

PRESS
RELEASE

太陽 ASG グループ

「中堅企業経営者『CSR』意識調査」～世界 39 カ国同時調査～を発表

太陽 ASG グループ(グラント・ソントン加盟事務所)は、2010年10月～12月および2011年1月に実施した非上場企業を中心とする中堅企業経営者の意識調査の結果を公表した(従業員数100人～750人)。この調査は、グラント・ソントン加盟主要39カ国が実施する世界同時調査の一環である。

- 要旨：**
- 日本の中堅企業のCSR活動促進の主な要因は、「原価管理、人材採用/従業員の継続雇用、社会的認知度/ブランド構築」。世界39カ国平均でも同様の傾向が見られたが、日本独自の傾向としては「地球環境への取り組み」の高さが挙げられる。
 - 日本の中堅企業の過去1年間に実施した項目は、「福利厚生の実施の充実、省エネ対策、インターンシップ/実習/実務経験の機会を提供」など。世界39カ国平均では、「福利厚生の実施の充実、インターンシップ/実習/実務経験の機会を提供、雇用差別の禁止と機会均等、慈善活動等への寄付、フレックスタイムの導入」が、高い割合を示した。
 - 新興国の中堅企業は、CSR活動への取り組み、およびその報告に積極的である一方、日本を含む先進国は消極的な姿勢が見られた。

日本の中堅企業のCSR—推進要因と実施内容

日本の中堅企業経営者に、「貴社の属する業界において、CSR活動の推進要因は何だとお考えですか?」と尋ねたところ、「原価管理」が50%から70%、「人材採用/従業員の継続雇用」が54%から70%、「社会的認知度/ブランド構築」が43%から59%、「地球環境への取り組み」が44%から58%と、前回調査時(2008年)より最大20ポイント増加しており、日本でもCSR活動の認知度が高まっている事が窺える。

また、「過去1年間に実施した項目」(複数回答)について尋ねたところ、「福利厚生の実施の充実」(68%)、「省エネ対策」(58%)、「インターンシップ/実習/実務経験の機会を提供」(48%)、「廃棄物発生削減」(45%)、「地域活動への参加」(33%)などが実施されたが、いずれも世界39カ国平均より低く、「過去1年間に実施した項目」の総合点でも、世界39カ国中37位の結果となった。

CSR活動報告書を作成していると回答したのは、7%。さらに「非財務情報(CSRやサステナビリティ)を財務報告に統合すべきか否か?」について、日本の中堅企業経営者の12%は賛同しているのに対し、28%が不同意であり、残りの60%は賛否不明と回答した。

日本のCSR活動の最大の推進要因 — 項目別 (%)

	原価管理	人材採用/従業員の継続雇用	社会的認知度/ブランド構築	地球環境への取り組み	優遇税制	行政の指導	IR(投資家向け広報活動)
2011年	70	70	59	58	34	30	11
2008年	50	54	43	44	20	45	9
対前回調査変化幅	20	16	16	14	14	-15	2

Source: Grant Thornton IBR2011 「貴社の属する業界において、CSR活動の推進要因は何だとお考えですか?」の問いに対して、以下の各項目を5段階評価し、影響度を%表示。「原価管理」「社会的認知度/ブランド構築」「IR(投資家向け広報活動)」「地球環境への取り組み」「人材採用/従業員の継続雇用」「優遇税制」「行政の指導」

過去1年間に実施した項目(複数回答) - 日本と世界39カ国平均(前回34カ国)比較 (%)

	福利厚生の実施の充実	省エネ対策	インターンシップ/実習/実務経験の機会を提供	廃棄物発生削減	地域活動への参加	雇用差別の禁止と機会均等	慈善活動等への寄付	フレックスタイムの導入	環境負担低減や社会的影響を考慮した製品・サービスの改革	二酸化炭素の排出計画	他社の業績改善支援(技術指導など)	地場取引や、フェアトレード、オーガニック製品/サービスを積極的に採用した	
2011	日本	68	58	48	45	33	26	25	18	17	12	7	5
	世界39カ国平均	73	60	64	58	55	64	64	64	38	19	31	28
2008	日本	53	44	40	43	38	28	27	29	26	-	7	10
	世界34カ国平均	71	57	67	59	55	64	65	62	41	-	35	32

