

主要企業におけるステークホルダーの 認知に関する調査報告書

(千代田区「千代田学」助成研究)

平成 20 年 3 月

大妻女子大学家政学部

ライフデザイン学科

宮田 安彦

目 次

第 1 章 調査の目的

第 2 章 調査の概要

- 1 . 調査の方法
- 2 . 調査の対象と実施要領
- 3 . 質問項目

第 3 章 調査の結果および分析

- 1 . 回収状況および回答企業のプロフィール
- 2 . 単純集計結果
- 3 . クロス集計結果
- 4 . 相関・重回帰分析

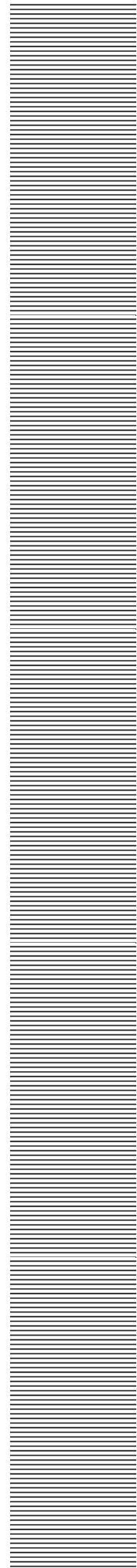
第 4 章 まとめと考察

- 1 . 単純集計結果のまとめ
- 2 . クロス集計結果のまとめ
- 3 . 相関・重回帰分析結果のまとめ
- 4 . 考察
- 5 . CSR 関係者への示唆

資料 1 単純集計表

資料 2 アンケート調査票

第 1 章



第1章 調査の目的

1. 問題認識

昨今は CSR（企業の社会的責任）がブームである。企業のフィランソロピー、メセナ、コンプライアンスといった形ですでに 90 年代初めから CSR は活発に議論されていたが、2000 年代に入って SRI(社会的責任投資)に刺激される形で「CSR」という言葉が急速に人口に膾炙しはじめ、「CSR 元年」といわれた 2003 年前後から、メセナやコンプライアンスなどそれぞれの断片的な取組みではなく、CSR というコンセプトの下、それらを総合した取組みへの努力がなされてきている。今後は、世界規模で深刻化する自然破壊や貧困問題、国内における地域コミュニティの衰退や少子高齢化の進行などの問題が懸念される中、こうした社会全体の問題に関わる、より広い範囲での CSR を求める声が増え、高まるものとみられる。

CSR は企業の対社会的責任を意味するが、「社会」をブレイクダウンするとそれはステークホルダーであると捉えられる。すなわち、CSR はその企業と何等かの関わりを有する主体に対する法的および経済的責任以上の責任を意味する（図表 1-1）。

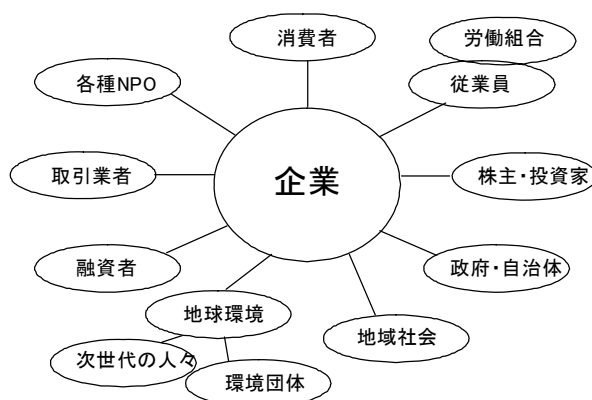
責任の分類	制度的責任	倫理的責任	社会貢献責任
企業活動との関連	企業存在に関わる責任 法人格としての責任 営利目的遂行の責任	企業活動に付随する責任	企業活動からではなく社会の問題から生じる責任
責任の内容	最低限の法の遵守 利益の確保と適正な分配	行為の社会的妥当性確保 (法の精神の尊重)	社会の要請へのプロアクティブな対応
主たるステークホルダー	株主 従業員	企業活動上の直接関係者 (取引先、顧客、地域住民、自然環境)	社会全般
責任遂行内容	従業員	最低限の人権保証、安全管理 適切な賃金支払	法による最低基準以上の優遇 (ILO勧告事項の自発的遵守など)
	取引先・顧客	代金支払遅延等を行わない 虚偽の広告、製品説明をしない	誇張広告を控える
	国家・地域市場・社会全体	談合しない 総会屋への利益供与拒絶 会計基準の遵守	外部不経済の排除(環境保全・交通渋滞回避) 市況をみださない 積極的な情報開示
			社員のボランティア活動支援 (従業員の自己実現支援)
			様々なフィランソロピー活動 (

出所： 宮田安彦『日本企業とフィランソロピー』フジタ未来経営研究所、2000年、34頁より。

図表 1-1 社会的責任の分類

ところが、法規遵守の有無や経済性の高低と異なり、社会的責任を一律に図る指標や基準は存在しない。したがって、その責任遂行の如何は、各ステークホルダーがどのような期待をどれほど強く自社に寄せているのか、またそれらへの対応程度がどれほどであれば社会的に是認されるかどうかなどについての企業の主観的判断に依存することとなる。この判断を以下に行うかが企業にとっての第一の課題となる。

次に、ステークホルダーの拡大、多様化の問題がある。企業の大規模化と経済のグローバル化に伴う企業活動範囲の拡大に伴って、一企業が関わるステークホルダーは多様化し、拡大している。図表 2-1 は標準的なステークホルダーであるが、内外の事業所の所在地ごとに、もしくは子会社等別法人ごとにそのようなステークホルダーが多層的に関わってくる。さらに、少子化や地球環境問題など、個々の企業との具体的な関係の上で生じた問題ではないものの、企業活動総体として関わる問題なども CSR の中身としてとらえられるようになっており、ステークホルダーの一層の多様化に拍車がかかっている。



図表 1-2 企業をとりまくステークホルダー

このような問題については、どのような対応をとることが責任を果たすことになるのかが不明瞭であるばかりか、相手となるステークホルダーを特定することすら困難であることが少なくないであろう。こうしたステークホルダーの特定とその要望・期待の認知をどのように行うかが企業にとっての第二の課題である。

加えて、企業のトップマネジメントは常に多忙であることから、「イシュー・セリング (issue selling)」の問題が絡んでくる。すなわち、企業トップの意思決定を仰ぐべき案件が次々と発生する中で、案件どうしがトップの注意・関心をもとめて争う状況となっており、

CSR 担当者には、この状況の中でいかにして CSR 関連案件を“上げる”ことができるかどうか問われるのである。そのためには案件の内容が曖昧であったり、根拠薄弱であったりすることは回避・払拭すべきことであり、この点からもステークホルダーの要望に対する曖昧な認知が問題になるのである。

ところで、この「イシュー・セリング」は CSR 担当者とトップマネジメントの関係にのみ当てはまるのではなく、各ステークホルダーと CSR 担当者との関係にも当てはまろう。すなわち、CSR を求めるステークホルダーにとっては、自分の要望や期待が他のステークホルダーのそれより優先的に企業に認知されることを争う状況にあるとみなせるのである。

2 . 調査目的

そこでこの度、多様化しているステークホルダーの CSR への要望・期待を企業が現在どのように認知しているのかを明らかにするための調査を行うこととした。

これにより、まず企業にとっては他社の状況と比較することにより自社の認知の仕方についてより客観的な知見が得られる効果があるものと期待される。

また、企業をとりまくステークホルダー側にとっては、特定の社会問題や要望に関して、どのステークホルダーの“声”が企業に届いているかを知ることにより、自身の要望のアップール（「イシュー・セリング」）についてのヒントが得られることが期待される。

3 . 理論的背景

(1) ステークホルダーの分類

多岐に亘るステークホルダーの分類に関しては、すでにいくつかの努力が払われている。

たとえば、Post ら (2002)¹⁾は、ステークホルダーを、企業活動に直接的に影響を与える存在である「一次的ステークホルダー(primary stakeholder)」と企業活動によって影響を受ける存在である「二次的ステークホルダー(secondary stakeholder)」に区分した。前者には従業員、株主、政権者、納入業者、顧客らが含まれ、後者には政府機関、市民団体、マスコミ、経済団体、地域社会などが含まれる。また、Wheeler ら(1997)²⁾は、企業に対し

て直接意思疎通ができるようなステークホルダーを「社会的ステークホルダー (social stakeholders)」、それが困難な場合のステークホルダーを「非社会的ステークホルダー (non-social stakeholders)」と呼んで区分した。前者には、顧客、株主、従業員、地域社会、行政機関、圧力団体、マスコミなどがあり、後者には、地球環境、次世代の人々、人類以外の生物、動物愛護団体が含まれている。

このように企業の認知対象は単に数が多いばかりでなく、それぞれ性格が異なるものである。本調査においてはこの多様性に対して注意を払う。

(2) 企業による認知構造のモデル

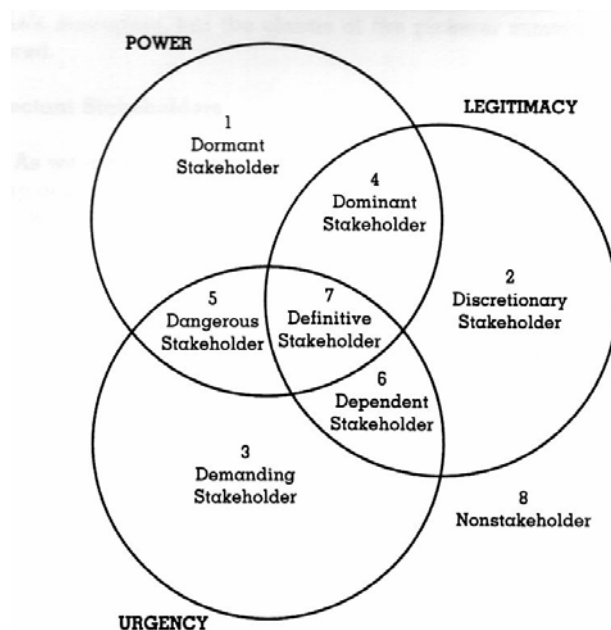
ステークホルダーの企業にとっての性格をさらに別の観点から分類したのが Mitchell ら (1997)³である。Mitchell らは、企業が自社のステークホルダーが誰であるかを以下に認知するかという観点から、様々な基準でステークホルダーを分類した先行研究をレビューした上で、どれか一つの基準だけで企業の認知構造は説明できないとして、ステークホルダーの認知に関係する3つの属性を提示した。すなわち、「正当性 (legitimacy)」「影響力 (power)」および「緊急度 (urgency)」である。ここでいう「影響力」とは相手を自分の意志に従わせる能力であり、「緊急度」とはステークホルダーの要求がどの程度緊急の注目を要請するものであるかの程度としている。

この影響力、正当性、緊急度という3つの属性の組み合わせによって、ステークホルダーは7つに分類される (図 1-3)。そして、この3つの属性をすべてもつステークホルダーが最も顕著 (salience) なそれとして企業マネージャーに認知され、優先的に注意が払われるが、以下、2つの属性をもつもの、1つだけのものという順序で顕著さが弱まっていく。たとえば、正当性という1つの属性はもつものの、影響力も緊急度も有しないステークホルダーは「裁量的ステークホルダー (discretionary stakeholder)」と名づけられて、フィランソロピーのように、企業がその裁量で責任を果たすしかないものと想定されている。

Mitchell ら (1997) は認知のモデルの提示を行ったのみで、その実証は行っていないが、Henriques ら (1999)⁴の調査は、マネージャー達がどのステークホルダーを重要とみるかによって、彼らが所属する企業全体の環境問題に対する態度が異なってくるということを検証していることを考えると、マネージャーのステークホルダーの認知の如何が、企業の

実際上の CSR 活動を左右することになるであろうと予想される。

同時に、Henriques らの調査は、環境問題に積極的な企業もそうでない企業も、政府や団体など自社に圧力をかけ得るようなステークホルダーには注意を払う(重要とみる)ということをも示しており、この結果は、Mitchell らのいう「影響力」の大小がステークホルダーに対する企業の認知に影響を与えているという事実を示すものと解釈できる。



出所： Mitchell, et al., 1997, p.874.

図表 1-3 ステークホルダーの3つの属性による分類

さらに Agle ら (1999) ⁵⁾は、「正当性」「影響力」「緊急性」という3つの属性の有効性について検証し、これらが企業によるステークホルダーの認知に影響を及ぼすことが実証されたとしている。

以上の先行研究を踏まえ、本調査においてはこの Mitchell ら (1997) のモデルに基本的に依拠することとする。

ただし、論理的に考えるに、「緊急性」、つまりステークホルダーの要望が緊急の対応を要するものかどうかは、論理的にはまずその要望を認知した後の次の段階の判断に関わるものであるとみなすべきではないだろうか。企業の認知構造は多段階的であることが想像されるのであるが、Mitchell らは1段階しか想定していないわけである。このことから、

Mitchell ら (1997) が重視した「緊急度(urgency)」については、これを取り除いて考えることが望ましいと考えられる。

また、同じく Agle ら (1999) の調査で明らかになったことは、ステークホルダー (顧客と株主と従業員) に対する認知は、一般的に「正当性」「影響力」「緊急度」によって影響をうけるということであるが、実際のところ、それらの関係はすべての CSR 課題について不変のものではなく、企業が取り上げるテーマごとに異なると想像される。法定外福利に関することであれば従業員の、配当に影響するような活動に関することであれば株主の「正当性」や「影響力」がクローズアップされるのではないだろうか。本調査ではこうした点も考慮することとする。

最後に、企業によるステークホルダーの要望の認知度は、ステークホルダーの性格のみに影響を受けるのではなく、要望内容のわかりやすさやそれについての情報の伝達経路などの様々な要因が絡んでいると考えられる。この点からすると Mitchell らのモデルは単純に過ぎるが、1回の調査の量的限界から、これらの要因については今回考慮しない。

(3) その他の理論の視点

ステークホルダーに対する企業の姿勢・行動に関しては様々な理論があるが、その代表的なものとして「資源依存理論(resource dependence theory)」や「制度理論(institutional theory)」がある。

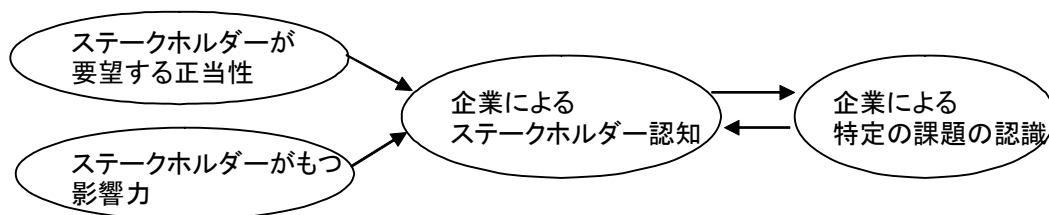
前者は、企業がその経営資源を依存している相手であるステークホルダーの要望により大きく対応すると考えるものであり、例えば従業員の女性比率が高いほど女性の働き方に関わる対応が先進的になると仮設する (Goodstein, 1994) ⁶。これは Mitchell ら (1997) のモデルにおける「影響力」に関わる理論とみなせる。

後者は、組織は周囲の環境の中で自らの行動が最も正当性を獲得できるように行動すると考えるものであり、例えば企業規模が大きくなるほど周囲の“眼”を意識せずにはいられなくなり、ステークホルダーの要望への反応度が高くなると仮設する。

本調査ではこのような視点も付加的に取り入れることとする。

4 . 調査設計

以上の理論に基づき、本調査は基本的に Mitchell らの認知構造モデルに依拠して設計した。ただし、先述のように「緊急度」はステークホルダーの要望認知以降の判断であると思われることから、この部分は省いた。したがって、依拠するモデルは下図のようになる。



図表 1-4 企業によるステークホルダー認知のモデル

その上で、まず企業の対応が期待される CSR 課題を特定せず、ステークホルダーも主要なもののみを取り上げて企業の一般的な認知について調べることとする。

次に、企業によるステークホルダーの認知は課題ごとに異なるはずであるという仮定の下、まずいくつかの CSR 課題についての意識を聞いたうえで、その中の特定の課題について企業の意識の中で浮かび上がるステークホルダーを調べることとした。ここでは、昨今のステークホルダーの多様性の現状を考慮し、ステークホルダーの種類をなるべく多く盛り込むこととする。

そして、企業によるステークホルダーの要望認知が、特定の CSR 課題にどの程度の影響を及ぼしうるかについて両者の相関関係を調べることとする。

課題を特定するにあたっては、関係するステークホルダーの性格が全く異なる課題を 2 つ選ぶこととする。

1 つは、従業員という最も身近で直接のコミュニケーションも可能なステークホルダーが要望・期待する CSR 課題でありながら、後述のようにこれまで企業の対応が十分とはいえなかった育児・介護支援に関するテーマである。もう 1 つは、すでに問題の深刻性について認識が共有されながら、それ自体は人格をもたず、コミュニケーションもできないが故にステークホルダーとしてすら認識しにくい自然や野生動物や未来世代が被害者となる

ような地球環境問題である。二つのケースをときに対比させることによって、それぞれのケースにおける企業のステークホルダー認知構造がより明らかになることが期待される。

また、「資源依存理論(resource dependence theory)」や「制度理論(institutional theory)」の示唆に基づき、企業規模と従業員の中の女性比率を回答企業の基本属性として質問し、企業規模の大小、女性比率の高低で企業のステークホルダー認知にどのような差がでるのかを調べることにする。

このほか、ステークホルダーの要望に関する情報源などの基本項目を設置する。

5 . 千代田区の次世代育成支援対策推進政策との関連

次世代育成支援対策推進法が2003年7月に成立し、2005年4月以降、従業員301人以上の企業は「行動計画」の策定義務（それ以下の従業員数の企業は努力義務のみ）を負うこととなった。さらにその義務が2009年より従業員101人以上の企業に拡大されてようとしている。

こうした状況の中、先に挙げた特定テーマのうちの1つを育児・介護関連のそれとしたのは、企業一般にとっても有用であることと考えてのことであるが、同時に本調査の助成者である千代田区（次世代育成支援対策推進に関する政策立案者というステークホルダー）にとってとりわけ有用であることを意識してのことである。

企業従業員の育児休業取得状況を取り上げてみると、男性の育児休業取得率は0.5%（30人以上の事業所）にとどまり、育児休業取得率の高い女性（80.2%）⁷についても出産1年前有職だった女性の出産前の退職率および出産後の退職率が高く（それぞれ41%、8%）⁸、育児休業についての企業の支援が手厚いとはいいがたいというのが現状である。昨年度、大妻女子大学が千代田区から委託を受けて行った、企業の次世代育成支援推進状況に関する調査（「千代田区内事業所における次世代育成対策推進に関する調査報告書」）のうち、ヒアリング調査では、特定職種（総合職、営業職）の女性はそもそも出産にいたることが困難である状況などが明らかになり、育児休業取得率という数字に表れない問題も多々存在していることが明らかになっている。

しかし、同調査結果によれば、社員が育児休業を取得することのメリットとして「CSR

を果たすことになる」がトップの回答であったことから、企業が次世代育成支援対策推進はCSRの重要な要素であると位置づけていることが伺えた。

ここから、今回、育児関連の課題について企業がどのような認知を行っているかを知ることが今後の政策立案上の示唆を得ることになると期待される。

6. 謝辞

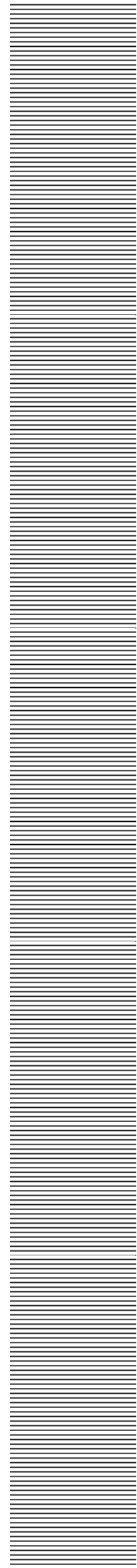
本調査は、千代田区の「千代田学」助成事業による助成金を受けたものである。このような調査の実現の機会を与えてくれた千代田区に感謝申し上げたい。

また、調査票の送付や集計作業において協力いただいた学生、佐々木春菜さん、新明亜実さん、蛭田友美さん、大下友里さん、鈴木まゆみさんにお礼を申し上げる。

そして何より、回答にご協力くださった企業の担当者の方々に厚くお礼申し上げたい。回収率は低かったが、それだけに回答くださった企業に対しては、かけていただいた手間暇に対して深く感謝している。それらの企業に対しては、この報告書が微力ながら何等かの意味で参考になることを期待しつつ、今後の益々のご発展をお祈り申し上げます。

-
- ¹ Post, J.E., Lawrence, A.T. and Weber, J., *Business and Society: Corporate Strategy, Public Policy and Ethics*, McGraw Hill Irwin, 2002.
 - ² Wheeler, D and Solana, M., *The Stakeholder Corporation: The Body Shop: Blueprint for Maximizing Stakeholder Value*, Financial Times Management, 1997.
 - ³ Mitchell, R.K., Agle, B.R. and Wood, D.J., Toward A Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts, *Academy of Management Review*, 1997,22(4), pp.853-886.
 - ⁴ Henriques, I. and Sadosky, P., The Relationship between Environmental Commitment and Managerial Perceptions of Stakeholder Importance, *Academy of Management Journal*, 42(5), 1999, pp.87-99.
 - ⁵ Agle, B.R., Mitchell, R.K. and Sonnenfeld, J.A., Who Matters to CEOs? An Investigation of Stakeholder Attributes and Salience, Corporate Performance, and CEO Values, *Academy of Management Journal*, 1999, Vo.42, No.5, pp..507-525.
 - ⁶ Goodstein, J.D., Institutional Pressures and Strategic Responses: Employer Involvement in Work-Family Issues, *Academy of Management Journal*, 1994,vol.37, No.2, pp.350-382.
 - ⁷ 厚生労働省 「平成17年度女性雇用管理基本調査」2006年。
 - ⁸ 厚生労働省 「出生前後の就業変化に関する統計の概況」(「平成15年度人口動態統計特殊報告」)

第 2 章



第2章 調査の概要

1. 調査の方法

前章の調査目的に則り、アンケート調査（郵送回収法）を行った。

2. 調査の対象と実施要領

（1）調査の対象

サンプリングについては、回答率を高めるため、『CSR 企業総覧 2006』（東洋経済新報社）のアンケートに回答した上場・未上場企業 749 社のうち、上場企業のみを選出した。無作為抽出ではなく、所属業界などの属性も『CSR 企業総覧 2006』のアンケートへの回答時点で偏りを反映するので、分析結果の一般適用に関しては注意を有する。

なお、当初は千代田区内に本社が所在する企業のみを対象にする予定であったが、企業規模が大きくなるほど本社所在地に関わる地域性は弱まると考えられるため、本社所在地は特に限定しないこととした。

その結果、731 社が調査対象となった。

（2）調査方法

郵送回収法で行った。

質問票の送付先は、各社のCSR担当部署もしくは経営企画担当部署とした。

（3）調査実施期間

平成 19 年 8 月 1 日～31 日

3. 質問項目

アンケートは以下のような質問項目で構成した（詳細は「資料2」を参照）。

（1）基本属性

- ・ 回答企業業種（F-1）
- ・ 回答企業正社員従業員数（F-2）
- ・ 回答企業正社員のうち女性比率（F-3）
- ・ 回答企業名（F-4）
- ・ 回答者所属部署（F-5）
- ・ 回答者役職（F-6）

（2）主要なステークホルダーの位置づけについて

- ・ 重要なステークホルダー（問1）
- ・ 要望認知度の高いステークホルダー（問2）
- ・ 影響力の強いステークホルダー（問3）

（3）ステークホルダーの要望内容ごとの認知度について

1）従業員の働き方に関して

- ・ 法定基準以上の育児・介護の支援（問4-1）
- ・ 育児・介護に関わる従業員の同僚への支援（問4-1）
- ・ 主体的なキャリア選択を可能とする制度整備（問4-1）
- ・ アファーマティブ・アクションへのとりくみ（問4-1）
- ・ 仕事量の公平な分配（問4-1）

2）地球環境問題や自然保護に関して

- ・ 環境負荷の低い製品・サービス比率の上昇（問4-2）
- ・ 操業が環境への悪影響を及ぼさないように配慮すること（問4-2）
- ・ 地球環境問題の解決への取組み（問4-2）

(4) 「法定基準以上の育児・介護の支援」に関して

- 1) 各ステークホルダーの要望・期待の認知度(問 5-1)
- 2) 各ステークホルダーが要望・期待することの正当性に関する評価(問 5-2)
- 3) 各ステークホルダーの要望・期待への対応如何による影響度に関する評価(問 5-3)

(5) 「地球環境問題の解決への取組み」に関して

- 1) 各ステークホルダーの要望・期待の認知度(問 6-1)
- 2) 各ステークホルダーが要望・期待することの正当性に関する評価(問 6-2)
- 3) 各ステークホルダーの要望・期待への対応如何による影響度に関する評価(問 6-3)

(6) 自社に寄せられるステークホルダーの要望や期待に関する、回答者の情報源

- 1) 従業員の働き方に関する要望や期待に関して(問 7-1)
- 2) 地球環境問題解決への貢献に関する要望や期待に関して(問 7-2)

(7) 問 5、問 6 で設定したステークホルダーの選択肢について

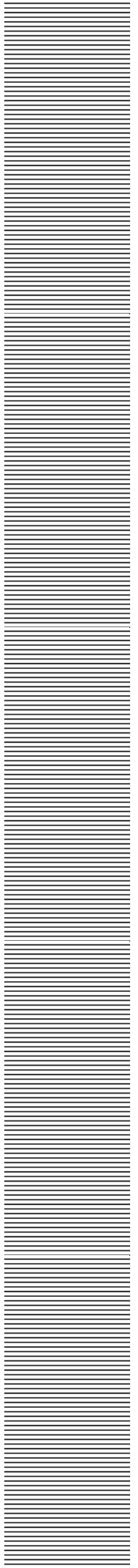
問 5、問 6 においては、選択肢として、「一般消費者」「納入先」「サプライヤー」「消費者団体」「環境保護団体」「労働組合」「業界団体・経済団体」「地方自治体」「政府・中央官庁」「親会社」「株主・投資家」「SRI 関係者」「取引銀行」「地域住民」「従業員(男性)」「従業員(女性)」「従業員の配偶者や家族」「学生」「マスコミ」「自然、野生の動植物」「未来の世代」の 21 のステークホルダーを用意した。

これは第 1 章で述べたとおり、昨今企業を取り巻くステークホルダーが多様化、多層化していることに対応しようとするものである。

すでに企業の認知度が高いとみられる消費者や従業員、株主ばかりでなく、2000 年辺りから急速に存在感を増している SRI(社会的責任投資)のスクリーニングに関わる主体、地球環境問題の深刻化の中で、現時点で企業と意思疎通を行える人格主体をもたないものの明らかに企業活動やその CSR の如何によって大きな影響を被る自然や未来の世代といったステークホルダーも盛り込んだ。さらに、既存の主要ステークホルダーについても、テーマによって企業マネージャーの認識の仕方が異なるであ

