



就活生・学生のための
「地球と自分を幸せにする企業」の情報の見つけ方
ガイドブック

東京都市大学環境学部 枝廣淳子研究室

幸せ経済社会研究所

第1版（2015年12月10日発行）

目次

1. はじめに（私たちの思い）
2. プロジェクトの目的
3. プロジェクトの進め方
4. 調査結果
 - 「就活生の求める情報開示度ランキング」トップ 10 社
 - 41 社すべてのグラフ
 - 全体的な傾向
5. 今後に向けて
6. 就活生・企業へのメッセージ
7. 幸せ経済社会研究所からのコメント

資料 1：約 200 人の就活生・学生の「知りたい情報」

資料 2：スコアシート

資料 3：情報発信・取り組みのベスト・プラクティス例

資料 4：調査分析対象レポート

資料 5：プロジェクトメンバー

1. はじめに（私たちの思い）

就職は、私たち多くの学生・若者にとって、「人生にとっての一大事」です。職場で過ごす時間は、自分の暮らし（人生）のかなりの部分を占めることになるでしょう。ですから、どのような企業に就職し、どのような仕事に就くかは、自分の暮らしの質や人生そのものにも大きな影響を与えることになるはずです。

仕事は、言うまでもなく生活の糧を稼ぐ手段でもありますが、それだけではありません。私たち一人ひとりにとって、自己成長や自己実現の場でもあります。また、社会や未来をよりよいものにするために、自らの貢献ができる場でもあると考えています。

これだけの「一大事」である就職のために、私たち学生、特に就活生は、多くの時間を費やして、「業界研究」や「企業研究」をします。本当はそれぞれの企業で働いている人に、実際の状況などを聞ければいちばんよいのでしょうけど、そのような機会は限られているため、私たちは主に、冊子やネット上の情報として企業から提供されている情報を用いて、それぞれの企業について調べることとなります。

就活生の中で、「この企業に就職したい！」「この業界に行きたい！」と具体的にいきたいところが決まっている人はどのくらいいるでしょう？

私たち枝廣研究室のゼミ生は18人全員が3年生です。つまり、就活生です。ゼミでいろいろな話をする中で、はっきり就職したい企業や業界が決まっている人は少数派であることがわかりました。

就職したい企業が決まっていれば、その企業のウェブなどを詳しく調べて、情報を得ることができるようでしょう。でも、「どういう企業に就職したいのか」がはっきりしていない場合は、どこを調べて、

何を比べればよいのでしょうか？ そもそも、私たちと同世代の就活生はどのような企業に就職したいと思っているのでしょうか？

そこで私たちはまず、「自分が働きたいと思う、いい会社」とはどのような企業か？をそれぞれで考え、同じ大学の友人や学外の知り合いなどにインタビューしました。枝廣先生の授業でもアンケート調査を行い、約200人の就活生・学生から「就職したい企業の特徴」を集めました。集めた「就職したい企業の特徴」に関する情報の多くは、就職活動生用のサイトよりもCSR報告書に掲載されていることが多いものでした（CSRとはCorporate Social Responsibility＝企業の社会的責任のことで、企業の環境面・社会面・経済面での考え方や取り組み、実績などを報告する媒体がCSR報告書です。サステナビリティレポートと呼ばれることもあります）。

次に、こういった私たち就活生の知りたい「就職したい企業の特徴」についての情報を、企業はどのくらい発信しているかを調べました。

いうまでもなく、企業が発信する情報を得て、その中身が十分か足りないか、優れているか劣っているかを判断するのは、就活生・学生ひとりひとりです。したがって、このプロジェクトでは、中身の質については問わず、就活生・学生が判断するために必要な情報を企業が開示しているかどうかだけを調べました。

「就活生の求める情報を企業は発信しているか」を調べてみてわかったことは、「就活生の求める情報をしっかり発信している企業もある」「あまり発信していない企業も多い」ということでした。そして、どこを見れば、そういう情報が見つかるかもわかりました。企業に問い合わせた時の対応にもいろいろあるなど、多くのことを知りました。

就活生の多くが（当然ながら）「ブラック企業には行きたくない」と言います。では、企業のそのような側面について、どこを見れば

わかるのでしょうか？当たり前ですが、どの企業も「ウチはブラックです」「ウチはブラックではありません」とは言いません。そういう場合、どのような情報をチェックすればよいのでしょうか？私たちはこのプロジェクトを通して、「そのような情報はどこで見つけられるか（少なくともそういった情報を出しているか、いないか）」がわかってきました。

このガイドブックは、こうやって私たちが進めてきたこのプロジェクトのプロセスと結果、私たちからのメッセージを紹介するものです。就活生・学生みなさんに「人生の一大事である就職を考えると、こういう情報もぜひ参考にしてほしい！」と呼びかけるとともに、企業に「就活生・学生はこういう情報を求めているから、ぜひ出してほしい！ 取り組みももっと進めてほしい！」と伝えられたらと思っています。

このガイドブックが就活生・学生と企業間のコミュニケーションがより双方に役立つものになるきっかけの1つになれば、がんばってこのプロジェクトを進めてきた私たちゼミ生として、これ以上うれしいことはありません。

枝廣研究室ゼミ生一同・枝廣淳子

2. プロジェクトの目的

1. 就活生・学生が就職に当たって企業について知りたいと思っている、主に CSR に関わる情報と、実際に企業が発信している情報がどの程度マッチしているのかを調べる
2. 「学生・就活生が求める情報」をより網羅的に発信している企業はどこかを明らかにする
3. 就活生・学生に、「就職にあたって知りたい情報の見つけ方」を伝えることで、より自分にとって大事な軸に沿って就職先を考えることにつなげてもらう
4. 企業に「就活生の求める情報」を伝えることで、情報発信の改善につなげてもらう

3. プロジェクトの進め方

ステップ1：就活生・学生の求める情報を調べる

ステップ2：分析の枠組みを作る

ステップ3：調査対象企業を選定する

ステップ4：企業の CSR 等の情報を入手し、スコアシートをつける

ステップ4：結果を分析する

ステップ5：発表資料を作成する

ステップ6：発表する

ステップ1：就活生・学生の求める情報を調べる

就活生・学生が「就職にあたって企業について知りたいと思っている情報」とはどのようなものかを調べる

- 研究室のゼミ生および他の学生・就活生へのヒヤリング調査

- CSR（企業の社会的責任）の授業でのアンケート調査（85名が回答）

を通して、約200人の学生・就活生から「知りたい情報」を収集しました（資料1を参照ください）

ステップ2：分析の枠組みを作る

集まった「知りたい情報」を整理・分類し、スコアシートを作成する

（ステップ2-1）「知りたい情報」は、大きく2つに分類できました

- ① 「その企業そのものに関する情報」＝企業軸

例：「事業は安定しているか」「地域住民から信頼されているか」「社外とのコミュニケーションがあるか」「環境問題・社会問題に対して、しっかり行動しているか」など

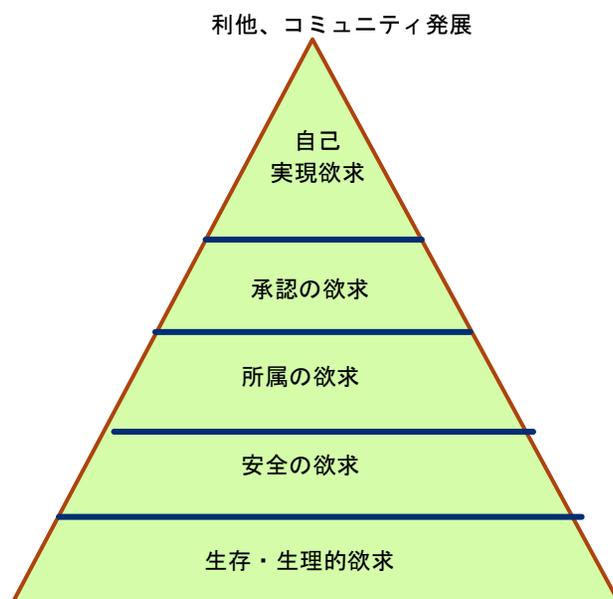
- ② 「入社した自分＝従業員にとってどのような場であるかに関する情報」＝自分軸

例：「継続して働ける場か」「自分のやりたいことができるか」「社員の意見を聞いてくれるか」「安心して働けるか」「休みをしっかりとれるか」「自分が学びたいものを学ばせてもらえるか」「新人にも仕事を任せてくれるか」「育休後の復帰など女性も働きやすい場か」「自分のボランティア活動を続けることができるか」など

（ステップ2-2）さらに分類する上で、マズローの「欲求5+1段階」の枠組みを用いることにしました

（心理学者マズローの自己実現を頂点とする「欲求5段階説」が知られていますが、晩年マズローは「さらにその上に、自己を超越し、他人やコミュニティの発展を願う欲求がある」と述べてい

るそうです。今回集まった「就活生の知りたい情報」には、この「さらに上の欲求」に当てはまるものもあったため、マズローの欲求5+1段階説の枠組みを用いることにしました。なおマズローの理論では下位の欲求が満たされてはじめて上位の段階に進むと考えますが、ここではその前提は置かず、整理の枠組みとして6段階を用いています)



(マズローの欲求5+1段階説)

