

「長崎県内企業の社会貢献活動にかかる実態調査」
報 告 書

平成24年3月

長崎県社会福祉協議会

目次

I. 調査の概要 p.3

1. 調査目的
2. 調査内容
3. 調査対象
4. 調査期間
5. 調査方法
6. 回収結果

II. 調査結果の概要 p.4

1. 長崎県内企業における社会貢献活動の現状について
2. 長崎県内企業の県民活動団体との連携について
3. 長崎県内企業の社会貢献活動の活性化について

III. 調査結果の詳細 p.6

1. 長崎県内企業における社会貢献活動の有無
2. 長崎県内企業による社会貢献活動の概要
3. 長崎県内企業と県民活動団体等との連携
4. 長崎県内企業の社会貢献活動の活性化

I. 調査の概要

1. 調査目的

本調査の目的は、長崎県における企業と県民活動団体（注）との連携を促す仕組みをつくるための基礎資料として、長崎県内に事業所を置く企業の社会貢献活動の有無や課題、県民活動団体との連携の有無や課題等を把握することにある。

注) 市民活動団体を「〇〇市に居住する住民が活動する団体」、町民が活動する団体を「町民活動団体」と誤解する調査対象者が少なからず存在するため、本調査においては、市民活動団体を「県民活動団体」と表記した。

2. 調査内容

- (1) 社会貢献活動の有無について
- (2) 社会貢献活動の概要について
- (3) 県民活動団体等との連携について

3. 調査対象

長崎県内の 2,951 事業所

(NTT タウンページに掲載(平成 23 年 12 月現在)されている長崎県内の事業所から、事業所数構成比(平成 21 年経済センサス基礎調査)に応じて市町別に無作為抽出)

4. 調査期間

平成 24 年 1 月 12 日(木)～1 月 27 日(金) 必着

5. 調査方法

郵送調査法(web 上での回答も可能)

6. 回収結果

有効回答率：19.6% (有効回収数 577 / 調査対象事業所数 2,951)

Ⅱ. 調査結果の概要

1. 長崎県内企業における社会貢献活動の現状について

- (1) 約 6 割の事業所が、過去、現在、将来のいずれかにおいて、社会貢献活動に関わっている。過去に社会貢献活動に取り組み、現在は取り組んでいない事業所も、活動が途絶えた理由に本業の不振をあげており、社会貢献活動に無関心なわけではない。
- (2) 約 3 割の事業所が、「環境」、「まちづくり」、「保健・医療・福祉」、「子ども」、「学術・文化・芸術・スポーツ」の分野において社会貢献活動に取り組んでおり、これらの分野が、企業にとって関わりやすい分野であるといえる。
- (3) 社会貢献活動に取り組む動機について、約 6 割の事業所が、「地域の事業所として当然だから」と考えている。
- (4) 平成 22～23 年度にかけて社会貢献活動に取り組んでいる事業所の約 3 割が、「専門的な知識、情報、技術等を提供」していたり、「従業員による勤務時間外のボランティア活動を奨励・支援」したりしており、本業を損なわない形で社会貢献活動に取り組んでいることがわかる。そして、この社会貢献活動が継続するためには、「従業員の意識改革」、さらなる「地域の理解」が必要だと考えている。
- (5) 過去に社会貢献活動に取り組んできたにもかかわらず現在は取り組んでいない、もしくは今後も取り組む意向のない事業所が、再度もしくは新しく社会貢献活動に取り組むためには、本業の業績改善が必須であると考えている。

2. 長崎県内企業の県民活動団体との連携について

- (1) 平成 22～23 年度に社会貢献活動に取り組んだ事業所の約 3 割が県民活動団体と連携しているが、行政との連携に比べると割合が低い。
- (2) 県民活動団体と連携する事業所が連携相手を選定する理由は、人的なつながりや活動実績である。
- (3) 県民活動団体と連携しない理由、県民活動団体への要望、行政への要望等から、事業所と県民活動団体との連携を進めるために最もネックとなっているのは、県民活

