

# 第9回 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
【1】調査の概要と回答者の属性	2
【2】企業に対する認識	3
【3】自由記述	29

2006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、全国の様々な職種、世代で構成される「社会広聴会員（4,680人）」を組織しております。

毎年4回、経済・社会問題など折々のテーマについて社会広聴会員を対象にアンケート調査を行い、その結果を公表しております。

今回は、その一環として「企業観」アンケートを実施しました。このアンケートは、1997年度にスタートして今年度で9回目を数え、「企業の社会的責任の達成度」「企業に対する信頼感の変化」さらに「企業の信頼感の維持、向上に必要なこと」といった項目を毎回質問し、生活者が「企業」をどのように見ているかを定点観測することを目的にしております。

さらに、昨年度に引き続き「消費の際に重視すること」「企業の発行する各種報告書」などについても調査を行い、生活者の率直な意見を伺いました。

今回の調査では、企業の社会的役割・責任の達成の認識度は年々上昇しているものの、企業の信頼度は昨年度に比べ、やや低下していることなどが明らかになりました。また、企業は本業に徹し、商品の質の向上を求める声が極めて高く推移しています。

今回の調査結果が、今後の企業運営などの参考になれば幸甚に存じます。

財団法人経済広報センター

# 【1】調査の概要と回答者の属性

## ■ 調査の概要

- (1) 調査名称 : 第9回 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 4,680人
- (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 : 2005年11月19日～12月9日
- (5) 有効回答 : 3,363人(71.9%)

## ■ 回答者の属性

性別

単位:上段/人 下段/%

合計	男性	女性	無回答
3,363	1,379	1,979	5
100%	41.0%	58.8%	0.1%

年代別

29歳以下	30歳代	40歳代	50歳代	60歳以上	無回答
119	518	1,044	702	975	5
3.5%	15.4%	31.0%	20.9%	29.0%	0.1%

職業別

会社員	団体職員	公務員	会社員・団体職員・ 公務員 小計	会社役員	団体役員	会社役員・団体役員 小計
998	81	104	1,183	117	35	152
29.7%	2.4%	3.1%	35.2%	3.5%	1.0%	4.5%

自営業	自由業	自営業・ 自由業 小計
122	108	230
3.6%	3.2%	6.8%

パートタイム・ アルバイト
483
14.4%

専業主婦
706
21.0%

無職	学生	その他	無職・学 生・その他 小計
433	29	138	600
12.9%	0.9%	4.1%	17.8%

無回答
9
0.3%

## 【2】「企業に対する認識」

(1) 以下は、企業が社会的に果たすよう求められていることです。  
それぞれについて、あなたはどの程度重要だと思いますか。

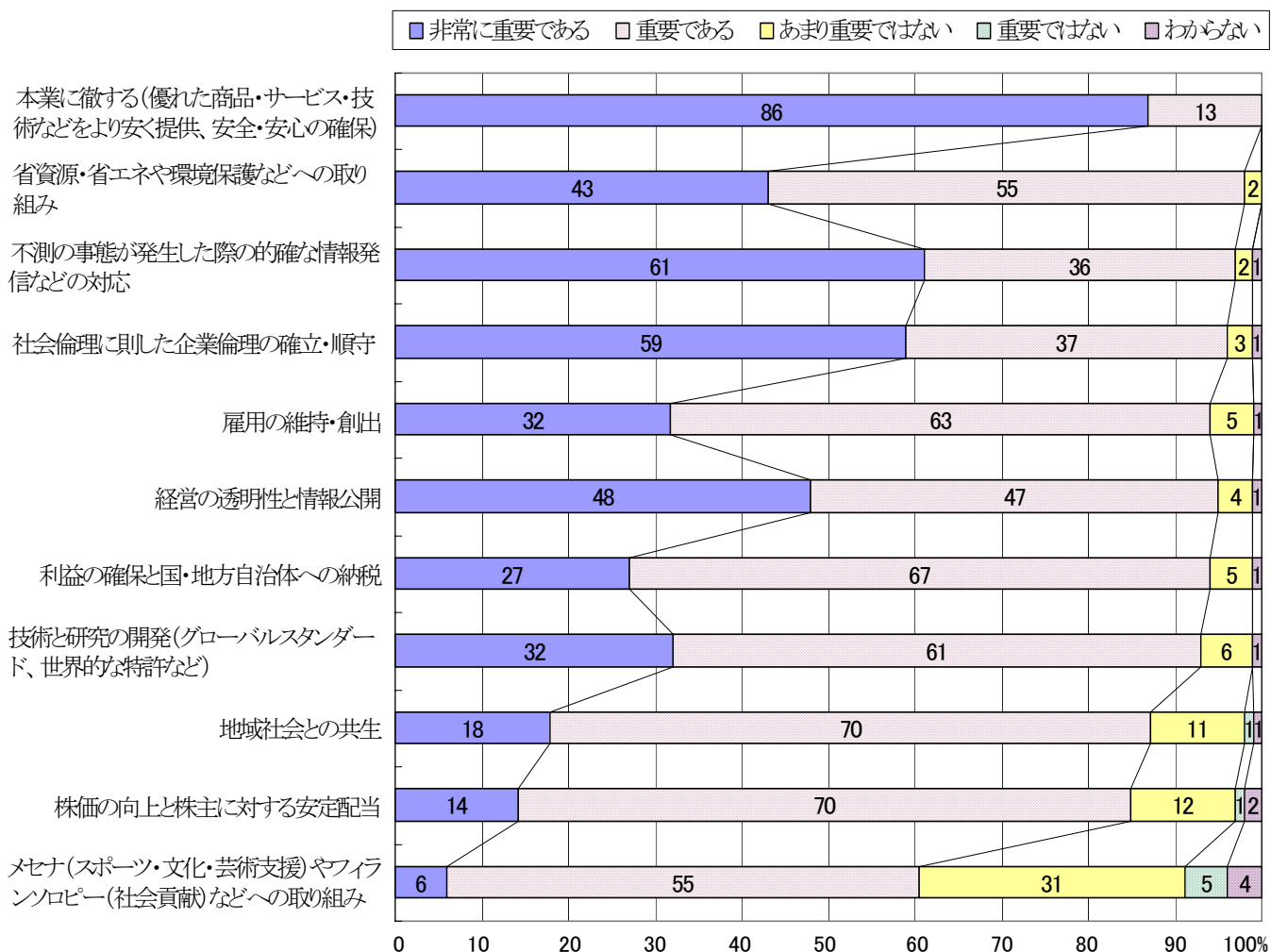
【全員に質問(有効回答数:3,363人)】

<全体>

### — 「本業に徹する」が99% —

- ◆全体では、「本業に徹する(非常に重要/重要)」と回答した割合が99%と最も高かった。
- ◆「メセナやフィランソピーなどへの取り組み(非常に重要/重要)」と回答した割合は他の項目より低く、61%であった。

全体



\* 小数点第1位四捨五入のため、合計が100%とまらない場合もある。

## 【2】「企業に対する認識」

(2) 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。

【(1)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:3,343人)】

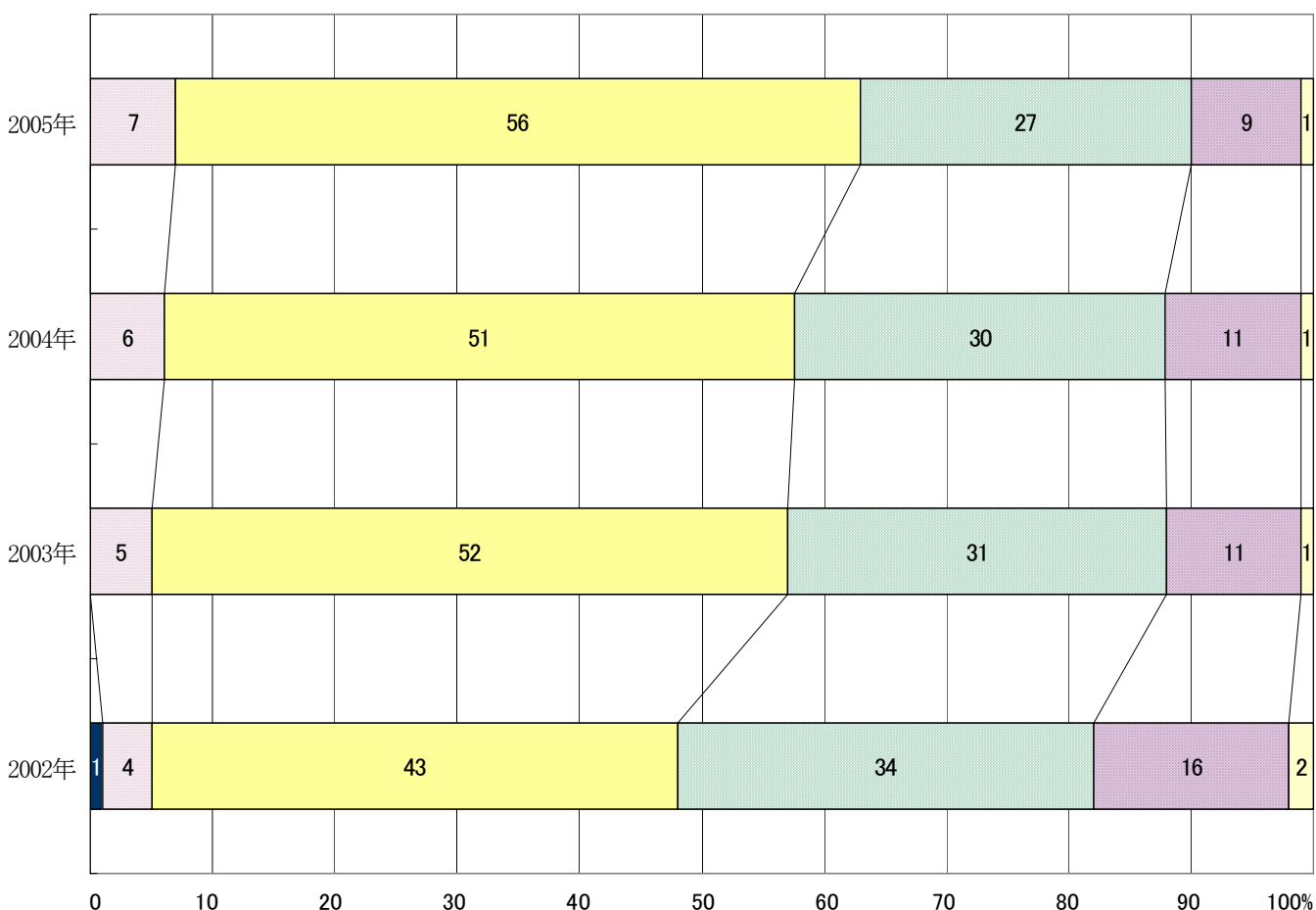
<年度別>

### — 「社会的役割・責任を果たしている」が昨年度と比べ、6ポイント増 —

- ◆ 「果たしている(十分 / ほぼ十分 / ある程度)」の回答割合は63%で、前年度比6ポイント増であった。
- ◆ 「果たしている(十分 / ほぼ十分 / ある程度)」を見ると、年々増加傾向にあり2002年度より15ポイント高くなっている。

年度別

■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 ■やや不十分である ■かなり不十分である ■全く不十分である



\* 小数点第1位四捨五入のため、合計が100%とならない場合もある。

## 【2】「企業に対する認識」

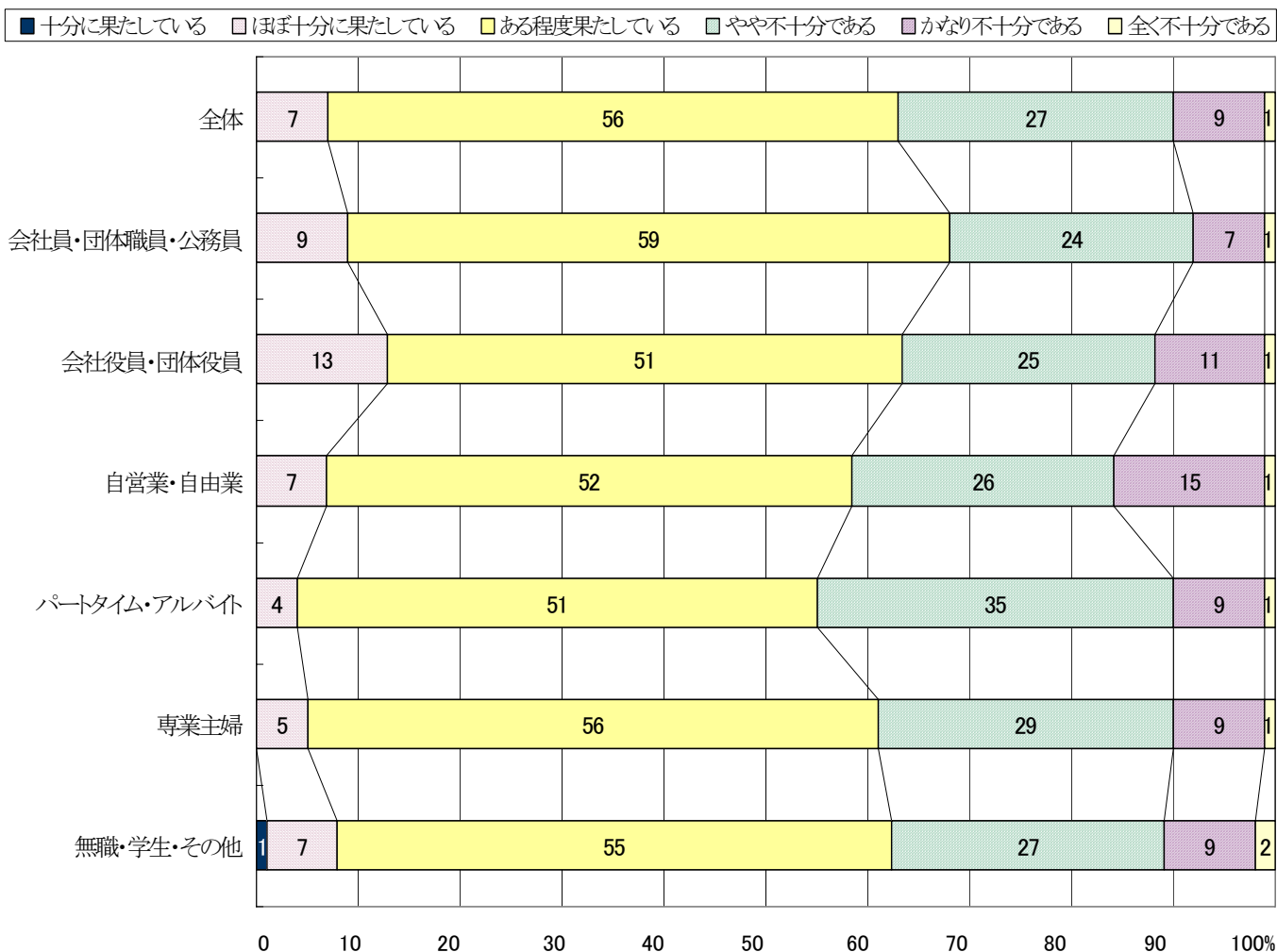
(2) 企業の社会的役割・責任に対して、企業はどの程度その役割・責任を果たしていると思いますか。

