

島根県内企業における「地域の課題解決」  
に向けた取り組み調査  
報告書

平成 29 年 3 月 10 日  
株式会社 山陰経済経営研究所

## 目次

I.	調査の概要.....	1
1.	調査の目的.....	1
2.	調査概要.....	1
II.	アンケート結果.....	2
1.	回答企業属性.....	2
2.	地域課題の解決への取り組み状況.....	7
3.	本業を活かした支援の内容（収益を求めないもの）.....	10
4.	本業とは関係ない支援（一般的な寄付やボランティア、寄贈など）.....	16
5.	課題を解決する事業をビジネスとして活動（収益を求めるもの）.....	26
6.	企業が地域の課題解決活動に取り組むことのメリット・デメリット.....	30
7.	新たな取り組み.....	32
8.	他団体との連携について.....	36
9.	行政機関等からの支援.....	40
III.	結果要約.....	43
1.	島根県内企業の「地域の課題解決」への取り組み.....	43
2.	他団体との連携.....	47
3.	企業の課題解決活動に対する支援について.....	49

---

## 1. 調査の概要

---

### 1. 調査の目的

---

公益財団法人ふるさと島根定住財団では、「地域づくり」の活動に取り組んでいる地域住民や NPO、民間団体等の支援を行っているが、人口減少等の影響により、活動団体の確保が課題となっている。そのため、島根県内の企業が、地域づくりの活動主体として今以上に貢献することが期待される。

本調査は、島根県内企業を対象に、社会貢献活動の実態や社会的課題に対する意識等を聴取するアンケート調査を実施し、県内企業が地域の課題解決に貢献できる可能性があるのか、また、どのような制度・支援策が求められているのかを調査・分析することを目的とする。

### 2. 調査概要

---

本調査では、島根県内企業の社会貢献活動の取り組み状況や地域課題への関心、行政に対する期待等を把握するため、ジョブカフェしまねに登録している企業を対象にアンケート調査を実施した。実施概要は図表 - 1 の通りで、配布数は 650 件、有効回収は 206 件、有効回収率は 31.7%となった。

図表 - 1 企業向けアンケート実施概要

項目	概要
調査概要	企業の経営者または経営全体が分かる方を対象に、企業の社会貢献への取り組み状況や地域課題に対する意識等を聴取する。
調査方式	郵送方式により配布・回収
配布先	ジョブカフェしまね登録企業 650 社
有効回収	206 件（有効回収率 31.7%）

---

## II. アンケート結果

---

### 1. 回答企業属性

---

#### (1) 回答企業所在地

回答企業の所在地は、図表 - 1 の通り、「松江市」が最も多く、次いで「出雲市」の順となっており、この 2 市で全体（不明を含む）の 59.2%を占めている。以下、「浜田市」、「雲南市」と続いており、概ね企業数が多い地域の回答が多くなっている。

これ以降の集計では、県内で人口の多い松江市と出雲市を合わせた地域（以下、「松江・出雲」と、それ以外の地域（以下、「その他島根県内」）、島根県外および不明（以下、「県外、不明」）に分けたクロス集計結果も掲載する（ただし、「県外、不明」はサンプル数が少ないためグラフについては県外、不明は除く）。

図表 - 1 回答企業の所在地（SA）

回答	件数	構成比
松江市	77	37.4%
浜田市	22	10.7%
出雲市	45	21.8%
益田市	6	2.9%
大田市	7	3.4%
安来市	9	4.4%
江津市	6	2.9%
雲南市	11	5.3%
奥出雲町	4	1.9%
飯南町	0	0.0%
川本町	1	0.5%
美郷町	1	0.5%
邑南町	0	0.0%
津和野町	0	0.0%
吉賀町	0	0.0%
海士町	0	0.0%
西ノ島町	0	0.0%
知夫村	0	0.0%
隠岐の島町	0	0.0%
島根県外	16	7.8%
不明	1	0.5%
合計	206	100.0%

注 1) 本報告書において“SA”、“MA”、“NA”は

SA：単一回答のこと（Single Answer の略）

MA：複数回答のこと（Multiple Answer の略）

NA：数量回答（任意に数字を記入する回答）のこと（Numerical Answer の略）

を示す。

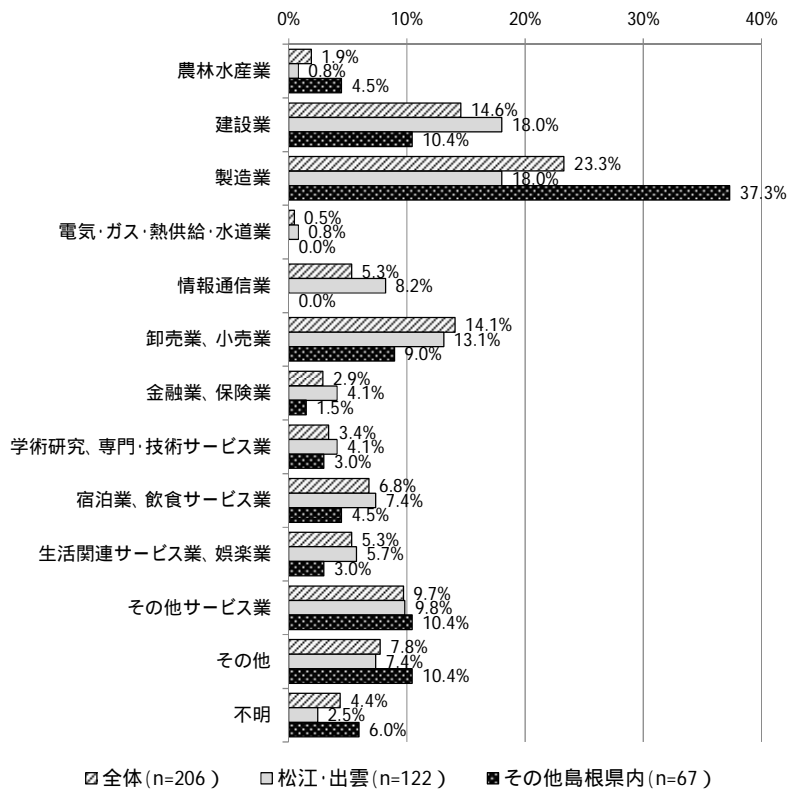
注 2) 表中にある「不明」は無効回答あるいは無記入のサンプル。

(2) 回答企業業種

回答企業の業種は、「製造業」が最も多く、次いで「建設業」、「卸売業、小売業」の順となっている。

図表 - 2 回答企業の業種 (SA)

回答	全体		所在地					
	件数	構成比	松江・出雲		その他島根県内		県外、不明	
			件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
農林水産業	4	1.9%	1	0.8%	3	4.5%	0	0.0%
鉱業、採石業、砂利採取業	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
建設業	30	14.6%	22	18.0%	7	10.4%	1	5.9%
製造業	48	23.3%	22	18.0%	25	37.3%	1	5.9%
電気・ガス・熱供給・水道業	1	0.5%	1	0.8%	0	0.0%	0	0.0%
情報通信業	11	5.3%	10	8.2%	0	0.0%	1	5.9%
運輸業、郵便業	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
卸売業、小売業	29	14.1%	16	13.1%	6	9.0%	7	41.2%
金融業、保険業	6	2.9%	5	4.1%	1	1.5%	0	0.0%
不動産業、物品賃貸業	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
学術研究、専門・技術サービス業	7	3.4%	5	4.1%	2	3.0%	0	0.0%
宿泊業、飲食サービス業	14	6.8%	9	7.4%	3	4.5%	2	11.8%
生活関連サービス業、娯楽業	11	5.3%	7	5.7%	2	3.0%	2	11.8%
その他サービス業	20	9.7%	12	9.8%	7	10.4%	1	5.9%
その他	16	7.8%	9	7.4%	7	10.4%	0	0.0%
不明	9	4.4%	3	2.5%	4	6.0%	2	11.8%
合計	206	100.0%	122	100.0%	67	100.0%	17	100.0%

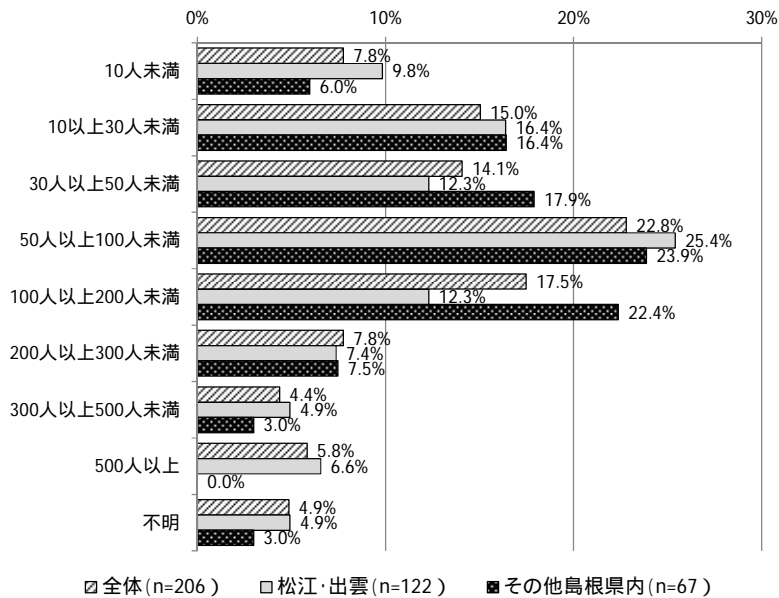


(3) 回答企業の従業員数

回答企業の従業員数は「50人以上100人未満」が最も多く、100人未満を合わせると全体の6割程度となる。逆に300人以上の大企業は全体の1割程度となっている。

図表 - 3 回答企業の従業員数 (NA)

回答	全体		所在地					
	件数	構成比	松江・出雲		その他島根県内		県外、不明	
			件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
10人未満	16	7.8%	12	9.8%	4	6.0%	0	0.0%
10以上30人未満	31	15.0%	20	16.4%	11	16.4%	0	0.0%
30人以上50人未満	29	14.1%	15	12.3%	12	17.9%	2	11.8%
50人以上100人未満	47	22.8%	31	25.4%	16	23.9%	0	0.0%
100人以上200人未満	36	17.5%	15	12.3%	15	22.4%	6	35.3%
200人以上300人未満	16	7.8%	9	7.4%	5	7.5%	2	11.8%
300人以上500人未満	9	4.4%	6	4.9%	2	3.0%	1	5.9%
500人以上	12	5.8%	8	6.6%	0	0.0%	4	23.5%
不明	10	4.9%	6	4.9%	2	3.0%	2	11.8%
合計	206	100.0%	122	100.0%	67	100.0%	17	100.0%

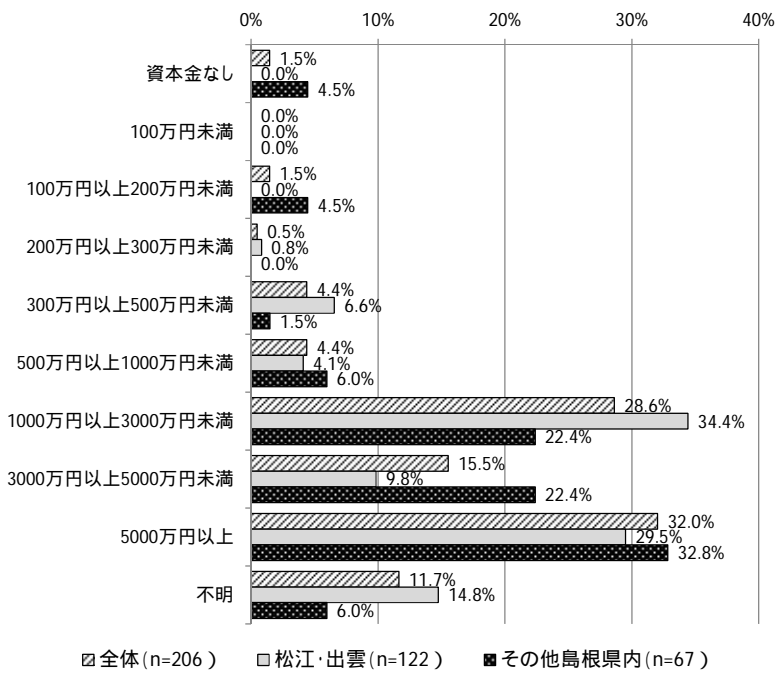


(4) 回答企業の資本金（直近決算期）

回答企業の資本金は、「5000万円以上」が最も多くなっており、1000万円以上の企業が全体の76.2%となっている。

図表 - 4 回答企業の資本金（NA）

回答	全体		所在地					
	件数	構成比	松江・出雲		その他島根県内		県外、不明	
			件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
資本金なし	3	1.5%	0	0.0%	3	4.5%	0	0.0%
100万円未満	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
100万円以上200万円未満	3	1.5%	0	0.0%	3	4.5%	0	0.0%
200万円以上300万円未満	1	0.5%	1	0.8%	0	0.0%	0	0.0%
300万円以上500万円未満	9	4.4%	8	6.6%	1	1.5%	0	0.0%
500万円以上1000万円未満	9	4.4%	5	4.1%	4	6.0%	0	0.0%
1000万円以上3000万円未満	59	28.6%	42	34.4%	15	22.4%	2	11.8%
3000万円以上5000万円未満	32	15.5%	12	9.8%	15	22.4%	5	29.4%
5000万円以上	66	32.0%	36	29.5%	22	32.8%	8	47.1%
不明	24	11.7%	18	14.8%	4	6.0%	2	11.8%
合計	206	100.0%	122	100.0%	67	100.0%	17	100.0%

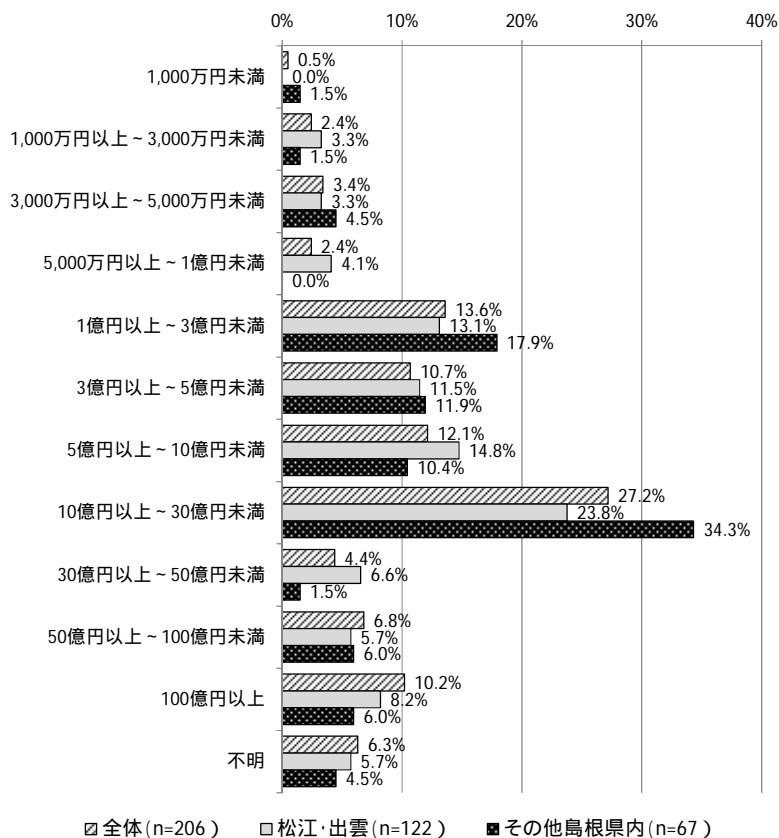


(5) 回答企業の売上高

回答企業の売上高は、「10億円以上～30億円未満」が最も多く、これを含め10億円以上の企業が全体の48.5%を占めている。

図表 - 5 回答企業の業種 (SA)

