

2010 年度外務省主催 NGO 研究会

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－

－BOP 層のための社会責任ビジネス、環境と貧困のつながり、地方における連携促進－

事業報告書

2011 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. 活動目的、活動領域	4
3. 「CSR 推進 NGO ネットワーク」について	5
4. 活動概要	6
5. 各活動内容詳細	9
5-1. 「貧困削減に資する「BOP ビジネス」の推進」	9
5-2. 連携のためのアカウンタビリティ研究 -ISO26000 を中心に-	11
5-3. 環境問題と貧困問題のつながりに関するメッセージの発信	14
5-4. 調査研究（事例調査）	17
5-5. シンポジウム	25
5-5-1. 第1回シンポジウム（札幌開催）	26
5-5-2. 第2回シンポジウム（名古屋開催）	32
5-5-3. 第3回シンポジウム（東京開催）	43
6. まとめ	61
添付資料	
1. 「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」Ver.2	65
2. 連携事例ヒアリング調査記録	94

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（以下 JANIC）が、外務省からの委託を受け、2010 年 7 月から 2011 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 JANIC が事務局を担っている「CSR 推進 NGO ネットワーク」の 2010 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、（財）北海道国際交流センター、（特活）名古屋 NGO センターの協力を得て北海道と中部地域における調査研究活動および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～2 項で事業の背景や目的を述べた後、第 3 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 4 項で事業全体の流れを概観した後、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提案している。

また、巻末にて添付資料とした「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 ver.2」は、NGO と企業の連携の基本的な考え方や手順を整理しているほか、「CSR 推進 NGO ネットワーク」がまとめた BOP ビジネスの本質や環境と貧困のつながりを踏まえた NGO と企業の連携のあり方に対するメッセージを発信している。また同じく添付資料である連携事例ヒアリング調査記録からは、北海道、中部、東京の 3 つの地域における NGO と企業両担当者の生の声を知ることができる。今後の連携を考えている企業・NGO の方々へは本文と合わせて是非参考にさせていただきたい。

第 6 項の最後は、本研究会活動で浮かび上がった今後の NGO と企業の連携のあり方と「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。2011 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、本書が企業と NGO の連携促進の手助けとなれば幸いである。

2011 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

2010年は国連ミレニアム開発目標(以下 MDGs) 達成期限まで残すところ5年。9月にはニューヨークで国連 MDGs レビュー・サミットも開催され、MDGs の実現に向けては各国のより一層のコミットメントが求められることが明らかになった。

MDGs が達成できない場合、持続可能な社会の実現は遠くなるといわれている中で、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している。

その中でも企業の果たす役割は大きい。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である。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。

このような社会の持続可能性を視野に入れた CSR 推進においては、現地の自立支援のため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 が果たすべき役割もまた大きい。

近年、NGO と企業の関係は時の流れとともに変遷をとげ、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。そして、NGO と企業だけでなく、コミュニティ、政府、その他のグループなど多様なステークホルダーの関わりも重要になっている。このようなマルチな関係性の中で、持続可能な開発に向けた世界共通の目標である MDGs を視野に入れた活動の推進に向けて、多様化する NGO と企業の役割やパートナーシップのあり方を考えていくことが重要となっている。

このような視点をもとに、昨年(平成21年度)の NGO 研究会「企業との連携」では、設立2年目を迎えた CSR 推進 NGO ネットワーク参加メンバー(当時 NGO21 団体、企業8社)を中心に企業との合同調査などの提言活動準備、NGO 間及び企業セクターとの関係構築を目標に活動した。具体的には計6回の定例会と、福岡、大阪、東京の3つの地域でシンポジウムを開催し、また企業と NGO の連携事例について、特に CRM と BOP ビジネスをテーマに計27件のヒアリング調査を行った。

これら活動を通して得た成果のひとつは、「地球規模の課題解決につながる NGO と企業の連携」の実践にあたって NGO、企業それぞれが抱える課題や、両者がより議論を深めていくべきテーマを把握することができたことだ。それは下記1)~5)に示す通りであり、本年度研究会の活動においては特にこれらの課題の解決と議論の深化を目指した活動を行った。

1) 「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(以下連携ガイドライン)」の普及

2009年度の活動の集大成として作成した「連携ガイドライン」だが、これからはその活用が求められる。特にこれから連携を行っていこうとする NGO・企業担当者に実際に活用してもらうことを目指し、今後は本ガイドライン自体の周知と、実際の活用実績を増やしていくことが必要である。また、「BOP ビジネス」の本質、「環境と貧困のつながり」を視野に入れた連携のあり方など、CSR 推進 NGO ネットワークの最新議論についても盛り込んでいきたい。

2) 貧困削減に資する「BOP ビジネス」の推進

近年活発化の兆しのある BOP ビジネスだが、これについては途上国での好影響・悪影響の賛否両論がある。NGO としては、あるべき BOP ビジネスの姿や、その中で果たし得る NGO の役割を見極める必要がある。しかしながら、「BOP ビジネス」について NGO 間での議論はまだ十分になされておらず、共通の定義や、そもそも「BOP ビジネス」という名称を使っていくのかといった議論も起こってきている。これらの点も踏まえて、今後同ネットワークの中で議論を重ねながらコンセンサスを作っていくことが重要である。

3) 連携のためのアカウンタビリティ研究 –ISO26000 を中心に–

昨年度の事例調査における企業へのヒアリングでは、連携する NGO の選定基準について、「活動基盤がしっかりしていること」「透明性の高い団体」「具体的な支援内容・着実な活動報告を提示できる団体」であること等が共通して挙げられ、NGO に一定のアカウンタビリティが求められていることがわかった。特に 2010 年末までには ISO26000 が発効される予定であることもあり、こうしたガイダンス規格を参考にしながら、企業と NGO のより良い連携に向けた企業・NGO それぞれのアカウンタビリティを追求していく必要がある。

4) 環境問題と貧困問題のつながりに関するメッセージの発信 –COP10 開催を受けて–

環境と貧困の問題は、NGO・企業双方において別々の問題として捉えられ、取り組まれる傾向がある。しかし実は両者は深いつながりがあり、持続可能な社会の実現へのアプローチへは両者の視点が不可欠である。

企業の環境分野における社会貢献活動や、開発途上国での事業、または原材料等を調達する際の環境や生物多様性保全への配慮について、調査や呼びかけを行うとともに、環境問題と貧困問題についてのつながりを訴えかけ、両者を視点に入れた取り組みこそが持続可能な社会の実現に必要であることを発信していきたい。

5) 地方の企業と NGO・NPO の連携促進

日本の NGO は首都圏に集中する傾向があり、地方の企業が東京等の規模の大きい NGO を支援する例も見られる中、地域密着型の地域内相互連携の仕組みを促進することで、地方を拠点に地道な活動を続けている NGO の活動の活性化にも寄与していきたい。

2. 活動目的、活動領域

上記の課題を解決し、MDGs 達成につながる NGO と企業の連携を推進することを目的に、本研究会は昨年に引続き CSR 推進 NGO ネットワークを母体として、下記 5 つの領域を主軸に活動を進めた。

1) 貧困削減に資する「BOP ビジネス」の推進

2) 連携のためのアカウンタビリティ研究 –ISO26000 を中心に–

3) 環境問題と貧困問題のつながりに関するメッセージの発信

4) 地方の企業と NGO・NPO の連携促進

5) 「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（以下連携ガイドライン）」の普及

3. 「CSR 推進 NGO ネットワーク」について

CSR 推進 NGO ネットワークとは、MDGs に代表される世界の「貧困と開発」の問題解決に寄与するために、NGO と企業の相互理解を促進し、より強固な協力関係を築き、効果的な CSR 活動が実施されることを目指し、情報交換・調査研究・啓発・提言活動等を行うために 2008 年 4 月に設立された。

本ネットワークは、2008 年度の結成以降年々拡大・発展を遂げており、2010 年度は NGO27 団体、企業 17 社、アドバイザー 2 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）。

本ネットワークの運営は、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、本ネットワークの活動を円滑に行うために、本ネットワークの活動の企画・立案、活動内容・スケジュールの調整や提案書の執筆などを担っていただいた。本年度のコアメンバーは以下の通り。

リーダー：（公財）オイスカ/長 宏行氏（海外プロジェクト担当部長）

サブリーダー：エイズ孤児支援 NGO・PLAS/門田 瑠衣子氏（代表理事）、（公財）ケア・インターナショナル ジャパン/高木 美代子氏（マーケティング部長）、（特活）ハンガー・フリー・ワールド/渡邊 清孝氏（事務局長）

またアドバイザーとして CSO ネットワーク共同事業責任者の黒田かをり氏と株式会社三井物産戦略研究所研究員の黒田かをり氏の新谷大輔氏の 2 名に加わっていただいた。

尚、2010 年度の CSR 推進 NGO ネットワークの活動は本研究会予算と参加団体・企業による会費収入によって運営した。

表 1：2010 年度「CSR 推進 NGO ネットワーク」メンバー一覧

NGO メンバー (27 団体)	
1 (特活) アジア日本相互交流センター	15 (特活) JEN (ジェン)
2 (特活) ADRA Japan	16 JANNET (障害分野 NGO 連絡会)
3 (特活) アフリカ日本協議会	17 (特活) シャプラニール=市民による海外協力の会
4 エイズ孤児支援 NGO・PLAS	18 (公社) シャンティ国際ボランティア会
5 (特活) ACE	19 (特活) 日本国際ボランティアセンター
6 (公財) オイスカ	20 (特活) 日本地雷処理・復興支援センター
7 (特活) オックスファム・ジャパン	21 (公財) プラン・ジャパン
8 (特活) グッドネーバーズ・ジャパン	22 (特活) 日本リザルツ
9 (公財) ケア・インターナショナル ジャパン	23 (特活) ハンガー・フリー・ワールド
10 (特活) 関西国際交流団体協議会	24 (特活) ブリッジ エーシア ジャパン
11 (財) 国際開発救援財団	25 (特活) 横浜 NGO 連絡会
12 (財) 国際開発センター	26 (特活) ワールド・ビジョン・ジャパン
13 (財) 国際労働財団	27 (特活) 国際協力 NGO センター (JANIC)
14 (特活) シェア=国際保健協力市民の会	

企業メンバー (17社)	
1 アクセンチュア株式会社	10 日本電気株式会社 (NEC)
2 味の素株式会社	11 株式会社博報堂
3 オムロン株式会社	12 パナソニック株式会社
4 花王株式会社	13 ファイザー株式会社
5 株式会社資生堂	14 富士通株式会社
6 ソニー株式会社	15 株式会社ブリヂストン
7 株式会社大和証券グループ本社	16 株式会社三菱ケミカルホールディングス
8 武田薬品工業株式会社	17 株式会社リコー
9 株式会社電通	

4. 活動概要

本研究会は、全メンバーが参加して行う計5回の「定例会」の開催と、約3ヶ月間の「調査研究活動」の実施、計3回の「シンポジウム」開催を中心に活動した。

また、効果的な活動を行うため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。活動概要一覧は表2に記す通りである。

表2：2010年度活動概要

	時期	活動主体	テーマ	内容
運営・助言委員会	7月～3月	運営・助言委員	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 5月13日	NGOメンバー・企業メンバー	本年度の活動内容について	1. 2010年度活動方針説明 長 宏行氏 ((公財)オイスカ) 2. ワールドカフェ 「企業とNGOの違いを活かし、連携することで世界のためにもっとできることは何だろうか？」 3. テーマ別討議 「今年度やってみたいこと」
	第2回 7月15日		①SRを意識した連携とは- ISO26000を中心に- 1. 「ISO26000とは? - 策定経緯や中身のポイント、発効後の動き等-」熊谷 謙一氏 ((財)国際労働財団 副事務長) 2. パネルディスカッション 「企業にとっての効果・影響」 ・関 正雄氏 (株式会社損害保険ジャパン) 「NGOにとっての効果・影響」 ・黒田 かをり氏 (CSO ネットワーク) 「現場の支援活動や現地コミュニティにと	

				ったの効果・影響」 ・熊谷 謙一氏 ((財) 国際労働財団副事務長) 3. グループ・ディスカッション 「SR を意識した企業と NGO の連携とは」
	第 3 回 8 月 31 日		②貧困解決 に資する 『BOP ビジ ネス』の役割 と課題	1. 「貧困削減に資する『BOP ビジネス』とは」 新谷 大輔氏 (株式会社三井物産戦略研究所) 2. 討論会 ・パネリスト発表「『BOP ビジネス』、私たちの の今の見解」 ・米良 彰子氏 ((特活) オックスファム・ジ ャパン) ・高木 美代子氏 ((公財) ケア・インターナ ショナルジャパン) ・後藤公位氏 (株式会社三菱ケミカルホール ディングス) ・赤堀 久美子氏 (株式会社リコー) 3. グループ・ディスカッション ・「『BOP ビジネス』における企業の役割・ NGO の役割とは？」 ・「CSR 推進 NGO ネットワークとしての『BOP ビジネス』の定義と新たな名称」
	第 4 回 11 月 4 日		③環境問題 と貧困問題 のつながり	1. 「環境と貧困のつながり」 日比 保史氏 (コンサベーション・インターナ ショナル・ジャパン(CI)) 2. パネルディスカッション パネリスト発表 ・富沢 達也氏 (コスモ石油株式会社) ・清水 俊弘氏 ((特活) 日本国際ボランティア センター) ・長 宏行氏 ((公財) オイスカ) 3. グループ・ディスカッション 「持続可能な開発モデルを考える」
	第 5 回 1 月 19 日		現 3 カ年振 り返り、次期 3 カ年計画 について	「一これからの NGO と企業の連携に求められ ること一本ネットワークの次期 3 カ年計画およ び次年度計画について」 1. 問題提起 (各 25 分) ・足達 英一郎氏 (株式会社日本総合研究所) ・原田 勝広氏 (日本経済新聞) 2. グループ・ディスカッション「本ネットワー クの来年度以降の活動の方向性」
調 査	7 月～12 月	(特活)名 古屋 NGO	NGO と企業 の連携事例	・北海道地域における連携事例調査 [5 事例] ・中部地域における連携事例調査 [10 事例]

研究		センター、 (財)北海道国際交流センター、事務局	調査	<ul style="list-style-type: none"> ・ 関東地域における連携事例調査〔5事例〕
シンポジウム	第1回 10月30日	NGO・企業 メンバー	第1回シンポジウム(札幌開催) 【実施協力(財)北海道国際交流センター】	<p>「CSR推進シンポジウム2010 in 札幌」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 基調講演 <ul style="list-style-type: none"> ・ 渡邊 清孝氏 ((特活)ハンガー・フリー・ワールド) ・ 門田 瑠依子氏 (エイズ孤児支援 NGO・PLAS) ・ 事例発表 <ul style="list-style-type: none"> ・ 飛んでけ!車いすの会×株式会社札幌通運 ・ 当別エコロジカルコミュニティ ・ 共働学者新得農場 ・ グループ・ディスカッション
	第2回 1月27日		第2回シンポジウム(名古屋開催) 【実施協力(特活)名古屋NGOセンター】	<p>「NGOと企業のCSR連携シンポジウム～集まる、つながる、地域が変わる～」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 事例発表 <ul style="list-style-type: none"> ・ (財)アジア保健研修所×株式会社中京医薬品 ・ (特活)レスキューストックヤード×株式会社山田組 ・ (特活)ソムニード ・ グループ・ディスカッション ・ CSR推進NGOネットワークから <ul style="list-style-type: none"> ・ 長 宏行氏 ((公財)オイスカ) ・ 高木 美代子氏 ((公財)ケア・インターナショナル ジャパン)
	第3回 2月25日		第3回シンポジウム (東京開催)	<p>「多様化する国際協力NGOと企業のパートナーシップシンポジウム」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 基調講演 <ul style="list-style-type: none"> 田村 太郎氏 ((財)ダイバーシティ研究所) ・ 連携ガイドライン ver.2について <ul style="list-style-type: none"> 長 宏行氏 ((公財)オイスカ) ・ 事例発表 <ul style="list-style-type: none"> ・ (特活)プラネットファイナンスジャパ×豊田通商株式会社 ・ ARUN合同会社 ・ 株式会社大和証券グループ本社×A SEED JAPAN ・ ディスカッション

5. 各活動内容詳細

本章では本研究会における5つの主な活動（「貧困削減に資する「BOP ビジネス」の推進」、「連携のためのアカウントビリティ研究 –ISO26000 を中心に–」、「環境問題と貧困問題のつながりに関するメッセージの発信」、「地方の企業と NGO・NPO の連携促進」、「調査研究（事例調査）」、「シンポジウム」）の詳細について説明する。

5-1. 「貧困削減に資する「BOP ビジネス」の推進」

5-1-1. 活動背景・目的

「BOP ビジネス」という言葉は、BOP 層を新たなマーケットと見たビジネスとして捉えられることも多く、本来「BOP ビジネス」が意図する BOP 層の貧困削減に資するという側面が伝わりにくい。また、BOP は元来所得ピラミッドの底辺（Base/Bottom）という意味であり、最下層を表わしているため、ネガティブなイメージが付きまとい、人間開発の視点に立った BOP 層の「可能性」や「将来性」という前向きなメッセージが伝わりにくい。更に、BOP は貧困を所得だけで捉えがちで、相対的貧困層を含む様々な権利を剥奪された人々への視点が欠けてしまう恐れがある。

一方で、「BOP ビジネス」という名称は、既に日本社会において一定の認知や理解が得られており、多くのメディアや書籍・文献などでも「BOP ビジネス」という言葉は頻繁に使われている。従って、現時点で「BOP ビジネス」に代わる全く新しい名称を策定したとしても、それが現行の「BOP ビジネス」に取って代わり、広く普及するとは考え難い。

このような状況の下、CSR 推進 NGO ネットワークとしては、本来「BOP ビジネス」という言葉の中に含有されるべき概念や留意事項などを「BOP ビジネス」を補足する名称としていわばサブタイトル的に策定し、併せて、「BOP ビジネス」の対象や期待される効果、推進する上で必要な視点・留意点などを定義したいと考えた。

5-1-2. 「BOP ビジネス」を補完する名称・定義案作成過程

8月31日に「BOP ビジネスの役割と課題」をテーマにした定例会（第3回定例会）を開催した。ここでの議論をコアメンバーにて集約、2回のコアメンバー会合での話し合いを経て「BOP ビジネス」を補完する名称・定義案を作成した。第3回定例会の開催概要は次項の通りである。尚、議事録は下記 URL にて公開している。

<http://www.janic.org/more/companyngo/netnow/>

5-1-3. 第3回定例会「テーマ：『BOP ビジネス』の役割と課題」概要

日時：2010年8月31日（火）15時～18時

場所：国立オリンピック記念青少年総合センター 国際交流棟 第1ミーティングルーム

出席者：CSR 推進 NGO ネットワークメンバー（約45名）

表3：プログラム（第3回定例会「テーマ：『BOPビジネス』の役割と課題」）

時間	項目	担当者
15：00～ 15：10	開会挨拶、事務局からの連絡	
15：10～ 16：10	<p>「BOPビジネス」の役割と課題について</p> <p>1. 講演「貧困削減に資する『BOPビジネス』とは」（15分） 新谷 大輔氏（三井物産戦略研究所）</p> <p>2. 討論会 ✓ パネリスト発表「『BOPビジネス』、私たちの今の見解」 ・米良 彰子氏（(特活)オックスファム・ジャパン） ・高木 美代子氏（(公財) ケア・インターナショナル ジャパン） ・後藤 公位氏（株式会社三菱ケミカルホールディングス） ・赤堀 久美子氏（株式会社リコー）</p> <p>✓ パネルディスカッション（20分） ファシリテーター：新谷 大輔氏（株式会社三井物産戦略研究所）</p>	司会： 井 端 梓 (JANIC)
16：10～ 16：20	休憩(10分)	
16：20～ 17：30	<p>3. グループ・ディスカッション 【5名～6名×7テーブル】</p> <p>✓ 「『BOPビジネス』における企業の役割・NGOの役割とは？」（20分）</p> <p>✓ CSR推進 NGO ネットワークとしての「BOPビジネス」の定義と新たな名称を考えてみよう！（20分）</p> <p>-----</p> <p>✓ 全体共有（20分）</p>	ファシリテーター： 新谷大輔氏
17：30～ 17：40	合宿について（10分）	コアメンバー
17：40～ 17：50	事務連絡（次回日程決め等）	JANIC
17：50～	メンバーからの報告事項	各メンバー

5-1-4. 「BOPビジネス」を補完する名称と定義

前述のプロセスを経て作成した「BOPビジネス」を補完する名称と定義は下記の通りである。

- ・「BOPビジネス」を補完する名称

BOP層のための社会的責任ビジネス

Responsible Business for the Base of the Pyramid

- ・定義

BOP層が抱える様々な社会的課題を解決するための経済・社会・環境のバランスの

とれた持続可能なビジネス。単に BOP 層をマーケットと捉える「途上国ビジネス」とは異なり、貧困削減など BOP 層の抱える社会課題の解決に資するビジネスを指す。BOP 層の人々が奪われている様々な権利を回復すると共に、本来持つ能力を発揮していくことが期待される。

*ここでいう「BOP 層」とは、経済的な貧困層だけでなく、教育を受けられない人、女性、少数民族、障害者、様々な権利を剥奪された人なども含むものとする。

5-1-5. 今後の展開

作成した「BOP ビジネス」を補完する名称と定義については、「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」ver.2 に収録し、ガイドライン普及と合わせて広く発信していく予定である。今後は、企業と NGO の連合体である CSR 推進 NGO ネットワークが「BOP ビジネス」をどう捉えていくのかを分かり易く伝える手段の一つとして、「BOP ビジネス」とそれを補足する名称、定義を一体のものとして様々な場面で発信していき、「BOP ビジネス」の本質が多くの人に理解され、その結果として、真に貧困削減に資する「BOP ビジネス」が展開されることを期待したい。

