企業とNGOの連携促進シンポジウムin名古屋

企業とNGOの連携の可能性

～SDGs時代の連携とは～

本シンポジウムは、「連合愛のカンパ」「JICSNGO 支援事業」より助成を頂いて実施しました。

参加呼びかけ文

経営上の優先課題と持続可能な開発目標（SDGs）を統合させる企業は、顧客、従業員だけでなく、「ステークホルダーとの協働を強化することができる」と言われています。SDGsの達成には、企業とNGOの連携が不可欠です。これまでは「企業がNGOに寄付し、NGOがその資金を使って活動する」といった一方通行の関係が主流でしたが、これからは「持続可能な社会づくりにおける対等なパートナー」となることでしょう。

グローバルな課題をともに解決するために、企業とNGOがどのように連携したらよいか、連携事例の経験や成果を聞いて、皆さんと模索したいと思います。

開催概要

- 日　時　2019 年 1 月 23 日（水）　14：00～17：00
- 会　場　ウィルあいち 2F 特別会議室
- 対象者　・NGO との連携を検討している企業の社会貢献担当者及び経営者
  ・企業との連携を希望する NGO のスタッフ
  ・本テーマに関心が高い学生や研究者、一般市民
- 参加費　2,000 円（学生 500 円）
- 主　催　認定 NPO 法人名古屋 NGO センター
- 後　援　愛知県、名古屋市、JICA 中部、一般社団法人中部経済連合会

プログラム

第 1 部　SDGs 時代、CSR の意義を再考する （14：10～15：10）

▼講　師　岩原 明彦 氏

株式会社デンソー　キャリア・パートナー（元 CSR 推進室長）

1958 年岐阜県生まれ。81 年日本電装株式会社（現・株式会社デンソー）入社。人事部、総務部を経て、2005 年から CSR 推進室長としてデンソーグループの CSR 推進を担当し、中部地域における CSR の先進的な取り組みをリードする。現在は、2017 年から愛知県経営者協会に出向し、総務・企画部長を務めている。特定非営利活動法人中部プロボノセンターの代表理事としても活躍中。

第 2 部　企業×NGO の連携事例紹介　（15：20～16：20）

▼講　師　磯村 巌 氏

豊安工業株式会社　代表取締役社長

愛知県知立市出身。創業はボイラー製造でもあり、平成 12 年三浦工業（株）に入社。ボイラーのメンテナンスや営業の経験後、平成 14 年に事業を継承すべく豊安工業（株）に入社。各事業部に配属後、経営企画室、取締役副社長等を経て平成 30 年 6 月に 4 代目社長に就任。「日々、新しい歩み」をしていくという意味を込め、創立 70 周年のテーマを「日新月歩」とし、様々な改革に取り組み、若い社員と社会やお客様のお役に立つ、新しい企業づくりを進めている。

▼講　師　小杉 裕一郎 氏

公益財団法人オイスカ中部日本研修センター 所長

東京都武蔵野市出身。日本経営者団体連盟（現経団連）広報部勤務を経て、平成 7 年オイスカの国際協力ボランティアに参加。平成 8 年オイスカ中部日本研修センター配属となり、「子供の森」計画を担当、平成 17 年愛・地球博「地球市民村」でのオイスカ出展「土の力発見館」運営を担当。平成 30 年より現職。夢は中部センターを日本一の人づくりセンターにすること。家族はインドネシア人の妻と二男二女。

第 3 部　名刺交換会（16：25～16：55）

▼進行役　松浦 史典 氏　　認定 NPO 法人ホープ・インターナショナル開発機構 開発オフィサー
名古屋 NGO センター理事

はじめに

時間になりましたので「企業と NGO の連携シンポジウム」をはじます。本日司会を務めます、ホープ・インターナショナル開発機構の職員、また、本シンポジウムを主催しております、名古屋 NGO センターの理事をしております、松浦と申します。よろしくお願いします。

今回で、このようなシンポジウムも３年連続で３回目の開催となります。毎年、１月２月に開催し司会を務めておりますが、今回変わったことといえば、参加者の内訳を見ると企業の方々の比率がとても高くなっている点です。2016 年に SDGs がスタートし、特に昨年から企業も目標達成のために活動され、企業と NGO の連携に興味関心を持たれる方が多くなった印象を受けています。

本日の流れですが、まずはこの後、当団体の事務局長より挨拶があり、１部として、株式会社デンソーの岩原様よりご講演いただきます。その後 10 分の休憩を設け、２部として、豊安工業株式会社の磯村様、オイスカ中部日本研修センターの小杉様に登壇いただき、企業と NGO の連携事例についてお話しいただきます。その後休憩を入れず名刺交換会を 17 時まで行いますので、最後までお付き合いいただければと思います。

早速ですが、名古屋 NGO センター事務局長の戸村より、ご挨拶させていただきます。

みなさま、こんにちは。改めまして、名古屋 NGO センターの事務局長をしております、戸村と申します。本日はお忙しい中たくさんの方々にお集まりいただきありがとうございます。

先ほど司会の松浦も申しましたが、これまで勉強会とシンポジウムを重ね、企業と NGO がどのように連携できるか理解を深めてきました。SDGs の到達目標は、私たちもその実現に向け努力しているところです。その中で、みなさまのお手元にお配りしております、「はじめよう、連携 ～SDGs から見たパートナー選び～」という小冊子を発行しました。これは、名古屋 NGO センターの機関紙「さんぐりあ」のボランティア編集委員を中心として 10 数名が集まり、これまでの勉強会やシンポジウムでの学びを様々検討しながら作り上げました。こうして公の場でご紹介するのは初めてです。これからこの冊子を活用し、企業と NGO の連携を一緒に勉強していきたいと考えています。

表紙には SDGs の 17 のゴールを掲載し、SDGs の説明をした後に、４ページには、企業と NGO の連携のメリットをわかりやすくイラストでまとめました。６ページからは、４つの連携事例を紹介し、10 ページからは、企業と団体がどのようなテーマで連携できるかを調べ、まとめています。12 ページでは、これまでの勉強会等で様々アドバイスをたまわった、住友リコー株式会社の戸成氏との対談をまとめ、企業がどのように SDGs を考えていらっしゃるか、NGO との付き合い方について伺っております。14 ページからは、名古屋 NGO センターの加盟団体を中心に NGO の活動紹介を載せ、上部にその団体が取り組む達成したい目標をカラーで示し、さらに、企業とどのような連携をすれば変わっていけるか、目標が達成できるかということをまとめました。冊子には、19 団体の紹介を載せておりますが、名古屋 NGO センターの加盟団体は 50 近くあり、全団体を紹介しきれていませんが、今後冊子を更新してお伝えしていく必要性も感じています。企業や自治体など様々なセクターに私たちの情報を提供しながら、企業の立場に立ちどの団体と連携することが良いか、参考にしていただければと思います。24 ページには、企業と NGO との連携に関する参考資料を数点掲載しております。

日本政府も SDGs に対しアクションプランを掲げていますが、それに対し NGO が提言等を出すなど、様々なセクターが取り組んでいくのが SDGs です。政府による調査では、まだ取り組み段階の企業が多く、それも大手企業が中心で中小企業はまだこれからといったアンケート結果も出ています。ぜひ冊子を役立てていただき、連携を検討される企業があれば、私たちのもとへお声掛けいただければと思います。本日もどうぞお付き合いいただければと思います。

第１部　SDGs 時代、CSR の意義を再考する

岩原 明彦 氏　　株式会社デンソー　キャリア・パートナー（元 CSR 推進室長）

みなさん、こんにちは。株式会社デンソーの岩原明彦と申します。けっこう大きなタイトルでご依頼いただいておりますが、話す前に２つお願いがあります。１つ目は、裏話もお話ししますので、ここだけの話にしておいていただきたい部分があること。２つ目は、手元に参加者名簿がありますので、どなたかに質問する場合もあります。正解はないですから、わからない時はわからないと反応いただけると助かります。

