



CSV フォーラム「More Impact Japan 2016」

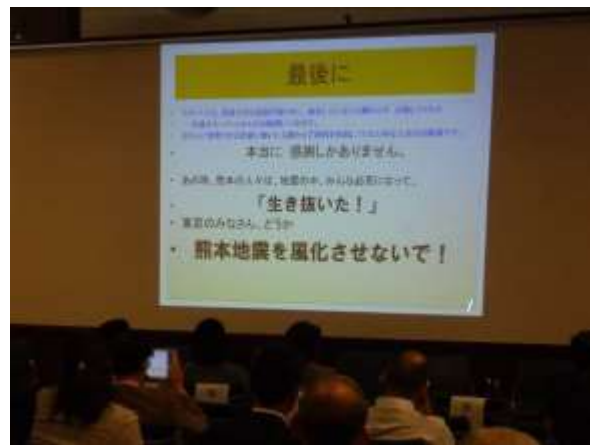
－ 熊本地震から学ぶ、企業と NPO の社会的インパクト協働のあり方 －

(開催：2016 年 10 月 3 日 会場：明治学院大学大会議室)

開催レポート

◇◇サマリー

- ・緊急災害への対応能力という意味で、マルチセクターによる平時からのコミュニケーションや協働の重要性があらためて認識された。
- ・突然の避難所運営から得られた教訓：「日常の延長にしか非日常は無い」。イノベーションを生み出すセクターを超えた関係性でも同じ事が言える。
- ・社会的インパクトやイノベーションのためには、組織間、および組織内で「共感」を醸成することが必要である。
- ・非営利組織、企業、行政が、それぞれの「強み」を意識し、お互いに補完しあって最大の効果が出せるような協働のあり方を模索すべきである。



共催：

防災・減災日本 CSO ネットワーク (JCC-DRR)

特定非営利活動法人ジャパン・プラットフォーム (JPF)

協力：明治学院大学ボランティアセンター、アジア防災 NGO ネットワーク (ADRRN)、国連人道問題調整事務所 (OCHA)、
国連世界食糧計画 (WFP)、一般社団法人グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン、JPF 学生ネット

後援：1% (ワンパーセント) クラブ

◆◆本フォーラム開催の背景

日本や世界の NGO・NPO が人道支援・災害被災者支援のために日々活動する中、より多くの成果をもたらすためには、外部を巻き込んだ新しい発想や革新的イノベーションの導入が必要とされている。一方で企業でも、社会における「共有価値の創造」(Creating Shared Value : CSV) の考え方の重要性が高まる中、災害支援や防災活動という観点において、自社プロダクトやサービス、人的リソースを活用しながら NGO・NPO と協力していくための試みが増えてきている。そして、2016 年 4 月に発生した熊本地震の支援現場においても、NGO・NPO と企業の連携の必要性が再び大きくクローズアップされた。

本フォーラムでは、熊本地震被災地で支援にあたった NGO・国際機関、および企業の当事者からの現場の報告を元に「その時現場で何が起こっていたのか」を深く理解し、NGO・NPO と企業の協働のあるべき姿を、両者が共通の視点を持ちながら考えることを目標とした。そして今後の国内災害、および海外での人道・災害・開発支援における、社会貢献と事業収益性が両立した「サステナブル（持続可能）」な支援や事業・企業活動のビジョンについて議論を深めることを目指して開催された。

プログラム

◆◆第一部

(敬称略)

□主催者挨拶：特定非営利活動法人ジャパン・プラットフォーム 事務局長 飯田修久

主催・運営者を代表し、共催団体の一つである特定非営利活動法人ジャパン・プラットフォーム飯田事務局長より、まず本フォーラムへ多くの団体からの協力を頂いたことへの謝辞が述べられた。

そして、NGO・NPO が人道支援や災害被災者支援に成果をもたらすためには外部を巻き込んだ革新的イノベーションの導入が必要なこと、一方、企業側も社会における「共有価値の創造」(Creating Shared Value : CSV) の考えにより社会課題の解決とビジネスの両立が意識されていることを背景に、NGO・NPO と企業のさらなる連携の必要が強調された。

