

NGO と企業の連携推進ハンドブック

—新しいパートナーシップによる対話と協働に向けて—

外務省

株式会社アンジェロセック

発刊にあたって

日本政府は、ODA 政策の一環として、国際社会が抱えるさまざまな開発課題に対する取り組みを行ってきました。近年では、特に途上国の幅広いニーズに対応し、きめ細やかな援助を行う上で、NGO が果たす役割の重要性は増しています。外務省としては、国際協力における NGO の役割を重視し、日本 NGO 連携無償資金協力により、日本の NGO が開発途上国で実施する経済・社会開発事業に対し資金協力をを行う一方、NGO がその能力を向上し、さらに活躍していけるよう、様々な活動環境整備事業を実施し、NGO との連携推進に努めています。

また、ミレニアム開発目標 (MDGs) をはじめとする開発課題を克服するには、企業を含めたオール・ジャパンによる国際協力への取り組みが不可欠であり、外務省としても企業が社会的責任 (CSR) の考え方に基づき、NGO の知見や専門性を活用するなど、様々な形で途上国支援に参加することを重視しています。こうした考えから、2008 年度には NGO 活動に対する側面支援の一環として、外務省として NGO と企業の連携促進を目的としたシンポジウムや研究会を主催させて頂き、参加された NGO と企業双方の関係者による活発な意見交換、情報共有などが行われました。

2008 年後半の金融危機に端を発する世界的な不況により、企業をはじめとする経済主体を取り巻く状況は厳しさを増しています。その一方で、先進諸国の内需減少が、同諸国を輸出市場とする途上国経済に悪影響を与えるとの見方もあり、途上国支援の必要性が一層高まることも予想されます。そのような厳しい状況の中で、政府、NGO、企業といったプレイヤーが長期的な視点に立ち、互いの強みを活かし、相互補完的に途上国支援に取り組む重要性が高まりつつあります。本書が、NGO と企業の相互補完的な連携の効用に対する理解を促進し、途上国支援の新たな可能性を広げる一助となれば幸いです。

2009 年 3 月
外務省民間援助連携室長
川口三男

はじめに

この度、外務省国際協力局民間援助連携室の委託を受け、株式会社アンジェロセックが「NGO と企業連携推進ハンドブック」を作成する機会を得ることができ、大変光栄に思います。

国際社会は環境破壊、紛争、貧困といった様々な地球規模の課題を抱えています。企業は、社会から、そしてステークホルダーから、こうした課題に対し積極的に取り組むよう要請されています。企業が持続的に成長・発展するためには、経営の安定や事業収益の拡大を目指すだけでなく、環境への配慮や社会貢献活動を行うことで、企業としての価値・信頼を高めていくことが重要とであると考えます。そして、よりよい環境配慮、社会貢献を行う上で重要なパートナーとしての NGO との積極的な連携が展開されることを期待しています。

本書の作成にあたり、関係団体、企業の皆さまから、上記のヒアリングに加え情報提供など多大なるご協力を頂きました。心より感謝申し上げます。本書が NGO と企業の連携による途上国支援促進の一助となれば幸いです。

株式会社アンジェロセック
代表取締役社長
ジャンピエール・ラガリュ

NGO と企業の連携推進ハンドブック

—新しいパートナーシップによる対話と協働に向けて—

目次

序章 本書の活用にあたって	1
第1章 NGO・企業が連携を行う背景	3
1-1. なぜ連携が必要なのか?	3
1-2. 連携のニーズとは何か?	5
1-3. NGO・企業の強み（長所）とは?	8
1-4. 連携のきっかけ作りとは?	10
1-5. 連携の流れ	14
第2章 連携の留意点	15
2-1. 連携の機会を獲得するには	15
2-2. コンセンサスを形成するには	18
2-3. 連携事業の実施	21
2-4. 説明・報告による継続的な情報共有を行うには	24
2-5. 連携を継続させるには	26
参考資料：アンケート及びインドネシア現地調査の実施について	27
第3章 連携事例	31
3-1. （特活）APEXと積水アクアシステム（株）による連携	31
3-2. コンサベーション・インターナショナル・ジャパンと（株）リコーによる連携	33
3-3. （特活）ジェンと（株）ユニクロによる連携	35
3-4. （特活）ジャパン・プラットフォームと企業体による連携	37
3-5. （財）日本フォスター・プラン協会（プラン・ジャパン）と日本郵船（株）による連携	39
3-6. Komunitas 1001bukuとNEC による連携	41
参考資料	43
用語集	
参考文献リスト	
参考となるホームページ・ネットワーク集	
調査票	
ヒアリング協力団体	

序章 本書の活用にあたって

国際社会において、NGO は様々な課題に対応した取り組みを行っており、その役割、規模は年々拡大傾向にあります。従来から、こうした NGO は活動基盤の強化を目的として、政府から資金提供を受け、事業を実施する例が多くみられましたが、最近では企業と連携することで事業資金を得て、知名度を向上させつつ、国際社会が抱える幅広いニーズに対応した活動を展開する NGO も増加傾向にあります。

一方で、近年、企業に対し、企業の社会的責任(CSR)に基づいた取り組みを期待する動きも高まりつつあります。経済同友会は 2004 年発行の報告書において、CSR とは「様々なステークホルダーを視野に入れながら(中略)、未だ社会に顕在化していない社会のニーズや価値観を積極的に企業活動に反映させること」として、企業自身の活力を育むと同時に社会に好ましい影響を与える活動に対する期待を表明しています。昨今のグローバル化の進展に伴い、途上国が身近な存在となったことで、グローバル企業としての社会貢献の実践のため、あるいはビジネス機会を求めて、企業による途上国支援への取り組みを期待する声も聞かれるようになりました。しかしながら、依然、日本の多くの NGO や企業がどのように連携先を見つけ、どのように連携を開始したらよいのか、あるいは連携を行う上でどのような点に留意したらよいのか分からないといった戸惑いも少なくありません。

本書はこうした課題を解消し、NGO と企業が共同で途上国支援に取り組むための手引書として、平成 20 年度外務省 NGO 活動環境整備支援事業により取りまとめられました。作成に際し、日本の NGO と企業の連携により実施された途上国支援について文献調査を行うとともに、積極的に連携事業を展開してきた NGO や企業関係者からのヒアリングなどを通じ、実践例に関する情報収集を行いました。また、連携事例が多く見られるインドネシアに現地調査に赴き、現地援助関係者、NGO、企業関係者の皆様からのヒアリングやサイト視察を行いました。本書には、こうしたヒアリングの場で「NGO と企業の連携の可能性」というテーマの下に交わされた議論や意見交換を通じて導き出された結果が反映されています。

NGO と企業の連携には、連携の方法や事業分野など、幅広い選択肢が考えられ、本書に掲載された内容はそのうちのごく一例に過ぎませんが、連携に関心を持つ方々にご活用頂けましたら幸いです。

第1章 NGO・企業が連携を行う背景

1-1. なぜ連携が必要なのか？

従来より、政府、国際機関、NGO などの専門的な援助機関が中心となり、途上国が直面する課題に対する取り組みを行ってきており、企業など、その他の主体との連携の試みは環境分野を除き、現段階では実例が多いとは言えません。しかし、途上国には貧困、教育、保健、環境、インフラ、食料不足など多様な課題が山積しています。特に2008年は、2000年に定められた国連ミレニアム開発目標(MDGs)の達成期限の中間地点にあたり、これらの課題に対し、官民の枠を越え、各国政府、国際機関、市民社会、民間企業が一丸となって持続的な取り組みを強化することが求められています。

昨今では、ISO(国際標準化機構)による企業を含めた組織の社会的責任(SR: Social Responsibility)の国際規格化に関する作業が進んでおり、2010年9月を目途にISO26000の交付が見込まれています。経済界においても、企業がビジネスを通じて培った特性や既存のネットワークを活かした社会貢献活動を模索する動きも活発化しており、事業領域のグローバル化に伴い、グローバル企業として社会貢献を行いながら持続的な成長を実現することを目指す企業も増えています。環境分野でのグリーン購入・調達やコンプライアンス、メセナなどの社会貢献事業の枠に留まらず、途上国が抱える課題への対応を模索する動きも活発化しています。

こうした企業の中には、より良い社会貢献の実践を目的として、NGOを重要な事業パートナーに位置づける企業も少なくありません。NGOの経験やノウハウ、専門性を活用して途上国支援に取り組みたいと望む企業関係者の声も数多く聞かれますが、現時点では両者間での連携活動が積極的に行われているとは言い難いのが現状です。

それでは、なぜ連携の実例は少ないのでしょうか？連携事業を実践するには、相互理解を促進し、両者が対等な立場を維持しながら、お互いのニーズと強み(長所)を相互補完していく「マッチング」のプロセスが必要となります。しかし、連携先候補としての企業やNGOへのアプローチの仕方が分からない、連携候補の活動実績や運営体制などの情報が不足している、両者間のネットワークが無いなど、実現に至るには、コミュニケーション上の課題が少なくありません。

本来、NGOと企業は異なる視点を持っています。お互いのリソースや経験、知識を持ち寄り、相互補完的に事業を行うことで相乗効果を生み出し、単独ではなし得ない成果をもたらすことが期待できます。本章では話し合いを始める前に確認しておくべき事項として、NGOと企業が抱える「ニーズ」や「強み(長所)」などを取り上げ、マッチングさせるにはどうしたらよいか考えます。第2章では、連携事業を形成し、実施する際に企業、NGOの両者が留意すべき点を掘り下げます。第3章では、我が国NGOと日系企業により実践されている連携の取り組み事例を紹介していきます。

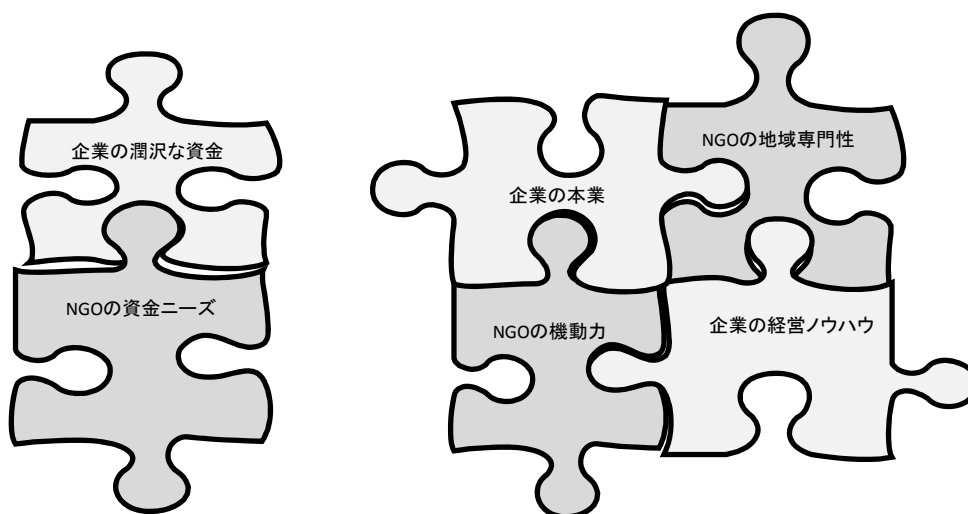
【コラムー1 「ニーズ」と「強み」のマッチングとは？】

連携は、それぞれの主体が持つ「ニーズ」と「強み」を組み合わせることで創造的な取り組みです。従来より、財政基盤が安定していない NGO が活動を行うための「ニーズ」として資金や物資を求め、企業と連携するケースが多く見られます。これは NGO 側からの需要主導(demand-driven)で連携の構想が練られる典型例です。

一方、企業が本業で培った能力や経験、NGO の地域専門性など、お互いの「強み」を活かした、供給主導(supply-driven)の先進的な協働事例も最近では増えてきました。本書では、前者のように、企業からの資金、物資提供による連携パターンを「支援型連携」、後者のような連携パターンを「協働型連携」と呼びます。

NGO、企業双方の「ニーズ」や「強み」は最初から合致するものではありません。連携を図る上では、微妙な「ズレ」を調整するために、幾度となくコミュニケーションを重ね、双方の支援方針や目的を把握し、ニーズや強みを考慮し、妥協点を見出しながらマッチングさせていくプロセスが不可欠です。

「支援型連携」および「協働型連携」のマッチングの一例



「支援型連携」のパターン

NGO が抱える資金ニーズに対し、企業が潤沢な資金を投入して、途上国支援が実施される。

「協働型連携」のパターン

企業の本業に、NGO の機動力を合わせながら行われる途上国支援。NGO の地域専門性が活かされるとともに、企業の経営ノウハウが入ることによって、より効率的な支援の実施がなされる。

1-2. 連携のニーズとは何か？

一般的に、企業は資金や技術に加え、ビジネスの視点を持っており、NGO はコミュニティ重視の視点を持っています。連携事業では、最初にアプローチをする段階で双方の視点の違いを確認し、お互いのニーズと長所を持ち寄り、補完し合えるような連携を検討することが重要です。

しかしながら、事業規模が大きく、社会的知名度の高い NGO はさておき、事業規模の小さい、資金不足に悩む NGO は、企業との接点を持つ機会が少なく、企業へのアプローチの仕方が分からない、そのための余力がないなど、連携のスタート地点、いわゆる「きっかけ作り」で戸惑うことも少なくありません。

連携のスタート地点では、相手にアプローチする前に①自らのニーズを確認する必要があります。その上で、②相手のニーズを把握し、お互いのニーズを満たすにはどのような「強み」を活かせばよいのかを考え、事業を構想していくことになります。

① NGO のニーズ

【NGO のニーズ】

- ✓ 団体のミッション、理念に基づき、現地の人々が必要とする支援を優先したい
- ✓ 現地のニーズと自立の確保を意識した継続的な支援を実現したい
- ✓ 社会からの理解、信頼を獲得したい
- ✓ 第三者の意見を取り入れることで、公益性を担保したい (ex. 柔軟な姿勢・客観的な視点があることをアピール)
- ✓ 継続的で安定した資金・物資の調達をしたい
- ✓ 団体の支援者を増やしたい
- ✓ 団体の活動の質を向上させたい
- ✓ 団体の活動規模を拡大させたい
- ✓ 企業のビジネススキル・ノウハウを獲得したい

NGO は団体のミッションや理念に基づき、「現地の人々が本当に必要とする支援を行いたい」、「現地の住民が自立して、生計を立てることができるよう支援を行いたい」などのニーズを第一に考えており、事業の収益、社会的なインパクトや話題性よりも、現地のニーズを満たすことを優先します。

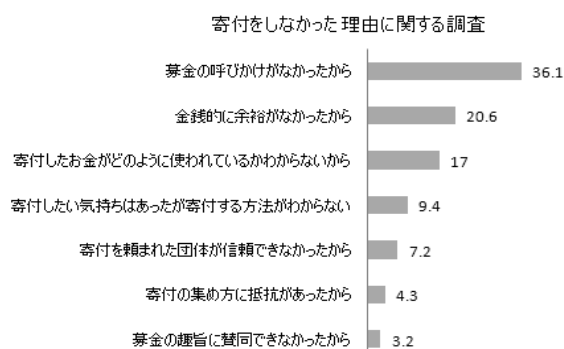
さらに、NGO にとって社会の理解や信頼を得ることも重要です。企業と連携することで、団体がやみくもに理想を追求するだけでなく、企業側の意見や視点を受け入れる客観性があり、現場の状況に応じて柔軟な対応が可能であることを示すことができます。NGO は企業と連携を行った実績により、団体の公益性が担保され、連携先企業を含めた社会から幅広く認知されることを望んでいます。

NGO が何よりも求めているのが慢性的な資金不足を解消するための資金提供です。NGO は企業と連携することで資金や物資を調達し、中・長期的に安定した活動の実施、あるいは活動規模の拡大や質の向上を期待しています。

企業の持つマーケティングの知識やノウハウも、NGO が団体の運営基盤の強化のために必要としているものの一つです。最近では、公的資金や寄付のみに頼らず、資金源を多様化させるために、団体のグッズやフェアトレード製品などを販売し、事業収入を向上させようと努める団体もあります。こうした製品の販売促進を行う上で、企業が持つマーケティングの知識やノウハウは大変有効であると考えられます。加えて、企業と連携することで、一般的に NGO が苦手とされる会計、財務、などの組織の運営管理の訓練を受けられ、企業の視点に沿った組織・事業運営の能力を習得するのに役立つ場合もあるでしょう。実際に、企業がマネジメントを専門とする社員を NGO に派遣し、NGO 向けのセミナーを開催するなど、NGO のビジネス・スキルの向上を目的とした連携事業も行われています。

【コラムー2 NGO の資金不足の背景】

中央共同募金会の「共同募金とボランティア活動に関する意識調査(1995 年)」によると、寄付をしない理由は「募金の呼びかけがなかったから」が 36%を占め、「寄付したお金がどのように使われているかわからないから(17.0%)」、「寄付を頼まれた団体が信頼できなかったから(7.2%)」など、NGO 側の信頼不足を理由とする人は 24.4%に達しています。