5-2. 連携のためのアカウントビリティ研究 -ISO26000 を中心に-

5-2-1. 活動目的・活動概要

2010 年 11 月に ISO26000 が発効された。あらゆる組織に関連する社会責任についての国際的なガイドラインである本規格について、本ネットワークでは基本的な事柄を学ぶとともに、特に NGO と企業の連携において今後どう活用していただけるかの議論を深めることを目的に、「SR を意識した企業と NGO の連携とは-ISO26000 を中心に-」をテーマとした定例会（第 2 回定例会、7 月 15 日開催）を行なった。第 2 回定例会の開催概要は次項の通りである。尚、議事録は下記 URL にて公開している。

<http://www.janic.org/more/companyngo/netnow/>

5-2-2. 第 3 2 回定例会「テーマ:SR を意識した企業と NGO の連携とは-ISO26000 を中心に-」

1) 概要

日時：2010 年 7 月 15 日（木）15 時～18 時

場所：株式会社電通 会議室（25 階、Q-1,2）

出席者：CSR 推進 NGO ネットワークメンバー（約 55 名）

表 4：プログラム（第 2 回定例会「テーマ:SR を意識した企業と NGO の連携とは-ISO26000 を中心に-」）

時間	項目	担当者
15:00～ 15:10	参加者自己紹介	
15:10～ 15:40	2010 年度活動計画説明（15 分） 質疑応答（15 分）	コアメンバー

15:40～ 17:00	ISO26000 について 1. 講演「ISO26000 とは？－策定経緯や中身のポイント、発効後の動き等－」（15分） （財）国際労働財団 副事務長 熊谷 謙一氏 〔ISO26000 紹介ビデオ上映〕 2. パネルディスカッション ✓ パネリスト発表（各7分×3） ・ 関 正雄氏（株式会社損害保険ジャパン） －企業にとっての効果・影響－ ・ 黒田 かをり氏（CSO ネットワーク） －NGO にとっての効果・影響－ ・ 熊谷 謙一氏（（財）国際労働財団） －現場の支援活動や現地コミュニティにとっての効果・影響－ ✓ ディスカッション（40分） ・ 質疑応答含む	コーディネーター： 富野 岳士 （JANIC 事務局次長）
17:00～ 17:10	休憩(10分)	
17:10～ 17:45	3. グループ・ディスカッション ✓ 「SR を意識した企業と NGO の連携とは」（20分） 【5名～6名×10テーブル、20分】（パネリストのみ席替えあり） ----- ✓ 全体共有（10分）	
17:45～ 17:55	事務連絡（次回日程決め等）	JANIC
17:55～	メンバーからの報告事項	各メンバー

2) 議事要旨

基調講演において国際労働財団の熊谷氏は、ISO26000 とは CSR の新しい国際規格であり、企業（=C）に限らずあらゆる組織に関する社会的責任（=SR）の企画となると説明した。ISO26000 は 2005 年に策定が開始され、政府、労働者、産業、消費者、NGO、研究者・専門家と 6 つのステークホルダーの合意の上で策定されたことに意味があると述べるとともに、原則は 7 つの大きなくくり（説明責任、透明性、倫理的行動、社会的責任の認識およびステークホルダーの参画、法の尊重、国際規範の尊重、人権の尊重）に 40 のチェックポイントから成っており、ポイントをチェックしていく中で国際的であり総合的な SR にどれだけ合っているのか、組織の SR 上の問題や良い点が見えるものとなっていると説明した。また、ISO というひとつの国際ブランドの SR 規格であることも特徴のひとつであると加える。しかし、お互いがぎりぎりの譲歩をして作ったところも沢山あり、曖昧であるところが弱点として挙げられ、国内でどう規格化するか、普及を含めて課題となると話した。

続けて、損保ジャパンの関氏も、この規格の価値は企業にとってだけではなくすべ

での組織に向けて国際的な行動規範は何かということを示したことであり、社会全体で社会的問題を解決していくという出発点が非常に重要であると説いた。企業はCSRの規格として使っていくことが大切であるが、社会全体としてSRを果たしていくことを念頭に組み込んでいくことも重要だと述べる。さらにこの規格は認証規格ではなくガイダンス文書であり、応用力を身につけることがとても大事であると述べた。

次に、CSOネットワークの黒田氏は、この規格の目指すものは、持続可能な社会の実現に向けて普遍的な価値基準を世界のあらゆる組織に浸透させること、社会的責任の分野における共通の理解を促進することを意図していると説明する。NGOにとってISO26000は、他セクターのステークホルダーとしての役割と、NGO自身のSR向上のガイダンスとしての役割、社会（地域）のSRの理解と推進があると述べた。

さらに熊谷氏は、ISO26000にコミュニティ参画の項目があることを評価した。組織と企業とステークホルダーの関係だけでなく、サプライチェーンも強調されている点が重要であると述べた。

パネルディスカッションでは、関氏から、途上国では普及がはじまっており、グローバルに考えると相当強い推進力が働いているため、浸透速度が非常に速いのではとの意見があった。ISO26000に記載されていないものにも応用的に対応する姿勢を持つことが非常に重要であり、決められたことを決められたとおりにやるのでは本物のCSRにはならないと提起した。さらに黒田氏からは、社会を構成しているさまざまな人たちが参加することがリスクヘッジになり、この考えがマルチステークホルダープロセスのベースとなっているとの説明があった。NPO/NGOは特定の地域やグループに対して利害関係を持っていないところが望ましいという意味において比較的中立的で、多様化するステークホルダーをつなぐ役割を担えるのではないかと述べた。また、企業担当者からのISO26000は範囲が広すぎて企業はどう使用していけばよいのかという質問には、関氏から経団連の企業行動憲章と実行の手引きをISO26000の対応版にしていこうという動きがあるので、活用するのも良いだろうとのアドバイスがあった。マルチ・ステークホルダーによるコンセンサスのプロセスについての質問には、今回の規格はステークホルダーの声を全て聞いて、その上で合意できる部分を取り決めたため、多数決は全くとっておらず、6月のコペンハーゲンの会議で合意がうまくいったのは「共通だが差異ある責任」という論理を持ち込むべきではないという考えが強かったからであり、誰かだけが得をするのではなく、ある意味で参加者全てが不満を持つような合意を目指したと、関氏から回答があった。また最後に黒田氏から、マルチ・ステークホルダーの形でISO26000を読むという機会も設けていったらいいのではとの意見が述べられた。

その後、参加者が8テーブルに別れてグループ・ディスカッション行われた。全体で共有された主な意見や感想は、SRの推進にNGOと企業がお互いの強み弱みをカバーしあえる関係が必要であるということ、またISO26000についてはまだわからないことも多く、特に各NGO組織やNGOと企業の連携において活用していくためにより理解を深めていきたいということであった。

5-2-2. 今後の展開

第2回定例会では、ISO26000が各組織内でのSR点検ツールとしてだけでなく、社会を良くしていくためのマルチステークホルダーのコミュニケーションツールでもあり、

全てのステークホルダー共通のバイブルとして有効であることを理解することができた。これを踏まえて、今後は活用に目を向けていきたい。そのためには、本ネットワークでは特に「NGOと企業の連携においてISO26000をどう活用していけるか」について議論を深めていく必要があるだろう。今後、ISO26000を推進する経団連や社会的責任向上のためのNPO/NGOネットワーク等との連携でより実践的な解説や手引きを学びつつ、実際に活用している企業や海外のNGOがあればそれをメンバー間で共有するなどしていきたい。

5-3. 環境問題と貧困問題のつながりに関するメッセージの発信

5-3-1. 活動背景・目的

環境問題と途上国の貧困問題は連動して起きており、そのつながりを考えることは企業活動、NGO活動、そしてなにより企業とNGOの連携活動において欠かせない。本ネットワークでは、環境と貧困のつながりをわかりやすく説明したメッセージを作成・発信することで、企業、NGOをはじめとした関与者および日本の市民にこれらの 이슈への注視と理解を求めるとを目的とした。

5-3-2. 「環境と貧困のつながり」メッセージの作成過程

11月4日に「環境と貧困のつながり」をテーマにした定例会（第4回定例会）を開催した。ここでの議論をコアメンバーにて集約、コアメンバー会合での話し合いを経て環境問題と貧困問題のつながりに関するメッセージを作成した。第4回定例会の開催概要は次項の通りである。尚、議事録は下記URLにて公開している。

<http://www.janic.org/more/companyngo/netnow/>

5-3-3. 第4回定例会「テーマ：環境と貧困のつながり」概要

日時：2010年11月4日（木）15時～18時

場所：国立オリンピック記念青少年総合センター センター棟402（120人室）

出席者：CSR推進NGOネットワークメンバー（約40名）

表5：プログラム（第4回定例会「テーマ：環境と貧困のつながり」）

時間	項目	担当者
15:00～ 15:10	開会挨拶、事務局からの連絡	
15:10～ 16:30	<p>環境と貧困のつながりについて</p> <p>1. 導入講演「環境と貧困のつながり」（20分） 日比保史氏（コンサベーション・インターナショナル・ジャパン（CI））</p> <p>2. パネルディスカッション ✓ パネリスト発表（各10分×3名） ・ 富沢 達也氏（コスモ石油株式会社） ・ 清水 俊弘氏（（特活）日本国際ボランティアセンター（JVC）） ・ 長 宏行氏（（公財）オイスカ）</p> <p>✓ パネルディスカッション（30分） ファシリテーター：林 直樹氏（株式会社電通）</p>	ファシリテーター： 林 直樹氏 （株式会社電通）

16:30～ 16:40	休憩(10分)	
16:40～ 17:40	3. グループ・ディスカッション 【4名×9テーブル】 ----- ✓ 全体共有 (20分)	ファシリテーター： 林 直樹氏（株式会社電通）
17:40～ 17:50	運用規定改訂、BOP ビジネス定義と名称の今後の進め方について (10分)	長 宏行氏（(公財)オイスカ）
17:50～ 17:55	事務連絡（次回日程決め等）	JANIC
17:55～	メンバーからの報告事項	各メンバー

5-3-4. 「環境と貧困のつながり」に関するメッセージ

前述のプロセスを経て作成した「環境と貧困のつながり」に関するメッセージは下記の通りである。

「環境と貧困は切り離せない」

環境問題と途上国の貧困問題は連動して起きている※。

環境と貧困のつながりを考えることは企業活動、NGO 活動、そしてなにより企業とNGO の連携活動において欠かせない。

なかでも途上国の現場では以下の 3 つの 이슈（論点）が顕在化している。企業、NGO をはじめとした関与者および日本の市民にこれらの 이슈への注視と理解を求めたい。

※「気候変動および生物多様性と貧困のつながり」参照

1) 企業活動が環境へ及ぼすインパクトと NGO の役割

①調査への NGO の参加

企業の経済活動がいかに現地の環境と社会にインパクトを与えているかを正しく把握することがまず重要であるが、この点が軽視されていると思われる事例が散見される。

この課題への解決策として、企業と NGO による共同調査や、現地で活動している NGO から企業への情報提供などを提唱したい。

調査は、NGO の参加によって地域の人々の意見や視点の反映が可能となる。そして現地の視点を取り込んだ調査こそが、地域の人々の営む自然資源に依拠した生活に配慮した経済活動、すなわち地域における持続的な経済活動の基礎となると考える。

②パートナーとしての NGO の役割

このように NGO は、企業活動が持続可能なものへと変化を遂げていくうえでのパートナーとしての協力や連携を期待されている。企業活動が経済のみならず環境、社会とのバランスを追求するこれからの時代、NGO の役割は企業に劣らず重要である。

2) これからの環境への取り組みの在り方と評価軸～植林活動の事例から～ －森育ては人育て－

従来、企業による NGO の環境保全活動への協力や支援は、植林活動が大半を占めていた。

しかし、木を植えるということは、それを植える人を育てることである。森の守り手としての住民をいかにエンパワーメントしていけるかが鍵であり、緑化支援は地域開発や貧困削減支援とセットで行なう必要がある。

このような包括的アプローチは従来 NGO が提案してきたところであるが、企業にはその有効性の理解と更なる支援や連携の促進を求めたい。

－割り算のできない支援をアピール－

100 円で苗木一本・・・といった分かりやすさをアピールする段階はすでに過去のもの。いま求められているのは、住民のエンパワーメントなど割り算でカウントできない「人」への支援である。企業と NGO はこの点を社会全般や一般消費者に向けても積極的にアピールし、植林活動の新たな意義の社会全体での共有を目指さなくてはならない。

3) 長期視点の見守り

企業活動は全般的に株主への説明責任という側面から、短期間かつわかりやすい事業や成果が好まれる傾向があるが、環境や貧困問題への取り組みは長期の時間を要し、また成果が数量評価としてはあらわれにくいケースも多い。

このようなギャップを企業と NGO は認識し、工夫して埋めることが必要である。

※「気候変動および生物多様性と貧困のつながり」

「え～!? 貧困問題が気候変動や生物多様性とつながっているって!?」先進国に暮らす私たちには、ピンとこない話かもしれません。しかし事実なのです。

たとえばバングラデシュで田畑を耕して家族を養っているお母さんやお父さんの気持ちになってみれば、あなたにもすぐわかります。

1. 気候変動と貧困のつながり

気候変動がもたらす負の影響は、貧困層に一番大きな打撃を与える。

たとえば、

- ・ 農作物の収穫減による収入の減少、食料不足、洪水や渇水。
- ・ 気温の上昇によるマラリアやデング熱といった感染症の発生リスクの高まり。
- ・ 温暖化の影響での自然災害の増加。十分な災害対策をとれない貧困層への大被害。

などが挙げられる。

気候変動が進むことで考えられる負の影響の具体事例は下記の通りである。

- ・ 干ばつ、気温上昇、および降雨量異常の深刻化による被害の拡大から農業システムが崩壊する、結果、新たに最大 6 億人が栄養失調に直面する。
- ・ 洪水と熱帯性低気圧の活動により、沿岸地域や低平地地域に住む最大 3 億 3200 万人が住む場所を失う恐れがある。
- ・ 保健衛生面でのリスクが高まり、新たに最大 4 億人がマラリアの危険に直面する。(国連開発計画(UNDP)発行『人間開発報告書 2007/2008』より)

2. 生物多様性と貧困のつながり

生物多様性や生態系サービスが最も豊かな地域は途上国の中にあり、そうした地域では数十億人もの人々が、基本的ニーズの充足を生物多様性と生態系サービスに依存している。現在、生物多様性の損失により、こうした人々が最も深刻な危機に直面している。

たとえばハイチでは、森林の伐採が行なわれた結果、水資源が乏しくなり、農業生産性が低下している。また自然のろ過機能が低下したため中程度の雨でさえ壊滅的な洪水を発生させ、現地の人びとの健康や幼児の死亡率にも深刻な影響を与えている。ハイチの貧困と人々が受ける被害の多くは森林の損失に起因し、極度の貧困はそれ自体が、森林伐採の根本原因のひとつとなる悪循環に陥っている。ハイチの森林と生物多様性を回復させるためには、貧困の緩和を中心戦略に据えなければならない状況となっている。

生物多様性と生態系サービスの損失が進むことで考えられる負の影響の具体事例は下記の通りである。

- ・ 自然地域は農耕地に転換され、インフラ設備の拡大や気候変動の影響を受けるようになる。2050 年までに、750 万 km²、つまり 2000 年水準の 11%の自然地域が失われると予想されている。
- ・ 貴重なマングローブ地域は、私的な利得のための土地に転換され、それはしばしば地元住民に損害をもたらす。重要な繁殖地は失われ、同時に嵐や津波の被害から守る緩衝地帯も失われることになる。

(European Communities 発行 The economics of ecosystems & biodiversity (TEEB) 「生態系と生物多様性の経済学 中間報告」日本語版より)

5-3-5. 今後の展開

作成した「環境と貧困のつながり」に関するメッセージについては、「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」ver.2 に収録し、ガイドライン普及と合わせて広く発信していく予定である。また、「3) 長期視点の見守り」で述べている NGO と企業のギャップについては、全てのテーマにも共通するものであり、今後もこのギャップを埋めるための議論や工夫を追及していきたい。

5-4. 調査研究 (事例調査)

5-4-1. 活動目的・活動概要

本年度の当研究会の活動のベースとなりそれらを補完するものとして、北海道地域、中部地域、関東地域の 3つのエリアでの調査研究活動を行った。本調査では基本的に 1 事例につき企業・NGO の両者にヒアリングを行い、ヒアリング記録を作成するとともに

その成果や課題等を考察した。またそのうちいくつかの事例をとり上げ、各地でのシンポジウムにおいて発表した。

「北海道地域における連携事例・課題調査」は(財)北海道国際交流センター、「中部地域における連携事例・課題調査」は(特活)名古屋NGOセンターの協力を得て実施した。

5-4-2. 各地域事例調査詳細と考察

以下では、各地域でのヒアリング対象事例の概要と考察を述べるにとどめるが、ヒアリング内容の詳細については、添付資料2. を参照されたい。

I. 北海道地域

1) 各事例詳細

① (特活) 飛んでけ! 車いすの会 × 株式会社 札幌通運

使わなくなった車いすを修理して、海外旅行客が、現地の施設に届ける国際協力に、国内の車いす搬送を札幌通運が担う仕組み。ネーミングの良さと、わかりやすいアイデアで全国からの参加を得ている。

② 農業組合法人 共働学舎新得農場 × 株式会社 ラボジェネター

日本ではじめて世界チーズコンテストで金メダルを受賞。一方で、心身にハンデを抱えるメンバーとの共同生活を行う共働学舎新得農場に対して、微生物の有用性を生かしたいと共同実証を行う形での協力体制をひいている。

③ (特活) 当別エコロジカルコミュニティ × 株式会社 アレフ

地域に根ざした環境教育を行う当別エコロジカルコミュニティと共に、外食産業のアレフがほんものの食に取り組み、食育の視点からともに行う「冬みずたんぼ」プロジェクトから、環境教育に真摯に取り組む。

④ (特活) ソーシャルエージェンシー協議会 × 有限会社 ラッキーピエロ

地域の環境を考え、情報誌エコハで啓蒙活動を行う NPO 法人ソーシャルエージェンシー協議会と共に、残飯処理を共同で行う外食産業のラッキーピエロ。環境というキーワードで地域に活力をもたらす。

⑤ 札幌市円山動物園 × 株式会社 GEL-Design

学校教育や生物多様性の視点からも注目されている札幌市円山動物園。更に身近な存在へと押し上げたのが、シロクマのランチボックスを仕掛けた GEL-Design。環境保全、環境教育の場として活動を展開することによる相乗効果を目指す。

2) まとめと考察

北海道は大きな企業がない分、CSR は進んでいないと言われていた。しかし、首都圏などの NGO に企業が応援しているケースも多く、改めて地域の企業による地域の NGO 支援を進める必要性を感じるものだった。一方で、環境や農業といった分野では北海道の特性を活かした CSR が行われており、更に連携をすすめることができると思われる。国際協力分野はまだまだだが、飛んでけ! 車いすの会のように

全国に発信しているケースもあり、これからの取組み次第では大いなる可能性を感じるものだった。また、北海道の場合は、行政、企業、NPO/NGO はもともと見える距離感で成り立っていることから、セクター間のネットワークはある程度はできており、協力関係はある。いわば、セクターや分野を越えて、一緒に協力して、共生しようという「結」の精神が北海道という地域にはあることを確信した。単体ではなく、連携をすることによって、生まれる可能性をもっと求めてゆきたいと今回の事例調査を得て、改めて感じるものとなった。

(文章作成：(財)北海道国際交流センター)

II. 中部地域

1) 事例選定基準、調査方法

中部地域の NGO と主に地元資本の企業、中小企業との連携事例に焦点をあて、連携のあり方、効果、今後の可能性について考えるための情報を収集した。事例選定では、(特活)名古屋NGOセンターの加盟団体を中心に9件の連携事例を抽出した。原則的には企業・NGO を訪問しヒアリング調査を行ったが、連携先が遠方(東京都、栃木県)の2事例については、アンケート形式のEメール、電話等で回答を得た。

2) 各事例詳細

① (財) アジア保健研修所・AHI × 株式会社 中京医薬品

AHI はアジアの農山村の医療サービスが届かない地域で保健・福祉ワーカーの研修を行っているが、置き薬業の中京医薬品が売り上げの一部から行う CSR 『きずな ASSIST (アシスト)』 の支援先として、1994 年からカンボジアでの保健・福祉ワーカー育成研修を支援した。カンボジアの自立により研修は 2005 年で終了したが、その間に 701 人の研修者を育成した。

両者には「健康づくり・人づくり」の共通理念があり、中京医薬品は連携を社員の学びの場ともしているが、その後も AHI の活動全般にわたった連携が継続している。

② (特活) レスキューストックヤード (RSY) × 株式会社 山田組

阪神大震災以後、各地での災害救援活動、「災害に強いまちづくり」に取り組む RSY と、建設会社・山田組が地域で主催する防災代会など「防災まちづくり」で連携する。RSY の防災のノウハウやボランティア派遣、山田組の専門技術、地域折衝や費用負担など、互いの強みを活かしている。互いに信頼に基づいた自立した関係を保つ。また RSY が一員の「なごや災害ボランティア連絡会」、山田組が属する「名古屋建設業協会」と行政・名古屋市とが、『災害用ボランティア活動用資器材の管理に関する協定』(三者協定)を結んでいる。

③ (特活) ソムニード × 株式会社 駿河屋魚一

ソムニードがインドで取り組む地域住民主導の森林再生やコミュニティ開発に、飛騨高山の老舗スーパー・駿河屋が『マイカード』のポイント交換制度を利用して、12 年間にわたり植林支援を行っている。『マイカード』のポイントは、消費者個人のポイント加算のほか、選択によりインドの植林支援活動へ寄付できるシ