【(1)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:3,343人)】

<職業別>

- ◆ 職業別では、「果たしている(十分 / ほぼ十分 / ある程度)」と回答した割合は「会社員・団体職員・公務員」が68%で最も高かった。
- ◆ 「パートタイム・アルバイト」では、「果たしている(十分 / ほぼ十分 / ある程度)」の回答割合が55%と他の職業よりも低かった。

職業別



\* 小数点第1位四捨五入のため、合計が100%とまらない場合もある。

## 【2】「企業に対する認識」

(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。

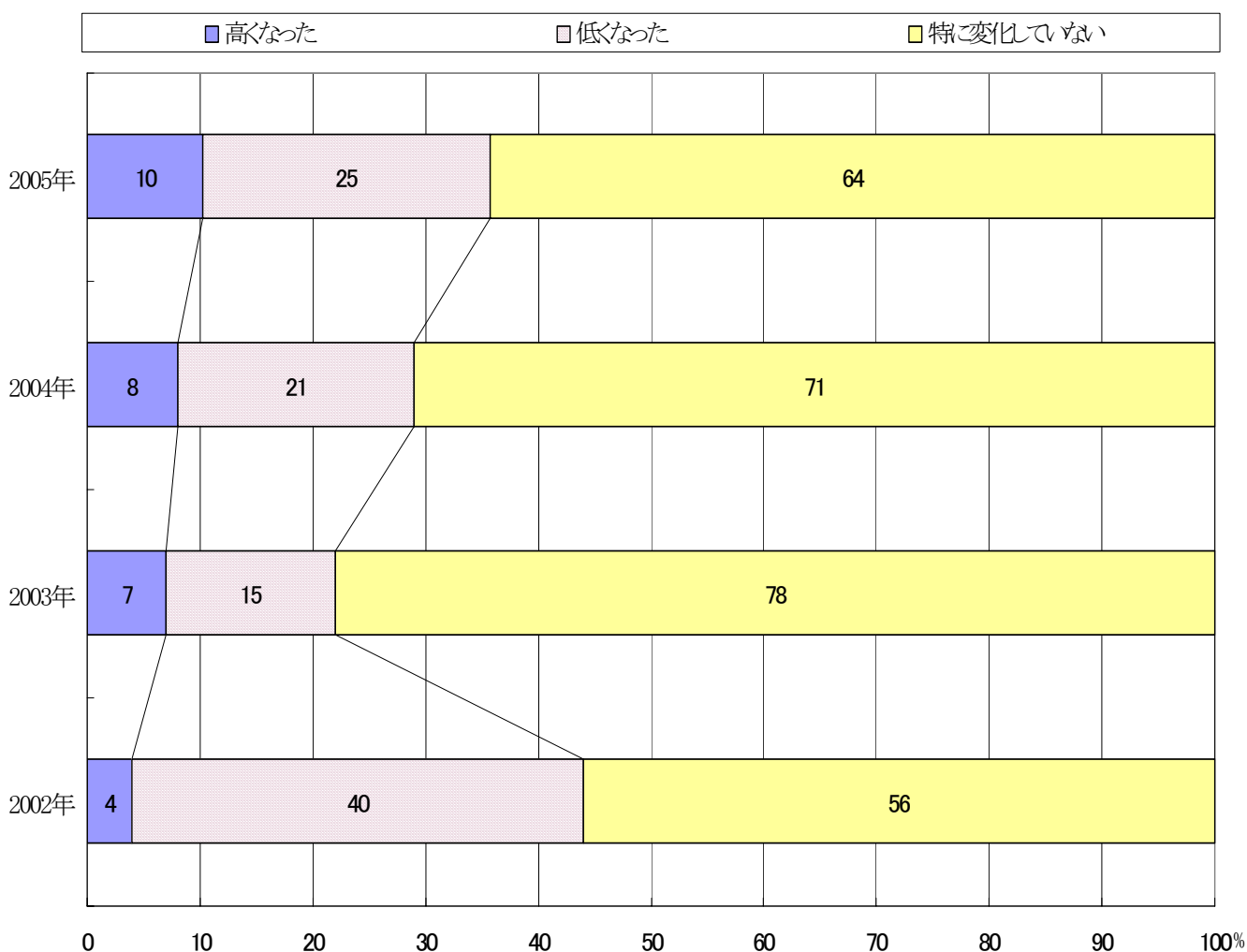
【全員に質問(有効回答数:3,353人)】

<年度別>

### — 「低くなった」が25% —

- ◆ 「特に変化していない」の回答割合が全体の64%と高いが、昨年度と比べると、7ポイント減少していた。
- ◆ 「高くなった」と回答した割合は10%で昨年度に比べ2ポイント増加していた。また、「低くなった」も25%で昨年度より4ポイント増加していた。

年度別



\* 小数点第1位四捨五入のため、合計が100%とまらない場合もある。

## 【2】「企業に対する認識」

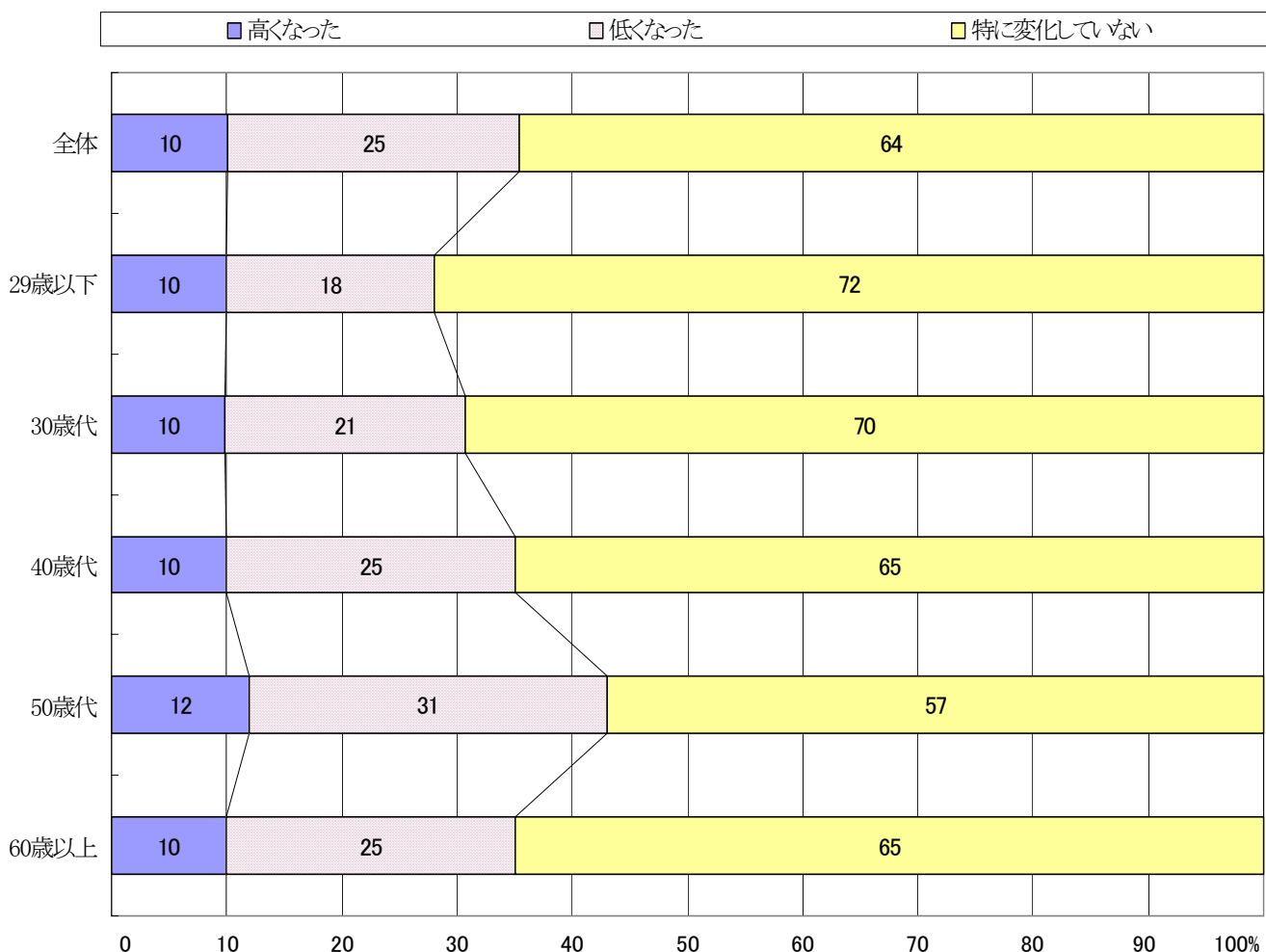
(3) 企業活動全般を見て、あなたの企業に対する信頼感は、この1年間(前回のアンケートにご協力いただいた方は、その時点と比べて)で変化しましたか。

【全員に質問(有効回答数:3,353人)】

<年代別>

- ◆ 29歳以下では、「特に変化していない」の割合が全体の72%と最も高かった。
- ◆ 50歳代では、「低くなった」の回答割合が他の年代よりも高く、31%であった。

年代別



\* 小数点第1位四捨五入のため、合計が100%とまらない場合もある。



## 【2】「企業に対する認識」

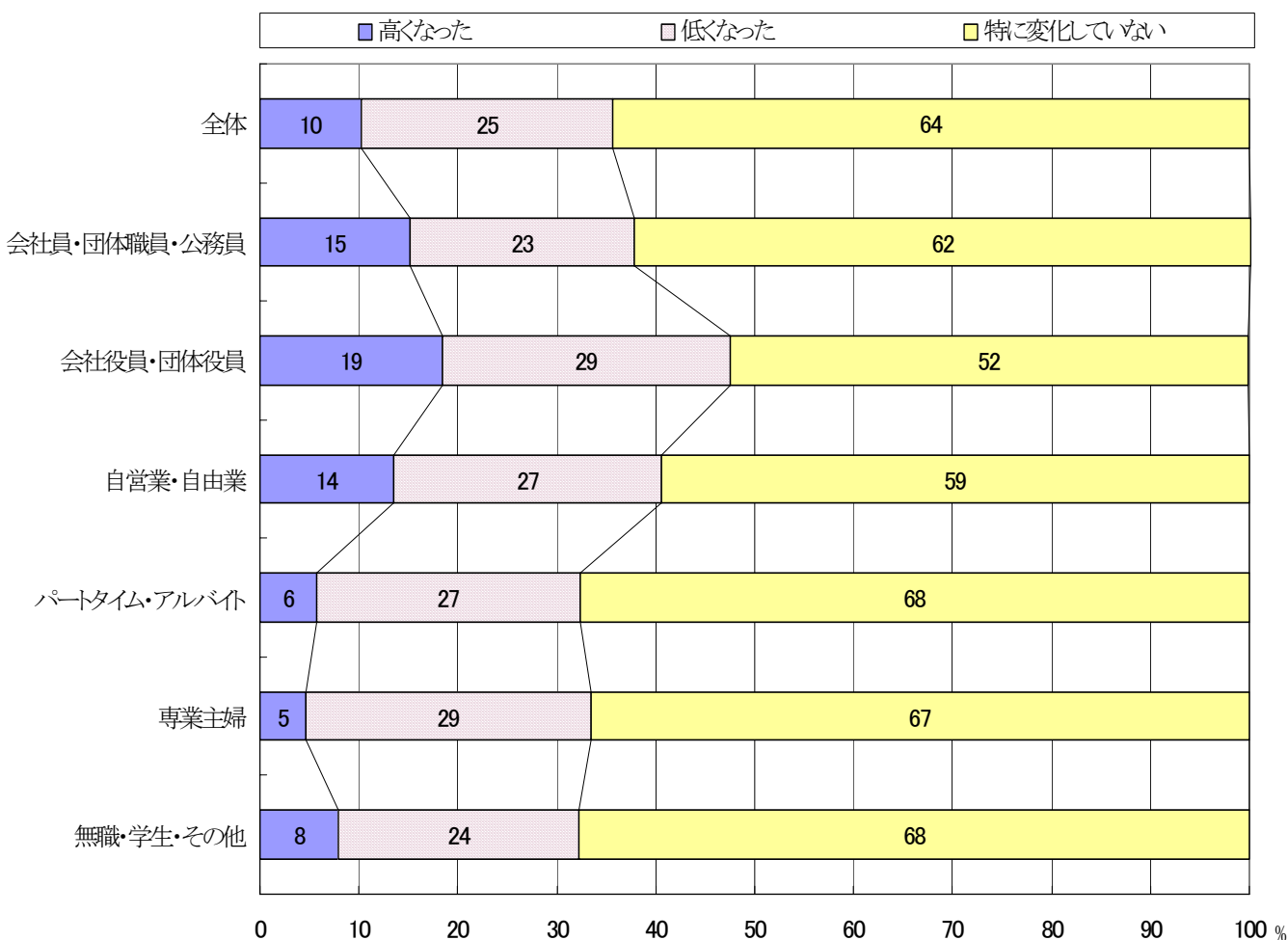
(3) 企業活動全般を見て、あなたの企業に対する信頼感は、この1年間(前回のアンケートにご協力いただいた方は、その時点と比べて)で変化しましたか。

