

はじめに

先の東日本大震災において被災された皆様に心からお見舞い申し上げますとともに、一日も早い復興をお祈りいたします。

近年、少子高齢化や景気低迷による厳しい財政事情等、地方公共団体を取り巻く環境は厳しさを増しています。そのような中で地方公共団体は地域産業の活性化、地域コミュニティの活性化、観光振興、行財政改革等の複雑多様化する課題に対応していかなくてはなりません。また、住民に身近な行政は、地方公共団体が自主的かつ主体的に取り組むとともに、地域住民が自らの判断と責任において地域の諸課題に取り組むことが重要となってきました。

このため、当機構では、地方公共団体が直面している諸課題を多角的・総合的に解決するため、地方公共団体と共同して課題を取り上げ、全国的な視点と個々の地方公共団体の地域の実情に即した視点の双方から問題を分析し、その解決方策の研究を実施しています。

本年度は4つのテーマを具体的に設定しており、本報告書は、このうちの一つの成果を取りまとめたものです。

近年、日本においても、「CSR（企業の社会的責任）」が注目を浴びてきました。この背景には、頻発する企業不祥事だけではなく、CSRに取り組むことが企業の経営体質や業績改善につながるものがあげられます。

CSRがこのような積極的な意味を持つことは、行政域内の企業がCSRに取り組むことにより、地域の活性化につながることを意味します。このようなことから、地方自治体においても、CSRに関わるさまざまな施策が展開されています。特に横浜市と宇都宮市では、地域活性化を進めることを目的とし、企業認証・認定制度を運用しており、これら両市の制度は、CSRの本質を的確に把握した上で、これまでの行政施策とは異なった考え方や方法論の下に設計された制度です。

本調査研究の調査団体であるさいたま市では、市政運営の最優先事項を定めた「さいたま市しあわせ倍増プラン2009」等に基づき、平成23年度末までに市内企業を対象としたCSR活動に関する企業認証制度を創設し、平成24年度から同制度に基づく認証及び支援を行うことを目指しています。本調査研究は、さいたま市の地域活性化を目的とした企業認証制度創設に向けた制度設計案について検討したものです。

本研究の企画及び実施にあたっては、研究委員会の委員長及び委員をはじめ、関係者の方々から多くのご指導とご協力をいただきました。

また、本研究は、ボートレースの交付金による日本財団の助成金を受けて、さいたま市と当機構が共同で行ったものです。ここに謝意を表する次第です。

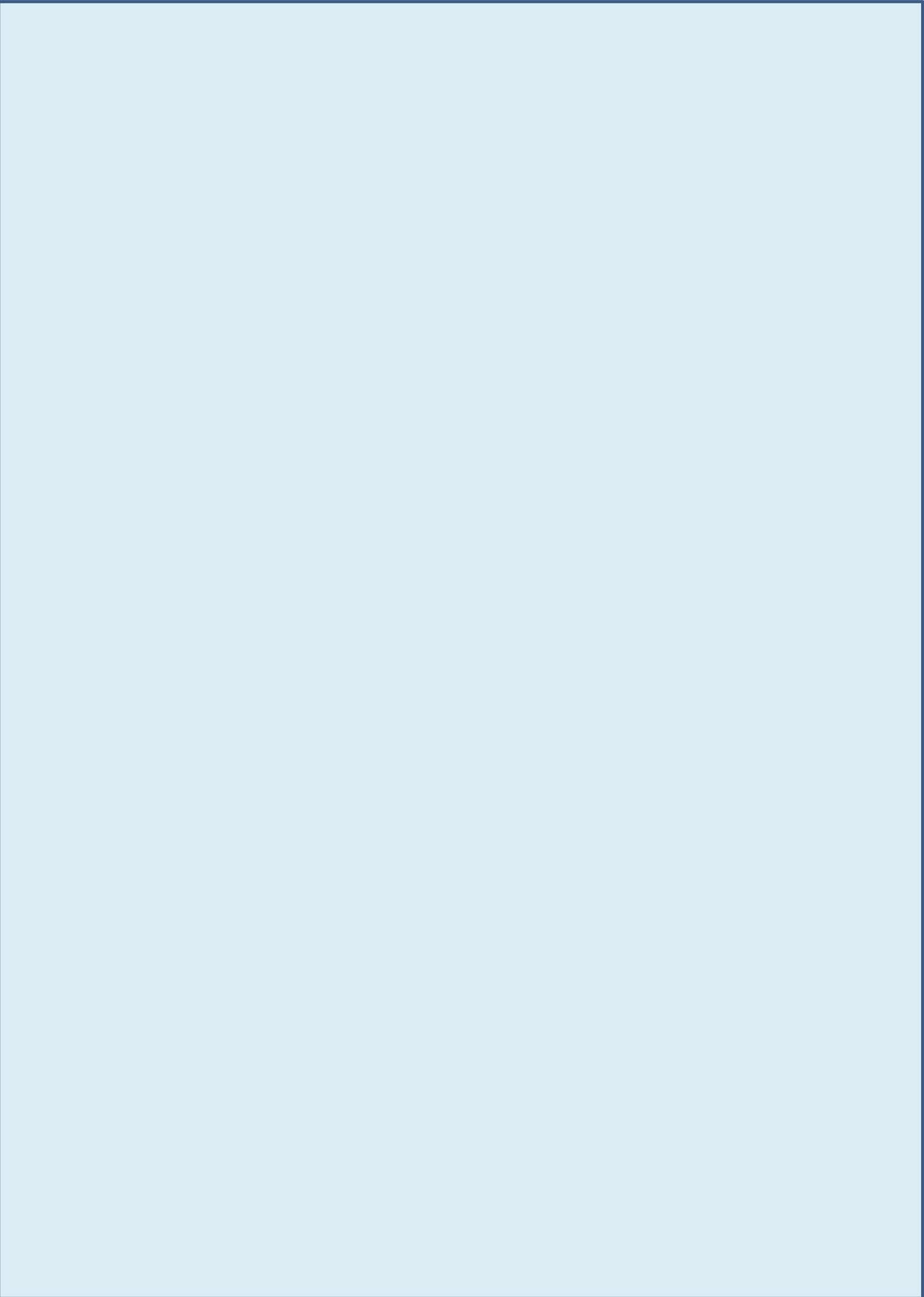
本報告書が広く地方公共団体の施策展開の一助となれば幸いです。

平成24年3月

財団法人 地方自治研究機構
理事長 佐野 徹治

(1) さいたま市が期待する“CSR企業”のイメージ	95
(2) さいたま市が目指すCSR企業を創出するための認証制度の特徴(独自性)	95
(3) 本市CSR施策の体系(チャレンジ認証制度制度の位置づけ)	97
(4) チャレンジ認証制度企業のイメージ	98
3 事業スキーム	99
(1) 実施フロー	99
(2) 制度の対象	99
(3) 認証付与における基本姿勢	100
4 応募・審査・認証の手順	101
(1) 応募基準	101
(2) 応募時提出書類	102
(3) 書類審査	104
(4) 実地審査(企業往訪)	104
(5) 目標設定シート	105
(6) チェックリストの審査	105
(7) 目標設定に関する評価	107
(8) 最終判定	108
(9) 認証の決定	108
5 認証企業に対する支援制度	108
(1) 支援制度の考え方	108
(2) 支援制度の設計	109
(3) サポートメニュー1 (仮称)さいたま市CSRコミュニティの形成	110
(4) サポートメニュー2 個別企業へのサポート	110
(5) サポートメニュー3 広報・PRサポート	111
6 今後の検討課題	111
(1) CSR推進委員会の機能・役割	111
(2) チェックリスト項目及び審査基準の精緻化と確定	112
(3) チャレンジ認証期間終了後の企業評価のあり方	113
(4) 認証企業のPRのあり方	113
(5) インセンティブ(特に、入札・調達における優遇措置)	113
資料編	115
委員会議事録	117
部会議事録	143
アンケート調査票及び分析一覧表	149
【別紙】CSRチェックリスト(素案)	203
委員コメント	209
調査研究委員会・部会名簿	215

序章 調査研究の概要



1 調査研究の背景と目的

さいたま市では、市政運営の最優先事項を定めた「さいたま市しあわせ倍増プラン 2009」等に基づき、市内企業を対象とした CSR(企業の社会的責任)活動に関する認証制度を創設し、平成 24 年度から同制度に基づく認証及び支援を行うこととしている。

認証制度の創設にあたっては、単なる表彰・顕彰制度に留まることなく、持続的な CSR 活動の展開が図られるとともに、それらの活動を通じ、市内企業の成長・発展・イメージアップに直接的に役立つ産業振興的な制度とすることを基本方針としながら、さらには、さいたま市の経済特性を踏まえ、市内企業の約 99.7%を占める中小企業の中で CSR 活動の取り組みが比較的遅れている企業の CSR 活動の促進を図るものとする。

本調査研究は、このような基本方針に基づき、さいたま市の独自性を有する認証制度の創設に向けた制度設計案を提示することを主な目的とする。

2 調査研究の方法

このような調査の背景と目的を踏まえ、次の 3つの視点から調査を実施し、調査目的である「さいたま市の独自性を有する認証制度の創設に向けた制度設計案」をとりまとめるものである。

(1) 第 1 の視点 CSR に関する基礎的な検討

2010 年 11 月、ISO (国際標準化機構)により、CSR に関する国際規格である IS26000 (社会的責任に関する手引き)が発行された。その IS26000 では、活動団体の社会的責任を、組織統治、人権、労働慣行、環境、公正な事業慣行、消費者問題、コミュニティへの参画及びコミュニティの発展という 7つの中核主題に基づいて 36 の課題が制定されている。また、横浜市と宇都宮市では、地域やまちづくりに貢献する地元企業に対する地域貢献企業認証制度を導入し、地元企業の CSR 活動の促進に取り組んでいる。

このような CSR が重視されつつある背景や自治体が制定する CSR 認証制度のしくみ等、さいたま市の認証制度を検討するにあたって有益な基礎的な情報の整理を行った。

具体的な調査項目は、以下のとおりである。

- ・ CSR の考え方とその背景
- ・ IS26000 の概要
- ・ 地方自治体制定の CSR 認証制度の概要

(2) 第 2 の視点 さいたま市の企業の CSR に対する意識及び取り組み状況の把握

さいたま市の制度設計にあたっては、その対象とするさいたま市の企業、特に中小企業の CSR に対する意識や取り組み状況を把握することが不可欠であることから、企業向けのアンケート調

査を実施するとともに、アンケート調査では把握しきれない CSR に対する認識やさいたま市が導入を検討している認証制度等に関するヒアリング調査も実施した。

アンケート調査は、抽象的な質問を避けるため、100 を超える具体的な行動の有無を問う形式としたが、その結果を踏まえ、その項目自体がさいたま市認証制度の基準案の基礎となった。

具体的な調査項目は、以下のとおりである。

- ・さいたま市企業の CSR に関する意識及び CSR 活動に関するアンケート調査
- ・さいたま市企業の CSR に関する意識及び CSR 活動に関するヒアリング調査

(3) 第3の視点 地元関係者の協議による地域資源の洗出しと選定

3回の委員会のほか、8回の部会を開催し、CSR の有識者及び実務家のブレインストーミングにより、さいたま市 CSR の制度設計を行った。

具体的な調査事例は、以下のとおりである。

- ・さいたま市企業の CSR に関する実態把握
- ・さいたま市 CSR 認証制度の基準案の検討
- ・さいたま市 CSR コミュニティのあり方に関する検討
- ・さいたま市 CSR 認証制度の実施に向けた短期・中長期的課題の整理

3 調査研究体制

(1) 実施主体

本調査研究は、さいたま市と財団法人地方自治研究機構の共同事業として実施した。

(2) 実施体制

本調査研究では、学識経験者、地元関係者、行政関係者等で組織する「さいたま市 CSR 認証制度設計に関する委員会」（以下「委員会」という。）を設置し、調査方法や調査結果の分析などについて、様々な観点から議論を行いながら、調査研究を実施した。

また、委員会の下に、有識者、実務家による部会を開催し、さいたま市 CSR 認証制度の制度設計に関する協議を行った。

この委員会及び部会の下に、さいたま市、財団法人地方自治研究機構（調査研究部）及び基礎調査機関（株式会社東レ経営研究所）で構成する事務局を設置し、委員会での審議に必要な資料の収集並びに各種調査研究を実施した。

4 委員会の開催

本調査研究は、次のとおり、年度内に3回の委員会を開催した。

第1回委員会 平成23年7月5日（火）

- ・調査研究企画書（案）について
- ・さいたま市 CSR 活動認証制度（案）について

第2回委員会 平成23年12月20日（火）

- ・さいたま市企業アンケート調査の分析結果について
- ・さいたま市 CSR チャレンジ企業認証制度設計（素案）について

第3回委員会 平成24年2月22日（水）

- ・さいたま市企業ヒアリング調査の分析結果について
- ・さいたま市 CSR チャレンジ企業認証制度設計（素案）について
- ・報告書構成（案）について

5 部会の開催

本調査研究は、次のとおり、年度内に8回の部会を開催した。

第1回部会 平成23年8月5日（金）

- ・部会の概要、検討スケジュールの説明
- ・さいたま市 CSR 活動認証制度の認証基準（案）について

第2回部会 平成23年8月26日（金）

- ・各委員による「さいたま市 CSR 認証制度に対する意見」の説明
- ・さいたま市 CSR チャレンジ資格基準（案）の検討

第3回部会 平成23年9月6日（火）

- ・さいたま市 CSR 活動認証制度の認証基準（案）の体系について
- ・企業アンケート設計の検討

第4回部会 平成23年11月1日（火）

- ・CSR活動に関するさいたま市内の全体像の把握
- ・さいたま市内企業の注目すべき特徴
- ・アンケート調査結果のさいたま市 CSR 活動認証制度基準（案）作成への反映方法の検討

第5回部会 平成23年11月11日（金）

- ・さいたま市 CSR 活動認証制度基準（案）の基本方針の作成

第6回部会 平成23年12月7日(水)

- ・さいたま市CSRチャレンジ企業認証制度設計(素案)について
- ・さいたま市CSRチャレンジ企業認証に係るインセンティブ(素案)について

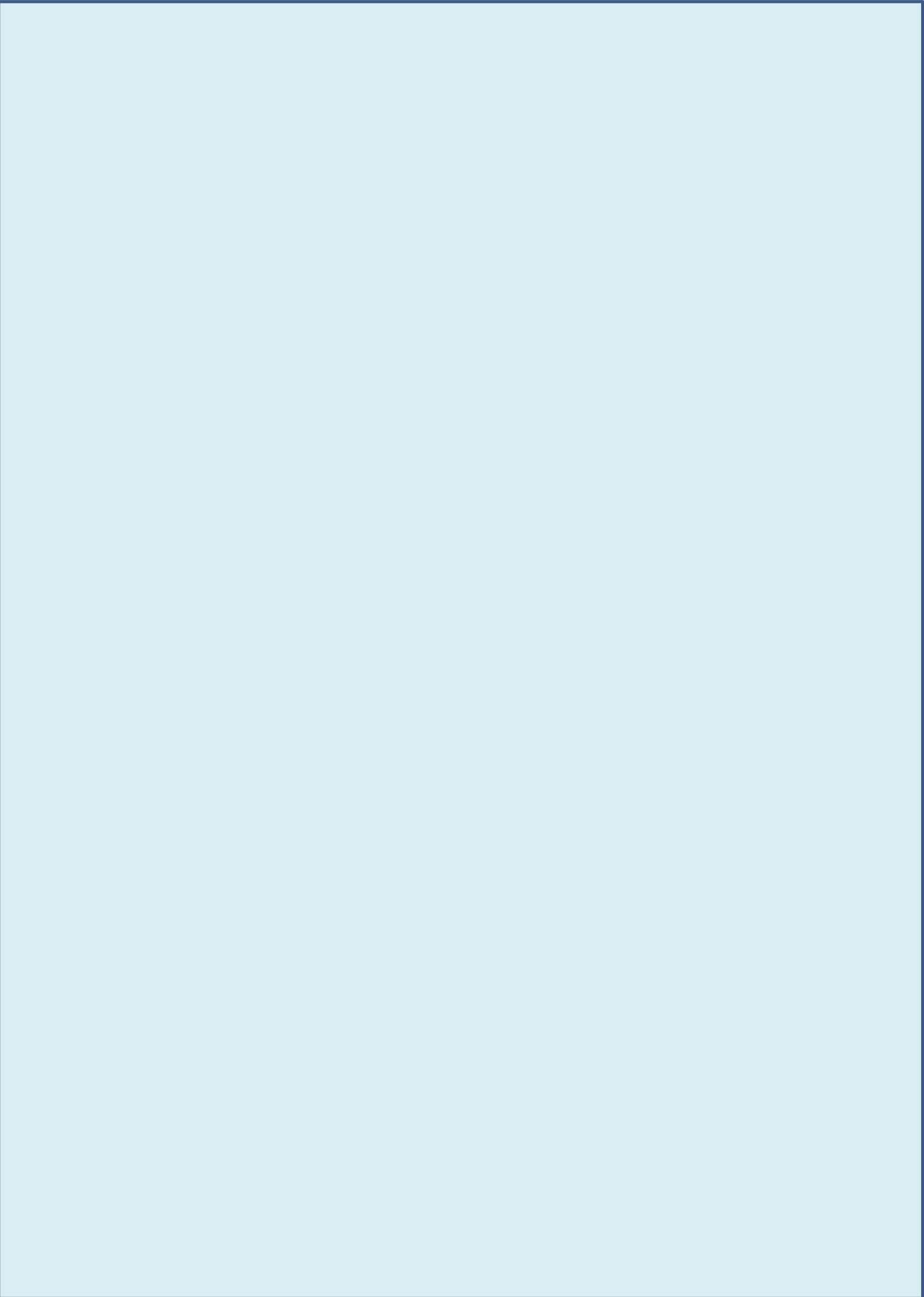
第7回部会 平成24年1月18日(水)

- ・CSR推進委員会(仮称)の機能と役割について
(CSRコミュニティとの関係を含めて)

第8回部会 平成24年2月3日(金)

- ・チェックリスト項目及び審査基準の精緻化について

第 1 章 CSR の概要



1 CSR の考え方とその必要性

(1) CSR とは

●「すべての組織の社会的責任」

わが国では、近年 CSR が注目されている。CSR は、Corporate Social Responsibility の略で、「企業の社会的責任」などと訳される。企業が社会の中で事業活動を展開するにあたって、不当な方法で利益を追求したり、従業員や消費者、他の企業、行政機関、NPO などの人や組織に迷惑をかけたりすることがあってはならず、むしろ、企業はそれらの人や組織、すなわち、社会の要求に応えなければならない。企業にはそうした責任がある。CSR とは、そのようなことを意味している。

だが、事業活動を展開する際に、違法行為をしてはならないことはもちろん、社会に迷惑をかけるのを避け、社会のさまざまな要求に応えなければならないのは、何も営利企業に限ったことではない。協同組合やNPO、行政機関や、各種の業界団体、商店街組織、自治会、PTA、趣味の会に至るまで、ありとあらゆる組織に同じことがいえる。利潤の追求でなく、交流や親睦などを主な目的とした組織であっても、そのことは変わらない。そのため、最近では、CSR は「すべての組織の社会的責任」という意味で用いられるようになった。

事業体の事業活動による影響を受け、利害関係を有するすべての人や組織を「ステーク・ホルダー（利害関係者）」という。事業体の種類やその業務内容はさまざまなので、ステーク・ホルダーとその利害の内容も実に多様である。そのため、CSR の項目也多岐にわたっている。その項目とは、法令順守、事業体倫理（企業倫理）の確立、危機管理、内部統制、財務処理の適切さ、財務状態の健全さ、雇用制度の充実、労働安全衛生、製品・サービスの質の充実、情報セキュリティ、社会貢献などであり、それらの内容は、産業の分野や、それぞれの企業によって異なる。

(2) CSR の必要性

●なぜ CSR が注目されるのか？

昨今は、企業や行政機関による不祥事が多発し、それを監視する社会の目も厳しくなっている。そうした不祥事は、企業や行政機関が、その事業体や一部の関係者の利益を優先するあまり、顧客や地域住民の利益を無視したり、法を軽視したり、従業員への配慮をなおざりにした結果にほかならない。不祥事を起こした事業体は社会から糾弾され、売上が落ちたり、不祥事への対応のためのコストを費やしたりすることになり、結果的に莫大な損失を被る。企業であれば、経営危機や倒産に至ることも少なくない。

こうした問題が起きるのは、不祥事を起こした企業や行政機関に、社会への責任やモラル（倫理）という観念が欠如していたからである。CSR が注目される理由がそこにある。

不祥事を起こした企業が社会から糾弾される一方、社会への責任を果たし、社会の要求に応える企業は、社会的評価を受けて存続し、発展することができる。そのため、投資機関や投資家は、企業の CSR への取り組みを評価基準に含めて投資決定を行うようになってきている。もはや、企

業にとって、経営危機を避け、存続と発展を享受し、企業価値を高めるためには、CSR への取り組みが欠かせないのである。

しかし、事業体が不祥事を起こしたとしても、社会がそれを問題にしなければ、事業体の社会的責任が問われることもない。つまり、CSR が注目される背景には、事業体の不祥事を問題とする社会の存在がある。

成熟社会を迎えたといわれる先進諸国では、サービス化・ソフト化が進み、人々は、「生活の質」を重んじ、自らの生活を主体的につくる「生活者」として自己主張するようになっている。そうした生活者にとって、企業や行政機関が起こす不祥事は、生活の安全や安心を脅かし、生活の質を損なうものとして問題とされるのである。

●経営戦略としてのCSR

事業体が健全に事業を展開し続けるためには、CSRが不可欠である。事業体は、そのことを十分に認識して、CSRに取り組む必要がある。言い換えると、CSRは今や「経営戦略」のひとつとして欠かせないものなのである。

CSRの項目には、法令順守、情報セキュリティなど、売上や利益に直結しないものが少なくない。それらは一見、経営戦略という言葉が持つイメージとは縁遠いようにも思える。しかし、事業体の存続は、目先の利益だけにかかっているのではない。例えば、企業が法律に違反していることが発覚すれば、厳しい処分が科され、顧客の信用を失い、経営危機や経営破綻に至るであろう。環境破壊を起こしたり、顧客の個人情報流出させたりすれば、損害賠償や社会的信用の失墜によって、同様の事態を招くことになる。

事業体が法律を守らなかったり、環境を破壊したりすると、ステーク・ホルダーにどのような損害を与えるのか。それに対して、ステーク・ホルダーは、どのような判断や行動を選択するのか。そのことを考えれば、CSRを重視しない事業体が困難に陥ることは容易に想像できよう。

CSRの項目は「利益直結的な側面」と「下支え的な側面」を持っている。「利益直結的な側面」とは、短期的な売上や利益に結びつきやすい側面である。「下支え的な側面」とは、短期的な売上や利益には結びつかないが、長期的に見ると事業体の利益に結びついたり、あるいは、それに取り組まない場合に、経営破綻につながるリスクが大きく高まったりするような側面である。どちらかの側面が強く現れることもあるが、すべての項目が両方の側面を持っている。例えば、情報セキュリティや環境保全、社会貢献、法令順守といった項目は「下支え的な側面」のイメージが強いが、顧客情報を効果的に利用することは売上増に結びつくし、環境保全や社会貢献、法令順守は、それを評価する消費者やユーザー、取引先の信用を得ることにつながり、利用増を促すこともある。

このように、CSRはさまざまな局面で、事業体の存続に深く関わっている。したがって、CSRを目先の利益や売上への結びつきやすさだけで評価しようとする、有効な取り組みにはなり得ないのである。CSRに効果的に取り組むためには、CSRが事業体にとってどういう意味があるのかを、広い視点でとらえなければならない。そのような意味で、CSRは「経営戦略」なのである。

2 ISO26000 の概要

(1) ISO26000 の特徴

ISO26000 は、ISO（国際標準化機構）が 2010 年 11 月に発行した国際規格で、「社会的責任に関する手引（Guidance on social responsibility）」がその正式名称である。

社会的責任に関するガイドラインとしては、これまでもさまざまなものが策定されてきたが、先進国から途上国まで 162 か国が加盟する ISO という国際組織により、消費者、政府、産業界、労働者、NGO、学術研究機関など、複数の主要なステーク・ホルダーによる議論を経て規格化されたという点で、ISO26000 は画期的な存在であり、現存する社会的責任に関する多様な概念をひとつの文書にまとめる方向性を示した、非常に価値あるものである。国際的に社会的責任への関心が高まる中で、ISO26000 は、今後世界中のさまざまな組織が CSR を実践していくための共通のテキストになるであろう。

ISO26000 は、これから CSR に取り組む組織や、すでに CSR に取り組んでいる組織が、ステーク・ホルダー・エンゲージメント（組織とステーク・ホルダーの対話の機会をつくる活動）を通じて、組織全体の CSR を効果的に統合するためのものである。ISO26000 は、認証を必要とするマネジメントシステム規格ではなく、手引（ガイダンス）として利用するための規格になっている。

(2) ISO26000 の構成

ISO26000 は、英語の原文で約 100 ページもあるが、基本的な構成は下表のとおりである。第 1 章から第 7 章の本文と、附属書、参考文献で構成されているが、組織の中で社会的責任を実践していくために必要な具体的な内容が記されているのは主に第 6 章である。そこでは、社会的責任に取り組む際に検討すべき 7 つの中核主題が定められている。

章番号	タイトル	内容
1	適用範囲	ISO26000の目的、用途、位置づけについて
2	用語及び定義	ISO26000で使われている用語と、その定義
3	社会的責任の理解	社会的責任の歴史的背景と近年の動向、特徴となるポイントについて
4	社会的責任の原則	社会的責任の7つの原則と組織が行うべき行動について
5	社会的責任の認識及びステーク・ホルダー・エンゲージメント	組織と社会、ステーク・ホルダーとの関係性を理解することの重要性を指摘し、ステーク・ホルダーの特定とエンゲージメントの方法、要件を説く
6	社会的責任の中核主題に関する手引	社会的責任に取り組む際に検討すべき7つの中核主題と、それらに含まれる課題について
7	組織全体に社会的責任を統合するための手引	社会的責任を組織内で実践する際の検討項目と、組織全体に社会的責任を統合するための方法、コミュニケーションの役割と重要性などの手引
附属書A	社会的責任に関する自主的なイニシアチブ※及びツールの例	社会的責任に関連するイニシアチブとツールを紹介し、ISO26000の内容との対応を整理
附属書B	略語	ISO26000に使用されている略語を整理
参考文献	参考文献	ISO26000で参照している国際的な文書の出典を明示

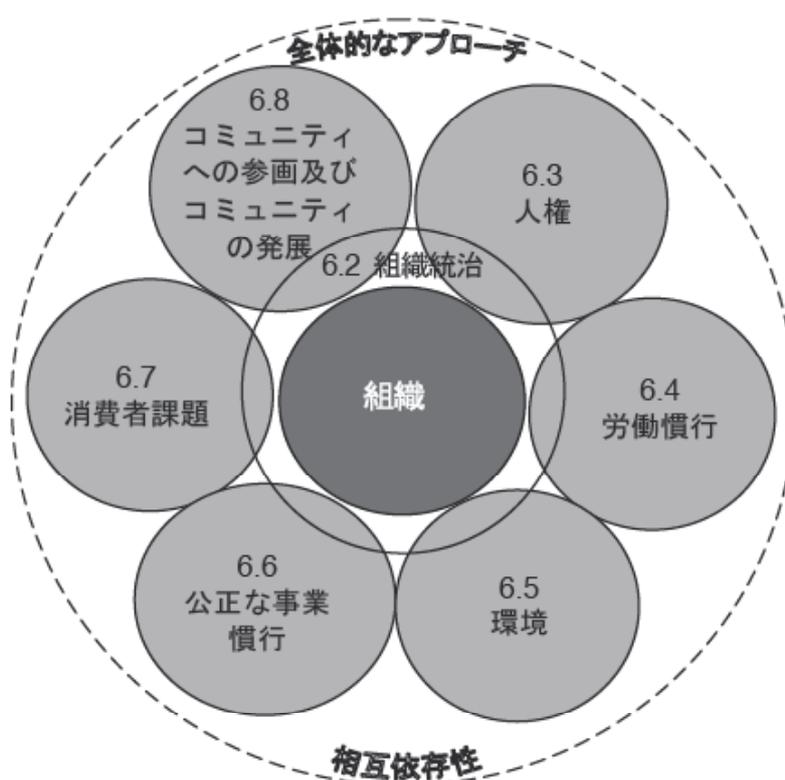
※イニシアチブ

社会的責任に関する目的を達成することに専念している組織、プログラムまたは活動のこと。

(3) ISO26000 の中核主題

ISO26000 に定められた、社会的責任に関する 7 つの中核主題とは、組織統治、人権、労働慣行、環境、公正な事業慣行、消費者課題、コミュニティへの参画およびコミュニティの発展である。それぞれの中核主題には複数の課題が設定され、合計 36 個の課題がある。しかし、それらの課題の中には、日本ではすでに法令や社会常識として浸透しているため、改めて課題としてとらえる必要性があまりないものも含まれている。ISO 国際規格は、先進国から途上国までさまざまな国や地域で利用されることを想定してつくられたものだからである。

つまり、日本の組織が社会的責任を果たすためには、必ずしも ISO26000 が提示する課題のすべてに同じように対応しなければならないわけではない。個々の課題については、それぞれの組織との関連性や重要性を判断した上で、どのように取り組むかを判断すればよいのである。ただし、取り組む課題の内容や成果について定期的に確認しながら、社会的責任への取り組みを着実に高めていくことを忘れてはならない。



7 つの中核主題 (ISO 26000 から引用)

※上図に記載されている章番号は、ISO26000 における章番号であり、本書の章番号とは関係ない。

以下に、組織統治、人権、労働慣行、環境、公正な事業慣行、消費者課題の6つの中核主題について、それぞれの重要なポイントを整理する。

●「組織統治」に関するポイント

■組織として意思決定する

組織が社会的責任を果たすためには、その組織の目的や役割（企業においては製品やサービスの提供、学校においては教育の提供、病院においては医療の提供）を達成するために、組織としての有効な意思決定のしくみを持つことが必要である。組織の成員一人ひとりが、正しく判断し、正しく行動しているつもりでも、組織として明確で透明性のある意思決定がなされていないと、組織としての統治が十分に行われているとはいえない。

■他の中核主題の土台となる

組織としての統治が十分に行われていなければ、他の6つの中核主題に取り組むことも難しくなる。また、取り組んだとしても、内容の乏しいものになってしまう。つまり、組織統治は他の6つの中核主題を実践するための土台であり、組織の社会的責任を遂行するための基盤になるのである。

■組織が統治されている状態とは

人間がある行動をとろうとして意思決定を行う場合は、五感で得られた外界の情報や、自分の体内の状態に関する情報を脳で処理し、次にとるべき行動を瞬時に判断して、手足などに運動の命令を下す。そして、全身が脳に統率された状態で動くのである。組織においても、同じことを実現すべきである。すなわち、外部のステーク・ホルダーや内部の従業員とのコミュニケーションを図り、説明責任と透明性を伴った意思決定を確実にを行い、組織全体として、統率された行動をとることが求められる。

●「人権」に関するポイント

■すべての人に与えられた基本的権利

人権とは、すべての人が平等に扱われ、自分の考えを自由に表現し、働き、食べ、医療や教育を受け、安全に生活していくことを保障する基本的な権利である。人権は、市民的・政治的な権利と、経済的・社会的・文化的な権利に大きく分けられる。

■人権を守るには

人権を守るためには、個人と組織両方の認識と行動が重要である。すべての人が、人種、性別、年齢、出自、障がいの有無や身体的特徴などにより差別されることのない社会をつくるためには、その社会に帰属する個人一人ひとりが人権への意識を高めなければならないことはもちろんであるが、それだけでなく、社会を構成するさまざまな組織が、組織の内外を問わず、組織の活動にかかわるすべての人々の人権を尊重しなければならない。

■間接的な影響への配慮

組織の活動が組織にかかわる人々に与える影響を評価する場合は、それらの活動が直接的な人権侵害にあたるかどうかを考慮するだけでは十分とはいえない。直接的でなくとも、結果的に人権侵害を招くような環境をつくり出したり、あるいは、それをつくり出すことに加担したりしていないかを考慮する必要がある。また、もしも組織の活動が人権を侵害するような環境をつくり出してしまった場合には、人権の侵害を受けた人やそのことに気づいた人がその状況を報告し、その報告が組織の活動に反映され、状況の改善が促されるようなしくみを、組織自体が持ち合わせていなければならない。

●「労働慣行」に関するポイント

■労働慣行の社会・経済への影響

組織は雇用を創出し、労働者に賃金を支払う。そのことにより、労働者の生活水準が維持・改善される。そのように、労働慣行は、社会・経済に対して大きな影響を与えている。

■労働は商品ではない

1944年に、国際労働機関（ILO）の第26回大会で採択された「フィラデルフィア宣言」には、「労働は商品ではない」という基本原則がうたわれている。その原則に基づき、すべての組織は、労働者に対して平等な労働機会を確保し、公正かつ労働者の安全と健康に配慮した労働条件・労働環境を整備するよう求められている。また、組織は、政府・雇用者・労働者の代表者間の交渉・協議・情報交換などの対話の重要性を認識しなければならない。

■世界人権宣言とILO労働基準

労働者の権利を保障するためには、世界人権宣言、ならびにILOが定める国際労働基準に合致した法律を制定し、施行しなければならない。また、労働者と組織には、司法へのアクセスが確保されていなければならない。「OECD多国籍企業行動指針」や、「多国籍企業および社会政策に関する原則のILO三者宣言」にも留意する必要がある。

●「環境」に関するポイント

■環境問題への取り組み

すべての組織は、その規模の大小にかかわらず、環境に何らかの影響を及ぼしている。天然資源の枯渇、汚染、気候変動、生態系の崩壊など、現代社会が直面しているさまざまな環境問題を常に意識し、その改善に取り組むことは、すべての組織に課された責務である。組織の活動が環境に与える影響をゼロにすることはできないが、それぞれの組織が努力を怠らなければ、その影響をできる限り小さくすることはできるはずである。

■組織が環境に対する責任をもつこと

組織は、法律や規制を順守するだけでなく、その活動が引き起こす環境への影響に対して責任を負わなければならない。組織の活動による環境への影響が許容できる範囲を超えた場合には、

原則として、そのコストを組織が負担することが求められる。また、1992年の国連環境開発会議（地球サミット）で採択された「環境と開発に関するリオ宣言」（ならびにその後の宣言と合意）に基づいた「予防的アプローチ」を採用し、組織の活動が環境に与える影響が不確実であっても、その影響をできるだけ小さくするための予防措置をとることが求められている。

● 「公正な事業慣行」に関するポイント

■ 組織の倫理的行動

組織がその社会的責任を果たしていくためには、社会に対して倫理的な行動をとることが必要である。不正な手段により不当に利益を得ているような組織は、社会的責任を果たしているとはいえない。公正な事業慣行に関する課題としては、汚職の防止、責任ある政治的関与、公正な競争、バリューチェーンにおける社会的責任の推進、財産権の尊重が定められている。

■ 倫理的な行動基準の順守

公正な事業慣行の基礎となるのは、組織が倫理的な行動基準に基づいて事業活動を行うことである。そのためには、組織の成員は、自らが所属する組織が倫理的に活動するよう努めるだけでなく、取引先など、関係する組織にも倫理的な行動基準を順守して活動するように働きかけることが求められる。そのようにして、社会全体として倫理的行動を促進することが重要である。

● 「消費者課題」に関するポイント

■ 消費者に害を与えないこと

組織が消費者に提供する製品やサービスについて、宣伝などにより、あいまいで不正確な情報を流した場合、結果として消費者は損失を被る可能性がある。また、安全面に欠陥がある製品を提供した場合、消費者に危険が及ぶこともある。そのようなことが決して起こらないように、組織は、提供する製品やサービスに責任を持たなければならない。

■ 社会への悪影響を防ぐ

組織が提供する製品やサービスを消費者が使うことによって、環境への被害が生じるなど、社会に対する悪影響を及ぼすことのないようにしなければならない。そのためには、それぞれの組織が、組織の利益だけを考えるのではなく、製品やサービスを受け取る消費者のことも考え、組織と消費者の双方ともに、社会への悪影響を与えないような消費活動を行っていくことが重要である。

3 地方自治体制定の CSR 認証制度の概要

(1) 横浜型地域貢献企業認定制度

①考え方

●地域 CSR の重要性とその背景

ここでは、横浜市の施策である「横浜型地域貢献企業支援事業」(以下、当事業)を題材に、地方自治体が制定する CSR 認証制度について考察してみたい。

当事業における「地域貢献企業」とは、地域を視野に入れて CSR に取り組んでいる企業という意味である。また、地元の企業が CSR に取り組んでいるということ自体が、広い意味での地域貢献だともいえる。そのような地域を意識した CSR を「地域志向 CSR」という。当事業は、そうした CSR の取り組みを支援することにより、横浜の経済・社会を活性化させることを目的とした施策である。

近年、企業や行政機関による不祥事が相次ぎ、そのことを背景に CSR が大きく注目されるようになったことは、すでに述べたとおりである。不祥事を起こした企業の社長や重役らがマスコミの前で謝罪会見を行う光景も、もはや日常茶飯事となっている。不祥事を起こしたために社会的信用を失った結果、経営危機に陥った企業も少なくない。

それらの企業がもしも、CSR に真剣に取り組んでいれば、そのような事態は避けられた可能性が高い。企業はこれまで通り経営を続けることができ、経営者がその地位を失うこともなく、従業員が職を失うことも、取引先に迷惑をかけることもなかったであろう。むしろ、CSR に取り組んでいる姿勢が社会に支持され、それまで以上に繁栄したかもしれない。実際に、過去に急成長を遂げた企業の多くは、今日では CSR と呼ばれるような経営理念を掲げていたことが知られている。

つまり、企業にとって CSR とは、経営危機に陥るのを避けるためだけではなく、社会から支持を得て、健全な経営を続けるために欠かせない取り組みなのである。不祥事を起こした企業や、堅実な経営を続けている企業の経営戦略を分析することにより、そのことが次第に明らかになってきた。昨今、CSR は、安全や安心を求める社会の要求にも、存続を求める企業の要請にも応えることができる、有効な経営戦略として理解されている。それが、CSR が注目される所以であり、CSR は、長らく続く不況により閉塞感が漂う日本を救う契機ともなり得るといわれている。

しかし、その一方で CSR は「難しいもの」と考えられているようだ。特に中小企業は、CSR への対応に苦慮していることが少なくない。確かに、CSR は、経営事象のあらゆる側面に関わっているため、多様な側面をもち、その全体像をとらえるには幅広い視点を持つ必要がある。また、企業にとって有効な CSR への取り組みは、それぞれの企業ごとに異なる。

そこで、中小企業を含めた企業の CSR への取り組みを、行政の施策により後押しすることが必要になってきている。

CSR の展開には、企業の努力だけでなく、企業を取り巻くステーク・ホルダーとの協力が不可欠である。企業とステーク・ホルダーとの良好な関係を形成し、維持するためには、企業とステーク・ホルダーをつなぐ制度が必要である。CSR に取り組む企業への行政による支援制度も、そのひとつとなり得るであろう。

CSR の本質は、システムにある。だから、CSR は、社会システムとして展開されなければならない。

そして、システムを構築するには、地域という限られたエリアの中で展開することが効果的である。限られたエリアにおいては、企業とステーク・ホルダーの相互の関係や、CSR の効果が目に見えて実感しやすいからである。

CSR を社会に浸透させるためには、地域志向 CSR を軸にして、それぞれの地域で CSR に取り組む方法が有効だと考えられる。そのような CSR を「地域 CSR」と呼ぶ。地域 CSR を実践するためには、地域の社会システムを再構築することが必要である。そのためには、行政による施策や、行政・NPO・市民団体・企業・研究機関などの協働が不可欠なのである。

そうしたことを背景に、横浜市では、2007 年度から当事業を展開している。その制度を概観すると、横浜市が CSR に向けて真摯に取り組んできたことがよく分かる。

当事業では、企業が支援を得るためには認定を受ける必要がある。認定にあたっては、この制度のために設置された評価員が企業に出向き、評価を行う。その結果を踏まえて、認定委員会で審議が行われる。認定を受けるには、地域を視野に入れて CSR に取り組んでいることだけでなく、その取り組みが成果を生むためのマネジメント・システムを構築していることが要求される。

近年、企業の不祥事や、経済的、社会的格差の拡大が顕在化している。CSR は、こうした状況を救うための有効な施策となるのみならず、経営戦略となり得るはずである。横浜市の取り組みは、他の自治体にとっても、企業にとっても先駆けとなる、優れた事例といえる。

●横浜型地域貢献企業認定制度とは

当事業は、横浜市民を積極的に雇用している企業、市内企業との取引を重視している企業など、地域への貢献を意識した経営を行い、本業ならびにその他の活動を通じて、環境保全活動や、地域ボランティア活動などの社会的事業に取り組んでいる企業等を、一定の基準の下に「横浜型地域貢献企業」として認定し、その成長・発展を支援する制度である。認定を受けた企業には、下のような認定マークが付与される。また、広報支援や低利の融資などを受けることができる。



②制度概要

●事業の目的・概要

本業ならびにその他の活動を通じて、地域貢献活動に取り組んでいる企業を、一定の基準の下に「横浜型地域貢献企業」と認定し、ともに成長・発展を目指す事業である。地域と企業が「信頼」と「ネットワーク」で結ばれる、豊かな市民生活を実現することを目的にしている。

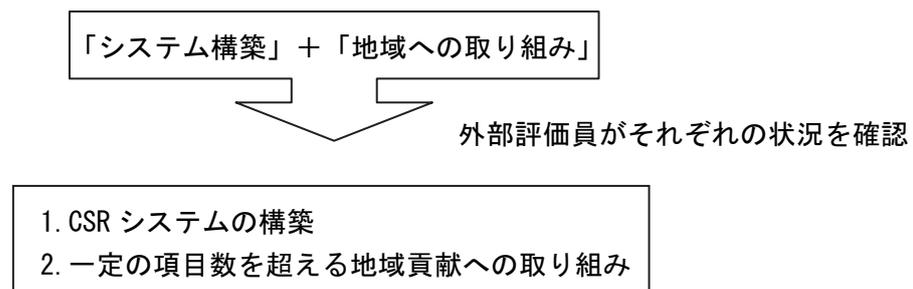
■「横浜型地域貢献企業」の定義

1. 地域や社会を意識し、
2. 地域貢献の視点を持って社会的事業に取り組み、
3. 地域とともに成長・発展を目指す。

■当事業の特徴

1. 「横浜」という地域を志向し、CSRに取り組む企業を評価する
2. 公的機関が制度を運営する
3. 横浜市および横浜市大 CSR センターLLP により規格を作成する
4. IDEC（財団法人横浜企業経営支援財団）、横浜市、横浜商工会議所、NPO 法人横浜スタンダード推進協議会、横浜市大 CSR センターLLP の5者が本制度に協力する
5. 企業規模に関わらず認定する
6. 認定のしくみに経営システムの構築を採用する
7. 一定の研修・試験を受けた外部評価員による評価を実施する

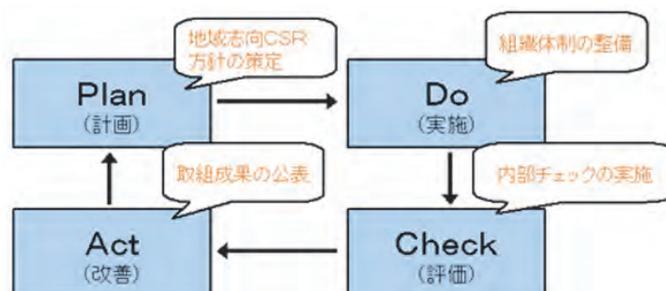
■認定のしくみ



上記の 1、2 が両方確認できた場合に、「横浜型地域貢献企業」として認定する。取り組み状況に応じて3段階で認定し、継続的な地域貢献活動を重視する。基準に満たない場合は認定されない。

1. システム評価

継続的に地域貢献を行うためのシステムが構築されているかを確認する。



2. 地域性評価

全10項目の取り組み状況を地域性基準に従って確認する。

	項目
必須	コンプライアンス
重要	雇用
	環境
	品質
	地元活用・志向（業務内）
	地域社会貢献（業務外）

「重要」項目のうち、「地元活用・志向」または「地域社会貢献」のいずれかに取り組んでいる必要がある。

	項目
一般	財務・業績
	労働安全衛生
	消費者・顧客対応
	情報セキュリティ

■規模の基準

	従業員数
小規模企業	～9
中小企業	10～300
大規模企業	301～

●認定企業のメリット

「横浜型地域貢献企業」に認定されると、下記のメリットを受けられる。

■認定証・認定マークの付与

評価項目のチェック数に応じて、「最上位認定」「上位認定」「標準認定」の認定証および認定マークが横浜市から付与される。

■認定企業間のネットワーク

認定企業の交流会を年1～2回実施する。

■認定企業限定セミナー実施

認定企業を対象にした大学教授や実務家など専門家による最新のテーマの講義を、年に数回無料で受講できる。

■ IDEC 主催セミナーの無料受講

財団法人横浜企業経営支援財団が主催する「産学交流サロン」「グローバルビジネスサロン」等、各種セミナーが無料で受講できる。

■ 広報支援

横浜市や、財団法人横浜企業経営支援財団のホームページなどで、企業の活動を紹介する。

■ 低利融資の認定

低利の融資制度の資格認定を受けることができる。

- ・ 利率 2.1%以内
- ・ 最長融資期間 7年
- ・ 限度額 8,000万円（ただし、「最上位評価」認定を受けた企業は1億円以内）
- ・ 保証料率 横浜市信用保証協会所定料率（「最上位評価」認定を受けた企業については、100万円を上限に2分の1を横浜市が助成する）

※融資については、金融機関および信用保証協会の所定の審査がある。

※本認定については、横浜市信用保証協会が「保証承諾」をし、平成24年3月31日までに「保証受付」をした融資案件が対象となる。

注) 認定期間について

- ・ 認定の日の属する月の翌日から2年間有効。ただし、認定証に特別の記載がある場合を除く。
- ・ 2年ごとに更新審査が必要となる。

● 横浜型地域 CSR 基準

■ 必須項目

【コンプライアンス】

通常、「倫理法令順守」と訳されるが、横浜市の場合、「法令順守」としている。ステーク・ホルダーは、すべての人や組織だが、横浜市の場合、コンプライアンスに関しては、ステーク・ホルダーを設定せずに基準をつくっている。

「法令順守宣誓書」（書式は自由）を提出し、なおかつ、「納税証明」・「業種ごとの許認可証」を提示すること。

- ・ 法令順守宣誓書、納税証明、許認可証の提出が要件であり、具体的な取り組み例は求められていない。

■重要項目

【雇用】

従業員をステーク・ホルダーとする取り組みとしている。CSR のどの項目も、多様なステーク・ホルダーが関わっているが、横浜市の場合、制度を分かりやすくするために、どの項目についてもステーク・ホルダーを絞り込み、単純化を図っている。

地域性基準は、次の2つのいずれかを満たしていること

1. 従業員の50%以上が横浜市在住、ないし横浜市民である
2. 50%未満であっても、雇用に関わる地域ステーク・ホルダーだけを対象として特別なCSRに取り組んでいる
 - ・関連の認証や認定を取得した
 - ・関連の表彰を受けた
 - ・障がい者を積極的に雇用している
 - ・20年存立し続けている
 - ・男女共同参画推進を推進している
 - ・女性の活躍の場を広げるため女性管理職を推奨している

【環境】

環境のステーク・ホルダーは、環境の影響を受けるすべての人や組織だが、横浜市の場合、地域環境への取り組みがあれば、それで地域性が確保されるとしている。

地域環境への取り組みがあること

- ・関連の認証や認定を取得した
- ・関連の表彰を受けた
- ・環境報告書を発行している
- ・グリーン購入を推進している
- ・省エネに取り組んでいる
- ・エコドライブなど交通環境の改善に取り組んでいる
- ・地域環境活動に参加している
- ・緑を増やす活動をしたり、サポートしたりしている

【品質】

製品やサービスの質に関する取り組みである。ステーク・ホルダーは、顧客や取引先に絞り込まれている。

次のいずれかを満たしていること

1. 製品・サービスの50%以上を横浜市内に提供している
2. 顧客・取引先の50%以上が横浜市内にある
3. 50%未満であっても、品質に関わる地域ステーク・ホルダーだけを対象として特別なCSRに取り組んでいる
4. 製品開発、品質向上などについて地域の施策と連動して取り組んでいる
 - ・関連の認証や認定を取得した
 - ・関連の表彰を受けた
 - ・高齢者対応の製品やサービスを製造したり、扱ったりしている
 - ・障がい者対応の製品やサービスを製造したり、扱ったりしている
 - ・健康に配慮した製品やサービスを製造したり、扱ったりしている
 - ・安全に配慮した製品やサービスを製造したり、扱ったりしている
 - ・新技術や新製品の開発を推進している

【地元活用・志向】

業務において、地域の業者を積極的に活用していることなどをいう。「地域社会貢献」との違いは、業務内での取り組みである点である。ステーク・ホルダーは、本業内で関わる地域の人や組織であるが、取り組みが地域に限定されているため、横浜市の場合、ステーク・ホルダーは前面に出されていない。

次のいずれかに当てはまること

1. 本業の中で「地域特性」「地域文化」「地域らしさ」を重視した取り組みをしている
2. 事業活動が地域を代表するものとして社会的に認知されている
3. 顧客や取引先を地域から優先して選んでいる
4. 本業の特性を生かして地域に貢献する活動をしている
 - ・関連の認証や認定を取得した
 - ・関連の表彰を受けた
 - ・地域をテーマにした製品やサービスを扱っている
 - ・地域を限定して製品やサービスを提供している
 - ・取引業者を地域から選定している
 - ・地元の学校の卒業者を毎年採用している

【地域社会貢献】

地域ボランティア活動など、地域を視野に入れた業務外（本業外）での取り組みをいう。ステーク・ホルダーは、本業外で関わる地域の人や組織であるが、取り組みが地域に限定されているため、横浜市の場合、ステーク・ホルダーは前面に出されていない。

次のいずれかに当てはまること

1. 地域のボランティア団体、文化活動、公的行事を支援している
2. 本業を離れたところで、地域のボランティア活動、文化活動、公的行事に参加している
3. 事業者の施設を地域に開放している
4. 地域から要請のあった社会貢献活動に応じている

- ・関連の認証や認定を取得した
- ・関連の表彰を受けた
- ・地域でボランティアをしている
- ・文化事業をサポートしている
- ・施設を地域に開放している
- ・出張講座を引き受けている
- ・インターンシップ受け入れなどキャリア形成支援に取り組んでいる

■一般項目

【財務・業績】

配当や納税など、財務面に関わる取り組みであり、株主や税務署などをステーク・ホルダーとしている。

次のいずれかを満たしていること

（配当面）

1. 株主や出資者、組合員の 50%以上が横浜市在住、ないし横浜市民（個人の場合）、ないし横浜所在である（事業体の場合）
2. 50%未満であっても、地域株主のために特別な CSR に取り組んでいる

（納税面）

1. 法人市町村民税の納税額のうち、横浜市への納税額が 50%以上である

- ・3 期以内に黒字がある
- ・5 期連続黒字である
- ・出納担当者と帳簿作成担当者を分けている
- ・每期、予算を作成している
- ・発生主義の月次決算をしている
- ・財務処理に関して外部専門家と契約している

【労働安全衛生】

作業における安全や健康確保に関わる取り組みであり、ステーク・ホルダーは、従業員に絞り込まれている。

次のいずれかを満たしていること

1. 従業員の50%以上が横浜市在住、ないし横浜市民である
2. 50%未満であっても、雇用に関わる地域ステーク・ホルダーだけを対象として特別なCSRに取り組んでいる

- ・関連の認証や認定を取得した
- ・関連の表彰を受けた
- ・労働相談窓口を設けている
- ・カウンセラーや医師など、外部専門家と契約している

【消費者・顧客対応】

苦情処理窓口の設置など、顧客への対応に関する取り組みである。ステーク・ホルダーは、消費者の場合もあれば企業の場合もある。

次のいずれかを満たしていること

1. 顧客・取引先・組合員など、関連ステーク・ホルダーの50%以上が横浜市在住、ないし横浜市民（個人の場合）、ないし横浜所在である（事業体の場合）
2. 50%未満であっても、地域ステーク・ホルダーだけを対象として特別なCSRに取り組んでいる

- ・関連の認証や認定を取得した
- ・関連の表彰を受けた
- ・顧客対応のための体制を構築している
- ・従業員教育を充実させている

【情報セキュリティ】

顧客や取引先、従業員などが主なステーク・ホルダーになり、個人情報や企業情報、業務に関わる情報などが流出したりしないようにする取り組みである。

次のいずれかを満たしていること

1. 対象となる情報の主の50%以上が横浜市在住、ないし横浜市民（個人の場合）、ないし横浜所在である（事業体の場合）
2. 50%未満であっても、地域ステーク・ホルダーだけを対象として特別なCSRに取り組んでいる

- ・関連の認証や認定を取得した
- ・関連の表彰を受けた
- ・文書管理を厳格に行っている、もしくは工夫している
- ・PC 管理を厳格に行っている、もしくは工夫している
- ・顧客情報管理を厳格に行っている、もしくは工夫している

(2) 宇都宮まちづくり貢献企業認証制度

①考え方

●地域性への着目

CSR に戦略的に取り組む際の重要なポイントとして、「地域性」が挙げられる。経済のグローバル化が進む現代において、なぜ地域性が重要なのだろうか。わが国が成熟社会（消費社会）を迎えたことが、その背景になっている。

日本は物質的に豊かになり、消費領域は拡大した。その中で、人々は量的な充足よりも「生活の質」を重視し、自分らしい生活スタイルを追求するようになった。そのことと軌を一にして、第3次産業が肥大化し、第4次・第5次産業と呼ばれる領域が登場するなど、産業構造は複雑に細分化してきた。このような社会を、成熟社会、または消費社会と呼ぶ。

成熟社会（消費社会）では、さまざまな事業体が、生活者と直接・間接に関わっている。生活者は、同時に労働者でもあるが、多くの場合、その勤務先も地域内にある。ほとんどの人々は、ある一定の地域の中で働き、暮らしているのである。企業が CSR を展開する際に、そのような生活者（＝労働者）の存在を無視することはできない。それゆえに、CSR には「地域」という視点によるアプローチが不可欠なのである。

地域に根付いた企業は、取引先や顧客の大部分が地域の人々や事業体であることが多い。特に中小企業にはそのような傾向が強い。そうした企業が CSR に取り組む場合は、地域という視点がますます重要になる。

行政機関による取り組みに関しても、同じようなことがいえる。複雑な成熟社会（消費社会）に対応するためには、きめ細かい施策が必要になるが、中央政府の守備領域は広すぎて、そうした細かい部分には手が回らない。特に地方においては、その地方の生活者や事業者、産業構造などに配慮した施策を打ち出すことが重要である。そのためには、地方のことは地方に任せるといって地方分権を促進することが求められる。

地方に権限が与えられれば、地方の行政機関が果たさなければならない社会的責任もそれだけ大きくなる。当然、そうした行政機関も CSR に取り組む必要がある。その場合にも、地域に対する CSR という視点が求められることはいうまでもない。地域性という切り口により取り組まれる CSR を「地域志向 CSR」と呼ぶことは、すでに述べた通りである。

●ステーク・ホルダーの地域性

地域志向 CSR に取り組む必要があるのは、ステーク・ホルダーに地域性がある場合である。ステーク・ホルダーが一定の地域に集中しているときや、ステーク・ホルダーのニーズを規定する主な要因に地域というキーワードが含まれているときのように、ステーク・ホルダーの属性が地域と結びついている場合に、ステーク・ホルダーに地域性があるという。

ステーク・ホルダーに地域性がある場合は、地域を対象に CSR に取り組むことにより、経営上も好ましい効果が得られる。例えば、潜在的な顧客が存在する可能性が高い地域に対して、企業の CSR への取り組みを集中的にアピールすることで、新たな顧客を獲得するチャンスが生まれる。

なお、ここでいう「地域」とは、必ずしも都道府県や市町村といった行政単位と一致するとは限らない。事業体それぞれにとっての「地域」が存在するので、ステーク・ホルダーの分析を通して、対象となる地域を把握することが重要である。

②制度概要

ここでは、宇都宮市による制度の概要を述べる。

●認証の基準

宇都宮市では、CSR に取り組んでいる企業を評価し、認証を与える「宇都宮まちづくり貢献企業認証制度」を設けている。地域を視野に入れた CSR に重点が置かれているので、「地域志向 CSR」の認証制度ともいえるが、必ずしも地域に限定されていない部分もあり、その意味では柔軟な制度である。

認証は、市が設定した基準を満たしている場合に与えられる。その基準とは、市が分類した 10 の「CSR 項目」のうち、4 つ以上に取り組んでいなければならないというものである。以下にその 10 項目を挙げる。

1. コンプライアンス
2. CSR システム
3. 人づくり
4. 魅力あるまちづくり
5. 活力あるまちづくり
6. 協働のまちづくり
7. 地元密着・地域志向
8. 雇用・労働
9. 環境
10. 消費者・顧客対応

企業がこれらの項目に取り組んでいると見なされるためには、それぞれの項目に分類されている「主な取り組み内容」のうち 1～3 つに取り組んでいることが必要とされる。必要な取り組み数は企業規模によって異なる（下表参照）。ただし、「コンプライアンス」（宇都宮市では「法令順守」）は、対象となるすべての企業が必ず取り組んでいなければならない項目とされている。

企業規模は従業員数によって区別されている。20 人以下が「小規模」、21～300 人が「中小」、301 人以上が「大規模」である。それぞれの企業規模別に定められた取り組み数をクリアした項目が 4 つ以上ある場合に、その企業は「認証」されることになる。「コンプライアンス」（法令順守）を除いては、どの項目で認証を取るかは、各事業体が選択してよいことになっている。

項目	主な取り組み内容（例示）	必要な取り組み数 （企業規模別）			
		小規模 ～20人	中小 21～300 人	大規模 301人～	
必須	コンプライアンス	法令順守、市税完納等			
	法令順守、市税完納等	法令順守宣誓書＋完納証明			
一般	CSR システム	CSR 目標の設定等			
	計画・実施・評価・改善	計画・実施・評価・改善			
	人づくり（教育等）	学校への出前講座，親力向上等	1	2	3
	魅力あるまちづくり （健康・福祉，文化，スポーツ等）	文化事業開催，スポーツ指導 献血，福祉のまちづくり等	1	2	3
	活力あるまちづくり （経済，産業，観光等）	産学官連携，おもてなし活動 ベンチャー支援等	1	2	3
	協働のまちづくり （地域参画・防災・交通，国際等）	施設開放，地域清掃活動 防犯活動，災害時協力等	1	2	3
	地元密着・地域志向	地元雇用・地産地消等	1	2	3
	雇用・労働	高齢者・障がい者積極雇用等	1	1	2
	環境	ISO 認証取得，温暖化対策等	1	1	2
消費者・顧客対応	顧客対応窓口，消費者教育等	1	1	2	

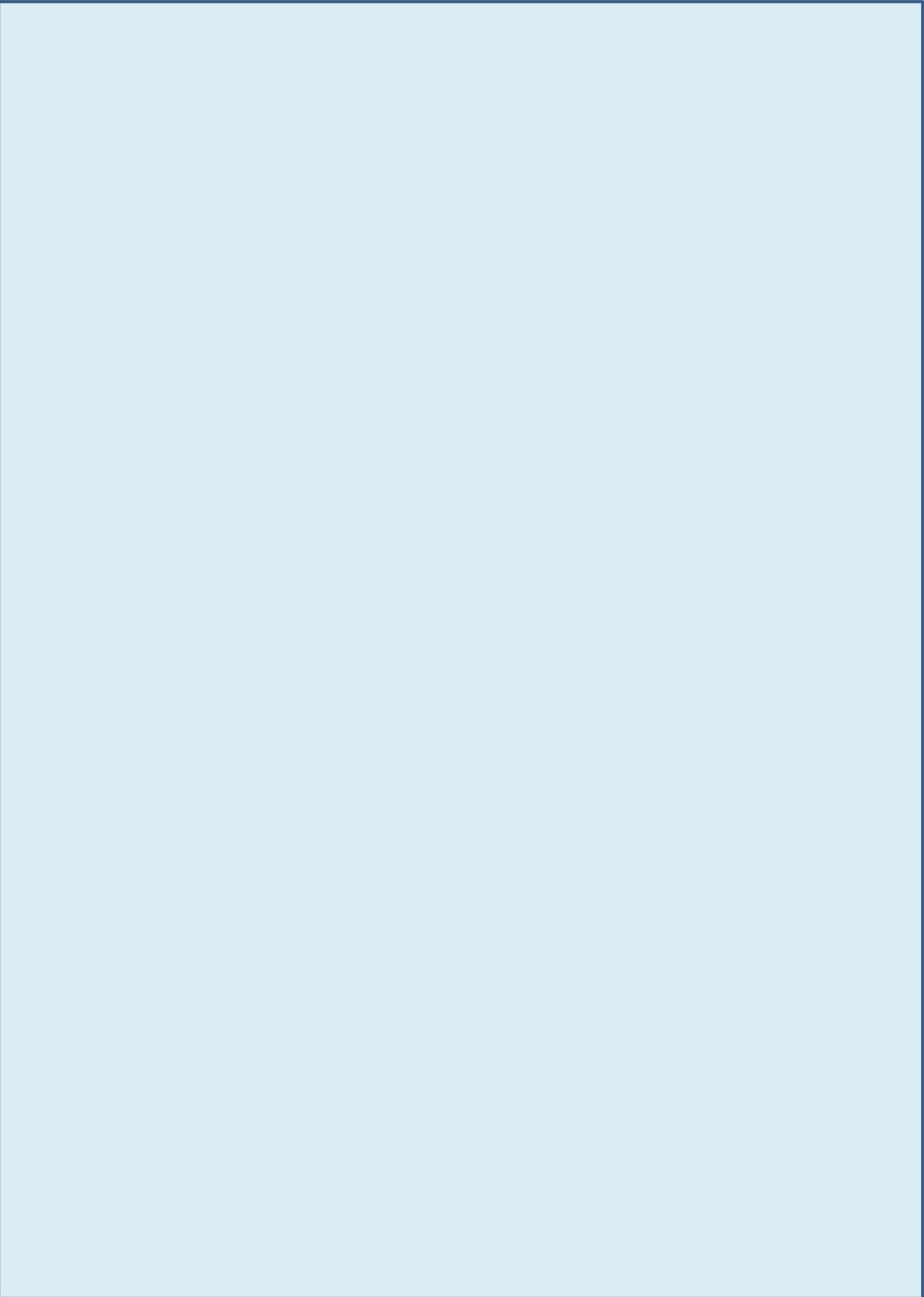
【認証】4項目以上クリア（必須+3項目以上）

●認証のメリット

CSR に取り組むこと自体に経営上の効果があるため、それだけでも十分にメリットがあるが、当制度では、CSR への取り組みを促すために、次のようなメリットが供与されることになっている。ただし、これらのメリットを得るためだけでなく、CSR の経営上の意義を十分に認識して取り組んでこそ、よりよい成果を上げることにつながるものと思われる。

1. 認証書の発行
2. 認証マークの使用
3. ホームページにおける認証企業の広報
4. 低利融資制度「まちづくり貢献企業支援基金（仮称）」の利用
5. 入札優遇制度「建設工事に係る総合評価落札方式」における技術評価に加点