回答	全体		所在地					
	件数	構成比	松江・出雲		その他島根県内		県外、不明	
			件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
1,000万円未満	1	0.5%	0	0.0%	1	1.5%	0	0.0%
1,000万円以上～3,000万円未満	5	2.4%	4	3.3%	1	1.5%	0	0.0%
3,000万円以上～5,000万円未満	7	3.4%	4	3.3%	3	4.5%	0	0.0%
5,000万円以上～1億円未満	5	2.4%	5	4.1%	0	0.0%	0	0.0%
1億円以上～3億円未満	28	13.6%	16	13.1%	12	17.9%	0	0.0%
3億円以上～5億円未満	22	10.7%	14	11.5%	8	11.9%	0	0.0%
5億円以上～10億円未満	25	12.1%	18	14.8%	7	10.4%	0	0.0%
10億円以上～30億円未満	56	27.2%	29	23.8%	23	34.3%	4	23.5%
30億円以上～50億円未満	9	4.4%	8	6.6%	1	1.5%	0	0.0%
50億円以上～100億円未満	14	6.8%	7	5.7%	4	6.0%	3	17.6%
100億円以上	21	10.2%	10	8.2%	4	6.0%	7	41.2%
不明	13	6.3%	7	5.7%	3	4.5%	3	17.6%
合計	206	100.0%	122	100.0%	67	100.0%	17	100.0%





## 2. 地域課題の解決への取り組み状況

### (1) 地域課題の解決に対する意識

各企業の地域課題の解決に対する意識について聞いたところ、「貢献したい」が最も多く、「とても貢献したい」と合わせると8割以上となる。島根県内の企業の多くが地域課題の解決に対し貢献意欲を持っていることが確認できる。

図表 - 6 地域課題の解決に対する意識 (SA)

回答	全体		所在地					
			松江・出雲		その他島根県内		県外、不明	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
とても貢献したい	52	25.2%	30	24.6%	18	26.9%	4	23.5%
貢献したい	125	60.7%	73	59.8%	41	61.2%	11	64.7%
あまり関心がない	13	6.3%	8	6.6%	4	6.0%	1	5.9%
関心がない	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
分からない	14	6.8%	10	8.2%	3	4.5%	1	5.9%
不明	2	1.0%	1	0.8%	1	1.5%	0	0.0%
合計	206	100.0%	122	100.0%	67	100.0%	17	100.0%

### (2) 地域課題の解決への取り組み

各企業の地域課題の解決への取り組みについて聞いたところ、「行っている」が70.9%、「行っていない」が29.1%となり、何らかの取り組みを行っている企業が多いことが確認できた。

図表 - 7 地域課題の解決への取り組み状況 (SA)

回答	全体		所在地					
			松江・出雲		その他島根県内		県外、不明	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
行っている	146	70.9%	82	67.2%	51	76.1%	13	76.5%
行っていない	60	29.1%	40	32.8%	16	23.9%	4	23.5%
不明	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
合計	206	100.0%	122	100.0%	67	100.0%	17	100.0%

図表 - 8 従業員別の地域課題の解決への取り組み状況

回答	従業員数									
	49人以下		50～99人		100～299人		300人以上		不明	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
行っている	49	64.5%	35	74.5%	39	75.0%	16	76.2%	7	70.0%
行っていない	27	35.5%	12	25.5%	13	25.0%	5	23.8%	3	30.0%
不明	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
合計	76	100.0%	47	100.0%	52	100.0%	21	100.0%	10	100.0%

取り組み内容の内訳では「本業とは関係ない支援」が最も多く、次いで「本業を活かした支援」、「課題解決ビジネス」の順となっている。

また、取り組み内容別の実施状況を見ると、「本業とは関係ない支援のみ」行っている企業が最も多くなっているが、2種類、3種類の支援を行っている企業も多く、合わせると半数以上の企業が複数の支援を行っていることが確認できる。

図表 - 9 地域課題の解決への取り組み内容の内訳

回答	全体		所在地					
			松江・出雲		その他島根県内		県外、不明	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
地域課題解決の取り組みを行っている	146	100.0%	82	100.0%	51	100.0%	13	100.0%
うち、本業を活かした支援	91	62.3%	51	62.2%	33	64.7%	7	53.8%
うち、本業とは関係ない支援	122	83.6%	68	82.9%	44	86.3%	10	76.9%
うち、課題解決ビジネス	35	24.0%	19	23.2%	13	25.5%	3	23.1%

図表 - 10 取り組み内容別の実施状況

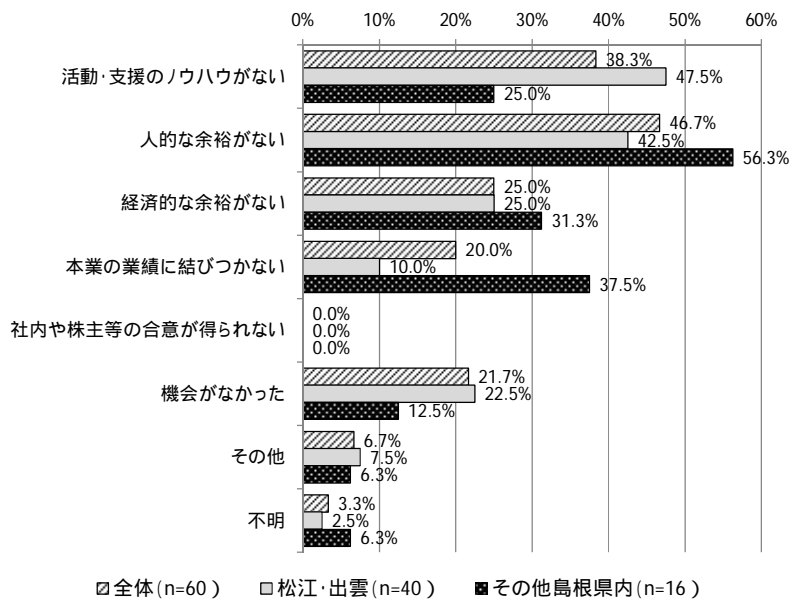
回答	全体		所在地					
			松江・出雲		その他島根県内		県外、不明	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
本業を活かした支援のみ	18	12.3%	12	14.6%	4	7.8%	2	15.4%
本業とは関係ない支援のみ	48	32.9%	28	34.1%	15	29.4%	5	38.5%
課題解決ビジネスのみ	4	2.7%	1	1.2%	2	3.9%	1	7.7%
本業を活かした支援 + 本業とは関係ない支援	45	30.8%	23	28.0%	19	37.3%	3	23.1%
本業を活かした支援 + 課題解決ビジネス	2	1.4%	1	1.2%	1	2.0%	0	0.0%
本業とは関係ない支援 + 課題解決ビジネス	3	2.1%	2	2.4%	1	2.0%	0	0.0%
3種類全て	26	17.8%	15	18.3%	9	17.6%	2	15.4%
地域課題解決の取り組みを行っている企業合計	146	100.0%	82	100.0%	51	100.0%	13	100.0%

(3) 取り組みを行っていない理由

先の設定で「行っていない」と回答した企業(60社)に地域課題の解決への取り組みを行っていない理由を聞いたところ、「人的な余裕がない」が46.7%で最も多く、以下、「活動・支援のノウハウがない」、「経済的な余裕がない」と続いた。

図表 - 11 取り組みを行っていない理由 (MA、2つ以内)

回答	全体		所在地					
			松江・出雲		その他島根県内		県外、不明	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
活動・支援のノウハウがない	23	38.3%	19	47.5%	4	25.0%	0	0.0%
人的な余裕がない	28	46.7%	17	42.5%	9	56.3%	2	50.0%
経済的な余裕がない	15	25.0%	10	25.0%	5	31.3%	0	0.0%
本業の業績に結びつかない	12	20.0%	4	10.0%	6	37.5%	2	50.0%
社内や株主等の合意が得られない	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
機会がなかった	13	21.7%	9	22.5%	2	12.5%	2	50.0%
その他	4	6.7%	3	7.5%	1	6.3%	0	0.0%
不明	2	3.3%	1	2.5%	1	6.3%	0	0.0%
地域課題解決の取り組みを行っていない企業合計	60	100.0%	40	100.0%	16	100.0%	4	100.0%



注) MA (複数回答) の場合、1社で複数の選択肢を選んでいるものがあるため、件数の合計と回答企業合計の数値は合わない。

### 3. 本業を活かした支援の内容（収益を求めないもの）

#### （１） 支援内容の内訳

先の図表 - 9 でみた通り、地域課題の解決への取り組みを行っている企業のうち、本業を活かした支援を行っている企業は91社あった。この91社に対し「資金の支援」、「人的な支援」、「物品の支援」ごとに主なもの2つ以内の支援内容を聞いた。

支援内容の内訳としては、「人的な支援」を行っている企業が最も多く、次いで「資金の支援」、「物品の支援」の順となった。

図表 - 12 本業を活かした支援の実施状況

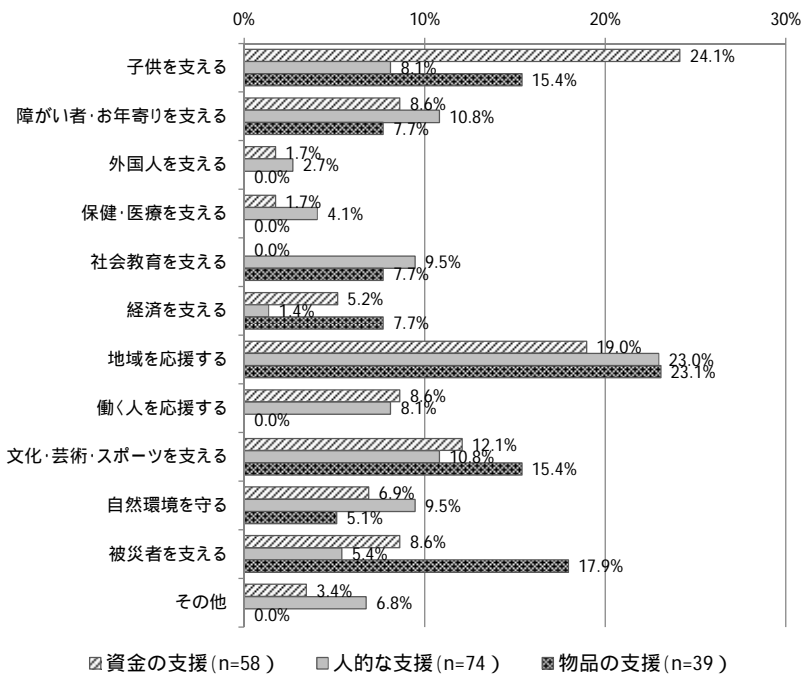
回答	全体		所在地					
			松江・出雲		その他島根県内		県外、不明	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
本業を活かした支援を行っている	91	100.0%	51	100.0%	33	100.0%	7	100.0%
うち、資金の支援	47	51.6%	29	56.9%	14	42.4%	4	57.1%
うち、人的な支援	55	60.4%	30	58.8%	20	60.6%	5	71.4%
うち、物品の支援	36	39.6%	18	35.3%	14	42.4%	4	57.1%

(2) 分野

本業を活かした支援の分野について、資金の支援では「子供を支える」が最も多く、人的な支援、物品の支援では「地域を応援する」が最も多くなっている。

図表 - 13 本業を活かした支援の内容 分野 (SA)

回答	資金の支援		人的な支援		物品の支援		合計	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
子供を支える	14	24.1%	6	8.1%	6	15.4%	26	15.2%
障がい者・お年寄りを支える	5	8.6%	8	10.8%	3	7.7%	16	9.4%
外国人を支える	1	1.7%	2	2.7%	0	0.0%	3	1.8%
保健・医療を支える	1	1.7%	3	4.1%	0	0.0%	4	2.3%
社会教育を支える	0	0.0%	7	9.5%	3	7.7%	10	5.8%
経済を支える	3	5.2%	1	1.4%	3	7.7%	7	4.1%
地域を応援する	11	19.0%	17	23.0%	9	23.1%	37	21.6%
働く人を応援する	5	8.6%	6	8.1%	0	0.0%	11	6.4%
文化・芸術・スポーツを支える	7	12.1%	8	10.8%	6	15.4%	21	12.3%
自然環境を守る	4	6.9%	7	9.5%	2	5.1%	13	7.6%
被災者を支える	5	8.6%	4	5.4%	7	17.9%	16	9.4%
その他	2	3.4%	5	6.8%	0	0.0%	7	4.1%
記入事例合計	58	100.0%	74	100.0%	39	100.0%	171	100.0%



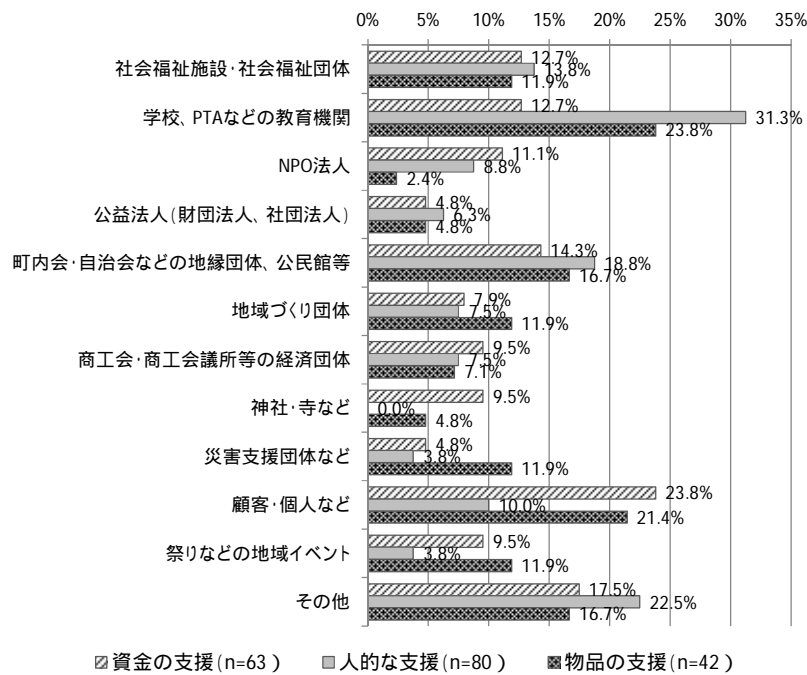
注) この問では各企業が実施している支援を「資金の支援」、「人的な支援」、「物品の支援」の3つに分け、それぞれ主なもの2つ以内の具体的な事例の「分野」、「提供先」、「理由」、「今後の意向」について選択肢で聞いている。このため1社で複数の具体例を記入しているものもあり、記入事例合計は図表 - 12の数値とは一致しない。また、「分野」、「提供先」、「理由」、「今後の意向」ごとに集計しているが、無記入、無効回答があるため、この4つの記入事例合計も一致しない(以下、図表中の最終行に「記入事例合計」とあるものは同じ)。

(3) 提供先

本業を活かした支援の提供先について、資金の支援では「顧客・個人など」が最も多く、人的な支援、物品の支援では「学校、PTAなどの教育機関」が最も多くなっている。

図表 - 14 本業を活かした支援の内容 提供先 (MA)

回答	資金の支援		人的な支援		物品の支援		合計	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
社会福祉施設・社会福祉団体	8	12.7%	11	13.8%	5	11.9%	24	13.0%
学校、PTAなどの教育機関	8	12.7%	25	31.3%	10	23.8%	43	23.2%
NPO法人	7	11.1%	7	8.8%	1	2.4%	15	8.1%
公益法人(財団法人、社団法人)	3	4.8%	5	6.3%	2	4.8%	10	5.4%
町内会・自治会などの地縁団体、公民館等	9	14.3%	15	18.8%	7	16.7%	31	16.8%
地域づくり団体	5	7.9%	6	7.5%	5	11.9%	16	8.6%
商工会・商工会議所等の経済団体	6	9.5%	6	7.5%	3	7.1%	15	8.1%
神社・寺など	6	9.5%	0	0.0%	2	4.8%	8	4.3%
災害支援団体など	3	4.8%	3	3.8%	5	11.9%	11	5.9%
顧客・個人など	15	23.8%	8	10.0%	9	21.4%	32	17.3%
祭りなどの地域イベント	6	9.5%	3	3.8%	5	11.9%	14	7.6%
その他	11	17.5%	18	22.5%	7	16.7%	36	19.5%
記入事例合計	63	100.0%	80	100.0%	42	100.0%	185	100.0%