SGDs 時代ということで、過去の流れも踏まえて考えていきたいと思います。また、CSR を再考するということで、考え直さないといけないこともありますからご紹介していきたいと思います。

簡単に自己紹介をします。刈谷市に本社がある株式会社デンソーに 38 年前に入社しました。自動車部品の製造会社ですが、私はあまり本業に携わっておらず、CSR に関わる仕事に多く携わってきました。最初は総務部に配属され、社会貢献部署を立ち上げることとなり 15 年程在籍しました。これをやっていましたら、たまたま CSR という概念ができ、弊社でも CSR に取り組もうということで、2005 年に CSR 室ができ室長を８年程担当しました。その後、東京へ異動となり、2017 年に愛知県経営者協会へ出向となり、働き方改革や CSR に携わっています。

会社以外にも、ボランティア活動として NPO の理事や評議員を務め、公私ともに CSR や社会貢献に関わっています。2013 年から NPO 法人中部プロボノセンターの共同代表をしています。プロボノというのは、企業の人が業務で培った専門知識を会社のためだけでなく、ＮＰＯなどの社会貢献活動に活かそうというもので、地元企業と連携し、そういった仕組みを愛知県でも作ろうと、共同代表の戸成氏と話合い立ち上げました。他には、あいちコミュニティ財団の評議員も務め、これはお金の流れを作っていく、志金という志のお金を NPO にも流していこうという財団です。そのようなことに携わりながら、今に至っております。

CSR を振り返る

CSR という言葉を長年耳にされていると思いますが、その言葉が日本に入ってきたのは 2003 年、およそ 15 年前です。それまで CSR という言葉は、日本にはなかった。突然 CSR と言う言葉が日本にも入ってきたため、経営者が混乱したわけです。そこで経団連が CSR の定義をつくり、「全てのステークホルダーを視野に入れ、経済面・環境面・社会面で、バランス良く、責任を果たす経営理念と企業行動」と、いかにも経団連らしい定義をしました。これを一回読んで理解できる人は、そうそういないと思います。弊社でも大混乱。

理解が難しい理由は恐らく３つあり、１つ目は、「ステークホルダー」と言う言葉を知らなかったこと。当時は、ステークホルダーという言葉を経営者でもほとんど使っていなかった。ステークホルダーは、株主・資本家・消費者・取引先・社員・地域社会といった、日本語で言うと利害関係者。簡単にいうと、企業利益の分配先の人たちのこと。株主は配当、地域は税金、社員は給料、仕入れ先はなるべく高く買って欲しい等、企業の利益をお互いにどう分配するのか、その対象者がステークホルダ

ーに当たる。

２つ目は「社会面」。経済や環境はわかりやすい。社会とは何か。それは、人権・労働・貧困・腐敗防止のこと。日本の経営者にとって人権は、せいぜい社員の人権に留まり、外とのつながりを意識して社会を考えられず、ピンときづらかったのだと思う。

３つ目は「責任」。この言葉を間違って解釈した企業が多く、責任を義務と捉え、やらなければいけないと解釈した経営者が多かった。本来責任は、自由なところにあるもので、やる・やらないは企業の自主性に任せられていた。責任を義務と勘違いしたことで、やりたくない・押し付けられたくないと、CSR に対しネガティブな発想が生まれてしまった。このように、経団連の定義を読んでも、本当の意味を理解できた経営者はいなかったと思う。そのため、日本の CSR は変なスタートをきってしまった。

振り返りとして、私なりにここ 30 年の動きをまとめてみた。1990 年代は、まず「経団連１％クラブ」が立ち上がった。これは、例えば 100 億円の利益があれば、その１％の１億円を税金とは別に社会のために使おうというもの。その理念に賛同した企業が約 200 社集まり作られた。1992 年には、ブラジルのリオデジャネイロで「地球サミット」があり、1995 年には「阪神・淡路大震災」、1996 年には環境マネジメントシステム「ISO14001」ができた。1980 年代とはがらりと変わり、1990 年代は社会貢献や環境活動というのが芽生えだした時期でもあった。ただ、日本ではこの時期にバブルが崩壊し、経団連等で盛り上がった機運が少し陰ってしまった 1990 年代とも言える。この頃 CSR という言葉はなかったが、はじまりの様なもので、〝モヤモヤ CSR〟がはじまった時期だった。

バブルが崩壊し、日本の経済が徐々に上向いてきた 2000 年代。この時期は、国連により「グローバルコンパクト」が出された。これは、当時のアナン事務総長が、グローバルに共通するような共同機関を作ろうと考え出したもの。人権・貧困・環境・社会奉仕という４つについて行動規範を記し、加盟国に同意を求めた文書のこと。同じ年には、国連が「MDGs（ミレニアム開発目標）」を示し、途上国に目を向け、先進国が途上国を支援していこうという流れができた。MDGs は、明確に日本語訳もされていないため、NGO や関連のある方以外、一般の方々は知らない方がほとんどだと思う。そして、忘れてはならないのが、アメリカで起きた「エンロン事件」と「ワールドコム事件」。巨大なエネルギーと通信会社 2 社が、会計不祥事を起こし、企業の社会的信用を失墜させた事件もあった。そして、アメリカのリーマンショックにより、世界中が大混乱した。2000 年代は、企業の不祥事が相次ぎ、社会貢献や環境よりも、法令順守に関心がおかれ、国際的な行動規範も作られていった。日本では、2003 年に CSR が入りはじめ、特に大企業を中心に何かしなければとなり、〝シブシブ CSR〟がはじまりだした。その矢先にリーマンショックがあり、企業も生き残れるかどうかという時代となり、企業も CSR に対しなかなか本気が出せない時期だった。

2010 年代の前半では、社会的責任の国際ガイドライン「ISO26000」ができた。これは CSR の国際規格。CSR の C は、Corporate（コーポレート）の頭文字を取っており、企業だけが取り組むのではなく、行政や NPO など、全ての団体が該当する意味合いを持つ。このガイドラインは、何百ページに及ぶ分厚い一冊。仕事上関わりがあるため私も読みましたが、何度チャレンジしても途中で手が止まってしまう。どこが難しいか考えると、ガイドライン作成にあたり、企業や行政、NPO など様々な団体が関わっており、それぞれの団体が自身の立場を尊重しようとして様々な概念や言葉が入り混じって出来上がってしまったからだと思う。そして、時代を重ねながら国連はやはり人権に重きを置き、日本では、女性の活躍を取り入れる企業を「なでしこ銘柄」として東証と経済産業省が推奨し、投資を促進してきた。この時期には、「スチュワードシップ・コード」という、機関投資家があるべき姿を示したガイドラインも出されている。2010 年代後半になると、2015 年に「SDGs（持続可能な開発目標）」が採択され、同年に「パリ協定」が結ばれ、日本でも様々な法律が施行された。2010 年代をまとめてみると、日本でもガイドライン等ができ、中でも一番の特徴は、企業が本気になってきたということ。企業が本気になる理由は１つしかなく、儲かるか儲からないか。これを続けていくと、きっと儲かるぞと感じら

れたからだと思う。それにより、消費や投資が盛んになり、ビジネスにおいて差別化が計られるようになった。〝ガツガツ CSR〟という、ガツガツやると企業は儲かると経営者側もわかってきた。

このように、1990 年代から 2000 年代、2010 年代と 30 年の間にこれだけいろんな動きがあったことがお分かりいただけたと思う。

SDGs 時代の CSR

ここからは、SDGs について。SDGs には 17 の目標がある。詳しくみていくと、①貧困をなくそう、②飢餓をゼロに、③すべての人に健康と福祉、④質の高い教育をみんなに、⑤ジェンダー平等を実現しよう、⑥安全な水とトイレを世界中に、となっており、①から⑥は日本に当てはめると恐らくあまりピンと来ないと思う。これは、途上国に当てはまる目標で、先ほどの MDGs にはこの①から⑥の目標が主で、日本からすると途上国を支援するという印象になる。