第2章 CSRに関するさいたま市 企業の実態調査



1 さいたま市企業へのアンケート調査

(1) 調査概要

①調査方針

さいたま市 CSR 活動認証制度の設計にあたり、さいたま市に所在地のある企業の「企業の社会的責任 (CSR)」の用語の認知及び、CSR の活動といえるような具体的な事業活動について、実施の有無を質問し、さいたま市の企業における CSR 活動の現状を整理することを目的とする。

②アンケート調査票 (別添)

- ・企業情報 (所在地/従業員数/業種等)
- ・企業の社会的責任 (CSR) の用語認知等
- ・事業活動において今後注力したいこと
- ・事業活動で実施できていること

※認証審査基準検討の基礎資料となるよう、「CSR に関する具体的な 126 行動」を質問項目とし、7つに分類して、実現できているか否かを質問

分類は以下のとおり

自社のための活動/従業員 (社員) に対する活動/株主・出資者・金融機関 (融資者) に対する活動/お客様 (顧客・消費者) に対する活動/取引先 (調達先・仕入先) に対する活動/地域住民・地域社会に対する活動/社会全体に対する活動・今後行っていきたい事業活動

③実施時期

平成 23 年 10 月 3 日～平成 23 年 10 月 21 日

④送付数及び回収数

以下の 2 つの条件を満たす事業所 2,000 社に送付し、596 社 (29.8%) から回答を得た。

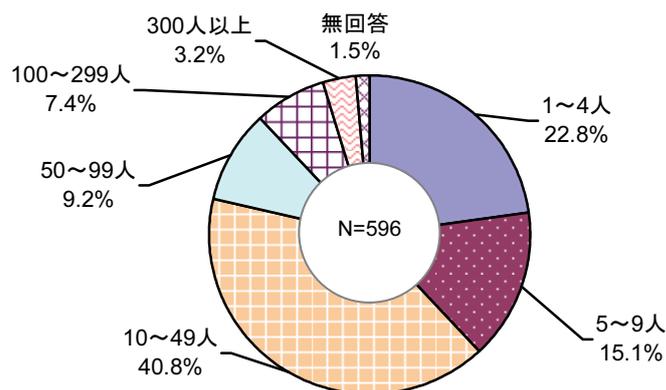
- ①本社所在地が埼玉県さいたま市にあること
- ②従業員数 1～10 名未満 1,000 社/10 名以上 1,000 件

(2) 調査結果

①回答企業の属性（事業規模・業種・所在地）

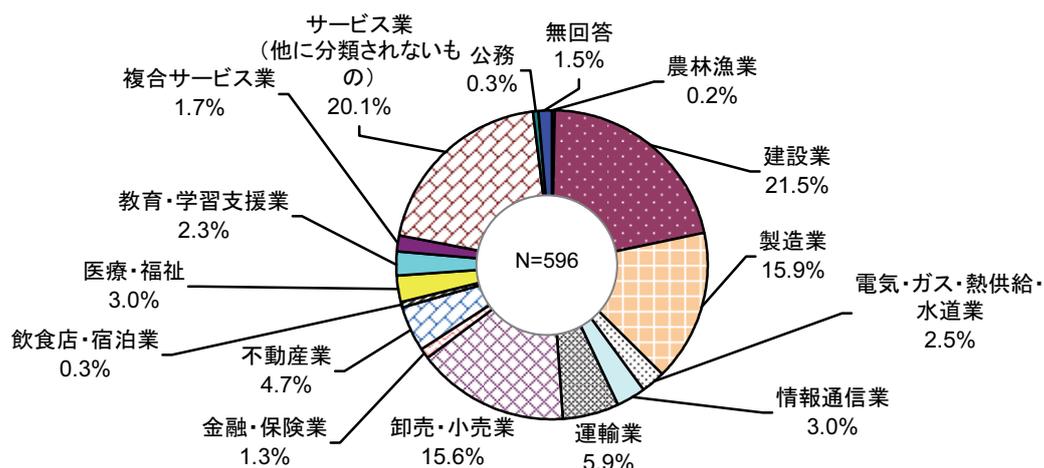
回答企業の規模を以下の円グラフに示す。最も多かったのが「10～49人」の企業で40.8%（243社）であった。100人未満の企業が全体の約9割の87.9%（524社）を占め、「300人以上」の企業は3.2%（19社）であった。

図表 2-1 回答企業の従業員数



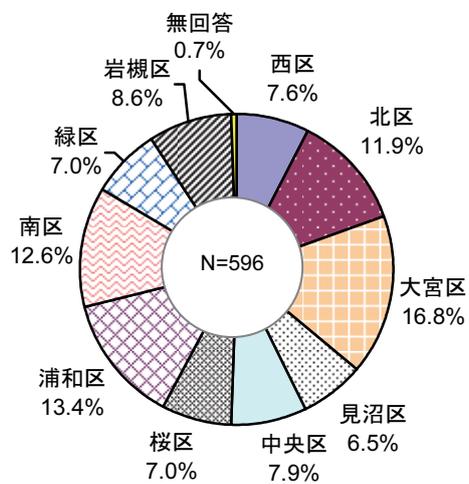
回答企業の業種で最も多かったのは「建設業」21.5%（128社）で、続いて「サービス業（他に分類されないもの）」20.1%（120社）、「製造業」15.9%（95社）、「卸売・小売業」15.6%（93社）であった。

図表 2-2 回答企業の業種



回答企業 596 社の所在地は、「大宮区 16.8% (100 社)」が最も多く、続いて「浦和区 13.4% (80 社)」「南区 12.6% (75 社)」の順であった。

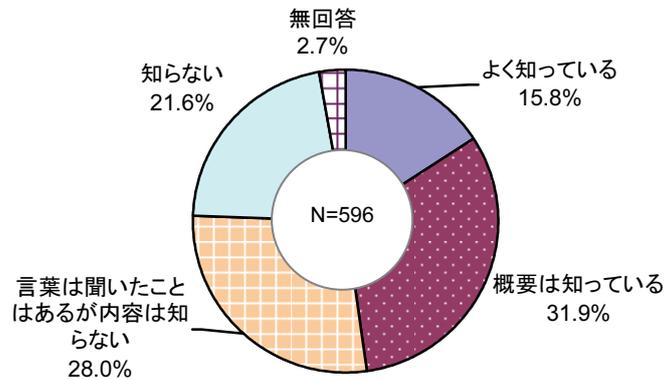
図表 2-3 回答企業の所在地



②「企業の社会的責任（CSR）」の認知状況（Q1）

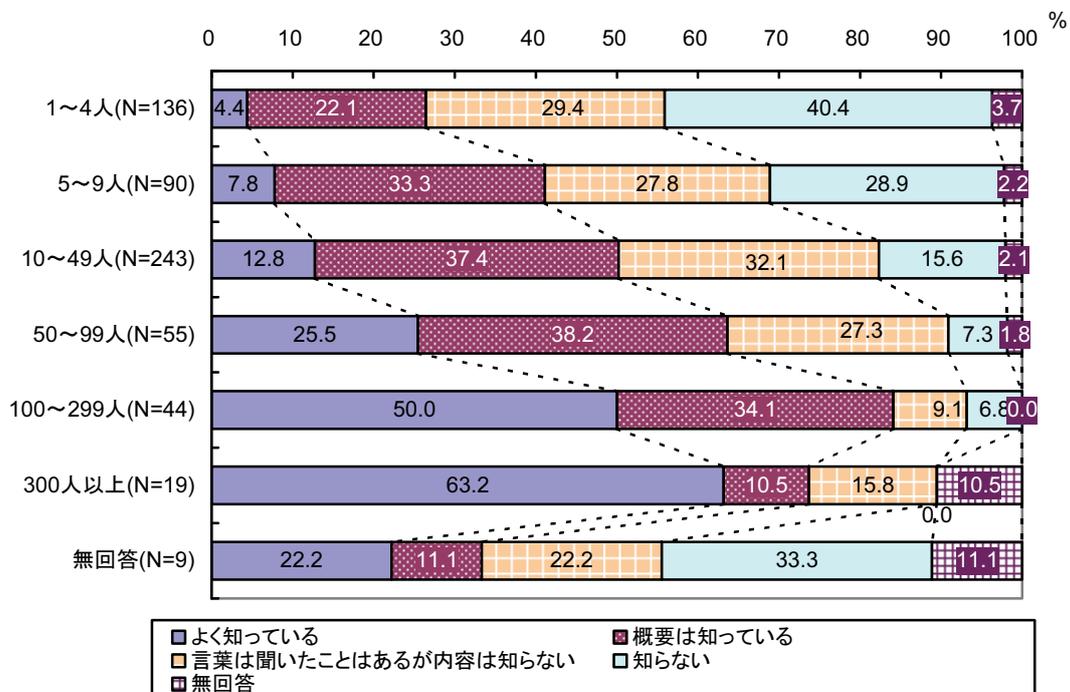
「企業の社会的責任（CSR）」の言葉の認知を質問したところ、「よく知っている」と回答したのは15.8%（94社）、「概要は知っている」と回答したのは、31.9%（190社）であった。「知らない」と回答したのは21.6%（129社）であった。

図表 2-4 企業の社会的責任（CSR）の認知



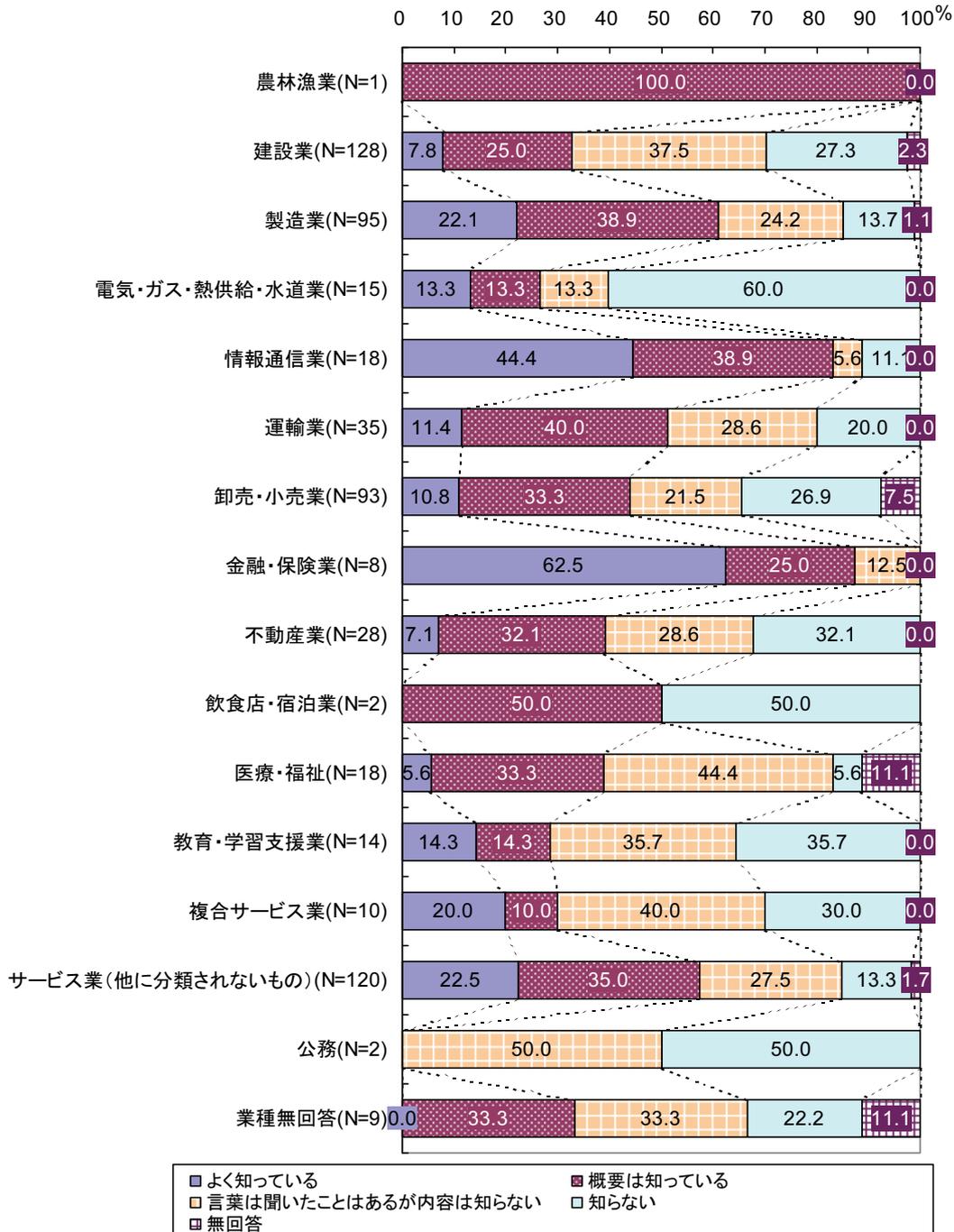
従業員数別に「企業の社会的責任（CSR）」の用語の認知をみると、事業所の規模が大きくなるほど、「よく知っている」と回答する割合が高いことが分かる。

図表 2-5 企業の社会的責任（CSR）の認知（従業員数別）



業種別では、「よく知っている」と回答する割合が高い業種は、「情報通信業」、「製造業」、続いて「サービス業（他に分類されないもの）」であった¹。

図表 2-6 企業の社会的責任（CSR）の認知（業種別）

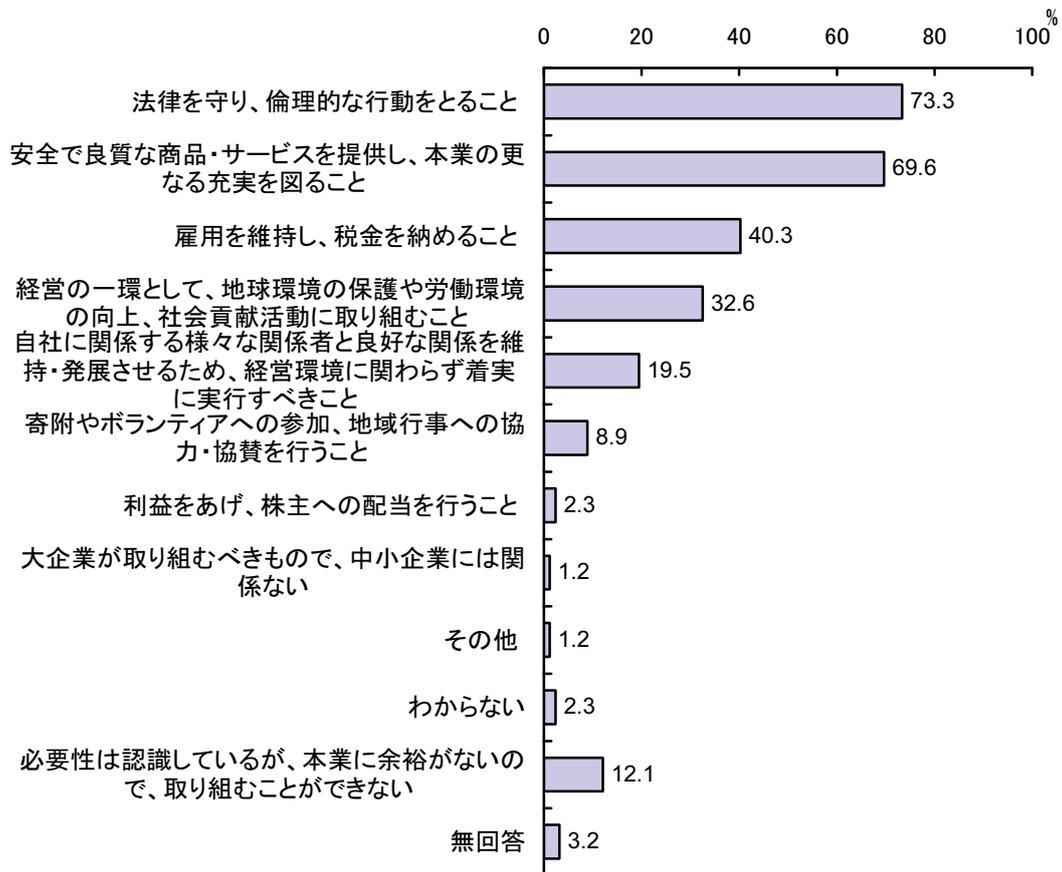


¹ なお、業種ごとの有効回答数が9以下（農林漁業、金融保険業、公務、業種無回答）については、コメントを与えないこととし、以下同様の扱いとする。

③企業の社会的責任について重要な事柄（3つまで）（Q2）

企業の社会的責任について、特に重要と考えるものを3つまで質問したところ、「法律を守り、倫理的な行動をとること」73.3%、続いて「安全で良質な商品・サービスを提供し、本業の更なる充実を図ること」69.6%、「雇用を維持し、税金を納めること」40.3%、「経営の一環として、地球環境の保護や労働環境の向上、社会貢献活動に取り組むこと」32.6%、などがあがった。

図表 2-7 企業の社会的責任について、重要と考えるもの（3つまで）



企業の社会的責任について重要と考えるものの上位2つ「法律を守り、倫理的な行動をとること」「安全で良質な商品・サービスを提供し、本業の更なる充実を図ること」は、従業員数によっても変わらないが、従業員数が多いほど、「経営の一環として、地球環境の保護や労働環境の向上、社会貢献活動に取り組むこと」を重視する傾向がみえる。

図表 2-8 企業の社会的責任について、重要と考えるもの（3つまで）（従業員別）

	従業員数							
	全体	1 5 4 人	5 9 人	4 9 人	1 0 人	5 9 人	1 9 人	3 0 以 上 人
合計	596社	136社	90社	243社	55社	44社	19社	9社
法律を守り、倫理的な行動をとること	73.3	66.9	72.2	74.9	80.0	77.3	78.9	66.7
安全で良質な商品・サービスを提供し、本業の更なる充実を図ること	69.6	61.8	71.1	72.0	69.1	77.3	73.7	66.7
雇用を維持し、税金を納めること	40.3	30.9	48.9	44.0	40.0	34.1	26.3	55.6
経営の一環として、地球環境の保護や労働環境の向上、社会貢献活動に取り組むこと	32.6	25.0	28.9	35.0	36.4	40.9	47.4	22.2
自社に関する様々な関係者と良好な関係を維持・発展させるため、経営環境に関わらず着実に実行すべきこと	19.5	20.6	20.0	18.1	25.5	15.9	21.1	11.1
寄附やボランティアへの参加、地域行事への協力・協賛を行うこと	8.9	7.4	7.8	9.5	7.3	15.9	10.5	.0
利益をあげ、株主への配当を行うこと	2.3	1.5	2.2	2.1	5.5	4.5	.0	.0
大企業に取り組むべきもので、中小企業には関係ない	1.2	2.2	3.3	.4	.0	.0	.0	.0
わからない	2.3	6.6	3.3	.8	.0	.0	.0	.0
その他	1.2	1.5	1.1	.4	3.6	.0	.0	11.1
必要性は認識しているが、本業に余裕がないので、取り組むことができない	12.1	19.9	10.0	11.5	12.7	2.3	.0	.0
無回答	3.2	3.7	2.2	2.5	3.6	2.3	10.5	11.1

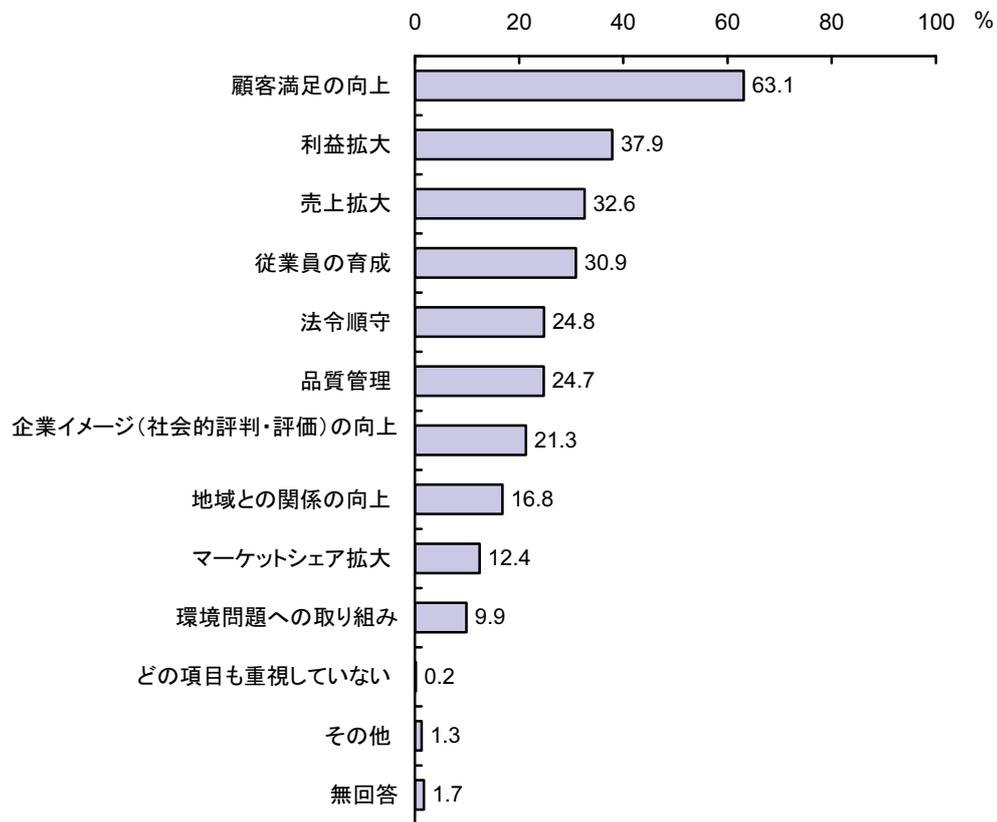
50%以上80%未満

80%以上

④今後注力したいこと（3つまで）（Q3）

今後注力したいことを3つまで選択してもらったところ「顧客満足の上昇」が最も多く 63.1%であった。続いて「利益拡大」が 37.9%、「売上拡大」32.6%があがった。

図表 2-9 今後注力したいこと（3つまで）



従業員数が多くなるほど、「顧客満足度の向上」「従業員の育成」に注力したいと考えている企業が多いことが分かる。従業員数が少ないほど、「利益拡大」「売上拡大」に力を入れていきたいと考えている。

図表 2-10 事業活動において、今後注力したいこと（3つまで）（従業員別）

	従業員数							
	全 体	1 5 4 人	5 9 人	4 1 9 人	1 9 0 人	5 9 0 人	2 1 9 0 人	3 0 以 上 0 人
合計	596社	136社	90社	243社	55社	44社	19社	9社
顧客満足度の向上	63.1	58.1	61.1	63.0	63.6	79.5	84.2	33.3
利益拡大	37.9	33.8	41.1	44.0	36.4	22.7	21.1	22.2
売上拡大	32.6	36.0	35.6	35.0	29.1	15.9	10.5	33.3
従業員の育成	30.9	14.7	32.2	37.4	38.2	31.8	36.8	22.2
法令順守	24.8	28.7	16.7	23.0	23.6	36.4	31.6	33.3
品質管理	24.7	25.0	30.0	21.4	29.1	27.3	15.8	33.3
企業イメージ(社会的評判・評価)の向上	21.3	11.8	21.1	24.3	25.5	29.5	15.8	33.3
地域との関係の向上	16.8	19.9	20.0	14.0	10.9	22.7	26.3	.0
マーケットシェア拡大	12.4	15.4	11.1	11.1	12.7	9.1	26.3	.0
環境問題への取り組み	9.9	8.8	12.2	7.8	20.0	6.8	5.3	22.2
どの項目も重視していない	.2	.7	.0	.0	.0	.0	.0	.0
その他	1.3	2.9	.0	.8	.0	.0	5.3	11.1
無回答	1.7	1.5	1.1	1.2	1.8	2.3	5.3	11.1
		50%以上80%未満				80%以上		

⑤CSRに類する事業活動の実施について (Q4)

さまざまな事業活動についての実施状況について、「(a) 自社のための活動」「(b) 従業員（社員）に対する活動」「(c) 株主・出資者・金融機関（融資者）に対する活動」「(d) お客様（顧客・消費者）に対する活動」「(e) 取引先（調達先・仕入先）に対する活動」「(f) 地域住民・地域社会に対する活動」「(g) 社会全体に対する活動」の7つの分類で、126項目について質問した。

次に結果を順に説明する。

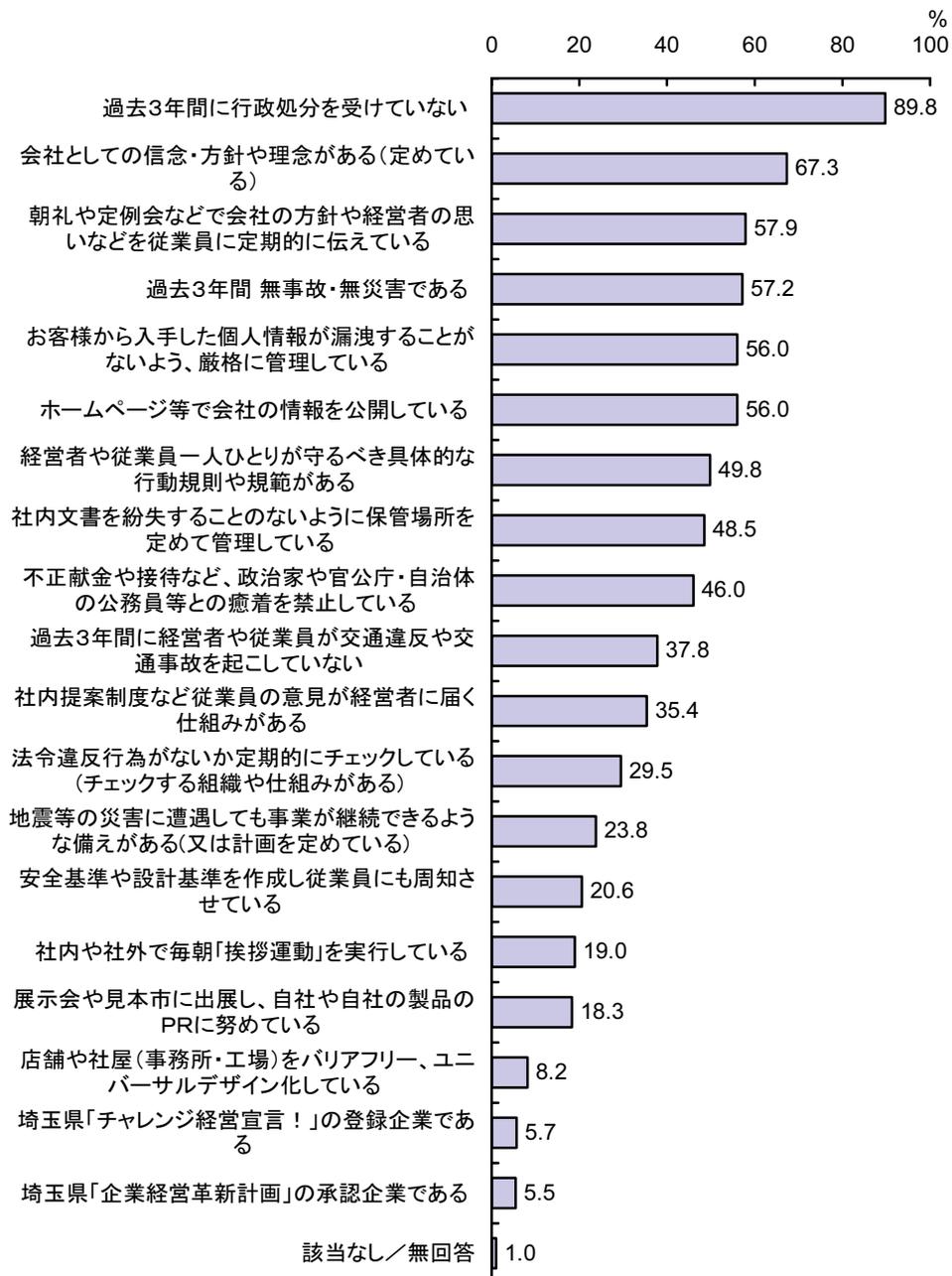
(a) 自社のための活動

<p>会社が存続し繁栄していくには社会から信頼され、必要とされる存在でなければいけません。そのため、会社の方針や規則を定めたり、法律違反が起こらないようなチェック体制を取ったり、事故や災害を起こさないことが必要であり、そういった取り組みを行うことが社会的責任を果たすことにつながります。</p>

上記の文を提示し、「自社のため」にしている事業活動、あるいは実現できている事柄を質問した（19項目）。

実現できていることとして「過去3年間に行政処分を受けていない (89.8%)」「会社としての信念・方針や理念がある (定めている) (67.3%)」「朝礼や定例会などで会社の方針や経営者の思いなどを従業員に定期的に伝えている (57.9%)」などがあがった。

図表 2-1 1 自社のための事業活動として実現できているもの (すべて)



従業員の多い企業ほど「会社としての信念・方針や理念がある（定めている）」「朝礼や定例会などで会社の方針や経営者の思いなどを従業員に定期的に伝えている」「お客様から入手した個人情報漏洩することがないよう、厳格に管理している」「ホームページ等で会社の情報を公開している」といったことができている。

従業員数が少ない企業では、「過去3年間 無事故・無災害である」「過去3年間に経営者や従業員が交通違反や交通事故を起こしていない」といったことが実現できている傾向が高かった。

図表 2-12 自社のための事業活動として実現できているもの（すべて）（従業員数別）

	従業員数										
	全体	1 5 4 人	5 9 人	4 9 人	1 0 5 人	9 9 人	5 0 9 人	2 1 3 人	1 0 0 人	3 以 上 人	無 回 答
合計	596社	136社	90社	243社	55社	44社	19社	9社			
過去3年間に行政処分を受けていない	89.8	85.3	90.0	94.7	83.6	90.9	84.2	66.7			
会社としての信念・方針や理念がある(定めている)	67.3	45.6	58.9	73.3	83.6	88.6	100.0	44.4			
朝礼や定例会などで会社の方針や経営者の思いなどを従業員に定期的に伝えている	57.9	19.1	52.2	69.1	92.7	77.3	89.5	22.2			
過去3年間 無事故・無災害である	57.2	77.9	72.2	53.5	36.4	31.8	21.1	22.2			
お客様から入手した個人情報漏洩することがないよう、厳格に管理している	56.0	39.7	54.4	59.3	60.0	79.5	89.5	22.2			
ホームページ等で会社の情報を公開している	56.0	32.4	46.7	62.1	78.2	79.5	89.5	22.2			
経営者や従業員一人ひとりが守るべき具体的な行動規則や規範がある	49.8	27.2	46.7	55.6	56.4	77.3	78.9	33.3			
社内文書を紛失することのないように保管場所を定めて管理している	48.5	27.9	50.0	51.9	56.4	68.2	78.9	44.4			
不正献金や接待など、政治家や官公庁・自治体の公務員等との癒着を禁止している	46.0	30.1	40.0	52.7	47.3	61.4	68.4	33.3			
過去3年間に経営者や従業員が交通違反や交通事故を起こしていない	37.8	55.9	41.1	32.1	29.1	27.3	15.8	33.3			
社内提案制度など従業員の意見が経営者に届く仕組みがある	35.4	15.4	31.1	39.1	47.3	63.6	57.9	22.2			
法令違反行為がないか定期的にチェックしている(チェックする組織や仕組みがある)	29.5	13.2	21.1	31.3	30.9	68.2	73.7	22.2			
地震等の災害に遭遇しても事業が継続できるような備えがある(又は計画を定めている)	23.8	21.3	11.1	23.9	20.0	47.7	52.6	33.3			
安全基準や設計基準を作成し従業員にも周知させている	20.6	11.8	26.7	21.0	23.6	25.0	36.8	11.1			
社内や社外で毎朝「挨拶運動」を実行している	19.0	7.4	14.4	22.2	29.1	29.5	36.8	.0			
展示会や見本市に出展し、自社や自社の製品のPRに努めている	18.3	7.4	12.2	17.7	30.9	38.6	42.1	33.3			
店舗や社屋(事務所・工場)をバリアフリー、ユニバーサルデザイン化している	8.2	5.1	4.4	7.8	3.6	15.9	42.1	22.2			
埼玉県「チャレンジ経営宣言！」の登録企業である	5.7	.7	5.6	8.2	12.7	2.3	.0	.0			
埼玉県「企業経営革新計画」の承認企業である	5.5	.7	5.6	8.2	7.3	6.8	.0	.0			
該当なし/無回答	1.0	2.2	1.1	.0	.0	.0	.0	22.2			

50%以上80%未満

80%以上

全体に対して15%以上高い

全体に対して15%以上低い

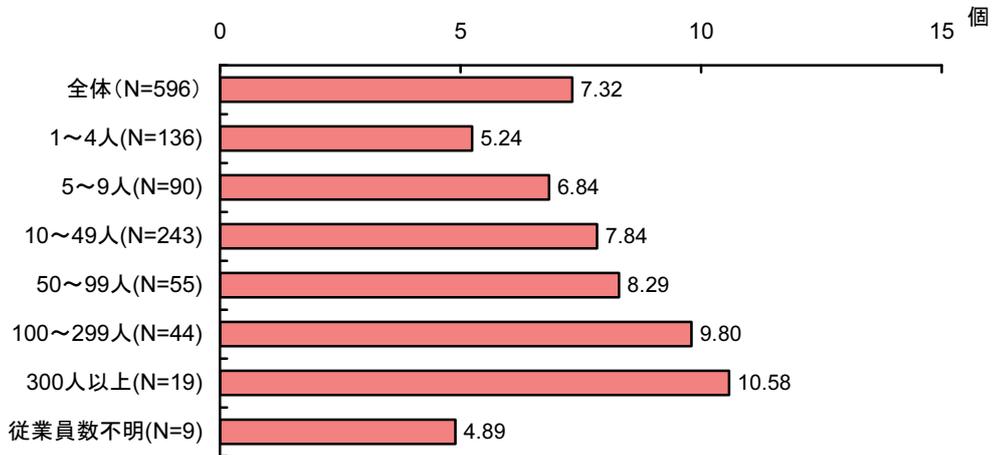
「企業の社会的責任（CSR）」の認知度別では、「よく知っている」と回答した企業のほうが、実現できている割合が高い。

図表 2-13 自社のための事業活動として実現できているもの（すべて）（CSR認知別）

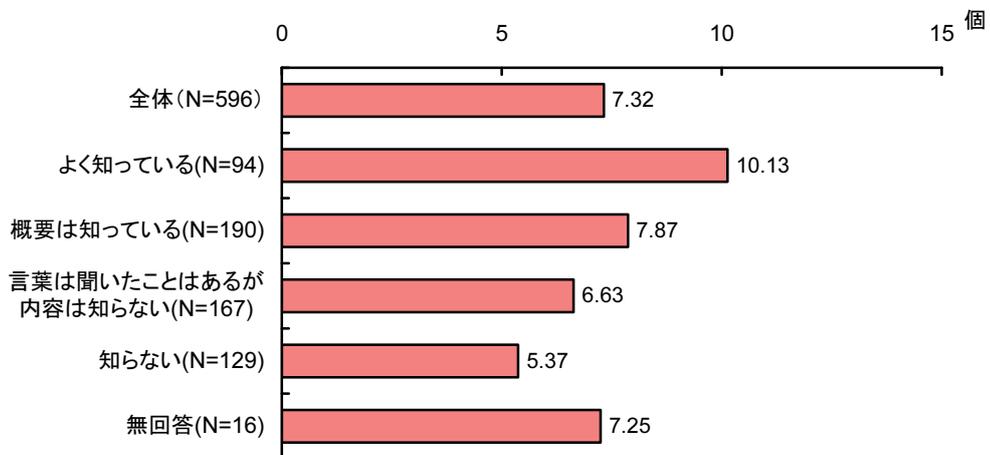
	CSRの認知					
	全体	よく知っている	概要は知っている	言葉は聞いたことがない	知らない	無回答
合計	596社	94社	190社	167社	129社	16社
過去3年間に行政処分を受けていない	89.8	88.3	93.7	90.4	85.3	81.3
会社としての信念・方針や理念がある(定めている)	67.3	90.4	73.2	62.3	48.1	68.8
朝礼や定例会などで会社の方針や経営者の思いなどを従業員に定期的に伝えている	57.9	78.7	65.3	51.5	40.3	56.3
過去3年間 無事故・無災害である	57.2	38.3	55.8	59.9	69.8	56.3
お客様から入手した個人情報漏洩することがないよう、厳格に管理している	56.0	79.8	61.1	46.7	44.2	50.0
ホームページ等で会社の情報を公開している	56.0	77.7	60.0	55.7	36.4	43.8
経営者や従業員一人ひとりが守るべき具体的な行動規則や規範がある	49.8	78.7	51.6	44.3	33.3	50.0
社内文書を紛失することのないように保管場所を定めて管理している	48.5	72.3	53.2	43.7	30.2	50.0
不正献金や接待など、政治家や官公庁・自治体の公務員等との癒着を禁止している	46.0	68.1	53.2	42.5	22.5	56.3
過去3年間に経営者や従業員が交通違反や交通事故を起こしていない	37.8	26.6	44.7	34.1	40.3	37.5
社内提案制度など従業員の意見が経営者に届く仕組みがある	35.4	62.8	36.3	29.3	21.7	37.5
法令違反行為がないか定期的にチェックしている(チェックする組織や仕組みがある)	29.5	64.9	29.5	24.0	12.4	18.8
地震等の災害に遭遇しても事業が継続できるような備えがある(又は計画を定めている)	23.8	50.0	23.2	18.0	13.2	25.0
安全基準や設計基準を作成し従業員にも周知させている	20.6	37.2	20.0	16.2	14.7	25.0
社内や社外で毎朝「挨拶運動」を実行している	19.0	29.8	21.1	16.2	11.6	18.8
展示会や見本市に出展し、自社や自社の製品のPRに努めている	18.3	41.5	18.9	13.8	5.4	25.0
店舗や社屋(事務所・工場)をバリアフリー、ユニバーサルデザイン化している	8.2	18.1	7.9	5.4	3.9	18.8
埼玉県「チャレンジ経営宣言！」の登録企業である	5.7	2.1	8.9	6.0	3.1	6.3
埼玉県「企業経営革新計画」の承認企業である	5.5	7.4	10.0	3.6	.8	.0
該当なし/無回答	1.0	1.1	.0	.0	2.3	12.5
		50%以上80%未満			80%以上	
		全体に対して15%以上高い			全体に対して15%以上低い	

自社のための活動として質問した 19 項目について該当する項目数の平均値を、従業員数別、CSR 認知別に表すと次の 2 つのグラフのようになった。従業員数規模が大きいほど、CSR を認知しているほど、実現できている事業活動が多かった。

図表 2-14 実現できている自社のための事業活動（個数平均）全 19 項目（従業員数別）



図表 2-15 実現できている自社のための事業活動（個数平均）全 19 項目中（CSR 認知別）



(b) 従業員（社員）に対する活動

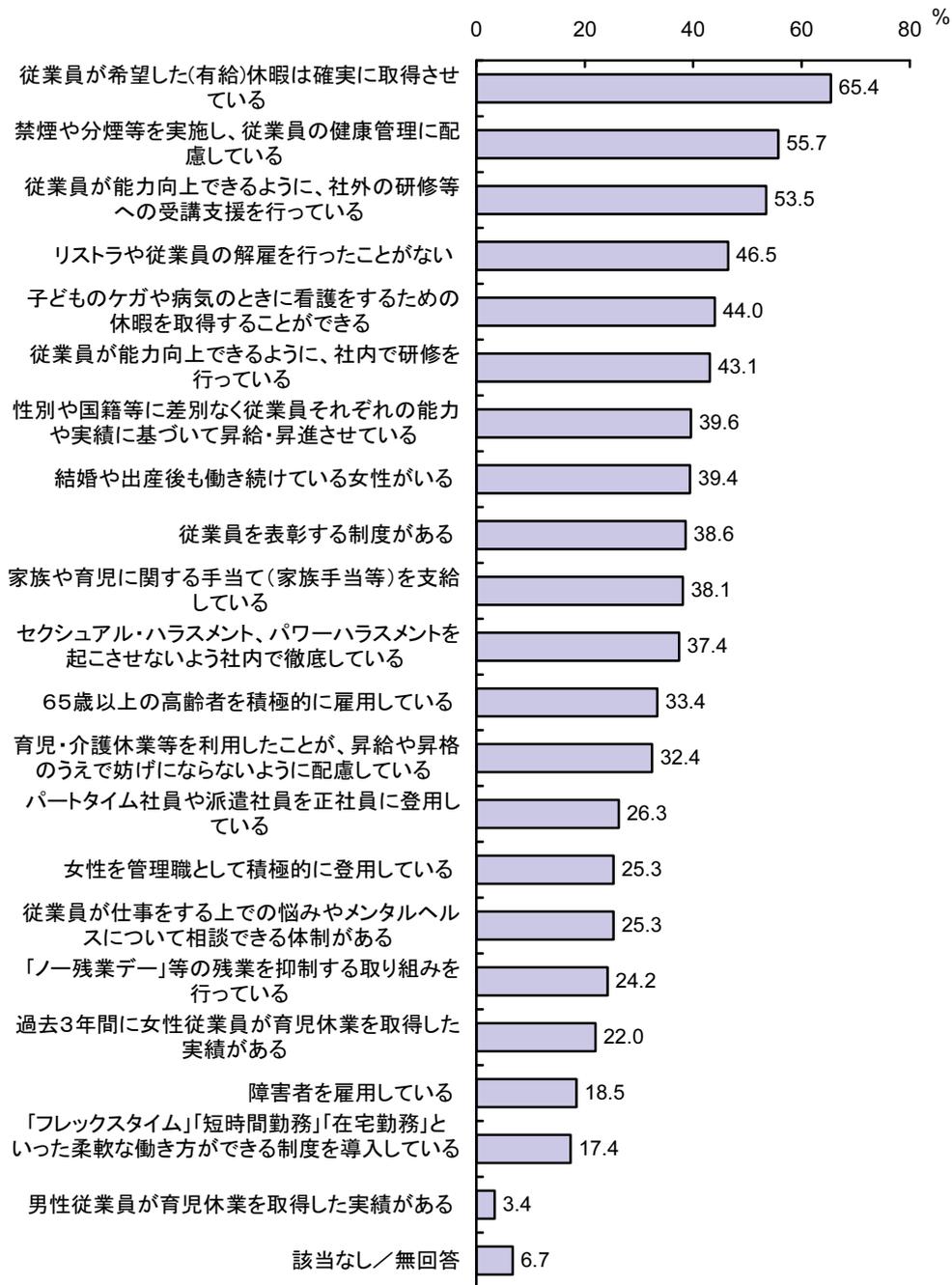
働く人がいなければ企業は成り立ちません。従業員が積極的に企業活動に参加し、その役割を果たすことで、企業は社会における使命を果たすことができます。

性別や国籍などの差別なく従業員を雇用する事や、育児休業を取得させたりすることも社会的責任を果たすこととなります。

上記の文を提示し、「従業員（社員）に対して」行っている事業活動、あるいは実現できている事柄を質問した（21項目）。

「従業員が希望した（有給）休暇は確実に取得させている（65.4%）」「禁煙や分煙等を実施し、従業員の健康管理に配慮している（55.7%）」「従業員が能力向上できるように、社外の研修等への受講支援を行っている（53.5%）」などが実現できているとする割合が高かった。

図表 2-16 従業員（社員）に対する活動として実現できているもの（すべて）



従業員数別に、従業員（社員）に対して実現できている活動をみると、以下の表のようになった。

従業員数が多くなるほど実現できている割合が高く、「従業員が能力向上できるように社内研修を行っている」「過去3年間に女性従業員が育児休業を取得した実績がある」などの実現度合いが高かった。

図表 2-17 従業員（社員）に対する活動として実現できているもの（すべて）（従業員数別）

	従業員数									
	全体	1 4 人	5 9 人	4 9 人	1 0 人	5 9 人	2 9 人	1 0 人	3 0 以上 0 人	無 回 答
合計	596社	136社	90社	243社	55社	44社	19社	9社		
従業員が希望した(有給)休暇は確実に取得させている	65.4	34.6	62.2	75.3	78.2	86.4	94.7	55.6		
禁煙や分煙等を実施し、従業員の健康管理に配慮している	55.7	27.2	34.4	65.4	76.4	93.2	94.7	44.4		
従業員が能力向上できるように、社外の研修等への受講支援を行っている	53.5	20.6	47.8	63.4	74.5	75.0	89.5	33.3		
リストラや従業員の解雇を行ったことがない	46.5	37.5	53.3	49.0	49.1	52.3	36.8	22.2		
子どものケガや病気のときに看護をするための休暇を取得することができる	44.0	25.0	38.9	48.6	38.2	77.3	78.9	55.6		
従業員が能力向上できるように、社内で研修を行っている	43.1	16.2	31.1	49.0	60.0	75.0	100.0	33.3		
性別や国籍等に差別なく従業員それぞれの能力や実績に基づいて昇給・昇進させている	39.6	11.0	33.3	46.1	52.7	77.3	78.9	11.1		
結婚や出産後も働き続けている女性がいる	39.4	11.8	21.1	45.3	60.0	84.1	89.5	33.3		
従業員を表彰する制度がある	38.6	8.8	23.3	43.2	70.9	81.8	78.9	22.2		
家族や育児に関する手当(家族手当等)を支給している	38.1	10.3	33.3	46.9	43.6	65.9	73.7	22.2		
セクシュアル・ハラスメント、パワーハラスメントを起こさせないよう社内で徹底している	37.4	14.0	21.1	41.6	54.5	77.3	89.5	33.3		
65歳以上の高齢者を積極的に雇用している	33.4	19.1	26.7	42.0	43.6	34.1	26.3	33.3		
育児・介護休業等を利用したことが、昇給や昇格のうえで妨げにならないように配慮している	32.4	10.3	16.7	36.2	45.5	75.0	89.5	11.1		
パートタイム社員や派遣社員を正社員に登用している	26.3	7.4	15.6	30.0	41.8	47.7	73.7	22.2		
女性を管理職として積極的に登用している	25.3	11.8	15.6	28.4	36.4	38.6	68.4	22.2		
従業員が仕事をする上での悩みやメンタルヘルスについて相談できる体制がある	25.3	10.3	22.2	23.9	29.1	68.2	68.4	.0		
「ノー残業デー」等の残業を抑制する取り組みを行っている	24.2	11.8	21.1	23.0	29.1	45.5	73.7	33.3		
過去3年間に女性従業員が育児休業を取得した実績がある	22.0	4.4	6.7	18.5	45.5	70.5	94.7	.0		
障害者を雇用している	18.5	.0	5.6	14.0	50.9	59.1	84.2	11.1		
「フレックスタイム」「短時間勤務」「在宅勤務」といった柔軟な働き方ができる制度を導入している	17.4	14.0	13.3	13.6	20.0	40.9	47.4	22.2		
男性従業員が育児休業を取得した実績がある	3.4	.7	1.1	2.9	5.5	4.5	31.6	.0		
該当なし/無回答	6.7	23.5	3.3	1.2	.0	.0	.0	22.2		

50%以上80%未満
80%以上
全体に対して15%以上高い
全体に対して15%以上低い

CSR 認知別に、従業員（社員）に対して実現できている活動をみると、以下の表のようになった。

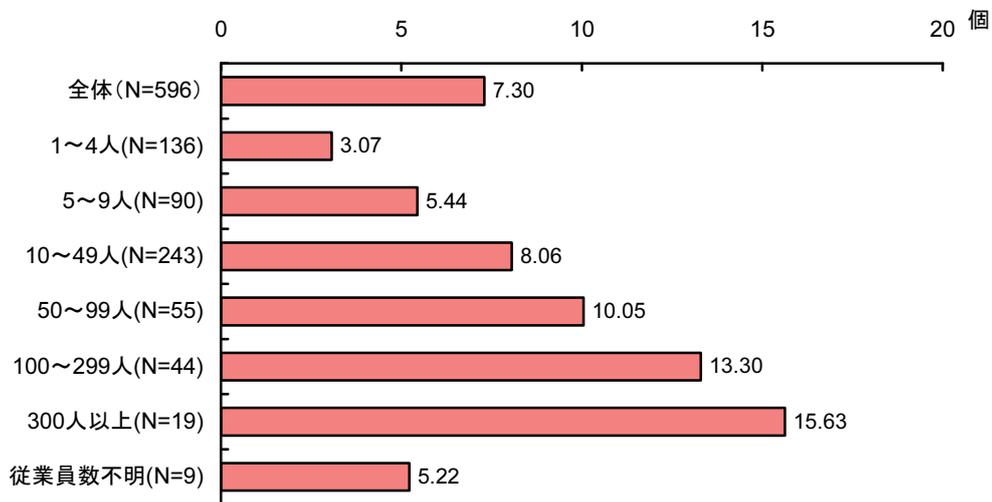
図表 2-18 従業員（社員）に対する活動として実現できているもの（すべて）（CSR 認知別）

	CSRの認知					
	全体	よく知っている	概要は知っている	言葉はあるが内容は知らない	知らない	無回答
合計	596社	94社	190社	167社	129社	16社
従業員が希望した(有給)休暇は確実に取得させている	65.4	83.0	73.2	64.7	45.0	43.8
禁煙や分煙等を実施し、従業員の健康管理に配慮している	55.7	80.9	63.2	49.1	35.7	50.0
従業員が能力向上できるように、社外の研修等への受講支援を行っている	53.5	77.7	55.8	54.5	32.6	43.8
リストラや従業員の解雇を行ったことがない	46.5	54.3	45.8	52.7	35.7	31.3
子どものケガや病気のときに看護をするための休暇を取得することができる	44.0	72.3	41.6	41.3	30.2	43.8
従業員が能力向上できるように、社内で研修を行っている	43.1	72.3	46.8	37.7	23.3	43.8
性別や国籍等に差別なく従業員それぞれの能力や実績に基づいて昇給・昇進させている	39.6	71.3	41.6	31.1	24.8	37.5
結婚や出産後も働き続けている女性がいる	39.4	70.2	36.8	36.5	23.3	50.0
従業員を表彰する制度がある	38.6	62.8	50.0	31.7	16.3	12.5
家族や育児に関する手当(家族手当等)を支給している	38.1	56.4	41.1	38.3	22.5	18.8
セクシュアル・ハラスメント、パワー・ハラスメントを起こさせないよう社内で徹底している	37.4	70.2	43.2	29.3	17.8	18.8
65歳以上の高齢者を積極的に雇用している	33.4	34.0	36.3	37.1	24.0	31.3
育児・介護休業等を利用したことが、昇給や昇格のうえで妨げにならないように配慮している	32.4	64.9	32.1	25.7	16.3	43.8
パートタイム社員や派遣社員を正社員に登用している	26.3	51.1	27.4	25.1	10.1	12.5
女性を管理職として積極的に登用している	25.3	37.2	24.7	29.9	11.6	25.0
従業員が仕事をする上での悩みやメンタルヘルスについて相談できる体制がある	25.3	56.4	24.2	19.2	13.2	18.8
「ノー残業デー」等の残業を抑制する取り組みを行っている	24.2	51.1	23.2	22.8	9.3	12.5
過去3年間に女性従業員が育児休業を取得した実績がある	22.0	52.1	20.5	20.4	3.9	25.0
障害者を雇用している	18.5	41.5	22.1	12.0	5.4	12.5
「フレックスタイム」「短時間勤務」「在宅勤務」といった柔軟な働き方ができる制度を導入している	17.4	38.3	16.3	13.8	7.8	25.0
男性従業員が育児休業を取得した実績がある	3.4	7.4	2.1	4.2	.8	6.3
該当なし/無回答	6.7	1.1	2.6	4.8	17.1	25.0

50%以上80%未満
80%以上
全体に対して15%以上高い
全体に対して15%以上低い

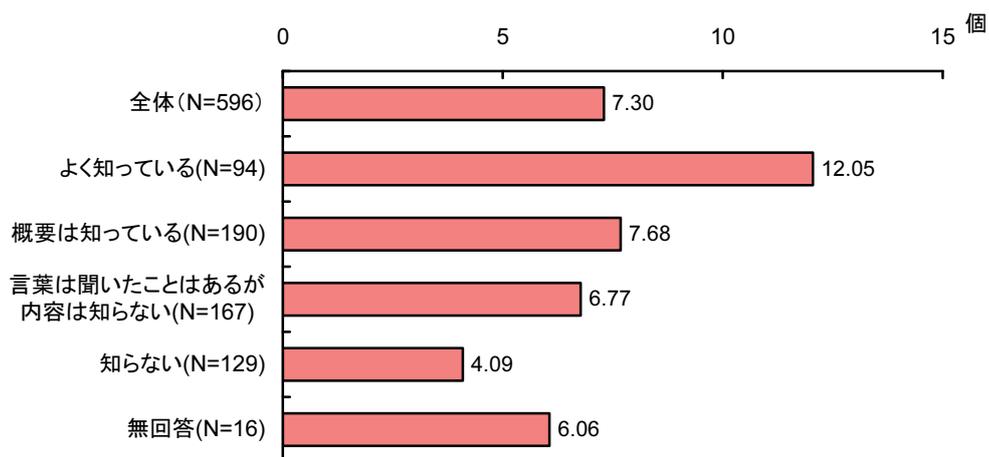
従業員（社員）のための事業活動の21項目について該当する項目数の平均値を、従業員数別に表すと以下のようになった。従業員規模が大きいほど実現できている項目が多かった。

図表 2-19 実現できている従業員（社員）のための事業活動（個数平均）
全21項目中（従業員数別）



同様に、CSR認知別では、CSRを「よく知っている」と答えた企業では平均12.1個、「知らない」企業では4.1個であった。

図表 2-20 実現できている従業員（社員）のための事業活動（個数平均）
全21項目中（CSR認知別）



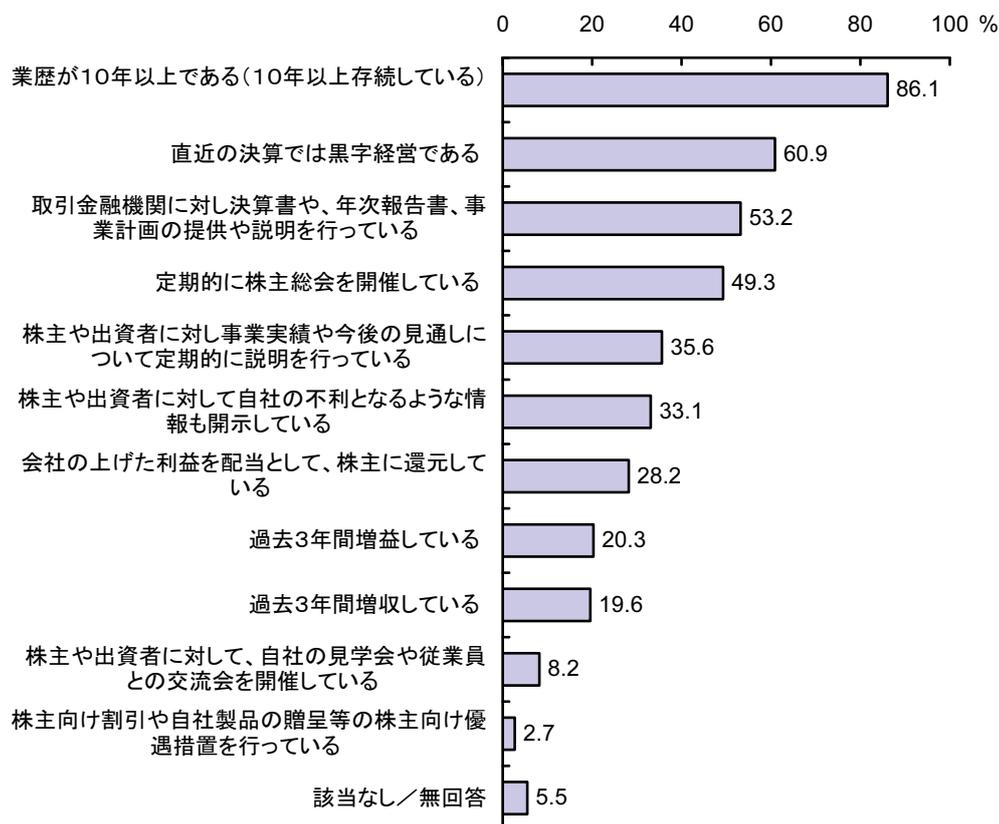
(c) 株主・出資者・金融機関（融資者）に対する活動

株主や出資者、金融機関が提供する資金がなければ、企業活動は立ち行かなくなります。収益を上げ、配当を行っていくことも社会的責任の一つです。

上記の文を提示し、「株主・出資者・金融機関（融資者）に対して」行っている事業活動、あるいは実現できている事柄を質問した（11項目）。

「業歴が10年以上である（10年以上存続している）（86.1%）」「直近の決算では黒字経営である（60.9%）」「取引金融機関に対し決算書や、年次報告書、事業計画の提供や説明を行っている（53.2%）」などがあがった。

図表 2-2 1 株主・出資者・金融機関（融資者）に対する活動として実現できているもの（すべて）



株主・出資者・金融機関（融資者）に対する活動を、従業員数別にみると、「直近の決算では黒字経営である」「取引金融機関に対し決算書や、年次報告書、事業計画の提供や説明を行っている」「定期的に株主総会を開催している」があがった。

図表 2-22 株主・出資者・金融機関（融資者）に対する活動として実現できているもの
（すべて）（従業員数別）

	従業員数							
	全 体	1 5 4 人	5 9 人	4 1 9 0 人	1 9 5 0 人	2 1 9 0 人	3 以 上 0 人	無 回 答
合計	596社	136社	90社	243社	55社	44社	19社	9社
業歴が10年以上である(10年以上存続している)	86.1	84.6	80.0	87.7	94.5	88.6	84.2	66.7
直近の決算では黒字経営である	60.9	39.7	41.1	70.4	72.7	90.9	84.2	55.6
取引金融機関に対し決算書や、年次報告書、事業計画の提供や説明を行っている	53.2	31.6	56.7	60.1	63.6	52.3	68.4	66.7
定期的に株主総会を開催している	49.3	30.1	43.3	50.6	61.8	81.8	84.2	55.6
株主や出資者に対し事業実績や今後の見通しについて定期的に説明を行っている	35.6	19.9	25.6	36.6	49.1	61.4	78.9	44.4
株主や出資者に対して自社の不利となるような情報も開示している	33.1	16.2	24.4	34.6	45.5	61.4	73.7	33.3
会社の上げた利益を配当として、株主に還元している	28.2	8.1	22.2	29.2	43.6	65.9	68.4	.0
過去3年間増益している	20.3	16.2	15.6	22.2	25.5	29.5	21.1	.0
過去3年間増収している	19.6	13.2	16.7	21.8	27.3	25.0	26.3	.0
株主や出資者に対して、自社の見学会や従業員との交流会を開催している	8.2	3.7	10.0	8.6	10.9	15.9	5.3	.0
株主向け割引や自社製品の贈呈等の株主向け優遇措置を行っている	2.7	2.9	2.2	1.6	5.5	4.5	5.3	.0
該当なし/無回答	5.5	10.3	7.8	2.9	1.8	2.3	5.3	22.2

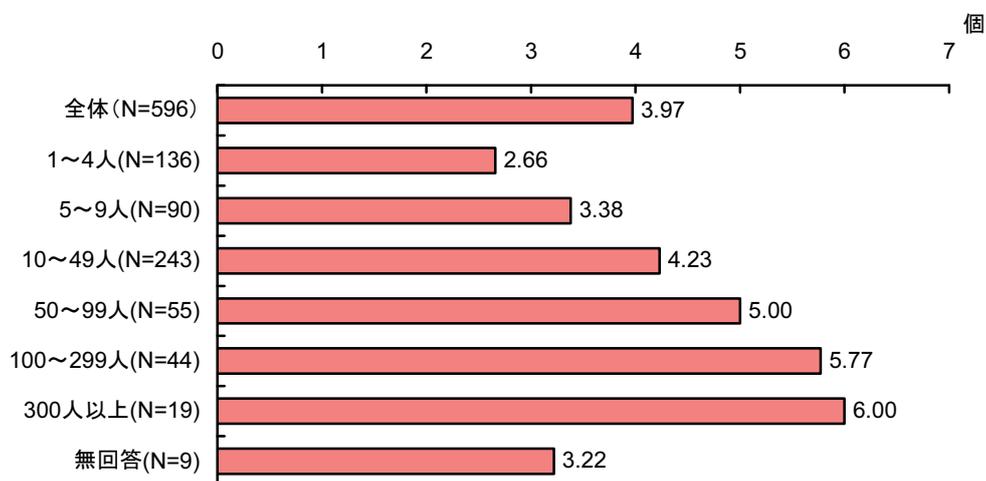
株主・出資者・金融機関（融資者）に対する活動を、CSR 認知別に見ると、「定期的に株主総会を開いている」直近の決算では黒字経営である」があがった。

図表 2-23 株主・出資者・金融機関（融資者）に対する活動として実現できているもの
（すべて）（CSR 認知別）

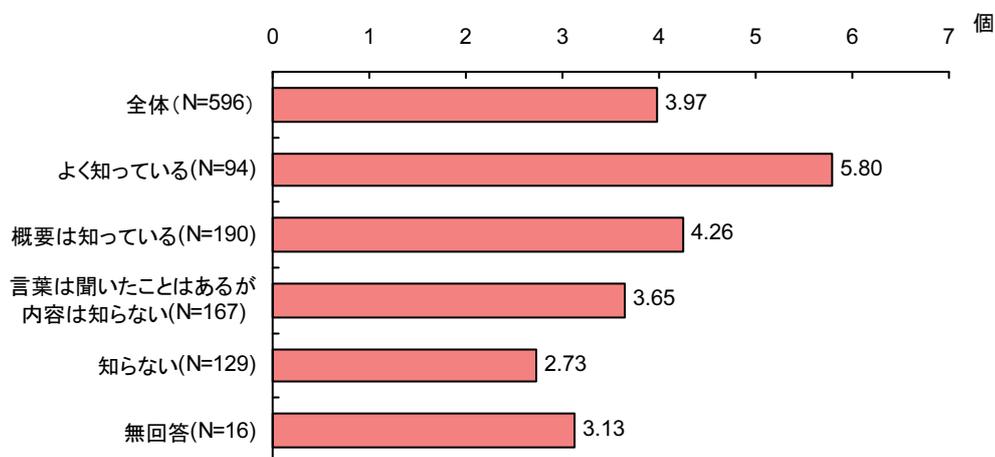
	CSRの認知					
	全体	よく知っている	概要は知っている	言葉は聞いたこと はない	知らない	無回答
合計	596社	94社	190社	167社	129社	16社
業歴が10年以上である(10年以上存続している)	86.1	84.0	88.9	86.8	84.5	68.8
直近の決算では黒字経営である	60.9	77.7	65.8	59.9	44.2	50.0
取引金融機関に対し決算書や、年次報告書、事業計画の提供や説明を行っている	53.2	62.8	61.6	51.5	36.4	50.0
定期的に株主総会を開催している	49.3	81.9	55.8	44.3	24.8	31.3
株主や出資者に対し事業実績や今後の見通しについて定期的に説明を行っている	35.6	72.3	38.4	26.9	17.1	25.0
株主や出資者に対して自社の不利となるような情報も開示している	33.1	72.3	34.7	25.1	14.7	12.5
会社の上げた利益を配当として、株主に還元している	28.2	53.2	34.2	21.0	10.9	25.0
過去3年間増益している	20.3	28.7	16.8	20.4	19.4	18.8
過去3年間増収している	19.6	23.4	18.4	19.8	17.8	25.0
株主や出資者に対して、自社の見学会や従業員との交流会を開催している	8.2	19.1	8.9	6.6	1.6	6.3
株主向け割引や自社製品の贈呈等の株主向け優遇措置を行っている	2.7	4.3	2.6	3.0	1.6	.0
該当なし/無回答	5.5	2.1	4.7	4.2	9.3	18.8
		50%以上80%未満			80%以上	
		全体に対して15%以上高い			全体に対して15%以上低い	

