

企業とNGOの連携促進のための勉強会（第3回）

企業と NGO の連携を探る

開催概要

- 日 時 2017 年 9 月 13 日（水） 18：30～20：30
- 会 場 YWCA ビル 2F（201・202） 名古屋市中区新栄町 2－3
- 対象者 ・企業の社会貢献担当者及び経営者
・NGO のスタッフ、学生、研究者 など
- 定 員 20 名（先着順）
- 参加費 1,000 円（センター賛助会員 B は 500 円）
- 主 催 認定 NPO 法人名古屋 NGO センター

ゲスト紹介



ふじもり
藤森 みな美 氏

認定NPO 法人 テラ・ルネッサンス
パブリック・リレーションズチーム 職員

学生時代にベトナム、インドネシアの孤児院でボランティアをしたことをきっかけに、国際協力に興味を持つ。名古屋の企業で仕事をしながら、「次世代の NGO を育てる、コミュニティ・カレッジ（通称：Nたま研修）」を受講。N たま研修の終了と同時に退職し、東京にある認定 NPO 法人国際協力 NGO センター（JANIC）でインターンを経験した後、2014 年より同団体で職員となり、法人連携グループとして主に企業連携やファンドレイジングを担当。2017 年 4 月に JANIC を退職し、京都に移り住み、7 月より現職。

はじめに

認定 NPO 法人テラ・ルネッサンスは、世界 6 か国で活動している京都に本部を持つ NGO。アフリカはコンゴ・ウガンダ・ブルンジ、アジアはラオスとカンボジア、そして日本で活動している。アフリカでは、元子ども兵及び紛争被害者に対する社会復帰支援を行なっている。アジアでは、地雷の撤去および地雷被害者や地雷原周辺に住む人々への自立支援を行なっている。さらに、東日本大震災において被災した岩手県の大槌町の女性たちに、生活再建と心理的負担の軽減を目的として伝統技術である「刺し子」を使った商品を作るプロジェクトも行なっている。

また、現場の支援も大切だが、紛争などの悲しいことが今後起こらないよう、日本にいるみなさんに世界の問題を知っていただくことがとても大切だと考えているため、日本国内での平和教育にも力を入れている。

しかし今回は、前職である特定非営利活動法人国際協力 NGO センター（JANIC）において、NGO と企業の連携促進を担当していた経験からお話しさせていただきたい。



参加者の自己紹介

参加者のみなさんが、日ごろどのようなことに疑問に思っていたり、悩んでいたりと、今日は何を聞きたいのか聞いた上で、それを踏まえてお話をさせていただきたい。

参加者 A：豊田市でアジア・太平洋の人を日本に呼んで農業の研修をしている NGO に勤務している。東京に本部がある。今までお付き合いしている会社とは連携ができていたが、中部圏だと新しい連携が難しい。テラ・ルネッサンスは少ない職員の中で 1 億の寄付や支援者をどのように集めているか、関心があって参加した。

参加者 B：安城市から来た。N たま 14 期生で、安城市で市民協働サポーターをしている。市民活動を行なう人は毎回決まっていて、新しい人が入って来ないという課題がある。NGO と企業との連携などを聞いてヒントがあればと思った。

参加者 C：これから NGO に関わっていきたいと思っている。紹介されたのがこちらの講座だった。

参加者 D：名古屋 NGO センターでインターンした経験がある。今は名古屋国際センターで働いており、若者の人材育成をしている。学生のゼミなどで、企業を NGO・NPO の活動にどう巻き込むか、という

