
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

持続可能な開発目標（SDGs）と経営方針

参加呼びかけ文

持続可能な開発目標（SDGs）と経営上の優先課題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 2018年2月2日（金） 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に向けた企業の動き（14:05～15:00）

▼講師 戸成 司朗 氏

住友理工（株） CSR部長/NPO法人中部プロボノセンター 共同代表理事



35年間大手スーパーの(株)西友に勤務、07年執行役上席副社長を最後に退任。その間に日本チェーンストア協会の初代社会貢献委員長を務める。日進市に戻り、第二の人生を社会に貢献したく、同年住友理工(株)に入社。社会貢献推進室を設立し、室長に就任。NPOとの協働による社会課題解決型のプログラムをスタートさせている。プロボノ支援のNPO法人を立ち上げ、代表理事として活躍中。

第2部 企業×NGOの連携事例紹介（15:10～16:10）

▼講師 森内 潤一 氏

大和リース（株） 取締役常務執行役員/NPO法人まちづくりスポット 共同代表理事



滋賀県大津市出身。大和リース（株）（本社：大阪市中央区）で、長年にわたり全国各地で多くの商業施設の開発・運営を手掛ける。リーマンショック後、地域の中にあって、いつも多くの人々が利用してくれるには何が必要かを模索する。ショッピングセンター「フレスポ飛騨高山」開発の着手にあたり、地域から必要とされる施設にしたいと、NPO法人ムラのミライ（旧、ソムニード）と協働で2012年にNPO法人まちづくりスポットを立ち上げ、商業施設内に「まちの交流スペース」を設置し、奮闘中。

▼講師 竹内 ゆみ子 氏

NPO法人まちづくりスポット 共同代表理事



NPO法人ムラのミライの設立当初から20数年間にわたり活動に参加。デザイン技術を活かして編集、海外活動の広報活動に従事、その後国内事業を担う。飛騨地域を現場とし国内外のNGO研修プログラムを開発、人材育成事業を担う。国際協力活動と国内の地域作り活動の共通点を探り、共に課題を解決する仲間のネットワークづくりを展開。2011年に大和リース（株）の森内氏と出会い、NPO法人まちづくりスポットを立ち上げる。2017年4月サテライトとしてまちスポとやまを開設。

第3部 名刺交換会（16:15～16:55）

▼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 ファンドレイザー
名古屋NGOセンター理事

第1部 SDGsに向けた企業の動き

戸成 司朗 氏 住友理工（株） CSR 部長/NPO 法人中部プロボノセンター 共同代表理事

住友理工株式会社の戸成です。私は住友理工で CSR 部長をしながら、NPO 法人中部プロボノセンターの代表を務め、様々な課題解決の専門性をもった社会人を市民団体に派遣している。

CSR (Corporate Social Responsibility) というのは、「企業の社会的責任」と訳される。2004 年から各企業の中で取組みが始まり、各社に CSR 部門が設立されてきた。企業の報告書も、「環境報告書」から「社会環境報告書」へと変わり、「CSR 報告書」や「CSR レポート」と名称が変化した。今日では、「統合報告書」が流行となっており、アニュアルレポートと CSR レポートを合体させたものである。住友理工でも統合報告書を発行しており、今年で 4 年目になる。

社会的責任と ESG 投資

社会的責任に関して、その手引きとなる国際規格が ISO (国際標準化機構) より示されている。それが 2010 年に制定された「ISO26000」である。この規格の制定に伴って、企業側は、取組んでいる多くの事業に影響を受けるのではないかと、様々対応を迫られた時期もあった。その翌年には、ハーバード大学のジョン・ラギー教授によって、ラギーレポートと呼ばれる、「ビジネスと人権に関する指導原則」が発行された。これにより、各企業は自企業の取組みと人権問題について考えるようになった。また、同年には、ハーバード大学のマイケル・ポーター教授によって、「共通価値の創造 (CSV : Creating Shared Value)」と言う考え方の元、これからは CSR の時代ではないと提唱された。このような ISO26000、CSR、CSV という世界の大きな変化の中で、多くの企業がその対応に大騒ぎとなった。そして、2015 年に国連が定めた目標が、「SDGs (Sustainable Development Goals)」である。CSR からはじまり SDGs に至る約 10 年の国際社会の変化の中で、もともとあった CSR という考え方は変化してきたのか、これについては最後にお答えしたいと思う。

2011 年以降、最近起きた大きな動きとして「ESG 投資」というものがある。投資家はこれまで、企業の財務状況や財務指標を元に投資判断をしてきた。しかし、昨今はそれらに加えて、環境 (Environment)、社会 (Social)、統治 (Governance) に配慮している企業を選んで投資する流れになっている。日本で ESG 投資が注目された背景には、2015 年 9 月に私たちの年金資金を運用している「年金積立金管理運用独立行政法人 (GPIF)」が、国連による機関投資家の意思決定プロセスに ESG の視点を反映させるべきとしたガイドラインである「責任投資原則 (PRI)」への署名をした背景がある。GPIF は世界最大の投資家であるため、上場企業は、ESG に関する取組みをしなければ投資先と見なされず、自社の株価に影響が出てしまう。現在、日本の株式市場は、いびつな状態にある。日本の上場企業の 40% は、筆頭株主が日本政府となっている。このような状態は、本来社会主義国家以外にはありえない。なぜこのようなことが起きたのか。その理由の 1 つに安倍内閣によって GPIF の運用方針が変更され、株式への投資が行えるよう運用枠組を広げたことが影響している。もう 1 つは、日本銀行が投資信託と言う形で株券を購入していることが影響している。GPIF と日本銀行の投資は、結果的に日本政府が筆頭株主となる状態を作っている。購入した株式などは、売却する



ことで利益が出るが、売却するタイミングによっては、日本市場が大混乱する可能性が高いというのが世界の大半の見方である。日本のマスコミは、このようなことを報道しないため、きちんと情報をご自身で読み取っていくことも大切となる。