動団体の情報が事業所の目に触れる機会が無いことであり、県民活動団体の情報発信のあり方を見直す必要があるものと思われる。

3. 長崎県内企業の社会貢献活動の活性化について

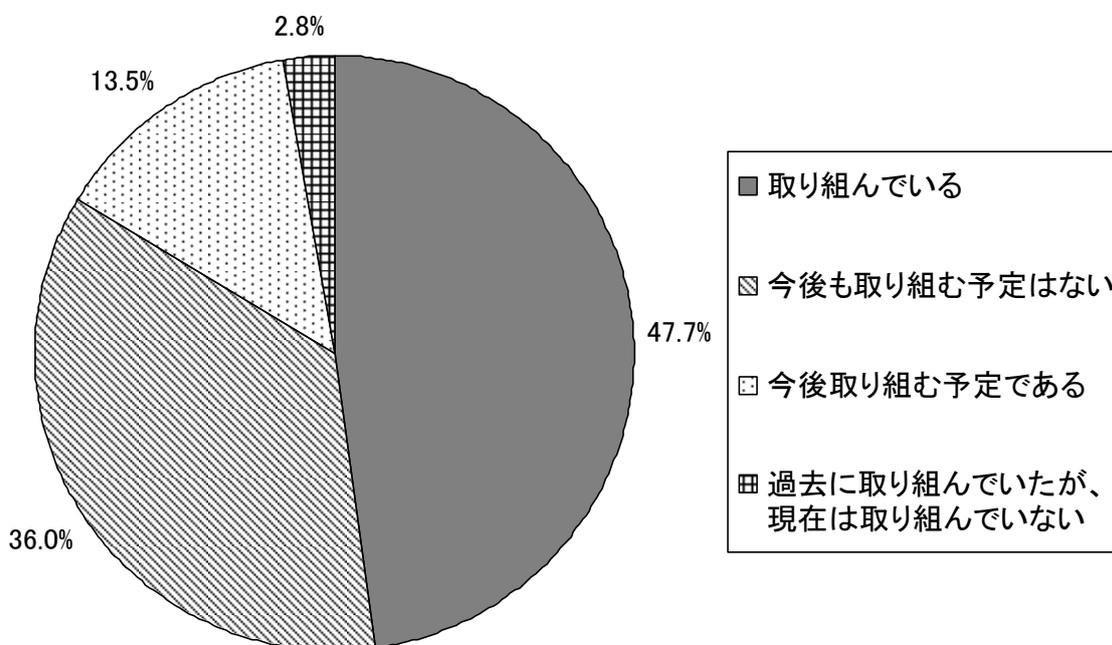
本業以外に社会貢献すべきなのか、県外の本社で CSR は統括している等の記述も一部見られたが、本業の業績が改善すれば社会貢献活動に取り組むことができる、小さなことから取り組んでみるのが重要、連携を広げる場が欲しい等、積極的な意見が目立った。

Ⅲ. 調査結果の詳細

調査結果の詳細は以下の通りである。なお、各項目名後の（ ）内、

- ・「問〇」は、調査票の設問番号を、
- ・「SA」は単一選択、「MA」は複数選択、「FA」は自由記入を求めた設問であることを、
- ・「n=〇〇」は、当該設問への有効回答数を示している。

1. 平成 22～23 年度における社会貢献活動の有無（問 1・SA・n=577）

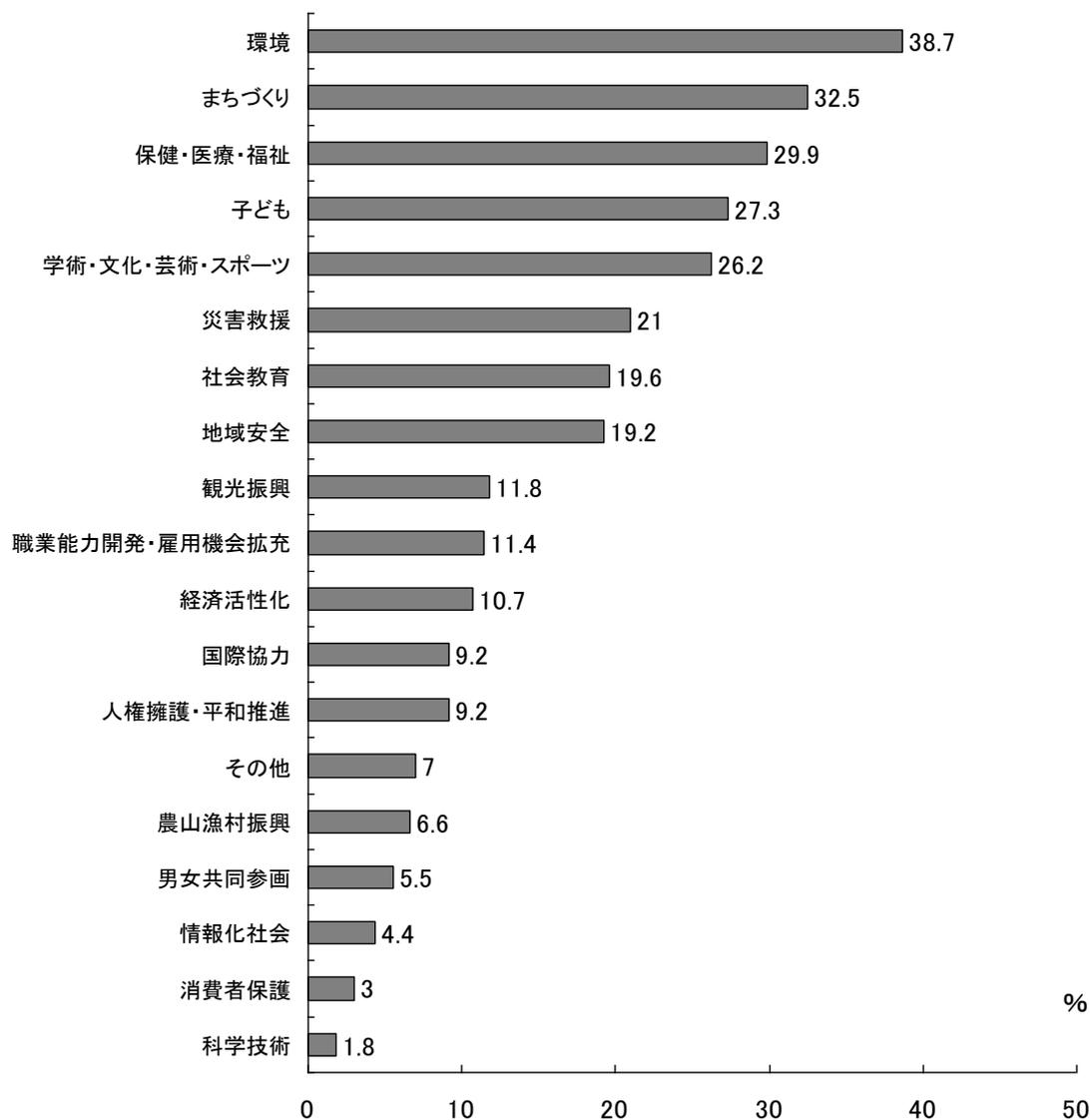


平成 22～23 年度における社会貢献活動の有無については、「取り組んでいる」が 47.7%、次いで「今後も取り組む予定はない」が 36.0%となった。「今後も取り組む予定はない」を除くと、過去、現在、将来のいずれかにおいて社会貢献活動に関心のある、もしくは取り組んでいる事業所が 6 割を超えている。