出典：中央共同募金会「共同募金とボランティア活動に関する意識調査(1995 年)」

②企業のニーズ

事業形態、経営理念、取り巻くステークホルダーにより、企業のニーズは様々です。企業活動は株主、従業員、消費者など、多様なステークホルダーとの関係の上に成立しており、企業による社会貢献は、これらのステークホルダーからの期待や要請に応じ、自社が利益の追求にとどまらず、理念や理想を持った組織であることを示すために実践されます。その中で、地域や分野専門性が高く、実行能力のある NGO との連携が必須であると考えられる企業もあります。

【企業のニーズ】

- ✓ 地球規模の課題への取り組みにより、社会的責任を果たしたい
- ✓ 本業(=社会へ負荷を与える側面もある)に対し、リスク回避のために環境・社会問題への配慮を行いたい
- ✓ 単なる営利組織ではなく、社会の発展を意識していることを社会的にアピールし、信頼を得たい
- ✓ 企業ブランドイメージ、CSR 格付けを向上させたい
- ✓ 消費者に訴えかけるような社会貢献活動を行い、イメージアップを図りたい
- ✓ 社会貢献活動を社内にアピールし、社員の参加を促し、団結力を強めたい
- ✓ NGO と協働することで、社会貢献活動に対する、株主、従業員、消費者などステークホルダーの理解を得たい
- ✓ NGO の現場感覚や専門性を活用して、グローバルな規模で社会貢献を行いたい
- ✓ 進出予定地域・国での情報収集や、知名度の向上やイメージアップを図りたい

企業の主なニーズとして、①自社の特性や既存のネットワークを活かし、グローバル企業としての社会的責任を果たすことで持続的な成長を図ったり、②途上国から原料を調達したり、製品の製造拠点を途上国に持つ企業には、本業が社会に負荷を与える可能性を考慮し、環境・社会配慮を行うといったことが挙げられます。例えば、途上国の工場で製品を製造するある食品メーカーは、消費者や顧客から、現地の環境や労働環境、人権といった社会問題への配慮を要請されるようになり、従来より実施してきた製品のコスト、納期、質を管理するサプライチェーン・マネジメントに留まらず、リスク回避の観点から CSR 調達を推進しています。

また、企業のブランドイメージを向上させ、消費者・顧客に対するイメージアップを図るといったニーズもあります。営利組織である企業にとって、社会貢献事業は顧客・株主などに留まらず、社会全体へのアピールになり、また、NGO や市民から感謝されることで社員の誇りにつながり、労働意欲や団結力の向上につながるといった声もあります。

そのほか、途上国で社会貢献活動を行う企業は、NGO の地域専門性に着目し、NGO を通じて進出予定地域の情報収集を行い、市場調査に役立てたり、現地での知名度の向上を図るといったニーズを持つこともあります。

1-3. NGO・企業の強み（長所）とは？

① 企業の強み（長所）

インタビューを行った複数の NGO は、政府による資金援助と民間による援助の性質上の相違に着目し、通常、単年度予算で運用される政府支援に対し、企業による支援では複数年にわたる資金獲得が可能であることから、中・長期的な視野で計画を立案できることが大きな強みであると回答しています。さらに、連携先が許可すれば資金を当初の目的外に使用できるなど、政府資金に比べて柔軟に事業経費を運用できるとの意見もあります。

そして何よりも、企業の本業を活用したオリジナリティのある支援が行えることも大きな長所として挙げられます。例えば、ある海運会社は進出先の途上国で災害が発生した際、緊急支援の経験が豊富な NGO と協働で緊急支援物資を輸送しています。また、航空会社が、緊急に途上国の被災地の現地調査に赴く NGO 職員に対し、無償で航空チケットを用意した例もあります。さらに、広告会社が作成した NGO 団体の広報資料の斬新なデザインが支援者獲得に一役買っている例もあります。そのほか、企業が NGO に事務所を提供したり、イベント開催のためのスペースを提供するなど、資金や物資提供に留まらず、企業の様々な強みが NGO の活動に役立つ例もあります。

企業との連携による事業では、NGO 団体のロゴを利用した商品の流通や、広告を利用する機会が得られることで、NGO が知名度を向上させる格好のチャンスとなる場合があります。また、NGO が社会的に信頼の高い企業の信用を借り受ける形で信頼性を向上させる機会を提供できることも、企業の大きな強みの一つと言えるでしょう。さらに、企業も社員という個人が集合した組織であるため、社員の間で団体の名前や活動内容を浸透させることができるのも強みの一つとしてあげられます。

【企業の強み（長所）】

- ・ 本業で培った専門性、オリジナリティ、経験、ノウハウがある
- ・ 活動に必要な資金、物資、場所を柔軟に提供できる
- ・ 社員の間で団体の知名度が向上する
- ・ 企業の本業を活かしたサービスを支援事業に活用できる
- ・ 団体の事業規模の拡大が可能になる
- ・ 団体イメージや信頼性の向上に役立つ
- ・ 組織運営のノウハウ（財務、経理、広報関連の知識など）がある

②NGO の強み(長所)

インタビューを行った多くの企業が、NGO の最大の強みとして途上国の現地事情や支援活動のノウハウを挙げ、途上国で社会貢献活動に取り組む際、NGO との協働がなければ難しいと回答しました。ある企業は、過去に企業単独で被災地への物資提供を行ったものの、現地での輸送手段がなく、被災者に届ける難しさを痛感した経験から、「支援では必ず NGO との連携を検討する」と回答しています。企業には途上国支援業務に係るノウハウがなく、相手国特有の事情に戸惑うことも多いため、NGO が支援活動を通じて蓄積してきたネットワークや現場経験、専門知識は最大の強みと言えます。

また、複数の企業から、オリジナリティのある NGO との連携による社会貢献事業は、自社のイメージアップに大きく貢献するとの回答を得ました。特に社会貢献活動がマスコミで取り上げられることで得られる広報宣伝効果は極めて高く、新聞などによる報道は社会に与えるインパクトも大きいいため、通常の広告とは比較にならない付加価値があるとの意見も多く聞かれます。企業単独の社会貢献活動では話題性に欠け、マスコミに取り上げられることも多いとは言えません。しかし、NGO と連携することで企業が地域や市民との関わりを深め、より社会性のある活動を行っている印象づけられることから、マスコミが注目するきっかけとなるという点も NGO の持つ強みの一つであると言えます。

そのほか、企業の事業地や進出予定地域でコミュニティと直に接して事業を実施し、住民のニーズを把握していることも NGO の大きな強みの一つと考えられます。NGO を通じて途上国でビジネス基盤を構築するために必要な情報収集を行ったり、企業名や商品名を浸透させたり、コミュニティに関する知見や信頼を獲得し得ることは大きな利点と言えます。

【NGO の強み(長所)】

- ・ 団体の途上国のノウハウ、ネットワークを活用し、地球規模の課題に対応することができる
- ・ 団体の特性を生かしたオリジナリティのある支援により、広報戦略の一環である企業イメージの向上に役立つ(特にメディア報道による無償の広告効果)
- ・ 進出先のビジネス基盤の構築、情報収集に役立つ
- ・ 企業が営業活動を行う地域・国や、進出を予定する地域のコミュニティに対する知見がある

1-4. 連携のきっかけ作りとは？

具体的な連携事業に至るには、ニーズと強みを確認した上で連携の「きっかけ」を作る努力が必要となります。連携に際し、信頼のおける連携相手になりうるか、事務能力があり成果を挙げられる NGO かどうか、団体の活動方針に対する理解がある企業であるか、といった点を見極める必要があります。

【企業が連携したい NGO の条件】

【支援型・協働型連携】

- ✓ 企業の社会貢献活動の理念、方針を理解している
- ✓ 企業の NGO 連携の基準に合致している
- ✓ 事務局体制が整っており、担当者に連絡がとりやすい
- ✓ HP などでの活動報告や会計報告が開示されており、第三者でも容易にアクセスできる
- ✓ 説明責任が確保されている(ex.期限までに事業報告、会計報告が提出される)
- ✓ 透明性が確保されている(ex.資金の使途が明らかである)
- ✓ 企業側の事情に理解がある(ex.意思決定までの手続きなど)
- ✓ ビジネスの視点、ビジネスマナーを心得ている
- ✓ 企業並みの事務処理能力がある(ex.スピード、質)
- ✓ 団体の連携ニーズに関する情報(ex.対象事業の内容、資金規模など)が容易に入手可能である

【協働型連携】

- ✓ 社員がボランティアとして参加しやすいようなプログラムが整っている
- ✓ 企業の本業を活かせるような、事業内容・能力を団体が持っている
- ✓ 地域専門性・分野専門性を有している

【NGO が連携したい企業の条件】

【支援型・協働型連携】

- ✓ 団体の活動理念、方針を理解している
- ✓ 団体の企業連携の基準に合致している
- ✓ 支援体制が整っており、担当者に連絡がとりやすい
- ✓ 事業成果に関する団体独自の視点(ex.長期的成果や現地コミュニティのニーズを優先)を理解している
- ✓ 現地のオーナーシップの確保や、ジェンダー配慮、自立発展性の確保に配慮するなど、開発協力の視点について理解がある
- ✓ 継続的に支援を行う姿勢がある

【協働型連携】

- ✓ 団体の活動において、企業の本業が活用できる
- ✓ 団体の専門性・特性を活かし、社会貢献を行うことに理解がある

NGOにとって、それまで接点のなかった企業と短期間で連携の話が持ち上がるケースはまれです。経験の少ないNGOは、企業が日頃付き合いのない団体からのアプローチに慎重な姿勢で対応することに驚くこともあるといいます。インタビューを行った企業の中には、特定のNGOを支援していることが一般に公表された翌日や、緊急災害などの直後に様々なNGOから電話などによる支援依頼が殺到し、担当者が対応に苦慮することがあるとの意見もありました。特に支援依頼のあった団体を直接知らない場合、支援可否の決定には所要の社内手続きもあり、即断はできかねるものです。こうした企業内部の事情を理解することは不可欠です。

インタビューを行ったある企業は、NGOとの連携を検討する際、その団体が連携先として適しているかを見極めるために1年ほど費やすこともあると答えました。まず団体の個人会員として団体に関わりながら、時間をかけて団体に関する情報を収集し、組織運営の能力、事業実施能力などを考慮し、社会貢献活動のパートナーとするかどうか判断しているそうです。こうした企業の慎重な姿勢を理解し、小さなことから「連携のきっかけ」を作っていくことが大切です。

「連携のきっかけ作り」として、以下の働きかけが考えられます。

①企業からの働きかけ

インタビューを行った企業の多くが、NGO が主催する講演会やセミナーを通じた団体の連携実績、活動についての情報収集を経て、実際に NGO にアプローチを行うなどの方法を取っていました。日頃から NGO が発行するニュースレターやメールマガジンで情報を入手したり、企業担当者間で情報交換を行うことも有効であると述べています。

【企業ができる「きっかけ作り」とは？】

- ✓ NGO の活動報告会に参加する
- ✓ 社員がボランティア活動に参加する
- ✓ NGO のニュースレター、メルマガの購読
- ✓ 社員が NGO の会員になる
- ✓ 就業時間後などに社員がボランティアに参加しやすい制度を整える
- ✓ 個別の事務所訪問

また、関心のある NGO 団体の情報が不足している場合、まず社員個人がボランティアとして参加し、その後 1 年ほど個人的な付き合いをしながら団体の情報収集を行い、正式に組織同士の連携を行う決定に至った例もあります。

団体の選定にあたり、社内公募が行われた際に、ある社員が支援者として関わったことのある団体を推薦し、連携先として決定した例もあります。

さらに、メールマガジンを通じて災害支援の情報を得た企業が団体に関心を持ち、1 年ほどのやり取りを行った後、実際に連携に繋がったという例もあります。

このように、社員レベルでの活動が組織同士の連携に繋がることも多いため、NGO のボランティア活動に社員が参加しやすいような機会を設けるのも有効です。

例えば、昼食時間や就業時間後などに NGO にオフィスの一部を提供し、社員のボランティア参加によるプログラムを実施するといった方法もあります。

②NGO からの働きかけ

企業勤務経験のある NGO 職員の中には、企業への飛び込み営業を行うケースもみられますが、担当職員にそういった経験がない場合は、一般に公開されている企業主催の社会貢献セミナーなどの場を活用し、企業関係者にアプローチするのも有効です。

【NGO ができる「きっかけ作り」とは？】

- ✓ NGO 同士の意見交換・情報収集
- ✓ 支援者を対象とした活動報告会や講演などのイベントを開催
- ✓ 企業の社会貢献に関わる報告会やセミナーに参加し、積極的に企業関係者と接触する機会を増やす
- ✓ 企業からの問い合わせに慎重に対応し、団体の組織概要や理念を説明し、支援に繋げる
- ✓ 個別の事務所訪問

積極的に企業と接触する機会を増やし、情報収集を行うと、企業の考え方などについて有益な情報が得られる場合もあります。

さらに上述の通り、団体の一支援者との関わりが勤務先企業との関係に結びつくこともありますので、支援者とのコミュニケーションを大切にしましょう。広報資料の作成や活動報告会の開催も重要なきっかけ作りとなります。さらに NGO 同士のネットワークを強化し、連携企業や活動内容に関する頻繁な情報交換を行っていくことも重要です。

【コラムー3 きっかけ作りの成功例と失敗例】

【きっかけ作りの成功例】

●ある NGO の広報担当 S さんの話:

ある企業の社会貢献事業を担当する社員 O さんとは、弊団体が主催する講演会で知り合いました。最初は弊団体の代表が執筆した本に関心を持っておられたので、名刺交換をしながら活動をご説明しただけでした。その後何度か、NGO 主催のイベントでお目にかかる機会がありましたが、簡単なご挨拶のみで、特に将来的な連携の話が上ったわけではありません。数年後、この会社が教育分野で支援先となる NGO を探していたところ、O さんが社内公募で弊団体をご推薦下さり、正式にご支援頂くことが決定しました。この連携が実現するまでの数年間、O さんは NGO による途上国支援について随分と詳しくなられていたようで驚きましたし、何より弊社について入念な調査を行っておられたようです。すぐに連携に至るのは難しいこともありますが、自分の団体に合った方法で「きっかけ作り」をしていくことが、連携に繋がるのだと思います。

【きっかけ作りの失敗例】

●ある NGO のボランティア事業担当 B さんの話:

弊団体の事業規模は小さいものの、途上国の子ども達への支援実績には自信があります。ただ、常勤職員が少なく、月に1度の会員向けニュースレターの発送作業ではボランティアの方々のお力を借りており、最近では企業に勤める方に週末にボランティアとしてご参加頂くことも増えてきました。ある日、何度か個人でボランティアをして下さった A 社の社員の方から、「社内で就業時間後に社員参加のボランティアの時間を設ける制度を作ったので、ぜひ社員のボランティアを募り、B さんの団体のニュースレターの発送作業を手伝いたい。好評であれば定期的に続けていきたい」と大変ありがたいお問い合わせを頂きました。担当の B さんがとても積極的な反応を示していることがとにかく嬉しくて意気揚々と A 社に伺っただけけれど、、、集まった他の社員の方の中には気が乗らないような態度があからさまに見える人もいました。自社のブランドイメージのため、または会社に言われて仕方なく、と余り積極的でない理由でご参加頂いているのかなと残念な気持ちになり、弊団体にとってボランティア獲得のまたとないチャンスでしたが、継続するには至りませんでした。もちろん、次に同様の機会があれば、こちらもボランティアの方の関心を引き出し、もっと楽しんでご参加頂けるような工夫をしたいと思っています。