問題は、⑦エネルギーをみんなに そしてクリーン、⑧働きがいも 経済成長も、⑨産業と技術革新の基盤をつくろう、⑩人や国の不平等をなくそう、⑪住み続けられるまちづくりを、⑫つくる責任 つかう責任、となっており、これは明らかに MDGs と違うもの。日本の企業でも、⑧の様に働きがいに着目しはじめ、⑨の産業や技術革新も求められている。また、⑪も日本の地方の課題となっており、このように、⑦から⑫は先進国にも関係している目標となっている。

残りの、⑬気候変動に具体的な対策を、⑭海の豊かさを守ろう、⑮陸の豊さも守ろう、⑯平和と公正をすべての人に、⑰パートナーシップで目標を達成しよう、は世界共通の課題。よくよく見て行くと、⑦から⑰の目標が、今までのガイドラインとは違う印象を受ける。17 の目標を理解して、169 のターゲットがあり、それをさらに 230 の指標に分けている。そして、数値目標も掲載されており、かなり具体化されている印象も受けた。

ここからは私の私見だが、今までのガイドラインにはない SDGs になって変わった点は３つ。１つ目は、わかりやすさ。目標やターゲットを具体的に提示し、それを伝えるプロモーションのすごさもある。SDGs を伝えるバッジなども作りカラフルに展開し、SDGs をはじめる時には、ニューヨークの国連ビルに、17 の目標をプロジェクションマッピングで投影し、それを世界中のメディアが取り上げたりもした。日本でも、内閣総理大臣賞や外務大臣賞と、SDGs に取り組む団体を評価し表彰しようと取り組んでいる。先ほど名古屋 NGO センターで作成された冊子の紹介もありましたが、取り組むための道筋が示されており、そういった取り組むためのわかりやすさが変わった点だと思う。

２つ目は、誰もが当事者であること。MDGs の時は、先進国から途上国への支援であり、先進国が自らの課題を解決するという動きではなかった。SDGs になり、途上国、先進国、政府、自治体、学校、企業、組合、NPO・NGO と、取り組む主体が全てとなった。ただ、全てで取り組んでいくためには、パートナーシップが必要不可欠。今日のテーマの１つでもあるが、それがないと進んで行かれないと思う。

３つ目は、ビジネスとの関連性が変わってきたこと。PwC（PricewaterhouseCoopers）という世界有数のコンサルティング会社が、SDGs にどれ位の市場規模があるのかを調査した、「SDG 分野別マーケットサイズ」の結果によると、最も大きいのがモビリティシステムの分野で 20,200 億米ドル。次に、医療、エネルギー、住宅、健康と分野が続いていき、全体で 12 兆米ドル、円にすると 1,200 兆円の新たな市場規模が見込まれると報告している。日本の国家予算は約

100 兆、アメリカや中国は約 400 兆、この 3 つの国の国家予算を足しても 1,000 兆ほど。それ以上の市場規模を SDGs が秘めていることを示している。世界が目標に向かい変わっていけば、それだけの市場が生まれ、そこにいかに企業は関わり、成長していけるチャンスを掴むか、これはビジネスチャンスだと多くの経営者が気付きはじめている。

また、お金に関することで、最近は「ESG 投資」が盛んになっている。これは、企業の環境（Environment）への取り組み、社会（Social）への取り組み、意志決定等の企業統治（Governance）がしっかりしているか、この３点にしっかり取り組んでいる企業に対し、主に機関投資家が投資していく流れのことである。こういった投資が増えているということは、企業側は今後環境への配慮等をしていかないと、現在は儲かっていてもいつかは息詰まることを意味している。要するに、取り組まないことがリスクとなってしまう。資料にはないが、「コーポレートキャンペーン」というものを聞いたことがあるだろうか。これは、組織基盤の大きい NGO がある企業を徹底的に叩き、不買運動を展開したキャンペーンのこと。1990 年代にベトナムにある NIKE の契約工場が児童労働を行っており、その事実がインターネットを通じ発信されると、アメリカやヨーロッパで不買運動がおこった事例もある。企業はきっちり取り組まないと、コーポレートキャンペーンにつながり、存在そのものが危うい時代になってきている。

ここからは、「社会課題と経営課題」をテーマにお話しする。社会課題は、気候変動や少子高齢化、犯罪多発や児童労働、自然災害など様々。一方で経営課題は、例えば災害が増えると部品の供給が行えない、エネルギー受給が安定的に行えない、人手不足、若者の離職、後継者不足などこちらも様々。社会課題と経営課題はイコールではない。ただ、社会課題と経営課題が交わってくるとすごく事業が進んでいく。

例えば、環境経営。1990 年代はじめ、企業は環境問題に積極的に取り組まなくてもよかった。社会課題として問題視される環境問題は、経営課題ではなかったから。その意識をガラッと変えたのが、1990 年代半ばに誕生した、トヨタ自動車のプリウス。トヨタの経営者が環境問題に着目し、当時プリウスは売れば売るほど赤字だったが、今後環境性能は勝負所になると考え赤字でも売り続けた。これは、環境問題は社会課題であると同時に経営課題であると、経営者が理解されたからである。

次に、ダイバーシティ経営。人口構成を見ると今後人口は減少していくことはわかっている。ただ企業側は、この人口減少が企業経営にどういった影響があるかあまり理解しようとしていなかった。今になって人手不足が取りざたされている。ダイバーシティは、多様な人材を積極的に活用していく社会。人口減少で人手不足になると、能率が落ちてくることを経営課題として認識するようになり、ダイバーシティの必要性を理解しはじめた。交わりをどう創出していくかが課題となってくる。

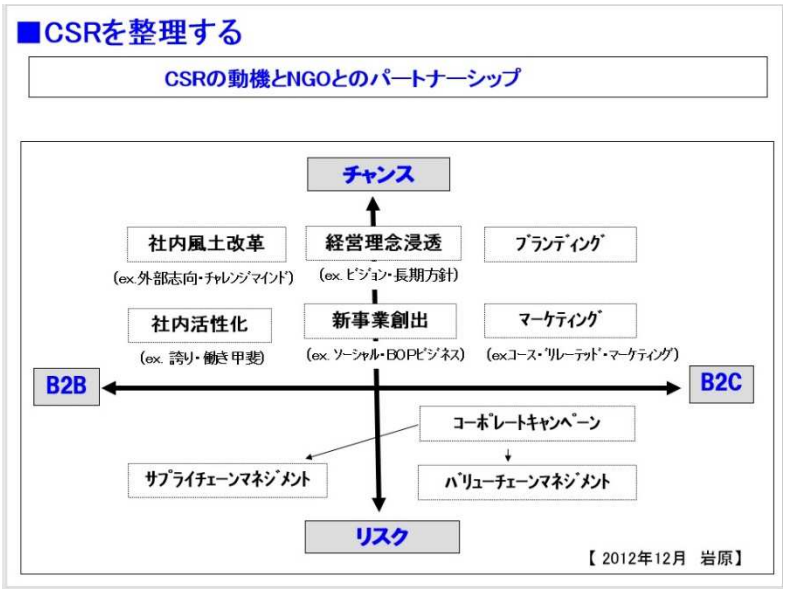
企業と NGO とのパートナーシップ

今日は企業と NGO の連携がテーマのため、パートナーシップについても考えていきたい。2007 年に「日経ビジネス 11/26 号」で紹介された表だが、様々ある社会課題に対し、企業と NPO や NGO が連携するプロセスを図式化したもの。

