

中華人民共和国
「企業の社会的責任（CSR）実践に
おける企業と社会組織との連携」調査
最終報告書

平成28年3月
(2016年)

独立行政法人国際協力機構
中華人民共和国事務所

中国事
J R
16-05

中華人民共和国
「企業の社会的責任（CSR）実践に
おける企業と社会組織との連携」調査
最終報告書

平成28年3月
(2016年)

独立行政法人国際協力機構
中華人民共和国事務所

目 次

第1章 調査概要	1
1-1 調査の背景と目的	1
1-1-1 調査背景	1
1-1-2 プロジェクトの目的	2
1-2 調査研究の実施方案	3
1-2-1 全体の枠組み	3
1-2-2 調査方法	3
1-2-3 調査実施期間	4
1-2-4 定義と専門用語	5
第2章 調査データ分析	8
2-1 中国における日系企業の調査分析	8
2-1-1 企業概要	8
2-1-2 企業のCSR理念及び実践	11
2-2 中国社会組織の調査分析	31
2-2-1 組織概況	31
2-2-2 社会組織の企業CSRに対する認知と理念	36
2-3 企業と社会組織との連携	39
2-3-1 連携理念	39
2-3-2 連携実践	43
2-3-3 今後の連携希望	61
2-3-4 企業と社会組織との連携を促進するための取り組み	63
第3章 結論と提言	67
3-1 企業のCSR理念と実践	67
3-1-1 CSRの内容	67
3-1-2 CSR活動分野	68
3-1-3 CSR業務の管理方法	69
3-1-4 CSRの情報公開と発信	69
3-2 社会組織のCSR認知	70
3-3 企業と社会組織との連携	70
3-3-1 CSR業務において社会組織が発揮すべき役割	70
3-3-2 双方が連携しない理由及び連携促進措置	70
付属資料	
日系企業のCSR活動事例	75

第1章 調査概要

1-1 調査の背景と目的

1-1-1 調査背景

21世紀に入って以来、中華人民共和国（以下、「中国」と記す）では市民社会が著しい発展を遂げている。民政部が2015年6月に発表した『2014年度社会サービス発展統計公報』によると、2014年末までに、全国では、約60万6,000団体の社会組織（社会団体が31万、民間非企業機関が29万2,000、基金会が4,117）がある。これらの社会組織が約682万3,000人の雇用機会をつくり、1,560億6,000万元の固定資産を形成し、さらに社会各界から約524億9,000万元の寄付金を受けている。現段階では、社会組織が中国の社会発展を促進する大切な柱のひとつとして、社会サービス、コミュニティ建設、環境保護、災害救助と減災などの多分野で、政府も市場も取って代わることができない重要な役割を果たしている。

一方、中国の経済成長モデルの転換に伴い、持続可能な発展を実現するために、企業の社会的責任（Corporate Social Responsibility : CSR）の履行が求められている。2005年の『会社設立法』の改正で、CSRは会社運営の一般的原則として明確化された。2006年以降、国務院国有資産監督管理委員会、中国銀行業監督管理委員会、深セン証券取引所、上海証券取引所、商務部は一連の指導政策を発表し、中央企業、上場企業、外資企業のCSRの受容を促進している。以上の背景の下、近年、中国の各種企業（中央企業、国有企業、上場企業、民営企業、中国における外資企業、海外投資の中国企業などを含む）はさまざまな方法を通じて、CSRを積極的に履行してきた。具体的には慈善寄付活動の展開、企業の従業員を動員したボランティアサービスの提供、企業CSR基準と指針に基づいた企業経営、社会組織と協力した数多くの公益プロジェクトの実施、CSR報告書の発表等さまざまである。

1990年代以来、経済のグローバル化の加速に伴い、外資系企業は中国企業の社会的責任の発展と中国社会部門の成長を促進する重要な力となっている。そのなかでも、著しい役割を發揮しているのが在中日系企業である。日本国際交流基金が2010年に発表した『中国における日系企業の社会貢献活動に関する調査報告書』によると、調査に参加した388社の企業のうち、215社（55.4%）は社会貢献活動を実施していたという。これらの日系企業が中国で展開した社会貢献活動は災害救助、コミュニティイベント、環境保護及び教育、スポーツなどの分野にわたっている。また、社会貢献活動参加の具体的な形としては、資金援助、物品寄贈、サービス提供及び従業員ボランティアサービスなどを含む。

中国でのCSRの急速な発展は中国社会部門の成長加速の重要な推進力となり、企業と社会組織との協力のためにも幅広いプラットフォームを提供した。

CSRの背景下で企業と社会組織のインタラクションと協力を促進させることは、マルチステークホルダーの「All-Win」の局面をつくることことができる。まず、リソースの不足が多くの社会組織が直面する発展の課題であるが、企業との協力によって、社会組織はより多くのリソース（企業寄贈、サービス料、ローン、投資など）と、その他の企業サポートとサービス（例えば、技術、イノベーション能力、管理技能等）を獲得できる。一方、社会組織との協力によって、企業はCSRに対する社会からの期待をよりよく理解し、企業の合法性と社会的アイデンティティが高められる。それによって、企業のイメージアップが実現でき、市場競争におけるソフト・パワーも効果的に向上される。なお、政府、国際組織にとっても、企業と社会組織の協力の推

進は、多くの重要な公共政策分野（例えば、持続可能な発展、環境保護、人権、労働者の権益、発展援助等）における、低コスト、低リスク、持続可能な方式での政策目標実現や、公共管理イノベーションの促進に有効である。

上述の認識に基づき、1990年代以来、世界中の主な国際組織と国際発展援助機構は次から次へとCSR企業と市民社会の協力促進に力を尽くしている。1999年、国連は「国連グローバル・コンパクト」(United Nations Global Compact : UNGC) プロジェクトを発足させ、全世界の企業に対して人権、環境保護、腐敗防止、労働者の権益に関する10のCSR原則を履行し、そのCSR実践を報告することを提唱した。同じ時期、世界銀行 (Bank for International Reconstruction and Development : 略称 World Bank) はCSR専門機構を設立し、発展途上国政府のCSR受容と普及を提唱した。「世界銀行研究所」(World Bank Institute) は研修等を通じ、CSR能力向上を支援した。2001年、EU (European Commission) は『企業の社会的責任に関する欧州の枠組みの促進』緑書を通じ、EU諸国企業のCSR履行に対し、統一した政策の枠組みを提供した。

それと同時に、多くの先進国の政府機構により管理された「国際発展」(International Development)、「国際援助」(International Aids) プロジェクトでは、伝統的な政府主導モデルから民間部門（特に多国籍企業と社会組織）の参加が強調されるようになった。1997年、「英国国際開発省」(British Department for International Development : DFID) は相次いで2冊の白書を公表し、労働者の権利擁護と貧困緩和に対してCSRが重要な役割を發揮するだろうと指摘した。なお、多くの欧米先進国政府の国際発展機構も¹、続々と類似した動きに乗り出し、CSRを国際発展・援助事業の発展推進への新しいパワーと捉えている。

日本は国際発展・国際援助の分野で実績を挙げているが、ここ数十年、「政府開発援助」(Official Development Assistance : ODA) 事業を通じ、発展途上国に対して多くの資金と技術援助を提供し、一時は世界最大のODA供与国となった。また、多くの先進国と同じように、日本のODA政府機構はCSRと市民社会の国際発展・国際援助事業における役割を非常に重視してきた。2008年に、日本政府は「成長加速化のための官民パートナーシップ」(Public-Private Partnership for Growth in Developing Countries) の関連政策を打ち出し、ODA事業への企業貢献の強化及びODA政府機構と企業との協力促進をめざした。2011年に日本は「MDGs官民連携ネットワーク」(MDGs Public-Private Partnership Network) の立ち上げを発表し、日本企業が発展途上国でビジネスと社会貢献活動をよりよく展開するように協力し、それによってミレニアム開発目標の実現促進をめざすとした。

1-1-2 プロジェクトの目的

1. 関連の研究文献（中国語、英語、日本語の学術定期刊行物、書籍、学位論文など）と資料・データ（法律法規政策、統計データ、関連調査研究報告など）を系統的に収集・分析することにより、在中の日系企業の企業CSR、企業と社会組織の協力、中国の社会組織の企業CSR実践への参加及び社会組織と企業の連携の発展現状を明確にする。
2. 在中日系企業向けのアンケート調査と事例研究の実施により、企業の組織特徴、CSR理念政策と実践、社会組織との協力の実践と課題、及び将来における社会組織との協力の

¹ 例えば、米国国際開発庁 (US Agency for International Development)、カナダ国際開発庁 (Canadian International Development Agency)、スウェーデン国際開発庁 (Swedish International Development Agency)、ドイツ連邦経済協力・開発省 (German Federal Ministry for Economic Cooperation and Development)、オランダ開発協力省 (Dutch Ministry of Development Cooperation) 等の政府国際援助機構

需要と提案を全面的に分析する。

3. 中国の社会組織向けのアンケート調査と事例研究の実施により、社会組織の組織特徴、主な活動と実績、企業との協力の実践と課題、及び将来における企業との協力の需要と提案を系統的に分析する。
4. 調査プロジェクトの報告会、その他各種の宣伝活動などを通じ、主なステークホルダー（中日双方関連政府機構、企業、市民社会組織、メディア、学者、公衆など）に向けて調査の進捗状況及び主な成果を発表し、主なステークホルダーに対する提言を行い、中国でいかに企業と社会組織の協力を促進するかについて、実施可能なモデルと行動案を検討する。

1-2 調査研究の実施方案

1-2-1 全体の枠組み

本課題は新しい時代における国際発展援助のモデル転換を背景として、文献と資料データの研究を通じ、中国社会組織、中国の企業 CSR、企業と社会組織の協力の発展現状を分析する。そして、アンケート調査と事例研究を通じ、在中日系企業の CSR 理念と実践、中国社会組織の CSR 認知と理念、企業と社会組織との連携の実践及び将来協力の需要と提案を系統的に分析する。また、上述の実証研究の発見を科学的に分析したうえで、企業、社会組織、政府部門、ビジネス団体、JICA、CSR コンサルティング会社、社会組織能力向上支援機関など関連部門に対して政策の提言と行動案を提出する。

本調査は、JICA から北京師範大学社会発展・公共政策学院へ委託し、また中国日本商会の協力支援を受け実施する。

1-2-2 調査方法

本課題は、定量（Quantitative）と定性（Qualitative）の相互結合の研究方法を採用し、主にアンケート調査、事例研究、文献と資料分析等の手法でデータを収集・分析する。

(1) 文献と資料分析

- ① 関連する各研究テーマの中国語、英語、日本語の学術定期刊行物、書籍、学位論文等を含む関連研究文献を系統的に収集・分析
- ② 書籍、調査研究報告、統計年鑑、統計公報等を含む関連統計データを全面的に収集・整理
- ③ JICA 及び日本の関連機構²、国際機関等の関連ウェブサイトを系統的に閲覧し、かつ関連資料をダウンロード・整理

² 中国日本商会（The Japanese Chamber of Commerce and Industry in China）、日本経済団体連合会（Keidanren）、日本経済同友会（Japan Association of Corporate Executives. Keizai Doyukai）、日本標準協会（日本規格協会、Japanese Standards Association: JSA）
中国日本商会（The Japanese Chamber of Commerce and Industry in China）；日本経済団体連合会（日本経済団体連合会、Keidanren）；日本経済同友会（Japan Association of Corporate Executives. Keizai Doyukai）；日本標準協会（日本規格協会、Japanese Standards Association, JSA）。

(2) アンケート調査

	日系企業調査	社会組織調査
サンプリング方法	<p>1. 便宜的サンプリング (Convenience sampling)</p> <ul style="list-style-type: none"> 研究チームがアンケート設計を担当 中国日本商会在アンケート配布を担当。中国日本商会と各地の日本商会ネットワーク及びメールマガジン等を活用して、会員企業に対して、アンケートを配布 	<p>1. 便宜的サンプリング (Convenience sampling)</p> <p>サンプリングフレーム (3,238 社の社会組織)</p> <ul style="list-style-type: none"> 『中国発展簡報』の「NGO リスト」(2,938 社の各種類の社会組織) 北京師範大学社会発展と公共政策学部の教学研究プラットフォームとネットワーク (300 社の社会組織) <p>2. 割当サンプリング (Quota sampling)</p> <p>調査対象 (603 社の社会組織)</p> <ul style="list-style-type: none"> 社会組織の登録形式、規模、活動分野、設立時期、地域等の要素によって分類、スクリーニング
アンケート配布方法	電子メール	オンライン調査 (インターネット+携帯電話)
アンケート数	194 通	199 通
データ分析方法	SPSS ソフトウェア分析	SPSS ソフトウェア分析

1-2-3 調査実施期間

実施期間	位置づけ	主な作業内容
2015 年 3~6 月	調査準備期間	<p>1. 調査研究の全体の枠組みを検討・確定</p> <p>2. 調査研究の具体案を確定、主に以下の事項を含む。</p> <ul style="list-style-type: none"> アンケート調査サンプリング案の作成 アンケート設計 アンケート調査実施案を作成 <p>3. 起動式 (1 回目の会議) を実施</p>

2015年7～12月 7～11月 8～11月 9月 11～12月 12月	調査実施期間 データ収集 データ整理 中間報告会 データ分析 最終報告会	<ol style="list-style-type: none"> 1. アンケート調査 2. アンケートデータをもとに SPSS データベースを構築 3. 調査研究の進展状況報告、報告書の主な内容について初歩的な検討を実施 4. 調査データに対して量的分析を実施 5. 調査結果報告、調査報告書の草案を提出、広範囲に意見を収集
2015年12月 ～2016年2月	調査総括期間 調査報告書	<ol style="list-style-type: none"> 1. 報告書骨子を提出、広範囲に修正意見を収集 2. 調査報告書初稿の作成 3. 最終調査報告書を提出

1-2-4 定義と専門用語

PDCA	Plan-Do-Check-Adjust の略称で、管理学において通用できるモデルである。1930年にシューハートによって初めて構築され、1950年に米国品質管理のデミング教授にさらに掘り出され、広く宣伝され、持続的な品質過程改善に運用された。現在、PDCA サイクルは企業 CSR 活動の日常管理に広く運用されている。PDCA を解釈すると、以下のとおりである。①計画：必要な目標とプロセスを設定し、組織の責任に応じた要望を実現する、②実行：プロセスを実施する、③点検：責任、目標、指標及び法律法則、他の要求などに基づき、プロセスを監督、測量し、その結果を報告する、④改善：責任管理体系の表現を持続的に改善するため、措置をとる。
ステークホルダー	ステークホルダー (Stakeholder) は、組織の意思決定あるいは活動において重要な利益関係を有する個人あるいは団体である。具体的にいうと政府、消費者、顧客、所有者、株主、マスコミ、従業員、サプライヤー、労働組合、地域社会、社会組織などが含まれる。
企業の社会的責任	ISO26000 は初めてグローバルスコープで社会的責任を定義したものである。つまり、社会的責任を「組織が透明かつモラルを守った行為で、その意思決定あるいは活動が社会環境に及ぼす影響に対して、責任をとる」と定義した。

<p>企業と社会組織との連携</p>	<p>企業の CSR 実践における企業と社会組織との連携。そうした連携は「社会連携」(social alliances)³ともいわれる。社会連携は営利組織と非営利組織が部門の境を越え、資源と知識と能力とのシェアのために連携関係を構築するものである。企業連携と違い、社会連携は以下の二つの特徴がある。①少なくとも一つの非営利組織をパートナーとして選ぶ、②連携参加者の経済利益目標を実現するほかに、非営利目的(例えば社会福祉を促進する)がある。</p>
<p>社会組織</p>	<p>営利を目的とせず、正式な組織形式があり、非政府体系に属する組織の総称。政府公認の社会組織は、民生機構へ登録している「社会团体」「民間非企業機関」と「基金会」の3種類から成る。ほかに、非営利組織(Not-Profit Organization : NPO)、非政府組織(Non-Governmental Organization : NGO)、第三部門組織(third sector organization)などは類似用語として海外でよく使われている。</p>
<p>社会团体</p>	<p>1998年に中国国務院に公布された『社会团体登録管理条例』によると、「社会团体」は中国公民の自由意志により結社され、それに会員の共同意思を実現させるために、規約に沿って活動を展開する非営利組織である。中国民政部に2015年6月に公布された『2014社会サービス発展統計公報』によると、2014年時点で中国全土で社会团体数は計31万ある。他のタイプの社会組織と比べると、社会团体は準政府性質をもっている。現在、行政編制あるいは事業編制を採用し、国家財政から支給を受け取る社会团体は約200団体あり、うち、中華全国総工会、中国共産主義青年団、中華全国婦女連合会などは特別な政治的地位をもち、社会に広汎な影響を与えている。</p>
<p>民間非企業機関</p>	<p>1998年に中国国務院に公布された『民間非企業機関管理条例』によると、「民間非企業機関」は企業事業団体、社会团体と他の社会力及び公民個体に非国有資本を使い、非営利性社会サービス活動を展開する社会組織である。中国民政部に2015年6月に公布された『2014年社会サービス発展統計公報』によると、2014年時点で中国全土で民間非企業機関数が29万2,000、うち科技サービス系は1万5,110、生態環境系は398、教育系は16万3,681、衛生系は2万3,404、社会サービス系は4万2,244、文科系は1万4,148、体育系は1万1,901、商務サービス系は5,915、宗教系は82、国際及び他の対外組織系は4、ほかは1万5,308である。</p>

³ Berger, I, Cunningham, P, & Drumwright, M. (2004) "Social alliances: company-nonprofit collaboration", California Management Review, 47 (1): 58-90.

基金会

2004年に中国国务院に公布された『基金会管理条例』によると、「基金会」は自然人、法人あるいは他の組織から寄付された財産を公益事業に使うことをめざし、同条例の規定によって成立された非営利法人である。基金会は「公募基金会」（公衆向けの基金会）と「非公募基金会」（公衆以外向けの基金会）という2種類に分けられる。中国民政部に2015年6月に公布された『2014年社会サービス発展統計公報』によると、2014年の年末時点で、中国全土で基金会が計4,117社ある。うち、公募基金会は1,470社で、非公募基金会は2,610社、対外基金会は9社、海外基金会代表機関は28社である。

第2章 調査データ分析

2-1 中国における日系企業の調査分析

2-1-1 企業概況

本調査では、アンケート回答を得た中国における日系企業 194 社からアンケート回答に基づき、その傾向についてまとめる。

(1) 企業が中国に進出した時期

本調査の対象となった中国における日系企業は、中国進出や業務展開開始の時期にばらつきがある。「2001-2005 年」に中国に進出した企業は 60 社あり、31%を占めている。そして、「1991-1995 年」に中国に進出した企業は 38 社で、20%。「1996-2000 年」と「2006-2010 年」はそれぞれ 17 社、16 社あり、9%、8%を占めている。

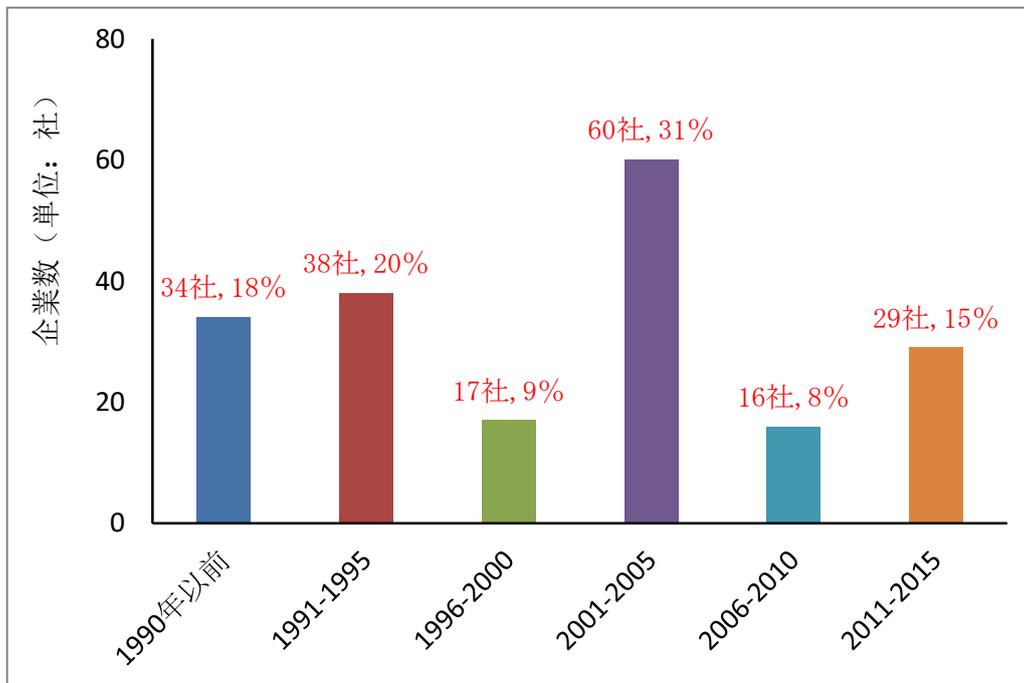


図2-1 企業が中国に進出した時期

(2) 企業の産業分類

企業の所属産業をみると、134 社の在中日系企業は「製造」業に属しており、69%を占めている。次は「小売・卸売」業で 20 社あり、10%を占めている。比較的少ないのは「情報・通信」「金融・保険」「建築」業等でそれぞれ 5 社、5 社、2 社あり、3%、3%、1%となっている。

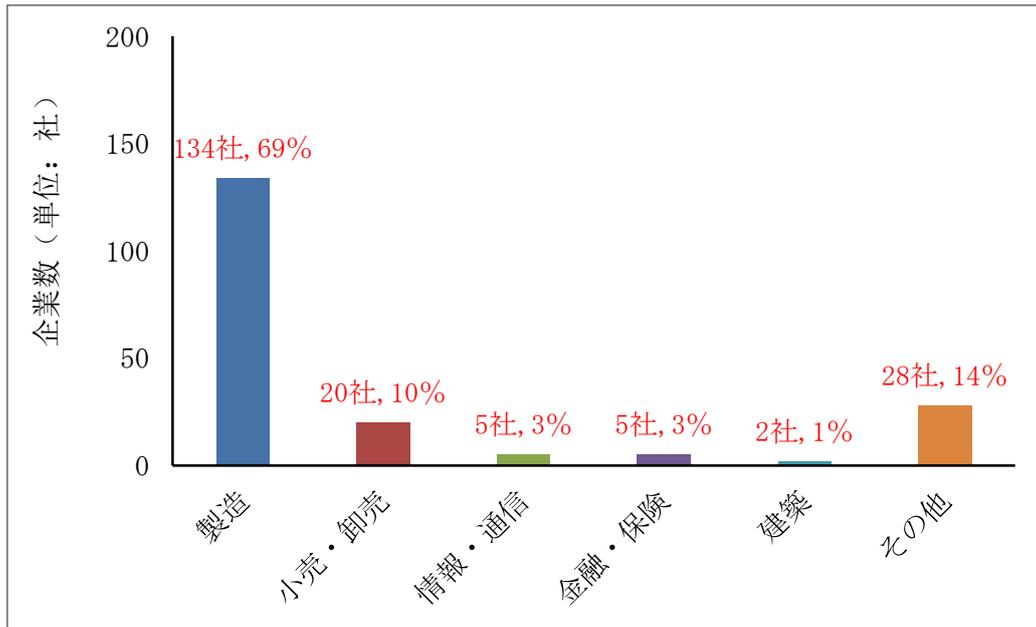


図 2 - 2 企業の産業分類

(3) 企業の登録方式

企業の登録方式をみると、大部分の在中日系企業は「中国で登録した企業法人」（計 147 社、全体の 77%）に属しており、それ以外の企業は、「日本で登録した企業法人の在中国の支社、子会社、営業所、事務所等」（計 44 社、全体の 23%）に属している。

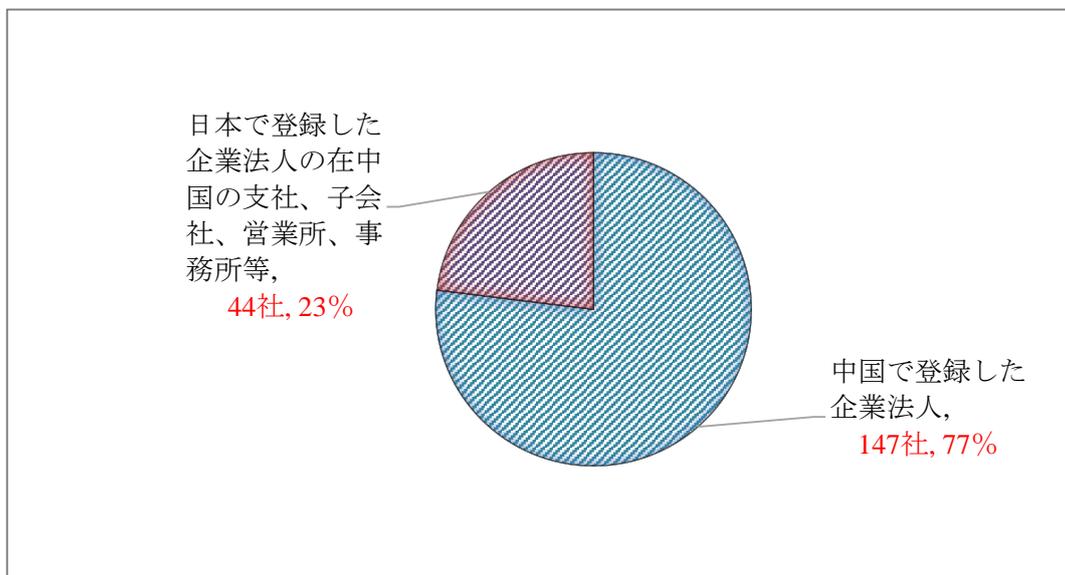


図 2 - 3 企業の登録方式

(4) 企業の出資割合

企業の出資割合をみると、出資額 100% の在中日系企業が圧倒的に多く 116 社あり、81% を占めている。次いで出資額が「50-99%」の企業が 22 社あり、15%、出資額が「1-49%」の企業が最も少なく 5 社だけで、4%となっている。

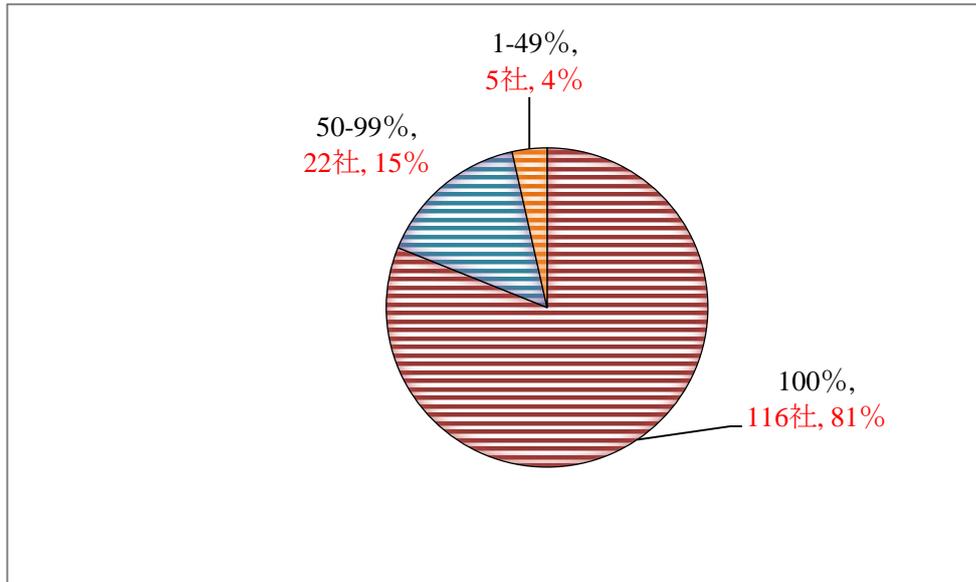


図 2 - 4 企業の出資割合

(5) 企業の売上高

企業の売上高において、2014 年度の売上高が「3 億元以上」の大型企業が比較的多く 88 社あり、47%を占めている。次いで「3,000 万元-3 億元」の中型企業が、59 社、31%、売上高が「3,000 万元以下」の小型企業は相対的に少なく、42 社、22%となっている。

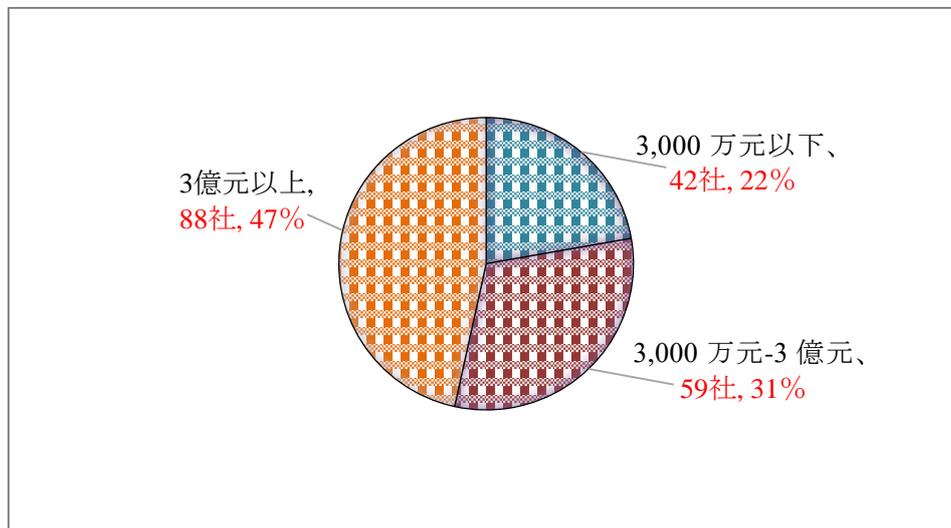


図 2 - 5 企業の売上高 (2014 年度)

(6) 企業の社員数

中国における日系企業の社員数が「300 人以下」の企業が 103 社、53%を占めている。次いで社員数が「300-2,000 人」の企業が 66 社、34%、13%の企業は社員数が「2,000 人以上」で 25 社だけである。

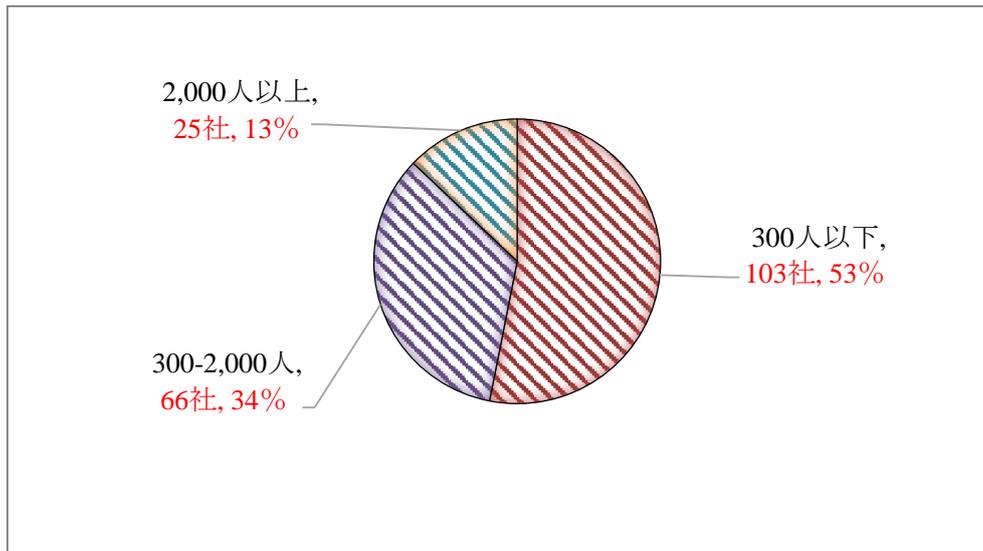


図 2 - 6 企業の社員数

2 - 1 - 2 企業の CSR 理念と実践

(1) 企業の CSR 理念

今回の調査に参加した中国における日系企業の CSR に対する理解は典型的な「CSR ピラミッド模型」を呈している。ピラミッド模型は 1991 年に米国ジョージア大学のキャロル教授によって提唱されたものである。キャロルは企業の社会的責任は経済的、法的、倫理的、そして自由裁量的（フィランソロピー）な責任という四つの方面が含まれていると指摘した。また、「経済的責任と法的責任は企業の基本的な責任であり、そのうち経済的責任は企業の利益にかかわり、他のより高いレベルの社会的責任を実現するための土台であり、法的責任とは企業の一切の活動は法律法規条項を守り、適法経営すべきことである。倫理的責任はすべての事業が公平、公正な社会基本倫理に合し、公衆道徳に反することをしないことであり、企業の果たすべき責任である。自由裁量的責任は企業が社会の一員として、社会の繁栄、進歩と人々の生活の質の向上に尽力するという責任である。」と述べている。

本調査ではピラミッド模型に沿って、四つの選択肢を置いた。

- ◇ 経済的責任：株主に利益を出し、社会に財産をつくり、社会と経済発展を促進すること
- ◇ 法的責任：自社の経営において各種の法律法規を遵守すること
- ◇ 倫理的責任：自社の経営において公平、正義、障害回避等社会的モラルを守ること
- ◇ 自由裁量的責任（フィランソロピー）：慈善寄付、企業ボランティア、社会福祉活動を行うこと

今回の調査に参加する中国における日系企業は経済的、法的、倫理的、自由裁量的（フィランソロピー）責任の重要性に対する認識は「CSR ピラミッド模型」にほぼ一致してい

る。図 2-7 から分るとおり、1 点から 5 点の区間で、今回の調査に参加した在中日系企業の経済的責任、すなわち「株主に利益を出し、社会に財産をつくり、社会と経済発展を促進すること」の採点平均値は 4.61 点、法的責任すなわち「自社の経営において各種の法律法規を遵守すること」の採点平均値は 4.91 点、倫理的責任すなわち「自社の経営において公平、正義、障害回避等社会的モラルを守ること」の採点平均値は 4.81 点であり、自由裁量的（フィランソロピー）責任すなわち「慈善寄付、企業ボランティア、社会福祉活動を行うこと」の採点平均値は 3.96 点であった。

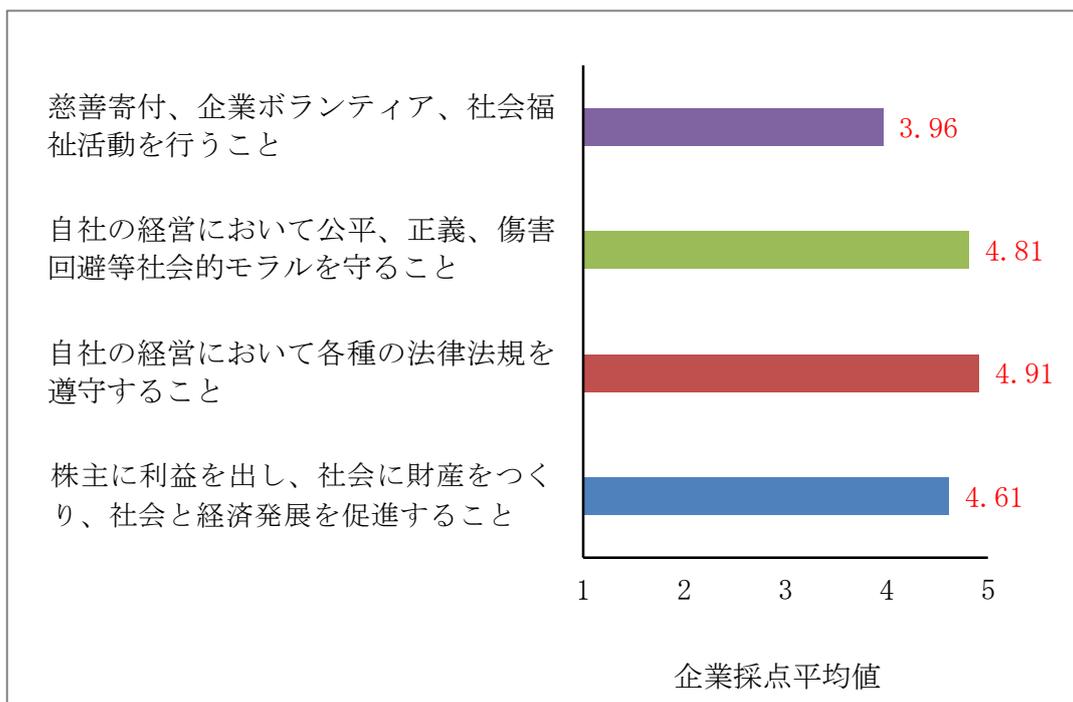


図 2-7 CSR 内容の平均値

(2) CSR の視点からみた企業のステークホルダー（利害関係者）

利害関係者理論は中国における日系企業の CSR 理念を全面的に理解するためのもうひとつの重要な根拠である。「ステークホルダー」とは、企業の利害と行動に利害関係を有する群体または個人を指す。株主、債権者、従業員、消費者（顧客）、サプライヤーなどのビジネスパートナーや政府、当地住民・コミュニティ、マスコミ、自然環境、次世代の人間など、直接・間接的に企業の経営活動に影響を受ける対象などが含まれる。これらの利害関係者は企業の経営リスクを分担したり、経営活動に代償を払ったり、企業を監督・制約したり、企業の生存と発展に密接にかかわる。企業の経営判断においては必ず彼らの利益を考慮し、あるいは彼らからの制約を受ける。この意味で、企業の生存と発展は株主だけではなく、ステークホルダーの期待への対応の質にも依存する。

欧米では、企業のステークホルダーは主に以下の 3 種類に分類されている。

- ◇ 組織内部利害関係者（従業員）
- ◇ 製品市場利害関係者（主要顧客、サプライヤー、地域社団・組合）
- ◇ 資本市場利害関係者（株主、会社資本の主要サプライヤー）

今回の調査に参加した在中日系企業の利害関係者に対する認識は、欧米の多くの企業と共通する点と異なる点が共に存在する。共通認識は主に以下のとおりである。大部分の在中日系企業は利害関係者が通常「組織内部利害関係者」「製品市場利害関係者」「資本市場利害関係者」の3種類から成ると考えている。組織内部利害関係者に関して、187社の企業は主な利害関係者が「従業員」（96%）としている。製品市場利害関係者に関して、183社の企業は主な利害関係者が「顧客」（94%）としている。資本市場利害関係者に関して、155社の企業は主なステークホルダーが「株主」（80%）としている。

と同時に、認識の相違もみられる。欧米の社会・政治・経済的環境において、製品市場ステークホルダーは地域社団・組合をも含んでいるのに対し、在中日系企業においては、「社会組織」が主なステークホルダーとして見なされる場合が少なく、回答があったのは38社のみであった（20%）。

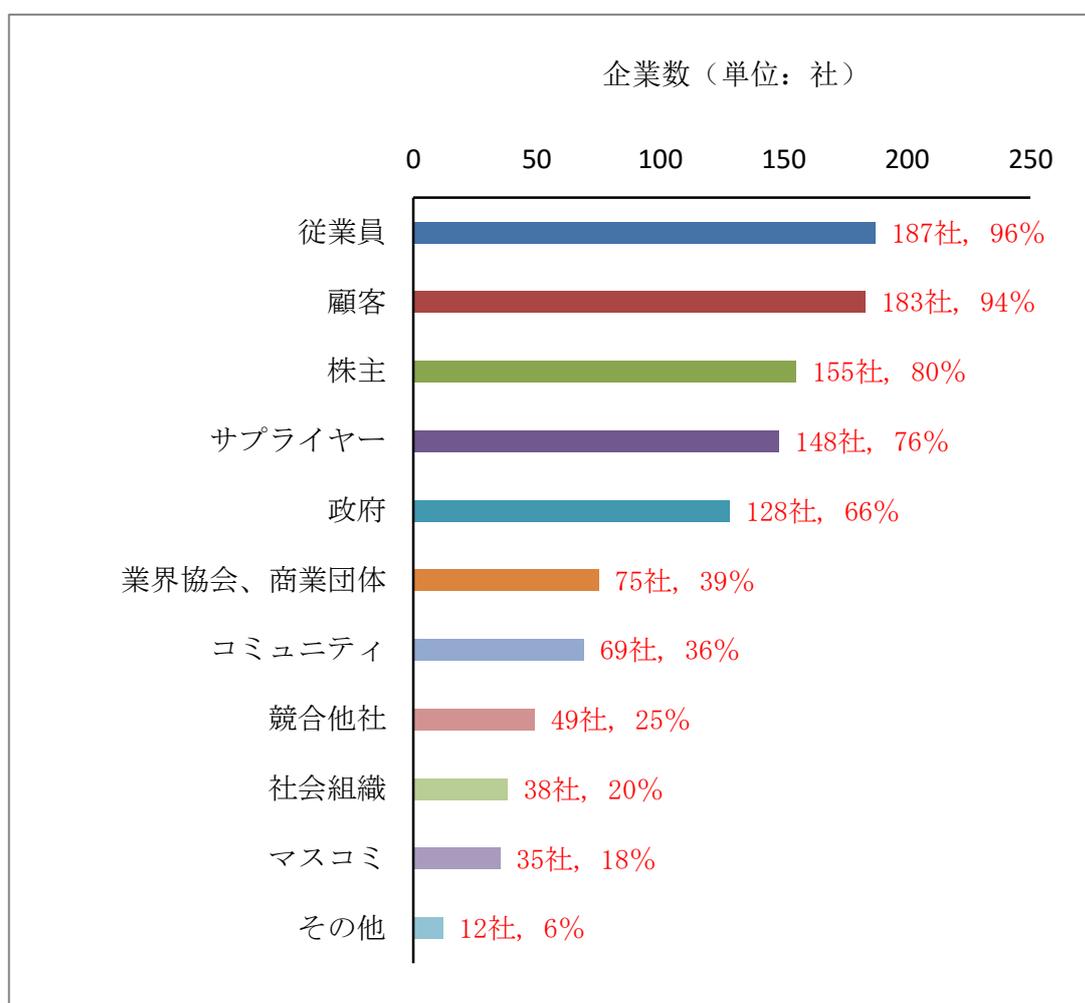


図2-8 CSRの視点からみた企業のステークホルダー（複数選択）

(3) 中国において CSR を履行する理由

現存の研究で、企業が社会的責任を履行する理由を詳細に分類している⁴。図 2-9 に示したとおりに、企業の CSR 動機はまず「CSR ドライバー」(CSR drivers) によって、2 種類に分けられる。第一は「外発動機づけによる CSR」(externally pushed CSR) である。それは企業の外部のステークホルダーからのプレッシャーによる CSR 活動である。そのプレッシャーは主にマスコミ、NGOs と競合他社などからくる。第二は「内発動機づけによる CSR」(internally pushed CSR) である。それは企業の内因による CSR 活動である。さらに、「内発動機づけによる CSR」は 2 種類に分けられる。第一は道徳的モチベーション(ethical, moral, or ideological motivation)、すなわち、企業が CSR を履行するのは主に社会に答えるべきという道徳責任感によるもので、多様であるが短期的な企業慈善活動に転じていく。第二は戦略的モチベーション(strategic motivation)、すなわち企業が会社の発展を考慮した戦略的・理性的な CSR 活動である。「戦略的モチベーション」も 2 種類に分けられる。第一はツールの動機(instrumental motivation)、すなわち、企業の管理者は CSR 活動が短期間に企業にいろいろな競争優位をもたらすというものである。例えば新しいビジネスチャンスを獲得したり、多くのステークホルダーの利益に応えられたり、政府管制によるより高いコストを避けたりすることができる。第二はメカニズム的動機である。すなわち、企業の管理者は長期的な CSR 活動が自社のイメージアップにつながり、企業経営のメカニズム的環境(institutional environment)が企業発展に有利な傾向につながられると考えている。

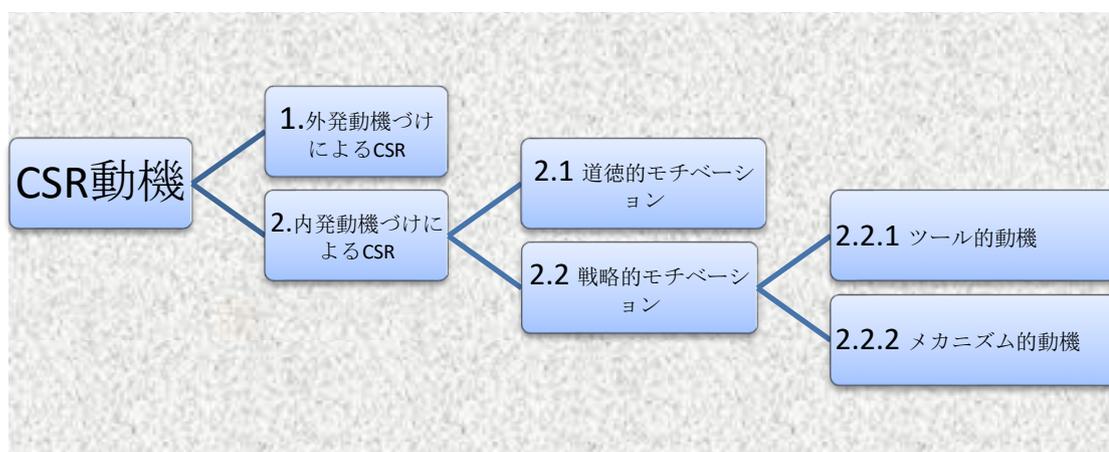


図 2-9 CSR 動機分類

図 2-10 に示したとおり、今回の調査に参加した在中日系企業が CSR を履行する理由は多様で、現存する理論が提出した各種の傾向にほぼ合致する。総じていえば、「内発動機づけ」によって CSR を履行する在中日系企業が圧倒的に多く、うち「道徳的モチベーション」と「戦略的モチベーション」による CSR 活動は同様に顕著である。具体的にいうと、最も多かったのは「いっそう社会発展に貢献する」(計 175 社、全体の 90%) で、これは典型的な「道徳的モチベーション」である。そして「戦略的モチベーション」はさまざまである。一つはツールの動機で、例えば、「法律法規を遵守し、法律違反のリスクを減ら

⁴ Campopiano, Giovanna, Alfredo De Massis and Lucio Cassia (2012) “The Relationship between Motivations and Actions in Corporate Social Responsibility: An Exploratory Study”, *International Journal of Business and Society*, 13(3): 391-425.

