

2011 年度外務省主催 NGO 研究会 《企業との連携》

事業報告書

「地球規模の課題解決に向けた NGO と企業の連携にむけて」

－CSR 推進 NGO ネットワークの活動を軸に－

(NGO の企業連携実態調査、地方における連携促進、震災から国際協力へ)

2012 年 3 月

特定非営利活動法人 国際協力 NGO センター (JANIC)

目次

はじめに	2
1. 背景	3
2. 「CSR 推進 NGO ネットワーク」について	3
3. 活動テーマ	7
4. 活動概要	7
5. 各活動内容詳細	8
5-1. 国際協力 NGO の企業連携実態調査	8
5-2. 第1回シンポジウム開催（於：広島）（テーマ：「企業による CSR 活動と NGO との連携シンポジウム ～協働のコツを探る～」）	11
5-3. 第2回シンポジウム開催（於：東京）（テーマ：「3.11 を経て、NGO と企業の連携はどう変わったか？～震災から国際協力へ～」）	19
5-4. 第2回定例会開催（「テーマ：メンバー間連携マッチングプレゼン大会」）	36
5-5. 第4回定例会開催（テーマ：「『連携の量を増やし、質を高める』為の提言（アドボカシー）活動とは」	38
5-6. 第5回定例会開催（テーマ：「開発効果／外務省・JICA の官民連携促進活動との連携」）	39
6. まとめ	42
添付資料：「国際協力NGOの企業連携実態調査報告書」	46

はじめに

本報告書は、特定非営利活動法人国際協力 NGO センター（JANIC）が、外務省からの委託を受け、2011 年 5 月から 2012 年 3 月までの間に実施した NGO によるテーマ別能力向上プログラム（NGO 研究会）「企業との連携」の事業成果をまとめたものである。

本事業は国際協力 NGO センター（JANIC）が事務局を担っている「CSR 推進 NGO ネットワーク」の 2011 年度における活動が主体となっている。また「地方の NGO/NPO と企業の連携促進」のテーマでは、（特活）ひろしま NPO センターの協力を得て中国地域でのシンポジウムの開催を実施した。

本報告書は、全 6 項から構成される。第 1 項で事業の背景や目的を述べた後、第 2 項においては活動母体となる CSR 推進 NGO ネットワークの概要を説明する。また第 3 項～4 項で事業全体のテーマと流れを概観した後、第 5 項ではより詳細に各活動の内容を振り返る。第 6 項ではまとめとして、本研究会で得た成果と課題、それに対する解決策について考察している。

また、添付資料とした「国際協力 NGO の企業連携実態調査報告」では、日本の NGO の企業連携に関する方針や実績、抱える課題等の実態を知ることができる。今後の連携を考えている企業・NGO の方々へは本文と併せてぜひ参考にさせていただきたい。

第 6 項の最後は、本研究会活動で得た成果と課題を踏まえた「CSR 推進 NGO ネットワーク」の今後の活動と展望にも触れていく。2012 年度以降も、NGO と企業の積極的な参加により展開していく予定の本ネットワークだが、NGO や企業の方々にとって、本書が今後の連携促進の手助けとなれば幸いである。

2012 年 3 月

特定非営利活動法人 国際協力 NGO センター（JANIC）

1. 背景

現在、世界の5人に一人、およそ10億の人々が、1日1ドル以下で生活する“絶対貧困層”だといわれている。飢餓に苦しむ人は世界の人口のおよそ6人に1人である。2000年の国連ミレニアム・サミットでは、こうした世界の貧困問題を解決する為に、2015年までに達成すべき目標として「ミレニアム開発目標」(Millennium Development Goals: MDGs)をとりまとめた。そこには、極度の貧困及び飢餓の撲滅、普遍的初等教育の達成など8つの目標が具体的数値と共に定められている。

世界ではすでに、国連、政府機関、企業、NGO、宗教団体等、様々なセクターがMDGsの達成を目指して活動を進めているが、その中でも企業の果たす役割には大きな期待が寄せられている。近年企業のグローバル化が進む中、その開発途上国に与える影響は経済面に留まらず、労働や環境といった社会面、更には「BOP ビジネス」に付随した消費行動や現地経済の拡大へと多岐に及ぶからだ。企業がそれらを社会的責任(Corporate Social Responsibility: 以下 CSR)と捉え、持続可能な社会の実現を見据えた行動をとることが、MDGs 達成への大きな鍵となっている。

近年、NGO と企業の関係は時の流れとともに変遷を遂げ、地球規模の課題解決に向けて、対話、コミュニケーション、連携をする関係に変わりつつある。世界の持続可能性を視野に入れた企業活動と、現地の自立支援の為の開発ビジョンを明確に持ち、草の根の支援活動のノウハウに長けた NGO がタッグを組むことで、国内外での影響力が拡大し、MDGs の達成の大きなサポートとなることが期待されている。

2. 「CSR 推進 NGO ネットワーク」について

2-1. 目的および本研究会での位置づけ

前述のような背景をもとに、CSR 推進 NGO ネットワーク(以下 CSR ネット)は、持続可能な社会の実現に向けた地球規模の課題解決にむけ、NGO と企業が双方の特性を認識し、資源や能力等を持ち寄り、対等な立場で協力して活動する機会を推進することを目的に、2008年に結成された。本研究会はこの CSR ネットの活動を母体として実施したものである。

2-2. メンバー

CSR ネットは、2008年度の結成以降年々拡大・発展を遂げており、2011年度はNGO31団体、企業18社、アドバイザー3名が加盟するネットワーク体となっている(メンバー一覧は下記の表1を参照のこと)。運営は国際協力NGOセンター(以下 JANIC)が事務局となり、NGO メンバーからなる4名のコアメンバーには特に深くコミットいただき、CSR ネットの活動を円滑に行う為に、CSR ネットの活動方針の決定・活動プログラムの策定等を担っていただいた。また、CSR ネットの活動成果を最大化する為に、CSR や SR 全般に広い知見があり、且つ、企業活動と NGO など市民活動にも深い理解のある研究者・有識者3名にアドバイザーとして加わっていただいた。本年度のコアメンバーとアドバイザーは下記表2の通りである。

表 1：2011 年度「CSR 推進 NGO ネットワーク」メンバー一覧

NGO メンバー (31 団体)			
1	(特活) アジア日本相互交流センター	16	(特活) 国際協力 NGO センター (JANIC)
2	(特活) アジア砒素ネットワーク	17	(財) 国際労働財団
3	(特活) ADRA Japan	18	(特活) シェア=国際保健協力市民の会
4	(特活) アフリカ日本協議会	19	(特活) JEN
5	エイズ孤児支援 NGO・PLAS	20	JANNET (障害分野 NGO 連絡会)
6	(特活) ACE	21	(特活) シャプラニール=市民による海外協力の会
7	(特活) NGO 福岡ネットワーク	22	(公社) シャンティ国際ボランティア会
8	(公財) オイスカ	23	(特活) 日本国際ボランティアセンター
9	(特活) オックスファム・ジャパン	24	(特活) 日本リザルツ
10	(公財) ジョイセフ	25	(特活) パレスチナ子どものキャンペーン
11	(特活) グッドネーバーズ・ジャパン	26	(特活) ハンガー・フリー・ワールド
12	(公財) ケア・インターナショナル ジャパン	27	(特活) ピープルズ・ホープ・ジャパン
13	(公財) 結核予防会	28	(公財) プラン・ジャパン
14	(公財) 国際開発救援財団	29	(特活) ブリッジ エーシア ジャパン
15	(特活) 国際協力 NGO・IV-JAPAN	30	(特活) 横浜 NGO 連絡会
		31	(特活) ワールド・ビジョン・ジャパン
企業メンバー (18 社)			
1	アクセンチュア株式会社	10	武田薬品工業株式会社
2	旭硝子株式会社	11	株式会社電通
3	味の素株式会社	12	東京海上日動火災保険株式会社
4	オムロン株式会社	13	株式会社博報堂
5	オリンパス株式会社	14	パナソニック株式会社
6	花王株式会社	15	ファイザー株式会社
7	株式会社資生堂	16	富士通株式会社
8	ソニー株式会社	17	株式会社ブリヂストン
9	株式会社大和証券グループ本社	18	株式会社リコー

表 2：「CSR 推進 NGO ネットワーク」コアメンバー、アドバイザー一覧

コアメンバー	
リーダー	長 宏行氏 / (公財) オイスカ 海外プロジェクト担当部長
サブリーダー	門田 瑠衣子氏 / エイズ孤児支援 NGO・PLAS 代表理事
	高木 美代子氏 / (公財) ケア・インターナショナル ジャパン マーケティング部長
	渡邊 清孝氏 / (特活) ハンガー・フリー・ワールド 事務局長
アドバイザー	
赤羽真紀子氏 / CSR Asia 日本代表	
黒田 かをり氏 / 一般財団法人 CSO ネットワーク 事務局長・理事	
新谷大輔氏 / 株式会社三井物産戦略研究所 研究員	

2-3. 活動内容

2011年度のCSR推進NGOネットワークの活動は、2011年度からの3カ年目標である「NGOと企業の連携の質を高め、量を増やす」ことを踏まえたものとなっている。具体的には全メンバーが参加して行う計6回の「定例会」の開催と、約3ヶ月間に渡る「調査研究活動」の実施、計2回の「シンポジウム」開催を中心に実施した。活動概要については表3の通りである。尚、2011年度のCSRネットの活動は本研究会予算とメンバーNGO・企業による会費収入によって運営した。

表3:「CSR推進NGOネットワーク」2011年度活動概要

	時期	活動主体	テーマ	内容
準備 会 合	5月	NGOメン バー	NGOメン バー 会 合	活動概要説明、 2011年度コアメンバー選出
コア メン バー 会 合	5月～ 3月	コアメン バー	方針協議・意思決 定	活動方針の決定・活動プログラムの策定・優先 順位決め等審議決定する。
定 例 会	第1回 6月22日	NGO・企 業メンバ ー	本年度活動計画策 定の為のワールド カフェ	「本年度の活動計画策定」 1. MDGsの達成に向けた日本や世界の取り組み 状況（MDGs フォローアップ会合報告）（水澤恵 /JANIC） 2. テーマ別ワールドカフェ ・東日本大震災の経験を、NGOと企業の連携で 取り組むMDGs達成にどう生かせるか？ ・本年度やってみたいこと
	第2回 8月24日		経営層、社員の巻 き込み	「社内を巻き込むCSRのコツ～CSR担当者＋ NGO⇒経営層、社員の巻き込み～」 1. 基調講演「社内を巻き込むCSRのコツ」 （赤羽真紀子氏/CSR Asia） 2. グループディスカッション ・経営層の巻き込みに向けた取り組み ・社員の巻き込みに向けた取り組み
	第3回 10月18日		連携事例の創造と 共有	「メンバー間連携マッチングプレゼン大会」 1. メンバーからのプレゼンテーション ・（特活）ブリッジ エーシア ジャパン ・（公財）国際開発救援財団 ・（特活）ハンガー・フリー・ワールド ・（特活）アジア砒素ネットワーク ・（公財）オイスカ 2. グループディスカッション

	第4回 12月6日		効果的なアドボカシー活動①	「『連携の量を増やし、質を高める』為のアドボカシーとは（提言活動戦略作り）」（三宅隆史氏/（公社）シャンティ国際ボランティア会）
	第5回 1月25日		効果的なアドボカシー活動②	「開発効果/外務省・JICAの官民連携促進活動との連携」 1. 開発効果 ・「援助効果/開発効果 国際的な議論の潮流」 援助効果向上第4回ハイレベルフォーラム（釜山HLF）報告（水澤恵/JANIC） ・「民間セクターの開発インパクトの評価と指標」（黒田かをり氏/（財）CSOネットワーク） 2. 外務省・JICAの官民連携促進活動との連携 ・外務省「MDGs 官民連携ネットワーク」について（徳田香子氏/外務省） ・JICA「BOP ビジネス協力準備調査」について（山田哲也氏/JICA） 3. グループワーク 4. 徳田氏、山田氏からのフィードバック
	第6回 3月1日		今年度の活動振り返り	今年度活動の振り返り、来年度の活動骨子について
タスクチーム	10月24日、 12月7日、 2月13日	タスクチームメンバー	CSR ネットのブランディング活動	名称、キャッチコピー、ロゴの決定、ウェブサイトリニューアル内容の検討
	1月19日	タスクチームメンバー	連携についてのコンサルテーション活動	連携相談活動の枠組み検討、メニューづくり等
調査研究	11月～1月	事務局、萩原洋史氏	国際協力NGOの企業連携実態把握	「国際協力NGOの企業連携実態調査」 ・アンケート実施、集計、分析、まとめ ・アンケート結果をJANICのウェブ版NGOダイレクトリーへ掲載
シンポジウム	第1回 11月18日	NGO・企業メンバー	地方のNGOや中小企業・地方企業の巻き込み	「企業によるCSR活動とNGOとの連携シンポジウム（広島開催）」 1. 基調講演「企業とNGOの連携について」（高木美代子氏/（公財）ケア・インターナショナルジャパン） 2. 事例発表 ・（特活）ANT-Hiroshima ・生活協同組合おかもやまコープ・グループワーク 3. グループワーク
	第2回 2月17日			シンポジウム「3.11を経て、NGOと企業の連携はどう変わったか？～震災から国際協力へ～」（東京開催）

			東日本大震災における連携～震災から国際協力へ～	1. 基調講演「東日本大震災で NGO はどう動いたかー深まる連携の重要性ー」（田島誠/JANIC） 2. 「NGO と企業の連携ガイドライン」について 3. NGO の企業連携実態調査報告（萩原洋史氏/（株）マーケティング研究協会） 4. 事例発表 ・（株）ブリヂストン ・（特活）グッドネーバース・ジャパン） ・富士通（株） ・（公財）オイスカ 5. パネルディスカッション モデレーター：富野岳士/JANIC、 パネリスト：事例発表者
--	--	--	-------------------------	--

3. 活動テーマ

本研究会では、これまでの CSR ネットの活動から得た成果と課題を踏まえ、「連携事例の質を高め、量を増やす」ことを目標に、下記 5 つのテーマへ焦点をあて活動を進めた。

- ・ 国際協力 NGO の企業連携実態把握
- ・ 地方の NGO や中小企業・地方企業の巻き込み
- ・ 東日本大震災における連携～震災から国際協力へ～
- ・ 連携事例の共有と創造
- ・ 効果的なアドボカシー活動

4. 活動概要

上述の本研究会の 5 つの活動テーマは、前述の「2-3. 活動内容」で示した CSR ネットの 2011 年度活動のうちの「国際協力 NGO の企業連携実態調査」と「第 1 回～2 回シンポジウム」および「第 3 回～5 回定例会」において中心的に取り組んできた。