Source: Grant Thornton IBR2011 「以下の項目のうち、貴社が過去1年間に実施した項目に○印をつけてください。」(複数回答)に対する回答:「インターンシップ/実習/実務経験の機会を提供」「フレックスタイムの導入」「福利厚生の実施の充実」「雇用差別の禁止と機会均等」「省エネ対策」「廃棄物発生削減」「地域活動への参加」「慈善活動等への寄付」「環境負担低減や社会的影響を考慮した製品・サービスの改革」「他社の業績改善支援(技術指導など)」「地場取引や、フェアトレード、オーガニック製品/サービスを積極的に採用した」「二酸化炭素の排出計画」

世界 39 カ国での調査結果

CSR の推進要因は何か？

世界 39 カ国の中堅企業経営者に、「貴社の属する業界において、CSR 活動の推進要因は何だとお考えですか？」と尋ねたところ、「地球環境への取り組み」は 36%で、前回調査時(2008 年)の 40%より 4 ポイント低下した。

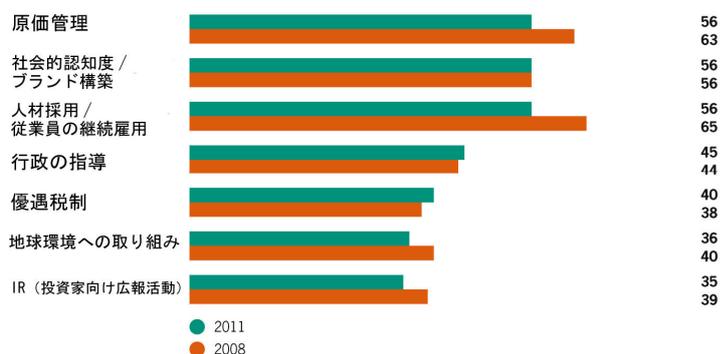
前回調査(2008 年)と比較して「原価管理」(56%)は 7 ポイント、「人材採用/従業員の継続雇用」(56%)は 9 ポイント低下したが、「社会的認知度/ブランド構築」(56%)は、前回と同じ数値であった。

リーマンショックを経て CSR に対する推進度がやや下がったことが窺えるものの、世界 39 カ国の半数以上の企業は、引き続き原価管理と同様に、どのようにしてブランドを確立し、どのようにして優秀な従業員を採用し引き留めるか、という視点で CSR を推進していることが窺える。

CSR 活動の最大の推進要因として「原価管理」を挙げた主な国は、フィリピン(92%)、グルジア(90%)、インド(79%)、マレーシア(79%)、中国(77%)、タイ(77%)など 18 カ国。「社会的認知度/ブランド構築」は、ヴェトナム(93%)、メキシコ(88%)、アルゼンチン(88%)、チリ(86%)、ブラジル(80%)など 11 カ国。「人材採用/従業員の継続雇用」は、トルコ(79%)、ベルギー(78%)、台湾(74%)、日本(70%)、カナダ(68%)など 10 カ国であった。また、「優遇税制」を挙げた国は、ドイツ(59%)、イタリア(58%)の 2 カ国であった。

CSR 活動の推進要因(世界 39 カ国平均) - 2011 年 2008 年比較

貴社の属する業界において、CSR 活動の推進要因は何だとお考えですか？



Source: Grant Thornton IBR 2011

世界 39 カ国の CSR 活動の最大の推進要因 - 国別 (%)

原価管理	社会的認知度/ブランド構築	人材採用/従業員の継続雇用	優遇税制
フィリピン 92	ヴェトナム 93	トルコ 79	ドイツ 59
グアアアジア 90	メキシコ 88	ベルギー 78	イタリア 58
インド 79	アルゼンチン 88	台湾 74	
マレーシア 79	チリ 86	日本 70 ※	
中国 77	ブラジル 80	カナダ 68 ※	
タイ 77	アルメニア 76	スイス 64	
ギリシャ 76	スペイン 71	ロシア 63	
シンガポール 76	ポツワナ 69	ニュージーランド 62	
日本 70 ※	フィンランド 63	オーストラリア 52	
カナダ 68 ※	スウェーデン 62	デンマーク 44	
香港 66	米国 54		
ポーランド 66			
アラブ首長国連邦 65			
南アフリカ 62			
アイルランド 58			
フランス 56			
オランダ 56			
英国 49			
世界 39 カ国平均 56	世界 39 カ国平均 56	世界 39 カ国平均 56	世界 39 カ国平均 45