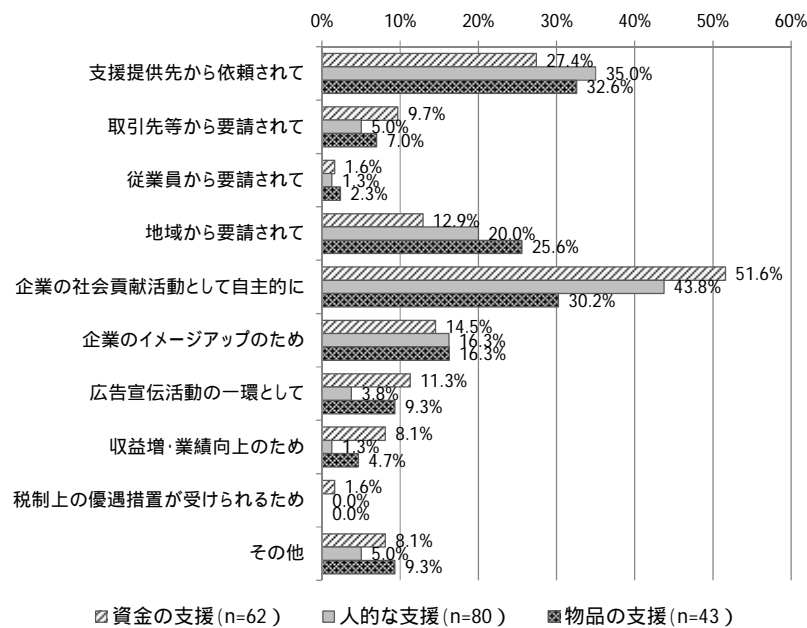


(4) 理由

本業を活かした支援を行う理由について、資金の支援、人的な支援では「企業の社会貢献活動として自主的に」が最も多く、物品の支援では「支援提供先から依頼されて」が最も多くなっている。逆に「税制上の優遇措置が受けられるため」、「収益増・業績向上のため」といった企業の利益を理由に挙げる企業は少なかった。

図表 - 15 本業を活かした支援の内容 理由 (MA)

回答	資金の支援		人的な支援		物品の支援		合計	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
支援提供先から依頼されて	17	27.4%	28	35.0%	14	32.6%	59	31.9%
取引先等から要請されて	6	9.7%	4	5.0%	3	7.0%	13	7.0%
従業員から要請されて	1	1.6%	1	1.3%	1	2.3%	3	1.6%
地域から要請されて	8	12.9%	16	20.0%	11	25.6%	35	18.9%
企業の社会貢献活動として自主的に	32	51.6%	35	43.8%	13	30.2%	80	43.2%
企業のイメージアップのため	9	14.5%	13	16.3%	7	16.3%	29	15.7%
広告宣伝活動の一環として	7	11.3%	3	3.8%	4	9.3%	14	7.6%
収益増・業績向上のため	5	8.1%	1	1.3%	2	4.7%	8	4.3%
税制上の優遇措置が受けられるため	1	1.6%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.5%
その他	5	8.1%	4	5.0%	4	9.3%	13	7.0%
記入事例合計	62	100.0%	80	100.0%	43	100.0%	185	100.0%



(5) 今後の意向

本業を活かした支援の今後の意向については、「維持する」が最も多くなった。また、「増加/強化する」は資金の支援で 18.6%、人的な支援で 32.9%、物品の支援で 17.1%あり、逆に「やめる」はいずれの支援でもゼロであった。

図表 - 16 本業を活かした支援の内容 今後の意向 (SA)

回答	資金の支援		人的な支援		物品の支援		合計	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
増加/強化する	11	18.6%	25	32.9%	7	17.1%	43	24.4%
維持する	44	74.6%	48	63.2%	31	75.6%	123	69.9%
縮小/減少する	2	3.4%	0	0.0%	0	0.0%	2	1.1%
やめる	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
未定	2	3.4%	3	3.9%	3	7.3%	8	4.5%
記入事例合計	59	100.0%	76	100.0%	41	100.0%	176	100.0%

図表 - 17 「増加/強化する」事例の分野

	本業を活かした支援			計
	資金の支援	人的な支援	物品の支援	
子供を支える	1	2	2	5
障がい者・お年寄りを支える	1	4	1	6
外国人を支える	1	0	0	1
保健・医療を支える	1	2	0	3
社会教育を支える	0	1	0	1
経済を支える	1	1	1	3
地域を応援する	1	9	1	11
働く人を応援する	2	3	0	5
文化・芸術・スポーツを支える	1	1	0	2
自然環境を守る	0	0	1	1
被災者を支える	0	1	1	2
その他	0	0	0	0
不明	2	1	0	3
記入事例合計	11	25	7	43

図表 - 18 「増加/強化する」事例の提供先

	本業を活かした支援			計
	資金の支援	人的な支援	物品の支援	
社会福祉施設・社会福祉団体	3	6	1	10
学校、PTAなどの教育機関	5	12	3	20
NPO法人	2	3	0	5
公益法人(財団法人、社団法人)	0	2	1	3
町内会・自治会などの地縁団体、公民館等	1	5	1	7
地域づくり団体	1	2	0	3
商工会・商工会議所等の経済団体	2	2	0	4
神社・寺など	0	0	0	0
災害支援団体など	0	2	0	2
顧客・個人など	5	5	4	14
祭りなどの地域イベント	1	0	0	1
その他	2	3	2	7
不明	0	0	0	0
記入事例合計	11	25	7	43



図表 - 19 「増加／強化する」事例の理由

	本業を活かした支援			計
	資金の支援	人的な支援	物品の支援	
支援提供先から依頼されて	1	4	0	5
取引先等から要請されて	1	0	1	2
従業員から要請されて	1	1	0	2
地域から要請されて	0	6	1	7
企業の社会貢献活動として自主的に	8	11	2	21
企業のイメージアップのため	1	2	1	4
広告宣伝活動の一環として	0	1	1	2
収益増・業績向上のため	3	0	1	4
税制上の優遇措置が受けられるため	0	0	0	0
その他	2	4	2	8
不明	0	0	0	0
記入事例合計	11	25	7	43

#### 4. 本業とは関係ない支援（一般的な寄付やボランティア、寄贈など）

##### （１） 本業とは関係ない支援の実施状況

先の図表 - 9 でみた通り、地域課題の解決への取り組みを行っている企業は 146 社で、そのうち、本業とは関係ない支援を行っている企業は 122 社あった（この数は回答企業 206 社の 59.2%にあたる）。この 122 社に対し「資金の支援」、「人的な支援」、「物品の支援」ごとに主なもの 2 つ以内の支援内容を聞いた。その結果、「資金の支援」が最も多く、本業とは関係ない支援を行っている企業の 8 割以上が実施していた。逆に「物品の支援」は少なく、支援を行っている企業の 2 割程度にとどまっている。

図表 - 20 本業とは関係ない支援の実施状況（SA）

回答	全体		所在地					
			松江・出雲		その他島根県内		県外、不明	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
本業とは関係ない支援を行っている	122	100.0%	68	100.0%	44	100.0%	10	100.0%
うち、資金の支援	102	83.6%	58	85.3%	36	81.8%	8	80.0%
うち、人的な支援	75	61.5%	47	69.1%	23	52.3%	5	50.0%
うち、物品の支援	26	21.3%	13	19.1%	10	22.7%	3	30.0%

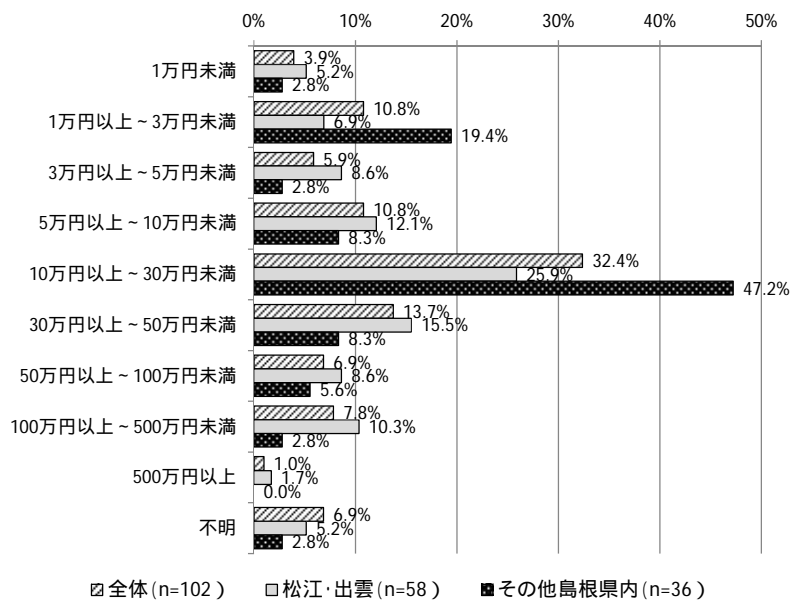
(2) 資金支援の実態

本業とは関係ない支援のうち、資金の支援を行っている企業 102 社に 1 年間の支援の総額および今後の意向を聞いたところ 95 社が支援金額を記入しており、総計は 34,792,500 円、数値を記入した 95 社の 1 社当たりの平均は 366,237 円となった。カテゴリー別では「10 万円以上～30 万円未満」が 32.4%で最も多く、次いで「30 万円以上～50 万円未満」が続いた。

今後の意向については 97 社が回答しており、「現状を維持する」が 72.5%で最も多く、逆に「やめる」はゼロであった。

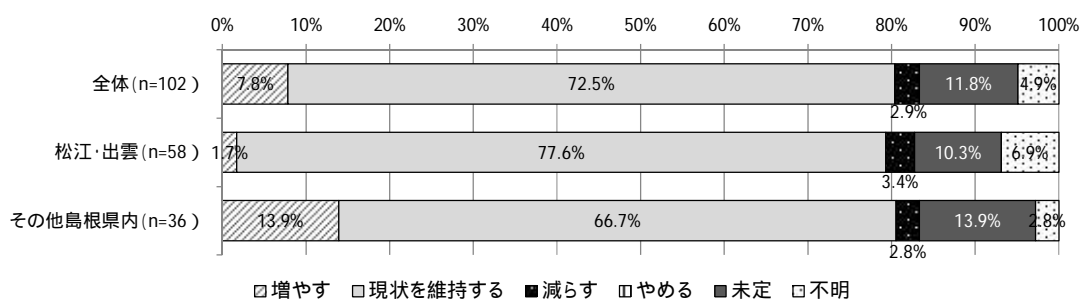
図表 - 21 1 年間当たりの資金支援の総額 (NA)

回答	全体		所在地					
	件数	構成比	松江・出雲		その他島根県内		県外、不明	
			件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
1万円未満	4	3.9%	3	5.2%	1	2.8%	0	0.0%
1万円以上～3万円未満	11	10.8%	4	6.9%	7	19.4%	0	0.0%
3万円以上～5万円未満	6	5.9%	5	8.6%	1	2.8%	0	0.0%
5万円以上～10万円未満	11	10.8%	7	12.1%	3	8.3%	1	12.5%
10万円以上～30万円未満	33	32.4%	15	25.9%	17	47.2%	1	12.5%
30万円以上～50万円未満	14	13.7%	9	15.5%	3	8.3%	2	25.0%
50万円以上～100万円未満	7	6.9%	5	8.6%	2	5.6%	0	0.0%
100万円以上～500万円未満	8	7.8%	6	10.3%	1	2.8%	1	12.5%
500万円以上	1	1.0%	1	1.7%	0	0.0%	0	0.0%
不明	7	6.9%	3	5.2%	1	2.8%	3	37.5%
本業とは関係ない資金支援を実施している企業合計	102	100.0%	58	100.0%	36	100.0%	8	100.0%



図表 - 22 今後の意向 (SA)

回答	全体		所在地					
	件数	構成比	松江・出雲		その他島根県内		県外、不明	
			件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
増やす	8	7.8%	1	1.7%	5	13.9%	2	25.0%
現状を維持する	74	72.5%	45	77.6%	24	66.7%	5	62.5%
減らす	3	2.9%	2	3.4%	1	2.8%	0	0.0%
やめる	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
未定	12	11.8%	6	10.3%	5	13.9%	1	12.5%
不明	5	4.9%	4	6.9%	1	2.8%	0	0.0%
本業とは関係ない資金支援を実施している企業合計	102	100.0%	58	100.0%	36	100.0%	8	100.0%



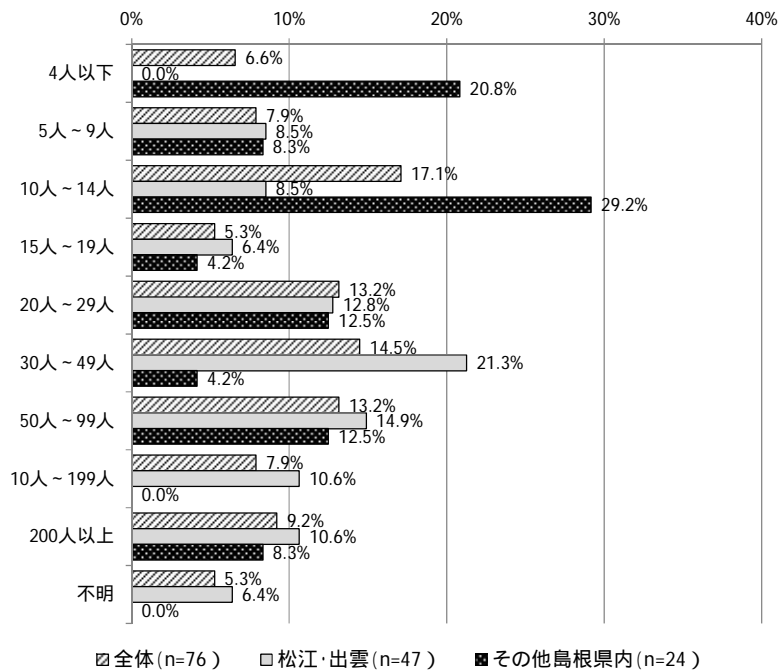
### (3) 人的な支援の実態

人的な支援を行っている企業に1年間の参加人数(延べ人数)および今後の意向を聞いたところ、72社が参加人数を記入しており、総計は4,490人、数値を記入した72社の1社当たりの平均は62.4人となった。カテゴリー別では「10人~14人未満」が17.1%で最も多かった。

今後の意向については、先の資金の支援同様「現状を維持する」が最も多く、「やめる」はゼロであった。

図表 - 23 1年間当たりの参加人数(延べ人数)(NA)

回答	全体		所在地					
	件数	構成比	松江・出雲		その他島根県内		県外、不明	
			件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
4人以下	5	6.6%	0	0.0%	5	20.8%	0	0.0%
5人～9人	6	7.9%	4	8.5%	2	8.3%	0	0.0%
10人～14人	13	17.1%	4	8.5%	7	29.2%	2	40.0%
15人～19人	4	5.3%	3	6.4%	1	4.2%	0	0.0%
20人～29人	10	13.2%	6	12.8%	3	12.5%	1	20.0%
30人～49人	11	14.5%	10	21.3%	1	4.2%	0	0.0%
50人～99人	10	13.2%	7	14.9%	3	12.5%	0	0.0%
100人～199人	6	7.9%	5	10.6%	0	0.0%	1	20.0%
200人以上	7	9.2%	5	10.6%	2	8.3%	0	0.0%
不明	4	5.3%	3	6.4%	0	0.0%	1	20.0%
本業とは関係ない人的支援を実施している企業合計	76	100.0%	47	100.0%	24	100.0%	5	100.0%



図表 - 24 今後の意向 (SA)

