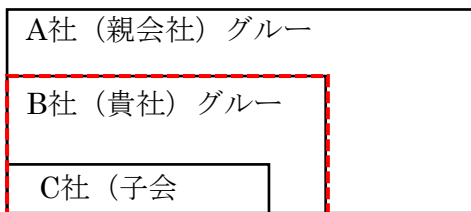


経済産業省 社会課題解決型の企業活動に関する意識調査

1. ご回答の範囲

- (1) 貴社単体ベースで回答いただく設問について
ご回答いただく親会社等において、単独ベースで回答いただく設問です。
連結子会社等が独自に定めている方針等は含めずご回答ください。
- (2) 重要事業セグメント（連結）ベースで回答いただく設問について
自社の重要事業セグメントを一つ選定いただき、連結ベースで回答いただく設問です。
将来に向け注力する事業セグメント、最も成長期待の高い事業セグメント等
（現時点での収益の多寡は問いません）を重要事業セグメントとして選定し、
当該事業セグメント名称を調査票に記載いただいた上でご回答ください。
ルール形成等を行う際に重要事業セグメントと連携・
協働する全社横断的な部門がある場合には、
当該全社横断部門を重要事業セグメントの一部とみなして回答することができます。
- (3) 貴社が外資系企業など、貴社よりも大きいグループ企業の傘下である場合
当調査の「連結」とは原則として自社および自社の連結子会社等を指し、
自社の親会社は含まれません。



左図の場合、ご回答の範囲は赤枠の部分となります。

- ・ 重要事業セグメント（連結）ベースでご回答いただく設問でも、A社グループでの回答はできません。
- ・ 貴社の子会社であるC社は、連結に含めて構いません。

2. 調査票の構造・回答ルール

(1) 全体構造

本調査票は、下記のとおり、カテゴリ I～V、設問A～Uで構成されています。

I. 戦略

- A. 自社の社会的価値の定義
- B. 事業を通じて注力する社会課題の特定
- C. 注力する社会課題のKPI
- D. 注力する社会課題を踏まえた事業運営
- E. 市場規模を踏まえた持続可能な経営
- F. ルール作りによる市場形成のストーリー
- G. 収益貢献の見通し
- H. 経営トップによる对外発信
- I. 社内に向けたストーリー発信・カルチャー醸成
- J. ルール主導型市場形成の実績

II. 組織

- K. ルール形成の実行体制
- L. 知財戦略、標準戦略の達成度を測る管理指標
- M. 国内外政府の政策動向把握・分析機能
- N. 外部専門機関の活用

III. 人材

- O. ルール形成専門人材の在籍
- P. 長期的な専門人材確保の仕組み

IV. トライセクター連携（政府・企業・NPO/NGO）

- Q. 政策提言
- R. ルール形成に向けた業界連携
- S. NPO/NGO連携

V. ルール形成主体としての影響力

- T. 業界におけるリーダーシップ
- U. 業界サプライチェーン変革の取り組み

ご回答の入力方法

【該当する選択肢をひとつだけ選ぶ設問について】

当てはまる選択肢の番号を、右のクリーム色の枠内に入力してください。

設問・回答例：Q2. 過去3年以内のビジョン、経営計画、統合報告書等において、環境・社会・経済の観点から特定・優先付けされたマテリアリティ（※）（自社が事業を通じて取り組むSDGs等の重要課題）を開示していますか。（ひとつだけ）

- | | |
|---------------------------------|---|
| 1. 特定・優先付けしたマテリアリティを開示している | → 1 |
| 2. 特定・優先付けしたマテリアリティはあるが、開示していない | |
| 3. 特定・優先付けしたマテリアリティはない | |

【該当する選択肢をいくつでも選ぶ設問について】

該当する選択肢番号の左にあるクリーム色の枠に、「1」を入力してください。

設問・回答例：Q1. 社会における自社の存在意義（パーパス）を定義していますか。（いくつでも）

◆いずれも、定義されている文書等の名称は問いません。

- | | |
|---|---|
| 1 | 1. 自社が社会に提供する価値、社会において自社が存在する意義を定義している
(例：地球と調和したライフスタイルの実現、包摂的な社会基盤の構築) |
| 1 | 2. 将来目指すべき自社のポジションを定義している (例：世界一のIT企業、技術力No. 1) |
| | 3. 自社事業における判断、行動における基準・規範を示している
(例：顧客第一主義、自主自律、変化を恐れず革新を) |
| | 4. 上記のいずれも定義していない |

→ 1, 2が該当

【貴社単体ベースでの回答項目】

I. 戦略

【A. 自社の社会的価値の定義】

Q1. 社会における自社の存在意義（パーパス）を定義していますか。（いくつでも）

◆いずれも、定義されている文書等の名称は問いません。

- | | |
|--------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> | 1. 自社が社会に提供する価値、社会において自社が存在する意義を定義している
(例：地球と調和したライフスタイルの実現、包摂的な社会基盤の構築) |
| <input type="checkbox"/> | 2. 将来目指すべき自社のポジションを定義している（例：世界一のIT企業、技術力No. 1） |
| <input type="checkbox"/> | 3. 自社事業における判断、行動における基準・規範を示している
(例：顧客第一主義、自主自律、変化を恐れず革新を) |
| <input type="checkbox"/> | 4. 上記のいずれも定義していない |

