

# アンケート 「生活者の“企業観”に関するアンケート」 結果報告書

## 目 次

はじめに	1項
調査の概要と回答者プロフィール	2項
企業に対する認識について	3項
企業不祥事について	11項
自由記述	14項

2003年1月

財団法人 経済広報センター

---

---

## はじめに

---

---

経済広報センターは、広く社会の声を聴くため、全国のさまざまな職種、世代で構成される「社会広聴ネットワーク」を組織しております。そして毎年4回、会員を対象にさまざまなテーマに関して調査を行い、その結果を公表しております。今回はネットワークの会員4,987名を対象に「生活者の“企業観”に関するアンケート」を実施いたしました。

「企業観」アンケートは、今回で6回目を数えます。本アンケートの目的は、生活者が「企業」をどのように見ているかを調査することにあります。

昨年は企業の不祥事が続きました。そこで、今回は1997年の「企業観」アンケート開始以来の質問項目に加え、「内部通報制度」など不祥事を防ぐための方策についても、生活者の率直な意見を伺いました。

今回の調査を通して、生活者の企業に対する認識や企業への期待が鮮明に浮かび上がってきました。これらのデータが、今後の企業運営などの参考になれば幸甚であります。

財団法人 経済広報センター

常務理事・事務局長

田代 正美

# 【1】調査の概要と回答者のプロフィール

## 調査の概要

- (1) 調査名称 : 「生活者の“企業観”に関するアンケート」
- (2) 調査対象 : 財団法人 経済広報センターに登録している社会広聴会員(4,987)名
- (3) 調査方法 : 郵送またはインターネットによる回答選択方式および自由記述方式
- (4) 調査期間 : 2002年11月21日～12月5日
- (5) 有効回答 : 3,753名(75.3%)

## 回答者のプロフィール

\* 小数点第2位四捨五入のため、合計が100%とならない場合もある。

### 性別

単位: 上段/人 下段/%

合計	男性	女性	無回答
3,753	1,453	2,294	6
100	38.8	61.1	0.1

### 年齢層

	20歳代以下・ 30歳代	40歳代・ 50歳代	60歳代以上	無回答
全体	1,026 27.3	1,782 47.4	938 25.0	7 0.1
男性	228 6.0	594 15.9	631 16.9	0 0.0
女性	798 21.2	1,188 31.7	306 8.0	2 0.0

### 職業

会社員 (団体職員含む)	1,400 37.3	会社員以外	2,345 62.4		
会社員	1,170 31.1	公務員	100 2.6	無職	377 10.0
会社役員	104 2.7	自営業	134 3.5	専業主婦(夫)	831 22.1
団体職員	88 2.3	自由業	113 3.0	学生	55 1.4
団体役員	38 1.0	パートタイム・ アルバイト	551 14.7	その他	184 4.9

職業無回答	8 0.2
-------	----------

## 【2】 「企業に対する認識について」

### (1) 企業の社会的役割・責任の重要度

#### 「危機管理」「企業倫理」「経営の透明性」が50%を超える

企業の社会的役割・責任といわれる11項目について、それぞれの重要度を尋ねた。

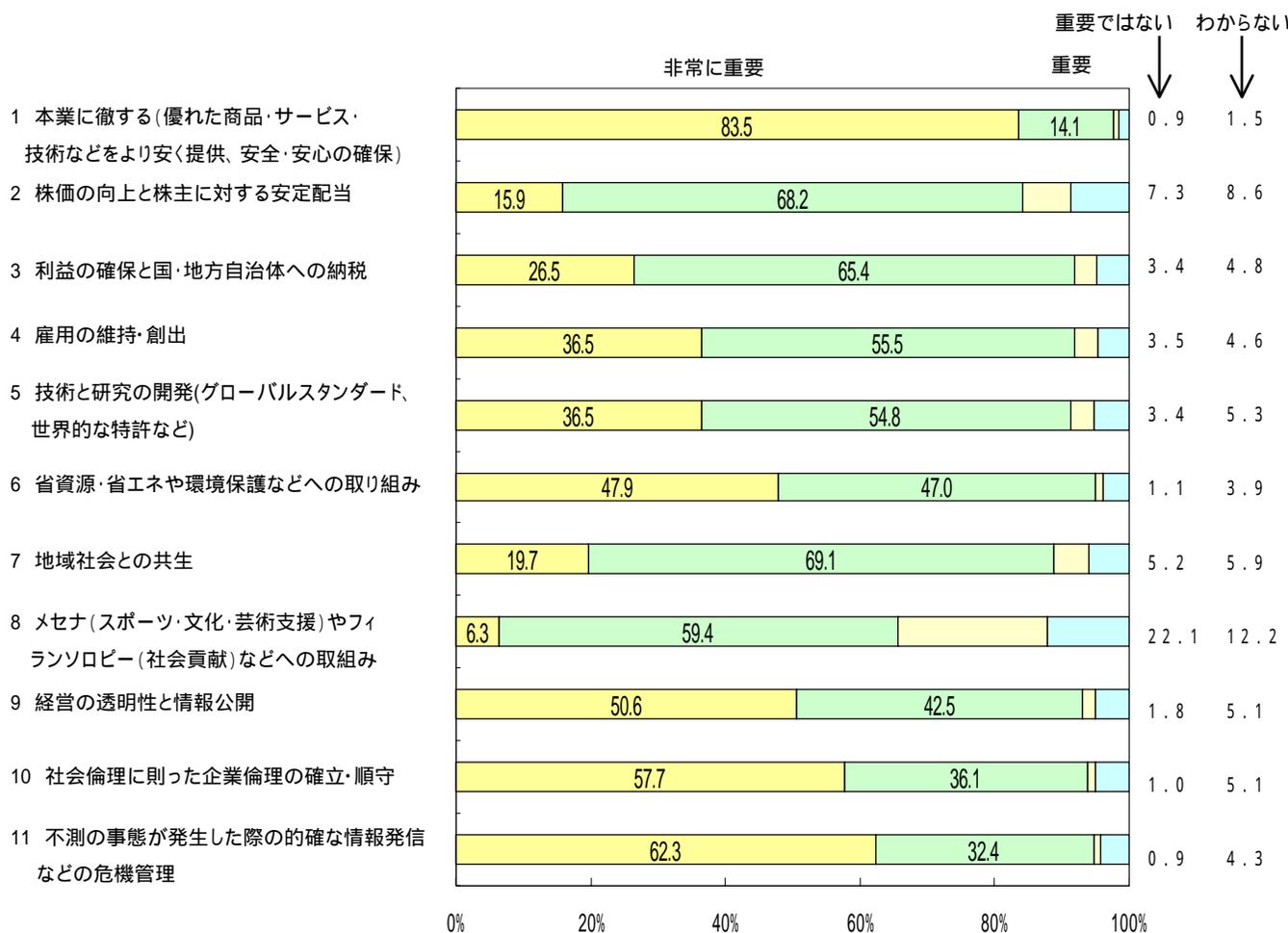
前回調査と比較して、「非常に重要である」が急増したのが、「不測の事態が発生した際の危機管理」（昨年比18.1ポイント上昇）、「社会倫理の順守」（昨年比10.6ポイント上昇）、「経営の透明性と情報公開」（昨年比8.5ポイント上昇）。昨年続発した企業不祥事が影響しているものと思われる。

最も多く「非常に重要である」とされたのは、「本業に徹する」（83.5%）で、調査開始以来6年連続の第1位となった。以下、「不測の事態が発生した際の危機管理」（62.3%）、「社会倫理の順守」（57.7%）、「経営の透明性と情報公開」（50.6%）と続いている。

過去5年間、「省資源・省エネや環境保護などへの取り組み」が2位だったが、今年は新たに「不測の事態が発生した際の危機管理」が2位となるなど、回答の傾向に変化が見られた（「危機管理」は昨年4位）。

