

添付資料 2. 連携事例ヒアリング調査記録

目次

I. 北海道地域	5
1. 不要になった車いすの運送と保管を企業が担当し、旅行者の手でアジア諸国の障害者に届けているユニークな取組み	5
(特活)「飛んでけ!車いす」の会	5
札幌通運 株式会社	6
2. 企業の土壌改良と農事組合法人が手を組んで「世界一のチーズ“さくら”」を生み出した連携	8
株式会社 ラボジェネター	8
農業組合法人 共働学舎新得農場	10
3. 環境や食の安全の視点から環境 NGO が、食品企業との連携によって CSR を実現した事例	12
(特活) 当別エコロジカルコミュニティ	12
株式会社 アレフ	14
4. 地元志向、地産地消を展開する地域密着の外食産業が、NGO 側からの働きかけにより、地域環境運動を実践した CSR 事例	16
(特活) ソーシャルエージェンシー協議会	16
有限会社 ラッキーピエログループ	18
5. 様々なセクターを巻き込みユニークなアイデアが、動物園と企業との連携によって生まれた商品「GEL-COO ま」	20
札幌市円山動物園	20
株式会社 GEL-Design	21
II. 中部地域	23
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」	23

（財）アジア保健研修所（AHI）	23
株式会社 中京医薬品	26
2. 「災害救援 NPO の“災害に強いまちづくり”と、地域防災に取り組む地元建設会社の協働」	28
（特活）レスキューストックヤード（RSY）	28
株式会社 山田組	31
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、スーパーの『マイカード』ポイント制度で植林支援活動」	34
（特活）ソムニード（SOMNEED）	34
株式会社 駿河屋魚一	36
4. 「持続可能な熱帯林再生の植林とメンテナンスの人材育成に、『トヨタ車体グループの森』づくりで社員がボランティアツアーに参加」	39
公益財団法人 オイスカ	39
トヨタ車体 株式会社	42
5. 「途上国の貧しい人々の自立支援活動に賛同して、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」	45
（特活）ホープ・インターナショナル開発機構	45
ヒルトン名古屋	48
6. 「ベトナムでのマングローブの再植林を、『中電グループ ECO ポイント活動』が支援、社員がスタディツアーで協働、異文化学ぶ」	50
南遊の会	50
中部電力 株式会社	52
7. 「 フィリピン・マングローブ植樹とメンテナンスに、アストモスグループ『お客様アンケート』返信 1 枚で、1 本のマングローブ苗木植樹」	55
（特活）イカオ・アコ	55
アストモスエネルギー 株式会社	58

8. 「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」	61
(財) 日本国際飢餓対策機構 (JIFH)	61
株式会社 パン・アキモト	64
9. 「チェルノブイリ原発事故被災者への支援物資輸送で、名港海運が協力、社員とボランティアが協働」	66
(特活) チェルノブイリ救援・中部	66
名港海運 株式会社	68
Ⅲ. 関東地域	70
1. フィリピンの子供たちを応援する「心のそしな」プロジェクト	70
近畿労働金庫	70
(特活) アクセス-共生社会をめざす地球市民の会	72
2-1. 『金融 CSR への提言』	75
A SEED JAPAN	75
2-2. 『CSR 活動における社会的責任投資 (SRI) 及びインパクト・インベストメント関連商品の開発・販売について』	78
大和証券グループ本社	78
3. 『日本の投資者と現地の社会企業家をつなぐ』	82
ARUN, LCC	82
4. 『タイ東北部の農業従事者を対象とした天候インデックス保険、インドの農村・貧困層向けのマイクロインシュアランス事業』	86
株式会社 損害保険ジャパン	86
5. 『マイクロファイナンス貧困削減投資ファンド』	92
ミュージックセキュリティーズ 株式会社	92
6. 『無電化村解消プロジェクトおよび BOP ビジネス F/S 調査での連携事例』	95

豊田通商 株式会社.....	95
（特活）プラネットファイナンスジャパン.....	99
7. 『SAYLOVE キャンペーン』.....	103
（特活）チャリティ・プラットフォーム.....	103

I. 北海道地域

1. 不要になった車いすの運送と保管を企業が担当し、旅行者の手でアジア諸国の障害者に届けているユニークな取り組み

(特活)「飛んでけ!車いす」の会

作成日：2011年3月7日 財団法人 北海道国際交流センター (HIF)

日時：2010年9月10日13時～15時

場所：NPO法人「飛んでけ!車いす」の会事務所

回答者：クイン明美(事務局長)

インタビュアー：池田誠(財団法人 北海道国際交流センター)

連携概要

ユニークなアイデアを無理のない形で実現させた「車いすの集配・はこび愛ネット」。運送会社の特色を生かして、不要になった車いすの運送と保管を企業が担当し、旅行者の手でアジア諸国の障害者に届けている事業。

■ 事業内容

海外の障がい者・児の自立を目的として、日本で使われなくなった車いすを集め、修理し、海外旅行へ行く旅行者に託し、発展途上国の障がい者・児へと送る。また、車いすを送ることを通じて、国内の人たちへの福祉・ボランティアについての啓蒙活動を行う。

現在、世界の発展途上国では、戦争や栄養失調、医療設備の不備などにより、障がいを持った人々が大勢いる。そうした国々では、福祉はおろか、日々の生活を続けていくことも困難な場合もある。他方、日本では、車いすや医療器具などが、余りリサイクルされていない。私たちは、日本で使われなくなった車いすを集め、発展途上国の病院や福祉団体に送り、障がいを持つ人たちの力になること。そして車いすを通じて、人と人との交流を築き、世界中で起こっている様々な状況や福祉の現状を理解し、そしてその解決に向け行動することを呼びかける啓蒙活動を行っている。

■ 協力のきっかけ

1998年、「飛んでけ!車いす」の会設立に際し、倉庫の保管で協力してほしいという吉田事務局長の依頼を、当時の労働組合書記長・佐藤和男さんは快く引き受けてくれた。当初は、組合員だけの活動だったが、当時の富山憲一社長の良識の元、企業全体の事業として積極的にかかわることとなり、現在に至っている。

特別なボランティア活動としてではなく、通常の業務の中に組み込むことで、気負いなく、息の長い協力をしていただいている。

「飛んでけ」と札幌の協働事業は、2002年6月、第一回パートナーシップ大賞「大賞」に選ばれた。

以上

札幌通運 株式会社

作成日：2011年3月7日 財団法人 北海道国際交流センター（HIF）

日時：2010年9月10日15時30分～17時

場所：札幌通運株式会社事務所

回答者：木村 輝美（代表取締役社長）

インタビュアー：池田誠（財団法人 北海道国際交流センター）

連携概要

ユニークなアイデアを無理のない形で実現させた「車いすの集配・はこび愛ネット」。
運送会社の特色を生かして、不要になった車いすの運送と保管を企業が担当し、旅行者の手でアジア諸国の障害者に届けている事業。

■ 基本理念

- (1)札幌通運株式会社は、運送事業の公的使命を果たし、社会に貢献し信頼される企業として、社会経済の発展のために環境負荷低減活動に取り組む。
- (2)一致協力して環境負荷低減活動に取り組むことにより、運送事業の育成強化・社会的地位の向上を目指し、社員がやりがいを持てる魅力ある企業風土をつくる。
- (3)環境負荷低減活動を通じて社員の人格陶冶に努め、力強く成長する企業として、顧客の信頼に応える。

■ 基本方針

- (1)当社の活動が環境に与える影響を確実に把握し、当社にふさわしい環境管理活動を実施する。
安全運転を通じて省資源を推進する
廃棄物の適正管理を通じて、環境保全を推進する
ムダの見直し・効率化を通じて省エネルギーを推進する
資源リサイクル活動を通じて、省資源を推進する
職場環境の整備を通じて業務の効率化を推進する
- (2)環境目的及び目標を設定し、妥当性を毎年見直すとともに環境マネジメントシステムを継続的に改善し汚染の予防に努める。
- (3)環境に関する法令、協定その他の要求事項を遵守する。
- (4)全社員が環境管理活動方針を理解し、本方針に則した活動が行えるよう環境教育を促進する。
- (5)この環境方針はホームページ等で広く一般に公表する。

■ 連携のきっかけ

事務局からの働きかけによって、組合から始まった。そこから、連携がはじまり、オフィスも札幌通運さんのビルの2階を格安で借りることになった。お金からの連携ではなく、

組合員自らが車いすに関わるなど、参加することによって CSR は推進された。

■ 「パートナーシップ大賞」とは

「NPO と企業のパートナーシップ推進」をミッションとして掲げる PSC は、社会が大きな変革を迫られている中、NPO と企業のパートナーシップを確立、活性化することにより新しい市民社会・新しい公共の実現に寄与することをめざし、2002 年に「パートナーシップ大賞」を創設した。

NPO と企業の優れたパートナーシップ事例を選出し表彰することにより、営利と非営利という本来相容れないと考えられていた NPO と企業の協働が可能であることを示し、その具体例によって「協働」の意味や価値、重要性を社会にアピールし、両者の協働を推進することを目的としている。

NPO と企業の協働によって実施された事業を全国から募り、社会に多様なインパクトを与えた特色ある事業を顕彰している。創設以来、その存在意義はますます重要なものとなっていると考え、CSR（企業の社会的責任）の高まり、市民活動の多様化などとも相まって、回を重ねるごとに質の高い協働事業と出合っている。

以上

2. 企業の土壌改良と農事組合法人が手を組んで「世界一のチーズ“さくら”」を生み出した連携

株式会社 ラボジェネター

作成日：2011年3月7日 財団法人 北海道国際交流センター（HIF）

日時：2010年10月13日14時～16時

場所：株式会社ラボジェネター事務所

回答者：植田秋良（営業）

インタビュアー：池田誠（財団法人 北海道国際交流センター）

連携概要

北海道の基幹産業でもある農業について企業がイコールパートナーシップを組みながら、地域の農業全体を盛り上げてゆく取組み。実際に、その試みから世界一のチーズ製造につながった事例として連携の成果がはかれる。

■ 事業目的

1. 飼料の製造及び販売
2. 肥料の製造及び販売
3. 食品の製造及び販売
4. 微生物及び植物の研究、開発ならびに販売
5. 環境保全に関する資材の製造及び販売
6. 環境保全に関するコンサルティング
7. 上記各号に付帯する一切の業務

■ 事業内容

正しくVFAが作られない場合、エネルギー源が減少するだけでなく、第一胃内で乳酸という強い酸が貯まってしまし、ルーメンアシドーシスという病気になってしまうことも多い。また、アンモニアは猛毒ですから、これがタンパク質に作りかえられないで貯まってしまうと、肝機能障害や尿石症、肉色の悪化、受胎率低下など、様々な障害を受けることになってしまう。また、第一胃で粘液を作る菌が増えたりすると、たちの悪いガス（慢性誇張症）になったりもする。アースジェネターの給与で改善するのは第一胃の醗酵。

■ 具体的な取り組み

- ・ 便の性状が改善

第一胃の醗酵安定に続いてみられるのが便の性状の改善。便や畜舎全体の悪臭がなくなり、軟便が減ってゆく。そして、便の性状改善にともなって、敷料の持ちがよくなる。牛の消化吸収がよくなるので、便の中の無駄な有機物、とくに腐敗醗酵の原因となるタンパク質が減少するからだ。

・ 堆肥の醗酵の改善

便の性状や敷料の持ちが改善してくると、続いて堆肥の醗酵がよくなる。堆肥の質はなかなか素人にはわかりにくい面もあるが、園芸農家などに評価してもらおうとすぐにわかる。家畜の腸内細菌叢のバランスを良好に保ち 健康維持、生産性の向上に役立ちます。

■ 連携について

牛や豚など家畜を持つ共働学舎新得農場とのタイアップをすることによって、微生物の発酵を推進するアースジェネターの商品改良を進めると共に、共働学舎新得農場の生産物であるチーズやソーセージなどへの影響を知ることができ、いわば、相互協力による CSR の連携事例としてとらえられる。

以上

農業組合法人 共働学舎新得農場

作成日：2011年3月7日 財団法人 北海道国際交流センター（HIF）

日時：2010年10月13日18時～20時

場所：農事組合法人 共働学舎新得農場事務所

回答者：宮嶋京子（副代表）

インタビュアー：池田誠（財団法人 北海道国際交流センター）

連携事例

北海道の基幹産業でもある農業について企業がイコールパートナーシップを組みながら、地域の農業全体を盛り上げてゆく取組み。実際に、その試みから世界一のチーズ製造につながった事例として連携の成果がはかれる。

■ 活動内容

北海道・十勝平野の西の玄関、新得町。この町の通称“牛乳山”と呼ばれる山のふもとに、共働学舎新得農場があります。身体が不自由だったり、精神的に安心できなかったりで一般の学校や会社に行かなかった人、行きたくない人、牛が飼いたくてやってきた人など、さまざまな人が色々な理由でここに集まってくる。

農場の生活には、誰でも何かできることがある。牛と豚、鶏をはじめ動物たちの世話、野菜づくりや、ケーキなどの農産加工、トウモロコシの皮や野の花を使った人形・リースづくり、搾ったミルクからはチーズを作り、家や牛舎も自分たちで作る。こうしたさまざまな仕事を分担して共に働き、経済的にも精神的にも自立できるよう、互いに支えあって暮らしている。

食べ物づくりでは、あらゆる自然の生命を生かして自然に学ぶ工夫をいれるが、自然の調和が食べ物の風味を醸し出すように、一人一人のもつ色合いは、調和しなかったり輝いたりくすんだりしながら、やがて全体の色を織り上げている。人も自然もつながって、誰もがのびのびと生きられる豊かな暮らしを目指している。

■ 原料から手作りのナチュラルチーズ

十勝平野を望む日高山脈には、北の端へと繋がる水脈がある。私たちはその水脈を持つ新得町の牛乳山で、その風土をいかして美味しさを追求したものの造りをするため、牛飼いやチーズ造りまでを一貫して行っている。

すべてはチーズをおいしく造るために、自然のリズムにあわせ、生き物の命が熟す時間に合わせて人は手をかし、工夫していきます。その土地に生きる生き物の息づかいに耳を傾けたとき、生き物たちは「おいしさ」を作り出し、手渡している。

■ 交流センター「ミントル」

“ミントル”とはアイヌ語で広場、人の行き交う場所という意味。『神々の遊ぶ庭』という意味で“カムイ・ミントル”という言葉もある。日本語でいえばイヤシロチ、エネルギーの

高い気持ち良い場所などの意味になる。

交流の場所であり、この共働学舎新得農場の生活、考え方、作品がより広い範囲の人々に接し、表現していける場所となって欲しいと願っている。

“ミンタル”では販売、飲食等のスペースの他にチーズ造り、パン&バター造りの体験も出来るようになっている。

■ チーズづくりこそ連携のきっかけ

乳酸菌という微生物により発酵という課程をへて、世界一のチーズを作った共働学舎新得農場。さらに、土づくりのところでジェネター菌で整えて草地をつくり、その草を食べる牛に、ジェネター菌を食べさせて、胃腸の微生物バランスを整える。そして、整った状態のミルクからチーズをつくるという行程こそ、まさに CSR が生むほんものの食品づくりといえるだろう。

以上

3. 環境や食の安全の視点から環境 NGO が、食品企業との連携によって CSR を実現した事例

(特活) 当別エコロジカルコミュニティ

作成日：2011年3月7日 財団法人 北海道国際交流センター（HIF）

日時：2010年9月27日 15時～17時

場所：NPO 法人当別エコロジカルコミュニティ事務所

回答者：山本幹彦（代表理事）

インタビュアー：池田誠（財団法人 北海道国際交流センター）

連携概要

.....
環境 NGO が、企業の CSR としっかり連携した事例。NGO きちんとしたミッションを持っていて、伝えてゆくと地元企業の協力も得られるという事例。
.....

■ 基本理念

地球規模の環境問題が深刻さを増している。1992年にブラジルのリオで行われた国連の「地球サミット」では、環境問題がますます深刻になっているという共通認識からスタートし、目指す社会の概念として持続可能な社会という言葉が使われ、共同宣言だけではなく具体的な行動計画としてアジェンダ 21 が採択された。日本においても 1994年に環境基本法が採択され、「循環」「共生」「国際化」「参加」といった4つのテーマからなる基本計画が作られ、各省庁が具体的な取り組みを行っているところだ。

■ 目指すもの

私たちは、「地球サミット」で使われた持続可能な社会という概念は非常に大切だと考えている。地球のことを「宇宙船」にたとえて話しをされるが、暗黒の宇宙空間に浮かんだ地球、その地球という星に60億人を越える人たちが暮らしているのだ。その誰もが、幸せな一生を願っていることは言うまでもない。その地球上の私たち一人ひとりがいつまでも 幸せに暮らせる世界を作るそのために、私たちが生活の基盤をおく地域において持続可能な社会を目差すことが大切だと考える。

そのためには、技術改革や法律で規制することも時には必要ですが、環境と調和した共生と循環に基づいた私たちの暮らしのあり方を築くといった価値観や態度を身につけることが欠かせない。その具体的な方法として、私たちは教育という手段を使い、さらに当別町のまちづくりという実践を通して私たちの目的を目指そうと考える。

■ 具体的な取り組み

当別町は北海道の開拓の歴史の中でも早くから本州からの人々が入植し、開墾が行われ、農業としては成功した場所だ。また、近年では有機農業や無農薬栽培といった試みが行われたり、札幌の近郊として都市からの住民のベットタウンとして多くの人が移り住むよう

になり、広大な大地のランドスケープを活かした田園住宅事業もスタートし環境を意識した町づくりに対して住民の関心も高まってきているところでもある。さらに、町内には北海道が運営する道民の森があり、森林を使った環境教育の試みが行われていて、また実践を通した北海道の環境学習の拠点としての環境の村事業も実施されようとしている。

そこで、当別エコロジカルコミュニティーでは、町内はもちろん、幅広く分野を越えたネットワークに基づいて、当別町をフィールドとした持続可能な社会のための教育とまちづくりを目的として活動を行う。

以上

株式会社 アレフ

作成日：2011年3月7日 財団法人 北海道国際交流センター（HIF）

日時：2010年9月28日 10時～12時

場所：株式会社アレフ恵庭事務所

回答者：佐々木隆浩（エコチームリーダー）

インタビュアー：池田誠（財団法人 北海道国際交流センター）

連携概要

環境 NGO が、企業の CSR としっかり連携した事例。NGO きちんとしたミッションを持っていて、伝えてゆくと地元企業の協力も得られるという事例。

■ 事業内容

- ・ハンバーグ限定のファミリーレストラン「びっくりドンキー」
- ・スペシャルティディナーレストラン「ハーフタイム」
- ・イタリアンレストラン「ペペサーレ」
- ・地ビールのブルワリーパブ「小樽倉庫 no.1」
- ・地ビールのビアパブ「ライブシュパイゼ」
- ・恵庭ガーデンショップ「花の牧場」
- ・窯焼きピザと釜ゆで生めん「らくだ軒」
- ・主力メニュー：ハンバーグ・ローストビーフ・パスタ・ピザ・地ビール他

■ 企業理念

地球環境を考え、保全するさまざまな取り組みをすすめています。安心・安全な食の提供の探求から積極的な環境保全活動の必要性を認識、徹底的な環境管理に取り組んでいる。加えて市民(主に顧客)とのコミュニケーションにも積極的で、地域を巻き込んだ環境保全活動にも多く取り組んでいる。「ナタネプロジェクト」のような総合的な環境協働プロジェクトへの挑戦も興味深い。

■ 安全・安心を提供するために

道内だけでも40店舗にのぼるびっくりドンキーなどを運営するアレフ。斬新な店舗デザイン、こだわりの食材提供などで良く知られているが、環境保全活動についても他に類を見ない取り組みに挑戦し続けている。

アレフの環境への取り組みは、特に社会貢献を意識するところから生まれたわけではない。安全・安心な食の提供、それを探求する結果、環境の保全こそが安全な食の生産の原点であるとの結論に達し、その必要性から環境保全活動に取り組み始めたという。本業での必要性が環境保全活動に結びついたと言えよう。

■ 循環型社会への貢献を目的として

アレフは、持続可能な循環型社会への貢献を目的として、早くから徹底的な省エネ・省資源に取り組んできた。現在では、生ごみなどその8割超を堆肥化するなどしてリサイクルし、電気・ガスについては毎週店舗毎に検針を実施、全国各店のエネルギー使用状況を細かく把握しているという。2003年の「アレフ環境行動計画」策定後は、水の使用量、二酸化炭素の排出量など、毎年単位売上げあたりそれぞれ1.5%、2%の削減を目標として取り組み、ほぼ達成を見ている。ここまで徹底した環境マネジメントは他ではそう多く見られるものではない。

これに加え、自社取り組みのPR、環境に係るセミナー・シンポジウムの実施、徹底的な省エネに取り組むモデル店舗の公開・運営など、いわゆる情報提供型のコミュニケーションにも積極的に取り組んでいる。2006年春には恵庭に「えこりん村」を開園、徹底的な環境負荷低減設備を取り入れ、自然に親しめる環境の提供を通し、アレフの考える食・環境・文化のメッセージを発信している。

■ 課題・これからの取り組み

他に例を見ない先進的な取り組みを続けるアレフであるが、その歩みを緩める気配はない。トップを含め従業員は「何事も目標、目的こそが大切であり、そこさえ正しければ必ず対価がもたらされる」との認識を共有しており、イニシャルコストや手間増を問題として、挑戦に躊躇することはないであろう。アレフが掲げる環境基本方針の一文に「持続可能な循環型社会に貢献する」ことを目的として活動を続けていくとの表現がある。これからの活動についても大きく期待したいところである。

アレフでは地球温暖化の原因にもなっている焼却ゴミを減らすため、自社リサイクル100%を目指した取り組みを1997年から実践。現在びっくりドンキー128店舗に機械メーカーさんと共同開発した生ゴミ粉碎処理機を設置し、店舗から出る生ゴミをバクテリアを活用して粉末状に処理し、自家利用やお店の植栽(北海道の一部店舗)に有機肥料として利用する全国的なリサイクルに取り組んでいる。

1998年には、こうした生ゴミリサイクルを推進する取り組みが評価され、外食産業で初めて「エコストア」としての認定を受けた店舗もある。

■ 連携について

環境や食という視点から連携をするNPO法人当別エコロジカルコミュニティと株式会社アレフ。NGOも企業も、目指すところが一致していれば連携についてスムーズにいくという事例。

以上

4. 地元志向、地産地消を展開する地域密着の外食産業が、NGO 側からの働きかけにより、地域環境運動を実践した CSR 事例

(特活) ソーシャルエージェンシー協議会

2011年3月7日 財団法人 北海道国際交流センター (HIF)

日時：2010年11月29日 10:00-12:00

場所：有限会社メガネのサカキ富岡店

回答者：代表 榊 清市

インタビュアー：岡田朋子 (HIF)

連携概要

.....
もともと地域に根ざした企業に対して、NGO 側からの働きかけにより、相乗効果として地域の環境への関心が高まり、運動として動き始めた事例。企業としての一面がある NGO が、他の企業との広がりの中で連携を進める点がユニークである。
.....