課題が出てきており、話を聞きたいと思った。

参加者 E：社長の指示で NGO との接点を探るべく取り組んできたが、まだ上手くいっていない。今やっている事業と協働できないかと考えている。

参加者 F：排水設備メーカー。N たま 13 期生。環境をメインにした仕事をしているが NGO と企業とみている視点が違うことが気になっている。

参加者 G：来春から中小企業診断士。昨今企業の社会的責任といわれているが、企業が社会貢献活動をするもののメリットがあるのか知りたい。

参加者 H：会計をしている。これまでは企業で働いていた。自分の関心で、今日はきている。

参加者 I：N たま 10 期。藤森さんと同期だったので参加した。

参加者 J：小学校の教員、JICA で藤森さんが話しているのを聞いたことがあり参加した。

参加者 K：自団体が近年は財政的に厳しく、企業と連携したいと考えている。企業が NGO と連携する場合、何に期待をしているのか知りたい。

NGO と企業の関係

これまでの NGO と企業は、対峙型（企業の環境破壊や人権侵害を NGO が糾弾するなど）や支援型（企業から NGO への寄付、ボランティアなど）と呼ばれるような、一方通行の関係であった。近年そこに新たに対話型と呼ばれる、双方向の関係が生まれた。その背景として、企業の社会的責任という考え方や、震災の経験からボランティアが盛んになったことが挙げられる。また、グローバル化によって地球規模の課題が大きく複雑化し、解決がより困難になる中で、パートナーシップやマルチステークホルダーで取り組む必要性も高まっている。日本の企業において、社会貢献活動は活発化してきており、環境や人権等に配慮するためのガイドラインや指標が整備をされてきたことも、対話型が生まれた要因と考えられる。NGO と企業は重ならないところが多いが、重なる部分に注目をして、共通の目標を持つことができると考えている。

連携の形として、ジェームズ・オースティン教授が大きく 3 つに分けたものがある。（1）フィランソロピー（社会貢献）型：一方通行の関係で、比較的取り組むハードルは低い（寄付・ボランティア・助成金など）、（2）トランザクション（人材交流）型：双方向だが、人材の交流関係のみで、ハードルは中くらい（社員教育・研修、コンサルティング、ステークホルダーダイアログなど）、（3）インテグレーション（事業統合）型：事業に統合された関係で、ハードルは高い（コース・マーケティング、BOP

ビジネス、商品開発など)、の3つである。コース・マーケティングはつまり寄付付き商品のことである。例えば森永は、ダースなどチョコレート1個につき1円をACEという児童労働に取り組んでいるNGOに寄付をするという仕組みを作っている(1チョコ for 1スマイル)。また、ミネラルウォーターのヴォルビックは、1L購入されるごとに10Lの清潔で安全な水が供給できるようにユニセフへ寄付をするという仕組みを作った(1L for 10L)。こうした寄付付き商品についてはB to C(個人顧客相手のビジネス形態)の企業は取り組みやすいだろう。

このような連携事例は多くあるが、実際は難しいことも多い。例えば、企業とNGOでは流れている時間が違う。ビジネスの世界では1年や2年など短いスパンで成果を出すことを求められるが、NGOはもっと長いスパンで活動しているため、そこにミスマッチが起きやすい。例えば途上国で企業からの支援を受けて建物を建てるとする。途上国のため、資材や人手が不足遅れることもある。企業からすると、寄付がどう使われているのか確認したい、完成した姿(成果)を早く見たいという要望がある。企業の求める速度に答えられないことに対して、理解を得られないこともある。

他にも、企業のマーケティングに利用されてしまったのではないかとNGOが感じてしまうケースもある。例えば途上国で製品を販売する手伝いをするようになったり、NGOの支援者に対して製品の広報をしてほしいと言われたりなどだ。担当者が変わって、せっかくの連携が元通りになってしまうこともあれば、いくら対等の関係だと口では言っても、人間の心情として支援する側、される側という意識が働くこともある。また、いきなりインテグレーション型を目指す、うまくいかないことも多い。最初はボランティアや寄付など、取り組みやすいところから始め、対話することを通して徐々に関係性を作っていくことが望ましい。

企業の人もNGOの人も、社会をもっと良くしたい思いを持って、出来ることをやろうとしているわけであって、決して悪いことをしようとしているわけではない。ただ、お互い違うからこそミスマッチが起きてしまうため、お互いを理解し、出来ること・出来ないことを話し合った上で、連携を進めていけば、もっと世の中をよくすることができると考えている。

質疑応答

Q: 自団体にも学生のインターンがいる、インターン用の仕事を作らないといけない。インターンに任せられる仕事がない。テラ・ルネッサンスはインターンにどんな仕事をどの範囲で任せているのか?

