

第4回 企業観アンケート 結果報告書

2000年12月・財団法人経済広報センター

目次

はじめに

- | | |
|--------------------------|----|
| 1.調査の概要と回答者のプロフィール | 2 |
| 2.企業に対する認識について | 3 |
| 3.企業の情報公開のあり方について | 12 |
| 4.自由記述回答 | 22 |

はじめに

経済広報センターでは広く社会の声を聴くため、全国の会社員・主婦・中高年者の各層から成る「社会広聴ネットワーク」を組織しております。そして毎年数回、会員を対象にさまざまなテーマに関する調査を行い、その結果をご報告しております。中でも、「生活者の企業観に関するアンケート」につきましては、当ネットワークの会員約3,600名を対象に、平成9年から毎年1回実施しているもので、今回が第4回目になります。

申しあげるまでもなく、企業は経済的・社会的に大きな役割を担っており、社会に対して、企業活動のより深い認識と理解を求めていくことは極めて重要なことでもあります。今回の調査では、企業に対する認識やご意見・ご要望を伺うというこれまでの設問に加え、インターネットによる企業情報公開などについての質問も行いました。この結果が、今後の企業経営や広報のあり方について、何かのご参考になれば幸甚だと思っております。

財団法人 経済広報センター

常務理事・事務局長

遠藤 博志

1. 調査の概要と回答者のプロフィール

1. 調査の概要

- (1) 調査対象 : 経済広報センターに登録している社会広聴会員3,646名
(全国に在住する会社員・主婦・中高年者)
- (2) 調査方法 : 郵送による(選択・自由記述方式)
- (3) 調査期間 : 2000年11月10日～11月24日
- (4) 有効回答数 : 2,560名(回答率70.2%)

2. 回答者のプロフィール

上段/実数(名) 下段/構成比(%)

構成比は小数点第2位四捨五入のため、合計が100%とならない場合もある(以下同)

性別

合計	男性	女性	無回答
2560名	1043名	1514名	3名
100%	40.7%	59.1%	0.1%

世代

	20・30歳代	40・50歳代	60歳以上	無回答
全体	736名 28.8%	1184名 46.3%	640名 25.0%	0名 0.0%
男性	164名 15.7%	409名 39.2%	470名 45.1%	0名 0.0%
女性	572名 37.8%	773名 51.1%	169名 11.2%	0名 0.0%

職業

会社員・団体職員	995名 38.9%	会社員以外	1559名 60.9%		
会社員	849名 33.2%	公務員	67名 2.6%	無職	292名 11.4%
会社役員	71名 2.8%	自営業	70名 2.7%	専業主婦	536名 20.9%
団体職員	52名 2.0%	自由業	95名 3.7%	学生	8名 0.3%
団体役員	23名 0.9%	パートタイム・ アルバイト	375名 14.6%	その他	116名 4.5%
職業無回答	6名 0.2%				

はじめに

経済広報センターでは広く社会の声を聴くため、全国の会社員・主婦・中高年者の各層から成る「社会広聴ネットワーク」を組織しております。そして毎年数回、会員を対象にさまざまなテーマに関する調査を行い、その結果をご報告しております。中でも、「生活者の企業観に関するアンケート」につきましては、当ネットワークの会員約3,600名を対象に、平成9年から毎年1回実施しているもので、今回が第4回目になります。

申しあげるまでもなく、企業は経済的・社会的に大きな役割を担っており、社会に対して、企業活動のより深い認識と理解を求めていくことは極めて重要なことであります。今回の調査では、企業に対する認識やご意見・ご要望を伺うというこれまでの設問に加え、インターネットによる企業情報公開などについての質問も行いました。この結果が、今後の企業経営や広報のあり方について、何かのご参考になれば幸甚だと思っております。

財団法人 経済広報センター

常務理事・事務局長

遠藤 博志

1. 調査の概要と回答者のプロフィール

1. 調査の概要

- (1) 調査対象 : 経済広報センターに登録している社会広聴会員3,646名
(全国に在住する会社員・主婦・中高年者)
- (2) 調査方法 : 郵送による(選択・自由記述方式)
- (3) 調査期間 : 2000年11月10日～11月24日
- (4) 有効回答数 : 2,560名(回答率70.2%)

2. 回答者のプロフィール

上段/実数(名) 下段/構成比(%)

構成比は小数点第2位四捨五入のため、合計が100%とならない場合もある(以下同)

性別

合計	男性	女性	無回答
2560名	1043名	1514名	3名
100%	40.7%	59.1%	0.1%

世代

	20・30歳代	40・50歳代	60歳以上	無回答
全体	736名 28.8%	1184名 46.3%	640名 25.0%	0名 0.0%
男性	164名 15.7%	409名 39.2%	470名 45.1%	0名 0.0%
女性	572名 37.8%	773名 51.1%	169名 11.2%	0名 0.0%

職業

会社員・団体職員	995名 38.9%	会社員以外	1559名 60.9%		
会社員	849名 33.2%	公務員	67名 2.6%	無職	292名 11.4%
会社役員	71名 2.8%	自営業	70名 2.7%	専業主婦	536名 20.9%
団体職員	52名 2.0%	自由業	95名 3.7%	学生	8名 0.3%
団体役員	23名 0.9%	パートタイム・ アルバイト	375名 14.6%	その他	116名 4.5%
職業無回答	6名 0.2%				

2. 企業に対する認識について

(1) 企業の社会的役割についての認識 / 70%以上がいずれの役割も重要と回答

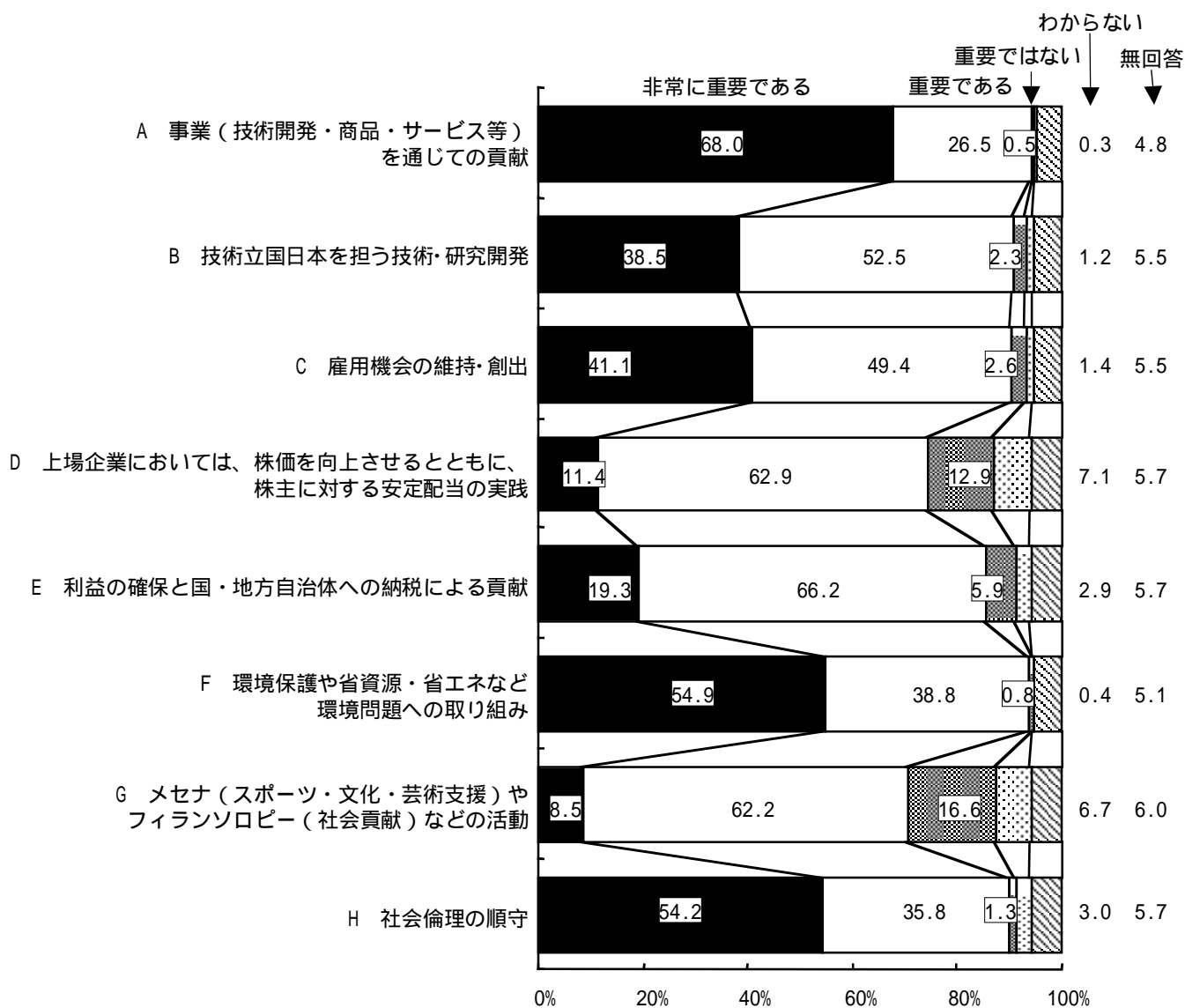
企業の社会的役割といわれる8項目について、それぞれの重要度を尋ねた。

「非常に重要である」が半数を超えたのは8項目のうち、

- ・「事業（技術開発・商品・サービス等）を通じたの貢献」（68.0%）
- ・「環境保護や省資源・省エネなど環境問題への取り組み」（54.9%）
- ・「社会的倫理の順守」（54.2%）

の3項目だった。

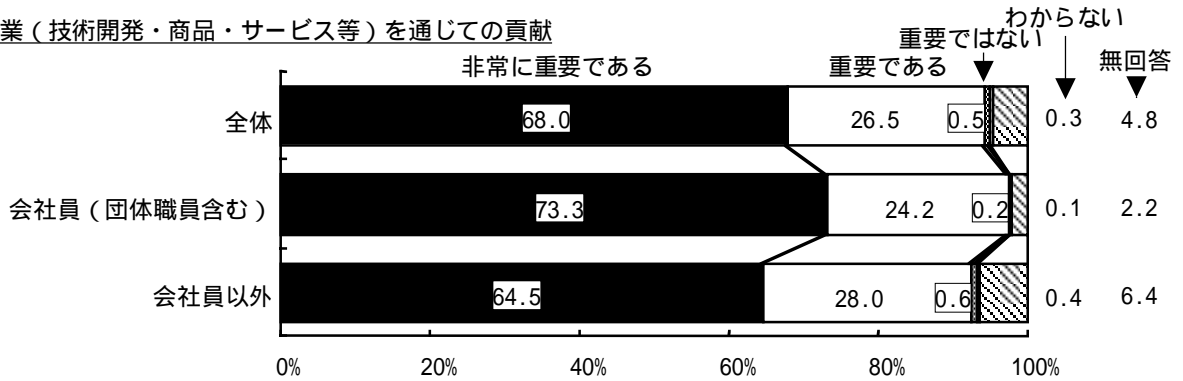
問2-1 企業にはさまざまな社会的役割がありますが、以下にあげる企業の社会的役割といわれるものについて、あなたはどの程度重要と思われますか。
（単位：%）



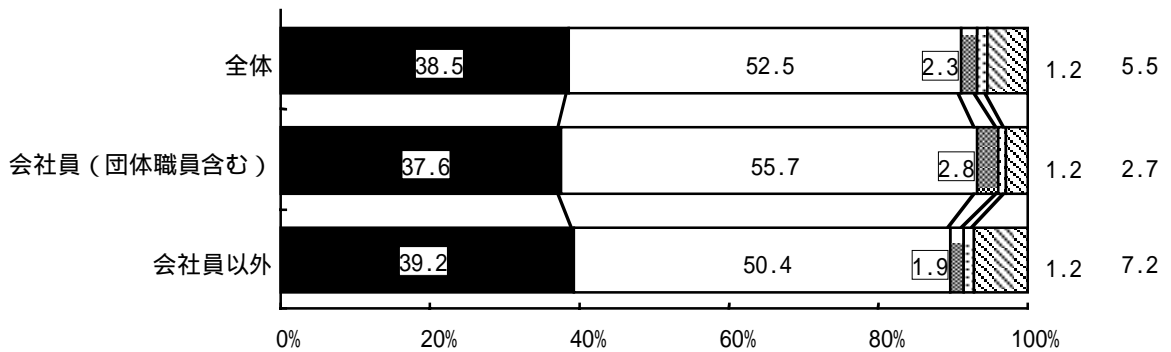
2. 企業に対する認識について

(1) -2 企業の社会的役割についての認識 (各役割における職業別比較1)

