

「2004年度 社会貢献活動実績調査結果」要約

2006年2月6日

(社)日本経済団体連合会
社会貢献推進委員会・1% (ワパ-セト) クラブ

目次

	[ページ]
はじめに	3
I. 調査概要	4
II. 支出調査結果	
1. 社会貢献活動支出額	5
2. 経常利益額等に占める比率	7
3. 社会貢献活動支出額と経常利益比の推移	8
4. 内訳（分野別支出比率、寄付金額、自主プログラム経費）	9
III. 制度調査結果	
1. 社内体制・制度導入状況	10
2. 専門部署や専任担当者の位置づけ	11
3. 社員のボランティア活動に対する支援	12
IV. 災害被災地支援に関する調査結果	
1. 災害被災地支援関連支出額	13
2. 災害被災地支援への取り組み状況	14
V. CSRと社会貢献活動の関係に関する調査結果	
1. CSRの社会貢献活動への影響	16
2. 社会貢献活動の見直しにあたってのCSRの視点	17
VI. 社会貢献活動のグローバルな推進体制に関する調査結果	18

はじめに

日本経団連では1991年から会員企業と1%クラブ法人会員を対象に、「社会貢献活動実績調査」を行っている。15回目にあたる今回の調査では、例年行っている支出・制度調査と事例調査に加えて、多くの企業が重要なテーマと位置づけている災害被災地支援のあり方、CSR（企業の社会的責任）と社会貢献活動の関係、社会貢献活動のグローバルな推進体制についても調査を実施した。回答企業は454社と過去最高となり、社会貢献活動に関する情報を積極的に公開しようという企業の姿勢が示された。担当者各位の本調査へのご協力に対し深く感謝申しあげる。

今回の調査結果では、社会貢献活動支出額は総額1,508億円（前年度比22.2%増）、1社平均3億5,100万円（同5.1%増）となり、ともに着実な伸びを見せた。回答社数が大幅に増えた中で1社平均支出額が増加した背景には、1%クラブ法人会員をはじめとする主要企業において支出額が拡大したことが挙げられる。たとえば、2年連続回答企業のうち社会貢献活動支出額が増えた企業は、1997年度以降5割を割っていたが、2004年度は6割を超えた。また、1%クラブ法人会員の1社平均支出額は7億7,600万円と、これまでで2番目に多い金額となった。

2004年度は、新潟県中越地震、スマトラ沖大地震、日本各地での水害など国内外で自然災害が多発した年でもある。回答企業の97.2%が被災地支援に取り組んでおり、これも上述の支出額を押しあげる一因になっている。企業にとっては、自然災害に備え、各社がそれぞれの専門性を活かしながら、効果的な支援を展開することが重要になる。企業間のみならず、行政やNPOとも協議を重ね、連携していくことが求められるだろう。

昨年の調査でも見られたように、CSRの枠組みの中で社会貢献活動を再検討するという傾向は強まっている。回答企業の65%が「CSRへの関心の高まりが社会貢献活動に影響を与えている」と回答しており、情報公開の強化をはじめ、基本方針、社会貢献プログラム、寄付先やその選定基準、社員のボランティア活動支援策など活動の見直しを行っている。

今後、各社が社会貢献活動の活動方針や目標設定を事業活動全体の中で位置づけ、内外のステークホルダーとの連携を一段と深化させることにより、さらに大きな社会的成果を生み出すことを期待したい。各社が説明責任を果たしながら、知恵と工夫を凝らして独自性ある活動を着実に展開していく上で、この調査結果が一助となることを願っている。

2006年1月

社会貢献推進委員会

委員長 池田 守男

1%クラブ

会長 池田 弘一

I. 調査概要

1. 調査目的 日本経団連では、企業による社会貢献活動の実態を明らかにし、社会の理解を深めるとともに、今後の各社の活動に資するため、1991年より毎年、社会貢献活動実績調査を実施し、結果を公表している。
- 今回は、例年行っている社会貢献活動実績調査に加え、多くの企業が社会貢献活動を推進する上で課題として認識している3つのテーマについて、各社の取り組み状況や考え方を把握するための特別意識調査を実施した。
2. 調査内容 (1) 2004年度の社会貢献活動実績に関する調査
①社会貢献活動支出額やその経常利益に対する比率、寄付金額などの支出額、
②社会貢献活動を促進するための体制・制度の導入状況、③社会貢献活動事例(別冊)
- (2) 特別意識調査
①災害被災地支援、②CSRと社会貢献活動の関係、③社会貢献活動のグローバルな推進体制(含 途上国等における活動事例-別冊)
3. 調査対象 日本経団連会員企業、1%クラブ法人会員の合計1,390社
4. 担当委員会 社会貢献推進委員会、1%(ワンパーセント)クラブ
5. 調査時期 2005年8月～10月
6. 回答数 454社(回答率:32.7%)

[参考; 前回調査(2004年8月)の回答数388社(調査対象1,371社)、回答率28.3%]

