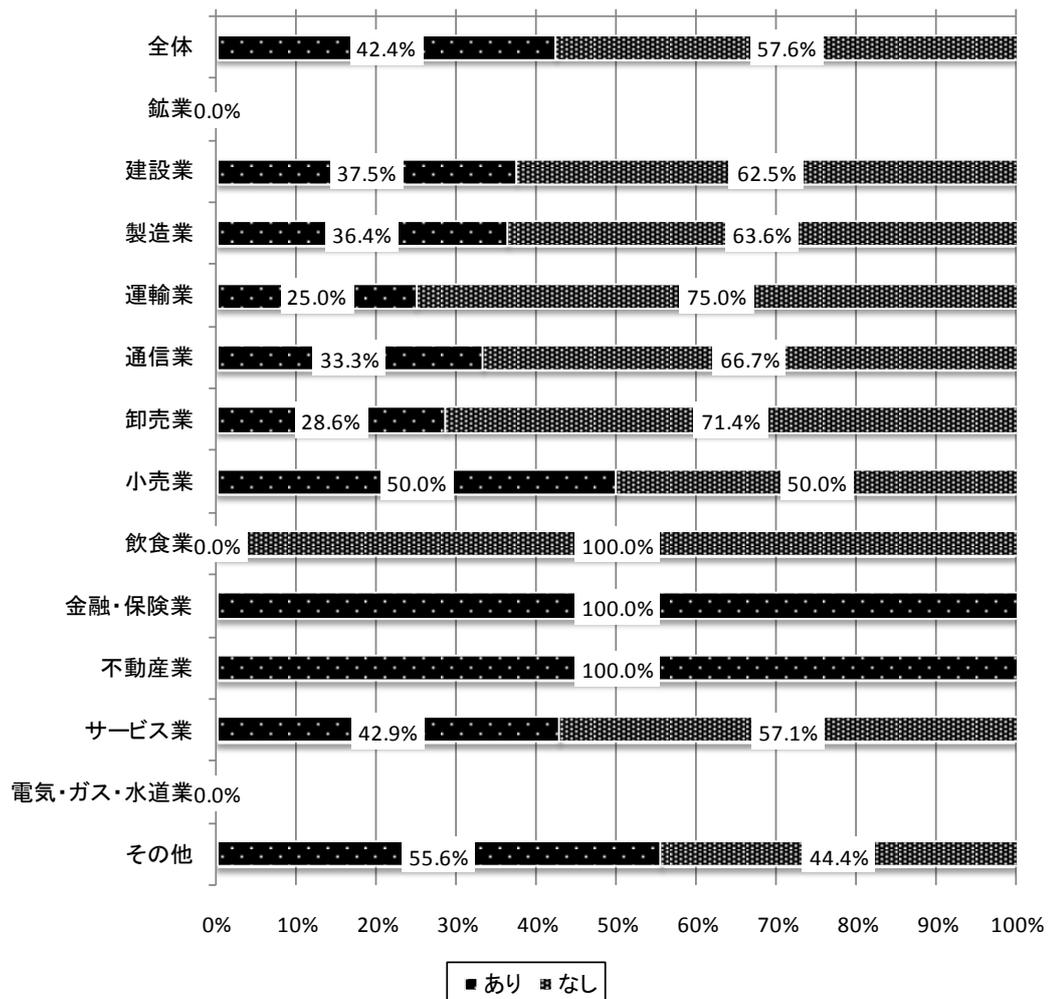


図1-2-22 業種別「NPO等との関わり」の有無(n=70)



「NPO 等との関わりの有無」では、資本金別「1,000 万円未満」の企業の NPO 等との関わりが 0.0%で、その他はどの分布でも約半数が関わりがあると答えた。年間売上高別では 1 億円以上 10 億円未満の企業が 26.7 パーセントで最も低く、それ以上は売上高に比例して NPO との関わりも増えている。

図1-2-23 資本金別「NPO等との関わりの有無」(n=70)

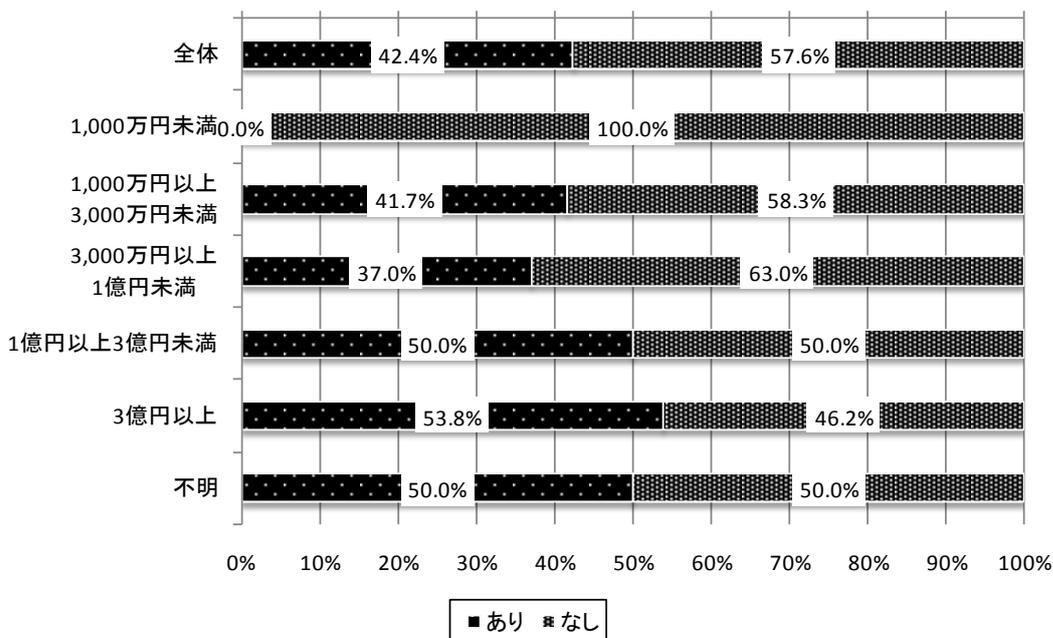
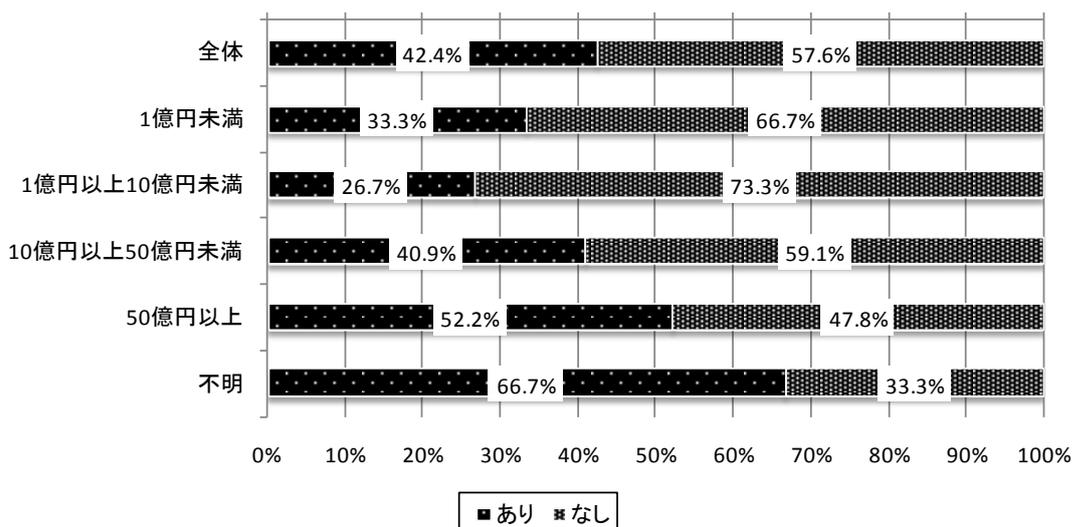


図1-2-24 年間売上高別「NPO等との関わりの有無」(n=70)



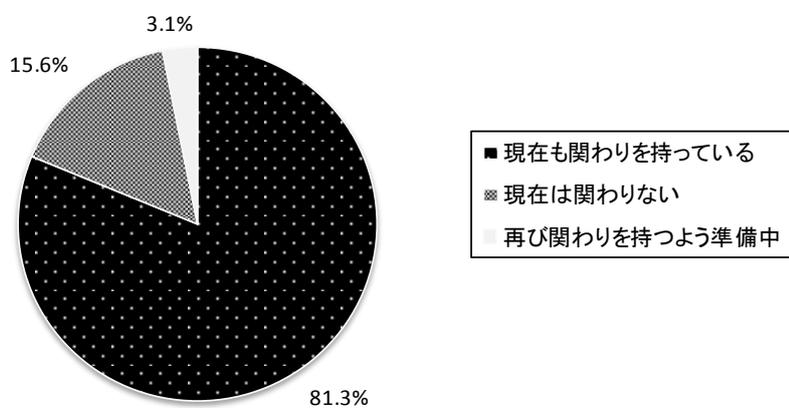
② NPO等と関わりの継続状況

問8 問7で「ある」とお答えの方にお尋ねします。その関わりは、現在も継続していますか？

NPO等と「現在も関わっている」は81.3%、「現在は関わりない」が15.6%である。

(問7)で「社会活動をしたことがある」企業で、「NPO等と関わりを持ったことがある」と回答した企業は26社で、41.3%の企業が継続して関わりを持っている。

図1-2-25 NPO等との関わりの継続状況(n=32)



③ NPO等との関わりの内容

問9 現在も関わりをもっているNPO等とは、現在どのような関わりをもっていますか。(複数選択可)

NPO等との現在の関わりについて、「寄付金の提供」(50.0%)が最も多く、「企業として会員に加入」(38.5%)、「助成金・協賛金での援助」(34.6%)と続く。

それに対して、「マッチングギフトの採用」と回答した企業はなかった。企業によって寄付・助成(協賛)できる額はさまざまであるが、従業員が寄付した市民団体等に一定の比率(通常は同額以上)で寄付金拠出を行うマッチングギフトが増えれば、今以上に社員の社会活動への参加度が増すのではないだろうか。

図1-2-26 NPO等との関わりの内容(n=26)

