

「2017年度 社会貢献活動実績調査結果」 概要

2018年11月13日
(一社) 日本経済団体連合会
1% (ワンパーセント) クラブ

調査実施要領

- 調査目的 :
企業の社会貢献活動を巡る動向を分析し、広く社会に公表するとともに、企業の取り組みをより一層推進するための諸課題を示す。
 - 調査内容 :
 - I. 社会貢献活動支出調査 (毎年実施)
 - II. 社会貢献活動に関する制度・意識調査
 - 調査時期 : 2018年6月～8月
 - 調査対象 : 経団連会員企業、および1%クラブ法人会員企業等 (計1,394社)
 - 回答企業数 :
 - I. 社会貢献活動支出調査 …337社・グループ (回答率: 24.1%)
(連結対象企業を含めると約13,400社の実績を反映)
 - II. 社会貢献活動特別調査 …353社・グループ (回答率: 25.3%)
-

調査結果は経団連HPに掲載

<http://www.keidanren.or.jp/policy/2018/097.html>

経団連 社会貢献 実績調査

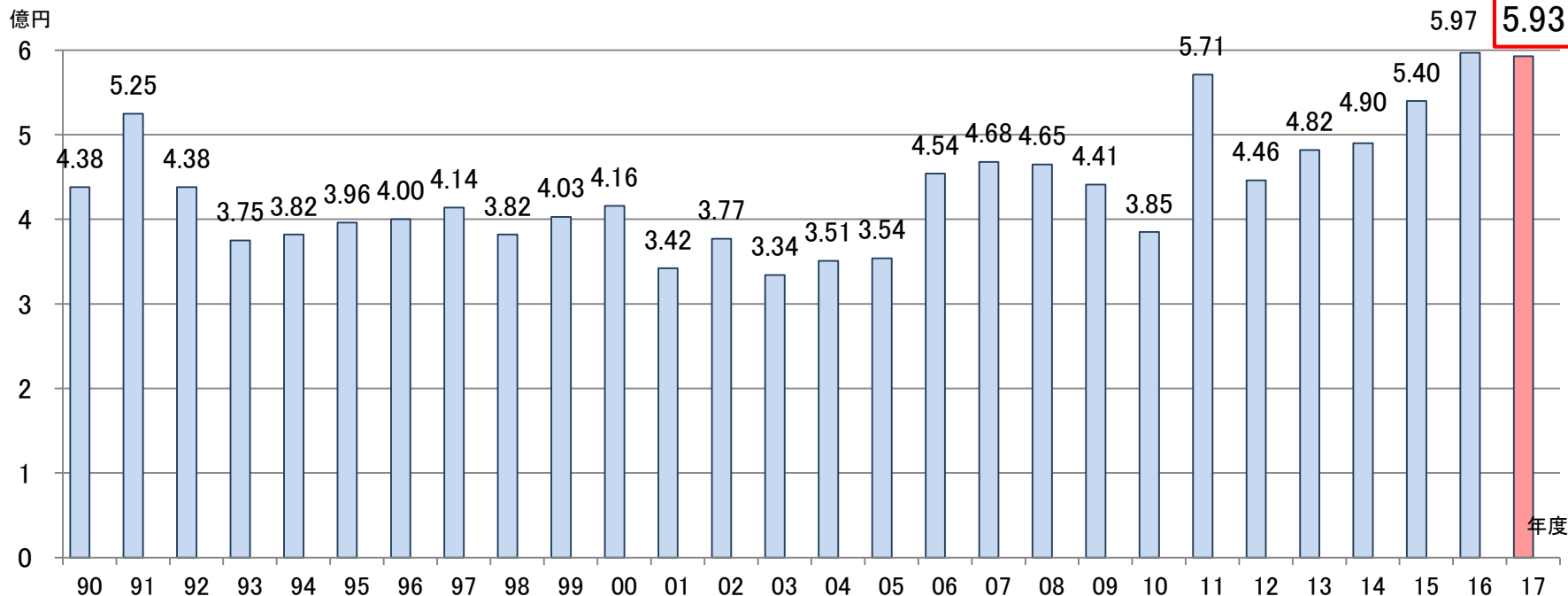


I. 社会貢献活動支出調査

1. 2017年度社会貢献活動支出額

- ◆ 企業の社会貢献活動に係る支出合計額は1,997億円、1社平均支出額は前年度比0.7%減の5億9,300万円と、昨年に続き調査開始以来2番目の高水準となった。
- ◆ 持続可能な開発目標（SDGs）や東京オリンピック・パラリンピックへの対応のほか、経常利益の増加が支出の下支えになったものと思われる。
- ◆ 2016年度・2017年度に連続して回答した265社の動向を見ると、支出額を増やした企業、減らした企業がほぼ半数となった（昨年度は増加した企業が約3分の2）。

