

**会員企業の CSR に関する
アンケート調査**

平成 18 年 11 月

鹿児島経済同友会

目 次

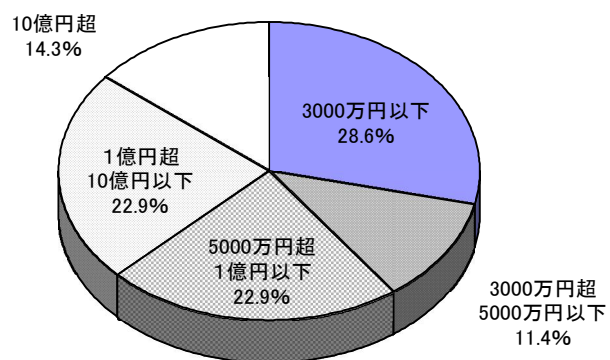
I	アンケート調査概要	1
II	回答企業属性	1
III	アンケート結果（総論）	3
IV	アンケート結果（各論）	
	1 CSRについて	8
	2 市場	11
	3 環境	14
	4 従業員	17
	5 社会	21
	6 マネジメント	25
	7 コンプライアンス	29
IV	自由意見	32

I アンケート調査概要

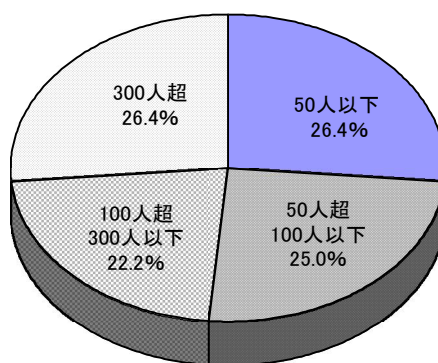
対象企業 鹿児島経済同友会会員企業 261 社
調査方法 郵送によるアンケート方式
調査日時 2006 年 11 月
回答状況 回答数 72 社 (回答率 27.6%)

II 回答企業属性

①資本金



②従業員数

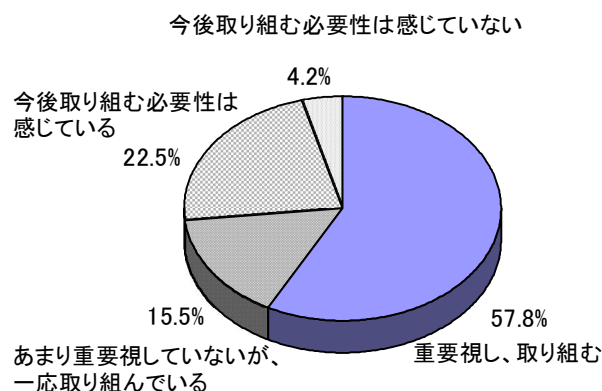


②業種

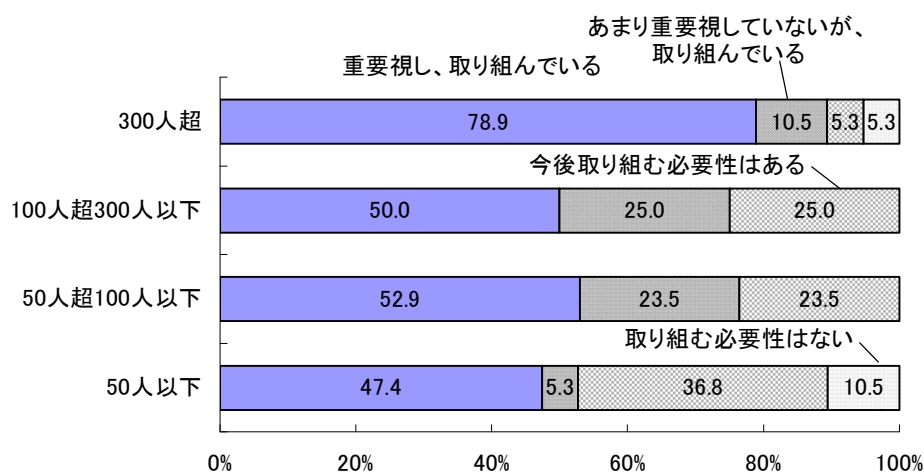
	件数	構成比(%)
農林水産	1	1.4
建設	13	18.1
食品	3	4.2
繊維・衣服	1	1.4
パルプ・紙	1	1.4
石油・石炭	1	1.4
ガラス・土石	1	1.4
金属製品	1	1.4
電気機器	1	1.4
その他製造	1	1.4
卸売業	9	12.5
小売業	9	12.5
銀行	4	5.6
保険	1	1.4
不動産	1	1.4
輸送	3	4.2
倉庫	2	2.8
電気・ガス	2	2.8
マスコミ	3	4.2
情報サービス	3	4.2
その他サービス	9	12.5
その他	2	2.8
計	72	100.0

Ⅲ アンケート結果（総論）

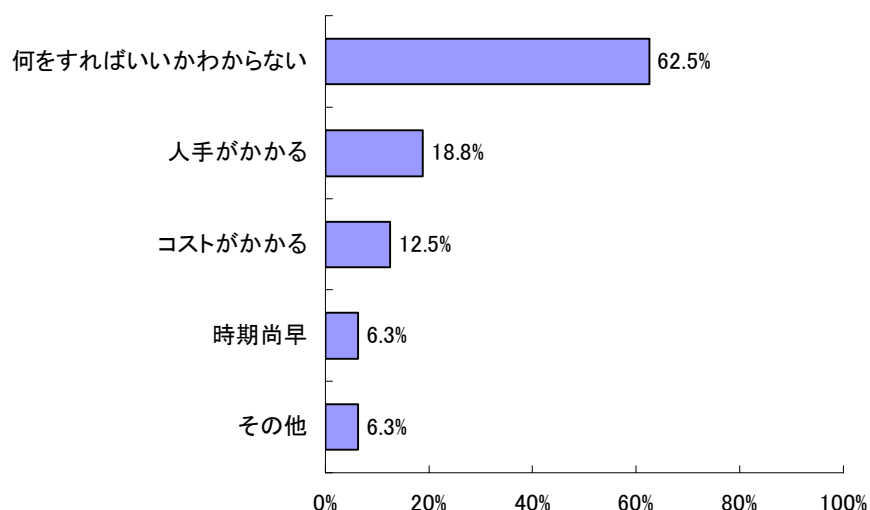
CSR への取組状況に関しては、「重要視し、取り組んでいる」、「あまり重要視していないが一応取り組んでいる」を合わせて 73.2%の企業が既に取り組んでおり、また「今後取り組む必要性は感じている」とした企業も 22.5%となっている。従って、9 割以上の企業が CSR に取り組む意思を持っていることになる。



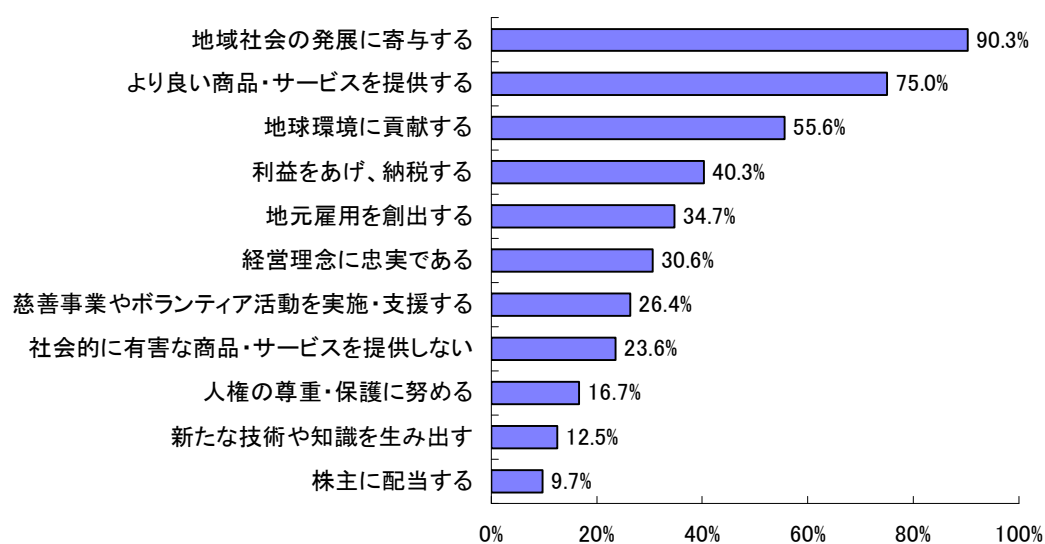
また、従業員数別にみると、従業員 300 人超の企業では「重要視し、取り組んでいる」と「あまり重要視していないが一応取り組んでいる」を合わせて約 9 割が CSR に取り組んでいるのに対して、従業員 50 人以下では取り組んでいる企業は 52.7%に止まっており、大規模な企業ほど CSR への取組みに積極的な傾向が窺われる。



また、現在 CSR に取り組んでいない企業における取り組んでいない理由に関しては、「何をすればいいかわからない」が 62.5%と最も多く、「人手がかかる」は 18.8%、「コストがかかる」は 12.5%で、「時期尚早」は 6.3%に止まっている。このことから、CSR に取り組めない要因としては、人的資源や金銭的資源の問題よりも具体的に何をすれば CSR とされるのかがわからないという問題の方が大きいことがわかる。

