

東日本大震災支援全国ネットワーク（JCN）

第8回 現地会議 in 岩手 速記録

【実施概要】

タイトル：第8回 現地会議 in 岩手 ―企業と地域、これからの岩手―

日時：2013年10月18日（金）13:00～17:00

会場：大槌町 中央公民館 3階 大会議室

（上閉伊郡大槌町小釜第3 2地割1 2 6）

以下、敬称略

開会挨拶

栗田暢之（JCN 代表世話人／レスキューストックヤード）

皆さんこんにちは。第8回の現地会議をこの大釜で開催することが出来ました。共催をいただきましたいわて連携復興センター、災害ボランティア活動支援プロジェクト会議のご協力によってこの会議はなりたっています。大変有難うございます。それからいつもの通りメディアージのかたが中継をしていただいています。どうもありがとうございます。これで8回目になりますが、実は大釜では2回目の開催になります。同じ会場で2012年3月に開催をいたしたところがございます。その時には陸前高田や宮古の若者が、これから自分たちが復興を担っていくんだと力強い宣言がここでなされたことが思い出されます。JCN 岩手担当の中野も、大船渡出身で、若者のひとりとして、先だって登壇していただいた陸前高田や宮古の若者も東京の大学を出て、東京で就職していた。それがこの震災を受けて地元に戻ってきたと、こういう方々がたくさんいる。これからの将来たくましく感じさせていただいたことを覚えています。

一方で伊豆大島が、大変な事態になっております。この状況に於いて一刻も早く、行方不明の方の捜索が進むことを願わざるをえない状況がございます。そして私達の全国の仲間も、次々と現地入りして支援活動の状況を探っている状況です。ただ離島なので現地に行くことだけでも大変で難航している状況です。そういう災害が起きますと、あの映像を見られて、ひょっとしたら東日本大震災の沿岸部の方々がフラッシュバックされているのではないかと、あの時のことを思い出していらっしやるのではないかなという不安もつもります。心に受けた傷はそうとう大きいのでそう簡単に、何かこうどこかで災害が起きたと、淡々と考えることができない状況かもしれないとお察し申し上げる次第でございます。

そして1991年の島原で雲仙噴火災害がありましたが、1995年の阪神・淡路大震災の時「これで島原の事は忘れられる」なあとという方がおられました。91年の雲仙の普賢岳で大変な噴火災害があったその状況は皆様方もご承知のとおりでございますが、95年の阪神大震災はよりインパクトの強い災害でありまして、島原の方がこれで忘れられると。いま伊豆大島がおきましたので、じゃあ東日本大震災も忘れられるのかと言ったら、そうではなくて報道各社やっぱり伊豆大島のことばかり報

道するのは時期の問題というのがありますが、この1年半ぶりに大槌で開催して、この地を実際に訪れてみますと、これはもう忘れちゃいけないということがいっぱい詰まっている。復興なんてまだまだ途上なのだとすることを、感じざるを得ない現場が私たちの目の前にあるということを感じさせていただいています。ただ、私は名古屋からですが、だいたい東京から西へ行くほど、震災の風化は本当に進行していて、「まだ（東日本大震災の被災地は）大変なの？」と平気で聞く人がいるわけです。これが時間というものの非常に残酷なものでもあるということですが、このJCN現地会議は岩手ではこれが8回目ですが毎回毎回、しっかりとこの被災地の状況を伝えると。今日のご参加の方のみならずJCN800団体の会員を通じて、あるいは前世界に流すようなメディアを通じて、この被災地の現状をしっかりと伝えていく責務があると考えています。

本日は企業の方がたに大変たくさんご参画をいただきまして、いろんなご発表をいただく予定でございます。企業にとりましても結局、支援をしたいという気持ちがあっても、じゃあ何をすればよいのか、ということの現地発信がなければ、大変ですね、支援してくださいということだけでは、なかなか状況は進んでいかない。今日は、企業とこれからの支援者が、どうより連携して、もう少ししっかりとした連携の中でどうこの復興を支えていくことができるのか。そんなことをしっかり議論できる機会にできたらと考えています。私どもはJCNとしてこれまで2011年3月14日からずっとこのネットワークを形成してまいりましたが、まだまだ越した活動が必要だと認識しております。さらなる皆様がたのご協力を得て、今後も第8回、第9回、10回と重ねて参る所存ですので、引き続きのご協力をお願いして私の挨拶とさせていただきます。今日は一日よろしく願いいたします。ありがとうございました。

佐野 淳 氏（岩手県復興局生活再建課総括課長）

皆様こんにちは。岩手県復興局生活再建課総括課長の佐野と申します。よろしく願いいたします。第8回の現地会議 in 岩手の開催にあたり一言ご挨拶申し上げます。東日本大震災津波の発災以降、本日お集まりの皆さまをはじめ、県内各地、全国のNPO等の皆様、企業の皆様からのあたたかいご支援を賜り、行政力だけでは到底行き届かないような柔軟で幅広い被災者支援を実施していただいたこと、そしてここまで来られたものと思い、この場を借りましてあらためて感謝を申し上げます。現在、本県では来年度からの本格復興期間にむけて第2期の復興実施計画の策定を進めています。計画の実施にあたっては復興を担う人材の確保、必要な財源の確保、そしてなにより今問題となっておりますのが事業用地の円滑かつ迅速な確保、こういった3つの課題がございまして依然として大きな問題を抱えているなかで進めているところでございますが、国、市町村とともにこれらの課題の解決をはかりながら、被災地の復旧・復興、被災者の生活再建を一日でも早く、成し遂げられるよう取り組んでいくこととしております。

被災者おひとりおひとりの状況を見ますと、今なお約36,000の方がまだ応急仮設住宅やみなし仮設住宅に入居されておりますほか、この津波の影響で本県から約1,700の方がたが故郷を離れ県外に暮らしていらっしゃいます。また先ごろ県で公表しました、いわて復興ウォッチャー調査（注：東日本大震災津波からの復興に対する地域住民の主観的実感を施策に反映させるため、被災地域に居住又は就労している方々を対象に、復興感に関するパネル調査。9月26日第3回結果公表）をみると、暮らしの再建に関する実感として「やや回復した」「回復した」と考える方の割合

は、前回の調査より低下しているという状況もございまして、まだまだ復興は進んでいないというのが実感かと認識しております。私ども岩手県庁復興局の生活再建課では、今後まちづくりの進展や災害公営住宅への入居など、被災者のかたがたのステージが大きく変化する時期をむかえるということを踏まえまして、これまでの取り組みに加えてこういった方々への適切な情報提供や相談・支援体制の充実を図りまして、恒久的な住宅への入居の促進やできる限り故郷に戻って生活していただけるように支援に取り組んでいくこととしております。先ほどご挨拶いただいたように被災地の復興にはまだまだ長期間の取り組みが必要でございます。本県の達増拓也知事も「復興を成し遂げるためには、地元の底力に加えましてさまざまなつながりの力による支援が必要だ。」と言っています。こういったものをプラスすることによって復興を成し遂げるという思いでおります。引き続き皆様のご支援ご協力をお願い申し上げます。ご挨拶とさせていただきます。どうもありがとうございました。

開催趣旨説明

中野圭（JCN被災地駐在員岩手）

皆さんこんにちは。JCN 岩手担当をしております、中野と申します。私は JCN の岩手担当ともう一つ、いわて連携復興センターとしても地域の中で活動しております。どうぞよろしくお願いいたします。今日の現地会議の主旨を簡単に皆様と共有したいなと思います。その前に JCN とは何かを説明しますと、ここにお集まりの方々 JCN を知っているかた、初めて参加の方もいらっしゃると思います。JCN とは正式名称を「東日本大震災支援全国ネットワーク」という少し長い名前なのですが、東日本大震災により、被災した地域を支援しようとする団体のネットワーク組織でございます。多くの団体がまずみんなで協力して東日本大震災の支援をしていこうというネットワークとなっております。今年 10 月 14 日現在で 801 団体が全国で加盟しています。何をやっているかということと大きく分けて 3 つの事業を行っておりまして、「被災地支援」「広域避難者支援」「後方支援」ということで今回この JCN の現地会議は「被災地支援」の枠組みの中で開催しております。JCN の被災地支援活動というのは岩手県・宮城県・福島県に、各 1 名配置しております。岩手が私中野、宮城に池座、福島に鈴木というスタッフがおります。この中で日々、地域の中、団体さんを訪問させていただいて、様々なネットワーク会議などに参加して情報を収集し、その中から自分たちのできることを探っていく必要なつなぎを行うということをしています。月に 2 度ほど「ケース検討会」を内部で開いており、先ほど言った 3 県の担当者と代表世話人などを加えて、団体個別ニーズや課題などを皆で共有して、では何が必要かということをお話し合っています。と、もう一つが現地会議です。岩手ではこれまで 7 回開催していて本日が 8 回目です。現地会議はこのように多くの方がたにお集まりいただいて、事例の共有、知恵の交換、あるいはみなさまのつながりを産んでいく目的のもと開催しております。

今回は、「企業と地域、岩手のこれから」と題し、持続的な活動をする団体が地域から必要とされている中、地域の担い手としてまだまだ NPO が必要とされている中、持続的な活動のためにより効果的な「連携」が重要であるという認識はみなさんお持ちだと思います。連携にも様々ありますが、今日はそのなかでも企業と地域そして NPO の効果的な連携を今日は考えたいと思います。こ

れまで現地会議では NPO と NPO の連携、行政と民間の連携、そういったものを取り上げてきましたけれども今日は企業さんと地域 NPO の連携について考えて行きたいなと思っています。

まず冒頭に「CSRとは」という基調講演をいただきます。震災後、さまざまな企業さんが支援活動あるいは CSR といったなかで多く入り活動されていますが、そもそも「CSR」とはどういう意味なのかを皆さんと一緒にまず共有したいと思います。その後、「企業と地域連携」と題しまして事例の報告ということで、実際に具体的にどういう事例があるのかということをご共有して、より具体的にイメージを膨らませていきたいと考えています。そのあとパネルディスカッションというかたちで「企業とNPO」と題して、実際に NPO と企業が一緒に何かをやっていくという時に、そうすればいいのか、どういう連携が効果的で、どういう手法を用いてやっていくのか、という議論をより深めていけたらと思います。最終的には今日参加された皆様が、例えばこれから地域の中で活動を行っていく時に、企業と組んだほうがいいのかという時にどうすればいいのか、それを考えるヒントを持ち帰っていただくのが今日の目的でございます。これから 17 時頃までやっていきたいと思しますので皆さんどうぞよろしく願いいたします。ありがとうございました。

基調講演 「CSRとは」

小川 理子氏（パナソニック 株式会社 CSR・社会文化グループ マネージャー）

みなさまこんにちは。あらためましてパナソニックで CSR・社会貢献を担当しております小川でございます。本日はこのような貴重な機会を頂戴しまして、皆様がたにまずお礼を申し上げたいと思います。私自身も 2011 年 3 月 11 日以降以降なんだか私自身、それから会社の従業員たち、CSR のメンバーとともに被災地のほうでいろんな活動をさせていただいているのですが、本日は先ほど中野さんがおっしゃいました、まず冒頭に「CSRって何なのだろう？」ということのポイントになりますが、ご説明そして私どもの事例紹介をしながら、皆さんそれぞれイメージをもっておられると思います。概念的に、こういう定義じゃないかとか思って要ると思うのですが、ひょっとしたら、そのばらつきがあるかもしれないというところで、CSR というのはこういうものなんじゃないかなというところから始めさせていただきたいと思います。

直訳しますと CSR は「コーポレート・ソーシャル・レスポンシビリティ」日本語で「企業の社会的責任」と、そうなるのですが、企業というのは社会の中で社会的な役割をもちながら事業をさせていただいていますから、この社会的に責任を果たすことというのはたくさんあってそれは責任を果たして当然だというふうなことだと思います。CSR っていういろんなものの本に解説がされていますが、別にこれだという明確な定義があるわけではなく、だいたい総括をすればこういうふうなことになるのではないのかなという感じです。「企業が事業活動を行う上で、その社会的役割において、社会のさまざまなステークホルダーとの対話を通じて、信頼関係を構築しながら、より良い社会の実現を目指すために果たすべき責任」ということで、まあこの「ステークホルダー」というのもたくさんいらっしゃいます、今の言葉でいうと「マルチステークホルダー」なんて言いますが、顧客・従業員・各国政府・NPO・地域社会・株主・取引先・投資家…まあいろんなステークホルダーが企業にとってありますけれども、そういった方々、いろんなセクターの方々と対話を通じて企業のいろんな活動を説明しながら、責任を果たしていくのだ、ということになります。

ここでちょっとCSRの歴史を振り返ってみたいと思います。ザザザっと少し細くなるのですが、欧米と日本では少し考え方というか、たどってきた経緯が違うのではないかなと思うんです。欧米なんかは1920年代に欧米の協会が武器やたばこ、お酒・ギャンブル…こういったものに関係する企業には投資しないよという、要は社会的責任を考慮して投資をしていくのだという、これも本当に欧米の市場資本主義というか、そういうものの代表的なところからCSRというのが始まっている、というところが見て取れるのですが。

それが1940年代に国際自然保護連合が誕生したり、あるいは国際世界人権宣言が採択されたりと、環境や人権そういう範囲でのCSRのたかまり、それから50年代、60年代これが公害問題が世界的にクローズアップされたり、アフリカ系の人々の公民権運動が勃発したりと、いうところに、市場経済がどういうふうに関係していくのかという経済的な観点からみた環境の捉え方、人権の捉え方、というような概念が発達し、それから70年代にはですね、1976年にOECD（経済協力開発機構）が多国籍企業の行動指針を勧告した、というところで企業はこういうふうに倫理的に行動を取っていかなくてはならないということであるとか、あるいは80年代には生物多様性の概念が誕生したり、1989年にエクソン社のタンカーから原油が流出する事故をきっかけに、企業倫理の原則が策定されたりとか、そういった企業倫理の時代を経て1990年代にはソ連が崩壊し、世界がグローバル社会に突入して多国籍企業も巨大化して新興国が台頭してという、それこそ本当にものすごく変化になってきて、その中で、1991年、日本では経団連の企業行動憲章が制定されたり、企業のいろんな不祥事だとか問題に対して国際NGOが不買運動を起こしたりとかした時代でした。

そして2000年代になってリーマンショックだとか、市場経済の混乱の中で企業がとるべき企業倫理をもう一つ一歩進めて、企業と公共機関がとるべき社会的責任とはどういうものかという、それを国際規格としてISO26000が最終的に承認されたということになります。

