

2008年7月31日 社会貢献シンポジウム パネルディスカッション  
「持続可能な社会づくりに向けた社会貢献活動とは」

日時： 2008年7月31日（木）10：40～11：50

場所： 経団連会館 11階 国際会議場

進行役： 嶋田実名子 日本経団連社会貢献担当者懇談会座長  
花王（株）CSR推進部長兼社会貢献部長

パネリスト： 道傳愛子 NHK解説委員  
青木 滋 （社）日本自動車会議所企画部長  
（元 本田技研工業（株）社会活動推進室主幹）

東 富彦 日本電気（株）CSR推進本部社会貢献室長

## 1. 趣旨説明

（嶋田） 2000年以降、日本にCSRという概念が定着したが、それ以前は、企業の社会貢献活動は利益の一部を社会に還元するという考え方が主流であり、また、陰徳という考え方もあったので、担当者としては、社内では多少疎外感を感じながら仕事をしてきたというのが実情であった。CSRの構成要素のひとつとして社会貢献活動が位置づけられるようになると、社内においても重要な活動として認められるようになった。それに伴い、それまで担当者が比較的自由に行っていた活動を、本業との繋がりや、社会的課題に対応しているかどうか等、CSRの枠組みの中で整理してもう一度見直すという動きも出てきた。従来からの社会貢献担当者にとっては、枠組みが作られることでやりにくさを感じる面もあったと思う。このような背景から、社会貢献担当者懇談会では、CSR時代の社会貢献活動とはどうあるべきかという問題意識のもとに、各セクターの人々を招き勉強を重ねてきた。その成果をまとめたのが

『CSR時代の社会貢献活動』である。山本理事長の、官の視点が欠落している、というお言葉は甘んじて受けなければならないし、今後の挑戦目標としていく。新たに本を出版する時は、官との関係についても分析してまとめた。

## 2. 社会貢献活動と本業の接点を考える

（青木） 社会貢献と本業についてお話ししたい。書籍では、環境領域の分野別活動を8つに分けて説明した。ここでは2点申しあげたい。一つは、社会貢献活動をする際、例えば、植林活動をするとき、1本の木を植えることでどれだけ地球環境に役立つのかという無力感に度々苛まれるが、そういう時には、Think Globally, Act Locallyという言葉思い出して欲しい。地道な活動が積み重なって皆の意識を変え、地域を変え、地球環境を変えていくという、この言葉の意味を噛み締めた。もう一つは、人づくりの大切さである。環境問題は、今現在の問題であると共に、将来の問題でもある。将来を担う子どもたちに理解してもら

う必要があり、社会全体にも訴求して  
いかなければならない。「木を植える  
より、木を植える人を育てたい」と言  
った企業があるが、そのような環境学  
習への取り組みが非常に大切だと考  
えている。書籍では環境学習への取  
組み事例を4つ紹介した。対象は子  
ども・教師・従業員・市民など様々  
である。

企業の環境への取り組みは、次の3  
つに大別される。①企業活動を環境  
への負荷を少ないものにする、②環  
境負荷の少ない商品の開発・提供、③  
直接の対価を求めない環境への貢献。  
一般的には、③が社会貢献活動であり、  
それ以外は企業活動と捉えられてい  
る。

今までは、社会貢献活動は企業活動  
と切り離して考えられていたが、最近  
では自社の技術やノウハウを社会貢  
献活動に活用して行く動きが強まっ  
ている。さらに、自社の事業を通じて  
社会に貢献していこうとする動きも  
ある。自社のノウハウを社会貢献活  
動に活かしていくことについて、本  
田技研のビーチクリーン活動と、住  
友化学の蚊帳の事例を通じて考えて  
みたい。

本田技研のビーチクリーン活動は  
2006年に開始された。ビーチクリ  
ーナーという独自の技術を使って海  
岸を掃除するものだが、去年は国内  
17カ所の海岸の清掃活動を実施し  
た。参加した従業員とOBはのべ1000  
人以上となった。ビーチクリーナー  
は、熊手のようにゴミを引っかけて  
回収するサンドレーキと、フルイで  
ゴミを回収するサンドスクリーンの  
2種類から構成されており、ATV  
(全地形対応車)が牽引する。本  
田には、2輪車、

