

企業の地域活動と
NPOとの連携に関する実態調査研究
中間報告書

2006年3月



Task together

～多彩な協働に向けて～

ひょうごボランティアプラザ（兵庫県社会福祉協議会）
特定非営利活動法人コミュニティ・サポートセンター神戸

はじめに

NPO を含む市民活動と企業セクターは、いかにすればより良い連携関係が結べるのだろうか？本調査は、NPO と企業双方の意識を調べることを通じた、具体的な連携の仕組み作りを目的としている。

企業の社会貢献活動は現在、CSR (Corporate Social Responsibility = 企業の社会的責任) がトレンドとして注目を集めている。この CSR は、「マルチ・ステークホルダーエコノミー」という、企業を取り巻く新たな関係性と密接につながっている。すなわちここでは、企業が顧客・株主・従業員のほかに、投資家・取引先、さらには地域住民など多様なステークホルダー (利害関係者集団) によって構成されていることが示されている。わが国でも高度経済成長のひずみとして顕在化した公害問題や、兵庫県域にかぎれば 1995 年の阪神・淡路大震災などが企業と地域との関係を見直す転機になったといえよう。そして CSR の実践は企業に、ブランド価値の向上・市場および地域からの評価と支持をもたらすと考えられている。

その一方、NPO を含む地域活動団体も、企業との連携による新たな価値と機会の創造を期待している。“2007 年問題” と呼ばれる団塊の世代の大量退職、地方自治法の改正にともなう「指定管理者制度」の導入など、既成の仕組みが流動化する現在、企業セクターの蓄えてきたノウハウは NPO の経営にも強いインパクトを与えるだろう。そうして生まれた企業と NPO の連携関係も、ひろく県民に享受されることによって、同時に市民活動や CSR がいっそう認知されていくのかもしれない。

平成 18 年 3 月現在、兵庫県内における NPO 法人は 900 団体 (兵庫県認証分) を超えるが、平成 16 年のデータからは、その半数の年間総収入は 500 万円未満 (ひょうごボランティアプラザ、『NPO データブック』平成 16 年) で、運営基盤が必ずしも安定しているといえる状況ではないと思料される。

NPO のミッションを実現する上で、活動の継続性は重要な要因となってくるが、その実現を促す手法のひとつとして、企業との連携があると考えられる。ひょうごボランティアプラザ (兵庫県社会福祉協議会) では、NPO の基盤強化を図る環境づくりに向けた働きかけのひとつとして、企業と NPO との連携を通じて地域社会の課題解決や地域貢献につなげていくことを目的に、兵庫県からの委託を受けて平成 17 年度から 18 年度の 2 年間にわたり、NPO 法人コミュニティ・サポートセンター神戸と協働協定 (第 5 章資料編参照) を結び、調査研究に取り組むこととなった。

具体的には、1 年目に、企業側の CSR に対する意識や NPO との協働のための要因を探り、2 年目に、NPO に対して企業との関わりや連携についての調査を実施することにし、将来的には、企業と NPO が、ヒト・モノ・カネ・バショ・情報等の資源を相互に生かすことができるマーケットを創設していきたいと考えている。

今回の調査は、當間克雄教授 (兵庫県立大学経営学部) の監修とアドバイスにより実施した。さらに、兵庫県中小企業家同友会・兵庫県経営者協会にも協力をいただいた。お忙しい中、調査にご協力いただいた企業の皆様と、ヒアリング調査や集計作業にご尽力いただいたボランティアの皆様に対して厚く御礼を申し上げたい。

平成 18 年 3 月

ひょうごボランティアプラザ (兵庫県社会福祉協議会)
特定非営利活動法人コミュニティ・サポートセンター神戸

COTENTS

はじめに

第1章 調査研究の概要	1
第1節 調査の目的	
第2節 調査の手法	
1 調査対象	
2 調査内容	
3 調査概要	
第2章 アンケートでみる企業・NPOの連携	5
第1節 企業とNPOとの連携活動の効果と障害	
第2節 企業とNPOとの連携に関する調査結果	
1 アンケート調査の参加企業	
2 アンケート回答企業のCSR活動の状況	
3 企業とNPOとの連携活動の状況	
4 ヒアリング調査と先進協働事例	
5 アンケート調査結果	
第3章 ヒアリング調査と先進協働事例	5 1
第1節 企業へのヒアリング調査概要	
第2節 企業とNPOの先進協働事例	
1 廃棄物減量と再資源を目指しての高齢者元気アップ支援事業（布ぞうりの商品化）	
2 ボランティア・NPO支援団体との対話会	
3 阪神地域安心お助けネット Web	
4 CS神戸とKUMONグループとの協働	
第4章 企業とNPOの連携活動の促進に向けての提言	7 1
第5章 資料編	7 5
・アンケート調査のお願いと調査票	
・調査研究事業にかかる協働協定書	
・調査協力団体および委員・スタッフ名簿	

第 1 章 調査研究の概要

第 1 節 調査の目的

第 2 節 調査の手法

1 調査対象

2 調査内容

3 調査概要

第1章 調査研究の概要

第1節 調査の目的

近年、様々な場面で企業の社会的責任や社会貢献活動が議論されている。直接的には、工場からの排水による環境汚染や商品の偽装、粉飾決算など、企業による不祥事が多発したため、その解決の糸口として企業の社会的責任（Corporate Social Responsibility：以下「CSR」）が叫ばれており、連日、経済新聞や雑誌などにおいて取り上げられているのである。

また、産業界や経済誌が中心となって、企業のCSRの取り組み状況に関する調査も頻繁になされている。例えば、日経連（日本経済団体連合会）は、加盟企業で構成する社会貢献推進委員会を中心に、毎年、社会貢献活動実績調査を行っている。2004年の調査では、社会福祉や健康・医学、文化・学術、環境などの社会貢献活動支出として1508億円（前年度比5.1%増）が支出されていることが報告されている。また、日経ビジネスのような経済誌でも、2004年7月6日号でCSRランキング・ベスト100社と称して、社会貢献活動などを積極的に展開している企業のランキングや評価を行っている。

このような動向は、日本特有のものではない。米国の学術雑誌や経済誌においても、CSR活動に関する特集や論文が数多く出版されている。例えば、経営学関連の代表的な米学術誌、カリフォルニア・マネジメント・レビュー（California Management Review）は、2006年の冬季号においてCSRの特集号を組み、その巻頭において、企業におけるCSR問題の多様化と学術的および実務的な重要性を強調している。

以上のように、CSRは実務や学術の両面において注目されている概念であるが、本報告書では、多様化しているCSR活動の実態とCSRの一活動たる企業の地域活動やそれを促進するための企業と非営利組織（Non Profit Organization、以下「NPO」）との連携について、調査・分析を行いたい。CSR活動の一例としての企業とNPOとの連携活動は、未だ端緒にたったところであるが、「具体的にどのような活動をどの程度進めているのか」、その実態把握と、「今後かかる活動を促進していくためにはどのようなことが課題となるのか」、課題の把握・認識と克服について、分析を進めていくことが本報告書の目的である。

第2節 調査の手法

1 調査対象

兵庫県内で事業活動を行っている企業で、兵庫県中小企業家同友会、兵庫県経営者協会の会員に対してアンケートを実施。回収率が低かったため、NPO法人コムサロン21（姫路市：中・西播磨エリア）の会員企業に対して追加アンケートを実施。

兵庫県中小企業家同友会	1207社		
兵庫県経営者協会	77社		
NPO法人コムサロン21会員企業	80社	計	1,364社
・調査日	平成17年10月31日（2回目	11月24日）	
・回答数	88社	（回収率	6.45%）

2 調査内容

1年目の平成17年度は、企業側のCSRに対する意識とNPOとの連携・協働の要因を探るために、アンケート及びヒアリングを実施した。

<アンケート>

- (1) CSR実施にあたっての方針の有無
- (2) NPOとの連携への関心
- (3) NPOとの連携活動の有無
 - ・連携のきっかけ
 - ・連携のメリット
 - ・NPOへの要望
 - ・連携に必要な条件

[共通項目]

業種・資本金・従業員・ヒアリングの協力

<ヒアリング>

アンケート回答企業の中から、ヒアリングの了解をした企業を一部抽出し、神戸市内を中心に直接、企業に赴き、地域活動の取り組み状況や、NPOと実際に連携・協働している場合には、具体的な内容を聞き取った。

また、地域活動の企業内の取り組み（活動内容、休暇制度など）をヒアリングした。

- ・ヒアリングの期間 平成17年11月9日～12月26日
- ・ヒアリング調査企業数 21社
- ・掲載協力企業数 12社

3 調査概要

- (1) CSR活動方針を持っている企業は、約6割（58.1%）で、明文化している企業は4社（24.4%）に1社であった。
- (2) CSR活動の一環としての地域活動に取り組んでいる企業は、全体の約6割（61.1%）で、CSR活動の一環として地域活動を行っている企業は比較的多い。
- (3) 活動分野を見ると、4割を超える（45.2%）企業が「本業による貢献」をあげている。これは、本業で得られる利益を社会に還元することにより、CSRにつながるとの意思表示が考えられる。以下、「まちづくり・地域活性化」や、「自然環境の保全」活動が行われている。
- (4) CSR活動に取り組んでいない企業には、「地域活動に関する情報のなさや理解不足」の状況がある。
- (5) NPOと連携活動を行っている企業は、全体の3分の1（36.4%）で、4年前の愛知県のデータと比べ、10%強となっている。
- (6) 具体の活動としては、「会議室や運動場などの自社施設の開放」が多く、これにより資源の有効活動や企業イメージの向上、地域への社会貢献といった効果を生み出している。

- (7) 連携の始まりのきっかけは、「NPO からの打診」や「個人的なつながり」が主である。
- (8) 連携活動のメリットとして、「企業の社会的責任を果たす」「企業のイメージアップを図る」「NPO 等や社会への理解を深める」ことがあげられる。
- (9) 企業は連携活動を進める上で、NPO 側に対して「連絡の取りやすい事務局体制の確立」「活動実績の情報開示」「企業側の体制の理解」を強く要望している。

第2章 アンケートでみる企業・NPOの連携

第1節 企業とNPOとの連携活動の効果と障害

第2節 企業とNPOとの連携に関する調査結果

1 アンケート調査の参加企業

2 アンケート回答企業のCSR活動の状況

3 企業とNPOとの連携活動の状況

4 ヒアリング調査と先進協働事例

5 アンケート調査結果

第2章 アンケートでみる企業・NPOの連携

第1節 企業とNPOとの連携活動の効果と障害

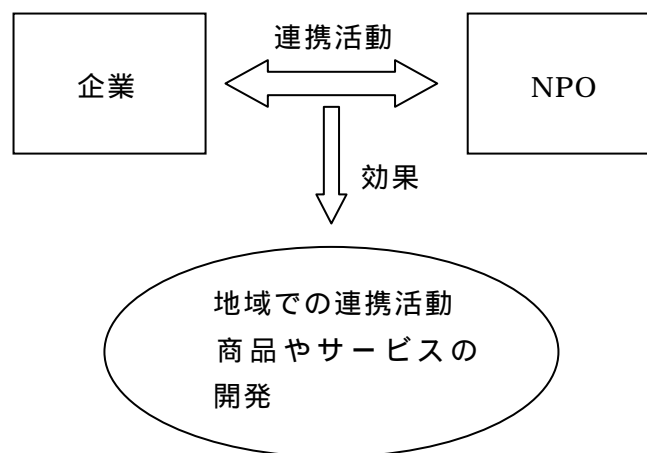
上述したように、本報告書の目的は、企業とNPOとの連携活動の実態の把握とかかる活動を促進していくための課題や方策を検討することにある。ではなぜ、企業とNPOとの連携は必要なのであろうか。かかる連携活動を行う意義は何であらうか。この点をまず簡単に説明しよう。

企業側からみた場合、NPOとの連携活動は、CSR活動の1つの選択肢として捉えられよう。NPOは主として地域に根ざした活動を展開しているため、かかる活動を企業が支援したり、一緒になってやっていくことは、地域コミュニティというステークホルダー（利害関係者集団）に対するCSR活動に他ならない。その活動を通じて、企業は地域活動や地域社会への貢献が図れるとともに、企業のイメージの向上にもつながるのである。さらに、障がい者や高齢者を支援するNPOなどと連携することで、障がい者や高齢者向けの商品の開発なども可能になるかもしれない。企業がNPOと連携することは、このような経営面における直接的な効果も期待できるのである。

またNPO側からみた場合も、多くの効果が期待できる。一般に、NPOは保有する経営資源が少ないため、活動が制限される面もあるが、企業と連携することは、活動場所や設備などの経営資源の提供も含まれるため、NPOの活動にとっては大きな支援となるであろう。また、連携活動を通じて人材交流が盛んになれば、NPO側にも事業マインドをもった人材を育成することが可能となろう。もちろん、企業側にも地域の視点をもった人材の育成という効果が期待できよう。

このように、企業とNPOとの連携活動は、企業やNPOの保有する経営資源や情報を活用した地域での連携・支援活動、かかる資源や情報を活用した社会的な商品やサービスの開発・販売活動、組織的な相互作用による人材育成や経営活動への参加といった効果が期待できよう（谷本編,2004；坂本,2004）。この点は、図表1のように示されよう。

（図表1） 企業とNPOとの連携活動の効果



しかし、かかる効果が期待できる企業とNPOとの連携活動は、未だ端緒についたばかりで、それほど進んでいるわけではない。例えば、日経連が発表した『2004年度 社会貢

献活動実績調査結果』によれば、2003年と2004年に社会貢献活動に支出した金額は、それぞれ1232億円(アンケート回答企業369社、1社平均3億3400万円)と1508億円(アンケート回答企業430社、1社平均3億5100万円)であり、CSRの重要性を反映して総額的には伸びている。しかし、活動内容の内訳を支出金額ベースで見ると、文化・芸術関連や学術・研究関連、および教育・社会関連などが上位にランキングされているが、NPOへの支援(図表2のNPOの基盤形成)は、わずか0.3%(03年)と0.2%(04年)であり、1%にも満たない金額しか支出がなされていない。図表2のデータには、企業からNPOへの活動場所や設備の提供、人材交流などといった連携活動は反映されていないため、連携活動は殆どないとは断定はできないが、金額ベースでみた場合、CSR活動の一選択肢としての企業とNPOとの連携活動は、未だ多くないといえよう。

(図表2) 企業の社会貢献活動の分野別支出比率

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

(出所：日本経済団体連合会,2006,p.6)

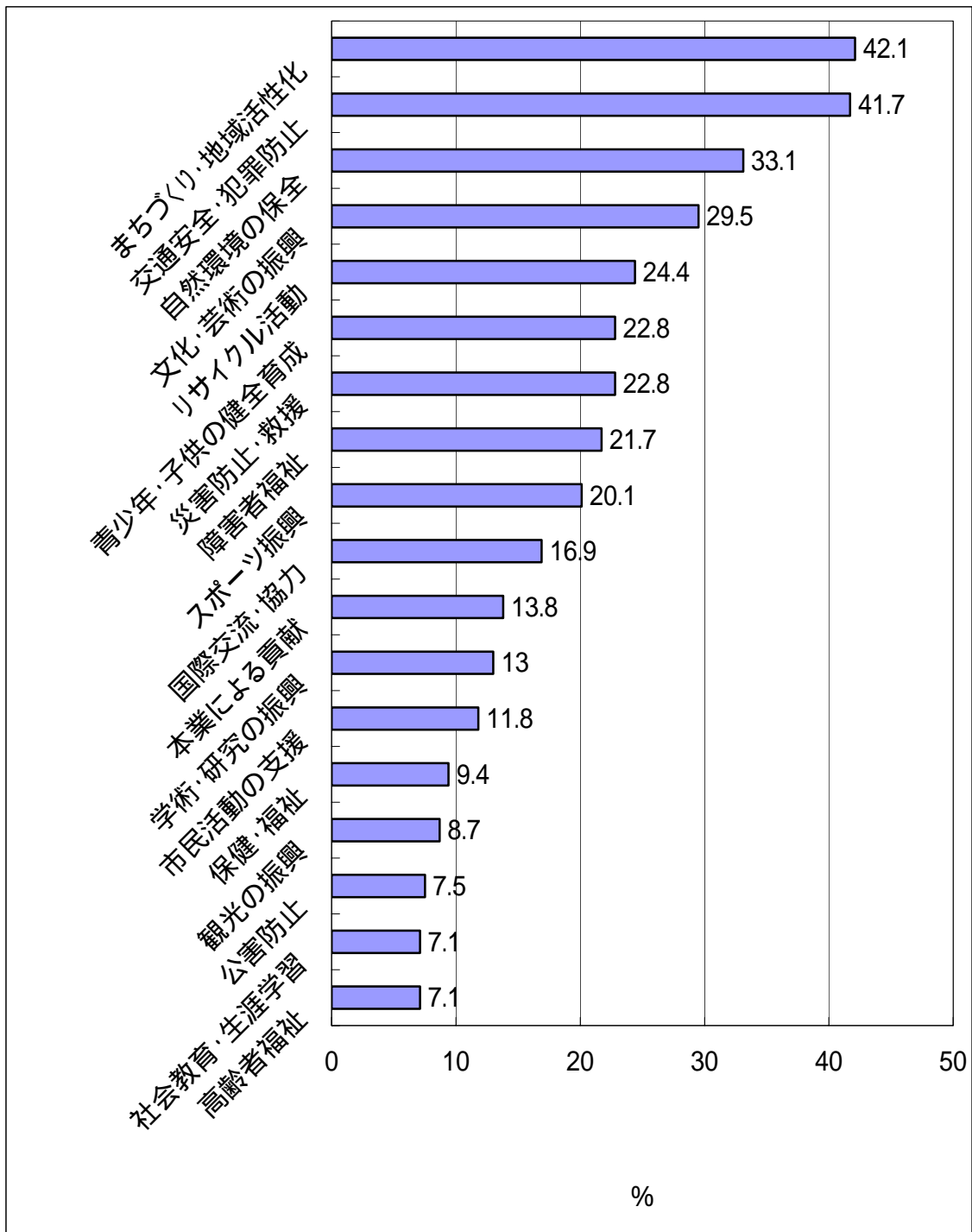
次に、愛知県が行った『企業とNPOのマッチング意向調査』に目を転じてみよう。かかる調査は、愛知県における企業とNPOとの連携活動の実態把握を目的に、2001年に行

われた調査である。その調査によれば、アンケート回答企業 254 社が展開する社会貢献活動で、最も回答が多かったのが「まちづくり・地域活性化」(42.1%)であり、「交通安全・犯罪防止」(41.7%)、「自然環境の保全」(33.1%)、「文化・芸術の振興」(29.5%)が続いている。NPO との連携活動を直接示す項目はないが、おそらく「市民活動の支援」がそれにあたると思われる。企業の 11.8%がかかる活動を行っているとは回答している。約 1 割程度の企業が NPO との連携活動に類する活動を行っているが、数としては少ないといわざるを得ない。以上の点は図表 3 に示されるとおりである。

愛知県の調査では、企業に対して NPO と関わったことがあるかを質問している。「ある」と回答した企業は 23.9%であり、「ない」と回答した企業は 74%であった(残りは準備中もしくは不明)。回答企業の約 4 分の 1 の企業が NPO と連携しているに過ぎない。この点でも、企業と NPO との連携活動は、活発に行われているとはいえない。

上述したように、企業と NPO との連携活動から得られる効果はかなりあると思われる。しかし、実際にかかる活動が積極的に行われていることを示すデータを、私たちは入手できていない。入手できたデータを見ると、企業と NPO との連携活動は促進されているとはいえず、未だ数は少ないというのが実情のようだ。ではなぜ、かかる活動は行われていないのであろうか。かかる活動を阻む障害があるのだろうか。上で紹介した愛知県の調査では、企業側と NPO 側に「関わりをもたない理由」を質問している。この点について目を転じてみよう。

(図表 3) 愛知県企業による社会貢献活動の分野



(出所：愛知県編,2002,p.23.)

図表 4 は、企業と NPO との連携活動の障害となっている理由を示している。まず、企業側が考える NPO との連携を妨げる理由・要因について見ていこう。

企業が NPO と連携しない理由で最も多かったのが「人的資源の制約」である。その次に、「連携推進の意思形成がない」と「財政的余裕がない」が続いているが、「経営資源面の制約」が NPO との連携活動の障害となっていることが分かる。そして、その次にあげられる要因は、「サポート組織を知らない」、「NPO 等の企業に対する関心が不明」、「連携

できる NPO が見あたらない」など、実際に連携の対象となる NPO に関する情報であったり、連携を促進するサポート組織のなさに関するものである。

(図表 4) 企業と NPO との連携活動の障害となる理由 (加重平均)

< 企業側の理由 >

	評価点
自社の人的資源に制約	1.1
連携推進の意思形成がない	1
財政的余裕がない	0.77
サポート組織を知らない	0.67
NPO 等の企業に対する関心が不明	0.58
連携できる NPO が見あたらない	0.22
連携してもメリットがない	-0.18
連携のための専門的知識が NPO に不足	-0.35
企業活動に悪影響が出る不安	-0.46
NPO が企業活動を理解していない	-0.52

< NPO 側の理由 >

	評価点
連携できる企業が分からない	0.97
連携のサポート組織が不明	0.82
企業の NPO への関心が不明	0.52
連携の専門的知識不足	0.51
人材に制約	0.29
連携推進の意識不足	0.11
財源不足	-0.06
企業の NPO に対する理解不足	-0.19
活動が制限される不安	-0.46
連携のメリットがない	-0.78

(出所：愛知県,2002,p.35,p.65.)