(1)と(2)をあわせて、就活生・学生から集めた「知りたい情報」を、「企業軸・自分軸」×「マズローの欲求5+1段階」で整理しました

企業軸										自分軸									
.....	利他
.....	実現
.....	承認
.....	所属
.....	安全
.....	生存

企業軸・自分軸のマズローの欲求段階ごとの「知りたいこと」を整理しました。

【企業軸】知りたいこと	マズローの欲求段階	【自分軸】知りたいこと
未来世代の幸福や持続可能性を考えているか	利他・コミュニティ発展	自分の追求したい利他的活動がやりやすい環境か
途上国のことを考え、取り組んでいるか		
企業理念やミッションがあるか	自己実現	自分の自己実現を支援してくれるか
		社内でやりたい業務やプロジェクトに手を挙げてチャレンジできるか
		自己実現を追求できるよう、柔軟な働き方ができるか
社外の評価を採り入れているか	承認	従業員の声に耳を傾け、経営や CSR 活動に採り入れているか
		多様な人々が認められ、活かされているか
日本社会の一員、地域社会の一員となっているか	所属	多様な状況でも、働き続けることができるか
法令遵守(コンプライアンス)をきちんと行っているか	安全	安心して働ける安全な職場か
企業活動の土台である地球の持続可能性を守ろうとしているか		
経営は安定しているか	生存・生理的欲求	健康で働き続けることができるか
		健康を守るため、残業時間を抑制するしくみがあるか
		どのくらい働き続けることができる仕事か、働き続けたい職場か
		きちんと休みがとれるか

(ステップ2-3) それぞれの「知りたい情報」は、どのような項目で企業から発信されているかを考え、点数を割り振ってスコアシートを作成しました

- 企業軸・自分軸とも、それぞれのマズローの欲求段階ごとに10点満点としました。つまり、企業軸の合計は60点、自分軸の合計も60点、総合点は120点満点となります。
- ひとつの軸・欲求段階でチェック項目が1つだけであれば、その1つが満たされていれば10点となります。チェック項目が複数ある場合は、配点し、軸・欲求段階ごとの合計点が10点になるようにしました。
- グループ会社や、1つの工場や、社員の一部の取り組みではなく、その会社が会社として全社的にやっていることがわかるかを見ました。
- 単に「取り組んでいます」ではなく、具体的にどのようなことをやっているかがわかるかを見ました。
- さまざまな制度の有無については、制度があっても使いにくいなど実際に使われていないこともあると聞きます。そこで、制度や取り組みの有無だけでなく、その利用実績についての情報の有無も調べました。
- 利用実績もさまざまな形での情報がありますが、「利用者の声」、「利用者数」、「利用者の割合」の順に、全体像がわかると考え、得点に差をつけることにしました。
- 実際のスコアシートは末尾の参考資料をご覧ください。

ステップ3：調査対象企業を選定する

「就職したい企業ランキング」を参考に、調査対象企業を選ぶ

(1) 今回は多くの就活生が就職したいと考えている企業を対象にすることにしました。そこで、次の「就職したい企業ランキング」を調べ、4つのランキングのすべてに取り上げられていた企業をリストアップしました。なお、この4つのランキングは、文系・理系双方の学生を含めた総合ランキングであることなどの理由により選びました。

- 日経就活ナビ 人気企業ランキング (総合ランキング)
- 楽天 みんなの就職活動日記 新卒就職人気企業ランキング (2016年卒)
- 東洋経済 就職ブランドランキング (2016年卒前半)
- 朝日学情ナビ 就職人気企業ランキング (2016年3月卒業予定者対象)

48社は以下の通りです (五十音順)

旭化成	アサヒビール	味の素
伊藤忠商事	エイチ・アイ・エス	オリエンタルランド
花王	カゴメ	KADOKAWA
キリン	講談社	コーセー
サントリー	JR 東海	JR 東日本
JTB グループ	資生堂	集英社
住友商事	全日本空輸	双日
ソニーミュージックグループ	損保ジャパン日本興亜	大日本印刷
電通	東京海上日動火災保険	東京メトロ
凸版印刷	トヨタ自動車	日本航空
日本放送協会	博報堂	日立製作所
フジテレビジョン	Plan・Do・See	丸紅

みずほフィナンシャルグループ	三井住友海上火災保険	三井住友銀行
三井住友信託銀行	三井物産	三菱重工業
三菱商事	三菱東京 UFJ 銀行	三菱 UFJ 信託銀行
明治グループ	森永製菓	りそなグループ

(2) 48 社の CSR 関連情報の発信媒体の有無を調べました。

今回評価する項目に照らし合わせ、CSR レポート・サステナビリティ報告書・社会環境報告書・統合報告書・アニュアルレポートの有無を調べました。

調査を行った 2015 年 8 月 9 日時点で、これらのいずれの報告書も発行していなかった企業は次の 7 社でした。(五十音順)

JTB グループ	講談社
KADOKAWA	集英社
Plan・Do・See	日本放送協会
ソニーミュージックグループ	

この 7 社以外の 41 社について、調査を行いました。

今回の調査対象の 41 社は以下の通りです。(五十音順)

* カッコ内は報告書発行企業・グループの名称です

旭化成 (旭化成グループ)	アサヒビール (アサヒグループホールディングス)
味の素 (味の素グループ)	伊藤忠商事
エイチ・アイ・エス	オリエンタルランド(OLCグループ)
花王	カゴメ
キリン (キリンホールディング)	コーセー

ス株式会社)	
サントリー (サントリーグループ)	JR 東海
JR 東日本 (JR 東日本グループ)	資生堂
住友商事	全日本空輸
双日	損保ジャパン日本興亜(損保ジャパン日本興亜ホールディングス株式会社)
大日本印刷 (DNP グループ)	電通
東京海上日動火災保険 (東京海上ホールディングス)	東京メトロ
凸版印刷	トヨタ自動車
日本航空	博報堂 (博報堂 DY グループ)
日立製作所 (日立グループ)	フジテレビジョン
丸紅	みずほフィナンシャルグループ
三井住友海上火災保険 (MS & AD ホールディングス)	三井住友銀行 (三井住友フィナンシャルグループ)
三井住友信託銀行 (三井住友トラスト・ホールディングス)	三井物産
三菱重工業 (三菱重工グループ)	三菱商事
三菱東京 UFJ 銀行 (三菱 UFJ フィナンシャル・グループ)	三菱 UFJ 信託銀行
明治グループ	森永製菓
りそなグループ	

ステップ4：企業のCSR等の情報を入手し、スコアシートをつける

調査対象企業の発行しているCSR報告書、サステナビリティレポート、統合報告書、アニュアルレポートの冊子版・pdf版を入手し、調べる

(1) 企業は、冊子版・pdf版のほか、ウェブ上でもさまざまな情報を発信していますが、今回の調査では、以下の理由から冊子版およびpdf版を対象としました。

- 一般の就活生でも簡単に入手・比較ができる：一般の就活生が就職したい企業をスクリーニングする場合、多数の企業の情報を簡便に入手し、すべて並べて比べて見る必要があります。スクリーニング後に、興味のある企業の詳しい情報をウェブなどから得ることになると思われますが、今回はあくまでもスクリーニングで役に立つ情報として、手元で閲覧・比較のできる冊子版・pdf版を調査対象としました。
- 調査上の制約：ウェブ上の情報は、修正や差し替え、削除がいつ行われたかわからないため、調査対象とすることが困難です。

(2) スコアシートに基づき、当該情報の記載の有無をチェックしました。

各企業の情報について、ゼミ生が2人ペアでダブルチェックを行ったうえで、指導教授・幸せ経済社会研究所研究員が確認しました。

(3) 調査対象企業に確認してもらいました。

- あらかじめ、CSRなど担当部署の連絡先を調べたり、問い合わせたりして、記入済みのスコアシートを送付し、確認をお願いしました。
- 「会社として、または部署として、このような社外からの確認依頼には応じないことにしている」という企業も数社あり

ました。また、何度か連絡しても最後までお返事をいただけない企業もありました。

ステップ5：結果を分析する

ランキングの作成と傾向の分析を行う

スコアシートの得点に基づいて、上位10位までのランキングを作成するとともに、全体の傾向などを分析しました。

ステップ6：発表資料を作成する

プレスリリース文および就活生・学生のためのガイドブックを作成する

ステップ7：発表する

プレスリリースの発信および発表を行う

プレスリリースをメディア各社などに送付するとともに、2015年12月10～12日東京ビックサイトで開催の「エコプロダクツ展2015」の東京都市大学枝廣研究室ブースにて発表。枝廣研究室、幸せ経済社会研究所、イーズなどのウェブサイトでも発表。

4. 調査結果

「就活生の求める情報開示度ランキング」トップ10社

(120点満点)

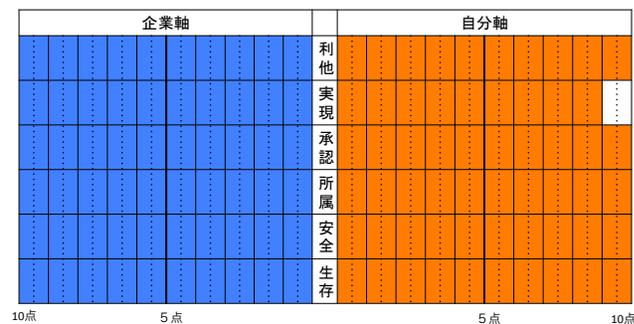
- 1位：サントリーグループ (119点)
- 2位：味の素株式会社 (102点)
- 3位：損保ジャパン日本興亜ホールディングス (100.5点)
- 3位：三井住友海上火災保険 (MS&AD ホールディングス) (100.5点)
- 5位：凸版印刷株式会社 (100点)
- 6位：東京海上ホールディングス (96点)
- 7位：資生堂グループ (95.5点)
- 7位：りそなホールディングス (95.5点)
- 9位：伊藤忠商事株式会社 (95点)
- 9位：日立グループ (95点)

1位のサントリーグループのCSR報告書は、120点満点中119点と、就活生・学生が就職を考えるにあたって知りたいと思う情報を網羅的に開示している報告書でした。特に、企業そのものについての情報（企業軸）だけでなく、従業員にとってどのような職場なのかについて

の情報（自分軸）についても、制度や取り組み、実績、データなど丁寧に伝えるものとなっています

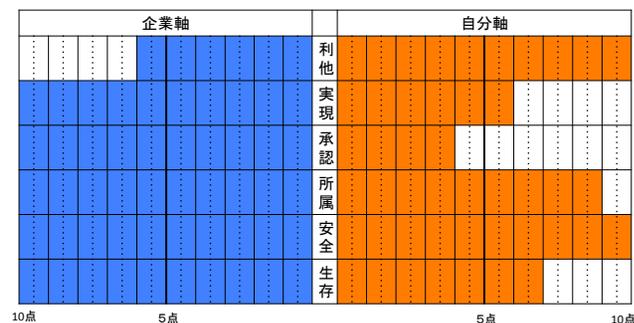
全41社のバラフライグラフ（上位10社のみ社名入り）

1位サントリーグループ(119点)