ステム。駿河屋は昭和 50 年代の早い時期から環境問題に取り組んできたが、ソムニードがアジアや国内で目指す「地域づくり・人づくり」の活動に連携し、スーパーチラシ紙面のスペースを割いて地域に広報している。

④（公財）オイスカ中部日本研修センター × トヨタ車体 株式会社

オイスカの農業を中心とした地域開発、人材育成の活動地の一つインドネシアで、持続可能な熱帯林の再生のための植林とそのメンテナンスのための人材育成に連携している。ジャワ島に 2006 年より 5 カ年計画で、120 ヘクタールに 10 万本を植樹する『トヨタ車体グループの森』づくりを計画し、社員もボランティアツアーに参加する。オイスカは植林活動と併せて「人づくり」を提案し、地域住民への環境セミナーや教育支援でも協働。トヨタ車体は、オイスカ中部日本研修センターの団体会員としても、活動を支援している。

⑤（特活）ホープ・インターナショナル開発機構 × ヒルトン名古屋

ホープ・インターナショナル開発機構は途上国の貧しい人々の自立支援活動を行っているが、その活動をヒルトン名古屋が、チャリティ・ディナーなどの会場提供・イベントスポンサーとして支援している。『ホープ・アット・ザ・ヒルトンウィーク』などでは、会場となるレストランの食事代の 5 パーセントが寄付される。チャリティ・イベントは互いの持ち味を活かして、双方に利点もある。両者をつなぐのは、双方の人とのつながりと確かなコミュニケーションの上に立つ信頼である。

⑥南遊の会 × 中部電力 株式会社

南遊の会は、ベトナム戦争で荒廃したマングローブ林の再植林を中心としたスタディツアーを実施し、日本とベトナムの共同作業で行う保全事業を通して、環境保全に貢献し、両国若者が異文化を学ぶ場を提供。その活動に対して、中部電力は『中電グループ ECO ポイント活動』の支援先として、またツアーを社内で企画し、社員等がボランティアで参加する。南遊の会と現地で合流し、マングローブ再植林とメンテナンス作業を協働して、現地学生たちと異文化交流もする。

⑦（特活）イカオ・アコ × アストモスエネルギー 株式会社

フィリピンでマングローブ植樹とそのメンテナンスを現地サイドと共同で行うイカオ・アコの活動に、アストモスエネルギーが連携している。連携一年目の 2010 年には、「アストモスエネルギーの森」をつくる現地へのツアーに社員と賛同者 20 人が参加し、21,000 本のマングローブを植樹した。アストモスグループの「お客様アンケート」で、返信 1 枚に就き 1 本のマングローブ苗木をフィリピン・ボホール島に植樹するというスキーム。イカオ・アコでは、現地を見るのが大切で、資金提供だけでは連携は発展しない、とする。

⑧日本国際飢餓対策機構 × 株式会社 パン・アキモト

日本国際飢餓対策機構の世界各地の貧困・災害救援活動を、パン・アキモトの非常食パンの缶詰『救缶鳥プロジェクト』が支援する。日本国際飢餓対策機構とパン・アキモトは、共に世界の食料のアンバランスを危惧し、パン・アキモトの製造

するパンの缶詰を日本国際飢餓対策機構が連携して、世界各地に必要な人びとの下へ届ける。『救缶鳥プロジェクト』の方法は、国内の個人や団体が非常食として備蓄していたパンの缶詰を、消費期限が切れる数ヶ月前に回収し、日本国際飢餓対策機構がコンテナで輸送し被災地などへ届ける。

⑨（特活）チェルノブイリ救援・中部 × 名港海運 株式会社

チェルノブイリ救援・中部のウクライナ・チェルノブイリ原発事故被災者への支援物資輸送で、名港海運が船便・航空便輸送に協力、社員とボランティアが協働作業する。チェルノブイリ救援・中部が国内の支援者から救援物資を集めて海外の支援地へ送る時、運送業者である名港海運が、輸送に伴う通関手続きや荷役作業を無償で協力する。中小 NGO の活動を地元企業が専門的性を発揮した協働で、両者にはこれまで 16 年間の長い連携の実績がある。

3) まとめと考察

ここに取り上げた 9 事例が、（特活）名古屋 NGO センターの加盟団体の主な企業連携の事例であり、事例数は多くないのが実態である。そのほとんどが中部地域を拠点に活動する中小規模の NGO であり、連携先も主に中部地域の中小企業である（一方が大きい例も数例ある）。

中部地区での連携事例の中には、特徴、優れた点が幾つかあり、以下簡単に列記すると、NGO・企業双方の理念が同じ／互いの強みを活かし弱みを補い合う／Win-win の連携／企業の専門性を活かした協働／中小企業では CSR の専門部署はなく全社員による取り組み／資金提供だけでなく人が現地に足を運ぶ／中小 NGO・企業との連携のきめ細かさ／企業は売り上げ増よりブランドイメージの向上に期待・満足、などがあげられる。また中小 NGO・企業の CSR 連携では、互いの顔が見え易くコミュニケーションが取りやすいことも大事なポイントであり、その基には連携相手との強い人のつながりがある。この「人のつながり」が「顔の見える CSR 連携」として大切なキーワードとなる。

中部地区での NGO と企業の連携は、まだいろいろな発達段階にある。それゆえ、企業の担当者が変わると連携継続に危うさがある／スタディ・ツアーでの植林作業は限定的な協働であり、企業に人づくり・地域づくりを提案していく必要があった／大企業の連携では担当部署以外の社員への意識拡大が難しいなど、いろいろな課題もある。中部地区では比較的活動歴が長く、開発支援において地域づくりや人づくりに取り組む NGO は、企業との連携でも成果を上げている。また連携する中小企業は、地域に密着した企業活動や CSR に取り組む。この「人づくり、地域づくり」もキーワードと思われる。

ここには中部地区だからこそ、中小 NGO と中小企業の規模だからこそできる CSR 連携があり、これをこの地域の連携の強みと見て、今後もさらに発展させていけないのではないかと。

（文章作成：（特活）名古屋 NGO センター）

Ⅲ. 関東地方

1) 事例選定基準、調査方法

事例選定においては、MDGsに直接的、あるいは間接的に寄与と思われる内容であることを前提に、特に昨今活動が活発になっている「金融」「BOP ビジネス」「中間支援組織」の3つのテーマを意識した。基準はその活動の持続性と独自性、「国際協力を考える企業、NGOにとって参考になるか否か」の3つを中心に、NGOと企業の連携という枠組みにとらわれず選定したのも特徴である。ウェブサイトや文献から抽出し、調査対象事例を7事例に絞った。ヒアリング方法は、1つの事例につき約1時間のインタビューをそれぞれNGO、企業の担当者に対して行い（連携でない場合は1組織のみ）、最終的に全10回分の「ヒアリング記録（添付資料2.）」を事例毎にまとめた。

2) 各事例詳細

①（特活）アクセス × 近畿労働金庫

近畿労働金庫の預金者へ粗品を進呈する分の費用を、（特活）アクセス-共生社会をめざす地球市民の会を通じてフィリピンの子どもたちの給食に充当するプロジェクト。2010年5月～9月の間で実施し、目標値の12,100食分を大きく上回る25,971食分に相当する額が集まった。2010年11月より第2弾を実施中。

②

i. A SEED JAPAN

A SEED JAPANの活動の一つであるエコ貯金プロジェクトでは、「口座が変われば世界が変わる」をメッセージに、市民一人ひとりが環境や社会に配慮した金融機関を選ぶことを呼びかけている。また同時に金融機関に対して、環境・社会に考慮し、CSRを推進している企業への積極的な投融資を促す一方、悪影響を及ぼす企業に対する投融資の停止を促す提言活動を行なっている。

ii. 大和証券グループ

大和証券グループは「金融機能を活用して持続可能な社会に貢献する」ことを方針に、投資信託商品として環境関連ファンドやSRIファンドを販売・運用している他、「インパクト・インベストメント」として、貧困や環境などの社会的な課題に対して解決を図る投資商品（ワクチン債やマイクロファイナンス・ボンド、アフリカ教育ボンド等）の開発・販売を行っている。

③ARUN

ARUNは2009年12月に設立され分野の専門性を持ったメンバーで構成されている。途上国現地にいる社会企業家に対して社会的投資を行うためのプラットフォームを作る活動をしており、カンボジアで大きな社会的インパクトが見込めるような企業家の活動や事業に対してその内容等を十分精査した上で、賛同してもらえる日本国内の個人・法人等から集めた資金を基に彼らに対する投資を実施している。

④株式会社 損害保険ジャパン

タイ東北部の干ばつリスクを対象とした天候インデックス保険：JBIC、タイの

農業協同組合銀行（BAAC）と連携し、タイ東北部の農業従事者を対象に BAAC が窓口となり販売している天候インデックス保険。干ばつによる被害に伴う損害を軽減する目的で 2010 年に販売を開始。

インドでのマイクロインシュアランス：インドの国営銀行 2 行と民間銀行 1 行との共同で設立したユニバーサルソンポにおける、農村・貧困層向けのマイクロインシュアランス事業。所得中間層への保険の普及と、それによる社会的課題の解決に向けた取り組み。

⑤ミュージックセキュリティーズ 株式会社

ミュージックセキュリティーズ社は、(特活)Living in Peace と連携してマイクロファイナンス貧困削減投資ファンドを運営している。これは日本の個人からの出資金を原資とし、カンボジアの都市部、農村部の貧困層や低所得者を対象にマイクロファイナンスサービスを提供することを目的として、現地のマイクロファイナンス機関へ投資を行うものだ。

⑥（特活）プラネットファイナンスジャパン × 豊田通商 株式会社

豊田通商株式会社は無電化村解消プロジェクトおよび経済産業省による BOP ビジネス FS 調査においてプラネットファイナンスジャパンと連携して活動を行った。無電化村解消プロジェクトは、インドネシアおよびバングラデシュの非電化地域でマイクロファイナンスを活用し、太陽光発電を導入、新しいエネルギーによって貧困層の家庭と、自立のための様々なビジネスを支援するものである。2008 年度に(特活)プラネットファイナンスジャパンに一部資金を拠出し、サポートを実施。また、BOP ビジネス F/S 調査は、ウガンダ・ケニアにおいてマイクロファイナンスを活用し、地元で栽培された非食料植物（ジャトロファ等）を原料とするバイオディーゼルエネルギーの製造・販売の事業化に関する F/S 調査で同団体と共同で実施している。

⑦（特活）チャリティ・プラットフォーム

様々な企業が共同で展開するチャリティキャンペーン。支援する NGO/NPO は企業がチャリナビ掲載団体から選択できる。2008 年度から開始しているが、本年度の参加の方法は下記のいずれか。チャリティ・プラットフォームは本キャンペーンの事務局を担い、企画提案、企業へのアプローチ、NGO/NPO とのマッチング等を行なっている。

- ・店頭での募金箱の設置による寄付の募集（事務所内のみの設置は原則不可）
- ・寄付付き商品（チャリティ商品）の販売による売り上げの一部寄付
- ・JustGiving のマイクロサイト設定による寄付の募集
- ・一定量以上（定価でおよそ 50 万円程度以上）の告知協力
- ・チャリティ・パーティへの協賛

3) まとめと考察

今回関東地域で行なった事例調査の特徴は、「金融」、「BOP ビジネス」、「中間支援組織」の 3 つの領域の事例について取り上げたことと、必ずしも「NGO と企業が対で連携する」という形態の枠にとられない事例も調査対象にしたことである。

「金融」テーマでは、特に社会的責任投資（SRI）に関わる事例を4つ取り上げた。大和証券グループの貧困や環境等の課題解決を図る投資商品、ミュージックセキュリティーズ社が(特活)Living in Peace と連携して運営するマイクロファイナンス貧困削減投資ファンド、ARUN が行なうカンボジアの社会企業家に対しての社会的投資、そして A SEED JAPAN が「エコ貯金プロジェクト」として行なう金融機関への提言活動である。

以上の事例に対してヒアリング調査を行なった結果、SRI が普及することが CSR や日本社会を持続可能なものへ変え、また MDGs の達成に寄与する可能性を多いに秘めていることがわかったが、一方で途上国の開発に資する社会的責任投資（SRI）の認知度や市場規模を比較すると、欧米と日本国内では SRI の認知度や市場規模がまだ低い状況にあることがわかった

これを解決するための NGO の役割としてはキャンペーンや提言活動などを通じて日本社会への SRI 普及促進の一端を担ったり、企業の CSR 評価を行ない SRI 関連ファンドのポートフォリオ構築へ関与したりという点では可能性が高いこともわかった。CSR 活動の評価においては、現在は評価会社などが独自のスキームを持ち実施しているが、そうした際に NGO が良い形で関与していけることが望ましいし、その際に ISO26000 の活用も視野に入れていくことが重要だと感じた。A SEED JAPAN が行なう金融機関への提言活動では、金融機関に対して、環境・社会に考慮し CSR を推進している企業への積極的な投融資を促す一方、悪影響を及ぼす企業に対する投融資の停止を促す提言活動を行っており、こうした活動が金融機関を通して社会全体のお金の流れを変えていくことに期待したい。

またマイクロファイナンス貧困削減投資ファンドを運営するミュージックセキュリティーズ社と(特活)Living in Peace の連携は、本来は NGO 側の目的であるミッションの達成と、企業の目的であるビジネスのすり合わせが難しいとされるどころ、本事例の場合は両者ともファンドを機能させていくことで貧困削減を目指すという目的を共有しており、その上で企業側の持つ資格やノウハウ、NGO 側の持つネットワークを生かした連携の好事例であると感じた。

ARUN の活動は「寄付ではなく投資を」をキーワードに、カンボジアの社会企業家に対してその事業内容等を十分精査した上で、賛同してもらえる日本国内の個人・法人等から集めた資金を基に彼らに対する投資を実施している。寄付はあげてしまうものだが、投資は返さなくてはいけないので、資金をもとにビジネスとして成り立たせなくてはならない、そこが現地の方々の自立を促すポイントとなっているのだと言う。

損害保険ジャパンのタイ東北部の干ばつリスクを対象とした天候インデックス保険およびインドでのマイクロインシュアランスの販売の事例においては、金融の中でも「保険」という商品を通して、現状の貧困状態から底上げするのではなく、自然災害などによってこれ以上の貧困に陥らないように自らを守っていく力を途上国の人々にもたらずという、今までにはない視点で取り組んでいる。

「BOP ビジネス」テーマでは、豊田通商株式会社と(特活)プラネットファイナンスジャパンの連携事例を取り上げた。これはウガンダ・ケニアにおいてマイクロファイナンスを活用し、地元で栽培された非食料植物（ジャトロファ等）を原料とするバイオディーゼルエネルギーの製造・販売の事業化に関する F/S 調査を共同で実施した事例である。途上国での新しいビジネスモデルの開発は、様々なリソース

やノウハウを持っている商社ならではの BOP ビジネスへの取り組み手法だと感じ
たし、その際に、自立支援の為の現地のニーズを引き出すファシリテーション能力
の高い NGO との連携がポイントとなってくるというのは多いに納得できた。また、
前述の ARUN の活動においても、現地の BOP 層が自発的にビジネスを起こしてい
く事業=BOP ビジネスと捉えており、今後成長促進を支援する新しい手法としての
社会的投資のより良いあり方を追求していくことが期待される。

「中間支援組織」テーマでは、様々な企業が共同で展開するチャリティキャン
ペーン『Say LOVE キャンペーン』を運営する（特活）チャリティ・プラットフォーム
へヒアリングを行なった。企業と NGO/NPO の連携をサポートする組織は他にも
あるが、単に NGO/NPO をマッチングさせるだけでなく、企業に向けて NGO/NPO
の活動の特徴の理解を促しながら、長期的に価値を上げていくための社会貢献活
動のコンサルティングを行うことができる点がチャリティ・プラットフォームの強み
だと感じた。

今回の調査では、必ずしも「NGO と企業が対で連携する」という形態の枠にとら
われない事例も対象にしたことで、「NGO」や「企業」という二者間にとどまらな
い、マルチ・ステークホルダー（現地政府や現地の社会企業化、BOP ビジネスを促
進するための経産省や JICA といった国の機関、消費者や NGO の支援者など）でと
りくむ連携事例の把握とその重要性を把握することができたと考えている。

5-5. シンポジウム

本研究会では計 3 回のシンポジウムを開催した。

そのうち北海道と名古屋において開催した第 1 回、第 2 回シンポジウムについては、「地
方の NGO/NPO と企業の連携促進」を強く意識している。昨年度の活動から、地方の NGO
と企業の連携事例の規模は小さく、件数も少ないことから、まずは企業側、NGO 側それ
ぞれがどのような連携ができるのかを具体的にイメージすることのできる事例紹介やそ
の成果の共有が求められていることが明らかになった。また、同時にそういった地域に根
ざした連携をつないでいくプラットフォームが必要だという声も多くあがっていた。

そのため、今年度は北海道地域においては（財）北海道国際交流センター、中部地域に
おいては（特活）名古屋 NGO センターの 2 つのネットワーク NGO の協力を得てシンポジ
ウムを行い、本地域に根ざした NGO と企業の連携の意義やメリットを具体的に参加者に
伝えるとともに、上記 2 つのネットワーク NGO が今後なんらかの形でプラットフォーム
的役割を担うきっかけとなることを期待した。

次項以降は、（財）北海道国際交流センター、（特活）名古屋 NGO センターそれぞれの
視点からのシンポジウム実施報告であり、今後の各地域での NGO と企業のネットワー
キングについての可能性についても述べられている。

一方で 2011 年 2 月に東京で開催した第 3 回シンポジウムは、CSR 推進 NGO ネットワ
ークの 2010 年度活動を主体とした本研究会の集大成として、活動の中で得た知見や情報を参
加者へ共有し、地球規模の課題解決に向けた NGO と企業の連携の意義と重要性を伝える
とともに、そういった連携の第一歩として、本シンポジウム自体が NGO と企業の出会い
と対話の場となることを目的として開催した。

5-5-1. 第1回シンポジウム（札幌開催）

1) タイトル

CSR推進シンポジウム2010 ～連携の一步は今日から始まる～

2) 目的

北海道は本州企業の支店が多いため、CSR担当者はほとんどが本社にいる場合が多い。また、最近の景気動向は、就職難や企業の業績不振を生むことになり、厳しい状況は続いている。しかし、北海道を拠点に全国区で活動している企業もあり、地域を元気にする事例について紹介をして行きたい。北海道の主要産業としての農業や観光、あるいは関心の高い国際、環境に関わるNGO・NPOについて、シンポジウムでの発表を行う。

海外旅行に行く人が日本でいなくなった車イスを修理して、海外の施設に届ける際に車イスの国内移送を協力する企業や、環境NGOへの協力を行う企業等の事例を紹介する。また、有機農業を進めるために、共同開発した微生物混合飼料、国際協力から文化活動まで幅広く社会貢献をすすめる外食産業、その他、北海道に基盤をおいて活動する企業との連携についてのシンポジウムを行い、CSRへの関心を広め、地域全体として活力を取り戻せることを目的として、広く多くの人に呼びかけるものとした。

3) 背景

北海道における企業のCSR活動や、既存のNGOと企業の連携の傾向と課題

- ・東京と同じ状況で語る事が難しいが、活動規模が小さい企業へプレゼンできないことがない。
- ・どういう企業と結びついていけばいいのかかわからず、情報があまりない
- ・自分たちの提案するミッションがいかに素晴らしいとわかっているにもかかわらず、それが企業にとってメリットになっているのか不安に思う。
- ・プロジェクトを進めていくプロセスを作り上げるのがむずかしい。
- ・専門性ばかりが高まってしまい、共有するのが難しい
- ・企業と会計などの制度が違うので難しい。
- ・連携する上でのメリットをうまく伝えるのが難しい。
- ・NGOは感覚文化が多い。それを見ていない人にもわかるような、文章で伝える力が必要
- ・NGOも企業も無理をしない。お互いがどの程度連携に対して力を出せるか、客観的に判断していく、そういう勉強会があると良いのではないか。
- ・企業とNGOが知り合うきっかけがない

4) 実施概要

日時：2010年10月30日（土） 13:30-16:00

場所：札幌市環境プラザ 札幌市北区北8条西3丁目 札幌エルプラザ2階

参加者：36名

主催：外務省 共催：JANIC・(財)北海道国際交流センター

5) プログラム

主催者挨拶：藤田 陽子氏（外務省国際協力局民間援助連携室外務事務官）

I NGO と企業の連携のこれまでとこれから～

NGO と企業の関係の変化、「協力」と「連携」の違い、連携の意義や留意点、
CSR 推進 NGO ネットワークについて

渡邊 清孝氏（NPO 法人 ハンガー・フリー・ワールド 事務局長）

門田 瑠衣子氏（エイズ孤児支援 NGO・PLAS 代表理事）

II ～北海道における CSR の事例について～

① 日本で使われなくなった車いすをアナタの手で海外の障がい者
へ届ける取り組み

クイン 明美氏（NPO 法人飛んでけ！車イスの会 事務局長）

小木曾 一則氏（札幌通運 管理本部経営管理部次長）

② 環境 NGO の企業との連携の取り組み

山本 幹彦氏（NPO 法人当別エコロジカルコミュニティ代表）

③ 持続可能な社会づくりのために企業と農場が連携する

宮嶋 望氏（共働学舎新得農場 代表）

6) 議事録

I. CSR 推進 NGO ネットワークから

① 「企業と NGO の連携のこれまでと今、連携の意味」

渡邊 清孝氏／NPO 法人ハンガー・フリー・ワールド 事務局長／CSR 推進 NGO
ネットワーク コアメンバー

・ NGO と企業の関係の変化

20 年前の NGO と企業の関係は対峙型で企業は受動的。NGO が企業に働きかける一方通行の関係。それが外部環境の変化（地球規模の課題が深刻化、景気が低迷、MDGs(国連ミレニアム開発目標)の登場)などにより企業の役割責任が問われるようになる。それにより企業が一緒にそれらの問題を解決していこうという姿勢に変化していく。