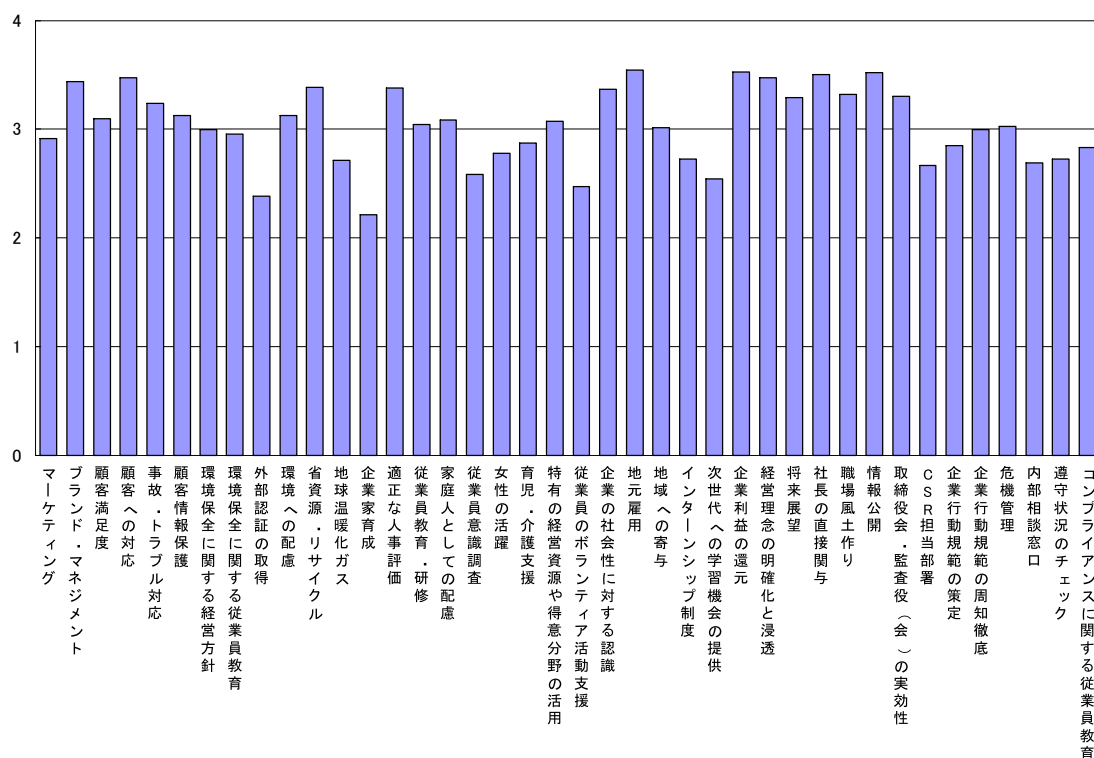


なお、CSR の具体的な内容については、「地域社会の発展に寄与する」が 90.3%と最も多く、これに「より良い商品・サービスを提供する」が 75.0%、「地球環境に貢献する」が 55.6%と続いている。

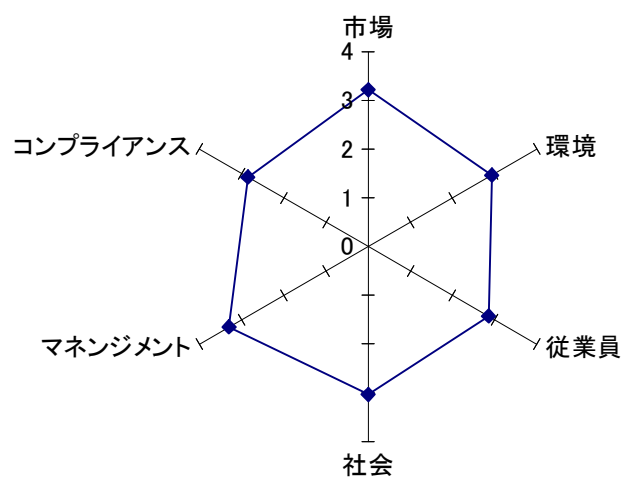


今回のアンケートにおける設問 7～46 については、取り組み度合いに応じて「積極的」、「やや積極的」、「意識有り」、「関心無し」に分類出来る選択肢を示した。そこで、「積極的」とされる選択を 4 ポイントとし、以下「やや積極的」、「意識有り」、「関心無し」にそれぞれ 3、2、1 の各ポイントを振り分け、回答企業全体における設問別平均ポイントを算出したのが下のグラフである。

これをみると、「顧客への対応」や「地元雇用」など多くの項目が 3.5 ポイント前後の高得点であるのに対して、「外部認証の取得」や「起業家育成」などは比較的低いことがわかる。



また、設問 7～46 を「市場」、「環境」、「従業員」、「社会」、「マネジメント」、「コンプライアンス」の 6 分野に大別し、各分野の平均ポイントをレーダーチャートに示したのが下図である。これをみると、6 分野とも 3 ポイント前後と大きな偏りはない。敢えて違いを指摘すると、「市場」「マネジメント」の 2 分野がやや高いが、「コンプライアンス」、「従業員」がやや低く、経営に直結する分野については取組みが進む一方で従業員に関する分野では若干遅れている傾向が窺われる。



なお、今回のアンケート調査の設問項目は、2004年10月に九州経済同友会（以下九同友と表記）が行った調査と比較検討を行うため、同調査に準拠したものとしている。

今回のアンケート調査における設問7～46の選択肢1及び2を「取り組んでいる」に、同じく選択肢3及び4を「取り組んでいない」として集計し、九同友調査の結果と比較したものが以下の表である。なお、「取り組んでいる」が50%未満で取り組み意識がやや低いとみられる項目には網掛けを施した。

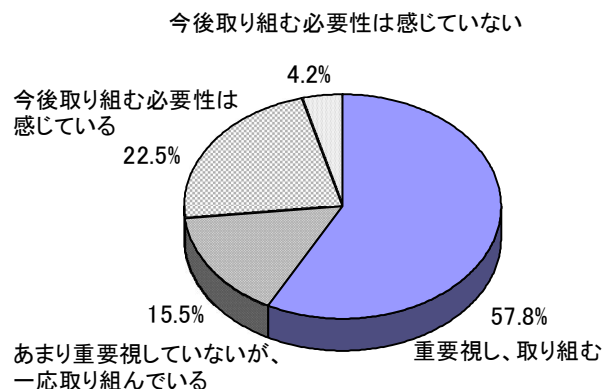
両者を比較すると、取り組み意識が低い項目、取り組み意識が高い項目ともに似通っており、大きな差異はみられない。なお、九州で低い鹿児島では比較的高い項目に「顧客情報保護」があるが（取り組んでいる割合：九州 47%、鹿児島 73%）、この差は九同友調査が個人情報保護法の全面施行前の2004年10月に実施されたのに対し、今回の調査は個人情報保護法施行から1年が経過し、同法への対応が進んできたことに起因するものと考えられる。また、「育児・介護支援」も九州で低く、鹿児島では比較的高いが（取り組んでいる割合：九州 34%、鹿児島 66%）、これも2005年4月に施行された「改正育児・介護休業法」や「次世代育成支援対策推進法」の影響を受けたものと考えられる。

	設問	評価項目	九州		鹿児島	
			取り組んでいる(%)	取り組んでいない(%)	取り組んでいる(%)	取り組んでいない(%)
市場	7	マーケティング	85	15	75	25
	8	ブランド・マネジメント	84	16	80	20
	9	顧客満足度	72	28	67	33
	10	顧客への対応	78	22	77	23
	11	事故・トラブル対応	74	26	76	24
	12	顧客情報保護	47	53	73	27
環境	13	環境保全に関する経営方針	50	50	62	38
	14	環境保全に関する従業員教育	58	42	67	33
	15	外部認証の取得	42	58	40	61
	16	環境への配慮	80	20	70	30
	17	省資源・リサイクル	86	14	93	7
	18	地球温暖化ガス	37	63	50	50
従業員	19	企業家育成	34	66	32	68
	20	適正な人事評価	95	5	90	10
	21	従業員教育・研修	92	8	87	13
	22	家庭人としての配慮	86	14	82	18
	23	従業員意識調査	57	43	43	57
	24	女性の活躍	78	22	64	36
社会	25	育児・介護支援	34	66	66	34
	26	特有の経営資源や得意分野の活用	69	31	70	31
	27	従業員のボランティア活動支援	46	53	38	63
	28	企業の社会性に対する認識	92	6	90	10
	29	地元雇用	94	5	93	7
	30	地域への寄与	90	10	67	33
マネジメント	31	インターンシップ制度	71	29	50	50
	32	次世代への学習機会の提供	65	35	50	50
	33	企業利益の還元	95	5	89	11
	34	経営理念の明確化と浸透	95	5	95	6
	35	将来展望	92	8	89	11
	36	社長の直接関与	94	5	95	6
コンプライア	37	職場風土作り	94	5	93	7
	38	情報公開	82	17	85	16
	39	取締役会・監査役(会)の実効性	84	14	82	18
	40	CSR担当部署	27	73	38	63
	41	企業行動規範の策定	62	37	60	40
	42	企業行動規範の周知徹底	69	31	68	32
	43	危機管理	68	31	71	29
	44	内部相談窓口	44	55	45	55
	45	遵守状況のチェック	45	53	45	56
	46	コンプライアンスに関する従業員教育	66	34	61	39

IV アンケート結果（各論）

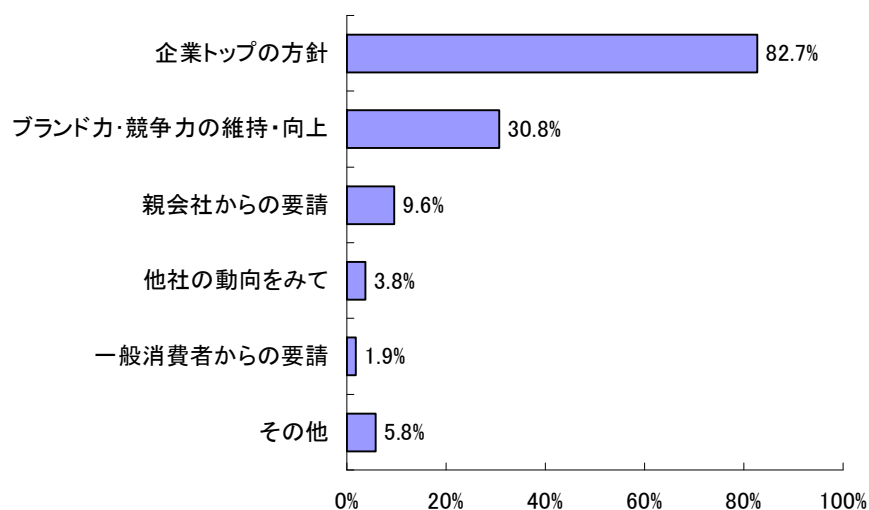
（1）CSR への取組み

CSR への取組状況に関しては、「重要視し、取り組んでいる」、「あまり重要視していないが一応取り組んでいる」を合わせて 73.2%の企業が既に取り組んでおり、また「今後取り組む必要性は感じている」とした企業も 22.5%となっている。従って、9 割以上の企業が CSR に取り組む意思を持っていることになる。