各テーマとその活動内容は、表 4 に記す通りである。

表 4：本研究会活動概要

活動テーマ	活動内容
国際協力 NGO の企業連携実態把握	国際協力 NGO の企業連携実態調査
地方の NGO や中小企業・地方企業の巻き込み	第 1 回シンポジウム開催（於：広島） （テーマ：「企業による CSR 活動と NGO との連携シンポジウム」）
東日本大震災における連携～震災から国際協力へ～	第 2 回シンポジウム開催（於：東京） （テーマ：「3.11 を経て、NGO と企業の連携はどう変わったか？～震災から国際協力へ～」）
連携事例の共有と創造	第 3 回定例会開催 （テーマ：「メンバー間連携マッチングプレゼン大会」）
効果的なアドボカシー活動	第 4 定例会開催 （テーマ：「『連携の量を増やし、質を高める』為のアドボカシーとは（提言活動戦略作り）」）
	第 5 回定例会開催 （テーマ：「開発効果／外務省・JICA の官民連携促進活動との連携」）

なお、本ネットワークの活動をより効果的に行う為、CSR ネットコアメンバーおよびアドバイザーで構成される「運営・助言委員会」を設置し、計 3 回の委員会を開催し、CSR や NGO と企業の連携に経験と見識の深い委員からのアドバイスを仰ぎながら活動を行った。

5. 各活動内容詳細

5-1. 国際協力 NGO の企業連携実態調査

5-1-1. 背景と目的

前述の通り、CSR ネットは 2011 年からの 3 カ年目標として「NGO と企業の連携の質を高め、量を増やす」ことを掲げている。これは、CSR ネットメンバーを主な対象としたこれまでの活動から、その範囲を広げ、日本社会全体に質の高い連携を増やしていきたいという意識の現われでもある。

活動の成果と対象を広めていく為には、CSR ネットメンバーだけに留まらず、より多くの日本の NGO の企業連携に関する情報を把握する必要がある。各 NGO の企業連携実績、方針、希望、課題等の実態を把握することで、より効果的な連携促進を行うことができるからだ。

また、企業の社会貢献や BOP ビジネス等の担当者からは、「どのように連携先 NGO を探せば良いのかわからない」といった声が多く聞かれる。その為、本調査で把握した個々の NGO の企業連携に関する情報を、JANIC のウェブ版 NGO ダイレクトリー (<http://www.JANIC.org/directory/>) の新項目として加えて掲載することで、連携先 NGO を探す企業にとっての効果的な情報提供を実施したいと考えた。

5-1-2. 調査概要

2) 調査概要

①調査・分析方法

現状、ほとんどの NGO がホームページ、メールアドレスを所有していることや、WEB アンケートが一般化し、パソコン等の端末からの回答のしやすさを鑑み、JANIC 内のホームページに回答ページを開設し調査を実施した。

なお、調査の告知・回答依頼にあたっては、メールもしくは電話によって実施した。

- ・ 調査期間：2011 年 11 月～12 月
- ・ 調査方法：WEB 調査（JANIC ホームページ内にて回答）
- ・ 調査対象：約 380 団体（JANIC のウェブ版 NGO ダイレクトリー掲載団体）
- ・ 調査項目：
 - I. 企業連携に関する方針ならびに情報公開について
推進の方針、企業側に望むこと、推進していきたい内容、WEB による情報公開、連携ポリシー
 - II. 企業連携に関する活動実績について
連携実績の有無、過去 1 年間の連携形態、連携分野、直近 6 ヶ月の企業側からの問合せと NGO からのアプローチ等
 - III. 企業連携の推進上の取組みおよび課題について
連携を推進する為の取組み（目標管理、広報 PR、人材育成）、連携を推進していく上での課題、連携を推進していく為の知識・スキル（重要度／習熟度）等
- ・ 分析方法：

単純集計（TOTAL）とクロス集計の比較分析により、当該データを多角的に読み解くこととする。なお、比較を一覧できるように、グラフの表は、左側に単純集計（TOTAL）、右側にクロス集計という形で掲載している。クロス集計の切り口は、所在地、有給専従者数、収入金額、連携実績の 4 つのセグメントを設定し、NGO と企業との連携の実態とその課題を探った。

3) 調査協力

本調査をより効果的で質の高い内容とする為、調査の企画・実施・分析に当たっては、日本生産性本部認定経営コンサルタントであり、マーケティング・コンサルティング会社においても各種のマーケティング調査の経験・ノウハウを持つ萩原洋史氏の協力を得た。

4) 調査結果

①回答団体：83 団体

②サンプリング：

JANIC のウェブ版 NGO ダイレクトリーへ掲載されている約 380 団体のうち、今回の調査は 83 団体からの回答を得た。今回のサンプル数は、日本国内の NGO の約 16～20%にあたり、JANIC へ正会員として加盟している団体でみると 26%になる。今回サンプリングは、JANIC 発行「NGO データブック 2011」を参考にすると、規模の小さい NGO からの回答が少ない傾向がある為、分析結果について一概には「差」を断定できるレベルには至らないが、所在地、有給専従者、収入、連携実績による

多角的な切り口による分析により、一定の傾向が見られたことから、自団体の属性・ポジションとの比較いただき、今後の活動の参考としていただきたい。

5-1-3. 調査結果サマリー

ここでは結果についての概要を述べるに留まる。詳細な調査結果については、別冊「国際協力 NGO の企業連携実態調査報告書」を参照いただきたい。

- ・ 9割を超える NGO が企業連携に対して前向きな取組み姿勢を有しており、8割が何らかの形で企業連携を行った実績がある。しかし、どのような連携を目指して行くのかといった「連携ポリシー」については8割以上があいまいな状況である。
- ・ 今後、NGO として推進したい連携形態は、「特定プロジェクト」や「NGO 団体活動」への寄付・助成・協賛といった金銭面での支援を含むもの（フィランソロピー型）が8割以上と高く、続いて「商品・製品・機械等の提供」や「プロボノの受入」、「コーズマーケティング」などという「ヒト」（従事者だけではなく、その顧客（生活者）を含む）、「モノ」、を巻き込んで行く支援（トランザクション型・インテグレーション型）となっている。しかし、過去1年間の連携実態（2010年4月～2011年3月・日本大震災を含む）との比較でみると「商品・製品・機械等の提供」、「ボランティアの受入（国内）」は推進したい意向を超えた結果となっているが、大規模 NGO に偏重した状況であった。
- ・ 過去1年間の連携実態と直近6ヶ月の連携実態の比較では、「商品・製品・機械等の提供」、「ボランティアの受入（国内）」「プロボノの受入」は全体的に増加した。いずれも、大規模 NGO の増加が顕著ではあるが、中規模以下（有給専従者数16名以下、収入1億円未満、連携実績20社以下）の NGO でも上記3つの項目を伸ばし、かつそれ以外の項目「用途を限定しない寄付・助成・協賛」を伸ばしている状況も伺えた。
- ・ 東日本大震災への対応により、大規模 NGO に「問合せ」が集中した。しかし、受入には限界もある為、「在京外」や「中規模」以下の NGO が全体を支えた役割は非常に大きい。また、「震災の支援活動をしている NGO」は、「活動していない NGO」に比べ企業連携の問合せ・実施件数・連携率ともに高い。
- ・ 東日本大震災の支援は、緊急的な対応がほとんどと思われるが「企業連携のきっかけ・絆」が増えたことは事実であり、その「絆」を今後どのように自団体の支援分野との連携へと展開していくかがポイントである。そのポイントは、「人的」なソフト面の課題だけではなく、ハードとしての組織を含めた「仕組み」の側面が大きい。
- ・ 更なる企業連携推進を目指して行く上の「仕組み」として、「連携推進の準備」としては、「連携ポリシーの明文化」、「担当者の明確化」、「企業リストのデータベース化」、「ターゲットとする業種・業態・企業名の明確化」の再度の見直しと、「連携推進のエンジン」としての、「推進目標の設定」、「目標に対する進捗管理」

の見直し・検討が鍵となる。

- ・企業連携の推進スキルの向上のポイントとしては「企画力」「提案力」「企業活動の理解」が挙げられる。このテーマを「ヒトの育成」×「仕組み」で考えていくことが重要である。

5-1-4. 成果と課題

本調査を行ったことで得られた成果は大きく2点ある。

第一に、調査結果の一部（各NGOの企業連携実績、方針、希望する連携形態等）をJANICのウェブ版NGOダイレクトリー（約12万ビジット/月、2011年4月～2012年2月実績）へ掲載したことで、連携先NGOを探す企業への効果的な情報の提供を実現できたと考えている。第二に、調査結果から、回答団体の企業連携に関する方針や実績、抱える課題を把握できたことだ。今後のNGOと企業との連携推進を行う上で大きな参考となった。

調査結果からは、まず、対象となった団体の9割以上が企業連携に積極的であり、8割以上が企業連携経験を持っていることから、今後もNGOと企業の連携推進のニーズが高いことがわかった。その一方で、NGOが抱える共通課題が見えてきた。それは各組織内での企業連携推進の「仕組み」づくりである。例えば、「連携推進の準備」として、連携ポリシーの明文化、担当者の明確化、企業リストのデータベース化、ターゲットとする業種・業態・企業名の明確化等の再度の見直しが必要であることがわかった。また、「連携推進のエンジン」としての推進目標の設定、目標に対する進捗管理についても今後強化する必要がある。さらに、企業への「企画力」と「提案力」、「企業活動の理解」といった点も多くのNGOが重要だと考えると同時に課題に感じているということがわかった。

こうした「各組織内での企業連携推進の『仕組み』づくり」をサポートする活動は、例えばノウハウの共通化やグッドプラクティスの共有等いくつかの内容が考えられるが、ぜひ来年度以降のCSRネットの活動を通じて検討し、実施していきたい。

「企業の東日本大震災支援の集中」の課題については、「震災から国際協力へ」をテーマに開催した第2回シンポジウムでも議論されたように、2011年に引き続き大きなチャレンジとなるだろう。今後震災での連携経験を今後国際協力分野での連携につなげるためには、やはり企業へのMDGsに代表される地球規模課題の課題についての啓発活動は必須であろう。特に、2012年度は6月に開催される「国連持続可能な開発会議（リオ+20）」や10月に日本で開催される「国際通貨基金（IMF）・世界銀行年次総会」等の機会を捉えた効果的な啓発活動を検討していきたい。

5-2. 第1回シンポジウム開催（於：広島）（テーマ：「企業によるCSR活動とNGOとの連携シンポジウム ～協働のコツを探る～」）

5-2-1. 目的

NGO/NPOと企業の関係は、1970年代までは特に高度経済成長の中で顕在化した公害問題への取り組みとして不信感を相互に抱く対立関係であった。ところが、1990年代パートナーシップの形へと変化してきた。その契機は1995年1月17日に発生した阪神淡路大震災であり、企業のフィランソロピー活動が義捐金型対応から、個別型対応へと質的变化をおこし、ネットワーク型のフィランソロピー活動が展開されるようになったことに現れている。2000年代、グローバリゼーションの進展、地球環境問題の深刻化、持

持続可能な社会の為に、地球規模での取り組みの必要性の高まりが指摘される。折しも2011年3月11日、東日本大震災による甚大な被害の発生と、NGO/NPO・全国の企業の救済復興活動への取り組みは、ますます、多様な主体やセクターによるパートナーシップ推進や連携・「絆」の重要性を認識させた。多様性を認めたくえで、持続的な社会を向上させるには社会的ニーズの把握や情報の把握に長けているNGO/NPOと、ニーズ充足の際に資源や能力面で優れている企業とが、補完・相乗効果が生じるようにパートナーシップを構築していくことが望まれる。しかし、パートナーシップの意義が社会的意義の側面だけであるとすれば、企業間競争の激化した市場原理の中において、企業は継続的に社会的課題へ取り組むことには困難が生じる。企業が利益追求の制約下にあるという事実と社会貢献活動・非営利性の部分を推進しなければならないという企業目的とパートナーシップのコンフリクトの問題である。NPO/NGO、企業のパートナーシップに関する理解不足が相互作用関係を構築できずに失敗する背景要因であろう。そこで、今回のフォーラムにおいては、経済的戦略と社会的戦略として、NGO/NPOと企業とのパートナーシップ構築が重要（協働のコツ）との観点から社会的活動プロセスに戦略的視点を導入し、NGO/NPO・企業の連携の「場」となることを目的として本シンポジウムを開催した。

5-2-2. 背景

広島県内における企業のCSRについての調査研究は、2002年ひろしまNPOセンターが調査した「企業の社会貢献活動調査」と広島市（広島市まちづくり市民交流プラザ）が行った「広島市とんでの会社、おもしろい会社」（広島市企業の社会貢献研究会－社貢研）がある。いずれも調査研究から10年経過しているが、その活動の中で、いくつかの特徴ある活動として、①マツダ株式会社が企業内に設置したボランティア人材バンクや、地域の清掃活動への参加、ボランティア休暇の制度導入、NTTドコモ中国の「障害者のアート展」など大手企業を中心とした活動や企業施設の市民開放などがある。おたふくソースではお好み焼きキャラバンを組み、食文化への提案を行っている。さらに近年では、②メセナの活動・フィランソロピーから企業の社会的責任・CSRとして積極的に社会課題（里山保全活動、環境教育・福祉教育への取り組み、子どもの健全育成）に取り組んでいこうとする傾向が見受けられる。1985年のプラザ合意以降の直接投資が契機となり、海外進出の為、企業フィランソロピーやコーポレートシティズンシップが求められ、メセナ協議会フィランソロピー協会が設立、企業の文化活動や慈善活動が活発化した。1995年バブル崩壊後、フィランソロピー活動も衰退した。この時期には、社会貢献活動は、収益事業活動に比べて①社会的効果が乏しく、社会的イノベーションが期待しづらい活動で、②企業にとって正当性や意義に乏しい活動になりがちであるとされた。

2000年に入り、グローバリゼーションの進展、市場の変化、社会問題の多様化、企業間競争の激化、地球環境問題の深刻化など、持続可能性の脅威や成熟社会における価値観の多元化など、企業を取り巻く環境の変化は、企業の社会的責任の変容を促している。

第一に、社会的責任を果たすことは、財務に好影響を与えるようになってきている。第二に、市場における社会性・倫理性評価と同時にそれらと経済的効果との両立も強く要請されるようになってきている。

上記の2点と、企業の社会的行動に対する戦略の在り方を考えていく為に、「NGO/NPOとの連携パートナーシップ」に注目が集まっている。

社会的状況の変化の中で地方においては、NGO/NPOと企業は社会的責任をどう捉え

ているのであろうか。地元企業サイドでは、社会的責任消極論がまだまだ多く、NPO サイドもパートナーシップに関して働きかけは弱いのが現状であろう。NGO/NPO と企業との連携・パートナーシップについては、意識と行動の両面において、いまだ不十分という印象を免れない。