ろうことを勘案し、細分化した。たとえば、従業員であれば「男性従業員」、「女性従業員」、さらに従業員の背景にある「配偶者や家族」、そして将来の従業員たる「学生」に細分化した。また、消費、労働、環境、経営の立場から最終ステークホルダーの利害を代弁する団体を盛り込んだ。

第 3 章



第3章 調査の結果および分析

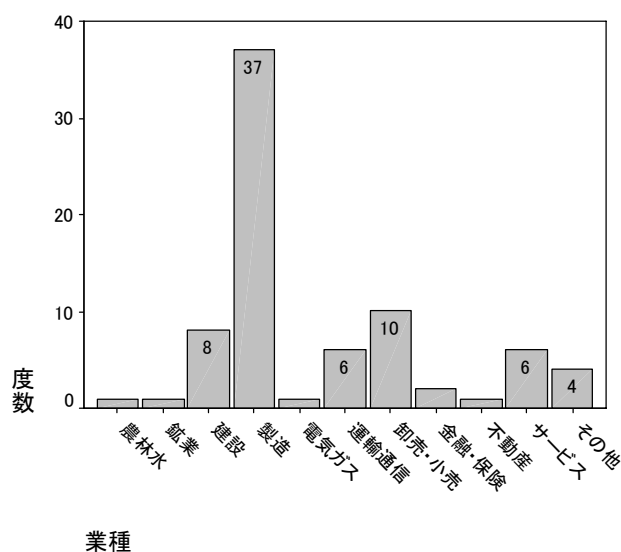
1. 回収状況および回答企業のプロフィール

(1) 回収状況

回収調査票は 78 部（回収率 10.6%）であったが、うち 1 部は無記入での返送であり有効回収調査票は 77 部、したがって有効回収率は 10.5%であった。

(2) 回答企業業種

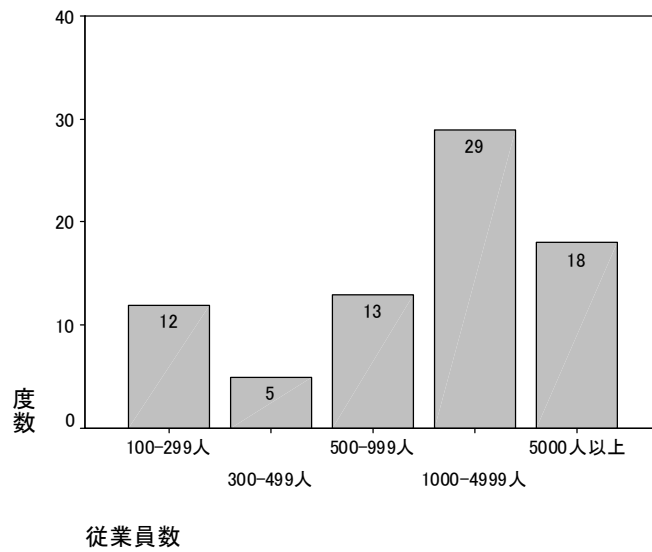
回答企業の業種は図表 3-1 のとおりである。製造業が 37 社と有効回答数の 48% を占めている。



図表 3-1 回答企業業種

(3) 回答企業従業員数

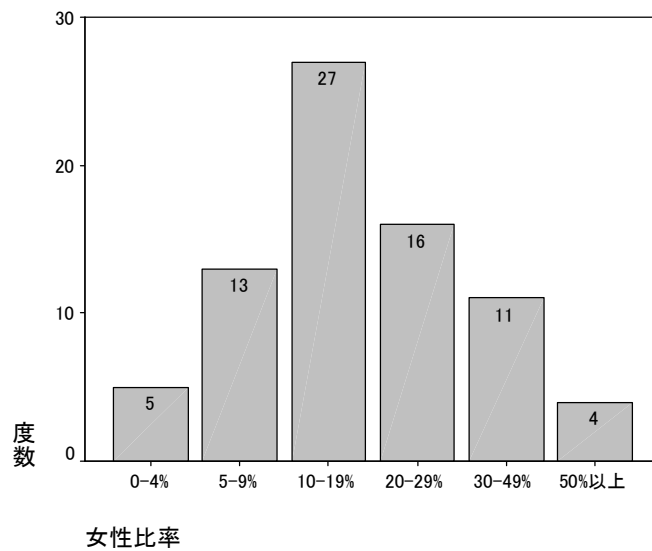
回答企業の正社員従業員数は「1000-4999 人」が最も多かった。全体として本調査の回答企業の規模はかなり大きいものであることがわかる。



図表3-2 回答企業従業員数

(4) 回答企業従業員女性比率

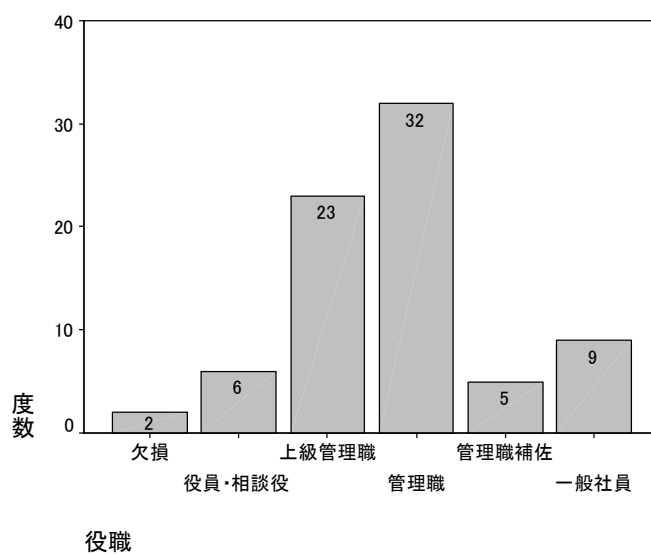
正社員従業員のうち女性が占める割合を答えてもらったところ、「10-19%」が最も多かった。



図表3-3 正社員従業員の女性比率

(5) 回答者役職

調査票回答者の役職は、「管理職」（課長クラスを想定）が最も多く、「上級管理職」（部長クラス）が続いている。この調査自体がステークホルダーからの一種の要望と考えれば、ステークホルダーの要望・期待が企業に取り込まれる窓口がCSRに関連する部署におけるミドルマネジャーであることが伺われる。



図表 3-4 回答者役職

2. 単純集計結果

(1) 主要なステークホルダーの位置づけについて

1) 重要なステークホルダー（問1）

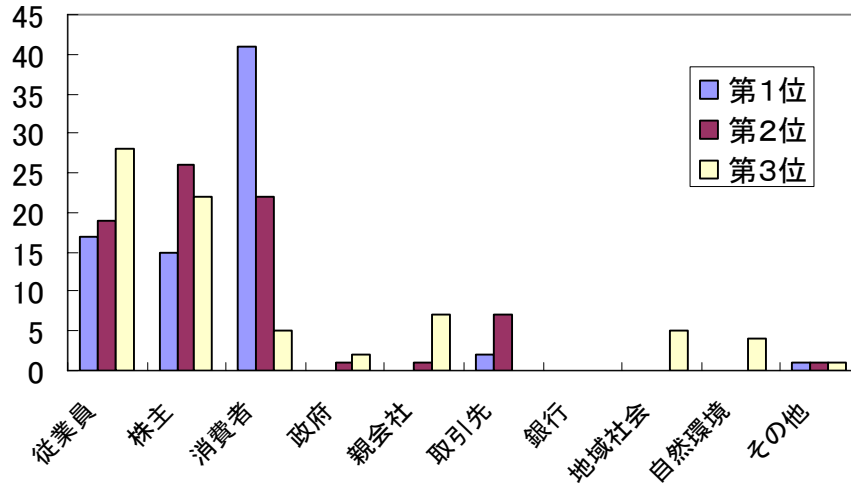
いくつかの主要なステークホルダーのうち、自社にとって重要だと思われるステークホルダーを、重要順に3つ挙げてもらった（図表 3-5 および 3-6）。

その結果、「消費者」が第1位に挙げられるとともに、第1位から第3位計でも選択率が最も高く（30.0%）、「消費者」が最重要視されていることが判った。第1位から第3位計をみると「消費者」の次には「従業員」（28.2%）と「株主」（27.8%）がほぼ同じ程度に重視されているが、第2位に挙げられるのは「株主」の方が「従業員」より多い。

ちなみに、中小企業（従業員数 300 人未満）に対して同様の質問をした際（千代田区「千代田区内事業所における次世代育成支援対策推進に関する調査」2006 年）には、「従業員」が「消費者」をおさえて最も選択率が高く（77.2%）、一方「株主」は選択率が3割にとどまっており、あまり重視されていないことが判った（図表 3-7）。このことから、今回の調査においては回答企業の規模が大きいことに起因して、より市場、株式会社制度への関心が高くなっていることが推測される。

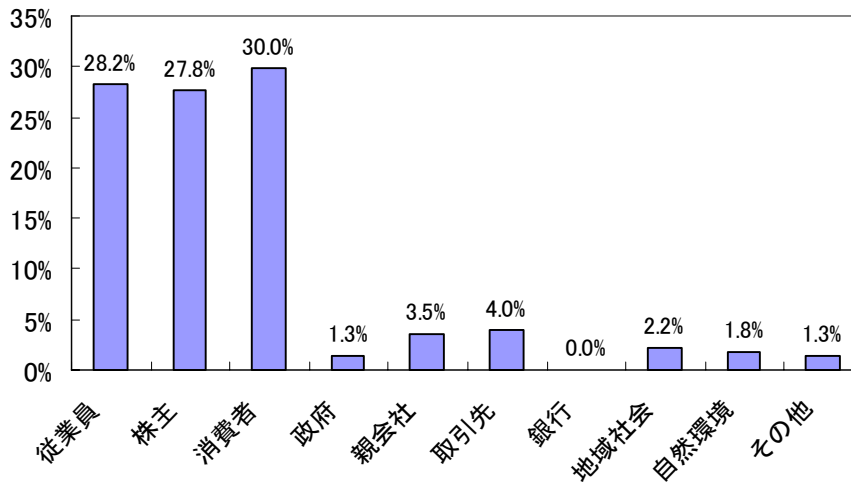
「消費者」「従業員」「株主」の合計で全体の 86.0%を占めており（第1位から第3位計）、それら3主体が企業にとっての圧倒的関心であることがわかった。

重要なステークホルダー



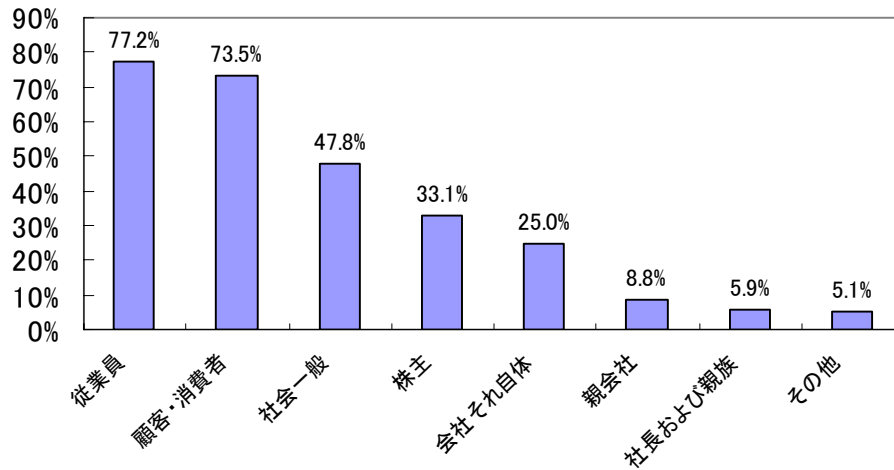
図表 3-5 最も重要なステークホルダー

重要なステークホルダー 第1位～第3位計



図表 3-6 最も重要なステークホルダー（第1位・第3位計）

「会社は誰のために存在するか」



出所:千代田区「千代田区内事業所における次世代育成支援対策推進に関する調査」(2006)

図表 3-7 重要なステークホルダー（中小企業の場合）

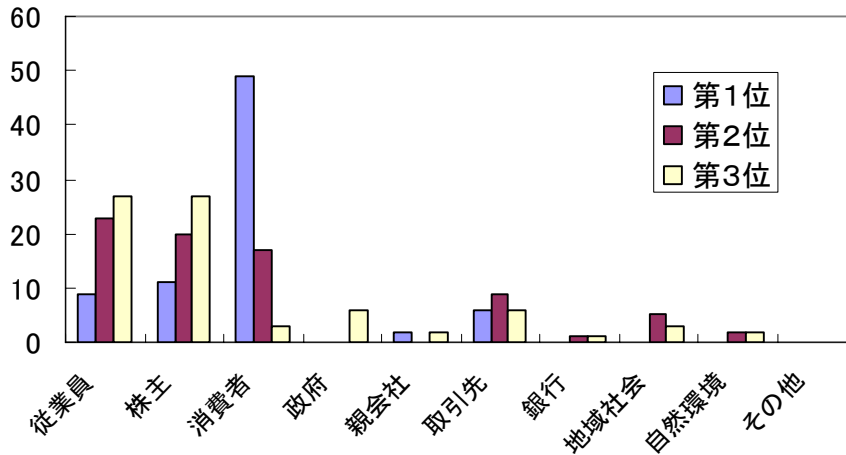
2) 要望認知度の高いステークホルダー（問2）

要望や期待、ニーズについて認識度の高いステークホルダーを挙げてもらったところ、図表 3-8、3-9 のようになった。

第1位から第3位計について問1の結果と比較すると、「消費者」「従業員」「株主」の三者についてはさほど違いはみられないが、重要視されていない（あまり正当性を認めていない）その他のステークホルダーについては違いが見られた。特に「取引先」などについては、要望認知度は相対的に高く、「重要なステークホルダーではないが、その要望はわかっている」という状態が現れている。

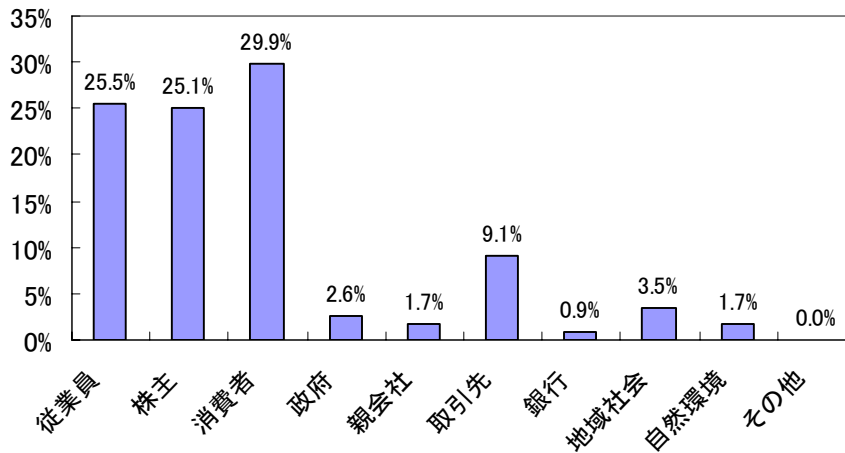
また、主要なステークホルダーとみられている「株主」については、問1の場合と異なり、これを第2位に挙げる回答が減っており、重視している割に要望認知度が低くなっていることが伺われる。

要望を認知しているステークホルダー



図表 3-8 要望認知度の高いステークホルダー

要望を認知しているステークホルダー
第1位～第3位計



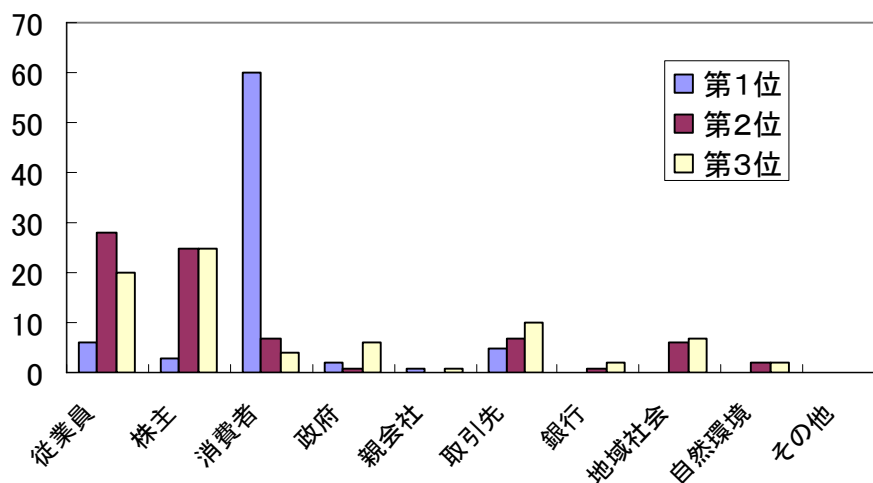
図表 3-9 要望認知度の高いステークホルダー（第1位・第3位計）

3) 影響力の強いステークホルダー（問3）

その要望や期待に応えたり、反したりすることによって利益・不利益を被ると思われる(影響力の大きい)ステークホルダーについて尋ねたところ、図表 3-10、3-11 のようになった。これによると、企業は「消費者」が圧倒的に強い影響力をもつと

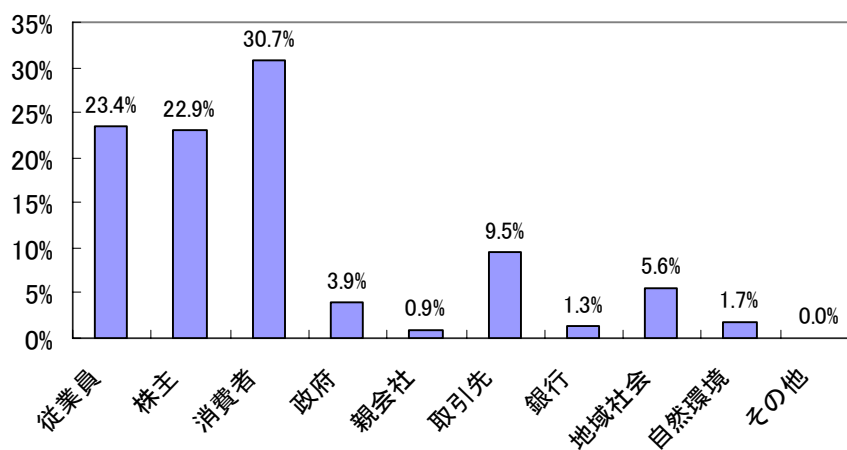
みなしていることがわかる。主要3ステークホルダーのほかに、「取引先」「地域社会」なども若干の影響をもつとみなされている。

影響力の大きいステークホルダー



図表 3-10 影響力の大きいステークホルダー

影響力の大きいステークホルダー
第1位～第3位計



図表 3-11 影響力の大きいステークホルダー（第1位-第3位計）

問1、2、3を総合してみると、ステークホルダーの要望が認知されるのは、企業がそのステークホルダーを重視（正当視）しているからだけとは限らず、たとえ企業

が重視していなくとも、当該ステークホルダーが影響力をもつとみなされている場合にはその要望を企業がくみ上げる可能性があるということを示唆している。このことは Mitchell らのモデルの現実適用可能性をも示唆すると考えられる。

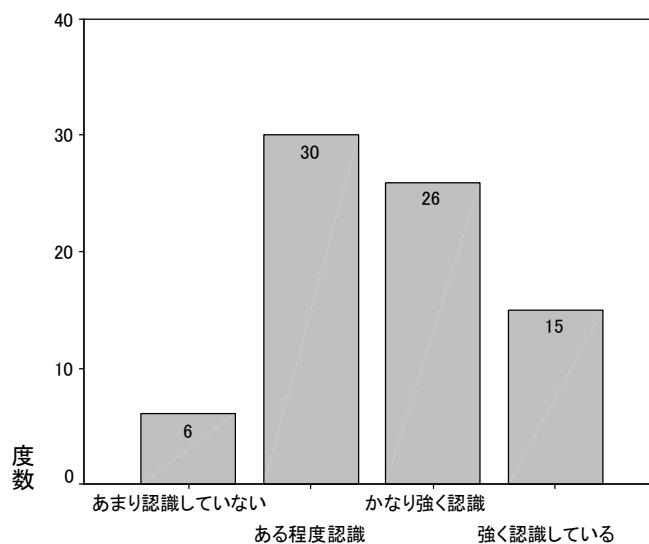
(2) ステークホルダーの要望内容ごとの認知度について(問4)

ここでは、CSRの課題(テーマ)に従業員の働き方(次世代育成支援を含む)と環境問題・自然保護の2つに絞って、この範囲でいくつかの項目を設定し、その取組みへの要望・期待の企業の認識状況を、「強く認識している」(5)から「認識していない」(1)の5段階で回答してもらった。

1) 従業員の働き方に関して(問4-1)

法定基準以上の育児・介護の支援

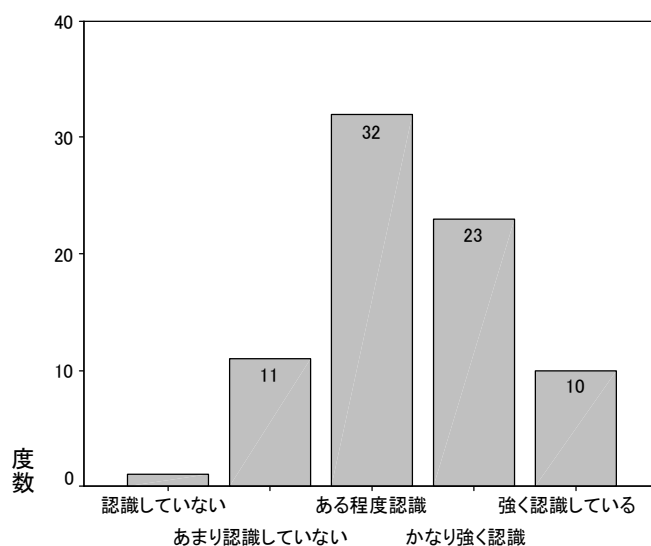
従業員の働き方に関して、「従業員の出産・育児または介護に関して、休業期間、復帰後の配属、勤務時間など法令の規定を上回る取組みや特別の配慮を行うこと」という要望や期待への認識の程度を聞いたところ、図表3-12のような結果が得られた。



図表3-12 法令以上の育児・介護支援制度に関する要望認識度

育児・介護に関わる従業員の同僚への支援

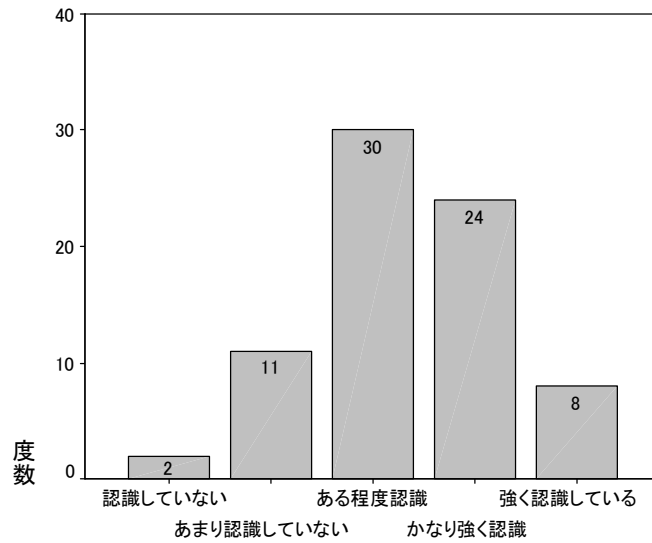
従業員の働き方に関して、「育児・介護に携わる従業員が育児・介護休業を取得したり、短時間勤務したりすることなどに対して協力する周囲の同僚を支援するしくみを作る」という要望や期待への認識の程度を聞いたところ、図表 3-13 のような結果が得られた。



図表3-13 育児・介護に関わる従業員の同僚への支援に関する要望認識度

主体的なキャリア選択を可能とする制度整備

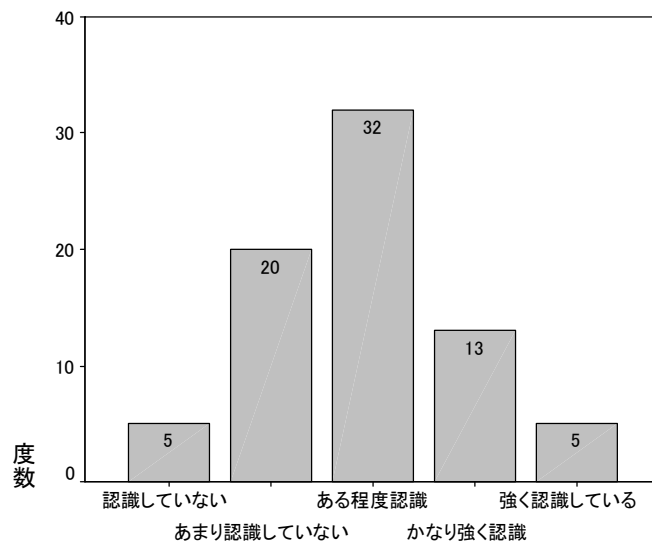
従業員の働き方に関して、「会社の都合ではなく、従業員自らの主体的なキャリア選択を支援すべく、社内公募制度の充実や自己申告の実現を図ること」という要望や期待への認識の程度を聞いたところ、図表 3-14 のような結果が得られた。



図表3-14 主体的なキャリア選択を可能とする制度整備に関する要望認識度

アファーマティブ・アクションへのとりくみ

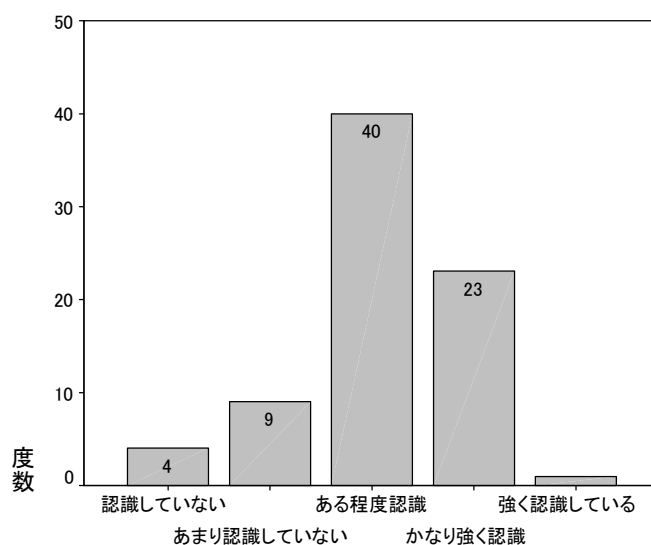
従業員の働き方に関して、「女性従業員に関して、アファーマティブ・アクションにとりくみこと」という要望や期待への認識の程度を聞いたところ、図表 3-15 のような結果が得られた。