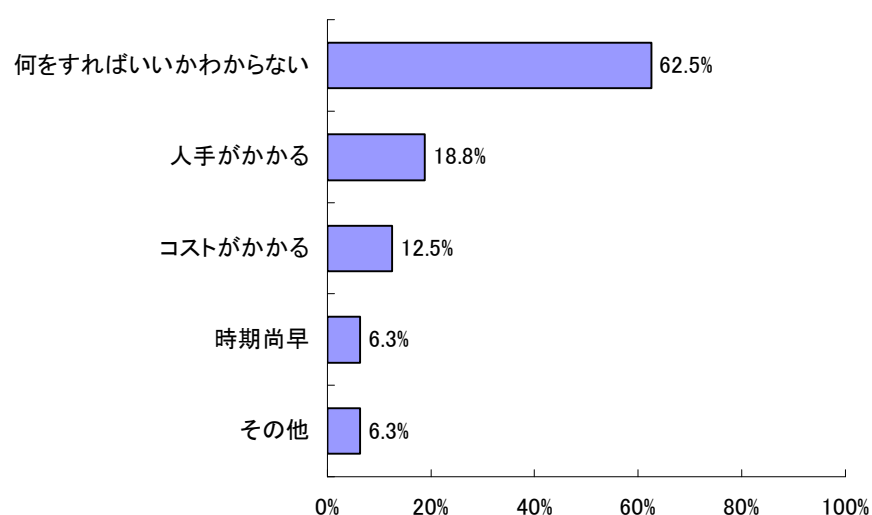
（2）CSR に取り組み始めた契機

既に CSR に取り組んでいる企業における取り組みへの契機に関しては、「企業トップの方針」が 82.7%と最も多く、これに「ブランド力・競争力の維持・向上」が 30.8%、「親会社からの要請」が 9.6%で続いている。



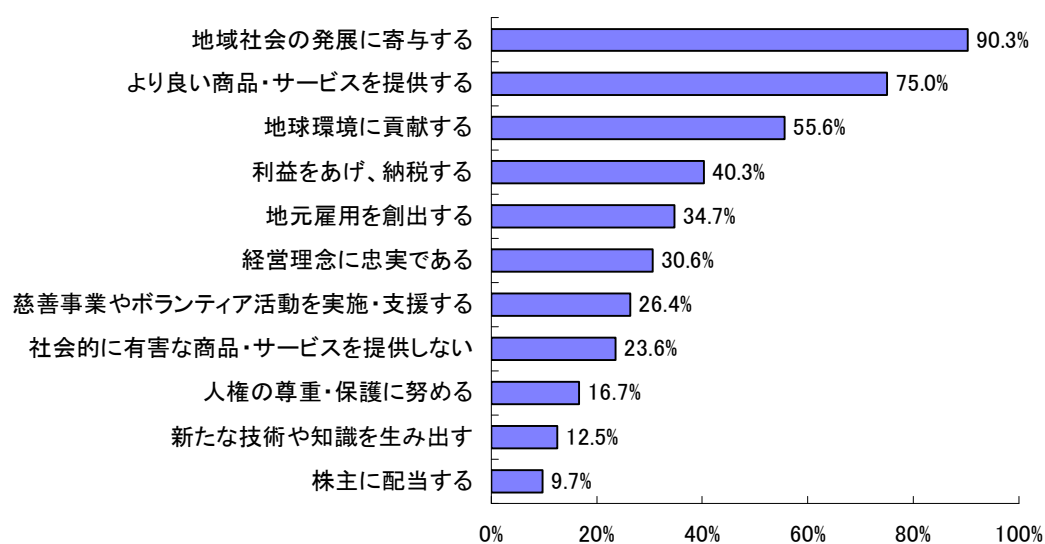
(3) CSRに取り組んでいない理由

現在 CSR に取り組んでいない企業における取り組んでいない理由に関しては、「何をすればいいかわからない」が 62.5%と最も多く、これに「人手がかかる」が 18.8%、「コストがかかる」が 12.5%で続く。



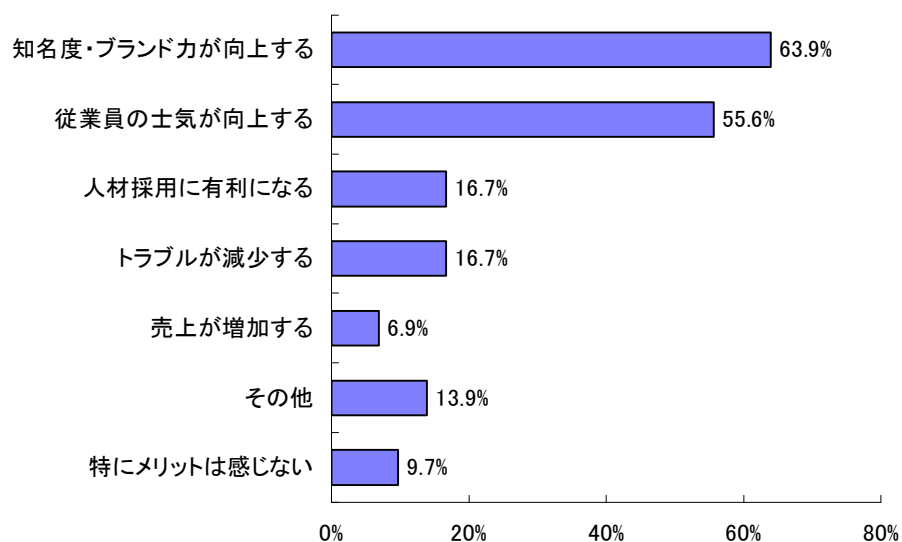
(4) 貴社にとっての CSR とは（複数回答）

CSR の具体的な内容については、「地域社会の発展に寄与する」が 90.3%と最も多く、これに「より良い商品・サービスを提供する」が 75.0%、「地球環境に貢献する」が 55.6%と続いている。



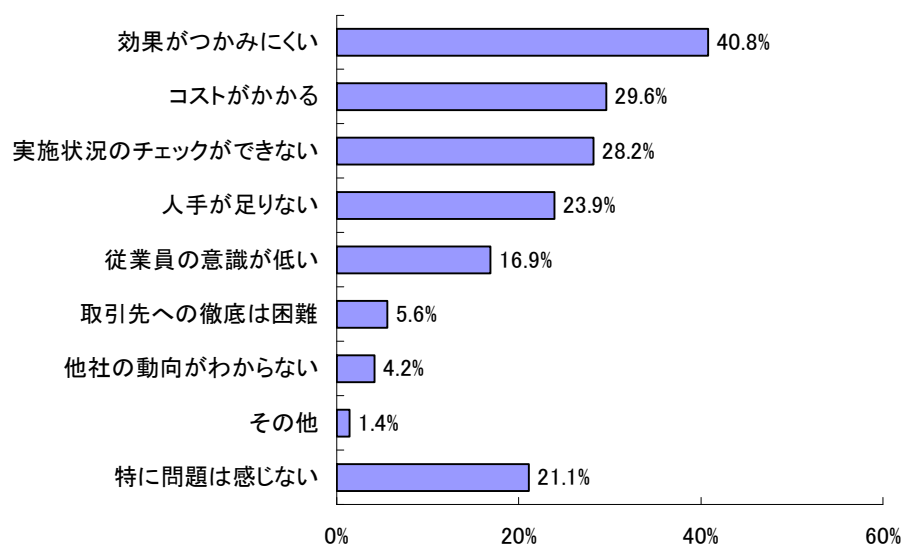
(5) CSRに取り組むメリット・効果（複数回答）

CSRに取り組むメリット・効果については、「知名度・ブランド力が向上する」が63.9%で最も多く、これに「従業員の士気が向上する」が55.6%、「人材採用に有利になる」と「トラブルが減少する」が16.7%で続いている。一方、「特にメリットは感じない」とする回答も9.7%あった。



(6) CSRに取り組む上での課題（複数回答）

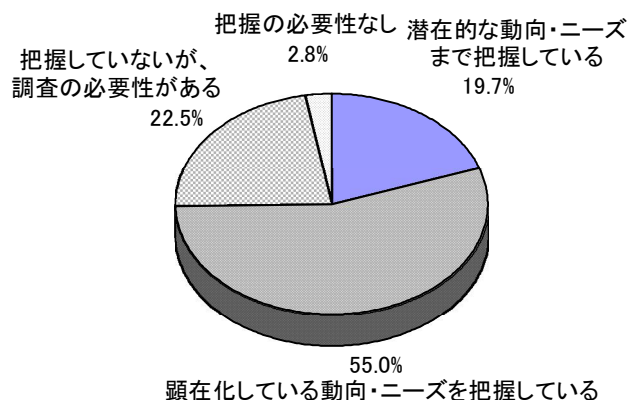
CSRに取り組む上での課題については、「効果がつかみにくい」が40.8%で最も多く、これに「コストがかかる」が29.6%、「実施状況のチェックができない」が28.2%で続いている。また、「特に問題は感じない」は21.1%であった。



2 市場

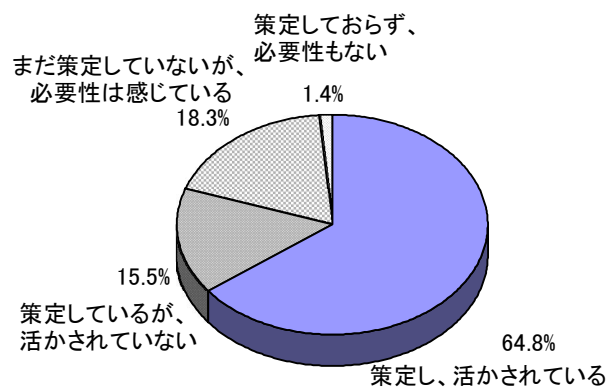
(7) マーケティング

新製品・サービスの企画開発・提供のため、顧客や市場の動向及びニーズを把握しているかについては、「潜在的な動向・ニーズを把握している」と「顕在化している動向・ニーズを把握している」を合わせて 74.7%に達し、4社に3社はニーズの把握は行えているとしている。



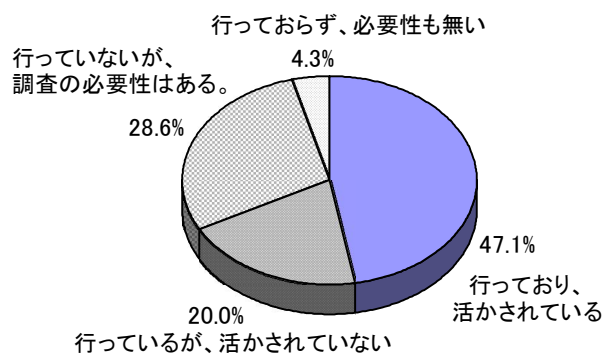
(8) ブランド・マネジメント

製品・サービスの品質、安全性に関する基本方針や戦略については、「策定し、活かされている」が 64.8%と大半を占めており、「策定しているが、活かされていない」を含めて約8割の企業が基本方針や戦略を策定している。また、「まだ策定していないが、必要性は感じている」とした企業も 18.3%で、大多数の企業が製品・サービスの品質、安全性に関する基本方針や戦略の必要性を認めている。



