

第2回 CSR 大賞 レポート

■市民が評価するのは「ワーク・ライフバランス」に長けた企業■

～ 企業に求める市民の CSR トレンドに大きな変化 ～

今年も、市民が選ぶ第2回 CSR 大賞が実施された。(期間：平成20年9月16日～26日) 昨年同様、2万人(有効回答数20,975件)を超える市民の方から20社のCSRへの取組に関するレポートを読んでもらった上で応援したい企業に投票してもらった。

調査方法として昨年と大きく違う点は、「企業名をブラインド」にしたことである。昨年調査から、企業知名度の影響をできるだけ除外し、CSRの活動自身やそのコミュニケーションの部分に集約させたいとの狙いからである。

各受賞企業は既にご報告の通りではあるが、第2回 CSR 大賞への投票を分析していく中で、特徴的であった部分について、ここにレポートする。

○ 今年の注目は「ワーク・ライフバランス」

表1：上位企業のレポート内容

企業名	得票数	200文字からの連想			
		地域・社会 貢献系	社員・ワー クライフバ ランス系	環境系	品質系
ワッツビジョン	1,910		●		
大阪ガス株式会社	1,556	●			
一正蒲鉾株式会社	1,535		●		
サラヤ株式会社	1,471			●	
サッポロホールディングス株式会社	1,351			●	

今年の上位企業は、社員・ワーク・ライフバランスに取り組んでおられる企業が高評価を得ていたことが特徴的であった。表1に上位企業のレポート内容をまとめているが、特にワーク・ライフバランスへの取り組みが非常に先進的であったワッツビジョンと一正蒲鉾が上位に来ていることが伺える。

ワッツビジョンは、目指すは子どもの笑顔あふれる街づくり、とキャッチをうち、レポートの中では、利益を追求することより、従業員、特に女性の働きやすさに徹底的にこだわった「子ども同伴出勤制度」等、具体的な施策が評価されていた。また、一正蒲鉾も仕事と子育ての両立を掲げ、企業内保育園を設立する等、従業員への配慮がなされている点が評価されていた。

○ CSR コミュニケーションの罫 ～総花的な取り組み／表現は記憶に残りにくい～

一方、ランキング低位の企業は、「全てにきちんと取り組んではいるが、企業として何を大事にして、具体的に何をしているのか？」が一読するだけでは分かり辛いということが特徴的であった。大手企業であるが故、もちろん全てに取り組んでおり、その内容も充実しているものが多いが、評価にはつながっていないことが伺える。これは、市民の CSR に関する知識・関心の多寡とも関係性があると思われる。

図1：あなたと CSR の関わり

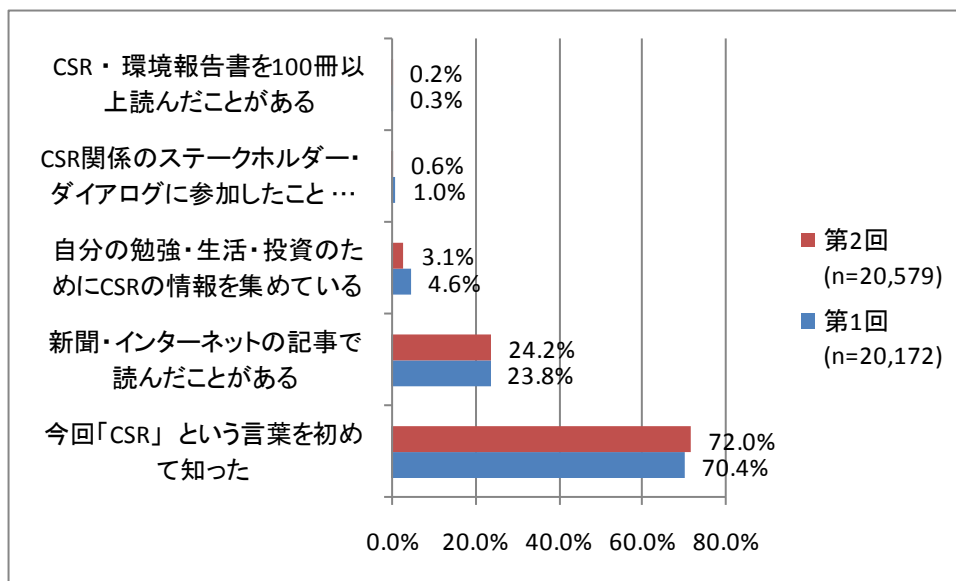


図1は CSR との関わりについてお伺いしたものである。昨年度の第1回 CSR 大賞の投票と比べてみても5段階のレベルについてほとんど優位差が見られなかった。新聞やインターネットを通じて多く露出してきている CSR ではあるが、CSR という単語自身の認知度は30%弱であり、市民サイドからすれば、昨年度から比してそれ程関心レベルが高まっているわけではないことが伺える。

とすれば、CSR 関連部署の方にとって日々取り組んでいる当たり前の CSR に関することも、市民が完全について来ているわけではないわけである。そういった環境下においては、

- ・ 企業理念と注力している CSR 分野の関係性が理解でき、
- ・ 施策・取組が具体的であり、
- ・ 内容が端的に伝わる状況

でなければ伝わり辛いという結果に繋がるのであろう。今回、地域推薦枠の企業が上位に多かったのも、CSR コミュニケーションの観点からすれば伝わりやすかったことが奏功していたものと思われる。

