

みんなの地域貢献フォーラム 報告書

平成21年3月29日(日) 15:00~18:00

会場：北上市役所5階会議室

参加：64名

○目的

「企業の発展」のためには「地域の発展」が必要で「地域の発展」には「地域の元気」が欠かせない。地域が元気になることで企業は元気になり、企業は発展していくという、相互が発展する社会を実現するための有効な方法である「協働」をテーマに、地域と企業の望ましい関係について考える機会とする。

○内容

1. 企業の地域貢献表彰式

(1) 制度及び認証マークの説明

北上市地域づくり課の佐々木範久より、今回の企業の褒賞制度の説明と認証マークの説明が行われました。

(2) 審査の視点説明

市民会議会長の高橋敏彦より、今回の褒賞制度における審査についての説明を行いました。

北上市協働推進市民会議のメンバー構成ですが、北上市の16地区交流センターから、事務局またはセンター長さん、またそれに近い方にご参加いただいております。また、市民活動団体、産業関係の団体の皆さん、今回は合わせて12名の市民会議の委員で、北上市と一緒に選考させていただきました。

メンバー構成の特徴としまして、今回強く出ましたのが、それぞれの団体、地域の中で、特徴があってニーズが高いものが、高いポイントを得られたという特徴があります。残念ながら、例えば、15年、地道に周辺の掃除をずっとされてきた企業さんでありますとか、長年インターシップを続け

てこられた企業さんなど選考に入らなかった企業さんもございます。次回、またこのような機会がございましたら、そのような地道な活動といった部分にも目を向けなければならないのではと考えております。

それから、アンケート調査の中から、皆さまの活動資料ということでありましたけれど、そのようなアンケートだけでは、皆さまの活動をきちんと知ることができなかったということも今回の反省事項として挙げられます。いずれにしても、市民会議の委員の皆さんは、日頃の企業の貢献活動に対して評価しており、それをなんとか北上市と一緒に表したいという思いで、今回一緒にこの事業をさせていただいたということだけのご理解いただきたいと思います。

(3) 企業の紹介

今回の15社の表彰団体の活動内容をまとめたスライドにより表彰内容の紹介を行いました。

(4) 功績賞の授与

主催者を代表して、伊藤彬北上市長より、15社に対して功績賞の授与が行われました。

<表彰団体>

①岩手スリーエム株式会社 様
『夏休み子供科学実験館』

②岩手ヤクルト販売株式会社北上支店 様
『子ども見守り隊』

③協同組合江釣子ショッピングセンター 様
『あそびの学校』

④株式会社小田島組 様
『IT 活用による道路破損情報提供』

⑤小田島建設株式会社 様
『山林の維持管理活動』

⑥株式会社小原建設 様
『かけっこ体育館』

⑦北上信用金庫 様
『市内7支店における地域貢献活動』

⑧北上ハイテクペーパー株式会社 様
『運動施設の無料開放』

⑨株式会社サトー北上工場 様
『花火大会後の清掃・運動施設の無料開放』

⑩株式会社東北佐竹製作所 様
『見学会「お米の学校」による食育支援』

⑪東北電力株式会社花北営業所 様
『街路灯の寄付』

⑫東北日発株式会社 様
『工場体験学習の開催・交通安全パトロール』

⑬松井建設株式会社 様
『公共施設の除雪』

⑭明治製菓株式会社北上工場 様
『北上マラソンボランティア
・授産施設の活動支援』

⑮ヤマト運輸株式会社岩手主管支店
北上エリア支店 様
『子どもの安全教室』



(5) あいさつ

(北上市長 伊藤 彬)

ただいま、受賞された企業の皆さん、おめでとうございます。そして、ありがとうございます。さまざまな業界誌を拝見したり、いろいろな所で最近のCSR、企業の社会貢献、地域貢献ということを目にする、あるいは目にする機会が多くなりました。いろいろな所で、いろいろな方が素晴らしい事をやっているのだなと思っております。

この地域もきっとたくさんの活動があるはずだ、目につくこともいくつもあるので、これに感謝する機会がどうにかしてできないかと常々、思っております。当時、私の発想は極めて単純でありまして、いい事をやっている方に感謝しようというようなことを若い職員の皆さんと議論したりしております。

先ほど、意義づけをしっかりとして下さいましたが、当時の発想からすると、ずいぶん立派な意義づけをしてくれたと思っております。そして、市だけでなく、市民の皆さんと一緒に、これを表彰する、感謝するということはとてもいいことだというストーリーになりまして、今回の会となりました。ご協力いただいた皆さんに心から感謝を申し上げたいと思っております。

実は、毎年のように企業を訪問して、企業の業績や活動状況等をご懇談させていただく機会があるのですが、その話の最中にもいろいろなことをやっておられるのだなと感じ取っていたしましたし、感謝の念にたえない部分もたくさんございました。

また、「私の会社も、北上に来て 10 年になるのだが、地域のために何をやったらいいのか」というような御質問を受けることがあり、いろいろな議論をさせていただきました。

「やれることというのは、お金をかけなくてもできることはいっぱいありますよね。それは、企業の PR でもいいし、市民の皆さんに喜んでもらうでもいいし、いろんなことをおやりになってはいかがですか。」というようにお話を致してまいりました。

そんな兼ね合いから、いろんな所でいろんなことをおやりになっているのは、承知しておりましたけれど、今回のように募集をさせていただきましたところ、なんとすごい数になりました。私たちが認識している以上に、たくさんの企業、地域の皆さんがおやりになっているのだと改めて認識して、大変ありがたく思っております。

皆さんは、表彰をもらうためにやっているのではなく、「何かやったらいいのではないのか」という社員の意識の表れもあり、自分の住む地域を大事にしようという気持ちからやっているのだと謙虚にお話してくださり、それはまちづくりの視点からも大変ありがたいことだと思っております。

最近の活動は、協働理論ということで各地であります。当時、ややこしい理論付けになりすぎているなど、私は感じておまして、このような感謝の気持ちは単純でいいのではないかとだいぶ議論しましたが、このように理論がきちんとして、ストーリーがないといけないそうでございます。

「私のところはもっともっとやっているのに、他が表彰されて悔しいな。」と思っている方もいらっしゃるようだと言いついて、先ほどのお話のように継続していただき、是非、認証マークをいただければいいと思いますし、このような機会を通しながらもっともっと広がってくればいいな

と思っております。今後ともよろしく願い申し上げます。

そして、協働の理論がますます定着しながら、私たちの住むまちがいつそう素晴らしいまちになるように、大きなきっかけになってほしいと思っております。

それから、マークのご紹介がありましたが、ネットで募集したらものすごい数の応募がございました。これを見て感じたことがございます。ネットで発信したら、日本中いきます。私たちはもっともっと大事な情報を地元伝えることを忘れてはいないだろうか。ネットを使えば、情報が瞬時に日本中にいくように、地域の中にもっと大事な情報を、もっと速やかに伝えること、これをやらなければ足元の大事なことを忘れてしまうということを感じた次第でございます。

そのようなことをヒントにしながら、次なる協働に向かって、どのようなことをやっていけば本当の意味の協働になるのかをもっともっと研究していきたいと思っております。そのようなことを率先しておやりになっていた企業の皆さま、どうぞいろいろなお示唆を我々にもお与えくださいようお願いします。皆さまの活動に心から敬意と感謝を申し上げて挨拶にさせていただきます。本日はありがとうございました。



3. 基調講演

テーマ：

「企業と地域がともに発展する地域貢献活動とは」～企業と地域の共存社会に向けて～

講師：

特定非営利活動法人せんだい・みやぎNPOセンター 代表理事 加藤 哲夫 氏

1. 自己紹介

(1) 自己紹介

「せんだい・みやぎNPOセンター」と申しまして、仙台に拠点を置いて、住民による地域活動の支援をしている組織の代表をしております。北上市には10年にわたって、いろんなかたちでお招きをいただき、JCの勉強会、市職員の研修、地域の自治組織の勉強会など、様々なところでお世話になっています。この地域の皆さんがいろいろな仕組みを作り、かつ勉強されて新しい取り組みをされていることも見させていただきました。本当にすばらしいと思います。