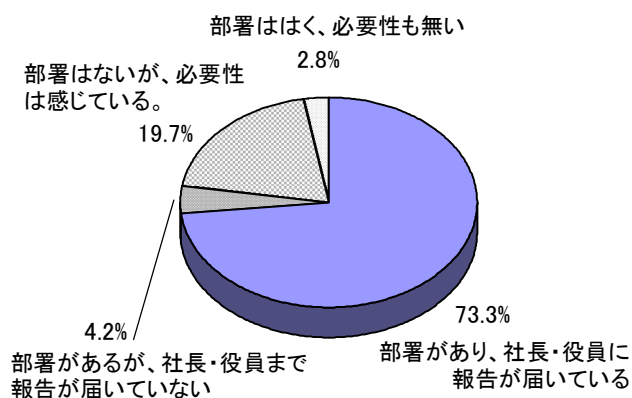
(9) 顧客満足度調査

顧客満足度を調査し、その向上を図る取組みを行っているかについては、「行っており、活かされている」が47.1%とほぼ半数を占め、「行っているが、活かされていない」の20.0%と合わせると約7割の企業が顧客満足度調査を既に行っている。また、「行っていないが、調査の必要性はある」とした企業も28.6%あり、9割超の企業が必要性を認めている。



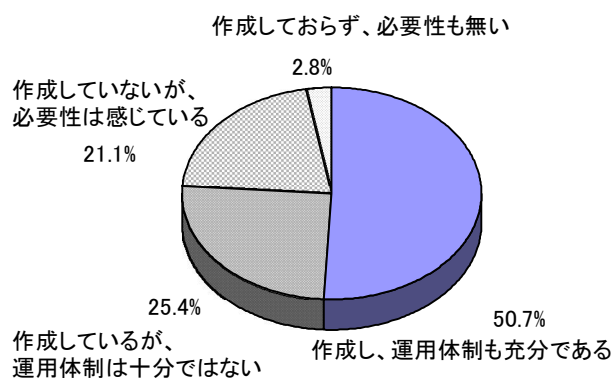
(10) 顧客等への対応

顧客、株主、取引先などから寄せられた要望・苦情・意見に対応する部署等については、「部署があり、社長・役員まで報告が届いている」が73.3%で、「部署があるが、社長・役員まで報告が届いていない」が4.2%となっており、既に担当部署がある企業においては、殆どが経営トップまで報告が届いていることがわかる。



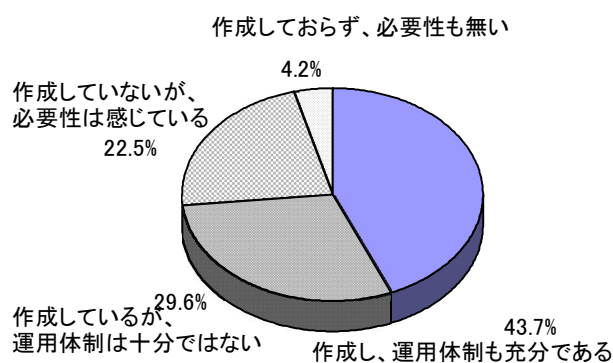
(11) 事故・トラブル対応

製品・サービスに欠陥等の事故・トラブルが発生した際の基本方針や対応マニュアルについては、「作成し、運用体制も十分である」が 50.7%とほぼ半数を占めた。また、「作成しているが、運用体制は十分でない」の 25.4%と合わせると約 4 社に 3 社が基本方針等を作成している。



(12) 顧客情報保護

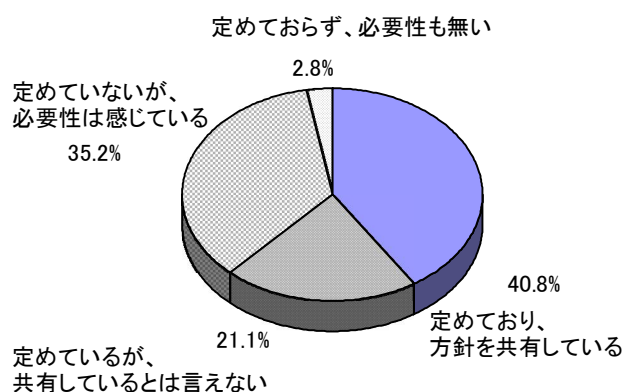
顧客の個人情報保護のための基本方針や対応マニュアルについては、「作成し、運用体制も十分である」が 43.7%と最も多いが、設問 (11) の「事故・トラブルが発生した際の基本方針や対応マニュアルについて」よりやや少ない。一方、「作成し、運用体制も十分である」が 29.6%、「作成していないが、必要性は感じている」が 22.5%と共に設問 (11) より多く、個人情報保護への対応の途上段階であることが窺える。



3 環境

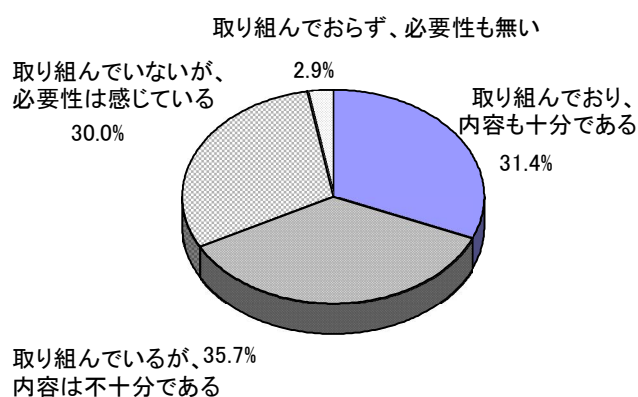
(13) 環境保全に関する経営方針

環境保全に関する経営方針を定め、社長を含む全従業員が方針を共有しているかについては、「定めており、方針を共有している」が 40.8%で、「定めているが、共有しているとは言えない」が 21.1%と、全体の約6割が共有の度合いの差はあるものの環境保全に関する経営方針を定めている。



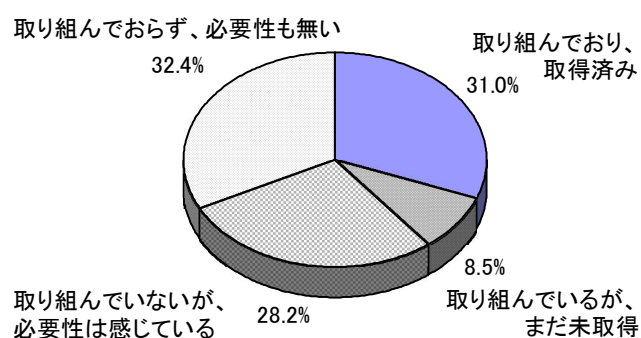
(14) 環境保全に関する従業員教育

環境保全について従業員の意識を高めるため、教育・研修などの取組みをしているかについては、「取り組んでいるが、内容は不十分である」が 35.7%で最も多く、より充実した教育・研修が必要と考えている企業が多いことがわかる。また、「取り組んでおり、内容も十分である」も 31.4%あり、既に十分な内容の教育・研修を行っていると考えている企業も比較的多い。



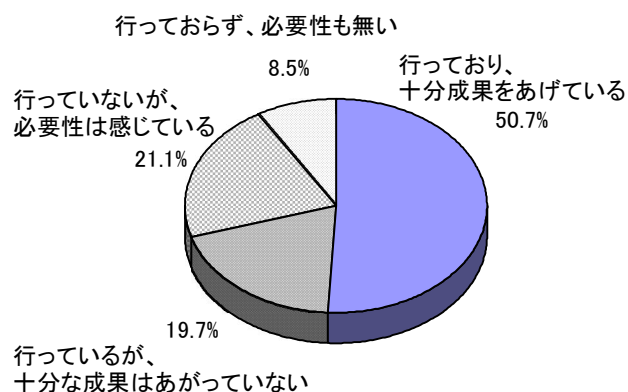
(15) 外部認証の取得

ISO14001 等の外部認証の取得については、「取り組んでおり、取得済み」が 31.0%と約 3 割の企業が既に取得済みである一方で、「取り組んでおらず、必要性も無い」が 32.4%と 3 割超の企業が必要と考えていないなど対応が大きく割れた結果となった。これは、業種により必要性の度合いが異なることに起因しているものと考えられる。



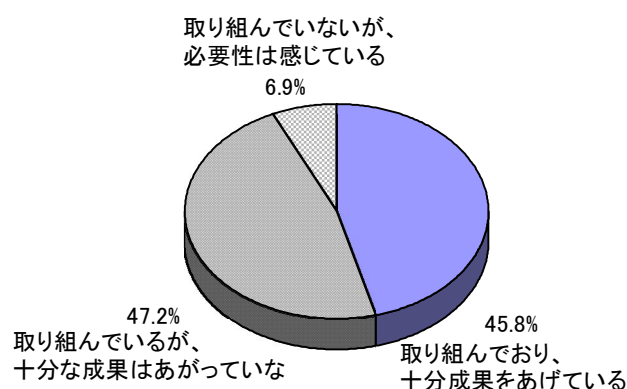
(16) 環境への配慮

水質・土壌汚染、景観阻害、騒音、振動等に関して、周辺の自然環境や住環境に配慮した企業活動を行っているについては、「行っており、十分成果をあげている」が 50.7%と半数を占めた。また、「行っているが、十分な成果はあがっていない」の 19.7%を合わせると、約 7 割の企業が自然環境や住環境に配慮した企業活動を行っていることになる。



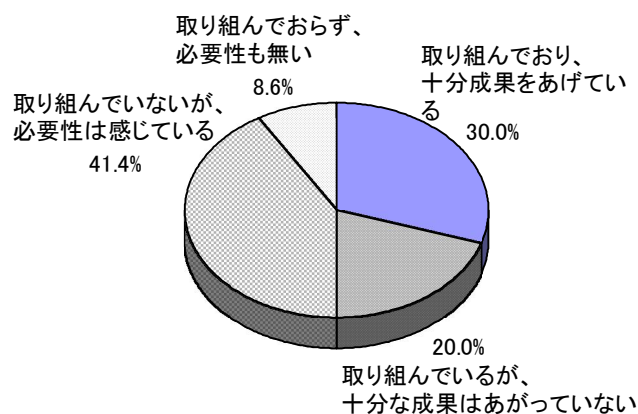
(17) 省資源・リサイクル

オフィスや事業所において、省資源・リサイクルの取組みを行っているかについては、「取り組んでおり、十分成果をあげている」45.8%と「取り組んでいるが、十分な成果はあがっていない」47.2%を合わせて9割以上の企業が省資源・リサイクルに取り組んでいる結果となった。また、残りの6.9%も「取り組んでいないが、必要性は感じている」となっており、「取り組んでおらず、必要性も感じない」は皆無だった。



