

News Release

No. 56-108

2019年8月26日

8割近くの企業で地域貢献への取り組みを実施

—— 県内企業の地域貢献への取り組みについてのアンケート調査 ——

地方創生など、地域の活性化が大きな課題となっている。企業は地域経済の担い手として、地域活性化に大きな役割を果たすものと期待され、企業の地域貢献が注目されている。地域貢献への取り組みについて、県内企業へのアンケート調査を実施した（対象企業 946 社、回答企業数 226 社、回答率 23.9%）。

地域貢献への取り組みの実施状況

地域貢献への取り組みについて、「行っている」とするところは78.2%、「行っていない」とするところは21.8%となった。

8割近くの企業で「行っている」としており、企業の地域貢献への取り組みは定着している。

地域貢献への取り組みの実施状況 単位：%

	全産業	製造業	非製造業
行っている	78.2	70.9	82.2
行っていない	21.8	29.1	17.8

取り組んでいる地域貢献の内容

取り組んでいる地域貢献の内容としては（複数回答）、「地域活動への参加（お祭り、イベント、清掃等）」が最も多く75.6%、次いで「地元での採用」67.0%、「寄付、物品提供」64.8%、「地域の教育機関や団体と連携した取り組み」43.8%、「地域の防災に関わる取り組み」38.1%、「工場見学など企業活動の公開」32.4%、「企業活動の情報提供」27.3%、「地域の観光に関わる取り組み」16.5%、「地産地消に関わる取り組み」15.9%となった。

多くの企業で「地域活動への参加（お祭り、イベント、清掃等）」を行っており、身近な地域の活動に力を入れていることがうかがえる。

取り組んでいる地域貢献の内容 単位：%

	全産業	製造業	非製造業
地域活動への参加（お祭り、イベント、清掃等）	75.6	75.0	75.8
地元での採用	67.0	67.9	66.7
寄付、物品提供	64.8	69.6	62.5
地域の教育機関や団体と連携した取り組み	43.8	48.2	41.7
地域の防災に関わる取り組み	38.1	35.7	39.2
工場見学など企業活動の公開	32.4	44.6	26.7
企業活動の情報提供	27.3	32.1	25.0
地域の観光に関わる取り組み	16.5	17.9	15.8
地産地消に関わる取り組み	15.9	17.9	15.0

地域貢献への取り組みを行った効果

地域貢献への取り組みを行った効果としては（複数回答）、「地域との関わりが増えた、連帯感が増した」が最も多く66.3%、次いで「企業のイメージが向上した」54.2%、「従業員の地域への関心が高まった」36.1%、「地域活性化、地域の課題解決に貢献できた」22.9%、「社内が活性化した」10.2%となった。

地域との関わりが増えたことや企業のイメージが向上したことを評価する企業が多い。（照会先：吉嶺）

地域貢献の取り組みを行った効果 単位：%

	全産業	製造業	非製造業
地域との関わりが増えた、連帯感が増した	66.3	73.6	62.8
企業のイメージが向上した	54.2	43.4	59.3
従業員の地域への関心が高まった	36.1	28.3	39.8
地域活性化、地域の課題解決に貢献できた	22.9	18.9	24.8
社内が活性化した	10.2	9.4	10.6

地域貢献への取り組みについて

地方創生など、地域の活性化が大きな課題となっている。企業は地域経済の担い手として、地域活性化に大きな役割を果たすものと期待され、企業の地域貢献が注目されている。地域貢献への取り組みについて、県内企業へのアンケート調査を実施した（対象企業946社、回答企業数226社、回答率23.9％）。

（１）地域貢献への取り組みの必要性

企業にとって、地域貢献への取り組みが必要かについて聞いたところ、「必要と思う」が86.7％、「必要と思わない」が1.8％、「どちらでもない、わからない」が11.5％となった。8割以上の企業で「必要と思う」としており、地域貢献への取り組みの必要性は多くの企業で認識されている。

業種別にみると、「必要と思う」とするところは、製造業で84.8％、非製造業で87.8％とともに8割以上となっている。

地域貢献への取り組みの必要性 単位：％

	全産業	製造業	非製造業
必要と思う	86.7	84.8	87.8
必要と思わない	1.8	2.5	1.4
どちらでもない、わからない	11.5	12.7	10.9