地域の企業の皆さんの地域貢献活動の表彰を受けた企業の皆さん、どれも非常にすばらしく、バラエティーに富んでいておもしろいです。もっとたくさんの応募や推薦があったと思うのですが、このくらいにまとまるだけでも、北上市と、市民と、一緒に頑張っておられる、地元を根を張っている企業の皆さんが、どのような社会イメージをもって努力をされておられるかがとてもよく伝わってきます。

このようにまとまって上手に紹介されるということのなかで、単体の企業としてではなく、地域全体のものとして伝わると、地域の産業立地、まちづくり、まちのブランドに大きなプラスを与えるのではないかとお話を聞いていました。

わたしは仙台で仕事をしながら、あちこちでお話しさせていただく機会が多くて、話の内容の一つに「企業の皆さんと一緒に地域を作りましょう」という取り組みを仙台や各地でお話しさせていただいています。



(2) せんだい・みやぎNPOセンターの ミッション

私たちの団体は、こちらでいうと、いわてNPO-NETサポートのような、地域活動や自治組織の活動を支援することを目的としている組織です。

今まで、こういう組織は十数年前までは日本にあまりありませんでした。それまでは主に行政で、社会福祉協議会、ボランティアセンター、国際交流協会、これらは市役所の中に事務所があったりして、市の人に関わって地域のボランティア活動を支援するというものはありました。概ね、あとは財団などで地域活性化センターというのが県のレベルであって、地域づくりの仕事をしているというのが多かったです。

市民の集まりが、同じ市民活動の支援をする、まちづくりの支援をする、パートナーとして行政や企業を相手にします、こういった組織が日本で出来始めたのが、およそ十数年前です。

NPO法ができる前、というよりむしろ、NPO法を作ろうという運動を私たち市民がして、法律に基づいて、たくさんの市民活動の組織が法人化する、今やナンバーワン法と呼ばれ、数は多いです。そういうものが生まれてくるなかで、われわれのような中間支援組織がまちづくり、地域づくりを団体や市民とともにプロデュースしたりお手伝いしたりする組織が生まれておよそ10年ということです。

30年位、市民活動というものをやってきましたが、もう一方、わたしは企業の経営者であります。今は、市民活動の方が主になっていますが、以前は、様々な市民活動の場に行って「このような会社の社長です」と言うと、変わり者という目で見られたり、不審がられたりというようなことがありました。

しかし、当時から、たくさんの人が地域社会のために汗を流していたのは事実でありますし、今は大きく流れが変わったと実感しています。

(3) 事業の3つの柱

①市民公益活動支援

市民自らが地域社会の課題を解決し、住みやすい地域を作るという能力を高めていくこと。自分の力で地域を治める力をつけていくこと、これを支援する必要がありますし、それが私たちの仕事です。

②自治体の改革支援

私たちから見ると、市民参画・協働型の自治体経営をいろんな自治体で目指していただきたいと思います。

「自治体は市民が参画してつくるもの」、日本ではあまりそういうイメージはありません。「政府」という言葉がありますが、地方政府というと市役所という感じがします。

イギリスの人達に、「ガバメントとは何を指しますか」と問うと、自分たちが選出して、意思決定をする地域議会のことなのですね。議会のことをガバメントといい、議会の席で意思決定をする官僚組織のことをパブリックエージェンシーといいます。つまり、公務員と官僚が政府なのではなく、議会こそが政府なのだと強く思っているということです。

日本は官僚国家です。官僚国家である状態を少し改善しなければならぬ。その大きな転換点がこの市民参画・協働型の自治体経営だと私は思っています。

これを行う自治体の経営改革の支援をします。必要に応じてはコストダウン、効率化、市民の参画が進み、住民ニーズにマッチした参画ができること、これを進めていきます。

もう一つは、市民の活動や地域の自治を阻害するものではなく、支援できる自治体になっていただきたいと思います。今一番、大きく取り組んでいるのが、多賀城市で、自治組織や市民活動の支援に関わる施策作りのお手伝いをさせていただいています。

③企業のソーシャル化支援（地域CSR推進）

地域において、社会貢献だけでなく、もう少し幅広い企業の社会的責任、これの推進を私たちは一緒に考えていきます。

なぜかという、従来の社会組織の中で、企業というものは新しい商品を開発し、我々の生活を豊かにした側面と同時に、様々な問題点も作りだしてきた側面もあります。

これを是正しながら、持続可能な経済活動を作っていくことが、地球環境全体からいっても必要な時代であります。

個々の企業が個別の責任でやろうといっても難しいので、一緒に考えましょう、一緒にまちづくりをしましょうという観点で進めさせていただいています。このような組織です。だいたい10年位の歴史で、私たちの組織の半分～2/3くらいを自治体の市民活動の施設の管理運営の仕事をしています。

先ほど、指定管理の体育館で「かけっこ体育館」をやっているというお話がありました。有料で貸出している体育館を週2回午前中だけ無料で貸出しています。話し合いによって、そのような利用がケアできたということだろうと思います。おもしろいですね。

私たちも、市民活動支援の施設の管理運営をこの4月から始めるものも含めると4つになります。財源が1億数千万、職員数が35～40人ぐらいの組織で、ボランティアではなく、これを専門に仕事としてやっています。それ以外に民間の仕事をして、企業との連携をしています。

2. サポート資源提供システム

「みんなファンド」

企業との関係で特筆すべきことをご紹介します。サポート資源提供システム、「みんなファンド」という地域ファンドを仙台で運用しています。企業や市民からいろいろな資源を集めて、NPOの団体に提供するというをやっています。物品というのは、椅子や机やロッカー、ホワイトボードなど什器備品類です。

通常だと、それらはお金を払って廃棄物の処分をしますので、企業としても相当なお金を使っかつ処分してしまうのですが、私たちの仕組みでは、色々な団体でそういった物品を必要としているので、そちらが出かけて行って取りに行くという仕組みでやっています。

現在までの運用は、のべ3000～3500点ぐらいです。パソコンは300台位です。

これはソフトウェア関係の社団法人で、宮城県情報サービス産業協会さんという130社くらいお入りになっている社団法人があるのですが、こちらから提供いただきました。

ちなみに、この前、社団法人・財団法人の法律が変わったのをご存知ですか。公益法人改革で、民法34条にあった「公益法人を作るのは主務官庁のもとで許可制限する」という条文がなくなり、役所のコントロールをやめますという法律にかわりました。明治以来110年振りに国の法律が変わり、自由に法人がつくれるというふうに制度が去年の12月1日から変わりました。従来の社団法人も公益認定を目指すか、それとも全部課税される自営法人にもどるかということが、あと5年以内に問われるといった状態になりました。

社団法人とは業界団体なので、もともと社会貢献をしなければ存在意義がないと顕著に言われています。

今回のケースにおいても、何かしたいのですが、というお話をいただいて、本業であるパソコン関係をクリーニングして、あまり古くなったものではなく1~2年で早めに出していただいて、リフォームして団体に提供させていただいています。また、現金を各所から寄付で集めて、それを助成金というプログラムに変えて、およそ3500万です。

6年半で総額5200万、今年の3月までで7年半になるので、およそ6000万です。それから、一番の自慢ですが、土地7500坪ほどです。白石市の温泉のすぐ上に、2.5ヘクタールの雑木林があるのですが、土地を所有している方が、公共の役に立ててくれということで、環境保全で植林、子供の環境教育をしている団体さんに無料で2.5ヘクタールを差し上げました。