図表3-15 アファーマティブ・アクションへの取組みに関する要望認識度

仕事量の公平な分配（問 4-2）

従業員の働き方に関して、「仕事量が一部の個人や、30代、40代といった特定の年齢層に集中しないよう管理すること」という要望や期待への認識の程度を聞いたところ、図表 3-16 のような結果が得られた。

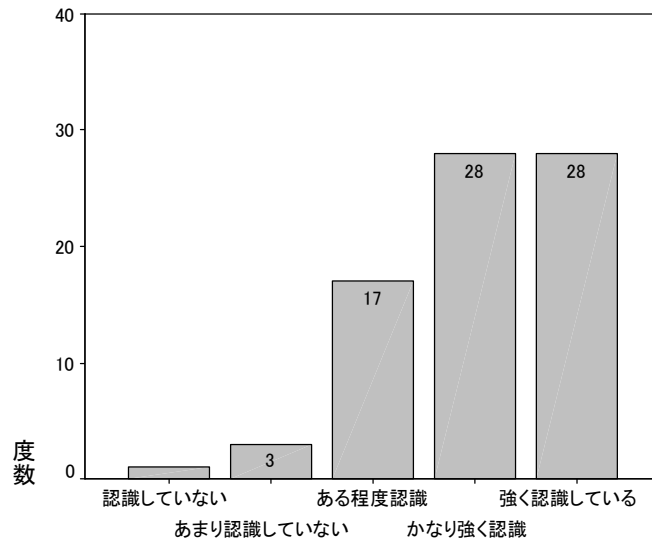


図表3-16 仕事量の公平な分配に関する要望認識度

2) 地球環境問題や自然保護に関して

環境負荷の低い製品・サービス比率の上昇

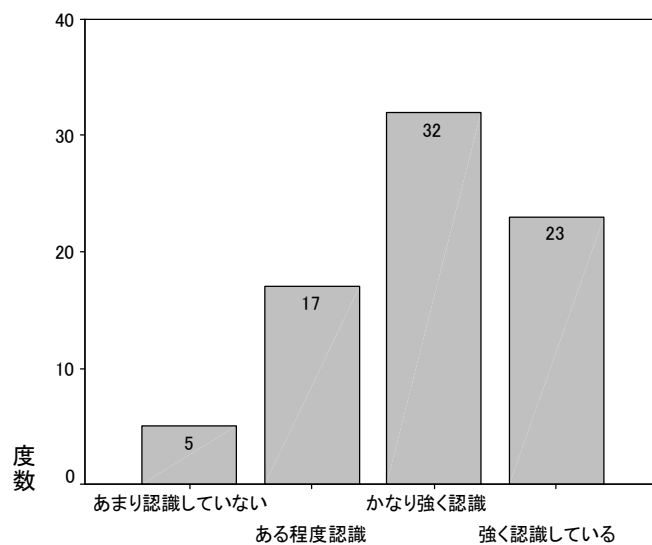
地球環境問題や自然保護に関して、「環境負荷が低く、リサイクル率の高い製品・サービスの比率を高めること」という要望や期待への認識の程度を聞いたところ、図表 3-17 のような結果が得られた。



図表3-17 環境負荷の低い製品・サービス比率の上昇に関する要望認識度

操業が環境への悪影響を及ぼさないように配慮すること

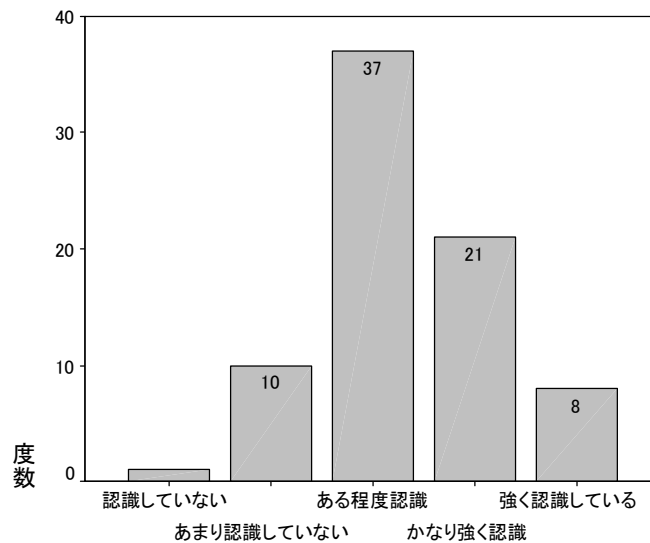
地球環境問題や自然保護に関して、「本支店、工場などの自社施設の設置や運営もしくは受注製作物の設置・運営が、その地域の自然環境や生態系に悪影響を及ぼさないよう配慮すること」という要望や期待への認識の程度を聞いたところ、図表 3-18 のような結果が得られた。



図表3-18 操業が環境へ悪影響を及ぼさないことに関する要望認識度

地球環境問題の解決への取組み

地球環境問題や自然保護に関して、「自社の活動と直接関係ないような地球環境問題の解決にも積極的に貢献すること」という要望や期待への認識の程度を聞いたところ、図表 3-19 のような結果が得られた。



図表3-19 地球環境問題解決への取組みに関する要望認識度

3) 問4全体について

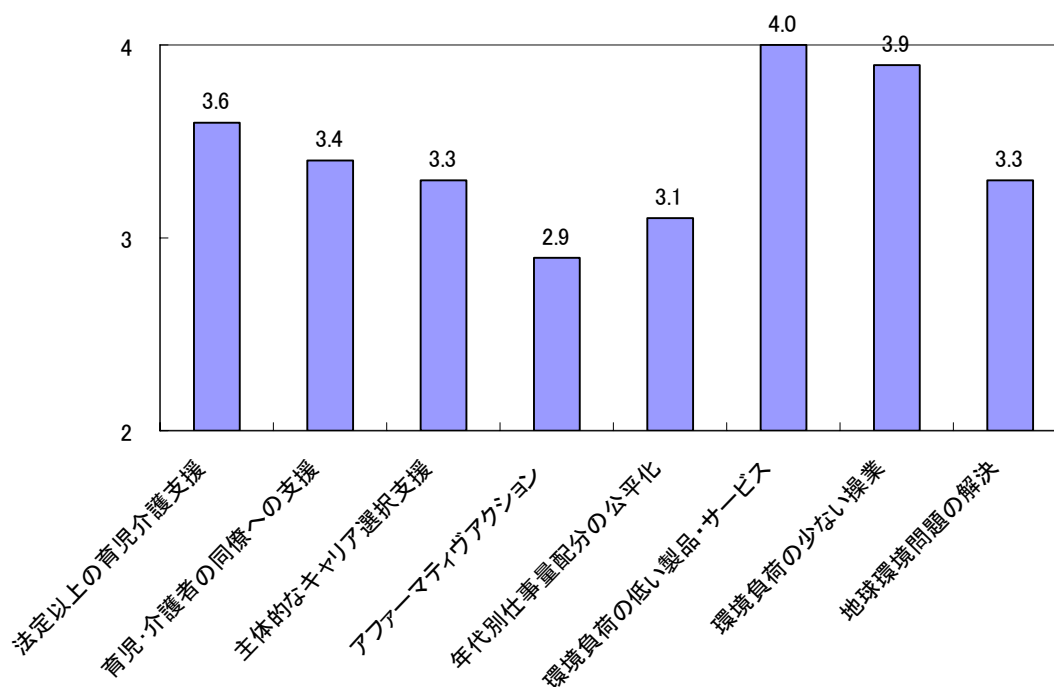
問4の8つの質問について回答の平均を一覧にしたのが図表 3-20 である。

これをみると、まず、環境対策についての要望もしくは必要性の認識の方が従業員の働き方についての対応の必要性よりも総じて高く評価されていることがわかる。CSR の中身について日本企業は米国企業に比べて環境面での感応度が高く、逆に人権面での注意が低いというのは既知のことであり、それがここでも間接的に現れていると捉えられよう。

次に、働き方の5項目を比較すると、「アファーマティブ・アクション」の要望の認識が低いものの、相互にそれほどの差はなく、「やや強く」程度の認識であることがわかる。

それに比べて、環境対策に関する認識は高いのであるが、「環境負荷の低い製品・サービス」「環境負荷の低い操業」が高く、「地球環境問題の解決」は低い。これは、自社の活動に直接関わる場合と、自社の活動との関係が遠くて間接的である場合の違いを反映しているものと解釈できる。

テーマ別要望認識度(平均)



図表3-20 問4全項目(平均値)

(4) 「法定基準以上の育児・介護の支援」に関して

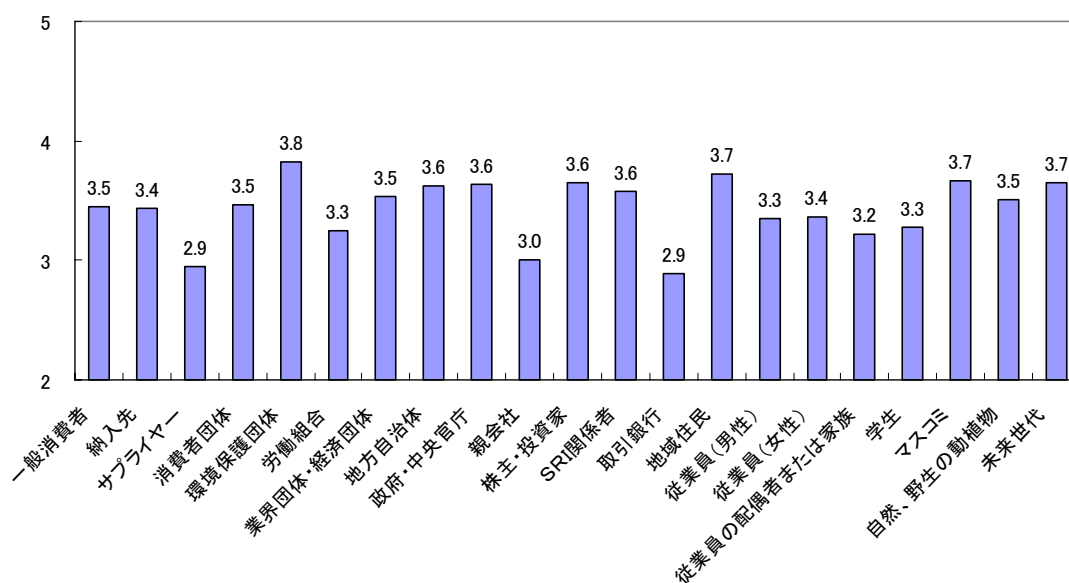
問4の従業員の働き方に関する5つの質問項目のうち、「業員の出産・育児または介護に関して、休業期間、復帰後の配属、勤務時間など法令の規定を上回る取組みや特別の配慮を行うこと」のみを取り出し、この課題の場合、企業が21のステークホルダーのうちどのステークホルダーの“声”として要望を認知し(“顕著な”ステークホルダーとして認知し)、また正当性を認め影響力を感じているのかを5段階評価(要望認識度は「強く意識する(5)」から「意識しない(1)」、正当性を認める程度は「高い(5)」から「低い(1)」、影響力については「大きい(5)」から「小さい(1)」)で答えてもらった。

1) 各ステークホルダーの要望・期待の認知度 (問 5-1)

まず、ステークホルダー別にみた要望の認知度に関しては図 3-21 のような結果が得られた。

これによると法定以上の育児・介護支援という課題(テーマ)に関しては、「従業員(女性)」(平均 4.3)や「労働組合」(同 4.0) それに「従業員の配偶者および家族」(3.9)や「従業員(男性)」(3.8)が高く、「学生」(3.4)もやや高い。課題の性質から、「従業員」と類似のステークホルダーの認知が高いことがわかる。ただし、後に述べるように、ここでは細分化した複数のステークホルダーを企業としては一体とみているケースもあると考えられるため、注意が必要である。

その一方、消費者関連、取引関連のステークホルダーの認知は低く、当然であるが、「自然、野生の動植物」の点数が低い(低いとはいえ、回答企業がテーマも異なり、人格性ももたないこのステークホルダーに平均 2.0 の点数を与えている点は理解しがたく、これは回答者の不正確な回答の仕方によるものと推測される。本調査は回答項目が多く、精度の高い回答を引き出すインセンティブが弱くなっていることを考慮すると、無効回答ではないものの「雑情報」が入っていることを念頭に置く必要がある)。



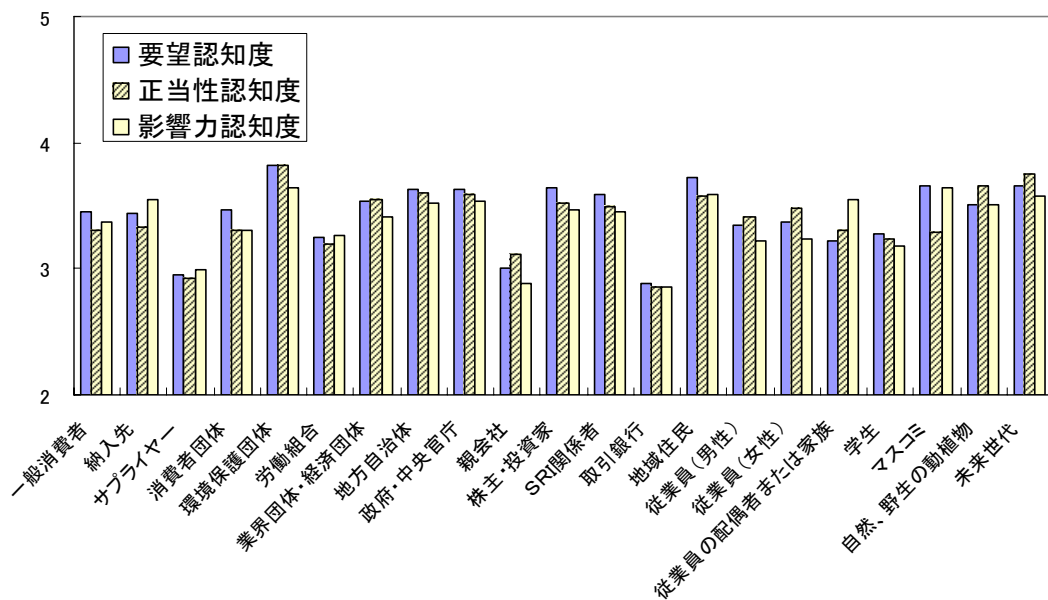
図表3-21 ステークホルダー別「法定以上の育児・介護支援」の要望の認知度

- 2) 各ステークホルダーが要望・期待することの正当性に関する評価(問 5-2)
- 3) 各ステークホルダーの要望・期待への対応如何による影響度に関する評価(問 5-3)

ステークホルダーごとの正当性や影響力についての企業認知の結果を、要望の認知度と合わせて提示したのが図表 3-22 である。

これによると正当性を認める程度や感じる影響力は、概ね要望認知度と一致している。すなわち、「従業員(女性)」や「労働組合」は「法定以上の育児・介護支援」を要望・期待する正当性ももっているし、影響力も持っているために、企業はそれらの要望として認知しやすくなっている。

しかし、「SRI 関係者」「学生」「マスコミ」などについては、要望認知度は影響力認知度とのみ一致しており、このことは企業が「法定以上の育児・介護支援」を要望することの正当性をそれほど認めていないのにも拘わらず、影響力が強いためにその要望を認知しやすくなっている状況にあることをほのめかしている。



図表3-22 ステークホルダー別「法定以上の育児・介護支援」の要望の認知度・
要望の正当性認知度、対応如何による影響度

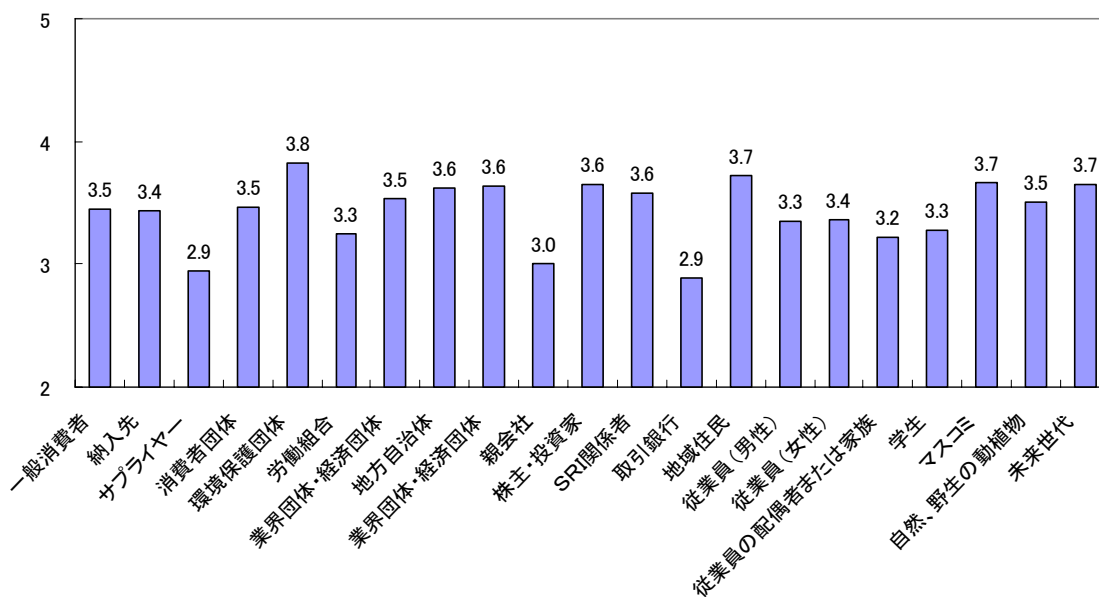
(5) 「地球環境問題の解決への取組み」に関して

(4)と同様に、問4の地球環境問題や自然保護に関する3つの質問項目のうち、「自社の活動と直接関係ないような地球環境問題の解決にも積極的に貢献すること」のみを取り出し、この課題の場合、企業が21のステークホルダーのうちどのステークホルダーの“声”として要望を認知し(“顕著な”ステークホルダーとして認知し)また正当性を認め影響力を感じているのかを5段階評価(要望認知度は「強く意識する(5)」から「意識しない(1)」, 正当性を認める程度は「高い(5)」から「低い(1)」, 影響力については「大きい(5)」から「小さい(1)」)で答えてもらった。

1) 各ステークホルダーの要望・期待の認知度(問6-1)

「地球環境問題の解決への取組み」というテーマに関してステークホルダー別にみた要望の認知度に関しては図3-23のような結果が得られた。

これによると、「環境保護団体」の得点が3.8と最も高いものの、突出したステークホルダーはなく、「地域住民」(3.7)、「マスコミ」(3.7)、「未来世代」(3.7)など、多くのステークホルダーに関してその“顕著さ”が企業に認知されていることがわかる。



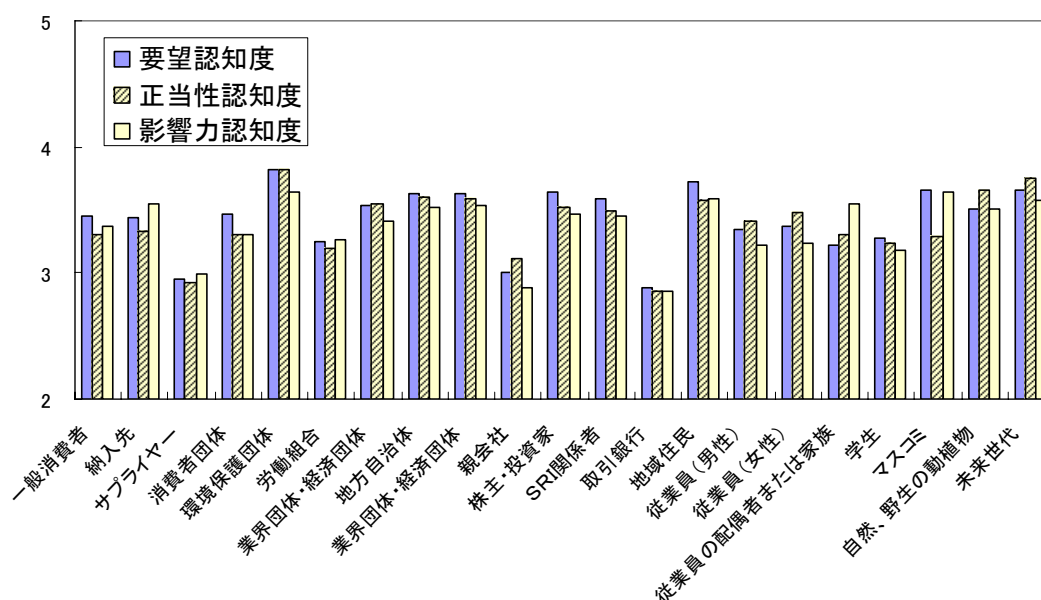
図表3-23 ステークホルダー別「地球環境問題解決への取組み」の要望の認知度

2) 各ステークホルダーが要望・期待することの正当性に関する評価(問6-2)

3) 各ステークホルダーの要望・期待への対応如何による影響度に関する評価(問6-3)

ステークホルダーごとの正当性や影響力についての企業認知の結果を、要望の認知度と合わせて提示したのが図表3-24である。

これによると正当性を認める程度や感じる影響力は、概ね要望認知度と一致しているが、「法定以上の育児・介護支援」の場合と同様、「マスコミ」などは、正当性を認めていなくても、その影響力がゆえに認知度が高くなっているケースもある。



図表3-24 ステークホルダー別「地球環境問題解決への取組み」の要望の認知度・
要望の正当性認知度、対応如何による影響度

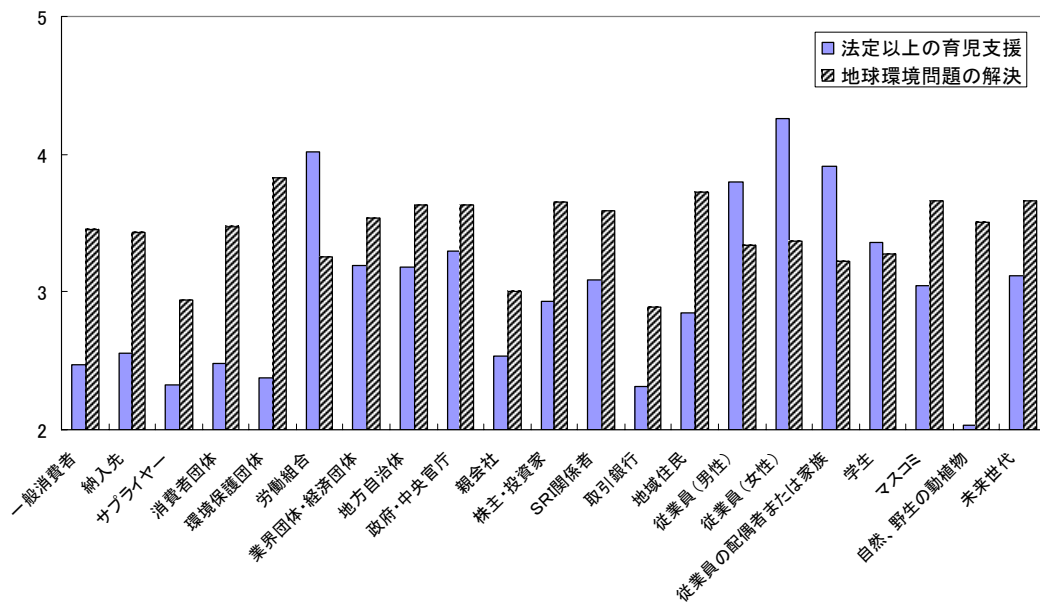
(6) 「法定以上の育児・介護支援」と「地球環境問題解決への取組み」の比較

要望認知度のみについて、「法定以上の育児・介護支援」の場合と「地球環境問題解決への取組み」の場合を比較すると、図表3-25のようになった。

全般的に、各ステークホルダーについて「地球環境問題解決への取組み」の方が「法定以上の育児・介護支援」よりも強く認識されている。すでに問4において、企業が「働き方」よりも「地球環境問題や自然保護」に対する認識が強いことが明らかにな

っているが、そのことがまず再確認できる。

次に、すでに触れたが「法定以上の育児・介護支援」に関しては、従業員に類するステークホルダーの“顕著さ”に偏りがあったが、「地球環境問題解決への取組み」については多くのステークホルダーが認知されている。その結果、テーマによって同じステークホルダーについても企業の認知度が相当異なる状況となっている。第1章で触れたとおり、ステークホルダーの認知（“顕著さ”）の程度を一般化して固定的に捉えるのは不適當であり、それはCSRの課題（テーマ）ごとに考慮すべきものであることがここで判明した。



図表3-25 ステークホルダー別要望認知度 - 「法定以上の育児・介護支援」と「地球環境問題解決への取組み」の比較

(7) 自社に寄せられるステークホルダーの要望や期待に関する、回答者の情報源

- 1) 従業員の働き方に関する要望や期待に関して (問 7-1)
- 2) 地球環境問題解決への貢献に関する要望や期待に関して (問 7-2)

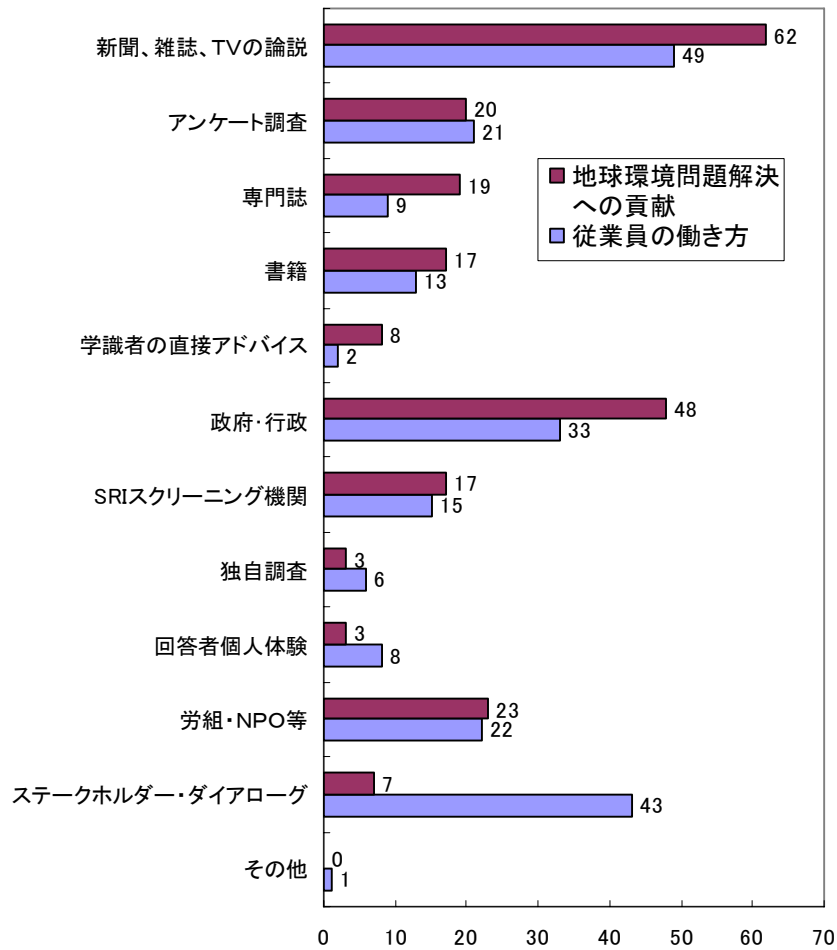
本調査の回答者自身が、自社に寄せられる要望や期待の内容や強さをどのようにして汲み取っているかを知るべく、その情報源を、「次世代育成支援を含む、従業員

