

(2) 企業と NGO の連携に関する調査・研究会記録

㈱東芝 ヒアリング記録

作成：2007年8月6日 JANIC

日時：2007年7月26日（木）14:00 - 15:00

場所：東芝本社 35階 会議室

回答者：相馬 季子氏（CSR本部 社会貢献室 参事）

インタビュアー：富野 岳士、井端 梓

---

1. 共通質問事項

CSRについて

■ 社内の CSR における社会貢献活動の位置づけ（環境活動との棲み分けなど）。

社長の推進する「地球内企業」としての考え（より良い地球環境の実現のために先導的な役割を果たしていくこと、世界のそれぞれの国々や地域の文化や歴史、慣習の違いを認識し、尊重する企業であること）に基づき、「CSR の遂行」を経営の柱の 1 つに据えて事業を展開しているが、その中でも「環境」と「社会貢献」に特に力を入れている。「コンプライアンス」はそれ以前の問題（＝行って当然のこと）として考えている。

■ 社会貢献活動における国際協力活動の意義。

社会貢献活動の中では、5 つのジャンル（「自然環境保護」、「スポーツ・文化振興」、「社会福祉」、「国際親善」、「科学技術教育」）を重点分野に定めているが、中でもメーカーという特性と本業を生かすことの出来る分野でもある、「環境」と「科学技術教育」に力を入れている。国際協力に関しては、大部分は国際交流や国際親善という形で行っている。

■ GC について（認識しているか、参加しているか、参加する予定はあるか）。

GC には 2004 年 1 月より参加している。自社の行動基準だけでなく、国際的な基準に基づいて事業活動を行うことを宣言することで、自社の活動を律している。

■ SA8000・ISO などの国際規格への取り組み状況。

SA8000 は、東芝情報機器フィリピン社が 2003 年に取得、毎年更新をしている。

ISO9000 シリーズ（品質）は、2007 年 3 月現在の ISO9001：2000 の認証取得は、東芝単体、東芝グループ国内全体および東芝グループ海外関係会社いずれも従業員比率で 7 割を越えているが、さらに取得率拡大をめざしている。

ISO14001（環境）は、1997 年までに国内の事業場全 16 カ所で ISO14001 の認証を取得、国内外のグループ会社については、101 カ所の事業場のうち 97 カ所で認証取得を終え、残りの事業場でも取得をめざして取り組みを進めている。

■ 海外拠点での CSR を考える上で、NGO をパートナーもしくは助言者（問題提起やモニタリング、行動規範への助言など）として意識しているか。

1 社だけでは対応が難しい事業を展開する際、専門性とノウハウを求めて NGO と連携をしている

(例：米「エクスプロラビジョン・アワード」の全米科学教師協会との協働)。

#### 現地での社会貢献活動について

- **現地での社会貢献活動についてどう捉えているか (グローバル・イシュー解決の一環として行っているのか、それとも地域社会との共生を目的としているのか)。**

地域社会との共生、ローカル・コミュニティーへの浸透を目的に行っている。

- **現地での社会貢献活動における本社と海外拠点の関り方について (海外拠点と本社の役割分担や意思決定権の所在、予算配分など)。**

本社で CSR の基本方針は定めるが、現地での社会貢献活動については、海外拠点の自主性に任せている。但し、何か活動をしたら必ず報告をするよう呼びかけており、専用の定型フォーマット(「いつ・誰がどのような活動をして受益者は誰か」などの項目)での報告を義務付けている。

- **現地での社会貢献活動実績を本社でどのように把握しているか。**

100 以上ある拠点の中でも、社会貢献活動を行えているところと、そうでないところがある。上述の定型フォーマットでの報告を求めているが、拠点や担当者によってバラつきがあるのが実態。その把握が課題であるが、この調査はこれから行う予定である。

- **上記の実績を WEB サイトや CSR 報告書へ掲載するなどのアピールは行っているか。**

(本社としては、WEB サイトや CSR 報告書、社会貢献活動レポートなどで積極的にアピールを行っている。) 海外拠点も WEB サイトでのアピールは比較的盛んに行われている。

#### 海外拠点での CSR について

- **海外拠点に CSR 室を設けているか、CSR 担当者を配置しているか。無ければ設ける予定はあるか。**

海外拠点では、社会貢献専門部署を設けているところは少ないが、「社会貢献推進者」の登録が海外で 120 名ある。この推進者は総務や人事部門の者が兼任の形で行っている場合が多く、殆どが現地スタッフである。本社社会貢献室からダイレクトに海外の社会貢献推進者に連絡が取れ、情報の取り纏めなどが出来るのが便利である。社会貢献推進者は、専用の社会貢献活動報告フォーマットを本社へ提出する役目があり、この提出は社内社会貢献賞「Toshiba “ASHITA” Award (後述)」へのエントリーを兼ねる。海外拠点にはこのようなインセンティブは非常に有効であり、これがないと「なぜ社会貢献活動を本社へ報告しなければならないか」と言われてしまう。本社の掲げる企業理念を海外拠点に伝えて、理解し、行動して貰うことが大変難しく、今後の課題でもある。

- **海外拠点で CSR や社会貢献活動を行うことの難しさ (法制度・文化の違いなど)。**

それを避けるために、現地の事情や法令に詳しい海外拠点が主体となって社会貢献活動を行っている。トップ・ダウンで本社から押し付けだけでは意味がないと考え、海外拠点の自主性に任せている。

#### 連携先について

- **現状の寄付先・連携先に対する不満、もしくは良い点。**

NGO に改善を期待したい点は、リスク・マネジメント能力やコンティンジェンシーの強化など。企

業としては万が一の事故や不祥事が起きないように、細心の注意を払って事業を行っているが、NGO は活動を遂行することに重点を置きがちでリスクに関しては準備が甘く、「なんとかなる」というやり方が目につく。

■ **NGO と連携するにあたって NGO に求めること**

特定分野への専門性とノウハウ、リスク・マネジメント能力やコンティンジェンシー。

本業を生かした社会貢献について

■ **本業を生かした社会貢献の可能性（本社主導あるいは海外拠点主導）。**

本業を生かした社会貢献がやはり一番件数も多く、上述の 5 つの重点分野でいうと、「自然環境保護」や「科学技術教育」の分野に現れている。国内の事例では、東芝科学館（川崎市）での NPO との連携で実施されている小中学生を対象とした実験教室などが挙げられる。

社会貢献活動全般

■ **社会貢献活動全般において、現在困っていること。**

情報の収集と選択が難しい。NGO との連携を考えたときに、どの団体が良いかの判断が難しい。他企業の先行事例情報などを得て行っている状態である。

2. 個別質問事項

②海外拠点の社会貢献事例をもつ企業向け質問事項

■ **事例経緯（きっかけについて、企業 or 連携先からの呼びかけか）。**

＜インドネシアの事例について＞

地元小学校からのニーズがあって行ったと聞いている。

■ **事例内容確認（海外拠点 or 本社どちらが主導権をもってスタートしたかなど）。**

海外拠点が主導。

■ **なぜ現在の連携先を選んでいるか（商工会議所・日本人会などを通してしている場合その理由）。**

ノウハウや専門性に照らし合わせて。商工会議所や日本人会などは通していない。

■ **現在の連携・寄付先のメリット・デメリット（報告に満足しているか）。**

現地が主体で選んでいるためわからない。

■ **NGO からのアプローチを受けた経験はあるか。**

日本本社では NGO からの訪問などはよくある。しかし、名前を知らないような団体だと、不安もあり、問い合わせなどをして調べている。

■ **なぜ NGO を選ばなかったか。**

＜インドネシアの事例について＞

校舎のペンキ塗りなど、NGO の持つ専門性やノウハウに頼らずに従業員が主体的に行って出来るので、NGO を選ばなかった（=NGO との連携の必要性がなかった）。

■ どのような方法であればNGOとの連携が可能か（例えば商工会議所を通すなど）。

商工会議所などを通して支援活動をしたことはない。1社で出来ないと判断した事業で、NGOの専門性とノウハウが必要と判断したときは、NGOとの連携が必要だと考える。そのような場合は、実際にNGOと連携をしている。

■ 連携先としてNGOに求めるもの

特定分野への専門性とノウハウ。

その他

■ Toshiba “ASHITA” Awardについて。

2006年度の応募件数は全世界で944件。本社で審査するが、審査基準は金額の大小ではなく、下記の5点を中心に行う。

- ・ どれくらいの人に恩恵を与えているか
- ・ 継続性
- ・ 業務内容と合致しているか
- ・ 重点分野（「環境」と「科学技術支援」）
- ・ 従業員の参加

■ 従業員の参加も促進しているが、なかなか参加がない。

子ども向けの「分解ワークショップ」を催したところ、社員から多くのボランティア参加があった。技術者として自らが貢献でき、社員本人も専門性を生かしたボランティア活動には意義を感じやすいのだろう。

3. 総括・所感

- ・ CSRを経営方針の重要な柱の1つとして掲げており、全社をあげてCSRに取り組んでいる様子が伺えた。
- ・ NGOとの連携に関しては、自社で行える事業に関しては自社で、自社だけでは規模的・ノウハウ的に行うことの出来ない事業に関してはその専門性とノウハウのあるNGOと連携するなど、方針がはっきりしていた。
- ・ 海外拠点での社会貢献活動は、現地での自主性に任せているが、文化や考え方の違いもあり、本社の掲げる企業理念を理解した上で行動して貰うことは難しく、海外拠点に本社の掲げる理念やCSR戦略をいかに浸透させるかが今後の課題である。

社内社会貢献賞（Toshiba “ASHITA” Award）を上手く活用して、インセンティブやモチベーションの向上と併せて、効率的に海外拠点での社会貢献活動の促進、把握・集約を試みていた。

## ㈱大和証券グループ本社 ヒアリング記録

作成：2007年8月8日 JANIC

日時：2007年8月6日（月）13:00 - 14:45

場所：大和証券グループ本社

回答者：金田 晃一氏（CSR 室専任担当）

インタビュアー：富野 岳士、井端 梓

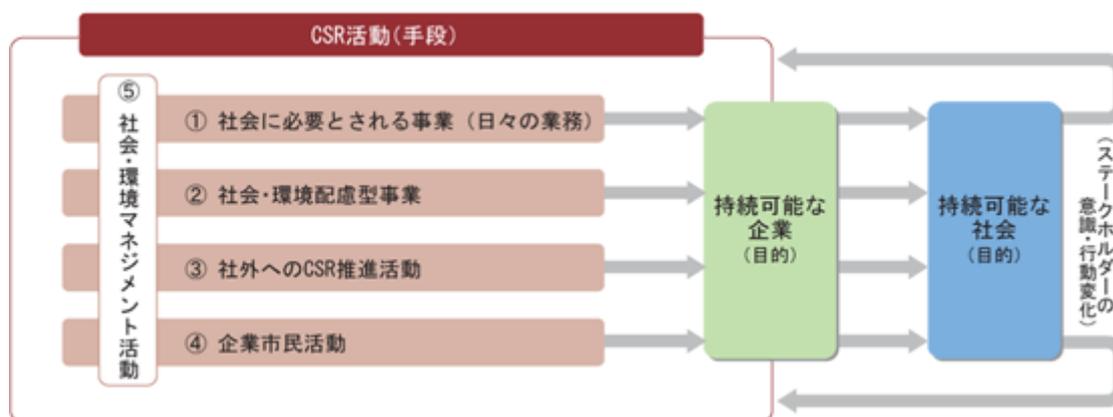
### 1. 共通質問事項

#### CSR について

##### ■ 社内の CSR における社会貢献活動の位置づけ（環境活動との棲み分けなど）。

大和証券グループでは、CSR 活動において、持続可能な社会実現のために下記 5 つのアプローチをとっており、いわゆる社会貢献活動は下記④の企業市民活動にあたる。尚、BOP (Base of the Pyramid または Bottom of the Pyramid) ビジネスは、②の社会環境配慮型事業に相当する。一般的に「社会貢献活動」という呼ばれる活動を行う際であっても、企業は、自らの経済的/社会的リターンを期待していることが多い。そこで、大和証券グループでは、自社に関するこの分野の活動を、動機レベルで現状を必ずしも性格に言い表しているとは言い難い「社会貢献活動」ではなく「企業市民活動」という呼称で表現している。

##### ■ 大和証券グループ 持続可能な社会実現のための 5 つのアプローチ



途上国を念頭においた活動であっても、通常のビジネスは①に、そこでの社会環境配慮型事業の展開は②に、そして、途上国 NGO への寄付などの企業市民活動は④に分類している。

##### ■ 社会貢献活動における国際協力活動の意義。

大和証券グループでは、国際協力を企業市民活動の重点分野には据えていない。他方、本業の特性を生かした経済・金融分野での教育・研究活動を重点分野に据え、災害などの緊急時には、別途、対応をする。具体的には、スマトラ沖地震・インド洋津波被災者の復興のために毎年 1,000 万円、10 年間支援する「大和証券グループ津波復興基金」を設立した。寄付をして終わりではなく、現地視察をするなどのフォローアップも実施している。支援の質的向上を図るため、これまでに支援先の全て（インド、インドネシア、スリランカ）を CSR 室員が訪問し、現場のニーズ把握調査を行った。

■ GC について（認識しているか、参加しているか、参加する予定はあるか）。

特段の必要性を感じていないために、国連 GC には参加していない。金融機関にとっては、UNEP FI（国連環境計画・金融イニシアティブ）での活動が重要であるとの認識から、大和証券グループ本社では、同イニシアティブに参加している。但し、国連 GC と UNEP FI が共同で策定した責任投資原則（PRI）には、大和証券投資信託委託が署名し、金融機関の自主的な取組みであるカーボン・ディスクロージャー・プロジェクト（CDP）には、大和証券グループ本社が署名している。このような、CSR 推進行動への参画は、持続可能な社会実現のための 5 つのアプローチにおける、③の社外への CSR 推進活動に相当する。尚、国連 GC には強制力が無いため実効性に欠け、加盟することで逆にリスクを負うという点も指摘されている。例えば、国連 GC に加盟することで「GC に加盟しているのに、ここが出来てない」などと指摘され、米国で訴訟を起こされた企業も過去にはあったという話を聞いている。