ESG 投資について世界の動きを見ると、ここ約 10 年で投資が 16 倍に膨れ上がっている。これは、世界の投資家の多くが、ESG を指標に投資している表れである。ESG の投資テーマの中身は、主に環境・気候変動・水である。日本の場合、世界で最も水が豊かな国のため、投資＝水と聞いてもピンとこないかもしれない。しかし、21 世紀は「水の世紀」と言われるくらい、世界は水に関する課題を深刻に捉えている。欧米では、グローバル企業の報告書に水に関する項目が入っていないことはあり得ない。弊社も水に関する報告を盛り込むようになるまで、2 年間説得しており、日本の企業は水に対して鈍感な面がある。ESG の S は、Social＝社会であるが、ここで最も注目されるのは、人権である。そしてもう一つは、地域社会との関わり。これは市民団体のみなさんと最も関係があると思われる。ESG に注目する中で、最もリスクがあるのは、人権・労働環境・サプライチェーンである。その中で、逆に機会を得て社会課題へのソリューションができることで、ビジネスチャンスにつながるとも言える。企業は、投資家から ESG 投資によってチェックを受けている。また、消費者のエシカル消費という動きからも見えるように、消費者も企業の社会的な取組みに注目し、購入する時代に入ってきている。要するに、企業は決算などでただ数字を並べればいい、という時代ではなくなったと言える。

SDGs とは

ここで SDGs の話に入りたいと思う。SDGs は、全ての国連加盟国 193 カ国が合意した、2030 年のあるべき姿（2030 アジェンダ）を書いた文書である。国連は、戦争のない世界を目指す、飢餓を無くす、人権を守るといった、これら 3 つの実現に向け戦後組織された国際機関である。SDGs は、SDGs を一言でいえば、Leave no one behind（誰も取り残されない社会）の実現である。そのために、目標 1. あらゆる場所のあらゆる形態の貧困を終わらせる、から始まり、健康福祉、ジェンダー、環境、人権と 17 の目標が設定されている。SDGs に関する企業の動きをみると、PWC（PricewaterhouseCoopers）という、世界三大監査法人のひとつが、世界の先進国を調査した結果、グローバル企業の 92% が SDGs を認知しており、71% が行動を起こしている。また、現在何もしていない企業が 22%、そのうちで今後 5 年以内に何もしないと答えた企業が 4% であったと公表している。この結果を見ると、世界のグローバル企業は、SDGs に向かってすでに行動を開始していることがわかる。各企業の CSR 報告書や統合報告者を見ていくと、2017 年版から各社の報告書内に必ず SDGs の 17 の目標アイコンが散らばっている。

なぜ各企業が SDGs に取り組むのか。そもそもなぜ SDGs が世界の課題になったのか。そこには、イギリスの元首相サッチャー、アメリカの元大統領レーガン、元ソビエト連邦共産党書記長のゴルバチョフが登場する。ソ連は 60 年以上続く一党独裁による社会主義国であったが、その当時ゴルバチョフは社会主義の限界を理解し、政治体制の改革運動ペレストロイカを提唱していた。その様な中、サッチャーがレーガンとゴルバチョフの仲介役となり、3 者の話合いが行われ、ベルリンの壁が崩壊し、東西冷戦が終結した。これにより、社会主義国家が壊滅し、その時から始まったのがサッチャーとレーガンによる新自由主義である。これが今で言う 1990 年代からはじまった経済のグローバル化である。その結果、世界経済は驚異的な成長を遂げることになった。しかし、日本人はこの世界的な経済成長への実感が薄い。日本は 1992 年にバブルが崩壊し、崩壊とともに約 20 年経済が止まっていたためである。4 年程前に話題となったピケティの著書「21 世紀の資本」。ピケティの主張は、世界がこの格差社会を是正するには、各国が協働ルールを作り、法人税・累進課税を用いて富に対して一定の税率をかけ再分配するべきだというものである。パナマ文書の様に、富が分配されないおかしい仕組みを何とかするべき、とピケティは唱えている。ではなぜ、これだけ格差が広がったのか。格差の広がりには、ソ連の崩壊が関係している。東西冷戦は、自由主義国家の国民にとっては幸せなことだった。社会主義国家のソ連よりも自

由主義国家の日本、アメリカ、ヨーロッパにいる方が、貧困者が出ず幸せだということを証明する必要があった。そのために、日本でも累進課税制度を取り入れるなど富の再配分が行われる仕組み作りを力を入れた。しかし、ソ連が崩壊すると、敵がいなくなり、資本主義の暴走が起きた。資本主義は基本的に1人の勝者を生み、99人の敗者を産みだすため、ここにルールを定めないと必ず資本主義は暴走する。その結果起きたのが、今の世界の状態であり、この状態を是正するためにできたのがSDGsである。

SDGs は企業の羅針盤

SDGs は企業にとって、経営する上での羅針盤だと考えている。結論から言うと2つの視点が考えられる。1つは「リスク」の視点。SDGs に於ける世界各国の政府の優先事項と自社の戦略の方向性と一致させそれに取り組み企業は、政府や市民からその地域での事業活動を受け入れられる。逆に取り組まなければ事業活動の継続性に赤信号が点く。先進国はもとより、中堅国や発展途上国も含め、SDGs の目標達成を大義として、各国が法制化に動く方向にあるということである。言い換えれば、その国の法律の根拠としてSDGs を活用し、環境目標や様々な目標に対して法律を作る可能性が生まれ、これが政府の優先事項となってくる。そのため、その動きと各企業の戦略が一致しないと不具合が起きてくる。例えば、企業戦略がSDGs に沿っていないとなると、その地域で事業活動することが困難になる場合がある。だからこそ企業は、SDGs を経営戦略の柱に取り入れ、どう外部に示していくかが求められる。もう1つは「機会 (opportunity)」の視点である。世界の各国政府は、SDGs の実現に向け、政策立案が動き始めている。SDGs を認識し、これに取り組んでいる企業は、新たな政策と戦略が一致し、また、社会の期待に応えることで成長可能性の高いビジネスモデルが構築できる。簡単に言うと、各国の政府は、SDGs を使いその国の成長戦略を描き、それに一致した企業にはビジネスチャンスがある。



具体的な動きとして、2015年にイギリスが定めた現代奴隷法がある。この法律は、児童労働と強制労働に関わる人権に関わる法律である。先進国の中で、日本は人権の意識が低い。ヨーロッパやアメリカは、人権を自らの血を流して獲得してきた歴史がある。フランス人はフランス革命、アメリカ人は独立戦争と南北戦争を経て人権を手に入れてきた。日本はタダで人権を手に入れたかといえばそうではない。日本も第二次世界大戦の中で200万人を超える血を流してきた。その結果、戦後制定された現在の憲法で初めて人権が認められた。それまで人権と言う考えは、日本国民の中にはなかったと言える。現代奴隷法は、イギリス国内で営業活動または生産活動をしている企業、サプライチェーンを持っている企業に対し適用される。愛知県内の企業も、イギリスに拠点がある企業はたくさんある。2017年には、イギリスとフランスが2040年以降ガソリン車・ディーゼル車の販売を禁止すると制定した。そしてまもなく、中国も同様に発表する予定である。自動車産業の中でも、自動運転技術を持つのはアメリカと中国である。非常に残念ながら、自動運転技術に関して日本は遅れをとっている。日本の自動運転実験は、道路に磁石等を並べ、その上を走らせたりするというもの。トヨタ自動車の豊田章男社長は、「トヨタのこれからのライバルは自動車メーカーではなく、GoogleのようなIT産業だ」と話されていた。Googleが開発に成功している自動運転は、車1台1台がスマートフォンのような役割をし、GPSデータを衛星に飛びし、データが集積されビッグデータとなることで、AIがそれら进行处理し各車に位置情報を戻す。その車が、他の車との前後を認識し走らせている。