日本ではもっと古くさかのぼって、1700年前後、江戸時代までさかのぼります。日光の東照宮で材木商と役人が絡んで商人が大儲けした、という元禄バブルが起こって、それで幕府の財政が崩壊したなんていう、そういう事件があって、それ以降江戸時代の商人たちは家訓の中に「目先の利益に走らない、投機しない」と、近江商人なんかは「売り手よし買い手よし世間よし」という三方よしというようなそういう家訓が日本の企業のルーツみたいになっていまして、日本はどちらかというと50年代60年代高度成長に伴って、4大公害病が発生しましたから環境系の高まりからいろんな環境施策が制定され、CSRが高まってきて、そして先ほども代表がおっしゃったように95年の阪神・淡路大震災、そして98年NPO法というような歴史になっているかなと思います。

ここでパナソニックにおけるCSRの原点ってなんだろうかということなのですが、1929年に私たちの創業者、松下幸之助が経営理念を制定しまして、これには、私たちは企業の本業を通して世界に貢献する。社会の皆様の生活改善に貢献する、と。私たち29万人従業員がいるのですが、どの国でもどんな仕事に携わっていても、この経営理念だけはしっかりと実践していこうと…これがもうCSRの原点になっています。70年代に幸之助が「実践経営哲学」というところで「企業の社会的責任というのは、その時々々の社会情勢で多岐にわたるとしても基本的には本来の事業を通じて生活に貢献するんだ」と、こういう使命感を前提として一切の事業活動が営まれているのが大切であると言っています。

一言で言うと「企業は社会の公器」ということになるとは思いますが、「企業は社会から大切な人をお預かりして、そして大切な資産をお預かりして、そして事業を持続的にさせていただいている」…という考え方でございます。こういった経営理念に支えられて、行動基準があり、そしてサステナビリティポリシーに基づきながらいろんな活動をさせていただいているのですが、企業の中では一番初めに社会的責任を果たすのは当然のことだと、もうしあげましたけれども、製品とかサービスの品質を確保する、それからいろんなリスクをマネジメントする体制・環境を整える。あるいは環境に配慮する。人権に配慮する。そして取引先ですね、いろんな部材を購入したりする、その調達の時にも公正な取引をする。そしてカスタマーサティスファクション…お客様にいかにも満足を感じていただくか、あるいは個人情報保護、いろんなことが社会的責任のなか含まれているわけで、企業の中でもいろんな社内の関係する部門はたくさんあります。

こういったところを私どもが本当に後方から日々、実践ができているか…をガバナンスする担当を私はしているのですが、サステナビリティポリシーというものはしっかりと制定しております、「私たちは、社会の公器として、地球環境や社会との調和を図り、事業を通じて、持続可能な未来の発展に貢献します。」という考え方で6つのカテゴリで持続可能な未来に貢献していくのだというのを、従業員にも、そして社会の皆様にもこのようなかたちで公表させていただいています。

こういう考え方でいろんな企業市民活動をしているのですが、本日はNPOとの協働ということで、パナソニックが取り組んでいる事例紹介をさせていただきます。まず考え方なのですが、私たちは「NPO・NGOの組織基盤強化支援プログラム」というものを10年以上前から取り組ませていただいています。この特徴なのですが、活動への助成ではなくて組織基盤を強化するための助成です。対象としては環境分野と子ども分野ですが、このプログラムにもたくさんありますNPOサポートファンドというファンド、それから組織基盤が重要なのだというような考え方を広めるためのワークショップ、それから従業員がNPOの支援をするために自分たちの事業を通じたスキル、ノウハウを活かさせていただくプロボノプログラム、いろんなものを全部包括的に、これは全部組織基盤を強化するための支援プログラムとして、こういうフレームワークで進めています。で、このサポートファンド、わかりやすくいいますと、これ、日本NPOセンター顧問でいらっしゃいます山岡さんが、私たちのサポートファンドの選考委員も引き受けてくださっているのですけれども、その贈呈式のときに、このスライドを使っていつも説明されているのですがすごくわかりやすいので今日は借用してまいりました。この組織基盤というのは船であると、そのNPO組織が行ういろんなプログラム・事業はその船に載っている積み荷です、と。でこの船が泥船だったらどんなに立派な荷物を載せても沈んでしまうと、だからちゃんとしっかりした船を作ろうよ、といつも山岡さんがおっしゃっています。

ここから事例紹介ですけれども1つ目は大阪府に、もう岩手県からすると「何これ高安研究会って？」と思われるかもしれませんが、大阪府というのは岩手県と違いまして緑が少なく、こんなに豊かな山々もなく、自然というと住宅密集地のところに里山がずっとありましてその里山のところに「ニッポンバラタナゴ」という絶滅危惧種の魚が住んでいるのですけれども、バラタナゴというのはタナゴの一種なんですけどそのオスが発情期になるとバラ色に赤く変色するのでバラタナゴ

というんですけれども、その絶滅危惧種の魚をなんとか保全したいということで研究者の先生が一生懸命されていたのですが、これではなかなか自分だけではこの活動を皆さんに認知して協力を得ることができないということで、組織基盤強化のサポートファンドに申請をされました。そのテーマが組織の人材育成だったんですね。

で、さきほどから私「組織基盤強化」と言っていますけれども基盤強化というのは人材育成、拠点を充実させること、事業そのものの開発に取り組む助成をしていくんですけれどもこの団体はその人材育成をまずやらなくてはいけないということで2年間、2008年と2009年、人材育成をする組織基盤強化に支援させていただきました。そして専従有給事務局員も雇うことができてある程度組織がかたまってきて、次にされたことが自分たちのホームページが全然見てもらえないので、これを「面白いことやっているなあ」と思われるような、支援をしてもらえるためのホームページにリニューアルしたいということで、ここでパナソニックチームがプロボノで入りまして、でこれがビフォーアフターということでウェブのリニューアルをさせていただきました。

同時に組織基盤強化というのはどういうものなのかと学んだり、団体の事例を知ってもらったり、組織の課題を参加者同士で出して深掘りしたり、ワークショップですね。いまこのワークショップには日本 NPO センターの田尻さんにもご支援をいただいております。いまこのワークショップには日本 NPO センターの田尻さんにもご支援をいただいております。

プロボノのほうはこういったサポートファンドで支援した助成先を対象にして、さらに社員のプロボノで事業展開力の強化を支援していこうという取り組みです。プロボノプログラムはプロジェクトチーム、大体4名から6名を組んで、週5時間程度、期間は半年間で、月1回程度はミーティングするけど通常はメールでやりとりします。皆土日祝日を使ってこういう活動をしていくわけですね。それぞれ職種はバラバラなのですが自分の強みを活かして、NPOさんのおっしゃる要望に応えていこうということをしています。

これまでに社内説明会に154名の従業員が参加して、今86名が登録して、実際にプロボノで活躍しているのが今50名おります。サポートファンドの支援先10団体、被災地NPO1団体を支援させていただいております。プロボノフォーラムの毎年開いています。大阪でやっているのですが、今年は来週11月23日に東京の渋谷で初めてプロボノフォーラムを開催しますけれども、今年は国際プロボノウィークといって、プロボノはNPOと企業が協働する上で重要な取り組みだと、いう啓発活動のためにフォーラムが開催されます。

で、このパナソニックチームが「気候ネットワーク」というNPOを支援したときは事業計画をつくりました。ゴールがあるから会社員でも取り組みやすいし、大きな組織にいると自分が役に立っているかわからないけれども、プロボノはすごくやりがいがあるなど、本当に刺激になって、社員が皆喜んでこのプロボノに参加しているという効果が出ていますし。NPOのほうからも具体的に事業計画というのをどうやっていけばいいのか、企業の持っているノウハウをヒントに出来たとおっしゃっています。

「花と緑のネットワーク」これも大阪の団体ですけれどもこのかたがたもウェブをもっとみんなに見てもらえる、メッセージ性のあるウェブにリニューアルしたいということでした。社員が入ってこういうウェブがリニューアルできました。社員は影で地域を支えているNPOがあるんだと認識できた、とか、この写真の左側の男性はマネージャーですが「組織にいると普段の仕事はもうトッ

プダウンになっちゃうんだけど、プロボノで NPO の想いに寄り添いながら、すごくプロボノの仕事の進め方が新鮮だった。」というような社員にも気づきがたくさんありますし、NPO も「いままでのホームページでは活動に参加したいという視点に欠けていた、でもプロボノが自分たちの活動を問い直すいい機会になった。」とおっしゃっています。

これは最後の事例になりますけれども「石巻復興支援ネットワーク」さん、ここは営業資料をつくってください、企業や団体に自分たちの価値を売り込みたいんだけど、営業資料がないんです。自分たちの価値をどうやって表現すればいいのかわからないのです…という相談があり、プロボノの支援で 21 ページの営業資料を作成して、それを今もって営業に回っておられるという状況でございます。被災地支援のプロボノは今年もまた継続してずっと長期的にやらせていただきたいと思いで関わらせていただいております。では短い時間ではございましたけれども、ご清聴ありがとうございました。

第 2 部 事例報告

武井伸夫 氏（株式会社パソナ 復興支援担当マネージャー）

皆さんこんにちは。パソナ復興支援担当の武井と申します。今回は弊社が陸前高田市において、NPO あるいはボランティアのかた、民間企業、さまざまなステークホルダーのかたと一緒になってとりくんでいる事例、昨年からは始まり今年も現在続いていますので、その事例を中心にポイントを説明します。最初に自己紹介ですけれども 2011 年の 11 月か単身赴任で岩手にまいりました。岩手に来たのはプライベートも含めて正直初めてです。私のミッションは、弊社は人材派遣・人材紹介・アウトソーシング事業などの人材総合サービスを生業としています。私自身が一昨年の 11 月からまいりまして、実際、現地をみますと自分達だけでは何もできないな、とあらためて感じました。であれば本当シンプルなんですけど、自分ができなければ、育てるか人に協力してもらえない。それで行政と協力したり現地ボランティアや NPO の方々と協力して解決すればいいんじゃないかという発想で事業企画にとりくんできました。きょうは CSR ということで先ほども小川さんのお話がありましたが、弊社の場合もともと企業理念が「社会の問題点を解決する」ということで、社員ひとりひとりが社会におけるソーシャルアクティビストとして高い志をもって取り組んでおります。

陸前高田市の事業概要についてご説明させていただきます。そもそもなぜパソナという会社が来たかということですが、弊社の代表、南部靖之の出身が神戸ということで、阪神・淡路大震災の際も雇用をつくる、そして雇用のミスマッチを防ぐということで一丸となって取り組んできました。個人的な部分として身内に山古志村の出身者がいましたので個人的にも 2007 年の新潟中越沖地震の時も伺っております。今回についても 2011 年の 11 月からですが、弊社としても社会の問題点、いま被災地で起きている問題、さらに弊社の今までの経験ですとか何かやっていること、リソースをつかってできることがあればと、まずは現地に出向いて、現地の方々が何に困っていて、報道では「雇用のミスマッチが起きている」とか「雇用がなくなる」とかあったのですが、本当にそうなのか？ということで、手弁当で一番重視したのが現地の企業のかたや住民の方、行政を回ったりして現状分析をやりました。その時に非常にお世話になったのが NPO の皆様でした。

事業の概要は募集をかけてマナー研修とかパソコン研修などの座学をやって、その後企業さんとのマッチングと、その中で企業さんがどういう人を欲しいとかは事前調査で全部頭に入っていましたので、うまく研修生と結びつけて、フォローアップして最後は直接雇用結びつけると、いうスキームで事業を行なっていました。

昨年度なのですが、採用者最後まで残ったのが24名で、事業終了後直接雇用されたのがそのうち19名、更にその内Uターン者というのが12名いました。本年は25名でUターンの就職者は8名、さらに今回はIターンの方々も3名おりました。

続いて「事業実施の課題」という今回ここが肝なのですが、さて私きましたと、でどうしましうか？という時に、最初は現地でのコネクションがない、どこでしましょう、事務所がない、市民の方への広報手段もないという状況で…現地の情報を把握しながらフットワーク軽く動けるような、つないでいただける団体を探しました。この探すときも正直言いますと、飛び込んだというよりも、社内の様々なネットワークを通じてNPOのかたからNPOのかたを紹介受けたというかたちでつないでいます。結果として偶然ではあったのですが、人と人とのつながりから生まれたのがこの事業だと思っています。

その中でまずはSAVE TAKATAさんと一番密に連携しました。これも弊社がマイクロソフトさんが「東北UPプロジェクト」というかたちでパソコンのリテラシーを東北であげようという活動をされていた中でマイクロソフトの龍治さんからご紹介を受けて、育て上げネットさんを通してSAVE TAKATAを紹介で、パソコンでなにかやっていきたいという話だとお聞きしました。結局人と人とのつながりではあるのですがご紹介でした。この団体様の特徴が陸前高田の全体の状況を把握されているとか、外部団体とのレンタルの事務スペースを確保されているということで、こういったことからまず、事業企画で密な情報交換、企業様のニーズをどうしても知りたい、そうしなければ自分たちの勝手なエゴだけになってしまいます。現地のかたが、何が問題でどのようにやっていきたいんだ、ということを知りたいというよりは人との紹介をいただきました。さらに市内の住宅へのポスティングですとか事務スペースを一部お借りするなどして連携を組みました。もう1点はAid TAKATAさんになります。こちらでもご紹介で連携を組ませていただいたのですが、具体的に事業企画に長けているかたもいたのでアドバイス、あと災害FMでご協力いただきました。

最後に「企業連携に期待すること」ということで、まず企業が抱える課題を解決していただけるNPOと連携したい。基本的に民間企業だろうがNPOだろうが行政のかたも課題があったらそれを何とかしたい、という目的は変わらないと思うんですね。それは立場が違うだけであって、先程もプロボノという話がありましたけども、皆さんがそれぞれ得意な部分を持っていると思うんです。それがフラットな状態で一緒になれば、1+1+1が3ではなくて、そこに掛け算が生まれて、6になるかもしれない。であれば垣根を取り払って、まず目的ですね。実際は同じ理念やビジョン、そこが重要だと思います。弊社も現場のマッチング、雇用または人の教育が課題でそれを解決するためにはどうしたらいいか、それを直接雇用結びつけて、いずれは産業を成り立たせるリーダーを育ててもらいたい、ということがありましたので、その理念のもと進める中で、自分たちに足りないものがあれば皆様から一緒になってやっていこう、と。協働ですね、フラットな関係でいきたい

というのが在前提としてあります。あとはその中では企業ごとの連携もあります。要は特徴、強みというものを多様性がありながらも、ぜひ知りたいです。最後に、やはりアグレッシブなNPOと一緒にやっていきたいです。