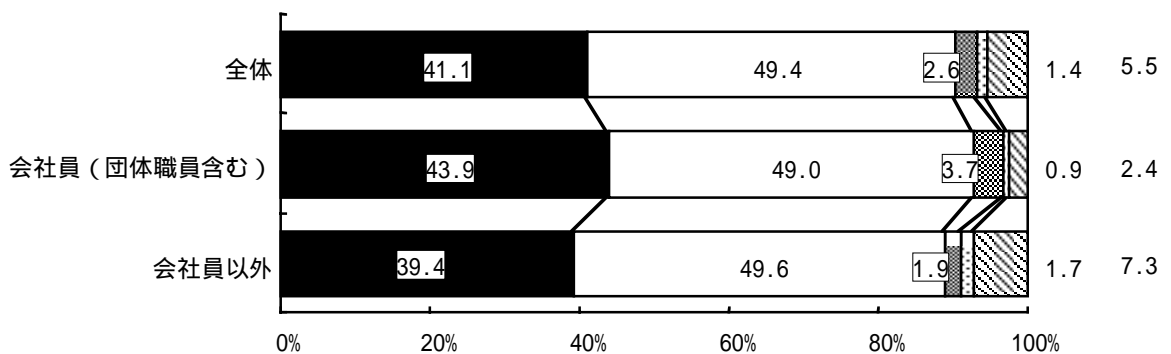
A 事業（技術開発・商品・サービス等）を通じたの貢献



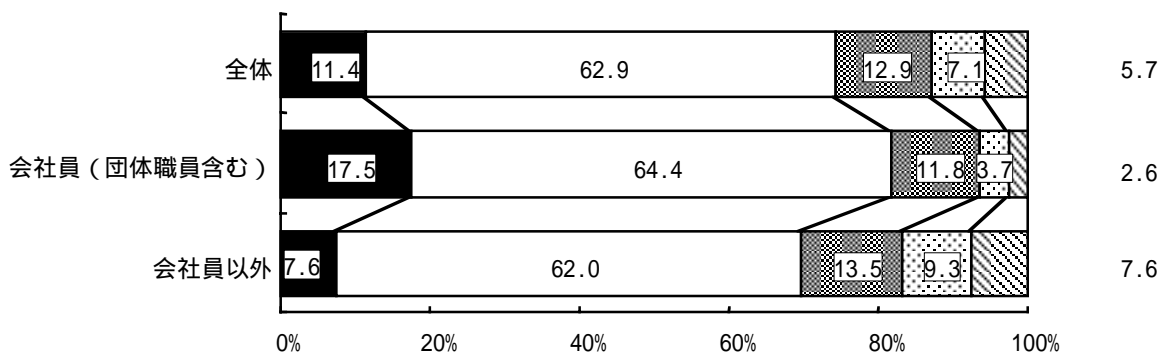
B 技術立国日本を担う技術・研究開発



C 雇用機会の維持・創出



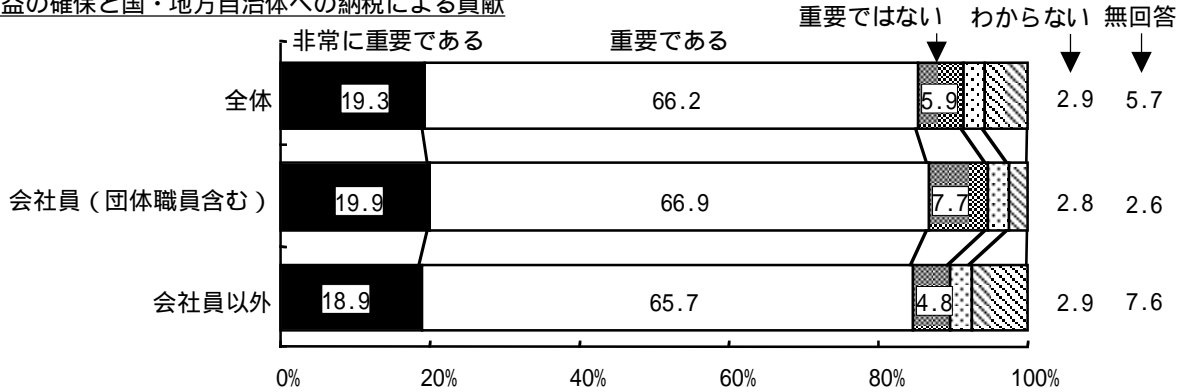
D 上場企業においては、株価を向上させるとともに、株主に対する安定配当の実践



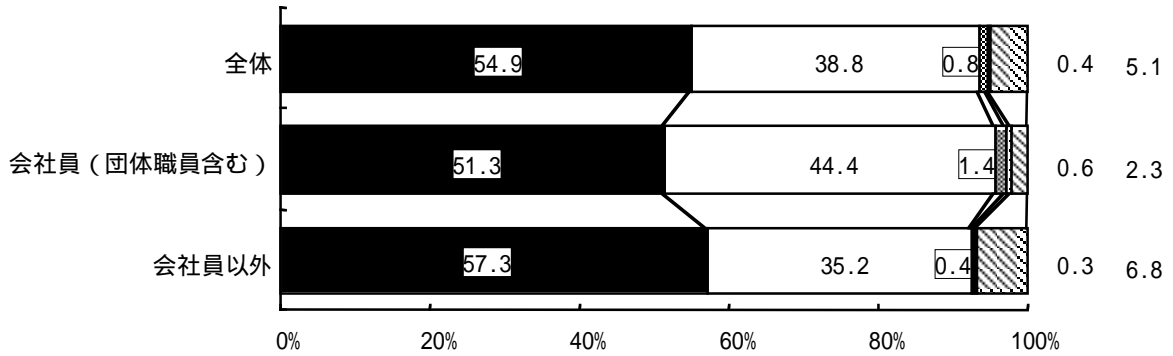
2. 企業に対する認識について

(1) -3 企業の社会的役割についての認識 (各役割における職業別比較2)

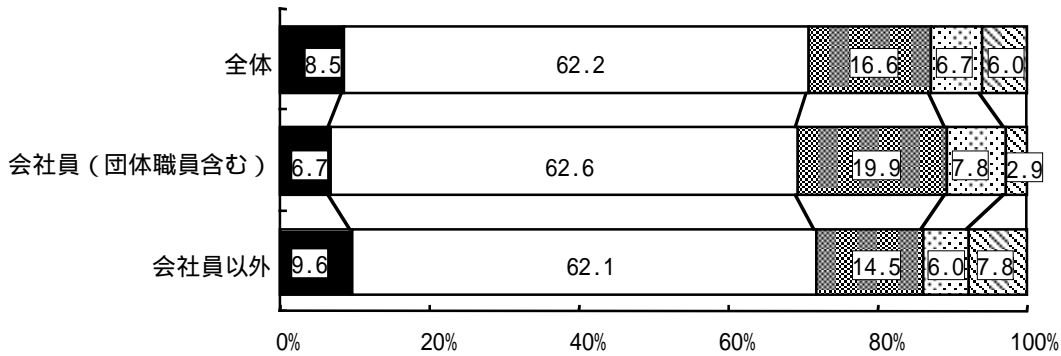
E 利益の確保と国・地方自治体への納税による貢献



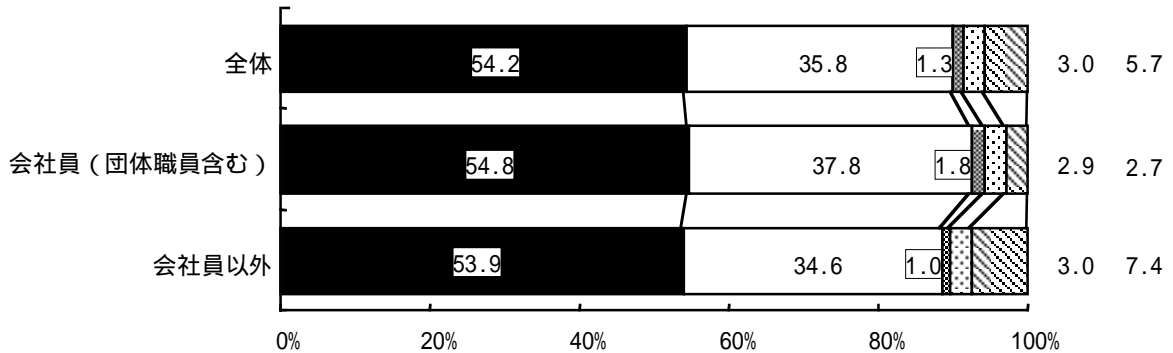
F 環境保護や省資源・省エネなど環境問題への取り組み



G メセナ(スポーツ・文化・芸術支援)やフィランソロピー(社会貢献)などの活動



H 社会倫理の順守



2. 企業に対する認識について

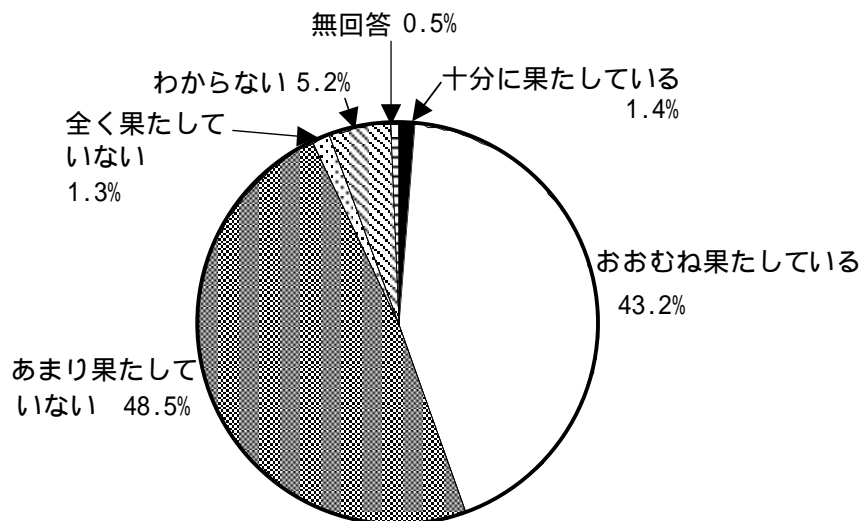
(2) 企業の「社会的役割」に対する評価 / 評価はほぼ2分

前問2-1の選択肢で挙げた社会的役割8項目全般に関して、企業が十分にその役割を果たしているかどうかを尋ねた。

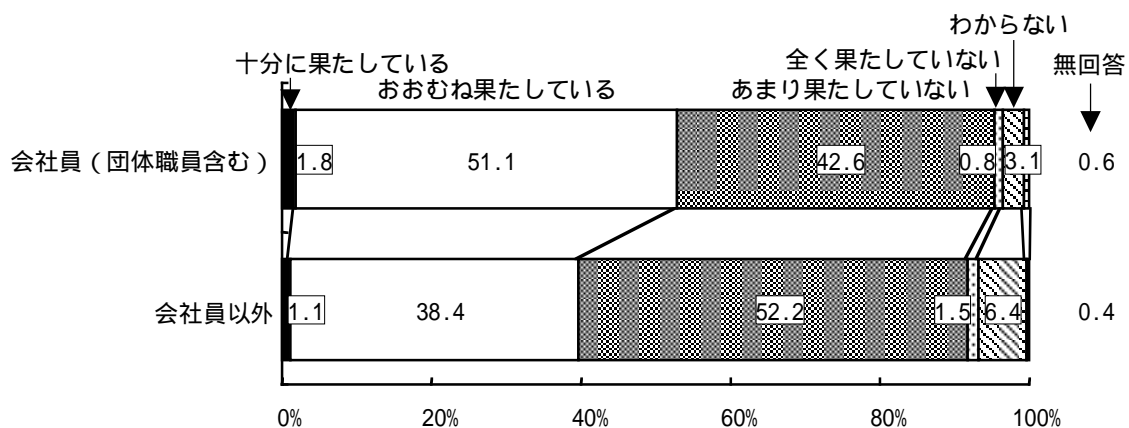
「あまり果たしていない」が最も多く48.5%で、前年より5ポイント悪化。「おおむね果たしている」は43.2%で、これも前年より6.1ポイント悪化。

前年調査に比べると、評価はわずかだが低くなっている。

問2-2 前問にあげたA～Hの社会的役割全般に対する企業の取組みについて、あなたはどのように感じておられますか。
(単位：%)