株主・出資者・金融機関（融資者）に対する事業活動 11 項目について、実現できている項目数の平均値を、従業員数別に表すと以下のようになった。

図表 2-24 実現できている株主・出資者・金融機関（融資者）のための事業活動（個数平均）
全 11 項目中（従業員数別）



図表 2-25 実現できている株主・出資者・金融機関（融資者）のための事業活動（個数平均）
全 11 項目中（CSR 認知別）



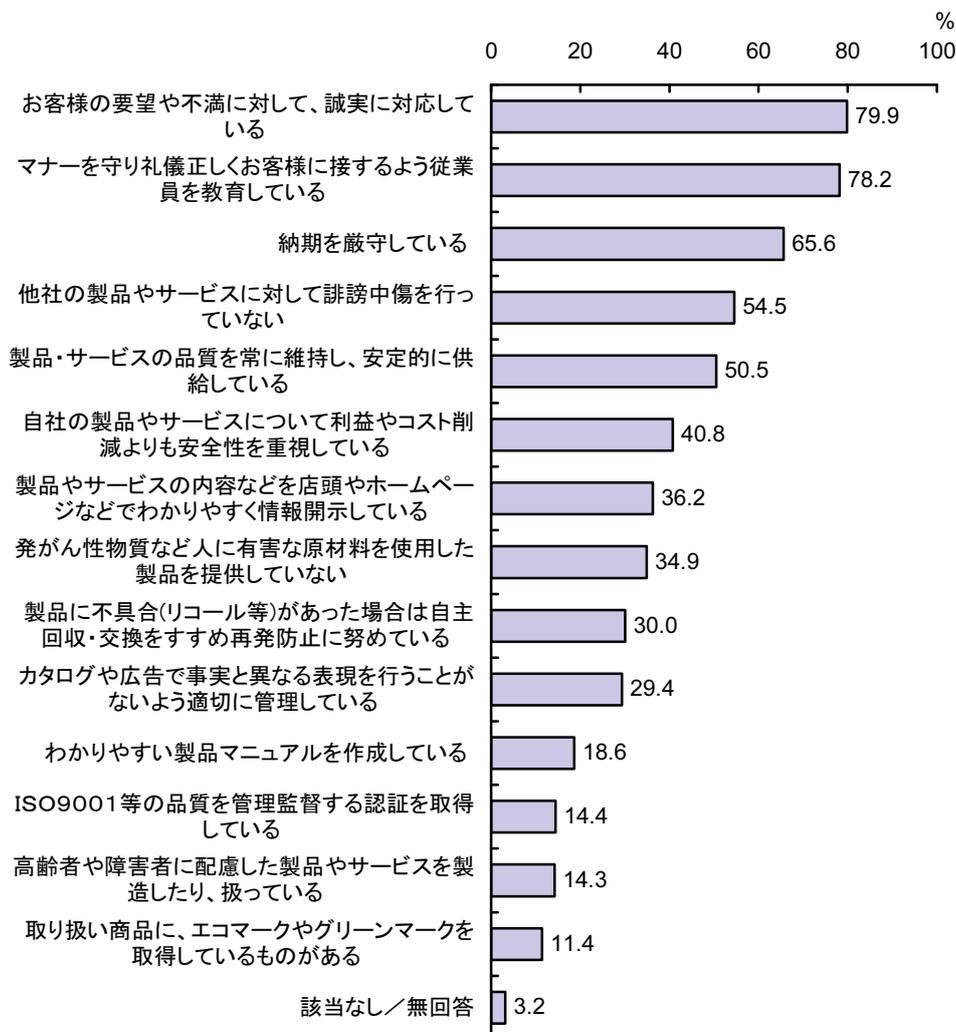
(d) お客様（顧客・消費者）に対する活動

お客様が製品やサービスを購入・消費してくれるからこそ、企業活動に利益をもたらし、企業はその活動を持続していくことができます。例えば、お客様をより満足させるような製品やサービスを提供することや、苦情や不満に誠実に対応するといったことも社会的責任を果たすこととなります。

上記の文を提示し、「お客様（顧客・消費者）に対して」行っている事業活動、あるいは実現できている事柄を質問した（14項目）。

約8割の企業が「お客様の要望や不満に対して、誠実に対応している（79.9%）」「マナーを守り礼儀正しくお客様に接するよう従業員を教育している（78.2%）」について、実現できていると考えている。

図表 2-26 お客様（顧客・消費者）に対する活動として実現できているもの（すべて）



お客様（顧客・消費者）に対して実現できている事業活動では、従業員数が多いほど、「マナーを守り礼儀正しくお客様に接するよう従業員を教育している」「他社の製品やサービスに対して誹謗中傷を行っていない」「製品・サービスの品質を常に維持し、安定的に供給している」などが実現できていると回答した。

図表 2-27 お客様（顧客・消費者）に対する活動として実現できているもの（すべて）（従業員数別）

	従業員数								
	全 体	1 5 4 人	5 9 人	4 1 9 0 人	1 9 5 9 0 人	2 1 9 0 人	3 0 以 上 0 人	無 回 答	
合計	596社	136社	90社	243社	55社	44社	19社	9社	
お客様の要望や不満に対して、誠実に対応している	79.9	77.2	75.6	79.8	87.3	90.9	84.2	55.6	
マナーを守り礼儀正しくお客様に接するよう従業員を教育している	78.2	56.6	78.9	86.8	81.8	88.6	89.5	66.7	
納期を厳守している	65.6	58.8	64.4	70.0	60.0	70.5	68.4	66.7	
他社の製品やサービスに対して誹謗中傷を行っていない	54.5	46.3	41.1	56.4	60.0	77.3	73.7	77.8	
製品・サービスの品質を常に維持し、安定的に供給している	50.5	36.8	46.7	52.3	56.4	70.5	73.7	66.7	
自社の製品やサービスについて利益やコスト削減よりも安全性を重視している	40.8	30.9	43.3	42.4	38.2	52.3	57.9	44.4	
製品やサービスの内容などを店頭やホームページなどでわかりやすく情報開示している	36.2	25.7	22.2	39.9	45.5	54.5	73.7	11.1	
発がん性物質など人に有害な原材料を使用した製品を提供していない	34.9	28.7	27.8	37.4	38.2	43.2	57.9	22.2	
製品に不具合（リコール等）があった場合は自主回収・交換をすすめ再発防止に努めている	30.0	19.9	30.0	31.3	29.1	47.7	47.4	33.3	
カタログや広告で事実と異なる表現を行うことがないよう適切に管理している	29.4	19.9	33.3	26.3	32.7	52.3	57.9	22.2	
わかりやすい製品マニュアルを作成している	18.6	11.0	14.4	21.0	16.4	29.5	42.1	22.2	
ISO9001等の品質を管理監督する認証を取得している	14.4	5.1	8.9	16.0	27.3	22.7	36.8	.0	
高齢者や障害者に配慮した製品やサービスを製造したり、扱っている	14.3	12.5	11.1	11.5	16.4	25.0	47.4	11.1	
取り扱い商品に、エコマークやグリーンマークを取得しているものがある	11.4	11.0	12.2	10.7	12.7	9.1	26.3	.0	
該当なし／無回答	3.2	6.6	4.4	1.6	.0	.0	5.3	11.1	
		50%以上80%未満				80%以上			
		全体に対して15%以上高い				全体に対して15%以上低い			

お客様（顧客・消費者）に対して実現できている事業活動を CSR 認知別にみると、認知の高い企業は他の企業に比べ、「他社の製品やサービスに対して誹謗中傷を行っていない」「製品・サービスの品質を常に維持し、安定的に供給している」などが実現できていると回答した。

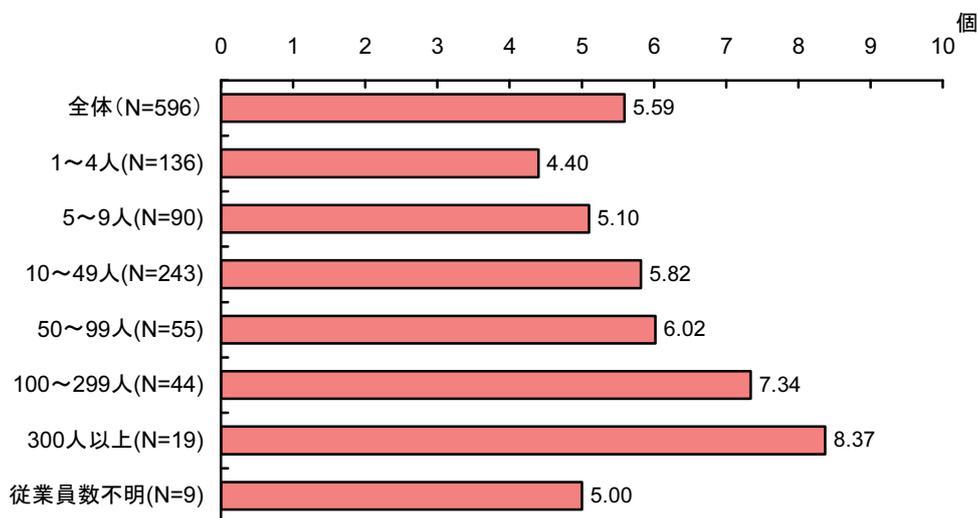
図表 2-28 お客様（顧客・消費者）に対する活動として実現できているもの（すべて）（CSR 認知別）

	CSRの認知					
	全体	よく知っている	概要は知っている	は言葉はあるが内容は知らない	知らない	無回答
合計	596社	94社	190社	167社	129社	16社
お客様の要望や不満に対して、誠実に対応している	79.9	90.4	83.2	79.0	70.5	62.5
マナーを守り礼儀正しくお客様に接するよう従業員を教育している	78.2	90.4	81.1	82.0	63.6	50.0
納期を厳守している	65.6	72.3	69.5	62.3	61.2	50.0
他社の製品やサービスに対して誹謗中傷を行っていない	54.5	71.3	60.5	50.3	39.5	50.0
製品・サービスの品質を常に維持し、安定的に供給している	50.5	72.3	55.3	40.7	39.5	56.3
自社の製品やサービスについて利益やコスト削減よりも安全性を重視している	40.8	56.4	40.0	41.9	29.5	37.5
製品やサービスの内容などを店頭やホームページなどでわかりやすく情報開示している	36.2	58.5	38.4	32.3	24.8	12.5
発がん性物質など人に有害な原材料を使用した製品を提供していない	34.9	42.6	44.2	32.9	19.4	25.0
製品に不具合（リコール等）があった場合は自主回収・交換をすすめ再発防止に努めている	30.0	46.8	28.9	32.3	17.8	18.8
カタログや広告で事実と異なる表現を行うことがないよう適切に管理している	29.4	50.0	32.6	22.8	19.4	18.8
わかりやすい製品マニュアルを作成している	18.6	30.9	23.2	13.2	9.3	25.0
ISO9001等の品質を管理監督する認証を取得している	14.4	22.3	18.9	12.6	4.7	12.5
高齢者や障害者に配慮した製品やサービスを製造したり、扱っている	14.3	16.0	14.7	16.8	8.5	18.8
取り扱い商品に、エコマークやグリーンマークを取得しているものがある	11.4	10.6	13.2	12.6	7.8	12.5
該当なし／無回答	3.2	.0	2.1	1.8	7.8	12.5

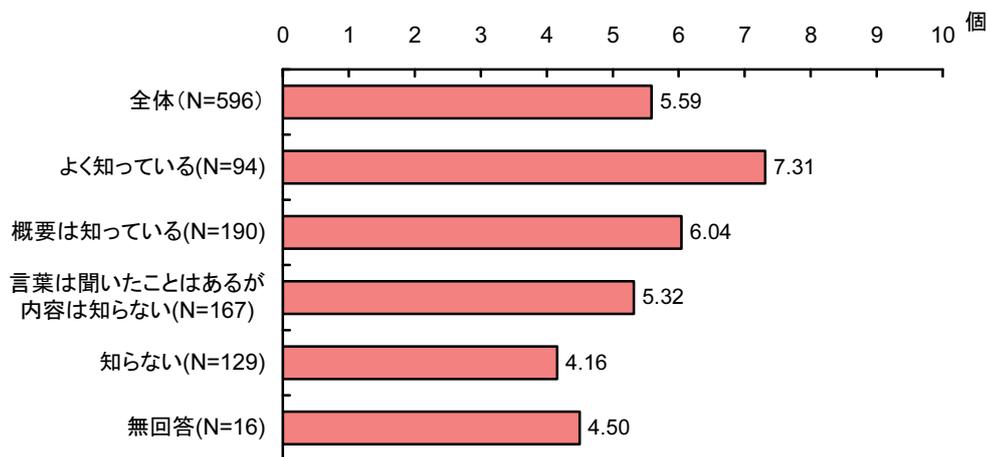
50%以上80%未満
80%以上
全体に対して15%以上高い
全体に対して15%以上低い

お客様（顧客・消費者）に対する事業活動 14 項目について該当する項目数の平均値を従業員数別、CSR 認知別に示すと次の 2 つのグラフのようになった。

図表 2-29 実現できているお客様（顧客・消費者）のための事業活動（個数平均）
全 14 項目中（従業員数別）



図表 2-30 実現できているお客様（顧客・消費者）のための事業活動（個数平均）
全 14 項目中（CSR 認知別）



(e) 取引先（調達先・仕入先）に対する活動

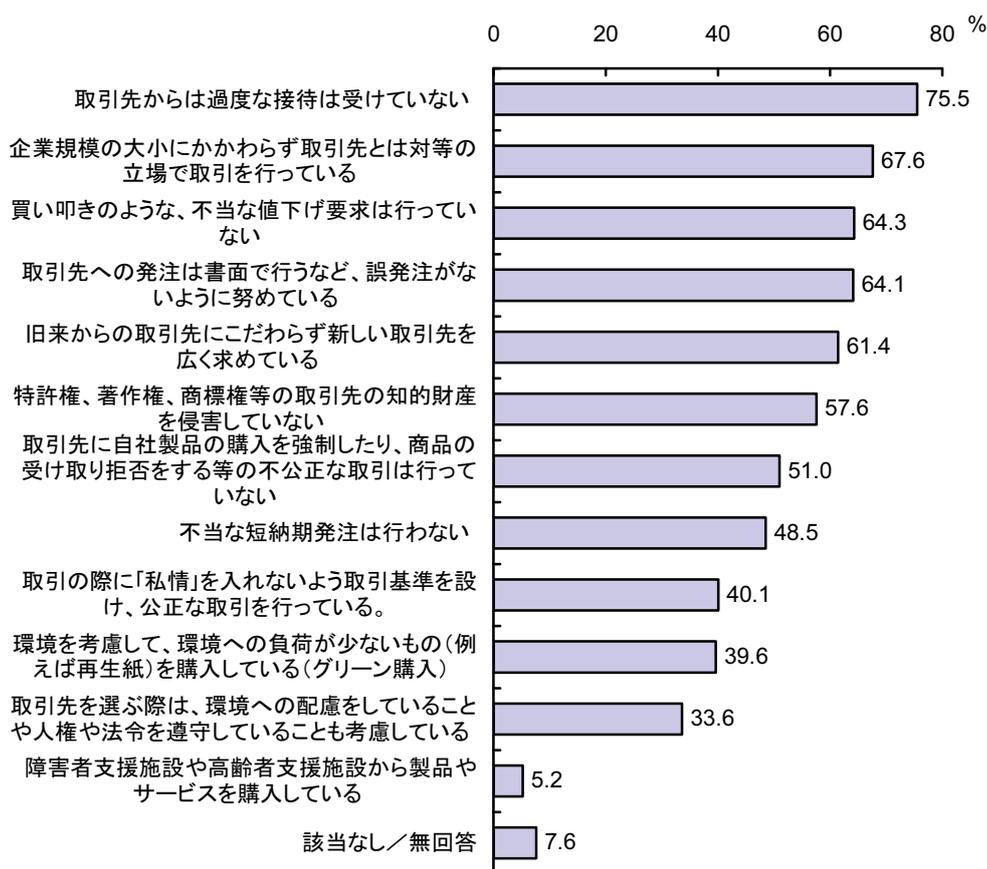
原材料や燃料、商品やサービスの調達ができなければ企業は活動を行うことができません。取引先と良好な関係を保ち、公平・公正な取引や下請法を遵守した取引を行っていくことも社会的責任に含まれます。

上記の文を提示し、「取引先（調達先・仕入先）に対して」行っている事業活動、あるいは実現できている事柄を質問した（12項目）。

「取引先からは過度な接待は受けていない（75.5%）」「企業規模の大小にかかわらず取引先とは対等の立場で取引を行っている（67.6%）」「買い叩きのような、不当な値下げ要求は行っていない（64.3%）」が上位としてあがった。

「障がい者支援施設や高齢者支援施設から製品やサービスを購入している（5.6%）」はほとんど実現できていないことがわかった。

図表 2-3 1 取引先（調達先・仕入先）に対する活動として実現できているもの（すべて）



取引先（調達先・仕入先）に対して実現できている活動を従業員別に示すと以下のようになった。

「取引先からの過度な接待は受けていない」「企業規模の大小にかかわらず取引先とは対等の立場で取引を行っている」などは、従業員数規模に関らず実施できているとする企業が多いが、「特許権、著作権、商標権等の取引先の知的財産を侵害していない」「取引先に自社製品の購入を強制したり、商品の受け取り拒否をする等の不公正な取引は行っていない」「不当な短納期発注は行わない」などについては、従業員規模の大きいところは6割以上実施できているとしたが、従業員の少ない企業では4割程度にとどまった。

図表 2-32 取引先（調達先・仕入先）に対する活動として実現できているもの（すべて）（従業員数別）

	従業員数							
	全体	1 5 4 人	5 5 9 人	4 1 9 0 人	5 5 9 0 人	2 1 9 0 人	3 以 上 0 人	無 回 答
合計	596社	136社	90社	243社	55社	44社	19社	9社
取引先からは過度な接待は受けていない	75.5	64.0	76.7	78.2	80.0	88.6	84.2	55.6
企業規模の大小にかかわらず取引先とは対等の立場で取引を行っている	67.6	63.2	62.2	66.7	70.9	86.4	84.2	66.7
買い叩きのような、不当な値下げ要求は行っていない	64.3	53.7	64.4	64.6	67.3	86.4	84.2	44.4
取引先への発注は書面で行うなど、誤発注がないように努めている	64.1	50.0	61.1	67.9	67.3	86.4	63.2	77.8
旧来からの取引先にこだわらず新しい取引先を広く求めている	61.4	51.5	57.8	63.0	74.5	72.7	68.4	55.6
特許権、著作権、商標権等の取引先の知的財産を侵害していない	57.6	45.6	48.9	58.0	69.1	81.8	84.2	66.7
取引先に自社製品の購入を強制したり、商品の受け取り拒否をする等の不公正な取引は行っていない	51.0	36.0	45.6	56.0	56.4	68.2	68.4	44.4
不当な短納期発注は行わない	48.5	33.8	44.4	52.3	52.7	68.2	63.2	55.6
取引の際に「私情」を入れないよう取引基準を設け、公正な取引を行っている。	40.1	28.7	34.4	41.6	50.9	61.4	57.9	22.2
環境を考慮して、環境への負荷が少ないもの（例えば再生紙）を購入している（グリーン購入）	39.6	19.9	33.3	47.3	41.8	54.5	68.4	44.4
取引先を選ぶ際は、環境への配慮をしていることや人権や法令を遵守していることも考慮している	33.6	22.1	30.0	37.0	32.7	43.2	63.2	44.4
障害者支援施設や高齢者支援施設から製品やサービスを購入している	5.2	2.9	3.3	4.9	7.3	9.1	15.8	11.1
該当なし／無回答	7.6	11.0	8.9	7.8	1.8	.0	5.3	11.1

50%以上80%未満

全体に対して15%以上高い

80%以上

全体に対して15%以上低い

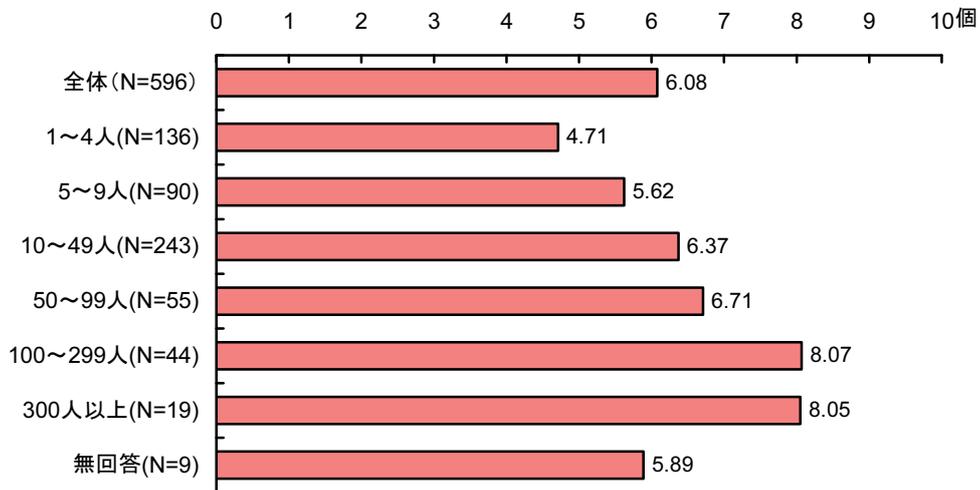
取引先（調達先・仕入先）に対して実現できている活動を従業員別に示すと以下のようになった。CSRを「よく知っている」と回答した企業では、「障がい者支援施設や高齢者支援施設から製品やサービスを購入している」以外の項目は、6割以上の企業が実現できていると回答していることが分かる。

図表 2-33 取引先（調達先・仕入先）に対する活動として実現できているもの（すべて）（CSR認知別）

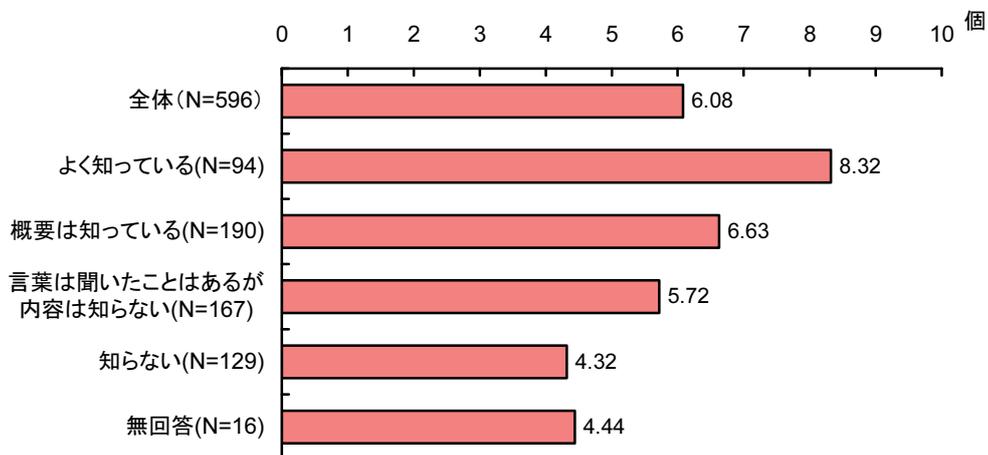
	CSRの認知					
	全体	よく知っている	概要は知っている	言葉は聞いたことがあるが内容は知らない	知らない	無回答
合計	596社	94社	190社	167社	129社	16社
取引先からは過度な接待は受けていない	75.5	89.4	79.5	75.4	62.0	56.3
企業規模の大小にかかわらず取引先とは対等の立場で取引を行っている	67.6	83.0	73.7	61.1	55.8	68.8
買い叩きのような、不当な値下げ要求は行っていない	64.3	80.9	72.1	59.3	49.6	43.8
取引先への発注は書面で行うなど、誤発注がないように努めている	64.1	83.0	67.9	62.9	49.6	37.5
旧来からの取引先にこだわらず新しい取引先を広く求めている	61.4	77.7	67.4	61.7	43.4	37.5
特許権、著作権、商標権等の取引先の知的財産を侵害していない	57.6	84.0	62.1	50.9	40.3	56.3
取引先に自社製品の購入を強制したり、商品の受け取り拒否をする等の不公正な取引は行っていない	51.0	70.2	55.8	49.1	33.3	43.8
不当な短納期発注は行わない	48.5	67.0	56.3	43.1	31.8	37.5
取引の際に「私情」を入れないよう取引基準を設け、公正な取引を行っている。	40.1	62.8	44.7	33.5	27.1	25.0
環境を考慮して、環境への負荷が少ないもの（例えば再生紙）を購入している（グリーン購入）	39.6	63.8	42.1	38.9	20.2	31.3
取引先を選ぶ際は、環境への配慮をしていることや人権や法令を遵守していることも考慮している	33.6	61.7	35.3	32.9	14.7	6.3
障害者支援施設や高齢者支援施設から製品やサービスを購入している	5.2	8.5	6.3	3.6	3.9	.0
該当なし／無回答	7.6	1.1	4.7	5.4	16.3	31.3
		50%以上80%未満				80%以上
		全体に対して15%以上高い				全体に対して15%以上低い

取引先（調達先・仕入先）に対する活動を 12 項目について、実現できている項目数の平均値を、従業員数別、CSR 認知別に表すと以下のようになった。

図表 2-3 4 実現できている取引先（調達先・仕入先）のための事業活動（個数平均）
全 12 項目中（従業員別）



図表 2-3 5 実現できている取引先（調達先・仕入先）のための事業活動（個数平均）
全 12 項目中（CSR 認知別）



(f) 地域住民・地域社会に対する活動

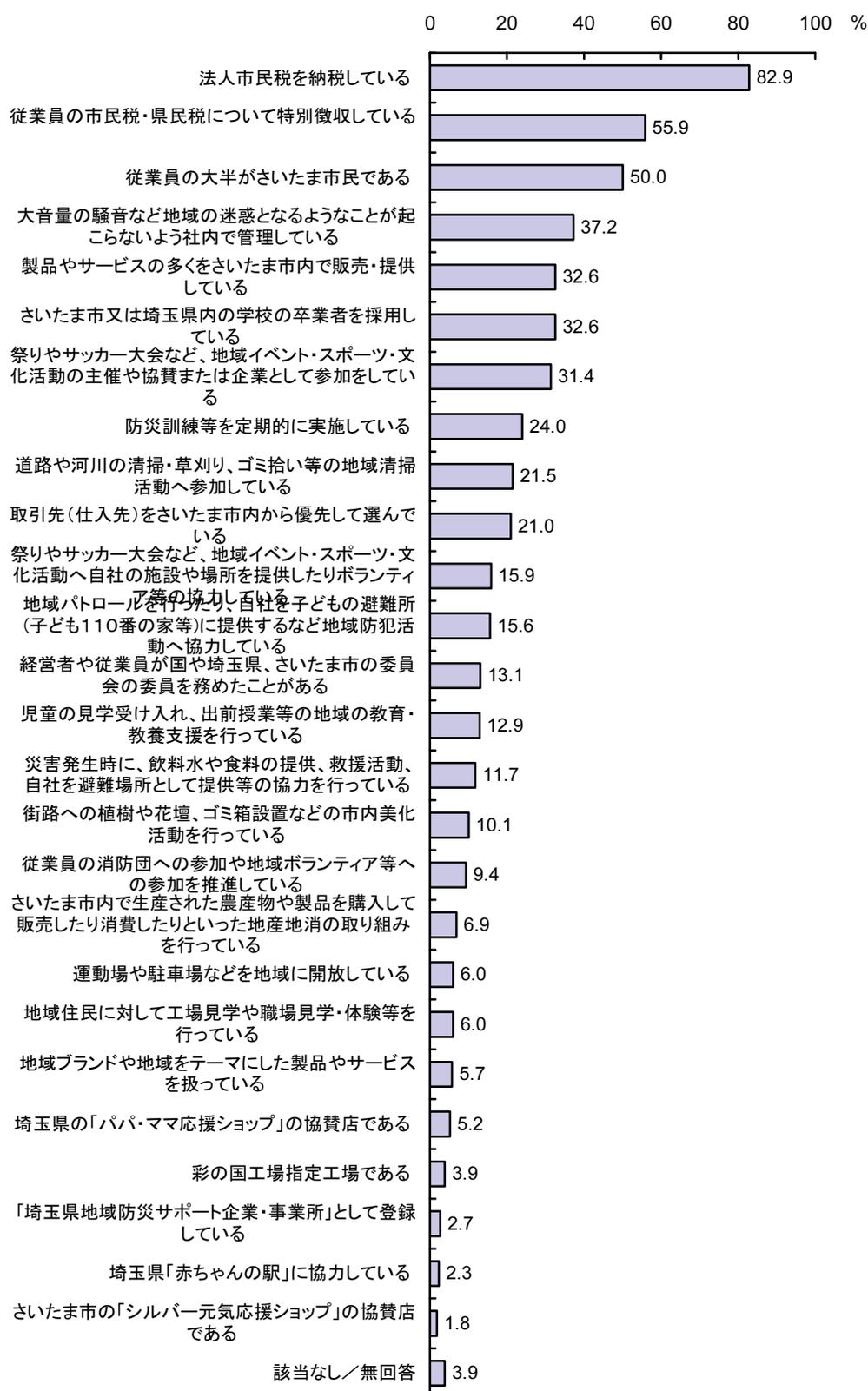
企業が活動していくには、地域住民・地域社会と良好な関係を維持していく必要があります。地域住民の協力があってこそ事業活動を行うことができます。例えば地域で生産されたものを販売したり、地域の祭りやスポーツ活動に参加したりすることも社会的責任を果たすこととなります。

上記の文を提示し、「地域住民・地域社会に対して」行っている事業活動、あるいは実現できている事柄を質問した（26項目）。

「法人市民税を納税している（82.9%）」「従業員の市民税・県民税について特別徴収している（55.9%）」「従業員の大半がさいたま市民である（50.0%）」などが上位に上がった。

一方「地域ブランドや地域をテーマにした製品やサービスを扱っている（5.7%）」「埼玉県の「パパ・ママ応援ショップ」の協賛店である（5.2%）」「彩の国工場指定工場である（3.9%）」「埼玉県地域防災サポート企業・事業所」として登録している（2.7%）」「埼玉県「赤ちゃんの駅」に協力している（2.3%）」「さいたま市の「シルバー元気応援ショップ」の協賛店である（1.8%）」といった、さいたま市あるいは埼玉県独自の取り組みに協力できていると考えている企業は少ない。

図表 2-36 地域住民・地域社会に対する活動として実現できているもの（すべて）



地域住民・地域社会に対して実現できている活動を従業員別に示すと以下のようになった。

図表 2-3 7 地域住民・地域社会に対する活動として実現できているもの（すべて）（従業員数）

	従業員数							
	全体	1 5 4 人	5 9 9 人	4 1 9 0 人	1 9 5 0 人	2 1 9 0 人	3 0 以 上 0 人	無 回 答
合計	596社	136社	90社	243社	55社	44社	19社	9社
法人市民税を納税している	82.9	74.3	81.1	84.4	94.5	84.1	100.0	77.8
従業員の市民税・県民税について特別徴収している	55.9	33.8	41.1	63.8	78.2	72.7	89.5	33.3
従業員のお大半がさいたま市民である	50.0	43.4	46.7	58.4	52.7	38.6	31.6	33.3
大音量の騒音など地域の迷惑となるようなことが起こらないよう社内で管理している	37.2	16.2	31.1	44.4	43.6	56.8	57.9	44.4
製品やサービスの多くをさいたま市内で販売・提供している	32.6	33.1	35.6	30.5	38.2	29.5	36.8	22.2
さいたま市又は埼玉県内の学校の卒業者を採用している	32.6	9.6	26.7	36.2	49.1	59.1	73.7	22.2
祭りやサッカー大会など、地域イベント・スポーツ・文化活動の主催や協賛または企業として参加している	31.4	19.1	28.9	34.2	32.7	40.9	63.2	44.4
防災訓練等を定期的実施している	24.0	7.4	11.1	25.1	30.9	61.4	78.9	33.3
道路や河川の清掃・草刈り、ゴミ拾い等の地域清掃活動へ参加している	21.5	19.1	16.7	18.9	29.1	29.5	52.6	22.2
取引先（仕入先）をさいたま市内から優先して選んでいる	21.0	19.1	30.0	21.8	16.4	11.4	26.3	.0
祭りやサッカー大会など、地域イベント・スポーツ・文化活動へ自社の施設や場所を提供したりボランティア等の協力している	15.9	12.5	7.8	15.6	23.6	18.2	57.9	11.1
地域パトロールを行ったり、自社を子どもの避難所(子ども110番の家等)に提供するなど地域防犯活動へ協力している	15.6	13.2	13.3	17.3	20.0	4.5	31.6	22.2
経営者や従業員が国や埼玉県、さいたま市の委員会の委員を務めたことがある	13.1	5.9	8.9	13.6	21.8	22.7	36.8	.0
児童の見学受け入れ、出前授業等の地域の教育・教養支援を行っている	12.9	5.1	7.8	11.5	21.8	25.0	47.4	33.3
災害発生時に、飲料水や食料の提供、救援活動、自社を避難場所として提供等の協力を行っている	11.7	5.9	11.1	11.1	14.5	18.2	36.8	22.2
街路への植樹や花壇、ゴミ箱設置などの市内美化活動を行っている	10.1	2.2	5.6	14.0	14.5	11.4	26.3	.0
従業員の消防団への参加や地域ボランティア等への参加を推進している	9.4	8.8	11.1	9.5	10.9	6.8	10.5	.0
さいたま市内で生産された農産物や製品を購入して販売したり消費したりといった地産地消の取り組みを行っている	6.9	5.9	6.7	7.0	10.9	6.8	5.3	.0
運動場や駐車場などを地域に開放している	6.0	2.2	2.2	7.8	7.3	6.8	26.3	.0
地域住民に対して工場見学や職場見学・体験等を行っている	6.0	2.9	2.2	4.9	10.9	11.4	26.3	22.2
地域ブランドや地域をテーマにした製品やサービスを扱っている	5.7	5.1	2.2	4.5	7.3	15.9	15.8	.0
埼玉県の「パパ・ママ応援ショップ」の協賛店である	5.2	3.7	3.3	3.7	9.1	11.4	21.1	.0
彩の国工場指定工場である	3.9	1.5	.0	2.5	18.2	4.5	15.8	.0
「埼玉県地域防災サポート企業・事業所」として登録している	2.7	.0	1.1	4.5	3.6	.0	10.5	.0
埼玉県「赤ちゃんの駅」に協力している	2.3	.0	2.2	.8	1.8	6.8	26.3	11.1
さいたま市の「シルバー元気応援ショップ」の協賛店である	1.8	1.5	2.2	2.9	.0	.0	.0	.0
該当なし/無回答	3.9	8.1	7.8	1.6	.0	.0	.0	11.1

50%以上80%未満
80%以上
全体に対して15%以上高い
全体に対して15%以上低い

地域住民・地域社会に対して実現できている活動を従業員別に示すと以下ようになった。

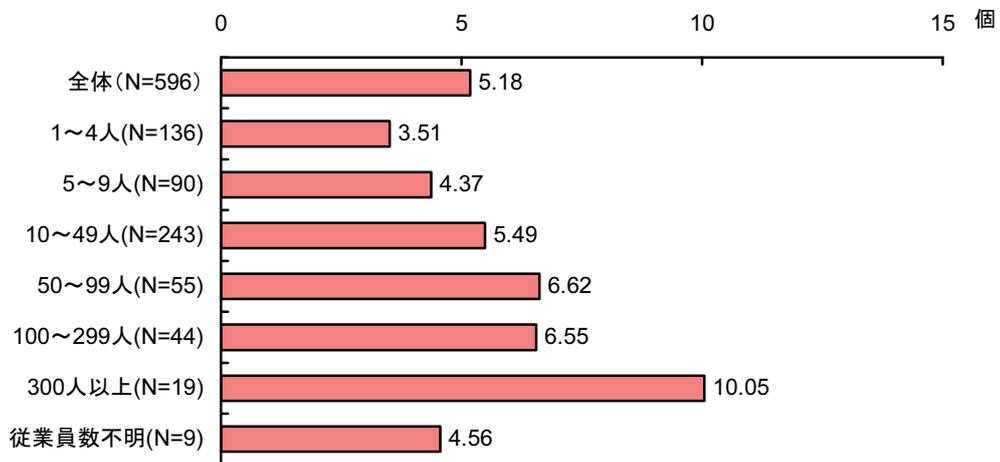
図表 2-38 地域住民・地域社会に対する活動として実現できているもの（すべて）（CSR 認知別）

	CSRの認知					
	全体	よく知っている	概要は知っている	は言葉はあるが内容は知らない	知らない	無回答
合計	596社	94社	190社	167社	129社	16社
法人市民税を納税している	82.9	91.5	81.6	86.8	73.6	81.3
従業員の市民税・県民税について特別徴収している	55.9	76.6	59.5	55.7	36.4	50.0
従業員の大半がさいたま市民である	50.0	38.3	48.4	62.3	46.5	37.5
大音量の騒音など地域の迷惑となるようなことが起こらないよう社内で管理している	37.2	52.1	43.2	35.3	21.7	25.0
製品やサービスの多くをさいたま市内で販売・提供している	32.6	33.0	33.2	32.9	30.2	37.5
さいたま市又は埼玉県内の学校の卒業者を採用している	32.6	53.2	35.3	31.1	15.5	31.3
祭りやサッカー大会など、地域イベント・スポーツ・文化活動の主催や協賛または企業として参加をしている	31.4	40.4	35.8	32.3	17.1	31.3
防災訓練等を定期的実施している	24.0	51.1	23.2	22.8	8.5	12.5
道路や河川の清掃・草刈り、ゴミ拾い等の地域清掃活動へ参加している	21.5	36.2	20.0	21.6	13.2	18.8
取引先（仕入先）をさいたま市内から優先して選んでいる	21.0	16.0	21.6	25.1	20.2	6.3
祭りやサッカー大会など、地域イベント・スポーツ・文化活動へ自社の施設や場所を提供したりボランティア等の協力している	15.9	22.3	15.8	19.2	7.8	12.5
地域パトロールを行ったり、自社を子どもの避難所（子ども110番の家等）に提供するなど地域防犯活動へ協力している	15.6	17.0	16.3	17.4	12.4	6.3
経営者や従業員が国や埼玉県、さいたま市の委員会の委員を務めたことがある	13.1	22.3	15.8	11.4	3.9	18.8
児童の見学受け入れ、出前授業等の地域の教育・教養支援を行っている	12.9	23.4	11.1	12.0	8.5	18.8
災害発生時に、飲料水や食料の提供、救援活動、自社を避難場所として提供等の協力を行っている	11.7	18.1	14.2	9.6	5.4	18.8
街路への植樹や花壇、ゴミ箱設置などの市内美化活動を行っている	10.1	17.0	14.2	6.6	4.7	.0
従業員の消防団への参加や地域ボランティア等への参加を推進している	9.4	14.9	8.4	10.8	6.2	.0
さいたま市内で生産された農産物や製品を購入して販売したり消費したりといった地産地消の取り組みを行っている	6.9	6.4	7.4	9.6	3.9	.0
運動場や駐車場などを地域に開放している	6.0	14.9	3.7	6.0	3.9	.0
地域住民に対して工場見学や職場見学・体験等を行っている	6.0	14.9	4.2	6.0	.8	18.8
地域ブランドや地域をテーマにした製品やサービスを扱っている	5.7	11.7	5.3	4.8	3.9	.0
埼玉県の「パパ・ママ応援ショップ」の協賛店である	5.2	9.6	4.2	6.6	2.3	.0
彩の国工場指定工場である	3.9	9.6	4.2	2.4	.8	6.3
「埼玉県地域防災サポート企業・事業所」として登録している	2.7	4.3	4.2	.6	2.3	.0
埼玉県「赤ちゃんの駅」に協力している	2.3	10.6	1.6	.0	.0	6.3
さいたま市の「シルバー元気応援ショップ」の協賛店である	1.8	1.1	1.6	3.0	1.6	.0
該当なし／無回答	3.9	.0	3.2	2.4	8.5	12.5

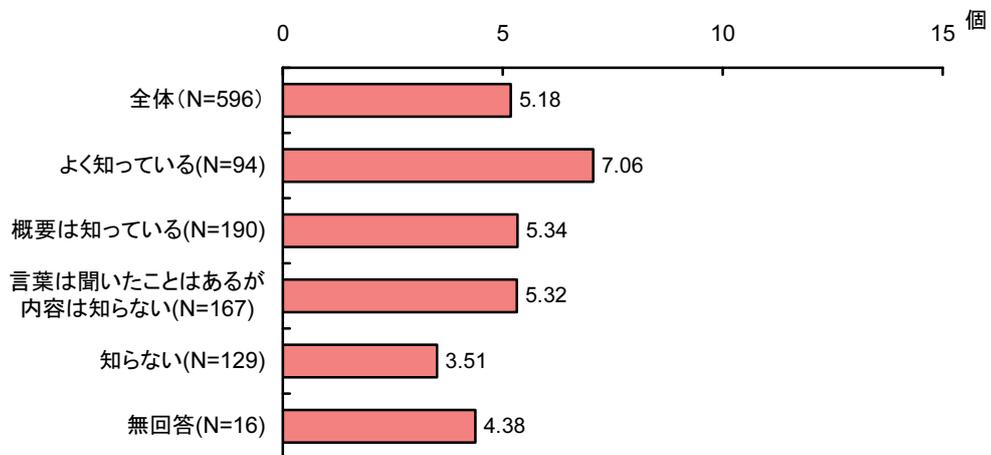
50%以上80%未満
80%以上
全体に対して15%以上高い
全体に対して15%以上低い

また、地域住民・地域社会のための事業活動 26 項目について該当する項目数の平均値を、従業員数別、CSR 認知度別に表すと以下ようになった。

図表 2-39 実現できている地域住民・地域社会のための事業活動（個数平均）
全 26 項目中（従業員数別）



図表 2-40 実現できている地域住民・地域社会のための事業活動（個数平均）全 26 項目中（CSR 認知別）



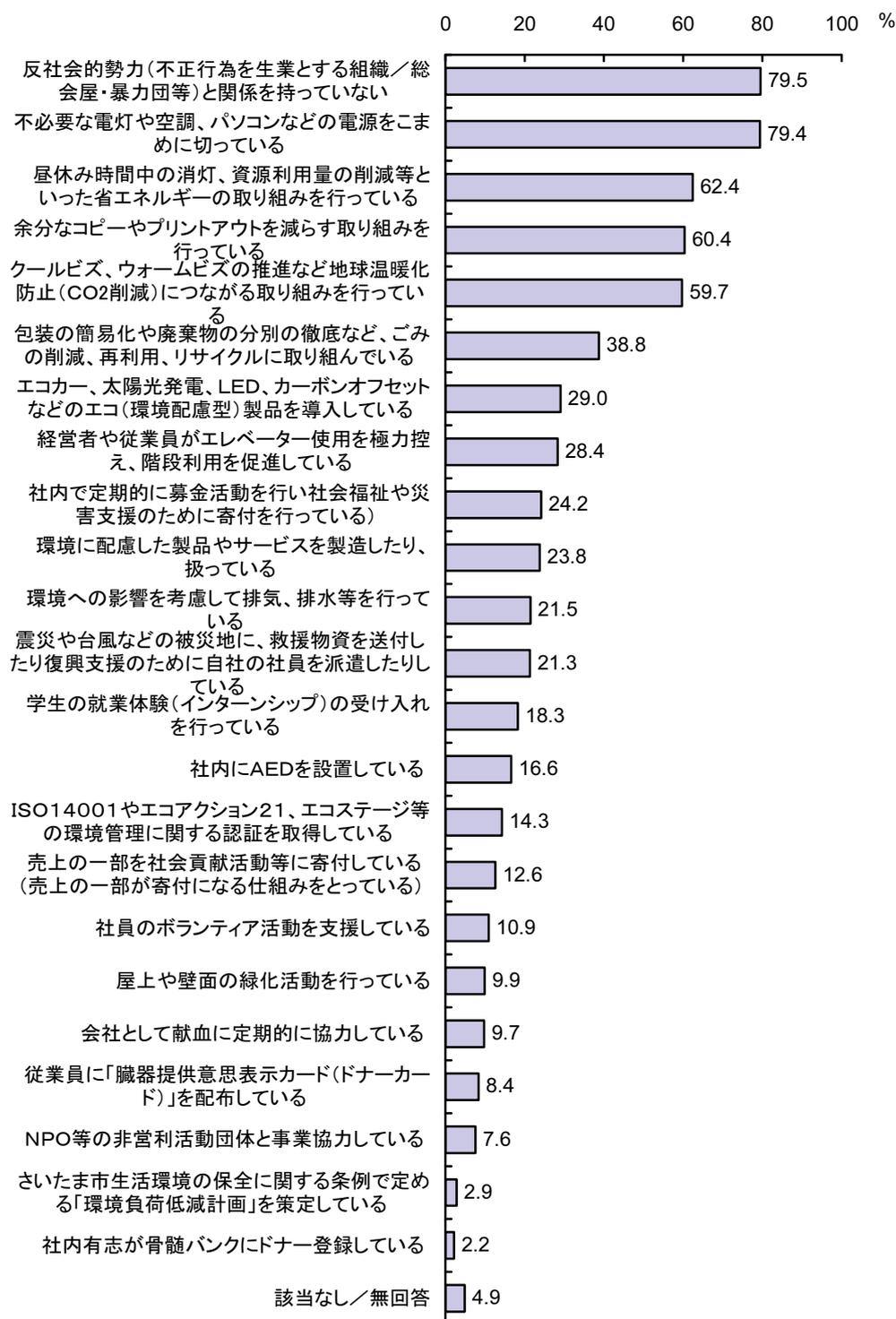
(g) 社会全体に対する活動

企業活動はエネルギー資源や水、食料等、社会全体や地球環境とも関わっています。社会全体に対し協力・協働し、また限りある資源を大切にしていより良い環境を次の世代に渡していくことも必要です。震災や台風などの災害時に救援活動や復興支援の手伝いをしたりすること、クールビズを行ったりエネルギー消費の少ないLED電球を導入したりすることも社会的責任を果たすことになります。

上記の文を提示し、「社会全体に対して」行っている事業活動、あるいは実現できている事柄を質問した（23項目）。

「反社会的勢力（不正行為を生業とする組織／総会屋・暴力団等）と関係を持っていない（79.5%）」
「不必要な電灯や空調、パソコンなどの電源をこまめに切っている（79.4%）」
「昼休み時間中の消灯、資源利用量の削減等といった省エネルギーの取り組みを行っている（62.4%）」といった取り組みが上位に上がった。

図表 2-4 1 社会全体に対する活動として実現できているもの（すべて）



社会全体に対する活動として実現できているものを従業員数別に示すと以下の表のようになった。

図表 2-4 2 社会全体に対する活動として実現できているもの（すべて）（従業員数別）

	従業員数							
	全体	1 5 4 人	5 9 人	4 1 9 人	1 5 9 人	2 1 9 人	3 0 以 上 人	無 回 答
合計	596社	136社	90社	243社	55社	44社	19社	9社
反社会的勢力(不正行為を生業とする組織/総会屋・暴力団等)と関係を持っていない	79.5	67.6	76.7	81.9	85.5	97.7	94.7	66.7
unnecessary 電灯や空調、パソコンなどの電源をこまめに切っている	79.4	69.9	75.6	82.3	83.6	93.2	89.5	66.7
昼休み時間中の消灯、資源利用量の削減等といった省エネルギーの取り組みを行っている	62.4	49.3	56.7	66.7	65.5	75.0	89.5	66.7
余分なコピーやプリントアウトを減らす取り組みを行っている	60.4	44.9	58.9	66.7	58.2	75.0	73.7	55.6
クールビズ、ウォームビズの推進など地球温暖化防止(CO2削減)につながる取り組みを行っている	59.7	38.2	46.7	63.8	85.5	88.6	89.5	44.4
包装の簡易化や廃棄物の分別の徹底など、ごみの削減、再利用、リサイクルに取り組んでいる	38.8	31.6	31.1	43.2	38.2	50.0	47.4	33.3
エコカー、太陽光発電、LED、カーボンオフセットなどのエコ(環境配慮型)製品を導入している	29.0	15.4	15.6	32.1	38.2	47.7	73.7	44.4
経営者や従業員がエレベーター使用を極力控え、階段利用を促進している	28.4	18.4	8.9	29.2	43.6	56.8	63.2	44.4
社内で定期的に募金活動を行い社会福祉や災害支援のために寄付を行っている	24.2	9.6	15.6	25.9	43.6	43.2	52.6	11.1
環境に配慮した製品やサービスを製造したり、扱っている	23.8	16.2	17.8	25.5	23.6	38.6	42.1	44.4
環境への影響を考慮して排気、排水等を行っている	21.5	11.8	8.9	22.6	34.5	40.9	52.6	22.2
震災や台風などの被災地に、救援物資を送付したり復興支援のために自社の社員を派遣したりしている	21.3	8.8	14.4	22.6	38.2	34.1	47.4	22.2
学生の就業体験(インターンシップ)の受け入れを行っている	18.3	4.4	8.9	17.3	41.8	40.9	57.9	11.1
社内にAEDを設置している	16.6	7.4	5.6	12.8	30.9	47.7	68.4	22.2
ISO14001やエコアクション21、エコステージ等の環境管理に関する認証を取得している	14.3	5.1	6.7	15.2	27.3	29.5	36.8	.0
売上の一部を社会貢献活動等に寄付している(売上の一部が寄付になる仕組みをとっている)	12.6	13.2	17.8	10.3	14.5	6.8	26.3	.0
社員のボランティア活動を支援している(休暇付与・勤務扱い等)	10.9	7.4	5.6	11.9	10.9	18.2	31.6	11.1
屋上や壁面の緑化活動を行っている(または、さいたま市「緑のカーテンサポーター」に登録している)	9.9	6.6	2.2	8.6	16.4	20.5	31.6	33.3
会社として献血に定期的に協力している	9.7	4.4	5.6	8.6	9.1	27.3	42.1	11.1
従業員に「臓器提供意思表示カード(ドナーカード)」を配布している	8.4	5.9	5.6	10.3	9.1	6.8	21.1	.0
NPO等の非営利活動団体と事業協力している	7.6	6.6	7.8	7.0	10.9	11.4	5.3	.0
さいたま市生活環境の保全に関する条例で定める「環境負荷低減計画」を策定している	2.9	1.5	1.1	2.5	3.6	9.1	5.3	11.1
社内有志が骨髄バンクにドナー登録している	2.2	2.9	.0	2.9	1.8	2.3	.0	.0
該当なし/無回答	4.9	8.1	6.7	4.1	.0	.0	5.3	11.1

50%以上80%未満

80%以上

全体に対して15%以上高い

全体に対して15%以上低い

社会全体に対する活動として実現できているものを CSR 認知別に示すと以下の表のようになった。

図表 2-4 3 社会全体に対する活動として実現できているもの（すべて）（CSR 認知別）

	CSRの認知					
	全体	よく知っている	概要は知っている	言葉はあるが内容は知らない	知らない	無回答
合計	596社	94社	190社	167社	129社	16社
反社会的勢力(不正行為を生業とする組織/総会屋・暴力団等)と関係を持っていない	79.5	92.6	81.6	83.2	65.9	50.0
unnecessary 電灯や空調、パソコンなどの電源をこまめに切っている	79.4	90.4	81.6	79.6	69.8	62.5
休み時間中の消灯、資源利用量の削減等といった省エネルギーの取り組みを行っている	62.4	87.2	64.7	58.7	47.3	50.0
余分なコピーやプリントアウトを減らす取り組みを行っている	60.4	76.6	65.3	61.7	42.6	37.5
クールビズ、ウォームビズの推進など地球温暖化防止(CO2削減)につながる取り組みを行っている	59.7	89.4	68.9	58.7	27.1	50.0
包装の簡易化や廃棄物の分別の徹底など、ごみの削減、再利用、リサイクルに取り組んでいる	38.8	57.4	37.4	38.9	27.1	37.5
エコカー、太陽光発電、LED、カーボンオフセットなどのエコ(環境配慮型)製品を導入している	29.0	58.5	28.4	26.9	13.2	12.5
経営者や従業員がエレベーター使用を極力控え、階段利用を促進している	28.4	48.9	34.2	25.1	10.9	12.5
社内で定期的に募金活動を行い社会福祉や災害支援のために寄付を行っている	24.2	44.7	24.7	23.4	11.6	6.3
環境に配慮した製品やサービスを製造したり、扱っている	23.8	45.7	26.8	20.4	10.1	6.3
環境への影響を考慮して排気、排水等を行っている	21.5	47.9	23.2	16.2	7.8	12.5
震災や台風などの被災地に、救援物資を送付したり復興支援のために自社の社員を派遣したりしている	21.3	39.4	22.1	19.2	10.1	18.8
学生の就業体験(インターンシップ)の受け入れを行っている	18.3	36.2	18.9	16.8	5.4	25.0
社内にAEDを設置している	16.6	36.2	15.8	15.6	6.2	6.3
ISO14001やエコアクション21、エコステージ等の環境管理に関する認証を取得している	14.3	31.9	16.3	11.4	3.1	6.3
売上の一部を社会貢献活動等に寄付している(売上の一部が寄付になる仕組みをとっている)	12.6	23.4	11.6	12.6	7.8	.0
社員のボランティア活動を支援している(休暇付与・勤務扱い等)	10.9	26.6	11.1	7.2	5.4	.0
屋上や壁面の緑化活動を行っている(または、さいたま市「緑のカーテンサポーター」に登録している)	9.9	24.5	7.4	7.2	7.0	6.3
会社として献血に定期的に協力している	9.7	18.1	12.1	9.0	.8	12.5
従業員に「臓器提供意思表示カード(ドナーカード)」を配布している	8.4	12.8	8.4	9.6	3.9	6.3
NPO等の非営利活動団体と事業協力している	7.6	16.0	7.4	6.0	3.9	6.3
さいたま市生活環境の保全に関する条例で定める「環境負荷低減計画」を策定している	2.9	5.3	1.6	3.0	3.1	.0
社内有志が骨髄バンクにドナー登録している	2.2	3.2	1.1	3.0	2.3	.0
該当なし/無回答	4.9	1.1	4.2	2.4	9.3	25.0

50%以上80%未満

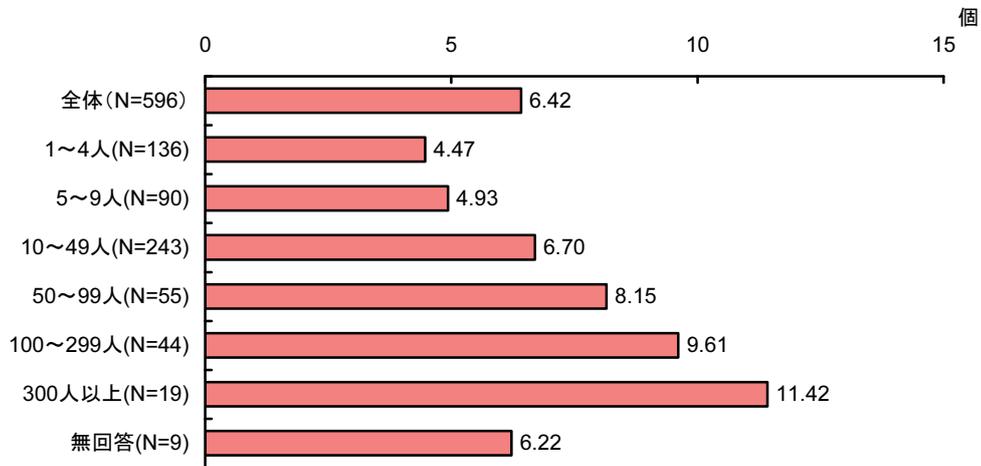
80%以上

全体に対して15%以上高い

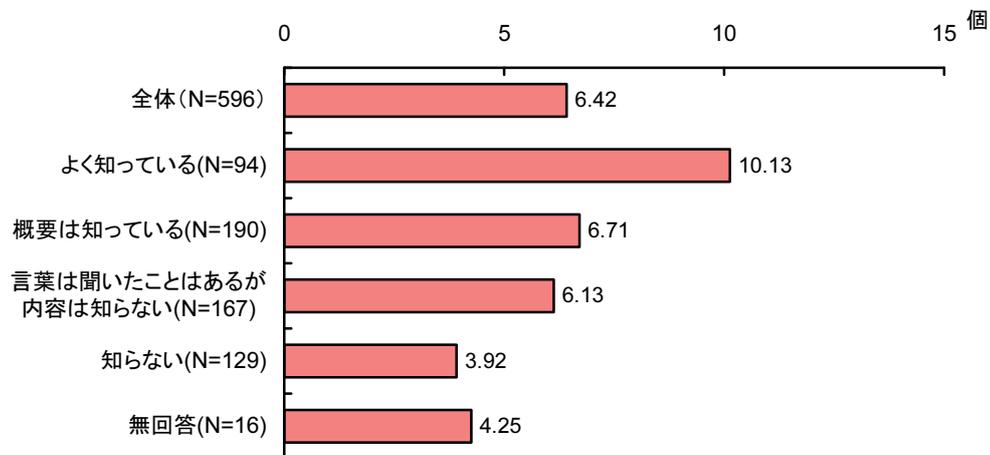
全体に対して15%以上低い

社会全体のための事業活動の 23 項目について該当する項目数の平均値を、従業員数別、CSR 認知別に表すと以下のようになった。

図表 2-4 4 実現できている社会全体のための事業活動（平均個数）全 23 項目中（従業員数別）



図表 2-4 5 実現できている社会全体のための事業活動（平均個数）全 23 項目中（CSR 認知別）

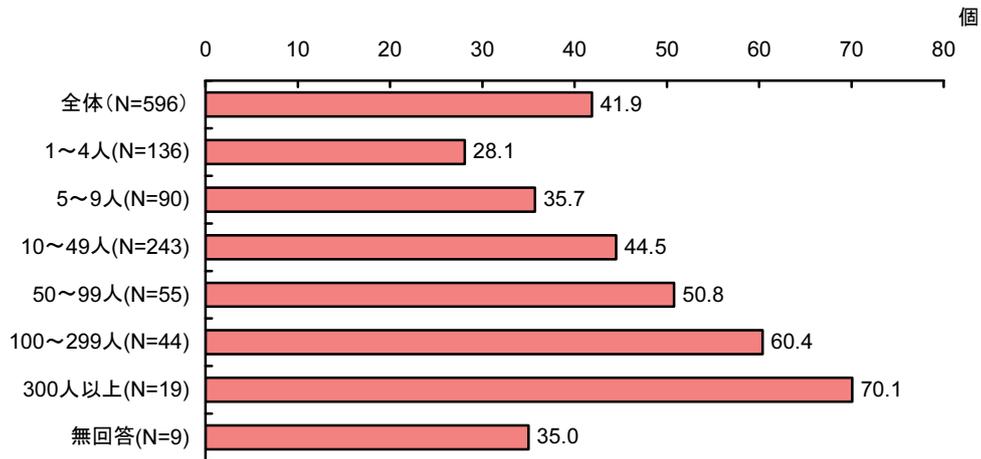


⑥CSR に類する活動の実施状況（従業員数別／業種別）

既に述べた7つに大別される実現できている事業活動の平均数（126項目中）を「従業員数別」「業種別」「所在地別」「CSRの認知別」に示す。

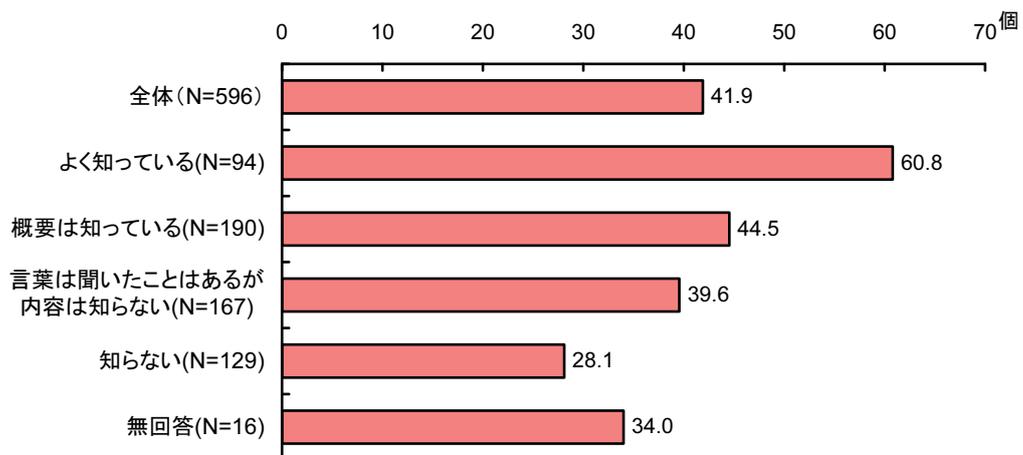
従業員数が多い事業所ほど、実現できている事業活動が多い結果が明らかとなった。

図表 2-4 6 実現できている事業活動全体（個数平均）全 126 項目中（従業員数別）



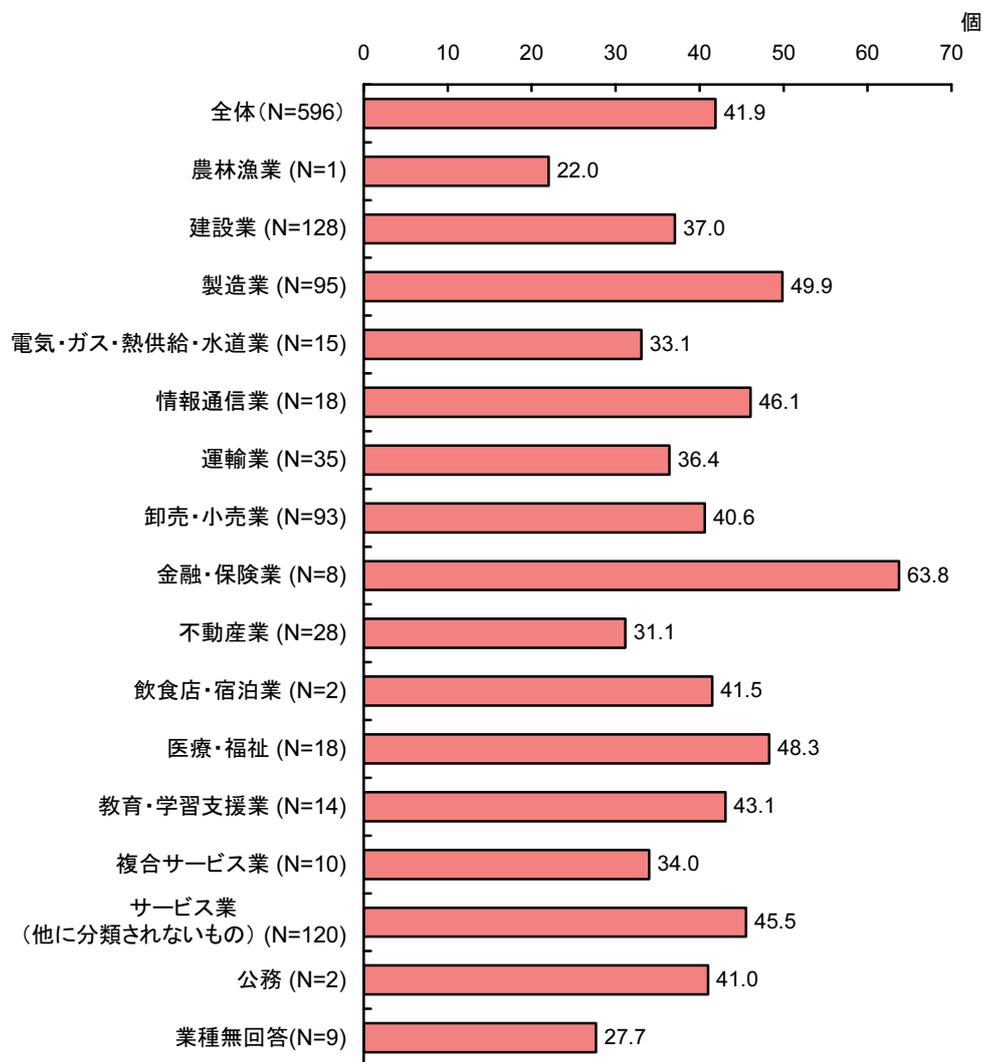
「企業の社会的責任（CSR）」の言葉の認知別では、「よく知っている」と回答した企業で実現できている項目が最も多く 60.8 項目、「知らない」と回答した企業では 28.1 項目と大きな差が見られた。