（２）地域貢献への取り組みの実施状況

地域貢献への取り組みについて、「行っている」とするところは78.2％、「行っていない」とするところは21.8％となった。8割近くの企業で「行っている」としており、企業の地域貢献への取り組みは定着している。

業種別にみると、「行っている」とするところは製造業で70.9％、非製造業で82.2％と非製造業が多い。

地域貢献への取り組みの実施状況 単位：％

	全産業	製造業	非製造業
行っている	78.2	70.9	82.2
行っていない	21.8	29.1	17.8

（３）取り組んでいる地域貢献の内容

取り組んでいる地域貢献の内容としては（複数回答）、「地域活動への参加（お祭り、イベント、清掃等）」が最も多く75.6％、次いで「地元での採用」67.0％、「寄付、物品提供」64.8％、「地域の教育機関や団体と連携した取り組み」43.8％、「地域の防災に関わる取り組み」38.1％、「工場見学など企業活動の公開」

取り組んでいる地域貢献の内容 単位：％

	全産業	製造業	非製造業
地域活動への参加（お祭り、イベント、清掃等）	75.6	75.0	75.8
地元での採用	67.0	67.9	66.7
寄付、物品提供	64.8	69.6	62.5
地域の教育機関や団体と連携した取り組み	43.8	48.2	41.7
地域の防災に関わる取り組み	38.1	35.7	39.2
工場見学など企業活動の公開	32.4	44.6	26.7
企業活動の情報提供	27.3	32.1	25.0
地域の観光に関わる取り組み	16.5	17.9	15.8
地産地消に関わる取り組み	15.9	17.9	15.0

32.4%、「企業活動の情報提供」27.3%、「地域の観光に関わる取り組み」16.5%、「地産地消に関わる取り組み」15.9%となった。多くの企業で「地域活動への参加（お祭り、イベント、清掃等）」を行っており、身近な地域の活動に力を入れていることがうかがえる。

業種別で大きな違いはみられないが、「工場見学など企業活動の公開」が製造業で多くなっている。

（４）地域貢献への取り組みを行う目的、理由

地域貢献への取り組みを行う目的、理由については（複数回答）、「地域とのつながりの強化」が最も多く79.5%、次いで「企業イメージの向上」59.1%、「地域の活性化」47.7%、

「行政、地域からの要請」27.8%、「地域への利益の改善」25.0%、「社内の活性化」18.8%となった。企業も地域の一員として、地域とのつながりを大切にしている。

業種別では、いずれも「地域とのつながりの強化」が多いが、「企業イメージの向上」が非製造業で製造業に比べ多く、「行政、地域からの要請」が製造業で非製造業に比べ多くなっている。

地域貢献への取り組みを行う目的、理由

単位：%

	全産業	製造業	非製造業
地域とのつながりの強化	79.5	75.0	81.7
企業イメージの向上	59.1	51.8	62.5
地域の活性化	47.7	42.9	50.0
行政、地域からの要請	27.8	35.7	24.2
地域への利益の還元	25.0	17.9	28.3
社内の活性化	18.8	26.8	15.0

（５）地域貢献への取り組みを行う上での課題

地域貢献への取り組みを行う上での課題としては（複数回答）、「効果がわかりにくい」が最も多く77.6%、次いで「魅力のある活動が思いつかない」38.5%、「寄付先や活動先の選定が難しい」19.3%、「コストがかかり過ぎる」18.0%、「社内での合意形成が難しい」17.4%、「行政等との調整や相談が難しい」16.8%となった。収益面など直接的な効果がわかりにくいことが課題となっている。

業種別ではいずれも「効果がわかりにくい」が多いが、「寄付先や活動先の選定が難しい」が製造業で非製造業に比べ多く、「行政等との調整や相談が難しい」が非製造業で製造業に比べ多かった。

地域貢献への取り組みを行う上での課題

単位：%

	全産業	製造業	非製造業
効果がわかりにくい	77.6	78.2	77.4
魅力のある活動が思いつかない	38.5	34.5	40.6
寄付先や活動先の選定が難しい	19.3	23.6	17.0
コストがかかり過ぎる	18.0	21.8	16.0
社内での合意形成が難しい	17.4	18.2	17.0
行政等との調整や相談が難しい	16.8	10.9	19.8