【全員に質問(有効回答数:3,353人)】

<職業別>

- ◆ 職業別では、「パートタイム・アルバイト」「専業主婦」「無職・学生・その他」で、「特に変化していない」との回答割合が他の職業と比べると高かった。
- ◆ 「会社役員・団体役員」では「高くなった」の回答割合が19%と、他の職業と比べるとやや高かった。

職業別



\* 小数点第1位四捨五入のため、合計が100%とまらない場合もある。

## 【2】「企業に対する認識」

(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。

高くなった理由 (自由記述)

- ◆ CSRレポートなどを一般に公開する企業が多くなった。
- ◆ CSRレポートなどが発行され、企業不祥事などについての説明が行われるようになったが、問題は発行企業がまだ少数の大企業にとどまっている点である。
- ◆ コンプライアンスについて企業が強く意識するようになった。また、社会の目も厳しくなってきた。
- ◆ マスコミの報道により、企業も透明性をある程度認識してきているようで最近は少し良くなってきてはいると思う。
- ◆ より一層企業に対する周囲(顧客や社会)の目が厳しくなったことで、企業側がそれを意識して自主的に行動し始めたように感じるから。
- ◆ リコールや事故・クレームなどへの企業の対応が、迅速かつ丁寧になった。
- ◆ 各企業が環境、社会活動に関する広報活動を行ったり、ISO14000シリーズの取得企業の増加など企業の意識の変化が感じられる。
- ◆ 各企業とも、単なる利潤追求ではなく、社会的責任についての関心が高まっていると感じることが多い。
- ◆ 株価向上、配当金の増加など株主を優遇するようになった。
- ◆ 株主を意識した経営が目立ってきた。
- ◆ 環境に配慮する技術革新や雇用回復などの点から。
- ◆ 環境保護の取り組みや情報公開。
- ◆ 企業によっては、自社のポリシーをホームページに掲載してPRするとともに、社内への浸透に努力していると思われる。
- ◆ 一部問題企業はあるかも知れないが、企業の社会的責任、個人情報管理等々、企業に課せられた課題を実現していると思う。
- ◆ 社会的責任を果たそうとする企業が増えているように感じる。例えば、不良商品を出したり、個人情報を漏洩した場合など、即座に情報を公開すると同時に対策を講じるようになった。
- ◆ 企業内情報の開示率が上昇したように思う。
- ◆ 業界での横並びや行政・政治主導の影響も大きいと思われるが、企業経営の姿勢・スタンスや実態面で消費者の信頼確保に対する具体的行動が見られる。
- ◆ 個人情報保護法のおかげ。
- ◆ 自分が勤めている会社も少し変化したと感じる。
- ◆ 本業に徹する傾向にあり、企業財務の良化にあり。
- ◆ 透明性を高める仕組みが、社内外共に整備されてきた。

## 【2】「企業に対する認識」

(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。

低くなった理由 (自由記述)

- ◆ 連日の報道などを見ても、企業の信頼が低下するような話題が増えているように見受けられた。
- ◆ 倫理観の無さが表面化していること。リストラが多すぎること。文化面での協力などが減少していること。
- ◆ 利益追求主義が前面に出て、消費者の安全の確保などをないがしろにしているため。
- ◆ 利益追求の結果、モラルの低下をきたしていると感じる。
- ◆ 有名な大企業の不祥事などが相次いだ。
- ◆ 役所が民営化される流れの中、倫理観が問われる時に、企業信頼を損なう事件が起きている。
- ◆ 本業である仕事に対して、不祥事が多すぎる。
- ◆ 報道されるニュースや社会生活の中で感じる。
- ◆ 不測の事態発生時、情報発信が遅く、あいまい。
- ◆ 不祥事が起きた時の経営者の会見態度に、あまり誠意が感じられなかったり、同じような不祥事が繰り返し起きている感がある。
- ◆ 不祥事が続発し、増加傾向にあると感じる。
- ◆ 日本企業全体の体質はまだ古くしかしそれが特質かも、相変らず問題を起こしている。
- ◆ 特に雇用において、賃金を抑えるような契約社員などが増えた印象があること、労働条件が厳しくなったのではと事例などから考えられること。
- ◆ 同じ業界でも信頼の差が大きくなってきた。
- ◆ 談合の増加。
- ◆ 大企業の不祥事、無責任な対応が目立つ。
- ◆ 相変わらず後を絶たない食品偽装表示問題や耐震強度偽装事件などを見ると、何を信じていいか分からなくなる。特に、一消費者からは検証できない専門的で複雑な問題が最近の傾向のような気がする。消費者不在の企業は必要ない。
- ◆ 消費者不在の事件が多い。例えばリフォーム詐欺問題、マンション耐震強度偽装事件など。
- ◆ 消費者に対して態度が横柄である(消費者に問題が無いとの前提)。適切な対応をしていけば問題が無いのに、説明不足だったり、対応の悪さでこじれてしまう。結果消費者にとって良い印象が残らない。
- ◆ 社会倫理の順守が多くの企業でなされていない。
- ◆ 最近のニュースで報じられるように、企業の無責任体制が顕著となっているように感じられる。チェック体制が甘いのか、利潤の追求に走っているからなのか、社会的責任を全うしているとは思えない。
- ◆ 雇用の維持に対する努力が欠けている。
- ◆ 経済効率ばかり重視して社員環境が悪くなった。
- ◆ コンプライアンスやCSRなどを意識した体質改善が進むと期待したが、逆に隠蔽する傾向が強くと感じられる。

## 【2】「企業に対する認識」

(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。

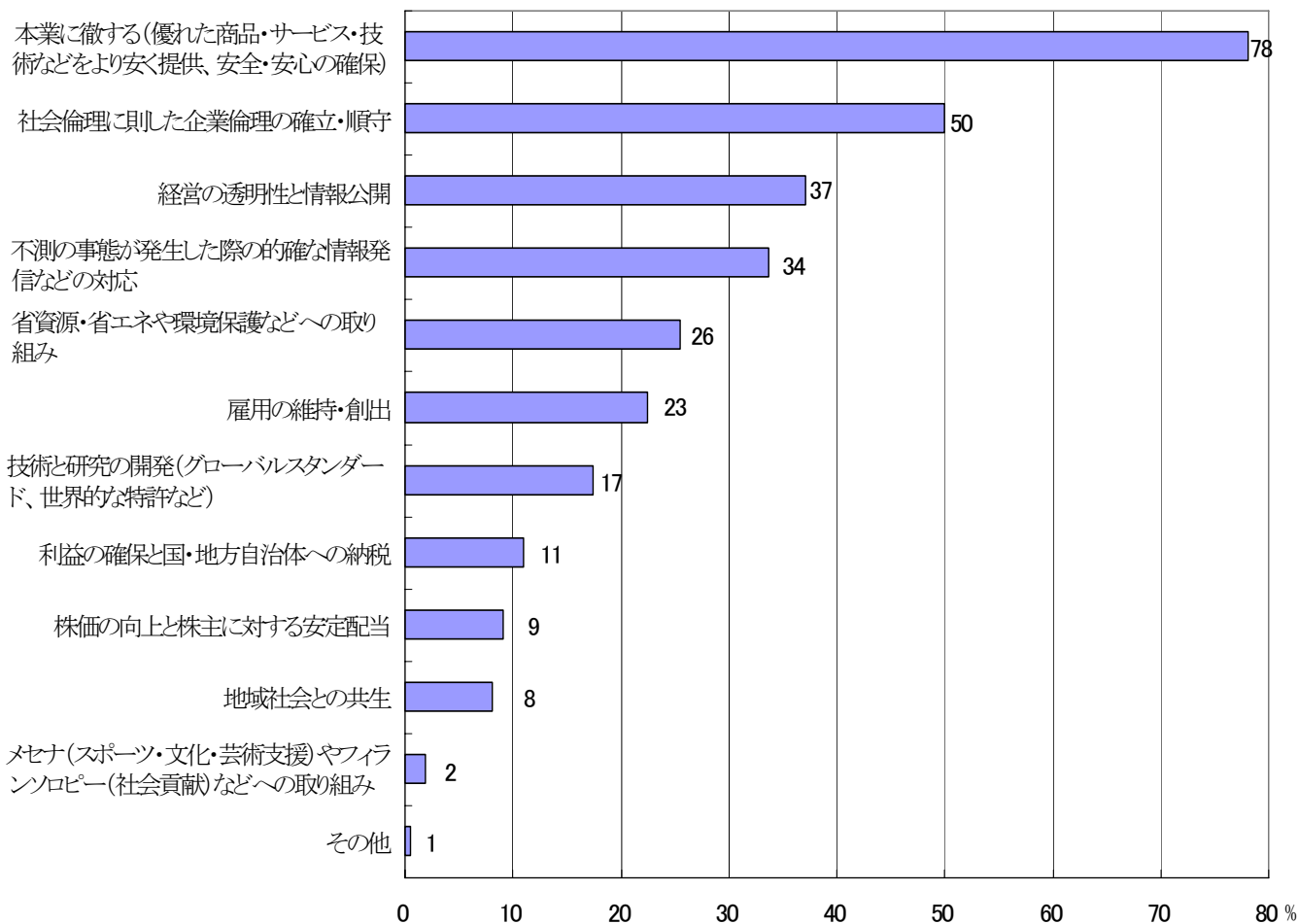
【全員に質問(有効回答数:3,363人) 3つまでの複数回答】

<全体>

### — 「本業に徹する」が78% —

- ◆ 全体では、「本業に徹する」と回答した割合が最も高く78%であった。
- ◆ 次いで回答割合が高かったのは「社会倫理に則した企業倫理の確立・順守」で、全体の50%であった。
- ◆ 「メセナやフィランソピーなどへの取り組み」と回答した割合は、2%と低い結果であった。

全体



## 【2】「企業に対する認識」

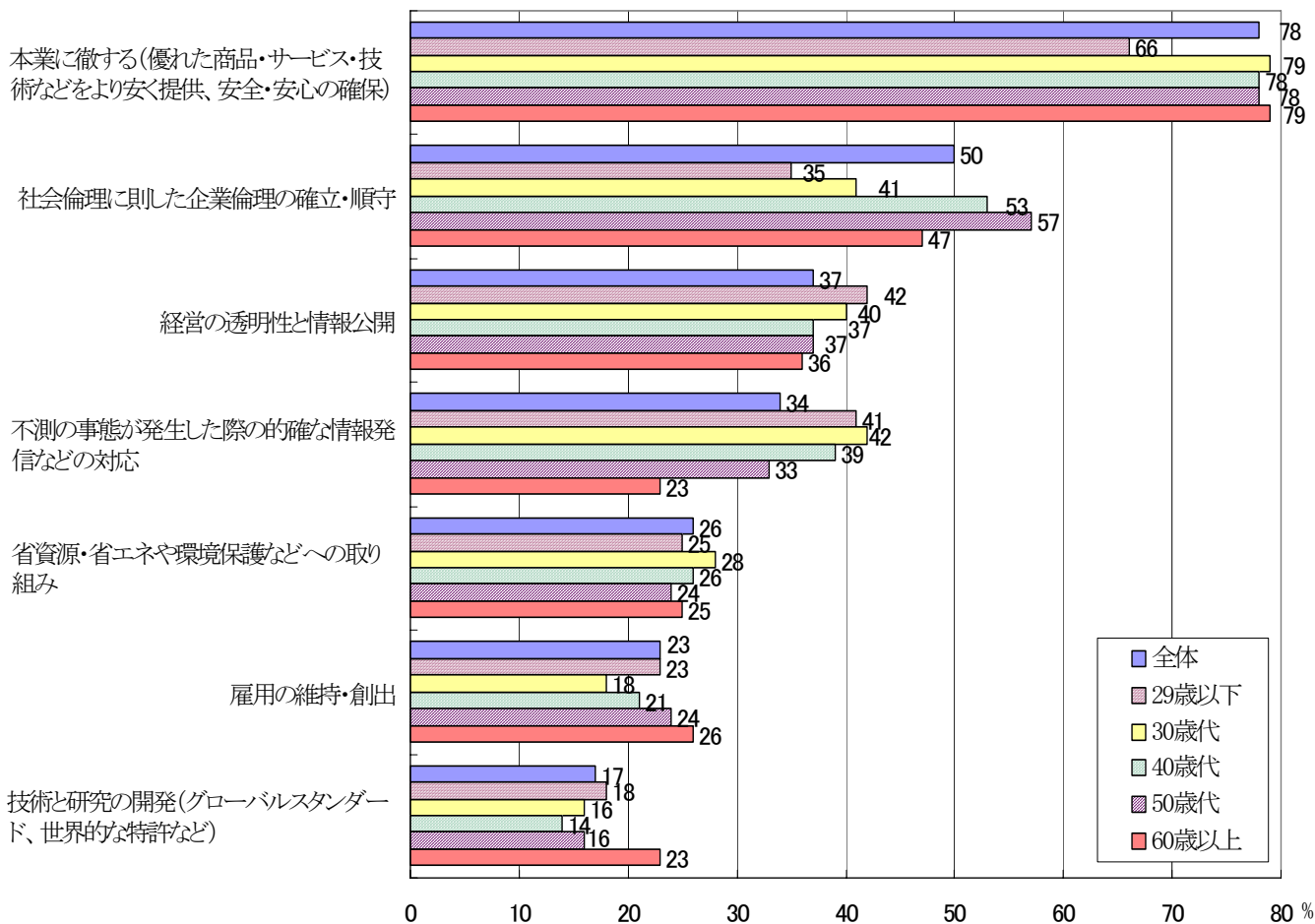
(4) 企業が、これまで以上に社会からの信頼を勝ち得ていくためには何が重要だと思いますか。

