

社会環境貢献企業調査—全国 2,000 人に尋ねた企業の評判 トヨタ、イオン、シャープ、ホンダの 4 強が上位をキープ

ノルド社会環境研究所（本社：東京都中央区、代表取締役：久米谷弘光）は、主要企業に対する一般生活者の認識を把握するため、2006 年から 2009 年の 7 月に、全国の 20 歳以上の男女個人 2,000 人（有効回収）を対象とした Web アンケート調査を実施しました。本調査は、自由回答形式で社会や環境に配慮し貢献している企業とその企業をあげた理由を尋ねるもので、生活者の生の声から、主要企業の評判を形成している要因を抽出しました。

● トヨタ、イオン、シャープ、ホンダが 4 年連続トップ 5 入り。

4 年間（2006 年～2009 年）の社会・環境に貢献している企業トップ 20 社をみると、トヨタ自動車、イオン、シャープ、本田技研工業の 4 社が 4 年連続でトップ 5 に入っているほか、サントリーも 2007 年以降 4 位の座を維持しており、この 5 社が社会・環境に貢献している企業としてほぼ安定した評価を得ています。

また、そのほかにも、麒麟ビール、パナソニック（松下電器）が 4 年連続でトップ 10 入りするなど、上位にランクインする企業は、大きな変動なく推移しています。

表 1: 社会・環境に貢献している企業[各年とも N=2,000]

問：社会や環境に配慮し、貢献している企業といえば、あなたはどこを思い浮かべますか。具体的な企業名をひとつあげてください。

2006年		2007年		2008年		2009年		
企業名	%	企業名	%	企業名	%	企業名	%	
1位	トヨタ自動車	22.3	トヨタ自動車	20.5	トヨタ自動車	17.2	トヨタ自動車	16.5
	イオン	6.3	イオン	6.5	イオン	9.5	イオン	6.7
	シャープ	4.0	本田技研工業	4.0	シャープ	7.5	シャープ	5.3
	本田技研工業	3.3	サントリー	3.7	サントリー	5.3	サントリー	4.7
	麒麟ビール	2.7	シャープ	3.3	本田技研工業	2.8	本田技研工業	3.4
	サントリー	2.3	松下電器	2.4	松下電器	2.7	東京電力	1.9
	東京電力	2.3	麒麟ビール	2.1	麒麟ビール	1.5	JT	1.9
	松下電器	2.1	東京電力	1.3	JT	1.3	パナソニック	1.9
	日立製作所	2.0	JT	1.1	コスモ石油	1.2	麒麟ビール	1.4
	コスモ石油	1.4	コスモ石油	1.1	三菱自動車	1.2	日立製作所	1.2
	JT	1.3	日立製作所	0.9	東京電力	1.2	アサヒビール	1.1
20位	キャンノン	0.8	新日本石油	0.9	日立製作所	1.2	日本マクドナルド	1.0
	リコー	0.8	リコー	0.8	アサヒビール	0.9	三洋電機	0.9
	新日本石油	0.7	ワタミ	0.7	ソニー	0.7	日本コカ・コーラ	0.8
	アサヒビール	0.7	キャンノン	0.7	三洋電機	0.6	コスモ石油	0.8
	ソニー	0.7	日産自動車	0.7	新日本石油	0.6	ダノンウォーターズジャパン	0.7
	花王	0.6	生活協同組合	0.6	リコー	0.6	ファーストリテイリング	0.7
	日産自動車	0.6	パタゴニア	0.4	JR	0.5	新日本石油	0.7
	日本コカ・コーラ	0.5	日本生命	0.4	コカ・コーラ	0.5	生活協同組合	0.6
	日本マクドナルド	0.5	三洋電機	0.4	日清食品	0.5	日産自動車	0.6
			ファーストリテイリング	0.4				
			アサヒビール	0.4				