藤: インターンにかなり任せている。例えば活動報告会はインターンが主導で企画・運営している。SNSを活用した広報も、内容からスケジュールまでインターンが考えている。

Q: 連携をどういう風にしたらいいか? 大手になればなるほど連携をしにくいのではないか? メリットがあればやと思うのだが、どうやってギャップを埋めるのか?

藤: 企業からするとNGOとの連携は「やらなくてもいい」という考え方の人もいる。NGOとの連携は企業にとってメリットがあると思ってもらわないといけない。世の中の流れとして、企業はビジネスだけでなく社会を良くしていくことも同時にやらないといけない。これから消費者に支持をもらえる

企業は、目先の利益だけではなく社会の利益も考えられる企業だろう。そうしたことを、企業の方に理解してもらい、メリットだと感じてもらえるように、もしかすると企業の営業のノウハウを学ぶことが NGO にも必要ではないか。企業のことを勉強せずに、「私たちは良いことに取り組んでいます」だけでは、寄付など連携にはつながらないと思う。

Q：どこの企業も人が少ない。育成ができていない。製造業とか建築とか人がいない。インターンとかで人材育成ができればいいと思う。

藤：人手不足は日本の社会課題。企業の困りごとを聞いて、自分たちの持っているもの売り込んで活かされればいいと思う。

Q：講演からステップアップするのは良いと思った。

藤：どうやって講演先を見つけるのかについては、口コミが多い。地道な活動がいつか芽生える。

Q：テラ・ルネッサンスはインターンが 20 人ほどいると聞いた。インターンは無給だと思うが、やる気にさせるのはどういうふうにしたらいいか？

藤：一つは、もともと国際協力に興味がある、そういう仕事が将来やりたいなど、モチベーションの高い学生が応募してきてくれていること。京都を含め関西は大学が多いが、NGO の受け皿が少ないため興味をもった学生が集まりやすい。また、仕事を任せていることがモチベーションを保つコツだと感じている。インターンにも責任を持たせ、職員も対等な形で接している。余談だが、お昼ご飯は毎日事務所のキッチンで作ってみんなで食べている。

Q：教える側、教えられる側ではなく対等な関係の中で自分の意見が通る土壤がある？

藤：ある。また、フリーアドレスのため席が決まっておらず、インターンと職員が隣同士で仕事をしている。

Q：トップダウンでは決めない土壤がある？

藤：基本的にはインターンと職員と一緒に話し合って、必要に応じて上にあげる。

Q：同じ大学、同じゼミ？

藤：そうでもない。先輩の紹介だったり、イベントに参加したことがきっかけだったり、バラバラである。神戸や奈良から来ている子もいる。

Q：インターンのモチベーションを高める講座があると良いと思う。

藤：それはぜひ、名古屋 NGO センターに主催してもらおう！

Q：対等でやっていく、というように企業の意識が変わればいいのか？

藤：企業から学生の意見を聞きたいというリクエストがあった。JANIC のユース組織とつなげたことがある。出会いの 1 歩になった。

Q：テーマは？企業で働くことについて？

藤：近年、企業の社会貢献に興味がある学生が多い。企業にとっては優秀な学生にたくさん来てほしいわけで、どういう採用活動をすれば、意識が高い学生がきてくれるのか？についてヒアリングがしたかったそう。

Q：インターンのマネジメントが上手い団体が企業と上手く行く？

藤：その可能性はある。

Q：連携の相談で規模感は？中小企業だとそんな大きなことは出来ない。

藤：前職では年を追うごとに中小企業の相談が増えてきている実感があった。なぜなら、大企業は既にやっている。これから何かしたいという中小企業が増えてきている。

Q：分野を指定してのニーズはあるのか？環境、貧困とか。

藤：もちろん分野を指定されることもあるが、テーマが決まっておらず何をしたいかわからないという企業もあった。そういった場合、企業の事業に近い分野や地域を紹介していた。

