

# 建設業の「企業の社会的責任」に関する動向調査

2006年11月

財団法人建設業情報管理センター

財団法人建設経済研究所

問合せ先：

財団法人建設経済研究所

電話 03-3433-5011

FAX 03-3433-5239

研究員 住田・左手

## 1. 調査の概要

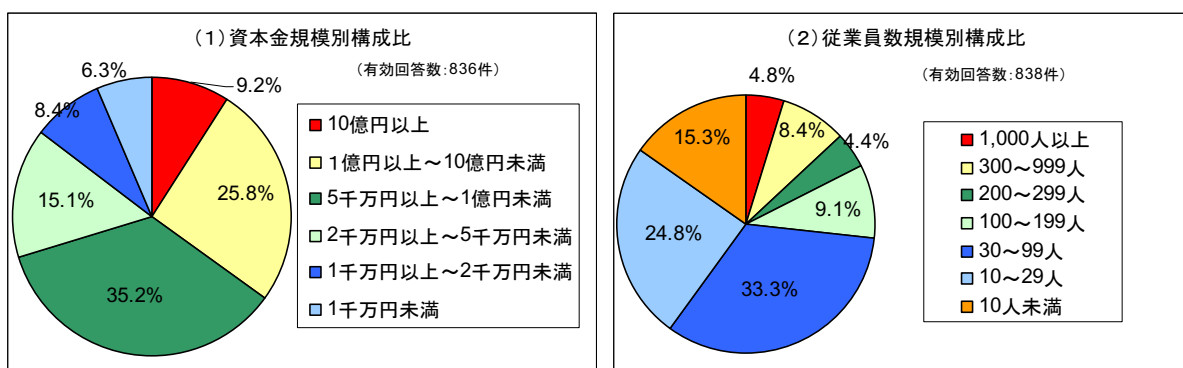
- ① 調査目的 中小を含む建設業者の CSR（企業の社会的責任）経営に対する意識や現状についてアンケート調査し、CSR の評価制度および当該評価データベースの活用方策の方向性の議論に資することを目的とする。
- ② 調査時期 2006 年 10 月
- ③ 調査対象 経営事項審査情報より資本金階層別に対象先 3,000 社を抽出

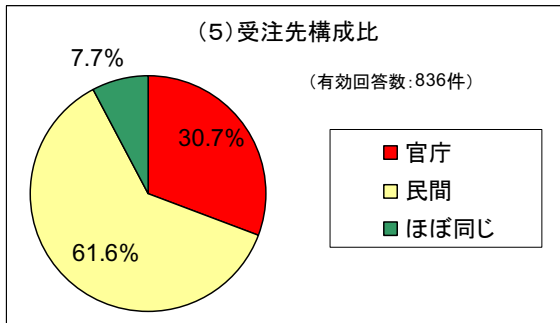
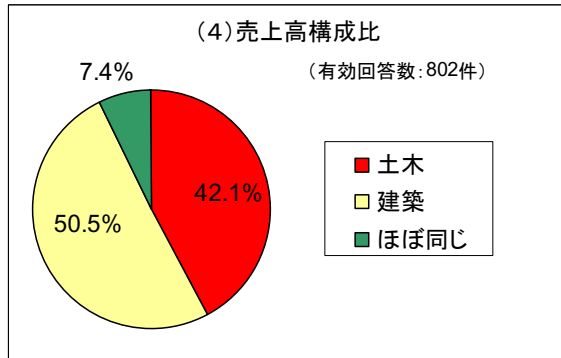
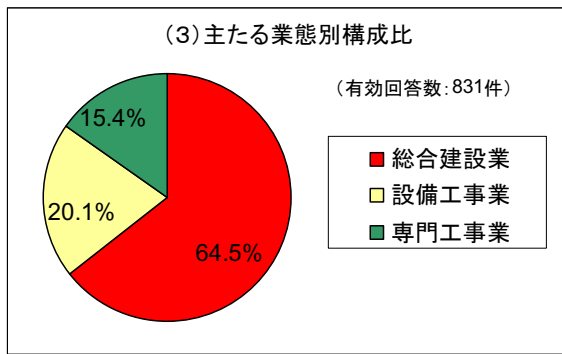
資本金階層別	発送数(a)
10億円以上	200
1億円 - 10億円	600
5千万 - 1億円	900
1千万 - 5千万円	900
1千万円未満	400
	3,000

- ④ 調査方法 郵送による留置法
- ⑤ 回答企業数 837 社（回収率 27.9%）
  - ①10 億円以上 77/200 (38.5%)
  - ②1 億～10 億円未満 216/600 (36.0%)
  - ③5 千～1 億円未満 294/900 (32.7%)
  - ④2 千～5 千万円未満 127/493 (25.8%)
  - ⑤1 千～2 千万円未満 70/407 (17.2%)
  - ⑥1 千万円未満 53/400 (13.3%)
  - ⑦無効 3

### ⑥ 回答企業属性

回答企業属性については、下記グラフの通り。

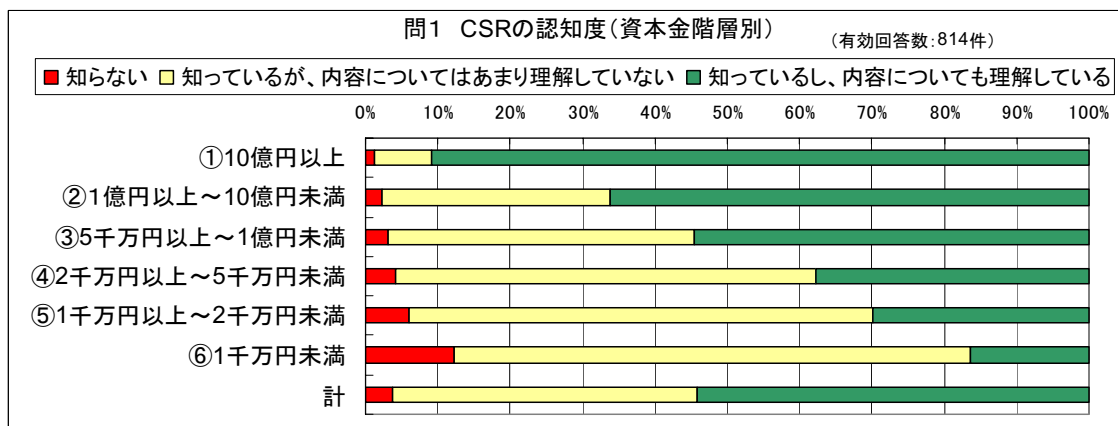
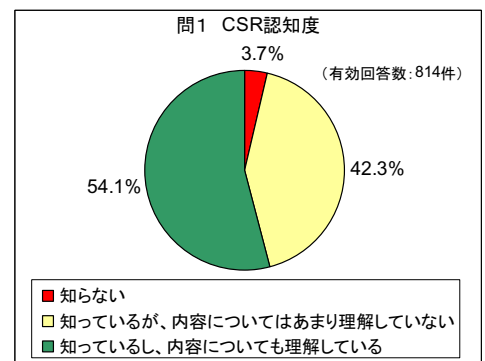