その団体さんはそこを拠点として活動なさっています。これは、たくさんの企業さんとの話し合いの中でつくった仕組みなのです。

今日は、東北電力さんとかヤマト運輸さんもいらしていますが、東北電力さんとかヤマト運輸さんにもこのしくみ作りにご参画いただきました。

3. 民間システムの利点

行政と企業が協働するというのはなかなか難しいです。業者として、いろいろ利害関係がありま

すし、市が特定の企業を「あそこはいいことをした」というのは立場上、言いにくいのです。ですが、NPOというのは民間なので、民間と民間の組み合わせというのは、色々なことをやりやすいです。行政も介入している場合もありますが、われわれは完全な民間システムでこれを実現しています。その方が動きやすいところは動きやすいです。

4. 個人としてのNPO活動とミッション

私個人は小さな企業の経営者です。色々な市民活動をしているなかで、市民活動の中には、残念ながら、この社会の矛盾の結果の後始末のようなこともあります。

例えば、ホームレスの救援活動は、なぜホームレスができるのかという構造は変わらないで、一生懸命ホームレスを救援していても、やっている側はだんだん苦しくなってきます。社会の仕組みが大きく変わってほしいな、市民の声が社会に反映してほしいなと考えます。93年頃にそういう活動をして、私の周りでたくさん人が死んだんですね。それがあって、耐えられないなと思い、社会の仕組みを変える方に方針を変えました。その結果、今の支援組織と法律を作る運動をやりだしたと考えていただくと思います。

一番のポイントは、市民の意思が反映する社会であり、市民が市民を見捨てない社会をつくりたいということです。こういうことはごく最近の世界・日本の世情をみていただくと、共感いただけるのではないかなと思います。わたしとしては、これは15年前にたてた志なのです。それをこれまでやってきて、「社会は変わったのか」と言われたら、「変わりましたね。」と答えます。良い方へも悪い方へも変わりました。何がよくて何が悪い一概には言えないですが、大きな変化が起きている最中に我々はいるといことです。

私個人としては、センターの経営以下プロフィールに書かれているような仕事を毎日しながら、あちこちでみなさんと話をさせていただいています。岩手県住田町の集落で、「しもあります」という地域の公民館で、集落の皆さんが地域づくりをする支援ということで、去年6~7回行っていました。そういった地域づくりの支援もしています。

5. 社会貢献・地域貢献の事例

A. 4月のクリスマス in サンフランシスコ

(1) 事業の内容

93年位に、アメリカにNPOのことで行ったことがあります。そこで、向こうのNPOの力に感動して帰ってきました。99年にもう一度、5月の連休で2週間ほど、アメリカ東海岸から西海岸まで、40近いNPOを毎日たずねて歩く旅をしました。

いろいろなNPOに話を聞いて歩き、最後、サンフランシスコに行きました。「4月のクリスマス」というのは団体名で、4月の最終の日曜日にクリスマスが来るよという名前の団体です。大きな倉庫の一角が事務所で、専従のスタッフが4名くらいの団体です。

小さいけれど、ここではなかなかおもしろいことをやっています。アメリカ人はDIY文化があり、何でも直してしまう、そういうことが好きな人が多いらしいのです。貧困家庭で、住宅がボロボロだけど直せないといった人たち、例えば、年収1万ドル以下とか8000ドル以下という基準があるのですが、その基準以下の人で申請すれば、4月の最終の日曜日に家を直してあげますというのです。4月の最後の日曜日、60~70件直すといえます。

(2) 事業の仕組み

しかも、そこには役所のお金は1銭も使っていません。どうするかというと、1件につき1社、スポンサー企業がつきます。30~40万お金を出し、30人くらいの職員のチームを作って送り込みます。つまり、職員のボランティア活動で、そこに会社がお金をつけるということです。当日、そこに行くと、看板が建っていて「〇〇会社がこの家の改修を今日はスポンサーしています」と大きく書いてあります。しかも、専門家の建築士やコーディネーターが事前にその家を訪問して、どこをどう改修したいのか図面を書いて、材料を買いそろえて、その日、用意しておくのです。そのコーディネートと材料費が30万から使われるわけです。それを、60~70件というのは、なかなかすごいことですし、さらには、公共施設、集会場や地区交流センターのようなものも、皆で

つくったけれどお金がないから直らないというような所も直すようです。

1日がかりの作業が終わると、5000人ぐらいのボランティアみんなで、サンフランシスコの海辺の海岸に集まって、大バーベキュー大会をやるそうです。お肉、コーラを提供する企業があり、全て、企業がスポンサーについて応援をします。企業のロゴと4月のクリスマスと書かれたTシャツを着て、みんなやるのですが、そういうものをきちんと提供して、みんな満足して家に帰るといわけです。かなり巨大なキャンペーンです。これをたった4人のNPOの方がやっていらっしゃいます。

今は、クリスマスという名前、貧しい人達がキリスト教でないことが多いこともあって、名前を変えたいらしいのですが、活動は継続しています。

(3) 地域貢献のシステム・必要性

これは日本ではあまりないタイプの活動なんですね。申請して支援を受けるというのは、貧しいということの証明になるわけです。だから、日本の社会では今まではやりにくかったと思うのですが、これからはひょっとするとこういう活動が出てくるかもしれません。

ここでお伝えしたいのは、なんとかして企業と手を組んでまちづくりを広げたいなど当時から思っていたのですが、NPOの方に「どうして企業の方がお金付き、従業員付きで集まってくるのですか?」「どういう営業をして企業を集めているのですか?」と聞いたところ、

代表の方に「向こうから来るんですよ」と言われました。企業のほうから頼みに来るといいます。

そのNPOではなく、他が調査したデータなのですが、当時、アメリカは景気が良く、景気が良い時代に特にそうなのですが、企業で働いている人がキャリアアップのためにどんどん移らいていく。いい人材ほどいなくなるということなのです。ところが、会社が社員にボランティアプログラムを提供して一緒にやっている会社は、全くやらない企業と比較すると、2倍以上定着して働くというデータがあります。だから、会社は社員を引きとめなくてはならないので、一生懸命お金を出してでも、ボランティアプログラムの相談に

NPOに来るのですということでした。

それを聞いて、はあー、なるほどとびっくりしました。日本ではそうはならないよと驚いたのですが、最近、その空気が日本にも出てきました。10年前、サンフランシスコでわたしは驚いたのですが、今の日本では少しずつですがそういう空気が育ってきたという感じを受けます。もちろん、この大不況でかなり労働環境と就労環境が変わりましたので、ある意味、人がたくさんあふれる時代になりますから、ある意味で、企業は安くいい人をとれるという可能性は一部ではないことはないです。

しかし、使い捨てのような人材の扱いをする企業では、忠誠心を置かない人がたくさん増えています。従って、告発やいろんな形で不祥事が出たりします。一生一緒だよと言われていたら出なかったはずですが。企業の不祥事がたくさん出るような社会では、企業が共同体、家族として一生面倒みますという時代が終わってしまったということが大きく影響しています。企業が社員にひどいことをしていると、あつという間にしっぺ返しをくらうということです。

B. (株)アートシステム in 社員の会話

(1) 取り組みの内容

この企業は仙台でIT関係のソフトウェア開発の仕事をしている従業員が60人くらいの企業で、私たちがお付き合いしている企業のなかの1社です。そういう意味でどこにでもある企業です。それなりに成功されている企業で、特殊な技術や才能があってある分野で成長しているという中小企業では一番いい例です。こちらの会長さんや社長さんとお知り合いになって、先ほどのサポート資源提供システムをつくるというのをやらせていただきました。

そのときに、この会社の人達がかかわっていくのに、協賛金をいただいたりして仕組みをつくっているのですが、それ以外に会長さん、社長さんが社員に「NPOでこういった活動をしているから、社会に貢献したらどうだ？」というように呼びかけて、一口1000円の寄付をボーナスのたびに全員から集めるという風に今なっています。始めてからもう5年位になります。60人なので6万円です。それに社長さんのポケットマネー1

