

すぎなみ大人塾 ~自分を振り返り、社会とのつながりを見つける大人の放課後
<夜コース>

すぎなみソーシャル・デザイン塾~人・モノ・組織をつなぐ社会起業家になる

07年11月21日(水) 19時より

<第三章> 協働発見ワークショップ3「企業との協働から学ぶ」

第13回 ワークショップ「フィランソロピーの視点からの協働」

講演:(株)三井物産戦略研究所 新谷大輔さん

本日は、第12回「CSRと地域コミュニティ」の講座内容を踏まえたワークショップ一本で意見の交換を行います。本日のワークショップのテーマは、企業の社会貢献活動とNPOと一緒に何ができるのかを考えることとなります。

1 ワークショップ その1

テーマ：企業の社会貢献施策について、企業とNPOと一緒に活動する際、協働する目的はなぜでしょうか？

では、3グループ分けをします。

(各自、考えた目的をポストイットに書き込み、似たものを集約し分類する、タイトルをつける、議論した結果を報告する)

A：企業グループ B：NPOグループ

1) 企業グループ・・・企業から見た協働の目的は

2 グループ発表項目

- 企業のイメージアップ、宣伝広報効果を高めたい
- 事業との兼ね合い、バランスを配慮している(事業・収益一本槍にならない工夫)
- 市場顧客とマーケット情報等を得たい、収益の向上を図りたい
- 社会貢献を純粋な気持ちで表すにはNPOを通じた方が得策と考えている
- 新しい視点、人脈、ビジネスの芽を発掘し企業活動に転換することを期待して
- 地域社会との付き合いを考慮する
- 企業にとって、不足がちな社会貢献方面の人材を得たい
- 企業人材を外部で生かしたい、地域社会等の情報を得たい
- 社会貢献策を検討する時間・コストの短縮、削減を考慮する
- 地域に抵抗なく密着できるから
- 企業情報を地域コミュニティに伝えることができる
- NPOの専門性、先駆性を支援する、期待する

- NPO の地域体験・体感情報が欲しい
- 社員のモチベーションを上げるため

2) NPO グループ・・・NPO から見た協働の目的は

3 グループ発表項目

- 企業が持つ資金力を活用したい
- 企業の豊富な人脈が欲しい
- 巾広く、企業の持つノウハウを学習したい
- 協働企業の名前を活用することにより NPO の PR 効果と信用が増す
- 知識・情報が増える、NPO のモチベーションがあがる
- 協働する目的情報を共有することにより双方の活動のスピードが増す
- 企業の専門性・経験・知識等を互換したい
- 企業の拠点である「場」を借りたい
- 情報・広報の伝達能力(媒体宣伝力)に期待する
- 企業イメージを借りてNPOの力を向上させたい
- 企業の考え方、視点等が参考になる
- 地域のマーケティング情報を出せるから(地域の多様な考え行動を知っている)
一方で企業のマーケティング力を借りたいとの期待感あり
- 企業人に参加して欲しい、角度の違う意見・体験を生かしたい
- お互いに、時間・コストの削減を図りたいと考えているのではないか

3) 新谷大輔さんのまとめ

企業側のポイント

- 企業のイメージアップ 実績があり結果の出ている NPO と組んでいる
- 事業との兼ね合いの視点 新しいビジネスチャンス事業の芽を確保したい
- 新しい視点をえたい 次の事業ステップに活用する
- コスト面 金・時間の節約
- 地域社会とのつながりを補完

NPO 側のポイント

- 活動資金を得る
- 専門性・先駆性を発揮する場を確保したい
- 企業のマーケティング情報が欲しい
- NPO 活動の PR・広報に役立つ 企業広報に NPO 活動を掲載される機会を得る
- 会員のモチベーションを上げる効果を期待

結論

企業・NPO 目的が違ってもいいが、同じ目標は共有していないといけない。

2 ワークショップ その2

テーマ：どのような相手だったら、協働できますか

1) 企業グループ(どのような NPO と組みたいか)

2 グループ発表項目

- NPO 活動の実績歴がある
- 専門性を持つ
- 地域情報に詳しいことに加えの地域ネットワークを持っている
- コスト意識がある、計画性・合理性がある、経理も公開してくれる
- 対象層が一致している
- 企業の理念・志を理解している NPO であること、更に NPO の理念がクリアなところ
- NPO 人材が充実している
- 企業 OB が在籍しているので安心である
- NPO が責任を取れる体制・組織を維持している
- 過去の実績と夢追い型を支援したいと考える
- NPO の規模が大きいところに信頼性を感じる