中国はアメリカに次ぐ技術を有しているが、やはり環境技術面では遅れている。中国に進出している企業は、

「チャイナリスク」に真剣に取り組む必要がある。弊社でもそのリスクへの対応は、未だ完全ではない。ある日突然、中国国内で環境基準が厳しくなる可能性がある。基準が上がることで、操業停止になる企業が多く発生すると考えられている。このようなリスクは、逆にチャンスでもある。法制化が起きる時には、イノベーションが起きるからである。1970年にカリフォルニア州で制定された「マスキー法」は、自動車の排気ガス規制に対して最も厳しい規定を定めていた。その規定は、世界の自動車メーカーがどれだけ頑張っても永久にクリアできないとして抗議したほどだった。その中で、世界で最初にその基準をクリアしたのが HONDA である。現在の各社の規制と比べると、当時のマスキー法の規制は大した数値ではない。その当時、絶対に永久に達成できないと言っていた数値でも、イノベーションが起ることで、その規制をクリアしてきた。絵空事だと思った瞬間に、その企業の成長は止まってしまう。SDGs も同様に、その記された内容に対して、絵空事だと思わず、自分たちは何をしなければいけないかを考えなければならない。それをしない企業は滅びていく。

SDGs への企業アプローチ

SDGs へ企業がどのようにアプローチしていくのか。その指針として、「SDGs Compass」というガイドラインがある。これによると5つのアプローチ項目があり、①SDGs を理解する。②優先課題を決定する。③目標を設定する。④経営に統合する。⑤報告するというプロセスが書かれている。SDGs は正しく理解することで、世界の共通言語となるものであり、世界で初めて人権や社会課題に関する共通のアイコンとなるものである。世界中言葉は通じなくても、アイコンを見ればどの課題に対する取組みなのか、各国共通で理解することができるようになったということである。現在、各企業は優先課題を決めるために、SDGs の17の目標に関し、自企業がどのような関わりを持ち、影響を与えているかをマッピングする作業に取り組んでいる。目標設定をする際の考え方に、インサイド・アウトがある。これは、自企業の資産・ノウハウ・人材といった現状あるもので先を考えていくアプローチであり、持っているものを磨き上げ広げていく作業であり、これを日本企業は得意としている。しかし、SDGs ではこの発想だけでは足りず、必要なアプローチとして、アウトサイド・インという考え方がある。2030年の世界をイメージし、その時の社会ニーズを想像する。消費者は社会に何を求めているか、その時に自分たち企業は何に取り組みなければいけないのかを考えることがアウトサイド・インである。これには3つのキーワードがあり、1つ目は、バックカスティングである。2030年の社会を想像し、そこから遡り、自社の資源を結び付けて理想のイメージを作ること。2つ目は、イノベーション。今の自社はこうだからという発想を止め、理想のイメージに必要な、技術、サプライチェーン、社会資源を想像すること。3つ目は、ルール。イノベーションをグローバル基準にすること。ルールを作る側になることが重要とされている。

みなさんは、LIXIL のCM を見たことがあるだろうか。世界の人口の1/3は、トイレで排泄をしていないと発信しているCMである。このような現状に対してLIXIL や TOTO では、簡易型のトイレを発展途上国で普及させる取組みをされている。この取組みは、単なる企業の社会貢献ではない。現在、繊維産業の1番の発展国はバングラデシュである。繊維産業は、日本から中国に移り、中国からベトナムに移り、今はバングラデシュに移っている。産業が発展することで、バングラデシュの人々は経済的に豊かになり、トイレも水洗に変わっていくかもしれない。そして、初めて使う水洗トイレの便器がLIXIL や TOTO だった子どもたちは、自分が大人になった時に同社の便器を購入するかもしれない。この取組みは、SDGs の中にある、「目標6. 安全な水とトイレをみんなに」という項目を達成するためのものであると同時に、世界でLIXIL や TOTO がシェアを拡大していくための戦略が含まれていると見てとれる。要するに、SDGs と社会貢献と企業戦略がマッチしている活動なのである。このような、企業の1つの取組みが、複数の目標へ横断的に影響を与える場合もある。先ほど自動運転の話をしたが、例えば高齢者が1人で病院や買い物に行ける電動の自動運転で動くミニ自動車を開発したとする。これにより、日本の過疎地では病院や買い物難民が居なくなる。すると何が起こるかということ、「目標3. すべての人に健康と福祉を」、「目標7. エネルギーをみんなにそしてクリーンに」、「目標11. 住み続けられる

まちづくりを、"目標 13. 気候変動に具体的な対策を"、に当てはまり、1 つの取組みで思いつくだけで 17 の目標の内 4 つが該当することになる。

住友理工株式会社の動き

住友理工では、2015 年に 2020 ビジョンを打ち出した。しかし、現在その見直しをしており 2022 ビジョンを新たに作っている。実は我々が 2015 年に議論した時と比べ、今日の電気自動車産業の発展スピードが想定を超えていた。これほどまでに、電気自動車が世界的に発展するとは予想していなかった。今年 5 月の発表を目標に、SDGs を念頭に置いた新たなビジョンを、自動車インフラ・住環境・健康介護・エレクトロニクスを重点ポイントに、2030 年とはどのような社会になっているのか、そこに対してそれぞれの事業本部長とコンサルタントを交えて協議している段階である。これは経営者側の立場での SDGs との関わり方である。