調査対象の報告書：サントリーグループCSRレポート2015 詳細版

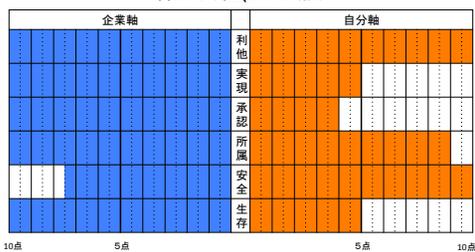
2位 味の素株式会社(102点)



調査対象の報告書：味の素グループ サステナビリティレポート2014
・環境資料・データ編

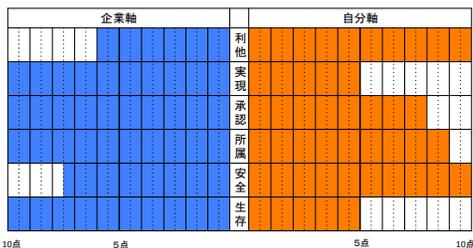
3位から10位まで

3位 損保ジャパン日本興亜ホールディングス
株式会社(100.5点)



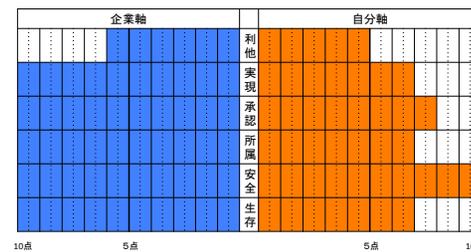
調査対象の報告書: CSRコミュニケーションレポート2014
CSR取組み事例集(コミュニケーションレポート別冊)

3位 三井住友海上火災保険
MS&ADホールディングス(100.5点)



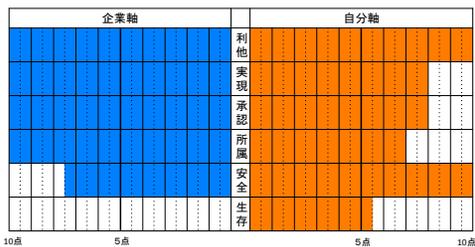
調査対象の報告書: CSR Report 2015 本編

5位 凸版印刷(100点)



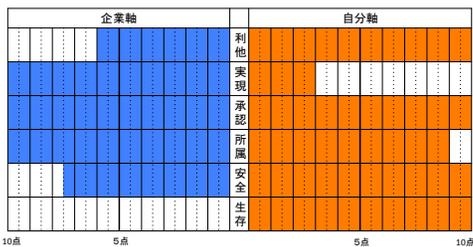
調査対象の報告書: CSRレポート2014

6位 東京海上ホールディングス(96点)



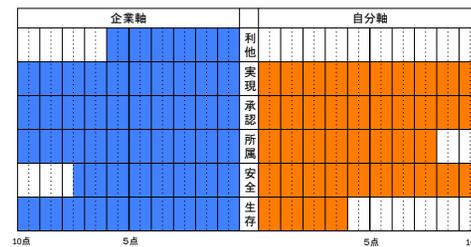
調査対象の報告書: サステナビリティレポート2014

7位 資生堂(95.5点)



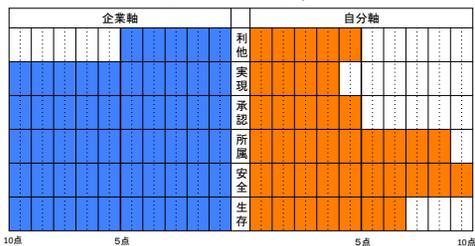
調査対象の報告書: 資生堂CSR [資生堂の社会的責任]

7位 リソナホールディングス(95.5点)



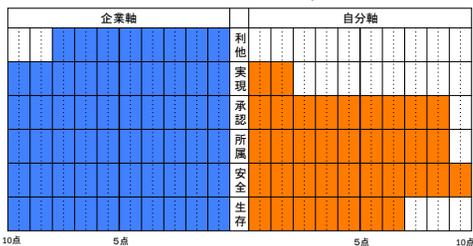
調査対象の報告書: CSRレポート2014 データ編

9位 伊藤忠商事(95点)

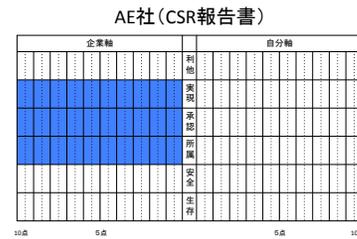
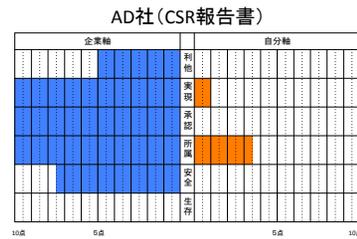
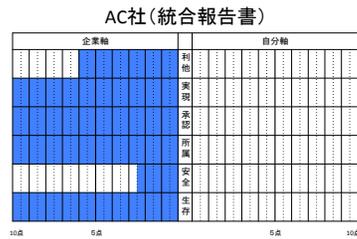
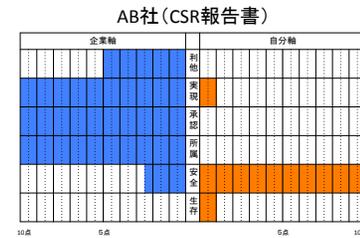
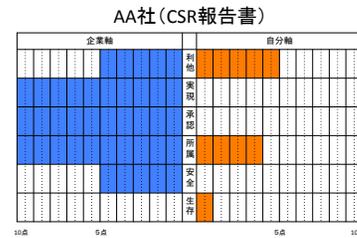
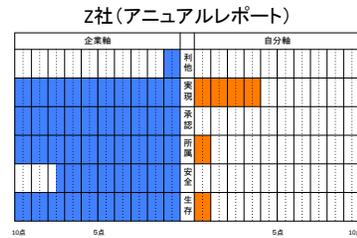
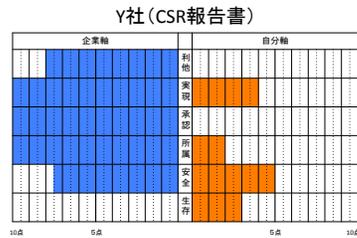
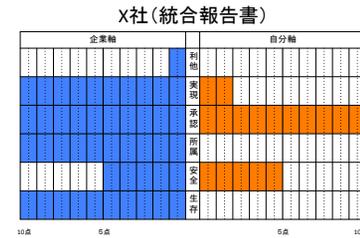
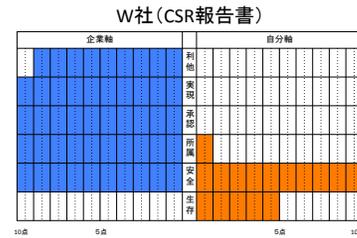
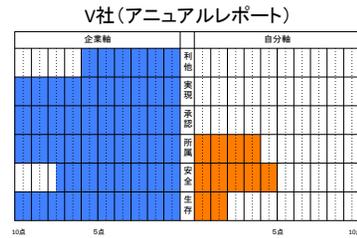
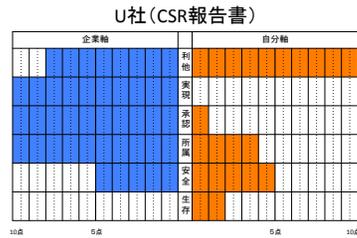
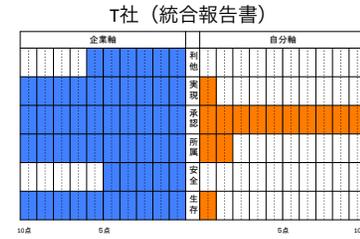
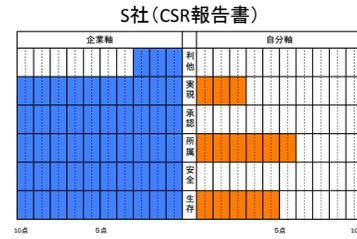
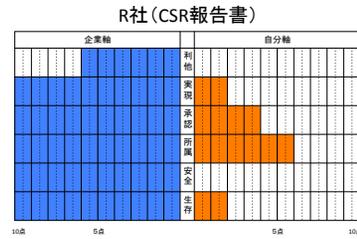
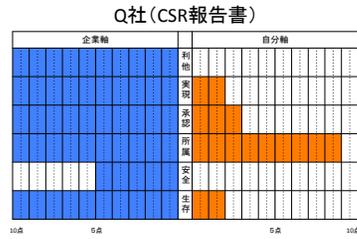


調査対象の報告書: 伊藤忠商事 CSRレポート2014

9位 日立グループ(95点)