Q1SQ1. (Q1において1~3をいずれか選択した場合) その内容をビジョン、経営計画、統合報告書等で開示していますか。（ひとつだけ）

- | | | |
|--------------------------|------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> | 1. 開示している | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | 2. 開示していない | <input type="checkbox"/> |

【B. 事業を通じて注力する社会課題の特定】

Q2. 過去3年以内のビジョン、経営計画、統合報告書等において、環境・社会・経済の観点から特定・優先付けされたマテリアリティ（※）（自社が事業を通じて取り組むSDGs等の重要課題）を開示していますか。（ひとつだけ）

（※）：マテリアリティの例：

- 【環境】 生物多様性・資源の保護、循環型社会の実現、エネルギー効率向上、気候変動への対応（緩和・適応）
- 【社会／人権】 持続可能な農畜水産資源の調達、食の安全・安心、健康長寿社会の実現、差別防止・ダイバーシティ促進
- 【経済】 途上国等における貧困・格差是正、社会インフラの老朽化対策、働き方の変革、透明・公正な取引確保

◆経済に関するマテリアリティについては、上記例のように、社会経済に存在する不合理の是正、健全な企業活動の担保等、あくまでSDGs等の社会課題に関するものとし、単なる業績向上やシェア拡大等は含みません。

◆本設問においては、取り組みによる影響の範囲が自社内のみに留まるもの（従業員のジェンダー比率改善、社内の働き方改革 等）は含みません。

- | | | |
|--------------------------|-------------------------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> | 1. 特定・優先付けしたマテリアリティを開示している | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | 2. 特定・優先付けしたマテリアリティはあるが、開示していない | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | 3. 特定・優先付けしたマテリアリティはない ⇒Q5までお進みください | <input type="checkbox"/> |

【C. 注力する社会課題のKPI】

Q3. (Q2において1または2を選択した場合) 特定・優先付けしたマテリアリティについて、自社KPI(※)を設定・開示していますか。(それぞれひとつだけ)
 (※): KPIの例: 事業活動による温室効果ガス排出量、サステナブル原料の調達割合、自社製品における有害成分含有率、社会課題解決に資する自社製品・サービスの売上・契約件数、社会課題解決に向けたプロジェクトの実施・推進件数、特定のスキルを有する人材育成・獲得人数 等

a. 定性目標

1. 設定・開示している	
2. 設定しているが、開示していない	
3. 設定していない	

b. 定量目標

1. 設定・開示している	
2. 設定しているが、開示していない	
3. 設定していない	

【D. 注力する社会課題を踏まえた事業運営】

Q4. (Q3の【a. 定性目標】または【b. 定量目標】において「1. 設定・開示している」または「2. 設定しているが、開示していない」を選択した場合) サステナビリティ部門、もしくはそれに準ずる全社横断的な組織等において、マテリアリティのKPIを経営指標と紐づけていますか。(ひとつだけ)

◆マテリアリティKPIと経営指標の紐づきの例:

マテリアリティ: 気候変動の緩和
 マテリアリティKPI: 事業活動による温室効果ガス排出量
 上記に紐づけられた経営指標: 各製品の販売量 / 各製品の製造工程における温室効果ガス排出量 / 低排出製品への転換割合 等 (経営指標)

1. マテリアリティのKPIと経営指標が紐づいている	
2. マテリアリティのKPIと経営指標は紐づいていない	

Q4SQ1. (Q4において1を選択した場合) 定期的(1年に1回以上)な評価・フィードバック等を実施していますか。(いくつでも)

1. 定期的な評価・フィードバックを経営会議等で実施している	
2. 定期的な評価結果(KPIの進捗)を統合報告書等で開示している	

【E. 市場規模を踏まえた持続可能な経営】

Q5. 過去3年以内のビジョン、経営計画、統合報告書等において、自社の長期的・持続可能な成長に向け、市場規模(TAM※1)を踏まえ自社の対応方針(※2)について開示していますか。(いくつでも)

(※1): TAM: Total Addressable Market

(※2): 市場規模の維持・拡大施策の実施、新たな市場創出、市場縮小を見据えた事業転換等

◆過去3年以内に実施しているものをお選びください。

1. 市場規模の現状・予測の把握	
2. 市場規模の拡大・縮小のドライバ(社会・環境・経済的要因)分析	
3. 市場規模の動向、そのドライバに対する自社の対応方針の決定	

Q5SQ1. (Q5において1~3いずれかを選択した場合) その内容をビジョン、経営計画、統合報告書等で開示していますか。(ひとつだけ)

1. 開示している	
2. 開示していない	

Q6. 自社事業における競争力の源泉となる「コア領域」及びその「周辺領域」を設計していますか。(ひとつだけ)