■ SA8000・ISO などの国際規格への取組み状況。

SA8000 は、製造業を意識した規格であるので、金融機関である大和証券グループとの関連は弱い考える。但し、投資先の企業がこれらの国際規格に対してどのように取り組んでいるかについては常に意識している。なお、環境マネジメントについては、独自の対応をしており、ISO14001 の取得は現時点では考えていない。

■ 海外拠点での CSR を考える上で、NGO をパートナーもしくは助言者（問題提起やモニタリング、行動規範への助言など）として意識しているか。

大和証券グループの海外支店が NGO と関わりをもつケースは少ない。但し、金融機関の CSR として、投資先企業の CSR 活動状況を的確に把握する必要があるので、その為の情報やアドバイスの入手先として NGO とコンタクトをとることはある。また、香港に拠点を持つ SRI の普及・促進のための NGO である ASrIA などとは頻繁にコミュニケーションを取っている。

現地での社会貢献活動について

■ 現地での社会貢献活動における本社と海外拠点の関り方について（海外拠点と本社の役割分担や意思決定権の所在、予算配分など）。

災害発生時の緊急支援などは、海外拠点がいち早く動く場合があり、その時は海外拠点からの意向を受けた後、グループ本社として、寄付金の拠出先等について、ある程度アドバイスをする場合もある。海外拠点での企業市民活動の予算は決まっていない。尚、グループ本社として、中長期的な支援プロジェクトの予算化は行いが、それにとらわれることなく、必要に応じて、社内決裁を通じて企業市民活動を実施する。

■ 海外拠点は現地での社会貢献活動を行っているか。行っていない場合は、なぜ行っていないのか。

現地からの要請に応じて適宜行っているが、現地で多くの従業員を雇用し、物資の調達をしているメーカーなど事業会社とは明らかに様相が異なる。但し、災害時などには積極的に対応している。

■ 現地での社会貢献活動実績を本社でどのように把握しているか。

年に一度 CSR レポートを作成する際に海外拠点から報告を受けている。CSR レポートの発行時期は 9 月末であり、これに向けて海外拠点からの報告は 4 月から 5 月になされる。

■ 上記の実績を WEB サイトや CSR 報告書へ掲載するなどのアピールは行っているか。

行っている。海外拠点独自の CSR 報告書は作成していないが、グループ本社作成の報告書の英訳版で対応している。他社では、英語版の報告書を基本として作成し、その後、日本語を含む各国語版を作成する例も見られる。各企業は、それぞれの実情に合った報告の仕方を模索している段階。

■ 連携先として、現地 NGO と日系 NGO のどちらが望ましいか。

ケースバイケース。例えば、報告や資金の使途をタイムリーにわかり易く明確に報告してもらおうという点から考えれば、全てを日本語で対応できる日系 NGO は望ましい。但し、CSR 活動の改善のためのアドバイスなどに関しては、グローバル NGO との連携を行う。

海外拠点での CSR について

■ 海外拠点に CSR 室を設けているか、CSR 担当者を配置しているか。無ければ設ける予定はあるか。

CSR 担当部署や専任者は配置していない。広報 (PR) 部門が兼任している場合が多い。全ての拠点に本社の複製機能があることが必ずしも良い訳ではなく、CSR 活動が機能すればそれで良いと考えている。

■ 海外拠点で CSR や社会貢献活動を行うことの難しさ (法制度・文化の違いなど)。

現地の文化や風習、宗教的なバックグラウンドを理解することが重要。さもないと、良かれと行っていったことが裏目に出る可能性もある。グループ本社としてのガバナンスと海外拠点のもつローカルなノウハウをいかにバランスよく保つかが課題である (全体最適と部分最適のバランス)。

連携先について

■ 現状の寄付先・連携先に対する不満、もしくは良い点。

連携先は多数あるが、一例として、中間支援組織として、ACC21 (アジア・コミュニティ・センター21) と市民社会創造ファンドの2団体についてコメントする。専門性のある中間支援組織を介すことで、公平な支援先の選択基準とアカウンタビリティが確保できるのがメリット。また、自社が細かい作業や各方面との調整・連絡などを行う必要もなく、それぞれの得意分野を活かした事業遂行ができる。「大和証券グループ津波復興基金」の事務局を担うアジア・コミュニティ・センター21、また、『『ダイワ SRI ファンド』助成プログラム』の事務局を担う市民社会創造ファンドの双方とも、中間支援組織として報告義務をしっかりと果たしているため、特に不満はなく、逆に学ぶことが多い。現状のスキームで成果も上がっており、社内外から評価もされている。また、その成果を社内外に伝えていくことで社会へ副次的効果を及ぼすことも出来ており満足している。常日頃から、頻繁にコミュニケーションを取っていることが上手くいっている秘訣だと考える。

■ NGO と連携するにあたって NGO に求めること

①活用内容や資金使途に関する明確な報告、②組織として安定性、③企業市民活動の動機を理解するコミュニケーション能力、④社会へのポジティブなインパクトを出せる専門的能力 (順不同)

本業を生かした社会貢献について

■ 本業を生かした社会貢献の可能性 (本社主導あるいは海外拠点主導)

「大和証券グループ津波復興基金」については、復興期における金融の役割・重要性 (= 公益信託、

マイクロファイナンス) を世に問い、それを理解してもらえるような制度設計を行った。また、市民社会創造ファンドとの協働で実施している『ダイワ SRI ファンド』助成プログラム』および環境 NPO のジャパン・フォー・サステナビリティとの協働で実施している「ダイワ JFS・青少年サステナビリティ・カレッジ」については、当社グループの金融商品である「ダイワ SRI ファンド」および「ダイワ・エコ・ファンド」の純資産の額を参考に算出された金額を各々の NPO に寄付することで実施している企業市民活動である。社会性の高い金融商品と企業市民活動の連動という点で、本業を生かした企業市民活動と言える。

### 社会貢献活動全般

#### ■ 社会貢献活動全般において、現在困っていること。

特になし。

## 2. 個別質問事項

### ⑥ 中間支援 NGO との協働による海外 NGO への支援事例について

#### ■ 「大和証券グループ津波復興基金」事例経緯（きっかけについて、企業 or 連携先からの呼びかけか）。

「大和証券グループ津波復興基金」では、以前から面識のあった ACT 事務局を中間支援組織として選び、こちらから依頼した。ACT 内ではそれまで災害支援の前例が無かったが、復興期支援と開発期支援の親和性を鑑み、本件を引き受けてもらった。

#### ■ 事例内容確認（海外拠点 or 本社どちらが主導権をもってスタートしたかなど）。

企画にかかった時間は約 2 ヶ月。災害発生直後、社長の指示により始動した。10 年間という長期の復興支援にしたのは、災害後、国連が復興に 10 年はかかることをアピールしていたことも考慮に入れた結果である。

#### ■ なぜ現在の連携先を選んでいるか（商工会議所・日本人会などを通してしている場合その理由）。

協働パートナーとして、同時並行で交渉していた NGO もあったが、最終的に ACC21 に決めた。株主や従業員に対してのアカウンタビリティを果たせることが大きい。

- ・ 大和証券グループに特化した、年次報告（9 回）、評価報告（3 回）、総括報告（1 回）の提出
- ・ プログラム名に社名をつけられること

#### ■ 現在の連携・寄付先で苦労している点

苦労ではないが、大和証券グループ本社社員も実際に現場視察をするため、実施には、出張費を含む、目に見えない経費がかかっている。しかし、10 年という民間企業による前例の無い支援プログラムを良い形で実施していくためには、現場のリアリティを知る必要があるとの認識の下、そのような経費も負担している。しかし、その分、本事業に深くコミットすることが出来、その成果を社員自らが自分の言葉として、社内外に伝えることで、社会に対して副次的効果を及ぼすことも可能と考えている。

## 3. 総括・所感

- ・ これまでは、メーカーを中心とした海外現地法人と NGO との CSR 連携をモデルに考えてい

たが、今回のヒアリングを通じて、金融業における CSR のあり方を新たに理解することが出来た。メーカーとは違い、投資・融資先企業の活動を通すことで現地社会と関るという、金融業特有の「間接影響」の中で、いかにして CSR 活動に取り組んで行くか、また、金融業独自の CSR 活動の特性を理解することが出来た。

- ・ 大和証券グループは、一般にはまだ浸透の浅い中間支援組織の活動内容やその存在意義を深く理解しており、中間支援組織と積極的に連携することで、質の高い社会貢献事業を実施しようとしていることが理解できた。

以上

## (特活) APEX ヒアリング記録

作成：2007年8月7日 JANIC

日時：2007年8月6日（月）15:00 - 16:30

場所：(特活) APEX 事務局

回答者：田中 直氏（代表理事）

インタビュアー：富野 岳士、井端 梓

---

### 1. 企業との連携全般について

#### ■ 企業との連携理由（資金リソース、技術パートナー、開発教育）。

APEX は企業の発想にはない部分でアイデアを出すこと（技術開発）はできるが、売れる商品として作り上げること（製品化）と販売することは企業の力を借りたいと思っている。

#### ■ 日本事務所内の企業連携に関する組織体制（担当者はいるか）。

企業連携の専任組織はない。田中代表理事自らが行っている。

#### ■ 企業へのアプローチ方法。

田中代表理事が窓口となって売り込みを行っている。企業から声をかけてくる場合もある。

#### ■ 今後どのように企業と関わっていきたいか。

NGO はモデルを作ることはできるが、それを広く普及することは難しいので、企業の営業力、組織力を期待して連携を行っていきたい。Win-Win 関係が構築できることが重要。

#### ■ 困っている点。

広報面、営業力。

#### ■ JANIC に求める点。

中間支援組織として、広報面のコーディネート、企業との連携機会の創出。

### 2. 企業の海外拠点での社会貢献について

#### ■ 日本事務所が、支援地に海外拠点を持つ日本企業をターゲットにアプローチを行うことがあるか。

ある。

#### ■ 支援地に海外拠点を持つ日本企業と連携するメリット・デメリット。

メリットとしては、ローカル・マーケット開拓による現地事業の拡大。

### 現地事務所と企業の海外拠点について

#### ■ 現地事務所にファンドレイジングの役割はあるか。

「排水処理適正技術センター」が現地事務所の役割を担っており、企画・調査、現地の関係先との接触などによりファンドレイジングを支援している。

■ 現地事務所から、現地企業へのアプローチは行っているか（体制・方法）。

現地では援助機関（JICA、NEDO など）との連携事業が中心であるが、企業へのアプローチも行なっている。

■ 今後行う可能性はあるか。

メリットがあれば今後行うが、現状は田中代表理事が窓口となっている。

■ 支援している現地 NGO と企業の連携はあるか。

現地 NGO は援助機関との連携が中心だが、企業との連携もことあるごとに行なっている。

3. 企業の本業を生かした社会貢献に対して

■ 企業の本業を生かした支援を受けるメリット・デメリット。

メリットは、Win-Win 関係が構築できること。モデル作りのフェーズは NGO が助成スキームで行えるが、その後それを広めるには企業の力が必要。バイオマスエネルギー事業など、一定の規模と高い技術レベルが要求され、開発段階・モデルづくりから企業の力が必要になってくる場合もある。

■ 本業を生かした支援の提案を行っているか。

行っている。企業の本業以外での支援に対するアプローチは今のところ行っていない。

4. 事例（排水処理プロジェクト）について

■ 事例経緯（きっかけ、内容）。

インドネシア中部ジャワ州を活動の舞台として、水問題を水質汚濁の観点から捉え、アジア地域に適した排水処理技術を開発する過程で、回転円板式排水処理に着目した。まずヤシの繊維を用いた回転円板を開発し、ついで立体格子状接触体回転円板を考案した。後者の製品化にあたっては、回転円板式排水処理装置では日本でトップ・シェアを持つ積水アクアシステム㈱と連携した。この立体格子状円板はまず日本で製造・販売が開始され、その後インドネシアでも製造・販売を行うようになった。

■ 効果。

NGO と企業それぞれの力が相乗的に生かされ、従来型の回転円板より 4 倍ほど効率の高い、特徴のある製品ができた。新しい円板は、日本でも販売を伸ばしているが、排水処理設備に関しては格段の低価格を要求されるアジア地域でも通用するものとなった。

■ 苦労したこと、困っていること。

苦労した点としては、契約面（ノウハウ開示やロイヤリティに関する交渉）。

5. 総括・所感

- ・ 田中代表理事は、水とエネルギーが今後益々重要になってくるとの認識のもと、排水処理事業とバイオマスエネルギー事業を 2 つの柱として、現地に適した、低コストで運転管理の容易な技術を開発することに注力していることがわかった。
- ・ APEX は、上記分野における高い技術力を有しているので、現地に受け入れられる新しい排水処理技術やバイオマス事業のモデル作りは行えるものの、製品化に向けては企業の力が必要であ

ると強く認識していた。この点において、NGO と企業の連携を積極的に推進しようとしていた。

- ・ 更に、バイオマス事業のようなハイレベルな技術開発においては、開発段階から企業と連携することの必要性を認識しており、国内マーケットも十分に期待できるバイオマス事業において、国内企業との連携をいかに行っていくかを模索している。
- ・ 途上国において、資金・資材や整った設備の無いところから適正技術の開発を行う APEX の視点は、実は日本企業の商品開発関係者にとって大変貴重であり注目されている。これは NGO としての大きな優位性、メリットであると感じた。
- ・ 今後の課題としては、APEX の持つ高い技術力をベースに営業活動を広範に行っていくための営業力の強化と連携機会の場の発掘であると感じた。