■ 基本理念

私達が住んでいる地球の環境は近年著しく変化しています。「工業化によるオゾン層破壊」、「二酸化炭素等の温室効果ガスによる地球温暖化」、「海面上昇」、「凍融解」、「大気・水質・土壌汚染」、「酸性雨」、「開発による生態系の破壊」、「生物多様性の減退」、「乱開発による砂漠化」といった様々な問題に直面している。これらの事を改善して行かなければ私達の未来は無いと言っても過言ではない。

21世紀は環境の世紀と言われている。世界中の国々が環境の改善に向けて動き出しているといえよう。日本の政策も資源循環型社会の構築、環境保全型農業の推進、自然再生促進法の制定など、環境を重視する方向に大きく変わりつつある。

一番大切な事は私達一人一人の小さな心がけと行動がやがて大きな力となり問題を解決する糸口になって行く事に間違いありません。事実、イギリスでは民生の力により温室効果ガスが削減されているといった報告も成されている。

私は現在 NPO 法人で EM 菌という有用微生物を活用した環境改善に取り組んでいます。自分の住む地域で出来る事から実践し大切な子供や孫達の次世代や動植物の生命を守りたいと強く考える。

■ 目指すもの

環境ホルモンという言葉がはやった頃、日本人の健康な若者でも精子の濃度や運動率が WHO の基準を満たしていたのは、34人中1人しかいないと言われている。
また、農薬や除草剤、化学肥料に頼りすぎた農産物を親が食べると、生まれてくる子供にアトピーやアレルギー、奇形児が増加するとか、母体にも流産や不妊を行った影響が出るとか。このままでは行けないと思い、NPO 法人を立ち上げた。

■ 具体的な取り組み

- ・生ゴミ 100%肥料化

普通は焼却される一般廃棄物のうち、生ゴミに関しては 100%肥料化する循環型社会の構築に向けて努力している。

- ・大沼水質改善研究会

自然浄化システムを活かして、大沼の水質を改善し、駒ヶ岳と湖水のすばらしいロケーションを取り戻すべく、専門家を集め、研究会を立ち上げ活動している。

- ・自社風力発電

風の力を使い、自社電灯の一部の消費電力を賄っています。新エネルギーの可能性を図り、産学省の機関への導入や、市民への啓発としても寄与している。

- ・地域参加による環境啓発

環境に対する姿勢、段組み、想いを市民の方々と共有したい。そんな気持ちから市民活動へ参加し、一緒に活動できることを見つけて取り組んでいる。

当協議会は環境対策として EM 技術による生ゴミ 100%肥料化や、大沼の水質改善に取り組んでいる。

以上

有限会社 ラッキーピエログループ

2011年3月7日 財団法人 北海道国際交流センター（HIF）

日時：2010年11月30日 13:00-15:00

場所：有限会社ラッキーピエログループ 戸倉店

回答者：副代表 王未来

インタビュアー：岡田朋子（HIF）

連携概要

もともと地域に根ざした企業に対して、NGO 側からの働きかけにより、相乗効果として地域の環境への関心が高まり、運動として動き始めた事例。企業としての一面がある NGO が、他の企業との広がりの中で連携を進める点がユニークである。

■ 企業概要

1987年にテーマレストランとして函館に第1号店のオープン、以来函館で最も知られる名物レストランのひとつとして市民はもちろん観光客にも広く認知されるにいたったラッキーピエロ。現在、函館市内・近郊に14店舗を展開しており、店舗ごとに異なる特徴あるテーマに基づく内装、ファーストフードでありながら注文を受けてから作る(ツーオーダー)の徹底、年齢層が高いスタッフを積極的に採用し親しみやすいアットホームなもてなしを提供するなど、その個性的な取り組みに熱心なファンも多い。

ラッキーピエロは、社会貢献活動においても非常に積極的な取り組みを行っている。創業以来、環境への配慮を経営方針の柱として省エネやエコ商品の購入などに取り組んできたが、さらに平成13年からは「もっともっとやさしい宣言」として「体に心に地域に環境にやさしく」を合言葉に、他に例を見ない特筆すべきさまざまな環境負荷軽減活動に取り組んでいる。

■ 環境への取り組み

省エネルギー、エコ商品の利用、ごみ減量など、徹底的な環境負荷軽減に取り組んでいる。地域との協働にも積極的で、生ごみはNPO 法人と協働で堆肥化して農地還元、廃油は障害者授産施設と共に回収・精製、その他地域清掃活動や植樹活動など、地域と共に、楽しく取り組める環境保全活動を実践している。

■ 企業としての理念

利潤を求める企業活動は、利益をあげればあげるほど多くの廃棄物を生み出すという側面をもつ。特にファーストフードレストランではその傾向は顕著であり、一般のレストランに比して2倍もの廃棄物を生み出すといわれている。そこでラッキーピエロでは徹底したごみの削減に取り組み、生ごみ、ビン、缶、プラなど8品目にわたる徹底した分別・リサイクルに取り組み、従来に比して40%ものごみ削減を達成、平成18年には北海道ゼロ・エミ大賞を受賞するまでになった。ここでラッキーピエロの取り組みを特徴付けるのが、

それを単体として行うのではなく、地域・パートナーとともに取り組みを進める点である。

例として生ごみについてみると、NPO 法人と協働でそれらを回収、ミミズ農法により堆肥化をおこない、農地への還元に取り組んでいる。大量に出る廃油についても、その多くを障害者授産施設が回収・処理を担当、施設内での車両燃料として利用している。このように他企業・団体と組み、仲間と協働で取り組みを進めることで、1+1 を 3 にも 4 にもなる結果を生み出しているといえる。

■ 具体的な取り組み

市民を巻き込む取り組みのひとつとして、MY 箸、MY 容器、MY バック持参でゴミ発生抑制に協力した市民にコインを渡す「MYMY 運動」がある。このコインは店内の募金箱に入れると一枚につき 5 円がぶな植樹活動資金としてプールされ、その資金でぶなの植樹活動を行っている。客の協力がないと植樹が実践できないこの取り組みは、単に売上げの一部を植樹の資金に回すシステムに比べて、市民の参加意識が違う。既に過去 3 回(1 回 100 本、苗木は 1 本約 300 円)の植樹を行っているが、これは、のべ 18,000 人の方々から協力があつた結果である。

また、上記植樹活動や、海岸清掃活動などは、市民・従業員など広くボランティアを募り実施している。テーマは「楽しく」取り組むボランティア活動。多くの人に環境保全に取り組んでもらうためには、そこに「楽しさ」がないと続かない、との思いのもと、皆勤賞を設けて毎回参加するボランティアに MY 箸、MY カップを渡したり、活動に当たっては「会話を楽しみましょう」と一声掛けたり歌をうたったりするなどして、楽しめる環境保全活動の実践を心がけている。実際、毎回多くの参加者が集まり、中には札幌や東京から足を運ぶ人もおり、その活動の輪は間違いなく広がり続けている。

■ 連携について

地域の一員として地域・環境に貢献すること、それは企業にとってオプションではなく企業責任である。そんな思いを胸に、ラッキーピエロは地道に活動を積み重ね、高い評価を受けるに至っている。中小企業であっても、パートナーと協働することで大手に負けないう取り組みができる、また、地域・市民を巻き込むことで、環境保全の実践を一企業から地域の取り組みに広げていくことができる。仲間と共に、地域と共に・・・、その取り組みが教えてくれることは多い。そんな意味をこめて、NGO と企業連携を推進している。

以上

5. 様々なセクターを巻き込みユニークなアイデアが、動物園と企業との連携によって生まれた商品「GEL-COO ま」

札幌市円山動物園

2011年3月7日 財団法人 北海道国際交流センター（HIF）

日時：2010年10月14日 13:00-14:30

場所：札幌市円山動物園

回答者：札幌市円山動物園経営管理課経営係長 北川憲司

インタビュアー：池田誠（HIF）

連携概要

-:.....
NGO 的な要素をもちながら活動する行政が運営する動物園と企業が連携する事業であり、アイデアが、NGO と企業の連携により、実現していった事例。他のセクターを巻き込みながらの更なる連携が期待される。
-:.....

■ 団体内容

地球温暖化によって、北極域の環境が悪化し、早ければ2040年には北極海から氷が消失するかもしれないということが言われている。2006年5月に公表された最新版のレッドリストには、ホッキョクグマは絶滅危惧種として追加された。札幌市円山動物園は、ホッキョクグマの繁殖に成功している数少ない動物園のひとつ。動物たちと触れ合う場を提供しながら、温暖化防止やホッキョクグマの危機などの環境問題を訴えている。では、市民や企業はそのために何ができるのか。

■ 札幌市円山動物園の再生

同じ北海道内の旭山動物園が注目される中、札幌市が運営する円山動物園のあり方についても議論が深まるようになってきた。札幌市職員 北川さんは「円山動物園の再生をやってみないか」との話を受け、市役所から動物園に移動。円山動物園の再生に向けた取り組みを行う中、動物園でも人気を誇っていた円山動物園で生まれ育ったホッキョクグマのピリカに注目が集まった。以前から動物園を訪れるお客さんから「ピリカグッズはないんですか?」と聞かれることもあり、「ピリカのグッズを作ろう!」と、Tシャツの発売が決まったのだ。Tシャツにシロクマの写真をつけたものがデザインが採用になった。しかし、「売れない・・・」。

以上

株式会社 GEL-Design

2011年3月7日 財団法人 北海道国際交流センター（HIF）

日時：2010年10月14日 16:00-17:30

場所：株式会社 GEL-Design

回答者：代表取締役社長の附柴裕之

インタビュアー：池田誠（HIF）

連携事例

.....
NGO 的な要素をもちながら活動する行政が運営する動物園と企業が連携する事業であり、アイデアが、NGO と企業の連携により、実現していった事例。他のセクターを巻き込みながらの更なる連携が期待される。
.....

■ 企業概要

株式会社 GEL-Design は、保冷機能付ランチボックス「GEL-COO ま」などをつくっている北大発のベンチャー企業だ。その GEL-Design が、円山動物園応援企画として、限定 2000 頭(単位はあくまでも頭)で、円山動物園の人気ホッキョクグマ、ピリカをモチーフにしたランチボックス、「GEL-COO ま」を作った。1 頭の売り上げにつき、ホッキョクグマの餌となる魚を 1 匹プレゼントする、という社会貢献の取組みを行っている。本業を通して円山動物園を応援し、温暖化防止を訴える取組みは、真摯さの中にも茶目っ気が隠されているユニークなものだ。

■ 活動について

株式会社 GEL-Design は、2006 年 3 月末に、保冷ランチボックス「GEL-COO ま」の発売を開始した。蓋の部分に保冷ジェルが入っており、中身を冷たく保ったまま使えるランチボックスで、9 月には、「グッドデザイン賞」を受賞した。附柴社長は、そこで見た「ピリカデザイン」から、GEL-COO とシロクマのコラボレーションをひらめき、そこで「名前は GEL-COO。来月には販売します!」、と決意表明。株式会社 GEL-Design は、それまでも下川町の森作りに貢献など、環境配慮や CSR の意識もあったが、「もっと分かりやすいものを」、「環境 配慮は行動とモノで」、という意識が強くあった。その点、「GEL-COO ま」は非常にわかりやすいもの。ですが同時に、旭山動物園が注目されていたので、その尻馬には乗りたくない。また、円山動物園は札幌市の運営であり、中は行政の人。話が通じないのではないか。スピード感がないとつらい・・・など、色々な思いを抱いていました。

■ 連携の課程

一方、T シャツの販売後にも事業の展開を図っていた円山動物園では、さまざまな企業とのパートナーシップが考えられた。

- ① お客さんが共感できること

- ② やっていることが事実に基づいていて、真剣であること、
- ③ きちんとしたストーリーを持ったパートナーであること、

GEL-Design は、ピリカデザインを蓋の部分に使ったランチボックス、「GEL-COO ま」の販売に向けて動き出した。オス、メスの2種類が作られ、単位は「頭」。1頭の売り上げで、動物園のホッキョクグマにお魚一匹がプレゼントされる。そしてその中で温暖化や絶滅危惧種について考えるきっかけを、お客様に提供する。「動物園の最も大きな役割は、ホッキョクグマはじめ絶滅危惧種が生息している環境を保全・回復するために、温暖化などの地球環境問題について考え、私たちにとってもかけがえのない地球を守るために、できることから行動するためのきっかけとなるメッセージを発信することだと思います」「絶滅危惧種ホッキョクグマを守るために・・・GEL-Design は札幌市円山動物園を応援します」

■ CSR 今後の展望

「子どもが増える」今回オス・メスのペアで作った「GEL-COO ま」の子ども、という意味でも、絶滅危惧種のホッキョクグマの子どもが増える、という意味でも、また更に、このような活動が広がっていくという意味でも、次世代に続くことを期待している。札幌市円山動物園:「Zoo を舞台に Eco を!」円山動物園はいろいろなところとパートナーシップを組んで、活動の展開を図っている。パートナーとの相乗効果が出るような形で、どんどん円山動物園を活用し、環境保全、環境教育の場として活動を展開してほしい。ピリカデザイン復活のきっかけとなった、同じ目的を持つ企業と動物園のコラボレーション。「次の世代につながる」ように、今後もユニークな CSR 活動や環境保全活動が展開されていくことを期待している。

以上

II. 中部地域

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)

作成日: 12月23日 名古屋 NGO センター

日時: 2010年12月15日 13:00~14:30

場所: アジア保健研修所 (愛知県日進市米野木町南山 987-30)

回答者: 鳥飼真紀子様 (AHI 職員)

インタビュアー: 戸村 (名古屋 NGO センター)

[アジア保健研修所 (AHI) 活動概要]

アジア保健研修所 (AHI) は、1980年にアジアの人びとの健康増進を目的として設立された。アジアの農山村など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に働く保健・福祉関係のワーカー育成研修事業を、日進市の研修所やカンボジア、スリランカ、フィリピンなどで行っている。さらに AHI は国内で講演会やイベントなどを開催し、一般市民のアジアや AHI 活動理解のための場を提供している。「自立のためのわかちあい」、「人から人へ」がモットー。

■ 連携概要

1994年から、(株)中京医薬品の国際貢献活動「きずな ASSIST (アシスト)」により、AHI のカンボジアでの人材育成研修への協力を受けている。「きずな ASSIST」は、企業としての寄付金ではなく、置き薬の売り上げの一部である顧客のお金を活用して、顧客とアジアの人びとをつなぐ活動とされる。

2005年以降カンボジアでの研修は終了したが、その後は AHI のスタディ・ツアーへの社員の参加、オープンハウスへの協力、研修生のホームステイなど、活動全般にわたる連携内容となっている。

■ 企業の選定基準

(株)中京医薬品からの申し出を受けたことがきっかけだった。(株)中京医薬品は AHI の理念と共通のものがあ、連携が可能であろうことが予感された。

■ 企業との連携の目的

AHI では、従来、企業からは法人会員として財政支援を受ける関係だった。94年に(株)中京医薬品からの申し出を受けて、会費納入だけではない、具体的な事業への支援を受ける関係 (カンボジア地方行政の保健教育担当者の人材育成研修) がスタート。また、財政支援だけでなく、社員の実際の貢献や学びのための機会とすることも特徴のひとつだった。新しい連携から生まれる成果・効果への期待があった。

AHI が取り組む活動地の一つ、内戦後の国づくりが始まったカンボジアで、

①北部の地方行政での保健教育担当者研修

②北部以外での同研修

③研修生の再研修

を具体的な連携対象とした（カンボジアでは NGO がなく、政府保健省の部局、保健推進センターを協力団体とした）。

■ 連携のきっかけ

当時の中京医薬品の企画課担当者から AHI に問い合わせがあり、国際貢献活動「きずな ASSIST」での連携先として、「子ども、人づくり、保健関係」をキーワードに活動を行う NGO との連携先を探しているとのことだった。訪問による申し出を受けて、当時新しくスタートすることになっていたカンボジアにおける人材育成研修において支援を受けることになった。

■ 連携の効果（全般）

両者は「健康づくり・人づくり」と目指すものが同じだが、連携によって、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た。AHI としては以下のような効果が得られた。

- ・財政力アップによる新たな事業展開
- ・マンパワーアップによる活動の充実
- ・モットーである「人から人へ」の実現（社員・顧客等）

■ 連携の効果（具体的に）

94 年以降、カンボジアでは 05 年までに 701 人の研修参加者を育成した。研修を受けた地方の保健教育担当の行政官たちが、各地各村で保健教育活動を実践して、多くの村人の健康面の向上に効果をもたらしている。

この間、(株)中京医薬品の複数の社員が、AHI の研修生のホームステイ・ホストファミリーや、国内事業のオープンハウス実行委員会に加わり、イベントの企画・運営面でも中心メンバーとして AHI と協働している。また現社長も評議員として AHI の運営にも関わる等、AHI の活動理解が深まっている。

■ 連携の問題点・課題

付き合いが長くなってお互いのことがよく理解できるようになったので、尚更、随時話し合いの場を持ち、お互いの状況や考え等について相互理解を深めていきたい。

■ 連携に必要な条件

同じ使命、目的があること。互いへの信頼感。「きずな ASSIST」はもともと財政支援だけにとどまらず、社員の直接活動への参加を謳っていて、社員の方たちの中に AHI の活動への理解を深める関心と、一緒に取り組む前向きな姿勢があったため、継続して、またいろいろな活動へ発展してきた。

■ 企業への要望

年に一回はお互いの状況・考え等について、情報・意見交換をする場が持てるとよい。

■ 今後の可能性

05年にカンボジアの協力団体が自己資金を獲得できるようになったことにより、(株)中京医薬品との連携による人材育成事業は終息し、現在はAHI全体への支援を受ける形になっているが、ふさわしいものがあれば、具体的な事業における連携の可能性も前向きに考えたい。

■ 中間サポート機関の必要性

企業との出会い・マッチングの機会提供などを期待する。

■ 所感

アジア保健研修所(AHI)の保健ワーカー育成研修事業と、(株)中京医薬品の国際貢献活動「きずな ASSIST (アシスト)」による連携では、双方の「人づくり・健康づくり」をめざす理念が共通で、NGOの人材育成と置き薬企業の社員教育という目的がマッチしている。両者の関係性においても絆が発展的に強まっていき、連携は15年間以上継続している。AHIは中部地区での先駆的NGOであるが、このCSR連携でも中部地区での好モデルである。

以上

株式会社 中京医薬品

作成日：12月23日 名古屋 NGO センター

日時：2010年12月22日 14:00～15:30

場所：中京医薬品本社（半田市亀崎北浦町 2-15-1）

回答者：猪口 元様（総務部総務課）

インタビュアー：戸村（名古屋 NGO センター）

〔中京医薬品 企業活動概要〕

家庭への「置き薬業」という日本の伝統的な「先用後利」とそのシステムを基本に、医薬品や健康食品等、情報、サービスを提供する。顧客との「ふれあい業」では、常に顔が見える、温もりが伝わるアナログにこだわることに価値を置く。「健康づくり・幸福づくり・人づくり」の企業理念に基づき、人と人、心の「きずな」によるヒューマン・ネットワークを広げ、「ふれあい業」を通じて社会に貢献している。国際社会貢献活動『きずな ASSIST(アシスト)』で、「世界の子どもたちに健康と教育を」をテーマに活動を行っている。

■ 連携概要

独自の国際社会貢献活動『きずな ASSIST』として、会社の利益からではなく売り上げの一部を、海外ボランティア活動と海外研修活動支援の活動費としている。

まず、社員の学びの場として「社員による活動であること」を重点に、実際に現地へ赴き、汗をかいて自分の目で見、感じる。AHI 研修生の現地を訪れ、また研修生のホームステイの受入れに協力している。

次に、「利益ではなく、売り上げの一部を活動に」している。これは業績の悪化で CSR を中止することなく、利益が減ってもそれなりに活動を続けられる。

さらに AHI のオープンハウスの実行委員に参加し、企画実施を連携している。現社長は AHI の評議員として、運営にも関わっている。

■ 連携先 NGO の選定基準

「人づくりと健康づくり」で連携できる団体を探していた。最初は東京の団体との連携だったが、地元の NGO である AHI が同じ理念で活動していることを知った。

■ NGO との連携の目的

「当社独自でできて、しかも長く続けられる社会貢献を」という考えの下、社会貢献活動『きずな ASSIST』を始めた。「世界・子ども・健康・教育」をターゲットに取り組み、これらを通して社員一人ひとりの「人づくり」を試みている。

■ 社内部署の係り方

2名が AHI の保健指導員育成や生活改善指導員育成のスタディ・ツアーに参加、他2名が NGO・「南遊の会」（名古屋市）のマングローブ植林活動のスタディ・ツアーに参加している。スタディ・ツアーの参加者募集では、全従業員へ募集をかける。

■ 連携の効果（全般）

プロとして途上国で活動している AHI との連携によって、仕事を通して得る奉仕の精神とは違った奉仕の精神を、人間力を高めるための良い影響として受けられる。目に見える数字でわかるのではなく、日頃の企業の競争社会の中で社員の視野が広がり、本音で語り、自分のためだけではなく社会のためになることを考える力になっている。

■ 社員への影響

社内の自分たちだけではできないことが、NGO・AHI との連携があるからできることがある。スタディ・ツアーでは、観光ではできない異文化の体験ができる。例えばスリランカでは、食べ物が少なくても取り合わず、分け合うという文化を学んだ。

■ 売り上げへの貢献・ブランドイメージの向上

社会貢献は、社員教育（人づくり）である。直接的に売り上げや株価には影響しないが、社員が自社に対する自信を持てる。

■ 連携に必要な条件・工夫している点

企業トップが連携を縁に AHI の評議員になっており、AHI との連携に積極的であることが挙げられる。CSR の『きずな ASSIST』の取り組みが、ISO 取得の際評価を受けたことも、企業にとり意味が大きい。

■ 難しかった点

企業のコスト面から、ボランティア活動とのギャップ・温度差がある。例えば、本業の営業で目標があり忙しい場合に、ボランティア活動をいかに組み込むか、などに難しいことがある。

■ NGO への要望・求めるもの

企業の特徴や強みを生かせば、企業と NGO の相互がプラスになる事はまだまだ多くあると思う。お互いを分かり合える事が大切。

■ 今後の可能性

カンボジアへの支援は 2005 年に現地の状況が向上したので終了し、対象を特定しないで AHI の活動全般を支援しているが、貢献度を再把握した上で考えたい。

■ 中間サポート機関の必要性

中間サポート機関の第三者としての連携の社会的評価や、NGO と企業の出会いの場などとして必要。

■ 所感

中京医薬品の国際社会貢献活動『きずな ASSIST』は、利益からではなく売り上げの一部を活動資金にしているため、利益が減ってもそれなりに CSR 活動を続けられるという優れた国際貢献活動のシステム。この方法をもっと他の企業にも例示できるとよい。家庭への「置き薬業」という中京医薬品社員による「ふれあい業」を通して、地域の顧客の国際協力を協力する心が AHI の連携先・カンボジアの人びとに届けられている。これはアジアの「人と人がつながる」という、CSR 連携による国際協力の大きな成果だ。 以上

2. 「災害救援 NPO の“災害に強いまちづくり”と、地域防災に取り組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)

作成日: 12月13日 名古屋 NGO センター

日時: 2010年12月13日 13:00~14:30

場所: レスキューストックヤード事務所 (名古屋市東区泉 1-13-34 名建協 2F)

回答者: 松田曜子様 (事務局長)

インタビュアー: 戸村 (名古屋 NGO センター)

〔レスキューストックヤード 活動概要〕

1995年の阪神・淡路大震災の被災者支援をきっかけに活動を始め、その継続と教訓を全国・地元に戻元することを目的に設立。「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」の事業を通して、災害に強いまちづくりの手伝いに取り組む。民間ボランティア・NPO 団体や自治体などと、全国・愛知県内・名古屋市内などで顔の見える関係・ネットワークづくりを行っている。

■ 連携概要

建設会社山田組が主催する名古屋市中川区の供米田学区地域防災大会「地域自主防災大会」で、レスキューストックヤードがスタッフやボランティアの派遣、防災のノウハウを提供し、山田組が地元折衝、運営、費用負担を担当するなど連携して協働する。

また山田組の属する社団法人「名古屋建設業協会 (名建協)」、レスキューストックヤードがメンバーである「なごや災害ボランティア連絡会」と名古屋市が、『災害ボランティア活動用資器材の管理に関する協定』(三者協定)を結び、災害ボランティア活動用資器材の分散保管の倉庫提供や管理を連携し、イベント企画・運営などでも協働を行っている。

■ 企業の選定基準

山田組 (など建設業界) は、災害資材の扱い・管理に慣れていること。災害時に必要な技術である土嚢積みや家屋の解体など、ボランティアの学びの場の提供者として、またとない相手である。

また山田組とレスキューストックヤードのトップ同士の人的つながりがあり、強い信頼関係がある。

■ 企業との連携の目的

災害ボランティア活動用資器材の迅速な手配。災害現場や防災啓発の現場で、NPO・企業が互いの強みを生かし、弱い点を補い合う。

■ 連携のきっかけ

2004年に山田組・山田社長が、10年前の知り合いだった RSY・栗田代表のレスキューストックヤードの活動を知り、レスキューストックヤードを訪問し再会した。

その後 2005 年に山田組が企画・実施した、名古屋市中川区の供米田学区地域防災大会「地域自主防災大会」で、レスキューストックヤードが人とノウハウを提供したことから連携が始まり、以来毎年協働で運営している。

■ 連携の効果（全般）

建設業としての山田組の「段取りのうまさ」に、レスキューストックヤードの人とノウハウ、活動に対する思いが良いコラボレーションとなり、災害時のボランティア活動で貢献できる。

■ 連携の効果（具体的に）

防災大会の連携では、レスキューストックヤードが企画参加、ノウハウの指導、広報などを担当し、山田組からは地元折衝、運営、スタッフ派遣、費用負担などの役割分担となっている。

2009 年からは、名建協（山田社長が会長）の建物内へレスキューストックヤードの事務所が移転し、賃貸料の優遇などの面でも協力を得ている。

■ 連携の問題点・課題

レスキューストックヤードと山田組は協働の先頭を走るべく実績を重ねてきたが、互いの上位組織である名建協となごや災害ボランティア連絡会において協働の意義が完全に浸透しているわけではなく、特に協働による市民からの評価と同等の評価を、行政から十分に得られていない（＝両者の本業に反映されない）点が課題である。双方とも、連携の幅を広げる方向への取り組みが課題としてある。

■ 連携に必要な条件

自らの活動の意義を分かりやすく発信する姿勢・スキルが、NPO の生き延びる道である。連携する相手企業の規模・大きさ、首都圏と違った中部地方の地域規模・広さが、連携先の要件としてある。大都市東京と違って、中部地域名古屋だからできることがある。