回答	全体		所在地					
	件数	構成比	松江・出雲		その他島根県内		県外、不明	
			件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
増やす	14	18.4%	9	19.1%	4	16.7%	1	20.0%
現状を維持する	57	75.0%	35	74.5%	18	75.0%	4	80.0%
減らす	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
やめる	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
未定	4	5.3%	2	4.3%	2	8.3%	0	0.0%
不明	1	1.3%	1	2.1%	0	0.0%	0	0.0%
本業とは関係ない人的支援を実施している企業合計	76	100.0%	47	100.0%	24	100.0%	5	100.0%

(4) 物品の支援

物品の支援を行っている企業に今後の意向を聞いたところ、「現状を維持する」が53.8%で最も多く、「増やす」も23.1%あった。

図表 - 25 今後の意向 (SA)

回答	全体		所在地					
			松江・出雲		その他島根県内		県外、不明	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
増やす	6	23.1%	2	15.4%	3	30.0%	1	33.3%
現状を維持する	14	53.8%	7	53.8%	5	50.0%	2	66.7%
減らす	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
やめる	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
未定	4	15.4%	2	15.4%	2	20.0%	0	0.0%
不明	2	7.7%	2	15.4%	0	0.0%	0	0.0%
本業とは関係ない物品支援を実施している企業合計	26	100.0%	13	100.0%	10	100.0%	3	100.0%

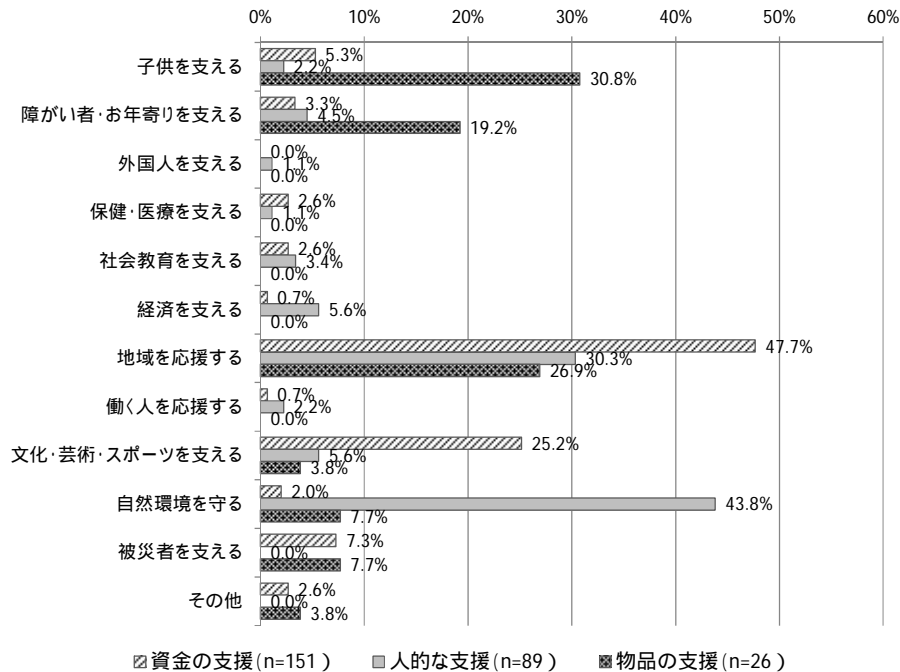
(5) 分野

本業とは関係ない支援の内容について「資金の支援」、「人的な支援」、「物品の支援」ごとに主なもの3つ以内の支援内容を聞いた。

本業とは関係ない支援の分野については、資金の支援では「地域を応援する」が、人的な支援では「自然環境を守る」が、物品の支援では「子供を支える」が最も多くなっており、支援方法により差異がみられる。

図表 - 26 本業とは関係ない支援の内容 分野 (SA)

回答	資金の支援		人的な支援		物品の支援		合計	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
子供を支える	8	5.3%	2	2.2%	8	30.8%	18	6.8%
障がい者・お年寄りを支える	5	3.3%	4	4.5%	5	19.2%	14	5.3%
外国人を支える	0	0.0%	1	1.1%	0	0.0%	1	0.4%
保健・医療を支える	4	2.6%	1	1.1%	0	0.0%	5	1.9%
社会教育を支える	4	2.6%	3	3.4%	0	0.0%	7	2.6%
経済を支える	1	0.7%	5	5.6%	0	0.0%	6	2.3%
地域を応援する	72	47.7%	27	30.3%	7	26.9%	106	39.8%
働く人を応援する	1	0.7%	2	2.2%	0	0.0%	3	1.1%
文化・芸術・スポーツを支える	38	25.2%	5	5.6%	1	3.8%	44	16.5%
自然環境を守る	3	2.0%	39	43.8%	2	7.7%	44	16.5%
被災者を支える	11	7.3%	0	0.0%	2	7.7%	13	4.9%
その他	4	2.6%	0	0.0%	1	3.8%	5	1.9%
記入事例合計	151	100.0%	89	100.0%	26	100.0%	266	100.0%

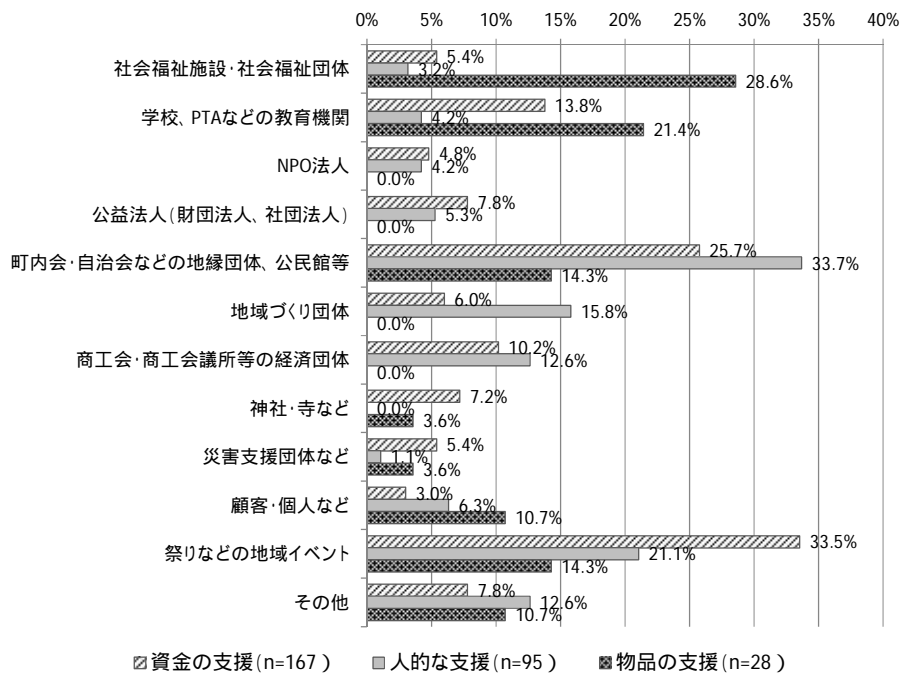


(6) 提供先

本業とは関係ない支援の提供先は、資金の支援では「祭りなどの地域イベント」、人的な支援では「町内会・自治会などの地縁団体、公民館等」、物品の支援では「社会福祉施設・社会福祉団体」が最も多くなっている。

図表 - 27 本業とは関係ない支援の内容 提供先 (MA)

回答	資金の支援		人的な支援		物品の支援		合計	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
社会福祉施設・社会福祉団体	9	5.4%	3	3.2%	8	28.6%	20	6.9%
学校、PTAなどの教育機関	23	13.8%	4	4.2%	6	21.4%	33	11.4%
NPO法人	8	4.8%	4	4.2%	0	0.0%	12	4.1%
公益法人(財団法人、社団法人)	13	7.8%	5	5.3%	0	0.0%	18	6.2%
町内会・自治会などの地縁団体、公民館等	43	25.7%	32	33.7%	4	14.3%	79	27.2%
地域づくり団体	10	6.0%	15	15.8%	0	0.0%	25	8.6%
商工会・商工会議所等の経済団体	17	10.2%	12	12.6%	0	0.0%	29	10.0%
神社・寺など	12	7.2%	0	0.0%	1	3.6%	13	4.5%
災害支援団体など	9	5.4%	1	1.1%	1	3.6%	11	3.8%
顧客・個人など	5	3.0%	6	6.3%	3	10.7%	14	4.8%
祭りなどの地域イベント	56	33.5%	20	21.1%	4	14.3%	80	27.6%
その他	13	7.8%	12	12.6%	3	10.7%	28	9.7%
記入事例合計	167	100.0%	95	100.0%	28	100.0%	290	100.0%



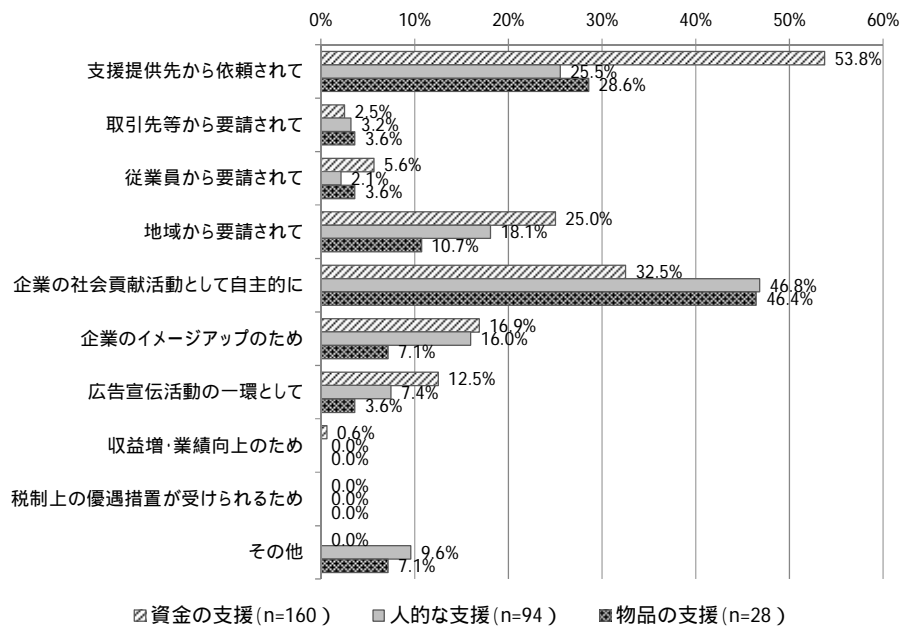


(7) 理由

本業とは関係ない支援を行う理由をみると、資金の支援では「支援提供先から依頼されて」が最も多く、人的な支援、物品の支援では「企業の社会貢献活動として自主的に」が最も多くなっている。

図表 - 28 本業とは関係ない支援の内容 理由 (MA)

回答	資金の支援		人的な支援		物品の支援		合計	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
支援提供先から依頼されて	86	53.8%	24	25.5%	8	28.6%	118	41.8%
取引先等から要請されて	4	2.5%	3	3.2%	1	3.6%	8	2.8%
従業員から要請されて	9	5.6%	2	2.1%	1	3.6%	12	4.3%
地域から要請されて	40	25.0%	17	18.1%	3	10.7%	60	21.3%
企業の社会貢献活動として自主的に	52	32.5%	44	46.8%	13	46.4%	109	38.7%
企業のイメージアップのため	27	16.9%	15	16.0%	2	7.1%	44	15.6%
広告宣伝活動の一環として	20	12.5%	7	7.4%	1	3.6%	28	9.9%
収益増・業績向上のため	1	0.6%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.4%
税制上の優遇措置が受けられるため	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
その他	0	0.0%	9	9.6%	2	7.1%	11	3.9%
記入事例合計	160	100.0%	94	100.0%	28	100.0%	282	100.0%

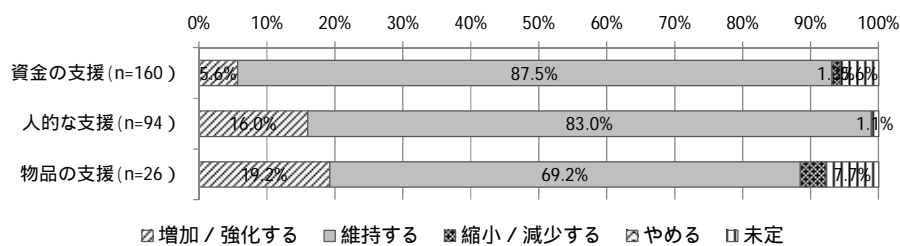


(8) 今後の意向

本業とは関係ない支援の今後の意向は、いずれの支援でも「維持する」が最も多く、逆に「やめる」はゼロであった。

図表 - 29 本業とは関係ない支援の内容 今後の意向 (SA)

回答	資金の支援		人的な支援		物品の支援		合計	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
増加/強化する	9	5.6%	15	16.0%	5	19.2%	29	10.4%
維持する	140	87.5%	78	83.0%	18	69.2%	236	84.3%
縮小/減少する	2	1.3%	0	0.0%	1	3.8%	3	1.1%
やめる	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
未定	9	5.6%	1	1.1%	2	7.7%	12	4.3%
記入事例合計	160	100.0%	94	100.0%	26	100.0%	280	100.0%



図表 - 30 「増加／強化する」事例の分野

	本業とは関係ない支援			計
	資金の支援	人的な支援	物品の支援	
子供を支える	1	1	2	4
障がい者・お年寄りを支える	1	1	1	3
外国人を支える	0	0	0	0
保健・医療を支える	1	1	0	2
社会教育を支える	0	0	0	0
経済を支える	0	1	0	1
地域を応援する	3	4	1	8
働く人を応援する	0	1	0	1
文化・芸術・スポーツを支える	1	0	0	1
自然環境を守る	0	5	0	5
被災者を支える	2	0	1	3
その他	0	0	0	0
不明	0	1	0	1
記入事例合計	9	15	5	29

図表 - 31 「増加／強化する」事例の提供先

	本業とは関係ない支援			計
	資金の支援	人的な支援	物品の支援	
社会福祉施設・社会福祉団体	2	0	2	4
学校、PTAなどの教育機関	3	2	2	7
NPO法人	0	2	0	2
公益法人(財団法人、社団法人)	1	0	0	1
町内会・自治会などの地縁団体、公民館等	2	6	0	8
地域づくり団体	1	2	0	3
商工会・商工会議所等の経済団体	0	4	0	4
神社・寺など	0	0	0	0
災害支援団体など	2	1	0	3
顧客・個人など	1	3	1	5
祭りなどの地域イベント	1	0	0	1
その他	0	2	1	3
不明	0	0	0	0
記入事例合計	9	15	5	29

図表 - 32 「増加／強化する」事例の理由

	本業とは関係ない支援			計
	資金の支援	人的な支援	物品の支援	
支援提供先から依頼されて	5	2	1	8
取引先等から要請されて	0	0	0	0
従業員から要請されて	1	0	0	1
地域から要請されて	0	2	0	2
企業の社会貢献活動として自主的に	4	11	4	19
企業のイメージアップのため	0	1	0	1
広告宣伝活動の一環として	1	0	0	1
収益増・業績向上のため	1	0	0	1
税制上の優遇措置が受けられるため	0	0	0	0
その他	0	4	0	4
不明	0	0	0	0
記入事例合計	9	15	5	29

## 5. 課題を解決する事業をビジネスとして活動（収益を求めるもの）

先の図表 - 9 でみた通り、地域課題の解決への取り組みを行っている企業のうち、課題を解決する事業をビジネスとして活動している企業は35社あった。この35社に対し主な取り組み3つ以内の支援内容を聞いた。