・ 協力と連携の違い

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より、対等な立場で協力して活動すること」であり同じ目的を持っていることが重要。そして企業や NGO の事業に統合された活動であり、お互いの役割を対等な立場で協力して活動することが必要である。

・ 連携のパターン

企業と NGO の連携が目指すものは人権や環境に配慮して連携に発展させ、連携の意義、効果を理解し行動の基本ルールを理解することが重要。なぜなら組織の作りも内容も違うためルール作りは連携する上で大切な要素となる。ただ、連携は手段であって目的ではないことを理解することが大前提。

・連携・協力のパターンの例

i. フィランソロピー（チャリティ）型

寄付や助成金、施設の提供や商品の貸出（無償提供）ボランティア、専門家の派遣などの活動で一方通行の関係。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。

ii. トランザクション(取引関係)型

社員教育やCSR調達コンサルティングなど企業と 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みられる。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。

iii. インテグレーション(事業統合)型

企業の商品が社会活動に為になるような製品をつくり、その売上の一部が寄付になるようなものを NGO と一緒に開発していこうという共同事業。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。

② 「企業と NGO の連携ガイドライン、CSR 推進 NGO ネットワークについて」

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

・CSR 推進 NGO ネットワーク概要

CSR 推進 NGO ネットワークとは 2008 年に NGO と企業の相互理解を促進することを目的し結成される。2010 年度は 27 の NGO 団体 17 の企業の参加。NGO と企業が対話を行い、両者が合同で取り組める課題を抽出しアクションを行う。主な活動形態は毎月会合、定例会、連携事例調査、シンポジウムの開催など

・連携の意義

企業は経済的利益を追求しながらも社会問題も同時に解決していく姿勢が求められ、NGO と連携することで社会的課題への専門性や現地コミュニティ・人々のエンパワーメントなどの視点を取り入れることができる。一方 NGO は企業からの経済的利益を受け、企業の持つ技術力、組織力、営業力、マーケティング力などを地球規模の課題解決に活かすことができる。複雑化する地球規模の課題が深刻化している中で、ひとつひとつのアクターだけではおいつかない。それぞれのアクターが連携し、互いの強みを活かし win-win の関係で問題解決していくことが必要。

・連携の課題

連携相手の探し方がわからない。なかなかコミュニケーションがうまくとれない。お互いの役割や責任範囲が不明瞭。企業は短期的成果を求めがちだが NGO は長期的。支援する側、される側で上下関係ができてしまい対等なパートナーシップを築けない、等がある。これらの問題を解決するには連携のための共通のガイドラインが必要。

・連携ガイドライン

i. 連携する目的の明確化

ii. 互いの特性を把握する

iii. 連携相手を探す

iv. 連携相手を選ぶ

v. 具体的な連携の目標を設定する

- vi. 役割分担を確認する
- vii. 規模を決める
- viii. スケジュールをたてる
- ix. 人員体制を整える
- x. 書面によって確認する（覚書、契約書など）
- xi. 改善に向けた取り組み
- ・ 連携における留意点
 - i. 目的を共有する
 - ii. お互いを理解すること（異なる組織形態と文化をもっているの）
 - iii. 正直であること（特にリスクに関して正直であることは大切）

II. 連携事例報告

- ① 事例 1 「日本で使われなくなった車いすをアナタの手で海外の障がい者へ届ける取り組み」

NPO 法人飛んでけ!車いすの会 × 札幌通運 株式会社

- ・ 小木曾 一則氏／札幌通運(株) 管理本部経営管理部次長

平成8年、休日などを利用してのボランティア活動が始まり。飛んでけ!車いすさんの活動は労働組合が中心の活動だったが、新聞などで取り上げられるようになり、会社としても良いことということで積極的に取り組むようになる。現在は倉庫を無償で提供、車いすの引き渡しの一部を委託、本社ビルの一画を割安で事務所を貸すなどの支援をしている。しかし昨今の不景気の中、支援が厳しくなっているのが現状である。無理をしないで長く続ける支援をしていきたい。

- ・ クイン 明美氏／NPO 法人飛んでけ!車いすの会 事務局長

飛んでけ!車いすの会 1998年の5月に設立。2000年にNPO法人になり2010年に認定NPOを取る。会の活動は日本で使われなくなった車いすを途上国に旅行者の手で運ぶ活動。車イスを提供してくれる方から倉庫へ無償で運ぶ。2002年に日本ではじめてパートナーシップ大賞を札幌通運さんと一緒に受賞する。スタッフはたいていボランティアなので、駅に近い事務所ということでたくさんの人に協力してもらえる。今の活動は企業に頼りっきりの感があるが、企業さんに迷惑をかけないような活動をめざしていきたい。対等な形の連携をこれから作っていきたい。

- ② 連携事例 2 「環境 NGO の企業との連携の取り組み」

NPO 法人当別エコロジカルコミュニティ (TEC)

- ・ 山本 幹彦氏／NPO 法人当別エコロジカルコミュニティ (TEC) 代表

当別にある廃校になった学校を事務所になっている。設立して9年。規模は小さくどこかと一緒にやっていると活動ができないといった状況から、北海道で同じミッションを持っている団体と組んだほうがミッションを達成するには近道ということで連携が始まる。また、地域の中で解決できない問題ができ、単独のセクターでは解決していけない状況のもとミッションを掲げてもなかなか到達できないジレンマがあった。

事例1 《NTTドコモ》子供たちの自然体験・植樹活動。当時の担当者のかたが講演に来てくれたのがはじまり。植樹活動をする。NPO支援の観点からも連携がはじまった。

事例2 《王子製紙》環境教育。企画書を持っていき、社有林を使わせてほしいと環境フォーラムと一緒に企画書を持ち込む。提案型の事業。

事例3 《アレフ》高農薬を使わない手法での農業。

子どもたちと一緒に勉強会や田んぼをつくる。このノウハウを使った環境教育を開催

事例4 《コココーラ》社員研修。今までの専門ではない分野での研修。企業側にとっては新しいイメージ戦略につなげる。

事例5 《NEC》NECのIT機器をつかって環境教育のプログラムを作る。

事例6 《ロイズ》毎年、年に2、3回高校生たちを対象にしたプログラムを提案。北海道の自然の中で北海道自然環境ミーティングを開催。

連携、協働は社会の問題を解決するしくみ。有効な方法である。目的を共有し、きちんと結果を出すチームをつくり、お互いに自立していくこと。また Win-win の活動でなければ長続きしない。自分たちの身の丈にあった活動をすることが大切。

③ 連携事例3「持続可能な社会づくりのために企業と農場が連携する」

共働学舎新得農場

・宮嶋 望氏／共働学舎新得農場 代表

37年前に共働学舎設立。2006年に法人を取る。先代で教育者だった父親が本当に学問が必要な人が学ぶ場所をつくりたいということで、引きこもり、障がいを持っている人を受け入れる。心を閉ざした子供たちは動物とふれあうことで心を開くかもしれないという希望をもとに当初は寄付を集めながらの活動。企業との連携ができない中でやってきた。しかし寄付だけではやっていけなくなり、ものを作って、売って生活費を稼ぐ仕事場を作ってくことになる。機械化されたものづくりはせず高品質のものづくりにこだわり有機物の循環を考えたとき、いい菌の働く場所であるえさに注目。菌をえさに入れたら安全かどうかの確認を大学に依頼し、その研究費を企業である図工舎が持つことになる。えさを商品化の段階で製品がうまくいっているかどうかを調べるモニター牧場をつくる。モニター牧場に業者の人を招いて製品の説明をすることによって企業との連携をはかった。研究費は共働学者で働く子どもの教育費になり、そうすることによって家庭を持った若い人たちが農場から離れなくなった。

アースジェネターという微生物の開発をすすめる中、フランスでチーズの権威者と出会い、量ではなく質で勝負しなければいけないとアドバイスを受け、ポンプで牛乳を工場に運ばずに牧場にチーズ工場を作ることによって製品の品質を高めようとしたが、においと汚水を処理できないと保健所から禁止されたが、さまざまな人の応援によって成功させることができた。

現在は炭を使ってエネルギーの流れを作る研究。化学物質を使わず衛生管理する研究を連携して行っている。

Ⅲ. グループ・ディスカッション

- ①北海道の NGO の活動の規模が小さい
→イベントなどで自分たちの活動を広める
- ②企業の情報が少ない
→北海道の CSR ネットワークをつくる
- ③共通のミッションを企業と共有できるか。マーケットが期待できるか？意義があるか？信用してもらうこと。プロセスを(具体的方策)を描く。専門性を高めてその上でどうつながるか。長期的に企業とつながっていく仕組み。企業との制度の違い(会計など)目的の共有
→仲介の人がいるとよい ディスカッションの場を設けること
- ④国際協力団体が少ない、団体が企業との連携を考えてない
→NPO の活動を広める。CSR の勉強をしかけるリーダー必要。
- ⑤お互いどの程度力を出せるか客観的に判断
→企業と NPO のお見合いの場が必要。

7) まとめと提言

- ①北海道地域における企業と NGO の連携について、今回のシンポジウム通じて得た成果と、課題。

今回のシンポジウムをへて、東京と北海道地域の CSR 意識の差が大きくあるように感じられた。一方で北海道産業の根幹ともいえる農業や外食産業などが、うまく CSR に取り組むことによって新たな展開が生まれるように感じられた。

今回集まったメンバーが核となって、北海道 CSR ネットワーク(仮称)という動きも一部で見られることからこれからの動きに期待をすると共に、当団体 HIF としてもイニシアティブをとって北海道の CSR 推進に努力したい

- ②上記課題解決や、今後の連携促進に向けての当団体の考えや活動の展望

北海道の場合、課題解決というよりは、CSR への意識がまだ薄いということが現状としてある。また、しっかりと事務局をおいて活動している NGO の数も少ない。その点から考えると、まずは CSR に対して認識を深めると共に、今回のシンポジウムのように多くの連携事例を学ぶことで、意識啓発をすることからは始める必要があるように思われる。

北海道においては当団体 HIF が、事務局機能を有し、北海道内のネットワークを広く持っていることから、そのつながりを活かして、CSR を推進してゆきたいと考えている。今回、パネラーとして参加していただいた NPO 法人当別エコロジカルコミュニティの山本幹彦氏も、CSR ネットワークに力を入れているので、こちらも連携して活動を行ってゆきたい。

- ③今後北海道地域での企業との連携に取り組む NGO に向けたメッセージや、提言

今回、シンポジウムの事例を聞いて感じることをして、やはり実際に動くことによって CSR の連携を生んでいることがみられた。団体の大きさのいかんではなく、独自の発想を持つこと。

飛んでけ！車いすの会のネーミングのわかりやすさと、海外旅行に付加価値をつけた車いすを運ぶといった国際協力。環境教育の視点から地域に根ざして活動をし、環

境省などに今の社会における課題ややるべきことを政策提言、あるいはNPOの声としてしっかりと届ける活動がひいては活動地域の理解も得られ、様々な企業連携を生んでいる。また、共働学舎新得農場の事例に至っては、チーズづくりの分野で、日本の中で学ぶことなく、本場のフランスでチーズ技術を学ぶといった先駆的な取り組みをすることによって、地元の部生物を取り扱う企業が連携を望み、NPOと企業が一体となった研究をすることになっている。

いずれの事例についても、過去の事例を踏襲したものではなく、自らの理念の元に活動をした結果として、企業の連携がうまれている。まず、自分たちのミッションは何なのか。そして、向かうべき方向はどこなのかをしっかりと認識した上で、企業連携に取り組むことをNGOへの提言としたい。

(文章作成：(財)北海道国際交流センター)

5-5-2. 第2回シンポジウム（名古屋開催）

1) タイトル

「NGOと企業のCSR連携シンポジウム～集まる、つながる、地域が変わる～」

2) 目的

今回の事例調査の中から、(特活)名古屋NGOセンター加盟NGOと地元企業の特徴ある3つの連携事例を紹介し、その方法や意義、課題を学び、これから取り組もうとするNGOと企業との協働プロジェクトの足がかりとする。また中部地域のNGOと企業のCSR連携のネットワークづくりを目指した第一歩とする。そして地球規模の諸問題の解決へ向けて、積極的にそれぞれの役割とパートナーシップを果たしていく契機とする。

本シンポジウム開催を前に行った事例調査から見えてきた、キーワードの一つ「人のつながり」に基づいたCSR連携がどのように進められたか、またもう一つのキーワードである、「人づくり、地域づくり」が実際の連携の中で、どのように求められ、活かされているのか、これらを事例報告から学ぶ。NGO/NPO、企業、行政その他の参加者のいろいろな立場から、それぞれが何を望み期待しているかなど、グループ・ディスカッションで互いの考えを知る。さらに連携の実際のノウハウ、意義、課題などを整理する。またCSR推進NGOネットワークからの報告で、「連携ガイドライン」からもヒントを得て、実態を認識したところからの一歩を進める機会、出会いの場とする。連携による双方のメリット・デメリットは何か、どのような連携によればWin-Winになるのかを考える。

3) 背景

名古屋を中心とする中部地域は日本の製造業をけん引する地域であり、グローバル展開する大企業も多く、その多くはすでに様々な形でCSRに取り組んでいる。また最近はこの地域の中小企業も生き残りをかけて、アジアなど海外進出を視野に入れた情報収集を行っている。しかしながら、実際に中部地域の国際協力NGOと連携する例は多いとはいえない。

その背景として、この地域のNGOの多くが企業への広報やアプローチを積極的に行ってこなかったことから、企業側では「NGOの活動の姿が伝わってこない」と感じている。他方、この地域のNGOの多くが中小規模であり、大企業に対する「気後れ」のようなものがあつたり、資金、スタッフの両面でも、連携へのアプローチの余裕がないと

いう実状にある。

そもそも、「地元課題優先」の傾向の強い地方企業に対して、NGO側のグローバル・イシューを視野に入れた連携を提案する力は充分とはいえず、また地方の企業とNGOの連携事例の規模は小さく、件数も少ない。また、日本のNGOは首都圏に集中する傾向があり、地方の企業が東京などの規模の大きいNGOを支援する例も見られる中、地域密着型の地域内相互連携の仕組みを促進することで、地方を拠点に地道な活動を続けているNGOの活動の活性化にも寄与していきたい思いがある。更に、まだ数は少ないかもしれないが、地域のコミュニティに密着した地元企業とNGOの連携事例から東京や都会の企業とNGOが学べる部分もあるものとする。その理由としては、国際協力の活動現場は、海外ではあるもののその地域のコミュニティに深く根ざしたものでなくてはならず、その点では日本のコミュニティとも共通な事項がたくさんあるはずである。

(特活)名古屋NGOセンターは、平成20年度に愛知県からの委託を受け、「国際協力に係わる企業とNGOの連携・協働に関する調査」を行い、県内の中小企業735社へのアンケートとヒアリングを実施した。その結果、中小企業では国際貢献活動を実施しているところは少ないという実態が明らかになった。しかし活動に取り組んでいる企業の全ては、今後も続けたいと回答している。また協働するNGOを選択する基準として、団体の規模よりも活動の中身や組織の活力を重視する傾向も明らかとなった。他方、平成19年度に行った別の調査では、県内の大規模企業の20パーセントが社会貢献・国際貢献のための組織作りをしている。

では(特活)名古屋NGOセンターの加盟団体であるNGOの企業との連携の実態はどうかとみると、実際に連携事例数は多くない。しかしその中で、10年以上にわたって連携している例がいくつかある。また、地域の中小企業との独自の連携内容がある。企業のCSR連携では、国内で活動する環境系や地域づくりのNPOとの連携が多いが、国際協力NGOとの連携は少ない。どこかとの連携によるのではなく、企業姿勢・企業活動そのものがCSRと考える中小企業のネットワークもある。(特活)名古屋NGOセンターではこれまで、これら連携の実態について詳しく把握してこなかったが、以上のような背景から、地域に密着した企業と中部地域の国際協力NGOとの連携の可能性は十分にあり、両者のネットワーク化やノウハウの共有化が今後の課題と思われる。

4) 実施概要

日時：2011年1月27日(木) 14:00~17:00

場所：愛知県産業労働センター(ウインクあいち)大会議室1001
名古屋市中村区名駅4丁目4-38

主催：外務省

共催：(特活)名古屋NGOセンター、(特活)国際協力NGOセンター／CSR推進NGO
ネットワーク

参加者：計65名(企業14人、NGO/NPO44人、大学2人、行政4人、一般1人)
講師他7人、スタッフ8人

5) プログラム

時間	項目	登壇者(敬称略)・担当者
14:00～	開会の挨拶	戸村 京子氏 (特活) 名古屋NGOセンター 理事
14:05～	主催者挨拶	藤田 陽子氏 外務省 国際協力局 民間援助連携室
14:10～	事例報告 1 (財)アジア保健研修所・AHI のアジア諸国における保健衛生・生活改善に携わるリーダー育成研修を、(株)中京医薬品の国際貢献活動「きずなASSIST」が支援	鳥飼 真紀子氏 AHI 職員 猪口 元氏 (株)中京医薬品総務部総務課
14:40～	事例報告 2 (特活)レスキューストックヤード・RSY の災害に強いまちづくりと、建設会社(株)山田組が取り組む地域防災での協働	松田 曜子氏 RSY 事務局長 山田 厚志氏 (株)山田組 代表取締役
15:10～	事例報告 3 (特活)ソムニードのインドでの自立支援「人のつながりを大切にする森づくり」を、高山市のスーパー(株)駿河屋「マイカード」による植林支援活動	竹内 ゆみ子氏 ソムニード専務理事/ 国内事業責任者
15:40～	グループ・ディスカッション	(NGO センター担当者・NW コアメンバー・報告者が、6グループのファシリテーターを務める)
16:05～	グループ発表	グループのファシリテーター
16:15～	CSR 推進 NGO ネットワークから「企業と NGO の連携のこれまでと今、連携の意味」 「企業と NGO の連携ガイドライン、CSR 推進 NGO ネットワークについて」	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 長 宏行氏(公財)オイスカ 国際協力部 海外プロジェクト担当/CSR 推進 NGO ネットワーク リーダー
16:45～	閉会の挨拶	山崎 真由美氏 (特活) 名古屋 NGO センター 副理事長

6) 議事録

I. 開会挨拶 藤田 陽子氏/外務省 国際協力局 民間援助連携室

外務省国際協力局民間援助連携室では NGO の活動支援を行っている。様々なスキームを持っており、NGO 研究会を一つの事業として取り組んでいる。NGO の課題、活動のあり方の調査研究を行って、JANIC ほかに委託して実施している。この CSR

連携のシンポジウム開催にあたっては、名古屋 NGO センター、JANIC、CSR 推進 NGO ネットワークの協力を得ている。MDGs の達成まで 5 年を切っているが、まだ課題が残り、達成のためには NGO と CSR に取り組む企業の連携が一層期待される。一方で、途上国における支援に取り組む企業が増えている。このシンポジウムをきっかけに、NGO と企業の連携が進むことを期待している。

II. 連携事例報告

- ① 事例 1 「“健康づくり・人づくり”の共通理念で、アジアでの保健ワーカー育成研修を置き薬会社の CSR 『きずな ASSIST(アシスト)』 が支援」
(財)アジア保健研修所・AHI × 株式会社 中京医薬品

■ 連携概要

AHI はアジアの国ぐにで、弱い立場にある人びとのために働く保健・福祉のワーカーを育成するための研修を行っている。中京医薬品の CSR 「きずな ASSIST」では、置き薬の売り上げの一部を AHI へ寄付、顧客とアジアの人びとをつなぐ活動として、社員がスタディツアーに参加したりイベント実行委員等、AHI の活動と連携している。

・ 鳥飼 真紀子氏／アジア保健研修所・AHI 職員

アジア保健研修所・AHI は 1980 年に日進市に設立され、アジアの農山村などの医療サービスが届かない地域の人びとの健康を実現するため、保健ワーカー育成の研修を行っている。活動を広く知ってもらおうと国内向けの活動もしている、「人から人へ」がモットーの団体。

従来の企業との関係は、法人会員として年会費を頂く例がほとんどで、4,500 件の会員・寄付者の内、法人会員は 40 社。1994 年の中京医薬品との出会いは、企業との連携として新しい取り組みとなった。当時の企画課の担当者からの相談がきっかけで、『きずな ASSIST』という国際貢献活動を立ち上げ、連携先を探されていた。申し出の一つは財政支援で、法人会費を大きく上回る支援を継続的に頂けるのは大変ありがたい。また財政支援だけでなく、社員が現場に赴いて活動する、社員の学びの機会にしたいという点も含まれていた。

AHI は当時、カンボジアで地方行政の保健教育担当者向けの人材育成研修を新しく始めようとしていた。ポルポト派支配や混乱がようやく終わり、1993 年に初めて国民議会総選挙が行われ、国づくりが始まるという時期で、政府の保健省部局の保健推進センターを協力団体として研修を行うことにした。この研修を中京医薬品に支えてもらうことにした。

基礎的な保健衛生だけでなく、マラリアや HIV/エイズの予防、村における保健教育の進め方を取扱う研修で、1995 年以降は中京医薬品の社員数名が AHI 職員の出張に同行する関係が続いた。企業の方と一緒に活動するのは初めての経験で、それは大きな励ましや刺激であり、同時に説明責任を果たす貴重な機会になった。