また相互の関係では、「人と人とのつながり」に依るところが大きい。

■ 企業への要望

互いに日常的に良いコミュニケーションがあり、特に要望することはない。

■ 今後の可能性

山田組以外の名建協メンバーとの関係を強化すること。

■ 中間サポート機関の必要性

なごや災害ボランティア連絡会も名建協も、中間サポート機関である。

名古屋 NGO センターの持つ加盟団体の情報やネットワークは、災害弱者である在日外国人・孤立する一人暮らしの人などを把握する時に必要である。

■ 所感

災害救援活動と災害に強いまちづくりに取り組むレスキューストックヤードは、各地の災害現場でも、また日常の中でも機動力のある活動を行っているが、その傍には山田組な

ど地域でまちづくりを担う建設業界との連携、協働がある。レスキューストックヤードは、地域ボランティア団体のネットワーク・「なごや災害ボランティア連絡会」と、山田組など「名古屋建設業協会」という重層的なつながりでも連携し、単なる一つの企業と一つのNGOだけの関係に止まらない。中間サポート機関の視点での協働の意義、連携の広がりを今後の課題としており、ネットワークNGOである名古屋NGOセンターにとっても注目したい点だ。

以上

株式会社 山田組

作成日：12月21日 名古屋 NGO センター

日時：2010年12月16日 13:30~15:00

場所：株式会社山田組 本社（名古屋市中川区戸田 5-1213）

回答者：山田厚志様（代表取締役）

インタビュアー：戸村（名古屋 NGO センター）

〔株式会社山田組 企業活動概要〕

山田組は、地域に根差す建設業として「新しい都市型の公共事業」の在り方を志向し、まちづくり業のプロのノウハウを生かして企画・立案に積極的に関わり、「都市内環境整備」、「防災支援」、「食と農の自作自給促進」に取り組んでいる。そのために、行政、NPO と連携して環境イベント、講座、出前授業や防災備蓄倉庫の建設、地域の学区内「防災大会」などを企画・実施している。

■ 連携概要

山田組は 05 年から毎年、名古屋市中川区供米田学区で地域防災大会を主催し、レスキューストックヤードなどと連携している。協働の役割分担では、山田組が地元との折衝、費用の負担や運営スタッフを動員し、レスキューストックヤードが企画参加、ボランティア・スタッフ派遣、ノウハウの指導、広報等を担う。

レスキューストックヤードが名古屋市から委託されている、災害ボランティア資器材の分散保管を自社倉庫で受け持ち、災害発生時の協働を始め、地域防災訓練時での活用や倉庫の環境整備など、建設会社の持ち味、強みを活かした連携を行う。

08 年に災害資器材のコンテナのペイントイベントで、土木建設会社社員の技術を生かして足場作りに協力、レスキューストックヤードのボランティアや地域の人たちと協働した。「09 年度 RSY 子ども防災イベント」では、300 人以上の子どもが参加した「土のうづくり体験」でも協力した。

■ 連携先 NGO の選定基準

レスキューストックヤードの代表・栗田氏とのつながりから、信頼関係がある。レスキューストックヤードは、活動の継続のために常に熱意を持って必死で戦いながら活動し、他者にもたれかからない自立した「できる NPO」であり、互いに良好なライバルのような関係で、最適なパートナーとなっている。

■ NGO との連携の目的

山田組は市民・NPO との関係、人どうしのつながりを再生・確認し、心の豊かさのあるまちづくりを協働で行う。

土木建設会社の携わる公共のまちづくり業では、道路・公園など本来は市民と近い現場が「仮囲い」によって距離ができ、その中での論理で業界が内向きとなり、公益事業に守られている反面、誰にも感謝されない現状にあった。大企業の CSR と違って、中小企業で

はオーナーも汗をかき、企業の本気の姿勢が地域で認められないとやっていけない。「地域に根ざす」・「目に見える防災貢献」が、中小建設業の生き延びる道。

■ 社内部署の係り方

連携のための専門のセクションというものはなく、社長を含め5~6人が一人で2、3役にあたっている。自発的に集まる会を開き、日常的に情報交換を行っている。企画はトップダウンではなく、強制されるのではない自発的な心意気で出てくる。

■ 連携の効果（全般）

連携による協働では、中小企業は不得意の克服ではなく、自分の良いところを伸ばし強みを生かせる。それは同時に弱みを直視することにもなる。レスキューストックヤードからは災害救援のスキルを教えてもらう。両者が連携することで、お互いの「強み」を絶えず確かめ、補強していく。持続可能なNPOと中小企業でなければ、協働の意義は半減する。

■ 社員への影響

建設現場での仕事は、「現場代理人」（現場の社長）として自分ができる工夫をする。会社側はそれを評価し褒める。社員は能力を活かし、力を伸ばす。「地域防災」でも、社員が活躍する「出番」を作る。その姿を市民に見せて、恥をかくこともあるが、社員に地域の市民の眼を実感させる。

■ 売り上げへの貢献・ブランドイメージの向上

災害復旧は、建設会社の仕事となっている。その仕事の評価が得られれば、地域貢献ポイントを得ることができ、次なる公共事業の受注で有利になる。

■ 連携に必要な条件・工夫している点

中小企業では社長がそれぞれ特徴を持っていて、仕掛けを思いつくことが大事で、その個性・パワーをNPOに使ってもらう。そのこだわりそのものが企業のCSRになっていく。企業は、社会に認められて商売をやりたい。社会貢献が商売につながるベネフィットにもなる。もうすでにやっていることであっても、マンネリになっていないか、誰かに任せているのではないか、ということをお会社に問いかけていくことが大事と考える。

■ 難しかった点

双方の代表者は互いに気心が知れていたが、双方のスタッフ、特に山田組の幹部や現場の社員たちには当初、NPO団体との協働に戸惑いがあった。この解決は、結局はまずは会社のトップの率先した活動しかない。中小企業の社員の貢献活動は、往々にして論理より感情・心意気が行動原理となる。トップの熱意が、特に初期段階ではカギとなる。

■ NGOへの要望・求めるもの

レスキューストックヤードとは大切な人脈であり、それを大切にしながら、互いの活動の良い意味での監視役を期待したい。

■ 今後の可能性

レスキューストックヤードは、他者にもたれかからない自立したNPOであり、山田組と

の連携がなくてもやっつけていける、互いに良好なライバルのような関係である。

■ 中間サポート機関の必要性

必要ない。

■ 所感

山田組とレスキューストックヤードとの連携は、それぞれの強みを活かし弱みを補い合いながら、互いの活動の良い意味の監視役、良好なライバルのような関係で、最適なパートナーであるという。トップ同士の人脈から信頼関係も強固だが、それぞれの活動実績と自立した関係だからこそ云えることであり、やさしさと厳しさを併せ持つ真に魅力的な連携パートナーだ。

山田組は、サステナブルな地域をつくる意志のある企業のネットワーク・『CSR コミュニティ』（中部地域）の発起人メンバーで、CSR は企業の存在価値そのものとし、サステナブルな理念・事業・協働を行う“天然 CSR 企業”の建設会社として、地域でまちづくりを創造している。

以上

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、スーパーの『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 (SOMNEED)

作成日: 2010年11月4日 名古屋 NGO センター

日時: 2010年10月29日 15:50~16:40

場所: ソムニード事務所 (岐阜県高山市千島町 900-1 飛驒・世界生活文化センター内)

回答者: 竹内ゆみ子様 (ソムニード専務理事 国内事業統括)

インタビュアー: 戸村 (名古屋 NGO センター)

[ソムニード 活動概要]

ソムニードは1993年に設立。インド、ネパールの農村での住民参加型の森林保全や地域水利改善、都市スラムで貧困女性の自立支援などを行っている。インドでは、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んだ。相互扶助、ネットワーキング、環境、教育、開発をコミュニティ開発のキーワードに、貧困層が自立するまでを手助けし、援助がなくても暮らしていけることを目指している。このことを通じ日本国内の生活を見直し、国内事業として地元飛驒高山で地域づくりにも取り組んでいる。「共に生きるために、共に行動する」がソムニードのモットー。

■ 連携概要

ソムニードの国際協力対象地インド・アーンドラ・プラデシュ州の「地域住民主導による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」事業のため、スーパー・駿河屋の「マイカード」のポイント交換制度を利用した植林支援活動への寄付を通じ、12年間に亘り連携している。

■ 企業の選定基準

地元地域における創業77年の老舗企業の信用度の高さ。

また駿河屋は、再生トイレットペーパーやトレイのリサイクルの取り組み、フリーマーケットを主催するなど「環境をテーマとした企業でありたい」という企業姿勢があり、それによって双方が評価し合えた。

■ 企業との連携の目的

地元の老舗企業との連携により、インドでの植林の資金援助だけではなく、ソムニードの活動拠点である高山市での NGO としての信頼度を上げたい。

■ 連携のきっかけ

ソムニードの中心メンバーと駿河屋の役員とが知人だった。インドからローカル NGO のリーダーを招聘した時に、駿河屋の協力を得てスーパーの催事場でイベントを行ったことが、後の駿河屋「マイカード」によるインド植林支援につながった。

■ 連携の効果（全般）

スーパーのチラシ（32,000枚）にソムニードの国際協力活動の情報を掲載してもらうことで、ソムニードのニュースレター（1,000部発行）の届かない飛騨地域全域や、幅広い人のところまでソムニードの活動情報が届けられ、広報効果が大きい。

■ 連携の効果（具体的に）

支援が駿河屋の営業のシステムに組み込まれているので、ソムニードへの寄付金が途切れない。「ちょっといいことをしたい」という買い物客が、ポイントによる寄付を気軽にできるため、スーパーのチラシにソムニードの活動記事が掲載されると実際に寄付金が増える。

■ 連携の問題点・課題は？

企業との連携があるということから、地域での公的助成が受けられない場合がある。例えばソムニードの15周年記念でインドの支援地からローカルNGO代表者を招聘した時、公的資金を受ければ企業である駿河屋を訪問できなくなるため、公的助成を断ったということがあった。

■ 連携に必要な条件

- ・ 担当者とのコミュニケーション
- ・ 顔の見えるお付き合い
- ・ ソムニードの活動を日常的に伝えること

■ 企業への要望

連携の担当者だけでなく、社員全体の人材育成のためにNGO活動を使ってもらえると嬉しい。

■ 今後の可能性

経営者トップが代わり担当者も変わったので、今後連携の再構築が始まる。よりわかりやすい活動紹介が必要だと思われる。海外の活動の前に、地元でどのようにソムニードが役に立つ活動をしているのかを伝えることが重要。

■ 中間サポート機関の必要性

同じような規模の企業に連携の具体例を紹介して、新たなNGOと企業の連携の橋渡しができるとうい。

■ 所感

NGOの中でもソムニードのように、その海外での活動と連動させて国内で地域づくりを実践しているところは、まだまれだ。中部地区を代表するNGOとして評価の高いソムニードだが、「海外の活動の前に、地元でどのようにソムニードが役に立つ活動をしているのかを伝えることが重要」と、今後のあり方を自問している。地元の老舗スーパー・駿河屋とその消費者は、地域でのソムニードの良き理解者として、飛騨高山の地域で日常生活の中で連携が続けられていくのはすばらしい。

以上

株式会社 駿河屋魚一

作成日：2010年11月2日 名古屋 NGO センター

日時：2010年10月29日 14:00～15:30

場所：駿河屋 本部事務所（岐阜県高山市岡本町 2-45-1）

回答者：橋本和則様（取締役 営業本部長）、松沢豊様他（営業本部 販売促進課）

インタビュアー：戸村（名古屋 NGO センター）

〔駿河屋魚一 企業活動概要〕

岐阜県高山市などにスーパー5店舗等を経営する創業77年の老舗スーパー。昭和53年よりスーパーのレジ袋削減・マイバッグ推奨を始め、トレイ、牛乳パックなどの回収、再生トイレットペーパーの使用など「エコ・環境活動」や食育にも取り組んでいる。また駿河屋「マイカード」によるインドの植林支援活動を続けている。

■ 連携概要

スーパー・駿河屋「マイカード」のポイント交換制度で、個人のポイント加算の外、消費者の選択によりソムニードのインドの植林支援活動への寄付とするポイント交換システム（グリーンスタンプ運営）を確立し、12年間ソムニードと連携して植林支援活動を行っている。

■ 連携先の選定基準

地元高山市で活動する国際協力 NGO・ソムニードとの人的な太いパイプがあり、ソムニードの活動がインドの支援現地と密接に結びついていること。

■ NGO との連携の目的

ソムニードと協力して、インドで木が伐採され災害や貧困の原因となっているオリッサ州やアーンドラプラデシュ州の山間地の村むらに、村人の収益となり子どもたちの生活の助けとなるために、カシューナッツなどの苗木を植林する。

「なぜインドの植林なのか？」という顧客の疑問や意見に対し、次の根拠を示している。

- ① 世界全体の貧困人口の3分の1がインドに住んでいるといわれている。
- ② 現在禿山になっていてもかつては森林だったところなので、今植えれば間に合い、育ちやすい。
- ③ インド政府が NGO 活動を認めており、一丸となって活動がやりやすい。
- ④ 現地ローカル NGO 代表者との出会い。地元高山市で活動する国際協力 NGO・ソムニードとの太いパイプがあり、現地と密接に結びついているため、顧客の寄付が確実に苗木として植林される。

■ 社内部署の係り方

「駿河屋マイカード植林活動支援委員会」として活動。2009年に駿河屋創業75周年と、ソムニードとの連携による植林支援活動の10周年記念事業として、「駿河屋マイカード植

林活動支援委員会」の社員が、インドの現地の村々を訪問している。日本の顧客から贈られた苗木の植林木に看板を設置したり、村の住民との交流を行っている。

また販売促進課の社員が、その様子を随時スーパーのチラシ（32,000枚）に現地報告として掲載している。

■ 連携の効果

以前からスーパーとして、エコバッグやリサイクルの取り組みを続けてきており、チラシにそれらの情報提供などを行ってきた。その積み重ねの上に、インドの植林活動支援をすることで、「駿河屋さんは他のスーパーとは違う」と消費者が好印象を感じている。また環境問題への取り組みの企業姿勢が高く評価されている。

■ 社員への影響

ソムニードの招聘したインドのローカル NGO 代表者が来店した時には、社員がスーパー店内に現地語の歓迎垂れ幕づくりや、植林のデモンストレーションのワークショップ等を企画して、顧客へアピールした。ソムニードへの寄付に留まらない、駿河屋の植林支援活動として取り組んでいる。

社員の間にはマイ箸運動が広がっている。

■ 売り上げへの貢献・新規顧客の開拓・ブランドイメージの向上

売り上げの問題だけではなく、自社スーパーのチラシにスペースを使うことで、情報提供など環境問題への取り組みが消費者に評価され、ブランドイメージの向上となっている。

■ 連携に必要な条件・工夫している点

- ・社内的には、経営者トップの理解を得ること。
- ・担当者の社内での立場を確保すること。
- ・社員への理解の工夫が必要なこと。

■ 難しかった点

顧客にこの活動の意義を説明する際に、「なぜインドなのか？」という点をいかに説得力を持って説明できるか、という点が難しかった。

スーパーのレジ売場で、紙媒体を使って活動を紹介する難しさも感じていた。レジを打つ店員一人一人が、顧客からの寄付を本当に「ありがたい」と思い受け取っていることを態度に表せることが大事だが、店頭が忙しくなった時には、その一つの動作自体が大変になること。

■ 今後の可能性

ソムニードへの協力の強化ほか、「山ゆり学園」へのブルーベリーの苗木の寄付もやっていく。会社としては、一般の人にわかりやすい社会貢献活動を続ける。ソムニードがもっと地元で、地元のためにわかりやすい活動をしてほしい。

■ 所感

普通のスーパーのチラシ紙面の中に、NGO・ソムニードのインドでの活動や、「駿河屋マイカード植林活動支援委員会」メンバーがインド現地を訪れている記事を見た時には、

驚きだった。まさに飛騨高山の地域のすみずみにまで、ソムニードのインドでの「地域づくり・人づくり」が根を張っていることになる。このような連携が実現した素地として、いち早くからこのスーパーで取り組まれた「エコ・環境活動」への問題意識があったことを見逃せない。今後の連携継続によって、この地域の消費者が毎日の生活の中でソムニードと駿河屋の企業経営を見守り、それによって環境問題や地域開発の認識を高めていくのではないだろうか。

以上

4. 「持続可能な熱帯林再生の植林とメンテナンスの人材育成に、『トヨタ車体グループの森』づくりで社員がボランティアツアーに参加」

公益財団法人 オイスカ

作成日：12月7日 名古屋 NGO センター

日時：2010年12月6日 15:00~16:30

場所：オイスカ中部日本研修センター（豊田市勤八町勤八 27-56）

回答者：小杉裕一郎様（副所長・愛知県支部事務局長）

インタビュアー：戸村（名古屋 NGO センター）

〔オイスカ 活動概要〕

財団法人オイスカ（以下、オイスカ）は、1969年にオイスカ・インターナショナルの基本理念を具体的な活動によって推進する機関として生まれ、主にアジア・太平洋地域で農村開発や環境保全活動を展開している。特に人材育成に力を入れ、各国の青年が地域のリーダーとなれるように研修を行っている。オイスカの研修を修了した各国の青年は、それぞれの国で農村開発に取り組んでいる。国内では、農林業体験やセミナー開催などを通しての啓発活動や、植林および森林整備による環境保全活動を展開している。

〔オイスカ中部日本研修センター 活動概要〕

アジア太平洋地域の途上国約13ヶ国から研修生を招き、農業を中心とした地域開発、自立のための人材育成の研修を行っている。またボランティアを募り、海外での植林や国内での間伐などの環境保全活動を行い、次世代へ緑豊かな地球を残す活動、農業体験活動を通して、食や環境、文化などを学ぶ機会を設けている。産業・精神・文化の三要素のバランスを大事にした発展を地球規模で推進していくことを目的とする。

■ 連携概要

トヨタ車体よりインドネシアにおける森づくりの協働の問いかけがあり、西ジャワ州スカブミ県の現地120ヘクタールに、現地に合った樹種で約10万本の植林活動を連携して行っている。2006年に5カ年計画として始まり、2010年が5年目の終了年となっている。

オイスカでは、植林活動と併せて「人づくり」の必要性を提案し、プロジェクトの一環として植林以外にも、地域住民への環境セミナーの実施、教育支援などを行っている。地域を持続可能なモデルとなる村づくりを目指した事業を行っており、協働パートナーであるトヨタ車体にも理解をいただいている。

■ 企業の選定基準

トヨタ車体はオイスカの法人会員であり、オイスカの理念や活動への賛同、プロジェクトへの理解があった。

■ 企業との連携の目的

オイスカの弱い部分である資金面への補完と、オイスカの人材育成の考え方を啓発し、活動への幅広い理解の普及を図り、企業であるトヨタ車体を通してそれを社員個人へも広げていく。

■ 連携のきっかけ

トヨタ車体から子会社のあるインドネシアでの連携の話があり、オイスカの活動地の一つであるインドネシアの現地で、森づくりの候補地をオイスカが選定し、連携が始まった。

■ 連携の効果（全般）

オイスカの資金面・計画面の弱い部分を企業が補い、また企業ではできない現地での活動を NGO のオイスカが実施するという、相互の強みを生かした連携となった。

■ 連携の効果（具体的に）

- ・ インドネシア現地での活動へのモチベーション（目に見える支援者の存在）
- ・ プロジェクト実施による現地行政と村民とのネットワーク構築。地域住民の信頼が高まる。

■ 連携の問題点・課題

海外現場での活動への支援のため、企業担当者へ活動の見えにくさが問題点としてあった。同様に、企業の一般社員への普及の難しさもある。見える形で活動を伝えることが課題。

■ 連携に必要な条件

（一般に）企業と NGO の立場は大きく異なるため、どう歩み寄るか、相互の立場を理解し、状況を理解することが必要となる。

■ 企業への要望

双方の役割の中での積極的な関わりが欲しい。担当者はよく理解するが、担当者以外にも広く社内への展開を希望する。社内広報での活動の広がりを要望したい。オイスカとの協働を企業の広報誌に載せてほしい。

■ 今後の可能性

当プロジェクトは5年計画で終了するが、終了後の現地の森づくりや人材育成のシステムづくりが大切であり、プロジェクトの効果を最大化できるような取り組みが必要となる。また、トヨタ車体は引き続きオイスカの法人会員としてサポートしてくれ、地元愛知には人材育成の拠点である中部日本研修センターもあるため、継続的なつながりと、新たな取り組みの形も模索できると期待している。

■ 中間サポート機関の必要性

連携は人のつながりで始まるので、企業、NGO 双方の立場を理解でき、相互にメリットがある協働の形を提案できるような中間サポート機関があれば、信頼感が持てる。

■ 所感

オイスカはトヨタ車体に、植林活動だけでなく併せてそのメンテナンスの「人づくり」を提案し、活動地域住民への環境セミナーや教育支援でも協働している。オイスカ中部日本研修センターは、トヨタ車体などトヨタグループ企業、その他にも多数の企業と連携して、農業を中心とした人材育成の研修事業などに取り組んでいる。オイスカにはぜひ、中部地区の NGO と企業の CSR 連携推進のためのけん引役となって、連携のノウハウ等を提供してもらいたいものだ。

以上

トヨタ車体 株式会社

作成日：12月23日 名古屋 NGO センター

日時：2010年12月17日 10：00～11：00

場所：トヨタ車体株式会社 本社（刈谷市一里山町金山100）

回答者：山越清則様（総務部総務室 社会貢献グループ長）

インタビュアー：戸村（名古屋 NGO センター）

〔トヨタ車体 企業活動・CSR 概要〕

トヨタ車体では「環境との調和」「生活空間を豊かにするよい商品の提供」を基本理念に掲げ、クルマづくりを通じて社会に貢献できるよう事業を推進。また、社会貢献活動においては、良き企業市民として社会的責任を果たすため、「環境保全、環境啓発」や「事業基盤をおく地域社会との共生」を図るための活動を推進する。

■ 連携概要

インドネシアの焼畑等で破壊された熱帯林再生のため、NGO・オイスカ中部研修センターの提唱する持続可能な熱帯林再生の植林と、それが現地の人たちによって守られていくシステム作り、農民への農業指導、教育設備支援などの連携を行っている。

具体的には、ジャワ島で2006年より5カ年計画で120ヘクタールに10万本を植林する「トヨタ車体グループの森」づくりに取り組み、2010年に終了する。その予算は600万円/年。家具などの材料になるマホガニーなどと果実の収穫で住民の生活に役立つアボカドなどの樹木を植樹している。

■ 連携先 NGO の選定基準

オイスカ中部研修センターにはトヨタグループとの緊密な関わりがあり、トヨタ車体の会社自体がオイスカ中部研修センターの会員になっている。

アジアの国々で活動するオイスカの現地研修所が、トヨタ車体の子会社があるインドネシアに開設されているという、連携への足場があった。またかつてオイスカの現地研修所が、他企業と連携してインドネシアで植林を行っていた実績を知っていた。

■ NGO との連携の目的

トヨタ車体の社会貢献は、環境部門、福祉部門、地域部門とあるなかで、環境部門については、環境保全と社員の環境教育を目指す。

インドネシアにおける植林活動は、

- ①森林造成・水源涵養による自然環境保全
- ②その維持管理のための現地での環境教育

を目的とする。

■ 社内部署の係り方

社員の環境啓発のため植林ボランティアツアーを実施して、10名前後の社員が参加。ジ

ヤワ島の地元の人々や地元の小中学生約 1500 名とともに、植林や交流を図った。

■ 連携の効果（全般）

オイスカとの連携によるインドネシアでの植林活動が、会社のホームページでの掲載や新聞記事に取り上げられることによって、トヨタ車体の社会貢献の取り組みについて、広く世間で知られることになる。

■ 社員への影響

社員へのアンケートで、3 割の社員が「オイスカとの連携によるインドネシアでの植林活動について知っている」という結果がある。植林ボランティアツアーに参加した社員からは、環境保全の気持ちが強まったという声が聞こえており、社員への環境教育の効果は出ていると思われる。

■ 売り上げへの貢献・ブランドイメージの向上

売り上げへの貢献は特にないと思う。

■ 連携に必要な条件・工夫している点

連携する NGO／企業が、お互いに信頼することが大切だと考える。現地へ行き、できるだけ現地の担当者と話をする工夫をしている。現地の事前調査でも、インドネシアの研修所で宿泊しながら現地の担当者と顔をあわせることで、人間関係ができて安心、信頼できることになる。

■ 難しかった点

NGO と企業の目的の違いというものがある。この連携の場合、トヨタ車体としては森を作りたい、一方オイスカ中部研修センターは、現地の人々の教育が大切と考えている。このことについて、社内で理解を求め説得することが大変な面もあった。トヨタグループ他企業でも同様の取り組みを行っていたことが、社内での理解をより容易にしたともいえる。