社員一人一人は何をしているのか。弊社の今年の年頭社長挨拶は、いきなり SDGs に触れるところから始まった。社員からすると、何の話だ? となってしまうため、社員に SDGs について理解してもらえよう "サステナビリティプロジェクト" を発足した。住友理工グループの行動指針の中から、社員がコミットしたい指針を選び、その指針が SDGs のどの目標に当てはまるかを知るための運動をしている。例えば、行動指針に、地球環境に配慮し、という一文がある。これに対して、社員がコピー用紙を削減しようと考えたら、それは "目標 15. 陸の環境も守ろう" につながるといった話をしている。では、なぜ社員にもこのようなボトムアップをさせているか。企業として、社会感度の高い社員を増やさなければ、社会課題へアプローチすることは難しい。特に愛知県は、自動車社会であるから、自動車に乗って会社に行き、また帰ってくるといったサイクルの中で企業内人間になりやすくなる。企業の中にいるだけでは、社会課題と触れるきっかけがない。社会課題に触れることで、自分たちが持っているノウハウや特許が社会のためにどう活用できるか考えるようになる。企業にとって社会感度の高い人材を育成していくことが、ビジネスチャンスやイノベーションにつながる。

SDGs は大企業だけのものではない。サプライチェーンで物事が進んでいる社会では、大企業と取引している中小企業にも必ず監査は入ってくる。CSR に関連した部分で問題が起きると、取引が中止になる場合もある。また、大企業との取引が無いから大丈夫と考えていても、自社が 2030 年に社会に必要とされているかはわからない。今は儲かっているから大丈夫かもしれないが、2030 年に儲かっている確証はどこにもない。

老舗と呼ばれる企業には、必ず家訓がある。そこには CSR の原点のような言葉が多く存在する。住友理工を始め、住友グループには「信用第一、浮利（目先の利益）を追わず」という精神が存在する。これは今でも通用する言葉。短期的ではなく長期的視点に立つこと、持続可能性を見出すことは、SDGsに通じるものがある。かつて住友グループでは、住友新居浜精錬所を有し、東の足尾、西の別子と言われた別子銅山で事業を行っていた。その頃は、環境汚染などの考えも乏しく、足尾銅山鉱毒事件をきっかけに公害問題に注目が集まり、足尾銅山は公害の教科書のように現在でも扱われている。しかし、われわれが事業を行っていた別子銅山でも煙害問題があったが、そちらはあまり知られていない。その背景には、第二代住友総理事である、伊庭貞剛の存在がある。伊庭は、煙害問題の解決に尽力するとともに、100 年先の子孫の生活を見据え廃坑となった銅山に森林植樹を行い、環境復元に心血を注いだ。その植樹した銅山は、今は緑溢れる山となっている。その木を伐り始まったのが、住友林業である。伊庭の行動は、浮利を追わず、自社を含む社会が持続可能であることを目指した行動に見える。このように考えると、SDGs と家訓の親和性はあるように感じる。自社だけが



持続可能であれば良いという考えはありえない。社会から支持された企業だけが生き残れる時代である。そのような意味で、SDGs は企業の未来指標になるものである。

CSRは変化してきたか

最初に問いとして挙げた、CSR という考え方は変化してきたか、についてお答えする。正直なところ、変化はしていない。最初にも申し上げたが、CSR は企業の社会的責任と訳される。R=Responsibility (責任・義務) であり、受身の要素が強く、それをしなければ罰則を受けるという後ろ向きな印象を受ける。私は、どうもこの誤訳がしっくりきていない。Responsibility は、Response=応えと、Ability=能力が合わさった言葉だと考えるからだ。CSR というのは、企業が社会の期待に応えるための能力を高めることであり、これは SDGs の考え方と同じである。そのような考えで、CSR は変化しておらず、受け継がれているものだと考えている。

企業が SDGs と向き合うにあたり、NGO や NPO は良き忠告者であり、良き協力者でもある。住友理工でも、海外で天然ゴムを扱っているため、児童労働や環境への配慮を考え、世界的な人権 NGO である AMNESTY や WWF (世界自然保護基金) とつながりを持っている。先に挙げた LIXIL は、トイレを世界に普及させるために NGO と手を組んでいる。企業と組むにあたり、企業が NGO に求められる能力は何か。その能力は 4 つあると考えている。1 つ目は、社会課題の情報収集能力。社会課題の情報を得られない NGO は企業にとってメリットを持たないと言える。2 つ目は発信能力。3 つ目はネットワーク。そして最も大事な 4 つ目は、社会課題の解決能力である。企業の社会貢献は、決して慈善や施しではない。企業側は、社会への投資と考えており、私はこれを社会的投資と言っている。社会的投資である以上、リターンがなければいけない。それは社会的価値の増大と、



企業価値の向上である。社会的価値の増大とは、具体的に住友理工が取組んだ社会課題が、改善や解決すること。結果がなければ、全くの自己満足になってしまう。そのため、われわれは、必ず一緒に組む NGO や NPO にはアウトカム (成果・効果) を求める。例えば、研修会を開き参加者が 300 人集まったとしても、その結果はあくまでアウトプット (出力結果) であり、だから何なのかという話である。結果として社会にどのような変化があったか、実際にその社会の受益者がどのような影響や変化を受けたのかそれを大事にしたい。われわれは、それがないと評価をしない。そのような社会課題の解決能力を NPO や NGO には期待している。

最後に

理想を語ることと、幻想を振りまくことは全く違う。SDGs は人類にとっての理想である。トランプ大統領の言う、アメリカを取り戻すは幻想。アメリカが過去回帰することは、物理的に難しい。繊維産業を見ても、日本から中国に行き、ベトナムに行き、現在はバングラデシュに移っている。移り変わるものが、戻ってくることは難しい。幻想に惑わされず、理想を追い求めることが重要である。SDGs は人類が理想を追い求める活動であり、今後紆余曲折はあってもいずれ到達するものである。理想を語り、ぜひ SDGs の達成に、この東海地方から行動を起こしていただきたい。

第2部 企業×NGOの連携事例紹介

大和リース株式会社

大和リース株式会社は大和ハウスグループの中核企業として、建築、土地活用や商業施設の開発・運営、都市緑化、福祉や農業、ロボットの分野まで多岐にわたる事業を行っています。全国152か所（※2017年10月1日現在）で展開する複合商業施設においては、地域・社会貢献につながるさまざまな活動を実施。また、現在7か所に地元NPOとの協働による「まちづくりスポット」を設置し、地域の課題解決、コミュニティの活性化やにぎわいの創出に貢献しています。

NPO法人 まちづくりスポット

「まちづくりスポット（略称：まちスポ）」とは、認定NPO法人ムラのミライと大和リース株式会社が協働で設立したNPO法人で、あなたの「やりたい」「やってみたい」の実現をお手伝いする中間支援組織です。飛騨高山を拠点に飛騨地域のまちづくり活動を行っています。人・企業・行政といった枠にとらわれない、異なる活動をしている方々を繋げ、新しい活動形態を生み出しています。