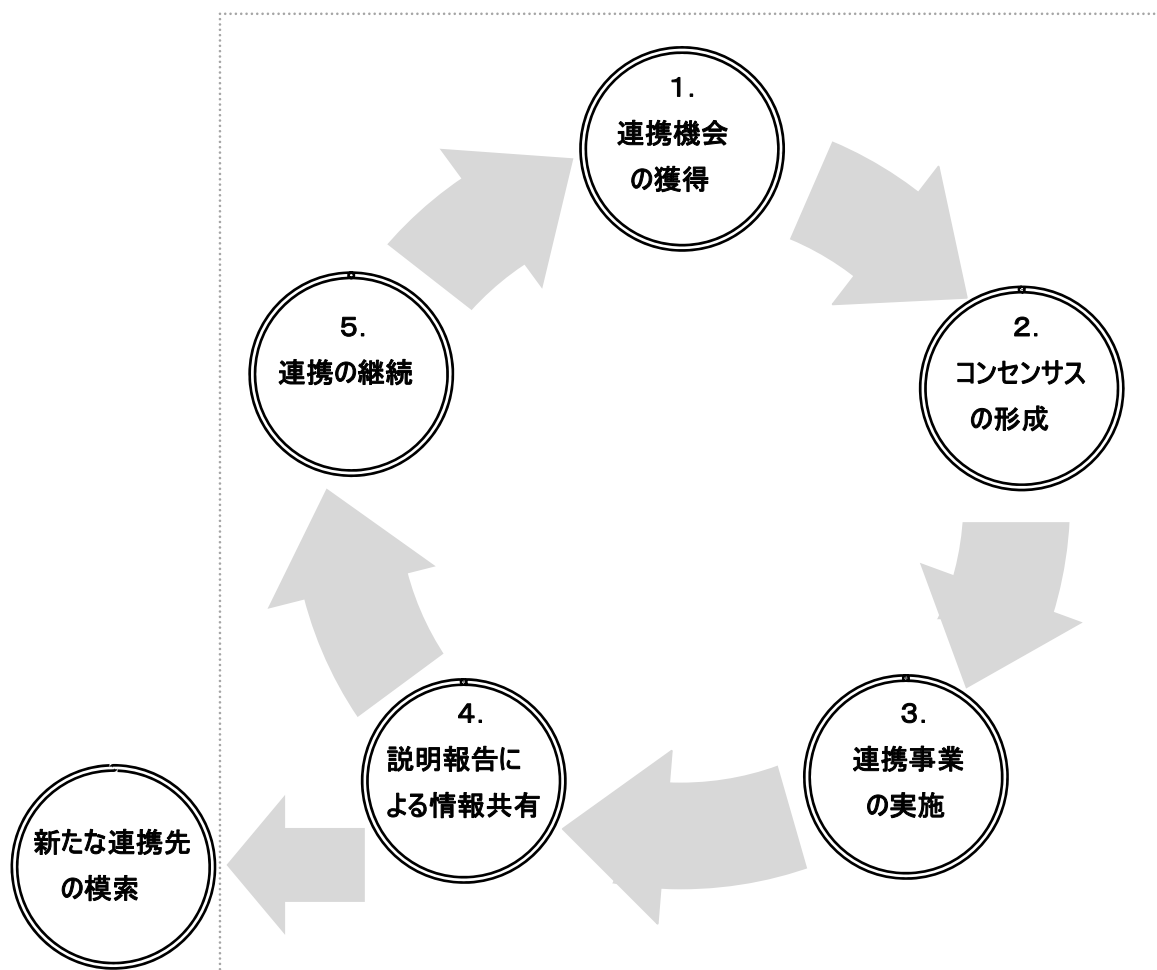
1-5. 連携の流れ

企業と NGO との連携による途上国支援活動は、どのようなプロセスを経て進んでいくのでしょうか。

連携は、支援のタイプが緊急支援型か長期支援型か、連携のタイプが支援型連携か協働型連携かなど、その期間や内容はさまざまですが、インタビューを行った様々な NGO や企業によれば、共通して以下のようなプロセスを経ているようです。

このプロセスがスムーズに進むには、日頃の両者間のネットワークや、継続的な意思疎通がカギとなります。インタビューを行った NGO の中には、こうした日頃のコミュニケーションが確保されていたために、素早い決断が迫られる災害支援の際に迅速な対応が可能になったとする団体もありました。また、長期的な支援の取り組みにおいても、こうした日頃のコミュニケーションは、双方のニーズや強みを十分に理解し、相互補完的な連携を実現する一助となるでしょう。

第 2 章では、連携プロセスの各段階で行われる両者間のコミュニケーションにおいて、どういった点に留意したら円滑に連携が進められるのか、その秘訣を探ります。



第2章 連携の留意点

2-1. 連携の機会を獲得するには

連携が必要となる背景については、「1-2. の連携のニーズ」において記載した通りです。連携の機会を得るために必要なのは、日頃から連携したい相手に対するコミュニケーションのチャンスを探し、アプローチを受けた際に誠実に対応するといったごく当たり前の心がけです。双方の担当者レベルにとどまらず、社員、職員など個人レベルで関わり合いを持つことが望ましいと考えられます。

① NGO/企業自らが、支援の方針と目的を把握する

連携を開始するには、NGO や企業が、自らの支援方針と目的を把握した上で、ニーズや強みに基づき、「できること」をイメージしていくことが重要です。

NGO の場合

(1) 方針と妥協範囲の伝達

企業からの初めての問い合わせに対し、すぐに団体概要や方針について明確な説明ができるようにしておく必要があります。活動内容や企業との連携の実績を記載したパンフレットを用意し、問い合わせのあった企業に送付したり、持参して説明を行うとよいでしょう。連携先の選定に関するガイドライン、社員参加の可否など、明確な方針がある場合には、企業の意向に団体としてどこまで応じることができるのかを考慮しつつ、一方的に相手の要求を受け入れることにならないよう条件を提示し、連携の可能性を探りましょう。

(2) 「NGO の熱意と受け手の感じるギャップ」の解消を目指す

NGO の中には、自らの活動内容を説明する際、熱意が先んじてしまい、「一人よがり」と受け止められることがあるようです。どれだけ熱意があっても、団体の活動に「費用対効果」がないと判断されれば、日頃馴染みのない地域への支援について企業の関心を得ることが難しくなります。**得られる効果など結果重視の視点で事業の意義を説明するよう心がけましょう。**

企業の場合

(1) 自社の方針と目的の把握

社内の方針をしっかりと把握し、何を達成したいのかを明確にする必要があります。社員を参加させたいのか、認知度を高めたいのか、支援分野、地域、提供可能な資金規模といった様々な目的や条件の中から絞り込みを行い、どこまで支援できるのかを考えておくと、NGO にアプローチした際に連携可否の判断がつきやすいでしょう。

(2) 相手の方針や活動を知っておく

NGO により様々な活動内容や方針があることを忘れてはいけません。企業が想定する連携事業の内容がNGO の方針とマッチしない場合、NGO が連携を断念する可能性もあります。担当者は、本やメールマガジンなどを通じてNGO の具体的な活動内容を把握しておきましょう。

② NGO/企業の情報を公開し、活動の実績/魅力をアピールする

連携の機会を増やすためには、気軽に第三者が情報を得ることができる環境を整えることが有効です。活動や連携の実績を公開するなど、連携により得られる成果をイメージできるような情報を提供し、団体や企業にアピールしましょう。

NGO の場合

(1) 一般への情報公開

組織としての信頼を得るためには、情報公開や説明責任を果たすことが不可欠です。企業は株主や消費者といったステークホルダーに対し、事業実績や財務状況を公表していますが、支援される NGO 団体もこうした企業の姿勢にならう必要があるでしょう。定款、会計報告、事業報告を公表し、第三者でも容易に団体情報にアクセスできるような体制を整える必要があります。

(2) 問い合わせへの対応

企業対応の担当者を決めておき、企業がいつでも問い合わせできるような体制を整えましょう。回答の正確さ、迅速さは信用性に影響します。また、団体ホームページで連携方針や事例を公開し、問い合わせフォーム、担当者のメールアドレスなどを記載するなど、気軽に問い合わせが可能な体制を作ることは、連携のきっかけをつかむ一助となるでしょう。

(3) わかりやすい広報資料の作成(ホームページ、パンフレット、ニュースレター、メールマガジン)

財源不足の状況では、限られた資金を活動に回すため、広報活動が後回しになりがちですが、団体を知ってもらうために不可欠な要素です。援助活動の中で「この団体だからできた」というインパクトのあるエピソードを踏まえた内容を記載し、強く印象づける資料が求められます。魅力的なキャッチコピーやエピソードを考えましょう。ただし、一方的なアピールにならないよう、客観的な視点で内容を検討することも必要です。

(4) 事務所訪問の受け入れ、企業への訪問

積極的にセミナーやシンポジウムに参加して、企業側担当者知り合う機会を増やすほか、知り合った企業関係者の事務所訪問の受け入れ、企業訪問や企業担当者同士のネットワークや会議などへの参加を通じ、活動の様子や団体の魅力を直に伝えましょう。

企業の場合

(1) 連携実績についての情報提供

NGO との連携の実績や方針を公開し、どのような形の社会貢献を行えるのかを示しましょう。

(2) 問い合わせへの対応

これまで連携の経験の少ない NGO から、積極的に問い合わせを受けつけ、連携先の候補を開拓していきましょう。

(3) 国際的な援助動向についての情報収集

昨今の国際援助を巡る議論(ex.MDGs、TICAD)についての情報を把握しておく、NGO の活動に対する理解が深まり、連携候補先を選定する上で参考となります。

【コラムー4 事業経費の見積もりを問い合わせる際には】

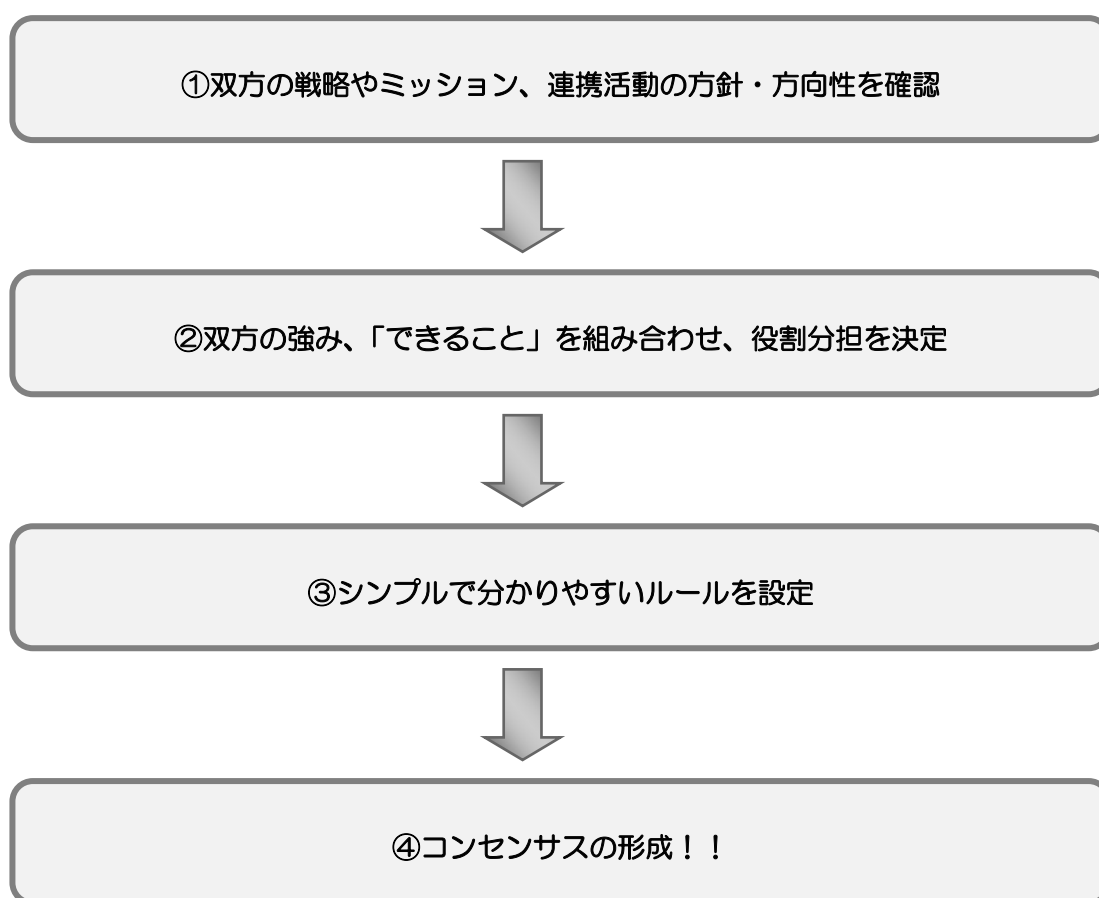
●ある NGO の広報担当 B さんの話:

災害などが発生した翌日、多くの企業から、弊団体に対し支援のお問い合わせを頂きます。ただ、どういった内容での支援が必要か、必要な支援額はどのくらいかといった情報を収集するためのお問い合わせも多く、支援したい事業内容や規模について不明確なまま、ご連絡を頂くことがあります。

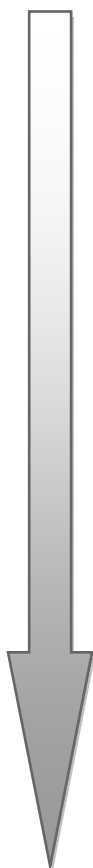
中には、「支援するかどうか社内で検討したいので、詳細な費用見積もりを提出して貰えないか」といったご依頼を受けることもあります。対象国によっては、業者に見積もりの提出を依頼すると、現地に「支援して貰えるもの」との誤解を与えてしまうこともあり、NGO としては過大な期待を抱かせないような配慮が必要だと思っています。一般的な日本企業と現地コミュニティとの考え方の相違を説明し、企業側にご理解頂くよう努める必要があります。

2-2. コンセンサスを形成するには

連携事業では、企業とNGOが立場の違いを十分認識した上で、時には譲歩し、尊重しあいながら意見を一致させていくことが重要です。異なる理念や見解から成り立つ組織同士の連携だからこそ、効果的に事業を運営するためには、事業方針や実施体制についてコミュニケーションを重ね、信頼関係や連帯感を醸成していくことが必要となります。インタビューを行ったNGOや企業によれば、連携事業を実践するためのコンセンサスが形成されるまで、概ね以下のプロセスを経ているようです。



①双方の戦略やミッション、連携活動の方針・方向性を確認する。



双方が事業に何を期待しているのか、意図しているのかを共有し、事業の理念や意義を確認するべく協議を重ねることが必要です。

それでは具体的にどのような点に留意すべきでしょうか？

双方の理念、戦略を尊重した連携を目指すには

(1)「支援型連携」の場合、NGO は団体独自の理念を守り、企業の「下請け業者」にならないことが重要です。小規模な NGO ほど、「この機会を逃すまい」と企業側の意向に全面的に従おうとする傾向があるようです。方針や理念に基づき、譲れないことは譲らず、「できること」と「できないこと」を相手方に理解して貰うよう努めましょう。これは「協働型連携」の場合も同様です。

(2)「協働型連携」の場合、企業が本業を活かしたり、人材を投入したりする支援を目指す場合には、初期の段階から、本業と社会貢献をいかに効果的に組み合わせるか、といった方針を定める必要があります。

②双方のニーズや強みに基づき、「できること」を組み合わせた事業を目指し、役割分担を決める。



組織が有するニーズ、強み、オリジナリティを組み合わせながら、事業内容や役割分担を検討しましょう。また事業提案の際には、連携相手が得られる利点を強調しましょう。

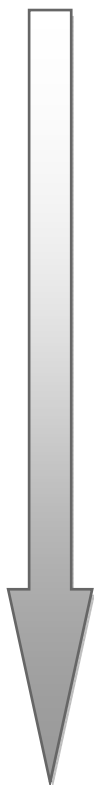
NGO、企業が持つ強みを活かして、例えば

(1)「支援型連携」において、NGO は現場の視点を十分に活用し、企業の豊富な資金、説明責任や成果重視の視点に基づき、事業資金を効果的かつ効率的に使用するよう努める必要があります。

(2)「協働型連携」において、NGO は援助の現場や現地コミュニティのニーズを企業と共有することが必要です。特に現地の人々の自立度合いを事業成功の指標とする視点を企業側に伝える努力をしましょう。企業には、本業や人材などを活用する上で、費用や業務分担の方針など、細部にわたり話し合っておくことが求められます。

③シンプルで分かりやすいルールを設定する

役割分担などに至るまで、決め事を細かく確認しながら両者間の合意が得られるまで協議を行います。些細な行き違いがないよう、詳細に話し合っておきましょう。



それでは、役割分担以外に、こういったルールがあると良いでしょうか？

例えば、広報効果の測定方法、事業のモニタリングや評価の実施方法が考えられます。

(1)「支援型連携」において、企業の成果を客観的な数値で示す視点にならない、企業側のノウハウを活用して事業の広報効果を数値化するなどのルールがあると有用です。

(2)「協働型連携」において、NGO は事業目標の達成度合いを測る評価指標を設定する際に、援助の専門性に基づいたモニタリングや評価手法の知識を活用すると事業成果が判断できます。特に事業対象地域の「自立発展性」に重点を置いた NGO の視点はコミュニティに対する支援の意義を高める上で大変重要です。地域住民の自立の度合いを示す指標や、住民の意識変容、行動変容といった数値で計測しにくい要素をどう測定するか、議論をしておく必要があります。