取り組み分野では、「障がい者・お年寄りを支える」が最も多くなった。

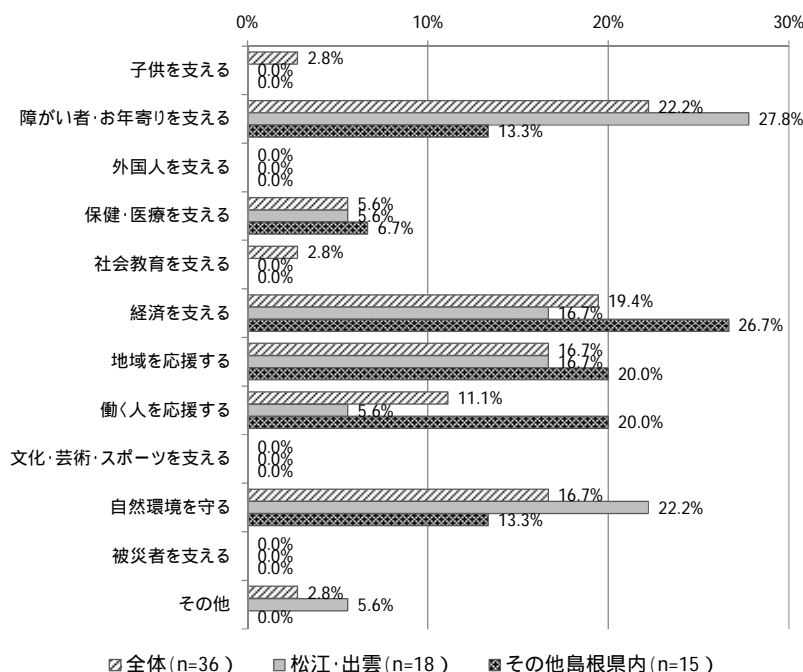
提供先では、ビジネスであるため「顧客・個人など」が多くなっている。

理由では、「企業の社会貢献活動として自主的に」が最も多いが、本業を活かした支援や本業とは関係ない支援に比べ「収益増・業績向上のため」の割合が高くなっている。

今後の意向では「増加/強化する」が6割以上となっており、逆に「縮小/減少する」、「やめる」はゼロであった。

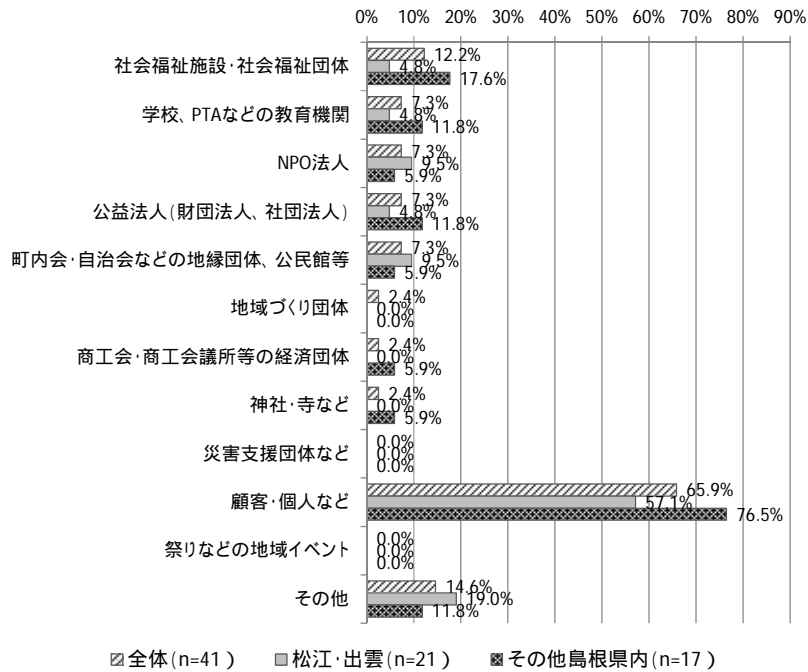
図表 - 33 地域課題解決ビジネスの内容 分野（SA）

回答	全体		所在地					
			松江・出雲		その他島根県内		県外、不明	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
子供を支える	1	2.8%	0	0.0%	0	0.0%	1	33.3%
障がい者・お年寄りを支える	8	22.2%	5	27.8%	2	13.3%	1	33.3%
外国人を支える	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
保健・医療を支える	2	5.6%	1	5.6%	1	6.7%	0	0.0%
社会教育を支える	1	2.8%	0	0.0%	0	0.0%	1	33.3%
経済を支える	7	19.4%	3	16.7%	4	26.7%	0	0.0%
地域を応援する	6	16.7%	3	16.7%	3	20.0%	0	0.0%
働く人を応援する	4	11.1%	1	5.6%	3	20.0%	0	0.0%
文化・芸術・スポーツを支える	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
自然環境を守る	6	16.7%	4	22.2%	2	13.3%	0	0.0%
被災者を支える	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
その他	1	2.8%	1	5.6%	0	0.0%	0	0.0%
記入事例合計	36	100.0%	18	100.0%	15	100.0%	3	100.0%



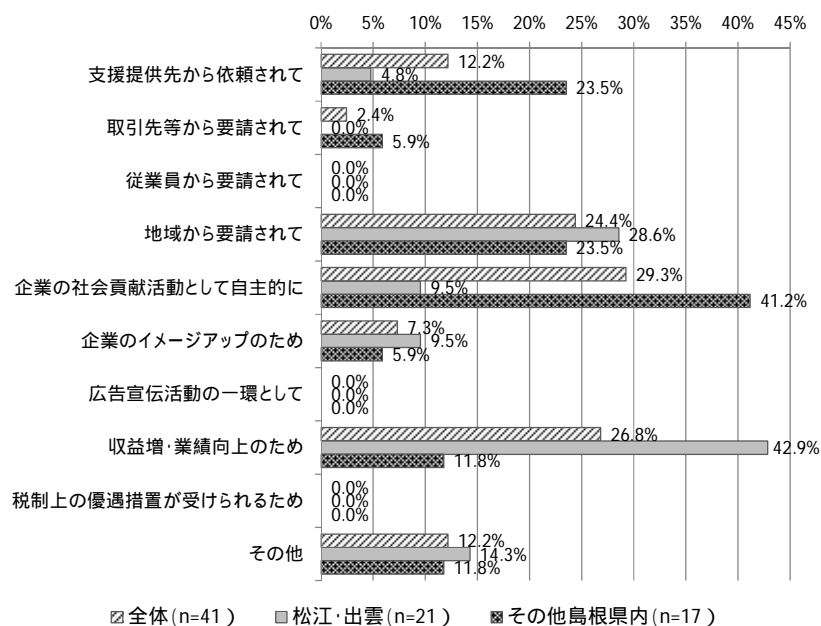
図表 - 34 地域課題解決ビジネスの内容 提供先 (MA)

回答	全体		所在地					
	件数	構成比	松江・出雲		その他島根県内		県外、不明	
			件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
社会福祉施設・社会福祉団体	5	12.2%	1	4.8%	3	17.6%	1	33.3%
学校、PTAなどの教育機関	3	7.3%	1	4.8%	2	11.8%	0	0.0%
NPO法人	3	7.3%	2	9.5%	1	5.9%	0	0.0%
公益法人(財団法人、社団法人)	3	7.3%	1	4.8%	2	11.8%	0	0.0%
町内会・自治会などの地縁団体、公民館等	3	7.3%	2	9.5%	1	5.9%	0	0.0%
地域づくり団体	1	2.4%	0	0.0%	0	0.0%	1	33.3%
商工会・商工会議所等の経済団体	1	2.4%	0	0.0%	1	5.9%	0	0.0%
神社・寺など	1	2.4%	0	0.0%	1	5.9%	0	0.0%
災害支援団体など	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
顧客・個人など	27	65.9%	12	57.1%	13	76.5%	2	66.7%
祭りなどの地域イベント	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
その他	6	14.6%	4	19.0%	2	11.8%	0	0.0%
記入事例合計	41	100.0%	21	100.0%	17	100.0%	3	100.0%



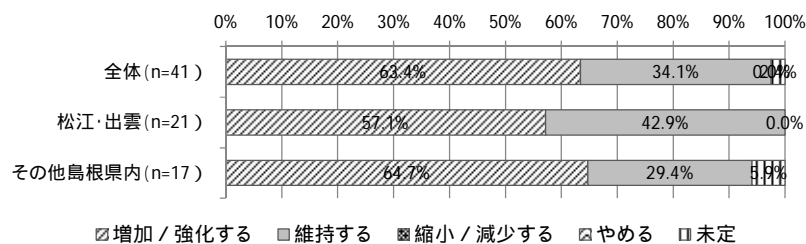
図表 - 35 地域課題解決ビジネスの内容 理由 (MA)

回答	全体		所在地					
	件数	構成比	松江・出雲		その他島根県内		県外、不明	
			件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
支援提供先から依頼されて	5	12.2%	1	4.8%	4	23.5%	0	0.0%
取引先等から要請されて	1	2.4%	0	0.0%	1	5.9%	0	0.0%
従業員から要請されて	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
地域から要請されて	10	24.4%	6	28.6%	4	23.5%	0	0.0%
企業の社会貢献活動として自主的に	12	29.3%	2	9.5%	7	41.2%	3	100.0%
企業のイメージアップのため	3	7.3%	2	9.5%	1	5.9%	0	0.0%
広告宣伝活動の一環として	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
収益増・業績向上のため	11	26.8%	9	42.9%	2	11.8%	0	0.0%
税制上の優遇措置が受けられるため	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
その他	5	12.2%	3	14.3%	2	11.8%	0	0.0%
記入事例合計	41	100.0%	21	100.0%	17	100.0%	3	100.0%



図表 - 36 地域課題解決ビジネスの内容 今後の意向 (SA)

回答	全体		所在地					
	件数	構成比	松江・出雲		その他島根県内		県外、不明	
			件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
増加/強化する	26	63.4%	12	57.1%	11	64.7%	3	100.0%
維持する	14	34.1%	9	42.9%	5	29.4%	0	0.0%
縮小/減少する	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
やめる	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
未定	1	2.4%	0	0.0%	1	5.9%	0	0.0%
記入事例合計	41	100.0%	21	100.0%	17	100.0%	3	100.0%



図表 - 37 「増加／強化する」事例の分野

	件数
子供を支える	1
障がい者・お年寄りを支える	7
外国人を支える	0
保健・医療を支える	2
社会教育を支える	1
経済を支える	5
地域を応援する	2
働く人を応援する	2
文化・芸術・スポーツを支える	0
自然環境を守る	2
被災者を支える	0
その他	1
不明	3
記入事例合計	26

図表 - 38 「増加／強化する」事例の提供先

	件数
社会福祉施設・社会福祉団体	4
学校、PTAなどの教育機関	5
NPO法人	2
公益法人(財団法人、社団法人)	3
町内会・自治会などの地縁団体、公民館等	1
地域づくり団体	1
商工会・商工会議所等の経済団体	1
神社・寺など	1
災害支援団体など	0
顧客・個人など	18
祭りなどの地域イベント	0
その他	3
不明	0
記入事例合計	26

図表 - 39 「増加／強化する」事例の理由

	件数
支援提供先から依頼されて	3
取引先等から要請されて	1
従業員から要請されて	0
地域から要請されて	3
企業の社会貢献活動として自主的に	8
企業のイメージアップのため	1
広告宣伝活動の一環として	0
収益増・業績向上のため	8
税制上の優遇措置が受けられるため	0
その他	5
不明	0
記入事例合計	26

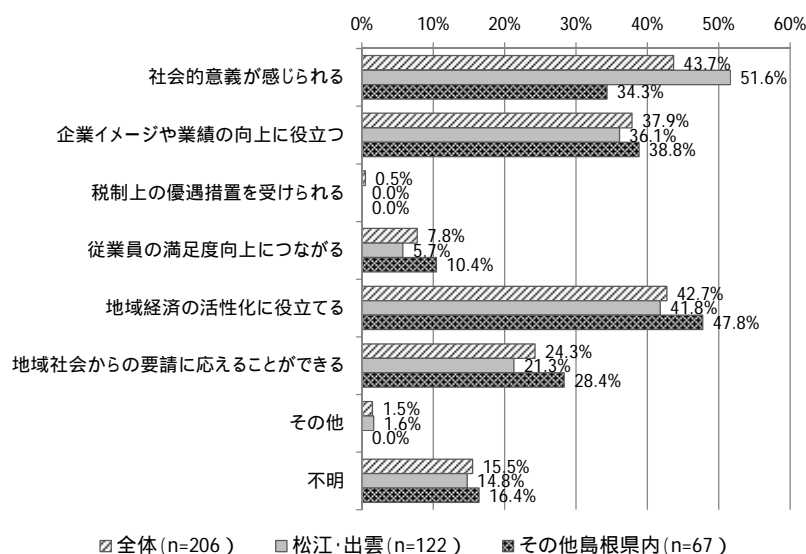
## 6. 企業が地域の課題解決活動に取り組むことのメリット・デメリット

### (1) メリット

企業が地域の課題解決活動に取り組むことのメリット・デメリットを聞いたところ、メリットでは「社会的意義が感じられる」、「地域経済の活性化に役立てる」、「企業イメージや業績の向上に役立つ」が上位になった。

図表 - 40 地域の課題解決活動に取り組むことのメリット（MA、2つ以内）

回答	全体		所在地					
	件数	構成比	松江・出雲		その他島根県内		県外、不明	
			件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
社会的意義が感じられる	90	43.7%	63	51.6%	23	34.3%	4	23.5%
企業イメージや業績の向上に役立つ	78	37.9%	44	36.1%	26	38.8%	8	47.1%
税制上の優遇措置を受けられる	1	0.5%	0	0.0%	0	0.0%	1	5.9%
従業員の満足度向上につながる	16	7.8%	7	5.7%	7	10.4%	2	11.8%
地域経済の活性化に役立てる	88	42.7%	51	41.8%	32	47.8%	5	29.4%
地域社会からの要請に応えることができる	50	24.3%	26	21.3%	19	28.4%	5	29.4%
その他	3	1.5%	2	1.6%	0	0.0%	1	5.9%
不明	32	15.5%	18	14.8%	11	16.4%	3	17.6%
合計	206	100.0%	122	100.0%	67	100.0%	17	100.0%



図表 - 41 地域課題の解決活動実績別のメリット

回答	地域課題の取り組み			
	行っている		行っていない	
	件数	構成比	件数	構成比
社会的意義が感じられる	60	41.1%	30	50.0%
企業イメージや業績の向上に役立つ	48	32.9%	30	50.0%
税制上の優遇措置を受けられる	1	0.7%	0	0.0%
従業員の満足度向上につながる	10	6.8%	6	10.0%
地域経済の活性化に役立てる	58	39.7%	30	50.0%
地域社会からの要請に応えることができる	42	28.8%	8	13.3%
その他	2	1.4%	1	1.7%
不明	30	20.5%	2	3.3%
合計	146	100.0%	60	100.0%

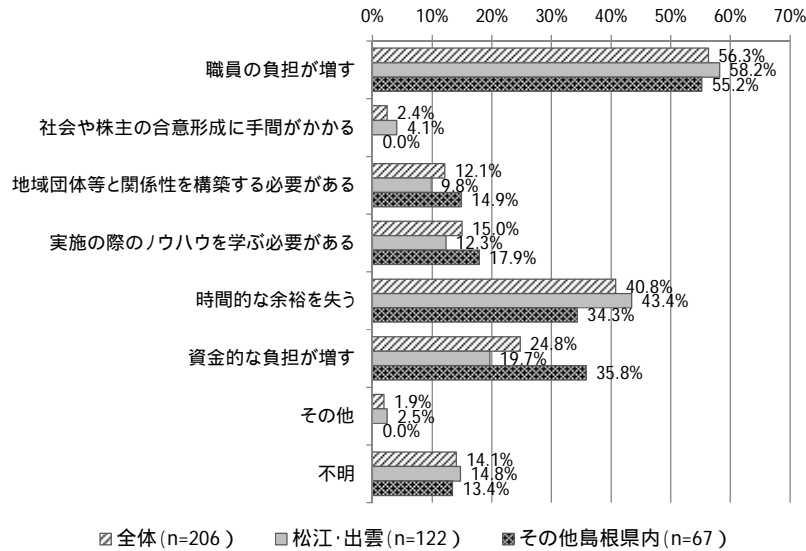


(2) デメリット

企業が地域の課題解決活動に取り組むことのデメリットでは「職員の負担が増す」、「時間的な余裕を失う」が上位になった。

図表 - 42 地域の課題解決活動に取り組むことのデメリット (MA、2つ以内)