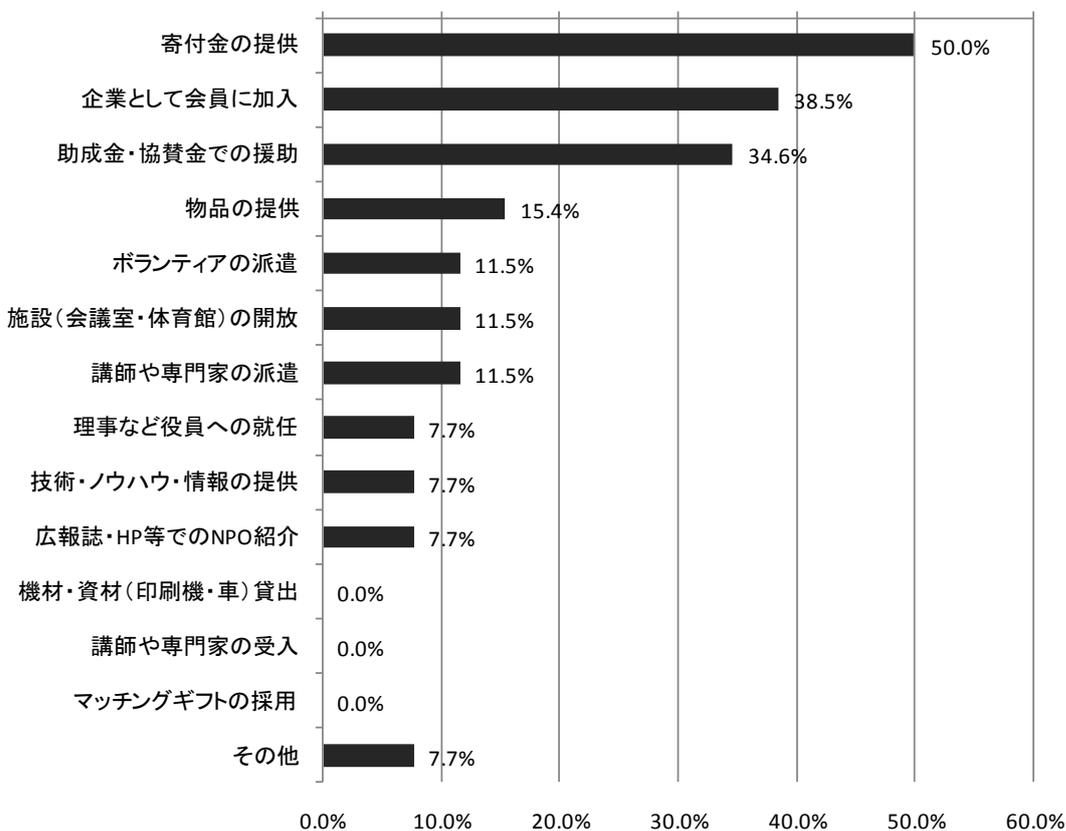


図1-2-27 資本金別「NPO等との関わりの内容」(n=26)

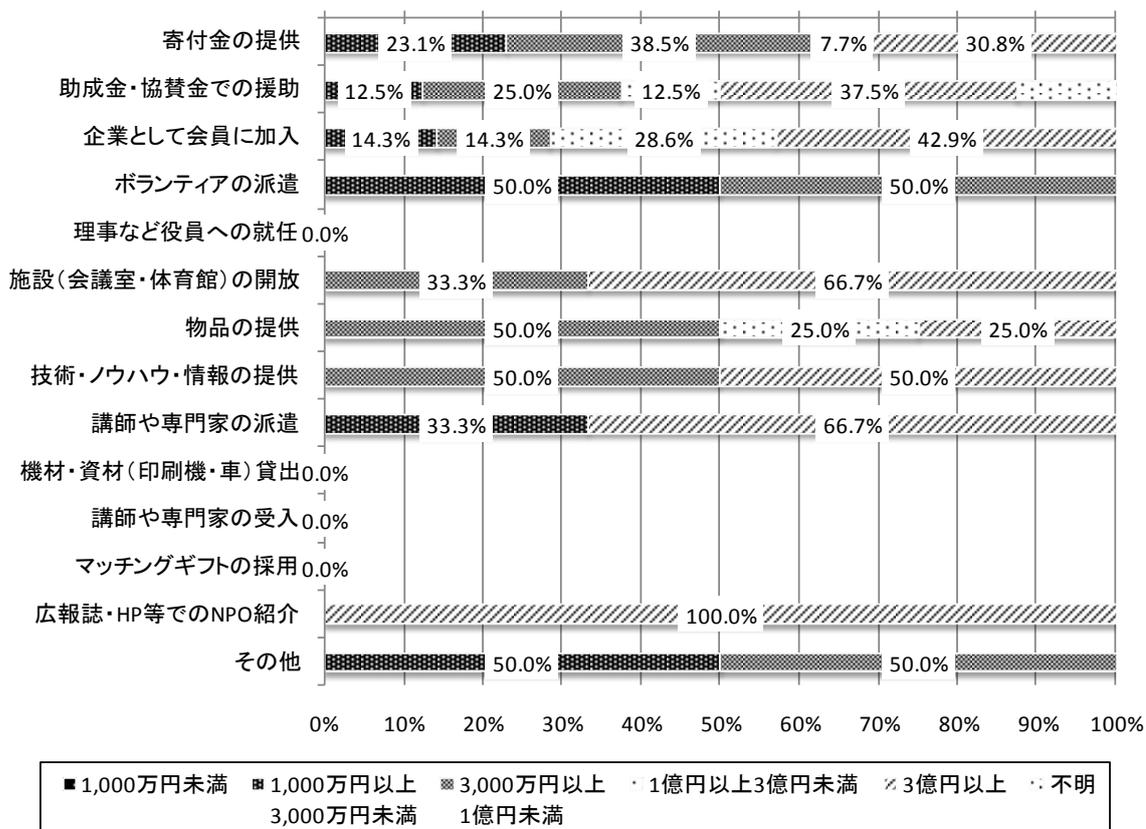
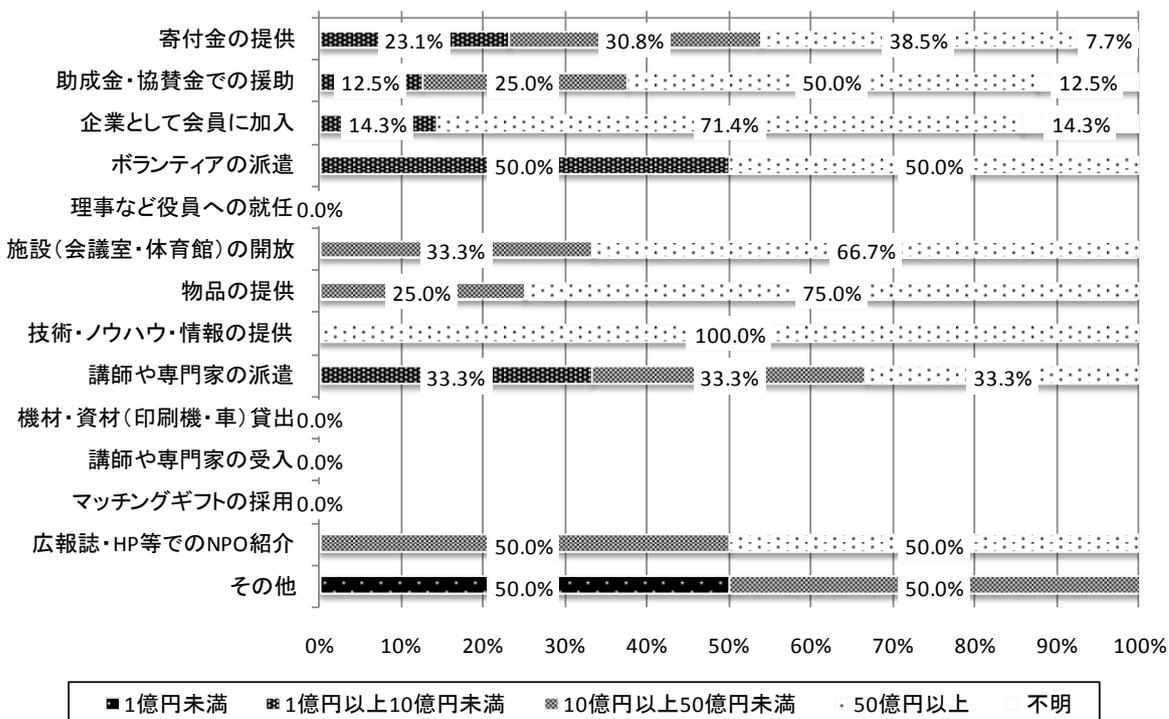


図1-2-28 年間売上高別「NPO等との関わりの内容」(n=26)



④ 関わりを持っている NPO 等の活動分野

問 10 関わりを持っている NPO 等の名称および活動分野等を教えてください。

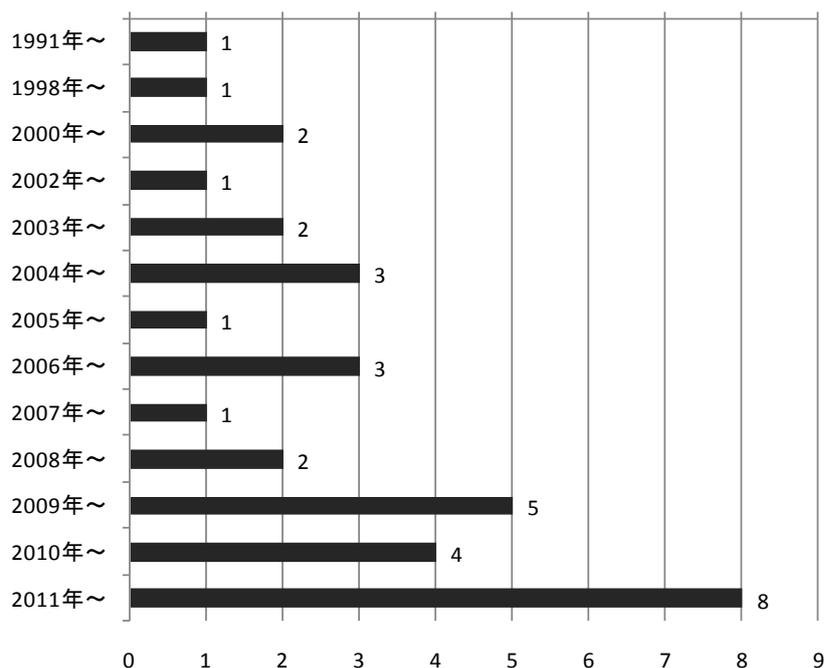
関わりを持っている NPO 等の名称および活動分野を尋ねたところ 21 社より 38 件の回答があった。NPO の活動分野で最も多かったのは「環境保全・リサイクル」「保険・医療・高齢者・福祉」が同数で 10 件、次いで「学術文化芸術スポーツ」4 件となっている。協働事業の内容について最も多かったのは「会員の加入」が 9 件、次いで「社会貢献型商品の製造・販売」が 8 件であった。寄付や物品だけの提供だけではなく、本業を活かした社会貢献型の商品の開発が徐々に増えてつとあると考えられる。

表 1-2-5 関わりを持っている NPO の活動分野及び協働事業の内容の上位件数 (n = 38)