NPO や NGO は、社会課題を解決したいと誕生した団体であり、次第に組織化され、持続的に成長していく。その中で、資金不足や人材不足で団体だけでは上手くいかない部分が出てくる。一方で企業は、本業での利潤追求に集中し、はっきりって NPO や NGO へは無関心。これは 1980 年代のことで、大手企業もあえて無関心の態度を取っていた。しかし、次第に NPO や NGO に光が当たりだすと企業も関心を持ちだし、ステークホルダーの一員として認識し出した。そして、NPO や NGO をパートナーにしていこうと考えるようになってくる。

日経ビジネスでは、そのパートナーになる前段階に〝パートナーシップの壁〟があると書いている。関心を寄せるところまでは早いが、その壁を超えることが難しいとされ、その壁を越え事業パートナーとして対等に連携

していくと、企業とNPOやNGOが融合されていくのではないかという仮説に関心が寄せられていた。



これは、2012 年に私が考えた図式です。NPOやNGOの方に参考になると思うが、NPOやNGOが企業とパートナーシップを組みたいと思った時、企業のどういった部分にアプローチすれば良いか、それを理解していないと連携は難しい。企業がCSRに取り組む動機は２つ。１つ目は「チャンスとリスク」。CSR を新規事業の創出や成長のチャンスと捉え、また取り組まないことでリスクを負うとも考えている。

２つ目は「B2B と B2C」。例えば自動車でいうと、我々デンソーは部品を作りトヨタに供給している。そのため、デンソーの顧客は直接消費者ではなく企業になる。これが Business to Business（B2B または BtoB）。なので、デンソーは B2B 企業になる。B2B 企業は、保守的な社内風土の改革や社員の意識向上、社内活性化を図りたいという動機を持っている。一方で、完成した自動車を販売する自動車販売店の様に、消費財を直接消費者に販売している企業は、Business to Customer（B2C または BtoC）企業と呼ばれ、消費財を扱う企業のため、ブランド力の向上やマーケティングをしていきたいという動機を持っている。

このように、企業が CSR に取り組む動機がいくつかあることを NPO や NGO は理解しないといけない。どの企業がどういう動機を持っているか研究し、そこにアプローチしていくことが重要になる。ただし、リスクをどう考えるかが厄介で、消費財を扱っている企業だとコーポレートキャンペーンを仕掛けられる可能性がある。消費財を扱っていない企業はその心配は低いが、取引先や子会社等で社会的に配慮が欠けたことが行われていると、そこから突かれる可能性がある。仮にデンソーが新規事業を立ち上げる場合は、どういう場所でどういう事業をやろうとしているか研究し、それに対し何ができるかというアプローチをしていく。要するに企業研究が非常に大切になってくる。

ここからは、デンソーの事例を参考に紹介する。デンソーでも社員の意識を向上させることが求められており、現状は部品製造が主な B2B だが、将来的には部品事業＋サービス事業を展開する B2C を目指している。そこへたどり着くためには、３つの領域があり、A 領域は自動車の部品製造。B 領域は、自動運転や社会とのつながりを見ている領域。これは部品よりもサービスに近い部分。最後に、未来のモビリティ社会を見ている C 領域。

問題は、それぞれの領域に取り組む社員の何が違うのかということ。A 領域は、事業の成果が明確で上司のスキルが部下のスキルを上回っている。また、議論するより上意下達が有効に働く組織体系。それが C 領域に近づくと、何が価値になるか不透明で、場合によって部下のスキルが上司を上回る場合がある。また、多様な人材の知恵を出し合い意思決定をしていかないといけない。このように A 領域から C 領域に代わっていこうとすると、ベースでやってきたことも変わらざるを得ない。どういうところでパートナーシップで共同事業をやるのか、その１つの選択肢に NPO や NGO といった違う価値観を持った相手と意見交換しながらやっていくなど、うまくやっていかないといけないと考えている。

最後になるが、CSR は「Corporate Social Responsibility」の頭文字を取った言葉。日本語では、企業の社会的責任と訳される。Responsibility は責任と訳されるが、Response（応える）＋Ability（能力）がくっつい

た言葉。責任という言葉よりも、「社会の期待に応える」ということを本来指す言葉である。

CSR は、自分たちだけで未来を支えていくのではなく、社会の変化を見て、期待に応えていくもの。その時には、NPO や NGO の力が非常に大きいものになる。企業は何ができるかを考え、企業が何をしたいのかを研究し、そこにアプローチして、自分たちの強みを社会に活かしていく。NPO や NGO には、企業の中で誰が窓口を担っているかを上手く捕まえ、企業の中にもキーマンはいるためその人とつながり、連携を図っていく、そういう力も必要かと思う。これで私の話は終わります。ありがとうございました。

質問タイム

Q：今日はありがとうございます。まさに今、パートナーシップに関する修論を書いており、今回どうしても言わせていただきたいことと、１つ質問があります。１つ目で、目標 17 個を３つのカテゴリーに分けて話されていましたが、個人的には、貧困も飢餓もジェンダーも教育もそうですが、優先的なところで発生件数の多いことが優先になることはわかりますし、日本にもそういった課題があると思いますし、17 個全ての目標を世界共通でやっていくことに意味があると思うので、分ける必要や意味があるのか、今回１つ言いたかったことです。

お聞きしたかったのは、デンソーさんがやられたこと、これからやっていきたい展望など、具体的にパートナーシップを通じて NPO や NGO と連携し、本業を通じて課題解決に向けて取り組まれた事例があれば具体的にお聞きしたい。

岩原氏：１番目のご意見は、極端に言うと、３つに分けられるのではないかというもの。正確にわけると間違っているとは思う。ただ、これまで MDGs にあまりにも無関心で、企業の経営者も関心を持たなかった事実がある。そのため、途上国を支援するだけでなく、先進国も当事者であることを伝えるために３つに分けて話した。世界共通で取り組む目標であることは、おっしゃる通りだと思う。

デンソーで行ってきた NPO や NGO との連携は、社会貢献といった本業とは少し離れたことが主で、社会貢献活動のパートナーとして力を借りてきた。本業である、モビリティ社会を目指すという点では、まだ取り組めていない。早くいいパートナーを見つけないといけないが、なかなか行きつけていないのが現状。

Q：2001 年に名古屋大学の社会福祉研究所と言う所で、銀行が研究費を出し、高齢者社会に向けた高齢者の社会参画を促すためのプロジェクトが立ち上がりました。３年間のプロジェクトでしたが、その間に超高齢社会に注目も集まり、プロジェクトも継続となり 18 年目に入っています。私はそこで、企画を作るディレクターをやっています。その中で一番の悩みが、もちろん 18 年続いていることは大した物ですが、企画管理として困っていることは、銀行の出資で行ってはいるが銀行全体ではなく、高齢者に関わる部署が担当として関わっており、そこの幹部が会議等にも参加しますが、全くこのプロジェクトを知らない人が１、２年ごとに交代で回ってくる。来る人によっては CSR って何ですか？という人もおり、私も長いものですから、CSR とはという話からはじめこれが２、３年続いています。18 年やってきているので、そろそろ止めてもいいと思いますが、担当者からすると、自分が担当の時に止めるわけにはいかないというわけです。こちらとしては、コンセプトもわかっていない人が会議に出て来られると混乱することが多い。やっていること自体はいいと思うが、社員全体にコンセプトやプロジェクトの理解を促すためには、どうすればよいか。

岩原氏：担当者が代わると、企業も考え方が変わる。人によってという部分もあるが、CSR 経営という、経営者レベルで変わっていかないといけない。トップの考えが変わらなければ、部下も変わっていかないという難しい部分もあり、人が代わるとガラッと変わるのは事実だと思う。

第２部　企業×NGOの連携事例紹介

磯村 巌 氏　　豊安工業株式会社　代表取締役社長

豊安工業株式会社の代表取締役社長をしております、磯村と申します。本日はよろしくお願いいたします。

私たち豊安工業株式会社は、愛知県知立市に本社があり、プラント設備といわれる、各種エネルギーに関する配管工事や、ボイラー・コンプレッサー・ポンプといった機器の設計・設置からメンテナンスまで行い、お客様の工場の心臓部を守り、「日本のモノづくり」の下支えをしている会社です。