■ NGO への要望・求めるもの

オイスカ中部研修センター側の窓口担当者が、トヨタ車体の営利企業としての活動について理解があり、柔軟な対応がなされたが、そのような連携姿勢が望まれる。

■ 今後の可能性

オイスカ中部研修センターとのインドネシアでの連携は 5 年間となっているので、今年でいったん終了となる。しかし、トヨタ車体がオイスカ中部研修センターの会員という関係は継続される。

■ 所感

トヨタ車体は今回の中部地区ヒヤリング 10 例の中では大企業であり、他の中小企業の事例との違いが窺われるところもあった。まず社内に社会貢献の担当部署があり、担当者は連携内容をよく把握して社内へ広報する。社員全体への CSR 連携の理解を広めていくのは、顔の見えやすい中小企業とはまた違った工夫が必要だろう。また NGO と企業の目的の違い、ここではトヨタ車体の森づくりとオイスカ側の現地の人々の教育の必要性とのずれに

対し、社内で理解を求め説得するのに苦労があったようだが、幸いトヨタグループでは同様の取り組みがあったので、理解を容易にしたという。トヨタ車体は、オイスカ中部研修センターの会員としても支援している。

以上

5. 「途上国の貧しい人々の自立支援活動に賛同して、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」

(特活) ホープ・インターナショナル開発機構

作成日: 12月14日 名古屋 NGO センター

日時: 2010年12月14日 15:00~16:20

場所: ホープ・インターナショナル開発機構事務所 (名古屋市中区栄1-16-2 神谷ビル3C)

回答者: 榊原エリン様 (メンバーシップ&中部コーディネーター)、三上裕子様 (事務局・コーディネーター・通訳)

インタビュアー: 戸村 (名古屋 NGO センター)

[ホープ・インターナショナル開発機構 活動概要]

ホープ・インターナショナルは、途上国の貧しい人々への自立支援活動を通じて生活状況の改善を、同時に先進国の人びとに対し、国際開発への理解の促進、貧困撲滅の活動を行う。

具体的な活動は、エチオピアで水源保全、水供給システムの設置と衛生教育プロジェクト、カンボジアでは井戸建設、衛生教育、牛銀行、自助グループとマイクロクレジットの推進を合わせた多目的支援プロジェクト、フィリピンで先住民族の子どもたちへの教育支援、ラオスで有機農業の研修、パキスタンの洪水被害の緊急支援などがある。

■ 連携概要

ヒルトン名古屋にて、「国際理解・支援の促進」を目的とした一週間の国際教育イベント『ホープ・アット・ザ・ヒルトンウィーク』や、『ホープ・チャリティーディナー&オークション』を開催している。ヒルトン名古屋からは、イベント会場の提供やレストラン部門などイベント企画の実施における協力がある。

■ 企業の選定基準

ホープ・インターナショナルのディレクター シェパード・ロウエル氏 (アジア・オセアニア地区ディレクター) と団体設立当時のヒルトン名古屋の総支配人 (ゼネラル・マネージャー) との人的つながりから、ホープ・インターナショナルの活動への理解や互いの信頼感がある。オファーがあればいろいろな企業と連携はできるが、古くからの人と人のつながり、10年間の強い絆がある。ヒルトン名古屋のゼネラル・マネージャーは数年で代わるが、他にもヒルトンには、ホープ・インターナショナルのよき理解者で長い係わりのある社員がいる。

■ 企業との連携の目的

地域で活動するために、地元での信頼を得ること。最初ホープ・インターナショナル開発機構では、少ないボランティアで活動が始まったが、この地域で活動をするためには地域の企業との連携によって、地元での信頼を得ることが大切と考えた。

■ 連携のきっかけ

2001年にヒルトン名古屋で、ホープ・インターナショナルのシェパード・ロウエル氏が日本のホープ立ち上げをよびかけるための朝食会を開催した。そこに、かねてから知り合いであった当時のヒルトン名古屋のゼネラル・マネージャーも参加したことから協力関係が始まった。

■ 連携の効果（全般）

地元の信頼を得ることができる。

■ 連携の効果（具体的に）

ホープ・インターナショナルからイベントのアイデアを提案して、それにヒルトン名古屋が賛同し、協力を得てきたが、チャリティー・イベントでは互いの持ち味が活かして、双方に利点がある。イベント開催にあたっては、双方にあまり負担がないようにと考えながら協力を求めている。例えばヒルトン名古屋だけでなく、その呼びかけに応じて世界各地のヒルトングループホテルからの宿泊券等の提供があり、それをオークションで寄付金に換えるという方法がとれる。

■ 連携の問題点・課題

途上国では多くの支援が待ち望まれているため、スポンサーであるヒルトン名古屋への依存度が高くなりがちとなっている。しかし双方の良い関係を保つことが大切なので、常にそのバランスを見つけることが難しい。

■ 連携に必要な条件

できるだけ多くの企業と連携できれば喜ばしいが、ホープの活動を理解し、賛同されることが大切だと考える。

■ 企業への要望

連携する上で何かクリアでないことがある場合には、ミーティングにゼネラル・マネージャーも加わってもらってよく説明し、スムーズに協力が進むように関係を密に持っていきたい。

■ 今後の可能性

現在は社会全体の経済状況が悪いが、ヒルトン名古屋とは長い連携関係が続いていて、今後も良い関係を続けていきたい。

■ 中間サポート機関の必要性

名古屋 NGO センターは、NGO や企業にとり、互いにどういう団体かを知る情報・教育機関としての存在意義がある。

■ 所感

ホープ・インターナショナルは事務所移転の時に、連携するヒルトン名古屋になるべく近いところで事務所を探したそうで、一週間に一度のミーティングを行うなどコミュニケー

ションを重ねながら信頼関係を築いている。ホープ・インターナショナルとヒルトン名古屋のチャリティ・イベントは、互いの持ち味を活かして、双方にメリットのある連携形態で協働していて、スポンサーであるヒルトン名古屋も、国際 NGO の活動に共に参加しているというような一体感が感じられた。

以上

ヒルトン名古屋

作成日: 12月15日 名古屋 NGO センター

日時: 2010年12月14日 11:00~12:00

場所: ヒルトン名古屋 (名古屋市中区栄 1-3-3)

回答者: ジェイミー・ミード様 (総支配人)、谷端理絵様 (広報部長)、通訳の社員様

インタビュアー: 戸村 (名古屋 NGO センター)

〔ヒルトン名古屋 企業活動概要〕

ヒルトン名古屋 (名古屋市中区) は、日本における 4 番目のヒルトンホテルとして、また名古屋初の外資系ホテルとして 1989 年 3 月 1 日開業した。名古屋駅と市の中心・栄を結ぶ広小路伏見に位置し、名古屋駅からは車で 5 分、中部国際空港からは車で 45~60 分の距離にある。地上 28 階、地下 3 階の建物は、名古屋のランドマークとして定着している。

■ 連携概要

『ホープ・アット・ザ・ヒルトン・ウィーク』、『ホープ・アット・ザ・ヒルトン・ウィークエンド』を催し、会場となるヒルトン名古屋 2 階レストランの食事代の 5 パーセントを、ホープ・インターナショナル開発機構へ寄付する。また、『ホープ・チャリティ・ディナー』(参加者 150~400 人) 及びチャリティ・オークションの会場スペースを提供し、パーティーのコンセプトのアイデアを出し合い、世界のヒルトンホテル宿泊券を提供する。

それらがホープ・インターナショナルの活動に役立てられ、例えばカンボジアでの井戸掘りプロジェクトなどの報告を受けている。

■ 連携先 NGO の選定基準

10 年前にヒルトン名古屋のイベントの一環として、『ホープ・アット・ザ・ヒルトン・ウィーク』が始まった時にホープ・インターナショナルと連携した。グローバルなビジョンを持ち、地域に根ざしたホープのコンセプトに賛同した。

■ NGO との連携の目的

途上国の地域・ローカルエリアの問題に取り組んでいるホープ・インターナショナルの活動を評価し、支援する。

■ 社内部署の係り方

ホープ・インターナショナルとの連携には、ヒルトン名古屋の多くの部署の社員が取り組み、サービス企業として全ての社員の CSR 意識が高くなっている。主に総支配人と広報部が、できるところで連携にあたる。

■ 社員への影響

チャリティ活動は多くの社員が関わりを持つが、それをヒルトン名古屋の社内報・サイトやヒルトンのグローバルサイトに、私たちがどのような活動を行っているかについて掲

載でき、社員の CSR に対する意識が高まる。

■ 連携の効果（全般）

実際に地域のお客に接するヒルトン名古屋の広報部、人事部、営業部、レストランなどを通し、CSR やホープ・インターナショナルとの連携によって地域社会への影響が高まる。

■ 売り上げへの貢献・ブランドイメージの向上

ホープ・インターナショナルとの連携は、メディアへの宣伝のためではなく活動に賛同しているからだが、これらイベント期間中は新聞・テレビのメディア数社の取材もあり、ホープ・インターナショナルとの連携を通して、活動についてのお客の認知度が高くなる。

■ 連携に必要な条件・工夫している点

オープンなコミュニケーションで信頼すること。共同作業。求めているゴール、問題の理解。活動に携わること。

文化的な違いか、海外では寄付活動が日本より活発であるが、このようにレストランでの食事代の寄付は、参加するお客が楽しみながらできる。この連携について日本企業の協力も大きく、感謝している。

■ 難しかった点

定期的にコミュニケーションの場を持ち、こちらから助言することはあるが、特に問題とは感じていない。

■ NGO への要望・求めるもの

ホープ・インターナショナルの活動と同様に、集められた寄付がどこに、どのように使われているか、資金が適正かをこれまでのように確認すること。

■ 今後の可能性

2010 年・11 年は特に変更はない。もう 1~2 件の援助の事例が増えるかもしれない。

■ 中間サポート機関の必要性

名古屋 NGO センターは多くの NGO との関係を築いていて、企業にとっても安心感を持てる意味がある。

■ 所感

ヒルトン名古屋の総支配人・ミード氏へのヒアリングでは、ホープ・インターナショナル開発機構との連携企画でチャリティ・ディナーやチャリティ・オークションなどといった、日本の NGO のイベントとは一味違った協働について聞いた。国際 NGO と外資系ホテルの連携の、その奥にある伝統的なチャリティ精神が日本で展開されている、といった雰囲気を感じられて印象的だった。

以上

6. 「ベトナムでのマングローブの再植林を、『中電グループ ECO ポイント活動』が支援、社員がスタディツアーで協働、異文化学ぶ」

南遊の会

作成日：2011年1月29日 名古屋 NGO センター

日時：2011年1月14日 18：20～18：45

場所：なごやボランティア・NPO センター内 フリースペース（名古屋市中区栄 1-23-13）

回答者：藤本 潔様（代表）、他理事の皆様

インタビュアー：戸村（名古屋 NGO センター）、石井（名古屋 NGO センター“NGO スタッフになりたい人のためのコミュニカレッジ”研修生）

〔南遊の会 活動概要〕

ベトナム南部のカンザー地区では、ベトナム戦争中の米軍の枯れ葉剤攻撃によりマングローブの森が全滅し、その後現地で植林が試みられたが土地に合った種を選ばなかったため、育たなかった場所がある。天然のマングローブの森は土地条件の違いで多様な樹種が住み分けていて、綿密な調査が必要であり、ホーチミン市農業農村発展局、カンザーマングローブ保護管理委員会、現地大学と連携し、森林再生事業に取り組む。

マングローブ植林を中心としたスタディ・ツアーを実施、日本とベトナムの協働作業によるマングローブ林保全事業を通して、地域環境や地球環境の保全に貢献すること、また両国の若者に環境保全の大切さと自分たちとは異なった文化や考え方があることを学ぶ機会を提供、相互理解と友好を深めることを目的に 2000 年より活動している。

■ 連携概要

中部電力との連携では、マングローブ植林に必要な経費や協働しているベトナム人学生たちの宿泊代に対する寄付を受けると共に、中電の社員（09 年には 15 人）がスタディ・ツアーに合流し、これまでに二回、マングローブ植林の協働作業に参加している。

■ 企業の選定基準

南遊の会代表・事務局が、提携が可能か中電担当者と直接面談した。

■ 企業との連携の目的

マングローブ植林の資金援助を得る。企業連携により、その成果が企業側からも発信されることで、南遊の会の活動の広報に有益である。

■ 連携のきっかけ

中電からネットワーク NGO・名古屋 NGO センターに NGO との連携の問合せがあり、名古屋 NGO センターの加盟団体である南遊の会が、「中電グループ ECO ポイント活動」の支援先として紹介を受け、連携が始まった。

■ 連携の効果（全般）

マングローブの植林、メンテナンス、育成を主にやっている。

また南遊の会代表がマングローブ生態系の研究を専門としていて、ホーチミン農林大学の研究者や学生、森林組合、現地スタッフなどと、マングローブ林の再生が炭素固定機能や生物多様性にどのような影響があるか総合的にモニタリングを行い、政策提言に生かせるデータ収集を目指している。

■ 連携の効果（具体的に）

カンザー地区に毎年夏、30人ほどの学生や社会人とマングローブ植林のスタディ・ツアーを行い、2007年までの6年間で50ヘクタールのマングローブの植林を行った。その後、植えた苗の生育を妨げるニッパヤシを刈り取る作業を続けている。

この「日越青少年友好の森」づくりでは、現地の学生と日本からの学生や社会人などが協働して活動を行っているので、異文化理解や幅広い年齢層との交流ができる。ホーチミン市の環境教育のセミナーハウス建設にも資金協力した。

■ 連携の問題点・課題

特にない。

■ 連携に必要な条件

最初は資金の提供だけだったが、二年目からは中電の社員もスタディ・ツアーに参加するようになった。現場での活動を協働で行うことで、より連携が強化された。

■ 企業への要望

企業の継続した連携を期待する。小額の資金提供で構わないので、できるだけ長く続けられるとよいと考える。

■ 中間サポート機関の必要性

NGOと企業の継続的な連携マッチングの場の提供ができるとよい。

■ 所感

ベトナムのマングローブ再植林では、日本とベトナムの若者たちが環境保全に加えて異文化を学ぶ。南遊の会代表はマングローブ生態系の専門家であり、現地の大学や森林組合などと生物多様性への影響や政策提言へのデータ収集などを行っている点は、他の植林支援とは違うところ。中電との連携のきっかけには、名古屋 NGO センターが加盟団体の南遊の会を紹介するといういきさつがあったが、連携はまだ始まって2年が経ったところであり、これからの連携の中で、NGO/企業側双方の目的や関係性などがどのように進展していくか注目していきたい。

以上

中部電力 株式会社

作成日：2011年1月19日 名古屋 NGO センター

日時：2011年1月18日 13:00～14:00

場所：中部電力株式会社 本社（名古屋市東区東新町1）

回答者：五ヶ山淳様（環境・立地本部環境部環境経営グループ課長）、小菅貴之様（同副長）

インタビュアー：戸村（名古屋 NGO センター）、石井（名古屋 NGO センター“NGO スタッフになりたい人のためのコミュニカレッジ”研修生）

〔中部電力の社会貢献〕

総合エネルギーサービス企業である中部電力は、地域に生かされている企業として、早くから積極的に環境問題に取り組んできた。日本はアジアで森林を伐採してきた歴史的な背景があり、中部電力は2005年より『中電グループ ECO ポイント活動』を通して、NGO と連携し森林の保全、国内では森林環境教育への支援などを行っている。

■ 連携概要

『中電グループ ECO ポイント活動』は、社員とその家族が会社、地域で実施する清掃活動や植樹など「環境にやさしい活動」に参加する毎にポイントが付与され、半期毎に集計される。参加者が獲得したポイントは、環境保全活動に取り組む中部地域の市民団体の活動に対する支援の規模を決める「投票権」となり、投票されたポイント数に応じて、協働活動として資金などの提供が行われる。

こうした活動の支援先の一つとして「南遊の会」が取り組むベトナムでのマングローブ再植林活動がある。この活動にもっとお手伝いできることはないかとの想いから、2009年に「南遊の会」が日越青少年の文化交流を目的とする「スタディ・ツアー」に同調した4泊5日の「植林ツアー」を社内で企画した。参加費は自己負担で3日間のマングローブ再植林活動を行う。2010年には社員やOBなど14名が参加した。このツアーのもう一つの意義は、植林活動で協働するベトナムの学生たちとの交流会をとおした互いの文化への理解である。

■ 連携先 NGO の選定基準

『中電グループ ECO ポイント活動』の支援先として、「南遊の会」のベトナムでのマングローブ再植林活動には、地球環境の保全だけではなく、実際に支援を必要としている地に足を運び異なった文化や考え方を学ぶことなど、合致するものがあった。また「南遊の会」の藤本代表がマングローブ生態系・CO₂を専門とする研究者であることもポイントとなった。

■ NGO との連携の目的

「南遊の会」のベトナムでのマングローブ再植林活動をとおして、お金だけの社会貢献よりも環境問題に自ら参加し取り組む人を増やすこと、自発的に働く気持ち、自らを見つめることなどを大切に、またそこで異文化との交流も目指す。

■ 社内部署の係り方

社内的には環境部が関わっているが、スタディ・ツアーの参加者と協働しての植林活動については、中電グループ企業の社員と家族が休暇を取得して自発的に参加する全くのボランティアである。

■ 連携の効果（全般）

中部電力では、社員が高い環境意識をもち、これからも地域とともにある環境保全活動を実践していきたいと考えている。マングローブ再植林活動への参加がきっかけで、中部電力の「ちゅうでんフォレスター」（環境に配慮した自発的行動ができる人材の育成）の養成プログラムに参加する社員、地域のボランティア団体で活動を始める社員など、地域で自発的に環境活動を実践する社員の輪が広がりつつある。

■ 社員への影響

マングローブ再植林活動に参加した社員からは、「とにかく面白い」という声が聞かれる。汗をかき、現地のものや「同じ釜のメシ」を食べること、現地の人と一緒に汗を流すことがよかったという感想だ。下草刈りやメンテナンスが必要で、植林し育てることの魅力から、また行きたいと自発的に参加を希望している。ここに「何をどう感じたか」から変わる要素、社員の成長がある。

■ 連携に必要な条件・工夫している点

活動の目的が森林保全につながる取り組みであるかどうか。また、社員が参加できる活動かどうかといった点を考慮し、社員の環境意識を高める活動となるよう、協働先と一緒に知恵を出し合っている。

■ 難しかった点

最初は、ベトナム現地の事情が分からなかったことから、社員に「植林ツアー」を提案し参加させることに不安があった。

■ NGO への要望・求めるもの

単に資金を提供するだけの関係ではなく、人同士が連携できる企画の提案があるとよい。

■ 今後の可能性

「南遊の会」との連携は単年度契約だが、2011 年も連携を継続する。

■ 中間サポート機関の必要性

ホームページや機関誌だけでは、読み取れない部分が多くある。当該の NGO や NPO に対する理解を深める、あるいは協働の可能性を確認するうえで、中間サポート機関の果たす役割は大きい。

■ 所感

地域に生かされている企業として積極的に環境問題に取り組んできた中部電力は、この連携を、環境問題に自ら参加し取り組む人を増やす、自発的に働く気持ちを育てる、自ら

を見つけるなど「社員教育」の場としている。社員の環境意識を高める活動となるよう、また単に資金を提供するだけの関係ではなく、人同士が連携できる企画の提案を求めている。マングローブ再植林活動のスタディ・ツアーに参加した社員からは、「とにかく面白い」、「また行きたい」と自発的に参加を希望する社員も多く、参加者の感想文からも連携での協働によって社員の成長が見られるという。さらに現地での「人づくり」にも発展してもらいたいものだ。

以上

7. 「フィリピン・マングローブ植樹とメンテナンスに、アストモスグループ『お客様アンケート』返信1枚で、1本のマングローブ苗木植樹」

(特活) イカオ・アコ

作成日:12月27日 名古屋 NGO センター

日時:2010年12月20日11:00~12:30

場所:イカオ・アコ事務所(愛知県知多郡美浜町奥田 日本福祉大学後藤研究室内)

回答者:後藤順久様(代表)

インタビュアー:戸村(名古屋 NGO センター)

[イカオ・アコ 活動概要]

1997年よりフィリピンのネグロス島、ボホール島で、マングローブの植樹事業を行っている。毎年4~5回の植樹スタディ・ツアーを実施し、約30万本の植樹を行っているが、2015年までに100万本を目指している。常に日本のボランティアと現地の行政、大学、地域コミュニティとが植樹、維持管理作業を共同作業で行うことにより、マングローブの森を育てている。現地の住民が主体的にマングローブの再生、保全、持続的利用を行うようになること、そして日本とフィリピンの人々の心をつなぐことを目的とする。

■ 連携概要

ボホール島でマングローブを植樹し、「アストモスエネルギーの森」をつくる。イカオ・アコの植樹ツアーにアストモスエネルギー社員と賛同者20人が参加し、2010年は21,000本のマングローブを植樹し、連携の1年目が終了した。植樹予算は150万円、ツアー予算は300万円。

アストモスエネルギーでは、企業の顧客へのアンケート回収率を上げるため、回答が返されるとマングローブが1本植えられるという仕組みとなっている。

■ 企業の選定基準

支援の量が大きくないと、NGOにとってメリットが少ない。企業の売名行為ではなく、パートナーシップがあるかどうか基準となる。

■ 企業との連携の目的

フィリピンのボホール島でマングローブの植樹本数を増やす。

■ 連携のきっかけ

アストモスエネルギーから直接、イカオ・アコに連携の提案があった。企業の環境への取り組みでは、マングローブの緑のイメージがよいと思われる。

■ 連携の効果(全般)

寄付金が増加して、ボホール島でのマングローブの植樹が進み、また現地との顔の見え

る関係・機会が増した。

■ 連携の効果（具体的に）

企業は、寄付金の他にも例えばバスケットボールなどのような支援物資を持って行って、現地の人びとや子どもたちとの文化交流が広がっている。アストモスの専務は現地語を勉強して行き、現地語で挨拶をし、現地の人びとに好評を博したという交流面での一例もある。

■ 連携の問題点・課題とは？

NGO と企業の満足するところや考え方が違うことがあり、企業のニーズに合うものを提案しなければならない。企業向けの植樹スタディ・ツアーを実施する場合に、宿舎など生活面や安全面で気を付けなければならないこともある。またツアーには企業の顧客の参加もあるため、半分を観光に当てたいという希望がだされるなど、企業の事情を考慮することもある。

■ 連携に必要な条件

連携するためには、NGO の企画力が問われたり、恒常的な情報発信がされなければ、企業の関心を引くことはできない。企業からは NGO のホームページなどがよくチェックされているので、情報発信は必要である。イカオ・アコでは、メールマガジンを週に一回は発信している。

また企業からは、最低限現地へ行って実状を見ることが大事で、寄付金だけでは連携は発展していかない。

■ 企業への要望

CSR が全社での取り組みとなるためには、寄付金だけではなく、企業のトップが社内全体へ意識を高めるよう誘導しなければならない。アストモスの場合、イカオ・アコとの連携を専務や営業本部が環境や貧困問題を考えるための研修に使っている。

■ 今後の可能性

アストモスとは来年も引き続き連携していくが、マングローブ植林の他に次に何をやるかを提案していく必要がある。現地の人びとは特に職業がなく、畑の野菜や果物、海からの魚など食料はあるが現金収入がなく、大都市でも低賃金、教育面でも義務教育のみである。マングローブ林の環境を整えるには、現地の人びとの生活支援や現金収入を生み出す支援も必要となる。

■ 中間サポート機関の必要性

名古屋 NGO センターは、加盟 NGO にとって非常に役に立っている。企業に対しての NGO 展や連携事例の提案などがあればよい。

■ 所感

イカオ・アコが現地と共同で行うマングローブ植樹とメンテナンスの活動に連携して、「アストモスエネルギーの森」計画が始まった。イカオ・アコでは連携の効果として、寄付金が増加してマングローブ植樹が進み、現地との顔の見える関係・機会が増したことを

あげている。同時に、資金提供だけでは連携は発展しない、現地を見ることが大切とし、一年目の現地へのツアーにはアストモスエネルギー社員と賛同者 20 人が参加した。さらにイカオ・アコでは、環境保全のためには現地の住民の現金収入、生活支援や環境教育も大切で、そのためには連携先に対する NGO 側の企画力、情報発信力が必要ともいう。連携により NGO の活動が一層活性化していることが感じられた。

以上

アストモスエネルギー 株式会社

作成日：2011年1月23日名古屋 NGO センター

アンケート回答日：2011年1月19日

追加まとめ：戸村（名古屋 NGO センター）

〔企業・CSR 概要〕

アストモスエネルギー株式会社は、LP ガス取扱量が世界最大、国内の約 20%を担う企業。LP ガスはクリーンエネルギーとして分散型で災害に強く、国のエネルギー基本計画でも需要拡大をはかるべきエネルギーとして位置づけられている。

環境への取り組みでは、地球温暖化防止に有効な省エネルギー機器の普及促進及び LP ガスへの燃料転換活動や、環境負荷の小さい LP ガス車の導入など使用エネルギーの削減に努めるとともに、グリーン電力の導入、マングローブ植樹といった活動も行っている。

