

沖縄県「企業の社会貢献活動調査」
～企業とNPOの協働による元気な地域づくり～

調 査 報 告 書

2012年3月

はじめに

近年、企業の社会貢献活動は地域社会を支える力としての認知が進み、東日本大震災によりますますその期待が高まっております。また、NPO との協働を通じ、地域社会のみならず社内や顧客への高い効果を実現している企業も数多く登場し、多様な社会貢献活動のあり方に注目が集まっています。県内企業においてもさまざまな取組みがなされておりますが、その実態と課題を明らかにするため、当財団では沖縄県「企業の社会貢献活動調査」を、那覇市より受託しております「地域づくり・公益活動支援事業」の一環として実施することとなりました。

その結果をまとめたのが本書であり、また、本県の企業の社会貢献活動に関する傾向やNPO との協働の事例についても合わせて掲載しております。本書が行政・企業・NPO の枠を超えた新しい公共を担う「協働」を始めるきっかけになれば幸いです。

この調査にご回答頂いた各企業の皆様に並びにご協力頂いた内閣府沖縄総合事務局・経済団体・NPO の皆様に深く感謝申し上げます。

平成 24 年 3 月 那覇市（地域づくり・公益活動支援事業）

公益財団法人みらいファンド沖縄

目次	
はじめに	3
調査の目的と概要	6
<u>調査結果から 企業とNPOの協働に関する課題と提案</u>	<u>8</u>
第1章 企業の社会貢献活動の実態（アンケート調査結果）	11
1-1 沖縄県「企業の社会貢献活動調査」結果要約	13
1-2 沖縄県「企業の社会貢献活動調査」結果	
(1) 企業の属性	15
(2) 社会活動の取り組み	22
(3) NPO等との関わり	27
(4) NPO等との協働事業に必要な条件	43
(5) その他	49
第2章 企業とNPOの協働事例（ヒアリング調査結果）	53
(1) 沖縄食糧株式会社×NPO法人フードバンクセカンドハーベスト沖縄	54
(2) 沖縄都市モノレール株式会社×NPO法人なはまちづくりネット	56
(3) 沖縄明治乳業株式会社×NPO法人まちづくりてだこ市民会議	58
(4) 財団法人沖縄県環境科学センター×リュウキュウアユを蘇生させる会	60
(5) オリオンビール株式会社×NPO法人OSI・恩納村漁業組合	62
(6) 株式会社メガネ一番×認定NPO法人アンビシャス・九州盲導犬協会	64
(7) 南西石油株式会社×西原町・中城村・自治会等	66
資料編	69
1. 「企業の社会貢献活動」調査表・用語解説	70
2. おきなわCSRフォーラム Activity Report	79
3. 企業とNPOの協働事例一覧（ラジオ番組CSRヒトワク出演企業）	99

調査の目的と概要

1. 背景と目的：県内企業の社会貢献活動の実態、特にNPOとの協働に関する課題とニーズを探り、その現状を把握することでNPOと企業の協働が促進され、それぞれの強みを活かしながら持続可能な社会の実現に寄与することを目的とする。
2. 取組手法：沖縄県内企業へのアンケート調査及び回答から抽出された事例のヒアリング調査。

(1) アンケート調査

①調査対象	(社)沖縄県経営者協会(約260)、(財)沖縄県産業振興公社(約150)、那覇商工会議所青年部(約100)、計510社
②調査方法	経営者協会会員は郵送配布郵送回収方式、その他はE-mailによる配信
③調査期間	2011年9月～2011年10月
④調査項目	事業所概要、社会貢献活動、NPOとの関わり、協働事業に必要な要件、その他
⑤回答率※	回答率13%(計510社中67回答)

※沖縄県経営者協会の協力を得てアンケートを直接郵送した会員企業の回答が9割で、その他の団体へはE-Mailを中心とした配布であったため、アンケートの回答が少なくなったと考えられる。