の働き方に関する要望や期待」と「地球環境問題解決への貢献に関する要望や期待」の2つの課題(テーマ)について、3つまでの複数回答で答えてもらった(図表 3-26)。

これによると、どちらの課題についても「新聞、雑誌、TV」、いわゆるマスコミが最も多く、次いで「政府・行政」の順であった。

地球環境問題関連のテーマに関してマスコミや政府経由の情報が重視されているというのは、その問題が全般的な性格をもち、かつすでにみたように、企業は多くのステークホルダー間に分散された形での要望として認識しているからであろう。このマスコミ情報への依存率の高さは、先にみたようにマスコミに対して相対的に強い影響力を感じるものの一つの原因となっていると推測される。

一方、働き方に関するテーマについては、マスコミに次いで多かったのは「ステークホルダー・ダイアログ」であり、これが大きな特徴となっている。これは、働き方に関わるステークホルダーが、特定しやすく、かつ企業と直接コミュニケーションが可能であるという性格をもつことに起因するものと考えられる。なお、この回答の中には、「ステークホルダー・ダイアログ」という言葉が通例使われる範囲(特定のステークホルダーもしくはその代弁者との対話の機会を、既存の制度の枠外で改めて設置する場合を指すのが通例だと思われる)を超えて、日常業務の中での非公式コミュニケーションや人事制度に則った公式コミュニケーションなども含まれているものと推測される。



図表 3-26 ステークホルダーの要望認知のための情報源（複数回答）

3. クロス集計結果

回答企業の属性のうち、「企業規模」(従業員数、F - 2)および「従業員の女性比率」(F - 3)とCSRの課題(テーマ)認識(問4)、「法定以上の育児・介護支援」の要望の認知(問5)および「地球環境問題解決への取組み」への要望の認知(問6)の関係を調べるために、クロス集計を行った。

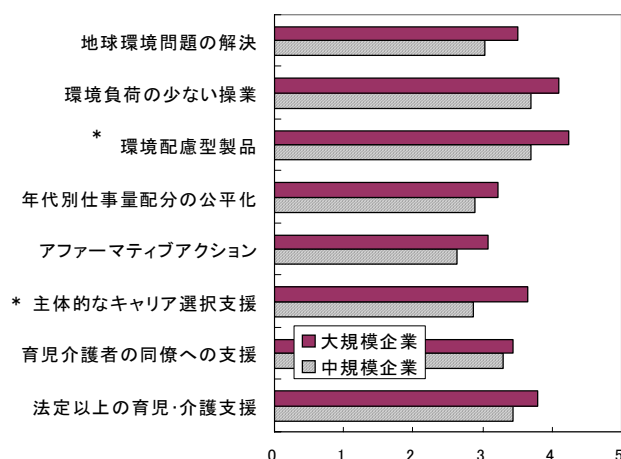
(1) 企業規模別クロス集計

回答企業を「従業員数 1000 人未満」(N = 60、「中規模企業」と呼ぶ)と「従業員数 1000 人以上」(N = 17、「大規模企業」と呼ぶ)に分け、クロス集計を行ったⁱ。

1) CSRの課題(テーマ)認識との関係(問4)

従業員の働き方(次世代育成支援を含む)に関わる5項目と環境問題・自然保護に関わる3項目との関係を調べた結果が、図表3-27である。

すべての項目において大規模企業の方が中規模企業よりも認識の程度(平均得点)が高いという結果が得られた。このうち、「主体的なキャリア選択支援」および「環境配慮型の製品・サービス比率の上昇」において統計的に有意な差が求められた(いずれも $p < .05$)。



図表 3-27 企業規模別 テーマ別要望認識度

ⁱ 両者の差について検定(t検定)を行い、1%の水準で有意なものには「 $p < .01$ 」(文中)、「**」(図表中)、5%水準で有意なものには「 $p < .05$ 」および「*」と表記した。

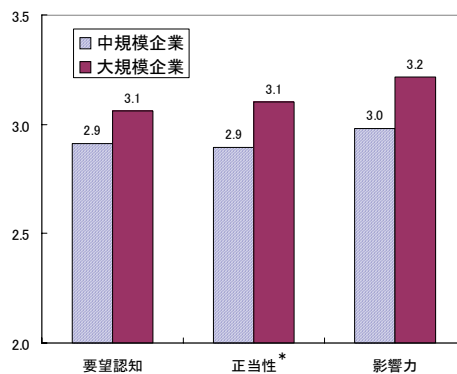
2) 「法定以上の育児・介護支援の要望」に関するステークホルダー認知との関係(問5)

「法定以上の育児・介護支援の要望」というテーマに関し、企業によるステークホルダーの要望認知の程度、正当性を認める程度、影響力を感じる程度との関係について調べた。

3 要素平均値

まず、21のステークホルダーの平均値で大規模企業と中規模企業を比較したのが図表 3-28 である。

これによれば、いずれの要素に関しても大規模企業の数値がより高くなっているが、統計的にこの差が有意であるのは「正当性を認める程度」のみであった($p < .05$)。

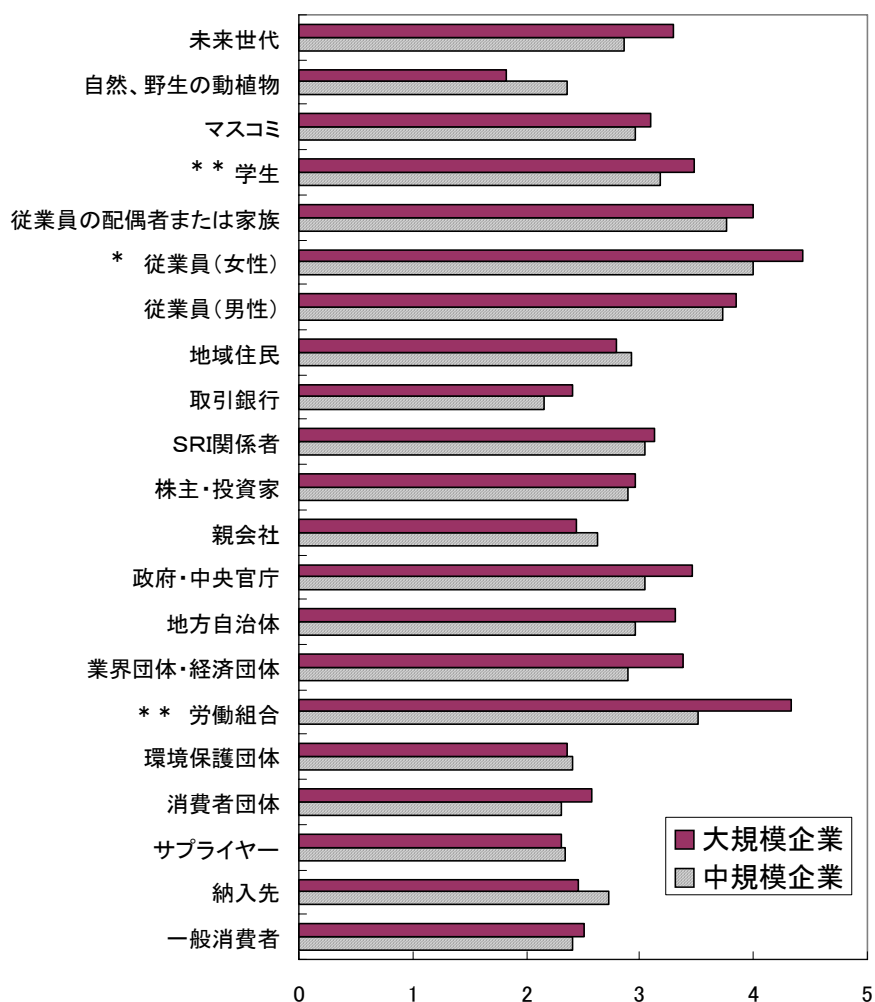


図表 3-28 企業規模別 「法定以上の育児・介護支援」に関するステークホルダー認知度(平均)

ステークホルダーごとの要望認知（問 5-1）

「法定以上の育児・介護支援の要望」というテーマに関し、企業によるステークホルダーごとの要望認知の程度を大規模企業と中規模企業で比較すると図表 3-29 のようになる。

これによると、「法定以上の育児・介護支援」という CSR の課題（テーマ）に関しては、大規模企業は相対的に「労働組合」と「学生」（いずれも $p < .01$ で統計的に有意）および「従業員（女性）」（ $p < .05$ ）の要望としてこれを認知しているということがわかった。

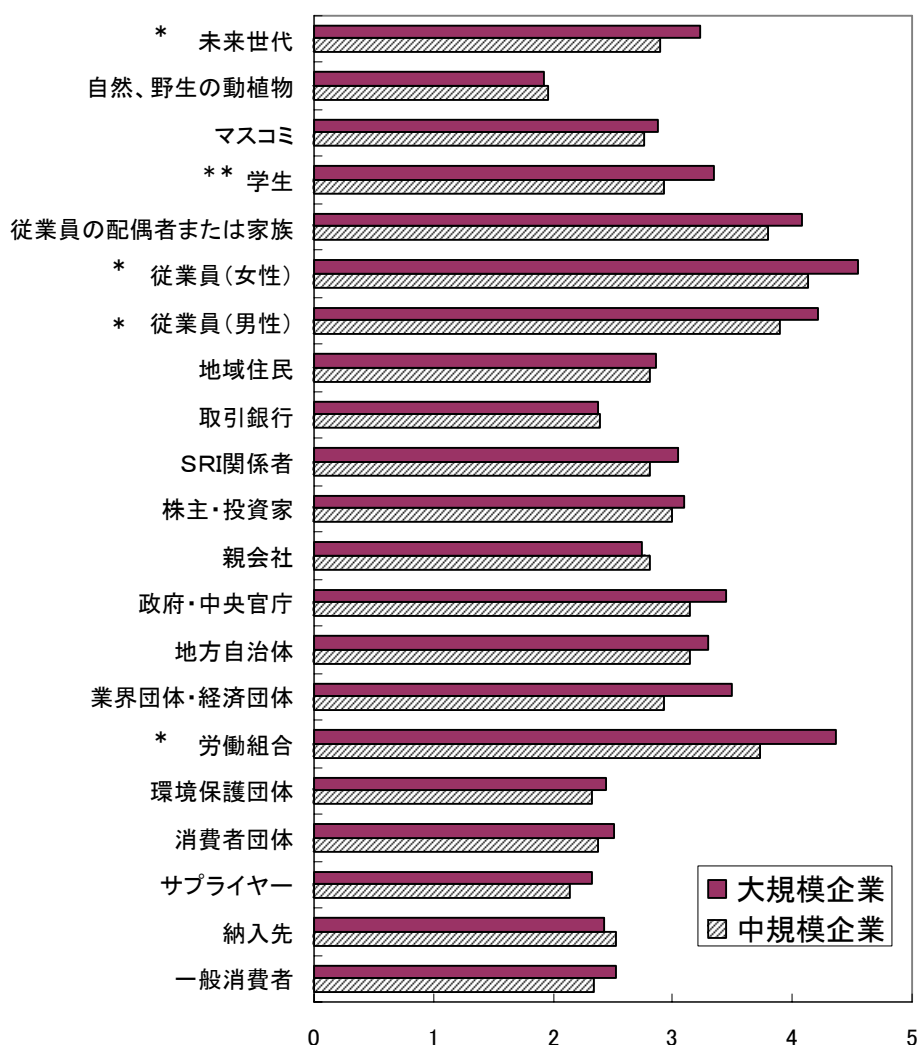


図表 3-29 企業規模別 「法定以上の育児・介護支援」に関するステークホルダーの要望認知度

ステークホルダーごとの正当性付与（問 5-2）

「法定以上の育児・介護支援の要望」という要望・期待に関し、企業によるステークホルダーごとの正当性付与の程度を大規模企業と中規模企業で比較すると図表 3-30 のようになる。

これによると、大規模企業は中規模企業に比べ、「労働組合」「従業員(男性)」「従業員(女性)」「未来世代」(p<.05)、それに「学生」(p<.01)に対して顕著に正当性を認めていることがわかる。いずれも「従業員」か、それを拡張して括られるステークホルダーである。

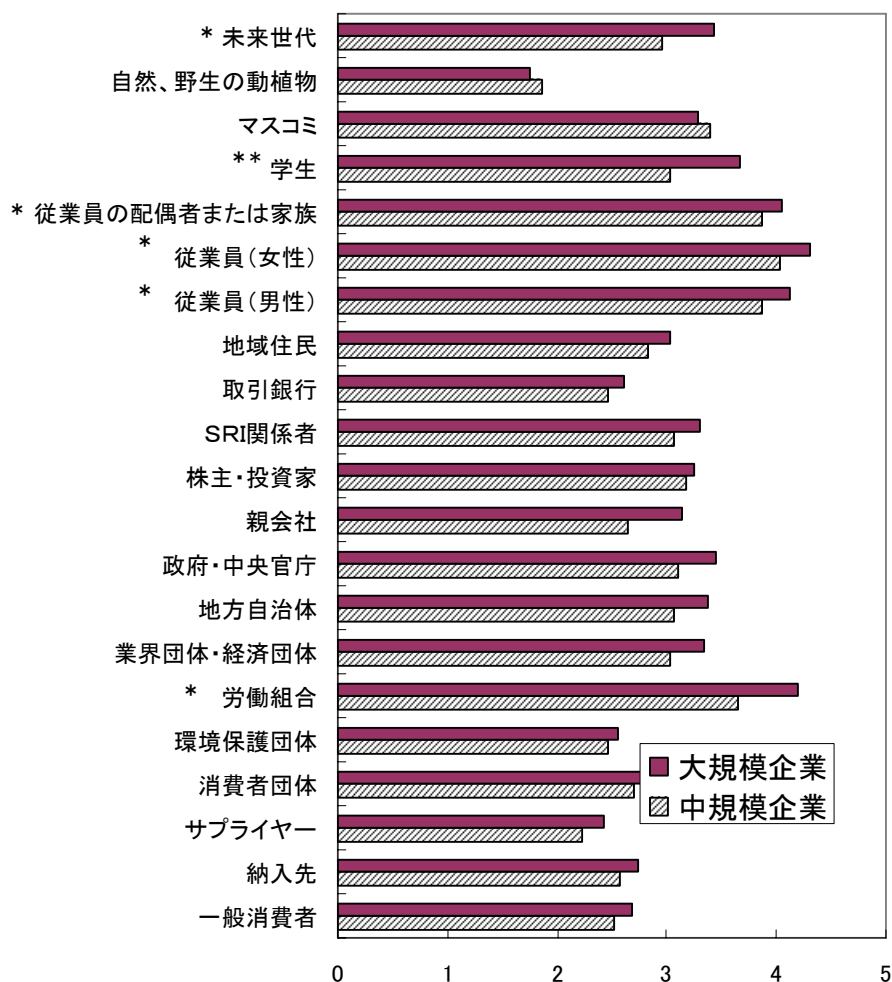


図表 3-30 企業規模別 「法定以上の育児・介護支援」に関するステークホルダー正当性付与度

ステークホルダーごとの影響力認知（問 5-3）

「法定以上の育児・介護支援の要望」という要望・期待に関し、企業によるステークホルダーごとの影響力の認知の程度を大規模企業と中規模企業で比較すると図表 3-31 のようになる。

これによると、大規模企業が影響力を感じるステークホルダーとしては、「正当性」を認める「労働組合」「従業員（男性）」「従業員（女性）」「未来世代」（ $p < .05$ ）および「学生」（ $p < .01$ ）に加えて、「従業員の配偶者または家族」（ $p < .05$ ）が挙げられている。



図表 3-31 企業規模別 「法定以上の育児・介護支援」に関するステークホルダーの影響力認知度

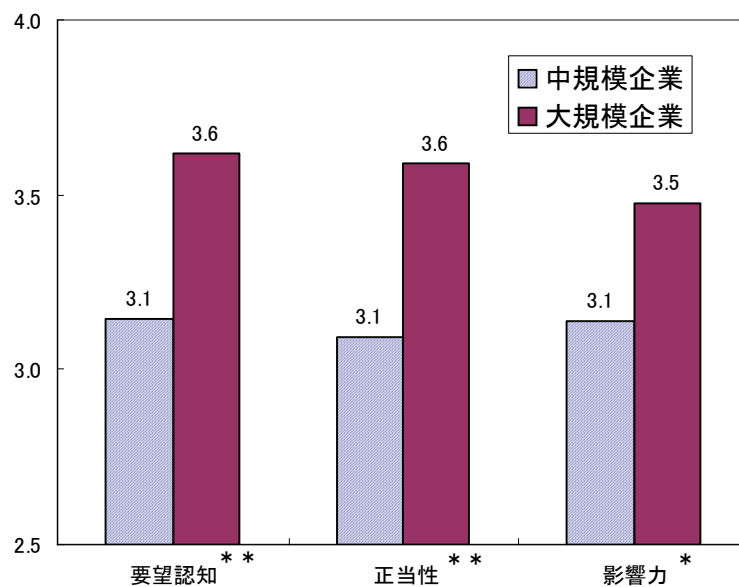
3) 「地球環境問題解決への取組み」に関するステークホルダー認知との関係 (問6)

「地球環境問題解決への取組み」というテーマに関し、企業によるステークホルダーの要望認知の程度、正当性を認める程度、影響力を感じる程度との関係について調べた。

3 要素平均値

21 のステークホルダーの平均値で大規模企業と中規模企業を比較したのが図表 3-32 である。

これによれば、いずれの要素に関しても大規模企業の数値がより高くなっている。そして、すべての要素についてこの差は統計的に有意である(「要望認知の程度」および「正当性を認める程度」は $p < .01$ 、「影響力を感じる程度」は $p < .05$)。

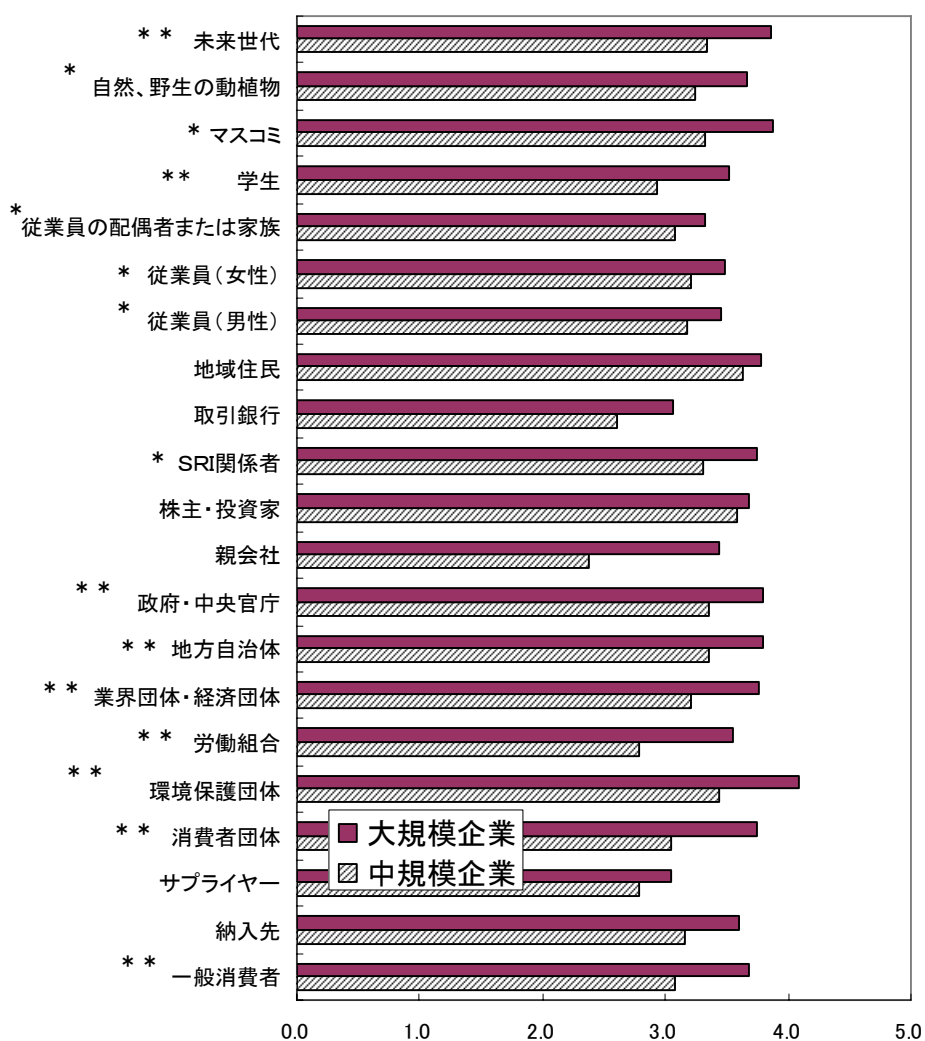


図表 3-32 企業規模別 「地球環境問題解決への取組み」に関するステークホルダー認知度 (平均)

ステークホルダーごとの要望認知（問 5-1）

「地球環境問題解決への取組み」というテーマに関し、企業によるステークホルダーごとの要望認知の程度を大規模企業と中規模企業で比較すると図表 3-33 のようになる。

これによると、以下のとおり、多くのステークホルダーに関して、大規模企業の認知度が高いということがわかる。

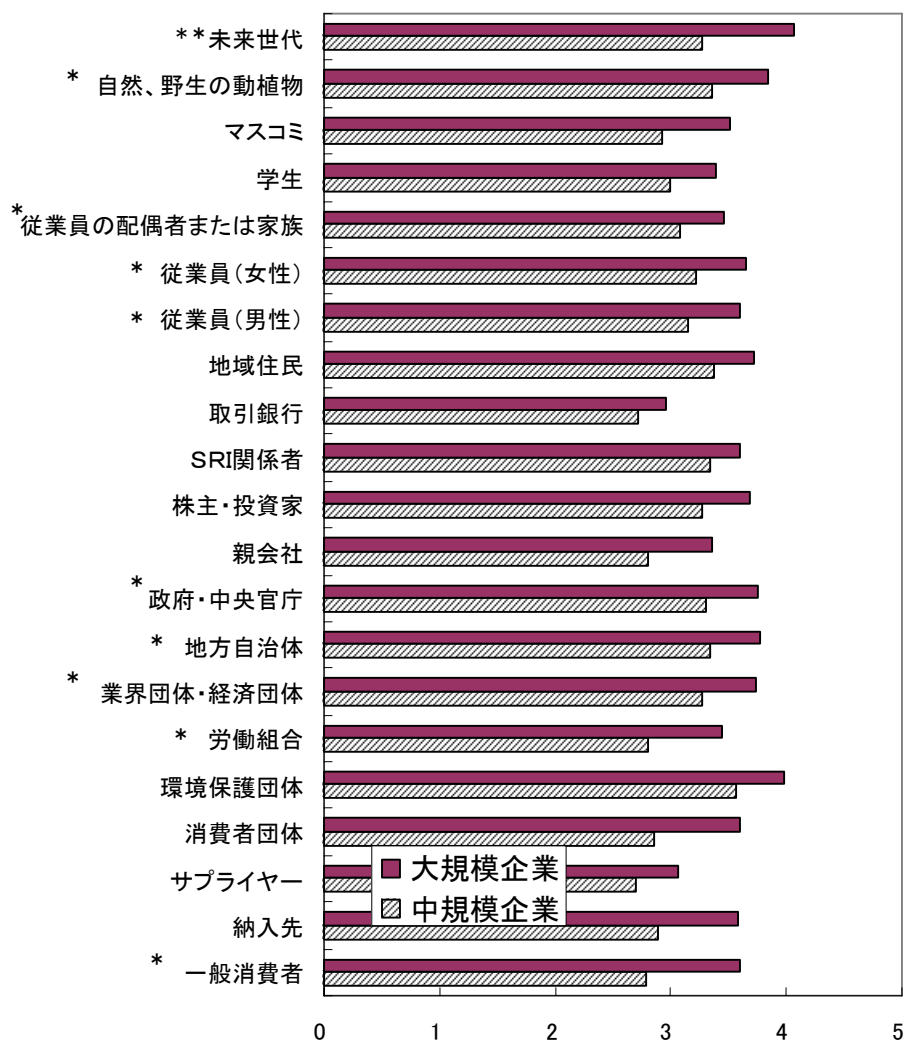


図表 3-33 企業規模別 「地球環境問題解決への取組み」に関するステークホルダーの要望認知度

ステークホルダーごとの正当性付与（問 6-2）

「地球環境問題解決への取組み」という要望・期待に関し、企業によるステークホルダーごとの正当性付与の程度を大規模企業と中規模企業で比較すると図表 3-34 のようになる。

これによると、正当性に関しても、大規模企業は中規模企業に比べ、多くのステークホルダーに関して正当性をより強く認めていることがわかる。ただし、要望認知で統計的に有意であったステークホルダーのうち「消費者団体」「環境団体」「SRI関係者」「学生」「マスコミ」については両者の差に有意性はなくなっている。