④コンセンサスの形成！！

コンセンサスが形成されたら、事業開始後の行き違いによるトラブルを防ぐためにも、両者間で業務同意書を作成、署名しましょう。

【コラムー5 企業に企画書を持ち込む際には】

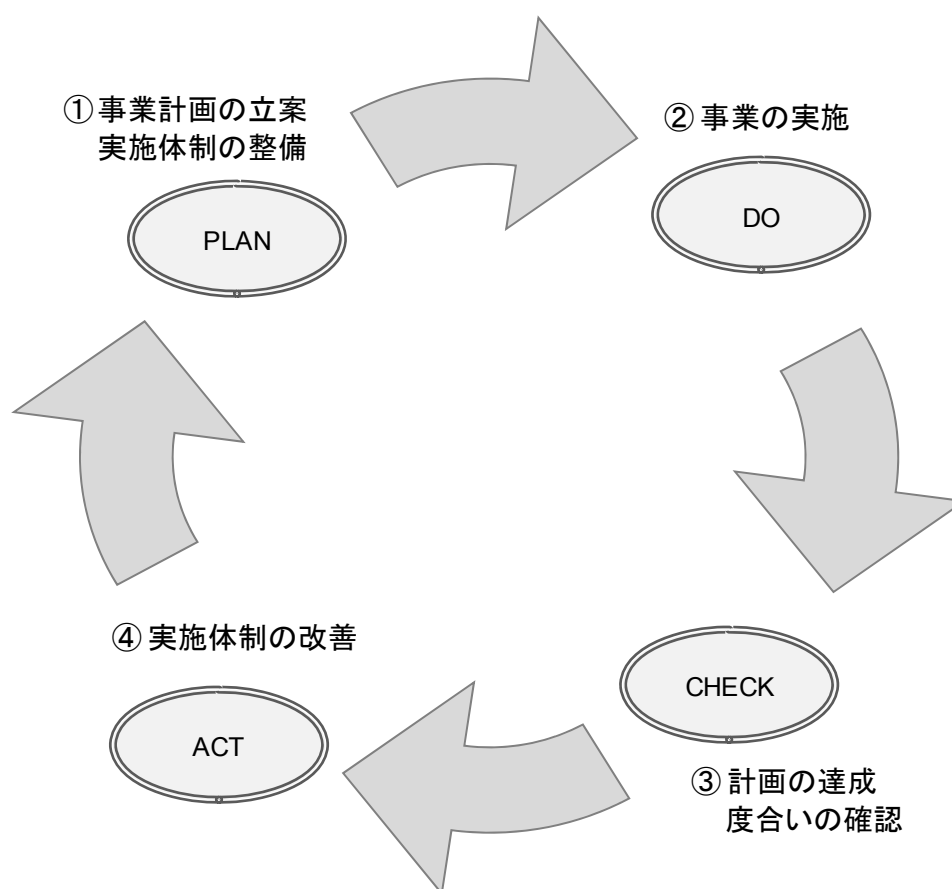
●ある企業の社会貢献事業担当 E さんの話：

連携を開始するにあたり、NGO 側から積極的に企画書などを持ち込んで頂くことがあります。それ自体、大変結構なことなのですが、記載内容が不十分で、問い合わせをしなければならないことが多くあります。社内稟議にかけるには、少なくとも団体の概要、財務状況、事業実績、支援を要する事業の概要、必要経費とその内訳、事業で期待される成果といった情報が必要です。社内の関心を集めそうな内容でも、情報が不十分であれば社内稟議に廻せませんし、度重なる問い合わせが必要だと実際の連携に至るまでに相当な時間を要してしまいます。そのまま社内稟議に使用できるよう、十分な情報を記載した企画書を提出して頂けると有難いと思います。

2-3. 連携事業の実施

双方が持つ強みを活かした仕組み、体制の下、相互補完的な立場で途上国支援に取り組み、相乗効果をもたらすには、以下の点に対する留意が必要です。

途上国支援では、対象地の文化的、社会的な特殊事情などを十分に踏まえ、綿密に計画を立て、進捗状況をモニタリングしつつ、必要に応じ軌道修正しながら、実践に繋げていくことが重要です。以下の図では、PDCA サイクルを用い、各段階の留意点を説明します。



① 業務計画を作成する

連携事業をより効率的に実施するために、両者間で協議し、綿密な業務計画を立てましょう。「**支援型連携**」では、NGO が中心となって業務計画を立案することになりますが、企業側も(a)社内に事業を推進する体制を整え、(b)社員参画による事業報告会、活動に関する写真展など、社員の関心を高める企画があると望ましいでしょう。「**支援型連携**」においても「**協働型連携**」でも、事業の計画段階から、2-2③のルールの一つであるモニタリングシステムを整備し、プロジェクトの進捗状況を把握するシステムや、活動成果の確認方法を整理しておくといいでしょう。例えば、トイレの建設を行う場合、計画段階で作成した事業工程表に基づき、建設が何パーセント進んでいるのかといった進捗状況を管理しておく有効です。

すでに説明した通り、NGO の活動は現地のニーズに対応し、きめ細やかな支援を行うことを目的としていますので、「支援型連携」、「協働型連携」のいずれにおいても、現地事情に応じて事業を調整する必要があります。その結果、時には事業の中断や見直しを余儀なくされることもあります。そうした場合にも企業側の意図に配慮しつつ、現地事情やニーズに対する理解を得る必要があります。

②事業を実施する

事業を実施する際に、報告、連絡、相談を徹底することが大変重要です。詳細は次の2-5で取り上げます。

③計画の進捗状況を確認し、成果を評価する

「支援型連携」、「協働型連携」のいずれにおいても、計画が当初の予定通りに進んでいるかどうかを正確に把握し、成功や失敗の要因を分析しつつ、事業の改善を図る必要があります。連携経験の少ない NGO の中には、「実施した事実を伝える報告」に重点を置くあまり、実施に至るまでの背景や、成果を重視しない団体もあるようです。特に現地のキャパシティ・ビルディングを目的としたプロジェクトを実施する上で、NGO は数量的な変化よりも定性的な変化(ex.親の女子教育への理解の変化)を重視する場合があります。しかし、変化を出来る限り数値化し、根拠のある分析を行うことにより、連携相手の企業から説得力のある事業成果と受け止められます。

NGO は非営利団体ですが、企業から支援を受けている以上、事業の効率性や経済性を軽視してよいということはありません。成果重視の視点で進捗を把握するよう心がけましょう。

(a)事業が成果をもたらしたかどうか判断する上で、以下の点を参考にして下さい。

- 対象地域のニーズに変化がもたらされたか？
- 対象地域への経済・社会的な効果があるか？
- プロジェクトの目標は達成される見込みがあるか？
- プロジェクトの資金は適切に使用されたか？
- プロジェクトにより負のインパクトが生み出されていないか？負のインパクトはどう解消され、あるいは、どう最小化されるか？
- 事業完了後に、より現場のニーズに合った事業を継続的に実施する見通しがあるか？そのための準備(マネジメント、資金など)が整えられているか？
- 事業完了後に、対象地域の当事者により、プロジェクトがもたらした成果が継続される見通しがあるか？

(b)事業において効率的な連携が行われたかどうか判断する上で、以下の点を参考にして下さい。

- NGO、企業が保有する資源、オリジナリティや強みが活かされているか？
- 連携による相乗効果があらわれているか？
- どちらかが連携先に依存するのではなく、双方をビジネスパートナーとして信頼関係が構築されているか？

④事業を改善する

事業の進捗状況を確認し、計画内容を変更する必要がある際には、企業・NGO・現場サイドの間で十分協議を行いましょう。

【コラムー6 「支援型連携」と「協働型連携」どちらが助かる？】

●ある NGO 企業連携担当 Y さんの話：

従来より、日本では企業からの資金提供による連携例が大半を占めてきました。ここ最近では、企業が自社の本業を活用し、いかに NGO と「協働」して社会貢献に取り組むべきか模索する動きも顕著です。従来型の資金提供から脱却し、新しい形の連携を試行錯誤する企業や NGO 団体が少なくありません。例えば、どう企業の本業を活用してユニークな支援を行うか模索をしている企業からの問い合わせも多く頂きます。しかしながら、弊団体を含め、依然として多くの日本の NGO にとって安定した財源の確保が課題であることも忘れてはならず、「支援型連携」と「協働型連携」のどちらがより重要ということではなく、NGO は両方から支えられ、活動を展開しているのが現実なのです。

2-4. 説明・報告による継続的な情報共有を行うには

「支援型連携」、「協働型連携」のいずれにおいても、信頼関係を維持する上で、情報を共有し、説明責任を果たすことが不可欠です。特に①進捗状況の報告、②完了時の活動報告及び会計報告、③マスメディアを活用した広報、④プロジェクトの評価において以下の点に留意しましょう。

① 進捗状況の報告

連携において、遅滞のない進捗状況の報告、相談が不可欠です。途上国では、やむをえない事情で事業のスケジュールを変更せざるを得ないケースが多々発生します。それに伴い、追加的予算が必要になる場合など、事業実施段階ではさまざまな問題が発生しうるものです。お互いにコミュニケーションを密にし、報告、連絡、相談に漏れがないよう努めましょう。

NGO は

- ✓ 計画変更を余儀なくされる場合は、迅速な報告を行い、企業側に理解して貰う努力が必要。

企業は

- ✓ 支援する企業も、「支援対象地域ならではの特殊な事情」を理解する。

途上国では、日本では想定できないような事情で問題が生じる可能性もあります。内紛や災害などのリスクにさらされている国や、現地のキャパシティが不十分であることも多く、事業が計画通りに進行しない状況が発生しがちです。こうした特殊な事情を抱えているからこそ、支援の対象となっていると柔軟に考える必要があるでしょう。

② 完了時の活動報告及び会計報告

NGO は

- ✓ 支援先からの信頼性の維持、支援のモチベーション向上のための報告。
- ✓ 連携先の担当者を訪問し、御礼と活動報告を行う。
- ✓ スタディツアーなどを催し、現地視察の機会を提供する事も一案。
- ✓ 企業のステークホルダーへの説明義務に対し、協力的な姿勢を示すこと。

支援者のモチベーションを向上する上で、支援がどう役に立っているかを伝え、満足感や喜びを感じさせることが大変重要です。また信頼を維持するためにも、資金の使途に関する報告を行うなど、組織運営の透明性を証明する必要があります。また、事業報告会を主催し、現地の様子を視覚的に伝えたり、社員参加によるスタディツアーを企画し、事業成果と活動意義を分かりやすく伝えることで、連携事業そのものの意義を企業側に実感してもらえ、継続的な支援に繋がる可能性が広がります。プロジェクトの効果を分かりやすく説明し、活動の意義を社員レベルにも浸透させていくことにより、継続した取り組みになりやすいと考えられます。

企業は

- ✓ NGOからの報告を基に、完了後の事業の方向性について協議を行い、支援方針を定める。
- ✓ 現地のプロジェクトサイトに赴き、現地事情、支援の成果を調査する。

NGOからの報告をもとに、完了後の事業の方向性(継続、拡大、出口戦略など)について両者間で協議を行い、方針を定める必要があります。企業も事情の許す限り、支援するNGOのプロジェクトサイトを訪問することで、支援の意義を実感でき、今後の方向性の検討の参考になります。

③マスコミの活用

定期的な広報刊行誌に加え、メディアは連携の成果を多くの市民に周知する上で大変有効な手段です。各報道機関に対してプレスリリースを発出するなど、迅速に活動を広報しましょう。

④プロジェクトの評価

2-3③に記載した通り、事業の成果を客観的に評価できなければ、正確にプロジェクトの進捗状況や成果を把握することができず、内容を調整し、改善することもできません。誰が見ても分かり易く、満足できるような評価を実施することは、NGOと企業双方が抱えるステークホルダーの多様な視点に対応した報告を可能にし、継続的な連携関係を維持する上で効果的です。

NGOは

- ✓ 現地の定性的な変化を含め、成果を出来る限り数値化し、説得力のある事業成果を示す。

NGOは、「現地住民にもたらされた具体的な効果」といった視点から評価を行う傾向があります。例えば、NGOは農村開発事業の成果として、開墾された農地面積や、職業訓練を受けた人数などの直接的な成果ではなく、「農地を開墾して得た換金作物の作付け高」や、「職業訓練により就職した人数」などを想定します。このように、企業とNGOが想定する成果は大きく異なることがある点を理解することが必要です。企業がNGOの視点を理解し、現地住民に与える実質的な裨益効果を評価する姿勢を持つことにより、双方の間で評価の視点が共有され、効率的に現地のニーズに配慮した事業を実施することが期待できます。

企業は

- ✓ 事業成果においても、企業とNGOが想定する成果は大きく異なる点に理解が必要。
- ✓ 企業が現地の視点を重視し、実質的な効果を評価する姿勢を持つことで、事業の評価の視点が一本化され、より現地のニーズに即した事業を実施することが望まれる。

2-5. 連携を継続させるには

多くの NGO にとって、特定の企業との関係を続けるための努力は、新しい連携先を獲得することと同じように重要な意義を持ちます。どんなに小規模であっても、支援によって繋がりを持った企業との接点の維持、拡大に努めましょう。

まず、コミュニケーションの継続が、連携事業の実現可否を左右するといっても過言ではありません。ニュースレターや講演会の案内など広報の機会を活用し、日頃から接点が途切れないう心がけることが重要です。また、連携先から意見、特にクレームなどが寄せられた場合には、真摯に耳を傾ける姿勢が、信頼関係の維持に繋がります。

NGO は窓口担当者を置き、企業を訪問する際には組織概要や活動内容を説明した資料を持参し、相手企業が連携に何を求めているのかといった内容を聴取し、連携先候補の関心やニーズに合わせ、何ができるのかといった提案を行えるような準備をしておくことが重要でしょう。

もし、企業から連携を中止したいとの申し出やクレームが寄せられた場合、企業がそのように考えた理由を聴取し、分析することで NGO が組織として改善すべき点が明らかになる場合もあります。特に中止の申し出があった原因を考えることで得られる教訓は多いと考えられます。

【連携を継続させるコミュニケーションの秘訣】

- ✓ 定期的刊行の広報誌(ニュースレター、年報)の送付
- ✓ 後援会の案内の送付
- ✓ 窓口担当者による営業活動の継続
- ✓ 連携実績の公表(HP、広報誌)
- ✓ プロジェクトの実施状況、効果の広報
- ✓ 連携中止の申し出・クレームへの真摯な対応

また、事業終了に伴い企業との連携が終了した場合でも、一支援者である社員との良好な関係を継続する努力は重要です。ある企業では長年継続していた NGO との連携事業を終了しようとしたところ、それまで支援者の立場でスタディツアーやボランティアに参加していた社員が継続を訴える署名を募った結果、方針が変更され、事業が継続されたという例もあります。

上記2-1. で述べたように、「連携は小さいことから少しずつ」、着実に実績を積み重ねていくことが重要です。これが他企業の目にとまり、新たな連携の可能性に繋がる場合もあります。

参考資料：アンケート及びインドネシア現地調査の実施について

1. アンケートの実施概要

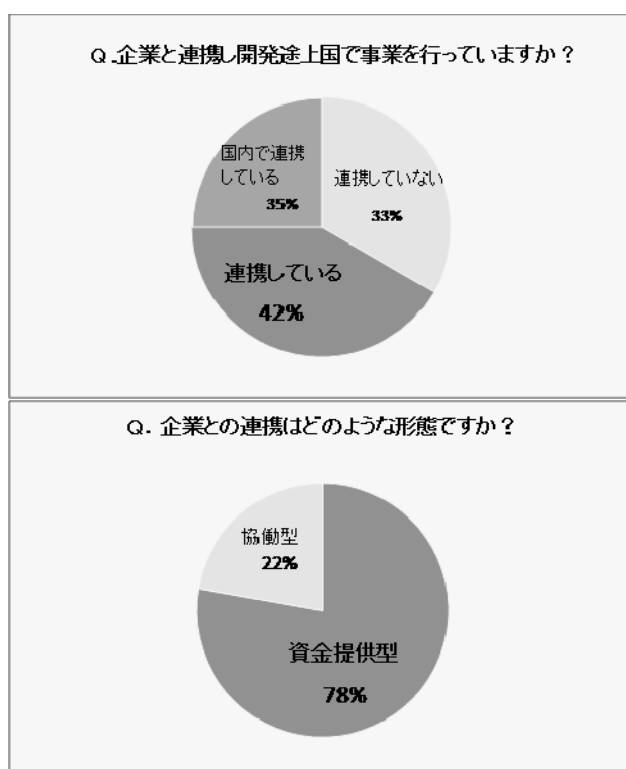
(1) 概要と目的

弊社は、本事業実施期間中、民間企業 100 社、国際協力分野で活動する NPO 法人 100 団体を対象に、NGO と企業の連携促進に係る意識調査を実施しました。アンケートの回収率は NGO が 13%、企業が 15%でした。アンケートの内容については、53 頁に調査票を掲載しています。なお、ヒアリングを行った NGO 及び企業は、本アンケートの対象に含めていません。

(2) 実施結果

(a) NGO

アンケートで回答のあった NGO のうち、**「企業と連携して開発途上国で活動をしているか」と**の設問に対し、



し、「行っている」と回答したのは 38%で、「連携しないで途上国支援を行っている」との回答が 31%、途上国ではなく日本国内で連携しているとの回答が 23%を占めました。

また、**「企業との連携の方法」として、企業から資金や物資の提供を受け、NGO 団体が活動を行う「支援型連携」が 78%を占めました。**さらに、**「連携するに至った経緯」**を聞いたところ、「企業側から話をもちかけられた」との回答が 44%ともっとも多く、次いで「団体側から企業に連携を打診した」に並んで、「連携先の企業の従業員が、もともと団体でボランティアを行うなどつながりがあった」との回答が 22%を占めました。

さらに、**「企業との連携により得られるメリット」として、「財源の確保」と「活動の充実・拡大」が 37%で最も多く、次いで「人材の確保」が 11%となりました。**さらに、「団体の社会的認知度向上」、「職員の能力向上」、「活動意義を満たすため」が 5%で並びました。