2. 長崎県内企業における社会貢献活動の概要

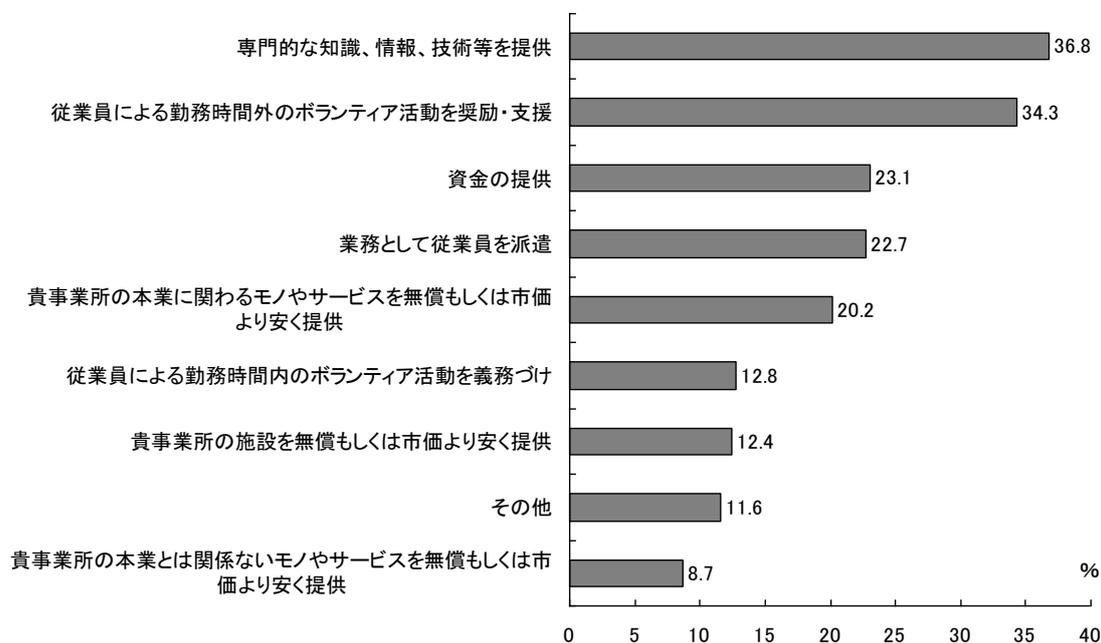
(1) 平成 22～23 年度に社会貢献活動に取り組んだ事業所

① 社会貢献活動の分野 (問 2-1・MA・n=271)



平成 22～23 年度に社会貢献活動に取り組んだ事業所の社会貢献活動分野については、「環境」が 38.7%、「まちづくり」が 32.5%、「保健・医療・福祉」が 29.9%、「子ども」が 27.3%、「学術・文化・芸術・スポーツ」が 26.2%と高い割合を占めている。

② 社会貢献活動に活用する経営資源（問 2-5・MA・n=242）



社会貢献活動に活用する事業所の経営資源については、「専門的な知識、情報、技術等を提供」が 36.8%、「従業員による勤務時間外のボランティア活動を奨励・支援」が 34.3%となった。

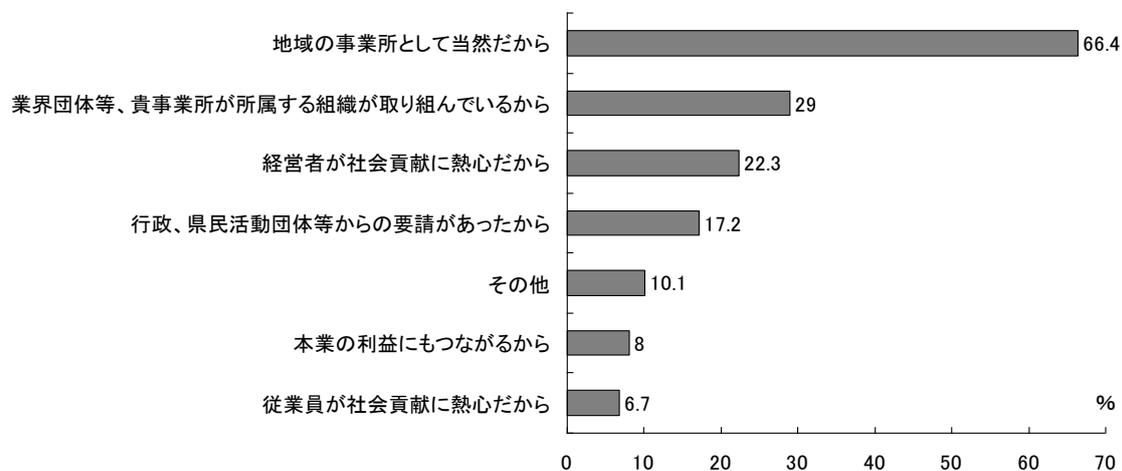
具体的には、

「当社の社員および機材を用いて、道路清掃ボランティアおよび道路アダプト活動を 2 路線において各 4 回/年、計 8 回/年おこなっている。また、各現場においても、施行区域周辺の実情や要望に応じ、清掃ボランティア・壊れた構造物の修繕などを行っている」、