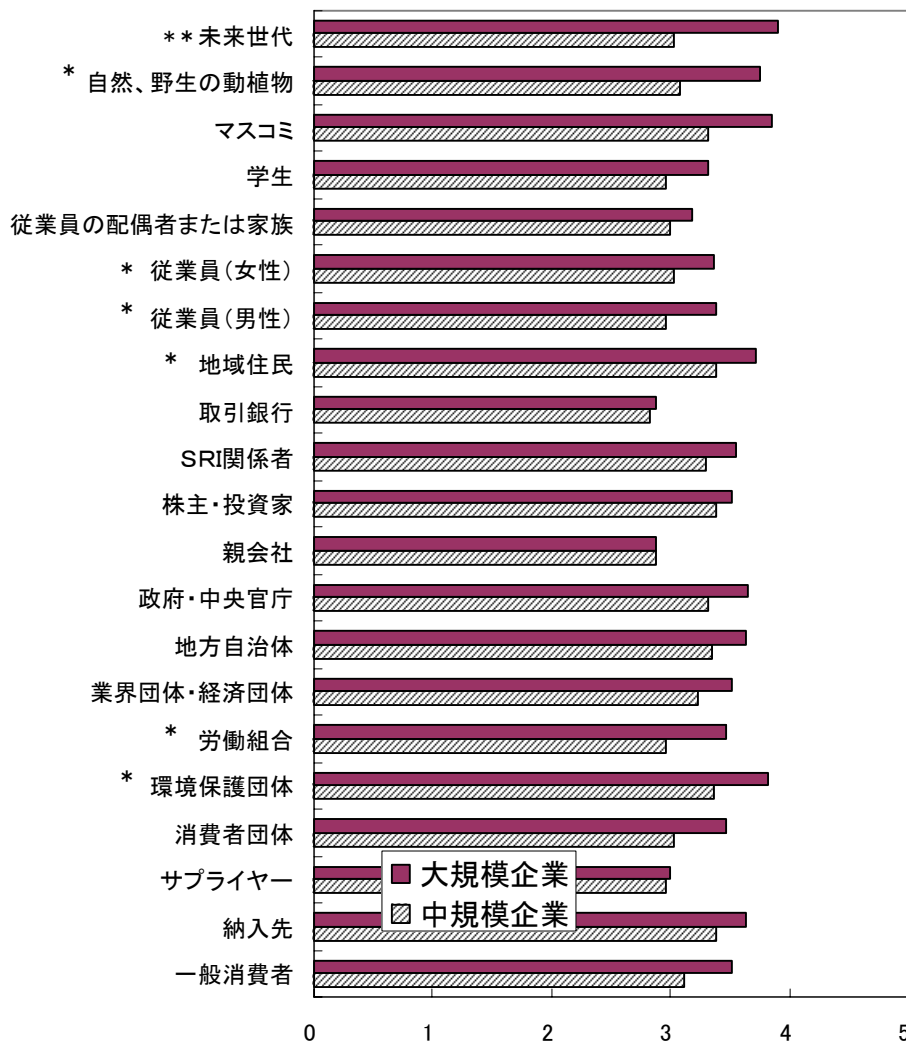


図表 3-34 企業規模別 「地球環境問題解決への取組み」に関するステークホルダー正当性付与度

ステークホルダーごとの影響力認知（問 6-3）

「地球環境問題解決への取組み」という要望・期待に関し、企業によるステークホルダーごとの影響力の認知の程度を大規模企業と中規模企業で比較すると図表 3-35 のようになる。

これによると、大規模企業は中規模企業に比べ、「環境団体」「労働組合」「地域住民」「従業員（男性）」「従業員（女性）」「自然、野生の動植物」（以上 $p < .05$ ）「未来世代」（ $p < .01$ ）に対して、その影響力をより強く感じていることがわかる。



図表 3-35 企業規模別 「地球環境問題解決への取組み」に関するステークホルダーの影響力認知度

(2) 従業員の女性比率別クロス集計

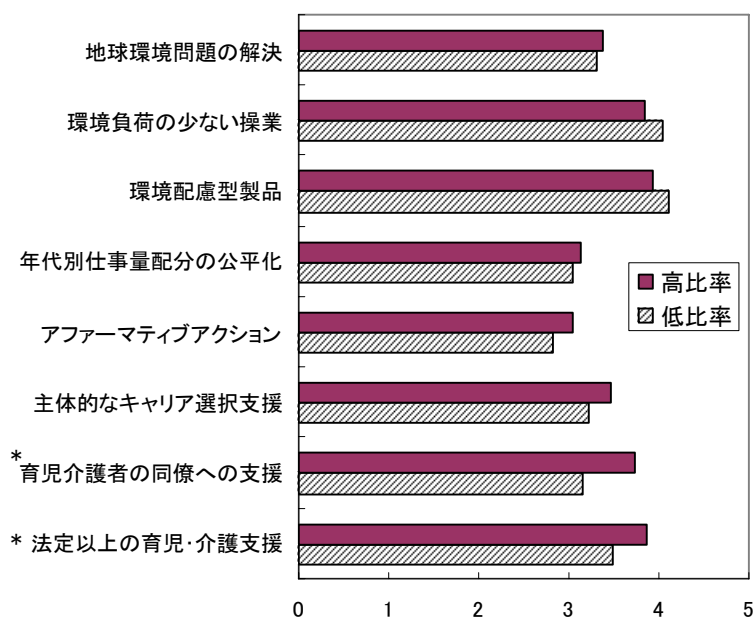
回答企業を「女性比率 20%未満」(N = 45、「低比率」と呼ぶ)と「女性比率 20%以上」(N = 30、「高比率」と呼ぶ)に分け、クロス集計を行った(欠損 = 2)。

1) CSR の課題(テーマ)認識との関係(問4)

従業員の働き方(次世代育成支援を含む)に関わる5項目と環境問題・自然保護に関わる3項目との関係を調べた結果が、図表 3-36 である。

従業員の女性比率の高い企業は女性比率の低い企業に比べ「従業員の働き方」に関わる項目においてはより強い認識をしている反面、「環境問題・自然保護」に関しては、逆に弱い認識であることがわかる。

その中で、「法定以上の育児・介護支援」と「育児介護者の同僚への支援」という次世代育成支援対策に関わる2つの項目について、女性比率によって企業の認識程度が異なることがわかった(統計的に有意。p < .05)。



図表 3-36 女性比率別 テーマ別要望認識度

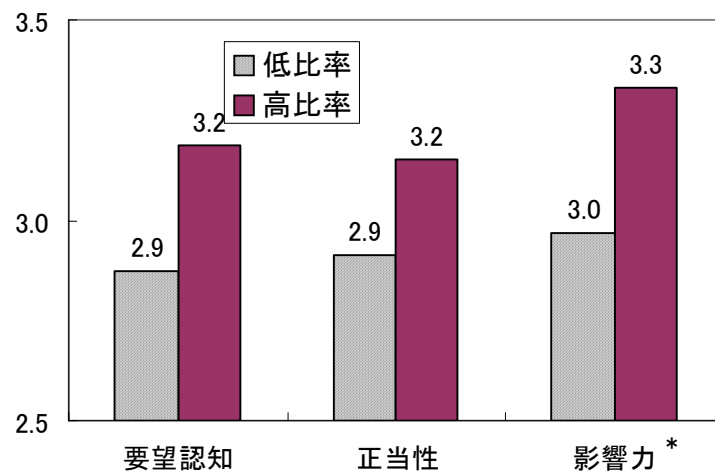
2) 「法定以上の育児・介護支援の要望」に関するステークホルダー認知との関係(問5)

「法定以上の育児・介護支援の要望」というテーマに関し、企業によるステークホルダーの要望認知の程度、正当性を認める程度、影響力を感じる程度との関係について調べた。

3 要素平均値

まず、21のステークホルダーの平均値で高比率企業と低比率企業を比較したのが図表 3-37 である。

これによれば、いずれの要素に関しても高比率企業の数値がより高くなっている。ただし、この差が統計的に有意であるのは「影響力を感じる程度」のみである ($p < .05$)。

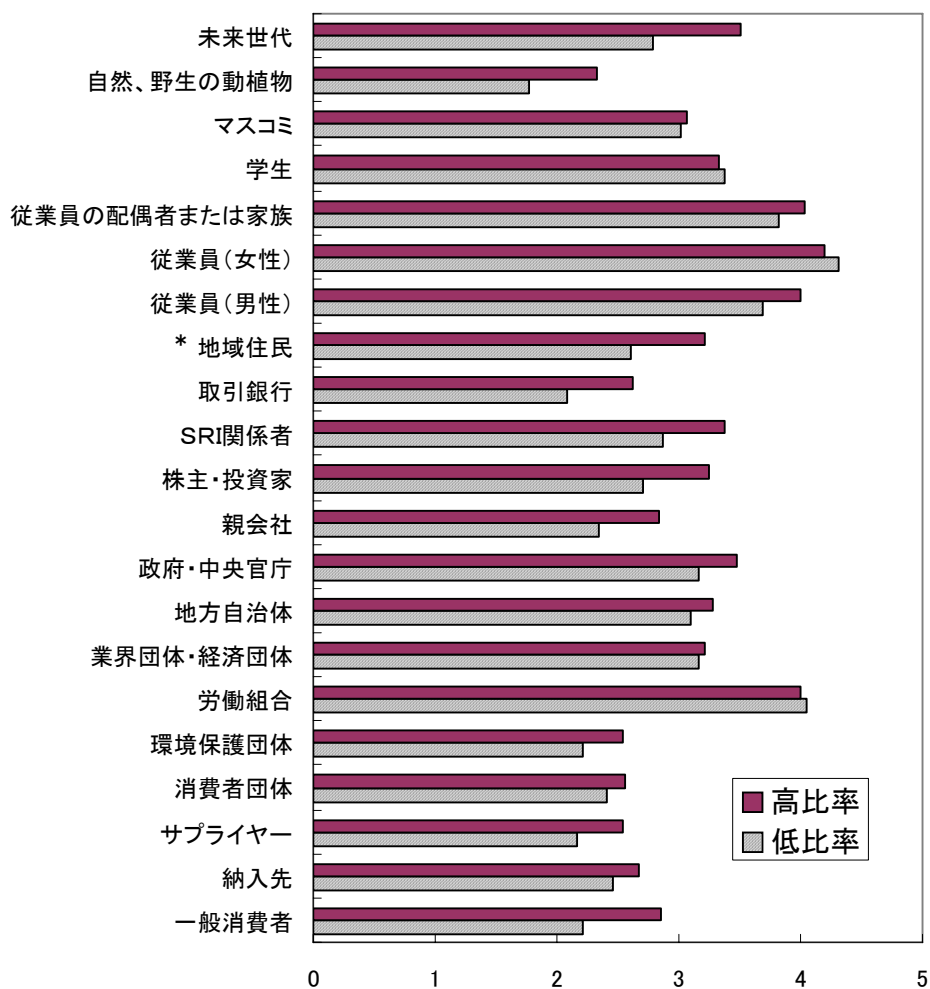


図表 3-37 女性比率別 「法定以上の育児・介護支援」に関するステークホルダー認知度(平均)

ステークホルダーごとの要望認知（問 5-1）

「法定以上の育児・介護支援の要望」というテーマに関し、企業によるステークホルダーごとの要望認知の程度を高比率企業と低比率企業で比較すると図表 3-38 のようになる。

これによると、高比率企業と低比率企業の間で有意な差があるのは、「地域住民」のみであった（ $p < .05$ ）

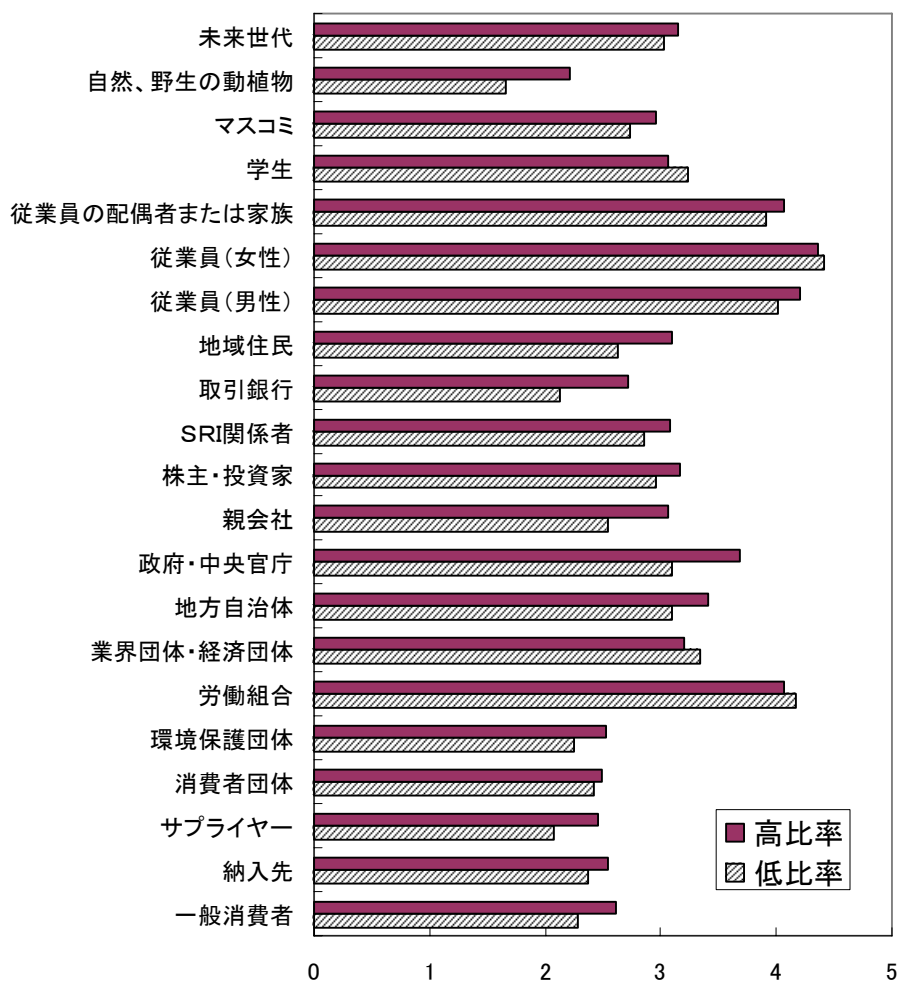


図表 3-38 女性比率別 「法定以上の育児・介護支援」に関するステークホルダーの要望認知度

ステークホルダーごとの正当性付与（問 5-2）

「法定以上の育児・介護支援の要望」という要望・期待に関し、企業によるステークホルダーごとの正当性付与の程度を高比率企業と低比率企業で比較すると図表 3-39 のようになる。

いずれのステークホルダーに関しても、高比率企業と低比率企業の間で有意な差は認められなかった。

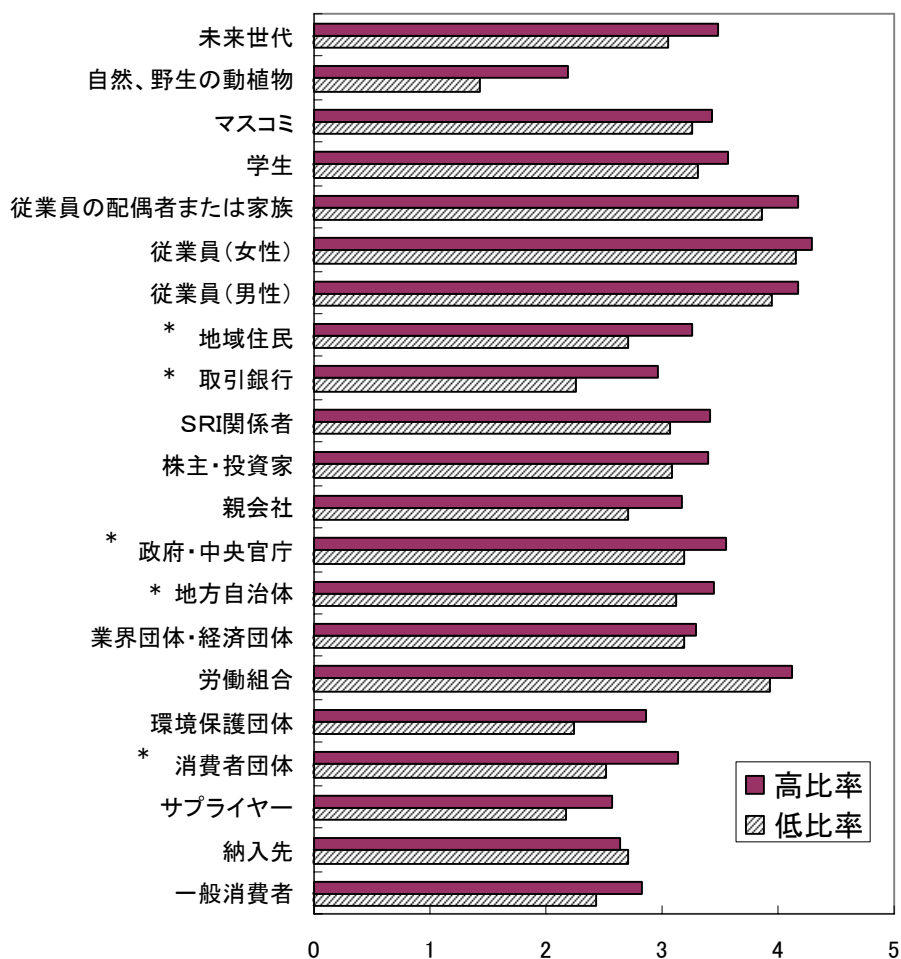


図表 3-39 女性比率別 「法定以上の育児・介護支援」に関するステークホルダー正当性付与度

ステークホルダーごとの影響力認知（問 5-3）

「法定以上の育児・介護支援の要望」という要望・期待に関し、企業によるステークホルダーごとの影響力の認知の程度を高比率企業と低比率企業で比較すると図表 3-40 のようになる。

これによると、「消費者団体」「地方自治体」「政府・中央官庁」「取引銀行」「地域住民」について高比率企業と低比率企業の間で有意な差があった(いずれも $p < .05$)。



図表 3-40 女性比率別 「法定以上の育児・介護支援」に関するステークホルダーの影響力認知度

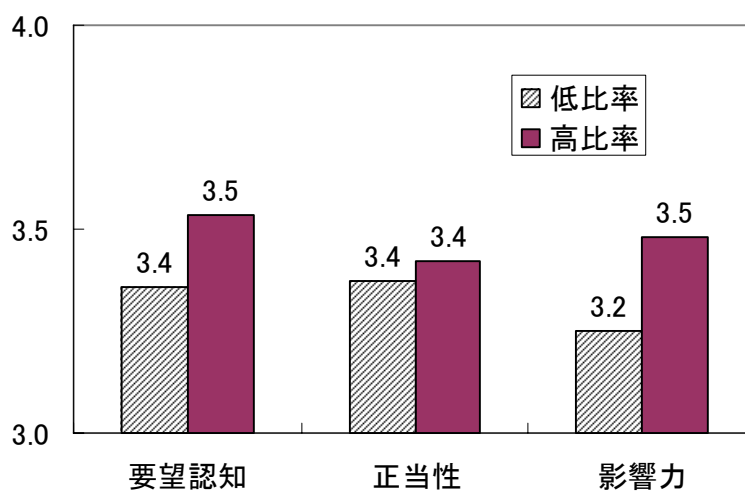
3) 「地球環境問題解決への取組み」に関するステークホルダー認知との関係(問6)

「地球環境問題解決への取組み」というテーマに関し、企業によるステークホルダーの要望認知の程度、正当性を認める程度、影響力を感じる程度との関係について調べた。

3 要素平均値

21 のステークホルダーの平均値で高比率企業と低比率企業を比較したのが図表 3-41 である。

これによれば、いずれの要素に関しても高比率企業の数値がより高くなっている。しかし、両者の差に統計的な有意性はみとめられない。

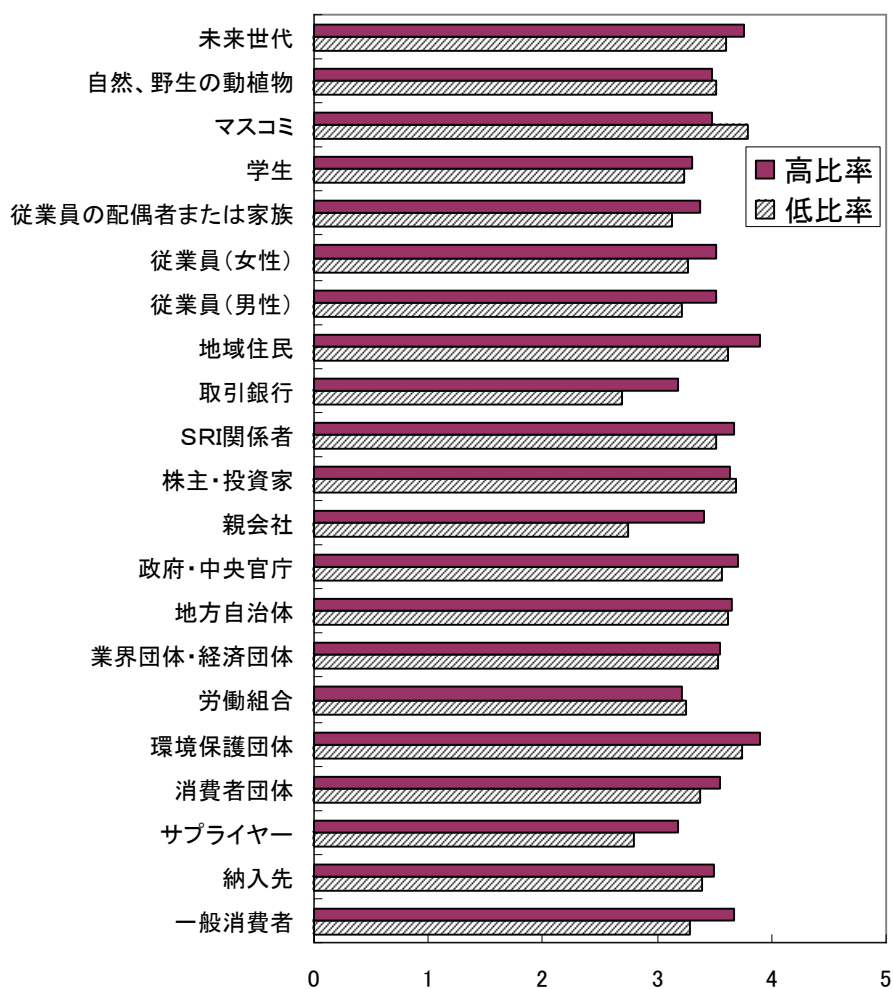


図表 3-41 女性比率別 「地球環境問題解決への取組み」に関するステークホルダー認知度(平均)

ステークホルダーごとの要望認知（問 5-1）

「地球環境問題解決への取組み」というテーマに関し、企業によるステークホルダーごとの要望認知の程度を高比率企業と低比率企業比較すると図表 3-42 のようになる。

これによると、多くのステークホルダーについて高比率企業の数値が高くなってきているものの、低比率企業との差において統計的な有意性は認められない。

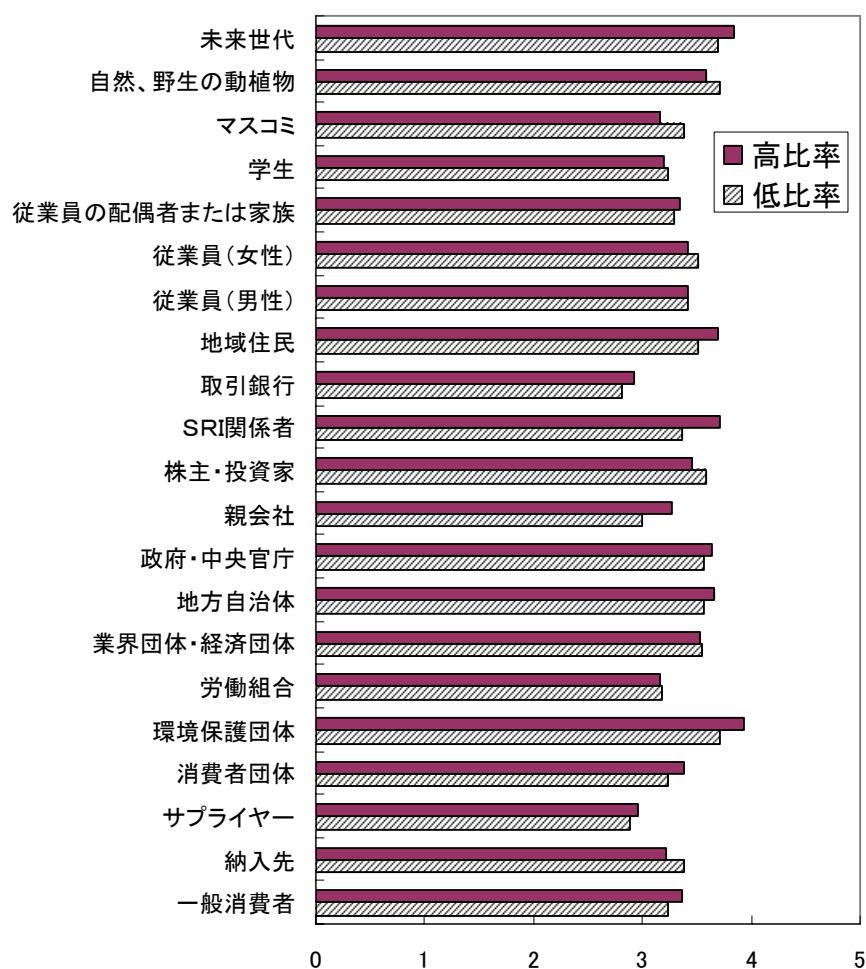


図表 3-42 女性比率別 「地球環境問題解決への取組み」に関するステークホルダーの要望認知度

ステークホルダーごとの正当性付与（問 6-2）

「地球環境問題解決への取組み」という要望・期待に関し、企業によるステークホルダーごとの正当性付与の程度を高比率企業と低比率企業で比較すると図表 3-43 のようになる。

両者の間に統計的に有意な差は認められない。

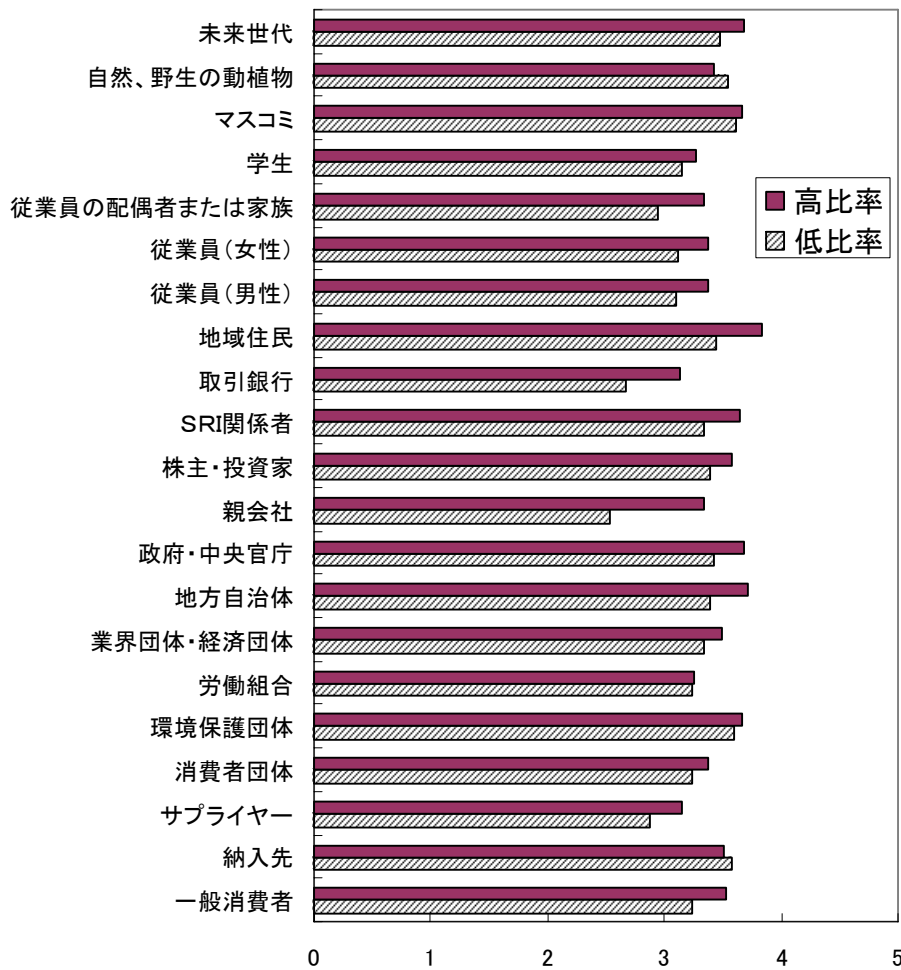


図表 3-43 女性比率別 「地球環境問題解決への取組み」に関するステークホルダー正当性付与度

ステークホルダーごとの影響力認知（問 6-3）

「地球環境問題解決への取組み」という要望・期待に関し、企業によるステークホルダーごとの影響力の認知の程度を高比率企業と低比率企業で比較すると図表 3-44 のようになる。