(※1): コア領域: 自社が固有の強みを持ち収益の源泉として秘匿化する領域

(※2): 周辺領域: コア領域の周辺で知財取得や標準化を通して普及拡大を目指す領域

1. 設計している	
2. 設計していない	

Q6SQ1. (Q6において1を選択した場合) 上記設計、競合動向を踏まえた知財標準戦略を策定していますか。(ひとつだけ)

1. 策定している	
2. 策定していない	

【重要事業セグメント（連結）ベースでの回答項目】

Q8からQ23までは、貴社の重要事業セグメント（※）（連結ベース）についてご回答いただきます。

下記に回答対象とする重要事業セグメントの名称をご記入の上、各設問にご回答ください。

また、ルール形成等を行う際に重要事業セグメントと連携・協働する全社横断的な部門がある場合には、当該全社横断部門を重要事業セグメントの一部とみなして回答することができます。

（※）：将来に向け注力する事業セグメント、最も成長期待の高い事業セグメント等を1つ選定ください。

Q7. 回答する重要事業セグメントの名称をご記入ください。

Q7：必ずご回答ください

【F. ルール作りによる市場形成のストーリー】

Q8. 当該重要事業セグメントにおける過去3年以内のビジョン、経営計画等において、市場戦略を知財戦略、標準戦略にまで落とし込み、なおかつ既存市場におけるシェア拡大ではなく、ルール形成により新たな市場を創造する構想・計画が盛り込まれていますか。（ひとつだけ）

◆ルールとは、規制、規格・標準、基準・認証等を含む概念を指します。

◆ルール形成活動の例：規制策定・改正を目的とした政府等への働きかけ、製品・サービスの相互連携による新たな価値の創出を可能とする規格・標準化、社会課題解決に資する製品・サービスが有利になる新たな「モノサン」（基準、認証等）の開発等（以下設問において同じ）

※社内ルールの整備、既存ルール遵守のための取り組みは対象外です

1. ルール形成により新たな市場を創造する構想を盛り込んでおり、ルール形成の実施時期や実施プロセス等を含む実行計画も策定している
2. ルール形成により新たな市場を創造する構想を盛り込んでいるが、ルール形成の具体的実行計画は策定していない（策定予定の場合を含む）
3. ルール形成の構想は盛り込んでいるが、市場形成ではなく既存市場のシェア拡大を目的とするものである
4. ルール形成によるものではないが、新たな市場を創造する構想を盛り込んでおり、その実施時期や実施プロセス等を含む実行計画も策定している
⇒Q12までお進みください
5. ルール形成によるものではないが、新たな市場を創造する構想を盛り込んでおり、その具体的実行計画は策定していない（策定予定の場合を含む）
⇒Q12までお進みください
6. ルール形成や市場創造に関する記載はない ⇒Q12までお進みください

Q8SQ1. (Q8において1~3いずれかを選択した場合) 構想を盛り込んだ経営計画等を開示していますか。（ひとつだけ）

◆実行計画の開示有無は問いません。

1. 構想を盛り込んだ経営計画等を開示している
2. 構想を盛り込んだ経営計画等は開示していない

Q8SQ2. (Q8において1~3いずれかを選択した場合) ルール形成の内容として該当するものを選択肢からお選びください。（いくつでも）

1. 国・自治体における規制
2. 互換性・相互運用性を確保するための寸法・仕様等を定める規格・標準
3. 商品・サービスの品質を評価する基準・認証
4. 業界で取引される製品・サービスの満たすべき要件を定義する調達基準・ガイドライン等

【G. 収益貢献の見通し】

Q9. (Q8において1または2を選択した場合) ビジョン、経営計画等に記載された将来的な収益において、Q8の構想・計画による貢献を見込んでいますか。（いくつでも）

1. ビジョン、経営計画等に記載された収益目標（売上/利益）において、Q8の構想・計画による貢献を定量的に見込んでいる（概算の場合も含む）
2. ビジョン・経営計画等において、Q8の構想・計画を将来的な収益につなげる具体的なビジネスモデルを示している
3. 上記のいずれも該当しない

【H. 経営トップによる対外発信】

Q10. (Q8において1~3のいずれかを選択した場合) 過去5年以内に、経営陣(※1)が、自社のルール形成の取組についてメディア(※2)や講演等を通じて発信していますか。また、社会課題に関する講演・イベント・セミナー(※3)や、課題解決に向けた連携を目的とした会議・フォーラム等(※4)に参加していますか。(いくつでも)