【全員に質問（有効回答数：3,753名）】

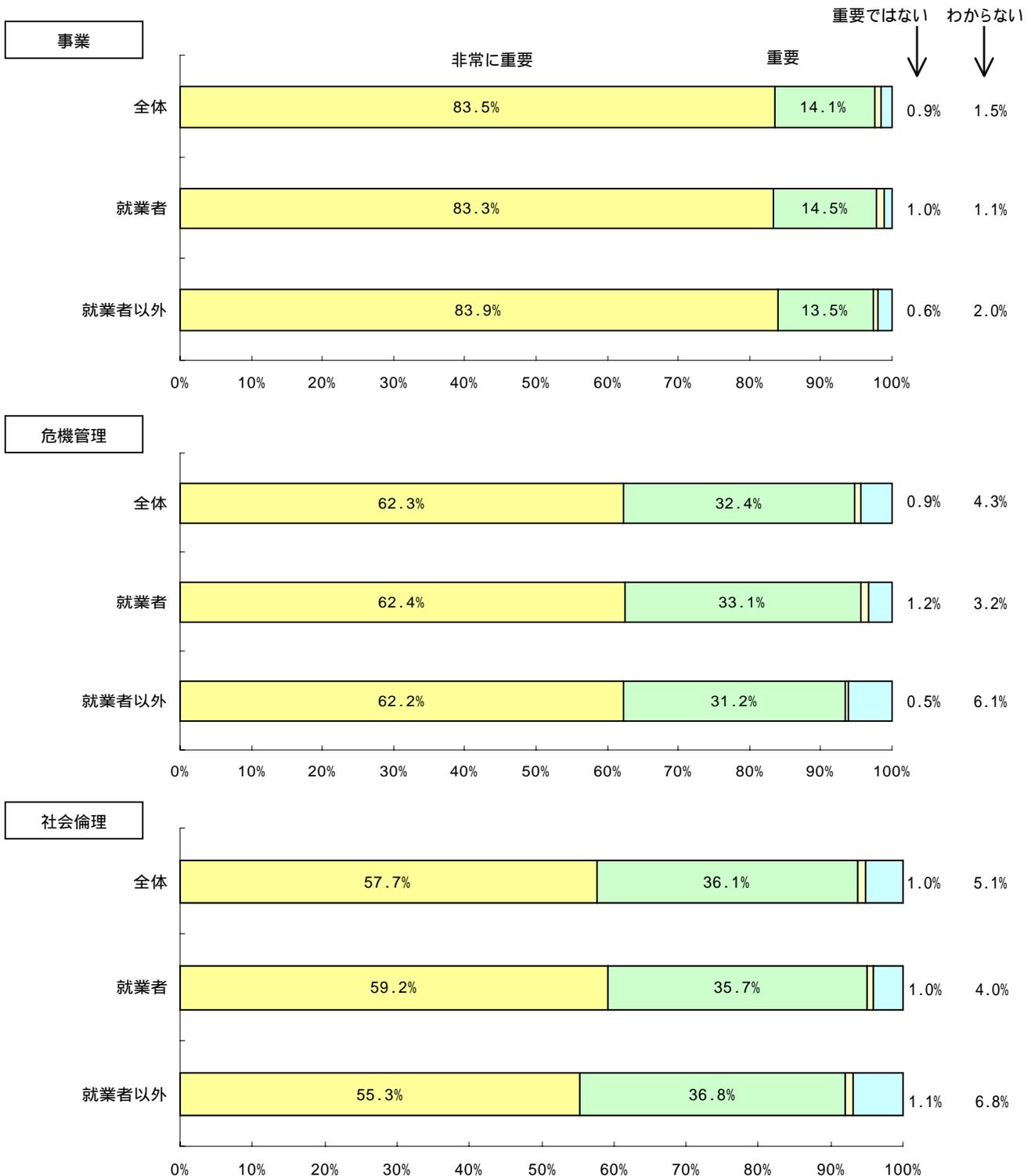
(1)以下の1～11は、企業が社会的に果たすよう求められていることです。それぞれにつき、あなたはどの程度重要だと思いますか。下の枠内の中から1つだけ選んで回答欄に記入してください。



## 【2】 「企業に対する認識について」

### (1) 企業の社会的役割・責任の重要度

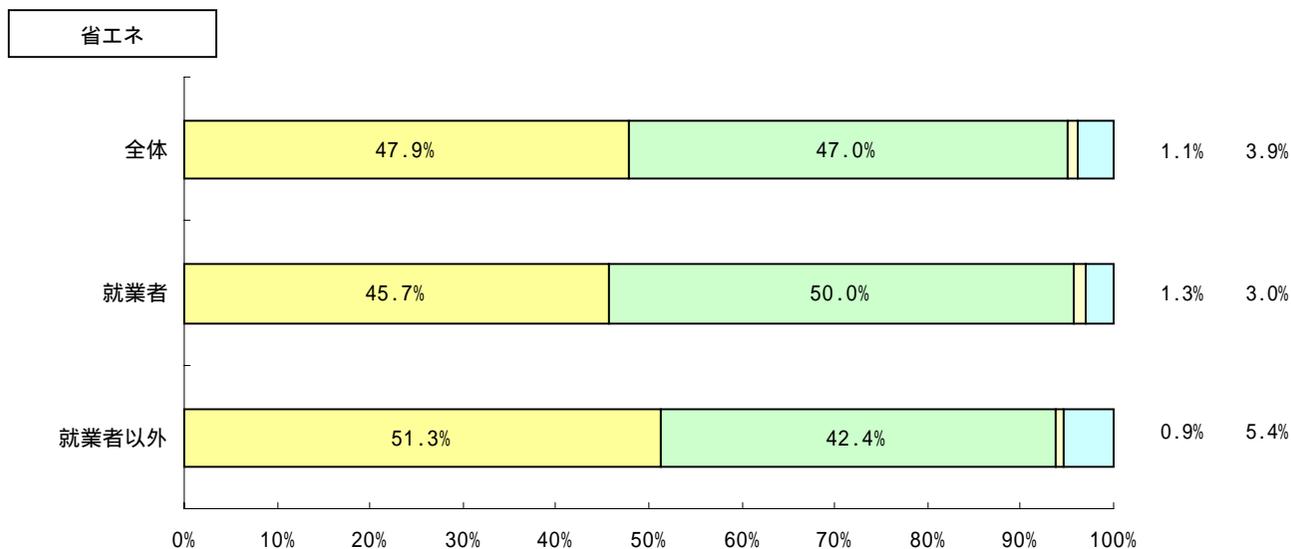
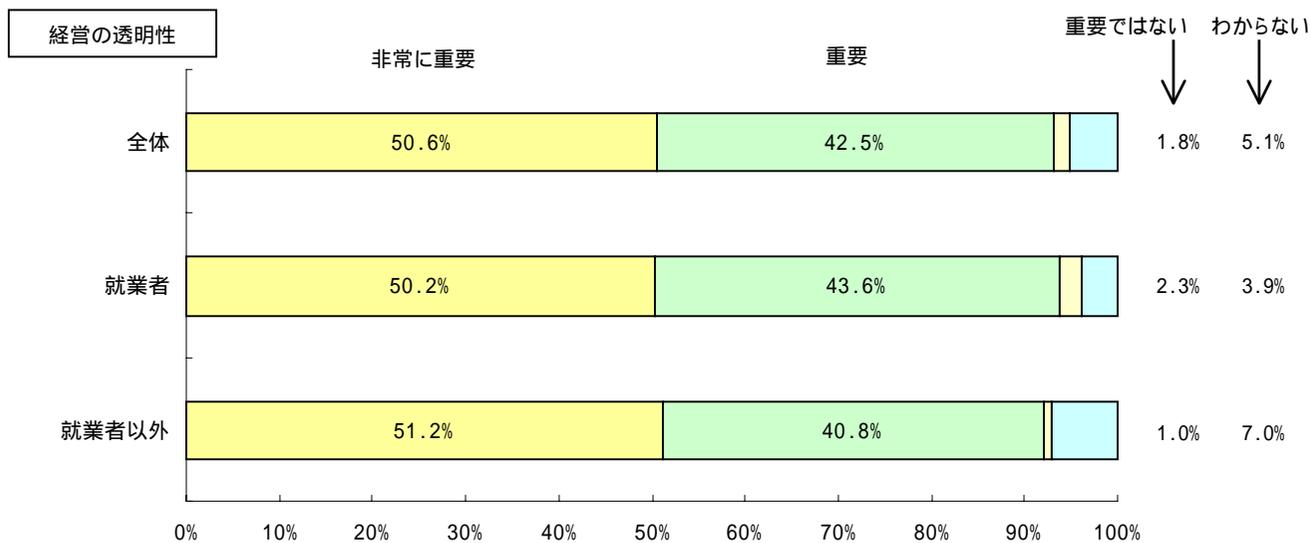
#### 企業の社会的役割・責任で「非常に重要」とされた上位5項目