## 2. アンケート集計結果

### 問1: CSR 認知度

- 「知っている」95%以上、「内容についても理解」54%  
⇒ 資本金が大きい会社ほど認知度も高い  
⇒ 中小企業であっても、「知らない」とした会社は1割前後に止まっている

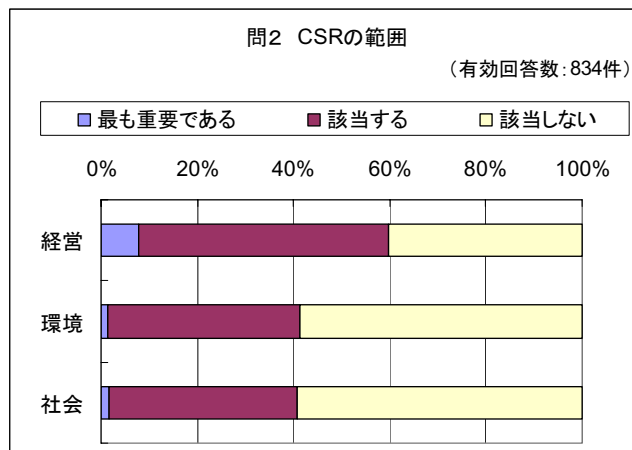


**問2：CSRの範囲**（複数回答可、「最も重要」なものは単数回答）

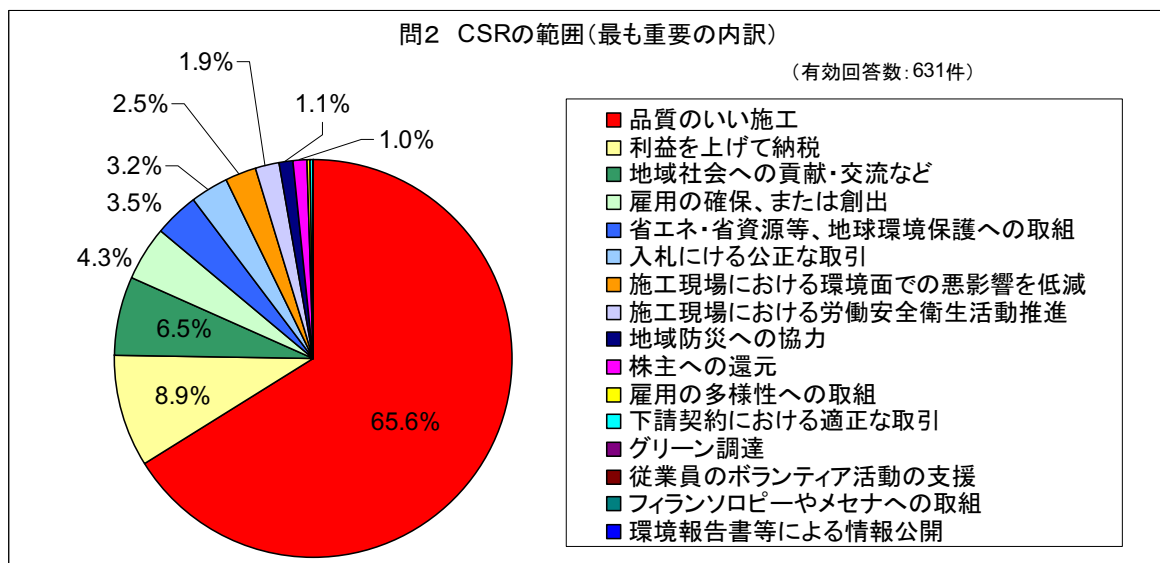
一般的に企業CSRの取組は「経営」「社会」「環境」に分類される。そこで問2の各項目を以下のように分類し、回答の集計を再度行った。尚、一般的に「社会」「環境」の分野でも法規制の対象の項目については、企業の経営に大きな影響を与えるため「経営」に分類している。

集計結果をみると、「経営」の分野は平均して6割の取組が行われており、CSRの取組の範囲としては「経営」の分野が高い認識を得ていることがわかる。

- ・「経営」：品質のいい施工、株主への還元、利益を上げ納税、入札時の公正な取引、下請け契約時の適正な取引、情報公開、施工現場における環境影響の低減、施工現場における労働安全衛生活動の推進、
- ・「環境」：地球環境への取組、グリーン調達
- ・「社会」：雇用を確保・創出、雇用の多様性への取組、地域社会への貢献、地域防災への協力、フィランソロピー・メセナの取組、従業員のボランティア活動支援