【職業別比較】



2. 企業に対する認識について

(2) -2 企業の社会的役割に対する評価 (回答の理由)

「十分に果たしている」「おおむね果たしている」と回答した理由

企業も社会の一員であるという認識が進んでいる。
(30歳代/男性/会社員)
おおむね果たしているが、最近はや安易なリストラで雇用の維持が果たされないことが多くなっている。
(30歳代/男性/会社員)
米国企業は、例えばフォード財団のように、種々の社会貢献活動を行っている。日本の企業もより活発に社会貢献して欲しい。
(30歳代/男性/学生)
日本企業には世界に通用する技術が少なくないから。
(30歳代/女性/パートタイム・アルバイト)
日本の企業は優秀だと常々感じています。
(30歳代/女性/会社員)
より、顧客や株主に対するディスクロージャー、環境への取組姿勢の明確化をすればベスト。
(30歳代/女性/専業主婦)
厳しい状況の中で、各企業は懸命に努力している。
(40歳代/女性/専業主婦)
日本経済は世界のトップレベルにあるから。
(50歳代/男性/会社員)
一部の企業については、企業利益が優先しているが、ほかはそうでもないから。
(50歳代/女性/会社役員)
切磋琢磨した企業活動により、向上が見られる。
(60歳代/男性/無職)
企業によって、その取り組み方に非常に大きな差がある。
(60歳代/男性/無職)
資源の少ない国をなんとか企業の力で支えているのが事実だから。
(60歳代/女性/パートタイム・アルバイト)
おおむねよいのですが、まだまだ企業の努力が望まれるところです。
(60歳代/女性/専業主婦)
技術屋製品は世界に冠たるものがあるが、環境問題では遅れをとっている。
(60歳代/女性/専業主婦)
企業は環境保護や省資源、省エネなどによりしっかりと取り組んで欲しい。
(60歳代/女性/専業主婦)
雇用機会の維持・創出が不十分。
(70歳以上/男性/団体役員)
経済、雇用、技術など、あらゆる面から見ての判断。
(70歳以上/男性/無職)

「あまり果たしていない」「全く果たしていない」と回答した理由

目前の利益への比重が大きく、将来の技術や環境への影響を考慮した活動になっていない。
(20歳代/女性/会社員)
会社の利益、体裁が優先しているケースが多いと思う。
(30歳代/男性/会社員)
一部企業の放漫経営のつげが、国民の負担になっている。
(30歳代/女性/パートタイム・アルバイト)
減益がすぐにメセナやフィランソロピー等の活動の抑制に直結するから。
(30歳代/女性/専業主婦)
企業の社会的貢献への認識が十分だとは思えない。
(30歳代/女性/その他職業)
反社会的な事件、利己的な事件が多い。
(40歳代/男性/会社員)
企業だけが生き残ろうとする姿勢が強すぎる。
(40歳代/男性/会社員)
大規模小売業、生保などの経営破綻による解雇の増大。
(40歳代/男性/会社員)
環境保護に対して、ようやく着手したという時点。これから期待。
(50歳代/男性/会社員)
ディスクロージャーがあまり整備されておらず、企業の顔が見えない。
(50歳代/男性/団体職員)
自社の儲けだけに気を奪われ、社会全体を考える余裕がない。
(50歳代/男性/自由業)
一企業だけの問題ではないと認識しているが、雇用維持が壊れている。
(50歳代/女性/会社員)
社会に対する貢献意識が希薄。
(60歳代/男性/無職)
雇用の機会創出についての努力を欠いている。
(60歳代/男性/無職)
現状に甘んじ、将来的な展望がない。
(70歳以上/男性/無職)
国の政治が不安定で、経済も安定していないので。
(70歳以上/女性/専業主婦)
PL法が施行されている現在においても責任感なし。社会的責任を果たしていない企業も多いので。
(60歳代/男性/会社員)
世の中には悪質な業者が実在しているので。
(50歳代/女性/パートタイム・アルバイト)

2. 企業に対する認識について

(3) 企業への信頼感の変化 / 過半数が「特に変化していない」

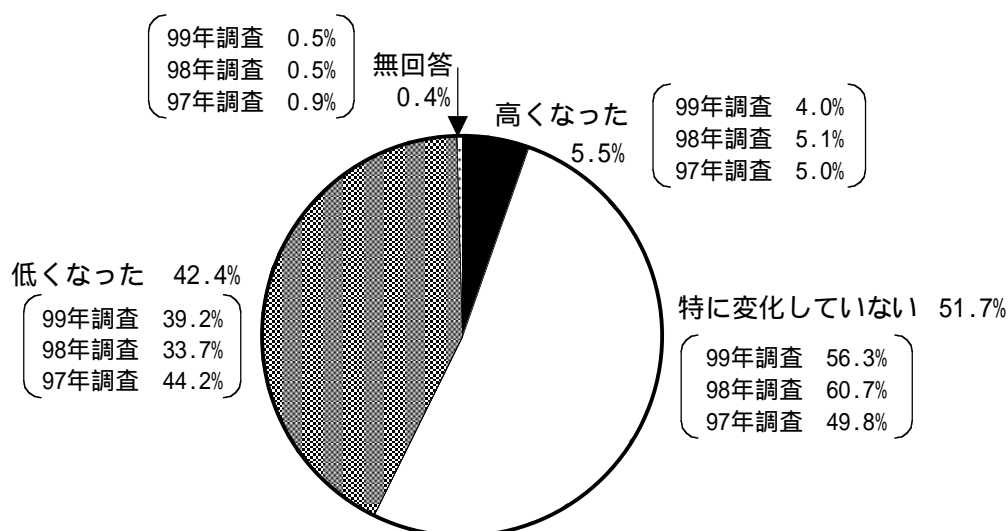
企業に対する信頼感が、前回調査時点に比べ（またはこの1年間に）どのように変化したかを尋ねた。

最も多いのが「特に変化していない」の51.7%であり、その次が「低くなった」の42.4%。「高くなった」は5.5%であった。

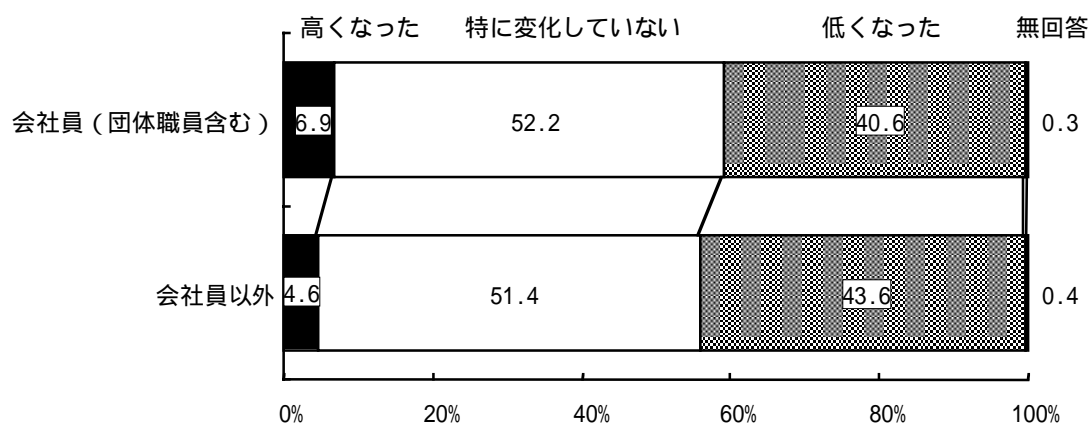
前年の調査に比べると、「高くなった」は1.5ポイント上がったが、「低くなった」が3.2ポイント悪化した。

会社員よりも会社員以外において、「低くなった」という回答が多い。

問2-3 企業活動全般を見て、あなたの企業に対する信頼感は、この一年間（前回の調査時点と比べ）で変化しましたか。
（単位：％）



【職業別比較】



2. 企業に対する認識について

(3) -2 企業への信頼感の変化 (回答の理由)

「高くなった」と回答した理由

以前に比べて、かなり具体的な内容で情報公開されていると思う。(30歳代/男性/会社員)
 テレビ、雑誌などで見る限り、企業のトップで社会貢献や人材育成に努力している人は多いと思う。(40歳代/女性/会社員)
 エコロジーを意識したり、雇用創出の面でも努力している会社が増えているから。(40歳代/女性/会社員)
 企業の地球環境に対する意識が高まったから。(50歳代/男性/会社員)
 不祥事などもあったが、それをきっかけに社会の目を意識し始めている。(50歳代/男性/会社員)

「特に変化していない」と回答した理由

信頼感の得られない企業は存続できないのだが、基本的に企業の姿勢は変わっていないと思う。(30歳代/女性/会社員)
 雪印や三菱自動車のように顧客の信頼に反するような行為もあり、高くはならない。(30歳代/女性/専業主婦)
 相変わらず不況で、1年前と大差がない。(40歳代/女性/その他職業)
 企業のがんばりで生活できている。(60歳代/女性/パートタイム・アルバイト)
 信頼感が高まったという実感はない。(60歳代/女性/専業主婦)
 経営不況の長引く中で、いま一つ変化が感じられない。(60歳代/女性/専業主婦)
 倫理観の欠如、技術力の低下が表面化しているが、ごく一部だと信じる。大多数の企業は特に大きな変化はない。(70歳以上/男性/無職)
 企業のトップは、依然として責任をとらない。信頼は高くなりようがない。(70歳以上/男性/無職)
 企業の取り組みも少しは改善されたように見えるが、不良債権はまだなので。(70歳以上/女性/専業主婦)

「低くなった」と回答した理由

倒産や企業不祥事の多発。(20歳代/男性/団体職員)
 世界の方向性との乖離が見受けられる。(20歳代/女性/会社員)
 裏で何をしているのか分からない。わからなければそのままという事が多い。(20歳代/女性/パートタイム・アルバイト)
 企業の不祥事が多発、モラルの低下が見られる。(30歳代/男性/会社員)
 倒産する企業が少なくないから。(30歳代/女性/パートタイム・アルバイト)
 保険会社の相次ぐ破綻等は信頼感を混乱させるものだから。(30歳代/女性/パートタイム・アルバイト)
 食中毒事件を発端に信頼感が低下した。(30歳代/女性/専業主婦)
 食中毒事件や三菱自動車のリコール隠しなど、信頼を失する事件が多かった。(30歳代/女性/専業主婦)
 商品・サービスの信頼性を欠くニュースが多かった。(30歳代/女性/その他職業)
 反社会的な事件が相次いでいる。(40歳代/男性/会社員)
 食品産業における異物や毒物の混入。自動車のリコール隠しなど倫理の低下。(40歳代/男性/会社員)
 そごう倒産、雪印食中毒、三菱自動車リコール隠しなど、いずれも氷山の一角。(40歳代/女性/専業主婦)
 大手企業が問題を起こしたため。(40歳代/女性/専業主婦)
 欠陥自動車の事例など、企業倫理はどうなっているのか悲しく思う。(50歳代/女性/パートタイム・アルバイト)
 哲学がないこと。実行する勇気を忘れたこと。倫理観のなさ。(60歳代/男性/団体役員)
 構造変革に対応していく過程で、企業体力に余裕が少なくなった。(60歳代/男性/無職)
 株主への配当への努力不足。(60歳代/男性/無職)
 事件が多く、信頼できなくなった。(60歳代/女性/専業主婦)
 最近、大企業の不祥事が相次ぎ、企業のレベル低下をおおいに感じる。(60歳代/女性/専業主婦)
 倒産、統合などがあったから。(70歳以上/女性/専業主婦)

2. 企業に対する認識について

(4) 社会的信頼を維持・向上するために重要なこと / 第1位「企業倫理の確立」

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。

(複数回答)