森内 潤一 氏 大和リース（株） 取締役常務執行役員／NPO法人まちづくりスポット 共同代表理事

大和リース株式会社の森内です。飛騨高山にある、NPO法人まちづくりスポットの共同代表理事を務めている。今も企業人として大和リースの取締役常務も担っており、いわゆる二足のわらじを履いている。

大和リース株式会社は、大和ハウスグループの関連企業。大和ハウスと聞くと、住宅メーカーと思われるかもしれないが、住宅を基礎として生活関連事業を数多く展開している企業である。大和ハウスは、昭和30年に創業し、その4年後、昭和34年に大和リースも創業した。現在、全国に関連企業が約200社、グループ全体の売上は、3兆7,500億円である。創業60周年を超え、大和リースも2年後には創業60周年を向かえる。私たちが常に教えられてきたことは、何をしたら儲かるのかではなく、何が世の中のためになるか、喜んでいただけるかということである。また、創業時からの理念として、社会から選ばれ続ける企業を目指している。大和ハウスグループは、「人・街・くらしの価値共創グループ」として、事業を通じて人を育て、企業を通じて社会を育てる、社会問題を解決する商品やサービスを提供している。このような経営方針をもち、日々取り組んでいる。

本日は、まちづくりスポットの立上げ当初について、企業から見たNPO、また、共同事業としてまちづくりを行ってきた経緯をご説明したいと思う。当時全国各地を回っていた私は、2008年に本社に戻ってきた。その年は、リーマンショックによる景気の大停滞があり、物が売れずデフレに突入していた。商業施設の開発を主な職務とする流通建築リース事業部の責任者をしていただいていたが、基本的に全事業がストップする憂き目にあった。なかなか事業が進まない中、全国に多くのショッピングセンターを展開するデベロッパーとして、どうしたら世の中に役立つのか、商業施設の在り方、地域との関わり方、価値向上への取り組みなど、様々答えを見いだせず悩んでいた。そんな中、最初に考えたのは商業施設の一部を地域の方に解放し、活用・活躍いただける場を作れないかと考えた。ただし、デベロッパーとして、企業の本来の目的は利益を出すこと。利益を出さずに地域へ提供したらどうなるのか。そのようなことを模索していた。

その当時、商業施設を作るにあたっては、企業の思い通りの建物を作りデベロッパーをするのが普通だった。しかし、高山市は多くの観光客が訪れる和風のまちづくりをされており、大和リースでも建物は和風にしようと思



い着手した。施設の中にコミュニティスペースも確保したが、形作れど魂入らずと言うと状態だった。そこで私たちは、NPO 団体を訪問し、活用いただける先を探すこととした。その当時、市内に NPO 団体は、約 50 団体あり、部下に命じ一団体ずつ話に行くようお願いした。しかし、お会いできたのは全体の 1 / 3 団体だった。中には、登録されている住所に誰も居なかったり、複数団体がひとつの部屋に集まり活動されていたり、NPO の方々の活動そのものが私の頭の中にイメージがなかった。その訪問を通して、2011 年にソムニード（現：ムラノミライ）の竹内さんとお会いすることができた。竹内さんにこちらの思いを伝えたところ、関心を持っていただいた。そして、運営にあたる最も良い方法は何かと、1 年ぐらいかけて相談しながら考えていった。相談の中、僕をつき動かした竹内さんの言葉がある。「コミュニティというのは、場所を作るだけでは絶対にうまくいかない。それを育み、育てる人が必要。その辺りを森内さんはどう考えているのか？」と、おっしゃられた。それがきっかけとなり、ここで本当にコミュニティを作りたいのであれば、運営主体となる NPO 法人を立上げる必要があるのではないかと考えるようになった。しかし、心と気がつく私には NPO の知識が全くなく、経験もなく、一から勉強し始めた。竹内さんや様々な方に NPO とはどのようなものか、1 年間かけて教えていただいた。そして、竹内さんから協力の了承を得られた。そして最後に、私の所属する大和リースを説得する大仕事が残っていた。

大和リースは営利企業の最たるもの。利益を出すために活動をしている企業人が、非営利という言葉を使うことは拒絶反応を起こす。非営利ということ、それにより企業としての次の活路があることを理解しながらも身体が動かない。私が企業にいる人間だから腰が重いのだと思う。案の定、社内で商業施設にコミュニティを取入れたいと提案しても、そんなことが必要なのかと誰にもわかってもらえなかった。その中で唯一いいじゃないかと言ってくださったのが、代表取締役社長の森田だった。NPO 設立までの 1 年間、NPO 研究をしようと企業内での研修会を全国各地で開催した。講師を竹内さんに依頼し、NPO・コミュニティ・非営利と言われてもピンとこない営業マン相手にお話いただいた。それを 1 年間やり続けていると、中には勤のいい社員もおり、私も取組んでいきたいという社員も出てくるわけです。そのように社内での理解も育みながら、経営者を口説いたことも、社長に了承いただいたひとつの要因かと思う。また、NPO 法人設立には、大和リースとの資本関係や契約関係は一切ないこと。NPO を支援をするために、寄付を出して活動資金を捻出すること、そういった関わり方を説明しことが良かったとも思う。そのような中で設立したのが、「特定非営利活動法人まちづくりスポット」でした。

私が思うに、企業から見れば NPO は不思議な世界。NPO から見れば企業人は怖いおじさん。NPO を怖がっているのは誰かを考えると、それは役所。そして、役所を怖がっているのは企業。このような三棘みの状態があるのではないかと感じている。その中で、協働のあるべき姿もいくつかあると私自身は思っている。1 つは行政との協働。もう 1 つは助成団体。そして、地域にある住民型組織と呼ばれる方々との協働。最後に企業である。マネジメントで有名なドラッカーは、21 世紀は、企業は NPO と付き合わないダメになるとおっしゃった。私



は、この言葉を使い会社を口説いたわけだが、正直に言えば、企業は NPO とどのように付き合っていけば良いかという思いを持っている。ただ、企業人目線からすると、共感する部分は多くても NPO 側に入りすぎてもいけない。言うなれば、もう 1 人の自分を客観的に持ち、交じり合わないような感覚を持って接すること、これが 1 番大切ではないかと感じている。

2011 年から 7 年間、私は毎月高山市を訪れて、まちづくりスポットの運営会議に参加している。運営会議には、私だけでなく一緒に働いてくれる社員の方々も連れて行く。企業人とすれば、今まで会社のミッションでしか出会

