

各セクターに求められる課題と対応策

注：具体的な項目は代表的な事例のみを記載しており、これに限定されるわけではない

ステークホルダーグループ	消費者等	従業員等	NPO等	金融機関等	海外NPO等	海外投資家
属する主なステークホルダー	<ul style="list-style-type: none"> 消費者 マスコミ 	<ul style="list-style-type: none"> 従業員 その家族 	<ul style="list-style-type: none"> NPO NGO 	<ul style="list-style-type: none"> 金融機関 投資家 	<ul style="list-style-type: none"> 海外NPO 海外NGO 	<ul style="list-style-type: none"> 海外投資家
主な関心	<ul style="list-style-type: none"> 製品サービス 環境保全 適切な情報開示など 	<ul style="list-style-type: none"> 働きやすさ 社内コミュニケーション やりがい など 	<ul style="list-style-type: none"> 環境対策 NPOとの協働 個人情報管理など 	<ul style="list-style-type: none"> 株価への影響 適切な情報開示 環境・人権配慮など 	<ul style="list-style-type: none"> 製品・サービス 適切な情報開示 NPOとの協働 環境・人権配慮など 	<ul style="list-style-type: none"> 株価への影響 適切な情報開示 環境・人権配慮など
CSR軸での評価	マジョリティは関心を寄せていない			SRIファンドは拡大しており、パフォーマンス次第	評価している	
原因は何か	<ul style="list-style-type: none"> 情報開示不足 理解の不足 対話の不足 効果が実感できない？ 			<ul style="list-style-type: none"> 正しく理解・評価されていない 	<ul style="list-style-type: none"> 監視・批判、事業型NPO/NGOの存在 	<ul style="list-style-type: none"> SRIファンド、持ち株比率の増大
対応策は何か	<ul style="list-style-type: none"> 最前線での情報提供 行動と結びつく情報内容提供 マジョリティを動かす工夫 	<ul style="list-style-type: none"> 職場での教育促進 				