※同率の場合は英字、仮名、五十音の順。アミカケは4年連続トップ5入り企業。

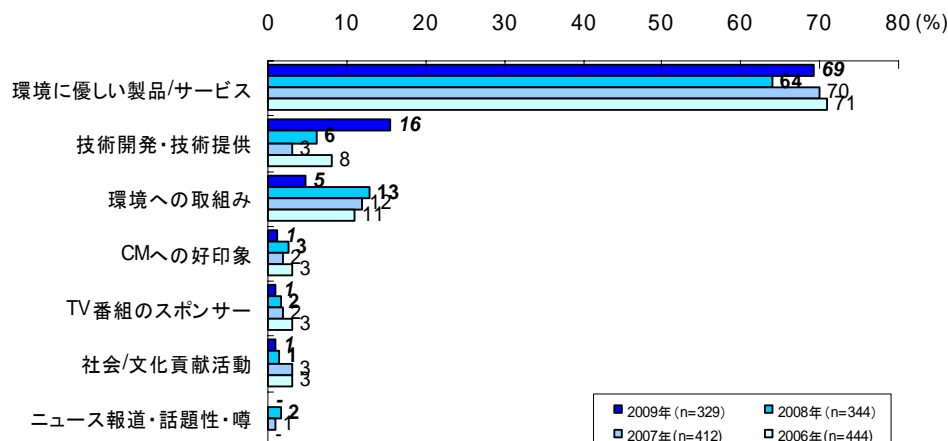
安定した評価を得ている 5 社（トヨタ自動車、イオン、シャープ、本田技研工業、サントリー）について、各社を社会・環境に貢献している企業としてあげた自由回答を 20 のカテゴリ（p4 に掲載）に分類した経年比較と、2009 年調査での自由回答のキーワードを以下に掲載します。

このリリースに関するお問い合わせ先：株式会社ノルド社会環境研究所
東京都中央区京橋 1-9-10 フォレストタワー 電話 03-5524-7333 担当：寒田そうだ
ホームページ <http://www.nord-ise.com/>

● **トヨタ自動車：ハイブリッドカー「プリウス」の開発販売を通じた環境配慮。**

4年間を通じて、社会・環境に貢献している企業としてトヨタ自動車をあげた人の6割以上が、「環境に優しい製品/サービス」をその理由としています。2009年調査のキーワードからも見えるように、その内容としては、ハイブリッドカー「プリウス」の開発を通じて積極的に環境配慮に貢献していることへの賞賛の声が多くなっています。

図1: トヨタ自動車が社会・環境に配慮している理由(自由回答をアフターコード)

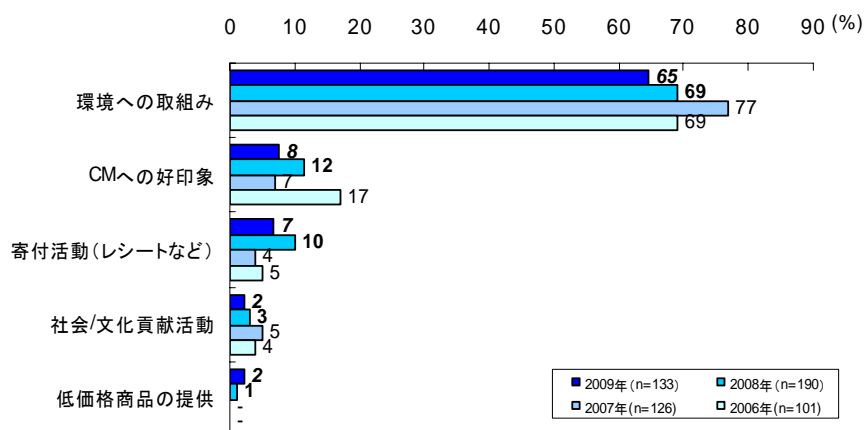


Key Word ハイブリッドカー、環境、エコカー、開発、プリウス、車、配慮、販売、貢献、エコ、積極的、環境問題、好調、製造、CM、生産、発売、普及

● **イオン：植樹事業や、エコバッグ促進など店頭での取組み。**

4年間を通じて、社会・環境に貢献している企業としてイオンをあげた人の6割以上が、「環境への取組み」を理由としてあげています。植樹事業や、店舗でのエコバッグ利用の促進、トレイ回収、募金活動など、買い物の際に認知できる取組みが評価されています。なお、2008年以降は、不況下でのプライベートブランドの購買志向と関連して、「低価格商品の提供」を評価する声も散見されるようになっています。