以上

(特活) ハンガー・フリー・ワールド (HFW) ヒアリング記録

作成：2007 年 8 月 17 日 JANIC

日時：2007 年 8 月 7 日 (火) 17:00 - 18:30

場所：HFW 事務所

回答者：渡邊 清孝氏 (理事・事務局長)

インタビュアー：富野 岳士、井端 梓

1. 企業との連携全般について

■ 企業との連携理由 (資金リソース、技術パートナー、製品化・マーケティング、社員向け開発教育)。

- ・ 社員向けの啓発活動。
- ・ 企業の特性と NGO の特性を生かした社会貢献プログラムの企画・開発。

■ 日本事務所内の企業連携に関する組織体制 (担当部署、担当者)。

現在は空席だが、平時は資金調達担当 1 名とインターン 2 名が中心となって活動を行っている。また事業に関係する助成金プログラム等への応募等は、各事業担当が行っている。

■ 企業へのアプローチ方法。

- ① 会社四季報を情報源として、中でも利益が上がっている企業へアプローチしている。また、既に連携実績がある企業のグループ会社や同じ業界内では、「あの企業もやっているから」という意識が働き成功しやすいので、特に重点的にアプローチしている。
- ② 地域ごとのアプローチ。
- ③ 業務内容に特性のある企業に対して限定したアプローチ。

■ 今後どのように企業と関わっていききたいか。

HFW の特性と合うところ。飢餓と関連性のある企業と互いの特性を生かしながらかわっていききたい (例：ダイエット業界、食品業界等)。

■ 企業との連携において困っている点。

企業の CSR 担当者が、CSR やコンプライアンス、NGO/NPO の理念や能力について十分な知識を有しているとは言えない点。例えばフェアトレード製品に対し値引きを要求したり、社内イベントの実施に対し過度なサービス要求するなど。

■ 企業との連携において JANIC に求める点。

- ・ 長期的視点に立った NGO スタッフの人材育成。具体的には、企業連携の出来る NGO スタッフの育成、スキルアップ、団体が何をしたいのかを企業に明確に伝えられるような企画立案や計画・交渉力など。出会いの場を作っても、その後つなげていくことが出来なければ意味がない。
- ・ 『企業連携の出来る NGO スタッフの育成とスキルアップ』の重要性を役員・事務局長レベルが認識する機会の提供。昨今ファンドレイジングに関するセミナーはいくつか開催されているが、せっかくスタッフがそのような研修に出ても、学んできた機会を試す場がなければ意味がないし、トップが重要性を理解しなくてはそのようなスキルを持つ人材の採用も行うことが出来な

い。

- ・ 情報収集の難しい地域・分野における NGO と企業の連携事例のとりまとめ（例：欧州企業と欧州 NGO が行っているアフリカでの支援連携事例等）。

## 2. NGO と企業の海外拠点の連携について

- **日本事務所が事業対象国に拠点を持つ日本企業本社にアプローチを行うことがあるか。**

無い。HFW が支援活動をしている地域で活動している日本企業が見当たらないから。

### 現地事務所と企業の海外拠点との連携について

- **現地事務所内の企業連携に関する組織体制（担当部署、担当者）**

ほぼ無い。企業の海外拠点と連携する場合、一番気をつけなければならないのは、同じ土地、狭いコミュニティの中で「なあなあ」にならないように注意することであろう。「地域へ貢献している」ことを免罪符として支援するのではなく、本当に地域のニーズに基づいた支援が行われているかを NGO は精査しなければいけないし、連携をしている企業に対しても提言が出来るような関係でなければならない。

- **現地事務所から現地企業へのアプローチは行っているか（組織体制、担当部署・担当者）。**

現地事務所の自己資金率を 2015 年までに 50%に引き上げるという目標を立てている為、現時点では無いが、今後アプローチを進めていくの可能性はある。その場合、日本本部で得た経験・ノウハウを現地に提供することが必要になるだろう。

- **企業の海外拠点から、現地事務所への連携依頼などはあるか。**

現時点では無い。

## 3. 企業の本業を生かした社会貢献に対して

- **企業の本業を生かした連携に対する提案を行っているか。**

行っている。

- **企業の本業を生かした連携のメリット（デメリット）。**

企業と協働することで企業・NGO 双方の広報の機会が広がり、社会的インパクトが大きくなる。連携内容にきちんとしたコンセプトやメッセージ性があれば、通常企業がアクセスできない NGO 系マーケット（例：「ソトコト」、「オルタナ」などの雑誌）に企業の広報の機会を提供出来たり、逆に NGO としては、企業の抱える多数の顧客層に対し広報が出来るメリットがある。その他に、企業にとってはブランドイメージを高める、収益と知名度のアップを図れる、などのメリットもある。

## 4. 具体的事例（ノースウエスト航空「エアケアー・チャリティー・プログラム」）について

- **事例経緯（きっかけ、内容）。**

HFW からのアプローチにより実現。2001 年に本プログラムの誕生を知り、1 年ほどかけて交渉し、日本では第 2 番目の寄付先となった。寄付先団体はマイル寄付者が決定する。その為、HFW にマイルを寄付して貰えるように、機内誌でのアピールを行うのみならず、自ら広報活動も行っている。効果があるのは修学旅行時に使用したマイルを寄付してもらうこと。今後学校をターゲットに提案・交渉を行っていく予定。

■ 効果。

2002年からは、業務上の殆どの渡航費用をマイルで賄えており、資金的メリットは大きい。

■ 苦勞した点、困っていること。

予約できる席数がそれほど多くないため、若干使い勝手が悪い。緊急支援団体などは特に苦勞しているのではないだろうか。

5. 総括・所感

- ・ 自団体の特性と企業の特性を生かした連携に焦点を絞ることで、社会的インパクトを生み出している為、資金獲得と同時にHFWの支援者や理解者を着実に増やしていると感じた。
- ・ 渡邊事務局長は、自団体の特性を生かすことを目的に、企業同士の横の連携や企業の顧客である消費者等をも意識した企業並みのリサーチ力、企画・提案・営業力を持っており、それらが多くの連携実績にも表れていると感じた。一方、渡邊事務局長のような人材は通常のNGOでは得がたく、現在のNGOを取り巻く環境を考えると、一般的なNGOで渡邊事務局長のような経験・スキルを有した人材の確保は非常に難しいのではないかと感じた。
- ・ 従って、このような人材が増えることがNGO全体にとって非常に必要である。また渡邊事務局長が、JANICに求めることに関して、「『企業連携の出来るNGOスタッフの育成とスキルアップ』の重要性を役員・事務局長レベルが認識する機会の提供。」と述べていたのが印象的であり、JANICとしては是非検討すべきだと思った。
- ・ 「エアケアー・チャリティー・プログラム」では、プログラム自体は企業側の用意と運営で成り立っているが、寄付（マイル数）獲得にはNGO自身の広報力も反映される仕組みとなっており、「寄付を受ける」だけでなく、NGO自らが支援者を開拓しながら進めていくことが出来るスキームであると感じた。

以上

## NEC ヒアリング記録

作成：2007年8月16日 JANIC

日時：2007年8月15日（水）14:00 - 15:00

場所：NEC 本社

回答者：東 富彦氏（CSR 推進本部 社会貢献室 グループマネージャー）

磯野 美子氏（CSR 推進本部 社会貢献室）

インタビュアー：富野 岳士、井端 梓

---

### 1. 共通質問事項

#### CSR について

##### ■ 社内の CSR における社会貢献活動の位置づけ（環境活動などとの棲み分けなど）。

社会で生き残っていく企業であるための活動と捉えている。企業が社会で生き残っていくためにはそこに自社の存在を認めてもらう必要がある。コンプライアンス責任や経済責任を果たすだけでなく、社会に貢献していると認められなければ生き残っていくことが出来ないと考える。

##### ■ 社会貢献活動における国際協力活動の意義。

下記 2 通りの内容で行っており、今後も力を入れていく予定である。

- ・ 中間に NGO を介して支援を行う。
- ・ 現地に社員がいる場合（災害が起きたときなど）、現地社員が現地で実際に支援活動を行う。

##### ■ GC について（認識しているか、参加しているか、参加する予定はあるか）。

NEC は 2005 年 6 月から GC に参加している。

##### ■ SA8000・ISO などの国際規格への取り組み状況。

ISO 国内委員会のメンバーになっており、ISO 規約の素案作りから参加している。

##### ■ 海外拠点での CSR を考える上で、NGO をパートナーもしくは助言者（問題提起やモニタリング、行動規範への助言など）として意識しているか。

NGO/NPO を社会のアンテナとして、経営の舵取りに積極的に役立てていく方針である。

#### 現地での社会貢献活動について

##### ■ 現地での社会貢献活動についてどう捉えているか（グローバル・イシュー解決の一環として行っているのか、それとも地域社会との共生を目的としているのか）。

グローバル・イシュー解決の一環、地域社会との共生、の両方を目的としている。例えば海外拠点地で災害が起きた際には、日本においては募金活動を行い、現場においては拠点の社員が実際に支援活動を行うなど、それぞれの趣旨での活動を同時に行っている。

##### ■ 現地での社会貢献活動における本社と海外拠点の関り方について（海外拠点と本社の役割分担や意思決定権の所在、予算配分など）。

海外拠点の CSR 推進責任者（コーディネーター）が中心となり、意思決定・予算・人員すべて拠点主体で行っている。本部は※MDD の運営や助言などを行う。

※NEC メイクス・ア・ディファレンス運動

■ 海外拠点は現地での社会貢献活動を行っているか。行っていない場合はなぜ行っていないのか。  
行っている。

■ 海外拠点の現地での社会貢献活動実績を本社でどのように把握しているか。  
CSR 推進責任者より、年に一度専用フォーマットによる報告を行ってもらっている。書面でわかりにくいところなどは、電話・メールベースで確認をとるが、本社社会貢献質室長や他のスタッフが出張で現地を訪れた際に、ヒアリングする場合もある。

■ 上記の実績を WEB サイトや CSR 報告書へ掲載するなどのアピールは行っているか。  
本社社会貢献室では国内・海外のすべての活動報告を WEB にて公開している。現地拠点での取り組みについては、行っているところとそうでないところがある。行っている拠点では、WEB に専用ページを設けてその拠点特有の社会貢献実績を載せているところもある。また、本社でとりまとめている CSR 報告書や地域貢献活動報告書へのリンクを張ったりしている。

■ 連携先として、現地 NGO と日系 NGO のどちらが望ましいか。  
状況によって違うため、どちらともいえない。例えば災害支援をする場合、本社が現地 NGO と直接会話してもわからないことが多いため、ジャパンプラットフォームのような日系の中間支援組織を介したほうがわかりやすく支援が出来、望ましい。逆に海外拠点が現地を支援する場合はコミュニケーションにも問題が無いため、現地 NGO と直接連携することが多い。

#### 海外拠点での CSR について

■ 海外拠点に CSR 担当者・CSR 室を設けているか。無ければ設ける予定があるか。  
CSR 推進責任者（コーディネーター）を任命している（本業の業務との兼業の場合が多い）。海外では 23 カ国、76 拠点にコーディネーターを配置している。全ての拠点に配置しているわけではなく、ある程度規模の大きな拠点が中心になっている。活動の活発さは各拠点経営責任者の社会貢献意識の高さに反映するところが多く、本社社会貢献室としては、今後各拠点責任者レベルへの社会貢献活動の啓発が課題であると考えている。

■ 海外拠点での CSR や社会貢献活動を行うことの難しさについて（法制度・文化の違いなど）。  
直接拠点へ赴きコミュニケーションをとる機会がなかなか取れないこと、言葉の壁など。言葉や法制度の違いでの悩みなどは、現地の勝手がわかる CSR 推進責任者を設置することで軽減されている。

#### 連携先について

■ 現状の寄付先・連携先に対する不満、もしくは良い点。  
特に中間支援組織に対して望むことだが、中間支援組織がその活動の重要性を社会に認知されるよう努力して欲しい。中間支援組織の活動の重要性を担当者はわかっているが、中間支援組織との連携企画などを経営トップや資金提供者へ説明をする際には、なかなか理解が得られないことがある。

■ NGO と連携するにあたって NGO に求めること。  
企業側の立場に立った支援要請や連携企画の立案。自社にとって本業との関りがあること、もしくは

はなんらかのビジネスメリットやフィードバックが見込めることなどを説明できるような提案をして欲しい。そういった連携でなければ自社CSRの方針とはそぐわず、経営トップや資金提供者への説明が出来ない。CSRレポートを読んでその企業のCSR方針を理解し、それに沿った提案をするなどの努力が重要である。

#### 本業を生かした社会貢献について

##### ■ 本業を生かした社会貢献の可能性（本社主導あるいは海外拠点主導）。

本業をもって社会的課題を解決することがNECの第一の目標であり、それでも出来ないことに対して、本業で培ったノウハウ・技術を生かし、社会貢献活動として解決にあたるという方針である。

#### 社会貢献活動全般

##### ■ 社会貢献活動全般において、現在困っていること。

社員の参加と理解を高めること。地方拠点では社員による地域密着型社会貢献活動が行われているが、本社社員は地域とのつながりが薄いため、社会貢献活動への参加を促すことが難しいと感じている。

## 2. 総括・所感

- ・ NECの発表しているCSR取り組みテーマとしては具体的に述べられていない国際協力活動であるが、地域貢献活動の一環として多くの海外拠点にCSR推進責任者を任命するなどして、実態としては国際協力に繋がる活動に力を入れて進めていることがわかった。しかし、せっかくCSR推進責任者を現地に任命しても、その活動は現地経営責任者の意識・マインドに左右されるところが大きいという実態を聞き、今後の課題としては、責任者レベルの社会貢献活動の啓発と個人に依存しない組織レベルでの現地社会貢献活動の実施にあると感じた。
- ・ 中間支援組織に求める点として、「中間支援組織の役割の重要性アピール」という指摘があったが、JANIC自身もこの点について強化しなければならぬと痛感した。
- ・ NGOに求めることとして、企業側の立場に立った支援要請や連携企画の提案であると聞き、これは大変重要なことであることは間違いないが、現在提案力や営業力を持ってこれらのことが実行できるNGOは少ないと感じた。これらの点の改善に向けても、JANICは取り組んでいくべきだと思った。