その中で、企業・政府・NGO が一体となって日本の人道支援を強化するジャパン・プラットフォームも、46 の加盟 NGO の現場感を最大限に活かしながら、セクターを超えた協働をさらに力強く推し進めていくとの表明があった。

□基調メッセージ：明治学院大学副学長／社会学部教授 野沢慎司

基調メッセージでは、フォーラム会場の提供があった明治学院大学の副学長・野沢慎司社会学部教授より、明治学院大学の創立・発展の過程において社会への貢献が尊重されてきた歴史と、それが本フォーラムへの参画・協力につながっているという背景の説明があった。

その建学の精神の流れを汲んだ「明治学院大学ボランティアセンター」の教員・学生有志メンバーが今回の

熊本地震支援において果たした役割も紹介され、本フォーラムにおいては、行動主体としての2つの構成要素である「NGO・NPO」と「企業」の両者の協力という軸に、「大学・アカデミア」の立場として今後何ができるかということを考える契機にしたいという表明があった。

□熊本地震の支援現場からの報告

○公益財団法人熊本 YMCA 本部事務局局長 神保勝己、同 指定管理事業部 部長 大久保和生

今回の熊本地震において、スポーツセンター等、熊本県下の公共施設の「指定管理団体」であった熊本 YMCA が発災直後から想定外の「避難所管理者」としての役割を突然担うことになり、今日に至るまで試行錯誤を重ねながら避難者のサポートにあたってきた経緯と現場の事情について、公益財団法人熊本 YMCA 本部事務局 神保局長、および指定管理事業部 大久保部長より報告があった。

避難所を運営する中で固められた大方針は次の6項目に集約される：

1. 避難者の命を守る決意をもって避難所運営を担う
2. 環境を整える
3. 運営のための組織化をする
4. ボランティアのコーディネート
5. 行政との協働で、サーバントに徹する
6. ぶれない判断を行う

また、避難所運営に活かした YMCA 固有の背景として以下が挙げられた：

- ①全国の YMCA のネットワークで、過去の震災支援経験のあるスタッフからの強力なサポートを得られた
- ②普段から行政・企業・他団体と関係構築を行ってきたことが素早い対応につながった
- ③平時より、活動内で実践している「グループワーク」の手法などが混乱時に活かされた

また今回の震災で得られた経験として、行政・企業・非営利組織が一体となってそれぞれの強みを活かした支援をすること、そしてそのために普段から準備を怠らないことが重要だと強調された。

このことを端的に表す教訓として、以下の2つの言葉によって発表は締めくくられた。

「備えは、機能してはじめて役立つ」

「日常の延長上にしか非日常はない」

○WFP 国連世界食糧計画 日本事務所 政府連携担当官 中井恒二郎

熊本地震に対しては、3つの活動を柱として推進した。1つ目は熊本県への物流支援である。熊本県庁運営の物流ハブの在庫管理、物資マッチングと輸送手配に加え、支援団体と避難所の直接物資マッチングを実施した。2つ目は JVOAD（全国災害ボランティア支援団体ネットワーク）への業務支援。JVOAD 運営の県・市町村レベルでの調整会議・クラスター会議をサポートした。3つ目は大型テント倉庫の設置。大津町、嘉島町、熊本市（2カ所）、益城町の5ヶ所に大型テント倉庫を設置した。現地支援団体の物流ハブとして、各避

難所への物資配布の拠点とすることができたことが成果と認識している。

教訓として得られたのは、被災地のサプライチェーン能力を向上しなければならないということと、JVOADを通じた官民連携の重要性である。課題として、政府・自治体・NGO、企業が協働した「防災体制の拡充」が必要ということが強調された。

○特定非営利活動法人ピースウィンズ・ジャパン 国内事業部 熊本事業調整員／Civic Force、アジアパシフィックアライアンス、PWJ（CAP）緊急支援合同チーム現地副代表 大塚英二