調査対象の報告書: 日立グループ サステナビリティレポート 2015

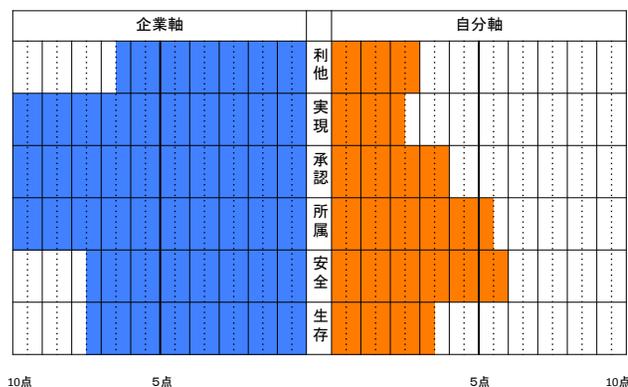


全体的な傾向

41社のグラフ（私たちは「バタフライグラフ」と呼んでいます）を分析する中で、以下の全体的な傾向が浮かび上がってきました。

- 自分軸に比べ、企業軸の情報を厚く開示している報告書が多い：企業軸の平均点は51.5点、個人軸の平均点は24.4点でした（下のグラフは全社の平均値グラフです）。
- 報告書の種類別に見ると、統合報告書・アニュアルレポートは、全般的に得点が低く、就活生・学生の求める情報の開示が少ない：総合点の平均値を見ると、CSR報告書は78.5点、統合報告書・アニュアルレポートは67.6点でした。
- 就活生にとって重要な情報である個人軸について多く掲載しているのはCSR報告書が多い：個人軸の平均点はCSR報告書が27.2点で、統合報告書・アニュアルレポートは15.5点でした。
- 上位10社の調査対象報告書はすべて「CSR報告書」であり、統合報告書やアニュアルレポートは1つもありませんでした。
- これらの結果から、就活生・学生が求める情報を探すにはCSR報告書が有効であることがわかりました。

各項目の「平均値」で作成したグラフ



情報発信・取り組みのベスト・プラクティス例

今回調査した企業の発信情報には、「ぜひこういう情報発信・取り組みが広がればいいな！」というベスト・プラクティスが項目ごとにいくつもありました。そのうちのいくつかを紹介することで、企業の今後の取り組み・情報発信のモデル例を示しました（資料3）。

5. 今後に向けて

今回、私たちにとって初めてのプロジェクトとなり、さまざまな学びがありました。改善・再検討すべき点もいくつも見つかりました。

- ① ウェブでの情報発信に力を入れている企業も多いが、今回の調査ではウェブ上の情報は対象としなかったこと。

多くの企業がスコアシートの確認の中で、「その情報はウェブにあります」とURLを教えてくださいました。今回は先に述べた理由でウェブ上の情報を調査対象としませんでしたが、今後同様の調査を行う場合には再検討したいと思います。

- ② 調査対象企業に確認していただく時間に余裕を持つこと。

今回は、担当部署のメールアドレスがわかった企業の場合は10日～2週間、メールアドレスがわからず、郵送でお願いした企業の場合は、それよりも短い時間での確認のお願いとなっていました。企業からも「もっと余裕を持って依頼してほしい」とアドバイスをいただきました。今後は気をつけたいと思います。

- ③ 調査の枠組みの妥当性についての検討を続けること。

今回、企業軸・自分軸、マズローの欲求5+1段階の枠組みを用いました。私たちゼミ生と企業の方々との合同ゼミで発表した際には、「マズローの枠組みを使ったのは新鮮だ」と評価の声もいただきましたが、就活生・学生の求める情報の種類やその整理のための枠組みについて、さらに精緻化を進めていきたいと思います。

6. まとめ

就活生・学生に向けてのメッセージ

「一生の一大事」の就職に向けて、本当に自分が何を大事にしたいのかをよく考えてみましょう。自分が大事にしたいことが、自分の成長であれ、自分があるのままで受け容れられることであれ、社会の役に立つ企業で働くことであれ、企業の情報をよく見ていると、その企業が「自分の大事にしたいこと」を大事にしている企業なのかそうではないのかが少しずつわかってきます。

給料も大事な情報だけど、自分が大事にしたいことについての情報も、しっかり調べて、考えに入れて、就職する企業を探し、選び、決めていけたら、後悔の少ない就活になるのではないかと思います。

その企業が、自分の成長を応援してくれるか、受け容れてくれる場かどうか、社会や地球を守ろうとしているかどうか、といった情報を知りたかったら、ぜひ企業の「CSR 報告書」「サステナビリティレポート」「社会環境報告書」を探して見てください。企業のウェブサイトの CSR 部門や環境部門のところに、きっと見つかるはずです。

そういった報告書がなければ、「統合報告書」「アニュアルレポート」を見てみましょう。もちろん、「これは！」という企業が念頭にあるなら、ウェブ上の情報もじっくり調べてみましょう。

その時にはぜひ、今回のプロジェクトで使用した「企業軸・自分軸」×「マズローの欲求5+1段階」を参考にしてみてください。例えば、会社に勤めながら、業務以外での社会貢献に関わりたい場合は、自分軸の利他（従業員が主体的に行なうボランティアやプロボノ活動を支援する制度があるか）に注目して情報を調べてみましょう。

自分の求める情報が見つからない場合、質問がある場合は、企業に問い合わせしてみましょう。ウェブに窓口のメールアドレスが書いてある場合もあります。見つからなければ、代表のアドレスや問い合わせフォームから問い合わせることもできます。私たちも経験したように、返事が来ない場合もあります。でも、私たちも経験したように、丁寧に返事をくれて、応援してくれる企業の担当者もいます。就活の OB 訪問や面接などで聞いてみることもできるでしょう。

今回は私たち枝廣研究室の枠組みで、「就活生の知りたい情報」を整理し、調査をしてみました。知りたい情報は、それぞれの就活生によって異なる部分もあります。今度はあなたが、自分の知りたい情報を考えて、企業が発信している情報を探してみてください。CSR(企業の社会的責任)についての報告書やウェブのページが鍵です！ぜひ見てみてくださいね。

企業に向けてのメッセージ

今回調査をしてみて、ほぼ満点という情報開示度の企業もありましたし、私たちにとって大事な軸である自分軸の情報がほとんど発信されていないという企業もありました。「こういう制度が

あります」という情報だけの企業もあれば、その利用実績もきちんと情報発信している企業もありました。

企業が情報発信する際のターゲットには、いろいろな人がいるのだと思います。その1つとして、ぜひ就活生や学生に向けて、私たちの求めている情報を発信していただけたらうれしく思います。

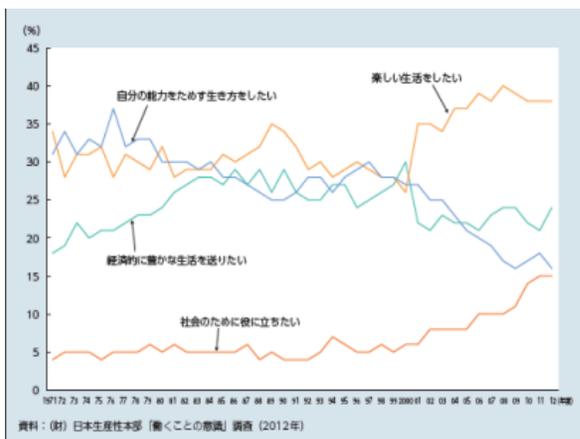
最後に、今回調査対象企業として、スコアシートの確認や問い合わせなどに対応してくださった企業の担当者の皆様、本当にありがとうございました。叱られたこともありましたが、励まして下さった企業も多く、さまざまな企業とのやりとりそのものが私たちゼミ生にとって、大きな学びとなりました。これからの人生にも役に立つ、本当によい経験をさせていただきました。ありがとうございました。

7. 指導教授・幸せ経済社会研究所より

プロジェクトを振り返って

今回のプロジェクトを、共同研究者としてゼミ生とともに進めました。その立場から、いくつかコメントをしたいと思います。

「若者の仕事観は、かつてとはかなり変わりつつある」と言われています。「若者の意識を探る」と題した平成 25 年度厚生労働白書には、「働くことに関する最近の若者の意識は、経済的な側面よりも、自分自身が『楽しく』生活できるかどうかという点を重視していることが分かる」「『社会のために役立ちたい』とする若者の割合は、2000 年以降上昇傾向にあり、仕事を通じ社会に貢献していきたいと考える若者の増加として注目される」と述べられています¹。



¹ 平成 25 年度版『厚生労働白書』

<http://www.mhlw.go.jp/wp/hakusyo/kousei/13/dl/1-02-4.pdf>

今回ゼミ生のヒヤリングや授業（主に 3 年生対象）でのアンケートから得られた「就職したい企業の特徴」は、まさに「自分らしくありたい、社会のために役立ちたい」という白書で述べられている傾向に合致するものだと思います。

また、この「就活生の大事にしたいこと」は、『モチベーション 3.0』で知られる米国のダニエル・ピンクが、「アメとムチ」という外発的動機付けが有効だった 20 世紀型マネジメントから、「自律性・成長・目的」という内発的動機付けが大事になる 21 世紀型マネジメントへシフトできない企業は弱体化していくだろうと述べていることとも呼応すると考えられます。現代の就活生には、「給料だけではない」と述べ、実際に企業の内外を問わず「本当にやりたいこと」を模索する学生も多く見られるのです。

今回のプロジェクトを通して、このような若者の動機に答え、新しいサービスの半分を生み出しているといわれる「グーグルの 20% ルール」（仕事時間の 20% を自分の好きなことに使えるルール）のような新しい働き方や、21 世紀型の目的主導型のマネジメントに転換していくことが、これからの企業にとって大事なことではないかと考えさせられました。

最近の傾向の中で、1 つ気になったことを述べます。

企業は最初「環境報告書」という形で、環境問題に関する情報を社会に発信するようになりました。近年は「CSR 報告書」「サステナビリティレポート」という形で、環境問題だけでなく、社会面・経済面も含めたトリプル・ボトムラインの情報を発信するようになってきました。今回の枠組みでいう「自分軸」の多くは、「社会面」に含まれる項目ですから、就活生・学生にとって、「環境報告書→CSR 報告書」へのシフトは好ましいことであると考えます。

その一方で、最近、統合報告書に向かう動きがあります。統合報告書やアニュアルレポートは、投資家・株主を主な対象として

います。今回の調査結果からも、統合報告書には、就活生・学生の求める情報があまり載っていないことが明らかになりました。企業からすると、対象が違うので当然だとは思いますが、投資家・株主ではない、就活生・学生にとって必要な情報もしっかり発信していただけたら、と願います。彼らも企業にとって大事なステークホルダーの1つだと思うのです。