工事の手伝いをしている会社のため、我が社がお客様のご依頼を少しずつ形にすればする程、環境を破壊していくという、従業員からは、私たちは環境に良いことをやっているのか？悪いことをやっているのか？と問われることもあり、そういう時は、少しでも省エネの機械を導入し、地球に優しく環境破壊を抑える工事をしていかないといけないよと伝えております。もちろん、お客様に提案する時もそういった提案の仕方をさせていただいていますが、矛盾するところもあり心苦しいところもあります。ただ、そういった仕事内容であるため、先ほども出ました「企業の社会的責任」ということを考え、環境に恩返しし、破壊を少しでも止めていく活動を通して、我が社も責任を果たしていければと思い、環境活動やボランティア、寄付活動等に企業として力を入れている次第です。この考え方を会社の理念の中にも掲げており、「美しい地球を未来の子供たちのために！」というフレーズを朝礼で毎日唱和し、仕事を進めていくにあたって、人と環境が統合する社会を作っていこうと、人の豊かさを求めながら環境を守り、人と環境が上手に融合して住める世界を作っていきましょうという考え方で、経営をしております。

そのような考え方の中で、従業員一人一人にとってみると、地球規模のことを言われても私たちはどうしたらいいのですか？と問われることもあり、自分独りがやっても何も変わらないんじゃないか、という意識を持った従業員ももちろんいます。私も最初はそういった考え方で、我が社一社が何かやって変わるのかと、正直に言うと思っていました。ただ、こういった意識から考えて、一人一人が自律の意識を持つということを大切にして、大多数がそういった環境への配慮を心がけて、ハチドリの一滴という話ではないですが、少しずつ力が加われば少しずつ環境が変わっていく、という意識をもつことが第一歩ではないかと考えています。そこが達成できていけば、SDGsの目標も達成できていけるのではないかと思っております。大きな成果はすぐには求められないですし、多くの人に影響を与えることは難しいことだと思っております。ただ、地域とのコミュニケーションを重視した小さなコミュニティをたくさん作ることで、それが少しずつ大きくなっていき、そういった結果を少しずつ肌で感じとると、自分一人がやってもという意識から、僕ら一人一人が少しずつ積み重ねたことが結果につながるという、肌で感じられる体験を従業員や私も少しずつさせていただいています。

「豊安の森ふるさとづくり」＝「緑を育てる人を育てる事」

弊社では、地域のゴミ拾いや震災の復興支援といった様々なCSR活動やSDGsに取り組んでおりますが、今回は、その中でオイスカ中部日本研修センターさんとの提携事業である「豊安の森ふるさとづくり」を事例として紹介させていただきます。

この事業を紹介する上で、オイスカさんとの関係性を紹介しないと先に進めないため、先にそちらを説明させていただきます。オイスカさんとは、パートナーという関係性で、どちらが欠けても成立せず、どちらが上とい

うこともなく、同じ目的を持って役割を担っていく同志のような関係で事業を行っています。

パートナーとなる提携先を探す上で、私の見解ですが大事なこととして３つ思っていることがあり、１つ目は、同じ目的とビジョンを変わらずに持つことです。ここがブレてくると、何のためにやっているのか、これってどういうことかと、毎回同じ様な話になって事業も前に進んでいきません。最終的な着地点を明確にしてから、事業に取り組むことを大切にしています。２つ目は、役割を明確にすることです。これは、パートナーとしてお互いにどういった役割を担っていけるかを明確にし、運営協力をしながらやっていくことが大切ではないかと思います。３つ目は、共に活動することです。これがなければ提携とは言えませんので、共に何かを持続してやっていくことが大切になってきます。

実際に、「豊安の森ふるさとづくり」という事業で具体的に取り組んでいることは、タイのスリン県というところで植樹活動をしております。ただ、これだけを聞くとよくある植樹活動じゃないかと思われますが、ここで大事なことは、植林自体はあくまで手法で、目的とは違うという点です。植林を目的でやってしまうと、何のために植林やっているの？という先ほどの話に戻ってきてしまいます。あくまで植林は手法であり、「緑を育てる人を育てる事」を目的に、本事業に取り組んでいます。

森が育つにはすごく時間がかかります。植林はその一瞬というか、目立つ部分を切り取るわけで、取り組む側も自己満足が得られやすい部分があります。それも悪いことではないですが、植えたら終わりという感じも出てきます。しかし、森を育てるには、そこから肥料や水を挙げてという過程があり、それを排除して植えるところだけを切り取って、最後の森が育つところまで行きつかない、そのようないわゆる自己満足で終わらないための方法を考えてきました。

その中で、そもそも何故森がなくなり、緑を増やしていかなきゃならないのかという原因を追究していくと、人間に行きつきました。人が森に入り込んでいき緑がなくなるなど、原因が人にあることが多い。もちろん自然災害などもありますが、人が手を加えたことで何かが失われていき、それを解決できるのもまた人。根本の人をどうにかしないと地球環境も変わらない。SDGs の課題も、結局は人が関わった問題でその根本をどうにかしないといけない。我々はそういった精神で、できる範囲は狭いですけど、我々にできる一歩として力を入れて取り組んでいます。

この事業のポイントを簡単に説明していきます。植林活動は８年間持続しており、昨年、周年事業で一旦区切りがついたため、新しい活動地を探しにも行っています。我々が８年間通い続けている村は、タイの首都バンコクから 800 キロほど離れた村で、家と家の感覚が 100 メートルくらい離れ、電灯もなく夜 8 時頃には真っ暗になり、朝３時頃に起き、畑に行って収穫して朝ご飯を食べる、そういう生活をしています。

当初その村の人たちは、緑を育てるという意識がほとんどなかった。そもそも、何故木を植えないといけないのかと疑問をもつ方が多く、それが原因で森林伐採が進み、本来あるはずの自然が減少していた。まずはそこの意識改革をやっていこうと思い取り組みをはじめました。ここがポイントですが、毎年毎年その村に足を運び植林活動を行い、同じ人が同じ場所に行き毎回同じことをやっていくものですから、だんだん村の人たちとも仲良くなって顔と名前を憶えてもらえ、自宅の庭に木を植えさせてもらったりして、再び訪れた時には、以前植えた木育っているよ、と声をかけてくれたりします。そういった活動を地道に続けていくと少しずつ形になり、現在では、学校の授業で森を育てることを教えたりもしています。弊社の従業員も、また行きたいという人もいれば、自分の植えた木が育ち村の人に感謝されたりして、ちょっとしたことが形になって、結果につながり、こんな大きな森になったんだと肌で感じられる体験をしてきました。

そういった体験をすることで意識が変わっていく事業になっており、それが、先ほど目的にあげた「緑を育てる人を育てる事」という部分につながっています。これは、先進国がどうか、途上国がどうかという問題ではなく、我々も現地の人も少しずつ意識が芽生えていき、もちろん、その影響は対世界で見ればすごく小さなものですけど、少しでも村が変わったという意識が持てれば、これをもう少し大きくしていこうと思ってくれる人が増えれば増えるほど、活動が形になっていくと思います。我々のできる範囲で少しずつ進めていくことが、環境を

持続させていくことに繋がるかなと思っております。こういった森づくりの魅力・成果として感じることは、長ければ長く続けるほど愛着心が湧いてきて、止めたくないと思ってくる。それに、理解者が増えていくことが成果として大きいと考えております。

課題も

ボランティア活動や環境活動を進めるにあたって、課題も出てきています。今の時代の考え方というと語弊があるかもしれませんが、政府で働き方改革が進められており、企業もそこを突き詰めていくと、ボランティア活動は時間外なのか、給料が出るのか、休日出勤にあたるのかと課題が出るようになりました。