(18) 地球温暖化ガスの排出削減

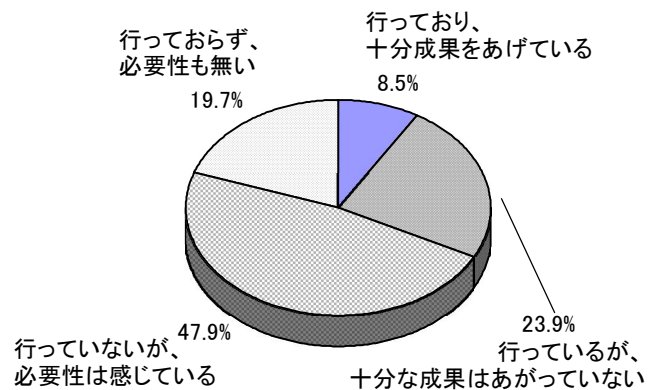
地球温暖化ガスの排出削減に関する方針や基準については、「取り組んでおり、十分成果をあげている」が30.0%、「取り組んでおるが、十分な成果はあがっていない」が20.0%と合わせて半数の企業で取り組まれている。また、「取り組んでいないが、必要性は感じている」も41.1%で、9割以上の企業が地球温暖化ガスの排出削減に関する方針や基準の必要性を感じている。



4 従業員

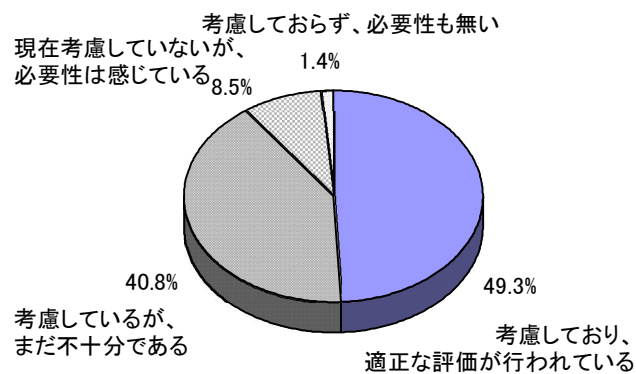
(19) 起業家育成

起業家精神を持つ従業員の育成については、「行ってはいないが、必要性は感じている」が 47.9%とほぼ半数を占め、「行っておらず、必要性も無い」の 19.7%と合わせると、約 7 割弱が現在行っていない。



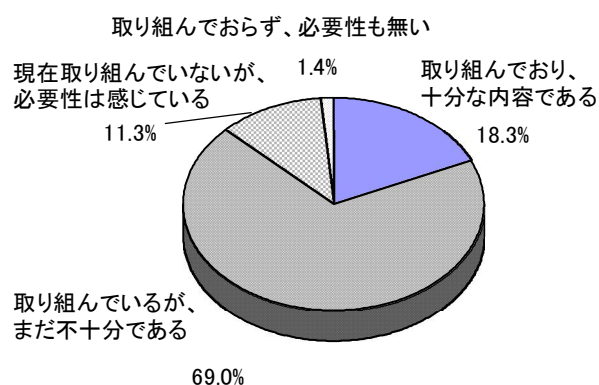
(20) 適正な人事評価

従業員を評価する時に、人望や誠実さ・協調性といった「人間性」も十分考慮しているかについては、「考慮しており、適正な評価が行われている」が 49.3%とほぼ半数を占め、「考慮しているが、まだ不十分である」の 40.8%を含めると、9 割超の企業で既に考慮されている。



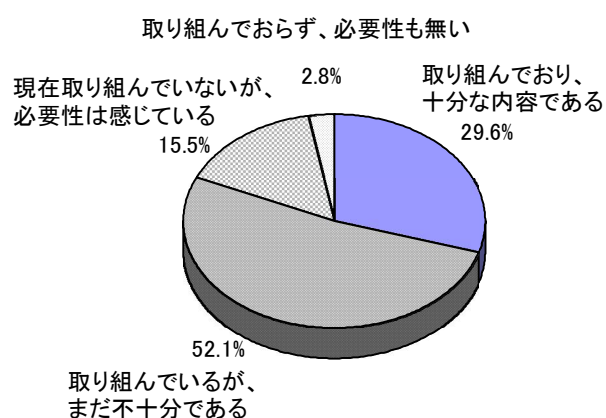
(21) 従業員教育・研修

教育・研修プログラムの充実に关しては、「取り組んでいるが、まだ不十分である」が69.0%で大多数を占めた。また、「取り組んでおり、十分な内容である」の18.3%と合わせると9割弱が既に取組んでいる。



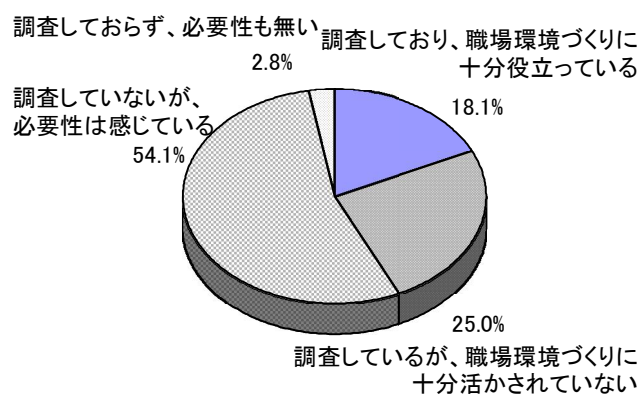
(22) 家庭人としての配慮

従業員の家庭の事情に配慮した勤務時間や人事異動については、「取り組んでいるが、まだ不十分である」が52.1%と半数を占めた。また、「取り組んでおり、十分な内容である」の29.6%と合わせると約8割が既に取組んでおり、「現在取り組んでいないが、必要性は感じている」も15.5%あり、大半の企業が必要性を感じていることが窺われる。



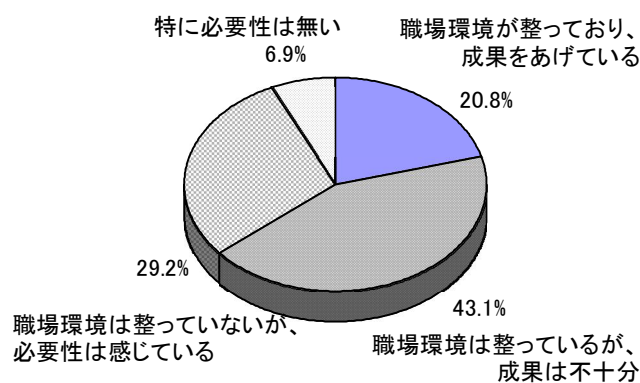
(23) 従業員意識調査

従業員の意識調査を行い、従業員が能力や意欲を発揮できるような職場環境づくりに役立っているかについては、「調査していないが、必要性は感じている」が54.1%と半数超を占め、既に調査を行っているのは「調査しており、職場環境づくりに十分役立っている」と「調査しているが、職場環境づくりに十分活かされていない」を合わせても約4割に止まった。



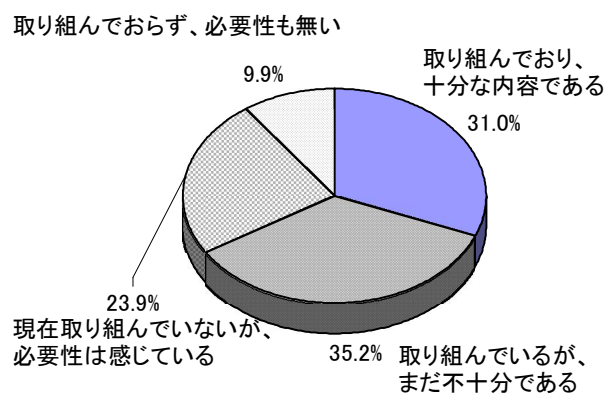
(24) 女性の活躍

女性の管理職の存在など、女性が活躍できる職場環境があるかについては、「職場環境は整っているが、成果は不十分」が43.1%と最も多く、これに「職場環境は整っていないが、必要性は感じている」が29.2%で続いており、現在は女性が活躍できる職場環境の充実に努める途中段階の企業が多いことがわかる。



(25) 育児・介護支援

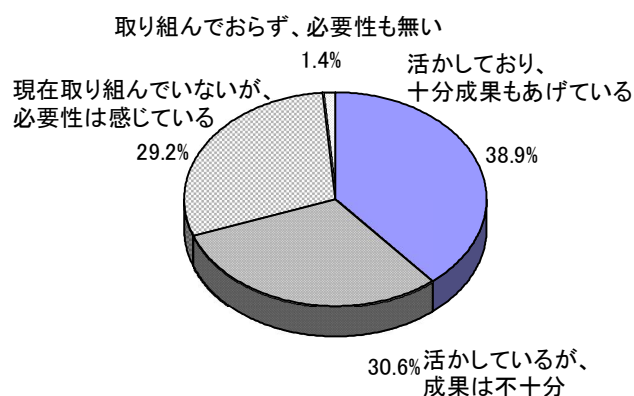
育児・介護支援のための独自の取組みについては、「取り組んでいるが、まだ不十分である」が 35.2%で最も多く、「取り組んでおり、十分な内容である」が 31.0%が続いている。また、「現在取り組んでいないが、必要性は感じている」が 23.9%で、9割が必要性があるとしている。



5 社会

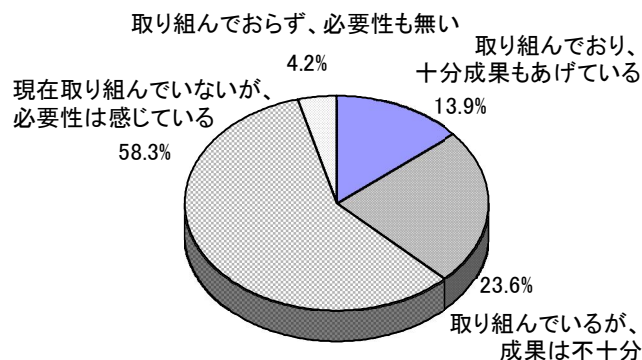
(26) 特有の経営資源や得意分野の活用

社会貢献活動の実践において、自社特有の経営資源や得意分野を活かしているかについては、「活かしており、十分成果もあげている」が 38.9%で最も多く、「活かしているが、成果は不十分」が 30.6%で続いており、約 7 割が既に経営資源や得意分野を活用した社会貢献活動に取り組んでいる。