＜社会貢献活動支出額（1社平均）の推移＞

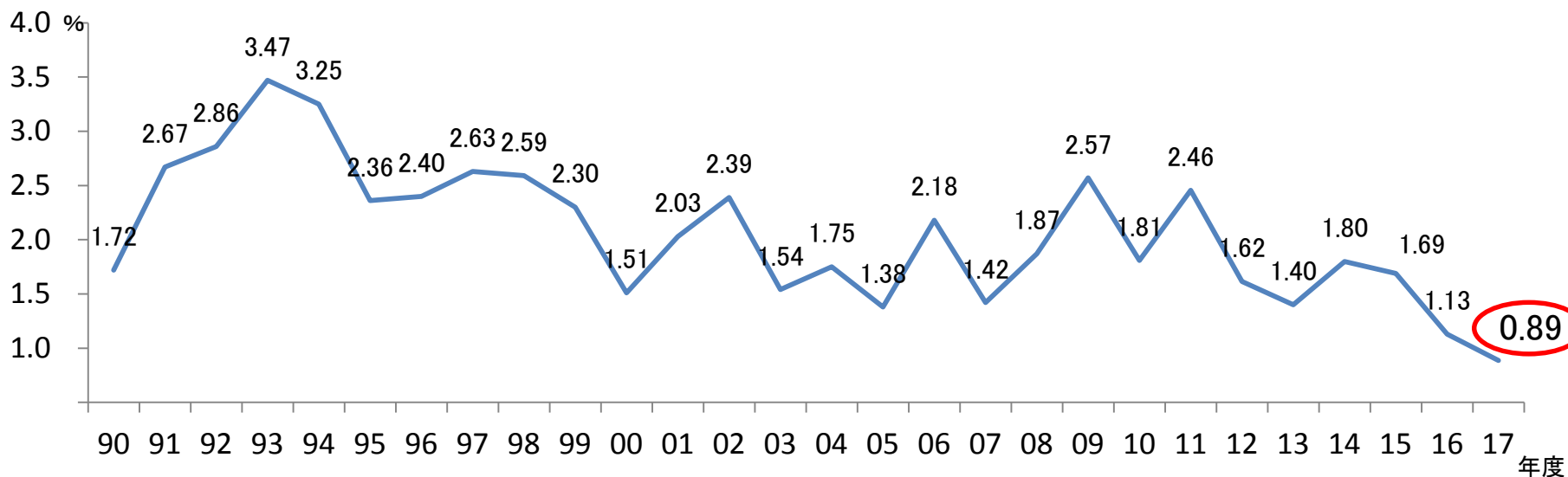


I. 社会貢献活動支出調査

2. 経常利益に占める社会貢献活動支出

- ◆ 経常利益に対する社会貢献活動支出額の比率は0.89%となった。 経常利益の増加が経常利益比を押し下げる要因となった。
- ◆ なお、売上高比は0.09%となった。売上高比の推移を見ると各年の平均値は0.12%で、経常利益比に比べて年ごとの変動は小さい。
- ◆ 経常利益の比率を支出額の指標とする考え方には社会への利益還元という側面があるが、利益の変動に関わらず、企業規模に応じて社会貢献活動を継続・積極的に行う傾向が強くなっている。各社が何を支出の指標としているかについては、今後、調査することとしたい。