NPOの皆さんは現地で活動されていますから、持続可能な活動をやるにはNPOの皆さんが現地でリーダーシップを取られるのが一番シンプルかと思います。その中では一緒にやる中でノウハウ盗んじゃうとかね、本当アグレッシブなくらいにぜひやっていただきたいなと思いますし、民間企業はそれを望んでいろいろ遠隔でフォローできればと思っています。最後になりますが、ある農家さんと話してですね、「6次産業化のイニシアチブは俺たちが取る」という話がありました。まさに6次産業ってそうだと思います、売れなければ意味が無いと言っても生産者自体がどれだけ強いイニシアチブやポリシーをもって、「この生産品を、これくらいの商品に変えてほしい」であれば、さらに高みを目指せるのではと思います。私どもの連携としては自分たちに足りないものをシンプルにしょうかいいただきながら人とのつながりで皆さんと協働した、ということで陸前高田市で現在行っている事業の紹介をさせていただきました。ご清聴ありがとうございました。

田尻佳史（JCN 代表世話人／日本 NPO センター 常務理事・事務局長）

はい、武井さんありがとうございます。どうぞお座りください。対談式っていう説明がありましたけども、今のお話をお聞きして会場の皆さんここで質問ありますか…？ちょっとじゃあ私の方から、今日連携とか最後のほうに課題とかありましたけども、パソナさんとNPOの連携の事例をいまたくさんご紹介いただきましたが、パソナさん自身は本業の部分でいろんな企業さんともお付き合いがある、でそういう企業さんと、パソナさんのお付き合いがあるNPOが、つながっていくような仕掛けをしているとか、そういう例ってありますか？

武井

結論から言うと、正直私は把握していません。ただ、先ほどお話したとおり、それは本当にふつうのことだと思います。たまたまそれが企業・企業・NPOだったというだけであって、最終的には人なので、企業と言っても人なので、「こういうことで困っている」ということがあれば、それを紹介するだとかは当然だと思いますし、復興支援であると全部私に話が来るので、必ずどなたかに「それであればこの会社さんがいいですね」だとか、この現地のNPOが知らなければほかのNPOさんから紹介してもらうだとか…。

田尻

なるほど。じゃあそういう、きょうも来られているNPOのかた、たくさんいらっしゃいますけど、どこかの企業でこういうことを手伝っていただけないかな？というようなことを考えたら武井さんのところ行ったらそういう企業を紹介してもらえるんですか？

武井

もちろんそれは可能ですし、このあとのパネルディスカッションでも提言したかったんですけども、ぜひそういうのをつなぐプラットフォームみたいな、感じのものが行政の方含めて、いろいろ

連携とって、そこに集まれば、そこ自体がひとつの産業に、未来の、先を発掘する場所というか、そこが化学反応を起こす場所になるようなプラットフォームがあったらすごくいいのかな…と。

田尻

そういう中でこの企業も含めて NPO もたくさん、11月に来られてから歩かれたと思うんですけど、そういう連携していく上で、パソナさん自身は武井さんが努力すれば連携していけるのかもしれませんが、こういう団体ではなかなか連携するのが難しいな？とか、というような例っていはありますか？

武井

結論をいうとビジョンがあまり明確でないところですね。ポリシーとかパッションがないと。パッションがない個人・団体とは難しいな、と思いました。

田尻

一番共感するパッションって何ですか？

武井

そうですね、自分たちの意見をもちつつ、いろんな人の話をちゃんと聞くような…何でも聞く姿勢を持っているかたですかね。消極的、待ち、頼るなどではなくてフラットでやってほしいと思いますね。

田尻

ぜひそのようなNPOさん向けに、Off J Tの研修をやっていくというのはいないんですか？ぜひそういうことも検討していただきたいですね。日常的に人を活かす、とか人を大切にする、というのを本業とされている意味で言うと NPO に非常に近い、NPO もいろんな人に支えられながら活動を運営・展開していく、という意味では、そういうノウハウをぜひ共有する機会をもっといただくと非常にいいんじゃないかと。

我々もNPOを支援する団体もそういうトレーニングするんですけど、それだけだと充分でない側面がありますので、そういうところと連携してもらいながらやってもらいたいなあと思ったんですが。あともう一つ、それにも関係あるんですが、うまく自分達を表現できない団体数々あるとおもうんですね、私も震災の各地まわって本当に震災直後の何かしなければという思いで活動をはじめた。

みなさんも表現しやすいのかなと思うんですけど…。

武井

SAVETAKATA さんとかですと、なんでもやりますという若いチームなんですけども、それはどことも変わらないな、と思ったんですよ。ただひとつフットワークが軽かったんですよね、やっぱり民間でやっていると思うんですけどスピード感というのは感じましたね。

田尻

スピード感を持つというのが一つのNPOにとっての強みになると？。

武井

そうですね。どちらかというといぐいぐ攻めてくるかたって、私のお会いする中では少なく、攻めてくるのが特徴にはなると思いますね。

田尻

みなさん、どうやったら企業と一緒にやれるのかなと、思われているかもしれませんが、ぜひ攻めていただければ、武井さんのところに行けばいいんですよね？で、攻め方教えてもらえるんですよね？（笑）

武井

できるかぎりいろんな形で、なにかお力になればと思いますので、ぜひ。

田尻

後もう少し時間があるので…その強みみたいなものでね。そのスピード感、あとどういうものがありますかね？我々も研修やっていると「強み書いてください」「弱み書いてください」という研修をやると、なかなかそれが本当に出てこないんですね。

武井

先に弱みを書いたほうがいいかもしれないですね。できないこと。ここは劣っているけど、ここが強いです。とかのほうが強みが強く見えるというか…。「〇〇が難しい」と書くより「〇〇を勉強しています」…とか営業的になってもいけません。

田尻

いえ、NPOにとってもヒントをいただいたかなと。強みや弱みが見えないから、何を一緒にやったらいいかわからないとか、企業さんとかでもそうでしょうけど、連携するときに、「この強みを我々はほしいな」とか、パートナーである企業さんはこの部分が弱いんだけど、「このNPOのこの強みが我々の弱いところ埋めてくれるかな、じゃあそれで連携しよう」となる。そういうフラグをきちんと立てるといえることが必要なんだと、今日お話を聞いていて思ったんですけども。

武井

私も小川さんのお話を聞いていて、その組織強化というのは、まさに先々のことを考えて発展途上の部分を逆に魅力に感じる企業もあると思いますので。

田尻

ありがとうございます。NPOの皆さん、たとえば助成申請書をいきなり書くよりも、弱みや強みを整理してから出すと結構いい助成金の申請書が出てくると思います。強みを前に出していないと、弱みの部分を前に出して「こんなの出来るのかな？」と思われるよりは、そういうところを整理しながら出すと、それは多分パートナーシップを組むときにも「我々こういう強みがあるんですよ、ここは弱いので協力してもらえませんか」とか、そこの整理をするというのは非常に重要なことだと、あらためて思いました。じゃあ、時間なので、後ほど思いのたけをお話いただければと思います。では武井さんありがとうございました。

(拍手)

瀬川典男 氏 (株式会社川徳 営業企画部 部長)

ご紹介を頂きました、盛岡川徳…川徳デパートといったほうがわかりいいとおもいますが、瀬川でございます。よろしく願いいたします。私はこの手のスクリーンに映し出すというのは、個人的に得意ではありませんので、今日もアナログで皆様のお手元にお渡ししております。「話さなくても読めばわかる」ということで、話が理解できない場合はですね、そのレジュメをあとでお読みいただければと思います。ちょっとですね、レジュメにそってお話する予定で来たのですが、まあこれ、ただなぞっても面白くないなということで、急に話を変えます。

ちょっと関係ない話から入りますが、大槌というと非常に思い出深い方がいらっしゃって、伊藤陽子さんという方なのですが、地元の方は聞いたことのあるお名前かもしれませんが、近くのあのシーサイドタウンマスト(注:大槌町にある大型ショッピングセンター)さんでも写真展をやった、写真家でもなんでもない方で、大槌で飲食店を経営されていたと、で店も何も全部流されてしまったと。お兄さんお二方も行方不明になってしまったと、で、その中ですることもしなかったし、昔から写真を撮るのが好きだったということで、とにかく直後の写真をたくさん撮っていた方だったんですね。

で、ある日突然、川徳の店内案内所に来て、「催事場を貸してくれ、一日いくらするんだ？」とか、そういうお申し出を急にされたんですね。通常デパートの場合年間でだいたい1年先まで大きな催事を決めてしまうので、そういうお申し出をいただいても、基本的には無理なんですよね。で、通常のパターンで「いや、あの、そういう年間で決まっていますので、ちょっとお貸し出しできない」と、その旨お伝えしてほしいということで、一旦店内案内所から来た電話をそれで切れてしまったんですが、その直後に、「いや待てよ、このお客さんの話を聞かないでそのままお帰り頂いていいのかな」とふと思ひまして、で店内案内所にすぐ電話して「さっきのお客さんいらっしゃるか？」ときいたら、まだいるというので、急いで話を聞きに言ったんですよ。で、なんでこの話をしたかというところ、もう、本当にすごい熱意なんですよ。「無理なら無理でもいい、でも写真を見てちょうだい、とにかく見てちょうだい」というので、見るとA4サイズの200枚くらいの写真をお持ちになって…。

そうすると人間の心理とは不思議なもので、「いやあ、これやらないで終わっていいのかな？」と思ひました。ただ大きなスペースのところはみんな当然ふさがっていますし、そうすると人間ど

うするのかなという「なんとかやれる方策ないのかな？」と頭のなかをグルグルって目まぐるしく回りまして、「あ、この時期のここならやれるんじゃないか」ということで、確約はできませんけど何とかやる方向で…とお答えしてその日はお帰りいただきました。ですぐ内部で「ここでこの催事が終わった後のこの時期でちょっとやれないか？」と返答をすぐしました。結果的に2011年の10月でしたので写真展とかやるのが微妙な時期だったんですね、生々しい写真をかなりお持ちだったので…。これを展示していいのかなというのもあったので、ポスター展というのを、「復興の狼煙」というのは県内の方は見たことあると思いますが、その後ろに掲示しました。

そうしたら、どういうことが起こったかという、テレビ局が取材にきました。それで新聞にも載りました。そこからあちこちから開催したいという声があがったんですね。川徳が全く初めてだったんですけども、伊藤さんが見てほしいという熱意がいろんな所を動かした。で、「どこそこに行ってきました」「どこそこに行ってきました」と「ああ伊藤さん頑張ってるね」という話をしたら、「瀬川さん！写真集も出した！これ送るから」というので写真集も送ってよこしたんですね。そしてこの15日まで川徳で復興の催事をやっていたんですが、大槌からいらした方が会場に来られたので「伊藤さん、今どうしてらっしゃるかわかりますか？」と訊いたら、「いま写真展でドイツに行っている。」という話でした。それがいいとか悪いとか言いたいのではなくて、全くその意志がなかった人が熱意で結局動いたということ、大槌に縁のある人ということでちょっと最初にお話をさせていただきました。

で、このレジュメの内容もほとんど熱意から来て、私の方からというよりもその熱意に応えようということで動いたのが、ここ一連の内容です。SAVEIWATEさん先ほどもお話が出ていましたが、SAVEIWATEさんはフットワークいいので、「どうですか？」という「やります！やります！」とすぐ反応します。だから、じゃあ復興雑巾も取り扱おうかなと、県内の当時取り扱ってませんでしたので、それはまずいと、販路がみんな県外であれば、それはちょっとまずいんじゃないかということで地元の店としてぜひそれはやりたいということで復興雑巾もスタートした。

ハートニットプロジェクトというところは面識があったんですが、この前も東京に行って販売会をしてきました。どこそこに行って販売会をしてきました…。「で地元は？」と訊いたら「地元はまだです…」と「それはまずいじゃん」ということで、結局そういう一生懸命動いているのを見て、地元のデパートとして何とかしたいという想いで…やっぱり気持ちが動いてるんですね。

「どうですか？」と来て「検討します」だったら多分進まない話だと思います。それはもう行動をすぐして、県内が難しければ東京だとか神戸だとかいろんなところに行って販売会をされているという動きを…「それだったら県内でうちの店でこういう形だったらやれますけどどうですか？」ということで始まっています。その流れでお手元の資料の新聞のコピーですね、これ1回目なんですけど東京で販売会の時に、東京大学の似田貝先生というかたと面識ができたということで、私の方から1団体ごとやるのは難しいので、どなたか取りまとめいただいて、店でスペース取れるときにどうですか？と話をしたら、似田貝先生が取りまとめしますと。ということで1回目がスタートしました。1回目が終わってどうしますか？と聞いたらぜひやりたいということで、お手元の資料の「手しごと絆フェア」を継続的に開催してきた。

何を言いたいのかということですね、私がお付き合いしている NPO さんというのは本当に狭い範囲で、今日登壇される方がたとはそういった意味では全然違うケースだと思うんですが、動いているのはやっぱり熱意…おたがい熱くなったときに「やりますか!」「やりましょう!」というような決まり方をしているので、いろんな NPO さんいらっしゃいますが、意外とあたって砕けろとか…熱意で人は動く要素が非常に強いんじゃないかなというのが私の限られた活動の中での印象でございます。私の話は以上を持ちまして終了します。

(拍手)

田尻

非常にわかりやすいお話でした。お座りください。今日たくさん NPO の方が来ているんですが、「私の組織は熱意があるぞ」というかた、ちょっと手を上げてください…こういう感じ。熱意から、多分…共感、「なんとかしなきゃいけないよね」というところにコマを進めることによっていろんな工夫が始まったというお話なんですけども。これあれですか、いろいろと瀬川さんのところへお願いに行けば、百貨店のなかでの協力というのは結構できやすいものなんですか？

瀬川

まあ、簡単に請け負うことはできないんですが、会場の空いているときとかどうしても限りがあるので。それでひとつ申し上げたかったのは、うちの店でとにかく頑張っってやります、ということは前提ですが、それだと広がらないんですよ。「川徳でやっているなら、うちでもやれるのではないか」と、で「この前、川徳でやっていたけど、おたくの店でも協力していただけますか？」という何かこうきっかけになればいいと思ったんですね。

一店舗で年間数回やるのが本当に被災地の方の支援に大きくつながるのかということ決してそうではない。ただきっかけを作って広がるためには、まずうちがやれることをやっていくと。でそれが何か県内のいろんなお店や集会所でもなんでもいいんですけど、人を集めるからやってみない？とかそういうふうに広がっていかないと、被災者の生活の向上にはつながらない。ただそのきっかけをとにかく走りますと。走っているうちにどこか協力するところが出てきてくれれば、少しでも前にすすめるのではないかと。そこが一番考えてやっているところです。