す」(計 162 社、全体の 84%) ことや「労働環境を整備し、優秀な従業員を引き付け、確保することに役立つ」(計 147 社、全体の 76%) ことがそれに属する。もう一つはメカニズム的動機である。「自社のイメージアップにつながる」(計 126 社、全体の 65%) というのがそれである。

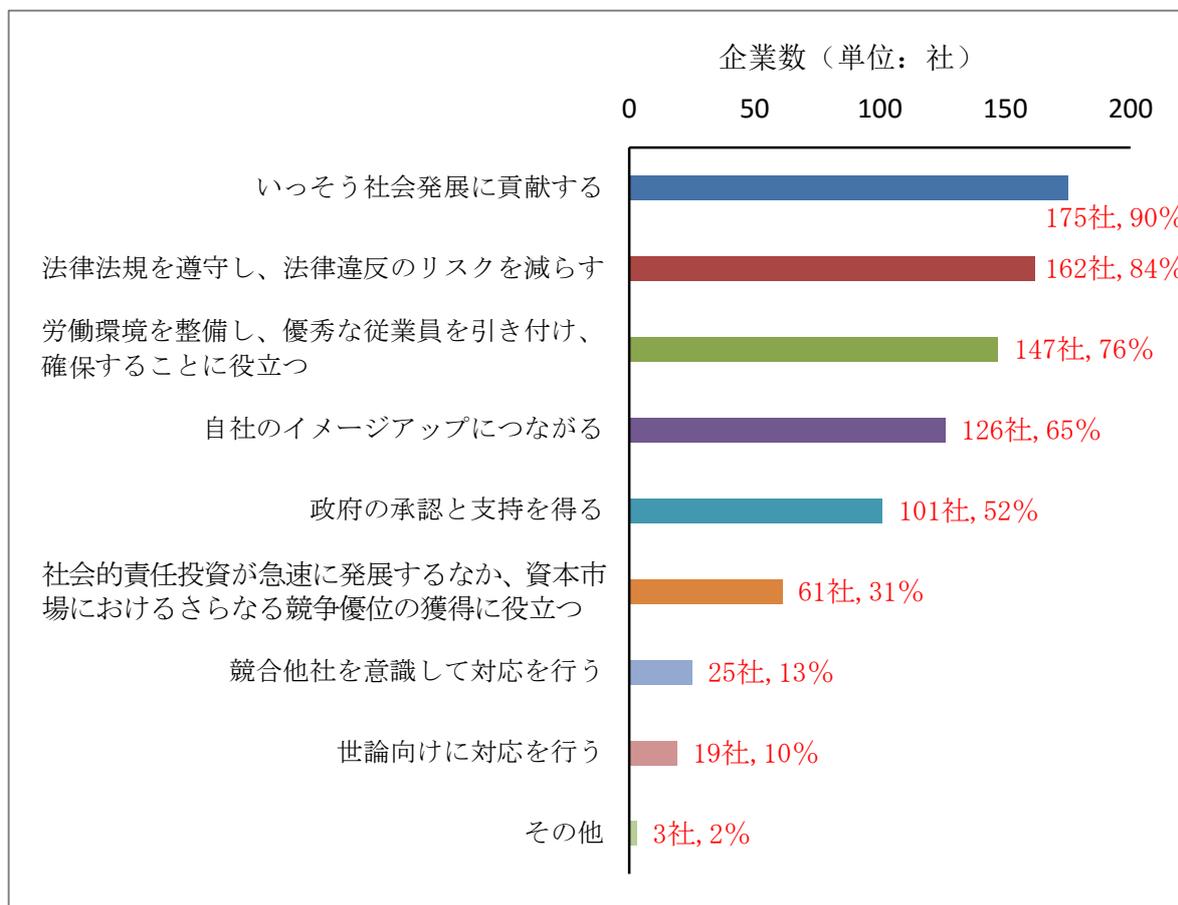


図 2-10 中国において CSR を履行する理由 (複数選択)

反面、在中日系企業は「外発動機づけによる CSR」活動が少ない。具体的にいうと、「競合他社を意識して対応を行う」を選んだのはわずか 25 社 (13%)、「世論向けに対応を行う」を選んだのは 19 社 (10%) であった。

また、101 社は「政府の承認と支持を得る」ことを中国で CSR 活動を行う理由としている (52%)。

(4) 中国における CSR 展開時期

今回の調査に参加した在中日系企業は 1990 年から現在にかけて中国で CSR 活動を展開してきた。そのうち、過去 10 年間 (2006~2015 年) は高度増長期であったと言える。

「2011-2015」年に CSR 活動を展開した企業は 67 社で、39%を占めている。「2006-2010」年に CSR 活動を展開した企業は 51 社で、29%を占めている。

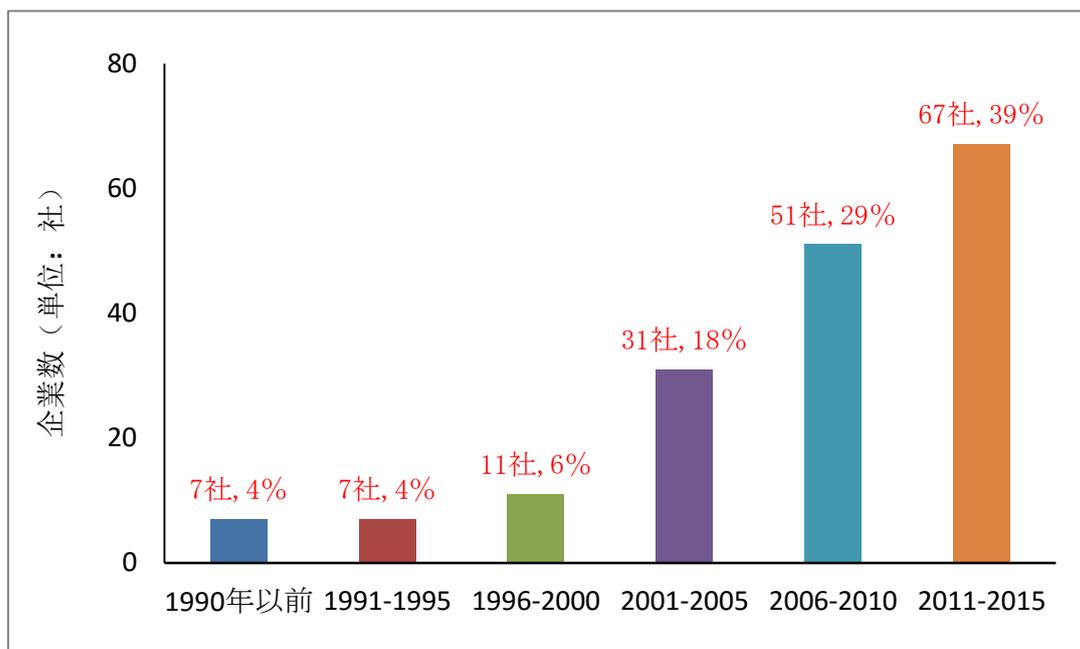


図 2-11 中国における CSR 展開時期

(5) 中国における CSR 活動の実践状況

前述したように、企業の社会責任管理の中核は多元的な利害関係者の需求と期待を識別、分析し、対応することにある。今回の調査に参加した在中日系企業が展開する CSR 活動は「多元的利害関係者指向」という特徴を十分に表し、株主、従業員、消費者、サプライヤー、政府、当地住民・コミュニティなどのさまざまな利害関係者の需要に広く注目し、応えている。

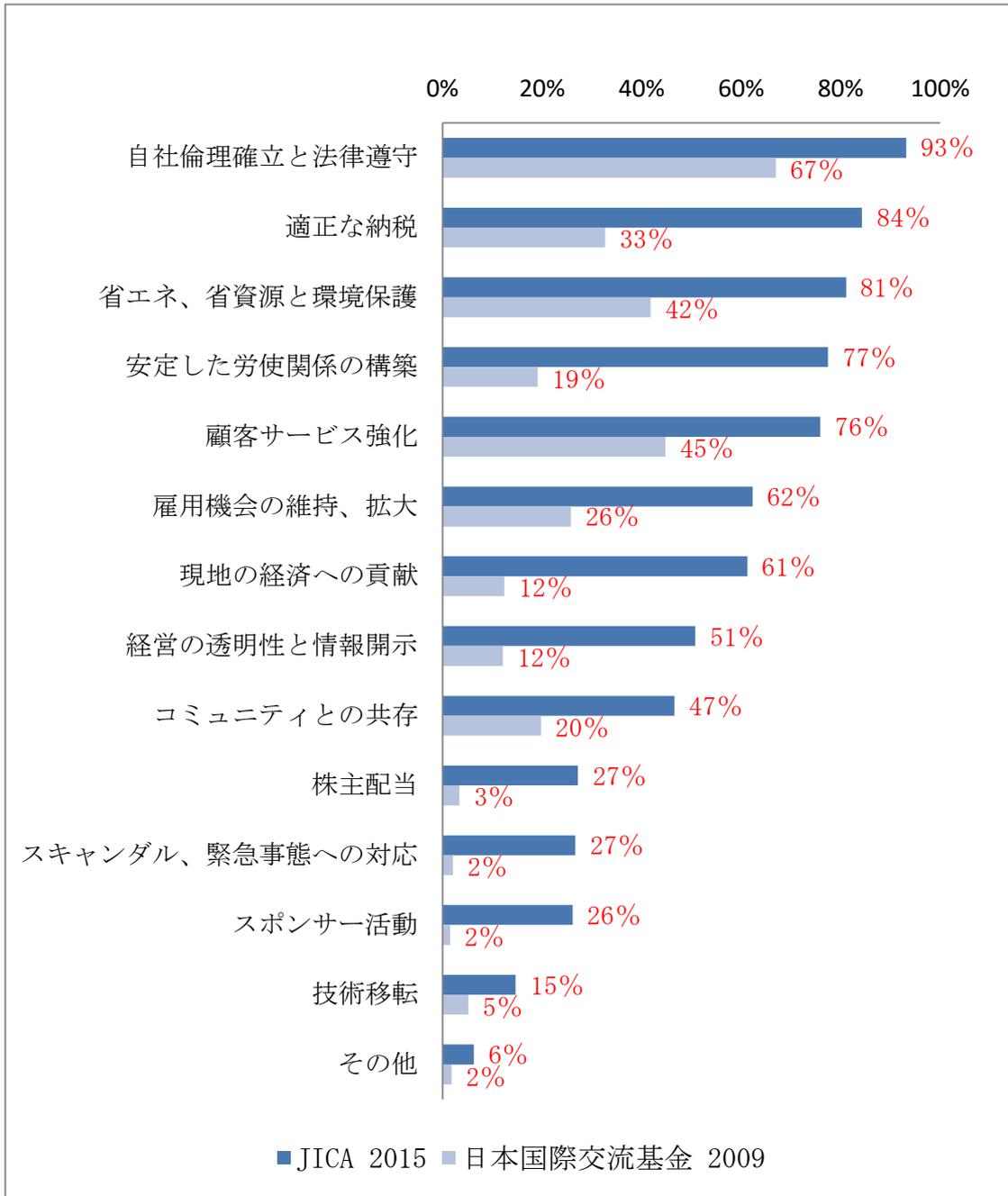


図 2-12 在中の CSR 活動の内容（複数選択）
JICA2015 調査と日本国際交流基金会 2009 調査データの比較

図 2-12 にみられるように、日系企業の中国における活動の内容のランキング TOP 5 はそれぞれ、「自社倫理確立と法律遵守」（計 178 社、全体の 93%）、「適正な納税」（計 161 社、全体の 84%）、「省エネ、省資源と環境保護」（計 155 社、全体の 81%）、「安定した労使関係の構築」（計 148 社、全体の 77%）、「顧客サービス強化」（計 145 社、全体の 76%）である。比率が 50% を超えた他の CSR 活動は「雇用機会の維持、拡大」（計 119 社、全体の 62%）、「現地の経済への貢献」（計 117 社、全体の 61%）、「経営の透明性と情報開示」（計 97 社、全体の 51%）である。

在中日系企業の CSR 活動の近年の動向を考察するために、今回の調査データを日本国際交流基金 (Japan Foundation) が 2009 年に行った「中国における日系企業の社会貢献活動」調査データと比較してみた。その結果、2009 年に在中日系企業が展開した CSR 活動は以下のいくつかの特定領域に集中していた。「自社倫理確立と法律遵守」(67%)、「顧客サービス強化」(45%) と「省エネ、省資源と環境保護」(42%) である。2010 年から 2015 年にかけて展開した CSR 活動は多様化し、各種の CSR 活動の発生率はすべて増加した。そのなかで発生率が大幅に増加した CSR 活動には「適正な納税」(33%から 84%に増加)、「安定した労使関係の構築」(19%から 77%に増加)、「雇用機会の維持、拡大」(26%から 62%に増加)、「現地の経済への貢献」(12%から 61%に増加)、「経営の透明性と情報開示」(12%から 51%に増加)、「コミュニティとの共存」(20%から 47%に増加)、「株主配当」(3%から 27%に増加)、「スキャンダル、緊急事態への対応」(2%から 27%に増加)、「スポンサー活動」(2%から 26%に増加)、「技術移転」(5%から 15%に増加) などが含まれる。

また、従来の研究では在中日系企業の CSR 活動は同質性が高く、鮮明な特色がないとされていた⁵。多くの企業は業界・企業自身の特徴と需求からではなく、企業のイメージアップを維持するために流行を追って CSR 活動を推進するだけであるとしていた⁶。今回の調査データからみれば、在中日系企業は最近の 5 年間でこの不足を補っているようだ。CSR 活動が多様化し、実践する企業も増加傾向にある。

(6) CSR 業務の担当部門

CSR 事業の長期的・持続的な推進は企業内部の管理体制によるところが大きい。日本経済団体連合会は 2005 年に日本企業の CSR 推進部門の所属状況を考察した。その結果は以下のとおりである。独立している CSR 部門 (23.5%)、経営企画部 (15.2%)、法務・コンプライアンス部 (13.9%)、総務部 (10.6%)、社長直轄部 (8.4%)、広報部 (7.6%)、環境・安全部 (3.6%)、三つの部門以上の管轄 (4.9%)、二つの部門以上の管轄 (6.7%)、その他 (5.7%) である。日本の経験からいえば、CSR 推進部を企業戦略や総合事務などといった有力な部門に所属させたほうが、発展のためにはよい⁷。

今回の調査に参加した在中日系企業は日本企業の上述の CSR 業務の担当部門の設置上の特徴にはほぼ一致している。そのうち、45 社の企業 (24%) は専任の部署が担当している。そして、110 社の企業 (58%) は他の部署が兼任で担当している。また、34 社の企業 (18%) は CSR 業務部門がない。

⁵ 鐘弘武 (2008) 「日本企業社会責任研究」『中国工業経済』第 9 期
钟宏武 (2008) “日本企业社会责任研究”《中国工业经济》第 9 期

⁶ 雷鸣 (2010) 「日本企業力行社会責任的特征及其启示」『日本学刊』第 6 期
雷鸣 (2010) “日本企业履行社会责任的特征及其启示”《日本学刊》第 6 期

⁷ 鐘弘武 (2008) 「日本企業社会責任研究」『中国工業経済』第 9 期
钟宏武 (2008) “日本企业社会责任研究”《中国工业经济》第 9 期

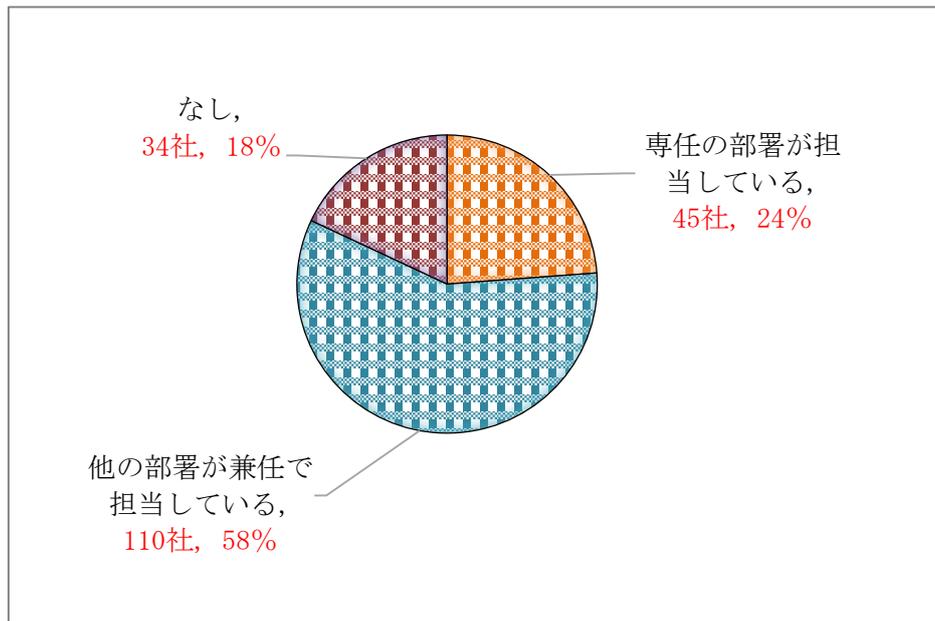


図 2-13 CSR 事業の管理部門

(7) CSR 業務の管理方法

PDCA (Plan-Do-Check-Adjust) 管理は管理学のなかのひとつの重要なモデルで、1930 年にシューハートによって提唱された、後の 1950 年、米国の品質管理専門家デミング博士に再び提唱され、製品の品質を持続的に改善する過程に使用された。現在、PDCA 管理は企業の CSR 業務の日常管理に広く運用されている。野村総合研究所は 2004 年に「企業社会責任推進五歩法」を提出し、企業が社会責任を推進するのに以下の五つの方面から順次に行うべきだと指摘した。①CSR の現状分析・議題選択、②CSR ビジョンの選定、③CSR 戦略の制定、④PDCA 構造と推進体制の整備、⑤コミュニケーションの戦略と構造の構築である。目下、多くの日本企業は PDCA という社会的責任管理サイクルを形成し、企業の社会的責任を発展戦略に沿って、組織的・監督的・法則的に段取りよく展開し、継続的に社会的責任の管理水準を高めている⁸。

今回の調査に参加した在中日系企業のうち、111 社の企業 (59%) は PDCA を利用して CSR 業務を管理している。PDCA ではなく、その他の方法を利用して CSR 業務を管理する企業は 12 社 (6%) 数えられる。66 社の企業 (35%) は CSR 業務を管理するのに何の方法も利用していなかった。

⁸ 徐煒、張飛 (2012) 「日本企業社会責任管理研究」『技術経済与管理研究』第 7 期
徐煒、張飛 (2012) “日本企业社会责任管理研究”《技术经济与管理研究》第 7 期

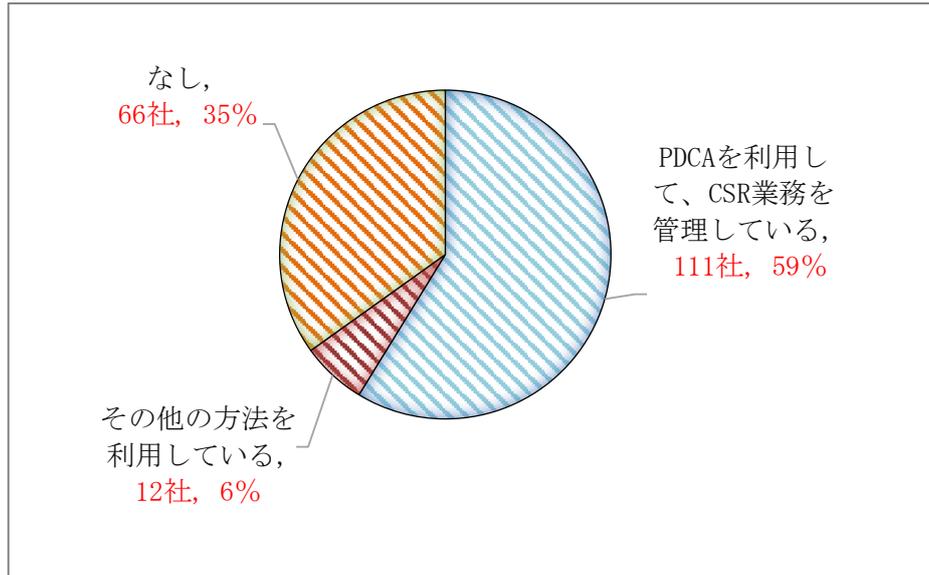


図 2 -14 CSR 業務の管理方法

(8) CSR 業務の予算

CSR 業務の予算は企業がそれに対して投入を計る重要指標のひとつである。今回の調査においては、「売上高における CSR 業務の投資総額割合」（「売上予算比」と略称する）という指標で企業の重視度をはかった。総じていえば、在中日系企業の CSR 業務への投入は「中間部が太く、両端が細い」という紡錘形をしている。すなわち、CSR 業務の予算は高・低レベルにある企業が相対的に少なく、中レベルにある企業が相対的に多い。調査結果によれば、CSR 予算比が「1%以上」の企業は 49 社あり、35%を占めている。それが「0.1-1%」の企業は 28 社で、21%を占めている。23 社の企業はその比率が「0.01-0.1%」で、18%を占めている。比率が「0.01%以下」の企業は 31 社で、24%を占めている。

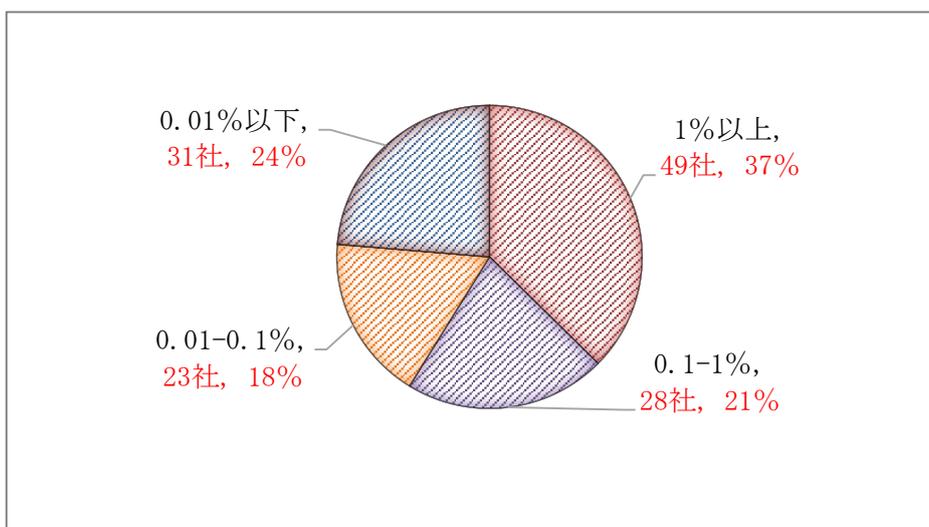


図 2 -15 CSR 事業予算の売上高に占める割合（2014 年）

(9) 中国において取り組んでいる CSR 業務

国際的な CSR 基準では、企業に対し、「企業の判断あるいは活動が社会・環境に及ぼす影響を配慮し、対応すべき」ことを呼びかけている。国際標準化機構が制定した「社会的責任に関する手引」を例にしていえば、当該手引では社会的責任の中核テーマを組織統治、人権、労働、環境、公正な事業、消費者課題、コミュニティ参画及び開発という七つの分野に規定している。

今回の調査に参加した在中日系企業が展開した CSR 活動は多様な分野にまたがっている。まず、従業員責任（人権、労使関係、労働者權益等）と環境責任（汚染の防止・処理、省エネ、生態系の保全等）は企業の CSR 活動のカバー率が最も高い二つの分野で、それぞれ 85%と 83%を占めている。次いで、製品とサービス責任（製品安全、消費者權益等）が 67%を占めている。そして、社会発展責任（貧困削減、医療衛生、救災・減災・防災、教育、社会サービス等）は 52%を占めている。

それに対して、在中日系企業はサプライチェーンマネジメント（サプライヤーが環境、労働、人権などの面で一定の社会的責任の標準に達することを要求、指導、監督する）において、CSR 活動を展開する比重が比較的 low、その割合はわずか 38%である。実際に、日系企業の CSR 活動のこうした特質は従来からのものである。鐘弘武によると、自社と自分と業務関係のあるサプライヤーをも本格的に責任管理の範囲に入れ、サプライチェーンマネジメントを実施する大企業はごく少なく、これはサプライチェーン企業に対しても責任監査を実施する欧米大企業とは大きく違っているという⁹。サプライチェーンマネジメントを実施する日系企業が少ないのは、主に企業は CSR が「自社の責務」を履行すべきと考えていることに起因する。大企業は自社の責任をよく担わなければならない、自社の引き受けるべき責任を中小企業に転嫁するのは責任逃れだと考えている。事実、優位にある自分がサプライヤー企業（多くは中小企業）に高すぎる CSR 基準を遵守させるのは、強者が弱者に押しつける行為で、サプライヤーの不安と不満を招きかねない¹⁰。

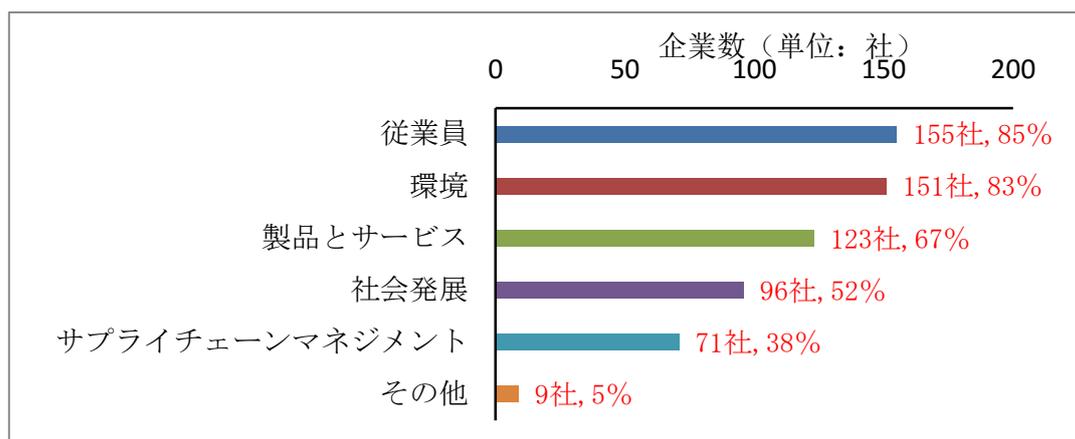


図 2-16 中国において取り組んでいる CSR 業務（複数選択）

⁹ 鐘弘武（2008）「日本企業社会責任研究」『中国工業経済』第 9 期
钟宏武（2008）“日本企业社会责任研究”《中国工业经济》第 9 期

¹⁰ 伊吹英子（2006）『CSR 経営戦略』東京、東洋経済新報社
伊吹英子（2006）《CSR 经营战略》东京：东洋经济新报社

(10) 従業員に対する CSR 活動の詳細

今回の調査に参加した日系企業は、従業員に対する CSR 活動の展開方式が多様である。具体的にいえば、トップにあるのは「従業員と調和した対話をし、安定した労使関係を築く」（計 145 社、全体の 87%）こと、第 2 位は「安全かつ健康的な労働環境を提供し、職業病を予防、コントロールする」（計 144 社、87%）こと、第 3 位は「従業員の能力強化を行う」（計 137 社、全体の 83%）ことである。その次は「雇用関係における人権、性別、年齢等の差別をなくす」（計 155 社、全体の 69%）ことと「従業員を動員してボランティア活動を展開する」（計 66 社、全体の 40%）ことである。最も少なかったのは「サプライヤーに一定の労使標準に達するように要求する」（計 34 社、全体の 20%）ことである。

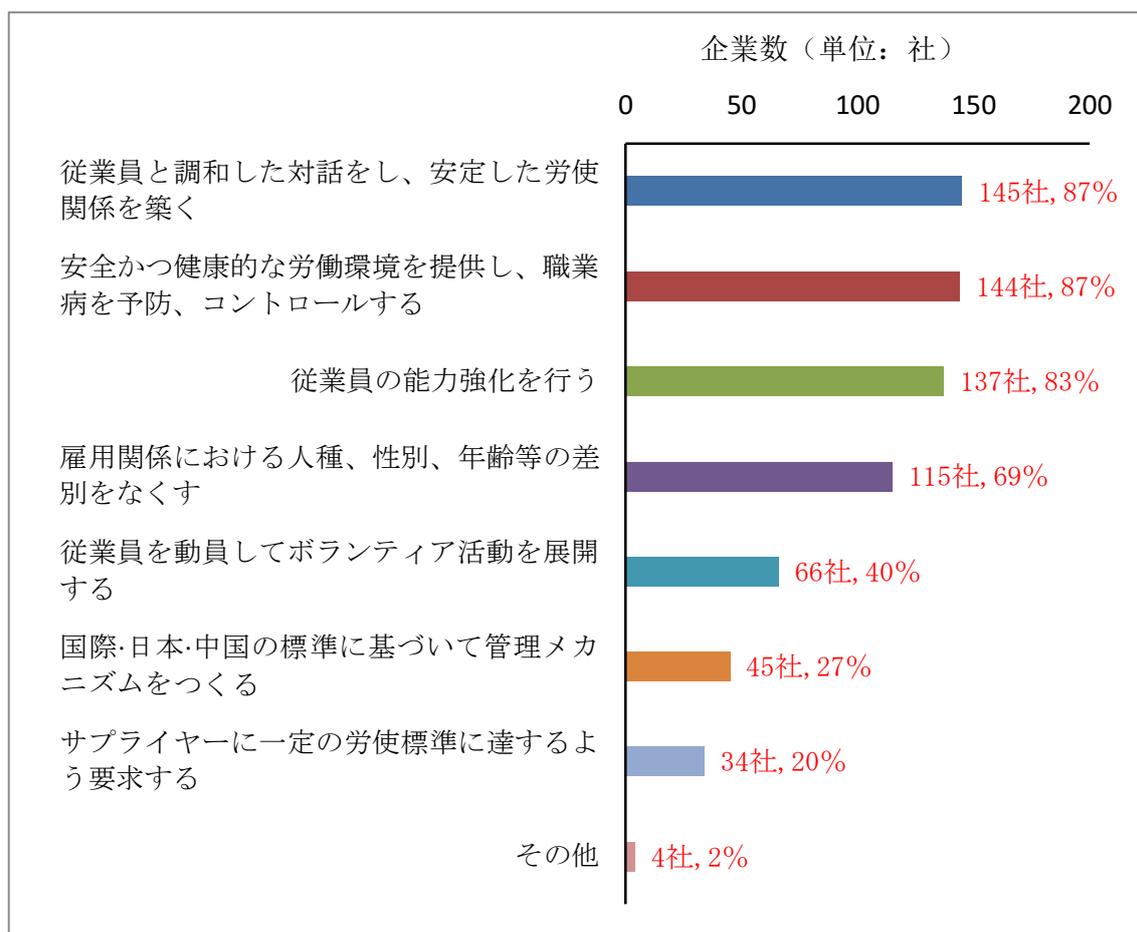


図 2-17 従業員に対する CSR 活動の詳細（複数選択）

(11) 環境分野における CSR 活動の詳細

環境分野においても、今回の調査に参加する日系企業は多様な方法で社会責任を履行している。トップにあるのは「生産、経営における省エネに取り組む」（計 137 社、全体の 84%）こと、第 2 位は「有害物質の排出を規制、削減する」（計 117 社、全体の 72%）こと、第 3 位は「国際・日本標準に基づいて環境管理メカニズムをつくる」（計 102 社、全体の 63%）ことである。その次は「環境保護・省エネ製品を積極的に開発する」（計 82 社、全体の 50%）ことと「サプライヤーに一定の環境標準に達するように要求する」（計 72 社、

全体の 44%) ことである。最下位にあるのは「生態体の保全」(計 56 社、全体の 34%) である。

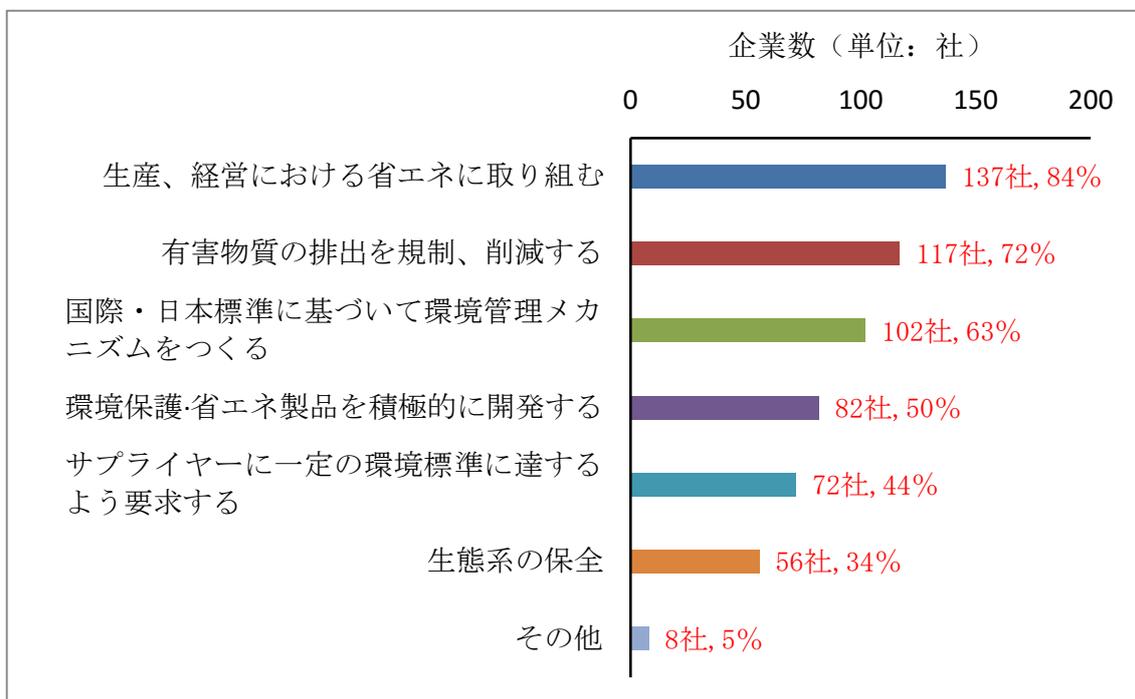


図 2-18 環境分野における CSR 活動の詳細 (複数選択)

(12) 社会発展のための CSR 活動の詳細

今回の調査に参加した日系企業は社会発展のために、幅広い分野で CSR 活動を展開している。トップにあるのは「教育」(計 77 社、全体の 68%) で、第 2 位は「救災・減災・防災」(計 74 社、全体の 65%)、第 3 位は「社会サービス (高齢者・児童・障害者のサービス等)」(計 49 社、43%) である。次いで「貧困削減」(計 29 社、全体の 26%) と「医療衛生」(計 25 社、全体の 22%) である。

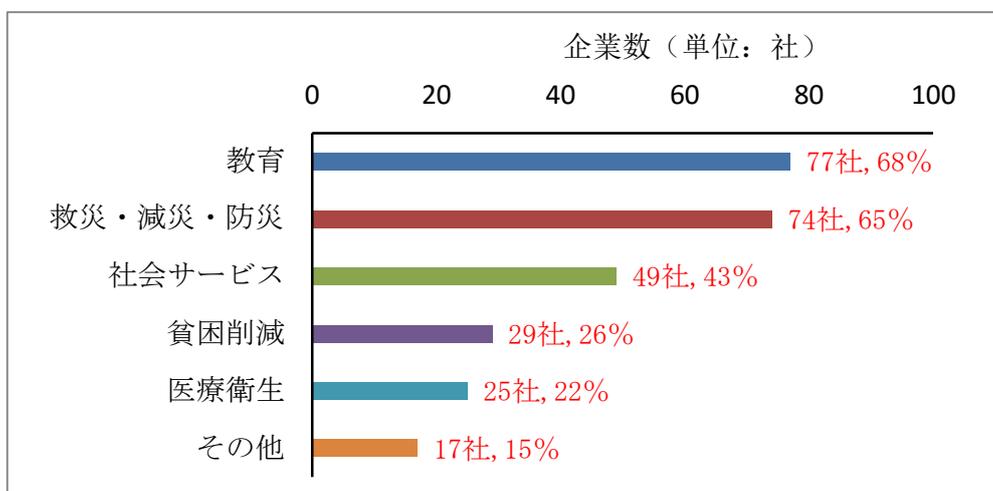


図 2-19 社会発展のための CSR 活動の詳細 (複数選択)

(13) 社会発展のための CSR 活動の展開方式

今回の調査に参加した日系企業は社会発展のために、さまざまな方式で CSR 活動を展開している。最も多かったのは「企業が直接、被援助対象に対して資金援助あるいは物資贈与をする」（計 71 社、全体の 63%）方式である。その次は「社会組織を通じて、被援助対象に対して資金援助あるいはサービスを提供する」（計 65 社、全体の 58%）方式である。また、「企業が直接、被援助対象に対しサービスを提供する」（計 55 社、全体の 49%）方式もある。比較的少ないのは「企業が直接、被援助対象に対し施設を提供する」（計 21 社、全体の 19%）という方式である。

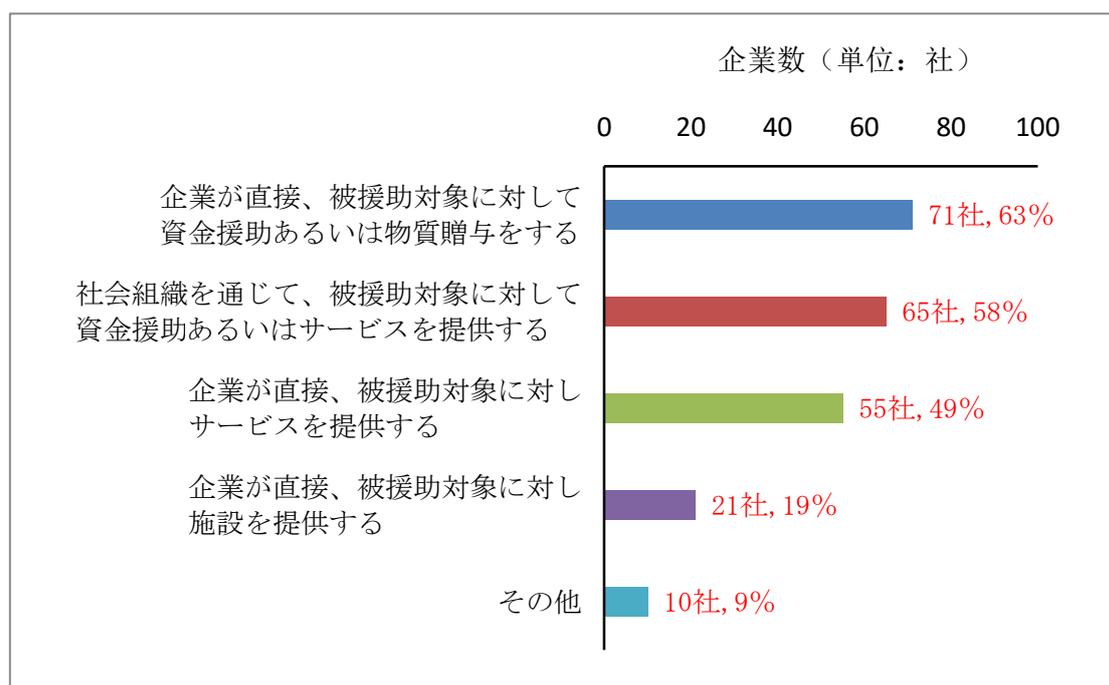


図 2-20 社会発展のための CSR 活動の展開方式（複数選択）

(14) 企業の発展における CSR 活動の重要性

日本企業のこの十数年にわたる CSR 活動に対し、鐘弘武は以下のように考察している。「日本企業は CSR を通常保守的に捉え、CSR を保険のような投資とみなし、CSR 活動によってできる限り企業経営の社会に与える悪影響を減らしたり、悪影響があればそれを最低限にしたりするように努めている。全体的に、日本企業は CSR の価値への戦略的認識に欠けており、CSR 活動の当該企業の業界特性、ビジネスモデル、バリュー・チェーンとの関係は薄い。CSR 実践は社会福祉を改善したとはいえ、企業の競争力の向上には大きな役割を果たさなかったといえる」¹¹。

日本企業のこのような状況に対して、日本の CSR 研究者やコンサルティング機構¹²等は近年から CSR を「保守型」から「進出型」へと転換させるように積極的に導きはじめた。

¹¹ 鐘弘武（2008）「日本企業社会責任研究」『中国工業経済』第 9 期
钟宏武（2008）“日本企业社会责任研究”《中国工业经济》第 9 期

¹² 近年、日本では専門的に CSR 調査・CSR 企画に従事する会社が現れるようになった。例えば、日本総合研究所、野村総合研究所、ニッセイ基礎研究所、日経 CSR プロジェクト等。朱海珅（2011）「日本学者視野里的企業社会責任研究」『現代日本経済』第 5 期 [朱海珅（2011）“日本学者视野里的企业社会责任研究”《现代日本经济》第 5 期] を参照

例えば、野村総合研究所の伊吹英子氏は企業がリスクに注目するだけではなく、さらにチャンスをつかまえ、丁寧にデザインし、前向きに実践して、CSRを通して、顧客集めの競争力の向上、優先的業務往来、株価向上、従業員の忠誠心の向上、企業のイメージアップなど、企業利益の向上に利用すべきだと指摘している¹³。

本調査では、在中日系企業の最新のCSR理念と実践を考察し、彼らが企業の発展にとってのCSR活動の重要性、CSR業務とマネジメント業務の連携、CSRの企業発展への影響と実績をいかに認識しているかを分析することによって、在中日系企業がどの程度CSRの「保守型」から「進出型」への転換を遂げたかを分析した。

まず、CSR理念の面では、本調査に参加した大部分の日系企業はCSRが企業の発展にとって重要だと答えている。具体的にいうと、85社の企業（45%）はCSRが企業の発展にとって「かなり重要」だと答えた。そして、85社の企業は「重要」（45%）だといっている。数少ない企業（計20社、全体の11%）は「どちらとも言えない」と答えた。また、CSRが企業の発展にとっての重要性を否定する企業は1社もなかった。

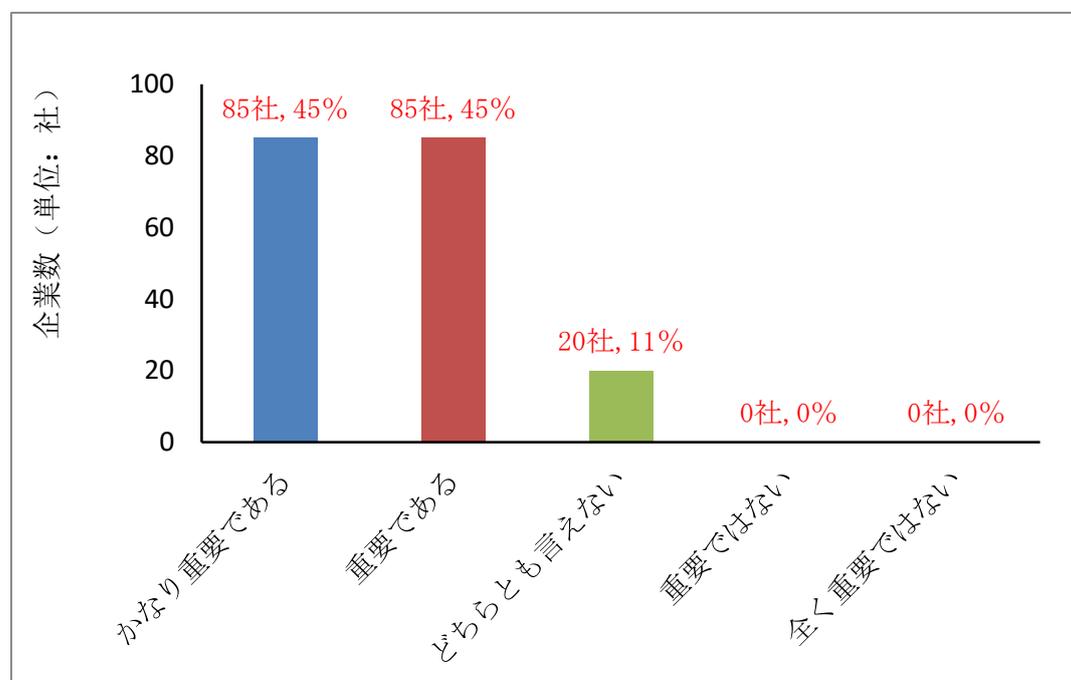


図 2-21 企業の発展における CSR 活動の重要性

(15) CSR 業務の社内運営における位置づけ

過去十数年間、より多くの研究者、企業家及び政策立案者がCSRを企業の経営戦略のレベルで思考、実践、評価するようになってきている¹⁴。企業の発展におけるCSRの重要性を認識したうえで、CSR業務を社内の他のどのマネジメント業務と連携・統合するかは企業にとって、大きなチャレンジである。

この研究を通して、本調査に参加した在中日系企業は程度の違いはあるにせよ、この挑

¹³ 伊吹英子 (2006) 『CSR 経営戦略』 東京、東洋経済新報社

伊吹英子 (2006) 『CSR 経営戦略』 東京：東洋経済新報社

¹⁴ Apospori, Eleni, Konstantinos G. Zografos and Solon Magrizos (2012) “SME corporate social responsibility and competitiveness: A literature review”, *International Journal of Technology Management*, Vol. 58, Issue 1/2, pp.10-31.