図表 2-4 7 実現できている事業活動全体（個数平均）全 126 項目中 CSR の認知状況別



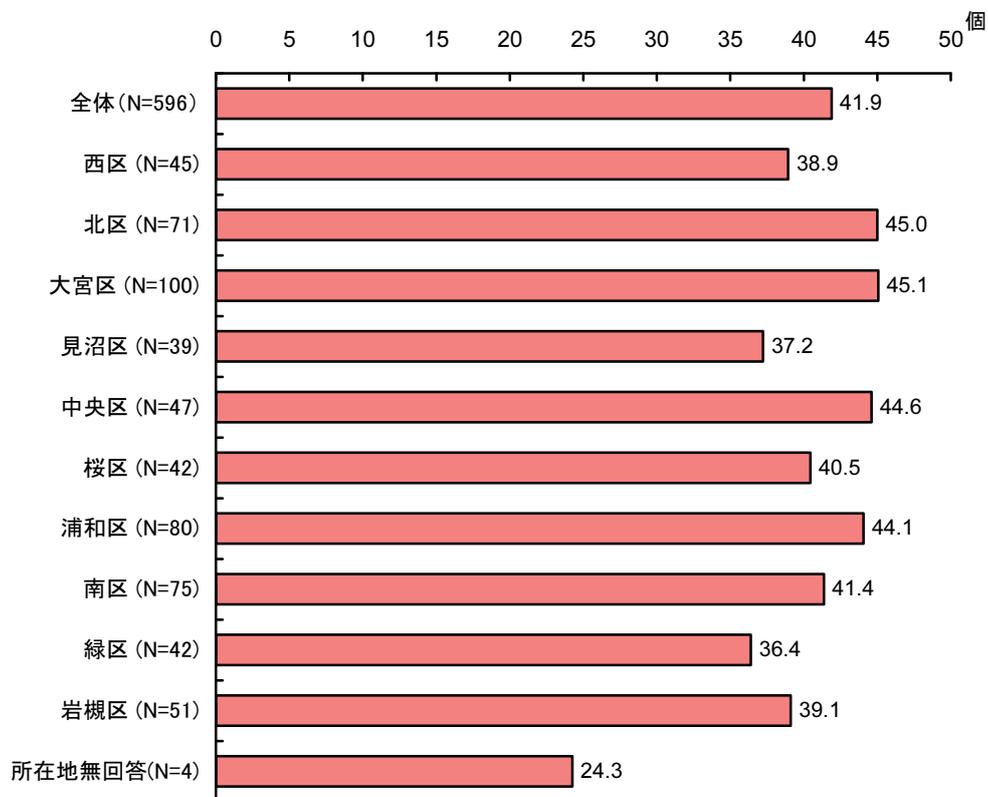
最も実現できている項目の多かった業種は、有効回答数が10以下の「金融・保険業」を除くと、「製造業」の49.9項目、続いて「医療・福祉」48.3項目、「情報通信業」46.1項目であった。

図表 2-48 実現できている事業活動全体（個数平均）全126項目中 業種別



所在地別では、「大宮区」45.1項目、「北区」45.0項目、「中央区」44.6項目、「浦和区」44.1項目であった。地域別でさほど大きな差は見られなかった。

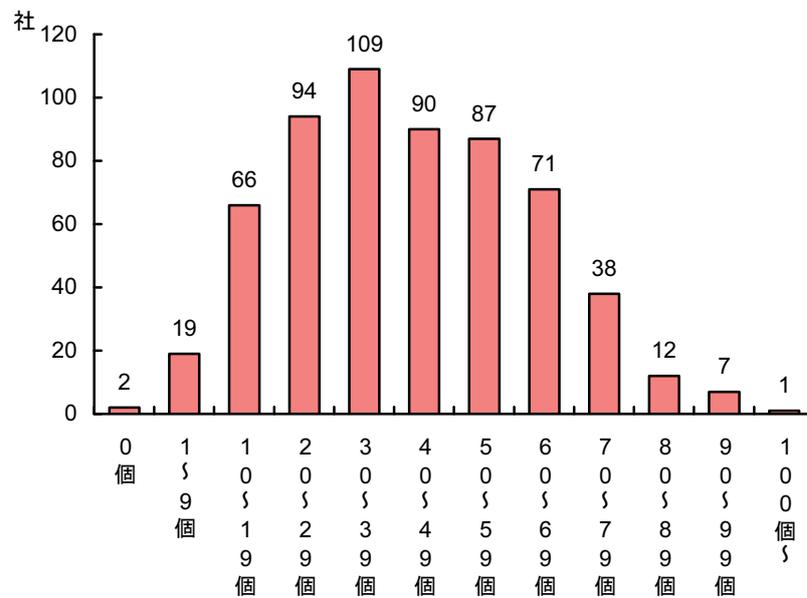
図表 2-49 実現できている事業活動全体（個数平均）全126項目中 所在地別



⑦実施できている CSR 活動別企業数

実現できている事業活動の項目の分布は、以下の図のようになった。CSR 活動として質問した 126 項目のうち 100 項目以上実現できているのは、わずか 1 社であった。

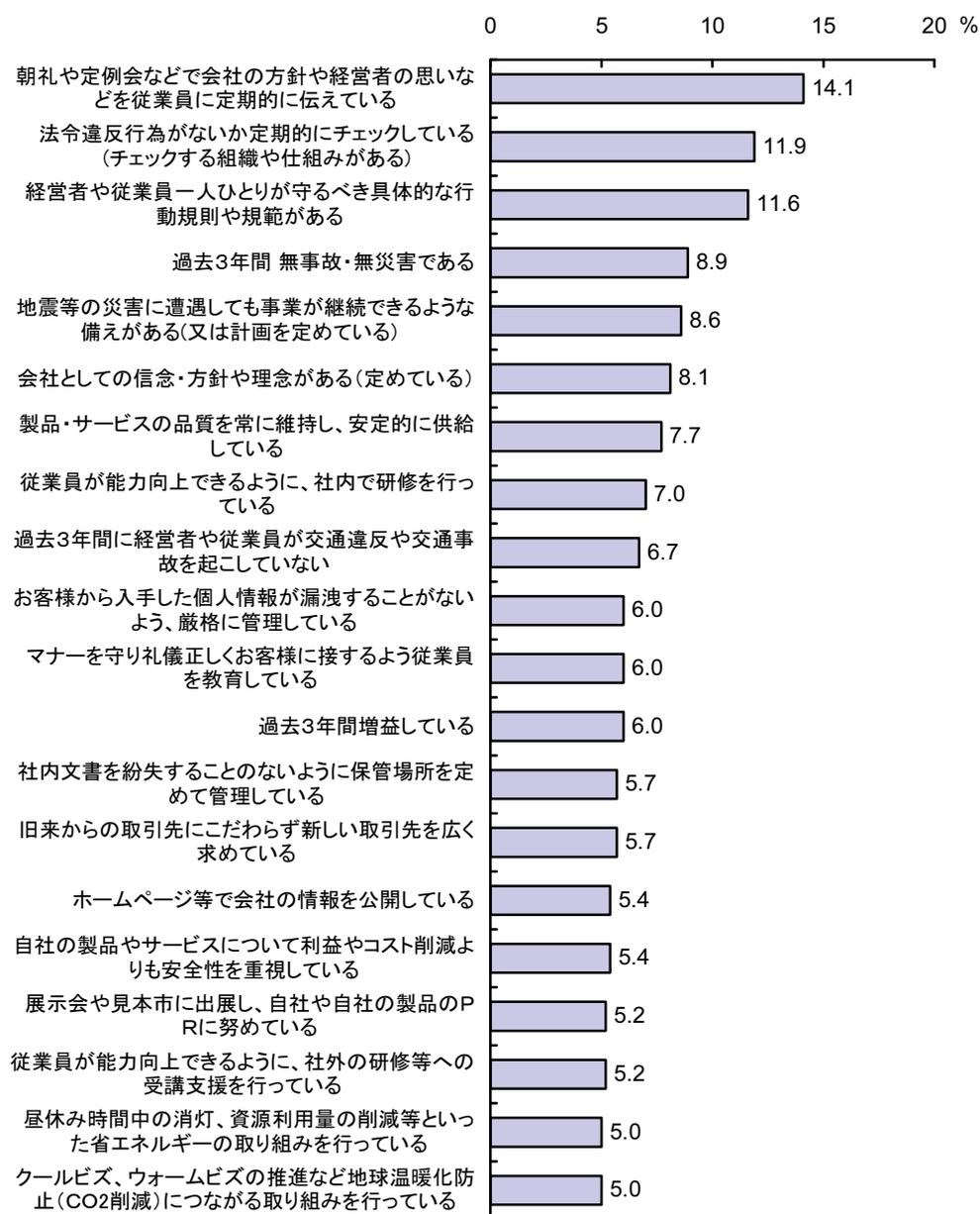
図表 2-50 実現できている事業活動別企業



⑧今後やっていきたい事業活動（5つまで）（Q5）

既述のQ4で質問した126項目のさまざまな事業活動について、今後積極的に取り組んでいきたいと思う事業活動を質問した。全体の5%（30社）以上が取り組んでいきたいと答えた事業活動には以下のようなものがあった。

図表 2-5 1 今後積極的にやりたい事業活動（5つまで）



今後積極的に取り組んで行きたいと思う事業活動を従業員数別、CSR 認知別に示すと、次の 2 表のようになった。

図表 2-5 2 今後積極的に行いたい事業活動（5つまで）（従業員数別）

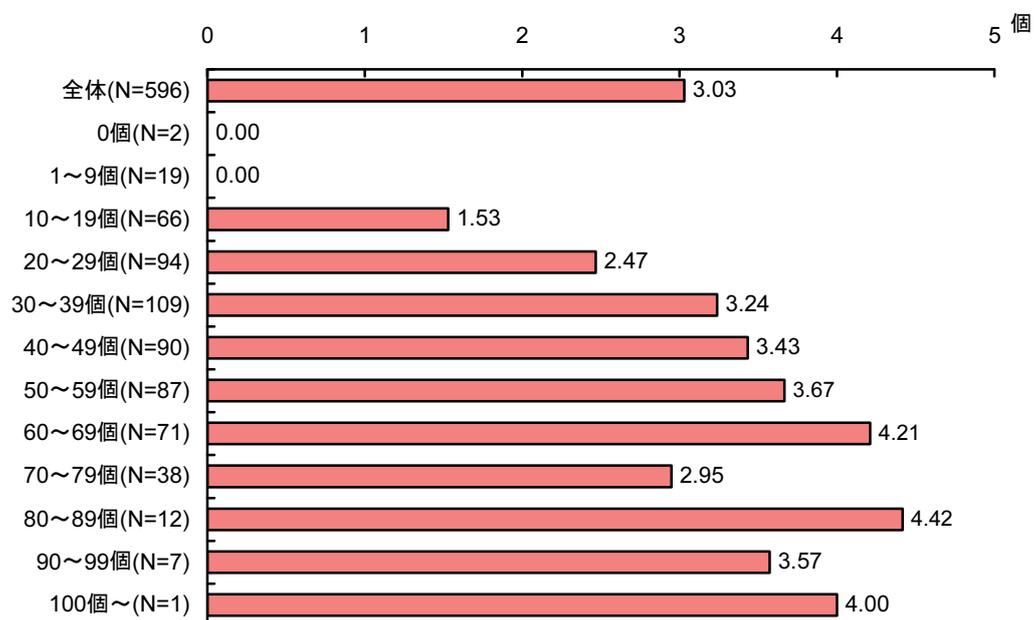
	従業員数							
	全体	1 5 4 人	5 5 9 人	4 1 9 人	5 5 9 人	2 1 9 人	3 0 以 上 0 人	無 回 答
合計	596社	136社	90社	243社	55社	44社	19社	9社
朝礼や定例会などで会社の方針や経営者の思いなどを従業員に定期的に伝えている	14.1	10.3	15.6	14.4	14.5	20.5	10.5	22.2
法令違反行為がないか定期的にチェックしている(チェックする組織や仕組みがある)	11.9	6.6	6.7	15.2	18.2	15.9	10.5	.0
経営者や従業員一人ひとりが守るべき具体的な行動規則や規範がある	11.6	5.9	11.1	12.3	18.2	18.2	15.8	.0
過去3年間 無事故・無災害である	8.9	10.3	11.1	8.6	5.5	6.8	10.5	.0
地震等の災害に遭遇しても事業が継続できるような備えがある(又は計画を定めている)	8.6	8.1	2.2	9.1	10.9	9.1	21.1	22.2
会社としての信念・方針や理念がある(定めている)	8.1	10.3	8.9	7.0	10.9	6.8	.0	.0
製品・サービスの品質を常に維持し、安定的に供給している	7.7	5.9	6.7	7.8	3.6	13.6	26.3	.0
従業員が能力向上できるように、社内で研修を行っている	7.0	2.9	2.2	9.1	10.9	13.6	10.5	.0
過去3年間に経営者や従業員が交通違反や交通事故を起こしていない	6.7	3.7	5.6	7.0	5.5	15.9	10.5	11.1
お客様から入手した個人情報に漏洩することがないよう、厳格に管理している	6.0	5.9	5.6	4.9	7.3	15.9	.0	.0
マナーを守り礼儀正しくお客様に接するよう従業員を教育している	6.0	.7	7.8	7.4	10.9	6.8	5.3	.0
過去3年間増益している	6.0	6.6	3.3	7.0	7.3	6.8	.0	.0
社内文書を紛失することのないように保管場所を定めて管理している	5.7	7.4	8.9	4.5	1.8	6.8	5.3	.0
旧来からの取引先にこだわらず新しい取引先を広く求めている	5.7	5.1	4.4	7.0	5.5	2.3	5.3	11.1
ホームページ等で会社の情報を公開している	5.4	8.1	7.8	3.3	3.6	6.8	5.3	.0
自社の製品やサービスについて利益やコスト削減よりも安全性を重視している	5.4	5.9	4.4	4.9	1.8	13.6	.0	11.1
展示会や見本市に出展し、自社や自社の製品のPRIに努めている	5.2	3.7	3.3	4.5	9.1	6.8	5.3	33.3
従業員が能力向上できるように、社外の研修等への受講支援を行っている	5.2	1.5	3.3	7.4	7.3	6.8	5.3	.0
昼休み時間中の消灯、資源利用量の削減等といった省エネルギーの取り組みを行っている	5.0	5.1	2.2	5.8	7.3	2.3	.0	22.2
クールビズ、ウォームビズの推進など地球温暖化防止(CO2削減)につながる取り組みを行っている	5.0	3.7	2.2	3.3	12.7	9.1	15.8	11.1

図表 2-53 今後積極的に行いたい事業活動（5つまで）（CSR認知別）

	CSRの認知					
	全体	よく知っている	概要は知っている	言葉はあるが内容は知らない	知らない	無回答
合計	596社	94社	190社	167社	129社	16社
朝礼や定例会などで会社の方針や経営者の思いなどを従業員に定期的に伝えている	14.1	16.0	12.6	13.2	16.3	12.5
法令違反行為がないか定期的にチェックしている(チェックする組織や仕組みがある)	11.9	19.1	14.2	12.6	3.9	.0
経営者や従業員一人ひとりが守るべき具体的な行動規則や規範がある	11.6	18.1	9.5	12.6	10.1	.0
過去3年間 無事故・無災害である	8.9	5.3	8.4	10.2	9.3	18.8
地震等の災害に遭遇しても事業が継続できるような備えがある(又は計画を定めている)	8.6	12.8	10.0	7.8	3.1	18.8
会社としての信念・方針や理念がある(定めている)	8.1	6.4	6.3	9.0	10.9	6.3
製品・サービスの品質を常に維持し、安定的に供給している	7.7	11.7	6.8	6.0	7.0	18.8
従業員が能力向上できるように、社内で研修を行っている	7.0	9.6	6.8	7.2	5.4	6.3
過去3年間に経営者や従業員が交通違反や交通事故を起こしていない	6.7	7.4	5.8	6.6	7.0	12.5
お客様から入手した個人情報が漏洩することがないよう、厳格に管理している	6.0	6.4	5.3	6.0	7.0	6.3
マナーを守り礼儀正しくお客様に接するよう従業員を教育している	6.0	2.1	6.3	6.0	8.5	6.3
過去3年間増益している	6.0	10.6	6.3	4.2	5.4	.0
社内文書を紛失することのないように保管場所を定めて管理している	5.7	6.4	6.3	6.0	3.1	12.5
旧来からの取引先にこだわらず新しい取引先を広く求めている	5.7	6.4	8.9	2.4	5.4	.0
ホームページ等で会社の情報を公開している	5.4	6.4	4.2	3.6	6.2	25.0
自社の製品やサービスについて利益やコスト削減よりも安全性を重視している	5.4	2.1	6.8	6.0	5.4	.0
展示会や見本市に出展し、自社や自社の製品のPRに努めている	5.2	4.3	5.8	7.2	3.1	.0
従業員が能力向上できるように、社外の研修等への受講支援を行っている	5.2	6.4	5.8	6.0	3.1	.0
屋休み時間中の消灯、資源利用量の削減等といった省エネルギーの取り組みを行っている	5.0	10.6	4.7	4.8	1.6	6.3
クールビズ、ウォームビズの推進など地球温暖化防止(CO2削減)につながる取り組みを行っている	5.0	5.3	5.8	3.6	5.4	6.3

実現できている事業数別に、今後実現したい事業活動数をしますと以下のような結果となった。

図表 2-5 4 実現したい事業活動数（実現できている事業数別）



2 さいたま市企業へのヒアリング調査

(1) 調査概要

①調査方針

さいたま市に所在地のある企業に対し、CSR 活動の内容やその動機、認証制度創設に関する意見等を質問することで、前項のアンケート調査を補完し、さいたま市 CSR 活動認証制度の設計の基礎資料とすることを目的とする。

②ヒアリング項目一覧表

各社に対しては下記項目を中心にヒアリングを行った。

1. 経営理念の有無
2. ステークホルダーとして意識している対象
3. 主な CSR 活動について
4. CSR に取り組むことは企業経営に資するものなのか？
5. CSR 活動にはトップダウンの判断や方向性示唆が欠かせないものか？
6. CSR は余裕があるからするものか？
7. CSR の継続性・永続性を担保するには何が必要か？
8. 今後取り組んで生きたいこと
9. さいたま市の CSR 認証制度創設についての意見

③実施時期

実施時期：平成 23 年 11 月 1 日～平成 24 年 2 月 6 日

④ヒアリング対象企業

さいたま市やさいたま商工会議所から紹介のあった CSR 先進企業 11 社、アンケート調査結果から業種や回答内容を考慮してピックアップした企業のうちヒアリング協力する旨返答のあった企業 8 社の合計 19 社に対してヒアリングを行った。

業種：農林業 1 社、建設業 4 社、製造業 3 社、情報通信業 2 社、卸・小売業 3 社、サービス業 6 社
地区：西区 2 社、北区 1 社、大宮区 6 社、見沼区 1 社、中央区 1 社、浦和区 3 社、南区 2 社、
緑区 1 社、岩槻区 2 社

(2) ヒアリング調査結果

①経営理念の有無

個人企業及び社員1人のみである2社以外の17社は経営理念があると回答した。経営理念がない2社にしても明文化されてはいないが会社の理念や信念はある。そして経営理念や会社としての方針を社員に理解させる為の取り組み（朝礼の実施や社員説明会、懇談会等）も経営理念があると回答した全ての企業が行っている。

②ステークホルダーとして意識している対象

顧客、社員、株主、仕入先、地域社会・住民、社会全体・環境等、一般的にステークホルダーとして認識されている対象は大半の企業があげていた。

顧客との回答が最も多く17社。次いで地域社会、社員やその家族がそれぞれ13社。社員を大切にすると回答の根底には、社会から信頼され、社員やその家族まで大切にしなければお客様を満足させるところまでいかないという考えが推察される。

また、CSRについて意識が高い企業では地域社会や社会全体・環境についてはステークホルダーとして意識するというよりも「当たり前」という意識もあるようである。

一方で地域社会との関係が薄く地域社会は特に意識していないと回答する企業も数社あった。

③各社の主なCSR活動について

19社の取り組みだけでも多種多様であるが、まとめると、「(a) 社内統治」「(b) 社員教育」「(c) 雇用面」「(d) 障がい者支援」「(e) 教育への協力」「(f) 災害支援」「(g) 地域」「(h) 環境」「(i) 社会全体」「(j) 行政への協力」「(k) 認証取得」の11に分類することができる。以下は各社の取り組みを11種類に分類し整理したものである。

(a) 社内統治の取り組み

- ・朝礼を毎日実施している。経営理念の復唱、経営陣からの業績報告や連絡、社員からの発言や発表を行っている（製造業②）（情報通信業②）
- ・社員全員がいつでも向こう3ヶ月間の業績（売上状況や経費等）を見ることができる。（情報通信業②）
- ・社員に対し、定期的に業績の報告を行う機会を設けている。（建設業①）（建設業④）（製造業②）（製造業③）（サービス業①）（サービス業②）
- ・社員の意識付けを目的に5S（整理、整頓、清掃、清潔、躰）の取り組みを開始した。（建設業③）

(b) 社員教育

- ・もっとも熱心に行っているのは社員の教育。会社の方針は「満足度」。社員が満足し会社も満足し地域社会も満足する。全ての人が満足しなかったら良い仕事もできないし良い会社にならない。（サービス業⑤）
- ・資格取得のための社内セミナー開催や学校通学をさせている。（サービス業⑥）
- ・異業種交流会に20人/年程度出席させている。他業種の人との交流を通して刺激を与え、キャリアアップにつなげさせようとしている。（建設業③）

(c) 雇用面での取り組み

- ・定年後の再雇用や高齢者雇用を行っている。(建設業②) (サービス業⑤) (サービス業⑥)
- ・女性活用に関する制度は整えると共に、男性女性の区別無く昇進させている。(製造業③) (卸・小売業②) (卸・小売業③) (サービス業⑤) (サービス業⑥)
- ・慢性的な人材不足であるので、高齢者雇用や障がい者雇用、社員施策の充実をしなければ人材が集まらない。(サービス業⑥)
- ・パートタイマーの正社員化。(製造業③) (サービス業⑤)
- ・障がい者の雇用を行っている。障がい者にはそれぞれできる範囲で活躍してもらっている。(建設業④) (製造業③) (サービス業⑥)
- ・リストラや社員の解雇を行ったことがない。(建設業①) (建設業③) (サービス業①) (サービス業⑤)

(d) 障がい者支援・養護施設支援

- ・障がいを抱えるアーティストの活動支援。(情報通信業①)
- ・障がい者と共に大宮アルディージャの手話応援を行っている。(サービス業②)
- ・スペシャルオリンピックスの支援 (サービス業②)
- ・親がいない子供を養育する施設に毎年寄付を行っている。(卸・小売業②)

(e) 教育への協力

- ・幼稚園、小・中・高等学校での出前事業の実施：食育や花育 (農林業①) 健康教室 (卸・小売業②) 親子安全教室 (サービス業③)
- ・小中学校での人形作りやリース作りのボランティア指導 (卸・小売業①) (サービス業④)
- ・職場体験・キャリア教育：(農林業①) (サービス業③) (卸・小売③)
- ・高校生や大学生のインターンシップ受け入れ (建設業③) (サービス業③)
- ・職場見学・工場見学 (サービス業⑥) 彩の国工場 (製造業②)
- ・市内小学校への青色防犯灯等の寄付 (サービス業②)
- ・交通安全サービスの実施：学校の学園祭や文化祭、自治体のイベントなどに交通安全PR のための特別車を無償で出張派遣して教育普及に努めている。(サービス業③)

(f) 災害発生時の支援・災害への備え

- ・被災地に対して自社のTシャツ等を無償で配布している。(製造業①)
- ・避難所へボトルウォーターやアルコール消毒類を提供した。(サービス業①)
- ・チャリティイベント (コンサート等) の開催 (サービス業②) (サービス業③)
- ・震災被害の支援のために募金活動を行ったりチャリティ T シャツを社員全員で購入し就業時間中に着用していた。(製造業②)
- ・10 回程度東北にボランティアチームを結成して派遣した。食事を提供したり、服を集めて提供した。(サービス業⑥)
- ・売上の一部を寄付。(サービス業③)
- ・昨年の震災の発生の際には「ミニ下水道」の整備等下水道の再構築について提言書にまとめ、被災地自治体に提出した。(建設業②)
- ・国土交通省関東地方整備局の災害時の基礎的事業継続力の認定取得。震度 6 強以上の地震発生した際、道路等に緊急整備を行うもの。(建設業④)

- ・社員全員に救命講習を実施し、社員 3 名が救命講習資格を取得。事業所には AED を設置した。
(建設業③)
- ・非常事態の際に活用するための対応冊子を作成し社員に配布した。(建設業③)
- ・地震発生時の家族を守るということも重要であり、社員の緊急時の連絡網も整備している。
(建設業④)

(g) 地域への取り組み

- ・会社や駅の周辺に花と緑をいっぱいにする運動を行っている。(サービス業②)
- ・社内用の保育ルームを社外一般にも開放し、受け入れている。他の保育園の半額程度の料金設定となっている。(卸・小売業②)
- ・地産地消への協力(卸・小売業②)
- ・地域の少年に対し少年野球教室を開催している。(卸・小売業②)
- ・自社施設を地域に開放している。(町内会、祭、花や絵、囲碁等の地域のコミュニティ活動)
(サービス業⑥)
- ・ミニギャラリーの貸し出し。(卸・小売業③)
- ・サッカー大会や祭等の地域イベントへの参加・協力や主催、協賛。(建設業④)(サービス業⑤)(卸・小売業③)
- ・地場の雇用創出を心がけている。(大半がさいたま市民)(製造業③)
- ・自社や周辺、駅等での清掃の実施：10社が実施している。
毎日実施(農林業①)(サービス業②)、週1回実施(建設業③)(卸・小売業③)
月3回実施(建設業①)、毎月1回実施(製造業②)(製造業③)(サービス業①)(建設業④)
事業所毎に定期的実施(サービス業⑥)
入社式の日に入社社員と社員がゴミ拾いを行っている。(サービス業①)と(サービス業②)が共同で実施。

(h) 環境に対する取り組み

- ・コストがかかっても環境に負荷がかかること、安全や健康リスクが高いことは行わない。
(製造業①)(サービス業①)
- ・定期的に森林の間伐作業を行ったり、売上の一部を森林再生支援に寄付している。(建設業①)
(サービス業①)(サービス業②)(サービス業③)
- ・有機農業の支援(建設業①)
- ・事業所に太陽光発電やLED化、屋上緑地化を導入するなど環境配慮をしている。(建設業②)
(サービス業①)(サービス業⑤)
- ・近隣の工場で出る屑を材料とした製品を作っている。(卸・小売業①)
- ・エコドライブの普及(サービス業③)(製造業②)
- ・3Rの実践と生産する工程でムダを出さないよう管理している。結果として生産性が向上し不良品率低下につながった。(製造業②)

(i) 社会全体に対する取り組み

- ・ドナーカードの社員への配布（建設業④）（情報通信業②）
- ・生業自体が社会貢献（建設業②）（製造業③）
- ・寄付の実施：ユネスコや赤十字、さいたま市等への寄付（建設業③）（建設業④）
- ・芸術支援（製造業③）（情報通信業①）

(j) 行政への協力

- ・行政の様々な取り組みに協力している。
経営革新計画承認：4社（建設業①）（製造業③）（情報通信業①）（卸・小売業③）
チャレンジ経営宣言！：2社（製造業②）（卸・小売業③）
彩の国ロードサポーター：2社（建設業④）（サービス業①）
埼玉県ロードレポーター：4社（建設業④）（卸・小売業②）（サービス業①）（サービス業②）
彩の国リバーサポート：2社（サービス業①）（建設業④）
彩の国エコアップ宣言：3社（建設業④）（卸・小売業②）（サービス業②）
彩の国指定工場：1社（製造業①）
パパママ応援ショップ：6社（卸・小売業①）（卸・小売業②）（卸・小売業③）（サービス業①）（サービス業③）（サービス業⑤）
シルバー元気応援ショップ：1社（卸・小売業③）
- ・自治体や警察と連携し、訪問販売の際に防犯パトロールや独居老人の安否確認を行っている。
振り込め詐欺を防いだ実績もある。（卸・小売業②）

(k) 認証取得

- ・ISO9001の認証取得：3社（建設業③）（建設業④）（製造業②）
- ・ISO14001の認証取得：5社（建設業③）（建設業④）（製造業②）（製造業③）（サービス業①）
- ・OHSAS18001の取得：1社（建設業③）
- ・エコステージ1認定取得：1社（サービス業②）

④CSRに取り組むことは企業経営に資するのか？

CSRに取り組むことは企業経営に資するものか？CSR活動は儲けの対象か？CSRは利益につながるか？ということについて各社の意見を聴取した。

全ての企業が、直接の利益につながるものではない、利益が目的ではないと回答した。会長企業においては、CSRの取り組みは企業として当然の行為を行っているという認識が強いこともあり、社員の忠誠心や結束につながり、最終的には利益にもつながってくると考えている会社も多かった。各社意見は以下のとおり。

(a) 企業として当然の行為であり利益は意識しない

- ・直接的な利益とは関係ない。企業として地域の中で活動していこうとしたら、利益追求主義だと受け入れられないし、やっていけなくなる。（製造業②）（サービス業②）
- ・CSRを真面目にやっていたら、本業のほうでも下手なことはしたくないしできなくなってくる。顧客はそういった安心な企業から購入したい取引したいと考えるのだと思っている。（サービス業②）

- ・最善を尽くして事業を真面目にやる、企業として生き残りために必要不可欠なことであるからやっているのでありそれが CSR につながってきている。「儲ける、儲けない」ではない。(製造業①) (サービス業③) (サービス業⑤)
- ・会社は地域や社会に役に立つから存在を許されるものだと考えている。儲かる・儲からないではなく、また難しくも考えず、地元や周りに、生かさせていただいているので、やるべきことをやるのは当然と考えている。長い目で見るべきだと思う。(卸・小売業③) (サービス業①)
- ・小さな企業なので社員を大切にしたい。互いにコミュニケーションを取って会社の方向性や将来性を共有していくことが安全性にもつながっていくし、企業の存続につながる。(建設業②)

(b) いつかどこかで商売や利益につながれば良い

- ・成果は目に見えてはいない。今後のお客様の評価に結び付けていければよい。(建設業④)
- ・いつかは(何十年後かもしれないが)自社に還って来るものだと信じて行っている。(農林業①) (情報通信業②) (卸・小売業②) (サービス業①) (サービス業③)
- ・CSR の付き合いの中で指定管理者のパートナーであるしっかりした NPO と知り合った。CSR をしていなかったらめぐり合えなかっただろう。(サービス業②)

(c) 社員の忠誠心、結束につながる

- ・CSR の取り組みは意識・感覚的には社員の忠誠心ややる気につながっていると思う。(建設業④) (サービス業⑤)
- ・成果としては、社員の結束が強まった。(サービス業⑥)
- ・清掃活動等、直接は利益につながらないが、社員のモチベーションは上がった。(製造業②)
- ・ISO14001 取得も社内の基準を定め、決められたルールを守らせるという社員教育にもつながる取り組みである。(製造業③)

(d) 最終的には利益につながってくる

- ・社員の人材育成は企業経営に役立つ。社員一人ひとりが魅力ある人間になることこそが我々の業界の中で、他社との差別化につながる。(製造業③)
- ・5S (整理、整頓、清掃、清潔、躰) や社員教育などの様々な活動を通して最終的には利益につながるものと考えているが成果は数字では推し量ることができないものではない。難しいところ。(建設業③)
- ・社員教育は企業経営に資するもの。(サービス業⑤)
- ・3R (減らす、再使用、再利用) の実践や生産する工程でムダを出さないな取り組みは結果として生産性の向上につながった。(製造業②)

(e) 企業理念や企業活動そのものが CSR とつながっている

- ・儲かる、儲からないというのはどういう時間軸で見るとのこと。当社は百年を見て事業をしている。儲けるために CSR をやっているのではなく、マーケットセグメンテーションと CSR とブランディングがセットになっている。(建設業①)
- ・企業理念や会社のミッションが CSR につながっているもの。(建設業①) (製造業③)
- ・生業自体が社会貢献性の高い事業。(建設業②) (製造業③)
- ・安全を突き詰めていったらそれが CSR であったということ。(製造業①)

⑤CSR 活動にはトップダウンの判断や方向性示唆が欠かせないものか

上場会社の子会社である 1 社を除き、それ以外は全てのヒアリング先でトップダウンが必要であるとの回答であった。聴取結果からみえることは、特に取り組み最初の段階ではトップダウンや経営者の強い意思がないと進められないが、やがてトップダウンであっても、社員を信頼し、社員の意思も尊重して進めていくようになっていく。更に CSR の意識が社員に根付いてくるとトップが言わなくても社員の中で自発的に取り組んでいくようになってくるといふ流れである。

つまり、トップダウンで進めていく第一段階と、社員に意識が浸透して行き社員自ら自然な成り行きで当然の如く自発的に進めていく第二段階に分けられるということである。

各社のその他の意見は下記のとおり。

- ・何をやるにしてもトップダウンのほうが早い。(卸・小売業①)(農林業①)
- ・トップダウンであるが、細部の企画等は社員が率先して行っている。(サービス業③)
- ・最初は ISO を認証取得するのだからという錦の御旗も役に立った。(製造業②)
- ・今では社員に CSR の意識が根付いてきたので、トップが言わなくても社員が自発的に取り組み全社へ展開していくようになった(サービス業①)(サービス業②)(建設業①)
- ・社長の想いや意識を社員に共有できれば自然と進んでいくのではないか?(建設業②)
- ・トップがきちんと行動すれば想いが社員に浸透していくもの。(サービス業⑤)

⑥CSR は余裕があるからするものか?

お金や時間に余裕がある・なしに関わらずやっていくものという回答と、何をするにしても余裕がなければ行動は起こせないとの回答が半々。各社の実状を聞くと、何れの企業も明日の金策に困るような状況ではないものの余裕はないとの回答。各社個別意見は以下のとおり。

- ・CSR や社会貢献を行うには心の余裕は必要。(サービス業④)
- ・コストがかからず気持ち次第で取り組めるものは余裕の有無に関わらず行っていける。問題意識を持って、知恵を絞って行っていくことが重要。(サービス業②)
- ・余裕があるからといって CSR 活動ができるというものでもないだろう。(卸・小売業①)
- ・余裕の有無に関係なく、長い目で見て実践していかなければならない課題に対して取り組みを行っているだけ。(サービス業③)

⑦CSR の継続性・永続性を担保するには何が必要か

企業活動を最低限維持していくための売上や収益は当然必要、そしてトップの率先垂範が必要で、更に社員に対する教育や意識高揚、社内のコミュニケーションも必要であるといった回答が多かった。また清掃のような行動は意識付けされ、習慣化されることで継続していく。支援や指導を行った先からの感謝の手紙等の反応があると継続へのモチベーションの維持につながるといった意見もあった。各社の個別意見は以下のとおり。

- ・企業として、収益をあげ企業活動を継続していくことは当然のこと。顧客や社員を大切にし、収益をあげて社会貢献していく、または社会貢献する為に収益をあげていくとも言える。(製造業②)
- ・CSR や ISO は企業理念そのものなので継続できなければ会社は存続できない。社会貢献の為に我々は働いている。(製造業③)

- ・指導を行った先からの感謝の手紙等の反応が欲しい。無反応では社員のモチベーションを維持することができなくなる。(農林業①)
- ・社員に対して会社としての明確な方向性を示し意識付けをすること。意識付けしていかないと意識が低下していく社員が出てくる。そういった繰り返しの意識付けが必要。(サービス業②)(建設業④)
- ・やってみて楽しいこと、役に立っていると感じることに、嬉しいことであれば継続していく。苦しいことやプレッシャーになるようなことはやっていると辛いし継続しない。(卸・小売業③)
- ・トップダウンだから2代目以降の経営者がいかに創業者の思いを引き継いでいくかだと思ふ。(サービス業⑤)
- ・CSR を突き詰めたからといって利益につながるわけではないのでどうしても CSR の後継者育成が二の次になってしまうところが悩みだ。(建設業③)

⑧今後取り組んで行きたいこと

各社に対して今後取り組んで行きたいことについて聴取した。社員の教育や社員への意識の浸透をあげる企業が多かった。また、地域や環境への取り組みをもっと増やしたいと考えている企業も多い。個別の意見は以下のとおり。

(a) 社内教育・意識の浸透

- ・社員の教育を行い、スキルアップにつなげていくこと。(卸・小売業③)(情報通信業②)
- ・CSR 推進や ISO 取得で取引先からも一段上のレベルを要求されるようになってきている。もう元には戻れないので社内教育をしっかりとやって、ついていけるように頑張っていきたい。(製造業②)
- ・社員に対して会社の方向性を示し意識付けすることを今後更にやって行きたい。(建設業④)
- ・会社の考え方を伝え、社員の意識に浸透させることに注力しているが、パートナー企業の社員にまで意識を浸透させることができず課題と思っている(サービス業②)
- ・計画だけでなく、いざというときに本当に動けるように訓練して行きたい。四半期ごとのチェックを行って行きたい。(建設業④)
- ・CSR やコンプライアンスの勉強会を社内で開催して行きたい。(サービス業⑥)

(b) 雇用面

- ・今後年金支給年齢と当社の雇用を対応していかせるようにしたい。また、健康であればいつまでも働ける会社に行きたい。(建設業①)
- ・女性の活用：女性の力を認めて、男性と同様の力があれば課長・部長に登用していく方針。(製造業③)
- ・労働環境やメンタルの部分をもっと満足させていかななくてはならない。(製造業①)
- ・残業時間短縮の取り組みを行って行きたい。(製造業③)
- ・障がい者雇用についても積極的に取り組みたい。(サービス業⑥)障がい者を小売のスタッフとして雇って活用して行きたい。接客を楽しむ、いろいろな人と交わるといことは小売の醍醐味でもあるので、障がい者に対して機会を提供したい。(卸・小売業③)

(c) 障がい者支援

- ・客先に社会福祉法人が多く障がい者に触れ合う機会も多いので授産施設等の施設の支援を

行っていきたいと考えている。会社運営もあるので資金的な援助は難しいし、割り箸を集めたり空き缶を集めたりと実際はなかなか大変なものがあるなど感じている。(建設業②)

- ・バリアフリー（これまでも徐々にやってきてはいたがまだ全て対応しているわけではないので。）(サービス業⑤)

(d) 事業継続計画 (BCP)

- ・地震対策。東日本大震災の影響。地震の被害で自社が壊れるのは仕方がないが、周りを巻き込むわけにはいかない。(サービス業⑤)

(e) 地域

- ・地域の人間を採用して地域に貢献していくということがまだできていない。(製造業①)
- ・これからやっていきたいのは地域とのコミュニケーション。地域に求められるアクションを企業として行っていくことが必要なのはわかっているが、わざとらしく清掃したり、メセナ的なことをするつもりはないので、何をどうしたらよいかまだわかっていない。(製造業①)
- ・献血や AED 等今まで特に意識していなかった。アンケートで初めて気づいたことであり、今後検討していきたい。(サービス業⑤)
- ・社会貢献のところが弱いなあという意識があり、清掃活動、災害支援、社会貢献活動への寄付や募金といったところに今後力を入れていくべきと考えている。(建設業③)

(f) 環境

- ・デリバリー車を環境配慮型の車に置き換えていきたい。(サービス業①)
- ・エコドライブはまだまだ認知が低いので広く普及させたい。(サービス業③)
- ・森林間伐などの社外活動 (製造業②)
- ・再生紙を使いたいが高いし、あまり流通していない。(建設業②)
- ・当社の本業である環境リサイクルへの貢献をもっともっと進めていきたい。自治体とも組んで進めていきたい。(製造業③)

(g) 企業間協力・産学連携

- ・中小企業 1 社では限界があり協力が必要。企業や NPO が協力して適材適所でやるべき。また NPO 同士をうまくつなげてやることを考えている。(情報通信業①)
- ・産学協同などで行えたら良いと思っている。(卸・小売業①)
- ・仲間を増やしていきたい。社会貢献の仲間の企業を増やしていくことが重要だと考えている。(サービス業②)

⑨さいたま市の CSR 認証制度創設についての意見

認証にチャレンジしたいと回答した企業は 10 社、チャレンジしないと回答した企業は 7 社、どちらともいえないのが 2 社であった。市報やホームページでの広報には商売上はあまり期待していないとの回答が多かった。一方で制度についての積極的な PR を望む声があった。市から認証されることの意義を認める企業も多かった。インセンティブについては、一部に相応のインセンティブを望む声がある一方でインセンティブは不要と回答する企業が多数を占めた。また、コミュニティ形成については意義を認める企業が多かった。各社の個別意見は以下のとおり。

(a) チャレンジの意思

チャレンジしたい 10 社（建設業①）（製造業①）（製造業②）（製造業③）（卸・小売業①）（卸・小売業③）（サービス業②）（サービス業③）（サービス業⑤）（サービス業⑥）

- ・一方で形だけやる会社が出てくるものと思う。（サービス業②）
- ・手間隙がかかる部分は特に気にしないのでお金がかからない方向で進めて欲しい。（サービス業⑤）
- ・頑張っている企業を後押ししていただくというのは嬉しいこと。（製造業①）

チャレンジしない 7 社（農林業①）（建設業②）（建設業③）（建設業④）（サービス業①）（サービス業④）（情報通信業②）

- ・出さなければならない書類が多く、やらなければならない作業も多いのであればチャレンジはしない。（サービス業①）
- ・お金がかかるのであればチャレンジは遠慮したい。（サービス業⑤）
- ・親会社やグループ会社に従うところが大きいので当社独自というのは難しく、そういう意味ではチャレンジは難しい。（建設業③）
- ・企業イメージ的には認証は悪いことではないが、小さい会社なので ISO も CSR 認証もとあれもこれもというわけにはいかない。（建設業②）
- ・一つの市に認証されることが、当社にとってお客様を獲得するメリットになるのかなという疑問はある。前向きにプラスの方向になるような魅力は感じない。（情報通信業②）
- ・どちらともいえない 2 社（情報通信業①）（卸・小売業②）

(b) 市報や市のホームページ（HP）

- ・市の HP に掲載されて、商売につながった。（製造業①）
- ・認証企業を市報や HP、またはテレビで積極的に PR していくことを望む。やはりテレビや新聞の力は大きい。（製造業③）
- ・HP に取り上げられること自体は名誉なこと。市の HP に取り上げられて売上 UP といったようなことは考えたことはない。（サービス業⑤）（卸・小売業①）
- ・市の HP に当社が掲載されたが、問い合わせも特に無く商売上は全く効果がなかった。市の HP に載せるなら検索エンジンに引っかかりやすいような工夫や見せ方も欲しい。（情報通信業①）（建設業①）（農林業①）（卸・小売業②）（製造業②）
- ・市の HP よりもタウンページを見て問い合わせしてくる方が多い。（製造業②）
- ・市の HP に載るとか、認証された旨看板に表示したり名刺に表示してもあまり効果はないと思うし、メリットとは感じない。（サービス業①）

(c) 積極的な PR が必要

- ・自治体の制度には PR 不足の部分が多いと思うので制度の積極的な PR が必要。（卸・小売業③）
- ・認証企業を作る前に、CSR についてどういうものかのコマースを繰り返し行うことが必要と考える。（建設業④）
- ・実際の活動を見せる機会があったほうがいいのか？さいたま市と CSR 企業が共同でイベントを開催して市民と触れ合う機会を作るなどの取り組みはどうか？（建設業①）

(d) 認証の意義・効果

- ・市から認証されるだけでハクがつく。さいたま市に認証されるということで信頼されてくる。(製造業①)
- ・さいたま市に企業の取り組みを認めてもらうこと自体が大事なこと。認証されることによって社員が誇りを持つ。それが社員のやる気やロイヤリティーにもつながってくる。(サービス業③) (製造業③) (サービス業⑤)
- ・認証されることによって、知名度や信頼度が上がるということはある。また、社員を集めやすくなる。だが、認証されたからといって売上が上がるとかの直接的なメリットは少ないと思う。(製造業②) (サービス業⑥) (卸・小売業③)
- ・認証されたからといって当社の企業の価値が高まるのかな、市場環境的に良い面に働くのかなという点は疑問。(建設業③)

(e) 市が推奨して認証するものではない

- ・CSR や社会貢献は市が推奨してやらせるものではないと思う。その企業が立地している条件や地域から求められるもの、地域との一体感といった様々なことが絡み合い行っていくものと思う。(農林業①)
- ・認証という言葉はしっくりこない。何のための認証か。認証をもらう為に何かするというのはちょっと違うのでは。CSRについての認識が高まり CSR 実践企業が増えてきたら次のステップとしての認証はあってもよいと思う。(建設業④)

(f) 書類提出が煩雑であったり縛りがある制度は困る

- ・縛りがあるような制度は困る。ノルマ的なものが発生し、書類等を何度も提出させられるのは勘弁して欲しい。(農林業①)
- ・申請書類等が山ほどあるようでは困る。個人事業や零細業者ではその分手間がかかるし、外部の人に依頼すれば金がかかる。申請はできるだけ簡単に行えるように配慮して欲しい。(サービス業④)

(g) インセンティブ

- ・手間とコストがかかるのであればそれに応じたメリットが必要かと思う。税制優遇措置や入札時の優遇などそれなりのインセンティブが必要。(サービス業①) (農林業①)
- ・認証にインセンティブはあってはいけないと思う。総合建設業は入札優遇等つけば皆飛びつくであろうことは予想できる。(建設業④)
- ・インセンティブ目的で認証にトライするのは寂しすぎる。そういった動機で臨む場合長いスパンでは考えられなくなると思う。(卸・小売業①)
- ・CSR は長いスパンで見れば還ってくるものだということが理解されないまま、短期的なメリットだけ追及していく会社が増えるようなインセンティブならないほうが良いのでは？下手にインセンティブを設けると、表面上だけ取り繕う会社が出てくる。そのような会社を増やしたいわけではなからう。(サービス業②) (サービス業③) (サービス業④)

(h) 認証企業への支援

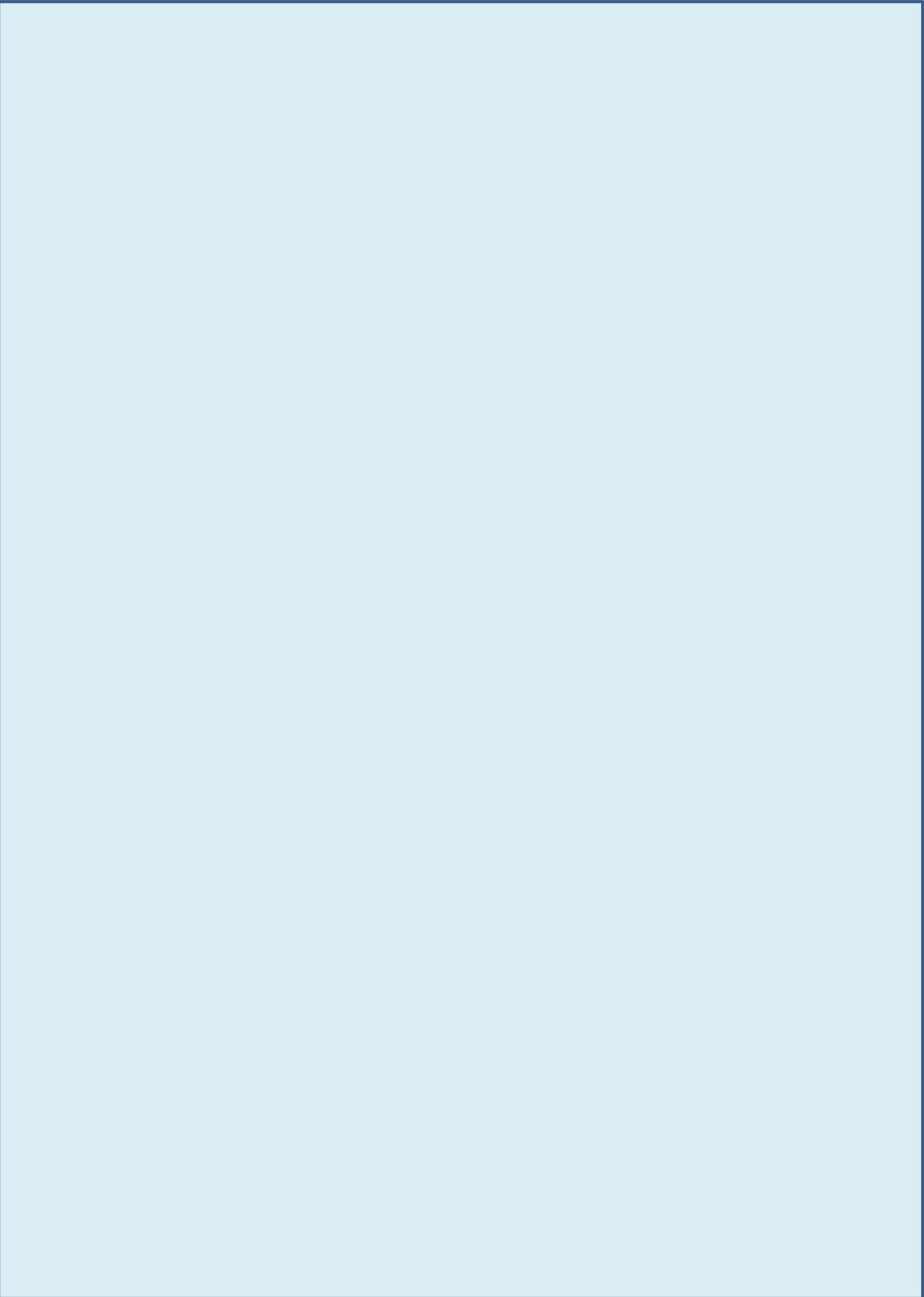
- ・優秀な人材の紹介や経営の相談をさせてもらう人の派遣をして欲しい。また企業連携的な解決策を提示して欲しい。(情報通信業①)

- ・商売につながるようなメリット、例えば市や外郭団体が大企業とのマッチングを優先的に行う等の取り組みはあっても良いと思う。(製造業②)
- ・(財)さいたま市産業創造財団から格安でアドバイザーを派遣してもらって勉強会をしたりしているが、認証企業にそういった支援があってもいい。(製造業②)

(i) コミュニティ形成について

- ・社会貢献企業の経営者たちと話をすると皆方向性が一緒にベクトルも合い、話が合いやすい。そういった仲間が増えてくれればいいのだが。(サービス業②)
- ・コミュニティ形成は良いと思う。方向性が同じ企業と交流することで励みになったり、他者の事例を参考にしたり、分科会的に一緒に活動したりということはやっている楽しさなどが加わって良い。他の企業との取り組み事例は刺激にもなる。(卸・小売業③) (製造業③) (建設業④)
- ・異業種との交流だけでもメリットある。(サービス業⑥)
- ・時間があまり取られない範囲であればいいのではないかと思う。(建設業②)
- ・当社は地元との共生ができていない部分もありコミュニティといってもどれだけメリットあるのか疑問。(建設業③)
- ・業界内の他の集まりも多々あるため、特にこれ以上コミュニティへの参加は必要ないとは考える。(サービス業⑤)

第3章 （仮称）さいたま市 CSR
チャレンジ企業認証制度
制度設計（素案）



1 目的

(仮称)さいたま市 CSR チャレンジ企業認証制度(以下、チャレンジ認証制度という。)は、企業として社会通念上求められる一定の社会的健全性を備えた市内中小企業に対し、「CSR チャレンジ企業」として公的認証を付与し、情報発信、本来の事業活動を通じた社会的健全性の更なる強化及び地域意識の向上に関する支援を実施することにより、自律的な CSR 経営ノウハウの獲得を促し、もって企業における地域(都市)と共生した持続可能な成長の実現を目的とする。

併せて、チャレンジ認証制度を核とした、市内中小企業に対する CSR の普及・促進を一体的に講じることで、「CSR 意識が高く、社会的信頼性の厚いさいたま市の企業」という産業都市イメージの形成を図る。

2 制度趣旨

(1) さいたま市が期待する“CSR 企業”のイメージ

CSR が時代の要請も変化していく中で、絶対普遍的なものでない¹ことを踏まえると、**本市が期待する CSR 企業のイメージとは、「内外の環境がどのような状態にあっても、常に CSR に対する高い意識をもち、それに対応した各社独自の CSR の方針に抛り企業活動を行うことができる姿勢と体制を兼ね備えている」という“進行形(-ing)”の企業である。**

併せて、各種の CSR に係る取り組みの実践にあたり、地域の人的・物的資源を活用するといった形で地域意識の向上も期待するところである。

(2) さいたま市が目指す CSR 企業を創出するための認証制度の特徴(独自性)

① 制度的特徴

チャレンジ認証制度は、**CSR に取り組む意欲のある中小企業を「CSR チャレンジ企業」として認証し、その取り組みを応援する制度である。**つまり、CSR 企業としての育成を図る制度であり、CSR 活動に取り組んだ実績(結果)のみをもって認証するだけの制度とは異なる。

【制度の名称の由来】

この企業イメージは、次の「第2章 事業所向けアンケート調査」の結果を重視しながら、検討を重ねることで得られたものであり、さいたま市 CSR 活動認証制度の本質的な特徴を示すものである。

¹ CSR は概念や定義が社会的に十分に確立されていない状況であり、また、社会情勢や周囲の環境変化により、求められる規範や行動の優先順位も異なることが想定されることから、不断の意識・取り組みが欠かせないものであり、確定的な CSR 企業像(いわば、〇〇ができたなら CSR 企業という完了形的説明)を与えることは、CSR の趣旨からも困難であり、上記のイメージ像が妥当であると考えられる。

なお、本市において CSR とは、あくまでマルチステークホルダーを念頭に置いたものであるが、市税を投入した支援を展開する以上、地域性を十分に勘案しない取り組みへの支援について、市民理解が得られないことが危惧される。一方で、企業に対し片務的な負担による地域貢献活動を求めることも、制度の本旨ではないことから、チャレンジ認証制度においては、自社の経営課題解決にあたり、可能な限り地域の人的・物的資源の活用を促す方向で、支援を講じていくこととする。

- ・地元企業の約半数は CSR に対する理解を示しながらも、小規模企業を中心に、具体的な活動に結び付けられる状況に至っていない。
- ・CSR に対する理解が深いほど、地域への貢献を踏まえた企業活動が、特別に「CSR」という意識も無く実践されている。そこで、企業の CSR 活動を待って、その結果を評価するのではなく、企業が CSR に対する理解を深め、CSR に取り組みやすいような環境づくりを本市が整備し、その環境のもとで、CSR に意欲を持つ企業が、市と共に CSR を推進していくことが重要と判断し、そのプロセスを評価するのがさいたま市 CSR 活動認証制度が担う役割とした。

このような制度趣旨に従って、制度の名称も「チャレンジ企業認証制度」とし、その制度に取り組む企業も「CSR チャレンジ企業」としたものである。

② 産業振興策としての位置づけ

チャレンジ認証企業からなる「(仮称)さいたま市 CSR コミュニティ」を形成し、そのコミュニティに対し、CSR 企業としてのステップアップを支援する。ステップアップ支援の内容としては、専門家による勉強会や集団又は個別コンサルティング等を想定している。

また、その過程を通じて CSR を共通認識とした異業種交流を図り、CSR に係る相互研鑽を図るとともに、新たなビジネスマッチングへの契機とする。

【産業振興との関係】

本市では、平成 21 年 3 月に改訂した「さいたま市産業振興ビジョン」において、企業活動と地域社会の融合を図り、双方の持続可能な発展を目指すため、CSR の普及促進施策の推進を位置づけてきたところである。

マーケティングにおける「CSR マーケティング戦略」という言葉にも代表されるように、CSR への取り組みそのものが新しい顧客を創造する機会となったり、新たな商品・サービスを生み出す新事業に発展したりすることが、CSR に関する論文等でも報告されている。

本調査研究においても、「CSR は産業振興に通じるものである」ことが部会等を通じて合意されたことを踏まえ、本制度を産業振興の施策として位置づけ、民間では実施困難と思われる CSR に取り組む企業のコミュニティの形成を促進し、ひいては CSR に取り組む企業を自治体として支援していくことを目的とするものである。

この「産業振興施策の一貫として CSR コミュニティを形成し、実態を把握しながら支援していく」との制度も本市独自の特徴と言えるものである。

③ 市内中小企業の CSR 普及・活性化に向けた総合的推進体制の構築

チャレンジ認証制度の運営をはじめ、支援制度のあり方、認証制度も含めた市が実施する CSR に係る各種施策を総合的に検討し、市長に提言を行う体制として「(仮称)さいたま市 CSR 推進委員会 (以下、CSR 推進委員会)」を設置する。この委員会での検討を通じ、チャレンジ認証制度をはじめとした本市 CSR 推進施策の検証及び見直しを図り、常に時代に即した制度運営を図っていく。

【さいたま市 CSR 推進委員会の重要性】

この CSR 推進委員会は、CSR に取り組む企業の活動状況を評価し認証する委員会であり、この制度の中核をなす機関である。この意味において重要性を有しているが、この認証機能にとどまるものではなく、市長からの諮問を受け、CSR 認証制度のみならず、さいたま市が実施する CSR 推進施策全般に関して、議論し、市長に報告・提言する機能を有する点において重要性と特徴を有している。

具体的には、CSR チャレンジ企業の認証基準（チェックリストの見直しなど）の改善や CSR コミュニティの形成・運用支援、さらには、CSR 認証企業に対するインセンティブのあり方まで、CSR 認証制度の仕組みを総合的に検討し、市長に提言する組織と位置づけられている。

（3）本市 CSR 施策の体系（チャレンジ認証制度制度の位置づけ）

本市の CSR の普及・促進施策を、図表 3-1 のように位置づける。

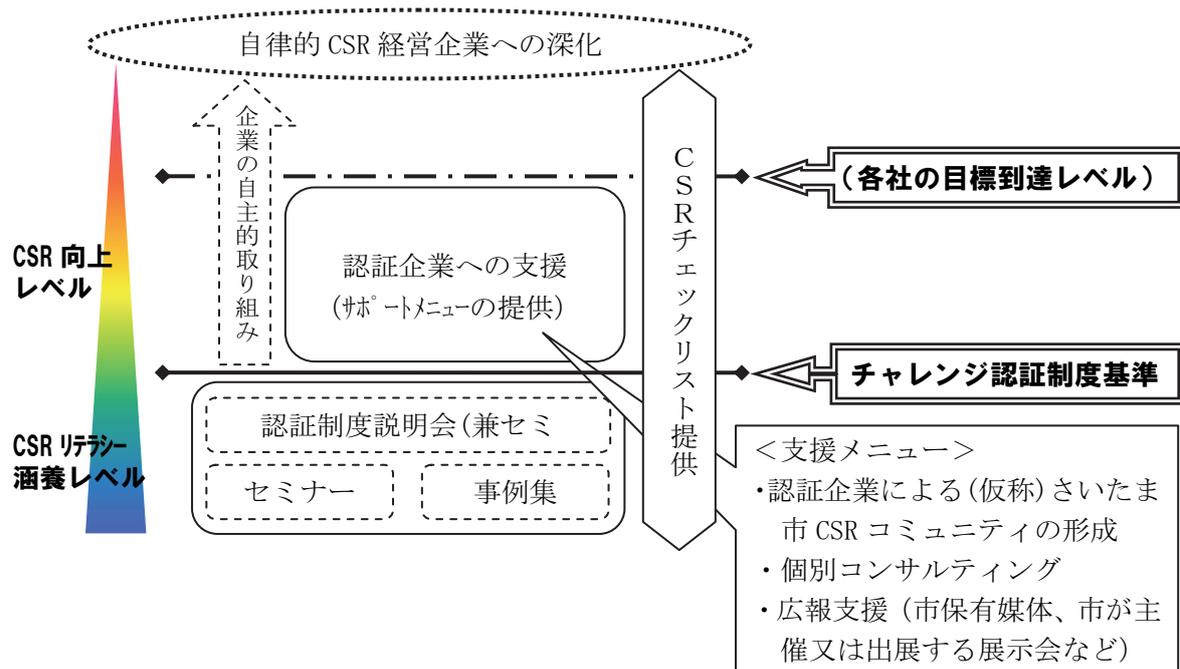
チャレンジ認証制度は、上記のとおり、市内中小企業が CSR について常に維持・向上を「自律的に」図ることができる体制を整えるとともに、社外に説明責任を果たせるようになるために必要な点検項目と支援を提供する一過程（中間的評価）として位置づける。

市内中小企業に対する CSR の普及という視点からは、対象とする企業は広範囲であるほど望ましいが、公的認証を付与する以上、一定の水準を設ける必要がある。したがって、その水準に達していない企業に対しては CSR への理解を深めるための研修機会を別途検討する。

一方、チャレンジ認証制度企業に対する認証期間（＝支援実施期間）満了後の評価については、認証時に企業が定めた CSR に関する目標の達成度合いを評価した上で、何らかの証明を行い、引き続き積極的な広報支援を継続することを予定している。