■ 連携概要

従来より取り組んでいる「お客さまの声から特約店の業務改善を図る」ための仕組みとして、アストモスグループで取り組んでいたお客様アンケートの仕組みに返信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のが全体のスキームであり、実際の植樹活動をイカオ・アコと提携している。

※昨年度はグループ特約店約300事業所が参加し、約30万枚を配布(返信は15,401枚)。当社の役割は、スキーム全体の管理をはじめ、参加店への返信ハガキのアンケート分析やアンケート結果のレポート作成などの業務を実施し、返信したお客様への植樹報告書についてはアストモスエネルギーと特約店名と連名で発行を行った。

アンケートハガキに植樹活動が付帯することで、返信への動機づけを強める効果と、アストモスグループとして地球環境貢献のPR効果を果たしている。

■ 連携先 NGO の選定基準

当初、マングローブ植樹の環境 NGO 数団体と打合せを行った結果、

- ①希望する植樹ツアーが実施できる場所であること
- ②地元のコミュニティと協力して実施できる体制があること
- ③派手ではないが地域にしっかり根を張った堅実な活動を行っていたこと
- ④良心的な価格で対応してくれること
- ⑤代表が同じ三菱グループの出身であり、現役大学教授と、非常に信頼性があったことなど、当方の要望を満たす条件であった。

■ NGO との連携の目的

植樹場所の選定、交渉、植樹以降の維持管理など、当社では実施できない部分を、植樹活動に精通しており安心できる所との提携を前提に取り組みスキームを当初より描いていた。

■ 社内部署の係り方

2010年度は営業本部リテール統括部の販売促進活動の一部として、グループ特約店へ展開した活動であったため、当社のCSR活動とはまだ関連づいていない。

ホームページでの紹介、外部に向けての取り組みPRなど今後連携を計って行くとともに、CSR活動に繋げて行きたい。

■ 連携の効果（全般）

植樹だけでなく、企業とコミュニティを結びつける強力な助っ人となり、コミュニティでの行事開催など有意義な活動が出来た。

グループ特約店経営者からは、1社単独では出来ない環境貢献活動であり、「こういう施策を待っていた！」と非常に好評である。また、グループキャンペーンの最優秀賞の副賞として、マングローブ植樹ツアーの実施もできた。

■ 社員への影響

自分の会社が環境貢献に参加している、ということの自覚が芽生えたという意見が多く、支店単位で自分達が出来る環境貢献活動(プルトップ、ペットボトルキャップ集めなど)を始めるなどの行動変化も起きている。

■ 売り上げへの貢献・ブランドイメージの向上

アンケート活動の一環というスキームの性格上、LPガスの直接的な売り上げには貢献しないが、特約店は、環境貢献活動に前向きに取り組んでいる企業という評価をユーザーから受け、一般ユーザーも気軽に環境貢献活動に参加できる仕組みの提供として、アストモスグループに対しての評価を得、ブランドイメージUPには大きく貢献している。

更には、三菱広報委員会発行の機関紙にも活動が取り上げられて、グループ企業のなかでの当社のステイタス向上にも寄与している。

■ 連携に必要な条件・工夫している点

連携するNGOの信頼性、運営状況、及び当社の要望する植樹エリアやコスト面。また、マングローブの苗木は植樹した後の現地住民のアフターメンテナンスが必須であり、その点において、イカオ・アコのしっかりと地域に根ざした活動は、当社の要望に合致したものであった。

■ 難しかった点

提携するNGOを選ぶに当り、企業の様な採点表がある訳ではなく、NGOの信用度や運営状況などを調べる基準や尺度が分からないので、任せてみないと分からない所があった事。

■ NGOへの要望・求めるもの

- ・ 企業との色々な提携パターンスキームの提供。
- ・ 各NGOの活動状況や信用性などの比較表と、活動企業の紹介事例などをホームページ上で公開など。

■ 今後の可能性

マングローブ植樹による環境貢献だけでなく、国際貢献活動についても検討中であり、提携先として NGO は欠かせない。

■ 中間サポート機関の必要性

現在のところ、特に必要性が見出せないが、効果が上がるスキームを確立できるのであれば検討の価値あり。

■ 所感

アストモスエネルギーは東京に本社を置く大企業ながら、提携先として愛知県の中小 NGO の一つであるイカオ・アコを選んだ。イカオ・アコのフィリピンでの地道なマングローブ植林などの活動が評価された意味は大きい。アストモスエネルギーでは、今後 CSR 活動に繋げていきたいとしているので、これから企業の顧客を巻き込んだ CSR 連携の発展が期待される。

以上

8. 「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」

(財) 日本国際飢餓対策機構 (JIFH)

作成日: 2011年2月24日 名古屋 NGO センター

日時: 2011年2月24日 13:00~14:00

場所: 日本国際飢餓対策機構 (名古屋市昭和区鶴舞 3-8-10)

回答者: 清家弘久様 (常務理事)

インタビュアー: 竹内 (名古屋 NGO センター)

追加まとめ作成: 戸村 (名古屋 NGO センター)

〔日本国際飢餓対策機構 活動概要〕

1981年に活動を開始し、以来、アジア、アフリカ、中南米の開発途上国で、現地のパートナーを尊重し、互いに成長しあう協力関係を築きながら、人びとの「からだの飢餓」と「こころの飢餓」の解決のために働く。活動理念は、「飢餓・貧困に苦しむ人々の基本的必要が満たされること」、「人びとが自分の可能性に希望をもって生き、隣人を愛する人となっていくこと」、「共に分かち合い助け合う共生社会が広がっていくこと」。

具体的には海外活動として、子どもの教育支援 (ウガンダ、ポリビア、スーダン、バンラダシュなど)、平和構築プログラム (ルワンダ)、地域開発プログラム (カンボジア、フィリピン)、緊急援助・復興支援 (四川・ハイチ大地震など) など、国内活動では、世界のいろいろな問題を「伝える・考える・学ぶ・知る・始める・協力する」ためにさまざまな取り組みを行っている。

■ 連携概要

パンおよびパンの缶詰の製造販売をしているパン・アキモト (栃木県那須塩原市) と連携している。緊急対策用・災害用非常食として保管していたパン・アキモト製造のパンの缶詰を、期限切れ数か月前に提供してもらい、海外の飢餓地域へ届ける支援。

■ 連携先の選定基準

もともとパン・アキモト社長と個人的なつながりがあった。秋元社長は、国連の制定した世界食糧デーの「世界食糧デー那須塩原大会」(日本国際飢餓対策機構主催) に参加してくれた。この大会に秋元社長は委員として参加するなど、日本国際飢餓対策機構とは関係が深かった。

■ 企業との連携の目的

特に企業でなければいけないということではなく、個人と個人との関係が、組織と企業との関係になっていった。個人でも組織でも、連携する相手と WIN-WIN の関係を希望しているので、両方が連携することによって互いにメリットになることが望ましい。連携することで、企業にとっても目的が達成されるという関わり方が大事だと考える。

■ 団体担当者の係り方

自分（清家常務理事）が日本国際飢餓対策機構の緊急支援担当であったので、立場上、連携の窓口となっている。しかし、こういう企業との連携に関するような場合は、自分（清家）が出ていくことが多い。

■ 連携の効果

パン・アキモトから提供されたパン・パンの缶詰は、必要な支援物資として利用しているので、緊急事態に「何ができるか」と考えた時には、すぐにこの連携の『救缶鳥プロジェクト』が頭に浮かぶ。もともと日本国際飢餓対策機構は飢餓対策をする団体なので、これはとてもありがたい。これまでは緊急物資が必要な場合でも、どこの企業と連携できるか、誰にまず連絡をするか、物資の調達は可能かなど、いろいろロスが多かった。

■ 団体内部への影響

いつも緊急支援が必要なわけではなく、日本の組織で不必要な場合もある。その時は『世界里親会』と連携して、クリスマスの時期にプレゼントとして途上国へ送った。その時は日本ではなく、国際飢餓対策機構のアメリカ、韓国、カナダなどの対象とする地域へ送ることができた。

■ 支援者等外部者への影響

パン・アキモトは、テレビなどメディアで取り上げられるケースが多いが、その時に必ず国際飢餓対策機構のことを紹介して下さるので、自分たちでは届かないところに秋元社長を通して、日本国際飢餓対策機構・JIFH の名前を浸透させてくれている。

日本国際飢餓対策機構からすると、秋元社長に「ハンガーゼロ親善大使」という肩書を贈呈しているので、彼が名刺を出した時に、一緒に NGO・日本国際飢餓対策機構のパンフレットも持参してもらうことができる。逆に NGO・日本国際飢餓対策機構が、中学、高校、大学などに講演等に呼ばれて行く時に、『救缶鳥プロジェクト』のチラシを持って行き、広報している。そのことで、ある学校が非常食としてパン・アキモトのパンの缶詰を購入することになったケースもある。

■ 連携に必要な条件・工夫している点

互いにメール、電話だけでなく直接会い、一緒に食事をするなど、たえず連絡を取って情報交換している。

■ 難しかった点

相手国によっては、支援物資としてせつかく用意してくれたのに、宗教上の理由から使えなかったことがあった。パキスタンでの緊急支援の事例だが、パンの缶詰にイスラム教の「禁忌食物が入っていない」という証明になる“ハラルマーク”がついてない理由で、受け取りを断られた。

■ 企業への要望・求めるもの

日本国際飢餓対策機構の場合、「コミュニケーション・ツール」があるのでいいが、他の企業の場合でも同じようにいくのか、若干の心配はある。企業との連携の場合、単年度で

終わらず、(名古屋での CSR シンポジウムでの発表にもあったが) NGO の活動の場を「社員の学び」の場としているのがいい。NGO の現場を、社員の研修として活かしてほしい。

■ 今後の可能性

単なるリソースではなく、双方で「人づくり」に使う。企業の方は、「連携することは財産である」という考えで、NGO と同じ目線で連携できるといい。

■ 中間サポート機関の必要性

企業と NGO を「お見合い」させる機能を持ってほしい。それゆえ、JANIC や名古屋 NGO センター、関西 NGO 協議会など「ネットワーク NGO をもっと活用して欲しい」と関係者に PR したい。

■ 所感

- ・ 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、世界各地で活動する日本国際飢餓対策機構が連携して必要な人びとの下へ届ける、という見事な連携だ。両者には連携の初めにキリスト教の信仰を持つ人脈があったようだが、信仰心があるかどうかはここでは横に置き、世界の大きな困難に対して、小さな個人でも今できる一歩を示してくれている。
- ・ 日本国際飢餓対策機構は、大変大きな資金力のある NGO であるが、想像以上に個人対個人の間接性を大切にしている。「ハンガーゼロ親善大使」任命など、支援者へとてもわかりやすい形で関係性を表している。それは長い歴史と組織の規模、実績などがあるから故に価値のある称号だと思う。小さな NGO がそのまま真似をしても、あまり喜ばれないかもしれないが、その考え方は見習うべきものがある。

以上

株式会社 パン・アキモト

作成日：2011年1月25日 名古屋 NGO センター

アンケート回収日：2011年1月25日

アンケート依頼先：株式会社 パン・アキモト（栃木県那須塩原市東小屋 295-4）

追加まとめ担当：戸村（名古屋 NGO センター）

〔株式会社 パン・アキモト 企業活動〕

パンおよびパンの缶詰の製造販売。パンの缶詰は、独自の配合でシットリ感と美味しさを保持し続ける品質に開発、また一部のこだわり製品は栃木県産 100 パーセントの小麦、他の材料も地元産を使用し、人にも地域にも優しいパン作りをしている。地域の原材料の良さを生かして作られた特産品に、都道府県がつける共通の E マーク食品・「とちぎの E マーク食品（栃木県特別表示認証食品）」の認証を、パン類で初めて受けている。

パン・アキモトの『救缶鳥（きゅうかんちょう）プロジェクト』は、非常食を備えることで世界の飢餓救済の活動に参加できるというもの。国内で『安心・安全でおいしいパン』を提供することが『救缶鳥プロジェクト』によって世界中に元気と笑顔を広めること、を目指す。

■ 連携概要

食品のリユースを企画運営して、海外の飢餓地域を支援する。

パンの缶詰「救缶鳥」を非常食として2年間備蓄し、備蓄から2年後、残り約1年の賞味期限の間に日本中から回収し、「日本国際飢餓対策機構」（JIFH）等を通じて飢餓に苦しむ国々へコンテナで輸送し、義援物資として国際貢献に役立てる。

■ 連携先の選定基準

創業者がクリスチャンだったことで、以前から「日本国際飢餓対策機構」の活動を知っていた。また世界の食のアンバランスに関心を持っていたことから、JIFH との関係を深めていった。そして当社の製品でも協力ができると判明してから、積極的な活動参画を始めた。

■ NGO との連携の目的

「日本国際飢餓対策機構」は非政府的な活動のため、時の政府の示唆に左右されない、グローバルで普遍的な判断ができると期待して、連携を始めた。

■ 社内部署の係り方

全社的に「日本国際飢餓対策機構」の活動に関心を持つようにしており、特に担当部署は設けていない。

■ 連携の効果

企業活動で「ただ利益を出すだけ」という考え方から、「CSR に関心を持って、利益も

追求」へ意識が変わってきている。

■ 社員への影響

食品会社の社員として、また「我ら地球人」としての意識改革が、少しずつ進んでいると思う。

■ 売り上げへの貢献・新規顧客の開拓・ブランドイメージの向上

売り上げには直接的で絶大な貢献はまだ見られないが、ブランドイメージは大きく変化している。

■ 連携に必要な条件・工夫している点

企業トップの意識変革に加えて、継続的な活動参画のシステム作りが必要と考えている。タイムリーな広報活動も、社内のモチベーションの維持に不可欠と思う。

■ 難しかった点

経費の負担、社内の協力体制作りなどが難しかった。

■ NGO への要望・求めるもの

- ・継続的な活動報告を求める。
- ・企業の経営状態（好景気・不景気など）が変化することへの理解を要望する。

■ 今後の可能性

自分たちの活動（備蓄をしながら国際貢献）が、社会現象になっていくこと。

■ 中間サポート機関の必要性

中間サポート機関は必要に応じてあってもよいが、経費増や連携の遅れ、目的の不明確さが出てくるとなると、不必要である。

■ 所感

パン・アキモの自社の製品を活かし、「義援物資」として国際貢献に役立てる『救缶鳥プロジェクト』は、パンの缶詰を非常食として購入・備蓄されたものを、また回収して救援物資として提供するというアイデアはすばらしい。それに賛同する市民や団体等がいて連携のサイクルが成り立っている。ネット販売もされていて、どこからでもプロジェクトに参加が可能で、新しい可能性も感じられる。パン・アキモのホームページによると、パン・アキモでは日本国際飢餓対策機構との連携以外にも独自に被災地へ「義援物資」として提供している。

以上

9. 「チェルノブイリ原発事故被災者への支援物資輸送で、名港海運が協力、社員とボランティアが協働」

(特活) チェルノブイリ救援・中部

作成日:2011年1月20日 名古屋NGOセンター

日時:2010年12月3日15:00~16:30

場所:チェルノブイリ救援・中部事務所(名古屋市昭和区鶴舞3-8-10 愛知労文センターB1)

回答者:河田昌東様(理事、前事務局長)

インタビュアー:戸村(名古屋NGOセンター)

[チェルノブイリ救援・中部 活動概要]

1986年のチェルノブイリ原発事故被災者救援のために、1990年に中部地域の市民団体の連絡会として設立された。ウクライナの被災者の3団体や小児・地区病院、診療所への医療支援などを行っている。また精神的な支援として、毎年日本の市民に募って被災者・児童などに手作りのクリスマスカードを送っている(2010年度カード総数2711通)。

さらに現在、被災現地の復興のために、「菜の花プロジェクト」による放射能汚染地の再生、バイオディーゼル燃料(BDF)・バイオガス(BG)を製造し、バイオエネルギー利用の可能性を試みている。

■ 連携概要

チェルノブイリ救援・中部が支援地のウクライナへ、救援物資として粉ミルクや超音波診断機、保育器などの医療機器、車椅子などを船便・航空便で輸送する時に、名港海運がその通関手続きの費用を無料に、また荷役作業でも協力をしている。荷役作業の前段階ではチェルノブイリ救援・中部のボランティアと協働作業を行っている。

チェルノブイリ救援・中部では、最近では救援物資を日本から送ることが少なくなっているが、91年~08年の16年間には、年に1~2回の物資輸送での協力関係が継続している。

■ 企業の選定基準

立ち上がって間もない日本の小さな市民団体であるチェルノブイリ救援活動に対して、名港海運の社員でアメリカでの企業のボランティア活動を知る人が大きな理解を示し、またチェルノブイリ救援・中部のボランティアの中に、名港海運の社員の友人がいたことから、団体の活動に対し信頼がもたれた。

救援物資の輸送では、かつて航空会社の協力もあったが、大量の粉ミルクや医療物資の輸送で船便を利用することが多くなった。名港海運から通関手続きの教授や荷役作業などの協力を得られたが、名港海運ではそれらを自社の受け持つことと捉えられて、物資輸送の継続的な連携ができた。

■ 企業との連携の目的

救援物資の輸送費支援及び輸送作業の軽減。

■ 連携のきっかけ

チェルノブイリ救援・中部がウクライナへ救援物資を船便・航空便で輸送する際に、経験の乏しい中、手探りで通関手続き等の作業を行っていたところ、1992年に当時の名港海運の営業部長が救援活動に対して理解を示してくれ、アドバイスや輸送費の便宜を図るなど名港海運から協力を受けることができた。

■ 連携の効果（全般）

通関手続き、荷役作業の助力によって、救援物資輸送がスムーズに行えるようになった。確実に救援物資が現地へ届けられることから、支援者の活動への信頼が得られた。

■ 連携の効果（具体的に）

物資輸送のインヴォイスの書き方へのアドバイスや慣れない通関手続きのフォロー、船便代を除いた輸送費を無料としてもらうなどの支援が得られた。また荷役作業の前の作業では、名港海運の社員がボランティアとして、チェルノブイリ救援・中部のスタッフやボランティアとともに協働している。

■ 連携の問題点・課題

チェルノブイリ救援・中部の機関紙は送付しているものの、活動上、物資輸送のない時に関係が途切れがちになる。連携開始から長い時間が経過しており、名港海運では担当者が変わっても申し送りによって連携が継続されているが、現在の担当者・社員の意見・感想を聞く機会を持っていないこと。

■ 連携に必要な条件

NGOの活動に対する理解と信頼関係。

■ 企業への要望

物資輸送の協力以外でも、チェルノブイリ救援・中部の活動について関心を持ってもらえるようお願いしたい。

■ 今後の可能性

不況の影響があるかもしれないが、今後も物資輸送時に協力は望めると思う。

■ 中間サポート機関の必要性

NGOと企業のマッチングの機会などがあるとよい。

■ 所感

1991年～2008年の16年間にわたる連携で、無償で協力された救援物資輸送に掛かる費用は、大きな金額となっている。それ以上に、慣れない輸送作業に対する細やかな支援、荷役作業前の準備でのボランティアとの協働では、名港海運の専門技術が発揮された連携の好事例といえる。しかしながら、活動上関係が途切れがちになる時期、または担当者が変わる節目など人のつながりが希薄になりがちで、コミュニケーションの機会を持つなどが連携継続の上で必要とみられる。以上

名港海運 株式会社

作成日：2011年3月11日 名古屋 NGO センター

日時：2011年3月11日

場所：名港海運株式会社（名古屋市港区入船 2-4-6）

回答者：村橋秀樹様（総務部部長）

インタビュアー：戸村京子

〔名港海運株式会社 企業概要〕

名港海運株式会社は、港湾運送業を中核に海・陸・空にわたる総合物流業をグローバルに営む。地域社会の発展を常に視野におき、広く経済社会における物流業務の公共的使命を認識し、地球環境と調和する企業活動を行い、地域社会とともに持続可能な循環型社会の構築に貢献する。

■ 連携概要

チェルノブイリ原発事故被災者の支援を行うチェルノブイリ救援・中部が、支援地のウクライナへ救援物資を船便・航空便で輸送する時に、名港海運がその通関手続きを担当し、船会社に支払う船賃以外の費用を支援、荷役作業は無償で協力し、その準備作業ではボランティアとともに協働する。

91年～08年には年に1～2回、粉ミルクや超音波診断機、保育器などの医療機器や車椅子などの救援物資輸送で長く協力関係がある。

■ 連携先 NGO の選定基準

チェルノブイリ救援・中部スタッフの「けっして無理をしないで、できる範囲での協力をお願いしたい」という要請に、一企業として、企業ボランティアとしてできることを考えることができた。

■ NGO との連携の目的

企業ボランティアとして、日常業務を通して、毎日の仕事の積み重ねである輸出業務のノウハウを、労力として提供すること。

■ 社内部署の係り方

社会貢献の担当部門はないが、社内各部（営業部、航空貨物部、国際物流部、倉庫部）他、名港関連グループ会社にも、港湾業務・輸出業務で培ったチームワーク・支援体制ができています。

■ 連携の効果（全般）

名港海運の場合、活動の主催者ではなく協力者であり、日常業務の延長線上で各部署が協力し、社会貢献できる。

■ 社員への影響

これまでの社会貢献活動を通して社員の意識が変化して、また社外からも活動を高く評価されることで、やりがいを実感した。

一緒に働いた NGO スタッフとも、回を重ねるごとに連帯感が強まった。

■ 売り上げへの貢献・ブランドイメージの向上

チェルノブイリ救援・中部との連携の活動がマスコミ報道などで取り上げられ、社外から高く評価された。

■ 連携に必要な条件・工夫している点

NGO と企業が相互の専門分野を生かし、役割分担で連携している。具体的には、チェルノブイリ救援・中部が集めた救援物資の、輸出に関わる書類作成・通関業務を名港海運が担当し、荷役作業の前の準備作業では双方の協働で行う。

■ 難しかった点

NGO のボランティアとの協働作業になると、通関、荷役の現場、他部門に迷惑をかけないようにと普段以上に気を使ったこと。

■ NGO への要望・求めるもの

NGO/NPO と企業が、互いの得意分野で力を補い合いながら協力していく姿勢が必要。

■ 今後の可能性

支援地ウクライナ現地の経済状況が当初より好転し、船便や航空便での輸送は減少してきているが、今後も要請があれば協力していく。また賛同できる趣旨であれば、新たな社会貢献にも日常業務の中で労力を役立てたい。

■ 所感

名港海運とチェルノブイリ救援・中部との CSR 連携では、名港海運が企業ボランティアとして、自社の輸出・輸送業の日常業務を通してそのノウハウ、労力を提供して行われている。そこでは輸送に関わる資金提供も大きなものであるのだが、それだけではなく、専門性を活かした連携となっていて、他の業種の CSR 連携にもよい刺激となるのではないだろうか。

以上

Ⅲ. 関東地域

1. フィリピンの子供たちを応援する「心のそしな」プロジェクト

近畿労働金庫

作成日:2011年01月17日 国際協力NGOセンター

日時:2010年12月21日(火)13:30~14:30

場所:近畿労働金庫本店

時間:16時~17時

回答者:本店営業部 営業部門 主任 東中健悟様

地域共生推進室 室長 法橋聡様、増田まゆ様

インタビュアー:渡邊清孝((特活)ハンガー・フリー・ワールド理事/事務局長、
(特活)国際協力NGOセンター理事、CSR推進NGOネットワークコアメンバー

連携概要

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供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。

■ 近畿労働金庫が「心のそしな」プロジェクトに取り組むきっかけ

通常、預金者が新規に口座を契約した場合は預金者に対して粗品を提供している。この粗品を渡すことで感謝の気持ちを伝えるという商習慣を何か別の視点からアプローチできないかというアイデアが近畿労働金庫にあり、さらに社会貢献という観点を含めての実現を検討し始めた。

■ アクセスとの連携のきっかけ

もともと近畿労働金庫の本部には地域共生推進室という部署があり、CSR関連の事業を担当していた。「心のそしな」プロジェクトを検討するに当たっては、地域共生推進室を通して関西NGO協議会に打診を行い、アクセスの紹介を得て、この粗品分のお金をフィリピンの子供たちの学校給食のために活用するという本プロジェクトでの連携に至った。

■ プロジェクト内容について

「心のそしな」プロジェクトは、ろうきんの定期預金・財形預金・エース預金の金融商品を新規に契約頂いた場合、または預金者が積立額の増額を行った場合に預金者へ粗品を渡す代わりに、一口につき学校給食一食分をプロジェクト対象の子供たちに提供するという取り組みである。

現地でのプロジェクト実施はアクセスによって行われており、対象地域の村の中でも特に貧しい子どもたちを対象としている。空腹のまま授業を受ける子どもたちに給食を提供することで学びの効果を高めると共に、栄養状態を改善することを狙いとしている。また、