【全員に質問(有効回答数:3,363人) 3つまでの複数回答】

<年代別>

- ◆ 年代別では、29歳以下で「本業に徹する」と「社会倫理に則した企業倫理の確立・順守」の回答割合が他の年代よりも低かった。
- ◆ 30歳代では、「社会倫理に則した企業倫理の確立・順守」(41%)、「経営の透明性と情報公開」(40%)、「不測の事態が発生した際の的確な情報発信などの対応」(42%)の回答割合が拮抗していた。
- ◆ 「技術と研究の開発」では、60歳以上の回答割合が他の年代よりも高くなっていた。

年代別



## 【2】「企業に対する認識」

---

---

(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。

その他（自由記述）

---

---

- ◆ 常識を守ること。
- ◆ 不祥事防止（コンプライアンス順守）。
- ◆ 社会問題解決のための積極的関与。
- ◆ 従業員に対するCSR教育。
- ◆ 倫理にもとらない社員を育成。
- ◆ 利益至上ではなく、人間優先の企業活動を社員に徹底する。
- ◆ 経営トップの高い見識。
- ◆ 消費者・お客さまを裏切らない行動を取り続けること。
- ◆ 職務に対する責任感など。
- ◆ 経営者の質の向上。
- ◆ 企業や経営ではなく、経営者の人間性、倫理観。
- ◆ 社員教育、特に社会倫理、道德教育。
- ◆ 自分たちの企業に何が欠けているのかを見抜く力。
- ◆ 顧客へのサービス精神。
- ◆ 高校、大学など人を育てる場にも積極的に加わり、人材を育てる。
- ◆ ニートなどを生み出さない雇用の創出。
- ◆ 本業をおろそかにしない。そのためにも研究や倫理の確立が必要。
- ◆ いかに消費者に受け入れられるか。

## 【2】「企業に対する認識」

(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。

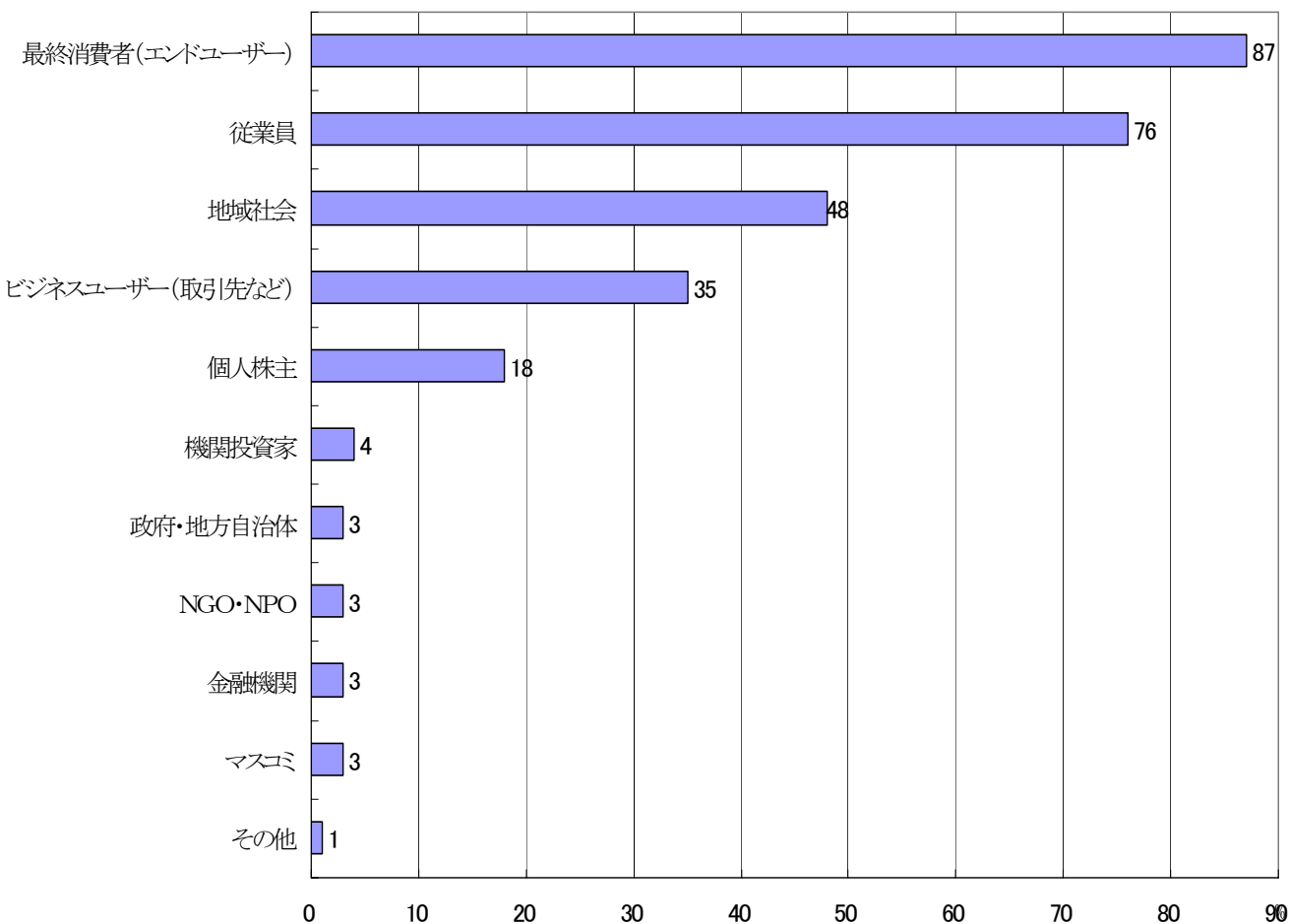
【全員に質問(有効回答数:3,363人) 3つまでの複数回答】

<全体>

### — 重視すべきは「最終消費者(エンドユーザー)」が9割 —

- ◆ 全体では、「最終消費者」との回答割合が最も高く87%であった。
- ◆ 「機関投資家」「政府・地方自治体」「NGO・NPO」「金融機関」「マスコミ」と回答した割合は低かった。

全体



## 【2】「企業に対する認識」

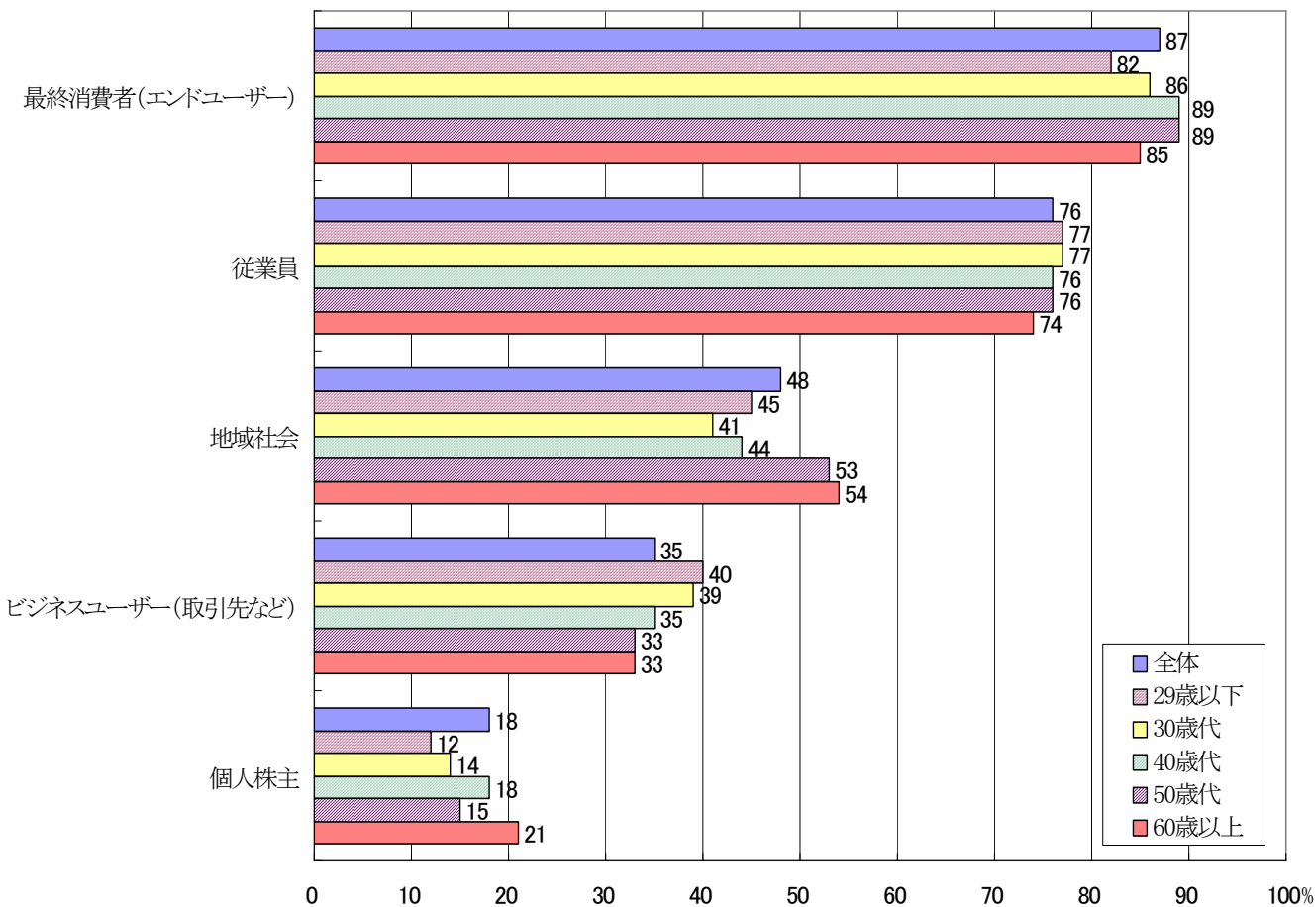
(5) 企業にとって、今後特に重視すべき関係者は何だと思えますか。

【全員に質問(有効回答数:3,363人) 3つまでの複数回答】

<年代別>

- ◆ 年代別では、50歳代と60歳以上で「地域社会」の回答が50%を超えて他の年代より高かった。
- ◆ 一方、30歳代の「地域社会」の回答割合は41%と最も低かった。