回答	全体		所在地					
	件数	構成比	松江・出雲		その他島根県内		県外、不明	
職員の負担が増す	116	56.3%	71	58.2%	37	55.2%	8	47.1%
社会や株主の合意形成に手間がかかる	5	2.4%	5	4.1%	0	0.0%	0	0.0%
地域団体等と関係性を構築する必要がある	25	12.1%	12	9.8%	10	14.9%	3	17.6%
実施の際のノウハウを学ぶ必要がある	31	15.0%	15	12.3%	12	17.9%	4	23.5%
時間的な余裕を失う	84	40.8%	53	43.4%	23	34.3%	8	47.1%
資金的な負担が増す	51	24.8%	24	19.7%	24	35.8%	3	17.6%
その他	4	1.9%	3	2.5%	0	0.0%	1	5.9%
不明	29	14.1%	18	14.8%	9	13.4%	2	11.8%
合計	206	100.0%	122	100.0%	67	100.0%	17	100.0%



図表 - 43 地域課題の解決活動実績別のデメリット

回答	地域課題の取り組み			
	行っている		行っていない	
	件数	構成比	件数	構成比
職員の負担が増す	80	54.8%	36	60.0%
社会や株主の合意形成に手間がかかる	3	2.1%	2	3.3%
地域団体等と関係性を構築する必要がある	18	12.3%	7	11.7%
実施の際のノウハウを学ぶ必要がある	18	12.3%	13	21.7%
時間的な余裕を失う	58	39.7%	26	43.3%
資金的な負担が増す	35	24.0%	16	26.7%
その他	2	1.4%	2	3.3%
不明	27	18.5%	2	3.3%
合計	146	100.0%	60	100.0%

## 7. 新たな取り組み

### (1) 新たな取り組みの意欲

地域課題の解決活動について、「新たに」取り組む意向があるか聞いたところ、「新たに取り組んでみたい」が34.5%、「新たに取り組むつもりはない」が56.3%となった。

取り組み実績別にみると、取り組みを行っている企業の4割弱が、現状以外の“新たな”取り組みへの意欲を持っている。また、取り組みを行っていない企業では、3割が“新たな”取り組みへの意欲を持っていることが確認できる。

また、新たに取り組む内容は、「本業を活かした活動の人的な支援」が最も多く、次いで「本業を活かした活動の資金の支援」が続いており、本業を活かした活動の取り組み意向が高くなっている。

図表 - 44 新たな取り組みの意向 (SA)

回答	全体		所在地					
			松江・出雲		その他島根県内		県外、不明	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
新たに取り組んでみたい	71	34.5%	42	34.4%	23	34.3%	6	35.3%
新たに取り組むつもりはない	116	56.3%	72	59.0%	35	52.2%	9	52.9%
不明	19	9.2%	8	6.6%	9	13.4%	2	11.8%
合計	206	100.0%	122	100.0%	67	100.0%	17	100.0%

図表 - 45 地域課題の解決活動実績別の取り組み意向

回答	地域課題の取り組み			
	行っている		行っていない	
	件数	構成比	件数	構成比
新たに取り組んでみたい	53	36.3%	18	30.0%
新たに取り組むつもりはない	77	52.7%	39	65.0%
不明	16	11.0%	3	5.0%
合計	146	100.0%	60	100.0%

図表 - 46 新たな取り組みの内容一覧

回答	件数	構成比
本業を活かした活動: 資金の支援	16	22.5%
本業を活かした活動: 人的な支援	30	42.3%
本業を活かした活動: 物品の支援	8	11.3%
本業とは関係ない活動: 資金の支援	4	5.6%
本業とは関係ない活動: 人的な支援	14	19.7%
本業とは関係ない活動: 物品の支援	2	2.8%
課題解決ビジネスを展開	14	19.7%
不明	8	11.3%
新たな取り組み意向のある企業合計	71	100.0%

(2) 新たに取り組んでみたい内容

分野

新たに取り組んでみたい内容の分野について聞いたところ、合計では「地域を応援する」が最も多くなっており、以下、「子供を支える」、「社会教育を支える」が続いている。

図表 - 47 新たに取り組んでみたい内容 分野 (SA)

回答	合計		本業を活かした活動					
			資金の支援		人的な支援		物品の支援	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
子供を支える	9	12.2%	2	14.3%	2	6.7%	2	25.0%
障がい者・お年寄りを支える	6	8.1%	0	0.0%	6	20.0%	0	0.0%
外国人を支える	1	1.4%	1	7.1%	0	0.0%	0	0.0%
保健・医療を支える	3	4.1%	2	14.3%	1	3.3%	0	0.0%
社会教育を支える	9	12.2%	0	0.0%	7	23.3%	1	12.5%
経済を支える	8	10.8%	4	28.6%	1	3.3%	0	0.0%
地域を応援する	17	23.0%	1	7.1%	7	23.3%	2	25.0%
働く人を応援する	6	8.1%	1	7.1%	3	10.0%	0	0.0%
文化・芸術・スポーツを支える	5	6.8%	0	0.0%	1	3.3%	1	12.5%
自然環境を守る	5	6.8%	2	14.3%	1	3.3%	0	0.0%
被災者を支える	5	6.8%	1	7.1%	1	3.3%	2	25.0%
その他	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
記入事例合計	74	100.0%	14	100.0%	30	100.0%	8	100.0%

回答	本業とは関係ない活動						課題解決 ビジネス	
	資金の支援		人的な支援		物品の支援		件数	構成比
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比		
子供を支える	1	25.0%	2	22.2%	0	0.0%	0	0.0%
障がい者・お年寄りを支える	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
外国人を支える	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
保健・医療を支える	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
社会教育を支える	0	0.0%	0	0.0%	1	50.0%	0	0.0%
経済を支える	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	42.9%
地域を応援する	1	25.0%	2	22.2%	1	50.0%	3	42.9%
働く人を応援する	0	0.0%	1	11.1%	0	0.0%	1	14.3%
文化・芸術・スポーツを支える	2	50.0%	1	11.1%	0	0.0%	0	0.0%
自然環境を守る	0	0.0%	2	22.2%	0	0.0%	0	0.0%
被災者を支える	0	0.0%	1	11.1%	0	0.0%	0	0.0%
その他	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
記入事例合計	4	100.0%	9	100.0%	2	100.0%	7	100.0%

提供先

新たに取り組んでみたい内容の提供先では、「町内会・自治会などの地縁団体、公民館等」が最も多く、次いで「学校、PTAなどの教育機関」、「地域づくり団体」が続いている。

図表 - 48 新たに取り組んでみたい内容 提供先 (MA)

回答	合計		本業を活かした活動					
			資金の支援		人的な支援		物品の支援	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
社会福祉施設・社会福祉団体	8	9.8%	1	6.3%	3	10.0%	1	14.3%
学校、PTAなどの教育機関	21	25.6%	2	12.5%	14	46.7%	2	28.6%
NPO法人	4	4.9%	2	12.5%	1	3.3%	0	0.0%
公益法人(財団法人、社団法人)	9	11.0%	1	6.3%	4	13.3%	0	0.0%
町内会・自治会などの地縁団体、公民館等	22	26.8%	2	12.5%	9	30.0%	3	42.9%
地域づくり団体	19	23.2%	3	18.8%	6	20.0%	2	28.6%
商工会・商工会議所等の経済団体	5	6.1%	2	12.5%	0	0.0%	0	0.0%
神社・寺など	1	1.2%	1	6.3%	0	0.0%	0	0.0%
災害支援団体など	8	9.8%	2	12.5%	1	3.3%	2	28.6%
顧客・個人など	14	17.1%	2	12.5%	6	20.0%	0	0.0%
祭りなどの地域イベント	3	3.7%	0	0.0%	1	3.3%	1	14.3%
その他	6	7.3%	4	25.0%	0	0.0%	0	0.0%
記入事例合計	82	100.0%	16	100.0%	30	100.0%	7	100.0%

回答	本業とは関係ない活動						課題解決 ビジネス	
	資金の支援		人的な支援		物品の支援		件数	構成比
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比		
社会福祉施設・社会福祉団体	0	0.0%	2	20.0%	0	0.0%	1	7.7%
学校、PTAなどの教育機関	0	0.0%	1	10.0%	0	0.0%	2	15.4%
NPO法人	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	7.7%
公益法人(財団法人、社団法人)	0	0.0%	1	10.0%	0	0.0%	3	23.1%
町内会・自治会などの地縁団体、公民館等	2	50.0%	3	30.0%	1	50.0%	2	15.4%
地域づくり団体	2	50.0%	3	30.0%	1	50.0%	2	15.4%
商工会・商工会議所等の経済団体	1	25.0%	0	0.0%	1	50.0%	1	7.7%
神社・寺など	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
災害支援団体など	0	0.0%	2	20.0%	0	0.0%	1	7.7%
顧客・個人など	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	6	46.2%
祭りなどの地域イベント	0	0.0%	1	10.0%	0	0.0%	0	0.0%
その他	0	0.0%	1	10.0%	0	0.0%	1	7.7%
記入事例合計	4	100.0%	10	100.0%	2	100.0%	13	100.0%

理由

新たに取り組んでみたい内容の理由では、「企業の社会貢献活動として自主的に」が65.9%で最も多くなっている。

図表 - 49 新たに取り組んでみたい内容 理由 (MA)

回答	合計		本業を活かした活動					
			資金の支援		人的な支援		物品の支援	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
支援提供先から依頼されて	4	4.7%	0	0.0%	3	9.4%	0	0.0%
取引先等から要請されて	1	1.2%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
従業員から要請されて	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
地域から要請されて	18	21.2%	3	20.0%	9	28.1%	2	25.0%
企業の社会貢献活動として自主的に	56	65.9%	9	60.0%	20	62.5%	8	100.0%
企業のイメージアップのため	21	24.7%	3	20.0%	9	28.1%	1	12.5%
広告宣伝活動の一環として	9	10.6%	0	0.0%	5	15.6%	1	12.5%
収益増・業績向上のため	7	8.2%	0	0.0%	1	3.1%	0	0.0%
税制上の優遇措置が受けられるため	3	3.5%	0	0.0%	1	3.1%	0	0.0%
その他	7	8.2%	4	26.7%	2	6.3%	0	0.0%
記入事例合計	85	100.0%	15	100.0%	32	100.0%	8	100.0%

回答	本業とは関係ない活動						課題解決 ビジネス	
	資金の支援		人的な支援		物品の支援		件数	構成比
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比		
支援提供先から依頼されて	1	25.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
取引先等から要請されて	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	7.7%
従業員から要請されて	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
地域から要請されて	1	25.0%	2	18.2%	1	50.0%	0	0.0%
企業の社会貢献活動として自主的に	1	25.0%	8	72.7%	2	100.0%	8	61.5%
企業のイメージアップのため	0	0.0%	4	36.4%	0	0.0%	4	30.8%
広告宣伝活動の一環として	1	25.0%	1	9.1%	0	0.0%	1	7.7%
収益増・業績向上のため	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	6	46.2%
税制上の優遇措置が受けられるため	0	0.0%	1	9.1%	0	0.0%	1	7.7%
その他	0	0.0%	1	9.1%	0	0.0%	0	0.0%
記入事例合計	4	100.0%	11	100.0%	2	100.0%	13	100.0%

## 8. 他団体との連携について

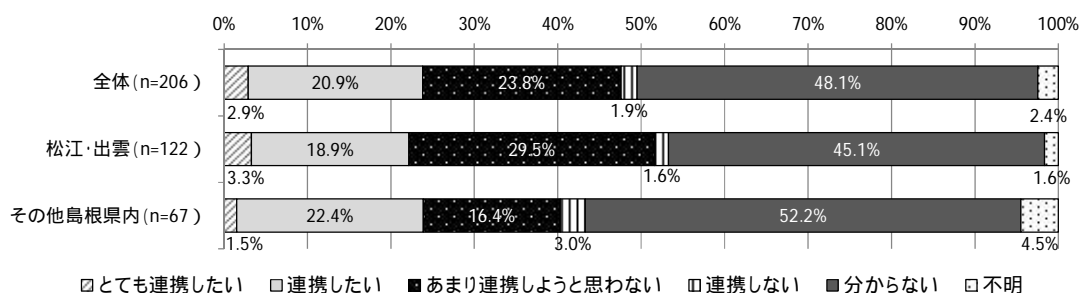
### (1) 他団体との連携意向

地域づくり団体、NPO 法人等の地域課題の解決を行っている団体との連携について聞いたところ、「分からない」が約半数を占め、残りは「連携したい」と「あまり連携しようとは思わない」が半々となった。

地域課題の解決への取り組み実績別でみると、取り組みを行っている企業の方が「とても連携したい」「連携したい」の割合が高くなっている。

図表 - 50 他団体との連携意向 (SA)

回答	全体		所在地					
	件数	構成比	松江・出雲		その他島根県内		県外、不明	
とても連携したい	6	2.9%	4	3.3%	1	1.5%	1	5.9%
連携したい	43	20.9%	23	18.9%	15	22.4%	5	29.4%
あまり連携しようと思わない	49	23.8%	36	29.5%	11	16.4%	2	11.8%
連携しない	4	1.9%	2	1.6%	2	3.0%	0	0.0%
分からない	99	48.1%	55	45.1%	35	52.2%	9	52.9%
不明	5	2.4%	2	1.6%	3	4.5%	0	0.0%
合計	206	100.0%	122	100.0%	67	100.0%	17	100.0%



図表 - 51 地域課題の解決活動実績別の他団体との連携意向

回答	地域課題の取り組み			
	行っている		行っていない	
	件数	構成比	件数	構成比
とても連携したい	6	4.1%	0	0.0%
連携したい	35	24.0%	8	13.3%
あまり連携しようと思わない	35	24.0%	14	23.3%
連携しない	1	0.7%	3	5.0%
分からない	64	43.8%	35	58.3%
不明	5	3.4%	0	0.0%
合計	146	100.0%	60	100.0%

(2) 可能な支援内容

上記の他団体との連携意向で「とても連携したい」「連携したい」と回答した企業に、地域課題の解決を行っている団体と連携する場合どのような連携が可能か聞いたところ<sup>注)</sup>、「人的な支援」が最も多く、以下、「資金の支援」、「物品の支援」の順となった。

支援が可能な量(金額、人数)を聞いたところ、図表 - 53、図表 - 54 の通りとなった。資金支援については9社が可能金額を記入しており、総計は12,370,000円、1社平均は1,374,444円となった。また、人的支援については29社が支援可能人数を記入しており、総計は746人、1社平均は25.7人となった。

図表 - 52 可能な支援 (MA)

回答	全体		所在地					
			松江・出雲		その他島根県内		県外、不明	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
資金の支援	16	31.4%	6	24.0%	8	40.0%	2	33.3%
人的な支援	37	72.5%	21	84.0%	11	55.0%	5	83.3%
物品の提供	13	25.5%	4	16.0%	6	30.0%	3	50.0%
回答企業合計	51	100.0%	25	100.0%	20	100.0%	6	100.0%

図表 - 53 資金支援で支援可能な金額 (NA)

回答	全体		所在地					
			松江・出雲		その他島根県内		県外、不明	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
20000円	1	11.1%	0	0.0%	1	20.0%	0	0.0%
50000円	1	11.1%	0	0.0%	1	20.0%	0	0.0%
100000円	2	22.2%	1	50.0%	1	20.0%	0	0.0%
300000円	2	22.2%	1	50.0%	0	0.0%	1	50.0%
500000円	1	11.1%	0	0.0%	1	20.0%	0	0.0%
1000000円	1	11.1%	0	0.0%	0	0.0%	1	50.0%
10000000円	1	11.1%	0	0.0%	1	20.0%	0	0.0%
回答企業合計	9	100.0%	2	100.0%	5	100.0%	2	100.0%

図表 - 54 人的支援で支援可能な人数 (NA)

回答	全体		所在地					
			松江・出雲		その他島根県内		県外、不明	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
1~4人	8	27.6%	4	25.0%	3	30.0%	1	33.3%
5~9人	3	10.3%	2	12.5%	1	10.0%	0	0.0%
10~19人	9	31.0%	6	37.5%	3	30.0%	0	0.0%
20~49人	6	20.7%	3	18.8%	2	20.0%	1	33.3%
50~99人	1	3.4%	1	6.3%	0	0.0%	0	0.0%
100人以上	2	6.9%	0	0.0%	1	10.0%	1	33.3%
回答企業合計	29	100.0%	16	100.0%	10	100.0%	3	100.0%