- (※1) 経営陣とは、取締役、執行役員、CXO等を指します。(以下設問において同じ)
- (※2) メディアの例：新聞、雑誌、テレビ、ラジオ、Webメディア、自社Webサイト・SNS等
- (※3) 講演・イベント・セミナーの例：業界内外の情報・ナレッジ共有、ネットワーキング、連携醸成、人材採用等を目的とした講演、イベント等を広く含みます。
- (※4) 会議・フォーラムの例：ダボス会議、国連持続可能な開発会議、サステナブル・ブランド国際会議、その他社会課題解決を趣旨とする国内外の会議等

a. メディアを通じた発信

◆経営陣自らの言葉で発信する形式のコンテンツを想定しており、経営陣を発信主体としない一般的なニュースリリースや自社紹介は含みません。

- | | |
|--------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> | 1. 海外の新聞、雑誌、テレビ、ラジオ、その他Webメディアにおけるインタビュー、寄稿等 |
| <input type="checkbox"/> | 2. 日本国内の新聞、雑誌、テレビ、ラジオ、その他Webメディアにおけるインタビュー、寄稿等 |
| <input type="checkbox"/> | 3. 統合報告書等の企業レポートでの発信 |
| <input type="checkbox"/> | 4. 自社WebサイトやSNSへの掲載(CSRレポートの掲載のみの場合は除く。経営陣による自社紹介、ブランドストーリー等のページ、その他特設ページ等への掲載を想定) |
| <input type="checkbox"/> | 5. 市場形成のストーリーについてメディアを通じて発信している実績はない |

b. 講演・イベント登壇

- | | |
|--------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> | 1. 国際的な講演・イベント・セミナー等への登壇 |
| <input type="checkbox"/> | 2. 日本国内の講演・イベント・セミナー等への登壇 |
| <input type="checkbox"/> | 3. 市場形成のストーリーについて講演・イベント・セミナー等で発信している実績はない |

Q10SQ1. (a. メディアを通じた発信の1~4もしくはb. 講演・イベント登壇の1または2を選択した場合) 発信実績のある主体をお選びください。(いくつでも)

- | | |
|--------------------------|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | 1. 会長、社長、CEO等の経営トップ |
| <input type="checkbox"/> | 2. 経営トップを除く経営陣(取締役、執行役員、CXO等) |

c. 会議・フォーラム参加

- | | |
|--------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> | 1. 国際会議・国際フォーラム等への参加 |
| <input type="checkbox"/> | 2. 国内会議・国内フォーラム等への参加 |
| <input type="checkbox"/> | 3. 社会課題解決に向けた連携を目的とした会議・フォーラム等への参加実績はない |

Q10SQ2. (c. 会議・フォーラム参加の1または2を選択した場合) 参加実績のある主体をお選びください。(いくつでも)

- | | |
|--------------------------|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | 1. 会長、社長、CEO等の経営トップ |
| <input type="checkbox"/> | 2. 経営トップを除く経営陣(取締役、執行役員、CXO等) |

【I. 社内に向けたストーリー発信・カルチャー醸成】

Q11. (Q8において1~3のいずれかを選択した場合) 経営陣が自社のルール形成について社内に伝達・浸透させるためのツールや仕組みはありますか。(いくつでも)

- | | |
|--------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> | 1. 経営陣から社内への定期的なメッセージ配信(メール、その他コミュニケーションツール等)の仕組みがあり、過去1年以内に2回以上、Q8の構想・計画について発信している |
| <input type="checkbox"/> | 2. 経営陣から社内への自社方針や取り組みの伝達・浸透のための定期会議・定期イベント等が開催されており、過去1年以内に1回以上、Q8の構想・計画について情報共有や意見交換が行われている(現場の社員は参加せず、幹部のみ参加する会議等は含まない) |
| <input type="checkbox"/> | 3. 発信したストーリーに対する社内からの意見集約、取り組みへの反映など、社内エンゲージメント向上のための仕組みがある |
| <input type="checkbox"/> | 4. 発信したストーリー実現に向けた積極的な貢献への表彰など、社員のコミットメントを引き出す仕組みがある |
| <input type="checkbox"/> | 5. ルールづくりによる市場形成のストーリーに関するものではないという点で該当しないが、
1. ~4. の仕組みはある |

【J. ルール主導型市場形成の実績】

Q12. 新たな市場創造を目的としたルール形成の実績（過去10年以内に取り組みに着手したものはありますか。（ひとつだけ）

1. 新たな市場創造を目的としたルール形成の実績がある
（例：分野横断的な技術・サービスの標準化、新たな価値を定義する認証基準の策定等）
2. 新たな市場創造を目的としてはいないが、ルール形成による実績がある
（例：定例的に実施している規格の改正等）
3. 実績はない

Q12SQ1. （Q12において1を選択した場合）ルール形成の効果の把握について該当する選択肢をお選びください。（ひとつだけ）

1. ルール形成の実績による自社収益の向上を定量的（売上拡大の具体的な数値目標等）に把握している
2. ルール形成の実績により自社収益も向上しているが、定量的には把握できていない
3. ルール形成の実績があり、今後の自社収益向上への貢献が期待できるが、現時点ではまだ収益面の効果は出ていない
4. ルール形成の実績があるが、自社収益向上への貢献は見込んでいないもしくは期待できない

