

# はじめに

変化し続ける現代の社会において、企業等は、豊かで調和の取れた地球の未来づくりに貢献するとともに積極的に様々な社会的課題に対応するなど、地域経済の継続的成長をめざして、自主的に社会的要請事業に取り組むことが求められています。

こうした背景の下、本会では、平成16年度事業として、県下の中小企業・組合等に対し、社会福祉活動、地域交流、環境対策、文化、芸術、教育、学術支援といった社会的要請事業の実態について調査を行い、企業・組合等の社会的要請事業について研究し、周知することを目的に、「社会的要請事業調査研究事業」に取り組んできました。

本報告書はその調査結果を取りまとめたものです。ぜひ、ご一読のうえ、社会的要請事業についてご理解いただき、活力ある企業・組合を創造するために幅広く活用されれば幸甚です。

終わりに、今回のアンケート調査実施にご回答いただきました県下の企業・組合等の関係者の皆様、そして調査研究に格別のご尽力を賜りました、四日市大学総合政策学部教授、岩崎恭典氏に厚くお礼申し上げます。

平成17年3月

三重県中小企業団体中央会

# 目 次

調査の概要.....	1
1. 調査の目的.....	1
2. 調査の方法.....	1
アンケート調査結果.....	2
1. 社会的要請事業の取り組み状況.....	2
2. 事業の内容.....	4
3. 取り組み理由.....	6
4. 取り組もうとする理由.....	8
5. 取り組むことによる効果.....	9
6. 取り組み開始の時期.....	11
7. 経費の捻出方法.....	12
8. 今後の取り組み方針.....	12
9. 取り組んでいない理由.....	14
10. 社会的要請事業を進めるために整備されることが必要な条件.....	15
11. 社会的要請事業を進めるために自治体に期待すべき役割.....	16
12. 社会的要請事業に関する意見.....	18
考 察.....	21
資料編.....	23
1. 集計結果.....	23
2. その他の選択項目の記入内容.....	33
3. 調 査 票.....	37

# 調査の概要

## 1. 調査の目的

---

本調査は三重県下各地域における中小企業、中小企業組合の社会的要請事業の実態を把握し、中小企業組合等を通じ行動事業としての社会的要請事業への取り組みを支援・促進していくための基礎資料とすることを目的に実施した。

## 2. 調査の方法

---

### 調査対象

- ・ 三重県下の中小企業 .....4,446社
- ・ 三重県下の中小企業組合..... 556社

### 調査方法

郵送発送・回収によるアンケート調査

### 調査期間

平成16年9月1日～9月30日

### 回収結果

- ・ 中小企業 .....回収数 1,194件 回収率 26.9%
- ・ 中小企業組合.....回収数 231件 回収率 40.8%

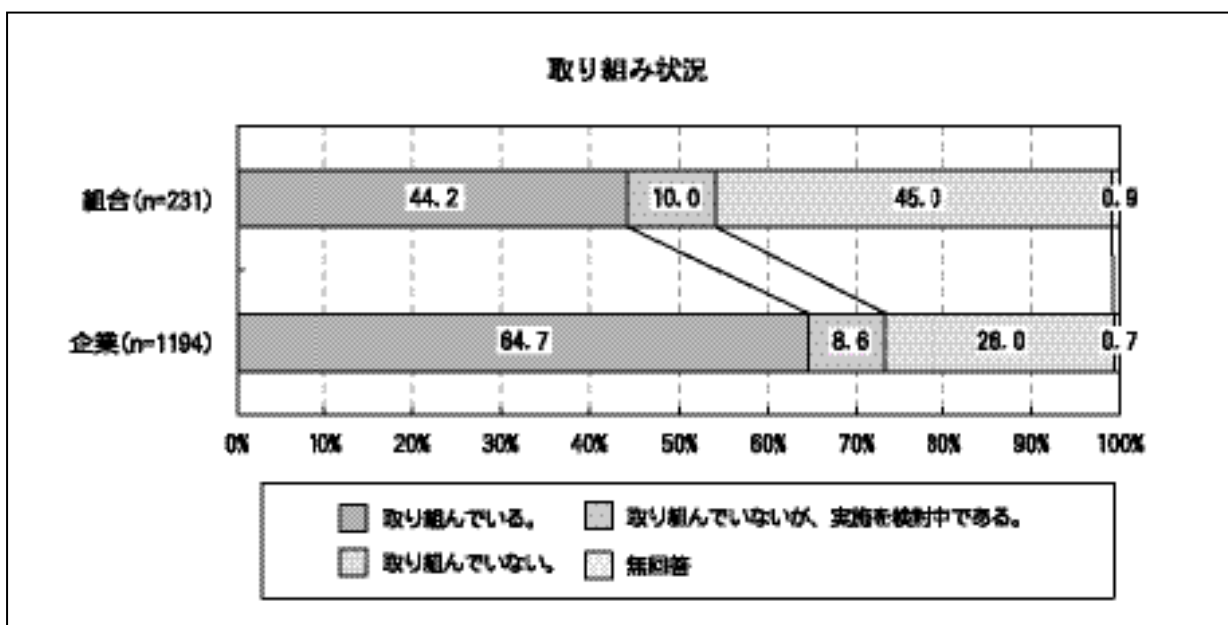
# アンケート調査結果

## 1. 社会的要請事業の取り組み状況

組合の取り組み状況（単数回答）は「取り組んでいない（45.0%）」との回答割合が、「取り組んでいる（44.2%）」とほぼ同じ割合となっている。

中小企業の取り組み状況は「取り組んでいる（64.7%）」との回答が6割を超えており、「取り組んでいない」との回答割合は26.0%に止まっている。

しかし、中小企業のなかには、自社が所属している組合が取り組んでいることも考えられ、間接的になんらかの形で社会的要請事業をおこなっている場合もある。そして、その場合には、実際組合がどのような活動を行っているかを知らない場合も考えられる。



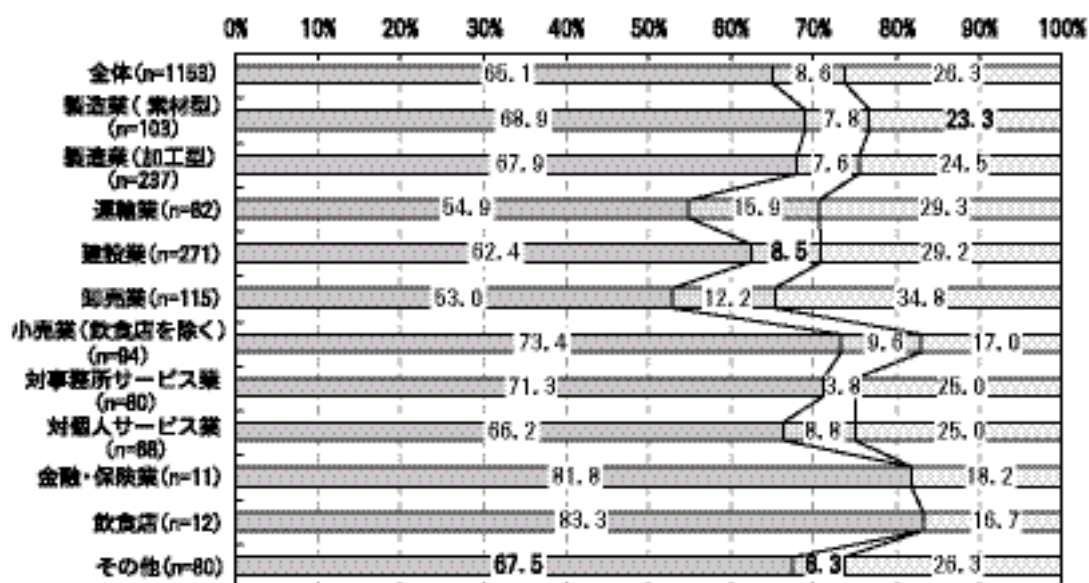
中小企業の取り組み状況を業種別でみると、「取り組んでいる」との回答割合は「飲食店（83.3%）」「金融・保険業（81.8%）」で高くなっている。従業員数別では、従業員の多い企業ほど取り組みを行っている傾向がみられる。これは、従業員数が単純に会社規模の大きさと比較できないが、明らかに従業員数が多い企業ほど、取り組みの割合が増えている結果には、会社の規模の大きさが影響していると考えられる。そして、設問4の取り組み理由にみられるように、従業員数が多い企業ほど「企業の理念として掲げているから」との回答割合が高いことにも関連してくる。

また、直接顧客と接することが多いと考えられる業種（小売業、対事業所・個人サービス業、飲食店）ほど社会的要請事業に取り組んでいる割合が高い。これは、その取り組みが、本来の事業に有利にはたらく（顧客に対する直接的なイメージアップなど）可能性があることは否定できない。

それとは対照的に、運輸業、建設業、卸売業などでは、社会的要請事業をすることにより、それらが直接取引している顧客に対しては、あまり効果的にアピールできないことが取り組み状況の比較的低い要因であることが考えられる。

### 業種別の取り組み状況

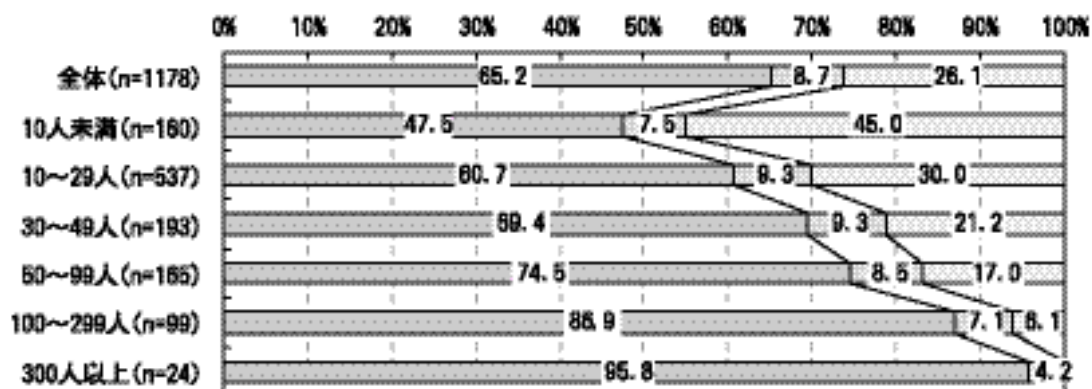
〈取り組み状況(半数回答)〉



■ 取り組んでいる。 ■ 取り組んでいないが、実施を検討中である。 □ 取り組んでいない。

### 従業員数別の取り組み状況

〈取り組み状況(半数回答)〉



■ 取り組んでいる。 ■ 取り組んでいないが、実施を検討中である。  
□ 取り組んでいない。

## 2 . 事業の内容

---

組合が取り組んでいるまたは取り組みを検討している事業（複数回答）としては、「地域の祭りやイベント等への協賛・寄付」が59.2%と特に回答割合が高くなっている。次いで「省資源、ゴミの減量、リサイクルの推進等省エネルギー活動（39.2%）」「地球環境に配慮した商品の販売、技術の開発、サービスの提供（21.6%）」「地域の防犯・防災、災害への支援（20.8%）」「地元での清掃・美化活動等（20.8%）」の順となっている。

中小企業についても「地域の祭りやイベント等への協賛・寄付（65.9%）」の回答割合が最も高くなっており、次いで「省資源、ゴミの減量、リサイクルの推進等省エネルギー活動（56.7%）」の回答割合が高くなっている。組合に比べ全般的に回答割合が高く、特徴的なものとして「高年齢者・障害者の積極的な雇用（31.0%）」「募金活動への支援・協力（30.7%）」の回答割合が組合に比べて高くなっている。