注) 設問では、「とても連携したい」「連携したい」と回答した企業のみこの設問を回答するように記載したが、実際の回答では、連携意向については無記入でこの問に答えているサンプルが複数あった。このため、図表 - 50 の「とても連携したい」「連携したい」の合計数49社よりも図表 - 52 の回答企業数が上回っている。

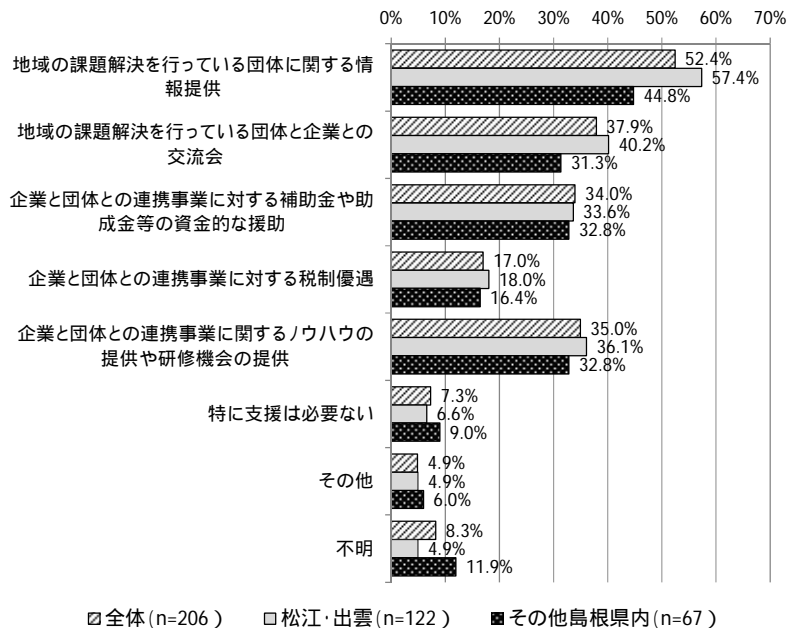
### (3) 他団体との連携促進策

企業と地域の課題解決を行っている団体との連携を進めるためには何が必要か聞いたところ、「地域の課題解決を行っている団体に関する情報提供」が最も多くなった。

地域課題の解決への取り組み実績別でみると、取り組みを行っている企業では、「地域の課題解決を行っている団体に関する情報提供」に次いで「地域の課題解決を行っている団体と企業との交流会」が多くなっており、他団体とのネットワークが必要とされていることが分かる。他方、取り組みを行っていない企業では、2位に「企業と団体との連携事業に関するノウハウの提供や研修機会の提供」が入っており、他団体の情報提供に加え、自社のノウハウが求められていることが確認できる。

図表 - 55 他団体との連携促進策 (MA、3つ以内)

回答	全体		所在地					
	件数	構成比	松江・出雲		その他島根県内		県外、不明	
			件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
地域の課題解決を行っている団体に関する情報提供	108	52.4%	70	57.4%	30	44.8%	8	47.1%
地域の課題解決を行っている団体と企業との交流会	78	37.9%	49	40.2%	21	31.3%	8	47.1%
企業と団体との連携事業に対する補助金や助成金等の資金的な援助	70	34.0%	41	33.6%	22	32.8%	7	41.2%
企業と団体との連携事業に対する税制優遇	35	17.0%	22	18.0%	11	16.4%	2	11.8%
企業と団体との連携事業に関するノウハウの提供や研修機会の提供	72	35.0%	44	36.1%	22	32.8%	6	35.3%
特に支援は必要ない	15	7.3%	8	6.6%	6	9.0%	1	5.9%
その他	10	4.9%	6	4.9%	4	6.0%	0	0.0%
不明	17	8.3%	6	4.9%	8	11.9%	3	17.6%
合計	206	100.0%	122	100.0%	67	100.0%	17	100.0%





図表 - 56 地域課題の解決活動実績別の他団体との連携促進策

回答	地域課題の取り組み			
	行っている		行っていない	
	件数	構成比	件数	構成比
地域の課題解決を行っている団体に関する情報提供	79	54.1%	29	48.3%
地域の課題解決を行っている団体と企業との交流会	58	39.7%	20	33.3%
企業と団体との連携事業に対する補助金や助成金等の資金的な援助	48	32.9%	22	36.7%
企業と団体との連携事業に対する税制優遇	24	16.4%	11	18.3%
企業と団体との連携事業に関するノウハウの提供や研修機会の提供	45	30.8%	27	45.0%
特に支援は必要ない	11	7.5%	4	6.7%
その他	4	2.7%	6	10.0%
不明	15	10.3%	2	3.3%
合計	146	100.0%	60	100.0%

図表 - 57 他団体との連携意向別の他団体との連携促進策

回答	他団体との連携意向							
	連携したい		連携しようと思わない		分からない		不明	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
地域の課題解決を行っている団体に関する情報提供	27	55.1%	22	41.5%	58	58.6%	1	20.0%
地域の課題解決を行っている団体と企業との交流会	32	65.3%	15	28.3%	30	30.3%	1	20.0%
企業と団体との連携事業に対する補助金や助成金等の資金的な援助	28	57.1%	16	30.2%	26	26.3%	0	0.0%
企業と団体との連携事業に対する税制優遇	5	10.2%	13	24.5%	17	17.2%	0	0.0%
企業と団体との連携事業に関するノウハウの提供や研修機会の提供	17	34.7%	15	28.3%	39	39.4%	1	20.0%
特に支援は必要ない	1	2.0%	10	18.9%	3	3.0%	1	20.0%
その他	0	0.0%	5	9.4%	5	5.1%	0	0.0%
不明	4	8.2%	1	1.9%	9	9.1%	3	60.0%
合計	49	100.0%	53	100.0%	99	100.0%	5	100.0%

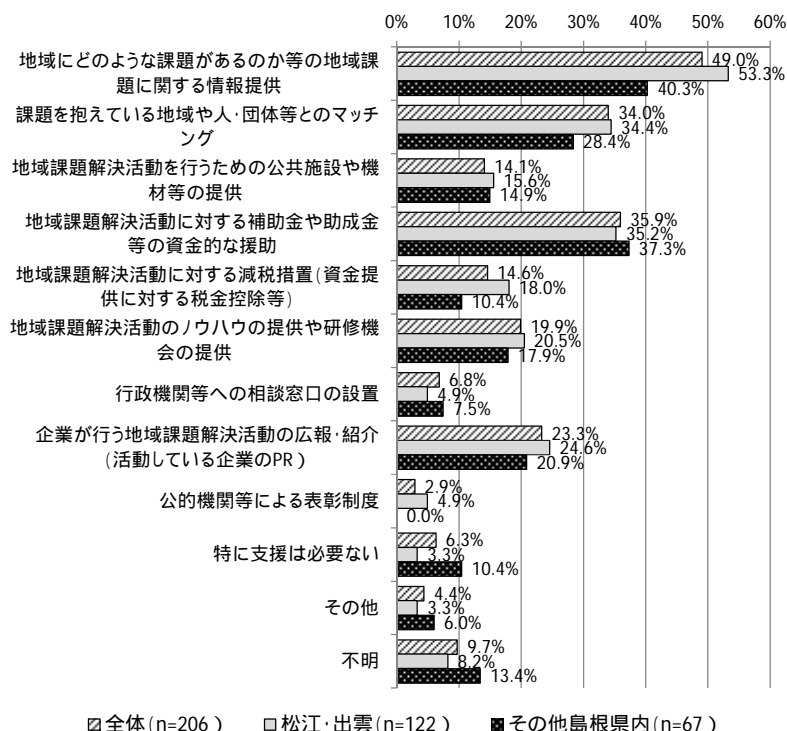
「連携したい」は「とても連携したい」と「連携したい」の合計、「連携しようと思わない」は「あまり連携しようと思わない」と「連携しない」の合計

## 9. 行政機関等からの支援

自社が地域の課題解決活動を行う場合、行政機関等からどのような支援があると良いか聞いたところ、「地域にどのような課題があるのか等の地域課題に関する情報提供」が最も多く、以下、「地域課題解決活動に対する補助金や助成金等の資金的な援助」、「課題を抱えている地域や人・団体等とのマッチング」の順となった。

図表 - 58 期待される行政機関等からの支援（MA、3つ以内）

回答	全体		所在地					
	件数	構成比	松江・出雲		その他島根県内		県外、不明	
			件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
地域にどのような課題があるのか等の地域課題に関する情報提供	101	49.0%	65	53.3%	27	40.3%	9	52.9%
課題を抱えている地域や人・団体等とのマッチング	70	34.0%	42	34.4%	19	28.4%	9	52.9%
地域課題解決活動を行うための公共施設や機材等の提供	29	14.1%	19	15.6%	10	14.9%	0	0.0%
地域課題解決活動に対する補助金や助成金等の資金的な援助	74	35.9%	43	35.2%	25	37.3%	6	35.3%
地域課題解決活動に対する減税措置（資金提供に対する税金控除等）	30	14.6%	22	18.0%	7	10.4%	1	5.9%
地域課題解決活動のノウハウの提供や研修機会の提供	41	19.9%	25	20.5%	12	17.9%	4	23.5%
行政機関等への相談窓口の設置	14	6.8%	6	4.9%	5	7.5%	3	17.6%
企業が行う地域課題解決活動の広報・紹介（活動している企業のPR）	48	23.3%	30	24.6%	14	20.9%	4	23.5%
公的機関等による表彰制度	6	2.9%	6	4.9%	0	0.0%	0	0.0%
特に支援は必要ない	13	6.3%	4	3.3%	7	10.4%	2	11.8%
その他	9	4.4%	4	3.3%	4	6.0%	1	5.9%
不明	20	9.7%	10	8.2%	9	13.4%	1	5.9%
合計	206	100.0%	122	100.0%	67	100.0%	17	100.0%



地域課題の解決活動実績別では「課題を抱えている地域や人・団体等とのマッチング」、  
「地域にどのような課題があるのか等の地域課題に関する情報提供」以外では大きな差異  
はないが、新たな取り組み意向別では、「課題を抱えている地域や人・団体等とのマッチ  
ング」で、新たに取り組んでみたい企業の割合が新たに取り組むつもりはない企業の割合を  
2割以上上回っている。

図表 - 59 地域課題の解決活動実績別の期待される行政機関等からの支援

回答	地域課題の取り組み			
	行っている		行っていない	
	件数	構成比	件数	構成比
地域にどのような課題があるのか等の 地域課題に関する情報提供	65	44.5%	36	60.0%
課題を抱えている地域や人・団体等と のマッチング	52	35.6%	18	30.0%
地域課題解決活動を行うための公共施 設や機材等の提供	20	13.7%	9	15.0%
地域課題解決活動に対する補助金や 助成金等の資金的な援助	54	37.0%	20	33.3%
地域課題解決活動に対する減税措置 (資金提供に対する税金控除等)	19	13.0%	11	18.3%
地域課題解決活動のノウハウの提供 や研修機会の提供	27	18.5%	14	23.3%
行政機関等への相談窓口の設置	8	5.5%	6	10.0%
企業が行う地域課題解決活動の広報・ 紹介(活動している企業のPR)	30	20.5%	18	30.0%
公的機関等による表彰制度	5	3.4%	1	1.7%
特に支援は必要ない	10	6.8%	3	5.0%
その他	6	4.1%	3	5.0%
不明	19	13.0%	1	1.7%
合計	146	100.0%	60	100.0%

図表 - 60 新たな取り組み意向別の期待される行政機関等からの支援

回答	新たな取り組み意向					
	新たに取り組んでみたい		新たに取り組むつもりはない		不明	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
地域にどのような課題があるのか等の 地域課題に関する情報提供	37	52.1%	61	52.6%	3	15.8%
課題を抱えている地域や人・団体等と のマッチング	35	49.3%	32	27.6%	3	15.8%
地域課題解決活動を行うための公共施 設や機材等の提供	12	16.9%	14	12.1%	3	15.8%
地域課題解決活動に対する補助金や 助成金等の資金的な援助	30	42.3%	39	33.6%	5	26.3%
地域課題解決活動に対する減税措置 (資金提供に対する税金控除等)	6	8.5%	22	19.0%	2	10.5%
地域課題解決活動のノウハウの提供 や研修機会の提供	19	26.8%	20	17.2%	2	10.5%
行政機関等への相談窓口の設置	2	2.8%	10	8.6%	2	10.5%
企業が行う地域課題解決活動の広報・ 紹介(活動している企業のPR)	16	22.5%	29	25.0%	3	15.8%
公的機関等による表彰制度	2	2.8%	4	3.4%	0	0.0%
特に支援は必要ない	1	1.4%	11	9.5%	1	5.3%
その他	2	2.8%	5	4.3%	2	10.5%
不明	7	9.9%	6	5.2%	7	36.8%
合計	71	100.0%	116	100.0%	19	100.0%

他団体との連携意向別にみると、「課題を抱えている地域や人・団体等とのマッチング」、「地域にどのような課題があるのか等の地域課題に関する情報提供」の2項目では、連携したい企業の割合が連携しようと思わない企業の割合を2割以上上回っており、連携意向の強い企業が他団体や地域課題の情報を求めていることが分かる。

図表 - 61 他団体との連携意向別の期待される行政機関等からの支援

回答	他団体との連携意向							
	連携したい		連携しようと思わない		分からない		不明	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
地域にどのような課題があるのか等の地域課題に関する情報提供	30	61.2%	21	39.6%	49	49.5%	1	20.0%
課題を抱えている地域や人・団体等とのマッチング	26	53.1%	10	18.9%	33	33.3%	1	20.0%
地域課題解決活動を行うための公共施設や機材等の提供	6	12.2%	9	17.0%	14	14.1%	0	0.0%
地域課題解決活動に対する補助金や助成金等の資金的な援助	24	49.0%	19	35.8%	31	31.3%	0	0.0%
地域課題解決活動に対する減税措置(資金提供に対する税金控除等)	2	4.1%	12	22.6%	16	16.2%	0	0.0%
地域課題解決活動のノウハウの提供や研修機会の提供	12	24.5%	12	22.6%	17	17.2%	0	0.0%
行政機関等への相談窓口の設置	2	4.1%	2	3.8%	9	9.1%	1	20.0%
企業が行う地域課題解決活動の広報・紹介(活動している企業のPR)	11	22.4%	15	28.3%	22	22.2%	0	0.0%
公的機関等による表彰制度	2	4.1%	0	0.0%	4	4.0%	0	0.0%
特に支援は必要ない	1	2.0%	7	13.2%	4	4.0%	1	20.0%
その他	2	4.1%	3	5.7%	4	4.0%	0	0.0%
不明	4	8.2%	3	5.7%	10	10.1%	3	60.0%
合計	49	100.0%	53	100.0%	99	100.0%	5	100.0%

### III. 結果要約

#### 1. 島根県内企業の「地域の課題解決」への取り組み

##### (1) 課題解決に対する意識と取り組み状況

島根県内企業の地域の課題解決に対する意識については、「とても貢献したい」、「貢献したい」を合わせると8割以上となり、非常に関心が高いことが分かる。また、取り組みについても7割を超える企業が「行っている」と回答しており、多くの企業が実際に取り組んでいる現状が確認できた。

図表 - 1 地域の課題解決に対する意識と取り組み状況

回答	件数	構成比	回答	件数	構成比
とても貢献したい	52	25.2%	行っている	146	70.9%
貢献したい	125	60.7%	行っていない	60	29.1%
あまり関心がない	13	6.3%	不明	0	0.0%
関心がない	0	0.0%	合計	206	100.0%
分からない	14	6.8%			
不明	2	1.0%			
合計	206	100.0%			