戦に有効に応じているということがわかった。図 2-22 に示したように、18 社の企業(10%) は社内のマネジメント業務と統合していないが、177 社の企業 (90%) は既に統合している。そのなかで、社内のマネジメント業務の統合で、最も多かったのは「企業ガバナンス」である(計 135 社、全体の 72%)。次いで「人的資源管理」(計 110 社、全体の 59%)で、第 3 位は「戦略管理」(計 78 社、全体の 41%)である。第 4 位は「マーケティング」(計 61 社、全体の 32%)である。第 5 位は「パブリック・リレーションズマネジメント」(計 61 社、全体の 32%)で、第 6 位は「サプライチェーンマネジメント」(計 59 社、全体の 31%)である。そして最下位にあるのは「投資管理」(計 23 社、全体の 12%)である。

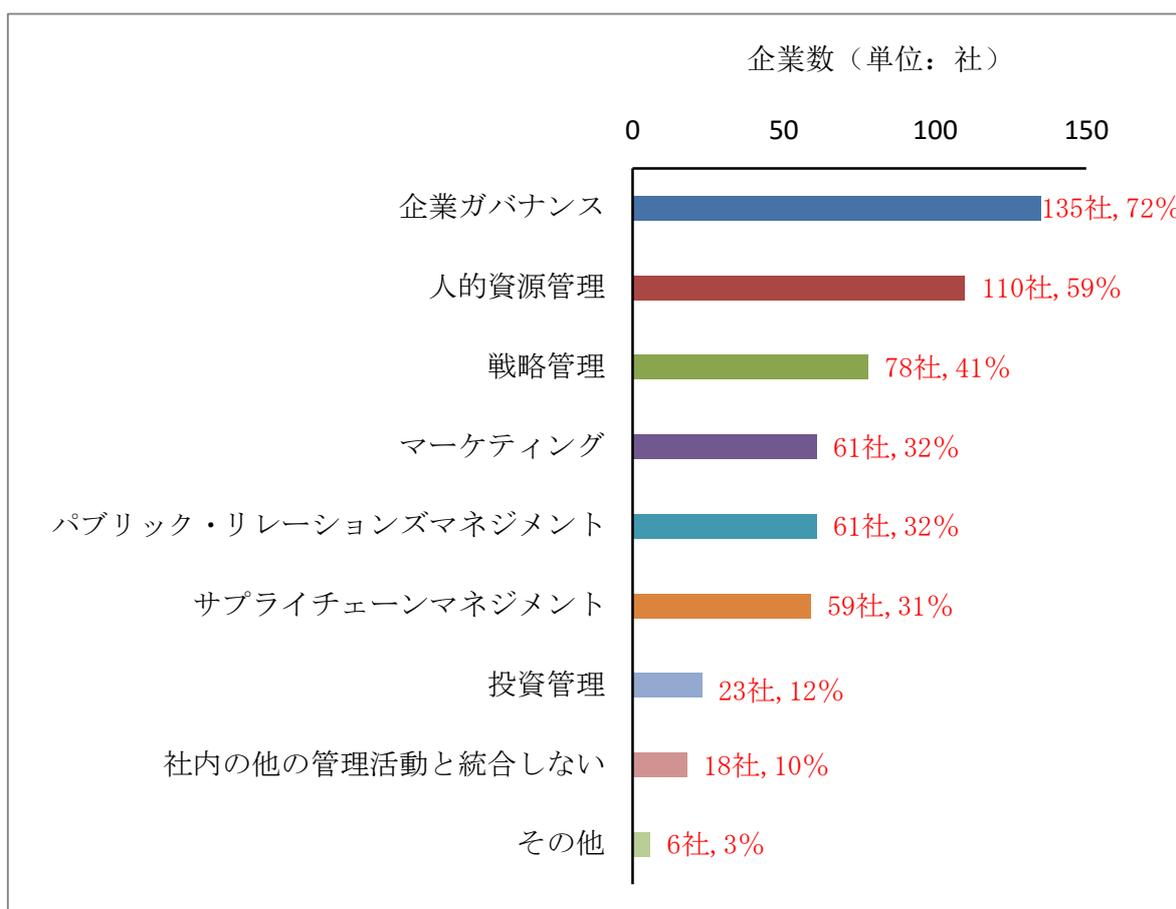


図 2-22 CSR 業務の社内運営における位置づけ (複数選択)

(16) CSR 活動が及ぼした企業発展への影響

いかに CSR 活動で企業の競争力と経済実績を高めるかは数多くの研究の共通テーマになっている。研究によると、長期的にみれば、社会的責任を履行することによって、企業は「善をもって利を得る」(do well by doing good) という効果が得られ、CSR のビジネスバリューを獲得することができる。具体的にいうと、社会的責任を履行することで、企業は「生産性」(productivity) と「合法性」(legitimacy) という両方面から一連の商業利益を獲得できる。生産性において良い社会と環境政策と革新的な能力を備える企業は、コスト削減、質向上、従業員激励、製品開発、市場開拓、危機管理等の面でより競争上の優位性を有する。良い社会、環境と道德実績を有する企業はより良い社会名誉を獲得し、顧客、

投資者、政府、サプライヤー、当地コミュニティなどの主要ステークホルダーとの関係を改善して、企業が製品、労働力と資本市場での経済実績を高められる¹⁵。

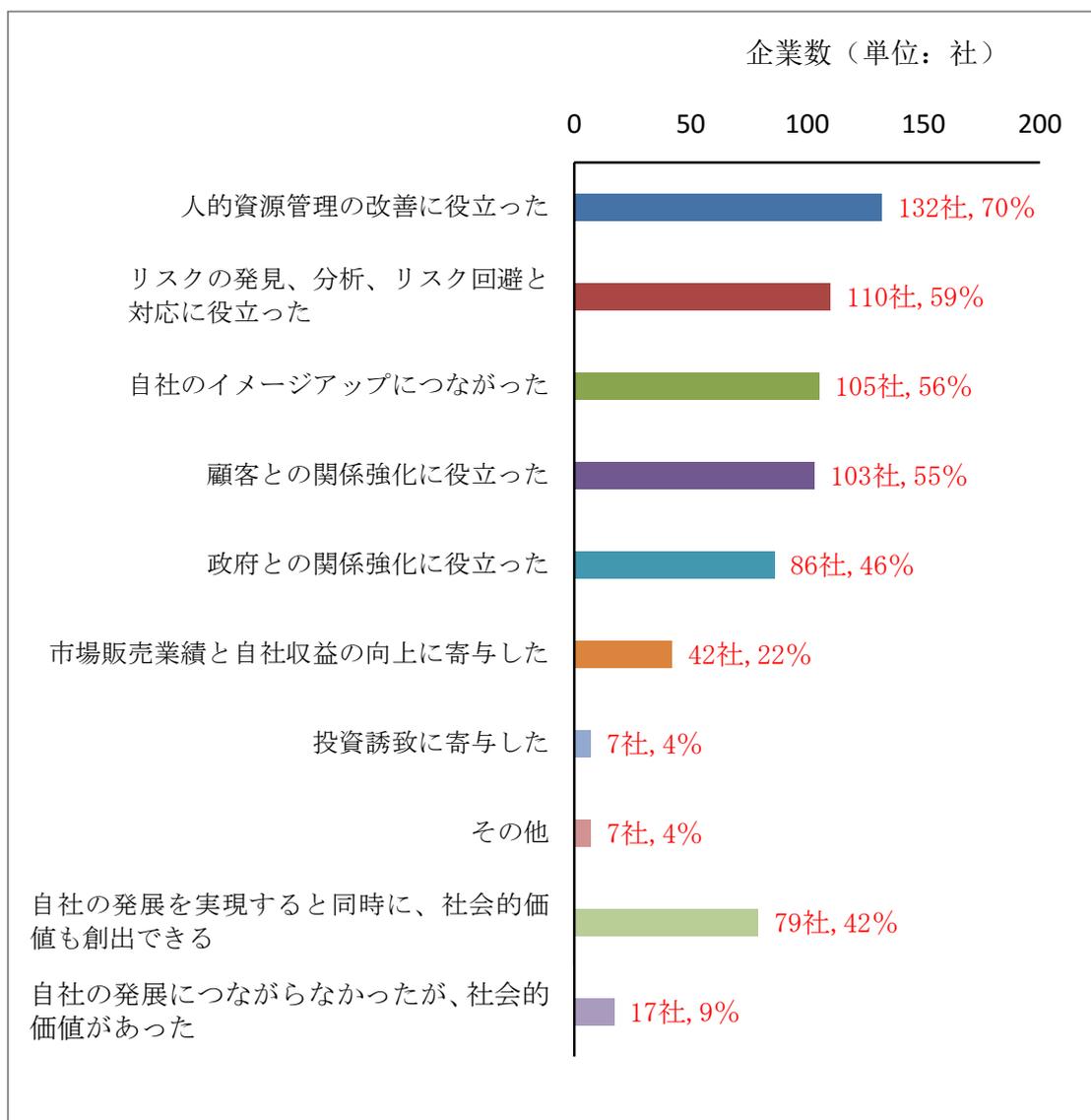


図 2 - 23 CSR 活動が及ぼした企業発展への影響（複数選択）

今回の調査では、在中日系企業が展開した CSR 活動は既に直接的・間接的に企業の発展を促進したということが分かった。具体的にいえば、CSR の企業発展への積極的な影響とビジネスバリューは主に以下のいくつかの方面にある。まずは「人的資源管理の改善」である（計 132 社、全体の 70%）。そして、「リスクの発見・分析、リスクの回避・対応」である（計 110 社、全体の 59%）。次いで「自社のイメージアップ」（計 105 社、全体の 56%）で、さらに第 4 位は「顧客との関係強化」（計 103 社、全体の 55%）、「政府との関係強化」（計 86 社、全体の 46%）、「市場販売業績と自社収益の向上」（計 42 社、全体の 22%）と続く。最下位は「投資誘致」（計 7 社、全体の 4%）である。また、相当の企業（計 79 社、

¹⁵ Zadek, S., Sabapathy, J., Dossing, H. and Swift, T. (2003) *Responsible Competitiveness: Corporate Responsibility Clusters in Action*, The Copenhagen Centre & Accountability, Copenhagen, Denmark.

全体の 42%) は CSR 事業が「Win-Win」効果があり、すなわち、「自社の発展を実現すると同時に、社会的価値も創出できる」と考えている。

(17) CSR 業務の情報公開と発信

CSR 報告書（持続可能な発展報告書、環境報告書）の発行は日本企業の CSR 活動のひとつの重要な特徴だとされている。大企業の CSR 報告書の発行数は世界のトップにさえなっている。近年、日本企業の CSR の情報開示と報告に対する重要度はますます高まっている。日本 CBCC¹⁶企画部会長、株式会社損害保険ジャパン理事・CSR 統括部長関正雄は日本 CSR の近年の新しい動向を紹介する際に、とりわけ日本企業、特に大型企業が CSR 報告書を重視することを強調した。国際有名コンサルティング機構 KPMG（毕马威）の報告によると、関は各国上位 100 社の企業（規模を標準に）の CSR 報告書（環境報告書あるいは持続可能な発展報告書を含む）の発行状況を比較したところ、99%の日本企業は CSR 報告書を発行しており、現在、約 1,100 社の日本企業が CSR 報告書を発行していると報告していた¹⁷。

一方で、在中日系企業による中国での CSR 活動は「宣伝不足」と指摘した学者もいる。多くの日系企業は中国で積極的に社会貢献に励んでおり、例えば災害援助、希望小学校の建設、環境保全と植林等を行っているが、宣伝不足のため、社会的な認知度は低く、在中日系企業は社会貢献不足だというイメージさえ残っているという¹⁸。

今回の調査データによると、多くの日系企業は CSR 情報発信を重視する慣行を受け継いでいる。図 2-24 にあるように、本調査に参加した在中日系企業のうち、111 社は既に CSR 業務を発行、発信している（59%）が、77 社（41%）はまだしていない。

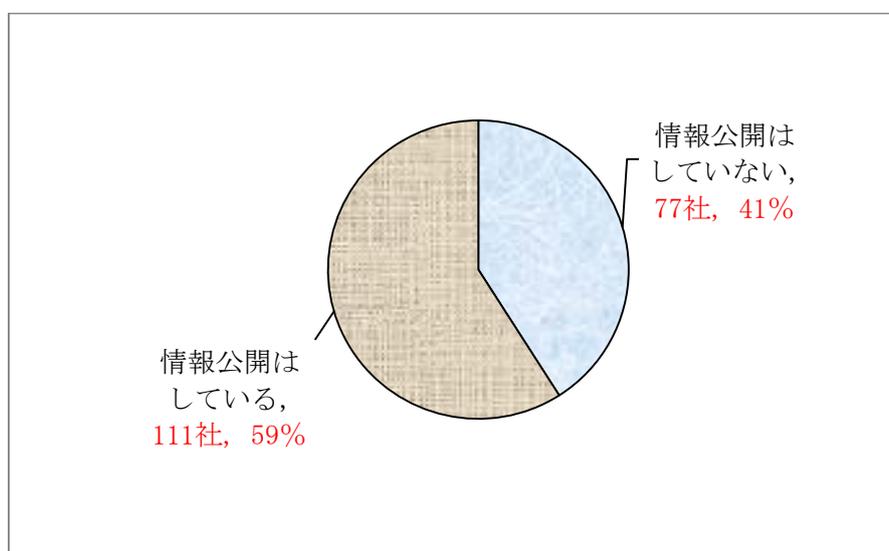


図 2-24 CSR 業務の情報公開と発信の有無

¹⁶ 「CBCC」は 1989 年に、社団法人海外事業活動関連協議会として日本経済団体連合会により設立された。全称は「『良き企業市民』委員会」「企業市民協議会」(Council for Better Corporate Citizenship) である。

¹⁷ 林波 (2012) 「日本 CSR 新趨勢：注重国際標準の本地化応用」『WTO 経済導報』第 7 期
林波 (2012) “日本 CSR 新趋势:注重国际标准的本地化应用”《WTO 经济导刊》第 7 期

¹⁸ 劉亞鈺 (2013) 「在華日企社会責任 (CSR) 本土化的考察——以日立集团為例」『長春教育學院學報』第 29 卷第 22 期
刘亚钰 (2013) “在华日企社会责任(CSR)本土化的考察——以日立集团为例”《长春教育学院学报》第 29 卷第 22 期

発信の方法に関して、従来の研究によると、日系企業が CSR 報告書を発行する方法はパンフレット印刷に限らない。数多くの会社が自社ウェブサイト上に CSR 活動を載せるようになってきている。パンフレット印刷にしても、読みやすさの度合いを優先して、報告の概要版を発行するということである¹⁹。しかし、もう一方で、日系企業の中国における CSR 活動は「宣伝責任を重視せず、発信方法が欠ける」という指摘もある。「日系企業は社会的責任に対する管理が細かく、レベルが高いとはいえ、宣伝を好まず、得意ではない。企業内での社会的責任関連の資料は豊富だが、対外向けの資料は比較的少なく、さらに英語資料となるともっと少ない。マスコミや社会団体との交流も少ない。そのため、日系企業は無貢献だとの誤解を招きかねない」とされている²⁰。

今回の調査データをみると、在中日系企業の発信方法は次第に多元的になっている。図 2-25 に示したように、CSR 業務を既に発信、宣伝している 111 社の企業は CSR 報告書を含むさまざまな発信方法を用いている。そのなかで、最も普遍的なのは「自社ウェブサイト」（計 69 社、全体の 62%）という方法である。その次は「CSR 報告書の作成・発行」（計 45 社、全体の 41%）、「公共メディア」（計 41 社、全体の 37%）による方法である。最後は「企業年報」（計 24 社、全体の 22%）を通してである。

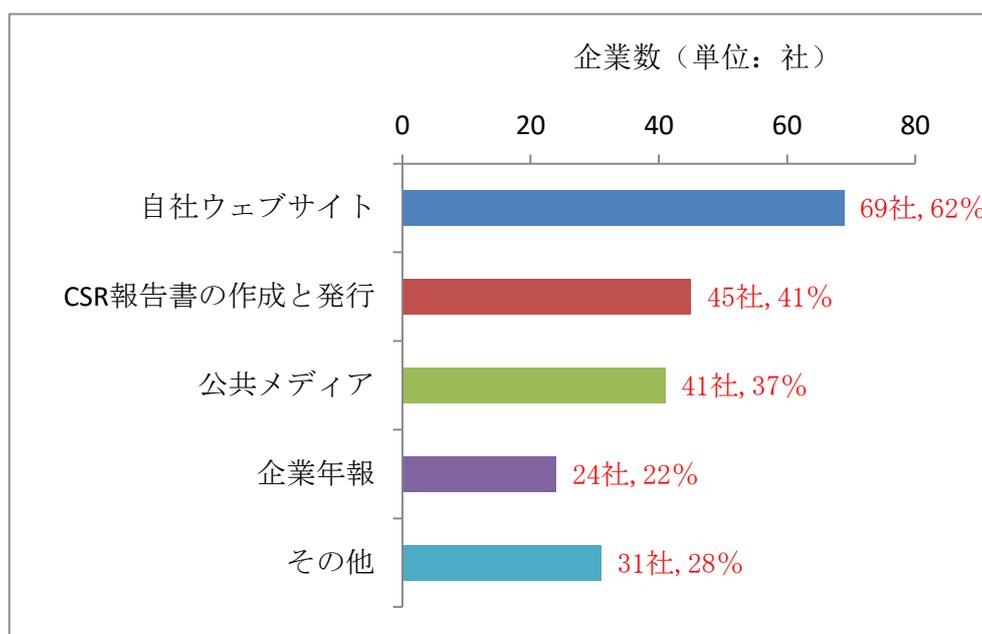


図 2-25 CSR 業務の情報公開と発信方法（複数選択）

(18) CSR 業務に関する対話・協議の対象

通常、企業は株主、従業員、顧客、サプライヤー、政府、コミュニティ、マスコミ等のステークホルダーと CSR 業務に関する対話・協議を行う。今回の調査に参加した在中日系企業の CSR 業務の対話・協議の対象はほぼ上述の現象に一致している。まず、在中日系企業の最も重要な対話の対象は企業の経営活動に直接的な利益関係をもつ肝心のステークホ

¹⁹ 富田秀実 (Tomita Hidemi)、賈志潔 (2009) 「90%日本企業多様化発行 CSR 報告」『WTO 経済導報』第 3 期
富田秀実 (Tomita Hidemi)、賈志洁 (2009) “90%日本企业多样化发布 CSR 报告”《WTO 经济导刊》第 3 期

²⁰ 鐘弘武 (2008) 「日本企業社会責任」『中国工業経済』第 9 期
钟宏武 (2008) “日本企业社会责任研究”《中国工业经济》第 9 期

ルダーである。具体的にいうと、145社の企業（77%）は「従業員」だと答えた。119社の企業（63%）は「株主」、102社の企業（54%）は「顧客」、80社の企業は「政府」（43%）だと答えた。77社の企業（41%）は「サプライヤー」だと答えている。一方で、企業は、自社の経営活動と直接かかわりがなく、ステークホルダーに対しては、CSR業務の対話を明らかに重視しなくなる。例えば、「コミュニティ」と答えた企業は37社（20%）、「社会組織」と答えたのは36社（19%）、「マスコミ」と答えたのは31社（16%）である。

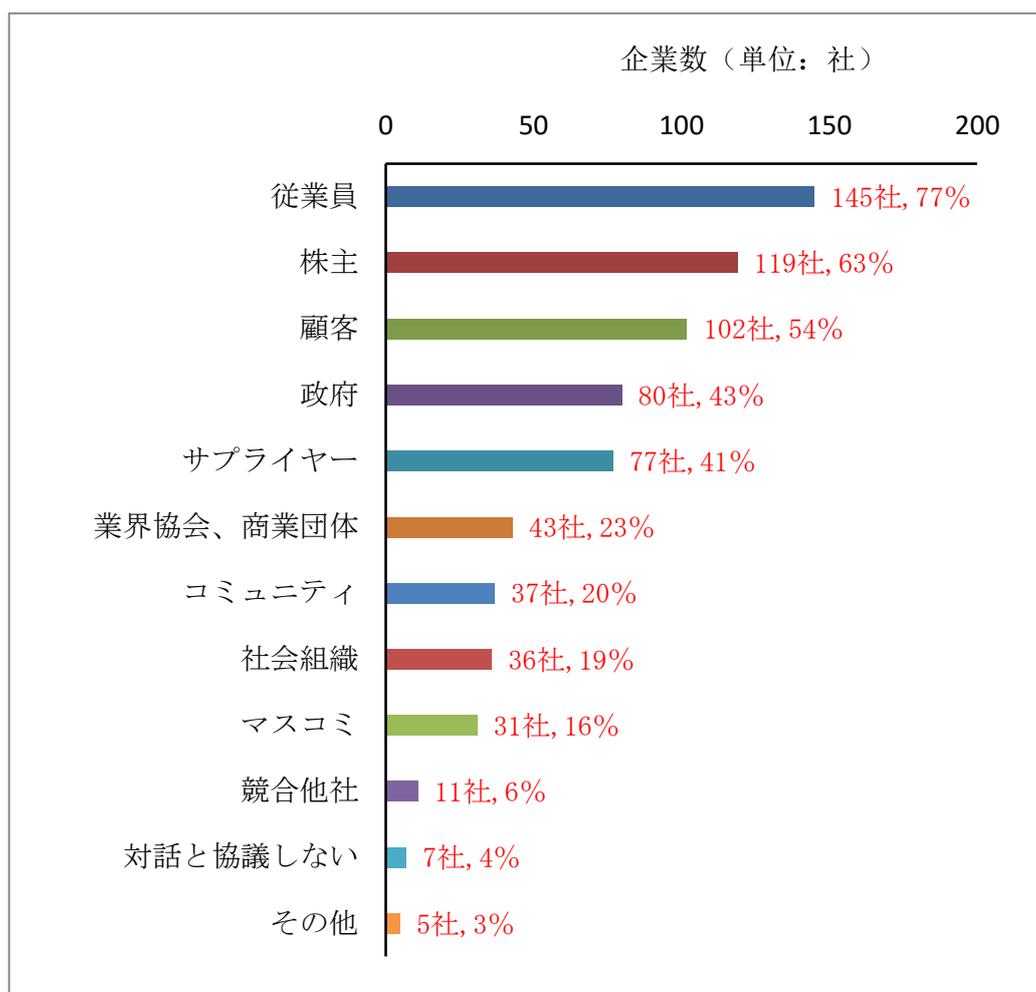


図2-26 CSR業務に関する対話・協議の対象（複数選択）

(19) CSR報告書の作成にあたり遵守している標準

過去十数年にわたり、世界的、業界的あるいは国家レベルで、企業の社会的責任ガイドまたは報告ガイドを作成・発行することは、企業にとってCSR理念を改善し、CSR報告書の質を高めるのに重大な役割を果たしている。日本企業がCSR報告書（持続可能な発展報告書、環境報告書を含む）を重視するようになったのは、国際・国内の一連のCSRガイドまたは報告ガイド等のガイドラインによるところが大きい。日本環境省は『環境報告ガイドライン』（最初は『環境報告書ガイドライン』という）を発行し、報告の表彰制度を確立し、日本企業の環境報告の発行を促した。また、「ISO14001」の簡易版とされている「Eco Action21」は中小企業に報告を発行するために参考となる枠組みを提供した。「グロ

ーバル・レポート・イニシアティブ」(Global Reporting Initiative : GRI) が 2002 年に発行した『サステナビリティ・レポート・ガイドライン』は、「環境報告」から「CSR 報告」へと転換させるのに重要な役割を果たした。国際標準に合わせるために、日本企業は GRI を参考にして、CSR 報告を制定・発行し始めるようになり²¹、企業の経済面、環境面、社会面などの実績を報告するようになった。

今回の調査に参加した在中日系企業のなかで、72 社の企業 (70%) の CSR 報告書の作成は外部標準 (CSR ガイドまたは報告ガイド) を遵守しているのに対し、31 社 (30%) は外部標準によらなかった。在中日系企業が準拠した外部標準の分布は全体からみれば比較的均一である。彼らが CSR 報告書を作成する際に、主に以下のいくつかの標準に準拠した。まずは「中国の標準」(計 23 社、全体の 22%) である。次いで「Global Reporting Initiative」(計 20 社、全体の 19%) である。また、「日本の標準」(計 18 社、全体の 17%)、「ISO 26000」(計 16 社、全体の 16%)、「国連グローバル・コンパクト」(計 12 社、全体の 12%) などもある。

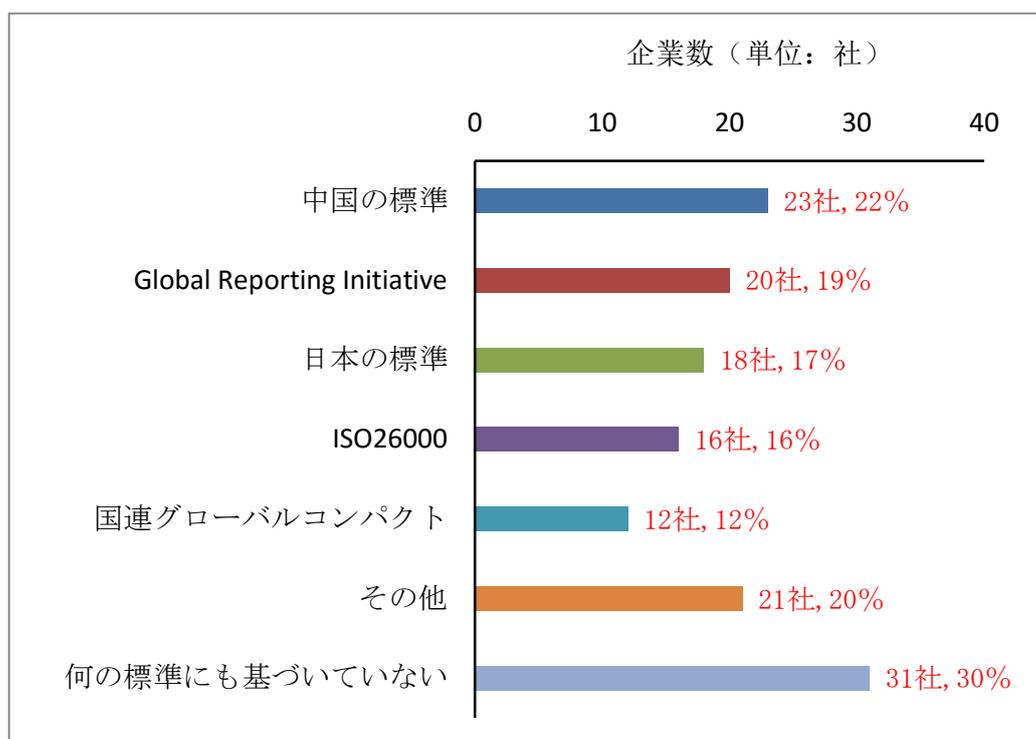


図 2-27 CSR 報告の作成にあたり遵守している基準 (複数選択)

2-2 中国社会組織の調査分析

2-2-1 組織概況

(1) 組織成立時期

本調査に参加したのは成立 10 年未満の社会組織であり、全体的に中国の社会組織の過去 10 年の発展状況を反映している。アンケートのデータによれば、成立時期は「2011-2015」

²¹ 富田秀実 (Tomita Hidemi)、賈志潔 (2009) 「90%日本企業多様化発行 CSR 報告」『WTO 経済導報』第 3 期
富田秀実 (Tomita Hidemi)、賈志洁 (2009) “90%日本企业多样化发布 CSR 报告”《WTO 经济导刊》第 3 期

(計 81 社、全体の 41%) に最も密集しており、その次が「2006-2010」(計 72 社、全体の 36%) で、「1990 年以前」に成立した社会組織は最も少ない(計 8 社、全体の 4%)。

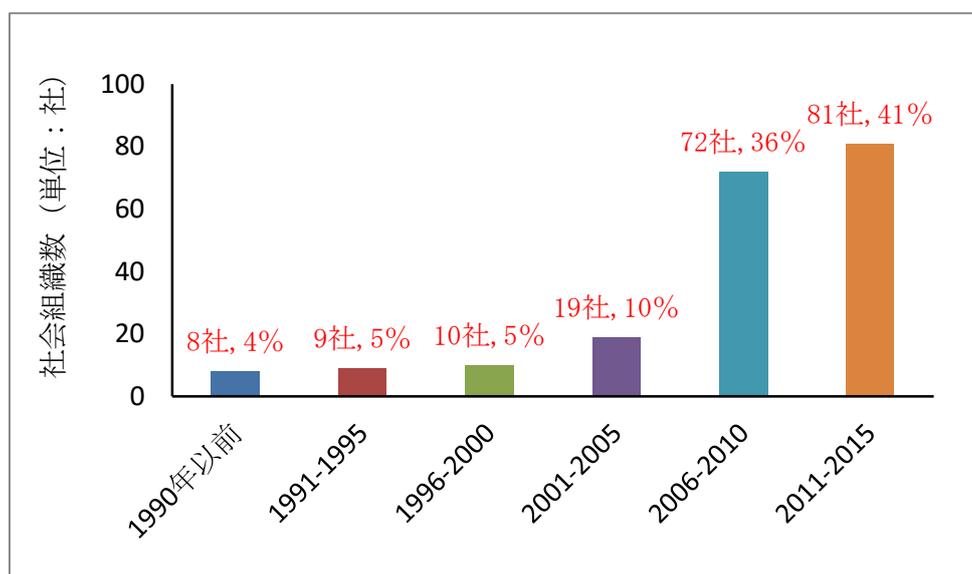


図 2-28 組織成立時期

(2) 組織の従業員数

組織の従業員数からみれば、主に中小規模組織が本調査に参加している。そのうち、従業員数が「10-100 人」の中型組織が最も多く(計 110 社、全体の 55%)、その次が「10 人未満」の小型組織であり(計 82 社、全体の 41%)、「100 人以上」の大型組織は少ない(計 7 社、全体の 4%)。

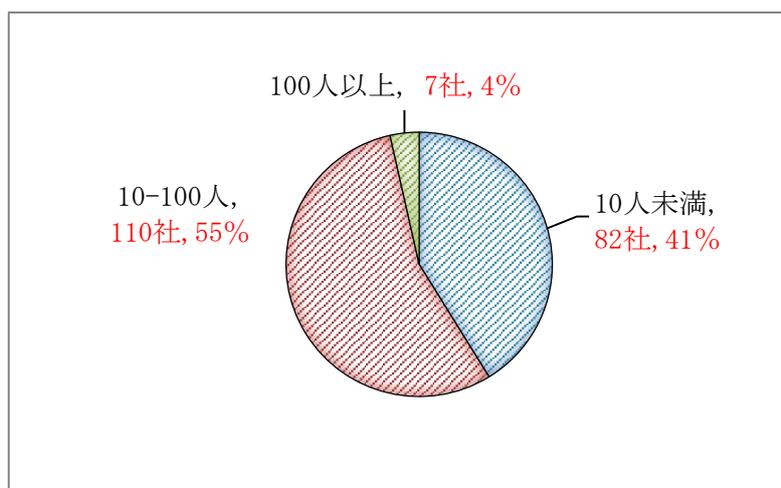


図 2-29 組織の従業員数

(3) 組織のボランティア数

組織のボランティアの規模をみると、本調査に参加した組織のうち、ボランティアがない組織は少なく(計 41 社、全体の 21%)で、大多数の組織はボランティアを有してい

る（計 158 社、全体の 79%）。具体的には、「1-10 人」が 31 社で全体の 16%、「10-100 人」が 59 社で全体の 30%、「100-1,000 人」が 51 社で全体の 26%、「1,000 人以上」が 17 社で全体の 9%を占めている。

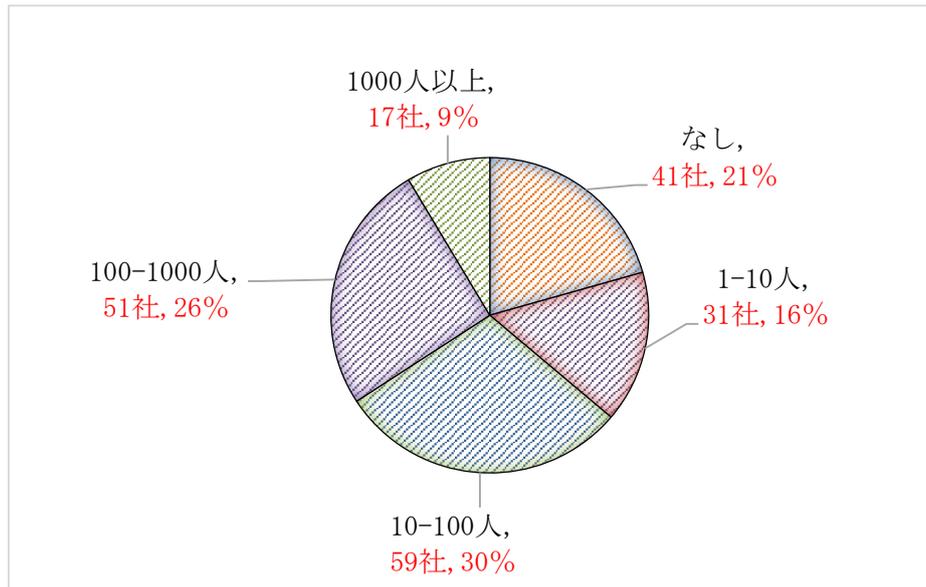


図 2-30 組織のボランティア数

(4) 組織業務分野

本調査に参加した組織の主な業務分野は広く分散している。そのうち、3 分野以上で活動を展開している「総合社会組織」が最も多く（計 52 社、全体の 26%）、次いで「教育系社会組織」（計 41 社、全体の 21%）、「高齢者向けサービス系社会組織」（計 19 社、全体の 10%）、「救災・減災・防災系社会組織」（計 14 社、全体の 7%）、「生態環境系社会組織」（計 10 社、全体の 5%）、「医療衛生系社会組織」（計 7 社、全体の 4%）、「貧困削減系社会組織」（計 5 社、全体の 3%）と続く。

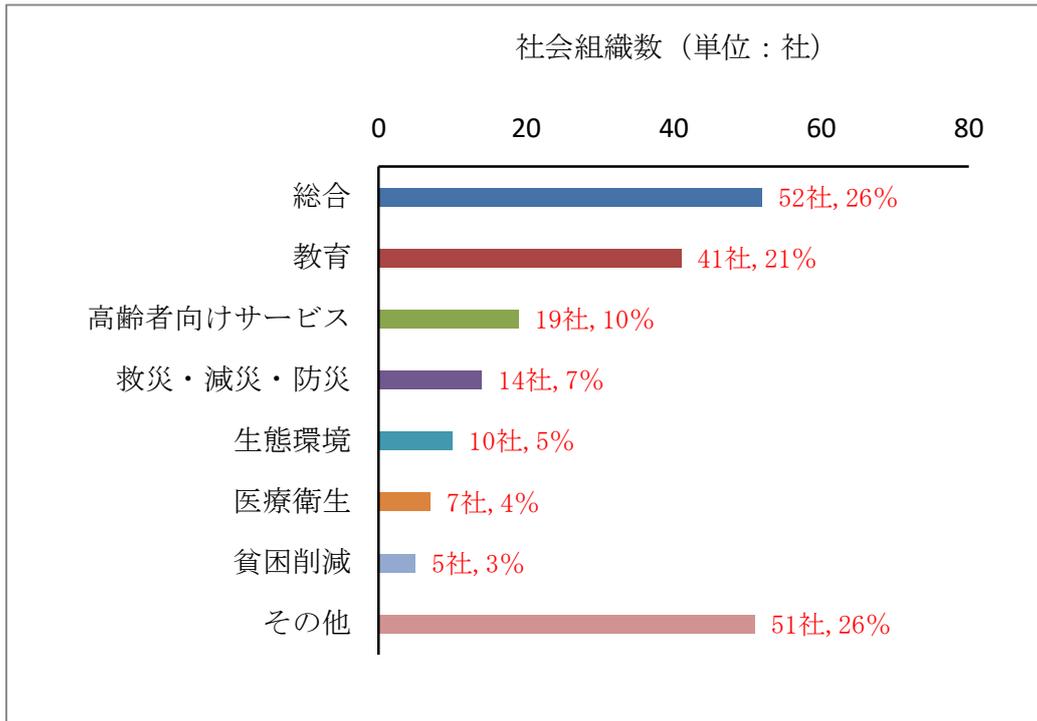


図 2 - 31 組織の主な業務分野

(5) 組織登録方式

組織の登録方式で、今回の参加組織に最も多くみられるのが「民間非企業機関」（計 104 社、全体の 52%）で、次いで「基金会」（計 39 社、全体の 20%）、「社会团体」（計 27 社、全体の 14%）、そのほか「工商に登録された社会組織」（計 13 社、全体の 7%）、「登録されていない組織」（計 7 社、全体の 4%）、「国際及び渉外組織」（計 2 社、全体の 1%）がある。

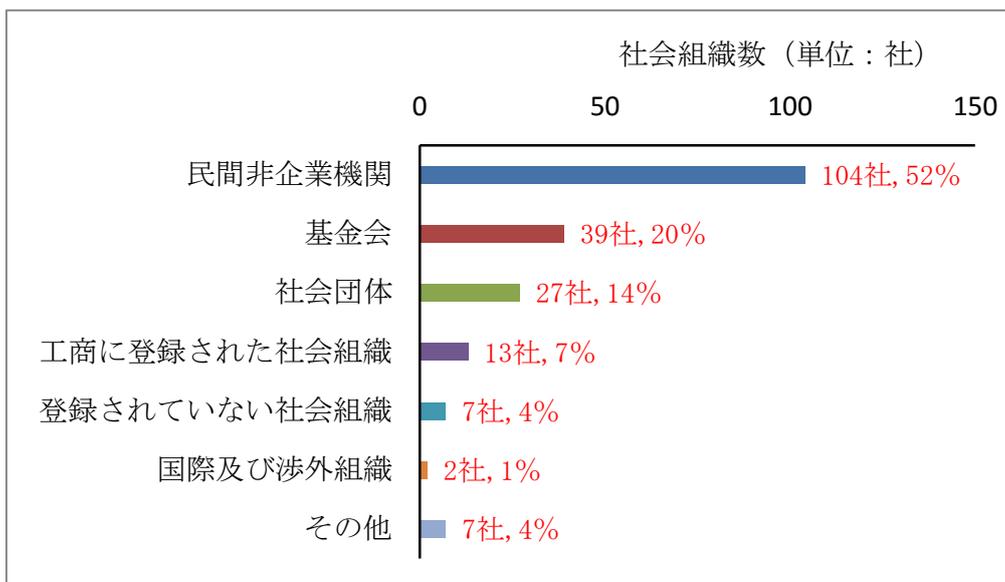


図 2 - 32 組織登録方式

(6) 組織の収入高

今回の参加組織は主に中小規模組織であった。2014年度のデータによれば、「10 万元未満」が 31 社で、全体の 16%を占め、「10-100 万元」が 73 社で、全体の 38%を占め、「100-1,000 万元」が 64 社で全体の 33%、「1,000-10,000 万元 (1,000 万元-1 億元)」が 17 社で全体の 9%、「10,000 万元 (1 億元) 以上」が 8 社で全体の 4%を占めている。