4輪車に加えて耕運機、除雪機、ポン  
プ、芝刈り機、などを扱うパワープロ  
ダクツという事業部門がある。この部  
門で開発されたのがATVである。こ  
れは、馬に代わって牧場の見回りや  
柵の修理に使われることから発展し、  
アメリカが主な市場である。本田に  
はもとも、土・草・雪・水など自然  
を扱う技術があることから、この技  
術をベースにビーチクリーナーを開  
発できたと考えている。ビーチクリ  
ーン活動を始めて3年になるが、本  
業の技術・ノウハウにより取組みや  
すい、ステークホルダーの合意形  
成が容易、従業員が自社の技術に誇  
りを持って参加できる、というのが  
この活動の良さだと感じている。

次に、住友化学の蚊帳の話をして  
みたい。全世界で毎年マラリアに4  
億人以上が感染し、100万人以上  
が死亡している。そのほとんどが5  
歳未満の子どもである。マラリア  
には、殺虫処理をした蚊帳が感染防  
止に効果的だと知られている。し  
かし、殺虫剤は洗濯すると取れて  
しまい再処理が必要である。住友  
化学は樹脂部門と殺虫剤の部門が  
協働し、コントロールリリースとい  
う技術を使って、殺虫剤が徐々に  
染み出すようにした。この蚊帳を  
オリセットネットという。住友化  
学の創業以来の理念は、「じりりたこうし自利利他公私一如…自  
らの利益を得るものであるとともに、  
社会に対して利益をもたらすもので  
無ければならない」である。その  
ため、住友化学は、蚊帳の事業を、  
単なる慈善事業ではなくビジネス  
として取り組んでいる。ビジネスと  
して運用することで初めて真の持  
続性が生まれるとも言っている。

従来、社会貢献活動は自社の利益誘導と思われかねないので本業と関連する社会貢献を避ける傾向があったが、少しずつ本業と融合した社会貢献活動に取り組む企業が増加しつつある。従来の社会貢献活動と本業と融合した社会貢献活動の特徴を比較してみると次のようになる。動機は、従来は慈善や贖罪<sup>しよくざい</sup>であったものが、企業理念が動機となる。志向は、経営者や担当者の趣向であったものが本業とリンクしたものになる。領域は、ビジネスとの関係が希薄だったものが、ビジネスと密着したものとなる。組織は、担当部門の展開だったものが、事業部門との連携が必要となり全社の取り組みとなる。持続性については、業績の影響を受けやすかったものが影響を受けにくくなる。拡大性は、慈善で行う活動では限界があったものが、限界は無いと言える。ステークホルダーの共感、本業と融合した社会貢献のほう得られやすい。以上から社会的課題を解決するパワーも、本業と融合した社会貢献のほう大きいと言えるのではないか。

(嶋田) ビーチクリーンに注目したのは、NPOとの交流から生まれた問題提起なのか、それとも、最初に技術開発ありきだったのか。それから、本業と社会貢献を融合するうえでどういう可能性が考えられるのか。この2点について教えていただきたい。

(青木) ビーチクリーンの始まりは、アメリカ市場で使用されていたATVを日本でも使えないかという海好きの社員の発想から始まったものだ。本業と社会貢献を融合する可能性については、各企業の得意分野で社会的

課題を解決しようとするとき、どのセクターよりも解決するパワーは大きいのではないか。それぞれの企業がその得意とするノウハウをもって社会的課題を解決するのであれば、社会全体にとって最も効率的である。

### 3. 社会起業家精神の醸成

(東) アメリカでは1970年代に産業構造の転換期を迎えた際、NPOが雇用の受け皿になった。日本では、環境・教育・福祉の分野で社会起業家やNPOが重要な役割を果たしてきている。企業としては、社会的課題=社会のニーズであり、社会的課題を掴むことが大切である。企業のミッションは、ニーズに合った製品を作ることであり、現場で何が起きているかを理解することが重要だ。日本政府も2007年に「イノベーション25」を発表した。また、「イノベーション立国」に向けた政策ロードマップの中で、起業家精神に富んだ人達が公正な土壌で切磋琢磨しながら新たなイノベーションを創出する社会が必要だと言っている。民間では、社会起業家を支援する組織が出てきている。社会起業家フォーラム、ETIC、ソーシャル・イノベーション・ジャパンなどがある。今後の課題は財政支援であり、特に、起業して軌道に乗るまでの資金が大事である。また、社会起業家育成のプラットフォームも必要である。企業と社会起業家が出会える場所があったり、あるいは、コンサルテーション・サービスを受けられればよいと考える。