順位 (件数)	NPO 活動分野	順位 (件数)	協働事業の内容
1 (10)	環境保全・リサイクル活動	1 (9)	企業として会員に加入
1 (10)	保健・医療・高齢者・福祉	2 (8)	社会貢献型商品の製造・販売など
3 (4)	学術文化芸術スポーツ振興	3 (6)	物品および機材の提供
4 (3)	情報科社会の発展	4 (4)	資金の提供・援助 (寄付金など)
5 (2)	まちづくり・地域活性化	5 (3)	調査・研究活動による情報の提供
5 (2)	雇用拡充	6 (2)	技術・ノウハウの指導・情報提供や人材育成
7 (1)	社会教育・生涯教育	6 (2)	人や労力を動員してのサービス
7 (1)	青少年・子どもの健全育成	6 (2)	イベントやシンポジウム等の広告協賛
7 (1)	科学技術の振興	9 (1)	理事など役員への就任
7 (1)	観光	9 (1)	体験機会の提供・インターンの受入
7 (1)	災害救援		
7 (1)	国際交流・協力		
7 (1)	人権擁護・平和活動		
計 (38 件)		計 (38 件)	

調査票に記入された協働事例では、開始時期が2009年から協働事例数が微増し、特に2011年が多かったのは、東日本大震災の影響であることは容易に推察できる。これをきっかけに沖縄でも企業の社会的責任（CSR）への注目が高まってきており、今後企業とNPOの協働事例は増えていくことが予想される。

図1-2-29 協働開始時期（現在継続中）(n=38)

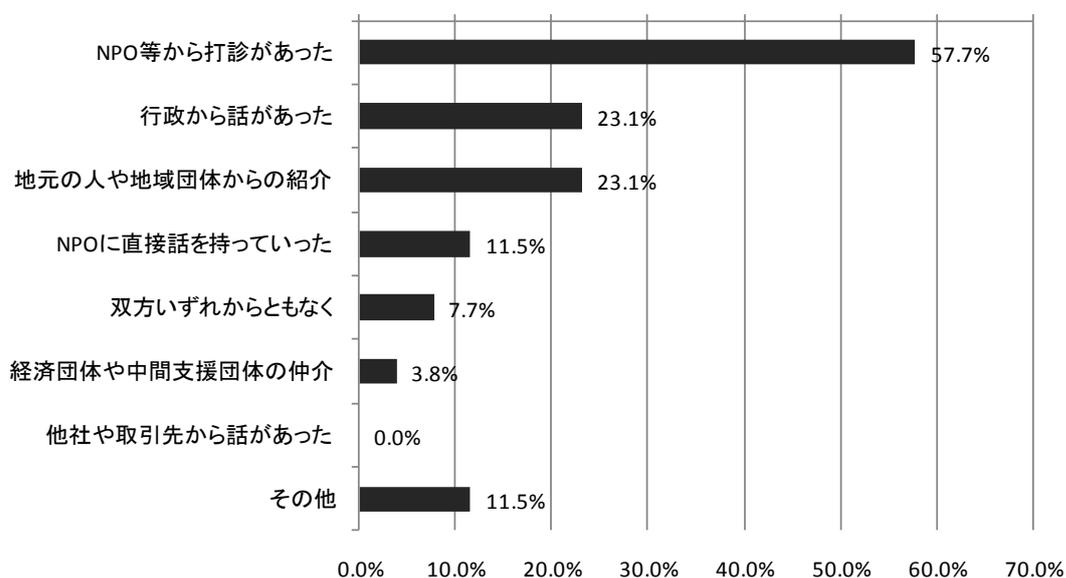


⑥ NPO等との関わりのきっかけ

問 11 NPO等との関わりのきっかけは何でしたか。(複数選択可)
 (問 8 で「現在も関わりがある」と回答した企業のみ)

NPO等との関わりのきっかけでは「NPO等から打診があった」が57.7%と最も多い。
 「行政から話があった」(23.1%)、「地元の人や地域団体からの紹介」(23.1%)とつづく。
 企業がNPO等と関わるきっかけとしてはNPO等・行政側から働きかけるケースが多い。

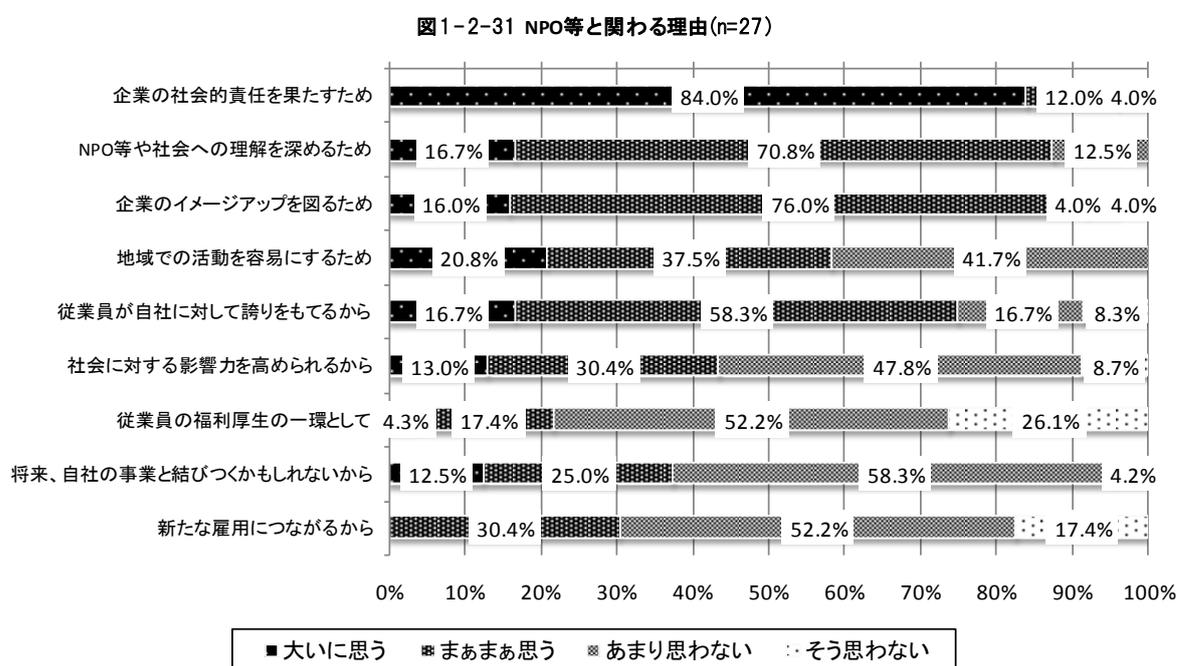
図1-2-30 NPO等との関わりのきっかけ(n=26)



⑥ NPO等と関わる理由

問12 NPO等と関わった、または関わろうとする理由は何ですか。以下の項目について該当する番号を選んでください。(問7で「関わりを持つよう準備中」問8で「再び関わりをもつよう準備中」と回答した企業を含む)

NPO等と関わる理由は「企業の社会的責任を果たすため」が突出して多い。これに「企業のイメージアップを図るため」「NPO等や社会への理解を深めるため」が続く。また、「将来、自社の事業と結びつくかもしれないから」が12.5%と、社会活動と事業の結びつきを視野にいれている企業も少なからずあることがわかった。



⑦ NPO等との関わりに対する評価

問 13 NPO等と関わりを持たれた上での総合的な評価と今後の意向をそれぞれ選んでください。

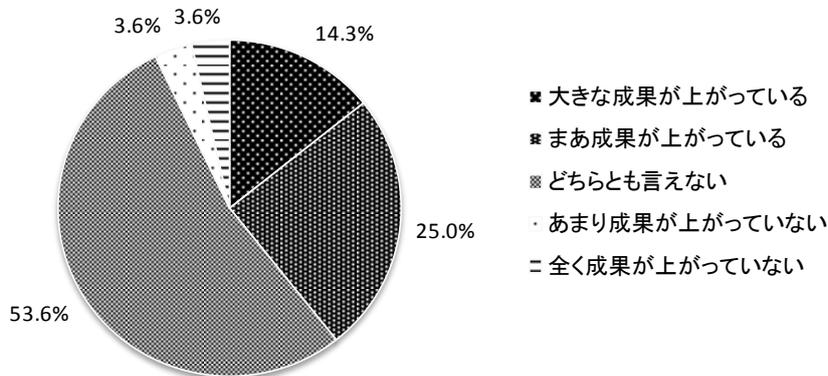
1. 総合的評価

NPO等との関わりについての総合評価では「大きな成果があがっている」と答えた企業が14.3%。「まあ成果があがっている」(25.0%)と合わせると4割近くの企業で「成果があがっている」と回答している。

「大きな成果があがっている」「まあ成果があがっている」と回答した企業11社の「NPO等との協働は、どんな点が良かったか」の記述回答欄には、全てに記述があった。

「社会貢献、社会福祉に参加できる」「新たな事業に結びつけることができる」「種々の重要な情報が得られる」などといった回答があった。

図1-2-32 総合的評価(n=28)

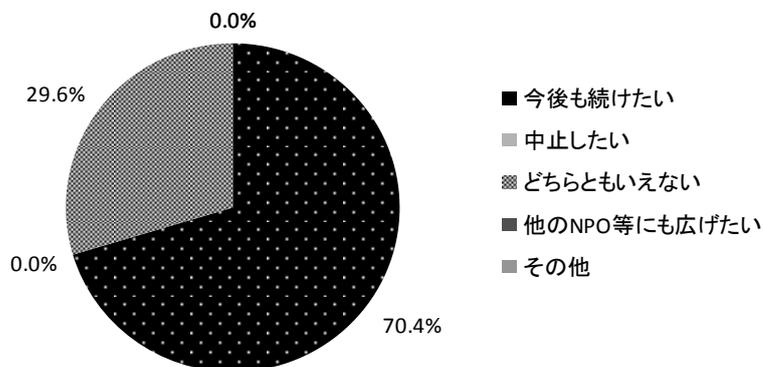


2. 今後の意向

今後の意向に関しては「今後も続けたい」と回答した企業は70.4%。「どちらともいえない」が29.6%、「中止したい」「他のNPO等にも広げたい」がともに0.0%となった。

せっかくNPO等との関わりを持っていても、更なるの広がり(他NPO等)には繋がっていないようである。

図1-2-33 今後の意向(n=27)