## 【2】 「企業に対する認識について」

### (1) 企業の社会的役割・責任の重要度

#### 企業の社会的役割・責任で「非常に重要」とされた上位5項目



## 【2】「企業に対する認識について」

### (2) 企業の社会的役割・責任に対する評価

評価はほぼ2つに分かれるが、不十分と強く感じる層が約16%

前問(1)の社会的役割・責任に対して「重要」と回答した人に、企業の役割について、どの程度の責任を果たしていると感じるかを尋ねた。

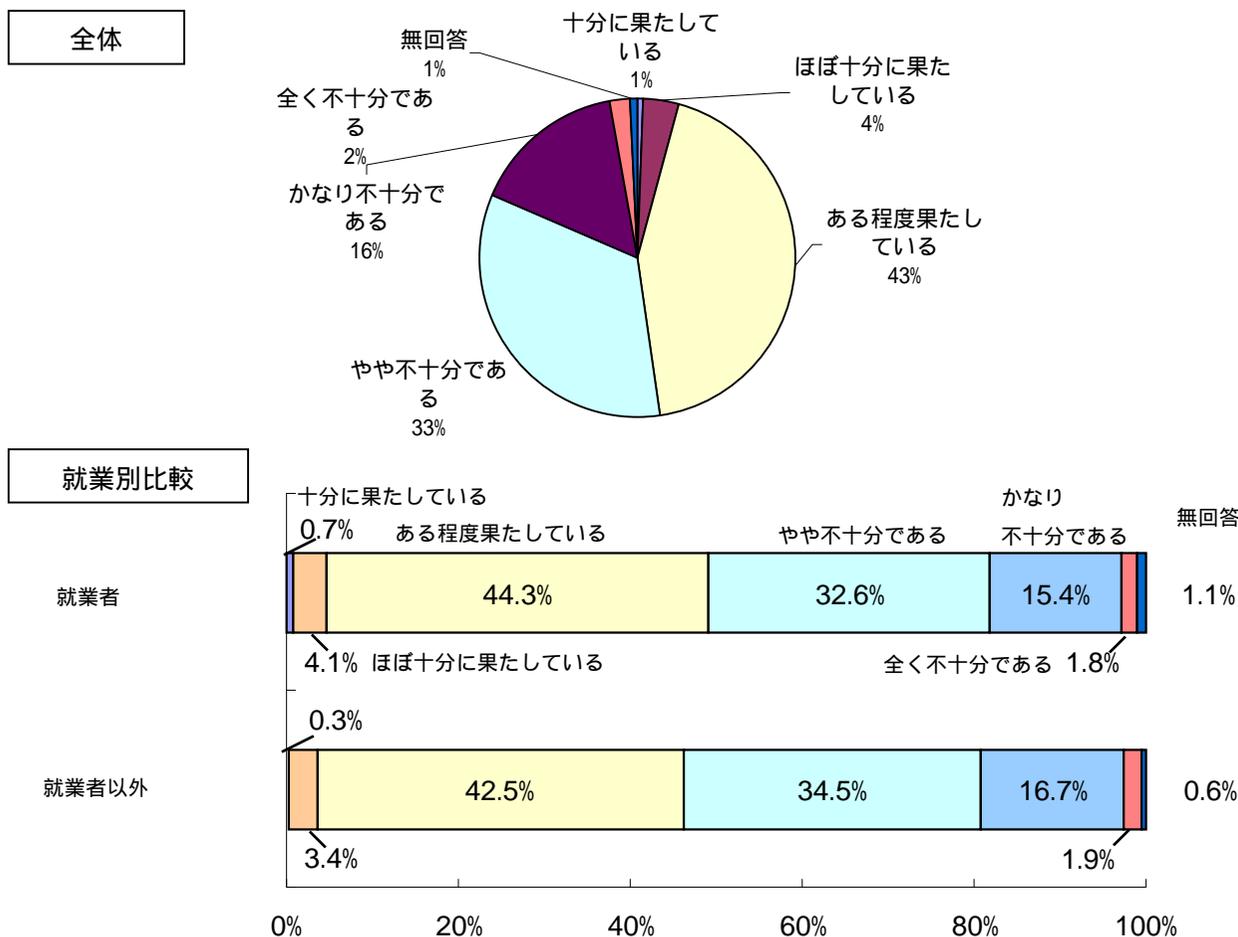
「果たしている」(十分に果たしている+ほぼ十分に果たしている+ある程度果たしている)と評価する人と「不十分である」(全く不十分である+かなり不十分である+やや不十分である)と評価する人の割合は、ほぼ同じで2分された。

2000年に、「不十分である」と評価する割合が「果たしている」と評価する割合を超えた。それ以降、この傾向が続いている。

不十分と考える中でも、「かなり不十分である」と評価する人の割合は16%となった。なんとなく満足できないといった浮動層ではなく、強く不満足を感じている層が存在することが分かる。

【前問で「非常に重要である」または「重要である」を1つ以上選んだ方に質問(有効回答数:3,745名)】

(2)前問で挙げた企業の社会的役割・責任に対して、企業はどの程度その役割・責任を果たしていると思いますか。あなたの評価を以下の中から1つだけ選んで回答欄に記入してください。