注目すべき点は、「連携活動にメリットがない」や「企業活動に悪影響が出る」という項目について、評価点が低いことである。つまり、回答企業は連携活動にメリットがないと感じてはいない、連携活動が本業に悪影響を及ぼすとは思っていない、ということになる。連携活動についてはある程度の意義を認めているものの、経営資源面での制約のため、かかる活動がうまく促進されていないというのが企業側の解釈であろう。

次に NPO が考える企業との関わりをもたない理由を吟味してみよう。

図表 4 に示されているのは、「連携できる企業が分からない」、「連携のサポート組織が不明」、「企業の NPO への関心が不明」、「連携の専門的知識不足」といった要因が上位に

あげられている。NPO にとっては、「実際に連携を行う企業に関する情報」や「連携に関連する知識やノウハウ」の不足といった要因が、連携活動を妨げる要因となっているようだ。その後にくるのが人材や資金面などの「経営資源の制約」といった要因である。

これまで議論してきたことをまとめると、企業と NPO との連携活動はそれほど積極的には行われていない、かかる活動を妨げる要因としては、「経営資源の制約」や「連携相手に関する情報の不足」があげられる、ということが分かるであろう。以上の点は図表 5 のようにまとめられよう。

(図表 5) 企業と NPO との連携活動を妨げる諸要因



以上が、これまでに行われた企業と NPO の連携活動に関する調査結果からの知見である。これらの知見をもとに、私たちも兵庫県内の企業と NPO の連携活動に関する実態調査を行った。調査の目的は、兵庫県内の企業の CSR 活動に関する実態の把握と、企業と NPO との連携活動の状況を把握するためである。アンケート調査を通じて現状を把握することによって、企業と NPO との連携活動を実際に促進するための仕組みについて検討したい。その意味で、私たちの調査は、単なる実態把握のための調査ではなく、実際の仕組み作りの基礎となるデータ収集の性格をもっている。

第 2 節 企業の NPO との連携に関する調査結果

上述したように、私たちは兵庫県内の企業と NPO との連携活動の実態を把握し、かかる活動を促進するための仕組み作りを行うための基礎的なデータを収集する目的でアンケート調査を行った。今回の調査では、連携活動に関わる企業側の意識を把握するために、兵庫県中小企業家同友会と兵庫県経営者協会、および NPO 法人コムサロン 21 の協力を得て、1364 社にアンケート票を郵送した(内訳は、兵庫県中小企業家同友会経由が 1207 社、兵庫県経営者協会経由が 77 社、NPO 法人コムサロン 21 経由が 80 社である)。送付日は 2005 年 10 月 31 日で、郵送による回収日が 2005 年 11 月 18 日である。しかし、締め切り日に回収されたアンケート表の数が少なかったため、NPO 法人コムサロン 21 経由で別途、アンケートを郵送した。その送付日が 2005 年 11 月 24 日で、回収日が 2005 年 12 月 16 日である。かかる手順で回収されたアンケート票は 88 通で、回収率は 6.45% で非常に低いものになってしまった。

データの収集はアンケート票だけでなく、ヒアリングというかたちでも行われた。ヒア

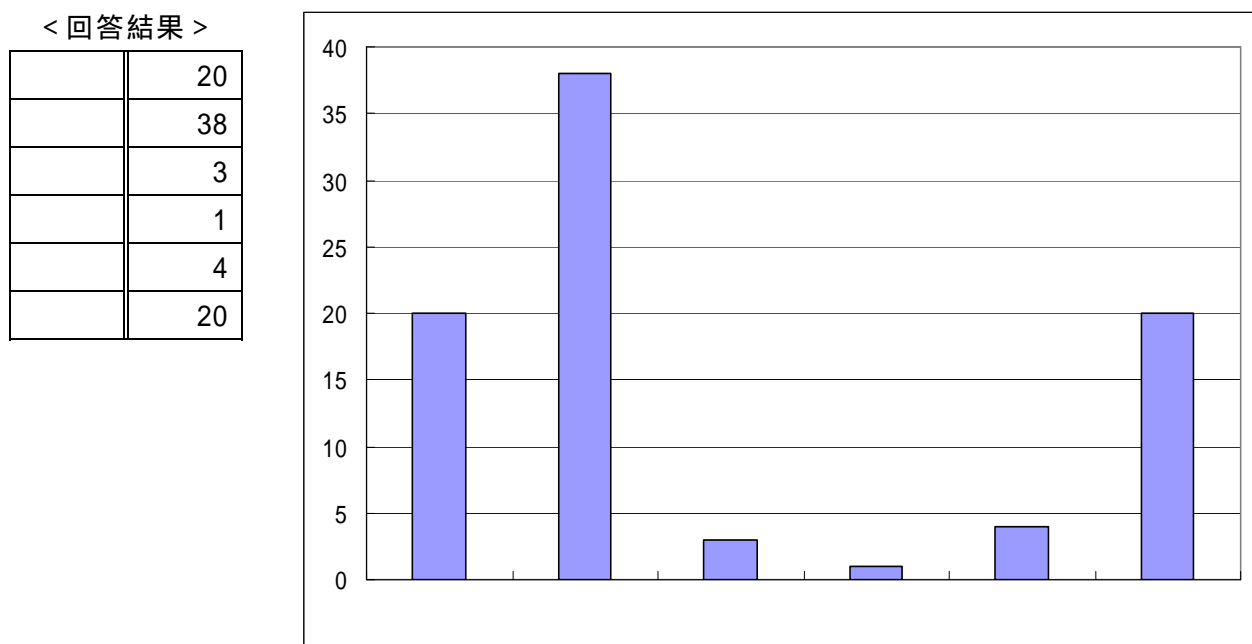
リング調査を行ったのは計 21 社で、コミュニティ・サポートセンター神戸（以下「CS 神戸」）とひょうごボランティアプラザで、それぞれが 11 社と 10 社担当した。ヒアリング調査のデータは、紙面を別にして紹介するとして、本節ではアンケート調査の結果を分析していきたい。

1 アンケート調査の参加企業

具体的な調査結果を分析する前に、アンケート回答企業について簡単に紹介しよう。まず、回答企業の資本金および従業員数を見ることで、どのような規模の企業がアンケート票に答えたのかを把握しよう。

資本金であるが、1000 万円未満、1000 万円以上 5000 万円以下、5001 万円超 1 億円以下、1 億円超 3 億円以下、3 億円超 10 億円未満、10 億円以上のいずれかを選択してもらうかたちで質問がなされた。回答結果を見ると、選択肢 と をあわせた資本金が 5000 万円以下の中小企業が 86 社中 58 社と多く、全体の 67.4%（図表 6 参照）を占めている。これは、アンケート票のかなりの数を兵庫県中小企業家同友会経由で送付した結果と考えられる。ただ、資本金が 10 億円以上の大企業からの回収も比較的多く、20 社（全体の 23.2%）に至っている。

（図表 6） アンケート回答企業の資本金額

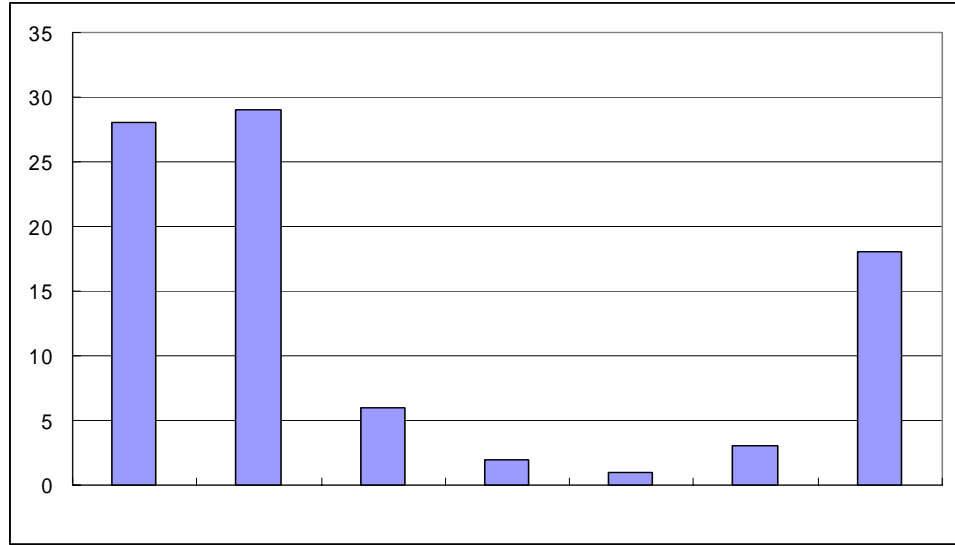


同じく企業規模を示す従業員数について見てみよう。従業員数は 1～10 人、11～50 人、51～100 人、101～300 人、301～500 人、501～1000 人、1001 人以上という項目の中からを選択するかたちで質問された。集計結果は図表 7 に示されよう。図表を見てもわかるように、選択肢 と を合わせた従業員 50 人以下の中小企業が、回答企業 87 社中 57 社で、65.5%を占めている。また、従業員 1000 人以上の大企業も多く、18 社、20.7%に至っている。

(図表7) アンケート回答企業の従業員数

< 回答結果 >

	28
	29
	6
	2
	1
	3
	18



以上のように、資本金と従業員数という企業規模でみた場合、アンケート回答企業の6割以上が、資本金5000万円以下、従業員数50人以下のいわゆる中小企業であることが分かる。また、いわゆる大企業は全体の2割ぐらいを占めていることも本調査対象企業の特徴である。ちなみに、前述した愛知県の『企業とNPOのマッチング意向調査報告書』の回答企業は、資本金1億円以下の中小企業群が32.2%、10億円以上の大企業群が38.9%となっている。基本的に愛知県で行われた調査は、大企業のデータが4割近くを占めるのに対し、私たちが行った調査は、大企業データは、愛知県の半分の2割程度で、中小企業のデータが中心となっていることを、まず強調したい。

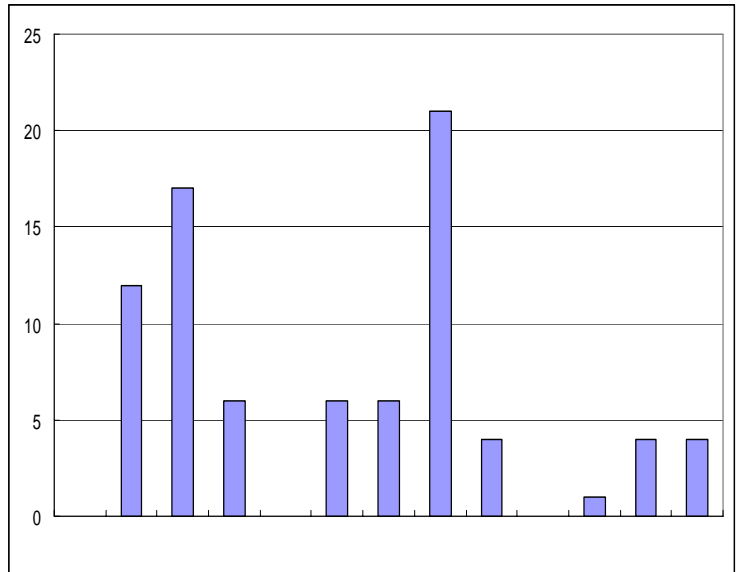
次に、調査対象企業の所属する業種について目を転じてみよう。所属業種は、鉱業、建設業、製造業(生産財)、製造業(消費財)、通信業、卸売業、小売業、サービス業、金融・保険業、飲食業、不動産業、電気・ガス・水道業、その他という項目の中から選択するかたちで質問された。集計結果は、図表8のように示されよう。図表を見ても分かるように、所属業種で最も多いのはサービス業で、81社中21社、全体の25.9%であった。回答企業のおよそ4分の1の企業がサービス業を営んでいる。サービス業に続いて多いのは、製造業(生産財)で17社と建設業12社である。

アンケート回答企業のプロフィール紹介の最後の項目は、本社の所在地である。集計結果は図表9のように示されよう。図表を見ても分かるように、88社中51社、全体の57.9%が神戸市に本拠をおく企業となっている。神戸市に続いて多いのが姫路市で9社、続いて尼崎市の4社となっている。

(図表 8) アンケート回答企業の所属業種

< 回答結果 >

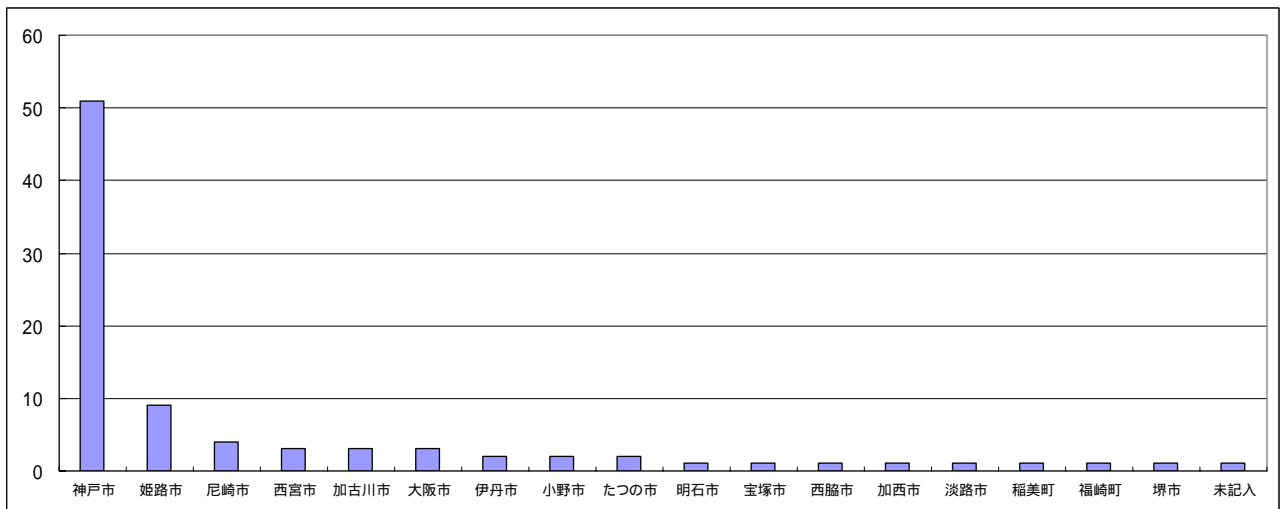
	0	6	1
	12	6	4
	17	21	4
	6	4	
	0	0	



(図表 9) アンケート回答企業の所在地

< 回答結果 >

神戸市	51	加古川市	3	たつの市	2	加西市	1	堺市	1
姫路市	9	大阪市	3	明石市	1	淡路市	1	未記入	1
尼崎市	4	伊丹市	2	宝塚市	1	稲美町	1		
西宮市	3	小野市	2	西脇市	1	福崎町	1		



以上のようなアンケート回答企業のプロフィールを簡単にまとめると次のようになる。

【アンケート回答企業の特徴】

全体の6割以上の企業が、資本金5000万円以下、従業員数50人以下のいわゆる中小企業である。

大企業も全体の2割ぐらいを占めている。

所属業種で最も多いのがサービス業で、全体の4分の1を占めている。

所在地で最も多いのは神戸市で、全体の6割近くの企業が立地している。

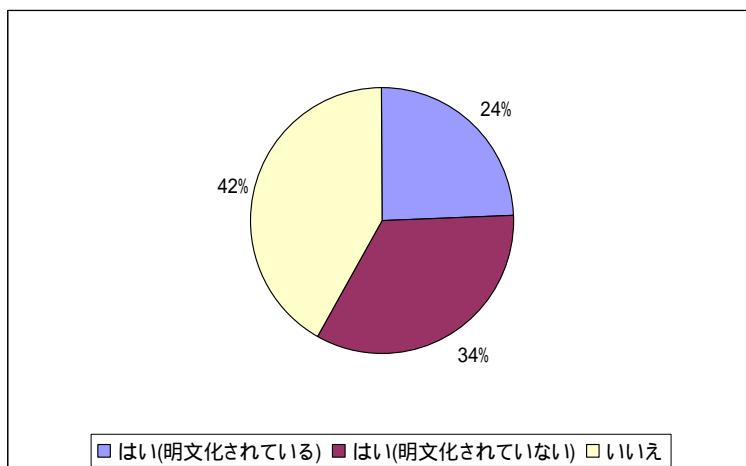
では次に、アンケート回答企業のCSR活動やNPOとの連携活動の状況について、分析を進めていこう。

2 アンケート回答企業のCSR活動の状況

郵送したアンケート票では、まずCSR活動に関する明確な方針を持っているかどうか、それを明文化しているかどうかを質問している。かかる質問の集計結果は、図表10のように示されよう。図表を見ても分かるように、回答企業86社中、明確なCSR活動方針を持っている企業は50社で、全体の58.1%である。また、かかる方針を明文化している企業は86社中21社で、全体の24%の企業が、CSR活動方針を明文化して、活動に取り組んでいることが分かる。

(図表10) アンケート回答企業のCSR活動方針の有無と方針の明文化の状況

<回答結果>	
はい(明文化されている)	21
はい(明文化されていない)	29
いいえ	36



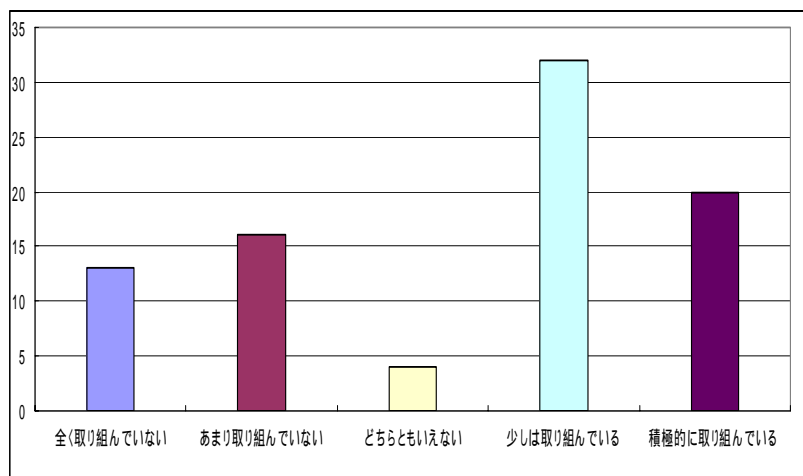
次に、CSRの一環として地域活動への程度取り組んでいるかを質問した。集計結果は図表11に示されよう。図表を見ても分かるように、CSR活動の一環としての地域活動へ取り組んでいる企業は85社中52社で、全体の61.1%の企業が何らかのかたちで地域活動へ取り組んでいるようである。そのうちの20社、全体の23.5%は地域活動へ積極的に取り組んでいるようだ。アンケート回答企業の6割以上が、いわゆる中小企業であるため、地域活動への取り組みの程度は低いかもしれないと予測していたが、かかるデータを見る限り、CSR活動の一環として地域活動を行っている企業は比較的多いと分析することができよう。

(図表 11) CSR 活動の一環としての地域活動への取り組み状況

< 回答結果 >

全く取り組んでいない	13
あまり取り組んでいない	16
どちらともいえない	4
少しは取り組んでいる	32
積極的に取り組んでいる	20

平均値:3.35



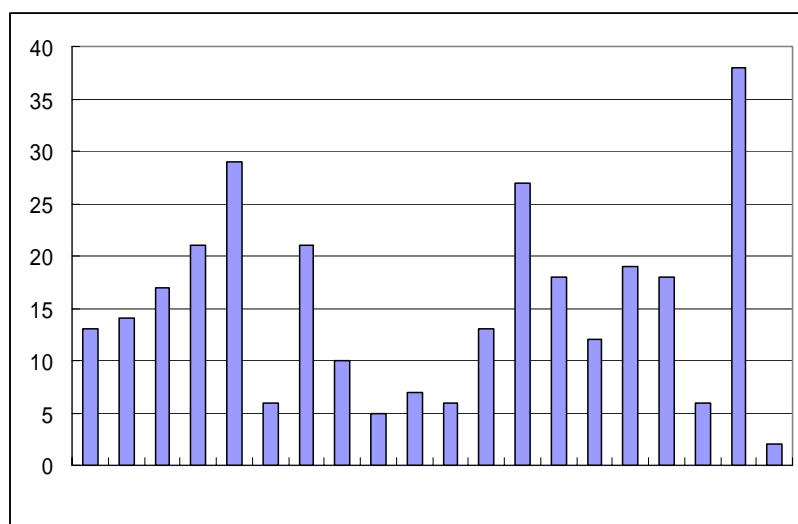
では、アンケート回答企業は、具体的にどのような CSR 活動に取り組んでいるのだろうか。図表 12 は、アンケート回答企業の取り組んでいる CSR 活動の具体的な内容に関するデータである。最も取り組まれている CSR 活動として、回答企業は「本業による貢献」をあげている。つまり、本業を営むことで得られる製品やサービスを顧客に提供したり、それによって獲得した収益を従業員や取引先、株主などのステークホルダーに分配することで社会的貢献を果たしていると解釈しているのである。

(図表 12) アンケート回答企業の CSR 活動の内容

< 回答結果 >

(複数回答)

	13		6
	14		13
	17		27
	21		18
	29		12
	6		19
	21		18
	10		6
	5		38
	7		2



【選択肢】

保健・医療・健康づくり 高齢者福祉 障がい者福祉 青少年・子供の健全育成 まちづくり・地域活性化 観光の振興 文化・芸術・スポーツの振興 社会教育・生涯学習 学術・研究活動の振興 男女共同参画の推進 消費者問題 市民活動の支援 自然環境の保全 公害防止 交通安全・犯罪防止などの地域の安全 災害防止・救援 国際交流・協力 人権擁護・平和推進 本業による貢献 その他

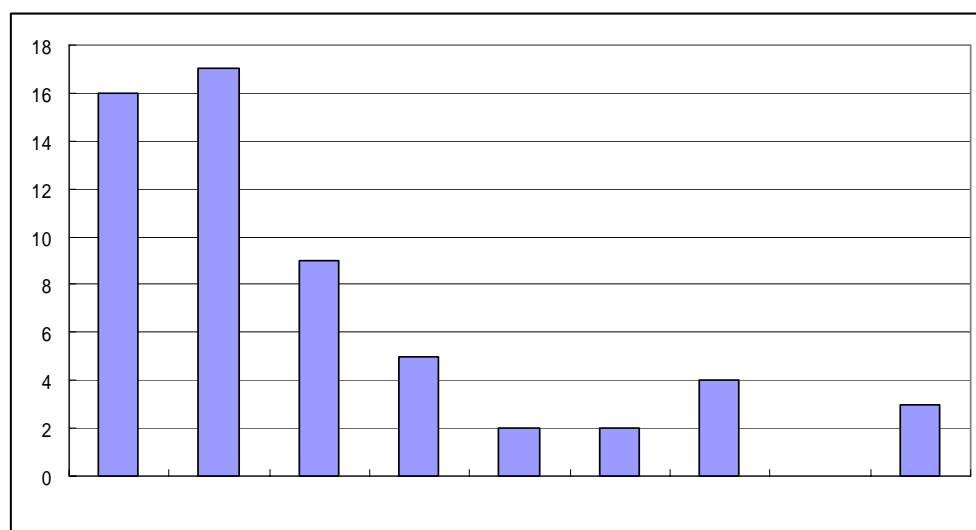
「本業への貢献」に続いて多く取り組まれている活動は、「まちづくり・地域活性化」や「自然環境の保全」、「青少年・子供の健全育成」、および「文化・芸術・スポーツの振興」といった活動である。回答企業は、かかる CSR 活動を通じて、地域社会に貢献を果たしていると考えているのである。

図表 11 で示した地域活動への取り組み状況に取り組んでいない企業は、なぜかかる活動に取り組んでいないのであろうか、その理由について質問した。集計結果は、図表 13 のように示されよう。図表を見ても分かるように、取り組まない理由として多いのは、「自分たちに何が出来るか分からないから」と「何かから、どのように始めればよいか分からないから」である。地域活動に関する情報のなさや地域活動への理解不足が、取り組まない理由であり、その意味では、かかる情報を広く提供したり、活動への興味を高めるような仕組みや仕掛けがあると、現状では取り組んでいない企業でも、積極的に取り組む可能性があるかと解釈することができよう。