「デンタルフェスティバルや健康と福祉フェスティバル等において無料の歯科相談を行っている」

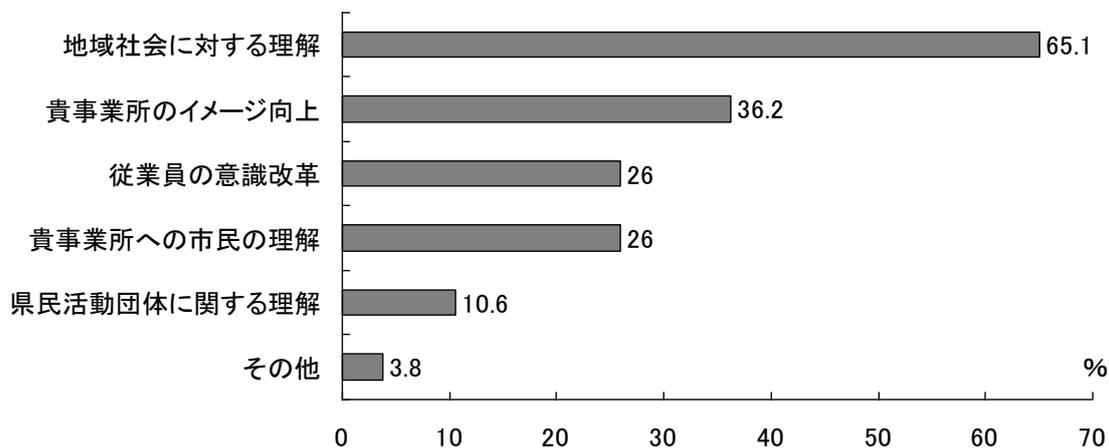
等、専門的な知識、情報、技術等を提供する等、本業に関係のある社会貢献活動に取り組む事業所が目立った。

③ 社会貢献活動の動機（問 2-7・MA・n=238）



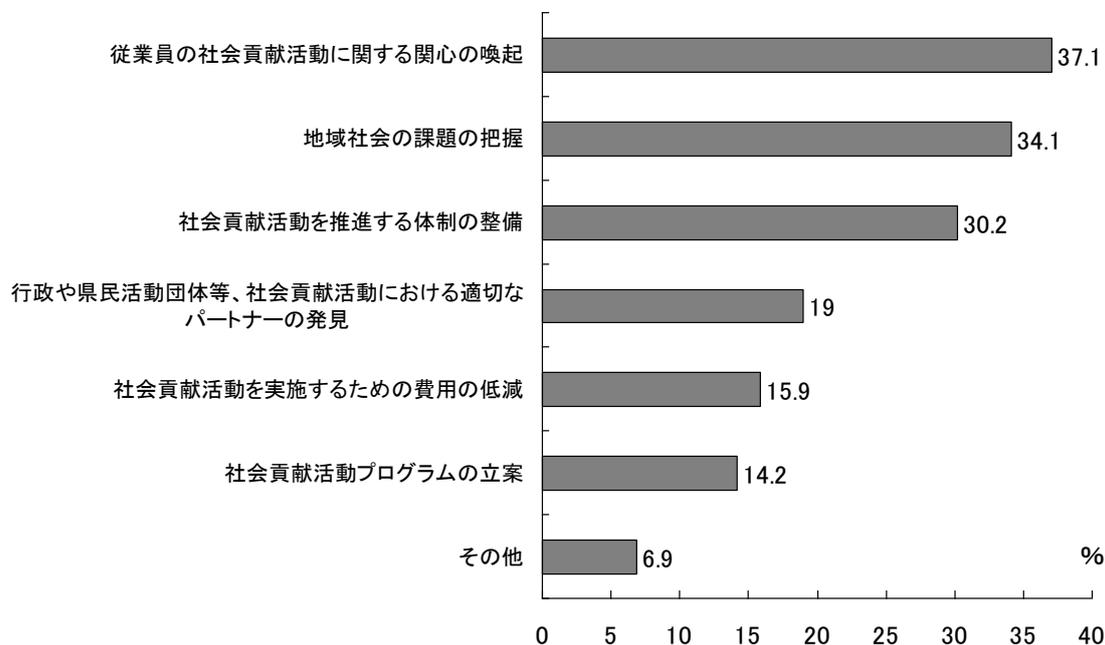
社会貢献活動の動機については、「地域の事業所として当然だから」が 66.4%を占め、「本業の利益にもつながるから」は 8.0%に過ぎなかった。