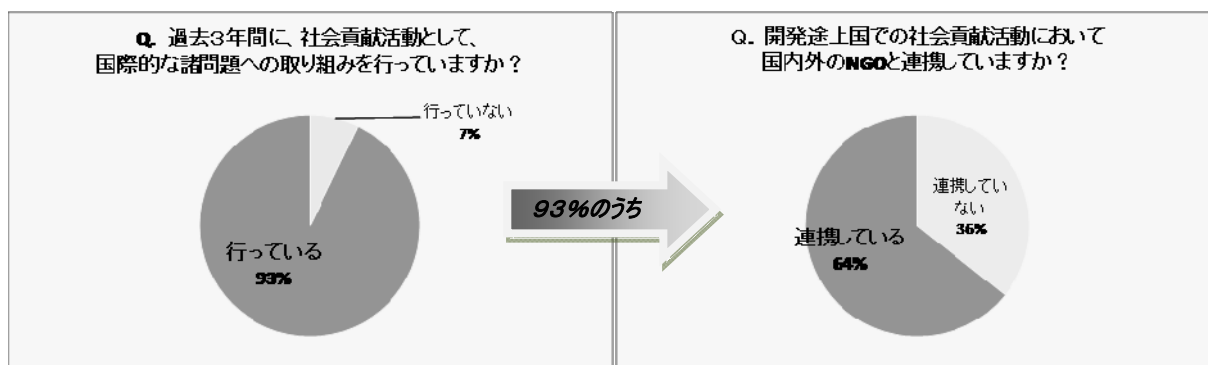
団体内部での**「企業連携の方針の有無については、**「連携の方針が定められていない」と回答した団体は 62%を占めました。さらに**「企業との連携を総括する部署や窓口が」**常設されている」との回答は 8%にとどまり、「必要に応じ、その都度担当部署・担当者を設置し

ている」との回答が約 70%を占めるなど、**企業連携促進のための団体内部の制度・体制**が整備されているとは言い難い現状がうかがえます。多くの NGO が人員や財源の不足を解消するために連携を望んでいるものの、そのための体制整備や、ノウハウの蓄積が難しい現状が浮きぼりになりました。

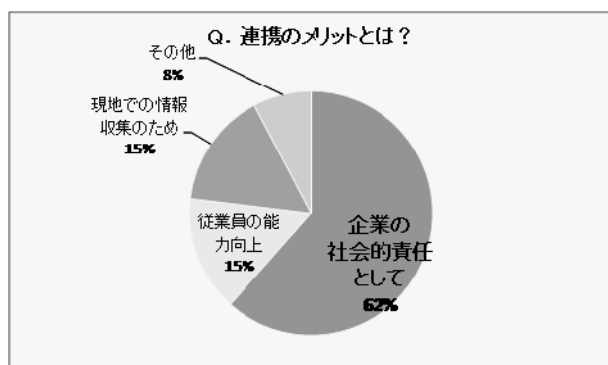
(b) 企業

今回実施したアンケートで回答頂いた企業のうち、「**国内を含めた NGO と連携して社会貢献活動を実施しているか**」との設問に対し、すべての企業が過去 3 年以内に国内外の NGO と連携を推進していると回答したほか、「**開発途上国の課題や災害復興支援に対する社会貢献を行っている**」と回答した企業は 93%に上り、グローバル企業としての国際的な諸問題への取り組みの関心の高さがうかがえます。そのうち、「**NGO と連携して、開発途上国や災害被災地域といった国際的諸問題への取り組み**」を実施しているのは、64%を占め、うち「支援型連携」が 90%弱を占めています。

これら企業が、「**NGO と連携して途上国支援を行うメリット**」として挙げたものとして、もっとも多かったのが、「企業の社会的責任として当然だから」で 62%を占めました。次いで「現地での情報収集のため」、「従業員の能力向上」が 15%を占めるなど、大部分の企業が、グローバル企業としての社会貢献活動の重要性



を意識し、こうした取り組みを企業の利益に結びつけるよう目指していることがうかがえます。



また、企業側からの「**連携に際しての NGO への要望**」として、「情報開示」が最も多く、企業活動への理解、連携案の提示との回答が続きました。連携の促進には、両者間のコミュニケーション不足の解消が急務の課題であることが明らかになりました。

2. インドネシア現地調査

(1) 背景と目的

インドネシアは、近隣のアジア諸国と比較して、NGO・企業との連携の事例が比較的多いとされています。この理由として、日系企業の進出数が多いこと、また他の開発途上国同様に教育や保健などの支援ニーズを抱えていることに加え、近年は大地震や津波などが頻繁に発生しているため、現地の事情にうじ緊急支援の専門性の高い NGO と企業とが連携するに至ることが挙げられます。一般的に NGO を通じた企業による緊急支援の事例の件数は多いとされていますが、これは被害状況が大々的にマスコミで報道されるため、支援ニーズの高さが伝わりやすく、支援の必要性を企業がステークホルダーに説得しやすいことが原因の一つとして考えられます。

本事業ではインドネシアにおける連携事例の調査を目的とし、平成 20 年 11 月 4 日から 15 日にかけて、インドネシアにおいて展開されている連携事例について、現地関係者の方々からヒアリングを行うとともにプロジェクトの視察を行いました。

(2) 現地調査結果

本現地調査では、在インドネシア日本大使館、JICA インドネシア事務所、NGO4 団体、日系企業の現地法人 2 社ほか、2 か所のプロジェクトサイトを訪問しました。

現地調査期間中、関係者を対象に行ったヒアリングでは、(a) 現地で活動を行う日本の NGO は、現地 NGO (もしくは NGO の地方支所) と連携しており、彼らが有する豊富な活動経験、ネットワークを活用し、より効果的な支援を実施しており、(b) 日系企業の現地法人の職員の主体的な取り組みにより、社会貢献事業が企画・運営された例もあり、こうした場合においても、現地法人が現地 NGO と提携が行われていました。

こうした連携を展開している日本の NGO・日系企業・現地 NGO は、多様な関係者との協力関係に基づき、実施体制を整えたことで、効率的な支援を目指しています。特に緊急支援では迅速な対応が求められ、また長期的な視点で、より現地に定着させた活動を行っていくことを目指す必要があるため、現地のコミュニティから理解や信頼が得られるような事業を実現させていく上でも、様々な主体との連携が鍵を握ることをうかがい知ることができました。

第三章では、現地調査の対象となった連携事例の一部をご紹介します。

第3章 連携事例

3-1. (特活)APEXと積水アクアシステム(株)による連携

—インドネシアなどにおける「適正技術」開発:回転円板式排水処理技術の開発と普及—

対象地	インドネシア国
事業期間	1995年～
目的	アジア地域に適した、低コスト・省エネルギーで運転管理の容易な排水処理技術を開発し、その普及を図る

1. 概要

インドネシアでは、生活排水や産業排水の垂れ流しなどによる水質汚濁問題が深刻で、とりわけ都市の住宅密集地における衛生環境の悪化が懸念されています。同国でこれまで用いられてきた排水処理法は、「セプティック・タンク」と呼ばれる嫌気性の簡易処理ですが、処理能力が不十分で、都市部では地下水の水質汚染をもたらしています。(特活)APEXは、積水アクアシステム株式会社との連携により、アジア地域に適した、低コスト、省エネルギーで、運転・保守管理が容易であり、かつスペースをとらない排水処理技術を開発しました。現在は、日本国内やインドネシアなどで開発した技術の普及を図り、水質汚染の緩和・解消を目指しています。

※好気性処理…溶存酸素の存在下で排水中の有機物を分解・除去する微生物の働きを利用した処理方式。

嫌気性処理…溶存酸素の存在しない状態で排水中の有機物を分解・除去する微生物の働きを利用した処理方式。

2. 連携の経緯

APEXは回転円板式排水処理技術がアジアに適した方式であることに着目し、1995年より、インドネシア全国にネットワークを持つ現地NGOのディアン・ディサ財団と新しい回転円板の共同開発を行い、インドネシアでの実用化を目指していました。当初は回転接触体部分を、低コストで現地調達可能なサトウヤシの繊維を利用して作っていたものの、耐久性に問題があるほか、繊維に微生物が付着しすぎると効率が低下してしまうことがわかりました。このため、APEXの田中代表が、新たに立体格子状の接触体を持つ回転円板を考案しましたが、NGOだけではそのアイデアを実現するのは困難でした。そこで、回転円板式排水処理では、日本のトップメーカーであるセキスイエンパイロメント社(現積水アクアシステム社)に共同開発を提案したところ、同社がこれを受け入れ、NGOのアイデアと、企業の技術力を活かした連携事業が開始されるに至りました。

3. 活動

(1)省エネルギー、低コストの排水処理技術の開発

連携により、立体格子状接触体回転円板という革新的技術が実現しました。この新しい回転円板は、従来型の回転円板より3.5～4倍ほど効率が高く、低廉で、省スペースかつ省エネルギーの技術です。これまでに日本で約200台、インドネシアで23台が設置され、稼働しています。



立体格子状円板 弊社撮影

(2)コミュニティへの定着

APEXでは、この立体格子状接触体回転円板をひとつの中核技術としつつ、産業排水や生活排水の適正な処理を推進していくための活動を続けています。2006～2008年度には、JICA 草の根技術協力事業パートナー型として、「インドネシア国ジョクジャカルタ特別州住宅密集地域における住民参加型コミュニティ排水処理モデルシステムの形成」事業を実施し、現地の経済的・社会的条件に見合ったコミュニティ排水処理のモデルシステムを形成し、それを開発・普及させることを目指しました。回転円板は好気性処理ですが、熱帯の気候を生かして、回転円板の前に嫌気性処理を配し、エネルギー消費が少ないにも関わらず、処理性能の高いシステムを実現しました。対象コミュニティでは、有志の住民によるチームが排水処理装置の運転・保守を行っているほか、1家族1日当たり2円程度を拠出して、運転経費に充てています。



住民の維持管理委員会メンバーと

排水処理施設 弊社撮影



排水管が敷設されたコミュニティ

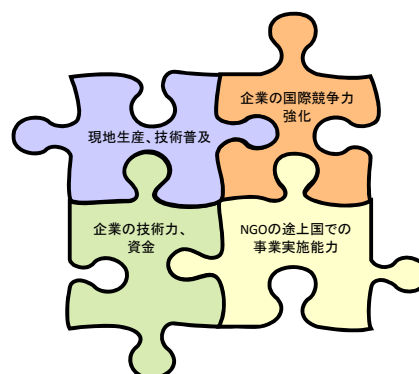
弊社撮影

4. 連携の効果・事業の成果

APEX が有するユニークなアイデアや途上国での事業実施能力、積水アキュアシステムが有する製造技術ならびに営業力など、双方のニーズと強みが結びつき、相互補完しあうことで途上国に適した技術の共同開発が実施され、両者が対等なパートナーとして連携を行った点で、本連携事業は「協働型」連携の典型と言えます。NGO のニーズである現地に適合した技術の開発が達成され、企業側のニーズである高効率技術の開発、競争力の強化が実現した点が連携の成果と言えるでしょう。

また、連携により共同開発された技術は、JICA のコミュニティ排水処理事業においても活用され、嫌気性処理と好気性処理を組み合わせることで、現地への適合性を高めました。対象地域では、同技術の適用により、トイレ設置世帯数が著しく増加したほか、処理水を問題なく河川に流すことができるようになりました。さらに、コミュニティ住民のオーナーシップを確保しつつ、排水処理施設の設置、維持管理を住民参加型で行ったことから事業完了後も住民自身による適切な設備の保守管理が行われるなど持続性が確保されています。

- ✓「協働型」連携
- ✓双方のニーズ・強みを相互補完
- ✓コミュニティ排水のモデル事業へ発展
- ✓住民の手による事業成果の継続に期待



3-2. コンサベーション・インターナショナル・ジャパンと（株）リコーによる連携 ーガーナ・熱帯雨林回復プロジェクトー

対象地	ガーナ共和国カクム保護区
事業期間	2002年～
目的	生態系の回復と地元コミュニティの持続可能な発展

1. 事業概要

世界第2位のカカオ生産国である西アフリカのガーナは、カカオ栽培のために熱帯雨林を大規模に伐採したことにより、土地の疲弊が深刻化していました。近年では、人口増加の影響で森林の劣化・減少が著しく、森林保全及び回復が急務となっていました。

こうした状況をうけ、国際NGO コンサベーション・インターナショナル(以下、CI)は1992年より、原生林の伐採が進み生物多様性の危機に瀕しているギニア森林ホットスポットの350km²の原生林を保護区とし、カクム国立公園(保護区)を誕生させました。また、同保護区の保全と周辺住民の生活向上を両立させるため、カカオ栽培による熱帯雨林回復プロジェクトを開始しました。CIは、人間社会と自然が調和して生きる道を具体的に示すことを目的に、世界的に生物多様性が極めて豊かでありながら危機に瀕している地域34か所を「生物多様性ホットスポット」に指定しており、カクム保護区はそのうちの一つである「西アフリカ・ギニア森林ホットスポット」にあたります。熱帯雨林回復プロジェクトでは、カカオを有機的な栽培農法で育成しながら、原生林の環境維持にも努めることで、現地コミュニティの収入向上と生活安定を図っています。2002年にCIと(株)リコーとの連携が開始され、日陰でも育つかカオを利用した持続的な森林農業を実践することで、住民と生物が共生できるような森林の復元を目指した取り組みを強化しています。



グループディスカッション ©CI

2. 連携の経緯

リコーは、環境保全と利益創出を同時に実現する「環境経営」を企業戦略の柱に位置づけており、2010年度のCO₂排出量の削減目標として、90年度比で12%の削減を目指しています。この目標を達成するために、事業全体での環境負荷の軽減を推進しているほか、環境社会貢献の枠組みの中の活動領域である「生態系保全活動」において、特に豊かな生物多様性を有する「森林生態系」に注目して、1999年度以来、NGOや地域社会と共同で「森林生態系保全プロジェクト」を展開しています。これらの活動は植林活動とは異なり、現地固有の生物種の生息域やコミュニティの生活を保護することに主眼が置かれています。

CIは、1992年から米国開発庁(USAID)の支援を受け、カクム保護区内におけるエコツーリズムなどを通じた現地コミュニティへの支援活動を行ってきました。1999年頃より、周辺で行われるカカオ生産をより持続可能な方法で実施し、長期的な視点から地域住民の生活向上を達成することが保全戦略の一つとして不可欠であると判断し、持続可能なカカオ生産支援を通じたコミュニティ支援と生物多様性の保全事業を立ち上げました。事業の普及や拡大を検討する中で、企業との連携の可能性を積極的に探っていたところ、(株)リコーが、自社の社会貢献の方針からCIの活動に関心を持ち、事業資金の支援を提案し、連携事業が実現しました。

3. 活動

本プロジェクトは、自然保護と現地住民の収入向上を目的とし、熱帯雨林(自然林)の外縁の地域で高い木々の木陰でも育つかカオを有機的に栽培することで、森林を伐採することなく行える営農の普及を目指しています。活動では、受益農家への農業技術指導や、野生動物との衝突回避に関するノウハウなど、収入向上を目的とした研修を実施したり、生産物の取引のノウハウや、流通経路の確保を行うことで、持続的な農村経済の基盤整備に努めています。プロジェクトではファーマーズ・フィールドスクール(FFS)と呼ばれる集会を通じ、農家が専門家との意見交換や自らの体験をもとに、統合的害虫管理(IPM)や森林農法を体得します。優秀な農民は女性を含め、リーダーとして他の地域の実践者に指導することが出来ます。CI はカカオ生産組合、ガーナ森林農業省、ガーナ・カカオ研究機関と共同でプロジェクトを進め、学校において森が農業に果たす役割と重要性に関する環境教育も行っています。こういった取り組みの結果、現在ではカカオの収穫量は約 8 倍にまで増加し、また有機栽培法により安全性、品質ともに向上するという結果が生まれました。



カカオの収穫 ©CI

4. 連携の効果・事業の成果

リコーは、生物多様性の保全を環境経営の一つの柱として掲げ、特に「森林生態系の保全」活動を行いたいという目的があり、CI という生物多様性保全分野で世界的にも高い実績と専門性を有する NGO との連携により、地域住民のニーズに配慮した事業が実践されました。

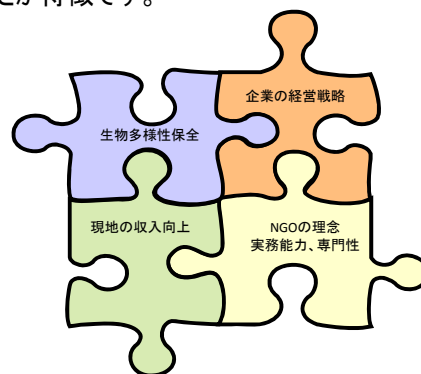


カカオの乾燥作業 ©CI

さらに、CI が上記のとおり、森林回復と併せて、伝統農法と有機農法の融合による農法を普及させることで、収穫高の増加や品質の向上がもたらされています。また、地域住民を対象とした農産物の流通ノウハウといった農業経営面での指導を行うほか、環境意識向上のための環境教育も実施しています。