この研修は 2005 年まで続き、現地の保健推進センターが自己資金を獲得できるようになったこと、また 10 年以上行った研修の成果として現地で保健ワーカーの育成をできる人材が育ったことから、区切りを迎えた。中京医薬品との連携により、701 人の保健ワーカーを育成できた。その人たちがさらに保健教育をするので、とても大きな成果になる。2005 年以降は AHI の活動全体への支援を受ける形に変化した。

社員の方が毎年スタディツアーに参加したり、イベントを企画する実行委員に加わるなど、関わりも広がっている。

課題は、相互理解の機会を随時持つこと。良い点は、AHI がめざす「健康づくり人づくり」が、連携によって成果が拡大したということ。

・猪口 元氏／(株)中京医薬品 総務部総務課

当社は医薬品や健康食品を取り扱う、本業は越中富山の薬売りを発祥とする置き薬の会社で、「健康づくり人づくり」を企業理念とする。それを世界の視野まで広げた『きずな ASSIST』で、「世界の子ども達に健康と教育を」をテーマに、2つの事にこだわっている。

まず「社員による活動であること」。実際に従業員が現地に赴き、汗をかいて自分の目で感じることに重点を置く。次に「利益ではなく売上げの一部を活動に」。この1994年頃はバブル崩壊直後。業績悪化で社会貢献活動を中止した企業が批判を浴びた。業績は良かったり悪かったり、利益が出ないこともある。売上げなら減ってもある程度はあるので、売上げの一定割合を活動に充てれば「利益がないから活動できない」とは言いにくい。

連携先を探そうといろんな方と会うなかで、当時のAHI理事長とお会いして「できるぞ」というイメージがわいてきた。当社の『きずな ASSIST』の目的は明確で、「社員教育」。一般的に社員教育というと「○○セミナー」のような研修があるが、お金がかかる。またセミナーで一つの考えを社員に押し付けるのは良くないと考えた。途上国の携帯電話もコンビニもない地域で生活して、何かを見つけた方がいい。しかし何もノウハウがない当社が、自力で始めようとするのはリスクが大きいので、外部からボランティア研修ということで手伝ってもらった。プロとして途上国で活動をしている方と係わることで、人間力を高めたり、倫理的人生観などを養おうという思いもあった。これらは「○○セミナー」では得られないが、連携の良い点はそういうところがピタッと合っていたということだ。

連携の課題は、「この影響力をいかに良い影響にしていくか」ということ。企業は利益を求められる。でもあまりにも利益を追求していくと、利己ビジネスになってしまう。置き薬業の制度は「先用後利」、使った分だけ後から代金をいただく。「先に使ってお客さんに喜んでいただき、後から代金を得る」という奉仕の精神が原点。私たちは仕事を通してその奉仕の精神を学び、仕事では学べない奉仕の精神は、このCSRで得られると思っている。

継続できた大きなポイントは、異業種ながら「健康づくり人づくり」という同じ理念をめざしていることで、無理がなく、単独では持ち得なかった効果を持つことができたこと。

② 連携事例2 「災害救援NPOの“災害に強いまちづくり”と、地域防災に取りむ地元建設会社の協働」

(特活) レスキューストックヤード (RSY) × 株式会社 山田組

■ 連携概要

災害救援活動と災害に強いまちづくりを推進するレスキューストックヤード・RSY が地域防災大会の企画・運営に協力し、地元建設会社・山田組の社員が「土嚢積み」など建設業の技術を災害ボランティアなどに伝授するなど、互いの

強みを活かし弱い点を補い合って協働する。また、RSY などボランティア団体と山田組など建設業協会、名古屋市が「災害ボランティア活動用資器材の管理に関する三者協定」を結んで管理・保管を連携している。

・松田 曜子氏／(特活)レスキューストックヤード 事務局長

レスキューストックヤードは災害救援のボランティア団体で、被災者支援活動、地域防災の推進、災害時要援護者支援、ネットワークづくりを活動の4本の柱としている。団体ができたきっかけは、阪神淡路大震災。この年は「災害ボランティア元年」といわれ、全国から約130万人のボランティアが集まり、炊き出し、避難所での支援、お年寄りや障がい者の支援などの活動をしたが、約7割がそれまでボランティア経験のない人だった。

名古屋からボランティア活動に行った仲間が「この教訓を伝えないといけない」と団体を設立。神戸の震災で焼けた廃材を展示したり、2000年の東海豪雨の被災者支援活動を行ってきた。私たちは、「目の前の人の暮らしを楽しみたい」というボランティアの原点とそれを支える社会的な仕組みの両者を生かす、ボランティア文化の醸成に取り組んでいる。

たとえば名古屋市守山区の災害ボランティアグループは、家具の転倒防止隊という活動をしている。最初は家具止めだけだったのが、「おしゃべり隊」という女性たちも連れて行くようになった。お年寄りは、役所の大事な書類が読めないとか色々な生活の課題がある。家具止めをしている間に「おしゃべり隊」と話をして、その課題を解決する。町内会などの地縁社会では遠慮や気兼ねが要るが、気軽に相談してもらって「近すぎず遠すぎず」の関係がいい。地縁のコミュニティが息づくアジア社会では、まだまだ日本の智恵として伝えられることもあるのではないかと考えている。

RSYは、山田組に対して一方的に金銭を要求するような「協働」を申し入れたことはなく、あくまで「お互いの強みを生かす」ことにこだわっている。またRSYは、地域ボランティア団体の集まり「なごや災害ボランティア連絡会」の一員で、山田組は「名古屋建設業協会」に属し、これら上位団体の重層的なつながりも含めて「建設業と災害ボランティアの協働」をつくりあげ、単なる一つの企業と一つのNGOの関係に止まらないようにしている。

・山田 厚志氏／(株)山田組 代表取締役

土木の仕事はどうやら世の中から嫌われているようだが、本来建設業のような「まちづくり業」は、地域で困っていることや必要な社会資本を作る公益性が高い大切な仕事のはず。当然、防災面でも地域貢献できるはず。そんな問題意識を抱いていたところ、2005年にRSY理事長の栗田氏と出会った。

以降、さまざまな協働実践を積み重ねてきたが、例えば名古屋市は青年会議所からスコップ、一輪車など1,000万円分の資器材の寄付を受けたが、その保管場所がない。名古屋建設業協会(180社)の各社は、倉庫に分散保管を提案し、管理はボランティア団体が行う。こうして名古屋市と名古屋建設業協会とボランティア団体の「災害ボランティア活動用資器材の管理に関する三者協定」が成立した。2009年にはRSYの事務所が、建設業会館の2階に移転してきた。このことで、名古屋市の我々に対する見方が180度変わった。地の利でボランティアの集まりが良くなり、

RSY にとっても大きなメリットがある。

防災倉庫でのイベント例も紹介したい。古い貨物コンテナを防災倉庫としたが、周辺住民には不審がられた。地域にとっても大切な施設だと感じてほしい思いで、コンテナのペイント作業を地元小学生たちと一緒にいった。土建業者なので足場作りは得意、またボランティアを集めるのは RSY が得意とする。保管された資器材が災害時にどのように活躍するかを説明した上で、小学生たちによって「春の桜」「夏のひまわり」などが描かれ、地域との協働による防災倉庫が誕生した。

会社では6年連続で、地域の中学校の体育館で地域の防災大会を主催している。万一の災害発生時、平日の昼間に一番活躍するはずの地元中学生をはじめ毎回 3～400 人が参加。この防災大会も RSY と一緒に行っている。地域と山田組は繋がっているから地元折衝や開催費用を、RSY はコンテンツの部分や社会的広報を担った。新聞やテレビ局の取材もあった。参加者の笑顔が印象的で、地域の人が腹の底から笑って、防災を運動会の形式で学ぶことができた。昼食は行政の協賛を得て、防災食なども提供してもらった。

これからも地域に根ざして「山田組は必要だね」といわれる関係を作りたい。好きなことにこだわり、かつ持続可能でなければ中小企業と地域の協働は進まない。活動を自ら継続する力量が必要となることは、NGO も同じだと思う。企業と NPO との協働は双方にメリットがあれば、楽しく進められるはず。建設業者の場合なら発注者である行政が「良いことやってくれる」と評価してくれれば業界が活性化する。活性化すればパートナーの NPO への活動支援にも力が入る。「持続可能で双方良し」の協働は、大切なキーワードだと思う。

③ 連携事例 3

「インドでの自立支援 “人のつながりを大切にする森作り” に、スーパー『マイカード』ポイント制度で植林支援活動」

(特活) ソムニード × 株式会社 駿河屋魚一

■ 連携概要

ソムニードは、地域住民主導の小規模流域管理と森林再生を通じた、共有資源管理とコミュニティ開発事業に取り組み、地元高山市の老舗スーパー・駿河屋が、「マイカード」のポイント寄付先としてソムニードを登録。ポイント利用のお客さんが寄付先としてインドの植林支援を選択できるようにし、12年間連携している。ソムニードは高山市で、まちづくりなど国内事業にも取り組む

・竹内 ゆみ子氏／(特活)ソムニード 専務理事

高山市に本部のあるソムニードは、1993年に設立された、インドとネパールで活動する海外協力団体で、主に貧困層が自立する手助けをしている。

(株)駿河屋魚一に支援していただいているインド・ヒシャカペトナム州では、山は禿げ山状態となっている。70村 15万人の地域で、かつては木があったが今では牛糞を乾かして燃料にしている。「どうしたら食べていけるか」と考えて、1993年に植林による支援を始めた。

ソムニードは、地域の人たちと一緒に事業を進めることを大事にしている。そのためには対等な関係を作り、全ての事柄を一緒に進めていく。1998年には小規模な水力発電事業を行った。小さなダムを村人総出で作り、80世帯に60ワットずつ供

給した。その水力発電を作ってから、村人自らが「電気の安定は、水の安定から」ということに気づき、水源涵養林を作ろうとした。そこで駿河屋の資金援助を受けながら、植林を行った。現在は植林の成果もあり、水量も当時から少し増えて、安定的な電気供給をしている。

これらの経験を国内の地域作りに活かしている。「共に生きるために、共に行動する」がソムニードの理念。自然と経済とコミュニティのバランスを取ることを、インドやネパールで村人と一緒に実践してきた。同じことを飛騨地域でも実践している。

（株）駿河屋魚一は、創業は昭和8年の老舗で、高山市ほか飛騨地域で5店舗のスーパーを経営している。また昭和50年代から環境問題に取り組み、牛乳パックやトレーの回収、エコバッグの普及を進めている。

インドのローカル NGO のリーダーを高山に招聘した時に、駿河屋の2階催事場でイベントをしたのが連携のきっかけだった。支援金は駿河屋「マイカード」のポイント制度で、お客の寄付によるもの。ポイントをソムニードに寄付するかは、お客の自由な意思。

その寄付金がどのように活用されているかは、駿河屋のスーパーのチラシで広報される。普通のスーパーのチラシに、スペースを割いて載せてもらっている。高山市の人口は93,000人、世帯数は32,000戸。その世帯へ新聞折込みチラシが配布される。ソムニードのニューズレターは1,000部発行なので、駿河屋のチラシの広報効果は非常に大きいと考えている。

Ⅲ. グループ・ディスカッション

6つの小グループで、3つの事例発表を聞いた感想、どのような連携をしたいか、どのような連携なら可能かなどを20分程度ディスカッションした。望ましい連携のあり方への意見では、NGOと企業がそれぞれの強みを活かし、弱みを補えるような連携がよい、上下関係がない、一方通行でない、フィフティ・フィフティの補完し合える関係がよい、等多く出た。

事例報告からみて、地元企業との特性を生かした連携ができるのは、東京にはない中部地域の強みである、中小企業だからこそ人と人との密なつながりがある、人間関係が大切で、信頼関係を築いてお互いを理解し、そして楽しみながら協働できたらよい、など、人のつながりや顔の見えるこの地区での連携が評価された。

しかし、まだ中部地域では出会いの場自体が少なくどう出会えばいいのかわからない、企業・NGOがつながれる場を中間支援団体に作ってもらえるとよい、商工会議所を活用するなど、ネットワーク NGO・名古屋 NGO センターへの期待も大きい。

両者の出会いを求めるに当たっては、NGOからの情報発信、同じ理念を持つところとの取っ掛かりを見つけることが重要、セクターを超える視点が必要、NGOが持つ社会性を活かす、NGOと企業間の人材交流が必要、などの課題がNGO・企業の双方から出された。

Ⅳ. CSR 推進 NGO ネットワークから

① 企業と NGO の連携のこれまでと今、連携の意味

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

従来、NGO と企業の関係の多くは「一方通行」だったと言える。NGO は反社会的な企業に対して妨害行動をとったり、環境に配慮していない商品に対してボイコット運動を促し世論を醸成するなど、企業と対峙することが多かった。このような NGO の存在に対して、企業は戦々恐々と構え、自ら積極的に支援を検討するようなケースは少なかったようである。

ところが 1990 年代になって、様々な外部環境の変化により、この関係にも変化が生じた。食糧問題や貧困、感染症など地球規模の課題が深刻化する中で、解決にあたっては国連や政府などと同様に、NGO も主体的な役割を果たしているという企業の意識・見方の変化が現れた。そして企業自身も、世界情勢の安定なしには自らの持続的発展はあり得ないという危機感が高まった。折しもリーマンショックで世界的な景気低迷に陥り、企業の予算が急激に減少。自社の強み・弱みを改めて見直す過程で、NGO との関係(支援・連携)においてもより戦略性を求めるようになったのは自然なことである。さらに MDGs (国連ミレニアム開発目標) などでも謳われているように、企業を含め、多様なアクターの連携なしには、これらグローバルな課題を解決できないという世界共通の理解に立った。

このような外部変化を受けて、企業と NGO の関係は、「対峙」関係から建設的な「連携」を模索するようになったと言える。企業も、受け身で一時的な関係ではなく、戦略的に継続できる連携先(パートナー)を自ら選択するようになってきた。

ちなみに辞書によると、「連携」と「協力」の一番の違いは、「(ともに協力する中で)目的を共有しているか、いないか」である。CSR 推進 NGO ネットワークが考える「連携」とは、i. MDGs を視野に入れた、貧困解決という「共通の目的」を持つこと ii. お互いの特性や違いを認識すること iii. 企業と NGO が互いに資源や能力等を持ち寄ること iv. (従来のような上下関係ではなく)対等な立場で連携をすること

また連携のパターンは大きく分けて以下の通り、3 つあるだろう。

- i. フィランソロピー(チャリティ)型=企業からのモノや資金の提供など、一方通行の関係。企業の NGO 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。
- ii. トランザクション(取引関係)型=企業と NGO との間に相互理解と信用が生まれる連携。企業のステークホルダーダイアログへの NGO 職員の参加や、NGO へ企業の職員出向など、個人レベルの強いつながりがあるのが特徴。
- iii. インテグレーション(事業統合)型=互いの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関係。コース・マーケティングや BOP ビジネスなど、まさに企業の本業を通じた取り組みにおける連携。

このように企業と NGO の関係は、大きく変化を遂げ、ますます多様化する傾向を見せている。従来からのフィランソロピー型の連携を大切にしつつも、新たな連携の形を模索する中で、互いを十分に知り尽くし、最終的な「貧困削減」という共有目標をより効果的に達成することが期待される。

- ② 「企業と NGO の連携ガイドライン、CSR 推進 NGO ネットワークについて」
長 宏行氏/(公財)オイスカ 国際協力部海外プロジェクト担当/CSR 推進 NGO ネットワークリーダー

CSR 推進ネットワークは、2008 年に世界の「貧困と開発」の問題解決に寄与するために生まれた。NGO と企業との出会いを築くために、現在 17 の企業と 27 の NGO が参加して情報交換や調査研究、提言活動等を行い、企業の意見も反映している。具体的には今年度は NGO と企業が合同で取り組める課題を、これまでの成果物や『企業と NGO の連携ガイドライン』を使って取り組んでいく。今後は地域の視点を取り入れることも必要だと思っている。

企業や NGO にとっての連携の意義では、複雑化する地球規模の課題解決にそれぞれのアクターが互いの強みを活かし、win-win な関係を築いて連携し対処していくこと。

連携相手の探し方やコミュニケーション、パートナーシップのとり方などがうまくいかないなど、「NGO って異人種な感じがするけどどうかな？」という課題がある。それら乗り越えていく、連携が長く続き発展できるような関係を築く手伝いとして、『企業と NGO の連携ガイドライン』を作成した。お互いの強みを生かした段取りや目標設定など連携の手順も、このガイドラインでわかりやすく述べられている。

連携で留意すべき一番大切な点は、「目的の共有」である。NGO と企業だけが合意してもだめで、現地の人、最終の受益者の利益をしっかりと押さえた上で目的を共有しないと、連携は長く続かない。それにはコミュニケーションを多くとること。NGO 側も、「お金がもらえるならいい」と、当事者を無視して進めるのは良くない。

「BOP ビジネス」(Business for the Base of the Pyramid) は、今業界の中でも話題となっているが、貧困層をターゲットにしたビジネス、一步間違えば搾取ビジネスと捉えられかねない。我われの考える BOP ビジネスは、「社会的責任ビジネス」であり、真に貧困削減に資する「BOP ビジネス」が展開されることを期待する。BOP 層が抱える社会的課題を解決するための経済、社会、環境のバランスの取れた持続可能なビジネスだ。

環境問題と途上国の貧困問題は連動して起きている。それは企業と NGO の連携活動において欠かせない観点。NGO は企業活動が現地の環境と社会に及ぼすインパクトの解決策として、また企業活動が持続可能なものへ変化する上でのパートナーとして連携を期待される。

これからの環境への取り組みのあり方を植林活動から見ると、森を育てる、そのためにはそれを守り育てる人の育成・住民のエンパワーメントが必要となる。緑化支援は地域開発や貧困削減支援とセットで行う。企業活動は短期間に分かりやすい事業が好まれる傾向にあるが、環境や貧困削減への取り組みは長い時間がかかり、長期視点での見守りが必要だ。

7) 成果と課題

本シンポジウムでの連携事例発表は、三事例がそれぞれの個性や特色など特性を活かした好事例との評価が高く、実践報告から、NGO/企業の活動地、活動内容によりさまざまな CSR 連携の形態があることがわかった。実際に CSR を予定する企業の参加者は、連携の実際のノウハウ、ヒントが得られたという。また NGO のメンバーからは、企業は利益があるから CSR を行うのではない、社員の社会貢献意識の強さを知ったなどという感想があった。グループでの意見交換では企業・NGO・行政等多分野の参加者があり、

NGO/企業それぞれの視点を知り、生の声を聞く機会となり、互いに参考になった。また CSR 推進 NGO ネットワークからの報告では、連携や協働の意味の再確認、「BOP ビジネス」について再認識した。

NGO/企業の CSR 連携では、双方が共通の理念や目標を持つことが望ましい。しかしそうでなくとも、企業からの資金提供以上に人とのつながりを大切にして、強い信頼関係を築き、互いに自立したフィフティ・フィフティな関係で切磋琢磨し、社会的使命を果たしながら双方の利益となる win-win の連携を目指している。また CSR 連携での協働は、企業の人材育成・学びの場となっている。中小企業の多い中部地域において、地域の NGO/企業との連携による地域づくりの大切さがわかり、地方の特性を活かせ、首都圏の大手 NGO/企業の CSR 連携と違った連携の意義が見えてきた。

NGO/企業の CSR 連携を新たに考え、進める上での課題として、NGO・NPO と企業の目的、考え方などの違いをどう近づけ解決していくのか。そして持続可能な協働や双方の win-win の連携への工夫や努力も必要であろう。NGO/企業の出会いの場、つながるきっかけ、具体的な進め方など、今後の CSR 連携推進への方策が求められている。

8) 今後の展望

名古屋 NGO センターには、ネットワーク NGO の強みを活かして中部地区での CSR 推進ネットワークのような具体的なサポート体制づくりが期待されている。NGO/企業双方への CSR 連携に関する情報提供やマッチングの場の提供、双方の立場を理解するコーディネート役などを求める声が多くあった。当センターの財政面や人的な余裕の問題に関わってくるのだが、今後できるところからニーズに応えられるよう検討したい。まず一つの試みとして、企業の CSR の取り組みに対し、NGO の活動現場での地域づくりや人づくりの経験を活かして、企業の人材育成・人づくりへの協力がある。次に当センターの HP や広報媒体で、随時加盟 NGO の活動状況や連携を希望する企業の紹介など情報提供を行う。ヒアリング調査やシンポジウムのアンケートなどから出てきた、連携・協働の提案、CSR 連携推進を目的とした企業に対する NGO 展、第三者機関としての社会的評価などは、今後の議論、課題となる。

9) NGO に向けたメッセージ・提言

実際に企業との連携を続ける NGO は、連携によるメリットを、NGO 活動において単独で活動するよりもより大きな成果を生むことができる、NGO の財政力のアップから新たな事業の展開ができる、マンパワーのアップによって活動が充実するなどをあげている。しかし同時に、NGO 活動で一層の説明責任を意識するようになり、責任感が伴った活動としていかなければならないともいう。そこではより一層互いの理解と信頼感が求められる。

企業との連携によってプロジェクト現地の住民の信頼が高まる、といった効果もあるが、企業からは、NGO 活動が地域に根を張った堅実な活動かどうかを問われる。それには、活動の意義や海外現地での活動状況などを、わかりやすく見える形で伝え、常に情報を発信し続けなければ、企業の関心は引けなくなる。そのほかにも、連携パターンのスキームの提供など、NGO 側に企画提案力が求められる。その努力と行動から、互いに自立した関係となり、フィフティ・フィフティな関係を築いていけるのだろう。企業にとってのメリットの理解や配慮ができると、企業との連携がスムーズに、また継続することにつながる。