以上

(社) セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン (SCJ) ヒアリング記録

作成：2007年8月17日 JANIC

日時：2007年8月16日（木）14:00 - 15:00

場所：SCJ 事務局

回答者：堀江 由美子氏（広報・マーケティング部 コーポレート・サービス）

インタビュアー：富野 岳士、井端 梓

---

1. 企業との連携全般について

■ 企業との連携理由（資金リソース、技術パートナー、製品化・マーケティング、社員向け開発教育など）。

企業との連携理由の第1は資金リソース面である。これ以外の部分では、例えば企業が商品の売上一部を寄付するコーズ・リレーテッド・マーケティングなどにおける連携により、一般の人々に対してNGOやSCJ自体の認知度向上にも役立っている。

■ 日本事務所内の企業連携に関する組織体制（担当部署、担当者）。

広報・マーケティング部のコーポレート・サービス・チームが企業連携を推進する部門であり、現在3人のスタッフがいる（東京2名、大阪1名）。専任スタッフ以外にも、広報・マーケティング部長や事務局長が必要に応じて自ら活動を行う。

■ 企業へのアプローチ方法。

1つには、企業からの提案や問い合わせという企業側からのアプローチがあり、企業のCSR活動が注目される中、近年多くなっている。もう1つは、SCJの活動の中心である子どもに関連する企業（例：子供服、食品、教育など）をリストアップして、電話をかけてアポをとり、SCJの活動紹介などを行うことからアプローチを進める場合もある。

■ 今後どのように企業と関わっていきたいか。

企業との連携は資金面のメリットも大きい、社会的な影響力も大きいので、今後は多面的に連携を進めていきたい。

■ 企業との連携において困っている点。

団体の理念と企業活動とのスクリーニングに苦慮している。セーブ・ザ・チルドレンでは企業連携に関してグローバルな判断基準があるので、日本においてはしっかりした活動をしている企業であっても、連携をお断りしなければいけない場合もあり、この点でジレンマを感じる。特に、企業の活動分野が団体基準と照らし合わせてグレーな場合など、その審査が難しい。

また、企業からイベントやプログラムに社員を参加させて欲しいとの希望がよくあるが、現状はそれらを受け入れるためのプラットフォームが用意できていないので、要望に応えられない。社員参加が可能なプログラムを模索中である。

■ 企業との連携において JANIC に求める点。

①企業と NGO の出会いの場セッティング、②連携事例や連携情報の共有、③各 NGO マーケティング部門の横の連携促進（→事業部門の連携は多いがマーケティング部門の繋がり薄い）。

## 2. NGO と企業の海外拠点の連携について

■ **日本事務所が、事業対象国に拠点を持つ日本企業本社にアプローチを行うことがあるか。**  
行うことがある。但し、国別に対象企業をリストアップしてアプローチを行っている訳ではなく、事業提案を進めていく中で、結果的に事業対象国に拠点を持つ日系企業本社にアプローチをしているのが実態。

■ **事業対象国に拠点を持つ日本企業と連携をするメリット（デメリット）。**  
企業の関心度が高いのでアプローチし易く、結果として支援にも繋がり易い。

### 現地事務所と企業の海外拠点との連携について

■ **現地事務所内の企業連携に関する組織体制（担当部署、担当者）。**  
海外の現地事務所内には体制はない。

■ **現地事務所から、現地企業へのアプローチは行っているか（組織体制、担当部署、担当者）。**  
ほとんど行っていないが、ベトナムでは現地法人に話をしに行くことは時々ある。

■ **行っていない場合、今後行う可能性はあるか。**  
今後も積極的には行わないと考えるが、機会があれば行うこともある。

■ **企業の海外拠点から、現地事務所への連携依頼などはあるか。**  
ベトナムでは何例かある（→実際の連携には至らなかった）が、他はこれまでなかった。

## 3. 企業の本業を生かした社会貢献に対して

■ **企業の本業を生かした連携に対する提案を行っているか。**  
行っている。企業が関心を持つ分野の事業連携提案を行うようにしている。昨今は単に「寄付を下さい」では企業側にも受け入れてもらえないので、何らかの形で本業に関連する提案をしなければいけない。そのような提案力を付けていくことが今後の課題であると認識している。INAX との事例のような本当の意味での企業と NGO との「協働」は SCJ にとってもはじめての試みであるといえる。

■ **企業の本業を生かした連携のメリット（デメリット）。**  
企業に企画へ関心を持ってもらえること。社会的なインパクトが大きいこと。

## 4. 「INAX とのベトナムにおける環境教育活動」の事例について

■ **事例経緯（きっかけ、内容）。**

INAX より、「Think the Earth プロジェクト（民間企業と NPO/NGO の連携促進、啓蒙活動などを行う団体）」を通して依頼があり、SCJ に話がきた。これを受けて、ベトナムの事務所で提案を作成した。INAX や Think the Earth プロジェクトとの交渉は SCJ（日本側）で行った。

■ **効果。**

2007 年 4 月に始まったばかりなのでまだ具体的な成果はでていないが、現地の子どもがファシリ

テーターとして現地の子どもたちに環境教育を行うという、①子どもの参加促進と②環境保護に関するライフスキル向上、が大きな2つの目標。

■ 現地法人 (VINAX) との関わり方、特徴。

VINAX から日本で環境についての研修をあらかじめ受けたベトナム人スタッフを事業地へ招聘し、環境教育のファシリテーター養成のためのリソースパーソンとして研修へ参加していただいている。特徴としては、日本→ベトナムという支援の図式だけではなく、違う状況下にあるベトナム人同士の連携も含めた事業進行を心がけている点。

■ 現地法人 (VINAX) と関わることで良かった点、困っている点

自団体のローカル・スタッフが日ごろ接触のない企業と関わる事が出来、視野を広げることが出来た点良かった。困っている点は、今のところ特にないが、企業と NGO の役割分担を実務レベルでよく話し合うことが重要であると認識している。

■ 本事例全般で苦勞した点、困っていること。

既存の事業とは違って、日本人駐在員の関与の度合いが大きく、時間がとられるので、他の事業管理やファンドレイジングの時間が削られる点で苦勞している。また、ローカル・スタッフの企業対応に対する理解を取り付け、思うようなアウトプットを出すことが難しい。更に、企業と NGO で事業継続展開のビジョンに多少の差が見られるが、今後の話し合いによって調整を行いたい。

5. その他

一般的に、企業との連携においては NGO の方針への理解を得ることが難しい。企業は、短期的に、目に見える成果や数字、透明性を求めがちだが、NGO としては、事業運営を通じてのローカル・スタッフの能力強化や持続可能性といった点にも重点を置いている。企業側には NGO との連携事業において、最低でも3年位かけて事業を遂行するよう見たい。一方、企業側の要求に副う努力も NGO には必要で、今後試されていく課題になると思う。

6. 総括・所感

- ・ SCJ は企業連携を専門で推進する部隊を設けており、部長や事務局長もレベルに応じた企業アプローチを行っていることがわかり、団体の戦略として企業との連携を非常に重要なものとして捉えていることがわかった。
- ・ その中でも、INAX との連携事例は、まさに企業の本業と団体のミッションとが合致した先進的なものであり、まだ始まったばかりではあるものの、今後の成果が期待される。
- ・ 企業と NGO では、連携に求めるものが異なっており、JANIC がこの点で、それぞれの特性を理解した上で両者の意識を近づけ、橋渡しの働きをすることも、今後の JANIC の重要な役割の一つであると感じた。

以上

## ノースウエスト航空会社 ヒアリング記録

作成：2007年9月7日 JANIC

日時：2007年8月31日（金）11:00 - 12:00

場所：ノースウエスト航空会社 会議室

回答者：高橋 雅治氏（日本地区 広報・メディア担当部長）

インタビュアー：富野 岳士、井端 梓

### 1. 共通質問事項

#### CSR について

##### ■ 社内の CSR における社会貢献活動の位置づけ（環境活動との棲み分けなど）。

現在ノースウエスト航空が全世界的に行っている社会貢献活動として、エアケアー・チャリティー・プログラムがある。これは、各国によって多少の違いはあるものの、本業を生かした社会貢献活動として1つの全世界的なシステムとして機能しており、アジアでは日本がリーダー的に行っている。その他にも、ワールド・スカラシップ・プログラムなどが社会貢献活動としてある。

##### ■ 社会貢献活動における国際協力活動の意義。

現在日本では、エアケアー・チャリティー・プログラムに12団体がパートナーとして参加しているが、これらの団体は全て国際協力を行っている団体であり、一般的な NGO/NPO が本プログラムに参加できる訳ではない。これ以外の、国際協力活動として、ローカル・コミュニティ・インボルブメントと呼ばれるものがある。これは、学校の自由学習の一貫として行われる英語授業の支援であり、日本に滞在中のクルーが空港近くの学校を訪れ、直接英語で生徒とコミュニケーションを取るというものである。この活動は、クルーの全員のボランティアで行われており、実際に制服を着て外国人が目の前に現れることによって、子どもたちの将来のイメージを刺激し、英会話の必要性を実感してもらう上で役立っているようだ。

##### ■ GC について（認識しているか、参加しているか、参加する予定はあるか）。

ノースウエスト航空が GC に参加しているかどうかは不明だが、エアケアー・チャリティー・プログラムは以前国連から表彰されている。

##### ■ SA8000・ISO などの国際規格への取り組み状況。

特に取り組んでいない。

##### ■ 海外拠点での CSR を考える上で、NGO をパートナーもしくは助言者（問題提起やモニタリング、行動規範への助言など）として意識しているか。

日本支社の場合、これまでは具体的に NGO を助言者として意識したことはないが、今後、必要性があれば考えていきたい。但し、CSR の中でも、従業員の労働環境や行動規範などについての意識は、米国本社では非常に進んでいるといえる。

#### 現地での社会貢献活動について

##### ■ 現地での社会貢献活動についてどう捉えているか（グローバル・イシュー解決の一環として行っているのか、それとも地域社会との共生を目的としているのか）。

日本で行っているエアケアー・チャリティー・プログラムに関しては、日本に本拠を置いていて海

外で活動している団体を一義的に意識して推進している。従って、国内活動のみを行っている団体は同プログラムの枠組みでは支援しにくい。この点、米国の場合は国内路線を多く持っているので、国内を中心に活動している団体と連携する場合もあるようだ。

- **現地での社会貢献活動における本社と海外拠点の関り方について（海外拠点と本社の役割分担や意思決定権の所在、予算配分など）。**

大きなプログラムの方針は本社（米国）、それ以外の細かい部分は日本独自で決める場合もある。

- **海外拠点は現地での社会貢献活動を行っているか。行っていない場合は、なぜ行っていないのか。**

行っている。

- **現地での社会貢献活動実績を本社でどのように把握しているか。**

日本での活動内容は定期的に報告しており、また、支援活動の内容によっては社内ニュースに取り上げているので本社でも現地の活動状況がわかるようになっている。

- **上記の実績を WEB サイトや CSR 報告書へ掲載するなどのアピールは行っているか。**

CSR 報告書は本社では発行しているが、日本ではまだない。IR を本社が中心に行っているので、今後 CSR 報告を日本においてどうしていくかは、議論していく必要がある。

- **連携先として、現地 NGO と日系 NGO のどちらが望ましいか。**

現在、英語教育の支援に関してはノースウエスト航空と学校が直で交渉・調整などを行っているが、今後は NGO との連携があるかもしれない。しかし、NGO が間に入ることで、各種の調整などはノースウエスト航空にとって楽になるかも知れないが、変に強制力が働いてしまっては困る。（米国本社の方針に準ずることになる。）

#### 海外拠点での CSR について

- **海外拠点に CSR 室を設けているか、CSR 担当者を配置しているか。無ければ設ける予定はあるか。**

CSR 専任部門は特にないが、各支店長には CSR の命題も与えられている。但し、小さな支店では、CSR 活動を行うまでの余裕がないというのが現状である。

#### 連携先について

- **現状の寄付先・連携先に対する不満、もしくは良い点。**

マイルの使途に関する報告がタイムリーに来る団体とそうでないところがある。良い点としては、連携先のスタッフは皆さん活動に熱心で好感の持てる人が多い。

- **NGO と連携するにあたって NGO に求めること**

タイムリーな報告をお願いしたい。また、エアケア・チャリティー・プログラムに関する告知をできるだけ多くし、認知度を高める支援をして欲しい。

#### 本業を生かした社会貢献について

■ **本業を生かした社会貢献の可能性（本社主導あるいは海外拠点主導）。**

今後も、本業を生かした支援活動にしていく。本業を生かした社会貢献であれば、仮にトップが替わったり、業績に変化があってもそれに左右されないし、今後もしっかりとした継続的なレールを敷いていくためには、本業と連携したものが無理なくてよい。

社会貢献活動全般

■ **社会貢献活動全般において、現在困っていること。**

パートナーへの応募が多く、それへの対応に困っている。（できるだけ多くの NGO を支援したいのは山々である。）

2. 個別質問事項

⑤ **長期で業務を生かした連携事例（エアケア・チャリティー・プログラム）**

■ **事例経緯（きっかけについて、企業から or NGO からの呼びかけか）**

92年に米国で創設。96年に国連から表彰。99年に日本で開始。

■ **事例内容確認**

プログラムへの参加（マイルの寄付）は、電話とオンラインの2つの方法がある。プログラムの告知の仕方としては、ノースウエスト航空のホームページ、NGOのホームページ、機内誌やパンフレットなどがある。また、現在特に注目しているのは全国の中学・高校で行われている修学旅行において、同プログラムを通じて生徒が参加することにより社会貢献活動を実感することができるという利点がある。