但し、この証明をランクの高い認証（いわゆる本認証）とすることやその内容については、今後の検討課題とする。

図表 3-1 本市の CSR 推進施策の体系



(4) チャレンジ認証制度企業のイメージ

チャレンジ認証制度企業は、企業が2-(1)に記した「本市が期待する CSR 企業のイメージ」の実現を図るための第一ステップとして位置づける。

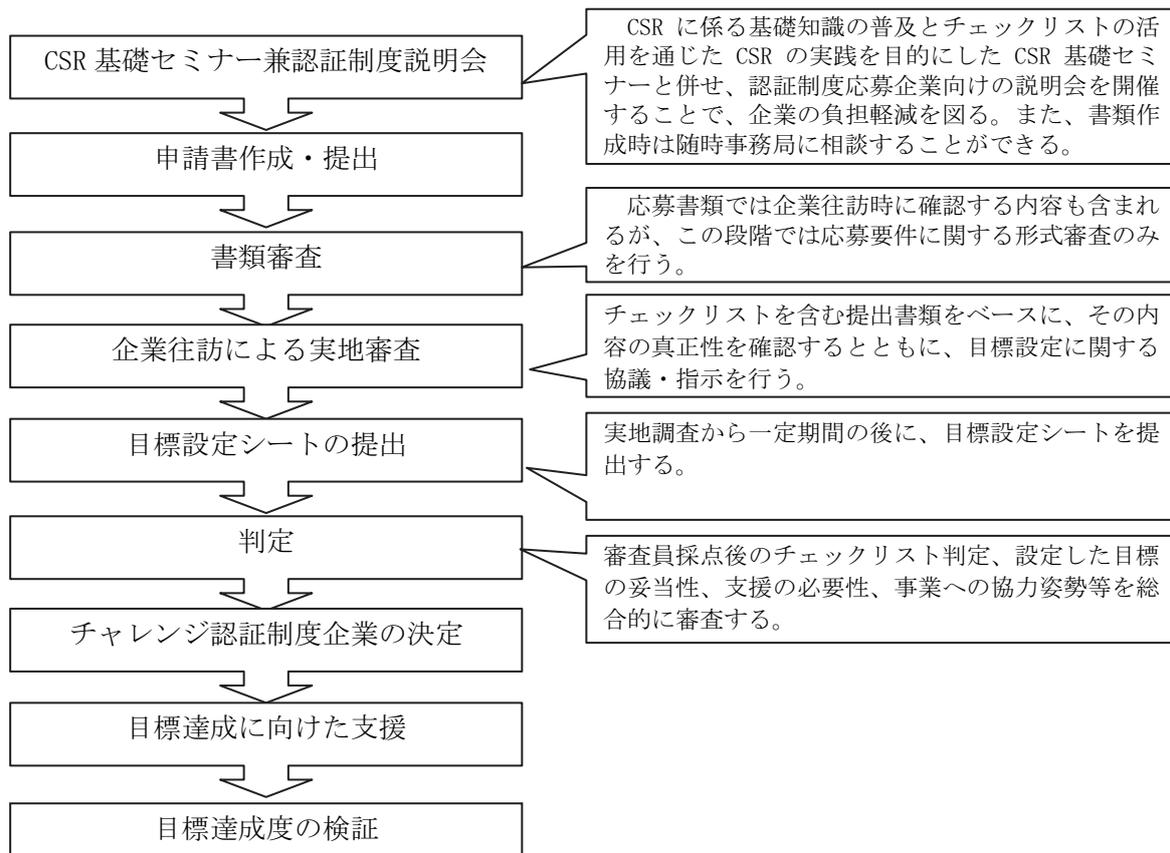
具体的には、これから企業が社会的健全性の強化に向けた取り組みを進めるに相応しい企業として一定の認知をされる状態にある、即ち、企業がコンプライアンスや財務状況、従業員や顧客といったステークホルダーとの関係性の構築において、社会通念上、最低限求められる水準に達していることを求める。その水準については、下記「応募基準」及び別紙の「チェックリスト」を用いて確認する。その上で、認証後の支援を活用しながら、本業における社会的健全性や地域志向の強化といった、より高次元の CSR の実現に向け、明確に目標を定めかつ継続的に実施しようとする中小企業をチャレンジ企業として認証する。

3 事業スキーム

(1) 実施フロー

チャレンジ認証制度の事業実施フローは、図表 3-2 のとおりとする。各フェーズの詳細を以下の各項で順に説明する。

図表 3-2 チャレンジ認証制度の事業実施フロー



(2) 制度の対象

市内に本社・本店を置く市内中小企業を対象とし、大企業及び市内に支店を置く事業所はチャレンジ認証制度の対象外とする。

その理由として、大企業では 2010 年 11 月に発行した ISO26000 等も参考に、既に一定の社会的健全性を確保する独自の取り組みが進められており、またその内容が CSR レポートの発行や自社の PR 活動を通じ、社会的に認知されている状況にある。そのような中で、認証制度にチャレンジしようとする中小企業と大企業が同列に位置づけられることにより、中小企業に対し大企業並みの CSR 活動を中小企業に求めることになり、結果として、チャレンジ認証制度が意図する「各社の実情に応じた CSR の推進」と矛盾することになる。

また、中小企業をメインターゲットとしたチャレンジ認証制度の利用を大企業に促すことは、

中小企業並みの CSR しかできていないという「誤解」を市民等に対してもたらしかねず、大企業にとって意図せざる企業のイメージダウンにつながる恐れがある。

一方、本市としては、大企業が現在取り組んでいる CSR が、より地域性を強く意識した活動と結びつくように期待するところであり、また大企業にとっても地域との関わりが増すことが、企業イメージの向上にもつながることが期待される場所である。

以上の点から、大企業については、当面はチャレンジ認証制度の対象とせず、地域との連携促進に向けた CSR 施策のあり方を今後検討していく。

また、市内に本社・本店の無い事業所に関しては、本制度が「CSR は経営戦略そのものである」という視点に立脚して制度設計を行っており、今後の制度運営を進めていくにあたっては、経営者の参画を重視していくことを踏まえ、対象外とすることとした。

図表 3-3 中小企業基本法における中小企業の定義

業種分類	中小企業基本法の定義
製造業その他	資本金の額又は出資の総額が 3 億円以下の会社又は常時使用する従業員の数が 300 人以下の会社及び個人
卸 売 業	資本金の額又は出資の総額が 1 億円以下の会社又は常時使用する従業員の数が 100 人以下の会社及び個人
小 売 業	資本金の額又は出資の総額が 5 千万円以下の会社又は常時使用する従業員の数が 50 人以下の会社及び個人
サービス業	資本金の額又は出資の総額が 5 千万円以下の会社又は常時使用する従業員の数が 100 人以下の会社及び個人

(3) 認証付与における基本姿勢

認証付与にあたっては、社会通念上、当然として要請される企業としての法的・経済的責任をベースに、企業が CSR として明確に認識していなかったものの、従来から取り組んでいた社会的責任に関する内容に着目した評価を行う。

また、より高次元の CSR にチャレンジするにあたり、とりわけ中小企業においては、経営者の考え方や姿勢といった主観的な要素も重要と考えられる。

そこで、その評価については応募企業が定める目標（何にチャレンジするか）について、その目標達成による企業信頼性の向上、持続可能な成長又は地域志向への転換に係る可能性を、企業からの申請及び聞き取り内容に基づき評価する。

なお、評価主体は CSR 推進委員会が担当する。

4 応募・審査・認証の手順

(1) 応募基準

応募基準は、市内中小企業が社会的健全性の強化に向けた取り組みを進めるにあたり、最低限の求められる企業活動を行い、かつ体制を備えている企業を抽出するために定めるものであり、具体的内容とその確認方法は図表 3-4 のとおりとする。

図表 3-4 応募基準及び確認方法

	応募基準	確認方法（申請書以外の提出書類）
1	【事業者に関する要件】 さいたま市内に本社又は本店を有する、以下のいずれかに該当する企業 ・株式会社及び合名会社、合資会社 ・合同会社及び有限会社 ・有限責任事業組合 ・投資事業有限責任組合 ・協同組合 ・農事組合法人	・登記簿謄本 （発行日から3ヶ月以内のもの）
2	【事業経歴に関する要件】 さいたま市内で3年以上継続して事業を営んでいること	・登記簿謄本 ・許可、認可又は免許を要する業においては、当該書類の写し
3	【暴力団関係者等排除に関する要件】 暴力団又はその構成員もしくは暴力団の構成員でなくなった日から5年を経過しない者の統制の下にある企業等	※宣誓書記載項目
4	【租税公課等に関する要件】 ①事業に関する租税公課（租税・公的な保険料等）の未納がないこと ※現に納付手続中又は行政審判を行っているものは未納扱いとしない	・社会保険資格取得証明書の写し ・公的保険料に係る領収書又は口座振替の場合、通帳等の該当ページの写し ※税については、申請書に市税の賦課及び納付状況の調査に同意する文言を記載（市税滞納が無ければ、国税・県税は納付されている）
5	【法令遵守要件】 その業において過去3年間行政処分を受けていないこと	※宣誓書記載項目
6	【財務的健全性に関する要件】 以下のいずれかに該当すること ・過去3年間の決算につき、2か年以上において当期利益が黒字決算であること ・直前期の自己資本比率が一定水準以上にある ² 。	過去3年間（直前2期ないし3期）の決算書

²CSRに取り組む企業として、「事業継続性」は重要であり、その判断材料として、財務健全性を確認するものである。その方法については、中小企業庁が公表する「中小企業の財務指標」等を参考に、簡便なものとしては「自己資本比率」〇%以上といった基準が考えられるが、「総資本利益率」等の指標も採用する必要があるとの意見も見られたところであり、今後、市内金融機関等からの助言も仰ぎながら、何らかの基準を設定する。

(2) 応募時提出書類

チャレンジ認証制度に係る各種書類の構成は、概ね下記によるものとする。

① 申請書

図表 3-5 チャレンジ認証制度申請書に盛り込む項目・内容及び審査の視点

項 目	内 容	審 査
申請者	<input type="checkbox"/> 住所・連絡先 <input type="checkbox"/> 代表者名 <input type="checkbox"/> 担当者名・連絡先	応募要件
市税の賦課及び納付状況に関する同意文言	※市税納税証明の添付を省略するため	応募要件
企業概要	<input type="checkbox"/> 設立年月日 <input type="checkbox"/> 資本金 <input type="checkbox"/> 従業員数（社員、6ヶ月以上勤務のパート・アルバイト） <input type="checkbox"/> ホームページアドレス <input type="checkbox"/> 事業内容	応募要件 認証審査
応募動機・目的	<input type="checkbox"/> 応募動機・目的	(往訪時基礎資料)
往訪調査	<input type="checkbox"/> 日程調整	認証審査 (往訪時基礎資料)

② 宣誓書

以下の内容については、客観的な証明が実態的に困難であることから、それぞれについて、企業代表者からの宣誓・自認をもって確認に代える。

申請又は認証後に自認内容と反する事実が確認された場合は、認証不可又は認証取り消しの措置を講じる。なお、応募資格やチェックリストを公表することにより、社会的監視機能を期待するところである。

図表 3-6 宣誓書に盛り込む項目及び審査の視点

内 容	審 査
暴力団関係者等排除に関する内容について	応募要件
過去3年間の行政処分に関する内容について	応募要件
その他、法令遵守全般に対する内容について	応募要件
チェックリストに関する自認について	認証審査

③ その他添付書類

応募要件等の審査及び①申請書を補完する目的で、以下の書類の提出を求める。

図表 3-7 添付書類の一覧及び審査の視点

書類名称	確認事項	審査
登記簿謄本	<input type="checkbox"/> 本社所在地 <input type="checkbox"/> 事業経歴（創業年月日）	応募要件
許可、認可又は免許を要する業においては、当該書類の写し	<input type="checkbox"/> 事業経歴 <input type="checkbox"/> 法令遵守	応募要件
社会保険資格取得証明書の写し	<input type="checkbox"/> 租税公課（納付義務）	応募要件
公的保険料に係る領収書又は口座振替の場合、通帳等の該当ページの写し	<input type="checkbox"/> 租税公課（保険料納付状況）	応募要件
過去3年間（直前2期ないし3期）の決算書	<input type="checkbox"/> 当期利益 <input type="checkbox"/> 財務健全性	応募要件
企業パンフレット	<input type="checkbox"/> 企業概要	認証審査 （往訪時基礎資料）

④ チェックリスト

チェックリストは、企業がコンプライアンスや財務状況、ステークホルダーとの関係性の構築において、社会通念上、最低限求められる水準に達しているかどうかを確認するために用いる。

多くの中小企業では、企業自身がステークホルダーとの良好な関係の構築に係る様々な取り組みをCSRとして明確に認識していないこともあり、ステークホルダー別に想定される具体的事例の取り組み状況を確認することで、ステークホルダーとの関わり度合いも含めた、企業の社会的健全性の現状を明らかにすることを目指す。

チャレンジ認証制度で用いるステークホルダーの区分は、中小企業にもわかりやすいものとするため、図表 3-8 のとおりとし、現段階での詳細を別紙「チェックリスト（案）」にて示す。但し、その内容・項目数・配点ウェイト（傾斜配分）の有無とその内容については、引き続き検討を行うものとする。

なお、各項目のうち、社会的健全性の根幹を成すとともに、法令に規定のあるものや社会的要請が特に強い内容については「必須項目」として定め、これらの項目が該当しない場合は、原則として認証不可とする予定である。

図表 3-8 チェックリストの概要

区 分	ステークホルダー	必須項目（該当しない場合は認証不可とする）
企業内部 ※項目数は全項目数の 4割程度を想定	自社	<input type="checkbox"/> 過去3年間の行政処分が無い <input type="checkbox"/> 政治家・公務員との癒着禁止
	従業員	<input type="checkbox"/> 人員削減の適法処理（退職強要行為の禁止） <input type="checkbox"/> 昇給・昇進時の性別・国籍差別の禁止 <input type="checkbox"/> 法令に基づく健康診断の受診
	出資者・融資先	<input type="checkbox"/> 適法な決算・配当（ある場合） <input type="checkbox"/> 適法な株主総会・取締役会等の開催
企業外部 ※項目数は全項目数の 3割程度を想定	顧客（消費者）	<input type="checkbox"/> 事実と異なる表現・説明の防止 <input type="checkbox"/> 自社製品・サービスにおける安全性重視 <input type="checkbox"/> 製品不具合発生時の自主回収と再発防止
	取引先（調達元）	<input type="checkbox"/> 優越的地位の濫用禁止 <input type="checkbox"/> 不当な短納期発注 <input type="checkbox"/> 知的財産権の不侵害
地域社会 ※項目数は全項目数の 3割程度を想定	地域	（設定無し）
	社会全般（環境含む）	<input type="checkbox"/> 反社会的勢力との関係禁止

（3）書類審査

CSR推進委員会は4-(1)応募基準に基づき、その結果を市長に報告し、市長は応募不適合と確認した企業に対し、書面にてその旨を通知する。なお、確認項目は図表 3-4 に掲げた項目のうち、1、2、4、6 が該当し、主に形式的な審査を行う。

（4）実地審査（企業往訪）

応募基準を満たした企業については、CSR推進委員会又は委員会の委嘱を受けた専門家及び事務局職員が企業に往訪し、経営者及び従業員へのヒアリング及び実地審査を行う。実地審査の内容、手順は図表 3-9 のとおりとする。

図表 3-9 実地審査における審査内容

	項 目	審 査 内 容 等
1	日程調整・事前連絡	<input type="checkbox"/> 応募書類の確認後、応募企業側と日程を調整 <input type="checkbox"/> チェックリスト確認資料の事前準備依頼
2	経営者及び財務・総務担当者 ヒアリング	<input type="checkbox"/> 実地審査の趣旨を伝達 <input type="checkbox"/> 応募動機、応募に係る従業員への周知状況等をヒアリング <input type="checkbox"/> チェックリスト自己評価内容のうち、文書確認が困難な内容について取り組み状況について質問（説明能力の確認）
3	チェックリスト確認・巡視	<input type="checkbox"/> チェックリスト自己評価内容のうち、文書及び現場巡視で確認できる項目を確認
4	従業員ヒアリング	<input type="checkbox"/> 任意の現場従業員複数名に対して、自己評価チェックリストに関する事項をインタビュー ※企業の代表者等の応答内容との差異や、潜在的な事業リスクの把握に努める。 ※但しこのインタビューは企業の代表者等を排除し、従業員に「発言によって企業から不利益な取り扱いがない旨」を告知して行うものとする。
5	目標設定に関する協議	<input type="checkbox"/> チェックリスト自己評価の状況や、自社の規模、経営資源、社内外を取り巻く環境に照らして、チャレンジ認証制度を通じ達成したい「CSR 経営目標」設定の方向性について協議を行う。 <input type="checkbox"/> 目標設定の方向性を、以下のとおり指導する。 ・現在の取り組みの深化（量的・質的目標の増加等） ・新たな取り組みの追加（取り組む分野の拡大等） ・目標到達過程における地域意識の向上（地域の人的・物的資源の新たな活用等） <input type="checkbox"/> 一定期間後に、目標設定シートの提出を依頼する。

（５）目標設定シート

応募企業は実地審査の内容を踏まえ、一定期間の後に「目標設定シート」を提出する。シートの内容については、後述の図表 3-12 のとおりである。

（６）チェックリストの審査

① チェックリストの採点

チェックリストの自己評価結果について、実地審査結果に基づき、各項目について図表 3-10 の採点基準により採点を行う。

なお、採点は取り組み事実が確認されなかった場合の減点のみならず、実地審査の結果、企業がチェックをしていない項目についても、取り組みの実施が確認された場合は加点する。

図表 3-10 チェックリストの採点基準

文書確認	状 況	加点の判断
可能	必要な文書を提示でき、かつその文書が真正である場合	加点する
	文書の提示は無いが、ヒアリングにより一定の真正性が認められる場合	状況に応じて一部加点する
	文書は存在するが、真正性の確認が乏しい場合	加点しない
不可能	宣誓書(自認書)の提出がある場合	ヒアリングで可能な限り真正性を確認し、加点する
	宣誓書(自認書)の提出が無い場合	加点しない

② 判定フロー

チェックリストに係る合否判定は、図表 3-11 のとおり 3 段階の基準を設けることを想定している。

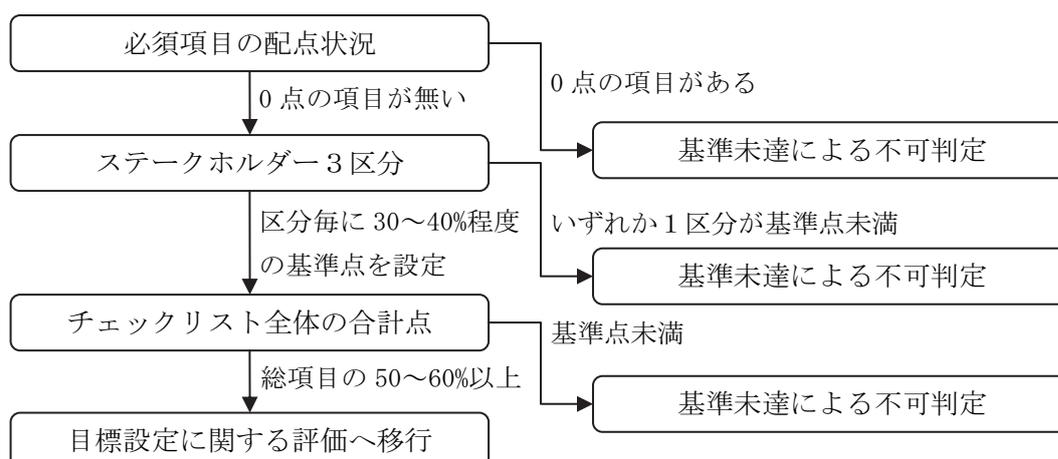
第 1 段階は、図表 3-8 で示した必須項目に関するフィルタリングを行う。これは、社会通念上、これらに該当しない企業が認証企業となることが相応しいとは言えないという判断によるものである。

第 2 段階は、図表 3-8 のステークホルダー 3 区分について、それぞれの区分における取り組み状況を確認するものである。これは、CSR が様々なステークホルダーとの関係性の下に成り立つものであることを踏まえると、特定のステークホルダーに偏った取り組みを追認することは望ましいといえないからであり、チャレンジ企業としての「最低水準」として位置づけるものである。

第 3 段階は、チェックリスト項目全体の実施状況を確認するものである。この基準には、「基準点方式」か「基準割合方式」2つの方法³があるが、現段階では結論に達していないため、引き続き検討を行うが、この段階については、最終的認証企業数を左右することになるため、認証企業からなる「(仮称)さいたま市 CSR コミュニティ」の効果や予算規模なども勘案する必要がある。

³「基準点方式」の場合、特にチェックリストが詳細になればなるほど、中小企業が実際に取り組んでいる内容が多くなり、認証を受けられるチャンスが高まるが、チェック自体の負担が大きくなるデメリットがある。また、項目数の増加は、内容の細分化をもたらすため、基準点が低いと、実質的には同じような内容にしか取り組んでいない企業が認証を受ける可能性がある。一方、「基準割合方式」の場合、総項目数との関係にもよるが、比較的幅広い取り組みを行っているような CSR 意識の高い企業を抽出できる可能性が高くなる一方で、業種・規模によって全く該当しない項目があると、満点(分母)が変わり、不公平が生じるというデメリットもある。いずれにしても、今後の作業において、極力全業種・規模に共通する標準的項目を抽出する必要があると考えている。

図表 3-11 チェックリストの判定フロー



(7) 目標設定に関する評価

チェックリストの審査を通過した企業について、目標設定シートの記載内容等について、図表 3-12 の基準により審査を行う。

判定基準は、「全項目該当」とする。これは、審査基準が実地審査時における「目標設定に関する協議」で、応募企業に伝達している内容であり、また、目標設定シートも、可能な限り記入することにより下記基準を満たすことができるフォーマットとするためである。

なお、1項目でも非該当となった企業については、目標再設定（シートの再提出）を指示するものとし、再設定を辞退した企業については、この段階で審査を終了する。

図表 3-12 目標設定に関する審査基準

審査基準	判定	
□目標設定シートは全て記入されているか。	該当	非該当
□設定された目標に、現在の取り組みを深化（量的・質的目標の増加等）させる内容が含まれているか。	該当	非該当
□設定された目標に、新たに取り組む CSR の内容が含まれているか。	該当	非該当
□設定された目標の実現プロセスにおいて、地域のリソースを積極的に活用したりするなど、地域を意識した内容が盛り込まれているか。	該当	非該当
□設定された目標の表現は、経過観察時及び認証満了時の効果測定時において、比較検証可能な形式で記述されているか（必ずしも定量化する必要は無い）。	該当	非該当
□設定された目標は、企業規模及び業種、その他経営資源に照らして適度なレベルに設定されているか（実現可能性のみならず、容易に、実現できるレベルで無いことが望ましい。）	該当	非該当

(8) 最終判定

目標設定に関する評価を通過した企業について、CSR 推進委員会で以下の内容について協議を行う。協議の結果、認証に相応しいと認められる企業を決定し、結果を市長に報告する。

<協議事項>

- ・ 実地審査時の状況（経営者や従業員の協力体制、社内環境の状況）※審査担当者が報告
- ・ その他、認証にあたって必要な事項に関すること ※各委員からの提起による

(9) 認証の決定

市長は、CSR 推進委員会からの報告に基づき、認証を与えることが不適切である場合を除き、CSR チャレンジ企業としての認証を決定し、その旨を企業に通知する。

認証した企業については、市広報誌やホームページ等の媒体において当該企業名等を公表する。

5 認証企業に対する支援制度

(1) 支援制度の考え方

CSR の普及を広く企業に進めていくにあたり、特に取り組み当初にあたり、経済的インセンティブを訴求することは効果的な手法と考えられる。実際に、今後増大が見込まれる CSR 調達や、それ以前からの ISO14000 や ISO9000 など、特定の認証取得を調達条件に組み込む企業や官公庁が見られるのは、その一例とも言える。

本市のチャレンジ企業認証制度についても、市内中小企業における CSR（経営）に対する理解の普及促進を企図するものであり、調査研究過程で明らかになった市内中小企業における CSR に対する認知度等も考慮すると、企業の実利に資するインセンティブを梃子に、認証制度の活用を促し、もってより多くの市内企業における CSR の実践につなげていくことも一定の意義が認められる。

その一方で、本調査研究において実施中の企業ヒアリング対象企業の大半では、CSR はインセンティブやメリットにより実施するものではなく、経済的インセンティブの存在により、表面上の取り組みを取り繕う企業も出てくる可能性があることを指摘しており、経済的インセンティブ以上に、認証企業相互の交流の場の提供や、自社の CSR 活動を市民等に対してアピールする機会を提供してほしいとの声も見られるところである。

これらインセンティブの効果と課題に加え、支援制度の検討にあたっては予算制約も考慮しなければならないが、十分な予算が確保できない場合にあっても、企業がチャレンジ認証制度を活用したいと思える環境づくりを進めていく必要がある。

以上の内容を総合的に勘案した結果、CSR チャレンジ認証企業に対する支援制度については、チャレンジ認証企業がより高いレベルの CSR 企業に成長するための必要な経営支援を提供するものとする。支援の提供により、多くの市内企業のレベルアップが図られ、本市産業振興につながることが期待される所であり、この支援がチャレンジ認証制度が持つ大きな特徴と位置付けている。具体的には、企業がチャレンジ認証取得時に自ら掲げた目標の達成と、そのプロセスの

外部への見える化のための「サポート」に特化するものとし、チャレンジ認証企業に対する経済的インセンティブ（特典）⁴の付与は今後の検討課題とする。

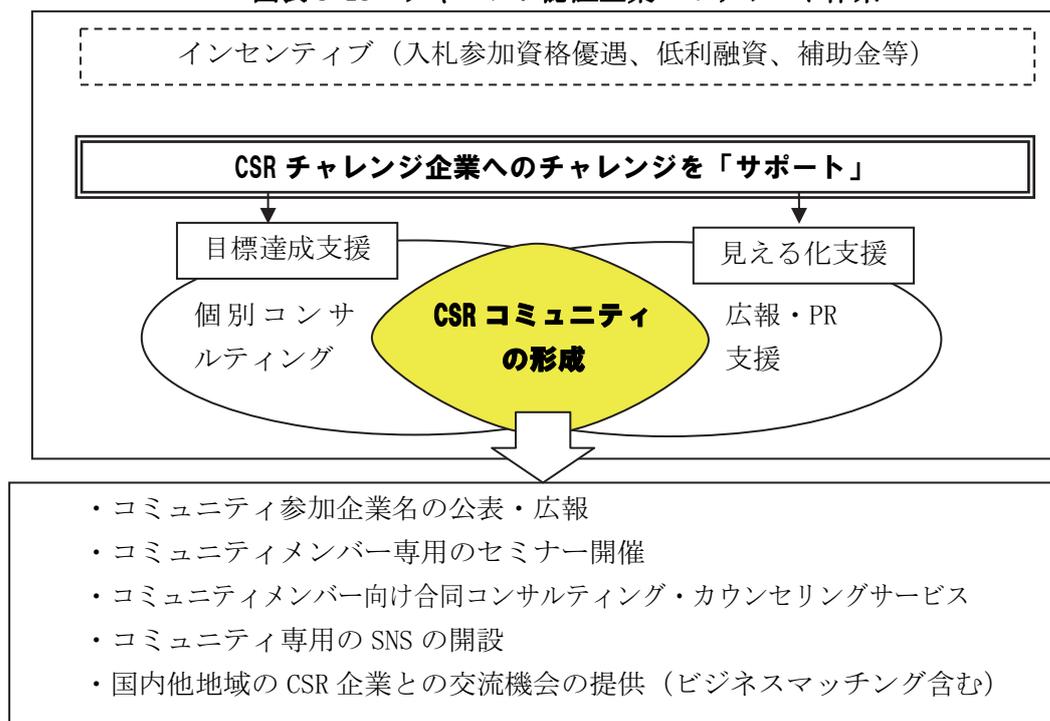
（２）支援制度の設計

目標達成に向けたサポートについては、別紙チェックリストの内容に即して、専門家や関係機関によるコンサルティングや情報提供、関連企業・団体等とのマッチングなどを行うものである。但し、個社ごとの支援はコスト増加の要因となるという課題がある。

目標達成プロセスの「見える化」のサポートについては、チャレンジ認証制度企業名の公表を、市広報誌やホームページのみならず、市が主催又は出展する各種展示会での事例展示、毎年実施する予定である（仮称）CSR セミナー兼認証制度説明会における事例発表などにより、企業の PR 及び CSR 経営の取り組み状況の周知を図ることを想定している。

この「目標達成」と「見える化」を包括的に支援するメニューとして、「（仮称）さいたま市 CSR コミュニティ」の形成と、同コミュニティへのグループ支援を行うことを、インセンティブの中核として位置づけるものである。

図表 3-13 チャレンジ認証企業へのサポート体系



⁴ 捉え方によっては、サポート自体をインセンティブとして説明することができるが、ここでは、支援制度に対する考え方を明確にするために厳密に定義する。

(3) サポートメニュー1 (仮称) さいたま市 CSR コミュニティの形成

① 概要

CSR チャレンジ認証制度を受けた中小企業等からなる企業コミュニティを形成し、同コミュニティに対する支援を認証企業支援の中心に据える。

② コミュニティへの支援メニュー

- a. コミュニティ参加企業名の公表・広報
- b. コミュニティメンバー専用のセミナー開催
- c. コミュニティメンバー向け合同コンサルティング・カウンセリングサービス
- d. コミュニティ専用の SNS⁵（ソーシャルネットワークワーキングサービス）の開設
- e. 国内他地域の CSR 企業との交流機会の提供（ビジネスマッチング含む）

③ 効果

【認証企業側のメリット】

- ・コミュニティ参加企業相互による情報・ノウハウの共有と切磋琢磨する環境を整備することによる、自社の CSR 経営目標の早期実現
- ・これまで接点の無かった企業（規模・業種）において、CSR を共通とした異業種交流が図られ、新たなビジネスマッチング機会の創出に寄与

【支援提供側のメリット】

- ・全国的に先例の無い、「CSR 経営に対する意識の高い企業によるコミュニティ」を PR することにより、チャレンジ企業認証制度のイメージアップが図られ、認証企業の増加や認証価値の向上が期待できる。
- ・個別支援と比べ、コストの抑制が図られ、事業の安定的継続が可能となる。

④ 課題

- ・認証は受けたものの、コミュニティへの参画を希望しない企業への対処
- ・企業がメリットとして感じられるような PR 方法
- ・市民や NPO などとの建設的交流機会の創設

(4) サポートメニュー2 個別企業へのサポート

① 概要

個別企業への専門家派遣などについて、必要な支援を講じる。

② 支援メニュー

- ・委員又は専門家によるコンサルティング（無料又は安価）

※予算制約の関係上、総実施可能回数及び1企業に対する上限回数を設定する。

※専門家については、本市の中小企業支援センターである（財）さいたま市産業創造財団が実施する「専門家派遣事業」のスキームを活用することを検討する。

⁵ 一般的に、人と人とのつながりを促進・サポートする、コミュニティ型の会員制 WEB サイトを指す。

(5) サポートメニュー3 広報・PRサポート

① 概要

上記(1)のコミュニティ全体としての広報を含めて、市報、市HP等の媒体の他、市主催又は出展する展示会への出展を行う。

② 支援メニュー（原則としてCSRコミュニティとして一体的に行う）

- ・認証企業に関するプレスリリース
- ・「市報さいたま」での企業名公表
- ・さいたま市ホームページでの企業名、事業内容、目標等の公表
- ・認証企業ガイド（パンフレット）の作成、配布
- ・CSRセミナー兼認証制度説明会におけるプレゼンテーション
- ・市主催又は出展する展示会への出展⁶

③ 今後の検討

- ・市民や学生等を活用した「CSRレポート」の作成など魅力的かつインパクトのある手法の開発

6 今後の検討課題

本節では、次の6つの課題を今後の検討課題としているが、はじめの2つ「6-(1) CSR推進委員会の機能・役割」と「6-(2) チェックリスト項目及び審査基準の精緻化と確定」が、次年度以降のCSRチャレンジ企業認証制度の実施に向けて短期的に協議し決定する必要がある検討課題であり、「6-(3) チャレンジ認証期間終了後の企業評価のあり方」、「6-(4) 認証企業のPRのあり方」、「6-(5) インセンティブ（特に、入札・調達における優遇措置）」は、CSRチャレンジ企業認証制度を実施していくなかで検討すべき中長期的課題である。

(1) CSR推進委員会の機能・役割

市内中小企業におけるCSRの活性化に向けた総合的推進体制として、(仮称)さいたま市CSR推進委員会を設置する方向としたところである。

本委員会については、市内中小企業におけるCSR活性化に向けた施策の中核をなす、チャレンジ認証制度の運営・改善をはじめ、本市のCSR施策全般について検討及び市長への提言を行うことを目指すところであり、この委員会が十分な機能を果たすことにより、チャレンジ認証制度をはじめとした本市CSR施策の実効性が担保されるものである。よって、今後、最優先で検討すべき課題と認識している。

現段階で想定されるCSR推進委員会の所掌事務としては、以下のものが挙げられるが、今後、委員会の権能、委員構成、任期等が検討内容となる予定である。

⁶ 想定される展示会として、さいたま市商工見本市（市主催）、彩の国ビジネスアリーナ（埼玉県主催）、インターネプコンジャパン（市出展：CSR調達支援としての参考出展を想定）などが考えられる。

【CSR 推進委員会の所掌事務（想定）】

- ・ CSR チャレンジ認証制度における審査に関すること
- ・ CSR チャレンジ認証制度における認証企業に対する経営支援に関すること
- ・ CSR チャレンジ認証制度の普及に関すること
- ・ 市内企業等に対する CSR 教育に関すること
- ・ CSR チャレンジ認証制度をはじめとした、本市 CSR 施策に係る調査研究及び改廃に関すること

【さいたま市 CSR 推進委員会の設置スケジュール（案）】

CSR 認証制度の中核をなすこの CSR 推進委員会については、次年度のなるべく早期に設置し、平成 24 年度中に認証制度の実施を図る予定である。

現段階でのスケジュールは次のとおりであり、まずは「チェックリスト項目及び審査基準の精緻化と確定」に取り組む予定である。

- ・ 4 月 さいたま市 CSR 推進委員会設置、短期的検討事項の協議
- ・ 6 月 制度細目の決定、制度要綱の告示
- ・ 8 月 CSR セミナー兼認証制度説明会の開催、CSR 企業の公募
- ・ 11 月 CSR チャレンジ企業の認証、支援開始

（２）チェックリスト項目及び審査基準の精緻化と確定

チェックリストは、チャレンジ認証制度に係る審査のみならず、本チェックリストの公開を通じ、制度には応募しないが自社の CSR の状況についてセルフチェックを行うことのできるツールとして広く供することを想定していることから、本市 CSR 施策全体の推進にとっても非常に重要である。

これまでの部会での議論においては、業種や事業規模ごとに想定される不適合事項の抽出、重複や不足する内容の整理、行政において企業に求めるべきことの明確化などが指摘されたところであり、引き続き精査を行うことが必要な状況である。

また、チェックリスト項目に係るウェイト（重点配分化）の必要性や、チェックリスト以外の審査基準（財務健全性の評価）なども検討課題として残されている。

【チェックリストに関する検討課題】

チェックリスト項目について、審査基準の精緻化を図るための検討課題は、次のとおりである。

次年度以降の CSR 認証制度の実施に向けて、CSR 推進委員会において協議し決定すべき項目である。

- ・ 分野におけるチェック項目の過不足の排除
- ・ 分野におけるチェック項目の重複の排除
- ・ 分野間における整合性の確保
- ・ 分野間のウェイト（重点配分化）の要否

【審査基準に関する検討課題】

審査基準に関する検討課題は、次のとおりである。

チェックリストの検討と同様、次年度以降の CSR 認証制度の実施に向けて、CSR 推進委員会において協議し決定すべき項目である。

- ・総得点の計算方法と合格基準の設定
- ・必須項目と任意項目の区分の要否
- ・分野間のウェイト（重点配分）の要否
- ・見直しルールの検討

（３）チャレンジ認証期間終了後の企業評価のあり方

2-(3)節にあるとおり、チャレンジ認証制度はCSR向上レベルの市内中小企業に認証を付与する制度であるが、企業の視点からは、チャレンジ認証を取得し、一定期間の経営努力を経て、目標達成したときに得られる「付加価値（或いはお墨付き）」があることで、チャレンジ認証に応募しようとする動機付けになるとも考えられ、これまでの部会においても、そうした企業をいわゆる「本認証企業」として位置づけ、何らかの（経済的）インセンティブを付与すべきという議論もあったところである。

一方で、2-(1)節で説明したとおり、CSRが絶対普遍的でない、いわば終わりの無いものという認識に立ったときに、一定の水準に達したことを示す「本認証」を付与することは、本市CSR施策の中核をなす、このチャレンジ認証制度の設立趣旨と乖離する懸念もあることから、チャレンジレベルから「卒業」したことを「証明」する方法なども考えられるところである。

これらの議論を踏まえ、今後、チャレンジ認証期間が終了し、自ら課した目標を達成した企業の評価（位置づけ）について、慎重に検討する必要がある。

（４）認証企業のPRのあり方

地方自治体が実施する認証制度を受けるメリットの一つに、自治体という社会的信用の大きい組織から一種のお墨付きがもらえることがあげられる。確かに、そのメリットに対する考え方は、それぞれの企業により異なると考えられるが、認証主体である本市としては、ホームページや市報を通じての広報のみならず、「認証マークの制定」、新たな広報手段として注目を集めているソーシャルメディアによる広報など、その企業のCSR活動を自治体がPRし、CSR活動の継続・発展を促進するように努めることが重要である。

他方、部会での議論において、CSRに積極的な企業として広報したことにより、NPOや市民活動団体からの協賛や寄付への協力依頼が殺到した事例が紹介されたが、このような自体が、本市のCSRチャレンジ認証企業にも発生することが懸念されるという負の側面も併せ持つことには十分に留意する必要がある。

このような副作用を放置しておく、チャレンジ認証制度のみならず、本市のCSR推進施策全般への信認を喪失しかねない事態となることから、認証企業の広報・PRのあり方について、企業のニーズ等も把握しながら、効果的な手法を検討する必要がある。

（５）インセンティブ（特に、入札・調達における優遇措置）

チャレンジ認証制度においては、当面、限定的な意味での「インセンティブ」の付与は実施しない方向と考えているが、6-(3)節にあるチャレンジ認証期間終了後の企業評価として、何らかの方策を検討する必要性は認められるところである。

中でも、入札・調達における優遇措置については、企業がCSRに対応する一側面として「CSR

調達」の動きが、今後、官民を問わず加速することが予測されることから、本市としても、入札・調達における優遇措置を講じることは、CSRに係る経済的インセンティブとして導入することは、一定の必要性が認められるところである。

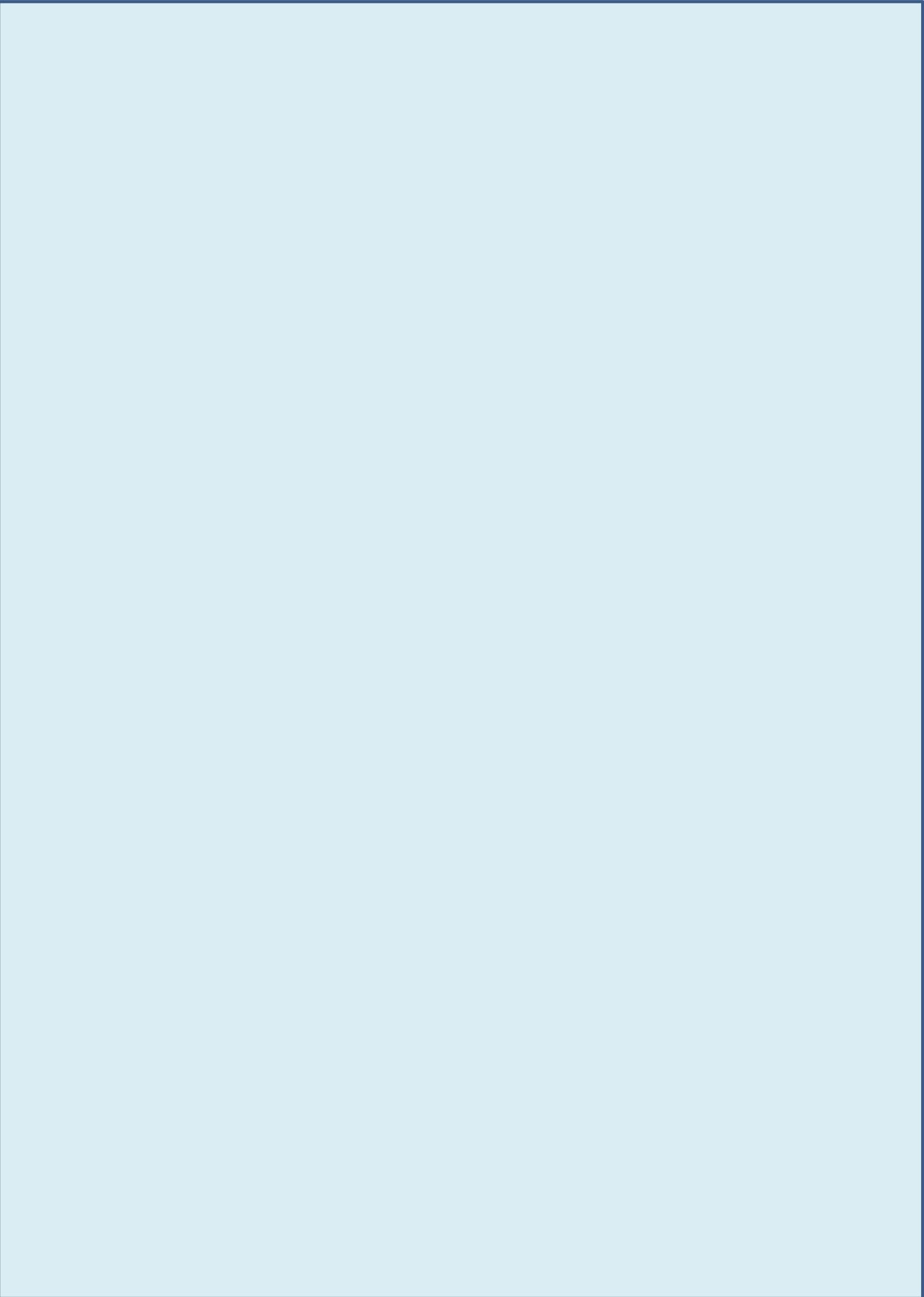
現段階で本市として講じることのできる優遇措置は、建設工事等における「総合評価方式」の配点への付加に限定されている。現在のところ、労働福祉の状況や次世代育成支援、地域の安心・安全への貢献の実績、ボランティア活動の実績などが項目として列挙されているため、チャレンジ認証制度企業に対する加点措置を検討することは不可能ではない。

しかし、本優遇措置をインセンティブとして採用した場合、建設業に属する企業が認証制度に多く応募することが予想される。応募企業が多くなること自体に特段の問題を生じるわけではないが、認証企業が特定の業種に偏在した場合、予期しない結果として、「他業種には関係の無い制度」という誤った理解を与えてしまう可能性もある。⁷

本制度が広範な業種、業態における社会的健全性の強化を目指すというものであるという点も踏まえ、入札優遇措置をインセンティブとして採用するかについては、平成24年度の制度運用動向等も踏まえながら、引き続き検討課題とする。

⁷ 先行事例でも、入札参加資格への優遇を設けた結果、建設業の申請・認証(認定)割合が高くなった事例も見られる。

資料編



委員会議事録

さいたま市 CSR 活動認証制度設計に関する調査研究

第 1 回委員会議事録

日時：平成 23 年 7 月 5 日（火） 10:30~12:30（2 時間）

場所：さいたま市役所第 7 委員会室（さいたま市浦和区常盤 6-4-4）

出席者（敬称略）

〔委員〕

永沢映、水村典弘、泉貴嗣、鈴木暁子、川鍋隆、細野廣吉、岡安博文、藤田萬豊

〔事務局〕

・さいたま市

経済局長 森田治、経済部経済政策課長 井上政行、経済部経済政策課総務係長 江幡暢弘、
経済部経済政策課総務係 主査 矢部誠二、同 主任 村上正史、同 主事 宮下大典

・財団法人地方自治研究機構

主任研究員 岸田拓士、研究員 武村勝寛

・株式会社東レ経営研究所

松井滋樹、森本有紀

配布資料

1. 次第
2. 委員名簿
3. 座席表
4. 資料 1 調査研究企画書
5. 資料 2 さいたま市の CSR 活動認証制度に対する考え方
6. 資料 3 先行事例のケーススタディ
7. さいたま市 CSR 事例集 2008
8. (財) 地方自治研究機構パンフレット

議事概要

1. 開会

- 配布資料の確認、配布資料の確認（事務局）
- さいたま市森田経済局長、財団法人地方自治研究機構藤田事務局長よりあいさつが行われた。

2. 委員紹介と委員長の選出

- 事務局より各委員の紹介を行った。あわせて永沢委員を委員長とすることが了承された。

3. 議事

(1) 調査研究報告書（案）について

- 事務局より資料 2（さいたま市の CSR 活動認証制度に関する考え方）についての説明が行われた。概要は以下のとおり。

- ・さいたま市の中でも企業で徐々に CSR 活動が生まれ、根付き始めている。「さいたま CSR 事例集 2008」や、平成 21 年にさいたま商工会議所で実施された「地域貢献企業調査事業調査」の中で、さいたま市の企業の CSR 活動への取り組みや関心の高まりが明らかになってきた。
- ・平成 21 年 3 月に改訂した「さいたま市産業振興ビジョン」には、さいたま市として初めて産業振興施策として CSR への取り組みを盛り込んだ。
- ・平成 21 年 5 月に清水市長が「絆」をキーワードに新しく就任。「さいたま市しあわせ倍増プラン 2009」が策定され、その中で企業の CSR 活動の認証制度を創設・推進すると決定した。まだまだ CSR への取り組みが進んでいない企業へ啓発し、CSR への取り組みを浸透させていくために考えたのが当認証制度案である。
- ・類似制度を導入されている自治体もまだ少ないため、先行自治体の事例を参考にしつつも、さいたま市の企業の特徴を捉え、かつ独自性のある認証制度を目指している。
- ・さいたま市の考える CSR は、産業振興施策ツールであり、特に中小企業育成の一環として考えている。

- 事務局から資料 1（調査研究企画書（案））についての説明が行われた。概要は以下のとおり。

- ・調査研究は 5 つの枠組み「1.CSR の現状」「2.先進地の取り組み事例」「3.さいたま市の CSR 方針」「4.チャレンジ資格案の策定」「5.さいたま CSR ガイドラインの策定」の構成で考えており、本委員会では企画書案の内容について承認を頂きたいと考えている。
- ・「1.CSR の現状」については、CSR の定義、国内外の CSR の現状及び企業の取り組み状況、国際標準化機構の ISO26000 についての整理や過去から現在までの CSR に関する国際的な動きも含め整理していく。
- ・「2.先進地の取り組み事例」では、地域密着・地域貢献型の限定的な CSR の取り組みが各地で行われており、先進的な横浜市、宇都宮市、京都市、松山市の取り組みを調べ、各市の共通の取り組み、あるいは違いなどを整理していく。
- ・「3.さいたま市の CSR 方針」では、さいたま市が何を目指し、どのような認証制度を望むのかを明らかにする。
- ・「4.チャレンジ資格案の策定」では、さいたま CSR の基準作りを行い、その基準をさいたま市内企業にあてはめて妥当か否かをアンケート調査及びヒアリング調査で明らかにする。そ

の結果を第二回の委員会（予定）でご報告する。

- ・「5.さいたま CSR ガイドラインの策定」において、選定の手順等を確定していく。

○事務局から資料3（先行事例のケーススタディ）について説明が行われた。

- ・資料3は、京都CSR推進協議会の第二回プラットフォーム会議、平成22年1月18日に実施された資料を現時点のものに作り変えたものであり、松山市の「松山商工会議所のCSRの取り組み」と横浜市の「横浜型地域貢献企業支援事業」の概略と対比をしたものである。

○E委員

- ・CSRの認証制度の最終的な目的が地域経済の活性化、いわゆる産業の振興であれば、さいたま市のテクニカルブランド企業認証制度の目指すところと似ているように感じるが、すみ分けについて説明が欲しい。

→事務局

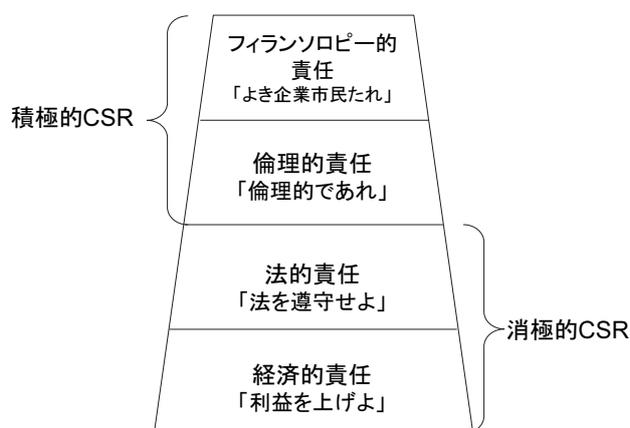
- ・テクニカルブランド企業認証制度は、国際的にもオリジナル性が高く、産業界をリードするような固有の高い先端技術を保有している企業を認証するもの。今回のCSR認証制度については、地域社会のためになる活動を評価するもの。他と比べて秀でていた面が少ない技術等であっても、それを地域課題の解決に役立てたい、という思いに応えるのが、今回のCSR認証制度だと考えている。

○事務局

- ・CSRの概念自体が非常に難しく、抽象的なので、委員の皆様にも共通の認識を持っていただくためにも、時間が許せばこの場で議論頂きたい。

○C委員

- ・CSRについてキャロルとブックホルツが提示した「CSRのピラミッド」で説明（下図参照）。



※C委員の説明を元に事務局作成

- ・今回の認証が、どの責任について認証するのかを決めなければ、部会の議論に入れないのではないか。

→委員長

- ・CSR の概念そのものを当委員会で議論するのは、時間制約もあり難しい。C 委員の意見を取り入れて資料を取りまとめ、事務局も含めて部会で整理し方向性を確認して欲しい。

○B 委員

- ・本プロジェクトの根拠付けが清水市長の「しあわせ倍増プラン」に基づくものとしたら、継続性・一貫性の面で不安がある。位置づけを教えて欲しい。
- ・また、先行事例と紹介された自治体の成功は、プロジェクトの実施主体がどこかということに大きく左右されるように聞いている。
- ・予算、人的資源などの割り振りはどのように考えているのか。

→事務局

- ・予算については、その都度決定するものであり、残念ながら確約ができない。
- ・CSR の普及・促進については、しあわせ倍増プラン以前から、産業振興施策として、「さいたま市産業振興ビジョン」の中で位置付けていた。市長の公約によって認証という枠組みになり、CSR の普及促進が加速されたのは間違いないものの、本認証制度は政策として継続するものである。
- ・予算上の問題があるものの、認証の主体に関しては、市と考えている。

○B 委員

- ・CSR 認証制度として、市がお墨付きを与える以上、どの程度まで責任を持つのか。また、どの程度リスクをカバーするのか。

→事務局

- ・テクニカルブランド企業認証事業についても同様の議論があり、少なくとも法的責任をきちんと果たしている企業を審査の対象とした（事務局注：テクニカルブランド企業認証制度の審査にあたっては、コンプライアンスのみならず、財務や経営体制等も含めた総合評価を行っている）。
- ・本認証制度ではどの程度の基準にするのか、どこまで求めていくのか、バランスの取れた制度となるようにこの場でご議論頂きたい。

○D 委員

- ・さいたま市らしさをどのように評価して CSR 認証していくのか。事業者やさいたま市が考えるさいたま市らしさはどのようなものなのか。
- ・インセンティブについてもどのように考えているか聞きたい。

○F 委員

- ・商工会議所の立場から答えると、市内企業の多くは経営基盤が脆弱で資金繰り等の金融関係に課題がある、企業間の連携、経営革新、後継者問題・事業承継といったことに課題を感じている企業が多い。
- ・認証制度について、どの程度のスパンで考えているのか。

→事務局

- ・さいたま市は個人市民税と比較して法人市民税収入が少ないのが現状である。今後急速に高齢化が進むため、安定的な財政収入を確保するためにも産業振興に取り組んでいきたい。
- ・中でも、テクニカルブランド企業のような付加価値の高い製造業は、比較的高い法人市民税収入をもたらしてくれるような企業であり、そうした企業が安定的に活動できる産業基盤を作っていきたいと考えている。
- ・その一方で、そうした製造業に限らず、多くの業種の中小企業がしっかりとした事業活動に取り組んでいるおり、それらの企業が CSR に確実に取り組める状態にまで企業の育成が図られるよう、長い目で事業を継続していきたいと考えている。

(2)さいたま市 CSR 活動認証制度（案）について

○事務局から認証制度案の説明が行われた。概要は以下のとおり。

- ・さいたま市は中小企業が圧倒的に多いため、CSR を広く中小企業に広めて、成長につなげてもらいたいと考えている。より多くの企業に門戸を開いておけるよう「チャレンジ資格」にし、行政と企業が連携をしながら、官民一体となって CSR に取り組むという点においてさいたま市の独自性を出せるのではないかと。
- ・法的責任・経済的責任等のクリアといった共通事項と、企業独自の事情やステークホルダーなどを踏まえ目指すべき CSR 活動の形を鑑みながら、CSR 活動を充実させ企業として成長していくことを行政として支援出来るような仕組みにしたい。
- ・仕組みの枠組みのプロトタイプを作りながら、同時に企業調査（アンケート・ヒアリング）等で検証していきたい。さらに、先行している自治体にも出向き、各制度についても調査していく。

○G 委員

- ・CSR 活動を進めていくプロセス（チャレンジ）を評価していくのがよいのか、もっと高いレベルでの認証がよいのか、またどこまで行政が責任を負えるのか、負うべきなのか。今後議論していきたい。

○H 委員

- ・さいたま市らしさについて正直よく分からない。アンケート調査、ヒアリング調査のときに捉えられないかと思う。
- ・この委員会では、行政の施策についての参考意見を出すというのが使命。その後は行政が考え、議会に出して決定・施行することではないかと考える。

○G 委員

- ・客観的な立場におられる皆さんからの意見を伺いながら、本制度における、さいたま市の「らしさ」を見出していきたい。

○C 委員

- ・無理に「らしさ」を追求する必要はないのではないかと。さいたま市の必要により得られたものを出していき、基幹設計することで「らしさ」が得られるのでは。

○D 委員

- ・現在 CSR から SR に考え方が変わりつつある。NPO や市内の病院、学校などの非営利セクターまで対象とはされないのか。

→事務局

- ・非営利セクターを排除するつもりはないが、今回は、産業振興施策の一環から派生しているため、まずは、C である企業を対象として考えている。特に CSR について関心はあるものの、現実的に取り組む環境が整っていない中小企業に対し、経営活動の中で CSR を意識してもらうことを目的として捉えたい。市民活動や非営利活動については、市としては別の枠組みで推進していることもあり、この場では企業を対象としたい。

○C 委員

- ・C は Consumer、Civilian でも構わないと思う。認証制度そのものを最初の段階から拡張性の高いものにしておけば、他のセクターとの関連を欠くわけではない。

○事務局

- ・行政そのものが認証する仕組みにしている自治体が少ない中で、さいたま市は行政で認証しようとしている。さいたま市の企業は行政との連携を喜び、誇りを持って下さり、行政と企業、ステークホルダーとの関係が他地域より密接であるというのが、他の市と違うところ。そこそが「さいたま市らしさ」ではないか。ただし、課題は行政が経済的責任について、どこまで厳密に考えるかだろう。法的責任の線引きは明確であるが、経済的責任、ゴーイングコンサーンを指標とし、どの水準で認めていくかは、行政との関係が密接な分、検討すべき課題である。

○E 委員

- ・企業価値の判定は非常に難しい。企業の使命であるゴーイングコンサーンを考えた上で、少なくとも 3 年先、5 年先は存続しうる企業に絞っていくべき。CSR 活動に熱心であっても、経営基盤が弱く、存続が危うい企業を認証するのは適切でないと思われる。
- ・ある程度継続フォローする仕組みであればなおさら、経済的責任の範囲を明確にするのは重要だ。

○事務局

- ・経済的責任についてどのように線引きするかは非常に難しい問題であるのはご理解いただけたと感じる。本日の委員会の中では、経済的責任について今後検討すべき要件であるということをご共有認識としていただければと考えている。

○委員長

- ・今までの話し合いの論点を 5 点にまとめた。
- ・1 点目は、「CSR とは」という概念・哲学的視点で、単にメセナ活動を評価するのではなく、企業の本業の中で社会性を重視し、それが企業の成長につながっていくような視点で捉え、それを評価・認証していくべきということである。この点は部会も含め概念を整理する必要がある。

- ・ 2 点目は、「認証の方法」。主体を市独自か第三者とするのか、また何を評価し認証するのかである。認証とインセンティブのつながりによっても、認証のとるべき方法は異なってくる。どのような事業者を評価するのかによっても異なる。対象者、主体、認証方法論（委員会方式での議論、項目点数化等）などを明らかにすべき。
- ・ 3 点目は、「さいたま市らしさ」。もともと違う市が合併して出来ているので、文化、考え方、地域性が異なるというのを前提にしたほうがよい。さいたま市は地域密着型の企業が多いため突き詰めていけば、さいたま市らしさのポイントはあるはずと思うが、評価項目として表現するのは抽象的すぎて難しい。そのため、さいたま市としてどのような企業を評価したいか、という視点に立ち、さいたま市らしさを突き詰めるのがよいのではないか。ある意味で、作為的に評価していくということではないだろうか。
- ・ 4 点目は、「インセンティブ」をどう定めるか。認証を受けた企業が、売上アップ、事業の継続性が深まることも重要と考え、場合によっては融資制度とも連動させれば、認証への動機付けになり、さらに認証された企業が素晴らしい企業に成長すれば、追随する企業も増えるはず。
- ・ 5 点目は、「消費者評価」。企業の CSR 活動の評価設計だけではなく、認証を受けた企業に対して消費者の評価が高まる、あるいは高倍率・利用率が高まるように制度を作らなければいけない。消費者意識の変化を見据えた上での認証評価であれば、素晴らしいと思う。

○事務局

- ・ 次回の委員開会は 11 月頃開催予定。
- ・ 部会は近日中（7 月末頃）を目処に開催する。

4. 閉会

以上

さいたま市 CSR 活動認証制度設計に関する調査研究

第 2 回委員会議事録

日時：平成 23 年 12 月 20 日（火）15:00~17:30（2.5 時間）

場所：ときわ会館 5 階小ホール（さいたま市浦和区常盤 6-4-21）

出席者（敬称略）

〔委員〕

永沢映、泉貴嗣、鈴木暁子、川鍋隆、細野廣吉、岡安博文、藤田萬豊

〔事務局〕

・さいたま市

経済局長森田治、経済部経済政策課長井上政行、経済部経済政策課総務係長江幡暢弘、経済部
経済政策課総務係主任村上正史

・財団法人地方自治研究機構

主任研究員岸田拓士、研究員武村勝寛

・株式会社東レ経営研究所

松井滋樹、森本有紀

配布資料

1. 次第
2. 委員名簿
3. 座席表
4. 資料 1 さいたま市企業アンケート調査の分析結果／企業ヒアリング結果
5. 資料 2 さいたま市の CSR チャレンジ企業認証制度 制度設計（素案）

議事概要

1. 開会

○配布資料の確認、配布資料の確認（事務局）

2. 議事

（1）さいたま市企業アンケート調査の分析結果

○事務局より資料1（さいたま市企業アンケート調査の分析結果）についての説明が行われた。
概要は以下のとおり。

- ・アンケート対象は2,000社（従業員数10人未満の企業1,000社、10人以上企業1,000社）に送付、596社、約30%の回収率。調査票は、「CSRに関する意識調査」。企業の社会的責任の認知度、重要と思う事項と、CSR的なさまざまな事業活動について、自社で取り組んでいると思われるものを回答するもの。
- ・回答企業の属性は50人以下企業約8割、78%の回答。圧倒的に中小企業が多い。業種は建設業が21.5%、128社、さらに、サービス業、製造業、卸売・小売業。
- ・企業の社会的責任（CSR）の言葉の認知度は、「よく知っている」15.8%、「概要は知っている」として何らか知っているという企業が約半数。企業規模が大きくなるほど認知度が高い。
- ・企業の社会的責任として特に重要と思える事柄（3つまで）については、「法律を守り倫理的な行動をとること」「安定で良質な商品・サービスを提供し、本業のさらなる充実を図ること」といったこの2つが上位。ポイントは4つ目の「経営の一環として地球環境の保護や労働環境の向上、社会貢献活動に取り組むこと」、企業規模が大きくなるほど回答の割合が高く、さらにCSRの認知度が高いほど、やはり回答率が高い。
- ・事業活動において今後注力したいことは「顧客満足度の向上」「利益拡大」「売上拡大」。特に「利益拡大」「売上拡大」については、小規模の企業及びCSRの認知度が低い企業が多く答えていることが分かる。
- ・CSRの活動をステークホルダーに分け、実施できている活動をあげてもらった。
- ・自社のための活動で上位にあるのは、「過去3年間に行政処分を受けていない」「会社としての信念・方針や理念がある」「朝礼や定例会などで会社の方針や経営者の思いなどを伝えている」企業規模が大きくなるほど、CSRの認知度が高くなるほど、多くの項目で回答率が高くなるという傾向。CSRの認知度の高低で差があるのは、「会社としての信念や方針、理念がある」、「朝礼」、「経営者、従業員一人一人が守るべき具体的な行動規則や規範がある」「社内文書が紛失することのないように保管場所を定めて管理している」など。
- ・従業員に対する活動については、「従業員が希望した休暇を確実に取得させている」「禁煙や分煙を実施して健康管理に配慮している」が上位であった。CSRの認知度の高低での差は、「従業員が能力向上できるように社内で研修を行っている」「従業員を表彰する制度がある」「セクシャルハラスメント、パワハラを起こさないように徹底している」など。
- ・株主とか出資者に対しては「業歴が10年以上である」「直近の決算が黒字経営である」が高かった。「定期的に株主総会を開催する」「株主や出資者に対して定期的に説明を行っている」「株主や出資者に自社の不利となるような情報を提示している」などは、CSR認知度高低によって差が見られた。
- ・お客様に対しては、「お客様の要望や不満に対して誠実に対応している」「マナーを守り、礼儀正しく接する」などが上位。CSRの認知度の高低による差が大きい項目は「他社の製品や

サービスに対して誹謗中傷を行っていない」、「自社の製品やサービスについて利益やコスト削減より安全性を重視している」、「発がん性物質など人に有害な原材料を使用した製品を提供していない」。

- ・取引先に対する活動について、上位に来ているのは企業規模の大小にかかわらず、「取引先とは対等な立場で取引を行っている」「買ったときのようないかなる値下げ要求を行っていない」など。「特許、著作権、商標権といった知的財産を侵害していない」、「取引先に自社製品の購入を強制したり、不公正な取引を行っていない」が CSR の認知度高低によって差がある項目。
- ・地域住民・地域社会に対する活動、「さいたま市とか埼玉県内の学校の卒業者を採用している」「従業員の大半がさいたま市民である」が多かった。この活動は、全体的に実施率がちょっと低めの傾向があり、地域住民・地域社会に対する活動は、ほかの項目と比べて実施率が少し低い傾向にある。「祭りやサッカー大会等の地域イベントの協力」、「地産地消の取り組み」、「道路や河川の清掃」が CSR の認知度の高低によってかなり差がある項目。
- ・社会全体に対する活動は、「反社会的勢力と関係を持っていない」「不必要な電灯、空調、パソコンなど電源をこまめに切っている」が上位。上位 5 位までの項目は CSR 認知度の高低により差がある項目でもある。
- ・CSR 活動に類する活動の実施状況を従業員数別でみると企業規模が多くなるにつれ、取り組みが高い。業種別では、金融・保険業の取り組み数が多い。
- ・CSR の認知度別に取り組みを見ると認知の高い企業ほど取り組みが進んでいることがわかる。
- ・今後やっていきたい事業活動で上位にあるのは、「朝礼や定例会などで思いを定期的に伝えている」ですとか、「法令違反がないか定期的にチェック」「従業員や経営者が一人一人守るべき行動規則や規範がある」そういった基本的な部分が多かった。