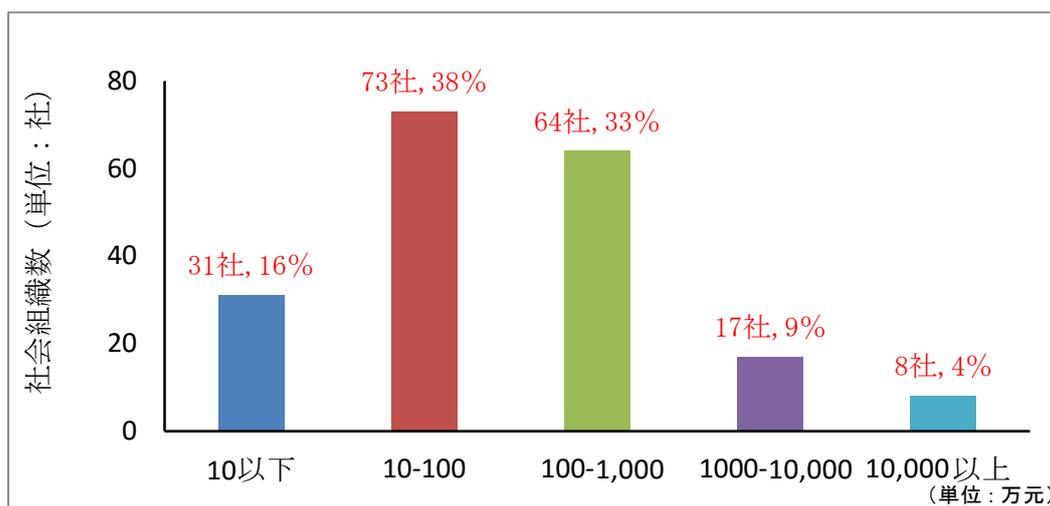


図 2-33 組織収入高 (2014年、単位：万元)

(7) 組織の財務状況

組織の財務状況においては、今回調査に参加した組織は基本的に正常な財務状況を維持している。「収支バランスがとれている」のは計 112 社で全体の 56%、「収入が支出を上回る」組織は計 25 社で全体の 13%、「支出が収入を上回る」組織は計 62 社で全体の 31%を占めている。

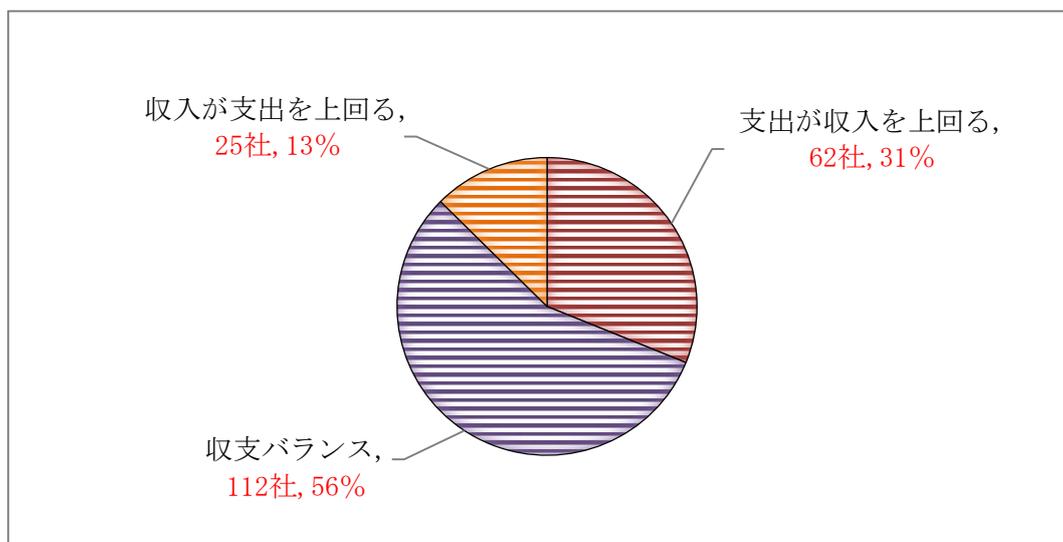


図 2-34 組織財務状況

(8) 組織の収入源

今回調査に参加した社会組織の主な収入源は大きく三つに分類され、「社会寄付」(計 112 社、全体の 56%)、「企業スポンサーシップ」(計 109 社、全体の 55%)、「サービスへの政府購買」(計 81 社、全体の 41%) である。そのほかに、「経営収入」(計 37 社、全体の 19%)、「政府の財政支持」(計 21 社、全体の 11%)、「会費」(計 17 社、全体の 9%) 及び「投入性収入」(計 5 社、全体の 3%) がある。

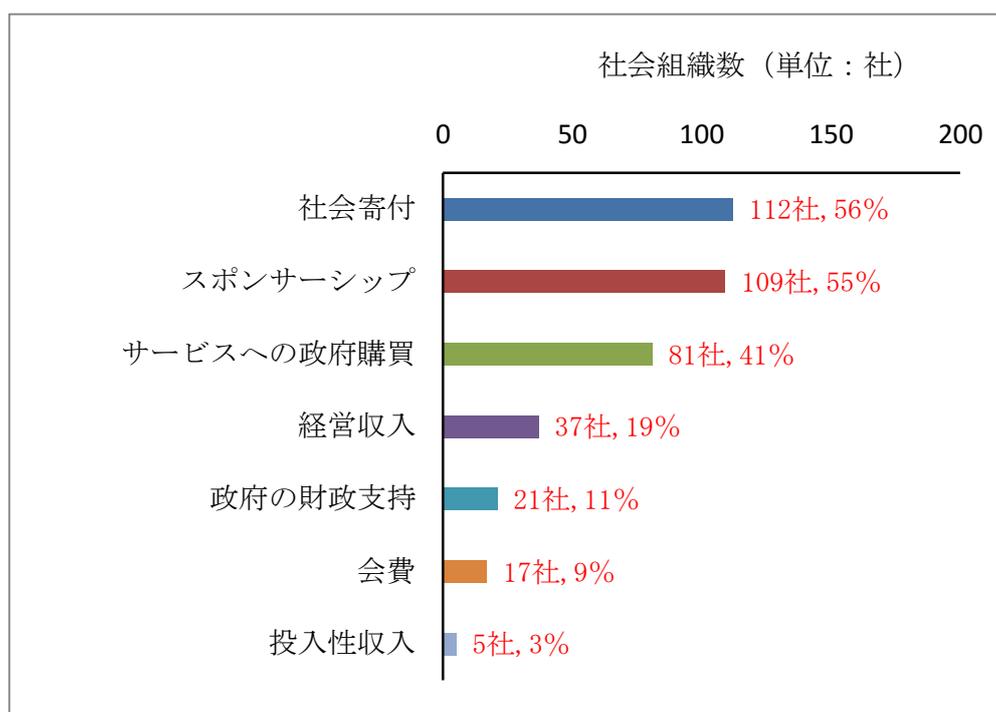


図 2 - 35 組織の収入源 (複数選択)

2 - 2 - 2 社会組織の企業 CSR に対する認知と理念

(1) CSR への認知

CSR 分野で友好的に企業と社会組織が連携するには、双方の CSR 理念への理解が必要である。双方に理念基礎が存在するか否かについて、今回のアンケートの項目に関連の質問を設け、企業 CSR 概念 (企業公益、企業公民、企業慈善など) に対する社会組織の理解を調査した。データによれば、大多数の社会組織は CSR の知識を身に付けている。そのうち、「聞いたことがあり、大体分かる」組織が計 112 社で全体の 56%、「聞いたことがあり、非常に分かる」組織が 28 社、全体の 14% を占めている。また、「聞いたことがあるが、よく分からない」が 55 社で全体の 28%、「聞いたことがない」がわずか 4 社で全体の 2% を占めている。

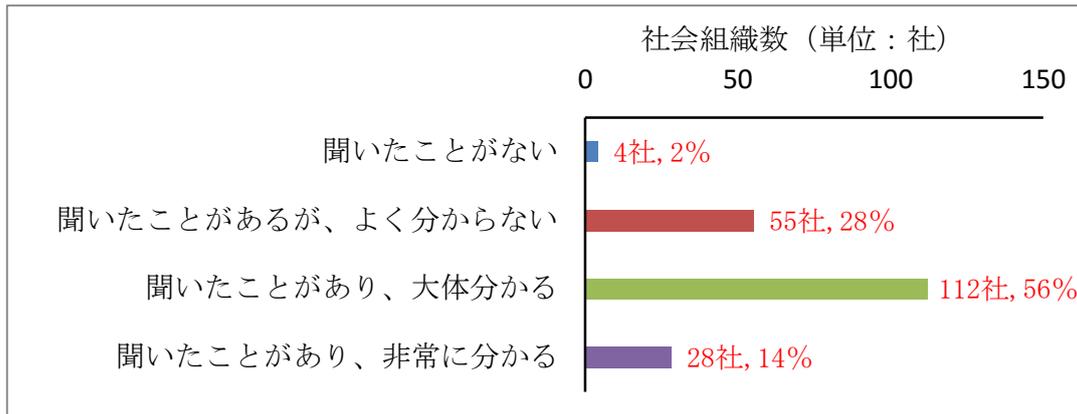


図 2-36 社会組織の企業CSRへの認知

(2) CSR理念

中国における日系企業の調査データと同じく、今回調査に参加した社会組織の、企業がCSRを履行する重要性への認知はCSRピラミッド模型と一致している。図 2-37 にみられるように、1～5点の採点のうち、企業の経済責任を表す「株主に利益を出し、社会に財産をつくり、社会と経済発展を促進すること」の平均値は4.44点、企業の法律責任を表す「自社の経営において各種の法律法規を遵守すること」の平均値は4.69点、論理責任を表す「自社の経営において、公平、正義、障害回避等の社会的モラルを守ること」の平均値は4.66点、自由裁量（慈善）責任を表す「慈善寄付、企業ボランティア、社会福祉活動を行うこと」の平均値は4.44点である。

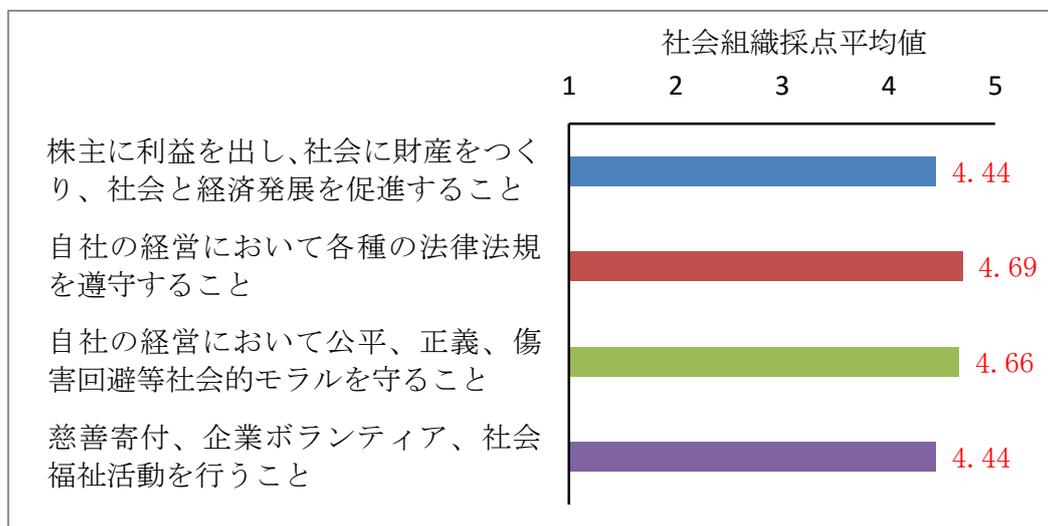


図 2-37 社会組織からみた、企業CSR理念

(3) 企業のステークホルダー

ステークホルダーの認識では在中国日系企業と類似しながらも差異がみられる。大多数の社会組織は、企業のステークホルダーは製品市場、組織内部及び資本市場の3種あると考えている。製品市場では、129社の社会組織が「顧客」が企業の主なステークホルダー（全体の92%）、組織内部では、122社の社会組織が「従業員」が企業の主なステークホ

ルダー（全体の 87%）、資本市場では、119 社の社会組織が「株主」が企業の主なステークホルダー（全体の 85%）とみなしている。

一方、社会組織のステークホルダー理念は在中国日系企業と大きな違いもみられる。図 2-8 のように、在中国日系企業にとって、「コミュニティ」「社会組織」「マスコミ」などが企業の主なステークホルダーとなることは少なく、それぞれ全体の 36%、20%と 18%を占めている。一方、大多数の社会組織はコミュニティ、社会組織、マスコミなど大衆利益を代表する社会グループを主なステークホルダーとしている。図 2-38 のように、95 社の社会組織が「コミュニティ」（全体の 68%）、90 社が「社会組織」（全体の 64%）、58 社が「マスコミ」（全体の 41%）を主なステークホルダーとしている。

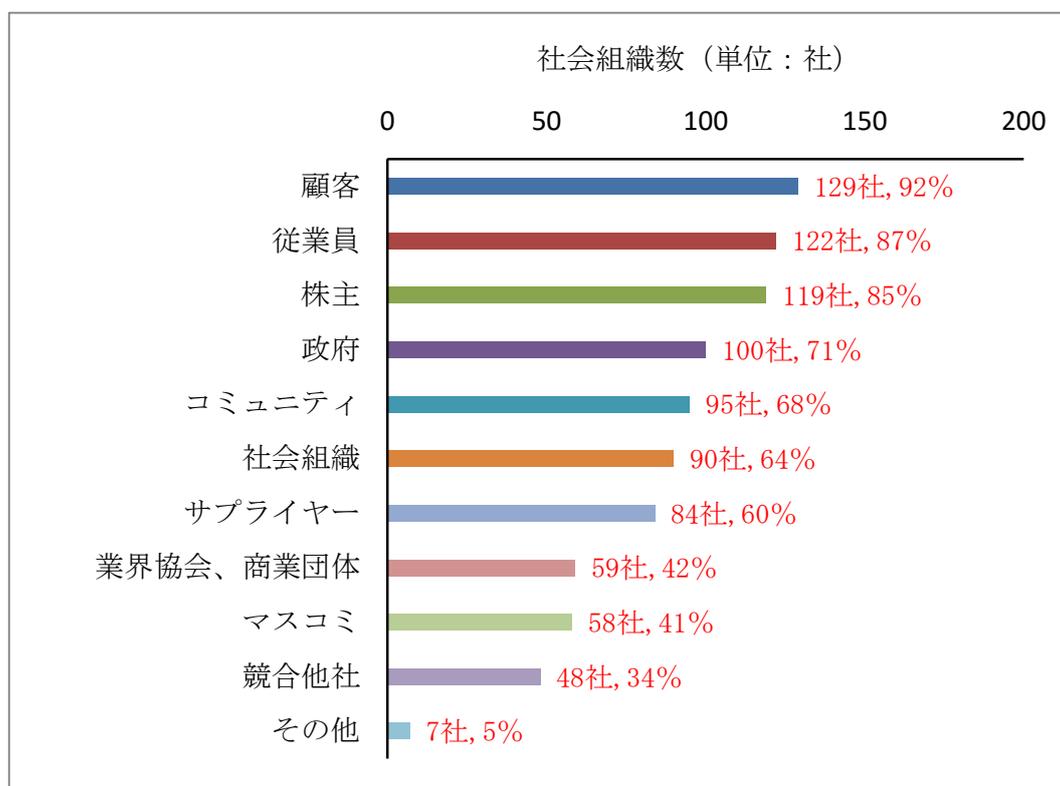


図 2-38 社会組織からみた、企業CSRのステークホルダー（複数選択）

(4) 企業がCSRを履行する理由

社会組織からみれば、企業が CSR を履行する理由は多種多様である。また、在中日系企業の調査データの分析結果と同じく、社会組織が理解する企業 CSR 動機も「内発動機づけ」である「道徳的モチベーション」と「戦略的モチベーション」を主と考えている。しかし、社会組織は「戦略的モチベーション」を主と捉える一方、在中国日系企業は「道徳的モチベーション」を優先する傾向がみられた。

図 2-39 が示すように、調査に参加した社会組織のうち、企業が CSR を履行する原因として 130 社は「自社のイメージアップにつながる」（全体の 93%）、114 社は「社会的責任投資（SRI）が急速に発展するなか、資本市場におけるさらなる競争優位の獲得に役立つ」（全体の 81%）、113 社は「労働環境を整備し、優秀な従業員を引き付け、確保することに

役立つ」(全体の 81%)を選んだ。一方、111 社の社会組織は「一層社会発展に貢献する」を選び、全体の 79% (日系企業向け調査のデータでは本項目は 90%に達し、主要な動機とされている)を占めている。

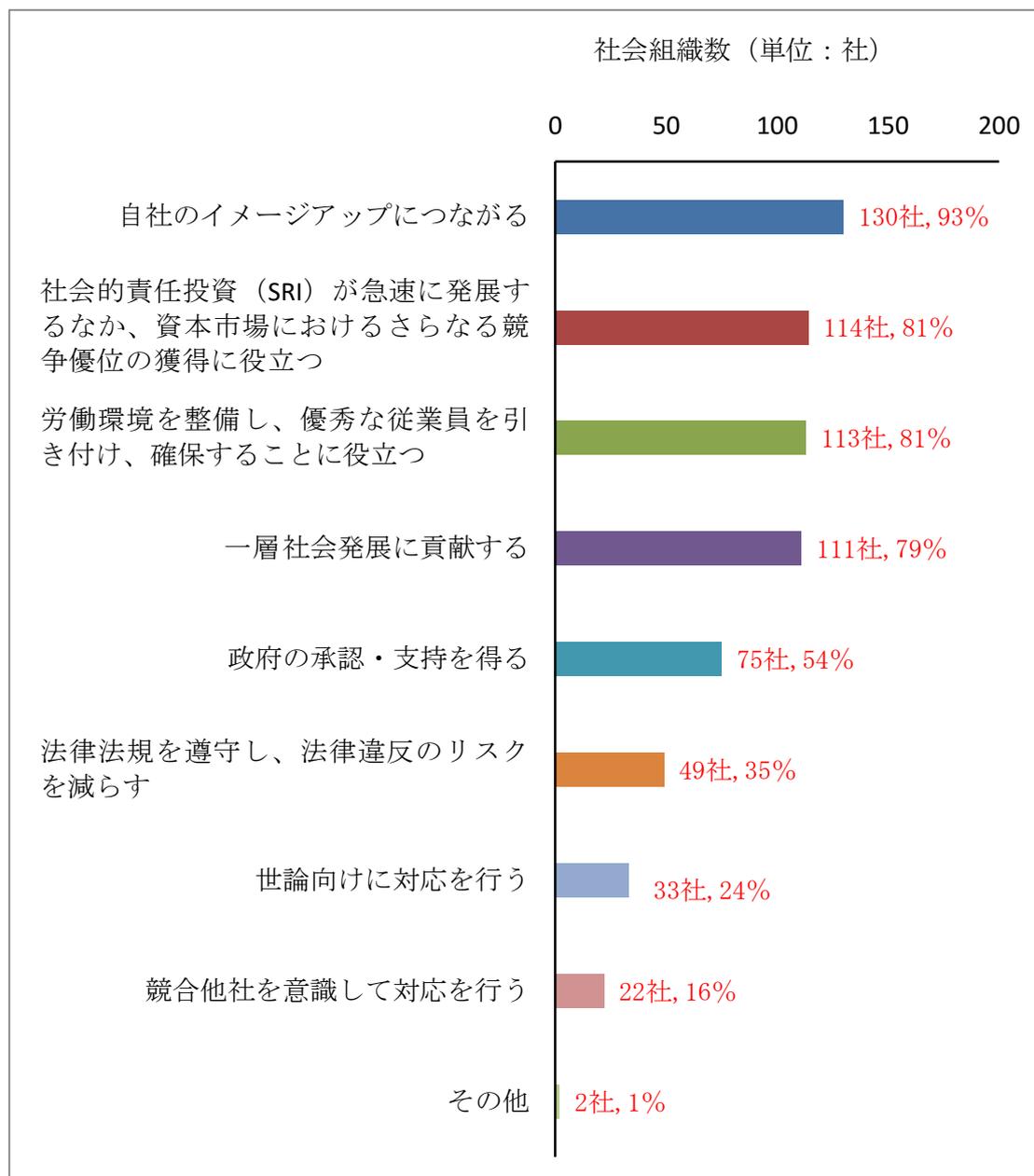


図 2-39 社会組織からみた、企業が中国でCSRを履行する理由 (複数選択)

2-3 企業と社会組織との連携

2-3-1 連携理念

(1) CSR業務において社会組織が発揮すべき役割

過去数十年間にわたって、社会組織 (NGOs、NPOs 等) は CSR 業務を推進するうえで重要な役割を果たしてきた。Winston, Morton は「協力-対抗関係スペクトル」(engagement-confrontation spectrum) を用いて、欧米の社会組織が CSR 業務において発揮

した役割を区分した²²。具体的には以下のとおりである。

1. 対話方式で企業に志望的な社会的責任行動規範の作成を促進する。
2. 社会監査と独立認証を提唱する。
3. 株主の決議案を提出する。
4. 企業の侵権行為を記録し、道徳的批判を行う
5. 公衆ボイコットや投資撤退を提唱する。
6. もっと厳しい調達立法の制定を提唱する。
7. 政府に関連基準を制定させるのを提唱する。
8. 提訴する。

伊吹英子によれば、日本においては、多くの企業は非営利組織（NPO）に対する認識がまだ浅く、一部の企業はNPOとの連携を寄付だけに限定している²³。また、抗争型非政府組織（NGO）の影響力は比較的小さく、直接に企業に圧力を加えられるNGOが少ない²⁴とされている。

中国においては、NGOの規模がまだ比較的小さく、大部分の組織は資源不足の苦境に直面し、NGOが企業の社会的責任に踏み込むのは主に企業との連絡を確立して資源を交換するためとの指摘がある。CSR活動を推進する方式・戦略によって、NGOは以下の三つのタイプに分けられる。①連携型。NGOが企業との連携を確立する方式。一つは自分が創立した統合型社会的企業を通し、両者が高度の連携関係を築く方式。もう一つは外資系企業と提携する方式。②独立型。NGOが第三者監視機関として、国際有名ブランドとの協力により、中国大陸の加工企業に対して、社会的責任の監視と育成訓練を行う方式。③抗争型。すなわち、NGOが社会運動の方式で企業が社会責任を履行したかどうかを監督する方式²⁵。現在、中国の社会組織は規模と管理体制などの面において、海外の先進国との格差が大きく、社会組織が企業の社会的責任を推進するのに一部の部門が欠如しているという指摘もある。海外の経験からみれば、社会組織が企業との対話によって、業界の性質に沿って科学的・規範的な企業社会的責任規則を制定し、それに基づいて企業を誘導、評価、審査することで、企業の相応の社会的責任の負担につながる。中国では、そのような生産規則または業界規範を制定する社会組織がほとんどなく、積極的に企業の不正行為を監督、抵抗する社会組織もごくわずかである。個別の案件があるにしても、制度化された監視システムが欠けている。また、方法が単一であるため、その影響力は小さい²⁶。

既存の研究を総括したうえで、今回の調査は在中日系企業及び中国の社会組織がCSR業務において社会組織が発揮すべき役割をいかに認識しているかをめぐって、専門的な選択肢を設置した。調査データからみれば、在中日系企業と社会組織の多くは、社会組織がCSR

²² Winston, Morton (2002) "NGO Strategies for Promoting Corporate Social Responsibility", *Ethics & International Affairs*, Vol. 16 Issue 1, pp. 71-87.

²³ 伊吹英子 (2006) 「企業の社会的責任の本格的な価値を発掘する」『21世紀ビジネス評論』第21期

²⁴ 富田秀実、賈志潔 (2008) 「与時俱進的日本CSR 企業社会責任 (CSR) 在日本——歴史変遷 (下)」『WTO 経済導報』2008年 第12期

²⁵ 楊家寧、陳健民 (2010) 「非政府組織在中國推動企業社會責任的模式探討」『中國非營利評論』第2期

楊家寧、陳健民 (2010) “非政府組織在中國推動企業社會責任的模式探討”『中國非營利評論』第2期

²⁶ 黃光、羅分恩、周延風 (2008) 「非營利組織推進企業社會責任机理探析」『經濟問題』第11期

黃光、羅文恩、周延風 (2008) “非營利組織推進企業社會責任机理探析”『經濟問題』第11期

業務において発揮すべき役割を「連携者」と位置づけるべきで、「監督者」でもなく「抵抗者」でもないと考えているようである。これは欧米の事情と大きく異なっている。「連携者」としての役割は具体的に以下の2種類に分けられる。一つは「シンクタンクとして、コンサルティングサービスを提供し、CSR 戦略計画の作成・整備を支援する」。社会組織の「シンクタンク」という役割への認知度に関して、企業は社会組織より高い。82社の企業(44%)がこの選択肢を選んだのに対して、53社の社会組織(38%)がそれを選択した。もう一つは「パートナーとして、CSR 活動の展開を支援する」。社会組織の「CSR 活動の支援者」という役割への認知度に関して、社会組織は企業よりはるかに高く、83の社会組織(59%)がこの選択肢を選んだのに対して、企業は53社(28%)がそれを選択した。

また、「傍観者」と「抵抗者」という選択肢を選んだ社会組織の比率は在中日系企業より随分低い。2社(1%)の社会組織が「社会からの監視機関として、CSR 活動への監督と監視を行う」べきだと考えている。1社(1%)の社会組織はCSRと「無関係」で、「自社のCSR 活動に参加する必要がある」と答えた。しかし、この二つの選択肢を選んだ在中日系企業の比率はそれぞれ8%、16%である。これは日系企業がCSR 業務において社会組織が発揮する積極的な役割への期待度が明らかに社会組織を下回っていることを意味する。

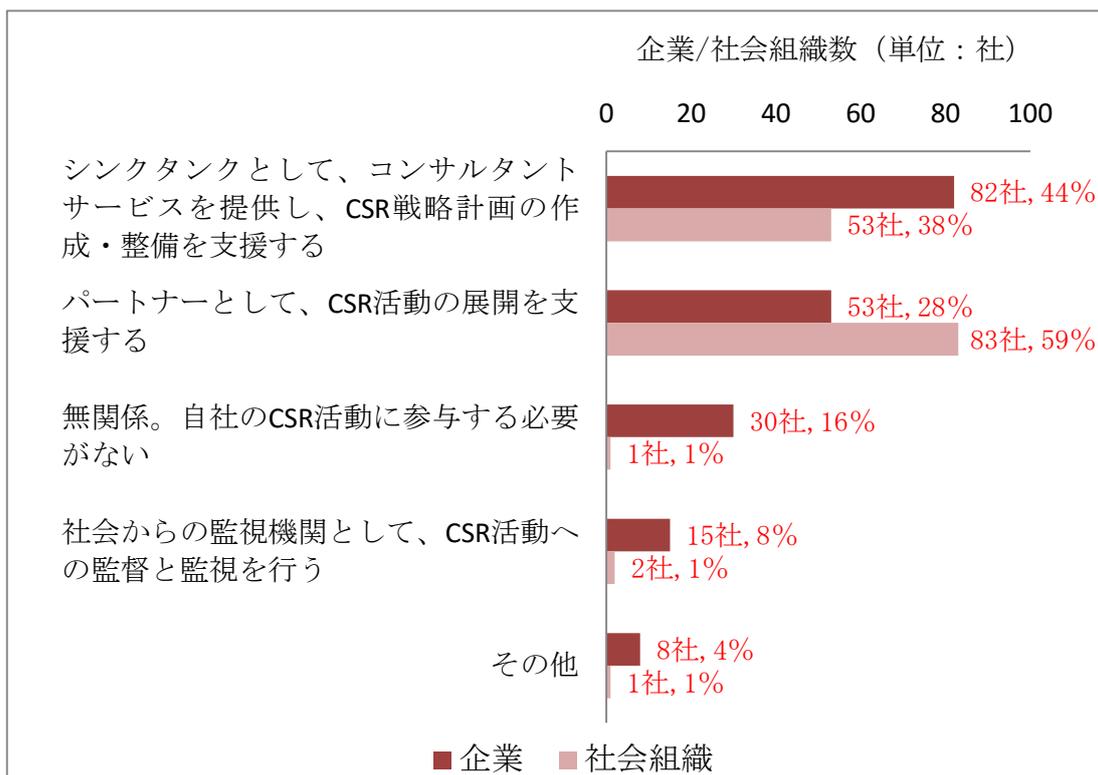


図2-40 CSR 業務において社会組織が発揮すべき役割

(2) CSR業務において社会組織が実際に果たしている役割

CSR 業務において社会組織が実際に果たしている役割に関して、在中日系企業と社会組織向けの調査データの結果はほぼ一致している。図2-41に示したように、トップにあるのは「パートナーとして、CSR 活動の展開を支援する」役割である(企業は55社、全体の30%、社会組織は65社、全体の46%)。次いで、「無関係。自社のCSR 活動に参加する必

要がない」(企業は 54 社、全体の 30%、社会組織は 37 社、全体の 26%)、「シンクタンクとして、コンサルティングサービスを提供し、CSR 戦略計画の作成・整備を支援する」(企業は 36 社、全体の 20%、社会組織は 26 社、全体の 19%) という回答である。最も少なかったのは「社会からの監視機関として、CSR 活動への監督と監視を行う」という回答であった(企業は 16 社、全体の 9%、社会組織は 9 社、全体の 6%)。

図 2-40 と比較すると、期待される社会組織の役割と実際に果たした役割に関して、明確に差異があるのは「シンクタンク」と「傍観者」という二つの面である。まず、多くの在中日系企業及び社会組織は、社会組織が「シンクタンクとして、コンサルティングサービスを提供し、CSR 戦略計画の作成・整備を支援する」という役割を期待している(企業：44%、社会組織：38%)が、社会組織が実際にこれを発揮したと認めるものは少ない(企業：20%、社会組織：19%)。そして「自社の CSR 活動に参加する必要がない」と考えている企業と社会組織は少ない(企業：16%、社会組織：1%)が、社会組織が実際にこの状態にあると認めるものが随分高くなる(企業：30%、社会組織：26%)。よって、社会組織は積極的に CSR 業務における「シンクタンク」としての役割を開拓し、企業の潜在的な需求を満足するようにするべきである。

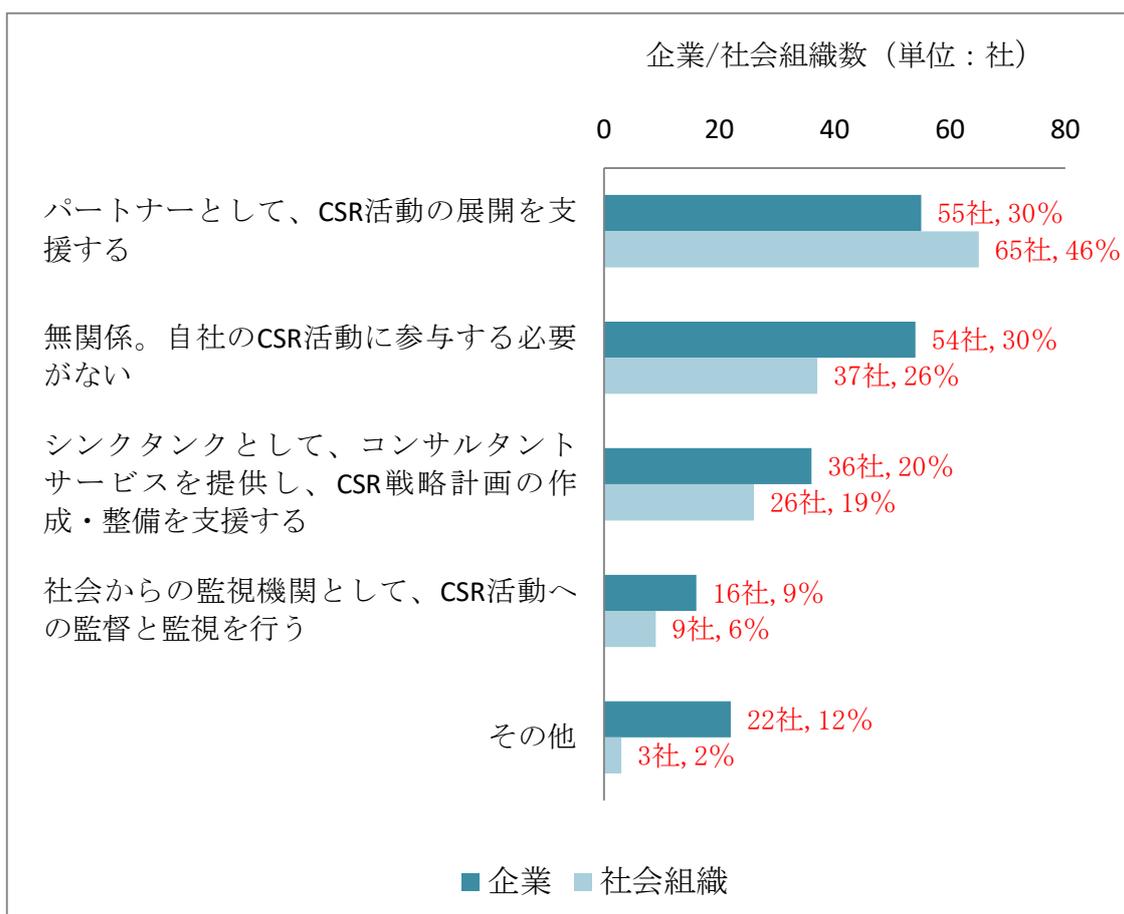


図 2-41 CSR 業務において社会組織が実際に果たしている役割

(3) 双方連携の重要性

CSR 業務において、企業が社会組織と連携できるかどうかは双方の連携の重要性に対す

る認識度合によるところが大きい。今回の調査に参加した在中日系企業と社会組織は共にその重要性を認めている。「かなり重要」だと答えた日系企業は18社で、10%を占めている。115社の社会組織はこの選択肢を選び、58%に達している。「重要」だと考えた日系企業は69社で、37%を占めている。しかし、相当の企業は双方連携の重要性への認識がはっきりしておらず、74社の企業は「どちらとも言えない」と答え、39%を占めている。この選択肢を選んだ社会組織は12社で、6%を占めている。最後に、量的には少ないが、一部の在中日系企業と社会組織は双方連携の重要性にマイナス評価をしている。「重要ではない」と答えた日系企業は20社で、11%を占めているのに対し、3社の社会組織はこの選択肢を選び、2%を占めている。「全く重要ではない」と答えた日系企業は8社で、4%を占めている。この選択肢を選んだ社会組織はない。

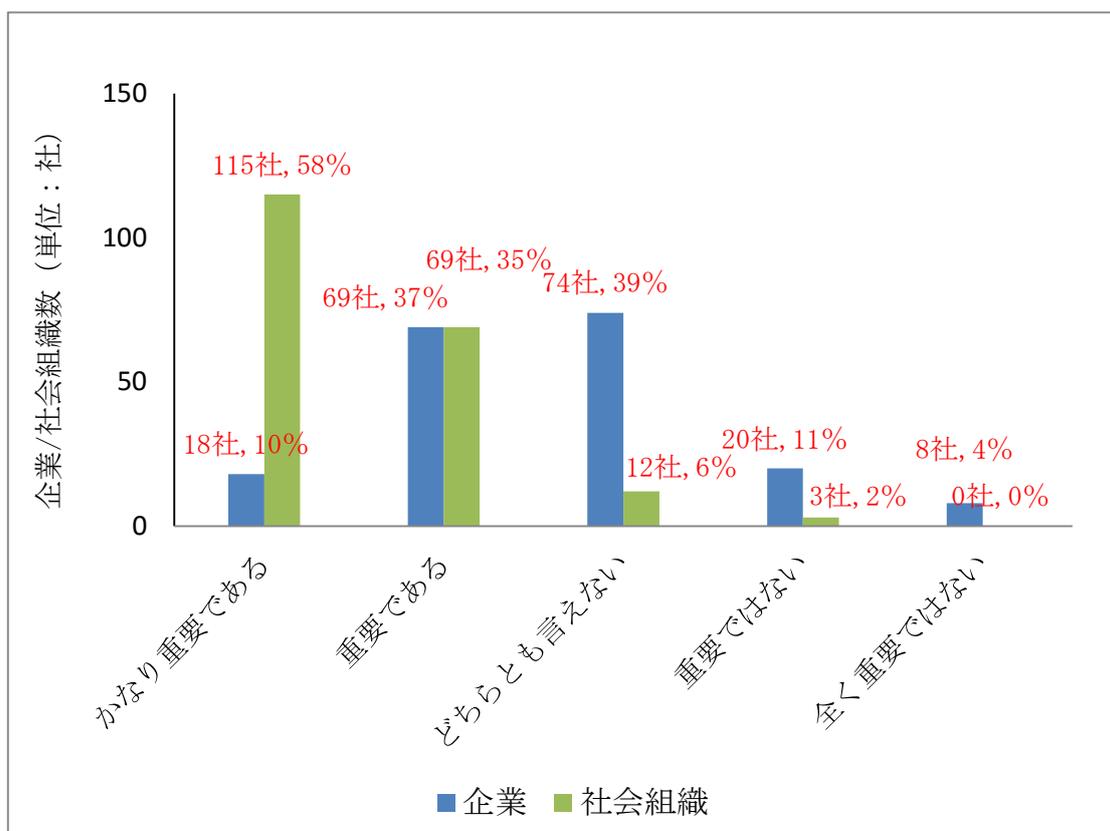


図 2-42 企業と社会組織との連携の重要性

2-3-2 連携実践

(1) 実際の連携状況

既存の研究から、近年、日系企業がしだいに社会組織との連携を重視するようになってきていることが分かっている。2009年の日本経済団体連合会によるメンバー企業向けの調査結果によると、資本額が100億円以上の大型企業のなかで非政府組織と協力したあるいは協力したい企業は71.4%で、資本額が1,000万円以下の中小企業のなかでそのように答

えたのは 45.5%であった²⁷。

関連研究文献と調査資料を総合的に収集・分析したところ、在中日系企業と社会組織の協力状況に関する経験的データはこれまで存在せず、中国社会組織と企業との連携に関する調査研究データも非常に乏しいことが分かった。この面で、本調査研究は、価値のあるデータ基盤を提供できる可能性がある。本調査で集めた在中日系企業と社会組織向けのアンケートデータを分析したところ、以下のことが分かった。まず、在中日系企業と社会組織のいずれにとっても、企業と社会組織との「セクターの枠を越えた協働」(cross-sector collaboration)を実現するのは一般的でない。具体的にいうと、相互に「連携したことがない」と答えた在中日系企業は 136 社 (71%) で、社会組織は 119 社 (60%) である。そして、相互に連携しているあるいは連携したことがある在中日系企業と社会組織は数少ない。そのなかで、「現在連携している」と答えた在中日系企業は 43 社 (23%) で、社会組織は 33 社 (17%) である。また、相互に「連携したことがあるが、今は連携していない」と答えた企業は 12 社 (6%) で、社会組織は 47 社 (24%) である。

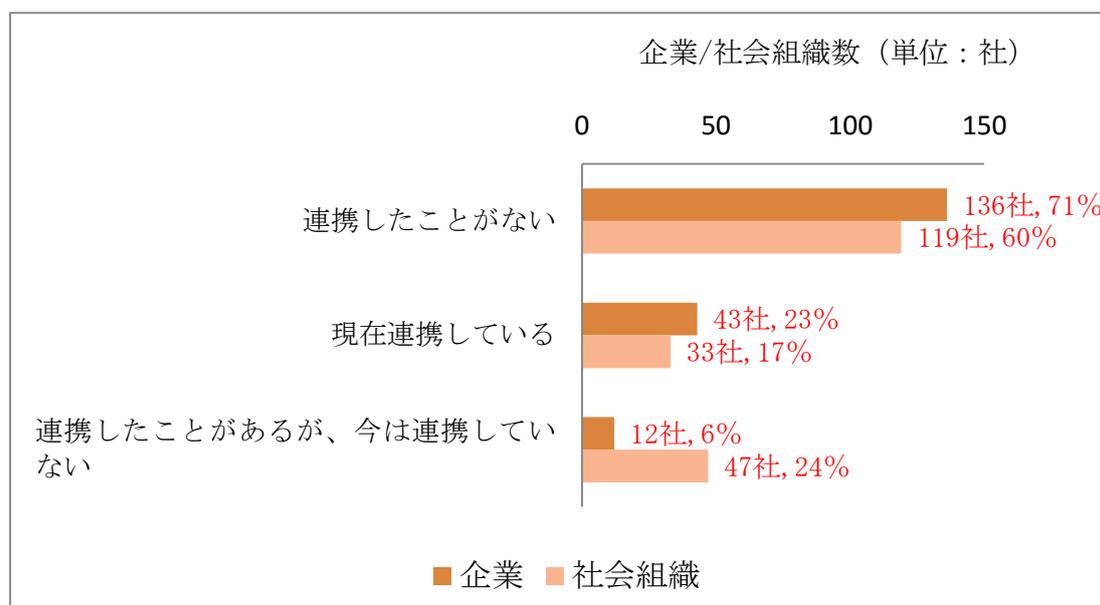


図 2-43 企業と社会組織との連携状況

(2) 双方が連携にあたり重視している点

既存の研究で企業と社会組織との連携動機に関する分析がなされている。ある学者は企業と社会組織が連携する理由を両側の視点から 2 種類に分けた。①お互いの資源 (人的資源・物的資源) に依存することで、効率性の向上、不確定条件下での安定性の向上、リスク低減、合法性獲得、競争力の向上等のメリットが得られる。②組織間の相互学習を行うことで、社会問題の共同解決、新しい技能または隠れた知識の学習、各部門の資源、能力

²⁷ 日本経団連企業の CSR 活動の内容 : <http://www.keidanren.or.jp/policy/2009/066.pdf>。胡樹、夏美玲 (2011) の「社会責任視角下日本企業と非政府組織的協働関係分析——以日本松下電器公司為例」(内蒙古大学学报・哲学社会科学版、第 5 期) から孫引きしたものである。

日本経団連企業 CSR 活動内容 <http://www.keidanren.or.jp/policy/2009/066.pdf>、转引自 胡树、夏美玲 (2011) “社会责任视角下日本企业与非政府组织的协作关系分析——以日本松下电器公司为例” 内蒙古大学学报(哲学社会科学版) 第 5 期

と技能の利用等が期待できる²⁸。

また、企業と社会組織のそれぞれの角度からみると、連携する動機には明確な相違がある。双方の連携の動機づけを比較・分析すると、その結果は表 2-1 に示しているとおりである²⁹。

表 2-1 企業と社会組織が連携するそれぞれの動機

企業の動機	社会組織の動機
1. 社会的責任を担う 2. 合法性を獲得する 3. 人的資源の管理 4. 戦略の多様化 5. 社員を激励し、実績を向上させる	1. 資金源の多様化 2. 組織の社員を激励する 3. 組織の実績を向上させる
1. 公共関係を確立、拡大する 2. 文化を構築する 3. 新しい協同効果をつくり出す 4. 知識やノウハウを移転する	

日本の研究者は、日本企業が非政府組織と社会的責任を連携する根本的な原因は双方の連携に対する「Win-Win」効果への共通認識にある、と指摘している。すなわち、双方の連携は企業の利益、非政府組織の願望をそれぞれ満たすことができる。企業と社会組織との両方の角度から考慮すると、双方にはそれぞれ明確な連携動機がある。

企業側からみた場合：

- ① 専門知識と斬新な発想を有している非政府組織と協力することによって、社会責任をより有効に履行することができる。
- ② 非政府組織の関与によって、企業の経営方向が民衆のニーズにより近づき、企業の経済利益も向上できる。
- ③ 非政府組織の企業への評価は、企業の社会の認可度に影響し、さらに企業の長期的な発展にもかかわる。
- ④ 非政府組織のサービス理念の採用は、従業員と企業全体の経営変革に影響を与え、さらに企業管理の強化につながる。

²⁸ Rondinelli, D A, & London, T. (2003) “How corporations and environmental groups cooperate: assessing cross-sector alliances and collaborations”, *Academy of Management Executive*, 17 (1): 61-76.