Q12SQ2. （Q12において1を選択した場合）ルール形成の内容として該当する選択肢をお選びください。（いくつでも）

1. 国・自治体における規制
2. 互換性・相互運用性を確保するための寸法・仕様等を定める規格・標準
3. 商品・サービスの品質を評価する基準・認証
4. 業界で取引される製品・サービスの満たすべき要件を定義する調達基準・ガイドライン等

Q12SQ3. （Q12において1を選択した場合）実績として回答した取り組みの概要をお答えください。（実施時期、ルール形成の内容、創造した新市場、自社収益への影響等）

- ◆記載いただいた内容は非公開となります。一部、事務局において、ベストプラクティスとして取り組みの内容を参考に伺う場合があります。

II. 組織

【K. ルール形成の実行体制】

Q13. Q8のルール形成を担う常設組織（※）等がありますか。（それぞれひとつだけ）

（※）：「常設組織」とは、渉外部門、標準化部門、その他ルール形成を担う常設部門を含みます。

◆中小・中堅企業においては、社長室等がルール形成を担っている場合、当該社長室等を常設組織として回答しても構いません。

a. 全社横断

- | | |
|---|--------------------------|
| 1. 社長、役員、CXO等の直下に、全社横断的にルール形成を担う常設組織がある | <input type="checkbox"/> |
| 2. 社長・役員・CXO等の直下ではないが、全社横断的にルール形成を担う常設組織がある | |
| 3. 全社横断的にルール形成を担う常設組織はない | |

b. 事業部門

- | | |
|---|--------------------------|
| 1. 必要な事業部門には、ルール形成を担う常設組織がある | <input type="checkbox"/> |
| 2. 常設組織はないが、必要な事業部門にはルール形成を担う担当者が置かれている | |
| 3. 事業部門にはルール形成を担う常設部門、担当者は置いていない | |

c. ガバナンス

Q13SQ1. (Q13においてa、bいずれも1または2を選択した場合)

全社横断組織と事業部門の組織/担当者間の連携につき、該当する選択肢をお選びください。（いくつでも）

- | | |
|---|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. 定期的（四半期に1回以上）なミーティング、その他ITシステム等を通じてルール形成に関する取り組み状況を共有している | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> 2. ルール形成の実施基準や方法等に関するマニュアルやナレッジを共有している | |
| <input type="checkbox"/> 3. 案件に応じ、全社横断組織・事業部門の双方から必要な人員を融通してチームを組成し、共同でルール形成を実施している | |

Q13SQ2. (Q13においてa、bのいずれかで1または2を選択した場合)

回答した全社横断又は事業部門の常設組織/担当者につき、該当する選択肢をお選びください。（ひとつだけ）

◆ISO/IEC等の国際的なルール形成に「日本の代表」として参加している場合、ここでは海外のルール形成ではなく国内のルール形成として下さい。

- | | |
|--|--------------------------|
| 1. 海外子会社等と連携し、国内外の全てのルール形成に対応している | <input type="checkbox"/> |
| 2. 海外子会社等とは連携せず、国内組織のみで海外含む全てのルール形成に対応している（海外子会社が存在しない場合を含む） | |
| 3. 日本国内のルール形成のみ対応し、海外については海外子会社等においてルール形成を担っている | |
| 4. 日本国内のルール形成のみ対応しており、海外でのルール形成は自社として行っていない | |

【L. 知財戦略、標準戦略の達成度を測る管理指標】

Q14. 知財戦略及び標準戦略の達成度合を測れる管理指標（定量指標、定性指標）を設定していますか。（ひとつだけ）

- | | |
|-------------------------|--------------------------|
| 1. 定量的、定性的な管理指標を設定している | <input type="checkbox"/> |
| 2. 定性的な管理指標を設定している | |
| 3. 定量的、定性的な管理指標を設定していない | |

【M. 国内外政府の政策動向把握・分析機能】

Q15. 国内外政府の政策動向の継続的な把握・分析、経営陣に対する定期的な報告等のインテリジェンス機能を担う組織がありますか。（ひとつだけ）

◆中小・中堅企業においては、社長室等がインテリジェンス機能を担っている場合、当該社長室等を常設組織として回答しても構いません。

- | | |
|--|--------------------------|
| 1. 政府の政策動向把握・分析、経営陣への定期的な報告を担う部門がある | <input type="checkbox"/> |
| 2. 特定の組織はないが、必要な部門には政府の政策動向把握・分析、経営陣への定期的な報告等を行う担当者が置かれている | |
| 3. 特定の組織・担当者は置いていないが、経営陣に経済団体（経団連・経済同友会等）、その他政府との関係性が深い団体のメンバーがいるため、当該ルートを通じて政策動向に関する情報を入手している | |
| 4. いずれも該当なし | |

Q15SQ1. (Q15において1~2のいずれかを選択した場合) 政策動向把握・分析等の対象エリアについて、該当する選択肢をお選びください。（いくつでも）

- | | |
|--------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. 国内 | <input type="checkbox"/> 2. 国外 |
|--------------------------------|--------------------------------|