年代別





## 【2】「企業に対する認識」

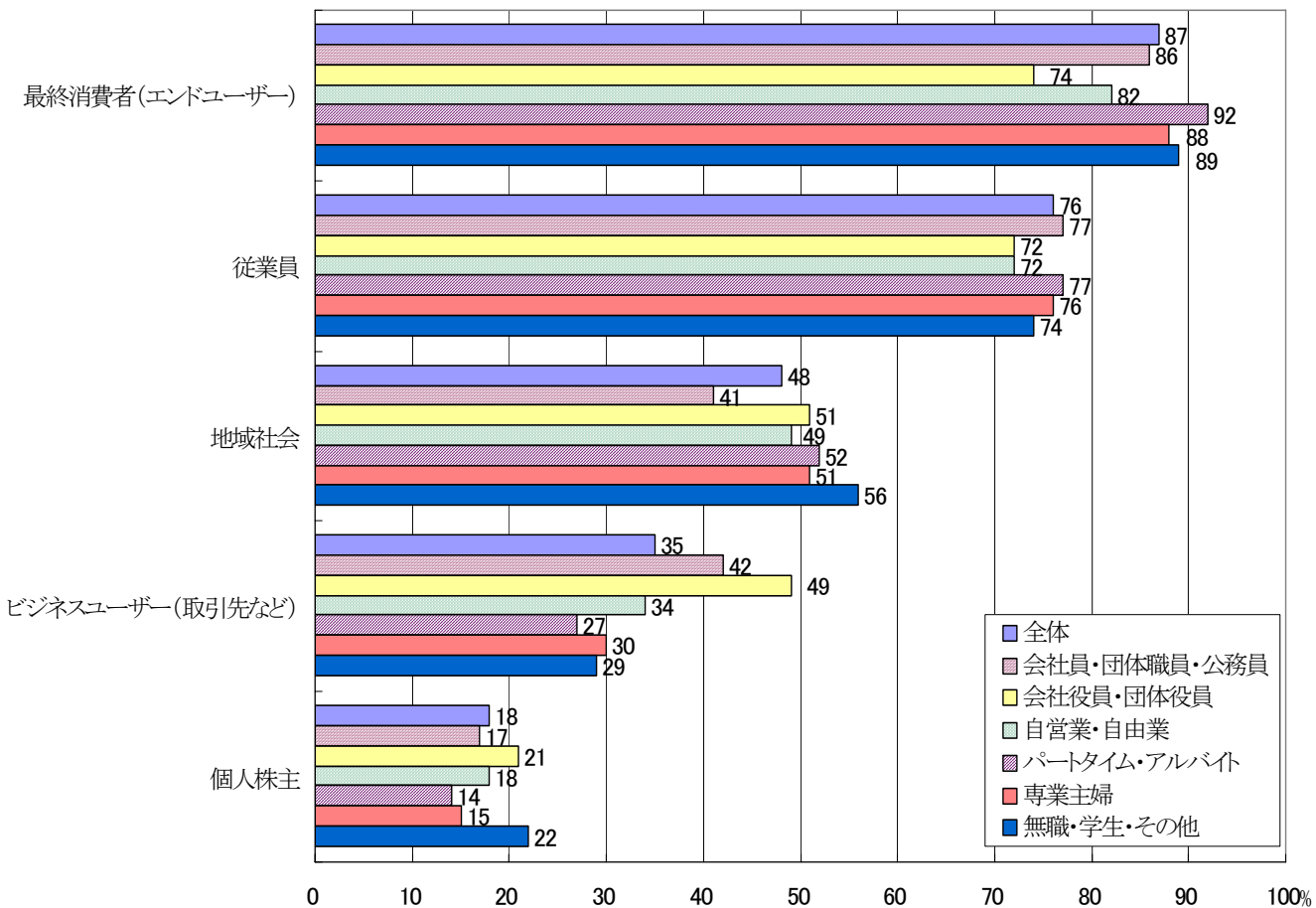
(5) 企業にとって、今後特に重視すべき関係者は何だと思えますか。

【全員に質問(有効回答数:3,363人) 3つまでの複数回答】

<職業別>

- ◆ 職業別では、「最終消費者」との回答割合が最も高かったのは、「パートタイム・アルバイト」の92%で、最も低かったのは「会社役員・団体役員」の74%であった。
- ◆ 「ビジネスユーザー」の回答割合は、「会社役員・団体役員」が49%で他の職業よりも高かった。
- ◆ 「地域社会」の回答割合は、「無職・学生・その他」が56%で他の職業よりも高かった。

職業別



## 【2】「企業に対する認識」

---

---

(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。

その他（自由記述）

---

---

- ◆ 外国の企業家。
- ◆ 企業者自身(倫理観の高揚と社会的責任を果たすこと)。
- ◆ 企業倫理をチェックする団体。
- ◆ 教育機関(子どもたちの実社会への適応力、実生活に則した体験学習)。
- ◆ 市民(社会的風評者)。
- ◆ 信頼という意味では、消費者というより、「全国民」だと思う。
- ◆ 地域社会という狭い視野でなく、社会全体。
- ◆ 長期に株式を保有する株主。
- ◆ これから社会に巣立つ若者、子どもたち。

## 【2】「企業に対する認識」

(6) 商品やサービスを購入する際、あなたは何を重視して決めますか。

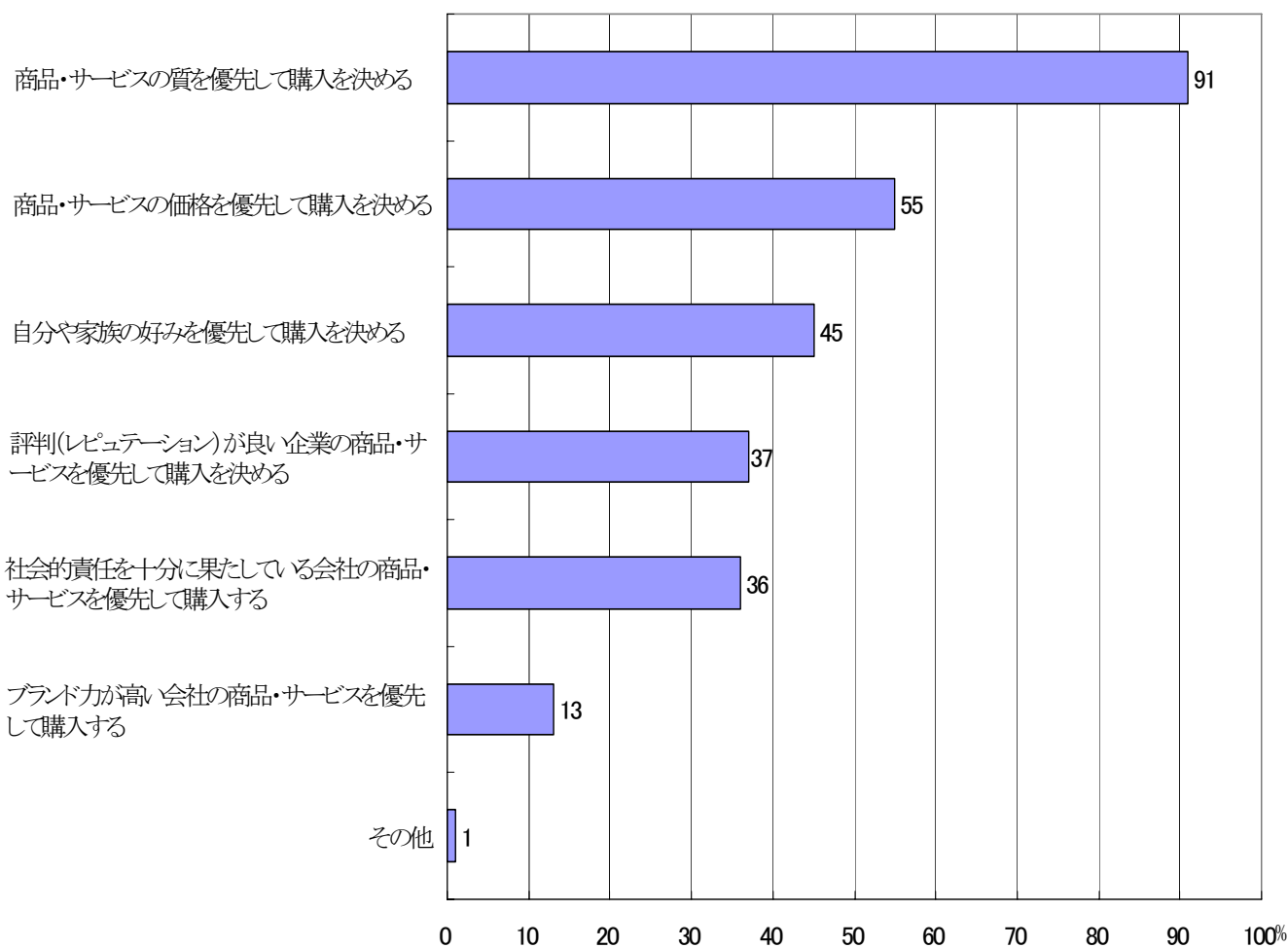
【全員に質問(有効回答数:3,363人) 3つまでの複数回答】

<全体>

### — 「商品・サービスの質を優先して購入を決める」が9割 —

- ◆ 全体では、「商品・サービスの質を優先して購入を決める」との回答割合が91%と、他に比べて非常に高かった。
- ◆ 次いで回答割合が高かったのは、「商品・サービスの価格を優先して購入を決める」の55%であった。
- ◆ 「社会的責任を十分に果たしている」の回答割合は、36%で5番目との結果であった。

全体



## 【2】「企業に対する認識」

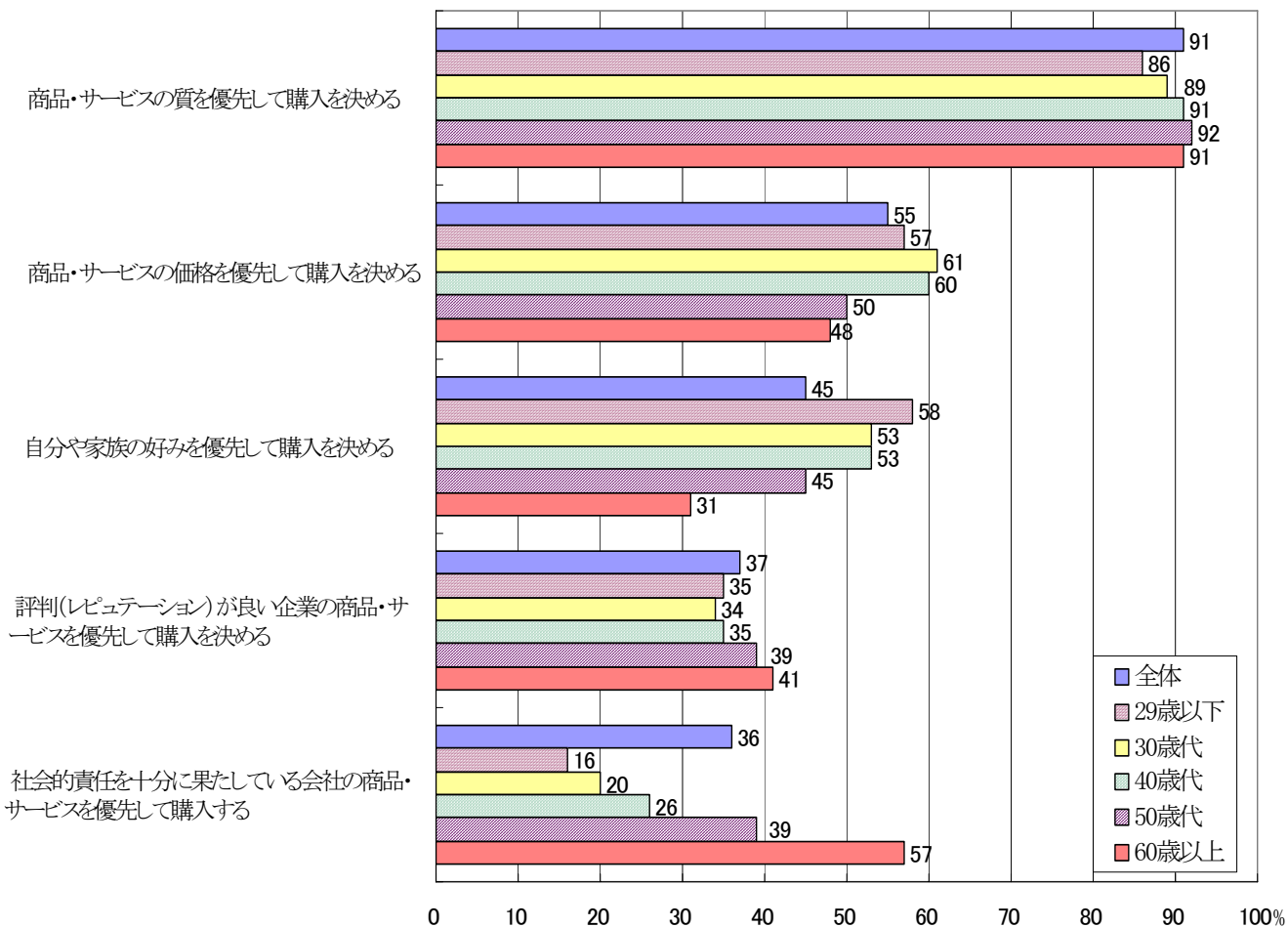
(6) 商品やサービスを購入する際、あなたは何を重視して決めますか。

【全員に質問(有効回答数:3,363人) 3つまでの複数回答】

<年代別>

- ◆ 「社会的責任を十分に果たしている会社の商品・サービスを優先して購入する」の回答は、年代が高くなるほど、その回答割合も高くなっていた。
- ◆ 逆に、「自分や家族の好みを優先して購入を決める」では、年代が高くなるにつれて回答割合は低くなる傾向が見られた。