²⁹ Waddell, S. (2000) “New institutions for the practice of corporate citizenship: historical, intersectoral, and developmental perspectives”, *Business and Society Review*, 105 (1): 107-126

Austin, J E. (2000) “Strategic collaboration between nonprofit s and businesses”, *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 29 (Sup): 69-97

Rondinelli, D A, & London, T. (2003) “How corporations and environmental groups cooperate: assessing cross-sector alliances and collaborations”, *Academy of Management Executive*, 17 (1): 61-76

胡楊成、蔡寧、田雪瑩 (2006) 「企業与非営利組織連盟研究現状探析」『外国經濟与管理』第 10 期

胡楊成、蔡寧、田雪瑩 (2006) “企业与非营利组织联盟研究现状探析”《外国经济与管理》第 10 期

非政府組織側からみた場合：

- ① 企業は組織運営経費の重要な出所である。
- ② 企業の人的・物的資源を有効に活用することができる。
- ③ 企業に経営管理の経験を学ぶことができる。
- ④ 非政府組織の社会的責任に対する要求を企業に広く深く理解させることができる。
- ⑤ 非政府組織が自社の社会信用度を向上でき、活動事業も拡大して、公益理念をよりよく実現し、社会の良性発展を促進することができる。

今回の調査研究では、既存の研究で提案された一般的な分析フレームと、日系企業と中国社会組織との「セクターの枠を越えた協働」実践を通じて得られた現実的な特色とを結合して、専門的な質問を設定した。在中日系企業と社会組織向けのアンケート調査のデータから双方の立場に立ってみると、「組織間の相互学習」と「お互いの資源への依存」という二つの動機づけが作用していることが分かる。

図 2-44 に示したように、企業側からみると、在中日系企業が社会組織と連携する動機づけのトップ 5 は以下のとおりである。①社会組織は「コミュニティや支援対象との間の信頼関係及び社会的ネットワーク」を有する（計 34 社、全体の 61%）、②社会組織は「他の社会組織との間の社会的ネットワーク」を有する（計 30 社、全体の 54%）、③社会組織は「社会問題解決のための実践力、行動力」を有する（計 29 社、全体の 52%）、④社会組織は「社会問題の発見、研究、提案」をすることができる（計 28 社、全体の 50%）、⑤社会組織は「社会問題解決のための方法とノウハウ」を有する（計 27 社、全体の 48%）。以上のほかに、企業が社会組織と連携する理由は以下のことも挙げられる。⑥社会組織は「マスメディア等を含めた社会への発信力」を有する（計 24 社、全体の 43%）、⑦社会組織は「社会問題解決を促進する政策影響力」をもつ（計 23 社、全体の 41%）、⑧社会組織は「コミュニケーション力」を具する（計 22 社、全体の 39%）、⑨社会組織は「社会問題へのより深い分析」ができる（計 19 社、全体の 34%）、⑩社会組織は「リスクの発見と分析、リスクの回避と減少」を実現することができる（計 14 社、全体の 25%）。

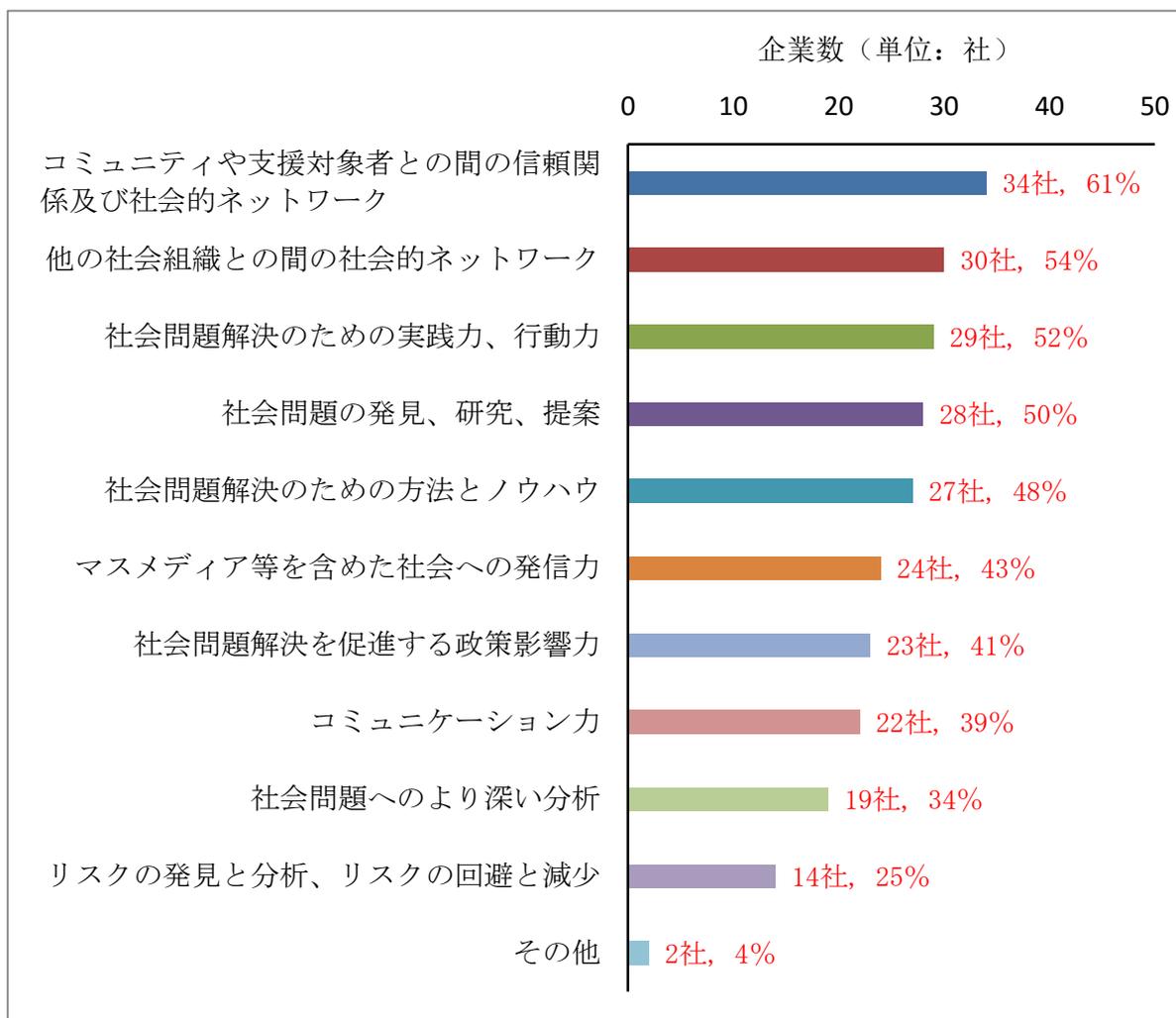


図 2-44 企業が連携するにあたり注目している社会組織の長所（複数選択）

図 2-45 に示したように、社会組織側からみると、社会組織が在中日系企業と連携する動機づけのトップ 5 は以下のとおりである。①「企業の資本金によって、組織への資金援助が可能となる」（計 129 社、全体の 78%）、②「企業のある分野の専門技術によって、社会組織の使命を果たすことにつながる」（計 112 社、全体の 67%）、③「企業のイノベーションによって、社会組織の使命を果たすことにつながる」（計 87 社、全体の 52%）、④「企業のボランティア資源によって、社会組織への人的資源の提供が可能となる」（計 84 社、全体の 51%）、⑤「企業の管理経験によって、社会組織の管理能力アップにつながる」（計 74 社、全体の 45%）。

企業の連携動機づけと比べて、社会組織のそれは相対的に「資源へ依存」する動機に偏っている。すなわち、企業との連携を通して、発展に必要な資金、技術、ボランティアなどの資源を獲得できることを期待している。このことから、現在、中国の社会組織は資源不足に直面していることが分かる。今後、企業の社会的責任は中国では急速に発展すると予想される。CSR 実践においても、企業と社会組織との連携が強化されるだろう。以上の 2 点は中国の社会組織の長期的な資源欠乏及び発展ボトルネックという状況に新しい可能性を提供することができることだろう。

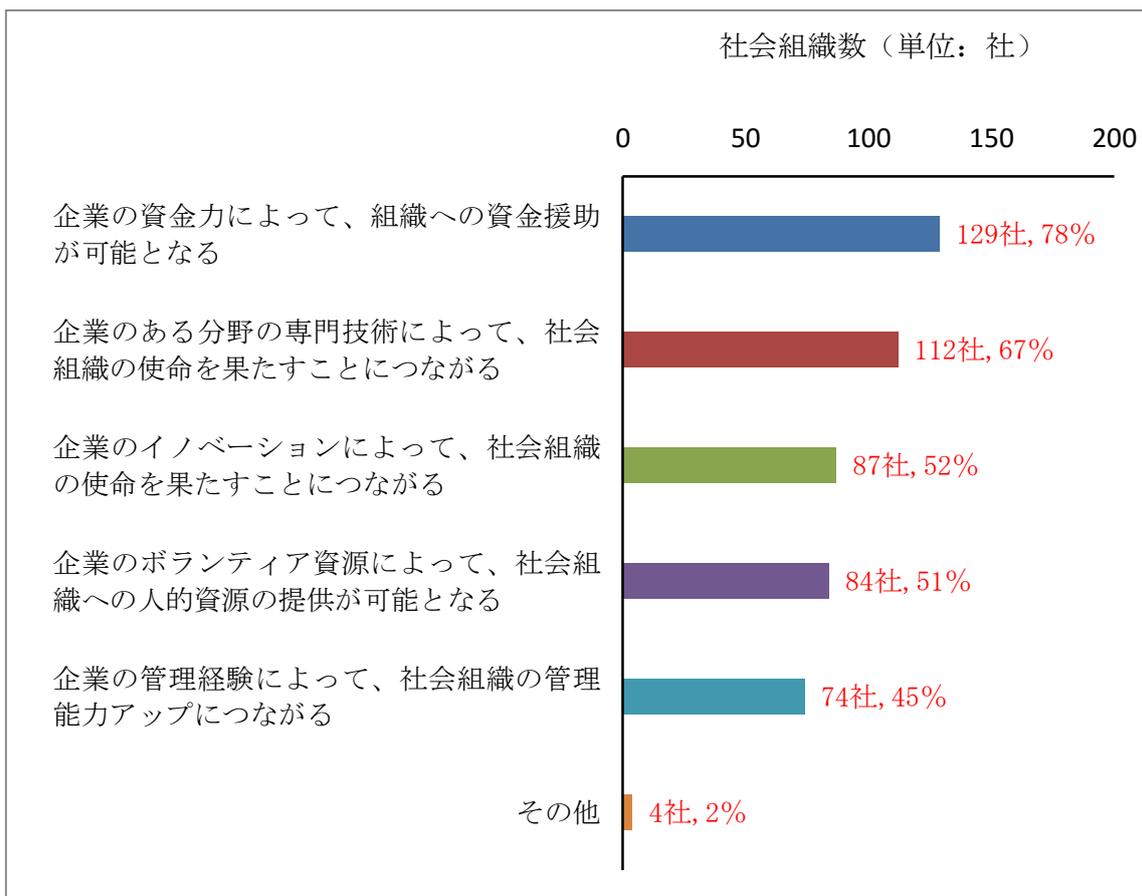


図 2-45 社会組織が連携するにあたり注目している企業の長所（複数選択）

(3) 双方が連携しない理由

現在、企業と社会組織との連携はまだ普遍的ではないため、双方から連携しない理由を聞いてみた。まず、今回の調査に参加した在中日系企業と社会組織は、連携しない理由として、相手を理解・接触する機会がないことを挙げている。図 2-46 と図 2-47 に示しているように、80 社の在中日系企業（54%）は「中国の社会組織を理解し、彼らと接触する機会がない」と答えているのに対し、63 社の社会組織（56%）は「企業の CSR 活動を理解する機会、接触する機会がない」と答えている。そして、企業と社会組織とが連携する価値が分からないことも双方が連携しない主な理由である。42 社の企業（29%）が「社会組織と連携する価値が分からない」と答えたのに対し、18 社の社会組織（16%）が「企業と連携する価値が分からない」と答えた。さらに、組織の文化と方針の相違も双方が連携しない原因となっている。28 社の企業（19%）は「自社の文化と方針に合わない」と答えた一方、34 社の社会組織（30%）が同じ原因を指摘した。また、双方とも過去のマイナス影響も連携しない理由のひとつに挙げている。12 社の社会組織（11%）は「企業との連携で自社の発展にマイナスの影響を受けたことがある」と答えた、1 社の企業（1%）も同じ選択肢を選んでいいる。最後に、10 社の在中日系企業（7%）は「中国の社会組織は能力と影響力が低い」と答えた。これも双方が連携しない理由のひとつである。

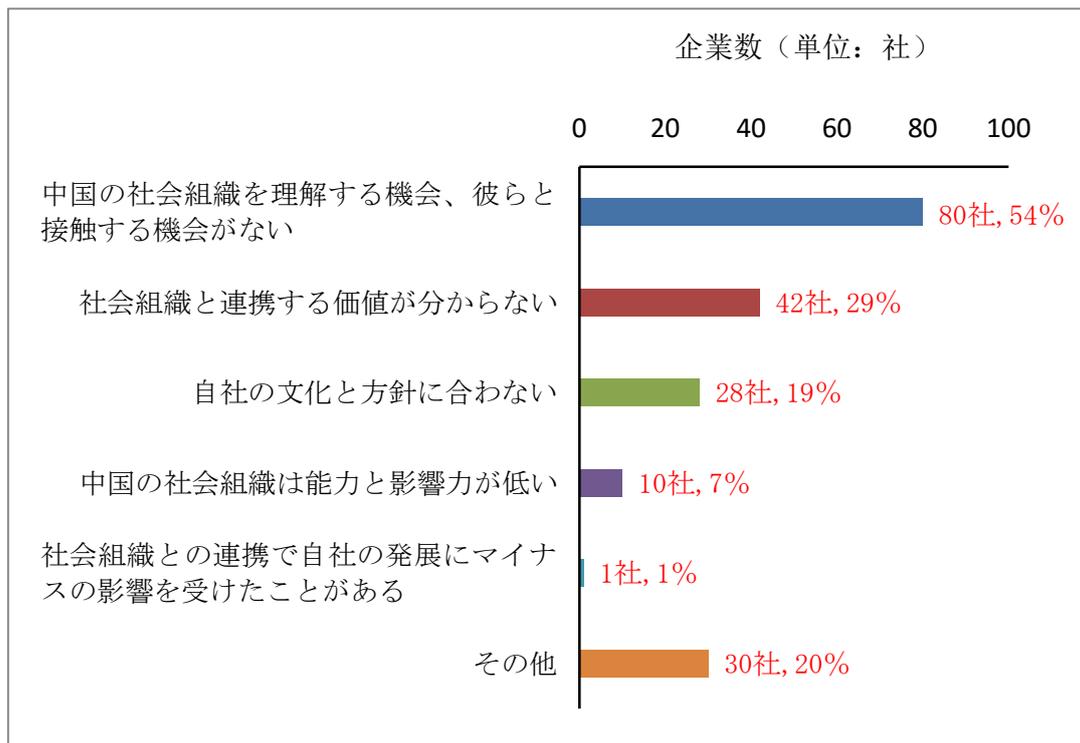


図 2-46 企業が社会組織と連携しない理由（複数選択）

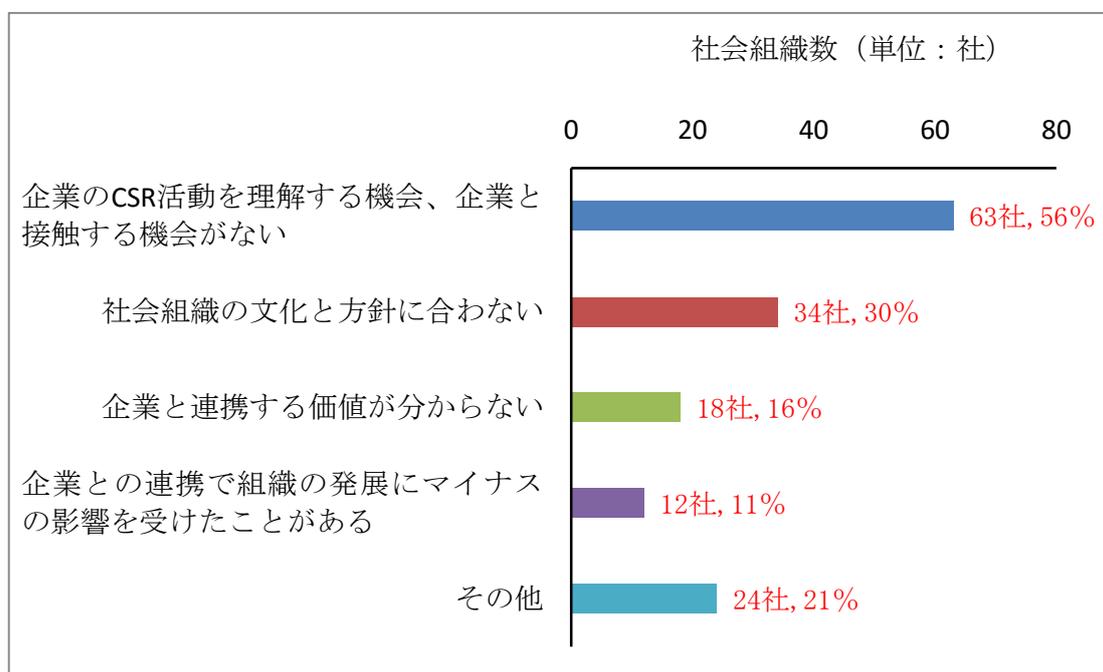


図 2-47 社会組織が企業と連携しない理由（複数選択）

(4) 企業と社会組織との連携方式

多くの研究者がそれぞれの視点から企業と社会組織との連携を分類している。2003年に欧米の学者、Walter W. Wymer と Sridhar Samu が企業と非営利組織との連携方式を企業慈善、企業基金会、ライセンス契約、スポンサーシップ、取引ベースへの取り組み、共通課

題への取り組み及び共同経営という 7 種類³⁰に分類した。現在、学术界ではこの分類が使われている。

1. **企業慈善 (corporate philanthropy)** は、最も普遍かつ簡単な連携方式として、組織が処分権と所有権をもつ財物を他者に渡し、使用あるいは所有させる行為である。金銭、実物、技術、サービス提供並びに従業員ボランティアを含む。
2. **企業基金会 (corporate foundations)** は、企業あるいは企業主が金銭を寄付し、成立した基金会である。公益性のある非営利組織で、スポンサーと運営という 2 種類の特性を兼ねる。企業基金会は独立性、公益性、戦略性、透明性、専門性という特性がある。
3. **ライセンス契約 (licensing agreements)** は、営利活動で、企業が社会組織の名称あるいはロゴの使用許諾を取得し、有料で使用することである。
4. **スポンサーシップ (sponsorships)** は、企業が社会組織の広告活動あるいは他の対外コミュニケーションに自社の名前を入れ、社会組織に資金を提供すること。と同時に企業がサポナーシップとしてこうしたスポンサー関係に対してマーケティングへの取り組みを行う。
5. **取引ベースへの取り組み (transaction-based promotion)** は、企業が売上高に応じて一定の割合で現金あるいは実物（例えば食べ物、設備など）を一所あるいはいくつかの社会組織に寄付することである。そのなかで、最も多いのは「コーズ・リレーテッド・マーケティング」(Cause Related Marketing)、すなわち、企業の実績と社会組織の使命を実現できるマーケティングへの取り組み活動として、企業の売上高に応じて社会組織に寄付する。
6. **共通課題への取り組み (joint issue promotions)** は、社会組織と共同で、あるプロジェクトに参加し、ある社会問題の解決に取り組むこと。一般的な企業寄付と違い、社会組織で行われているプログラムで企業の参加度がより高い。
7. **共同経営 (joint ventures)** は、企業と社会組織とが共同で、新たな組織を設立し、共同の目標に向けて活動を展開すること。

米国ハーバード大学商学院の James E. Austin 教授の研究によれば、企業と社会組織の連携は初級から高級へ、簡単から複雑へ進化し、慈善 (philanthropic)、取引 (transactional) と整合 (integrative) という三つの段階³¹がある。図 2-48 に示されたように、連携両者の参加度、使命重要性、資源投入、活動範囲、インタラクティブの度合い、管理複雑性、戦略価値などにおいて、段階が違うと、特徴が異なる。

³⁰ Walter, W Wymer Js. and Sridhar Samu (2003) "Dimension of Business and Nonprofit Collaborative Relative Relationships", *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 11: 3- 22.

³¹ Austin, James E (2000) "Strategic collaboration between nonprofits and businesses", *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 29(1): 69-97.

連携の特徴	慈善段階	取引段階	整合段階
参与度	低い	⇒	高い
使命重要性	周辺の	⇒	中心的
資源投入	小さい	⇒	大きい
活動範囲	狭い	⇒	広い
インタラクティブの度合い	たまたま	⇒	集約
管理複雑性	簡単	⇒	複雑
戦略価値	副次	⇒	主要

図 2-48 連携連続体 (collaboration continuum) (Austin, 2000)

連携方式と連携段階の視点を合わせて分析すると、より全面的な企業と社会組織の連携分析フレームワークができる。図 2-49 に示されたように、慈善型連携関係は深さ、広さともに低い段階にあり、サービス提供あるいは企業慈善に表れる。取引型連携関係は両者の参与度、資源投入度、活動範囲、インタラクティブの度合い、戦略価値などの各面が中級レベルに向上し、ライセンス契約、スポンサーシップ及び取引ベースへの取り組み（例えばコース・リレーテッド・マーケティング）という具体的な連携形式に表れる。整合型連携関係は連携双方にとって、重要な戦略価値があり、また、両者の参与度、資源投入度、活動範囲、インタラクティブの度合い、管理複雑性などの各面が高級レベルに向上し、共通課題への取り組み及び共同経営などの連携形式に表れる。

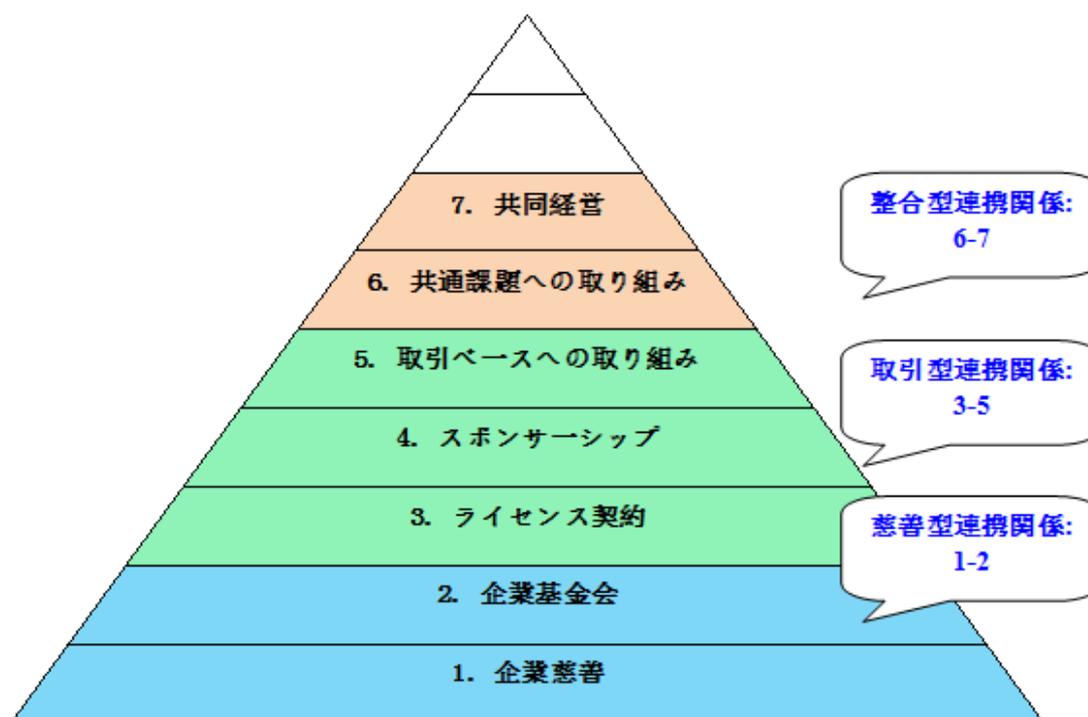


図 2-49 企業と社会組織との連携分析フレームワーク³²

³² Walter, W Wymer Js. and Sridhar Samu (2003) "Dimension of Business and Nonprofit Collaborative Relative Relationships", *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 11: 3- 22; Austin, James E (2000) "Strategic collaboration between nonprofits and businesses", *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 29(1): 69-97; Jamali,Dima, Mary Yianni and Hanin Abdallah (2011) "Strategic partnerships, social capital and innovation: accounting for social alliance innovation", *Business Ethics: A European Review*, 20(4): 375-391.

本調査では、先行研究における企業と社会組織との連携にかかわる分析フレームワークを用い、在中日系企業と中国社会組織との連携の具体的な形式と特徴を分析する。

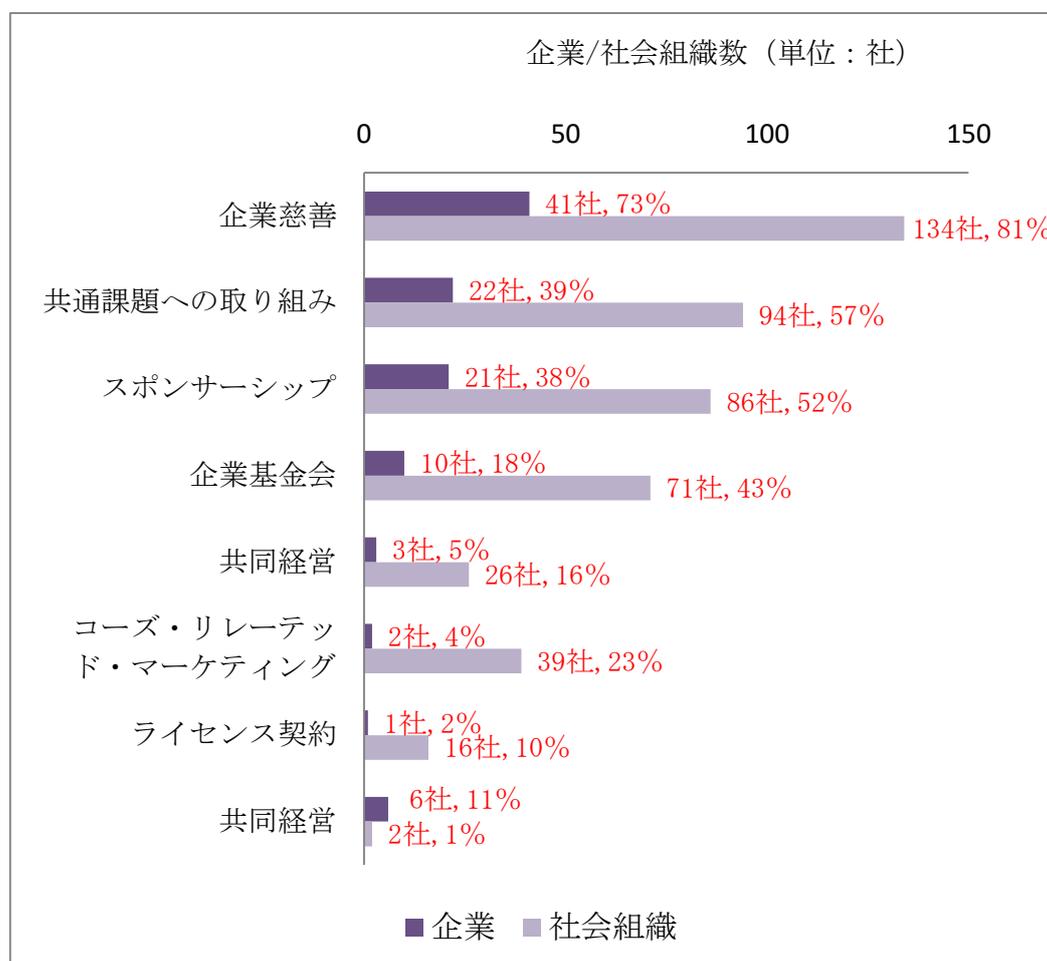


図 2-50 企業と社会組織との連携方式（複数選択）

図 2-50 にあるとおり、本調査の結果では、在中日系企業と社会組織の連携実践において、それぞれの連携形式がそれぞれの度合いで存在し、そして、在中日系企業と社会組織、それぞれの連携形式の発生率がかなり共通している。すなわち、一般的に「企業慈善→共通課題への取り組み→スポンサーシップ→企業基金会→共同経営→コーズ・リレーテッド・マーケティング→ライセンス契約」という順に高い方から低い方に並ぶ。そのうち、第 1 位の「企業慈善」と回答した企業が 41 社（73%）、社会組織は 134 社（81%）ある。第 2 位の「共通課題への取り組み」と回答した企業は 22 社（39%）、社会組織は 94 社（57%）ある。第 3 位の「スポンサーシップ」と回答した企業は 21 社（38%）、社会組織は 86 社（52%）あった。

これまで整理した企業と社会組織との連携にかかわる理論モデルに基づき、「企業慈善」は初級段階の慈善型連携関係に属し、「スポンサーシップ」は中級段階の「取引型連携関係」に属し、「共通課題への取り組み」は高級段階の整合型連携関係に属する。調査した結果、在中日系企業においても、社会組織においても、三つの連携関係はよくみられる。そのなか、慈善型連携関係が最も多く、次いで、整合型連携関係、そして、取引型連携関

係が続く。

(5) 企業と社会組織との連携に係る投資資金規模

調査の結果、在中日系企業と社会組織との、連携投資資金の規模分布にはかなりの共通性がある。すなわち、投資資金規模の小さい方から大きい方に並んでいる。

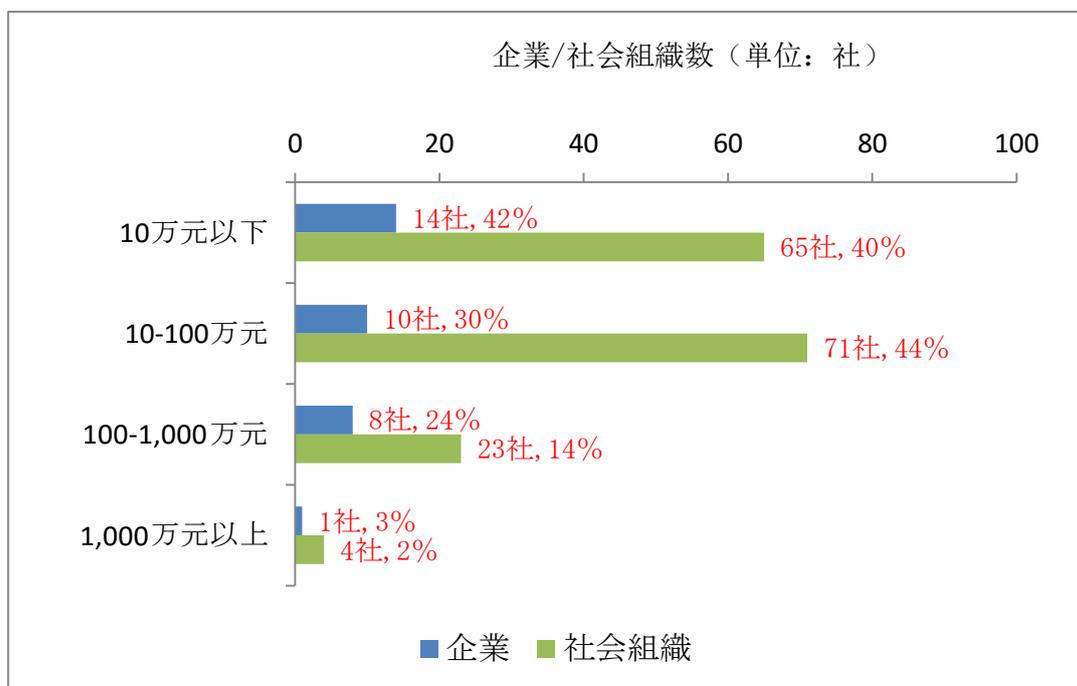


図 2-51 企業と社会組織との連携の投資資金規模

図 2-51 にあるように、資金規模の小さい方の比率が高く、「10 万円より低い」と回答した企業が 14 社 (42%)、社会組織は 65 社 (40%) であった。次いで、中型の資金規模の連携「10-100 万円」と回答した企業が 10 社 (30%)、社会組織が 71 社 (44%)。そして、大型の資金規模の連携「100-1,000」万円と回答した企業が 8 社 (24%)、社会組織が 23 社 (14%)。最後に超大型の資金規模の連携「1,000 万円以上」と回答した企業は 1 社 (3%) のみで、社会組織は 4 社 (2%)。

こうした小規模な連携を主とした傾向はこれまで分析した「慈善型連携関係」を主とした連携関係類型分布とほぼ一致している。

(6) 企業と社会組織との連携頻度

調査結果によると、在中日系企業と社会組織は、両者の連携頻度の分布にかなりの共通性がある。図 2-52 にあるように、「中期・長期目標の実現に向けて持続的な連携」が在中日系企業にとっても、社会組織にとっても、主な連携方式 [企業が 23 社 (41%)、社会組織が 33 社 (20%)] である。次いで、「一度だけの連携であり、持続的な連携でもある」[企業が 18 社 (32%)、社会組織が 98 社 (59%)]。そして、「短期目標の実現に向け一度だけの連携」を選択した在中日系企業と社会組織は比較的少なかった [企業が 15 社 (27%)、社会組織が 35 社 (21%)]。

調査結果で得られた「中期・長期目標の実現に向け持続的な連携」を主とした連携発生頻度の分布とこれまで分析した「小型の連携」を主とした連携投資資金の規模分布は、「慈善型連携関係」を主とした連携関係の類型分布、先行理論などと顕著な差があることが分かった。理論的にいうと、「中期・長期目標の実現に向けて持続的な連携」は連携両者にとって重要な戦略価値を意味し、連携投資資金規模のより大きな整合型連携関係に属する。しかし現実には、在中日系企業と社会組織が「中期・長期目標の実現に向けて持続的な連携」を重視しても、実際の投資資源と具体的な連携形式は「中期・長期目標の実現に向けて持続的な連携」の要望と完全に一致しているとはいえない。こうした不一致を有効的に調整しなければ、今後の企業と社会組織との連携が慈善型連携関係から整合型連携関係に発展していくことが期待できない。

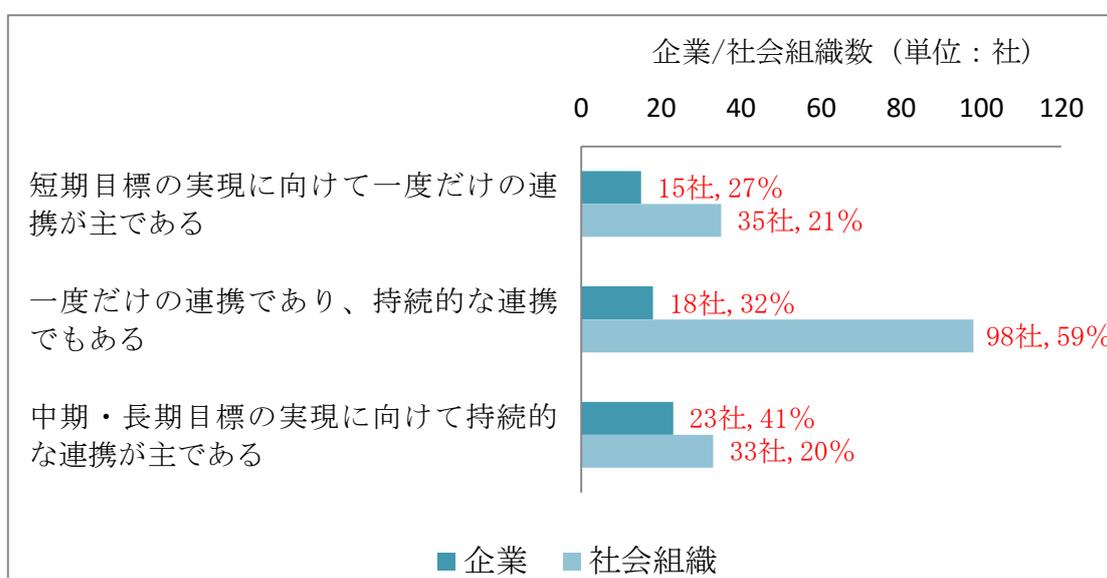


図 2-52 企業と社会組織との連携頻度

(7) 企業と社会組織との連携実績のある分野

調査結果によると、在中日系企業と社会組織には、連携領域分布にかなりの共通性がみられる。双方の連携領域は社会発展、環境、従業員、製品とサービス、サプライチェーン管理にかかわっている。と同時に、連携領域の重要性も「社会発展→環境→従業員→製品とサービス→サプライチェーン管理」という順序で主要から副次的へと並んでいる。図 2-53 にあるように、連携領域については、第 1 位は「社会発展（貧困削減、医療衛生、救災・減災・防災、教育、社会サービス）等」[企業は 40 社 (73%)、社会組織は 134 社 (81%)] であり、第 2 位は「環境」[企業は 27 社 (49%)、社会組織は 36 社 (22%)]。第 3 位は「従業員」[企業は 13 社 (24%)、社会組織は 17 社 (10%)] である。

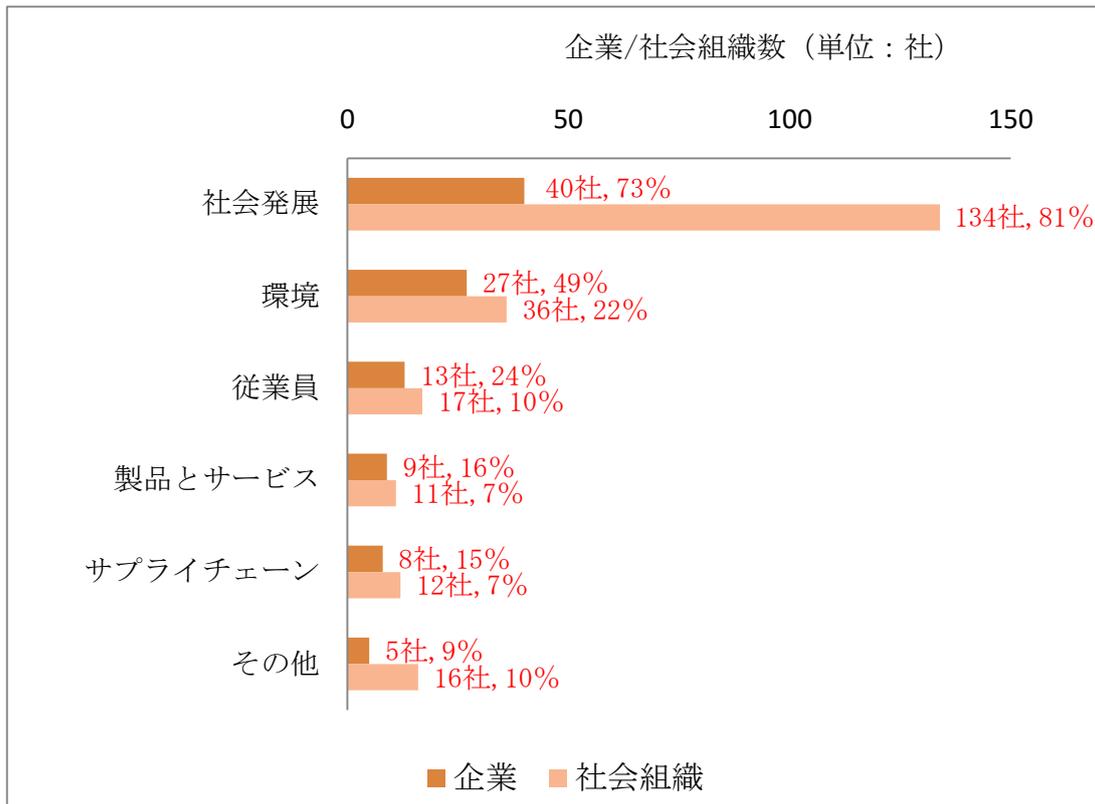


図 2-53 企業と社会組織との連携実績のある分野

(8) 企業と社会組織がパートナーを選ぶ際に考慮する要素

海外社会組織と企業との戦略的な連携実践により、企業と社会組織の連携関係における理想的なパートナーは一般的に知識、技術、能力、製品、財務、人的資源などにおいて独特なメリットがある組織である。パートナーを選ぶ際に考慮に入れる要素について、「5原則」が提唱されている。①能力、②貢献（連携関係に力を入れる意欲があるかどうか）、③相補性（能力と貢献と相補性があるかどうか）、④互換性（組織理念、組織戦略、財務などにおいて互換性があるかどうか）、⑤信用（組織信用、質量信用、財務信用などが含まれる）³³。

在中日系企業の立場からみると、企業が社会組織をパートナーとして選ぶ際に考慮に入れる要素は多様である。図 2-54 にあるように、企業が最も大切にしている要素は、常に社会組織の能力、知名度、評判及び性質にかかわっている。そのなかで、「社会組織の能力」が首位（計 46 社、全体の 84%）で挙げられた。次いで、「社会組織の知名度と評判」（計 30 社、全体の 55%）、「社会組織の性質」（計 29 社、全体の 53%）である。そのほかには、「自社との連携経験の有無」（計 27 社、全体の 49%）、「他の関連団体の推薦あるいは助言」（計 22 社、全体の 40%）、「社会組織の規模」（計 18 社、全体の 33%）などが挙げられた。

³³ 杜蘭英、姚義玲、李立平（2007）「非営利組織と企業との連携パートナーの選択研究」『湖北工業大学学报』（1）
杜兰英、姚义玲、李立平（2007）“非营利组织与企业间战略联盟伙伴选择研究”《湖北工业大学学报》第1期