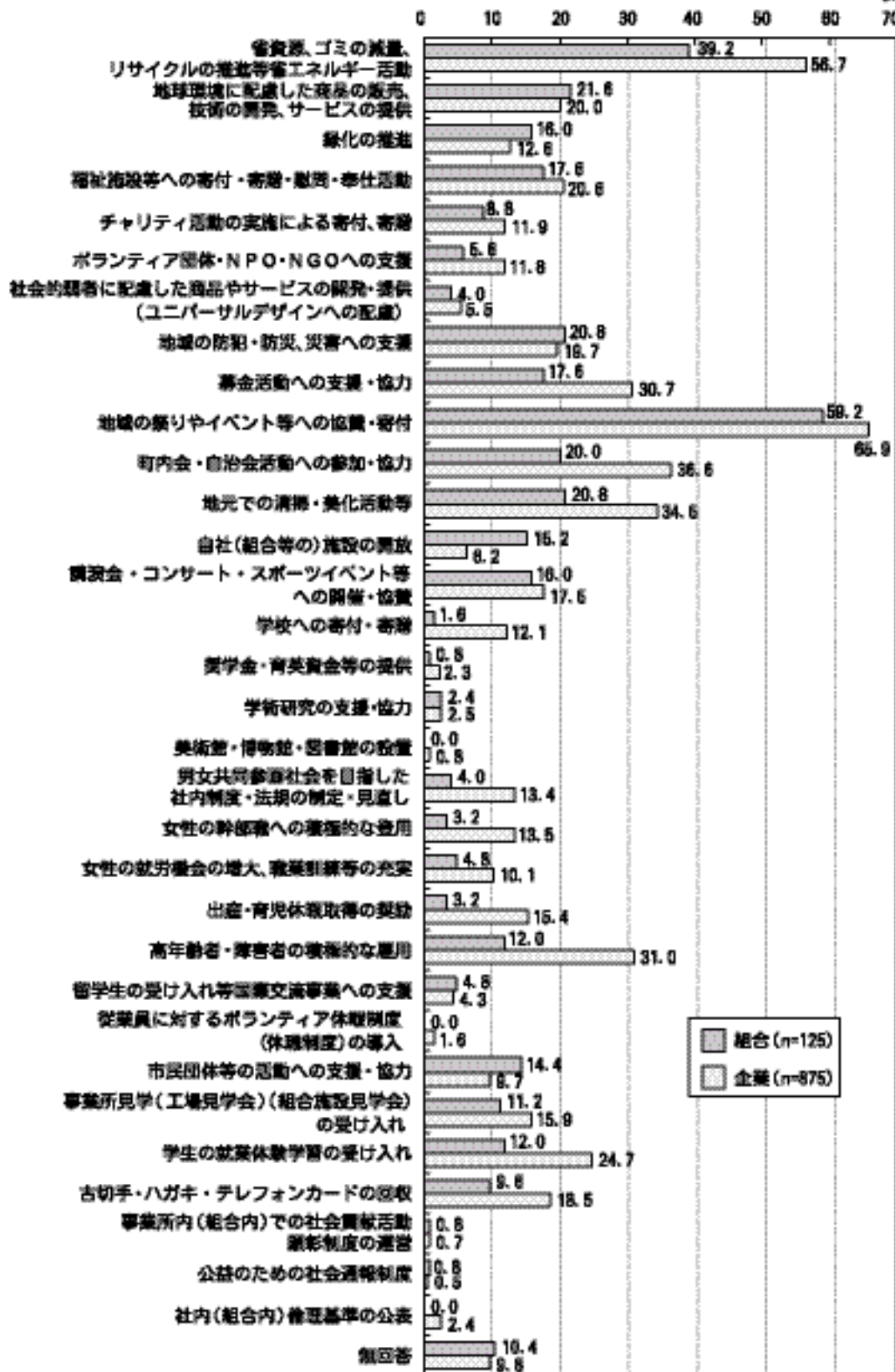
この調査は中小企業ならびに中小企業連携組織（組合）を対象にしているため、地域貢献・地域協力に関する活動が多いことが目立つ。これは中小企業の事業活動が地域との密接的なかわりがあるためと考えられる。それは代表者がもともと地元出身であることも考えられ、また、だからこそ、逆に地域の任意団体から要求されていることもあるのであろう。

「省資源、ゴミの減量、リサイクルの推進等省エネルギー活動」の割合が多く環境への関心がめだつ。これは、企業があたえる社会的イメージに影響を及ぼすこともあるが、省資源やゴミの減量など省エネルギー対策に努める結果、コストの削減にむすびつくというインセンティブがあるためとも考えられる。

なお、この質問で列挙されている選択項目についてであるが、これは社会的要請事業として考えられるべきものを広範に選択肢として挙げたものである。なかには、企業の社会貢献活動であったり、社会的責任であったりするものがあるが、中小企業が現在行っている事業、また将来行うことを考えている事業とはなにかを調査するためであることを付け加えておく。

取り組んでいる・検討している事業（複数回答）

(%)



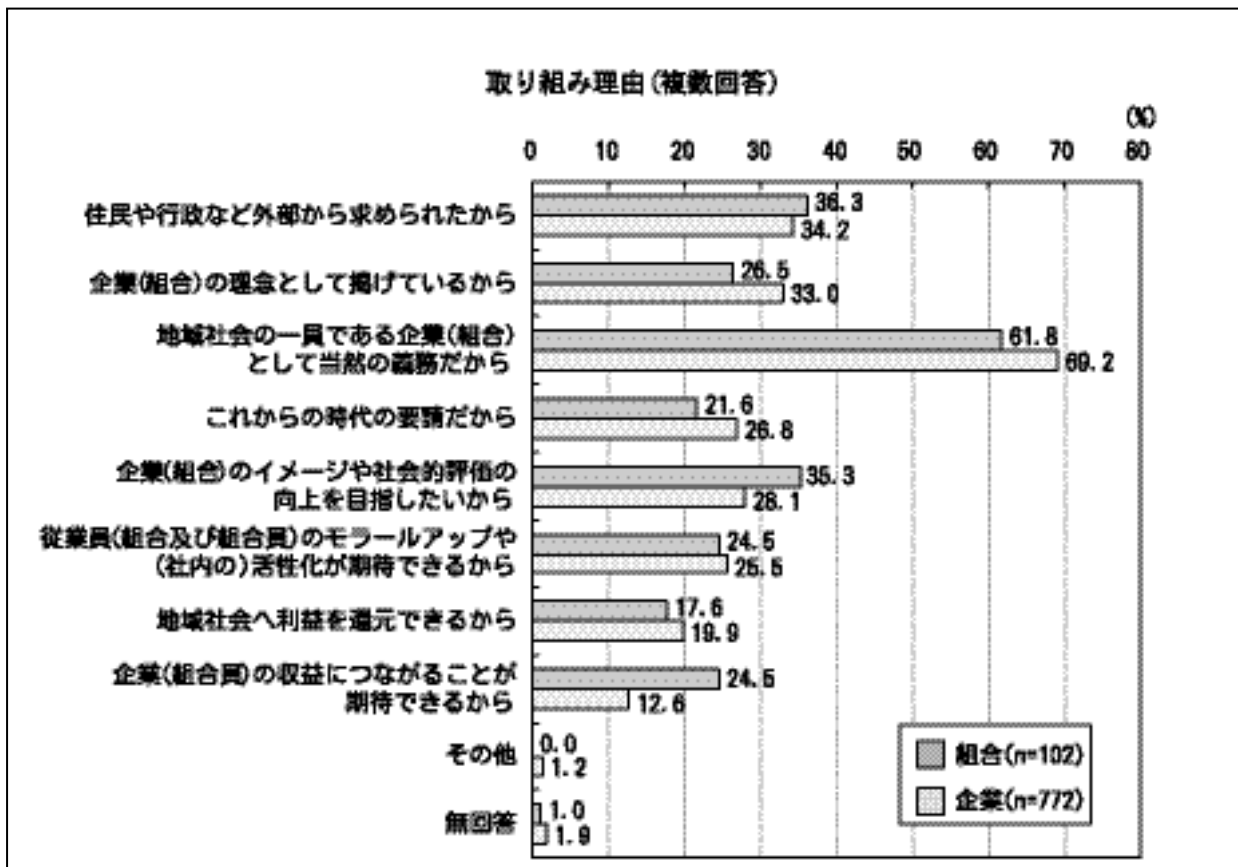
### 3 . 取り組み理由

取り組みをおこなっている組合の取り組みの理由（複数回答）については「地域社会の一員である企業（組合）として当然の義務だから（61.8%）」との回答割合が特に高くなっている。

中小企業についても「地域社会の一員である企業（組合）として当然の義務だから（69.2%）」との回答割合が最も高い。

中小企業を業種別でみると、「金融・保険業」では「企業の理念として掲げているから（66.7%）」との回答割合が高く、「飲食店」では「地域社会の一員である企業として当然の義務だから（90.0%）」、「地域社会へ利益を還元できるから（50.0%）」との回答割合が高い。従業員数別でみると、従業員数が多い企業ほど「企業の理念として掲げているから」との回答割合が高い傾向がみられる。

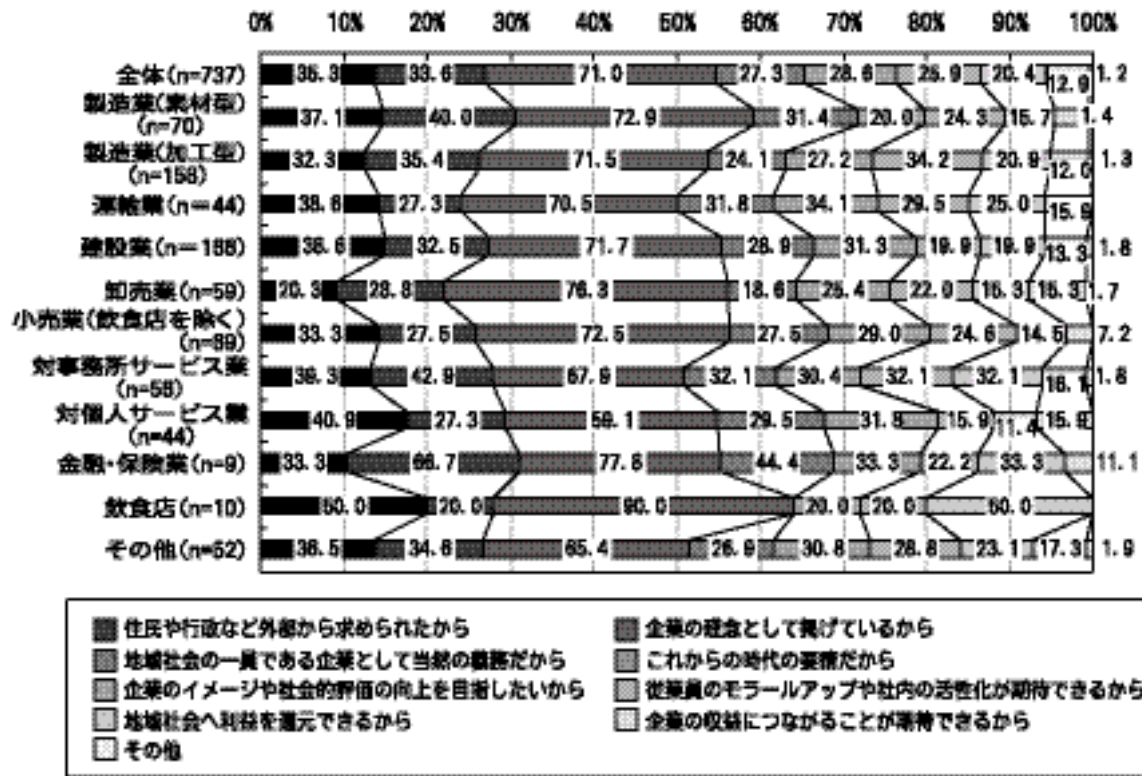
このよう社会的要請事業については、本来の業務（企業の収益につながらない）と直接関係のない取り組みであると認識されていることがよくわかる結果となった。これは問10の取り組んでいない理由「人的な余裕がない（77.9%）」「資金的な余裕がない（73.1%）」の回答割合が特に高くなっていることからわかるように、企業にとっては負担であると考えているにほかならない。