■ **長期で行うことの意義**

プログラム参加のためには、マイレージ・カードを登録して貰うことになり、将来的にノースウエスト航空を利用して貰える可能性があるため、企業側としても長期的なプログラムには利点がある。

■ **長期で行うことができた要因**

本業を生かしている点。システムとして全世界的に確立している点。

■ **長期だからこそそのマイナス面（マンネリ化をふせぐ取り組み）**

各団体の活動内容が若干マンネリ化してきている。現在の12団体の入れ替えはないと思うが、新たな団体をこれに加えることを考えていきたい。

■ **なぜ NGO と連携したのか**

米国本社で NGO と連携したプログラムが発生したため、最初は日本でも同様に連携したが、現在では米国よりも各団体との関係は密になっている。（日本では殆どの NGO の事務所は都内にあるため）

■ **なぜ NGO の中でも今の連携先を選んだのか。**

以下の4つの点が主な選定理由として考えられる。

- ・ 日本を拠点として日本人が海外で活動している。
- ・ 組織への信頼感（ネームバリュー）。
- ・ 活動内容がしっかりしている（安定感）。

- ・ スタッフの高い倫理観、使命感。

### ■ 長期の連携をする上で NGO に求めるもの

同上。

#### その他

- ・ JANIC のような中間支援組織にパートナーを決める段階で、オブザーバーの 1 つとして意見を言ってもらえるのもよいかもしれない。
- ・ マイルの不正利用・未使用など、プログラムの趣旨に反した場合は団体登録抹消の処置などを行うことになるが、これまではある程度各各団体と密に連絡も取れており、正しく報告をして貰っている。
- ・ 緊急支援の場合などは、エアケアー・チャリティー・プログラムの仕組み以外に、寄付など別の形での支援も積極的に行っている。
- ・ 社会貢献活動を行う上での、一番の苦労は、メディアの取り上げが少ないこと。そのために、活動の認知度が低い。エアケアー・チャリティー・プログラム以外にも、社会貢献活動の事例は実際には多いものの、なかなか外に発表されない。

### 3. 総括・所感

- ・ エアケアー・チャリティー・プログラムが長期に渡って継続していることの理由として、全世界的に統一されたシステムであり、航空会社としての本業を生かした社会貢献活動である点が理解できた。
- ・ ノースウエスト航空日本支社の場合、米国に本社のある企業の海外拠点という位置づけになるが、外資系企業ということもあり、日本のメディアの取り上げ方は鈍いようだ。裏返して考えれば、日本本社の海外拠点での CSR 活動に対する現地でのマスコミの取り上げ方にも共通する点があるものと思われる。
- ・ JANIC のような中間支援組織や第三者機関が NGO と企業の間に入って、企業がこれから連携をしようとする NGO 団体の信用調査や情報提供などの部分で協力できる分野があるのではないかと感じた。

## ソニー株式会社 ヒアリング記録

作成：2007年9月6日 JANIC

日時：2007年8月31日（金）13:15 - 14:15

場所：ソニー㈱本社

回答者：富田 秀実氏（CSR部 統括部長）

インタビュアー：富野 岳士、井端 梓

### 1. 共通質問事項

#### CSRについて

##### ■ 社内のCSRにおける社会貢献活動の位置づけ（環境活動との棲み分けなど）。

創業者から「社会貢献は会社の存在意義」という志を受け継いでおり、社会貢献活動は、社会で尊敬される会社であるための、CSRの中の重要な事柄の1つである。特に本業で培ったノウハウを生かした下記4つの分野での活動を重点的に行っている。

- ①科学
- ②音楽
- ③映像教育
- ④持続可能な社会づくり

##### ■ 社会貢献活動における国際協力活動の意義。

グローバルな企業であることから不可欠であると考えている。特に Global Localization（事業を行う各拠点の地域文化・ニーズに根ざした活動）を展開している。重点分野の1つでもある「持続可能な社会づくり」を目指す上でも、グローバル社会の一員として、MDGs等も意識している。

##### ■ GCについて（認識しているか、参加しているか、参加する予定はあるか）。

ソニーグループ行動規範を制定し、この遵守を重視しているため、GC等の社外で制定された規格等に賛同や加盟する必要性は特に感じてはいないが、参考にはしている。ソニーグループ行動規範は経済協力開発機構（OECD）多国籍企業ガイドライン、国連GC、国連世界人権宣言など、主要な国際基準やガイドラインの主旨を反映して制定された。

##### ■ SA8000・ISOなどの国際規格への取り組み状況。

1995年にソニー幸田事業所が国内業界で初めてISO 14001認証を取得した。現在、全世界の事業所の環境マネジメントシステム統合を完了し、ISO 14001認証を取得している。

##### ■ 海外拠点でのCSRを考える上で、NGOをパートナーもしくは助言者（問題提起やモニタリング、行動規範への助言など）として意識しているか。

イシューごとにそれぞれの団体・ステークホルダーと深い議論をし、その意見を参考にしている。例えば、WWF（世界自然保護基金）と協定を締結し、WWFが推進する「クライメート・セイバーズ・プログラム」に参加した。WWFと話し合いを繰り返し、その結果として、アメリカや中国などの京都議定書におけるCO2削減義務を負っていない国の事業所を含む、全世界の事業所での温室効果ガスの削減目標（絶対値）設定をはじめとする取り組みについて合意した。

#### 現地での社会貢献活動について

- 現地での社会貢献活動についてどう捉えているか（グローバル・イシュー解決の一環として行っているのか、それとも地域社会との共生を目的としているのか）。

グローバル・イシュー解決と地域社会との共生の両者を意識している。For the Next Generation プロジェクトでは、持続可能な社会とそこで育つ子どもたちの育成を目的に、グローバル・イシュー解決を意識しての活動を行い、一方の Someone Needs You プロジェクトでは地域社会との共生を重点目標に、社員向けのボランティア活動推進プログラムを行っている。

- 現地での社会貢献活動における本社と海外拠点の関り方について（海外拠点と本社の役割分担や意思決定権の所在、予算配分など）。

ソニーとしての社会貢献活動の大きな方針を伝えた上で、予算措置やプロジェクト実施等は海外拠点が主体となって行っている場合が多い。但し、ユニセフとの被災した子ども達のためのデジタルカメラプロジェクトなどは、貢献先も事業を行う土地とは限らず、本社が主体となってグローバル・イシュー解決の目的で行っている。

- 海外拠点は現地での社会貢献活動を行っているか。行っていない場合は、なぜ行っていないのか。

行っている。

- 現地での社会貢献活動実績を本社でどのように把握しているか。

それぞれの拠点の担当者が、ID とパスワードで WEB（イントラネット）上で報告できるシステムを作っており、毎年このシステムを使って調査をし、現状を把握している。

- 上記の実績を WEB サイトや CSR 報告書へ掲載するなどのアピールは行っているか。

本社はもちろん行っているが、海外拠点に関しては拠点によって異なり、パンフ・WEB に掲載されているところもある。

- 連携先として、現地 NGO と日系 NGO のどちらが望ましいか。

現地に根付いた活動を行うためには、目的意識に合った NGO と連携するのが一番望ましく、その観点から判断している。話がし易いからといって安易に「日系 NGO」ということにはならないし、欧米 NGO と連携する場合もある。

- 現地 NGO との連携する際、日系 NGO に求める役割はあるか。

あまりないと考える。一方で、本社が主体となって行うグローバル・イシュー解決を意識した活動には、日系 NGO は大変重要な役割を担っている。

#### 海外拠点での CSR について

- 海外拠点に CSR 室を設けているか、CSR 担当者を配置しているか。無ければ設ける予定はあるか。

中国拠点には CSR 課があるが、その他の拠点では広報・総務担当者が兼任で CSR 活動を行っていることが多い。

- 海外拠点で CSR や社会貢献活動を行うことの難しさ（法制度・文化の違いなど）。

それぞれの拠点で温度差があるため、全体としての整合性を確保することが難しいと感じている。特に EU 圏では企業の社会貢献があまり一般的ではなく、むしろ社員は会社と離れたところで個人として社会貢献活動をするのが自然という流れがある。そういった活動をどこまで「会社の活動」と捉えるのか、などが難しいところだ。

#### 連携先について

##### ■ 現状の寄付先・連携先に対する不満、もしくは良い点。

団体としての基盤を強化し、ソニー社内での承認獲得が容易となるようになって欲しい。

##### ■ NGO と連携するにあたって NGO に求めること

- ・活動の継続性。
- ・報告書のクオリティ。
- ・信頼性。

#### 本業を生かした社会貢献について

##### ■ 本業を生かした社会貢献の可能性（本社主導あるいは海外拠点主導）。

今後も本業と密接な関係のある、①科学、②音楽、③映像教育、④持続可能な社会づくり の4つを重点的に行っていく予定である。また、今後ビジネスプロセスの中で無理なくできるプロジェクトを行うことを目標・課題にしている。

#### 社会貢献活動全般

##### ■ 社会貢献活動全般において、現在困っていること。

いかに社員のボランティア・マインドを高め、活動に巻き込むか。社員一人一人が CSR の意識を持つようにすることが難しいと感じている。定期的に CSR 講演会を開いたり、災害時に行う募金活動では Edy やパソリを使って募金がし易い環境作りを行うなど、工夫をしている。

#### 2. 中国での「ソニー愛心勉学援助プロジェクト」事例について

##### ■ 事例経緯（きっかけについて、企業から or 連携先からの呼びかけか）

ソニー・チャイナが中国で事業を行う過程で、教育現場の現状を見て支援の必要性を感じ、プロジェクトを開始した。

##### ■ 事例内容確認（海外拠点 or 本社どちらが主導権をもってスタートしたかなど）

中国農村部の子どもたちの教育環境を整えるための机や教材の物資寄付を 2003 年より継続して行っている。

##### ■ 現在の連携・寄付先のメリット・デメリット（報告に満足しているか）

報告がしっかり出来るところを選んで連携しているため、現在は不満はない。

##### ■ NGO からのアプローチを受けた経験はあるかある。

##### ■ どのような方法であれば NGO との連携が可能か（例えば商工会議所を通すなど）

NGO の選定には迷うこともあり、もし公平な第三者評価機関があれば助かる。

■ 連携先として NGO に求めるもの

- ・ 団体自体の本来のミッションを遂行し、成果をあげることのできる実力、行動力。
- ・ 報告書などのクオリティ。
- ・ 客観的に見て信頼性があること。

その他

- ・ ODA プロジェクトでソニーの製品を納入した後のメンテナンス・ケアが無いために、製品が十分に活用されていないとの指摘を外部から受け、自主的に社内でボランティアを募り、メンテナンス作業を実施したりしている。このような活動も、本業を生かした社会貢献活動であるといえる。

3. 総括・所感

- ・ 「社会で尊敬される企業であれ」という創業者から受け継いだビジョンが明確であり、本業で培ったノウハウを生かせる分野において活動をするという方針がはっきりしていると感じた。
- ・ 「今後ビジネスの流れの一環として行えるプロジェクトが課題だ」と発言されていたが、もしそのようなプロジェクトの開発が進めば、既に多くのノウハウを持っている企業であるだけに、大きな社会的インパクトをもたらすことが十分に期待できると感じた。
- ・ ODA 案件の納入製品に対する自主的メンテナンスの実施など、通常ならばビジネスとして企業の対応が難しいところに、国際的・社会的な責任感を見出し、これを「本業を生かした従業員の参加型社会貢献活動」と絡めて解決しようとしている点は、同業他社では通常見られない試みであると思った。

以上

## ヤマハ株式会社 ヒアリング記録

作成：2007年9月5日 JANIC

日時：2007年9月3日（月）11:15 - 12:30

場所：ヤマハ㈱本社（静岡県浜松市）

回答者：

石川 一美氏（環境・施設管理部長）

大隅 清美氏（環境・施設管理部 環境企画室 室長）

田仲 操氏（広報部 広報グループ 広報担当課長）

石川 聖司氏（経営企画室 主事）

インタビュアー：富野 岳士、井端 梓

---

### 1. 共通質問事項

#### ■ 社内のCSRにおける社会貢献活動の位置づけ（環境活動との棲み分けなど）。

報告書としては、環境の取り組みからスタートし、社会貢献活動を含む、社会活動全般の情報を拡充してきた。

以前から、国内外において社会貢献活動を行ってきたが、グループのCSRとして重要なテーマであり、各拠点の取り組み状況の情報収集を進めている。

#### ■ 社会貢献活動における国際協力活動の意義。

各拠点の状況を把握した上で、これから方針を定める予定である。

#### ■ GCについて（認識しているか、参加しているか、参加する予定はあるか）。

認識はしているが、現在GCに参加はしていない。今後検討していきたい。

#### ■ SA8000・ISOなどの国際規格への取り組み状況。

ISO14001を全世界的に取得した。SA8000など、その他の国際規格に関しては、様子を見ている段階である。

#### 現地での社会貢献活動について

#### ■ 現地での社会貢献活動についてどう捉えているか（グローバル・イシュー解決の一環として行っているのか、それとも地域社会との共生を目的としているのか）。

地域社会との共生を目的として行っている。

#### ■ 現地での社会貢献活動における本社と海外拠点の関り方について（海外拠点と本社の役割分担や意思決定権の所在、予算配分など）。

各現地法人が現地市場に根付きながら、現地法人の意思で進めている社会貢献活動を尊重する方針であり、予算も現地拠点で組んでいる。

ただし、拠点を置く地域で災害が発生した場合などは、現地で対応するものの他に、経済団体を通じて本社から支援するケースもある。

#### ■ 海外拠点は現地での社会貢献活動を行っているか。行っていない場合は、なぜ行っていないの

か。

汎欧州やアジアで地域本社が調整を図りながら音大生の奨学金支援を行う活動する事例もあるが、各現地法人がそれぞれの状況にあった社会貢献活動を行っている。

■ 現地での社会貢献活動実績を本社でどのように把握しているか。

本社に定期的に報告を上げてもらっている。

■ 上記の実績を WEB サイトや CSR 報告書へ掲載するなどのアピールは行っているか。

行っている。但し、あくまで実質本位の活動を目指しているため、インドネシアの植林活動（ヤマハの森）に関しても、現地でマスコミに取り上げられたこともあるが、ヤマハから働きかける形での現地プレス・リリースは控えめにした。