第1位は「社会倫理に則した企業倫理の確立とその順守」で52.2%。前年1位だった「事業(技術開発・商品・サービス等)を通じて」は、49.1%で第2位であった。

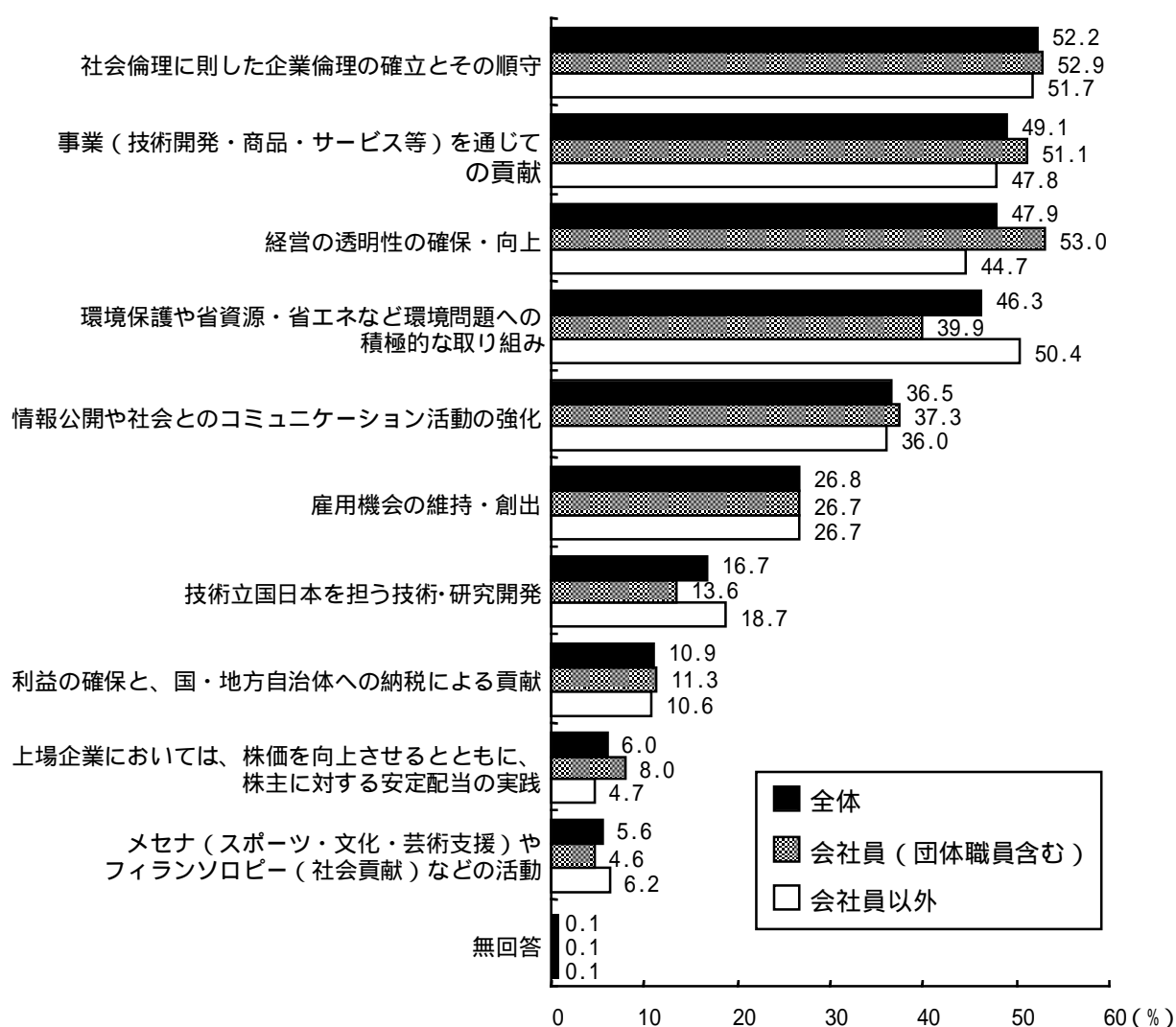
会社員と会社員以外では、やや回答に差が見られる。

・会社員は53%を占めた「経営の透明性の確保・向上」が「社会倫理...」を僅差で抑えて1位。

・会社員以外では1位が「社会倫理に則した企業倫理の確立とその順守」、2位が「環境保護や省資源・省エネなど環境問題への積極的な取り組み」で、ともに50%を超えた。

問2-4 今後、企業が社会的信頼を維持・向上させていくためには何が重要だと思われますか。

(複数回答：3つまで / 単位：%)



2. 企業に対する認識について

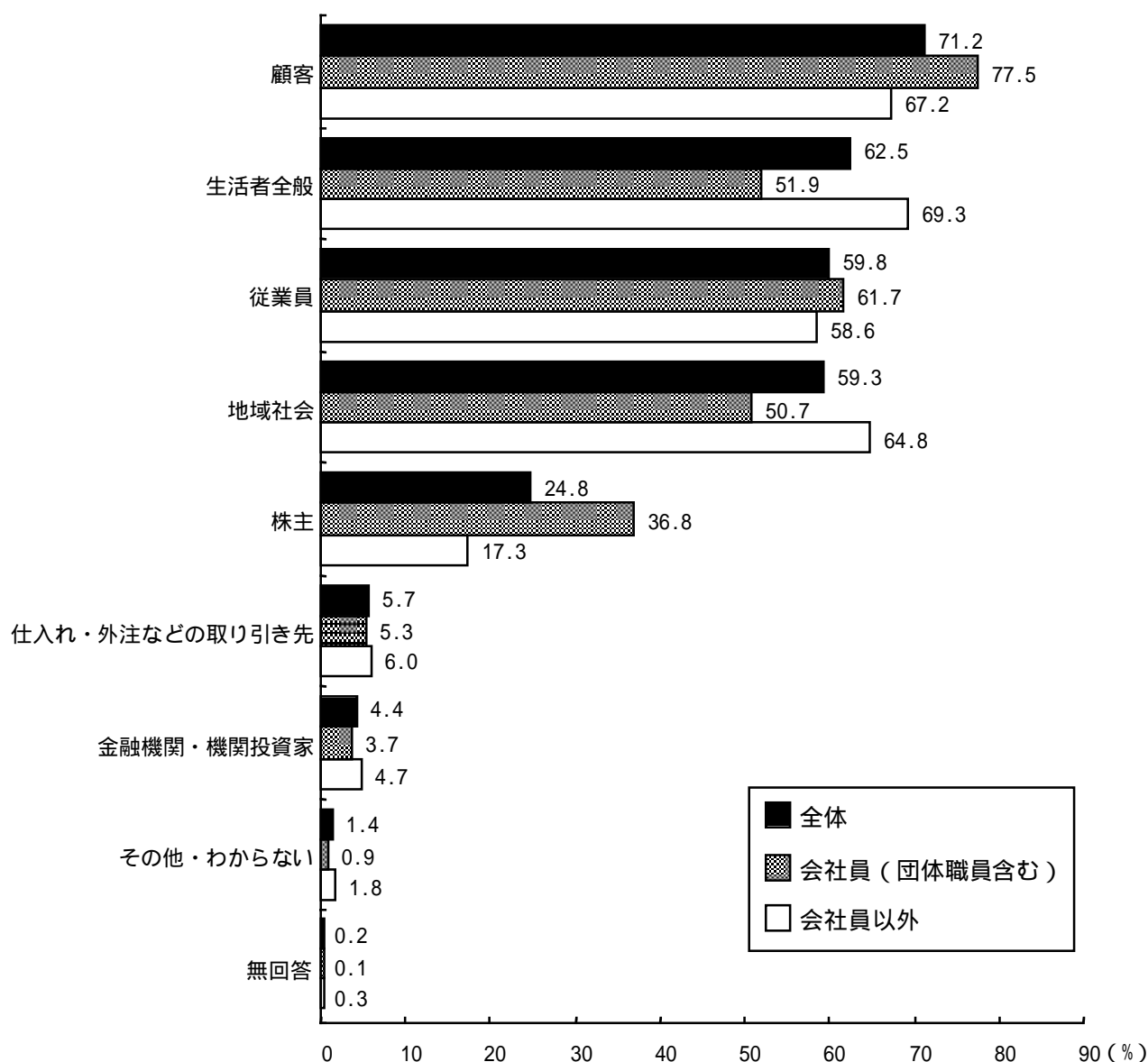
(5) 企業経営において重視すべき対象 / 第1位は「顧客」で71.2%

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。(複数回答)

「顧客」が最も多く約70%。続いて、「生活者全般」「従業員」「地域社会」の順で、これらの3項目は50%以上を占めた。前年調査と比べても傾向的には大きな変化はない。

会社員では「顧客」「従業員」そして「株主」をあげる回答が多く、会社員以外では「生活者全般」「地域社会」をあげる回答が多かった。

問2-5 今後の企業経営において、今まで以上に重視すべき対象は何だと思われますか。
(複数回答：3つまで/単位：%)



3. 企業の情報公開のあり方について

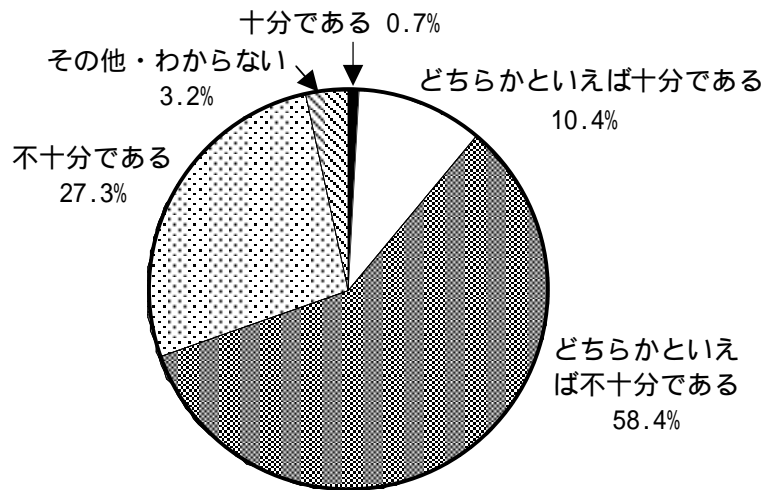
(1) 企業情報の質や量について / 「不十分と思う」が85.7%で前年より増える

企業に関する情報の質や量について十分かどうかを尋ねた。

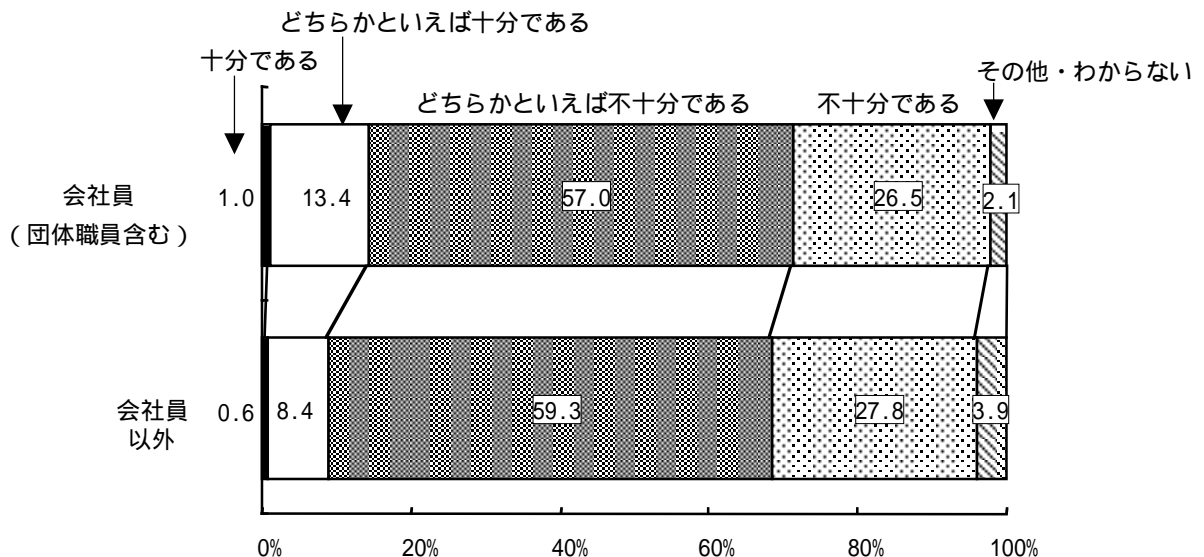
「どちらかといえば不十分である」が、前年より1.2ポイント良化されたものの58.4%を占めた。「不十分である」は、前年より3.5ポイント悪化し27.3%。両者を加えた「不十分」と感じている人は85.7%にのぼった。

「十分である」は0.7%で、前年より0.2ポイント悪化。「どちらかといえば十分である」も、前年より2.4ポイント悪化。「不十分」であるとする回答が増加傾向にある。

問3-1 企業の情報公開の質や量は、現在、十分であると思われますか。
(単位：%)