田尻

なるほど。あの今日お話をいただくみなさん、どちらかというと東京とか大阪が本社の機能…という企業さんなんですけども、川徳さんだけは盛岡でということなんですけども、私なんかも東京から来たり回っていると内陸部と沿岸部でだいぶ2年経って温度差が変わってきたよね。案外遠くに皆さん販売路を求めていくので東京ではそういう工芸品を見たりとかしますけど、盛岡市内であんまり見ないな？ということもあって、それを問題だということでやられているんだと思いますが、他の県内企業さんはどうなんですかね？この復興に向けて何かされているとか…。

瀬川

あのそれぞれの企業さんではいろんな形でおやりになっていると思います。ただスタートはですね、まあ寄付から始まって、街頭募金も役員が先頭に立ってやったとか…今までにない形でスタートしたんですが、寄付ではもう限界があるというか。それともう一つは小売業という立場で言うと、お客様を巻き込むということが我々にとっては寄付をすることよりも、何らかの形で協力したいと思っているお客様たくさんいらっしゃるはずなので、その場を提供するというか、そういう仕掛けるスタンスというか…同時並行でやっています。チャリティのオークションやっただのを寄付するとか、小売業の立場だといろんな方が店にいらっしゃるのそういう方を巻き込んで、もっと幅広くというのを特に最近意識をしてやっていると…。

田尻

なるほど。その点が川徳さんの強みといいますか、特徴といいますか、人を巻き込める。例えば提案を持って行かせていただくときに、たくさんのお客さんを巻き込めるようなプログラムの提案で協力してくださいという話が来たほうが協力しやすいということですか？

瀬川

あの内情にもよると思いますが、店をやったり相手にアプローチをしようと思った場合は「御店ではいろいろおやりいただけるんじゃないですか？」と言われると割りと小売業のほうは「じゃあお客様に向けてこういうのをやってみましょうか？」一般の企業さんよりは、強みというか特徴というか、そのあたりは多分あると思います。

田尻

企業として単体をみてもそれぞれの業種なり職種によって特徴があるというのはぜひ覚えていただくといいんじゃないかなと、たくさん人を巻き込むなら小売のお客さんが来るところにお願いに行くというのが早道かもしれません。お客さんの来ないお店に行って、沢山の人の参加してもらいたいんですというメッセージを出してもそれは協力できませんという話になるのかもしれないね。私の本来の仕事、日本 NPO センターなんかでもいろんな企業さんから相談があったりして、最近非常に面白いなと思うのは、いままで社会貢献とか CSR というのは社員とか会社が寄付をするのがメインで考えられていたんですけども、最近は株主さんという会社の中のステークホルダーを巻き込んで寄付をしようという動きが結構たくさん増えてきているんですね。

これは10年ほど前にあるお菓子メーカーさんが株主優待はいらないということから相談を受けたのから始めたんですけど、いまはそこは何千万という額のお菓子を全国の子どもたちに使ってほしいという寄付をされているんですけども、その半分は株主さんが出されている。そういう意味ではその企業の特徴をうまく掴んで提案を持って行かれたりということができれば、いいかもしれませんね。デッドスペースなんかもありますもんね、百貨店は…。

瀬川

ありません（笑）。最後に1つだけ…今もやっているんですけど、百貨店協会でキティちゃんの

ストラップを300円で販売して、収益を全額被災三県に送ることをしているんですが、こういったことがお客様を巻き込んで買うことが被災した方への支援につながるということが、実際にやってみて反響があって、かなり売れていますんでそういったことが多くの人を巻き込む、わかりやすい事例だなと思っています。

田尻

ありがとうございます。非常に貴重なお話をサラッとされるので、あれかもしれませんけども(笑)。本当に企業の特徴をきちんと読んで、どこでも出来る話じゃないですよ、というところをうまく活用してくださいねというのが一つと、それから地元が動いているというのはすごく重要だとおもうんです。これからどんどんどんどん時間が経っていけば、一番初めの栗田の挨拶にもありましたけども風化も進んでいく。それは離れれば離れるほど風化が進んでいくんですね。そんな中で県内で何とかしていこうよということの動きを是非していこうじゃないか、というのは非常に心強いなというふうに思いました。そして NPO の皆さんは企業の連携をするときは「熱意をもって」共感してもらえる話題提供をしていくことがつながっていくポイントかなというお話だったと思います。瀬川さんどうもありがとうございました。

(拍手)

森 由美 氏 (SCSK 株式会社 法務・総務・IR グループ CSR 推進部 部長)

みなさんこんにちは。SCSK 株式会社の森と申します。どうぞよろしく申し上げます。SCSK という会社をご存知ない方のほうが多いと思いますので、簡単に説明させていただきたいと思います。ITサービスの会社で、社員は7,500人位、東京が本社で、大阪、名古屋、福岡といういわゆる大都市で大企業向けのシステム開発をしています。

なぜそんな会社が東北の支援をしているかということなのですが、私の自己紹介をさせていただきます。私はSCSKで20年ほど働いているのですが、元々は仙台の出身です。これでわかっていただけではないかと思いますが、東北出身の人間は、東北は東北の人間が復興させなければいけないと思っているところがあると思います。それは東京だとか…地元に離れて暮らしている人間も多かれ少なかれ同じようなことを考えて毎日を生きています。たまたま2011年からCSRを担当することになりましたので、東北の支援に何かしら関わっていければということで、この活動を続けています。それが私個人のモチベーションです。もう一つ、企業人としてどうかと言うと、よく言われる課題先進国・日本の中でも、東北地方というのは課題先進地域であって、高齢化だとか少子化、過疎…そういった問題が以前から結構早く進んでいたところだと思います。「東北の復興なくして日本の未来はない」と、安倍首相じゃないですけども、そういったことで、企業としては取り組んでいきたいと考えています。

我々SCSKに求められる役割ですが、本業と会社の持つリソースを活かして、産業振興に貢献して地域力を高めたい、と考えています。本当はお手元にCSRレポートをお配りして、それを見ていただきながらご説明しようと思っていたんですが、今回ここでお話させていただくのが決まったのが、実は今週の火曜日にして、ちょっと資料が間に合いませんでした。もしこの会が終わるまで

に会場に届けば、お持ち帰りいただければと思います。

さて、本業と会社の持つリソースです。本業はITですので、ITサービスをそのまま適用させていただければ、例えば、大船渡市で先日「Prime Eco（プライムエコ）」というエネルギーマネジメントシステムを導入していただきました。こういうものが本業というところになると思います。それから、今やっていないけども、今日お集まりのみなさんのようなNPOの方々だとか地域の団体の皆様と新しい事業をつくっていききたいということも考えています。これが新規事業です。あとは「知る・触れる機会」、先ほどもデパートの方のお話がありましたが、そこまでの活動ではないですが、会社の中で販売会をしたり、社食でメニュー提供をするということで東北の味を知ってもらったり、ものを手にとってもらったり…そういう機会を作っています。そして今日ご紹介しようと思っているのは、「企業人スキルの提供」というものです。

「企業人スキル」とは何？ということですが、ちょうど1年前、2012年の10月から12月にかけて社員派遣プログラムとして、3ヶ月間大船渡市と大槌町の仮設住宅支援事業に社員を派遣させていただきました。実際には、いわてNPO-NETサポート様への派遣ということになるんですが、（スライド）右上にある、北上市といわてNPO-NETサポート様といわて連携復興センター様の「北上協働チーム」が企画運営、事務運営はジャパングリエイトさんが受託して実施されていたものです。仮設住宅で自治会を運営されている方とは別に、その方をサポートする支援員さんという役割の方を派遣して、自治会の運営を上手くサポートするという事業です。

支援員事業をより効率的に運営していくための支援をいわてNPO-NETサポート様が実施していて、そこに弊社の社員が入ってサポートしていました。最初は「支援員さん向けにパソコン教室をやっているから、先生をやってくれないか」「研修の企画をやってくれないか」という話から始まりました。ITの研修は社内でも社員向けにやっているので、そういうことならお手伝いができるだろうというところから始まりました。実際に、いわてNPO-NETサポート様からお話を伺ってみると、「仮設住宅支援員」として地元の方を雇っているが仮設住宅がなくなったら支援員事業はなくなるので、この方々にこの先の仕事を見つけてあげなければいけない。そのための人材育成事業を構築していきたいんだ。という話をお聞きすることができました。我々はその考えに非常に共感しました。「エンプロイアビリティ」とは、職業実践能力というか、雇用されうる能力のことを言います。このエンプロイアビリティ向上のサポートをするのが活動の目的です。雇用は非常に大きな問題だと思いますが、なかなかひとつの企業で現地に雇用をつくっていくことは難しいです。特に我々のようなITサービス企業で現地に雇用を作るのは、残念ながら非常に難しいのですが、一方で相対する「雇用される側」の能力を高めて色々なところで働けるように…そういったサポートであれば出来るだろうということで、お手伝いをさせていただくことになりました。いわてNPO-NETサポート様にアパート等の手配もしていただき、3ヶ月間みっちり、社員が仮設住宅の支援事業に従事しました。

このプログラムをどのようにして実現したかという社内的な話も含めてポイントをお話したいと思います。1つ目のポイントは3ヶ月間のフルコミット、一緒に地元で3ヶ月やっていったということ。2つ目のポイントとして、このプログラムは元々あった社内のボランティア休業制度を転用して運用しました。そもそもはJICA（国際協力推進機構）さんの青年海外協力隊という2年くらい海外にボランティアに行くプログラムがあってそれに参加できるような社内制度があっ

たのでそれを今回被災地に適用して、いわてNPO-NETサポート様を派遣先として実施しました。3つ目のポイントは「多岐にわたるスキルを活かす」こと。当初話にあったITリテラシー、いわゆるパソコンの利用スキルにとどまらずに、企業の中で働くスキル…段取り力とか、そういったことをお伝えすることができたのかなと考えています。この3つ目は実際にやってみてわかったことですね。

実際に参加した社員からも、いわてNPO-NETサポート様からも、企業の仕事の進め方のようなものが非常に有効だったと言われました。例として資料にある会議ひとつとっても、我々企業人は普段から効率化を強いられているので、会議は、事前に議題を決めて資料を準備して事前に配って読んでおいてくださいね、と言って…当日は話し合いをして「今日はここまで決まりました。宿題はこれがあります。」と確認し、間違いありませんね？という確認のために議事録をメールで送る。まあこんなことをやっています。いままでそういったことをやって来なかった人たちは「会議を何回やっても決まらない」とか「課題がなくなる」とか、もう悶々としていたそうです。そういった中で我々が普段やっている通りに「こうやっていけばいいんじゃないですか？」という提案をすることによって、運営が効率化して行って、効率化だけではなくてその人がまた違うところに行った時もそのスキルを活かせるようになっていく…そんなことがありました。逆に社員にとってみると、いままで会社で当たり前に来てきたことを「何故そんなことをするんですか？」という質問をされて、今一度考える機会になったり、だとか、企業のスピードは、効率性を重んじる割には段取りを重視してちょっとまどろっこしいところがあったりするんですけども、地元の方と接していると「なんでそんなことが必要なんですか？」みたいな核心に迫る質問をされるわけですね。そういったことが非常に勉強になったりした様です。あとはちょうど時期的に10月から12月という時期は次年度計画をつくる時期にあっていたので、次年度の支援員事業をどうしていくか事業計画をつくるお手伝いをさせていただくことも出来ました。計画書づくりというのは企業の中では一般的に毎年毎年やっていることなので、ノウハウの展開もできて、良かったと思っています。

今後の課題としては、「企業人スキルは有効だ」と言っておきながら、今度は逆のことを言って申し訳ないのですが、そもそもの本業であるITに関しては実は想定よりも貢献できていなかったなど思っていて、もう少し本業を活かせるようなサポートができないかなということは今期に入ってから模索しているところです。

あとは、この活動を色々なところでお話をさせていただくと、「すごくいいのでうちにも来てほしい」と言う風に言っていただけるんですが、残念ながらなかなか他の会社に波及していかないという問題がありまして、これは現地のNPOの方というよりはマッチングをされる団体の方だとか、中間支援NPOの方だとか、そういったところへのメッセージなんですが、ぜひこういった活動の有効性について評価いただいて、こういった支援の仕方も考えていただけたらいいんじゃないかなと思っています。その他、運用面では、昨年12月も大きな地震が一度あって津波警報が出て避難したということがありましたが、ちょうどその時に社員が現地において、実際問題として電話は繋がらなかったのも、非常時の連絡手段の確認や、派遣される社員にどういったところまでインプットしていったらいいのかということも整理が必要だと感じています。自治体への企業人の派遣が徐々に広がっていていると思いますが、NPOへの派遣はまだ皆さんあまり考えられていないところもあって、短期での支援だけでなく、数ヶ月だとか…先ほどのパナソニックさんのプロボノの話も

ありましたが、もう少し経営基盤の強化みたいなところにつながる活動が出来てくると全体が良くなるんじゃないかなという風に思います。

あとは、可能性としてもう1つだけ事例をご紹介したいのですが、「ビジネスアイデアコンテスト」で「復興支援ビジネスへのアイデア募集」を社内でやりました。こうしたゼロベースでスタートさせてこれから作り上げていくという取り組みも面白いんじゃないかなと思います。

以上です。ありがとうございました。

(拍手)

田尻

はい、ありがとうございました。2, 3お聞きしたいなとおもうんですが、記憶にあたらしい方から…このビジネスアイデアコンテストってすごく面白いと思うんですが、これは有給の仕事ですか？それともボランティアですか？

森

仕事としてではないので、ボランティアといえばボランティアですね。

田尻

関わっている時間というか、就業中にそういうプランを作ってもいいのか…とか。現地見に行ってもいいのかと言うとどういう区分けになりますか？

森

そういう意味では基本的にはボランティアですね。就業時間外でやってもらいます。ただ、このコンテストで入賞すると、今度は仕事として活動する時間を確保することができる、というスキームになっています。

田尻

それはビジネスとして会社で実施されるということですか？

森

そうですね。そこまで内容を具体化して行ければ、ということですが。

田尻

これは初めてやられたんですか？過去にもされたことがある？

森

ビジネスアイデアコンテスト自体は数年前からやっていることですが、昨年トライアルということで「復興に関わるビジネス」にテーマを限定して募集しました。このテーマで実施したのは初め

てでした。

田尻

そこに、ひそかに我々が社員さんに耳打ちしてプラン上げてもらうことはできるんですか？(笑)

森

もちろんです(笑) 耳打ちじゃなくても是非一緒にやりたいという方がいらっしゃったら、やりたいです。

田尻

そうですね。そういうことでビジネスとか人が動くということであれば、すごく重要な事だと思います。では本体の話をお聞きしたいのですが、今回このいわてNPONE Tサポートさんと一緒に連携された。こういう連携の形は初めてのことですか？他の地域でも…とか。