(図表 13) 地域活動へ取り組まない理由

< 回答結果 >
(複数回答)

	16
	17
	9
	5
	2
	2
	4
	0
	3



【選択肢】

何から（どのように）始めれば良いか分からないから 自分たちに何が出来るのか分からないから
 どれぐらいの経費がかかるのかが分からないから 取り組むために社内で合意が取れないから
 サポートしてくれる機関が見当たらないから NPO などと仲立ちをしてくれる機関が見当たらないから
 地域活動の担当者がいないから 株主などから理解が得られないから その他

以上が、アンケート回答企業の CSR 活動の状況に関する分析結果であり、下記にそれらをまとめておく。

【アンケート回答企業の CSR 活動の状況】

明確な CSR 活動方針をもっている企業は全体の 6 割である。CSR という言葉や考え方が浸透してきているのだろうか、回答結果は予想よりも高いデータとなった。

CSR 活動方針を明文化している企業は、全体のおよそ 4 分の 1 の企業である。
 CSR 活動の一環としての地域活動へ取り組んでいる企業は、全体のおよそ 6 割の企業である。全体の 2 割強の企業は、地域活動へ積極的に取り組んでいる。
 最も取り組まれている CSR 活動は「本業による貢献」であり、「まちづくり・地域活性化」や「自然環境の保全」、「青少年・子供の健全育成」、および「文化・芸術・スポーツの振興」といった活動が、それに続いて多い活動内容である。
 CSR 活動に取り組まない理由として多いのは、「自分たちに何ができるか分からないから」と「何から、どのように始めればよいか分からないから」である。地域活動に関する情報のなさや地域活動への理解不足が、取り組まない理由なのである。

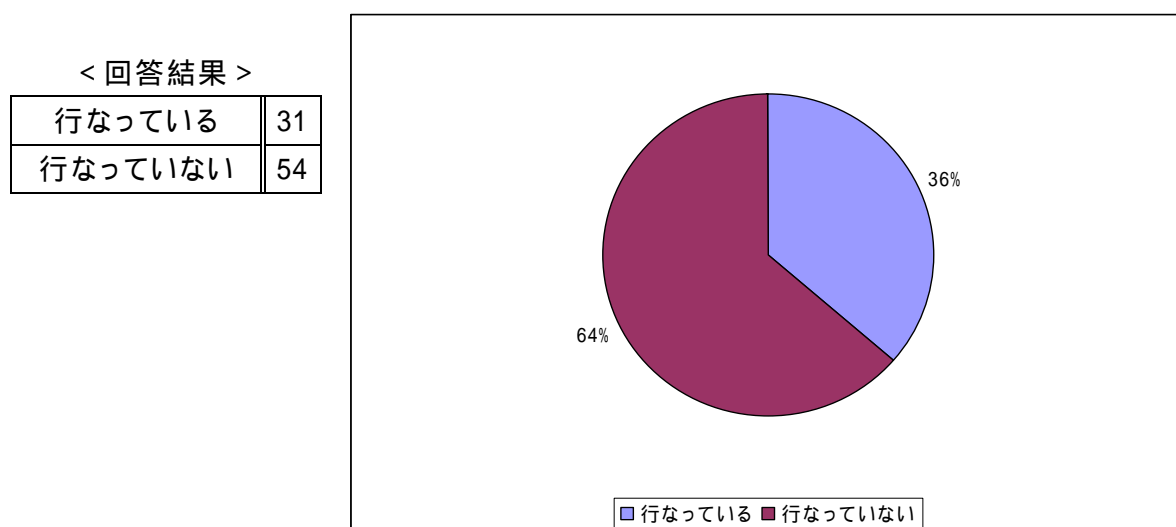
では次に、本調査の目的でもある企業と NPO との連携活動に関する調査データを分析していこう。

3 企業と NPO との連携活動の状況

前節で述べたように、企業と NPO との連携活動には大きな効果が期待できるが(図表 1)、愛知県の調査でも見たように、NPO と連携した経験のある企業は、回答企業のおよそ 4 分の 1 に過ぎなかった。では、兵庫県内の企業はどうであろうか。アンケート回答企業の特徴の部分でもふれたように、調査対象企業の 6 割以上は中小企業であるため、予想される結果は連携活動の低さであろう。

図表 14 は NPO と連携活動を行っている企業のデータである。回答企業 85 社中 31 社、全体の 36.4%の企業が NPO との連携活動を行っていると答えている。愛知県のデータでは、全体の 23.9%の企業が連携活動を行っていると回答していた。それと比較すると、回答企業に中小企業の割合が多いのにも関わらず、NPO と連携を行っている兵庫県内の企業は 10%強も多いことになる。愛知県のデータは 4 年前のものであるが、その後、CSR 活動やその一環としての NPO との連携活動の重要性が高まっていると解釈できよう。

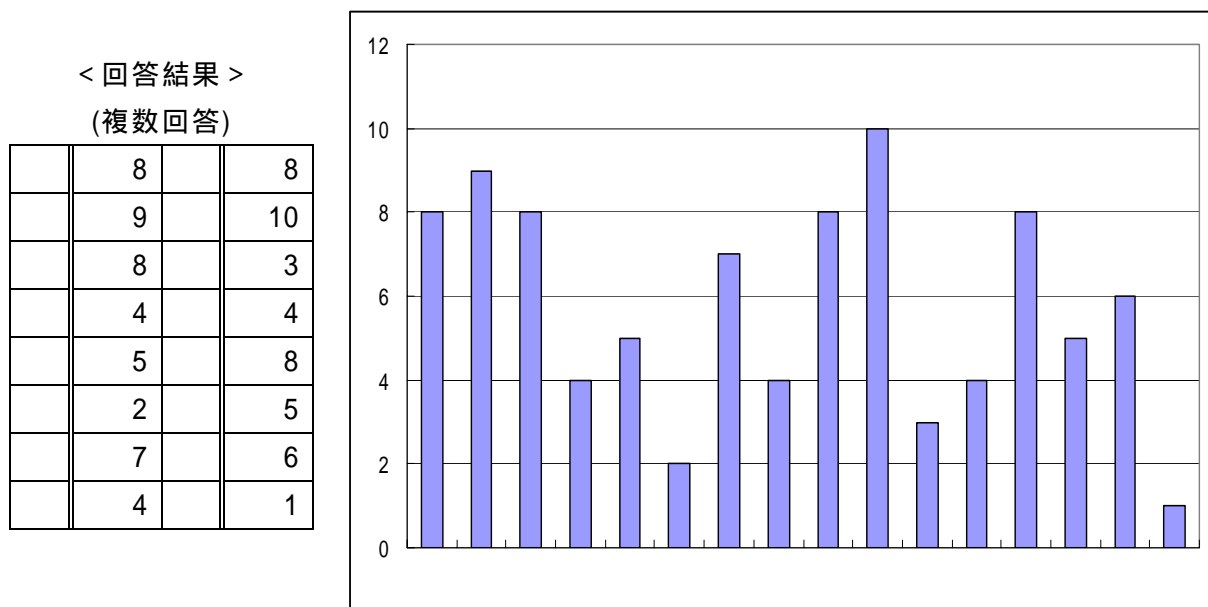
(図表 14) NPO との連携活動の有無



では、NPO と連携している企業は具体的にどのような連携活動を行っているのでしょうか。図表 15 は、連携活動の内容に関する集計結果である。NPO との連携活動の内容に関して、最も多かったのは「会議室や運動場などの自社施設の開放」である。会議室など保有する施設を NPO に開放して、地域活動に役立てられれば、企業としては資源の有効活用や企業イメージの向上、および地域への社会貢献といった効果が期待できるのである。

続いて多い連携活動は、「NPO の理事や監事への就任」、「ボランティアの派遣や受入」、「講師や専門家の派遣や要請」、「NPO の法人会員や賛助会員に加入」、「NPO と共同でのイベント等の開催やそれへの招待」といった活動である。つまり、企業と NPO との連携活動は、「企業の保有する経営資源の提供・使用」や「人材交流」、および「共同でのイベント開催」といったことに集約することができよう。

(図表 15) NPO との連携活動の内容



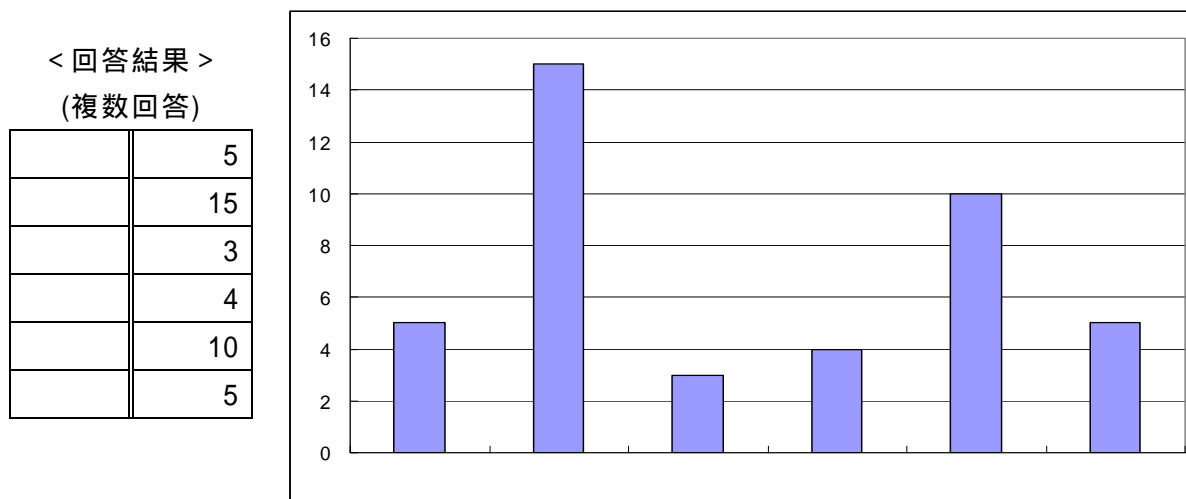
【選択肢】

ボランティアの派遣や受入れ NPO の理事や監事への就任 講師や専門家の派遣や要請 従業員のボランティア研修 製品や社内剰余品の提供 資材・機材の提供（印刷機や自動車などの貸出） 寄付金・助成金の提供 NPO の機関誌への広告掲載 NPO の法人会員や賛助会員に加入 自社施設の開放（会議室や運動場など） 技術やノウハウの提供と交換 NPO と共同での商品開発や商品モニタリング NPO と共同でのイベント等の開催やそれらへの招待 社会貢献活動の評価のために NPO から専門知識の受入（社会貢献活動報告書の作成など） 障がい者等に配慮した店舗および施設の整備 その他

以上のような NPO との連携活動は、どのようなことがきっかけで始められたのでしょうか。図表 16 は、NPO との連携活動が始まったきっかけに関する集計データである。それを吟味すると、最も多い回答は「NPO 等から打診があった」で、「個人的なつながりが

あった」が続いて多い回答であった。企業と NPO の連携活動は、未だ端緒にたったばかりであるが、現在なされている活動は、主として「NPO からの情報提供や売り込み」や「個人的つながり」がきっかけで始められているのである。

(図表 16) NPO との連携活動のきっかけ



【選択肢】

NPO 等に直接話をもっていった NPO 等から打診があった 他社や取引先から話があった
行政から話があった 個人的なつながりがあった その他

図表 1 にも示したとおり、企業と NPO との連携活動には様々な効果があると考えられるが、実際に企業はどのような効果やメリットを連携活動に求めているのであろうか。図表 17 は、連携活動のメリットに関する集計結果である。最も回答が多かった項目を順にあげると、「企業の社会的責任として当然だから」、「企業のイメージアップを図るため」、「NPO 等や社会への理解を深めるため」となる。連携活動を通じてイメージアップを図るという回答は、CSR 活動からの直接的な効果を期待するものであるが、それよりも、そもそも NPO と連携活動を行うことは、社会的責任を果たすための行為であったり、NPO そのものを理解するための、あるいは NPO と関わることで地域社会を理解するための方策と考えられているようだ。この点は、非常に興味深い結果といえよう。

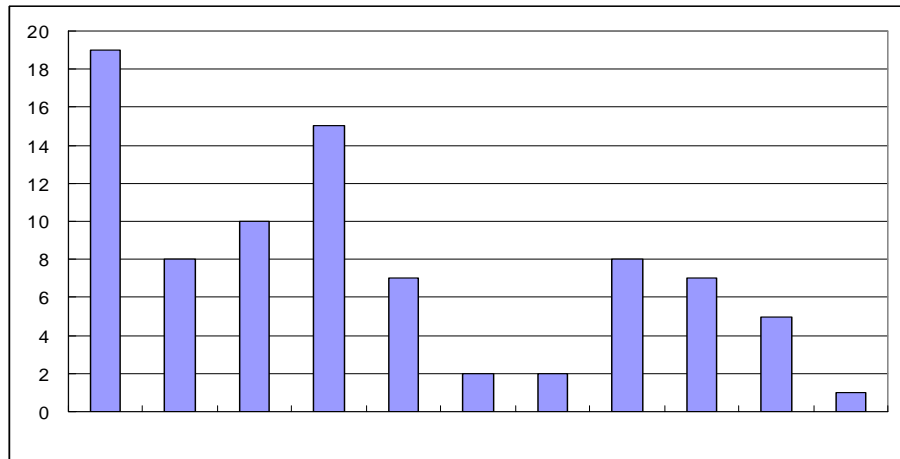
企業と NPO との連携活動は効果やメリットも多い反面、良好な関係を築く際の問題点や課題もあると思われる。連携活動を行う際の NPO に対する企業からの要望にはどのようなものがあるのだろうか。かかる問題意識を明らかにするため、NPO に対する企業からの要望について、「全くそう思わない」から「大いにそう思う」までの 5 点尺度で質問を行った（詳細はアンケート票を参照）。その集計結果は、図表 18 のようにまとめられよう。それぞれの質問は 5 点尺度で聞いているため、図表 18 ではその平均点をグラフ化した。平均点の高い方が、質問に対して「大いにそう思う」と企業が考えているということを意味するのである。

図表 18 をみると、平均点が 4 点を超えている質問項目は、連絡のとりやすい事務局機能を確立して欲しい (4.33)、活動実績などの情報を開示して欲しい (4.27)、企業

(図表 17) NPO との連携活動のメリット

< 回答結果 >
(複数回答)

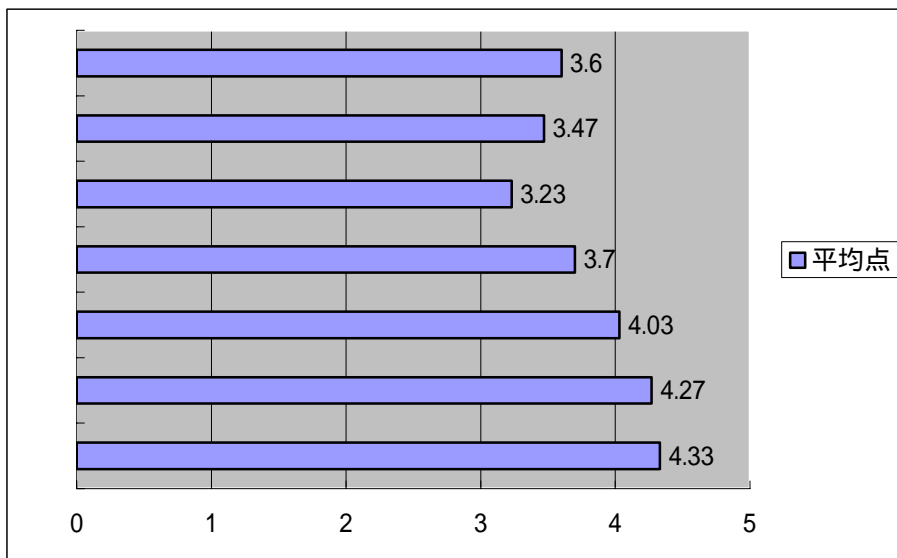
	19		2
	8		2
	10		8
	15		7
	7		5
			1



【選択肢】

企業の社会的責任として当然だから 従業員が自社に対して誇りを持てるから NPO 等や社会への理解を深めるため 企業のイメージアップを図るため 将来、自社の事業や製品開発と結びつくかもしれないから 新たな雇用につながるから 従業員の退職後の生きがいづくりにつながるから NPO から地域に関わる情報を獲得し、地域での活動を容易にするため NPO との連携を通じて従業員の能力の向上を図るため NPO の経営資源を活用して、新たな地域事業を創造するため
その他

(図表 18) 連携活動に関する企業から NPO への要望



【選択肢】

連絡のとりやすい事務局機能を確立して欲しい 活動実績などの情報を開示して欲しい 企業活動（企業に出来ること出来ないこと、意思決定の手続きなど）への理解を深めて欲しい 具体的に連携案を提示して欲しい 企業側のメリットを提示して欲しい 連携するために能力をみがいて欲しい ビジネスマナーを守って欲しい

活動（企業に出来ること出来ないこと、意思決定の手続きなど）への理解を深めて欲しい（4.03）である。つまり、実際に NPO と連携活動を行っている企業は、かかる活動を円滑に進めるうえで、連絡の取りやすい事務局体制の確立や活動実績の情報開示、そして企業側の状況や体制の理解を強く要望しているのである。

NPO 組織は、常勤職員が少なく、しかもボランティアの出入りが多いという特徴をもつため、企業側から見て、連携活動の主たる担当者が誰なのか、誰とコミュニケーションを取ればよいのかを模索しているのかもしれない。企業と NPO は、活動理念や追求する目的も異なる組織である。性格の全く異なるこれらの組織が、円滑な連携活動を進めるためには、効率的かつ効果的なコミュニケーションが欠かせない。その意味で、NPO 側の連携活動担当者や事務局体制の確立は、連携活動を進めていくうえでは必要不可欠な対応策なのかもしれない。

現在、兵庫県内の NPO 法人は 900 を超えるといわれており、各地で様々な活動を展開している。したがって、NPO 同士を比べても、設立趣旨や活動実績が全く異なる状況にある。連携活動を行っている、あるいは行う意志のある企業からすれば、まずどのような活動をしている NPO 法人があり、どれぐらいの活動実績があるのか、その情報開示を求めるのは自然な行為といえよう。いわば、円滑な連携・協働活動のための NPO の情報開示や信用保証が必要なかもしれない。企業と NPO との連携活動にとって、NPO 法人の増加と活動の多様化は、かかる活動機会の増加や多様化というプラスの側面があるのと同時に、情報開示や信用保証のない NPO の企業との連携活動のちょっとしたミスや失敗が、全ての連携活動へ悪影響を及ぼす機会の増加というマイナスの側面もあるかもしれない。この点に関しては、NPO 側の真価が問われているといえよう。

一度、特定の NPO 法人などに寄付をすると、他の多くの NPO 法人から寄付依頼が殺到するという苦情を企業側から聞くことがあるが、このような企業側の事情を全く理解しない行為は、すでに行われている良好な連携活動に対して脅威ともなる。それゆえ、連携のパートナーである相手企業の事情を理解しようとする NPO 側の発想や対応が必要になる。

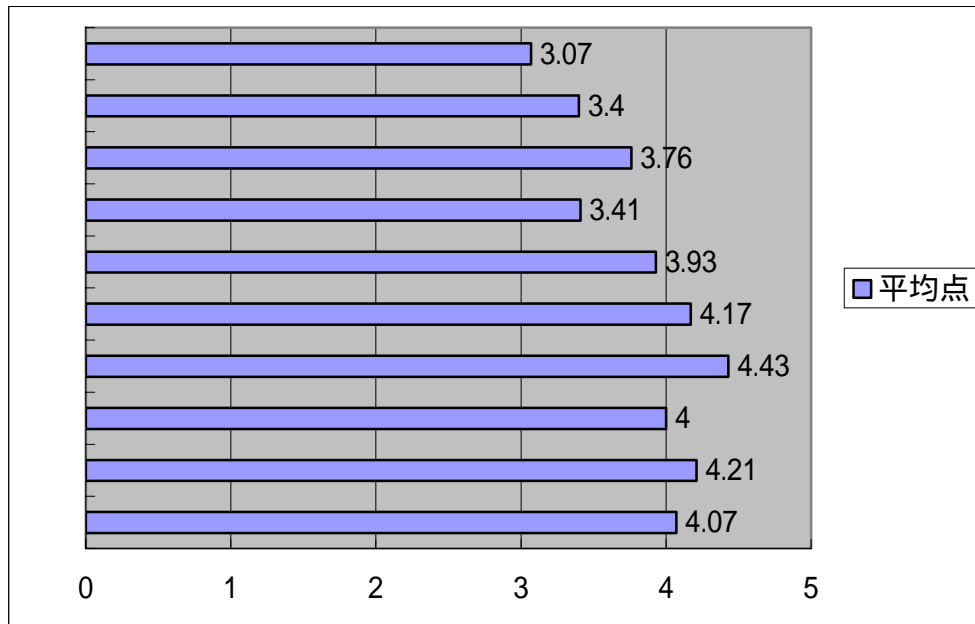
企業からの NPO への要望について、平均点が意外と低かった項目は、企業側のメリットを提示して欲しい(3.23)、連携するために能力をみがいて欲しい(3.47)であった。NPO との連携活動のメリットは、具体的な活動内容や活動の場面場面によっても多様で変化する可能性がある。また、メリットはかかる活動のなかで創造するものなのかもしれない。それゆえ、この質問項目については、平均点がそれほど高くないのかもしれない。

NPO 側の連携能力については、さほど問題がないと考えているのであろうか。それよりもむしろ、連携活動をうまく進めるための事務局体制や情報開示の側面が重要だと企業側は考えているのかもしれない。

上述したのは、連携活動を行う際の企業から NPO への要望であるが、次に、かかる活動を進めていく際に、企業に求められる要件に議論を移そう。私たちは、連携活動を行っている企業に対して、今後、連携活動を継続する際に、自社にとってどのような要件が必要となるかを 11 項目にわたって、「全くそう思わない」から「大いにそう思う」までの 5 点尺度で質問を行った（詳細はアンケート票を参照）。その集計結果は、図表 19 のようにまとめられよう。それぞれの質問は 5 点尺度で聞いているため、図表 18 ではその平均点

をグラフ化した。平均点の高い方が、質問に対して「大いにそう思う」と企業が考えているということを意味するのである。

(図表 19) 連携活動の際により一層企業に求められる要件



【選択肢】

NPO 等についての基本的な理解を深める どのような NPO 等があるのか情報収集が必要 それぞれの NPO 等についての評価が必要 ともに活動を行なう目的を明確にすることが必要 トップを含めて社内における意思統一が必要 活動に関する具体的案を作成できる能力が必要 担当する人材や部署の設置が必要 財源の確保が必要 仲立ちをしてくれる機関や団体が必要 ボランティア休暇などの社内制度の整備が必要 その他