## 【2】 「企業に対する認識について」

### (3) 企業に対する信頼感の変化

#### 40歳代以上で「低くなった」が40%を超える

企業に対する信頼感が、前回調査時点に比べ（またはこの1年間に）どのように変化したかを尋ねた。

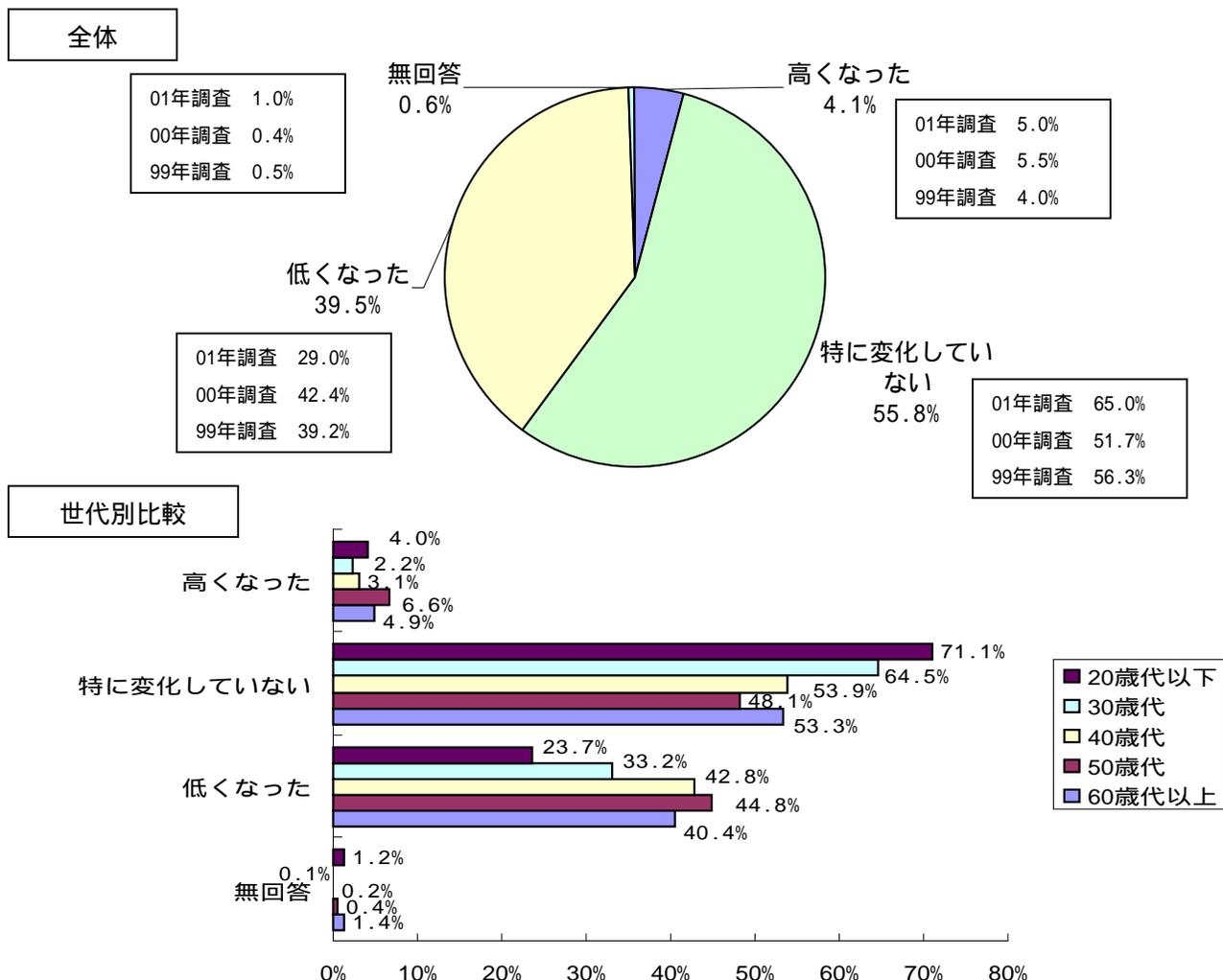
前年の調査に比べると、「低くなった」が10.5ポイント増え、その分「特に変化していない」が減った。

企業に対する信頼度下落幅（対前年比）は調査開始以来、今回が最大であった。

世代別では、40歳代、50歳代、60歳代以上で、「低くなった」が40%を超えた。

【全員に質問（有効回答数：3,753名）】

（3）企業活動全般を見て、あなたの企業に対する信頼感は、この1年間（前回のアンケートにご協力いただいた方は、その時点と比べて）で変化しましたか。 以下の中から1つだけ選んで回答欄に記入してください。



## 【2】「企業に対する認識について」

### (3) 企業に対する信頼感の変化

#### 信頼感が変化した理由

##### 「高くなった」「特に変化していない」理由

企業不祥事が続いている中、姿勢としては情報公開へ向かっているように感じられる。

環境、財務などのデータをインターネットのホームページに載せるなど、企業情報を公開する企業が増えてきたと思います。

一部食品関係の会社の不祥事は許すことができないが、全ての企業に不信感を抱くことは真面目な企業に対して、失礼である。

バブル以降、企業に対する信頼感は低くなったが、社会的な制裁もあり、企業も反省して経営の原点に帰りつつあると思う。

個々の企業を詳細に見れば、高くなった企業、低くなった企業があるかもしれないが、総体としてはあまり変わらないと思います。

いろいろと不祥事が発生したため、その後の対応が各社とも迅速になってきたと思う。

様々な企業の不祥事が明るみになったせい、企業のアピールが目につくようになってきた。それにより、次第に各企業の独自性や中小企業の大切さ、世界に発信できる日本の技術などを知りやすくなり、企業に対する信頼感は高まった気がする。

この1年で企業倫理が注目され、マスコミ等で大いに騒がれた。企業側の意識も高まったと思う。

##### 「低くなった」理由

今までの社会通念では通用しなくなっているのに、企業の取り組みは旧態依然としたものがある。特に、大企業に見られるような気がする。メディアに現れる華やかな企業の一面と、実体があまりにもかけ離れすぎている。

非常時への対応のしかたが、あまりにも幼稚なレベルである。表向きは社会貢献を謳う企業が、実は自分のことしか考えられないという実体をさらけ出しており、信頼しろというほうが無理である。

企業の社会的責任云々は景気の良いときばかりの話ではないと考えます。モラルがあるがごときは幻想かと思ってしまいます。

いくつかの企業不祥事に関して、マスコミに登場する経営者の発言にかなり失望した。小ずらい中間管理職がそのまま経営者になったのではないが、という印象さえ受けた。

自社の利益のためには、詐欺行為をしてもよいという意識行動に対して、具体的な処罰行為がないのが問題である。

範を示すべき一流といわれる企業ですら社会倫理に反する行動をとる。個人としては良識のある人たちが、企業人となったときどうして豹変するのだろうか、最近特に感じる。モラルハザードについて考えさせられることが多い。

まさかと思う企業の、まさかと思うほど低レベルな事件が多かった。ブランドは信用を勝ち取るためにあるはずなのに、それを隠れ蓑になんでもアリのやり放題。やっているほうは罪の意識に苛まれつつ...という部分はあったと思うが、結局「やった」という事実は、企業が誰を向いて仕事をしているのか(存在しているのか)ということに行き着くのではないかと思います。消費者より経営の安定が大事と考えるなら(実際、経営維持できてこそその消費者サービスだと思いますが)、それを明言する、あるいは、消費者に「企業の構成員だって人間、間違いもあればズルもする。勝手に信用したアナタも悪い」くらいのことが言えるのか。

この1年間であらゆる企業の倫理観のなさ、儲ければいい、見つからなければ何をしてもいいという考え方が露呈した。低くなったなどというものではなく、信頼できなくなった。