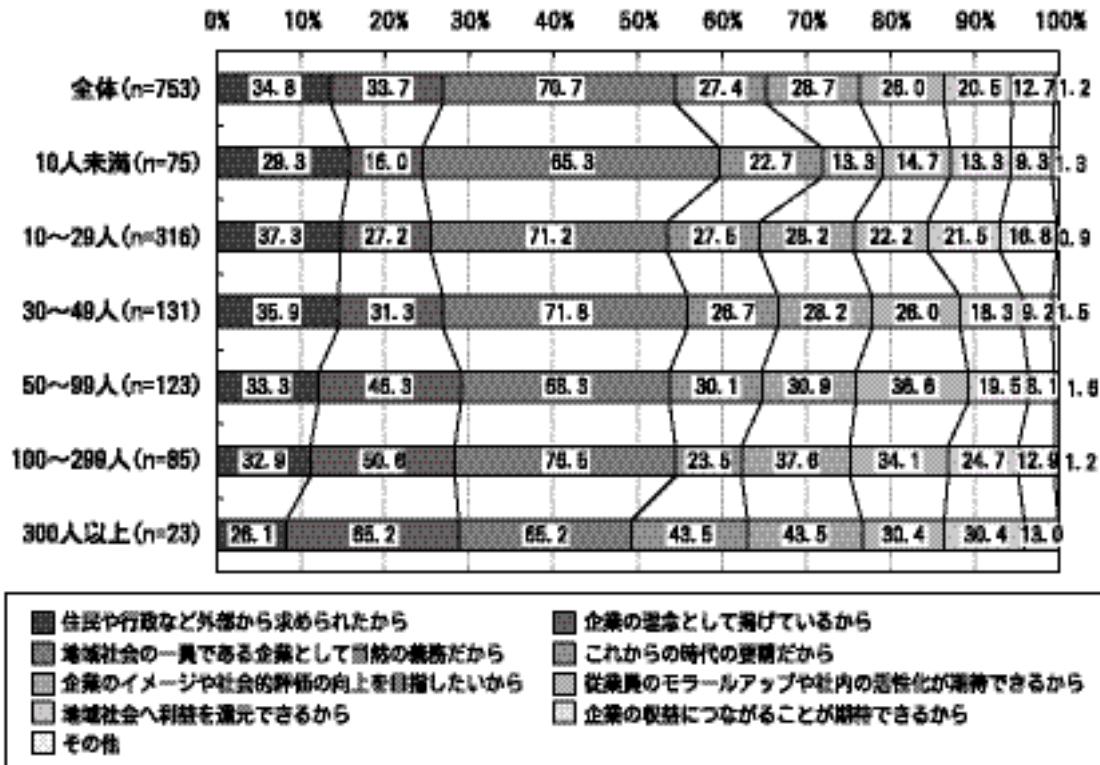
### 業種別の取り組み理由

〈取り組み理由(複数回答)〉



### 従業員数別の取り組み理由

〈取り組み理由(複数回答)〉

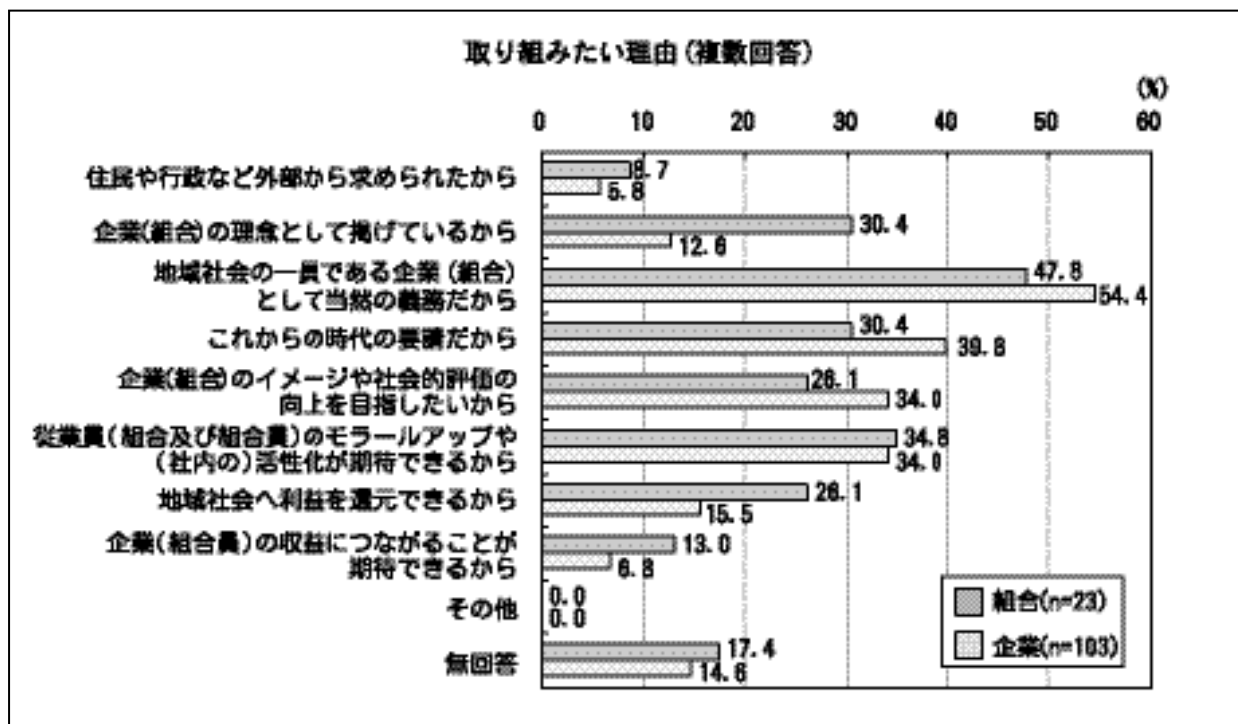


## 4. 取り組もうとする理由

実施を検討中である組合の取り組もうとする理由（複数回答）については「地域社会の一員である企業（組合）として当然の義務だから」との回答割合が47.8%と最も高く、次いで「従業員（組合及び組合員）のモラルアップや（社内の）活性化が期待できるから（34.8%）」「企業（組合）の理念として掲げているから（30.4%）」「これからの時代の要請だから（30.4%）」の順となっている。

中小企業についても「地域社会の一員である企業（組合）として当然の義務だから」との回答割合が54.4%と最も高くなっており、次いで「これからの時代の要請だから（39.8%）」「企業（組合）のイメージや社会的評価の向上を目指したいから（34.0%）」「従業員（組合及び組合員）のモラルアップや（社内の）活性化が期待できるから（34.0%）」の順となっている。なお「企業（組合）の理念として掲げているから（12.6%）」「地域社会へ利益を還元できるから（15.5%）」は組合に比べて回答割合が低くなっている。

これは問4とよく似た結果になっているものの、中小企業としては、人的・経費的には負担ではあるが、社会的要請事業に取り組むことにより、自社の事業になんらかのよい影響がもたらされることを期待しているということを示すものであろう。



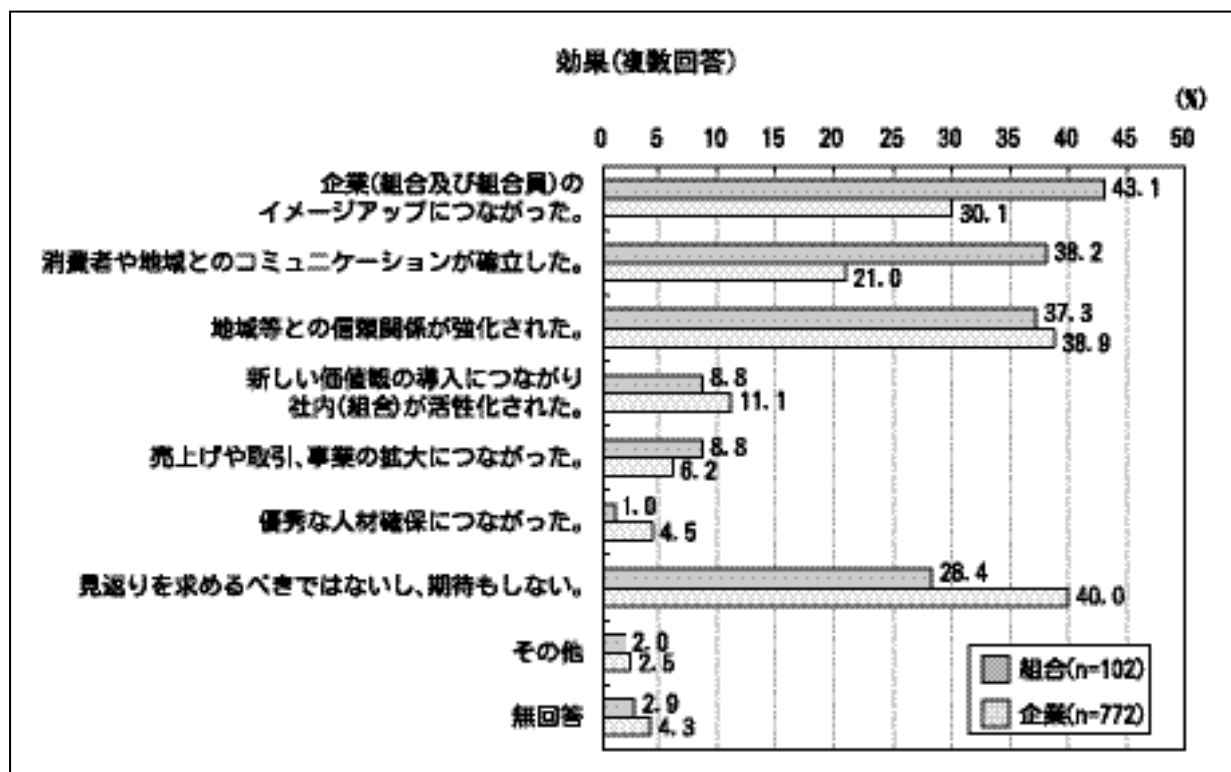
## 5 . 取り組むことによる効果

取り組むことの効果（複数回答）についてみると、組合は「企業（組合及び組合員）のイメージアップにつながった（43.1%）」「消費者や地域とのコミュニケーションが確立した（38.2%）」「地域等との信頼関係が強化された（37.3%）」といった回答が目立つ。

中小企業については「見返りを求めるべきではないし、期待もしない（40.0%）」の回答割合が最も高く、組合と異なった特徴がみられる。

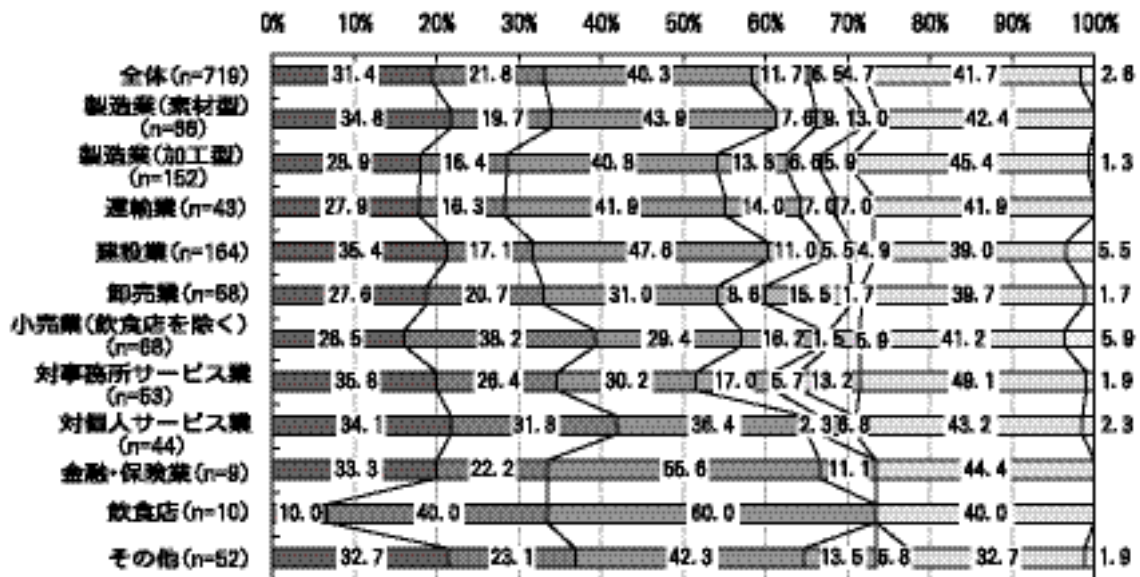
中小企業を業種別でみると、「飲食業」では「消費者や地域とのコミュニケーションが確立した（40.0%）」「地域等との信頼関係が強化された（60.0%）」との回答割合が高い。従業員数別でみると特徴的なものとして「10人未満」において半数以上が「見返りを求めるべきではないし、期待もしない（51.4%）」と回答しており、従業員数が多い企業で「地域等との信頼関係が強化された」の回答割合が高くなっている。

この結果からは、社会的要請事業を行うことが企業本来の事業に直接的な利益をもたらすことは少ないと認識していることがわかる。



### 業種別の効果

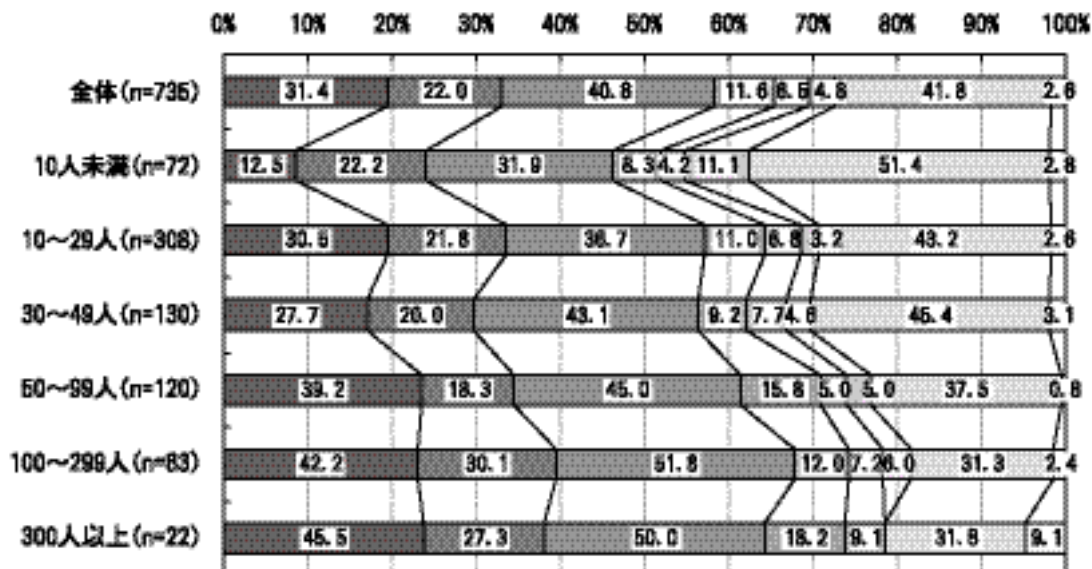
〈効果(複数回答)〉



- 企業のイメージアップにつながった。
- 地域等との信頼関係が強化された。
- 売上げや取引、事業の拡大につながった。
- 見返りを求めるべきではないし、期待もしない。
- 消費者や地域とのコミュニケーションが確立した。
- 新しい価値観の導入につながり社内に活性化された。
- 優秀な人材確保につながった。
- その他