II. 支出調査結果 (2004年度)

1. 社会貢献活動支出額

- (1) 社会貢献活動支出について回答した企業は前年から61社増加し430社となり、2004年度社会貢献活動支出総額は1,508億円となった。1社平均では3億5,100万円と、2003年度に比べ5.1%増加。このうち、1%クラブ法人会員(147社)の平均支出額は、7億7,600万円(対前年度比9.9%増)と全社平均の2倍以上となっており、例年平均1.8倍を上回った。

社会貢献活動支出額

	97年度 (376社)	98年度 (360社)	99年度 (309社)	00年度 (323社)	01年度 (342社)	02年度 (316社)	03年度 (369社)	04年度 (430社)
合計額	1,557億円	1,376億円	1,246億円	1,345億円	1,170億円	1,190億円	1,232億円	1,508億円
1社平均	4億1400万円	3億8200万円	4億300万円	4億1600万円	3億4200万円	3億7600万円	3億3400万円	3億5100万円
対前年度	3.5%増	7.7%減	5.5%増	3.2%増	17.8%減	9.9%増	11.2%減	5.1%増

[うち1%クラブ法人会員]

	97年度 (185社)	98年度 (173社)	99年度 (115社)	00年度 (167社)	01年度 (146社)	02年度 (143社)	03年度 (146社)	04年度 (147社)
合計額	1,294億円	1,119億円	792億円	1,179億円	996億円	925億円	1,030億円	1,141億円
1社平均	6億9900万円	6億4700万円	6億8900万円	7億600万円	6億8200万円	6億4700万円	7億600万円	7億7600万円
対前年度	3.2%増	7.4%減	6.3%増	2.6%増	3.4%減	5.1%減	9.1%増	9.9%増

*社会貢献活動支出額

本調査における社会貢献活動支出額とは、①寄付金総額(税法上免税とされるか否かにかかわらず、社会貢献を目的とした寄付金、現物寄付等)、②社会貢献を目的とした自主プログラムに関する支出額(税法上、広告・宣伝費等で処理されていても、実質は社会貢献活動と企業が認識している支出を含む)の合計。

なお、日本経団連では、政治寄付を社会貢献と位置づけていることから、2003年度、2004年度は、政治寄付を含めたデータとなっている。

- (2) 1社平均支出額が増加した理由の1つとして、災害被災地支援支出額が大幅に伸びたことが挙げられる。1社平均の災害被災地支援支出額は、全体では600%、1%クラブ法人会員では525%の大幅増となっている。
- (3) 災害被災地支援支出額の災害被災地支援を除いた場合、1社平均支出額は全体で対前年比1.2%、1%クラブ法人会員で7.0%増加している。分野で見れば、「教育・社会教育」「地域社会の活動」「文化・芸術」において支出額が伸びている。

	全体		1%クラブ法人会員	
	03年度 (369社)	04年度 (430社)	03年度 (146社)	04年度 (147社)
社会貢献活動支出総額	1,232億円	1,508億円	1,030億円	1,141億円
1社平均	3億3400万円	3億5100万円	7億600万円	7億7600万円
対前年度	11.2%減	5.1%増	9.1%増	9.9%増
災害被災地支援支出総額(注)	7億円	61億円	6億円	36億円
1社平均	200万円	1400万円	400万円	2500万円
対前年度	—	600.0%増	—	525.0%増
災害被災地支援を除いた支出総額	1226億円	1446億円	1025億円	1104億円
1社平均	3億3200万円	3億3600万円	7億200万円	7億5100万円
対前年度	—	1.2%増	—	7.0%増

(注) 災害被災地支援支出額は、「災害被災地支援」と「防災まちづくり支援」の推計額。

四捨五入のため合計に若干の誤差が生ずる場合がある。

2. 経常利益額等に占める比率

社会貢献活動支出額の売上高比率は0.09% (398社) と前年度の0.14%から減少。経常利益比率 (単純平均) は1.75% (回答企業407社) と、前年度に比べ0.21ポイント上昇した。税引前利益比率は1.95% (382社) と前年度から微増した。