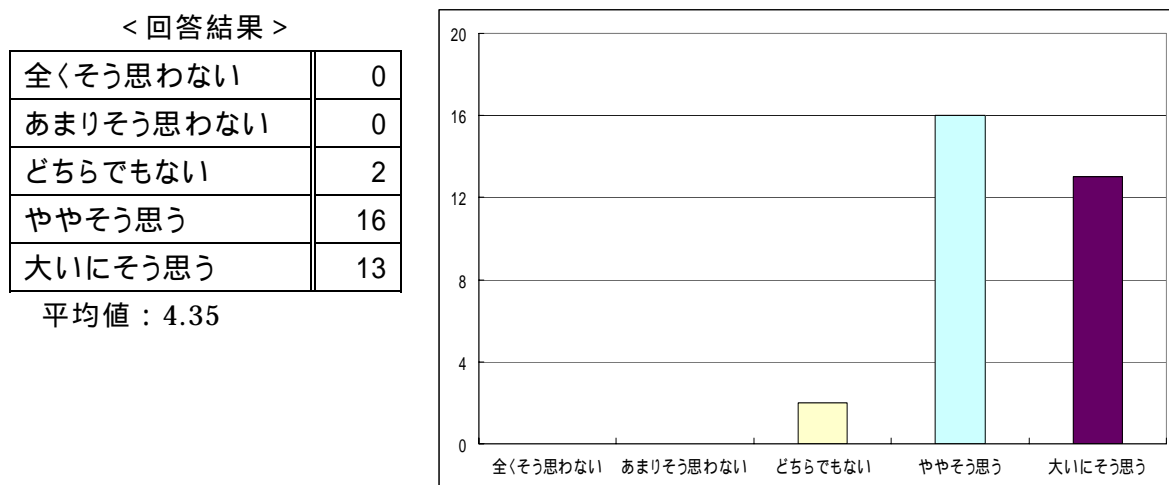
平均点の高い順に質問項目を列挙すると、ともに活動を行なう目的を明確にすることが必要（4.43）、どのような NPO 等があるのか情報収集が必要（4.21）、トップを含めて社内における意思統一が必要（4.17）、NPO 等についての基本的な理解を深める（4.07）、それぞれの NPO 等についての評価が必要（4.00）となる。これら 5 つの質問事項を分析すると、ととは「連携活動の目的やルールの明確化とそれによる社内の意思統一」という要因に、ととは「連携相手である NPO 法人の情報収集と理解」という要因に集約することができよう。前述したように、企業と NPO との連携活動の内容は多様化しており、様々なメリットや問題点があるだろう。それゆえ、かかる活動を促進し、そこから最大限の効果を享受するためには、社内的に活動の目的を明確化し、一定のルール作りをする必要がある。そして、それをもとに社内の意思統一を図ることが重要であると企業側は考えているのかもしれない。さらに、円滑な連携活動を行うためには、まず連携相手に関する情報を収集し、理解する必要がある。そして連携相手としての確な組織であるのかを評価する必要もあるだろう。このように、連携相手たる「NPO 法人の情報収集と理解」という要件がクリアできれば、連携活動は促進できるであろう。

次に平均点の低かった項目に目を転じてみよう。平均点の低い順に列挙すると、ボラ

ンティア休暇などの社内制度の整備が必要(3.07)、仲立ちをしてくれる機関や団体が必要(3.4)、担当する人材や部署の設置が必要(3.41)となる。これらの要因は、「どちらでもない」(3点)と「ややそう思う」(4点)と回答した企業が多い。平均点が中央値の3点を超えているため、決して重要度の低い項目ではない。しかし、「連携活動の目的やルールの明確化とそれによる社内の意思統一」と「連携相手である NPO 法人の情報収集と理解」という2つの要件に比べると、連携活動の直接的な促進要因というよりは、かかる活動を進める際の環境整備的な性格をもつ要件といえよう。

これまで見てきたように、企業と NPO との連携活動は、多くの効果を期待できる反面、その活動を継続していくためには残された課題は多いといえよう。では、現在、連携活動を行っている企業は、かかる活動を今後も継続して行っていこうという意志をもっているのだろうか。図表 20 は、連携活動の継続に関する集計結果である。それにも示されているように、現在、NPO との連携活動を続けている企業は、今後もかかる活動を継続しようと考えているようだ。5点尺度でとった平均点も非常に高く、「活動の継続を続けたいと思うか」という質問に対し、「全くそう思わない」と「あまりそう思わない」と回答した企業は1社もいなかった。この結果を見る限りにおいては、実際に活動を行っている企業は、活動の意義を理解し、その継続を考えているようである。

(図表 20) NPO との連携活動の継続に関する企業の考え



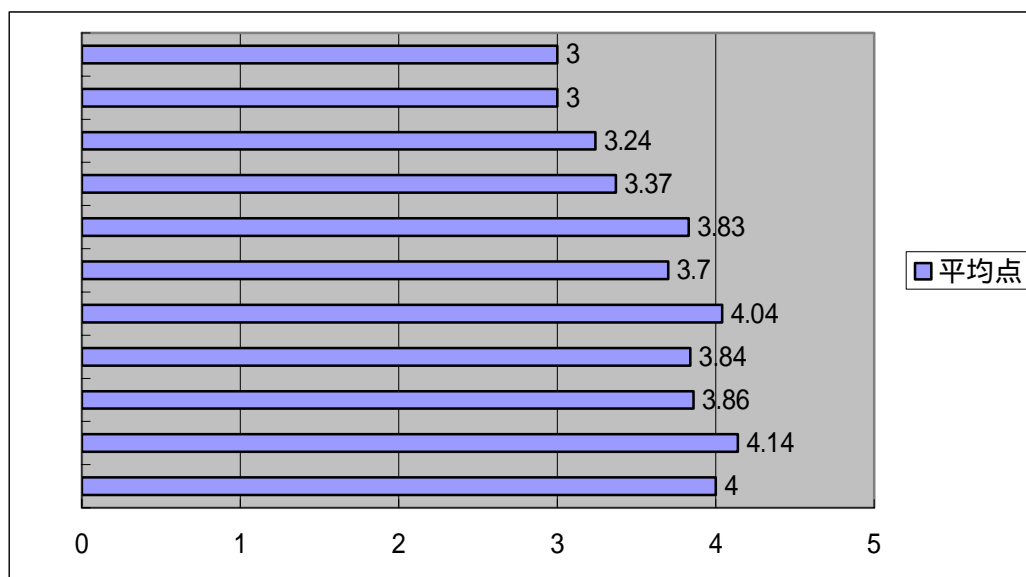
では次に、連携活動を行っていない企業の意見を紹介し、分析してみよう。現在、NPO との連携活動を行っていない、あるいはかかる活動に関心のない企業は、連携しない理由をどのように考えているのだろうか。私たちはかかる問題意識を明らかにするため、11項目にわたる質問項目を、「全くそう思わない」から「大いにそう思う」までの5点尺度で答えるような質問を行い、図表 21 に示すような集計結果を得た。

平均点の高い順に質問項目を列挙すると、どのような活動と一緒にできるかが分からない(4.14)、自社の人的資源に制約がある(4.04)、連携したくても、どんな団体があるか分からない(4.0)となる。ここで と は、「連携相手の NPO や活動そのものに関する情報不足」と、 は文字通り「経営資源の制約」と集約することができるであろう。

これらは、実は図表5で示した連携の障害と全く同一の回答になっている。また、先に述べた CSR 活動を取り組まない理由(「自分たちに何ができるかわからないから」、「何から、どのように始めればよいかかわからないから」とも一致していよう。企業としては、どのような NPO 法人とどのような内容の活動ができるかわからないために、連携活動を躊躇しているのかもしれない。

また、連携活動に関する情報不足のために、かかる活動にどの程度コストがかかるのかについても不安を抱いており、それが「経営資源の制約」という回答を生み出しているとも考えられる。その意味では、実は、「経営資源の制約」という要因も、「連携相手の NPO や活動そのものに関する情報不足」という要因と大きく関わっているといえよう。本報告書の企業と NPO の先進協働事例の部分で紹介されている「兵庫県手延素麺協同組合」と「NPO 法人ピア・しんぐう」との「廃棄物減量と再資源化を目指しての高齢者元気アップ支援事業」のケースでは、連携・協働事業のコストはそれほどかかっていない。かかる事業は、手延素麺協同組合が営む素麺事業で出される素麺木箱のロープを再利用して、ピア・しんぐうという NPO 法人が布のぞうりを商品化する事業であるが、具体的に、材料費は 0 円、廃棄物提供者へのお礼 1 万円、作業所の電気代 1 ヶ月 2000 円というコストに過ぎない。廃棄物の再資源化という事業上の特徴はあるが、連携・協働事業に新たに投資する費用はそれほど大きくないのである(協働事例集のケースを参照)。

(図表 21) NPO と連携活動をしらない理由



【選択肢】

連携したくても、どんな団体があるかわからない どのような活動が一緒にできるかわからない
 自社に連携推進の意思形成がなされていない 自社に財政的余裕がない 自社的人的資源に制約
 がある 企業に対してどういう関心をもっているかわからない どこまで責任を負ってもらえるかわか
 からない 連携のための専門知識が NPO に不足している 特定の NPO を支援すると、他の NPO
 の要望が増え、対応に苦慮する 企業活動に悪影響が出るのではないかと不安がある NPO 等
 と連携しても支援のみで得るものがない その他

このような具体的な連携・協働事業を紹介し、かかる活動への理解と実行する場合の具体的な活動内容やコストを紹介することも本報告書の大きな目的である。また、かかる活動に関する情報を収集・蓄積し、提供していくことが、連携活動への障害や不安を払拭する第一歩なのかもしれない。

以上のように、これまで議論してきた企業と NPO との連携活動の実態とかかる活動に関する企業の意見をまとめると次のようになる。

【アンケート回答企業の NPO との連携活動の実態とかかる活動に対する意見】

回答企業 85 社中 31 社、全体の 36.4%の企業が NPO との連携活動を行っている。愛知県のデータでは、全体の 23.9%の企業が連携活動を行っているとは回答していたが、それと比較すると、回答企業に中小企業の割合が多いのにも関わらず、NPO と連携を行っている兵庫県内の企業は 10%強も多いことになる。

NPO との連携活動の内容に関して多かった回答は、「会議室や運動場などの自社施設の開放」、「NPO の理事や監事への就任」、「ボランティアの派遣や受入」、「講師や専門家の派遣や要請」、「NPO の法人会員や賛助会員に加入」、「NPO と共同でのイベント等の開催やそれへの招待」である。つまり、企業と NPO との連携活動は、「企業の保有する経営資源の提供・使用」や「人材交流」、および「共同でのイベント開催」といったことに集約することができよう。

企業と NPO との連携活動の始まるきっかけとなったのは、「NPO 等から打診があった」と「個人的なつながりがあった」という要因であった。

連携活動のメリットについて、回答が多かった項目を順にあげると、「企業の社会的責任として当然だから」、「企業のイメージアップを図るため」、「NPO 等や社会への理解を深めるため」となる。

連携活動を行う際の NPO に対する企業からの要望として、平均点が高かった項目は、連絡のとりやすい事務局機能を確立して欲しい(4.33)、活動実績などの情報を開示して欲しい(4.27)、企業活動(企業に出来ること出来ないこと、意思決定の手続きなど)への理解を深めて欲しい(4.03)である。つまり、実際に NPO と連携活動を行っている企業は、かかる活動を円滑に進めるうえで、「連絡の取りやすい事務局体制の確立」や「活動実績の情報開示」、そして「企業側の体制や状況の理解」を強く要望している。

NPO への要望について、平均点が意外と低かった項目は、「企業側のメリットを提示して欲しい」(3.23)、「連携するために能力をみがいて欲しい」(3.47)であった。NPO との連携活動のメリットは、具体的な活動内容や活動の場面場面によっても多様で変化する可能性があるし、メリットはかかる活動のなかで創造するものなのかもしれない。それゆえ、この質問項目については、平均点がそれほど高くないのかもしれない。また、NPO 側の連携能力については、それよりもむしろ、連携活動をうまく進めるための事務局体制や情報開示の側面が重要だと企業側は考えているのかもしれない。

連携活動を進めていく際に、企業に求められる要件としては、ア)ともに活動を行なう目的を明確にすることが必要(4.43)、イ)どのような NPO 等があるのか情報収集が必要(4.21)、ウ)トップを含めて社内における意思統一が必要(4.17)、エ)NPO 等につい

ての基本的な理解を深める(4.07)オ)それぞれのNPO等についての評価が必要(4.00)といった項目の平均点が高かった。これらを分析すると、ア)とリ)は「連携活動の目的やルール明確化とそれによる社内の意思統一」という要因に、イ)とI)とオ)は「連携相手であるNPO法人の情報収集と理解」という要因に集約することができよう。

現在、NPOとの連携活動を続けている企業は、今後もかかる活動を継続しようと考えている。5点尺度でとった平均点も非常に高く(4.35)、「活動の継続を続けたいと思うか」という質問に対し、「全くそう思わない」と「あまりそう思わない」と回答した企業は1社もいなかった。

現在、NPOとの連携活動を行っていない、あるいはかかる活動に関心のない企業の連携しない理由は、ア)どのような活動と一緒にできるかが分からない(4.14)イ)自社の人的資源に制約がある(4.04)リ)連携したくても、どんな団体があるか分からない(4.0)となる。ここでア)とリ)は、「連携相手のNPOや活動そのものに関する情報不足」と、イ)は文字通り「経営資源の制約」と集約することができる。

4 ヒアリング調査と先進協働事例

私たちは、これまで紹介・分析してきたようなアンケート調査のみならず、アンケートに回答して頂いた企業に対してヒアリング調査も行った。また、企業とNPOに関する連携事業の先進事例についても、簡単ではあるが、ケース・スタディを行うことができた。かかる調査や事例の具体的な内容と詳細は、本報告書の第3章に掲載されている「企業へのヒアリング調査概要」や「企業とNPOの先進協働事例」を参照されたい。

ここでは具体的な企業名をあげてヒアリング調査や先進協働事例の内容を紹介することは控えたいが、後に掲載されている調査資料を吟味すると、CSR活動や地域貢献活動はだいぶ進行しており、企業の意識も高まっていることが分かるであろう。その証左として、CSR活動の一環としての企業からの経営資源の提供や地域社会との人材の交流といったことが、ヒアリング調査や先進協働事例においても見ることができる。

また、NPOとの連携活動についても、その気運は高まっており、徐々にではあるが展開されつつあるという印象を私たちはもっている。特に先進協働事例の部分では、連携活動の具体的な内容が分かるであろう。このような活動内容を他の企業やNPOに紹介し、理解を深めることによって、さらに企業とNPOとの連携活動が促進されると私たちは信じている。私たちは、今後も、先進協働事例の紹介とそのデータベースの作成を積極的に行っていきたい。

以上が、今回、私たちの行ったアンケート調査の分析結果である。私たちは、かかる分析結果を基礎に、企業とNPOとの連携活動を促進するための仕組み作りを今後行っていきたい。それに関する構想案や提言は、本報告の最後の部分で紙面を代えて行いたい。

参考文献（五十音順）

愛知県（2002）『企業とNPOのマッチング意向調査報告書』愛知県県民生活部社会活動推進課.

坂本文武（2004）『NPOの経営：資金調達から運営まで』日本経済新聞社.

谷本寛治編著（2004）『CSR経営：企業の社会的責任とステイクホルダー』中央経済社.

日本経済団体連合会（2006）『2004年度 社会貢献活動実績調査結果』

【執筆者】

兵庫県立大学 経営学部 教授 當間克雄

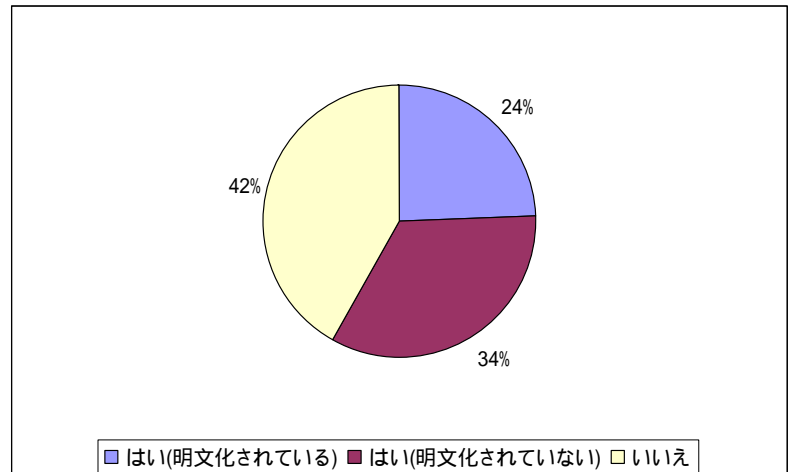
5 アンケート調査結果（企業の地域活動とNPOとの連携に関する実態調査結果）

回答企業数：88社

問1-1 近年、企業のCSRへの関心が高まりマスコミ等で取り上げられることが増えています。貴社において、CSR（企業の社会的責任）を実践に移すにあたっての方針はお持ちでしょうか？ このアンケートでは特に地域活動についてお伺いします（該当するものに 印をお付け下さい）

<回答結果>

はい(明文化されている)	21
はい(明文化されていない)	29
いいえ	36

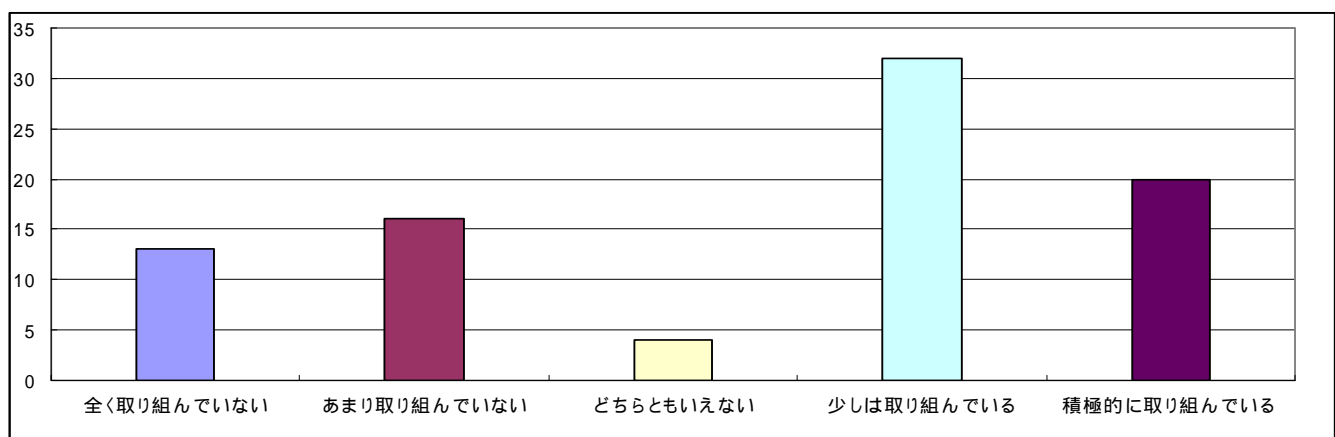


問1-2 貴社は現在、地域活動にどの程度取り組んでおられますか？取り組んでおられる場合はその分野を～の中から選択して下さい（複数回答可）

<回答結果>

全く取り組んでいない	13
あまり取り組んでいない	16
どちらともいえない	4
少しは取り組んでいる	32
積極的に取り組んでいる	20

平均値:3.35



青少年・子供の健全育成
文化・芸術・スポーツの振興
男女共同参画の推進
自然環境の保全
災害防止・救援
本業による貢献

まちづくり・地域活性化
社会教育・生涯学習
消費者問題
公害防止
国際交流・協力
その他（

観光の振興
学術・研究活動の振興
市民活動の支援
交通安全・犯罪防止などの地域の安全
人権擁護・平和推進

）

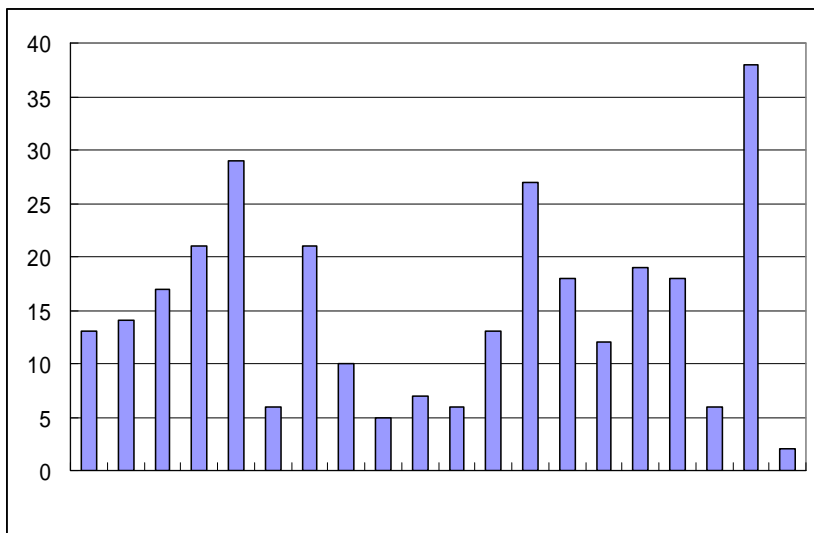
< 回答結果 (複数回答) >

	13		6
	14		13
	17		27
	21		18
	29		12
	6		19
	21		18
	10		6
	5		38
	7		2

回答企業: 65 社

・その他の回答

- ・地域社会への貢献
- ・納税



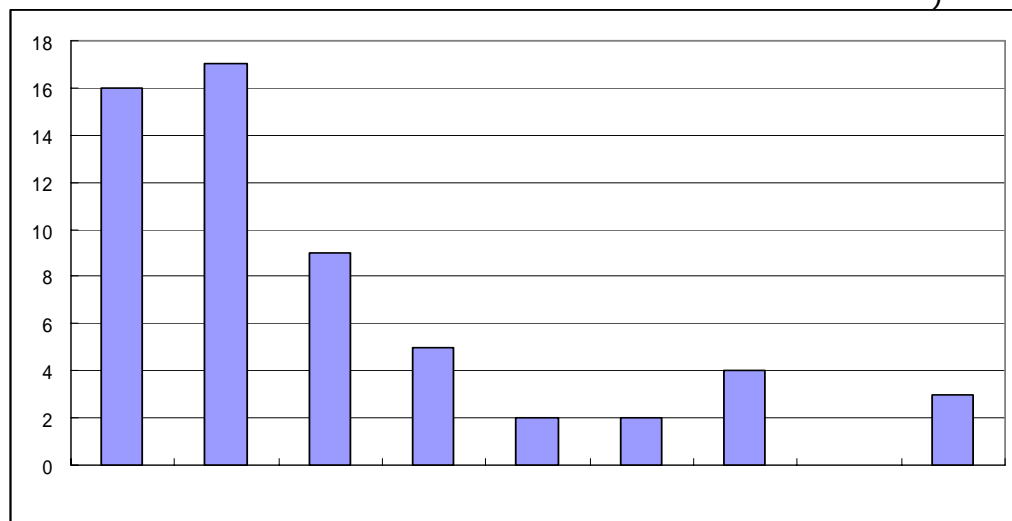
問1 - 3 問1 - 2で「全く取り組んでいない」「あまり取り組んでいない」を選択された方に伺います。
現在、地域活動に取り組んでいない理由は何ですか？ 下記の中からお選び下さい(複数選択可)