### 従業員数別の効果

〈効果(複数回答)〉



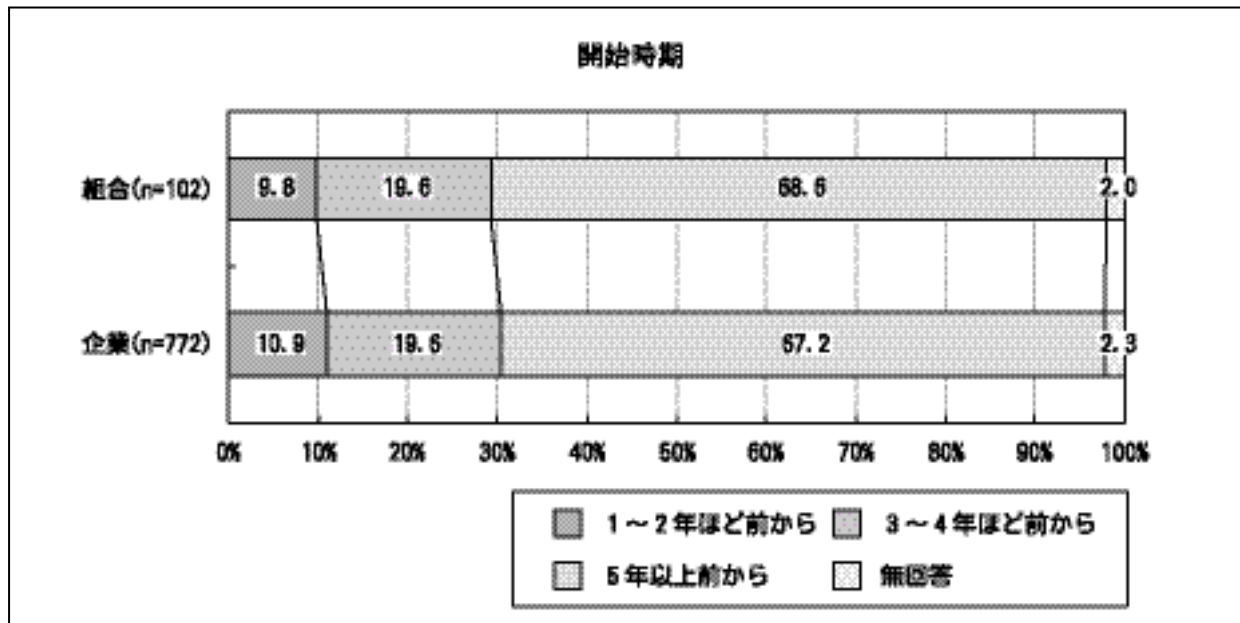
- 企業のイメージアップにつながった。
- 地域等との信頼関係が強化された。
- 売上げや取引、事業の拡大につながった。
- 見返りを求めるべきではないし、期待もしない。
- 消費者や地域とのコミュニケーションが確立した。
- 新しい価値観の導入につながり社内に活性化された。
- 優秀な人材確保につながった。
- その他

## 6 . 取り組み開始の時期

組合の取り組み開始の時期（単数回答）をみると、「5年以上前から」との回答割合が68.6%を占める一方で、「1～2年ほど前から」は9.8%に止まっている。

中小企業も「5年以上前から」との回答割合が67.2%と最も高く「1～2年ほど前から」は10.9%に止まっており、従来から継続的に取り組んでいる企業（組合）が多い。

これは多く企業もしくは組合が、ずいぶん以前から取り組みしているように感じられるが、設問2の取り組み内容のアンケート結果を見てみると、その内容の多くは、地域へ協賛・寄付行為であることを考えると納得のできる結果である。

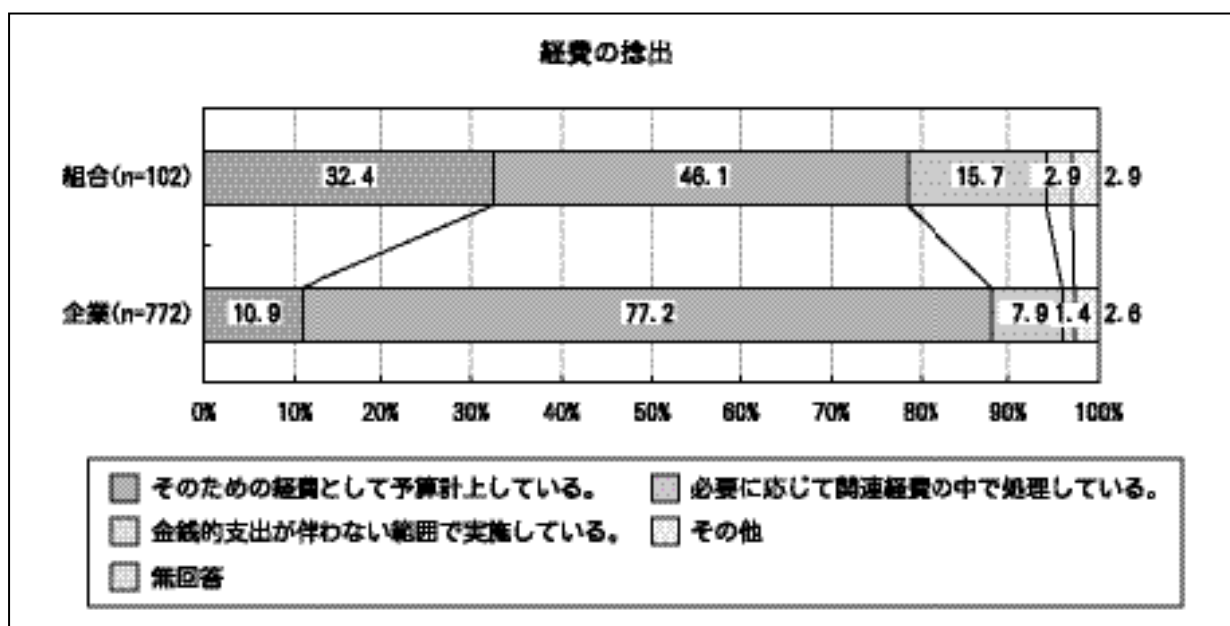


## 7. 経費の捻出方法

組合の経費の捻出方法（単数回答）をみると、「必要に応じて関連経費の中で処理している」の回答割合が46.1%と最も高く、次いで「そのための経費として予算計上している（32.4%）」が高くなっている。

中小企業については「必要に応じて関連経費の中で処理している（77.2%）」の回答割合が7割を超えており、「そのための経費として予算計上している」の回答割合は10.9%に止まっている。

このような回答となった理由としては、取り組んでいる内容が地域への協賛・寄付が多いことから、そのような経費は少額でかつ毎年決まった時期に支出されるものであり、企業にとっては経費として捻出しやすいものであるためと考えられる。



## 8. 今後の取り組み方針

今後の取り組み方針（単数回答）の組合の回答では「現状を維持していく程度に取り組む」との回答割合が8割を超えており、「今以上に取り組みを拡大していく（12.7%）」との回答割合が次いで高い。「縮小方向にもっていく」「中止にする」との回答は全くなかった。

中小企業でも「現状を維持していく程度に取り組む」との回答割合が最も高く77.6%を占めており、「今以上に取り組みを拡大していく（19.3%）」が次いで高い。「中止する」との回答はみられなかった。組合、企業ともに今後も継続的に取り組む方針を持っている特徴があるといえる。

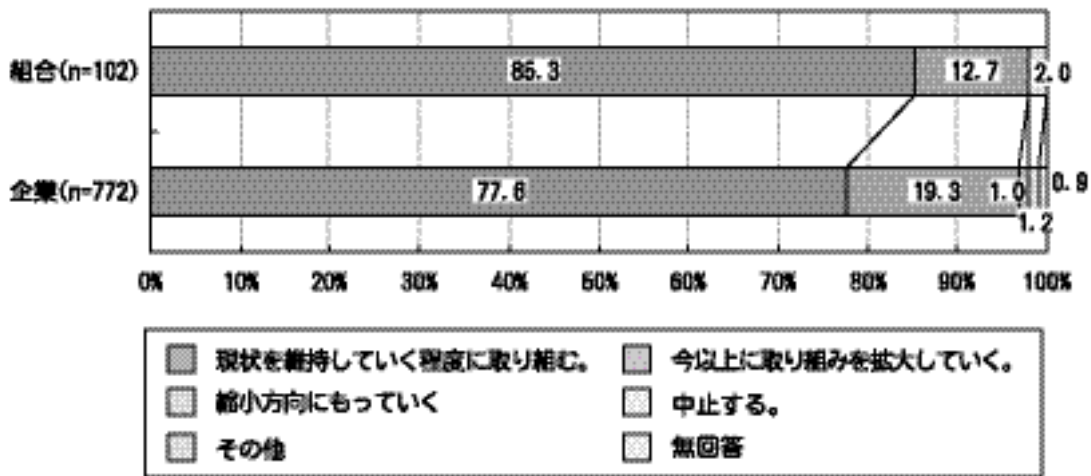
中小企業を従業員数別でみると、「300人以上」では「今以上に取り組みを拡大していく（39.1%）」との回答割合が高くなっている。

現状の社会的要請活動程度であれば、ほとんどの組合・企業ともに維持もしくは拡大の方向である。しかし、だからこそ、今後は活動内容が課題となるであろう。

そして、規模の大きい企業ほど、今以上に拡大していく方針の傾向がみられるのは、やはり現在、社会的要請活動が求められていることをひしひしと感じていることを表しているということができよう。