万円を足して7万円です。会社のお金ではなく、すべて従業員のお金です。強制といえば強制なのかもしれませんが、自発的にやりましょうといったら、全部出すとなったので、かなり自発的だと言っておられました。7万円を年に2回で、14万円をこの企業さんからいただいています。14万円はせんだい・みやぎNPOセンターがもらうのではなく、ファンドに入れて地域の支援に使わせていただいています。

(2) 取り組みを知っていただく工夫

年に1度だけ、私が社員の朝のミーティングに行って、10~15分間なんですけど、昨年いただいた14万円は、こういう団体のこういう活動に使われました、この団体からこういうメッセージをいただいてきております、とご紹介したり、実際に団体の方を1人連れてきて、直接知ってもらい、普段知ることのないような情報をお届けしたりします。

その報告書を、入口の掲示板に貼ってくれたりします。「これだけしてもらっていて、もっと何かしないと申し訳ないな」と考えたのですが、ある時、おじゃました時に、会長さんがこのようなことをおっしゃっていました。

(3) 関わることへのプライド

社員が他の会社の社員とご飯を食べている時の会話を耳にしたとき、自分の所の社員が他の会社の社員に「みんなファンドという仕組みがあって、地域のNPOに支援するために、ぼくたちは1000円ずつ出して、この前はこういう団体にこういうお金が行ったんだよ」と、とっても自慢そうにお話しされていたということなのです。

そういうところまでは、我々はなかなか思いつかないのですが、ほんとうにかすかな関わりなのですが、働いていらっしゃる方はそこである種の誇りやプライドを感じているということです。それを聞いて、良かったなあとは私は思いました。こういう感覚、社員が納得満足して仕事をする大きな要因の一つであり、10年前のサンフランシスコで当たり前だったものが、今、日本の社会のごく普通の働く人々の意識の中でかなり当たり前になりつつありますよということです。お金の有る無しではなく、地域と人々の結び付きであっ

たり、なぜ仕事をするのかという意味であったり、そういうものを求めているのが、より深くなったという側面があります。なので、こういうことが見えないところであちこちで起きているかもしれないと、経営者の方は考えていただきたいと思います。

その従業員の期待にどうこたえるか、なかなか育たない、すぐに辞める、そういう時代に入ってしまったこの世の中で、よりよい地域とよりよい企業を作っていくためには、やはり考え方を拓げていかなければいけないということです。

今日、発表、表彰いただいた方々も、とても若い世代の方が多かったです。こういうことは、非常に未来に期待が持てると思います。この地域自体がですね。そういう方同士が交流することで、こういった会話があちこちで行われるようになります。恥ずかしいとかばかばかしいとか言わずに、まっとうなことをまっとうに言って、「そうですね、当然ですよね」という風に評価されるような社会を作らないと、と思います。



6. CSRの意味とは

(1) CSRとは

地域貢献、社会貢献といったとき、みなさんのイメージはいろいろバラエティーに富んでいると思います。今日、ご発表いただいたものをみると、私がこんな問いかけをしなくても全然大丈夫なのではないかなと思います。今までは圧倒的に奉仕活動とか特別な人達がするもの、社長の道楽なんて言われ、やっていることをなかなか言いにくいし、言う必要もないと考える人が多かったように思います。

だけど、このところ、空気が変わってきています。社会奉仕しなきゃという、どうしても大変

そうな感じがしますが、しかし、大きく世の中の流れがここ4～5年で変わってきたその一つが、CSRという言葉です。

Corporate Social Responsibility の略語で、Responsibility というのはある種、応答責任という言い方をしまして、呼びかけられたこと、問いかけられたことに正しく応える責任という意味です。

ですから、CSR とは、企業や法人の社会的な応答責任、社会から求められていることに応える責任ということです。これは問い合わせに答えるという意味ではなく、もう少し深い意味が存在します。

それは、企業の社会におけるすべての責任を指します。このように言われると、面倒くさそうだなというイメージがあるかもしれません。環境、安全、従業員、あるいは先々にもっといろんなことが関わってきます。

このようなことが大きく話題になってきたのは、まさにこの5年位です。実は今、自治体職員の研修をしていますが、CSR という言葉を知っていたかを聞くと、知っている方はほとんどいらっしゃいません。おそらく行政の方は、企業の世界に疎いんだということだろうと思います。それはまずいんですよ。というのは、地域経営の視点から申しましても、地域が他地域から評価をされて、いろんな企業とつながっていくためには、このCSRを行政の人もわかり尽くすということが重要です。そうしないとそういうことの評価がされないということなんです。

簡単に言ってしまうと、企業というものがこの世界に存在しているのですから、利益を出せば、法律さえ守っていれば、全てのことは免罪されるというものではないという考え方です。法律を守ろうというのは、Compliance といいます。例えば、赤福さんなどの賞味期限改ざんなどは、少なくとも自ら決めた規範や法令を守っていないのでかなり批判されました。当たり前です。ところが CSR はその責任の範囲が広く、法令を守っているだけではだめですということです。人間がこの社会のなかで生きているということは、法律さえ守っていれば何をしてもいいという人間ばかりでは具合が悪くなります。

法律というのは最低限度の道徳であり、それ以

外のこと、人と人が一緒に地域で生きていくための住み習わし、人間関係を維持するためのある種の約束事というのをたくさんつくって、僕たちは生きているわけです。

(2) 企業の責任とは

企業といえども、社会の中に存在するとなると、その部分について考えなければならないということです。

例えば、企業でも環境の基準をクリアして頑張っておみを出さないようにしていますが、けど、どんどん大量のエネルギーを消費するようなことをやっていけば、法律には違反していないけれど、環境の視点から「いかがなものか」という声が社会から届いたときに、どうお答えになりますかということが応答責任です。

ですから、社会の声が上がっていないことについては、できないのです。しかし今、社会の声が高くなってきているので、我々はどうしましょうか、というのが普通になってきたと考えていただくとうわりやすいと思います。

簡単に言ってしまうと、企業活動に関わるみんなの幸せを、自発的かつ持続的に追求することというように、CSRを私は考えています。大事なのは、企業活動に関わるみんなとは誰かということです。幅広い人々に、みんなが幸せになるにはどうしたらいいかということをお自発的かつ持続的に考えてもらうということです。社会貢献というのは、大きなCSR、社会的責任を果たす企業の行動の一部と考えていただきたいし、私たちは入口と考えていただくとうわりやすくなるかなと思っています。

(3) 企業の存在意義と地域

誰のために会社は存在するのかという話です。なぜ、このような議論が大きくなったかというと、アメリカの株主資本主義、大きな企業の株主の利益のために会社がある、また短期的に投資した人に応えなければならないということをお極限まで追求した結果、従業員も会社もどんどん売っ払ってもかまわないという考えが世の中に出てきました。

CSRとはその正反対にある考え方で、むしろそういう極点なものを抑えて、会社は従業員の幸せ

や地域社会の幸せと一緒に成り立つものである、特定の人だけの利益だけ、特に現金利益だけを追求するのは、地域にとって会社にとってマイナスかもしれないという考え方です。

会社は何のためにあるのかというと、地域とは無関係のところでお売している所もありますが、地域社会の方に働いてもらっているとすると、この地域社会が元気でなければいけない。最近、中心商店街のいろんなケースをみていくと、商店街機能がなくなるというと、まちが途端にさびれます。あれは単にものを売っているだけなのかどうかということ。商店主たちは、商店で物を売っているだけでなく、非常に多様な機能を担っていたわけです。

ところが、この形態がだめになると、メンテナンス機能が全部落ちるわけです。それによって、まちがどんどんおかしくなってきました。

巨大なショッピングセンターができることは何かということ、メンテナンス機能は持っていないで、別世界を作って、その中だけを快適にするということになります。やがて、儲からなければ撤退をします。撤退したあとには、お店がなくなって行く先がない、こういったことがしばしば起きています。