○事務局より資料 1（さいたま市企業ヒアリング結果）についての説明が行われた。概要は以下のとおり。

- ・さいたま市及び商工会議所からご紹介いただいた CSR 取り組みの先進企業 11 社にヒアリング済み。
- ・経営理念の有無は 9 社にあり。経営理念のない 2 社にしても、会社の理念や信念はあり、さらに会社の方針を従業員に伝えるための取り組みも実施されている。
- ・ステークホルダーに対する活動については、社員を大切にするといった企業が多かった。社員やその家族まで大切にしていけないと、お客さんまで満足させられないという考えがある。
- ・具体的な CSR 活動の内容は、寄附や支援、これは被災地支援ですとか養護施設、介護施設、障害者の支援、社内の場合は朝礼の実行や、従業員との懇談会、認証規格を取得しているなどがありました。教育・子育てでは、出前事業とか職場体験、環境面では、清掃活動、省エネ、3R の実行。地域とか社会全体の取り組みとしては、地産地消の協力をしたり、防犯パトロール、ロードサポーター制度への協力などがあつた。
- ・CSR 活動に取り組むきっかけは、商工会議所による ISO の集団取得の取り組み。ほかの企業と情報交換しながら進めていくことが推進力になっている様子。またトップの強い思いという回答も多くあつた。
- ・CSR 活動の成果は、経営面では業績の安定、活動による信頼、表彰によって信頼が増したり、PR できるのが成果となっている。また社員へのよい影響や誇りややる気につながっているなどもあつた。清掃活動により近隣との関係もよくなり、温かく受け入れてもらえるように

なるとの回答もあった。

- ・ CSR 活動が直接的な利益にはつながらない、利益が目的ではなく、いつか自社に返ってくるものという考え方。
- ・ CSR 活動はトップダウンが必須との回答。CSR 活動はトップダウンが浸透し、深化していくと、従業員が徐々に CSR の活動を理解し、従業員が自発的に行っていくようになる。
- ・ CSR 活動は金銭や時間の余裕の有無にかかわらず行うものである。清掃活動、ロードサポートは、気持ち次第で取り組めるので、知恵を絞れば社会貢献は出来る。
- ・ CSR 活動の継続には、企業活動を維持するための売上や収益と、トップダウンが必須。また従業員に対する教育や CSR 意識の浸透も必要。
- ・ 市が CSR の認証制度を創ることに關しては、認証されること自体に意義ありとして、おおむね好意的に捉えられていたが、インセンティブについては、不要と考えるところが多い。ホームページなどでの紹介にはあまりメリットを感じられない模様。ただし、サポート制度や交流の場の形成については必要であるとの認識であった。

○D 委員

- ・ アンケートとヒアリングの結果を踏まえて、取り組みに積極的な企業と、そうでない企業のギャップを埋めるために必要な要素は何か。

→事務局

- ・ CSR 認知度によって取り組み度合いが違ってくるという部分があるので、まず CSR を認知していただく、また、CSR 活動そのものを広く知ってもらうことが必要と考えている。さらには、トップの意識を変えること。

○C 委員

- ・ 行政の認証といった制度の価値を CSR の先進企業は感じられているようであるが、一方で、市の広報活動でのメリットは感じられていないのは残念。市としての考え、意見を賜りたい。

→事務局

- ・ 事業者向けではさいたま市の発信力は弱いと認識している。今回の制度の浸透としては、セミナーなどで企業に対し実際に市から直接発信するような形で話を向けていきたいと考えている。
- ・ ホームページや市報での発信は企業の声を聞きながら、PR そのものを検討していきたい。
- ・ CSR 活動企業をグループとして捉え、全体的な CSR 企業のイメージ的アップ等も含めて、取り組みを考えていきたいと思っている。

→事務局

- ・ 新しい商売や問い合わせ等の PR 効果はないと感じる企業は多いようだが、社内的なモチベーションややる気につながるという意味では、市のホームページや市報に取り上げられるのは効果がある。また、企業としても箔がつくという意識もある。

→G 委員

- ・ さいたま市のテクニカルブランド事業では、批判もあったが集中して PR した結果、認証された企業には喜んでもらったので、PR については今後よく検討したい。

○C 委員

- ・ 民間のマーケティングなり、プロモーションなり、ブランディングのノウハウとスキルとい

うものを存分に取り入れて扱っていただきたい。

→事務局

- ・今の段階では、それができるように制度設計を考えている。

○E 委員

- ・回収されたアンケートの業種に偏りが見られるようだが、業種の選定はどのようにされたのか。

→事務局

- ・アンケート先抽出に際しては、さいたま市の全体の業種割合とさほど大きな差はなかったものの、行政が行うアンケートの傾向として、建設業や製造業の回答が比較的多いことがあり、そういった面が反映されたものと考えている。

○事務局より資料 2（さいたま市の CSR チャレンジ企業認証制度 制度設計（素案））についての説明が行われた。概要は以下のとおり。

- ・目的及び制度趣旨について、さいたま市としては企業が社会的健全性を備えることで取引先や顧客からの信頼、従業員のモチベーションアップ、あるいは地域社会からの評価が上がって、結果的に持続可能な成長が実現できる企業を輩出していくことと考えている。
- ・本制度の大きな特徴は 3 つ。1 点目、チャレンジ認証制度として、CSR を取り組む意欲のある中小企業を認証する。2 点目、産業振興策の位置づけとして、さいたま市 CSR コミュニティをつくる。3 点目、CSR の普及・活性化に向けた総合推進体制として「CSR 制度委員会（仮称）」をつくる。
- ・制度の対象は、市内に本社を持っている市内中小企業に限定することとする。大企業あるいはいわゆる市内に支店、営業所等を置く事業所は対象外となる。さいたま市として独自の基準なりを設ける本制度においては、市内の圧倒的多数を占める中小企業に限定して育成を図るのだという姿勢を明確にすべきという考え。
- ・応募の審査（基準）項目は、法人格、事業経歴、反社会的勢力の排除、租税公課、法令順守、財務健全性。裏づけの取れないものは宣誓書を提出いただく。
- ・CSR 活動のチェックリストは、アンケートの項目をベースにさいたま市の CSR の当面の基準として、チャレンジ認証制度を支える最重要ツールとして位置づけている。CSR 活動を具体的に理解してもらい自己チェックとして使ってもらうためのツールとしても機能すると考えているので、公開を前提に考えている。CSR 経営度を図っていただいて、今後の自社の経営改善のヒントにしていただきたいと考えている。
- ・書類、さらには企業への往訪調査で審査を行う。さらに CSR 企業として目指す目標設定を審査員と相談しながら作成していく流れになる（目標設定シートを活用する）。
- ・合否は幅広くすべてのステークホルダーに対して最低限のことがクリアでき、そのうえで、チャレンジ目標として独自性を出していけるかどうか、さらに CSR 制度委員会での審査を踏まえ決まる。その後市長からチャレンジ認証企業ですという認証を与える流れになる。
- ・インセンティブとしては、CSR 経営、目標達成に必要なサポート（コンサルティング）を提供していくこと、プロセスの見える化を目標とした広報（PR）と、ネットワーク化（コミュニティ化）を考えている。
- ・現段階の検討課題は、5 点ある。1 点目は CSR 制度委員会の役割、2 点目はチャレンジ認証

期間終了後のサポート、3 番目はチェックリスト項目及び審査基準の精緻化、4 番目は認証企業の PR のあり方、5 点目は（更なる）インセンティブ。

○事務局

- ・制度の補足として、先進他市と違いさいたま市は CSR に取り組もうとする意欲を持っている企業を認証すること。健全な企業が CSR に取り組もうという意欲があれば、それを仲間として支援していくんだというところに大きな特徴がある、これが第 1 の特徴。もう一つは、形の決まったものを与えるというよりも、総合的に推進していくための取り組みとしての CSR の制度委員会。単に評価するだけではなく、評価基準の見直しから支援制度まで総合的につくっていくことが大きい。行政が望んでいる方向を示すのではなく、みんなで考える協働の姿勢があると思っている。

○F 委員

- ・いわゆる小規模事業というか、個人の事業所はどうするのか。

→事務局

- ・法人格を持った組織に限定をした。企業の社会的責任となったときに、冒頭の目的で企業の持続可能な成長を目指すという点に照らして、経営者に何かあったときも組織として持続可能な法人格に限定したいと思っている。

○H 委員

- ・全くの私見だが、これだけしっかりした制度をつくるのであれば、条例化してもよいのではと思う。制度の形でさいたま市らしさを出すのは難しい。第三者機関であるさいたま市 CSR コミュニティというものをつくりたいのであれば、条例化してさいたま市の役割、事業者の役割を条例にするのがよいのではと思う。
- ・認証された場合には、額や盾を交付してもいいと思う。

→G 委員

- ・企業側が一生懸命チャレンジして行ってほしいというのが、市側の根本にある。チャレンジという形態が励みになり活動を頑張って、銅・銀・金といった賞を渡すことがあってもいいとは思う。

→C 委員

- ・賞を渡すというのはなかなかおもしろいお話で、それ自体は企業の励みになるので、賛成です。

○C 委員

- ・政令市 1 市のみの認証制度というのはどこまで現実的に有効的なのか、この認証制度を中・長期の課題として、周辺の市町村ないし全県単位で共通運用するといったことも考えたいのですが。

→事務局

- ・H 委員、C 委員の意見の条例の話あるいは地区の話、これはあくまで先々の目標である。今議論されている認証制度案を来年運用して企業側から評価を受けながら、それを我々がより発展させていくというのが本来の筋だと思う。運用の中で必要性が出てきたら条例化、広範化を検討していくべきこと。自治体の弱点である予算や単年度式の事業、あと首長が変わっ

たら、政策が継続されるかどうか分からない。その法的な保証としての条例というのは価値があると思う。

○D 委員

- ・CSR コミュニティの機能と具体的な担い手のイメージというのがどの程度共有されているかと、資料の 10 ページの表の文書の真正の意味合いを教えてください。

→事務局

- ・CSR コミュニティについてはまだ枠組みしか出来ていないので今後の CSR 制度委員会の中でも議論していきたいと考えている。
- ・真正という部分については、単純に間違いがないか、嘘がないかという意味合いで使っている。
- ・制度委員会に CSR に関連する情報を常にお持ちいただけるような方に入っていないかと、行政側だけの視点ではなかなか難しいと考えている。特にコミュニティの形成において、行政だけの視点ではなくて、制度委員会に入ってください委員の方と協働していかなければいけない。行政側としても CSR 活動全般の情報を持ち、かつコーディネータの役割を發揮して下さるような方にやっていただきたい。
- ・委員会の形は、市の外に設けるつもり。行政側も入らないとならない部分もあるかもしれないが、基本的には専門的な方々なり、地域とのかかわりをいろいろ情報を持っている方なり、また支援側に入るような方というようなところで構成させていただきたいと考えている。
- ・真正についても、嘘がないか、現場のほうに行くと齟齬はないのかというような部分での真正というような意味合いと考えている。

○H 委員

- ・行政側というのはあくまでも形式的な審査権限しか付与されていない。なるべく形式審査権での制度設計がいいかもしれない。

→事務局

- ・先発の制度のテクニカルブランドでは、実地でいろいろ見て評価する専門家の方がいて、それに基づいて最終的に審査をする委員会がある。行政側がすべて審査をして評価をするのではなく、当然専門の第三者の方が実地を見て、その意見を付して、さらに委員会的なところで最終的な判断を出して、意見を具申して、市のほうで最終的に判断するというプロセスで行っている。

→H 委員

- ・その場合には第三者委員会はあくまでも行政側からいうと、一つの参考理由と考えられる。

→事務局

- ・意味合いとしてはそのとおり。

○E 委員

- ・さいたま市は結果評価でなくて、プロセス評価を重視するとなれば、大前提とするのはやはり企業継続、ゴーイングコンサーンがないといけないと思う。財務的なチェックをある程度バーを上げて欲しいと思っている。

→事務局

- ・財務的健全性に関する要件は、直前期の自己資本比率が一定以上とあり、これは他市にはない。出発点である財務チェックは他市、先進市よりも厳しい条件で入れている。本音として

は、資金運用表までとって構わないと思う。

→事務局

- ・他市と違って大きなインセンティブを与えるという仕組みではない。チャレンジという取り組みによって企業の負担が増え、変なご褒美がないので、今の基準でよいのではないかと思う。

○委員長

- ・議論にはあがらなかったが、取り組み内容チェックリストに関しては、目を通して欲しい。
- ・次回の委員会は2月22日9時30分から開会する予定。

3. 閉会

以上

さいたま市 CSR 活動認証制度設計に関する調査研究

第3回委員会議事録

日時：平成24年2月22日（火）9:30~11:30（2.0時間）

場所：ときわ会館5階B会議室（さいたま市浦和区常盤6-4-21）

出席者（敬称略）

〔委員〕

永沢映、泉貴嗣、鈴木暁子、川鍋隆、岡安博文、藤田萬豊

〔事務局〕

・さいたま市

経済局長森田治、経済部経済政策課長井上政行、経済部経済政策課総務係長江幡暢弘、経済部経済政策課総務係主任村上正史

・財団法人地方自治研究機構

主任研究員岸田拓士、研究員武村勝寛

・株式会社東レ経営研究所

松井滋樹、森本有紀

配布資料

- 1.次第
- 2.委員名簿
- 3.座席表
- 4.資料1 CSR 企業ヒアリングについての概要報告
- 5.資料2 さいたま市 CSR 活動認証制度設計に関する事業所向けアンケート調査報告書（案）
- 6.資料3 さいたま市 CSR チャレンジ企業認証制度 制度設計（素案）
- 7.資料4 報告書構成（案）

議事概要

1. 開会

- 配布資料の確認、配布資料の確認（事務局）

2. 議事

（1）さいたま市企業ヒアリング調査の分析結果

- 事務局より資料 1（CSR 企業ヒアリングについての概要報告）についての説明が行われた。概要は以下のとおり。

- ・実施時期は昨年の 11 月から今月まで、既に 19 社へのヒアリング済み。業種は農林漁業 1 社、建設業 4 社、製造業 3 社、情報通信業 2 社、卸・小売 3 社、サービス業 5 社。
- ・各社の主な CSR 活動を、①社内での取り組み、②従業員教育、③雇用面での取り組み、④障がい者支援・養護施設支援、⑤教育への協力、⑥災害発生時の支援・災害への備え、⑦地域への取り組み、⑧環境に対する取り組み、⑨社会全体に対する取り組み、⑩行政への取り組み、⑪認証取得の面から整理した。
- ・「企業における CSR 活動の位置づけ（企業経営に資するか否か）」については、企業経営に直結するわけではないが、将来的にめぐりめぐって自社の利益につながればよいと考えている企業が圧倒的であった。
- ・「今後取り組んで行きたいこと」は、①社内教育・意識の浸透、②雇用、③障がい者支援、④BCP（事業継続計画）、⑤地域との関わり、⑥環境への配慮、⑦CSR 企業の仲間、⑧企業間協力・産学連携、⑨全般として整理した。
- ・さいたま市 CSR 認証制度創設については、①チャレンジの意思、②市報や HP、③PR 活動、④認証の意義・効果、⑤認証制度への意見、⑥認証の手続き、⑦インセンティブ、⑧認証企業への支援、⑨コミュニティ形成、⑩その他として整理した。

- 事務局より資料 2（アンケート調査報告書）についての説明が行われた。概要は以下のとおり。

- ・報告書の大枠は、前回委員会の資料と同様。追加資料として、CSR 活動についての実施状況を、従業員数別、CSR 認知別に一覧できるような表を各ステークホルダー別に追加した。

○C 委員

- ・ヒアリング企業の意識として、CSR と社会貢献の明確な区別をされて、回答されていたんでしょうか。社会貢献の文脈で CSR を認識されているのか。

→事務局

- ・ヒアリングの前半で伺った会社は、どちらかと言えば社会貢献に熱心な会社为中心のため、特に CSR と社会貢献は同じようなものとして捉えられていると思われる。ヒアリングではさまざまな視点から CSR としてあるべき活動を聴取しましたが、念頭にあるのは、社会貢献のようだ。

○H 委員

- ・資料の文言について、「事」は「こと」とひらがなで表記して欲しい。表記が不統一だ。また、内容をもう少し整理して欲しい。

→事務局

- ・表記は、統一します。内容については短期間で生の声を載せようとした結果、整理が足りなかった面があるので、修正する。

○H 委員

- ・ヒアリング企業の数について確認させて欲しい。

→事務局

- ・サービス業が5社ではなく6社、計19社です。失礼しました。

○H 委員

- ・障害者の「害」という字は漢字になっている。ひらがなのほうがよいのでは。

→事務局

- ・委員の方々のご意見も聞きながら、行政のようにひらがなにするのか、漢字にするのか、それぞれの立場でお聞かせいただければと思う。

○H 委員

- ・4ページの地震に関する箇所、現在は、震度5と6については弱と強の二区分になっているはず。震度6弱をあらわしていると考えていいのか。気象庁のホームページなどで確認して欲しい。

→事務局

- ・その企業の認定証は昨年更新されておりそれには弱や強は付いてなかったと思いますが、確認しておきます。

○C 委員

- ・社会貢献とCSRの区別が明確にされているわけではないという前提の話での感想ですが、ヒアリングの中でインセンティブに若干批判的な側面が見えた。CSRは目の前の収益を出すためではないけれども、企業の体質改善と企業の社会的な健全性とその地域の波及というのが、市がCSR認証制度の目指すところのように思う。CSR活動が実際の事業活動において、短期、中期、長期でCSR活動が経営に資するところがあるということ、今後担われる委員会の方できちんと説明しないと、実際の企業経営に資さない、「武士は喰わねど高楊枝」のような、社会貢献のイメージがさいたま市内に却って広まってしまわないかという懸念もある。

○D 委員

- ・ヒアリングに協力してくださった企業が認証を受けるようなイメージでいるが、実際にお話をされた印象として、前向きにチャレンジに乗っていただけそうな感じなのか、もう少しステップありそうか、お聞かせいただきたい。

→事務局

- ・どちらかという、認証に対して前向きな会社の方が多かったように感じるが、認証に際し、煩雑な作業が起こる、書類が多い等、手続き面を懸念されるようだ。どちらかという否定的な会社は、建設業さんと小規模企業でした。アンケートに回答いただいた企業については、取組数が少ないところは、否定的な印象である。

○C 委員

- ・それらの企業同士の取引や交流はあるんですか。

→事務局

- ・何社かそれぞれに交流があるはず。清掃活動については、一緒にやっているとおっしゃったところもあり、既につながりがあるようだ。

○G 委員

- ・前回の委員会では、ヒアリングした 10 社の企業は、「CSR の先進企業」として扱われている。今回は 19 社だが、先進という言葉が抜けた意味は何か。

→事務局

- ・前半については、市や商工会議所で、先進企業として認識している企業であった。後半については、アンケートの回答内容を踏まえ、業種、業態等を見ながら、ピックアップした。約 600 社の企業を回答項目数別で順位付けして、その上位から中位くらいの層を中心に、広くヒアリングした。特に後半に関してはあくまでもアンケート回答企業からの抜き出しということなので、先進という言葉は抜いている。

○事務局

- ・事務局から補足する。このヒアリングについて、一つのテーマについて賛否両方ある。企業の意見についてどちらがよいではなく、今後さいたま市、あるいは次年度以降立ち上がるであろう CSR 委員会でその意見をどのように捉えるのか、その考えを浸透させるために何をすべきなのかを制度設計案の最後の課題のところに盛り込んでいきたいと考えている。こういう認識企業があったということも次年度の検討の礎として報告書に取りまとめたいと考える。

○委員長

- ・ヒアリング・アンケートの結果を通じて、生の声の中から感じられた、さいたま市企業の特徴はあったか。従業員に対しては高い意識を持っているが、地域社会に対してはそんなに意識を高く持っていないというのは、さいたま市の企業特性なのか、それとも時代背景として景気が悪いからということなのか。さいたま市らしさを幾つか抽出いただけるとよいと思う。

→事務局

- ・例えば、横浜市などでは、CSR 活動の結果に対して認証する結果の評価であり、参加を募るために、入札制度へのプラスアルファ、あるいは補助協会への低金利融資など経済的なメリットを与えている。担当の方は CSR を浸透させるのにインセンティブは必須事項と思われる。ところが、さいたま市のヒアリングでは少し異なる。さいたま市の企業は CSR とはどうあるべきか、自分の本業のプラスアルファで当然出すべきことなんだという意識が非常に強いような印象を受けている。
- ・ただし、CSR を意識した活動をされている企業の意見ですので、平均的な考えかどうかは分かりませんが、一つの特徴であることは事実だと思う。

(2) さいたま市企業ヒアリング調査の分析結果

○事務局より資料 3（さいたま市の CSR チャレンジ企業認証制度 制度設計（素案））についての説明が行われた。概要は以下のとおり。

- ・ 前回の委員会資料の加筆修正点、及び委員会後に行われた 2 回の部会で行われた議論についての説明。
- ・ この制度は企業の CSR 活動への現在進行形の取り組み姿勢を市が認証し、市と一緒にやっていくことを目指すものであり、特徴といえるところである。制度名称にあるチャレンジの由来もそこから来ている。
- ・ 地元企業の半数が CSR を理解しているが、小さな企業を中心に具体的な取り組みに結び付けられていないことも明らかになっている。アンケートの自由回答等で、アンケートで提示された 126 の活動を読んで、CSR 活動がどのようなものか知った、という意見もあり、そういった企業の意識を育てていきたいと考えている。具体的な活動をリスト提示することで、企業への気づきと活動の促進になると考え、本制度では、CSR 活動のチェックリストが重要なツールと位置づけられる。
- ・ 行政の視点の産業振興策としては、CSR 活動が何らかの経営、企業体力強化に資するものだというところを改めて、訴えていかなければならないと考える。この認証制度のチェックリストで、CSR 活動を企業自らがやっていくという仕組みにしたい。特に活動に熱心でチャレンジ認証を受ける企業については、コミュニティ形成のサポートをしながら、より実態に即した形での CSR の強化を図ることをとしている。
- ・ 運営については、(仮称) CSR 推進委員会を設立する。認証制度の審査に留まらず、市内企業の CSR 経営向上全般に施策を検討し、市長に報告、提言するという機能を持たせたいと考えている。
- ・ CSR コミュニティは、認証企業を中心とした経営者の交流の場として考え、CSR 活動へのモチベーション維持や、ノウハウの交換、また業務提携や、新規事業など、長期的にはそういった連携が生まれるように期待を込めて、形成したいと考えている。このコミュニティも、制度の持続性がある程度保障されるため、後継者教育の側面や、CSR 経営を目指す企業の PR のあるべき姿や、市民へのアプローチなど、幅広くテーマを取り上げて、コミュニティで担っていければ理想的だと考える。
- ・ 推進委員会については CSR に関する有識者、市内を中心として活躍する中小企業診断士、金融機関、商工会議所、あるいは NPO 関係者等から構成する予定である。しかし、認証以外の面（CSR 普及や CSR 推進政策全般に関する調査研究等々）については、企業の経営者にも参画していただきたいと考えている。設置形態としては、市の附属機関という位置づけで検討している。4 月早々、なるべく早い段階に推進委員会を設置して、短期的な検討事項を詰め、6 月に制度の告示、8 月頃を目処にチャレンジ企業の募集、11 月の認証という段取りで考えている。
- ・ 審査の財務基準についてさまざま検討したが、比較的簡便な指標で評価したいと考えている。部会での検討の段階であがってきたクレジット・リスク・データベースというツールについては、自己診断ツールとしての周知を行う程度としたい。
- ・ CSR のチェックリストは、構成・内容・表現に関する問題、その他に関する部分を部会で検討しました。業種、業態、規模を問わない単一のチェックリストとしたい。
- ・ リストは自己評価だけでなく、改善ツールとして行政から提供していくものなので、あわせて改善方法も提示するようにし、それが審査マニュアルにもつながっていくのではという議

論があった。

- ・リストは、さいたま市において、CSR を広めていくためのツールであり、企業自らが企業価値を高めるツールとして PR する予定である。
- ・その他、現在の委員会・部会で解決できなかった中長期的な課題は、次年度の推進委員会の方の議論に引き継ぎたい。

○E 委員

- ・個別支援メニューで支援・サポートする人たちは、しっかりと CSR 活動に取り組んでいる企業若しくは個人を選ぶのか。

→事務局

- ・なかなか難しい。当然、支援側がしっかりと CSR 活動を実現できていれば高いレベルで支援ができるのだが、厳しい面がある。企業が求める声、社会が求める声もあるので、支援する側・される側でできることを考えて打ち出していくのが求められると思う。

○E 委員

- ・さいたま市らしさという話の中で、さいたま市の取り組みでは、支援する側の法人でもしっかりした CSR 活動が実現できているということであれば、特色が出るのではないかと思う。

→事務局

- ・「支援」については専門家によるサポートにはなるので、情報提供や勉強会のような形がメインとなると思われる。ただし、CSR コミュニティ、ある種の異業種の交流会の中では、市内に限らず、先進的な取り組みをされている企業に参加いただくという方向では考えていきたい。
- ・現状では何も決まっていないので、次年度に立ち上がる CSR 推進委員会の方々にトータルなコーディネートをしていただくのが今はふさわしいのではないかというように考える。

○C 委員

- ・中小企業支援の専門家である中小企業診断士も CSR について本格的に取り組んでいる状況ではないと思う。委員会ができて、さいたま市らしさということの含意もあって、支援者を教育するところから始めないといけないでしょう。そうでなければ、診断士が持っている個別の経営支援の技能を CSR に結合させて、中小企業経営の CSR 化の促進につなげるということは難しい。今いる専門家を、CSR の視点から再教育しなければならないでしょう。

○委員長

- ・即戦力になるような支援者というのは、なかなか見当たらない。これから育てて、一緒にこの制度自体を作り上げていくという想定でしょう。

→事務局

- ・実際の運用マニュアルのようなものは、漠と共通認識は持ちながら、文章化はされていない。支援するサイドに立っても CSR の共通の認識、特にさいたま市における CSR の共通認識を育てていく必要がある、その仕組みを制度に盛り込んでいきたいというところだと思う。
- ・横浜では市立大学で制度設計をし、それを市の外郭団体が運用しているが、その運用面でものすごく苦しんでいるようだ。診断士が企業に行って、少し話を伺うくらいであって、指導までは行えず、人材、費用などに悩みがあるようだ。PR とコンサルティング両輪が動いていく仕組みを作れば、さいたま市らしさと言うか、本来の姿をアピールできると思う。
- ・CSR の推進委員会の設置及び委員の委嘱、慎重かつ積極的にご検討いただきまして、このス

ケジュールが実現されること願っている。

OD 委員

- ・6-4 で企業が CSR 活動の発信をしたことで、NPO からの寄付依頼が殺到した事例ですが、やはり出すことによるメリットとデメリット、リスクを考えた場合、もう少しメリットの方、例えばそこで知的社会とのチャンネルが開いた、課題をキャッチできたというようなところも触れてほしい。PR について副作用と書いてあるところは、チャンスに変えられるという可能性もあるということでは、言及しておいていただければと思った。
- ・PR に関連して、アンケートでも見受けられた点で、企業と社会のコミュニケーションが地域課題になっている面について、うまく PR 活動全般で解決できればと思いますので、そのあたりも盛り込んでほしい。

→事務局

- ・PR というものが持つメリットを書いて、このデメリット、副作用については留意事項のような書き方、それがバランス上は妥当ではないかと思うので、その辺りは事務局内で改めて検討する。ご提案、ありがとうございました。

OH 委員

- ・市民の意見を聞く機会は予定されていないのか。

→事務局

- ・今回については、今回の制度設計素案を作る段階で、アンケートとヒアリングをかなりの数を重ねているというところで、整理をしている。

OH 委員

- ・3 ページの下の方の注釈の「市税」を投入した支援を展開する云々とありますが、市税等、一般財源、そういう表現の方がいいかもしれない。

→事務局

- ・表現上、直接的な書き方でなくても定義はできると思う。

○委員長

- ・本日が委員会の最終回なので、資料等は最終的に事務局に修正をお願いするが、4 月以降に設置される CSR 推進委員会にすべて移管し終了としたいのですが、一応各員の皆様のご了解いただけますでしょうか。

→委員一同

- ・はい。

→事務局

- ・CSR に関する JIS 規格が 3 月 20 日頃に公表される予定であるが、詳細な中身が不明であること、それが基本となるチェックリストにも関わることも、次年度に引継ぎ 4 月以降に精緻を図るということも、次年度への引き継ぎ・申し送りの背景としてご理解いただければと思う。

→委員長

- ・本件について、もしご異論がなければ事務局の方にお任せしたいと思う。
- ・委員会終了後、改めて確認をして、指摘事項がありましたら、2 月中に事務局までご連絡を

お願い申し上げます。

○委員長

- ・整理するが、今回の委員会では、さいたま市 CSR チャレンジ企業認証制度を作った。本認証については、今後改めて検討するという位置づけで、あくまでその前段階であるチャレンジ認証制度という形で、作成した。
- ・認証制度は、CSR 意識の普及啓発と、最終的には産業振興にもつながっていくということも目的にしているため、認証制度を活用する企業さんが事業としての成長の可能性を高めていただけるということも期待しての制度設計である。
- ・CSR チェックリストは、概ね 104 の項目にまとめた。その項目自体がさいたま市として CSR として評価したい活動である。将来的なブラッシュアップしていく前提であるが、現在は 104 項目となっている。
- ・次年度にできる CSR 推進委員会が現在の委員会の活動を引き継ぎ、こちらのリストに基づいて、実際に企業さんの CSR に関する評価、及びコンサルティングや支援、多面的なサポートをする形になる。

→事務局

- ・委員会で配布した資料をもとに、これから報告書を作成する。これをあとは委員長一任、事務局一任ということで報告書、ご承認いただきたいのだが、2 月末もしくは 3 月上旬を目処に作ったメール等でまた送らせていただくので、ご確認をいただきたい。

(3) 報告書構成 (案)

○事務局から資料 4 (報告書構成 (案)) についての説明が行われた。概要は以下のとおり。

- ・CSR の概要では、CSR とは何かと、CSR そのものの歴史的背景と世界的な ISO26000 の動き、及び地方自治体制定の CSR 認証制度の概要について、横浜を日本代表事例として取り上げたいと思っている。
- ・さいたま市の実態調査では、さいたま市企業へのアンケートとヒアリングの結果を盛り込む。
- ・このチャレンジ企業認証制度案は、制度の趣旨やスキームを詳細に述べる予定。

○D 委員

- ・これは公開されるんですね。

→事務局

- ・はい。地方自治研究機構の HP から PDF 形式でダウンロードできるように公開する。また、さいたま市においても、市の規定に沿った形で公開することになっている。

○E 委員

- ・この最後の資料というのは、これもワンパックで入るわけですね。

→事務局

- ・すべて掲載予定です。委員会議事録と部会議事録も一緒に掲載します。

○C 委員

- ・他にない特色として「CSR コミュニティ」を大きく取り上げられてはどうでしょうか。さいたま市が予算の制約の中で知恵を絞って、地域企業のために何ができるかということを考え

たということをきちんと伝えるのは、他の自治体の参考になると思う。

○D 委員

・こちら、ちなみに印刷物としての発行のご予定は。

→事務局

・予定しています。市の公共施設等でも閲覧できるよう考えていますが、現在の資料に修正等を加えることにつきましては、ご理解いただきたい。

3. 開会

○永沢委員長、さいたま市森田経済局長、財団法人地方自治研究機構藤田事務局長よりあいさつが行われた。

以上

部会議事録

部会議事録

(1) 第1回部会

- ① 日時:平成 23 年 8 月 5 日(金) 13:00~15:15(2 時間 15 分)
- ② 場所:さいたま市大宮区役所 南館 3 階 302 会議室(さいたま市大宮区大門町 3-1)
- ③ 出席者(敬称略)

[委員]永沢映、水村典弘、泉貴嗣、鈴木暁子、間藤雅夫、黒金英明

[事務局]さいたま市 経済部経済政策課長 井上政行、経済部経済政策課総務係長 江幡暢弘、
経済部経済政策課総務係 主査 矢部誠二、同 主任 村上正史、同 主事 宮下大典
財団法人地方自治研究機構 調査研究部主任研究員 岸田拓士、同 研究員 武村勝寛
株式会社東レ経営研究所 松井滋樹、森本有紀

④ 議事要旨

(a) 認証制度について

- ・CSR 認証制度をつくることで、地域貢献・地域還元を目指し市民から評価される企業が増えていくことを望む。広く CSR という視点で企業の成長を促していくことを目的とする。

(b) 制度の基準について

- ・基礎的コンプライアンス、法令遵守は必須のものとして、「チャレンジするにふさわしい環境がある」「積極的に活動している」部分について評価をし、認証していくものとする。基準の内容については今後の部会で議論していくものとする。

(2) 第2回部会

- ① 日時:平成 23 年 8 月 26 日(金) 14:30~16:50(2 時間 20 分)
- ② 場所:新都心ビジネス交流プラザ 4 階 B会議室(さいたま市中央区上落合 2-3-2)
- ③ 出席者(敬称略)

[委員]水村典弘、泉貴嗣、間藤雅夫、八島健(黒金委員代理)

[事務局]さいたま市 井上政行、江幡暢弘、村上正史
財団法人地方自治研究機構 岸田拓士
株式会社東レ経営研究所 松井滋樹、竹田敬亮

④ 議事要旨

(a) 認証制度について

- ・対象企業や認証基準としての必須項目、選択項目について各委員の考え方について発表した。

(b) 個別検討事項

- ・事業活動者は原則的に制度の対象とする。但し制度の運用面等を勘案しながら継続的に議論していくものとする。
- ・コンプライアンスについては提出書類に加え、対象企業へ訪問して確認する。本件も運用面を考えながら今後継続的に議論。
- ・財務状況については PL のみ確認、PL・BS 両方確認等の案があり今後議論していく。
- ・基準の柱立てについて ISO26000 の 7 項目(7 本柱:組織統治、人権、労働慣行、環境、公正な事業慣行、消費者課題およびコミュニティへの参画および発展)に沿って行うのか、3 項目程度にまとめるか等今後部会で議論していく。

(3) 第3回部会

- ① 日時:平成 23 年 9 月 6 日(火) 14:00~16:30(2 時間 30 分)
- ② 場所:新都心ビジネス交流プラザ 4 階 B 会議室(さいたま市中央区上落合 2-3-2)
- ③ 出席者(敬称略)

[委員]水村典弘、鈴木暁子、泉貴嗣、間藤雅夫、八島健(黒金委員代理)

[事務局]さいたま市 井上政行、江幡暢弘、村上正史

財団法人地方自治研究機構 岸田拓士、武村勝寛

株式会社東レ経営研究所 松井滋樹、森本有紀、竹田敬亮

④ 議事要旨

(a) アンケート調査対象企業について

- ・本社所在地がさいたま市にある企業を対象とし、その中から従業員数 10 名未満を 1,000 社、10 名以上を 1,000 社抽出しアンケートの依頼を行うこととする。

(b) アンケート調査表について議論

- ・ISO26000 の 7 本柱(7 本柱:組織統治、人権、労働慣行、環境、公正な事業慣行、消費者課題およびコミュニティへの参画および発展)ではなく、ステークホルダー別(自社、顧客、従業員、取引先、出資者、地域、社会全体)に項目を整理し、それぞれの項目に対し取り組んでいるかどうかを聞くものとする。
- ・アンケートを読み進めていけば「これが CSR なんだ」と分かり、経営に反映させられるような内容にする。
- ・今後やって行きたい取り組み(5 項目)についても聞くこととする。
- ・制度にチャレンジしたいか否か等についてはアンケートでは聞かず、別途ヒアリングで明らかにしていくこととする。

(4) 第4回部会

- ① 日時:平成 23 年 11 月 1 日(火) 15:00~17:15(2 時間 15 分)
- ② 場所:新都心ビジネス交流プラザ 4 階 B 会議室(さいたま市中央区上落合 2-3-2)
- ③ 出席者(敬称略)

[委員]永沢映、泉貴嗣、清水圭子(鈴木委員代理)、間藤雅夫、黒金英明

[事務局]さいたま市 井上政行、江幡暢弘、村上正史

財団法人地方自治研究機構 岸田拓士、武村勝寛

株式会社東レ経営研究所 松井滋樹、竹田敬亮

④ 議事要旨

(a) 1. アンケート調査の説明

- ・アンケートは 2,000 社へ送付、596 社から回答を得た。「自社のため」や「従業員のため」の CSR 活動については各項目とも従業員が多いほど取り組み数も多くなる傾向。一方「地域のため」や「社会のため」の CSR 活動は各社の取り組み数は少ない。

(b) 2. アンケート結果の審査基準案への反映

- ・アンケートの 126 の項目を整理して 100 程度にまとめることで審査基準のベースとしていく。
- ・アンケートを補足するため、今後企業ヒアリングを行なっていく。ヒアリングでは、インセンティブは必要なのかどうか、CSR に取り組むことは企業経営に資するものなのかどうか等について明らかにしていくこととする。

(5) 第5回部会

- ① 日時:平成 23 年 11 月 11 日(金) 15:00~17:30(2 時間 30 分)
- ② 場所:新都心ビジネス交流プラザ 4 階 B 会議室(さいたま市中央区上落合 2-3-2)
- ③ 出席者(敬称略)

[委員]永沢映、泉貴嗣、鈴木暁子、黒金英明
[事務局]さいたま市 井上政行、江幡暢弘、村上正史
財団法人地方自治研究機構 岸田拓士
株式会社東レ経営研究所 松井滋樹、森本有紀、竹田敬亮

④ 議事要旨

(a) アンケート調査の追加説明

- ・前回の部会でのアンケート報告に加え、地区別、業種別、ISO の 7 分類、CSR の認知度別でそれぞれクロスした集計表について説明。

(b) 認証基準案について

- ・認証については将来の本認証をにらんでのチャレンジ認証制度とする。
- ・基準についてはアンケートの設問の 126 項目を基準のたたき台とする。

(6) 第6回部会

- ① 日時:平成 23 年 12 月 7 日(水) 15:00~17:30(2 時間 30 分)
- ② 場所:ときわ会館 3 階 B 会議室(さいたま市浦和区常盤 6-4-21)
- ③ 出席者(敬称略)

[委員]永沢映、泉貴嗣、清水圭子(鈴木委員代理)、八島健(黒金委員代理)
[事務局]さいたま市 井上政行、江幡暢弘、村上正史
財団法人地方自治研究機構 岸田拓士、武村勝寛
株式会社東レ経営研究所 松井滋樹、森本有紀、竹田敬亮

④ 議事要旨

(a) 制度設計について

- ・企業が CSR に自ら取り組めるようなノウハウの獲得をこの制度を通じてサポートしたい。それによって社会や地域と共生した企業の持続可能な成長の実現を目指す。自立的な CSR 経営が出来ていくようになるための中間的な支援プロセスとして、チャレンジ認証制度を位置づけていく。
- ・対象は中小企業に限定する。
- ・応募基準については、さいたま市内で 3 年以上継続して事業を営んでいること、「法令遵守」、「財務基準」(自己資本比率がプラスであることという要件を仮として盛り込んだ)とする。
- ・「チャレンジ」認証制度であるため、必要最低限の社会的健全性を有するか幅広く見る。
- ・審査項目としてはアンケートの 126 の設問を精査して現状 104 にまとめたチェックリストに従いセルフチェックを行い提出するものとする。項目については市役所内で現在調整しているので、増減の可能性はある。
- ・認証の流れは、説明会の実施、書類審査、審査員による企業往訪、その後一定期間内にその企業自らが CSR の観点で解決したい課題から目標(何にチャレンジするか)を設定してもらう。それが妥当かどうか等を踏まえ、認証企業として相応であるかを決し、支援していく。
- ・認証審査そのものについては合議制の委員会にて行うものとする。

(b) 「インセンティブ」について

- ・「インセンティブ」については目標実現に資する支援に特化するため、入札・調達の優遇や融資

については見送ることとする。

- ・支援については認証企業によるコミュニティの形成、企業名の広報、コンサルティングやセミナーの開催、SNS等の活用、CSR 企業同士の交流機会の提供等とする。

(7) 第7回部会

① 日時:平成 24 年 1 月 18 日(水) 13:00~17:30(2 時間 30 分)

② 場所:さいたま市役所 議会棟 2 階 第 6 委員会室

③ 出席者(敬称略)

[委員]永沢映、泉貴嗣、清水圭子(鈴木委員代理)、黒金英明

[事務局]さいたま市 江幡暢弘、村上正史

財団法人地方自治研究機構 武村勝寛

株式会社東レ経営研究所 松井滋樹

④ 議事要旨

(a) 企業ヒアリングについて

- ・アンケートで回答企業の中から、業種・従業員規模で偏りがないように抽出し、了解が得られた企業に対してヒアリングを行っていく。

(b) CSR 制度委員会(仮称)の機能と役割

- ・CSR 制度委員会には、①認証、②認証企業の CSR 支援、③さいたま市の企業や市民に対する CSR 普及調査、④制度の改廃、⑤事務局、⑥CSR コミュニティの機能を持たせる。
- ・CSR コミュニティはチャレンジ認証企業をメンバーとする。CSR 制度委員会からコミュニティに対して①コンサルティングやセミナー、②SNS 等 WEB を通じたコミュニケーション支援、③CSR を軸にしたマッチング等の支援を行う。

(8) 第8回部会

① 日時:平成 24 年 2 月 3 日(金) 9:30~12:00(2 時間 30 分)

② 場所:ときわ会館 3 階 D 会議室(さいたま市浦和区常盤 6-4-21)

③ 出席者(敬称略)

[委員]永沢映、泉貴嗣、清水圭子(鈴木委員代理)、間藤雅夫、黒金英明

[事務局]さいたま市 井上政行、江幡暢弘、村上正史

財団法人地方自治研究機構 武村勝寛

株式会社東レ経営研究所 松井滋樹、森本有紀

④ 議事要旨

(a) 企業ヒアリングに関する報告

- ・チャレンジ認証での特別なインセンティブは必要ないと考えている企業が多数であった。
- ・コミュニティ形成とその活動には賛意を示す企業が多かった。

(b) 認証企業の財務健全性の評価について

- ・チャレンジ認証の財務基準としては当初案を適用する。
- ・詳細は事務局で詰める。

(c) チェックリスト項目

- ・チェックリスト項目は中小企業にとってわかりやすいものとし、項目数は 100 を目安とする。
- ・スポーツ振興の視点の項目を追加するなど、今後事務局で整理していく。

アンケート調査票及び分析一覧表

(1) アンケート調査票

CSRに関する意識調査

本調査票ご記入に際してのお願い

1. 本調査の内容や回答方法等について、ご不明な点がございましたら下記担当者までご連絡下さい。
2. ご回答者の個人情報や貴社の事業関連情報等は、本調査の目的以外に使用することはありません。
3. 選択式回答については全て統計的に処理し、企業名等が公表されることはありません。
記述式回答については重要なご指摘・ご意見等を調査報告書に転載する可能性があります。が、その際も個々のご回答企業名が公表されることはありません。
4. 電子ファイル（Excel形式）でのご回答を希望される場合は、誠にお手数ですが、下記担当者のメールアドレスまでご連絡下さい。追って担当者から電子ファイルを送信させていただきます。

【問い合わせ先】

株式会社 東レ経営研究所
〒279-8555 千葉県浦安市美浜1-8-1 東レビル4F
TEL 047-350-6196 FAX 047-350-6077
担当：市場調査部 森本（もりもと） Yuki_Morimoto@tbr.toray.co.jp

恐れ入りますが、貴社概要について、空欄に必要な事項のご記入、あるいは当てはまる□にチェックをつけ、次頁にお進み下さい。

事業所名			
所在地	<input type="checkbox"/> 西区 <input type="checkbox"/> 中央区 <input type="checkbox"/> 緑区	<input type="checkbox"/> 北区 <input type="checkbox"/> 桜区 <input type="checkbox"/> 岩槻区	<input type="checkbox"/> 大宮区 <input type="checkbox"/> 浦和区
資本金	千円		
組織形態	<input type="checkbox"/> 法人	<input type="checkbox"/> 団体	<input type="checkbox"/> 個人
市内にある事業所の規模 (常勤者数/パート含)	<input type="checkbox"/> 1~4人 <input type="checkbox"/> 50~99人	<input type="checkbox"/> 5~9人 <input type="checkbox"/> 100~299人	<input type="checkbox"/> 10~49人 <input type="checkbox"/> 300人以上
業種	<input type="checkbox"/> 農林漁業 <input type="checkbox"/> 電気・ガス・熱供給・水道業 <input type="checkbox"/> 卸売・小売業 <input type="checkbox"/> 飲食店・宿泊業 <input type="checkbox"/> 複合サービス業 <input type="checkbox"/> 公務	<input type="checkbox"/> 鉱業 <input type="checkbox"/> 金融・保険業 <input type="checkbox"/> 医療・福祉 <input type="checkbox"/> サービス業（他に分類されないもの）	<input type="checkbox"/> 建設業 <input type="checkbox"/> 情報通信業 <input type="checkbox"/> 不動産業 <input type="checkbox"/> 教育・学習支援業
主なお客様の所在エリア (ひとつだけ)	<input type="checkbox"/> さいたま市内 <input type="checkbox"/> 埼玉県内 <input type="checkbox"/> 首都圏（東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県、茨城県、栃木県、群馬県、山梨県） <input type="checkbox"/> 全国		
ご回答者	ご所属		
	お名前		
	電話番号		FAX番号

<貴社の事業活動等について>

- IV. 次に挙げる様々な事業活動（9頁まで）について、貴社で現在行われている活動（実現できていること）をすべて選んで、当てはまる番号に○印をつけて下さい。（○はいくつでも）

<A. 自社のため>

会社が存続し繁栄していくには社会から信頼され、必要とされる存在でなければいけません。そのため、会社の方針や規則を定めたり、法律違反が起こらないようなチェック体制を取ったり、事故や災害を起こさないことが必要であり、そういった取り組みを行うことが社会的責任を果たすことにつながります。

「自社のため」に関連する以下の項目で、貴社で現在行われている活動（実現できていること）を全て選んで、当てはまる番号に○印をつけて下さい。

1. 会社としての信念・方針や理念がある（定めている）
2. 経営者や従業員一人ひとりが守るべき具体的な行動規則や規範がある
3. 朝礼や定例会などで会社の方針や経営者の思いなどが従業員に定期的に伝えている
4. 社内提案制度など従業員の意見が経営者に届く仕組みがある
5. 埼玉県「チャレンジ経営宣言！」の登録企業である
6. 埼玉県「企業経営革新計画」の承認企業である
7. 社内や社外で毎朝「挨拶運動」を実行している
8. 過去3年間 無事故・無災害である
9. 地震等の災害に遭遇しても事業が継続できるような備えがある（又は計画を定めている）
10. 店舗や社屋（事務所・工場）をバリアフリー、ユニバーサルデザイン化している
11. 安全基準や設計基準を作成し従業員にも周知させている
12. 法令違反行為がないか定期的にチェックしている（チェックする組織や仕組みがある）
13. お客様から入手した個人情報漏洩することがないように、厳格に管理している
14. 社内文書を紛失することのないように保管場所を定めて管理している
15. 過去3年間に行政処分を受けていない
16. 過去3年間に経営者や従業員が交通違反や交通事故を起こしていない
17. 不正献金や接待など、政治家や官公庁・自治体の公務員等との癒着を禁止している
18. ホームページ等で会社の情報を公開している
19. 展示会や見本市に出展し、自社や自社の製品のPRに努めている

<B. お客様（顧客・消費者）に対して>

お客様が製品やサービスを購入・消費してくれるからこそ、企業活動に利益をもたらし、企業はその活動を継続していくことができます。例えば、お客様をより満足させるような製品やサービスを提供することや、苦情や不満に誠実に対応するといったことも社会的責任を果たすこととなります。

「お客様」に対する行動で、貴社で現在行われている活動（実現できていること）を全て選んで、当てはまる番号に○印をつけて下さい。

20. マナーを守り礼儀正しくお客様に接するよう従業員を教育している
21. 製品やサービスの内容などを店頭やホームページなどでわかりやすく情報開示している
22. わかりやすい製品マニュアルを作成している
23. カタログや広告で事実と異なる表現を行うことがないように適切に管理している
24. 製品・サービスの品質を常に維持し、安定的に供給している
25. 納期を厳守している
26. 自社の製品やサービスについて利益やコスト削減よりも安全性を重視している
27. 高齢者や障害者に配慮した製品やサービスを製造したり、扱っている
28. 発がん性物質など人に有害な原材料を使用した製品を提供していない
29. 取り扱い商品に、エコマークやグリーンマークを取得しているものがある
30. お客様の要望や不満に対して、誠実に対応している
31. 製品に不具合（リコール等）があった場合は自主回収・交換をすすめ再発防止に努めている
32. 他社の製品やサービスに対して誹謗中傷を行っていない
33. ISO9001等の品質を管理監督する認証を取得している

<C. 従業員（社員）に対して>

働く人がいなければ企業は成り立ちません。従業員が積極的に企業活動に参加し、その役割を果たすことで、企業は社会における使命を果たすことができます。性別や国籍などの差別なく従業員を雇用する事や、育児休業を取得させたりすることも社会的責任を果たすことになります。

「従業員」に対する活動で、貴社で現在行われている活動（実現できていること）を全て選んで、当てはまる番号に○印をつけて下さい。

34. 65歳以上の高齢者を積極的に雇用している
35. 障害者を雇用している
36. パートタイム社員や派遣社員を正社員に登用している
37. リストラや従業員の解雇を行ったことがない
38. 性別や国籍等に差別なく従業員それぞれの能力や実績に基づいて昇給・昇進させている
39. 女性を管理職として積極的に登用している
40. 従業員が希望した（有給）休暇は確実に取得させている
41. 「ノー残業デー」等の残業を抑制する取り組みを行っている
42. 「フレックスタイム」「短時間勤務」「在宅勤務」といった柔軟な働き方ができる制度を導入している
43. 過去3年間に女性従業員が育児休業を取得した実績がある
44. 男性従業員が育児休業を取得した実績がある
45. 子どものケガや病気のとくに看護をするための休暇を取得することができる
46. 結婚や出産後も働き続けている女性がいる
47. 育児・介護休業等を利用したことが、昇給や昇格のうえで妨げにならないように配慮している
48. 家族や育児に関する手当（家族手当等）を支給している
49. 禁煙や分煙等を実施し、従業員の健康管理に配慮している
50. セクシュアル・ハラスメント、パワーハラスメントを起こさせないよう社内で徹底している
51. 従業員が仕事をする上での悩みやメンタルヘルスについて相談できる体制がある
52. 従業員が能力向上できるように、社内で研修を行っている
53. 従業員が能力向上できるように、社外の研修等への受講支援を行っている
54. 従業員を表彰する制度がある

<D. 取引先（調達先・仕入先）に対して>

原材料や燃料、商品やサービスの調達ができなければ企業は活動を行うことができません。取引先と良好な関係を保ち、公平・公正な取引や下請法を遵守した取引を行っていくことも社会的責任に含まれます。

「取引先」に対する活動で、貴社で現在行われている活動（実現できていること）を全て選んで、当てはまる番号に○印をつけて下さい。

55. 取引先を選ぶ際は、環境への配慮をしていることや人権や法令を遵守していることも考慮している
56. 旧来からの取引先にこだわらず新しい取引先を広く求めている
57. 取引の際に「私情」を入れないよう取引基準を設け、公正な取引を行っている。
58. 企業規模の大小にかかわらず取引先とは対等の立場で取引を行っている
59. 取引先への発注は書面で行うなど、誤発注がないように努めている
60. 買い叩きのような、不当な値下げ要求は行っていない
61. 不当な短納期発注は行わない
62. 取引先に自社製品の購入を強制したり、商品の受け取り拒否をする等の不正な取引は行っていない
63. 特許権、著作権、商標権等の取引先の知的財産を侵害していない
64. 取引先からは過度な接待は受けていない
65. 環境を考慮して、環境への負荷が少ないもの（例えば再生紙）を購入している（グリーン購入）
66. 障害者支援施設や高齢者支援施設から製品やサービスを購入している

<E. 株主・出資者・金融機関（融資者）に対して>

株主や出資者、金融機関が提供する資金がなければ、企業活動は立ち行かなくなります。収益を上げ、配当を行っていくことも社会的責任の一つです。

「株主・出資者」に対する活動で、貴社で現在行われている活動（実現できていること）を全て選んで、当てはまる番号に○印をつけて下さい。

67. 業歴が10年以上である（10年以上存続している）
68. 会社の上げた利益を配当として、株主に還元している
69. 直近の決算では黒字経営である
70. 過去3年間増収している
71. 過去3年間増益している
72. 定期的に株主総会を開催している
73. 株主や出資者に対し事業実績や今後の見通しについて定期的に説明を行っている
74. 取引金融機関に対し決算書や、年次報告書、事業計画の提供や説明を行っている
75. 株主や出資者に対して自社の不利となるような情報も開示している
76. 株主向け割引や自社製品の贈呈等、株主向け優遇措置を行っている
77. 株主や出資者に対して、自社の見学会や従業員との交流会を開催している

<F. 地域住民・地域社会に対して>

企業が活動していくには、地域住民・地域社会と良好な関係を維持していく必要があります。地域住民の協力があってこそ事業活動を行うことができます。例えば地域で生産されたものを販売したり、地域の祭りやスポーツ活動に参加したりすることも社会的責任を果たすことになります。

「地域住民」に対する活動で、貴社で現在行われている活動（実現できていること）を全て選んで、当てはまる番号に○印をつけて下さい。

78. 製品やサービスの多くをさいたま市内で販売・提供している
79. 取引先（仕入先）をさいたま市内から優先して選んでいる
80. さいたま市又は埼玉県内の学校の卒業者を採用している
81. 従業員の大半がさいたま市民である
82. さいたま市内で生産された農産物や製品を購入して販売したり消費したりといった地産地消の取り組みを行っている
83. 地域ブランドや地域をテーマにした製品やサービスを扱っている
84. 祭りやサッカー大会など、地域イベント・スポーツ・文化活動の主催や協賛または企業として参加をしている
85. 祭りやサッカー大会など、地域イベント・スポーツ・文化活動へ自社の施設や場所を提供したりボランティア等の協力している
86. 運動場や駐車場などを地域に開放している
87. 街路への植樹や花壇、ゴミ箱設置などの市内美化活動を行っている（「さいたま市ロードサポート制度」または「彩の国ロードサポート」の登録団体である）
88. 道路や河川の清掃・草刈り、ゴミ拾い等の地域清掃活動へ参加している
89. 災害発生時に、飲料水や食料の提供、救援活動、自社を避難場所として提供等の協力を行っている
90. 地域パトロールを行ったり、自社を子どもの避難所（子ども110番の家等）に提供するなど地域防犯活動へ協力している
91. 従業員の消防団への参加や地域ボランティア等への参加を推進している
92. 防災訓練等を定期的実施している
93. 「埼玉県地域防災サポート企業・事業所」として登録している
94. 児童の見学受け入れ、出前授業等の地域の教育・教養支援を行っている
95. 地域住民に対して工場見学や職場見学・体験等を行っている
96. 彩の国工場指定工場である
97. 経営者や従業員が国や埼玉県、さいたま市の委員会の委員を務めたことがある
98. 大音量の騒音など地域の迷惑となるようなことが起こらないよう社内で管理している
99. さいたま市の「シルバー元気応援ショップ」の協賛店である。
100. 埼玉県の「パパ・ママ応援ショップ」の協賛店である。
101. 埼玉県「赤ちゃんの駅」に協力している。
102. 法人市民税を納税している
103. 従業員の市民税・県民税について特別徴収している

<G. 社会全体に対して>

企業活動はエネルギー資源や水、食料等、社会全体や地球環境とも関わっています。社会全体に対し協力・協働し、また限りある資源を大切にしていより良い環境を次の世代に渡していくことも必要です。震災や台風などの災害時に救援活動や復興支援の手伝いをしたりすること、クールビズを行ったりエネルギー消費の少ないLED電球を導入したりすることも社会的責任を果たすこととなります。

「社会全体」に対する活動で、貴社で現在行われている活動（実現できていること）を全て選んで、当てはまる番号に○印をつけて下さい。

104. 売上の一部を社会貢献活動等に寄付している（売上の一部が寄付になる仕組みをとっている）
105. 社内で定期的に募金活動を行い社会福祉や災害支援のために寄付を行っている（使用済み切手や書き損じハガキを集めて寄付する等の間接的に募金に繋がる仕組みを含む）
106. 震災や台風などの被災地に、救援物資を送付したり復興支援のために自社の社員を派遣したりしている
107. 社員のボランティア活動を支援している（休暇付与・勤務扱い等）
108. NPO等の非営利活動団体と事業協力している
109. 反社会的勢力（不正行為を生業とする組織／総会屋・暴力団等）と関係を持っていない
110. 会社として献血に定期的に協力している
111. 従業員に「臓器提供意思表示カード（ドナーカード）」を配布している
112. 社内有志が骨髄バンクにドナー登録している
113. 社内にAEDを設置している
114. 学生の就業体験（インターンシップ）の受け入れを行っている
115. 環境に配慮した製品やサービスを製造したり、扱っている
116. 屋上や壁面の緑化活動を行っている（または、さいたま市「緑のカーテンサポーター」に登録している）
117. 環境への影響を考慮して排気、排水等を行っている
118. さいたま市生活環境の保全に関する条例で定める「環境負荷低減計画」を策定している。
119. 包装の簡易化や廃棄物の分別の徹底など、ごみの削減、再利用、リサイクルに取り組んでいる（または、さいちゃんの「3Rパートナーシップ宣言」団体(企業)である）
120. エコカー、太陽光発電、LED、カーボンオフセットなどのエコ（環境配慮型）製品を導入している
121. 昼休み時間中の消灯、資源利用量の削減等といった省エネルギーの取り組みを行っている
122. クールビズ、ウォームビズの推進など地球温暖化防止（CO₂削減）につながる取り組みを行っている
123. 経営者や従業員がエレベーター使用を極力控え、階段利用を促進している
124. 不必要な電灯や空調、パソコンなどの電源をこまめに切っている
125. 余分なコピーやプリントアウトを減らす取り組みを行っている
126. ISO14001やエコアクション21、エコステージ等の環境管理に関する認証を取得している。

- V. IV<A. 自社のため>~<G. 社会全体に対して>にある1~126までの個々の事業活動のうち、貴社でこれから積極的に取り組んでいきたいと思われる事業活動の番号を5つまでご記入下さい。

--	--	--	--	--

- VI. 最後に、CSRに取り組むにあたり、貴社の経営状況・経営環境等についてご自由にお書きください。

--

以上でアンケートは終了です。ご協力ありがとうございました。
10月21日（金）までに同封の返信用封筒にてご返送下さい。

(2) 分析一覧表

① 回答企業の属性(単位:社)

	従業員数							
	全体	1 ~ 4 人	5 ~ 9 人	10 ~ 49 人	50 ~ 99 人	100 ~ 299 人	300 以上 人	無 回 答
合計	596	136	90	243	55	44	19	9
資 本 金	3百万円未満	55	20	10	22	2	1	0
	3百万円以上1千万円未満	70	35	10	20	1	2	0
	1千万円以上3千万円未満	207	37	34	106	21	7	1
	3千万円以上1億円未満	103	4	12	51	14	16	5
	1億円以上	50	4	4	17	5	10	10
	無回答	111	36	20	27	12	8	3
所 在 地	西区	45	14	4	15	6	4	1
	北区	71	15	11	29	6	6	4
	大宮区	100	18	11	44	10	11	4
	見沼区	39	11	12	10	2	3	1
	中央区	47	6	5	22	5	7	2
	桜区	42	10	5	20	4	2	0
	浦和区	80	24	12	24	9	7	4
	南区	75	18	13	33	5	3	3
	緑区	42	12	6	21	2	0	0
	岩槻区	51	8	11	24	6	1	0
無回答	4	0	0	1	0	0	0	
業 種	農林漁業	1	0	1	0	0	0	0
	鉱業	0	0	0	0	0	0	0
	建設業	128	35	34	51	6	2	0
	製造業	95	8	11	49	13	10	4
	電気・ガス・熱供給・水道業	15	6	5	2	1	0	0
	情報通信業	18	5	3	2	4	2	2
	運輸業	35	2	0	24	5	3	1
	卸売・小売業	93	40	10	29	2	9	3
	金融・保険業	8	1	1	2	0	2	2
	不動産業	28	11	8	9	0	0	0
	飲食店・宿泊業	2	0	0	1	0	0	0
	医療・福祉	18	1	1	8	3	2	3
	教育・学習支援業	14	0	0	11	1	1	1
	複合サービス業	10	4	3	2	0	0	0
	サービス業 (他に分類されないもの)	120	22	12	51	19	12	3
	公務	2	0	0	1	0	1	0
無回答	9	1	1	1	1	0	0	
顧 客 エ リ ア	さいたま市内	156	41	28	59	12	11	4
	埼玉県内	178	37	31	72	19	10	7
	首都圏	184	41	26	77	19	14	4
	全国	75	17	5	35	5	9	4
	無回答	3	0	0	0	0	0	0

② Q1.「企業の社会的責任(CSR)」の認知:(単位:%)

(a) 従業員数別

	従業員数						
	1~4人	5人	41~90人	91~190人	211~300人	301人以上	
全体	136社	90社	243社	55社	44社	19社	
合計	596社	136社	90社	243社	55社	44社	
よく知っている	15.8	4.4	7.8	12.8	25.5	50.0	
概要は知っている	31.9	22.1	33.3	37.4	38.2	34.1	
言葉は聞いたことはあるが内容は知らない	28.0	29.4	27.8	32.1	27.3	9.1	
知らない	21.6	40.4	28.9	15.6	7.3	0	
無回答	2.7	3.7	2.2	2.1	1.8	0	
	20%以上30%未満						30%以上

(b) 所在地別

	所在地										
	全区	西区	北区	大宮区	泉沼区	中央区	桜区	浦和区	南区	緑区	岩槻区
全体	45社	71社	100社	39社	47社	80社	42社	75社	42社	51社	
合計	596社	45社	71社	100社	39社	47社	80社	42社	75社	42社	
よく知っている	15.8	11.1	22.5	24.0	5.1	34.0	14.3	18.8	8.0	5.9	
概要は知っている	31.9	33.3	31.0	32.0	33.3	17.0	31.0	37.5	28.0	42.9	
言葉は聞いたことはあるが内容は知らない	28.0	31.1	22.5	26.0	33.3	23.4	23.8	18.8	40.0	26.2	
知らない	21.6	17.8	22.5	17.0	23.1	19.1	23.8	25.0	24.0	19.6	
無回答	2.7	6.7	1.4	1.0	5.1	6.4	7.1	0	0	0	
	20%以上30%未満										30%以上
											無回答
											4社

③ Q2.社会的責任として重要なことから(3つまで):(単位:%)