5-2-3. 開催概要

日時：2011年11月18日（金） 13:30～16:30

場所：広島市まちづくり市民交流プラザ 研修室C 広島市中区袋町 6-36

主催：外務省

実施：（特活）国際協力 NGO センター（JANIC）/CSR 推進 NGO ネットワーク、（特活）ひろしま NPO センター

後援：広島県、広島市、広島経済同友会、中国経済連合会、広島商工会議所、広島県中小企業団体中央会、広島県経営者協会

参加者：計 48 名（企業 26 名、NGO/NPO11 名、行政 5 名、一般 6 名）

表 5：第 1 回シンポジウムプログラム（テーマ：「企業による CSR 活動と NGO との連携シンポジウム～協働のコツを探る～」）

時間	項目	登壇者（敬称略）
13:30～	開会挨拶	薄井次郎氏 外務省国際協力局民間援助連携室首席事務官
13:35～	基調講演	高木美代子氏 公益財団法人ケア・インターナショナル ジャパン マーケティング部長
14:10～	事例発表 1 「キャンペーンとデザインカ」	渡部朋子氏（特活）ANT-Hiroshima 代表理事
14:45～	事例発表 2 「理念、価値観の一致による協働」	榊誠司氏 生活協同組合おかやまコープ組織本部長
15:25～	休憩	
15:35～	グループワーク	
16:05～	各グループ発表	
16:30～	閉会挨拶	富野岳士氏（特活）国際協力 NGO センター事務局次長

5-2-4. 議事録

1) 主催者挨拶／薄井次郎氏（外務省国際協力局民間援助連携室首席事務官）

主に、次の 3 点について申し上げたい。1 点目は今回の副題である「地球規模の課題解決に向けた中国地域の NGO と企業による協働プロジェクトを考える」という点に関してで、近年地球規模の課題解決に向けた NGO/NPO や企業の役割の重要性がますます注目され認識が高まっている。これまでは、企業の途上国支援、貧困撲滅における役割については、CSR の一環で行われるという認識が主だったが、最近では BOP ビジネスの重要性が注目されるようになり、本業を行いながら社会貢献もあわせて実現するような事例が増えてきている。このような観点から本シンポジウムの共催者である国際協力 NGO センター（JANIC）が平成 20 年に CSR 推進 NGO ネットワークを

立ち上げ、地球規模の課題解決に向けた NGO と企業の連携にむけ様々な活動をしていることは、まさに時宜を得たものと考えている。

2 点目は、NGO/NPO と企業の連携について、たとえば東日本大震災では NGO/NPO や企業、またボランティア等の市民が連携して被災地の支援活動を行った。今回の震災で明らかになったのは、政府の役割には限界があり、政府の支援が届かないところに NGO/NPO や企業を含めた市民社会のきめの細かいサポートがますます必要になっているという点かと考えている。国際協力の分野では以前よりジャパン・プラットフォームの枠組みで NGO/NPO、企業、政府が連携して海外で緊急人道支援活動を行っているが、今後 NGO/NPO、企業、政府の連携のシステムについてはますます重要になってくると考えている。

3 点目に政府の役割について触れたい。政府としては NGO/NPO、企業の取組みを支援していきたいと考えている。外務省では MDGs の達成の為政府のみならず市民社会、民間セクターの役割を加速化する必要があるという認識の下、6 月に「MDGs 官民連携ネットワーク」を立ち上げた。のほか JICA や経済産業省もこの様な努力を後押ししており、経済産業省では「BOP ビジネス支援センター」が設立されて企業による BOP ビジネスへの参加を支援している。外務省民間援助連携室も平成 19 年度より NGO 研究会という枠組みを通じて NGO/NPO と企業の連携のあり方に関する調査研究や CSR 推進 NGO ネットワークの取組みを財政的に支援してきた。今後とも本ネットワークがより発展・拡大していくことを期待している。

最後に、2025 年に広島県が主催し、開催予定の「10 万人ピースコンサート」の開催にむけて、「ひろしま平和発信コンサート構想」策定委員会を中心に NGO/NPO、企業、行政等のマルチセクターによる連携強化の動きがあると聞いている。については、本シンポジウムにおいて活発な議論が行われ、今後の NGO/NPO と企業との連携が、更に活発になるよう期待している。

2) NGO と企業の連携ガイドライン」について～連携の意義・実践・効果・留意点は～／高木美代子氏（(公財) ケア・インターナショナル ジャパン マーケティング部長／CSR 推進 NGO ネットワークコアメンバー）

90 年代前半から、環境や貧困等々、NGO/NPO や行政だけでは解決できない地球規模の課題が深刻化する中、MDGs（国連ミレニアム目標）が登場する。そして徐々に、民間企業の社会的責任もクローズアップされるようになる。

このような外部変化を受け、NGO/NPO と企業の関係が変化している。従来、企業にとって NGO/NPO は、干渉・批判されるといった対峙関係が主流であったが、今では MDGs 達成に向けて、ともに連携（提案）するパートナーという存在に変わりつつある。そもそも、なぜ NGO/NPO と企業は連携するのか？組織基盤が脆弱な NGO/NPO にとって、企業が持つ技術力、組織力、営業力、マーケティング力等が魅力的なのと言うまでもないが、一方、企業にとっても NGO/NPO に期待している点は多いだろう。いち企業市民として消費者から向けられる目は非常に厳しく、もはや利益追求のみでは行き残れない経営状況の中、企業は、社会的課題への専門性や途上国のニーズを知り尽くした NGO/NPO と連携することで、より効果的に社会的な取組みを実践するとともに、自社のブランド力向上を図ろうとしている。

連携には大きく 3 つの形がある。まず「フィランソロピー（チャリティ）型」、「トランザクション型」、そして「インテグレーション型」である。詳しくは、「地球規模

の課題解決に向けた企業と NGO の連携ガイドライン」(CSR 推進 NGO ネットワーク /2009 年)を参照されたい。どの連携が 1 番よいということではなく、互いの連携目的や強み・弱み、また支援の規模や期間などにより、最も適切な連携の形を模索することが重要である。

連携において留意すべきことは、3 つある。まず「目的を共有すること」、次に「お互いを理解すること」である。そもそも NGO/NPO と企業は違うというのがスタートとなる。互いの違いや特性を認めた上で、共感できるような目的・目標を見つけ出していく作業の中で、信頼関係を築いていく必要がある。最後に、「正直であること」。例えば、想定されるリスクがあるような場合には、事前に共有し問題を予防する為の対策をとることが、継続したよりよい関係構築に向けて非常に重要な鍵となる。

整理すると、求められる NGO/NPO と企業の連携とは、「持続可能な社会の実現に向けた地球規模の課題解決を目的として、お互いの特性を認識し、資源や能力等を持ち寄り、対等な立場で協力して活動すること」ということになるだろう。また今一度、「連携」は課題解決の為の「手段」であって、連携すること自体が「目的」ではないということを改めて皆様にお伝えしたい。

その上で、求められる連携の事例が 1 つでも多く増えるよう、CSR 推進 NGO ネットワークは願っている。難しいと尻込みせず、まずは身近なところからコンタクトを取って第一歩をぜひ踏み出して欲しいと思う。

3) 事例発表

①「キャンペーンとデザインカ」／渡部朋子氏（(特活) ANT-Hiroshima 代表理事）

私たちのミッションは 1 枚の写真からはじまっている。原子爆弾が炸裂する直前の地上 600m の爆心地から撮影した写真である。1945 年の広島と現在の広島の写真を見比べることで、私たちが奇跡のまちに生きていることを実感している。

ANT-Hiroshima は、広島の NGO として、被爆の実相を伝えて核を廃絶し、平和文化と平和教育を広め、平和の担い手として次世代を育てていくことをミッションであると考え、活動を続けている。被爆地「ヒロシマ」のメッセンジャーとして、被爆の実相と平和への願いを世界各地に届ける為、PHP 出版の協力により絵本「おりづるの旅」を多言語で世界中に配布し、また「ヒロシマ」の記憶を失わない為、シグロと協働して被爆者の映像記録をつくっている。

「核兵器のない地球へ」、これまでの”NO、NO”と拳を振り上げるキャンペーンではなく、みんなで手をつないで核兵器のない地球に”YES”、戦争のない地球に”YES”というポジティブキャンペーンを実現させたいという思いではじめた「YES！キャンペーン」は、デザインのカ・アートのカ・コピーのカ・多くの市民の方たちの力をいただき、大きな成果を生むことができた。

具体的には、「ヒロシマ」のミッションに強く関心をもつイラストレーター黒田征太郎氏の仲介で、広島のデザイナーや中小企業の方たちと「YES！HIROSHIMA NAGASAKI GITEISHO」という絵本を制作した。この絵本を 1 冊 500 円で 17,000 冊を手売り販売し、その収益で被爆者のキャラバンを結成し、全国の首長さん 1,158 人から「ヒロシマ・ナガサキ議定書」への賛同署名をいただき、日本政府へ大きなインパクトを与えた。

デザインというのは言語をこえたメッセージ。広島の中企業だからこそ、この「ヒロシマ」のミッションを共有できたと強く実感している。地場の文化を理解し

ているのは地場の中小企業であり、協働することで色々な可能性がひろがり、世界で勝負できると感じている。徹底して広島にこだわり、広島の方たちと共に、NGO/NPO も企業もデザインカも一緒になって道を拓いていきたいと思っている。それが人も物もお金もない地方の小さな NGO/NPO が生きる道ではないかと考えている。

原点でもある「ヒロシマの使命」をいかに次世代につなぎ、一緒になって世界にどのように発信していくのかということ、私たちは問われていると思っている。

今回、多くの方のご協力でキャンペーンを成し遂げることができたが、今後も地場の企業の協力を得て、ともに情報を発信していく努力をつづけていきたいと考えている。

②「理念、価値観の一致による協働」／榊誠司氏（生活協同組合おかやまコープ組織本部長）

国際支援活動として岡山に本拠地がある国際協力 NGO の特定非営利活動法人アムダとの取組み、支援について紹介したい。

理念としておかやまコープは「思いやりの心でつなぐ人間らしい生き方の創像」「参加、自立して学び成長する組織の実現」「協働と連帯が育む組織と地帯の発展」を掲げており、考え方、価値観、そういったものが合致しているというのが提携のベースであると感じている。

日本の生協の国際活動としてさまざまな活動を行なっている。生協連には国際部というものを設置しており、ユニセフでの全国の活動やフェアトレードといった活動も進めている。

NGO/NPO と企業の連携というところでは全国的にはあまり進んでいないといった状況の中で、新たな国際協力支援をすることが必要だということで 2006 年から検討をはじめ、ユニセフ以外での活動視野を広げて、他の NGO/NPO との連携活動していくことが必要なのではないかのご意見を多く聞き始めた。

検討をして地元岡山県に拠点をおいて活動が見えること、活動報告がきちんとされて支援の様子がわかること、一方通行の関係にならないこと、相互を重視した関係を目指している。

アムダとの提携は、おかやまコープの組合員から連携を望む声が多くあり連携するに至った。アムダは岡山県に本部があり戦争地域などでの緊急救援活動、復興支援、自立支援、人道支援などを行う NGO である。

実際の協力支援の内容として、アムダ募金月間を設定して、組合員に募金を募り、アムダが緊急人道支援などを行う時にはここから支援金を使って頂くこと、そして協定の中で、アムダが災害援助などで活動を行なった場合、1、2 日で行かれる資金が必要ということに対して支援していける保証を作っていこうと金額も決めて 1 週間以内には行動をおこして行けるシステムを作っている。

緊急支援だけではなく、アムダ社会開発機構への支援ということで開発途上国の中長期的な支援も行なっている。

最後に、生協ではアムダの活動報告会等に参加することを重視しながら支援の中身がどのように生かされているのかをしっかりと報告している。それだけではなく組合員による様々な国際協力支援について勉強会のような企画を持ちより興味、関心を子ども達にも持ってもらうこと、それと国際的な思いやりやお互い様の気持ちを

小さい頃から育んでもらえるような取組みをたくさん行うなかで、アムダとの協働活動ができればと思っている。

4) グループワーク発表

会場参加者が5つのグループに分かれ、「連携するうえでの課題」、「課題に対する解決策」について、ディスカッションを行った。その後各グループでその内容を発表した。共通して出た意見は、まず NGO/NPO 側が企業に対して、連携によるメリットを企画・提案する力を底上げしていく必要があることだった。これは人員に限りがある中で、ミッションそのものへの活動で手一杯という状況をどう乗り越えていくかも課題である。また、まずお互いをよく知ることが大事であるが、NGO/NPO と企業が知り合う機会がなかなかないという意見が多く聞かれた。解決策として、ソーシャルメディアを使った情報発信や、お見合いの場づくりなどが必要だという結論となった。

5) 閉会挨拶／富野岳士（(特活) 国際協力 NGO センター (JANIC) 事務局次長）

広島県の湯崎知事が公約として、平成 25 年に「10 万人のピースコンサート」を実施するという話がある。その為の企画構想委員会が立ち上がり、自分もそのメンバーになり、毎月広島に来て国際協力の立場からいろいろと話をさせていただいている。その中で私が感動したのは、湯崎知事がおっしゃっていた次のような言葉である。「広島というのは原爆体験があるので平和をめざすことは当然使命としてやっていかなくてはいけない。ただ、平和といっても平和を脅かす紛争だとか世界の貧困問題が解決されない限りは絵に書いた餅である。広島県としてはそこに踏み込んでいくこと、その為の一つの象徴的なイベントであるピースコンサートを実施する。ただコンサートを1回やればいいのではなく、それに向けてムーブメントを高めていくことが重要だ。その間に広島県の NGO/NPO の支援をしていくような動きを作っていきたい。」湯崎知事のこの発言を受けて JANIC としてもぜひ力になりたいと思った。そういった中で今回広島でシンポジウムを開催させていただいた。広島では NGO/NPO と企業の連携がまだまだ進んでいないという状況はわかる一方で、事例報告を聞いていて、まずは大きな目標を共感するところさえできれば、地域ならではのユニークな連携が生まれるのではないだろうかと思っている。

その為には、今日のグループワーク発表でもあったように、まだまだ超えなければならぬ壁があることもわかった。その一つとして出会いの場がないということがわかった。東京でも 4、5 年前までは同じような状況にあった。そこで、JANIC は中間支援組織として、NGO/NPO と企業が連携する場を作ろうと「CSR 推進 NGO ネットワーク」というプラットフォームを立ち上げた。同ネットワークの活動の中では、今日のようなシンポジウムも行うが、もっと定期的に顔を合わせていろいろな話をしている。いつも夕方に会議を設定して終わった後には有志で飲みに行くようにもしている。このように公式な場と非公式な場を合わせて出会いの場を作り上げている。そうすればお互いに気心が知れる。そういった状態から 4 年位積み上げていくとようやく連携が生まれるといったことを体感している。1 年目で連携が生まれるということは JANIC の経験からも少ないが、今日のような出会いの場を設けてそれを継続していくということがとても重要だと思っている。今日の広島でのシンポジウムは出会いの場の第一歩だと考えている。今後はひろしま NPO センターと今日参加している皆さんが中心となって、このような場や勉強会などのいろいろな企画をぜひ継続して広げてい