地域社会がいきいきとしていると、その上で、お売をする人、活動をする人が成り立ちます。さらに従業員や家族が働いています。今、派遣切りが問題になっていますが、中小企業ですと、家族の問題も含めながら一緒に何とかしていこうという気持ちがある企業が長く伸びていくのだらうと思います。日本は世界で最も老舗の多い国といわれています。何百年単位で続いている企業があるのだそうです。わたしはそれはすごく大事なことだと思っています。対地域の人々、従業員が幸せであること、その上で、物を買っていただいたり、サービスを提供しているお客さまがいます。さらに、株主あるいは経営者がいます、これらどれか一部の利益ではなく、全体の利益を考えていく経営というのが世界の流れに広まってきています。

なぜ、このように広まったかというと、グローバル化、世界の市場が一つになって、日本の企業がインドネシアで何かをつくり、アメリカに売るといったような世界が生まれてしまったその結果、日本の国の法律はクリアしている、あ

るいはその国の法律は表面的にはクリアしているけれど、実際にはまずいことが起きている、国によっては法律が整備されていないというようなこともあるので、基準をクリアするだけではだめで、もっと倫理的でなければならないという声が上がってきたということです。

(4) ジョンソン&ジョンソンの例

ジョンソン&ジョンソンというアメリカの有名な会社があります。その企業は4つの利害関係者の誰の利益を第一にするかということ、会社ではっきり決めています。

第一の利益は、顧客・取引先の利益だというふうに定義しています。第二の利益は、従業員・家族で、第三の利益は、地域社会であり、第四に株主であるというように綱領に書いてあります。

すごいですよね、企業の経営者、株主が四番目であるということ、はっきりと綱領に公言している企業なのです。

実は昔、医薬品に毒を入れたといういたずらや脅迫状が、ジョンソン&ジョンソン宛にあったのですが、そのときに30億を投じて、この企業は真っ先に危機管理室を立ち上げて、社長が前面に出て、お客さまと取引先の利益を守るため、全品回収をしました。ものすごい損をするわけですが、それは、絶対にお客さまと取引先の利益を優先するということが綱領にもっていたからできたのです。もっていないとできません。これが大きなポイントです。

いろんな企業の不祥事は、企業内の人々の利益のことを皆考えているために、起きるものです。皆良かれと思って、努力しているのですが、ジョンソン&ジョンソンは、顧客・取引先の利益を最優先するというのを貫いてきました。そのことによって、株主や社会に高く評価されています。

日本でも、ジョンソン&ジョンソンさんは男女共同推進について、日本企業と一緒に優れた企業として表彰されたりしています。

そういう努力をする企業にいい人が来るし、会社が伸びるという社会を作らないといけないなと思います。正直ものが損をする社会ではなく、まっとうな人が生き残れる社会をどのようにしてつくるかという、ある意味では運動だと思っていただくといいかと思います。

昔から、日本ではそのようなことを言ってきました。近江商人に三方よしという言い方がありません。売り手よし、買い手よし、そして世間よしという言い方をしています。売り手というのが、会社、従業員、株主です。買い手というのがお客さま、そして世間よしというのが、今でいう環境、社会です。こういう流れになっています。我々の仕事もこういう人々の利害関係のなかで、良い仕事をしようと努力をしていくものだと思っています。



7. 企業の地域貢献活動と褒賞制度の意義

地域貢献はCSRへの第1歩だと書きましたが、今日、発表していただいた事例は十分に、CSRの事例として全国にご紹介可能なものばかりです。もっと皆さん、胸を張っていただいて大丈夫です。

そういうことを取り組んでいく、特に今回の、北上市と地域の市民の皆さんが協働のしくみで、地域で頑張る企業を応援するという仕組みは素晴らしいと思います。なぜなら、地域の活力と評価を高めることにつながるからです。

外から見たとき、北上の企業はこういうことを頑張っているんだ、市民もまたそれを評価しているんだということがとてもよくわかるということが大事なのです。

つまり、情報発信が大事なのです。昔の隠匿ではなく、今は、やっていることはきちんと発信していただきたい。情報を正しく作って発信していくことが、必ずや地域ブランドに大きく貢献します。一つ一つの企業の努力とまち全体の努力、それから市民がそれを評価することの三つの歯車がうまく回ると地域が良くなります。

例えば、仙台では、企業誘致のお話のなかで相当、重視されている項目の一つが、働く人たちの

地域における子育て環境、つまり工場で働く若い人たちが子育てしやすい、サポートがある自治体かどうかということが、企業の立地の大きな選択理由となっています。そうでないと、働く人が来てくれないという選択なのです。

そのことを考えたときにも、地域の子育て環境は誰がつくるのですか、役所だけではどうにもならない時代に、例えば、先ほどご発表いただいた「かけっこ体育館」のように、工夫によって子育て支援のいい環境ができていきます。

一つではだめなのですが、いろんな所でいろんなものが当たり前前に起きている社会になります。ですから、公共的な空間やサービスを役所だけでなく、企業や市民が自らつくっていくことが、より多くの企業が近くに来たり、一緒に働ける人材が増えたり、そういうことに結びついていくと思います。

そのためにも、この制度は大きな出発点になるのではないかと考えております。これからもっともっと宣伝して売っていただきたいと思ひますし、皆さん話し合っ、受賞された企業さんも一緒に何かできないかなど考えながら、発展させていただいたらいいなと思ひます。おそらく全国が目を見張るようなことがすぐにできてしまうと思ひます。

8. 地域貢献活動での担い手育成

地域貢献活動でもう1つ重要なのが、地域で企業の後継者や担い手を育成する仕組みづくりです。北上市は産業集積でたくさんのえらい先生が来て、いろんなことを長年やってこられました。

(1) 山形県長井県立工業高校の例

山形の長井市というところは、小さな町工場がたくさんあるところで、以前、長井県立工業高校という高校が廃校になりそうになりました。町工場のおやじさん達が集まって、県立工業高校をつぶさないでくれという運動をしました。さらに寄付金を集めて、このお金を使ってくれと出しました。それで、県立工業高校は存続しています。今、どういう関係になっているかという、まさに工業高校ですから、町工場で働く工員さんを養成、たくさんの技術者を作ろうとしているわけです。九十数%以上の卒業生が地元の町工場に就職し

ているということです。

いろんな技術をもった人たちが工場にいるわけですが、そういった人たちにどんどん学校の授業をさせ、学校の先生でできないことを地域の経営者や工員さんが技術者たちを育てていく。

そしてもう一つは、その人達に地域に出てきてもらい、町工場を見てもらう。誇りをもって働いている大人の姿を、高校生に見せる。こういうことが大事なのです。

そういうことを徹底してやってきた結果、九十数%以上が地元に残っています。今は、町工場に仕事来ないという厳しい時代ですが、それなのに、工業高校を出て、誇りをもって地元就職される方がいるというのは素晴らしいことだと思います。それはやはり、皆で考えているからだと思ひます。地域に貢献するというのは実はこういうことは可能なのです。

(2) 事例から見る北上市の担い手育成

北上市で、高校を出た人達がやがて北上に戻ってきて、仕事をしようと思ふような地域をつくる、とか、こういうビジョンを皆さんには持つてほしいと思ひます。これは必ず10年後20年後の北上がどうなるかを決めます。まさに、北上市の展勝地です。大正時代、「北上展勝会」という団体が、桜をたくさん植えたのですが、そのことが、何十年後の市民にもものすごい徳と幸せをもたらしました。