年代別



## 【2】「企業に対する認識」

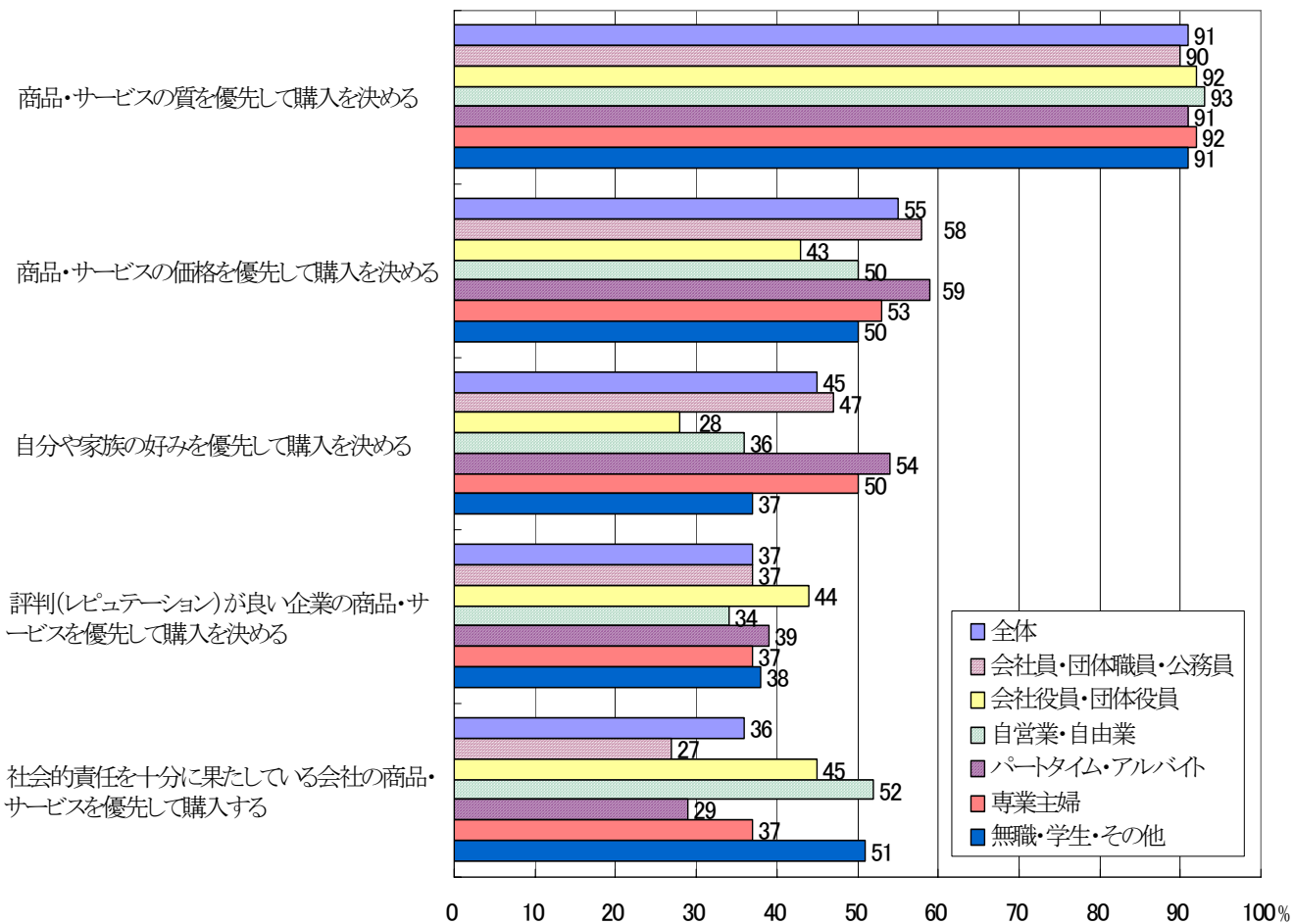
(6) 商品やサービスを購入する際、あなたは何を重視して決めますか。

【全員に質問(有効回答数:3,363人) 3つまでの複数回答】

<職業別>

- ◆ 職業別では、「自分や家族の好みを優先して購入を決める」は、「パートタイム・アルバイト」と「専業主婦」の回答割合が50%以上で、他の職業に比べて高かった。
- ◆ 「社会的責任を十分に果たしている会社の商品・サービスを優先して購入する」は、「会社役員・団体役員」「自営業・自由業」「無職・学生・その他」の回答割合が、他の職業と比べて高かった。

職業別



## 【2】「企業に対する認識」

---

---

(6) 商品やサービスを購入する際、あなたは何を重視して決めますか。

その他（自由記述）

---

---

- ◆ 飽きない商品、長持ちする商品。
- ◆ アフターサービスや廃棄のことを考慮する。
- ◆ お付き合いを重視して決めることが多い。
- ◆ 高くても日本製を購入するよう努める。
- ◆ 安全・安心・信頼性重視。
- ◆ 以前に不祥事があった企業の製品は買わない。
- ◆ 価値観が一致することと信頼性。
- ◆ 外国産は安くても買わない。悪いことをした企業の商品は買わない。
- ◆ 環境に配慮している商品を優先する。
- ◆ 環境報告書やCSRレポートの発行の有無。
- ◆ 国内産にこだわる。
- ◆ 質・価格・ブランド力(高価なもの)。日常品は別。
- ◆ 社会的責任を果たしている会社の商品。
- ◆ 住んでいる地域の応援になる商品を選ぶ。
- ◆ 商品の「質」は本当のところ分からないし、「社会的責任を果たしている会社」というのも不透明なので、そのような理由で商品を買えない。
- ◆ 情報公開をしている企業の商品やサービス。

## 【2】「企業に対する認識」

(7) 企業の評判(レピュテーション)を左右する要因として大きいと思うものは何ですか。

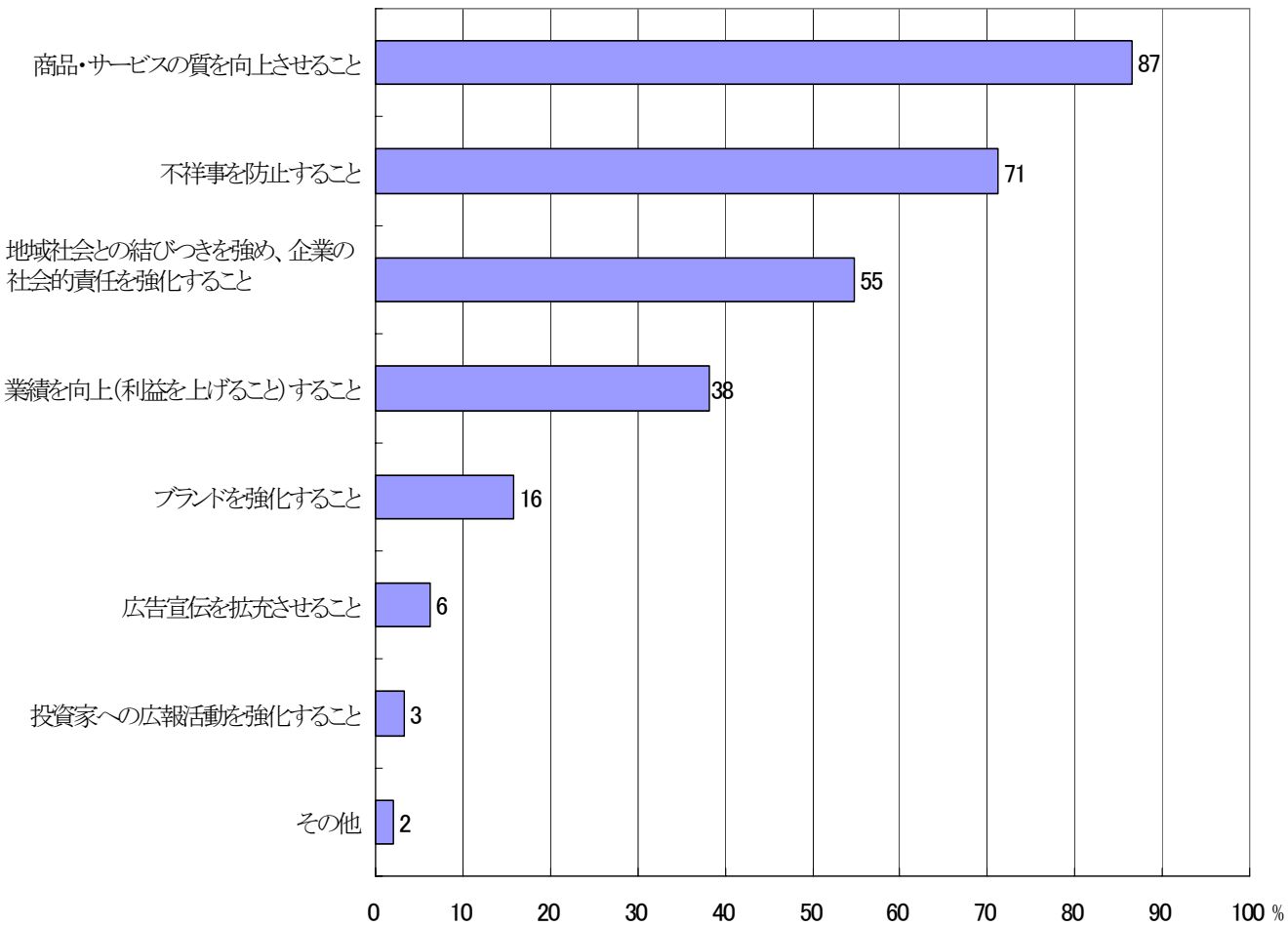
【全員に質問(有効回答数:3,363人) 3つまでの複数回答】

<全体>

### — 「商品・サービスの質を向上させること」が87% —

- ◆ 全体では、企業の評判を左右する要因として「商品・サービスの質を向上させること」との回答割合が87%で最も高かった。
- ◆ 次いで回答割合が高かったのは、「不祥事を防止すること」(71%)。
- ◆ 「広告宣伝を拡充させること」や「投資家への広報活動を強化すること」などの広告宣伝・広報活動に関する回答割合は、それぞれ6%と3%でともに低かった。

全体



## 【2】「企業に対する認識」

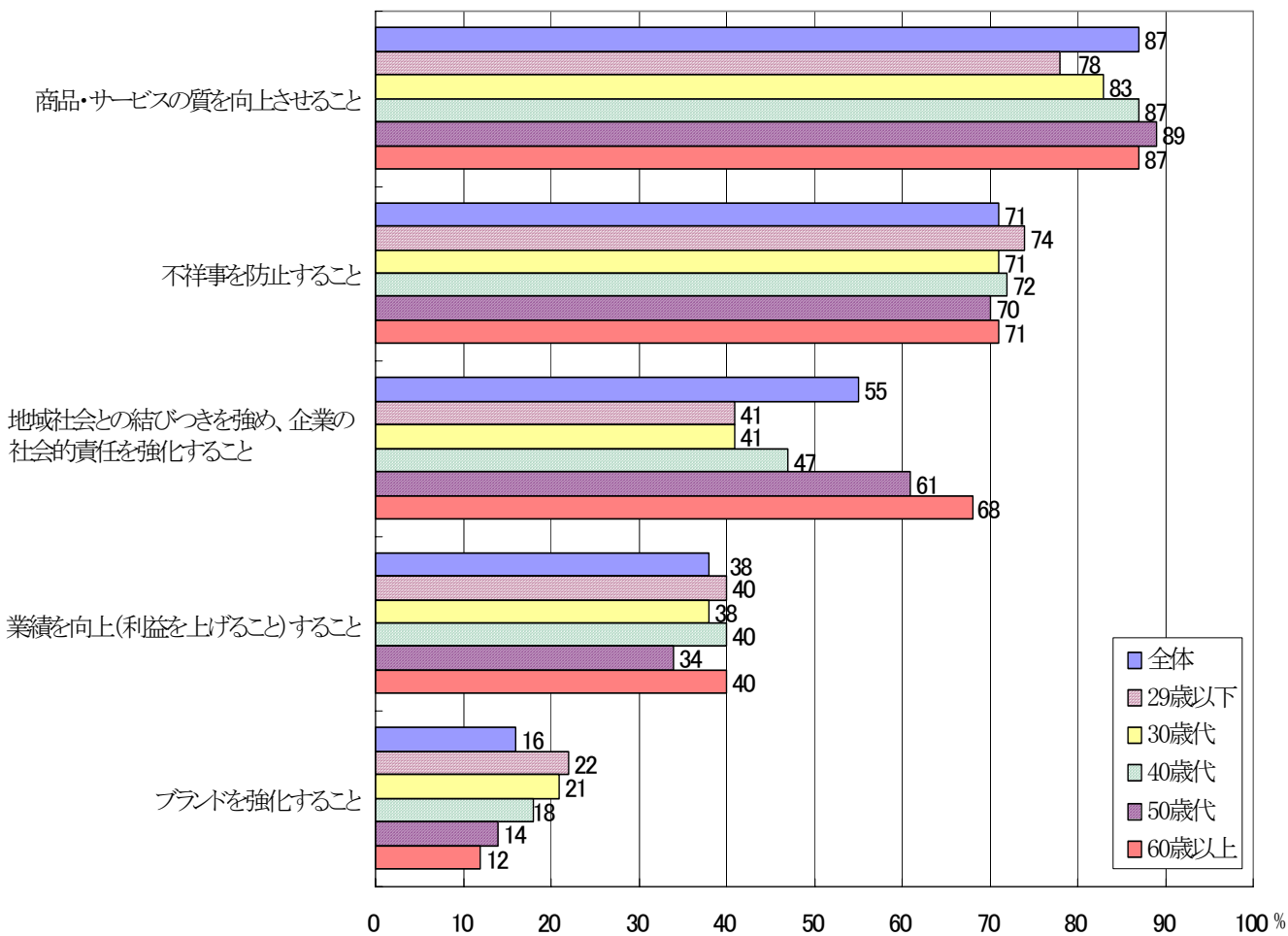
(7) 企業の評判(レピュテーション)を左右する要因として大きいと思うものは何ですか。

【全員に質問(有効回答数:3,363人) 3つまでの複数回答】

<年代別>

◆ 年代別では、「地域社会との結びつき」は、年代が高くなるほど、その回答割合も高くなっていった。

年代別





## 【2】「企業に対する認識」

---

---

(7) 企業の評判(レピュテーション)を左右する要因として大きいと思うものは何ですか。

その他 (自由記述)

---

---

- ◆ 不祥事が発生してしまった時の適切な対応。
- ◆ 透明性の高い経営姿勢。
- ◆ 環境に配慮すること。
- ◆ 環境保護への取り組み。
- ◆ 企業倫理の確立、従業員への徹底。
- ◆ 業種によっては地域社会との共生を強める。
- ◆ 広報しなくても消費者に浸透していく個性ある商品・サービス。
- ◆ 経営者の質の向上。
- ◆ 口コミ。
- ◆ 産地にこだわる。
- ◆ 事故や不祥事があった場合の対処の仕方。
- ◆ 自社の技術を消費者ニーズに応えるよう開発していく。
- ◆ 失敗した時の対応の誠実さ。
- ◆ 社員を大切にすること。
- ◆ 社外重役、NGO、NPOなどの意見を重視する企業。
- ◆ 取引会社やユーザーなどとの公正な取引。
- ◆ 開発力。
- ◆ 的確なパブリシティを行う。