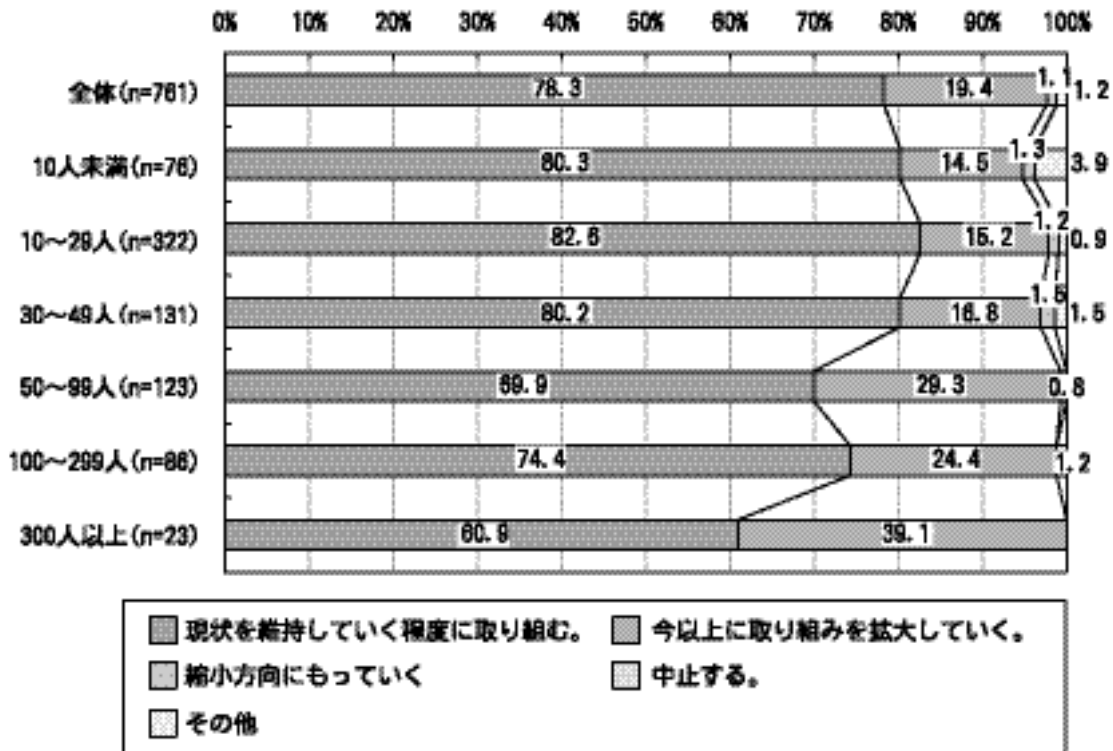


### 今後の取り組み方針



### 従業員数別の今後の取り組み方針

〈今後の取り組み方針(単数回答)〉

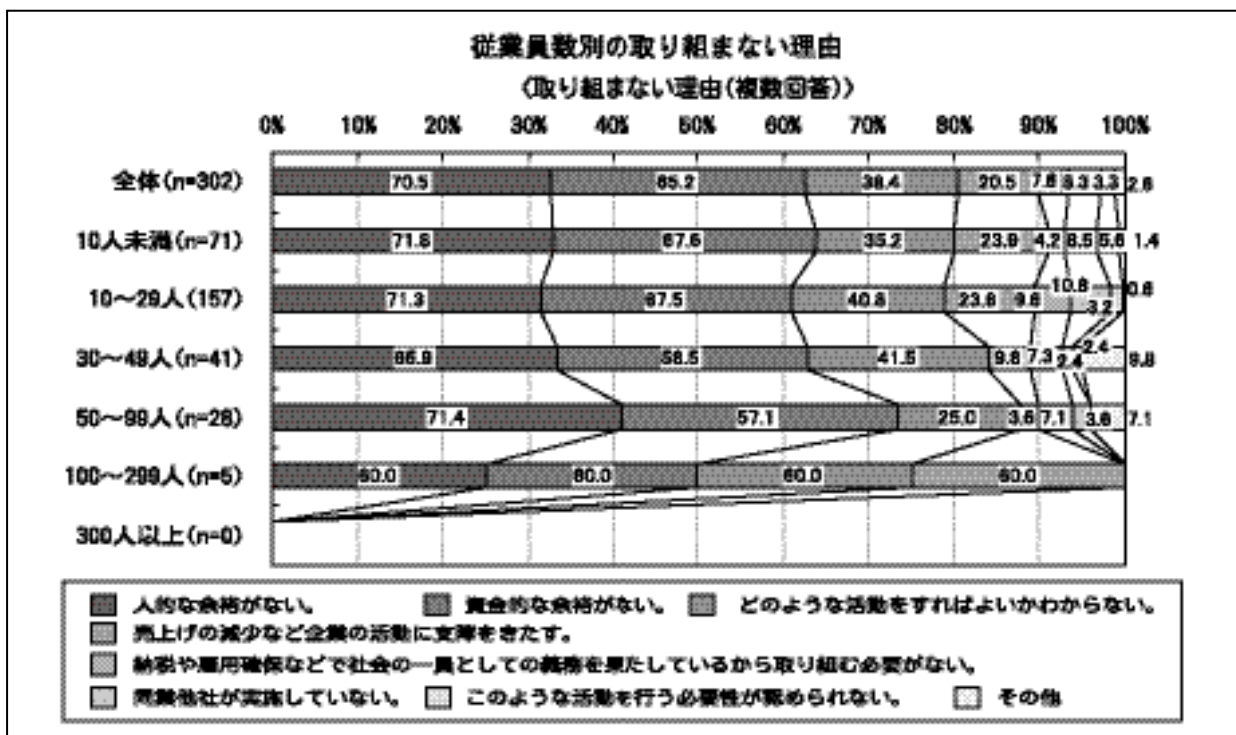
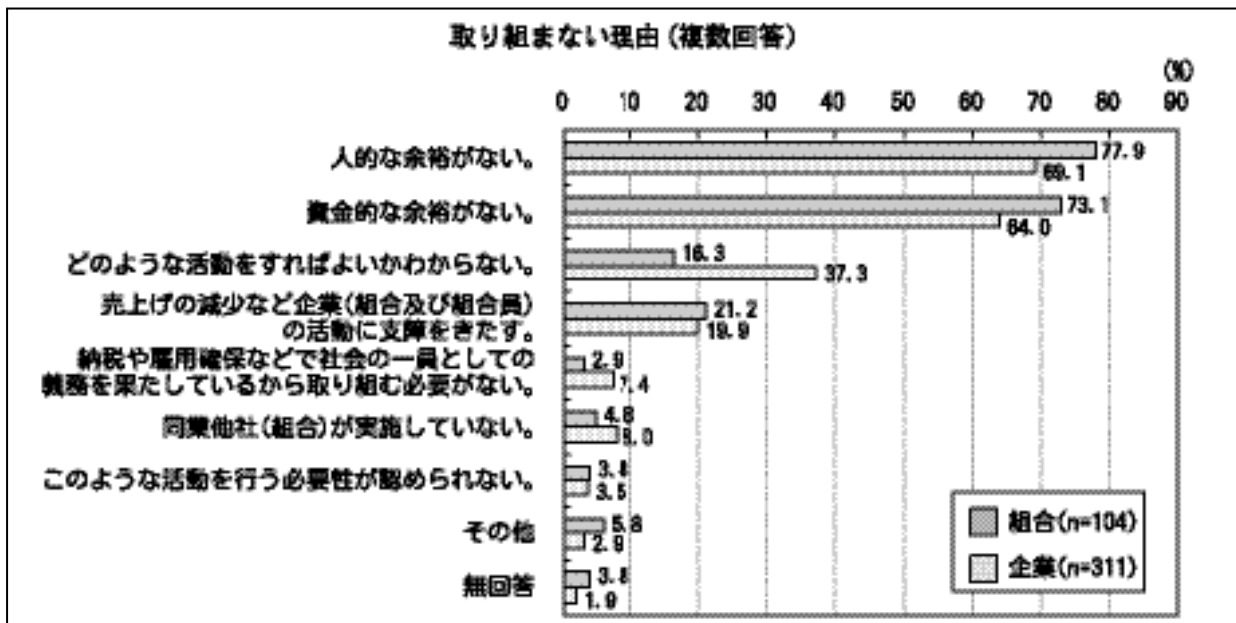


## 9. 取り組んでいない理由

取り組みのない組合の取り組んでいない理由（複数回答）をみると、「人的な余裕がない（77.9%）」、「資金的な余裕がない（73.1%）」の回答割合が特に高くなっている。

中小企業においても同様の傾向がみられるが、「どのような活動をすればよいかわからない（37.3%）」との回答割合が組合に比べ高くなっている。

この結果こそが、現在中小企業のおかれている現状を顕著にあらわしている。本業で収益を確保することが精一杯であり、とても社会的要請活動まで検討できる状況ではないというのが本音であろう。しかし、「どのような活動をすればよいかわからない」が37.3%あることから、人的・経費的負担が少ない活動であれば、取り組むことも可能となる潜在的な企業もかなりあると考えられる。



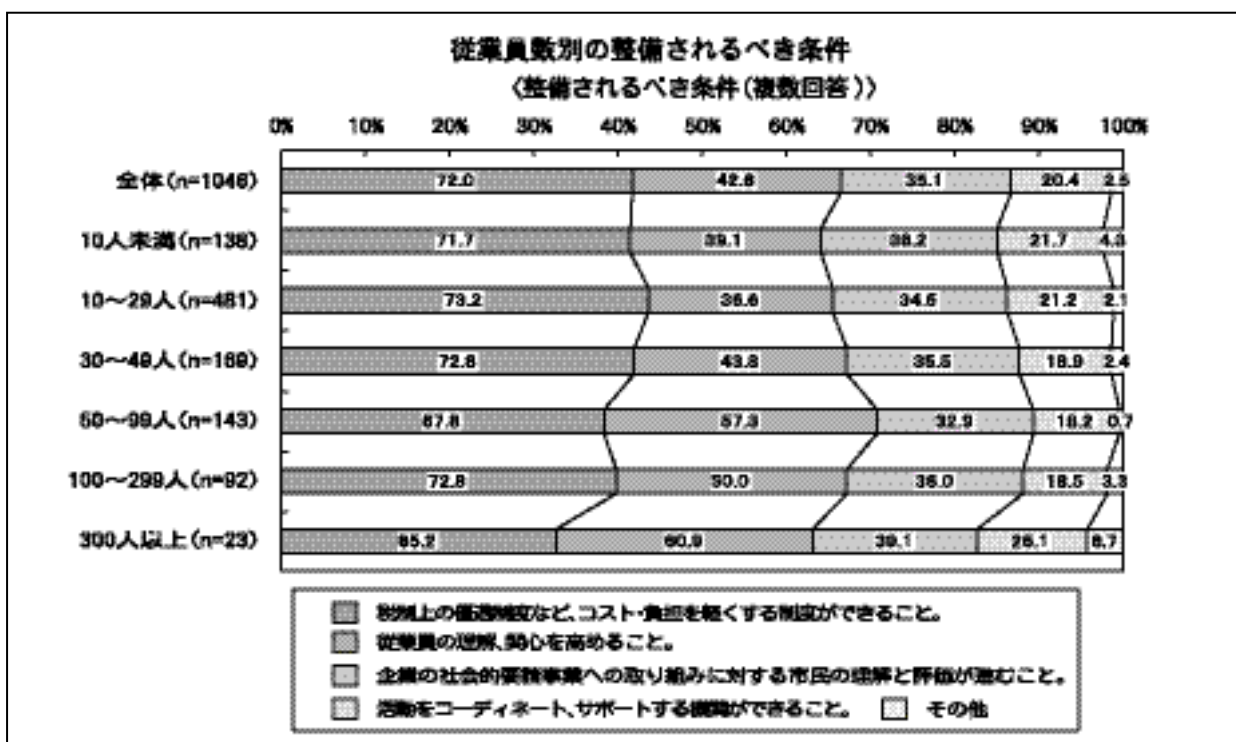
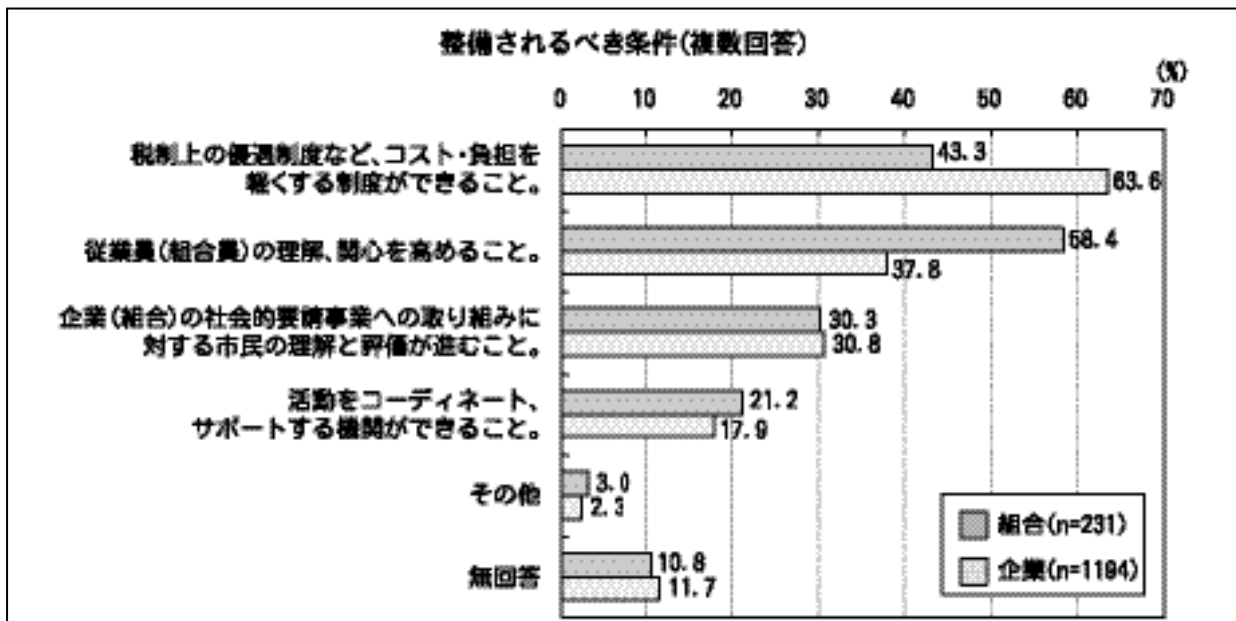


## 10. 社会的要請事業を進めるために整備されることが必要な条件

社会的要請事業を進めるために整備されることが必要な条件（複数回答）についての組合の回答は、「従業員（組合員）の理解、関心を高めること（58.4%）」が最も高く、次いで「税制上の優遇制度など、コスト・負担を軽くする制度ができること（43.3%）」となっている。

中小企業では「税制上の優遇制度など、コスト・負担を軽くする制度ができること」との回答が63.6%と最も高くなっている。

これらの結果は、これまでのアンケート結果からもうなずける内容である。社会的要請事業が人的・経費的に負担のすくないものであり、かつ事業にメリットがあると考えられるものであれば、取り組むことも検討できるわけである。



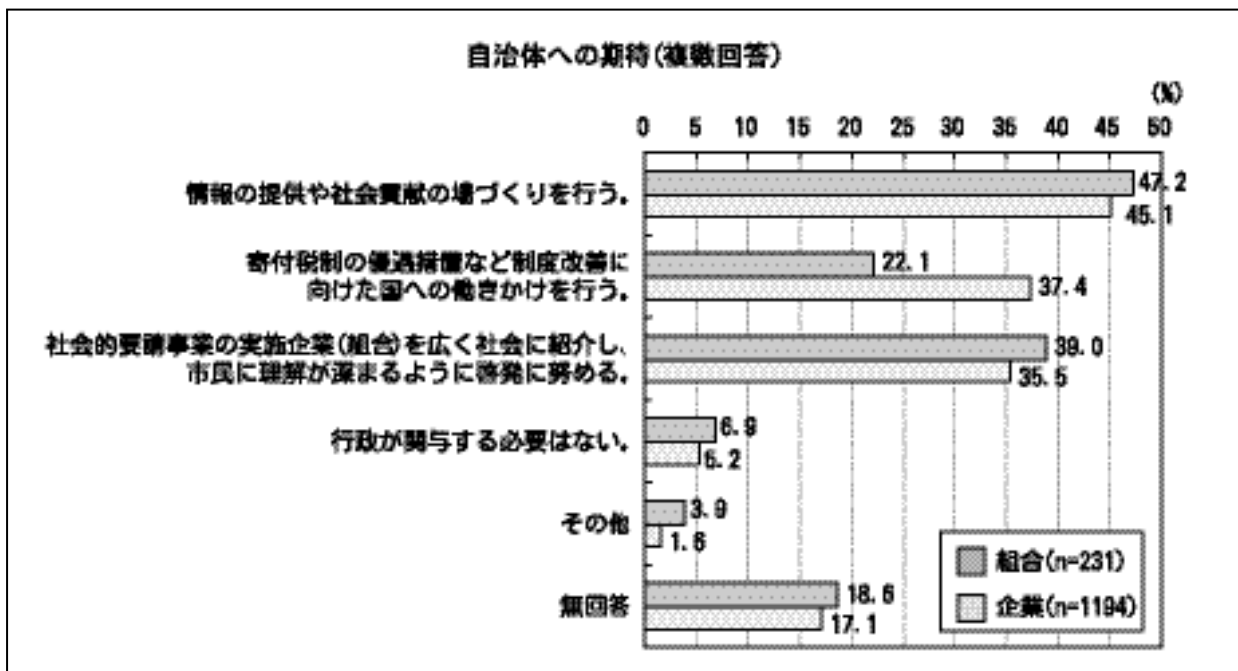
## 11 . 社会的要請事業を進めるために自治体に期待すべき役割

自治体に期待すべき役割（複数回答）については「情報の提供や社会貢献の場づくりを行う（47.2%）」との回答が最も高く、次いで「社会的要請事業の実施企業（組合）を広く社会に紹介し、市民に理解が深まるように啓発に努める（39.0%）」の回答割合が高くなっている。

中小企業も「情報の提供や社会貢献の場づくりを行う（45.1%）」との回答割合が最も高いが、「寄付税制の優遇措置など制度改善に向けた国への働きかけを行う（37.4%）」の回答割合が組合に比べ高いといった特徴がみられる。