【職業別比較】



3. 企業の情報公開のあり方について

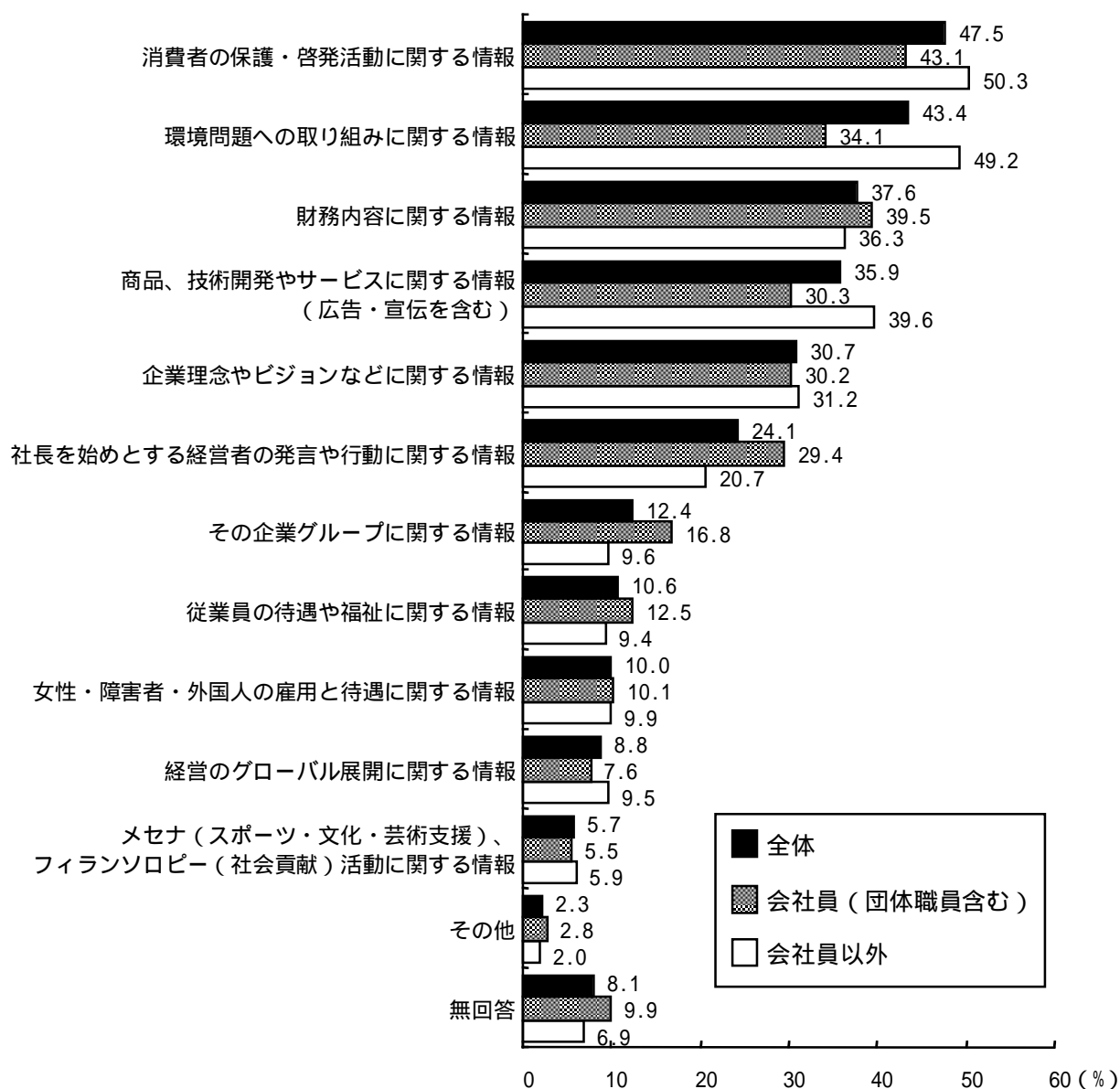
(2) 不足している企業情報 / 「消費者の保護・啓発活動に関する情報」

前問で企業情報の質や量が「十分である」と答えた人以外に、「特に不足している」「より詳しく知りたい」と思う情報は何かを尋ねた。(複数回答)

全体で第1位の「消費者の保護・啓発活動に関する情報」は、会社員・会社員以外とも1位。前年1位の「環境問題への取り組みに関する情報」は43.4%で、第2位となっている。

ただし、会社員の第2位は「財務内容に関する情報」で39.5%。会社員以外の第2位は「環境問題への取り組みに関する情報」が49.2%となっている。

問3-2 企業に関する情報のうち、「特に不足している」・「詳しく知りたい」と思われる情報は何か。(問3-1で「十分である」以外の回答した方2,541名対象/複数回答：3つまで/単位：%)



3. 企業の情報公開のあり方について

(3) 企業情報の入手源 / まだ「新聞」がダントツ

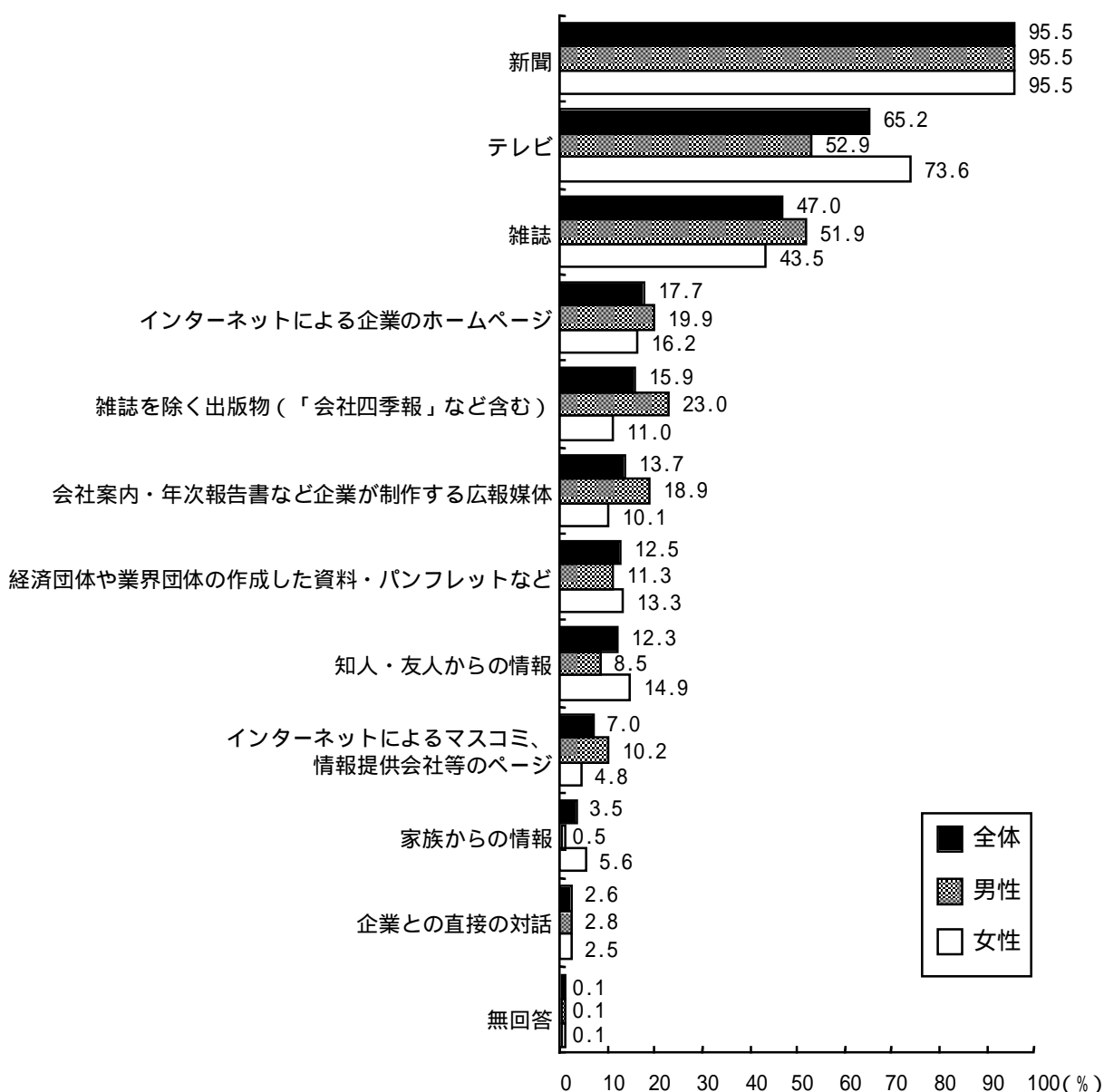
企業情報を主に何から得ているのか尋ねた。(複数回答)

「新聞」が第1位で95.5%、「テレビ」、「雑誌」が続いた。

性別で見ると「新聞」では差はないが、「テレビ」では女性が男性を20ポイント以上上回っている。

「インターネットによる企業のホームページ」が17.7%で第4位に登場。特に男性では約20%の人が企業情報源としている。

問3-3 企業に関する情報は、主としてどのようなものから収集されていますか。
(複数回答：3つまで / 単位：%)



3. 企業の情報公開のあり方について

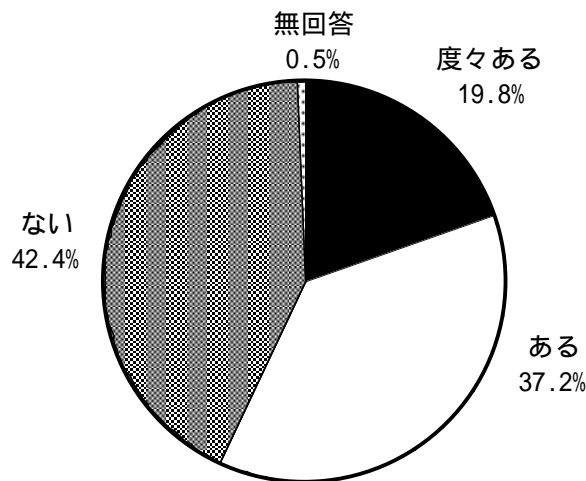
(4) インターネットでの企業情報収集経験 / 「ある」が過半数

インターネットを使って企業情報を収集したことがあるかどうかを全員に尋ねた。

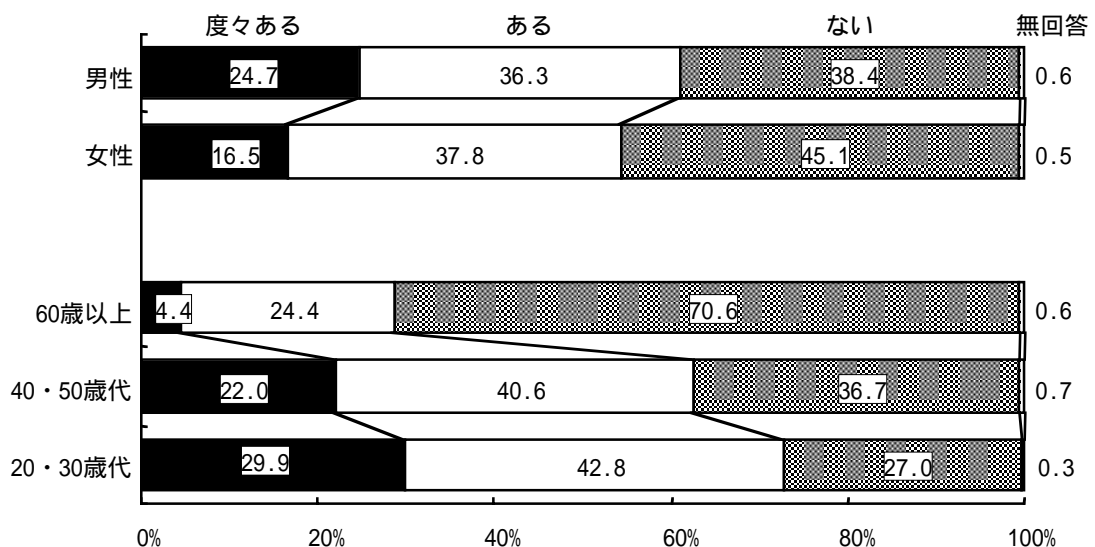
「度々ある」が19.8%、「ある」が37.2%で、その両方を合わせた回答は50%を超えた。

性別・世代別で見ると、女性より男性が、また年配者より若い世代が、「ある」という回答が多い。特に20・30歳代では、インターネットでの企業情報収集経験者が70%以上になっている。

問3-4 インターネットを使って企業情報を収集されたことはありますか。
(単位：%)