また NGO は、企業に対し資金提供だけを依頼するのではなく、NGO の弱い部分の補完を頼み、企業の保有スキルや経験を活かしてプロジェクトへ参加してもらう。連携は NGO/企業を超えた人と人のつながりであり、企業との協働を NGO のボランティアの学びの場にする。さらには企業から NGO 活動の運営にも参加し、連携の幅が広がり深くなった事例もある。

以上の例や『企業と NGO の連携ガイドライン』を参考に、企業との連携が始まり、NGO の活動が一層活性化していくことを祈りたい。

10) 企業へ向けたメッセージ・提言

企業は NGO との連携で、社員がスタディツアーなどで現地へ赴いて実情を見ること大事だが、そこでの協働から社員は視野を広め、異文化を理解し、自発的に環境問題などに取り組んだり、CSR の意識を高めることができる。NGO の活動現場を企業の社員教育・研修に活かして、人づくり・人材育成の場とすることができる。また連携に関する広報などによりブランドイメージが高まるだけでなく、社員の自社に対する誇り、自信を持てることにつながっているという。連携は企業の売名行為ではなく、パートナーシップがあるか否かが大事となる。寄付金だけでは連携は発展しない。「利益ではなく売り上げの一部を活動資金に」とする企業の取り組みは、不況などに左右されずに連携が継続できる。企業からは短期的成果やわかりやすい事業を求められる傾向にあるが、NGO の活動は長い時間がかかることから、長期的視点での見守りが必要との提言もあった。

「CSR の取り組みが企業の存在価値そのもの」と考える中小企業から学ぶものがある。連携により、互いの強みを発揮し弱みを補い合うことは、自分の弱みを直視し強みを補強することだという。また他の企業では、企業活動において環境保全のみでなく、国際貢献活動の提携先として NGO は不可欠、としている。中小企業の多い中部地域で、企業の特徴を活かしながら、「人のつながり」を基に「顔の見える CSR 連携」が実践されることを願う。

(文章作成：(特活) 名古屋 NGO センター)

5-5-3. 第3回シンポジウム（東京開催）

1) タイトル

「多様化する国際協力 NGO と企業のパートナーシップ シンポジウム」

2) 開催目的

本シンポジウムは、CSR 推進 NGO ネットワークの 2010 年度の活動を主体とした本研究会の集大成として、活動の中で得た知見や情報を参加者と共有し、地球規模の課題解決に向けた NGO と企業の連携の意義と重要性を伝えるとともに、多様化する NGO と企業の役割やパートナーシップのあり方を議論、発信することを目的として開催した。

3) 実施概要

日時：2011 年 2 月 25 日（金）13 時 00 分～16 時 30 分

場所：国立オリンピック記念青少年総合センター 国際交流棟 国際会議室

参加者：参加者：119 名（NGO/NPO 関係者 45 名、企業関係者 45 名、学生 17 名、

政府機関 5 名、一般その他 2 名、マスコミ関連 5 名)

主催：外務省

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

4) プログラム

時間	項目	担当者
13:00 1 13:05 (5分)	主催者挨拶	山口 又宏氏 (外務省 国際協力局 民間援助連携室長)
13:05 1 13:30 (25分)	基調講演 「多様化する NGO と企業の役割、マルチステークホルダーで取り組む社会責任」	田村 太郎氏 ((財) ダイバーシティ研究所 代表理事)
13:30 1 13:50 (20分)	改訂版「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・留意点など ・ BOP ビジネスの本質 ・ 環境と貧困のつながり	長 宏行氏 ((公財) オイスカ事業部長/CSR 推進 NGO ネットワークコアメンバー)
事例発表 (計 95 分)		
13:50 1 14:20 (30分)	事例① 「マイクロファイナンス支援事業および BOP ビジネスの可能性調査での連携」 【(特活) プラネットファイナンスジャパン】 × 【豊田通商株式会社】	・ 田中 和夫氏((特活)プラネットファイナンスジャパン エグゼクティブ・ディレクター) ・ 上條 水美氏 (豊田通商株式会社 市場調査部 総括室長)
14:20 1 14:30 (10分)	休憩	
14:30 1 14:45 (15分)	事例② 「社会的投資で貧困削減を」 【ARUN 合同会社】 社会的投資による BOP ビジネスの成長促進	・ 小野 真依氏 (ARUN 合同会社 パートナー)

14:50 15:20 (30分)	事例③ 「お金の流れが世界を変える-金融 CSR-」 【株式会社大和証券グループ本社】 MDGs と社会的責任投資 (SRI) ～未来を創るインパクト・インベストメント～ × 【A SEED JAPAN】 「緊張感ある対話」というエンゲージメント	<ul style="list-style-type: none"> ・ 岩井 亨氏 (大和証券グループ本社 広報部 CSR 課 副部長) ・ 土谷 和之氏 (A SEED JAPAN エコ貯金プロジェクト理事)
15:20 16:20 (60分)	パネルディスカッション+Q & A	モデレーター：田村 太郎氏 ((財) ダイバーシティ研究所 代表理事)
16:20 16:25 (5分)	「JICA における国際協力 NGO、企業との三者間パートナーシップ構築に向けての取り組み」	天津 邦明氏 (JICA 民間連携室 海外投融资課 兼 連携推進課 主任調査役)
16:25 16:30 (5分)	閉会挨拶	山口誠史 (JANIC 事務局長)

5) 議事録

I. 主催者挨拶 外務省 国際協力局 民間援助連携室長 山口 又宏氏

外務省は幅広い国民の参加による国際協力の実現を目指しており、特に市民社会における国際協力活動の代表格である NGO との連携強化を目指している。また、我が国の ODA の効果的・効率的な実施のために、NGO の知見を活かし連携を強化することで途上国における国際協力プロジェクト実施を目指している。また、NGO との連携強化活動の一環として「NGO 活動環境整備支援事業」も実施している。国際協力 NGO と企業の連携強化に関しては、企業の CSR 活動と関連し今後一層拡大していくことを期待している。外務省としては、本シンポジウムが企業と NGO との連携を強化するきっかけになることを期待している。

II. 基調講演「多様化する NGO と企業の役割、マルチステークホルダーで取り組む社会責任」(財) ダイバーシティ研究所 代表理事 田村 太郎氏

今回はマルチステークホルダーで取り組む社会責任というテーマでお話をする。私自身は阪神・淡路大震災での活動をきっかけに、ここ数年は CSR をキーワードに活動をしており、企業と市民とのコミュニケーションの促進や、社会起業家を目指す若者の支援なども行っている。今日は NGO と企業とのパートナーシップという観点でお話していきたい。

近年、「企業」と「NGO」、「営利」と「非営利」の線引きが難しくなっていると感じる。企業は CSR や BOP と言い、NGO はソーシャルビジネスや社会起業家と言う。問題解決に資する方法という点においては営利か非営利かは重要ではない。今後も企業に社会性が求められ、NGO に事業性が求められていけよう。重要なのは貧困問題や社会課題の解消のためにはどうすべきかという観点である。

次に、なぜマルチステークホルダーなのかという点についてだが、これはコミュニケーションの進化の歴史を表している。これまでは、良いことをしているのだから「企業や NGO を信用してくれ」という一方的な発信の時代が続いていた。しかしながら、現在は信用を得たいのならば情報開示が必要な段階となってきている。そして課題解決のための相互コミュニケーションの時代が来ている。また、多様な課題が複雑に入り組んでいる現在において、NGO 単体、企業単体で社会責任を果たすことは難しく、様々なかたちで連携していかなければならないという段階にきており、「エンゲージメント」という考え方が必要である。エンゲージメントとは、どちらか一方に責任を押し付けるのではなく、未来に向かって一緒に責任を分かち合いましょうという意味であり、NGO と企業が社会的課題などに対して共に将来の責任を持っていこうとする考え方で、この「マルチステークホルダー・エンゲージメント」の概念は ISO26000 にも記載されている。

ISO26000 について少しお話をしたい。もともと CSR の国際的なマネジメントシステムを作って欲しいという途上国の声の高まりなどを受けて 2005 年から ISO の中で議論を重ねてきた。様々な議論の結果、最終的には CSR のマネジメントシステムではなく、SR のガイドラインとして 2010 年 11 月に完成した。CSR から SR になったということは、企業だけでなくあらゆる組織の社会責任が対象となったということである。SR の国際的なガイドラインの特徴は、社会責任の課題について、多様な「ステークホルダー」と共に責任を分かち合う、「マルチステークホルダー・エンゲージメント」の概念である。ただし、具体的な方策が書いてあるわけではない。ISO26000 は、それぞれの組織がどのようにして SR に対する活動を行なっていくかを考える際の指針である。

重要な点は社会責任に対して、7 つの原則と 7 つの中核主題が設定されていることである。原則とは、説明責任・透明性・倫理的な行動・ステークホルダーの利害の尊重・法の支配の尊重・国際行動規範の尊重・人権の尊重。中核主題とは、組織統治・人権・労働慣行・環境・公正な事業慣行・消費者課題・コミュニティの社会的・経済的發展である。7 つの中核主題において組織の課題を確認し、7 つの原則に沿って改善していくことが、ISO26000 が求める行動である。

これは企業だけではなく、NGO の社会責任についても当てはまる。NGO も組織統治や人権等の視点で組織の課題を洗い出し、改善の取り組みを行わなければならない。また NGO からは「ISO26000 という CSR の国際的なガイドラインができたから、企業に行って寄付をもらおう」という声が聞こえるが、私は賛同しない。NGO は自らが持つ専門性を活かして、対等な立場で企業とともに社会の課題を解決するための議論をするためのツールとして、ISO26000 を活用すべきである。組織の規模が大きくなればなるほど SR を果たすのに困難を伴う。企業が SR を推進して行くために、NGO の専門性を活かすべきだろう。最初は企業の持つ課題の解決に NGO とパートナーシップで取り組んでいき、さらに他のステークホルダーを巻き込んでいくことを目指してほしい。

近年欧州を中心に、「マルチステークホルダープロセス」という考え方が広まっており、ISO26000 の策定でも同様のプロセスが用いられた。社会は多様なステークホルダーで構成されており、課題の認識や目標の設定、解決策の検討を多様なステークホルダーでの議論を通して行っていくというのが「マルチステークホルダープロセス」の考え方である。日本でも 2009 年に政府の呼びかけで「社会的責任に関す

る円卓会議」が設置され、2011年3月に行動計画が発表される予定である。マルチステークホルダープロセスは今後の社会課題の議論と解決策の検討における主要な手法となっていくと考えられる。

ここで、これからの時代において、マルチステークホルダーで社会責任へ取り組むということの意義を考えてみたい。これまではCSRと呼び、企業に責任を果たすよう求めることがNGOの役割という認識を持つ人が多かったように思うが、企業だけがすべてのSRを果たしていくのは非常に困難である。これからはNGOが企業を支援する、という視点を持つべきである。これからの企業とNGOとのパートナーシップでは、NGOは自らの専門性を高め、企業とともに社会責任を担っていくことができるかどうか課題である。そして企業は、SRの視点で自分たちが達成できていない課題について情報を開示し、課題解決のためにどんな専門性を持つNGOと連携したいのかを具体的に検討することが求められるだろう。

ダイバーシティ研究所では2005年度より毎年、東証一部上場企業のCSR報告書を収集・分析している。環境に関する情報の開示はとても充実しているが、女性の管理職の割合や障害者の実雇用数などはデータが少ない。今できていない点も開示することによって、どんな専門性を持つNGOと連携すればいいのか、NGOからも見えるようになる。また、企業とNGO以外のステークホルダーへのアプローチも重要である。マルチステークホルダーでの取り組みを進めていくためには、特に市民がどのように参加していけるのか、その取り組みの事例を示すことも必要だろう。まとめると、まず、連携を始めるためには相手の課題を知らない企業もNGOも着手ができない。ISO26000の考え方を活用し、双方が情報開示とコミュニケーションを心がけるべきである。また、自組織だけの取り組みで終わりにせず、地域全体の環境や社会への関わりを視野に入れ、現在の取り組みをさらに深め、広げることが必要であろう。また、多様な担い手による「面」での展開を行うべきであり、もっと市民を巻き込んでいく取り組みを展開することが重要である。そして地域の利益と地球の利益を直結して考え、マルチステークホルダーでSRを推進していくことが重要だと考える。

Ⅲ. NGOと企業のガイドライン改訂版 (ver.2) について (公財)オイスカ 事業部長 長宏行氏

CSR推進NGOネットワークは、世界の貧困と開発の問題解決に寄与するため、NGOと企業の連携促進を目的に2008年4月に設立された。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協働アクションを行なっている。自分は本年度のコアメンバーであり、リーダーを担っている。企業は経済的利益追求とともに社会的課題の解決も求められる時代になっている。またNGOも企業の組織力等を地球の規模課題解決になんとか生かせるのでは、という思いがある。田村氏の講演でもマルチステークホルダーエンゲージメントというお話があったが、NGOや企業が単体ではなく、お互いの強みを生かした連携をすることが社会的な課題解決につながっていくと考えている。

しかし、課題は多い。NGOの探し方がわからなかったり、フィールドが違うので、使う言葉や概念の食い違いがあったりする。また役割分担が不明瞭なままスタートし、上手くいかないケースも多い。企業は短期的な成果をステークホルダーから求められるが、一方でNGOの貧困削減はどうしても長期視野となり、そのあたりの

スピード感のずれもある。またどうしても寄付する側・される側として、対等な関係が築きづらい。

こうした課題を少しでも改善したいという思いで、CSR 推進 NGO ネットワークでは「地球規模の課題解決に向けた企業と NGO のガイドライン」を作成した。本ガイドラインでは、連携を「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」と定義づけおり、企業と NGO の連携パターンや連携の手順がわかりやすくまとめられている。また、連携する上での留意点については3点が挙げられている。まずはお互いを理解すること。やはり、NGO と企業は違うタイプの組織なので、お互いの違いをしっかりと押さえておきたい。また、こうした活動を始めるには、それぞれ持っている強い思いがある。その思いの中で接点を見つけて、共通の目的を明確にしていくことも重要だ。また、お互いにとって正直であること、情報開示を適切なタイミングでしっかりと行なうことがポイントだ。

本ガイドラインは、2009 年度に ver.1 として作成し発表した。2010 年の本ネットワークの活動として議論してきた、『BOP ビジネス』を補完する名称・定義」と「環境と貧困のつながり」についての記述を加え、ver.2 として、本シンポジウムで初公開をしている。まずこの「BOP ビジネス」を補完する名称・定義の作成に至った経緯について説明したい。「BOP ビジネス」は今非常に盛り上がっているイシューである。政府からの補助金等のサポートがあったり、また雑誌「国際協力ジャーナル」1月号は数えてみると合計5件のBOP ビジネス関連記事があった。企業側としてもなんとか取り組んでいきたいと考えているところが多い。しかし「途上国ビジネス」としてBOP 層を新たなマーケットとのみ捉える企業もあり、NGO としてはちょっと心配に感じる。また、「BOP」は所得ピラミッドの底辺という意味であり、貧困を所得の上だけで捉えていることにも危機感を感じた。所得面だけでなく、女性、子ども、障害者など相対的貧困者、権利を剥奪された人のことも視野に入れたビジネスになってもらいたいと考えている。

「BOP ビジネス」を補完する名称としては、「BOP 層のための社会的責任ビジネス」となった。英語名は「Responsible Business for the Base of the Pyramid」とした。実施者側が社会的責任を果たし、行動してほしいということだ。実施者ということなので、企業だけでなく、NGO も、またそれ以外の関連セクターも含まれる。すべてのセクターが社会的責任を考え行動し、社会的な課題を解決するための持続可能なビジネスが行なわれるべきと考えている。途上国社会にとって持続可能なビジネスであることは、それが企業にとっても持続可能なビジネスとなる。

また、「環境と貧困のつながり」については、環境問題と途上国の貧困問題は連動して起きていることを、今一度本ネットワークから発信したいと考えた。企業側は、環境への取り組みはPRしやすいということで、中でも植林を希望する企業が多い。NGO もできる限り対応しようとするが、課題や盛り込まれないものがあって、現地で実施する側にはジレンマも多い。例えば、〇円で苗木1本が支援できるということは、企業にとってPRしやすい。しかし実際は、1本何円と割り算ができるものではなく、植林をする場合、そこに住む人々にアプローチをしない限り、すぐ切られてしまい、持続可能なものとならない。植林だけではなく、地域全体の貧困削減、包括的なアプローチが不可欠になる。もちろん貧困削減のアプローチでも、現地の環境保全が不可欠になってくる。簡単には進んでいかない取り組みだが、少しずつ

ご理解いただいて、お互いにエンゲージメントが進むと良いと思う。また環境問題も貧困問題も、長期的な視点を持って活動する必要がある。この点についても企業側にもご理解、ご支援や関与いただければ幸いに思う。また、寄付をいただいて事業を実施するだけが連携のパターンではない。企業が途上国で実施する事業の調査への参加など、NGOも企業とともに貧困削減や環境問題に貢献できる余地が沢山あると考えている。

IV. 事例発表

① 事例1「マイクロファイナンス支援事業および BOP ビジネスの可能性調査での連携」

(特活) プラネットファイナンスジャパン×豊田通商株式会社

・ (特活) プラネットファイナンスジャパン エグゼクティブ・ディレクター 田中 和夫氏

まず、結論三点を先に申し上げ、それから事例などの詳細の説明をさせていただきたいと思う。一つ目は、マイクロファイナンスは、持続可能な貧困削減に資するかたちでの典型的な BOP ビジネスである。これは自分がプラネットファイナンスジャパンにおける経験からの確信である。既存の金融機関から金融サービスを受けることができない人々に対して貧困改善に資する金融サービスを提供することができるように支援を行なっている。二番目は、グローバル NGO としてのプラネットファイナンスまたはプラネットファイナンスジャパンはマイクロファイナンスを発展させるため、その支援活動として年間 100 件以上の案件を世界中でノンプロフィットベース・あるいはソーシャルのビジネスモデルにて展開している団体であるということ。三番目は、豊田通商と同様に、優れたビジネスモデルに裏付けられた高度な CSR ポリシーを持っている企業とプラネットファイナンスが連携することで、質の高い BOP ビジネスが展開できると確信しているということだ。

さて、マイクロファイナンスとは既存の金融機関から金融サービスを受けることができない人々に対して、小口の融資や預金、保険、送金等の金融サービスを提供することである。また、その借り手の 7 割は女性という統計がある。自ら事業を起こして、その利益を子供の教育などに役立てたいという自立的な意識を持った女性が多いことがその特徴である。プラネットファイナンスグループは 1998 年パリにてジャック・アタリ氏が設立した団体であり、日本では 2006 年に設立された。「貧困の無い世界」をビジョンに掲げ、マイクロファイナンスの成長を推進することにより、貧しい人々が貧困から抜け出し自立できるような包括的な金融セクターのある社会を実現することをミッションとしている。

プラネットファイナンスのビジネス体制について説明する。NGO でありながらビジネスという言葉が出ているのが当組織の特徴だ。大きく三つの活動に分かれており、一つ目がマイクロファイナンス機関自体の業務遂行力の向上を支援するためのキャパシティビルディングである。二つ目はバンキング & ファイナンシャルインクルージョンとして、例えばその地域にマイクロファイナンス機関が無い場合に業務が可能な状態にすることを支援する部門で

ある。これは教育などの面も含めて総合的に支援している。三つ目はマイクロファイナンス・プラスという部門であるが、こちらはマイクロファイナンスとその借り手を取り巻く家族や環境・教育面などに対して総合的にアプローチしている。さらに、グループとして、マイクロワールドや、プラネットユニバーシティなどの組織がある。

次に、プラネットファイナンスジャパンと企業のパートナーシップについてお話をしたい。再生可能エネルギーとマイクロファイナンスという観点から Renewable Energy for Development (RENDEV) というプロジェクトを欧州委員会から受託した。これは、マイクロファイナンスと再生可能なエネルギーをリンクさせ、農村開発に貢献することを目的としたプロジェクトであり、バングラデシュの無電化村に家庭用ソーラーパネルをとりつけ、その逐電能力を活かして夜間に内職を行うことを可能にし、子供たちの学習時間も拡大することができるというものである。これはマイクロファイナンスのスキームを使って支援をするもので、現地住民がマイクロファイナンス機関を通じて購入し、内職などによって得た収入を元に返済をしていくかたちである。また、パネルの設置やメンテナンス、借り手のトレーニングなどもマイクロファイナンス機関が行う。プロジェクトの費用の75パーセントを欧州委員会が負担し、残りはプラネットファイナンスが調達するスキームとなっており、この残りの25%に対して豊田通商から支援をいただいている。

この連携の他には2009年に行なった経産省の「BOP ビジネス」フィージビリティスタディ調査支援事業での連携実績がある。これはマイクロファイナンスを活用した再生エネルギーの普及を目標に、ケニア・ウガンダの地で取れた植物（ジャトロファ）を使用したバイオ燃料の製造と無電化村地域の電力化の調査においての連携である。また、アフリカ・ベナンにおける貧困層自立支援プロジェクトにて、非電化地域における電力供給へ向けてのトレーニング資金の提供などの事例もある。これらのプロジェクトで培った経験などは様々な場面で活用している。

最後に、マイクロファイナンス機関は貧困層を最もよく知る組織であり、機関を通じてのBOP層のニーズに即した商品開発・マーケティングは非常に効果があると考えられる。そしてBOP層の経済状況に適した価格設定の構築やビジネスモデルの確立・マイクロファイナンス機関を通じた販売チャネルの構築など、マイクロファイナンスを組み合わせることでよりインパクトのあるBOPビジネスを可能にすることができるであろう。

・ **豊田通商株式会社 市場調査部 統括室長 上條 水美氏**

豊田通商は一昨年、プラネットファイナンスジャパンと共同でアフリカにおけるBOPビジネスの事業可能性調査を実施した。ここで、プラネットファイナンスよりBOP市場へのアクセスの方法について非常に多くのことを学ばせていただいた。ここではその一部を紹介させていただくと共に、企業とNGOの連携についての私見を述べさせていただきたいと思う。