ああいうことを企業の皆さんはやれるということです。関わるということさえ考えられれば、いくらでもやれることはあるということです。

9. 地域貢献の入口とは

(1) 本業を活かした地域貢献

個々の取り組みから地域の取り組みに発展させるということが、今後、入口として期待されます。

本業と従業員、地域のニーズがカギです。地域貢献、社会貢献という、何か役に立つ、まずは掃除かなとか考えてしまうのですが、ヒントは本業にあり。それから従業員にあり。社長の命令ではなく、従業員に考えてもらうということが必要です。従業員こそが、地域住民であります。そして地域のニーズにどのようにして応えるかということなのです。

今日、ご紹介いただいたものを見ますと、岩手スリーエムさんは「夏休み子供科学実験館」、まさに本業の技術、科学に関わりのあることということで、従業員の方がこれをやることで、従業員の満足度の向上につながってくるのではないかと思います。

ヤクルトさんの「子ども見守り隊」も、地域をくまなく回っておられる本業そのものが地域に生きているのではないかと思います。それから、江釣子ショッピングセンターさんは「あそびの学校」をやっておられますが、実は仙台の生協もこれに近いことをNPOと組んでやっています。ですから、買い物に来るお母さんたちが利用しやすい環境で、子育てに関わる場づくりをされているということになるかと思います。小田島組さんの「IT活用による道路破損状況提供」というのは本業そのものの技術とネットワークを活かしています。道路を見る目もあるわけです。

全然関係のない分野で頑張るといえるのは結構大変なことでありますから、皆さんは本業をうまく生かしているなあという感じを受けます。素晴らしいです。北上ハイテクペーパーさんの「運動施設の無料開放」というのは、持っているものの解放ですよ。あるものをいかに生かすかということで、素晴らしいと思います。

(2) ニーズへのアプローチによる地域貢献

もう一つは、地域ニーズです。放課後に子供達が行く所がないとか、子育てでこんなことで困っているというような地域の実情を知れば、できることがわかります。しかもそれは、そんなに本業にダメージを与えたり、大量のお金をつぎ込まなくても、実は企業は出来ることが多いのです。

私たちは市民活動と経営をダブルでやっているのによくわかるのですが、市民活動団体の多くはネットワークと人脈がないのです。その時、地域の企業の経営者さんにご参画いただくと全然違ってきます。そういった人脈を地域活動、社会貢献の分野にすこし使っていただくというのも充分可能です。人を紹介してもらっただけでもものすごい効果を発揮することになります。そういうことをお考えいただくといいと思います。

10. 働くということ

(1) 働くことへの希望（デパートの事例）

仕事について、働く人たちの意識が変わりつつあります。わが社にもたくさんの方の大学、大学院を卒業した若者が応募してきます。何か今の社会の働き方に満足ができない、納得がいかないと思っています。

この間、私の知り合いの息子が20歳ぐらいで、大学3年生で今、一生懸命就職活動をしています。某デパートにインターンシップで、東京に1か月行っていたそうです。そしたら、デパートの売場でお客さまに「財布売場、どこだ」と聞かれたそうで、「10階の奥にございます」とご案内したんだそうです。10分くらいしたら、そのお客さまが血相を変えて降りてきて、財布売場がないと怒ったそうです。実際はあるので、その方は弁解をして、「ご案内します」と言ったら、後ろから売場主任に引きとめられて「ひたすら30分間申し訳ありませんでしたと謝り続けろ」というのですね。お客さまが怒鳴り続けるのを脇で見ているのです。

確かに、マニュアルには怒っていらっしゃるお客さまにはとにかく口答えしてはいけない、まずは感情を沈めなければいけないとありますが、それはあまりに理不尽です。単なる勘違いですから、お待ちくださいと言って10階に聞けばいいだけのお話で、メンツをつぶさないようにご案内するというのが腕の見せ所です。マニュアルには謝り続けろと書いてあり、頭を下げる相手は札束だと教育されています。

今の社会の仕組みでは、実際、その人は怒鳴りまくって、また、そこで物を買っている人は、神様のようなえらい気分になっています。問題は、われわれ商売をしている側がそのようにしてしまったということです。

それを隣で見ていた若者の希望はどうなるのだろうか。仕事をして生きていくということは、この世の中でこういう理不尽をあえて耐え続けることなのか、そこに希望というものがあるのか、仕事というのはこんなものかということをお若者に間接的に教えているのではないかと思います。もちろん、そういうこともあるとは思いますが、希望がないな、悲しいなと私は思います。

(2) 意欲の創出（仙台の事例）

私の職場では仙台市や多賀城の施設の管理をしています。利用者の中にも、今の話のような理不尽な市民がいらっしゃいます。その時は断固として戦え、です。そうすると必ず、市役所にクレームがいきますが、私は従業員が正しいと思えば、事情をきちんと説明して、理不尽なものにはうなずくなどと言っております。

もちろん、感情を逆なですることにはないですが、断固としてお客が間違っている時には間違っているとえ、必ず俺が責任を取る、と従業員には言っています。そうしないと、誇りをもって働きません。これが大事です。

頭を下げる相手は札束だと教育をしている限り、あるいは公務員の方でも、市民が文句を言ってきたら、とにかくやり過ぎせよという人がよくいますが、そうすると働く意欲がなくなってきました。わたしは市の施設で働いていますが、うちの職員にはそういうことをよく考えてもらいたいと思います。

(3) 仕事の意味とは

改めて仕事とは何かという話になりますが、昔は仕事のことを「産す（なす）」といいました。

生すというのは子供を産むということ、ご飯を作るということ、赤ちゃんを世話するということです。そして、お年寄りの世話をすることです。それにはお金が発生しません。生きていくために必要なことをして、現金がまったく発生しない領域というのがこの世にはあるのです。

それを昔の人は「仕事」と呼んでいました。そして現金を稼ぎに行くことを「稼ぎ」という風に言い、分けていました。稼ぎのほう小さい社会、生す「仕事」のほう大きい社会だったのですが、これが現代では、完全に「稼ぎ」一辺倒の社会になっています。

「産す」「仕事」でやっていたもののほとんどをアウトソーシングして、お金で人に頼むか役所に頼むかになりました。

そうすると、「稼ぎの」価値観、稼ぎが世界を覆うことによって我々の仕事の意味がなくなっていくのです。私が言いたいのは、仕事というものを通して、他者と人間関係を結ぶこと、人と人との関係にはかけがえがないということです。

かけがえがないの反対語は、取り換えが可能であるということです。コンビニで働いているお兄さんお姉さんが突然変わっていることはよくありますが、コンビニで働いている人の顔と名前を覚えている人は誰もいません。それはなぜかというと、取り換え可能だからにすぎません。

われわれは自動販売機のように働いている人を扱っていると言っても過言ではありません。だから、コンビニの裏側で従業員さん、店長さんがどんな涙を流しているかなんて誰も考えないで、われわれは便利だねといって買い物をする社会をつくってきました。これが「稼ぎ」一辺倒の社会です。

(4) 「仕事」の意味をつくる

今、CSR、地域貢献、NPO というのは、もう一度稼ぎの世界に仕事の意味を作ろうじゃないかという運動だと思っています。これをちゃんとやらないと、若い人たちが本気で仕事に取り組んでくれませんよ。

みんな、仕事はお金のためだとしか言わないし、人と協力するということが自分が損することだとみんな言っています。

しかし、人と協力する方が得な世界というのは膨大にこの世の中にあります。自分の得のためにも人と協力をし、そうやって社会をつくってきたのですが、それに当てはまらない人を大量につくってきたというのが現実です。

ですから、今我々が企業の方に期待しているのは、社会とかかわり、ビジネスとしている世界の中に、次の世界を切り開かないといけないということです。そのなかで納得のいく労働、納得のいく仕事をもった人々をいかにつくっていくかということが連鎖して初めて地域が豊かになると思います。金さえもらえばいいというスタッフが増えれば増えるほど、残念ながら良い仕事はできないですし、納得のいく社会は来ないのではないかと本当に思います。