<経常利益に対する社会貢献活動支出額比（回答企業の単純平均）の推移>

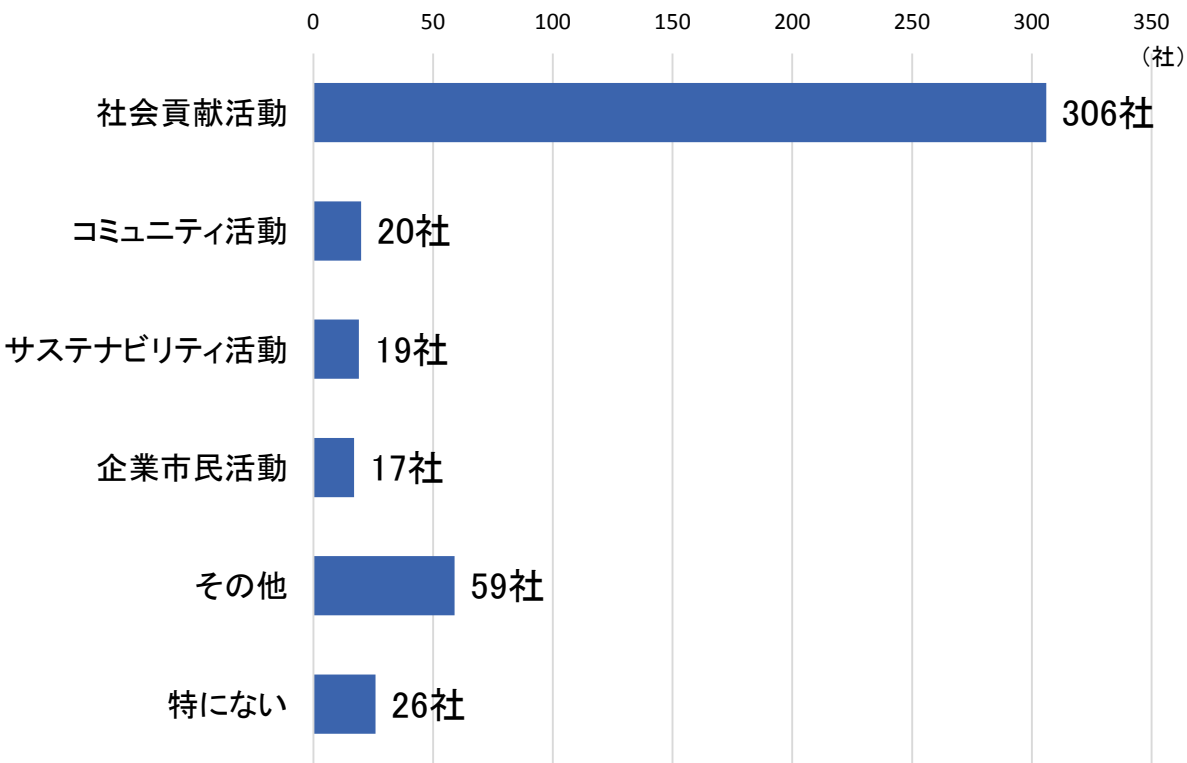


II. 社会貢献活動に関する制度・意識調査

1. 社内における社会貢献活動の位置づけ

◆ 「社会貢献活動」という呼称を使う企業が大半で、広く定着している。それ以外の呼称を用いる企業でも、ほとんどが社会貢献活動の呼称を併用している。

<社会貢献に関する取り組みの自社における呼称>



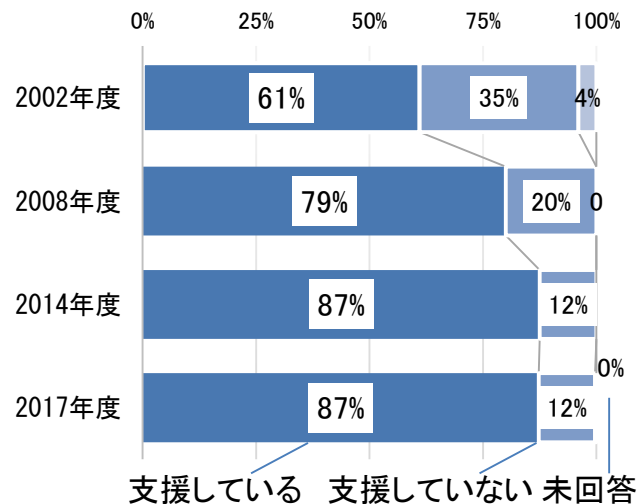
※「構成比(%)」は、「各項目別回答企業数/調査回答企業数(353社)」

II. 社会貢献活動に関する制度・意識調査

