

- 寄付文化の振興方策について
- 募金、寄付のあり方について

花王株式会社 コーポレートコミュニケーション部門
CSR推進部長（兼）社会貢献部長
嶋田 実名子

1. 企業の寄付を含む社会貢献活動の現状

－05年度日本経済団体連合会社会貢献活動実績調査より－

- ・ 主要408社 社会貢献活動総支出 1,444億円（内、寄付総額1,013億）
1社平均 3億5,400万円（内、寄付 2億5,300万円）
経常利益比率 1,38%
分野別支出比率BEST5 ①教育・社会教育
②文化・芸術
③学術・研究
④環境
専任部署もしくは担当者設置企業 64.4%
- ・ 日本経団連の社会貢献推進委員会、社会貢献担当者懇談会
- ・ 1%クラブの活動
- ・ 災害支援のあり方の検討（経団連・企業・NPO/NGOの協働）

2. 花王の社会貢献活動

- ・ 活動の変遷
80年代 利益の一部還元、陰徳こそ美德
90年代 情報開示、戦略的活動（事業活動と関連した活動）
2000年代 CSRを意識した活動、キーワードー地域貢献・
NPO/NGOとの協働
ボランティア
- ・ 活動の位置づけ 社員の行動倫理規定に位置づけ
「社会・文化活動を通じて豊かな社会の実現に貢献すること」
- ・ 統一テーマ 次世代を育む環境作りとひとづくり
- ・ 重点分野 環境（みんなの森づくり活動助成・みんなの森づくり応援団等）
教育（花王・教員フェロシップ・理科実験講座等）
芸術文化（バレエ協賛・花王コミュニティミュージアム助成等）
- ・ 社員の参画意識の醸成 社員による寄付組織「ハートポケット倶楽部」と
- ・ その他の福祉支援 情報のバリアフリー活動（ボイスガイド、点字シール）
福祉施設への製品寄贈 年2回 520ヶ所

2007. 12. 14

これからの地域福祉のあり方に関する研究会

マッチングギフト

3. 企業の寄付活動の変化

- ① 思いつきから戦略性へ⇒事業領域を意識した寄付、寄付額の予算化
- ② 透明性の確保⇒自社の社会貢献委員会、寄付委員会にて寄付を決定
- ③ 説明責任⇒寄付のガイドラインの策定・お付き合いや習慣的寄付の削減
- ④ 新しい仕組み作り⇒・社員による寄付組織の設置
・特定非営利活動法人「市民社会創造ファンド」や
地域のNPOの中間支援組織の活用
- ⑤ 寄付より自主プログラム

以上

「2005年度 社会貢献活動実績調査結果」要約

2006年12月6日

(社)日本経済団体連合会

社会貢献推進委員会・1%(ワパ-セト)クラブ

目次

	[ページ]
はじめに	3
I. 調査概要	4
II. 支出調査結果	
1. 社会貢献活動支出額	5
2. 経常利益額等に占める比率	6
3. 社会貢献活動支出額と経常利益比の推移	7
4. 内訳（分野別支出比率、寄付金額、自主プログラム経費）	8
III. 意識・制度調査結果	
1. 企業の社会貢献活動への取り組み・意識	9
2. 社会貢献活動推進のための社内体制・制度導入状況	11
3. 社会貢献活動に関するコミュニケーション	12
4. 社員のボランティア活動に対する支援	13
5. 企業財団(公益信託)	14
6. NPO・NGOに対する支援・連携	15
7. 寄付金税制、公益法人制度改革等	16

はじめに

日本経団連では、1991年から会員企業と1%クラブ法人会員を対象に、「社会貢献活動実績調査」を行っている。今年は3年毎の大規模調査6回目の年にあたり、毎年実施している支出と活動事例の調査に加え、意識調査も実施した。質問事項が多岐にわたる調査であるにもかかわらず、回答社数は447社となり、前回の大規模調査から100社以上増えた。担当者各位の本調査へのご協力に対し深く感謝申しあげる。

今回の調査結果では、社会貢献活動支出額は総額1,444億円と前年度比で4.2%減少したが、1社平均は3億5,400万円と0.9%増加した。このうち、1%クラブ法人会員142社の平均支出額は8億1,100万円となり、バブル期の1991年度（9億3,900万円）に次ぐ歴代2番目の額となった。支出額の対経常利益比は1.38%と前年度に比べて0.37ポイント下がったが、これは、経常利益額の1社平均が調査開始以来最高となったことだけでなく、金額ベースの年間予算制度を導入した企業が増加したことも影響している。1990年以降、厳しい経営環境の中でも一定規模の社会貢献活動を維持してきた企業の実績と経験が、制度にも反映されつつある。

意識・制度調査結果には、企業の社会的責任(CSR)の一環として社会貢献活動を位置づけ、積極的に展開しようとする企業の姿勢が色濃く表れている。「CSR元年」と呼ばれる2003年からの3年間に、半数以上の企業が社会貢献への取り組みを強化しており、「基本方針の明文化」「専門部署や専任担当者の設置」「社内横断的組織の設置」など社内体制の整備も大きく前進した。社会貢献活動の情報開示も進んでおり、「広く一般向けに開示している」と回答した企業は、1993年度には3割だったが、今回の調査では7割に達している。インターネット上での情報提供、CSR報告書等への記載も進んでおり、ステークホルダーから意見を聞く機会を設ける企業も出てきている。

今後、各社が企業活動全体の中で社会貢献活動を戦略的に位置づけ、ステークホルダーと連携しながら、さらに大きな社会的成果を生み出すことを期待したい。各社が説明責任を果たしながら、知恵と工夫を凝らして独自性ある活動を着実に展開していく上で、この調査結果が一助となることを願っている。

