



パワーチーム(企業1) グループワーク最終報告

各セクター間のネットワーク支援の考察

平成21年2月7日

～ 第4期Social Action School東京地域～

わたしたちについて

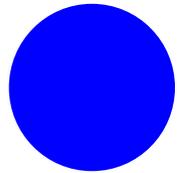


グループ名：
パワーグループ

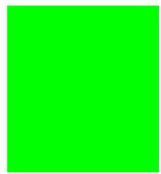


メンバー：
飯尾、加藤、久保
三浦、三宅、森下
安井

本日のお話しのながれ



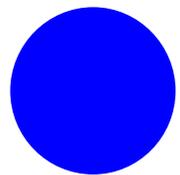
SASグループワーク・テーマの検討



フィールドワークその
関係者へのインタビュー



フィールドワークその
テーマに沿ったイベントの開催

A bouquet of pink roses and white flowers in a vase is centered in the background, slightly faded. The vase is light-colored and sits on a white surface. The background is a soft, light-colored wall.

・問題意識の共有と グループワーク・テーマの 検討

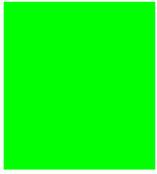
1. 日本のSocial Actionにおける問題意識

- ある社会的問題解決に対して、各セクター間が個別に活動しているため、資源を有効に活用できてはいないのではないか？
- 各セクター間の交流が少ないことが、日本のSocial Actionの効率的な展開を遅らせているのではないか？
- 「共有」という概念が欠落し各セクターが孤立することで、ネットワークが分断される事態が起きていないか？

2. 各セクター間のネットワーク支援の検討

- 各セクター間の情報の非対称性を解消し、ネットワークする中間支援組織を開設する。
- 中間支援組織は「マッチング」のほかNPOの「キャパシティビルディング」のほか、CSRの「コンサルティング」なども行う。
- 明確な指標づくりを行い活動のソーシャルインパクトを測定することで、日本のSocial Actionをよりいっそう推進する。





. 関係者へのヒアリング



ヒアリング先一覧

< 企業 >

F社 CSR推進部

< (CSR)コンサルティング会社 >

C社

< NPOなどの支援団体 >

マイクロクレジット: プラネットファイナンス

ファンドレイジング等: NPO/NGO 能力開発コンサルタント

3. 日本のCSR あるべき姿と現状の問題点

< F社へのインタビューより >

•市場の要請:

CSR活動の定量的な報告に対するニーズが高まりつつある。

•あるべき姿:

自社事業の強みを生かしたCSR活動によって企業ブランドを向上させる必要があり、「悪いことをしない」というコンプライアンス的な発想からCSR活動は一步踏み出るべき。

•問題点:

CSR活動の定量的評価は整備されつつあるが、「利益」のように経営責任の伴う明確な評価指標ではないため、CSR活動の推進は経営者の意識に影響されるところが大きい。

4. 企業におけるNPOとの協働ニーズ

< F社へのインタビューより >

- 自社のCSR強化のためには、NPOなどへの寄付ではなく、「協働」することが必要。
- 協働を実現するには、単なるデータベースの検索ではなく、先ず「人と人が結ばれる」ことの優先順位が高い。
- 様々な団体によるセミナーやシンポジウムは実施されているが表面的な情報提供にとどまっているため、両組織の内部に深く関与して、両者をネットワークする「中間支援組織」のニーズは高い。

5 . NPOにおける企業との協働ニーズ

< プラネットファイナンスへのインタビュー等より >

- 第一のニーズは資金的な協力だが、その前提として、各企業のCSR方針など、事前の基本情報が必要。
- NPO側はアサーティブで比較可能な情報提示が不可欠。

< NPOから見て必要なこと >

- 営業戦略づくりなどに役立つ一定の整理されたCSR情報データベース(企業側のニーズをしっかりと分析しなければならない)

< 企業から見て必要なこと >

- 資金的負担のない“クラブ”あるいは“サロン”のような場でのプロジェクト紹介(日本企業の場合、同業他社に追随するという特性もある)
- “格付け”のような一定の基準にのっとったNPO情報とその透明性(単なる住所や規模などの一覧では使えない)
特に中規模のオーナー系企業は機動力があり、良い事例を探している