【N. 外部専門機関の活用】

Q16. 必要な場合は、情報収集・分析やルール形成の実行支援を担う外部専門機関（※）も活用していますか。（ひとつだけ）

（※）：外部専門機関の例：ロビイング・ファーム、シンクタンク、法律事務所等

- | | | |
|--------------------------|--|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> | 1. 過去5年以内に、国内外政策動向の把握・分析、その他ルール形成活動遂行のために活用した外部専門機関がある | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | 2. 活用実績はないが、過去5年以内に、意見交換、情報交換等の連携実績のある外部専門機関がある | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | 3. いずれも該当なし | <input type="checkbox"/> |

III. 人材

【O. ルール形成専門人材の在籍】

Q17. 社内に、官民のルール形成（国・自治体の政策形成、ISO/IEC等の規格策定/標準化等）に関する専門的な知見を有し、実務を担う人材（個別に契約を締結している外部コンサルタント・エキスパートを含みます）は在籍していますか（いくつでも）

- | | |
|--------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> | 1. 日本政府・自治体の政策形成実務に精通した人材 |
| <input type="checkbox"/> | 2. 海外政府・自治体の政策形成実務に精通した人材 |
| <input type="checkbox"/> | 3. ISO/IECの本部での勤務経験、またはISO/IECにおいてTC/SCの議長/幹事、WGの主査等の主導的役割を担った経験を有する人材 |
| <input type="checkbox"/> | 4. ISO/IECでの規格策定作業（国際会議や国内審議委員会等を含む）への従事・参画経験を有する人材 |
| <input type="checkbox"/> | 5. その他フォーラム、コンソーシアム等における認証、業界標準等のルール開発・策定作業への従事・参画経験を有する人材 |
| <input type="checkbox"/> | 6. 「規格開発エキスパート」または「規格開発エキスパート（補）」（日本規格協会）の資格を保有する人材 |
| <input type="checkbox"/> | 7. 「ISO/IEC国際標準化人材育成講座（ヤングプロフェッショナルジャパンプログラム）」（国際標準化会合）を修了した人材 |

【P. 長期的な専門人材確保の仕組み】

Q18. 中長期的にルール形成の専門人材を育成・確保するための人材育成・評価制度、外部採用制度等がありますか。（いくつでも）

- | | |
|--------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> | 1. ルール形成に関する内容を含む内部研修制度がある |
| <input type="checkbox"/> | 2. ルール形成に関する外部研修参加や資格取得を推奨しており、過去2年以内に研修参加・資格取得実績がある |
| <input type="checkbox"/> | 3. 標準化機関や民間フォーラムへの出向・参画の制度があり、過去2年以内に参画実績がある |
| <input type="checkbox"/> | 4. ルール形成の専門性向上を希望する社員に対し人材配置等の配慮があり、過去5年以内に希望に沿った配置実績がある |
| <input type="checkbox"/> | 5. ルール形成に特化した役員・CX0ポジション、キャリアパスがある（Chief Standardization Officer、渉外・アドボカシー担当役員等） |
| <input type="checkbox"/> | 6. ルール形成に資するスキル・経験や、ルール形成の成果が、人事評価に考慮される仕組みがある |
| <input type="checkbox"/> | 7. 必要に応じてルール形成に関する専門知見を有する人材を外部採用しており、過去5年以内に採用実績がある |

IV. トライセクター連携（政府・企業・NPO/NGO）

【Q. 政策提言】

Q19. 過去5年以内に、国内外の国・地域の政府に対し、委員会・公聴会等での発表、パブリックコメントの提出等を通じ政策提言を行ったことはありますか。（いくつでも）

◆ 自社が単独で実施した政策提言だけでなく、業界団体や他社と連携して実施したものも含まれます。ただし、他社の巻き込み、提言作成等において主導的な役割を担った場合のみご回答ください。

- | | |
|------------------------------------|--|
| 【日本国内での政策提言】 | |
| <input type="checkbox"/> | 1. 委員会・公聴会等への出席による提案 |
| <input type="checkbox"/> | 2. パブリックコメントの提出 |
| <input type="checkbox"/> | 3. レター、提言書等の送付 |
| <input type="checkbox"/> | 4. 政府・議員との面談 |
| 【海外での政策提言】 | |
| <input type="checkbox"/> | 5. 委員会・公聴会等への出席による提案 |
| <input type="checkbox"/> | 6. パブリックコメントの提出 |
| <input type="checkbox"/> | 7. レター、提言書等の送付 |
| <input type="checkbox"/> | 8. 政府・議員との面談 |
| 【政策提言に付随する活動（日本国内／海外を問わない）】 | |
| <input type="checkbox"/> | 9. 自社の顧客・支持者への働きかけによる自社提言への賛同形成
（例：メール、自社アプリ上のコミュニケーションツール、または個別訪問等を通じて、自社の政策提言に対する賛同を顧客等に働きかけ） |

【R. ルール形成に向けた業界連携】

Q20. 過去5年以内に、ルール形成につながる何らかの基準を開発する団体（業界団体、フォーラム・コンソーシアム、デジュール団体等）（※）に参画していますか。また、当該団体で会長・委員長・主査等の主導的役割を担っていますか。（ひとつだけ）