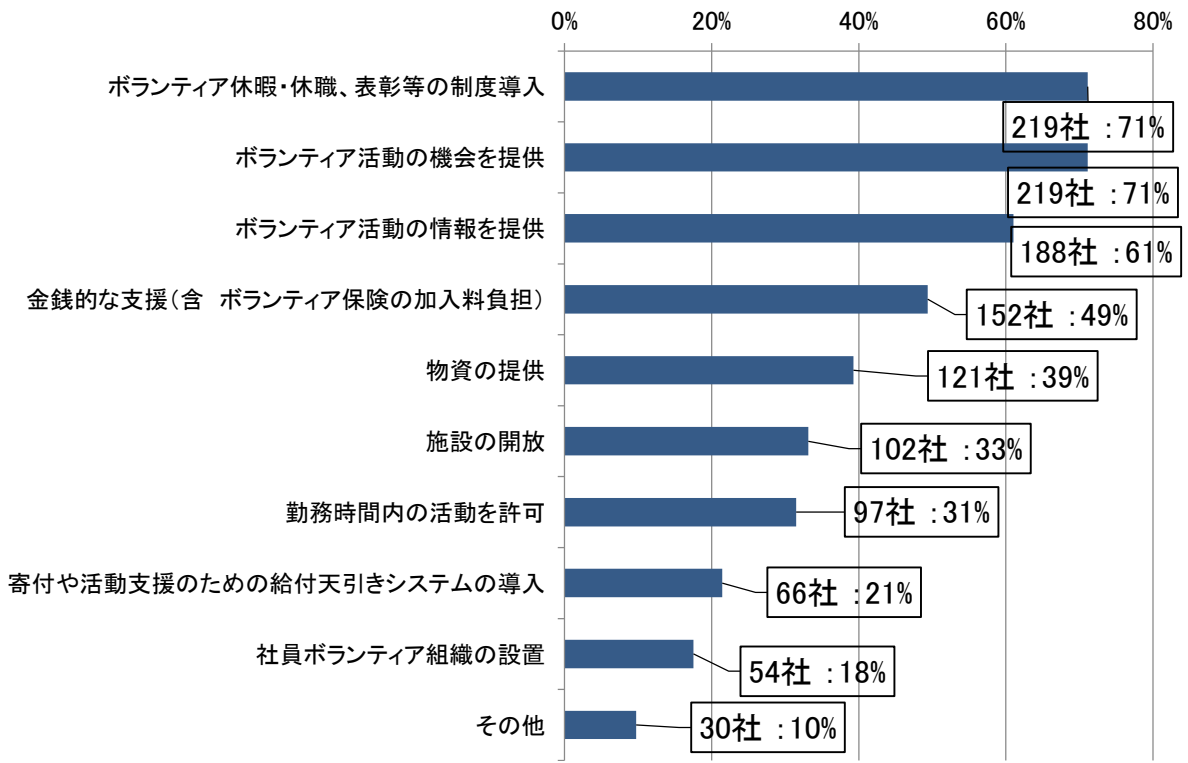
2. 社員の社会貢献活動に対する支援状況（1）

◆ 社員の社会貢献活動に対する支援は87%と、高水準を維持。
 ◆ 東日本大震災を境に、ボランティア活動の機会提供、金銭的な支援、物資提供、勤務時間中の活動許可の各制度の導入が進んだ傾向がみられる。

＜社員の社会貢献に対する支援の有無＞



＜支援している企業における具体的な内容（複数回答）＞



※「構成比(%)」は、「各項目別回答企業数／調査回答企業数(353社)」

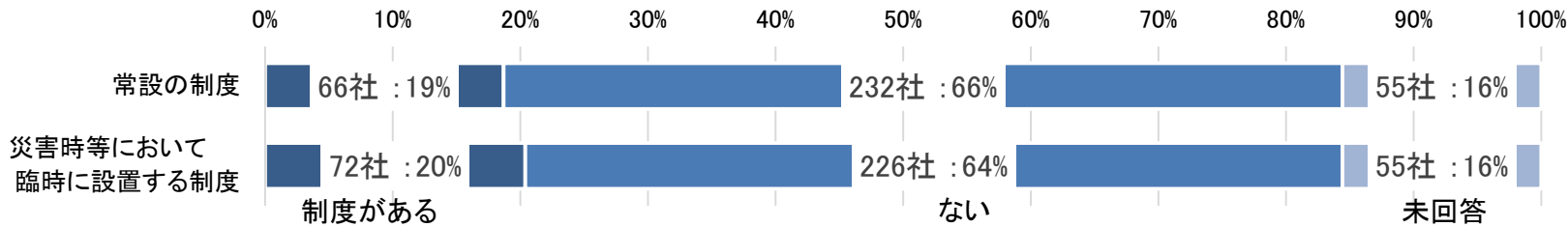
※「構成比(%)」は、「各項目別回答企業数／社員の社会貢献活動を支援している企業数(308社)」