- 何から(どのように)始めれば良いか分からないから。
- 自分たちに何が出来るのか分からないから。
- どれぐらいの経費がかかるのかが分からないから。
- 取り組むために社内で合意が取れないから。
- サポートしてくれる機関が見当たらないから。
- NPOなどと仲立ちをしてくれる機関が見当たらないから。
- 地域活動の担当者がいないから。
- 株主などから理解が得られないから。
- その他()

< 回答結果 >
(複数回答)

	16
	17
	9
	5
	2
	2
	4
	0
	3

回答企業: 27 社



・その他の意見

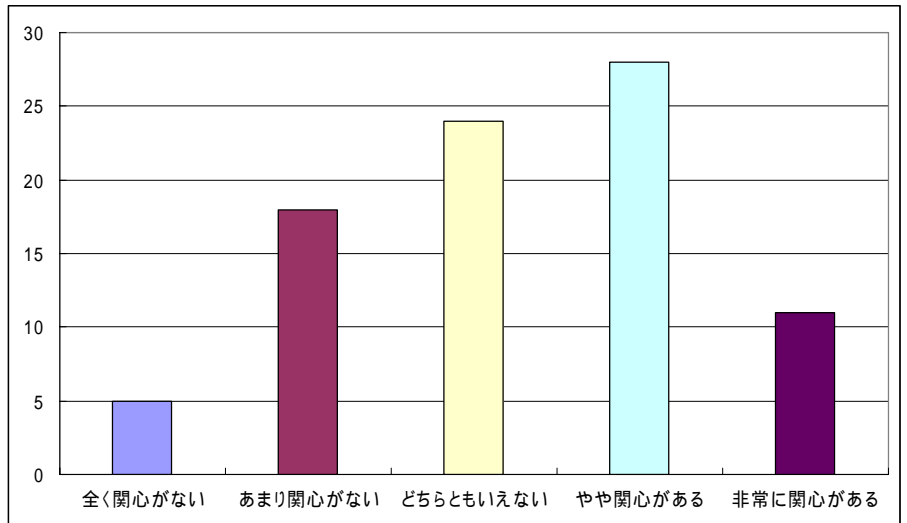
- ・関心はあるし、取り組みたいがやり方がわからない
- ・特に(なし)
- ・企業における地域貢献とは、人類の発展に貢献し、雇用を拡大し納税をしっかりと行うことがまず大事である

問2 . NPOと連携する企業が増えていますが、
 貴社は地域活動を行う際、
 NPOとの連携に関心がおありですか？

< 回答結果 >

全く関心がない	5
あまり関心がない	18
どちらともいえない	24
やや関心がある	28
非常に関心がある	11

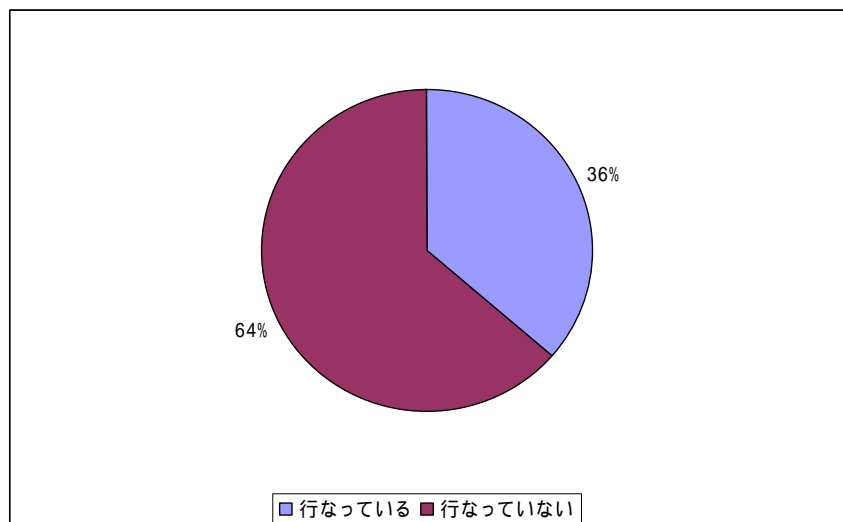
平均値:3.26



問3 . 貴社は現在、NPOと一緒に何らかの活動を行なっていますか？

< 回答結果 >

行なっている	31
行なっていない	54



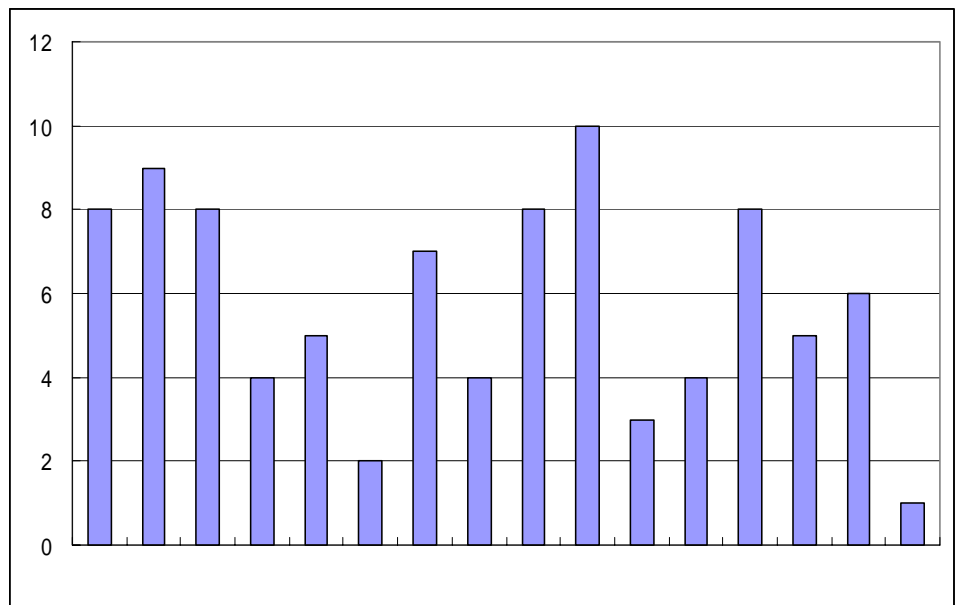
問4 . NPOが地域活動を積極的に行なう時代となりましたが、どんな内容であれば一緒に活動を行なってみたいですか？ また、現在行なっている活動もお選び下さい（複数回答可）。

- | | |
|---|------------------------|
| ボランティアの派遣や受入れ | NPOの理事や監事への就任 |
| 講師や専門家の派遣や要請 | 従業員のボランティア研修 |
| 製品や社内剰余品の提供 | 資材・機材の提供（印刷機や自動車などの貸出） |
| 寄付金・助成金の提供 | NPOの機関誌への広告掲載 |
| NPOの法人会員や賛助会員に加入 | 自社施設の開放（会議室や運動場など） |
| 技術やノウハウの提供と交換 | NPOと共同での商品開発や商品モニタリング |
| NPOと共同でのイベント等の開催やそれらへの招待 | |
| 社会貢献活動の評価のためにNPOから専門知識の受入（社会貢献活動報告書の作成など） | |
| 障がい者等に配慮した店舗および施設の整備 | |
| その他（ | ） |

< 回答結果(複数回答) >

	8	8
	9	10
	8	3
	4	4
	5	8
	2	5
	7	6
	4	1

回答企業: 28社



問5 . NPOと連携されている企業の方へ伺います。

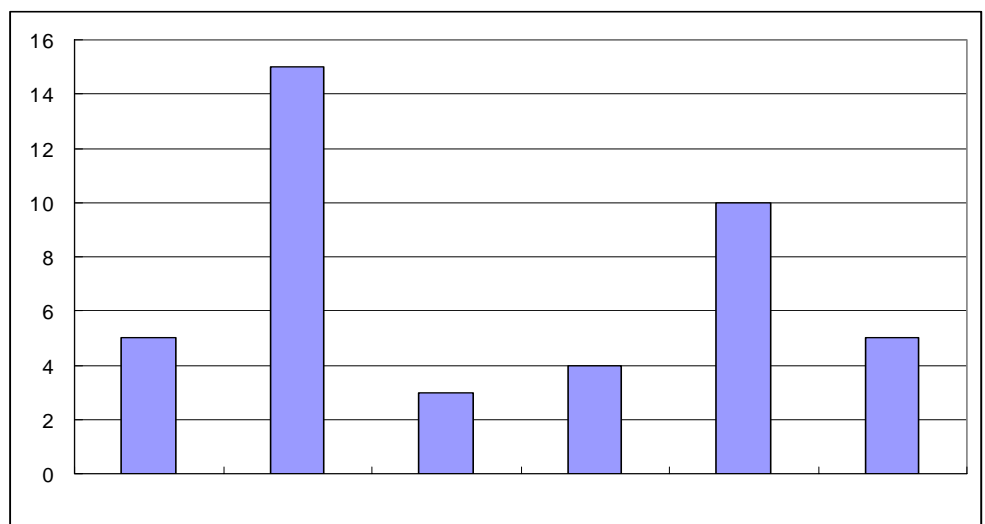
NPOと連携するきっかけはどのようなことでしたか? 下記の中からお選びください(複数回答可)。

対象回答企業: 31社

NPO等に直接話をもっていった NPO等から打診があった 他社や取引先から話があった
 行政から話があった 個人的なつながりがあった その他()

< 回答結果 >
(複数回答)

	5
	15
	3
	4
	10
	5



・その他の意見

- ・NPOを創設または設立した(3)
- ・NPOの会員
- ・同友会

問6 . NPOと連携を行う際、どのようなメリットを重視しますか?(複数回答可)。

企業の社会的責任として当然だから	従業員が自社に対して誇りを持てるから
NPO等や社会への理解を深めるため	企業のイメージアップを図るため
将来、自社の事業や製品開発と結びつくかもしれないから	
新たな雇用につながるから	

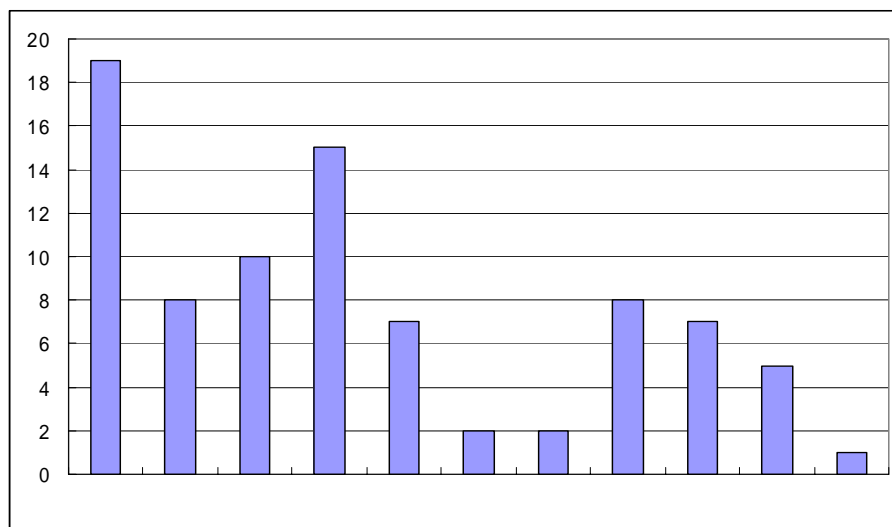
従業員の退職後の生きがいづくりにつながるから
 NPO から地域に関わる情報を獲得し、地域での活動を容易にするため
 NPO との連携を通じて従業員の能力の向上を図るため
 NPO の経営資源を活用して、新たな地域事業を創造するため
 その他 ()