Source: Grant Thornton IBR2011

「貴社の属する業界において、CSR活動の推進要因は何だとお考えですか？」の問いに対して、以下の各項目を5段階評価し、影響度を%表示。「原価管理」「社会的認知度/ブランド構築」「IR(投資家向け広報活動)」「地球環境への取り組み」「人材採用/従業員の継続雇用」「優遇税制」「行政の指導」

※日本とカナダは、「原価管理」と「人材採用/従業員の継続雇用」が同一%で最大の要因。

過去1年間において実施した項目は何か？

CSRの推進要因に続いて、「過去1年間に実施した項目」（複数回答）について、尋ねたところ、世界39カ国の企業では「福利厚生の実施」73%、「慈善活動等への寄付」、「インターンシップ/実習/実務経験の機会を提供」、「フレックスタイムの導入」「雇用差別の禁止と機会均等」がいずれも64%の結果となった。

過去1年間に実施した項目（複数回答）－国別第1位集計(%)

福利厚生の実施	慈善活動等への寄付	インターンシップ/実習/実務経験の機会を提供	フレックスタイムの導入	雇用差別の禁止と機会均等	廃棄物発生削減	省エネ対策
スウェーデン 94	南アフリカ 93	フィンランド 95	オーストラリア 81	タイ 91	アイルランド 86※	アイルランド 86※
フィリピン 94	ニュージーランド 92	ドイツ 90	スイス 80	チリ 89 ※	英国 86	
チリ 89 ※	ボツワナ 90	オランダ 84	グルジア 76	メキシコ 89		
アルゼンチン 88	米国 88	イタリア 75	ヴェトナム 76	マレーシア 85		
台湾 87	カナダ 88	フランス 71	インド 62	シンガポール 81		
中国 84	ポーランド 76	ロシア 66				
スペイン 82	香港 69	アラブ首長国連邦 60				
ベルギー 80	ギリシャ 67					
デンマーク 79	アルメニア 65					
ブラジル 78						
日本 68						
トルコ 47						
世界 39 カ国 平均 73	世界 39 カ国 平均 64	世界 39 カ国 平均 64	世界 39 カ国 平均 64	世界 39 カ国 平均 64	世界 39 カ国 平均 58	世界 39 カ国 平均 60

Source: Grant Thornton IBR2011

「以下の項目のうち、貴社が過去1年間に実施した項目に○印をつけてください。」(複数回答)に対する回答:「インターンシップ/実習/実務経験の機会を提供」「フレックスタイムの導入」「福利厚生の実施」「雇用差別の禁止と機会均等」「省エネ対策」「廃棄物発生削減」「地域活動への参加」「慈善活動等への寄付」「環境負担低減や社会的影響を考慮した製品・サービスの改革」「他社の業績改善支援(技術指導など)」「地場取引や、フェアトレード、オーガニック製品/サービスを積極的に採用した」「二酸化炭素の排出計画」

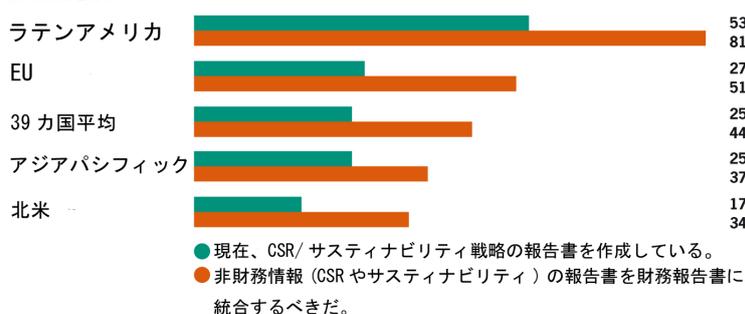
※チリ、アイルランドは、2つの項目が同一%で第1位。

CSR/サステナビリティ戦略の報告書

続いて、「貴社はCSR/サステナビリティ戦略の報告書を作成していますか？」と尋ねたところ、世界39カ国の中堅企業の1/4が、CSR活動報告書を作成していると回答したが、地域間で取り組みに違いがみられた。ラテンアメリカ諸国の中堅企業の53%がCSR活動報告書を作成しているのに対し、北米の中堅企業でCSR活動報告書を作成しているのは17%であった。