## 【2】「企業に対する認識」

(8) 環境報告書、サステナビリティ報告書、CSR報告書など企業の発行する報告書を読んだことはありますか。

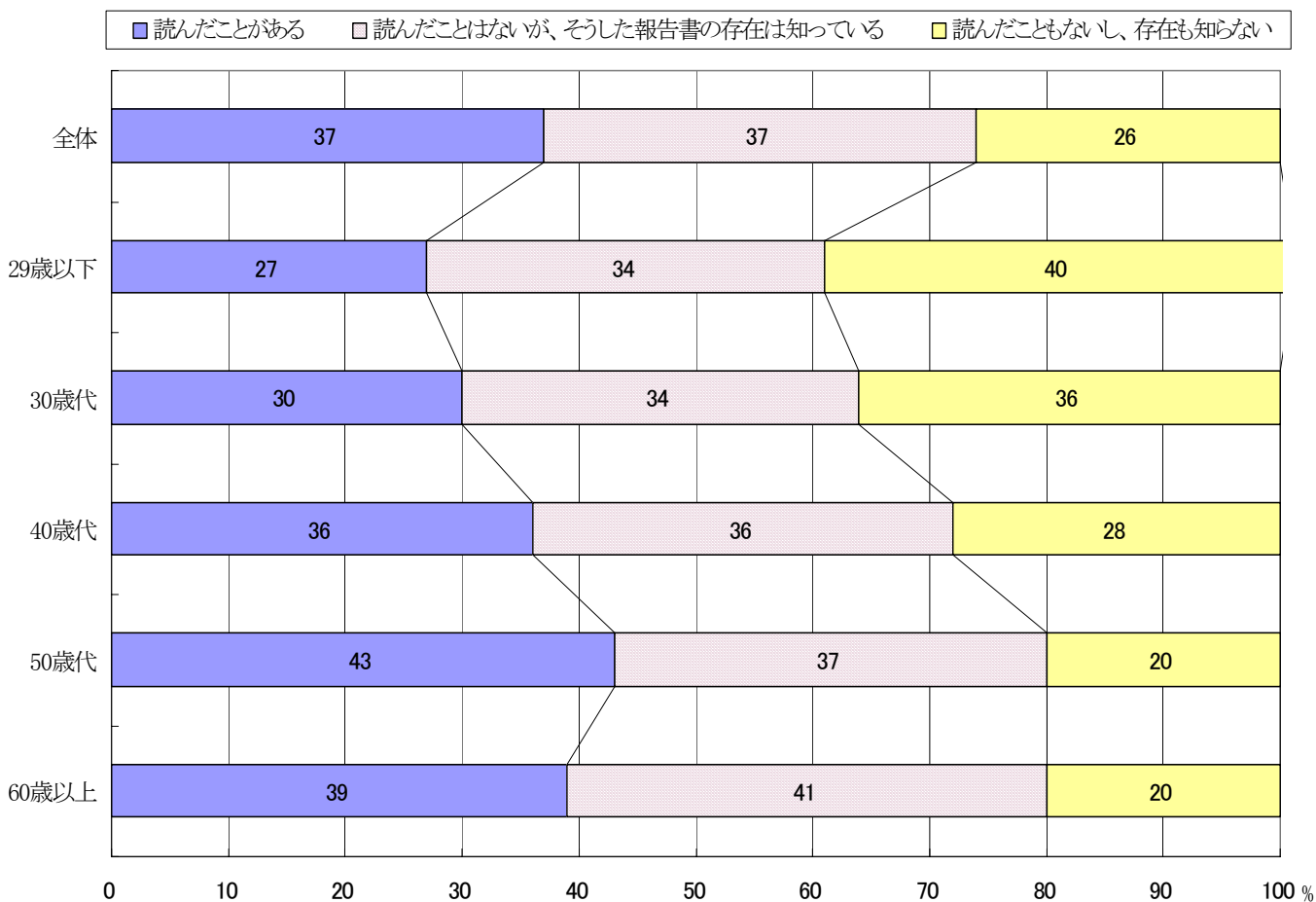
【全員に質問(有効回答数:3,352人)】

<年代別>

### — 「読んだことがある」が37% —

- ◆ 全体では、「読んだことがある」と回答した割合は37%で、「読んだことはないが、そうした報告書の存在は知っている」の回答(37%)と合わせると、全体の74%が設問にある各種報告書を認識していた。
- ◆ 年代が高くなるにつれて、「読んだこともないし、存在も知らない」の回答割合が減少していた。

年代別



\* 小数点第1位四捨五入のため、合計が100%とまらない場合もある。

## 【2】「企業に対する認識」

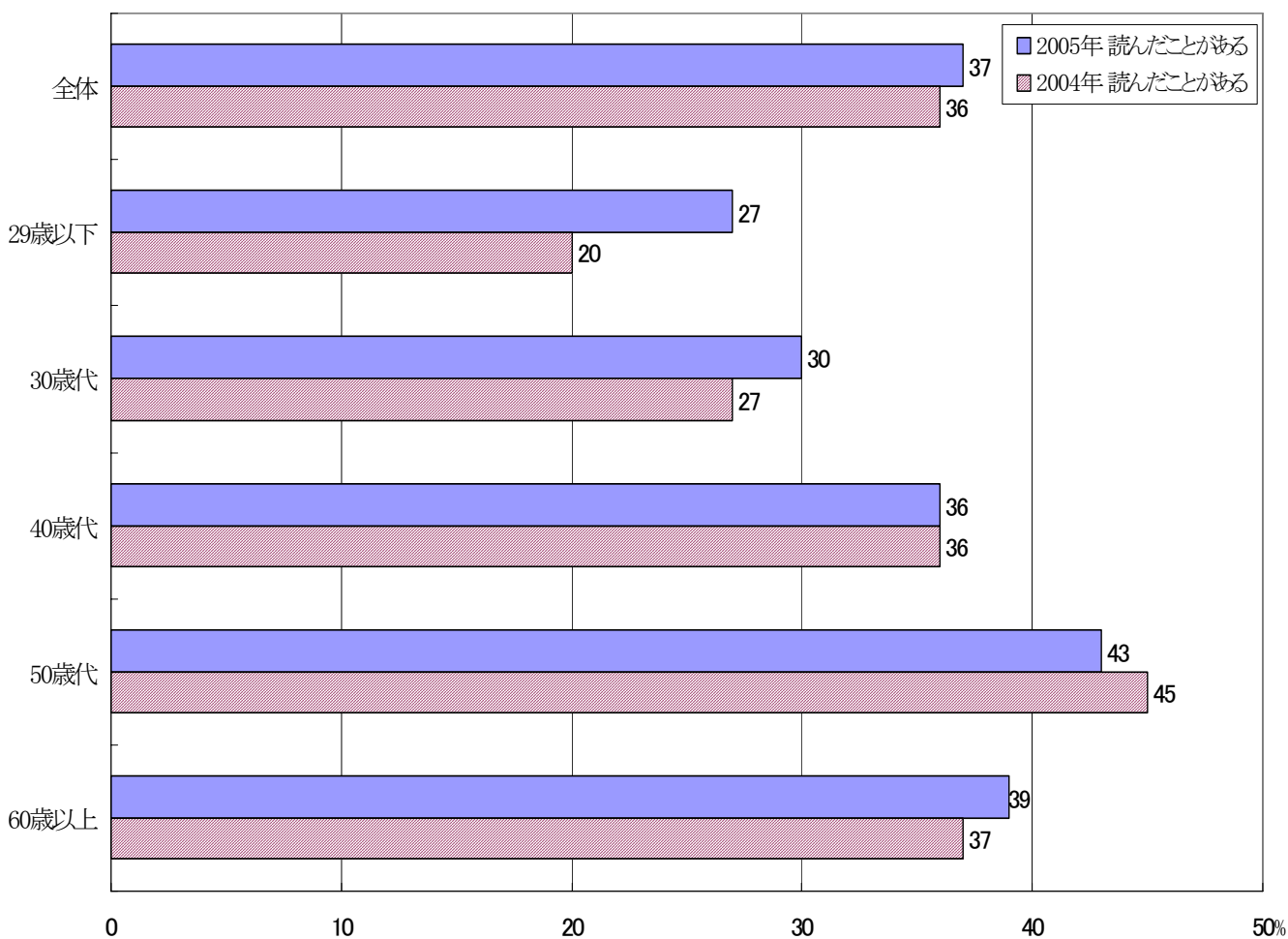
(8) 環境報告書、サステナビリティ報告書、CSR報告書など企業の発行する報告書を読んだことはありますか。

【全員に質問(有効回答数:3,352人)】

<昨年度比>

- ◆ 下記は、報告書を「読んだことがある」の昨年度との比較グラフである。
- ◆ 昨年度と比べると、29歳以下で「読んだことがある」の回答割合が、7ポイント増えている。

昨年度比



## 【2】「企業に対する認識」

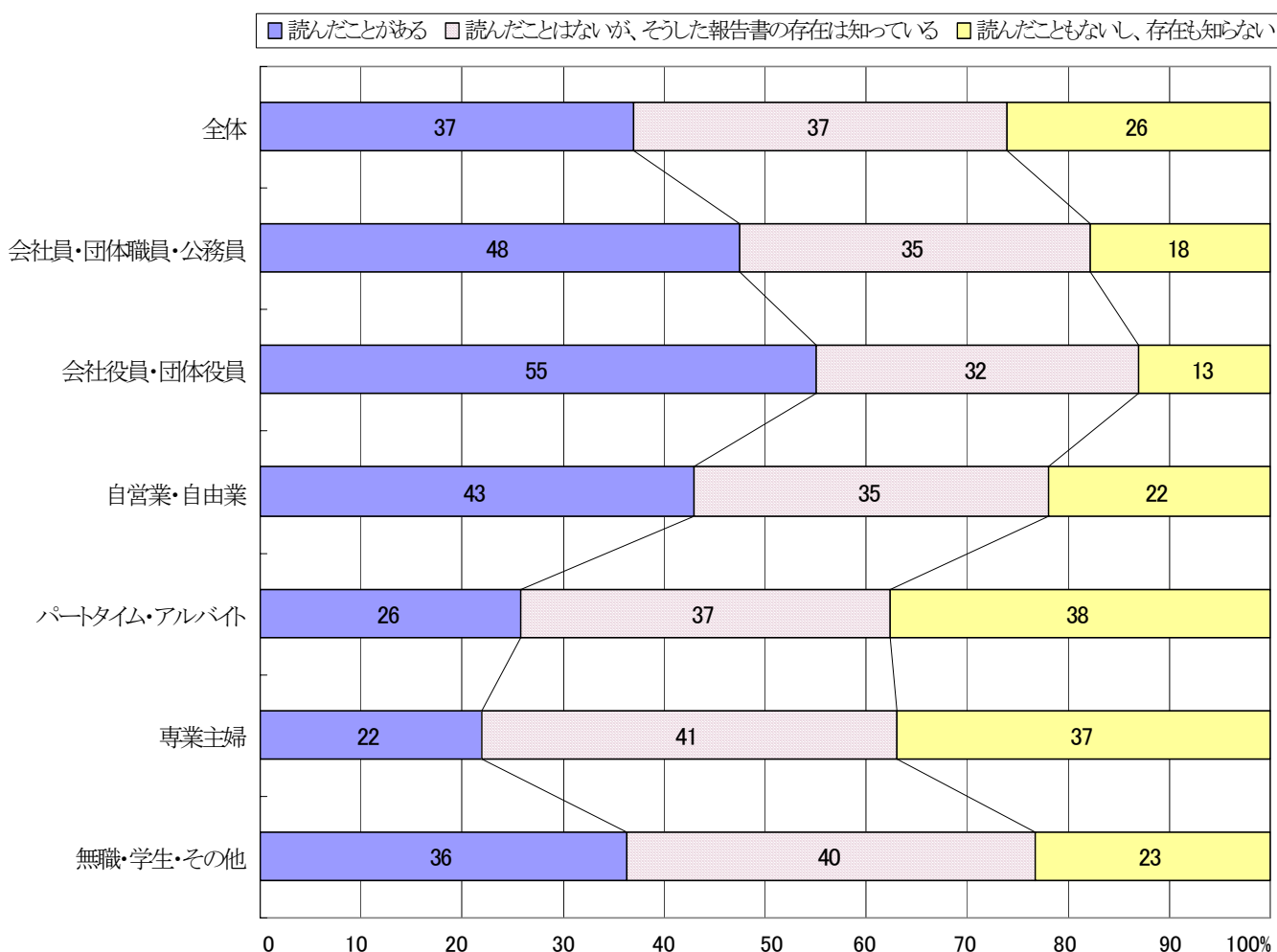
(8) 環境報告書、サステナビリティ報告書、CSR報告書など企業の発行する報告書を読んだことはありますか。

【全員に質問(有効回答数:3,352人)】

<職業別>

- ◆ 職業別では、「会社員・団体職員・公務員」「会社役員・団体役員」「自営業・自由業」では、設問にある報告書の認知度が高いことが分かった。
- ◆ 特に、「会社役員・団体役員」では、全体の55%が「読んだことがある」と回答していた。
- ◆ 「専業主婦」や「パートタイム・アルバイト」では、「読んだこともないし、存在も知らない」の回答割合が4割弱と、他の職業と比べると高かった。