⑧ NPO 等への要望

問 14 NPO 等への要望はありますか。以下の項目について該当する番号を選んで下さい。

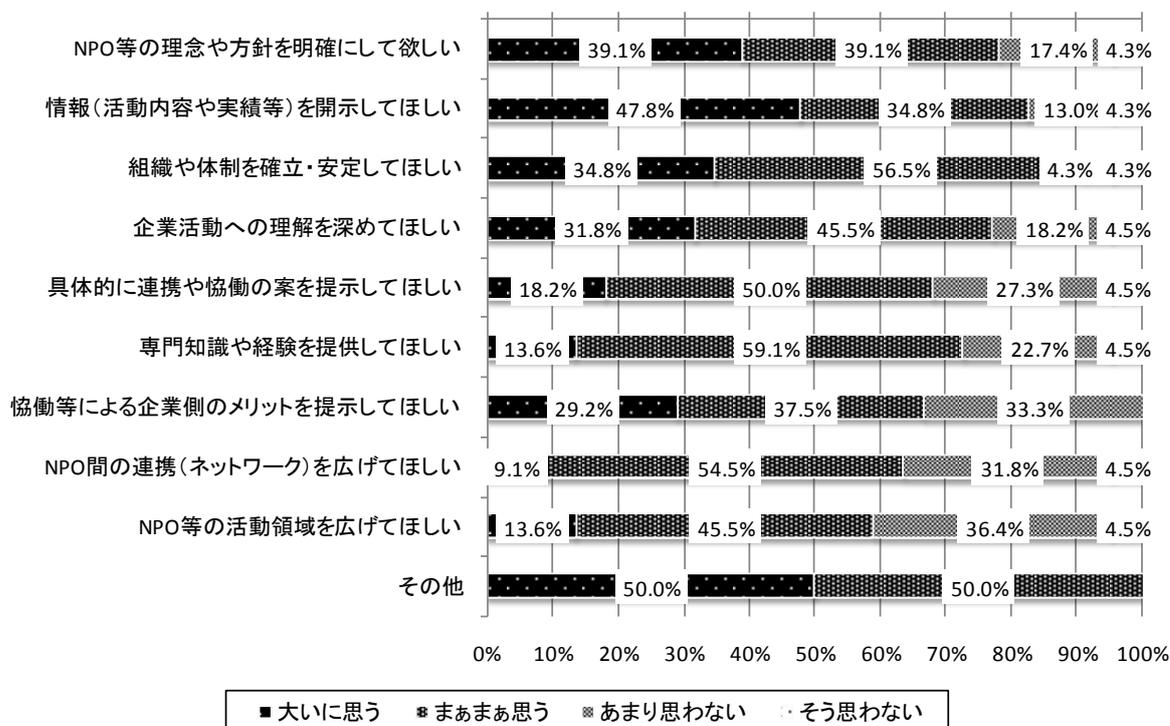
NPO 等への要望について9項目を挙げ、4段階評価で尋ねた。

上位の「大いに思う」と「まあ思う」を合わせた割合は、「情報を開示してほしい」(82.6%)、「理念や方針を明確にしてほしい」(78.2%)、「組織体制を確立してほしい」(91.3%)となっている。

(問9)で寄付金、会員、助成金、協賛金が多かっただけにNPO等の情報開示の質向上が求められている。

NPO等の自助努力が求められるのは言うまでもないが、企業側もNPO等の情報収集などのNPOとのコミュニケーションを図る必要があると考えられる。また一企業やNPOで出来る情報開示にも限界があるので、企業とNPOをつなぐマッチングの機会も重要になってくる。

図1-2-34 NPO等への要望(n=27)

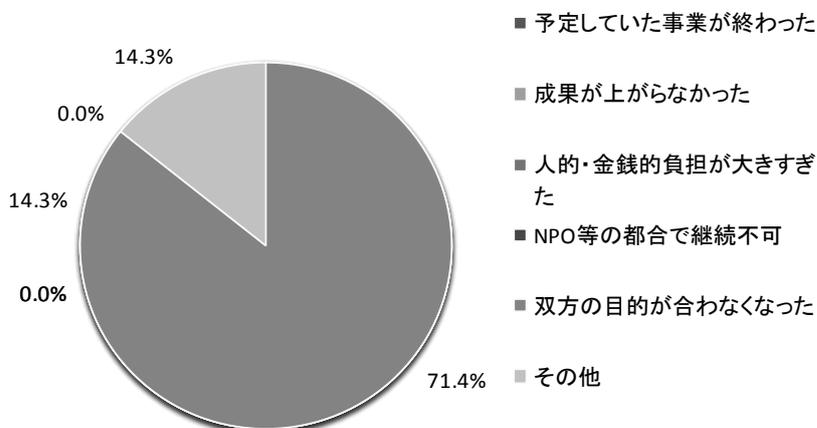


⑨ NPO等との関わりをやめた理由

問15 問8で「現在は関わっていない」とお答えの方にお尋ねします。NPO等と関わるのをやめた理由は何ですか。

(問7)で「NPO等との関わりを持ったことがある」と回答した企業に対し、(問8)で現在の関わり状況を尋ねたところ、「現在は関わっていない」と回答した企業は5社(7事例)で全体の15.6%となっている。その中で、「予定していた事業が終わった」が5事例(71.4%)で最も多く、次いで「NPO等の都合で継続不可」1社(14.3%)と続く。

図1-2-35 NPO等との関わりをやめた理由(n=5)



⑩ NPO等と関わりをもたない理由

問16 問7で「NPO等と関わりを持ったことがない」とお答えの方にお尋ねします。
NPO等と関わりを持っていない理由は何ですか。それぞれ該当する番号を選んで下さい。

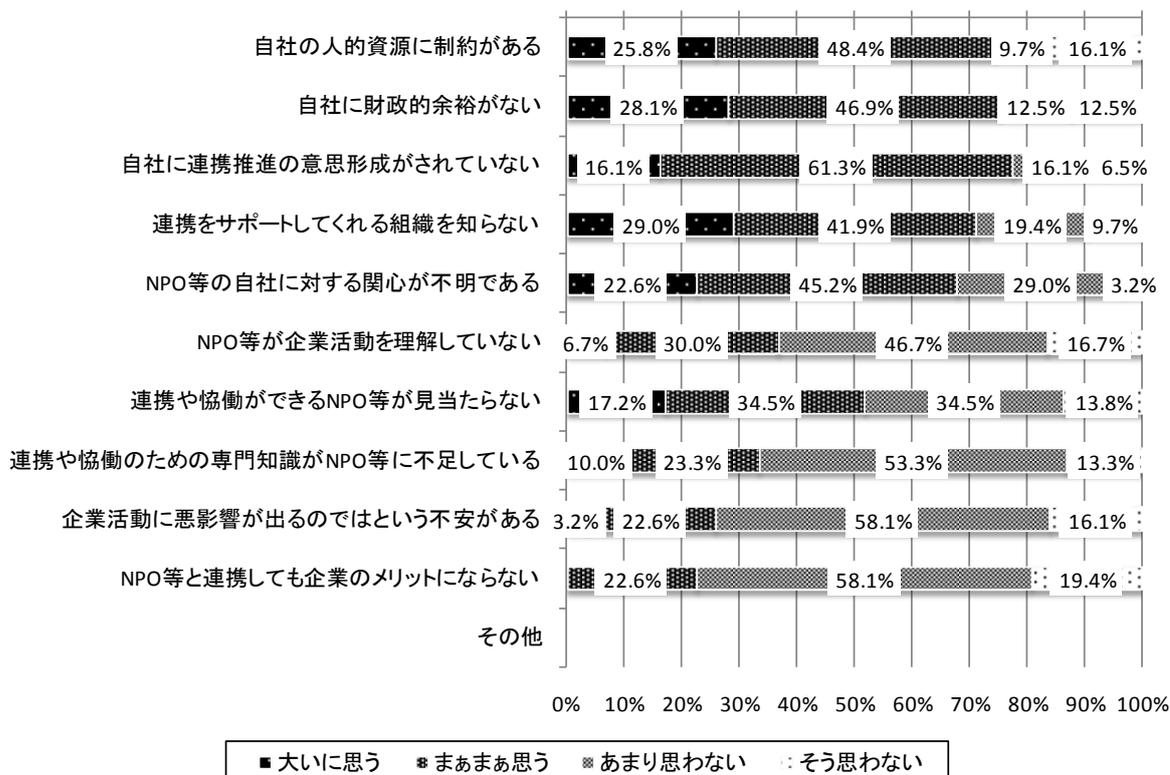
NPO等と関わりを持っていない理由について10項目を挙げ、4段階評価で訪ねた。

「大いに思う」と「まあ思う」を合わせた割合を見てみると、「自社に連携推進の意思形成がされていない」(77.4%)「財政的余裕がない」(75%)「人的資源に制約」(74.2%)が上位を占めた。人的・物的資源の問題を早急に改善するのは難しいかもしれないが、企業の成長戦略の一つとしてCSRを捉え、より効率の良い連携相手としてNPO等と関わるという発想の転換がカギではないだろうか。

また、「連携をサポートしてくれる組織を知らない(70.9%)」「連携や協働できるNPO等が見当たらない(51.7%)」も比較的高い割合となった。これらを解決するには、企業とNPOの橋渡しをする中間支援組織のサポートが必要不可欠になってくる。

「NPO等の自社に対する関心が不明(67.8%)」に対しては、企業側の情報発信・収集の充実が求められる。

図1-2-36 NPO等と関わりを持っていない理由(n=38)



⑪ 障害が取り除かれた場合のNPO等との関わりの可能性

問17 問題点（問16）が取り除かれればNPO等との関わりを検討しますか。
 （問7で「NPO等との関わりを持ったことがない」と回答した企業のみ）

問題点が取り除かれた場合のNPO等との関わりについて「大いに検討したい」（2.9%）、「検討してもよい」（45.9%）を合わせると48.8%が検討してもよいと考えている。

一方、「時期尚早である」と回答した企業が45.7%あった。「時期尚早」「まったくする気はない」と答えたのは「50人未満」「50人以上100人未満」「100人以上500人未満」の企業に限られた。

図1-2-37 問題が取り除かれればNPO等との関わりを検討するか(n=38)

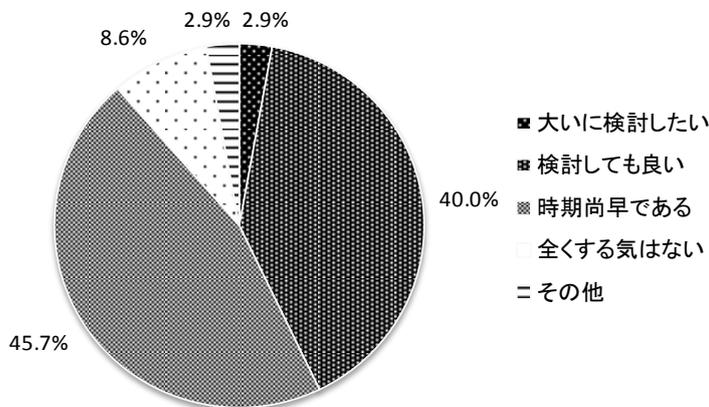
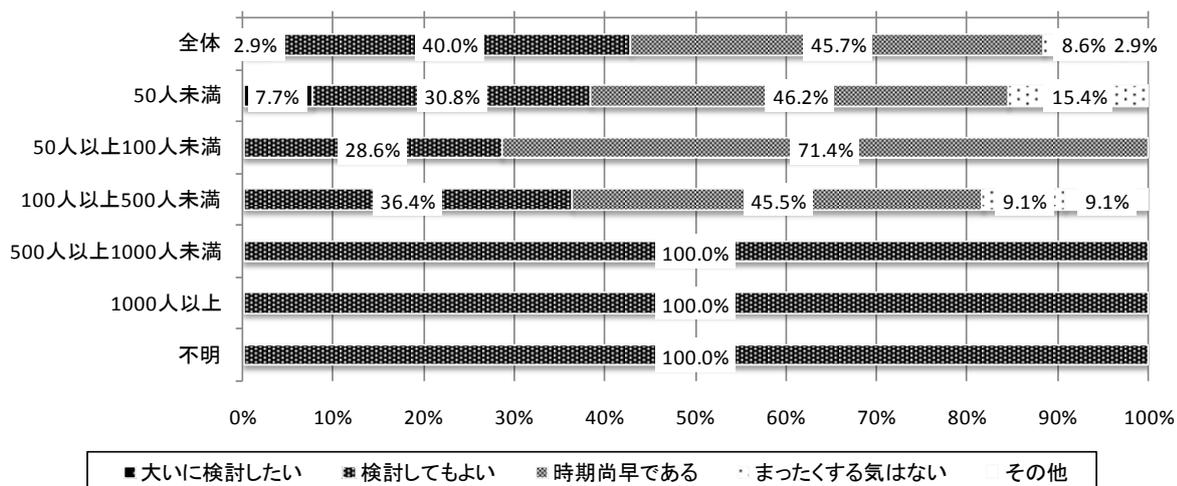