【性別・世代別比較】



3. 企業の情報公開のあり方について

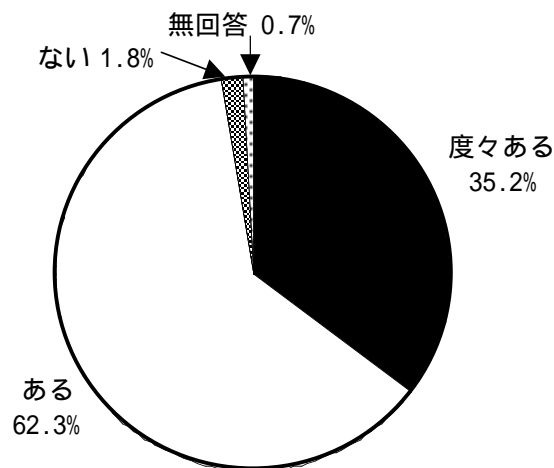
(5) 企業ホームページの閲覧経験 / インターネット経験者のほとんどが「経験あり」

前問でインターネットでの企業情報収集経験が「度々ある」「ある」と回答した人に、「企業ホームページ」を閲覧したことがあるかどうかを尋ねた。

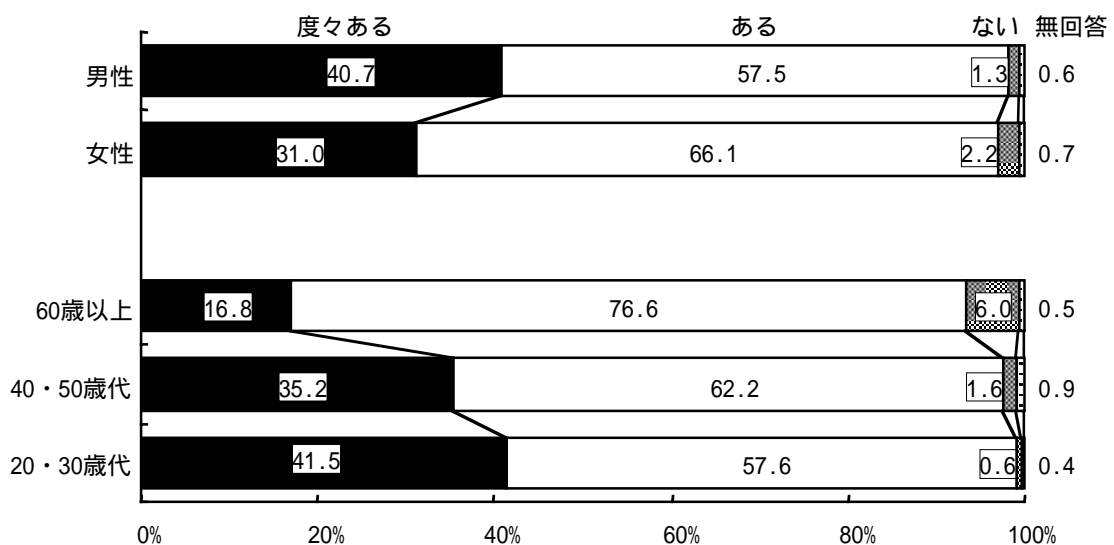
「ない」と答えた人は1.8%のみで、回答者のほとんどが閲覧経験をしている。

「度々ある」という回答者は、女性より男性が、年配者より若い世代が多い。

問3-5 多くの企業がインターネット上にホームページを開設していますが、そういった企業ホームページを閲覧されたことはありますか。
(問3-4で「度々ある」「ある」と回答した方1,460名対象 / 単位：%)



【性別・世代別比較】



3. 企業の情報公開のあり方について

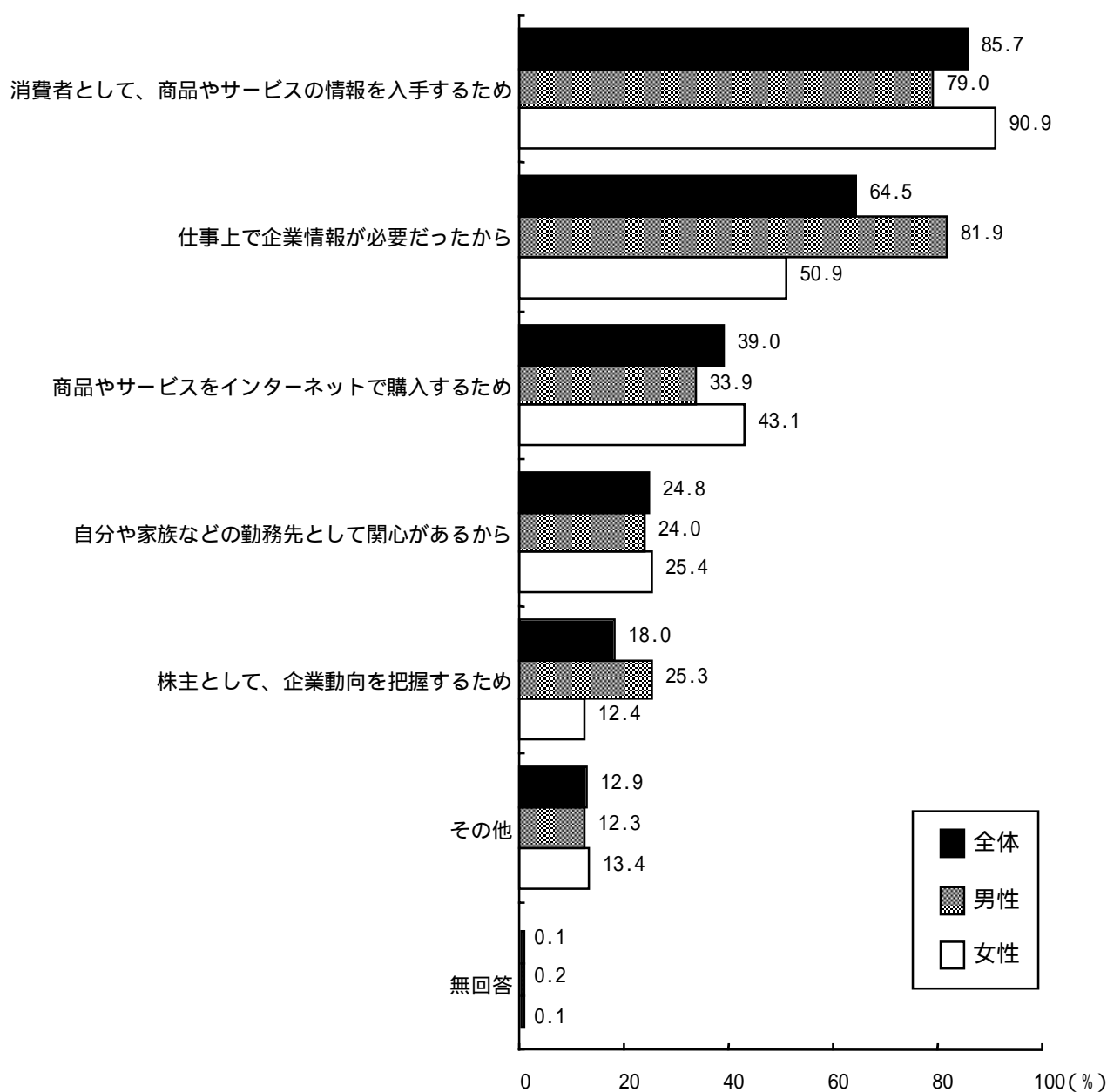
(6) 企業ホームページの閲覧理由 / 第1位は「商品サービス情報」

前問3-5で「度々ある」「ある」と答えた人を対象に、企業のホームページを閲覧した理由を尋ねた。（複数回答）

第1位は、「消費者として、商品やサービスの情報を入手するため」で、前年より1.8ポイント上昇した。「仕事上で企業情報収集が必要だったから」以外の項目は、それぞれ前年よりかなり上昇している。

問3-6 企業のホームページを閲覧されたのはどのような理由からですか。

（問3-5で「度々ある」「ある」と回答した方1,424名対象 / 複数回答：該当するもの全て / 単位：％）



3. 企業の情報公開のあり方について

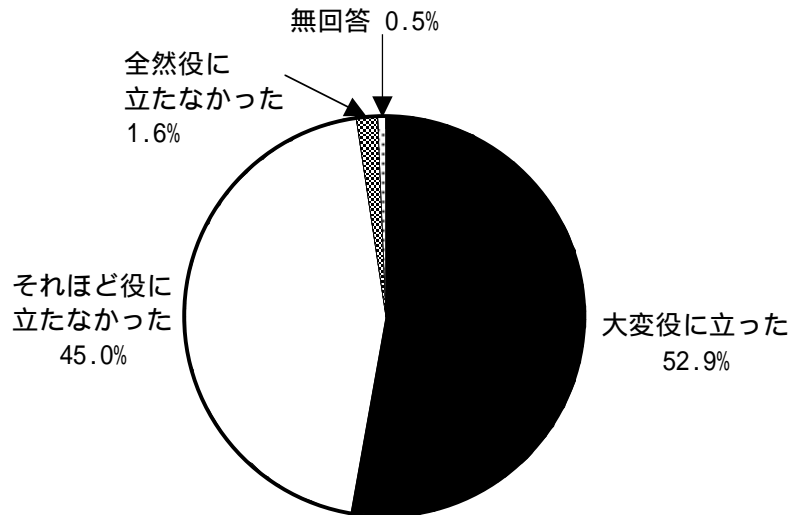
(7) 企業ホームページの情報の評価 / 辛うじて過半数が「大変役に立った」

「企業ホームページ」を閲覧したことのある人に、その情報が役に立ったかどうかを尋ねた。

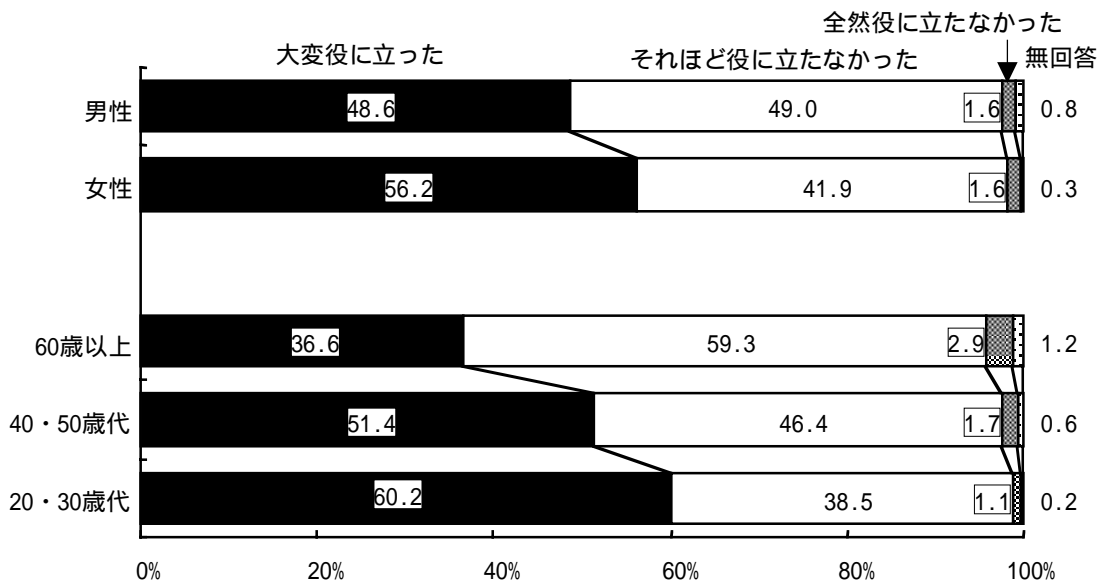
「大変役に立った」が過半数の52.9%を占める一方、「それほど役に立たなかった」も45.0%を占めた。

性別・世代別で見ると、男性より女性が、年配者より若い世代が、「大変役に立った」の割合が多く、特に20・30歳代では、60%以上が「大変役に立った」と回答している。

問3-7 企業のホームページで閲覧された情報は、役に立ちましたか。
(問3-5で「度々ある」「ある」と回答した方1,424名対象/単位：%)