(a) 従業員数別

	従業員数									
	1 ~ 4 人	5 ~ 9 人	10 ~ 24 人	25 ~ 49 人	50 ~ 99 人	100 ~ 249 人	250 ~ 499 人	500 ~ 999 人	1000 人 以上	無 回 答
合計	136社	90社	243社	55社	44社	19社	9社			
法律を守り、倫理的な行動をとること	73.3	66.9	72.2	74.9	80.0	77.3	78.9	66.7		
安全で良質な商品・サービスを提供し、本業の更なる充実を図ること	69.6	61.8	71.1	72.0	69.1	73.7	66.7			
雇用を維持し、税金を納めること	40.3	30.9	48.9	44.0	40.0	34.1	26.3	55.6		
利益をあげ、株主への配当を行うこと	2.3	1.5	2.2	2.1	5.5	4.5	.0	.0		
香附やボランティアへの参加、地域行事への協力・協賛を行うこと	8.9	7.4	7.8	9.5	7.3	15.9	10.5	.0		
経営の一環として、地球環境の保護や労働環境の向上、社会貢献活動に取り組むこと	32.6	25.0	28.9	35.0	36.4	40.9	47.4	22.2		
自社に関係する様々な関係者と良好な関係を維持・発展させるため、経営陣に関わらず実際に実行すべきこと	19.5	20.6	20.0	18.1	25.5	15.9	21.1	11.1		
必要性は認識しているが、本業に余裕がないので、取り組むことができない	12.1	19.9	10.0	11.5	12.7	2.3	.0	.0		
大企業が取り組むべきもので、中小企業には関係ない	1.2	2.2	3.3	.4	.0	.0	.0	.0		
わからない	2.3	6.6	3.3	.8	.0	.0	.0	.0		
その他	1.2	1.5	1.1	.4	3.6	.0	.0	11.1		
無回答	3.2	3.7	2.2	2.5	3.6	2.3	10.5	11.1		
	50%以上80%未満									80%以上

(d) CSR 認知別

	Q1.「企業の社会的責任(CSR)」の認知					
	合計	94社	190社	167社	129社	16社
	596社	94社	190社	167社	129社	16社
	73.3	73.4	81.6	76.0	62.8	31.3
法律を守り、倫理的な行動をとること	69.6	69.1	69.5	68.9	71.3	68.8
安全で良質な商品・サービスを提供し、本業の更なる充実を図ること	40.3	29.8	38.9	46.1	43.4	31.3
雇用を維持し、税金を納めること	2.3	3.2	3.2	1.2	2.3	.0
利益をあげ、株主への配当を行うこと	8.9	7.4	10.5	9.6	5.4	18.8
香附やボランティアへの参加、地域行事への協力・協賛を行うこと	32.6	55.3	36.8	26.9	17.8	25.0
経営の一環として、地球環境の保護や労働環境の向上、社会貢献活動に取り組むこと	19.5	22.3	19.5	20.4	16.3	18.8
自社に關係する様々な關係者と良好な關係を維持・発展させるため、経営環境に關わらず營業に実行すべきこと	12.1	3.2	7.4	19.8	17.1	.0
必要性は認識しているが、本業に余裕がないので、取り組むことができない	1.2	.0	.0	1.8	3.1	.0
大企業が取り組むべきもので、中小企業には關係しない	2.3	.0	.0	1.2	9.3	.0
わからない	1.2	1.1	1.1	1.2	1.6	.0
その他	3.2	7.4	3.7	.0	.8	25.0
無回答						
			50%以上80%未満		80%以上	

(d) CSR 認知別

	Q1.「企業の社会的責任(CSR)」の認知					
	合計 596社	94社	190社	167社	129社	16社
		よく知っている	概要は知っている	言葉は聞いたことはあるが内容は知らない	知らない	無回答
合計	596社	94社	190社	167社	129社	16社
売上拡大	32.6	23.4	31.6	35.3	38.0	25.0
利益拡大	37.9	29.8	42.1	36.5	40.3	31.3
マーケティングシェア拡大	12.4	16.0	12.1	14.4	8.5	6.3
企業イメージ（社会的評判・評価）の向上	21.3	22.3	28.4	15.0	18.6	18.8
顧客満足度の向上	63.1	69.1	67.4	61.7	56.6	43.8
地域との関係の向上	16.8	24.5	16.3	17.4	10.9	18.8
品質管理	24.7	16.0	27.4	20.4	31.8	31.3
法令順守	24.8	33.0	25.3	26.9	17.8	6.3
従業員の育成	30.9	28.7	28.9	38.9	24.8	31.3
環境問題への取り組み	9.9	16.0	9.5	13.8	1.6	6.3
どの項目も重視していない	.2	.0	.0	.0	.8	.0
その他	1.3	1.1	.0	.6	4.7	.0
無回答	1.7	3.2	.5	.6	.8	25.0
		50%以上80%未満			80%以上	

⑤ Q4. CSR に類する事業活動の実施(自社に対して):(単位:%)

(a) 従業員数別

	50%以上80%未満		80%以上		従業員数																
	1 人	2 人	3 人	4 人	5 人	6 人	7 人	8 人	9 人	10 人	11 人	12 人	13 人	14 人	15 人	16 人	17 人	18 人	19 人	20 人	無 回 答
合計	596社	136社	90社	243社	55社	44社	19社	9社													
1. 会社としての信念・方針や理念がある(定めている)	67.3	45.6	58.9	73.3	83.6	88.6	100.0	44.4													
2. 経営者や従業員一人ひとりが守るべき具体的な行動規則や規範がある	49.8	27.2	46.7	55.6	56.4	77.3	78.9	33.3													
3. 朝礼や定例会などで会社の方針や経営者の思いなどを従業員に定期的に伝えている	57.9	19.1	52.2	69.1	92.7	77.3	89.5	22.2													
4. 社内提案制度など従業員が経営者に届く仕組みがある	35.4	15.4	31.1	39.1	47.3	63.6	57.9	22.2													
5. 埼玉県「チャレンジ経営宣言！」の登録企業である	5.7	.7	5.6	8.2	12.7	2.3	.0	.0													
6. 埼玉県「企業経営革新計画」の承認企業である	5.5	.7	5.6	8.2	7.3	6.8	.0	.0													
7. 社内や社外で毎朝「挨拶運動」を実行している	19.0	7.4	14.4	22.2	29.1	29.5	36.8	.0													
8. 過去3年間 無事故・無災害である	57.2	77.9	72.2	53.5	36.4	31.8	21.1	22.2													
9. 地震等の災害に遭遇しても事業が継続できるような備えがある(又は計画を定めている)	23.8	21.3	11.1	23.9	20.0	47.7	52.6	33.3													
10. 店舗や社屋(事務所・工場)をバリアフリー、ユニバーサルデザイン化している	8.2	5.1	4.4	7.8	3.6	15.9	42.1	22.2													
11. 安全基準や設計基準を作成し従業員にも周知させている	20.6	11.8	26.7	21.0	23.6	25.0	36.8	11.1													
12. 法令違反行為がないか定期的にチェックしている(チェックする組織や仕組みがある)	29.5	13.2	21.1	31.3	30.9	68.2	73.7	22.2													
13. お客様から入手した個人情報漏洩することがないよう、厳格に管理している	56.0	39.7	54.4	59.3	60.0	79.5	89.5	22.2													
14. 社内文書を紛失することのないように保管場所を定めて管理している	48.5	27.9	50.0	51.9	56.4	68.2	78.9	44.4													
15. 過去3年間に行政処分を受けていない	89.8	85.3	90.0	94.7	83.6	90.9	84.2	66.7													
16. 過去3年間に経営者や従業員が交通違反や交通事故を起こしていない	37.8	55.9	41.1	32.1	29.1	27.3	15.8	33.3													
17. 不正献金や接待など、政治家や官公庁・自治体の公務員等との癒着を禁止している	46.0	30.1	40.0	52.7	47.3	61.4	68.4	33.3													
18. ホームページ等で会社の情報を公開している	56.0	32.4	46.7	62.1	78.2	79.5	89.5	22.2													
19. 展示会や見本市に出展し、自社や自社の製品のPRに努めている	18.3	7.4	12.2	17.7	30.9	38.6	42.1	33.3													
該当なし/無回答	1.0	2.2	1.1	.0	.0	.0	.0	22.2													

(b) 業種別

	業種														無回答						
	合計	596社	1社	社	128社	95社	15社	18社	35社	93社	8社	28社	2社	18社		14社	10社	120社	2社		
農林漁業																					
鉱業																					
建設業																					
製造業																					
電気・ガス・熱供給・水道業																					
情報通信業																					
運輸業																					
卸売・小売業																					
金融・保険業																					
不動産業																					
飲食店・宿泊業																					
医療・福祉																					
教育・学習支援業																					
複合サービス業																					
サービス業（他に分類されないもの）																					
公務																					
無回答																					
合計	67.3	49.8	57.9	35.4	5.7	5.5	19.0	57.2	23.8	8.2	20.6	29.5	56.0	48.5	89.8	37.8	46.0	56.0	18.3	1.0	
50%以上80%未満																					
80%以上																					

(c) 所在地別

	50%以上80%未満		80%以上		所在地										
	合計	596社	45社	71社	100社	39社	47社	42社	80社	75社	42社	緑区	岩槻区	無回答	
1. 会社としての信念・方針や理念がある (定めている)	67.3	64.4	80.3	66.0	59.0	76.6	52.4	70.0	74.7	59.5	56.9	50.0			
2. 経営者や従業員一人ひとりが守るべき具体的な行動規則や規範がある	49.8	42.2	62.0	49.0	43.6	61.7	47.6	51.3	49.3	42.9	41.2	50.0			
3. 朝礼や定例会などで会社の方針や経営者の思いなどを従業員に定期的に伝えている	57.9	51.1	62.0	63.0	46.2	63.8	54.8	61.3	61.3	50.0	52.9	25.0			
4. 社内提案制度など従業員の意見が経営者に届く仕組みがある	35.4	22.2	46.5	36.0	28.2	38.3	38.1	38.8	33.3	26.2	39.2	.0			
5. 埼玉県「チャレンジ経営宣言！」の登録企業である	5.7	4.4	7.0	1.0	5.1	6.4	11.9	2.5	9.3	9.5	5.9	.0			
6. 埼玉県「企業経営革新計画」の承認企業である	5.5	8.9	8.5	2.0	2.6	6.4	11.9	2.5	6.7	7.1	3.9	.0			
7. 社内や社外で毎朝「挨拶運動」を実行している	19.0	22.2	22.5	17.0	17.9	14.9	14.3	16.3	21.3	26.2	19.6	.0			
8. 過去3年間 無事故・無災害である	57.2	55.6	50.7	52.0	61.5	46.8	61.9	65.0	68.0	71.4	45.1	.0			
9. 地震等の災害に遭遇しても事業が継続できるような備えがある(又は計画を定めている)	23.8	24.4	26.8	27.0	25.6	25.5	26.2	25.0	24.0	19.0	9.8	25.0			
10. 店舗や社屋(事務所・工場)をバリアフリー、ユニバーサルデザイン化している	8.2	4.4	5.6	14.0	5.1	12.8	2.4	6.3	8.0	11.9	5.9	25.0			
11. 安全基準や設計基準を作成し従業員にも周知させている	20.6	17.8	21.1	16.0	23.1	19.1	23.8	25.0	18.7	21.4	25.5	.0			
12. 法令違反行為がないか定期的にチェックしている(チェックする組織や仕組みがある)	29.5	31.1	31.0	37.0	23.1	40.4	26.2	26.3	30.7	16.7	23.5	25.0			
13. お客様から入手した個人情報漏洩することがないよう、厳格に管理している	56.0	48.9	66.2	59.0	66.7	53.2	47.6	63.8	54.7	38.1	52.9	.0			
14. 社内文書を紛失することのないように保管場所を定めて管理している	48.5	42.2	59.2	51.0	53.8	48.9	47.6	53.8	42.7	40.5	39.2	25.0			
15. 過去3年間に行政処分を受けていない	89.8	88.9	91.5	89.0	89.7	83.0	85.7	92.5	96.0	88.1	88.2	75.0			
16. 過去3年間に経営者や従業員が交通違反や交通事故を起こしていない	37.8	35.6	23.9	39.0	35.9	27.7	45.2	43.8	41.3	42.9	43.1	25.0			
17. 不正献金や接待など、政治家や官公庁・自治体の公務員等との癒着を禁止している	46.0	40.0	53.5	48.0	48.7	51.1	31.0	47.5	45.3	50.0	39.2	25.0			
18. ホームページ等で会社の情報を公開している	56.0	57.8	50.7	68.0	53.8	61.7	47.6	61.3	62.7	42.9	37.3	25.0			
19. 展示会や見本市に出展し、自社や自社の製品のPRに努めている	18.3	8.9	15.5	23.0	15.4	27.7	26.2	15.0	21.3	16.7	9.8	25.0			
該当なし/無回答	1.0	.0	.0	1.0	.0	2.1	2.4	1.3	.0	2.4	.0	25.0			

⑥ Q4. CSR に類する事業活動の実施(お客様に対して):(単位:%)

(a) 従業員数別

	50%以上80%未満		80%以上		従業員数						
	全体	1人	5人	9人	136社	243社	55社	44社	19社	9社	
合計	596社	136社	90社	243社	55社	44社	19社	9社			
20. マナーを守り礼儀正しくお客様に接するよう従業員を教育している	78.2	56.6	78.9	86.8	81.8	88.6	89.5	66.7			
21. 製品やサービスの内容などを店頭やホームページなどでわかりやすく情報開示している	36.2	25.7	22.2	39.9	45.5	54.5	73.7	11.1			
22. わかりやすい製品マニュアルを作成している	18.6	11.0	14.4	21.0	16.4	29.5	42.1	22.2			
23. カタログや広告で事実と異なる表現を行うことがないよう適切に管理している	29.4	19.9	33.3	26.3	32.7	52.3	57.9	22.2			
24. 製品・サービスの品質を常に維持し、安定的に供給している	50.5	36.8	46.7	52.3	56.4	70.5	73.7	66.7			
25. 納期を厳守している	65.6	58.8	64.4	70.0	60.0	70.5	68.4	66.7			
26. 自社の製品やサービスについて利益やコスト削減よりも安全性を重視している	40.8	30.9	43.3	42.4	38.2	52.3	57.9	44.4			
27. 高齢者や障害者に配慮した製品やサービスを製造したり、扱っている	14.3	12.5	11.1	11.5	16.4	25.0	47.4	11.1			
28. 発がん性物質などに有害な原材料を使用した製品を提供していない	34.9	28.7	27.8	37.4	38.2	43.2	57.9	22.2			
29. 取り扱い商品に、エコマークやグリーンマークを取得しているものがある	11.4	11.0	12.2	10.7	12.7	9.1	26.3	.0			
30. お客様の要望や不満に対して、誠実に対応している	79.9	77.2	75.6	79.8	87.3	90.9	84.2	55.6			
31. 製品に不具合(リコール等)があった場合は自主回収・交換をすめ再発防止に努めている	30.0	19.9	30.0	31.3	29.1	47.7	47.4	33.3			
32. 他社の製品やサービスに対して誹謗中傷を行っていない	54.5	46.3	41.1	56.4	60.0	77.3	73.7	77.8			
33. ISO9001等の品質を管理監督する認証を取得している	14.4	5.1	8.9	16.0	27.3	22.7	36.8	.0			
該当なし/無回答	3.2	6.6	4.4	1.6	.0	.0	5.3	11.1			

(b) 業種別

	業種													無回答															
	合計	596社	農林漁業	1社	鉱業	128社	建設業	95社	電気・ガス・水道・業熱供給	15社	情報通信業	18社	運輸業		35社	卸売・小売業	93社	金融・保険業	8社	不動産業	28社	飲食店・宿泊業	2社	18社	14社	10社	複合サービス業	120社	サービス業(他に分類されないもの)
20. マナーを守り礼儀正しくお客様に接するよう従業員を教育している	78.2	100.0	.0	73.4	73.7	66.7	77.8	88.6	73.1	87.5	82.1	100.0	88.9	85.7	80.0	85.8	50.0	66.7	9社										
21. 製品やサービスの内容などを店頭やホームページなどでわかりやすく情報開示している	36.2	100.0	.0	21.9	44.2	26.7	50.0	25.7	41.9	75.0	42.9	.0	38.9	42.9	40.0	39.2	50.0	11.1											
22. わかりやすい製品マニュアルを作成している	18.6	.0	.0	10.2	31.6	.0	22.2	8.6	21.5	37.5	7.1	.0	5.6	14.3	30.0	23.3	.0	22.2											
23. カタログや広告で事実と異なる表現を行うことがないよう適切に管理している	29.4	.0	.0	19.5	35.8	13.3	38.9	8.6	45.2	87.5	21.4	50.0	33.3	42.9	30.0	26.7	.0	11.1											
24. 製品・サービスの品質を常に維持し、安定的に供給している	50.5	.0	.0	32.8	84.2	33.3	61.1	28.6	64.5	87.5	17.9	100.0	38.9	28.6	40.0	50.8	.0	33.3											
25. 納期を厳守している	65.6	.0	.0	74.2	88.4	53.3	66.7	68.6	68.8	50.0	25.0	50.0	11.1	14.3	50.0	63.3	.0	77.8											
26. 自社の製品やサービスについて利益やコスト削減よりも安全性を重視している	40.8	.0	.0	48.4	35.8	26.7	33.3	54.3	36.6	37.5	14.3	50.0	61.1	21.4	40.0	45.8	.0	33.3											
27. 高齢者や障害者に配慮した製品やサービスを製造したり、扱っている	14.3	.0	.0	16.4	7.4	13.3	.0	17.1	12.9	25.0	7.1	100.0	55.6	14.3	10.0	15.0	.0	.0											
28. 発がん性物質など人に有害な原材料を使用した製品を提供していない	34.9	.0	.0	39.1	62.1	.0	33.3	8.6	43.0	12.5	3.6	.0	33.3	.0	20.0	32.5	.0	11.1											
29. 取り扱い商品に、エコマークやグリーンマークを取得しているものがある	11.4	.0	.0	15.6	9.5	20.0	.0	11.4	21.5	12.5	.0	.0	5.6	.0	10.0	6.7	50.0	.0											
30. お客様の要望や不満に対して、誠実に対応している	79.9	100.0	.0	75.0	80.0	73.3	94.4	74.3	82.8	100.0	85.7	100.0	77.8	64.3	90.0	84.2	50.0	44.4											
31. 製品に不具合(リコール等)があった場合は自主回収・交換をすすめ再発防止に努めている	30.0	.0	.0	26.6	50.5	20.0	22.2	11.4	50.5	12.5	3.6	.0	.0	.0	30.0	26.7	.0	22.2											
32. 他社の製品やサービスに対して誹謗中傷を行っていない	54.5	.0	.0	50.0	64.2	40.0	77.8	42.9	62.4	87.5	35.7	50.0	44.4	21.4	60.0	55.8	50.0	44.4											
33. ISO9001等の品質管理監督する認証を取得している	14.4	.0	.0	17.2	37.9	20.0	5.6	8.6	4.3	.0	3.6	.0	11.1	.0	.0	11.7	.0	.0											
該当なし/無回答	3.2	.0	.0	3.9	1.1	6.7	.0	2.9	4.3	.0	3.6	.0	.0	14.3	.0	2.5	.0	11.1											

(c) 所在地別

	所在地											無 回 答
	合 計	西 区	北 区	大 宮 区	見 沼 区	中 央 区	桜 区	浦 和 区	南 区	緑 区	岩 槻 区	
合計	596社	45社	71社	100社	39社	47社	42社	80社	75社	42社	51社	4社
20. マナーを守り礼儀正しくお客様に接するよう従業員を教育している	78.2	68.9	84.5	78.0	82.1	72.3	76.2	80.0	77.3	78.6	80.4	75.0
21. 製品やサービスの内容などを店頭やホームページなどでわかりやすく情報開示している	36.2	22.2	31.0	47.0	23.1	44.7	35.7	40.0	42.7	31.0	29.4	.0
22. わかりやすい製品マニュアルを作成している	18.6	17.8	21.1	18.0	15.4	14.9	21.4	21.3	24.0	16.7	11.8	.0
23. カタログや広告で事実と異なる表現を行うことがないよう適切に管理している	29.4	31.1	31.0	30.0	17.9	31.9	28.6	30.0	34.7	21.4	31.4	.0
24. 製品・サービスの品質を常に維持し、安定的に供給している	50.5	51.1	53.5	46.0	41.0	66.0	66.7	46.3	53.3	38.1	47.1	50.0
25. 納期を厳守している	65.6	66.7	62.0	58.0	66.7	68.1	76.2	71.3	62.7	69.0	66.7	50.0
26. 自社の製品やサービスについて利益やコスト削減よりも安全性を重視している	40.8	28.9	53.5	39.0	38.5	34.0	38.1	42.5	41.3	40.5	45.1	25.0
27. 高齢者や障害者に配慮した製品やサービスを製造したり、扱っている	14.3	8.9	15.5	16.0	17.9	17.0	4.8	15.0	16.0	14.3	13.7	.0
28. 発がん性物質など人に有害な原材料を使用した製品を提供していない	34.9	31.1	36.6	33.0	30.8	46.8	31.0	40.0	30.7	35.7	35.3	.0
29. 取り扱い商品に、エコマークやグリーンマークを取得しているものがある	11.4	13.3	11.3	11.0	7.7	19.1	9.5	7.5	13.3	11.9	11.8	.0
30. お客様の要望や不満に対して、誠実に対応している	79.9	73.3	85.9	78.0	74.4	83.0	69.0	83.8	80.0	83.3	84.3	50.0
31. 製品に不具合(リコール等)があった場合は自主回収・交換をすすめ再発防止に努めている	30.0	40.0	32.4	23.0	28.2	44.7	42.9	22.5	29.3	31.0	21.6	25.0
32. 他社の製品やサービスに対して誹謗中傷を行っていない	54.5	44.4	59.2	51.0	53.8	61.7	64.3	56.3	54.7	50.0	51.0	50.0
33. ISO9001等の品質を管理監督する認証を取得している	14.4	20.0	15.5	14.0	15.4	17.0	4.8	18.8	14.7	11.9	9.8	.0
該当なし/無回答	3.2	4.4	1.4	3.0	7.7	.0	4.8	1.3	6.7	2.4	.0	25.0

⑦ Q4. CSRに類する事業活動の実施(従業員に対して):(単位:%)

(a) 従業員数別

	従業員数										
	全体	1 ~ 4 人	5 ~ 9 人	10 ~ 24 人	25 ~ 49 人	50 ~ 99 人	100 ~ 249 人	250 ~ 499 人	500 ~ 999 人	1000 人以上	無 回 答
合計	596社	136社	90社	243社	55社	44社	19社	9社			
34. 65歳以上の高齢者を積極的に雇用している	33.4	19.1	26.7	42.0	43.6	34.1	26.3	33.3			
35. 障害者を雇用している	18.5	.0	5.6	14.0	50.9	59.1	84.2	11.1			
36. パートタイム社員や派遣社員を正社員に登用している	26.3	7.4	15.6	30.0	41.8	47.7	73.7	22.2			
37. リストラや従業員の解雇を行ったことがない	46.5	37.5	53.3	49.0	49.1	52.3	36.8	22.2			
38. 性別や国籍等に差別なく従業員それぞれの能力や実績に基づいて昇給・昇進させている	39.6	11.0	33.3	46.1	52.7	77.3	78.9	11.1			
39. 女性を管理職として積極的に登用している	25.3	11.8	15.6	28.4	36.4	38.6	68.4	22.2			
40. 従業員が希望した(有給)休暇は確実に取得させている	65.4	34.6	62.2	75.3	78.2	86.4	94.7	55.6			
41. 「ノーマルタイム」等の残業を抑制する取り組みを行っている	24.2	11.8	21.1	23.0	29.1	45.5	73.7	33.3			
42. 「フレックスタイム」「短時間勤務」「在宅勤務」といった柔軟な働き方ができる制度を導入している	17.4	14.0	13.3	13.6	20.0	40.9	47.4	22.2			
43. 過去3年間に女性従業員が育児休業を取得した実績がある	22.0	4.4	6.7	18.5	45.5	70.5	94.7	.0			
44. 男性従業員が育児休業を取得した実績がある	3.4	.7	1.1	2.9	5.5	4.5	31.6	.0			
45. 子どものケガや病気のために看護をするための休暇を取得することができる	44.0	25.0	38.9	48.6	38.2	77.3	78.9	55.6			
46. 結婚や出産後も働き続けている女性がいる	39.4	11.8	21.1	45.3	60.0	84.1	89.5	33.3			
47. 育児・介護休業等を利用したことが、昇給や昇格のうえで妨げにならないように配慮している	32.4	10.3	16.7	36.2	45.5	75.0	89.5	11.1			
48. 家族や育児に関する手当(家族手当等)を支給している	38.1	10.3	33.3	46.9	43.6	65.9	73.7	22.2			
49. 禁煙や分煙等を実施し、従業員の健康管理に配慮している	55.7	27.2	34.4	65.4	76.4	93.2	94.7	44.4			
50. セクシュアル・ハラスメント、パワー・ハラスメントを起させないよう社内で徹底している	37.4	14.0	21.1	41.6	54.5	77.3	89.5	33.3			
51. 従業員が仕事をすることで、心身やメンタルヘルスについて相談できる体制がある	25.3	10.3	22.2	23.9	29.1	68.2	68.4	.0			
52. 従業員が能力向上できるように、社内で研修を行っている	43.1	16.2	31.1	49.0	60.0	75.0	100.0	33.3			
53. 従業員が能力向上できるように、社外の研修等への受講支援を行っている	53.5	20.6	47.8	63.4	74.5	75.0	89.5	33.3			
54. 従業員を表彰する制度がある	38.6	8.8	23.3	43.2	70.9	81.8	78.9	22.2			
該当なし/無回答	6.7	23.5	3.3	1.2	.0	.0	.0	22.2			

(b) 業種別

	業種													無回答				
	合計	596社	1社	社	128社	95社	15社	18社	35社	93社	8社	28社	2社		18社	14社	10社	120社
34. 65歳以上の高齢者を積極的に雇用している	33.4	.0	.0	29.7	46.3	26.7	11.1	51.4	23.7	.0	25.0	50.0	50.0	28.6	40.0	34.2	50.0	44.4
35. 障害者を雇用している	18.5	.0	.0	10.9	31.6	6.7	22.2	17.1	12.9	50.0	3.6	.0	38.9	7.1	.0	22.5	50.0	22.2
36. パートタイム社員や派遣社員を正社員に登用している	26.3	.0	.0	14.8	37.9	13.3	27.8	25.7	18.3	50.0	7.1	50.0	72.2	28.6	.0	36.7	.0	11.1
37. リストラや従業員の解雇を行ったことがない	46.5	.0	.0	49.2	47.4	33.3	38.9	54.3	41.9	75.0	35.7	100.0	33.3	57.1	50.0	49.2	50.0	22.2
38. 性別や国籍等に差別なく従業員それぞれの能力や実績に基づいて昇給・昇進させている	39.6	100.0	.0	33.6	51.6	13.3	55.6	31.4	37.6	75.0	21.4	.0	61.1	57.1	10.0	40.8	50.0	33.3
39. 女性を管理職として積極的に雇用している	25.3	.0	.0	10.9	31.6	20.0	33.3	25.7	19.4	50.0	17.9	50.0	77.8	50.0	30.0	30.0	.0	11.1
40. 従業員が希望した(有給)休暇は確実に取得させている	65.4	100.0	.0	53.1	83.2	53.3	77.8	51.4	54.8	100.0	71.4	50.0	83.3	50.0	40.0	73.3	100.0	66.7
41. 「ノー残業デー」等の残業を抑制する取り組みを行っている	24.2	.0	.0	18.0	30.5	13.3	38.9	11.4	22.6	62.5	14.3	.0	16.7	21.4	20.0	30.8	100.0	22.2
42. 「フレックスタイトム」「短時間勤務」「在宅勤務」といった柔軟な働き方ができる制度を導入している	17.4	.0	.0	8.6	17.9	6.7	38.9	11.4	22.6	37.5	.0	50.0	27.8	14.3	10.0	24.2	.0	22.2
43. 過去3年間に女性従業員が育児休業を取得した実績がある	22.0	.0	.0	7.0	32.6	6.7	38.9	11.4	21.5	62.5	10.7	.0	66.7	57.1	10.0	24.2	50.0	.0
44. 男性従業員が育児休業を取得した実績がある	3.4	.0	.0	1.6	5.3	6.7	16.7	8.6	1.1	25.0	.0	.0	.0	7.1	.0	.8	50.0	.0
45. 子どものケガや病気のときに看護をするための休暇を取得することができる	44.0	.0	.0	39.8	48.4	46.7	50.0	25.7	39.8	62.5	28.6	100.0	72.2	42.9	50.0	50.0	100.0	22.2
46. 結婚や出産後も働き続けている女性がいる	39.4	.0	.0	21.1	52.6	26.7	38.9	25.7	39.8	62.5	25.0	.0	83.3	85.7	20.0	46.7	100.0	22.2
47. 育児・介護休業等を利用したことが、昇給や昇格のうえで妨げにならないように配慮している	32.4	.0	.0	25.0	41.1	26.7	38.9	20.0	26.9	75.0	17.9	.0	77.8	57.1	10.0	35.8	100.0	.0
48. 家族や育児に関する手当(家族手当等)を支給している	38.1	.0	.0	33.6	55.8	26.7	27.8	34.3	33.3	62.5	17.9	.0	27.8	71.4	40.0	40.0	50.0	11.1
49. 禁煙や分煙等を実施し、従業員の健康管理に配慮している	55.7	.0	.0	44.5	63.2	20.0	72.2	37.1	54.8	87.5	46.4	.0	66.7	85.7	40.0	67.5	100.0	44.4
50. セクシュアル・ハラスメント、パワー・ハラスメントを起させないよう社内で徹底している	37.4	.0	.0	25.8	45.3	13.3	38.9	22.9	35.5	87.5	25.0	50.0	44.4	42.9	30.0	50.8	100.0	22.2
51. 従業員が仕事をすすめるための悩みやメンタルヘルスについて相談できる体制がある	25.3	.0	.0	14.1	29.5	20.0	55.6	28.6	23.7	87.5	3.6	.0	33.3	35.7	30.0	30.0	50.0	11.1
52. 従業員が能力向上できるように、社内で研修を行っている	43.1	.0	.0	35.2	48.4	26.7	55.6	57.1	33.3	75.0	14.3	50.0	88.9	57.1	30.0	50.8	50.0	11.1
53. 従業員が能力向上できるように、社外の研修等への受講支援を行っている	53.5	100.0	.0	51.6	58.9	60.0	50.0	45.7	39.8	100.0	42.9	.0	83.3	71.4	50.0	60.0	50.0	22.2
54. 従業員を表彰する制度がある	38.6	100.0	.0	29.7	49.5	40.0	38.9	65.7	30.1	62.5	28.6	50.0	33.3	35.7	10.0	42.5	100.0	11.1
該当なし/無回答	6.7	.0	.0	9.4	1.1	20.0	.0	2.9	12.9	.0	10.7	.0	.0	.0	10.0	5.0	.0	11.1

(c) 所在地別

	所在地											
	合計	西区	北区	大宮区	見沼区	中央区	桜区	浦和区	南区	緑区	岩槻区	無回答
34. 65歳以上の高齢者を積極的に雇用している	33.4	31.1	36.6	32.0	33.3	29.8	40.5	31.3	32.0	28.6	39.2	50.0
35. 障害者を雇用している	18.5	20.0	25.4	22.0	20.5	23.4	9.5	17.5	13.3	4.8	21.6	25.0
36. パートタイム社員や派遣社員を正社員に登用している	26.3	20.0	22.5	35.0	20.5	31.9	26.2	25.0	28.0	16.7	27.5	25.0
37. リストラや従業員の解雇を行ったことがない	46.5	35.6	43.7	51.0	46.2	53.2	47.6	43.8	48.0	47.6	47.1	25.0
38. 性別や年齢等に差別なく従業員それぞれの能力や実績に基づいて昇給・昇進させている	39.6	33.3	43.7	43.0	41.0	40.4	38.1	43.8	44.0	28.6	29.4	25.0
39. 女性を管理職として積極的に登用している	25.3	17.8	22.5	33.0	25.6	27.7	28.6	23.8	28.0	21.4	17.6	25.0
40. 従業員が希望した(有給)休暇は確実に取得させている	65.4	55.6	73.2	67.0	56.4	72.3	64.3	68.8	70.7	47.6	64.7	50.0
41. 「ノーマルタイム」等の残業を抑制する取り組みを行っている	24.2	22.2	31.0	24.0	17.9	25.5	26.2	28.8	28.0	19.0	9.8	25.0
42. 「フレックスタイム」「短時間勤務」「在宅勤務」といった柔軟な働き方ができる制度を導入している	17.4	15.6	21.1	18.0	15.4	27.7	16.7	16.3	13.3	19.0	11.8	25.0
43. 過去3年間に女性従業員が育児休業を取得した実績がある	22.0	20.0	21.1	37.0	15.4	31.9	14.3	20.0	24.0	11.9	7.8	0
44. 男性従業員が育児休業を取得した実績がある	3.4	2.2	2.8	5.0	2.6	4.3	2.4	3.8	2.7	2.4	3.9	0
45. 子どもがケガや病気のために看護をするための休暇を取得することができる	44.0	40.0	50.7	45.0	28.2	53.2	40.5	52.5	41.3	38.1	41.2	0
46. 結婚や出産後も働き続けている女性がいる	39.4	37.8	47.9	52.0	17.9	48.9	33.3	32.5	45.3	26.2	31.4	25.0
47. 育児・介護休業等を利用したことが、昇給や昇格のうえで妨げにならないように配慮している	32.4	31.1	39.4	40.0	20.5	46.8	26.2	41.3	24.0	21.4	19.6	0
48. 家族や育児に關する手当(家族手当等)を支給している	38.1	26.7	49.3	43.0	23.1	51.1	26.2	40.0	36.0	28.6	41.2	25.0
49. 禁煙や分煙等を実施し、従業員の健康管理に配慮している	55.7	46.7	56.3	63.0	48.7	61.7	57.1	57.5	58.7	38.1	54.9	50.0
50. セクシュアル・ハラスメント、パワー・ハラスメントを起させないよう社内で徹底している	37.4	35.6	45.1	44.0	30.8	40.4	31.0	46.3	33.3	21.4	29.4	25.0
51. 従業員が仕事を上での悩みやメンタルヘルスについて相談できる体制がある	25.3	28.9	28.2	25.0	12.8	40.4	28.6	25.0	25.3	19.0	19.6	0
52. 従業員が能力向上できるように、社内で研修を行っている	43.1	51.1	52.1	44.0	41.0	48.9	31.0	45.0	37.3	38.1	41.2	0
53. 従業員が能力向上できるように、社外の研修等への受講支援を行っている	53.5	48.9	53.5	56.0	56.4	53.2	40.5	58.8	60.0	47.6	51.0	25.0
54. 従業員を表彰する制度がある	38.6	37.8	45.1	41.0	30.8	38.3	21.4	45.0	38.7	31.0	43.1	25.0
該当なし/無回答	6.7	11.1	7.0	6.0	10.3	4.3	7.1	6.3	5.3	9.5	2.0	25.0

従業員のためのCSR活動

⑧ Q4. CSRに類する事業活動の実施(取引先に対して):(単位:%)

(a) 従業員数別

	50%以上80%未満		80%以上		従業員数																		
	1 人	2 人	3 人	4 人	5 人	6 人	7 人	8 人	9 人	10 人	11 人	12 人	13 人	14 人	15 人	16 人	17 人	18 人	19 人	20 人	無 回 答		
合計	596社	136社	90社	243社	55社	44社	44社	44社	44社	44社	44社	44社	44社	44社	44社	44社	44社	44社	44社	44社	9社	44.4	
55. 取引先を選ぶ際は、環境への配慮をしていることや人権や法令を遵守していることも考慮している	33.6	22.1	30.0	37.0	32.7	43.2	63.2	63.2	63.2	63.2	63.2	63.2	63.2	63.2	63.2	63.2	63.2	63.2	63.2	63.2	63.2	63.2	44.4
56. 旧来からの取引先に「私情」を代入せず新しい取引先を広く求めている	61.4	51.5	57.8	63.0	74.5	72.7	68.4	68.4	68.4	68.4	68.4	68.4	68.4	68.4	68.4	68.4	68.4	68.4	68.4	68.4	68.4	68.4	55.6
57. 取引の際に「私情」を代入しないよう取引基準を設け、公正な取引を行っている。	40.1	28.7	34.4	41.6	50.9	61.4	57.9	57.9	57.9	57.9	57.9	57.9	57.9	57.9	57.9	57.9	57.9	57.9	57.9	57.9	57.9	57.9	22.2
58. 企業規模の大小にかかわらず取引先とは対等の立場で取引を行っている	67.6	63.2	62.2	66.7	70.9	86.4	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	66.7
59. 取引先への発注は書面で行うなど、誤発注がないように努めている	64.1	50.0	61.1	67.9	67.3	86.4	63.2	63.2	63.2	63.2	63.2	63.2	63.2	63.2	63.2	63.2	63.2	63.2	63.2	63.2	63.2	63.2	77.8
60. 買い叩きのような、不当な値下げ要求は行っていない	64.3	53.7	64.4	64.6	67.3	86.4	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	44.4
61. 不当な短期発注は行わない	48.5	33.8	44.4	52.3	52.7	68.2	63.2	63.2	63.2	63.2	63.2	63.2	63.2	63.2	63.2	63.2	63.2	63.2	63.2	63.2	63.2	63.2	55.6
62. 取引先に自社製品の購入を強制したり、商品の受け取り拒否をする等の不正な取引は行っていない	51.0	36.0	45.6	56.0	56.4	68.2	68.4	68.4	68.4	68.4	68.4	68.4	68.4	68.4	68.4	68.4	68.4	68.4	68.4	68.4	68.4	68.4	44.4
63. 特許権、著作権、商標権等の取引先の知的財産を侵害していない	57.6	45.6	48.9	58.0	69.1	81.8	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	66.7
64. 取引先からは過度な接待は受けていない	75.5	64.0	76.7	78.2	80.0	88.6	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	84.2	55.6
65. 環境を考慮して、環境への負荷が少ないもの(例えば再生紙)を購入している(グリーン購入)	39.6	19.9	33.3	47.3	41.8	54.5	68.4	68.4	68.4	68.4	68.4	68.4	68.4	68.4	68.4	68.4	68.4	68.4	68.4	68.4	68.4	68.4	44.4
66. 障害者支援施設や高齢者支援施設から製品やサービスを購入している	5.2	2.9	3.3	4.9	7.3	9.1	15.8	11.1	11.1	11.1	11.1	11.1	11.1	11.1	11.1	11.1	11.1	11.1	11.1	11.1	11.1	11.1	11.1
該当なし/無回答	7.6	11.0	8.9	7.8	1.8	.0	5.3	11.1	11.1	11.1	11.1	11.1	11.1	11.1	11.1	11.1	11.1	11.1	11.1	11.1	11.1	11.1	11.1

(b) 業種別

	業種														無回答				
	合計	596社	1社	社	128社	95社	15社	18社	35社	93社	8社	28社	2社	18社		14社	10社	120社	2社
55. 取引先を選ぶ際は、環境への配慮をしていることや人権や法令を遵守していることも考慮している		33.6	.0	.0	29.7	34.7	20.0	55.6	42.9	24.7	87.5	21.4	50.0	27.8	14.3	20.0	42.5	.0	44.4
56. 旧来からの取引先にこだわらず新しい取引先を広く求めている		61.4	.0	.0	50.8	75.8	40.0	61.1	68.6	61.3	87.5	57.1	50.0	55.6	35.7	60.0	65.8	50.0	66.7
57. 取引の際に「私情」を入れないよう取引基準を設け、公正な取引を行っている		40.1	.0	.0	33.6	58.9	26.7	33.3	28.6	38.7	62.5	39.3	50.0	27.8	28.6	30.0	45.0	.0	11.1
58. 企業規模の大小にかかわらず取引先とは対等の立場で取引を行っている		67.6	.0	.0	60.9	73.7	60.0	83.3	65.7	73.1	75.0	64.3	50.0	77.8	50.0	80.0	68.3	.0	44.4
59. 取引先への発注は書面で行うなど、誤発注がないように努めている		64.1	.0	.0	64.8	82.1	46.7	72.2	42.9	71.0	75.0	32.1	50.0	50.0	42.9	60.0	65.8	50.0	33.3
60. 買い叩きのような、不当な値下げ要求は行っていない		48.5	.0	.0	60.2	80.0	40.0	66.7	48.6	69.9	62.5	50.0	50.0	50.0	50.0	70.0	70.0	.0	33.3
61. 不当な短納期発注は行わない		51.0	.0	.0	48.4	65.3	40.0	61.1	22.9	54.8	50.0	28.6	50.0	38.9	28.6	40.0	48.3	.0	33.3
62. 取引先に自社製品の購入を強制したり、商品の受け取り拒否をする等の不正な取引は行っていない		57.6	.0	.0	44.5	67.4	26.7	50.0	40.0	65.6	62.5	21.4	50.0	27.8	21.4	40.0	56.7	.0	33.3
63. 特許権、著作権、商標権等の取引先の知的財産を侵害していない		75.5	.0	.0	53.1	72.6	26.7	77.8	42.9	62.4	62.5	39.3	50.0	66.7	35.7	50.0	60.0	50.0	33.3
64. 取引先からは過度な接待は受けていない		39.6	.0	.0	77.3	83.2	66.7	88.9	57.1	74.2	62.5	71.4	100.0	77.8	57.1	80.0	78.3	50.0	55.6
65. 環境を考慮して、環境への負荷が少ないもの（例えば再生紙）を購入している（グリーン購入）		5.2	.0	.0	39.1	48.4	46.7	38.9	20.0	37.6	62.5	25.0	50.0	33.3	28.6	20.0	45.8	50.0	33.3
66. 障害者支援施設や高齢者支援施設から製品やサービスを購入している		7.6	100.0	.0	2.3	5.3	6.7	5.6	5.7	4.3	.0	3.6	.0	16.7	.0	10.0	7.5	.0	11.1
該当なし/無回答					10.2	3.2	20.0	5.6	8.6	5.4	12.5	10.7	.0	5.6	14.3	.0	5.0	50.0	22.2

(c) 所在地別

	所在地											無 回 答
	合 計	西 区	北 区	大 宮 区	見 沼 区	中 央 区	桜 区	浦 和 区	南 区	緑 区	岩 槻 区	
	596社	45社	71社	100社	39社	47社	42社	80社	75社	42社	51社	4社
	33.6	26.7	39.4	35.0	30.8	34.0	21.4	45.0	29.3	35.7	23.5	75.0
	61.4	57.8	63.4	67.0	48.7	61.7	59.5	58.8	66.7	52.4	66.7	50.0
	40.1	35.6	46.5	45.0	43.6	42.6	52.4	42.5	32.0	21.4	35.3	25.0
	67.6	68.9	66.2	72.0	59.0	68.1	64.3	72.5	64.0	59.5	74.5	50.0
	64.1	57.8	64.8	68.0	51.3	70.2	64.3	68.8	62.7	64.3	60.8	50.0
	64.3	62.2	70.4	64.0	53.8	72.3	71.4	65.0	58.7	64.3	62.7	25.0
	48.5	46.7	54.9	51.0	35.9	48.9	59.5	57.5	40.0	45.2	39.2	25.0
	51.0	53.3	53.5	52.0	35.9	53.2	57.1	56.3	50.7	40.5	51.0	25.0
	57.6	57.8	64.8	66.0	43.6	53.2	64.3	57.5	53.3	54.8	51.0	25.0
	75.5	71.1	80.3	79.0	64.1	76.6	85.7	71.3	77.3	71.4	76.5	25.0
	39.6	48.9	43.7	43.0	28.2	46.8	42.9	48.8	36.0	23.8	25.5	0
	5.2	2.2	2.8	8.0	7.7	2.1	4.8	5.0	5.3	7.1	3.9	25.0
	7.6	13.3	7.0	5.0	10.3	4.3	7.1	8.8	9.3	9.5	2.0	25.0

50%以上80%未満 80%以上

- 55. 取引先を選ぶ際は、環境への配慮をしていることや人権や法令を遵守していることも考慮している
- 56. 旧来からの取引先にこだわらず新しい取引先を広く求めている
- 57. 取引の際に「私情」を入れないよう取引基準を設け、公正な取引を行っている。
- 58. 企業規模の大小にかかわらず取引先とは対等の立場で取引を行っている
- 59. 取引先への発注は書面で行うなど、誤発注がないように努めている
- 60. 買い叩きのような、不当な値下げ要求は行っていない
- 61. 不当な短期発注は行わない
- 62. 取引先に自社製品の購入を強制したり、商品の受け取り拒否をする等の不正な取引は行っていない
- 63. 特許権、著作権、商標権等の取引先の知的財産を侵害していない
- 64. 取引先からは過度な接待は受けていない
- 65. 環境を考慮して、環境への負荷が少ないもの（例えば再生紙）を購入している（グリーン購入）
- 66. 障害者支援施設や高齢者支援施設から製品やサービスを購入している

該当なし/無回答

(d) CSR 認知別

	01. 「企業の社会的責任 (CSR)」 の認知					
	合計	よく知っている	概要は知っている	言葉は聞いたことがあるが内容は知らない	知らない	無回答
	596社	94社	190社	167社	129社	16社
	33.6	61.7	35.3	32.9	14.7	6.3
55. 取引先を選ぶ際は、環境への配慮をしていることや人権や法令を遵守していることも考慮している	61.4	77.7	67.4	61.7	43.4	37.5
56. 旧来からの取引先にこだわらず新しい取引先を広く求めている	40.1	62.8	44.7	33.5	27.1	25.0
57. 取引の際に「私情」を入れないよう取引基準を設け、公正な取引を行っている。	67.6	83.0	73.7	61.1	55.8	68.8
58. 企業規模の大小にかかわらず取引先とは対等の立場で取引を行っている	64.1	83.0	67.9	62.9	49.6	37.5
59. 取引先への発注は書面で行うなど、誤発注がないように努めている	64.3	80.9	72.1	59.3	49.6	43.8
60. 買い叩きのような、不当な値下げ要求は行っていない	48.5	67.0	56.3	43.1	31.8	37.5
61. 不当な短納期発注は行わない	51.0	70.2	55.8	49.1	33.3	43.8
62. 取引先に自社製品の購入を強制したり、商品の受け取り拒否をする等の不正な取引は行っていない	57.6	84.0	62.1	50.9	40.3	56.3
63. 特許権、著作権、商標権等の取引先の知的財産を侵害していない	75.5	89.4	79.5	75.4	62.0	56.3
64. 取引先からは過度な接待は受けていない	39.6	63.8	42.1	38.9	20.2	31.3
65. 環境を考慮して、環境への負荷が少ないもの (例えば再生紙) を購入している (グリーン購入)	5.2	8.5	6.3	3.6	3.9	.0
66. 障害者支援施設や高齢者支援施設から製品やサービスを購入している	7.6	1.1	4.7	5.4	16.3	31.3
該当なし/無回答						

◎ Q4. CSR に類する事業活動の実施(出資者に対して):(単位:%)

(a) 従業員数別

	50%以上80%未満		80%以上		従業員数						無回答
	1 ? 4 人	5 ? 9 人	4 1 9 0 人	4 1 9 0 人	2 1 9 0 人	3 1 9 0 人	1 9 社	2 4 3 社	5 5 社	4 4 社	
合計	596社	136社	90社	243社	55社	44社	19社	9社			
67. 業歴が10年以上である(10年以上存続している)	86.1	84.6	80.0	87.7	94.5	88.6	84.2	66.7			
68. 会社の上げた利益を配当として、株主に還元している	28.2	8.1	22.2	29.2	43.6	65.9	68.4	.0			
69. 直近の決算では黒字経営である	60.9	39.7	41.1	70.4	72.7	90.9	84.2	55.6			
70. 過去3年間増収している	19.6	13.2	16.7	21.8	27.3	25.0	26.3	.0			
71. 過去3年間増益している	20.3	16.2	15.6	22.2	25.5	29.5	21.1	.0			
72. 定期的に株主総会を開催している	49.3	30.1	43.3	50.6	61.8	81.8	84.2	55.6			
73. 株主や出資者に対し事業実績や今後の見通しについて定期的に説明を行っている	35.6	19.9	25.6	36.6	49.1	61.4	78.9	44.4			
74. 取引金融機関に対し決算書や、年次報告書、事業計画の提供や説明を行っている	53.2	31.6	56.7	60.1	63.6	52.3	68.4	66.7			
75. 株主や出資者に対して自社の不利となるような情報も開示している	33.1	16.2	24.4	34.6	45.5	61.4	73.7	33.3			
76. 株主向け割引や自社製品の贈呈等の株主向け優遇措置を行っている	2.7	2.9	2.2	1.6	5.5	4.5	5.3	.0			
77. 株主や出資者に対して、自社の見学会や従業員との交流会を開催している	8.2	3.7	10.0	8.6	10.9	15.9	5.3	.0			
該当なし/無回答	5.5	10.3	7.8	2.9	1.8	2.3	5.3	22.2			

(b) 業種別

	業種														無回答			
	合計	農林漁業	鉱業	建設業	製造業	電気・ガス・熱供給・水道業	情報通信業	運輸業	卸売・小売業	金融・保険業	不動産業	飲食店・宿泊業	医療・福祉	教育・学習支援業		複合サービス業	サービス業(他に分類されないもの)	公務
67. 業歴が10年以上である(10年以上存続している)	86.1	100.0	.0	88.3	92.6	80.0	83.3	88.6	88.2	87.5	75.0	100.0	72.2	57.1	70.0	85.8	100.0	88.9
68. 会社の上げた利益を配当として、株主に還元している	28.2	.0	.0	18.8	47.4	13.3	27.8	22.9	34.4	75.0	10.7	.0	5.6	7.1	.0	34.2	.0	.0
69. 直近の決算では黒字経営である	60.9	.0	.0	57.0	65.3	40.0	72.2	60.0	54.8	87.5	67.9	100.0	72.2	21.4	30.0	71.7	.0	44.4
70. 過去3年間増収している	19.6	.0	.0	18.0	13.7	33.3	16.7	31.4	23.7	.0	14.3	.0	50.0	7.1	.0	21.7	.0	.0
71. 過去3年間増益している	20.3	.0	.0	14.1	22.1	33.3	16.7	25.7	24.7	12.5	21.4	.0	27.8	7.1	20.0	22.5	.0	.0
72. 定期的に株主総会を開催している	49.3	.0	.0	41.4	58.9	26.7	72.2	40.0	47.3	100.0	39.3	.0	38.9	14.3	50.0	61.7	.0	33.3
73. 株主や出資者に対し事業実績や今後の見通しについて定期的な説明を行っている	35.6	.0	.0	30.5	44.2	6.7	55.6	25.7	33.3	100.0	25.0	.0	27.8	14.3	20.0	44.2	50.0	22.2
74. 取引金融機関に対し決算書や、年次報告書、事業計画の提供や説明を行っている	53.2	.0	.0	50.0	70.5	46.7	55.6	57.1	52.7	50.0	42.9	50.0	50.0	28.6	50.0	50.8	50.0	33.3
75. 株主や出資者に対して自社の不利となるような情報も開示している	33.1	.0	.0	26.6	46.3	6.7	61.1	31.4	29.0	75.0	25.0	.0	27.8	14.3	10.0	37.5	50.0	22.2
76. 株主向け割引や自社製品の贈呈等の株主向け優遇措置を行っている	2.7	.0	.0	3.1	.0	.0	.0	2.9	6.5	12.5	.0	.0	.0	.0	.0	3.3	.0	.0
77. 株主や出資者に対して、自社の見学会や従業員との交流会を開催している	8.2	.0	.0	8.6	12.6	6.7	5.6	11.4	3.2	12.5	.0	.0	11.1	7.1	.0	10.8	.0	.0
該当なし/無回答	5.5	.0	.0	4.7	1.1	20.0	.0	2.9	9.7	.0	3.6	.0	.0	28.6	20.0	4.2	.0	11.1

出資者のためのCSR活動

(c) 所在地別

	所在地											無 回 答
	合 計	西 区	北 区	大 宮 区	泉 沼 区	中 央 区	桜 区	浦 和 区	南 区	緑 区	岩 槻 区	
	596社	45社	71社	100社	39社	47社	42社	80社	75社	42社	51社	4社
	86.1	88.9	81.7	85.0	82.1	85.1	90.5	91.3	81.3	92.9	88.2	50.0
67. 業歴が10年以上である(10年以上存続している)	28.2	37.8	35.2	32.0	10.3	23.4	28.6	35.0	32.0	14.3	17.6	.0
68. 会社の上げた利益を配当として、株主に還元している	60.9	51.1	59.2	68.0	53.8	72.3	66.7	60.0	57.3	57.1	58.8	50.0
69. 直近の決算では黒字経営である	19.6	13.3	16.9	26.0	28.2	25.5	11.9	15.0	28.0	11.9	13.7	.0
70. 過去3年間増収している	20.3	13.3	15.5	27.0	17.9	34.0	19.0	16.3	28.0	2.4	21.6	.0
71. 過去3年間増益している	49.3	37.8	49.3	58.0	38.5	46.8	42.9	62.5	45.3	42.9	51.0	25.0
72. 定期的に株主総会を開催している	35.6	26.7	39.4	43.0	17.9	34.0	35.7	53.8	28.0	28.6	27.5	25.0
73. 株主や出資者に対し事業実績や今後の見通しについて定期的に説明を行っている	53.2	57.8	46.5	60.0	43.6	48.9	57.1	62.5	50.7	42.9	51.0	50.0
74. 取引金融機関に対し決算書や、年次報告書、事業計画の提供や説明を行っている	33.1	17.8	39.4	41.0	23.1	29.8	31.0	45.0	33.3	28.6	19.6	25.0
75. 株主や出資者に対して自社の不利となるような情報も開示している	2.7	.0	4.2	.0	2.6	4.3	2.4	3.8	5.3	2.4	2.0	.0
76. 株主向け割引や自社製品の贈呈等の株主向け優遇措置を行っている	8.2	6.7	12.7	11.0	2.6	6.4	7.1	6.3	9.3	9.5	5.9	.0
77. 株主や出資者に対して、自社の見学会や従業員との交流会を開催している	5.5	6.7	4.2	4.0	5.1	4.3	7.1	3.8	8.0	4.8	7.8	25.0
該当なし/無回答												

出資者のためのCSR活動

(d) CSR 認知別

	01. 「企業の社会的責任 (CSR)」 の認知					
	合計	よく知っている	概要は知っている	言葉は聞いたことはあるが内容は知らない	知らない	無回答
	596社	94社	190社	167社	129社	16社
合計	86.1	84.0	88.9	86.8	84.5	68.8
67. 業歴が10年以上である (10年以上存続している)	28.2	53.2	34.2	21.0	10.9	25.0
68. 会社の上げた利益を配当として、株主に還元している	60.9	77.7	65.8	59.9	44.2	50.0
69. 直近の決算では黒字経営である	19.6	23.4	18.4	19.8	17.8	25.0
70. 過去3年間増収している	20.3	28.7	16.8	20.4	19.4	18.8
71. 過去3年間増益している	49.3	81.9	55.8	44.3	24.8	31.3
72. 定期的に株主総会を開催している	35.6	72.3	38.4	26.9	17.1	25.0
73. 株主や出資者に対し事業実績や今後の見通しについて定期的に説明を行っている	53.2	62.8	61.6	51.5	36.4	50.0
74. 取引金融機関に対し決算書や、年次報告書、事業計画の提供や説明を行っている	33.1	72.3	34.7	25.1	14.7	12.5
75. 株主や出資者に対して自社の不利となるような情報も開示している	2.7	4.3	2.6	3.0	1.6	.0
76. 株主向け割引や自社製品の贈呈等の株主向け優遇措置を行っている	8.2	19.1	8.9	6.6	1.6	6.3
77. 株主や出資者に対して、自社の見学会や従業員との交流会を開催している	5.5	2.1	4.7	4.2	9.3	18.8
該当なし/無回答						

(b) 業種別

業種	業種														無回答			
	合計	596社	1社	鉢業	建設業	製造業	電気・ガス・熱供給・水道業	情報通信業	運輸業	卸売・小売業	金融・保険業	不動産業	飲食店・宿泊業	医療・福祉		教育・学習支援業	複合サービス業	サービス業(他に分類されないもの)
78. 製品やサービスの多くをさいたま市内で販売・提供している	5.2	.0	.0	.8	2.1	6.7	.0	.0	9.7	37.5	3.6	50.0	5.6	14.3	.0	8.3	.0	.0
79. 取引先(仕入先)をさいたま市内から優先して選んでいる	2.3	.0	.0	.8	.0	6.7	.0	.0	5.4	25.0	7.1	.0	5.6	.0	10.0	.8	.0	.0
80. さいたま市又は埼玉県内の学校の卒業生を採用している	82.9	100.0	.0	82.8	88.4	80.0	88.9	82.9	77.4	87.5	89.3	100.0	66.7	57.1	70.0	89.2	50.0	55.6
81. 従業員の大半がさいたま市民である	55.9	.0	.0	50.0	68.4	40.0	88.9	54.3	45.2	75.0	46.4	.0	72.2	71.4	30.0	60.0	50.0	33.3
82. さいたま市内で生産された農産物や製品を購入して販売したり消費したりといった地域経済の取り組みを行っている	32.6	.0	.0	30.5	7.4	33.3	16.7	37.1	45.2	50.0	32.1	50.0	72.2	42.9	50.0	38.3	.0	11.1
83. 地域ブランドや地域をテーマにした製品やサービスを扱っている	21.0	.0	.0	32.0	8.4	20.0	.0	28.6	17.2	.0	14.3	.0	44.4	21.4	40.0	23.3	.0	.0
84. 祭りやサッカースタジアムなど、地域イベント・スポーツ、文化活動の主権や協賛または企業として参加している	32.6	.0	.0	33.6	36.8	26.7	27.8	28.6	29.0	87.5	17.9	.0	38.9	14.3	40.0	36.7	.0	11.1
85. 祭りやサッカースタジアムなど、地域イベント・スポーツ、文化活動の主権や協賛または企業として参加している	50.0	.0	.0	50.0	57.9	46.7	27.8	62.9	48.4	.0	32.1	100.0	61.1	57.1	60.0	50.8	.0	33.3
86. 運動場や駐車場などを地域に開放している	6.9	.0	.0	7.8	3.2	6.7	.0	5.7	10.8	.0	.0	.0	5.6	14.3	20.0	8.3	.0	.0
87. 街路への植樹や花壇、ゴミ箱設置などの市内美化活動を行っている	5.7	.0	.0	3.1	3.2	6.7	11.1	.0	6.5	25.0	7.1	50.0	5.6	7.1	.0	9.2	.0	.0
88. 道路や河川の清掃・草刈り、ゴミ拾い等の地域清掃活動へ参加している	31.4	.0	.0	24.2	31.6	53.3	16.7	31.4	34.4	37.5	28.6	100.0	44.4	35.7	30.0	34.2	50.0	11.1
89. 災害発生時に、飲料水や食料の提供、救護活動、救護所として提供等の能力を持っている	15.9	.0	.0	10.2	11.6	20.0	.0	14.3	12.9	12.5	17.9	.0	44.4	64.3	10.0	21.7	.0	11.1
90. 地域ハローワーク等に行ったり、自社を子どもや高齢者に提供したり、110番の要請に迅速に対応するなどの地域貢献活動を行っている	6.0	.0	.0	3.1	7.4	.0	.0	5.7	4.3	25.0	7.1	.0	5.6	64.3	.0	4.2	.0	.0
91. 従業員の消防団への参加や地域ボランティア等への参加を推進している	10.1	.0	.0	12.5	12.6	6.7	5.6	11.4	5.4	.0	7.1	.0	5.6	14.3	.0	13.3	.0	.0
92. 防災訓練等を定期的に実施している	21.5	.0	.0	21.1	29.5	40.0	16.7	11.4	22.6	37.5	10.7	.0	11.1	28.6	30.0	18.3	.0	22.2
93. 「埼玉県地域防災サポート企業・事業所」として登録している	11.7	.0	.0	10.9	10.5	13.3	5.6	8.6	14.0	37.5	3.6	50.0	27.8	28.6	10.0	10.0	.0	.0
94. 児童の見学受け入れ、出前授業等の地域の教育・教養支援を行っている	15.6	.0	.0	20.3	10.5	33.3	5.6	22.9	16.1	25.0	3.6	50.0	.0	14.3	20.0	14.2	.0	33.3
95. 地域住民に対して工場見学や職場見学・体験等を行っている	9.4	.0	.0	14.1	4.2	20.0	5.6	8.6	7.5	25.0	3.6	.0	16.7	.0	10.0	10.8	.0	.0
96. 彩の国工場指定工場である	24.0	100.0	.0	10.2	25.3	20.0	38.9	14.3	21.5	50.0	14.3	100.0	66.7	50.0	10.0	31.7	100.0	.0
97. 経営者や従業員が国や埼玉県、さいたま市の委員会の委員を務めたことがある	2.7	.0	.0	4.7	1.1	6.7	.0	8.6	.0	12.5	.0	.0	.0	.0	.0	3.3	.0	.0
98. 大音量の騒音など地域の迷惑となるようなことが起こらないよう社内で管理している	12.9	.0	.0	3.9	14.7	6.7	5.6	.0	14.0	37.5	3.6	100.0	33.3	64.3	20.0	15.0	.0	22.2
99. さいたま市の「シルバー元氣応援ショップ」の協賛店である	6.0	.0	.0	2.3	11.6	6.7	.0	.0	2.2	25.0	.0	.0	16.7	14.3	.0	9.2	.0	11.1
100. 埼玉県の「ババ・ママ応援ショップ」の協賛店である	3.9	.0	.0	.8	16.8	6.7	.0	2.9	.0	.0	.0	.0	.0	.0	.0	3.3	.0	.0
101. 埼玉県「赤ちゃんの駅」に協力している	13.1	.0	.0	6.3	16.8	26.7	5.6	14.3	8.6	50.0	3.6	.0	22.2	42.9	.0	17.5	.0	.0
102. 法人市民税を納税している	37.2	.0	.0	32.0	61.1	13.3	22.2	40.0	40.9	50.0	25.0	50.0	27.8	28.6	20.0	31.7	.0	44.4
103. 従業員の市民税・県民税について特別徴収している	1.8	.0	.0	.8	.0	.0	.0	.0	4.3	.0	7.1	.0	.0	7.1	.0	2.5	.0	.0
該当なし/無回答	3.9	.0	.0	6.3	3.2	13.3	5.6	5.7	2.2	.0	3.6	.0	.0	.0	.0	2.5	.0	11.1