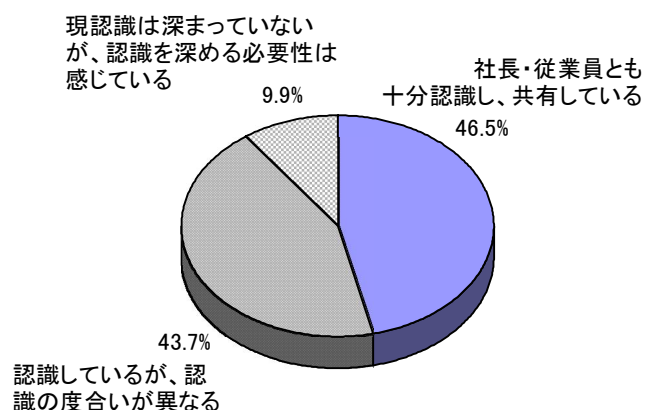
(27) 従業員のボランティア活動支援

従業員がボランティア活動に参加することを支援する取組みについては、「現在取り組んでいないが、必要性は感じている」が 58.3%で6割弱を占めた。また現在取り組んでいるのは「取り組んでおり、十分成果もあげている」13.9%、「取り組んでいるが、成果は不十分」23.6%を合わせて 37.5%に止まった。



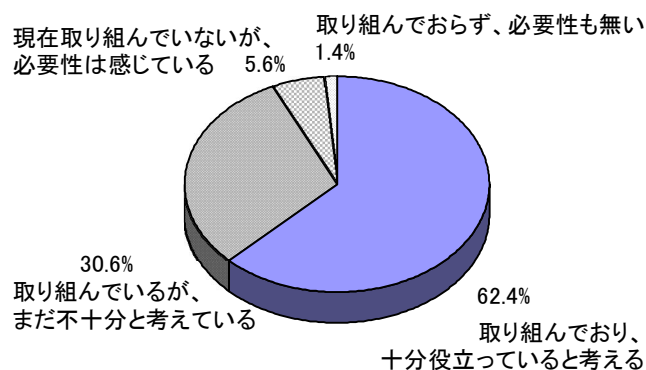
(28) 企業の社会性に対する認識

企業は公器であり、社会的役割を持つ組織であるという認識を社長を含む全従業員が共有しているかについては、「社長・従業員とも十分認識し、共有している」が46.5%で最も多く、「認識しているが、認識の度合いが異なり共有しているとは言えない」が43.7%となっており、共有の度合いの差はあるものの9割が認識しているとしている。また、残りの9.9%も「現在認識は深まっていないが、認識を深める必要性は感じている」としている。



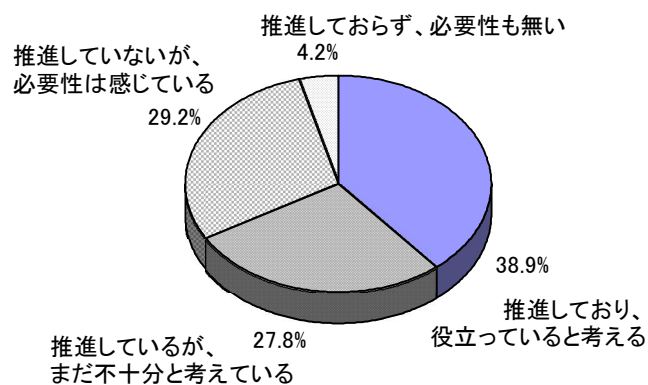
(29) 地元雇用

地元雇用を促進することを通じて地域経済の活性化に取り組んでいるかについては、「取り組んでおり、十分役立っていると考えている」が62.4%、「取り組んでいるが、まだ不十分と考えている」が30.6%で、合わせて9割超が既に地元雇用の促進に取り組んでいる。



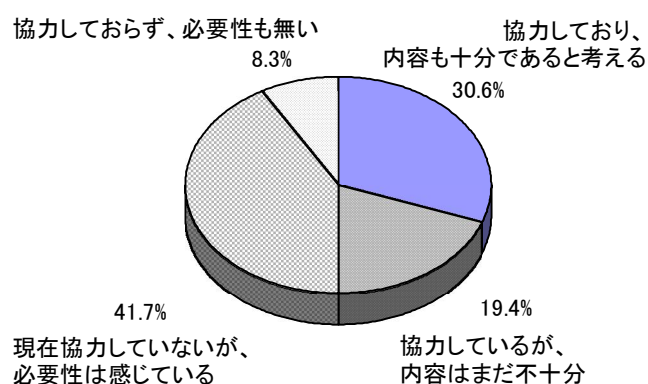
(30) 地域への寄与

地域の祭りやスポーツイベント等の行事への参加・支援や伝統文化・芸術の保存向上に対する取組みの推進については、「推進しており、地域社会の発展や信頼関係の構築に役立っていると考えている」が 38.9%、「推進しているが、まだ不十分であると考えている」が 27.8%で、全体の約3分の2が既に取り組んでいる。



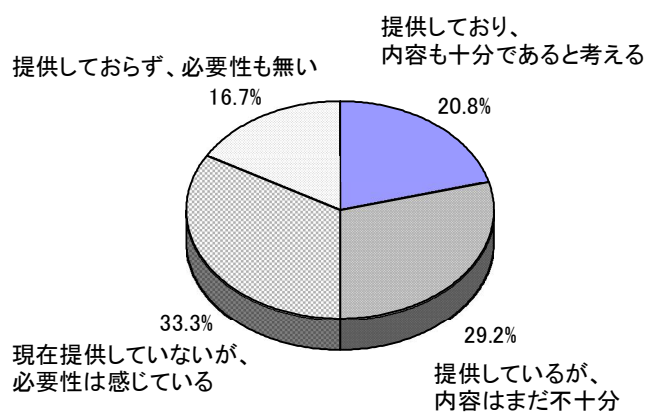
(31) インターンシップ制度

地域の大学などに対して学生インターンシップの受け入れ協力を行っているかについては、「協力しており、内容も十分であると考え」が 30.6%、「協力しているが、内容はまだ不十分」が 19.4%で、約半数が内容の度合いの差はあるが既にインターンシップ受け入れに協力している。



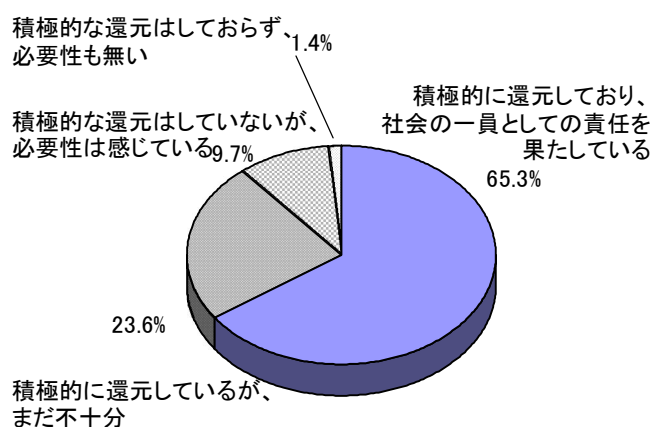
(32) 次世代への学習機会の提供

地域社会や学校に対して、学習の機会（出前講座など）を提供しているかについては、「提供しており、内容も十分であるとする」が 20.8%、「提供しているが内容はまだ不十分」が 29.2%で、全体の半数が既に提供している。また、「現在提供していないが、必要性は感じている」も 33.3%で、全体の8割超が必要性を感じている。



(33) 企業利益の還元

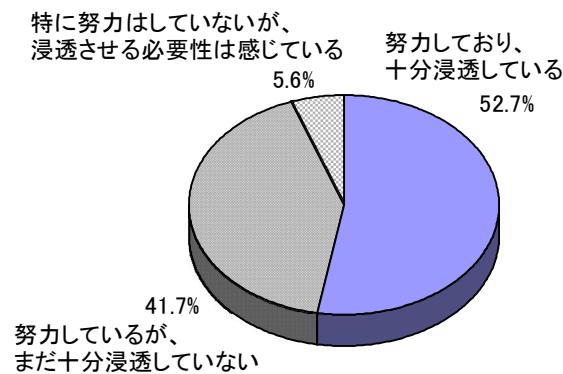
納税や寄付、まちづくりへの協力など公的費用の負担という形で企業利益を社会に還元しているかについては、「積極的に還元しており、社会の一員としての役割を果たしているとする」が 65.3%と大半を占め、「積極的に還元しているが、まだ不十分」の 23.6%と合わせると、9割近くが積極的に還元していると回答した。



6 マネジメント

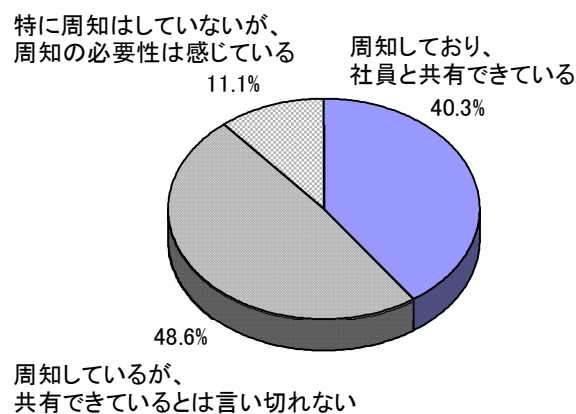
(34) 経営理念の明確化と浸透

経営理念（家訓や商売道など）を明文化し、社内に浸透させる努力を行っているかについては、「努力しており、十分浸透している」が 52.7%と半数超を占め、「努力しているがまだ十分浸透していない」の 41.7%を合わせて 9 割超が経営理念の浸透に努力している。



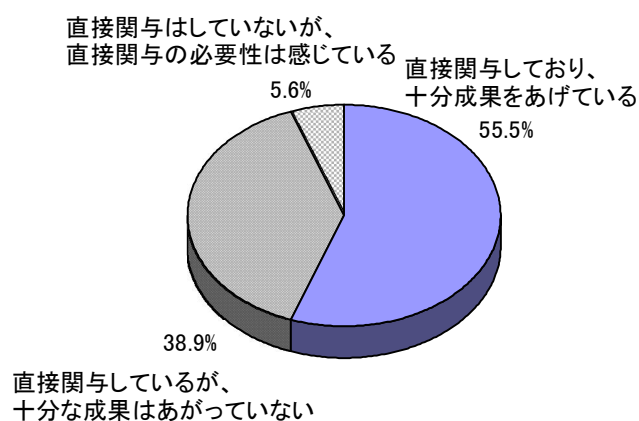
(35) 将来展望

企業の将来展望を明確に描き、社員に周知しているかについては、「周知しているが、共有できているとは言い切れない」が 48.6%とほぼ半数を占めており、これに「周知しており社員と共有できている」が 40.3%、「特に周知していないが、周知の必要性は感じている」が 11.1%で続く。