【性別・世代別比較】



3. 企業の情報公開のあり方について

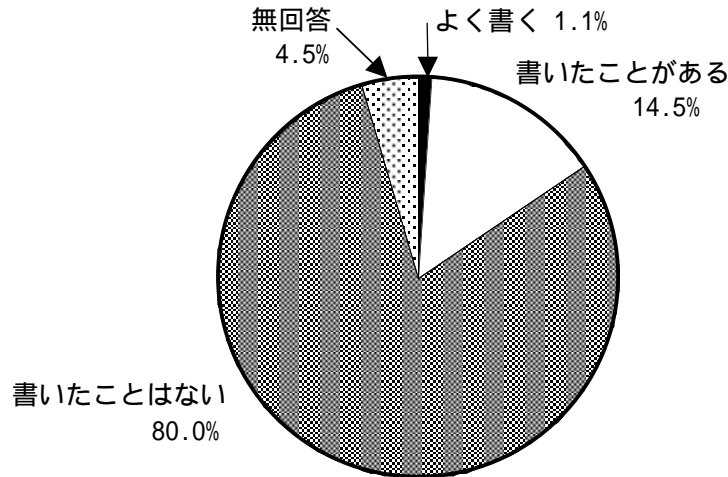
(8) 企業ホームページへの書き込み経験 / 「書いたことがある」は14.5%

「企業ホームページ」を閲覧したことがある人に、企業ホームページの掲示板等への書き込み経験を尋ねた。

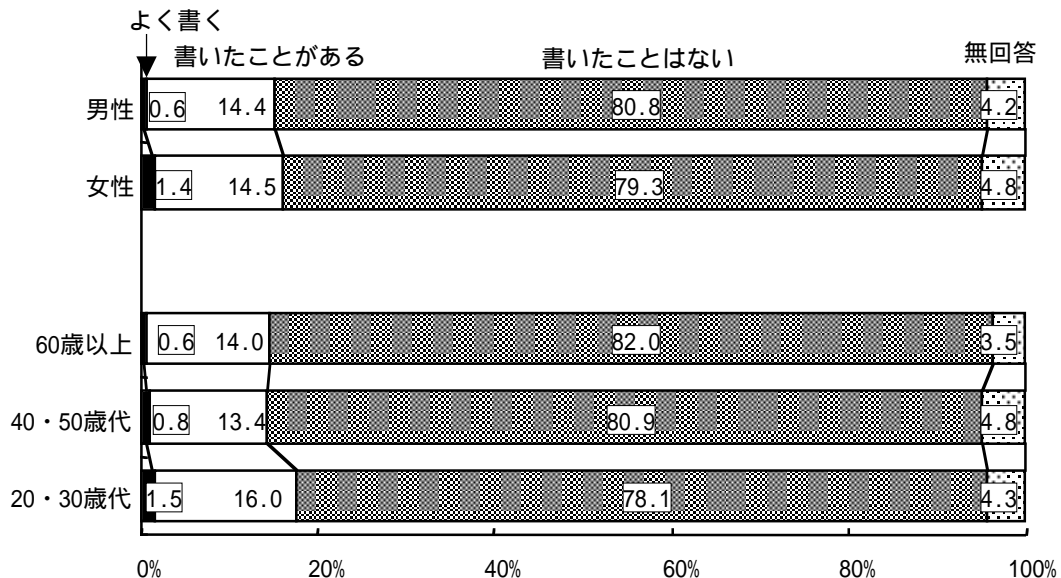
「書いたことはない」が80%と大半を占めたが、「書いたことがある」人も14.5%いた。

性別・世代別ではあまり大きな差はないが、男性より女性が、年配者より若い世代が、書き込み経験者の割合が多い。

問3-8 企業のホームページの掲示板等に、意見を書かれたことがありますか。
(問3-5で「度々ある」「ある」と回答した方1,424名対象/単位：%)



【性別・世代別比較】



3. 企業の情報公開のあり方について

(9) インターネットによる情報公開への評価 / よいとする回答が約80%

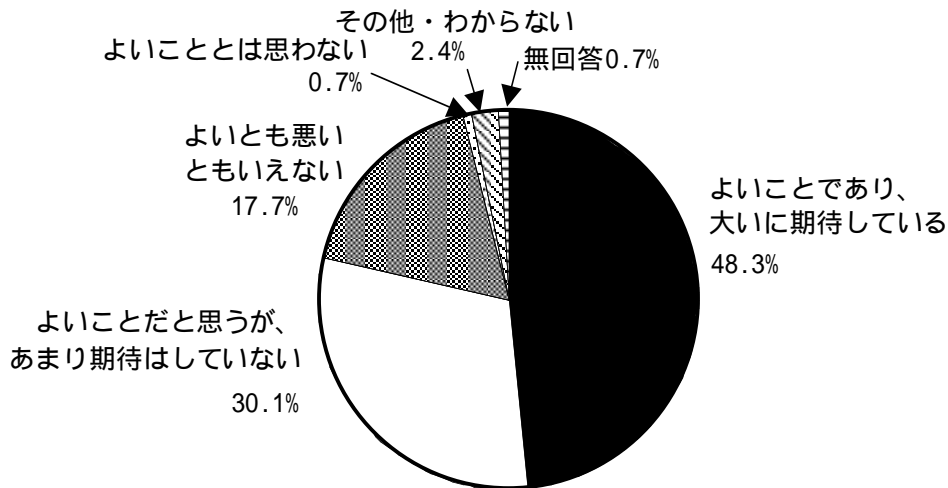
今後、インターネットによる企業情報の公開が増えることについて、その評価や期待を尋ねた。

「よいことであり、大いに期待している」が最も多く、約半数。「よいことだと思うが、あまり期待はしていない」と合わせ、80%弱が「よいこと」と回答。

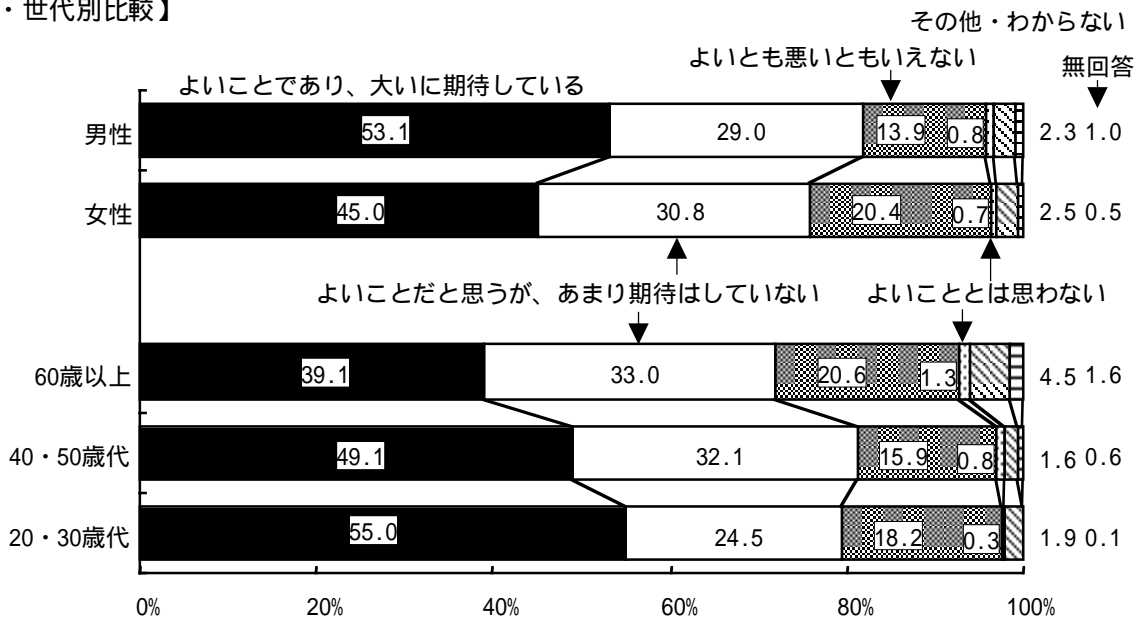
前年調査と比べて、傾向的には変化はない。

性別・世代別にみると、「よいことであり、大いに期待している」は、女性より男性が、また年配者より若い世代が多い。

問3-9 今後、インターネットによる企業の情報公開は増えていくことが予想されますが、それについてどう思われますか。
(単位：%)



【性別・世代別比較】



3. 企業の情報公開のあり方について

(10) インターネットによる販売に対する評価 / 約40%が「期待している」

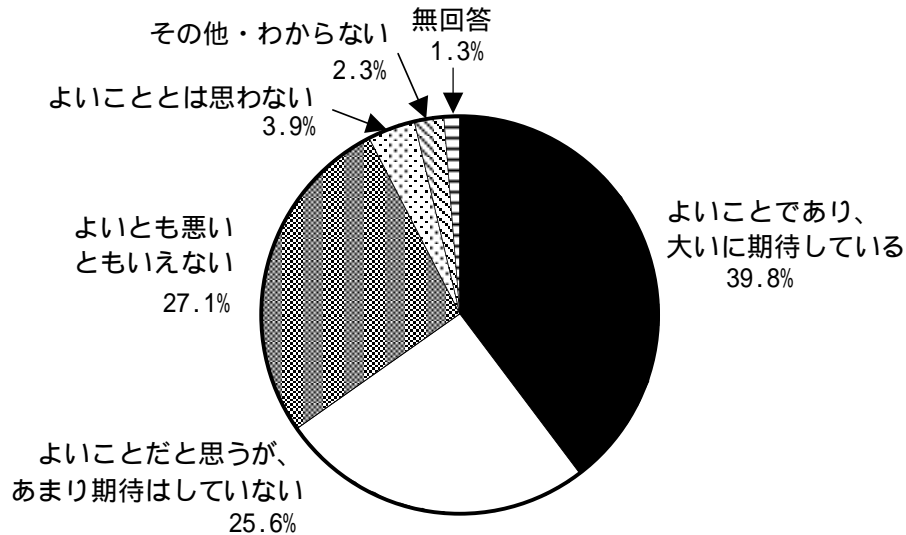
今後、インターネットによって商品・サービスの販売が行われることについて、その評価や期待を尋ねた。

「よいことであり、大いに期待している」が最も多く、次いで「よいことだと思うが、あまり期待はしていない」となった。3人に2人が「よいことだ」と認識している。

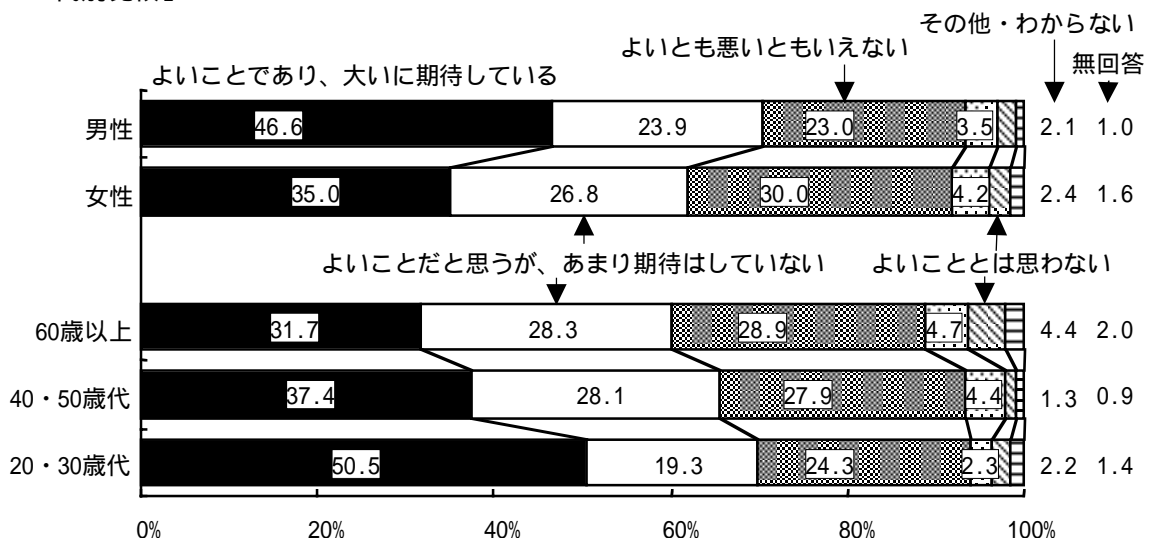
女性より男性が、また若い世代ほど評価や期待を持つ人が多くなっている。

ただし、「よいとも悪いともいえない」との回答が、27.1%あった。

問3-10 今後、インターネットによる商品・サービスの販売が増えていくことが予想されますが、それについてどう思われますか。
(単位：%)



【性別・世代別比較】



4. 自由記述回答

(1) 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。(世代・性別・職業順)