実施においてはアクセスが給食を調理するのではなく、現地の子供たちの保護者や地域の女性に働きかけ彼女たちが協力して食事を調理し学校に届けるようにすることで、地域の連帯強化にも貢献している。近畿労働金庫はアクセスからの活動報告書等でプロジェクトの確認を実施している。

■ 連携における効果

近畿労働金庫としては「心のそしな」プロジェクト実施に関してのノウハウを有していなかったため、アクセスと協力することによってプロジェクトの具体化ができた点について NGO との連携効果として評価したい。また、実施したプロジェクトについてしっかりとした報告をしてくれる組織であるという点も連携のメリットであったと高い評価ができる。アクセス側も近畿労働金庫と連携したプロジェクトを実施することで、組織としての知名度や社会的信頼度が上がり Win-Win の関係を築けている。

■ 活動の成果

現地の子供たちや保護者からのお礼のメッセージや写真などを活動報告書と共に貰っており、これを労金のロビーなどに掲載している。また、労金が行った顧客感謝デーにおいて実施したビンゴゲームの資金の一部を文房具として送るというサブプロジェクトも生まれた。加えて、ILO（国際労働機関）のセミナーなどで本プロジェクトを紹介してもらい、児童労働の改善に貢献しているという評価を得られた。預金者からの反響も総じて好意的なものが多く、本プロジェクトに関するアンケートを預金者に実施した際には、アンケート用紙の郵送に使用する切手代などの費用もプロジェクトの為に使用して欲しいという前向きな意見もあった。

■ 国際協力活動や NGO との連携方針

近畿労働金庫としては、地域共生推進室を主体として CSR の観点から社会貢献事業を進め、NPO などへの支援を行ってきた。ただ寄付金を出すということだけではなく、金融機関としての能力を活かし本業を通じた持続可能な事業を実施するために NGO などとの組織とも連携を進めていきたいと考えている。

■ NGO との連携を通じた今後の展望

地域の NGO などの組織から連携ネットワークを広げつつ、マイクロファイナンスなど国際的な社会的金融支援事業についても国際連携として関わっていききたい。将来的な展望としては 2012 年の国際協同組合年を一つの契機として、国内の労働金庫と世界の社会的金融支援の取り組みとの接点を拡大していくことができればよいと考える。

■ 所感

- ・ 同じ関西地域に拠点を置く組織の連携であり、また同地域の預金者がお金を預けるだけで気軽に国際貢献ができるという点、また店舗ロビーでの展示など、金融機関としての特色と地域でのネットワークを活かしたプロジェクトであると感じた。
- ・ 本プロジェクトの支援先が学校給食という分かり易さと、ろうきん本店ロビー等でプロジェクトの成果をパネルや映像でアピールする工夫をしている。結果、本プロジェクトに共感する人々が、ろうきんの預金に切り替えた例もあるなど、本業ならではの成果を残している点を評価したい。

以上

(特活) アクセス-共生社会をめざす地球市民の会

作成日：2011年1月11日 (特活) 国際協力 NGO センター

日時：2010年12月20日 11時～12時

場所：特定非営利活動法人 アクセス-共生社会をめざす地球市民の会 事務所

回答者：森脇 祐一 (常務理事/事務局長)

インタビュアー：渡邊清孝 ((特活) ハンガー・フリー・ワールド理事/事務局長、(特活) 国際協力 NGO センター理事、CSR 推進 NGO ネットワークコアメンバー)

連携概要

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。

■ プロジェクトの概要

近畿労働金庫(以下ろうきん)に預金をした方へお礼の気持ちとして粗品を渡すのではなく、その分の費用を(特活)アクセス-共生社会をめざす地球市民の会(以下アクセス)が行なうフィリピンの農村地域の貧しい子どもたちのための給食事業に充てるというプロジェクト。2010年5月1日～9月30日の期間で実施。2010年11月1日からは第2弾が進行中。

■ 連携のきっかけ

ろうきんでは、労働金庫という性格上、単に営利活動だけではなく地域とのかかわりを重視してきた。これまでも国内のNPOとの連携事業を実施した実績があり、新たに国際的な取り組みも行いたいということで、関西NGO協議会にアプローチがあった。初めは東京のTABLE FOR TWOとの連携をイメージされていたようなのだが、他方、近畿で活動している労働金庫なのでできれば関西のNGOと連携したいという希望を関西NGO協議会に伝えたところ連携先として関西を拠点にしている当団体が候補にあがった。

■ プロジェクトの目標値と実績

プロジェクトを始めるにあたり、1食あたり40円と換算し、2つの地域で55人の子どもに、1人につき1日1食、1年分(12,100食分、484,000円)の支援額を集めることを目標として掲げた。結果、25,971食分と、目標額の倍近く集まった。そこで対象の子どもを5人増やし、残りは来年度へ持ち越すことに決めた。一食あたりの予算40円のうち1/8を間接費として使用し、残りを給食の食材などに充てている。

■ 連携の中でのアクセスの役割

現地のプロジェクトの運営はアクセスが担っている。国内の活動としては、チラシのデ

ザイン、写真展用のパネルの準備、プロモーションビデオの作成、ろうきん内部の方に理解していただくための講演、プロジェクトの結果報告などを行ってきた。

■ 連携した成果

今回のプロジェクト以外にも、ろうきんでイベント時にアクセスへの寄付を募っていただくなど収入面でサポートを得ている。また、ろうきんとILOが開催したセミナーで今回のプロジェクトの報告の機会をいただくなど、より多くの方にアクセスの活動を知っていただく機会が増えた。ろうきんを通じてアクセスの名前が広がるなどの波及効果も期待しており、実際にろうきんの主要な会員である労働組合から共同でプロジェクトができないかという声も上がっている。

小さな団体ゆえに社会的な信用や知名度が低く、これまでに企業との連携事例がなかったが、今回、実績をつくることができたことによって、ほかの企業と連携していく上での大きな財産になった。

■ 連携の中で困難となった点

これまでこうした連携の経験がなかったため、どのような距離感で関係を作っていくべきか手探りで進めることとなった。先行投資的な意味合いも持たせて考えていたため、先方の要望はなるべく実現する方向で動いた。アクセスとしてはできるだけこのプログラムを成功させたいという思いが強く、広報活動においてもできることはなんでもやろうというスタンスで臨んだため、負担は予想よりも大きかった。チラシの作成など当プロジェクトに関わる国内活動の予算の立て方のノウハウがなく、どのように先方へ要求を出したら良いのかわからなかったため、先方の提示した予算で動くこととなった。第2弾をはじめるとあたっては、前回の振り返りをろうきんで行い、実際の経費に則して提示した金額でご理解いただいた。

■ 連携相手について

今回がはじめての企業連携であったが、パートナーであるろうきんは労働金庫という性格上、NPO/NGOの活動に理解があり、積極的に連携していこうという姿勢を持っていたため、はじめての連携相手として非常にふさわしい相手だったと思っている。

■ 今後の展望

長期的には企業との連携を進めていきたいとは考えているが、当団体の体力を考慮しても短期の間に急速に増やしていきたいという気持ちは現段階ではない。今回のろうきんとの連携に当面は集中し、しっかりとした実績を作りたい。

当会は、京都・関西の地域に根付き、地域と共生する組織を目指しており、その意味でも企業との連携を、ゆっくりとであっても着実に強化・拡大していきたい。企業との連携には、収入の増加にとどまらないメリットがあると考えている。当団体の社会的認知度はまだまだ低いですが、企業の宣伝・広報の力をお借りして、私たちのターゲットである京都・関西の市民に、当会のプレゼンスを知ってもらうことができる。そのことが、ひいては私たちのミッションである市民のエンパワーメントにつながっていく。

■ 所感

- ・ 良い協働プロジェクトには、最初のマッチングが非常に重要になることから、関西

NGO 協議会の役割は大きかったと感じる。知名度も低く、社会的信頼の確立が発展途上の NGO を紹介できるのは、まさに、同じ地域の NGO を熟知している地域ネットワーク組織の強みである。

- ・ ろうきんとの協働による寄付の恩恵だけではなく、イベント等を通じ、着実にアクセスの知名度は広がりつつあると実感した。企業の期待に応えなければという焦りで、これまで少々背伸びをしたこともあったようだが、ろうきんの担当者も自ら、「無理をせず継続していきたい」と感じているように、じっくりしっかりとしたペースで、着実に対応されることを期待する。
- ・ 第 2 弾を開始するにあたっては 1 期を振り返り、ろうきん側に必要経費の負担を依頼するなど、実績と対話に基づいた関係をつくることができている点が素晴らしいと感じた。

以上

2-1. 『金融 CSR への提言』

A SEED JAPAN

作成日：2011年2月14日 国際協力 NGO センター

日時：2011年1月20日 19時～20時

場所：スターバックスコーヒー山王パークタワー店

回答者：土谷和之様（エコ貯金プロジェクト 理事）

インタビュアー：富野（JANIC）、井端（JANIC）

事例概要

.....
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。

.....

■ ■ A SEED JAPAN およびエコ貯金プロジェクト立ち上げの経緯

A SEED JAPAN は、1992年のリオで開かれた地球サミットを契機に活動を始めた。特に同地球サミットで明らかになった「環境問題の中に内在する社会的不公正」の解決を目指して活動を続けている。

活動のひとつであるエコ貯金プロジェクトは、2002年頃、世の中を良くするためには経済の仕組みから変える必要があると気がついたことから始まった。A SEED JAPAN は若者主体の団体であるので、まずは若者の経済活動「買う・働く・貯金する」から変えていこうと、フェアトレード購買、環境に良い働き方（エコ就職）、環境に配慮した金融機関への貯金を呼びかけた。2005年3月からエコ貯金アクションとして、「口座を変えれば世界が変わるキャンペーン」を実施。これは市民一人ひとりが「便利さ」や「利息」だけでなく、自分の銀行口座を「健全性」や「環境・社会的な取組みをしているか」という視点で選び、口座を預け変える宣言をしてもらうという内容だ。

■ 金融 CSR への提言活動

金融 CSR への働きかけについては田中優氏やNPOバンク関連の書籍などを読み、勉強会を開くことから徐々に活動を形づくってきた。最初の勉強会は2003年、ゲストは田中優氏と河口真理子氏を招いて開いた。

2004年に大手都市銀行・信託銀行への公開質問状を送付し、またその結果から「環境・社会配慮を求める10の提言」を発表した頃から、メガバンクとも対話が生まれてきた。2005年に開催した第2回エコ貯金フォーラムでは労働金庫や地域銀行の方々と一緒にメガバンクのCSR担当者にも登壇していただいたが、これは上記2004年の公開質問状のやり取りから依頼、登壇とつながったものだ。

A SEED JAPAN では、金融機関への提言活動は、質問状を送りっぱなしということではなく、対話していくことが重要だと考えている。公開質問状、提言、フォーラム等を通じて地道に意見交換をしながら顔の見える関係をつくる必要があると考えている。

■ 個人への呼びかけと金融機関への提言のバランス

個人への呼びかけと金融機関への提言とは「車の両輪」だと考えている。個人に向けたエコ貯金アクションのキャンペーンを行い、そこから生まれた声をまとめて公開質問状という形で金融機関に投げかけるという形をとっている。

■ SRI に対する活動方針

SRI ファンドそのものに関しては、2006 年に「SRI ファンドは本当にエコなのか？」という冊子を作成した。これは当時日本で販売されていた SRI ファンドのうち、国内株式を主な投資先としている 16 のファンドを対象として、組み入れ先の企業が環境・社会に配慮したものなのかという調査を行いまとめたものだ。ファンドは投資信託の中でも狭い世界なので、残高も少ないという現実もあり、近年は明確なアプローチをとっていない。

最近注目が集まっているインパクトインベストメントについては、良い面もちろんあるが、ネガティブな側面もあると考えている。たとえばマイクロファイナンスボンドでは、いま話題となっているマイクロファイナンスによる多重債務者発生の問題は避けて通れないだろうし、ウォーターボンドについても、債券発行体であるアジア開発銀行の融資する開発プロジェクトに対する批判の声もある。NGO としては単純に推奨するだけではなくて、きちんとお金の流れをチェックをしていくということが重要だと考えている。また、投資家に対してもそうしたネガティブな側面を視野に入れていくべきだと訴えることが必要だ。いずれにしても市民の目からきちんとプレッシャーをかけていくことが重要だと思っている。

金融で社会的な事業を行なう際、重要なのは透明性だ。しかし融資はたいてい相対取引なので公開できないことも多く、そのバランスをとっていくのは難しい。しかし、2008 年から 2009 年に発生した世界金融危機を経て、現在社会では銀行の公共性、社会性が非常に注目されてきたので、こうした金融の透明性を高める大きな機会だと考えている。

■ クラスタ爆弾製造関連企業への投融資停止提言

クラスタ爆弾製造関連企業への融資停止の訴えは、2007 年にベルギーの NGO が日本のメガバンクを含む世界中の銀行から投融資がなされている実態を公表したこともあり、エコ貯金プロジェクトでも具体的かつ重要性の高いテーマとして取り組んだ。2008 年 11 月には、本テーマに関して金融関係者も交えた内部勉強会を開催した。さらに、同年 12 月に日本政府がクラスタ爆弾禁止条約へ署名したことを受けて、メガバンクに対してクラスタ爆弾製造企業への投融資に関する方針を開示するよう提言した。

■ 大和証券グループの動きに対する評価

上記のクラスタ爆弾製造関連企業への投融資に関して、もっとも積極的な動きを見せたのは大和証券グループだったと考えている。グループ本社の CSR サイトに地雷廃絶日本キャンペーン理事の目加田氏と河口氏とのダイアローグを掲載するとともに、2010 年 7 月に大和証券投資信託委託としてクラスタ爆弾製造企業への投資方針を自ら公開した。その方針には「クラスタ爆弾製造企業の発行する有価証券の組み入れは、アクティブ・ファ

ンドにおいて行わない」と明記されている。これは非常に評価できる取り組みと感じており、A SEED JAPAN の活動は、こうした動きに間接的ではあるが影響を与えていると考えている。

■ 今後の課題

金融機関の人、特に CSR 担当以外の方にどう問題意識を伝えていくかがポイントだと思っている。まだまだ金融と社会的問題の関連については一般の銀行員の認識と関心が薄いので、今後工夫して意識を持ってもらえるようにしていきたい。

さらにはその後ろ盾になる市民をどう巻き込むかが重要になってくる。個人に向けてはもっと預金者の声がダイレクトに届けられるような仕組みづくりや、より詳細な銀行情報の提供を行い、広くアクションを促していきたい。

■ 所感

- ・ 地道に「対話」をしながら顔の見える関係をつくる一方で、馴れ合いにならず提言をしていくという姿勢は、NGO のあるべき姿だと感じた。金融機関側も、真をついた提言であるならばこれは危機ではなく機会となるものと捉え、積極的な対応からより良いビジネスモデルを生み出してほしいと感じた。
- ・ アドボカシーに NGO が果たすべき役割が大きいことがわかったと同時に、一般市民の巻き込みが重要であり、提言とキャンペーンは一体のものであると改めて認識した。

以上

2-2. 『CSR 活動における社会的責任投資（SRI）及びインパクト・インベストメント関連商品の開発・販売について』

大和証券グループ本社
Daiwa Securities Group Inc.

作成日：2010年12月24日 国際協力NGOセンター

日時：2010年12月09日（金）13:30～14:30

場所：東京都千代田区丸の内一丁目9番1号 グラントウキョウ ノースタワー

回答者：広報部 CSR 課 副部長 岩井 亨様

広報部 CSR 課 課長代理 布川 眞理子様

大和証券 投資信託部 次長 田中 秀一郎様

インタビュアー：富野（JANIC）、井端（JANIC）、古川（JANIC）

連携事例

.....
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。
.....

■ 大和証券の SRI を通じた CSR 活動について

大和証券グループは 2002 年に創業 100 周年を迎えるにあたり、1998 年に企業理念を刷新した。そのひとつに、本業を通じた社会への貢献という観点から、「金融機能を活用して持続可能な社会に貢献する」ための取り組みとして 2004 年から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、2008 年から「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。

■ SRI 活動において NGO に期待する役割

SRI 関連商品と関連した寄付スキームにおいて支援する NGO については、寄付金が有効に活用されているかの説明責任をしっかりと果たして欲しい。また、SRI はまだまだ社会での認知度が低いので、SRI の社会への普及促進の啓発活動などを実施する中で、同様の目標を持って協力できる NGO があればイベント等でも積極的に連携していきたい。

■ SRI 普及啓発活動全体を進める上での困難や成果

欧米と比較すると日本の SRI は、機関投資家の関与が浅いことが課題であると感じてい

る。日本では受託者が委託者利益の最大化を行なうことが最重要視されているため、SRIのように何らかの制約がある投資については敬遠されてきたという経緯がある。しかし、年内に連合より「ワーカーズキャピタル責任投資ガイドライン」が公表されて、年金基金などの運用を通じてSRIに積極的に取り組んでいくことがより求められるようになる。このガイドラインをきっかけとして機関投資家の運用姿勢の潮流が変わる可能性がある。

また、SRIの普及啓発をCSR活動の一環として実施する上での期待する成果としては、もちろん企業の時価総額や株価上昇などの数値で客観的に図れることが望ましいが、大和証券グループの定性的企業価値の向上にも貢献していると感じている。

■ 国際的な問題の解決に向けたプロジェクトを支援する金融商品の提供について インパクト・インベストメントへの取り組み

インパクト・インベストメントとは、経済的な利益を追求すると同時に、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のことであり、2009年9月の第5回クリントン・グローバル・イニシアチブにおいてグローバル・インパクト・インベスティング・ネットワーク（GIIN）が正式に立ち上がったのを機に、そのコンセプトが広く認知されることとなった。

大和証券グループでも商品企画部門や投資信託部門が寄付だけではない国際協力的手段として個人投資家にも参加可能な商品開発を目指し試行錯誤を行ってきた。投資銀行部門のデットキャピタル・マーケッツ部が、商品企画部と連携して「予防接種のための国際金融ファシリティ（IFFIm）」のような国際機関（発行体）ヘワクチン債、マイクロファイナンス・ボンドや教育ボンドを提案し、実現にこぎつけてきた。その際MDGs等の国際協力関連の情報は、CSR課が入手したものを投資銀行部門や商品企画部へ適宜提供する形で連携してきた。

インパクト・インベストメントで現地のNGOや日本のNGOへ期待する役割

各NGOが取り組んでいる国際協力や開発などに資する課題解決への活動が、計画的、持続的、自立的であることと、それらを基にして活動の自己分析と改善策を立てて実行に移せることを期待している。

債券の発行体としてのNGOの可能性

NGOがたとえばワクチン債におけるIFFImのような、債券の発行体となれるかという質問には、ほぼ可能性がないと回答。信用度の問題で、団体の返済能力評価の格付けが高くなければならない。国際機関は最上級のトリプルAである。民間NGOがそれと同じくらいの格付けを取れるような財務状況にするためには、債券を発行する必要もないくらいの自己資金が必要となってくる。それくらい自己資金があれば、債券を発行する必要もなく事業を実施するほうが良いと思われるし、現実的ではないのではないか。

■ CSR活動を積極的に行う企業を証券市場から支援する金融商品の開発・販売について ダイワSRIファンド等の投資信託の仕組みについて

ファンドの特色は国内の株式の中からインテグレックス社のアンケート調査レポート等も参考にCSRへの取り組みに着目して、持続的な成長が期待される銘柄に投資すること。ポートフォリオの構築にあたっては、企業のCSR評価と投資価値を勘案する。東証株価指数を基準として中長期的に同指数を上回る投資成果を目指すものである。

SRIにおける投資信託を進める上で日本のNGOへ期待する役割

SRIファンドやエコファンドで、ポートフォリオを作成する際の判断にNGOを情報ソースとして活用する可能性も有り得る。ただし、情報の精度や質が求められる。例えば、日本総研などと同じレベルのレポートなどの情報提供が可能であれば、企業としてNGOに調査に依頼を行なうこともあり得る。加えて、社会への啓発活動などの面においてNGOと協働でイベントを開催したりするという事も考えられる。本業とNGOの活動内容がどれだけシナジーを発揮できるかがポイントとなるだろう。

■ SRI投資信託に関わるNGO/NPOへの寄付について

各ファンドの運用において大和証券グループが受け取る信託報酬の一部を寄付するというスキームがある。これまでの寄付実績は下記a.b.の通り。企業市民としての社会貢献という位置づけである。

これはファンドの運用資産ではないところからの寄付となる。なぜなら受託者責任運用忠実義務の観点から、ファンドから資金を出すということは、お客様から預かった運用資産をファンドマネージャーが任意で寄付を行なうということとなり、背任と見なされ基本的に法令違反になる可能性が高いからだ。そうならない為に、ファンド運用資産残高に応じて信託報酬として自社の財源に入った金額の一部を寄付している。目論見書にも記載がなく、全面的に広報・宣伝しているというわけではない（誤認勧誘という処罰の対象になる可能性もあるので）。

寄付先については例えばエコファンドならば環境に関連するNGO、など各ファンドの趣旨に鑑み選定されている。公募する場合もあれば、専門家やNPO実務経験者によって選定する場合もある。これまで実施した寄付の中では、NPO・NGOの人材育成・組織強化を目的とした寄付については特に反響があった。

a. 「ダイワSRIファンド」および「ダイワ・エコ・ファンド」に関わる寄付（2010年）

大和証券グループは、「ダイワSRIファンド」から（特活）市民社会創造ファンドに寄付し、また「ダイワ・エコ・ファンド」から、米国NPO法人コペルニクソリューションズと（特活）環境エネルギー政策研究所の2団体に寄付した。大和証券グループからの寄付金額は、市民社会創造ファンドに約210万円、コペルニクソリューションズに約560万円、環境エネルギー政策研究所に200万円となる。

b. 「世界環境テクノロジー・ファンド」に関わる寄付

大和証券及びラッセル・インベストメントは「世界環境テクノロジー・ファンド」から、環境団体・プロジェクトに寄付を実施している。これまでの寄付実績は、(財)地球・人間環境フォーラムに約760万円、(特活)ジャパン・プラットフォームに約200万円、コペルニクに約180万円となる。

■ 所感

- ・ 大和証券グループのCSR活動においてSRI普及啓発の為に、今後NGOが、インパクト・インベストメント債券の発行体となる可能性はほぼ無い。一方でNGOがCSRへの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、SRI関連ファンドがポートフォリオ構築の際に、企業のCSR評価へ関与したりという点では可能性が高いことがわかった。

- ・ SRI 投資信託に関わる NGO/NPO への寄付スキームは、金融商品取引法等の関連であり大きく広報しづらいとのことだが、SRI ファンドという性格にプラスアルファしてさらに社会に貢献できるものとしてもっと投資者に認識され、広まることを期待したい。
- ・ 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と良いと感じた。また既存の ISO26000 の活用も視野に入れていくことが重要だと感じた。

以上

3. 『日本の投資者と現地の社会企業家をつなぐ』

ARUN, LCC

作成日：2010年11月24日 国際協力NGOセンター

日時：2010年11月5日19時～20時

場所：スターバックスコーヒー山王パークタワー店

回答者：土谷和之様（ディレクター）

インタビュアー：富野（JANIC）、井端（JANIC）

連携事例

ARUNは2009年12月に設立され、国際協力・金融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。また、事業への経営アドバイス・スキルアップ等の支援をも行なうことで付加価値を高めている。また、国内の賛同者には現地視察に行き、経営に関する直接的なアドバイスをしてもらうなどの支援もお願いしている。

■ ARUN 立ち上げの背景（NGO 活動の枠外に活動の場を見出した点）

代表の功能氏がカンボジアで長く援助活動にかかわってきた中で、現地在援助依存型の社会になりつつあるという危機感を感じていた。一方で、援助を脱して自分たちでやっということうと、カンボジアでもソーシャルビジネスが注目され現地の社会企業家たちが動き始めていた。

■ ARUN 設立のきっかけと経緯

直接のきっかけは3年前に、CEDAC（カンボジア人の手により作られた農業・農村開発NGO）のリーダーから、日本からの投資を打診されたことだ。

実際投資をするとなった際に、適切な投資を通して世界の貧困問題の解決に取り組んでいる非営利団体「アキュメン・ファンド」の創設者であるジャクリン・ノボグラッツ氏の記事を見て、自分たちもこうした組織を立ち上げたいという思いが強くなり、設立の準備を始めた。オランダでソーシャルファンドといわれている団体、日本のNPOバンクなどにヒアリングをした上で2009年12月にARUNを正式に設立した。

■ 現在の投資先について

CEDACは「カンボジアのBRAC」と言われることもあるほど規模の大きい組織。農村開発事業を主として農業技術支援や貯蓄組合等の事業を行っており、何年前かにビジネス部門を設立した。

その後このビジネス部門からスピンアウトする形で、SahakreasCEDAC が設立され、ARUNはこの組織の事業の中でも自然栽培米の流通事業と天然ハチミツの流通事業に投資することとなった。