えなかったビジネスの機会が、まちづくりを通してとても増えた。そして、社会の見方も変わった。ビジネスの機会が増え、社会の味方が変わる、そういう部分が企業にとってメリットではないかと思う。現在、私も経営者のひとりとなり、全社的な見方をして NPO まちづくりスポットをどのようにすれば良いか考える立場にいる。その中で、社員の社会や地域に対する思いが、まちづくりスポットと言う 1 つのコンテンツを通じて強くなったと感じる。それと同時に、寄付は投資であると考えようになった。寄付は、言うなれば営業利益の上にある経費である。当社としては、いわゆる認定 NPO へ寄付した際の寄付控除額も計算に入れながら、寄付をしている。企業から NPO に投資する(寄付する)お金は、社会課題が解決することによってその価値を上げていただける。またその機会を得ることができる。投資という言い方に疑問を持つこともあるが、これによって様々なビジネスの機会が増えたことも事実である。大和リースが手掛けるのは、民間用地だけではない。行政に対し、空いている公共用地の利活用案として、まちづくりスポットを 1 つのコンテンツとして提案している。この提案には、行政側も OK を出すことの方が多く、それが当社の実績にもつながり多くの物件を開発する機会を得られた。

この飛騨高山から始まった NPO が、現在、全国で当社が開発するショッピングセンターの中で、1 つのコンテンツとして様々な形を取りながら地域に根付いている。高山市を見れば、人口約 10 万人。10 万人しか相手にできないという考えもあるが、やらないよりもやった時の値打ちは確実に大きい。コミュニティを作るために中間支援の NPO を作る。そこに資金を提供し運営すると、社員の教育・自信・プライドにもつながるだけでなく、新たなコンテンツを持つことで企業価値が上がっていく。そして、企業価値が上がることで新たなビジネスの機会が増えていく。それにより新たなショッピングセンター開発に着手でき、そこにまた新しいコミュニティを創生する。この流れを戦略的に体系化し持続していくことで、大和リースは地域の満足を高め、なくてはならない存在となることができる。そして、地域と大和リースの愛おしい関係が生まれ、良好な関係づくりは地域開発につながり、企業の発展につながっていく。大和リースは、まちづくりスポットへの支援・応援を拡大していくように、これからも頑張っていく。

竹内 ゆみ子 氏 NPO 法人まちづくりスポット 共同代表理事

NPO 法人まちづくりスポット代表の竹内です。私は、高山市に拠点を置くムラのミライ（前ソムニード）で、23 年間事務局を担ってきた。ここからは NPO・NGO 側の視点でお話したいと思う。

ムラのミライと大和リースの共同でまちづくりスポットを設立した。まちづくりスポットは法人名で、まちスポ飛騨高山(以下、まちスポ)が交流センターの名称である。まちづくりスポットでは、7 月に富山へも進出し、まちスポ富山も運営している。組織上は、出張事務所という形を取っている。森内さんからあったが、大和リースとの出会いは 2011 年 10 月。最初にお会いしたのは、大和リースの小松さんだった。大和リースと聞いて、最初はコピー機などのリース営業かと思い、失礼ながら企業名すら知らなかった。コミュニティスペースを作るから使ってくれないか、と言う話から始まり、使わせていただくのは有り難いが大和リースさんも人を出してほしいというやり取りをした。その後、森内さんが事務所へ来られ出会ったわけです。それから、毎月お話をさせていただき、森内さんもお会いするごとに NPO の知識が増え、勉強されている姿に感心した。



ムラのミライは国際協力団体。植林事業を中心に、自立支援活動をインドやネパールで取り組んでいる。1998 年にミニ水力発電事業をインドのポリッサ州とアンドラプラデッシュ州の間のフットシル村というところで始

めた。これは、住民参加とインド国内のNGO、ソムニードとの3社で協力した事業で成果を出した。その村は、インド独立後50年間電気が付かず、将来を考えることができなかった。水力発電によって電気が付いたことで、将来を考えることができるようになった村だった。2000年にスタディツアーと取材を兼ねてその村を訪れ、成果が出ていたこともあり得意な気持ちで案内をした。最後に村長から話を聞く機会があり、その時の言葉に私はとてもショックを受けた。「子ども達を学校へ行かせるようになるようになったが、村を出ていった子どもが帰ってこない。帰ってきてても学業を活かす仕事がない。どうしたらいいか？先進国から来たあなた達に、ぜひその答えを教えてほしい」と言葉をかけられた。本当に、頭をハンマーで殴られたような思いだった。当時、高山市も段々と人口減少が続いていたが、私はあまり地元を見ようとしていなかった。私も田舎出身なので、地元に関わることの大変さを身に染みて理解していた。だから海外に目を向け寄付を集めたりして、そちらの方が楽だという思いがあった。インドへ行き村長から先ほどの言葉をかけられ、これまで気にかけていなかった地元の問題も見過ごすわけにはいなくなった。都市と農村の関係と言うのは、途上国も日本も一緒、構造的に一緒だと思いが知らされた。それが、国際協力団体が国内にも本格的に目を向け出したきっかけだった。当時、ソムニードでも地元でイベント的なことを少しは行っていた。この2000年の経験から、イベント的なお茶を濁す様なことだけではダメだと思い知った。そして、空き家を交流の場に行っている団体の支援から始めた。また、その頃高山市では日本語のできない中国女性との結婚が増えており、行政が生活上のトラブル相談対応で大変な思いをしていた。そのような相談に個人的に対応していた女性からソムニードへ、これ以上対応ができなくなったどうしたらいいかと相談を持ちかけられ、事業を立ち上げた。助成金を得て5年間支援をした。しかし、支援事業というのは資金を継続的に得るのが難しい。元々は国際協力団体であり、国内支援でお金を得ることがとても大変だった。国内の活動協力者も増やそうと、2011年6月に認定を取った。その様な課題を感じている時に、大和リースと出会った。準備をしている者にはチャンスが訪れるという言葉の思い出し、その通りだと思い知った。

大和リースと出会い、毎月話を重ね、協働事業に着手するようになった当時は、まちづくりスポットも独立はしておらず、ソムニードの国内事業のひとつとして取組んでいた。交流センターまちスポを作ると言う話があった時、あまり大きなスペースは必要ないと提案した。少人数小規模で活動している方々も多く、大きなスペースがあっても展示するものが少なかったり、人が来ないと閑散としてやりにくいと考えたからだ。提案も通り、17坪ほどのスペースで運営を開始した。