6. 中間支援団体の現状

< CSRコンサルタントへのインタビュー等より >

- CSR専門のコンサルタントは数少ない。
NPOへのコンサルティングはサポートセンターなどが行っている
- CSRコンサルタントは、透明性・信頼性の向上といったレベルから、マーケティング戦略あるいはブランド価値の向上といったレベルまで、企業の方針に沿って支援を行い、専門性・機動性を持つNPOを紹介することは行っている。
- ただし、NPOは多種多様であり、一定の評価基準などが無いため、紹介は個人的な情報や信頼関係などに依存しているのが実情である。
サポートセンターなども出会いの場面を作っているが、小規模だったり、分散していたり、単発だったり、参加者が固定化していることが多い(特に企業側が少ない)



・セクター間の ネットワーク支援活動



7. 各セクター間のネットワーク 支援活動のあるべき姿

- 🌸 組織の内部に深く関与しながら、異なるセクター間をネットワークする「中間支援組織」の確立。
- 🌸 「人と人」とを結びつけるマッチングの仕組みづくり。
- 🌸 「協働」における問題解決や効果を支援するコンサルティング機能の拡充。
- 🌸 有用なデータベースの構築や、ソーシャルインパクトなどの効果測定のための指標づくり。
- 🌸 自立を目指した収益化モデルの構築。

8. 既存の中間支援組織

- NPO運営支援やデータベースの構築、協働促進など、既に様々な団体が中間支援を実施している。

中間支援組織の例

団体名	活動内容			
	NPO運営に関する相談・コンサル等	データベースの構築・運営	協働促進に関するイベントの開催	協働に関するコンサル等
パートナーシップサポートセンター				
日本NPOセンター				
地球環境パートナーシッププラザ				
日本フィランソロピー協会				
ソーシャルイノベーションジャパン				
きょうとNPOセンター				
長野県NPOセンター				
わかやまNPOセンター				
淡海ネットワークセンター				
奈良NPOセンター				

注： の付いた項目が、各団体の活動内容。

今回、具体的なアクションとして検討したもの

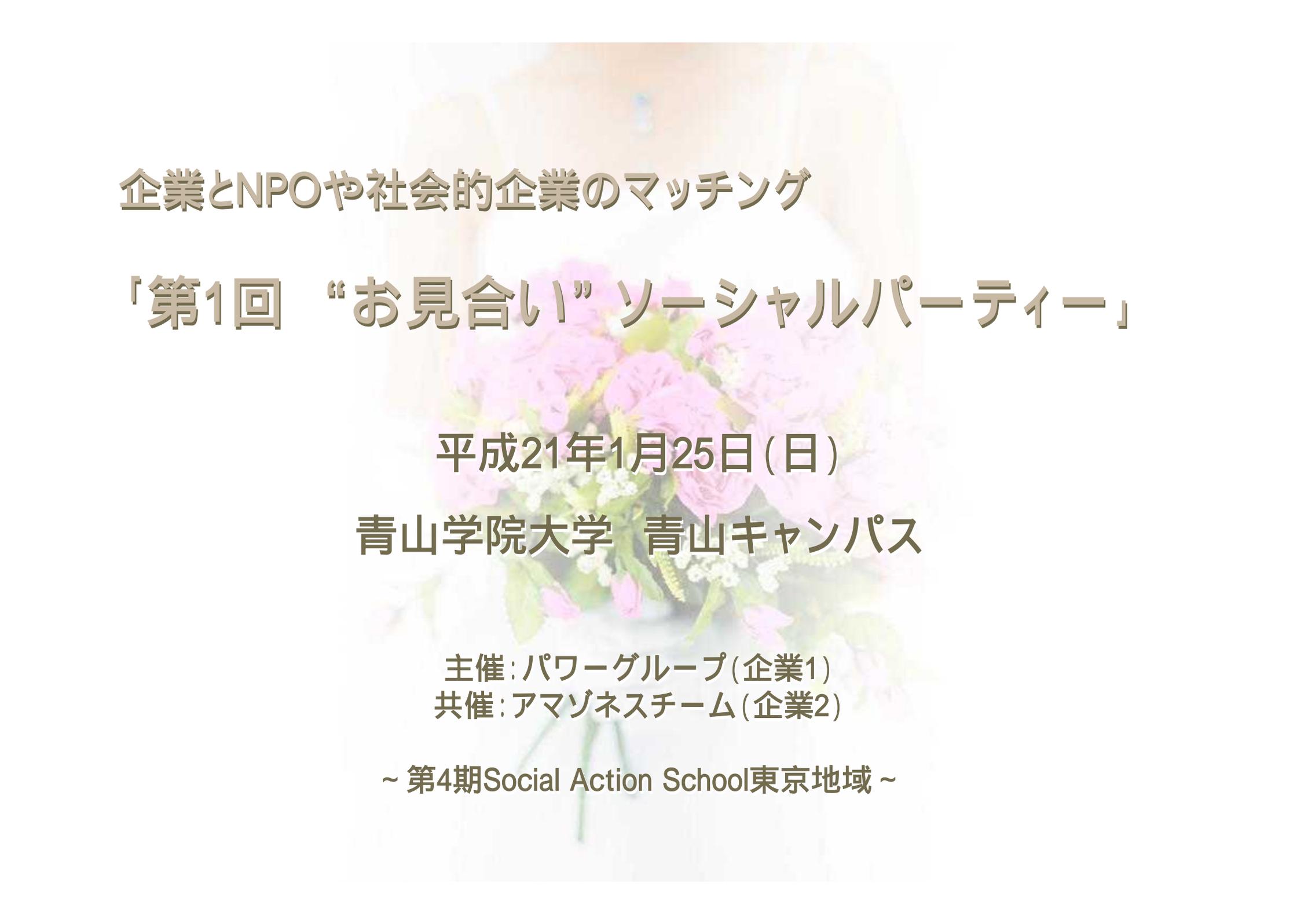
- 協働促進に関するイベントの開催に関しては、例えば日本NPOセンターの「NPOと企業の対話フォーラム」や淡海ネットワークセンターの「企業とNPOの対話の夕べ」開催などが挙げられる。
- しかし、こうした活動には、企業とNPOの参加者数に差がある（企業のほうが少ない）、中間支援組織間での連携が必ずしも十分ではない、といった課題もあるのが現状。