（※）例：ISO/IEC、JISCその他各国の標準化機関、ISO/IEC国内審議委員会、JIS原案作成委員会、通信・インターネット・医療等の特定の領域・業界等に特化した標準化団体等

- | | |
|--|--------------------------|
| 1. 過去5年以内に、業界団体、フォーラム・コンソーシアム、デジュール団体等に参画し、会長・委員長・主査等の役職を担った実績がある | <input type="checkbox"/> |
| 2. 過去5年以内に、業界団体、フォーラム・コンソーシアム、デジュール団体等に参画した実績がある（会長・委員長・主査等の役職はなし） | <input type="checkbox"/> |
| 3. 該当なし | <input type="checkbox"/> |

Q20SQ1. （Q20において1～2のいずれかを選択した場合）主導・参画した団体の階層について、該当する選択肢をお選びください。（いくつでも）

◆「上部団体」は、実質的な合意形成が行われる場を意味し、「分科会、作業部会」は、原案の作成や付随する調査・検証等の各種作業が行われる場を意味します。（ISO/IECの場合、TC/SCは「上部団体」、WGは「下部団体」にあたります。）

- | | |
|---|--------------------------|
| 1. 上部団体（団体が上部／下部に分かれていない場合は、この選択肢をお選びください。） | <input type="checkbox"/> |
| 2. 分科会、作業部会などの下部団体 | <input type="checkbox"/> |

Q20SQ2. （Q20において1～2のいずれかを選択した場合）主導・参画した団体の活動拠点について、該当する選択肢をお選びください。（いくつでも）

◆日本を含む国際的な団体等の場合は、国内・国外のいずれも選択してください

- | | | | |
|-------|--------------------------|-------|--------------------------|
| 1. 国内 | <input type="checkbox"/> | 2. 国外 | <input type="checkbox"/> |
|-------|--------------------------|-------|--------------------------|

【S. NPO/NGO連携】

Q21. 過去5年以内に、社会課題解決を目的として国内外のNPO/NGOと定期的な対話・共同事業等の連携を行っていますか（いくつでも）

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. 定期的な対話／ダイアログの実施（1年に1回以上） | <input type="checkbox"/> 2. 共同事業の立ち上げ・運営 |
| <input type="checkbox"/> 3. 共同プロジェクトの実施 | <input type="checkbox"/> 4. 共同でのロビイング |
| <input type="checkbox"/> 5. イベント・キャンペーンの共同開催 | |
| <input type="checkbox"/> 6. NPO/NGOから自社経営への参画・関与（社外取締役、経営アドバイザー等） | |

V. ルール形成主体としての影響力

【T. 業界におけるリーダーシップ】

Q22. 重要事業について、業界におけるリーダーシップにつながる高い業界シェア、一定の事業継続、表彰実績等がありますか。（いくつでも）

◆重要事業に複数の製品・サービスが含まれる場合、いずれかの製品・サービスで該当していれば選択することができます。

- | |
|---|
| <input type="checkbox"/> 1. 重要事業は、世界上位3位以上のシェアを有している |
| <input type="checkbox"/> 2. 重要事業は、日本国内上位3位以上のシェアを有している |
| <input type="checkbox"/> 3. 重要事業は、製品・サービスのリリースから現在まで、10年を超えて継続して取り組んでいる |
| <input type="checkbox"/> 4. 重要事業は、過去5年以内にSDGs、ESG等に関し外部機関より表彰を受けたことがある |

【U. 業界サプライチェーン変革の取り組み】

Q23. 具体的なルール形成手法の1つとして、SDGs等の社会課題解決に資するものと自社が認めた規格・認証について、業界ルールや自社・顧客の調達ガイドラインで引用・参照することによりサプライチェーン内で効力をもたせる方法がありますが、貴社においてこのような取り組みは行っていますか。（いくつでも）

◆取り組み例

（自社調達ガイドライン）：自社の調達ガイドラインを改正し、原材料のカカオについてフェアトレード認証を調達要件とすることで、エシカルチョコレート市場を創出
（顧客の調達ガイドライン）：顧客に働きかけ、電子機器の調達ガイドラインにCO2排出量要件を盛り込むことで、エネルギー効率の高い新たな電子機器製品市場を創出

- | |
|--|
| <input type="checkbox"/> 1. 自社の調達基準・ガイドライン等に特定の規格・認証を組み込むための取り組みを行っており、過去5年以内に、新たな規格・認証を自社調達基準・ガイドラインにおいて引用・参照した実績あり |
| <input type="checkbox"/> 2. 顧客の調達基準・ガイドライン等に対象規格・認証を組み込むため、顧客に対し提案を行っており少なくとも顧客1社につき実現した実績あり |
| <input type="checkbox"/> 3. 業界ルールに対象規格・認証を組み込むため、業界団体への提案、他社への働きかけ等を行っている |