今回のプロジェクトを通じて、何よりも、就活生や学生たちに「企業のCSR情報を見てみよう！」と呼びかけられたらと思っています。そして、企業にも「就活生・学生が知りたい情報」とはどのようなものかを伝えることで、そうした情報発信が増え、学生・企業の双方に資するコミュニケーションにつながっていくことを願っています。

さらなる展開について

今回のプロジェクトでは、学生にとってワガコトである「就活生」という立場から、CSR情報が掲載されている報告書を分析しました。現在、非正規雇用者の増加など、雇用環境の悪化が社会問題になっています。学生たちが将来、企業の中でどのような立場に置かれるのかは、学生にとってのみならず、日本社会全体の問題です。よって、企業が人権やダイバーシティへの配慮といった社会的責任を果たしているかを知るための情報源として、また従業員がイキイキと働くことができるのかを知るための情報源として、CSR関連の情報がとても重要であることは疑いありません。こうした観点から、企業の発信するCSR情報に「個人軸」についての情報をもっと入れてほしいと願っています。

その一方で、「企業軸」も私たちにとっては重要です。私たちがこのプロジェクトを進めている最中に、建築業界で杭データ偽装問題が起きました。また食品偽装問題もたびたびマスコミを賑わせています。今回分析したCSR報告書では、ほとんどの企業でコンプライアンスについての情報開示が行なわれていました。CSR報告書は法令遵守の制度や仕組みがあることを伝えていても、それが単なる「建前」にならないようにするためにも、私たちは生活者として企業の動きを見守る必要があります。

こうしたことを考えると、今回の「就活生」という立場だけでなく、「生活者」といった立場からもCSR報告書を分析することが必要ではないかと考えます。

私たち一人ひとりに影響を及ぼす環境問題や社会課題が大きくなっていく中で、CSR情報の開示の担う役割はこれからますます重要になっていくでしょう。私たちはこれからも、企業の発信するCSR情報について知らない人たちに対しては「CSR情報にもっと注目しよう！」というメッセージを、企業に対しては「私たちにとって重要な情報をもっと開示してほしい！」というメッセージを送り続けたいと思っています。

東京都市大学環境学部教授 枝廣淳子
幸せ経済社会研究所 研究員 新津尚子

資料

資料 1 : 約 200 人の就活生・学生の「知りたい情報」(抜粋)

利益を求めただけではない会社か	新人にも仕事を任せしてくれるか	のびのびした雰囲気か
社会貢献をしている会社か	研修制度がしっかりしているか	従業員のことを考えているか
事業が安定している会社か	新人の面倒見のよい会社	従業員の相互信頼度
成長している会社か	会社が働きやすい環境を作ってくれるかフレキシブルな働き方ができるか	従業員が情熱を持って仕事、一致団結
時代の変化への適応する会社か	社員を大切にしているか	セクハラがないか
向上心があるか	自分の意見が言えるか	パハラハラがないか
部門や事業部がたくさんある会社か	時間の縛りがないか	女性労働に差別を行っていないか
企業理念があっているか	働きがいがある会社か	途上国で適正年齢に満たない児童に労働させていないか
上司部下関係なくコミュニケーションがとれる会社か	食堂が美味しい会社か	必要最低限のマナーを守っているか
知名度が高い会社か	チームワークがよい	採用時に差別していないか
他の企業とコミュニケーションを取っている企業か	お金よりも雰囲気ややりがいを重視する人が多いかどうか	継続して働けることができるか
地域に愛されている会社か	社外とのコミュニケーションを取っているか	残業代の支払いについて
会社周辺の環境・治安がよいか	世界からの評価	産休・育休について
環境問題・社会問題に対して、しっかり行動しているか	一般の人の意見を取り入れているか	有給・残業手当について
収益性	従業員の声（年代別／部署別）：良いところも悪いところも知りたい	時間管理をしている（残業はあったとしても）
施設がしっかりしているか	雇用のダイバーシティについて	交通の便が良いか
マイナス面や非難されている問題を開示しているかどうか	部署の女性の比率について	収入が安定しているか
社会貢献が出来る会社か	女性管理職の比率について	休みが取れるか
成果主義・業績主義を採用しているか	障害者の雇用について	有給の消化率
自分の好きなことができる会社か	職場の雰囲気の良さ	平均労働時間
失敗してもいいからやってみると言ってくれる会社か	従業員同士のコミュニケーションについて	運動日数
やりたいことがやれる会社か		勤務地が近い

資料2：スコアシート

マズローの欲求段階	知りたいこと	チェック項目	注	
企業	自己超越・利他・コミュニティ発展の欲求	長期的な時間軸で未来世代の幸福や持続可能性を考えているか	報告書に記載されている最も遠い時間軸を調べる	単なる言及ではなく、企業のビジョンや計画に盛り込まれている時間軸を対象とする。現在の就活生は2050年の段階で50歳代後半であり、「企業に望む時間軸」を調べたところ、「2050年」との回答が最多で、「2100年」「2030年」「2025年」といった回答も多かったことから、2020年までを短期、2021～2049年を中期、2050年以降を長期とする
		途上国への支援を行っているか	事業や社会貢献活動を通しての途上国への支援について記載されているか	単に事業を途上国で行っている、工場や調達先・関連会社が途上国にある、というものは該当しない
	自己実現	企業理念やミッションがあるか	企業理念やミッション(使命)の記載があるか	
	承認	社外の評価を採り入れているか	経営やCSR活動に対する社外の声や評価を採り入れる仕組みや制度・取り組みの記載があるか	社外取締役、ステークホルダーダイアログ、第三者意見、顧客満足度調査、お客様相談窓口など
	所属	日本社会の一員、地域社会の一員となっているか	国内NGOや地域のイベント・プロジェクトへの参加、市民社会や地域住民との対話の記載があるか	一部の社員の関わりではなく、企業としての関わりを見る
	安全	法令遵守(コンプライアンス)をきちんと行っているか	法令遵守やコンプライアンスについての方針や体制の説明があるか	
			温暖化への自社における目標、具体的な取り組み、成果についての記載があるか	CO2排出量等のデータだけではなく、削減目標や具体的な取り組み、成果についての情報があるかを見る。投融資や事業プロジェクトによるものではなく、自社(サプライチェーンを含む)の取り組み等を見る
		企業活動の土台である地球の持続可能性を守ろうとしているか	生物多様性への自社における目標、具体的な取り組み、成果についての記載があるか	特定の事業所等の清掃や緑化活動などではなく、全社的な保全宣言や目標、具体的な情報があるかを見る。
	生存・生理的欲求	経営は安定しているか	水への自社における目標、具体的な取り組み、成果についての記載があるか	水消費量等のデータだけではなく、削減目標や具体的な取り組み事例、成果についての情報があるかを見る。投融資や事業プロジェクトによるものではなく、自社(サプライチェーンを含む)の取り組み等を見る
			過去5年以上の財務データの記載があるか	合併などでスタート後5年経っていない場合は、スタート時からのデータがあるかを見る

自分	自己超越・利他・コミュニティ発展の欲求	自分の追求したい利他的活動がやりやすい環境か	従業員が主体的に行なうボランティアやプロボノ活動を支援する制度についての記載があるか	会社の主催するボランティア活動への参加ではなく、自分自身の行いたい主体的なボランティア活動ができるかを見る。理念の表明だけや、単発や特別ケースではなく、いつでもだれでも利用できる制度があるかを見る
			従業員が主体的に行なうボランティア、プロボノ活動を支援する制度の利用実績の記載があるか	ボランティア休暇の利用者数、日数など
	自己実現	自分の自己実現を支援してくれるか	従業員の自主的な成長を支える人材育成・研修制度についての記載があるか	企業の求める人材育成のための研修・教育ではなく、従業員が主体的に選べる自己成長の機会が用意されているかどうかを見る
			従業員の自主的な成長を支える人材育成・研修制度の利用実績の記載があるか	利用者数など
		社内でやりたい業務やプロジェクトに手を挙げてチャレンジできるか	社内公募制度についての記載があるか	単発や特別ケースではなく、会社の制度としてあるかを見る
			社内公募制度の利用実績の記載があるか	人数など
自己実現を追求できるよう、柔軟な働き方ができるか	時短、テレワーク、契約・正規の行き来など、柔軟な働き方を支える制度についての記載があるか	育児や介護に携わっていない社員でも柔軟な働き方ができるかどうかを見る。育児・介護中の社員などを対象としたものは別項目でカウントし、ここでは対象としない		
	柔軟な働き方を支える制度の利用実績の記載があるか	同上		

自分	承認	従業員の声に耳を傾け、経営やCSR活動に採り入れているか	従業員が直接会社に意見を伝えることができる対話やミーティングセッション、従業員満足度など意識調査についての記載があるか	会社の定めた特定のトピックについての対話や、社員同士の対話の場などは対象とはせず、社員が会社に自分の意見を伝えられる機会があるかを見る
			従業員が直接会社に意見を伝えることができる対話やミーティングセッション、従業員満足度など意識調査の結果の具体的な活用方法や改善例の記載があるか	具体的な活用の仕方の説明やそれによる改善例などがあるかを見る。
	多様な人々が認められ、活かされているか	①女性管理職の人数または比率の記載があるか	単なる人数より、全体に占める比率のほうが全体像を伝える情報となる	
		②女性管理職の人数または比率の目標の記載があるか	単なる人数より、全体に占める比率のほうが全体像を伝える情報となる	
	所属	多様な状況でも、働き続けることができるか	育児中の従業員の就業を支援する制度の説明があるか	法定制度を超えたものがあるかを見る
			育児中の従業員の就業を支援する制度の利用実績の記載はあるか	法定制度の内外を問わない
			障がい者の就業を支援する制度や取り組みについての記載があるか	
			障がい者の雇用率の記載はあるか	
			介護中の従業員の就業を支援する制度の説明があるか	法定制度を超えたものがあるかを見る
		介護中の従業員の就業を支援する制度の利用実績の記載はあるか	法定制度の内外を問わない	
安全	安心して働ける安全な職場か	人権に関する方針の記載があるか	サプライチェーンなど社外の人々の人権ではなく、従業員の人権に関する全社的な教育があるかを見る	
		人権に関する教育の実施についての記載があるか	スローガン策定やパンフ配布、ポスターといった意識啓発活動にとどまらない研修や教育が広く行われているかを見る	
生存・生理的欲求	健康で働き続けることができるか	従業員の健康増進(メンタルも含める)に関する制度や取り組みについての記載があるか		
	健康を守るため、残業時間を抑制するしくみがあるか	残業時間の現状のデータの記載があるか		
		残業時間を抑制するための制度や具体的な取り組みの記載があるか		
	どのくらい働き続けることができる仕事か、働き続けたい職場か	平均勤続年数のデータが記載されているか		
離職率のデータが記載されているか				
	きちんと休みがとれるか	休暇取得率のデータが記載されているか	育児など一部の社員を対象とするものではなく、全社員を対象とした休暇の取得率を見る	