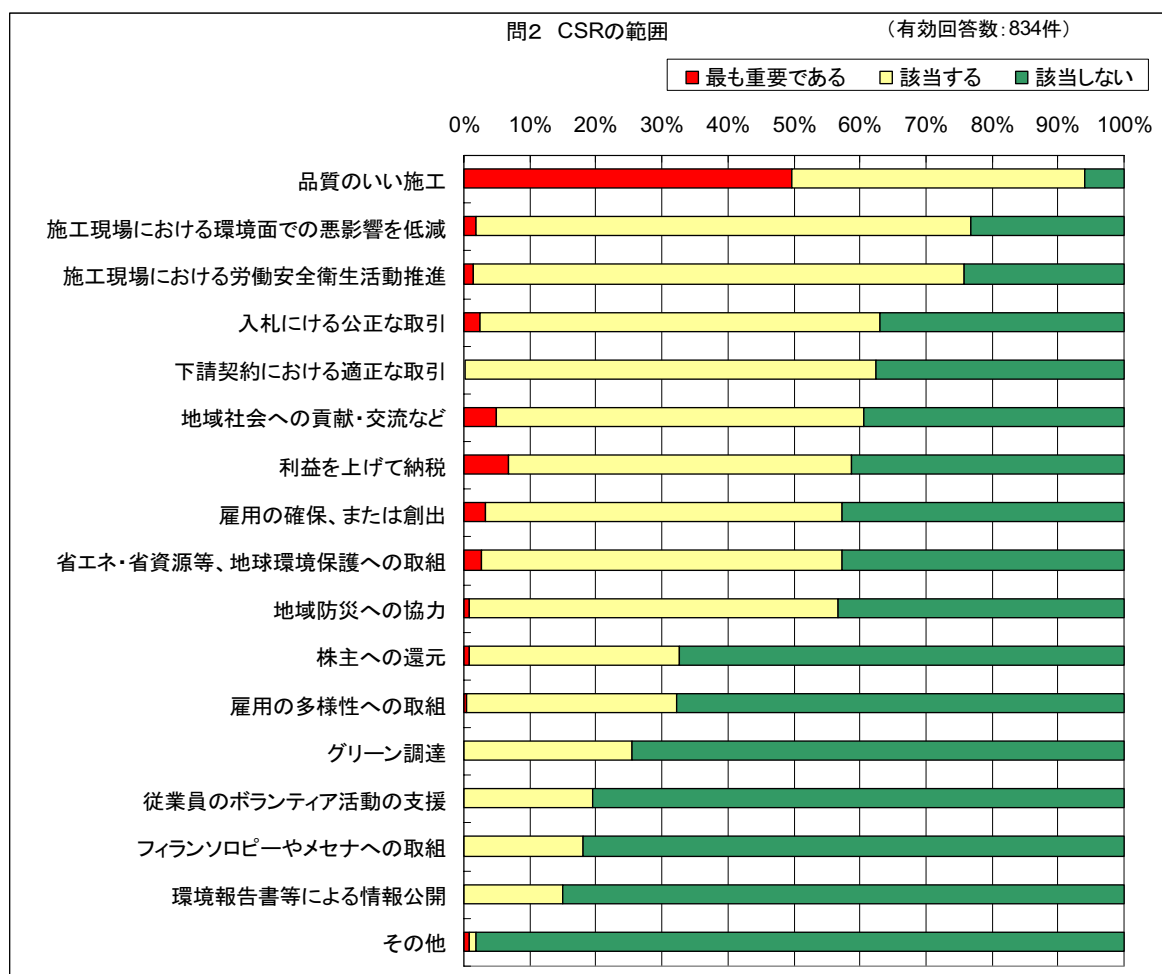


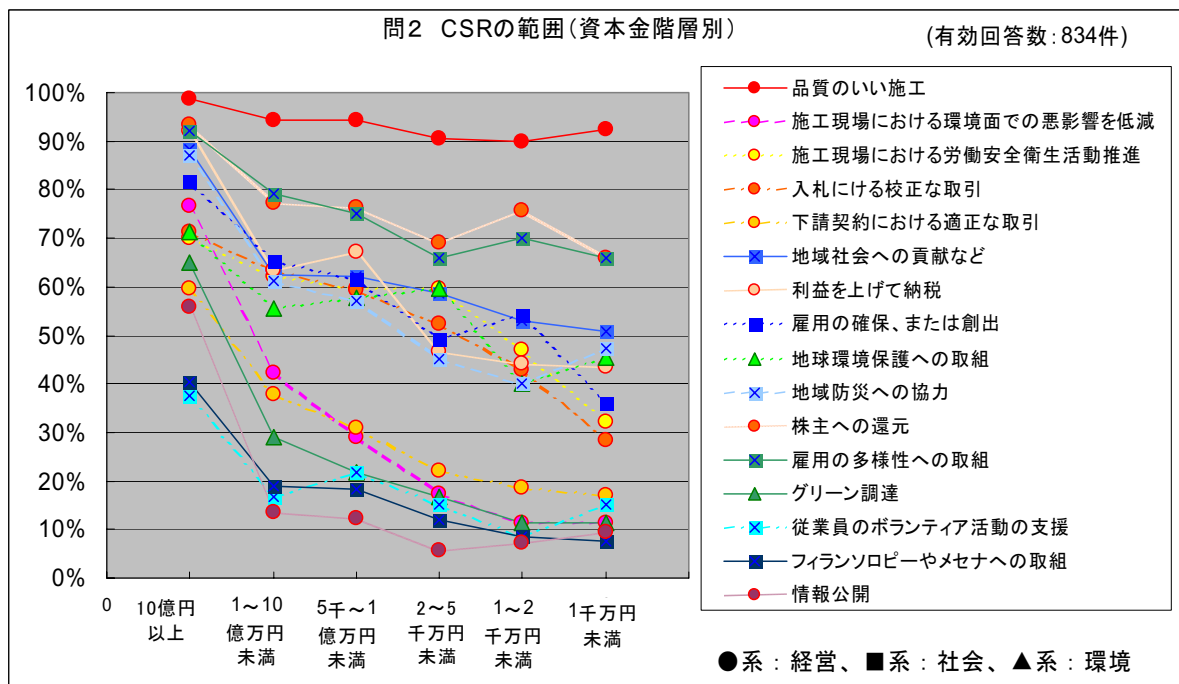
○ 「最も重要」(単数回答)なCSR項目は、「品質のいい施工を行う」が66%で最も多い。



○ 「CSRに該当」（複数回答可）全体として、本業に近い項目になるほどCSRの範囲との認識が高い、

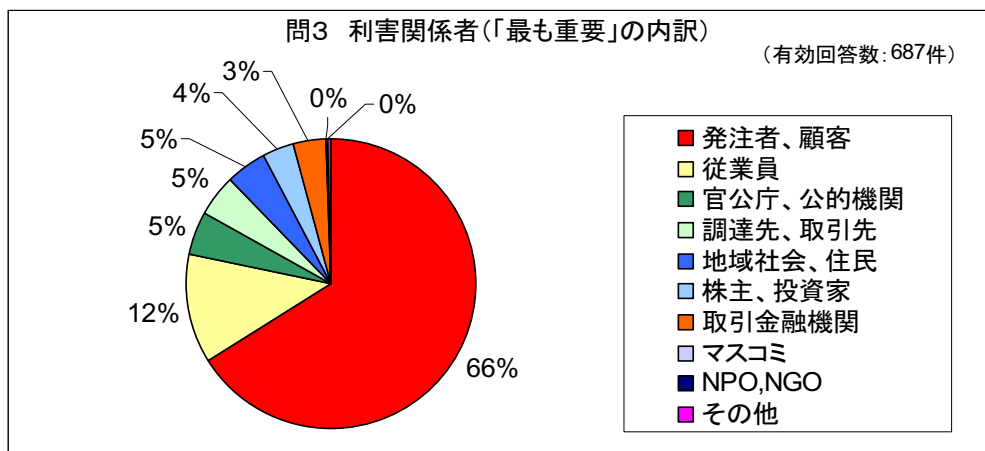
- ⇒7割以上がCSRの範囲であると選択した項目は全て施工に関する項目であり、経営、環境に関する項目
- ⇒5割以上がCSRの範囲であると選択した項目は経営、社会、環境に関する項目
- ⇒3割台またそれ未満がCSRの範囲であると選択した項目は経営、社会、環境に関する項目
- ⇒その他としては、企業の存続、健全経営、犯罪防止などコンプライアンスに関するCSRが多く、社員教育、グループでの地域ボランティア実施、業界を通じたCSRの積極的な取り組み、生活・産業基盤の整備を通じた国民生活の向上・日本経済の発展への寄与などが挙げられた。