発災直後からレスキューチームと災害救助犬を派遣し、益城町と南阿蘇村での行方不明者の捜索にあたった。また益城町運動公園の一角に、空気力で自立し、倒壊の心配が無いイノベティブな大型テントである「バルーンシェルター」を2基設置した他、テント村避難所、ユニットハウス村避難所の運営、仮設住宅への物資支援など幅広い支援活動を展開した。

活動する中で直面した現場での課題として、「被災者の健康や意向に関する情報の共有」や「被災者への情報の提供」ということなどが挙げられた。各地から支援団体がそれぞれ避難者に対して調査やインタビューなどが行われたが、団体間で情報が共有されることが無く、何度も同じ質問を繰り返したことが避難者へ大きな負担になったという事例の報告があった。個人情報問題など解決すべき点はあるものの、今後は行政も含めた幅広い協業や情報共有の取り組みを検討すべきとの問題が提起された。

□熊本地震の支援企業からの報告

○バイエル薬品株式会社 医療用医薬品日本代表オフィス エグゼクティブアシスタント 植木久美子、同 プロダクトサプライジャパン本部 コミュニケーションマネジャー 古賀寛子

熊本地震における避難所の一つである益城町総合運動公園避難所へ、計110名に上る社員ボランティア派遣を会社として組織的にバックアップした。支援の効果を高めるために定期的・継続的な派遣を実施し、参加者からのフィードバックが次のステップを生むといった良いサイクルを生み出した。

また、ビジョンとして「Win-Winの成果」を目指したことは大きな特徴である。ボランティアに参加した社員が「被災者を取り巻く状況や地域復興の難しさを学ぶことで、自助・共助の考え方をバイエル社員として深め、実践していく」という視点が得られたなど、自社の人材教育に大きく寄与した事実が報告された。

また、効率の良いボランティア活動を達成できた大きな要因の一つとして、避難所管理者であった熊本YMCAとうまく連携できたことが挙げられた。地元の非営利団体と、外部から支援にあたる企業が協業をすることによって高い成果を挙げられるという結果は、今後への大きな経験となった。

○コストコホールセールジャパン株式会社 人事・総務 マーケティング部長 中川裕子

これまでも多くの自治体と災害協定を結び、東日本大震災などでも世界中のコストコメンバーから4億円を超える募金を集めて送るなど、社のビジョンに沿って積極的に災害支援を行っている。普段からの災害支

援の経験と準備が十分に備わっているため、今回の熊本地震でもかなり早い初動が取れた。発災直後より必要救援物資を YMCA と連携して送付したが、業態の特性上、発電機、LED ランタン、全天候型 UV シート（ブルーシート）等の品揃えが豊富で、現地に本当に必要な物資を送付することで実効性のある支援ができた。今回の教訓として、やはり「連携の大切さ」が挙げられた。今回は福岡の店舗より主に物資の支援を行ったが、すぐに物資が不足したので、他県の店舗と連携しながら物資補給を調整した。また、熊本 YMCA との連携により、刻一刻と変わる必要物資情報を的確に把握し、効果的な支援活動の実施につなげることができた。

○株式会社亀井ランチ 代表取締役 亀井明德

熊本の地元に着目し、弁当・給食等の製造と販売を行う会社であり、普段から地元との連携を強く意識して企業活動をしている。震災以前より、台風などの災害時に自衛隊や自治体に対して緊急用の弁当納入などを担当していることもあり、社風として、災害時には地域社会のために「食」の供給に責任を持ち、全力で支援にあたるという文化が会社全体に浸透していた。発災直後より、既存顧客への販売などの通常業務をストップさせ、しばらくは自治体や避難所などへの緊急用食料のみを生産・供給し続けることにより被災者支援活動の重要な役割を担った。