っていただければと思っている。本日のシンポジウムがきっかけとなり、実際の出会いがたくさん生まれ、広島での企業と NGO/NPO の連携が増えて、湯崎知事が言うような「平和を脅かす紛争や貧困の解決」につながればうれしい。

5-2-5. 成果と課題

今回のシンポジウムを開催して得られた成果と課題は、主に4点ある。

第一に、NGO と企業との協働・パートナーシップの構築にむけ、本シンポジウムを開催し、特にグループワークを通じて、相互の理解と協働の意義については意見交換の「場づくり」ができたものと考えている。しかしまだ協働・パートナーシップを構築する意義や効果についての理解不足の状況を脱却できておらず、今後も協働の意義や効果の理解度を深めていくような機会（場づくり）を創っていく必要性を感じた。

第二に、地球規模の課題は山積しており、多様な担い手がそれぞれの特色を活かして協働で取り組むことがより効率的効果的であることが認識できた。一方で、営利と非営利のコンフリクトが障壁として存在することが確認された。この障壁を乗り越える為、企業の社会的戦略という視点の導入をより推進していくが重要であるとの認識が得られた。

第三に、パートナーシップにもいろいろな類型タイプがあることが認識された。それぞれのタイプによって働きかけ方が異なることがわかった。今後は、パターンによる協働多様性と協働事例を積み上げていくことが重要であると考えている。

第四に、企業と NGO の両者をつないだり、コーディネートできる中間支援組織の存在が重要であり、その中間支援のコーディネート機能の能力アップが必要ということが理解された。

5-2-6. 今後の展望

今回のシンポジウムを契機として、NGO/NPO・企業とも協働への戦略的取り組みの重要性を認識できた。ひろしま NPO センターとして、今後は、下記の取組みを、積極的に検討・実施していきたいと考えている。

- ・国際協力 NGO センター（JANIC）とのネットワークを強め、広島県内の NGO/NPO とのネットワークを構築していく。
- ・企業の社会貢献活動と NGO/NPO との協働の度合いには各ステップないしは段階がある。初期の段階はむしろ対立的側面が強い場合もあったが、①経済的法的責任における取引関係、②倫理的責任レベルにおける協力関係、③NGO/NPO の協力を得て新たな社会的公益的意味合いを持つ収益事業の展開を行う協働関係、④伝統的フィランソロピー関係といった各段階を認識したうえで、多様な関係を構築していく。
- ・実践例を積み上げていき、社会的な成果を上げていく。

以上のような関係構築と実践の促進の為、NGO/NPO・企業で、企画から評価までの両者の関係の在り方について検討する組織（中間支援的機能をもった組織）を立ち上げていきたい（ないしは、ひろしま NPO センターがそのような機能を強化していくこと）と考えている。

（文章作成：特定非営利活動法人ひろしま NPO センター）

5-3. 第2回シンポジウム開催（於：東京）（テーマ：「3.11 を経て、NGO と企業の連携はどう変わったか？～震災から国際協力へ～」

5-3-1. 背景と目的

2011年3月11日に発生した東日本大震災の未曾有の被害を受け、多数のNGOと企業が連携して被災者支援活動を実施した。本シンポジウムでは、NGOの東日本支援の取り組みを伝えるとともに、震災での連携を通してポジティブに変わりつつあるNGOと企業との関係を伝え、その経験を今後国際協力分野での連携で生かし、グローバルイシューの解決に向けた取り組みを促すことを目的に開催した。

5-3-2. 開催概要

開催日：2012年2月17日（金）14時00分～17時30分（交流会：18:00～20:00）

場所：JICA地球ひろば講堂（交流会：カフェ・フロンティア）

主催：外務省（平成23年度NGO研究会）

実施団体：（特活）国際協力NGOセンター（JANIC）／CSR推進NGOネットワーク

後援：一般社団法人グローバル・コンパクト・ジャパン・ネットワーク（GC-JN）、独立行政法人国際協力機構（JICA）、1%（ワンパーセント）クラブ

参加者：104名（内訳：NGO/NPO関係者38名、企業関係者50名、学生/一般その他9名、JICA3名、マスコミ関連4名）

表6：第2回シンポジウムプログラム（テーマ：「3.11 を経て、NGO と企業の連携はどう変わったか？」

時間	項目	担当者
14:00 ～ 14:05	主催者挨拶	薄井次郎氏（外務省国際協力局民間援助連携室首席事務官）
14:05 ～ 14:25	基調講演 「東日本大震災でNGOはどう動いたかー深まる連携の重要性ー」	田島誠（（特活）国際協力NGOセンター（JANIC）震災タスクフォース チーフコーディネーター）
14:25 ～ 14:40	「NGOと企業の連携ガイドライン」について ～連携の意義・実践・効果・留意点は～	高木美代子氏（公財）ケア・インターナショナル ジャパン マーケティング部長 ／CSR推進NGOネットワークコアメンバー
14:40 ～ 15:00	NGOの企業連携実態調査報告 ～マーケティングのプロが読み解く調査結果～	萩原洋史氏（株式会社マーケティング研究協会／日本生産性本部認定経営コンサルタント）
事例発表		
15:00 ～ 15:20	「NGOと連携したボランティア活動について」 （連携先：ピースボート等）	小林健二氏（株式会社ブリヂストン ブランド推進部 社会活動課長）

15:20 ～ 15:40	「復興支援における企業との連携」 (連携先: 旭硝子、ANA (全日本空輸)、ベネッセホールディングス等)	東江菜の葉氏 ((特活) グッドネーバース・ジャパンフ ァンドレイジング部)
15:40 ～ 15:50	休憩	
15:50 ～ 16:10	「クラウド・サービスの提供等」 (連携先: 被災者を NPO とつないで支える合同プ ロジェクト等)	藤崎壮吾氏 (富士通株式会 社 パブリックリレーショ ンズ本部 CSR 推進部長)
16:10 ～ 16:30	「海岸林再生プロジェクトでの連携」(連携先: 西 友 (Walmart)、ICAP 東短証券、エリクソン・ジャ パン等)	長宏行氏 (公益財団法人オ イスカ 国際協力部長/ CSR 推進 NGO ネットワー クリーダー)
16:30 ～ 17:20	パネルディスカッション 「震災の経験を生かし、国際協力での連携を深 めるには」 パネリスト: 事例発表者	モデレーター: 富野岳士 (特活) 国際協力 NGO セ ンター (JANIC) 事務局次長)
17:20 ～ 17:25	CSR 推進 NGO ネットワークの新名称等について	門田 瑠衣子氏 (エイズ孤児 支援 NGO・PLAS 代表理事) / CSR 推進 NGO ネットワ ークコアメンバー)
17:25 ～	閉会挨拶	富野岳士 ((特活) 国際協力 NGO センター (JANIC) 事 務局次長)

5-3-3. 議事録

1) 主催者挨拶/薄井次郎氏 (外務省国際協力局民間援助連携室首席事務官)

開会にあたり、お伝えしたいことが4点ほどある。

まず、本シンポジウムのテーマである「3.11 震災後、企業と NGO の連携はどう変わったか」ということについてお話したい。東日本大震災においては、NGO、NPO、企業、ボランティア等、市民が連携して被災地へ支援活動を行った。今回の震災で明らかになった点は、政府の役割には限界があり、政府の支援がとどかないところは企業及び NGO を含めた、市民社会のきめ細かいサポートが必要になってくるということである。国際協力の分野では、以前よりジャパン・プラットフォームという NGO、企業、政府が連携して海外で緊急人道支援活動を実施する枠組みができています。このような企業、NGO そして政府との連携のシステムは今後海外のみならず国内でも重要になってくると考えています。

2 点目は昨年秋に同研究会の枠組みで広島にて実施した NGO と企業の連携をテーマにしたシンポジウムでも多く指摘があったことだが、NGO と企業との連携が進まない理由として、企業と NGO が接触する機会が少ないことが理由に挙げられていたように記憶している。従って、本シンポジウム等のいわゆるお見合いの場を多く作る事

でお互いの活動の理解が進み、連携に向けた具体的な事例が増えるのではないかと
思う。

3 点目は、NGO と企業の連携の形態の発展について、これまで企業の途上国支援や
貧困・環境問題等への取り組みは、主に企業の社会貢献の一環やチャリティ活動とし
て捉えられることもあったが、最近では途上国をマーケットとした BOP ビジネスの観
点からも捉えられ、企業の本業に関連するビジネスの一環として考えられる傾向が強
くなってきている。その意味では、企業と NGO の連携が今後より持続性の強い関係
に発展していくのではないかと期待している。

最後に、政府の役割についてだが、政府として NGO と企業の取り組みを支援する
必要があると認識している。例えば、外務省では MDGs の達成の為に、政府のみなら
ず市民社会、民間セクターによる取り組みを加速化する必要があると認識しており、
昨年 6 月に「MDGs 官民連携ネットワーク」を立ち上げた。外務省民間援助連携室も
平成 19 年から NGO 研究会への支援を通じて NGO と企業の連携のあり方に関する調
査研究や、CSR 推進 NGO ネットワークの取り組みを財政的に支援してきた。今後と
も、本ネットワークが益々拡大・発展していくことを期待している。

2) 基調講演 「東日本大震災で NGO はどう動いたかー深まる連携の重要性ー」／田
島誠（(特活)国際協力 NGO センター (JANIC) 震災タスクフォース チーフコーディネ
ーター）

今日は、震災での被災地支援における NGO 活動の全体像について、国際協力 NGO
が何をしたのか、その成果は何だったのか、今後何が求められているのかについてお
話したい。

被災地では、50 団体以上の NGO が現場で支援を行った。4 割が震災発生後 3 日以
内、6 割が 10 日以内に活動を開始している。「なぜこれ程多くの NGO がこんなに早く
動けたのか」、については下記の 4 点が考えられるのではないかと。第一に、既存の救援
の仕組みでは対応できない大災害だった為 NGO が動かざるを得なかったということ
があるだろう。その積極的理由としては、援助に国境はない、困っている人は放っ
ておけないという NGO が本来的に持っている人道的な動機がある。消極的理由とし
ては、社会的要請と内外からの期待と圧力があつたことが挙げられる。第二に、国際協
力 NGO は国内 NPO と比較しても規模の大きい団体が多く、組織・人材・資金的な資
源と動員力があつたということが挙げられる。第三に海外での経験と事業運営のスキ
ルがあつたということも重要である。4 点目として、平時の活動で築いた一定のネッ
トワークと準備があつたということが大きかつたのではないかと。

NGO による県別支援状況は、宮城県 4 割、岩手県 3 割、福島県 1 割程度、プロジェ
クト数も大体同じ傾向になっている。また震災支援活動の開始時期は、5 割近くの団
体が震災発生後 1 週間以内には現地に入って活動を開始した。10 日以内になると 6 割
近い団体が開始している。

支援分野については、初期の物資支援に終わらず、専門性を活かした長期的な支援
をしている。例えば、2011 年 6 月の時点ですでに、市職員向けの炊き出し、仮設住宅
住民への物資配布、扇風機と衣類の配布、避難所の清掃と寝具の配布、保健・衛生、
子ども・精神的ケア、雇用創出・早期復興、仮設住宅支援など、幅広い支援が行われ
ている。

ここで、JANIC の活動について少し紹介をさせていただく。JANIC では 2011 年 3

月 12 日から被災者支援を開始し、NGO のサポートをする為のタスクフォースを立ち上げて活動している。宮城、岩手、福島に現地事務所を置いて活動してきたが、特に、グローバルシューでもある福島での活動は 2013 年 9 月末迄実施を予定している。活動の目的は、国際協力 NGO が効果的な支援活動を行えるように、ニーズとリソース（人・物・金・組織・情報）の中継役を担うということ。また被災者に必要な活動が NGO からスムーズに引き継がれることを目指している。

具体的な活動内容は、まず情報支援として、ウェブサイト、メーリングリスト、情報交換会等での情報収集と共有を行っている。特に、情報交換会は秋口までは毎週開催していたが、これまでに約 500 団体が参加している。また、ニーズマッチングとして国内外のドナーと NGO をつないだり、災害ボランティアセンター、自治体、海外の団体とも連携したネットワーキングやアドボカシーとして政府に対する政策提言を行っている。またこうした活動の記録をしっかりと残していくことも重要だと考えており、将来の大災害に備えた経験と教訓の記憶化を目指し、映像、記録報告書の作成をしている。

今回の震災で国際協力 NGO は何かできたのか、成果についてまとめてみると、まずは迅速な対応ができたこと、さらには既存の仕組みや準備で手が届かない人々を救ったこと、それも多彩な専門性を活かした支援ができたことが挙げられる。実施においては企業の CSR 活動との協働が多くみられ、平時のネットワークと過去の経験が活かされたといえるだろう。

課題については、JANIC が行ったアンケートでも 5 割以上の団体が、「現地での関係づくりに苦労した」と回答している。改善にあたっては平時の関係と制度の構築が必要になってくるだろう。また震災支援における NGO と企業の協働についても、NGO は、物資、資金、人的支援等を求めているのに対し、企業はボランティア派遣のニーズが高く、希望のミスマッチという課題も多くみられる。

今後に向けてのキーワードは「事前の準備」。事前の合意、危機対応計画、ネットワーク構築、備蓄等を行うことにより有効な対応になるのではないかと期待する。

3) NGO と企業の連携ガイドライン」について～連携の意義・実践・効果・留意点は～／高木美代子氏（公財）ケア・インターナショナル ジャパン マーケティング部長／CSR 推進 NGO ネットワークコアメンバー

まず、CSR 推進 NGO ネットワークについて簡単に説明したい。世界の「貧困と開発」の問題解決に寄与する為、NGO と企業の連携促進を目的に 2008 年 4 月に設立。NGO メンバーと企業メンバーが定期的に対話を行い、両者が合同で取り組める課題の抽出やアクションを行っている。具体的な活動は、本日も説明する「地球規模の課題解決に向けた企業と NGO の連携ガイドライン」の作成、提言活動など。時にはネットワークの中で連携事例を共有したり、新しい事例創出に向けたプレゼン大会を行ったりしている。

NGO と企業の連携の意義についてだが、NGO 側としてはまだまだ組織基盤、財政基盤等が脆弱なものである為、企業の持つさまざまな技術力、組織力、営業力、マーケティング力などを活かす必要がある。一方、企業側が NGO と連携するメリットとしては、現在経済的利益を求めただけでは消費者等から認められない現状がある中で、地域の課題、途上国の問題において専門性を有する NGO と連携することによって、より効果的に問題を解決することができるというメリットがある。また場合によって

は単独で活動するよりも、NGOのような公益の団体と連携することでブランド力の向上につながるのではないかと考えている。

そうはいつでも、実際に連携を考えると、多くの課題があるという声が多い。例えば、連携相手をどうやって探せばいいかわからない、連携を始めたものの思った通りに進まない、コミュニケーションが上手くとれない、企業は短期的成果を求めがち、等。NGO側には結局は企業のマーケティングに利用されただけではと疑問が残る場合もある。