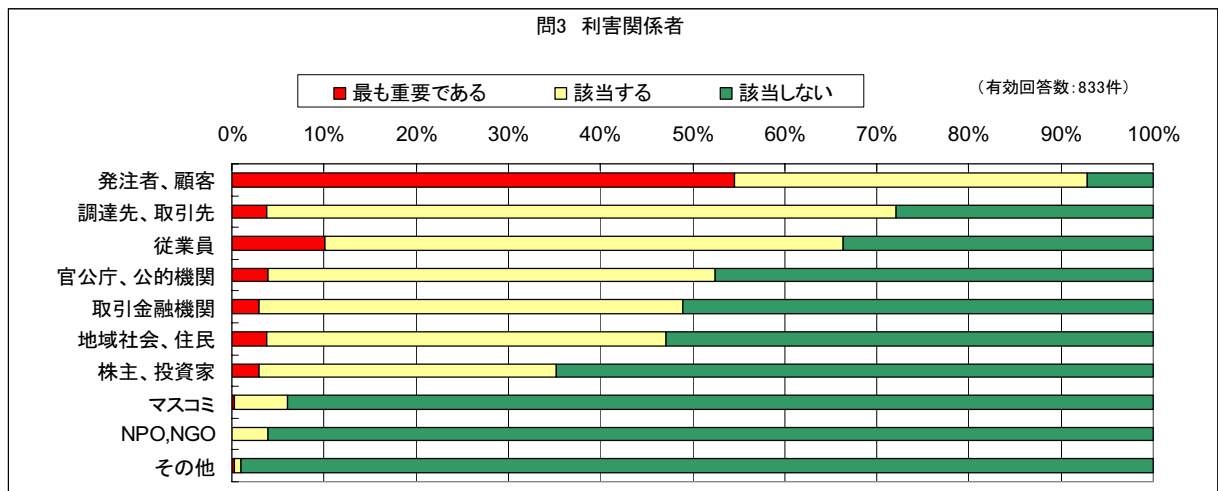
問3：利害関係者 (複数回答可、「最も重要」なものは単数回答)

- 最も重要な利害関係者(単数回答)は「発注者・顧客」で66%、次いで「従業員」の12%



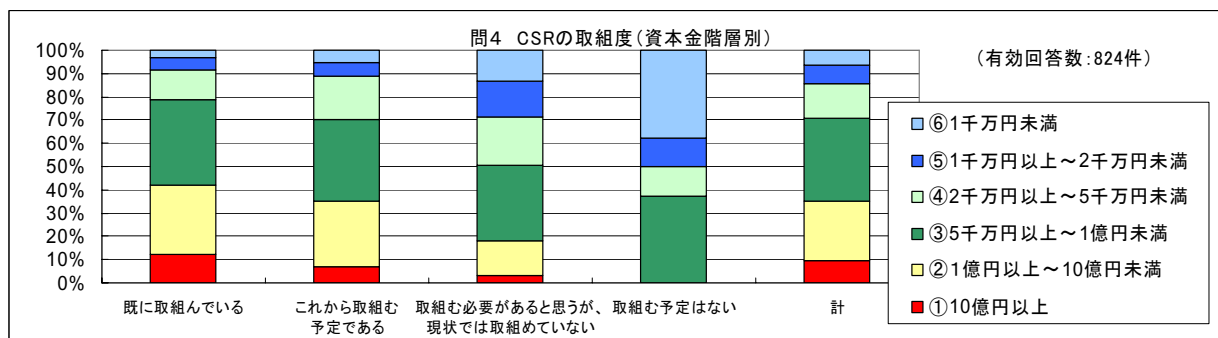
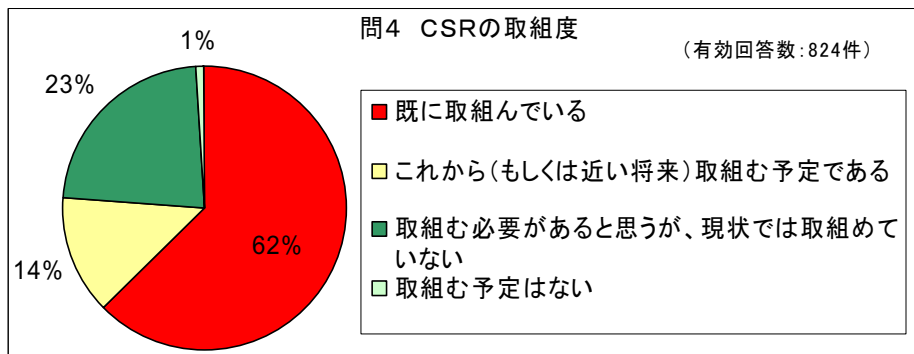
- 利害関係者に該当(複数回答可)は「発注者・顧客」93%、「調達先・取引先」72%、「従業員」67%の順

⇒典型的な受注産業であることを反映してか、9割以上で「発注者・顧客」を選択  
 ⇒調達先・取引先を「最も重要」としたのは5%程度にもかかわらず、「該当する」とした会社は7割強に達した  
 ⇒3割が「株主」を選択。資本金規模が大きい会社ほど高い傾向が見られた。  
 ⇒「NPO、NGO」「マスコミ」を利害関係者としたところはほとんどなかった⇒選択肢にはない「その他の利害関係者」としては、親会社や設計事務所、社旗、将来の世代、地球環境問題などが挙げられた。



問4：CSRの取組度

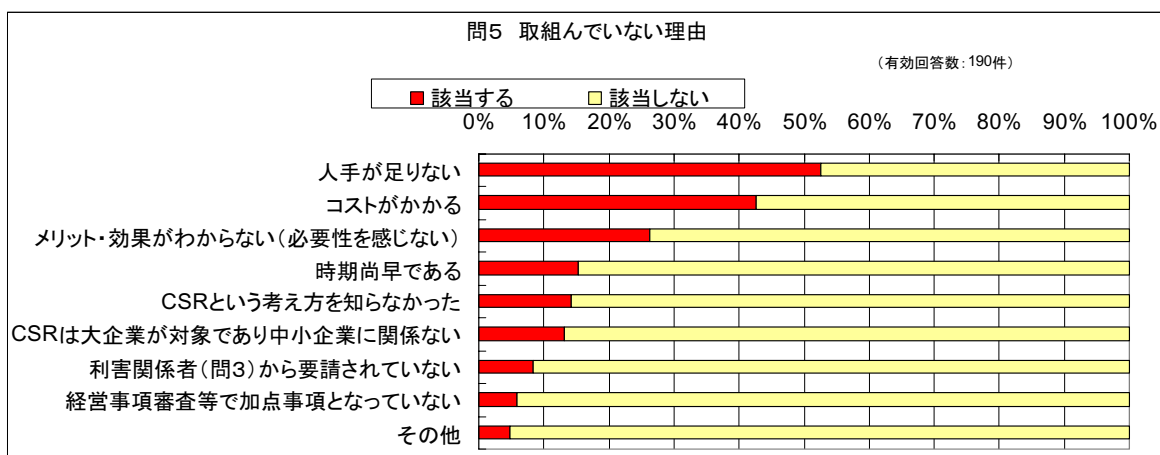
- 「既に取り組んでいる」62%、「これから取り組む予定」14%の順
  - ⇒資本金規模が大きい企業ほど取り組まれている傾向がある
  - ⇒主業態別（総合、設備、専門）の傾向の相違は小さい
  - ⇒問2において、「品質のいい施工」をCSRの範囲と考えた企業は、必然的にCSRにはすでに取り組んでいると捉えたため、「既に取り組んでいる」の回答が6割強に至ったものと思われる。また同様に、「CSRを知らない」にも関わらず「取り組んでいる」という企業については、下記の理由からより本業に近い項目がCSRであるとの認識が強く、アンケートの回答中に“この取組であれば既に取り組んでいる”という認識を持った可能性が高い。