■ ARUN の組織形態について

499 名までの出資者であれば、第二種金融商品取引業者の資格を取らなくても良いので現在は合同会社という形を取っている。

■ ARUN の組織体制について

合同会社なので、出資＝社員ということで、出資をするためには社員になってもらわないといけない。現在出資者であり社員である人が 45 名。その中に業務執行社員（ディレクター）が 4 名（土谷さん含む）が含まれる。出資者は全員総会での議決権を持つ。

事務局業務はこのディレクターの 4 名で行っているが、専従であるのは功能氏のみ、その他は皆プロボノ的な関わりで無給である。功能氏もずっと無給だったが、これからは有給とすることができそう。ディレクターのほとんどはファイナンス関連の本業を持っており、その他の社員も、途上国支援経験があったり、会計事務所の方であったり、農業に詳しい方等、さまざまなノウハウを持っている方が集まっている。出資とマンパワーの両方をもらっている。

■ 出資額、出資者について

1 口 50 万円。ディレクターは最低 4 口という決まりにしている。50 万という比較的高額を最低基準にしたのは、出資者はイコール社員でもあり、ある程度の覚悟を持ってコミットメントをいただきたいということから。また、リターンのみを求めるようなスキームではないことをしっかり理解した上で出資いただきたいので、一回以上会っている方をお願いしている。定款上は、出資額の返還や、一定額の分配の保証はないということを明記している。投資リターンは何もお金だけではなく、社会的リターンを強調したい。

■ 投資案件の発掘、選定について

カンボジア事務所のスタッフが中心になり、ディレクターも月に 1 名は現地に出張して案件を発掘・選定している。選定ポイントは、事業性（ビジネスモデル、財務、ガバナンス、リーダーシップ、投資リターン）と社会性（雇用や地域への貢献など、社会的価値の創出）の両方があるかという点。

■ 投資スキームに関するこれまでの成果と課題について

・ 出資者数

立ち上げ当初は 10 名だった出資者が、2010 年 11 月には 45 名になった。それぞれ様々な分野で専門性を持つ方がいろんなセクターから集まってきたので、団体としての技術と専門性が上がった。

今後 1 年で 100 名規模になることを目指している。

・ 投資先案件

投資している自然栽培米の流通事業と天然ハチミツの流通事業、両方とも一定の収益を上げて、お金が返ってきている。

しかし Sahakreas CEDAC 自体、去年できたばかりの会社なので、正直言うと経営的

にまだまだ未熟である。オイコクレジットからの資金も確保しながらビジネスをまわしている。一方で、社会的投資は、そうした萌芽的ビジネスに根気強く対応していくということなので、今はせめぎあいのときだと考えている。

・新規投資先

2010年6月にカンボジアにて ARUN 現地事務所を立ち上げたことが功を奏し、沢山の投資先候補ができた。

今後は投資先を増やしていきそれに見合うくらいの金額を準備したい。出資者が100名まで増えれば6000~7000万円くらいの規模のファンドとなる見込みである。

■ 寄付を募って現地の NGO とのパートナーシップで支援事業行なうこととの違い

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と思う。また、自分で事業を興すという、アントレプレナーシップを大事にしている点の特徴だ。

■ マイクロファイナンスとの違い

ARUN はマイクロファイナンス機関ではない。マイクロファイナンスは、個人等の小規模事業を対象にしている。ARUN は、日本でいう中小企業クラスを支えていきたいと考えている。途上国には中小企業に投資してくれるところがなく、Missing middle といわれている状況があるからだ。

■ 投資先の成果の指標について

最終的には出資者に金銭的なリターンを返すということも1つの成果となる。償還期間は5年間である。

社会的なインパクトについては、指標では図れないものが多くあり、目に見えない価値もある、だからこそ事業として長いスパンで考える必要があり、テンポラリーな寄付だけでなく、投資として長期的にまわしていくことが大事かなと思っている。

■ 活動を通して困難に感じている点、課題

- ・ 自分は国内営業担当なので、特に出資者をもっとモチベートしていくことが重要と考えているが、リソースに限りがある中で、出資者とのコミュニケーションを密にとっていくことが課題と考えている。
- ・ 組織の運営資金の獲得も急務となっており、現在様々な金融系の企業・財団にも個別にご相談をしているが、ハードルは高い。しかし活動自体が新しいし、イノベーティブなので、見せ方や意義をきちんと伝えられれば関心を持ってもらえるので、がんばりたい。
- ・ 資金が獲得できたり、規模が大きくなってきたりすると複数の専従スタッフも必要になってくると思われる。そうした組織体制を強化できるような体力をつけたい。
- ・ 組織形態について、今後出資者を1000人以上集めることを視野に、新しい法人の器を考えるチームも走っている。個人だけでなく機関投資家も対象に考えつつ、時代の変化を見て、一番良い形態で組織を運営していきたい。

■ 企業との連携について

純粋にビジネス上で連携していけるのが良いと思っている。例えば蜂蜜の事業も、天然蜂蜜のニーズが日本にあれば、企業との連携で流通させていきたいし、具体的なプロダクトの周りで連携も価値があるかなと思う。今後はそうしたマッチングも積極的に行ってみたい。

■ 日本の NGO へ期待すること

まずは、こうした社会的投資という形での国際協力もあるということを知ってほしいと思う。今後、NGO との連携もあり得るだろう

また、NGO でこれまで活動してきた人の中で、援助の限界を感じている方が多い。そういう方が投資に積極的に参加してくれている事実もあるので、出資者としても期待している。

■ 所感

- ・ 通常の寄付と比べると、投資は投資者の当該事業運営への関心度合いが高い傾向があるように感じた。ARUN はそれを上手に引き出し、出資者が投資金もマンパワーも出すという形でも運営をまわしていると思う。
- ・ 単にお金を集めるのではなく、ARUN のミッションに共感してくれる人を増やしていくことが結果として投資につながるのだと強く感じた。その意味でも、国内での広報活動が重要だと思った。

以上

4. 『タイ東北部の農業従事者を対象とした天候インデックス保険、インドの農村・貧困層向けのマイクロインシュアランス事業』

株式会社 損害保険ジャパン

作成日：2010年12月17日 （特活）国際協力NGOセンター

日時：2010年12月1日16時～17時

場所：株式会社 損害保険ジャパンオフィス

回答者：有光由香（コーポレートコミュニケーション企画部 CSR・環境推進室）

長岡威年（国際企画部 企画グループ）

インタビュアー：富野、井端（（特活）国際協力NGOセンター）

連携概要

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。

インドの農村・貧困層向けのマイクロインシュアランス事業：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プにおける、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。

I. 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について

■ 適応策へ目を向けた理由

気候変動対策における適応と緩和に対して、保険会社の本業を通じてより大きな役割を果たせるのは「適応」であるのではないかと考えた。90年代以降に自然災害の頻度や経済的被害が増し、実際に保険の支払いも大きくなってきており、経営上の課題となってきた。実際に発生している異常気象による被害は、特にインフラ整備が十分と言えない途上国での被害は大きく、また農業への依存度の高い地域ではその国の経済全体への影響が大きいため、国際的にも適応策のあり方に関する議論が高まってきていた。それらのことから、保険や天候デリバティブなどの金融機能を使って適応分野において貢献できることはないかと考えはじめた。

■ JBIC との出会い

環境省などは、COPでの国際交渉とは別で、途上国の適応問題への連携支援などの取り組みを検討していた。経済発展を重視し、適応策を含む気候変動対策に優先順位をあげにくい脆弱な途上国に対して、気候変動対策と経済開発を両立させ相乗便益（Co-benefit）を生む持続可能な開発、言い換えると、途上国の開発プロセスに気候変動の適応策を統合させていくアプローチを環境省などが国際会議等を通じて提案していた。

莫大な資金を必要とする途上国の適応対策に対する国際的なPPP（官民パートナーシップ）の議論を背景に、当時損保ジャパンから有光氏が環境省に出向していたこともきっかけとなって、迅速かつ効果的な適応問題への対応を行うために民間の保険会社と連携した市場メカニズムを活用できないかというJBICの提案を受け、研究会を発足させた。

■ プロジェクトの背景と経緯

2007年、損保ジャパンは、子会社の損保ジャパン・リスクマネジメント（現：NKSJ リスクマネジメント）とともに、JBICが主催する「適応問題における民活（保険）活用と国際協力銀行のあり方研究会」に参加し、日本など先進国で販売されている天候デリバティブの途上国での利用可能性や国際的な拡大連携など新たなリスクファイナンスのあり方についてJBICと共同で検討してきた。その後、ここでの研究成果と損保ジャパンが国内で培った天候デリバティブの知見を活かして商品化を検討してきた。

今回のプロジェクトは約3年にわたる研究、現地調査、商品開発、販売シミュレーションなどを経て、2010年1月に実際にタイ東北部の農業従事者を対象として発売が開始された。

■ JBIC、BAACとの連携

損保ジャパンと現地法人の損保ジャパントイランドは、マスコミへの対応や現地政府との連携などでJBICの力を借りてきた。

一方で、タイ農業共同組合銀行（BAAC）とは販売提携をしており、現地農民への商品説明や申し込み手続きなどはBAACが行っている（BAACを保険契約者とし、農業従事者を被保険者とする契約形態をとっている）。

タイのように途上国の農家の多くは保険に入る習慣がなく、どのように商品を届けるのかというアクセルートが研究の段階から課題としてあった。現地のパートナーと連携してはじめてうまく商品を提供することができる。農家の方はローンを契約されていることが多いとわかり、それとセットする形で販売するスタイルが有効であるとの結論に至った。

損保ジャパンは、これまで、基本的に日系企業の海外進出を追いかける形で海外でのビジネスを展開しており、損保ジャパントイランドでも、日本企業やその従業員をお客さまにすることを念頭にしていたため、組織そのものが現地リテールの方々を直接ケアできる体制を持っていなかった。タイの農村の方々の習慣や行動のパターンも読めなかった。BAACが間に入っているという構造が組めなければ、実現には至らなかっただろう。BAACが現地の事情を間に入って理解してくれている、不安がある部分を公的な側面を持つJBICがバックアップしていることが大きなサポートとなっている。

■ BAACとの出会い

BAACは政府系の金融機関として、タイ全土で事業を展開し、農業従事者と深い関係を築いていた。JBICは以前からBAACに円借款を供与し、BAACを支援していたため、JBICからの紹介により、プロジェクトパートナーとなった。

■ 販売に至るまで

現地の政治情勢の変化などもありBAACとのプロジェクトが破談しかけるなどの局面も迎えたが、JBICから適宜支援を受けて実現に至った。保険当局から必要な認可を得るためにも大変な苦労があったが、BAACだけでなく在タイ日本大使、タイ国政府からも自然

災害の深刻な打撃を受けやすい稲作農業従事者を支援するこのプロジェクトの可能性に期待の声を寄せられた。さらには損保ジャパンタイランドがタイの総理大臣賞を受賞するなど、高く評価されるプロジェクトとなった。また、日本でもマスコミからの取材のほか、フジサンケイグループなどが主催する地球環境大賞を受賞するなど各方面から関心を寄せられている。

■ 販売実績

今回のプロジェクトによって実際に貧困解決に具体的にどのように役立っているのかといった社会的インパクトは、経済学的に立証されてはいないが、目的は干ばつによる稲作農業従事者が被る損害を経済的に緩和するスキームの確立であり、気候変動の適応策として保険機能の有効性を実証するプロジェクトの一環として展開している。初年度の募集期間は、2010年5月末日までとし、計1,158件の加入を得た。2011年度も継続販売を行い、2012年以降については2年間の販売実績をふまえて、商品内容の改定や対象作物の多様化、他の東南アジア諸国への展開などを含めて検討する予定である。

保険料は、現地の農民にとって安くない設定である。今はまだローン契約者のほんの数パーセントしかカバーできていないので、まだまだ広がる余地はあると思っている。

■ 困難だった点

商品設計に必要な雨量等のデータ入手が困難であった。

商品開発、保険当局との認可折衝も苦労した点である。気象や農業の専門家のアドバイスを得ながら、試行錯誤した。

実際に販売をするBAACの職員に、商品性を理解してもらう点でも手間がかかったが、結果的に農家にとってもわかりやすい商品であることが功を奏して初年度から目標を上回る販売実績となった。

■ プロジェクトの成果、今後の展望

将来的には途上国での天候インデックス保険の普及を視野に入れており、今回はパイロット事業として実施している。タイ国政府からの評価や、国連気候変動枠組条約でも民間事例のユニークなケースとして紹介されるなど、多方面で国際的に注目を集めたことで今後の国際連携のひとつのモデルケースを示せたと思っている。JBICやBAACとの連携も損保ジャングループにとって初めてのことで、今後の足がかりとなったのではないと思う。また、タイでは、今まで日本企業としか接点がなかったが、このプロジェクトをきっかけに、特定地域であるものの現地農家マーケットの認知度も浸透しつつある。

このプロジェクトは社外からの関心が非常に高く、マスコミからの反響もあり、ほかの現地法人の社員にとっても良いに刺激になり、本業を通じたCSRの果たし方の好事例につながったことも良かったと思う。

■ 今後の展開に向けて

天候インデックス保険の開発には、過去の気象データと気象観測体制の整備が必要となる。タイ東北部コーンケン県を選んだ理由は、他の途上国と比べると、比較的過去の気象データがしっかりしていたのが一番の要因である。その点、他の東南アジア諸国ではまだ日本のように精緻なデータを得る観測所が十分整備されていない。観測所の技術面、過去データの整備も含め、そこをJICAや外務省が支援していく仕組みがあると、民間の保

険商品などの展開がスムーズになるのではないか。

■ NGO との連携

このプロジェクトに関して言えば、日本の NGO との連携はないと思う。現地パートナーに求める役割、負担は大きく、銀行や農協など現地でも信用力のある金融機関でないと難しい。気象観測に対して信頼できる公的な過去データを持つ NGO があれば協働することは考えられるだろう。

II. インドでのマイクロインシュアランスについて

■ インド進出の背景

損保ジャパンの海外展開は、従来は海外進出日系企業へのサービス提供という面が強かったが、近年では成長市場における収益源としての位置づけとなっている。インドに進出した背景には、日系企業対応のみではなく、現地の顧客をターゲットに保険事業を展開しようというコンセプトがあった。

インドでは保険業に関して外国資本に対する出資規制があり、最大で 26 パーセントまでしか出資できず、残りの 74 パーセントを出資できる現地パートナーが必要となる。保険会社を設立する最低資本金（10 億ルピー）を比率に応じて負担できる信頼できるパートナーが必要であったことから、ブランド・信用力・販売チャネルのあるパートナー探していたところ、国営の銀行 2 行と民間の銀行 1 行を核とする現パートナーとめぐり合うことができ、合同でユニバーサルソンプを設立するに至った。

銀行であるパートナーのインド全土に展開する支店を活用し、またルーラルセクター、ソーシャルセクター（地方、社会的弱者層）から一定量の保険販売実績をあげなければいけないという規制もあることから、都市部の中間層の競争の激しいところのみで展開するのではなく、インド全土、全マーケットを対象に事業展開する基本戦略を立てた。

■ 事業の開始

国営の銀行が外資と組んで損害保険事業に参入するのは初めてのケースであり、現地政府からも注目されていた。政府からはインドの保険の普及に貢献してほしいというメッセージも受け取り、パートナーの約 5000 の支店を使って保険の販売をスタートさせた。銀行は従来からローンを販売しており、その担保を補償する形として保険をつけてもらうことを入り口とした。インドの東北部に強いネットワークがある国営銀行 Allahabad Bank と協働し、農村地帯の方々に対して農耕用の牛や種籾を購入するために契約したローンに対応する保険の販売を始めた。

■ インド全土での事業展開

国営の保険会社 4 社が寡占していたインドのマーケットが民間に開放されたのが 2000 年であるが、損保ジャパンはその時点では参入を見送り、2008 年に進出した。こうした背景もあり、競合の激しい都市部の富裕者層のみをターゲットとするのではなく、保険の普及率が低い地方・農村部での事業展開を当初から想定していた。

■ 国営銀行との連携

国営銀行は地元の人たちからの信頼が高い。銀行の持つそのブランド力を使って農民などそれまで保険に縁遠かった方々に保険浸透させていっている。インドの国営会社は意思

決定が遅い、杓子定規で難しい、などという話も聞くことは多いが、インドのリテールでビジネスを展開する上で販売網を持っていることは連携する上で最大の魅力であり、良いパートナーと事業を展開できていると実感している。

■ 成果

保険料全体のポートフォリオで見ると単価が高い自動車保険の割合がどうしても大きくなる。その他のところで、ファーマーズパッケージや牛の保険（日本の損害保険会社の常識であれば疫病やモラルリスクのある動物の保険引受けは極めて難しいが、インドは牛を神聖なものとしているなど、習慣の違いもあり、現地の事情に併せて商品設計や保険販売、引受け判断を行っている）などを引き受けている。

インドで事業を行うにあたってはインドの人たちのニーズに合うものを、適切にリスク管理をしながら販売することが必要であり、商品開発に現地のニーズを汲み取るという点ではメーカーの手法と変わらないのではないか。

■ 金融 CSR と BOP ビジネス

パートナーとの役割分担において、現地銀行から損保ジャパンに期待されているのは、どのくらいのリスクを自社で保有し、どのくらいを再保険でリスクを売ったら良いのかといった損害保険そのものに関する技術支援、会社のガバナンス構築、そして資本金。

■ 今後の展望

販売件数は順調に伸びており、多く現地の人たちに貢献できているのではないと思う。もっともまだ赤字状態ではあるが。中期的には適切な利益をとっていかないと会社は成り立たないため、社会的な側面のみで特化していくことはできない。インドの農村部でもビジネスとしての成功を目指している。国からのルーラル・ソーシャルセクターに対する社会的役割として期待もあるが、そうすることがインドへの貢献であると考えている。

■ NGO との連携

情報提供や啓発活動の側面で現地の NGO と連携することも視野に入れているが、銀行との連携で進めてきた事業なので、銀行からのアクセスの方が圧倒的に多くなるだろう。現時点で日本の NGO と連携することは考えていない。

Ⅲ. 今後の海外展開について

国内のマーケットは成熟化しているため、成長を海外に求めている。持続可能な開発につながればと思う。

■ 所感

- ・ 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保険によってもたらすと言う今までにはない視点で取り組んでいるのが非常に興味深かった。
- ・ 現地でも地域や貧困層へのアプローチは、農業協同組合や現地の銀行といった、現地に根ざした機関との連携が非常に重要であることがわかった。連携先の見つけ方や合意等は損保ジャパンでの海外進出ノウハウに合わせて JBIC との協働などで、非常に上

手くされていると感じた。

- ・ NGO としてはこうした商品について知り、プロジェクトの中で活用するなどのアプローチも可能かもしれない。
- ・ 金融商品の開発に現地のニーズを汲み取るという点ではメーカーの BOP ビジネスの手法に通じることがわかり、これまで金融業は間接的に BOP ビジネスに関わるものと思っていたが、直接的な関わりもあり得ることがわかった。

以上

5. 『マイクロファイナンス貧困削減投資ファンド』

ミュージックセキュリティーズ 株式会社
Music Securities, Inc

作成日：2010年11月24日 国際協力NGOセンター

日時：2010年11月18日（木）10:30～11:30

場所：東京都千代田区丸の内一丁目5番1号 新丸の内ビルディング10階

回答者：杉山章子様（証券化事業部）、（特活）Living in Peace（理事）

インタビュアー：富野（JANIC）、井端（JANIC）、古川（JANIC）

連携事例

.....
ミュージックセキュリティーズ社(以下 MSs 社)は、(特活)Living in Peace（以下、LIP）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。
.....

※杉山氏はミュージックセキュリティーズ社証券化事業部にて本件を担当すると同時に、連携先である（特活）Living in Peace でも理事として、また、マイクロファイナンスプロジェクトのリーダーとして、本件に長く関わっている。その為、本インタビューでは、ミュージックセキュリティーズ社としての視点を中心に、一部（特活）Living in Peace の視点からも回答いただいた。

■ LIP がマイクロファイナンスファンドへ取り組むことになったきっかけ

LIP の前身として、2007年に金融業界の有志メンバーが中心となって国際開発に関する勉強会を重ね、自分たちに何ができるかということを検討する中で、自立を促す観点から寄付でなく投資を通じた途上国の貧困支援を行うマイクロファイナンスという手法に着目した。しかしながら当時は日本ではまだ前例が無く、また投資のための資金を募る活動には法律によって免許を取得することが定められているなどファンドに取り組むための障壁が高かったため、まずはごく一般的なマイクロファイナンスについての周知を中心として活動をスタートさせた。

■ MSs 社が LIP と連携したきっかけ

2008年の秋にマイクロファイナンスのことについてより詳しく知ってもらうために「マイクロファイナンス・フォーラム2008」を開催し、LIP代表の慎氏の大学院時代の友人である小松氏も出席した。小松氏は既に音楽や農家など幅広い事業者への投資を促すプラットフォームを持っていた MSs 社代表でもあったことから慎氏と意気投合し、LIP と MSs 社の協業で日本から投資という形で途上国の貧困を削減するファンドを作ろうという流れ

に至った。

■ マイクロファイナンスファンドの立ち上げ

実際に連携してマイクロファイナンスファンドを立ち上げるまでにはドキュメン作業、資金フロースキーム構築、現地視察などで約9ヵ月を要したが、2009年の9月に日本で最初のマイクロファイナンスファンドをローンチした。本ファンド設立に際しては、フィリピン最大のマイクロファイナンス機関CARD（農業農村開発センター）とも連携・協力関係を持っている。特に最初の投資先である現地のマイクロファイナンス機関を見つける上ではCARDのメンバーの現地サポートも大きな力になった。

■ ファンドの投資先について

これまでの投資先として選定したのは、カンボジアの中規模MFIであるサミックのシェムリアップ支店とカエプ支店、また、同じく中規模MFIであるセイラニティのチャンカールー支店である。

今後はカンボジアに限らずマイクロファイナンスの資金を必要としている場所へ、順次調査や投資先の選定範囲を拡大していく予定である。

本ファンドの投資先は、基本的に優良な経営状況でありながら資金不足に直面している中小規模のMFIが中心となっている。

■ MSs社とLIPの連携内容、役割分担

MSs社の主な役割は、ファンドの組成、出資及び契約締結の取り扱い、ファンドの資金移動・運営、投資家へのIR業務等である。

一方でLIPの役割は、現地調査や財務状況のモニタリング及びアナリストレポートの作成、並びにスタディツアー、マイクロビジネスアワード及びレターなどのファンド特典の企画・実施等である。

■ マイクロファイナンスファンドの成果及び困難に感じている点

2009年9月のファンド開始後の実績としては、出資者約500人から約4千万円の集金を達成することができた。今後、マイクロファイナンスファンドにおけるノウハウを蓄積していくと共に、より多くの関係機関と連携して支援の輪を広げたいと考えている。

そのためにはまず、継続的にファンドを成功させていく必要があるがまだ日本に事例がないため、どのようなマーケティング手法が最も効果的なのかを模索中である。

マイクロファイナンスファンドは単純な寄付ではなく投資という点を特色にしているが、従来貧困支援というと「寄付」のイメージが強いので、この「投資」の意義も地道に広報を続けていくべきところだと認識している。

その他、現在日本では「マイクロファイナンス」という言葉や仕組みへの認知度が低いことも課題であり、そのため、広く一般の人へ「マイクロファイナンス」への理解を深めてもらうための活動も、私たちの使命だと認識している。

■ LIPとしての課題

LIPのメンバーは皆本業を持つパートタイムメンバーのため、メンバーの本業の繁忙期と本プロジェクトの繁忙期が重なるとリソース不足が生じる構造的問題がある。プロとして本業で培った知見を生かしLIPでの活動を行う性質上本業が優先されるべき一

方で、LIP プロジェクトをどう恒常的かつ安定的に回していくかが目下の課題である。

■ MSs 社としての展望

MSs 社としては、このファンド事業にもっと力を入れ、案件の数、規模、そして投資に参加する人の数も増やしていきたい。

■ LIP としての今後の展望

LIP としては「マイクロファイナンス」の日本での普及と、投資企画の拡大を通して「貧困削減」に対してさらなる貢献をしてきたいと考えている。

日本での普及に関しては、セミナー活動を中心に行っており、投資企画に関しては、今後も調査やモニタリングの精度を高め、より多くの地域への資金調達し、日本から「貧困削減」に対して貢献することを目指している。

また一昨年より、日本国内での活動である教育プロジェクトもスタートさせている。

こちらでは、すべての子どもが将来について多くの選択肢を持てるように持続的な仕組みを作ることを目指し、寄付を通じた子どもに対する支援というアプローチで取り組んでいる。

■ 所感

- ・ 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と感じた。事例を重ねて社会への周知を進めることで状況を改善し、より多くの投資家の参画を促すことで活動がより大きく効果的なものに発展していくのではないかと思う。
- ・ 通常 NGO と企業の連携は、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が、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。

以上

6. 『無電化村解消プロジェクトおよび BOP ビジネス F/S 調査での連携事例』

豊田通商 株式会社
Toyota Tsusho Corporation

作成日：2010年12月13日 国際協力 NGO センター

日時：2010年12月03日（金）11:00～12:00

場所：東京都港区港南二丁目3番13号 902 会議室

回答者：市場調査部 総括室 室長 上条様

海外事業企画部 新興市場グループ 部長職 佐川様

経営企画部 東京戦略企画グループ 課長職 西川様

インタビュアー：富野（JANIC）、井端（JANIC）、古川（JANIC）

連携事例

.....