9. グループワークの次のステップ

~~中間支援組織
モデル構築
に向けた概念的
な整備~~

具体的な
Social
Action

企業とNPO・社会的企業の
マッチング・メニュー
＜パイロットケース＞の実施



企業とNPOや社会的企業のマッチング

「第1回 “お見合い” ソーシャルパーティー」

平成21年1月25日(日)

青山学院大学 青山キャンパス

主催: パワーグループ(企業1)

共催: アマゾネスチーム(企業2)

～ 第4期Social Action School東京地域～

10. “お見合い”ソーシャルパーティーの概要

1. 日時・会場

- ・1/25(日) 第1部14:00～17:00 第2部(懇親会)18:00～
- ・青山学院大学

2. ねらい

交流によって新しい視点やアイデアなどの「気づきの場」とすること
協働の糸口が見つかる「出会いの場」とすること
上記2つから、本企画が社会的インパクトの「発生の場」となること

3. プログラム

- < 第1部 >
 - 1 全体趣旨の説明
 - 2 参加者の自己紹介
 - 3 「協働」をテーマにした意見交換会
 - 4 名刺交換会
 - 5 総括(評価とフィードバック)
- < 第2部 > 懇親会

4. 参加者

- ・A社
- ・T社
- ・S社
- ・F社
- ・(特非)インパクト東京
- ・(特非)キッズドア
- ・(株)エコブランド
- ・(特非)ワールドキャンパスインターナショナル
- ・NPO/NGO 能力開発コンサルタント
- ・青山学院大学大学院
- ・アマゾネスチーム

11. “お見合い”参加者の声

< 企業 >

- ・NPOの存在で企業内ブレストでは出てこないようなアイデアが誕生
- ・協働の基準はステークホルダーに対する説明責任の可否に帰属
- ・社会的活動や社会貢献のインパクトを客観的に測定できるのが課題
- ・協働先にはお金を払っても協働したいと思う専門性と信頼性、認知度が重要
- ・マッチングの場では課題をテーマごとに絞って集約・解決していく流れが大事
- ・マッチングを志向している企業やNPOを集めると効率的
- ・NPOと企業で協働がもつ課題に対するシナリオを共有していくのが課題

< NPO >

- ・協働に関心のある人はいつも固定的
- ・フラットの立場で企業と意見交換ができることは有意義
- ・CSRに対する考え方も企業で(個人で)異なることが実感でき、また、かなり厳しいご意見も頂き、大変刺激的だった
- ・外部から自らの活動に対するフィードバックを得ることができるのは有意義
- ・今回の体験を経て、マッチングの場に今後も積極的に参加