1 1. 私と公共をつなぐもの

(1) 小布施のオープンガーデン

長野県の小布施町というところの裏通りに行く、「welcome my garden」このような看板がいくつもかかっています。

ちなみに、この小布施町は人口1万人の町に年間百万人の観光客が来ます。まちづくりの一環としてオープンガーデンをしている家が130件以上あります。観光客がまちを歩いていると見かけるのが、「庭に勝手に入って良いですよ」という看板なんですね。ちょっと信じられませんが。

ガーデニングを一生懸命やってきれいなお庭を作ったら、通りすがりの人にどんどん見てくださいということなのです。観光客は、大きい施設を見たくて町に来るのではないのです。それだけでは、つまらないし二度と来ないわけです。観光客が求めているのは人とのふれあいであり、新しい人と出会いたい、そこで暮らしている人と話したいのです。

それは観光ですらないのです。そういう感覚に、都市の実態は変わってきています。観光を提供している側はそれに合わせて変わっていないと、お客が来ない町になります。

こちらの町が工夫しているのは、町の人ひとりひとりが来た人をおもてなししようという志を持っているということです。それを表現するツールとして、オープンガーデンをやっているのです。通りすがって、家に入ると、私も入りましたが、家の人が出てきてご挨拶したりします。お茶をごちそうしてもらったり、お花の育て方のノウハウを教えてもらったりもします。その後は、球根を送られたり、お礼のはがきを書いたり、まったく新しい人間の交際がここで生まれていきます。

(2) 私と社会がつながることとは

今は、人と人とが交際しなくなった社会、コンビニ社会、自動販売機社会です。われわれは人と付き合っているようで、付き合いの範囲は減っています。そのなかで、新しい人間の付き合いをこれは作っているわけです。

ここで一番、言いたいのは、私をちょっと開くと、**public**「公共」になる。社会とつながることです。私の庭の扉をがっちり閉ざして、誰も入れないでカギをかけていれば、誰もつながらないで、その中で孤独死ができます。だけど毎日、お庭を開いて、通りすがりの人が「ああ、いい朝顔だね」「こんにちは」などとやりとりをしていけば、「おばあちゃん、今日はいないね」と、ドアをノックされます。そういうことなのです。

それは企業も同じです。先ほどの発表で、体育館を貸していらっしゃる企業さんがいましたけど、自分が持っているもので、空いている時間や場所というのは大量にあります。ひょっとしたら、それをご提供したら随分、地域のためになるかもしれないし、社会とつながります。

そういうのは、難しい志とかボランティア精神というのは全くいりません。ちょっと私が持っているものをお使いいただけますかというような精神だけです。それだけでどんどんいろいろなことが地域でできていくと思います。

(3) ボランティアの意味

ボランティアや市民活動のような事をやると、なぜお金にならないことをやるのか、どうしてそんなに社会奉仕したいのかというようなことを言われてしまって、誤解が多いのです。みなさん、ボランティアというと無報酬で社会に奉仕をしたがっている人たちというふうに誤解している人が多いのですが、そのように考えない方がいいですよと私はいつもお話しします。

ボランティアとは、市民による自発的な問題解決行動です。特に、自分を含む地域の問題であるというふうに考えます。

自分が幸せになりたい、自分の従業員が幸せになりたいということと、地域社会が幸せになりたい、会社を反映させたいということを一一致せるということです。

考え方としては、そのために何をしたらいいか考えていくと、従業員が「社長の道楽で、社長がいつも奉仕したがつっているんだよね」というのではなく、暮らしと自分の地域が良くなるということが連動しているということに協力できることがたくさんあるのではないかと考えられます。

地域社会をよくするために、企業市民として何ができるかを地域や社員と共に考え、自発的な問題解決行動を実践しようということです。大事なのは、何ができるかを地域や社員と共に考えましょうということです。これがあるともっともっと変わってくると思います。今でも、皆さん、素晴らしい事をやっていらっしゃるの、これ以上のことをやれというのではないですが、その先にいる人たちと一緒に考えるというのが増えると、もっともっと優れた幅の広いことができるの

ではないかと思えます。

12. 協働での貢献活動の利点

一番は、こういった活動をするときに企業が単独でやるケースが多いのですが、地域の団体、町内会、NPO や市民活動団体、ボランティアグループと組むということも視野に入れて下さい。まだ入っていないところは是非入れるといいですよ。

(1) 専門能力を地域貢献に活用する

一つは、社会貢献活動を効果的に行うためのパートナーとして、そういった活動をしている団体と組むということなのです。子どもの問題で、子どもの広場を運営するといったときに、スーパーの社長さんと社員さんがそれをやっているよりは、子どもの広場づくりが得意な団体と提携を結んで、一緒になって教えてもらうということです。

(2) 専門能力を社内の課題解決に活用する

次に、CSR への取り組みのパートナーとしてのNPO とありますが、社会貢献以外に社内の従業員の問題や環境の問題とか、具体的な取り組みを進める上で一緒に考えた方が進めやすいであろう団体があります。そういう団体を見つけて、組むことができれば、地元とは限りませんが、大きく企業のためになると思えます。

(3) ビジネスパートナーとしての事業実施

最後に、ミッション型経営、または地域での生き残りのための地域密着型の事業を展開する際のパートナーとしてのNPO とあります。

(株)一ノ蔵と(NPO)環境保全米ネットワークの例を出しましたが、宮城には一ノ蔵という大きな酒蔵があり、我々といつも一緒に活動して頂いています。酒蔵とはもともと地域と深いかかわりがある、まさに地域ビジネスの典型なのですが、今、すごく日本酒の世界は厳しくて売り上げも落ちています。なおかつ、お米で食えないという状況から、お米を作る農家がどんどん減っていることもあります。

そのなかで、一ノ蔵さんは単にお酒を売るだけでなく、地域の農業、地域の農家が成り立つ社会を目指したい、農家が滅びたらわれわれのビジネ

スはないということをかなり主力に考えられておられます。

そこで、地域の農家のネットワークである環境保全米ネットワークというところと組んで、有機米の生産農家と組んで有機米のお酒を作るということをずっとやっておられます。特に初期の段階では、環境保全米に転換をする途中で減農薬中のお米というのは売れないのですが、最後に認証されたお米のほうが売やすいのですが、その減農薬中のお米でお酒を作るという事からスタートしました。

なかなか最初は売れませんでした。値段が高かったので、ずっと一ノ蔵を買っていた人にとっては、ちょっと高い酒になると売れないわけです。当時、一ノ蔵さんの社長さんから「5000本つくったんだけど、売れないんだよ」とご相談されました。わたしは「一般の一ノ蔵ルートに売らないで、米を食っている人に売れ。紹介するから」とアドバイスしました。そうしたら、本当に売れました。そして、どんどん生産量が増えて、今では全生産量の25%が有機米です。

そうすると、一ノ蔵としてはもともと持っていた一ノ蔵の全商品のラインナップと比べると、価格帯の高い高品質のお酒をしっかりとつくってブランド化できたということです。これは企業にとってはとてもお得なことです。しかもそのお酒が売れる度に、1本5円とか10円とかのお金をこの団体さんに毎年、ご寄付をされています。毎年40~50万位のお金が環境保全米ネットワークさんにいっています。

そういった意味でNPOの活動と企業さんの活動が本業で結びついてかつお互いに効果が高いということも、いろんな地域で生まれていきます。もちろんそれは種類にもよるのですが、こういうことも決して不可能ではなく、当たり前になるような社会に今、なりつつあるのではないかと思います。

(4) 協働でのビジネスチャンスの創出

㈱ハックルというのがありまして、若い方が「教育で日本を変える」といって起業した民間企業です。家庭教師派遣事業というのをやっています。派遣で家庭教師をおくっている企業はたくさんありますが、派遣していてわかったことですが、

家庭で勉強したいというニーズのごく一部には、学校に行けなくなったという子がいます。なぜ、学校に行けなくなったかという多くの理由の一部には、発達障害があります。発達障害とは、頭はいいのだけれど例えば、対人関係が悪いとかです。いろんな理由で学校に行けない方がいらっしゃるわけです。