両者の間に統計的に有意な差は認められない。



図表 3-44 女性比率別 「地球環境問題解決への取組み」に関するステークホルダーの影響力認知度

(3) 企業規模と女性比率のクロス集計

企業規模と女性比率の関係を調べるため、クロス表(図表 3-45)を作成してみると、どちらかという企業規模が大きいほど正社員に占める女性比率は低くなる傾向が窺えた(ただし統計的有意性なし)。これは、中小企業(従業員数 300 人未満)に対して筆者ら共同して行った「千代田区内事業所における次世代育成支援対策推進に関する調査」(2006 年)の結果(統計的有意性あり。 $p < .01$)と同傾向ではある。

企業規模2分類と女性比率2分類のクロス表

度数		女性比率2分類		合計
		低比率	高比率	
企業規模2分類	中規模企業	15	15	30
	大規模企業	30	15	45
合計		45	30	75

図表3-45 企業規模と正社員女性比率の関係

4 . 相関・重回帰分析

CSR 課題（テーマ）の認識とステークホルダーごとの要望の認知度に関して相関関係をみたうえ、代表的なステークホルダーを抜粋し、Mitchell ら（1997）のモデルを念頭に、企業がステークホルダーに認める正当性と企業が感じる影響力が要望認知度にどの程度の影響を与えるのかを重回帰分析によって調べた。

（1）「法定以上の育児・介護支援」について

1）「法定以上の育児・介護支援」という CSR 課題の認識と、ステークホルダーごとの要望認知度との相関関係

「従業員の出産・育児または介護に関して、休業期間、復職後の配属、勤務時間など法令の規定を上回る取組みや特別の配慮を行うこと」という要望・期待の認識の程度（問 4-1）とこれについてステークホルダーごとの要望認識の程度との相関関係の有無に関して調べた（図表 3-46）。

これによれば、企業の課題認識と比較的大きな（ここでは 0.4 以上とする）関係を有するステークホルダーは「政府・中央官庁」「SRI 関係者」「従業員（男性）」「学生」「未来世代」であった。これらのステークホルダーの“声”として認知する場合、課題の認識度が高まることを意味する。単純集計の部において、企業はこの課題については「従業員（女性）」や「労働組合」の声としてとらえているという結果がでたが、ここでは「従業員（女性）」との相関性はそれほど高くはなかった。

	一般消費者	納入先	サプライヤー	消費者団体	環境保護団体	労働組合	業界団体・経済団体
Pearson の相関係数	0.209	0.027	0.121	0.141	0.227	0.353**	0.378**
N	68	67	69	69	69	65	72
	地方自治体	政府・中央官庁	親会社	株主・投資家	SRI関係者	取引銀行	地域住民
Pearson の相関係数	0.325**	0.422**	-0.057	0.299**	0.465**	0.227	0.314**
N	72	73	32	73	66	68	72
	従業員(男性)	従業員(女性)	従業員の配偶者または家族	学生	マスコミ	自然、野生の動植物	未来世代
Pearson の相関係数	0.484**	0.377**	0.275*	0.410**	0.291*	0.216	0.486**
N	76	77	76	72	73	55	69

**相関係数は 1% 水準で有意（両側）

*相関係数は 5% 水準で有意（両側）

図表 3-46 「法定以上の育児介護支援」と相関の強いステークホルダー

2) ステークホルダー相互の相関関係

ここでステークホルダーごとの要望認識度(ステークホルダーの“顕著さ”)相互の相関関係を調べてみた。相関関係が強すぎる場合(ここでは「多重共線性」が発生している可能性の高い、0.7以上とする)は、それらのステークホルダーは未分離のものとして企業に認識されている可能性がある。相関関係 0.7 以上のものを抜き出したのが図表 3-47 である。

これによると、「政府・中央官庁」と「地方自治体」の間、「株主・投資家」と「SRI関係者」の間、そして「従業員(女性)」と「従業員の配偶者または家族」の間の相関が強く(いずれも $p < .01$ で有意)、これらは企業によってほぼ一体のステークホルダーとみなされている可能性が高い。

Pearson の相関係数	地方自治体	政府・中央官庁	株主・投資家	SRI関係者	従業員(女性)	従業員の配偶者または家族
地方自治体	1	0.808**				
政府・中央官庁	0.808**	1				
株主・投資家			1	0.740**		
SRI関係者			0.740**	1		
従業員(女性)					1	0.700**
従業員の配偶者または家族					0.700**	1

** 相関係数は 1% 水準で有意(両側)

* 相関係数は 5% 水準で有意(両側)

図表 3-47 相互に相関の強いステークホルダー(「法定以上の育児介護支援」について)

3) ステークホルダーの要望認知度と正当性および影響力の関係

「法定以上の育児介護支援」という課題の認識に相関がある程度(0.3)以上強く、統計的に有意でなステークホルダーについて、Mitchell ら(1997)のモデルを適用し(ただし、第 1 章で述べたとおり、かれらが企業の認知に影響を与えている「正当性」「影響力」「緊急性」のうち「緊急性」は除去した)、それぞれについて、要望認知度を従属変数、正当性付与度、影響力認知度を独立変数として重回帰分析を行った。

各ステークホルダーについて、企業による正当性付与度および影響力認知度が

企業による要望認知をどの程度説明できるかについて参考になる数値のみを抜粋したのが図表 3-48 であるⁱⁱ。

これによると、企業が「政府・中央官庁」「SRI 関係者」「従業員（男性）」の要望を認知するに当っては、正当性がより強く関係する一方、「学生」や「未来世代」については、それらの影響力がより強く関係していることがわかる（ただし、一部数値は統計的有意性がない）。

ちなみに、単純集計の部分で、企業による要望認知度の最も高かった「従業員（女性）」と「労働組合」についても同様に調べてみると、どちらも「従業員（男性）」と同じく、正当性のほうがより強く関係していた。

要望認知度（従属変数）	調整済み R2乗		標準化係数 ベータ
労働組合	0.644	正当性	0.614*
		影響力	0.217**
政府・中央官庁	0.370	正当性	0.462**
		影響力	0.227
SRI関係者	0.515	正当性	0.485**
		影響力	0.301**
従業員（男性）	0.387	正当性	0.480**
		影響力	0.191
従業員（女性）	0.688	正当性	0.656**
		影響力	0.217*
学生	0.396	正当性	0.280*
		影響力	0.442**
未来世代	0.555	正当性	0.130
		影響力	0.655**

図表 3-48 要望認知と正当性・影響力（「法定以上の育児看護支援」について）

（２）「地球環境問題解決への取組み」について

１）「地球環境問題解決への取組み」という CSR 課題の認識と、ステークホルダーごとの要望認知度の間の相関関係

「自社の活動と直接関係ないような地球環境問題の解決にも積極的に貢献すること」という要望・期待の認識の程度（問 4-2）とこれについてステークホルダー

ii 「標準化係数」は独立変数（「正当性」および「影響力」）の従属変数に対する影響力を現し、その両者の影響力が合体して全体をどれだけ説明できるかを示すのが「R2乗」である。

ごとの要望認識の程度の間的相关関係の有無に関して調べた（図表 3-49）。

これによれば、企業の課題認識と比較的大きな（ここでは 0.4 以上とする）関係を有するステークホルダーは「一般消費者」「消費者団体」「労働組合」「業界団体・経済団体」「親会社」「SRI 関係者」「従業員（男性）」「従業員（女性）」「学生」「従業員の配偶者または家族」「マスコミ」そして「未来世代」であった。

	一般消費者	納入先	サプライヤー	消費者団体	環境保護団体	労働組合	業界団体・経済団体
Pearson の相関係数	0.536**	0.125	0.309**	0.462**	0.382**	0.420**	0.499**
N	73	71	71	68	74	60	74
	地方自治体	政府・中央官庁	親会社	株主・投資家	SRI関係者	取引銀行	地域住民
Pearson の相関係数	0.303**	0.368**	0.416**	0.381**	0.572**	0.377**	0.376**
N	75	73	31	74	70	71	76
	従業員（男性）	従業員（女性）	従業員の配偶者または	学生	マスコミ	自然、野生の動植物	未来世代
Pearson の相関係数	0.519**	0.498**	0.493**	0.350**	0.400**	0.369**	0.422**
N	73	73	71	72	74	67	73

**相関係数は 1% 水準で有意（両側）

*相関係数は 5% 水準で有意（両側）

図表 3-49 「地球環境問題解決への取組み」と相関の強いステークホルダー

2) ステークホルダー相互の相関関係

ここで先ほどと同様、ステークホルダーごとの要望認識度（ステークホルダーの“顕著さ”）相互の相関関係を調べてみた。相関関係 0.7 以上のものを抜き出したのが図表 3-50 である。

これによると、「一般消費者」-「消費者団体」、「消費者団体」-「環境保護団体」、「消費者団体」-「マスコミ」、「環境保護団体」-「マスコミ」、「環境保護団体」-「未来世代」、「労働組合」-「親会社」、「親会社」-「取引銀行」、「従業員（男性）」-「従業員（女性）」、「従業員（男性）」-「従業員の配偶者または家族」、「従業員（女性）」-「従業員の配偶者または家族」、「自然、野生の動植物」-「未来世代」の間に相関関係が強く、これらは企業によって異なるステークホルダーとははっきりと識別されていない可能性が高い

Pearson の 相関係数	一般 消費者	消費 者団 体	環 境保 護団 体	労 働組 合	業 界団 体・ 経 済 団 体	地 方自 治 体	政 府・ 中 央 官 庁	親 会 社	取 引 銀 行	従 業 員 (男 性)	従 業 員 (女 性)	従 業 員 の 配 偶 者 ま た は 家 族	マ ス コ ミ	植 物 、 野 生 の 動 物	未 来 世 代
一般消費者	1	0.738**													
消費者団体	0.738**	1	0.845**										0.715**		
環境保護団体		0.845**	1										0.708**		0.707**
労働組合				1				0.790**							
業界団体・経済団体					1										
地方自治体						1	0.814**								
政府・中央官庁						0.814**	1								
親会社				0.790**				1	0.796**						
取引銀行								0.796**	1						
従業員(男性)										1	0.984**	0.830**			
従業員(女性)										0.796**	1	0.838**			
従業員の配偶者または家族										0.830**	0.838**	1			
学生															
マスコミ		0.715**	0.708**										1		
自然、野生の動植物														1	0.869**
未来世代			0.707**											0.869**	1

** 相関係数は 1% 水準で有意 (両側)

* 相関係数は 5% 水準で有意 (両側)

図表 3-50 相互に相関の強いステークホルダー（「地球環境問題解決への取組み」について）

3) ステークホルダーの要望認識度と正当性および影響力の関係

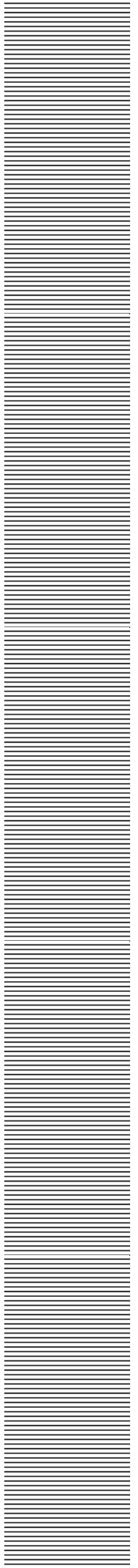
先と同様に、「地球環境問題解決への取組み」という課題の認識に相関の強かったステークホルダーを中心に一部を抜き出し、それぞれについて要望認識度を従属変数、正当性付与度、影響力認識度を独立変数として重回帰分析を行った(図表 3-51)。

これによると、企業が「一般消費者」「業界団体・経済団体」「政府・中央官庁」の要望を認知するに当たっては、正当性がより強く関係する一方、「SRI 関係者」や「従業員(男性)」「未来世代」についてはそれらの影響力がより強く関係することがわかる。

要望認知度(従属変数)	調整済み R2乗		標準化係数 β - η
一般消費者	0.569	正当性	0.683**
		影響力	0.234
業界団体・経済団体	0.330	正当性	0.410**
		影響力	0.281*
政府・中央官庁	0.489	正当性	0.420**
		影響力	0.346**
SRI関係者	0.362	正当性	0.322*
		影響力	0.348*
従業員(男性)	0.581	正当性	0.252*
		影響力	0.561*
未来世代	0.763	正当性	0.754**
		影響力	0.148

図表 3-51 要望認知と正当性・影響力(「地球環境問題解決への取組み」について)

第4章



第4章 まとめと考察

本章では、第3章で分析した結果を要約したうえで、それらを基に考察を行う。

1. 単純集計結果のまとめ

(1) 主要なステークホルダーの位置づけについて

一般的に、企業は「消費者」を最も強く認知し、次いでほぼ同じ水準で「従業員」と「株主」の要望について強く認知している（図表 3-8、図表 3-9）。これら3つのステークホルダーで全体の9割近くも占めている。

認知の構造が Mitchell らのモデルどおりだとすると、「消費者」は相対的にその影響力を大きく感じるために企業はその要望を認知していること、「株主」については要望することの正当性を認めているわりにはその影響力は感じていないこと、「従業員」については正当性も影響力も同程度に認めていることがわかる。

(2) ステークホルダーの要望内容ごとの認識について

「働き方」に関する項目と「環境問題や自然保護」に関する項目の間では、企業の課題認識の程度は後者についてより高い（図表 3-20）。

働き方に関する項目の中では「法定以上の育児・介護支援」に対する認識の程度が最も高く（4.0）、「アフーマティブ・アクション」が最も低かった（2.9）。地球環境問題に関する項目の中では本業に直接関わる「環境負荷の低い製品・サービス」が高く（4.0）、自社の活動と直接かかわりのない「地球環境問題解決への取組み」が低め（3.3）である。

このことは、同じテーマ分類の中でも具体的な要望内容ごとに企業の認識の程度は異なっており、その背景には企業によるステークホルダー要望認知の構造がそれぞれに場合において異なることを示唆している。

(3) 「法定以上の育児・介護支援」に関する、企業のステークホルダー認知について

企業はこの CSR 課題を、「従業員（女性）」の“声”として最も強く認識しており、

次いで「従業員の配偶者または家族」「従業員（男性）」、そしてそれらの利益代弁者たる「労働組合」の要望として認識している。「政府・中央官庁」「地方自治体」「未来の世代」は中程度に位置づけられている（図表 3-21）。

企業はこれらのステークホルダーに対して「正当性」と「影響力」を同程度に認めているが、「マスコミ」「学生」「SRI 関係者」に関しては、正当性を認めない割にはその影響力を感じており、それがゆえにそれらステークホルダーの要望を認知するという図式がある（図表 3-22）。

（４）「地球環境問題解決への取組み」に関する、企業のステークホルダー認知について

企業はこの CSR 課題は、もっとも強く「環境保護団体」の“声”として認識しているが、それと同程度に「地域住民」「マスコミ」「未来の世代」「政府・中央官庁」「地方自治体」「株主・投資家」「SRI 関係者」「一般消費者」「消費者団体」「業界団体」「自然や野生の動植物」の要望ともみている（図表 3-23）。地球環境問題は、社会全体の問題、すなわち多くのステークホルダーに関わる問題であるため、それらの間で問題意識が共有され、“声”となっており、企業もまたその要望を多様なステークホルダーを介して汲み上げている図式が浮かび上がる。

（５）ステークホルダーの要望認知のための情報源

「働き方」に関するステークホルダーの要望認知に関しても、「環境問題や自然保護」に関するそれについても、「マスコミ」（新聞、雑誌、TV）と「政府・行政」が主要な情報源となっている（図表 3-26）。前者に関しては、さらに特定されるステークホルダーが直接対話可能なそれであるため、「ステークホルダー・ダイアログ」が大きな情報源となっているのが特徴である。

２．クロス集計結果のまとめ

（１）企業規模別

１）CSR 課題の認識について

「働き方」「環境問題や自然保護」のいずれの分類についても、企業規模の大きい方

がより認識の程度が高い(図表 3-27)。うち統計的に有意な差があるのは「主体的なキャリア選択の支援」と「環境負荷の低い製品・サービス比率の上昇」である。

2) 「法定以上の育児・介護支援」に関する、企業のステークホルダー認知について

企業規模が大きいほど、「労働組合」「従業員(女性)」および「学生」の要望としての認知が高くなる(図表 3-29)。

これらに「従業員(男性)」「未来の世代」を加えたステークホルダーに対して、企業規模が大きいほど正当性を認める傾向がある(図表 3-30)。

さらにここに「従業員の配偶者または家族」を加えたステークホルダーに対して、企業規模が大きいほど影響力を感じる傾向がある(図表 3-31)。

3) 「地球環境問題解決への取組み」に関する、企業のステークホルダー認知について

21 のステークホルダーのうち、「納入先」「サプライヤー」「親会社」「株主・投資家」「地域住民」「取引先」の 6 つを除く 15 のステークホルダーについて、企業規模が大きいほどそれらの要望を認知する傾向がある(図表 3-33)。

正当性に関しても同様の傾向にある(図表 3-34)。

影響力に関しては、「環境団体」「労働組合」「地域住民」「従業員(男性)」「従業員(女性)」「自然や野生の動植物」「未来の世代」について、企業規模が大きいほど影響力を感じる傾向がある(図表 3-35)。

(2) 従業員の女性比率別

1) CSR 課題の認識について

「働き方」の分類に入る CSR 課題については、従業員の女性比率が高いほどその課題を強く認識する半面、「環境問題や自然保護」については女性比率が高いほど認識が弱くなる傾向にある(図表 3-36)。このうち、統計的に有意な差があるのは「法定以上の育児支援」と「育児・介護休業取得者の同僚に対する支援」の 2 項目である。

2) 「法定以上の育児・介護支援」に関する、企業のステークホルダー認知について

要望認知については、「地域住民」以外には女性比率の影響は特段認められない(図表 3-38)。

正当性の付与については、女性比率の影響は認められない(図表 3-39)。

影響力に関しては、「消費者団体」「地方自治体」「政府・中央官庁」「取引銀行」「地域住民」について、従業員の女性比率が高いほど影響力を感じる傾向がある（図表 3-40）。

- 3) 「地球環境問題解決への取組み」に関する、企業のステークホルダー認知についてこの課題に関しては、要望認知、正当性付与、影響力認知のいずれの属性についても、従業員の女性比率の高低は関連が認められなかった（図表 3-41、図表 3-42、図表 3-43）。

3. 相関・重回帰分析結果のまとめ

(1) 「法定以上の育児・介護支援」について

1) 企業による課題認識の程度と各ステークホルダーの要望認知の関係について

「法定以上の育児・介護支援」という課題（問 4-1）については、企業が「政府・中央官庁」「SRI 関係者」「従業員（男性）」「学生」「未来世代」というステークホルダーの要望であると認知したとき、その課題を強く認識する傾向がある（図表 1-4 図表 3-46）。

2) 各ステークホルダーの要望認知間関係について

企業は、「法定以上の育児・介護支援」という課題に関しては、「政府・中央官庁」と「地方自治体」、「株主・投資家」と「SRI 関係者」、そして「従業員（女性）」と「従業員の配偶者または家族」を別のステークホルダーとして識別するのではなく、それぞれ一体のものとみなしている可能性が高い（図表 3-47）。

3) いくつかのステークホルダーの要望認知と正当性・影響力の関係

企業が「政府・中央官庁」「SRI 関係者」「従業員（男性）」「従業員（女性）」「労働組合」の要望を認知するに当たっては、正当性がより強く関係する一方、「学生」や「未来世代」については、それらの影響力がより強く関係している（図表 3-48）。

(2) 「地球環境問題解決への取組み」について

1) 企業による課題認識の程度と各ステークホルダーの要望認知の関係について

「法定以上の育児・介護支援」という課題（問 4-2）については、企業が「一般消費者」「消費者団体」「労働組合」「業界団体・経済団体」「親会社」「SRI 関係者」「従業

員（男性）」「従業員（女性）」「学生」「従業員の配偶者または家族」「マスコミ」そして「未来世代」というステークホルダーの要望であると認知したとき、その課題を強く認識する傾向がある（図表 1-4、図表 3-50）。

2) 各ステークホルダーの要望認知間の関係について

企業は、「法定以上の育児・介護支援」という課題に関しては、「一般消費者」 - 「消費者団体」 - 「環境保護団体」 - 「マスコミ」 - 「未来世代」を、また「従業員(男性)」 - 「従業員(女性)」 - 「従業員の配偶者または家族」を、さらに「自然、野生の動植物」 - 「未来世代」を別のステークホルダーとして識別するのではなく、それぞれ一体のものみなしている可能性が高い（図表 3-51）。

3) いくつかのステークホルダーの要望認知と正当性・影響力の関係

企業が「一般消費者」「業界団体・経済団体」「政府・中央官庁」の要望を認知するに当たっては、正当性がより強く関係する一方、「SRI 関係者」や「従業員（男性）」「未来世代」についてはそれらの影響力がより強く関係することがわかる（図表 3-52）。

4. 考察

(1) 企業によるステークホルダーの認知構造について

1) CSR 課題ごとに異なるステークホルダー認知

本調査の結果、第 1 章「調査の目的」で想定した 1 つの点、つまり企業が認知するステークホルダーやその理由が CSR 課題ごとに異なることが確認された。

「法定以上の育児・介護支援」という課題に関しては、「従業員(女性)」と「従業員の配偶者または家族」を同一のステークホルダーとみなしているものの、比較的ステークホルダーを細かく識別しているが、「地球環境問題解決への取組み」という課題については、企業は多くのステークホルダー（たとえば消費者と消費者団体と環境保護団体と未来世代とマスコミ）を一体のものとして捉えている。これは、前者がその課題内容からみて影響を受けるステークホルダーがそうでないものと区別しやすいのに対し、後者は課題が広範囲に分散して存在しているという特徴をもつため、特定のステークホルダーに限定して利害を認めることが難しいことに起因すると考えられる。

また、特定のステークホルダーの要望として認知する理由については、「法定以上の

育児・介護支援」という課題に関しては、企業が、「従業員(女性)」と「従業員の配偶者または家族」「労働組合」「従業員(男性)」が要望・期待することの正当性を認めているがゆえにそれらの“声”が良く聞こえるようになっている一方、「地球環境問題解決への取組み」という課題については、「政府・中央政府」の認知が高いのは企業がその要望正当性を認めるためであるが、先ほど正当性が付与された「従業員(男性)」などの認知は、今度はその影響力があるために認知されるという構造になっている。

2) ステークホルダーの要望認知と CSR 課題認識の関係

「法定以上の育児・介護支援」という課題に関しては、企業はこれを「従業員(女性)」「労働組合」の要望として認知しているということがあきらかになったが、しかしながら、「従業員(女性)」「労働組合」の要望として認知する程度が高いほど、この課題の認識程度が高くなるという関係は見出せなかった。このことが示唆するのは、特定のステークホルダーの要望認知が高くても、それに重きを置くかどうかについてはまた別の要因が絡んでくるということである(図表 1-4)。

(2) 資源依存理論の妥当性について

企業がその経営資源を依存する程度によって、依存先であるステークホルダーの動向が企業行動に影響を与えるという「資源依存理論」の妥当性について判断する情報がいくつか得られた。

まず、企業は一般的に、「マスコミ」「学生」「SRI 関係者」に影響力を感じるという結果が得られた(図表 3-22、図表 3-24)。また、「法定以上の育児・介護支援」という CSR 課題の認識においては、「学生」や「未来の世代」の要望として認知した企業ほどその課題の認識の程度が高まることがわかった(図表 3-48)。

現在は戦後最長の好況が続いており、団塊世代の退職問題も絡んで求人難の時期であり、企業の学生への依存の度合いが高まっていることや CSR ブームの中で企業を CSR の観点からチェックし、ファンドへの組み込みの採否を決める SRI のスクリーニング機関の権限は高まっているとみられることなどから、これらのステークホルダーに関する限り、資源依存理論は当てはまると判断される。

一方、「従業員（女性）」については、正社員の女性比率が上昇するほど CSR 課題として「法定以上の育児・介護支援」や「育児・介護休業取得者の同僚への支援」の重要性を認識する度合いが高まっており（図表 3-36）この部分については資源依存理論が妥当しそうである。しかし、「法定以上の育児・介護支援」を「従業員（女性）」の要望と認知することについて規模は関係しておらず（図表 3-38）また「従業員（女性）」の影響力を感じる程度も企業規模は関係ない（図表 3-40）。女性比率の高低が企業による次世代育成支援対策関連の課題認識に対して影響を与えているとい現象はあるものの、その認識にいたる過程としてのステークホルダー認知の構造は不明確である。

（3）制度理論の妥当性について

企業は社会におけるその存在の正当性の確保を求めて行動するものと捉え、たとえば企業規模が大きくなるほど社会の眼のプレッシャーを感じやすくなるため、CSR に敏感になると考える「制度理論」の妥当性について判断する情報がいくつか得られた。

企業規模別の分析において、まず、CSR 課題のすべての項目認識程度において大規模企業が中規模企業に勝っていた（統計的に有意なのは 2 項目、図表 3-27）。

次に、「法定以上の育児・介護支援」と「地球環境問題解決への取組み」のなかで、21 のステークホルダー（平均）に対する要望認知、正当性付与、影響力認知はともに大規模企業の法が高かった（「法定以上の育児・介護支援」については正当性付与が、「地球環境問題解決への取組み」についてはすべての項目が統計的に有意、図表 3-28 および図表 3-32）。

さらに個別のステークホルダーに関する認知構造をみると、「法定以上の育児・介護支援」については「学生」や「未来世代」、「地球環境問題解決への取組み」については「未来世代」や「自然や野生の動植物」に対して、大規模企業の方が中規模企業よりもより強く認知し、正当性を付与し、影響力を感じている（図表 3-29、図表 3-30、図表 3-31、図表 3-33、図表 3-34、図表 3-35）。つまり、大規模企業ほど、判断に倫理性を要するような間接的なステークホルダーへの反応度が高くなっている。