職業別



\* 小数点第1位四捨五入のため、合計が100%とまらない場合もある。

## 【2】「企業に対する認識」

(9) そうした報告書に対して、どのような印象を持ちましたか。

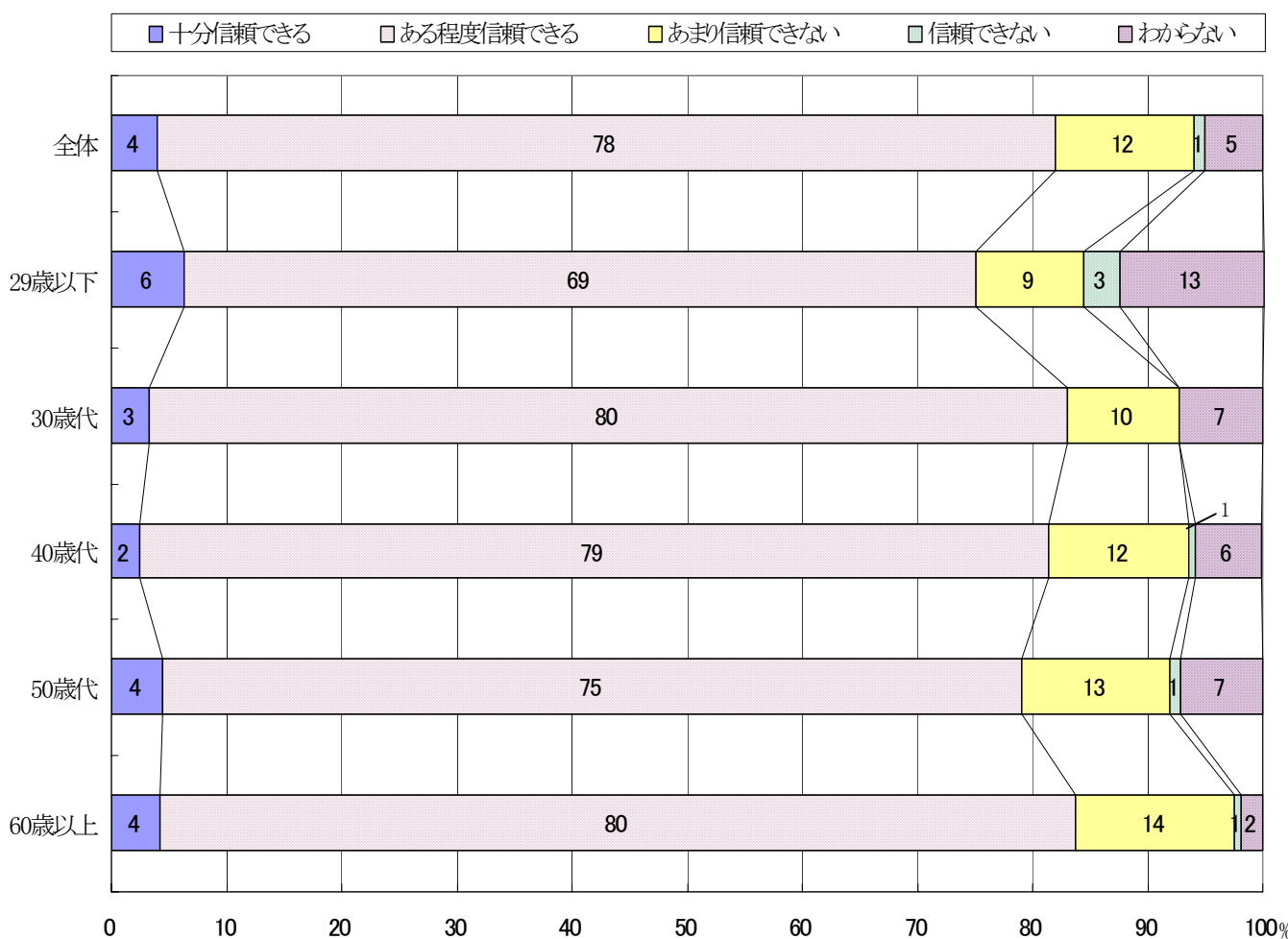
【(8)で「読んだことがある」と回答した方に質問(有効回答数:1,239人)】

<年代別>

### — 「信頼できる」が82% —

- ◆ 全体では、「信頼できる(十分 / ある程度)」との回答割合が82%であった。
- ◆ 「信頼できない(あまり / できない)」は、年代が高くなるにつれて、その回答割合が高くなる傾向が見られた。

年代別



\* 小数点第1位四捨五入のため、合計が100%とならない場合もある。

## 【3】「自由記述」

### 企業の社会的信頼の維持・向上に関する意見・感想

#### 29歳以下の意見・感想

- ◆ 企業に求められているものは、地域とのつながりや、消費者へのより良いサービスなど、企業の近くに住んでいる人々や、実際に使用している人々への細かい配慮だと思う。【2】の(1)の企業に求められていることは、どれも優劣なく非常に重要なことだと思う。
- ◆ 企業の社会的信頼の維持・向上のためには、消費者に対する情報の提供、透明性の確保が必要だと思う。いざ企業内での事故・不祥事が起きた際、いかに誠実に事実を示すか否かで、消費者の信頼に大きな差が生まれるのではないだろうか。
- ◆ 総務・採用を担当しているが、「コレ」だけをやっていれば良いというものはなく、今まで軽視されがちだった、従業員、特に事業所を構える地域に暮らすパート従業員やその先にいる方々とも良い関係が築けなければ、危ういと感じる。
- ◆ 虚偽の報告はしないで、真実を公表してほしい。また、地域社会との結びつきが今後重要になると思う。
- ◆ 企業内での様々な取り組みや、目指す方向性をディスクロージャー誌で明らかにし、多くの人に知ってもらうことが重要だと思う。また、表面的なことではなく、深く根付いた環境や文化への取り組みをじっくり培うことが大切だと思う。
- ◆ 企業の不祥事に対するマスコミの報道に疑問を持っている。異常なほどの取り上げ方、不信感をますます増大させているような気がする。どこまでが真実なのか、物事の一面しか知らされていないようで、疑いの目を持ってしまう。

#### 30歳代の意見・感想

- ◆ 企業の社会的信頼というものは、ひとつの要素だけではなく複数の要因が影響すると思う。最も大事なものは商品・サービスそのものだと思うが、社会悪を排除する気運が高まる現代は、企業倫理がいかに整備されているかに加え、それが実際に守られているかどうか非常に重要。その意味で、従業員一人ひとりに対する教育と目配りが企業の評判を左右する大きなポイントだと思う。
- ◆ 最近、企業買収に絡んで「企業価値の向上」という言葉が頻繁に聞かれるが、株式時価総額の増大というイメージしか持てないでいる。誰にとってどのような価値を向上させるのかがあいまいなまま、言葉が一人歩きしている気がする。
- ◆ 自社にとって不利なことも含めて、消費者にきちんと情報公開すべきだと思う。
- ◆ 環境報告書やメセナで良いことをしていても、製品の不具合を起こしたり、従業員の扱いがひどい会社がある。報告書自体は信頼できるが、製品の購入に結び付かない。
- ◆ 経営の透明性、情報公開の必要性が叫ばれるようになって久しいが、未だにその重要性に気付かず旧態依然とした経営を続ける企業が多いように感じる。
- ◆ 社会的信頼には2種類あり、1つはコツコツと実績を積んで培われるもの。もう1つは作り上げられたイメージによるもの。残念ながらパブリシティの上手な企業が良い企業イメージをつくり上げることができ、それが社会的信頼につながっていることが多いように思う。
- ◆ 企業は利益追求だけでなく、もっと社会的な責任を認識する必要がある。

## 【3】「自由記述」

### 企業の社会的信頼の維持・向上に関する意見・感想

#### 40歳代の意見・感想

- ◆ 各企業のCSRに対する意識が高まりつつある。しかし一方では、利益のみを追求することにより、相変わらず不祥事を起こす企業が、後を絶たない。経営者、従業員が一丸となって社会的責任を果たしていくとともに、私たち消費者はしっかりと監視をしていかなければならない。
- ◆ 企業の外部からの監査やチェックが必要だと思うが、社会的・法的に仕組みが無い。
- ◆ リストラなどで従業員満足度も下がり、企業としての存続が危ぶまれる中では利益の追求が主目的となり、社会的な信頼の維持、向上は軽んじられがちである。企業が生き残って雇用の創出を続けることは重要なことであるが、倫理観なしに何でもありにならないよう、社会的な監視が必要だと思う。
- ◆ 主婦として母として「食の安全」は最も重視するところ。企業の利益に走り、食する者への配慮を欠いている企業に対しては本当に腹が立つ。「食育」で子どもたちの非行を防いでいこうとしている風潮の中、企業が担う役割は（食品関連）大きいのではないだろうか。
- ◆ 転勤族で各地へ引越しを重ねているが、地域の特色を生かした企業（その土地を支えている企業）が盛んな所は街も活気があるように感じる。地域社会と企業の密着を肌で感じている。都市型中央集中ではどうしても偏りも生まれるし、そうでない地域の方が多いので、もう少し地域を重視したお金の流れ、人の流れが生まれ、環境にも優しい無駄のない自然な暮らしができるのではないと思う。
- ◆ 何か事件が起きると、「まだ水面下にはたくさん隠されている問題などがあるのではないかと、疑心暗鬼になってしまう。企業の信頼を築くには長い年月が必要だが、それを壊すのは、あっという間。会社員である自らの仕事を見直すと同時に、世の中の動きについて敏感でありたいと思う。
- ◆ 企業には、様々なステークホルダーがいて、皆大切だが、最も身近なステークホルダーである従業員に信頼されないようでは、ほかからの信頼を得ることはできないと思う。

#### 50歳代の意見・感想

- ◆ 株主至上主義を唱える意見に惑わされず、「良い商品・サービスの提供を通じて社会に貢献する」という、多くの企業の設立時の理念を、本来の企業活動（価値創造）を通じて積み上げていくことが、信頼の根幹。もちろん、コンプライアンスは当然として。本業での貢献なくして、メセナも何もあったものではない。
- ◆ 環境報告書、サステナビリティレポートなど分かりやすく理解しやすいように書かれていると思うが、まだ多くの人にはなじみのないもののようなのだ。さらなる普及の努力が必要だと思う。企業によってはサステナビリティレポートの説明をしてくれるものもあるが。
- ◆ 「法を守る」という基本的なことができていない企業の出現に失望する。しかし、今回の耐震強度偽装事件が「民営化」という大きな流れを妨げることになってはならない。個人、消費者ももっと企業をチェックする能力を付けていかねばならないと痛感する。
- ◆ 地域社会の公器として、準公的機関であるとの認識を持ってほしい（特に雇用維持、拡大などで）。
- ◆ 企業である限り利益を追求することは当然ではあるが、最終ユーザーは企業からの情報を信じて判断していることを肝に銘じて、企業活動を展開してほしい。
- ◆ 企業に全く利害関係の無い外部監査を設置し、監査報告書を一般の関心ある人々が入手し閲覧できるようにシステムをつくる。
- ◆ 企業はきちんと人を育てていないのではと思われる事件が多かったように思う。悪しき成果主義、能力主義がはびこっているように思われてならない。契約社員、派遣社員など企業に都合の良い働かせ方をしてその仕事に見合った待遇をしないのもよく見聞きする。
- ◆ 最近、不祥事やリコールの問題などが従来より増えているように見えるが、情報公開が進んだ点によるものも大きいのではないかと。その観点からは、企業の社会的信頼性は徐々に向上していると思う。

## 【3】「自由記述」

---

---

### 企業の社会的信頼の維持・向上に関する意見・感想

---

---

#### 60歳以上の意見・感想

- ◆ 企業側が言いたいことを言うのではなく、聞き手の要望に基づいて情報を提供しないと信頼を失っていくと思う。
- ◆ いかなる業種・業態であろうとも、お客さまを満足させない限り企業の存続はあり得ない。それを成し遂げるために一番大切なことは従業員が会社、経営者に不満なく、明るく楽しく働く環境が整っていることだと思う。この基本が守られれば企業の社会的責任は十分果たせるものと思う。
- ◆ 企業を組織する従業員を大切にしたい。
- ◆ 環境問題などについて配慮している企業は多いが、資材調達での環境負荷やリサイクルでの環境負荷などについて考えていない企業も多く、大企業でも自己満足に止まっているケースが多い。不祥事の発生についても、小さな文字で謝罪文を出せば終わりといった扱いがほとんどで、具体的な対策についての説明などが少ないのはおかしい。消費者も慣れっこになっているのかもしれない。
- ◆ 企業は社会から信頼される存在でなければならない。それには地道に本業に徹し、優れた商品、サービス、技術などを提供しなければならないと思う。万が一不測の事態が生じたならば、いち早く情報開示をすべきである。それが企業の信頼にもつながる。
- ◆ 不祥事は、起こしたくて起こすわけではないことは理解できる。故に、起こした場合は速やかに公表し、対策を講じてほしい。起こった不祥事は、各社の教訓として活用し、企業活動に生かしてほしい。
- ◆ 企業は株主や銀行の方を見て仕事をするのではなく、消費者やお客さまの方を見て誠実に仕事をすべきだ。利益追求のあまりに安全や社会的責任が欠如した例が頻発している。日本の経営者のモラルの低下を憂えている。



第9回 生活者の“企業観”に関するアンケート 結果報告書

---

発行／2006年1月

財団法人経済広報センター

国内広報部 社会広聴グループ 佐藤智徳

〒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