## 【2】 「企業に対する認識について」

### (4) 企業が社会的信頼を維持・向上させるために重要なこと

#### 「企業倫理の確立と順守」が2年ぶりに50%を超える

今後、企業が社会的信頼を維持・向上するために重要なことは何かを尋ねた。

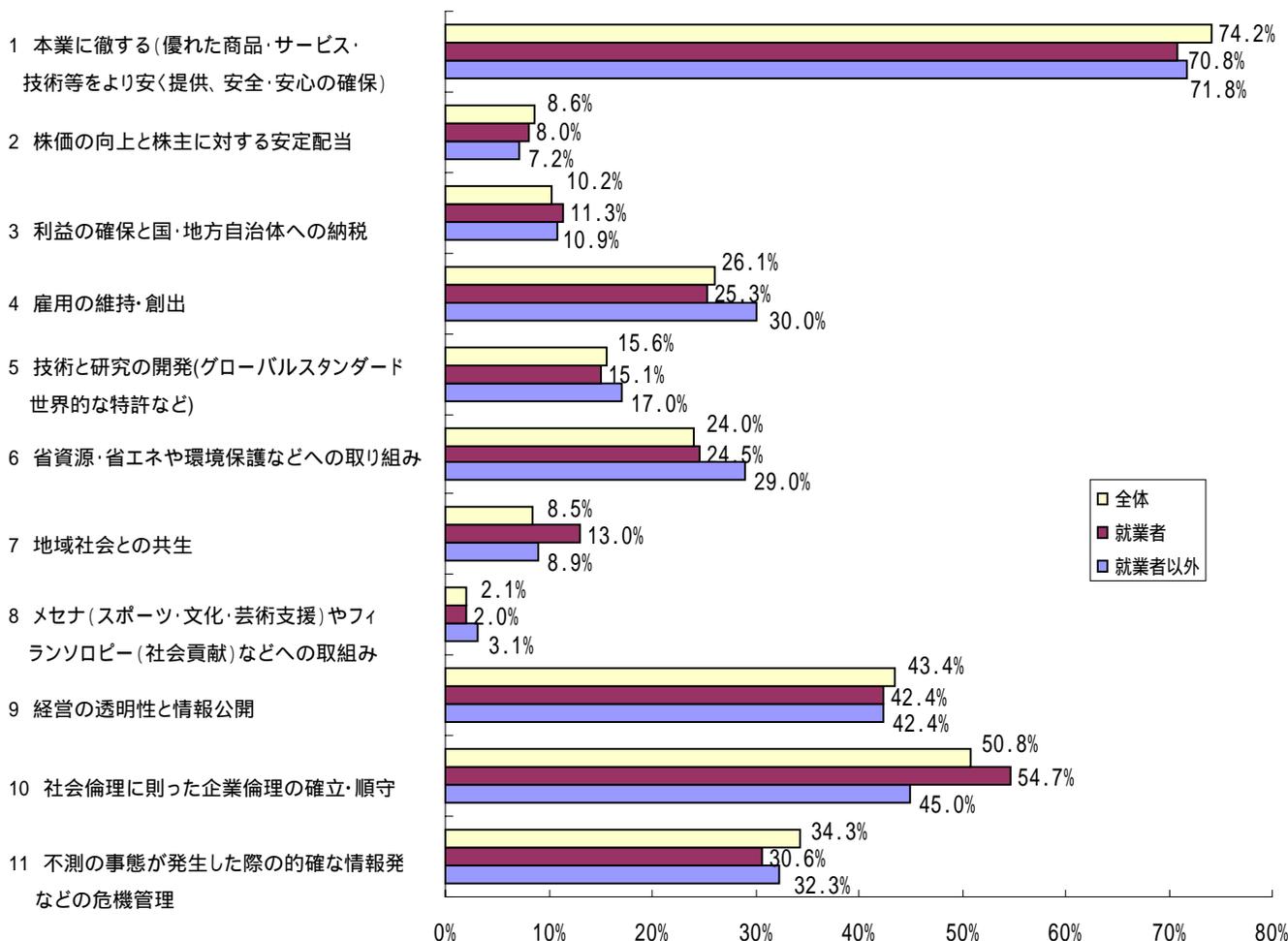
第1位は「本業に徹する」(74.2%)。次いで、「企業倫理の確立と順守」(50.8%)、「経営の透明性と情報公開」(43.4%)となっている。

「企業倫理の確立と順守」は昨年の36.1%(5位)から14.7ポイント上昇。2年ぶりに50%を超えた。また、就業者のほうが、これを重要と見ている回答が多く、就業者以外を9.7ポイント上回った。

「危機管理への対応」も昨年の17.7%(6位)から16.6ポイント上昇し、重視される項目となった。

【全員に質問(有効回答数:3,753名)、回答は3つまで可】

(4) 企業が、これまで以上に社会からの信頼を勝ち得ていくためには何が重要だと思いますか。以下の中から3つまで選んで回答欄に記入してください。



## 【2】「企業に対する認識について」

### (5) 企業経営において重視すべき対象

#### 全体の91%が最終消費者(エンドユーザー)と回答

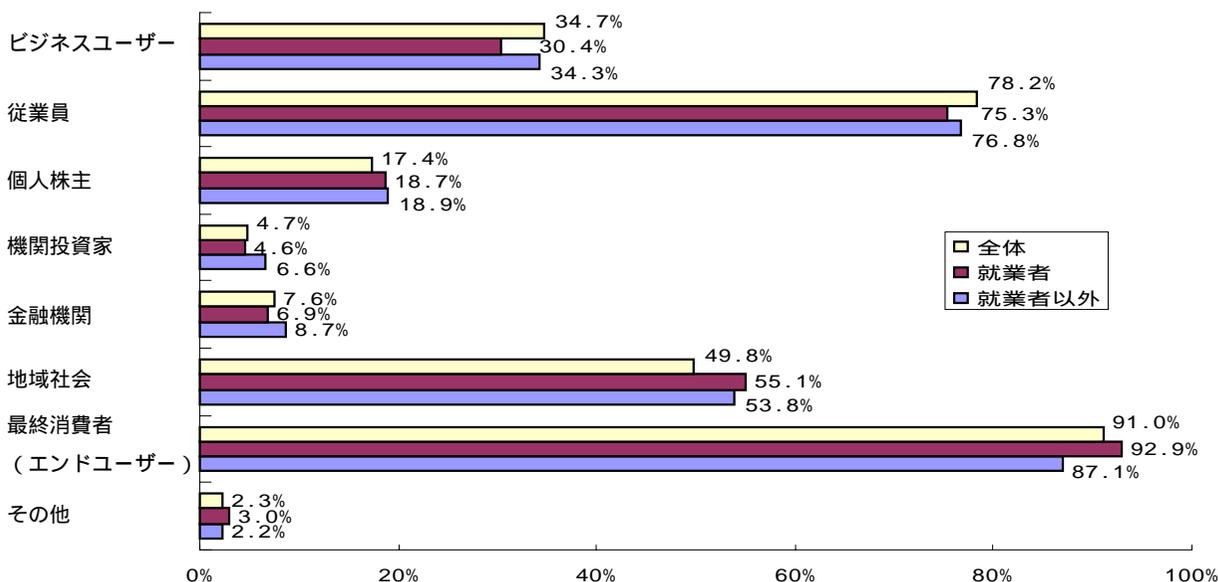
企業経営において今後さらに重視していくべき対象は何かを尋ねた。

「最終消費者(エンドユーザー)」が最も多く91%。以下「従業員」(78.2%)、「地域社会」(49.8%)と続く。

「従業員」を重視すべきという回答が、2年連続で70%を超えた(2000年までは、60%前後であった)。全世代で高い傾向を示したが、特に50歳代では82.9%となった。

【全員に質問(有効回答数:3,753名)、回答は3つまで可】

(5) 企業にとって、今後特に重視すべき関係者は何だと思えますか。以下の中から3つまで選んで回答欄に記入してください。



重視すべき対象  
上位3つの世代別比較

	全体	20歳代以下	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代以上
第1位:最終消費者(エンドユーザー)	91.0%	77.5%	91.3%	93.4%	91.9%	89.9%
第2位:従業員	78.2%	76.9%	74.7%	78.1%	82.9%	77.8%
第3位:地域社会	49.8%	49.1%	47.6%	48.8%	47.6%	54.6%