< 回答結果(複数回答) >

	19	2
	8	2
	10	8
	15	7
	7	5
		1

回答企業: 32社

- ・その他の意見
- ・個人の好意として



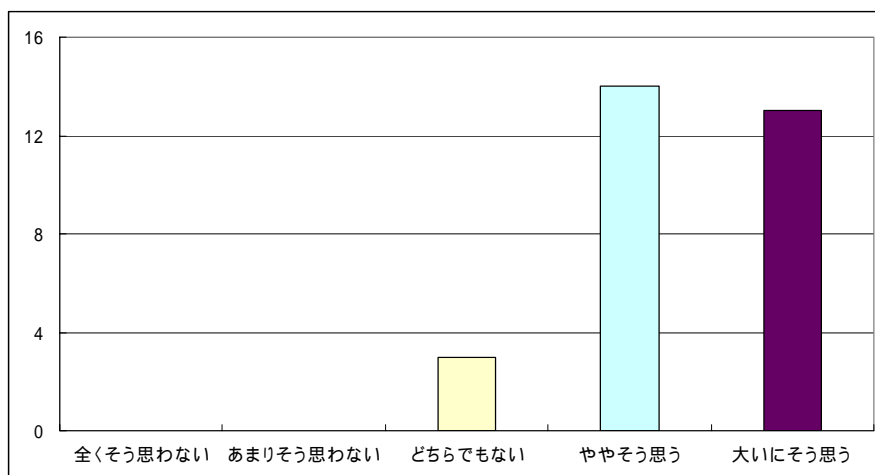
問7 . NPO と連携を行う際に、NPO への要望はありますか？

1) 連絡のとりやすい事務局機能を確立して欲しい

< 回答結果 >

全くそう思わない	0
あまりそう思わない	0
どちらでもない	3
ややそう思う	14
大いにそう思う	13

平均値:4.33

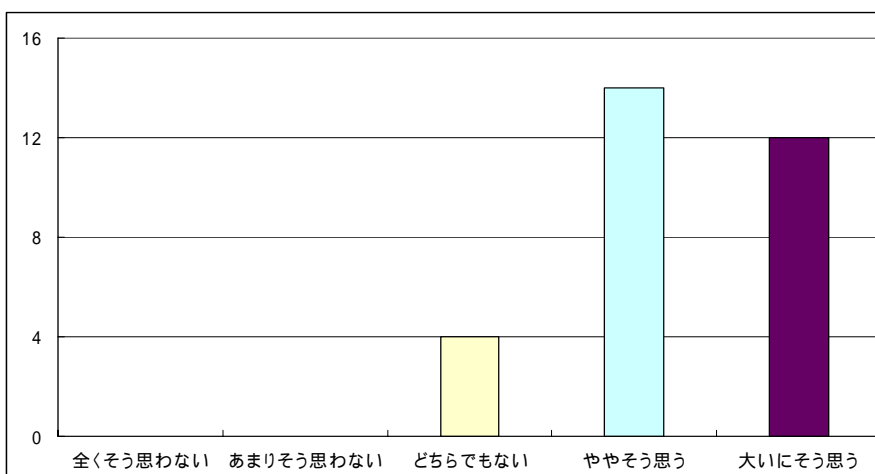


2) 活動実績などの情報を開示して欲しい

< 回答結果 >

全くそう思わない	0
あまりそう思わない	0
どちらでもない	4
ややそう思う	14
大いにそう思う	12

平均値:4.27

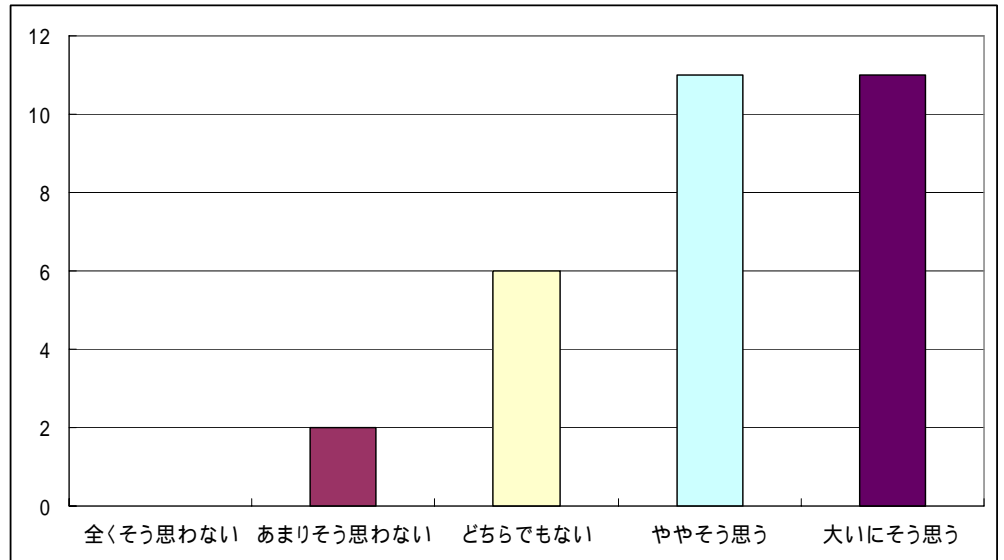


3)企業活動（企業に出来ること出来ないこと、意思決定の手続きなど）への理解を深めて欲しい

<回答結果>

全くそう思わない	0
あまりそう思わない	2
どちらでもない	6
ややそう思う	11
大いにそう思う	11

平均値:4.03

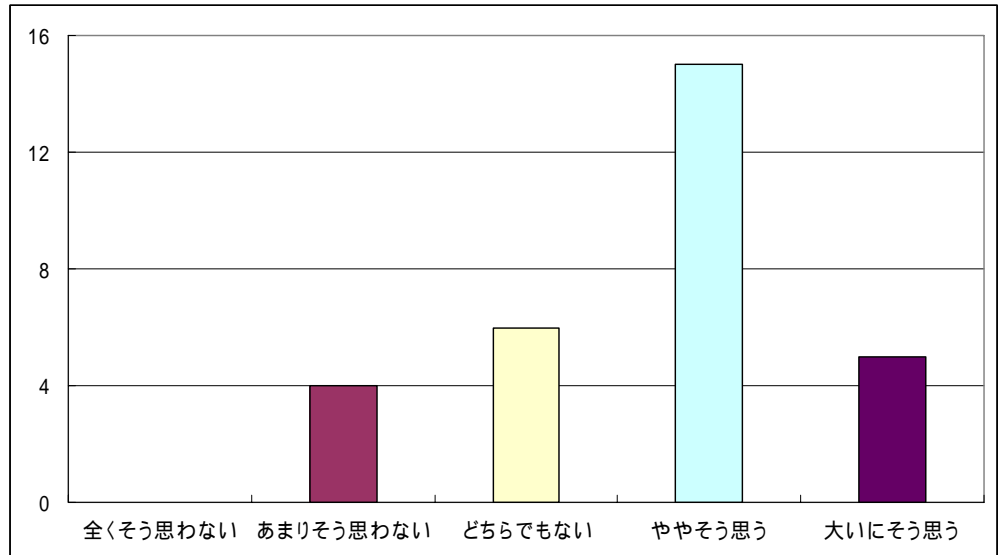


4)具体的に連携案を提示して欲しい

<回答結果>

全くそう思わない	0
あまりそう思わない	4
どちらでもない	6
ややそう思う	15
大いにそう思う	5

平均値:3.70

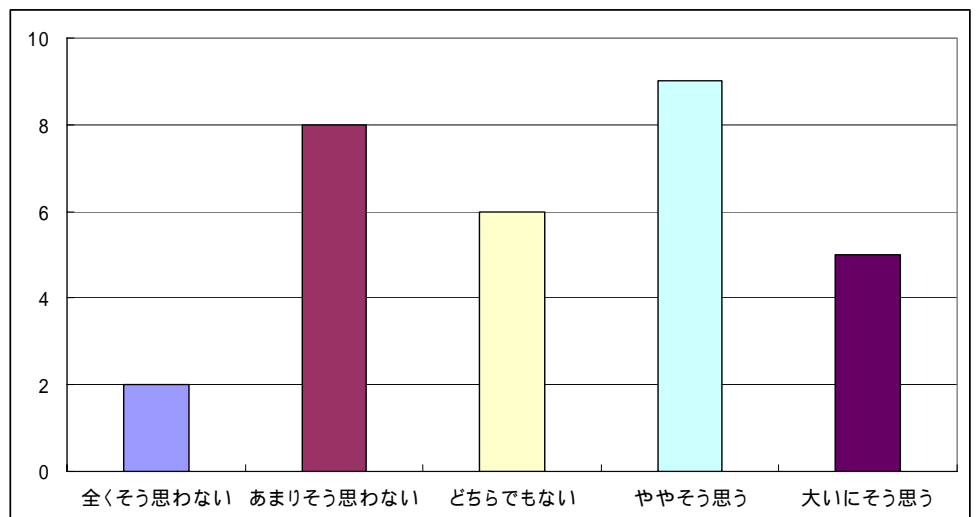


5)企業側のメリットを提示して欲しい

<回答結果>

全くそう思わない	2
あまりそう思わない	8
どちらでもない	6
ややそう思う	9
大いにそう思う	5

平均値:3.23

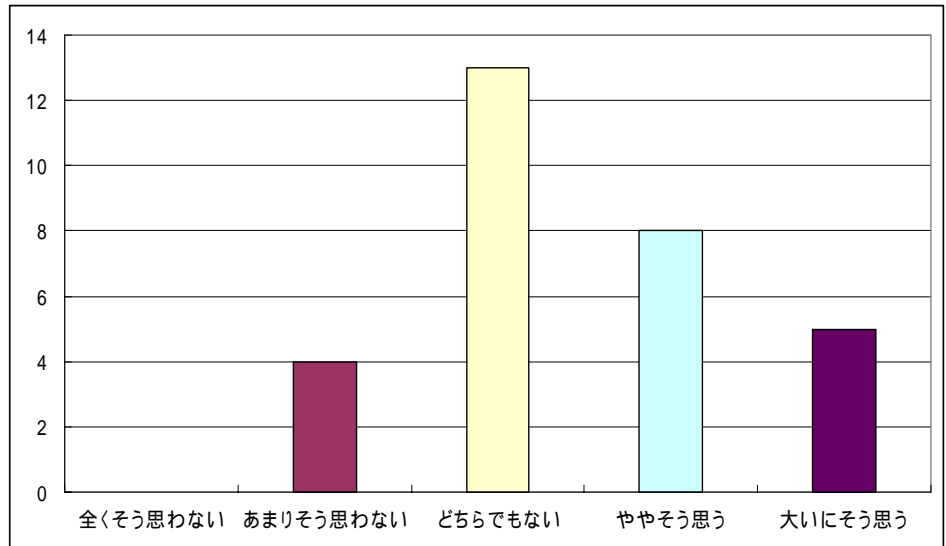


6)連携するために能力をみがいで欲しい

<回答結果>

全くそう思わない	0
あまりそう思わない	4
どちらでもない	13
ややそう思う	8
大いにそう思う	5

平均値:3.47

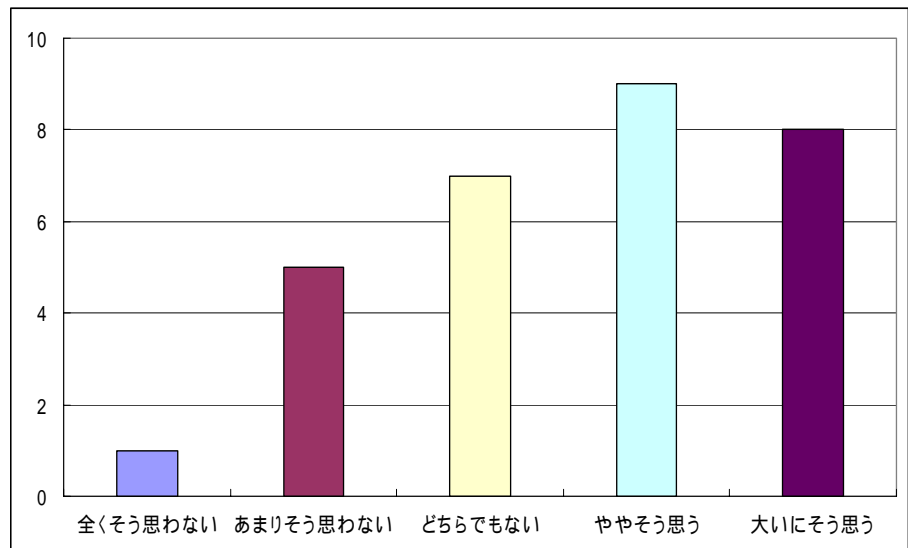


7)ビジネスマナーを守って欲しい

<回答結果>

全くそう思わない	1
あまりそう思わない	5
どちらでもない	7
ややそう思う	9
大いにそう思う	8

平均値:3.60



8)その他

・NPO をやっている人は、人間的に純粋で魅力的な人が多い様に思うが、ビジネスに対する理解が必要だと思う

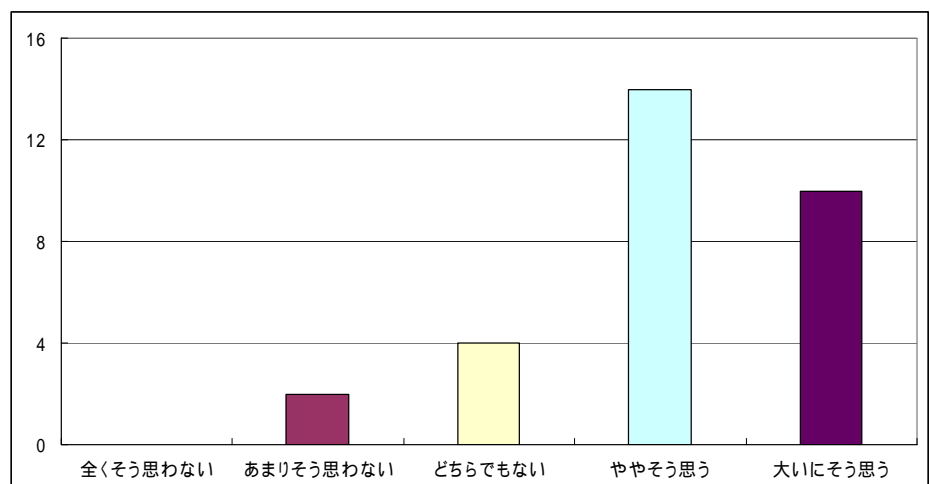
問8 . NPOと連携して事業を行う場合、より一層貴社に必要な条件は何ですか？

1)NPO 等についての基本的な理解を深める

<回答結果>

全くそう思わない	0
あまりそう思わない	2
どちらでもない	4
ややそう思う	14
大いにそう思う	10

平均値:4.07

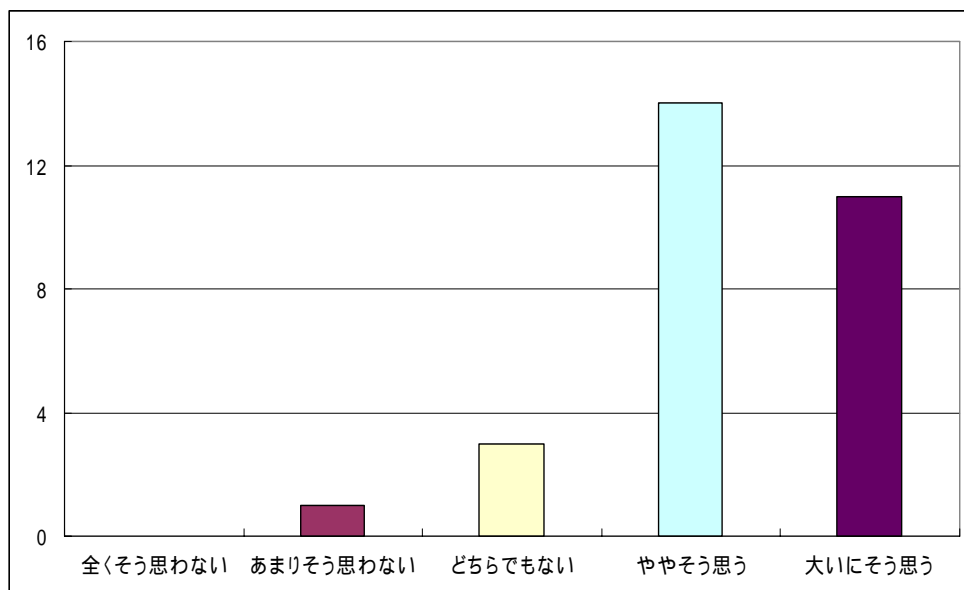


2)どのような NPO 等があるのか情報収集が必要

< 回答結果 >

全くそう思わない	0
あまりそう思わない	1
どちらでもない	3
ややそう思う	14
大いにそう思う	11

平均値:4.21

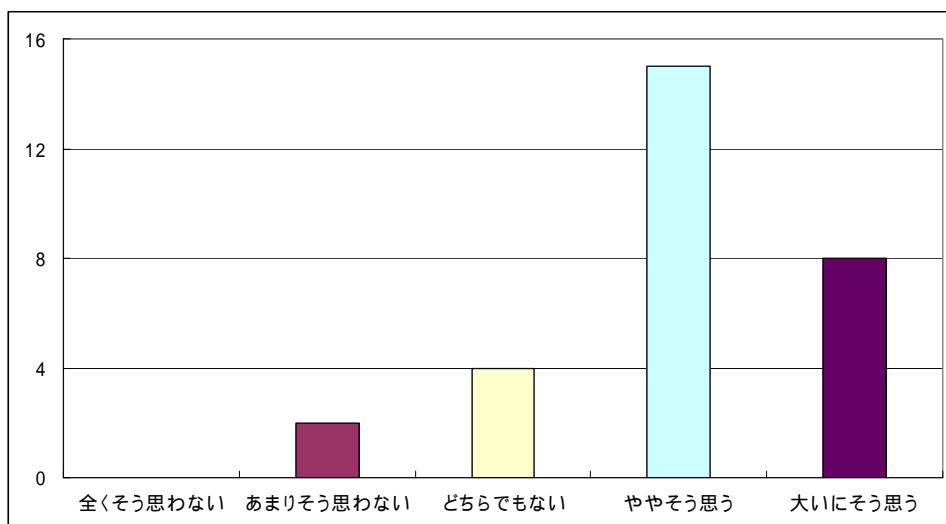


3)それぞれの NPO 等についての評価が必要

< 回答結果 >

全くそう思わない	0
あまりそう思わない	2
どちらでもない	4
ややそう思う	15
大いにそう思う	8

平均値:4.00

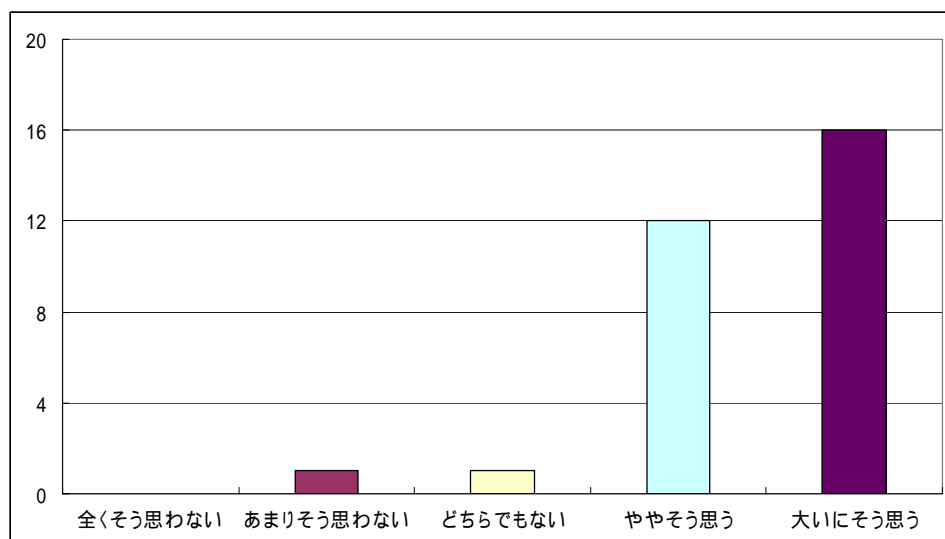


4)ともに活動を行なう目的を明確にすることが必要

< 回答結果 >

全くそう思わない	0
あまりそう思わない	1
どちらでもない	1
ややそう思う	12
大いにそう思う	16

平均値:4.43

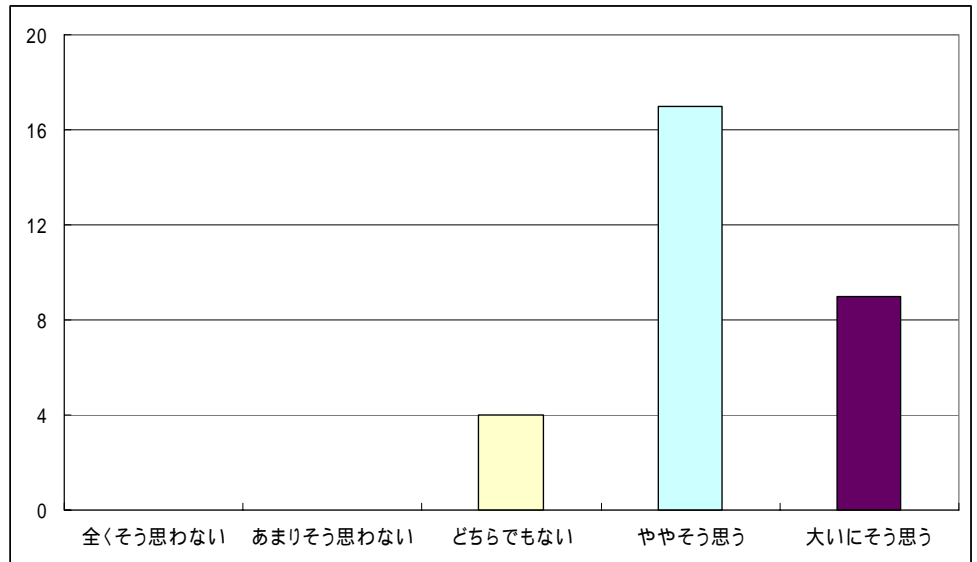


5) トップを含めて社内における意思統一が必要

< 回答結果 >

全くそう思わない	0
あまりそう思わない	0
どちらでもない	4
ややそう思う	17
大いにそう思う	9

平均値:4.17

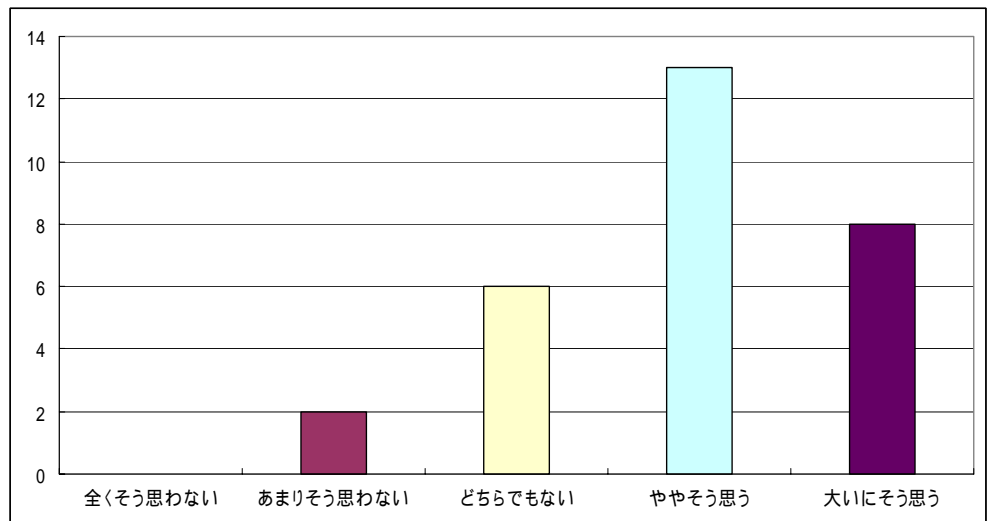


6) 活動に関する具体的案を作成できる能力が必要

< 回答結果 >

全くそう思わない	0
あまりそう思わない	2
どちらでもない	6
ややそう思う	13
大いにそう思う	8

平均値:3.93

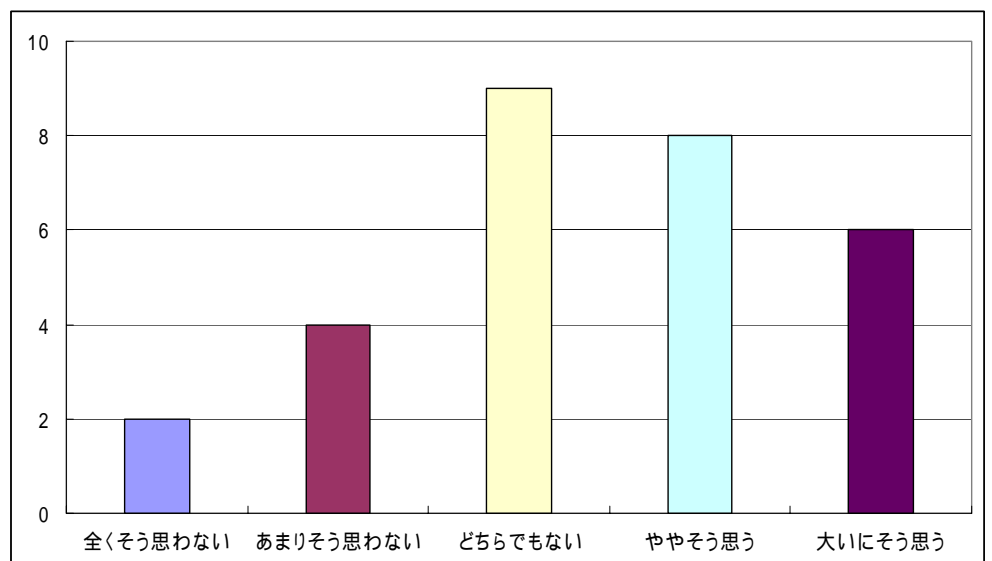


7) 担当する人材や部署の設置が必要

< 回答結果 >

全くそう思わない	2
あまりそう思わない	4
どちらでもない	9
ややそう思う	8
大いにそう思う	6

平均値:3.41

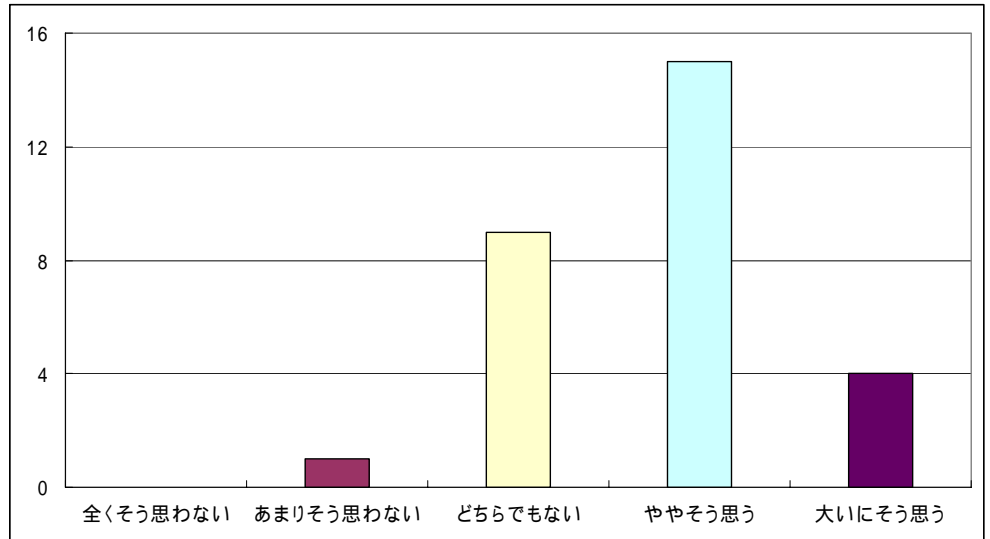


8)財源の確保が必要

<回答結果>

全くそう思わない	0
あまりそう思わない	1
どちらでもない	9
ややそう思う	15
大いにそう思う	4

平均値:3.76

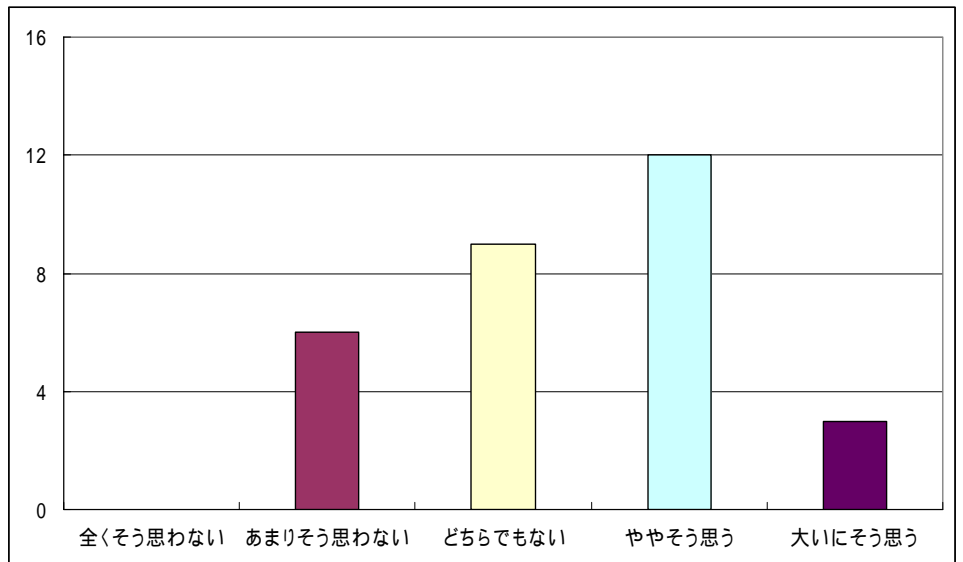


9)仲立ちをしてくれる機関や団体が必要

<回答結果>

全くそう思わない	0
あまりそう思わない	6
どちらでもない	9
ややそう思う	12
大いにそう思う	3

平均値:3.40

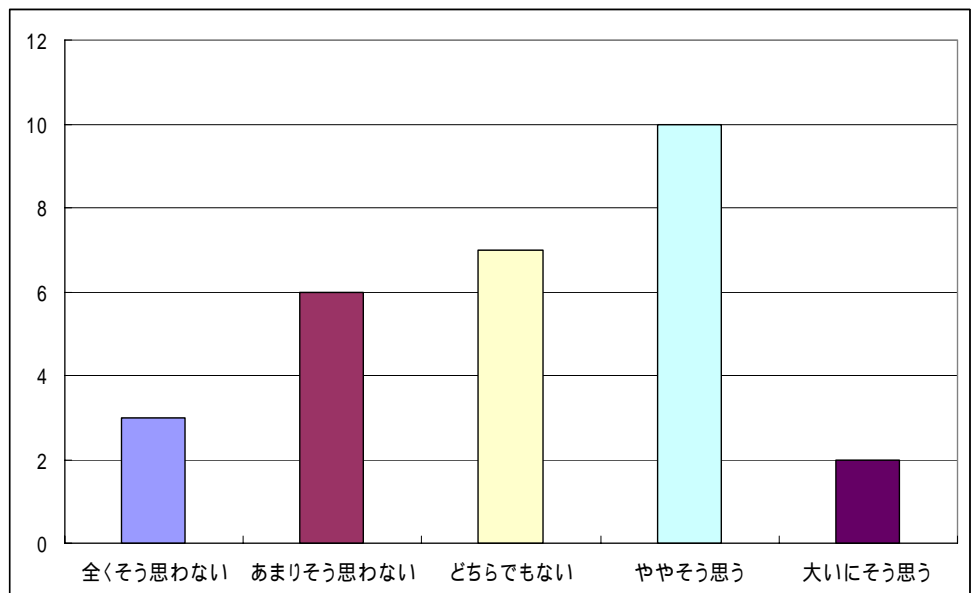


10)ボランティア休暇などの社内制度の整備が必要

<回答結果>

全くそう思わない	3
あまりそう思わない	6
どちらでもない	7
ややそう思う	10
大いにそう思う	2

平均値:3.07



11)その他 (

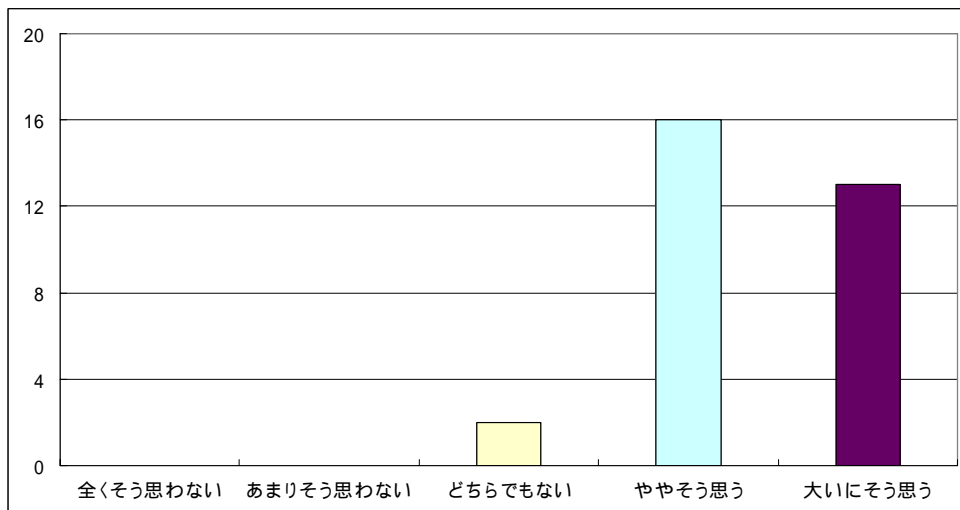
- ・ N P Oの名をかたって仕事を取り込む(悪用に)、信用失墜の例も
- ・ ボランティアセンターが紹介機関になってほしい