■ 連携先として、現地 NGO と日系 NGO のどちらが望ましいか。

本社を通しての社会貢献活動の場合は、日本語でのタイムリーな報告を受けることが出来、コミュニケーションがし易いが、NGO の活動内容次第なので、現地 NGO、日系 NGO のどちらが望ましいということではない。

海外拠点での CSR について

■ 海外拠点に CSR 室を設けているか、CSR 担当者を配置しているか。無ければ設ける予定はあるか。

現状は設けていないが、今後については必要に応じて検討していく。

■ 海外拠点で CSR や社会貢献活動を行うことの難しさ（法制度・文化の違いなど）。

海外で社会貢献活動を行う場合には、日本から見る視点ではなく、現地の視点でそこで中核になって働いている人間が中心となって活動を進めていくことが重要だと考えるため、まずは海外拠点が現地に根付くまでに時間がかかることが難しさの 1 つに挙げられると思う。生産現地法人に比べ、先進国の販売現地法人の場合などは、既に社会貢献活動が身近である場合が多いので、取組むための制約は少ない。

連携先について

■ 現状の寄付先・連携先に対する不満、もしくは良い点。

ヤマハの森連携先であるオイスカの支援地では、中部ジャワ地震があったりしたこともあり、当初は定期的に報告を貰うということになっていたが、タイムリーな報告を受け取ることが出来なかった。

■ NGO と連携するにあたって NGO に求めること

- ・企業との連携をする余力があること。
- ・実績があって、組織・財政も安定して透明性のあること。
- ・技術的ノウハウ、現地調整力、住民への教育力。

■ JANIC に対する要望はあるか？

難しいと思うが、主要 NGO の活動内容がわかる情報提供。

### 本業を生かした社会貢献について

#### ■ 本業を生かした社会貢献の可能性（本社主導あるいは海外拠点主導）。

本業の楽器・音楽事業を生かした社会貢献を優先的に考えていく。

### 社会貢献活動全般

#### ■ 社会貢献活動全般において、現在困っていること。

インドネシアでの植林活動において、他の多くの企業も同様なプロジェクトを始めているので、独自性が薄れてしまっているのではないかと若干危惧している。

## 2. 個別質問事項

### ①海外拠点と日系 NGO の連携事例 ヒアリング先用特別質問

#### ■ 事例経緯（きっかけについて、企業から or NGO からの呼びかけかなど）

楽器製造で木材を使っているため、木に関する環境対応を行いたいと考えていたことが植林を行うことになった背景である。その他にも楽器用材の代替化や、森林保全、使用量の削減、認証材使用なども考えている。インドネシアでの植林活動では、同地にはヤマハ・ヤマハ発動機の両社の拠点多くあるため、自分達が進出した土地で何か活動できればと考えていたところ、オイスカからの提案があり始まった。当初はヤマハ発動機が主体であった。

#### ■ 事例内容確認（海外拠点 or 本社どちらが主導権をもってスタートしたかなど）

2005年～2009年の5ヵ年計画で、西ジャワ州スカブミ県チタプス村にて行っている。場所の選定に際しては、政治的な絡みなどがあるので、オイスカの助言も考慮の上、オイスカ研修センターが近くにある現地点に決めた。現場は人家に近いが開発のために森林を切り払った土地であり、ここをもう1度森に戻そうとしている。活動費として1年で約500万をヤマハ・ヤマハ発動機とで折半して負担している。資金だけを出すのではなく、「現地と一緒に汗をかきながら」活動するという方針であるため、実際の植林には現地スタッフのマネージャー・クラスは半分以上参加している。住民の自活が成り立つようにしながら森作りをしたいと考えており、植林以外の自立教育支援も重要であると考えているため、自家用果樹栽培のための職業技術研修や水場の提供なども併せて行っている。植林の際は植林だけでなく、セレモニーでの県知事スピーチや石碑序幕、懇親会などを行って、周囲の住民・行政への意識付け、コミュニケーションを大事にしている。

#### ■ なぜ NGO の中でも今の連携先を選んだのか。

オイスカとは昭和47年から法人会員としての付き合いがあり、今回ヤマハの目的に合致した本企画の提案をオイスカより貰ったために本プロジェクトが始まった。これまでの付き合いがあったからこそ、社内でも連携先としてオイスカの正当性をスムーズに認めて貰うことが出来た。

#### ■ 苦労した点

行政を巻き込もうとすればするほど、政治関連・植林目的の伐採などに直面してしまう点。これらの問題に適切に対応するためにも、現地の政治事情やノウハウに長けたオイスカとの連携を推進している。

#### ■ 良かった点

植林に関する技術的ノウハウ、現地調整、住民への教育（ちょっと目を離すと焼畑に変わってしまう事例あり）など、NGO は不可欠な存在であると感じており、オイスカと組むことで現地においてスムーズな活動が出来ている。

### 3. 総括・所感

- ・ 新たに社会貢献活動を始めると、社内でその意義・正当性を強く求められるということを知ったが、今回のインドネシアでの植林活動は、「木」、「インドネシア」という2つのキーワードがヤマハの社会貢献意義とぴったり合致した正当性のある活動であると感じた。
- ・ ただ植林を行うだけでなく、現地の政治的な絡みや、住民への意識付け・自立支援などまでを配慮した長期的な活動を、現地事情や植林技術に詳しいオイスカと上手く連携しながら進めていると感じた。
- ・ 特に本業の「音楽」を生かした部分では、既に国内で多くの社会貢献実績があり、今後はこのような活動を国際協力に絡めた活動へと展開されることへの期待を十分に感じた。

以上

## 株式会社 INAX ヒアリング記録

作成：2007年9月4日 JANIC

日時：2007年9月3日（月） 16:00 - 17:30

場所：㈱INAX 本社 会議室

回答者：久留島 豊一氏（環境戦略部 部長）

川合 和之氏（環境戦略部 環境マネジメント推進グループ 課長）

藤田 邦高氏（経営企画部 広報室 本社広報担当 課長）

インタビュアー：富野 岳士、井端 梓

### 1. 共通質問事項

#### CSR について

#### ■ 社内の CSR における社会貢献活動の位置づけ（環境活動との棲み分けなど）。

企業市民として、企業活動に関係したところで市民の皆さんにお役立ちできるところがあれば積極的に社会貢献活動を行っていききたい。

#### ■ 社会貢献活動における国際協力活動の意義。

INAX の活動で関わっている地域に対して社会貢献活動を行っている。国内での地域貢献という意味では、各事業所や工場単位でも行っている。海外での社会貢献活動としては会社全体として取り組んでいく方針である。

#### ■ GC について（認識しているか、参加しているか、参加する予定はあるか）。

現在は参加していない。今の時点では、参加予定はない。

#### ■ SA8000・ISO などの国際規格への取り組み状況。

国際規格については、ISO に関しては海外も含めて統合する形で規格取得を行っているが、国際規格を取るだけでは意味がないので、活動といかに結びつけられるかが大事。規格や認証を取ること自体が目的ではなく、あくまでも活動と結びつけることに重点を置いている。このような国際規格への取り組みは、トップダウンで進めている。

#### ■ 海外拠点での CSR を考える上で、NGO をパートナーもしくは助言者（問題提起やモニタリング、行動規範への助言など）として意識しているか。

意識している。特に海外の場合は意識しているといえる。

#### 現地での社会貢献活動について

#### ■ 現地での社会貢献活動についてどう捉えているか（グローバル・イシュー解決の一環として行っているのか、それとも地域社会との共生を目的としているのか）。

現状は、地域社会との共生を目的としているレベルであるといえる。

#### ■ 現地での社会貢献活動における本社と海外拠点の関り方について（海外拠点と本社の役割分担や意思決定権の所在、予算配分など）。

意思決定は INAX 本社が中心に行っている。予算も、現地でかかる人件費は現地持ちだが、その他諸々の費用に関しては本社が負担している。役割分担としては、意思決定は本社にあるとしても、

できるだけ現地スタッフに参加して貰うようにしている。

■ **海外拠点では現地での社会貢献活動を行っているか。行っていない場合は、なぜ行っていないのか。**

海外拠点における社会貢献活動としては、現在はベトナムのみで行っており、もう1つの進出先である中国ではまだ実績がない。今後中国での社会貢献活動を考えるかもしれないが、国によってやり方は変わってくると思う。

■ **現地での社会貢献活動実績を本社でどのように把握しているか。**

ベトナムの社会貢献活動プログラムはまだ初めて間もないので、今のところは本社から担当者が直接現地に赴き、活動に参加しながら把握している。現状は NGO と INAX との共同実施である。

■ **上記の実績を WEB サイトや CSR 報告書へ掲載するなどのアピールを行っているか。**

ベトナム現地でのアピールの仕方は現地法人の VINAX に任せている。ベトナムのマスコミが向こうから取材に来る場合もあるようだ。INAX としては、月 1 回発行の社内報で、写真なども載せながらニュース扱いで活動を取り上げている。

■ **連携先として、現地 NGO と日系 NGO のどちらが望ましいか。**

コミュニケーションの点で日系 NGO の方が望ましい。

■ **現地 NGO との連携する際、日系 NGO に求める役割はあるか。**

コミュニケーションの面で日系 NGO に間に入って貰えるとありがたい。

海外拠点での CSR について

■ **海外拠点に CSR 室を設けているか、CSR 担当者を配置しているか。無ければ設ける予定はあるか。**

INAX では、海外のみならず国内でも CSR に特化した部門はない。CSR は本業として昔からやっているものという認識がある。従って、CSR 活動は各部門ごとに各部門長の責任の下で実施するのが基本。このようなやり方で CSR 活動を推進するのが INAX の社風であるといえる。海外拠点においては、日本語がしゃべれる現地スタッフが実際はキーマンとなって CSR 活動を行っている。

■ **海外拠点で CSR や社会貢献活動を行うことの難しさ（法制度・文化の違いなど）。**

現地で何をやればよいのかが本社からはわからないので、現地からのサジェスションが必要。この点で、NGO からのアドバイスが重要となる。

連携先について

■ **現状の寄付先・連携先に対する不満、もしくは良い点。**

今のところ良好。元々、連携先候補として 20 数団体のリストをあげて、その中から面談を実施して 3~4 団体に絞り、最終的には現地調査面談を実施して連携先を決めたという経緯があるので、ボタンの掛け違いのような状況は発生していない。INAX の場合、金を出すだけではなく、INAX 自身も汗を流しているのので、これまでのところ連携先に対する不満は特にはない。

■ **NGO と連携するにあたって NGO に求めること**

## 活動の中身と信頼性

### 本業を生かした社会貢献について

#### ■ 本業を生かした社会貢献の可能性（本社主導あるいは海外拠点主導）。

これからも本業を生かしたものにフォーカスしていく。本業に近い「水」と「土」をメインにしていく。

### 社会貢献活動全般

#### ■ 社会貢献活動全般において、現在困っていること。

社会貢献活動をもっとたくさんやっていきたいが、実情としてなかなかできない。お金にも汗を流せることにも限りがあるのが現状。このような状況の中でどこまでの社会貢献活動を行っていくかの線引きが難しい。

## 2. 個別質問事項

### ①海外拠点と日系NGOの連携事例 ヒアリング先用特別質問

#### ■ 事例経緯（きっかけについて、企業から or NGO からの呼びかけかなど）

ベトナムで NGO との連携プロジェクトを行った理由としては、以下の点があげられる。

- ・ ベトナムが一番大きな事業所となっており、大きな生産拠点である。
- ・ 社会貢献活動に対するベトナム政府の高い評価がある。
- ・ ベトナムでは、公害・衛生・子どもの人権等への対応が追いついていない。
- ・ 中国と比べると、中国は環境教育の差別化インパクトが得られにくい。
- ・ 小さく開始することができ、自社の「水に係る知識・ノウハウ」を使える。

#### ■ 事例内容確認（海外拠点 or 本社どちらが主導権をもってスタートしたかなど）

（事例内容に関しては、ニュース・リリースに詳しく内容が紹介されているのでヒアリングは省略。）企画自体は本社からの発案であるが、現地がやらないと意味がない。ベトナム人がベトナム人に対して行うことに意味ある。プロジェクトの期間は3年。

#### ■ なぜ NGO と連携したのか

ベトナムでは政府登録された NGO しか社会貢献活動ができない。NGO との付き合い方が企業の社会的評価の1つとなってきている。従って、信頼性の高い NGO 選定が環境教育を成功させる最大の要因となる。

#### ■ なぜ NGO の中でも今の連携先を選んだのか。

Think the Earth プロジェクトにコーディネートをお願いしたが、その際の選定ポイントとしては、団体の規模や財政的安定なども考慮したが、それよりも、「水」、「子ども」などの活動の中身で候補を絞った。

#### ■ 企画にかかった時間

6ヶ月程度（2006年4月～9月）。

#### ■ 現地での反応

プロジェクトが開始されて間もないので、まだ現地での反応が現れてきていない。SCJ との連携部分として、2007 年 9 月から環境教育が始まる。

■ 苦労した点

これまでのところ特にない。

■ 良かった点

ベトナムのプロジェクトでは、ブリッジ・エーシア・ジャパン (BAJ) とセーブ・ザ・チルドレン・ジャパン (SCJ) という 2 つの NGO と連携しているが、前者は草の根レベルで地道に活動しており、特に現地の子どもの信頼関係を構築している。後者においては、現地の役所や行政を上手に纏め上げており、省庁関係者をきちんとプロジェクトに巻き込んで信頼関係を構築している。BAJ はボトム・アップ的に、SCJ はトップ・ダウン的にプロジェクトを纏め上げており、それぞれの特徴を生かして現地の人々と信頼関係を築いている点に感銘した。