11. “お見合い”の風景 その1

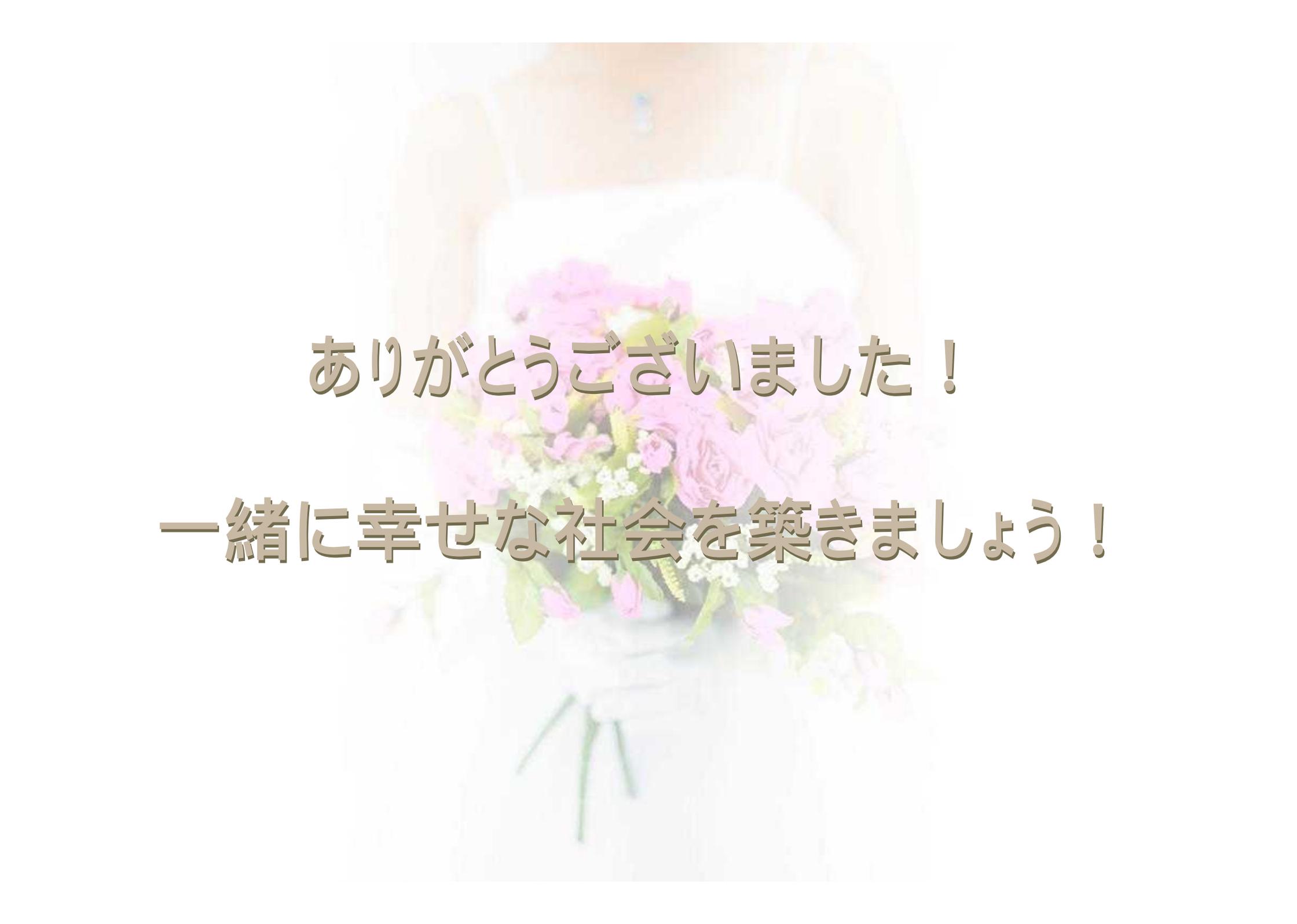


11. “お見合い” の風景 その2



12. SAS後について(活動の継続)

- ・活動によって出来たネットワークなどを頼りに、ソーシャルアクションを継続します。中間支援組織を立ち上げることも視野にいれNPOや社会的企業への転職も本気で考えています。
- ・アマゾネスチームの活動と連携し、具体的な協働プロジェクトの実現を目指したい(つながりを促すつもりが、つながりができました)。
- ・企業人でも、やろうと思えば何かはできるということが分かりました。今回の経験を糧に、これからはただ考えるだけではなく、色々と動いてみたいと思いました！
- ・公務員でも、やろうと思えば何かはできるはず…。ルーティンプラスアルファの付加価値をつくりだせるように、この経験を活かして足を動かしていきたい。

A person is holding a large, vibrant bouquet of flowers. The bouquet is primarily composed of pink roses and smaller pink flowers, interspersed with white flowers and green foliage. The person's hands are visible at the top, holding the stems of the bouquet. The background is a plain, light color.

ありがとうございました！

一緒に幸せな社会を築きましょう！