以上から、企業規模に関する限り、制度理論は当てはまるものと判断される。

(4) 今後の研究・調査課題

今回の調査の主眼は企業によるステークホルダーの認知の段階までであり、認知したことが CSR 課題の重要性についての判断にどのように関係するかについては、その構造を明らかにすることはできなかった。

また、認知構造そのものに関しても、1回のアンケート調査の量的な限界から、調査対象とするステークホルダーの分類数を増加させたこととのトレードオフにより、認知構造のモデルは単純化せざるを得なかった。正当性と影響力を独立変数とし、要望認知の程度を従属変数とする簡単な重回帰分析において、その2つの要素がもつ全体説明力が高くなかったことからわかるように、企業によるステークホルダー認知においては、ステークホルダーに認める正当性や彼らに感じる影響力の大きさ以外にも様々な要素が絡んでくるものと予想される。

以上のような、より複雑なモデルを必要とする部分については今後の課題としたい。

5. CSR 関係者への示唆

以上のような調査結果を研究目的ではなく、実際の政策、経営に適用する場合を考えて、考えられる範囲において示唆をしておきたい。

(1) 政策立案者(「政府・中央官庁」および「地方自治体」)への示唆

1) 次世代育成支援対策推進政策について

次世代育成支援対策推進政策の中心的課題であると考えられる「法定以上の育児支援」について、企業がこれを CSR の課題と取り上げる際、これを中程度に「政府・中央官庁」および「地方自治体」をひとまとめにした(図表 3-47) 正当性のある(図表 3-48)“声”として聞いており(図表 3-21) それが課題認識の強さに影響を及ぼしていることがわかった(図表 3-46)。そして、企業にとってこの課題について重要な情報源となっており(図表 3-26) 政策立案者が発した情報の到達度合いは高いと見られる。

よって政策立案者は、正当な情報発信者という立場を活かして、より効果的な情報提供を行うことで、ステークホルダーから企業の CSR 窓口への「イシュー・セリング」において企業の関心の獲得をめざすべきであろう。

また正社員の従業員比率の高い場合に限っては、「政府・中央官庁」および「地方自治体」に影響力を感じる程度が有意に高くなっており（図表 3-40） そのような企業に対しては重点的に情報提供以上の役割を演じ、女性比率の上昇と次世代育成支援対策推進の高回転を喚起する役割を担うことも期待される。

2) 環境政策について

「地球環境問題解決への貢献」に関して、「政府・中央官庁」「地方自治体」はステークホルダーとしての認知は獲得している（図表 3-23）し、企業からはこの課題に関係するステークホルダーとして正当であるとみられてはいる（図表 3-34）が、企業にそれを課題として認識させる力はそれほどないようである（図表 3-50）。この課題については、他のステークホルダーも多く認知され、消費者や従業員により多くの関心が集まっていることがその原因であると考えられる。

しかし、企業によつての重要な情報源であるので、良質の情報発信者としての役割が重要である。

ただし、以上のことは「地球環境問題解決への貢献」という課題に限ったことであり、それは CSR の分類では「社会貢献責任」、いわゆる企業フィランソロピーにかかわる部分（図表 1-1）であつて、廃水・廃棄物管理などの環境保全活動の監視といった行政機能には参考にはならないと思われる。

（2）企業への示唆

CSR 活動の内容、程度についての絶対的基準が存在しない中、多くの企業が何等かの意味で理由付けできる判断基準をもとめて暗中模索の状態にあると推察される。こうした中、資源依存理論や制度理論が示唆することは、企業は、自社のおかれた立場（企業規模、歴史、事業の性格など）や自社がどのような経営資源に頼っているのか（従業員構成、財務体質、系列関係、販売先など）によって、必ずしも自覚を伴わない形で CSR 課題の認知が影響を受けているということである。今回の調査でも、企業規模と女性比率に関してかなりの部分でその影響を確認することができた。

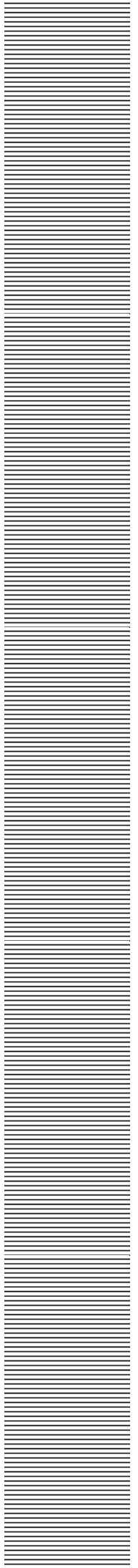
全体の調査結果と自社の回答を比較し、自社の相対的な位置づけを確認するとともに、課題認知に何が影響を与えているのかについての考察をすることが有益ではないかと

思われる。

次に、企業によるステークホルダーの認知においては、「法定以上の育児・介護支援」という CSR 課題と「地球環境問題解決への取組み」という課題では、企業が認知するステークホルダーやそれらに付与する属性(正当性、影響力)が異なることがわかった。これはその性格が異なる限り、課題の数だけ異なる認知構造があることを示唆している。これを知ることによって、各 CSR 課題の必要性の度合いや範囲、資源配分量の判断がより客観性、妥当性を帯びることとなろう。そしてこれにより、CSR 担当者からトップマネジメントへの「イシュー・セリング」における優位性を獲得することにもつながると考えられる。

以上

資料 1



単純集計結果

問1 重要なステークホルダー（上位3つ）

		従業員	株主・投資家	顧客・消費者	政府・官公庁	親会社	取引先企業	取引銀行	地域社会	自然環境	その他	N.A.	合計
第1位	(度数)	17	16	41	0	0	2	0	0	0	1	0	77
	(%)	22.1	20.8	53.2	0.0	0.0	2.6	0.0	0.0	0.0	1.3	0.0	100
第2位	(度数)	19	26	22	1	1	7	0	0	0	1	0	77
	(%)	24.7	33.8	28.6	1.3	1.3	9.1	0.0	0.0	0.0	1.3	0.0	100
第3位	(度数)	28	24	5	0	2	8	0	5	4	1	0	77
	(%)	36.4	31.2	6.5	0.0	2.6	10.4	0.0	6.5	5.2	1.3	0.0	100

問2 その要望や期待、ニーズを認識しているステークホルダー（上位3つ）

		従業員	株主・投資家	顧客・消費者	政府・官公庁	親会社	取引先企業	取引銀行	地域社会	自然環境	その他	N.A.	合計
第1位	(度数)	9	11	49	0	2	6	0	0	0	0	0	77
	(%)	11.7	14.3	63.6	0.0	2.6	7.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100
第2位	(度数)	23	20	17	0	0	9	1	5	2	0	0	77
	(%)	29.9	26.0	22.1	0.0	0.0	11.7	1.3	6.5	2.6	0.0	0.0	100
第3位	(度数)	27	27	3	6	2	6	1	3	2	0	0	77
	(%)	35.1	35.1	3.9	7.8	2.6	7.8	1.3	3.9	2.6	0.0	0.0	100

問3 その要望や期待、ニーズへの対応次第で貴社に影響をもたらすステークホルダー（上位3つ）

		従業員	株主・投資家	顧客・消費者	政府・官公庁	親会社	取引先企業	取引銀行	地域社会	自然環境	その他	N.A.	合計
第1位	(度数)	6	3	60	2	1	5	0	0	0	0	0	77
	(%)	7.8	3.9	77.9	2.6	1.3	6.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100
第2位	(度数)	28	25	7	1	0	7	1	6	2	0	0	77
	(%)	36.4	32.5	9.1	1.3	0.0	9.1	1.3	7.8	2.6	0.0	0.0	100
第3位	(度数)	20	25	4	6	1	10	2	7	2	0	0	77
	(%)	26.0	32.5	5.2	7.8	1.3	13.0	2.6	9.1	2.6	0.0	0.0	100

問4 - 1 貴社従業員の働き方に関して

従業員の育児・介護に対する法令以上の支援をすることへの要望の認知度

	認識していない	あまり認識していない	ある程度認識している	かなり強く認識している	強く認識している	N.A.	合計
(度数)	0	6	30	26	15	0	77
(%)	0.0	7.8	39.0	33.8	19.5	0.0	100.0

育児・介護者の周囲の同僚へ支援することへの要望の認知度

	認識していない	あまり認識していない	ある程度認識している	かなり強く認識している	強く認識している	N.A.	合計
(度数)	1	11	32	23	10	0	77
(%)	1.3	14.3	41.6	29.9	13.0	0.0	100.0

従業員の、会社都合によらない主体的なキャリア選択を支援することへの要望の認知度

	認識していない	あまり認識していない	ある程度認識している	かなり強く認識している	強く認識している	N.A.	合計
(度数)	2	11	30	24	8	0	75
(%)	2.6	14.3	39.0	31.2	10.4	0.0	97.4

アフターマティブアクションをとることへの要望の認知度

	認識していない	あまり認識していない	ある程度認識している	かなり強く認識している	強く認識している	N.A.	合計
(度数)	5	20	32	13	5	2	77
(%)	6.5	26.0	41.6	16.9	6.5	2.6	100.0

仕事が一部の個人や特定の年齢層に集中しないよう管理することへの要望の認知度

	認識していない	あまり認識していない	ある程度認識している	かなり強く認識している	強く認識している	N.A.	合計
(度数)	4	9	40	23	1	0	77
(%)	5.2	11.7	51.9	29.9	1.3	0.0	100.0

問4 - 2 地球環境問題や自然保護に関して

環境負荷が低い製品・サービスの比率を高めることへの要望の認知度

	認識していない	あまり認識していない	ある程度認識している	かなり強く認識している	強く認識している	N.A.	合計
(度数)	1	3	17	28	28	0	77
(%)	1.3	3.9	22.1	36.4	36.4	0.0	100.0

自社の操業や製作物が当該地域の自然に悪影響を及ぼさないことへの要望の認知度

	認識していない	あまり認識していない	ある程度認識している	かなり強く認識している	強く認識している	N.A.	合計
(度数)	0	5	17	32	23	0	77
(%)	0.0	6.5	22.1	41.6	29.9	0.0	100.0

一般的な地球環境問題の解決に貢献することへの要望の認知度

	認識していない	あまり認識していない	ある程度認識している	かなり強く認識している	強く認識している	N.A.	合計
(度数)	1	10	37	21	8	0	77
(%)	1.3	13.0	48.1	27.3	10.4	0.0	100.0

問5 - 1 育児・介護に対する法令以上の支援に対する要望の認知度（5段階評価）

		全く意識 しない	あまり意識 しない	ある程度 意識する	かなり意識 する	強く意識す る	N.A.	合計
a)一般消費者	(度数)	8	33	17	7	3	9	77
	(%)	10.4	42.9	22.1	9.1	3.9	11.7	100.0
b)納入先	(度数)	11	30	10	10	6	10	77
	(%)	14.3	39.0	13.0	13.0	7.8	13.0	100.0
c)サプライヤー	(度数)	14	30	15	9	1	8	77
	(%)	18.2	39.0	19.5	11.7	1.3	10.4	100.0
d)消費者団体	(度数)	9	28	24	6	2	8	77
	(%)	11.7	36.4	31.2	7.8	2.6	10.4	100.0
e)環境保護 団体	(度数)	12	27	24	4	2	8	77
	(%)	15.6	35.1	31.2	5.2	2.6	10.4	100.0
f)労働組合	(度数)	2	2	10	30	21	12	77
	(%)	2.6	2.6	13.0	39.0	27.3	15.6	100.0
g)業界団体・ 経済団体	(度数)	3	9	37	17	6	5	77
	(%)	3.9	11.7	48.1	22.1	7.8	6.5	100.0
h)地方自治体	(度数)	3	14	29	19	7	5	77
	(%)	3.9	18.2	37.7	24.7	9.1	6.5	100.0
i)政府・ 中央官庁	(度数)	3	11	28	23	8	4	77
	(%)	3.9	14.3	36.4	29.9	10.4	5.2	100.0
j)親会社	(度数)	11	3	9	8	1	45	77
	(%)	14.3	3.9	11.7	10.4	1.3	58.4	100.0
k)株主・ 投資家	(度数)	6	17	30	16	4	4	77
	(%)	7.8	22.1	39.0	20.8	5.2	5.2	100.0
l)SRI関係者	(度数)	3	14	27	18	4	11	77
	(%)	3.9	18.2	35.1	23.4	5.2	14.3	100.0
m)取引銀行	(度数)	15	27	19	4	3	9	77
	(%)	19.5	35.1	24.7	5.2	3.9	11.7	100.0
n)地域住民	(度数)	5	23	27	12	5	5	77
	(%)	6.5	29.9	35.1	15.6	6.5	6.5	100.0
o)従業員 (男性)	(度数)	0	6	21	31	18	1	77
	(%)	0.0	7.8	27.3	40.3	23.4	1.3	100.0
p)従業員 (女性)	(度数)	0	3	5	38	31	0	77
	(%)	0.0	3.9	6.5	49.4	40.3	0.0	100.0
q)配偶者や 家族	(度数)	2	3	17	32	22	1	77
	(%)	2.6	3.9	22.1	41.6	28.6	1.3	100.0
r)学生	(度数)	3	6	33	22	8	5	77
	(%)	3.9	7.8	42.9	28.6	10.4	6.5	100.0
s)マスコミ	(度数)	8	13	25	22	5	4	77
	(%)	10.4	16.9	32.5	28.6	6.5	5.2	100.0
t)自然、野生 の動植物	(度数)	23	14	13	3	2	22	77
	(%)	29.9	18.2	16.9	3.9	2.6	28.6	100.0
u)未来の世代	(度数)	9	11	22	17	10	8	77
	(%)	11.7	14.3	28.6	22.1	13.0	10.4	100.0

問5 - 2 育児・介護に対する法令以上の支援を要望することの正当性を認める程度（5段階評価）

		1 低い	2	3	4	5 高い	N.A.	合計
a)一般消費者	(度数)	15	21	23	7	3	8	77
	(%)	19.5	27.3	29.9	9.1	3.9	10.4	100.0
b)納入先	(度数)	15	24	19	8	4	7	77
	(%)	19.5	31.2	24.7	10.4	5.2	9.1	100.0
c)サプライヤー	(度数)	18	27	17	8	1	6	77
	(%)	23.4	35.1	22.1	10.4	1.3	7.8	100.0
d)消費者団体	(度数)	16	19	23	11	1	7	77
	(%)	20.8	24.7	29.9	14.3	1.3	9.1	100.0
e)環境保護 団体	(度数)	16	22	24	7	2	6	77
	(%)	20.8	28.6	31.2	9.1	2.6	7.8	100.0
f)労働組合	(度数)	3	3	8	24	32	7	77
	(%)	3.9	3.9	10.4	31.2	41.6	9.1	100.0
g)業界団体・ 経済団体	(度数)	5	6	33	22	7	4	77
	(%)	6.5	7.8	42.9	28.6	9.1	5.2	100.0
h)地方自治体	(度数)	4	11	30	22	7	3	77
	(%)	5.2	14.3	39.0	28.6	9.1	3.9	100.0
i)政府・ 中央官庁	(度数)	4	8	28	21	9	7	77
	(%)	5.2	10.4	36.4	27.3	11.7	9.1	100.0
j)親会社	(度数)	7	6	13	8	2	41	77
	(%)	9.1	7.8	16.9	10.4	2.6	53.2	100.0
k)株主・ 投資家	(度数)	7	12	30	20	5	3	77
	(%)	9.1	15.6	39.0	26.0	6.5	3.9	100.0
l)SRI関係者	(度数)	9	10	28	21	2	7	77
	(%)	11.7	13.0	36.4	27.3	2.6	9.1	100.0
m)取引銀行	(度数)	16	22	25	6	2	6	77
	(%)	20.8	28.6	32.5	7.8	2.6	7.8	100.0
n)地域住民	(度数)	11	13	28	16	4	5	77
	(%)	14.3	16.9	36.4	20.8	5.2	6.5	100.0
o)従業員 (男性)	(度数)	0	4	15	28	30	0	77
	(%)	0.0	5.2	19.5	36.4	39.0	0.0	100.0
p)従業員 (女性)	(度数)	0	1	10	24	41	1	77
	(%)	0.0	1.3	13.0	31.2	53.2	1.3	100.0
q)配偶者や 家族	(度数)	0	4	23	21	29	0	77
	(%)	0.0	5.2	29.9	27.3	37.7	0.0	100.0
r)学生	(度数)	7	4	36	21	5	4	77
	(%)	9.1	5.2	46.8	27.3	6.5	5.2	100.0
s)マスコミ	(度数)	12	15	26	18	4	2	77
	(%)	15.6	19.5	33.8	23.4	5.2	2.6	100.0
t)自然、野生 の動植物	(度数)	28	15	13	1	3	17	77
	(%)	36.4	19.5	16.9	1.3	3.9	22.1	100.0
u)未来の世代	(度数)	11	9	21	15	11	10	77
	(%)	14.3	11.7	27.3	19.5	14.3	13.0	100.0

問5 - 3 育児・介護に対する法令以上の支援の要望への対応がもたらす影響度（5段階評価）

		1 小さい	2	3	4	5 大きい	N.A.	合計
a)一般消費者	(度数)	16	16	19	19	1	6	77
	(%)	20.8	20.8	24.7	24.7	1.3	7.8	100.0
b)納入先	(度数)	13	20	19	10	7	8	77
	(%)	16.9	26.0	24.7	13.0	9.1	10.4	100.0
c)サプライヤー	(度数)	17	24	19	8	2	7	77
	(%)	22.1	31.2	24.7	10.4	2.6	9.1	100.0
d)消費者団体	(度数)	11	17	20	19	3	7	77
	(%)	14.3	22.1	26.0	24.7	3.9	9.1	100.0
e)環境保護 団体	(度数)	17	17	23	9	4	7	77
	(%)	22.1	22.1	29.9	11.7	5.2	9.1	100.0
f)労働組合	(度数)	2	5	10	25	25	10	77
	(%)	2.6	6.5	13.0	32.5	32.5	13.0	100.0
g)業界団体・ 経済団体	(度数)	5	7	37	20	7	1	77
	(%)	6.5	9.1	48.1	26.0	9.1	1.3	100.0
h)地方自治体	(度数)	5	11	26	22	9	4	77
	(%)	6.5	14.3	33.8	28.6	11.7	5.2	100.0
i)政府・ 中央官庁	(度数)	5	9	28	21	11	3	77
	(%)	6.5	11.7	36.4	27.3	14.3	3.9	100.0
j)親会社	(度数)	7	3	8	8	3	48	77
	(%)	9.1	3.9	10.4	10.4	3.9	62.3	100.0
k)株主・ 投資家	(度数)	6	8	31	22	7	3	77
	(%)	7.8	10.4	40.3	28.6	9.1	3.9	100.0
l)SRI関係者	(度数)	5	9	29	20	7	7	77
	(%)	6.5	11.7	37.7	26.0	9.1	9.1	100.0
m)取引銀行	(度数)	14	18	29	8	3	5	77
	(%)	18.2	23.4	37.7	10.4	3.9	6.5	100.0
n)地域住民	(度数)	7	17	26	19	4	4	77
	(%)	9.1	22.1	33.8	24.7	5.2	5.2	100.0
o)従業員 (男性)	(度数)	0	4	18	26	28	1	77
	(%)	0.0	5.2	23.4	33.8	36.4	1.3	100.0
p)従業員 (女性)	(度数)	0	1	4	19	25	28	77
	(%)	0.0	1.3	5.2	24.7	32.5	36.4	100.0
q)配偶者や 家族	(度数)	1	4	19	25	28	0	77
	(%)	1.3	5.2	24.7	32.5	36.4	0.0	100.0
r)学生	(度数)	6	7	21	30	10	3	77
	(%)	7.8	9.1	27.3	39.0	13.0	3.9	100.0
s)マスコミ	(度数)	5	11	23	27	9	2	77
	(%)	6.5	14.3	29.9	35.1	11.7	2.6	100.0
t)自然、野生 の動植物	(度数)	33	12	9	3	2	18	77
	(%)	42.9	15.6	11.7	3.9	2.6	23.4	100.0
u)未来の世代	(度数)	8	13	16	18	14	8	77
	(%)	10.4	16.9	20.8	23.4	18.2	10.4	100.0

問6 - 1 地球環境問題解決への貢献に対する要望の認知度（5段階評価）

		全く意識 しない	あまり意識 しない	ある程度 意識する	かなり意識 する	強く意識す る	N.A.	合計
a)一般消費者	(度数)	2	11	20	32	8	4	77
	(%)	2.6	14.3	26.0	41.6	10.4	5.2	100.0
b)納入先	(度数)	2	8	27	25	9	6	77
	(%)	2.6	10.4	35.1	32.5	11.7	7.8	100.0
c)サプライヤー	(度数)	6	18	26	16	5	6	77
	(%)	7.8	23.4	33.8	20.8	6.5	7.8	100.0
d)消費者団体	(度数)	3	9	19	27	10	9	77
	(%)	3.9	11.7	24.7	35.1	13.0	11.7	100.0
e)環境保護 団体	(度数)	3	4	18	27	22	3	77
	(%)	3.9	5.2	23.4	35.1	28.6	3.9	100.0
f)労働組合	(度数)	2	11	23	18	6	17	77
	(%)	2.6	14.3	29.9	23.4	7.8	22.1	100.0
g)業界団体・ 経済団体	(度数)	1	4	28	36	5	3	77
	(%)	1.3	5.2	36.4	46.8	6.5	3.9	100.0
h)地方自治体	(度数)	0	6	26	33	10	2	77
	(%)	0.0	7.8	33.8	42.9	13.0	2.6	100.0
i)政府・ 中央官庁	(度数)	1	6	23	32	11	4	77
	(%)	1.3	7.8	29.9	41.6	14.3	5.2	100.0
j)親会社	(度数)	8	3	7	7	6	46	77
	(%)	10.4	3.9	9.1	9.1	7.8	59.7	100.0
k)株主・ 投資家	(度数)	2	2	24	38	8	3	77
	(%)	2.6	2.6	31.2	49.4	10.4	3.9	100.0
l)SRI関係者	(度数)	1	7	22	30	10	7	77
	(%)	1.3	9.1	28.6	39.0	13.0	9.1	100.0
m)取引銀行	(度数)	5	24	23	12	7	6	77
	(%)	6.5	31.2	29.9	15.6	9.1	7.8	100.0
n)地域住民	(度数)	1	6	21	33	15	1	77
	(%)	1.3	7.8	27.3	42.9	19.5	1.3	100.0
o)従業員 (男性)	(度数)	1	10	34	19	9	4	77
	(%)	1.3	13.0	44.2	24.7	11.7	5.2	100.0
p)従業員 (女性)	(度数)	1	10	33	19	10	4	77
	(%)	1.3	13.0	42.9	24.7	13.0	5.2	100.0
q)配偶者や 家族	(度数)	1	15	29	19	7	6	77
	(%)	1.3	19.5	37.7	24.7	9.1	7.8	100.0
r)学生	(度数)	3	9	31	23	6	5	77
	(%)	3.9	11.7	40.3	29.9	7.8	6.5	100.0
s)マスコミ	(度数)	1	5	25	30	13	3	77
	(%)	1.3	6.5	32.5	39.0	16.9	3.9	100.0
t)自然、野生 の動植物	(度数)	5	9	16	21	16	10	77
	(%)	6.5	11.7	20.8	27.3	20.8	13.0	100.0
u)未来の世代	(度数)	4	4	22	26	17	4	77
	(%)	5.2	5.2	28.6	33.8	22.1	5.2	100.0

問6 - 2 地球環境問題解決への貢献を要望することの正当性を認める程度（5段階評価）

		1 低い	2	3	4	5 高い	N.A.	合計
a)一般消費者	(度数)	6	8	27	24	9	3	77
	(%)	7.8	10.4	35.1	31.2	11.7	3.9	100.0
b)納入先	(度数)	3	13	25	18	12	6	77
	(%)	3.9	16.9	32.5	23.4	15.6	7.8	100.0
c)サプライヤー	(度数)	4	24	21	17	5	6	77
	(%)	5.2	31.2	27.3	22.1	6.5	7.8	100.0
d)消費者団体	(度数)	5	8	26	24	8	6	77
	(%)	6.5	10.4	33.8	31.2	10.4	7.8	100.0
e)環境保護 団体	(度数)	4	6	14	27	24	2	77
	(%)	5.2	7.8	18.2	35.1	31.2	2.6	100.0
f)労働組合	(度数)	4	11	22	21	5	14	77
	(%)	5.2	14.3	28.6	27.3	6.5	18.2	100.0
g)業界団体・ 経済団体	(度数)	2	5	29	29	11	1	77
	(%)	2.6	6.5	37.7	37.7	14.3	1.3	100.0
h)地方自治体	(度数)	0	9	24	31	12	1	77
	(%)	0.0	11.7	31.2	40.3	15.6	1.3	100.0
i)政府・ 中央官庁	(度数)	1	7	26	29	12	2	77
	(%)	1.3	9.1	33.8	37.7	15.6	2.6	100.0
j)親会社	(度数)	6	3	13	7	6	42	77
	(%)	7.8	3.9	16.9	9.1	7.8	54.5	100.0
k)株主・ 投資家	(度数)	1	7	26	32	8	3	77
	(%)	1.3	9.1	33.8	41.6	10.4	3.9	100.0
l)SRI関係者	(度数)	2	11	18	28	11	7	77
	(%)	2.6	14.3	23.4	36.4	14.3	9.1	100.0
m)取引銀行	(度数)	6	20	29	12	5	5	77
	(%)	7.8	26.0	37.7	15.6	6.5	6.5	100.0
n)地域住民	(度数)	3	6	23	32	12	1	77
	(%)	3.9	7.8	29.9	41.6	15.6	1.3	100.0
o)従業員 (男性)	(度数)	1	8	30	26	7	5	77
	(%)	1.3	10.4	39.0	33.8	9.1	6.5	100.0
p)従業員 (女性)	(度数)	1	7	28	27	8	6	77
	(%)	1.3	9.1	36.4	35.1	10.4	7.8	100.0
q)配偶者や 家族	(度数)	1	12	29	22	7	6	77
	(%)	1.3	15.6	37.7	28.6	9.1	7.8	100.0
r)学生	(度数)	3	13	24	26	5	6	77
	(%)	3.9	16.9	31.2	33.8	6.5	7.8	100.0
s)マスコミ	(度数)	5	10	29	22	10	1	77
	(%)	6.5	13.0	37.7	28.6	13.0	1.3	100.0
t)自然、野生 の動植物	(度数)	5	8	12	23	20	9	77
	(%)	6.5	10.4	15.6	29.9	26.0	11.7	100.0
u)未来の世代	(度数)	3	7	16	27	21	3	77
	(%)	3.9	9.1	20.8	35.1	27.3	3.9	100.0