④ 社会貢献活動の成果（問 2-8・MA・n=235）



社会貢献活動の成果については、「地域社会に対する理解」が 65.1%、「貴事業所のイメージ向上」が 36.2%を占めた。

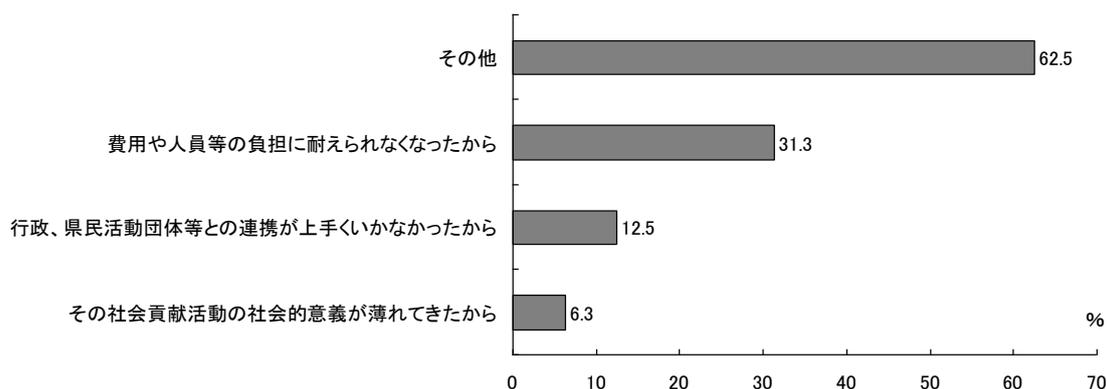
⑤ 社会貢献活動を継続するための課題（問 2-9・MA≤2・n=232）



社会貢献活動を継続するための課題については、「従業員の社会貢献活動に関する関心の喚起」が 37.1%、「地域社会の課題の把握」が 34.1%を占めた。

(2) 過去に社会貢献活動に取り組んでいたが現在は取り組んでいない事業所

○ 現在は社会貢献活動に取り組んでいない理由（問 3・MA≤2・n=16）



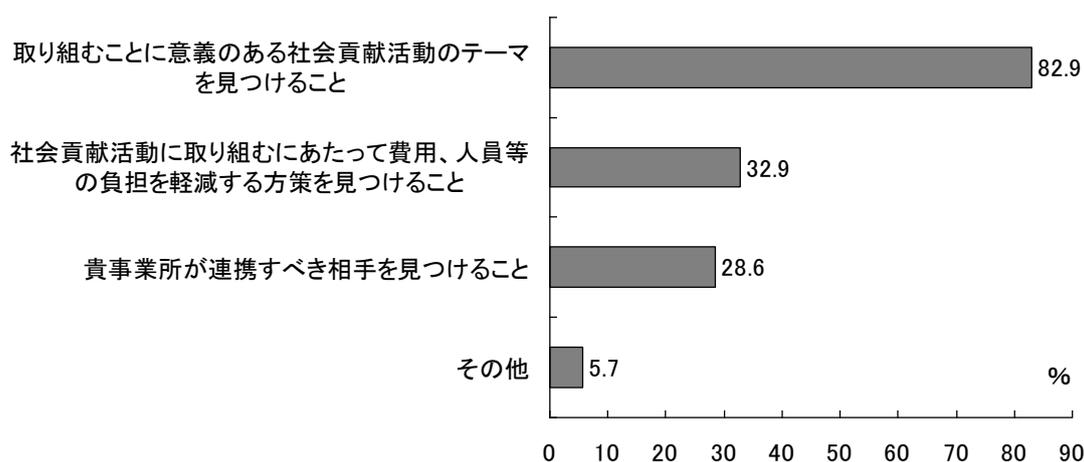
過去に社会貢献活動に取り組んでいた事業所が、現在はそれに取り組んでいない理由については、「その他」が 62.5%、「費用や人員等の負担に耐えられなくなったから」が 31.3%を占めた。

「その他」には、「長崎営業所の人員減、総務部門がないことから企画運営が難しくなった」、「事業そのものがうまくいけなくなり、ボランティアどころではなくなった」、等、本

業の不振が理由として列挙されており、「費用や人員等の負担に耐えられなくなったから」と合わせて、本業の業績が社会貢献活動への取り組みを左右していることがわかる。

(3) 今後社会貢献活動に取り組む予定のある事業所

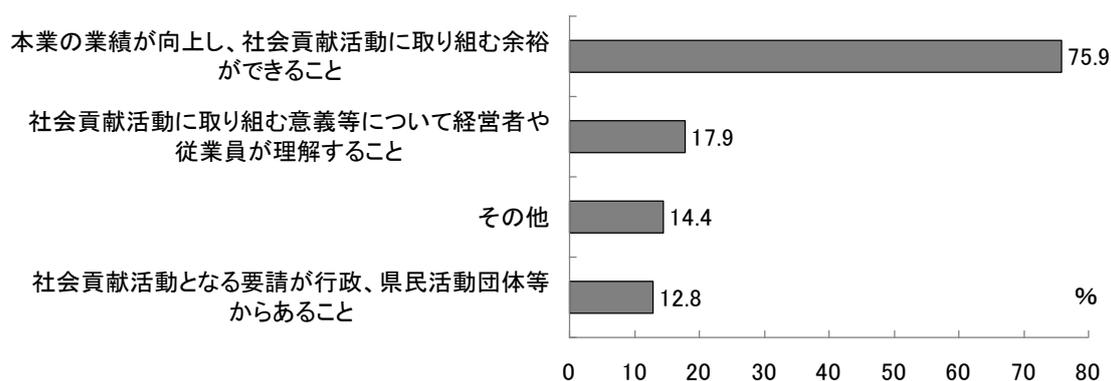
○ 社会貢献活動に取り組む際の課題 (問4・MA \leq 2・n=70)