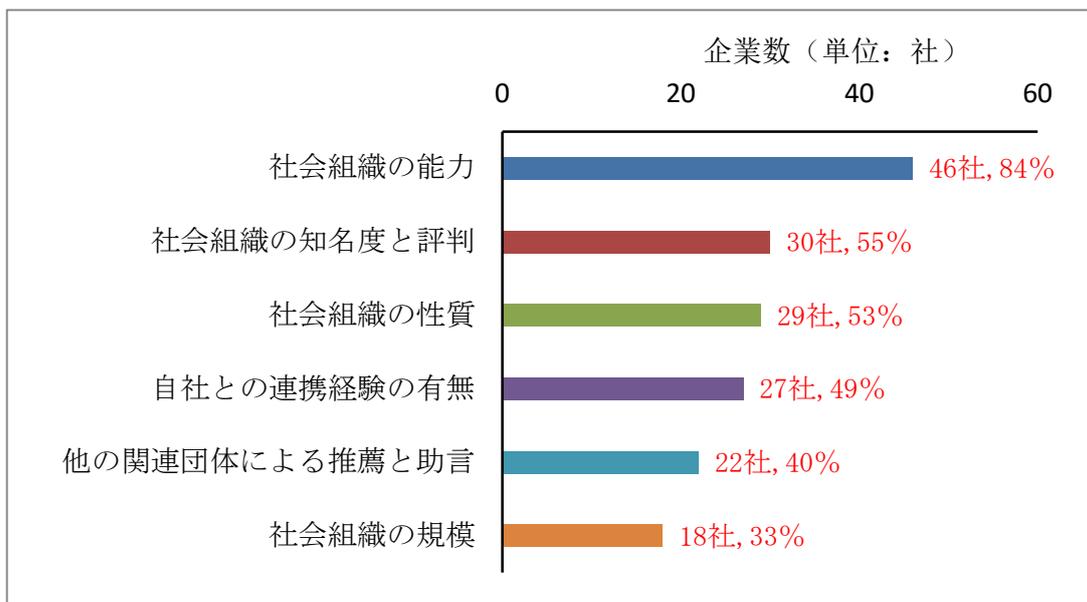


図 2-54 企業が社会組織をパートナーとして選ぶ際に考慮する要素（複数選択）

社会組織の立場からみても、企業をパートナーとして選ぶ際に考慮する要素は多様である。図 2-55 にあるように、社会組織が考慮に入れる大切な要素として、企業の資源の規模、企業の知名度、評判及び自社との連携経験の有無にかかわっている。首位は「企業が提供する資源の規模」（計 118 社、全体の 71%）、次いで、「企業の知名度と評判」（計 106 社、全体の 64%）があり、そして、「自社との連携経験の有無」（計 91 社、全体の 55%）がある。ほかには、「企業の規模」（計 73 社、全体の 44%）、「他の関連団体の推薦あるいは助言」（計 68 社、全体の 41%）、「企業の業界」（計 50 社、全体の 30%）、「企業の類型」（計 31 社、全体の 19%）が挙げられた。

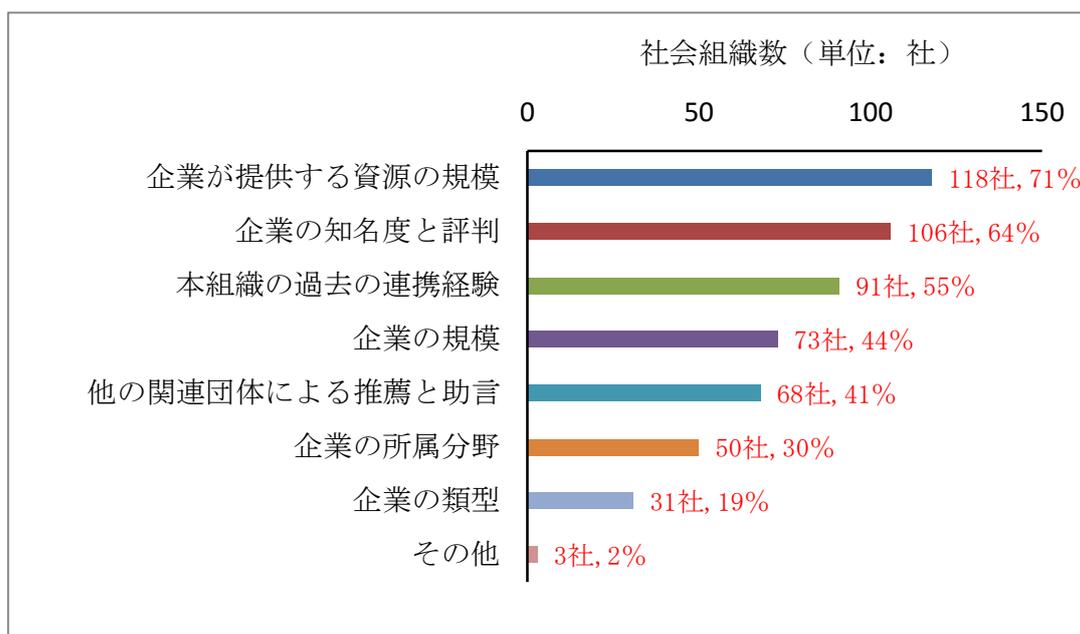


図 2-55 社会組織が企業をパートナーとして選ぶ際に考慮する要素（複数選択）

(9) 社会組織との連携がどの程度企業CSR目標実現に貢献したか

社会組織との連携の結果、企業のCSR活動に役立ったかどうか調査した結果、多数の在中日系企業がその問題に対して、肯定的な回答をしており、29社の企業が「かなり役立った」(54%)と回答し、22社の企業が「少し役立った」(41%)と回答した。ごく少数の在中日系企業がその問題に対して、確認できないあるいは否定的な回答をした。2社の企業が「どちらとも言えない」(4%)と回答し、1社の企業は「全く役に立たない」(2%)と回答した。

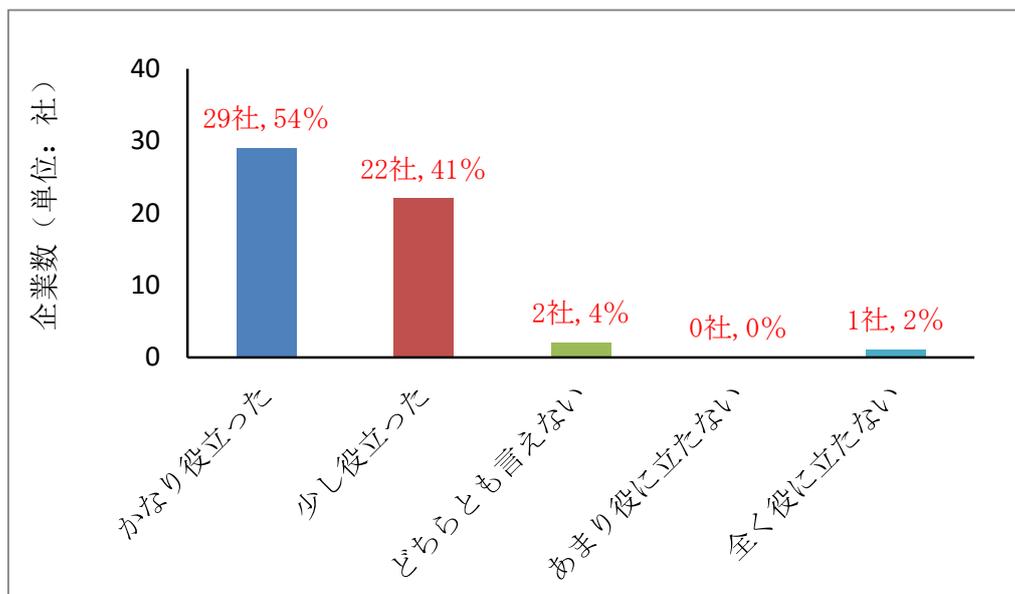


図2-56 社会組織との連携がどの程度企業CSR目標実現に貢献したか

(10) 企業と社会組織との連携により得られた効果

本調査では、企業と社会組織との連携の、企業発展・社会組織発展・社会発展に対する総合実績に注目する。

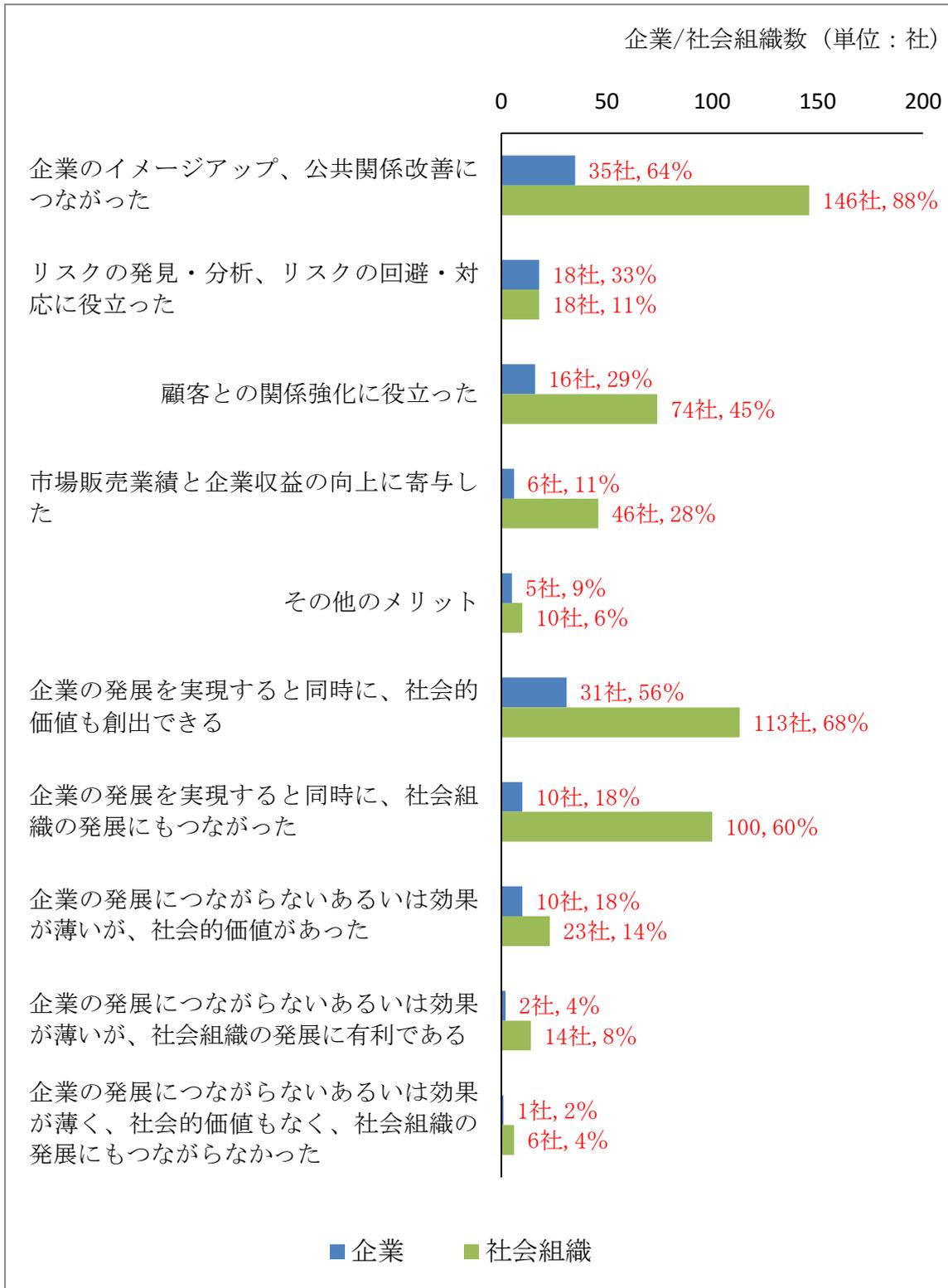


図 2-57 企業と社会組織との連携により得られた効果

まず、在中日系企業と社会組織に対して調査した結果、両者の連携が企業発展に対して 4 種類の積極的な効果があった。最も多かったのは「企業のイメージアップ、公共関係改善につながった」[企業が 35 社 (64%)、社会組織が 146 社 (88%)]。第 2 は「リスクの

発見、分析、リスクの回避、対応に役立った」[企業が18社(33%)、社会組織が18社(11%)]。第3は「顧客との関係強化に役立った」[企業が16社(29%)、社会組織が74社(45%)]である。最後に「市場販売業績と企業収益の向上に寄与した」[企業が6社(11%)、社会組織が46社(28%)]。

次に、在中日系企業と社会組織に対して調査した結果、両者連携が「Win-Win」の効果を生じていることが分かった。両者連携が「企業の発展を実現すると同時に、社会的価値も創出できた」[企業が31社(56%)、社会組織が113社(68%)]だけでなく、「企業の発展を実現すると同時に、社会組織の発展にもつながった」[企業が10社(18%)、社会組織が100社(60%)]との回答が得られた。

最後に、両者の連携が企業発展にとって、消極的であると回答した在中日系企業と社会組織が少数ながらあった。調査した結果、「企業の発展につながるあるいは効果が薄い、社会的価値があった」と回答した企業は10社(18%)で、社会組織は23社(14%)であった。ほかには、「企業の発展につながるあるいは効果が薄い、社会組織の発展に有利である」と回答した企業は2社(4%)で、社会組織は14社(8%)であった。最後に「企業の発展につながるあるいは効果が薄く、社会的価値もなく、社会組織の発展にもつながらなかった」と回答した企業は1社(2%)あり、社会組織は6社(4%)あった。

(11) 企業と社会組織との連携における問題とリスク

先行研究では、企業と社会組織の視点から連携が両者に対して、どのような問題とリスクを生じるかについて分析したものがある。具体的なポイントは以下の表2-2のとおり³⁴である。

表2-2 企業と社会組織との連携により生じるリスク

企業にとってのリスク	社会組織にとってのリスク
1. 売上高と市場シェアを損なった。 2. 株主、従業員の不満を招いた。	1. 他の収入源の削減(例えば政府援助) 2. 企業が組織への資金援助の停止あるいは削減によって、組織が資金危機に陥る可能性がある。 3. 連携関係に対するコントロールが不足し、組織の自主性を減少し、「目標移動」になるおそれもある。
1. 組織の名誉・イメージを損なった。	

調査した結果、すべての在中日系企業が社会組織との連携過程でどんな問題あるいはリスクも生じたことがないと回答した。それに対して、調査対象の社会組織のなか、企業と

³⁴ Walter, W Wymer Js. and Sridhar Samu (2003) "Dimension of Business and Nonprofit Collaborative Relative Relationships", *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 11: 3- 22

王向南、金喜在(2013)「非営利組織と企業との連携の機能及びリスク対応策」『延边大学学报(社会科学版)』(3)

王向南、金喜在(2013)“非营利组织与企业合作的功能及风险应对策略”《延边大学学报(社会科学版)》第3期

連携する過程で問題あるいはリスクを生じたことがないと回答した社会組織が 100 社 (60%) あった。企業と連携する過程で問題・リスクがあったと回答した社会組織のうち、問題とリスクは主に 3 種類に分けられる。まず、「企業が社会組織に対して投資資金を減少させる場合、組織が財務危機に陥るおそれがある」と回答した社会組織が 47 社 (28%) あった。次いで、「組織のイメージや名誉を損なった」と回答した社会組織が 20 社 (12%)、
「組織の他の収入源が減少した」と回答した社会組織が 14 社 (8%) あった。

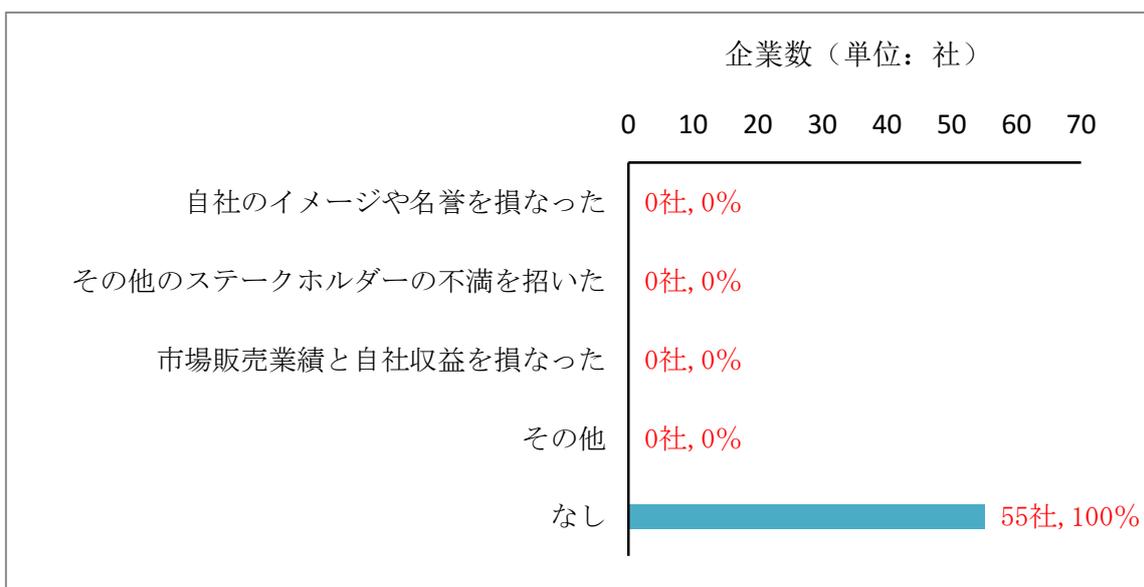


図 2-58 企業からみた社会組織との連携における問題とリスク

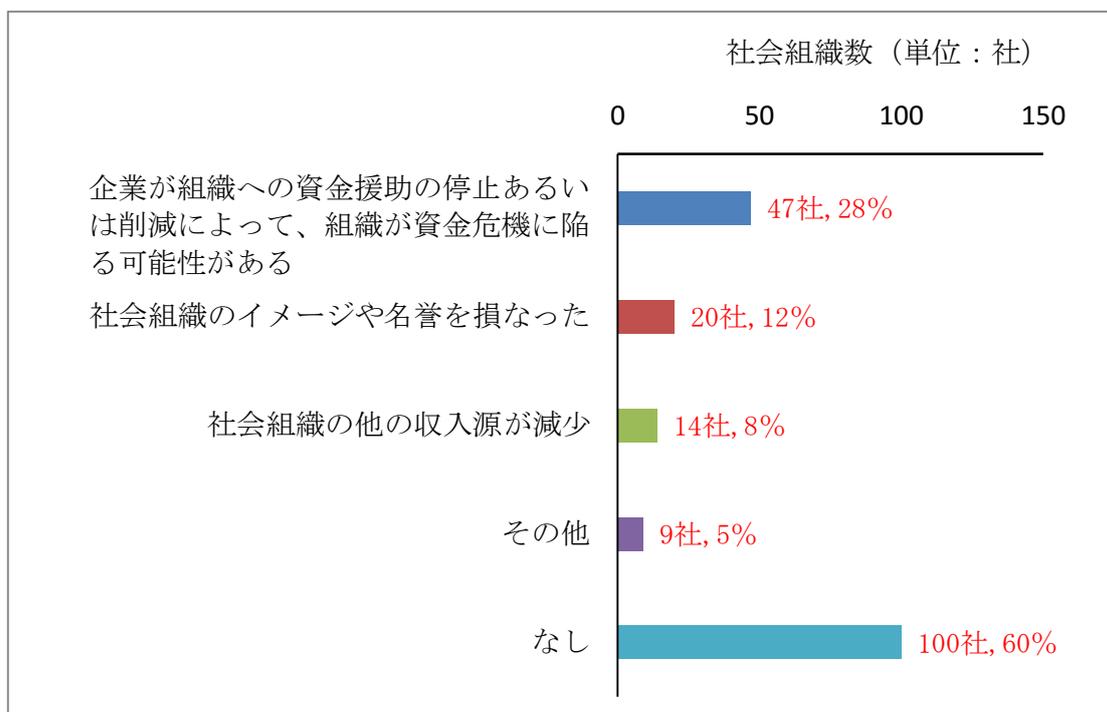


図 2-59 社会組織からみた企業との連携における問題とリスク (複数選択)

2-3-3 今後の連携希望

(1) 今後1年間の企業と社会組織との連携希望

本調査では、在中日系企業と社会組織の今後1年間の希望を確認するため、質問項目を設定した。調査の結果、社会組織が今後1年間に企業との連携を期待する割合が在中日系企業の期待より高いことが分かった。図2-60にあるように、今後1年間で企業と「連携を希望する」社会組織は194社(97%)あり、それに対して、社会組織と「連携を希望する」在中日系企業はわずか65社(35%)であった。

これまで分析した実際の在中日系企業の連携状況(図2-43)と比べ、在中日系企業の今後1年の予期連携発生率(35%)と実際連携発生率(29%)は小幅に増加する傾向がある。それに対して、社会組織の今後1年の予期連携発生率(97%)と実際の連携発生率(41%)は大幅に増加する傾向がある。

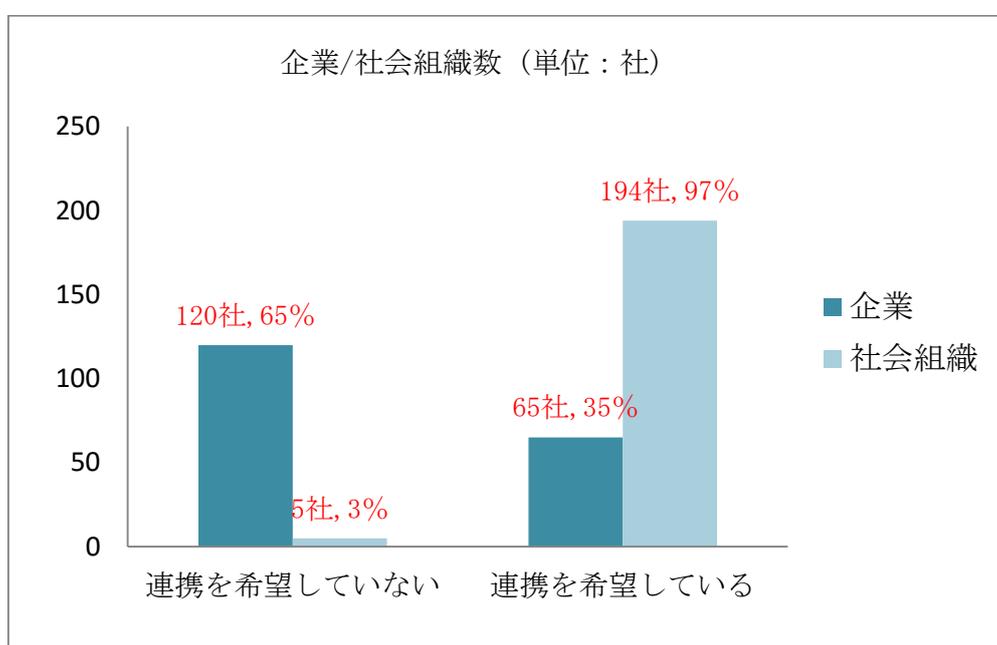


図2-60 今後1年間の企業と社会組織との連携希望

(2) 今後、企業と社会組織が連携を期待する分野

今後、企業と社会組織がそれぞれ連携を期待する分野は環境、社会発展、従業員、サプライチェーン管理、製品とサービスなど多岐の分野にわたる。在中日系企業が期待している連携分野については、第1位は「環境」(計53社、全体の77%)、第2位は「社会発展」(計51社、全体の74%)、第3位は「従業員」(計31社、全体の45%)である。ほかには、「サプライチェーン管理」(計24社、全体の35%)、「製品とサービス」(計21社、全体の30%)があることが分かった。

社会組織が期待している連携分野については、第1位は「社会発展」(計169社、全体の87%)、第2位は「環境」(計54社、全体の28%)、第3位は「従業員」(計37社、全体の19%)である。ほかには、「製品とサービス」(計28社、全体の14%)、「サプライチェーン管理」(計24社、全体の12%)があることが分かった。

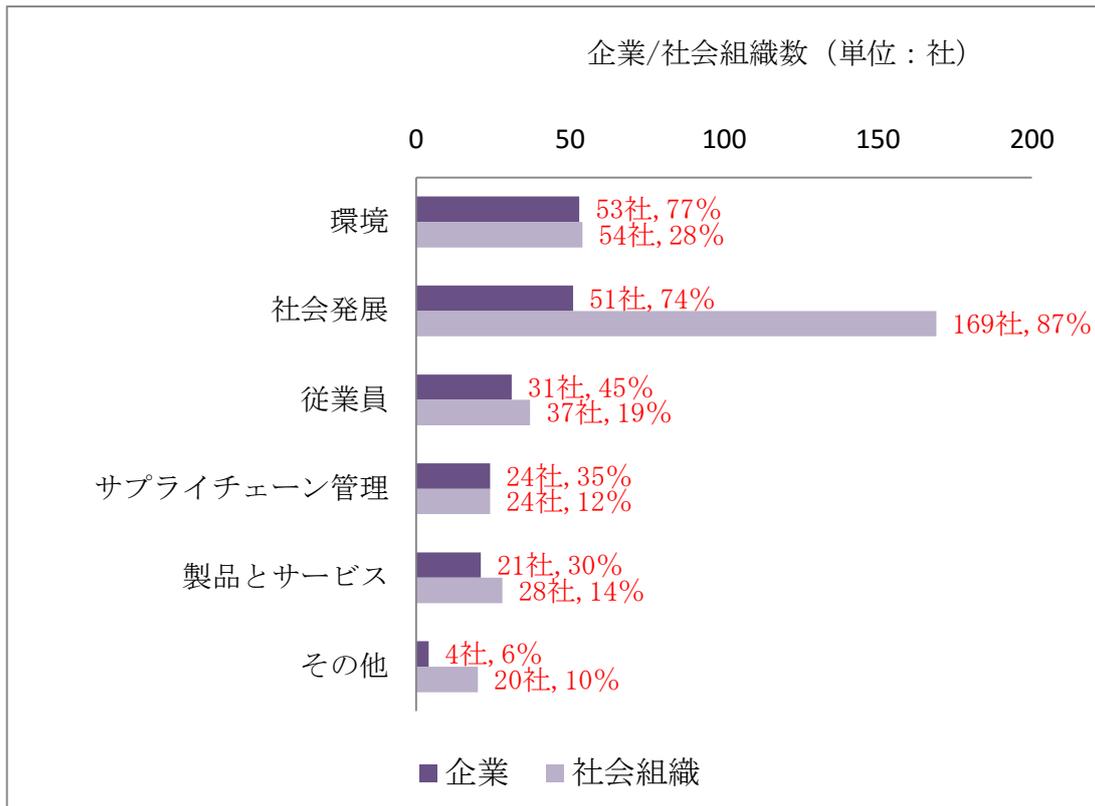


図 2-61 今後、企業と社会組織が連携を期待する分野(複数選択)

「社会発展」は在中日系企業と社会組織が今後連携を展開する重要な分野である。図 2-62 にあるように、社会組織を対象に調査した結果、「社会発展」で今後企業との連携を希望する具体的な分野は「社会サービス（高齢者・児童・障害者のサービス等）」（計 128 社、全体の 76%）、「教育」（計 100 社、全体の 59%）、「救災・減災・防災」（計 57 社、全体の 34%）、「貧困削減」（計 54 社、全体の 32%）、「医療衛生」（計 47 社、全体の 28%）などであることが分かった。

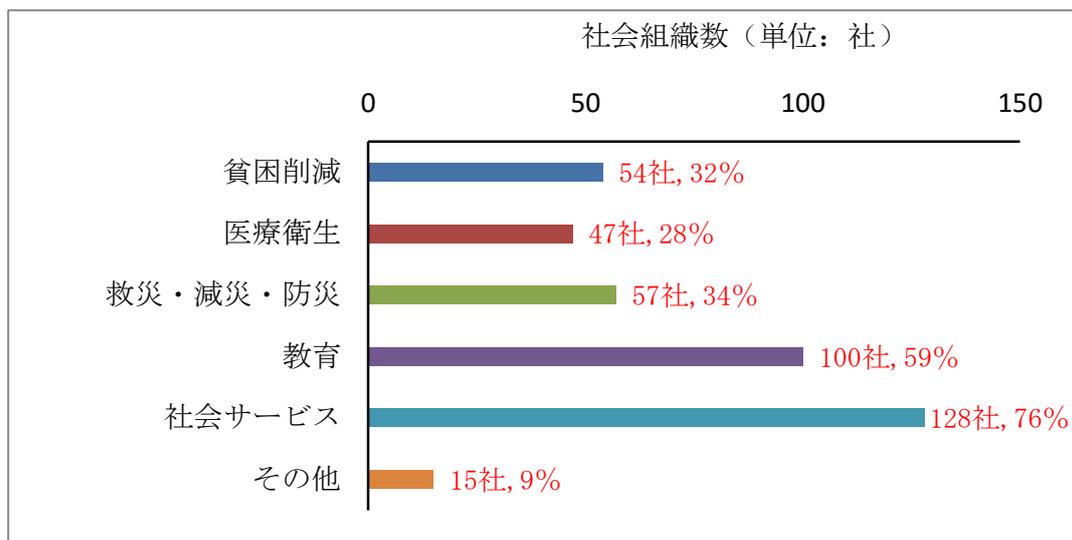


図 2-62 社会発展のために社会組織が企業と連携を期待する分野(複数選択)

2-3-4 企業と社会組織との連携を促進するための取り組み

(1) 企業と社会組織との連携促進の必要性

これまでの調査で、在中日系企業と社会組織それぞれの連携発生率と今後1年間の連携意思を分析した。97%の社会組織が今後1年間の連携を希望するのに対し、在中日系企業は35%であった。したがって、連携がうまくいくかどうかは企業の意向に寄るところが大きいといえる。理論的には企業と社会組織との連携を促進するには関連機関（政府部門、商業団体、国際援助関連機関、CSRコンサルティング機構、社会組織能力構築関連機関など）が必要な措置をとるべきだと思われる。

本調査は、在中日系企業と社会組織との連携を促進するための取り組みが必要であるかどうかを明らかにするために、それに応じた質問項目を設定した。調査の結果、多数の在中日系企業と社会組織は両者の連携を促進するための取り組みが必要であると回答した〔企業が119社（64%）、社会組織が194社（97%）〕。

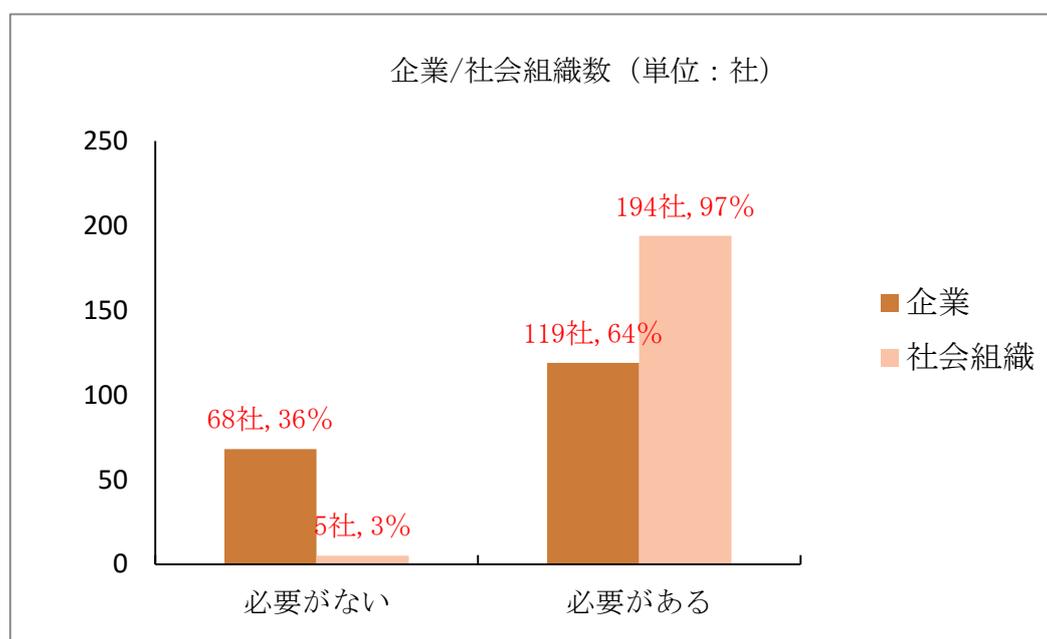


図2-63 企業と社会組織との連携促進の必要性

(2) 企業と社会組織との連携を促進するために必要な措置

企業と社会組織との連携を促進するために、どのような取り組みをすべきかについて調査した結果、在中日系企業と社会組織の需求分布はほぼ一致していることが分かった。図2-64のように、双方の需要は主要なものから副次的なものまで、次のような結果が得られた。第一は「プラットフォームを構築し、企業と社会組織との情報交換と相互理解を促進する」〔企業が85社（71%）、社会組織が178社（92%）〕で、次いで「研修を行い、企業と社会組織との連携の意義と価値を企業側に理解してもらう」〔企業が68社（57%）、社会組織が144社（74%）〕で、さらに、「政府が必要な支援を行い、企業と社会組織との連携を促進する」〔企業が60社（50%）、社会組織が138社（71%）〕と続き、最後は「第三者機関に依頼し、社会組織の能力を強化し、企業と連携する能力を高める」〔企業が37社（31%）、社会組織が122社（63%）〕となった。在中日系企業の需要と社会組織の需要と

を比べると、社会組織の需要が顕著に高いことが分かった。

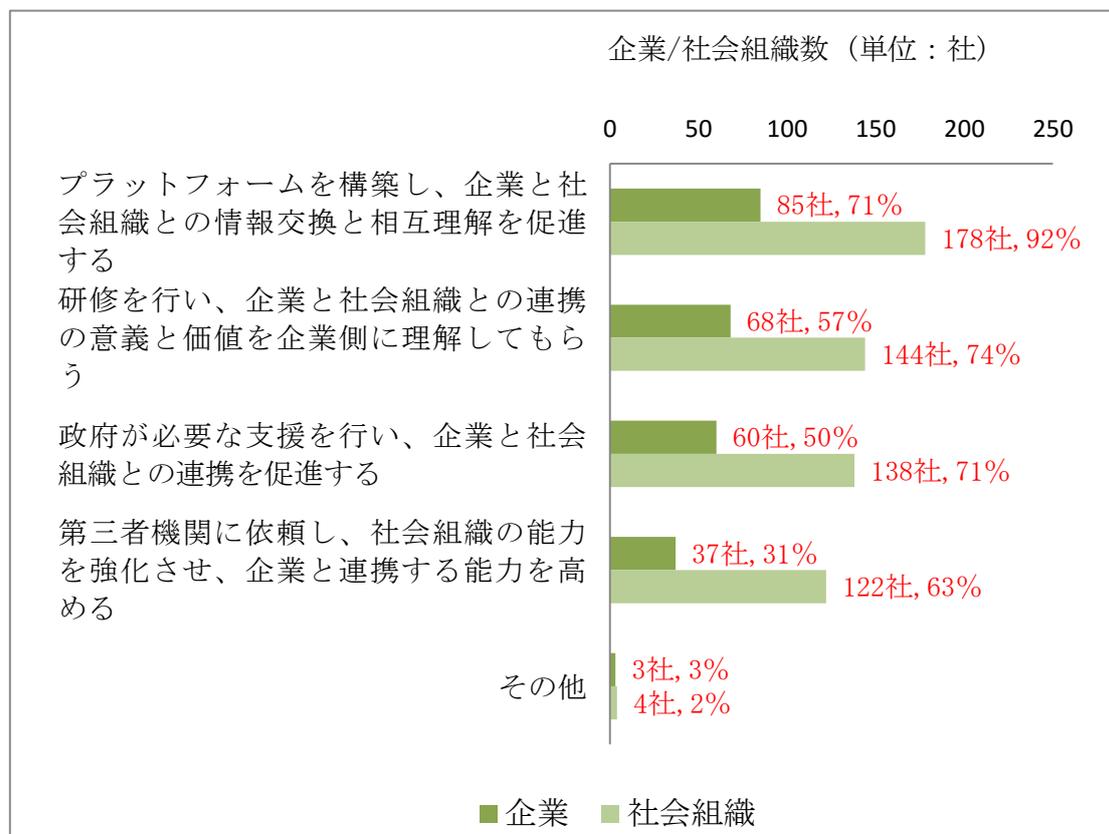


図 2 - 64 企業と社会組織との連携を促進するために必要な措置

(3) 連携促進のためのJICAプログラムへの参加意思

JICA が今後在中日系企業と社会組織との連携を促進するプログラムを展開する場合、在中日系企業と社会組織の関心度、参加度及び具体的な需要を明らかにする必要がある。それに関する情報を収集するために、それに応じた質問項目を設定した。

調査の結果、社会組織の関心度と参加意思は在中日系企業より高いことが分かった。図 2-65 のように、「関心があり、参加を希望する」と回答した社会組織は 183 社 (92%) あったが、在中日系企業は 67 社 (37%) であった。ほかに、「関心があるが、参加を希望しない」と回答した社会組織は 13 社 (7%) であるが、在中日系企業は 84 社 (45%) に達している。最後に、「関心がない、参加を希望しない」と回答した在中日系企業が 33 社 (18%) あった。

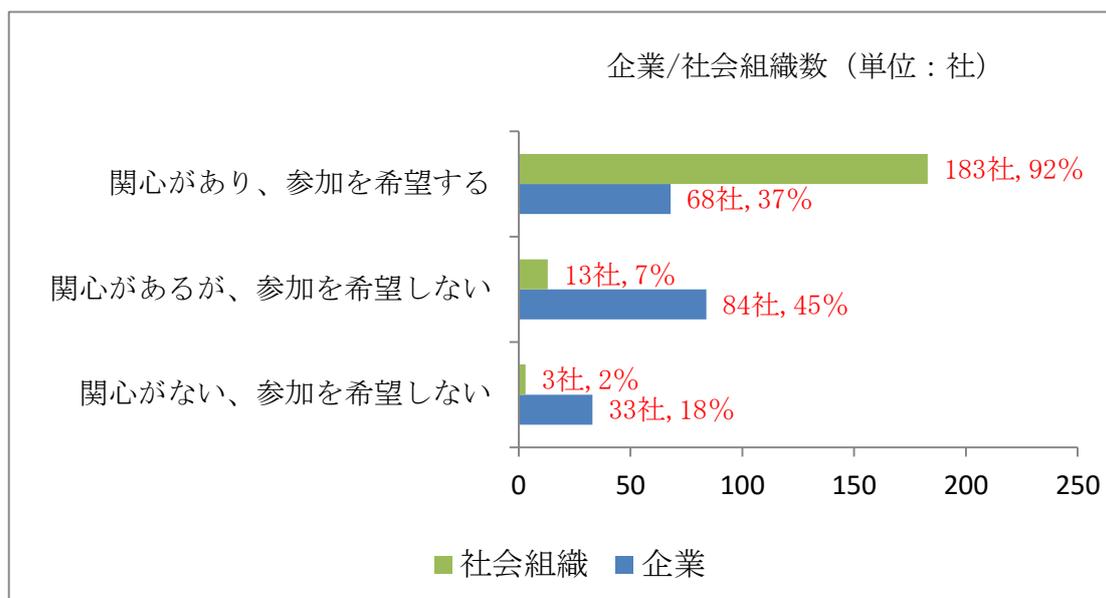


図 2-65 連携促進のための JICA プログラムへの参加意思

(4) 企業が JICA に期待する資源あるいは支援

本調査は、在中日系企業と社会組織が JICA プログラムへの参加を通して、どのような資源や支援を期待しているかを明らかにするため、それに応じた質問項目を設定した。

図 2-66 にあるように、在中日系企業の需要は主要なものから副次的なものまで、以下の順に並んでいる。最も多かったのは「他社の CSR 及び社会組織との連携における優良事例を理解する」(計 103 社、全体の 70%) で、第 2 位は「企業と社会組織との連携価値に対する認知と理解を深める」(計 92 社、全体の 62%)、第 3 位は「社会組織を理解・接触するチャンスを得る」(計 82 社、全体の 55%)、第 4 位は「自社の CSR 理念を強化・更新する」(計 59 社、全体の 40%) と「JICA がプロジェクトで提供する支援を得る」(計 59 社、全体の 40%) が並んだ。

図 2-67 にあるように、社会組織の需要は主要なものから副次的なものまで、以下の順に並んでいる。首位は「他組織と企業との連携における優良事例を理解する」(計 163 社、全体の 83%)、第 2 位は「JICA がプロジェクトで提供する支援を得る」(計 158 社、全体の 81%)、第 3 位は「企業を理解・接触するチャンスを得る」(計 144 社、全体の 73%)、第 4 位は「企業との連携価値に対する認識と理解を深める」(計 129 社、全体の 66%)、最後は「組織の CSR 理念を強化・更新する」(計 103 社、全体の 53%) となった。

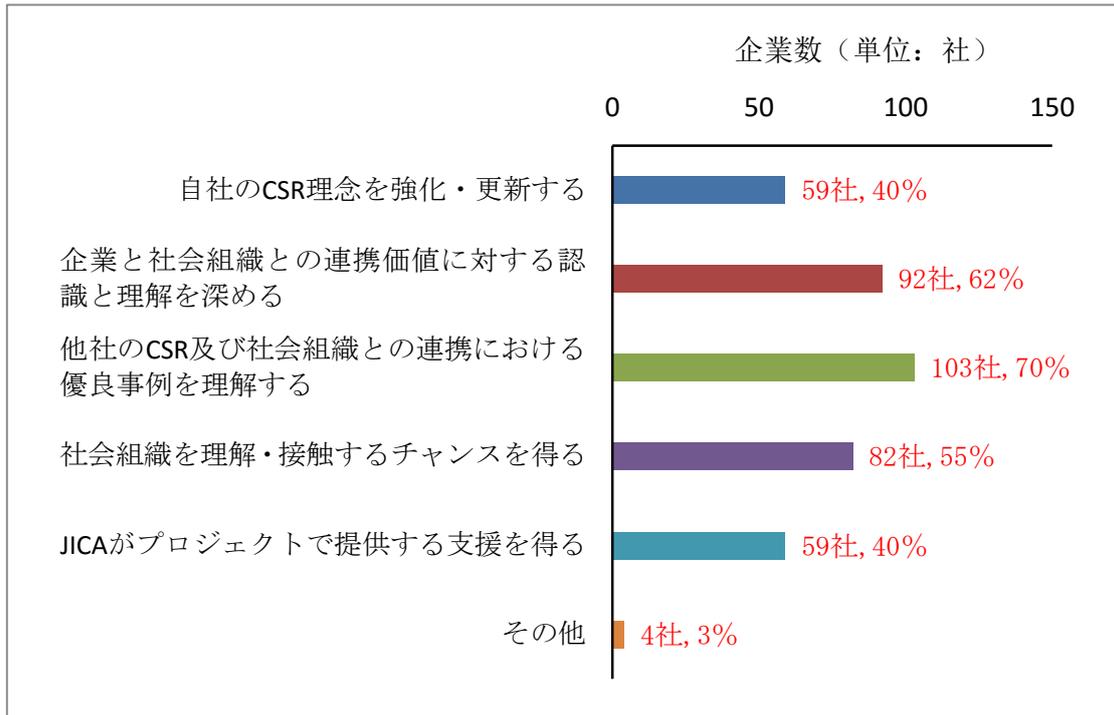


図 2 - 66 企業が JICA プログラムに期待する資源あるいは支援（複数選択）

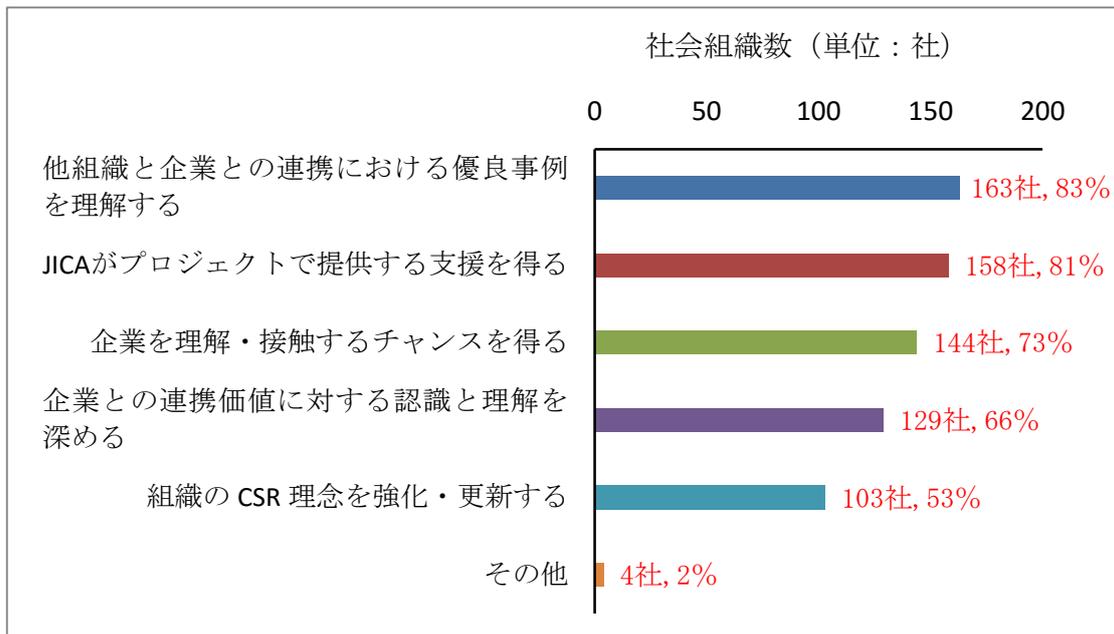


図 2 - 67 社会組織が JICA プログラムに期待する資源あるいは支援（複数選択）

第3章 結論と提言

本調査では、文献研究を通じ、中国社会組織、企業の社会的責任、企業と社会組織との連携の現状を分析した。また、アンケート調査と事例研究を通じ、在中日系企業のCSR理念と実践、中国社会組織のCSR認知と理念、企業と社会組織との連携実践及び今後の連携の需要と提言を分析した。これらの結果に基づき、企業、社会組織、政府部門、業界、産業協会などの商業団体、JICA、CSRコンサルティング会社、社会組織能力向上支援機関などに有効な提言と行動案を提出する。