そこで、互いの立場や違いを理解・尊重しながら連携ができるよう、連携の為の共通のガイドラインが必要だという認識から、本ネットワークで「地球規模の課題解決に向けた企業とNGOの連携ガイドライン」を作成した。

ガイドラインの中では、連携の手順を1~12まで紹介している。「連携する目的の明確化」、「互いの特性を把握する」ことに始まり、「連携相手を選ぶ（この際理念や方針が合うか、目的達成の為のガバナンスがしっかりしているかという点が重要）」、さらに期間や評価の仕方、役割分担、スケジュール、など実施体制を具体化し、それを書面で確認し取り交わすことを推奨している。また、連携について評価・報告を行い、改善に向けた取り組みを行うことも重要である。

また連携のパターンについては、下記の3つに整理している。

1. フィランソロピー（チャリティ）型

一方通行の関係。企業のNGOの活動への関与度は相対的に低く、NGOは企業に対して感謝する姿勢が見られる。

2. トランザクション（取引関係）型

企業とNGOの間に相互理解と信用が生まれる連携。ミッションや価値観において類似点が見られる。リーダーシップを持った個人レベルでの強いつながりがある。

3. インテグレーション（事業統合）型

事業に統合された連携。ミッションや価値観が共有され、組織同士の関与度が高まる。相互に組織文化へ影響。

さらに連携の留意点についてもまとめているが、まずは「目的を共有すること」が重要である。また、「お互いを理解すること」、異なる組織形態や文化を持つ企業とNGOが、互いの違いを認めた上で共感できる目的や課題を共有し、信頼関係を築いていく事が大切になってくる。そして、「正直であること」。連携の実施にあたり、双方に想定されるリスクなどのマイナスの情報を事前に共有し、問題を予防することが重要で、また、万が一問題が発生した時も、このような姿勢があることで問題を円滑に解決しやすくなる。

まとめとして、今後求められるNGOと企業の連携とは、「持続可能な社会の実現に向けた地球規模の課題解決を目的として、お互いの特性を認識し、資源や能力等を持ち寄り、対等な立場で協力して活動すること」だと考えている。本ガイドラインがその一助となれば幸いである。

4) NGOの企業連携実態調査報告～マーケティングのプロが読み解く調査結果～／萩原洋史氏（株式会社マーケティング研究協会/日本生産性本部認定経営コンサルタント）

調査に関して重要なのは公平性、中立性、代表性を考慮することである。それらを踏まえ、今回の「国際協力NGOの企業連携実態調査」によって見えてきた傾向を発

表したい。

本題の前に、簡単な自己紹介をさせていただきたい。私は、大学卒業後、金融機関に勤めたが、その際の経験から「金」よりも「人」を大切に作る職業に関わりたいたいと考え、現在のマーケティング会社に勤めている。

昨年 11 月、様々な NPO・企業が協力して実施した「ありがとうプロジェクト」に関わった。本プロジェクトは、震災後、多くの人々が「何か自分にできることはないか」と考えるなか、「言えなかったありがとうを伝えていこう」をテーマに、企業、NPO、外務省等の連携によって行われ、盛り上がりを見せた。

プロジェクトの一例として、サントリーは自社製品「プレミアムモルツ」との連携を行い、CM 等を通じて大々的なキャンペーンを実施した。本プロジェクトは大学祭の時期と重なり、学生がプロジェクトの担い手として大きく盛り上げてくれた。さらに、被災地でも本プロジェクトは行われ、世界に向けて様々な国の言語で「ありがとう」が発信された。この試みは NHK でも取り上げられた。

さて、ここからは NGO の企業連携実態調査の報告をさせていただく。本調査は、CSR 推進 NGO ネットワークの 3 カ年目標でもある「NGO と企業の連携の量を増やし、質を高める」ことを目指し、本アンケートの回答の一部を JANIC のウェブ版 NGO ダイレクトリーへ掲載することで連携先 NGO を探す企業への情報提供を行ったり、アンケート分析結果を活用した連携促進活動を行うことを目的とした。

主な調査項目は、下記の通りである。

- I. 企業連携に関する方針ならびに情報公開について
- II. 企業連携に関する活動実績について
- III. 企業連携の推進上の取組みおよび課題について

これらの回答結果を単純集計すると同時に、回答団体を「所在地」「有給専従者」「収入」「連携実績」のカテゴリーに分け、クロス集計を行った。回答は 83 団体の NGO から得られた。

まず、企業連携の有無については、約 83% の団体が「ある」と回答した。また、別途当社が行った企業（主に大手企業）に対する連携の実態調査では、約 2 割が「(NGO との連携について) まだ取り組んではいないが、非常に興味がある」との回答が得られた。この結果を鑑みると、企業連携のポテンシャルは非常に高いものと思われる。様々な制約はあるだろうが、企業連携は今後の更なる発展が期待できる分野である。

連携の推進状況やポリシーの明文化については、団体規模が大きくなればなるほどその割合も高くなっている。また連携する企業側への要望という項目では、「連携目的・理念の共有」が 38% で全体のトップであった。また、専従者が少ない団体では「NGO の活動への理解」を求める割合も高い。

専従者が多い団体では「社会問題への継続的支援」も重要視されていた。これは、前述の「ありがとうプロジェクト」も同様であるが、評価と報告、さらに次の計画とセットの提案ができるかという点が、継続的な支援を求めていく決め手となっているのではないかと。

NGO として推進したい企業連携とはどのようなものか、という問いに対しては、「特定のプロジェクト・イベント・キャンペーンへの寄付・助成・協賛」が最も高い割合を示した。また、プロボノの受け入れやボランティアの受け入れ等、「人」の受け入れに関して、専従者 5 名以下の団体においてはそれほど高い割合ではないことが注目される。規模が小さいからこそ、人的支援は必要なのではないかとも思われるので、こ

の視点への取り組みが今後のポイントになると思われる。

一方、別途企業側へ調査した連携実態は、キャンペーンやイベントへの参加については、企業と NGO の間に大きなズレはみられないが、反面で、人的支援はやはりまだまだ少ない。これからの分野といえる。

直近 6 ヶ月（昨年 5 月～11 月頃）の企業からの問い合わせでは、大手企業からの問い合わせが多い傾向であった。企業からの問い合わせによる連携の形態の変化をみると、思いのほか、商品等の提供や若干ではあるが人の受け入れも増加している。その内容を分析すると、商品等の提供に関しては、在京以外の NGO が事例を増やしており、人の受け入れに関しては、ミドルクラス以下の団体が連携の内容を増やしている。

続いて、東日本大震災における支援活動の有無と企業連携の関係をみる。震災支援活動中の団体と活動をしていない団体では、企業からの問い合わせ件数や連携数に大きな開きが出た。連携分野の変化をみると、震災関連の連携実績が上昇傾向である。

このように、連携の機会は確実に生まれている。その機会を活かすべく、企業連携の推進に向けて「目標管理」「広報・PR」「人材育成」の観点からもアンケートを行った。

企業連携推進上の課題という項目をみると、専従者が 17 名以上の団体においても、「人的な数の不足」を挙げる団体が少なくない。また、20 社以上の連携実績をもち経験もそれなりに持ち合わせている団体であっても、「人的な資質の不足」を課題として挙げている。これは、「人の問題」ではなく「仕組みの問題」なのではないだろうか。

「目標管理」という視点でみると、連携を推進する企業に対する担当者の明確化を行っている団体は専従者 17 名以上であっても約 6 割に止まり、企業リストのデータベース化や推進目標（件数）の設定を行っている団体も少なく、計画段階の取り組みが不十分であるように見受けられる。

「広報・PR」の側面をみると、企業関係者が集まる会合への出席や企業訪問の強化も十分とはいえず、きっかけづくりとそのフォローに課題が残っている。

「人材育成」という部分に関しては、「特に何も実施していない」という回答が多い。人材育成へ、より高い関心を示すということが求められる。

企業連携を推進する為のスキルでは、連携実績が 20 社を超える団体では「企画力」が重要視されながらも習熟度が低いという認識であり、収入が 1 億円を超える団体では企画力に加え「提案力」や「マーケティング思考」も、重要でありながら低い習熟度を示した。これらのスキルは連携の際の中心となる為、さらなる強化が必要である。

震災以降、企業連携のきっかけ、絆が増えたのは確かである。その「絆」を今後どのように自団体の支援分野との連携へと展開していくかが課題である。その為には、人等の「ソフト」部分だけでなく、仕組み等の「ハード」部分の強化がポイントとなる。企画力、提案力等のスキル向上も同様に重要である。

最後に、マーケティングの立場から提言させていただくと、日本の企業は、世界 No.1 の製品・サービスを提供しているが、売れずに（というよりも選ばれずに）困っている。つまり、日本社会の何かが変わったのである。その変わったものを見つける為には、異なった価値観と出会うことが最も重要である。今後は NGO も、CSR 部門だけではなく、商品・マーケティング担当者とも積極的に対話をしてはいかがだろうか。その際、まずお互いのお客様（支援者）の話から始めることによって、共通のきっかけや問題解決の糸口を見つけることができるのではないかと考えている。

5) 事例発表

①「NGO と連携したボランティア活動について」（連携先：ピースポート等）／小林健二氏（株式会社ブリヂストン ブランド推進部社会活動課長）

ブリヂストンは、タイヤ事業を中心に、ウレタンやスポーツ用品、免震ゴム等多角的に事業を展開している。

当社では、2011年3月1日に企業理念が変更された。「最高の品質で社会に貢献」を使命とし、心構えとして「誠実協調」「進取独創」「現物現場」「熟慮断行」の4つを掲げている。

2011年3月11日の東日本大震災発生後、14日に支援金2億円、支援物資1億円分を被災地へ送ることを発表。しかし、社員の間から「金、モノだけの支援で良いのか」といった声が多くあがった。また、前述の企業理念の変更が、現地における活動の開始を大きく後押ししたこともあり、現地ボランティアの具体的スキームを組み立てるに至った。

社員によるボランティアの有効性や社員の安全確保といった問題もあった為、まずはトライアルとして、4月14日～16日に第1班が派遣された。その結果、

- ・社員ボランティアであっても多少は貢献できる
- ・社員の安全を確保したうえで活動ができる
- ・本業に負担がかからない範囲でボランティアに参加できる
- ・社員がボランティア活動に充実感を抱くことができる

といったポジティブなフィードバックが得られた。

今回のボランティアは、ピースポートと連携して取り組んだ事業である。継続的な支援の必要性を認識していた当社は、月に二度、40人単位でのボランティア参加を表明したが、当初は受け入れ先が見つからなかった。そのような状況下において、JANICが主催する情報交換会に参加したところ、ピースポートの合田さんよりお声をかけていただき、その結果、5月～11月の継続的なボランティアを展開することができた。

また、今回の連携を経て、企業の災害支援における強み、弱みが明らかになったと考えている。まず強みとして挙げられるのは、資金（支援金等）、労働力等の提供や物資調達といった経営資源を大きく活用できるという点である。その反面、現地ニーズの把握、災害支援の体制づくり、ボランティア活動のノウハウ等、ソフト面に課題があると感じられた。

今後は強みを活かし、弱みをカバーできるような仕組みを考える必要がある。また、企業側から地域社会・自治体へ話をもちかけようとしても、どの団体に声をかければ良いかわからない等、難しい部分が存在する為、企業団体のプラットフォームを構築することが求められる。そのうえで、企業側は、平常状態への早期回復、支援内容の意思決定の迅速化を含めた災害支援のスピードアップや、企業内でのボランティアリーダー作り等、災害支援への対応力強化を行う必要があると感じている。

一方で、NGO側には、「意思決定に時間がかかる」「支援先、支援内容はケースバイケースである」「本業の維持の為集団・短期間の実施が好ましい」といった企業の行動特性への理解、そして緊急時における現地ニーズの情報発信をお願いしたい。

上記のような強み・弱みを踏まえた上で、今後NGOと企業間の相互理解、ボランティアノウハウの水平展開等、平常時における緩やかなネットワークを構築して

いくことが今後の効果的な連携の鍵となるのではないか。

<質疑応答>

Q. これまで NGO との接点がなかった社員の方々はどのような感想を抱いていたか

A. 「これまで『特別な存在』だと思っていた NGO の方々が身近に感じられた」「退職後は国際協力等の世の為になる活動をしたい」といった声が挙がった。

Q. 社員の方々の安全面はどのようにクリアしたか

A. 踏み抜き、落ちていた材木、粉塵等のリスクを洗い出し、工場の操業や解体を管理している安全推進部からアドバイスを受け、防塵マスクやゴーグル、ヘルメット等によってボランティアの装備を固めた。

②「復興支援における企業との連携」（連携先：旭硝子、ANA（全日本空輸）、ベネッセホールディングス等）／東江葉の葉氏（（特活）グッドネーバーズ・ジャパンファンデレイジング部）

まず団体紹介をさせていただく。グッドネーバーズは、人道・開発・緊急支援を行う国際協力 NGO 団体で、世界で 20 カ国以上に拠点を置き活動を展開している。子ども支援を中心に教育、医療等の様々な方面からアプローチをしている。自然災害時は子どもが特に弱い立場におかれる為、災害時の緊急支援も積極的に行っている。

今回の東日本大震災でも、発生直後にも被災地に入り、岩手県を中心に活動してきた。現在も大槌町に事務所と駐在スタッフを置いて活動をしている。活動はニーズに応じて様々なプロジェクトを行っている。短・中・長期それぞれのフェーズで、ソフト・ハードの両面からアプローチを行っている。

今日は、企業との連携プロジェクトとして2つ紹介させていただきたい。まずは旭硝子と全日本空輸（以下 ANA）との連携で、大槌町にて5月に行ったイベント「お母さんと子どものフリーバザー」である。イベントの様子をこれから動画で流すのでご覧いただきたい（民放で放送された映像を再生）。

実施した5月は震災から約2ヶ月経過した時期であり、マイナスからゼロの段階に移り変わり、普段の日常感覚を取り戻していきたいという現地の声が多かった。また「本来の『自分で選んで』買い物をする感覚を取り戻してほしい」という現地スタッフの思いもあり、擬似ショッピング形式のイベントという企画が持ち上がった。

連携のきっかけについては、JANIC が開催した NGO の情報交換会でこの2社との出会いがあった。そこでこのイベントの企画を説明し、グッドネーバーズのほうから支援を依頼した。具体的には物品の支援と、当日の運営スタッフとして社員ボランティアの派遣である。2社ともイベントの趣旨に賛同いただき、承諾いただいた。旭硝子は自社製品食器の提供、ANA は客室乗務員から物品を提供していただき、また両社から社員ボランティアを派遣していただいた結果、さきほどの映像のようなフリーバザーの開催が実現した。

参加した社員からは、自分たちらしい支援ができた、自社製品を喜んでもらえて嬉しいという声が聞かれた。また町民の方からは、子どもの写真が流されてしまったので、同イベントの企画ブースで写真を撮り思い出を残すことができ嬉しい、旭硝子さんの質の高い食器をもらい今後長く使っていきたいという感想をいただいた。