森

いえ、人を派遣するという形は初めてですね。

田尻

きっかけは何かあったんですか？

森

これは本当に縁なんですけど、いわてNPO-NE Tサポート様でこの話を持ってきたのは弊社の元社員でした。震災を機にETIC.さんの右腕派遣で岩手にUターンをした元社員から「こういう話があるんだけど、会社として何か協力できないか」と言われたのがきっかけです。

田尻

じゃあつなぎ役として元社員の方がいらっしゃった。右腕の人、活躍していますよね、今日も来られていますよね。じゃあその人が仲介になってということですが会社として復興支援しようということになって、これだけのスキルなり、期間に社員をだすのはボランティアの枠組みにされたじゃないですか。これはなにか理由はあるんですか？

森

これはそもそものボランティア休業制度というものがあって、それを利用すると一番立ち上げが早いんじゃないかということで、それでボランティアにしました。絶対ボランティアがいいとか、仕事として派遣した方がいいとか、という比較をするよりはスピードを重視してこちらを採用したということです。

田尻

なるほど。こういう取り組みが初めてなので、会社として仕組みを有給でいってもらおうというプログラムをつくるのに時間がかかると、それならばいまある制度をうまく利用して…ということで。この3人の方は自発的に手をあげられたんですか？

森

そうです。社内で募集をかけて手を上げた社員です。

田尻

もっとたくさん手を上げたうちの3人なんですか？

森

いえ、3人手が上がったので3人来てもらいました。

田尻

なるほど。元々3人の計画だったんですか？それとも3人いきたいというからもう3人で行っちゃえ、という感じなんですか？

森

実は2名で募集をかけていたんです。もっとたくさん手を上げれば多分2名にしたんですけど、3名だったら「3人とも行かせたいな」ということで3人になりました（笑）

田尻

団体にとっては2人ところが3人になったんですね。その間はずっと岩手にいらっしゃって活動されたと思うんですが、会社としてはなにかアプローチをしていらっしゃったんですか？

森

定期的に連絡が取れるようなIT基盤のようなものを用意して週に1回は報告を上げてもらって状況を把握する様にしていました。先ほど紹介したビジネスアイデアコンテストの一環で、上位入賞者がスタディーツアーでこちらに来たので、その時にはツアーに参加した10名と、こちらに来ていた3名との交流の場をつくったりしました。

田尻

で、昨年度でこの事業終わられて、また引き続いてやるということで募集されているんですか？

森

今年もやろうと思っていたんですが、今年はいま社員を集めることができなくて、少し別な形、プロボノ的な参加ということで、3ヶ月派遣ではなくて仕事をしながら通いで活動するスキームを

考えています。

田尻

ちょっと多分皆さん混乱してきた。私の時間がそんなにないので、鹿野さんのこのあとでもやっていただきたいんですけど、先ほど小川さんが言われた「プロボノ」という言葉と、今森さんが言われた「長期休暇のボランティア」というのと、これ区別がだんだんつかなくなってきたなあという感じが…使い分けがもしかすると会社で違うのかどうなのかというのが、後ほどお二人登壇された時にちょっと訊いてください。（笑）解釈が違うのか、制度があるので余計に…。

「ボランティア休暇」というのを作られている企業さんて結構たくさんあって、それも短期もあれば、短期をやらずに青年海外協力隊だとかああいう機関がやるもので長いものでもいいですよとか、いろいろ作られているんですけど、それに合わせてやるとそのプロボノというのも会社によって使い方が全然違うかもしれませんね。プロボノとして有給で派遣されている会社もあれば、これはボランティアですよというところ…これはいろいろなので、今日は後ほど説明を訊いていただくのが一つと、それから、人として協力するというのは団体にとっては大きな力になるんですね。その時に会社の特徴がございまして、この会社さんは有給で出してくれる例だったとか、短期の休暇だったとか、そういうことは調べることはできますんで調べられたらいいかなと思います。

でも、最近では国の事業なんかでも、ある A という NPO のノウハウを、これから発展していく B という NPO にノウハウを移転しましょうという「ノウハウ移転事業」みたいなネーミングの国の事業があるんですが、まさに今日のお話をいただいたのは会社のノウハウを NPO についていう感じですけど。その辺はかなり意識された、それとも 3 人行った方の議論の中で出てきた感じですか？

森

意識はしていなかったのですが、青年海外協力隊と全く同じで、結局現地に行ってみないと分からないことが多く、行く前に言われていたことと、現地に行ってみてやるのが違うということは想定していたので、結果こういうことだなと。そういう想像はしていました。

田尻

先ほども他の企業への波及は JCN だとか日本 NPO センターがやることだと、おっしゃっていましたが、我々もやっていこうと思うんですが、いまの森さんのように「行ってみたら違ってもいいんだよね」と言っただけの会社さんばかりならいいんですけど、「聞いている話とちがうじゃないか」というところが多すぎるとこれはもう本当にコーディネーションするほうも大変という部分があるんですけども、そういう広い心でご理解いただければ、我々もどんどん仕組みを作っていきたいなと思います。

いままでの災害にないくらい、たくさんの企業がいろんな形で、行政のほうで募集をして行かれているケース、NPO が募集して行っているケース、経済団体が各社に声をかけて出そうじゃないかということで、釜石だとか気仙沼だとかそういうところで同友会さんなどから人が派遣されているという部分がありますので、NPO もこれから末永く、効率よくと言うよりも、きちっと学ぶためには座学では難しいので OJT 的な指向をもった仕組みで力をつけていくという意味では人材流動が今後は

必要になってくるかなど。受けるだけではなくて、被災地の支援をしている団体から半年くらい NPO のスタッフがそちらの会社に行って学ぶというのは難しいですか？

森

今のいままで想定していませんでしたが、できると思います。

田尻

そういう相互流動が必要かなと思うんですよね。この後じっくり鹿野さんに紐解いていっていただければと思いますが、協働するときにはやはりお互いの文化が違ったり言語が違ったりということによって通じ合わなかったり…企業と NPO がうまくやれなかったり、NPO と行政が言語が違うことによって通じ合わなかったり…なんですけれども、そういう意味では行政の人が企業に行ったり、企業の人が NPO に来たり、また NPO も行政、企業に行くという、こういう流動からする文化をどういうふうに作っていくかということが、さらに協働を深めていく一つのやり方かなと思いますので、そういうこともぜひ議論をしたり実際に実験をしていただく時期が来ているかなと思いますので、是非チャレンジいただければなと思います。ではこれで一旦締めたいと思います。いろいろ突然の質問で戸惑われたかと思いますが、どうもありがとうございました。

(拍手)

トークセッション「企業と NPO」

鹿野順一 氏 (NPO 法人 いわて連携復興センター 代表理事)

それではトークセッション「企業と NPO」ということではございますけれども、先ほど田尻さんからお話がありましたので、まずそこから始めたいと思います。言葉を整理しようと思うんですが、企業としての「プロボノ」「ボランティア」というところを整理をしてみようと思うんですが…どなたか説明を「私が説明するわよ」というかた (笑) …小川さんお願いします。

小川

先ほどもやはり「プロボノ」という言葉がわかりにくいというお話もありましたのでもう少しご説明させていただきます。私ども、社員の社会貢献に対する意識実態調査というのを年に 1 回定期的にやっていますけれども、それで出てくる結果を見ますと、ほとんどの社員が「何かボランティアをやりたい」と思っているんですけども、じゃあ実際にできるか？というとなかなかできない。それはなぜできないのか？と理由を聞きますと「現業が忙しすぎて時間が取れないよ」と。あんまりボランティアにしばられすぎずに気軽に何か自分の空いている時間でできることがあればボランティアをやりたい、という人が結構多いんです。平日はとてもしゃないけど無理だけど土日使ったったら何とか自分の持っているノウハウを社会に還元することが出来るんじゃないか、という意見が多数派でございまして、それで、プロボノをやり始めて…やり始めるとやはりこれはすごく自分の生活リズムにもあっているし現業を邪魔されることなく、生活の一部としてボランティアが充

実してできるという、従業員にも高評価ですね。

費やす時間がだいたい週に5時間くらい、例えば会社から帰って夜中に1時間程度パソコンの前でやるというのもあるでしょうし、土日使って集中的にやるというのもあるでしょうし、それでパナソニックの場合は「パナソニックチーム」というチームで取り組んでいるケースと、それから社員が全然違う企業の方々とプロボノチームに入るという2つケースがあるんですね。

これを会社としてどういう枠組みでサポートしているかというところとプロボノ自体は個人のボランティアです「プロボノパブリコ」という言葉はラテン語で「公共のための善」という意味なんですけどもこれはもう個人の意志でやることなんですけども、そういうフレームワークを作って後押ししてあげる、要はポン背中を押してもらったら、すごく社員がやりやすいんだ、というその部分を会社がやると、いうところではこれはNPO法人サービスグラントというところと一緒にやっている協働プログラムなんですけども、枠組みをつくってそして役割を決めるんですね、たとえばチーム5人がいたら、そのうちの一人はプロジェクトマネージャになって、一人はウェブデザイナーになって、一人は…と役割を決めて、きっちりと4ヶ月間やって成果を出す。成果物を納品して完了という…そのきっちりした枠組みをつくると、見事にNPOの要望に応えることができる、そして従業員もすごく満足にそれをやり終えることができる、という非常に協働ができるというところで、私たちはプロボノは本来個人の活動なんだけども、会社が後押しをするということでやっているんですね。

鹿野

はい、ありがとうございます。ボランティアといいますと自分がやりたいことではなくて現地に必要とされることを…。どんな専門的な知識があっても今それが必要でなければやれない、というのがボランティアで、プロボノというのは本業でそれぞれの方が持っている専門的な知識を今回の場合であれば東日本大震災の被災地に活かしていくような…そのために会社がルールを作って。本来個人であることをしやすくして、「やってきていいですよ、そのかわり報告はしなさいよ」とある意味制約のあることかもしれないが、見える化をすることで胸を張って社員さんがそれをできるようになると。

小川

制約とかルールというよりも、「従業員の士気を高めていくこと」が一番会社でやることで大事な部分だと思います。やり方については何ら制約はないんですよ、それはプロジェクトマネージャが好きにやればいいですから。成果はNPOさんが求めている「これ」というゴールにしっかり到達すればいいわけで。それによって社員が中途半端にプロボノも現業もおろそかなるというのでは意味がありませんので、現業をしっかりやりながら、ちゃんとプロボノもやって、でプロボノをやることで現業もまた効率よく、士気が高まって気持ちよく仕事が出来るという…それが会社が後押しをする一番の理由じゃないかなと思います。

鹿野

今度は武井さんにお話を聞こうと思うんですけど。さっきも現地会議が始まる前に立ち話をして

いて「いや、われわれの本業は CSR みたいなものですからね」とおっしゃったんですけどそういう部分であるとか、あと商品をもって売りに行くのではなくて人材を育てる、マッチングをするという事業の中だと、「プロボノ・本業・CSR」の区切りがつけづらい感じがしていると思うんですけど、その場合は会社としてじゃなくてもいいので武井さんの中でどういう区切りにしているのか、あるいは意識していないのか…。

武井

結論を言うと意識はないです。ただ CSR というものが、どこの会社も同じだと思いますが、一番広いフレームワークとしてあると思うんですけど、そのあとに私どもの会社はプロボノに対する制度が整っていないのでそこを勉強していかなくてはいけないというのがあります。私の中では CSR があってその上にプロボノやボランティアがあるイメージで捉えています。私どもがなぜ「CSR が本業みたいなものですね」と言っているかといいますと、企業理念自体が「社会の課題を解決すること」社会の問題を解決するのが会社の責任という CSR につながるというのがありますし、元々は設立自体が30年以上前ですけども、当時女性が、女子の学生さんがスキルを持っているのになかなか男尊女卑が強かったりしたり、一体リタイアしたかたが社会復帰するのにスキルをお持ちなのにハンデがあったりして…おかしいよね、というところから弊社が派遣制度を作っていたんですよね。そこに共感する部分が強いので、意識の部分でそれが当たり前と思っています。

鹿野

次に森さんにお聞きしようと思うんですが、先ほど言い残したことがある感じでしたよね。企業の考え方やルールの有無でできるとかできないとかあるかもしれませんが、SCSK さんの場合は JICA の青年海外協力隊に送り出す制度はあった、でも震災支援で何ができるだろうとなった時に、そのルールはなかった。で今の形に通じるところがあると思うんですけど、その制度を流用しようという時に、割りとすんなりとできたのか、そうでないのか…その過程を教えてくださいなんですが。

森

青年海外協力隊のボランティアに行く制度を流用しようというのは復興支援担当のメンバーのアイデアでして、「これを使ったら行けるんじゃないんですか？」と言ってきました。どうしてもやりたいという気持ちが強かったですし、この社員の気持ちも強かったので、「出来るかな」ではなく「実現する」前提で、どうしたらよいかを考えて社内調整を進めていきましたので、そんなに大変ではありませんでした。

先ほどのプロボノ話ですが、私の言葉の使い方が雑だったかなと思ったのですが、東日本大震災で「プロボノ」という言葉は脚光を浴びたというか、スキルをもった人がそれを活かす活動を展開されていて、プロボノと言っていたんですね。私は「ITを活かしたボランティア活動」をプロボノと言っていて、社会人・企業人スキルを使った活動には「プロボノ」という言葉は使いませんでした。一般的な企業人スキルよりももう少し高度なスキルをボランティアにできればそれがプロボノという意味で使っていました。パナソニックさんの様に特別なプログラムがあるわけではないで

す。

小川

あの、でも今、森さんが言っていたのがオリジン（注：起源）なんですよね。アメリカで弁護士が自分の弁護士としてのスキルをボランティアでつかったのが、このプロボノのオリジナルなので、IT スキルをそのまま使うということはイコールプロボノだと全く私は違和感がなかったんですけども…

鹿野

プロボノとかボランティア云々ということだけではなくて、なんでしょうね、同じNPOであっても社団もふくめてさまざまな団体が活動する上で、それぞれの団体の性格やルールが有るのと同じように、企業というひとくくりにすると、何か「プロボノ」「CSR」が全世界共通のルールがあるように聞こえるけども、でもそれは翻ってみるともしかするとそれは企業さんの個性や考え方というのが反映されているのかな、というふうに思っています。

で、川徳さんなんですけど、先ほどの瀬川さんのお話で、目指すところをおっしゃって頂いたのかなと思うんですが、僕も釜石に住んでいますので、震災以降、川徳さんがいろいろなところで商品を持ち出しをして皆さんに衣類とか様々なものを持って歩いたりとか、それだけではなくてチャリティオークションを開催してとか、手作り製品の販売や、交流会の開催、仙台の藤崎百貨店さんとの協働で復興支援を企画したり…地元の企業さんとして支援を川徳さんがやってこられた。もちろん勢いと熱意だけではなくて、企業として地域への貢献とか…想いは強かったんじゃないかと思うんですが。その辺も含めて川徳さんのCSR的な活動をご紹介いただければと思うんですが。