II. 社会貢献活動に関する制度・意識調査

2. 社員の社会貢献活動に対する支援状況（2）

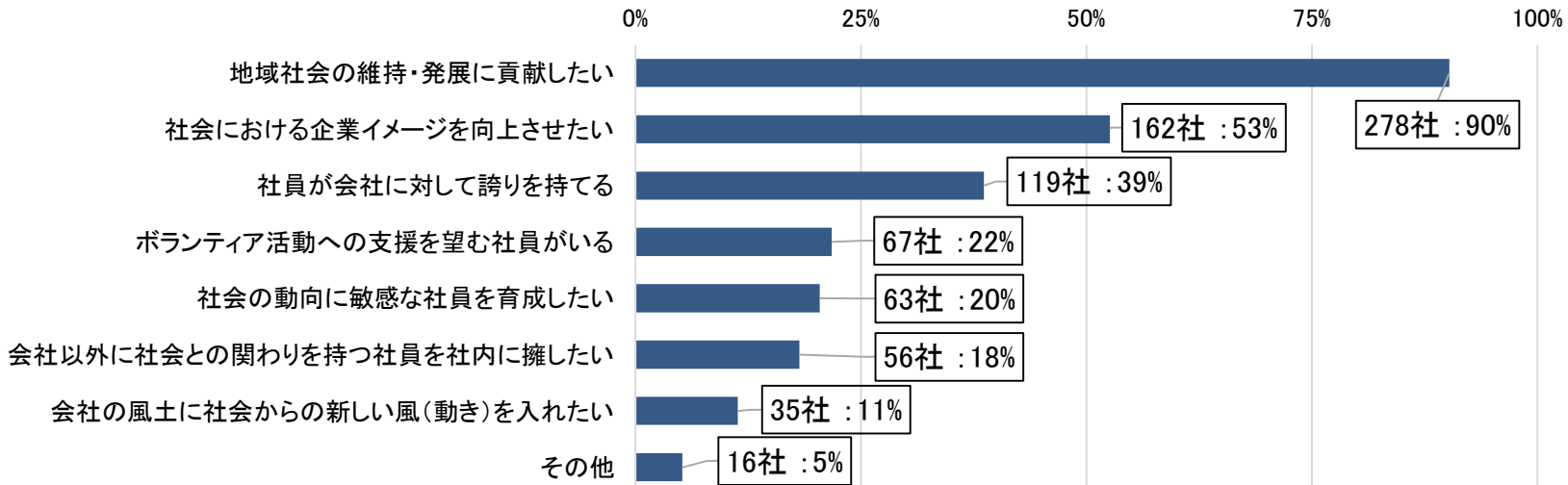
◆ 社員を対象とした募金、寄付積み立て制度の導入は平時・災害時ともに約2割。
 ◆ 社会貢献支援の理由として、地域社会の維持・発展とともに企業イメージの向上を挙げる回答が増加している。