高い専門性を有する NGO スタッフによる事業の進捗のモニタリング・評価も行われており、プロジェクトの成果を評価する上で、単なる森林保全の面積や本数だけではなく、地域住民の自立に向けた進捗状況といった定性的な評価も行うことが予定されており、より持続的な成果が期待されます。また、連携事業により、NGO にとっては中・長期的に安定した事業資金の確保が可能となりました。こうした成果は、両者間で緊密なコミュニケーションを重ねたことで、環境経営を重視した企業の理念と地域の自立発展性に配慮した NGO の視点が共有化されたことによるもので、理解ある企業の長期的な支援の下、事業の進捗や評価にいたるまで NGO 側の専門性が活用されていることが特徴です。

- ✓ 「支援型」連携
- ✓ 生物多様性保護への貢献
- ✓ 企業の経営の重点課題に対する取り組み
- ✓ NGO の実績と専門性
- ✓ 森林生態系保全、コミュニティの収入向上の両立



3-3. (特活) ジェンと (株) ユニクロによる連携

—2001 年アフガニスタン難民、2005 年パキスタン地震被災者への緊急衣料支援—

対象地	アフガニスタン・イスラム共和国ペシャワール パキスタン・イスラム共和国アザド・ジャム・カシミール州バーク地区
事業期間	アフガニスタン 2001 年 12 月、パキスタン 2005 年 11 月
目的	緊急支援

1. 事業概要

(特活)ジェンは、2001 年に干ばつ被害緊急支援のためにアフガニスタンで調査を開始して以来、現在に至るまで同国で帰還民再定住支援を継続しています。また、パキスタンにおいても、2005 年に発生した大地震で甚大な被害を受けた地域の被災者に対し緊急人道支援活動を行いました。両国では、被災者は難民や国内避難民として厳寒の中での越冬を強いられ、その結果、著しい健康状態の悪化を招いていました。そこで、(特活)ジェンとユニクロは連携し、2001 年 12 月にパキスタンに逃れたアフガニスタン難民のキャンプ、2005 年 11 月にはパキスタン地震の被災者に対し、越冬用の防寒衣料を配布する緊急支援を実施しました。1 度目のアフガニスタン難民支援では 1 万 2000 点のエアテックジャケット、2 度目のパキスタン地震の際には 1 万 3000 点のフリースなどの冬物衣料が提供され、大規模な配布活動が行われました。



ユニクロが提供した衣服 ©JEN

2. 連携の経緯

ユニクロには、現場・現物・現実に基づくビジネス、高い倫理観を持った地球市民としての行動という企業理念、販売した製品に最後まで責任を持つという経営方針があり、「自分たちにできることから始めていく」という社会貢献の方針を持っています。同社は「全商品リサイクル運動」として、年 2 回、購入者が着なくなった自社の衣料品を全国の店舗で回収し、原材料としてリサイクルしたり、衣料品が不足している地域に寄付を行っています。2001 年から UNHCR を通じ、中古衣料を難民キャンプに送る活動を開始しました。同年、アメリカによる対アフガニスタン攻撃で大量の難民が発生し、ニュースなどで大きく取り上げられると、同社の顧客窓口には、極寒に苦しむ難民に越冬のための衣料を送って欲しいという要望が 70 件以上寄せられ、こうした要望に何とか応えようとアフガニスタンへの衣料配布が検討されるようになりました。

当時、社内では確実に被災者に物資を配布するべく、NGO との連携が検討されてはいましたが、まだ NGO と連携した経験がなかったため、どの団体に緊急支援のノウハウがあり、現地事情に通じているのかわからず、選定に苦慮していました。そこで、NGO・経済界・政府をつなぐ緊急支援組織である(特活)ジャパン・プラットフォームに相談し、アフガニスタンで活動していたジェンの紹介を受けたことが連携のきっかけとなりました。両者の間で度重なる協議を重ねた結果、ユニクロが現地ニーズに見合った数量を確保すること、現地への輸送費を負担することに加え、製品が現地の被災者に受け入れられるかどうかを事前に確認するためのサンプルを用意する、といった合意がなされ、連携に至りました。

3. 活動

(1) ニーズの確認

ジェンは支援方針として、支援事業に必要な物品の現地調達を心がけています。これは、現地の人が使い慣れない外国製品が文化的に受け入れられない場合もあり、また、海外からの物資については高額な輸送費が必要となるためです。ユニクロはこうしたNGOの視点を理解し、輸送費についても全額負担を前提とした提案を行いました。

2005年のパキスタン地震では、ユニクロは地震発生直後に支援物資の種類を含めた迅速な社内決定を行い、3日以内にジェンに対してサンプルを提示しました。また、2001年のアフガニスタン難民支援の際と同様に、事前に支援物資のサンプルを現地に送付してニーズを確認した上で、フリースなどの冬物衣料の配布を行うことを決定しました。

(2) 輸送、配布の実施

物資は12月末にアフガニスタンに空輸され、同行したユニクロの社会貢献室リーダーとともに、難民キャンプで衣料の配布が行われました。この時、山岳地帯である対象地域には白い衣服は汚れが目立ちやすいので救援物資には不向きであることが明らかになり、パキスタン地震の際には濃い目の色を中心に提供をしました。また女性用、子ども用など様々なサイズの衣料を用意しました。これらの衣服をまとめて家族用などのパッケージを作り、コミュニティの責任者と作成した受取者リストと本人であることを証明するIDカードを確認しながら、ニーズに合致するものを配布しました。



空港での衣服の引き取り ©JEN

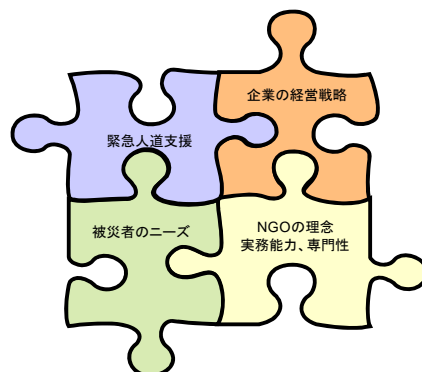


配布時の本人確認 ©JEN

4. 連携の効果・事業の成果

ジェンの途上国支援のノウハウと、ユニクロの衣服を通じた支援という社会貢献方針が合致した結果、NGO、企業双方のオリジナリティを活かした連携事業の形成に至りました。特に現地の支援活動に企業の社会貢献担当者が同行するなど、被災者のニーズに対応した支援を行うとの企業側の強い意志に基づき、両者がニーズやノウハウ、経験といった強みを共有することで、時間的制約のある緊急人道支援が効果的に行われました。

- ✓ 「支援型」連携
- ✓ 緊急人道支援のニーズ
- ✓ 企業の本業を通じた支援・消費者からの要請
- ✓ NGOの分野・地域専門性
- ✓ 現地の文化・慣習への配慮



3-4. (特活) ジャパン・プラットフォームと企業体による連携 ージャワ島中部地震への緊急支援物資輸送事業ー

対象地	インドネシア国バンドゥール県及びクラテン県
事業期間	2006年5月～2007年6月
目的	ジャワ島中部地震被災者に対する緊急支援

1. 事業概要

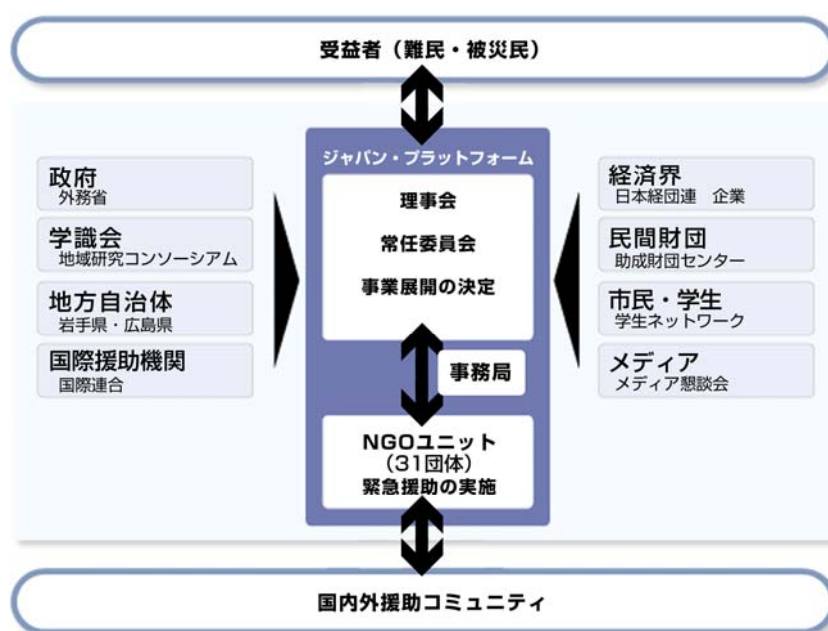
2006年5月27日、インドネシア・ジャワ島中部で発生したマグニチュード5.9の大地震は、倒壊家屋60万戸以上、死傷者5万人以上の甚大な被害をもたらしました。同年5月29日にジャパン・プラットフォーム(以下、JPF)は出動を決定し、翌日にはセーブ・ザ・チルドレン・ジャパンが初動調査のために現地入りするなど、JPF参加25団体(当時)のうち、9団体がJPFの枠組みを活用して1年間にわたる支援活動を行いました。



地震による被害 ©JPF

本事業の主体となったJPFは、NGO・経済界・政府の三者によるパートナーシップの下、それぞれのリソースや強みを活用して、国際緊急援助をより効率的に実施するためのシステムとして設立されました。緊急支援を円滑に行うには、NGO・企業・政府などの「できること」を調整する役割がきわめて重要となります。JPFは現地のニーズに配慮しながら、現地で支援事業を実施するNGOと、経済界や政府からの資金や、企業からの提案のあった物資・サービス・ネットワーク・人材、市民からの寄付など、緊急支援を行うための様々なリソースを効率的に組み合わせる役割を担っています。

図 ジャパン・プラットフォーム構成図



出典 ジャパン・プラットフォームホームページ

2. 連携の経緯

大規模災害発生などの緊急時には、経団連から会員企業に支援の呼びかけが行われることもあり、発生直後から数か月間は企業から JPF に対し、照会や支援の提案が特に多く寄せられるため、JPF は被災状況や、支援の現場でのニーズ、他社の動向などを説明し、企業と NGO の間の調整役を果たしています。例えば、企業から物資提供の申し出があった場合には、現地入りしている JPF 参加 NGO に照会し、「NGO が把握する現地ニーズ」と「企業が提供できる物資」とのマッチングを行います。企業には「できる範囲の支援」をお願いし、物資提供やロジスティックなど各社の「できること」を「リレー」しながら、被災地まで緊急支援物資が輸送され、JPF 参加 NGO から被災者へ手渡される仕組みが作られています。



救援物資の配布 ©KnK/JPF

3. 活動

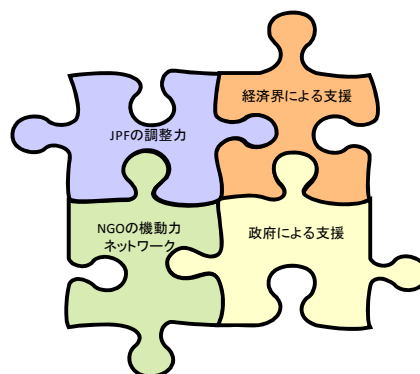
ジャワ島中部地震では、JPF のシステムを活用して 9 つの NGO により、保健医療や水・衛生、仮設住居、教育、こころのケア、生計支援など延べ 22 事業、総額 2 億 5,000 万円を超える大規模な支援活動が展開されました。物資輸送の連携に関しては、物資を提供する企業が毛布や紙おむつ等の援助物資を用意し、航空会社や海運会社が物資を運輸し、NGO が配布を行うといったリレーによる協働事業が行われました。例えば、日本航空が日本各地からジャカルタまでの航空券の提供、医療機材などの手荷物の無償輸送を実施し、JPF 傘下の 9 つの NGO のスタッフを含めた 32 名が迅速に現地入りすることが可能になりました。

4. 連携の効果・事業の成果

JPF では、NGO のネットワーク・経済界のネットワーク・政府からの支援など、複数の活動主体による相互連携の強みが活かされ、被災地の切迫するニーズに迅速に対応するシステムが構築されており、大きな成果を挙げています。従来は災害発生時に企業が物資や資金の提供を検討しても、現地で活動する NGO について情報が不足していたり、現地のニーズが把握しづらいといった問題がありました。NGO にとっても、現地への移動・輸送手段の確保は重要な課題でした。JPF が NGO と企業が抱えていた課題を解消し、両者のニーズと強みをマッチングする役割を果たしています。

JPF が提供された資金や物資の供与先を適切に選定することで、迅速な対応を求められる災害支援において、企業自らが多数ある NGO の中から連携相手を選定する作業を省略し、NGO から殺到する問い合わせによる負担を軽減することができます。JPF は、事業実施後に報告会や事業の評価を行い、企業向けに各事業について簡潔に説明した「概要報告書」、事業成果を評価した「事業評価報告書」を作成しており、支援企業と活動する NGO 双方のニーズに対応した報告を行っています。

- ✓ NGO、経済界、政府の3者協働によるネットワーク
- ✓ 企業・NGO 間のネットワーク
- ✓ JPF の調整力
- ✓ 多層な活動主体による「できること」のリレー
- ✓ アカウンタビリティの向上



3-5. (財) 日本フオスター・プラン協会（プラン・ジャパン）と日本郵船（株）による連携 ーインドネシアにおける ECCD センター設立ー

対象地	インドネシア国バントゥール県イモジリ郡カランテンガ村モジョレジ集落およびディリング郡マングナ村マングナン集落
事業期間	2006年9月～2007年6月
目的	乳幼児の栄養不良問題の改善と子ども同士のつながりの強化や、遊び方、学び方についての教育を同時に実施し、地震後の精神的なケアを行う

1. 事業概要

2006年に発生したジャワ島中部地震により、震源地のバントゥール県は甚大な被害を受けました。大半の建物が倒壊したほか、地域住民の精神的な被害は大きく、特に自己表現の手段を持たない幼児期の子どもたちには、災害から時間が経過した後も、消極的になったり、音や人を恐れ、親から離れようとし、友達を作れないなどの症状が見られました。プロジェクトの対象地は、人口密度が高いにもかかわらず、地域住民に精神的なケアを目的とした保健サービスが提供されておらず、人口に占める割合が高い乳幼児の精神的なケアを含めた就学前教育の対策が急務でした。

日本郵船はプラン・ジャパンを通じて、地震の復興支援として、上記対象地2か所で栄養改善と幼稚園の2つの要素を併せ持つ「乳幼児センター」の修繕および新築を支援し、同センターを母子保健改善プロジェクトの拠点としつつ、乳幼児の就学前教育を実施しました。



半壊した建物 弊社撮影

2. 連携の経緯

日本郵船は、「良き企業市民」として積極的に社会の課題に取り組むことを社会貢献活動の基本理念として定め、地域社会との共生を目指すとともに、その経営資源を NGO などに「投資」という考え方を方針として掲げています。現在会長を務める草刈氏が1980年代にエチオピアへ毛布を送る活動を行った際、物資を港まで運んだものの、現地の人々の手に届くようなネットワークがなく、苦労した経験からも、専門知識を持った NGO との連携強化を重視しており、寄付するだけでなく、経過及び結果について評価を行っていく姿勢をとっています。

プラン・ジャパンは、現地の自立を促進するためには、物資提供だけでは不十分であり、地域が復興するには、長期的な視野での取り組みを必要とする心理ケアや人材育成など、現地のキャパシティ・ビルディングを中心とした復興支援が必要と考えています。特に社会的弱者として災害時に大きな負担を受ける子どもに対する支援を重視しています。



センターの外観 弊社撮影

地震発生後、被災地支援を行うことを決定した日本郵船は、連携相手の NGO を選定するために事務所訪問とヒアリング調査を実施しました。事業のプロセス全体を通じて大人だけではなく、子どものニーズや視点を取り入れ、自立発展性・地域活性化を意識して事業を行うというプラン・ジャパンの方針が、日本郵船の次世代を担う人々の成長を応援するという方針と合致し、復興支援での連携に至りました。

3. 活動

(1) 施設の建設、備品の整備

社員有志による募金と日本郵船からのマッチングギフトにより、施設が建設されたほか、教材、アスレチック遊具、黒板、本棚などの備品や絵本、玩具が支給されました。

(2) 乳幼児の就学前教育

センターへ通う幼児の人数は 20－30 名ほどで、母親と子どもと一緒に通うことができ、子どもたちが母親のひざに乗り、安心して教育を受けられる機会を提供しています。センターでは主に、年齢に応じ、自己表現の方法を身につけるため、教材を利用した授業、ゲームによる文字や数字の学習、絵や歌の授業などが行われています。また、センターでは栄養バランスを考慮した給食を支給し、乳幼児の栄養状態の改善に取り組んでいます。