瀬川

まあ経営理念とか社是はどこの会社さんでもおありだと思うんですが、まあ川徳の場合は大きく言うと「奉仕こそわが務め」というのが社是で。創業の頃から、私が入社した頃も「社是は奉仕こそわが務めだ」と叩きこまれていますけど、最近もう少し具体的に噛み砕いてというふうになっていて「地域社会に貢献する」ということを毎朝唱和している。じゃあ我々は地域社会に貢献するにはどうしたらいいのかというのは考えました。ひとつ大きく考えていたのは「まず動く」と、正しいかどうかはわからないけどもまず考えて、議論を深めて万全なもの…とやっているけど、タイミングを失ってしまうので、思いついたら「やりたいですけどいいですか？」と上層部に仰いで「よし」となったら「まず動け！」と。今振り返ると、それがよかったかどうかわからないものもたくさんあります。ただ動きながら考えて、地元にありますので、お客様の反応などを見ていると、ちょっと方向性が変わってきたかなとか、感じるとそちらのほうに軌道修正をすとか、走りながら状況に応じて考えてやっていくこと。

よかれと思ってやってきたけど、ちょっと違うのかもしれないとか。企業さんのお手伝いということで、物を提供しますよと随分最初言いました。我々はそれが被災した企業の皆さんにとって絶対プラスになると思って走りました。ところがいろいろ走ってみてわかったことが、「いやそんなことを言ったって動かせる人員いませんよ」あるいは「物を作っていませんよ／つくれませんよ」

とか、現実そういう話が沢山出てきましたので。急いで良かれと思って「復興支援販売会」だとかいろいろ提案しても、ちょっと違うかもしれない、生産ができてないから、人は出せないけど物は出せるとやってきた時に、じゃあ人をどうするか、店からだすのか…など途中から考えてきたんですね。そういう動きでした。まず動いて提案したんだけど、違うなとなったら「して欲しいのはなんだろうな？」と考えを調整していった。そういう動きが現実にあったという事例としてのお話です。

鹿野

企業だからこうじゃなきゃいけないではなくて、自分たちがどう合わせられるかという形で動いていらっしやっただのかなとお聞きしました。その点で言うと先ほど SCSK さんおっしゃっていた「雇用を生み出すのは自分たちの得意分野じゃないんだけど、生み出すために働く人のスキルを上げる」というアプローチをされたとか、パソナさんも現地に行って何がまずニーズなのか聞いて回ったとか、パナソニックさんの場合はパートナーとなる相手側の NPO に聞いていこうという…なんとなく共通項があって…。

ここから本来のテーマに入っていくんですが、今言ったような企業さんでさえも決めたルールがそれが全てではないという形で相手とどう向き合うかというのを模索しながらの支援だったというような、なんとなくそういうお話が聞けたのかなと思います。で、最初に言ったプロボノとかボランティアとか協働というキーワードにまたこのセッションの最後に戻ってこようかなと思うんですが、今の企業さん側のお話だとするならば、今度はそのパートナーになる NPO のこと、それから被災地と言っても岩手だけではないんですが、折角岩手で開催されている現地会議ということで、岩手に関わってらっしゃる方々がおいでになるので、岩手での震災復興支援活動を通しての、どういうふうに関地の NPO が見えている、どういうふうに関手が見えている、というところをテーマに据えてお話を進めていこうと考えています。

「岩手を通して考える、岩手の復興の様子」。前のセッションでもそうですし今のお話の中でも多少具体的な事例も含めてお話をさせていただいたんですが、ピンポイントの話ではなくて、もう少し俯瞰した形で、岩手の復興というのは、2011年の3月から今までを見ている中でどういう風に見えていらっしゃるのかというのを、客観的な感想で結構です。もしその中で、例えば宮城や福島にも関わるかたがいらっしやったら、そこと比べたらどうだろうかという視点も含めて結構かと思えますので、順番にという形で小川さんのほうからよろしいですかね？

小川

はい。岩手には私、一番初めに2011年5月にボランティアバス、1台に40名くらい乗って弾丸ツアーのような形で社員のボランティアで。その時はやはり瓦礫の処理であったり畑をひまわり畑に変えるために整備するとか、まあそういった仕事をさせていただきました。それから私が一番印象に残ったのが、その時のボランティアも田尻さんと一緒にさせていただきましたが「現地の状況というのは時々刻々変化していますよ、そのタイミングで現地が必要としていることを、企業はそこに手を差し伸べてください」と言っていたのが印象的で「大体どれくらいの期間で変化して

いくんですかね？」って訊いたら、「まずは3ヶ月、そして半年…そういう感じで見えてください。」とおっしゃってまして、私もその教えにしたがって、次の段階はどういうふうに私たちはご支援できるかな？というので、いまパナソニックの企業市民活動は、次世代育成支援と環境という2つの分野を重点分野としておいているんですが、次世代育成支援でお手伝いしたいなと思いついて、学校での出前授業は全国で東京も関西も九州も、全国で従業員が出前事業の講師として学校に出かけて行って、キャリア教育とか環境エネルギー教育とかやるんですけども、それを大船渡や久慈で展開させていただきまして…。子どもたちと対面していると本当に明るくて、屈託なくて、大阪とか東京の子どもたちと同じような感じで接してくれるんですけども、でもやっぱりコミュニケーションをしていると、「まだまだ心の中にたまったことがあるんですよ」と学校の先生方もおっしゃっていて、じゃあそういうのをどうやって表現してもらったらいいのかということになりました。そこで、私たちビデオ制作プログラムという「キッドウィットネスニュース（KWN）」ビデオカメラをお貸しして子どもたちだけで自分たちが今伝えたいこと、今自分たちがメッセージとして残したいこと。それから10年後の自分に言いたいことなどを撮影して一つの映像でSDカードに保存してそれを10年後にみんなで集まって見てください、というプロジェクトをやっているんですけども、そうしますとやっぱり今自分はどのようなメッセージを伝えたいとか、10年後に自分はどのような感じの自分だろうかとか、そこでみんな子どもたちは考え出すんですよ。すると普通に授業でエネルギー管理だとかいろいろなことをやっている時とはぜんぜん違う言葉とか感情が出てきて、そこで子どもたちの悩みとか、本当はもう笑顔作ってるんだけど、まだまだ悲しい気持ちがあったりすることを実感できて、そういう心のなからは外からは見えないんですけども、そうやって時間をかけて接していく必要があるんだな、と思いました。同じような活動を宮城や福島でもしているんですが。この7月に私、福島の南相馬にも行きまして、先生や保護者のかたも含めてやりましたけども、その時もやはりやるせないというか…福島県の方々は全国バラバラに避難されていて、1年に1回だけ小学校に保護者の方と一緒に小学校に帰って来て先生と対面するという、そういう日があるんですけども。福島の場合はまたちょっと宮城や岩手と違って、すごく複雑な想いがあってまた違う問題を抱えていらっしゃるなあとつくづく思いました。

鹿野

ありがとうございます。実際に現地での活動の中で、今の話は受け入れは学校や教育委員会というお話だったかなと思いますが、その受け入れ「こういう話があるんですけどもどうでしょうね？」といった時に「じゃあどうぞ」だったのか「今はまだそれどこじゃない」だったのか…これはいつ頃のプログラム？

小川

2011年の9月ぐらいからですかね。ちょうど夏が過ぎて秋ぐらいから、最初は久慈市の先生方のところにお話を持っていたんですけど…その時はまだ「んーどうかな？子どもたちがそこまでできるかな？」と先生方心配されてまして、そこから少しずつ学校や教育委員会と話をさせていただきながら10月11月ぐらいから1校、2校と初めていったところなんです。

鹿野

次に武井さんにお話を聞くんですが、前のセッションでも「行政と」という話があったかと思うんですが、行政の方と一緒に仕事をすることで、これまでの過ごしてきた時間の中で段階的に対応が違ったりとか、この辺からはこういうふうに変わってきていまはどうなのかを…。まだまだなのか、結構頑張っているのか…。お話をいただければと。

武井

3つに分けてお話させていただければと思うんですけども、2011年に来た当時で行政の方々、県庁の方ふくめてほぼ自治体すべて回らせていただいて、意見を伺いました。実際その時はまずみなさんお忙しいというか、もうアップアップで…。2012年の3月4月から夏あたり、すごく行政さんの熱気を感じていて、私たちもそれに応えるために何度もお伺いして議論を重ねながら、最終的には公共性があるので弊社がお手伝いできるかは別としても、こう1年半というか2年たつに連れて、皆さんもちろん行政の方もすごく頑張られていると思うんですけども、帰れば被災者でもありますから、そういった精神的な疲れが連携している中では最近感じているので、私たち民間からすると、まだまだ私たちの提案が足りないんだな、というのを感じています。私たちのアグレッシブさが足りないのかなとも感じます。雇用という視点でお話すると、最初は mismatches が起きているとか様々な問題があったのですが、今は人が足りない状況。大船渡は最近ですと2倍という有効求人の状態であって。弊社の場合は淡路島で「ここから村」という若者を半農半芸で淡路市と一緒に呼んでやっているというのがあります。年間150人くらいの20代の若者が来てそこでアートとあわせて農業をやる取り組みが兵庫県と一体になってやっています。今できるかどうかは別として、人がいないのであれば、呼んで来るしかないし、逆に出ていかないような何か生業や環境のようなものをできたらすごく面白いかなと。フレームワークを作りながら議論していければと個人的に思いました。

鹿野

そうすると雇用という点から見ると企業さん、被災事業者さん含めての復興の度合いというところを目をかけてらっしゃると思うんですけども、岩手の場合、出て行く人のほうが多かったから、じゃあ連れてこなきゃいけないのか、それともなかなか仕事につかない人もいるんだけど、必要などころに言っていないという状況なのか…これ2011年の夏から mismatches という言葉はずっと来ているんですけども、中身が変わっている気がするんですけども何かその辺お気づきのところがあれば少し…。

武井

はい。2011年11月当時は仕事につかない方がいましたので、例えば企業を名前だけで評価してしまうとか、なので私たちは企業さんにお伺いして社長のビジョンとか熱意ですとか、従業員を倍に増やすよとか、そういうことがフェイス・トゥ・フェイスで伝えられればと思いましたが、そういうかたの醸成をやってきたんですけども、今、本当に今年の4月までは結構まだいたのですが、現状継続して陸前高田というところを中心にさせていただいていますが、非常に厳しいかなと感じ

ています。正直、本当に働く人がいるのかな？と感じています。ただ瓦礫に関しては来年の3月に終わるとするのが環境省も言っていますし、そのあとその求職者という課題も先々わかっていることなので、そこでまたステージが変わるので事前準備だとか…状況は行ったり来たりなのかなと感じています。

鹿野

ありがとうございます。では次に瀬川には消費者さんというか、生活している方々、お客様ですよ、その方を見てきて復興って進んでいるのかな？まだまだなのかな？とその辺のところを主観を含めて結構ですので、お話いただければと。

瀬川

店の売り場の状況で特に顕著にでるのは食品売り場なんですけど、震災直後から1年くらいまでですかね、もう県産品のところが混んで混んでどうしようもなかった…要するに県産のものを買って支援をしたいと、非常にそれが強かったんですが。特にここ1年半はそこは完全に沈静化しております。買い続けてたお客様もたくさんいらっしゃると思うんですが、ちょっとそこに疲れが出てきたのかなと、つまり購買ということからいうとそういう状況です。それから被災者の方が作った製品の販売会まあ「手しごと絆フェア」というのをやった時の印象と話からすると、そちらも当初はNPOを立ち上げていろんなものを作ったと、で出すととにかく買ってくれたと。まあとりあえず500円前後のものであればもう何でもいいと、お付き合いで買いますというような買い方で、非常に当初は買っていただけたと。

この前2回目をやった時に担当の方々といろいろ話をしたら、非常に厳しくなったと。売れると思ってたくさん作ったけどその在庫としてかなりたまってしまっている、ということで、明らかにそういう「お付き合いで」という買い方の状況から、完全に変わってきてしまっているということです。実は販売会をする数日前に出店団体を集めるので、デパートとして話をしてほしいということで、最近の世の中の、特に商売上の流れ、それからこういうふうにしていくとお客様は反応していただけるですよというのを参考例としてお話したんですが、ものすごい反響でした。なぜそうなのかというと、いままでは作れば売れたけども、今はもう買ってもらえなくなっている、と。で、売れなくなっている場合は、デパートなんかではこういうことを考えますよ、世の中で売れているところはこういうことをやっていますよ、というような話をしたら、非常にそこに困っていたのでなんとか参考にしたいというような状況でしたので、NPOのみなさんも非常にそのあたりこう、流れが変わってきているというのを本当に実感しているんだな、肌で感じているんだなというのが、やりとりをしている中で非常に感じましたね。

鹿野

ありがとうございます。その辺が次のキーワードになりそうだなと思いながらお聞きしておりました。森さんにはこの震災の後、システムの開発とか設計の企業さんなので直接個人が使うようなIT機器みたいなものはないでしょうけども、被災地でのITの利活用による新しい産業を起こしましょうとか、起業も含めてですし、あとNPOだとか今の雇用の話にもつながるような…ITというもの

が今まであまり活用されていなかったこの東北において、震災をきっかけに何か生まれそうだな
みたいなどの流れがあったかと思うんですが、大船渡にも入られていたということなので、ど
のくらい今後の生活のというか、失ったものを取り戻すだけではなくて、もっとそれより良い物を
という時のステップになるような気がするのですが…IT とひとくくりにするとわかりにくくなって
しまうんですが、「こういうものがこんなところにも」という感覚が…希望的観測も含めてで結構
なんですが、IT というものが復興の中で2年3年どういう役割を果たしてきたとか、前は想定して
なかったけどこういうことが出てきた…みたいなことはなにかありますか？

森

難しい質問ですね。我々は本来ITサービスで、パソナさんみたいに事業として何かできればと
いうのは、元々の気持ちとしてはあるんですが、正直、地元のIT企業が核になってくれないとな
かなか難しいんです。地元のIT企業が非常に少ないんですね。いま大船渡にある会社さんとやり
とりをさせていただいていますが、そこぐらいかなど。ほかはITという冠をつけていてもパソコン
を納入していますといった企業さんが殆どですので、いろんな意味でITの入り込む余地はあるんだ
ろうと思うんですけども、それを広げるのが難しい状況でちょっと苦労しているところではありま
す。

