

今なぜ企業等の社会貢献活動に注目するのか

【企業の意識・取り組みの深化・多様化】

「CSR元年※」と呼ばれる平成15年以降、企業の多くは社内体制の整備など、社会貢献への取り組みを強化しています。企業の社会的責任(CSR)の一環として社会貢献活動の位置付けは浸透し、各企業では地域社会を構成する一員という認識に立って積極的な活動が展開されています。

※企業の不祥事が頻発し、企業の社会的責任を問う声が高まるなか、2003年に経済同友会が発刊する『企業白書』でCSR経営のあるべき姿を提唱し、それをきっかけに日本でCSRが注目されるようになりました

＝日本経団連「2007年度 社会貢献活動実績調査」の調査結果から＝

※1991年から毎年、会員企業と1%クラブ法人会員を対象に実施

業績により毎年の変動はあるものの、社会貢献活動は引き続き活発に行われており、その手法も資金のほか、現物寄付、施設開放、従業員派遣等、多様性が高まっている。また、NPOとの協働を含む独自プログラムへの支出が増加している。

【社会的課題の多様化・複雑化】

少子高齢化の進展、人口の都市部への集中、ライフスタイルや就労環境等の変化等に伴い、高齢者・障害者の介護・福祉、子育て、教育、まちづくり・地域おこし、環境保全、貧困問題、防災など、さまざまな社会的課題が顕在化してきています。

これらの多様化・複雑化した課題をもはや行政のみで解決することは難しく、住民一人ひとり、地域団体、ボランティアグループ・団体、NPO/NGOに加え、人材、技術、設備、ノウハウ、情報など、長年にわたり蓄積された資源を持つ企業等との連携は不可欠になっています。

企業等の社会貢献活動との協働を推進するための課題

このような潮流のなか、企業等との協働を推進するために課題もあります。

【企業等への普及啓発が重要】

昨今、企業の社会貢献活動への関心や取り組み意欲は高まり、企業から「社会貢献をしたいが、具体的に何をしたらよいか」といった専門機関への相談が増えています。また、CSRへの支援策として企業は行政等からの情報提供を求めています。これらの現状を踏まえ、企業等に対して実践事例やノウハウなど多様な情報提供を行うことが重要です。

＝東京商工会議所が企業に実施したアンケート調査の結果から＝

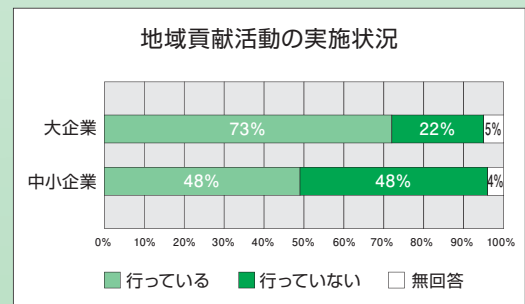
企業がCSRへの支援策として必要性が高いと考える項目に、大企業、中小企業ともに約8割が「官公庁・経済団体等からの情報提供」と回答

【実施企業の拡がりをめざす】

社会貢献活動はこれまで大企業が中心で推進してきたといわれますが、兵庫県の状況を見ても、やはり大企業の方が実施している割合が高くなっています。本県ではほとんどの企業が中小企業であることを考えると、今後、とりわけ中小企業の取り組みを促進する必要があります。

【活動しやすい支援のしくみづくり】

世界的な経済不況下で厳しい事業経営を余儀なくされるなか、企業が社会貢献活動をしやすい支援のしくみを検討する必要があります。



※「県内企業活動アンケート調査」より
(県内に本社を有する企業1,035社に実施、有効回答数303社(構成割合:大企業24.1%、中小企業70.6%))

県の支援策

企業の社会貢献活動を促進するために、県では、企業団体・労組団体等のネットワークを生かし、地域密着型の社会貢献活動を行う県内企業を発掘し、その活動内容を広く県民に知らせます。また、社会貢献活動を実施する、あるいは関心のある企業、NPO、学識者、支援機関等が現状・課題・今後の促進方策について情報や意見を交換する機会の創出等に取り組んでいます。

新たな動き

企業の社会貢献活動が進む一方、NPOや企業等では社会的課題を解決するための新たな活動もみられます。

国内では

《ソーシャルビジネスへの期待》



少子高齢化や環境などさまざまな社会的課題が顕在化する中、そうした課題をビジネスとして事業性を確保しながら自ら解決しようとする活動（ソーシャルビジネス）が注目されつつあります。