2つ目の事例はベネッセホールディングスと連携した社員ボランティアの受け入れである。以前ベネッセからの募金先として選んでもらっていたことがあり、そのつながりで社員ボランティアも派遣したいと相談を受けた。グッドネーバーズとしては、その時期大槌町内の川を震災前の状態に戻す為の、河川の清掃ボランティア事業を行っていた。ベネッセから相談を受け検討した結果、現地のニーズを優先して、今一番必要とされている河川清掃への協力を持ちかけた。結果 CSR 推進部としてボランティアツアーを企画していただき、下記の流れのようなボランティアツアーが実現した。

- ・ 1 日目：駐在スタッフからラーニングセッション（被災地の現状、プロジェクトの背景、ボランティア作業の意義の説明）
- ・ 2 日目：実際に清掃ボランティア
- ・ 3 日目：観光（地域を知る、経済復興への貢献）

1 日目のラーニングセッションは好評で、社員ボランティアの方々からも趣旨や状況がよくわかり、翌日のボランティアを行う上で参考になったという声が多く聞かれた。

最後に、企業との連携について、自分なりの考えを述べたい。連携の意義は、異なる性質の組織がそれぞれの特徴を持ち寄ってより良い実践に移すことができることだと考えている。それぞれが持つリソースとしては人・物・金・情報などが上げられる。連携には「出会い」が必要だが、出会う為にはお互いの情報発信が必要になってくる。企画の際には、足りないものを明確にし、補い合う姿勢、企画を詰めていく段階で、目的とゴールを共有し、忙しい中でも対話を重ねることが大事だと思う。

NGO と企業それぞれが成長する為に大切だと実感しているのは、お互いがお互いの目的に少しでも共感していること、できることから小さな一歩を踏み出すこと、違う立場だからこそアイデアを出し合うということ、対等な関係で協力しあう姿勢をつくっていくこと、更にはお互いの立場を尊重しあうこと、信頼関係を築き、それを保つ両者の努力が必要だと考えている。

<質疑応答>

Q：出会いの場について、JANIC の情報交換会を利用したということだが、震災前にも企業連携の為に情報交換会に参加したことがあったか？

A：震災前は、NGO や企業が集まる場を利用したか、という質問と捉えると、本シンポジウム実施団体の1つである CSR 推進 NGO ネットワークに参加しており、企業メンバーとも2ヶ月に1回の定例会で交流があった。

Q：失敗事例について、組織としてどれだけ分析して協力企業にフィードバックしているか？被災地の人々はともすれば「声なき人々」であると感じている。私たち NGO は現場の声をきちんと吸い上げて反映する努力をすることが重要だと感じているので、

A：まさに支援団体としての役割だと思う。今回国内で起こった大災害なので、企業側としても「何かしたい」という思いがとても強い。しかしそれが現地のニーズにあっているかどうかは別問題。今回の事例では企業側から提供いただけるリソースを聞いた上で、現地のニーズと合うかどうか、内容を議論しながら形作っていった。逆に現地のニーズに合わない協力の申し出をいただくこともある。その際は、まずはなんとかその思いを活かせないかということは、被災

者と支援者をつなぐ役割である支援団体として考えるべきことで、しかしどうしてもニーズに合わない場合はしっかりとお断りする努力をした。

③「クラウド・サービスの提供等」（連携先：被災者を NPO とつないで支える合同プロジェクト等）／藤崎壮吾氏（富士通株式会社 パブリックリレーションズ本部 CSR 推進部長）

富士通では、医療や金融、交通等の社会基盤にかかわる ICT インフラを提供している。震災発生後、まずはこうした社会インフラをなんとか守りたいと、延べ 1,500 人を超える応援部隊を現地（釜石、大槌町など）に派遣し、24 時間体制で対応し、流されてしまった IT 機械の修復作業等を実施した。

今回は ICT（情報通信技術）で NGO/NPO と連携してどのような活動を実施したかということで、クラウド・サービスを活用した事例を紹介したい。宮城県中心に、せんだい・みやぎ NPO センターと宮城連携復興支援センター、社会福祉協議会等と連携されている「被災者を NPO とつないで支える合同プロジェクト（つなプロ）」に、我々のシステムを提供した。詳細は動画をご覧いただきたい。

<動画再生、以下概要>

富士通は、現地にエンジニアを派遣、口蹄疫や鳥インフルエンザが発生した際にも利用した SaaS 型のクラウド型システムで被災地のニーズデータを収集および一元管理し、統計作業をスムーズに行う為のクラウドシステムを 5 日間でスピード稼働。その後検索機能等も付け加えた。クラウドの業務多様性とメンテナンス性の高さが課題解決に効果を発揮し、「つなプロ」ではアセスメントで得られた膨大な情報を、このシステムを活用して分析し、結果を毎週ウェブでレポートとして公開した。これらの情報が政府や自治体、NGO/NPO 関係者等の間で、被災地支援の次の一手を決める為の判断材料として大きな役割を果たした。

動画でご覧いただいたように、クラウド・サービスは、小さな端末、PC でもインターネットを介して膨大なデータにアクセスをして情報共有をできるという仕組み。これによって「つなプロ」に蓄積されている多くの情報を管理・処理できるようになり、被災地で刻々と変わるニーズを整理し、適切な時期に適切なものを提供することができたと考えている。

また、別の NGO/NPO との連携をご紹介すると、富士通の本業の 1 つであるパソコンを約 2,000 台、支援活動を行う NGO/NPO へ提供した。提供先については、国際協力 NGO センター（JANIC）にアドバイスをもらい、適切なところへ届けることができたと考えている。また遠野まごころネットと協力して、岩手県にて社員ボランティア派遣も行った。

今後何ができるかを考えてみると、やはり IT の持つ特性、特に大きなデータを意味ある形に「見える化」する機能を活かしていきたいと考えている。さらに、今後の震災に備え、IT を使った状況予想や解析データ等の緊急時に備えたクラウド環境の研究を進めており、この研究・活用についても NGO/NPO との連携を考えていきたい。

まとめると、NGO の特性として現場力、スピード、専門性、柔軟性があり、企業側としては技術、製品、サービス、投資といったことがある。こうした特長を生かした連携のひとつが今回の「つなプロ」との連携であったと考えている。今後は政

府・国際機関との連携も含めて、目指している「富士通の持つ ICT ソリューションを通じて、しなやかな強さを持つ社会」の実現に貢献していきたい。

質疑応答

Q：個人の社員のボランティア活動、プロボノの NGO の支援についてどのように考えているか。

A：社員個人のボランティアの支援についてはボランティア休暇等の制度がある。その活動が会社に帰属するのか、個人に帰属するのかというところの線引きについては悩む面もあるが、多くのは志の高い社員の発意によって生まれてきている。「つなプロ」との連携についても、社員からの提案によるものである。

④「海岸林再生プロジェクトでの連携」（連携先：西友（Walmart）、ICAP 東短証券、エリクソン・ジャパン等）／長宏行氏（公益財団法人オイスカ 国際協力部長／CSR 推進 NGO ネットワークリーダー）

オイスカは 1961 年に設立した国際 NGO であり、世界 29 カ国にネットワークがある。世界各地で持続可能な地域づくり＝「ふるさと」づくりを目指し、その手法として有機農業技術普及、人材育成、環境保全活動を実施している。

海岸林の植林として、海外ではマングローブの植林の長い実績があり、毎年 5,869 ヘクタール（以下 ha）程度実施している。今回オイスカは海岸林再生プロジェクトとして、宮城県名取市において全長 5km ほどの海岸への植林を計画している。被災地 6 県で被害を受けている海岸林 3,600ha のうち、被害が甚大なのは 1,600ha 分であるが、このうち 100ha の海岸林における再生支援を 10 年間かけて実施する予定だ。まずは海岸林についてご説明すると、防風、防砂、防潮、塩害防止、また津波にも効果がある。宮城県南部の海岸沿いは塩害・飛砂を直接受ける荒廃地であったが、400 年前、伊達政宗の命により海岸林が造林され一大農産地となった。海岸林が無い今は錆びや作物への影響等の被害が出ている。

活動を開始したきっかけは、オイスカのあるスタッフの直感がまずあった。このスタッフはスマトラ沖の被災地支援や、民間の林業会社で業務をした経験があり、オイスカだからこそ、なんとかしなくてはならない、そして、何かが出来ると考えた。もちろん住民の方々からの要請もあった。今、その方々は「名取市海岸林再生の会」を結成して活動を進められている。

3 月 17 日に林野庁へ表敬訪問し、本来国が進めることだが協力したい、また国民運動として市民や企業を巻き込んでいきたい、また海外への発信も積極的にしたいという意思表示をした。黒松を主に植えるが、育つまでには 10 年以上かかるので、計画も 10 年となった。現在育苗の準備を進めており、種苗教習等も実施している。なぜ NGO が海岸林の再生なのかということころだが、非常事態であることから、行政の対応が追いつかず、特に苗木が絶対的に足りない状況があった。また被災した市民がとても困っている、被災地に支援を要請する方々がいる、さらに国内外に支援をしたいと思われる方々がたくさんいらっしゃった。なんとかそれを結びつきたいと思い、NGO ならではの柔軟性、機動力、ネットワーク、市民参加等の強みを活かして貢献できるのではと思い、着手した。

国際協力プロジェクトとの関連だが、前述の途上国でのマングローブ植林の経験から、住民のニーズとオーナーシップを活かし、政府との良好な関係づくり、国内

外の市民・企業の参加を得ることのノウハウがあり、日本でも十分応用できる状況だった。

課題としては走りながら考えるプロジェクトだということがある。非常時ゆえ、公資金・公組織のみでは対応に限界があり、政府の対策に先んじて苗木増産に着手している。ようやく苗木政策の予算ができたという話を聞いているのでオイスカとの連携についても、近く、協議がなされ、プロジェクトの形がより明確になっていくことであろう。

企業との連携については、ありがたいことに沢山の企業から支援をいただいているので、いくつかご紹介したい。まずはエリクソン・ジャパンに JANIC を通じて同社チャーターの緊急物資輸送ヘリに乗せていただいた。これは上空から被害の全貌を見ることができ、調査に大変役立った。また東京海上日動火災保険からはこれまで途上国でのマングローブ植林事業で長く連携させていただいているが、今回の震災でもチャリティーコンサート開催等での資金支援をいただいた。また西友（Walmart）とは、1993 年、リオ・サミット後、国連地球サミット賞を同時受賞したことがきっかけで知り合い、今回の海岸林再生プロジェクトへの資金支援をいただいている。今後海外での支援にも発展していくことを期待している。

オイスカは NGO であるので、基本的に支援すべきニーズがある地域で活動をする。今回は支援活動の対象が偶然にも国内になった。今後もあるときに必要なおとところで、NGO の柔軟性を生かして支援活動、様々な組織と協働していければと考えている。

質疑応答

Q：植林に参加したい社員や組合員、一般市民が多くなると思うが、どう対応していくのか？

A：植林活動は、実は様々な問題や手間がかかる。植林だけでなく、その後の維持管理など、自然を守り育てる活動等携わっていただくことは増えてくると思われる。

Q：今回紹介された以外に企業の特長を活かした連携事例があれば、教えてほしい。

A：日本クライスラーやガリバーより、車両支援をいただいた。こうした機材支援は他にも多くいただいたが、大変役立った。

Q：企業側がこうした支援を行ったことで企業バリューが上がったというような声が聞かれたか？

A：私は企業側の人間ではないのでしっかりと把握していない。実際に企業価値が上がったり、今後上がるということもあるかとは思っている。しかし、今回の未曾有の大震災を前にして、そうした戦略的なものより、彼ら突き動かした原動力は、「何か貢献したい」といった社員そして企業トップの方々の熱い思いだったのではないかと考えている。

6) パネルディスカッション「震災の経験を生かし、国際協力での連携を深めるには」
(パネリスト：事例発表者)

富野岳士 (JANIC) (モデレータ) :

本日ここまでは、3.11 の被災地で NGO がどう活動をして、どのような企業との連

携が行われたかを、NGO・企業のそれぞれの立場から発表いただいた。このパネルディスカッションでは、本シンポジウムのテーマである「3.11 を経て、NGO と企業の連携はどう変わったか？～震災から国際協力へ～」を議論したい。震災での連携経験を生かして、今後平常時の国際協力の分野での連携にどうつなげていけるのか、その為の課題や対策等を、今回連携の最前線で活躍された NGO・企業の各パネリストの皆様聞いてみたい。

その背景には、今回の被災経験、つまり「食べ物が無い、水が無い、住むところがない、仕事がない」等を通して、当たり前の生活の大切さを実感でき、途上国や世界の紛争地で暮らす人々の実態を「自分ごと」として考えるきっかけになったのではないかと考えている。また、今回の震災では多くの国際協力 NGO が被災地で活動し、メディアで取り上げられる団体も出てきた。これまで一般の人にあまりなじみのなかった NGO という存在がより身近になったのではないかと感じている。そういう意味では、震災はもちろん不幸なことであったが、日本社会に NGO が浸透した 1 年であったと考えている。ただし、国内での震災と海外での貧困問題への取り組みは、一般の人にとってかなり違ったものと受け取られている。このパネルディスカッションでは、今回の連携を良い意味でどう生かしていけるかを話し合ってみよう。

まずは、「震災を経て連携はどのように変わったのか」について、どう実感されているか、パネリストの皆様にお伺いしたい。

小林健二氏（ブリヂストン）：

震災前は、NGO はボランティアのプロだと思っていた。1 週間お風呂に入らなくても、どんなところでも生きていける方々で、そういう方々に我々についていけないのではないかというイメージがあった。しかし実際にピースボートとの連携を通して、対等な関係を持って NGO とパートナーシップを組める、企業の存在も認めてくれる存在だと感じた。

藤崎壮吾氏（富士通）：

震災前は、そもそも事業の顧客は企業や自治体が主であり、コミュニティ全体とつきあうことが少なく、NGO とは縁遠い状況であった。今回震災後、何かしたいと思ひ様々なところに打診をした結果、「つなプロ」やその他の NGO/NPO に受け入れていただき、関係をつくることのできた。これまで NGO/NPO との活動は会社を離れて行うことだという意識があったと思うが、今回企業の本業に近い分野で連携実績ができ、本業において連携していくという意識が芽生えたことが大きな変化だった。

東江菜の葉氏（グッドネーバース・ジャパン）：

やはり、震災後 NGO の認知度が上昇したと捉えている。企業とのつながり方に関して、NGO への資金提供だけでなく、人を生かしたボランティア派遣などさまざまな方法があると理解いただけたと感じている。今回社員ボランティア派遣などが活発に行われ、実際の現場を見てもらえたので、NGO の活動を身近に感じていただけたのではないかと感じている。