なお、1%クラブ法人会員の経常利益比率は2.29% (139社) と、全社平均を0.54ポイント上回っている。

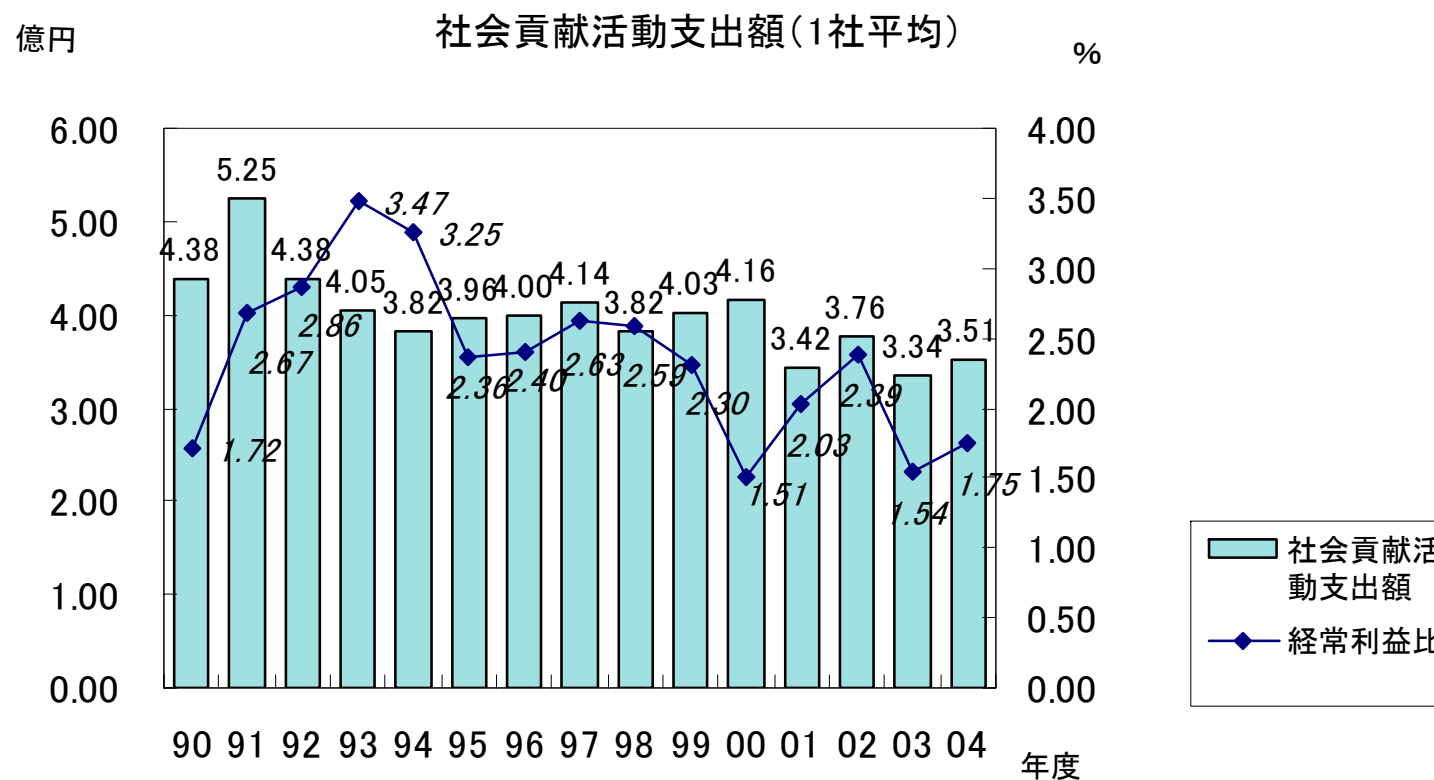
社会貢献活動支出額が売上高、経常利益、税引前利益に占める比率 (単純平均)

	98年度	99年度	00年度	01年度	02年度	03年度	04年度
売上高比	0.10% (342社)	0.10% (283社)	0.10% (303社)	0.19% (322社)	0.13% (302社)	0.14% (347社)	0.09% (398社)
経常利益比	2.59% (295社)	2.30% (279社)	1.51% (308社)	2.03% (275社)	2.39% (267社)	1.54% (332社)	1.75% (407社)
税引前利益比	2.70% (256社)	4.76% (229社)	2.56% (274社)	3.31% (218社)	3.20% (233社)	1.92% (312社)	1.95% (382社)

[うち1%クラブ法人会員]

	98年度	99年度	00年度	01年度	02年度	03年度	04年度
売上高比	0.13% (165社)	0.13% (111社)	0.13% (162社)	0.26% (143社)	0.21% (140社)	0.17% (141社)	0.12% (135社)
経常利益比	3.22% (147社)	2.46% (109社)	1.91% (162社)	2.28% (120社)	2.82% (121社)	2.08% (136社)	2.29% (139社)
税引前利益比	3.15% (122社)	5.39% (93社)	3.25% (142社)	3.28% (98社)	3.63% (103社)	2.19% (129社)	2.11% (128社)

3. 社会貢献活動支出額と経常利益比の推移（1社平均）



4. 社会貢献活動支出額の内訳

(1) 分野別の社会貢献活動支出比率

	支出総額に占める比率 (推計)	
	2003年度 (330社)	2004年度 (395社)
1. 社会福祉	7.8%	5.8%
2. 健康・医学	8.3%	4.8%
3. スポーツ	7.1%	6.7%
4. 学術・研究	13.5%	② 14.0%
5. 教育・社会教育	10.0%	③ 12.6%
6. 文化・芸術	17.4%	① 18.7%
7. 環境	12.9%	④ 11.5%
8. 史跡・伝統文化保存	0.8%	0.4%
9. 地域社会の活動	8.7%	⑤ 10.0%
10. 国際交流・協力	3.2%	3.4%
11. 災害被災地支援	0.6%	4.2%
12. 防災まちづくり支援		0.2%
13. 人権	0.4%	0.1%
14. NPOの基盤形成	0.3%	0.2%
15. 政治寄付	1.2%	1.3%
16. その他	7.8%	6.1%