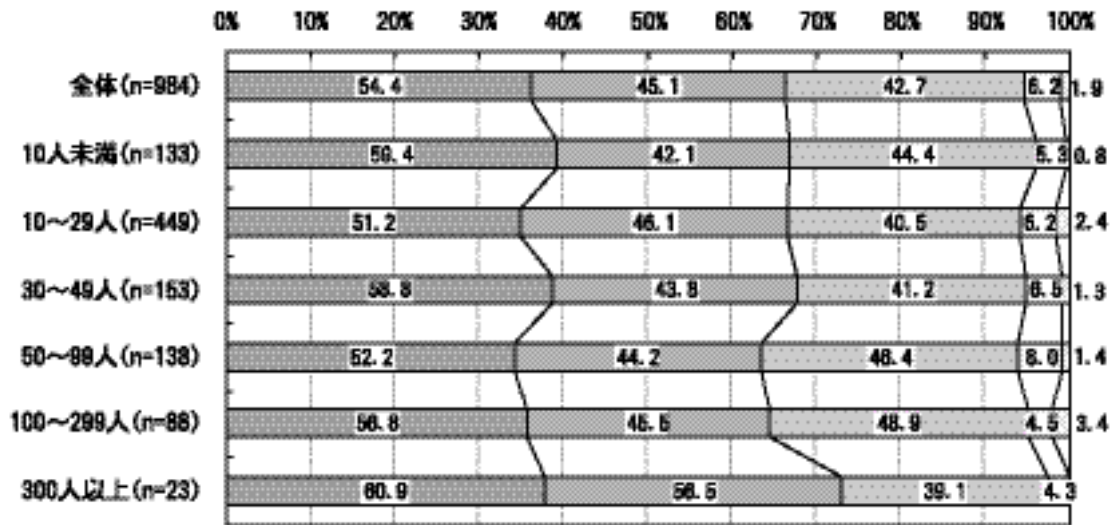
中小企業を従業員数別でみると、「300人以上」において「寄付税制の優遇措置など制度改善に向けた国への働きかけを行う（56.5%）」との回答割合が高くなっている。

この設問では、「行政が関与する必要はない」が5.2%であるという結果に注目すべきであろう。中小企業は、社会的要請事業展開のためには、行政の積極的なかわりを求めており、行政に期待する役割も多様である。しかし、どの項目も、寄付税制の制度改善要求も含め、経費を大きく要するものではなく、むしろ、「新しい公」の形成を標榜する三重県にあっては、県・市町村ともに、これらの期待に積極的に応えなければならないはずである。



### 従業員数別の自治体への期待

〈自治体への期待(複数回答)〉



- 情報の提供や社会貢献の場づくりを行う。
- 寄付税制の優遇措置など制度改善に向けた国への働きかけを行う。
- 社会的要請事業の実施企業を広く社会に紹介し、市民に理解が深まるように啓発に努める。
- 行政が関与する必要はない。
- その他

## 12. 社会的要請事業に関する意見(抜粋)

### (1) 組合の社会的要請事業についての意見

#### 取り組んでいる事業について

- ・組合としては大災害時における無償支援協定を三重県と締結、組合員挙げて市町村における災害復旧支援を行うこととしている。
- ・毎年河川愛護月間に伴う河川の清掃に参加している。
- ・GISを使った基準点、防災地図の作成など社会的要請で早急とされる業務への参加、啓発に取り組んでいきたい。

#### 取り組みについての問題点

- ・組合の運営が苦しく社会的活動に手が廻りにくいのが実状。
- ・社会に貢献出来る事があればやっていく事が望ましいが組合員の理解協力を得るのが困難、又、現状では余裕がない。
- ・郵政の民営化に伴い、当組合として複雑で過大な問題点が集積されている。
- ・組合での地域貢献には地域の方の参加が必要である。

#### その他

- ・社会的要請事業に係ることによって組合(組合員)が地域社会から認知されることで組合(組合員)に自覚が生まれ組合(組合員)のレベルアップが図られる。

### (2) 中小企業の社会的要請事業についての意見

#### 取り組んでいる事業について

ISO14001取得をきっかけに地域と環境負荷について検討、改善を行いました。環境対策はやってみると企業活動にもメリットがあるものです。
地球環境にやさしい事業運営体制作りが経営者に求められると認識。(ISO14001取得)
環境対策は取り組んでいる。その他古切手・ハガキ・テレホンカード回収も。
一部高齢者の雇用実施、留学生の受け入れは行っています。
企業が、社会、地域により、生かされている事は承知している。小企業といえども地域社会の要請にいささかなりとも貢献するのは当然。当社はわずかではあるが、地域交流の場で町内会への協力、学校への寄付の協力は実施している。又、地域防犯については、三重県レンタカー協会として警察・自治体の防犯協会の一員である。
高齢者の積極的な雇用、地域交流は実施しています。
ゴミ減量、古切手回収などは各自やってますが活動の参加などはなかなかむずかしい。
地元商業高等学校へのバーチャルカンパニー支援企業。中途退職者随時パート採用受け入れ等(但し1回3名程度まで。)
取り組んでいないとしましたが地域の盆踊りの寄付、募金活動への協力はしております。
年末共同募金とか地域の交通安全運動参加というのは社員のモラル向上や社内の交通安全運転意識の向上を目指しているもので結果的に社会への貢献につながっているにすぎない。
地域交流、社会福祉活動は少しではありますが、行っております。

## 取り組みについての問題点

協力させて頂くことは可能ですが、自社が進んで活動するという事は、人数、資金的にむずかしいと思います。
中小企業の倒産件数が減少しているが、まだまだ高い水準である。この社会的環境の中で、社会的要請事業に進んで取り組むのは大変むずかしい。(人・物・金は、どうしても必要になるがこの企業もギリギリではないか?)
親会社など大企業は大きな事業ができるため社会の評価も高い。中小企業は地元に基づいた事業しか行うことが難しい現況である。
過去に収益が大きいときは福祉、文化活動団体に寄付等を実施したが、収益の少ない現在は日本赤十字ふれあい活動等への寄付や資源ゴミのリサイクル活動等に減少している。
業績も落ちこんでいるし人的にも余裕がないので、気持的にはあるが、実際面では不可能。
下請けの中小企業です。この不況下、自社の経営でいっぱいです。とても、社会的要請事業に貢献する余裕がありません。
流通の変化が激しく、社会に対する役割は当社としても大切なこととは思いますが、今、社内改善で活動に対して「余裕」がありません。
社会的要請事業に取り組む意向は十分持っているつもりですが環境対策に多額の資金が必要で雇用関係に資金等が不十分になってきています。法的規制は企業の継続、運営活動にも影響すると思われま
観光業なのでなるべく日祭日に行事をしない様に望む。社会的事業はその日が多い。
原木等の為推肥をつくっているが販売先がないため循環しない。行政の積極的なフォローが必要である。積極的な分野とそうでない分野に差がある。
当事業に対し、見返り等期待はしないが、地域団体及び住民は企業が協力して当然のような解釈をし、協力をしていない事があれば違った話をされ、すれば逆にマイナスのイメージを他に話をするといった事が応々に感じられる。中小企業にとって世間の目は非常に気になる。
特に職場体験の依頼が多く前向きに受入れをしている。地域によって学生の対応は良いが送り出す担当教員、学校側に問題があることがあった。

## 行政等への要望

今迄地域コミュニティーの中で日常的に行われていた事柄(社会的要請事業)だと思います。コミュニティーの仕組、住民の意識の基本を考え直さなければ効果的な成果が得られないのではないのでしょうか?
結局、こういった社会的貢献は余力のある大企業が実施し、評価を得る結果になりがちではないのでしょうか。県単位で考えるのであれば、もっと県内産業の公平な成熟への働きかけをすべきだと思います。何もかも、大企業が中心なのに、都合のよい要求のように思えてなりません。
学歴が重視される中で、当社では、関連会社に於て中学卒業者を雇用しているが、行政のフォローがない為、問題も多くなっている。優遇措置等を考えるべきではないか?
規制緩和等行政面でのバックアップを期待します。
資金力にとぼしい中小企業がもっとガンバッテいける経営上のサポート(運転資金等)の整備とスピーディーな対応が必要。

環境対策、自宅のセキュリティ等、又、法定福利費と経費は増える一方です。その中で社会的要請事業に協力はむしろかしくなっています。税制の優遇措置が不可欠です。
自治体には、側面からサポートしていただきたい。
記載されている項目全て実施すれば、企業としての存続は厳しいと思われます。企業を生かす方法から社会的要請事業への取り組みに移行すれば意欲が違ってくると思います。費用対効果、give and takeはどの企業でも頭にあると思います。
行政側がもっと地域密着を考えてほしい。
行政も地域の歴史、文化、風土を教育、平等意識で行政人仲間の確保ばかり図っている。地域小企業は血の出るような努力のなかで活動しようとしている。行政で働く方々はその事を十分理解しなければなりません。行政は行政サービスというサービス業ではありませんか？
公務員がボランティア活動を一生懸命にする姿を市民に見せることが先である。
公務員の方がボランティア等を積極的にすべき見本を見せて下さい。
自社がまず精を出して利益を出すことです。年齢を問わず人を雇用することです。税金も納めることです。それが出来ない企業が多いのです。以上のことが出来るよう、まず指導して下さい。
社会的要請を積極的に行っている事業所を社会に紹介、市民の理解にとどまらず企業が率先出来る事を図る。
地域住民とコミュニケーションをもっと深め、企業活動に対する理解を得る事も大切ではないか。
歩道の真中にある視覚障害者用ブロックを有効利用している障害者を見た事がない。 unnecessaryな福祉は要らない。
ボランティアの為のボランティアをする必要はない。本当のボランティアをする教育が必要。

## そ の 他

社会的要請事業は企業としてあたり前に行う事です。
業界（メーカー、協会等）が積極的に取り組んでいる為可能な限り参加していきたくと思います。
この調査票をいただき、概念の所を見て初めて知らないうちに取り組んでいることがわかりました。当社は人的にも賃金的にも余裕がありませんが出来ることからこれからも取り組んでいきたいと考えております。
自社のできる範囲内での協力を続ける考えです。
独自での活動はむしろかしく、メーカー、協会等といった取り組み可能な方向で参加していきたくと思います。
「取り組んでいない」がそのような活動は事業にすでにある程度関係していると思う。
利益を重視しては出来ない。従業員のモラルアップにつながると思います。
今の国（社会）等、県、市等が矛盾している事が多く、あまり感心出来るものではない。しかしながら、本当に考えなくてはならない事が多く、なにを心がけて行くのか、これからどうしたら良いのかを考えていきたいと思えます。
世の中というのはマスコミを筆頭として「その時の一時的なものをとりあげる」ばかりである。こういう取り組みは、はででなく継続してひっそりとやっていることに本当の価値がある。



## 2 .取り組み機会の提供

### 《企業・組合・自治体との協議の場の設定》

企業市民の役割として社会的要請事業の必要性を認識している中小企業・組合もアンケートでは見受けられた。しかし、その具体的な活動やその方法、また、一中小企業の力では、思い通りの社会貢献事業を行うことは厳しい状況が浮き彫りにされた。

規模の小さい企業ほど、個別で、単体で、単独で、社会的要請事業に取り組みをしていくには、人的経費的負担も大きく、その事業実施には限界がある。そこで、同業者組合の組織や同じ地域内の中小企業群が協力することで、評価できる社会要請事業に取り組む手段を検討する必要がある。

そこで、地元と深く結びついている中小企業や組合に対して社会的要請事業の活動の場を提供することが必要である。すなわち、特定の地域内で自治体、企業・組合、住民が解決すべき課題を検討し、解決に向けての事業を『社会的要請事業』活動として立ち上げるのである。

それは、企業サイドがお金だけを出すことを目的としたものではなく、例えば、地域内で災害が発生した場合の各主体の役割や、隣接した地域の応援体制や復旧支援などの対応を検討していく。これは、準備さえしておけば、非日常的であるが故に企業側にも負担にはならない。また、地域内の防犯に対しての協力体制などを検討することなども考えられる。これらの地域課題を掘り起こし、解決に向けて何ができるか検討する場に、組合としてあるいは、中小企業群として参加することが何よりも重要なのである。

## 3 .社会貢献活動に対する評価の確立

### 《貢献活動の評価》

アンケート調査では、地域行事への寄付や協賛による社会貢献の割合が多いのが目立った。これを真の社会的要請事業と考えるには疑問の残るところではあるが、現実にこのような活動が広範に行われていることは事実である。

それならば、この寄付行為等が本当に社会的要請事業として認められ、そして、金を出した企業側が、その資金使途が明確に把握でき、その効果を納得できる仕組みを検討することが必要となる。

これまでは、陰徳を積むこと、すなわち、「お金は出すが、口は出さない」という考え方が企業側にもあったかもしれない。しかし、「新しい公」の形成のためには、これからは、「お金は出すが、口も出す」という形で、その資金が地域社会へきちんと役立てられているかどうかを、寄付や助成をうける団体にも説明責任を負ってもらう必要がある。このことは、寄付や協賛行為を社会的要請事業として、地域社会から正當に評価されることにつながるのである。

### 《時代の半歩先いく価値をひろめる》

これは今の時代に求められている企業が本来の事業活動の一環として取り組んでいる社会的要請活動を正當に評価し、その活動をひろめていくことである。

例えば、環境問題ではISO14000シリーズの取得。インターンシップ制度を本来あるべき、学生が一定期間企業等の中で研修生として働き、自分の将来に関連のある就業体験を行うことができるような取り組み。地元の地域に限定しない、途上国との間に公正な貿易を求めるフェアトレードなどの国際協力。