長宏行氏（オイスカ）：

NGO の本音を申し上げると、震災後、海外プロジェクトへの新規支援が激減した。こ

これは NGO にとって非常に痛手だった。震災支援自体は海外の案件と比較して距離的に近く、身近に感じられたのか、企業の皆さんの真剣さがとても伝わってきて、お互いが真剣な支援のパートナーとして活動できた。

富野岳士 (JANIC) :

皆さんの発言から、企業から見ると東日本大震災の経験は、ヴェールに包まれていた“NGO”の活動を知るきっかけになった一方で、NGO としては企業連携を深めるきっかけとなったということがわかった。また長さんがあえて NGO を代表して発言して下さったが、今回多くの NGO は震災支援へは資金・人材も集まったが、海外事業には集まりにくかったという現状が共有できた。

2 つ目の問いとして、「今後国際協力分野での連携をすすめていく場合、どのような課題や留意点があるのか？」ということのパネリストの皆さんにお伺いしたい。

長宏行氏 (オイスカ) :

オイスカの場合は 10 年計画で復興支援を進めていく一方で、これまでどおり海外事業を行う。しかし人的リソースは限られており、今後はバランスが重要になってくると考えている。NGO としての柔軟性を生かし、スタッフ間での流動性をどこまで高めていけるか、国内事業の経験を海外事業にしっかりつなげていくことも大事になってくる。

東江菜の葉氏 (グッドネーバース・ジャパン) :

初期の連携事業は差し迫った中での緊急支援であり、通常よりも連携のプロセスを端折って実施した面があった。今後の連携はお互いの理念や目的確認のプロセスをしっかりと行ってゆく必要がある。また NGO 側はアカウンタビリティをさらに充実させるべきであると感じている。

藤崎壮吾氏 (富士通) :

ポイントとして 3 点挙げられる。1 つは、連携を持続的に行うには善意だけでは不可能なので、本業を活かす視点をより強く持つべきだと考えている。またこのような活動に社員が取り組むことをひとつの人材育成として捉えることも必要だと考えている。2 点目に、連携というのは非常に便利な言葉だが、新しい価値が生み出せなければ不要のものかもしれない。リソースを相互に活かして、成果を生み出せるような事業を行なってゆく必要がある。3 点目として、我々の ICT の技術を一番効果的に活かせる貢献活動について、NGO との海外での連携も視野にいれて考えていきたい。

小林健二氏 (ブリヂストン) :

NGO から活動をご提案いただく際ご留意いただければと思うことは、企業はやはり本業を差し置いて国際協力はできない。その為本業を犠牲にしないソフトな国際協力システムを提案していただければと思う。先ほど東江さんも団体としての基盤を固めて信頼を得ることが課題と話されていたが、例えば JANIC 等の中間支援組織が中心になって信頼性を担保していただく仕組みがあればありがたいと感じている。

富野岳士 (JANIC) :

ありがとうございました。皆さんの発言から、震災支援、途上国支援の区別なく互いの理念やミッションの確認が重要だということ、NGO は企業の本業に近い支援への提案力や、報告責任をしっかりと持っていくことが、今後の国際協力分野での連携につながる鍵であるとわかった。

ここで、会場からパネリストへの質問を受け付けたい。

<質疑応答>

Q：今回の国内の経験を海外でどう活かしていく予定か。

A：長宏行氏（オイスカ）：オイスカはこれから積極的に海外の人々をお呼びして、現場訪問をしていただき、国外へ経験を広めていく予定。

Q：人材育成とは具体的にどのようなものなのか。

A：藤崎壮吾氏（富士通）：まずはステークホルダーダイアログの開催や、JANIC が開催する情報交換会のような場に行きできるだけ多くの社員を参加させるということ、またビジネスを通じた経験として、昨今話題の BOP ビジネスやインクルーシブビジネスなどの調査に携わる社員はインドネシアで NGO とのやり取りを含め良い経験・知見を積んでいると感じている。また、カンボジアやモロッコなどへ比較的若手社員を派遣して人材開発コンサルティング事業等も始めている。

Q：NGO としては、企業の持つ発信力が魅力的である。企業はどのような方法で CSR や被災地支援の活動を世の中に発信しているのか？

A：藤崎壮吾氏（富士通）：私の所属する CSR 推進部はパブリックリレーションズ本部にあり、広報や IR 等も担当し、コミュニケーションについては力を入れている部署である。先ほど再生したような動画を作成してウェブサイトへ掲載したり、7 万 5 千部ほど配布している社内報では隔月で 2~3 ページ CSR のコーナーを掲載している。また社内の中での影響力が大きいのは、社長や会長等の役員クラスなので、こうした層の人々ができるだけ多く CSR や社会貢献活動に携わる機会を増やしている。

A：小林健二氏（ブリヂストン）：ブリヂストンも、社会貢献活動課はブランド推進部の中にあり、広告・宣伝と同じ部である。対外的な発信について、直接的なものはウェブサイトや CSR レポートがある。間接的には、媒体を使った手法がある。取材をしていただく為の“投げ込み”、また媒体購入といい、新聞・テレビ等の広告枠を買って宣伝する方法もある。社内ではイントラネットや社内報などを利用して周知を図っている。今回の震災のピースポートとの連携活動も、上記全ての方法で広報した。

富野岳士 (JANIC) :

会場からの活発な質問をいただきありがとうございました。では、最後に一言ずつ、今後の NGO と企業の連携に向けて、コメントをいただきたい。

小林健二氏 (ブリヂストン) :

NGO には一定の理念や価値観があり、同じ様に企業にも独自性がある。同床異夢という趣は否めないと思うが、そうであっても同じ方向に船が向かうように、同じ船に乗っている人たちがどう折り合いをつけていくか、相互理解を重ねていくことが大切だと感じている。

東江菜の葉氏（グッドネーバーズ・ジャパン）：

本シンポジウムは「連携」ということがテーマだが、「連携」は最終目的ではなく、あくまでも手段であることを留意して活動をしていきたい。

藤崎壮吾氏（富士通）：

「連携」はよく使われる言葉だが実はとても難しいことだと思う。しかし震災ではみんなの思いが一つであった為、実を結んだ例が多かった。普段企業はなかなか自分たちが求めるものや方向性を明示しない性質があると思うが、それゆえに連携に至らなかったこともあったかと思う。これを反省点として、富士通としても今後「こうしていきたい」という思いをを発信し、その達成に向けて NGO 等とお互いの強みを活かした連携についての議論の場を持っていきたいと感じた。

長宏行氏（オイスカ）：

オイスカでは 10 年かけて復興支援を行う。スマトラ沖地震の支援も長期間コミットし、昨年ようやく一段落したところだ。今後気候変動が進む中で、日本に限らず世界で大災害がおこり政府や行政も機能しなくなる大惨事を覚悟しなくてはいけないと考えている。貧困やエイズ、森林破壊のような重大な問題も沢山ある。ますます NGO と企業、市民が協力しあっていかなければならない。そういう意味で、今回の震災を教訓として、学びを活かすとともに、これから発生してくるであろう大きな問題に対して覚悟をして、ひとつひとつできることを進めていきたい。

富野岳士氏（JANIC）：

最後にまとめてみたい。今回連携について色々なキーワードが出てきたと思うが、共通して「日頃から接点を持つておくことの重要性」があったと思う。NGO も企業も、普段から違いを大前提にしながら互いを知ろうという努力をしていくことが、いざというときに効いてくることがわかった。連携とは、最終的には「組織」と「組織」の話になるが、第一歩は「人」と「人」との信頼関係である。震災を機に「人」と「人」、「組織」と「組織」の接点が増えたが、これを一過性のものとせず、意識して継続していくことが重要だと感じた。

7) 閉会挨拶／富野岳士（(特活) 国際協力 NGO センター（JANIC）事務局次長）

ここ数年、年に 1 回 NGO と企業の連携に関するシンポジウムを開催しており、都度テーマ設定については様々な候補があり悩むのだが、今年は「東日本大震災」をテーマにすることについて迷いなく決定した。

我々は国際協力 NGO であることから、国内の本震災における連携を振り返るのみに留まらず、その経験と課題を、次の国際協力分野の連携に繋げられるシンポジウムを目指した。

パネルディスカッションでグッドネーバーズ・ジャパンの東江さんも発言されていたが、「連携」を中心に物事を考えてしまうと、連携そのものが目的化されてしまうことがある。本シンポジウムにおいても連携が議論の中心ではあるが、その先にある真の目的は「MDGs 達成」や、国内での災害を含む「地球規模課題の解決」であることが確認できたと思う。

今後、NGO や企業の皆様と一緒に連携という「手段」を有効なものとする為にどう

すればよいかを考え、その手段を用いて真のゴールに向かい一緒に歩んでいければと考えており、本シンポジウムがその一助になれば幸いである。

最後に、ご多忙の中、本シンポジウムにご参加いただいた皆様に、感謝申し上げます。

5-3-4. まとめ

本シンポジウムの参加者は、企業関係者 50 名、NGO/NPO 関係者約 40 名を含む計 104 名であり、熱気のあるシンポジウムとなった。

参加者アンケートからは、「震災で NGO がどう動いたのかが良くわかった」、「震災支援での両者の強みを活かした連携が参考になった」など、目標としていた「NGO の震災支援の取り組みを伝えるとともに、震災での連携を通して変わりつつある NGO と企業との関係を伝える」ことが達成出来たと考えている。また、「NGO と企業の連携ガイドライン」についての説明は想定した以上に好評であり、連携の意義や留意点等の基本的な学びを提供できたことが良かった。また、「NGO ・企業の双方から率直な意見を聴くことができた」と、それぞれのセクターからの登壇があった点も評価が高く、総じて参加者の満足度の高いシンポジウムが開催できたと考えている。

一方で、一番の目的であった「震災から国際協力への意識や取り組みの促進」については、震災での経験を今後の国際協力分野での連携繋げることの重要性や、そこに向けた課題について議論することは出来たが、その課題解決方法を見出すまでには至らなかった点が反省点である。今後震災での連携経験を国際協力分野での連携につなげるためには、やはり企業への MDGs に代表されるグローバルイシューの啓発活動は必須であろう。特に、2012 年度は 6 月に開催される「国連持続可能な開発会議（リオ+20）」、10 月には「国際通貨基金（IMF）・世界銀行年次総会」が日本で開催される。CSR ネットでは今後このような機会を捉えた効果的な啓発活動を検討・実施していきたいと考えている。

5-4. 第 2 回定例会開催（「テーマ：メンバー間連携マッチングプレゼン大会」）

5-4-1. 背景と目的

CSR ネットのこれまでの活動は、CSR や連携の潮流について「学ぶ」要素、それからワークショップ形式での NGO メンバーと企業メンバー間の「対話」要素が中心であった。しかし、メンバーからは今後はより具体的な連携事例を生み出す活動を実施したいという声が多く聞かれるようになった。その為、「連携事例の共有と創造」、つまり具体的な連携のきっかけをつくり、また連携の参考となる事例の共有を目的に、第 2 回定例会「テーマ：メンバー間連携マッチングプレゼン大会」を企画した。

5-4-2. 企画の工夫

本定例会では 5 団体の NGO メンバーが連携を必要としている案件のプレゼンテーションを行うとともに、失敗を経て成功した連携事例の共有も行った。発表案件については、下記の種類に分類し、参加者が連携を検討しやすくなるよう工夫した。

<発表案件の分類>

- ・ **本気型**→連携相手を探している企画
- ・ **アイデア型**→現在構想 / 立案中で、メンバーから意見を聞いてみたい企画
- ・ **失敗事例共有**→メンバーに共有したい失敗事例、「災い転じて福となった」事例

5-4-3. 開催概要

日時：2011年10月18日（水）14:30～17:30

場所：早稲田奉仕園 リバティホール

参加者数：40名（CSR推進 NGO ネットワークメンバー）

表 7：第 2 回定例会プログラム（「テーマ：メンバー間連携マッチングプレゼン大会」）

時間	項目
14:30～ 14:35	開会挨拶（JANIC 富野）
14:35～ 14:40	事務局からのお知らせ ・ 国際協力 NGO の企業連携実態調査、広島シンポジウム（11月18日）
14:40～ 15:40	<p><メンバーからのプレゼンテーション>～連携相手を探しています～ 各 20 分（Q & A 含む）</p> <p>本気型 社員全員をまきこめる！BAJ の古着リサイクルプログラム『フルクル』 / （特活）ブリッジ エーシア ジャパン 沼田京子氏（国内事業担当）</p> <p>本気型 給食で、カンボジアの子どもたちに元気を！ ～100 円で、1 日 3 食たべることができます～ / （公財）国際開発救援財団 中川絢子氏（マーケティング・支援者サービス担当）</p> <p>アイデア型 啓発プログラム「宴会が飢餓を救う？」 （特活）ハンガー・フリー・ワールド 金井亜紀氏（資金調達インターン）</p>
15:40～ 15:50	休憩
15:50～ 16:30	<p>本気/アイデア型 生活習慣病&慢性砒素中毒症予防サービス開発の為の企画 / （特活）アジア砒素ネットワーク 石山民子氏（東京連絡所）</p> <p>失敗事例共有型 企業の業績に左右されない連携を目指すには （公財）オイスカ 長宏行氏（国際協力部 海外プロジェクト担当部長）</p>
16:30 ～ 17:20	<p><グループディスカッション></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ プレゼンごとにグループに分かれて Q&A、意見交換（グループ替え 1 回、20 分×2 回） ・ 全体共有（10 分） <p>各プレゼンターより一言！</p>
17:20 ～ 17:25	事務連絡（次回日程決め等）
17:25 ～ 17:30	メンバーからの報告事項

5-4-4. 議事概要

上記プログラムの通り、計5件のプレゼンテーションが行われ、その後参加者が発表内容ごとのグループに分かれて質疑応答や意見交換を行った。最後に全体共有として各発表者よりフィードバックの時間をもち、「NGOメンバーと企業メンバー両者の様々な視点からのアドバイスやアイデアが得られ、今後企画を進めたり、連携を提案していくにあたり非常に参考になった」という意見が多く聞かれた。議事録の詳細は下記 URL で公開している。

http://www.JANIC.org/mt/img/csr_1/csr2011_3rd.pdf

5-4-5. まとめ

本定例会は「メンバーが連携したい案件についてプレゼンを行う」というCSRネット初めての形式での実施であったが、NGO側にとっては発表のニーズがあり、かつ案件に対するアドバイス等を連携経験の豊富なメンバーから得られる点が、発表者に評価が高かった。一方で企業メンバーからの発表が無かったこと、本プレゼン大会から実際のメンバー間の連携には結びつかなかった点が課題に挙げられる。すなわち、本定例会のテーマである「連携事例の創造と共有」の「共有」は行えたが、「創造」までは至らなかった。今後はこの反省点を踏まえ、「連携事例の創造」に確実につながる同企画の第2弾を実施していきたい。