(2) ヒアリング調査 ※p8参照

①調査対象	アンケート調査票の回答から企業9社の協働事例を抽出し、ヒアリングを行った。選定に当たっては地域性・規模・業種・活動分野などに偏りがないように配慮した。
②調査方法	調査担当員(みらいファンド沖縄)が対象企業を訪問し、企業(社会貢献活動担当者あるいは経営者)から協働事業の活動状況などを聴取する。
③調査期間	2012年1月～2月
④調査項目	協働の内容に関すること(きっかけ、役割、成果、今後の意向など)

(3) 情報公開

- ①おきなわCSRフォーラム(10月28日開催)にて中間報告の実施
- ②みらいファンド沖縄などの機関誌・webなどに掲載。県内新聞へのプレスリリース(予定)

3. 調査実施主体：那覇市(地域づくり・公益活動支援事業)、公益財団法人みらいファンド沖縄
協 力：内閣府沖縄総合事務局、(社)沖縄県経営者協会、(財)沖縄県産業振興公社、那覇商工会議所青年部、那覇青年会議所、タイフーンfm(順不同)

4. 調査フロー：

月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
実施内容	アンケート実施		中間報告 (CSRフォーラム)	ヒアリング調査先、 内容検討	ヒアリング調査		調査報告書 作成・発送

企業の社会貢献活動とNPOとの協働に関する課題と提案

これからのCSR活動～NPOとの協働による効果的な社会貢献を目指して～

今回の沖縄県「企業の社会貢献活動調査」では、県内経済団体の協力の下、アンケートの実施と、その結果から抽出した企業とNPOの協働事例の個別ヒアリングを行った。その調査結果から浮かびあがった企業の社会貢献活動やNPOとの協働に関する課題を分析し、その解決のための提案を以下に記す。

この報告書がCSR活動を推進する企業や他業種との協働を模索するNPO・行政などの参考情報となり、協働が推進され、沖縄の未来を支える「新しい公共の担い手」が増えることを願う。

1. アンケート分析結果から見えた課題

① 「企業の実施体制」 9割が社会貢献活動を実施しているが専任は少ない。

中～大手企業を中心に多業種からの回答を得た。9割は社会貢献活動を実施しているが、CSR活動の専門部署や担当はほとんど設置されておらず、総務課・広報課などの職員の兼任が多い。また、企業によっては経営や役員自らが社会貢献活動に取り組んでいる例も見られる。

② 「社会活動の取り組み内容」 企業の本業とは異なる地域貢献が大半

祭りや清掃活動に労力や資金を提供する活動が大半で、そのきっかけは「企業としての社会的責任から」「地域社会からの要請」など義務感からくる取り組みが多く、自己評価でも地域との結びつきが強まったとの回答が多い。しかし、逆に社会貢献活動を行っていない企業の理由として「人的・資金的に余裕がない」との答えが多く、社会貢献活動が本業とは異なる活動であるとの認識が強く、企業にとって、負担感となっていると考えられる。

③ 「NPO等との協働について」 ビジネスパートナーとしての協働はごく僅か

半数近くがNPOや行政からの打診により、寄付金や会員加入といった形で関わりを持っている。しかし、その成果があったと答えたのは4割で、共に汗を流す共同作業や活動報告の共有などのコミュニケーション不足が背景に見えた。また企業はNPOに対し、ビジネスパートナーとして情報開示・理念の明確化・組織体制の確立を強く求めている。また、協働開始時期は2011年からの最も多く、東日本大震災の影響があると考えられる。

④ 「協働に必要な条件について」 人的・資金的余裕と、仲介組織の必要性

企業がNPOと関わりを持たない理由としては、自社の意思形成、人的・資金的な制約がほとんどで、問題が取り除かれれば半数近くが検討しても良いと答えている。また、NPO等との協働をサポートする機関へは、協働を行うメリットや具体案、NPOの情報を提供して欲しいとの要望が強い。目的が合致すれば協働を検討したいが、上記理由で情報収集を行う余裕がないことが背景に見える。

⑤ 「その他」 収益を上げながら地域にも密着した企業を目指したい

自社の将来像について、その上位回答は「信用を優先する企業」「地域に密着した企業」「収益性の高い企業」となっている。企業のCSRに関する用語の理解度が高かったのは、「社会貢献活動」のみで、「マッチングギフト」「プロボノ」などの用語は理解度が低く、実際の協働事例でも挙げられなかった。