2009年に行われた経済産業省の「BOP ビジネス」フィージビリティスタディ調査支援事業を実施した企業は、豊田通商以外はメーカーなどが多く、どちらかと言うと自社の製品をBOP層に役立てるためにはどうするべきか、つま

り BOP 層を顧客として捉えた調査が多かった。しかし、豊田通商は BOP 層を生産者として捉え、具体的にはウガンダとケニアの農家の方が燃料植物を栽培することで自分たちの燃料問題を解決すると同時にそれを販売することで自分たちの所得を向上させていくことが可能かという調査を行なった。なぜ企業の利益に直結しない BOP ビジネスに関心があるのかと聞かれることもあるが、これは、豊田通商がアフリカ 23 カ国において 20 年以上、自動車の販売ビジネスを行っていることと大きく関係している。アフリカの市場をターゲットとしたビジネスで、メンテナンスなどの技術者を含めアフリカ全体で 3 千人ほどの雇用を生み、地域と密着したビジネスをおこなっている。そのため、地域の安定や成長などが直接ビジネスに結びついてくる。その際、一番重要なことは貧困削減であり、貧困層の人々が経済的自立手段を持たない限り根本的な解決は成されない。また、貧困層の経済活動を世界経済へ繋げるという観点において、企業がその間を繋ぐことも重要な役割であろうと考えている。

ビジネスという視点でアプローチする以上、本当のニーズが何なのか、なぜ BOP ビジネスが成立していないのか、何が欠けているのかという点などをしっかりと調査することが必要で、その点において、経済産業省の「BOP ビジネス」フィージビリティスタディ調査支援事業はとても有益であった。調査に取り組もうとして気づいた点は、商社は BOP 層に対してアクセスする手段を持っていないということである。これまでは BOP ビジネスの問題点の一つは BOP 層が流通にアクセスがないことだと思っていたが、商社の方も BOP 層にアクセスする手段がないことが分かった。その際に、RENDEV プロジェクトで連携したことがあるプラネットファイナンスを思い出した。貧しい人に、資金を借りて設備投資する方法を提供し、さらに返済をする方法を指導していく手法に興味を持っていたので、今回の調査でもパートナーとして力を借りたいと思い参加していただいた。

今回の調査で想定していたビジネスモデルは、農家の方がマイクロファイナンス機関からお金を借りて設備投資することで燃料農作物の生産性を向上させ、できた余剰分を販売して所得の向上に繋げるというものである。この際に流通や信用取引になかなか入り難いことなどが課題であるが、これらを解決するためにコミュニティやマイクロファイナンス機関、NGO などと連携することが効果的ではないかと考えている。また、アフリカにおける BOP 層の問題は地理的に分散している、孤立しているという点も挙げられると思う。この点において国際 NGO や携帯電話などが果たす役割は大きいと感じる。

今回の豊田通商の調査目的は二つあり、燃料作物であるジャトロファの商業生産性を見るということと、BOP 層の生活実態知るということである。特に後者の調査において、プラネットファイナンスは豊富な現地調査のノウハウを持っていた。例えば現場におけるディスカッション形式の調査を通して貧困層の人々自身が参加し、自分たちのコミュニティの環境を意識することができるような手法であった。また、生産している作物の種類や量・生産者の家族構成など総合的な情報を抽出し、傾向などを顕在化させていく手法などである。また、それに加えてお金の使途に関するアンケート調査なども実

施した。

最後にプラネットファイナンスの魅力という点については、BOP 層と世界を繋ぐ架け橋であるということと、プロ集団であるということだ。ニーズ調査・実態調査、ファシリテーションの能力などにおいて非常に優れたものを持っている。また、BOP 層のマーケティングのデータを多く持っている。BOP 層のマーケティング調査をする手法を持っているところは非常に少ないので、これは独自のノウハウであると思う。

BOP ビジネスと商社という視点では、例えばエネルギー作物をローカルマーケットや発電所といったさらに大きな市場に持っていき、また将来はジェット燃料として転用できるかもしれないという大きなビジョンを BOP 層の人々と共有しながら夢を持って仕事ができる点が商社ならではの取り組み方であると思う。

② 事例 2 「社会的投資で貧困削減を」

ARUN 合同会社

・ ARUN 合同会社 パートナー 小野 真依氏

ARUN は 2009 年 12 月に設立された。国際協力・金融分野等、多様な専門性を持ったメンバーで構成されている。途上国現地にいる社会企業家に対して、社会的投資を行うためのプラットフォームを作る活動をしている。具体的には、カンボジアにて、大きな社会的インパクトが見込めるような企業家の事業に対し、その内容等を十分精査した上で、ご賛同頂ける日本国内の個人・法人の方々から集めた資金を基に投資を行っている。資金面での支援にくわえ、事業への経営アドバイス・スキルアップ等支援を行なうことで事業の付加価値を高めている。また、日本の投資家の方々に対しては現地視察の機会や、ビジネスマッチングなど現地企業家に関わる情報の提供を行っている。

ARUN の試みが始まった背景については、代表の機能がカンボジアにて 10 年間復興支援に関わっていた時に、援助のみによる貧困課題解決に限界を感じたことが原点である。同時に、現地で優れた企業家精神を持って状況を改善しようとする人々との出会いがあった。そのような人々に対してより効果的なアプローチができないかという観点から、プロジェクトを始めることとなった。マイクロファイナンスよりも資金ニーズの規模が大きい、商業金融機関の融資を受けるに至らない中小規模の社会企業家を対象としている。これを満たすための社会的投資プラットフォームを構築することが ARUN の目標である。

ARUN が投資先を決める際の基準には、事業性の基準と社会性の基準を設けている。社会性の基準は大きく 2 点あり、企業家の社会的価値創出へのコミットメントの度合いと社会的価値の創出の度合いである。特に後者については、雇用の創出の創出・地域への貢献度合いという点に着目して見ている。ただ、企業家のアイデアによって目標とする社会的インパクトは多様なので、取り組みに合わせてモニタリングのための指標を考えていく。

次に現地社会的企業との具体的な連携事例について説明したい。現在 ARUN は 2 つの現地社会企業と連携し、合計 3 つのプロジェクトに投資を実施している。その連携内容から、途上国と日本という図式だけでなく、NGO やビジネス部門など様々なアクターが関わっているというのが分かっていただけだと思う。1 つ目の連携先である「Sahakreas CEDAC」は、現地生態系に配慮した農業技術の指導活動をしている CEDAC というカンボジアの NGO が立ち上げた事業部門である。CEDAC 指導のもとで生産された農業製品を Sahakreas CEDAC の自営店舗で販売し、市場流通を促進している。

ARUN はサハクレア CEDAC の 2 つのプロジェクトに投資を行っている。1 つ目は有機米のプロジェクトで、資金は有機米を農民から買い付ける際の資金

として使用されている。2 つ目は天然蜂蜜の流通プロジェクトで、持続可能な生産を指導している現地 NGO と連携して行われている。ARUN の資金は蜂蜜の買い付け金として使用されている。

もう一つの現地企業との連携事例として、Arjuni という女性のヘアエクステンション製造企業への投資を本年より開始した。カンボジア人女性の質の高い髪の毛を採取・加工し、顧客管理なども一貫して行うことで、先進国側のニーズにも合致する質の高い製品を提供できることを強みとしている。現地の女性に髪の毛を提供してもらう際には直接買い付けを行い、売り上げの一部の女性のエンパワーメントを行なう NGO などへの寄付を誓約するなど、社会性も高い取り組みであると評価している。

昨年 12 月に採択頂いた JICA 協力準備調査（BOP ビジネス連携促進）についてご説明したい。ARUN は BOP ビジネスを、現地の BOP 層が自発的にビジネスを起こしていく事業として捉えている。そして BOP ビジネス成長促進を支援する新しい手法としての社会的投資のより良いあり方を本調査で検討できたらと考えている。対象国はカンボジアで 2 年間行う。具体的には現地で BOP ビジネスを行う企業の資金ニーズとサプライの現状、また、事例調査としては天然蜂蜜事業を取り上げ、事業の持続可能性や社会影響調査を実施するとともに、資源管理・加工過程、ビジネス運営面での技術協力を行い、同事業がビジネスとして自律的に発展していけるようになることを目指す。

最後に多様なアクター、出資者の連携によるプラットフォームとしての役割についてお話ししたい。それとは、ARUN の提案するビジネスモデルの実効性を実証することと感じている。ARUN という組織自体が多様な構成要素で成り立っているため、多様な強みを持っている。様々なアクターがいるので、そこで出てくる様々な意見やニーズを尊重して理解し、積極的に取り入れていく姿勢が必要であるのではないかと考えている。

③ 連携事例 3 「お金の流れが世界を変える-金融 CSR-」

株式会社大和証券グループ本社×A SEED JAPAN

・ 大和証券グループ本社 広報部 CSR 課 副部長 岩井 亨氏

本日お伝えしたい内容は二点ある。一点目は社会的責任投資（SRI）について、そしてそれがミレニアム開発目標とどのように関わっているのかについて、二点目は一点目に対して大和証券グループがどのように取り組んでいるのかということについて、大和証券グループの CSR 活動と SRI 商品について紹介させていただく。

2015 年を達成期限としてミレニアム開発目標が立てられているが、各国は開発援助(ODA)というかたちで支援を行っている。現在このミレニアム開発目標の達成のためには毎年追加で約 4 兆円から 6 兆円の資金が必要であると指摘されており、特に貧困削減のためには約 3 兆 9 千億円から 5 兆 4 千億円の資金が ODA の資金に追加する形で必要であるということが、世界銀行から報告されている。それに対して、日本の ODA 額はこの 10 年で約 3 割減少しているのが現状である。それゆえ、公的資金だけでは MDGs 達成が困難であるという点から民間資金の役割が期待されている。

2008 年に起こった金融危機は、金融の役割を再確認するきっかけになったのではないと思う。肥大化する世界の金融資産ということで、2008 年末残高で見ると 178 兆ドルという金融資産が地球上に存在している。日本円にして 1 京 7 千 800 兆円という想像がつかない額であるが、世界の GDP が 58 兆

ドルなので、世界中の国内総生産の3年分と少しという計算になる。日本人の個人金融資産は1500兆円と言われている。国内のGDPは500兆円弱なので、やはり日本人もGDPの約3年分の金融資産を持っていると言える。その金融資産のうち約半分の800兆円が銀行に預金されており、仕事をしていないと言える。その資金に仕事をしてもらうためには投資が必要になってくる。どのような投資が必要かという、社会的責任投資という考え方がある。

社会的責任投資とは、社会性に配慮した資金の流れをつくる投融資行動で、一般的には企業への株式投資の際に、財務的分析に加えて、環境や社会性、ガバナンス(ESG)に対する企業の対応つまりCSRを評価して投資すること、又は責任ある株主として行動することと定義できる。近年、インパクト・インベストメントという考え方が徐々に浸透している。これは経済的リターンと同時に社会的リターンも追及し、様々な社会的課題解決により直接的に寄与していこうという考え方である。SRIの形態としてスクリーニングやエンゲージメントなどがあるが、これらも社会的責任投資の一つの形態になる。

SRIの歴史的変遷について述べると、社会的なリターン・宗教的・倫理的な観点から1920年代にアメリカのキリスト教関係の団体がアルコールやタバコ・ギャンブルを扱っている企業に対しては投資しないという行動がスクリーニングという形態で行われていた。1960年代からは人権や労働などを無視したビジネスを行っている企業に対しては株主の立場から発言していく、関わっていくという考え方がエンゲージメントとして普及していった。これは株主として責任ある行動を取ることである。1990年代後半から2000年代に入ってからインテグレーションという考え方も出てきた。これはESGを包括的に評価していこうという動きで、リサーチ機関が様々な企業にESGに関するアンケートを毎年実施し、どのような活動や体制を行っているのかということについて回答を得て、そのデータをもとに企業を評価していこうというものである。そして、一昨年頃から前述したインパクト・インベストメントが新しいSRIの形態として出てきている。

SRIの市場規模であるが、残念なことに日本は4400億円であるのに対し、欧州は約500兆円、米国は220兆円となっており、大きな差が出ている。日本ではまだまだSRIが普及していないのが現状である。その理由は、欧州は国家がESGを考慮した運用をすべきという緩やかな規制をかけていたり、また米国では市民のROHAS的な考え方や投資行動が盛んであったりするのに対し、日本ではまだそのような動きが鈍いということが考えられる。日本の課題は、法やガイドラインの整備が十分でないことと、社会貢献をミッションとする公益法人・宗教団体・労働組合のSRIに対する意識が低いことであろう。また、投資行動が社会的な影響力を持つという経済・金融教育の機会が少ないことや、SRI商品やサービスの開発・提供が遅れていることも挙げられる。

しかしながら、新しい潮流もある。昨年12月に連合より、「ワーカーズキャピタル責任投資ガイドライン」が公表された。連合としては自分たちの拠出した年金資金等に対し、これまではリターンの結果のみに集中してきたが、これからはガイドラインに沿ってESGに沿った運用が行われているか詳しく見ていくという動きである。今後労働者として運用機関に説明を求めて

いく動きが日本でも拡大し、SRIの規模も拡大していくことが期待される。

次に、大和証券グループのCSR活動とSRI商品についてお話をしたい。まず本業があり、他には社外推進活動・企業市民活動があるが本日は本業での活動をメインにお話する。現在大和証券グループとしてはお客様から約42兆円の資産をお預かりしている。また、金融商品の販売だけでなくいわゆるESGリサーチの提供も行っている。またSRIの普及推進ということで大和インターネットTVを展開している。例えば、開催したイベントやフォーラムを動画形式で閲覧することが可能である。また、昨年の「世界を変えるデザイン展」への協賛を通してSRI普及活動を推進している。SRI商品としては投資信託として、大和SRIファンドや大和エコファンド等を展開しているが、いまの時点では投資リターンはあまり良くない結果が出ている。また、大和証券ではマイクロファイナンスファンドを3月1日に新規設定する。これは日本初のマイクロファイナンスファンドであり、1,000円からでも購入可能である。このファンドの特徴は途上国のマイクロファイナンス機関に資金を直接融資することが可能という点である。また、為替リスクについては購入した投資家が負うことになっている。これは、例えば円でフィリピンのマイクロファイナンス機関に融資すると、その機関が為替リスクを負ってしまうことになるのを避けるためである。SRI商品の他の事例については、投資信託型以外には債券型のものも扱っている。例えば、ウォーターボンド・エコロジーボンド、マイクロファイナンスボンドといったものである。他にはアフリカの教育プロジェクトを対象を限定して投資を行う教育ボンドなどもある。これらは投資対象がMDGs達成に関わる分野である。

企業市民活動についてだが、(特活)アジアコミュニティセンター21に大和証券グループのインド・スマトラ沖地震による津波被災者支援のための復興基金10年で1億円の運営をお願いしている。また、途上国のラストマイルに必要なテクノロジーを届ける活動をしているコペルニクという団体へも助成をさせていただいている。助成プログラムの一部として2ヶ月に一度ソーシャル・ビジネスカレッジを開催している。最後に、大和証券がNGOと連携するにあたって、NGOに求めることは、実際の活動内容をしっかりと報告して頂くという面を特に重要視している。

・ **A SEED JAPAN エコ貯金プロジェクト理事 土谷 和之氏**

私たちA SEED JAPANは大和証券さんと密に連携しているというよりは、他の金融機関、例えば銀行や労働金庫などとも積極的に対話や連携を継続的に行っており、その中に大和証券さんも含まれているというイメージである。私自身の自己紹介を簡単にさせていただくと、普段は民間のシンクタンクにて研究員をしている。またその傍ら、アリスセンターという横浜のNPOの中間支援組織で理事を務めており、同時にARUNではディレクターとして活動している。A SEED JAPANには5年ほど前から理事として関わり、エコ貯金プロジェクトという、金融機関や金融商品を収益だけでなく社会性の視点から選択することを呼びかけるキャンペーンを担当している。簡単に言うと、さきほど大和証券さんからSRIファンドの認知度が国内ではまだまだ低いという話があったが、そのようなSRI商品や金融機関の社会的取り組みについ

でもっと広く知っていこうという呼びかけを行っている活動と認識していただければと思う。

A SEED JAPAN 自体は古い団体で、1991 年のリオ・サミットを契機に設立された青年団体である。若者が中心となって活動を行っている団体である。様々な活動の中の一つにエコ貯金というプロジェクトがある。エコ貯金という言葉は A SEED JAPAN が作り定義したものであるが、内容は先ほど申し上げたように、「市民の一人ひとりが社会性のある金融商品を選ぶ、銀行を選択する際はその銀行の社会・環境配慮の取り組みを考慮して選択する」という呼びかけを展開するプロジェクトである。またそれ以外の活動としては、金融機関に対する提言活動なども行っている。そのため、エコという名称には環境問題以外にも貧困問題の解決や福祉といったテーマも含んだ概念としてご理解いただきたい。

金融機関に対する提言活動について、A SEED JAPAN が訴えているのは銀行の本業として社会問題の解決や持続可能な発展などにお金を振り向けて、逆に環境負荷や社会的に悪影響を与えることに対してはお金を振り向けるべきではということだ。これを市民の立場・NGO の立場から推進していこうとしている。

2005 年頃からは、啓発活動として実際に金融機関を預け変えるという活動を可視化していこうというキャンペーンや、金融機関と対話する提言活動などを進めている。啓発活動のツールの一つが本日お配りしている「口座を変えれば世界が変わる」キャンペーン・ガイドブックである。これは様々な金融機関や NPO バンク・SRI 商品などを端的に紹介しており、これらの情報を基に自分自身での適切な選択を促進させる活動である。例えば、あるメガバンクが兵器産業に融資をしていることを知った場合、その銀行に持っていた資金を預け変えるという宣言をしてもらおうといった活動である。自分の口座を便利さや利息だけでなく、社会性の視点も加えて選択してもらおうという運動である。現在宣言額は合計 10 億円を超えており、1600 人を超える方々から賛同をいただいている。また宣言と共に金融機関に対するメッセージも貰っており、貧困解決や社会問題の解決に資するものにもっと資金を振り向けて欲しいといった声や、兵器産業や CO2 を大量に出す火力発電所には融資をして欲しくないという意見も市民から挙がっている。

このような市民の意見を踏まえ、A SEED JAPAN では提言活動も実施している。まず、「SRI ファンドは本当にエコなのか」という提言を 5 年前に出している。当時はまだマイクロファイナンスボンドなどは存在していなかったので、SRI ファンドといっても、環境に良いことをしている企業に投資するというものが日本では大半であった。しかしながら、それだけでは優良企業のファンドを購入しているのとかかわらないので、各ファンドのスクリーニング基準をもっと明確にし、ネガティブスクリーニングの方針も導入すべきだという提言を行った。そして、海外での先進的な事例についても紹介しており、社会的事業に積極的に投資をしていたり、兵器産業や遺伝子組み換え事業には融資をしないといった厳格な融資基準を持っている銀行などを紹介したりするフォーラムを開催している。

このような提言活動を通して、金融機関と市民の対話の場といったものも形

成している。例えば、ソーシャルファイナンスの重要性の提言に繋がるようなフォーラム（エコ貯金フォーラム）を2004年から開催している。また、2008年には非公開ではあるが、「クラスター爆弾と金融」というテーマで専門家を交えた円卓会議なども開催している。さらに、国際的に禁止された非人道兵器（クラスター爆弾）の製造企業へ融資していた日本のメガバンクなどに公開質問状を送付し、提言活動を実施している。そして2010年にクラスター爆弾禁止条約に我が国が署名したことに合わせて、日本のメガバンクもクラスター爆弾製造を目的とした事業への融資見合わせを内規で設定している。A SEED JAPANが市民の声として、兵器産業に融資をして欲しくないという宣言を金融機関に伝えたことも効果の一つであったのではないかと考える。最後に、エコ貯金プロジェクトは10人前後の少数のボランティアで運営している活動であるが、A SEED JAPANが金融機関の方と対話をしながら金融の行動を変えていくことで大きなレバレッジがあると思っている。そういったものが市民や私たちが解決を求める社会的課題を金融機関の方々と連携して共に解決していく道筋となるのではないかと感じている。金融機関の方々との豊富な連携をとることによって大きなインパクトを出していけることがエコ貯金プロジェクトの意義にも合致するものであると思う。

V. パネルディスカッション+Q & A

田村氏)企業からNGOに求める期待が10~20年の間で変わってきたのではないかと、またNGOから企業に求めることも変わったのではないかと考えている。これまでのトレンドを踏まえて、マルチステークホルダー社会に向けてどんな取り組みが求められるのだろうか。パネルの皆さんには、お互いの事例を踏まえて新しい取り組みについて何かあれば伺いたい。

田中氏) NGOから企業への期待についてだが、自分はまだ11ヶ月の経験しかないなので、あまり情報を持ちえていない。ただ、常々考えているのは、企業がNGOに期待することが変わっていることは感じているし、40年間企業にいたものとして、外から見たときに、企業のCSRのあり方も今後変わっていくのではないかと感じている。企業に対しては企業の社会的な責任、ガバナンスの問題、環境への取り組みに対しNGOの活動をもっともっと活用していただきたい。企業が自前でやるというのは無理があるだろう。NGOの中にはそれを担える専門性や遂行力が備わっている。どこかに木を植えることも重要ではあるが、それだけではないことを理解していただきたい。企業の本業やビジネスモデルを十分に踏まえたうえでのCSRを追求していただければ、それなりの事例ができるのではと思っている。