その他

- ・ INAX の社風とベトナムの国民性がマッチしているようだ。

3. 総括・所感

- ・ 昨今、企業が CSR という言葉を強調する風潮がある中で、INAX は本業事態が社会貢献活動であり、これまでもずっと本業を通して社会貢献活動を実施してきたとの方針の下、特に CSR という言葉や組織を前面に出している訳ではないが、INAX の企業文化に合った地道な社会貢献活動を行っている点がよく理解できた。
- ・ 本社と海外拠点の役割分担に関しても、本社は金と方針だけを出すという企業も多い中で、お金も出すし汗もかくというやり方が、INAX の特徴であると感じた。
- ・ ベトナムでは、INAX の社風と国民性がマッチしているようで、NGO との連携事例も上手くスタートが切れたようであるが、今後は中国をはじめとした他の地域での社会貢献活動についての戦略も必要になるものと思われる。

以上

## 積水アクアシステム株式会社 ヒアリング記録

作成：2007年9月4日 JANIC

日時：2007年9月4日（火）10:00 - 11:00

場所：積水アクアシステム(株)本社（大阪府大阪市）

回答者：松原 善治氏（エンバイロメント事業部長）

インタビュアー：富野 岳士、井端 梓

### 1. 共通質問事項

#### CSRについて

##### ■ 社内のCSRにおける社会貢献活動の位置づけ（環境活動との棲み分けなど）。

積水アクアシステムは積水化学グループの一員として、グループ全体で進める社会貢献活動※に参加して活動を推進している。積水アクアシステム単体としては、業務自体が社会貢献活動であるとも考えている。

※積水化学グループは、事業活動を通じた社会への貢献にとどまらず、社会と関る様々な側面においても企業の特性、資産を活かした社会貢献活動を進めている。中でも、「環境」、「次世代」、「グローバル」をキーワードとした取り組みを中心に行っている。

##### ■ 社会貢献活動における国際協力活動の意義。

日本の環境に対する技術力は高く、製品は品質も良いし生産コストも安い。現在の東南アジアなどの環境問題解決に、自社の技術が貢献できると考えている。実際にニーズや使用実績もあるので、今後進出していきたい。

##### ■ GCについて（認識しているか、参加しているか、参加する予定はあるか）。

参加していない。

##### ■ SA8000・ISOなどの国際規格への取り組み状況。

ISO9000 番代は取得している。今後も必要があれば取得していく予定である。

##### ■ 海外拠点でのCSRを考える上で、NGOをパートナーもしくは助言者（問題提起やモニタリング、行動規範への助言など）として意識しているか。

意識している。企業が日本の考え方で業務を行っている一方、NGOは現地の立場で考えている。NGOの考えを取り入れることでとニュートラルな視点を手にいれることができるので、パートナーもしくは助言者としてNGOは必要だと思っている。

#### 現地での社会貢献活動について

##### ■ 現地での社会貢献活動についてどう捉えているか（グローバル・イシュー解決の一環として行っているのか、それとも地域社会との共生を目的としているのか）。

積水アクアシステムとしては地域との共生を目的としている。

##### ■ 現地での社会貢献活動における本社と海外拠点の関り方について（海外拠点と本社の役割分担や意思決定権の所在、予算配分など）。

積水アクアシステムとしては現地に拠点がないため、現在現地での社会貢献活動を行っていない。

- 海外拠点では現地での社会貢献活動を行っているか。行っていない場合は、なぜ行っていないのか。

積水アクアシステムとしては現地に拠点がないため、現在現地での社会貢献活動を行っていないが、今後中国などで行う可能性はある。

- 現地での社会貢献活動実績を本社でどのように把握しているか。

積水アクアシステムとしては現地に拠点がないため、現在現地での社会貢献活動を行っていない。

- 上記の実績を WEB サイトや CSR 報告書へ掲載するなどのアピールを行っているか。

積水アクアシステムとしては現在現地での社会貢献活動を行っていないが、積水化学グループとしては、CSR 報告書の発行や WEB を通してアピールなども積極的に行っており、積水アクアシステムもグループの一員として、今後海外での社会貢献活動の実績が出てくれば、グループ全体でアピールを行っていく。グループ従業員向けには、CSR ハンドブックのような小冊子が発行されており、各自が携帯を義務付けられている。

- 連携先として、現地 NGO と日系 NGO のどちらが望ましいか。

コミュニケーションが取りやすいので日系の NGO とがよい。特に現地の NGO と連携している日系 NGO と連携できるのは、大変望ましい。

- 現地 NGO との連携する際、日系 NGO に求める役割はあるか。

現地 NGO とのコミュニケーションの橋渡しや、日系 NGO と現地 NGO 両方の視点を伝えてくれることを望む。

#### 海外拠点での CSR について

- 海外拠点に CSR 室を設けているか、CSR 担当者を配置しているか。無ければ設ける予定はあるか。

積水アクアシステムとしては現在現地での社会貢献活動を行っていないが、積水化学グループとしては、CSR 担当部署を設けている。今後中国などで積水アクアシステムとしての CSR 活動を行う場合は、積水化学グループの現地 CSR 担当部門と連携することになる。

- 海外拠点で CSR や社会貢献活動を行うことの難しさ（法制度・文化の違いなど）。

難しさは感じるが、法制度や文化の違いなどは APEX が調整してくれているので、助かっている。

#### 連携先について

- 現状の寄付先・連携先に対する不満、もしくは良い点。

APEX は非営利団体であるだけに、製品のマーケティング、販売活動などのビジネス活動をどこまでお願いしていいのかという戸惑いがある。

- NGO と連携するにあたって NGO に求めること

企業はどうしても利益中心の視点になってしまうので、もう少し客観的な目で見てもらい、助言をして貰うこと。現地の判断基準などを教えて欲しい。

### 本業を生かした社会貢献について

#### ■ 本業を生かした社会貢献の可能性（本社主導あるいは海外拠点主導）。

積水アクアシステムの事業としては、本業＝社会貢献と考えている。

## 2. 個別質問事項

### ④企業の業務内容を生かした連携事例 ヒアリング先用特別質問

#### ■ 事例経緯（きっかけについて、企業から or NGO からの呼びかけか）

（特活）APEX 側からの提案により開始した。本製品の販売で利益を生み出すのは日本の市場においてであり、インドネシアに関しては PR 活動の一環として、現状は利益を考えずに行っている。現在、（特活）APEX にはインドネシアでの市場調査を行って貰っている段階と考えており、今後見込みがあれば積水アクアシステムが現地展開する可能性はある。国内外で同じ仕様の製品ではあるが、海外製品の方は安価で作れるタンクと組み合わせたり、APEX と協力して金型を現地に持って行って現地製造をしたりして、トータル・コストを安く抑える工夫をしている。

#### ■ 商品開発にかかった時間や労力

製品が出来るまでは 2 年程の時間を要した。APEX との交渉などがあったので、通常自社製品を開発するよりは少し時間がかかった。発想自体が低コストで生産出来、消費電力がかからず、維持管理が容易な製品であったので、当初から市場として日本国内だけでなく海外（主にアジア）も同時に意識していた。「日本でもアジアでも通用するもの」と考えて開発を行ってきた。

#### ■ 本業以外の社会貢献を行っているのか。行っている場合はそのすみわけ

積水アクアシステムとしては行っていないが、積水化学グループとしては行っている。

#### ■ なぜ NGO の中でも今の連携先を選んだのか。

NGO と連携をしようと思って APEX を選んだのではなく、APEX が提案したアイデアや技術が面白かったので、結果的に APEX という NGO と連携した形となった。通常、積水アクアシステムには NGO/NPO だけでなく様々な方面から新しい技術や製品についての提案がある。

## 3. 総括・所感

- ・ お話を伺った松原氏は、日本の技術がアジアの環境改善に大いに役立つことを意識されていた。積水アクアシステムが「本業＝社会貢献」という方針で今後もビジネスを続けることが、結果的にグローバル・イシューの解決と同社の利益の両方に貢献することを期待したい。また、そのために NGO が出来ること、及び、JANIC の役割を模索していきたいと感じた。
- ・ 非営利活動団体である APEX に、ビジネス活動をどこまで依頼してよいのかという悩みを伺ったが、この点に関して、大規模なインフラ整備を得意とする日本の ODA や国連などとタイアップしてはどうかと思った。例えば、「インドネシア全域の排水処理システム整備プロジェクト」などの ODA 案件が実現すれば、規模の拡大という意味でも積水アクアシステムのビジネス（利益）に貢献することができるのではないかと感じた。
- ・ 今回の事例は企業の本業である利益追求型の活動が、結果としてはグローバル・イシュー解決に繋がっており、更に NGO の特性を生かしている好事例であると感じた。しかし、こ

のような連携は、NGO の提案力・技術力があることが前提であり、全ての NGO がこのような形での企業連携を行える訳ではないとも感じた。

以上

## 株式会社ニコン ヒアリング記録

作成：2007年11月14日 JANIC

日時： 11月6日（火） 13時30分～14時45分

場所： ニコン本社

回答者：安江 浩司様（総務部社会貢献室室長）、曲山 健一様（総務部社会貢献室 主幹）

インタビュアー：富野・井端

### 4. 共通質問事項

#### CSRについて

##### ■ 社内のCSRにおける社会貢献活動の位置づけ（環境活動との棲み分けなど）

ニコンCSR憲章では、地球全体の将来に対して責任を負う市民の一員として、社会貢献活動に取り組むこととしている。環境委員会における活動は、主に事業・自社製品に密接に関係した企業活動と位置づけている。社会貢献委員会における活動は、自社の事業活動のうち（生産・商業活動ではない）、社会又は地球全体に行う貢献活動と位置づけている。

##### ■ 社会貢献活動における国際協力活動の意義

長年にわたり写真文化に関する貢献活動や先端技術開発のための大学や公的研究機関への研究助成など、主に国内での活動に力を入れてきた。尚、写真文化活動に関しては、事業部門が担当していた。

しかし、CSR重視の企業戦略のもと、自社のステークホルダーが世界へ広がるなか、海外での活動をも視野に入れて体制を整え始めたのが1年ほど前からである。新たに国際協力活動を始めるにあたり、「ニコンらしい、独自の考え方に基づいた活動」を基本方針に、方針と施策を達成するための組織として、2007年4月より社会貢献室を設置している。

##### ■ GCについて（認識しているか、参加しているか、参加する予定はあるか）

2007年7月に参加をした。この時期にあえて参加した理由は、単に実効性を求めるというよりは、「ニコンとしてこれからグローバル・イシュー解決に意識的に取り組んでいく」という企業の意思表示である。

##### ■ SA8000・ISOなどの国際規格への取り組み状況

ISO14001を取得し、26000も発効されれば積極的に取得を検討したいと考えている。

##### ■ 海外拠点でのCSRを考える上で、NGOをパートナーもしくは助言者（問題提起やモニタリング、行動規範への助言など）として意識しているか。

既に意識しており、社会貢献室の設置やタイでの具体的活動の企画に際してヒアリングを行ってきた。今後も、積極的に情報を交換したいと考える。

#### 現地での社会貢献活動について

##### ■ 現地での社会貢献活動についてどう捉えているか（グローバル・イシュー解決の一環として行っているのか、それとも地域社会との共生を目的としているのか）。

グローバル・イシュー解決の観点から、「国連子供環境ポスター原画コンテスト」などの全世界的な一連の活動を行っている。また、「タイ・ニコン奨学金制度」などの地域社会との共生を目指す活

動を通じて、グローバル・イシューの解決を目指すことも、平行して行っている。

- **現地での社会貢献活動における本社と海外拠点の関り方について（海外拠点と本社の役割分担や意思決定権の所在、予算配分など）。**

現在は、大きなプロジェクトは本社が主導し、小規模の活動は各現地法人が独自予算の枠内で行っている。現地法人は生産・販売活動に注力することで精一杯であり、独自の社会貢献活動については、まだそれ程は活発ではない。今後は、各拠点が成熟し、独自の社会貢献活動をより積極的に出来る組織体制など下地作りも行っていきたい。

- **現地での社会貢献活動実績を本社でどのように把握しているか。**

現在は特になし。部分的に情報が入るだけである。今後は、グループ全社の情報（海外拠点を含む）が自動的に集まり、情報を交換できる枠組みを構築していきたい。

- **上記の実績を WEB サイトや CSR 報告書へ掲載するなどのアピールは行っているか。**

本社 CSR 報告書にて上記活動実績を掲載している。海外拠点独自の CSR 報告や専用 WEB サイトなどは立ち上がっていない。先に述べたとおり、今後にグループの活動を集約して、活動を紹介できるようにサイトも強化していきたい。

- **連携先として、現地 NGO と日系 NGO のどちらが望ましいか。**

本社が連携するのならば日系のほうが望ましいが、海外拠点が中心となって連携推進するのならば、現地の NGO の方が望ましいだろう。

#### 海外拠点での CSR について

- **海外拠点に CSR 室を設けているか、CSR 担当者を配置しているか。無ければ設ける予定はあるか。**

設けていない。

- **海外拠点で CSR や社会貢献活動を行うことの難しさ（法制度・文化の違いなど）**

まだ現地での海外支援活動を始めたばかりでもあり、今のところはない。

#### 連携先について

- **現状の寄付先・連携先に対する不満、もしくは良い点**

「シーカー・アジア財団」とは、言語の壁で現地スタッフとの間の意思疎通に苦労することがある。現状は、SVA からの日本人出向者に間に立って貰っている。今後は、現地スタッフと直接英語でコミュニケーションが取れれば、さらにスムーズな連携ができると考えている。