5-5. 第4回定例会開催（テーマ：『連携の量を増やし、質を高める』為の提言（アドボカシー）活動とは」

5-5-1. 背景と目的

CSRネットの3ヵ年計画のひとつに「効果的なアドボカシー活動」があるが、これまで具体的に「誰に」「何を」提言していくのかについてのメンバー間での議論が不十分であった。その為、「CSRネットのアドボカシー計画立案の為のアイデアを出す」ことを目的に、12月に第4回定例会（テーマ：『連携の量を増やし、質を高める』為の提言（アドボカシー）活動とは」を企画した。

5-5-2. 開催概要

日時：2011年12月6日（火）14時半～17時半

場所：早稲田奉仕園リバティホール

参加者：44名（CSR推進NGOネットワークメンバー）

表 8：第4回定例会プログラム（テーマ：『連携の量を増やし、質を高める』為の提言（アドボカシー）活動とは」

時間	項目	担当者
14:30～	開会挨拶	富野 岳士 (JANIC)
	活動状況報告	井端 梓 (JANIC)
14:40～ 15:45	「連携の量を増やし、質を高める」為のアドボカシーとは ・ プレゼンテーション「アドボカシーとはなにか」 ＜グループワーク前半＞ ・ 自己紹介、役割分担	＜ファシリテーター＞ 三宅 隆史氏 シャンティ国際ボランティア会 (SVA) アフガニスタン事務所長

	・ 目的と問題分析	
15:45～ 15:55	休憩	
15:55～ 16:55	<グループワーク後半> ・ ステークホルダー分析 ・ SWAT の結果確認 ・ 目的分析、戦略づくり	
16:55～ 17:25	発表・まとめ	
17:25～	事務連絡（次回日程決め等）	JANIC
	メンバーからの報告事項	各メンバー

5-5-3. 議事概要

本定例会は、ファシリテーターにシャンティ国際ボランティア会のアフガニスタン事務所長である三宅隆史氏を招き、グループワーク形式で行った。ワークの流れは下記の1.～3.の通りである。

1. 問題分析～なぜ“NGOと企業の連携の質が低く、量が少ない”のか？～
2. ステークホルダー分析
3. 目的分析、計画立案

最後に各グループが議論の内容を発表した。各グループから共通して挙げられた今後必要な活動としては、「連携ガイドラインの普及」、「事例の普及」、「相談機能」、「企業とNGOのコミュニケーションの必要性（お互いを知る場作り、相互理解、人事交流等）」、「費用対効果と開発効果の指標づくり」があった。

なお、議事録の詳細は下記URLで公開している。

http://www.JANIC.org/mt/img/csr_1/csr2011_4th.pdf

5-5-4. まとめ

本定例会では、通常数日間かけて実施するワークショップを約3時間で実施したこともあり、具体的な「アドボカシー戦略づくり」まではいかなかったが、その前提となる、“何が問題なのか”、“何を明らかにしなければいけないのか”という部分が明確になった。また、メンバーからは「アドボカシーとは何か」について理解できたと好評であった。今後は本定例会での議論を元にCSRネットの提言活動の方向性を定めていく必要がある。

5-6. 第5回定例会開催（テーマ：「開発効果／外務省・JICAの官民連携促進活動との連携」）

5-6-1. 背景と目的

昨今官民連携を積極的に推進している外務省およびJICAとの対話や提言についてはメンバーから希望する声が多く、また多くの企業が関心のある分野である為、外務省およびJICAがそれぞれ有する「MDGs官民連携ネットワーク」および「BOPビジネス協力準備調査」とCSRネットが連携をすることで、MDGsの達成に向けた取り組みが一層進む可能性も高い。2012年1月に第5回定例会「テーマ：開発効果／外務省・JICAの

官民連携促進活動との連携」を企画した。

5-6-2. 開催概要

日時：2012年1月25日（水）14時半～17時半

場所：早稲田奉仕園 キリスト教会館 6階会議室

参加者：48名（CSR推進NGOネットワークメンバー）

表 9：第5回定例会プログラム（テーマ：「開発効果／外務省・JICAの官民連携促進活動との連携」）

時間	項目	担当者
14:30～	開会挨拶	富野 岳士（JANIC）
14:40～ 14:55	タスクチームからの報告（ブランディング、連携コンサルティング）	各タスクチームメンバー
14:55～ 15:35	第1部 テーマ：開発効果 ①「援助効果/開発効果 国際的な議論の潮流」（20分、Q&A含む） 援助効果向上第4回ハイレベルフォーラム（釜山 HLF）報告 ②「民間セクターの開発インパクトの評価と指標」（20分、Q&A含む）	水澤 恵（JANIC 調査・提言グループマネージャー） 黒田 かをり氏（一般財団法人CSO ネットワーク事務局 局長・理事）
15:35～ 15:45	休憩	
15:45～ 16:25	第2部 テーマ：外務省・JICAの官民連携促進活動との連携 ① 外務省「MDGs 官民連携ネットワーク」について（20分、Q&A含む） ② JICA「BOP ビジネス協力準備調査」について（20分、Q&A含む）	徳田 香子氏（外務省 国際協力局 地球規模課題総括課） 山田 哲也氏（独立行政法人国際協力機構（JICA）民間連携室 連携推進課長 兼 海外投融資課 企画役）
16:25～ 17:25	グループワーク [7名×7グループ] テーマ1：外務省「MDGs 官民連携ネットワーク」との連携・活用方法（20分） テーマ2：JICA「BOP ビジネス協力準備調査」との連携・活用方法（20分） <まとめ> 各グループ発表 徳田氏、山田氏からのフィードバック（20分）	<ファシリテーター> コアメンバー、アドバイザー、事務局
17:25～	事務連絡（次回日程決め等）	JANIC
	メンバーからの報告事項	各メンバー

5-6-3. 議事概要

第1部では JANIC の水澤恵が「援助効果/開発効果 国際的な議論の潮流－援助効果向上第4回ハイレベルフォーラム（釜山 HLF）報告」を行った後、一般財団法人 CSO ネットワークの黒田かをり氏に「民間セクターの開発インパクトの評価と指標」をテーマに、政策研究大学院大学(GRIPS)開発フォーラムおよび CSO ネットワーク主催の勉強会の概要及び内容について発表いただいた。

第2部では外務省の徳田香子氏より「MDGs 官民連携ネットワーク」について、JICA の山田哲也氏より JICA 「BOP ビジネス協力準備調査」について、それぞれその概要と強みや弱み、CSR ネットへの期待等を発表いただいた。

その後グループワークでは、上記外務省と JICA の取り組みそれぞれと CSR ネットの連携・活用方法をテーマに意見交換を行った。最後にグループでの議論を発表し、それに対して外務省/徳田氏、JICA/山田氏がコメントをフィードバックした。各グループの主な発表内容と両氏のコメントは以下の通り。

なお、議事録の詳細は下記 URL で公開している。

http://www.JANIC.org/mt/img/csr_1/csr2011_5th.pdf

1) 外務省「MDGs 官民連携ネットワーク」との連携・活用方法について

＜各グループから発表された主な意見＞

- ・アクセス数及び信用性のある外務省のホームページに CSR ネットの情報を掲載したい。また、「MDGs 官民連携ネットワーク」自体の広報も積極的に行うべき。
- ・CSR ネットが官民連携ネットワークの活用方法についてのコンサルを行ってはどうか。

＜外務省徳田氏からのコメント＞

- ・CSR ネット、およびグローバル・コンパクトのアウトプット掲載は今後実施していく。
- ・官民連携ネットワーク自身の広報は、今年度は控えていたが、来年度注力するよう省内でも指示を受けている。ツールとして政府広報やウェブしか有さない為、具体的な提案があれば歓迎。
- ・CSR ネットによるコンサルは歓迎。

2) 「BOP ビジネス協力準備調査」との連携・活用方法について

＜各グループから発表された主な意見＞

- ・成果の評価ツールが必要。モニタリング、評価等の制度が持続可能なビジネスを生む。
- ・「利便性の追求」と「社会課題の解決」の区別は重要。
- ・経営者層への働きかけが重要。

＜JICA/山田氏からのコメント＞

- ・開発課題解決の評価に関しては、事例を積み重ねながら仕組み等を検討していきたい。評価の担保化については、セルフチェック的なもので済ませるよりも、JICA や CSR ネット等でモニタリングできるようなシステムの構築が必要だと考えている。
- ・「利便性の追求」と「社会課題の解決」の区別は評価の指標を設けるうえで重要な要素となる。

5-6-4. まとめ

本定例会では、前半で提言活動を実施する上でも必要な「援助効果/開発効果の国際的な議論の潮流」をわかりやすく学ぶことが出来た。後半では外務省と JICA の官民連携の取り組みに対して、具体的な改善点や活用方法などを伝えるとともに、今後 CSR ネットとのどのような連携や活用が考えられるかについて、双方向の議論が出来たことが有益であった。このような官民連携ネットワークとの対話の場を引き続き設定していきたい。

6. まとめ

6-1. 成果と課題

本研究会は、「CSR 推進 NGO ネットワーク」(地球規模の課題解決につながる NGO と企業の連携を推進することを目的に、NGO31 団体、企業 18 社、アドバイザー3 名が加盟するネットワーク)を母体として活動を進めた。活動テーマと実施した主な活動内容は、下記表 10 の通りである。

表 10：本研究会活動概要

活動テーマ	活動内容
国際協力 NGO の企業連携実態把握	国際協力 NGO の企業連携実態調査
地方の NGO や中小企業・地方企業の巻き込み	第 1 回シンポジウム開催 (於：広島) (テーマ：「企業による CSR 活動と NGO との連携シンポジウム」)
東日本大震災における連携～震災から国際協力へ～	第 2 回シンポジウム開催 (於：東京) (テーマ：「3.11 を経て、NGO と企業の連携はどう変わったか?～震災から国際協力へ～」)
連携事例の共有と創造	第 3 回定例会開催 (テーマ：「メンバー間連携マッチングプレゼン大会」)
効果的なアドボカシー活動	第 4 定例会開催 (テーマ：「『連携の量を増やし、質を高める』為のアドボカシーとは (提言活動戦略作り)」)
	第 5 回定例会開催 (テーマ：「開発効果/外務省・JICA の官民連携促進活動との連携」)

中でも大きな成果だったのは、JANIC のウェブ版 NGO ダイレクトリーに掲載する NGO の協力をいただき、「国際協力 NGO の企業連携実態調査」を実施できたことである。まず、調査結果の一部 (各 NGO の企業連携実績、方針、希望する連携形態等) を JANIC のウェブ版 NGO ダイレクトリーへ掲載したことで、連携先 NGO を探す企業への効果的な情報の提供が実現できたと考える。また、調査結果から、回答団体の企業連携に関する方針や実績、抱える課題を把握できたことで、今後の NGO と企業との連携推進を行う上で、大きな参考となった。今後は定期的に本調査を実施し、その経過からも学びを深めていきたい。

「企業の東日本大震災支援の集中」の課題については、「震災から国際協力へ」をテーマに開催した第 2 回シンポジウムでも共有、議論することができ、今後の企業へのグローバルイシュー啓発活動の参考となった。

「地方の NGO や中小企業・地方企業の巻き込み」をテーマにした活動では、(特活)ひろしま NPO センターの協力を得て、広島市において第 1 回シンポジウムを実施することができた。当該地域における NGO と企業の連携推進のプラットフォーム的な役割を担うきっかけづくりが出来たのではないかと考えるが、今後のプラットフォームの醸成へのサポートや、他地域への展開も必要となる。

「連携事例の共有と創造」をテーマに実施した第 3 回定例会(テーマ:「メンバー間連携マッチングプレゼン大会」)では、NGO 側にとっては発表のニーズがあり、かつ案件に対するアドバイス等を連携経験の豊富なメンバーから得られる点の評価が高かった。また失敗事例も共有できたことが良かったという声が多く聞かれた。今後は実際に連携事例を「創造」していくことが課題となる。

「効果的なアドボカシー活動」をテーマにした活動では、アドボカシー戦略作りのワークショップを実施した。最終的に戦略づくりまでは至らなかったが、その前提となる CSR ネットを取り巻く環境や課題を把握をすることができ、また「アドボカシーとは」を学ぶことができた。続いて行った「外務省・JICA の官民連携促進活動との対話」では、外務省と JICA の官民連携の取り組みに対して、双方向の建設的な議論ができたことが有益であった。

2012 年 3 月に行われた第 6 回定例会では、CSR ネット参加メンバー間での本ネットワークの 2011 年度の活動の振り返りを行ったが、前述の成果以外でも、参加団体が増えたこと、NGO と企業の出会いの場となったこと、名称変更を含むブランディング活動が実施できてよかったという意見が出た。一方で課題として参加団体の地域や活動内容の偏り、学びの度合いの差(ネットワーク参加時期の差異等)等が指摘され、その改善案としては定例会の細分化(入門編、応用編)等が挙げられた。

6-2. 今後の展望

2008 年から活動を開始した CSR ネットの目標は、「持続可能な社会の実現に向けた地球規模の課題解決にむけ、NGO・企業、双方の特性を認識し、資源や能力等を持ち寄り、対等な立場で協力して活動する機会を推進すること」であり、これを踏まえた 2011 年度からの 3 カ年計画の目標は「連携事例の質を高め、量を増やす」こととし、本研究会活動を行ってきた。

2012 年度は、上述の成果と課題を踏まえ、特に下記の事業に注力することで、3 カ年目標の達成を目指していきたいと考えている。

- 「連携の質を高める」為の活動
 - ・ 連携ガイドラインの普及
 - ・ 官民連携の議論や活動への、NGO の参画と対話の場づくり
 - ・ 「質の高い連携」の定義の議論や策定
 - ・ 連携相談窓口の開設

- 「連携の量を増やす」為の活動
 - ・ 各組織内の「企業連携推進の『仕組み』づくり」のサポート
 - ・ 連携案件プレゼンの場の提供(「メンバー間連携マッチングプレゼン大会」等)
 - ・ 地方の NGO や中小企業・地方企業の巻き込み
 - ・ 「震災から国際協力分野へ」-企業へのグローバルイシューの啓発

また、本年度は CSR ネットのブランディング活動として新名称やキャッチコピー、ウェブサイトのリニューアルも進めてきた。2012 年度は、名称を新たに「NGO と企業の連携推進ネットワーク」として「違いを力に！貧困のない世界をつくろう」をキャッチコピーに活動を行っていく。また、2012 年 4 月よりリニューアルしたウェブサイト (http://www.janic.org/ngo_network/) にもぜひアクセスいただきたい。

JANIC としては、今後も CSR 推進 NGO ネットワーク (2012 年度より「NGO と企業の連携推進ネットワーク」) の活動を通じて、企業と NGO の連携をより一層促進し、2015 年の MDGs 達成を目指していきたい。

最後に、CSR 推進 NGO ネットワークのメンバー、コアメンバー、アドバイザー、(特活)ひろしま NPO センターの皆様、また調査活動へ協力いただいた萩原洋史氏をはじめ、本 NGO 研究会に参加いただいた多くの NGO 関係者、企業関係者、その他多数の同研究会の活動を支えて下さった皆様全員に対して、心より感謝を申し上げたい。

以上