図1-2-38 従業員数別「障害が取り除かれた場合のNPO等との関わりの可能性」(n=38)



(4) NPO 等との協働事業に必要な要件

①自社に必要な要件

問 18 NPO 等と連携して事業を行う（以降、協働事業という）場合、貴社に必要な要件は何ですか。以下の項目についてそれぞれ該当する番号を選んで下さい。

NPO 等との協働事業を行う際に自社側に必要と思われる要件について 12 項目挙げ、4 段階評価で尋ねた。「大いに思う」の上位項目は、「協働事業を行う目的の明確化」（46.7%）、「財源の確保」（45.9%）、「協働についての知識や理解」（39.3%）であった。NPO との関わり有無別で、NPO との関わりがある団体の方が、「具体的な協働案を作成できる企画力」「協働をサポートしてくれる機関や団体」「NPO 等の支援や協働に関する専門知識」を求めていることがわかった。

図1-2-39 自社に必要な条件(n=67)

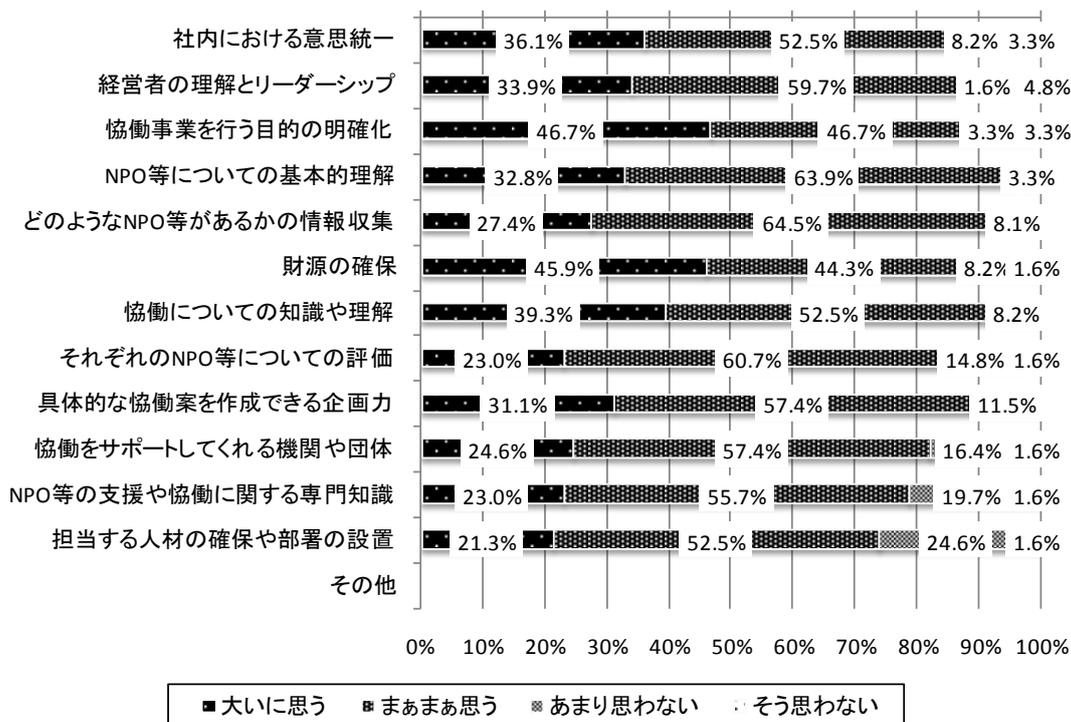


図1-2-40 「自社に必要な条件」(NPOとの関わり有) (n=29)

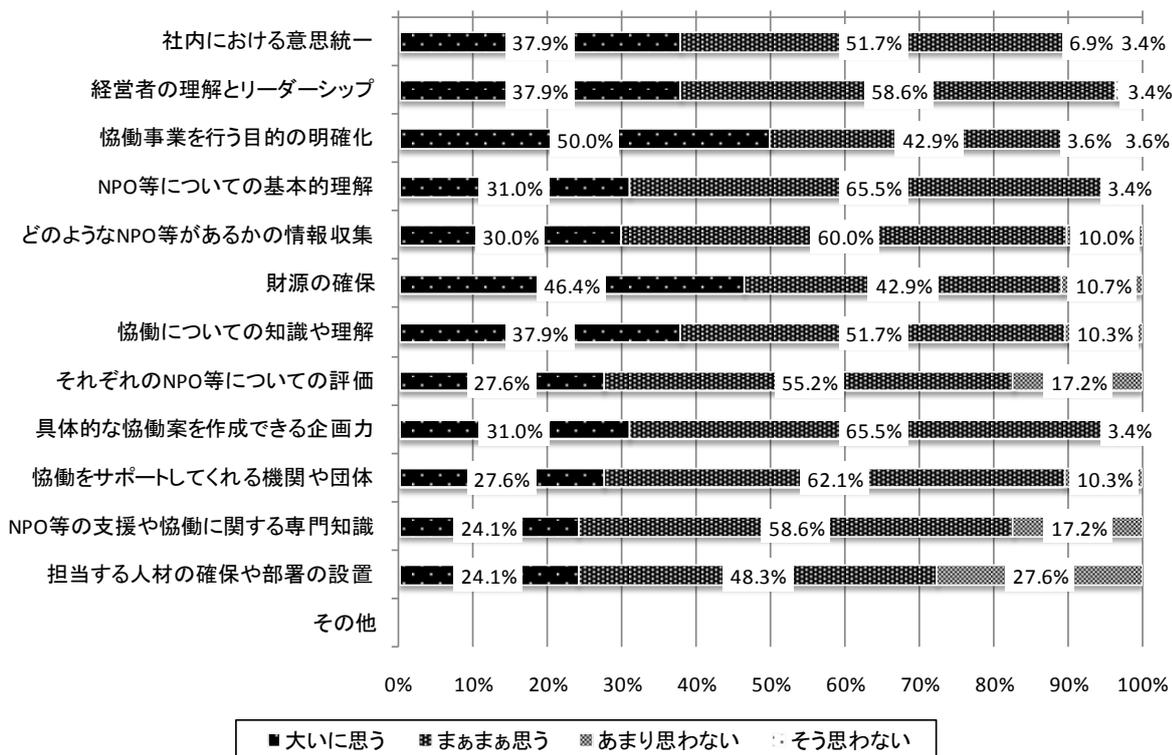
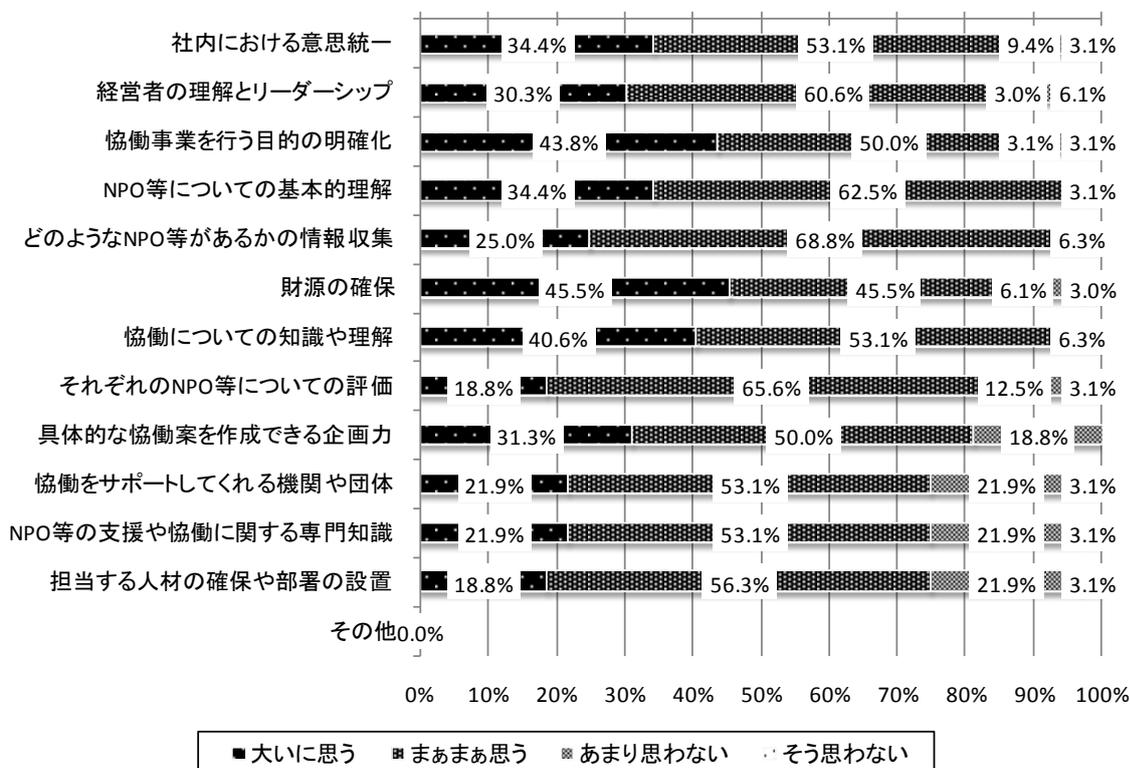


図1-2-41 「自社に必要な条件」(NPOとの関わり無)(n=32)