(2) 寄付金額：1社平均2億4,000万円(430社。対前年度比5.7%増)

うち1%クラブ法人会員は、1社平均5億1,100万円(145社。7.8%増)

寄付金額

	98年度 (357社)	99年度 (306社)	00年度 (318社)	01年度 (336社)	02年度 (301社)	03年度 (366社)	04年度 (430社)
合計額	883億円	787億円	873億円	785億円	796億円	829億円	1,032億円
1社平均	2億4700万円	2億5700万円	2億7400万円	2億3400万円	2億6400万円	2億2700万円	2億4000万円
対前年	10.2%減	4.0%増	6.6%増	14.6%減	12.8%増	14.0%減	5.7%増

[うち1%クラブ法人会員]

	98年度 (172社)	99年度 (115社)	00年度 (164社)	01年度 (154社)	02年度 (138社)	03年度 (145社)	04年度 (145社)
合計額	716億円	464億円	754億円	690億円	645億円	687億円	741億円
1社平均	4億1600万円	4億300万円	4億6000万円	4億7600万円	4億6700万円	4億7400万円	5億1100万円
対前年	8.0%減	3.1%減	14.1%増	3.5%増	1.9%減	1.5%増	7.8%増

(3) 自主プログラムの経費：1社平均1億300万円(417社。対前年度比1.9%減)

うち1%クラブ法人会員は、1社平均2億5,200万円(144社。13.0%増)

自主プログラムに関する支出額

	98年度 (357社)	99年度 (298社)	00年度 (317社)	01年度 (328社)	02年度 (299社)	03年度 (359社)	04年度 (417社)
合計額	493億円	441億円	470億円	361億円	353億円	376億円	424億円
1社平均	1億3800万円	1億4800万円	1億4800万円	1億1000万円	1億1800万円	1億500万円	1億300万円
対前年	4.2%減	7.2%増	0%増	25.7%減	7.3%増	11.0%減	1.9%減

[うち1%クラブ法人会員]

	98年度 (171社)	99年度 (111社)	00年度 (163社)	01年度 (142社)	02年度 (137社)	03年度 (142社)	04年度 (144社)
合計額	403億円	318億円	423億円	292億円	239億円	317億円	363億円
1社平均	2億3600万円	2億8700万円	2億6000万円	2億600万円	1億7400万円	2億2300万円	2億5200万円
対前年	9.2%減	21.6%増	9.4%減	20.8%減	15.5%減	28.2%増	13.0%増

Ⅲ. 制度調査結果（2004年度）

1. 社会貢献活動推進のための社内体制・制度導入状況

2004年度に、社会貢献活動を推進するための何らかの社内体制を、新たに導入もしくは変更した企業は、100社(回答企業454社中22.0%)にのぼっている。具体的な導入状況は以下のとおり。

社会貢献活動推進のための制度

(複数回答)

	～90 年度	91～ 95年度	96～ 00年度	01年度	02年度	～02年 度	03年度	04年度	合計
0.基本方針の明文化	—	—	—	—	—	181社	34社	55社	270社
1.専門部署または専任担当者の設置	27社	50社	34社	8社	18社	12社	36社	39社	224社
2.事業所毎の社会貢献担当者の設置	3社	10社	11社	2社	4社	2社	7社	9社	48社
3.社内横断的推進組織の設置	6社	17社	18社	3社	17社	8社	22社	34社	125社
4.外部専門家の入った組織の設置	0社	1社	1社	1社	1社	2社	2社	2社	10社
5.予算制度の導入	7社	18社	12社	0社	11社	37社	18社	20社	123社
6.金額換算ルールの設定	2社	5社	8社	5社	6社	21社	7社	5社	59社
7.その他	0社	5社	0社	1社	8社	1社	17社	18社	50社
8.制度変更等	0社	0社	19社	7社	21社	3社	27社	33社	110社

(注) 「～02年度」は2002年度までに導入された年度が明らかでないもの。

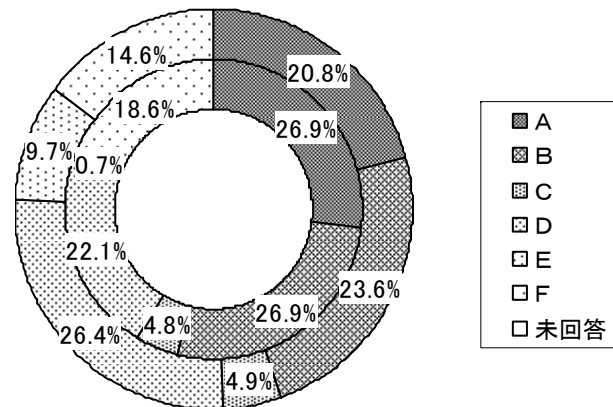
「基本方針の明文化」は、2002年度まで導入年度の調査をしていないため、2002年度までは不明とする。