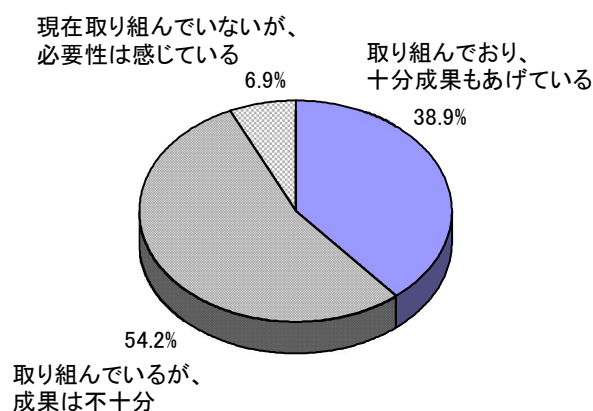
(36) 社長の直接関与

社長が経営理念や企業行動規範の策定、周知徹底のプロセスに直接関与しているかについては、「直接関与し、十分成果をあげている」が 55.5%で過半数を占め、「直接関与しているが、十分な成果はあがっていない」の 38.9%を合わせて9割超で社長が直接関与している。



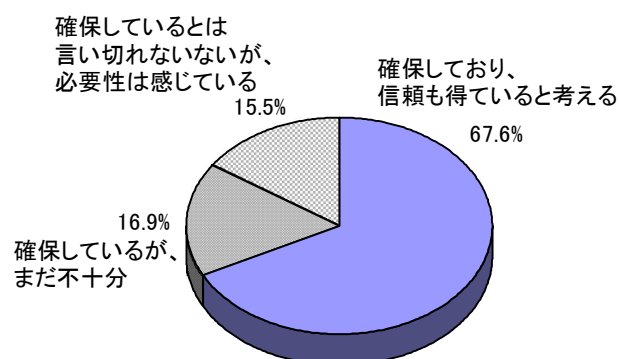
(37) 職場風土づくり

社員全員が誇りと意欲をもって仕事に取り組めるような自由闊達な職場風土づくりや、意思決定の透明性の確保に取り組んでいるかについては、「取り組んでいるが、成果は不十分」が 54.2%と過半数を占め、多くの企業で取組みが途上段階であることが窺われる。



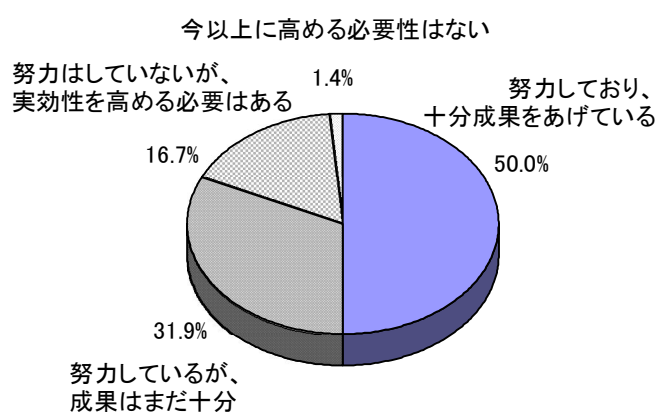
(38) 情報公開

顧客、取引先、社会に対して積極的な情報公開を行い、透明性を確保しているかについては、「確保しており、信頼を得ていると考えている」が67.6%と7割近くを占め、情報公開による透明性の確保には自信を持っている企業経営者が多い。



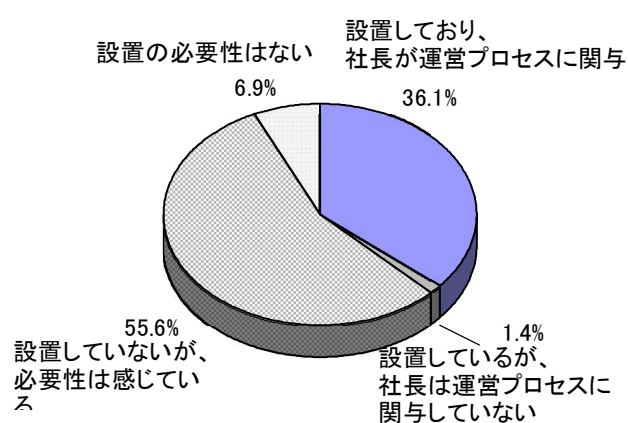
(39) 取締役会、監査役（会）の実効性

取締役会や監査役（会）の実効性を高めるための努力をしているかについては、「努力しており、十分成果をあげている」が50.0%と半数を占め、「努力しているが、成果はまだ不十分」の31.9%とあわせると8割超が実効性を高める努力を行っている。



(40) CSR 担当部署

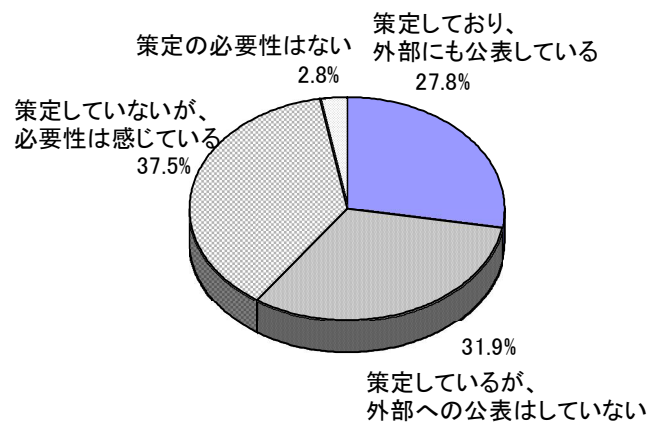
CSR の担当部署又は担当者を設置し、社長が運営プロセスへ関与しているかについては、「設置していないが、必要性は感じている」が 55.6%と過半数を占めており、多くの企業では CSR 担当部署や担当者をまだ置いていないことが窺われる。また、「設置しており、社長が運営プロセスに関与している」は 36.1%である一方、「設置しているが、社長が運営プロセスに関与していない」は 1.4%に止まっており、既に担当部署・担当者を設置している企業では社長が運営プロセスにも十分関与していることが窺われる。



7 コンプライアンス

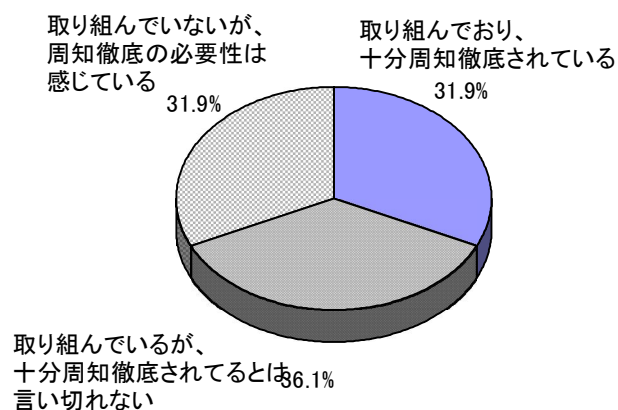
(41) 企業行動規範の策定

企業行動規範（ないし倫理綱領等）の策定については、「策定しているが、外部への公表はしていない」が 31.9%で最も多く、「策定しており、外部にも公表している」の 27.8%と合わせると、約6割が既に策定している。現在策定していない企業も、37.5%が策定の必要性を感じており、「策定の必要性はない」は2.8%のみだった。



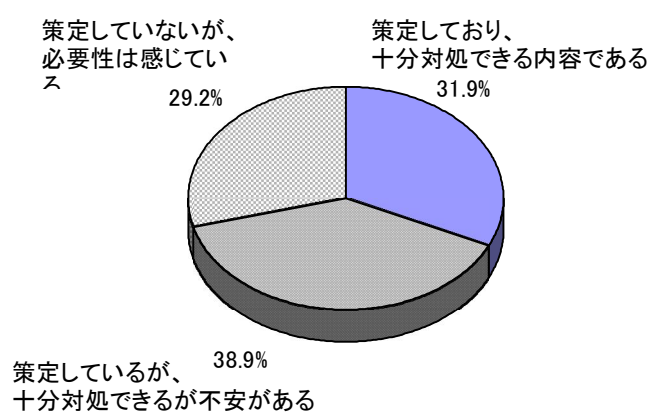
(42) 企業行動規範の周知徹底

企業行動規範を社員に周知徹底するための取組みをしているかについては、「取り組んでいるが、十分周知徹底されているとは言い切れない」が 36.1%で最も多く、「取り組んでおり、十分周知徹底されている」の 31.9%と合わせると、約7割が企業行動規範の周知徹底に取り組んでいる。また、残りも 31.9%も「取り組んでいないが、周知徹底の必要性は感じている」と回答している。



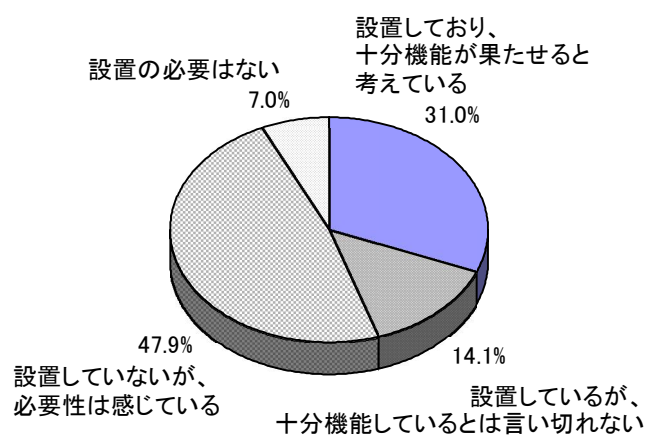
(43) 危機管理

問題が発生したときを想定した危機管理の仕組みやマニュアルがあるかについては、「策定しているが、十分対処できるか不安がある」が 38.9%と約4割を占めており、策定したマニュアルの有効性を検証し切れていない様子が窺える。また、「策定しており、十分対処できる内容である」は 31.9%で、約7割が危機管理の仕組みやマニュアルを策定済となっている。



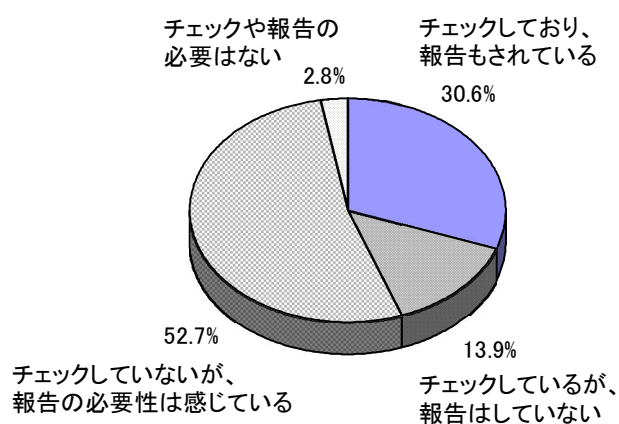
(44) 内部相談窓口

コンプライアンス（法令遵守等）に関し、問題を早期に発見するための内部相談窓口を設置しているかについては、「設置していないが、必要性は感じている」が 47.9%と最も多く、「設置しており、十分機能が果たせると考えている」の 31.0%と「設置しているが、十分機能しているとは言い切れない」の 14.1%を合わせても、既に設置しているのは 45.1%に止まっている。