Q：NGO も大きな団体から小さな団体もあると思うが斡旋もしていたのか？

藤：していた。

Q：うまくいくのか？

藤：うまくいかない事もあった。うまくいく事例は、組織間のタイミングや雰囲気が出たとき。雰囲気の合う組織や、連携のタイミングを見計らうには、いろいろな場に顔をだしてつながりを作っておくことが大切。

Q：上手くいかないときは？

藤：うまくいく事例の裏返し。担当者があせっている雰囲気をもっている場合も、うまくいかないことが多い。年間計画で締切や予算、内容が決まられていて、それに合わせてくれる NGO を見つけようとしても、なかなかうまくいかないだろう。

Q：企業同士のオープンイノベーションでも同じことが言える。企業文化が違ったり、成果と締切が決まっていたり、企業同士の規模が違うなど。

藤：企業同士だけでなく、NGO 同士も難しいかもしれない。しかし組織と組織が連携することで、足りないところを補完できるという。

Q：一つ事例紹介したい。今年の 1 月に名刺交換をして自団体の売り込みをした。その際に「こういう国でこういうことをしています。訪問させてください。」と伝えたら企業担当者が当団体にきてくれた。物流をやっている企業だったため、支援をしてもらう為にどのような切り口にしようか考えた。残念ながら、話をした際に「合わない」ということが分かった。その時は企業側の欲しい情報もはっきりしており、スリランカと国も限定されていた。そのため、スリランカの状況をよく知る元青年海外協力隊の方を紹介するに止まった。

藤：それでも立派な連携実績だと思う。

Q：なぜ社員研修に NGO の人を呼ぶのか？

藤：例えば、これからアジアやアフリカでビジネスをするために派遣される人向けの研修がある。多く



の社会課題と多様性の中でビジネスをやっていかなければならないため、現地のことをより知るために話を聞きたいということがある。テラ・ルネッサンスの例では、商工会議所や中小企業での講演が多い。中小企業の場合、社長が社会を良くしたいという思いを持っている。経営者は、自分の家族だけではなく、社員の家族も守らないといけない。そして、仕事をさせてもらっている地域・社会に利益を還元したいと考えられている。そうした背景から、より良い会社に、より良い社会に、と考えている人が多い。そして社員にも、そうした思いを持って働いてほしいと考えている。

Q：刺し子製品について。どうやって売っているのか？

藤：ウェブサイトやイベントへの出展、委託販売、百貨店のポップアップストア、企業のノベルティなど。ちょうど今、代官山の蔦屋に期間限定で販売してもらっている（2017年9月16日(土)～10月31日(火)）。品質管理も徹底しており、商品の写真もプロのカメラマンにプロボノでしてもらっている。

Q：連携相手をどうやって探しているのか？自分の団体で、協力をしたいという電話があった。相手が何を望まれているか？最初に率直に聞いた方がいいのか？待ちの姿勢がいいのか？積極的に出ていった方がいいのか？

藤：相手次第のところはあるが、積極的に出ていっていいと思う。できる事とできない事を率直に伝える。他組織の事例でも、連携したいと申し出のあった企業担当者に、NGO側がどこまで出来るかについて先に正直に伝えたと聞いたことがある。後でできないとなる方が良くない。

Q：キフブックはどのくらいの実績があるか？

藤：昨年度は272名・団体から本の寄付をいただいた。テラ・ルネッサンスでは「めぐるプロジェクト」と総称して、本だけでなく古着や古紙なども集めている。

（詳細：<http://www.terra-r.jp/user/media/pdf/activity/meguruchirashi.pdf>）

Q：募金の使途不明がよくあるが、写真やメッセージで納得してもらえているか？

藤：納得いただけるよう、活動については成果も含め、WEB、SNSで日々発信をしている。また、年に一度の年次報告書はご寄付をくださったすべての方にお送りしている。「寄付をお願いした以上の熱量で報告しなさい」と常々言われている。