図2: イオンが社会・環境に配慮している理由(自由回答をアフターコード)



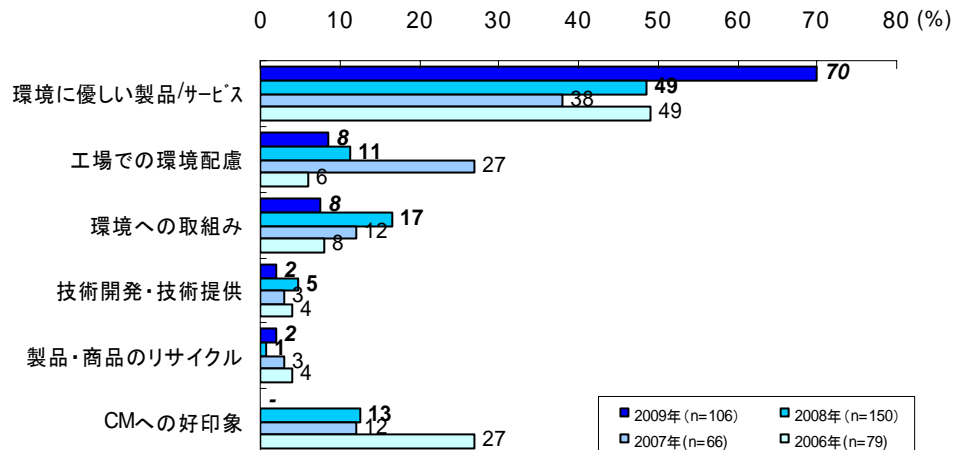
Key Word 木、環境、植樹、積極的、植林、リサイクル、エコ、商品、エコバッグ、回収、地域、店舗、寄付、環境問題、募金

このリリースに関するお問い合わせ先: 株式会社ノルド社会環境研究所
 東京都中央区京橋 1-9-10 フォレストタワー 電話 03-5524-7333 担当: 寒田 ほうだ
 ホームページ <http://www.nord-ise.com/>

● **シャープ：ソーラーパネルや液晶テレビなどの省エネ商品。**

4年間を通じて、「環境に優しい製品/サービス」が社会・環境にシャープが貢献している理由として最も多くなっています。2009年調査のキーワードからも見えるように、その内容としては、ソーラーパネル、液晶テレビなどの省エネ製品を評価する声が多くなっています。なお、「工場での環境配慮」への評価は、やや落ち着きつつあります。

図 3: シャープが社会・環境に配慮している理由(自由回答をアフターコード)

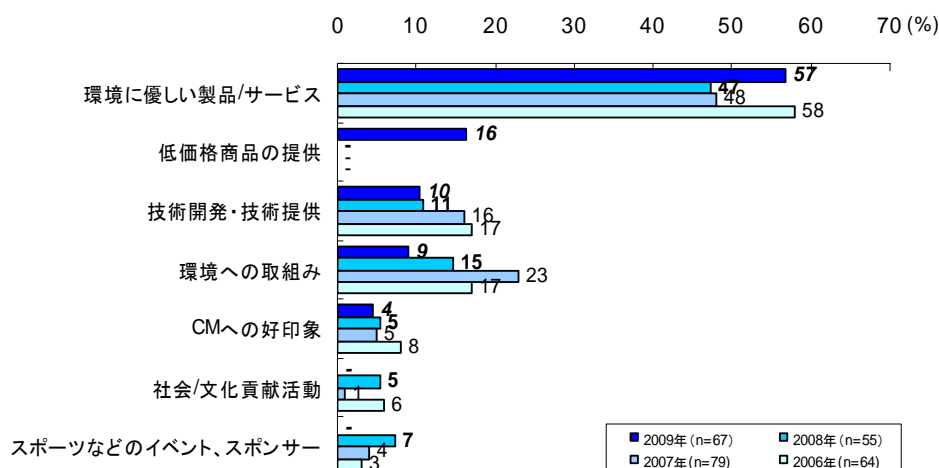


Key Word 太陽光発電、ソーラーパネル、環境、商品、配慮、液晶テレビ、CM、イメージ、開発、工場、貢献、省エネ

● **本田技研工業：環境に配慮した車の提供。2009年はインサイトの低価格設定。**

4年間を通じて、社会・環境に貢献している企業として本田技研工業をあげた人の4割以上が、「環境に優しい製品/サービス」をその理由としてあげています。特に2009年調査では、ハイブリッドカー「インサイト」を低価格で提供することで、エコカーの普及に貢献していることが、高く評価されています。