ソーシャルビジネスは、社会的・地域的課題を解決するビジネスとして、また、地域における安定的かつ継続的な雇用創出の受け皿として、地域社会で果たす役割が大きく期待されています。国では、今後、ソーシャルビジネスを地域及び社会・経済全体の活性化を担う事業主体ととらえ積極的に支援していこうとしています。

☞ ソーシャルビジネスとは

町おこし・村おこし、少子高齢化、環境、貧困問題といった社会的課題をビジネスとして事業性を確保しながら自ら解決しようとする活動のこと

☞ ソーシャルビジネスの現状

- ※主な対象事業分野：地域活性化、福祉、教育、環境など地域の生活・社会に密着した分野
(今後)安全・安心に関する取り組み等を期待
- ※組織形態：NPO法人(約半数)、営利法人(株式会社・有限会社)(約2割)
- ※市場規模(推計)：日本の市場規模約2,400億円、事業者数約8千、雇用規模約3.2万人

☞ ソーシャルビジネスの課題

ソーシャルビジネスが直面する課題は多岐にわたっており、ソーシャルビジネス事業者単体ではなく、行政(国・自治体)、企業、商工団体、経済団体、中間支援機関、金融機関、大学、住民等、セクターを超えた幅広い支援主体と連携しつつ事業を推進していくことが求められています。

県内では

若者の社会起業への チャレンジを応援する《NPO法人^{エッジ}edge》

既に社会起業家として活躍している人や社会起業家を支援する仕事をしている京都府、大阪府、兵庫県の人たちが集まって、若者たちに社会起業家へとつながるきっかけやチャンスを提供したいとビジネスプランコンペを開催しています。

このコンペは通常のコンペとは異なり、プランの完成度や実現性を高める機会を提供します。その過程を通して、起業家や起業家を支援するサポーターとのネットワークや社会起業に挑むプレイヤーとの出会いの機会づくりをします。また、プランの評価だけでなく、実際にプランが実現するまでを応援します。

起業後の事業展開を支援する助成制度を持っている関西の自治体も後援しており、平成22年3月には兵庫県で「edge2010」を開催する予定となっています。



県内の企業等の取り組み事例

地域密着型の活動を中心に、活動の理念や取り組み状況をまとめました。

【兵庫ナカバヤシ(株)】

本のお医者さんで修理のお手伝い

〔事業概要〕ナカバヤシ(株)のグループ企業、図書館製本部門を担当(学術雑誌や論文等の製本、古文書等の修理・修復、蔵書の整備支援)



ホームページ <http://www.nakabayashi.co.jp>

主な活動

📖学術・文化・芸術の振興

【活動のポイント】

- ☆自分たちだからこそできる活動
「本のお医者さん」で修理のお手伝い
- ☆地域の人と顔の見えるつきあい

- ワークショップを開催し、本の修理方法を指導
(対象)親子、図書館で働く人、図書ボランティアなど
参加者のニーズに応じた柔軟な内容・形式のワークショップ
点から面への活動の広がりをめざす
本を大切に思う心と、人から人への技術の伝承を重視
- 地域住民と一緒にいる清掃活動等

【(株)ミキホーム】

木材でまちを元気にする

〔事業概要〕国産材にこだわった、代々受け継がれる家づくり



ホームページ <http://www.miki-home.co.jp>

主な活動

👶子どもの健全育成

【活動のポイント】

- ☆地域の人材が木に触れ、
その良さを感ぜられる場の確保
- ☆子どもを喜ばせたい、笑顔を見たい

- 夏休み親子木工教室の開催
- 自然木を使った遊具の製作と展示
すべり台、トンネル等
- 小学校の社会見学の受け入れ

【(有)エムアンドティ企画】

企業のノウハウを生かした自立支援

〔事業概要〕パソコン教室、システム開発、企業内セミナー、ITコンサルタントなどビジネススクールを経営



ホームページ <http://www.paso-school.jp>

主な活動

👤職業能力の開発・雇用機会の拡充 👤福祉の増進

【活動のポイント】

- ☆障害者らの自立した生活と社会参加を支援
- ☆近所の人が集うサロンづくり

- 障害者・高齢者へのパソコン指導
スキルアップによる在宅ワークの実現
- 焼きたてパンの製造・販売
在宅ワーカー社員がパン専属スタッフに
外出が難しいデイサービスやグループホーム、学校等へ
訪問販売
- 社屋内に地域の人との交流サロンを設置
誰でも作品を展示できるレンタルボックスの設置、講座
の開催等