2. 社会貢献活動を推進するための専門部署や専任担当者の位置づけ

社会貢献活動を推進するための専門部署や専任担当者の位置づけは、以下のとおり。
 独立した部署は「CSR関連部門」に設置されている場合が26.4%と最も多くなっており、03年度にトップだった「広報・コーポレートコミュニケーション部門」や「経営企画部門」は減少している。専任担当者は、「広報・コーポレートコミュニケーション部門」「総務部門」「CSR関連部門」に所属している場合が多い。

専門部署、専任担当者の位置づけ (複数回答)

	03年度		04年度	
専門部署の設置	30.2%	117社	31.7%	144社
A. 広報、コーポレート・コミュニケーション部門		37社		30社
B. 総務部門		20社		34社
C. 経営企画部門		11社		7社
D. CSR関連部門		16社		38社
E. トップ直結		11社		14社
F. その他		16社		21社
(未回答)		6社		0社
専任担当者の任命	29.4%	114社	31.9%	145社
A. 広報、コーポレート・コミュニケーション部門		38社		39社
B. 総務部門		44社		39社
C. 経営企画部門		11社		7社
D. CSR関連部門		15社		32社
E. 社長室、秘書室等		3社		1社
F. その他		18社		27社
専門部署、専任担当者は設けていない	44.8%	174社	43.2%	196社
その他	4.9%	19社	7.3%	33社



*外円が専門部署 (基数144件)

内円が専任担当者 (基数145件)

3. 社員のボランティア活動に対する支援

2004年度に、社員のボランティア活動を支援するための制度を新たに導入した企業は、73社（回答企業454社中16.1%）となっている。具体的な導入状況は以下のとおり。

社員のボランティア・社会貢献活動を促進するための制度

(複数回答)

	～90 年度	91～95 年度	96～00 年度	01年度	02年度	～02年 度	03年度	04年度	合計
ボランティア休職制度	5社	23社	20社	2社	1社	1社	4社	7社	63社
青年海外協力隊参加制度	17社	38社	11社	1社	1社	3社	4社	5社	80社
ボランティア休暇制度	1社	37社	34社	7社	10社	3社	6社	25社	123社
ボランティア活動者表彰制度	3社	15社	7社	3社	4社	5社	6社	9社	52社
ボランティア活動者登録制度	0社	11社	12社	1社	1社	3社	7社	5社	40社
ボランティア研修制度	0社	6社	7社	1社	0社	3社	6社	7社	30社
退職者ボランティア支援制度	0社	3社	11社	1社	3社	3社	2社	3社	26社
マッチング・ギフト資金支援制度	1社	15社	17社	1社	10社	3社	6社	21社	74社
地域貢献活動促進運動	3社	18社	10社	3社	8社	5社	17社	14社	78社
その他	0社	16社	13社	3社	5社	3社	11社	15社	66社

(注) 「～02年度」は2002年度までに導入された年度が明らかでないもの。

IV. 災害被災地支援に関する調査結果

1. 災害被災地支援関連支出額

- (1) 災害被災地支援関連の支出について回答した387社の支出総額は、55億5,500万円。
1社平均では1,440万円となり、2004年度の1社平均の社会貢献活動支出額3億5,100万円の4.1%を占めている。*
- (2) 社員や顧客等に募金を呼びかけた企業は221社あり、その募金総額は23億5,100万円となった。

	合計額	回答社数	1社平均
被災地支援関連支出合計 (社会貢献活動支出額に含む)	55億5500万円	387社	1440万円
(1) 寄付金	40億2400万円	370社	1090万円
(2) 現物寄付	9億4000万円	157社	600万円
(3) 施設開放	800万円	82社	10万円
(4) 社員の参加・派遣	1億8000万円	101社	180万円
(5) 物資輸送費	5800万円	92社	60万円
(6) 自主プログラム経費	8500万円	87社	100万円
(7) その他	2億6000万円	84社	310万円
会社の呼びかけによる募金合計 (社会貢献活動支出額に含まず)	23億5100万円	221社	1060万円
(8) 社内募金	8億9300万円	221社	400万円
(9) 店頭募金等 **	14億5700万円	104社	1400万円