前掲、図表 - 6、図表 - 7 参照

##### (2) 課題解決への取り組みの実態

地域の課題解決の取り組みを「行っている」と回答した146社の活動内容をみると、本業を活かした支援を行っている企業が91社、本業とは関係ない支援を行っている企業が122社、課題解決ビジネスを行っている企業が35社あり、本業とは関係ない支援を行っている企業が多くなっている。

また、本業を活かした支援と本業とは関係ない支援について、内訳をみると、本業を活かした支援では人的な支援が最も多く、本業とは関係ない支援では資金の支援が最も多くなっている。

図表 - 2 地域の課題解決に対する意識と取り組み状況

回答	件数	構成比	本業を活かした支援		本業とは関係ない支援		
			件数	構成比	件数	構成比	
地域課題解決の取り組みを行っている	146	100.0%					
うち、本業を活かした支援	91	62.3%					
うち、本業とは関係ない支援	122	83.6%					
うち、課題解決ビジネス	35	24.0%					
			資金の支援	47	51.6%	102	83.6%
			人的な支援	55	60.4%	75	61.5%
			物品の支援	36	39.6%	26	21.3%
			実施企業合計	91	100.0%	122	100.0%

前掲、図表 - 9、図表 - 12、図表 - 20 参照

本業とは関係ない支援のうち、資金の支援を行っている企業 102 社に 1 年間の支援の総額を聞いたところ 95 社が支援金額を記入しており、総計は 34,792,500 円、数値を記入した 95 社の 1 社当たりの平均は 366,237 円となった。

また、本業とは関係ない支援のうち、人的な支援を行っている企業に 1 年間の参加人数（延べ人数）を聞いたところ、72 社が参加人数を記入しており、総計は 4,490 人、数値を記入した 72 社の 1 社当たりの平均は 62.4 人となった。

図表 - 3 1 年間当たりの資金支援の総額および人的支援の参加人数

回答	件数	構成比
1万円未満	4	3.9%
1万円以上～3万円未満	11	10.8%
3万円以上～5万円未満	6	5.9%
5万円以上～10万円未満	11	10.8%
10万円以上～30万円未満	33	32.4%
30万円以上～50万円未満	14	13.7%
50万円以上～100万円未満	7	6.9%
100万円以上～500万円未満	8	7.8%
500万円以上	1	1.0%
不明	7	6.9%
本業とは関係ない資金支援を実施している企業合計	102	100.0%

回答	件数	構成比
4人以下	5	6.6%
5人～9人	6	7.9%
10人～14人	13	17.1%
15人～19人	4	5.3%
20人～29人	10	13.2%
30人～49人	11	14.5%
50人～99人	10	13.2%
100人～199人	6	7.9%
200人以上	7	9.2%
不明	4	5.3%
本業とは関係ない人的支援を実施している企業合計	76	100.0%

前掲、図表 - 21、図表 - 23 参照

### (3) 分野、提供先、理由の比較

実施している支援の分野を比較すると、本業を活かした支援では「地域を応援する」、「子供を支える」の順となっているが、本業とは関係ない支援では「地域を応援する」、「文化・芸術・スポーツを支える」、「自然環境を守る」が多くなっており、課題解決ビジネスでは「障がい者・お年寄りを支える」、「経済を支える」が多くなっている。それぞれの支援の方法により、事例が多い分野にも違いがあることが読み取れる。

支援の提供先をみると、本業を活かした支援では「学校、PTA などの教育機関」が、本業とは関係ない支援では「祭りなどの地域イベント」が、課題解決ビジネスでは「顧客・個人など」が最も多くなっており、支援の方法により主な提供先が異なっている。

支援する理由では、「支援提供先から依頼されて」、「企業の社会貢献活動として自主的に」が本業を活かした支援、本業とは関係ない支援の 1 位、2 位となっており、この 2 つの支援方法での差は少ない。他方、課題解決ビジネスでは、1 位は「企業の社会貢献活動として自主的に」であるものの、2 位が「収益増・業績向上のため」となっており、他の 2 つの方法と差がみられる。

図表 - 4 支援分野

回答	本業を活かした支援		本業とは関係ない支援		課題解決ビジネス	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
子供を支える	26	15.2%	18	6.8%	1	2.8%
障がい者・お年寄りを支える	16	9.4%	14	5.3%	8	22.2%
外国人を支える	3	1.8%	1	0.4%	0	0.0%
保健・医療を支える	4	2.3%	5	1.9%	2	5.6%
社会教育を支える	10	5.8%	7	2.6%	1	2.8%
経済を支える	7	4.1%	6	2.3%	7	19.4%
地域を応援する	37	21.6%	106	39.8%	6	16.7%
働く人を応援する	11	6.4%	3	1.1%	4	11.1%
文化・芸術・スポーツを支える	21	12.3%	44	16.5%	0	0.0%
自然環境を守る	13	7.6%	44	16.5%	6	16.7%
被災者を支える	16	9.4%	13	4.9%	0	0.0%
その他	7	4.1%	5	1.9%	1	2.8%
記入事例合計	171	100.0%	266	100.0%	36	100.0%

前掲、図表 - 13、図表 - 26、図表 - 33 参照

図表 - 5 支援の提供先

回答	本業を活かした支援		本業とは関係ない支援		課題解決ビジネス	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
社会福祉施設・社会福祉団体	24	13.0%	20	6.9%	5	12.2%
学校、PTAなどの教育機関	43	23.2%	33	11.4%	3	7.3%
NPO法人	15	8.1%	12	4.1%	3	7.3%
公益法人(財団法人、社団法人)	10	5.4%	18	6.2%	3	7.3%
町内会・自治会などの地縁団体、公民館等	31	16.8%	79	27.2%	3	7.3%
地域づくり団体	16	8.6%	25	8.6%	1	2.4%
商工会・商工会議所等の経済団体	15	8.1%	29	10.0%	1	2.4%
神社・寺など	8	4.3%	13	4.5%	1	2.4%
災害支援団体など	11	5.9%	11	3.8%	0	0.0%
顧客・個人など	32	17.3%	14	4.8%	27	65.9%
祭りなどの地域イベント	14	7.6%	80	27.6%	0	0.0%
その他	36	19.5%	28	9.7%	6	14.6%
記入事例合計	185	100.0%	290	100.0%	41	100.0%

前掲、図表 - 14、図表 - 27、図表 - 34 参照

図表 - 6 支援する理由

回答	本業を活かした支援		本業とは関係ない支援		課題解決ビジネス	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
支援提供先から依頼されて	59	31.9%	118	41.8%	5	12.2%
取引先等から要請されて	13	7.0%	8	2.8%	1	2.4%
従業員から要請されて	3	1.6%	12	4.3%	0	0.0%
地域から要請されて	35	18.9%	60	21.3%	10	24.4%
企業の社会貢献活動として自主的に	80	43.2%	109	38.7%	12	29.3%
企業のイメージアップのため	29	15.7%	44	15.6%	3	7.3%
広告宣伝活動の一環として	14	7.6%	28	9.9%	0	0.0%
収益増・業績向上のため	8	4.3%	1	0.4%	11	26.8%
税制上の優遇措置が受けられるため	1	0.5%	0	0.0%	0	0.0%
その他	13	7.0%	11	3.9%	5	12.2%
記入事例合計	185	100.0%	282	100.0%	41	100.0%

前掲、図表 - 15、図表 - 28、図表 - 35 参照

#### (4) 今後の意向

支援に対する今後の意向をみると、本業を活かした支援、本業とは関係ない支援では「維持する」が最も多く、「増加／強化する」はそれぞれ 24.4%、5.6%となっており、課題解決ビジネスでは、「増加／強化する」が 63.4%で最も多くなっている。また、いずれの支援方法でも「やめる」はゼロであり、「縮小／減少する」もごくわずかである。新たな取り組み意向の設問でも 3 割以上が「新たに取り組んでみたい」と回答していることを加味すると、今後、地域の課題解決に向けた企業の支援が拡大していくと期待される。

図表 - 7 支援に対する今後の意向

回答	本業を活かした支援		本業とは関係ない支援		課題解決ビジネス	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
増加／強化する	43	24.4%	29	10.4%	26	63.4%
維持する	123	69.9%	236	84.3%	14	34.1%
縮小／減少する	2	1.1%	3	1.1%	0	0.0%
やめる	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
未定	8	4.5%	12	4.3%	1	2.4%
記入事例合計	176	100.0%	280	100.0%	41	100.0%

前掲、図表 - 16、図表 - 29、図表 - 36 参照

図表 - 8 新たな取り組みの意向

回答	件数	構成比
新たに取り組んでみたい	71	34.5%
新たに取り組むつもりはない	116	56.3%
不明	19	9.2%
合計	206	100.0%

前掲、図表 - 44 参照



## 2. 他団体との連携

### (1) 他団体との連携意向

企業の他団体との連携意向をみると、「分からない」を除くと「連携したい」と「あまり連携しようとは思わない」が同程度となっているが、地域課題の解決への取り組み実績でみると、取り組みを行っている企業の方が「連携したい」の割合が高くなっている。

図表 - 9 他団体との連携意向

回答	全体		地域課題の取り組み			
			行っている		行っていない	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
とても連携したい	6	2.9%	6	4.1%		0.0%
連携したい	43	20.9%	35	24.0%	8	13.3%
あまり連携しようと思わない	49	23.8%	35	24.0%	14	23.3%
連携しない	4	1.9%	1	0.7%	3	5.0%
分からない	99	48.1%	64	43.8%	35	58.3%
不明	5	2.4%	5	3.4%		0.0%
合計	206	100.0%	146	100.0%	60	100.0%

前掲、図表 - 50、図表 - 51 参照

### (2) 可能な支援内容

地域課題の解決を行っている団体と連携する場合の支援内容では、「人的な支援」が最も多く、以下、「資金の支援」、「物品の支援」の順となった。また、支援が可能な量（金額、人数）を聞いたところ、資金支援については 9 社が可能な金額を回答しており、総計は 12,370,000 円、1 社平均は 1,374,444 円となった。また、人的支援については 29 社が可能な人数を回答しており、総計は 746 人、1 社平均は 25.7 人となった。

図表 - 10 可能な支援

回答	全体		所在地					
			松江・出雲		その他島根県内		県外、不明	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
資金の支援	16	31.4%	6	24.0%	8	40.0%	2	33.3%
人的な支援	37	72.5%	21	84.0%	11	55.0%	5	83.3%
物品の提供	13	25.5%	4	16.0%	6	30.0%	3	50.0%
回答企業合計	51	100.0%	25	100.0%	20	100.0%	6	100.0%

前掲、図表 - 52 参照

図表 - 11 支援が可能な量（金額、人数）

回答	件数	構成比
20000円	1	11.1%
50000円	1	11.1%
100000円	2	22.2%
300000円	2	22.2%
500000円	1	11.1%
1000000円	1	11.1%
10000000円	1	11.1%
回答企業合計	9	100.0%

回答	件数	構成比
1～4人	8	27.6%
5～9人	3	10.3%
10～19人	9	31.0%
20～49人	6	20.7%
50～99人	1	3.4%
100人以上	2	6.9%
回答企業合計	29	100.0%

前掲、図表 - 53、図表 - 54 参照

### (3) 他団体との連携促進策

他団体との連携促進策としては「地域の課題解決を行っている団体に関する情報提供」の回答が最も多くなった。

地域課題の解決への取り組み実績別でみると、取り組みを行っている企業では、2位が「地域の課題解決を行っている団体と企業との交流会」となっており、他団体とのネットワークが必要とされていることが分かる。他方、取り組みを行っていない企業では、2位に「企業と団体との連携事業に関するノウハウの提供や研修機会の提供」が入っており、他団体の情報提供に加え、自社のノウハウが求められていることが確認できる。

図表 - 12 他団体との連携促進策

回答	全体		地域課題の取り組み			
			行っている		行っていない	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
地域の課題解決を行っている団体に関する情報提供	108	52.4%	79	54.1%	29	48.3%
地域の課題解決を行っている団体と企業との交流会	78	37.9%	58	39.7%	20	33.3%
企業と団体との連携事業に対する補助金や助成金等の資金的な援助	70	34.0%	48	32.9%	22	36.7%
企業と団体との連携事業に対する税制優遇	35	17.0%	24	16.4%	11	18.3%
企業と団体との連携事業に関するノウハウの提供や研修機会の提供	72	35.0%	45	30.8%	27	45.0%
特に支援は必要ない	15	7.3%	11	7.5%	4	6.7%
その他	10	4.9%	4	2.7%	6	10.0%
不明	17	8.3%	15	10.3%	2	3.3%
合計	206	100.0%	146	100.0%	60	100.0%

前掲、図表 - 55、図表 - 56 参照

### 3. 企業の課題解決活動に対する支援について

#### (1) 企業の課題解決活動の制約

企業が地域の課題解決活動に取り組むデメリットとしては、「職員の負担が増す」、「時間的な余裕を失う」といった回答が多くなっている。取り組みを行っていない企業に理由を聞いた設問で「人的な余裕がない」がトップとなっていることも含めると、企業の人員に余裕がないことが、企業の活動の最大の制約となっているようである。

図表 - 13 取り組むことのデメリット

回答	件数	構成比
職員の負担が増す	116	56.3%
社会や株主の合意形成に手間がかかる	5	2.4%
地域団体等と関係性を構築する必要がある	25	12.1%
実施の際のノウハウを学ぶ必要がある	31	15.0%
時間的な余裕を失う	84	40.8%
資金的な負担が増す	51	24.8%
その他	4	1.9%
不明	29	14.1%
合計	206	100.0%

前掲、図表 - 42 参照

図表 - 14 取り組みを行っていない理由

回答	件数	構成比
活動・支援のノウハウがない	23	38.3%
人的な余裕がない	28	46.7%
経済的な余裕がない	15	25.0%
本業の業績に結びつかない	12	20.0%
社内や株主等の合意が得られない	0	0.0%
機会がなかった	13	21.7%
その他	4	6.7%
不明	2	3.3%
回答企業合計	60	100.0%

前掲、図表 - 11 参照

(2) 行政からの支援

課題解決活動を行う際の行政機関等からの支援については、「地域にどのような課題があるのか等の地域課題に関する情報提供」、「地域課題解決活動に対する補助金や助成金等の資金的な援助」、「課題を抱えている地域や人・団体等とのマッチング」を求める声が多くなっている。

特に、「地域にどのような課題があるのか等の地域課題に関する情報提供」、「企業が行う地域課題解決活動の広報・紹介(活動している企業のPR)」、「行政機関等への相談窓口の設置」、「地域課題解決活動のノウハウの提供や研修機会の提供」といった項目で取り組みを行っていない企業の方が高くなっており、取り組みを始めるためには情報が重要であることが分かる。

図表 - 15 期待される行政機関等からの支援

回答	全体		地域課題の取り組み			
	件数	構成比	行っている		行っていない	
			件数	構成比	件数	構成比
地域にどのような課題があるのか等の地域課題に関する情報提供	101	49.0%	65	44.5%	36	60.0%
課題を抱えている地域や人・団体等とのマッチング	70	34.0%	52	35.6%	18	30.0%
地域課題解決活動を行うための公共施設や機材等の提供	29	14.1%	20	13.7%	9	15.0%
地域課題解決活動に対する補助金や助成金等の資金的な援助	74	35.9%	54	37.0%	20	33.3%
地域課題解決活動に対する減税措置(資金提供に対する税金控除等)	30	14.6%	19	13.0%	11	18.3%
地域課題解決活動のノウハウの提供や研修機会の提供	41	19.9%	27	18.5%	14	23.3%
行政機関等への相談窓口の設置	14	6.8%	8	5.5%	6	10.0%
企業が行う地域課題解決活動の広報・紹介(活動している企業のPR)	48	23.3%	30	20.5%	18	30.0%
公的機関等による表彰制度	6	2.9%	5	3.4%	1	1.7%
特に支援は必要ない	13	6.3%	10	6.8%	3	5.0%
その他	9	4.4%	6	4.1%	3	5.0%
不明	20	9.7%	19	13.0%	1	1.7%
合計	206	100.0%	146	100.0%	60	100.0%

前掲、図表 - 58、図表 - 59 参照