今後社会貢献活動に取り組む予定のある事業所の課題について、「取り組むことに意義のある社会貢献活動のテーマを見つけること」が82.9%という高い割合を占めた。

(4) 今後も社会貢献活動に取り組む予定がない事業所

○ 社会貢献活動に取り組むための条件 (問5・MA \leq 2・n=195)

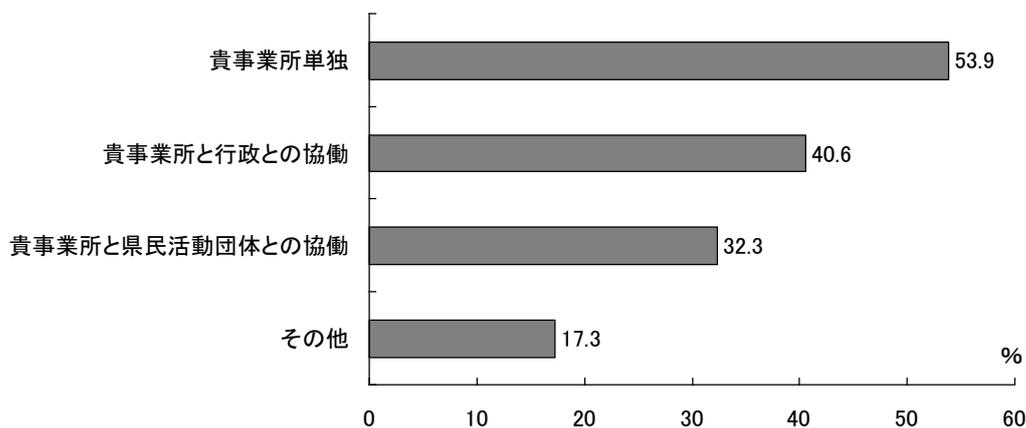


今後も社会貢献活動に取り組む予定がない事業所が、一転して社会貢献活動に取り組むための条件について、「本業の業績が向上し、社会貢献活動に取り組む余裕ができること」が75.9%を占めた。

3. 長崎県内企業と県民活動団体等との連携について

(1) 県民活動団体との連携の現状

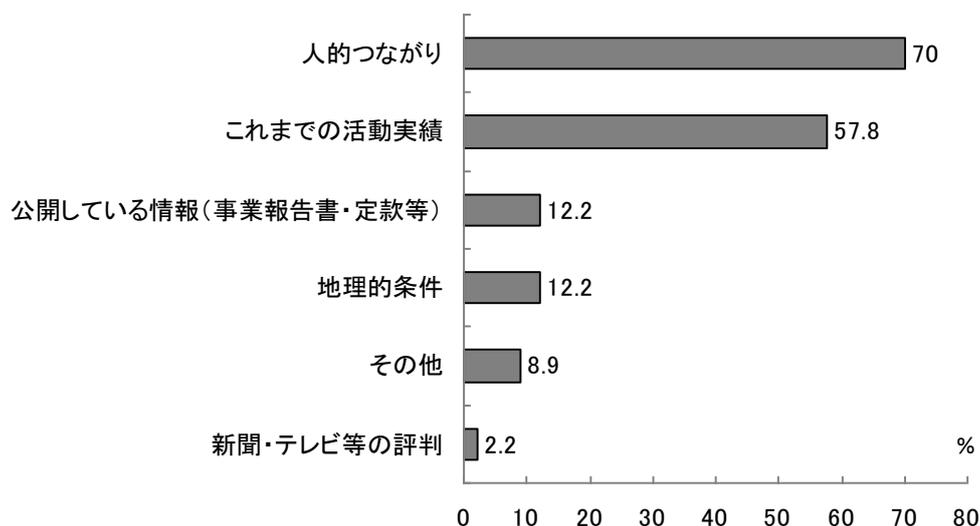
① 県民活動団体との連携等、社会貢献活動の体制（問 2-2・MA・n=254）



社会貢献活動の体制については、「貴事業所単独」が 53.9%、「貴事業所と行政との協働」が 40.6%、「貴事業所と県民活動団体との協働」が 32.3%の順となった。