NEC社会起業塾は、事業型NPOの育成と人づくりを目的とし、NEC

のリソースを活用している。また、E T I C. と協働しており、これまでの参加者は25団体にのぼる。

NECでは、社会起業家精神の醸成とソーシャル・インクルージョン（社会的包括）が交わる領域で、ビッグイシューと協働して取り組んでいる。ソーシャル・インクルージョンとは、人間一人一人の違いを認め、誰一人として排除しない社会を指すものと考えている。ビッグイシューと協働するようになったきっかけは、経団連社会貢献フォーラムでの出会いである。その後、東京ホームレス会議やパソコン講習などを協働で行っている。また、情報化社会の中でホームレスやALS患者など孤立しがちな人々をITの力で社会とつなげる社会貢献活動「NEC IT CONNECTION」へと繋がってきている。

今後もNEC社会起業塾を継続していくが、今のやり方では、育成して終わりとなっているので、起業して軌道に乗るまで面倒を見ていくようにしたいと考えている。

#### 4. 企業のCSRや社会貢献活動への期待

（道傳）日本のCSRは、環境問題への取り組みがメインのように感じる。海外のCSRは命をも救うというのが共有認識としてあるように思える。2005年の国連世界情報社会サミットはITを主題にしたサミットであったが、貧困削減・教育の普及を定めたミレニアム開発宣言にITがどう貢献できるのかというのも主要議題となった。参加したのは、170の国、90の国連機関、600のNPO/NGO、さらに200のIT関連企業である。参

加者は個別にブースを作り展示をしていたが、その多くがITを利用した途上国支援に関する展示だった。また、参加企業の多くがCSRの概念を強調していた。利潤を追求する企業にとって、途上国の発展に貢献するような社会貢献活動は、新しいマーケットの開発や企業のイメージアップにつながることも意識しているだろう。世界中から企業が集まって社会貢献活動を広報し、その成果を政府やNPOとも共有しようとしていることから、世界でのCSR意識の高まりを感じた。例えば、通信事業会社のアルカテルは、セネガルで農家を支援する事業を行っている。携帯電話を貸与された農家は遠く離れた市場の動向がわかるようになり、収益を上げられるようになった。TSF (Télécoms Sans Frontières) というNGO（国境なき医師団のIT版）があるが、支援企業には世界でも有名なIT関連企業が名を連ねている。災害・紛争現場に赴く人々にIT機器を貸与する支援を行っている。これは、災害や紛争の現場において支援するのはもはや国連や各国政府だけではない、ということを示している。サミットで強調されていたことに、マルチステークホルダーがあったが、まさに全てのステークホルダーが協力していることを象徴している。日本の企業に取材したところ、CSRに専念すると本業を疎かにしている印象を与えるという意見や、CSRを行うにあたって利益は度外視しているという意見もある。海外の例からみてわかることは、本業を活かしたCSRもあり、本業に還元されるCSRもあるということだ。収益を度外視しては

サステイナブルではなく、サステイナブルでなければ活動は継続されず、CSRを通じた支援を受ける人々が影響を受ける。

日本だからこそできることは、ジャパンプランドであり、ジャパンプランドへの期待が国際社会にある。例えば、タンザニアにおける住友化学の蚊帳があるが、日本の技術力が生産に活かされ、企業の本業がCSRに活かされている良い例だ。今年4月に現地工場の取材を行ったが、そのとき工場の担当課長が強調していたのは、蚊帳の生産は、企業としてビジネスであり、マラリアの対策にもなる、工場を作ることによって雇用を創出し失業対策となるといった一石三鳥であるということだ。

今年2月にブッシュ大統領が、同じ工場を訪問して絶賛し、5歳以下の子どもに半年で520万張りの配布を約束した。日本政府も2005年サミット時に約束した1000万張りを既に配布済みであり、さらに、沖縄サミットで設けられた世界基金に累積で8億5000万ドル拠出している。しかし、大統領のインパクトが強すぎて、この蚊帳がアメリカブランドだと勘違いした人もいる。マラリアの蔓延防止のためには作り手が誰であろうと構わないかもしれないが、外交的に、日本政府が人間の安全保障の視点を大事にしていることやジャパンプランドを効果的に発信していく必要があるように感じる。何かするにあたって声高に言わないという美德が日本にはあるが、伝えるべき実績があるわけだから、少し声高に言う必要があるのではないか。タンザニアでは、蚊帳工場近隣の幹線道路や港の整備など輸送イン