経済産業省 社会課題解決型の企業活動に関する意識調査2024

【貴社の属性情報】

◆Q24～32は、原則連結ベースでご回答ください。難しい場合は単独ベースでも構いません。

Q24. 貴社の主要業種をお選びください。(ひとつだけ)

1. 農業、林業	2. 漁業
3. 鉱業、採石業、砂利採取業	4. 建設業
5. 製造業	6. 電気・ガス・熱供給・水道業
7. 情報通信業	8. 運輸業、郵便業
9. 卸売業、小売業	10. 金融業、保険業
11. 不動産業、物品賃貸業	12. 学術研究、専門・技術サービス業
13. 宿泊業、飲食サービス業	14. 生活関連サービス業、娯楽業
15. 教育、学習支援業	16. 医療、福祉
17. サービス業(他に分類されない)	

Q25. 貴社の従業員数(正社員人数)をお選びください。(ひとつだけ)

1. 100人未満	2. 100人以上-150人未満
3. 150人以上-200人未満	4. 200人以上-250人未満
5. 250人以上-300人未満	6. 300人以上-400人未満
7. 400人以上-500人未満	8. 500人以上-1,000人未満
9. 1,000人以上-3,000人未満	10. 3,000人以上-5,000人未満
11. 5,000人以上-7,500人未満	12. 7,500人以上-10,000人未満
13. 10,000人以上	

Q26. 2023年度決算数値をお答えください。

売上高	<input type="text"/>	百万円	単位確認	<input type="text"/>
営業利益	<input type="text"/>	百万円	単位確認	<input type="text"/>

Q27. 海外売上高比率をお答えください(ひとつだけ)

1. 1%未満	2. 1～5%未満
3. 5～10%未満	4. 10～20%未満
5. 20～30%未満	6. 30～40%未満
7. 40～50%未満	8. 50～60%未満
9. 60～70%未満	10. 70～80%未満
11. 80～90%未満	12. 90%以上

Q28. 貴社の設立年をお答えください。

(※)：合併やホールディングス化をした場合は、前身企業の設立年をお答えください

西暦 年

Q29. 標準化を実施した事業の売上高は、貴社全体の売上高のどのくらいの割合ですか。

(※1)：標準化：一定のメンバーの合意を得て規格(技術仕様書)を制定し、当該規格を普及する行為。

(※2)：標準化を実施した事業の売上高について、複数事業該当する場合は全事業の合計。

割

Q30. 主要な標準化について実際に標準や規格を策定した時期はいつですか。

複数事業において標準化を行っている場合は主要事業について回答してください。

西暦 年

Q31. 貴社の標準化パターンについて、当てはまるものをお選びください。（いくつでも）

選択肢1の具体例：

- ・サーキュラーエコノミーという新たな概念を規格として策定し、需要創出に寄与（ISO59004）
- ・従来にはない機能を有する「3ポジションイネーブルスイッチ」に関する規格を策定し、新たな需要創出に寄与（IEC60947-5-8）

選択肢2の具体例：

- ・近距離無線通信技術の規格を策定し、非接触ICサービスの社会実装の促進に寄与（ISO/IEC 18092、ISO/IEC 2148）
- ・企業がバリューチェーンのGHG排出量を管理するための算定基準を策定し、脱炭素製品・サービスの実装に寄与（GHGプロトコル企業基準）

選択肢3の具体例：

- ・市場のニーズを満たす冷媒の障壁となる規格を改定し、新たな冷媒を用いるエアコン市場の拡大に寄与（ISO817）
- ・下水道配管の更生に求められる規格を改定し、競争力がある自社技術が差別化される事業環境を生み出した（ISO11296-9）

<input type="checkbox"/>	1. ユーザーのニーズや利用環境に関する標準を策定し、新たな需要を創出する
<input type="checkbox"/>	2. 市場のアーキテクチャーやバリューチェーン等に関わる標準を策定し、製品・サービスの社会実装を促進する
<input type="checkbox"/>	3. 自社ケイパビリティの差別化のための標準を策定し、新たな競争の軸を設定する
<input type="checkbox"/>	4. その他⇒ <input type="text"/>

Q32. 標準化後に大規模な企業買収、事業売却を行いましたか。（ひとつだけ）

<input type="checkbox"/>	1. 買収・売却のどちらも行った
<input type="checkbox"/>	2. 企業買収のみ行った
<input type="checkbox"/>	3. 事業売却のみ行った
<input type="checkbox"/>	4. 買収・売却のどちらも行っていない

Q32SQ1. （Q32において1～2のいずれかを選択した場合）

買収した企業の売上規模は、買収時の貴社全体の売上高のどのくらいの割合ですか。

割

Q32SQ2. （Q32において1か3のいずれかを選択した場合）

売却した事業の売上規模は、買収時の貴社全体の売上高のどのくらいの割合ですか。

割

アンケート欄：標準化やルール形成を市場の創出に活用する点で、貴社の取組や課題、ご意見などがあればお書きください。

質問は以上です。ご協力頂きありがとうございました。