運営を続けていると、個人的に行っていた市民の動きが、スペースの活用をきっかけに人が集まり、組織化されていき、手狭になると他の公共スペースへと移っていく動きもあり、きっかけを作るにはとても良い場だった。このスペースは、民設民営のため金銭のやり取りを行える。母親たちが手作りのクラフトグッズを販売したいという話もあった。公共の建物ではできないが、ここでは販売も大っぴらにできる。商業施設の中にあるため、買い物利用客の目にもとまり、売上も上々だった。



しかし、NPOの様な活動は少し硬い印象を受けるのか、子ども連れのお母さんなどが気軽に立ち寄ってくれない。そこで、スタッフが知恵を出し合い、交流センターのガラスに子供達が自由に落書きする場にしたらどうかと提案があり、それを実行した。すると買い物に来た親子連れが、あそこに行って落書きしようとなり良い雰囲気生まれた。外のコンクリートテラス部分もチョークで落書きできるようにした。今では、交流センターの周囲で親子が遊ぶ姿をよく目にするようになった。

このほか、まちづくりスポットの活動は、自分たちの商業施設内のスペース活用だけでなく、近隣のまちづくり協

議会や自治会など外部と関わりをもちながら取組んでいる。商業施設の中だけで活動していると、結局その販促活動をしているのではないかと思われてしまう。そのように見られないためには、できる限り地元との連携を取る必要がある。この活動をはじめ、ここ5年間で社会に変化があった。高山市には中間支援を行うNPO組織がない。まちづくりスポットがその役割を担う存在となり、学生インターンシップの受入れ事業や市民フォーラムの開催、選挙の事前投票所の設置、介護相談室の事業委託も受けるなど高山市との協働が、活発に行われるようになった。

まちスポの来場者は、2017年10月に5万人を達成した。全国に広がった6箇所のまちスポの来場者数は、合計で21万人に達している。各地に広がった団体の設立にあたっては専務理事が各地に赴き培ったノウハウを伝え、連携を取りながら運営サポートをしている。まちスポの波及効果は、単に人の行き来が生まれ交流が拡大したことだけではない。高山市では、大和リースに刺激を受けた企業などが様々な形で場の提供をし始めており貸しスペースが増加している。

先ほど森内さんから、NPO と言うのが企業内で理解されなかったという話があったが、私も講師として伺った際、全く反応がないので晒し者になった気分だった。大和リースでは、まちスポの活動が進むにつれ、社内報などに堂々と報告を載せるようになってきた。私から見るととても社員の意識が変わったと感じている。一緒にやろうとなった時、大きい会社とやると飲み込まれるかもしれないという不安はあった。しかしもし、まちスポがダメになったとしても、社員2400人にNPO・NGOで活動をしている人がいることを伝えられるだけでもいいと思い、一步を踏み出した。先日、全国のまちづくりスポットで交流会を開催した。60名余の方に参加いただき、各拠点で共同代表や理事になっている大和リースの社員も25名が参加をしてくれた。5年前からすると、全くNPOを知らなかった人たちが、この集まりに参加している。これは本当にすごいこと。身近な人たちの変化を感じる。それが私の実感です。

質問タイム

Q： 名古屋市内のショッピングセンターでも、NPO にスペースを貸している事例がある。ただ、まちスポは単に場所を貸すというより、一步も二歩も踏み込んでコンセプトを持ち取組まれている。出会いや一年間じっくり向き合われた賜物かと思うが、そのコンセプトに至った背景をもう少しお聞きしたい。

森内氏： お客様はショッピングセンターに、物を買う・食べる・サービスを受けるといった目的で来店される。そういった来店動機だけでは、十分に満足しなかったというのがスタートライン。何とかそれ以外の目的で来店いただき、それと同時に様々な商品を購入いただくことはできないかと考えていた。また、正直に言えば、最初はコミュニティスペースを使ってもらえればいいという思いだった。

そこからなぜNPO法人を作ろうと思ったか。竹内さんがおっしゃったように、大和リースの社員がスペースで何かをすれば良いとも考えたが、社員ひとりを雇うのに年間3,000万円の経費がかかっている。その様な状況で、さすがに社員を1人つけて運営するのは難しい。どうしたらそれができるか考えた時に、NPO法人の設立を考えた。それは会社を1つ作るのと同じこと。そこで社員を雇うことは責任を持つということ。仮に人件費が1,000万円で事業費が500万円のNPOは、当時調べたら5万団体くらいあった。その内の55%は、事業費が500万円以下だった。企業人として、それで何ができるのかと正直思った。



そういった立場に置かれるNPOに、コミュニティスペースというコンテンツを取入れることが地域のためになるのではないかと考えた。

NPOの方々は、どうアプローチすれば企業が動くか正直ご存じない。企業をとて大きいものだと思っはいけない。NPOは冷静な判断を持ち、偏った判断をあまりしない。誰かのためにという思いがある。企業は自分たちのためにという視点はあるが、社会のためにという視点は抜けがちになっている。企業にとって、抜けがちになる部分を解決できるのがNPO・NGOだと思ふ。そこをもう少し上下の関係ではなく、同じレベルで話をするのができたらとても良いミッションが生まれるのではないだろうか。

竹内氏： 高山市にはNPOを支援する中間支援組織がなかったため、市内で最初に法人格を取ったソムニードに各団体が相談に来ていた。海外ではインドやネパールに支援しているが、日本では中間支援のような相談を日々受けていた。市内にも中間支援を専門にできる団体があると良いと思ひ、それができると一歩も二歩も進めることができると考えていた。しかし、今の国際協力団体の中でやるにはどうしても予算が取れない。私が動ける範囲でしか支援ができない現実もあった。その様な中でこの話が来た。最初は儲けが目的かと思つたが、森内さんは本当によく勉強をされ毎月毎月知識が増えていった。その姿を見て信頼も増えていった。

森内氏： 企業は、利益を上げて社会に貢献している。税金を納め、それが道路や橋や道に変わっており、それも企業の社会貢献のひとつである。それは当たり前のことだが、企業の目線に立つたNPOからのサポートは、これからの時代に必ず役に立つもの。まちスポは、民間の資金で設立し、企業が支援をしている。公共の支援を受けていないため、自由度はとても大きい。企業も自助努力だけでできる事は少ない。様々な機会を企業も得たいと考えている。社会が変化していく中で、企業もその変化への対応力を求める。その際、様々な見解・知識・情報を持つと視野を拓ける。NPOとつながることは、そのような視野を拓け、企業価値向上や社員教育の一環となる。そのように説得していただくと、NPOとの付き合い方がわかる。NPO側は、企業目線でものが見られるかが重要になる。