2) NPO グループ(どのような企業と組みたいか)

2 グループ発表項目

- 企業のブランドイメージを活用したい
安定した持続型企業、先駆性がある、地域に活性化を与える企業
- パートナーシップが組める企業
NPO の行動力と思いを大切にしてくれる、資金と情報インフラを提供してくれる企業
- 企業の専門知識・情報を提供してくれるところ
- お互いを尊重しあい、相互 PR ができる組み合わせ
- 信頼できる、約束を守る企業、NPO 活動を理解しているスタッフのいる企業
- 実行力、人材と資金が揃う企業と組みたい
- ノウハウが豊富な企業
- NPO を支援した実績がある企業がいい
- CSR 意識が強いところ
- 顧客のエリアがどうなっているのか(地域密着型とグローバル企業に魅力を感じる)

3) 新谷大輔さんのまとめ

企業側のポイント

- お互いの理念を尊重し共有できる関係ができるのか
- 夢追い型 NPO に魅力を感じる（担保する活動内容を確認すること）
- NPO 活動のノウハウと実行力を持つ
- 専門知識、特殊能力、先駆性、志等に注目する
- エリア意識が強い NPO（地域社会とのつながりを補完したいので）に魅力を感じる
- コスト意識と責任体制(管理能力)が確立しているところ

NPO 側のポイント

- お互いの理念を尊重し共有できる関係が大切
- 広報力
- NPO 活動のノウハウと実行力
- 専門知識、先駆性
- エリア意識が強い NPO（企業は地域社会とのつながりを補完したいので）

結論

お互いの目的に応じて、協働していけばよい(双方に、自由な、様々な組み合わせがある)

3 ワークショップ その3

1) テーマ：三井物産環境基金の NPO 助成プログラムについて

- ・あなたが助成プログラムの審査員ならどのような NPO を選びますか？
 - ・あなたが NPO 経営者ならどのような申請書を書きますか？
- 一つだけ、必須の要件を出してください。

三井物産環境基金：<http://www.mitsui.co.jp/csr/fund/>

前回の応募要綱

http://www.mitsui.co.jp/csr/fund/promotion_recruitment/1177484_2757.html

2) 企業側の要件（あなたが助成プログラムの審査員ならどのような NPO を選びますか？）

- NPO トップの応募動機
- 地域に密着した企画力、地域社会への貢献力を重点に
- NPO の志、理念
- 確固たる組織力とトップに魅力
- コスト意識
- 地域社会といかに関係が深いのか

- 夢と志を追い求める強さ
- 収益性、効率を理解している NPO

3) NPO 側の要件 (あなたが NPO 経営者ならどのような申請書を書きますか?)

- 事業の専門性(自然の生態系を維持、情報発信、環境教育、活動の PR 等)を訴求
- 理念から生まれる社会への貢献度
- 収益性と効果
- 理念と現実的な路線がうまく噛み合う理論構成
- NPO としての結束力
- 事業の多面性から、多様な人材が必要であることを訴求する
- NPO トップの信用力
- 豊富な情報収集能力

4) 新谷大輔さんのまとめ

企業、NPO 共に、

社会性を訴求する路線と現実的な路線をコスト面で考える二派に分かれましたが、

- ・ NPO のミッションを追求する意気込みが感じられないと寂しい
- ・ NPO が大きくなると、資金を得るためにテクニックを追うようになり、当初のミッションが組織に伝わらなくなってくる。
- ・ 何年後に当初、NPO がなにをしたかったのか？
問い直しをする必要性が出てくる

このようなことを理解すると、

NPO が持続して活動していくためにもミッションの確認と現実的な活動をすり合わせる
ことが大事であると考えています。

新谷さんから提供された参考資料

企業と環境 NPO の協働のための 5 か条

清里ミーティング(07 年 11 月 17, 18, 19 日)資料より

環境教育をどのように進めていくのか」をテーマに 20 年続いているワークショップ型の
ミーティングで

< 5 か条の内容 >

- ・ 目的の共有(お互いに何をしたいか)
- ・ 目的を達成するためのストーリー作り
- ・ 情報開示をして相互理解を深める
- ・ 成果の共有と評価を受け入れる

企業と NPO の協働の 3 類型

岸田真代著「NPO からみた CSR へのチャレンジ」同文館出版より

備忘録作成 東島信明