資料3：情報発信・取り組みのベスト・プラクティス例

マズローの欲求段階	知りたいこと	モデルケース
利他・コミュニティ発展の欲求（企業）	長期的な時間軸で未来世代の幸福や持続可能性を考えているか	<p>報告書に記載されている最も遠い時間軸</p> <ul style="list-style-type: none"> ● CO2排出量を2002年度比で2020年までに40%の削減、2050年まで70%の削減を目指しています（損保ジャパン日本興亜） ● 「環境ビジョン2050」サントリーグループは、自然の恵みに支えられている企業の責務として「自然環境の保全・再生」「環境負荷低減」を柱に、持続可能な地球環境を次代へ引き渡すことを目的に、2050年に向け、以下に挑戦します。 <p>挑戦1：主要な事業展開国における自然環境保全・再生への積極的な取り組み 挑戦2：事業活動における環境負荷（自社工場での水使用、バリューチェーン全体のCO2排出）を2050年までに半減（サントリー）</p>
	途上国への支援を行っているか	<p>事業や社会貢献活動を通しての途上国への支援について記載されているか</p> <ul style="list-style-type: none"> ● アジアの国々へ鉄道専門家を派遣し、培ってきた技術やノウハウを紹介したり、開発途上国から研修生を受け入れて専門分野の講義等を行ったりするなど、国際協力の取り組みを展開しています（JR東日本）
自己実現（企業）	企業理念やミッションがあるか	<p>企業理念やミッション（使命）の記載があるか （ほぼすべての企業にも記載があったため、省略）</p>

承認（企業）	社外の評価を採り入れているか	<p>経営やCSR活動に対する社外の声や評価を採り入れる仕組みや制度・取り組みの記載があるか</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 三井住友銀行では、お客さまから営業店やフリーダイヤルにお寄せいただいたご意見・ご要望は、自行が行うCS調査やお客さまアンケートなどによるご意見・ご要望とともに、「お客さまの声DB」というデータベースに登録され、行内で広く共有されます。登録されたお客さまの声に基づき、本店各部署は、営業店に対応を指導したり、個々の商品・サービスを見直したりするほか、全行的な対応策の検討におよぶ場合もあります。 ● 日立製作所の表による整理（表1） ● サントリーの図による整理（下図） <div data-bbox="688 545 1654 1214" data-label="Diagram"> <p style="text-align: center;">ステークホルダーとのコミュニケーションの機会</p> <pre> graph TD SG((サントリーグループ)) EE((地球環境)) C((お客様)) BP((ビジネスパートナー)) LS((地域社会)) E((従業員)) SG <--> EE SG <--> C SG <--> BP SG <--> LS SG <--> E </pre> <p>地球環境</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 大学などの研究機関との共同研究 ● 行政・森林所有者・地域住民などと連携した森林整備 ● 次世代環境教育「水育(みずいく)」 ● 容器リサイクル団体との連携 ● Webサイトなどによる情報発信 <p>お客様</p> <ul style="list-style-type: none"> ● お客様センターでのお問い合わせ・ご意見の受付 ● Webサイト上での情報開示 ● 営業部門におけるお客様対応 <p>ビジネスパートナー</p> <ul style="list-style-type: none"> ● CSR調達説明会 ● CSR調達アンケート ● 品質向上のためのさまざまな協働 <p>地域社会</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 地域活動への参画 ● 工場見学 ● 文化・社会貢献活動 ● アルコールに関する啓発活動 ● 行政やNPOとの連携 <p>従業員</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 従業員意識調査 ● キャリアビジョン ● 子育てプロジェクト ● 労使協議会 ● コンプライアンス・ホットライン </div>
--------	----------------	---

所属（企業）	日本社会の一員、地域社会の一員となっているか	<p>国内NGOや地域のイベント・プロジェクトへの参加、市民社会や地域住民との対話の記載があるか</p> <ul style="list-style-type: none"> ●日立製作所とグループ各社はフェアトレード製品を扱う国際協力団体や、福祉作業所などさまざまな分野の非営利団体を招いて商品販売や活動展示を行い、商品の購入を通じて従業員が気軽に社会貢献活動に参加できる機会を提供しています。（日立グループ） ●「東北六魂祭」への運営協力：電通グループでは、東日本大震災の被災地支援活動の一環として、2011年から「東北六魂祭」の運営に協力しています。2013年6月1・2日に福島県福島市で開催された第3回「東北六魂祭2013福島」には、25万人が来場しました（電通）。
安全（企業）	法令遵守（コンプライアンス）をきちんと行っているか	<p>法令遵守やコンプライアンスについての方針や体制の説明があるか （ほぼすべての企業にも記載があったため、省略）</p>
	企業活動の土台である地球の持続可能性を守ろうとしているか	<p>温暖化への自社における目標、具体的な取り組み、成果についての記載があるか</p> <ul style="list-style-type: none"> ● CO2排出量を2002年度比で2020年までに40%の削減、2050年まで70%の削減を目指しています（損保ジャパン日本興亜） ● CO2排出量削減目標・中期目標（2020年度）：▲40%（2006年度実績対比）・長期目標（2050年度）：▲60%（2006年度実績対比）（東京海上HD） <p>生物多様性への自社における目標、具体的な取り組み、成果についての記載があるか</p> <ul style="list-style-type: none"> ●三菱重工は、生物多様性・自然保護活動の一環として、企業の森づくりなどさまざまな活動に取り組んでいます。2012年度は、当社の事業活動が生物多様性の保全に与える影響度を評価するために、一般社団法人バードライフ・インターナショナル東京に依頼して、当社の生物多様性に関する活動が現在どのような状況かを判断する、「生物多様性企業活動評価」を実施していただきました。（三菱重工） ●カツオ資源に依存し恵みを受えている者として、カツオ資源の保全と持続可能な利用のために果たすべき役割があると考えました。そこで、（独）水産総合研究センター国際水産資源研究所との共同事業として、2009年度より「太平洋沿岸カツオ標識放流共同調査」を開始しました（味の素）

		<p>水への自社における目標、具体的な取り組み、成果についての記載があるか</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 中期目標：サントリーグループの自社工場での水使用を35%削減（サントリー） ● 原水のうち約60%は自社設備によってリサイクル、トイレの洗浄用水として使用しています（オリエンタルランド）
生存・生理的欲求（企業）	経営は安定しているか	<p>過去5年以上の財務データの記載があるか （すべての企業にも記載があったため、省略）</p>

マズローの欲求段階	知りたいこと	モデルケース
利他・コミュニティ発展の欲求（自分）	自分の追求したい利他的活動がやりやすい環境か	<p>従業員が主体的に行なうボランティアやプロボノ活動を支援する制度についての記載があるか</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 伊藤忠商事では年間最長5日間のボランティア休暇を取得できる制度や、休日・昼休みなどに参加できるプログラムなども開催することで、社員の意識醸成に努めています。（伊藤忠） ● 三井住友銀行では2012年度より邦銀で初めて、プロボノ活動（社会人がビジネススキルや職務経験を活かして行うボランティア活動）の取り組みを開始しています。（三井住友銀行）
		<p>従業員が主体的に行なうボランティア、プロボノ活動を支援する制度の利用実績の記載があるか</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ボランティア休暇取得人数と日数（三菱商事など）
自己実現（自分）	自分の自己実現を支援してくれるか	<p>従業員の自主的な成長を支える人材育成・研修制度についての記載があるか</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 語学講座や手話講座準社員を対象に資格取得にかかった費用の一部を会社が負担（オリエンタルランド） ● 社員一人ひとりがチャレンジ精神を持って資質を高めるための自己啓発支援の一環として、業務に直結した知識・技能の習得を目的とした社内通信研修講座と、マネジメント・資格取得・語学・OAなど、ビジネスパーソンにとって必要不可欠な知識の習得を目的とした社外通信研修講座を実施しています（JR東日本）