### 【3】「企業不祥事について」

#### (6) 不祥事の再発防止への取組み

#### 「内部通報や公益通報の受付窓口を設置する」が第1位で55.1%

企業の不祥事の再発防止のために、どのような取組みをすべきかを尋ねた。

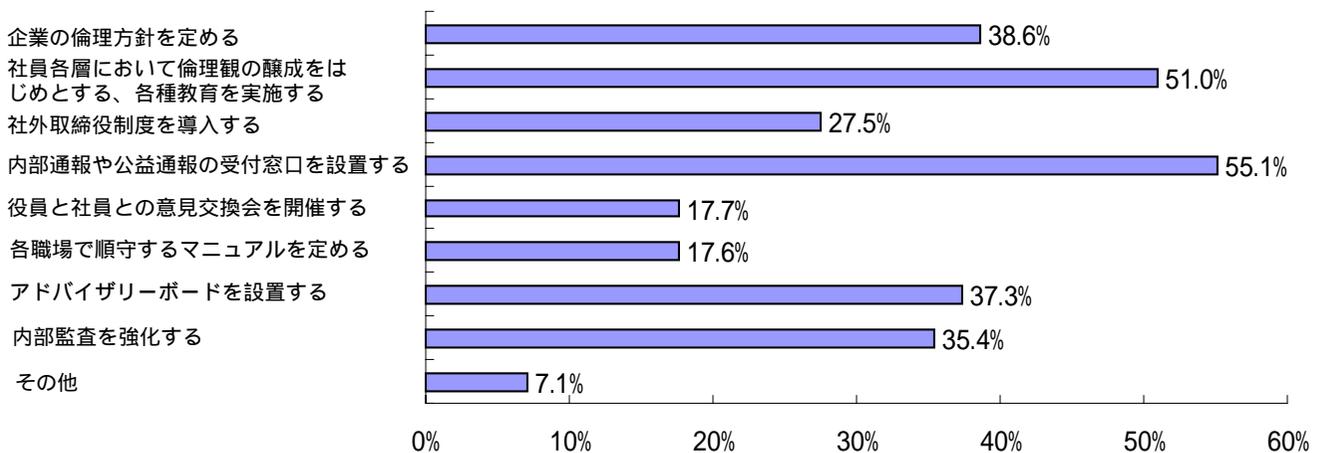
第1位は「内部通報や公益通報の受付窓口を設置する」で55.1%。20歳代以下を除く全世代で第1位となり、50%を超えた。

20歳代以下では、「内部監査を強化する」が49.7%で第1位。また、「役員と社員との意見交換会を開催する」が33.5%であり、他の世代と比べてダイレクト・コミュニケーションを強く望んでいることが分かった。

【全員に質問(有効回答数:3,753名)、回答は3つまで可】

(6) 企業の不祥事が報じられております。不祥事の再発防止のため、企業はどのような取組みを実施すべきだと思いますか。重要だと思うものを以下の中から3つまで選んで回答欄に記入してください。

全体



	全体	20歳代以下	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代以上
内部通報や公益通報の受付窓口を設置する	55.1	35.3	55.3	54.4	57.7	57.4
社員各層において倫理観の醸成をはじめとする、各種教育を実施する	51.0	48.0	47.4	52.1	51.7	52.8
企業の倫理方針を定める	38.6	32.4	30.5	39.3	43.2	43.1
経営に対して広く意見をもらうアドバイザーボードを設置する	37.3	30.1	33.9	37.9	40.3	38.7
内部監査を強化する	35.4	49.7	39.7	33.9	32.1	33.4
社外取締役制度を導入する	27.5	27.2	29.9	28.1	26.5	25.6
役員と社員との意見交換会を開催する	17.7	33.5	19.5	16.4	14.9	16.6
各職場で遵守するマニュアルを定める	17.6	22.0	15.5	15.6	18.1	20.6
その他	7.1	4.0	6.7	6.7	7.7	7.7

### 【3】 「企業不祥事について」

#### (7) 内部通報や公益通報をどう考えるか

#### 会社役員とパートタイム・アルバイトで評価に大きな差

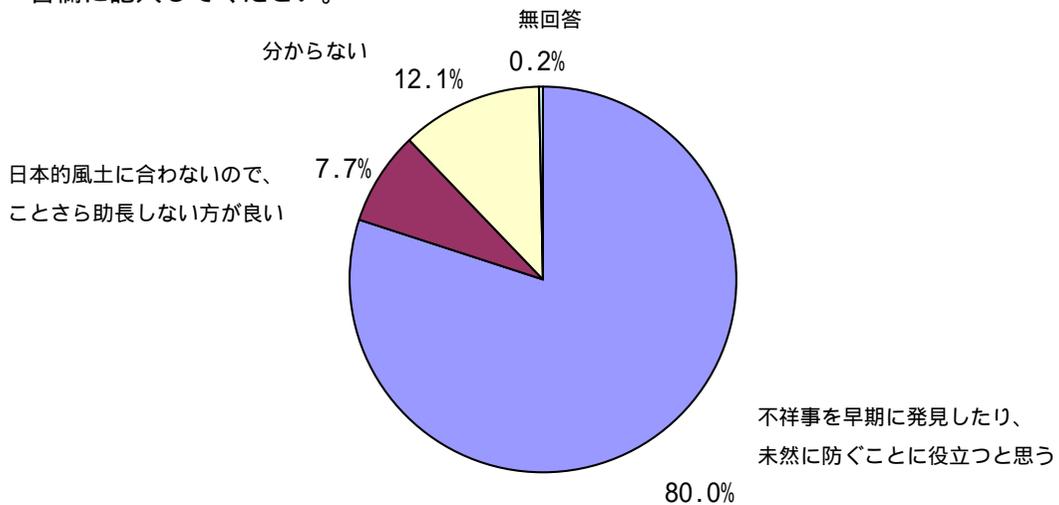
増加傾向にある内部通報や公益通報について、どう思うかを尋ねた。

8割が内部通報や公益通報を評価している結果が得られた。

「日本的風土に合わないので、ことさら助長しない方が良い」との回答は、7.7%。会社役員では15.4%、会社員では9.8%、パートタイム・アルバイトでは4.0%であった。

【全員に質問（有効回答数:3,753名）】

(7) 内部通報や公益通報に対して、企業で受付窓口の設置などの動きが進みつつあります。今後、増加が予想される内部通報や公益通報についてどう思われますか。以下の中から1つだけ選んで回答欄に記入してください。



	全体	会社員	会社役員	団体職員	団体役員	公務員	自営業	自由業	パートタイム・アルバイト	無職	専業主婦	学生	その他
不祥事を早期に発見したり、未然に防ぐことに役立つと思う	80.0%	75.9%	71.2%	75.0%	76.3%	80.0%	84.3%	79.6%	84.0%	82.2%	83.5%	78.2%	81.0%
日本的風土に合わないので、ことさら助長しない方が良い	7.7%	9.8%	15.4%	9.1%	15.8%	7.0%	6.7%	11.5%	4.0%	10.9%	4.0%	3.6%	8.7%
わからない	12.1%	14.2%	12.5%	15.9%	7.9%	13.0%	8.2%	8.8%	11.8%	6.9%	12.3%	18.2%	10.3%
無回答	0.2%	0.1%	1.0%	-	-	-	0.7%	-	0.2%	-	0.2%	-	-