対象地は住居が散在する集落であることから、同センターはコミュニティ内で唯一同年齢の子どもたちと母親が集まる場所として、子育てなどに関する母親同士の情報交換や悩みを共有できる場となっています。



絵本を読む子どもたち 弊社撮影



園児と母親 弊社撮影

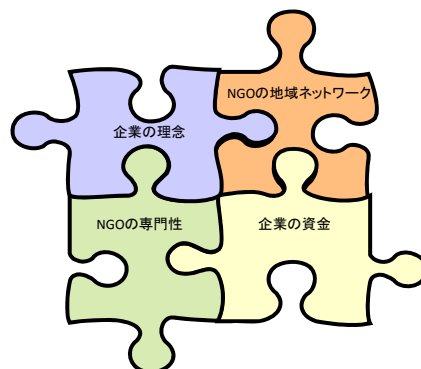
4. 事業の効果

企業も社会の一員であり「良い企業市民」として行動するという理念と企業・社員の義損金による資金が、NGO の途上国支援に関するノウハウや子どもの栄養改善対策、トラウマ・ケアといった地域社会のニーズと結びついたことにより、長期的な視野での取り組みが可能となりました。

対象地は山中の集落であり、行政による保健サービスへのアクセスが困難な中、センターの給食により、幼児の栄養バランスが確保できるようになり、また、母子のための設備が全くなかった集落に教育施設が設置されたという点において、住民のニーズに合致した妥当性の高い事業となっています。母親も授業に参加する機会を与えられることで、子どもの教育に対する意識を向上させるようになりました。

本事業は成果が見えにくい分野ではありますが、現地のニーズを的確に把握する NGO の視点と、支援企業の活動方針が合致したことで連携が実現し、子どもの創造性や感情の発達を促す効果をもたらすプロジェクトが実施されました。

- ✓ NGO の途上国支援ノウハウをいかした事業
- ✓ 注目される緊急支援でなく、目に見えにくい復興支援での連携の同意
- ✓ 子どものニーズに対応したキャパシティ・ビルディングの実施



3-6. Komunitas 1001bukuとNEC による連携

—図書館、薬用植物育成と肥料作成技術によるコミュニティ生活水準向上—

対象地	インドネシア国ジャカルタ市バンタルグバン地区
事業期間	2007年12月1日、8日、13日
目的	ごみ拾いで生計を立てるコミュニティに対し、図書館の設置、肥料作成の技術や薬草の育成方法を教えることにより、生活水準を向上させる

1. 事業概要

ジャカルタ市にあるバンタルグバンごみ処理地区は、大量の生活ごみが分別されないまま投棄され、堆積されています。同地区では井戸水の金属汚染が見られたり、地区周辺にはネズミやハエがたかり、劣悪な衛生環境となっています。同地域では、『プムルン(pemulung)』と呼ばれる廃品回収業者がゴミ集積場からペットボトル、空き缶、空き瓶などの資源ゴミを拾い出し、リサイクル業者に転売して生計を立てており、これらの廃品回収業者を親に持つ子どもの多くは、朝から夕方まで廃品回収に従事しています。このため、就学年齢の子どもが学校に行く機会が減り、同地域では低就学率・低識字率が問題となっています。そこで、NEC インドネシア法人のPT. NEC Indonesia の社員は、現地 NGO である 1001buku と連携し、同地区の子どもたちに対し、本を通じた教育の機会を提供することを目的として図書館を設置するとともに、現地住民に対して収入向上の手段を提案するプログラムを実施しました。

2. 連携の経緯

NEC は「人と地球にやさしい情報社会をイノベーションで実現するグローバル・リーディングカンパニー」となることを目指して社会貢献事業を展開しており、途上国の経済・社会開発や気候変動といった地球規模の課題に対し、自社の強みを活かして貢献する取り組みを行っています。

こうした社会貢献活動の一貫として、世界各地の活動拠点ごとに、現地コミュニティのニーズにあった活動を企画、推進するため、「NEC Make-a-Difference Drive 運動」という社員によるボランティア活動を推進しています。同社インドネシア現地法人では、現地社員が 2007 年度にコミュニティの子どもに対する教育活動を企画し、コミュニティのニーズを調査していたところ、全国的なネットワークと豊富な実績を持つ NGO、Komunitas 1001buku(以下、1001buku)と出会ったことが連携のきっかけとなりました。

1001buku は、親の仕事を手伝うために学校に行かない貧困地区の子どもたちに教材・図書を提供し、学習機会を与える活動を実施しており、全国に古本の回収箱を設置し、分類・登録後、公的な図書館のサービスが十分に行き届かない、貧しいコミュニティに図書館を設置しています。

NECの企画力、人材、社会貢献に対する意欲と、1001bukuの専門性、ネットワークが結びつき、両者の連携による図書館施設の設置と、コミュニティの収入向上プログラムの実施に至りました。



ごみ山でゴミを拾う子ども達

3. 活動

©NEC

2007年12月の3日間にわたり、NEC 現地法人の日本人役員全員・現地職員の32名、1001buku の8名が協働し、コミュニティ住民の124名の参画を得て支援活動が実施されました。

(1) 教育面での取り組み

NEC 社員の積極的な参加により、中古の図書、玩具などが収集されました。まず、30か所のコミュニティに古本が贈与されました。特に、バンタルグバン地区には教室として使えるような施設を設置し、本棚の準備や、収集した古本の分類を行いました。教室では、子どもたちへの読み聞かせやゲームが催されました。



社員による本の分類 ©NEC



設置された教室と図書館 ©NEC

(2) 収入向上のための取り組み

コミュニティに居住する廃品回収業者の多くは資源ゴミの回収のみが収入源で、識字率も低いことから、それ以外の生計手段へのアクセスが限られていました。そこで、住民自らの手で新たな収入源を確保できるよう、コミュニティのニーズにあった技術を提供しました。例えば、野菜や果物などの生ゴミから肥料を作る方法を講習したほか、薬草の効用や栽培方法を教え、薬草のサンプルをコミュニティの畑に植えました。さらに、母親たちにミシン6台を贈与し、裁縫などによる収入向上を目指しました。

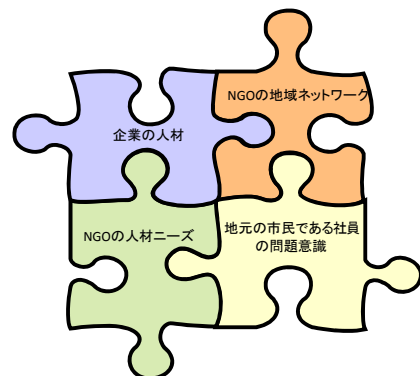
4. 連携の効果・事業の成果

地域社会に貢献したいという企業社員の強い意欲が、専門性の高い NGO の人材不足というニーズに結びつき、連携による実施が決定しました。

また、社員が高い問題意識を持っていたことで、現地 NGO からの協力を得ながら、コミュニティの経済や社会が抱える課題を把握し、解消するための取り組みが行われました。特に当初から予定していた図書館の設置や古本の回収作業へのボランティア人材の提供に留まらず、コミュニティの収入向上といった課題に複数のアプローチで取り組むことで、堆肥と薬草栽培の技術を供与するプログラムが企画され、実施に至った点が評価されます。

こうした事業は、コミュニティのニーズに合致した持続的な生計手段の獲得につながる事業であり、地域住民は NGO からの助言を得ながら、継続して生活を改善する活動を行っています。

- ✓ 日本企業の現地法人と現地 NGO の協働事例
- ✓ 企業人材の企画力・問題意識
- ✓ NGO の地域ネットワークの活用
- ✓ 持続的な収入向上源の提案



参 考 资 料

■ 用語集

ア行

ISO (International Organization for Standardization / 国際標準化機構)

代表的な国際標準化機関の一つであり、スイスのジュネーブに中央事務局を置く。国際電気標準会議(IEC)の担当する電気・電子技術規格及び国際電気通信連合(ITU)の担当する電気通信技術規格を除いたすべての分野に関し、国際規格の作成を行う。

2009年1月現在、157か国が加盟しており、国際規格は最終的にすべてのメンバー国の投票を経て成立する。

ISO26000

組織の「社会的責任」(Social Responsibility)に関するISO(国際標準化機構)による国際規格。2010年9月の交付が見込まれており、社会的責任に関連する課題として、説明責任、透明性、ステークホルダーの利害の尊重など、7項目の課題を挙げている。

アカウンタビリティ

説明責任。企業のアカウンタビリティとは、株主から委託された資金を適切な用途に配分、保全する責任(財産保全責任)と、結果などを報告する責任(説明報告責任)を意味する。NGOのアカウンタビリティとして、支援者や裨益者などの利害関係者に対し、事業方針・内容、財務や成果について説明する責任。

MDGs(エムディーゼズ)

Millennium Development Goals

ミレニアム開発目標

2015年までに達成すべき目標として、2000年に採択されたミレニアム宣言と1990年代の主要国際会議やサミットで採択された国際開発目標を統合して定められた8目標。①極度の貧困と飢餓の撲滅、②普遍的初等教育達成、③ジェンダー平等推進と女性の地位向上、④幼児死亡率削減、⑤妊産婦の健康改善、⑥HIV/エイズ、マラリア等の蔓延防止、⑦環境の持続可能性確保、⑧開発のためのグローバル・パートナーシップ促進を内容とする。

エンパワーメント

社会的弱者(文化、歴史、宗教、ジェンダーなどにより抑圧された階層)が社会に参画するために必要とされる知識・能力を身につけ、自助・自立を達成することにより様々な意思決定過程に加わる能力を身につけるプロセスと理念を指す。

カ行

カウンターパート

技術移転などの対象となる援助相手国の行政官や技術者など。

技術移転

技術を有する組織や個人が、教育や訓練などを通じて別の組織、個人に技術を伝達し、定着や普及を図ること。国際協力の分野では、ある完成された技術の移転のみならず、途上国の実情に

合わせた技術開発、改良を含めて用いることが多く、一方通行ではなく、相互理解を基礎とした双方向の活動であるといえる。

協働

相手の特性、認識を基礎として、相互に対等関係の下で協調し、働くこと。

キャパシティ・ディベロップメント

開発課題に対処するための能力を途上国自身が強化していくこと。キャパシティ・ビルディングが外部からの能力構築を指すのに対し、キャパシティ・ディベロップメントは途上国自身が内発的に能力を構築・強化・維持していくプロセスを指す。

サ行

サプライチェーン

原材料、部品などの購買調達、開発、製造、保管、販売まで、消費者への一連の供給活動におけるすべてのプロセスの繋がりのこと。

サプライチェーン・マネジメント

サプライチェーンの業務プロセスを、企業・物財の流れ全体という総合的な視点で捉え、組織同士の情報共有を図りつつ、効率的に業務を管理・運営する経営手法。

CSR 格付け

調査・評価会社、新聞社などによる企業の CSR や社会貢献活動の格付け、もしくは企業の社会貢献分野を含めて評価する格付けのことで、CSR

を評価する指標の一つとなっている。

CSR 調達

取引先を選定する際、環境への取り組み以外にも、より複合的な CSR に配慮しているかどうかを基準に取り入れること。取組みの方法は企業により様々であるが、調達方針・基準の制定、取引先へのガイドラインの策定のほか、取引先への監査・モニタリングの実施や、取引契約書の項目として記載するなど、取引条件とする事例もある。

調達基準や方針は各企業により異なるが、主に従業員の人權尊重、法令遵守、安全・衛生的な環境(化学物質管理など)、情報管理、公正な取引などが基準として取り入れられている。

受益者(または裨益者)

援助により直接もしくは間接的に便益を受ける個人、グループ。

タ行

適正技術

技術を受け入れるコミュニティの社会経済状況、環境、文化、習慣などに配慮した技術。技術導入に際しては、電気や施設などのインフラ、機材、部品の有無、技術を使いこなせる人材の有無など、様々な要素に配慮しながら、技術がそれぞれの国・地域やコミュニティに適合しているか検討する必要があるとされる。

定性的変化

数量的な変化ではなく、対象の具体的な反応、

態度、行動などに関わる変化。定量的変化の対義語。

特定非営利活動法人

特定非営利活動促進法により、所轄庁（内閣府または都道府県）から認証を受け、法人格を付与された非営利団体。

ドナー

援助を供与する国または機関のこと。援助を受け入れる側を指す、レシピエントの対義語。

ナ行

認定 NPO 法人

特定非営利活動法人のうち、一定の要件を満たすものとして国税庁長官から認定を受けている団体。認定 NPO 法人制度は、特定非営利活動法人の活動を支援することを目的とし、特定非営利活動法人への寄付を促すための税制上の優遇措置。認定の有効期限は 5 年間。

ハ行

フィランソロピー

芸術・文化の支援や、福祉活動などの慈善的な社会貢献活動のこと。日本では 80 年代後半から社会的な課題の解決に向けた自発的な行動を指すものとして使用されている。

フェアトレード

原料や製品を適正価格で購入することで、開発途上国の生産者・労働者により公正な取引の機

会を創出し、適正賃金や雇用の保障、生活水準向上など、その権利を保護することを目的とした取引。

マ行

マッチングギフト

従業員が非営利団体などに寄付を行う際、企業などの事業者が同額あるいは一定割合の金額を上乗せして寄付を行うこと。近年では、企業に限らず、市など地方公共団体が市民の寄付に上乗せする例もある。

メセナ

芸術・文化の庇護。特に企業により実施される芸術や文化の援護活動。

■ 参考文献リスト

- 市村浩一郎、赤城稔（2008）『日本の NPO はなぜ不幸なのか?—「社会をよくする」が報われない構造を解く』ダイヤモンド社
- 大谷信介、木下栄二、後藤範章、小松洋、永野武編（2007）『社会調査へのアプローチ 論理と方法 第2版』ミネルヴァ書房
- 岡本亨二（2008）『進化する CSR 「企業責任」論を超えた<変革>への視点』株式会社 JIPM ソリューション
- 金敬黙、福武慎太郎、多田透、山田裕史編（2007）『国際協力 NGO のフロンティア—次世代の研究と実践のために』明石書店
- 企業教育研究会、藤川大祐編（2004）『「確かな学力」が育つ企業とつくる授業—学力向上アクションプラン「NPO 等と学校教育との連携のあり方」の実践研究』教育同人社
- 岸田眞代、高浦康有、パートナーシップサポートセンター（2003）『NPO と企業 協働へのチャレンジ ケース・スタディ 11 選』同文館出版
- 岸田眞代、パートナーシップサポートセンター（2005）『NPO からみた CSR—協働へのチャレンジ ケース・スタディ 2』同文館出版
- 岸田眞代（2006）『企業と NPO のパートナーシップ—CSR 報告書 100 社分析 ケース・スタディ 3』同文館出版
- 岸田眞代（2007）『CSR に効く!—企業&NPO 協働のコツ』風媒社
- 社会福祉法人 中央共同募金会（1996）『共同募金とボランティア活動に関する意識調査』
- ジャパンウエイ編（2000）『日米取材報告 個人・企業の社会貢献とマッチングギフト—NPO が日本を変える』オーク
- 鄭躍軍（2008）『統計的社会調査 心を測る理論と方法』勉誠出版
- 日本経団連社会貢献推進委員会（2008）『CSR 時代の社会貢献活動—企業の現場から』日本経団連出版
- 日本経済団体連合会自然保護協議会編（2008）『環境 CSR 宣言企業と NGO』同文館出版
- 原田勝広、塚本一郎（2006）『ボーダレス化する CSR—企業と NPO の境界を越えて』同文館出版
- P・F. ドラッカー、G・J・スターン編（2000）『非営利組織の成果重視マネジメント—NPO・行政・公益法人のための「自己評価手法」』ダイヤモンド社
- ひょうごボランティアプラザ（2005）『企業の地域活動と NPO との連携に関する実態調査研究～Task together 多彩な協働にむけて～ 中間報告書』
- ひょうごボランティアプラザ（2006）『企業の地域活動と NPO との連携に関する実態調査研究～Task together 多彩な協働にむけて～ 最終報告書』
- 藤井敏彦、新谷大輔（2008）『アジアの CSR と日本の CSR 持続可能な成長のために何をすべきか』日科技連出版社
- フィリップ・コトラー、ナンシー・リー（2007）『社会的責任のマーケティング—「事業の成功」と「CSR」を両

立する』東洋経済新報社

藤井敏彦（2005）『ヨーロッパの CSR と日本の CSR—何が違い、何を学ぶのか』日科技連出版社

藤井良広、原田勝広（2006）『現場発 CSR 優良企業への挑戦—アイデア、連携、組織づくりの成功ノウハウ』日本経済新聞社

本間正明、金子郁容、山内直人、大沢真知子、玄田有史（2003）『コミュニティビジネスの時代—NPO が変える産業・社会、そして個人—』岩波書店

山本正、国際交流センター（2000）『企業と NPO のパートナーシップ—アジア太平洋地域 7 カ国の成功事例 10 に学ぶ いま求められる企業と NPO の役割』アルク