	<p>●森永製菓の図（右図）</p>	<p>研修の考え方と体系図</p> <p>基本的な考え方</p> <p>研修は『プログラム』として完結しますが、その後の『自己啓発』が重要なポイントであると考え、そこにつながる研修を企画・実行します</p> <p>自分自身の能力開発を意識し、目的をもった自己啓発に取り組む仕掛けづくり</p> <p>社員の自律支援とともに、OJT機能の強化につなげます</p> <p>↓</p> <p>自己啓発の進め方</p> <table border="1"> <tr> <td>研修 ・学び、気づき</td> <td>上長とのコミュニケーション ・求められる人材像 ・自分の強み、課題 ・キャリア面談</td> <td>能力開発手段 ・目標設定(管理) ・豊富なメニューから自己啓発につながる項目を選択 ・個人活動</td> </tr> </table> <p>↓</p> <p>研修メニュー</p> <table border="1"> <tr> <td>マネジメント層研修</td> <td>階層別研修</td> <td>テーマ別研修</td> <td>グローバル研修</td> </tr> </table> <p>自己啓発の実践・促進</p> <p>各対象層における自己啓発を充実させるため、メニューを常に見直し最適なプログラムを提供しています。個人の受講環境に対応できる通信教育・eラーニングを強化していきます</p>	研修 ・学び、気づき	上長とのコミュニケーション ・求められる人材像 ・自分の強み、課題 ・キャリア面談	能力開発手段 ・目標設定(管理) ・豊富なメニューから自己啓発につながる項目を選択 ・個人活動	マネジメント層研修	階層別研修	テーマ別研修	グローバル研修
研修 ・学び、気づき	上長とのコミュニケーション ・求められる人材像 ・自分の強み、課題 ・キャリア面談	能力開発手段 ・目標設定(管理) ・豊富なメニューから自己啓発につながる項目を選択 ・個人活動							
マネジメント層研修	階層別研修	テーマ別研修	グローバル研修						
	<p>社内でやりたい業務やプロジェクトに手を挙げてチャレンジできるか</p>	<p>従業員の自主的な成長を支える人材育成・研修制度の利用実績の記載があるか</p> <p>● 受講者数（サントリーなど）</p> <p>社内公募制度についての記載があるか</p> <p>●キャリア異動希望制度・社内公募制度（希望者のみ） 自分から手を挙げることによって希望する仕事に就けるチャンスを増やす制度（カゴメ）</p> <p>●ポストチャレンジ制度：社内外の派遣研修や新規プロジェクト業務など幅広い分野での必要な人材を社内公募する制度で、意欲のある社員に積極的にキャリアアップの機会を提供しています。（りそな）</p> <p>社内公募制度の利用実績の記載があるか</p> <p>●ポストチャレンジ利用実績、2013年71回（りそな）</p>							

	自己実現を追求できるよう、柔軟な働き方ができるか	<p>時短、テレワーク、契約・正規の行き来など、柔軟な働き方を支える制度についての記載があるか</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 2010年から、時間と場所の制約を取り払い、よりフレキシブルな働き方を目指して、フレックス勤務のコアタイム原則廃止・対象範囲拡大やテレワーク勤務の対象範囲拡大などを進めています。（サントリー） ● 東京海上日動では（中略）「JOBリクエスト制度」を導入しています。通常は会社が従業員に人事異動を命じますが、この制度は、従業員自らがキャリアビジョン実現のためにチャレンジしてみたい職務に応募できる制度であり、従業員の活力を維持・拡大していくための重要な人事制度です。特に転居を伴う転勤のない地域型従業員がこの「JOBリクエスト制度（Uターン・Iターン）」に応募することで、転居転勤を伴う新たな職務にチャレンジしたり、また結婚や配偶者の転勤等により転居の必要が生じた時にも、勤務エリアを変更し、継続勤務を可能とする機会を提供しています。（東京海上HD） <p>柔軟な働き方を支える制度の利用実績の記載があるか</p> <ul style="list-style-type: none"> ● テレワーク勤務の利用者数は、2014年に3,196名となり、約2人に1人が利用（サントリー）
承認（自分）	従業員の声に耳を傾け、経営やCSR活動に採り入れているか	<p>従業員が直接会社に意見を伝えることができる対話やミーティングセッション、従業員満足度など意識調査についての記載があるか</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 伊藤忠商事では、社長と社員が直接双方向の対話を行う機会を積極的に設けています。2013年度は、普段社長との対話の機会に限られる国内支社全5か所および国内支店1か所を訪問し、対話集会を開催しました。（伊藤忠） ● 経営層と社員が直接コミュニケーションを取り、意思疎通や相互理解、会社の現状の課題認識を深めることを目的として、「チームメトロミーティング」を実施しています（東京メトロ） <p>従業員が直接会社に意見を伝えることができる対話やミーティングセッション、従業員満足度など意識調査の結果の具体的な活用方法や改善例の記載があるか</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 本社各部署が検討し、検討結果をフィードバック（三井住友海上） ● 調査結果から社員のニーズを踏まえ、今後の人事施策の検討に活用したり、組織マネジメントに関するフィードバックを行う（東京海上HD）
	多様な人々が認められ、活かされているか	<p>①女性管理職の人数または比率の記載があるか</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 女性の管理・監督職比率5.7% 人数 233人（凸版印刷） <p>②女性管理職の人数または比率の目標の記載があるか</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 女性のキャリア促進については、女性従業員の役員登用および女性管理職1,000人という2つのKPIを設定

		<p>し、女性従業員と直接的な対話のもと取り組んでいます。（日立グループ）</p> <ul style="list-style-type: none"> ●2020年までに管理職に占める女性の割合を30%程度（りそな）
<p>所属（自分）</p>	<p>多様な状況でも、働き続けることができるか</p>	<p>育児中の従業員の就業を支援する制度の説明があるか</p> <ul style="list-style-type: none"> ●社員・パートナー社員間転換制度：育児・介護の事由により、勤務時間や業務負担を軽減したい社員について、一定期間パートナー社員（パートタイマー）への転換を認めるもの（りそな） ●事業所内保育所である「住友商事チャイルドケア『トリトンすくすくスクエア』」の設置などのさまざまな施策や、配偶者出産休暇制度をはじめとする各種制度を導入してきました。（住友商事） ●はぐくみプログラム（凸版印刷）右図 <div data-bbox="1121 505 1755 1049" data-label="Diagram"> <pre> graph LR Root[はぐくみプログラム] --- Box1[①はぐくみアートサロン ●親子の絆を深める ●育児休業中の社員同士の交流 ●復職に向けた不安の解消] Root --- Box2[②はぐくみセミナー 職場全体で、仕事と育児の両立について学び、理解を深める] Root --- Box3[③はぐくみサークル 仕事と育児に関する悩みの相談や、両立のための工夫などを共有する社員同士のネットワーク] </pre> </div> <p>育児中の従業員の就業を支援する制度の利用実績の記載はあるか</p> <ul style="list-style-type: none"> ●育児休暇205名、100%（サントリー） ●出産した女性の9割が育休を取得（コーセー） <p>障がい者の就業を支援する制度や取り組みについての記載があるか</p> <ul style="list-style-type: none"> ●障がい者の方にも、より一層いきいきと活躍いただける環境をつくっていききたいという考えのもと、2013年より「ハンディキャップ休暇制度」を導入しました。障がい者手帳を保有する方を対象に、特別休暇として年5日が付与されます（サントリー）。

		<p>障がい者の雇用率の記載はあるか (多くの企業に記載があったため、省略)</p>
		<p>介護中の従業員の就業を支援する制度の説明があるか ●介護制度については、2011年に海外駐在員を対象とした高齢者見守りサービス「駐在員ふるさとケアサービス」をセコムグループと協働のうえ、開始しました(全費用会社負担)(伊藤忠)</p>
		<p>介護中の従業員の就業を支援する制度の利用実績の記載はあるか ●介護休職女性9名、男性8名(日立グループ)</p>
安全(自分)	安心して働ける安全な職場か	<p>人権に関する方針の記載があるか ●2015年6月、国連「ビジネスと人権に関する指導原則」に基づく「花王人権方針」を策定しました(花王)</p>
		<p>人権に関する教育の実施についての記載があるか ●事業所単位で、定期的に集合研修や講演会、映像による啓発活動(日立グループ) ●【人権教育活動】社員への人権啓発活動の実施(階層別/職域別研修、人権Collegeなど)(電通)</p>
生存・生理的欲求(自分)	健康で働き続けることができるか	<p>従業員の健康増進(メンタルも含める)に関する制度や取り組みについての記載があるか ●定期健康診断、定期歯科検診、インフルエンザ予防接種、30歳以上の従業員には配偶者も含め人間ドックの受診を奨励・支援。国内カゴメグループでは、メンタルヘルスケアにも積極的に取り組んでいます。(カゴメ) ●健康増進施策(事業場ごとに実施) ・生活習慣病対策(BMI≥25の人員比率削減を目標とした保健指導などの実施) ・健康講演会、健康相談 ・健康づくり活動(ウォーキングラリー、運動会、駅伝大会など)(三菱重工)</p>
	健康を守るため、残業時間を抑制するしくみがあるか	<p>残業時間の現状のデータの記載があるか ●平均残業時間12.2時間/月(日立) ●30.9時間(平均残業時間)(りそな)</p>

残業時間を抑制するための制度や具体的な取り組みの記載があるか

- 伊藤忠商事は、より効率的な働き方の実現に向けて、朝型勤務制度を2014年5月より正式導入しました。
(伊藤忠)
- 2008年9月からは、新しい勤怠管理システムを導入し、勤務時間の週次マネジメントを行ない、長時間労働の発生防止に努めています (カゴメ)

残業時間抑制のための制度や取り組みの効果についての記載があるか

- 伊藤忠 (図)

取組効果 (昨年度同時期比)

入退館状況 (全入退館者中の割合)

		導入前	トライアル期間
退館	20時以降	約30%	約7%
	22時以降	約10%	ほぼ0*
入館	8時以前	約20%	約34%

※ 事前・突発申請者数名のみ

一人当たり時間外勤務時間実績 (月/平均) ★

	導入前	トライアル期間	効果
総合職	49時間 11分	45時間 20分	約4時間減
事務職	27時間 3分	25時間 5分	約2時間減

6カ月間で延べ約20,100時間減 (時間管理対象者)

★ KPMG あずさサステナビリティによる国際監査・保証基準審議会の国際保証業務基準 (ISAE) 3000に準拠した第三者保証を実施 (P101)