県内には、このような取り組みを社会的要請活動として明確に位置づけている企業も多くみられる。

個々の企業は勿論のこと、組合や業界団体、中央会等を通じて、各種取り組み事例を広くPRすることにより、各企業の取り組みを県内の消費者に知ってもらうことは、企業価値を高める観点からも重要である。



# 資料編

## 1. 集計結果

### (1) アンケート単純集計（組合）

・組合の概要について

組織形態

( S A )

	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	産地組合	2	0.9	0.9
2	下請組合	1	0.4	0.4
3	系列型組合	0	0	0
4	工場団地組合	6	2.6	2.7
5	卸商業団地組合	3	1.3	1.3
6	流通団地組合	4	1.7	1.8
7	共同工場組合	2	0.9	0.9
8	商店街組合	15	6.5	6.7
9	共同店舗組合	10	4.3	4.5
10	連鎖化組合	0	0	0
11	カード組合	4	1.7	1.8
12	共済専門型組合	0	0	0
13	金融専門型組合	3	1.3	1.3
14	福祉専門型組合	0	0	0
15	地域型組合	1	0.4	0.4
16	環境対応型組合	4	1.7	1.8
17	同業種網羅型組合	31	13.4	13.9
18	同業種同志型組合	116	50.2	52
19	異業種連携組合	2	0.9	0.9
20	異業種組合	3	1.3	1.3
21	その他の組合	16	6.9	7.2
	無回答	8	3.5	
	サンプル数（%ベース）	231	100	223

組合員数

( S A )

	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	5人未満	23	10	10.1
2	5～9人	46	19.9	20.2
3	10～19人	38	16.5	16.7
4	20～49人	61	26.4	26.8
5	50～99人	31	13.4	13.6
6	100人以上	29	12.6	12.7
	無回答	3	1.3	
	サンプル数（%ベース）	231	100	228

組合の地区

( S A )

	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	三重県を含む複数都道府県	8	3.5	3.6
2	三重県一円	69	29.9	31.1
3	複数市町村	57	24.7	25.7
4	単一市町村	64	27.7	28.8
5	1市町村未満	22	9.5	9.9
6	その他	2	0.9	0.9
	無回答	9	3.9	
	サンプル数(%ベース)	231	100	222

・社会的要請事業の取り組み状況

設問1) 取り組み状況

( S A )

	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	取り組んでいる。	102	44.2	44.5
2	取り組んでいないが、実施を検討中である。	23	10	10
3	取り組んでいない。	104	45	45.4
	無回答	2	0.9	
	サンプル数(%ベース)	231	100	229

・設問1)で「取り組んでいる。」「取り組んでいないが、実施を検討中である。」と回答の組合

設問2) 取り組んでいる・検討している事業

( M A )

	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	省資源、ゴミの減量、リサイクルの推進等省エネルギー活動	49	39.2	43.8 2
2	地球環境に配慮した商品の販売、技術の開発、サービスの提供	27	21.6	24.1 3
3	緑化の推進	20	16	17.9
4	福祉施設等への寄付・寄贈・慰問・奉仕活動	22	17.6	19.6
5	チャリティ活動の実施による寄付、寄贈	11	8.8	9.8
6	ボランティア団体・NPO・NGOへの支援	7	5.6	6.3
7	社会的弱者に配慮した商品やサービスの開発・提供(ユニバーサルデザインへの配慮)	5	4	4.5
8	地域の防犯・防災、災害への支援	26	20.8	23.2
9	募金活動への支援・協力	22	17.6	19.60
10	地域の祭りやイベント等への協賛・寄付	74	59.2	66.1
11	町内会・自治会活動への参加・協力	25	20	22.3
12	地元での清掃・美化活動等	26	20.8	23.2
13	組合等の施設の開放	19	15.2	17
14	講演会・コンサート・スポーツイベント等への開催・協賛	20	16	17.9
15	学校への寄付・寄贈	2	1.6	1.8
16	奨学金・育英資金等の提供	1	0.8	0.9
17	学術研究の支援・協力	3	2.4	2.7
18	美術館・博物館・図書館の設置	0	0	0
19	男女共同参画社会を目指した社内制度・法規の制定・見直し	5	4	4.5

	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
20	女性の幹部職への積極的な登用	4	3.2	3.6
21	女性の就労機会の増大、職業訓練等の充実	6	4.8	5.4
22	出産・育児休暇取得の奨励	4	3.2	3.6
23	高齢者・障害者の積極的な雇用	15	12	13.4
24	留学生の受け入れ等国際交流事業への支援	6	4.8	5.4
25	従業員に対するボランティア休暇制度(休職制度)の導入	0	0	0
26	市民団体等の活動への支援・協力	18	14.4	16.1
27	組合施設見学会の受け入れ	14	11.2	12.5
28	学生の就業体験学習の受け入れ	15	12	13.4
29	古切手・ハガキ・テレホンカードの回収	12	9.6	10.7
30	組合内での社会貢献活動顕彰制度の運営	1	0.8	0.9
31	公益のための社会通報制度	1	0.8	0.9
32	組合内倫理基準の公表	0	0	0
	無回答	13	10.4	
	サンプル数(%ベース)	125	100	112

・設問1)で「取り組んでいる。」と回答の組合

設問3)取り組み理由

(MA)

	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	住民や行政など外部から求められたから	37	36.3	36.6
2	組合の理念として掲げているから	27	26.5	26.7
3	地域社会の一員である組合として当然の義務だから	63	61.8	62.4
4	これからの時代の要請だから	22	21.6	21.8
5	組合のイメージや社会的評価の向上を目指したいから	36	35.3	35.6
6	組合及び組合員のモラルアップや活性化が期待できるから	25	24.5	24.8
7	地域社会へ利益を還元できるから	18	17.6	17.8
8	組合員の収益につながる事が期待できるから	25	24.5	24.8
9	その他	0	0	0
	無回答	1	1	
	サンプル数(%ベース)	102	100	101

設問4)効果

(MA)

	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	組合及び組合員のイメージアップにつながった。	44	43.1	44.4
2	消費者や地域とのコミュニケーションが確立した。	39	38.2	39.4
3	地域等との信頼関係が強化された。	38	37.3	38.4
4	新しい価値観の導入につながり組合が活性化された。	9	8.8	9.1
5	売上げや取引、事業の拡大につながった。	9	8.8	9.1
6	優秀な人材確保につながった。	1	1	1
7	見返りを求めるべきではないし、期待もしない。	29	28.4	29.3
8	その他	2	2	2
	無回答	3	2.9	
	サンプル数(%ベース)	102	100	99

## 設問 5 ) 開始時期

( S A )

	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	1～2年ほど前から	10	9.8	10
2	3～4年ほど前から	20	19.6	20
3	5年以上前から	70	68.6	70
	無回答	2	2	
	サンプル数(%ベース)	102	100	100

## 設問 6 ) 経費の捻出

( S A )

	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	そのための経費として予算計上している。	33	32.4	33.3
2	必要に応じて関連経費の中で処理している。	47	46.1	47.5
3	金銭的支出が伴わない範囲で実施している。	16	15.7	16.2
4	その他	3	2.9	3
5	無回答	3	2.9	
	サンプル数(%ベース)	102	100	99

## 設問 7 ) 今後の取り組み方針

( S A )

	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	現状を維持していく程度に取り組む。	87	85.3	85.3
2	今以上に取り組みを拡大していく。	13	12.7	12.7
3	縮小方向にもっていく	0	0	0
4	中止する。	0	0	0
5	その他	2	2	2
	無回答	0	0	
	サンプル数(%ベース)	102	100	102

- ・設問 1 ) で「取り組んでいないが、実施を検討中である。」と回答の組合

## 設問 8 ) 取り組みたい理由

( M A )

	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	住民や行政など外部から求められたから	2	8.7	10.5
2	組合の理念として掲げているから	7	30.4	36.8
3	地域社会の一員である組合として当然の義務だから	11	47.8	57.9
4	これからの時代の要請だから	7	30.4	36.8
5	組合のイメージや社会的評価の向上を目指したいから	6	26.1	31.6
6	組合及び組合員のモラルアップや活性化が期待できるから	8	34.8	42.1
7	地域社会へ利益を還元できるから	6	26.1	31.6
8	組合員の収益につながることを期待できるから	3	13	15.8
9	その他	0	0	0
	無回答	4	17.4	
	サンプル数(%ベース)	23	100	19

・設問1)で「取り組んでいない。」と回答の組合

設問9) 取り組まない理由

(MA)

	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	人的な余裕がない。	81	77.9	81
2	資金的な余裕がない。	76	73.1	76
3	どのような活動をすればよいかわからない。	17	16.3	17
4	売上げの減少など組合及び組合員の活動に支障をきたす。	22	21.2	22
5	納税や雇用確保などで社会の一員としての義務を果たしているから取り組む必要がない。	3	2.9	3
6	同業他組合が実施していない。	5	4.8	5
7	このような活動を行う必要性が認められない。	4	3.8	4
8	その他	6	5.8	6
	無回答	4	3.8	
	サンプル数(%ベース)	104	100	100

・社会的要請事業を進めるため、整備されるべき条件・自治体への期待

設問10) 整備されるべき条件

(MA)

	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	税制上の優遇制度など、コスト・負担を軽くする制度ができること。	100	43.3	48.5
2	組合員の理解、関心を高めること。	135	58.4	65.5
3	組合の社会的要請事業への取り組みに対する市民の理解と評価が進むこと。	70	30.3	34
4	活動をコーディネート、サポートする機関ができること。	49	21.2	23.8
5	その他	7	3	3.4
	無回答	25	10.8	
	サンプル数(%ベース)	231	100	206

設問11) 自治体への期待

(MA)

	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	情報の提供や社会貢献の場づくりを行う。	109	47.2	58
2	寄付税制の優遇措置など制度改善に向けた国への働きかけを行う。	51	22.1	27.1
3	社会的要請事業の実施組合を広く社会に紹介し、市民に理解が深まるように啓発に努める。	90	39	47.9
4	行政が関与する必要はない。	16	6.9	8.5
5	その他	9	3.9	4.8
	無回答	43	18.6	
	サンプル数(%ベース)	231	100	188

(2) アンケート単純集計(中小企業)

・企業の概要について

業種

( S A )

	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1・1	製造業(素材型)	103	8.6	8.9
1・2	製造業(加工型)	238	19.9	20.6
2	運輸業	82	6.9	7.1
3	建設業	273	22.9	23.6
4	卸売業	115	9.6	9.9
5	小売業(飲食店を除く)	95	8.0	8.2
6	対事務所サービス業	81	6.8	7.0
7	対個人サービス業	68	5.7	5.9
8	金融・保険業	11	0.9	0.9
9	飲食店	12	1.0	1.0
10	その他	80	6.7	6.9
	無回答	36	3.0	
	サンプル数(%ベース)	1194	100.0	1158.0

従業員数

( S A )

	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	10人未満	160	13.4	13.5
2	10～29人	539	45.1	45.6
3	30～49人	193	16.2	16.3
4	50～99人	166	13.9	14.0
5	100～299人	101	8.5	8.5
6	300人以上	24	2.0	2.0
	無回答	11	0.9	
	サンプル数(%ベース)	1194	100.0	1183.0

売上高

( S A )

	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	1,000万円未満	10	0.8	0.9
2	1,000万円以上5,000万円未満	47	3.9	4.0
3	5,000万円以上1億円未満	85	7.1	7.3
4	1億円以上5億円未満	501	42.0	42.8
5	5億円以上10億円未満	216	18.1	18.5
6	10億円以上	311	26.0	26.6
	無回答	24	2.0	
	サンプル数(%ベース)	1194	100.0	1170.0

・社会的要請事業の取り組み状況

設問1) 取り組み状況

( S A )

	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	取り組んでいる。	772	64.7	65.1
2	取り組んでいないが、実施を検討中である。	103	8.6	8.7
3	取り組んでいない。	311	26.0	26.2
	無回答	8	0.7	
	サンプル数(%ベース)	1194	100.0	1186.0

・設問1)で「取り組んでいる。」「取り組んでいないが、実施を検討中である。」と回答の企業

設問2) 取り組んでいる・検討している事業

( M A )

	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	省資源、ゴミの減量、リサイクルの推進等省エネルギー活動	496	56.7	62.9
2	地球環境に配慮した商品の販売、技術の開発、サービスの提供	175	20.0	22.2
3	緑化の推進	110	12.6	13.9
4	福祉施設等への寄付・寄贈・慰問・奉仕活動	180	20.6	22.8
5	チャリティ活動の実施による寄付、寄贈	104	11.9	13.2
6	ボランティア団体・NPO・NGOへの支援	103	11.8	13.1
7	社会的弱者に配慮した商品やサービスの開発・提供(ユニバーサルデザインへの配慮)	48	5.5	6.1
8	地域の防犯・防災、災害への支援	172	19.7	21.8
9	募金活動への支援・協力	269	30.7	34.1
10	地域の祭りやイベント等への協賛・寄付	577	65.9	73.1
11	町内会・自治会活動への参加・協力	320	36.6	40.6
12	地元での清掃・美化活動等	302	34.5	38.3
13	自社施設の開放	54	6.2	6.8
14	講演会・コンサート・スポーツイベント等への開催・協賛	153	17.5	19.4
15	学校への寄付・寄贈	106	12.1	13.4
16	奨学金・育英資金等の提供	20	2.3	2.5
17	学術研究の支援・協力	22	2.5	2.8
18	美術館・博物館・図書館の設置	7	0.8	0.9
19	男女共同参画社会を目指した社内制度・法規の制定・見直し	117	13.4	14.8
20	女性の幹部職への積極的な登用	118	13.5	15.0
21	女性の就労機会の増大、職業訓練等の充実	88	10.1	11.2
22	出産・育児休暇取得の奨励	135	15.4	17.1
23	高齢者・障害者の積極的な雇用	271	31.0	34.3
24	留学生の受け入れ等国際交流事業への支援	38	4.3	4.8
25	従業員に対するボランティア休暇制度(休職制度)の導入	14	1.6	1.8
26	市民団体等の活動への支援・協力	85	9.7	10.8
27	事業所見学(工場見学会)の受け入れ	139	15.9	17.6
28	学生の就業体験学習の受け入れ	216	24.7	27.4
29	古切手・ハガキ・テレフォンカードの回収	162	18.5	20.5
30	事業所内での社会貢献活動顕彰制度の運営	6	0.7	0.8
31	公益のための社会通報制度	4	0.5	0.5
32	社内倫理基準の公表	21	2.4	2.7
	無回答	86	9.8	
	サンプル数(%ベース)	875	100.0	789.0