＜社員を対象とした募金・寄付積み立て制度の有無＞



※「構成比(%)」は、「各項目別回答企業数/調査回答企業数(353社)」

＜社員の社会貢献活動を支援している理由（3つ以内回答）＞



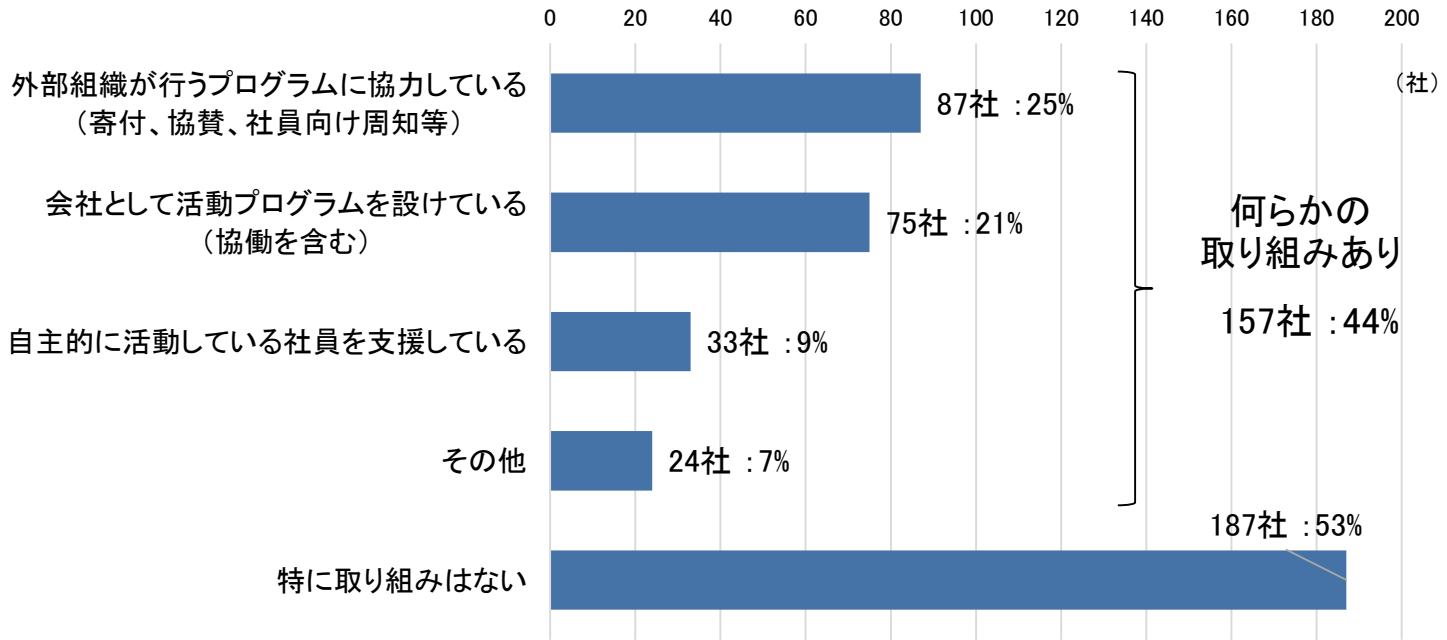
※「構成比(%)」は、「各項目別回答企業数/社員の社会貢献活動を支援している企業数(308社)」

II. 社会貢献活動に関する制度・意識調査

3. プロボノの活動に関する取り組み

◆ 企業としてプロボノ活動を推進、支援しているのは44%。

<プロボノの活動に関する取り組み状況（複数回答）>



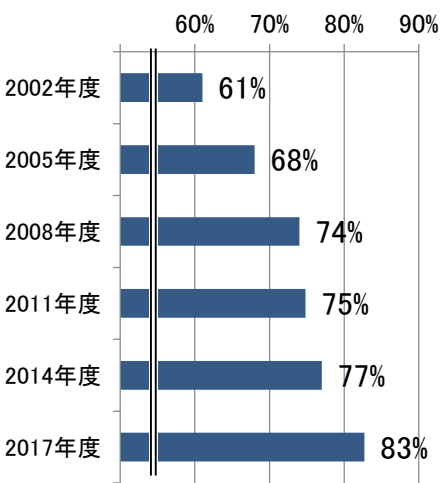
※「構成比(%)」は、「各項目別回答企業数/調査回答企業数(353社)」
※プロボノ…社会的・公共的な目的のために、職業上のスキルや専門的知識を活かしたボランティア活動