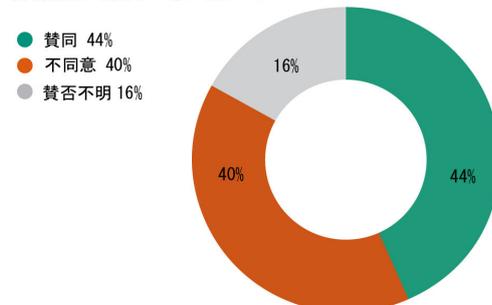
さらに「非財務情報(CSRやサステナビリティ)を財務報告に統合すべきか否か？」について、世界39カ国の中堅企業の44%は賛同しているのに対し、40%が不同意であり、残りの16%は賛否不明と回答した。

「貴社はCSR/サステナビリティ戦略の報告書を作成していますか？」 「非財務情報(CSRやサステナビリティ)を財務報告に統合すべきか否か？」 地域別比較 (%)



Source: Grant Thornton IBR 2011

「非財務情報(CSRやサステナビリティ)を財務報告に統合すべきか否か？」



Source: Grant Thornton IBR 2011

中堅企業経営者の「CSR」に対する意識調査結果を受けて（コメント）

～活動内容に対する日本の中堅企業の意識変化、東日本大震災を経た意識変化の可能性、CSR活動に積極的な新興国と消極的な先進国、積極的な活動アピールの必要性～

太陽 ASG グループ
広報担当パートナー 田中 秀治

2008 年度、初めて CSR について調査を実施して以降、リーマンショック等を経て、グローバル経済は激変したが、各国の中堅企業は、これまで以上に、様々な施策を行っている。2008 年度からの変化としては、以下のようなことが挙げられる。

日本では、従来、企業の CSR 活動と言えば、自然環境保護、文化やスポーツへの支援など、本業とは異なる分野において行うものと考えられていた。しかし、最近では、その企業本来の事業活動の質をより向上させることも、立派な CSR 活動だと考えるように変化してきている。また、2011 年 3 月 11 日に起きた東日本大震災を境に、「企業の社会的な存在意義」が注目されるようになり、株主、従業員、得意先など様々なステークスホルダーやその先にある社会に貢献する事が大切であることが再認識されつつあるのではないだろうか。

今回の調査でも、CSR の推進要因として「原価管理」(70%)、「人材採用/従業員の継続雇用」(70%)、「社会的認知度/ブランド構築」(59%)、「地球環境への取り組み」(58%)が上位であった。無駄な資源の浪費を抑え、効率を高め収益を上げられるようにすること、そして存続することこそが、低迷が続く国内の景気活性、国力の回復に繋がること。また、CSR 活動を社会的認知度向上と、ブランド確立の機会と捉え、従業員のモチベーション維持や雇用の拡大に役立つと考えられていることも窺える。また、世界 39 カ国平均では、減少傾向である「地球環境への取り組み」も、CO2 対策など日本では CSR 活動の主な推進要因であることも注目される。

一方、世界 39 カ国の調査結果については、次のような点が注目される。まず、先進国の中堅企業と、高い経済成長の中、躍進する新興国の中堅企業で、CSR に対する取り組みの違いが浮き彫りになった。例えば、CSR の推進要因に「地球環境への取り組み」と回答したのは、BRICs の 60%、ASEAN の 59%であったが、EU は 30%、G7 は 27%と、両者の間に約 2 倍の差があった。また、CSR 活動報告書の作成も、ラテンアメリカで 53%、BRICs で 41%、日本を除くアジア太平洋地域は 36%であったが、G7 は 17%と、新興国の方がより積極的に CSR に取り組んでいる様子が窺える。