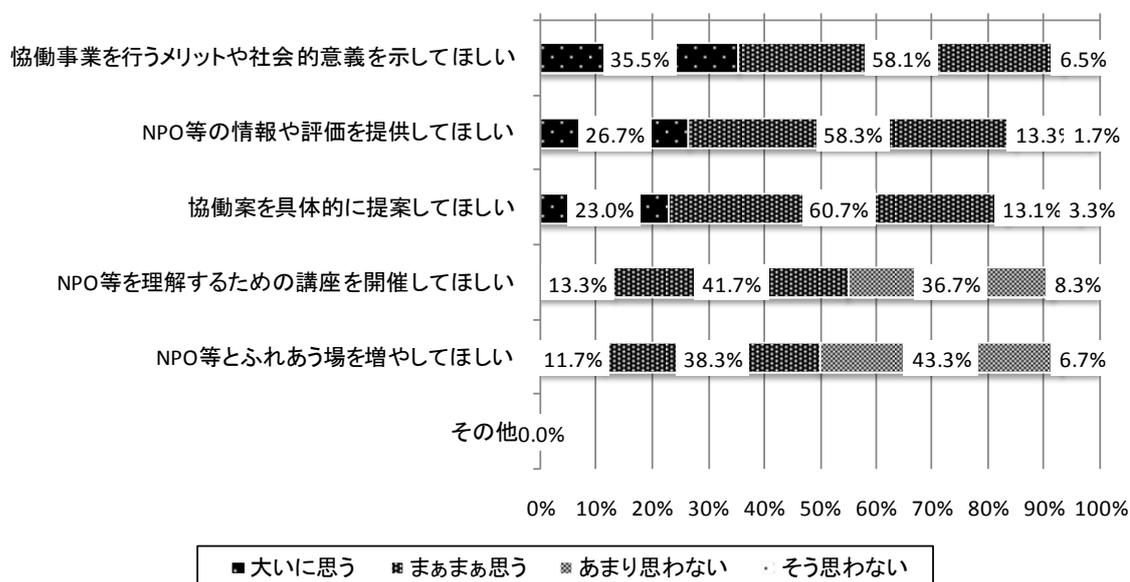


②サポート機関への要望

問 19 NPO 等との協働をサポートする機関（経済団体や NPO の中間支援団体・行政等）への要望を番号で選んで下さい。

NPO 等との協働をサポートする機関への要望について 5 項目挙げ、4 段階評価で尋ねた。「大いに思う」「まあ思う」を合わせた上位項目は、「協働事業を行うメリットや社会的意義を示してほしい」(93.5%)、「NPO 等の情報や評価を提供してほしい」(85.0%)、「協働案を具体的に提案してほしい」(83.6%)であった。

図 1-2-42 サポート機関への要望(n=67)



NPO との関わり有無別では、NPO との関わりがある方が、「協働案を具体的に提案してほしい」、「NPO とふれあう場を増やしてほしい」と考えていることがわかった。

図1-2-43 「サポート機関への要望」(NPOとの関わり有) (n=29)

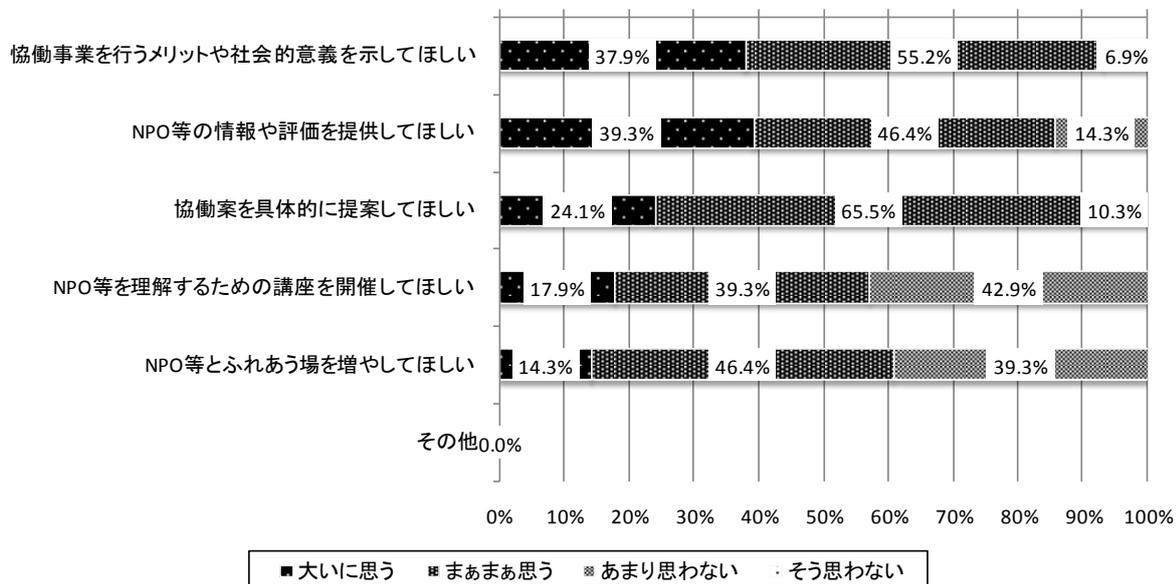
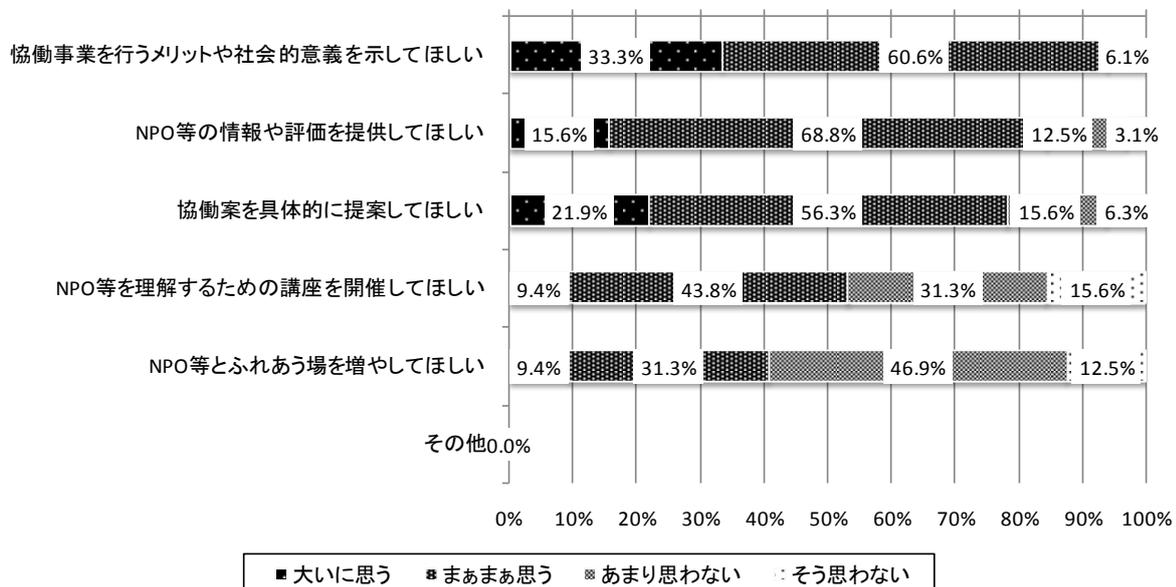


図1-2-44 「サポート機関への要望」(NPOとの関わり無)(n=33)



③ NPO等に求める要件

問 20 貴社がNPO等と協働する場合、NPO等に対して何を求めますか。それぞれ該当する番号を選んでください。

企業がNPO等と協働する場合、NPO等に対して何を求めるのかについて13項目挙げ、4段階評価にて尋ねた。その結果「大いに求める」をみると「活動理念が明確であること」

(67.7%)、「事業や会計等、情報公開のレベルが高いこと」(55.0%)、「協働に必要な人材がいること」(51.7%)が上位であった。

また、NPO等との関わり有無別でみると、「NPO等との関わり無しの企業」は「協働によるメリットを提示できる」が61.3%だったのに対して、「NPO等との関わり有りの企業」は43.3%と、18%の開きがあった。「NPO等との関わり無しの企業」の方が、「協働によるメリットを提示できる」ことを求めていることがわかった。

図1-2-45 NPO等に求める要件(n=67)

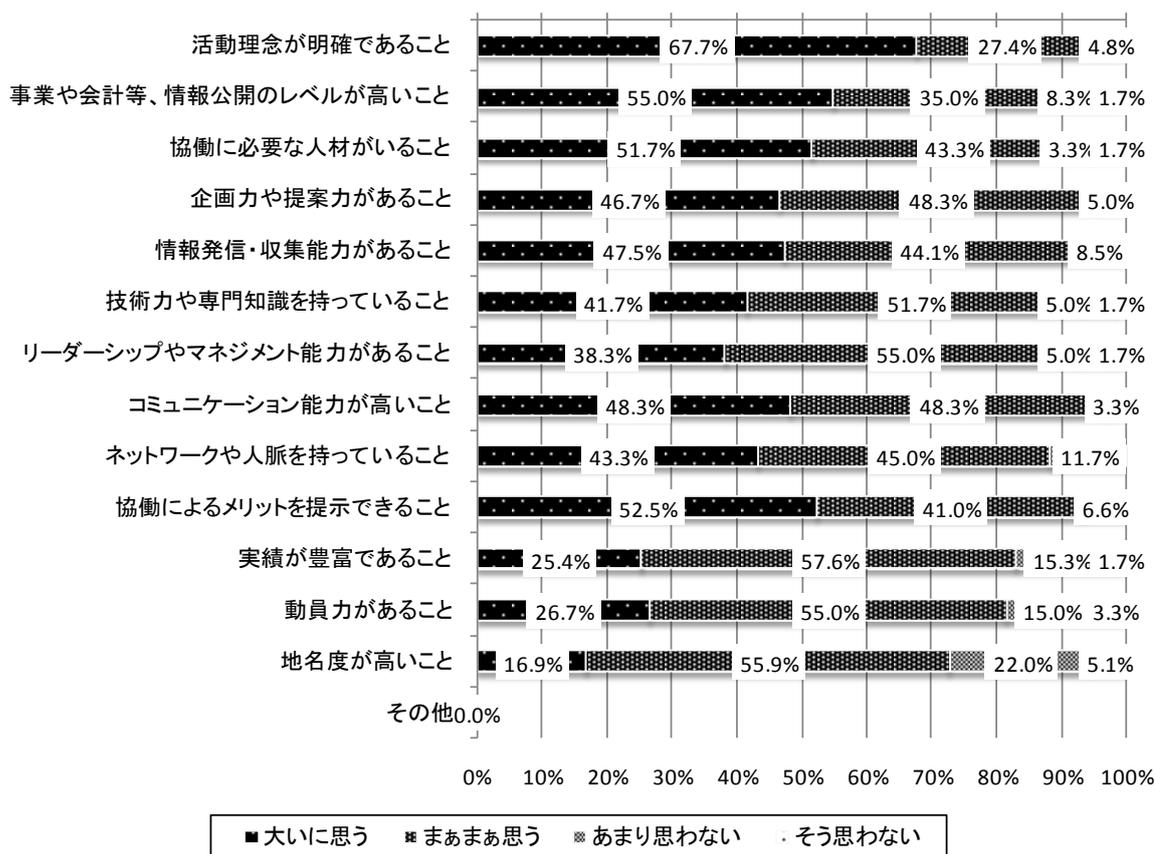


図1-2-46 「NPO等に求める要件」(NPOとの関わり有) (n=30)