**問5：取り組んでいない理由**（複数回答可）

- 直接的な理由である「人手が足りない」、「コストがかかる」がそれぞれ 53%、43%の企業で選択された

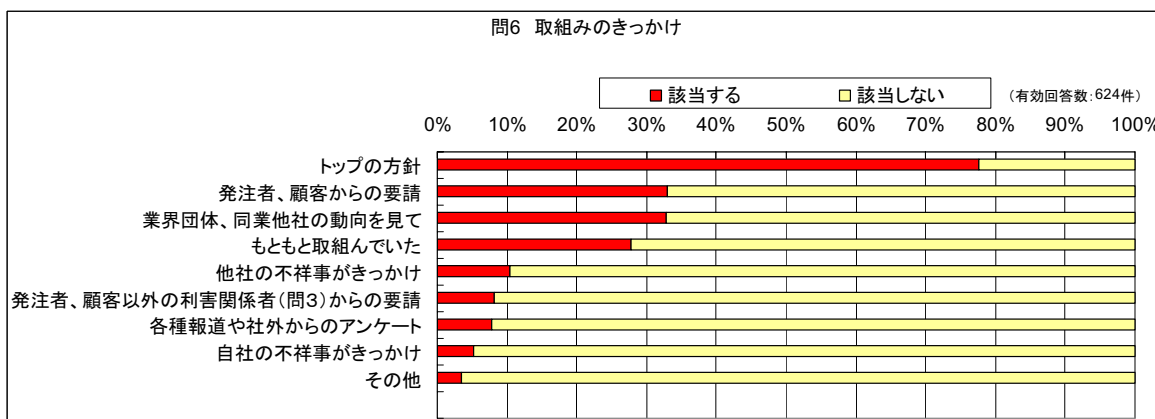
- ⇒「人手が足りない」は資本金規模が大きい企業ほど多く選択される傾向がある。
- ⇒間接的な理由である「メリット・効果がわからない」「大企業が対象であり中小企業には関係ない」は1割から2割の間に止まった
- ⇒「利害関係者から要請されていない」「経営事項審査等で加点事項でない」の選択は1割以下に止まった



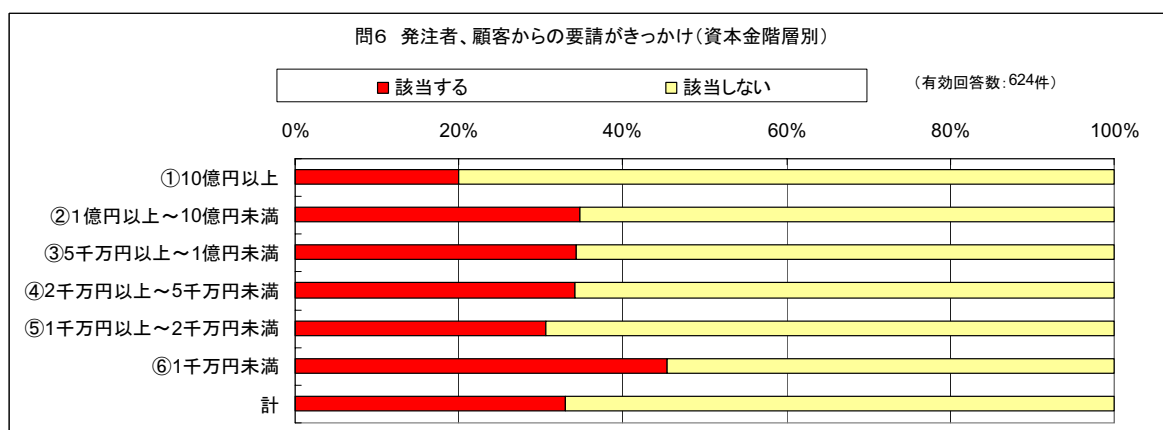
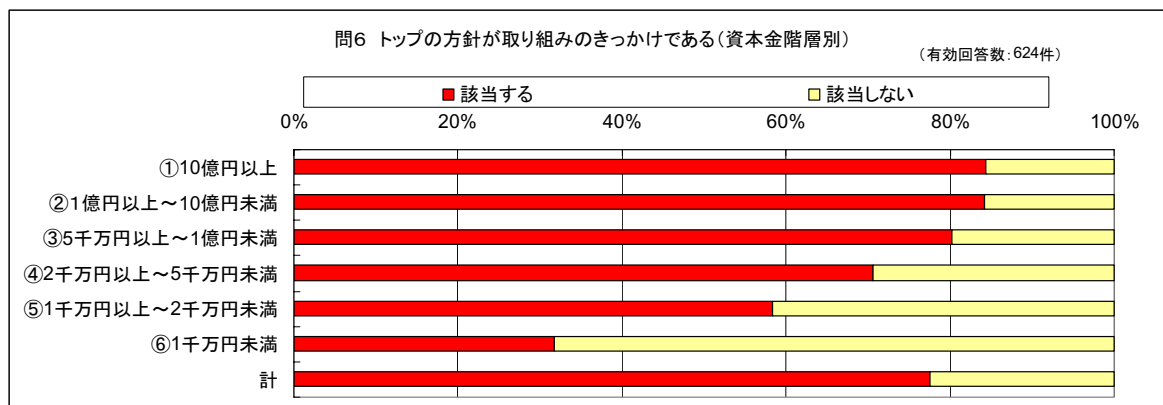
**問6：取組のきっかけ**（複数回答可）

- 「トップの方針」78%で非常に割合が高い

- ⇒8割弱の企業が「トップの方針」を選択し、資本金規模が大きい階層ほどその傾向が見られた。
- ⇒「発注者・顧客からの要請」「業界・同業他社の動向を見て」「もともと取り組んでいた」はそれぞれ3割前後の選択があった。主業種別で見ると、総合建設業での「業界・同業他社の動向を見て」の選択割合が高い。
- ⇒「発注者・顧客以外からの要請」「他社の不祥事」「アンケート」「自社の不祥事」の選択は1割弱に止まった。
- ⇒その他の意見としては、業界だけでなく社会全体の動向を見て、又は親会社やグループ会社全体の取り組みとしてという意見が多く、少数意見としては日本経団連の要請、ISOの目標、日本JC経営資質向上委員会への出席などが挙げられた。