○ 男性は「総合力、商品へのこだわり」女性は「ワーク・ライフバランス、優しさ」

表 2：男女別ランキング上位 5 社

男性順位		得票数	女性順位		得票数
1	大阪ガス株式会社	957	1	有限会社ワッツビジョン	1,219
2	関西電力株式会社	823	2	一正蒲鉾株式会社	996
3	油伝味噌株式会社	701	3	サラヤ株式会社	831
4	有限会社ワッツビジョン	691	4	株式会社神戸風月堂	764
5	株式会社一ノ蔵	661	5	サッポロホールディングス株式会社	744

表 2 に男女別のランキング上位 5 社を示す。明らかに上位に来る企業が異なることが伺える。男性上位は大阪ガス、関西電力であるが、今回の調査でのアピールポイントは CSR への取組の総合力や、責任感・誠実性といった内容であった。また、油伝味噌や一ノ蔵といった企業はこだわりの商品作りを基軸として、伝統・文化を守り、地域と共生していく姿が見受けられる。

一方、女性はワッツビジョンや一正蒲鉾といったワーク・ライフバランスに優れた企業が上位に来ている。次いで、サラヤや神戸風月堂といった優しさ・フィランソロピーといった集中的取り組みが高く評価されている。

表 3：上位 10 社ランキング（性別×年齢別）

	男性							女性						
	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代
有限会社ワッツビジョン	3.1%	5.8%	7.9%	6.6%	5.4%	4.4%	2.1%	8.1%	10.9%	14.1%	10.7%	8.0%	8.0%	2.0%
大阪ガス株式会社	13.4%	8.8%	8.3%	8.6%	10.4%	7.4%	15.5%	5.8%	5.6%	4.7%	7.1%	7.5%	7.6%	8.0%
一正蒲鉾株式会社	3.7%	4.0%	7.2%	4.8%	3.2%	2.0%	2.1%	7.8%	10.2%	12.5%	6.3%	5.5%	4.6%	8.0%
サラヤ株式会社	4.9%	6.2%	6.0%	6.1%	6.2%	5.6%	5.2%	9.0%	9.6%	7.5%	7.8%	9.3%	5.5%	2.0%
サッポロホールディングス株式会社	3.4%	3.7%	5.1%	6.4%	7.3%	7.0%	3.1%	4.9%	5.5%	7.0%	8.5%	9.5%	8.4%	4.0%
関西電力株式会社	5.7%	5.8%	6.5%	7.7%	10.0%	13.8%	14.4%	5.8%	3.8%	4.0%	5.5%	6.8%	12.2%	14.0%
油伝味噌株式会社	11.1%	6.3%	7.5%	6.2%	4.9%	6.0%	5.2%	6.1%	5.5%	5.8%	6.2%	6.4%	6.3%	12.0%
株式会社神戸風月堂	4.9%	5.8%	4.0%	3.7%	3.6%	5.8%	6.2%	9.8%	7.1%	7.2%	7.7%	6.9%	9.7%	6.0%
株式会社オーシャン・ビュー	4.6%	6.6%	5.2%	5.3%	3.6%	5.0%	2.1%	7.8%	7.9%	6.1%	5.9%	4.1%	2.1%	8.0%
株式会社一ノ蔵	3.7%	8.3%	5.6%	5.7%	6.2%	9.4%	8.2%	1.2%	4.1%	3.8%	4.1%	3.7%	3.8%	2.0%

さらに性別×年齢で細分化した結果を表 3 に示す。表に示す%は各年齢層における構成比である。これを見ると、男性は、大阪ガスや関西電力といった総合力系 CSR に対して幅広い層が支持しており、特に高年齢層における支持が非常に高いことが伺える。一方女性は、20 代～40 代にかけてワッツビジョン、一正蒲鉾といったワーク・ライフバランス系 CSR に特に高い支持を示している。また、60 代以上の女性が関西電力に対する支持が高くなっており、顧客に対する責任感や誠実さといった面が評価されている。

これらの裏付けとなるのが、職業別の上位ランキングである。やはり、今まで議論してきたライフ・ワークバランス系は特にパート・アルバイト、専業主婦の方からの支持が非常に強いことが伺え、また、会社員でも 2 位に入っていることが興味深い。

表4：職業別ランキング上位5社

学生順位	得票数
1 大阪ガス株式会社	7.7%
2 サラヤ株式会社	7.2%
3 株式会社神戸風月堂	7.1%
4 油伝味噌株式会社	7.0%
5 有限会社ワッツビジョン	6.9%

会社員順位	得票数
1 大阪ガス株式会社	8.1%
2 有限会社ワッツビジョン	7.5%
3 サラヤ株式会社	7.2%
4 関西電力株式会社	6.5%
5 油伝味噌株式会社	6.3%

パート・アルバイト順位	得票数
1 有限会社ワッツビジョン	11.9%
2 一正蒲鉾株式会社	8.4%
3 サラヤ株式会社	7.9%
4 大阪ガス株式会社	7.0%
5 サッポロホールディングス株式	7.0%

専業主婦順位	得票数
1 有限会社ワッツビジョン	14.0%
2 一正蒲鉾株式会社	12.8%
3 サッポロホールディングス株式	8.2%
4 サラヤ株式会社	7.2%
5 株式会社神戸風月堂	6.6%

以上