問9 . N P Oとの連携を今後も続けたいと
思っていますか？

<回答結果>

全くそう思わない	0
あまりそう思わない	0
どちらでもない	2
ややそう思う	16
大いにそう思う	13

平均値:4.35



問10 . N P Oと連携をされていない企業および連携に関心のない企業の方へ
N P Oと連携をされない理由をお聞かせください。

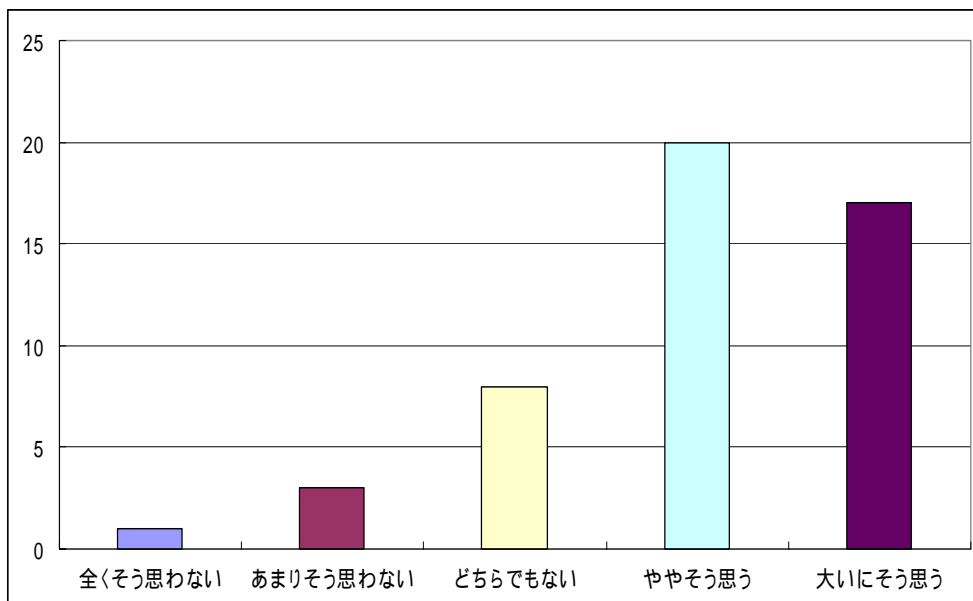
対象回答企業 : 54 社

1)連携したくても、どんな団体があるか分からない

<回答結果>

全くそう思わない	1
あまりそう思わない	3
どちらでもない	8
ややそう思う	20
大いにそう思う	17

平均値:4.00

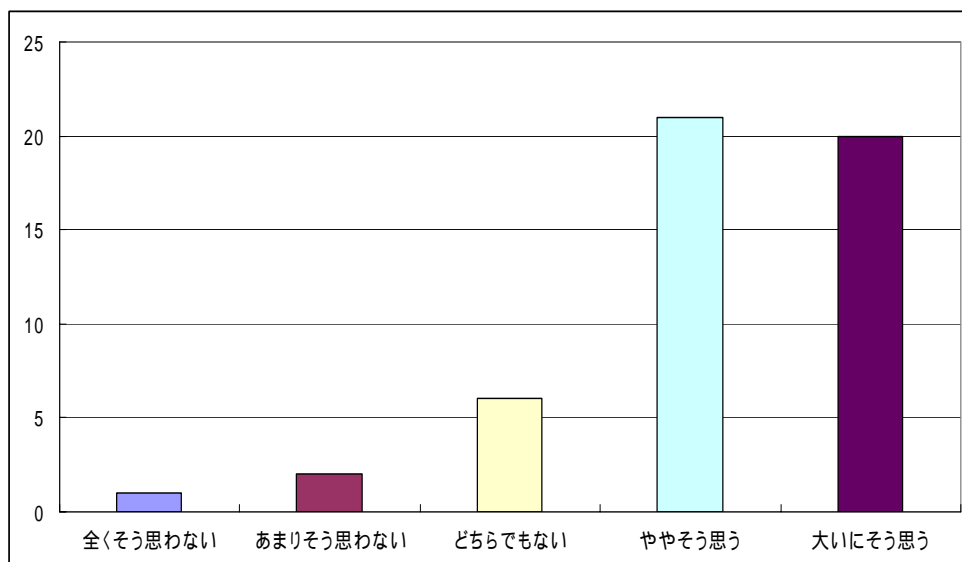


2)どのような活動と一緒にできるかが分からない

<回答結果>

全くそう思わない	1
あまりそう思わない	2
どちらでもない	6
ややそう思う	21
大いにそう思う	20

平均値:4.14

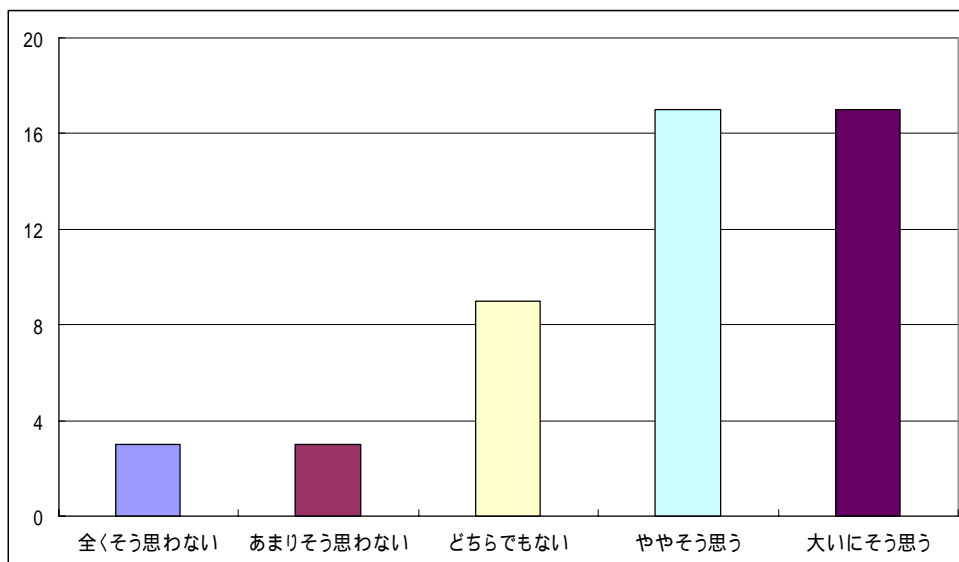


3)自社に連携推進の意思形成がなされていない

<回答結果>

全くそう思わない	3
あまりそう思わない	3
どちらでもない	9
ややそう思う	17
大いにそう思う	17

平均値:3.86

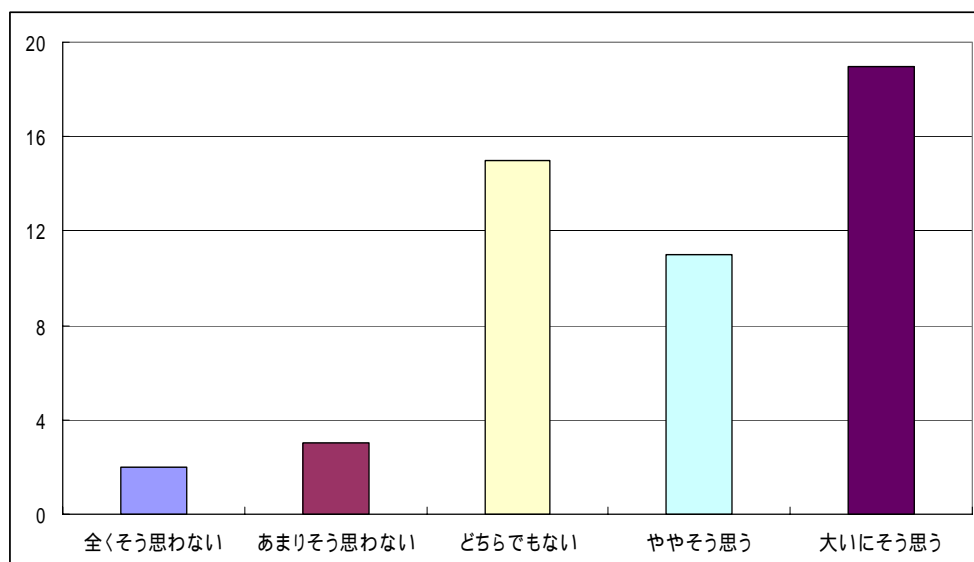


4)自社に財政的余裕がない

<回答結果>

全くそう思わない	2
あまりそう思わない	3
どちらでもない	15
ややそう思う	11
大いにそう思う	19

平均値:3.84

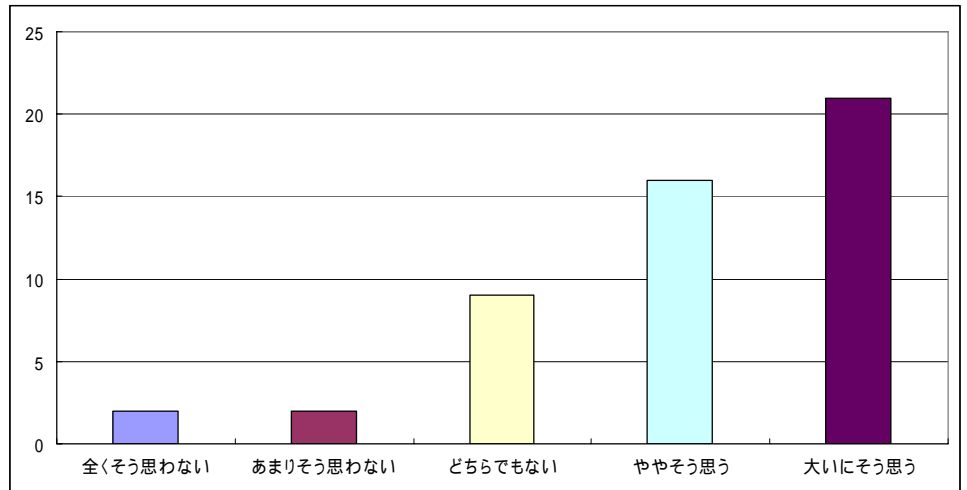


5)自社の人的資源に制約がある

<回答結果>

全くそう思わない	2
あまりそう思わない	2
どちらでもない	9
ややそう思う	16
大いにそう思う	21

平均値:4.04

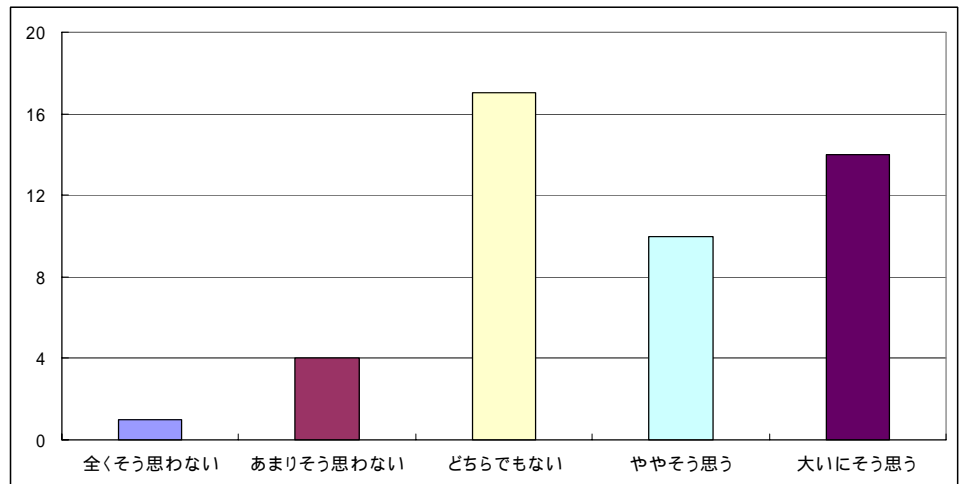


6)企業に対してどういう関心をもっているかが不明

<回答結果>

全くそう思わない	1
あまりそう思わない	4
どちらでもない	17
ややそう思う	10
大いにそう思う	14

平均値:3.70

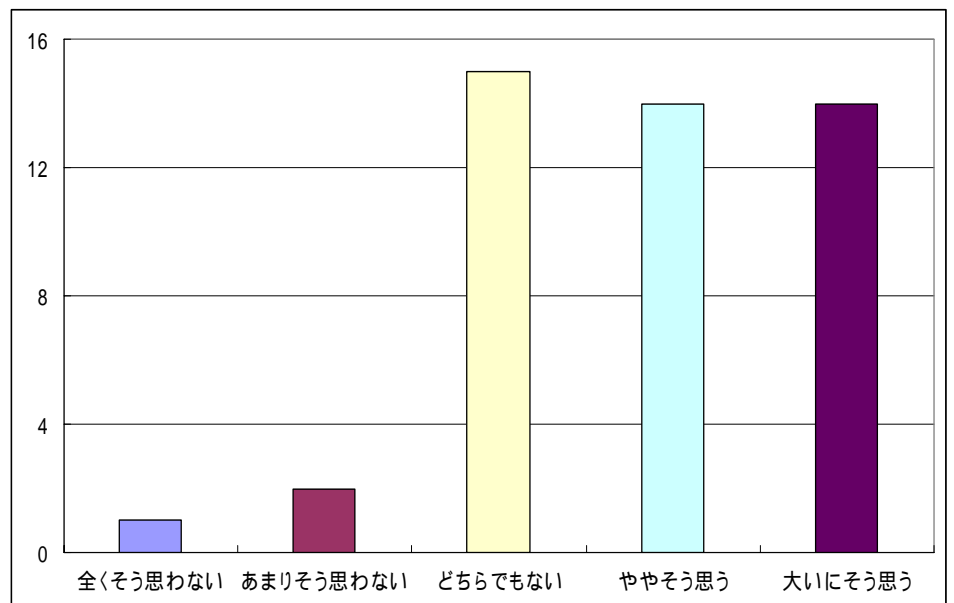


7)どこまで責任を負ってもらえるかが分からない

<回答結果>

全くそう思わない	1
あまりそう思わない	2
どちらでもない	15
ややそう思う	14
大いにそう思う	14

平均値:3.83

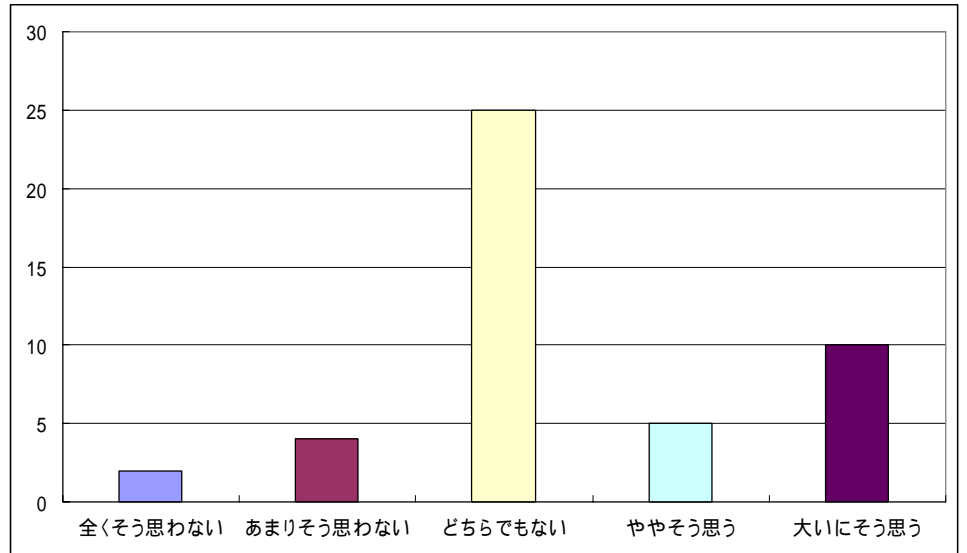


8)連携のための専門知識がNPOに不足している

<回答結果>

全くそう思わない	2
あまりそう思わない	4
どちらでもない	25
ややそう思う	5
大いにそう思う	10

平均値:3.37



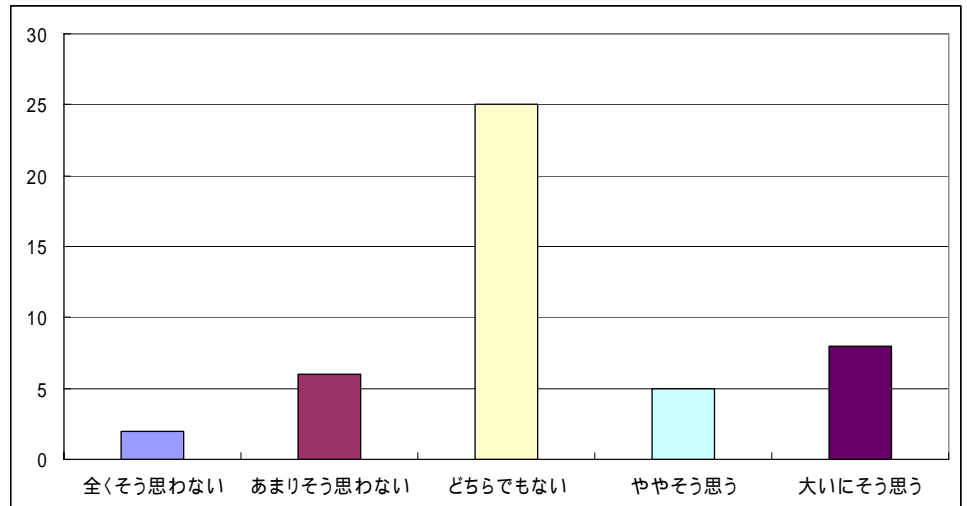
9)特定のNPOを支援すると、他のNPOの要望が

増え、対応に苦慮するから

<回答結果>

全くそう思わない	2
あまりそう思わない	6
どちらでもない	25
ややそう思う	5
大いにそう思う	8

平均値:3.24



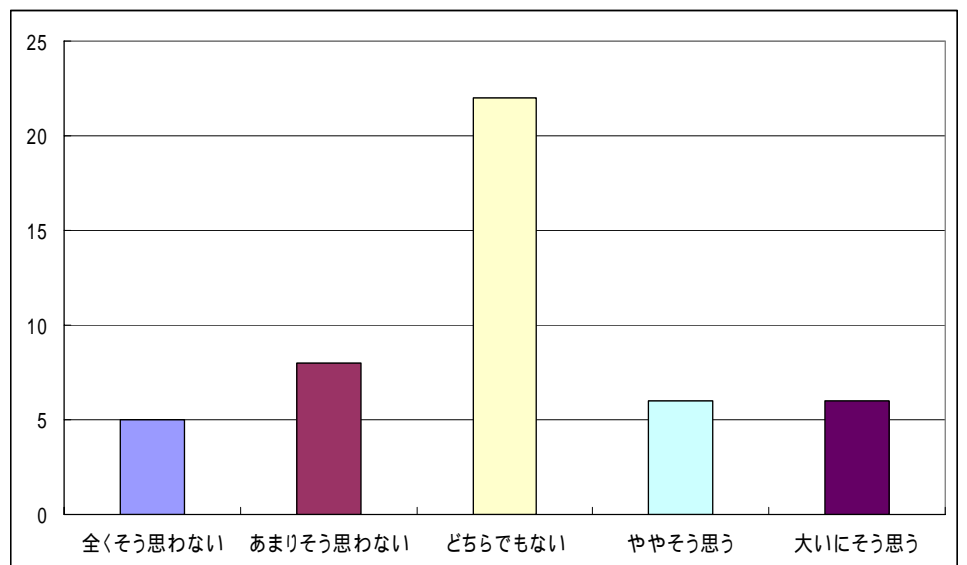
10)企業活動に悪影響が出るのではないかと

不安がある

<回答結果>

全くそう思わない	5
あまりそう思わない	8
どちらでもない	22
ややそう思う	6
大いにそう思う	6

平均値 3.00

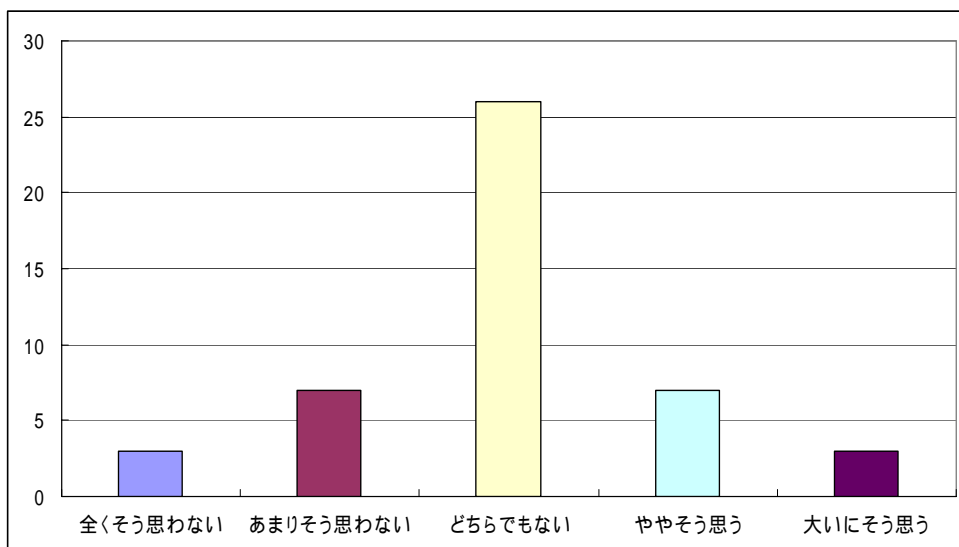


11)NPO 等と連携しても支援のみで得るものがない

< 回答結果 >

全くそう思わない	3
あまりそう思わない	7
どちらでもない	26
ややそう思う	7
大いにそう思う	3

平均値:3.00



12)その他 ()

- ・ NPO に関心はあるが、財力と人材がつついばいであるので、一歩が踏み出せない
- ・ 現在 NPO との連携を検討中
- ・ 自社の手作りで実施している

共通項目 (以下の項目は必ずご回答ください)