図 4: 本田技研工業が社会・環境に配慮している理由(自由回答をアフターコード)



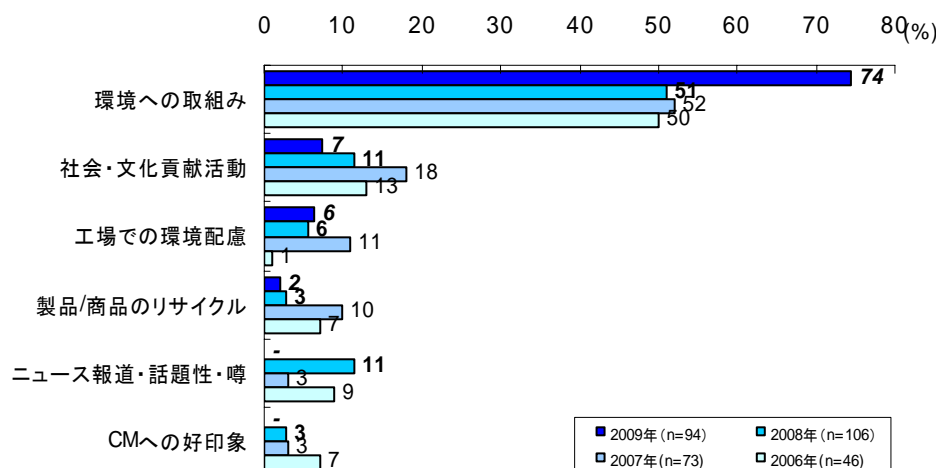
Key Word ハイブリッドカー、エコカー、開発、環境、低価格、インサイト、販売、配慮、普及、CM

このリリースに関するお問い合わせ先: 株式会社ノルド社会環境研究所
 東京都中央区京橋 1-9-10 フォレストタワー 電話 03-5524-7333 担当: 寒田 ほうだ
 ホームページ <http://www.nord-ise.com/>

● サントリー：「水と生きる」各種活動や広報、文化・芸術活動。

4年間を通じて、社会・環境に貢献している企業としてサントリーをあげた人の5割以上が、「環境への取組み」をその理由としてあげています。その内容としては、「水と生きる」ための水源・森林保全、工場での節水活動やホームページを通じた広報活動が多くあげられています。また、文化・芸術面での貢献活動も、評価理由として4年間を通じてあげられています。

図5: サントリーが社会・環境に配慮している理由(自由回答をアフターコード)



Key Word 水、環境、環境保全、環境活動、配慮、ホームページ、森、エコ、貢献、森林、イメージ、リサイクル、水資源、積極的

※図1～5の見方

・横棒のグラフは、評判のいい企業としてある企業名をあげた方に、その理由を自由回答形式でお尋ねし、回答内容によって以下の20の категорияに分類した結果です。(より具体的な項目名に絞れる場合は、グラフ内の項目を変更しています。また、グラフでは分類結果の上位項目のみを掲載しています。)

1. 製品・サービスの質
2. 環境/社会にやさしい製品・サービス
3. 顧客サービス/サポート
4. 不良品/不祥事への対応
5. 売上・利益・株価
6. 環境への取組み・社会(文化)貢献活動
7. 社風・活気
8. 企業理念・経営体制・社長
9. 雇用・労働条件
10. スポーツ、TV番組などのスポンサー
11. チャレンジ精神、新しい取り組み
12. 技術開発・技術提供
13. 親近感・CMへの好印象
14. ニュース報道・話題性・噂
15. 業界リーダー、ブランド力、知名度
16. 将来性/発展性
17. 地域・地元へ貢献
18. 社会貢献度の高い事業(介護など)
19. 地道・堅実・健全
20. 低価格商品の提供

・「Key Word」は、評判のいい企業としてある企業名をあげた方に、その理由を自由回答形式でお尋ねし、テキストマイニング分析によりキーワードを抽出した結果です。頻度の高い順に掲載しています。