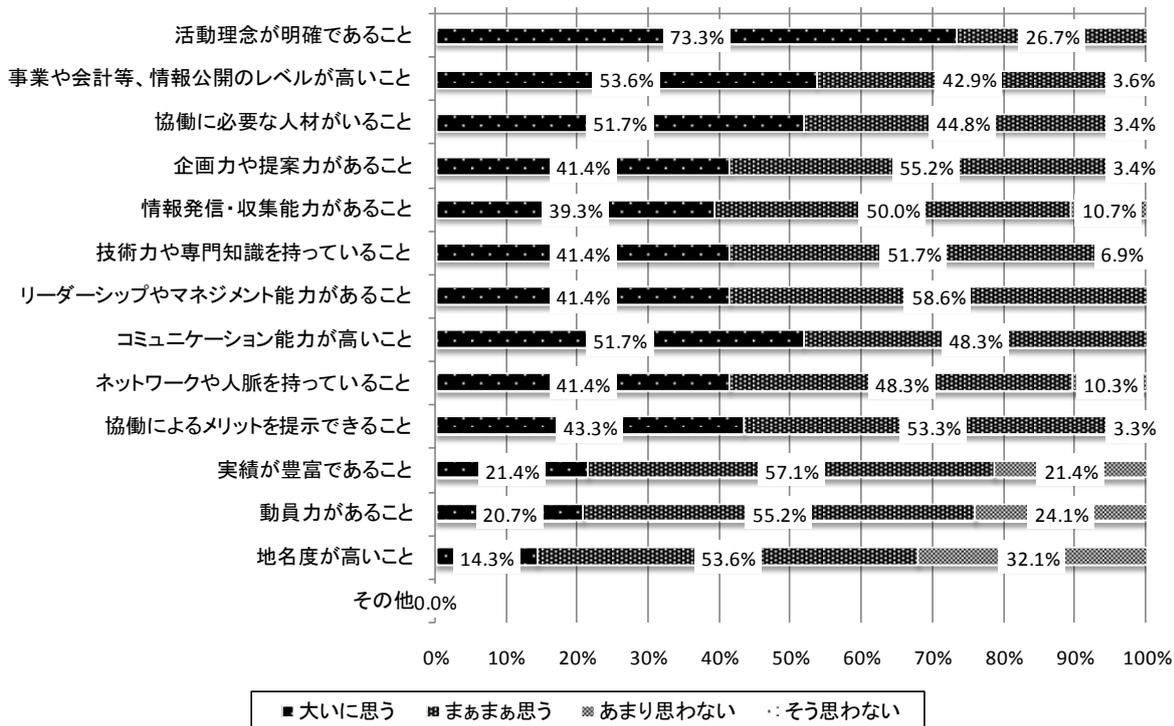
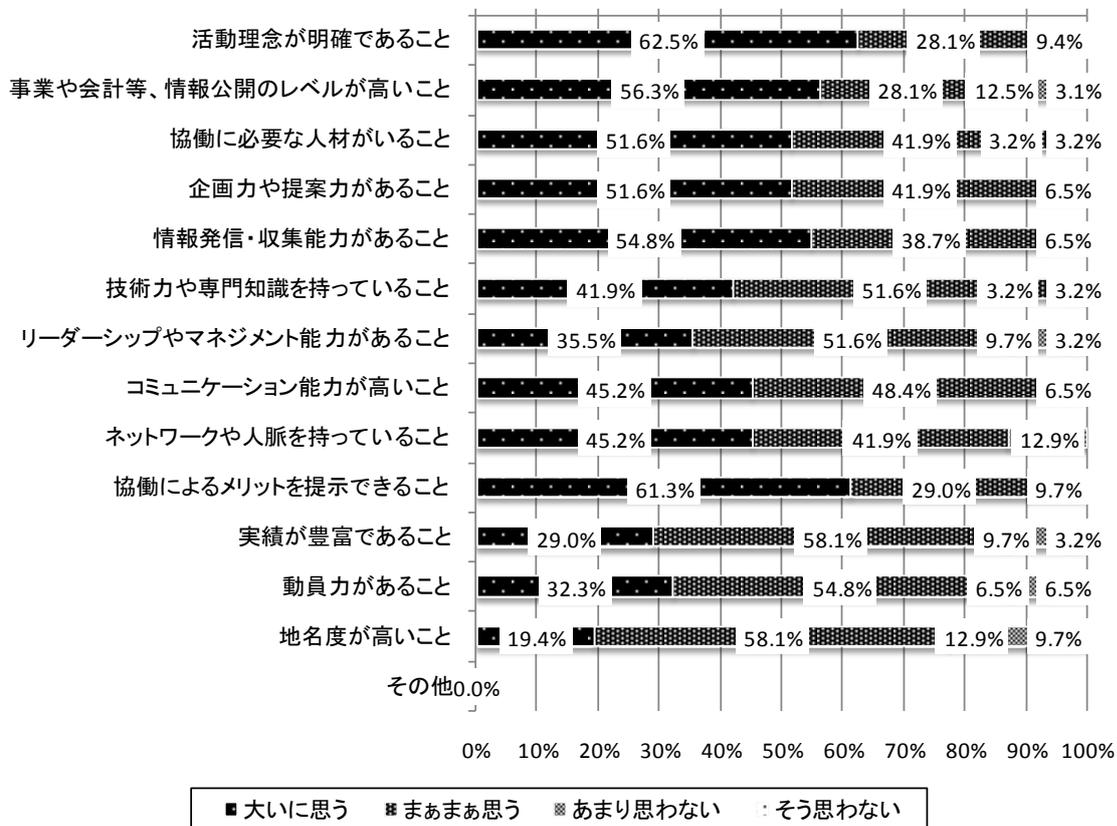


図1-2-47 「NPO等に求める要件」(NPOとの関わり無)(n=32)



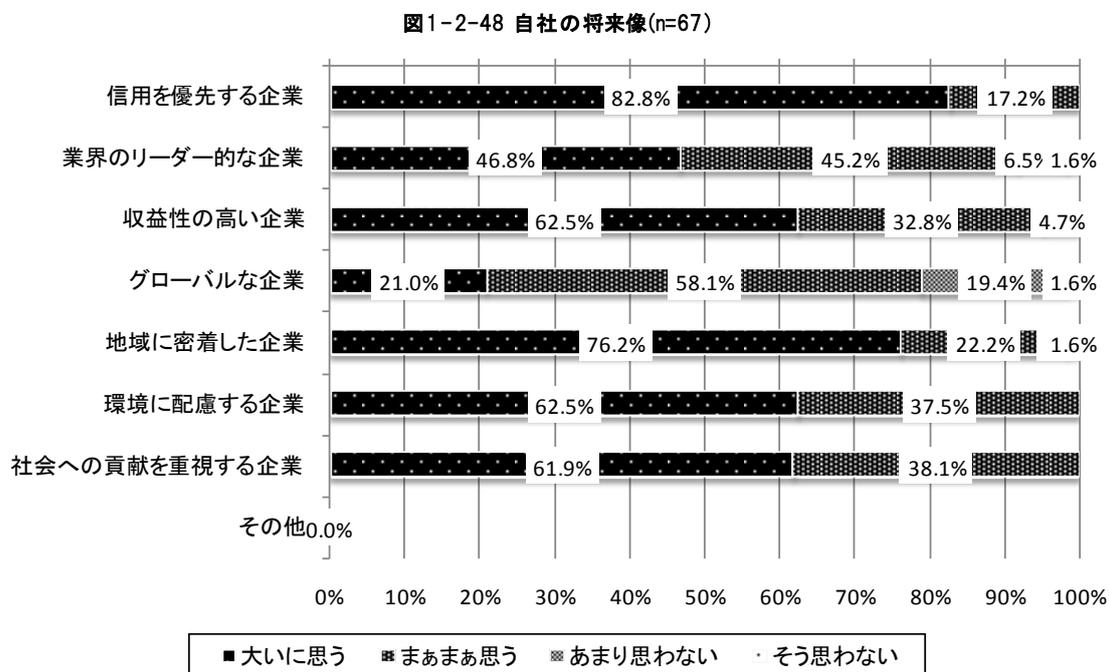
(5) その他

①自社の将来像

問 21 自社の将来像について、あなた（調査票記入者）はどのようにあってほしいと思いますか。

自社の将来像について7項目挙げ、4段階評価で尋ねた。最も多かったのが「信用を優先する企業」(82.8%)であった。「地域に密着した企業」(76.2%)と続く。この2項目を将来実現するには、事業活動のみならず、社会活動は必要不可欠ではなかろうか。

かつ「収益性の高い企業」(62.5%)も求めているので、社会貢献が企業の成長戦略となるような事業展開が求められる。



NPO との関わりがある企業は「地域に密着した企業」「社会への貢献を重視する企業」への関心が高い。また、「グローバルな企業」への関心も高い。

図1-2-49 「自社の将来像」(NPOとの関わり有) (n=28)