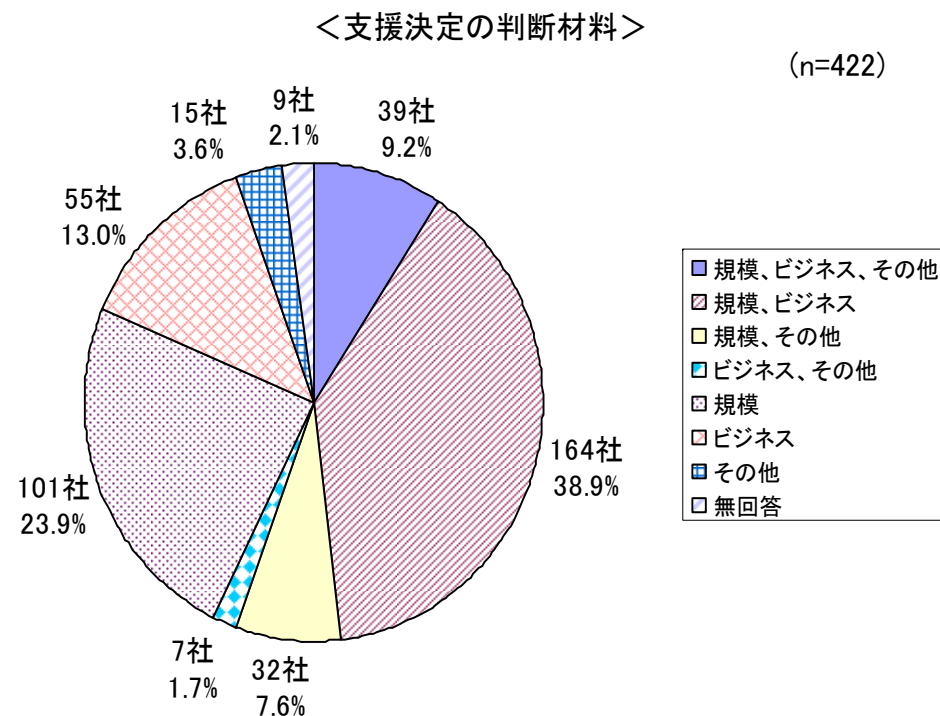
* p.9の「分野別の社会貢献活動支出比率」における「災害被災地支援」は4.2%。これは各社における分野別の比率をもとに、その分野の支出総額を推計したものであり、実額とは異なる。

** 「店頭募金等」には店頭や会社施設での募金のほか、クリック募金などを含む。

2. 災害被災地支援への取り組み状況

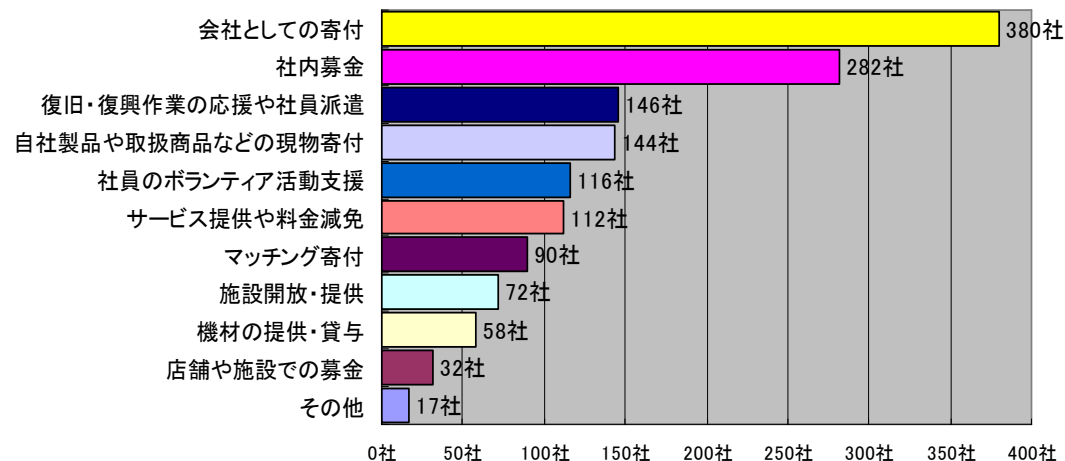
- (1) 災害被災地支援に取り組んでいる企業は、回答企業の97.2%（422社）に達し、非常に高い比率を示した。
- (2) 災害被災地支援に取り組んでいる企業のうち、9.7%（41社）が災害被災地支援に関する基本方針を持っており、90.3%（381社）は災害発生時にその都度判断している。
- (3) 支援決定の判断材料としては、被災地支援を実施している企業の79.9%（337社）が災害や被災の規模、63.0%（266社）が被災地や被災国とのビジネス上の関係を考慮しているが、多くの企業は以下の円グラフが示すように複数の要素から判断している。

「その他」の判断材料として挙げられたのは、現地関係先からの情報、被害の社会的影響、経済団体・業界団体や他社の動向、グループ・関連会社での協議、従業員からの要請などである。