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ている。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 調査も同団体と共同で実施している。

.....

■ プラネットファイナンスとの連携

1. RENDEV における連携

① 概要

2006 年に豊田通商としての社会貢献を、「人・社会・地球」をキーワードとする方針を決定。具体的な活動を考える上で社内にて意見を収集した結果、地域に貢献できるようなボランティア、またはビジネスに結びつくような活動が良いという意見が出た。その結果、持続可能で且つ上記両方の面を充たす事業を探していた。

プラネットファイナンスとの連携では、バングラデシュとインドネシアにおいてマイクロファイナンスを活用してソーラー発電を普及するというプロジェクト（開発のための再生可能エネルギープロジェクト Renewable Energy for Development=RENDEV）にて行われた。同プロジェクトでは、欧州委員会（EU）が必要資金の 75%を出資し、残り 25%はプラネットファイナンスが別途調達するというスキームで、豊田通商は CSR 活動の一環として資金の一部を援助した。

② 連携のきっかけ

新エネルギーに関する CSR 活動に興味があり、幕張メッセにて行われた再生エネルギーの展示会に参加していたところ、プラネットファイナンス前事務局長ロン氏がプレゼンテーションを行っていたのを聞き、それが縁となった。福祉・環境・教育という面において何か良い事業はないかと相談し、同団体の RENDEV プロジェクトが進んでおり、内容も豊田通商の方針に沿うものであったので、一部の資金援助を実施するという流れになった。

プロジェクト対象国のインドネシアやバングラデシュは将来の工場進出やマーケットとしてポテンシャルがあると共に、太陽電池など日本の技術を将来的に活かせる可能性が高いという観点からも評価、支援を実施するに至った。また、マイクロファイナンスという手法自体が、住民のエンパワーメントが主体であり、持続可能な社会への有効な支援だと考えたことも理由のひとつである。

③ 活動の成果、社内外の反応など

当時は BOP ビジネスやマイクロファイナンスについての知名度が低かったので、なぜこのプロジェクトに支援をするのかという経緯を経営陣に説明するなどの社内調整が困難であった。しかしながら、BOP ビジネスについて勉強をしたいという社員が増加し、CSR 活動について詳細を知りたいという社員も徐々にではあるが増えてきた。中・長期的な視点での活動継続が重要であると感じる。

④ 連携するに当たって良かった点、困難だった点及び今後の改善点

支援するにあたり、プラネットファイナンスジャパンがプロジェクトを実施する組織としての能力を十分に有しているかという点を特に注視し、同団体を支援している他の企業などを調べて検討した。当時日本では、NGO のプロジェクト自体へ支援を行う企業はほとんど無く、そのため、NGO 事業をサポートする日本企業という点では、日本で最初の事例と言えるのではないかと。

豊田通商とプラネットファイナンスは相互に有形・無形での活動サポートを行なった。2009年4月にアジア開発銀行主催でアジア各国の主要財務関係者を集めた会議が開催されたが、トヨタ通商とプラネットファイナンスはこの会議においてマイクロファイナンスについての実際の取り組みや、企業との提携の仕方などを発表した。この時、豊田通商は会議室を提供。豊田通商の取り組みや、マイクロファイナンスについての理解促進を図ることで、豊田通商としての知名度向上も図ることができた。また、アジア開発銀行や各国の財務担当者とネットワークを作る機会を提供することによって、プラネットファイナンスにも無形の支援となった。また、豊田通商側もネットワーク拡大の良い機会となった。

2. BOP ビジネスにおける連携

① 連携のきっかけ及び概要

2009年8月に経産省による「BOP ビジネス FS 調査支援」事業が始まることを受けて、検討を進めていく中で、プラネットファイナンスがアフリカのベナンでバイオディーゼルの燃料プロジェクトを行っており知見があることを知る。豊田通商もバイオディーゼルの原料となるジャトロファの研究を進めており、また、ケニア・ウガンダなどに自動車ディーラーがあるので、地域に貢献したいという考えがあった。これらの点から、2009年8月に公募が始まった経産省による「BOP ビジネス FS 調査支援」へのケニア・ウガンダでバイ

オディーゼル燃料に関する調査活動について、プラネットファイナンスジャパンと連携して応募するという流れができた。

② 連携するに当たって良かった点、困難だった点及び今後の改善点

連携して調査を実施する中で、当初豊田通商がプラネットファイナンスに対して期待していたのはマイクロファイナンスについての知識や経験だったが、実際はむしろ現地の人々のニーズを汲み取る力が優れているという点を感じた。その点で、BOP ビジネスを作っていくためのニーズ調査に強みがあったのではないかと。現地の人々の自立を助けるためにはどのような支援をしていけばよいのかということを探していく強い意識とファシリテーション能力を見ることができたのは収穫であった。組織として様々な人材を持っている点も強みであったと感じる。

③ 調査結果について

この調査を通して、バイオディーゼル燃料のプロジェクトがビジネスとして成り立っていくためにはまだ時間が必要であるという事実を確認できたことは収穫だが、豊田通商にとって次の展開が中々見つけ出せなかった点が課題である。現地側の意識向上や人材の充実を図っていかないと根本的な解決には至らないと考える。そこに至るまでに現地に入り込んで継続的な支援をできれば良いと思うが、企業の立場として現状では難しいと考えている。

④ 「BOP ビジネス」を検討もしくは実施する上で、求められる NGO の役割

商社の立場から BOP ビジネスを見ると、通常のビジネスと比較して利益面で継続性が難しい。しかし、社会貢献や企業のイメージ向上、低所得者層にアプローチして市場を開発していくという戦略で見ていくと期待できるビジネス手法であると考えられる。企業側の収益性という観点から見ると、小口商品による戦略マーケティングが中心となっているのではないかと。

豊田通商としては途上国の生活環境や所得水準が向上することで、自社の製品を購入してもらい機会が増えるのではないかと期待がある。そのためにインフラの整備や学校建設など、何らかの支援をしていきたいと考えている。BOP ビジネスを本業に資する継続性のあるビジネスモデルとして確立していくためにはビジネスモデルとしてのイノベーションが必要であると感じる。新しいビジネスモデルの開発において、各分野で高い専門性を持つ NGO と連携し、プロジェクト企画や商品開発アドバイス等の面で連携できればより効果的である。

⑤ NGO との連携を通じた今後の展望

商社が新興国にアプローチしていく際に、BOP ビジネスは中・低所得者層を対象にビジネスを展開していく上で一つのキーワードになってくると思う。その際に、NGO との協働を行っていくことが必要になってくるのではないかと。例えば、農業・エネルギー分野での豊富な経験を持っており、企業の対等なパートナーとして連携できる NGO があればぜひ連携したい。NGO に期待する役割としては、専門性に加えて現地でのファシリテーション能力が重要であると思う。日本の企業が NGO と協働する際のニーズやメリットなどの面がより明確になっていけば、さらに協働しやすくなるのではない。

■ 所感

- ・ まずは CSR としての資金支援を通じて NGO と企業が相互理解を深め、NGO が支援する途上国貧困層のニーズに対応した BOP ビジネスを開発していくというモデルの好事例であると思う。今後一般化していく為には、NGO 側からの積極的な提案も重要であろう。
- ・ 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となるのではないか。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。

以上

(特活) プラネットファイナンスジャパン

作成日：2010年11月30日 国際協力NGOセンター

日時：2010年11月16日(火) 13:00～14:00

場所：プラネットファイナンスジャパン事務所

回答者：田中和夫様(エグゼクティブ・ディレクター)

広瀬大地様(プログラム・マネージャー)

インタビュアー：井端(JANIC)

連携事例

.....
豊田通商は、プラネットファイナンスがバングラデシュとインドネシアにおいて行った、マイクロファイナンスを活用してソーラー発電を普及するプロジェクト(開発のための再生可能エネルギープロジェクト Renewable Energy for Development=RENDEV)への資金的支援を行った。またそれがきっかけとなり、同社が企画するアフリカでのマイクロファイナンスを活用したバイオディーゼル事業に関して共同調査を実施した。
.....

■活動概要

プラネットファイナンスジャパンは日本国内でのマイクロファイナンスの普及・啓発活動を行うとともに、途上国現地でのプロジェクトの実施、企画、運営を行っている。プラネットファイナンス自体がマイクロファイナンスの貸し付け実務を実施しているだけでなく、現地のマイクロファイナンス機関に対して知識提供や技術支援、プロジェクトの実施、コーディネートを行う形での支援を行なっている。日本人でマイクロファイナンスに関連した実務経験を持つものは非常に限られており、38カ国にあるプラネットファイナンスのオフィスにはマイクロファイナンスの専門家がおり、プラネットファイナンスジャパンは彼らと連携し、マイクロファイナンスの専門的な知識やプロジェクト運営の経験を学びながら活動を実施している。

■プロジェクトのケース

現在、プラネットファイナンスジャパンでは JICA の支援によりパキスタンでマイクロファイナンス機関における新商品開発及び職員育成ニーズ調査プロジェクトを実施している。このように日本からの支援だけでプロジェクトを行うケースもあるが、プラネットファイナンス全体としてはヨーロッパの開発機関からの支援などを受けてプロジェクトを実施するなどしている。欧州委員会(EUの運営機関)の支援のように全体の75%の資金を得て、残り25%に関しては民間企業や他の財団等のドナーを探するというケースもある。

■ 豊田通商との連携

1. RENDEVにおける連携

①概要

豊田通商との連携のきっかけは、バングラディッシュとインドネシアにおいて、マイクロファイナンスを活用してソーラー発電を普及するというプロジェクト(開発のための

再生可能エネルギープロジェクト Renewable Energy for Development=RENDEV) において行われた。欧州委員会 (EU) が 75%を出資し、残りの 25%はプラネットファイナンス側が別途調達するというスキームで、ここに豊田通商から CSR 活動の一環として寄付をいただいた。バングラディッシュでは現地住民がマイクロファイナンスで融資を受け、小さなソーラーパネルを購入し、明かり等の電気に利用するというビジネスモデルがあり、グラミン・シャクティなどが代表的な団体である。現地住民は夜間もソーラーパネルの発電によって仕事ができ副収入が増える可能性が生まれるほか、これまで灯油でまかっていた夜間の明かりを太陽光電力に置き換えることで光熱費を削減、それをマイクロファイナンスの返済に当てることができる。RENDEV のプロジェクトでは、バングラディッシュのソーラーパネルとマイクロファイナンスを組み合わせたビジネスモデルの詳細を調査しまとめ、そのモデルをインドネシアでも応用するための初期調査をインドネシアで実施した。このプロジェクトは 2007 年から 2010 年までの 3 年間にわたって行った。

②連携のきっかけ

前事務局長ロン氏が再生エネルギーの展示会でプレゼンテーションを行った際、豊田通商の CSR 担当者が聞いており、それが縁となって豊田通商側からコンタクトがあった。もともと新エネルギーに関する CSR 活動に興味があったようで、RENDEV というマイクロファイナンスによって途上国にソーラーパネルを普及するプロジェクトの話をしたところ興味を持っていただき、資金提供を受けることとなった。

③社員へのフィードバックと成果報告

前事務局長のロンが豊田通商の中堅社員の方に向けてマイクロファイナンスと BOP ビジネスについてのセミナーを行ったことがある。好評をいただき、今年も依頼を頂いたがスケジュールの都合上、講師としての参加はお断りせざる終えなかった。RENDEV に関しては、プロジェクトの最終成果として報告書を豊田通商に提出するだけでなく、ビデオ、ウェブサイトも作成し、レポートやビデオ、サイトに豊田通商のロゴも掲載させて頂いた。

④プロジェクトの成果の計り方について

マイクロファイナンス機関を強くすることで現地の人々の貧困が解消されることを目的としているため、具体的な数字としてプロジェクトの効果が貧困層にどの程度、現れたかどうかまでは図っていない。マイクロファイナンス機関の運営コストが下がっているか、より良いプロダクトを始動するようなローンオフィサーが育っているかが中心となる。

⑤企業との連携についての方針

マイクロファイナンスを通じて途上国の貧困層の所得向上を目指したプロジェクトに対して資金提供を受けたり、連携して日本におけるマイクロファイナンスの普及啓発などを行っている。活動の実態を説明しただけでは援助を受けることは難しく、企業にとっても何らかのプラスの効果がなければならぬ。そのため、単に寄付を受けるだけでなく、企業の興味に合わせて BOP/ソーシャルビジネスの分野で具体的なニーズ調査やビジネスモデル構築などをお手伝いするコンサルティング的な役割も果たしている。プラ

ネットファイナンスではマイクロファイナンスを囲むフィールドに対して世界的なアクセスを保有しているため、それらが企業の BOP ビジネスや CSR 活動に役立ち得るものだとして理解していただくよう進めている。

2. BOP ビジネスにおける連携

①きっかけ

プラネットファイナンスでは各地でマイクロファイナンスと新エネルギーをつなげたプロジェクトを実施している。豊田通商とは RENDEV をきっかけに連携がはじまり、次の年には、ベナンで実施しているバイオディーゼルとマイクロファイナンスを合わせて普及させるというプロジェクトにも資金提供をいただいた。その後、2009 年度の経済産業省の「BOP ビジネス」F/S 調査支援事業に共同でのプロポーザル提出のお話いただき、アフリカでのマイクロファイナンスを活用したバイオディーゼル事業に関しての共同調査を実施した。

②内容

プロジェクト自体は豊田通商にケニアやウガンダで実施したいマイクロファイナンスを活用したモデルがあり、プラネットファイナンスはそのモデルに対して具体的なアドバイスを行っている（たとえば、バイオディーゼル発電機のような大きな機械を購入する際に現地の人たちで協同組合を作り共同で資金を出して購入する方法の提案など）。プロジェクトコンセプトもプラネットファイナンスがベナンで実施したプロジェクトを参考にしている部分が多い。またプラネットファイナンスでは定期的に現地の人々のニーズ調査を行っているため、そのノウハウからえた調査内容の作り方、分析方法などの知識を提供している。FS 調査の際には現地に豊田通商のスタッフとプラネットファイナンスのスタッフが同行し、ニーズ調査やマイクロファイナンス機関とのコーディネートを行った。

③BOP ビジネスにおけるプラネットファイナンスと企業の相性について

一般的な NGO は限られた地域を対象とした点での支援が多いが、プラネットファイナンスでは現地国内のマイクロファイナンス機関の支店やクライアントを通じた広いネットワークを通して事業を展開している。そのため、ニーズ調査においても少ない労力で幅広いサンプルが取れる。これらの成果が、企業が BOP ビジネスなどを展開する上でも有益になると思っている。

また、マイクロファイナンスはビジネスではあるが、単なるビジネスではなくソーシャルビジネスであると考えている。企業が BOP ビジネスを進める中で NGO と連携する際に、開発的な視点とビジネスの視点でコミュニケーションがうまく取れないことも多いと思うが、プラネットファイナンスはそもそもビジネスと開発の中間的な組織のためスムーズに進む。またマイクロファイナンスは持続可能な経済活動を目指しているため、寄付して終わるという一時的なものではない点も企業から賛同を得ている部分である。

③BOP ビジネスにおける企業連携の基準

マイクロファイナンスの専門家が世界中の事務所におり、現地での調査も十分に行われているため、企業から BOP ビジネスのオファーがあった際に、現地のニーズに合うものかどうかの判断が比較的うまくできる。判断が難しい場合は、現地の人々の所得向上に

貢献するかどうか、それを目的として協働してプロジェクトを形成できるかどうかを基準としている。

④今後の展望

マイクロファイナンスを活性化させていきたい。そのために、マイクロファイナンス機関とその周辺サービス、先進国（特に日本）からのサポートをどうやって大きくしていくかが大きな命題としてある。その中で、BOP ビジネスとして企業と協働していくこともぜひ進めていきたいと思う。

■所感

- ・ マイクロファイナンスというビジネスモデルの普及を目的としているため、企業とビジネス目線でのコミュニケーションができることが強みであると感じた。
- ・ ソーラー発電を利用し夜間も仕事をして返済をするなど、ただマイクロファイナンスを普及させるだけでなく返済までの一連のプロジェクトが具体的に考えられている点も企業の信頼を得られる部分だと思う。
- ・ 豊田通商との連携は、CSR 活動での支援を受けたことにはじまり、その関係が BOP ビジネスにつながっている。これは日本の企業と NGO にとって、今後とても参考になる関係の発展のさせかたであると思った。
- ・ インターナショナルなネットワークで多くの専門家とつながっており、現地のニーズの汲み取りも迅速に出来ることが、BOP ビジネスでの連携への大きな強みとなっていると感じた。今後は BOP ビジネスのモニタリングや検証にも活動が広がるのではないかな。

以上

7. 『SayLOVE キャンペーン』

(特活) チャリティ・プラットフォーム

作成日：2010年10月25日 国際協力NGOセンター

日時：2010年10月25日14時～15時

場所：特定非営利活動法人チャリティ・プラットフォーム事務所

回答者：谷地希名様（副代表理事）

インタビュアー：井端（JANIC）、杉本（JANIC）

キャンペーン概要

.....

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

.....

■ キャンペーン企画までの経緯

寄付をしたいと思っている人がたくさんいる一方で、NGO/NPO に必要な資金が全く集まっていないのが今の日本の現状。そこに問題意識を感じ、寄付をしたい人と必要としている人をつなぐ寄付仲介のプラットフォームとして 2007 年にチャリティ・プラットフォームを立ち上げた。

まずは寄付したい人にとって必要な情報をワンストップで提供することを目指し、日本全国およそ 6,000 団体と接触。チャリナビ（チャリティ・ナビゲーション）と言うデータベースを作成した。しかし立ち上げてみた結果、情報を提供するだけではなかなか実際の寄付につながらないことがわかった。プラットフォームの必要性以前に、日本には寄付の機会が欧米に比べて少なく寄付自体が身近なものではないこと、また寄付を必要としている問題があることを知らない人が多いことが課題として考えられた。

その課題の解決の糸口として、寄付する人たちにとってすでに身近な存在である企業の力を借りることが近道であるとの結論に達し、「SayLOVE キャンペーン」を企画した。

■ キャンペーンのコネクト

企業に寄付を直接お願いするのではなく、一人でも多くの人に NGO/NPO の活動を知ってもらうために企業の持っているネットワークやリソースを活用していただくことを方針とした。

企業の単発寄付よりも、企業の持つネットワークやリソースを使って多くの個人寄付者

を開拓していくことのほうが、NGO/NPO が永続的に活動できる力強いサポートになると考えている。また企業の利益のみを原資とした寄付の場合は、経済状況によって企業の大口の寄付が打ち切られてしまうケースもあり、団体の活動が継続できなくなってしまうなどということがないようにする為でもある。

■ 知ることの重要性

キャンペーンを通じて NGO/NPO のサポーターになってもらうことが最終的な目標ではあるが、知ることによって解決していける問題もあると考えている。HIV/エイズの問題のように知ることによって感染や差別が防げて問題自体が消滅するケースと、知ることによって支援の必要性を感じる人が増えて NGO/NPO 活動に必要な支援が行き届く状態になるケースとの2つがある。いずれにしても寄付を集めるだけでなく、知ってもらうことで解決に近づいていくという認識を持って活動している。

■ 過去のキャンペーン

2008 年度は、告知協力をしていただいた企業も含め 7 社が参加し、企業がそれぞれ支援先を選択、25 日間で寄付総額は約 550 万円となった。2009 年度は「子どもの笑顔 100 万個プロジェクト」を支援先として 42 社が参加。4 ヶ月間で約 900 万円の寄付が集まった。

■ NGO/NPO および企業の選定方法

参加企業は基本的にチャリティ・プラットフォームが営業を行ない集めているが、チャリティナビ掲載団体を経由してキャンペーンを知り、参加していただいているケースもある。2009 年度に関しては 2008 年度のキャンペーンを知った企業からの問い合わせも多かった。キャンペーンに参加していただく企業には一定の規定を設けている。

企業が取り組むべき社会貢献は企業価値を長期的に上げていくものであるべきだと考えているため、企画に参加してもらう際にはその企業の価値を高めるのに適切かどうかのコンサルティングをし、企業が選定する NGO/NPO についても、企業の目的や達成したい目標と照らし合わせて、チャリプラで作成した推薦団体のリストの中から選んでもらっている。

■ NGO/NPO へ期待するキャンペーンの活用

チャリティ・プラットフォームが用意したプラットフォームを NGO/NPO が自分たちの収益のためにうまく利用してくれることを望んでいる。直接の支援現場を持たないチャリティ・プラットフォームの場合、自団体の支援を企業に働きかけても思ったような反応は得られにくい。支援現場を持っている NGO/NPO が、企業を通じてもっと多くの人に知ってもらいたいと感じたときに利用してもらうことが、目指しているキャンペーンのあり方である。

■ キャンペーンの効果

メディアが動き出し、昨年「SayLOVE キャンペーン」は NHK に 3 回、特集として取り上げてもらった。またチャリティ・プラットフォーム自体も取り上げられた。メディアに出ることで、世の中の動きを知る人が増える、自分にできることを考える人が増えるなど、意識自体は広まってきていると感じている。

そもそもメディアが取り上げるようになったこと自体が進歩であると思う。PR 会社を通

すわけではなく、プレスリリースの発行や社会貢献に関心のある記者に訴えるなどの地道な活動を行っている。

■ 企業と NPO の連携の目的

最終的に、企業の成功している社会貢献とは、社員ひとりひとりが自分の企業の行っている取り組みに誇りを持つことだと思う。そうできる取り組みを企業が見つかることが、企業と NPO をつなげる上での目的である。

また NPO がこういった機会を通じて、ただ支援を待っているだけでなく提案を積極的にしていける、なぜ資金が必要なのかという事業計画や将来のビジョンと共に、きちんとプレゼンできるようになっていくことで、プラットフォームが必要なくなる時代が来ることを期待している。

■ キャンペーンで困難だったこと

特にキャンペーン立ち上げ当初は、企業に対して、実績のない中でキャンペーンに参加する意義を伝えていくのが難しかった。また、NGO/NPO に対しては、チャリティ・プラットフォームの存在に対する理解も最近ようやく得られてきたところ。日本に大規模な NGO/NPO の中間支援組織が無かったこともあり、「仲介」という事業の目的や意義に理解をなかなか得られず、疑念を抱くところも多かった。

また企業は NPO は無償で活動しているというイメージを抱いている企業も多い。コンサルティングにかかる費用を提示したところで話を打ち切ってしまうところもある。まず、中間支援組織の認識をもってもらうこと自体がハードルが高く、キャンペーンをやる上でも困難な点になった。

■ 成果報告について

はじめにフォーマットを指定する企業もあれば、特別に指定はないが報告書は作成してほしいとの依頼もある。決まっていない場合はチャリティ・プラットフォームで作成したフォーマットを利用し、団体とやり取りしながら取りまとめて提出している。

■ 手数料について

チャリティ・プラットフォームは運営費や営業代行費用として寄付の 10%を申し受けるが、参加 NGO/NPO のファンドレイジングコストと寄付を分けて考えている。まず寄付金は一旦すべて NGO/NPO に渡し、その後寄付額の 10 パーセント相当を営業代行費用、事務手数料のような形で後からいただくという流れ。寄付者のお金は一銭も損なわれない。

■ キャンペーン後の動き

キャンペーンがきっかけで NGO/NPO を支援した企業であっても、一度接点を持つと定期的な支援にはつながりなくとも、常に社会貢献に何かしら触れている状況ができる。チャリティ・プラットフォームにとっても企業に提案を持ち込んだり、企業側から相談を持ちかけてくるなどつながりができる。そのつながりによって企業に適した NGO/NPO を紹介し続ける環境が出来上がってきている。大きな意味で企業と NGO/NPO の接点が出来上がってきていると感じている。

■ 所感

- ・ 企業と NGO/NPO の連携は直接的なものに限らず、チャリティ・プラットフォームのような中間支援組織を両者がうまく活用していくことによって広がりを見せていくのではないかとの可能性を感じた。
- ・ 企業と NGO/NPO の連携をサポートする組織は他にもあるが、チャリティ・プラットフォームの「SayLOVE キャンペーン」の大きな特徴は、「企業のネットワークを活用して NGO/NPO サポーターを増やす」ための連携づくりであり、CSR 推進 NGO ネットワークでは、そうした連携を経験した企業に向けて、今後より長期的な視点でのインテグレーション型連携（共同事業や CSR 調達コンサルティング等）の推進を行っていくという役割があるのではないかと思った。
- ・ 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。

以上