【(株)ウィル】 介助犬の支援活動

【事業概要】阪神・北摂地域での不動産物件の売買・賃貸の仲介、賃貸管理、リフォーム、開発分譲など



ホームページ <http://www.wills.co.jp>

主な
活動

福祉の増進

【活動のポイント】

- ☆本業以外で地域に恩返しをしたい
- ☆社員総参加
- ☆すでにあるものにちょっとした工夫をする

○介助犬の広報活動支援

社屋の2階正面に介助犬の紹介コーナーの設置
同社発行の広告物への介助犬のイラストの掲載

○日本介助犬協会、毎日新聞大阪社会事業団「シンシア基金」等への寄託

社員・取引先から出された品物を販売するフリーマーケットの売り上げ金

各拠点に設置した募金箱に寄せられた募金

○介助犬グッズの販売

○介助犬使用者宅への訪問

【(有)夢前夢工房】 農業を通じた地域づくり

【事業概要】無農薬農産物の生産・加工・販売、無農薬資材の販売、農業研修、料理講習会



ホームページ <http://www.yumekoubou.com>

主な
活動

経済活動の活性化

まちづくりの推進

【活動のポイント】

- ☆環境創造型農業の研究と実践
新規就農研修施設「夢工房」
- ☆商農連携による商品開発「夢そば」
古代米を活用したロールケーキ「姫路おでんケーキ」
- ☆農業を通じた生きがいと交流の場づくり
高齢者が野菜や米を生産する「生きがい農園」
収穫した農産物の販売と地域の集いの場である「青空市場「夢」」

○地域と協働で子どもを対象にした農業体験教室

地元小学校の授業として「畑の学校」「田んぼの学校」
生産したい農産物から収穫祭まで子どもが自主企画

○「一校区一家族の会」

自治会・婦人会・消防団・学校・農家・市が子どもを応援

○田宴アートの製作

J A・地元自治会・県立大学・青年会議所・神姫バス・
神戸新聞社・県・市等で実行委員会を組織

【P&Gジャパン(株)】

小学生向け環境教育プログラムの実施

【主な事業活動】洗濯洗剤関連製品・紙製品・医薬部外品・化粧品・食品などの研究開発、販売、輸出入



ホームページ <http://jp.pg.com>

主な
活動

環境の保全

【活動のポイント】

- ☆サステナビリティ教育活動の推進
- ☆産官学の連携による、より広い範囲での
当社の知識・経験の社会への還元

*サステナビリティとは持続可能な社会を指しています

○「P&G 水と生活の環境教室」

兵庫県の環境教育推進に協力

県下の小学3～6年生の社会・理科、5・6年生の家庭科の授業の一環として実施

社員ボランティアが兵庫県下の小学校に無償で訪問

○水環境保全活動

家庭での節水や排水の環境安全性の確保等

【(株)ローソン】

地域の役に立つ存在をめざす

〔主な事業活動〕コンビニエンスストア「ローソン」のフランチャイズチェーン展開



ホームページ <http://www.lawson.co.jp/>

🍃経済活動の活性化
🍃環境の保全

🍃災害救援
🍃福祉の増進

【活動のポイント】

☆県との「連携と協力に関する協定」の締結
緊密な相互連携と協働により地域のさまざまな課題に取り組み、住民へのサービスの向上と地域の活性化を図る

（ 地域の安全・安心 小規模集落の活性化
高齢者・障害者支援 青少年の健全育成
など11項目を順次実施 ）

主な活動

- 緑化貢献事業 植樹、間伐など森林整備
- 災害発生時の対応（自治体と協定）
物資の供給、帰宅が困難な人の支援
- ケータイ運動 ケータイバッグ、ケータイお箸
- CO₂オフセット運動

【スマイル阪神】

都市部で初の大規模な農産物直売所

〔事業概要〕阪神間の農産物の直売、農産物加工品の販売など



ホームページ http://www.city.itami.lg.jp/home/TOSHISOZO/NOSEI/_10428.html

🍃経済活動の活性化

🍃環境の保全

【活動のポイント】

☆都市農業の推進

都市農業が担うさまざまな役割を消費者に発信

☆地元農産物による地産地消の推進

生産者が消費者に地場農産物を提供する場を常設

主な活動

- 地場農産物を使った料理講習会や試食会の開催
野菜ソムリエを講師に
- 食育の推進 いずみ会を講師に
- 農業情報発信、営農支援機能の整備
JA兵庫六甲、伊丹市、県の連携による