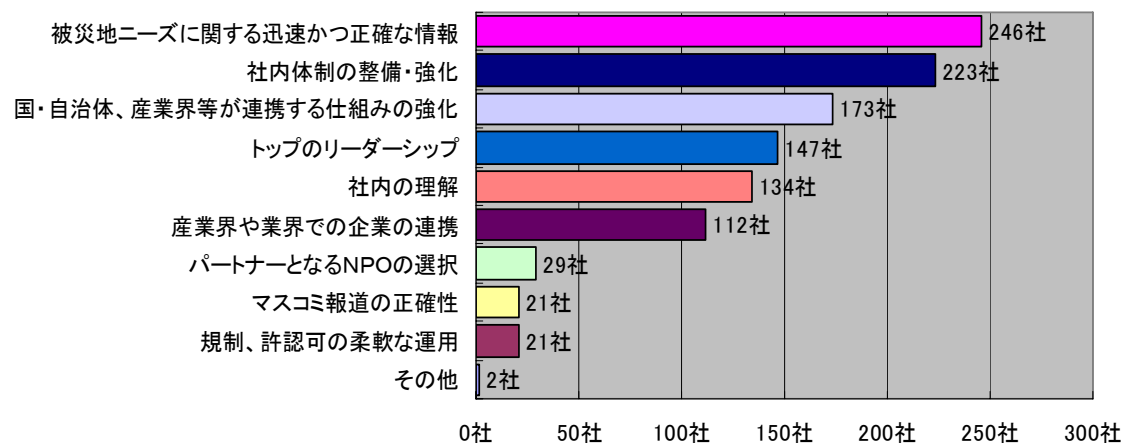
(4) 被災地支援の内容としては、90.0% (380社) が会社としての寄付、66.8% (282社) が社内募金を挙げた。このほか、復旧・復興作業の応援や社員派遣 (146社、34.6%)、自社製品や取引商品などの現物寄付 (144社、34.1%)、サービス提供や料金減免 (112社、26.5%) など、本業関連での支援も実施している。

<被災地支援の内容>



(5) 被災地支援活動を行う上で、今後重要となる課題としては、被災地のニーズに関する迅速かつ正確な情報 (246社、58.3%) の入手が最も多く、社内体制の整備・強化 (223社、52.8%) が続いた。

<今後の課題>



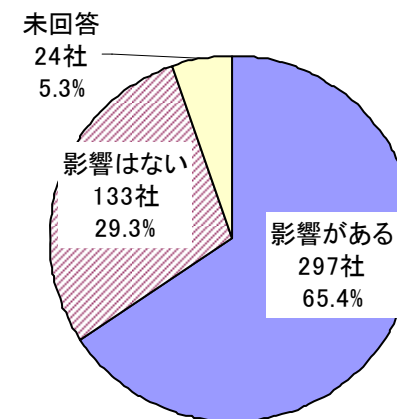
V. CSRと社会貢献活動の関係に関する調査結果

1. CSRの社会貢献活動への影響

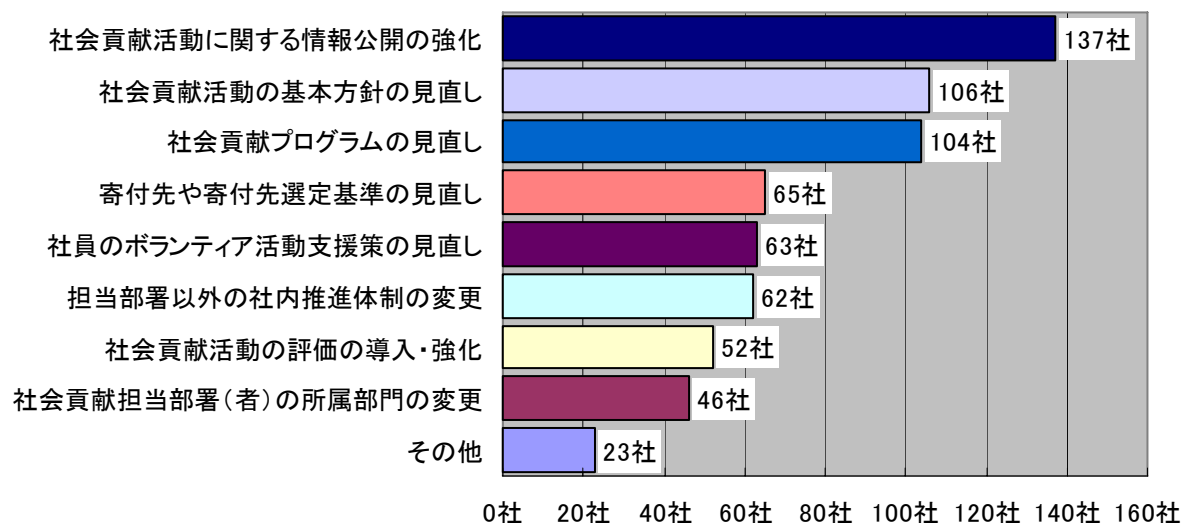
(1) CSRへの関心の高まりが自社の社会貢献活動に影響を与えていると回答した企業は、297社（回答企業の65.4%）と高い比率になっている。

(2) 主な影響として、「情報公開の強化」を挙げる企業が最も多く、137社（影響があると回答した297社の46.1%）にのぼっている。「基本方針の見直し」は106社（同35.7%）、「プログラムの見直し」は104社（同35.0%）となっている。