このリリースに関するお問い合わせ先: 株式会社ノルド社会環境研究所
 東京都中央区京橋 1-9-10 フォレストタワー 電話 03-5524-7333 担当: 寒田 ほうだ
 ホームページ <http://www.nord-ise.com/>

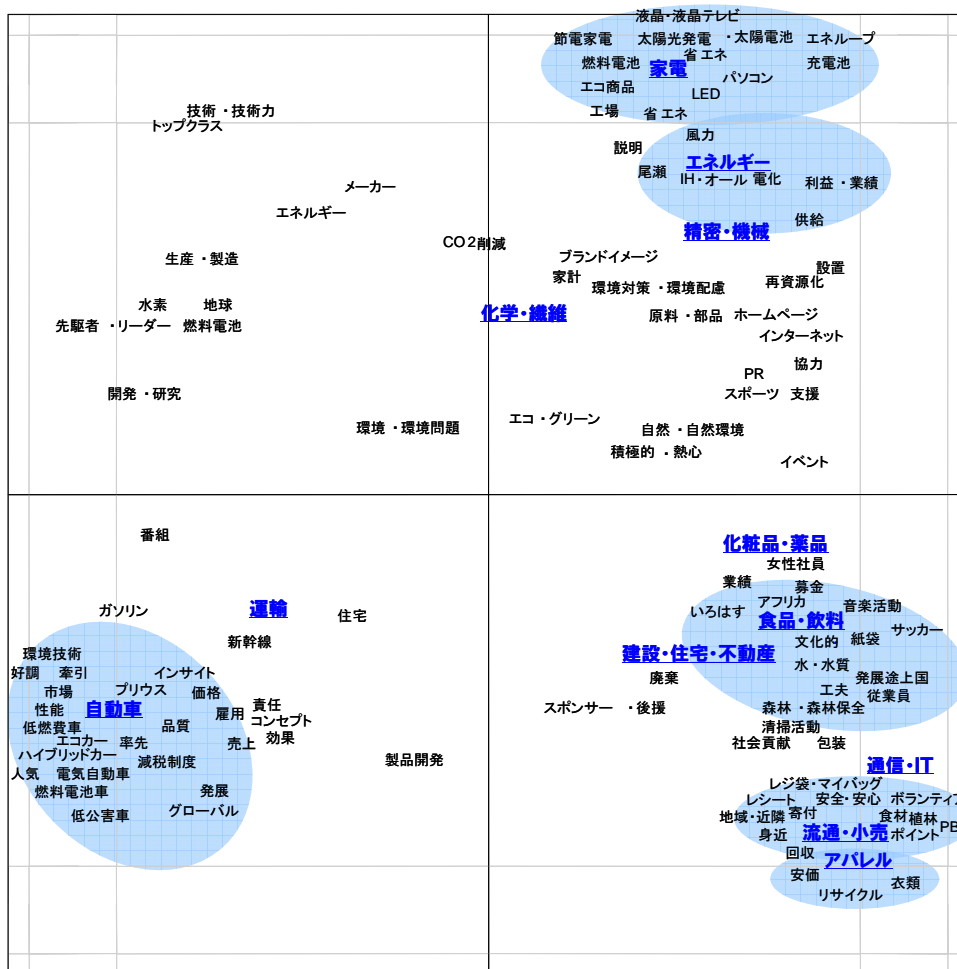
● 一般の人々も社会・環境に寄与できる商品・サービスが共通の評価視点に。

図6は、2009年調査において、社会や環境に貢献している企業として2件以上回答のあった企業を業界別に分類し、その理由キーワードとの関連をテキストマイニング分析によって抽出・整理したものです。各業界の近くに配置されているキーワードは、その業界の社会・環境への貢献を評価する際に特徴的に使用されているキーワードです。ここから各業界の社会・環境貢献を評価する視点を見出すことができます。