ボランティアという概念は捉え方が人によって違うこともあり、そういった課題をすぐに解決できるかというと難しい面もある。2020年東京オリンピックのボランティア募集の際も、そういった話が出され、給料は出ないのか、交通費は出ないのかと、ネット上にも様々課題や考え方があがっていました。

様々な考え方がある中で、我々の会社としては、会社から必ず出席しなさいと会社命令で従業員が行った場合は給与に反映し、ボランティアとは関係ない事業として捉えています。しかし、地域清掃など会社として行っている活動でも、会社命令でなく従業員の意思に任せて参加を促す場合は、ボランティア活動とし時間外を付けていません。例えば、我が社では、アイシン精機様ともパートナーシップを結び富士山の植樹活動に共に関わっています。こちらも 15 年ほど携わっていますが、我が社としては、富士山の植樹活動は、新入教育の研修に充てており時間外を付けて対応しています。一方で、自由参加の場合は、時間外がつかない旨を従業員に周知し参加いただいています。ただ、タイのスリン県まで行くには、全額自費のボランティアでは難しいため、渡航費の半額を会社が負担し、残りの半額とタイでの生活費は自費で対応しています。有難いことに、それでもいいという従業員のおかげで、こういった活動も続けられています。

こういった問題を考えると、この先、もっと厳しい時代になるとボランティアに行きたいという人も少なくなるかもしれません。そういった場合は、参加しやすい形を考え、持続して取り組めるようにしていきたいと思います。ボランティア活動も会社が取り組む事業としてやっているものなので、ボランティアに参加しやすい環境作りも会社として考えていたいと思っています。

パートナーシップの在り方

今後の連携の在り方についてですが、これについては特にやり方は変わらないかと思います。私は企業側の目線で話をしてしまいますが、実施したい事業について、企業ができない部分をフォローし合える関係であれば、どことでも連携できるのではと考えています。先ほど連携先を探す上で３つのポイントを挙げましたが、同じ目的をもった連携先を探して、我々のやりたいと思っていることと着地点が同じ相手を選べば良いパートナーシップが築けると思います。また、長く続けていくために、目的とは別に企業側がやれることを沢山見つけることも大切になってきます。お金だけの関係でパートナーシップを結んだとすると、企業側はブランド力のアップが主な目的になってきてしまうので、それに見合ったブランド力が無くなると、次の提携先を探しに動きます。また、お金を出せばブランド力が買えるため、求める効果が金額の大小に左右され、企業が経営不振等で出資できるお金が少なくなれば、その取り組みや提携は自然に消滅してしまいます。

ただ、共に活動することを前提としたパートナーシップであれば、企業側にお金がない時や少ししか出資できない時も、「森を育てる人を育てる事」という目的に対して、企業も活動できることを探してそれに取り組みます。お金以外にもできることがあることで、お金がなくても関係性が続けられ、それが持続可能な提携につながるのではないかと思います。そして、連携しないと得られないものが沢山あればあるほど、活動内容が濃くなっ

てきます。

我が社としては、人材教育という部分に力を入れており、従業員からすると海外の山奥に行き、そこのご家庭にホームステイするという経験は始めてなわけです。私自身も、両親と小学生のお子さん２人の家庭にお世話になりましたが、タイ語もわからず、どうすれば…という状況でホームステイしてきました。そういうことも、やってみないとわからないことが多く、それも一生に一度あるかないかの経験です。そして、その経験が話のネタになり、取引先の方との会話につながり、コミュニケーションの引き出しが増えていきます。そういった会社でのボランティアを通して、従業員の愛社精神や企業のブランド力が醸成されていくのかと思います。

従業員ひとりひとりとも貴重な出会いです。家庭よりも長い時間を過ごすかもしれない会社なので、私の考え方ですが、お金を稼ぐだけの場所と割り切って考えてしまうのは、これからの人生の中で寂しい思いがあります。人のつながりやコミュニケーションを大切にすることを、社員教育にも盛り込み、ここでしか得られない体験をしてもらいたいと考えています。タイに一緒に行ったある従業員は、お風呂の場所がわからなかったため、ホームステイ先の家族に聞いたらそこだと言われ、言われた場所で全裸になって水浴びしていたら、そこが実は手洗い場で、その村ではその従業員が訪れると、手洗い場で裸になっていた人とからかわれたりして、そういった笑い話を未だにお互いしています。従業員ひとりひとりとは、これからもそういう関係性でありたいと思っています。仕事は仕事、オフはオフとメリハリをつけ、学校のような関係性でしっかりけじめをつけ、オフの時はサークル活動などにも取り組んでいただき、ひとりひとりの生活を支えていける会社にしていきたいと、その一環としてボランティア活動にも取り組んでいます。

SDGs が達成したい課題は難しいものですが、やれることがないか少しずつ噛み砕き、みんなが取り組みやすい活動にしていけば、長く続けていけるのではないかと思います。ありがとうございました。

小杉 裕一郎 氏　　公益財団法人オイスカ中部日本研修センター

みなさん、こんにちは。公益財団法人オイスカ中部日本研修センターの小杉と申します。私からは、最初にオイスカの活動紹介をさせていただき、その後、磯村さんよりタイのスリン県での話をしていただきましたが、NGO の立場から見た提携事業の取り組みについてコメントさせていただきます。最後に、オイスカが他企業と取り組んでいる活動についても事例として紹介させていただきます。

オイスカという団体をご存知の方は多くないと思いますが、歴史は古く 1961 年に設立された民間の国際協力団体です。先ほど植林の話もしていただきましたが、植林自体は 1980 年からはじめています。2005 年の愛・地球博では、地球市民村というブースに１ヶ月出展もしました。2011 年に設立 50 周年を迎え、その際に財団法人から公益財団法人へ移行しております。オイスカは現場主義であり、国内外に現場を持ち、主に農業研修を実施しております。現場は主にアジア太平洋地域にあり、星印の場所に研修センターを設けて活動しております。

オイスカの活動は、「ふるさとづくり」をテーマに掲げています。この「ふるさとづくり」は、「人づくり・村づくり・森づくり」と３つのテーマに分かれ、特徴として「人づくり」に最も力を入れております。磯村さんからも「緑を育てる人を育てる」という話がありましたが、オイスカも同じで、プロジェクトが成功に終わるのか失敗に終わるのかは、現場を回す人材やリーダーといった人に成功の鍵があると考えているため、人材育成に最も力を注いでいます。

私は、豊田市にある「中部日本研修センター」という研修所から来ていますが、毎年２月に農業の研修生が来日されます。研修には、海外にあるオイスカの研修所で訓練を受け選ばれた人が参加します。オイスカが考える

人材育成についてまとめた図ですが、中部日本研修センターでは、主に農業の研修をしています。化学肥料や農薬に頼らない有機農法の技術を学んでいただきますが、オイスカの研修は技術を学んで帰るだけでなく、故郷に帰った時にその技術を社会のためにどれだけ還元できるか、そういった気持ちを持った人をリーダーとして祖国へお返ししたい、技術の根っこに人間力がしっかりないといけないという考えから、１年間様々な研修を通して、体験的にその考えを理解していただけるよう一緒に取り組んでいます。

オイスカでは「農業の大教育」と言っていますが、農業を通じて人を育てていこうと進めてきました。こちらは海外の研修所の写真です。各国に研修センターがあり、ここで寝泊まりをしながら研修を受けます。こちらが国内の研修センターになります。私が在籍しているのが、上にある中部研修センターというところになります。他に、香川県と福岡県にも研修センターがあり、国内では３箇所の研修センターで研修生を受け入れています。研修所での主な取り組みの１つに、農業研修があります。トラクターに乗るのも初めてという研修生がやってきます。この写真は卒業した研修生ですが、左上の方はタイの研修センターを卒業し、今は、オイスカスリランカの代表として現場を回しています。左下の方は、農協の組合長として活躍されるなど、ＯＢの存在がオイスカの財産となっています。