- **NGO と連携するにあたって NGO に求めること**

1. 活動の実態が優れていること
2. アカウンタビリティ
3. コミュニケーション能力

#### 海外拠点と日系 NGO の連携事例 「ニコン・シャンティ奨学金」について

- **事例経緯**

自社のタイ工場はカメラ、交換レンズ、デジタルカメラ用ユニットの製造を行っている。5年前は約 2000 人だった従業員が現在は 1 万人を超え、ニコングループの中でも最大の規模を誇る工場となった。それも、現地タイの優れた人材が何年も苦勞して達成した結果であると考えている。ニコンはタイから多大の恩恵を受けたと感じている。少しでも、その恩返しをしたいという思いから、タイにおける社会貢献活動が始動した。

教育支援に焦点をおいたのは、あらゆる支援の可能性を考える中で、タイが抱えている貧困を含む全ての問題を解決できるのは、結局は人、つまり人を育てる教育しかないとの考えに至ったことである。タイでは、教育の機会を得られない青少年がまだまだ多数存在する現実があることから、ニコンは「あらゆる人に教育の機会を」という考えの下、貧しくても優秀な人材を、やがてはタイの国家を支えるような人材を育てたいとの思いを持っている。これまでのタイでの事業活動で、タイの優秀な人材に支えられてきた経験も、活動に踏み出す原動力となっている。

### ■ 事例内容確認

今回創設した「ニコン奨学生制度」は、中学生から最先端の教育・研究の機会を得る大学院留学までの一貫した奨学生制度である。基礎教育から高等専門教育までを一貫して支援している点が、最大の特徴である。

具体的には「ニコン・シャンティ奨学金」と「ニコン・チュラロンコーン奨学生制度」の2つに分かれており、前者では中・高校生、大学生に対しての基礎的な教育支援、後者では選抜された大学生に日本の大学院への留学支援を行う。将来的には、中学から大学院までこの奨学制度で育つ人材が出る可能性がある。前者に関して SVA と連携している。

中・高校生については、1 学年約 25 名で 6 学年、計約 150 名、大学生については、1 学年約 5 名で 4 学年、計約 20 名を予定している。

「ニコン・チュラロンコーン奨学生制度」での日本の大学院への留学支援は、タイのチュラロンコーン大学と提携し、大学の卒業生の中から選抜、対象者は毎年 1 名ずつ選抜を予定している。

### ■ 「ニコン・シャンティ奨学金」の経緯

中・高校生および大学生への教育支援の連携先として、タイで教育支援を行っている NGO を日本国内で探し、何団体かを実際に訪問した。結果、実績もあり信頼が来ると判断したシャンティ国際ボランティア会 (SVA) との連携を決定した。

実際の協力活動 (現地での奨学生の選考、家庭訪問など) には SVA の現地 NGO 法人である「シーカー・アジア財団」が担っているため、SVA を介したニコンと現地 NGO 法人との連携でもあるといえる。

### ■ なぜ NGO と連携したのか

企業独自では、現地でのノウハウや情報などが少ない。NGO が草の根のニーズや現地事情に即した情報を持っており、信頼関係を築いた NGO と連携することが有効と考えた。

### ■ なぜ NGO の中でも今の連携先を選んだのか。

当初は SVA と連携への協議を開始したが、結果的には現地 NGO である「シーカー・アジア財団」との連携が主となった。ここに到達するには、実際に社会貢献室長が現地へ赴き、「シーカー・アジア財団」への訪問を行い、同財団が信頼できる団体であることを確認している。しかし、連携先選択の第一歩としては、SVA の団体としての実績、信頼性が大きかった。

実際に「シーカー・アジア財団」と連携してみると、現地社会や現地事情に詳しく、ニーズ把握や対応にもスムーズである。現地 NGO としての同財団のポテンシャルをあらためて認識しており、将来的には直に連携をすることも可能であると考えている。

#### ■ 企画から実行までの期間

4～5 ヶ月

2 月 タイ国情と NGO のデータ分析、初めての NGO (SVA) 訪問

3 月 現地 NGO 訪問およびトップ報告

5 月 経営会議

7 月 契約締結

#### ■ 現地での反応

10 月の終わりにタイでの奨学金授与式が行われ、本社から担当者が式に出席した。現地の歓迎を受け、奨学生からとても感謝された。里親が訪問する機会はずしも多くなく、奨学生の励みになったようである。今後とも、授与式などの場にも、本社のスタッフが積極的に出席することで、現地社会とのコミュニケーションを図りたい。

### 5. 総括・所感

- ・ 国際協力活動を組織的に始めるにあたり、まず方針と体制をしっかりと固めるという姿勢に、長期的視点に立って支援活動を行っていくというニコンの強い意思を感じた。
- ・ 「連携先を決める上で NGO 団体への抜き打ち訪問を行った」というお話を聞き、確かに団体事務所内の雰囲気というのは自ずとその団体の活動状態や性質、職員の姿勢などを的確に表していると思うので、長期的に信頼のおけるパートナーを選定する上では非常に有効であると感じた。
- ・ 今回の事例は日本の SVA と始めた連携であったが、実際にプロジェクトを進める上で、現地法人「シーカー・アジア財団」の重要性を感じられたという話を聞き、「NGO の現地（ローカル）化」が有効に働いた成功例であると感じた。今後は現地 NGO スタッフの企業連携スキルのアップなどが課題であるかもしれない。

以上

(社) シャンティ国際ボランティア会 (SVA) ヒアリング記録

作成：2007年12月20日 JANIC

日時：2007年11月26日（月）11:00 - 12:00

場所：SVA 事務所

回答者：藤川 和美氏（海外事業課 タイ担当）

インタビュアー：井端 梓

---

1. 企業との連携全般について

■ 企業との連携理由（資金リソース、技術パートナー、製品化・マーケティング、社員向け開発教育など）。

資金リソースということももちろんあるが、広報効果も大きな魅力の一つだ。連携内容のプレスリリースなど、企業側が行う場合も多い。そうするとそれだけでも知名度が上がるし、次の企業連携にもつながる。どの企業との連携実績があるかはよく質問されることである。

SVA での「絵本を届ける運動」においては、出版社との連携において、絵本に翻訳をつけて寄付することを許可してくださっており、とても助かっている。

■ 日本事務所内の企業連携に関する組織体制（担当部署、担当者）。

渉外担当は置いておらず、国内事業課で企業連携タスクチームをつくって行っている。

企業側から話が来た場合は、実際の事業担当が直接請け負っている。積極的な企業との連携提案はまだまだ充分とは言えず、これからの課題である。

■ 企業との連携において困っている点。

最近では社員のボランティア活動先としてのニーズも多く、現地でのボランティアは一切断っているが、国内では絵本を届ける運動の翻訳貼り付けボランティアなどうまくリンクさせている。一つの企業で図書館建設をして、また毎年社員が絵本の翻訳ボランティアに参加するというところもある。

2. NGO と企業の海外拠点の連携について

■ 日本事務所が、事業対象国に拠点を持つ日本企業本社にアプローチを行うことがあるか。現在は行っていないが、今後は行いたい。

3. 「ニコン・シャンティ奨学金」の事例について

■ 事例経緯（きっかけ、内容）。

きっかけ

連携先を探していたニコンからの抜き打ち訪問※を受けたのがきっかけである。既にニコン側の希望が「タイ支援」と決定されていたので、SVA の中でもタイ担当の藤川さんが対応し、その後の打ち合わせや調整も行った。またタイ事務所への視察訪問も受け入れた。その結果、ニコンはいくつかの NGO 候補があった中から SVA との連携を決定し、その後契約内容などの話し合いを経て、ニコンと SVA が双方合意の上、本連携が決定した。

※抜き打ち訪問は、ニコン側担当者の「NGO は、渉外担当はもちろん対応などが非常にしっかりしているが、その渉外担当者 1 人が組織全体を表している訳ではない。実際に事務所に行きスタッフ

や職場の雰囲気を見れば、その組織の全てがわかる」という理念に基づいて行われた。

### ■ 現地法人シーカーアジア財団について

シーカーアジア財団（以下 SAF）は、SVA の事業を引き継ぐ形で 1991 年に設立された。

SAF を設立した理由は、いつまでも「支援される」のではなくて、当事者が自立して、自分達の為に活動を行っていく為である。これは SVA の基本理念でもあり、まずは現在の事業実施国（タイ、カンボジア、ラオス、アフガニスタン）の中でも一番最初に事業を始めたタイで、現地 NGO として登録した。

また、SAF は SVA のタイ事務所という側面もあり、運営資金の半分はタイ事務所、残りは SVA から拠出している。常設の事務所がタイ国内 2 ヶ所、スタッフはほとんどがタイ人ローカルスタッフで約 30 名、そのうち日本人スタッフは 2 名である。その事業の半分はタイ独自のものである。

### ■ 現在の本事例における SVA さんと「シーカーアジア財団」の業務の棲み分け

本事例の業務分担としては、資金拠出やニコンとのやり取りは SVA 東京事務所、事業を運営するのは SAF のスタッフが主である。上述の通り、今回の奨学金事業は SVA の事業でもあり、同時に SAF の事業でもあると言える。

### ■ 現地拠点のニコン（タイ）社員などとの関りはあるか、特徴

2007 年 11 月初旬の奨学金の授与式には、日本のニコン担当者が参加されたが、次回からは現地法人の方が来られると聞いている。今後少しずつ関わっていくようになるのではないかと。

### ■ 担当者として本事例全般で苦労した点、困っていること。

#### 背景

SVA では、他の多くの NGO と同様に、常に資金難であり、事業を運営する資金調達に苦労している。そんな中、資金援助の話があれば喉から手がでる程欲しい、というのが正直なところである。しかし資金は出すから事業内容は好きにて良い、という企業はあまりなく、建設後の運営費援助のない建物建設や、極端な場合 SVA では行っていない事業の実施を求められることもある。総じて企業との連携でいつも苦労するのは、相手企業と SVA とでその事業内容をどう現実的なものにしていくかということである。

しかし、本連携では下記 2 点の「プラスの要因」があり、現地のニーズに合った事業を展開することができた。

#### プラス要因

- ・ニコン担当者に、NGO 活動への理解が非常にあった。これは同担当者が NGO との連携を決意してから、様々な NGO の活動を熱心に調査し、国内 NGO の訪問にとどまらず、実際に現地をまわった結果得た見識や理解であると思われる。また同担当者の強いリーダーシップにより、それを「ニコンとしての理解、方針」として、社内でまとめて下さった。
- ・ニコンはタイで長く事業を行っていることから現地の事情に精通していた為、SVA の提示する金額の妥当性を、実感として理解することができた。
- ・藤川さんが、現場をよく知る事業担当者として、最初の段階で、出来ること出来ないことをはっきりと申しあげるようにしたこと（渉外担当の場合、企業から交渉や質問を受けても「団体に持ち帰って回答します」というようなことが多く、事実に基づいての回答なのかがわかり辛

い)。

#### 上記の要因で達成できたポイント

- ①ニコン側でも、「奨学金」といっても全てが奨学生に渡るのではなく、運営管理費がかかることを理解していた。契約書でもその旨が明記され、SVA・SAF がそれぞれ運営管理費もいただけるような契約内容だった。
- ②ニコン側でも、継続性のある支援であることの必要性を理解していた。額が大きくなればなるほど、奨学金という性格上、1人の子どもの今年が学校に行けたのに来年は行けない、といったことにならないよう、継続支援でなければいけないと申しあげたところ、既にそのつもりだとの回答をいただいた。契約書でもその旨が明記されたものをご用意いただいた。
- ③支援の終了について、突然奨学金を打ち切ることにならないよう配慮した内容の契約を交わすことが出来た。子どもが卒業し終わったときに支援を終えるフェードアウト型である。これは SVA とニコン双方の共通した希望であった。また、今後ニコン側の担当者が変わっても、そのことが守られるような契約内容にさせていただいた。

#### 苦勞した点

事業担当として通常の業務がありながら、本連携の業務も行った為、大変だった。

重要な時期には他の業務を差し置いてでもやっているつもりだったが、それでも企業のスピードについていくのは難しかった。しかしそれも理解いただいて進めることが出来た。

#### ■ 今後の現地法人の企業連携についての展望について

今のところ SAF の資金拠出源は、ほとんどが実施事業でもある職業訓練所での印刷作業などのからの収入であり、残りはタイ政府からの助成である。企業連携や寄付金はほとんど無く、それが現在の課題である。このような課題克服の為には、英語でのコミュニケーションが必要と考えている。現在の SAF スタッフは英語が出来ず、タイ語のみでのコミュニケーションである。タイ国内企業を相手にするのであれば言葉は問題ないが、外資系との連携が今後も高まると思われるし、現地の自立化を図るためには SAF スタッフの英語習得の必要性を強く感じている。

#### 4. 総括・所感

- ・今回双方が納得し、現地のニーズに合った事業内容での連携に至ったのは、上記「プラスの要因」に加えて、SVA とニコンの両者が、「開発途上国で支援事業を行う」ことの現地へのインパクトの強さや責任感をしっかり持っていた結果でもあった。特に企業側はそういった意識が希薄になる傾向にあると考えられ、そのような「現地への影響」を伝え、理解を促すことも JANIC や連携 NGO の今後の課題になるのではないかと思った。
- ・今回の連携で、現地拠点 (SAF) が行う企業連携についての課題 (英語力等) がわかり、今後の SAF の自立、ひいては現地の自立という SVA の理念の実現に一步近づいたのではないかと感じた。
- ・昨今、渉外担当やマーケティング担当を設置する NGO が増えているが、「渉外担当」よりも「事業担当」が連携業務を担うと、企業側にとってはよりわかりやすい交渉が出来、NGO としても現場のニーズを直に伝えられるというメリットがあることがわかり、とても勉強になった。しかし、「苦勞した点」でもあるように、事業担当としては他の業務もある為、連携の実施が困難なことが伺えた。今後は SVA として、渉外担当を置くなどして、渉外担当と事業担当が両方のメリットを残しつつ、効率的な連携をするような仕組みが出来上がれば望ましいと感じた。