「自動車業界」については、ハイブリッドカーや電気自動車、燃料電池車など、具体的な商品が高く評価されています。「家電業界」では、液晶テレビ、節電家電といった省エネ製品や工場での省エネ活動が評価要因となっています。また、「エネルギー業界」ではIH・オール電化や風力といった主として電力供給に関わる取組み、「食品・飲料業界」では商品購入による途上国支援プログラムの提供や文化・スポーツ支援活動、「アパレル業界」では安い商品の提供やリサイクル活動が評価されています。「流通・小売業界」では、レジ袋・マイバッグや寄付活動など、店舗でかかわることのできる身近な取組みが評価されています。

以上のようなことから、多くの業界に共通する視点として、製品・サービスや店舗で取り組めることなど、自身を含めた多くの人々が利用可能で、利用者が増えることで社会・環境への貢献度が上がるような企業活動が多く取り上げられ、評価されていることが分かります。

図6: 業界×社会・環境に貢献している理由 キーワード布置図



このリリースに関するお問い合わせ先: 株式会社ノルド社会環境研究所
 東京都中央区京橋 1-9-10 フォレストタワー 電話 03-5524-7333 担当: 寒田 ほうだ
 ホームページ <http://www.nord-ise.com/>

図6の業界分類の内訳 ※()内はサンプル数

自動車(425):	トヨタ自動車(329)、本田技研工業(67)、三菱自動車(15)、日産自動車(11)、マツダ自動車(3)
食品・飲料(260):	サントリー(94)、JT(38)、キリンビール(27)、アサヒビール(21)、日本マクドナルド(20)、日本コカ・コーラ(16)、ダノンウォーターズジャパン(14)、ワタミ(6)、サッポロビール(4)、カゴメ(4)、キューピー(3)、アレフ(3)、日清食品(2)、大塚製薬(2)、味の素(2)、吉野家(2)、森永乳業(2)
家電(201):	シャープ(106)、パナソニック(37)、日立製作所(23)、三洋電機(17)、東芝(7)、NEC(4)、ソニー(5)、富士通(2)
流通・小売(149):	イオン(133)、セブンアンドワイホールディングス(5)、コクヨ(3)、ローソン(2)、イエローハット(2)、ブックオフ(2)、西友(2)
エネルギー(88):	東京電力(38)、コスモ石油(15)、新日本石油(14)、東京ガス(7)、関西電力(4)、中部電力(3)、出光興産(3)、九州電力(2)、大阪ガス(2)
アパレル(31):	ファーストリテイリング(14)、生活協同組合(11)、フェリシモ(4)、パタゴニア(2)
化粧品・薬品(23):	資生堂(4)、オルビス(4)、再春館製薬所(3)、LUSH(2)、花王(2)、日本アムウェイ(2)、ユニチャーム(2)、ライオン(2)、ボディショップ(2)
精密・機械(22):	京セラ(8)、リコー(7)、キヤノン(5)、栗田工業(2)
化学・繊維(11):	旭化成(5)、東レ(4)、太陽油脂(2)
運輸(10):	ヤマト運輸(4)、日本通運(2)、JR 東海(2)、JR(2)
通信・IT(9):	au/KDDI(4)、NTT ドコモ(3)、NTT(2)
建設・住宅・不動産(5)	積水ハウス(3)、住友林業(2)

本調査の概要

本調査は、ノルド社会環境研究所の自主調査「社会環境に関するアンケート調査」の一環として行いました。その概要は以下の通りです。

調査対象：全国の20歳～59歳の男女個人（インターネットユーザー）

調査方法：Web アンケート

サンプル抽出方法：生活者モニターからの無作為抽出（性・年齢・地域別の人口比に応じて抽出）

有効回収集計対象サンプル数：2,000 サンプル

調査時期：2009年7月10日～17日

※2006年～2008年調査は、同様の方法で2006年7月、2007年7月、2008年7月にそれぞれ実施しました。

株式会社ノルド社会環境研究所

“ピープルズシンクタンク”を理念とする独立系の民間調査研究機関。社会環境政策、地域計画、マーケティング、CSR、広報・コミュニケーション分野の調査研究及びコンサルティングを行なっています。

このリリースに関するお問い合わせ先：株式会社ノルド社会環境研究所
 東京都中央区京橋 1-9-10 フォレストタワー 電話 03-5524-7333 担当：寒田そうだ
 ホームページ <http://www.nord-ise.com/>