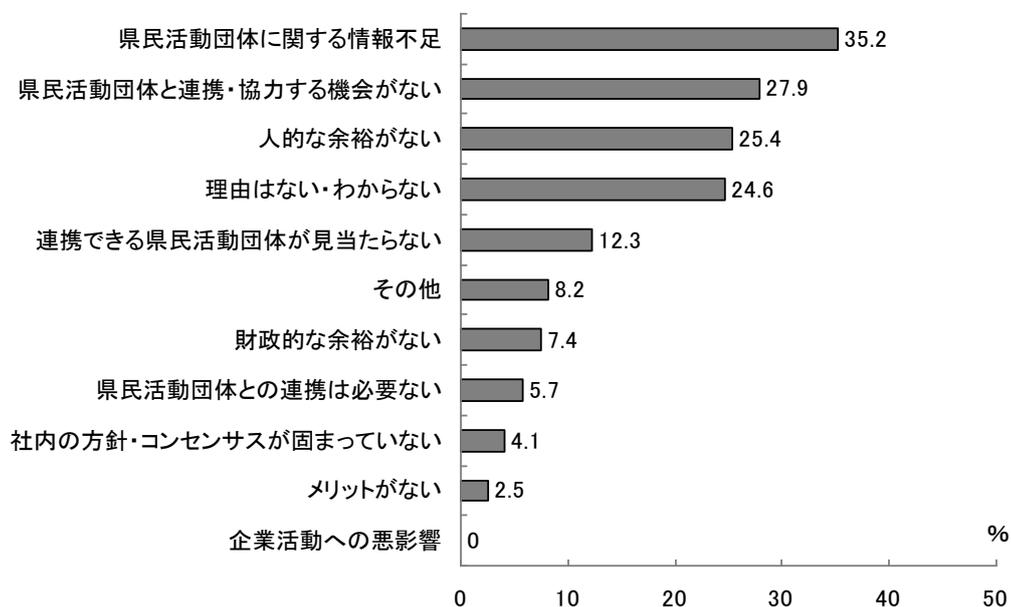
「その他」には、「他地域の団体との協働」、「業界団体との協働」等が見られた。

② 連携する県民活動団体を選定する理由（問 2-4・MA≤3・n=90）



連携する県民活動団体を選定する理由として、「人的つながり」が 70.0%、「これまでの活動実績」が 57.8%となった。

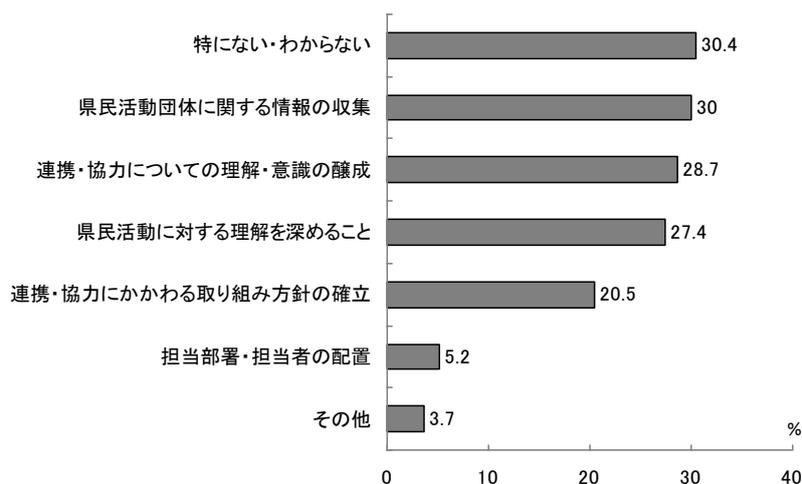
③ 県民活動団体と連携しない理由（問 2-3・MA≤3・n=122）



県民活動団体と連携しない理由については、「県民活動団体に関する情報不足」が 35.2%、「県民活動団体と連携・協力する機会がない」が 27.9%という割合を占めた。

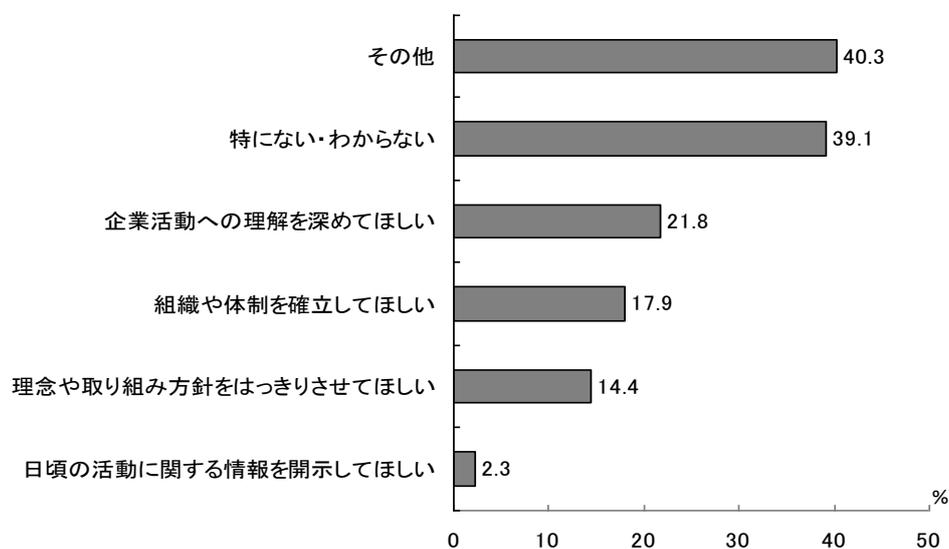
(2) 企業と県民活動団体との連携促進について

① 県民活動団体と連携するために企業が備えるべき条件（問 6-1・MA≤2・n=536）



県民活動団体が企業と連携するために企業が備えておくべき条件、「特になし・わからない」を除くと、「県民活動団体に関する情報の収集」が 30.0%、「連携・協力についての理解・意識の醸成」が 28.7%、「県民活動に対する理解を深めること」が 27.4%を占めた。