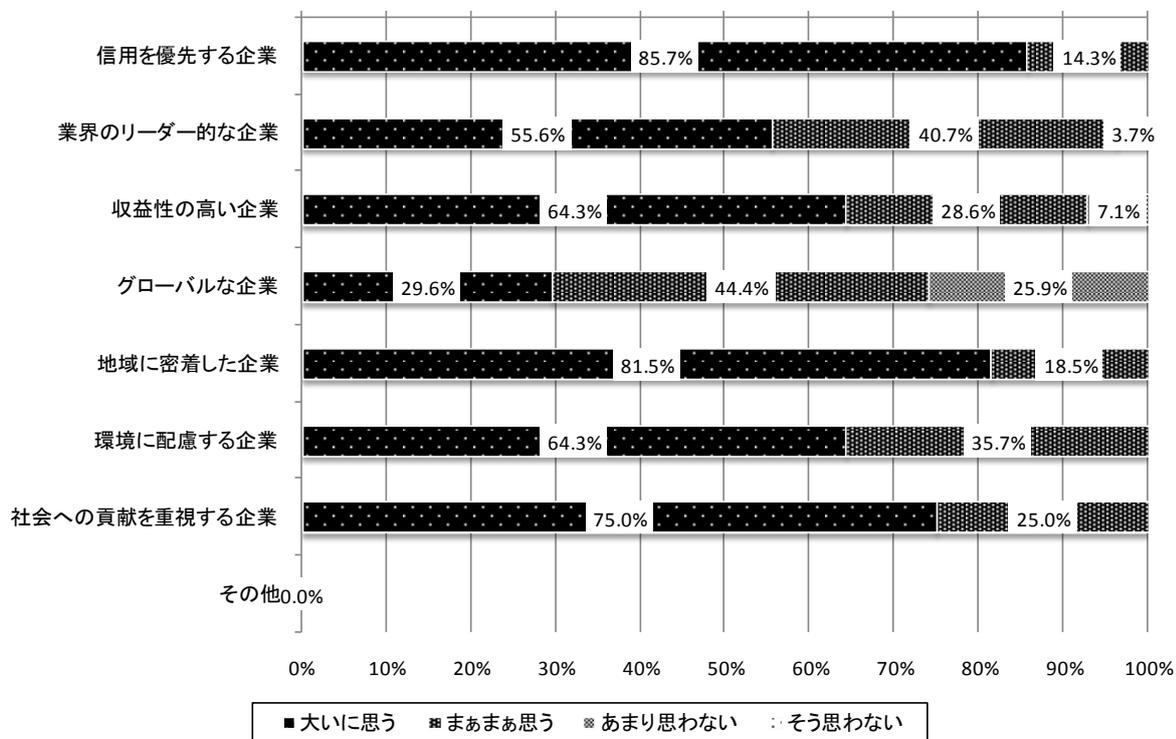
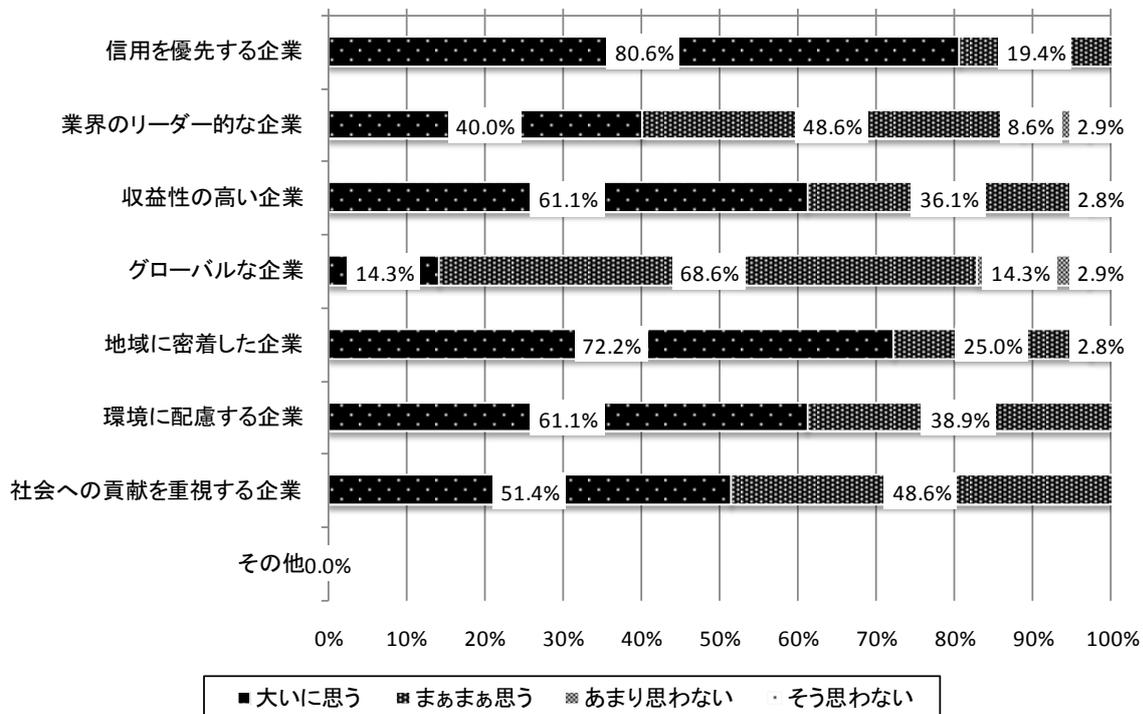


図1-2-50 「自社の将来像」(NPOとの関わり無) (n=36)



2) 用語の理解度

問 22 下記の用語やその意味をご存じでしたが、それぞれ番号で選んでください。

企業のCSRやNPO等との協働などに関する用語について15項目を挙げ、3段階評価で、どの程度用語に関心を持ち、理解しているかを尋ねた。

その結果として、「用語と意味を十分に理解していた」が5割を超えたのは、「社会貢献活動」(57.8%)のみだった。「マッチングギフト」(7.8%)「プロボノ」(0.0%)は特に理解度が低かった。

「社会貢献活動の有無別」、「NPO等との関わりの有無別」で見ると、全体的に「あり」の企業の方が、用語の理解度が高いことがわかった。

図1-2-51 用語の理解度(n=67)

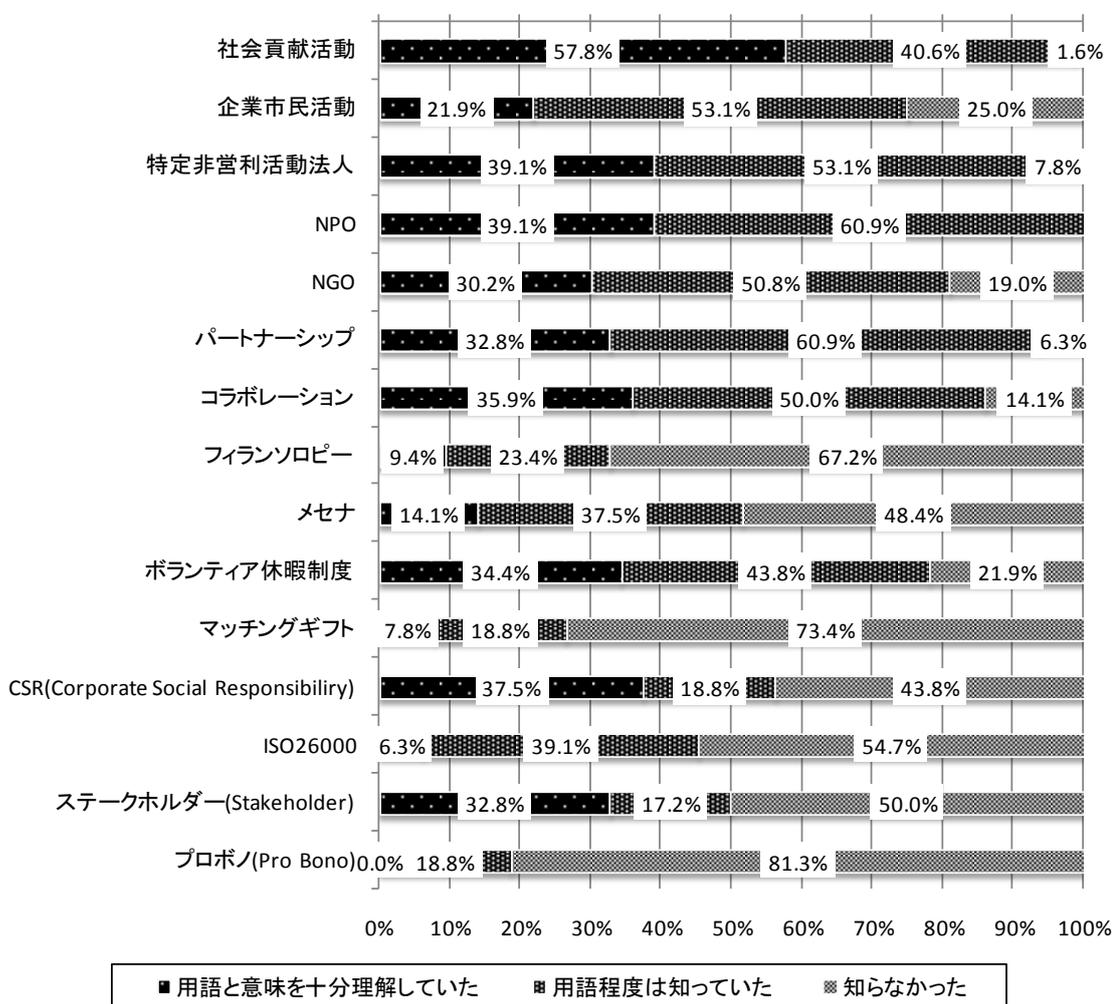


図1-2-52 「用語の理解度」(NPOとの関わり有) (n=28)

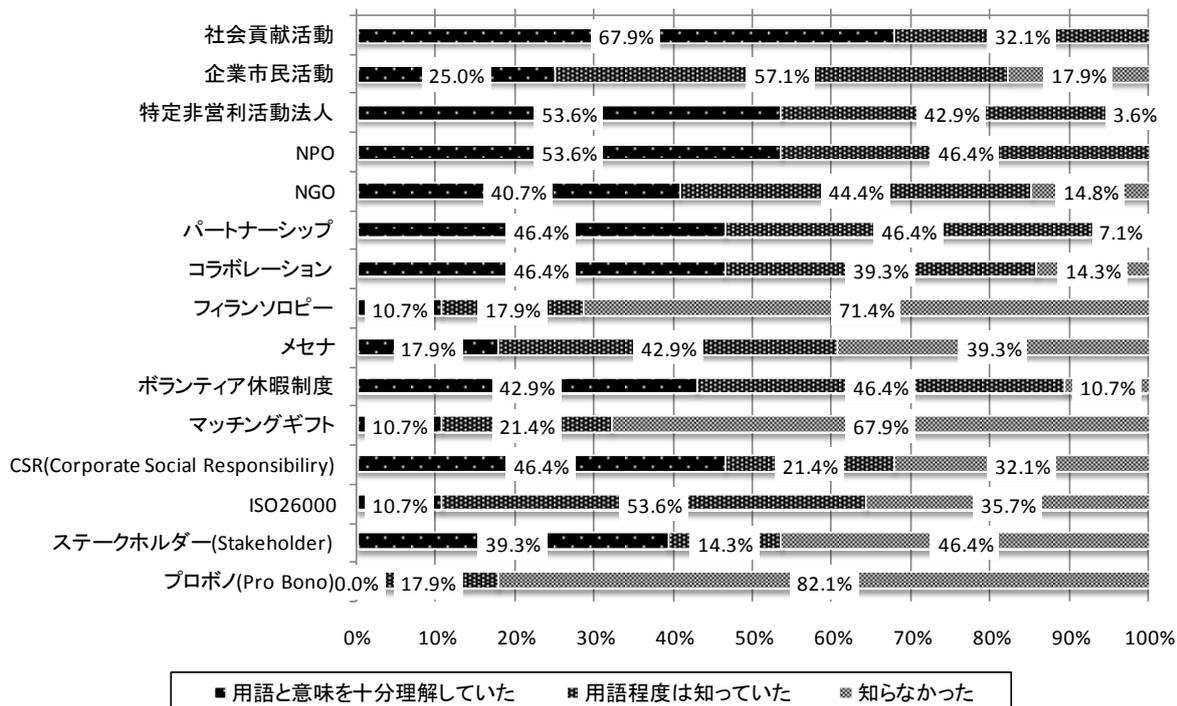


図1-2-53 「用語の理解度」(NPOとの関わり無) (n=36)