3-1 企業のCSR理念と実践

3-1-1 CSRの内容

今回の調査に参加した在中日系企業のステークホルダーに対する認識は、欧米企業と顕著な相違がある。在中日系企業においては、CSRの視点からみて社会組織を主なステークホルダーと認識する 경우가少ない（20%）。こうした社会組織をあまり重視しない傾向は、10年前は中国社会的責任の規模が限られており、企業の社会的責任における社会組織の役割が大きくなかった実情が影響している。しかしながら、ここ10年間は高度増長期であり、図3-1にあるように、中国で正式に登録された3種類の社会組織（社会団体、民間非企業機関、基金会）は顕著に増加してきた。中国社会部門の規模拡大に伴い、社会組織が企業の社会的責任に果たす役割も向上していく。

この背景をもとに、以下のとおり提言する。

1. 在中日系企業は、ステークホルダーとして社会組織も位置づけられることを踏まえ、CSR戦略の作成やCSR業務の管理において、そのニーズに応えることが望ましい。
2. 今後企業との連携が多くなることが予定される社会組織は、情報発信の際、企業側に社会組織の活動や貢献・メリットを理解してもらい、企業のステークホルダー理念での重要性を高めるために、企業との有効なコミュニケーションを重視する必要がある。

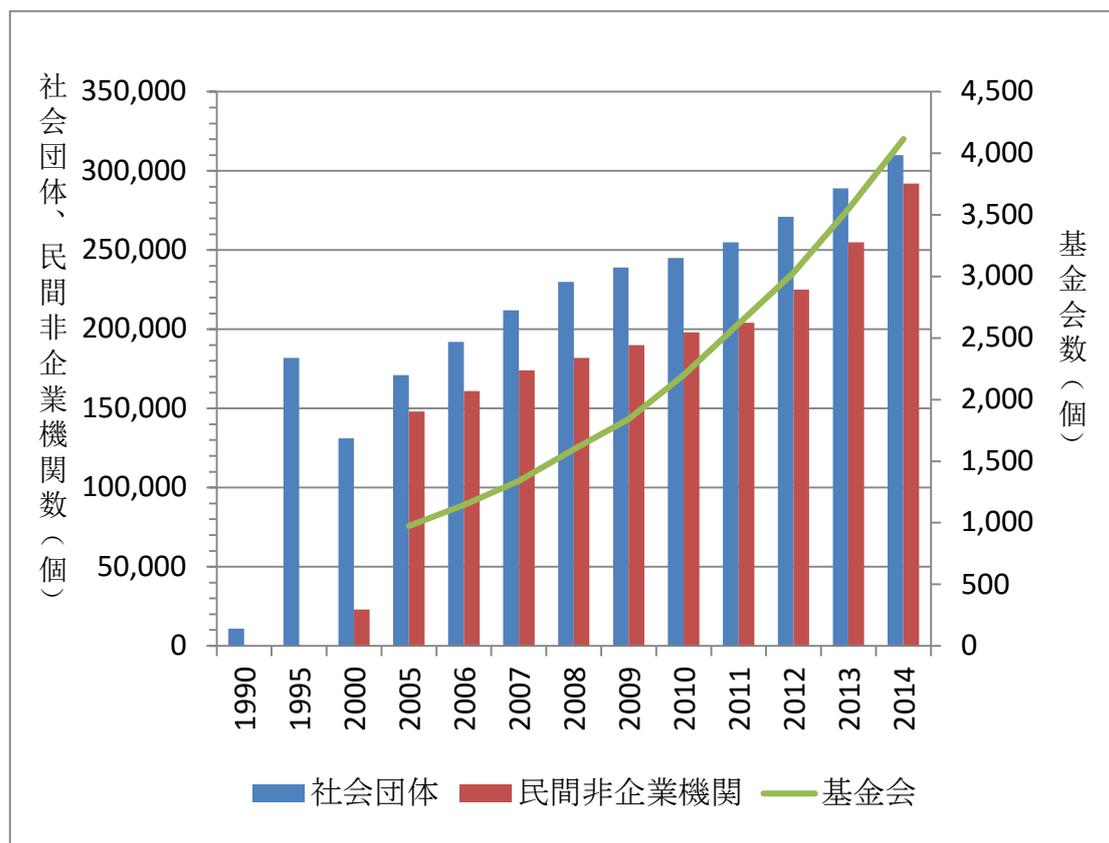


図 3-1 中国社会組織の増加傾向

3-1-2 CSR 活動分野

今回の調査に参加した在中日系企業は、サプライチェーンマネジメント（サプライヤーが環境、労働、人権などの面で一定の社会的責任の標準に達することを要求、指導、監督する）において、CSR 活動を展開する割合が比較的低く、わずか 38%であった。実際に、日系企業の CSR 活動のこうした性質は先行研究でも明らかにされており、本調査でも同様の結果が得られた。しかしながら、経済のグローバル化が進むなかで、国や地域を越え、グローバルな投資、生産、貿易を行う可能性・必要性が増えていく。企業が国や地域を越え、グローバルな経済活動を行うなかで、いかにサプライチェーン（あるいはバリューチェーン）を有効的に管理するかは回避できない問題である。世界的にみても企業 CSR に係る政策やガイドラインのなかで、サプライチェーン（あるいはバリューチェーン）への関心が高まっている。

例えば：

1. 経済協力開発機構（OECD）の、『OECD 多国籍企業行動指針（2011年版）』では、「一般方針」として以下のとおり明記されている。「行動指針が対象とする分野で生じた悪影響に対処するのに加え、実行可能な場合には、サプライヤー及び下請業者を含む取引先に対し、多国籍企業行動指針と適合する責任ある企業行動の原則を適用するよう奨励する³⁵」。

³⁵ OECD (2013), OECD Guidelines for Multinational Enterprises 2011 Edition (Chinese version), <http://dx.doi.org/10.1787/9789264204881-zh>

2. 国際標準化機構（International Standard Organization）が2010年に発効した「国際標準化機構の社会的責任規格」（ISO26000）では、中核主題「公平な事業慣行」における課題4「バリューチェーンにおける社会的責任の推進」という部分で、自組織のみならず、取引先など関係する組織にも、社会的責任を推進することを提唱している。

この背景をもとに、以下のとおり提言する。

1. 在中日系企業はサプライヤー及び下請業者を含む取引先の社会的責任管理をより重視し、サプライチェーンの一環であるビジネスパートナーと連携してグローバル経営において果たすべき社会的責任を履行することが望ましい。
2. 商会、産業協会などの在中日系商業団体は、ネットワークやプラットフォームを通して、在中日系企業に対し、日本及び他国におけるサプライヤー及び下請業者を含む取引先のCSR管理の経験を共有し、全体の管理レベルを高めるよう協力することが望ましい。
3. CSRコンサルティング会社はサプライヤー及び下請業者を含む取引先のCSR管理に関するコンサルティング、研修及び能力建設プログラムを設計・開発し、有効に提供することが望ましい。

3-1-3 CSR業務の管理方法

日系企業では、体系的かつ科学的にCSR業務を管理することは、一般的に行われている。しかしながら、今回の調査に参加した在中日系企業のうち35%の企業は、CSR業務を管理するのにPDCA等の方法を利用していないとの回答があった。企業が持続的にCSR業務の管理レベルを高めるよう、以下のとおり提言する。

1. 在中日系企業は、さまざまなCSRガイドラインに提言された社会的責任管理方法（例えば、ISO14001『環境管理体系：要求及び使用ガイド』に提言されたPDCAサイクル）を使い、CSR業務に対し、科学的かつ秩序のある管理を行うことが望ましい。
2. 商会、産業協会などの在中日系商業団体は、ネットワークやプラットフォームを通して、在中日系企業に対し、日本及び他国におけるCSR業務管理の経験を共有し、管理レベルを高めるよう協力することが望ましい。
3. CSRコンサルティング会社は、CSR業務の管理に関するコンサルティング、研修及び能力建設プログラムを設計・開発し、有効に提供することが望ましい。

3-1-4 CSRの情報公開と発信

今回の調査データによると、多くの日系企業（59%）はCSR業務に関して情報公開を行っているが、まだ情報公開していない企業が41%ある。また、CSR報告書を作成している在中日系企業のなかで、30%の企業はどの外部標準（ガイドライン・手引き）も遵守していないとの回答が得られた。

現在、「CSRの情報公開と発信」はCSR業務の重要な一環と位置づけられ、企業の商業価値を生み出す「戦略的CSR」のひとつと認識されている。このことにかんがみて、以下のとおり提言する。

1. 在中日系企業はCSRの情報公開と発信を重視し、外部標準（国際標準・中国の標準・日本の標準等）やガイドラインを参考にしてCSR報告書を作成することが望ましい。

2. 商会、産業協会などの在中日系商業団体は、ネットワークやプラットフォームを通して、在中日系企業に対し、日本及び他国における企業の CSR 情報公開と発信に係る経験を共有し、レベルアップに協力することが望ましい。
3. CSR コンサルティング会社は、CSR の情報公開と発信に関するコンサルティング、研修及び能力建設プロジェクトを設計・開発し、有効に提供することが望ましい。

3-2 社会組織の CSR 認知

企業と社会組織との連携のためには、社会組織が一定程度の CSR 理念を認識する必要がある。データによれば、依然として CSR の知識をあまり身に付けていない社会組織が一部ある。この状況にかんがみ、以下のとおり提言する。

1. 企業との連携を望む社会組織は、各種のルートを通して、企業の社会的責任の理論と実践に関心をもち、より一層理解を深めるべきである。
2. 社会組織能力向上支援機関は、企業の CSR 理念と実践に関するコンサルティング、研修及び能力建設プログラムを設計・開発し、有効に提供することが望ましい。
3. CSR の発展を推進し、企業と社会組織との連携を促進する計画のある JICA は、社会組織の能力向上を、様々な形で今後も支援することが望ましい。中国の多くの社会組織は経費や人材等が不足しており、有料のコンサルティング、研修及び能力建設プログラムに参加することも難しい状況にある。

3-3 企業と社会組織との連携

3-3-1 CSR 業務において社会組織が発揮すべき役割

本調査の結果によると、44%の在中日系企業と 38%の社会組織が、社会組織が発揮すべき役割として、「シンクタンクとして、コンサルティングサービスを提供し、CSR 戦略計画の作成・整備を支援する」ことを挙げた。一方で、社会組織がそうした役割を実際に発揮した実績があると回答した企業はわずか 20%、社会組織は 19%であった。この結果を踏まえ、以下のとおり提言する。

1. 将来 CSR 業務においてシンクタンクとして、コンサルティングサービスを提供し、CSR 戦略計画の作成・整備を支援するため、社会組織は各種のルートを通して、関連知識を蓄え、関連資源を整合し、企業のシンクタンクニーズを分析し、それに応えることが望ましい。
2. CSR の発展を推進し、企業と社会組織との連携を促進する計画のある JICA は、特に社会組織 CSR シンクタンク能力建設のための支援を検討・実施していくことが望ましい。

3-3-2 双方が連携しない理由及び連携促進措置

在中日系企業と社会組織のいずれにとっても、企業と社会組織とのセクターの枠を越えた協働を実現することは一般的ではない。具体的にいうと、相互に「連携したことがない」と答えた在中日系企業は 71%、社会組織は 60%であった。連携しない理由としては、共に相手を理解・接触する機会がないことを挙げている。そして、連携する価値が分からないとの回答も得られた。さらに、39%の企業は社会組織との連携の重要性への認識がはっきりしておらず、15%は重要性にマイナス評価をしている。

現実には、企業と社会組織との連携にさまざまな困難があるため、多数の在中日系企業（64%）と社会組織（97%）が双方連携を促進するための何らかの措置が必要だと提唱した。両方のさまざまな促進措置の需求分布を考慮し、以下のように提言する。

1. CSR の発展を推進し、企業と社会組織との連携を促進する計画のある JICA は、企業と社会組織とのコミュニケーションを促進するプラットフォームを構築すべく、その方策検討等を行うことが望ましい。
2. 商会、産業協会などの在中日系商業団体は、ネットワークやプラットフォームを通して、在中日系企業に対し、日本及び他国における企業と社会組織との連携経験を共有し、連携に対する重要性の認識向上に協力することが望ましい。
3. CSR コンサルティング会社と社会組織能力向上支援機関は、企業と社会組織との連携にかかわるコンサルティング、研修及び能力建設プログラムを設計・開発し、有効に提供することが望ましい。

付 属 資 料

在中日系企業の CSR 活動事例

回答企業の説明：

- ・ 今回のアンケート調査に協力いただいた企業のなかで、106 社の企業から、記述式の情報収集フォームにも回答を頂いた。
- ・ 106 社のうち、22 社の日系企業に対しては、より深い事例研究を展開しており、その結果は別冊の『プロジェクト事例集』にまとめている。
- ・ 本付属資料では、22 社の企業以外の 86 社に関する事例をまとめた。

調査表説明：

- ・ NA：未記入、詳細不明情報など

CSR 活動分野 1：環境（汚染の防止・処理、省エネルギー、生態系の保全、植樹等）

企業名称	活動名称	活動期間	実施地域	連携パートナー	CSR 活動事例		
					目標	受益者	活動概要
電気硝子上海有限公司	コスト低減	通期	社内	NA	年間を通して20%の削減を実施	会社	LED 照明への切り替え、コンプレッサー、空調設備のコントロール制御の効率化、無駄撲滅活動目標は達成
	排水のリサイクル	全期	社内	NA	800 t/日⇒400 t/日	環保局	排水リサイクル設備の開発及び導入(1,000 万円の投資)。350 t/日の達成
ユニカミノルタ弁公系統(中国)有限公司	グリーン工場、グリーン商品、グリーン市場という三つの面から環境保護活動の積極的促進	2012～現在	中国全土	社員、サブライヤ、ユーザー、メディア	環境保護活動の積極的促進	全中国	グリーン市場への整備を強め、各種のグリーン市場の販売活動を積極的に実施している。社内、社員とサブライヤという三つの分野で、環境保護活動を行った。この三大グリーン活動の推進は企業の環境保護プロジェクトを促進し、社会の持続可能な発展に貢献した。
寧波大安化学工業有限公司	「五水共治」プロジェクトへの献金	2014～現在	浙江省	省政府	浙江省の「五水共治」プロジェクトに資金を寄付する。	省政府	2014年に省政府が実施開始した治水、汚水管理などを含む「五水共治」プロジェクトへの献金30万円を実施した。
	森林基金への寄付	2013～現在	鎮海区	鎮海区政府	鎮海区の緑化プロジェクトに対して資金援助をする。	鎮海区政府	所在地の鎮海区政府が2013年に開始した、緑化プロジェクトに対して、献金30万円を実施した。
パナソニックシステムネットワークス(大連)有限公司	植樹	2015	大連市	市内グループ企業	植樹地域を指定して、植樹を行っている。	大連市	市内グループ企業の持ち回り幹事会社が市政府と相談し、植樹地域を指定いただき、グループ4社で従業員と家族が参加し、植樹を行っている。

CSR 活動事例							
企業名称	活動名称	活動期間	実施地域	連携パートナー	活動概要		
					目標	受益者	内容と成果
而至齒科 (蘇州) 有限公司	節電活動	2013	社内	NA	全員の節電意識の向上と全社の経費削減を図る。	社内と会社が位置している地域	節電活動は節電改善提案を作成・提出・実施する形で行った。この2カ月間でのすべての節電改善提案をまとめて、改善の件数、効果等の面で表彰を実施した。また節電改善活動は品質・後工程・お客様に悪い影響を与えないことを前提としていた。今回の活動で1万1,077元/月の節電効果金額が出た。
					会社全員の紙節約意識を向上し、地域の省エネに貢献する。	社内と会社が位置している地域	資料の電子版化、黒白印刷、裏紙の使用等の形で全員参加のペーパーレス活動を推進した。全員の積極性を呼び起こすために、個人別効果金額の前3位及び部署別改善件数の第1位に表彰した。
重慶 HI-LEX	NA	継続	工場内	なし		1. 職場環境改善 2. 省エネ 3. 安全衛生	
住友電工 (蘇州) 電子線製品有限公司	ゼロエミッション ア ク シ ョ ン ECO-21	毎年 5年間	蘇州市 蘇州市	NA 住友電工本 社	ゼロエミッション率0.5%以下の目標を立て、単純焼却ごみの削減活動を展開している。	会社	自社で省エネ改善テーマを発掘し、四半期ごとに活動成果を報告した。2013年は5.9%、2014年は4.9%の省エネを実現した。
					2012年対比、毎年4%/年の省エネ改善を進め、2017年まで20%の省エネを実現する。		
八海精密成型 (蘇州) 有限公司	有害廃棄物の有資格者の回収 廃気、排水、騒音	毎年	工場	有資格者 有資格者	毎年2回有害廃棄物を回収。2015年現在有害廃棄物実績回収0.2t		
						会社	毎年9月に廃気、排水、騒音の排出値を測定する。外部への影響を確認する。現在までは全部国家基準値内。

CSR 活動事例						
企業名称	活動名称	活動期間	実施地域	連携パートナー	活動概要	
					目標	受益者 内容と成果
キヤノン大連事務機有限公司	地域環境貢献活動	NA	大連市	環境保護支援者協会	①環境保護支援者協会、年に1回、毎回5,000余名、②春期植樹活動、年に1回、毎回30余名、③大学生の環境実習活動、年に1回、毎回20余名、④地域環境清掃活動、年に3回、毎回30余名	①環境保護支援者協会、年に1回、毎回5,000余名、②春期植樹活動、年に1回、毎回30余名、③大学生の環境実習活動、年に1回、毎回20余名、④地域環境清掃活動、年に3回、毎回30余名
マブチモーター大連有限公司	汚染水排出と再生水リサイクル施設改造	持続	工場地区、コミュニティ	環境保護ボランティア協会	水節約によって、環境負担の減少を促進し、現地社会発展に貢献する。	二つの大型汚水処理施設、2セットの雨水利用と再生水リサイクルパイプネットワークを建設した。節水、汚水排出が全面的に法定基準に達した。
福州小糸大億車灯有限公司	NA	毎年	社内	なし	省エネルギー方策を検討し、排ガス、汚染水、そして騒音に対するコントロールとセキュリティ措置を行う。	1. 省エネルギー：①蛍光灯からLED照明への切り替え、②エアコンプレッサーの設置整備の撤去、③冬の給水塔の合併使用、④温度が28度になると、エアコンをつけて、27度にセットする 2. 排ガス：①職場検測（年に1回）、②セキュリティ装置をつけて、毎日の点検を行う、③環境観測（年に2回） 3. 汚染水：①汚染水処理施設により浄化され、そのPH基準値に達した汚染水を汚染水処理場に排出、②水質観測（年に2回） 4. 騒音：①職場検測（年に12回）、②耳栓とアイマスクをつけて、毎日の点検と監督を行う、③boundary noise 観測（年に2回）
愛思帝（重慶）動力系統有限公司	重慶揚子江緑化プロジェクト	2010	NA	重慶市外商投資企業協会	揚子江流域では、植樹造林活動を行って、生態環境を保護する。	揚子江流域の植樹造林と生態環境保護のために、5万円を寄付した。

CSR 活動事例						
企業名称	活動名称	活動期間	実施地域	連携パートナー	活動概要	
					目標	受益者
三井化学（中国）管理有限公司	内モンゴル植林	2009～2011	内モンゴル	通遼政府	植樹造林、環境改善	2009年から3年間、本社と共同で内モンゴルの通遼市付近のアルカリ性土漠において、土壌改良研究所を設置して、テーマを絞り実践植林活動を実施した。
東芝大連有限公司	植樹活動	2013	大連市	東芝大連現法	環境保護に貢献する。	長年におわたって、当社は植樹活動や、海岸清掃、調査活動を続けて行っている。例として、2013年4月、当社をはじめ、東芝大連現法と連携して、1,000本以上の木を植えた。環境保護に貢献した。そして、環境保護局、ボランティア協会等からも高い評価を得ている。
日本電産グローバルサービス	植樹	2014	市内	開発区	毎年、桜の植樹を行っている。	
王子製紙管理（上海）有限公司	植樹	毎年	内モンゴル自治区	NA	環境保護、従業員のCSR意識の向上	グループ全社の代表従業員を選抜し、植樹活動を行う。環境保護に役立つとともに、従業員のCSR意識の向上につながっている。
常州ブリヂストンサイクル有限公司	電池の分別回収啓発活動 市内公園の清掃奉仕活動	2013 2014	市内 市内	NA NA	市内公園において一般市民の方を対象に、電池分別回収のアンケートなど啓発活動を実施した。 市内公共公園のごみ回収清掃奉仕活動を実施した。	
南京京濱石油器有限公司	市内未整備河川緑地帯の植樹活動 南京紫金山虎凤蝶保護活動実施	2013～2014	市内 南京市	市緑地整備会社 媒体（南京金陵晚报）	市内にある河川未整備緑地帯（長さ約200m 幅7m）に、240本の桜の植樹活動を実施した。 南京紫金山虎の虎凤蝶と生態環境を保護する。	2013年より、南京金陵晚报が主催した「南京紫金山虎凤蝶保護活動」に参加した。今まで、200名近くの従業員が紫金山のごみ拾い活動に参加した。紫金山環境及び虎凤蝶の生息環境保護に貢献した。

CSR 活動事例						
企業名称	活動名称	活動期間	実施地域	連携パートナー	活動概要	
					目標	受益者
	新環境保護法の勉強	2015	社内	南京馬健弁 護師事務所	新環境保護法に 対する認識を深 め、環境保護の意 識を強化する。	2015年1月1日新環境保護法が実施され、中 国の法律及び環境を守るために、地元の名 弁護士事務所等に依頼し、会社の管理職及び関 係者約50名に対して、新環境保護法を教育し た。新環境保護法に対する認識を深め、環境 保護の意識を強化した。
蘇州美達玉鋼鉄 製品有限公司	環境を守る	2011～ 現在	NA	NA	2011年ISO14001 認証を取得した。	それ以後、毎年 の再審査に合格。
トヨタ自動車フ ァイナンス（中 国）有限公司	トヨタ豊寧植樹活 動	年度	河北省	トヨタ在中 の各事業体	河北省の豊 寧市 で植樹活動を行 い、環境を保護す る。	2000年から、ト ヨタ自動車フアイ ナンス（中国）有 限会社が河北省で 植樹活動を開始し 、今年で15周年を 迎える。15年間の 植樹活動を通じて、 今の豊寧市の緑化 事業がかなり進ん だ。毎年、トヨタ自 動車フアイナンス （中国）有限会社 がこの環境保護活 動に参加し、さら に、中国の環境保 護事業のために力 を尽くしている。
普利司通（中国） 化工品投資有限 公司	稚魚の放流 寺院敷地の清掃	2015 2014	蘇州市	NA NA	河川の水質改善を 目的として、稚魚 の放流を実施した。 近隣寺院清掃によ る、美化活動を実 施した。	
大連光洋瓦軸汽 車軸承有限公司	省エネ活動	NA	NA	NA	中国ハンセン病患 者への支援（NGO 団体「家」への寄 付、体験活動参加）	
日立医療系統（蘇 州）有限公司	環境CSR活動（環 境教育）	2年間	蘇州市	日立グルー プ	環境保護に對す る関心を高め、環 境保護の重要性 の教育を実施す る。	2013年：環境保 護に関する演劇を 実施し、小学生と の問答形式を通じ て環境保護の重要 性に関して理解し てもらった。2014 年：顕微鏡製作の 工作を実施し、自 身に製作した顕微 鏡で植物の根を観 察し植物が環境に 与える重要な作用 に関して理解して もらった。

CSR 活動事例						
企業名称	活動名称	活動期間	実施地域	連携パートナー	活動概要	
					目標	受益者 内容と成果
	省エネエネルギー及び環境保護活動	2年間	社内	日立グループ	日立グループの省エネエネルギー評価を実施し、省エネ活動、環境への配慮活動を実施する。	1. 工場の設備を高効率、省エネタイプに変更し、使用エネルギーの削減活動継続中 2. 日立グループの呼びかけに応じ、3月22日から1週間、街灯の消灯を実施 3. 従業員送迎バスを純電動車に切り替え、排気ガスの削減を図った。
東陶機器(北京)有限公司	植林活動	2014	北京市	北京東陶	NA	2014年4月に北京市朝陽区崔各庄郷の平原造林行事の下で、「2014年TOTO植林活動」を実施した。4回目の植林活動・北京東陶及び東陶北京の係長以上の参加人数は99名、予定どおり100本の木を植えた。
瑞薩半導体(蘇州)有限公司	社員による植樹活動	2009	蘇州太湖	全従業員	環境保護活動の推進、維持向上に努め、継続的な改善を図る。	「掛け替えのない地球の環境と資源を大切に」当社の企業活動・製品及びサービスに関して、地球環境問題は人類共通の重要課題との認識の下に、環境との調和を経営の最優先課題のひとつととらえている。全従業員参加の下に環境保護活動の推進、維持向上に努め、継続的な改善を図った。
積水大連住宅技術有限公司	清掃活動	2015	旅順	NA	旅順の公園において、ごみ拾い活動を行った。	
HOYA光電科技(蘇州)有限公司	環境負荷低減	通年	社内	政府	省エネルギーに貢献する。	環境負荷低減施策に従い環境負荷の年々の低減に努める。
パナソニック電子材料(蘇州)有限公司	植樹	2008～現在	蘇州・内蒙 モンゴル	NA	蘇州東山・内蒙などの地区で植樹活動を行う。	2008年～2013年、毎年3月蘇州東山植樹100本 2014年～2015年、毎年3月1万円を出資して中国松下集団を通して内蒙古で植樹

CSR 活動事例						
企業名称	活動名称	活動期間	実施地域	連携パートナー	活動概要	
					目標	受益者
エプソン精密電 子(蘇州)有限公 司	公園清掃(親子活 動)	2009～ 2013	社内	社員の子ども もたち	社員の子ども もたち	2009年～2013年、連続5年間実施した結果だ が、合計で大人(社員)200名、子ども160 名が蘇州の4カ所の公園の60.12kgのごみを 集めた。
	地球1時間活動	2007～ 現在	社内	NA	工場内	2007年から、社員に呼びかけて、地球1時間 活動に積極的に応じている。会社は生産用の 電気を除き、駐車場の電気や廊下の電気など を1時間消灯する。
	工場周囲清掃	毎月	工場周囲	NA	工場とその 周囲	従業員が、毎月1回、工場周囲の歩道周囲の 清掃を実施している。
神鋼汽車アルミ 部品(蘇州)有限 公司	省エネ機器導入	随時	工場設備	NA	工場	設備新設時、ポンプ・ファン用モーターの制 御にインバーターを設置し、必要時のみ全速 で回転させるように制御し、省エネルギーを 推進している。
	2015年環境保護宣 伝活動	2015	瀋陽市	小学校	小学生	会社周辺の小学校と協力して、環境保護宣伝 活動を進めていた。この宣伝活動の具体的内 容は以下のとおりである。小学校で環境保護 関係のファッションショー、環境保護小制作、 環境保護絵画、環境保護壁新聞、環境スロー ガン募集活動などである。活動一つ一つを審 査して、優秀個人賞と優秀組織賞を授与して いる。この活動が学校、教師と保護者に高く 評価されている。

CSR 活動事例							
企業名称	活動名称	活動期間	実施地域	連携パートナー	活動概要		
					目標	受益者	内容と成果
重慶長安鈴木自動車有限公司	VOC 有機排気ガス対策	2015～2016	社内	NA	中国重慶市の環境保護関係法に基づき、塗装に伴い発生する有機排気ガス対策を行う。	社員と周辺の住民	塗装作業場を改造して、専門整備で有機排気スを収集し、処理する。基準に達してから排出する。
中西金属工業(大連)有限公司	場内節電活動推進	2013	社内	NA	概算 20%程度の省エネを実施する。	会社	場内全員に向けて、LED照明、太陽光給湯器(従業員寮)を提供する。主な受給者は従業員であり、概算20%程度の省エネを実施する。優良従業員の定着という観点では、会社にとってもメリットがある。
積水医療科技(中国)有限公司	地域清掃活動実施	2014	自社近隣	NA	自社近隣の環境を保護する。	自社近隣のコミュニティ	従業員全員参加による近隣地域清掃(ごみ収集)をボランティアとして実施中
	環境貢献製品売上拡大	2013	グローバル	advisory board	2016 年度売上高比率 50%以上	会社	環境負荷製品の比率を大きく増加した。実績 2014 年度 45%。
	CO ₂ 排出量の削減	2013	グローバル	NA	生産に伴うCO ₂ 排出量を削減する。目標は2016年度 81万2,000t(総量維持 BM2013)の排出量を削減する。	環境	生産に伴うCO ₂ 排出量を削減する。実績 2014年度 79万2,000t(△2.5%)。
	中国蘇州植林活動	2009	中国	蘇州市玉屏山生態園有限公司	生態環境の保護	環境	生態園の植林及び森林保全

CSR 活動事例

企業名称	活動名称	活動期間	実施地域	連携パートナー	活動概要		
					目標	受益者	内容と成果
愛三工業株式会社	3.12 植樹の日	毎年	社内	NA	植樹、環境保護	会社周囲	3月12日植樹の日活動で従業員を集めて植樹をし、育てる。
	LED照明設備の使用	NA	社内	NA	省エネルギー	会社	省エネルギーのため、街灯と工場内のランプをLED式に交換する。
	溶解炉クリーナーの設置	NA	社内	NA	大気汚染を緩和する	工場	大気汚染を減少するため、溶解炉から出る粉塵を吸い込める装置を追加した。
島津企業管理(中国)有限公司	「母なる河保護」行動	2010	黄河・長江流域	中国青少年発展基金会			「中国青少年発展基金会」が行う「中国 母なる河保護」行動の一環として黄河・揚子江流域の「植樹活動」に「島津中国グループ&工会」の活動として参加している。2010年以來、毎年、黄河・揚子江流域の2カ所において、植樹活動を実施している。
パナソニック・セミコンダクタ・ソリューションズ 蘇州	電力可視化システム導入	2014～2015	社内	Panasonic 日本会社	電力可視化にて省エネ活動加速実施	地区及び会社 社内部	電気消費量の多い設備や施設にメタケージをつけて、電気消費量を収集し、各時点の電気の消費状況が分かる電力見える化システムを導入した。それによって、ロスがある部分をすぐ見える化し、省エネ活動を加速できる。
日立儀器(大連)有限公司	ISO14001の取得	2014	社内	NA			ISO14001の取得によって、環境に優しい実践を行う。
晶端顕示精密電子(蘇州)有限公司	太湖で魚の放流	2014	蘇州市	新区環境保護協会	太湖を保護する	太湖	①会社の出資で500kgのレンギョを買って太湖で放流した。レンギョはランソウ(藍藻)の増殖防止にメリットがある。社員46名が参加した。 ②湖付近のごみを拾い、掃除をした。
蘇州大宇宙信息創造有限公司	蘇州大宇宙信息創造有限公司の植樹祭り	1日間	会社全体	NA			毎年の植樹祭りで、会社の周辺地区に木を植える。

CSR 活動事例

企業名称	活動名称	活動期間	実施地域	連携パートナー	活動概要		
					目標	受益者	内容と成果
住友ゴム (常熟) 有限公司	虞山新入社員による清掃活動	通期	常熟市	NA	自然との調和を図りながら発展する「地域共生企業」をめざしている。	常熟市	5A 級国家森林公園である虞山 (常熟市) にて毎年新入社員による清掃活動を実施している。今年は計 16 回、延べ約 500 名の社員が参加した。これにより、2004 年開始時からの参加者は延べ 4,000 名を超えた。
大連精工電子有限公司	省エネ (電気使用量の削減)	2013	NA	NA	新工場建設時 4,000 本の蛍光灯を LED に変更し、電気使用量を大幅に削減した。		
ローム電子大連有限公司	海岸線清潔活動	2011	大連市	大連環保支援者協会	海洋環境保護	大連市星海湾	REDA 社員と大連市各業界ボランティア約 3,000 名及び米国、日本、マレーシア、大韓民国 (以下、「韓国」と記す) など海外の方と一緒に海岸、海面のごみを清掃した。皆さんのおかげで、今回海洋環境保護活動が順調に終了したが、これをきっかけに、今後もボランティア活動に積極的に参加しよう。
ローム電子大連有限公司	植林活動	2014	金州新区	大連環保支援者協会	CO ₂ 削減	金州新区大李家	植林活動を実施した。社員が努力して 400 本の木を植えた。1 本の木は CO ₂ 18.3kg/年を吸収できる。
蘇州ヨコハマタイヤ有限公司	「千年の林」植樹活動	年に 1 回	社内	関連会社と現地の環境保護部門	工場周辺の環境を改善する	工場周辺の住民たち	毎年、当社が植樹活動を組織している。樹木の種子を集め、苗木を育てている。毎年秋、当社の社員と関連の方々を動員し植樹活動を行っている。この活動を通じて、工場周辺の環境を改善し、会社のイメージアップにつなげ、社員の環境保護意識を高めた。
愛信 (天津) 車身零部件有限公司	内モンゴル地区の植樹活動	毎年	内モンゴル自治区	愛思徳公益団体	中国の自然環境を改善する	内モンゴル 渾善達克の砂漠地域	中国の自然環境を改善するために、毎年 4 月に、渾善達克の砂漠地域で愛信 (天津) 車身零部件有限公司が社員を動員して、植樹活動を行っている。

CSR 活動事例						
企業名称	活動名称	活動期間	実施地域	連携パートナー	活動概要	
					目標	受益者 内容と成果
	社外 2S 活動	定期	社外	NA	社会公益活動を効果的に促進して、社員の環境保護意識を高めるために、当社が定期的に社員を動員して、社外 2S 活動を行っている。	
横河電機 (蘇州) 有限公司	グリーンペーパー活動	年に 2 回	工場、学校	星湾小学校	環境保護意識を高める。	学生を招待して、工場見学を行い、工場の環境保護措置の見学を行った。この活動を通じて、企業経営業務の一環としての環境保護の内容をしみじみ感じさせ、環境保護知識を高めた。
	環境ごみリレー活動	年に 1 回	蘇州市	企業社会責任リーグ	環境保護、社員間の理解を深める。	「ごみ分別你我他 環境保護靠大家」(ごみ分別はみんなにかかわる活動で、環境保護はみんなの力がよほど必要だ) という環境保護プロジェクトを行う。地域内の優秀企業と環境保護の経験をシェアし、お互いの協力で理解を深めている。
大連アルパイン電子有限公司	金石灘環境保護徒歩公益活動	毎年	大連金石灘	NA	環境保護意識の養成	社員と家族 (1,000 人以上) が「熱愛大連、清潔大連」をスローガンとして、環境保護徒歩公益活動に参加している。沿道のごみを拾って、景色を楽しんでいる。プロジェクトの成果：大連市における清潔な街づくり、環境保護意識の養成、社員間の交流の促進
AGC プライブリコ (大連) 工業有限公司	EMS 体係認証	6 カ月	会社構内	DNV	環境に貢献する会社になる。	環境改善に貢献する商品の生産、事業の推進で環境負荷低減を図る。省エネと廃棄物削減/リサイクル率向上で地球環境貢献とコストダウンの推進、環境改善に貢献する商品開発・技術開発の推進、年間環境改善計画の実践と PDCA の徹底、環境に関する法令順守

CSR 活動事例						
企業名称	活動名称	活動期間	実施地域	連携パートナー	活動概要	
					目標	受益者 内容と成果
高砂建筑工程(北京)有限公司天津分公司	花園酒店(上海オークラ)省エネ工事	2010	上海	下請業者	1990年に竣工した花園酒店(オークラガーデンホテル上海)の省エネ工事: 外気導入量の最適化、太陽光発電、高効率暖房機器への更新、搬送動力低減、運転システム効率化	
電装(中国)投資有限公司	環境	2006	全国	NA	コミュニティ環境活動(ごみ拾い、植林その他)	
出光能源諮問(北京)有限公司	小型石炭ボイラーの省エネ	4年間	北京	鉄道会社、コンサル会社	北京にある鉄道会社の工場の小型石炭ボイラーの省エネに取り組む。高効率システムの導入により、効率5%、CO ₂ 排出量1,000t/年の削減を達成した。	
	電力用石炭火力の省エネ	2年間	武漢市	電力会社	武漢にある電力会社の石炭火力の省エネに取り組む。運転条件の変更により、ボイラー効率が0.41%向上、石炭消費量が1.13g/kwh減少した。	
蘇州住立精工有限公司	汀蘭家園環境理事会試験的機関	2014	汀蘭家園コミュニティ	汀蘭家園コミュニティの住民	環境理事会の各公益活動を促進し、住民の便利な生活サービスを構築する。汀蘭家園地区の環境保護局とコミュニティが設置した環境理事会に積極的に参加し、理事会の各活動に協力し、環境理事会の各公益活動を促進した。住民の便利な生活サービスを共に構築し、企業としての責任を果たした。蘇州市工業園地区の環境保護局と東砂湖コミュニティに汀蘭家園環境理事会試験的工作先進機関に評価された。	
積水中間膜(蘇州)有限公司	植樹と森林保護	毎年	蘇州市、玉屏山	日本メデア、蘇州現地のメデア、蘇州大学の蘇州大学部	蘇州市の市民 現地の生物多様性を高め、美しい地球を次世代へ残す。	春、秋各1回、社員を動員して、春期植樹と秋期植樹活動を行う。苗木、除虫、肥料、管理費用などが全部当社が支払った。60haの廃土がいま桜と椿に覆われている。

CSR 活動事例							
企業名称	活動名称	活動期間	実施地域	連携パートナー	活動概要		
					目標	内容と成果	
	省エネルギーと排出削減	持続	蘇州市	取引先、お客さん	省エネルギーと排出削減; グリーン地球を次世代へ残す。	現地の住民	廃棄物排出削減、節電 (LED 照明試用、昼間電源オフ、自転車や自動車の置き場にセルフタイマー設置など)、節水 (さまざま浪費現象の回避)、ガス節約 (ボイラー使用禁止、外部供用ガスへの転換)。目標は排気ガスの排出量の 1.2% の減少である。
藤田 (中国) 建設 工程有限公司	砂漠植林	NA	内モンゴル	NPO	環境改善	内モンゴルの砂漠地区	2011 年から、毎年 1 回砂漠植林活動を行い、約 150 名参加した
島野株式会社	禧瑪諾緑色計画	毎年	社内/社外	上海根と芽、サプライヤー	環境保護と改善への取り組み	社員全体、サプライヤー、内モンゴル自治区の砂漠化の影響を受ける住民	1. 禧瑪諾緑色計画、社内とサプライヤーが生産した商品のなかに禁止物が含まれるかどうかを検査する。 2. 毎年、上海根と芽「百万植樹プロジェクト」が苗木を寄贈して、植樹活動に参加している。砂漠化への改善に貢献する。 3. 1999 年中国質量認定センターが授与する「環境管理体系認定書」を受けて、汚染水の処理と騒音監察とコントロールを行っている。毎年度の検査を受けている。
小松 (中国) 投資 有限公司	砂漠緑化活動	2005～ 現在	内モンゴル自治区の瓦房地区	なし	環境改善	内モンゴル自治区	2005 年から、小松集団が内モンゴル自治区で 10 年間の砂漠緑化活動を支援した。毎年その寄付金の金額は 200 万に達する。小松集団は現地の植樹活動に積極的に参加している。小松の寄付金によって、現地では 1,000 本の木を植えて育てた。

CSR 活動事例						
企業名称	活動名称	活動期間	実施地域	連携パートナー	活動概要	
					目標	受益者
東陶(中国)有限公司	大学生団体節水と水環境保護活動	8年間	全国	なし	大学生の水環境保護事業への参加を呼びかけ、大学生の水環境保護意識と節水排出削減意識を高め、大学生の実践革新組織能力をアップする。	大学生 大学生
内容と成果	大学生へ2012年から2015年まで水環境保護と節水にかかわる各種の活動への参加を呼びかけている。そのために、毎年、TOTOが15万円を投入して4年連続でTOTO水基金大学生団体節水と水環境保護活動への小口支援活動を実施した。この小口ローンを申請する大学団体が280余あり、約90の大学団体を支援した。在校生と訪問対象とする住民たちに節水の重要性を認識させるのみならず、この活動に参加する大学生の実践能力と総合素質を高めた。また、現代の中国大学生の高いサービスマインドと環境保護意識が表れた。					
ニコン映像儀器販売(中国)有限公司	愛心植樹活動	2013	上海市	東方緑洲	環境改善	上海市の環境
2013年3月28日、NICSはニコン儀器(上海)有限公司、上海ニコン精械有限公司と協力して、「一本の木を植え、一つの愛心を伝える」という植樹活動を行った。計49名の社員がこの意義深い環境保護活動に参加した。この活動は上海青浦区朱家角の東方緑洲で行われた。社員が力を合わせて、計50本の木を植えて育て、上海の緑化に貢献した。						

CSR 活動分野2：従業員（人権、労使関係、労働者権益等）

企業名称	活動名称	活動期間	実施地域	連携パートナー	CSR 活動事例		
					目標	受益者	活動概要
					内容と成果		
大同精密金属(蘇州)有限公司	従業員の賃上げによる生活保障	2014	社内	NA	従業員	従業員への最低賃金確保を目標とする；新人配属者への給与分配の見直し。	
三興メービス(北京)商贸有限公司	社員福祉調整	2013	社内	NA	社員	社員の子女の保健福祉への支援を行い、社員の子女の医療権利を保障する。	
八海精密成型(蘇州)有限公司	職業環境要因現状調査	2015	工場	外部業者	2015 年下期実施予定		
マブチモーター大連有限公司	賃金福祉共同協議	持続	NA	工会	人権、労使関係、労働者権益などの面で模範になり、会社と会社の共同成長を促進し、調和のある社会の構築に貢献する。	社員代表会活動の実施、法律、企業の経営理念、CSR 精神に合う就職規則の策定、企業と工会の共同契約調印、賃金、ボーナス、福祉などの労使協議など。企業労使関係の調和と安定。	
光洋軸承大連有限公司	社員関係権益の専門契約の調印	2011	被災地区	大連市保稅区工会	会社と従業員	2011 年から、大連市保稅区工会の協力の下で、当社と社員が『光洋軸承大連有限公司共同契約』『女社員権益保護専門契約』『賃金』『社員労働安全衛生専門共同契約』『賃金共同協商協議』など、引き続き調印した。当社の権益を守りながら、社員が労働者としての権益をきちんと守った。	
タカハタプレシジョンジャパン(株)(蘇州)	従業員健康診断	2013～2014	蘇州市	NA	従業員健康診断		
	従業員研修	2009～2014	蘇州市	NA	従業員研修		