Q：企業から問い合わせを頂き、知り合いにはなるが、どのタイミングで寄付や協働をお願いしたらいいか？つなぐ場は作っているが、自分たちも協働したい。

藤：純粋な寄付は難しい。名古屋NGOセンターが運営している「中部NGOおうえん募金」のようなテーマに沿ったNGOを丸ごとの応援、というのは提案しやすいものだと思う。また、企業とNGOをつなぐためにも、その資金が必要であるため、マージンを取ることもありだと思っている。つなぐ（中間支援の）価値を企業に理解をしてもらう必要がある。

Q：トランズアクション型などで事業収益にしていたのか？商品として企業に売り込んでいたのか？

藤：コンサルティングや研修は事業収益として、企業に営業も行っていた。

Q：テラ・ルネッサンスでは、少ないスタッフでどのように分業しているのか？

藤：感覚値だが、8割専門2割掛け持ち。どのNGOもそうだと思うが、一人のスタッフが受け持つ事業範囲は広い。適切な役割分担と密なコミュニケーションが重要だと感じている。

以上

企業と NGO の連携を探る

2017年9/13(水) 18:30~20:30

昨今の社会問題・課題、とりわけ国境を越えた地球規模の課題はより複雑かつ深刻化しており、NGO が単独でそれらの解決に立ち向かうことは難しい状況にあります。そのため、各国政府はもちろん、国際機関や開発援助機関だけでなく、企業との連携・協働は不可欠です。

名古屋 NGO センターでは、お互いの「顔の見える対等な関係性」を大切にしながら、企業と NGO の双方の立場やビジョン、現状を知り合う機会を設け、連携のスタートラインに立つための情報を提供することを目的として、シンポジウムや勉強会を開催してきました。中部地域ならではの企業と NGO の連携の在り方について、企業と NGO 双方で模索するための場を、今後も継続して提供していきたいと考えています。

第3回の勉強会では、関東地域の企業と NGO の連携事例に多く接し、企業からの相談を受け、NGO とのマッチングも多く経験されてきた方をゲストにお迎えし、ご自身の体験談を話していただきます。参加者の皆さんのお悩みを共有する時間を設け、ゲストからアドバイスをもらいます。

この機会をお見逃しなく、ぜひ、ご参加ください。



ゲスト ^{ふじもり} 藤森 ^み みな美 氏
認定 NPO 法人 テラ・ルネッサンス
パブリック・リレーションズチーム 職員

学生時代にベトナム、インドネシアの孤児院でボランティアをしたことをきっかけに、国際協力に興味を持つ。名古屋の企業で仕事をしながら、「次世代の NGO を育てる、コミュニティ・カレッジ (通称: Nたま研修)」を受講。Nたま研修の終了と同時に退職し、東京にある認定 NPO 法人国際協力 NGO センター (JANIC) でインターンを経験した後、2014 年より同団体で職員となり、法人連携グループとして主に企業連携やファンドレイジングを担当。2017 年 4 月に JANIC を退職し、京都に移り住み、7 月より現職。



- 会 場：YWCAビル 2F (201・202)
(名古屋市中区新栄町2丁目3)
- 参加費：1,000円 (センター正会員・賛助会員Bは500円)
- 定 員：20名 (先着順/要事前申込)
- 対 象：企業の社会貢献担当者及び経営者、NGO スタッフ/学生や研究者 など

＜申込方法＞ その1：名古屋 NGO センター web サイトよりお申込下さい。
その2：①名前、②所属、③電話番号を明記の上、E-mail、電話、FAXにてお申込下さい。



主 催 & 申込み 認定 NPO 法人名古屋 NGO センター
〒460-0004 名古屋市中区新栄町 2-3 YWCA ビル 7F TEL & FAX: 052-228-8109
E-Mail: info@nangoc.org HP: <http://www.nangoc.org/> (開所時間: 火~土 13:00~17:00)

この事業は「JICS NGO 支援事業」「あいちモリコロ基金」より助成を受けて実施しています。