

## オ 社会・社会貢献

### A CSR 活動全般

家電5社はCSR方針を明文化しており、そのうち、3社は中長期の経営戦略にCSR活動の推進を明記していた。外食5社にはこのような位置づけや明文化は確認できなかった。

CSRを担当する専任部署があるのは5(家電4外食1)であった。CSR報告書は6社(家電5社外食1社)で毎年度作成し公表されていたが、NGO等のレビューが報告書に記載されているのマクドナルド1社であった

### B ガバナンス コンプライアンス

企業倫理方針を文書化し公開している企業が7(家電5外食2)社、倫理行動規定・規範・マニュアルは7(家電5外食2)社で確認できた。なお昨年度は全12社で確認できている。内部通報・告発に関しては社内窓口の設置が全10社。社外窓口の設置が9社、通報・告発者の権利保護に関する規定を制定している企業も8社で確認できたが、昨年度はほぼ全社であった。一昨年度は、タックスヘイブンを活用しない方針を明記している企業が1社あったが、今年度の対象企業では確認できなかった。世界的に求められ関心が高いことであり、ぜひ方針を確立してもらいたい。

いわゆるネガティブ情報である、内部通報件数、関係官庁からの排除勧告件数、国内の操業・営業停止件数、国内のコンプライアンスに関わる事故・事件で刑事告発件数、海外での価格カルテルによる摘発件数、海外での贈賄による摘発件数の開示(各々0件も含む)は多くの家電メーカーと外食1社で確認できた。ただ外食4社では情報の開示は確認ができなかった。

### C 投資基準

他社の株を取得、保有する際にSRIの基準があり公表している企業はゼロであった。金融、投資関連企業ではないが、日本企業は他社株を保有することも多く、SRIの基準や方針をつくり運用することも望みたい。一方、SRIインデックス構成銘柄に選定されている企業は7社あり、そのうち6社は複数の銘柄に選定されていた。

### D 社会貢献活動

社会貢献活動支出額、寄付金額は6社で開示されていた。

何らかのNGO/NPO、市民活動への公募型活動助成のプログラムを家電3社が実施されていた。昨年度は6社/12社であった。中でもパナソニックは、活動助成ではなく、NGO/NPOの組織力・基盤力強化のサポートプログラムを公募で行っており注目される。

社会貢献活動は全12社で多様に行なわれていたが、家電メーカーは子供の科学力の向上支援、外食チェーンは、震災時の炊き出しや物資の支援などに多くの会社が取り組まれており、本業を活かす活動と考えられる。

### **E 次世代（子ども）育成**

社会貢献に関する方針に「次世代(子ども)の育成を支える」等の記載があった企業は6(家電5外食1)社だが、なんらかの次世代(子ども)の育成支援活動は9社で実施されており、「経済的な理由などにより、必要な教育が受けられない子どもへの教育支援」「社会的な理由により経済的困窮にある子どもへの生活支援」「自然体験をはじめ、子どもが環境教育や環境活動にふれる機会の創出」が各々4社で取り組まれていた。

### **F 格差の是正**

国内で広がる収入・待遇の格差を是正するための取り組みについては、非正規雇用者を正規雇用へ登用する仕組みが3(家電1外食2)社で確認できたが、非正規雇用者を正規雇用へ登用した人数を公表している企業はゼロ、正規雇用者に正規雇用者と同等の有給休暇・各種休暇制度を実施している企業はなかった。本質的な格差是正、働き方改革の道はまだ遠いのではなかろうか。

内部留保額(利益剰余金で調査)は2012年度末と2017年度末を比較すると、家電メーカーでは大きく増加している企業がほとんどであった。内部留保額についてはいろいろと議論はあるが、日本社会全般として中間層の平均所得が上がらず景気が上向いた実感がない中で、このような現実、労働者への分配が不十分である可能性が高いことを示唆しているのではなかろうか。企業として社会への還元と真の社会貢献を意識した取り組みがすすむことに期待したい。