② 連携するために企業から県民活動団体への要望（問 6-2・MA≤2・n=514）

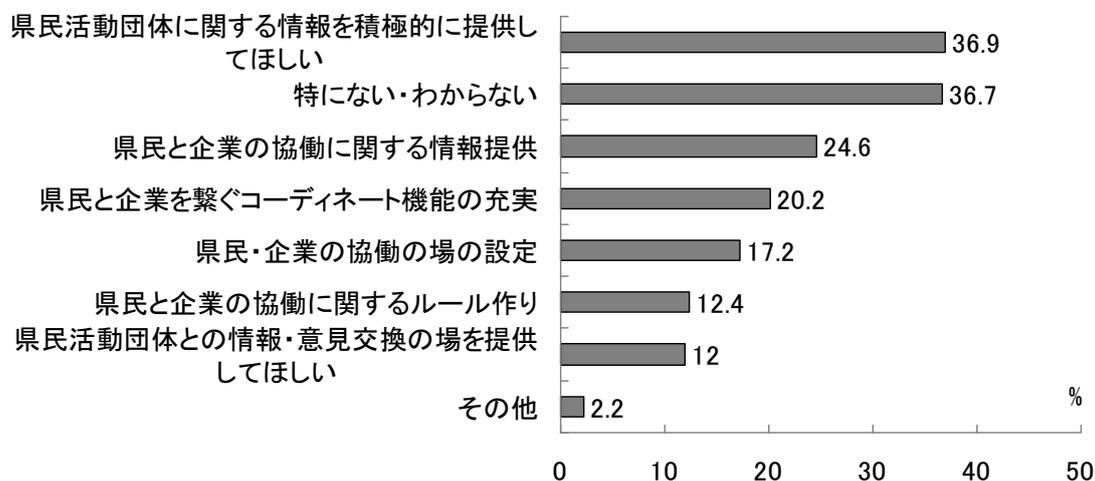


「その他」が 40.3% 「特にない・わからない」が 39.1% という結果となった。
「その他」では、

「色々な団体の情報を一覧できるものが、企業側からすれば存在しない。あったとしても、どこにあるのか全くわからない。企業がボランティアに支援したくても、どこにどうすればいいのか広報がなされていない。社協やボランティアセンターの事をもっともっと広報しないと存在すら誰も知らない」、

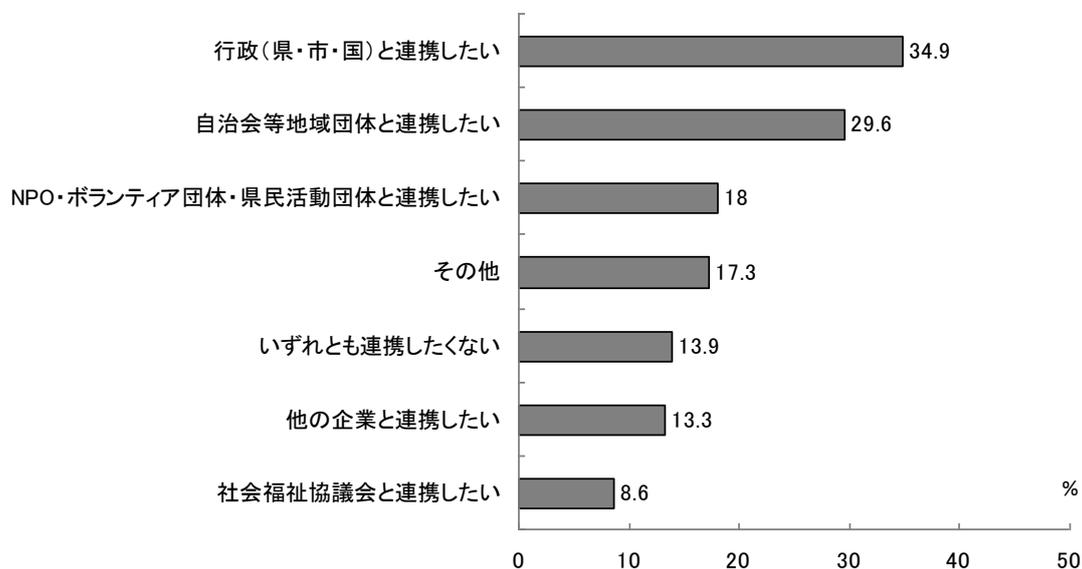
といった記述が多く、企業から県民活動団体への要望以前に、そもそも企業が県民活動団体のことを知らないことに問題があるものと思われる。

③ 企業と県民活動団体との連携を促すために行政に望むこと（問 6-3・MA≤3・n=501）



「県民活動団体に関する情報を積極的に提供してほしい」が 36.9%、「特にない・わからない」が 36.7%を占めた。

④ 県民活動団体も含め、今後連携したい団体（問 6-4・MA≤2・n=467）



「行政（県・市・国）と連携したい」が 34.9%、「自治会等地域団体と連携したい」が 29.6%という高い割合を示し、県民活動団体は 2割に満たなかった。

4. 長崎県内企業の社会貢献活動の活性化

長崎県内の企業における社会貢献活動の活性化等にかかる意見を求めたところ、おおよそ次のような記述が見られた。

(1) 企業による社会貢献活動のあり方について

少数ではあったが、本業において、住民生活の改善、雇用や所得の確保に努めており、すでに社会への貢献は十分に果たしているという考え方が見られた。

(2) 企業による社会貢献活動にかかる意思決定について

少数ではあったが、長崎県内の支店や営業所の社会貢献については、すべて県外の本部が統括しているので、アンケート調査への回答も含めて、自律的な行動が難しいことがわかった。

(3) 長崎県内企業の社会貢献活動の活性化や県民活動団体との連携について

長崎県内企業の社会貢献活動の活性化や県民活動団体との連携については、以下の様な意見があった。

- ・本業の業績が改善すれば、社会貢献活動に取り組むことができる。
- ・地域のニーズを企業に示して欲しい。
- ・すぐに出来ることから取り組んでみる。
- ・各種の団体や個人が一堂に会し、情報を交換できるテーブル、web サイト等があれば良い。
- ・ボランティア活動支援センター等から、もっと情報を発信して欲しい。