一部時間の関係で割愛しますが、他にも植林活動をやっており、磯村さんからも紹介がありましたタイですとか、マレーシアやミャンマーなどアジア太平洋を中心に活動しております。こちらも植林活動ですが、「子供の森」計画という事業も進めております。これは、学校の子どもたちへ苗木を渡し、学校単位で森を作っていく事業です。こちらは他の企業のご支援を受けて実施している事業になります。地図上の緑の部分が活動している地域になり、4,800 を超える学校に参加いただいております。

オイスカが国内で持っている最も大きなプロジェクトですが、東日本大震災で津波被害を受けた、宮城県名取市の海岸林を再生させる復興支援事業を展開しています。これは、2011 年からはじめ、2020 年までの 10 年間で全国から寄付金を 10 億円集め、苗木を 50 万本生産し植林していくプロジェクトです。右上の写真は津波が来る前のもので、下の写真は津波が押し寄せてきた時のもの、左下の写真は津波が去った後のものです。松林がすべて倒れてしまい、この松林を復活させようという取り組みです。

民間の支援者としてオイスカが入っている関係で、企業や個人など様々な立場の方がボランティアに来ていただいております。この写真は、地元豊田市のオイスカの支援者の方々がツアーを組んで、ボランティアに来てくださった時の写真です。こういった方々が、夏場の草刈りや溝切を２日間かけてやっていただき、植林後の環境作りにご協力いただいています。

現在、100 ヘクタール全長５キロに及ぶ植林を終え、活着もとてもよく 98%の根がついており、寄付金も６億円を越えております。こちらが植林地の全景で、大変広い現場でやらせていただいております。これが夏に撮った写真です。今ここに鳥が巣を作ったり、小動物が出てきたりと、生態系も戻りつつあると報告を受けています。

タイの森づくり

本題の「NGO から見た豊安工業の森」ということで、オイスカと豊安工業様の関係ですが、オイスカは NGO ですので利益を生む活動をしておりません。そのため活動の財源は会費に頼っている部分があります。豊安工業様は大変古い会員で昭和 58 年からご支援いただいております。40 年近くのお付き合いで、オイスカにとって大事な企業です。提携事業の始まりは、豊安工業の社員さんがタイツアーに参加いただいたことがきっかけで、タイの森づくりを会社に提案いただき、当時の磯村社長がやろうということで、継続的に活動いただいております。スリン県では 1000 本以上の植林をしていただき、先ほど磯村さんからのお話しもありましたように、様々な成果を出しております。特に住民の意識が変わってきたということが大きな成果だと思っております。課題としましては、そこの地域に意識の高いリーダーがいるか、いないかが成功を左右する点です。また、失敗もたくさんあり、せっかく植林をしたところに牛を放牧し苗木が全て食べられてしまうなど、そういった失敗もありま

した。そのような状況の中で、毎年毎年社員さんが飛行機に乗り、バンコクから遠く離れたスリン県で活動を続けていただいております。

この活動を続けることで、現地スタッフのモチベーションを高めることにとても繋がっています。わざわざスリン県に木を植えるために日本人が足を運んでくれる、チャンスが少ない中でわざわざ来てくれるということが、現地スタッフのモチベーションを上げてくれます。また、磯村さんもおっしゃっていただきましたが、豊安工業とオイスカの相互の信頼関係がないと継続も成功もしないと考えています。そして、社長さんの理解と決断。担当者がやろうという、執念に近い思いがないと継続も難しいかと思います。豊安工業さんは、こういった条件を全て満たしていただいたおかげで、これまで継続して一緒に活動させていただけていると考えています。

多様な企業との連携

最後にオイスカと企業の連携事例を少し紹介します。先ほど、さらっと紹介した、海岸林再生プロジェクトですが、こちらには様々な企業さんに関わっていただいております。お配りした資料の中に、どのような企業とどのように連携しているか記載がありますので、後ほどご覧いただければと思います。

他の取り組みを紹介しますと、豊田市にある天狗堂という釣具屋さんとの取り組みです。天狗堂の社長が植林支援できないかと考えられ、自社ブランドの釣り竿を販売する際包装せずに販売し、かかるはずだった包装経費をオイスカの植林事業に寄付しようと提案くださり、毎年 25 万円近くのご寄付をいただいております。

また、サントリーの自動販売機の設置ということで、オイスカに限らず様々な団体が自動販売機を通じて寄付金を作られていると思います。オイスカの場合は、研修生の全ての費用をオイスカが負担しており、ひとり当たり 100 万円以上の費用がかかります。それを何とか自動販売機の寄付金でひとり分の費用は賄える資金を作ろうと、サントリーさんと設置の促進を進めています。現在、そのおかげで 65 万円近くの寄付金をサントリーさんからいただいております。これは、自動販売機で普通にコーヒーを買って飲むだけで、その売り上げが積もり積もると大きな寄付金になってきます。

他にも、豊田市にあるパチンコ屋の遊都さんでは、社長さんが社会貢献に熱心な方で、オイスカ以外にも８団体ほどに支援されています。この社長さんがチャリティ講演会を定期的に開催され、必要経費を除いた参加費をオイスカにご寄付いただいております。また、オイスカで行うバザーの際、社員の方が準備から売り子までしていただき、その売り上げもご寄付いただいております。

それから、小牧市に本社のある CKD という会社さんですが、ご寄付いただくほかに、海外林再生プロジェクトを応援しようということで、毎年大阪マラソンに参加され、大阪マラソンがチャリティマラソンになっており、ひとり７万円の寄付金を集めるとマラソンに出場できる仕組みとなっています。毎年 CKD の社会貢献の担当者が社員に参加を促し、２～３人のオイスカチャリティランナーを出していただいております。そのおかげで、寄付金がプロジェクトに還元されております。このように、様々な企業・団体のご協力を得ながら国内外の事業を進めさせていただいております。

質問タイム

Q：岩原さんと磯村社長への質問です。岩原さんのお話の中で、パートナーシップの壁という、日経ビジネスで出された図を拝見しましたが、組織としてのシャープさや説明責任、数値目標を求められるようになると。そのあたりに、NGO・NPO と企業の連携の壁が生まれるのでないかと。私自身も国際協力団体の職員として耳痛く聞かせていただきました。同時に、岩原さんのお話の中で、何が価値を持つかわからない時代にあって、

何が正解かわからず、何が良いかわからない中で、そういったことを模索する動きの一体にNGOやNPOも加わるといった理解を持って聞かせていただきました。そういった２面性を考えると、NGOやNPOとの連携の壁というか、違った解釈が出てくるのかと感じます。先ほど豊安工業株式会社の事例にもありましたが、「緑を育てる人を育てる事」を目的とした人材育成とおっしゃられましたが、そういう人を育てる側面から見ると、どのような指標が、企業として説得力あるものなのか、それぞれからお聞きできればと思います。

岩原氏：なかなか難しい質問ですが、いろいろな価値観を持っている人が組織の中で活躍できるという、組織価値を見直す必要もあるように思う。新入社員で入社し定年まで勤める人の割合は、すごく減ってきている。転職や様々な事情で離職してしまう人が多く、会社側も、古い価値観を持つ人じゃないと組織にいづらい雰囲気に次第になっているように感じる。考え方や価値観の違う人が組織に入り活躍できる、先ほどもお話ししたダイバーシティの組織にしていかないといけない。そのための方法はいろいろあるが、その中のひとつにNGOやNPOとの連携がある。会社は、違う価値観を取り入れ、そういう人たちが活躍できる場を提供していく、最終的にそういったことが重要かと思う。ダイバーシティ経営をしていくために、人づくりということもあるかと思う。