多様な観点からの意見・感想が寄せられているが、中でも、情報公開や雇用の確保に関する企業への要望や意見が多い。

モニター制度の創設や社外監査役の機能強化などの制度的な提案を含め、社内外のコミュニケーションやチェック機構に言及したのも目立っている。

20歳代の意見・感想

黒字経営・コンプライアンス・社会貢献活動の維持を実現できない企業は、今後の社会で生きていけない。社会に目を向けた事業展開を期待しています。(男性/団体職員)

会社の利益だけでなく、社会全体の利益についても追求すべき。今、盗聴や盗撮が問題になっているが、そのような反倫理的な製品を売らないことも社会倫理に則した企業倫理ではないか。(女性/会社員)

企業にとってマイナスになることでも、隠さずに情報公開すべき。明らかになってからの事後報告は信頼をなくす。(女性/パートタイム・アルバイト)

30歳代の意見・感想

最近、企業への信頼がなくなってきていると思う。今まで以上に、地域貢献などで市民の信頼を得る活動は必要だと思う。(男性/会社員)
企業が社会的信頼回復に向けての取り組みをしていくよう期待する。将来どこかの時点で、ブレイクスルーがあると信じる。(男性/会社員)
企業にとってマイナス情報もあえて公開していく姿勢から、社会的信頼も生まれるはずだ。(男性/会社員)

何かあると「会社のトップが辞任して終り」では、企業の体質は変わらないと思う。(男性/会社員)

経営者自身が、社会の公器としての認識を持つことが必要。最近の不祥事は、全てこれが欠けているためである。また、安易なりストラによる人減らしは考え直してもらいたい。雇用の確保は将来とても大事な問題になってくると思う。(男性/会社員)

企業自身がどのように社会的責任を自覚しているか、表明することが必要だと思う。(男性/会社員)

あまり政府が企業活動についてコメントをしない方がいいと思う。いかに小さな政府が実現していくかが、財政赤字の現在、求められている。(男性/学生)

消費者側の情報量が増え、今後ますます商品・サービスを選択する目は厳しくなると思います。その中で信頼感の低い企業は、自然に淘汰されると思います。(女性/会社員)

今まで以上に、情報公開を推進していくことが大事なのではないでしょうか。(女性/パートタイム・アルバイト)

食品中毒事件や、自動車のリコール隠し等、何か企業に重大な危機があった場合に隠蔽しようとする行動は、後々大問題に発展する。企業のトップはまず、自分の社会的良心に従って、毅然とした判断を行ってほしい。(女性/パートタイム・アルバイト)

会社の利益の向上を目指すとともに、社員の将来も考えた経営、雇用を確立することも会社の信頼感につながる。(女性/専業主婦)

今年は企業の社会的信頼を損なう事件が多発し、個々の内容もひどい。信頼を回復することは非常に難しく、時間も要するだろうが、ここで踏ん張らなければ全ての倫理感が崩れていくような危うさを感じる。社会全体が安定して平和な生活を送るためには、企業の信頼回復は必要条件だと思う。企業はその責任について、是非とも再考してほしい。(女性/専業主婦)

経営ビジョンの明確化、情報の開示、環境への取り組み等、企業がはっきりと社会に示すことが必要。株主重視の姿勢も大切。(女性/専業主婦)

IT利用と平行して、顔と顔を合わせた消費者とのコミュニケーションを大切にしていってほしい。情報が見えても相手の表情が見えなければ信頼することは難しい。(女性/その他職業)

4. 自由記述回答

(1) 企業の社会的信頼の維持・向上に関する意見・感想 その2

40歳代の意見・感想

経営層と一般消費者の、全国レベルでの懇談会の開催が有効だろう。(男性/会社員)

経営者は、社会や従業員があつてこそその企業だということを、再度胆に銘じてほしい。業績だけにとらわれて、企業の社会的存在意義を忘れてはならない。(男性/会社員)

企業にとって、品質および安全性の確保は最優先である。万が一問題が発生した場合は、速やかに公表し、二度と起こさないための再発防止対策を実施すべき。また、実施した内容とその進捗状況および結果を常に情報公開すべきである。隠すことは最も悪い。(男性/会社員)

優良企業表彰と悪徳企業の社名公開という制度を官が創設すべきでは。(男性/会社員)

ゴーン氏による日産再生や破綻生保への外資導入など、経営の失敗を「外圧」に救ってもらふ現状が続けば、企業の社会的信頼、特に経営陣への信頼がますます低下するだろう。企業の信頼性は、今後とも経営者個人への信頼にかかってくると思う。(男性/会社員)

企業の社会的信頼性を維持・向上させるには、やはり利益を出して、その何%かでも社会へ還元することだと考えます。そしてゆとりがあれば、社員にもボランティア活動を勧めたりしてほしい。(女性/会社員)

組織の中にいると、自分の倫理感とぶつかる局面が必ずあると思う。そういう時、日本の大半のビジネスマンは、組織を守ることを第一としてしまう。そういう狭い世界の特殊なしがある限り、企業の本当の姿が明らかになることはないだろう。(女性/自由業)

不祥事の責任の所在をはっきりさせ、当事者の退職金返納など義務づけるべき。辞任だけでは処分が甘すぎる。内部調査のみでは、今後も同じ様な事態が繰り返され、信頼関係はますます損なわれるだろう。

(女性/パートタイム・アルバイト)

ホームページの「お問い合わせコーナー」に書き込みをしたら、即、返事が欲しい。「なしのつづて」では、企業姿勢を疑ってしまう。

(女性/パートタイム・アルバイト)

食品中毒やリコール隠しの事件は、製造業の基本を無視し、消費者を欺いたひどい事件だったと思います。一度落とした信頼を回復するのは難しいものです。企業の果たすべき役割を再確認し、顧客だけではなく、生活者全般に配慮した企業活動を行っていくことが重要ではないでしょうか。もちろん、経営の透明性や情報公開も必須です。(女性/専業主婦)

生命保険会社の破綻など、長年かけた保険が減額するかもしれない状況のなか、例えば生命保険会社の財務内容を消費者は知りたいと思う。信頼回復に向けて一層の努力をしてもらいたい。

(女性/専業主婦)

食中毒事件は、本当にショックでした。二度とその製品を買わないと決めた後で、この事件が起きて生産現場の人たちが本当に苦しんでいるということを知りました。大企業になればなるほど、社会的責任は重くなります。それに合うモラルや意識の向上が不可欠だと思います。本当に残念です。(女性/専業主婦)

企業の社会的信頼の維持向上のためには、経営者の社会的倫理観はもちろんのこと、従業員一人ひとりに企業倫理が徹底されることが重要だと思う。(女性/専業主婦)

乳業メーカーの食中毒事件でのトップの対応は、その企業への信頼感を失わせるものだった。常に消費者から顔の見える経営トップであることが、信頼を得ることにつながると思う。

(女性/その他職業)

50歳代の意見・感想

顧客主義といいながら、昨今の不祥事を見ると、企業サイドの考えで進められていると思われることが多い。企業は社外監査制度を設け、チェック機構を働かせるようにしていくしかないのではないか。(男性/会社員)

企業が、顧客や株主や従業員だけではなく、社会全体や全ての消費者のために利益になることを行うのだ、ということ内外に示すとともに、実行することが大切である。(男性/会社員)

社会から信頼されない企業は、一層、厳しい評価を市民から下されることになる。砂上の楼閣にならぬよう、企業哲学、理念と実態を真の生活者志向にすることが重要である。

(男性/会社員)

不祥事が多く出ており、トップの消費者としての視点の欠如が著しい。外部監査制度を法的に義務づけるなどしてモニタリングの体制整備が急務である。(男性/団体職員)

日本の国全体が閉鎖社会であるため、企業もまた、それに輪をかけた閉鎖社会である。グローバル化が叫ばれている現在、いかに企業がオープンに情報公開できるかが重要だと思う。

(男性/自由業)

月並だが、環境に配慮し、ハンディのある人のQOLに貢献する物を製造するなどの取り組みを地道に続けてゆくことが、信頼につながると思う。(女性/会社員)

4. 自由記述回答

(1) 企業の社会的信頼の維持・向上に関する意見・感想 その3

企業にとって都合の良い情報、おざなりの情報が多い。しかし、マイナス情報も含めて消費者の知りたい情報を公開するのということはないだろう。

(女性/会社役員)

企業も個人の集まった組織なのだから、消費者側の視点を重視した経営をして欲しい。

(女性/パートタイム・アルバイト)

企業の広告として発信されていることを全部信用してよいと思えない事が起きている。大企業だからといっても例外ではない。消費者が自ら安全を確保するように努力しなければならない現状はとても残念です。

(女性/専業主婦)

社会への貢献を第一に考えてもらいたい。消費者に対する貢献もさることながら、広く地球に対する悪影響のないことを考慮に入れて、製品の開発、普及に取り組んで、より良い社会への水先案内人としての責任感を強く持ってほしい。

(女性/専業主婦)

60歳代の意見・感想

企業の社会的使命は、自然と人間との調和を保つということを経営の条件にして、存在するわけですから、このシステムやバランスを維持できないような企業は、消えていく運命にあります。

(男性/会社員)

社会的信頼は、環境とともに企業にとって「コスト」であると考えべき。それがマーケティング的な「差別化」にもなると思う。

(男性/団体役員)

消費者あっての企業ですから、企業側は、モニター制度を十分に取り入れて、消費者にマッチした製品作りに精通してほしい。

(男性/公務員)

企業の存在価値はマネジメントによって決まる。マネジメントは共通の生産的な目的のために、個人、コミュニティ社会の価値観と意欲をより生産的なものにしなければならない。マネジメントが、国や国民の文化的伝統を機能させることに成功しない限り、社会の発展は起こりえない。マネジメントこそが原動力であり、発展はその結果であろう。

(男性/無職)

これから本格化されるIT革命を活用した構造改革の過程で、優勝劣敗および企業内部での多様なきしみが激化することが予想されます。その過程での業界全体の信頼性の維持・向上対策が極めて重要となる。

(男性/無職)

企業は積極的に経営状況・業績を広報することが大事であり、ガラス張りの経営を行うべきだと思う。

(男性/無職)

企業には、雇用を守る義務がある。価格ばかりを追いかけ、安い料金の海外生産にシフトすることは、日本人の雇用の幅をせばめる。

(女性/パートタイム・アルバイト)

最近では企業の不祥事、経営者としての自覚のなさが目立ち、信頼は低下している。社員が安心して働けるということが企業の信頼感を増す、という原点が忘れられている気がする。全員が初心に戻って、謙虚にすることが必要な時代です。

(女性/専業主婦)

最近ではどの企業もあまり信頼できない。不透明な部分が多すぎる。大手企業どうしの合併も好ましくないと思っている。

(女性/専業主婦)

金融機関の倒産、食品の細菌汚染など大企業の不祥事が相次ぎ、そのつど、私たちの企業に対する社会的信頼感は裏切られてきた。特にその事後処理に問題がある。トップが揃って頭を下げるだけ...。というのが、最も私たち生活者の信頼を裏切っているのではないかと。社会倫理に即した対応を切に望むものである。

(女性/専業主婦)

企業が社会的信頼を高めるには、情報公開をガラス張りのものとして、顧客、消費者、あらゆる国民全体に対して、積極的な取り組みを伝えることだと思います。

(女性/専業主婦)

70歳以上の意見・感想

依然として厳しい経営環境にあるが、リストラの方向が相変わらず雇用圧縮にシフトされているように思われる。従業員に対する経営責任をもっと厳しく考えるべきではないか。

(男性/団体役員)

成長期の企業は利益優先に流れ、ともすれば倫理観の欠如、消費者不在、環境問題を起こしてきたが、バブルの崩壊により、だんだん是正されてきたと思われる。今後とも、情報の公開による消費者保護を期待する。

(男性/無職)

インターネットは、高齢者にこそ便利なものではないかと思っており、企業についての情報、商品、サービスなどに興味もあるのだが、パソコンに触れる機会を持たないまま過ごしている。政府の推進するIT革命に取り残されるのではと思いつつ。

(女性/専業主婦)

企業が信頼されるには、経営者が利益を確保する努力をし、従業員を教育し、心を一つにして会社を愛し、無駄を省き、株主にも報いる精神で経営してほしい。景気回復の道に協力して、負をなくすよう、日本企業を良くしてほしい。

(女性/専業主婦)

第4回・企業観アンケート結果報告書

発行 / 財団法人 経済広報センター

〒100-0004 東京都千代田区大手町1-6-1 大手町ビル 3階

本報告書に関するお問い合わせは、国内広報部・社会広聴グループまでお願いします。

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

発行日 / 2000年12月