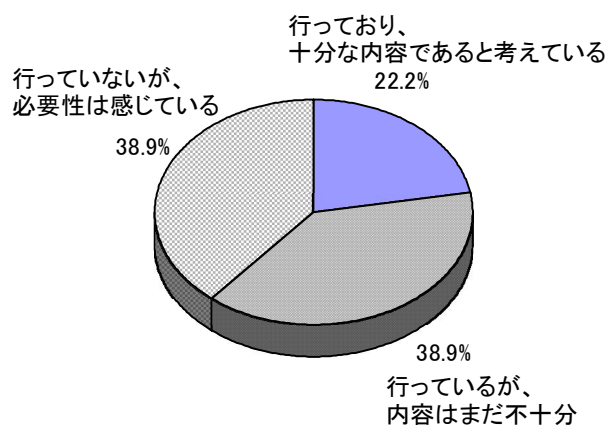
(45) 遵守状況のチェック

コンプライアンス（法令遵守等）の状況について定期的なチェックを行い、取締役会や監査役（会）へ報告する仕組みがあるかについては、「チェックしていないが、報告の必要性は感じている」が 52.7%と過半数を占め、「チェックしており、報告もされている」の 30.6%と「チェックしているが、報告はしていない」の 13.9%を合わせても定期的なチェックを行っているのは約 4 割に止まった。



(46) コンプライアンスに関する従業員教育

企業倫理や社会に対する企業責任の重要性を、従業員が自覚するための教育を行っているかについては、「行っており、十分な内容であると考えている」が 22.2%、「行っているが、内容はまだ不十分」が 38.9%で、合わせて 61.1%が既に行っているが、内容は不十分であると考えている企業の方が多い。また、残りの 38.9%も教育の必要性は感じている。



V 自由意見

今回のアンケート調査において寄せられた自由意見は以下の通りである。

【CSR について】

- ・ 当社の場合（放送局）、日々の企業活動自体が CSR である。地域に信頼され、愛される番組制作や事業を誠実に継続していくことが、即ち自社の CSR である。（マスコミ）
- ・ 経営方針に「地域社会繁栄への奉仕」を掲げ、金融機能の提供だけでなく、地域行事への参加、文化振興、奉仕活動を行い、地域の活性化、経済の持続的発展に取り組む。
（金融）
- ・ グループで NPO 法人「求道塾・共学舎」を設立し、そこで取り組んでいるため、他社よりやり易い状況。（その他サービス）
- ・ 全社員の給与・賞与の 100 円未満端数を集め、それと同額を会社からも拠出し、合計額を基金として地域の NPO などの活動を助成する（COCOCHI 基金）。（その他サービス）
- ・ 本場で「CSR レポート」を作成し、社員に配布済み。顧客には要望に応じ配布
（小売業）
- ・ 2003 年度から毎年 CSR 報告書を発行。04 年 5 月から、ステークホルダー・ダイアログを開催し、外部専門家の意見を CSR にフィードバック。01 年 6 月、UNEP（国連環境計画）の金融機関声明に署名。環境、防災、医療・福祉等への投融資活動や大学との連携。（金融）
- ・ 毎年、地元小学校の総合学習で、合鴨農法の講和実施。当社で飼育する薩摩鴨は、いじめのない新種の鴨。（農林水産）
- ・ これからの企業にとり、CSR はたいへん重要と認識する。特に地方においては、地域の信頼を得る上で、取り組むべき。（小売業）
- ・ CSR 取り組みは、集合教育にて全社員周知しており、社会貢献に対する強い関心、参加意志を共有。（建設）

【市場】

- ・ 電気工事完成後「お客様満足度アンケート」を戴き、苦情・要望を聞いている。苦情等は「お客様伝票」で、内容・状況・原因・処置内容を記録し、回覧して今後の未然防止に努めている。（建設）
- ・ ISO9001 取得済み。（卸売業）
- ・ 顧客満足度アンケートを実施、経営改善、利用者ニーズの掘り起こし、サービス向上を図る。また、個人情報保護基本方針を定め、管理体制を構築している。（金融）
- ・ 支店ごとにアドバイザリーボードを年 2 回開催（金融）

【環境】

- ・ 現在、鹿児島市の環境管理事務所（KES.環境マネジメントシステム）の認定取得を目指し、ガソリン、電力の使用量削減を改善目標に取り組む（建設）
- ・ 鹿児島市の環境管理事務所認定済み、太陽光発電システム事務所設置済み。（卸売業）
- ・ 営業店、本部とも古紙等の減量に努め、分別回収を行う。（金融）
- ・ 職種的に必要性に応じて取り組む。（その他サービス）
- ・ 事務所内のペーパーレス化に取り組む。（その他サービス）
- ・ 物流システム改善におけるトラック便削減による CO₂ 削減。（小売業）
- ・ グループで社会環境安全委員会を設置して取り組む。（石油・石炭）
- ・ 環境事業部（ペーパーリサイクル事業、産業廃棄物処理業）
- ・ 環境方針公表・エコアクション 21 認証取得（H18.5：（財）地球環境戦略研究機関）産業廃棄物収集運搬業優良制評価制度評価基準適合（H8.11：県、市）（倉庫）
- ・ 熱帯樹林の植林活動から身近なオフィス環境まで真摯に取り組む（卸売業）。
- ・ 02 年 11 月、ISO14001 取得。環境負荷軽減の取り組みを進める。（金融）
- ・ ハイブリッド車、CNG 車の使用、分別の徹底（紙・段ボール、ペット、アルミ、スチール缶はリサイクル会社へ）（建設）。
- ・ 日産グリーンショップ活動の下、日産基準認定を取得済。使用済自動車の処理等に関し、一部拠点は九州運輸局より認定証などを取得。事務所周辺のゴミ拾い励行。（小売業）
- ・ 本社及びグループ 24 社が ISO14001 認証を取得。環境対策の組織化を図り、推進役としての事務局（環境対策担当 2 名）を設置している。（小売業）
- ・ 99 年頃から「美しい錦江湾を子々孫々に」を合言葉に環境方針として、廃棄物削減とリサイクルの促進 汚水の抑制 省エネルギー・省資源の促進 環境配慮の施設づくり 環境問題の啓発活動を行い、持続可能な社会作りに貢献する を掲げ、01 年 1 月に ISO14001 の認証を取得した（その他サービス）。
- ・ CS についてはアンケート調査とモニター制度による調査を 2 度行った。営業まで反映されるよう、活かすようにしなければならない。苦情については、役員まで直結のシステムで対応。個人情報については、まだ課題が多い。（金融）

【従業員】

- ・ 1994 年 4 月、育児休業及び育児中短時間勤務に関して、99 年 4 月に介護休業及び介護中短時間勤務に関する社内規則を策定し、女性社員が実際に育児休業制度を利用。
(建設)
- ・ 年 2 回の、自己申告の提出、業績評価における面接制度など、能力育成重視の人事制度で、社内外の研修も充実。また、育児休業、介護休業規定を制定している。（金融）
- ・ 育児、介護については、必要が生じた時点で取り組む。（その他サービス）
- ・ 人間尊重力いき委員会を設置し取り組む。（石油・石炭）

- ・ 活気ある朝礼で（ヒューマンエラーをなくすため）倫理法人会の「職場の教養」を輪読し、人間性の向上に努める。（建設）

【社会】

- ・ 社有地周辺の清掃などのボランティア活動を年に4回、全社員で実施。（建設）
- ・ 地域行事の参加、文化振興、奉仕活動などに取り組む（金融）
- ・ 小学生の会社見学受入れ、鹿児島大学インターシップ受入れ、鹿児島大学留学生インターシップ受入れ、経営トップ、管理者（技術系中心）による大学出前授業 など
(その他)
- ・ 社会貢献委員会を設置し取り組む。（石油・石炭）
- ・ 当地区ではないが、母と子の自然教室、別府国際車椅子マラソンなどの社会貢献活動を国内外で実施。（卸売業）
- ・ 雇用促進効果を目的とする投融資や大学での講義、まちづくりに関する情報発信（各種委員会への参加、レポート作成）を行う。（金融）
- ・ 地域の災害支援金の寄付。毎年、鹿児島県交通被災者たすけあい協会へ寄付（建設）
- ・ おはら祭り毎年参加、研修生受入れ（小売業）
- ・ 社有の遊休施設を提供して、NPO 法人を支援し、地域の活性化に役立てている。
(情報サービス)
- ・ 社会貢献については、吹奏楽部が 70 余年に渡り、社会貢献活動を積極的に行い数々の表彰を得ている。甲突川クリーンキャンペーン、献血運動など地域への貢献を行う。地域の大学への提携・協力等については不十分である。（金融）

【マネジメント】

- ・ 決算終了後、損益計算書と次年度予算を社長が全社員に説明し、今後の会社のあり方を説明する。（建設業）
- ・ ISO9001 マネジメントレビューにて検討。（卸売業）
- ・ 「地域社会繁栄への奉仕」の経営方針のもと、地域経済の安定的成長、活性化に取り組み、役職員に浸透している。（金融）
- ・ 全社員に社長から定期的にメッセージが届き、CSR 関係部署は社長直結となっている。
(卸売業)
- ・ コンプライアンスを経営の最重要課題のひとつとして、規定・マニュアル・プログラム等を定め、役職員への周知徹底を図る。諸問題は理事会へ報告、再発防止策を協議している。（金融）
- ・ コンプライアンス委員会を設置し取り組む（石油・石炭）
- ・ コンプライアンス委員会が設置され、企業行動規範全般につき社員にカードが配布され、定期的にリニューアルされている。（卸売業）

- ・ 監事による監査の他、会計検査院や監査法人、金融庁の検査がある。コンプライアンスについては、一般リスク管理委員会を設置。マニュアルの配布、研修を実施。（金融）
- ・ 2006年5月にPマーク取得（卸売業）
- ・ 「行動憲章」「行動規範」を策定し、コンプライアンスマニュアルを整備。本年度は、全信協が策定した「信用金庫行動綱領」の勉強会で周知を図った。その中に「環境問題への取組み」「社会貢献活動への取組み」も明示。コンプライアンス相談窓口を設置している。コンプライアンス・プログラムの進捗状況は、半期ごとに報告する体制。
（金融）