(6) 地域貢献への取り組みを行った効果

地域貢献への取り組みを行った効果としては（複数回答）、「地域との関わりが増えた、連帯感が増した」が最も多く66.3%、次いで「企業のイメージが向上した」54.2%、「従業員の地域への関心が高まった」36.1%、「地域活性化、地域の課題解決に貢献できた」22.9%、「社内が活性化した」10.2%となった。

地域との関わりが増えたことや企業イメージが向上したことを評価する企業が多い。

業種別では「地域との関わりが増えた、連帯感が増した」が製造業で非製造業に比べ多く、「企業のイメージが向上した」が非製造業で製造業に比べ多かった。

地域貢献の取り組みを行った効果 単位：%

	全産業	製造業	非製造業
地域との関わりが増えた、連帯感が増した	66.3	73.6	62.8
企業のイメージが向上した	54.2	43.4	59.3
従業員の地域への関心が高まった	36.1	28.3	39.8
地域活性化、地域の課題解決に貢献できた	22.9	18.9	24.8
社内が活性化した	10.2	9.4	10.6

(7) 今後の取り組みについて

地域貢献への今後の取り組みについては、「活動を拡充したい」が26.6%、「現状維持」が71.7%、「縮小したい」が1.7%となった。ほとんどの企業で地域貢献への取り組みを続けるとしている。業種別では「活動を拡充したい」が非製造業で製造業に比べ多かった。

今後の取り組み 単位：%

	全産業	製造業	非製造業
活動を拡充したい	26.6	21.4	29.1
現状維持	71.7	75.0	70.1
縮小したい	1.7	3.6	0.9

(8) 地域貢献への取り組みを行わない理由

地域貢献への取り組みを行っていないところの、行わない理由としては（複数回答）、「時間的な余裕がない」が最も多く51.1%、次いで「きっかけがない」40.0%、「何をやってよいかわからない」37.8%、「経済的な余裕がない」26.7%、「メリットがない」17.8%となった。

業種別では、「経済的な余裕がない」が製造業で非製造業に比べ多く、「メリットがない」が非製造業で製造業に比べ多かった。

地域貢献への取り組みを行わない理由 単位：%

	全産業	製造業	非製造業
時間的な余裕がない	51.1	50.0	52.2
きっかけがない	40.0	40.9	39.1
何をやってよいかわからない	37.8	40.9	34.8
経済的な余裕がない	26.7	31.8	21.7
メリットがない	17.8	9.1	26.1

業種別対象・回答企業数（地域貢献への取り組みについて）

	対象企業数	回答企業数	業種別構成比 (%)	うち中小企業 の占める比率 (%)
全 産 業	946	226	100.0	92.9
製 造 業	313	79	35.0	94.9
食 料 品	37	7	3.1	100.0
織 維	12	3	1.3	100.0
化 学	30	3	1.3	100.0
窯 業 ・ 土 石	9	2	0.9	100.0
鉄 鋼	9	0	0.0	-
非 鉄 金 属	9	4	1.8	100.0
金 属 製 品	19	4	1.8	100.0
一 般 機 械	34	4	1.8	100.0
電 気 機 械	36	11	4.9	90.9
輸 送 機 械	32	16	7.1	81.3
精 密 機 械	14	5	2.2	100.0
木 材 ・ 木 製 品	9	4	1.8	100.0
紙 ・ 紙 加 工 品	12	3	1.3	100.0
印 刷	27	3	1.3	100.0
そ の 他 製 造	24	10	4.4	100.0
非 製 造 業	633	147	65.0	91.8
卸 売	95	24	10.6	91.7
小 売	86	16	7.1	75.0
建 設	69	22	9.7	100.0
不 動 産	60	17	7.5	94.1
運 輸 ・ 倉 庫	82	17	7.5	100.0
電 気 ・ ガ ス	14	5	2.2	100.0
情 報 通 信	52	6	2.7	100.0
飲 食 店 ・ 宿 泊	43	5	2.2	100.0
サ ー ビ ス	132	35	15.5	85.7