県との各種協定の締結等に基づく企業の取り組み

県ではさまざまな社会的課題の解決にあたって、趣旨に賛同いただく企業等と各種協定を結び、協働による取り組みを進めています。



「企業の森づくり活動への取組に関する協定」の締結

県が推進する「新ひょうごの森づくり」の趣旨に賛同する企業・団体と、地域住民、行政等とが協定を締結し、森林の保全・整備活動の取り組みを進めています。

4社（生活協同組合コープこうべ、(株)東芝、コカ・コーラウエスト(株)、川崎重工業(株)）現在2社と協議中
(H21年度9月末現在)

これ以外にも、企業の参画手法の一つとして、商品売上の一部等を「緑の募金」に寄付し、森づくり活動を支援する取り組みも広がっています。

アサヒビール(株): 缶ビール1本につき1円の寄付
兵庫トヨタグループ: プリウスの試乗1kmにつき5円の寄付 など





「兵庫県子育て応援協定」の締結

連合兵庫・県経営者協会・県の三者は、少子対策・子育て支援に民間・行政が一体となって取り組むため、「仕事と生活の調和と子育て支援に関する三者合意」を締結しています。この合意に基づいて、各企業・団体と子育て応援協定を結び、地域の子育て家庭への応援や社員の子育てと仕事の両立支援をすすめています。

498社15団体(コープこうべ、P&G(株)、兵庫県商工会連合会など) (H21年度9月末現在)



「男女共同参画社会づくり協定」の締結

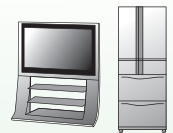
「仕事と家庭、地域活動の両立に向けた職場環境づくり」「女性の活躍支援」「セクシュアル・ハラスメントの防止」など、男女共同参画社会づくりへ向けた事業者の取り組みをすすめるため、積極的に取り組む事業者と県が協定を締結しています。

396社2団体(モロゾフ(株)、(株)ロックフィールド、小泉製麻(株)など) (H21年度9月末現在)



「省エネ製品等普及促進に関する家電量販店や業界団体との協定」の締結

温室効果ガス排出量の削減を図る取り組みとして、省エネ機器の導入による削減効果が大きいため、家電量販店等と県との間で協定を締結し、家庭への省エネ家電の導入を促進しています。



9社・団体(兵庫県電機商業組合など2団体、家電量販店7社) (H21年度9月末現在)

県内企業等の社会貢献活動をさらに推進するために

社会貢献活動の教科書があるわけではなく各企業が考えて試行錯誤でやっていく大変さがあるなかで、さまざまな業種の企業が専門性を生かし、いろいろな工夫がされています。

また、これらの企業等の社会貢献活動の取り組みには共通する考え方があることがわかりました。これから社会貢献活動を始められる企業や企業等との連携を望んでおられる団体等に参考にしていただくためにポイントやアドバイスをまとめてみました。

〔社会貢献活動を始めようとする企業や企業との連携を望む団体等へのアドバイス等〕

(継続性を重視)

多くの企業が、社会貢献活動を行うにあたって継続してやっていくことが大切だと考えています。大規模な活動を一時的にするよりも、できる範囲から始め、地道な活動を続けていくことに重きを置いています。

(固有性にこだわる)

企業は、“自分たちだからこそできることを”という活動の固有性を重視しています。それは、企業の本業を生かした活動であったり、分野や人材の育成などテーマにこだわった活動であったりさまざまです。

(地域とのつながりを大切にする)

企業は地域社会の構成員としての役割を果たすために、地域住民とのつながりを大切にしたいと考えています。多くの企業が地域が喜ぶ活動をしたい、それが社員の喜びと会社の誇りにつながると考えています。

NPOとのつきあいが地域に根ざした活動のきっかけになった、と企業からNPOのコーディネートを評価する声もありました。

(NPOと協働するなら)

企業は、NPOが何ができるのか、企業との協働がどのような効果をもたらすのか等をNPOから提案があると協働しやすいようです。

また、企業からみるとNPOの情報開示が進むなど透明性が高いと安心して協働でき、また、成果が目に見えるので社内等への説明がしやすいといえます。