田村氏) 企業とNGOの決定的な違いは何だと考えておられるか。

田中氏) 違いは感じていない。プラネットファイナンスジャパンという組織はNGOとして活動してはいるが、中身はプロフェッショナルなコンサルタントの集合体で、相当な責任感を持って仕事を進めている。違和感はない。

田村氏) 実際に働いてみるとそれほど違いはないということですね。小野さんはいかがですか？

小野氏) ARUNは設立して1年。コンサルタント、金融系の方など内部の資源を活用して自前でやってきた面があるが、今後は事業の形で様々なアクターとの連携を考えていきたい。

田村氏) 合同会社にされた理由は？

小野氏) ARUN は会社。ビジネススペースでないと回っていかないという強い思いがある。利益は会社に還元するものというよりも、サステナブルに回していくためのもの。一般的な企業とは違う新しいモデルを模索している。

田村氏) 現地でのカウンターパートが「社会起業家」と発表されていた。NGO ではなく起業家ということだが、非営利と営利という線の引き方ではないのがひとつ大きな特徴に感じる。

小野氏) CEDAC はもともとはカンボジア発の NGO。内戦でバラバラになってしまった農村で、ビジネスとして生産を行うことを通じて、コミュニティの組織化がまた進んだという。過去に起きた出来事は変えられないが、ビジネスが入ることで新しい流れがはじまる。変化を目に感じると、自然といろいろなことが変わっていく。その正の循環の実現には先見の明を持ち人を育てることに長けた人材の存在が大きい。そうしたところに投資を行うことでより大きなインパクトが見込めるのではないかと考えている。

岩井氏) CSR の部署にきて 2 年。今までの NGO との関わりは、たとえば企業の上げた利益の 1% を社会に還元していこうというフィランソロピ的なものであった。これからもフィランソロピ的な活動が重要であると思っているが、それだけでなく NGO と企業が同じ方向を向いて、未来を向いて、活動をしていく。Win-Win の関係を構築することがこれからの形だと思う。PFJ とは関係を深めていきたい。というのも、優秀なスタッフがおり、マイクロファイナンスに関して、高度な専門知識がある。彼らからの情報はものすごく有益。国連、世銀、アジア開発銀行がやっているマイクロファイナンスの通信講座も紹介していただいた。また、昨年アフリカで医療支援活動等を展開するロシナンテスの川原さんを招いて「大和アフリカフォーラム」を開催した際、川原さんを紹介していただいたのも PFJ の広瀬さんからであった。我々はマイクロファイナンスをビジネスとしてやっている。ある程度収益を上げなければサステナブルではない。途上国の貧困層が金融サービスを使えるようになれば経済的自立に役立つ。寄付はお金が湯水のようにあれば継続できるが、サステナブルに回し続けるためにはビジネスでしかありえないと考えている。大和証券グループが途上国の現地に行くことは難しいので NGO とも連携してマイクロファイナンスの発展に貢献していきたい。お互いにメリットが得られるような関係を構築していくことが、これからの連携のあり方と考えている。

田村氏) では土谷さん。両方の立場を良くご存知かと思えます。

土谷氏) NGO と企業の関係では、これまで行われてきた協働も重要であると考えている。A SEED JAPAN も様々な企業と連携してきた。エコ貯金プロジェクトでは対話という形をとってきていた。対話、対立、協働。これらは NGO と企業は全く別物であることが想定されて行なわれていた。これからは融合、インテグレーション、垣根を越えた交流が重要になってくるだろう。エコ貯金プロジェクトも金融に関わってきた人たちが活動できる場である。NGO の知識がない方でもビジネススキルを使って貧困を解決するという活動している方が数多くいる。ARUN は合同会社の社員という位置づけであくまでもビジネスを主体として活動することに大きなレバレッジがあると思っている、社員として働いていただいている人がいるということこそが融合を感じさせる。

田村氏) マルチステークホルダー社会、BOP ビジネス、コーズリレーテッドマーケ

ティング、マイクロファイナンス・・・すべてがフレームの話。市民からは遠ざかっているように感じている。以前は「貧困」とか「水の問題」など、 이슈がはっきりしていて、そこに対して市民の方々が寄付をするというアプローチであり、今でも里親制度などに資金が集まりやすい。しかしフレームワークの話になると市民とは距離が開いてしまうのではないのだろうか。ロジックは美しいが、ぼやっとして市民にはわかりにくいのではないかと気になっている。どうすれば市民の中に持ち込めるか。

田中氏) 企業と NGO の経験が変わらないと申したが、実際は違うことの方が多い。プラネットファイナンスジャパンでは自前で事務所もなく、机を2つ借りているだけ。有給スタッフは1人のみ。財政状況は極めて貧弱。その中で努力しながら例えば JICA から預かっているプロジェクトを実施している。組織運営上のバックアップはボランティアの方に力を借りている。我々の活動を推進する上でマイクロファイナンスの仕組みを日本社会に対してしっかりと説明して賛同していただくためには、公的な制度や政策、そして民間企業の支援と市民のサポートを得る努力も不足していると言える。日本社会は困っているという方を支援することには慣れているが、実際は、この問題を解決するために何をしなければならないかという普及啓発が一番重要であると考えている。昨年実施した学生向け勉強会のプログラムは反響が良かった。こういうことを複層的に積み上げていくことで、問題を解決していきたい。

田村氏) 最近の学生の興味関心や、アプローチの仕方が変わってきた。10年前であれば「フィリピンの子どもたちをなんとかしたい」というものであったが、今は「社会起業家になりたい」「NGO を立ち上げたい」と形が先になってきている。国際協力のトレンドが変わってきた。これまでもケースワークの話とフレームワークの話を行ったり来たりすることで、徐々にいい方向には向かっていくと思うが、何か課題は感じられるか。

小野氏) 枠組みがあるからできることがたくさんある。最初は遠いレベルかもしれないが、やがて広まりそれが全体的な動きになる。ARUN では、昨年12月に JICA から BOP ビジネス協力準備調査案件の採択をいただいた。背景の動きが変わってきたからこそ、機会が生まれた。本調査でも、ARUN だけではできないことがたくさんあり、大学の教諭や企業の方にもご協力をお願いしている。BOP や CSR という用語は今日では随分と一般化したがるが、実際には理解や温度差があるように感じる。共同で実践を重ねることを通じて、NGO、企業、ARUN と多様なアクターの意識が互いに変わっていき、共有され、新しいものができていくのではないかと考えている。

田村氏) SRI についてはやはり「売れる」ということがキーワードになるかと思うが。

岩井氏) 営業は毎日毎日様々な金融商品の販売を行っている。一体何のために仕事しているのか自問自答は当然ながら起こる。子育て支援債など、債券を販売して投資家から集めたお金が発行体を通じて目に見える形で使われ、その成果が帰ってくることにやりがいを感じる。SRI はお客さんのためだけでなく営業員のためもある。これからは SRI 商品を開発していきたい。今までは海外の課題に対してのものを開発してきたが、これからは日本国内の問題にも目を向けていきたい。リターンが返ってくる仕組みで商品を開発していかなければならないので知恵を絞る必要が

ある。NGOの方からの提案はありがたい。ご提案いただいたことがすべて商品に反映されるわけではないが、対話は継続していきたい。

田村氏) A SEED JAPAN は市民の参加が大切だと活動していると思うが、マルチステークホルダープロセスを考える上でどのあたりがポイントとなるか。

土谷氏) 社会投資やSRIに関しての認識の調査を実施したことがあるが、認知度はまだまだ低い。いろいろな勉強会を開催すると多くの方に来ていただけているが、残念ながら今はまだ「勉強したい」という方が多い。将来につなげたいという志は素晴らしいが、そこから行動になるには何段階かあるだろう。興味があるけどお金を出すまでには行かない方は、20代、30代に多い。逆に50代以上は関心は低いがお金を持っている。いずれにしても入門的な商品が必要だと考えている。一口1,000円からという入門の商品がある大和証券は素晴らしいと思う。一方でARUNのような少しハードルの高い50万円程度の出資などいろいろな幅を持たせる必要があるだろう。日本では元本保証を大切にしているから、投資へのハードルもあるだろう。そこに対してグラデーションを作っていく際に、NGOと企業が連携していくことに醍醐味があるだろう。入門的なものとしてエコ貯金プロジェクトを通じて動きが加速していけばと思う。

田村氏) ここからは会場からの質問を受けたい。

質問) 自分はNGOで勤務しており、インドの農村部で女性グループを対象としたマイクロファイナンスを実施している。今日皆さん方の話を聞いて、悶々としていることがある。ここ10年くらい、NGOのいろいろなあり方が出てきていると思う。NGOのアイデンティティが不明確になってきていると感じている。貧困削減、自立に向けて企業と協働していくことになると思うが、ずっとそこに居続けるのか、いつまでそこで活動するのか、撤退するのか、というのを見極めるのもNGOには大切なところ。ただだらと続けていることは良くないという批判もいただく。方針は何か決めているのか。

質問) 先日ワタミ株式会社の社長の話を聞く機会があった。カンボジアで140ほどの学校を作っているという話を聞いて感動した。昔、大和証券にお世話になっていたことがあり、SRIにも興味がある。Facebookでインドネシアのビジネスパートナーを見つけた。アジアに出て行くテーマとして、サービスが売れた部分の3%をSRI投資に向けるというのもおもしろいと感じた。商品という物売るのではなく、サービスとセットにするのが今の流れかと思うが、製品が売れた場合に、寄付にまわすなどの連携がいいのではないかと考えているが、みなさんのご意見を伺いたい。

田中) 基本的にはプロジェクトを実施し、それが定着したときには次のプロジェクトに移るというサイクルで活動している。時代の要請、地域の要請などにもよって、ターゲットや支援プロジェクトの中身は移り変わるので完全撤退までには時間がかかる。この1年だけでもだいぶ変わっている。最後に、日本人でマイクロファイナンスの本を書かれる方はたくさんいるが、支援することができる、実際に現地で活動ができる人がほとんどいないのが現状。行動に移せる人材を育成していきたい。

小野) 意味のある形で何かを続けることは本当に難しいこと。変化に対応していくことが大切だろう。ARUNには、いろいろなバックグラウンドの方が個人として参加している。そういった人材、とりわけ若手の方が生まれていきやすい社会になればと思っている。

岩井) NGO については外からしかわからないが、現地の方々を自立させることがゴールだと思う。自立できなかった場合は、やり方が間違っていたか、外的要因もあるかと思うが、ある程度目標が達成した時点で役割が終わると思う。途上国の自立はなかなか達成できないという部分もある。40 年以上かかるケースも大いにある。コース・リレイテッド・マーケティングのアイデアも、議論して、サステナブルなのであるか、検討したい。

土谷) NGO のアイデンティティについて、NGO 自身が強い思いと社会的イシューに対するこだわりを、こういう時代だからこそ持ち続けなければいけないと思っている。そうしなければ存在意義が問われてしまう。自分たちで信じられるバリューを持つことが大事。それがあからこそ企業が連携したいと思うもの。NGO の役割は未来もそれほど変わらないのではないかと考えている。

田村) ありがとうございます。

VII. 閉会挨拶 JANIC 事務局長 山口氏

本日は、最後までご参加いただきありがとうございました。

今、世界のマスコミの中では北アフリカの激動が報道されている。理由としては、格差迫害、失業率増加、環境悪化などが挙げられる。それは北アフリカだけではなく、開発途上国全体でおこっている。NGO はこうした課題に取り組んできたが、もはや伝統的に NGO が取り組んでいることだけでは解決できなくなっている。企業と連携することで、資金や技術、発信力を生かしたことが出来ればインパクトはより大きくなる。企業と NGO とが協力することにより、成しえないことができるはずだと確信している。

JANIC では CSR 推進 NGO ネットワークの活動を通して、どう企業と連携していけるかを議論してきた。今後は具体的にどのようなプロジェクトで行っていかけるかに発展していかけるのではないか。今日のプログラムで、企業、NGO とともに説明責任が重要であること、また、マルチステークホルダーとして市民を巻き込んだ活動が必要だということを強く感じた。今後 JANIC としてもさらに積極的に取り組んでいきたいと考えている。

6. まとめ

1) 成果

本研究会は、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、NGO27 団体、企業 17 社、アドバイザー2 名が加盟するネットワーク「CSR 推進 NGO ネットワーク」を母体として、下記 5 つの領域を主軸に活動を進めた。

- ・ 貧困削減に資する「BOP ビジネス」の推進
- ・ 連携のためのアカウンタビリティ研究 —ISO26000 を中心に—
- ・ 環境問題と貧困問題のつながりに関するメッセージの発信
- ・ 地方の企業と NGO・NPO の連携促進
- ・ 「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（以下連携ガイドライン）」の普及

ここでは各テーマにおける成果についてまとめてみたい。

まず、『貧困削減に資する「BOP ビジネス」の推進』であるが、CSR 推進 NGO ネットワークとして、本来「BOP ビジネス」という言葉の中に含有されるべき概念や留意事項などを含む「BOP ビジネス」を補足する名称として、「BOP 層のための社会的責任ビジネス」を策定し、併せて「BOP ビジネス」の対象や期待される効果、推進する上で必要な視点・留意点などを議論を重ねた上で定義できたこと、またそれを「連携ガイドライン」ver.2(改訂版)に収録したことは大きな成果であった。今後は、企業と NGO の連合体である CSR 推進 NGO ネットワークが「BOP ビジネス」をどう捉えていくのかを分かり易く伝える手段の一つとして、「BOP 層のための社会的責任ビジネス」の名称と定義を一体のものとして様々な場面で発信していき、「BOP ビジネス」の本質が多くの人に理解され、その結果として、真に貧困削減に資する「BOP ビジネス」が展開されることを期待したい。

次に、「連携のためのアカウンタビリティ研究 –ISO26000 を中心に–」については、「SR を意識した企業と NGO の連携とは」と題した定例会を開催し、ISO26000 の基本事項を学ぶとともに CSR 推進 NGO ネットワークとしてどのように活用していきけるかをメンバー間で議論した。その結果、ISO26000 が各組織内での SR 点検ツールとしてだけでなく、社会を良くしていくためのマルチステークホルダーのコミュニケーションツールでもあり、全てのステークホルダー共通のバイブルとして有効であることを理解することができた。これを踏まえて、今後は NGO と企業の連携においての実践的な活用に目を向けていきたい。

「環境問題と貧困問題のつながりに関するメッセージの発信」については、環境問題と途上国の貧困問題は連動して起きており、環境と貧困のつながりを考えることは企業活動、NGO 活動、そしてなにより企業と NGO の連携においても欠かせないことを特に下記 3 点に焦点をあてて伝えるメッセージを作成し、前述の連携ガイドライン ver.2 に収録できた。

- ・ 企業活動が環境へ及ぼすインパクトと NGO の役割。
- ・ これからの環境への取り組みの在り方と評価軸～植林活動の事例から～
- ・ 長期視点の見守りの重要性

「地方の企業と NGO・NPO の連携促進」としては、(財)北海道国際交流センターおよび(特活)名古屋 NGO センターの協力を得て、北海道と中部地域において連携調査活動とシンポジウムを実施することができた。

連携調査活動では北海道地域において 5 事例、中部地方において 9 事例について、それぞれ NGO・企業両者へのヒアリングを行った。この調査からは改めて地域の企業による地域の NGO 支援を進める必要性を認識するとともに、既に行われている連携からはその特徴と強みを把握することができた。それは「人のつながり」が「顔の見える CSR 連携」を実現している点で、地方に多い中小 NGO・企業の CSR 連携では、互いの顔が見え易くコミュニケーションが取りやすいことも大事なポイントであり、その基には連携相手との強い人のつながりがあることがわかった。具体的なポイントとしては、中小企業では CSR の専門部署はなく全社員による取り組み／資金提供だけでなく人が現地に足を運ぶ／中小 NGO・企業との連携のきめ細かさ／企業は売り上げ増よりブランドイメージの向上に期待・満足／地域産業の分野での連携、ということが地方での NGO と企業の連携の強みであるといえる。札幌、名古屋で行ったシンポジウムでは、参加者にこれら事例を共有するだけでなく、実際に出会いの場を作ることが出来、連携促進への

大きな一歩となったのではないか。(特活)名古屋 NGO センターからは、各地域の NGO/企業との地域の特性を生かした連携による地域づくりの大切さ、首都圏の大手 NGO/企業の CSR 連携と違った連携の意義の共有ができたという感想があげられている。

上記の連携事例調査とシンポジウムの開催を実施したことで、今後上記の2組織が何らかの形で当該地域における NGO と企業の連携促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。

関東地域における事例調査は「金融」、「BOP ビジネス」、「中間支援組織」の3つの領域に焦点を絞り7つの事例についてヒアリングを行い、特に「社会的責任投資(SRI)」の浸透に向けた NGO の役割を掘り下げることができたこと、BOP 層のための社会的責任ビジネスについては NGO と企業の連携だけでなく、現地政府や現地の社会企業家、BOP ビジネスを促進するための経産省や JICA といった国の機関、消費者や NGO の支援者などマルチ・ステークホルダーで取り組む活動にも焦点を当てることができた。東京で開催したシンポジウムは、本研究会の集大成として、活動の中で得た知見や情報を参加者へ共有し、地球規模の課題解決に向けた NGO と企業の連携の意義を伝えるとともに、そういった連携の第一歩として NGO と企業の出会いと対話の場をつくることが出来た点が成果であった。

また、上記の3つのシンポジウムにおいて「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(以下連携ガイドライン)」の紹介・プレゼンテーションの機会を得ることができ、連携ガイドラインの普及に努めることができた。

3) 課題と展望

このように、多くの成果を生むことができた本研究会の活動だが、同時に今後の展開へ向けた課題も多く浮き彫りになった。

本年度の活動のアウトプットを盛り込んだ「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 Ver.2」だが、これからはより一層の普及と活用が求められる。具体的な策としては、昨今ニーズの増えている「連携についてのコンサルテーション」を JANIC もしくは本ネットワークで行っていく際に活用するとともに、1% (ワンパーセント) クラブ、グローバル・コンパクト・ジャパン・ネットワークなどの企業側のネットワーク体と連携を積極的に行っていくことで、本ガイドラインの周知と活用促進を更に進めていければと考えている。

また、上記のガイドラインを周知するだけでなく、実際に連携事例を増やしていくための活動も必要になってくるだろう。これについては NGO と企業が出会う場づくりや、連携につながるプレゼンテーションを相互にし合う場の設定が有効だと考える。

また、「BOP ビジネス」については、本研究会で「BOP 層に向けた社会的責任ビジネス」という名称と定義をつくることができたが、これからは貧困削減に資する実際の事例を数多く生み出すことへの貢献が求められるものと思われる。より多くの成功・失敗事例を参考にしたいという声も多くあがっている。

環境と貧困についても、そのつながりを視点に入れた連携を推進していくとともに、「NGO と企業のギャップ」については引き続きそれを埋めるための工夫や議論、企業だけでなく消費者も対象とした提言・キャンペーン活動が必要であろう。

また、北海道と中部地域において開催した調査活動とシンポジウムについては、「地域の NGO/NPO と企業の連携促進」を意識し、それぞれの地域ネットワーク NGO である(財)北海道国際交流センターおよび(特活)名古屋 NGO センターの協力を得て開催

したわけだが、今後こうした団体がその地域での連携プラットフォーム的役割を担っていく際のサポートや、さらに他の地域での取り組みも進めていきたい。具体的には地域の NGO が CSR 推進 NGO ネットワークのメンバーとして参加したり、そこでのノウハウや地域開催のシンポジウムの経験をベースに、その地域ならではの「CSR 推進 NGO ネットワーク地域版」を立ち上げてもらい、CSR 推進 NGO ネットワークがそのサポートをしていくなどが考えられる。

4) CSR 推進 NGO ネットワーク 4 年目 (2011 年度) 以降の活動に向けて

2008 年から活動を開始した CSR 推進 NGO ネットワークの 2010 年までの 3 カ年の活動成果を振り返ると、まずはネットワークを立ち上げ、年間を通じた活動を続けたことで NGO と企業との関係構築のスタートを切れたことが挙げられる。2008 年度は NGO メンバーのみの構成だったが、2009 年度に新たに企業メンバーも集められた点で、一方的な NGO の思いだけでなく両者の思いを交換できたこと、またアウトプットとして企業と NGO の連携基準ガイドラインの作成と更新を行い、「企業に対してのミレニアム開発目標 (MDGs) 理解促進に向けた提案書」を発行できたこと、山形、福岡、大阪、北海道、名古屋の計 5 つの地域で、各地域のネットワーク NGO の協力を得ながら CSR シンポジウムの開催ができたことも大きな成果であったと考えている。

2011 年度からの新たな 3 カ年計画は、本ネットワークの活動目的である「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」をより一層意識し、第 1 期 3 カ年計画の期間 (2008 年~2010 年) に積み重ねてきた成果と、前項で述べた本研究会活動で浮かび上がってきた課題と展望をもって、「連携事例を増やすこと」および「連携事例の質を高めること」の 2 つを目標にして活動を行なっていきたい。そのための重点分野活動としては、下記の 6 点を考えている。

- ・ 連携事例の共有
- ・ 連携促進のためのコンサルテーション
- ・ 地方の NGO や中小企業・地方企業の巻き込み
- ・ 効果的なアドボカシー活動(対企業、企業ネットワーク、消費者等)
- ・ 学習機会の提供
- ・ 本ネットワークのブランディング活動

JANIC としては、今後も CSR 推進 NGO 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、アドバイザー、(財)北海道国際交流センター、(特活)名古屋 NGO センターの皆様をはじめ、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、各定例会・シンポジウムのファシリテーターや登壇者・講師陣、更には 1 年間を通じて本研究会に多大なるコミットメントをいただいたコアメンバーとアドバイザーの皆様、その他多数の同研究会の活動を支援して下さいました皆様全員に対して、心より感謝を申し上げます。

以上