問 1 1 . 下記の業種で、貴社の主力事業はどれに該当しますか。主要なものに1つ をつけて下さい。

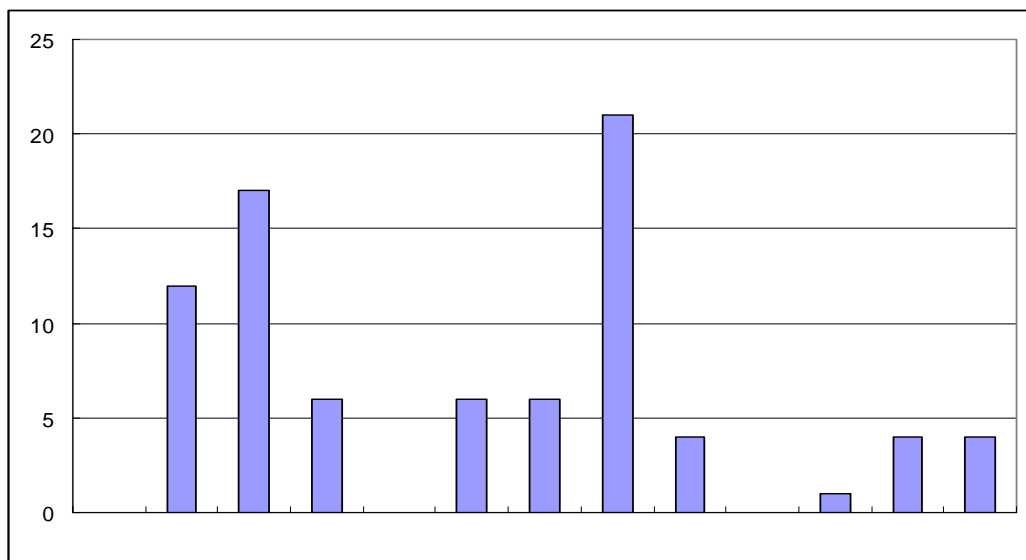
- | | | | | |
|------|-----------|-----------|-----------|-----|
| 鉱業 | 建設業 | 製造業 (生産財) | 製造業 (消費財) | 通信業 |
| 卸売業 | 小売業 | サービス業 | 金融・保険業 | 飲食業 |
| 不動産業 | 電気・ガス・水道業 | その他 () | | |

< 回答結果 >

	0	6	1
	12	6	4
	17	21	4
	6	4	
	0	0	

・ その他の回答

- ・ 倉庫業 (物流業)
- ・ 放送業
- ・ 鉄道業
- ・ 運輸業



問12. 貴社の資本金金額は、下記のどれに該当しますか。

1000万円未満

1000万円以上 5000万円以下

5001万円超 1億円以下

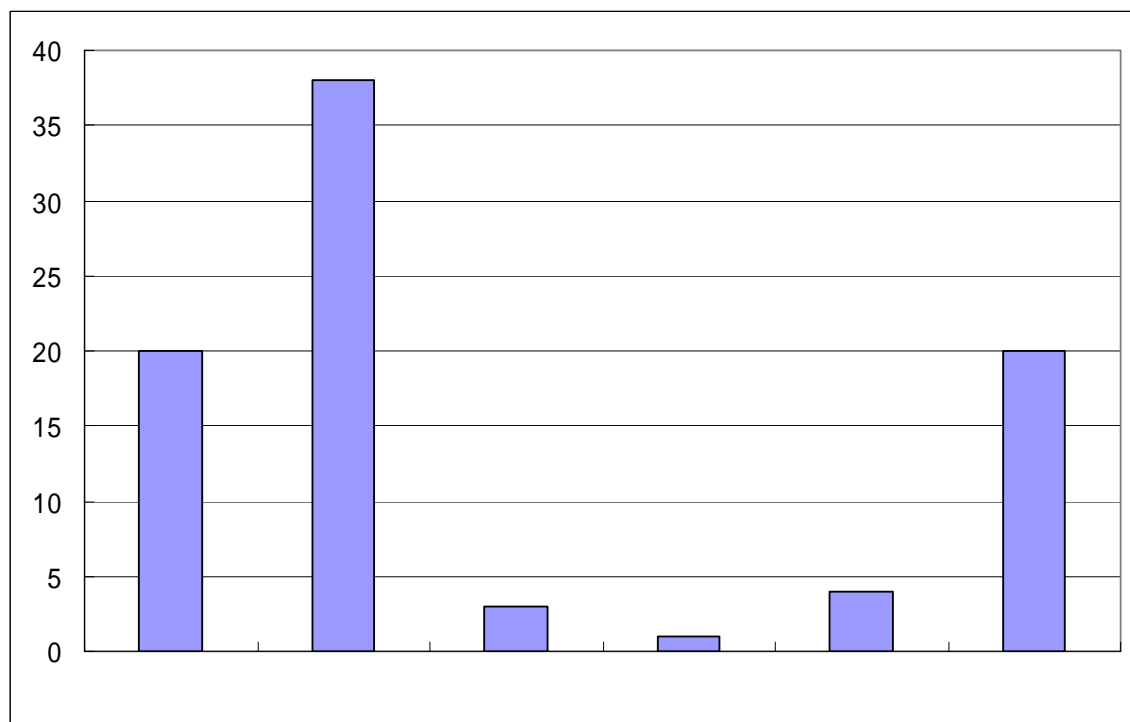
1億円超 3億円以下

3億円超 10億円未満

10億円以上

<回答結果>

	20
	38
	3
	1
	4
	20



問13. 貴社の従業員数は、下記のどれに該当しますか。

1~10人

11~50人

51~100人

101~300人

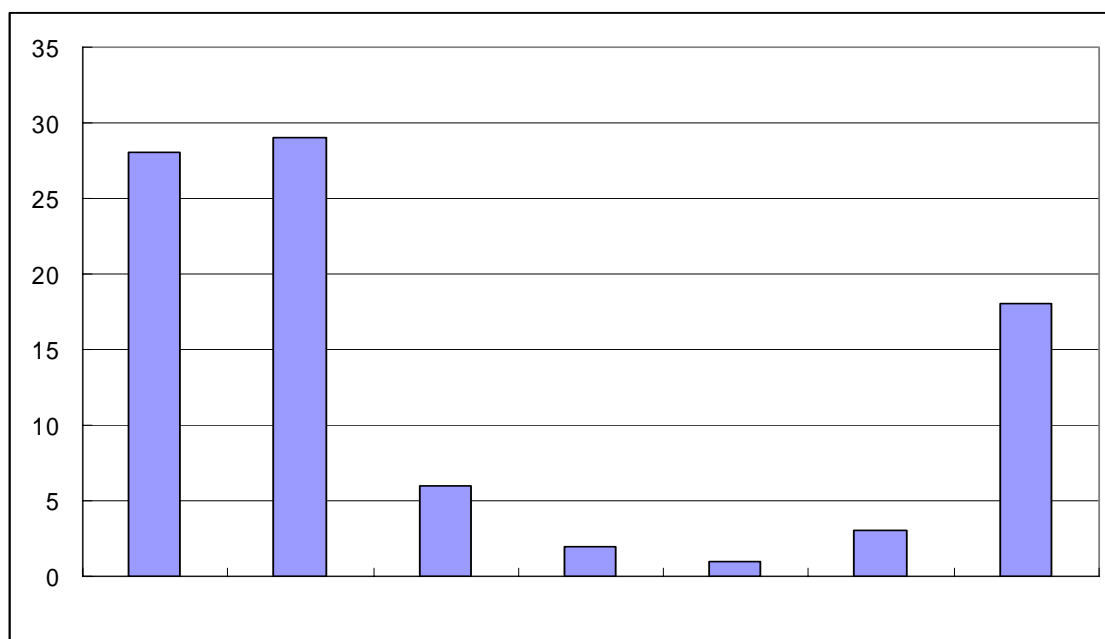
301~500人

501~1000人

1001人以上

<回答結果>

	28
	29
	6
	2
	1
	3
	18



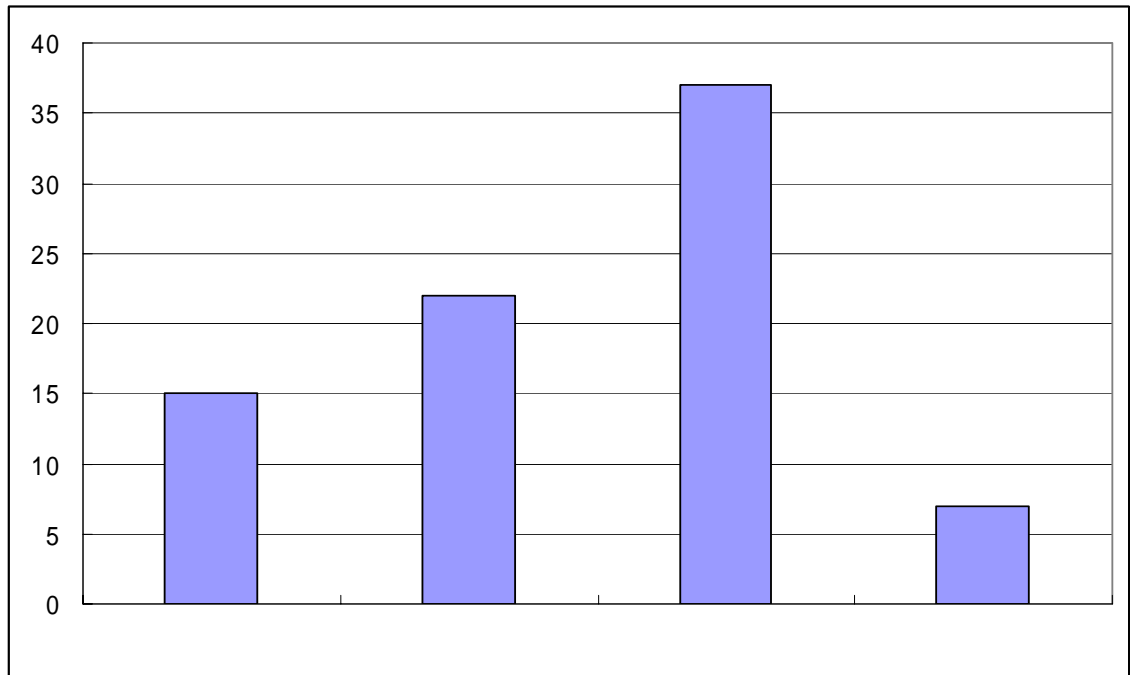
問14. 貴社とNPOとの連携活動について、具体的にお話をうかがうことは可能でしょうか。

(ヒアリング調査のお願い)

協力できる 日程があれば協力したい 検討したい 協力できない

<回答結果>

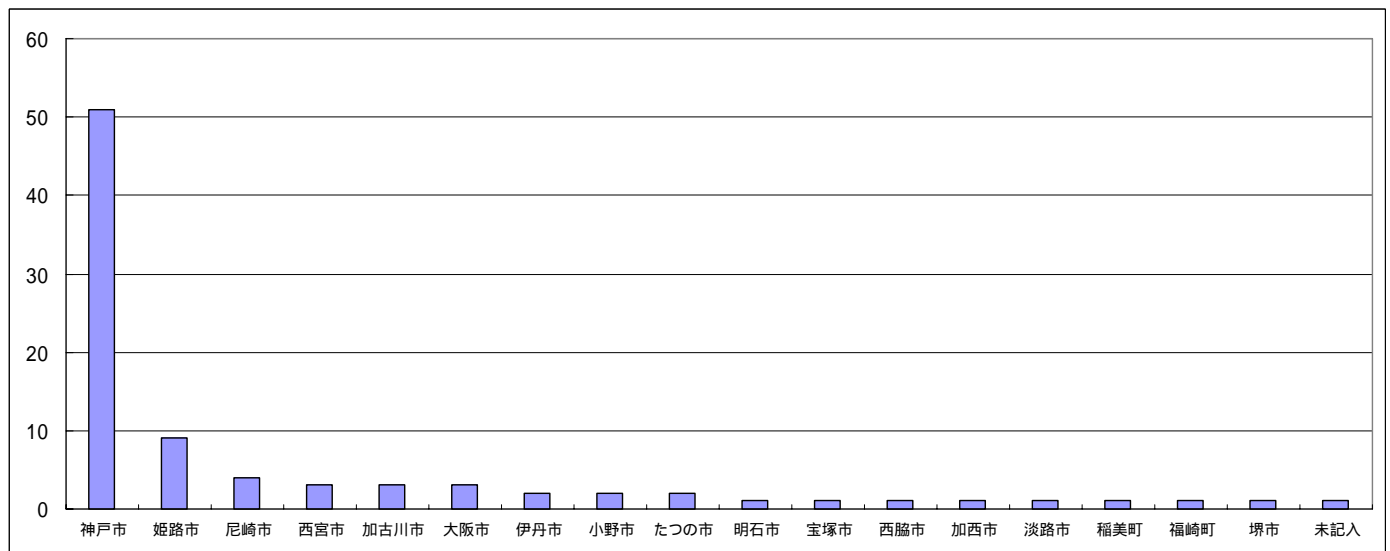
	15
	22
	37
	7



問15. 貴社の所在地をご連絡先をご記入ください。

<回答結果>

神戸市	51	加古川市	3	たつの市	2	加西市	1	堺市	1
姫路市	9	大阪市	3	明石市	1	淡路市	1	未記入	1
尼崎市	4	伊丹市	2	宝塚市	1	稲美町	1		
西宮市	3	小野市	2	西脇市	1	福崎町	1		



< 業種によるクロス集計結果 >

データの個数 / 資本金		問1-1				
業種		明文化されている	明文化されていない	方針を持っていない	無回答	総計
サービス業	2	8	11			21
卸売業	1	3	2			6
金融・保険業	1		3			4
建設業	1	3	7		1	12
小売業	1	4	1			6
製造業(消費財)	3	2	1			6
製造業(生産財)	8	3	5		1	17
電気・ガス・水道業	2	1	1			4
不動産業		1				1
その他	1	1	2			4
無回答	1	3	3			7
総計	21	29	36		2	88

データの個数 / 資本金		問1-2						
業種		積極的に取り組んでいる	少しは取り組んでいる	どちらともいえない	あまり取り組んでいない	全く取り組んでいない	無回答	総計
サービス業	4	6	1	8	2			21
その他	1			1	1		1	4
卸売業	2	2	1	1				6
金融・保険業	1			1	1		1	4
建設業	1	6			4		1	12
小売業	1	2	1	1	1			6
製造業(消費財)	1	5						6
製造業(生産財)	6	5	1	3	2			17
電気・ガス・水道業	2	1			1			4
不動産業		1						1
無回答	1	4		1	1			7
総計	20	32	4	16	13		3	88

データの個数 / 資本金		問2						
業種		非常に興味がある	やや興味がある	どちらともいえない	あまり興味がない	全く興味がない	無回答	総計
サービス業	2	8	4	7				21
その他	1	1					1	4
卸売業	2	1		3				6
金融・保険業		1	3					4
建設業		4	6	1			1	12
小売業	2	2					1	6
製造業(消費財)	1	2		3				6
製造業(生産財)	2	5	5	4			1	17
電気・ガス・水道業		1	3					4
不動産業		1						1
無回答	1	2	3				1	7
総計	11	28	24	18			5	88

データの個数 / 資本金		問3			
業種		行っている	行っていない	無回答	総計
サービス業	7	14			21
その他		3		1	4
卸売業	4	2			6
金融・保険業	1	3			4
建設業	3	8		1	12
小売業	3	3			6
製造業(消費財)	2	4			6
製造業(生産財)	5	12			17
電気・ガス・水道業	1	3			4
不動産業		1			1
無回答	5	1		1	7
総計	31	54		3	88

データの個数 / 資本金		問9				
業種		大いにそう思う	ややそう思う	無回答	どちらともいえない	総計
サービス業	2	5	14			21
その他			4			4
卸売業	1	2	2		1	6
金融・保険業	1		3			4
建設業		3	9			12
小売業	2	1	3			6
製造業(消費財)	2		4			6
製造業(生産財)	3	1	12		1	17
電気・ガス・水道業		1	3			4
不動産業			1			1
無回答	2	3	2			7
総計	13	16	57		2	88

< 資本金によるクロス集計結果 >

データの個数 / 業種	問1-1				総計
資本金	方針を持っていない	無回答	明文化されていない	明文化されている	
1000万円以上5000万円以下	18		15	5	38
1000万円未満	8	1	9	2	20
10億円以上	5	1	2	12	20
1億円超3億円以下			1		1
3億円超10億円未満	2		1	1	4
5001万円超1億円以下	2			1	3
無回答	1		1		2
総計	36	2	29	21	88

データの個数 / 業種	問1-2					総計
資本金	あまり取り組んでい	どちらともいえない	少しは取り組んでい	積極的に取り組んで全	取無回答	
1000万円以上5000万円以下	8	2	15	7	5	1 38
1000万円未満	7	2	5	2	4	20
10億円以上			8	11		1 20
1億円超3億円以下			1			1
3億円超10億円未満	1		1		1	1 4
5001万円超1億円以下			1		2	3
無回答			1		1	2
総計	16	4	32	20	13	3 88

データの個数 / 業種	問2					総計
資本金	あまり関心がない	どちらともいえない	やや関心がある	全く関心がない	非常に無回答	
1000万円以上5000万円以下	10	9	12	1	6	1 38
1000万円未満	1	8	9		1	20
10億円以上	4	7	5		4	20
1億円超3億円以下	1					1
3億円超10億円未満	2				1	1 4
5001万円超1億円以下			1		2	3
無回答			1		1	2
総計	18	24	28	5	11	2 88

データの個数 / 業種	問3			総計
資本金	行っていない	行っている	無回答	
1000万円以上5000万円以下	24	14		38
1000万円未満	14	6		20
10億円以上	11	9		20
1億円超3億円以下	1			1
3億円超10億円未満	3		1	4
5001万円超1億円以下	1	1	1	3
無回答		1	1	2
総計	54	31	3	88

データの個数 / 業種	問9				総計
資本金	どちらともいえない	ややそう思う	大いにそう思う	無回答	
1000万円以上5000万円以下	1	8	5	24	38
1000万円未満		5	1	14	20
10億円以上	1	1	7	11	20
1億円超3億円以下				1	1
3億円超10億円未満				4	4
5001万円超1億円以下		1		2	3
無回答		1		1	2
総計	2	16	13	57	88

< 従業員数によるクロス集計結果 >

データの個数 / 業種	問1-1				総計
従業員数	方針を持っていない	無回答	明文化されていない	明文化されている	
1~10人	11	1	14	2	28
1001人以上	4	1		12	17
101~300人	2				2
11~50人	14		8	7	29
301~500人	1				1
501~1000人			3		3
51~100人	3		3		6
無回答	1		1		2
総計	36	2	29	21	88

データの個数 / 業種	問1-2					総計
従業員数	あまり取り組んでい	どちらともいえない	少しは取り組んでい	積極的に取り組んで全	く取	無回答
1~10人	10	3	9	2	4	28
1001人以上			6	10	1	17
101~300人			1		1	2
11~50人	4	1	12	5	5	29
301~500人	1					1
501~1000人			2	1		3
51~100人	1		1	2	2	6
無回答			1		1	2
総計	16	4	32	20	13	88

データの個数 / 業種	問2					総計
従業員数	あまり関心がない	どちらともいえない	やや関心がある	全く関心がない	非常に	無回答
1~10人	2	9	12		4	28
1001人以上	2	7	5		3	17
101~300人	1			1		2
11~50人	7	7	10	2	2	29
301~500人	1					1
501~1000人	2				1	3
51~100人	3	1		1	1	6
無回答			1	1		2
総計	18	24	28	5	11	88

データの個数 / 業種	問3			総計
従業員数	行っていない	行っている	無回答	
1~10人	17	11		28
1001人以上	9	8		17
101~300人	1	1		2
11~50人	18	9	2	29
301~500人	1			1
501~1000人	3			3
51~100人	5	1		6
無回答		1	1	2
総計	54	31	3	88

データの個数 / 業種	問9				総計
従業員数	どちらともいえない	ややそう思う	大いにそう思う	無回答	
1~10人	1	5	5	17	28
1001人以上		1	7	9	17
101~300人	1			1	2
11~50人		8	1	20	29
301~500人				1	1
501~1000人				3	3
51~100人		1		5	6
無回答		1		1	2
総計	2	16	13	57	88

< 所在地によるクロス集計結果 >

データの個数 / 業種	問1-1				総計
	明文化されている	明文化されていない	方針を持っていない	無回答	
所在地					
たつの市		1		1	2
伊丹市		1		1	2
加古郡				1	1
加古川市		3			3
加西市		1			1
堺市				1	1
小野市		2			2
神戸市	12	15		22	2
神崎郡				1	1
西宮市	2	1			3
西脇市		1			1
大阪市	1			2	3
淡路市	1				1
尼崎市	3	1			4
姫路市	1	2		6	9
宝塚市				1	1
未記入		1			1
明石市	1				1
総計	21	29		36	2

データの個数 / 業種	問1-2					総計
	あまり取り組んでいない	どちらともいえない	少しは取り組んでいる	積極的に取り組んで	全く取	
所在地					無回答	
たつの市	1			1		2
伊丹市				1	1	2
加古郡	1					1
加古川市		1		2		3
加西市	1					1
堺市					1	1
小野市				1		1
神戸市	8	2		14	17	8
神崎郡	1					1
西宮市				3		3
西脇市				1		1
大阪市	1			1	1	3
淡路市				1		1
尼崎市	1	1		1	1	4
姫路市	2			4	3	9
宝塚市				1		1
未記入					1	1
明石市				1		1
総計	16	4		32	20	13

データの個数 / 業種	問2					総計
	あまり関心がない	どちらともいえない	やや関心がある	全く関心がない	非常に	
所在地					無回答	
たつの市				2		2
伊丹市			1	1		2
加古郡	1		1			1
加古川市			1	2		3
加西市				1		1
堺市			1			1
小野市				1	1	2
神戸市	11		15	12	4	8
神崎郡			1			1
西宮市			1	1	1	3
西脇市				1		1
大阪市			1	2		3
淡路市	1					1
尼崎市			2	2		4
姫路市	3		1	2	1	1
宝塚市				1		1
未記入	1					1
明石市	1					1
総計	18		24	28	5	11

データの個数 / 業種	問3			
所在地	行っていない	行っている	無回答	総計
たつの市	1	1		2
伊丹市	1	1		2
加古郡	1			1
加古川市	1	2		3
加西市	1			1
堺市	1			1
小野市		2		2
神戸市	30	19	2	51
神崎郡	1			1
西宮市	1	2		3
西脇市	1			1
大阪市	2	1		3
淡路市	1			1
尼崎市	3	1		4
姫路市	6	2	1	9
宝塚市	1			1
未記入	1			1
明石市	1			1
総計	54	31	3	88

データの個数 / 業種	問9				
所在地	どちらともいえない	ややそう思う	大いにそう思う	無回答	総計
たつの市				1	1
伊丹市		1			1
加古郡					1
加古川市		2			2
加西市					1
堺市					1
小野市		1		1	2
神戸市	2	9		8	32
神崎郡					1
西宮市		1		1	2
西脇市					1
大阪市				1	1
淡路市				1	1
尼崎市		1			1
姫路市		1		1	2
宝塚市					1
未記入					1
明石市					1
総計	2	16		13	57