・設問1)で「取り組んでいる。」と回答の企業

設問3)取り組み理由

(MA)

	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	住民や行政など外部から求められたから	264	34.2	34.9
2	企業の理念として掲げているから	255	33.0	33.7
3	地域社会の一員である企業として当然の義務だから	534	69.2	70.5
4	これからの時代の要請だから	207	26.8	27.3
5	企業のイメージや社会的評価の向上を目指したいから	217	28.1	28.7
6	従業員のモラルアップや社内の活性化が期待できるから	197	25.5	26.0
7	地域社会へ利益を還元できるから	154	19.9	20.3
8	企業の収益につながることを期待できるから	97	12.6	12.8
9	その他	9	1.2	1.2
	無回答	15	1.9	
	サンプル数(%ベース)	772	100.0	757.0

設問4)効果

(MA)

	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	企業のイメージアップにつながった。	232	30.1	31.4
2	消費者や地域とのコミュニケーションが確立した。	162	21.0	21.9
3	地域等との信頼関係が強化された。	300	38.9	40.6
4	新しい価値観の導入につながり社内が活性化された。	86	11.1	11.6
5	売上げや取引、事業の拡大につながった。	48	6.2	6.5
6	優秀な人材確保につながった。	35	4.5	4.7
7	見返りを求めるべきではないし、期待もしない。	309	40.0	41.8
8	その他	19	2.5	2.6
	無回答	33	4.3	
	サンプル数(%ベース)	772	100.0	739.0

設問5)開始時期

(SA)

	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	1～2年ほど前から	84	10.9	11.1
2	3～4年ほど前から	151	19.6	20.0
3	5年以上前から	519	67.2	68.8
	無回答	18	2.3	
	サンプル数(%ベース)	772	100.0	754.0

設問6)経費の捻出

(SA)

	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	そのための経費として予算計上している。	84	10.9	11.2
2	必要に応じて関連経費の中で処理している。	596	77.2	79.3
3	金銭的支出が伴わない範囲で実施している。	61	7.9	8.1
4	その他	11	1.4	1.5
	無回答	20	2.6	
	サンプル数(%ベース)	772	100.0	752.0



設問7) 今後の取り組み方針

( S A )

	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	現状を維持していく程度に取り組む。	599	77.6	78.3
2	今以上に取り組みを拡大していく。	149	19.3	19.5
3	縮小方向にもっていく	8	1.0	1.0
4	中止する。	0	0.0	0.0
5	その他	9	1.2	1.2
	無回答	7	0.9	
	サンプル数(%ベース)	772	100.0	765.0

・設問1)で「取り組んでいないが、実施を検討中である。」と回答の企業

設問8) 取り組みたい理由

( M A )

	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	住民や行政など外部から求められたから	6	5.8	6.8
2	企業の理念として掲げているから	13	12.6	14.8
3	地域社会の一員である企業として当然の義務だから	56	54.4	63.6
4	これからの時代の要請だから	41	39.8	46.6
5	企業のイメージや社会的評価の向上を目指したいから	35	34.0	39.8
6	従業員のモラルアップや社内の活性化が期待できるから	35	34.0	39.8
7	地域社会へ利益を還元できるから	16	15.5	18.2
8	企業の収益につながる事が期待できるから	7	6.8	8.0
9	その他	0	0.0	0.0
	無回答	15	14.6	
	サンプル数(%ベース)	103	100.0	88.0

・設問1)で「取り組んでいない。」と回答の企業

設問9) 取り組まない理由

( M A )

	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	人的な余裕がない。	215	69.1	70.5
2	資金的な余裕がない。	199	64.0	65.2
3	どのような活動をすればよいかわからない。	116	37.3	38.0
4	売上げの減少など企業の活動に支障をきたす。	62	19.9	20.3
5	納税や雇用確保などで社会の一員としての義務を果たしているから取り組む必要がない。	23	7.4	7.5
6	同業他社が実施していない。	25	8.0	8.2
7	このような活動を行う必要性が認められない。	11	3.5	3.6
8	その他	9	2.9	3.0
	無回答	6	1.9	
	サンプル数(%ベース)	311	100.0	305.0

・社会的要請事業を進めるため、整備されるべき条件・自治体への期待

設問10) 整備されるべき条件

( M A )

	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	税制上の優遇制度など、コスト・負担を軽くする制度ができること。	759	63.6	72.0
2	従業員の理解、関心を高めること。	451	37.8	42.8
3	企業の社会的要請事業への取り組みに対する市民の理解と評価が進むこと。	368	30.8	34.9
4	活動をコーディネート、サポートする機関ができること。	214	17.9	20.3
5	その他	27	2.3	2.6
	無回答	140	11.7	
	サンプル数(%ベース)	1194	100.0	1054.0

設問11) 自治体への期待

( M A )

	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	情報の提供や社会貢献の場づくりを行う。	538	45.1	54.3
2	寄付税制の優遇措置など制度改善に向けた国への働きかけを行う。	447	37.4	45.2
3	社会的要請事業の実施企業を広く社会に紹介し、市民に理解が深まるように啓発に努める。	424	35.5	42.8
4	行政が関与する必要はない。	62	5.2	6.3
5	その他	19	1.6	1.9
	無回答	204	17.1	
	サンプル数(%ベース)	1194	100.0	990.0

## 2 . その他の選択項目の記入内容( 抜粋 )

---

### ( 組 合 )

設問2 ) 取り組んでいる・検討している事業の内容

- ・福祉施設でつくられている商品を手数料なしで販売している。
- ・家屋解体の時に施主から処分を依頼される。家庭用品の中で使える物もあるのでその活用について取り組みたいが保管場所、経費がない。
- ・環境に優しい自動車関連事業場三重県推進協議会団体加入、自動車整備、板金作業で発生するエアバック、フロン油、廃部品等適正に処理されている事業場表彰と指導・自動車リサイクル部品の推進指導。
- ・公共施設への木材の導入。
- ・交通事故抑止のための広報・啓発活動を積極的に実施している。
- ・子どもの居場所づくり、新プラン地域の子ども教室推進事業( H16年5月に文部科学省、農林水産省の委託事業として認可された )。

設問6 ) 経費の捻出方法

- ・国庫補助金。
- ・参加各社が自主的に行う。

設問9 ) 取り組んでいない理由

- ・組合員個々の企業では、若干内容が違うかもしれない。・組合の目的としていないので。

設問10) 社会的要請事業を進めるために整備されることが必要な条件

- ・厳しい現状では難しい。
- ・行政医療機関の協力。
- ・組合の力が弱いので、現在の事業をやることで精一杯で余力がない。
- ・資金援助。
- ・当連合会の体制が一人立ち出来る体制となること。

設問11) 社会的要請事業を進めるために自治体に期待すべき役割

- ・行政の援助は継続する必要がある。
- ・税の負担が多くなるから行政が自主的にやればよいと思う。

## （中小企業）

### 設問2）取り組んでいる・検討している事業の内容

- ・リサイクルについてはスラグ（鉄を製造する過程で発生する副産物）の使用を行っている。
- ・環境に配慮した商品販売では新築住宅での提案を行っている。チャリティ活動ではアグネスチャリティ募金をしている。市民団体への支援では協議会等への参加をしている。
- ・ISO14001やISO9001の取得。
- ・ISOコンサルティング事業を行うことにより社員1人1人が認識をもった。自営業界で全国初のISO14001の認承を取得した。
- ・アイドリング・ストップ。
- ・エコはがきへのはがき代補助。
- ・紙、ダンボール町内の収集場所に倉庫を提供し回収に車を出し、月一回奉仕している。近くの街路樹の草取りや清掃を実施している。
- ・会社杯を出して少年サッカー大会開催。
- ・河川、海上での人命救助（保安部からの要請）、水難事故による捜索（警察からの要請）。
- ・近隣主要道路の積雪時の除雪。
- ・交通安全対策。
- ・地元、幼、小、中学校への交通安全講習会の開催。
- ・地域の自動車保持者に対して、スムーズに運転し通勤や流通が障害を起こさない様に自動車部品の供給に努めていますが、今後も満足出来る様に取り組みたい。
- ・献血活動（年2回）。
- ・中国から研修生を受け入れている。
- ・高齢者対応住宅を消費者に提案している。
- ・ホテル業であるため、客室のテレビを取り替えの際、そのテレビを介護施設等へ寄与している。また福祉チャリティの一つとして、ディナーショーを開催し一部を市へ寄付したことがある。労働組合もあり福祉への寄付等を行っている。市町村のイベントの協賛は非常に多い。
- ・社会福祉活動についてはライオンズクラブに所属し、積極的に活動。
- ・津南ロータリークラブにて、クラブ奉仕、職業奉仕、社会奉仕、国際奉仕を行っている。
- ・釣場の清掃活動。
- ・地域の祭りやイベントへの協賛は地域の一員として参加している。
- ・依頼されて講演会等へ協賛している。
- ・古紙リサイクルシステムの一環として授産施設との連携をしている。
- ・古切手の持参をどこへするのか知らせてほしい。
- ・本年度より三重県の活性化をお手伝いするために、「元気大貴」を創設しました。
- ・きっちりと法人税を納めることが社会貢献である。

### 設問3）取り組み理由

- ・ISO14001取得、環境関係に力を入れているため。
- ・客先の事業活動及び催事に協力を求められたから。

- ・自然と普通に行っていたこと。
- ・地域住民とのコミュニケーションを深め、企業活動に対する理解を深める事も必要ではないか。
- ・当事業団の公益法人としての目的であるから。
- ・人間として当然の行いと考えているから。

#### 設問4) 取り組むことによる効果

- ・ギブアンドテイクの精神。
- ・効果測定を行っていない。
- ・効果は特になし。
- ・これといった成果はでてない。
- ・社員の心の教育。
- ・将来企業のイメージアップ地域等との信頼関係の強化につながる事と思う。
- ・地域等との信頼関係の強化は、望まれるが、社会的要請事業に取り組んだから、出来るものとは思われない。

#### 設問6) 経費の捻出方法

- ・従業員個人控除及び同額会社拠出。
- ・事業の種類により方法が混在している。
- ・ふれあいの道事業については必要用具一式を県から助成された。
- ・四日市より補助金をもらっている。

#### 設問7) 今後の取り組み方針

(縮小方向にもっていく理由)

- ・不景気なので、経費が捻出できない。
- ・企業規模の縮小。
- ・黒字になれば取り組む。
- ・経費削減。
- ・現状を維持しつつ出来ることがあれば無理しない程度に取り組む。

(その他)

- ・企業の地元への貢献は必要。
- ・健全な企業経営を損なわない範囲で協力を行いたい。
- ・商業環境悪化により継続は難しい。
- ・状況によって変化すると思われる。
- ・中卒者を雇用しているが、すぐに退社してしまう為、経費の問題等でこまる。行政で解決すべき点も多いのではないかと？
- ・要請時に検討する。

#### 設問9) 取り組んでいない理由

- ・企業としての全ての面で余裕がない。
- ・気持ちの盛り上がりがない。

- ・公益事業に関与しているので。
- ・公共事業受注激減と過当競争により余裕ない。
- ・事業として取り組むのではなく、自然と実施しているところがある。

設問10) 社会的要請事業を進めるために整備されることが必要な条件

- ・一企業の意識をかえること。
- ・活動内容がわからない。
- ・企業が地域に一員であるという認識を明確にする材料があること。
- ・企業経営の安定。
- ・企業の代表者が自己の意識を高めること。
- ・きちんとした教育が必要。
- ・行政の柔軟な対応が必要。
- ・行政やマスコミが普及に努めるようにすること。
- ・市などの地方行政の理解と評価が進むこと。
- ・地元祭りへ協賛する場合の税制の優遇措置が必要。
- ・人的、資金的、時間的な余裕がある企業になる事が先決問題である。
- ・役員、従業員全員の意識向上。
- ・地域社会の理解。
- ・トップの意識改革。
- ・中小企業の企業事業所の確立。
- ・評価されて発注（公共事業）が増すこと。

設問11) 社会的要請事業を進めるために自治体に期待すべき役割

- ・社会的要請事業の専門的な知識を持った人の育成。
- ・画一的な対応をせず個々のケースで判断すること。
- ・企業が余力を持てるよう、地元の企業を保護する。
- ・行政の理解。
- ・積極的なPR活動。