CSR 活動事例						
企業名称	活動名称	活動期間	実施地域	連携パートナー	活動概要	
					目標	受益者 内容と成果
蘇州美達王鋼鉄製品有限公司	組合設立	2011	NA	NA	2011年1月組合を正式に設立した。毎月組合会議を開催し、社員が要求、意見などを駐在員に報告した。	
HOYA 光電科技(蘇州)有限公司	労使協商会	通年	公司	従業員	従業員の意見を聞くとともに調整すべきところは調整する。	従業員団体(工会)と定期的に協議を行う場を設定し、協議した。従業員の意見を聞くとともに調整すべきところは調整した。
みずほ銀行(中国)有限公司大連支店	行員子女職場参観	2013	大連市	NA	行員子女の来店に伴い、親の職場体験並びに金融取り組みの体験を行った。	
パナソニック・セミコンダクター・ソリューションズ 蘇州	賃金制度の改革	2014~2015	社内	NA	社員全員に公平公正透明かつ競争力のある賃金制度を設立	学歴や勤務年数を問わず、絶対評価を通じて、社員全員の収入と努力の見える化に社内の昇給制度と賞与制度を見直した。 成果：①離職率を下げた。②従業員にやる気満々の雰囲気が出てきた。
豊生(福州)制動器有限公司	「企業倫理月」活動	2014	HBF	NA	2014年から2015年まで、3回の「企業倫理月」活動を行った。	
蘇州大宇宙信息創造有限公司	毎月の誕生日パーティー 工会福祉	毎月 特殊休暇	会社全体 会社全体	NA NA	社員の仕事への意欲を上げるために、毎月、社員の誕生日パーティーを会社全体で祝い、誕生日プレゼント記念品を渡している。 社員の仕事への意欲を上げるために、春節、中秋節などの休暇では、社員に福利厚生を行う。	

CSR 活動事例						
企業名称	活動名称	活動期間	実施地域	連携パートナー	活動概要	
					目標	受益者 内容と成果
大連アルパイン電子有限公司	忘年会等の活動	毎年	工場内あるいはその他	NA	社員間のコミュニケーションを促進して、凝集力を強化する。	毎年会社が定期社員の忘年会、中秋節に係る文体活動を行う。会食、文芸出演、贈り物とゲーム等を通して、社員間のコミュニケーションを促進して、凝集力を強化する。
	消防訓練	毎年	工場内	NA	社員の避難意識を強化する。	模擬火災環境をつくり、全社社員が避難訓練に参加する当演習を通して社員の避難意識を強化、火災発生時の緊急避難により人員と財産の損失を防止する。
天津天震ポリウレタン有限公司	賃金集団協議	毎年	会社全体	開発区労働人事局、工会	年度賃金のアップ幅、各クラスの社員賃金の調整比率、各種福祉に関する協議	
蘇州住立精工有限公司	労働信用等級機関	2012～2014	工業園地区	工業園地区の他の機関	法律遵守意識と社会責任意識を強化する。	2012年の工業園地区のAA級労働保障信用機関、そして2013年のAAA級労働保障信用機関と評定された。
	海外研修旅行 管理者研修	NA 毎年	日本 社外授業	本社 コンサルタント	皆が努力した成果により、日本本社を見学し、日本の文化を見学する。 管理職として、管理基本等を勉強させることにより自分に対する存在価値、管理意識を高める。	
松村精型（大連）有限公司	消防安全教育	毎年	社内	消防局	画像実例を設け、社員全員に安全知識を普及、消防安全意識を高める。	

CSR 活動事例						
企業名称	活動名称	活動期間	実施地域	連携パートナー	活動概要	
					目標	受益者
島野株式会社	EAP 社員援助プロジェクト	毎年	社内	病院	社員の心理と職業病の予防と治理、社員の満足度と良好な労使関係を高める。	1. EAP 援助課を設置して、職業訓練、心理コンサルティング、親子活動などのプロジェクトを通して、社員とその家族の満足度を高めている。 2. 2003 年中国質量認定センターが授与する「職業健康安全管理体系認定書」を受けて、毎年度の検査を受けている。 3. 会社の環安課と TPM 機関が引き続きその仕事環境を改善している。 4. 会社の人事部が関係の法律法定に基づいて労働契約を調印して、「五险一金」を納めている。この措置を通じて、良好な労使関係と労働者の権益を守る。 活動内容：EAP 社員と社員の家族への支援、職業病の予防と治療、仕事環境の改善、「五险一金」の社会福祉保障

CSR 活動分野 3 : 貧困削減

		CSR 活動事例					
企業名称	活動名称	活動期間	実施地域	連携パートナー	活動概要		
					目標	受益者	内容と成果
三井化学複合塑料(中山)有限公司	当地慈善万人行	2009～2015	中山市	NA	貧困削減の寄付活動に参加し、寄付をする。	中山市 社会貢献活動の一環として、現地全市政府機関、企業など参加の貧困削減の寄付活動に毎年参加し、寄付をした。	
晶端頭示精密電子(蘇州)有限公司	貧困家庭への贈呈	2013	蘇州市	泉屋デパート、蘇州新区赤十字	貧困家庭を援助する。	地域の貧困家庭 会社の社員から不要品を募集して泉屋でバザーを行った。社員 50 名が参加した。売却した金額で生活用品を買って蘇州新区赤十字が紹介した 3 名の貧困家庭へ贈呈した。	
大連精工電子有限公司	省エネ(電気使用量の削減)	2011～2013	瓦房店市	会社工会	田舎の貧しい小学校を訪問、机、椅子、運動用具、学習用具等を寄贈した。		
天津天震ポリウレタン有限公司	貧困削減	NA	会社全体	NA	愛を捧げる。	貧困的山地地区の住民たち 会社の党支部が全社員に向けて、着物を寄付するよう呼びかけていた。2011 年赤十字社、2015 年貧困的山地地区に向けて、物資を寄付した。	

CSR 活動分野 4：医療衛生

		CSR 活動事例				
企業名称	活動名称	活動期間	実施地域	連携パートナー	活動概要	
					目標	受益者
而至齒科（蘇州）有限公司	刷牙教育活动	2014	蘇州市	地元の幼稚園、小学校	地元の幼稚園、小学校	2014年9月から11月までの3カ月間で、地域の幼稚園、小学校の責任者と連絡して、会社の社員が講師として、会社のブラシと歯ブラシペーストを子どもに配り、子どもに4回のブラッシング教育を実施した。子どものお楽しみに迎合する形で教育したので、良い効果が出た。子どもは正しいブラッシングの方法を身に付け、家族また学校から高い評価を受けた。
テルモ（中国）投資有限公司	日中友好 TRI セミナー	不確定	各地	NPO International TRI Net work	全世界	経絡骨動脈冠動脈インターベンション及び、安全な冠動脈インターベンションを世界中に普及する活動を通じて、お互いに友好を図り、世界の平和と人々の健康に貢献する。
双日（中国）有限公司	「健康急行」貧困支援と盲者治療慈善事業	5年間	中国の中西部地区	商務部	中国中西部地区の白内障患者	資金援助。中国中西部地区の白内障患者の病気の回復に貢献した。

CSR 活動分野 5：救災・減災・防災

CSR 活動事例						
企業名称	活動名称	活動期間	実施地域	連携パートナー	活動概要	
					目標	受益者 内容と成果
富士ゼロックス 愛科(蘇州)有限公司	四川省雅安地震被災地区への寄付	2013	社内	蘇州工業園 チャリティ 一基金会	救災	四川省雅安 地震被災地 区 当社が社員を動員して四川省雅安地震被災 地区への寄付を呼びかけた。社員たちがその 呼びかけに積極的に応え、その結果として、 2,219.50 元の社員寄付金と 3,000 元の工会寄 付金を募集した。
住友電工(蘇州) 電子線製品有限 公司	プラント防災自己 点検	2年間	蘇州市	NA	救災	安全・消防の観点で、工場施設の自己点検を行い、計画的に改善を進めて いる。
愛思帝(重慶)駆 動系統有限公司	雅安地震被災地区	2013	NA	重慶市北部 地区のチャ リティ一協 会	救災	四川省の雅安地震被災地区に 10 万円を寄付 した。
東芝大連有限公 司	雲南地震被災地支 援	2014	社内	東芝(中国)	救災	14 年 8 月、雲南魯甸はマグニチュード 6.5 の 地震が発生し、当地は多大な被災を蒙った。 東芝グループから中国へ 100 万円寄付する という呼びかけに応じて、当社は積極的に 3 万円を寄付した。
三菱化学控股管 理(北京)有限公 司	雲南省昭通市にお ける地震被害に対 する義援金寄付	2014	北京	中国日本商 会、中国慈 善總會	救災	雲南省昭通 市震災地区 の被災者 地震被害に対して、義捐金を寄付する。
	四川省における地 震被害に対する義 援金寄付	2013	北京	中国日本商 会	救災	地震被害に対して、義捐金を寄付する。

CSR 活動事例						
企業名称	活動名称	活動期間	実施地域	連携パートナー	活動概要	
					目標	受益者
光洋軸承大連有限公司	汶川、日本、魯甸など地震被災への寄付活動	2011	被災地区	大連市保稅区チャリティー総会	汶川、日本、魯甸など地震被災への寄付活動を実施する。	2008年の汶川大震災、2011年の東日本大震災、2014年の魯甸大震災などいろいろな震災が発生したあと、JTEKTの中国各地の法人組織が被災地区への寄付活動を行った。会社の工会在被災地区を動員して、被災地区の人々向けの寄付活動を実施した。この活動が保稅区政府の支持と称賛を受けた。
南京京濱化油器有限公司	中国青海玉树地震寄付	2010	南京市	南京市六合区紅十字会	中国青海玉树地震災に寄付する。	2010年4月14日青海玉树地区で震度7.1の地震が発生。会社及び従業員が積極的に募金し、自発的に14万余元を募金した。六合区紅十字会經由で災難發生区へ送金した。
マツダ(中国)企業管理有限公司	地震被災地支援	2013～2014	四川省、雲南省	上海市慈善基金会	四川省雅安市と雲南省震災地区の被害者に寄付活動を行う。	マツダ株式会社と中国現地法人のマツダ(中国)企業管理有限公司は、四川省雅安市で発生した大地震による被災者の救援と地域の早期復興を願い、総額200万元を寄付。2014年8月に雲南省で発生した地震による被災者の救援と地域の早期復興を願い、マツダ本社とマツダ中国で総額200万元を寄付。
住化ビジネスサービス	雲南省地震義捐金	2014	中国グループ会社全体	住友化学投資(北京・親会社)	雲南省地震被害に対し、会社から寄付を実施した。	
	四川省地震被害に対する支援募金	2013	中国グループ会社全体	住友化学投資(北京・親会社)	四川省地震被害に対し、社員による募金活動を実施した。	

CSR 活動事例									
企業名称	活動名称	活動期間	実施地域	連携パートナー	活動概要			内容と成果	
					目標	受益者			
三井化学複合塑料(中山)有限公司	重大災害支援	2010～2011	被災地区	NA	被災地区のため、寄付活動を行う。	被災地区		2010年は中国で起こった地震などの重大災害について2回寄付した。2011年は東日本大地震の重大災害に寄付した。	
日立医療系統(蘇州)有限公司	四川大地震の支援活動	1カ月	会社内	NA	震災地区に資金を寄付する。	震災地区の被災者		2008年の四川大地震の際に、会社として寄付をするとともに、従業員にも協力を要請し、会社+従業員からの募金を復興支援として寄付した。	
瑞薩半導体(蘇州)有限公司	中国青海玉树地震義捐金寄付	2014	青海玉树	園区慈善総会	青海玉树震災地区へ義捐金を寄付する。	青海玉树震災地区の被災者		園区慈善総会を通じて青海玉树地震へ義捐金を寄付した。	
ブリヂストン(瀋陽)タイヤ有限公司	清原県洪水被災地区向けの食品寄付活動	2013	瀋陽市周辺地区	現地の政府	清原県洪水被災地区に向けて、食品を寄付する。	清原県洪水被災地区		2012年、遼寧省清原県で大規模な洪水が発生した。当社は現地の政府から被災地区の食品不足問題が厳しいという状況を把握し、至急に計10万円の食品を現地に寄付した。現地の食品不足問題を少し緩和した。	
重慶長安鈴木自動車有限公司	震災寄付活動	2008	四川省汶川	長安自動車	企業としての責任をもって、震災被災地区への支援を行う。	汶川被災地区		計120万円を寄付し、被災地区の復建につながった。	
	震災寄付活動	2013	四川省雅安市	長安自動車	企業としての責任をもって、震災被災地区への支援を行う。	雅安被災地区の被災者		計100万円を寄付し、被災地区の復建につながった。	
石川島(上海)管理有限公司北京分公司	東日本震災救援寄付	2011	日本	中国日本商会	東日本震災の救援のために、中国日本商会経由で義援金を寄付した。				
	雲南省昭通市震災救援寄付	2014	中国	中国日本商会	雲南省昭通市の救援のために、中国日本商会経由で義援金を寄付した。				

CSR 活動事例						
企業名称	活動名称	活動期間	実施地域	連携パートナー	活動概要	
					目標	受益者 内容と成果
豊生(福州)制動器有限公司	震災被災地区への寄付活動	NA	被災地区	NA	被災地区の同胞と共に、困難を乗り越え、復建をめざしている。	2008年から2014年まで、汶川、台湾、玉樹、雅安雲南省魯甸などの被災地区に対し、寄付活動を行った。
東南(福建)汽車工業有限公司	災害救助と寄付活動	通期	被災地区	NA	被災地区の被災者に、物資を寄付した。被災地区の民衆として社会各界に高く評価された。また、企業のイメージアップにつながっている。	各地の被災者に向けて、物資を寄付した。被災地区の民衆として社会各界に高く評価された。また、企業のイメージアップにつながっている。
愛信(天津)車身零部件有限公司	震災寄付活動	2014	社内	NA	震災の被災地区の住民を支援する。	2014年8月3日、雲南省で大震災が起こった。震災の被災地区の住民を支援するために、社内の食堂で社員寄付活動を行った。社員が会社の呼びかけに積極的に応えた。
天津天震ポリウレタン有限公司	救災	災害後	会社全体	NA	愛を捧げる。	2008年の汶川震災、2012年の雅安震災に向けて寄付活動を行った。
双日(中国)有限公司	震災地区に向けての寄付活動	必要ときに	被災地区	民政部	災害復建への支援	河北省の震災、山西省の洪水災害、湖北省の洪水災害、武漢市冷害、四川省の震災、青海省の玉樹震災などに対して、寄付活動を行う。いろいろな地域の災害復旧に対して寄付金を寄付した。
味の素(中国)有限公司	美しき家プロジェクト	2008～2012	四川省都江堰の被災地	上海市閘北区熱愛家園青少年コミュニケーションボランティア協会	四川省都江堰市の龍池鎮被災地の総合コミュニケーション施設の再建を支援する。	本プロジェクトは2008年5月12日中国四川大地震後からスタートした。プロジェクト内容は被災地の四川省都江堰市龍池鎮に対する震災後の支援・復興である。第1期は3年、龍池鎮に教育・経済・文化及び健康検査を含む総合コミュニケーション施設の再建が目的である。被災地で暮らす人たちの自己管理及び持続可能な発展を実現した。本プロジェクトは毎年100名を超える外部者及び地元3,000名くらいが参加する。

CSR 活動事例						
企業名称	活動名称	活動期間	実施地域	連携パートナー	活動概要	
					目標	受益者
小松(中国)投資 有限公司	震災救援	2008	四川省汶 川県	NA	被災地区の 住民	小松集団が至急に震災の被災地区に1,000万 元を寄付し、被災地区の再建を支援した。
ニコン映像儀器 販売(中国)有限 公司	災害救助と寄付活 動	2008～ 現在	上海市	上海市慈善 基金總會黃 浦分会	四川省、青 海省、雲南 省などの震 災地区	2008年5月22日、汶川震災に向けて、10 万円を寄付した。 2010年4月22日、青海玉树震災に向けて、 10万円を寄付した。 2010年8月17日、舟曲土石流災害に向けて、 10万円を寄付した。 2011年3月31日、日本大震災に向けて、7 万円を寄付した。 2014年8月、雲南省雅安震災に向けて、51 万円を寄付した。

CSR 活動分野 6 : 教育

CSR 活動事例						
企業名称	活動名称	活動期間	実施地域	連携パートナー	活動概要	
					目 標	受益者
島津企業管理(中国) 有限公司	中国医療放射線技師養成への賛助・協力	通期	山東省	山東医学高等专科学校 京都医療科学大学	中国の医療放射線技師養成を援助・協力	山東省放射線医学 1999年より山東省において放射線医学・技術に関する「講座」を年2回開設。中国の医療放射線技師養成を援助・協力。
富士ゼロックス愛科(蘇州) 有限公司	小学校へのスポーツ用品寄付	2014	蘇州	NA	蘇州工業園唯亭实验小学として、スポーツボール、卓球など計7,580元のスポーツ用品を寄付した。	蘇州工業園唯亭实验小学を対象として、スポーツボール、卓球など計7,580元のスポーツ用品を寄付した。
	奨学金寄付	2012	蘇州	NA	蘇州工業園第六中学校の12名の貧困学生を対象として、奨学金を寄付	蘇州工業園第六中学校の12名の貧困学生を対象として、総額6,500元の奨学金を寄付した。
コニカミノルタ 弁公系統 (中国) 有限公司	上海理工大学出版印刷と芸術設計学部デジタル印刷実践基地	2013～現在	上海市	上海理工大学	デジタル印刷業界のために、より多くの人材を育成する。	2013年11月にて、上海理工大学印刷と芸術設計学部のデジタル印刷実践基地の披露式がコニカミノルタ弁公系統(中国) 有限公司がDIS デジタル展示空間で盛大に行われた。今回、コニカミノルタ弁公系統(中国) 有限公司が上海理工大学出版印刷と芸術設計学部のデジタル印刷実践基地の設立を支援するのみならず、定期的に上海理工大学の学生を対象とする DIS デジタル展示空間の「展示ホール開放日」を設立し、休みの日は在校生向けの実習定員を提供し、「デジタル印刷」関係のキャリアプログラムを設立することについて双方の協議を順調に進めた。

CSR 活動事例							
企業名称	活動名称	活動期間	実施地域	連携パートナー	活動概要		
					目標	受益者	内容と成果
キャノン大連事務機有限公司	希望プロジェクト支援	1994～現在	大連市	大連市青少年発展基金会	学校に向けて寄付活動を行う。	希望小学校と大連理工大学の学生	1. 1994年から現在にかけて、5カ所の希望小学校に向けて、総額約210万円の寄付金を寄付した。 2. 2007年から現在にかけて、大連理工大学奨学金を設立した、計90名の大学生が奨学金を受けた。総額は約30万円。
福州小糸大億車灯有限公司	学業奨学金	NA	閩侯県	閩侯県青口大義小学			「閩侯県青口大義小学」の学生を対象として、奨学金と子ども日のプレゼントなどいろいろなるものを寄付した。
愛思帝(重慶)駆動系統有限公司	TECプロジェクト	2013～2015	重慶市	重慶市康明斯、重慶職業技術学院			TECプロジェクトは重慶康明斯本部が実施した教育関係公益プロジェクトである。現地の実力、人脈を同じCSR理念をもつ企業と協力して、現地の職業教育プロジェクトを通して、その技術技能の需給バランスに貢献するねらいをもつ。当社が重慶職業技術学院の学生に向けて、実習を提供した。
三井化学(中国)管理有限公司	希望小学校寄贈・支援	2011～現在	安徽省	青少年基金会	希望小学校に物資を寄付する。	希望小学校と学生	1. 2011年 老朽化校舎の建て替え寄贈(30万円)。2012年～2013年 運動場・グラウンド整備支援(8万円) 2. 2014年 貧困生徒助学金(50名)。毎年支援活動を行う際は、生徒へ文房具・パソコンを寄贈している。
東芝大連有限公司	東芝希望小学校寄付	2001～現在	大連市	大連市希望工程事務室	東芝希望小学校を設立し、また、その発展を支援している。	東芝希望小学校と学生	2001年、30万円を寄付して、東芝希望小学校を設立した。それから、毎年、継続して支援してきた。今年(2015年)、学校に5万円ほどの教育施設、そして生徒さんに工場見学、水族館見物をさせた。今まで、延べ100万円強を支援した。学校の教育施設の改善ができ、そして子どもの良い勉強環境づくりができた。

CSR 活動事例							
企業名称	活動名称	活動期間	実施地域	連携パートナー	活動概要		
					目標	受益者	内容と成果
三菱化学控股管理(北京)有限公司	「走近日企(日本企業に近づく企画)」への参画	2013	北京、日本	中国日本商会、中国日本友好協会	中国大学生の日本への理解を深める。	中国の大学生	中国の大学生を日本に招き、企業訪問や日本人家庭でのホームステイ等による交流を通じて、日本を理解してもらう。このプロジェクトが中国日本商会の主催によって行われてきている。当社が中国日本商会主催の企画に参加し、寄付金の拠出とホームステイの受け入れ等を実施している。
テルモ(中国)投資有限公司	浙江大学テルモ基金設立	2007～2009	浙江省	浙江大学	「泰尔茂研究助成基金」と「泰尔茂奨学金」を設立	浙江大学の大学生	会社が浙江大学で「泰尔茂研究助成基金」と「泰尔茂奨学金」を設立した。その基金総額は150万円に達している。
三井化学複合塑料(中山)有限公司	現地小学校に奨学奨学金設立	2009～2014	中山市	NA	現地の小学校に奨学金を寄付する。	現地の小学校	社会貢献活動の一環として、現地教育関係機関(小学校)に毎年奨学奨学金を寄付した。毎年、政府から「尊師重教」の優秀企業と表彰された。
蘇州美達玉鋼鉄製品有限公司	貧困学生の援助	2012	NA	NA	2012年別の地域の貧困高校生1名に補助金を与えた。		
マツダ(中国)企業管理有限公司	麦田プロジェクト	2012～2015	四川省	麦田プロジェクト教育基金会	麦田教育計画基金会と連携し、四川省山間部にある中学校に「マツダ麦田クラス」を開き、経済的支援が必要な中学生約50名の育成をサポートしている。また、学校に図書館の設立資金と図書を贈呈(2013年7月開館)。経済的援助だけでなく精神面の支援も大事と考え、社員と子どもたちの1対1の文通や学校訪問を行った。		
トヨタ自動車フアイナンス(中国)有限公司	トヨタ金融快樂美術教室と快樂体育園地	NA	河北省	中国青少年発展基金会	河北花場峪小学校に寄付活動を行う。	河北花場峪小学校の学生	2014年当社が中国青少年基金会と協力して、河北花場峪小学校に「快樂美術教室」と「快樂体育園地」を寄付した。このプログラムは今年(2015年)3月に完工した。このプログラムによって、子どもたちがカラフルな課外生活を楽しむことができるようになった。

CSR 活動事例						
企業名称	活動名称	活動期間	実施地域	連携パートナー	活動概要	
					目標	受益者 内容と成果
	トヨタ金融愛心バザール活動	NA	北京市	従業員ボランティア	トヨタのボランティア協会が愛心バザール活動を実施している。今回の活動は 340 件の物品を募集して、280 件を売り出した。この慈善事業で得た金銭は全額をトヨタ金融が支援する小学校→河北青龍県花場峪小学校に寄付した。	
住化ビジネスサービス	SCHOOL AID FOR AFRICA	2014	中国グループ会社全体	住友化学投資（北京・親会社）	アフリカの小学校への教育に対する、社員による募金活動を実施した。	
みずほ銀行（中国）有限公司大連支店	大学生に向け講演の実施	2014	大連市	NA	「金融教育、育成支援」を目的とし、大連交通大学、亜細亜大学/大連外国語大学学生に向けて、大連支店の見学受入を実施したと同時に、銀行業務やみずほ銀行等を紹介する講演を実施した。	
ブリヂストン（瀋陽）タイヤ有限公司	西豊県金星小学校のため、教育物資を寄付	2013	瀋陽市周辺地区	NA	西豊県金星小学校の教育物資を寄付する。	2013 年、瀋陽華商ニュースの報道によって、遼寧省西豊県金星小学校の教育施設の立ち遅れ問題を知った。当社の関係部門が小学校と直接連絡をとり、現地に赴き教育用の音楽、スポーツ用品が必要だという現地の状況を把握した。当社が机と椅子、黒板、プリンター、音楽とスポーツ用品など、計 10 万円の物資を寄付した。現地の厳しい教育環境を少し緩和した。
捷帕瓦電源開発諮詢（北京）有限公司	電子ピアノの寄贈	2010	山西省	双日	学校寄付	出資先発電所 10 周年記念として電子ピアノ（ヤマハ社製 KBP300）12 台を寄贈した。

CSR 活動事例							
企業名称	活動名称	活動期間	実施地域	連携パートナー	活動概要		
					目標	受益者	内容と成果
東南(福建)汽車工業有限公司	「美しい東南本での未来づくり」公益活動	2014～2015	福建省	福建省教育庁関工委	子どもの環境保護知識の勉強、視野の拡大と成長につなげていく。	福建省の5カ所の双留児童学校、貧困地区と辺鄙地区の小学校	1万4,000冊の図書を寄贈した。この活動のなかで、小学生を招いて、「未来の自動車生活」「小画家コンテスト」「読書指導」などのテーマ活動を行った。この一連の活動が在校の教師と学生に高く評価され、暖かく歓迎された。
ローム電子大連有限公司	貧困地域小学校図書寄与	2013	荘河歩雲山	インテル	インテル、万卷図書館が田舎小学校で図書寄与活動を行った。		
電装(中国)投資有限公司	DN 助学金	2006	全国	NA	貧困大学生に大学期間中(4年間)生活費支給		
蘇州住立精工有限公司	救急知識訓練	半日	工業園地区	蘇州市呉中区人民病院	社員の救急応急知識の普及	社員	社員の救急応急知識の普及のために、蘇州市呉中区人民病院のICUの先生を招待し、社員全体向けの救急知識の普及活動を実施した。その救急知識はCPR、傷口救急、中毒救急など幅広く及ぶ。社員の日常生活と仕事の応急処理の便利を図り、社員の安全意識を高めた。
YAMAHA 楽器音響(中国)投資有限公司	音楽学院などへの奨学金 出前コンサート、バンドクリニック	2000～2015 2012～2014	全国11都市の大学 全国	大学 農民工学校、中小学校	NA NA		
双日(中国)有限公司	対外経済貿易大学日本語勉強用の図書寄付活動	20年間	北京市	対外経済貿易大学	日本語勉強者の日本語と日本社会文化への興味と理解を促進する。	大学1年生	日本語学習用の辞書と図書を寄贈した。日本語学習者の日本語と日本社会文化への興味と理解を促進した。

CSR 活動事例						
企業名称	活動名称	活動期間	実施地域	連携パートナー	活動概要	
					目標	受益者
積水中間膜（蘇州）有限公司	奨学金	毎年	蘇州市	蘇州大学 技術用学部	経済的には貧しいが、学業と品行がともに優れている学生への支援	年に1回、15名の経済的に貧しく、学業と品行がともに優れている学生を支援対象として、毎年2,000元の奨学金を支給した。既に160名近くの学生に支給している。会社の植樹活動と周年祭りへの参加を誘った。
小松（中国）投資有限公司	希望小学校建設への支援	2007～ 現在	全国	中国青少年 発展基金会	中国教育事業の発展に熱心した人々	2007年、小松グループが中国では小松集団中国社会貢献基金を設置し、中国各地の貧困地域で希望小学校の建設への支援を引き続き実施した。近年来、24カ所の希望小学校を建設した。これからも、小松集団は引き続き中国の教育事業の発展を支援する。

CSR 活動分野 7：社会サービス（高齢者・児童・障害者のサービス等）

CSR 活動事例						
企業名称	活動名称	活動期間	実施地域	連携パートナー	活動概要	
					目標	受益者
東陶機器（北京）有限公司	身障孤児院への寄付、訪問	2014	北京市	北京東陶	子どもたちの健康を回復させて、健全な家庭に戻れるようにする。	北京市北七家東三旗の家東三旗の身障孤児院「天使の家（Angel Home）」へ北京東陶及び東陶北京は合わせて3万円の物資を寄付した。現在、ここで預かっている身障孤児は2カ月～7歳くらいの42名。こうした活動は4回になった。
パナソニック電子材料（蘇州）有限公司	従業員献血	1996～現在	蘇州市	NA	献血	1996年から、毎年7月に献血活動を実施し、約全従業員の10%が参加している。
みずほ銀行（中国）有限公司大連支店	養老施設への生活用品の寄付及び貧困地域児童の寄付	2014	大連市	NA		当店有志行員（14名）より、寄付金を募集し、大連の養老施設に生活用品を購入して寄付した。また、チベットの貧困地域の児童に不要な衣服や図書等を寄付した。
エプソン精密電子（蘇州）有限公司	献血	1回/年	社内	政府	毎年の目標の量は2万ml	蘇州市「血の倉庫」連続8年間蘇州市赤十字会に無償献血し、今まで合計で744名の社員が19万mlの血液を提供し、蘇州市「血の倉庫」に大きな貢献をした。
電気硝子上海有限公司	寄付	NA	上海	NA	地域の高齢者に物資を寄付	地域老人福祉施設に20台の42インチLCD TVを寄付した。
ユニカミノルタ弁公系統（中国）有限公司	ユニカミノルタにも、カラフル未来の迎え	2007～現在	上海市、北京市、広州市、無錫市、長春市	各地区の特殊学校	特殊教育（身体障害者向けの教育）への注目を呼びかける。	国内多数の特殊学校（身体障害者を対象とする学校）に向けて、高品質のカララーレーザープリンター、カララーFAXなどを寄贈した。この寄贈品によってカララー教室ができ、より効果的な特殊学校の教育を進めることができると。2011年、第1回特殊児童絵画コンテストを行って、社会大衆の高い注目を集めた。

CSR 活動事例						
企業名称	活動名称	活動期間	実施地域	連携パートナー	活動概要	
					目標	受益者
パナソニックシステムネットワークス(大連)有限公司	障害者施設訪問・交流	2014	大連市	施設の運営者	知的障害児児童	私設の知的障害児童施設を訪問し、児童との交流を行い、文具などを贈呈している。
マブチモーター大連有限公司	身体障害者就職支援	持続	NA	身体障害者連合会	事業要求に合う身体障害者	安全作業能力をもつ聾啞障害者の就職をあっせんする。配置された身体障害者の人数は80名、社員全体の2.0%を占めている。
光洋軸承大連有限公司	彰武県の身体障害者へのお見舞い	毎年	彰武県	NA	彰武県の身体障害者を支援する。	毎年の8月前後、当社の指導者層が遼寧省阜新市彰武県へ赴いて、現地の身体障害者へのお見舞いをしている。お見舞い中、会社の上層部がその身体障害者の家庭の生活現状を把握し、会社から持ってきた生活必需品と現金を相手に寄付した。この身体障害者向けの支援活動を通して、会社のイメージアップにつながり、その知名度アップによって宣伝効果があった。
理愛(北京)企業管理コンサルティング有限公司	認知症勉強会	NA	北京市	社区住民委員会	海淀区上河村住民	当社運営の高齢者向け施設が所属している海淀区上河村区内での認知症勉強会。区内の一般住民及び愛護介護関係者が一定の知識を共有した。
理愛(北京)企業管理コンサルティング有限公司	家族懇談会	四半期に1回	社内	NA	入居家庭に対する会社理念の紹介及び看護技術の共有	入居家族に対し、会社理念の紹介及び介護技術の共有を行っている。毎回入居者の8割の家族が参加し、当社運営方針を理解いただいている。同時に、家族から施設運営への意見を直接聞き、運営に反映している。

CSR 活動事例						
企業名称	活動名称	活動期間	実施地域	連携パートナー	活動概要	
					目標	受益者 内容と成果
豊生(福州)制動器有限公司	孤児施設への生活用品寄付活動	NA	福州市の孤児施設	NA	2012年8月、福州市孤児施設の孤児たちに牛乳、文房具などを寄付した。	
晶端顕示精密電子(蘇州)有限公司	地域老人院の慰問活動	NA	蘇州市	老人院	老人ホームのお見舞い	2013年6月2日、地域の老人院の年配者と交流、遠足を行った。1万5,000元の服を全員に贈呈した。会社の社員22名がボランティアとして参加した。
住友ゴム(常熟)有限公司	孤児院訪問のボランティア活動	通期	常熟市	NA	社員の責任感を高める。	施設の中での掃除、周辺のごみ拾い、子どもたちが好きな食べ物や栄養たっぷりの食べ物、玩具、本などをプレゼントする。子どもたちと一緒に遊んだり、歌ったり、話し合ったりする、お誕生日パーティーを開く。それによって、社員たちの社会責任感の意識を高め、社会に貢献できると同時に、会社のイメージと知名度のアップになっている。
東南(福建)汽車工業有限公司	自閉症大福基金会への寄付及び支援活動	2012～2013	北京市	大福基金会(自閉症の子どもへの愛護専門基金)	自社の力を尽くし、自閉症の子ども向けの慈善金を調達する	2012～2013年、大福基金と協力して、共同で「助V助福」を発起した。計110万円の寄付金を大福基金に寄付した。また、全社の自閉症の子どもへの注目と関心呼びかけた。
蘇州ヨコハマタイヤ有限公司	身体障害者向けの雇用	未定	会社	NA	身体障害者向けの雇用を積極的に行った。現在まで、計8,000名の身体障害者が当社で働いている。身体障害者社員が全社員に占めている割合を1.5%以上に高めるねらいだ。	
横河電機(蘇州)有限公司	福祉施設の愛心活動	年に2回	蘇州市	蘇州市福祉施設	福祉施設の孤児と身体障害児童への愛護	社員ボランティアを動員して臨時家庭を組んで、孤児と身体障害児童を遊園地へ連れて行ったり、自然生活を楽しんだりしている。

CSR 活動事例						
企業名称	活動名称	活動期間	実施地域	連携パートナー	活動概要	
					目標	受益者
電装（中国）投資 有限公司	身体障害者支援	2007	全国	各地障害者 連合会	障害者車椅子寄贈、 障害者スポーツ支援	内容と成果
味の素（中国）有 限公司	敬老キャンペーン	2015	上海市	上海市慈善 基金会	敬老の年配者 への配慮及び飲 食改善	敬老の年配者への配慮及び飲食改善を目的に我々は上海市慈善基金会へ実物（調味料製品、約 11 万 5,000 元）寄付をしました。上海市約 70 軒の敬老院の 9,000 名の年配者が受益した。
島野株式会社	高齢者のお見舞い、 農民工の子ども向けの学校	毎年	社外	昆山ボランティア連合会、 昆山前景小学校	企業の社会責任を果たす。	<p>1. 2009 年から、経済的に困難な家庭と 365 名の 80 歳以上の高齢者を訪問した。</p> <p>2. 2014 年から、昆山前景小学校の 90 名の小学生に向けて学習用品を寄付した。一部の学生を招待して、工場見学を行った。</p>

CSR 活動事例						
企業名称	活動名称	活動期間	実施地域	連携パートナー	活動概要	
					目標	受益者
東陶(中国)有限公司	TOTO 水基金水資源建設支援プロジェクト	8年間	新疆ウイグル自治区、内モンゴル自治区、陝西省、山西省、甘肅省	新疆ウイグル自治区のハミ、内モンゴル自治区の阿拉善、山西省の聞喜県、甘肅省の会寧市などの現地政府と中華環境保護基金会	水資源の問題への解決	<p>1. 2011年、TOTO 水基金が39万4,000元を投入し、新疆ウイグル自治区のハミ地区の伊吾県前山石磨溝村で集中的水先案内と水資源保護プロジェクトを実施した。</p> <p>2. 2012年、内モンゴル自治区阿拉善右旗巴音高勒嘎查地区を本年度の水資源建設支援先とすることを決めた。</p> <p>3. 2013年、プロジェクトの調査研究を通じて、TOTO 水基金が33万9,700元を投入し、山西省聞喜県廻坑村に向けて水建設援助を実施した。</p> <p>4. 2014年から2015年にかけて、甘肅省会寧市太平中学校、新塬郷中心小学校水池建設と道路硬化工程を支援した。</p> <p>プロジェクトの成果：飲水条件の改善が現地の経済社会発展を保障し、新農村建設に大きく貢献した。</p>

CSR 活動分野 8 : その他

CSR 活動事例						
企業名称	活動名称	活動期間	実施地域	連携パートナー	活動概要	
					目標	受益者 内容と成果
寧波大安化学工業有限公司	地域安全活動参加	不特定	石化区	石化区政府	所在地の石油化学工業区が開始した「第三者安全技術サービス」制度に参加し、石化区全体の安全チェック活動に参加を始めた。	
大連翔祥食品有限公司	持続性漁業の支持	全期間	NA	サプライヤー	漁業の発展を支援する。	国際的な資源管理が必要とされる原料については各国のルールに則り、この活動を取り扱う。
キヤノン大連事務機有限公司	大連市キャノン杯日本語スピーチコンテスト	毎年	大連市	大連市人民対外友好協会	大連市の学生の国際交流を促進する。	1990年から現在まで、26回のスピーチコンテストを行ってきた。約10万名の学生が参加し、約80名の学生が日本研修機会を得た。投入総額は約1,900万円。
アドヴィックス(常州)管理有限公司	バドミントン国際競技会のスポンサー	2012	常州市	NA	バドミントン国際競技会をサポートする。	スポンサーとしての費用供出、会場への広告掲示、チケット入手(社員への配布)
	自転車競技会のスポンサー	2011	常州市	NA	自転車競技会をサポートする。	スポンサーとして、費用供出を実施する。
ダイヤモンド電機(蘇州)株式会社	朝顔の会	4年間	蘇州市	書画の先生	地域貢献と中日友好	中国から渡ってきた朝顔の種を日本及び中国の関係者に贈呈する。毎年8月8日に蘇州の書画の先生方や朝顔の友を会社へ招き、朝顔芸術展として、企業と地域住民の輪を広げている。社員も自主的に参加するイベントで、福利厚生の一環としても活動を継続している。

CSR 活動事例						
企業名称	活動名称	活動期間	実施地域	連携パートナー	活動概要	
					目標	受益者
東陶機器 (北京) 有限公司	TOTO カップジュニア国際囲碁大会への協賛・寄付	2014	日本福岡	TOTO 株式会社	囲碁を通じて交流を深める。	日本、中国 (台湾) からの子どもたち 囲碁を通じて交流を深める国際大会で、中国・台湾より、毎年約 70 名の子どもたちが参加した。TOTO は囲碁を通じて地域社会への貢献、また青少年の次世代育成及び中国国内での企業イメージ向上のため、協賛した。
HOYA 光電科技 (蘇州) 有限公司	顧客満足度向上	2015	会社	顧客	顧客満足度の向上を図る。	顧客満足度向上のため、顧客対応スピードを向上すべく組織改編や新組織を設立し実施した。
住友ゴム (常熟) 有限公司	治安監視カメラを地域に贈呈活動を実施	通期	常熟市	常熟警察署	地方の治安関係の事件を減らす。	2012 年から常熟経済開発区の警察署と協力して、会社近隣の村の住民に治安監視カメラの贈呈活動を行っています。毎年一つの村の住民に約 300 台の治安監視カメラを贈呈して、地域の治安案件の低減に貢献している。付近の住民、警察署から好評をいただき、常熟政府が提唱する調和の取れた町づくりに貢献した。
YAMAHA 楽器音響 (中国) 投資有限公司	ヤマハ愛心音楽教室	2012～2015	北京、上海、広州、天津、蘇州、杭州	基金会、教育局、楽器店など	NA	

CSR 活動事例						
企業名称	活動名称	活動期間	実施地域	連携パートナー	活動概要	
					目標	受益者
ニコン映像機器販売(中国)有限公司	少年撮影訓練活動	2014～現在	上海市	『少年日報』	新世代の撮影人材を育成する	『少年日報』記者団の小記者を対象としたプロジェクトである。毎回約20～30名が上海南京西路のニコン映像天地で行われる活動に参加している。ここでは、係員が小記者たちを連れて、映像天地を見学する。小記者達はいろいろなニコンデジタルカメラが見られ、違う撮影効果が体験できる。また、ニコンの撮影教師が基礎撮影、人像撮影、美食撮影などいろいろなテーマの授業を行っている。この活動が小記者たちに高く評価された。

CSR 活動分野 9: 総合 (活動分野が 2 または 2 項目以上)

CSR 活動事例						
企業名称	活動名称	活動期間	実施地域	連携パートナー	活動概要	
					目標	受益者 内容と成果
東海軟管 (大連) 有限公司	環境保護	毎年	社内、コミュニティ	NA		<ol style="list-style-type: none"> 揮発性有機化合物 (VOC) 回収、汚染水管理、省エネと排出削減、植樹 社員の合法権益を守り、社員の作業技能の訓練、調和の労使関係 コミュニティの老人ホームへの定期的チャリティー活動 経済的に貧しい社員への定期的家庭訪問と寄付活動。主な成果：会社の信用度と所在地域での名誉度をアップさせた。
日立ハイテクノロジーズ上海会社	環境教室	2014	北京、上海、深セン	日立中国		小学校に行き、環境に関するクイズ等で環境啓発教室を実施した。
パナソニック電子材料 (蘇州) 有限公司	児童環境保護教育	2010 ~ 現在	蘇州市	NA	蘇州地区学校で環境保護教育を実施する。	2010 年から毎年小学生 (累計 300 名) を対象にして環境保護教育を実施している。計 300 名の小学生がこの活動に参加した。
パナソニック・セミコンダクター・ソリューションズ 蘇州	子ども環境教育	通期	蘇州市	地方小学校	蘇州地区子ども	小学生を対象として、省エネ、グリーン生活などのテーマを中心に教育活動を実施している。この活動は 7 年間継続し、合計 7,059 名の子どもを教育した。

CSR 活動事例						
企業名称	活動名称	活動期間	実施地域	連携パートナー	活動概要	
					目標	受益者
東陶(中国)有限公司	「愛水一堂課」プロジェクト	3年間	北京市	なし	水環境関係の教育素材を開発し、基礎教育段階の教師と生徒の水環境への認識を深め、中国未来の水資源不足の問題を緩和する。	中華環境保護基金会 TOTO 水基金の支持下で、中華環境保護基金会と道和环境与発展研究所と協力して、「愛水一堂」プロジェクトを実施した。2013年10月にこのプロジェクトをスタートさせて以来、234件の指導案を募集した。2014年1月17日に専門家審査を行い、15件の優秀な指導案を選出した。2014年から指導案集の作成を始め、それを公開授業という形で公衆まで普及させた。このプロジェクトは北京市を試験的工作地区として行われた。プロジェクトは8カ月間に及び、北京市40カ所の学校をカバーし、51名の教師がこの活動に参加した。今回、「渴望宣言」NGO組織との連携を通じて、115のクラスのうち計9万7,200名の学生がその影響を受けた。