II. 社会貢献活動に関する制度・意識調査

4. 企業と非営利組織との連携（1）

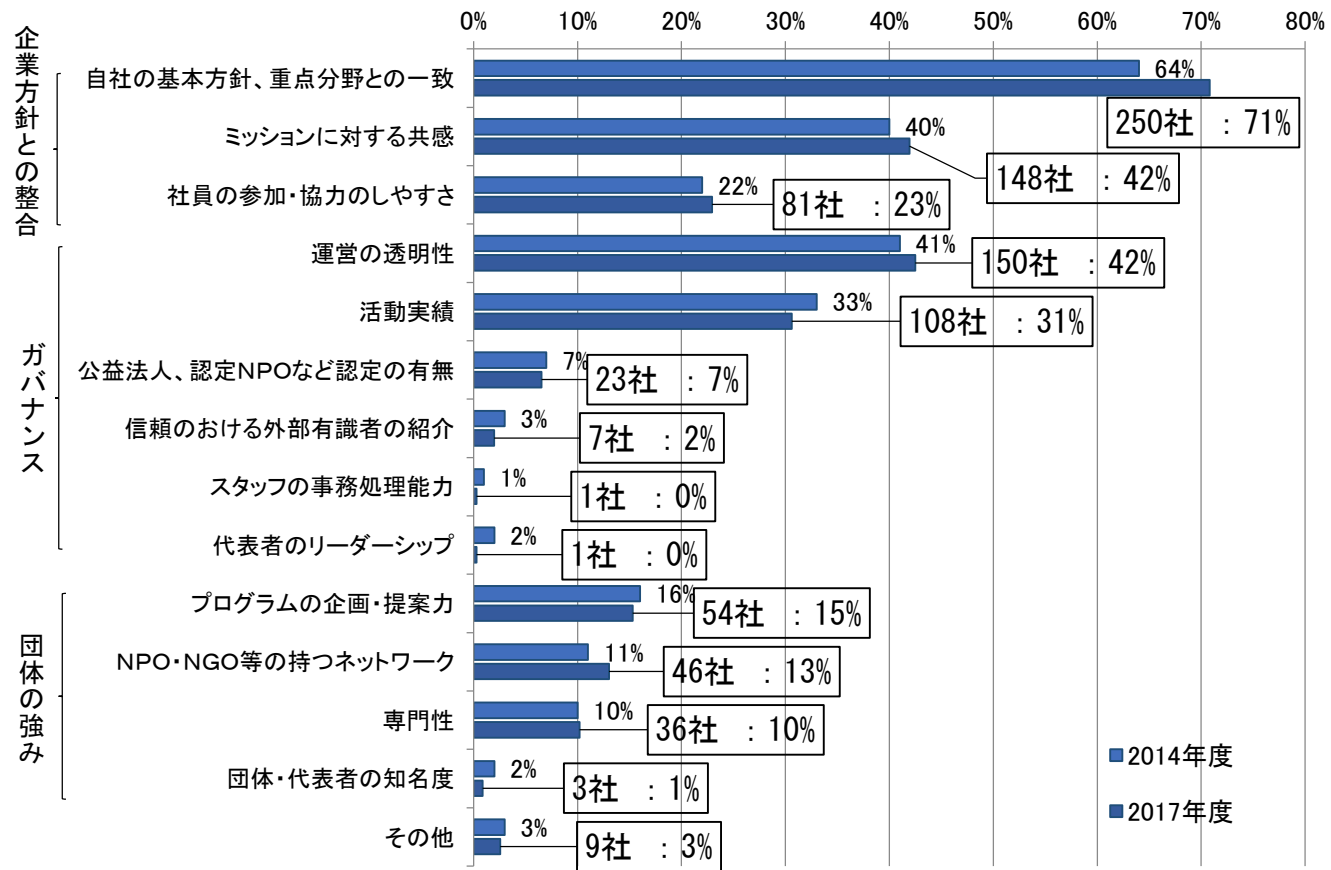
◆ 企業とNPO等の非営利組織との接点は着実に増加。
 ◆ 連携の際に重視する点として、自社の基本方針や重点分野との一致、ミッションへの共感といった企業方針との整合に関わる項目を挙げる企業が増加。

＜非営利組織との接点を持つ企業の割合＞



※「構成比(%)」は、「各項目別回答企業数／調査回答企業数(353社)」

＜非営利組織との支援・連携の際に特に重視する点（3つ以内回答）＞



※「構成比(%)」は、「各項目別回答企業数／調査回答企業数(353社)」

II. 社会貢献活動に関する制度・意識調査

4. 企業と非営利組織との連携（2）

◆ 今後企業が連携する上での課題について、ガバナンスの充足に関する項目は前回調査から微減となった一方で、ニーズの把握と新規事業の開発、賛同者の巻き込み、取り組みの発信という、社会に働きかける一連のプロセスにおける団体の強みに関連する項目への回答は増加した。

＜非営利組織との連携を進める上で、NPO・NGO等にとっての今後の課題（3つ以内回答）＞