これらの結果から、新興国の中堅企業の方が、より広範囲な CSR 活動を行う事が、従業員、得意先や消費者などのステークスホルダーに対するアピールになる、と強く認識している事が窺える。

世界 39 カ国の調査結果と照らし合わせて考えると、今後は日本の中堅企業もさらに CSR の視点から企業価値向上に取り組み、その活動/成果を積極的にアピールすることが、国内市場のみならず、海外市場でも競争力を維持するポイントになるのではないだろうか。

中堅企業経営者の意識調査—概要

- 実施期間： 日本:2010年10月25日～12月2日、インターナショナル：10月上旬～11月下旬
日本:2011年1月5日～1月27日、インターナショナル：1月上旬～1月下旬
- 参加国数： 39カ国
(アジア太平洋地域) 日本、中国、香港、台湾、シンガポール、タイ、ヴェトナム、フィリピン、インド、マレーシア、オーストラリア、ニュージーランド
(EU) ベルギー、デンマーク、フィンランド、フランス、ドイツ、ギリシャ、アイルランド、イタリア、オランダ、ポーランド、スペイン、スウェーデン、英国
(北中南米) 米国、カナダ、アルゼンチン、ブラジル、チリ、メキシコ
(その他) スイス、トルコ、ロシア、グルジア、アルメニア、アラブ首長国連邦、ボツワナ、南アフリカ
- 調査対象： 7,767名の世界の的中堅企業ビジネスリーダー、または経営トップ
- 調査実施会社： 日本では株式会社日経リサーチが日本国内における調査を実施。39カ国同時調査の一貫性保持のため、国際的な調査会社である Experian Business Strategies Limited が取りまとめを行った。
- 調査方法： 日経リサーチ社所有の事業所データベースから、従業員数100～750人の全国の中堅・中小企業をランダムに抽出し、郵送によるアンケート調査を実施。296社の回答を得た。

グラント・ソントン インターナショナルでは「中堅企業経営者の意識調査」の回答1件につき、5米ドルをユニセフ(unicef)に寄付している。2011年度調査の寄付金は57,000米ドルを上回る予定。

太陽 ASG グループ (グラント・ソントン加盟事務所)

- 所在地： 東京都港区北青山1-2-3 青山ビル9F
- 代表： 本田親彦(公認会計士)
- グループ会社： 太陽 ASG 有限責任監査法人、グラントソントン太陽 ASG 税理士法人、グラントソントン太陽 ASG 株式会社、株式会社太陽 ASG アドバイザリーサービス
- URL： www.gtjapan.com

太陽 ASG グループは、世界100カ国、500カ所以上の拠点をネットする国際会計事務所「グラント・ソントン」の加盟事務所です。国際水準の監査の他、オーナー系企業・中堅企業への各種業務・コンサルティングサービスの提供についてはトップクラスの実績を誇ります。

<太陽 ASG グループが提供する事業領域>

監査・保証業務、IPO、内部統制、公益法人・財団法人、アドバイザリーサービス、税務戦略・税務サービス、国際税務、企業評価・事業評価、M&A・コーポレートファイナンス、ファミリービジネス・事業承継、外資系企業サービス、財務業務管理システム

グラント・ソントン

グラント・ソントンは、グローバルな大手会計事務所グループです。オーナー企業および独立系企業を中心に監査、税務、その他会計コンサルティングサービスを提供しています。世界100カ国以上、500カ所以上の拠点、2,600名のパートナー、30,000人の従業員を擁します。各グラント・ソントンの拠点は、全世界で共通の高品質なサービスの提供にコミットしており、クライアントの全世界あらゆる場所におけるビジネスの展開をサポートします。

日本では太陽 ASG グループ(太陽 ASG 有限責任監査法人、グラントソントン太陽 ASG 税理士法人、グラントソントン太陽 ASG 株式会社、株式会社太陽 ASG アドバイザリーサービス)が、グラント・ソントンの日本メンバーとして世界水準を導入した会計コンサルティングサービスを提供しています。

本件に対する問い合わせ先

- 太陽 ASG グループ マーケティング・コミュニケーション 担当 藤澤
- TEL：03-5770-8916(直通) FAX：03-5770-8830 email：t-asgMC@gtjapan.com