ただ、復興の様子、状況が東京にいるとまったく伝わってこないというのが実感です。復興の様
子云々でなくても、例えば一つの街のイベントにしても、何かしようと思って東京からネットで検
索しても何の情報も出てこないんですね。東京の復興イベントは割りと情報を集めることが出来る
んですが、（東北の）この辺の情報は全然入ってこないなとすごく思います。この11月の頭に陸
前高田でツール・ド・三陸というイベントがあって、それにうちの夫が参加したので付いて行っ
たんですが「前日祭やります。当日イベントがあります。」とだけで、一体何が行われるのか正直わ
からなくて…付き添いが付いて行って大丈夫かなと思ったのですが、実際にはマーチングバンドが
来て盛大にやっていたりするんですね。そういう情報が全然流れていないので、今ネットに情報が
あふれている時代の中で、この岩手や宮城の情報はすごく少ないので、勿体ないなと思います。も
う少し情報を流すことで何かそれが起爆剤になっていくのではないかな、とは思っています。

鹿野

ありがとうございます。今皆さんに話をお伺いする中で「岩手の復興ってどうでしょう？」とい
うところを起業さんの目線でお聞きしたかったのですが、いま4人の皆さんから、パートナーにな
る…小川さんでしたら学校さんですし、武井さんは行政さん、川徳さんですと「手しごと絆フェア」
の時の出店者さんたちとの関わり、SCSKさんでしたらやりたいんだけど地元でパートナーになる
企業さんが少ないとやりづらいですよ、とか。

森

もう1つだけいいですか？

鹿野

はい、どうぞ。

森

すみません。パナソニックさんと同じような形ではないんですが、我々も子ども向けにワークショップを、全国でもう13年くらいやっています。現地の方にボランティアとして運営に参加していただいて、現地の子どもたちを呼んでやるというスタイルをとっています。震災が起きる前は岩手県の児童館の方ともお付き合いがあったんですけども、震災後、忙しくてそれどころではないということでほとんど実施できていません。

それに比べて、宮城県はというと、大学があったり、交通の便が良かったりということもありますけども北から南まで割と広範囲で、小学校やNPO、児童館でやっていただいたり、ということができています。まだ岩手県では皆さんの体力が回復していないのかなというのを感じるんですが、一緒にやりたいという方がいらっしゃればぜひお願いします。

鹿野

それが次のテーマにもつながっていくんですが、先程も言ったパートナーになりうる、行政だったり企業だったりもするんですが、今日まあ現地会議ということでNPOを主題にしています。例えばこれまでおっしゃっていただいた企業さんも含めてなんですが、地元のパートナーとしてのNPO、これ僕ら側、NPO側からすると「企業さんは何をしてくれるんだい？」ということをよく言いがちなんですが、同じことを企業さんも思っているであろうと。ここはちょっと相手の話も訊いてみましょうよ…というテーマです。

企業が例えば被災地で先ほど出たようなプロボノだろうがボランティアだろうが本業の事業としてのパートナーにNPOを求める場合…「こんなNPOはちょっと組めないよね」、逆にNPO側から企業さんに企画を持ち込む。これはみなさん「OKです」とおっしゃっていたけども、持ってくる時にはこういうことに気をつけてくださいね、みたいな話…。それからNPOと組みますよという時の社内ではどういう手続…これ面倒なのかそれともポイントおさえれば聞いていただけるのか…先程は「熱意で乗り切れ…」という話もありましたけども（笑）、きちんとした順番を踏んで企業さんに「うん」と言ってもらえる方法を少しアドバイスとして出していただけるといいなと思います。

「NPOと協働するときに、そのNPOに求めるものは何ですか？」という問いかけで皆さんにお話をしていたらこうと思います。

小川

冒頭に「NPOサポートファンド」というNPOの組織基盤強化をするプログラムを展開していますと申し上げましたけども。その応募をしてくるNPOさんに対してエントリーシートがあるんですよ。そのエントリーシートをみて第一次選考、第二次選考、ファイナリストの方にはきっちり面談をして…とそれも会社の人間だけじゃなくて第三者の選考委員の方も入れて非常に厳しい実は審査をするんです。それなりにNPO側にも覚悟が要るんじゃないかな…というぐらい厳しいもので、もちろんそれは会社でやっているものですから、1団体あたり上限150万円までということで支援

をしています。事業の利益を社会に還元する意味でも、社員にしてみれば自分たちの利益がどういうふうに使われているのかというのは、ちゃんと説明しなきゃいけないわけです。社員もそうですが、株主様や社会に対してきっちりと説明するためには厳格な審査が必要で、そこで私たちが求めるものは、「まず組織基盤強化をする前に、組織診断をしてください。」と言っているんですね。

組織診断をすると今、自分が置かれている状況がどうなのか、ひょっとしたら病気にかかっているんじゃないか、健康体なのか、大きな病気なのか、小さな病気なのか…健康診断と同じだと思うんですけども。そういう組織診断をしていただいて自分の置かれた状況をきっちりと把握していただいて、そしてそこから課題を自分たちが見出して、で「この課題を解決したい」という明確なビジョンと計画がないと、私たちも助成はできないんですよ。そして中期計画…3年5年後にはどうありたいか、という計画が立てられているかというようなことと、具体的にそれをどうアプローチしていくか、アプローチしてアウトプットが社会に与える波及する効果＝アウトカムがあるか。という視点で自分たちの団体をみてくださっているかどうか、というのが企業がパートナーシップを構築するときの私たちはそういう視点でサポートファンドの選考などさせていただいていますね。

鹿野

ありがとうございます。ええ、身につまされる思いで聞かせていただきましたが。では武井さんから。

武井

そんな明確なビジョンは弊社はないんですけども、協働で求めるものはまさにビジョンです。ビジョンに関しては内容や計画性が格好良くなくても良くて、目的と成果、ゴールをどこにもっていきたいかを明確にして貰いたいと思います。真ん中の部分はまあ足りないものはお互いに知恵を出し合えばいいと思います。企業にもっていくときの注意点なんですけども、自分たちのことだけをお話するのではなくて、自分たちのことを話しつつ「パソナと組んだらこうなりますよ」とか相手を知っておいてほしいなと思います。

自分たちの強みという言い方ももちろん素晴らしいんですが、相手の立場を考えて「御社のこういうリソースを使えばこんなふうな形になりますよ。」という事前準備というか、相手を巻き込んだようなフレーズを入れてもらえればと思います。社内の手続きですけども、私どもでいうと実績ですね、具体的な実績がなかったとしても「こんな取り組みをしています。」その財源は行政のものなのか支援でもらったものなのか、教えていただきたい、ある程度の信頼性が社内を通すにはどうしても必要になってくるんですね。あとは最終的には気持ちがあれば、個人的には社内で伝えていく場合もありますが、理路整然と進めるのであれば今のような形で持ってきていただくと、ゼロからスタートするのとは格段に違うので。今は私が持って行っている状態なのでそうしていただくとありがたいと思います。

瀬川

川徳でもうしあげると本業をベースにした支援というか協力というかお手伝いというか。それがベースになると思います。本業を外れての支援ということになるといろいろな意味で難しさはある

と思います。それでちょっと変な話をしますが、今日は行政の方がたくさんいらしているんですが、私は県内で考えた場合は、行政の方にいかに本気になってもらうのが県内企業の場合はかなり重要ではないかなと。やはり行政が本気になった時の企業の対応というのは、「県のほうからこういう依頼があったので検討しなくては…」とか、市から要請があったとか、通常の場合よりも公的な機関からのお話であれば、それは公益性があるだろうという判断を一般的にはすると思います。

せっかくこうやってたくさんの方の行政のかたがいる中で、こういう時につながりをもって、今度「またあのおばさん来たぞ」と言われるくらい何回も何回も要請に行く…と（笑）。それくらいのことを考えたほうがいいのではないかなと思うんです。我々も支援しますよと皆さんおっしゃるんだけど、本気にさせるためには本気でぶつかっていかないとダメだと思うし、そうなった時の行政の方が本気になった動きになると、民間企業というのはいろんな形で協力が出てくる場合もあります。断定はもちろんできませんが。

そういう意味で県とか市町村も一体となって復興を盛り上げていく姿勢が絶対的に必要ではないかと思います。ダイレクトに企業と言っても、パナソニックさんの場合は厳しい審査があるとか…いろんな関門があって、ともするとくじけそうになるんですが、その時にやっぱり行政も巻き込んで、行政の皆さんも一緒におねがいますよ、という動きが一つのキーではないかなと。ちょっと主題とは外れるかもしれませんが、行政の力というのは非常に大きいと実感していますのでその巻き込み方というの、あるいは巻き込まれ方というのは、震災復興には大きなポイントになるのではないかなと思っております。ちょっと主題とは外れていますけども。

鹿野

いや、大変貴重なお話でした。キーワードは県内企業というお話だったと思います。NPOの側から県内の、例えば川徳さんだけではなくて、様々な企業さんに何か一緒にやりたいという時には、その一つの持ち駒として行政「県庁の〇〇さんが一緒にやると言ってくれています」と取り付けると、もしかすると企業さんに話がしやすいんじゃないかというものすごいヒントだと思いました。では続けて森さんお願いします。

森

NPOの方に求めるというのは、武井さんがおっしゃっているように「何をしたいか」というビジョンというか…「こういう問題を解決したい」「こういう社会にしたい」というところに共感できるかというところだとは思いますが。それ以外は…どちらかと言うと中間支援NPOの方に期待したいのですが、マッチングですよ。そこがもう少しまく行くといいのになあ、と。今は、NPO・NGOと企業は、たまたまの出会いでお付き合いさせていただいて、もしかしたらうちじゃない方がいいのかも、と思いつつもその関係が続いているんですが。最高の結果を出すためには、もう少しマッチング機能が充実していたり、話を進めてみたらその企業じゃない方がいいのもう一度マッチング先を考え直す、ということがあってもいいと思います。

鹿野

中間支援、マッチング、コーディネートという言葉が出ましたので…さきほどの武井さんの言っ

ていたプラットフォームというところをもし、引っ掛かりが出てきているようならお話いただければと思いますが…。

武井

そのまえに1つだけ、川徳さんがおっしゃっていたお話はすばらしいなと思っていて、よく企業が海外に売り込むときに国と企業で売りに行くのがあるが、それを NPO と自治体で企業に売り込みに行ってもいいんじゃないかなと思いました。それができたら続く事業じゃないかなとおもいますので。

最近プラットフォームっていろんなところでよく使われるなと思っているんですけども、単純に言えば「場づくり」。これだけいろいろなステークホルダーの方がいるので、だれか取りまとめてくれる人がいると、効率的にスピード感をもって進めることができますと思います。悩みを相談できるプラットフォーム。それを中間支援にもとめるのか、国や行政がやってくれる民間を見つけるのか…そういうのをやるときに NPO がまた組んで、民間がやることになったらもっと強固なものになると思います。ぜひ岩手発で、そういうのができたら、沿岸部でもいいので、広域沿岸局様が主体になるとか、で小さく作って派生させていくほうが効果的なので…。それで現地 NPO の雇用だとか、一緒にやることがあれば、誰かそこで独り雇います…と。ぜひ沿岸部でプラットフォーム、マッチングみたいなことを NPO と行政の皆さんで民間がアドバイザーではいたりすることができたら、すごくいいと思いますし、過疎地域や限界集落のケースにも対応できるかとも思います。

鹿野

この JCN の現地会議もご参加いただいている皆さんにそういうプラットフォームとして、何ヶ月かに1回ですけども、こういう場も使っていただきたいなと思いますし、いまそれぞれの企業さんからおっしゃっていただいたお話、こういう場所でないとなかなか聞けなかった、自分たちではわからない情報をお聞きできたと思いますし、「あれ企業さんのほうが情報を持っているんじゃないの？」という気付きにもなるのかなと考えています。

あんまり無理してまとめるつもりはないんですけども、どう考えてもいまお話に出ていたものというのは、例えば助成金の申請書を書くときに必要なことがらであったり、一番最初にお話にあった「強み・弱み」というのは、NPO で言えば強みは「本来その団体は何のために設立されたんでしたっけ？」というその NPO の本業が一番の強みのようなところもあるでしょう、自分たちの強みはこれなんだけど、今現地で必要なのはこれ、ちょっと弱いからちょっと手伝ってほしい…それが弱みだろうし、強みを含めた上で弱みをきちんとさらけ出すことで、じゃあ手伝いますよ。という相手が生まれてくる。みたいなものすごくいろんなヒントが皆さんのお話に埋もれているのかなと思いますので、ぜひ掘り起こしてもって帰っていただけたらな、と思います。

で次のテーマに一旦移りまして…今日おいでいただいている企業さん各社の社会貢献事業…CSR とか企業ボランティア含めてなんですけども、今後の展望をお聞かせいただきたいと思うのですが。

小川

企業でも自社の強みや弱みをよく言うんですけども、個性とかユニークさというのが一点あると

思うんですね。例えば社員がどこの団体に寄付をしようかなと、一市民として、企業市民として考えた時に、どの団体に寄付したらいいかわからない、おなじような活動の団体に結構出くわすんですね。でもすごくユニークな、際立った、個性のある活動をされているところに、深くは分からないが何かこう惹かれていくというようなこともありますから、まだまだ日本は欧米に比べて寄付文化というのが醸成されていないんですけども、そういう強み・個性・ユニークさ・差別化できるところってどこなんだろうかとそういう観点があったらいいのかなと思います。

それから企業のいま、OBがものすごく元気で、地域貢献・社会貢献したいという人がたくさんいるんですね。私は現役社員の活動をサポートしているんですが、何か企業OBの力って本当に社会的にはものすごいパワーがあって、そういう方々にも会社が働きかけ、地域とともに何かできれば、日本としても被災地の活動としてももっとできるのかなと、これからできればいいなあと思っています。これからの展望は、今エネルギーマネジメントというのが非常に大きな社会課題で、私どもの会社もそれを本業で取り組んでいるんですけども、実は新興国…インドとかアフリカ、アジアの無電化地域にソーラーを持っていくというプロジェクトを始めているんですけども、ソーラーパネルの付いたコンテナ型の独立電源を当初2011年2月にアフリカのタンザニアの無電化地域に持っていく計画で開発していたんですが、3月に震災があって、それを南三陸町の災害対策本部の緊急電源に使っていただいた。ソーラーのランタンとか被災地にお送りして…ということは先進国であっても、災害がおこったときには新興国の無電化地域と全く同じような状況になって、私たちがサポートできるんだと本当に感じましたので、私たちは全世界に貢献していきたい、というのが経営理念にありますので、これからもその気持ちを忘れずに皆様方と協働させていただきながらやっていきたいと思っています。