私の持論だが、NPOは企業化するべきであるし、企業はNPO化するべきだと思ふ。当初、まちづくりスポットへの支援は1,500万円からスタートした。今は、事業費が3,800万円。この間、大和リースからの支援金はほぼ増えていない。1,500万円が1,900万円に増えただけであり、残りの約2,000万円は、外からのお金で成り立っている。まちづくりスポットは、大和リースが100%支援する団体を目指していない。地域の人から多く支援をしていただけるよう、企業は最初のプロジェクトの立ち上げと創業段階の支援をする。結論からいうと、地域の方々に100%支援いただひて、大和リースからの支援はわずかである方が良い。それにより、全国に多くの拠点を作ることができる。ひとつの企業が支援できる額はほぼ決まっている。そのような目線で、NPOが企業を見ていただくと、企業側にとつてもお付き合いがしやすいと思ふ。



Q： 社内でどのように理解を深めていったのか、もう少し詳しくお聞きしたい。

森内氏： 1年間かけて啓蒙活動を行った。竹内さんを講師に全国を回り、私の部下全員に説明いただいた。それを聞いて理解したのは5%ほど、95%は理解していなかった。ただ、大切なのはトップダウン。トップが事業に理解を示してくださること。当時の私は、利益を上げることを優先に考えており、そ

の森内が急にコミュニティと言い出した。実はこれが最もインパクトがあったのではないと思う。

社員は、自身の仕事をするだけで精一杯。それ以外、社会と接点を持つきっかけが少ない。そのため社員教育の一環で、まちづくりスポットが関わっている複数の NPO で社員が代表を務めている。NPO の代表というのは、責任がずっとついて回る。それを自覚した上でやっている。また、「まちスポ通信」を作り 3 ヶ月に 1 回発信している。これが社内では結構反響が良い。大事なのは当たり前のように見せること。特別なことをしていると見せないこと。自分たちもやってみようと思わせたら勝ち。ある電気会社の社員が、この事業について話を聞きに来たことがある。その場では盛り上がるが、企業に帰るとシュンとしてしまう。私も竹内さんと毎月会って盛り上がり、会社で話してはシュンとして、また盛り上がりを繰り返し今に至っている。

第3部 名刺交換会



企業とNGOの 連携の可能性

持続可能な開発目標(SDGs)と経営方針

持続可能な開発目標(SDGs)と経営上の優先課題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 (14:05~15:00)

SDGsに向けた企業の動き



戸成 司朗氏
住友理工(株) CSR 部長
NPO法人
中部プロボノセンター
共同代表理事

第2部 (15:10~16:10)

企業×NGOの連携事例紹介

大和リース(株)×NPO法人まちづくりスポット

SDGs目標11 住み続けられるまちづくりを



森内 潤一氏
大和リース(株) 取締役常務執行役員
NPO法人まちづくりスポット
共同代表理事



竹内 ゆみ子氏
NPO法人まちづくりスポット
共同代表理事

●日 時: **2018年2月2日(金)**
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)

●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

戸成 司朗氏

住友理工(株) CSR 部長 / NPO法人中部プロボノセンター 共同代表理事

35年間大手スーパーの(株)西友に勤務、07年執行役上席副社長を最後に退任。その間に日本チェーンストア協会の初代社会貢献委員長を務める。日進市に戻り、第二の人生を社会に貢献したく、同年住友理工(株)に入社。社会貢献推進室を設立し、室長に就任。NPOとの協働による社会課題解決型のプログラムをスタートさせている。プロボノ支援のNPO法人を立ち上げ、代表理事として活躍中。

森内 潤一氏

大和リース(株) 取締役常務執行役員 / NPO法人まちづくりスポット 共同代表理事

滋賀県大津市出身。大和リース(株)(本社:大阪市中央区)で、長年にわたり全国各地で多くの商業施設の開発・運営を手掛ける。リーマンショック後、地域の中にあって、いつも多くの人々が利用してくれるには何が必要かを模索する。ショッピングセンター「フレスポ飛騨高山」開発の着手にあたり、地域から必要とされる施設にしたいと、NPO法人ムラのミライ(旧、ソムニード)と協働で2012年にNPO法人まちづくりスポットを立ち上げ、商業施設内に「まちの交流スペース」を設置し、奮闘中。

竹内 ゆみ子氏

NPO法人まちづくりスポット 共同代表理事

NPO法人ムラのミライの設立当初から20数年間にわたり活動に参加。デザイン技術を活かして編集、海外活動の広報活動に従事、その後国内事業を担う。飛騨地域を現場とし国内外のNGO研修プログラムを開発、人材育成事業を担う。国際協力活動と国内の地域作り活動の共通点を探り、共に課題を解決する仲間のネットワークづくりを展開。2011年に大和リース(株)の森内氏と出会い、NPO法人まちづくりスポットを立ち上げる。2017年4月サテライトとしてまちスポとやまを開設。

第3部 名刺交換会

(16:15~16:55)

<進行役> 松浦 史典氏

NPO法人 ホープ・インターナショナル
開発機構 ファンドレイザー
名古屋NGOセンター理事



大和リース株式会社

大和リース株式会社は大和ハウスグループの中核企業として、建築、土地活用や商業施設の開発・運営、都市緑化、福祉や農業、ロボットの分野まで多岐にわたる事業を行っています。全国152か所*で展開する複合商業施設においては、地域・社会貢献につながるさまざまな活動を実施。また、現在7か所に地元NPOとの協働による「まちづくりスポット」を設置し、地域の課題解決、コミュニティの活性化やにぎわいの創出に貢献しています。

※2017年10月1日現在

NPO法人 まちづくりスポット

「まちづくりスポット(略称:まちスポ)」とは、認定NPO法人ムラのミライと大和リース株式会社が協働で設立したNPO法人で、あなたの「やりたい」「やってみたい」の実現をお手伝いする中間支援組織です。飛騨高山を拠点に飛騨地域のまちづくり活動を行っています。人・企業・行政といった枠にとらわれない、異なる活動をしている方々を繋げ、新しい活動形態を生み出しています。



第1回シンポジウム
(2017.1月開催)

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/plf/>

お申し込み方法

★受付期間

2018年1月31日(水) 17:00まで

※先着順。定員になり次第、締め切らせて頂きます。

★ホームページの場合

名古屋NGOセンターウェブ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下さい。



●会場

ウィルあいち 2F 特別会議室

愛知県名古屋市中区上野村町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

このシンポジウムは、「JICSNGO支援事業」より助成を頂いて実施します。

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



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丁目3番地 YWCAビル7階

TEL&FAX 052-228-8109 (火~土曜 13~17時)

E-mail : info@nangoc.org <http://www.nangoc.org>