<CSRの社会貢献活動への影響>

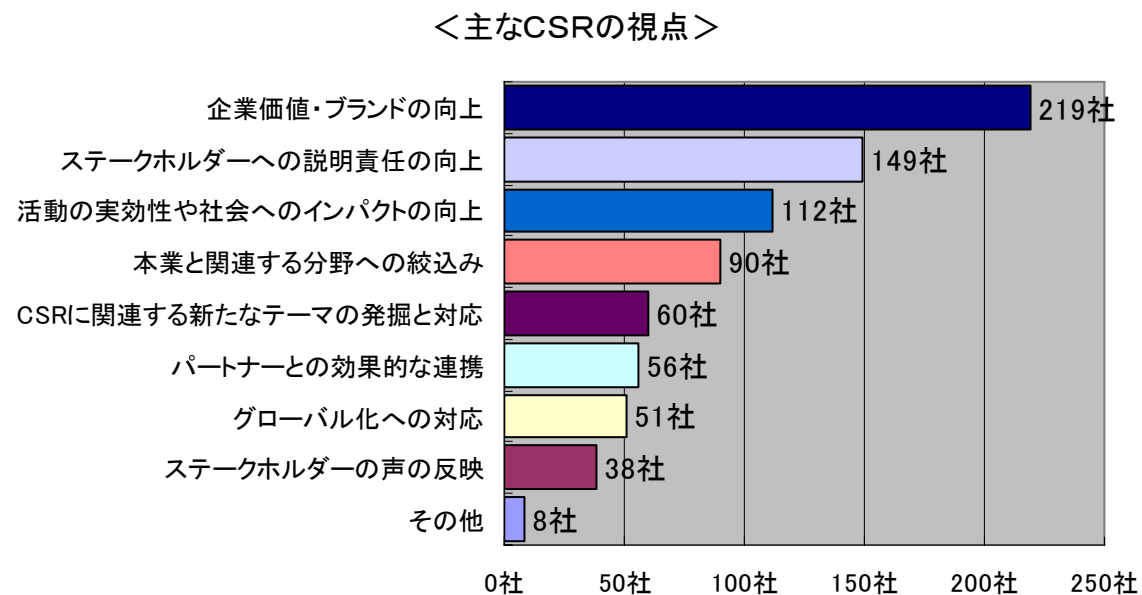


<主な影響>



2. 社会貢献活動の見直しにあたってのCSRの視点

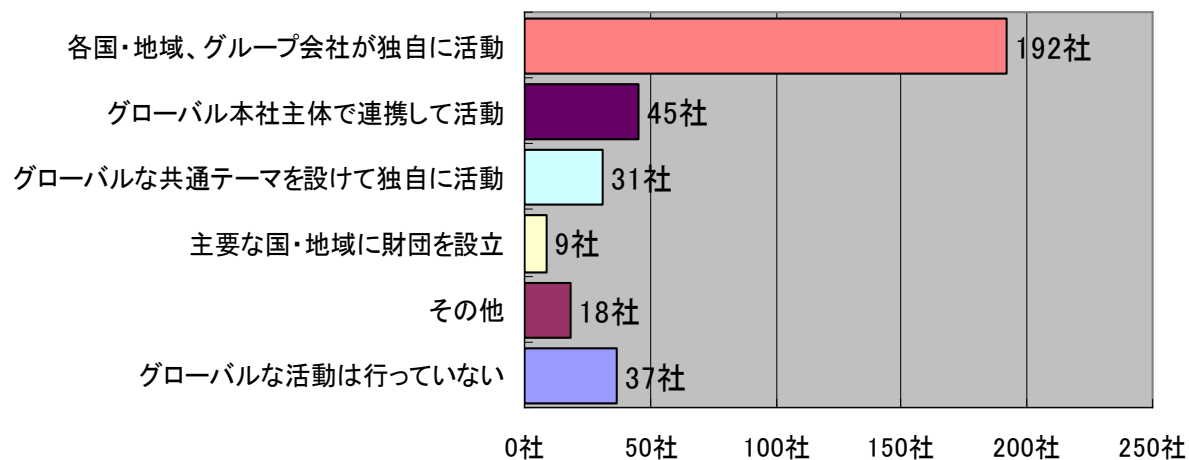
- (1) 社会貢献活動の見直しにあたっての主なCSRの視点を、優先順位の高いものを3つ以内で選んでもらったところ、「企業価値・コーポレートブランドの向上」が最も多く、219社（影響があると回答した297社の78.5%）にのぼっている。「ステークホルダーへの説明責任の向上」は149社（同50.2%）、「活動の実効性や社会へのインパクトの向上」は112社（同37.7%）となっている。



VI. 社会貢献活動のグローバルな推進体制に関する調査結果

社会貢献活動のグローバルな推進体制について聞いたところ、192社（回答企業454社の42.3%）が「各国・地域、グループ会社（連結対象）が独自に活動している」と回答した。「グループ本社が主体となり、各国・地域、グループ会社と連携して活動している」が45社、「グローバルな共通テーマを設けて、各国・地域、グループ会社主体で活動している」が31社となっている。

＜社会貢献活動のグローバルな推進体制＞



以上