2006年12月

社会貢献推進委員会委員長

1%クラブ会長 池田 弘一

I. 調査概要

1. 調査目的 日本経団連では、企業による社会貢献活動の実態を明らかにし、社会の理解を深めるとともに、今後の各社の活動に資するため、1991年より毎年、社会貢献活動実績調査を実施し、結果を公表。
今回は、3年に1度の大規模調査であり、例年実施の社会貢献活動関連支出、社会貢献活動を促進するための社内制度、活動事例の調査に加え、社会貢献活動に関する意識や取り組みの方向性を把握するための意識調査を実施。
2. 調査内容 (1) 2005年度 of 社会貢献活動実績に関する調査
①社会貢献活動支出額やその経常利益に対する比率、寄付金額などの支出額
②社会貢献活動事例 (別冊)
(2) 意識・制度調査
社会貢献活動に関する基本的考え方、情報開示、社員のボランティア活動、企業財団等との関係、NPOとの関係、寄付金税制などに対する意識を、3年に1度時系列で調査。社会貢献活動を促進するための体制・制度の導入状況を、3年毎の動向としてとりまとめ。
3. 調査対象 日本経団連会員企業、1%クラブ法人会員の合計1,403社
4. 担当委員会 社会貢献推進委員会、1%(ワンパーセント)クラブ
5. 調査時期 2006年8月～10月
6. 回答数 447社 (回答率: 31.9%)

[参考; 前回大規模調査(2002年度)の回答数340社(調査対象1,302社)、回答率26.1%]

Ⅱ. 支出調査結果 (2005年度)

1. 社会貢献活動支出額

(1) 社会貢献活動支出について回答した企業408社の、2005年度社会貢献活動支出総額は1,444億円。

1社平均では3億5,400万円と、2004年度に比べ0.9%と微増。

このうち、1%クラブ法人会員(142社)の平均支出額は8億1,100万円(対前年度比4.5%増)と、バブル期の1991年度(9億3,900万円)に次ぐ歴代2番目に多い額。

社会貢献活動支出額

	98年度 (360社)	99年度 (309社)	00年度 (323社)	01年度 (342社)	02年度 (316社)	03年度 (369社)	04年度 (430社)	05年度 (408社)
合計額	1,376億円	1,246億円	1,345億円	1,170億円	1,190億円	1,232億円	1,508億円	1,444億円
1社平均	3億8200万円	4億300万円	4億1600万円	3億4200万円	3億7600万円	3億3400万円	3億5100万円	3億5400万円
対前年度	7.7%減	5.5%増	3.2%増	17.8%減	9.9%増	11.2%減	5.1%増	0.9%増

[うち1%クラブ法人会員]

	98年度 (173社)	99年度 (115社)	00年度 (167社)	01年度 (146社)	02年度 (143社)	03年度 (146社)	04年度 (147社)	05年度 (142社)
合計額	1,119億円	792億円	1,179億円	996億円	925億円	1,030億円	1,141億円	1,151億円
1社平均	6億4700万円	6億8900万円	7億600万円	6億8200万円	6億4700万円	7億600万円	7億7600万円	8億1100万円
対前年度	7.4%減	6.3%増	2.6%増	3.4%減	5.1%減	9.1%増	9.9%増	4.5%増

*社会貢献活動支出額

本調査における社会貢献活動支出額とは、①寄付金総額(税法上免税とされるか否かにかかわらず、社会貢献を目的とした寄付金、現物寄付等)、②社会貢献を目的とした自主プログラムに関する支出額(税法上、広告・宣伝費等で処理されていても、実質は社会貢献活動と企業が認識している支出を含む)の合計。

なお、日本経団連では、政治寄付を社会貢献と位置づけていることから、2003年度以降は、「政治寄付」を含む。

2. 経常利益額等に占める比率

社会貢献活動支出額の売上高比率は0.10%(359社)と前年度に比べ微増。経常利益比率は1.38%(回答企業386社)、税引前利益比率は1.67%(374社)と、業績回復を反映し、それぞれ前年度に比べて減少。

なお、1%クラブ法人会員においては、社会貢献活動支出総額が増加する一方で、経常利益比率や税引前利益比率の落ち込みが全社平均より大きい。このことから、1%クラブ法人会員をはじめとする、社会貢献活動に積極的に取り組んできた企業では、経常利益や税引前利益が大幅に増加していると推測。

社会貢献活動支出額が売上高、経常利益、税引前利益に占める比率(単純平均)

	99年度	00年度	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度
売上高比	0.10% (283社)	0.10% (303社)	0.19% (322社)	0.13% (302社)	0.14% (347社)	0.09% (398社)	0.10% (359社)
経常利益比	2.30% (279社)	1.51% (308社)	2.03% (275社)	2.39% (267社)	1.54% (332社)	1.75% (407社)	1.38% (386社)
税引前利益比	4.76% (229社)	2.56% (274社)	3.31% (218社)	3.20% (233社)	1.92% (312社)	1.95% (382社)	1.67% (374社)

[うち1%クラブ法人会員]

	99年度	00年度	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度
売上高比	0.13% (111社)	0.13% (162社)	0.26% (143社)	0.21% (140社)	0.17% (141社)	0.12% (135社)	0.12% (136社)
経常利益比	2.46% (109社)	1.91% (162社)	2.28% (120社)	2.82% (121社)	2.08% (136社)	2.29% (139社)	1.52% (137社)
税引前利益比	5.39% (93社)	3.25% (142社)	3.28% (98社)	3.63% (103社)	2.19% (129社)	2.11% (128社)	1.74% (133社)

3. 社会貢献活動支出額と経常利益比の推移（1社平均）