今回の地震は想定外の出来事であったが、水・ガス・電気のインフラに対しバックアップ手段などの「備え」があったため、会社も地震の被害を受けたものの、発災直後から緊急用食糧生産に踏み切ることができた。社員の多くも被災したが、家族・家庭へのケアと仕事の使命感の間で揺れながらも、自発的に、使命感により生産活動に従事した社員が多かった。その活動と貢献に対しては、地元の住民から大きな感謝を受け取ることができた。

熊本の地元企業代表として、参加者に対し、「熊本地震を風化」させることが無いようお願いしたい、という強い訴えを持って発表は締めくくられた。

□イノベーションアイデアプレゼンテーション

○三井化学株式会社 コーポレートコミュニケーション部 CSR グループ担当課長 八木正

三井化学ではビジョンとして「新たな顧客価値の創造」を掲げそれをグローバルな貢献につなげる努力をしている。その流れの中で、大きなグローバル・イシューである「清潔な飲み水の不足」と「生活に必要な栄養の不足」の2点に着目し、自社技術力で解決を試みるプロジェクトが立ち上がった。具体的には、2 室個装パッケージ技術を応用した「FASTAID」というプロダクトのアイデアで、一つのパッケージの中に水と各種栄養素を個別に包装し、強く握ると水と栄養素が混じり合っ、いつでも清潔な水と共に栄養素を補給できるというソリューションである。

こういったプロダクトを世界の人道支援や国内の災害支援に応用できないかと考えているが、重要なのは、企業や非営利団体を中心とする様々なマルチセクターがお互いに「共感」することによって生まれるアイデアや推進力であり、この考えを広く共有できるよう今後も活動を進めていく旨の表明があった。

○帝人フロンティア株式会社 新事業開発室 主管 岸本隆久

帝人フロンティアでは、繊維会社として「身近な繊維商品が防災・減災商品に変わりうる可能性の追求」に取り組んでいる。その中で、災害の中でも特に「火災」に焦点をあてた商品の開発を進めている。

コンセプトとして「安全・安心はインテリアから」という概念を掲げ、どこにでもある身近なインテリア商品を防災減災商品として進化させることにより、①火災の延焼を防ぐ ②初期消化に役立たせる ③災害時に一助となる ことを目指す。その動きの中で、火災時に消化機能を発揮するカーテンである「プルシェルター」という新しい商品の紹介があった。

今後も、「災害に備えるために、今何が必要か？」ということを考え、防災・減災に資する商品の開発に努めていきたいという力強いビジョンの表明があった。

◇◇第二部：パネルディスカッション

○パネリスト：第一部登壇者、および明治学院大学 社会学部 3 年 長代亮

○モデレーター：特定非営利活動法人 CWS Japan 事務局長 小美野剛、一般社団法人アースメディア 代表理事／CEO 松本淳

####

Q.

被災地や避難所での支援におけるマルチセクターの連携について、課題や将来への解決の糸口はあるか？

A.

一義的には、やはり行政が中心になり、全体を見据えた上でもっと有機的な機能を果たすことが全体の動きを効率よくマネジメントするためにも必要。しかしながら、非営利組織や企業側にもまだまだできることがあるはず。日々の現場の情報や状況などは、各団体が工夫しながら、お互いが積極的に共有していく姿勢と効果的な仕組みづくりが必要だと感じる。

課題として、個人情報保護の名目のために情報の共有が大きく制限されてしまうことがあった。このため、現場では情報共有の不足、およびヒアリングの度重なる重複等のムダが発生した。緊急時において、個人情報保護と活用のバランスは平時とはまた違った設定や条件で考え直すことが必要だと思われる。

####

Q.

企業からのボランティア派遣について、CSV という観点から将来のビジネスにつなげる目標設定や想定はあったのか。

A.

ボランティア派遣を決定した現場においては、本業のビジネスに直接つなげていくという発想は実際にはあ

まり意識されなかった。大きかったのは、「患者や困っている人に寄り添う」という会社のビジョンが、単なる言葉だけのモットーに留まらず、実際に現場を体験することによって肌身で感じられたという参加者の意見が多かったこと。会社にとっては「人材育成」という観点から得られたものが多く、その意味で Win-Win の取り組みにできたと評価している。

####

Q.