地域のためのCSR活動

(c) 所在地別

	所在地											無 回 答
	合 計	西 区	北 区	大 宮 区	泉 沼 区	中 央 区	桜 区	浦 和 区	南 区	緑 区	岩 槻 区	
	596社	45社	71社	100社	39社	47社	42社	80社	75社	42社	51社	4社
	5.2	2.2	5.6	8.0	2.6	6.4	.0	2.5	5.3	9.5	7.8	.0
	2.3	2.2	1.4	5.0	.0	6.4	.0	1.3	1.3	2.4	2.0	.0
	82.9	77.8	87.3	87.0	71.8	76.6	81.0	88.8	88.0	76.2	80.4	50.0
	55.9	57.8	57.7	56.0	41.0	59.6	52.4	65.0	57.3	40.5	60.8	25.0
	32.6	33.3	29.6	37.0	46.2	17.0	31.0	40.0	30.7	28.6	27.5	25.0
	21.0	15.6	22.5	17.0	28.2	12.8	19.0	26.3	26.7	19.0	21.6	.0
	32.6	42.2	35.2	36.0	30.8	27.7	33.3	30.0	30.7	28.6	29.4	25.0
	50.0	48.9	43.7	47.0	48.7	46.8	57.1	55.0	42.7	57.1	64.7	.0
	6.9	4.4	9.9	7.0	12.8	4.3	7.1	3.8	8.0	7.1	5.9	.0
	5.7	6.7	7.0	7.0	2.6	8.5	.0	8.8	5.3	2.4	3.9	.0
	31.4	26.7	25.4	43.0	38.5	31.9	31.0	31.3	24.0	23.8	33.3	25.0
	15.9	13.3	12.7	26.0	17.9	14.9	4.8	18.8	10.7	7.1	21.6	25.0
	6.0	2.2	9.9	10.0	5.1	2.1	4.8	3.8	5.3	9.5	3.9	.0
	10.1	8.9	9.9	17.0	17.9	14.9	4.8	3.8	2.7	9.5	13.7	.0
	21.5	24.4	25.4	20.0	23.1	23.4	28.6	21.3	9.3	28.6	21.6	.0
	11.7	11.1	12.7	18.0	12.8	8.5	4.8	12.5	10.7	2.4	15.7	.0
	15.6	17.8	15.5	13.0	17.9	12.8	9.5	16.3	16.0	21.4	19.6	.0
	9.4	13.3	11.3	10.0	12.8	.0	9.5	10.0	4.0	11.9	13.7	.0
	24.0	13.3	21.1	38.0	12.8	34.0	11.9	31.3	20.0	9.5	27.5	.0
	2.7	2.2	5.6	3.0	.0	.0	.0	2.5	4.0	2.4	3.9	.0
	12.9	6.7	12.7	15.0	7.7	10.6	19.0	12.5	14.7	11.9	13.7	25.0
	6.0	8.9	7.0	7.0	2.6	4.3	7.1	3.8	5.3	7.1	5.9	25.0
	3.9	6.7	7.0	3.0	2.6	10.6	4.8	1.3	2.7	.0	2.0	.0
	13.1	13.3	16.9	21.0	5.1	19.1	4.8	11.3	5.3	11.9	13.7	25.0
	37.2	40.0	47.9	35.0	28.2	36.2	45.2	30.0	38.7	45.2	31.4	.0
	1.8	.0	1.4	3.0	2.6	.0	.0	.0	2.7	4.8	3.9	.0
	3.9	6.7	5.6	3.0	2.6	6.4	2.4	1.3	4.0	4.8	2.0	25.0

地域のためのCSR活動

(d) CSR 認知別

	01. 「企業の社会的責任 (CSR)」 の認知						
	合計	596社	94社	190社	167社	129社	167社
		5.2	9.6	4.2	6.6	2.3	.0
		2.3	10.6	1.6	.0	.0	6.3
		82.9	91.5	81.6	86.8	73.6	81.3
		55.9	76.6	59.5	55.7	36.4	50.0
		32.6	33.0	33.2	32.9	30.2	37.5
		21.0	16.0	21.6	25.1	20.2	6.3
		32.6	53.2	35.3	31.1	15.5	31.3
		50.0	38.3	48.4	62.3	46.5	37.5
		6.9	6.4	7.4	9.6	3.9	.0
		5.7	11.7	5.3	4.8	3.9	.0
		31.4	40.4	35.8	32.3	17.1	31.3
		15.9	22.3	15.8	19.2	7.8	12.5
		6.0	14.9	3.7	6.0	3.9	.0
		10.1	17.0	14.2	6.6	4.7	.0
		21.5	36.2	20.0	21.6	13.2	18.8
		11.7	18.1	14.2	9.6	5.4	18.8
		15.6	17.0	16.3	17.4	12.4	6.3
		9.4	14.9	8.4	10.8	6.2	.0
		24.0	51.1	23.2	22.8	8.5	12.5
		2.7	4.3	4.2	.6	2.3	.0
		12.9	23.4	11.1	12.0	8.5	18.8
		6.0	14.9	4.2	6.0	.8	18.8
		3.9	9.6	4.2	2.4	.8	6.3
		13.1	22.3	15.8	11.4	3.9	18.8
		37.2	52.1	43.2	35.3	21.7	25.0
		1.8	1.1	1.6	3.0	1.6	.0
		3.9	.0	3.2	2.4	8.5	12.5

地域のCSR活動

① Q4. CSR に類する事業活動の実施(社会に対して):(単位:%)

(a) 従業員数別

	50%以上80%未満		80%以上		従業員数																	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20		
	人	人	人	人	人	人	人	人	人	人	人	人	人	人	人	人	人	人	人	人	人	
合計	596	136	90	243	55	44	19	9	9	5	4	1	9	5	9	0	9	0	3	0	0	0
104. 売上の一部を社会貢献活動等に寄付している(売上の一部が寄付になる仕組みをとっている)	12.6	13.2	17.8	10.3	14.5	6.8	26.3	.0														
105. 社内で定期的に募金活動を行い社会福祉や災害支援のために寄付を行っている	24.2	9.6	15.6	25.9	43.6	43.2	52.6	11.1														
106. 震災や台風などの被災地に、救援物資を送付したり復興支援のために自社の社員を派遣したりしている	21.3	8.8	14.4	22.6	38.2	34.1	47.4	22.2														
107. 社員のボランティア活動を支援している(休暇付与・勤務扱い等)	10.9	7.4	5.6	11.9	10.9	18.2	31.6	11.1														
108. NPO等の非営利活動団体と事業協力している	7.6	6.6	7.8	7.0	10.9	11.4	5.3	.0														
109. 反社会的勢力(不正行為を生業とする組織/総会屋・暴力団等)と関係を持っていない	79.5	67.6	76.7	81.9	85.5	97.7	94.7	66.7														
110. 会社として献血に定期的に協力している	9.7	4.4	5.6	8.6	9.1	27.3	42.1	11.1														
111. 従業員に「臓器提供意思表示カード(ドナーカード)」を配布している	8.4	5.9	5.6	10.3	9.1	6.8	21.1	.0														
112. 社内有志が骨髓バンクにドナー登録している	2.2	2.9	.0	2.9	1.8	2.3	.0	.0														
113. 社内にAEDを設置している	16.6	7.4	5.6	12.8	30.9	47.7	68.4	22.2														
114. 学生の就業体験(インターンシップ)の受け入れを行っている	18.3	4.4	8.9	17.3	41.8	40.9	57.9	11.1														
115. 環境に配慮した製品やサービスを製造したり、扱っている	23.8	16.2	17.8	25.5	23.6	38.6	42.1	44.4														
116. 屋上や壁面の緑化活動を行っている(または、さいたま市「緑のカーテンサポーター」に登録している)	9.9	6.6	2.2	8.6	16.4	20.5	31.6	33.3														
117. 環境への影響を考慮して排気、排水等を行っている	21.5	11.8	8.9	22.6	34.5	40.9	52.6	22.2														
118. さいたま市生活環境の保全に関する条例で定める「環境負荷低減計画」を策定している	2.9	1.5	1.1	2.5	3.6	9.1	5.3	11.1														
119. 包装の簡易化や廃棄物の分別の徹底など、ごみの削減、再利用、リサイクルに取り組んでいる	38.8	31.6	31.1	43.2	38.2	50.0	47.4	33.3														
120. エコカー、太陽光発電、LED、カーボンオフセットなどのエコ(環境配慮型)製品を導入している	29.0	15.4	15.6	32.1	38.2	47.7	73.7	44.4														
121. 昼休み時間中の消灯、資源利用量の削減等といった省エネルギーの取り組みを行っている	62.4	49.3	56.7	66.7	65.5	75.0	89.5	66.7														
122. クールビズ、ウォームビズの推進など地球温暖化防止(CO2削減)につながる取り組みを行っている	59.7	38.2	46.7	63.8	85.5	88.6	89.5	44.4														
123. 経営者や従業員がエレベーター使用を極力控え、階段利用を促進している	28.4	18.4	8.9	29.2	43.6	56.8	63.2	44.4														
124. 不必要な電灯や空調、パソコンなどの電源をこまめに切っている	79.4	69.9	75.6	82.3	83.6	93.2	89.5	66.7														
125. 余分なコピーやプリントアウトを減らす取り組みを行っている	60.4	44.9	58.9	66.7	58.2	75.0	73.7	55.6														
126. ISO14001やエコアクション21、エコステージ等の環境管理に関する認証を取得している	14.3	5.1	6.7	15.2	27.3	29.5	36.8	.0														
該当なし/無回答	4.9	8.1	6.7	4.1	.0	.0	5.3	11.1														

社会のためCSR活動

(b) 業種別

	業種														無回答				
	合計	596社	1社	社	128社	95社	15社	18社	35社	93社	8社	28社	2社	18社		14社	10社	120社	2社
104. 売上の一部を社会貢献活動等に寄付している（売上の一部が寄付になる仕組をとっている）	12.6	.0	.0	.0	7.8	10.5	13.3	11.1	14.3	9.7	37.5	17.9	50.0	5.6	.0	30.0	20.0	.0	.0
105. 社内で定期的な募金活動を行い社会福祉や災害支援のために寄付を行っている	24.2	.0	.0	.0	21.9	22.1	20.0	16.7	25.7	22.6	62.5	21.4	50.0	11.1	50.0	20.0	28.3	100.0	.0
106. 震災や台風などの被災地に、救済物資を送付したり復興支援のために自社の社員を派遣したりしている	21.3	.0	.0	.0	21.9	16.8	13.3	27.8	22.9	18.3	37.5	3.6	50.0	55.6	28.6	.0	25.8	.0	11.1
107. 社員のボランティア活動を支援している（休暇付与・勤務扱い等）	10.9	.0	.0	.0	10.2	7.4	20.0	16.7	5.7	11.8	50.0	14.3	.0	.0	.0	.0	13.3	100.0	.0
108. NPO等の非営利活動団体と事業協力している	7.6	.0	.0	.0	4.7	8.4	.0	22.2	.0	9.7	12.5	7.1	.0	11.1	.0	.0	10.0	50.0	.0
109. 反社会的勢力（不正行為を生業とする組織／総会屋・暴力団等）と関係を持っていない	79.5	.0	.0	.0	73.4	84.2	66.7	94.4	82.9	80.6	100.0	85.7	50.0	88.9	78.6	70.0	79.2	50.0	66.7
110. 会社として献血に定期的に協力している	9.7	.0	.0	.0	4.7	12.6	26.7	27.8	8.6	8.6	12.5	3.6	.0	11.1	35.7	10.0	7.5	50.0	.0
111. 従業員に「機器提供意思表示カード（ドナーカード）」を配布している	8.4	.0	.0	.0	7.8	6.3	6.7	22.2	8.6	11.8	.0	7.1	.0	11.1	14.3	10.0	6.7	.0	.0
112. 社内有志が骨髓バンクにドナー登録している	2.2	.0	.0	.0	3.1	1.1	6.7	.0	2.9	2.2	.0	.0	.0	.0	.0	10.0	2.5	.0	.0
113. 社内にAEDを設置している	16.6	.0	.0	.0	6.3	13.7	13.3	33.3	.0	12.9	37.5	.0	50.0	72.2	85.7	20.0	21.7	50.0	.0
114. 学生の就業体験（インターンシップ）の受け入れを行っている	18.3	.0	.0	.0	11.7	34.7	20.0	16.7	8.6	9.7	37.5	.0	50.0	38.9	28.6	.0	21.7	50.0	11.1
115. 環境に配慮した製品やサービスを製造したり、扱っている	23.8	.0	.0	.0	19.5	37.9	26.7	5.6	11.4	33.3	50.0	3.6	.0	5.6	14.3	30.0	22.5	.0	33.3
116. 屋上や屋面の緑化活動を行っている（または、さいたま市「緑のカーテンポスター」に登録している）	9.9	.0	.0	.0	7.8	8.4	.0	11.1	11.4	9.7	12.5	3.6	.0	16.7	21.4	10.0	12.5	.0	22.2
117. 環境への影響を考慮して排気、排水等を行っている	21.5	.0	.0	.0	15.6	41.1	13.3	5.6	25.7	19.4	50.0	10.7	.0	16.7	14.3	10.0	20.0	50.0	11.1
118. さいたま市生活環境の保全に関する条例で定める「環境負荷低減計画」を策定している	2.9	.0	.0	.0	3.1	6.3	.0	.0	2.9	1.1	12.5	.0	.0	.0	.0	10.0	1.7	.0	11.1
119. 包装の簡略化や廃棄物の分別の徹底など、ごみの削減、再利用、リサイクルに取り組んでいる	38.8	.0	.0	.0	37.5	52.6	40.0	22.2	28.6	45.2	75.0	21.4	.0	22.2	28.6	40.0	35.0	100.0	33.3
120. エコカー、太陽光発電、LED、カーボンオフセットなどのエコ（環境配慮型）製品を導入している	29.0	.0	.0	.0	26.6	31.6	26.7	11.1	34.3	30.1	62.5	25.0	.0	27.8	28.6	20.0	30.8	.0	33.3
121. 昼休み時間中の消灯、資源利用量の削減等といった省エネルギーの取り組みを行っている	62.4	100.0	.0	.0	65.6	80.0	53.3	72.2	51.4	51.6	87.5	42.9	100.0	50.0	50.0	30.0	65.0	100.0	44.4
122. クールビズ、ウォームビズの推進など地球温暖化防止（CO2削減）につながる取り組みを行っている	59.7	100.0	.0	.0	53.1	67.4	20.0	77.8	40.0	53.8	100.0	64.3	50.0	77.8	57.1	50.0	66.7	100.0	66.7
123. 経営者や従業員がエレベーター使用を極力控え、階段利用を促進している	28.4	.0	.0	.0	19.5	29.5	33.3	44.4	14.3	28.0	50.0	28.6	100.0	50.0	28.6	10.0	34.2	50.0	22.2
124. 不必要な電灯や空調、パソコンなどの電源をこまめに切っている	79.4	100.0	.0	.0	73.4	78.9	73.3	83.3	88.6	81.7	75.0	82.1	100.0	94.4	78.6	70.0	80.8	100.0	55.6
125. 余分なコピーやプリントアウトを減らす取り組みを行っている	60.4	100.0	.0	.0	62.5	68.4	53.3	72.2	51.4	55.9	62.5	53.6	50.0	61.1	57.1	50.0	58.3	100.0	66.7
126. ISO14001やエコアクション2.1、エコステージ等の環境管理に関する認証を取得している	14.3	.0	.0	.0	12.5	36.8	6.7	5.6	8.6	8.6	12.5	.0	.0	.0	.0	10.0	15.8	.0	.0
該当なし/無回答	4.9	.0	.0	.0	6.3	5.3	13.3	5.6	2.9	5.4	.0	.0	.0	5.6	.0	.0	4.2	.0	11.1

社会のためCSR活動

(c) 所在地別

	所在地											無回答
	合計	西区	北区	大宮区	見沼区	中央区	桜区	浦和区	南区	緑区	岩槻区	
50%以上80%未満	596社	45社	71社	100社	39社	47社	42社	80社	75社	42社	51社	4社
80%以上	12.6	8.9	15.5	15.0	12.8	8.5	11.9	11.3	12.0	9.5	17.6	.0
104. 売上の一部を社会貢献活動等に寄付している（売上の一部が寄付になる仕組みをとっている）	24.2	17.8	38.0	29.0	20.5	21.3	9.5	22.5	28.0	14.3	25.5	.0
105. 社内で定期的に募金活動を行い社会福祉や災害支援のために寄付を行っている	21.3	24.4	22.5	24.0	23.1	23.4	11.9	17.5	21.3	14.3	27.5	25.0
106. 震災や台風などの被災地に、救済物資を送付したり復興支援のために自社の社員を派遣したりしている	10.9	6.7	11.3	16.0	7.7	17.0	19.0	12.5	6.7	7.1	2.0	.0
107. 社員のボランティア活動を支援している（休暇付与・勤務扱い等）	7.6	8.9	8.5	9.0	15.4	6.4	2.4	11.3	5.3	4.8	2.0	.0
108. NPO等の非営利活動団体と事業協力している	79.5	75.6	80.3	77.0	66.7	80.9	81.0	87.5	86.7	69.0	80.4	75.0
109. 反社会的勢力（不正行為を生業とする組織／総会屋・暴力団等）と関係を持っていない	9.7	11.1	11.3	11.0	10.3	14.9	7.1	8.8	6.7	2.4	13.7	.0
110. 会社として献血に定期的に参加している	8.4	4.4	14.1	12.0	10.3	4.3	7.1	7.5	9.3	4.8	3.9	.0
111. 従業員に「臓器提供意思表示カード（ドナーカード）」を配布している	2.2	.0	2.8	3.0	2.6	2.1	4.8	2.5	1.3	.0	2.0	.0
112. 社内有志が骨髓バンクにドナー登録している	16.6	11.1	19.7	25.0	10.3	23.4	9.5	20.0	13.3	7.1	13.7	.0
113. 社内にAEDを設置している	18.3	15.6	19.7	19.0	17.9	29.8	23.8	15.0	13.3	11.9	21.6	.0
114. 学生の就業体験（インターンシップ）の受け入れを行っている	23.8	28.9	35.2	24.0	17.9	23.4	23.8	25.0	21.3	21.4	9.8	50.0
115. 環境に配慮した製品やサービスを製造したり、扱っている	9.9	8.9	15.5	10.0	10.3	12.8	7.1	7.5	9.3	14.3	3.9	.0
116. 屋上や壁面の緑化活動を行っている（または、さいたま市「緑のカーテンサポーター」に登録している）	21.5	26.7	25.4	24.0	20.5	25.5	28.6	18.8	17.3	23.8	7.8	.0
117. 環境への影響を考慮して排気、排水等を行っている	2.9	4.4	4.2	.0	5.1	.0	7.1	3.8	.0	7.1	2.0	.0
118. さいたま市生活環境の保全に関する条例で定める「環境負荷低減計画」を策定している	38.8	37.8	46.5	37.0	43.6	40.4	38.1	40.0	32.0	40.5	35.3	25.0
119. 包装の簡易化や廃棄物の分別の徹底など、ごみの削減、再利用、リサイクルに取り組んでいる	29.0	26.7	35.2	31.0	15.4	40.4	26.2	27.5	30.7	23.8	25.5	25.0
120. エコカー、太陽光発電、LED、カーボンオフセットなどのエコ（環境配慮型）製品を導入している	62.4	60.0	66.2	63.0	51.3	63.8	66.7	66.3	60.0	57.1	66.7	25.0
121. 昼休み時間の消灯、資源利用量の削減等といった省エネルギーの取り組みを行っている	59.7	53.3	66.2	68.0	48.7	61.7	52.4	65.0	62.7	47.6	52.9	25.0
122. クールビズ、ウォームビズの推進など地球温暖化防止（CO2削減）につながる取り組みを行っている	28.4	26.7	25.4	41.0	30.8	31.9	21.4	32.5	22.7	11.9	25.5	25.0
123. 経営者や従業員がエレベーター使用を極力控え、階段利用を促進している	79.4	82.2	84.5	82.0	76.9	76.6	76.2	83.8	78.7	59.5	84.3	50.0
124. 必要な電灯や空調、パソコンなどの電源をこまめに切っている	60.4	53.3	56.3	62.0	53.8	61.7	64.3	62.5	62.7	52.4	70.6	50.0
125. 余分なコピーやプリントアウトを減らす取り組みを行っている	14.3	13.3	14.1	16.0	12.8	21.3	11.9	17.5	12.0	11.9	9.8	.0
126. ISO14001やエコアクション21、エコステージ等の環境管理に関する認証を取得している	4.9	8.9	4.2	3.0	5.1	8.5	7.1	.0	1.3	11.9	5.9	25.0
該当なし/無回答												

社会のためCSR活動

(d) CSR 認知別

	01. 「企業の社会的責任 (CSR)」の認知				
	合計	94社	190社	167社	129社
	596社	94社	190社	167社	129社
	12.6	23.4	11.6	12.6	7.8
104. 売上の一部を社会貢献活動等に寄付している (売上の一部が寄付になる仕組みをとっている)	24.2	44.7	24.7	23.4	11.6
105. 社内で定期的に募金活動を行い社会福祉や災害支援のために寄付を行っている	21.3	39.4	22.1	19.2	10.1
106. 震災や台風などの被災地に、救援物資を送付したり復興支援のために自社の社員を派遣したりしている	10.9	26.6	11.1	7.2	5.4
107. 社員のボランティア活動を支援している (休暇付与・勤務扱い等)	7.6	16.0	7.4	6.0	3.9
108. NPO等の非営利活動団体と事業協力している	79.5	92.6	81.6	83.2	65.9
109. 反社会的勢力 (不正行為を生業とする組織/総会屋・暴力団等) と関係を持っていない	9.7	18.1	12.1	9.0	.8
110. 会社として献血に定期的に協力している	8.4	12.8	8.4	9.6	3.9
111. 従業員に「臓器提供意思表示カード (ドナーカード)」を配布している	2.2	3.2	1.1	3.0	2.3
112. 社内有志が骨髓バンクにドナー登録している	16.6	36.2	15.8	15.6	6.2
113. 社内にAEDを設置している	18.3	36.2	18.9	16.8	5.4
114. 学生の就業体験 (インターンシップ) の受け入れを行っている	23.8	45.7	26.8	20.4	10.1
115. 環境に配慮した製品やサービスを製造したり、扱っている	9.9	24.5	7.4	7.2	7.0
116. 屋上や壁面の緑化活動を行っている (または、さいたま市「緑のカーテンサポーター」に登録している)	21.5	47.9	23.2	16.2	7.8
117. 環境への影響を考慮して排気、排水等を行っている	2.9	5.3	1.6	3.0	3.1
118. さいたま市生活環境の保全に関する条例で定める「環境負荷低減計画」を策定している	38.8	57.4	37.4	38.9	27.1
119. 包装の簡易化や廃棄物の分別の徹底など、ごみの削減、再利用、リサイクルに取り組んでいる	29.0	58.5	28.4	26.9	13.2
120. エコカー、太陽光発電、LED、カーボンフットプリントなどのエコ (環境配慮型) 製品を導入している	62.4	87.2	64.7	58.7	47.3
121. 昼休み時間中の消灯、資源利用量の削減等といった省エネルギーの取り組みを行っている	59.7	89.4	68.9	58.7	27.1
122. クールビズ、ウォームビズの推進など地球温暖化防止 (CO2削減) につながる取り組みを行っている	28.4	48.9	34.2	25.1	10.9
123. 経営者や従業員がエレベーター使用を極力控え、階段利用を促進している	79.4	90.4	81.6	79.6	69.8
124. 不要な電灯や空調、パソコンなどの電源をこまめに切っている	60.4	76.6	65.3	61.7	42.6
125. 余分なコピーやプリントアウトを減らす取り組みを行っている	14.3	31.9	16.3	11.4	3.1
126. ISO14001やエコアクション21、エコステーション等の環境管理に関する認証を取得している	4.9	1.1	4.2	2.4	9.3
該当なし/無回答					25.0

社会のためのCSR活動

(b) 業種別

	業種別														無回答			
	全体	実施済	農林漁業	鉱業	建設業	製造業	電気・ガス・水道・熱供給	情報通信業	運輸業	卸売・小売業	金融・保険業	不動産業	飲食店・宿泊業	医療・福祉		教育・学習支援業	複合サービス業	サービス業（他に分類されないもの）
	合計	596社	1社	128社	95社	15社	18社	35社	93社	8社	28社	2社	18社	14社	10社	120社	2社	9社
3. 朝礼や定例会などで会社の方針や経営者の思いなどを従業員に定期的に伝えている	14.1	57.9	.0	15.6	11.6	6.7	5.6	14.3	16.1	12.5	7.1	50.0	5.6	14.3	10.0	18.3	.0	11.1
12. 法令違反行為がないか定期的にチェックしている(チェックする組織や仕組みがある)	11.9	29.5	.0	7.8	14.7	6.7	11.1	14.3	11.8	12.5	17.9	.0	27.8	21.4	10.0	10.8	.0	.0
2. 経営者や従業員一人ひとりが守るべき具体的な行動規則や規範がある	11.6	49.8	100.0	.0	13.3	9.5	13.3	.0	14.3	8.6	.0	14.3	.0	27.8	.0	20.0	13.3	.0
8. 過去3年間 無事故・無災害である	8.9	57.2	.0	15.6	8.4	13.3	11.1	5.7	7.5	25.0	3.6	50.0	.0	.0	.0	.0	5.8	.0
9. 地震等の災害に遭遇しても事業が継続できるような備えがある(又は計画を定めている)	8.6	23.8	.0	7.8	9.5	13.3	5.6	8.6	5.4	25.0	10.7	.0	16.7	14.3	.0	7.5	.0	22.2
1. 会社としての信念・方針や理念がある(定めている)	8.1	67.3	.0	7.8	7.4	.0	11.1	2.9	8.6	12.5	17.9	.0	11.1	.0	10.0	8.3	.0	11.1
24. 製品・サービスの品質を常に維持し、安定的に供給している	7.7	50.5	.0	3.9	9.5	6.7	22.2	5.7	10.8	.0	.0	.0	5.6	.0	.0	11.7	.0	.0
52. 従業員が能力向上できるように、社内で研修を行っている	7.0	43.1	.0	4.7	6.3	.0	22.2	11.4	8.6	.0	3.6	.0	16.7	42.9	.0	3.3	.0	.0
16. 過去3年間に経営者や従業員が交通違反や交通事故を起こしていない	6.7	37.8	.0	10.9	4.2	.0	5.6	5.7	6.5	25.0	.0	50.0	11.1	.0	.0	6.7	.0	.0
13. お客様から入手した個人情報や業務情報が漏洩することがないよう、厳格に管理している	6.0	20.3	.0	3.9	7.4	13.3	.0	11.4	7.5	.0	3.6	.0	5.6	.0	10.0	6.7	.0	.0
20. マナーを守り礼儀正しくお客様に接するよう従業員を教育している	6.0	78.2	.0	5.5	3.2	.0	.0	8.6	4.3	.0	3.6	.0	11.1	14.3	20.0	8.3	50.0	11.1
71. 過去3年間増益している	6.0	56.0	100.0	.0	6.3	1.1	.0	11.1	5.7	12.5	3.6	.0	5.6	.0	30.0	7.5	.0	.0
14. 社内文書を紛失することのないように保管場所を定めて管理している	5.7	61.4	.0	7.0	6.3	6.7	16.7	5.7	6.5	.0	.0	.0	.0	.0	.0	5.0	.0	11.1
56. 旧来からの取引先にこだわらず新しい取引先を広く求めている	5.7	48.5	100.0	.0	2.3	5.3	.0	16.7	.0	12.5	14.3	50.0	.0	.0	30.0	5.0	.0	.0
18. ホームページ等で会社の情報を公開している	5.4	40.8	.0	9.4	4.2	.0	.0	8.6	3.2	.0	7.1	50.0	5.6	.0	10.0	3.3	.0	11.1
26. 自社の製品やサービスについて利益やコスト削減よりも安全性を重視している	5.4	56.0	100.0	.0	4.7	4.2	6.7	5.6	5.4	.0	10.7	.0	5.6	14.3	10.0	5.0	.0	.0
19. 展示会や見本市に出展し、自社や自社の製品のPRに努めている	5.2	53.5	100.0	.0	4.7	7.4	6.7	16.7	2.2	.0	.0	.0	.0	14.3	.0	5.8	.0	.0
53. 従業員が能力向上できるように、社外の研修等への受講支援を行っている	5.2	18.3	.0	3.1	8.4	6.7	5.6	5.7	5.4	12.5	3.6	.0	.0	7.1	.0	4.2	.0	22.2
121. 昼休み時間中の消灯、資源利用量の削減等といった省エネルギーの取り組みを行っている	5.0	59.7	.0	5.5	3.2	.0	16.7	.0	3.2	25.0	3.6	.0	5.6	7.1	.0	5.0	.0	33.3
122. クールビズ、ウォームビズの推進など地球温暖化防止（CO2削減）につながる取り組みを行っている	5.0	62.4	.0	5.5	3.2	6.7	.0	.0	5.4	.0	7.1	.0	5.6	21.4	.0	5.0	50.0	11.1

(c) 所在地別

	所在地												無回答
	全体	実施済	西区	北区	大宮区	見沼区	中央区	桜区	浦和区	南区	緑区	岩槻区	
合計	596社		45社	71社	100社	39社	47社	42社	80社	75社	42社	51社	4社
3. 朝礼や定例会などで会社の方針や経営者の思いなどを従業員に定期的に伝えている	14.1	57.9	13.3	19.7	7.0	17.9	14.9	16.7	10.0	16.0	19.0	11.8	50.0
12. 法令違反行為がないか定期的にチェックしている(チェックする組織や仕組みがある)	11.9	29.5	11.1	14.1	14.0	.0	14.9	11.9	8.8	9.3	7.1	23.5	25.0
2. 経営者や従業員一人ひとりが守るべき具体的な行動規則や規範がある	11.6	49.8	11.1	14.1	14.0	12.8	12.8	2.4	12.5	10.7	9.5	11.8	.0
8. 過去3年間 無事故・無災害である	8.9	57.2	6.7	14.1	9.0	17.9	8.5	7.1	7.5	5.3	9.5	5.9	.0
9. 地震等の災害に遭遇しても事業が継続できるような備えがある(又は計画を定めている)	8.6	23.8	8.9	12.7	8.0	10.3	10.6	9.5	3.8	10.7	11.9	2.0	.0
1. 会社としての信念・方針や理念がある(定めている)	8.1	67.3	6.7	9.9	8.0	10.3	10.6	.0	6.3	12.0	7.1	7.8	.0
24. 製品・サービスの品質を常に維持し、安定的に供給している	7.7	50.5	6.7	11.3	7.0	15.4	8.5	2.4	8.8	6.7	2.4	7.8	.0
52. 従業員が能力向上できるように、社内で研修を行っている	7.0	43.1	6.7	9.9	6.0	.0	8.5	4.8	5.0	9.3	9.5	9.8	.0
16. 過去3年間に経営者や従業員が交通違反や交通事故を起こしていない	6.7	37.8	8.9	5.6	9.0	5.1	4.3	4.8	3.8	4.0	9.5	13.7	.0
13. お客様から入手した個人情報や情報が漏洩することがないよう、厳格に管理している	6.0	20.3	6.7	7.0	8.0	7.7	2.1	7.1	5.0	9.3	.0	3.9	.0
20. マナーを守り礼儀正しくお客様に接するよう従業員を教育している	6.0	78.2	6.7	8.5	7.0	.0	2.1	7.1	2.5	8.0	16.7	2.0	.0
71. 過去3年間増益している	6.0	56.0	6.7	11.3	7.0	7.7	2.1	2.4	6.3	9.3	.0	2.0	.0
14. 社内文書を紛失することのないように保管場所を定めて管理している	5.7	61.4	8.9	5.6	6.0	7.7	8.5	2.4	5.0	6.7	4.8	2.0	.0
56. 旧来からの取引先にこだわらず新しい取引先を広く求めている	5.7	48.5	.0	7.0	3.0	10.3	4.3	7.1	11.3	6.7	2.4	3.9	.0
18. ホームページ等で会社の情報を公開している	5.4	40.8	8.9	1.4	9.0	12.8	.0	.0	5.0	1.3	11.9	5.9	.0
26. 自社の製品やサービスについて利益やコスト削減よりも安全性を重視している	5.4	56.0	8.9	5.6	3.0	5.1	2.1	2.4	6.3	10.7	2.4	5.9	.0
19. 展示会や見本市に出展し、自社や自社の製品のPRに努めている	5.2	53.5	6.7	2.8	5.0	5.1	2.1	2.4	10.0	5.3	4.8	5.9	.0
53. 従業員が能力向上できるように、社外の研修等への受講支援を行っている	5.2	18.3	6.7	4.2	4.0	.0	6.4	7.1	7.5	2.7	2.4	9.8	25.0
121. 昼休み時間中の消灯、資源利用量の削減等といった省エネルギーの取り組みを行っている	5.0	59.7	4.4	7.0	7.0	7.7	6.4	.0	5.0	6.7	2.4	.0	.0
122. クールビズ、ウォームビズの推進など地球温暖化防止(CO2削減)につながる取り組みを行っている	5.0	62.4	6.7	4.2	5.0	.0	4.3	4.8	5.0	8.0	9.5	2.0	.0

(d) CSR 認知別

	01. 「企業の社会的責任 (CSR)」 の認知						
	全体	実施済	よく知っている	概要は知っている	言葉は聞いたことがあるが内容は知らない	知らない	無回答
	596社	94社	190社	167社	129社	16社	
合計	14.1	57.9	10.3	15.6	14.4	22.2	
3. 朝礼や定例会などで会社の方針や経営者の思いなどを従業員に定期的に伝えている	11.9	29.5	6.6	6.7	15.2	.0	
12. 法令違反行為がないか定期的にチェックしている(チェックする組織や仕組みがある)	11.6	49.8	5.9	11.1	12.3	.0	
2. 経営者や従業員一人ひとりが守るべき具体的な行動規則や規範がある	8.9	57.2	10.3	11.1	8.6	.0	
8. 過去3年間 無事故・無災害である	8.6	23.8	8.1	2.2	9.1	22.2	
9. 地震等の災害に遭遇しても事業が継続できるような備えがある(又は計画を定めている)	8.1	67.3	10.3	8.9	7.0	.0	
1. 会社としての信念・方針や理念がある(定めている)	7.7	50.5	5.9	6.7	7.8	.0	
24. 製品・サービスの品質を常に維持し、安定的に供給している	7.0	43.1	2.9	2.2	9.1	.0	
52. 従業員が能力向上できるように、社内で研修を行っている	6.7	37.8	3.7	5.6	7.0	11.1	
16. 過去3年間に経営者や従業員が交通違反や交通事故を起こしていない	6.0	20.3	5.9	5.6	4.9	.0	
13. お客様から入手した個人情報や情報が漏洩することがないよう、厳格に管理している	6.0	78.2	.7	7.8	7.4	.0	
20. マナーを守り礼儀正しくお客様に接するよう従業員を教育している	6.0	56.0	6.6	3.3	7.0	.0	
71. 過去3年間増益している	5.7	61.4	7.4	8.9	4.5	.0	
14. 社内文書を紛失することのないように保管場所を定めて管理している	5.7	48.5	5.1	4.4	7.0	11.1	
56. 旧来からの取引先にこだわらず新しい取引先を広く求めている	5.4	40.8	8.1	7.8	3.3	.0	
18. ホームページ等で会社の情報を公開している	5.4	56.0	5.9	4.4	4.9	11.1	
26. 自社の製品やサービスについて利益やコスト削減よりも安全性を重視している	5.2	53.5	3.7	3.3	4.5	33.3	
19. 展示会や見本市に出展し、自社や自社の製品のPRに努めている	5.2	18.3	1.5	3.3	7.4	.0	
53. 従業員が能力向上できるように、社外の研修等への受講支援を行っている	5.0	59.7	5.1	2.2	5.8	22.2	
121. 昼休み時間中の消灯、資源利用量の削減等といった省エネルギーの取り組みを行っている	5.0	62.4	3.7	2.2	3.3	11.1	
122. クールビズ、ウォームビズの推進など地球温暖化防止(CO2削減)につながる取り組みを行っている							

【別紙】 CSR チェックリスト（素案）

【別紙】CSR チェックリスト（素案）

<チェックリストの特徴、考え方>

- ・このチェックリストは、市内中小企業が自ら CSR に係る取り組み状況を確認することができるようにするため、できるだけ具体的な項目を列挙している。（中小企業においては、これらの活動を CSR として認識していない可能性が十分に想定されるため。）
- ・チェックリストは、チャレンジ認証制度に応募する企業に留まらず、広く市内中小企業が活用できるように公開する。
- ・チェックリストは、（仮称）さいたま市 CSR 推進委員会において随時見直しを図る。

<今後の検討事項>

①チェックリストの標準仕様化

- ・業種や企業規模（特に小規模企業への配慮）における「非該当事項」の抽出（採点項目からの除外方法も含めて検討）
（例：女性従業員のいない企業における男女共同参画に関する項目など）
- ・類似内容の整理と不足内容の追加
（例：育児休業に関する項目が複数あるのに対し、介護休業に関する項目が殆ど無いことなど）
- ・適切な項目数の設定（項目数を増やすことで、中小企業での取り組みを幅広く拾うことが出来る反面、チェックに対する負担感の増大に対するバランスの考慮）

②チェック項目に対するウェイト（重点配分）付けの可否

- ・「さいたま市らしさ」と「マルチステークホルダーへの配慮」との整合性

③基準ラインの設定

- ・「絶対点数」による基準（〇点以上を認証とする）か「相対割合」（満点の〇%以上を認証とする）による基準とするか。

<チェック項目>

【企業内部－自社に関すること】

1. 会社としての信念・方針や理念がある（定めている）
2. 経営者や従業員一人ひとりが守るべき具体的な行動規則や規範がある
3. 朝礼や定例会などで会社の方針や経営者の思いなどを従業員に定期的に伝えている
4. 社内提案制度など従業員の意見が経営者に届く仕組みがある
5. 中小企業新事業活動促進法に基づく「経営革新計画」の承認を受けている又は埼玉県「チャレンジ経営宣言！」の登録企業である
6. 過去3年間に事業に関して無事故・無災害である
7. "地震等の災害に遭遇しても事業が継続できるような備えがある(又は計画を定めている) "
8. 店舗や社屋（事務所・工場）をバリアフリー、ユニバーサルデザイン化している
9. 作業の安全基準を作成し、従業員にも周知させている
10. 法令違反行為がないか定期的にチェックしている(チェックする組織や仕組みがある)
11. お客様から入手した個人情報が漏洩することがないように、規程を定めて厳格に管理している
12. 社内文書を紛失することのないように規程を定めて管理している
13. 情報セキュリティ関連資格（ISO27000、P マーク等）の取得又は情報セキュリティポリシーを策定している
14. 過去3年間に事業に関してさいたま市から行政処分を受けていない
15. 過去3年間に事業に関して経営者や従業員が交通違反や交通事故を起こしていない
16. 不正献金や接待など、政治家や官公庁・自治体の公務員等との癒着を禁止している
17. ホームページ等で会社の情報を公開している
18. 展示会や見本市に出展し、自社や自社の製品のPRに努めている

【企業内部－従業員に関すること】

19. 65歳以上の高齢者を積極的に雇用している
20. 障害者を雇用している
21. パートタイム社員や派遣社員を正社員に登用する制度がある又は登用した実績がある
22. 人員削減等は、退職強要行為を行わず、法令に基づき適法に処理している
23. 性別や国籍等による差別なく従業員それぞれの能力や実績に基づいて昇給・昇進させている
24. 女性を管理職として積極的に登用している
25. 従業員が希望した(有給)休暇は確実に取得させている
26. 「ノー残業デー」「ワークシェアリング」等の残業を抑制する取り組みを行っている
27. 「フレックスタイム」「短時間勤務」「在宅勤務」といった柔軟な働き方ができる制度を導入している
28. 過去3年間に女性従業員が育児休業を取得した実績がある
29. 男性従業員が育児休業を取得した実績がある
30. 家族のケガや病気のときに看護をするための休暇を取得することができる
31. 結婚や出産後も働き続けている女性がいる
32. 育児・介護休業等の利用実績等による差別なく従業員それぞれの能力や実績に基づいて昇

給・昇進させている

33. 家族や育児に関する手当（家族手当等）を支給している
34. 事業所内託児施設を設けている
35. 禁煙や分煙等を実施している
36. 法令に基づき社員等に健康診断(法定健康診断)を受診させている
37. セクシュアル・ハラスメント、パワーハラスメントに関するトラブルが発生しないよう、具体的な対策をとっている
38. 従業員が仕事をする上での悩みやメンタルヘルスについて相談できる体制がある
39. 従業員の能力向上に積極的に努めている（社内研修の充実、社外研修等の受講支援など）
40. 従業員を表彰する制度がある

【企業内部－出資者等に関すること】

41. 業歴が10年以上である（10年以上存続している）
42. 決算及び配当を適法に行っている
43. 適法な手続きにより株主総会・取締役会・（監査役会）を開催している(組合・合同会社などは総会・理事会・社員総会にこれを準用する)
44. 株主や出資者、取引先金融機関に対し事業実績（決算書や年次報告書）や今後の見通し（事業計画）について定期的に説明を行っている
45. 株主や出資者に対して自社の不利となるような情報も開示している
46. 株主や出資者に対して、自社の見学会や従業員との交流会を開催している

【企業外部－顧客に関すること】

47. マナーを守り礼儀正しくお客様に接するよう従業員を教育している
48. 製品やサービスの内容などを店頭やホームページなどでわかりやすく情報開示している
49. わかりやすい製品・サービスマニュアルを作成している
50. カタログや広告、営業トークなどで事実と異なる表現を行うことがないよう適切に管理している
51. 製品・サービスの品質を常に維持し、安定的に供給している
52. 納期を厳守している
53. 自社の製品やサービスについて利益やコスト削減よりも安全性を重視している
54. 子どもや高齢者、障害者に配慮した製品やサービスを製造したり、提供している（ユニバーサルデザインへの配慮）
55. 発がん性物質など人に有害な原材料を使用した製品を提供していない
56. 取り扱い商品に、エコマークやグリーンマークを取得しているものがある
57. お客様の要望や不満に対して、誠実に対応している
58. 製品に不具合(リコール等)があった場合は自主回収・交換をすすめ再発防止に努めている
59. 他社の製品やサービスに対して誹謗中傷を行っていない
60. ISO9001等の品質を管理監督する認証を取得している

【企業外部—取引先に関すること】

61. 取引先を選ぶ際は、環境への配慮をしていることや人権や法令を遵守していることも考慮している
62. 旧来からの取引先にこだわらず新しい取引先を広く求めている
63. 取引の際に「私情」を入れないよう取引基準を設け、公正な取引を行っている。
64. 企業規模の大小にかかわらず取引先とは対等の立場で取引を行っている
65. 取引先への発注は書面で行うなど、誤発注がないように努めている
66. 優越的地位の濫用等(取引先への(1)協賛金要求(2)従業員派遣要求(3)購入強制(4)受領拒絶(5)不当返品(6)支払遅延(不当減額))を行っていない
67. 不当な短納期発注は行わない
68. 特許権、著作権、商標権等の取引先の知的財産を侵害していない
69. 取引先からは過度な接待は受けていない
70. "環境を考慮して、環境への負荷が少ないもの（例えば再生紙）を購入している（グリーン購入）

【地域社会—地域に関すること】

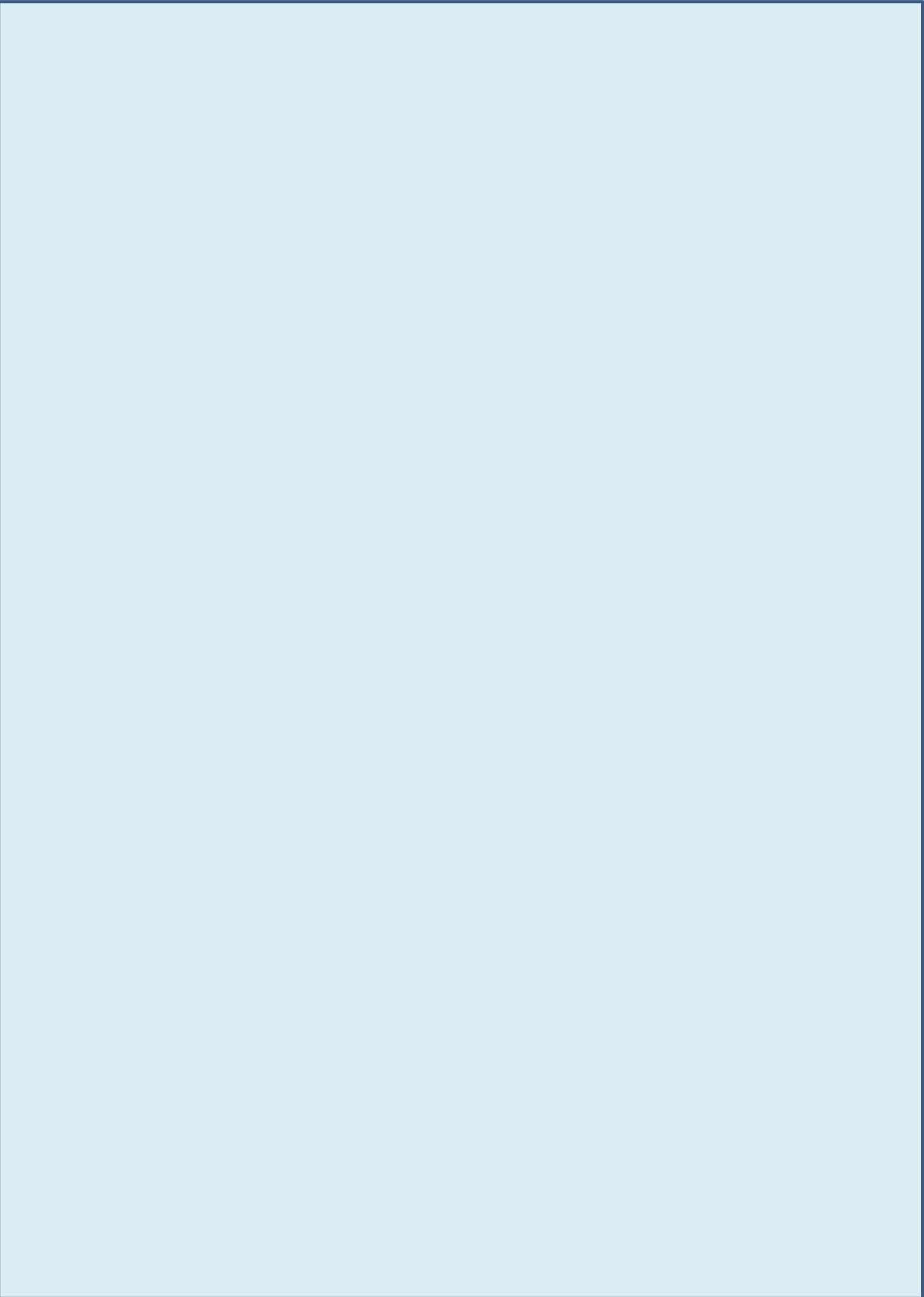
71. 障害者支援施設や高齢者支援施設から製品やサービスを購入している
72. 製品やサービスの多くをさいたま市内で販売・提供している
73. 取引先（仕入先）の多くがさいたま市内の企業である。
74. さいたま市又は埼玉県内の学校の卒業者を採用している
75. 従業員の大半がさいたま市民である
76. さいたま市内で生産された農産物や製品を購入して販売したり消費したりといった地産地消の取り組みを行っている
77. 地域ブランドや地域をテーマにした製品やサービスを扱っている
78. 祭りやサッカー大会など、地域イベント・スポーツ・文化活動に協力している
79. 自社の運動場や駐車場などを地域に開放している
80. 道路や河川の清掃・草刈り、ゴミ拾い、街路への植樹、花壇・ゴミ箱設置といった市内美化活動を行っている
81. 災害発生時に、飲料水や食料の提供、救援活動、自社を避難場所として提供等の協力を行っている（「埼玉県地域防災サポート企業・事業所」への登録を含む）
82. 地域パトロールを行ったり、自社を子どもの避難所(子ども110番の家等)に提供するなど地域防犯活動へ協力している
83. 従業員の消防団への参加や地域ボランティア等への参加を推進している
84. 防災訓練等を定期的実施している
85. 児童・生徒又は地域住民の見学・職場体験の受け入れ、出前授業等の地域の教育・教養支援を行っている
86. 騒音・振動・悪臭・汚水・その他有害物質の排出抑制など、法令(さいたま市生活環境の保全に関する条例で定める「環境負荷低減計画」を含む)に基づき地域環境を良好に保つための環境経営を行っている

87. 地元の商店会(街)に加盟している。
88. さいたま市や埼玉県の子育て・高齢者支援事業に協力している（さいたま市の「シルバー元気応援ショップ」、「パパ・ママ応援ショップ」、「赤ちゃんの駅」など）

【地域社会—社会に関すること】

89. "売上の一部を社会貢献活動等に寄付している（売上の一部が寄付になる仕組みをとっている）"
90. 社内で定期的に募金活動を行い社会福祉や災害支援のために寄付を行っている（使用済み切手や書き損じハガキを集めて寄付する等の間接的に募金に繋がる仕組みを含む）
91. 災害時に従業員の協力を得て、被災地への救援物資の提供や人員の派遣を行っている
92. 社員のボランティア活動を支援している（休暇付与・勤務扱い等）
93. NPO等の非営利活動団体の事業に具体的な協力をしている
94. 反社会的勢力（不正行為を生業とする組織／総会屋・暴力団等）と関係を持っていない
95. 医療への協力を努めている（献血への定期的協力、ドナーカードの配布、社員の骨髄バンク等の登録、AEDの設置など）
96. 学生の就業体験（インターンシップ）の受け入れを行っている
97. 産学(官)連携による新商品・サービスの開発や経営改善に取り組んでいる
98. 国際交流に関する取り組みを進めている（外国からの来訪者見学受け入れ、留学生のインターンシップ受け入れなど）
99. 環境に配慮した製品やサービスを製造したり、扱っている
100. 屋上や壁面の緑化活動を行っている（または、さいたま市「緑のカーテンサポーター」に登録している）
101. エコカー、太陽光発電、LED、カーボンオフセットなどのエコ（環境配慮型）製品を導入している
102. 省エネやCO2削減に向けた具体的な行動を社内実践している（さいちゃんの「3Rパートナーシップ宣言」団体(企業)であることを含む）
103. ISO14001やエコアクション21、エコステージ等の環境管理に関する認証を取得している
104. CSRレポートを作成している

委員コメント



さいたま市CSR活動認証制度が期待されていること

NPO法人 コミュニティビジネスサポートセンター 代表理事 永沢 映

現代において企業に求められる要素として、事業活動の成長や継続だけではなく、社会構成員としてどのような役割を果たせるのか、ということが企業評価の一つとして広まりつつあります。

しかし企業の社会性は多面性、多様性があり、一元的な指標で評価、検証することは非常に困難でもあります。

今回のさいたま市におけるCSR活動認証制度には、いくつかの先駆的なチャレンジが含まれています。

1. さいたま市独自のCSR活動を明確な指標で評価する制度設計を構築したこと
2. 公的機関である行政（市）が主体となって企業のCSR評価をおこなうこと
3. 企業がCSR活動の向上を進めることが企業の成長、成功につながるかを検証することができる
4. 各企業が自己評価を踏まえて課題、改善点を洗い出して自社のCSR活動向上に努めていくこと
5. 企業のCSR認証の成果が公開され、多くの市民が目にする機会を持つこと

この点を踏まえつつ、委員会としては市内企業からのヒヤリング、アンケートを踏まえ、11回の委員会、部会を通じて、CSR活動のチャレンジ認証の仕組みを検討してまいりました。

特に評価の項目立て、評価する体制、アフターフォローについて等の検討が最も時間を費やしたところでもあります。

実際に認証制度を進めていく中で、さらに制度の改善、向上が行われていくことと思いますが、無事に完成したことには各委員、関係者のみなさまの尽力に他なりません。

すでに昨今の経済情勢の中で、多くの企業が地域、社会、企業内部、従業員、取引先といった関係者、構成員に対してCSRを考え、実践するようになっていきます。

つまりCSR活動が企業活動に必要不可欠となってきたことを、委員会を通じて感じてきたことでもあります。

今後、企業の発展はCSRにあるような社会構成員としてどのような役割を担っていくかということが重要になっていくでしょう。

市内企業のCSRの推進として、さいたま市CSRチャレンジ認証制度が活用され、企業の発展、飛躍につながっていくことを願っておりますし、また全国のモデルとしての制度として広まっていくことを期待しております。

自治体における CSR 支援政策のメリットとアドバンテージ

允治社 代表者員 泉 貴嗣

CSR 活動の主体は一般的に、その語に含まれる“C”、つまり“Corporation”という言葉が示すように、企業であると考えられている。しかし社会問題と経済問題は密接不可分の関係にあり、社会活動と経済活動を営む組織は企業だけでなく、自治体や NPO、NGO なども含まれることは言を俟つまでもない。故に CSR はその語幹をなす“SR”、“Social Responsibility”こそが重要なのであり、本来社会的責任はあらゆる組織に求められるものである。

また、近年の経営学の知見は、組織の SR 的な活動とそのメリットが、その組織のみならず、社会と共有できる価値の創造につながるという側面に着目し、CSR から“CSV(Creating Shared Value)”という概念への発展を遂げている。

一般的な CSR の認識はいまだに【CSR=社会貢献】という捉え方が主流であり、その認識の形成は、大企業による大規模かつ、潤沢な経営資源による、広報・マーケティングの色彩の強い環境保全活動や寄付、ボランティアなどの社外指向の CSR 活動と、これを消費者に伝えるための各種のコーポレートコミュニケーションメディアの存在が前提となっている。

しかし、企業が果たすべき社会的責任は、単なる社外指向のコーポレートコミュニケーションによってのみ実現するものではなく、品質管理、労働安全衛生、CSR 調達、コンプライアンス、内部統制、地域社会からの各種要望など、経営活動の全般において存在する。またわが国の企業の約 99%が中小企業であることを考えれば、中小企業の社会的健全性と経済的健全性を助長する CSR 支援こそが必要なのであり、そこに自治体が「社会政策と経済政策の交差点」として CSR 支援を行うメリットとアドバンテージが存在する。

一般的な CSR 活動は、企業が自らの価値観と経営資源に応じて、自覚的かつ個別的に実行するが、地域の社会問題や経済問題を解決、緩和するためには、自覚的な企業を待つのみでは不十分であり、その他の企業が CSR 活動を自覚的かつ、自らにメリットを享受できる形で取り組める環境を整備する必要がある。この点において、自治体は自らの行政区域内という「面」で各種行政サービスを提供しており、その延長線として、民間の CSR コンサルティングサービスと競合することなく、かつ特定の企業に偏ることなく広範囲に CSR に関する普及と支援ができるというメリットがある。

そして、自治体は地域の社会経済の実情を一元的に把握し、社会政策・経済政策上の課題と、企業や地域社会などの利害を調整することが可能である。これは CSR の普及や推進において、自治体のみが持つアドバンテージでもある。今後、多くの自治体関係者がこのようなメリットやアドバンテージを理解し、社会政策と経済政策の双方に益し、地域の企業の社会的健全性と経済的健全性を助長するような「実効的な」CSR 支援政策が増えることを期待している。それこそが自治体の“SR”であると考えられる。

ISO26000 時代の地域経営と CSR コミュニケーション

(財) ダイバーシティ研究所 理事・研究主幹 鈴木 暁子

8 か月の熱い議論に参加して、印象に残った点を挙げるとすれば、ISO26000 が委員や関係者間の「共通言語」として機能したことである。CSR や社会貢献といった価値観を含む用語は、その定義に時間を費やすことも多いのだが、今回は ISO26000 の考え方が議論の土台としてあったため、多様なバックグラウンドを持つ参加者間の合意形成が得やすかったように思う。CSR コミュニケーションの触媒としての ISO26000 に、今後の可能性を感じている。

さて、「さいたま市 CSR チャレンジ企業認証制度」の特徴を一言で表すとすれば、企業を取り巻くステークホルダー（利益共有者）との関係を強く意識している点であろう。CSR の本質は社会とのコミュニケーションである。企業は CSR の質を向上させる過程で、従業員や取引先、地域社会の課題や NPO と向き合い、対話を重ねることによって、自社の「強み」に気づき、価値を認識していく。当制度は、こうした一連のプロセスをしくみとして整え、さいたま市が CSR に意欲ある企業のチャレンジを後押ししようとするものである。

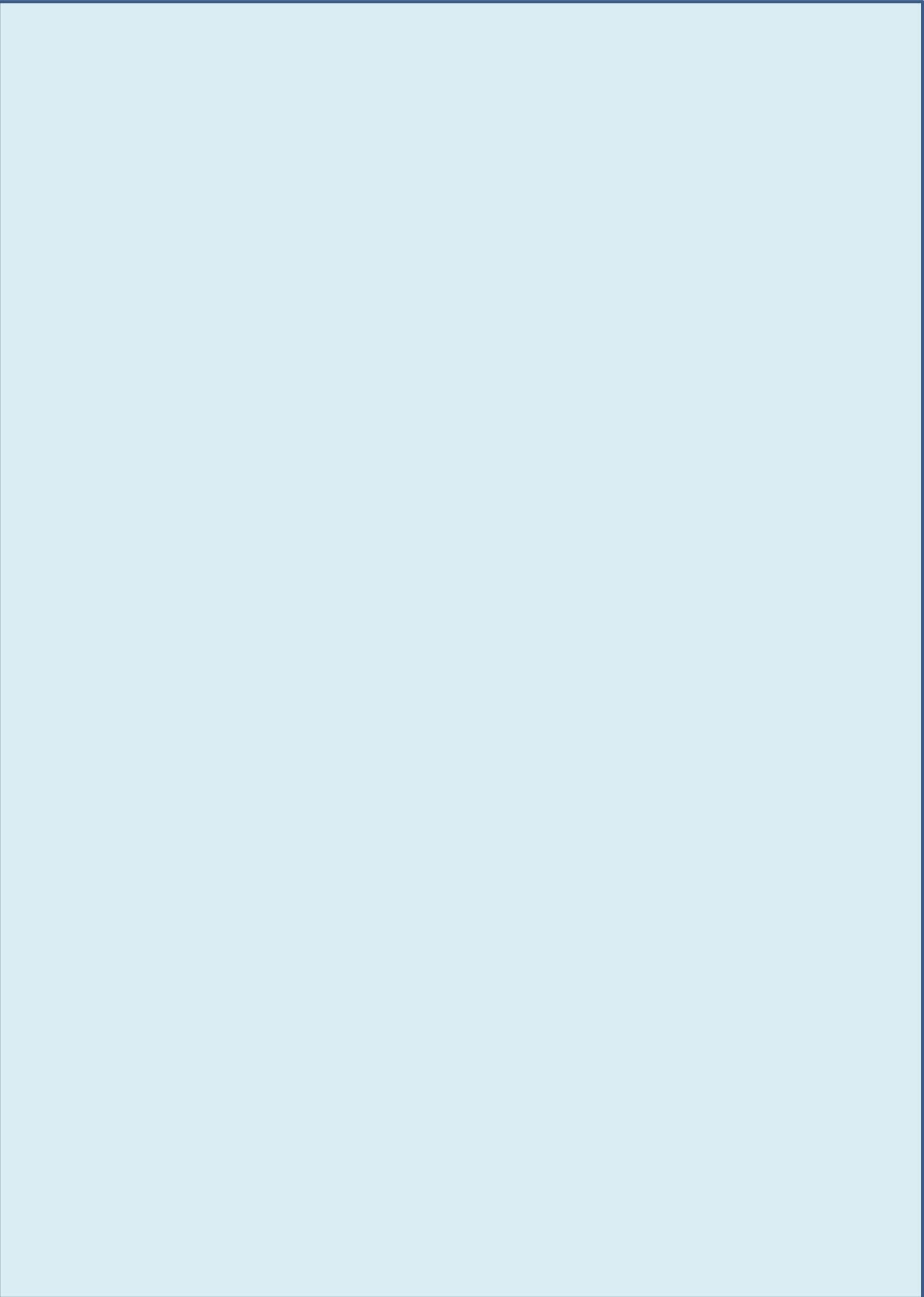
以下、2012 年度の実践に向けて、委員会での議論を踏まえて、必要と思われる視点を示したい。

まず、実践には、企業経営の専門家だけでなく、NPO や教育機関など社会の多様な担い手の関わりを期待したい。社会に対する責任を企業、行政、市民などがそれぞれで推進するだけでなく、地域全体を「面」としてとらえ、マルチステークホルダーで推進することが、地域全体の社会責任への対応力の向上にもつながるからだ。

そのためには、担い手の育成も欠かせない。例えば、消費者としての市民が CSR の読解力を養う機会を作ったり、NPO や市民活動団体の力量形成を促すことも有効である。NPO が CSR についての基礎知識がないままでは、企業との協働も進まない。部会では、ある企業が CSR を広報したところ、NPO からの寄付や協賛依頼が増え、対応に苦慮している事例が報告されたこともあった。NPO も企業と同様、社会の担い手の一部であるという自覚が不可欠であり、さらに他のステークホルダーとの連携を構築していく上で重要なプレイヤーであるという認識が必要なのではないだろうか。

最後に、繰り返しになるが、自治体が CSR 推進に取り組む意義は、個別の企業や NPO の利益を超えて地域社会全体を豊かにしていくプロセスにあり、地域経営そのものである。当制度が動き出し、評価を得ることができれば、さいたま市の企業の信頼性を高めることにつながり、ひいては都市戦略にも発展していくであろう。その成長ぶりに期待したい。

調査研究委員会・部会名簿



調査研究委員会名簿

委員長	永 沢 映	(NPO) コミュニティビジネスサポートセンター代表理事
委員	水 村 典 弘	埼玉大学経済学部 准教授
	泉 貴 嗣	允治社 代表社員
	鈴木 暁 子	(財)ダイバーシティ研究所 理事・研究主幹
	川 鍋 隆	(公財)埼玉りそな産業経済振興財団 専務理事
	細 野 廣 吉	さいたま市商工会議所 政策調整室長
	岡 安 博 文	さいたま市経済局 経済部長
	藤 田 萬 豊	財団法人地方自治研究機構 事務局長

事務局

	井 上 政 行	さいたま市 経済局 経済部 経済政策課長
	江 幡 暢 弘	さいたま市 経済局 経済部 経済政策課
	矢 部 誠 二	さいたま市 経済局 経済部 経済政策課
	村 上 正 史	さいたま市 経済局 経済部 経済政策課
	宮 下 大 典	さいたま市 経済局 経済部 経済政策課
	岸 田 拓 士	財団法人地方自治研究機構 調査研究部 主任研究員
	武 村 勝 寛	財団法人地方自治研究機構 調査研究部 研究員

基礎調査機関

	松 井 滋 樹	株式会社東レ経営研究所 市場調査部長
	森 本 有 紀	株式会社東レ経営研究所 リサーチャー

(順不同)

部会委員名簿

委員	永 沢 映	(NPO) コミュニティビジネスサポートセンター代表理事
	水 村 典 弘	埼玉大学経済学部 准教授
	泉 貴 嗣	允治社 代表社員
	鈴 木 暁 子	(財)ダイバーシティ研究所 理事・研究主幹
	間 藤 雅 夫	(公財)埼玉りそな産業経済振興財団 主席研究員
	黒 金 英 明	さいたま市商工会議所 政策調査室政策監

事務局

	井 上 政 行	さいたま市 経済局 経済部 経済政策課長
	江 幡 暢 弘	さいたま市 経済局 経済部 経済政策課
	矢 部 誠 二	さいたま市 経済局 経済部 経済政策課
	村 上 正 史	さいたま市 経済局 経済部 経済政策課
	宮 下 大 典	さいたま市 経済局 経済部 経済政策課
	岸 田 拓 士	財団法人地方自治研究機構 調査研究部 主任研究員
	武 村 勝 寛	財団法人地方自治研究機構 調査研究部 研究員

基礎調査機関

	松 井 滋 樹	株式会社東レ経営研究所 市場調査部長
	森 本 有 紀	株式会社東レ経営研究所 リサーチャー

(順不同)

**さいたま市CSR活動認証制度設計
に関する調査研究**

－平成24年3月発行－

さいたま市 経済局 経済部 経済政策課

〒330-9588 さいたま県さいたま市浦和区常盤6-4-4
電話048(829)1363(直通)

財団法人 地方自治研究機構

〒104-0061 東京都中央区銀座7-14-16
太陽銀座ビル2階
電話03(5148)0661(代表)

印刷 アンクベルジャパン株式会社