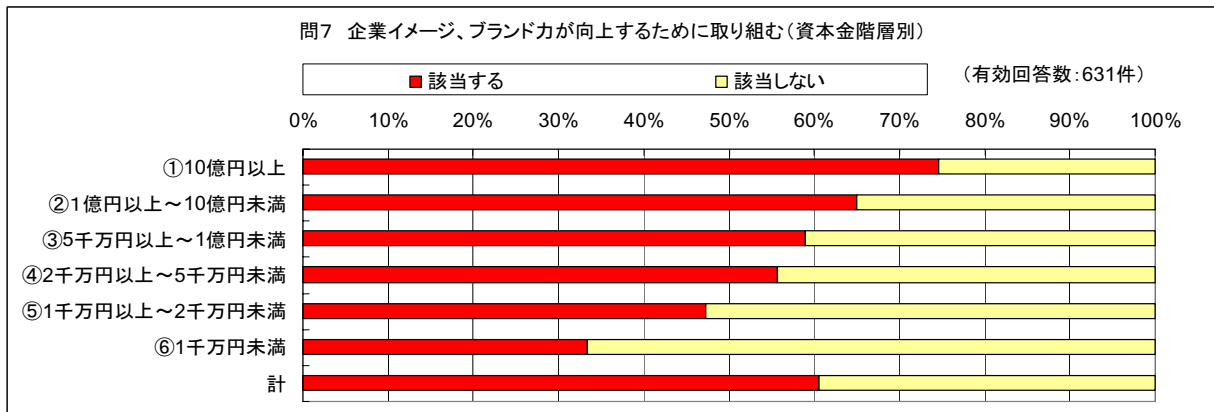
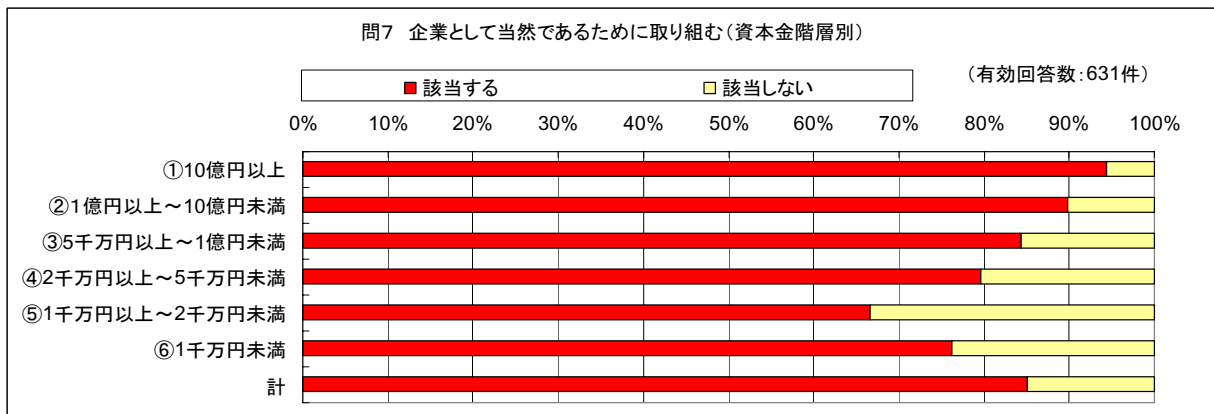
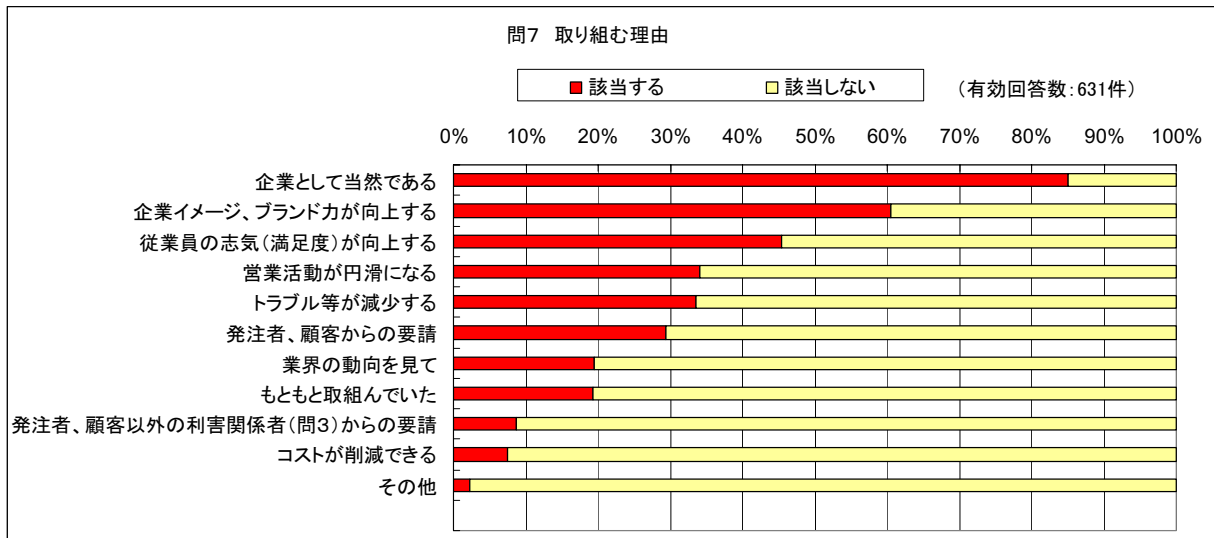