問6 - 3 地球環境問題解決への貢献を要望することへの対応がもたらす影響度（5段階評価）

		1 小さい	2	3	4	5 大きい	N.A.	合計
a)一般消費者	(度数)	7	7	22	28	10	3	77
	(%)	9.1	9.1	28.6	36.4	13.0	3.9	100.0
b)納入先	(度数)	4	6	23	23	15	6	77
	(%)	5.2	7.8	29.9	29.9	19.5	7.8	100.0
c)サプライヤー	(度数)	6	17	25	18	5	6	77
	(%)	7.8	22.1	32.5	23.4	6.5	7.8	100.0
d)消費者団体	(度数)	6	6	28	24	8	5	77
	(%)	7.8	7.8	36.4	31.2	10.4	6.5	100.0
e)環境保護団体	(度数)	5	2	24	28	16	2	77
	(%)	6.5	2.6	31.2	36.4	20.8	2.6	100.0
f)労働組合	(度数)	6	3	29	24	4	11	77
	(%)	7.8	3.9	37.7	31.2	5.2	14.3	100.0
g)業界団体・経済団体	(度数)	2	6	35	25	8	1	77
	(%)	2.6	7.8	45.5	32.5	10.4	1.3	100.0
h)地方自治体	(度数)	2	7	28	26	12	2	77
	(%)	2.6	9.1	36.4	33.8	15.6	2.6	100.0
i)政府・中央官庁	(度数)	3	6	28	24	14	2	77
	(%)	3.9	7.8	36.4	31.2	18.2	2.6	100.0
j)親会社	(度数)	9	2	12	6	5	43	77
	(%)	11.7	2.6	15.6	7.8	6.5	55.8	100.0
k)株主・投資家	(度数)	2	8	29	24	11	3	77
	(%)	2.6	10.4	37.7	31.2	14.3	3.9	100.0
l)SRI関係者	(度数)	2	6	29	24	9	7	77
	(%)	2.6	7.8	37.7	31.2	11.7	9.1	100.0
m)取引銀行	(度数)	10	18	23	14	7	5	77
	(%)	13.0	23.4	29.9	18.2	9.1	6.5	100.0
n)地域住民	(度数)	3	3	28	30	12	1	77
	(%)	3.9	3.9	36.4	39.0	15.6	1.3	100.0
o)従業員（男性）	(度数)	3	9	36	19	6	4	77
	(%)	3.9	11.7	46.8	24.7	7.8	5.2	100.0
p)従業員（女性）	(度数)	3	9	35	20	6	4	77
	(%)	3.9	11.7	45.5	26.0	7.8	5.2	100.0
q)配偶者や家族	(度数)	3	15	31	15	7	0	71
	(%)	4.2	21.1	43.7	21.1	9.9	0.0	100.0
r)学生	(度数)	5	10	31	21	6	4	77
	(%)	6.5	13.0	40.3	27.3	7.8	5.2	100.0
s)マスコミ	(度数)	3	4	27	24	17	2	77
	(%)	3.9	5.2	35.1	31.2	22.1	2.6	100.0
t)自然、野生の動植物	(度数)	5	7	19	21	15	10	77
	(%)	6.5	9.1	24.7	27.3	19.5	13.0	100.0
u)未来の世代	(度数)	4	7	21	24	16	5	77
	(%)	5.2	9.1	27.3	31.2	20.8	6.5	100.0

問7(1) 次世代育成支援等働き方についての要望認知の情報源（3つまでの複数回答）

	1 新聞、 雑誌、 TV	2 一 般的 な ア ン ケ ー ト 調 査	3 専 門 誌	4 書 籍	5 学 識 者 の ア ド バ イ	6 政 府 ・ 行 政	7 S R I ス ク リ ー ニ ン グ	8 独 自 調 査	9 回 答 者 体 験	10 労 組 や N P O	11 の 生 の 声 の ス テ ー ク ホ ル ダ ー	12 そ の 他	N ・ A ・	合 計
(度数)	49	21	9	13	2	33	15	6	8	22	43	1	0	222
(%)	22.1	9.5	4.1	5.9	0.9	14.9	6.8	2.7	3.6	9.9	19.4	0.5	0.0	100.0

問7(2) 地球環境問題解決への貢献に関する要望認知の情報源（3つまでの複数回答）

	1 新聞、 雑誌、 TV	2 一 般的 な ア ン ケ ー ト 調 査	3 専 門 誌	4 書 籍	5 学 識 者 の ア ド バ イ	6 政 府 ・ 行 政	7 S R I ス ク リ ー ニ ン グ	8 独 自 調 査	9 回 答 者 体 験	10 労 組 や N P O	11 の 生 の 声 の ス テ ー ク ホ ル ダ ー	12 そ の 他	N ・ A ・	合 計
(度数)	62	20	19	17	8	48	17	3	3	23	7	0	0	227
(%)	27.3	8.8	8.4	7.5	3.5	21.1	7.5	1.3	1.3	10.1	3.1	0.0	0.0	100.0

F - 1 業種区分

	農 林 水 産 業	鉱 業	建 設 業	製 造 業	業 水 道 ・ 熱 供 給	電 気 ・ ガ ス ・ 給 油	運 輸 ・ 通 信 業	飲 食 店 ・ 小 売 ・ 卸 売	金 融 ・ 保 険 業	不 動 産 業	サ ー ビ ス 業	そ の 他	N ・ A ・	合 計
(度数)	1	1	8	37	1	6	10	2	1	6	4	0	77	
(%)	1.3	1.3	10.4	48.1	1.3	7.8	13.0	2.6	1.3	7.8	5.2	0.0	100.0	

F - 2 従業員数

	100人 未 満	100－ 299人	300－ 499人	500－ 999人	1000－ 4999人	5000人 以 上	N.A.	合 計
(度数)	0	12	5	13	29	18	0	77
(%)	0.0	15.6	6.5	16.9	37.7	23.4	0.0	100.0

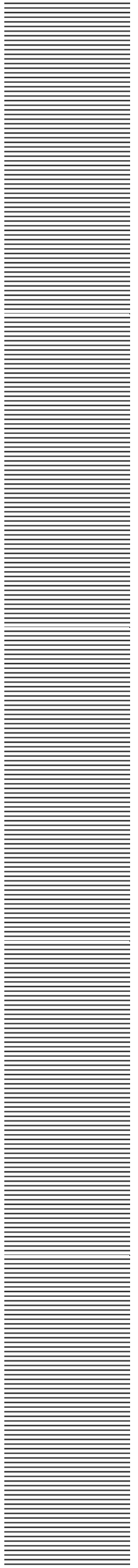
F - 3 従業員の女性比率

	0－4%	5－9%	10－ 19%	20－ 29%	30－ 49%	50% 以 上	N.A.	合 計
(度数)	5	13	27	16	11	4	1	77
(%)	6.5	16.9	35.1	20.8	14.3	5.2	1.3	100.0

F - 4 回答者の役職

	社長、 会長	役員、 相談役	上級 管理職	管理職	管理職 補佐	一般 社員	N.A.	合計
(度数)	0	6	23	32	5	9	2	77
(%)	0.0	7.8	29.9	41.6	6.5	11.7	2.6	100.0

資料 2



主要企業によるステークホルダーの 認知に関する調査 (千代田区助成調査)

平成 19 年 8 月

【調査実施】大妻女子大学家政学部ライフデザイン学科
ライフマネジメント研究室
准教授 宮田 安彦
〒102-8357 東京都千代田区三番町 12
tel:03-5275-6793 e-mail: ymiyata@otsuma.ac.jp

- ご記入は、鉛筆または黒のボールペンでお願いいたします。
- 質問番号順にお答えください。
- お答えは、あてはまる回答についている数字を○印で囲んでいただく場合と、マスの中に数字を記入していただく場合、そして下線の上に記入していただく場合があります。
- 回答時間は 15 分程度を想定しています。
- 回答期限は、勝手ながら **8 月 31 日**とさせていただきます。

問1 貴社にとって重要なステークホルダーは以下のうちのどれですか。重要であると思われる順に上位3つのステークホルダーを記入してください。

a	b	c

- | | |
|-----------|-------------|
| 1. 従業員 | 6. 取引先企業 |
| 2. 株主・投資家 | 7. 取引銀行 |
| 3. 顧客・消費者 | 8. 地域社会 |
| 4. 政府・官公庁 | 9. 自然環境 |
| 5. 親会社 | 10. その他 () |

問2 貴社は、どのステークホルダーの要望や期待、ニーズを最もよく認識していますか。その要望や期待に対する貴社の認識度が高い順に上位3つのステークホルダーを記入してください。

a	b	c

- | | |
|-----------|-------------|
| 1. 従業員 | 6. 取引先企業 |
| 2. 株主・投資家 | 7. 取引銀行 |
| 3. 顧客・消費者 | 8. 地域社会 |
| 4. 政府・官公庁 | 9. 自然環境 |
| 5. 親会社 | 10. その他 () |

問3 貴社にとって、その要望や期待、ニーズを汲み取ることが貴社にとって利益になり、逆に対応をおろそかにすると不利益を被ると予想されるステークホルダーは以下のうちのどれですか。予想される利益・不利益の程度が大きいと思われる順に上位3つのステークホルダーを記入してください。

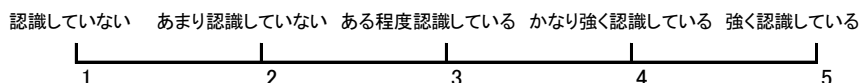
a	b	c

- | | |
|-----------|-------------|
| 1. 従業員 | 6. 取引先企業 |
| 2. 株主・投資家 | 7. 取引銀行 |
| 3. 顧客・消費者 | 8. 地域社会 |
| 4. 政府・官公庁 | 9. 自然環境 |
| 5. 親会社 | 10. その他 () |

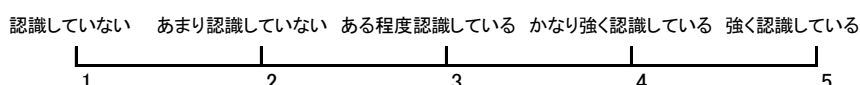
問4 ステークホルダーが貴社の貢献や責任遂行を直接的あるいは間接的に要望、期待するいくつかの事柄について、貴社の認識をお聞きします。

問4-1 貴社従業員の働き方に関する以下のような要望や期待を、貴社はどの程度認識していますか。該当する数字を で囲んでください。

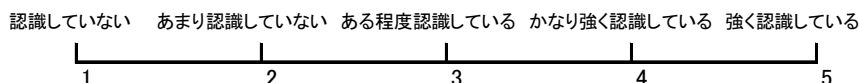
従業員の出産・育児または介護に関して、休業期間、復職後の配属、勤務時間など法令の規定を上回る取組みや特別の配慮を行うこと。



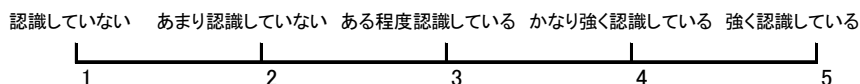
育児・介護に携わる従業員が育児・介護休業を取得したり、短時間勤務したりすることなどに対して協力する周囲の同僚を支援するしくみを作ること。



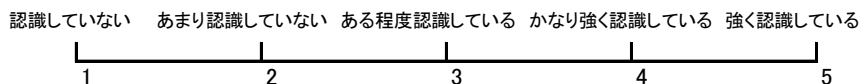
会社の都合ではなく、従業員自らの主体的なキャリア選択を支援すべく、社内公募制度の充実や自己申告の実現を図ること。



女性従業員に関して、アファーマティブ・アクションにとりくむこと。

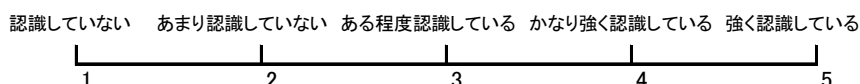


仕事量が一部の個人や、30代、40代といった特定の年齢層に集中しないよう管理すること。

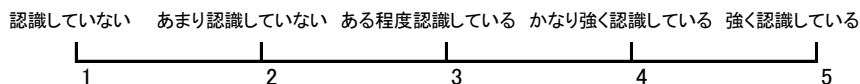


問4-2 地球環境問題や自然保護に関する以下のような要望や期待を、貴社はどの程度認識していますか。該当する数字を で囲んでください。

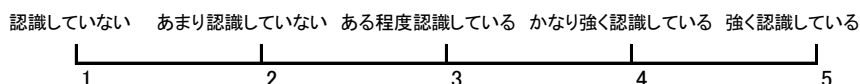
環境負荷が低く、リサイクル率の高い製品・サービスの比率を高めること。



本支店、工場などの自社施設の設置や運営もしくは受注製作物の設置・運営が、その地域の自然環境や生態系に悪影響を及ぼさないよう配慮すること。



自社の活動と直接関係ないような地球環境問題の解決にも積極的に貢献すること。



問5 従業員の働き方に関する要望や期待の中で、「従業員の出産・育児または介護に関して、休業期間、復職後の配属、勤務時間など法令の規定を上回る取組みや特別の配慮を行うこと」という要望・期待について伺います。

問5-1 この要望・期待は、以下に挙げるステークホルダーのうちどのステークホルダーの“声”だと意識しますか。それぞれのステークホルダーについて“声”を意識する程度について、該当する数字を で囲んでください。なお、該当のないステークホルダー(例えば「親会社」)については回答しないでください(以後同じ)。

【ステークホルダー】

【“声”を意識する程度】

	全く意識しない	余り意識しない	少し意識する	かなり意識する	強く意識する
a) 一般消費者	1	2	3	4	5
b) 納入先	1	2	3	4	5
c) サプライヤー	1	2	3	4	5
d) 消費者団体	1	2	3	4	5
e) 環境保護団体	1	2	3	4	5
f) 労働組合	1	2	3	4	5
g) 業界団体・経済団体	1	2	3	4	5
h) 地方自治体	1	2	3	4	5
i) 政府・中央官庁	1	2	3	4	5
j) 親会社	1	2	3	4	5
k) 株主・投資家	1	2	3	4	5
l) SRI関係者	1	2	3	4	5
m) 取引銀行	1	2	3	4	5
n) 地域住民	1	2	3	4	5
o) 従業員(男性)	1	2	3	4	5
p) 従業員(女性)	1	2	3	4	5
q) 従業員の配偶者や家族	1	2	3	4	5
r) 学生	1	2	3	4	5
s) マスコミ	1	2	3	4	5
t) 自然、野生の動植物	1	2	3	4	5
u) 未来の世代	1	2	3	4	5

問5-2 引き続き「従業員の出産・育児または介護に関して、休業期間、復職後の配属、勤務時間など法令の規定を上回る取組みや特別の配慮を行うこと」という要望・期待について伺います。

貴社にこのような内容の要望・期待を寄せることについて、以下のステークホルダーはどれくらいの正当性を持っていると思いますか。それぞれのステークホルダーについて、貴社が正当性を認める程度をお答えください（5段階尺度のうち該当する数字を で囲んでください）。

【ステークホルダー】

【正当性を認める程度】

a) 一般消費者	低い	1	2	3	4	高い	5
b) 納入先	低い	1	2	3	4	高い	5
c) サプライヤー	低い	1	2	3	4	高い	5
d) 消費者団体	低い	1	2	3	4	高い	5
e) 環境保護団体	低い	1	2	3	4	高い	5
f) 労働組合	低い	1	2	3	4	高い	5
g) 業界団体・経済団体	低い	1	2	3	4	高い	5
h) 地方自治体	低い	1	2	3	4	高い	5
i) 政府・中央官庁	低い	1	2	3	4	高い	5
j) 親会社	低い	1	2	3	4	高い	5
k) 株主・投資家	低い	1	2	3	4	高い	5
l) SRI 関係者	低い	1	2	3	4	高い	5
m) 取引銀行	低い	1	2	3	4	高い	5
n) 地域住民	低い	1	2	3	4	高い	5
o) 従業員（男性）	低い	1	2	3	4	高い	5
p) 従業員（女性）	低い	1	2	3	4	高い	5
q) 従業員の配偶者や家族	低い	1	2	3	4	高い	5
r) 学生	低い	1	2	3	4	高い	5
s) マスコミ	低い	1	2	3	4	高い	5
t) 自然、野生の動植物	低い	1	2	3	4	高い	5
u) 未来の世代	低い	1	2	3	4	高い	5

問5-3 引き続き「従業員の出産・育児または介護に関して、休業期間、復職後の配属、勤務時間など法令の規定を上回る取組みや特別の配慮を行うこと」という要望・期待について伺います。

正当性の有無に関係なく、以下のステークホルダーが実際にこのような内容の要望・期待を寄せる場合、それに対応することが貴社にもたらす利益の大きさ（もしくは対応をおろそかにすることで貴社が被る不利益の大きさ）はどれくらいだと思いますか。それぞれのステークホルダーについて、対応の如何によって生じると思われる利益・不利益の程度をお答えください（5段階尺度のうち該当する数字を で囲んでください）。

【ステークホルダー】

【対応の如何によって生じる利益・不利益の程度】

a) 一般消費者	小さい 1 2 3 4 大きい 5 ----- ----- ----- -----
b) 納入先	小さい 1 2 3 4 大きい 5 ----- ----- ----- -----
c) サプライヤー	小さい 1 2 3 4 大きい 5 ----- ----- ----- -----
d) 消費者団体	小さい 1 2 3 4 大きい 5 ----- ----- ----- -----
e) 環境保護団体	小さい 1 2 3 4 大きい 5 ----- ----- ----- -----
f) 労働組合	小さい 1 2 3 4 大きい 5 ----- ----- ----- -----
g) 業界団体・経済団体	小さい 1 2 3 4 大きい 5 ----- ----- ----- -----
h) 地方自治体	小さい 1 2 3 4 大きい 5 ----- ----- ----- -----
i) 政府・中央官庁	小さい 1 2 3 4 大きい 5 ----- ----- ----- -----
j) 親会社	小さい 1 2 3 4 大きい 5 ----- ----- ----- -----
k) 株主・投資家	小さい 1 2 3 4 大きい 5 ----- ----- ----- -----
l) SRI 関係者	小さい 1 2 3 4 大きい 5 ----- ----- ----- -----
m) 取引銀行	小さい 1 2 3 4 大きい 5 ----- ----- ----- -----
n) 地域住民	小さい 1 2 3 4 大きい 5 ----- ----- ----- -----
o) 従業員（男性）	小さい 1 2 3 4 大きい 5 ----- ----- ----- -----
p) 従業員（女性）	小さい 1 2 3 4 大きい 5 ----- ----- ----- -----
q) 従業員の配偶者や家族	小さい 1 2 3 4 大きい 5 ----- ----- ----- -----
r) 学生	小さい 1 2 3 4 大きい 5 ----- ----- ----- -----
s) マスコミ	小さい 1 2 3 4 大きい 5 ----- ----- ----- -----
t) 自然、野生の動植物	小さい 1 2 3 4 大きい 5 ----- ----- ----- -----
u) 未来の世代	小さい 1 2 3 4 大きい 5 ----- ----- ----- -----

問6 地球環境問題に関する要望や期待の中で、「自社の活動に直接関係しないような地球環境問題の解決にも積極的に貢献すること」という要望・期待について伺います。

問6-1 この要望・期待は、以下に挙げるステークホルダーのうちどのステークホルダーの“声”だと意識しますか。それぞれのステークホルダーについて“声”を意識する程度について、該当する数字を で囲んでください。なお、該当のないステークホルダー（例えば「親会社」）については回答しないでください。

【ステークホルダー】

【“声”を意識する程度】

	全く意識しない	余り意識しない	少し意識する	かなり意識する	強く意識する
a) 一般消費者	1	2	3	4	5
b) 納入先	1	2	3	4	5
c) サプライヤー	1	2	3	4	5
d) 消費者団体	1	2	3	4	5
e) 環境保護団体	1	2	3	4	5
f) 労働組合	1	2	3	4	5
g) 業界団体・経済団体	1	2	3	4	5
h) 地方自治体	1	2	3	4	5
i) 政府・中央官庁	1	2	3	4	5
j) 親会社	1	2	3	4	5
k) 株主・投資家	1	2	3	4	5
l) SRI 関係者	1	2	3	4	5
m) 取引銀行	1	2	3	4	5
n) 地域住民	1	2	3	4	5
o) 従業員（男性）	1	2	3	4	5
p) 従業員（女性）	1	2	3	4	5
q) 従業員の配偶者や家族	1	2	3	4	5
r) 学生	1	2	3	4	5
s) マスコミ	1	2	3	4	5
t) 自然、野生の動植物	1	2	3	4	5
u) 未来の世代	1	2	3	4	5

問6-2 引き続き「自社の活動と直接関係ないような地球環境問題の解決にも積極的に貢献すること」という要望・期待について伺います。

貴社にこのような内容の要望・期待を寄せることについて、以下のステークホルダーはどれくらいの正当性を持っていると思いますか。それぞれのステークホルダーについて、貴社が正当性を認める程度をお答えください（5段階尺度のうち該当する数字を で囲んでください）。

【ステークホルダー】

【正当性を認める程度】

a) 一般消費者	低い	1	2	3	4	高い	5
b) 納入先	低い	1	2	3	4	高い	5
c) サプライヤー	低い	1	2	3	4	高い	5
d) 消費者団体	低い	1	2	3	4	高い	5
e) 環境保護団体	低い	1	2	3	4	高い	5
f) 労働組合	低い	1	2	3	4	高い	5
g) 業界団体・経済団体	低い	1	2	3	4	高い	5
h) 地方自治体	低い	1	2	3	4	高い	5
i) 政府・中央官庁	低い	1	2	3	4	高い	5
j) 親会社	低い	1	2	3	4	高い	5
k) 株主・投資家	低い	1	2	3	4	高い	5
l) SRI 関係者	低い	1	2	3	4	高い	5
m) 取引銀行	低い	1	2	3	4	高い	5
n) 地域住民	低い	1	2	3	4	高い	5
o) 従業員（男性）	低い	1	2	3	4	高い	5
p) 従業員（女性）	低い	1	2	3	4	高い	5
q) 従業員の配偶者や家族	低い	1	2	3	4	高い	5
r) 学生	低い	1	2	3	4	高い	5
s) マスコミ	低い	1	2	3	4	高い	5
t) 自然、野生の動植物	低い	1	2	3	4	高い	5
u) 未来の世代	低い	1	2	3	4	高い	5

問6-3 引き続き「自社の活動と直接関係ないような地球環境問題の解決にも積極的に貢献すること」という要望・期待について伺います。

正当性の有無に関係なく、以下のステークホルダーが実際にこのような内容の要望・期待を寄せる場合、それに対応することが貴社にもたらす利益の大きさ(もしくは対応をおろそかにすることで貴社が被る不利益の大きさ)はどれくらいだと思いますか。それぞれのステークホルダーについて、対応の如何によって生じると思われる利益・不利益の程度をお答えください(5段階尺度のうち該当する数字を で囲んでください)。

【ステークホルダー】

【対応の有無によって予想される利益・不利益の程度】

a) 一般消費者	
b) 納入先	
c) サプライヤー	
d) 消費者団体	
e) 環境保護団体	
f) 労働組合	
g) 業界団体・経済団体	
h) 地方自治体	
i) 政府・中央官庁	
j) 親会社	
k) 株主・投資家	
l) SRI 関係者	
m) 取引銀行	
n) 地域住民	
o) 従業員(男性)	
p) 従業員(女性)	
q) 従業員の配偶者や家族	
r) 学生	
s) マスコミ	
t) 自然、野生の動植物	
u) 未来の世代	

問7 回答者ご自身は、自社に寄せられる要望や期待の内容や強さをどのようにして汲み取っていますか。以下の2つのテーマについて、それぞれの主な情報源を3つまで選んでください(マスの中に数字を記入してください)。

(1) 次世代育成支援を含む、従業員の働き方に関する要望や期待

a	b	c

1. 新聞、雑誌、TVの論説・記事
2. 一般的なアンケート調査
3. 当該テーマに関わる専門誌
4. 当該テーマに関わる書籍
5. 当該テーマを専門とする学識者の直接のアドバイス
6. 政府・行政の見解
7. SRI(社会的責任投資)のスクリーニング機関の意見、アンケート内容
8. 独自調査
9. 回答者の個人体験
10. 当該ステークホルダーの保護・支援団体(労働組合やNPOなど)の要求・意見
11. ヒアリングやステークホルダー・ダイアログを通じての当該ステークホルダー(従業員)の生の声
12. その他()

(2) 地球環境問題解決への貢献に関する要望や期待

a	b	c

1. 新聞、雑誌、TVの論説・記事
2. 一般的なアンケート調査
3. 当該テーマに関わる専門誌
4. 当該テーマに関わる書籍
5. 当該テーマを専門とする学識者の直接のアドバイス
6. 政府・行政の見解
7. SRI(社会的責任投資)のスクリーニング機関の意見、アンケート内容
8. 独自調査
9. 回答者の個人体験
10. 当該ステークホルダーの保護・支援団体(環境保護団体など)の要求・意見
11. その他()

最後に、貴社についてうかがいます。

F-1 貴社の業種区分を教えてください(当てはまる項目の番号を で囲んでください)。

- | | |
|------------------|--------------|
| 1. 農林水産業 | 7. 卸売・小売・飲食店 |
| 2. 鉱業 | 8. 金融・保険業 |
| 3. 建設業 | 9. 不動産業 |
| 4. 製造業 | 10. サービス業 |
| 5. 電気・ガス・水道・熱供給業 | 11. その他 |
| 6. 運輸・通信業 | |

F-2 貴社の正社員従業員数を教えてください(当てはまる項目の番号を で囲んでください)。

- | | |
|-------------|---------------|
| 1. 100人未満 | 4. 500~999人 |
| 2. 100-299人 | 5. 1000~4999人 |
| 3. 300~499人 | 6. 5000人以上 |

F-3 貴社正社員従業員のうち、おおよその女性比率を教えてください(当てはまる項目の番号を で囲んでください)

- | | |
|-----------|-----------|
| 1. 0-4% | 4. 20-29% |
| 2. 5-9% | 5. 30-49% |
| 3. 10-19% | 6. 50%以上 |

F-4 貴社の社名をよろしければ教えてください(匿名希望であれば回答いただかなくても結構です)

社名 _____

F-5 回答者の所属部署名を教えてください。

所属部署名： _____

F-6 回答者の役職を教えてください。ただし、上司のチェックを受けた場合はその方の役職を教えてください(当てはまる項目の番号に をつけてください)。

1. 社長、会長
2. 役員、相談役
3. 上級管理職(部長、室長など)
4. 管理職(課長、グループ長など)
5. 管理職補佐(係長、主任など)
6. 一般社員

質問は以上で終わりです。

ご多忙中にも拘わらず回答いただきましたことに深く感謝いたします。

最後に、記入漏れ、記入ミスのないことをご確認の上、8月31日までに同封の返信用封筒にて返送くださるようお願い申し上げます。

主要企業によるステークホルダーの
認知に関する調査報告書

平成 20 年 3 月 31 日発行

発行： 大妻女子大学家政学部ライフデザイン学科
ライフマネジメント研究室（宮田安彦）
〒102-8357 東京都千代田区三番町 12 tel. 03-5275-6793

印刷： プリンテックス株式会社
〒102-0074 東京都千代田区九段南 3-9-11 tel. 03-3239-8309