	どのくらい働き続けることができる仕事か、働き続けたい職場か	平均勤続年数のデータが記載されているか ●花王（表）	花王(株)の状況(正社員) <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>2012年</th> <th>2013年</th> <th>2014年</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>正社員(人)</td> <td>6,052</td> <td>6,172</td> <td>6,664</td> </tr> <tr> <td> 男性</td> <td>4,830</td> <td>4,874</td> <td>5,188</td> </tr> <tr> <td> 女性</td> <td>1,222</td> <td>1,298</td> <td>1,476</td> </tr> <tr> <td>女性社員比率(%)</td> <td>20.2</td> <td>21.0</td> <td>22.1</td> </tr> <tr> <td>女性管理職比率(%)</td> <td>7.9</td> <td>8.1</td> <td>8.5</td> </tr> <tr> <td>平均年齢(歳)</td> <td>42.4</td> <td>42.3</td> <td>42.0</td> </tr> <tr> <td> 男性</td> <td>43.6</td> <td>43.5</td> <td>43.1</td> </tr> <tr> <td> 女性</td> <td>37.7</td> <td>38.1</td> <td>38.3</td> </tr> <tr> <td>平均勤続年数(年)</td> <td>19.8</td> <td>19.4</td> <td>19.1</td> </tr> <tr> <td> 男性</td> <td>21.5</td> <td>21.1</td> <td>20.6</td> </tr> <tr> <td> 女性</td> <td>13.5</td> <td>13.1</td> <td>13.8</td> </tr> <tr> <td>新卒採用者数(人)</td> <td>224</td> <td>238</td> <td>268</td> </tr> <tr> <td> 男性</td> <td>156</td> <td>170</td> <td>193</td> </tr> <tr> <td> 女性</td> <td>68</td> <td>68</td> <td>75</td> </tr> <tr> <td>離職率(%)</td> <td>0.5</td> <td>0.4</td> <td>0.6</td> </tr> </tbody> </table>		2012年	2013年	2014年	正社員(人)	6,052	6,172	6,664	男性	4,830	4,874	5,188	女性	1,222	1,298	1,476	女性社員比率(%)	20.2	21.0	22.1	女性管理職比率(%)	7.9	8.1	8.5	平均年齢(歳)	42.4	42.3	42.0	男性	43.6	43.5	43.1	女性	37.7	38.1	38.3	平均勤続年数(年)	19.8	19.4	19.1	男性	21.5	21.1	20.6	女性	13.5	13.1	13.8	新卒採用者数(人)	224	238	268	男性	156	170	193	女性	68	68	75	離職率(%)	0.5	0.4	0.6
		2012年	2013年	2014年																																																															
	正社員(人)	6,052	6,172	6,664																																																															
男性	4,830	4,874	5,188																																																																
女性	1,222	1,298	1,476																																																																
女性社員比率(%)	20.2	21.0	22.1																																																																
女性管理職比率(%)	7.9	8.1	8.5																																																																
平均年齢(歳)	42.4	42.3	42.0																																																																
男性	43.6	43.5	43.1																																																																
女性	37.7	38.1	38.3																																																																
平均勤続年数(年)	19.8	19.4	19.1																																																																
男性	21.5	21.1	20.6																																																																
女性	13.5	13.1	13.8																																																																
新卒採用者数(人)	224	238	268																																																																
男性	156	170	193																																																																
女性	68	68	75																																																																
離職率(%)	0.5	0.4	0.6																																																																
		離職率のデータが記載されているか ●花王（表*前図と同じ）																																																																	
きちんと休みがとれるか	休暇取得率のデータが記載されているか ●有給休暇取得率70.9%（花王）																																																																		

表 1 日立グループ スタークホルダーとの関わり

ステークホルダー	主な課題	主な窓口となる部門	コミュニケーション手段	参照ページ
お客様	より良い製品・サービスの創出、苦情への対応、適切な製品・サービス情報の開示	<ul style="list-style-type: none"> 品質保証 営業 	<ul style="list-style-type: none"> CS活動 営業活動 Webサイト CM 	<ul style="list-style-type: none"> 品質保証活動 p.139-141 お客様満足 p.142-146
株主／投資家	法定情報の適切な開示、企業情報の積極的発信を通じた、資本調達の円滑化	広報・IR	<ul style="list-style-type: none"> 決算発表会(年4回) 株主総会(年1回) IRイベント／個別ミーティング(約740件) IRツール(アニュアルレポート・事業報告書など) 	株主・投資家とのかかわり p.147-149
サプライヤー	公正な取引関係づくり、より良いパートナーシップに向けた円滑な情報共有	調達	<ul style="list-style-type: none"> 調達活動 サプライヤー連絡会 CSRモニタリング(年200社) CSR監査(年20社) 	サプライチェーンマネジメント p.113-118
従業員	人財の積極活用、適正な処遇、労働衛生安全の推進	<ul style="list-style-type: none"> 広報 人財 	<ul style="list-style-type: none"> イントラネット／社内報 研修(2013年度 1人当たり平均37.9時間) 経営層と従業員のタウンホールミーティング(年45回) 従業員サーベイ(年1回) 	<ul style="list-style-type: none"> ダイバーシティ&インクルージョン p.119-129 労働安全衛生・福利厚生 p.130-133 グローバルな人財育成 p.134-138
政府／自治体／業界団体	内外の法令・規制への対応、政策への提言、産学官連携プロジェクトへの参画	渉外	<ul style="list-style-type: none"> 国際会議への参加 政策審議会への参加 	ステークホルダーエンゲージメント p.55-59
地域コミュニティ	企業市民としての責任遂行、地域コミュニティへの参画	<ul style="list-style-type: none"> 社会貢献 各事業部門 	<ul style="list-style-type: none"> 事業を通じた地域コミュニティへの貢献 ボランティア活動への参加 	社会貢献活動 p.150-160
学術団体／研究機関	技術革新の推進、産官学連携プロジェクトへの参画	研究開発	<ul style="list-style-type: none"> オープンイノベーション(共同研究)(日本国内:246、海外:85の研究機関と連携) 	日立の研究開発と知的財産 p.48-54
NGO／NPO	幅広い社会の声の取り入れ、ステークホルダー重視経営の推進、非営利活動を通じた社会への貢献	CSR推進	<ul style="list-style-type: none"> ステークホルダーダイアログ(年2回) 協働による対話 	社会貢献活動 p.150-160
地球環境	低炭素・循環型・自然共生社会の実現	<ul style="list-style-type: none"> 環境 各事業部門 		環境 p.60-107

資料 4 : 調査分析対象レポート

旭化成(旭化成グループ)	CSR レポート 2014 旭化成グループ
アサヒビール (アサヒグループホールディングス)	アサヒグループホールディングス株式会社 統合報告書 2014
味の素(味の素グループ)	味の素グループ サステナビリティレポート 2014/環境 資料・データ編
伊藤忠商事	ITOCHU CSR Report2014
エイチ・アイ・エス	H.I.S. CSR レポート 2015
オリエンタルランド(OLC グループ)	OLC グループ CSR レポート 2014 ダイジェスト
花王	花王サステナビリティレポート 2015
カゴメ	2014 KAGOME SUSTAINABILITY カゴメサステナビリティレポート 2014
麒麟(麒麟ホールディングス株式会社)	KIRIN REPORT 2014
コーセー	CSR REPORT 2014 コーセー CSR レポート
サントリー(サントリーグループ)	サントリーグループ CSR レポート 2015 詳細版
JR 東海	JR 東海アニュアルレポート 2015
JR 東日本(JR 東日本グループ)	JR 東日本グループ CSR 報告書 2014
資生堂	資生堂 CSR [資生堂の社会的責任]
住友商事	アニュアルレポート 2014
全日本空輸	アニュアルレポート 2014
双日	アニュアルレポート 2014
損保ジャパン日本興亜(損保ジャパン日本興亜 ホールディングス株式会社)	CSR コミュニケーションレポート 2014/別冊 CSR 取り組み事例集
大日本印刷(DNP グループ)	CSR REPORT 2015 DNP グループ CSR 報告書
電通	Dentsu CSR Report 2014

東京海上日動火災保険 (東京海上ホールディングス)	サステナビリティレポート 2014
東京メトロ	東京メトロ社会環境報告書 2014
凸版印刷	TOPPAN CSR レポート 2014 トップランの社会的責任活動報告／CSR レポート 2014 詳細データ編
トヨタ自動車	Sustainability Report 2014
日本航空	JAL REPORT 2015
博報堂(博報堂 DY グループ)	HakuhodoDY GROUP CSR レポート 2014
日立製作所(日立グループ)	日立グループ サステナビリティレポート 2015
フジテレビジョン	フジテレビ CSR 報告書 2015
丸紅	アニュアルレポート 2015
みずほフィナンシャルグループ	みずほフィナンシャルグループ 2015 統合報告書
三井住友海上火災保険 (MS & AD ホールディングス)	CSR Report 2015
三井住友銀行 (三井住友フィナンシャルグループ)	CSR REPORT 2014／別冊各種データ集
三井住友信託銀行 (三井住友トラスト・ホールディングス)	SuMi TRUST CSR REPORT 2014
三井物産	Challenge Innobation 三井物産 CSR レポート 2014
三菱重工業(三菱重工グループ)	MHI CSR DATABOOK 2014／三菱重工グループ ESG データ 2014
三菱商事	統合報告書 2014
三菱東京 UFJ 銀行 (三菱 UFJ フィナンシャル・グループ)	MUFG レポート ディスクロージャー誌 2015 本編 統合報告書
三菱 UFJ 信託銀行	三菱 UFJ 信託銀行 2014 「私たちがお役に立てること」
明治グループ	CSR 報告書 2014
森永製菓	森永製菓株式会社 CSR 報告書 2015
りそなグループ	りそなグループ CSR レポート 2014 データ編

資料5：プロジェクトメンバー

東京都市大学 枝廣淳子研究室ゼミ生（五十音順）

- 上野茉友子
- 緒方峻*
- 北貴一
- 久米由佳
- 木幡尚也
- 佐藤秀和
- 澤木孝太郎
- 陳野健哉*
- 徳田美涼*
- 西野康介
- 萩原宏紀
- 松澤和輝*
- 宮下拓也

- 八鍬杏美
- 山崎歩美
- 山本美沙
- 横山聖弥*
- 吉田祐実

指導教授：枝廣淳子*

幸せ経済社会研究所 研究員

新津尚子*

*：ガイドブックチーム

就活生・学生のための

「地球と自分を幸せにする企業」の情報の見つけ方
ガイドブック

発行日：2015年12月10日

発行：東京都市大学環境学部 枝廣淳子研究室
幸せ経済社会研究所