鹿野

ありがとうございます。じゃあ武井さん…

武井

私どもは企業理念が元々「社会の問題を解決する」ということでしたが、現在被災地に関わらず取り組んでいるのが二つありまして、一つが女性の社会進出。特にキャリアママの社会復帰または雇用。もう一つは若年者。引きこもり、ニートを含めてですね、そういう方々がどのようなかたちで社会の労働力となって働けるか、というところをテーマに、本業の派遣業ですが、取り組んでいます。実際それが社会貢献という位置づけでみると、被災地でも女性・主婦のかた、若年者で働き口が難しい方、また高齢者の方々にもどのような雇用支援ができるのかというのが、知恵がない部分がありまして、現場の方々と意見交換をさせてもらいたい。最後に会社としての取り組みは、場所を問わず課題となっているものがある限り連携できればと思っている。今日をきっかけに地域の課題を解決するために連携していきたい。

瀬川

社内では私は復興支援担当という位置づけでもなんでもなくて、大震災が発生したことによって、社としてもなにかをしなくては、ということで「動ける奴は誰だ？」という中でなんとなく私にな

ったと、いうことで、営業企画という立場でイベントなど担当しているのでそこから派生しているやれることをやってきたのが実情でございます。今後の展望ということについてあんまり偉そうに発言できる立場ではないですが、まず本業をしっかりやるということが大事、被災県の企業としては、大なり小なり影響を受けていますので、ただ支援というのも無理があると思っています。自分たちの本業をしっかり維持しながら、できることをやっていくことがポイントではないかと。本業がらみで「これなら協力できる」ということを探してやっていくのが当面考えられることだと思います。

あと全く個人的に思っているのがですね、「被災者のかたの支援」というとまあ非常にありがたいことだと思うんですが、芸能人の方、野球選手の方、各界のかたが支援にいらしていると。でもひょっとしたらそういった場に行ける人は精神的に元気な人で、もっと苦しんでいる人はそういう場にも出ていけない人がかなりいるのじゃないかと思うんです。何かの本に書いてあったんですが、「例えば、お年寄りの方がいるホームに、こどもが何かを見せにいく、そうするとお年寄りは拍手する。でも、本当にうれしいのはお年寄りがやったことに対して、拍手されるということ」だと。個人的には、頭に残っているというか、意外とその点が見過ごされているというか、根っこにたまっている部分を、吐き出してもらわないと、ほんとうの意味の被災者のかたのためのことができないのではないかと、と思います。

森

CSRというとボランティアとか寄付とかの慈善活動のことをイメージされることが多いので、本業と慈善活動、どういうふうに捉えてこの話をされるのかなと思っていたんですけども。我々も皆さんと一緒に、本業を通じて社会をよくするような、そんな会社を目指しています。本来的にはITサービスをつかって復興事業みたいなことができればと…ただ大きなプロジェクトというのは大きな会社さんがやるので、我々は地元企業の支援という形でやっていくことになるのかなと思います。それは営利目的としての事業でやるのか、ボランティアとしてやるのかは、今の時点ではそこはあまり大きな問題だとは思っていません。それよりも現地の未来につながる活動であれば、それは必ず意味のあるものだと思うので、大きなことができない分だけ、そういった営利・非営利にこだわらずに、現地と一緒にやっていきたい、と。それが私たちの考える復興支援活動になります。

鹿野

ありがとうございます。今のお話の中で、これからどういうことをやりたいという企業さんのお話でしたから、これから何かアプローチをするときはそれを頭に入れて。先ほどそれぞれのかたがおっしゃった団体のミッション、ビジョン、資金管理、云々まで含めて企業さんの必要とする水準をきちんとクリアする状況を作った上で、お話を持ちかけると、もしかするとこちらの企業さんたちと一緒にお仕事ができるようになるかもしれないというふうに聞いていただければと思っていました。

栗田暢之（JCN 代表世話人／NPO 法人レスキューストックヤード）

いま、自社の取組について、社会貢献とか CSR とかお話をお伺いしました。大変わかり易いお話をありがとうございました。もう一方で「業界」というのがあると思うんですけども。自社の取組みはそうなんだけど例えば IT 業界、電器業界、百貨店業界…世の中東京中心に回っているの、なかなか震災に関する支援を続けていこうという雰囲気がなかなか起きにくい時期にだんだんきたんじゃないかと思うのですが、まずは瀬川さんに百貨店協会の中で、被災地の百貨店として果たす役割があるということでのいろんなご発言があると思うんですが、それに対して日本の百貨店業界がどんな反応を示されているのか…というのが一つ。あとそれぞれの業界の中で震災支援というのはどのぐらいの位置づけになっているかをお聞かせいただければと思います。

瀬川

百貨店協会ではローキティのストラップを 3 年間連続 300 円で販売しておりますが、当初は販売額全額の寄付というスタートだったんですが、今は収益金をあてると。ただし、最低でも全国 220 数店舗あるんですが、次の年からはとにかく前年を下回らないようにしようということで収益金をあてる分、個数を増やしました。岩手に「学びの基金」というのがありますが 3 県に確か 1,230 万円ずつ、合計で 3,690 万円ですかね、寄付しました。

さすがに 3 年連続キティちゃんだけだと落ちてくるだろうということで、キティちゃんの個数を減らして、アルマーニの協力をえてマフラーを販売してその収益を全額寄付することで、業界としては前年度を下回らない、新しい商品を入れてさらに増やそうとしています。全国の中では満場一致で「やろう」とせっかく 3 年目なので継続してやろうということで、ついこの間も、今年は川徳が東北地区の当番的な役目を仰せつかって、今年はキティちゃんが入荷して全国で最初に川徳が販売を開始しました。業界としては非常に協力的で、打ち上げ花火で終わらないという強い姿勢を感じますので、いい業界で私は働いているなと思っています。

森

IT 業界が震災直後に何をしたかというところ…パソコンを配りました、ソフトウェアを無償で提供しますと言いました。しかしソフトウェアを提供しますと言ってもパソコンは流されたし、ネットも繋がっていないんだけど…というちょっと間抜けな支援をやってしまいました。実際それで 1 年経って 2 年経って、無償利用期間が終わっているところがほとんどだと思います。IT というのは道具であって IT ありきでは何もできないんですね。「これを使ってください」と言っても嬉しい人はほとんどいなかった、というのが実態だと思います。残念ながらもう少し現場に入って本当に必要な物を提供すべきだったのにそれができなかった残念な業界が IT 業界ではないか…という感じでした。IT 業界の方がこれを聞いたら激怒するかもしれませんが…。

鹿野

少しフォローしましょうか。相手がいるものですからね IT は、物をお渡ししておわりというわけではないと思うので…多分小川さんがフォローくださると思うんですけども。（笑）

小川

IT ってのはなんでもできるけど、独りじゃ何にもできないので皆さんのような「こういうことをやりたい」という人たちが必要だというふうに認識いただければ…と思います。復興プロジェクトに関する取り組みとしては国と自治体と企業が一緒になって特に、電器業界、自動車業界がそうですが、ICT 超高齢社会づくりの推進事業とか環境未来都市構想…スマートシティ、エネルギーマネジメントの貢献とか、地域エネルギー需要の推計をまとめて、これを自治体に提供して、復興まちづくりの基礎データに活用していただくとか、あるいは先端農業産業化システムの実証実験などいろんなことが進んでいます。本業のリソースを活用するというのは企業にとっては一番効率的よく力を発揮できるものですから、そういったところで今、国・自治体・企業がすすめているところですし、IT 業界のことが出ましたが「ビッグデータ」活用ということ言えば、これからのまちづくりでいえば非常に大きなインパクトだとおもいますので是非、森さん一緒に連携・協働お願いいたします。

武井

人材業界はあまり被災地で他社さんの状況はきかないです。聞くのはリクルートさんくらいで釜石に入られていて。全域で見ても「パナソニックさんやってるんだ」みたいなのが東京にいるとすごく感じます。行政の皆さんや現地の企業さん、ハローワークのかた、求職者の方、にお話をききますが、私たちも必要とされていなければそこに存在価値はないと思います。

もう一つ言えるのは私たちはマッチング、教育のノウハウを持っているんですけども、できましたら自分たちのグループだけで完結するのではなくて、現地の募集であれば、連携していくためのプラットフォーム的な存在としてやっているものが多いので、一言ではいえないが、じゃあ人材業界来てみんなやるかといえば、あまり前向きな部分は聞かないので、弊社としては張り付いていくことができないので、次のステージで応援できればと思います。

高田まりこ（いわて NPO ネットサポート）

今回の会議でというよりは、この会が始まる前から聞きたいなと思っていたことなんですが、プログラムの一番初めのところでパナソニックさんの NPO サポートプロボノプログラム、石巻の事例を紹介されていたと思いますが、そのなかで長期的・継続的にやっていけたら…というお話があったと思うのですが、この東日本大震災の復興支援というところで考えた時に、復興すれば支援はもう要らなくなると思うんですが、復興した状態というのはどういう状態だとお考えかお聞きしたいです。

小川

「復興した状態」というのは一言では難しいかなと思うんですけども、まず安心に安全に日常

生活を暮らせるようになり、産業雇用が生まれて生活の自立がしっかりできているという状況が成立した時に一つ判断できる基準のかもしれませんが、それがどれくらいの時間がかかるのかは想像できないですけれども。

例えば私たちがやっている次世代育成支援というのは、教育については私は10間年は少なくともかかるということで、パナソニック教育財団でもICT助成とかしているんですけども、それでも10年くらいは見ていかないといけないと思っていますし、そういう非常に長期の取り組みで起業も考えているというのは間違いございませんし、被災地プロボノに関してもこれからずっと継続をするというのは間違いございません。

武井

締め付けられるような質問なんですけども、なぜかという今年3月にボランティアで中央の官僚の方々がプライベートで自腹で来てもらって30人くらいが、自治体職員と意見交換をしました。実際その時にある自治体の職員様から、「どこまでいけば復興って見てくれるんですか？」というふうなことを思ってもらえるのかと聞かれた時、本当に胸が苦しくなって、どうしようもない思いにさせられたことがあって、今の質問に対しても軽率なと言うかそういうのは難しいですが、私たちの本業というところでは、私たちがいなくてもハローワークさん主導で雇用が回って行って、企業も人が足りているという状況になった時に、現場が雇用が大変だと言わなくなった時が、私個人としても一つのステップかなと思います。ただ、突き詰めれば先々はいろいろあると思うのでそのステージの時に自分たちが必要であればと思いますし。

瀬川

非常に難しい質問。明確に自分の中でそれをいままで考えたことがなかったので。ただ県内で言えば、内陸の人が、要するに直接的な被災をしなかった人たちが、軽々に復興したねといえる内容ではないと思います。やはり沿岸のかたが「どうですか」と聞いたときに「復興したといえば復興したと言えるかな」というようなあたりが、ひとつ生活として落ち着いてきたという判断だと思います。簡単に我々が見て「復興した」ととてもいえる話ではなくて、現地のかたがたとの、あるいは現地のかたがたと同士の話の中で「まあよくここまで来たね」みたいな話がでてるようになれば、少し復興してきたといえるのかな、とでも完成形があるわけではないので、会話の中でそれぞれが何とか復興してきたかなというのが多くの人の中から出れば、少し状況がよくなっていくのかなと思います。

森

みんなが豊かな暮らしをしている状態が復興した状態だと思います。これから決して人口が増えることはないと思いますし、そういった都市型の価値観で経済的に豊かかどうかということではなく、心豊かに過ごせるまちであって、みんながこのまちに住みたいと思うようなまちづくりができていたら、復興している状態だなと思います。

鹿野

僕からも質問にお返事をしようと思いますが、私は釜石で生まれて育って今もそこに住んでいますので、「わかりやすい被災者」です。で周りの方はやはり気を使われるからなかなか言いづらかなかとは思いますが、それが言葉を変えて「それぞれの企業さんとしての震災復興に避ける時間は何年くらいですか？」と聞くと多分5年とか10年とかお答えがでてくるのかな、と。僕らも含めて被災地で活動するNPO、行政、企業さんも含めて復興ってものを目指している、けどそれが形は誰もわからない。

でも間違いなくひとつ言えるのは、僕は「わかりやすい被災者」なので僕が「もういいです」と言ったら、僕の復興は終了です…というのを自分自身では考えているので、もしかすると誰かの支援に頼るといふ気持ちをエンパワーメントすることによって、自分で歩いていこうとする人が一定数以上出てきたら、それは目に見える形の復興だけではなく、人としてもう一度自分で立つという人が、結構増えてきたなと思ったら僕は「復興」言っているのではないかなと。そこからいつしか復興から復興まちづくり、そして本来のまちづくり、地域づくり、人づくりに変化していくのかなと思います。

トークセッション おわりに

鹿野

少しだけお時間をいただきます。手前味噌で恐縮なんですけど、これまでに開催した現地会議よりも明日からの皆さんの行動に活きるヒントが、今回はものすごく凝縮された形で詰まっていたのではないかと思います。被災地での活動を続けてきたNPOや社団、任意団体含めて様々な団体に「最低限ここまでのものがないと、企業としてのテーブルにのらないよ」ということを意外と赤裸々に語っていただいたと思いますし、自分たちが思っているよりも支援している企業さんもいるがその方たちのほうが根拠となるデータや状況把握というのは企業さんであるがために、結構なものをもっていらっしゃるんじゃないかな、と。「そういう情報を欲しいんですけど、お持ちではないですか？」という入り口でもコンタクトが取れるかもしれません。

そうすると自分たちが何かをする時のハードルを上げることによって、自分たちの組織基盤をきちんと見直す機会にもなると思います。このパートの一番はじめに時間をとりましたが、「プロボノとかボランティアというのは、無償で受けられる『愛』とは違いますよ」と、それは無償であっても企業さんが自分たちの強みを活かして、パートナーとなる地域の強みを活かすとそれぞれの弱みを補完することによって、1+1が3になるみたいな、お互いを認め合う…「協働」ということにつながるんだと思います。協働という視点で企業さんをパートナーとして見た場合に、自分たちが果たすべき役割・責任をきちんと見直すいい機会だったかなと思いますので、今日のこの場が終了した後はそれぞれ前に出ていらっしゃる皆さんをとっ捕まえてでもですね、少しお話をする時間をとっていただければなと思います。つたない進行で申し訳ありませんでしたがこのセッションは終了とさせていただきます。ありがとうございました。

(拍手)

閉会あいさつ

鹿野

今日は第8回、東日本大震災支援全国ネットワーク JCN 現地会議ということで、岩手では8回目ということで、だんだん中身の詰まった話ができるようになってきたと思います。3年目をむかえた被災地、企業の皆さんだけではなくていま活動している地域の皆さんも、5年、10年、15年…と地域の NPO という形で今後も活動していけるようにもっとつながりを広げて行ければいいなと思います。また次回たくさんの皆さんと顔を合わせたいと思います。また次回ぜひお運びください。本日はありがとうございました。

(拍手)

以上