### 問7：取り組む理由 (複数回答可)

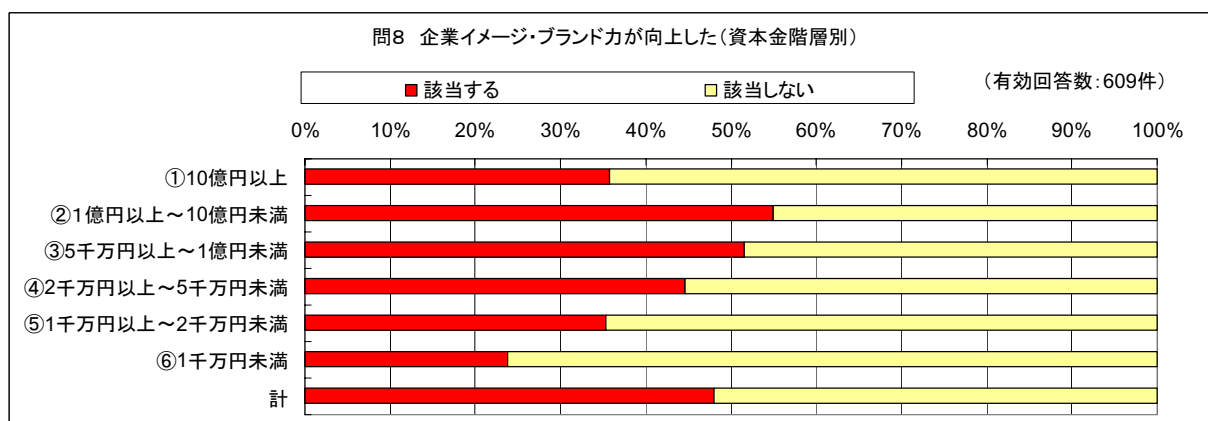
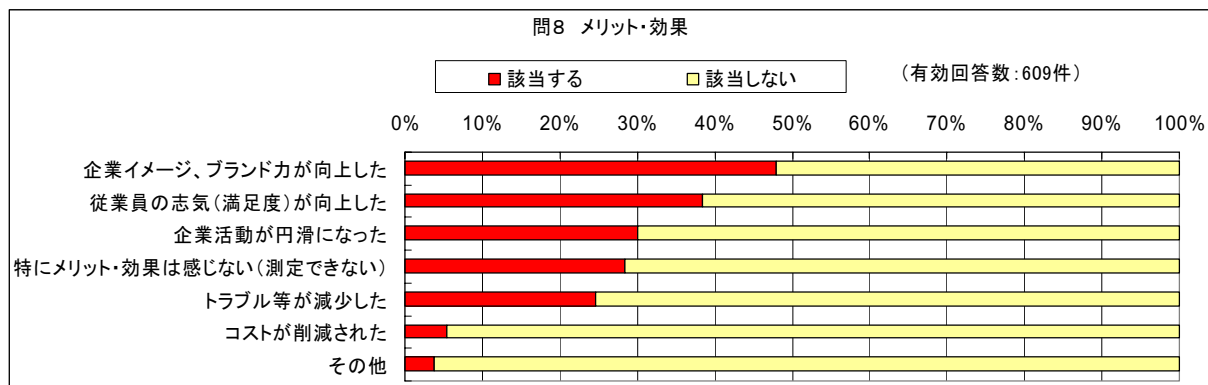
- 定量的に計ることができない項目が上位を占めており、「企業として当然」85%、「企業イメージ、ブランド力の向上」61%、「従業員の志気向上」46%の順
  - ⇒85%が「企業として当然」を選択。資本金規模の大きい階層ほどこの傾向が見られた。
  - ⇒問2で見たように、「品質のいい施工」すわなち、建設業の本業に関わる項目がCSRの中心と認識されている傾向がある。「企業として当然」の回答が多数を占めた理由には、本業の取組だから「当然」として認識されていることが挙げられよう。
  - ⇒間接的な理由である「企業イメージ、ブランド力の向上」「従業員の志気向上」について、下記間接的な理由を上回る選択があった
  - ⇒直接的な理由である「営業活動の円滑化」「トラブル等の減少」「発注者・顧客からの要請」等はそれぞれ3割前後に止まった
  - ⇒その他意見としては、持続可能な経営、上場準備、社員の自己実現、ISO取得、情報開示が進んでいるためなどの理由が挙げられた



**問8：取り組むメリットと効果**（複数回答可）

- 定量的に計ることができない項目が上位を占め、「企業イメージ、ブランド力向上」48%、「従業員の志気の向上」39%の順

⇒その他の意見としては、企業の存続、産業の質の向上への貢献、従業員のコンプライアンス意識の向上、地域社会との関係の密接化、信頼向上、利害関係者以外の主体との関係構築が挙げられた。また、社会的責任を果たすことと効果を繋げて考えるものではないとの意見もあった。



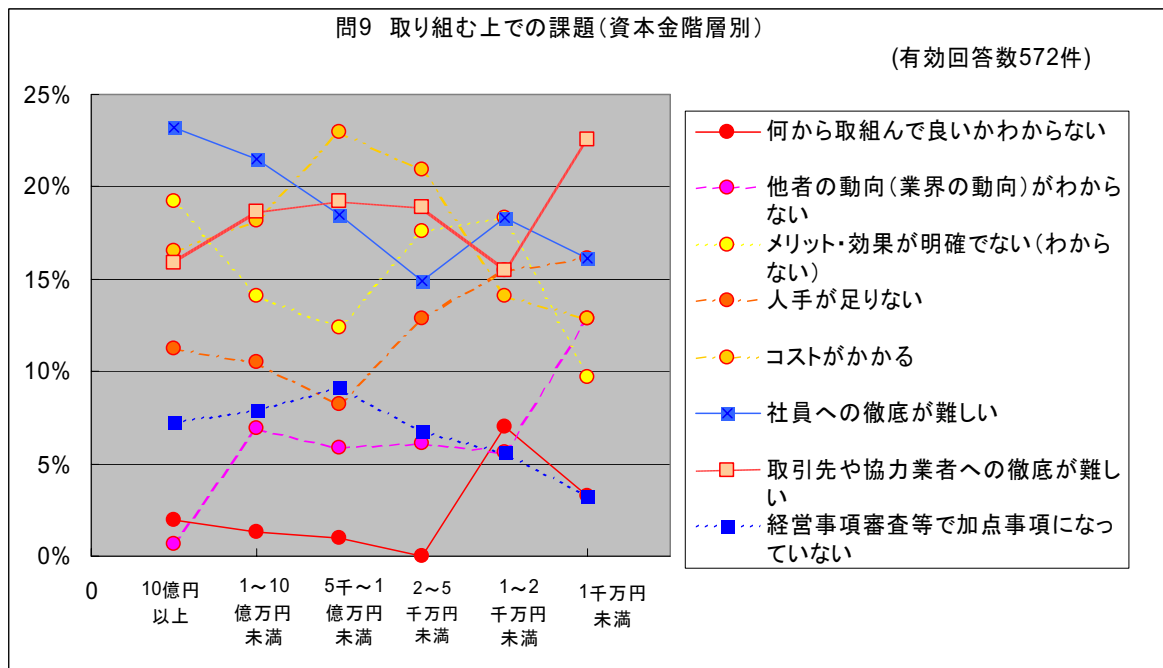
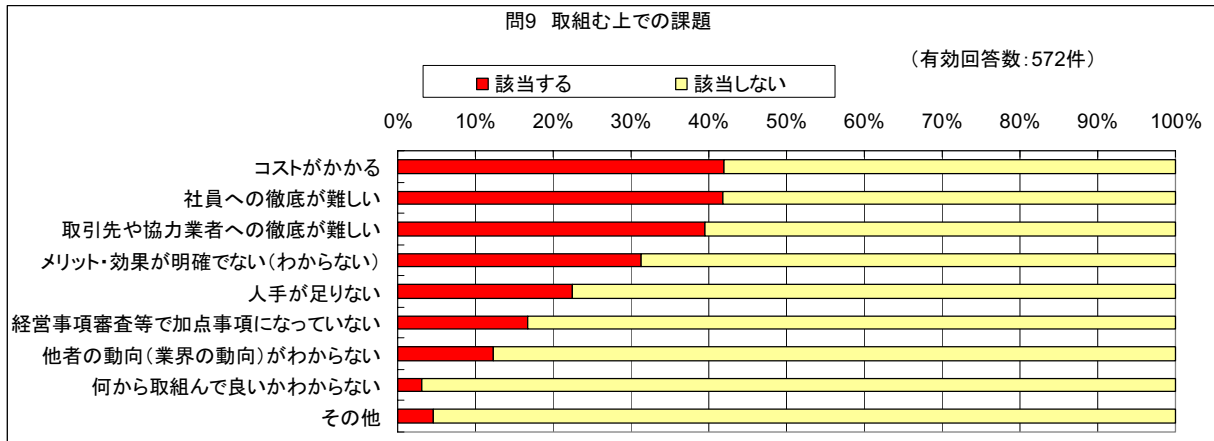
- 問7で選択した取組理由に対して効果が見出されたかという観点では、「コスト削減」など定量的な評価ができる項目についてはあまり効果を見出せていない。