そういう人は人間関係が難しいので、家庭教師に行っても実は難しいのです。こちらの会社の社長さんは大学や NPO と連携をして発達障害の人をどのようにしたら楽しく勉強できるかという専門トレーニングを自分のところの家庭教師の人達に資格をつけるという形で施しました。そして、そういう人を専門に派遣するという事業をやっています。

ですから、発達障害をサポートする NPO と直接連携をして、なおかつ家庭教師をしたいという人を養成しているわけです。本業をしながらなのですが、普通の企業ならやらないような仕事だということが大事なポイントなのです。普通、企業やビジネスというのは、儲からない部分をいかに切り捨てるかということ成り立っていて、その谷間を行政や市民が埋めてくれという形で今までやってきました。

しかし、これからの地域、中小企業はその切り捨てていたところに、ひょっとすると新しいビジネスチャンスがあるかもしれないし、発展の原動力が潜んでいるかもしれないのです。

そういう可能性も含めて、チャレンジされているわけです。本業の売り上げが99%で、このことの売り上げが1%未満でも、このことが社会が高く評価され、くりかえし紹介されます。嘘をついたり、単なる宣伝のためにやっているのだったら、このようなことを本気でできないような事をやっています。そこは偉いし、だからこそ正しく評価されるのです。このようなことはやり出したらやめられません。そういう本気の人を周りは応援しようという気持ちになるのが人情ではないでしょうか。そういう企業を見ていると、少しずつでも伸びていくのかなあという気がします。

<ふりかえりシートから>

- ・各企業の貢献活動が理解でき、今後の参考になった。
- ・企業にとって地域貢献（CSR）は必要不可欠であり、共に生活する基本であります。又、市民としての当然の活動であります。他社の貢献活動（CSR）を知る良い機会でありました。ボランティア活動が企業の人材をひきとめる要因であるとは（米国）新しい発見でありました。
- ・CSRについての理解が深まりました。特に地域貢献は「地域や社員と共に考える」ことを理解できました。
- ・企業にとって地域貢献という事が良く理解出来た。今まで行ってきた貢献活動に自信が持てたこと。今後も続けていくことを確認しました。
- ・加藤さんの話は参考になった。地域で必要としている谷間を見つけ、地域に貢献したいと考えています。市役所には来年もこの褒章制度を続けてもらいたいです。たくさんの他社の事例からヒントを得て、更なる街づくりに貢献したいと考えています。
- ・功績賞（認証）の授与は毎年実施される予定ですか。数回行えば、それで終わりになるのでしょうか。農楽工楽クラブ（一社一村運動）とは、何か関係があるのでしょうか。
- ・地域貢献活動企業表彰いただきましてありがとうございました。また、他企業さまの地域貢献活動の内容を知るにあたり、尚一層活動を充実させていかなければと実感しております。今後も地域に愛される企業を目指して社員共々頑張っております。加藤先生のご講演、大変参考になりました。ありがとうございました。
- ・本日の受賞、大変光栄でございます。今後も大好きな北上市の為に貢献したいと考えております。加藤先生の講演、参考になりました。

- ・地域貢献フォーラムに参加して、企業は、基本的に利益を上げなければ、地域に貢献できない。小さな事から言えば、企業が給料を支払い生活が出来ているという事が、まず第一歩の地域貢献であり、雇用を継続出来る事が、次の地域貢献である。
今回は、それ以外の地域貢献にスポットが当てられている。企業がある程度の利益確保が出来てくると、今回の様な地域貢献が出来るようになる。これも非常に大事な事である。
しかし、忘れてはならないのは、すべての企業は（健全な）、市民の生活を支え、町を活発に、にぎやかにしている事で一番大きな地域貢献を行っている。
- ・私共は今回、表彰を頂き、誠にありがたく存じますが、やはり、働いている人間が今後も継続して雇用確保して行く事、すなわち企業活動を継続していく事が、今後も、地域貢献となる事だと思っている。
- ・本日は平成 20 年度の北上市地域貢献活動功績賞という名誉ある賞を頂いた事に感謝しております。他者の地域貢献活動の活動報告も大いに参考になりました。当金庫も引続き、地域金融機関としての役割を果たせる様努力いたします。本日はありがとうございました。
- ・本日も勝手におじゃましました。すげー、勉強になりました。最近、花巻でもCSRの研究をやったばかりでしたので！「個別の問題解決より、その社会システムを変えたい」という加藤さんの志は全く同感です。今後とも県内の同じ志の団体としてよろしくご指導願います。ストーリー、戦略がさすがです！
- ・企業と市民団体の新たな関係について良くわかるお話をいただきました。
- ・推薦した明治製菓さんが表彰されてうれしいことと、障害福祉サービス施設を支援している内容を市民に知ってもらうことで、支援の輪が広がる可能性があることに感動しています。
- ・表彰を受けた 15 社の中に岩手スリーエムさん、岩手ヤクルトさん、江釣子ショッピングセンターさんからも、受託や花の購入等で支援いただいています。
- ・ただ利益追求だけでなく社会貢献を企業の理念に入っていることは大変重要なことを改めて認識させていただきました。
- ・色んな面で支えられていることに感謝し、この表彰制度が企業理念を変えるキッカケに大きく貢献するように思います。
- ・ますますの盛り上がりを期待します。
- ・2つだけ提案させていただくと①15社もの受賞企業出席のもとでのフォーラムへの参加者がもう少し多くなることを期待します。②花いっぱい運動への企業参加がないので、美しい環境を連動した花いっぱい部門を設けていただきたい。インターハイ、国体をきっかけづくりをお願いしたい。
- ・すばらしい企業の方々でございました。今回も大変勉強になりました。
- ・日常は、流されている生活をしているように反省？している。このようなフォーラムに参加し、前向きのヒントを得たいと思いました。少し得ました。
- ・現総合計画のひとつで取り組んだ協働化推進がひとつ結実した事に、市当局、特に「地域づくり課」の皆様に敬意を表したい。
- ・企業功績表彰制度が根つき更に発展し、更に将来、賞の「ブランド化」を目指し、我々市民と一緒に頑張りたい。その為に、賞を贈り放しでなく、その後のフォローや、更なる市民へのPRをしていただくことを期待する。
- ・協働と企業、市民というテーマですが、協働と

公務員という言葉に置き換えても同じだと思います。公務員も仕事として行政サービスを考えるのではなく地域の一員としての発想が大切ですね。

- ・地域住民として公務員が自発的な問題解決行動が十分なされているか反省です
- ・平成15年から17年までの3年間、生活課時代にNPO、協働に出会い学習させていただきました。この際に何度か加藤先生のお話を聞く機会に恵まれて・・・今に至っております。「わかりやすい協働」を念頭に共に研究して参りたいと考えております。
- ・多くの市民が参加できるよう設定時期、場所等、検討が必要と思う。内容は良かった。
- ・地域の皆さんに信頼される企業であると共に何

か地域に貢献できることがないか前向きに取り組んでいる姿勢が伺われました。

- ・(株)小田島組は社員が仕事に気がついた道路の不具合を市役所や総合支局に連絡する活動をしているという事で、交通安全に貢献している。一般市民も一緒に活動できればさらに住みよい市になる。(株)小原建設は「かけっこ体育館」で子育て支援を行っている。東北電力(株)は昭和41年から43年間、北上市に街路灯を寄贈し、北上市の安全、安心の街づくりに貢献している。企業の社会における責任、企業も社会的存在である。誰のために会社は存在するか。①顧客・取引先 ②地球と地域社会 ③従業員・家族 ④株主・経営者のジョンソンアンドジョンソン社。仕事とは産す(ナス)と呼び、「稼ぎ」と区別。今、仕事の意味を回復する取り組みをする時。