磯村氏：指標が必要となる場面は、企業側がお金を出す際に成果を報告する必要がある時かと思う。我々とオイスカさんとの関係は、同じ目的と結果を持って活動しているため、結果はすでに共有していることになるので、そこに指標を求めるかというと、私たちの関係性の中では特に求めてはいません。しっかりと企業側が活動を通して醸成されることを明確に理解していれば、一般的に求められる指標は必要ないかと考えています。

Q：ボランティア＝休日出勤という概念が私はよくわからなくて、ボランティアは自由参加で自主参加であって、そこに社会貢献の面が存在するからボランティアという言葉が存在するだけだと私は思っていて、その言葉が先送りになっているだけで、そこの概念がよくわからないなと思い、言わせていただきました。
質問ですが、企業の社会的責任の中で、環境活動やボランティアについてお話しいただきましたが、寄付活動の部分でお話しがなかったので、豊安工業株式会社さんでは、どのように工面されているのかお聞きしたいと思っています。

磯村氏：寄付活動は気持ちの部分のため、企業側としても周年事業のような区切りの時に経営状況を見直し、関係性の中で寄与できる金額を算出し、日頃お世話になっている団体様が困っているというお話を聞けば、会社の中で用意できるものを寄付させていただいているのが我が社の現状です。

司会：ありがとうございました。このまま名刺交換会に移りたいと思います。テーブルの配置を変えたいと思いますので、ご協力をお願いいたします。質疑応答の時間が短くなりましたので、本日登壇いただいた３名の方には、引き続き名刺交換会に参加いただきますので、お話し等いただければと思います。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

17 パートナーシップで目標を達成しよう

企業とNGOの連携促進シンポジウム
in名古屋

企業とNGOの連携の可能性

～SDGs時代の連携とは～

経営上の優先課題と持続可能な開発目標（SDGs）を統合させる企業は、顧客、従業員だけでなく、「ステークホルダーとの協働を強化することができる」と言われています。SDGsの達成には、企業とNGOの連携が不可欠です。これまでは「企業がNGOに寄付し、NGOがその資金を使って活動する」といった一方通行の関係が主流でしたが、これからは「持続可能な社会づくりにおける対等なパートナー」となることでしょう。

グローバルな課題をともに解決するために、企業とNGOがどのように連携したらよいか、連携事例の経験や成果を聞いて、皆さんと模索したいと思います。

第1部
(14:10～15:10)

SDGs時代、CSRの意義を再考する

岩原 明彦氏
株式会社デンソー
キャリア・パートナー
（元CSR推進室長）

第2部
(15:20～16:20)

企業×NGOの連携事例紹介

豊安工業株式会社 × 公益財団法人オイスカ中部日本研修センター

SDGs目標15　陸の豊かさも守ろう

磯村 巌氏
豊安工業株式会社 代表取締役社長

小杉 裕一郎氏
公益財団法人
オイスカ中部日本研修センター
所長

●日　時：**2019年1月23日（水）**
14:00～17:00

●会　場：**ウィルあいち 2F　特別会議室**

●定　員：**40名**

●参加費：**2,000円（学生500円）**
※賛助会員Bは500円引き

●対象者

NGOとの連携を検討している
企業の社会貢献担当者及び経営者、
企業との連携を希望するNGOのスタッフ、
本テーマに関心が高い学生や一般市民

主催：認定NPO法人名古屋NGOセンター
後援：愛知県、名古屋市、JICA中部、一般社団法人中部経済連合会

講師プロフィール

岩原 明彦氏
株式会社デンソー　キャリア・パートナー（元CSR推進室長）

1958年岐阜県生まれ。81年日本電装株式会社（現・株式会社デンソー）入社。人事部、総務部を経て、2005年からCSR推進室長としてデンソーグループのCSR推進を担当し、中部地域におけるCSRの先進的な取り組みをリードする。現在は、2017年から愛知県経営者協会に出向し、総務・企画部長を務めている。特定非営利活動法人中部プロボノセンターの代表理事としても活躍中。

磯村 巌氏
豊安工業株式会社　代表取締役社長

愛知県知立市出身。創業はボイラー製造でもあり、平成12年三浦工業（株）に入社。ボイラーのメンテナンスや営業の経験後、平成14年に事業を継承すべく豊安工業（株）に入社。各事業部に配属後、経営企画室、取締役副社長等を経て平成30年6月に4代目社長に就任。「日々、新しい歩み」をしていくという意味を込め、創立70周年のテーマを「日新月歩」とし、様々な改革に取り組み、若い社員と社会やお客様のお役に立つ、新しい企業づくりを進めている。

小杉 裕一郎氏
公益財団法人オイスカ中部日本研修センター 所長

東京都武蔵野市出身。日本経営者団体連盟（現経団連）広報部勤務を経て、平成7年オイスカの国際協力ボランティアに参加。平成8年オイスカ中部日本研修センター配属となり、「子供の森」計画を担当、平成17年愛・地球博「地球市民村」でのオイスカ出展「土の力発見館」運営を担当。平成30年より現職。夢は中部センターを日本一の人づくりセンターにすること。家族はインドネシア人の妻と二男二女。

第3部　名刺交換会

（16:25～16:55）

<進行役> 松浦 史典氏
認定NPO法人ホープ・インターナショナル
開発機構 開発オフィサー
名古屋NGOセンター理事

豊安工業株式会社

昭和22年創業、70周年を迎えました。プラント設備（ボイラー、コンプレッサー、ポンプなど）の設計や設置からのメンテナンスまで、お客様の工場の心臓部を守る企業として「日本のモノづくり」を支えています。

創業者より脈々と受け継がれる「社会貢献への志」を継承しており、特に「未来の子供達に美しい地球を残す」との想いから、国内外の植林活動に取り組み、国内では富士山の植林活動や海岸林再生事業に参加。海外では2012年よりNGOオイスカタイとの協働事業の「豊安の森ふるさとづくり」、また現地の環境リーダーを育成する「育英基金7か年計画」と合わせて推進しています。

公益財団法人オイスカ中部日本研修センター

昭和42年（1967年）、海外研修生を受け入れる国内最初の研修センターとして岡崎市で開設しました。農業研修を中心に「公に尽くす人材の育成」を目的とし、これまで8か国1,357名（1967年～2017年累計）の研修生・技能実習生を受け入れてきました。海外植林ツアー、英語キャンプ、講演会、国際交流など年間を通じて地域に根差した事業を展開しています。

名古屋NGOセンターは、情報サイト「NGOと企業の連携促進プラットフォーム」を開設しました。NGOと企業の連携事例の紹介、勉強会・シンポジウムの案内、報告書の掲載など、様々な情報を提供していきます。どうぞご活用下さい。

サイトアドレス→http://nangoc.org/plt/

名古屋NGOセンターでは中部地域のNGOと企業の連携促進のための冊子を作成しました。
シンポジウム当日、参加者の皆様に配布します。お楽しみに。

お申し込み方法

★受付期間
2019年1月22日（火）17:00まで
※先着順。定員になり次第、締め切らせて頂きます。

★webサイトの場合
名古屋NGOセンターwebサイト上のフォームに記入の上、送信してください。

★メール・電話・FAXの場合
①お名前（ふりがな）、②ご所属（会社名・団体名・学校名等）、③電話番号、④Eメールアドレス、⑤参加動機、を明記の上、名古屋NGOセンターまでご連絡ください。

●会場
ウィルあいち
2F 特別会議室
愛知県名古屋市東区上竪杉町1
TEL 052-962-2511

●地下鉄「市役所」駅
2番出口より東へ徒歩約10分
●名鉄瀬戸線「東大手」駅
南へ徒歩約8分

認定NPO法人 名古屋NGOセンター
住所：〒460-0004 名古屋市中区新栄町2丁目3番地 YWCAビル7F
TEL&FAX：052-228-8109（TEL受付対応時間：火～土曜 13～17時）
E-mail:info@nangoc.org　URL：http://www.nangoc.org

このシンポジウムは、連合愛のカンパ、（一財）日本国際協力システムより助成を頂いて実施します。