### 【3】 「企業不祥事について」

#### (8) 商品を購入するにあたり、重視する内容

##### 世代が高いほど、「社会的責任や倫理観」を重視

商品を購入するにあたり、不祥事の有無、社会的責任への取組みをどの程度重視するかを尋ねた。

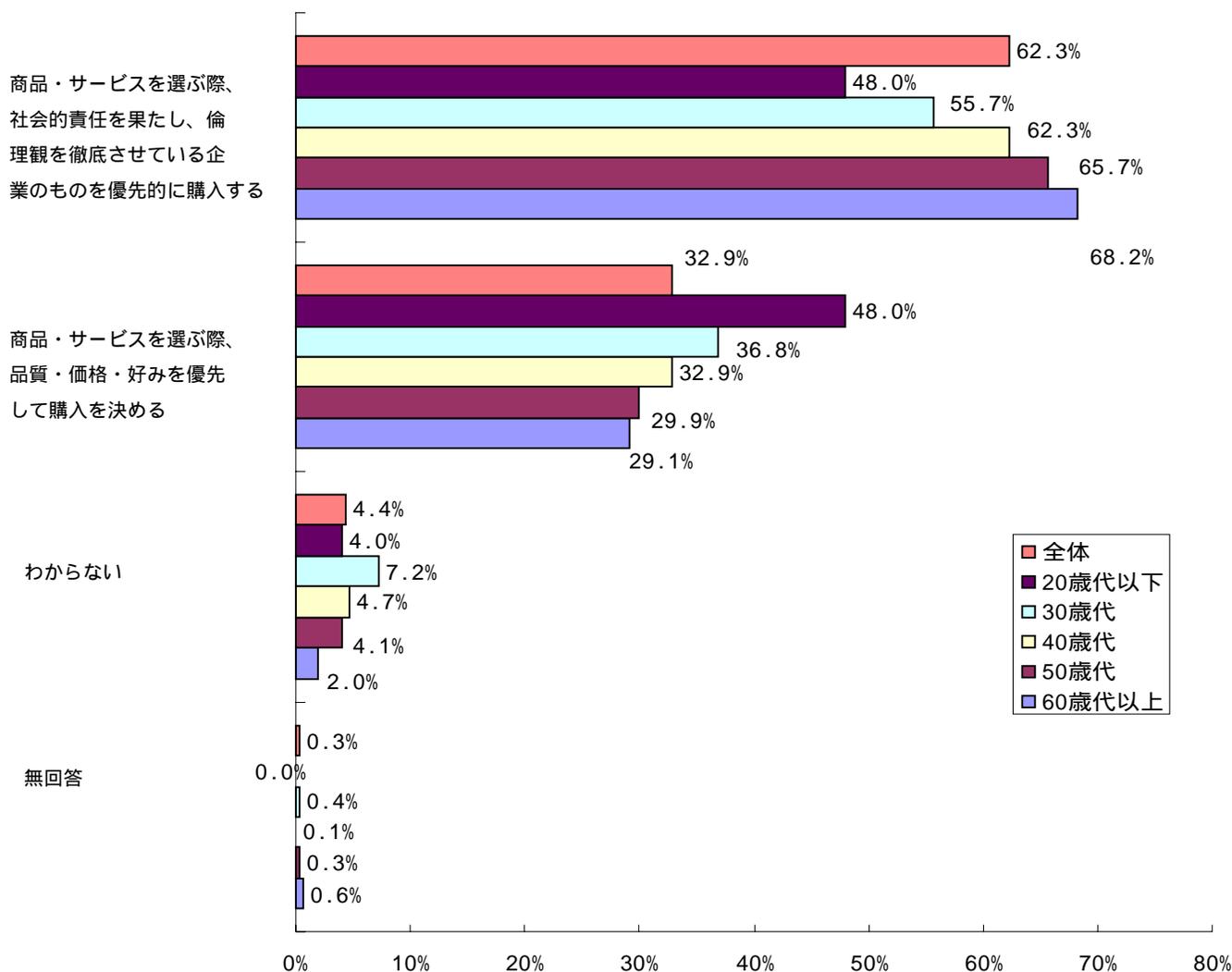
「社会的責任を果たし、倫理観を徹底させている企業のモノを優先的に購入する」と回答したのは、62.3%。

「社会的責任や倫理観」を重視する傾向は、20歳代以下では48.0%であるが、世代が上がっていくごとに高くなり、60歳代以上では68.2%が重視すると回答している。

一方、商品を購入する際に「品質・価格・好みを優先する」割合は、若い世代ほど高い結果となった。20歳代以下では、48.0%、60歳代以上では29.1%と世代間の意識の違いが鮮明に表れた。

【全員に質問（有効回答数：3,753名）】

(8) 商品を購入するにあたり、不祥事の有無、企業の社会的責任への取組みをあなたはどの程度重視しますか。以下の中から1つだけ選んで回答欄に記入してください。



## 【4】 「自由記述回答」

### 企業の社会的信頼の維持・向上に関する意見・感想 その1

「企業の社会的信頼の維持・向上」に関する意見・感想を、自由記述方式で回答してもらった。その中から主なものを、以下に列記する。

#### 20歳代以下の意見・感想

かつては儲ければよいの一辺倒であった企業も、ここにきて消費者の側に立った活動を最優先しないと存立そのものが危ないと、気づき始めているのは良いことと思います。

営利企業であることと倫理・道徳を守るということは、時として相反するように錯覚するが、長い目で見た時、そのどちらを欠いても成り立たなくなるものだと思う。

倫理感の欠如した企業の続出で、消費者心理としては、本来、信頼できるものまで、疑いの目で見えるようになりました。

エンドユーザーの意見は、些細なものであるかもしれないが、その企業の問題点を反映しているものが多い。どんな小さな意見でも謙虚に耳を傾けるべきである。それが経営者にまで伝わるシステムができている企業はよい企業と言える。

特定企業が行った不正行為により、その企業が属する業界全体へ悪影響が波及するのが一番怖い。真摯に経営を行っている企業が危機に陥る可能性が高い。

このアンケートを記入した頃の新聞に「総会屋への利益供与と事件の責任をとって社長が辞任表明」「偽装牛肉事件で5人に詐欺罪で有罪判決」といった記事が載った。勿論、各企業とも倫理観の確立はなされていると思うが、そうした企業の管理職に何が不正を働かせたのだろうか。それぞれに愛社精神は持っているはずなのに。また、最高責任者である社長の管理責任は重大であり、涙の辞任会見で済む問題ではない。信頼回復を表明するが、事はそんなに簡単でないことは自明のことである。

企業を動かしているのは人です。人の顔の見える企業の製品を買いたいと思います。頑張っている人を応援する気持ちで、品質が多少劣っていても倫理観の徹底した企業の製品を購入します。

#### 30歳代の意見・感想

あくまでも本業に徹するのが第1です。メーカーならば技術の向上が信頼感につながる。日々の積み重ねが大切だと思う。また、当たり前のことだが、不祥事が起きた場合は、隠さずに素早く発表した方がよい。隠すという体質が却って不信感を生む。

不正を働かず、地味ではあるがしっかりと仕事をしている企業はかなり評価されると思います。

業績が良い時も悪い時も、また問題が起こった時も平時も、基本スタンスは社会に対し誠実であることが求められる。

企業が社会的信頼の維持向上に努めることは当然であるが、問題が生じたときのマスメディアの対応も、殊更に扇情的な報道をするのではなく、日本社会全体の向上を視野に入れた報道をすべきだと思う。

牛肉偽装を告発した会社が、その後仕事ができなくなっている現実、これが日本の社会です。内部告発者の保護がなければ、目をつむる以外、仕方がないでしょう。企業倫理の確立は勿論、告発者の保護を望みます。

経営トップによる率先模範以外に、この問題に対する解決策はないと思います。また、本音と建前といった、日本人独特の考え方も、各層による無責任体質を作り上げていると思います。個人をはじめとして、各組織毎に責任を自覚していれば、多くの問題は解決できたのではないのでしょうか？

企業の中はある意味で閉ざされた社会になっていると思います。同じ方向（利益追求、売上拡大etc）に向かった人間の集団の中にいると、一般社会の常識といった当たり前のことを見失いがちになり、皆で突き進んでしまうこともありがちでしょう。心に余裕をもって、少し客観的に見る目を常に持つ努力も大切かと思います。

## 【4】 「自由記述回答」

### 企業の社会的信頼の維持・向上に関する意見・感想 その2

今の世の中は、正直者が馬鹿を見るようになってきているような気がしてなりません。企業としては立派な理念等を掲げて、その中にいる一人ひとりが変わらないと意味がありません。歩きながらタバコを吸う人、駅でぶつかりながら先を急ぐ人、順番を守れない人等々を見ながら、この人たちは会社の中では立派なことを言っているのだらうなあって思います。自分自身に厳しくすることから始めないと、何も変わらないことに気付いて欲しいと思います。