自身も被災している従業員も巻き込み、地元社会のために支援をするという決断には様々な葛藤があったと推測される。会社として、どのような思い、もしくは判断基準を持って支援にあたったのか。

A.

従業員のことを考えた場合、いくら地元社会への恩返しのための業務の継続・緊急対応とはいえ、会社として、緊急時における就業や支援行動を強制することは決してできない。大前提として、社員一人一人の個人の意思を最大に尊重した。その上で、支援することに手を挙げた人に対して、会社として最大限にバックアップできるように努めた。素晴らしい決意、および実際の行動を示した社員やその家族には、深い敬意を表明したい。

####

Q.

最も支援に貢献できた企業にはどのような特徴があったか？

A.

なんといっても、普段からの「コミュニケーション」と「備え」ということにつける。お互いに信頼関係がある中で、本当に必要な支援の内容を早期に共有することができ、的確な支援を得ることができた。

一方、そうではない企業からの支援ももちろん基本的にはありがたいのだが、例えば「何を送れば良いか」という同じ内容の電話問い合わせで深夜まで電話がパンクしたり、全く不要なものが支援物資として大量に送られてきて、その仕分けや保管に大量の人的リソースを取られたというケースも多発した。やはり、将来の災害における支援のためにも、普段からのコミュニケーションや準備の重要性を強調したい。

####

Q.

社会的インパクトやそれに関するイノベーションを起こしていくには「共感」が重要とのことだが、その共感はどうように醸成すれば良いか？

A.

同じ目標をどのように持てるかだと考える。目的意識を共有する事によって、仲間意識が醸成されるのでは。とは言え、バックグラウンドや目的が異なるステークホルダーが集まっても、即目的意識が共有されるのは難しい。お互いがお互いの事を学び合う、そしてそれを促進するメカニズムが必要では。

####

Q.

SNS なども含め、緊急時における IT ツールの活用も一般化しつつあるが、一方で古い情報が過度に拡散されたり輻輳したりして現場に混乱をもたらすという事象も報告されているが？

A.

なかなか難しい課題であるが、今後一定の解決策を議論すべき。SNS に関しても、「助けたい」という一心でシェアやリツイートするわけだが、古い情報があたかも新しい情報のように拡散されるのは課題である。

####

Q.

「風化をさせないために」とよく言われるが、学生の視点からどの様に風化を防ぐ事が出来るのかアイデアがあるか？

A.

学生は時間もある程度自由に持てるので、ボランティアに行ったり現場で見聞きしたものを広めたり、学生ならではの貢献が出来ると思う。また、学生間の口コミの力も強いので、そういった強みをどんどん活かしていきたい。

◇◇今回のまとめと今後に向けてのステップ

セクターを超えた問題解決は今後の災害への備えでも大きな力を発揮するポテンシャルが見込まれる。しかしながら、「あるべき協働の姿」を描き、行動していく必要があり、それがあって初めてマルチセクター間の協働が促進されると本フォーラムでは協調された。

例えば、緊急時における情報共有のあり方を、情報のフローとストックの観点、及び IT やテクノロジーの積極的な活用も含めて検討していく必要があろう。更に、継続的なイノベーションを起こしていくためには、現場の課題を常に抽出し、その解決案に多種多様なステークホルダーを巻き込む必要がある。また、More Impact のようなプラットフォーム機能の構築を加速・充実させ、行動していくことも意義があり、社会的インパクトやイノベーション促進へ「共感」できる人を増やすことが急務である。

本フォーラムでも強調された「日常の延長にしか非日常は無い」という教訓はマルチセクター間の関係性においても言える事ではなかろうか。平時に繋がっていない関係性は有事の際に即繋げる事は難しく、共感を醸成しながら問題解決を行える関係性を日頃から作っていく事が重要である。More Impact として、今後もセクターを超えた有志が集まり、議論し、協働する場を提供していきたい。

以上