横山恵子（2003）『企業の社会戦略と NPO—社会的価値創造にむけての協働型パートナーシップ』白桃書房

レスター M. サラモン（2007）『NPO と公共サービス—政府と民間のパートナーシップ』ミネルヴァ書房

■ 参考となるホームページ・ネットワーク集

NPO 法人に関する情報

内閣府 NPO ホームページ

- URL <http://www.npo-homepage.go.jp>

NPO 法人制度、認定 NPO 法人制度や、NPO の基礎知識についての解説があり、NPO 法人の検索システムや、所轄庁である各都道府県の NPO 情報サイトへのリンク、問い合わせ窓口一覧も掲載されています。

NPO ポータルサイト「全国 NPO 法人情報の検索システム」(内閣府 NPO ホームページ内)

- URL <http://www.npo-homepage.go.jp/portalsite.html>

全国の NPO 法人を活動目的、団体名などから検索でき、内閣府所轄の NPO については、定款、収支計算書、財産目録、名簿などの PDF ファイルを閲覧することができます。また、一部の都道府県については、リンク先の所轄庁のホームページから登記書類のダウンロードが可能となっています。

各都道府県の NPO 情報サイト

内閣府の NPO 法人検索システムで、定款などのファイルが検索できなかった場合でも、所轄の都道府県のシステムから閲覧できる場合があります。

公益法人(財団法人・社団法人)に関する情報

総務省 公表資料 公益法人白書(総務省ホームページ内)

- URL http://www.soumu.go.jp/menu_05/hakusyo/index.html

総務省では、平成 16 年度からの公益法人白書を公表しており、インターネットで閲覧することも可能です。公益法人全般に関する概況調査、定義、法制度、税制などの知識を得ることができます。

公益法人インフォメーション

- URL https://www.koeki-info.go.jp/pictis_portal/common/portal.do

内閣府が運用する、国・都道府県の管轄するすべての公益法人の情報を集約したサイトで、公益法人の検索システム、施策、関連法令一覧、制度、統計データが掲載されています。

公益法人情報公開 共同サイト

- URL <http://www.disclo-koeki.org/index.html>

財団法人公益法人協会が運営する、公益法人(財団法人、社団法人)の情報検索システムで、定款、事業報告書、収支計算書などの書類を閲覧することができます。

NGO を支援するネットワーク NGO

特定非営利活動法人 国際協力 NGO センター (JANIC)

●連絡先 〒169-0051 東京都新宿区西早稲田 2-3-18 アバコビル 5F
TEL:03-5292-2911 FAX:03-5292-2912

●URL <http://www.janic.org/>

国際協力を行う NGO の活動の促進および強化を図るため、NGO 間のネットワーク構築・共同事業の推進、NGO の人材育成・組織強化、NGO に関する社会の理解促進、NGO と他セクターとの連携促進などの活動を行っています。ホームページに掲載された「国際協力 NGO ダイレクトリー」では、NGO 約 290 団体の組織概要を収支規模、活動分野等から検索することができます。

特定非営利活動法人 ジャパン・プラットフォーム

●連絡先 〒100-0004 東京都千代田区大手町 1-6-1 大手町ビル 266 区
TEL:03-5223-8891 FAX:03-3240-6090

●URL <http://www.japanplatform.org/>

NGO、経済界、政府が対等なパートナーシップの下、協力・連携し難民発生時・自然災害時の緊急援助を効率的・迅速におこなうためのシステムとして活動しており、企業・NGO 双方へのネットワークを有しています。NGO と他セクター(企業・メディア・市民・政府)を結ぶイベント活動などもおこなっています。

特定非営利活動法人 日本 NPO センター

●連絡先 〒100-0004 東京都千代田区大手町 2-2-1 新大手町ビル 245
TEL:03-3510-0855 FAX:03-3510-0856

●URL <http://www.jnpoc.ne.jp/>

NPO の活動基盤の強化、企業および政府・地方公共団体とのパートナーシップの確立を図るため、NPO 法人のデータベース「NPO 広場」の運営、NPO からの相談対応、企業・自治体による NPO 支援プログラムの開発への協力、NPO・企業・行政の連携促進のためのイベント・セミナーの開催などを行っています。ホームページでは NPO を知るための文献集や全国の NPO 支援センターの連絡先一覧が掲載されています。

社団法人 日本フィランソロピー協会

●連絡先 〒100-0004 東京都千代田区大手町 2-2-1 新大手町ビル 244 区
TEL:03-5205-7580 FAX:03-5205-7585

●URL <http://www.philanthropy.or.jp/>

企業の社会貢献活動の推進、社員の参加促進、NPO・行政との連携促進を目的とし、企業に対する社会貢献の具体的プログラムの提案、運営サポート、相談などのコンサルティングを行っています。ホームページでは企業が不要になった物を NGO に寄贈するための情報交換システムがあり、過去のマッチング例も紹介されています。

NGO に関する基本情報

独立行政法人 経済産業研究所

●URL <http://www.rieti.go.jp/jp/index.html>

●NPO に関する研究 URL <http://www.rieti.go.jp/jp/projects/npo/index.html>

研究テーマのひとつとして、NPO に関する研究も行っており、実態調査などのデータが閲覧できます。

NPO 法人データベース NPO 広場

●URL <http://www.npo-hiroba.or.jp/>

特定非営利活動法人日本 NPO センターが運営する NPO 法人検索システム。NPO に関する Q & A などの基本情報や約 50 社の企業 CSR・社会貢献の活動概要や NPO 支援の内容が確認できます。

NPORT NPO の総合情報サイト

●URL <http://www.nport.org/>

NPO や市民活動に関する様々な知識の e-learning システム、NGO 検索システム、イベント情報掲示板、インターンなどの求人情報、スタディツアー、セミナーなどの情報が、NGO により掲示板に公開されています。

はじめての NPO・NGO ガイド

●URL <http://www.npo-ngo.com/>

NPO に関するわかりやすい解説、ボランティアなどへの参加の際の留意点、活動分野、法人化などについて説明されています。

イーココロ！

●URL <http://www.ekokoro.jp/>

ショッピングや資料請求を通して貯めたポイントを、NGO/NPO に寄付をすることができます。

NGO から発信された団体概要や、活動報告などの情報や、NGO・企業へのインタビューなども掲載されています。

企業の社会貢献に関する情報

日本財団 CANPAN CSR プラス

- URL <http://canpan.info/csr/>

企業のCSRに関するデータベース・検索システムが掲載されているほか、CSR報告書・情報開示度に関する調査、CSRに関する市民アンケート調査を実施しています。

全国社会福祉協議会

- 連絡先 〒100-8980 東京都千代田区霞が関3丁目3番地2号 新霞が関ビル
TEL:03-3581-7851

- URL <http://www.shakyo.or.jp/>

社会福祉法に基づき、すべての都道府県・市町村に設置される社会福祉協議会の中央組織として、全国の協議会とのネットワークを通じた連絡・調整、活動支援、各種制度の改善への取り組みを行っています。都道府県社会福祉協議会への連絡先一覧などが掲載されています。一部の市町村社会福祉協議会では、企業の社会貢献担当者ネットワークとの連携も行っており、東京都では江東区、中央区、千代田区、港区社会福祉協議会が事務局を担当する形にて、企業間社会貢献ネットワークが構築されています。

地球環境パートナーシッププラザ(GEIC)

- 連絡先 〒150-0001 東京都渋谷区神宮前5-53-70 国連大学ビル1F
TEL:03-3407-8107 FAX:03-3407-8164

- URL <http://www.geic.or.jp/geic/index.html>

環境省と国際連合大学が共同で運営する環境情報センターで、NPO・企業・行政など多様な主体による環境パートナーシップ促進を目的として活動しています。環境分野における、企業のCSRとNGO間のパートナーシップの推進に関する調査なども行っており、事例調査報告書・ポイント集、環境分野の企業社会貢献データベースなどが掲載されています。

■ 調査票(NGOを対象とする調査)

NGOと企業の協働に関するアンケートのお願い

【アンケートの趣旨・目的】

弊社は、外務省の委託により、NPO/NGOと企業との連携促進に係る調査を行っております。その一貫として、途上国の開発支援業務を行うNPO/NGOを対象に企業との連携に係る意識調査を行うことになりました。

つきましては、別添の通りアンケートを送付致しますので、よろしくお取り計らい頂きたくお願い申し上げます。なお、ご回答いただいた内容は、すべて統計的に処理し、ハンドブックに掲載させて頂く場合がございますが、個人情報保護の観点から慎重な取り扱いを行います。

本調査の趣旨をご理解頂き、ご協力をお願い致します。

■ 調査票(企業を対象とする調査)

企業とNGOとの協働に関するアンケート

【アンケートの趣旨・目的】

弊社は、外務省の委託により、企業とNPO/NGOとの連携促進に係る調査を行っております。その一貫として、企業法人を対象に途上国の開発業務を行うNPO/NGOとの連携に係る意識調査を行うことになりました。

つきましては、別添の通りアンケートを送付致しますので、よろしくお取り計らい頂きたくお願い申し上げます。なお、ご回答いただいた内容は、すべて統計的に処理し、ハンドブックに掲載させて頂く場合がございますが、個人情報保護の観点から慎重な取り扱いを行います。

本調査の趣旨をご理解頂き、ご協力をお願い致します。

1 社会貢献活動の推進とNPO/NGOとの連携について

(1) 御社では社会貢献活動に関する方針(考え方、重点分野など)を定め、明文化していますか？

- ① 定めていない ② 定めているが明文化されていない
 ③ 定めており明文化されている ④ いずれにも該当せず

ご回答欄

(2) 社会貢献を総括する部署がありますか？

- ① ない ② 必要に応じ、その都度担当部署・担当者を置いている
 ③ 常設している ④ いずれにも該当せず

ご回答欄

(3) 社会貢献活動において、御社の得意分野を活用していますか？

- ① 活用していない ② 活用している
 ③ 活用し成果をあげている ④ いずれにも該当せず

ご回答欄

(4) 御社の従業員がボランティア活動に参加することを奨励していますか？

- ① 奨励していない ② 奨励している
 ③ 奨励する制度がある ④ いずれにも該当せず

ご回答欄

(5) どのように従業員のボランティア参加を奨励していますか？

- ① ボランティア活動に関する情報を社内報、専門情報誌などで告知している
 ② ボランティア先を斡旋している
 ③ 社内にボランティア団体や社会貢献専門の団体があり、それを支援している
 ④ ボランティア休職制度があり、取得実績がある
 ⑤ ボランティア休職制度があるが、取得実績は無い

ご回答欄

(6) 企業の社会的責任(CSR)に関する報告書を作成し、公表していますか？

- ① 作成していない ② 作成しているが、公表していない
 ③ 作成し公表している ④ いずれにも該当せず

ご回答欄

(7) 過去3年間に国内外のNPO/NGOとの連携を推進していますか？

- ① 連携していない ② 連携している
 ③ 連携が成果をあげている ④ いずれにも該当せず

ご回答欄

2 開発途上国における社会貢献活動の推進について

(1) 海外での事業展開に際し、国際的な労働条約(例:ILO条約(最低年齢条約、社会保障条約など))に配慮していますか？

- ①配慮していない ②日本国内においては配慮している
③現地法人でも配慮している ④いずれにも該当せず

ご回答欄

(2) 海外事業の展開にあたり、現地法令を遵守し、現地の文化・慣習等に配慮するための基本方針を定め、従業員に徹底していますか？

- ①定めていない ②定めている
③定めており、徹底している ④いずれにも該当せず

ご回答欄

(3) 海外拠点において社会貢献活動の方針を定め、明文化していますか？

- ①定めていない ②定めているが明文化されていない
③定めており明文化されている ④いずれにも該当せず

ご回答欄

(4) 過去3年間に、社会貢献活動として、国際的諸問題の解決の取り組み(開発途上国への教育支援、災害被災地域の復興支援等)を行っていますか？

- ①行っていない ②行っている
③いずれにも該当せず

ご回答欄

(5) 上記設問(4)で②「行っている」と答えられた方のみ伺います。開発途上国で活動を行う国内外のNPO/NGOと連携し、事業を行っていますか？

- ①連携していない ②連携している

ご回答欄

(6) 連携に際し、NPO/NGOへ要望することは何ですか？

- ①活動実績等の情報開示 ②企業活動への理解 ③連携案の提示
④実務能力 ⑤事務局体制整備 ⑥企業のメリットの提示 ⑦その他()

ご回答欄

以下設問(7)は、上記設問(5)で①「連携していない」と答えられた方のみ伺います。

(7) 社会貢献活動においてNPO/NGOとの連携を行わない理由はどれですか？(該当するもの全てを選択して下さい)

- ①どんな団体があるのか分からない ②NGOの財務状況・活動など情報が不足している
③社内で連携促進の機運が高まってない ④財源に制約がある
⑤人材に制約がある ⑥NPO/NGO側の関心が不明
⑦NPO/NGO側の企業への理解が欠けている ⑧特定の団体に協力することを望まない
⑨その他()

ご回答欄

以下設問(8)~(13)は、上記設問(5)で②「連携している」と答えられた方のみ伺います。

(8) 開発途上国で活動を行う国内外のNPO/NGOとの連携は、どのような傾向にありますか？

- ①減少傾向にある ②増減の変化は特段見られない
③増加傾向にある ④いずれにも該当せず

ご回答欄

(9) 開発途上国で活動を行う国内外のNPO/NGOとの連携のメリットは何ですか？(該当するもの全てを選択して下さい)

- ①企業の社会的責任として当然だから ②自社のイメージアップのため
③将来的に製品開発と結びつく可能性があるため ④自社への誇りを持つため
⑤NPO/NGOとの連携で従業員の能力向上を図るため ⑥対象地域での情報収集のため
⑦対象地域でのビジネス開拓のため ⑧従業員の退職後の生きがいに繋がるため
⑨その他()

ご回答欄

(10) NPO/NGOとの連携は、どのような形態ですか？

- ①御社がNGOに活動資金・物資を提供し、NGOが事業を実施する
- ②NGOのノウハウ・人脈を得ながら、御社の従業員主体で途上国における活動を行う
- ③御社とNGOが現地で協働事業を実施する
- ④その他()

ご回答欄

(11) 連携のきっかけは以下のどれですか？

- ①御社側からNPO/NGOに連携の提案を行った
- ②NPO/NGOより話をもちかけられた
- ③御社従業員が連携先の団体でボランティアを行う等つながりがあった
- ④その他()

ご回答欄

(12) NPO/NGOとの連携事業において、御社の支援の対象としているものはどれですか？(該当するもの全てを選択して下さい)

- ①奨学金の支給
- ②大学や研究機関への支援
- ③スポーツや文化支援
- ④その他()

ご回答欄

上記設問(12)で④「これら以外の分野」と回答された方のみ伺います。

(13) 御社の支援対象の分野はどれですか？(該当するもの全てを選択して下さい)

- ①農業・農村開発
- ②教育
- ③保健
- ④水資源・防災
- ⑤ガバナンス
- ⑥平和構築
- ⑦環境・エネルギー
- ⑧経済開発・民間企業支援
- ⑨ジェンダーと開発
- ⑩貧困削減
- ⑪運輸交通
- ⑫情報通信技術

ご回答欄

(14) 企業とNPO/NGOの連携について、ご意見があれば自由にお書き下さい。

■ ヒアリング協力団体(五十音順、敬称略)

財団法人 オイスカ
財団法人 ケア・インターナショナル ジャパン
財団法人 ジョイセフ(家族計画国際協力財団)
財団法人 日本フォスター・プラン協会(プラン・ジャパン)
社団法人 セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン
特定非営利活動法人 APEX
特定非営利活動法人 国際協力 NGO センター(JANIC)
特定非営利活動法人 ジェン
特定非営利活動法人 ピースウィンズ・ジャパン
特定非営利活動法人 ピープルズ・ホープ・ジャパン
特定非営利活動法人 マングローブ植林行動計画
特定非営利活動法人 ワールド・ビジョン・ジャパン
特定非営利活動法人 ジャパン・プラットフォーム
コンサベーション・インターナショナル・ジャパン
1001buku
Plan Indonesia
Plan Indonesia Yogyakarta
The Indonesian Planned Parenthood Association

NEC

日本郵船株式会社
株式会社三菱東京 UFJ 銀行
株式会社ユニクロ
株式会社リコー
積水アควアシステム株式会社
日本航空
日本郵船株式会社
PT. NYK LINE INDONESIA
PT. NEC INDONESIA

在インドネシア日本国大使館
独立行政法人 国際協力機構インドネシア事務所

NGOと企業の連携推進ハンドブック

－新しいパートナーシップによる対話と協働に向けて－

発行 : 外務省国際協力局民間援助連携室

平成 20 年度外務省委託調査「開発途上国における日本の NGO と日系企業の連携
事例及び連携推進ハンドブック作成のための調査」

執筆・作成 : 株式会社アンジェロセック

〒160-0022 東京都新宿区新宿 1-23-1

電話 03-5369-8021 FAX 03-5369-8122

<http://www.ingerosec.com/>

発行年月 : 2009 年 3 月