内部通報があって初めて不正が判明する、逆に言うと、通報がなければ表に出ない不正がたくさんあるという事実はとても残念だ。会社のPRやリクルート案内では、一流の謳い文句が並べられていても、それらは実態を映していないことがほとんどだと、皆わかっている。消費者も、個々の企業を一面だけで善し悪しを判断するのではなく、多様な人間が働き、そこで日々努力している多くの人もいることも理解し、多面的に判断するべきだろう。

日本では大きな不祥事を起こした会社でも、消費者が当該会社の製品を購入できない場合（最終消費財でない場合）は、ほとんど被害はない（例えばゼネコン、商社など）。国民も数カ月経てば忘れてしまい、結局はもとのままであるような印象がある。不祥事を起こした会社には、行政が厳しい罰則を課し、不法行為はむしろ大きなコストアップとなることを分からせる必要があると思う。こと企業に関しては、ある程度性悪説で臨むべきであろう。

まずは本業に徹して、良品を生産して欲しいと思います。そうすれば自ずと信頼も得られ、社内の倫理観、責任感も高まると思います。信頼を得るのは時間がかかりますが、失うのは一瞬です。

今回のアンケートは、まさに今年問題となった企業の社員として複雑な思いがした。経営者・管理者の危機感の欠如、企業の悪しき慣行を改めて実感しています。今後は短期的な利潤を追求するだけでなく、社会的責任を果たし長期に渡って社会から支持される企業だけが存続していくと思う。

#### 40歳代の意見・感想

経営者のみならず、従業員の一人ひとりが誇りを持って仕事に当たれる企業になって欲しいと思う。同時に消費者が信頼して、支持する商品やサービスを提供して欲しい。また、そのように消費者が企業を育てることも大切だと思う。

企業が社会的信頼を維持・向上させていくためには、メセナなど本業と違う活動も大切ではあるが、やはり本業でどれだけユーザーに認めてもらえるかだと思う。これこそが企業活動の基本だと思います。

企業が様々な事業活動を行っていく中で、全くトラブルが発生しないことはありえず、不祥事の発生などの可能性は、どこにでもあると考えられる。万一そうした事態に陥った際の対応を日常から考え、対外的にしっかりした体制を構築しておくことが重要であると考ええる。最近では、内部告発等に対して、迅速に対応するような組織を構築している企業も多く出てきている。今後このような組織が、社会的な信頼の維持向上に有効に機能していくものと思われる。

企業の不祥事は多分に企業そのものの体質、例えば創業家に意見を言えない雰囲気などが、からんでいると思います。そのような体質は企業の内部から修正することは難しいのではないのでしょうか。そのような体質を変え、企業の不祥事を防止するためには、社内・外の特定の人の具体的な関与よりも、「世間」から監視されているという社外の不特定多数の目に会社がさらされる必要があります。それには経営の透明性確保と、内部告発制度の整備が有効なのではないのでしょうか。

自分が消費者の立場に立って考えればわかると思う。自社製品を安心して購入できると自問自答して欲しい。

何も特別なことをするのではなく、「守らなければならない事を守り、すべきでない事をしない」風土を維持できるように、経営者・従業員が心を一つにすれば良い。また、正直であれば良いことだと思います。

## 【4】 「自由記述回答」

### 企業の社会的信頼の維持・向上に関する意見・感想 その3

#### 50歳代の意見・感想

経営が苦しくても企業倫理を確立している企業は、生き残っていくと思う。経営者がリーダーシップを発揮してがんばって欲しい。

現在、不祥事への対応や企業倫理の確立のために、特別な企業内組織や仕組みを作ろうとする動きが急であるが、必ずしもそのことが不祥事の防止に役立つとは思わない。企業の本業（製品開発、営業・販売、サービスなど）とかけ離れた体制や管理をしても、定着しない。当初はその体制や管理マニュアルが機能するが、継続していくと飽きられ、陳腐化し、肝心の社員行動そのものは変化がないことになる。本業の仕組みの改革、例えば製品開発への顧客の参画、社会的な価値観の導入、営業評価への社会的な観点の導入など、普段の行動の具体的な変化が重要である。そのような視点からの取り組みが、極めて少ないように感じる。

不祥事を起こした企業でも隠そうとするのは一部の人たちだと思います。大部分の人たちは一生懸命に働いて、職責を果たしていると思います。

組織上、どうしても上下関係があり、上の者の考えが社会的信頼に反するものであっても聞かざるを得ない状況が、会社内には歴然とある。正論を言って、冷や飯を食っている人がたくさんいることを世の中の人たちは知っている。そのため、ついつい「間違っている」、「訂正しなくては」と思っても、「はい」と言ってしまうのであろう。

「何のために企業が存在しているか?」「誰のための企業か?」が、企業という組織の中では歪んでしまいます。それも上に行けば行くほど、「企業の理屈」が大切になっているのではないか。会社の中で、常に自分たちが「社会・お客様・従業員」からどのように見られているかについて、経営者は特に注意を向けるべきではないかと思えます。企業は生きているのではなく、生かされているのだと思えます。

企業がよく使うCSのCがCustomerではなく、Companyになっているところがある。経営者は、目先の利益ではなく、消費者や地域から歓迎されることが、長い目で見た企業の利益でもあることを常に忘れずにいてほしい。

#### 60歳代以上の意見・感想

市場での競争が激しい中で、他社よりも利益を上げて何とか生き抜こうとするために、消費者の目を欺くのも止むを得ないと思っている企業が多いのは大変残念である。どんな些細なことでも、消費者をごまかせないという強い意識をもってもらうためには、社内告発、あるいは公益通報はあるべきだと思う。消費者あつての企業であることを、念頭においてもらいたいものである。

最近、企業の不祥事のニュースを聞くたび、「またか」とあきれるとともに、「よくぞ公表してくれた」とも思う。現在はウミを出し、新しい流れを作り出しているようにも思える。人間は誰でも失敗する。しかし、素直に認め、次から失敗しないように謙虚に反省するなら、失敗は失敗でなくなる。非を認める姿勢が大切だと思う。

消費者も勉強して、値段だけで物を選ばない視点を身につけなければいけない。商品の成分などを詳しく表示している会社（特に化粧品会社）は、とても好感が持てる。

私は専業主婦なので、どうしても最近の食品会社の不祥事が許せません。初めのうちは不祥事のあった会社の食品は避けて購入していましたが、こう次から次へと出てくると、どの会社の商品を買っても大差がないように見え、感覚もマヒ状態です。

一個人の倫理観と企業倫理が矛盾する状況をどこまでなくしていけるのかということが、そのまま企業の将来につながっている。今の世の中、たるんでいるがゆえに今までにはなかったようなミスが次々に出てくる。職人気質やこだわり、信念など、そういった少し古い時代には当たり前にあった自分の仕事への誇りを取り戻すことが、日本再生の大きなカギになると思う。

企業の社会的信頼の向上は、一般社員よりも、むしろ役員または上級管理者層の倫理観育成が重要と考える。わが身可愛さ、自分の担当部署の業績を上げるために、社会的問題になるような行動をとり、結果として企業を危うくし、従業員の生活まで破壊している。

消費者も企業の立場を理解し、お互いに助け合っていく必要があるのではないのでしょうか。

## アンケート 「生活者の“企業観”に関するアンケート」結果報告書

---

発行 / 財団法人 経済広報センター

担当 国内広報部 広聴グループ(山田)

〒100 - 0004 東京都千代田区大手町1 - 6 - 1 大手町ビル 7階

TEL:03 - 3201 - 1412 FAX:03 - 3201 - 1404

e-mail:[kochonet@kkc.or.jp](mailto:kochonet@kkc.or.jp)

発行日 / 2003年1月