**問9：取り組む上での課題**（複数回答可）

- 「コストがかかる」42%、「社員への徹底が難しい」42%、「取引先や協力業者への徹底が難しい」40%の順

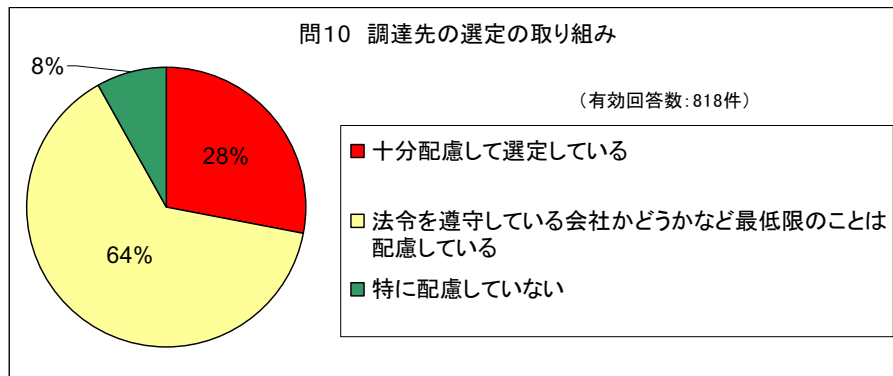
⇒「社員への徹底が難しい」は資本規模が大きい階層ほど割合が高くなる。  
 ⇒1～2割が「人手が足りない」「経営事項審査等で加点になっていない」「他社の動向がわからない」  
 ⇒「何から取り組んでよいかわからない」を選択したのは、資本金1千万円～2千万円未満の階層で15%と最も高かった。  
 ⇒その他の意見としては、「企業ばかりでなく行政側の社会的責任を問うべき」、「ど

の範囲まで取り組むべきか」、「他がやらない中で行うことは気恥ずかしく思い切れない」、「自社だけで解決できない要素がある」、「メリットが概念あるいは感覚的であり明確にならない」、「ISOを通じた市民社会における評価がない」、「寄付行為に対して税制面で評価が低い」、「利益が企業評価の全てという認識がまだ強い」などの意見が挙げられた。



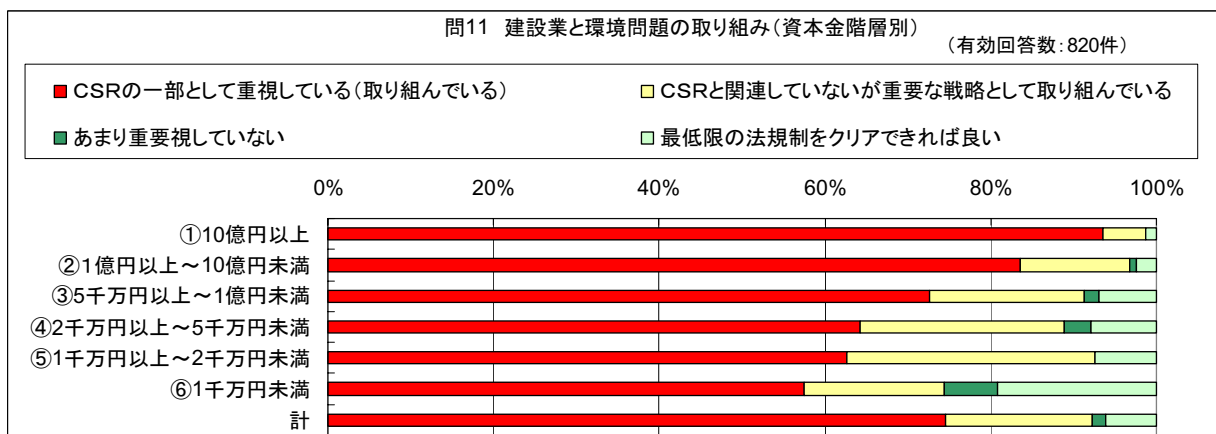
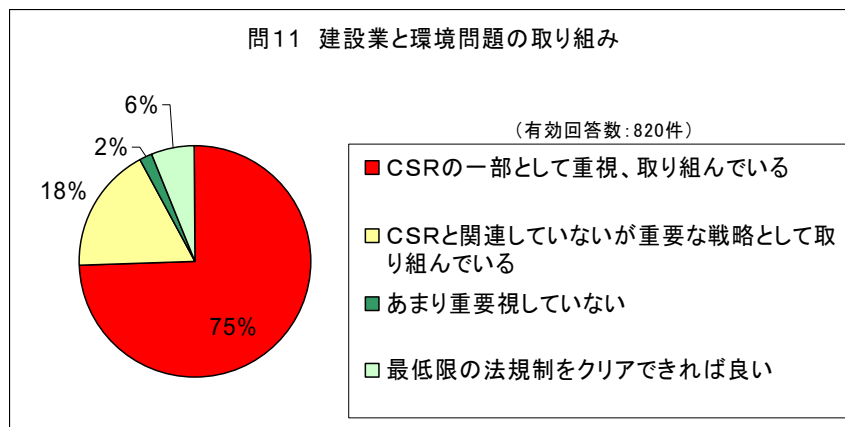
**問10：調達先の選定**

- 「法令を遵守している会社かどうか最低限のことは配慮している」64%、「十分に配慮している」28%



**問11：建設業と環境問題**

- 全体の92%が重要、「CSRの一部として重視している」が74%
  - ⇒資本金規模が大きい階層ほど重視している傾向
  - ⇒問2で、77%が「施工現場における環境面での悪影響を少なくすること」をCSRとして認識していることと整合している
  - ⇒問2での回答にあった通り、同じ環境問題でも本業に比較的遠い「地球環境保護」に対してはCSRの認識が低い



**問12：建設業と労働安全衛生活動**

○ 全体の95%以上が重視、「CSRの一部として重視している」が80%

⇒資本金規模が大きい企業の方が重視している傾向

⇒問2で75%が「施工現場における労働安全衛生活動」をCSRとして重要と認識することと整合している