2. ヒアリング分析結果から見えた課題

アンケート調査に回答した企業67社のうち、「NPO等と関わりがある」と回答した32社のうち、その実際の協働事例を書いた企業は21社39事例（全体の31.3%）であった。その内約半数は寄付金や会員加入・広告協賛などの関わりで、「協働」と言える内容にまで至っているところは少ない。中小企業の例も紹介しなかったが、全回答企業の7割が年間売上高別で「10億円以上」の県内大手企業であったため、中小企業の協働事例を探すのは困難であった。

その中から、活動分野や地域、協働の方法などを考慮して9つの協働事業について企業のみヒアリングを行い、補足でNPO側からも情報提供頂いた。協働が終了したなどの理由により、掲載を見送ったケースを除いた7事例を本報告書に掲載した。そこから見えてきた課題を記す。

沖縄県「企業の社会貢献活動調査」ヒアリング対象企業一覧

	企業名	NPO等の名称	活動テーマ
1	沖縄食糧株式会社	特定非営利活動法人フードバンクセカンドハーベスト沖縄	食のリサイクル
2	沖縄都市モノレール株式会社	特定非営利活動法人なはまちづくりネット	社会教育
3	沖縄明治乳業株式会社	特定非営利活動法人まちづくりでだこ市民会議	まちづくり
4	財団法人沖縄県環境化学センター	リュウキュウアユを蘇生させる会	河川環境調査
5	オリオンビール株式会社	特定非営利活動法人OSI・恩納村漁業協同組合	サンゴ礁保全
6	株式会社メガネ一番	認定特定非営利活動法人アンビシャス・九州盲導犬協会	保健医療
7	南西石油株式会社	西原町・中城村・周辺地域の自治会	緑化運動

① 「協働事業の内容」 継続しないのは企業の本業と異なる事業

ヒアリングの対象となった7つの協働事例では活動テーマは環境分野が多かった。例えば食のリサイクルや河川環境の調査研究など、企業の本業を活かして持続可能な環境＝社会づくりのために様々な活動を企業とNPO等が展開している。しかし、いくつかの協働事例ではNPO側の組織体制の弱体化や、企業側がメリットを感じない、人的・資金的問題などの理由により協働が終了していた。

② 「協働のきっかけ」 企業が主体となっていない協働事業は受け身になりがち

「NPOあるいは行政からの要請から始まった」が3件、「企業が主体となってNPO等へ働きかけた」が3件、「役員・代表の関わりがある」1件であった。企業が主体となって働きかけた事例は、事業に対する組織としての信念や経営戦略が伺えるが、行政・NPOからの打診で始まった事例は内容が素晴らしくても、企業側が受け身であったり、行政・NPO側の情報発信の不足などで成果が見えづらい傾向にある。

③ 「それぞれの役割」 企業・NPOの共同作業が少ないと組織内での理解不足に繋がる

企業の役割として物品・寄付の提供が4件で最も多いが、企業が主体となってチャリティーゴルフなどの寄付募集を行ったり、植樹祭などのイベントを主催するものも見られ、単に物品・寄付を提供するという形以外の支援も見られた。しかし、企業・NPOの役割分担が一方に偏っていたり、共同で作業をすることが少ないと、双方のコミュニケーション不足に陥ることが多い。その結果、活動の成果や達成感が地域住民や社内の職員に伝わらず、結果互いの組織内で協働事業への理解が不足し、事業が継続しない。

④ 「協働の成果」 企業が資源を提供するだけの事業は達成感が得られない

企業側の成果としては、ほとんどの企業が「企業イメージの向上（地域に貢献する）に繋がった」または「社員の意識が向上した」と答え、ある程度成果が上がったと認識している。環境分野の活動では河川や森の保全活動が進み、目に見える成果も出ているが、今回掲載に至らなかった事例などを含め、そもそも成果が見られなかったものや、物品・寄付の提供という一方的な支援だけで企業側が疲弊してしまい、継続できていないケースも見られた。