フラの整備に対して、JBICやJICAが貸付支援をしている。すなわち企業が活動しやすい環境の整備が人間の安全保障にも資する形で行われているようだ。ジャパンプランドのためにはこうした総力戦が必要なのではないか。

(嶋田) 道傳さんがバンコクに駐在されていた時に、日本の企業やNPOなどの活動で印象に残ったものがあれば教えて欲しい。

(道傳) 難民キャンプにいる子どもたちに絵本を配るという活動をチャリティ国際ボランティア会がしていた。絵本に各国の言葉に翻訳したものを貼って配っており、日本では貼る作業を企業が支援していた。参加企業の人々は、普段着のままで自分にも役立てることがあるのかもしれないと感じたと言っており、また、そういうことを奨励してくれる会社を誇りに思うとも言っていた。一人一人の市民の意識が全体につながっていくのではないかと考えている。

(嶋田) 社会貢献活動に対する社員の理解が非常に大事であると思う。社外では評価が高くても社内では関心が低いというケースはよくあることである。NECの活動は、対象が普段接する人々でないだけに、ハードルが高かったのではないかと思うが、このような仕組みを社内に取り入れる際に応援してくれたのはどのような人々だったのか。

(東) NECの新入社員で社会起業家を目指す人はあまりいないので、社内でソーシャル・インクルージョンを正しく伝えるのに苦労している。そこで、今年の4月より月1回社内向けの

メールマガジンを発行し、子育て支援・障害者支援の話などをとりあげている。また、社内のブログで取り上げている。

(嶋田) 本田において社会貢献活動に対する意識はどうか。

(青木) 社員を社会貢献活動に巻き込んでいくのには苦勞しているのが現状だ。担当部門だけでやっているのではなく、会社全体の活動にしなければならないと思っている。最近、新入社員の中に、社会活動推進室を希望する人が増えてきている。また、異動においても社会貢献をする部署に行きたいという人も増えてきていて社員の認識の変化を感じる。

(嶋田) NHKなどの報道機関でNPO/NGOや社会貢献活動への関心は高まっていると感じるか。

(道傳) 取材はセクションごとに分かれていることが多いが、たとえばサミットで温暖化やグローバル・ヘルスが取り上げられると、セクションを越えた取材が求められる。私自身、いち早く情報を伝えることも大事な仕事だが、メディアは番組を通して、ステークホルダーが情報を共有し、意見交換し、行動へとつなげるカタリストになることができるのではないかと考えている。

(嶋田) 最後に本日のシンポジウムの締めくくりとして、一言ずつお願いしたい。

(東) 企業とNPO/NGOとのパートナーシップを確立するには、優先的な課題を見つけ、両者でwin-winのプログラムを作り、そのような協力関係の事例を積み上げていくしかない。

そうすれば、協力するためのガイドラインがおのずとできでくるのではないか。

(青木) 企業とNPO/NGOをつなぐのは、やはりその担当者の熱意だと感ずる。日本国際交流センターの山本理事長が指摘した官との関係については、もっと多くの場面で協働できるのではないかと感じている。今後もNPO/NGOおよび官との連携を深め社会の課題解決に努めたい。

(道傳) メディアの取り組みもマルチステークホルダーの取り組みの中に入れていただきたく、協力して活動していきたい。

(嶋田) マルチステークホルダーという言葉はキーワードの1つである。持続可能な社会づくりは、本業と社会貢献に共通するテーマとなる。そのつなぎ役として、社会貢献担当者がいるのではないか。社会は今こういう状況にあるということを会社に伝えるとともに、企業の持っている様々な知恵も社会にフィードバックできるような、つなぎ役としての役割を果たしていきたい。また、マルチステークホルダーを意識するなかで、マスコミや官も視野に入れて今後も社会貢献担当者懇談会の検討をしていきたい。

以上

(文責：日本経団連社会第二本部)