3. 調査結果から出た企業が社会貢献活動を行うための課題と解決のための提案

課題1. 社会貢献活動が「自社の事業」と結びつかない

提案1. 自社の資源の棚卸しをすることで継続したCSR活動ができる！

日本全国に本業に結び付いた社会活動・協働事業は数多く存在する。社会活動を企業の経営戦略の一つと捉え、未来の顧客を掴むための先行投資と考えることはできる。また、寄付や物品提供だけではなく、ボランティア・広報協力、講師派遣・招聘、場所提供、雇用など企業が提供できるモノ・コトは多数ある。これを企業の資源の棚卸しと捉えることもできる。

- ・ 自社の持つ資源を再確認し、地域や社会にどんなニーズがあり、どのように活用できるかを考える。
- ・ CSRの観点からこれまでの社会貢献活動を見直すことで、NPOも地域社会を構成するステークホルダーの一つと考え、協働することで企業にどんなメリットがあるかを議論することができる。

課題2. 社会貢献活動をする「人的・資金的余裕がない」

提案2. 社会活動を職員の人材育成と自社ブランド向上の機会として活用する！

社会貢献活動・NPOとの協働は資金・労力といったコストがかかると考えがちである。CSR活動とは社会の持続的発展のために企業が主体的に取り組むべき活動であり、日頃から社会課題の解決にあたるNPOをパートナーとして組めば、より効果的な社会貢献活動が展開できる可能性が高い。

また、社会貢献活動やNPOとの協働を通じて、自社の職員の人材育成の一環として活用したり、地域のニーズに基づいた社会貢献をすることによって企業イメージの向上に寄与することも可能である。

- ・ 震災以降の消費者や社会の価値観の変化を察知し、まずは社会貢献活動やNPOとの協働について理解を深め、CSR推進の柱として経営方針に位置づければ、専任部署や担当者を置くことができる。
- ・ 自社に元々ある様々な資源を活用すれば、無理なく継続できる社会活動・協働を行うことができる。

課題3. NPOの情報や評価が企業に届いていない

提案3. 中間支援組織のマッチング機能とデータベースなどを活用する！

企業・NPOが互いに情報発信・収集するにも、個別に行うには限界がある。NPOの情報は、沖縄県のホームページに各NPO団体の基礎情報や事業報告書も掲載されている他、近年設置が進みつつある各地域のNPO活動支援センターや公益財団法人みらいファンド沖縄等の中間支援の組織も存在するので活用して頂きたい。また、企業にとっての中間支援組織である経済団体の側でも、NPO等とのマッチングの機会を創出されることは有効なのではないだろうか。

- ・ 協働を進めるため行政・経済団体・NPO中間支援組織の役割を明確化し、それぞれが仲介組織としての機能を果たせば、企業とNPOが直接触れ合える場や、相談に応じられる仕組みができる。
- ・ NPOの情報を集約しているホームページを参照することで基礎情報を得られる。

県内のNPOデータベースの例：

「沖縄県ボランティア・市民活動支援センターボランチュねっと (<http://volunchu.net/>)」

「みらいファンド沖縄 NPOデータベース・ラジオ番組CSRヒトワク (<http://miraifund.org/>)」

課題4. 協働が具体的に進むイメージを持ってない

提案4. 全国の良い事例を共有し、実践した企業が評価される場を作る！

営利・非営利の団体がそれぞれの強みを活かした協働のイメージが持てないのは、協働の成功体験のなさや情報・コミュニケーション不足から生じており、実際には沖縄県内にも徐々に良い協働事例は増えてきている。行政や中間支援組織などが主催するマッチングイベントや協働に関する会議等に積極的に関わることで、顔の見える信頼関係を気づくことができる。（巻末にもいくつかの事例を紹介しているが、これらを参考にしながら前項にもあるような中間支援組織へご相談頂きたい。）

- ・ 経済団体やNPO中間支援組織の協力のもと、企業の業種や規模に応じた社会活動・協働事業例や全国のグッドプラクティスを知る・共有する。
- ・ 企業が社会活動を行うことで達成感やメリットを感じることができるよう、優れた社会貢献活動や協働事業が世間に評価される場を作る。