
パネルディスカッション

第6回 日仏における企業と NPO/NGO...現状と提言

L'entreprise et les NPO./NGO. au Japon et en France: re'alite' et propositions

主催	パリクラブ/日仏協会
助成	笹川日仏財団
進行	横山悠喜氏/パリクラブ常任理事
司会	田形博敏氏/日本貿易会 NPO 研究会座長・三井物産（株）総合情報室課長
パネリスト	田形博敏氏/日本貿易会 NPO 研究会座長・三井物産（株）総合情報室課長 島田京子氏/経団連 変化する企業と社会貢献懇談会 座長・日産自動車(株) 広報部部长
通訳	福崎裕子女史/カトリーヌ・アンスロー女史
参加者	50 名
日時	1999 年 10 月 14 日（木） 18:30~20:15（ビュッフェ 20:15~21:30）
会場	日仏会館ホール 渋谷区恵比寿 3-9-25 Tel: 03-5424-1141

NPO/NGOをテーマに採りあげる好機

横山

本日は、大変お忙しいところ、また、あいにくの雨の中、大勢の方にご参集戴きまして、まことに有難うございます。今回はテーマに、NPO/NGO を採り上げました。日本では、阪神・淡路大震災を契機に、いわゆる NPO 法新法が制定されまして、本格的な市民活動の拠り所が出来たと、大きな盛りあがりを見せています。一方、フランスは、100 年の歴史がある NGO 先進国といえるでしょうか、過去に、文化、教育、医療などの各分野で、大きな実績を持つ国です。昨今、日本の NPO につきましては、経済再生の観点から、経営や雇用の問題等にも大きな期待が寄せられていますが、企業とのパートナーシップといったようなものがないと、なかなか今後の発展が望めないというようなことも言われてもいます。当パリクラブとしましても、そうした世の中の動きに関心を寄せ、今回、このパネルを企画した次第であります。本日は、それぞれの立場でご活躍の 3 人の専門の方々をお招きしました。日本の NPO について、行政、企業、或いは個人の立場から、どういった問題があるのか。フランスの過去の実例、お手本を参考にしながら、3 人の方々にお話を進めていって戴ければと思います。また、フロアの方々からも、ぜひ、積極的なご意見等を頂戴したいと思います。副題に掲げましたように、現状分析から始まり、出来れば、提言にまでお話がいったら良いと考えております。それでは、司会の日本貿易会 NPO 研究会座長の田形さんにバトンタッチしたいと思います。よろしくお願い致します。

第一部 NPO の歴史と企業との関係

パネリストの紹介、日仏の NPO を企業との関係において捉える議論を

田形 有難うございます。只今、ご紹介に与りました田形です。本日は、司会役も務めさせて戴きます。所属は、日本貿易会というより三井物産でございますけれど、たまたまこの5月から、日本貿易会において立上げました NPO 研究会の座長を務めさせて戴いておりますため、本日は、その立場でのとお声がかかったと承知して、お手元の資料にあるような自己紹介をした次第です。本日は、私の他に2人の方にパネリストをお願いしております。日本側を代表して、企業フィランソロピ-の第一人者として非常に高名でいらっしゃる日産自動車の島田京子さん。フランス側からは、在日フランス商工会議所名誉会頭のガエル・オスタンさんです。これから、私を含め3名でこのパネルを進めて参ります。このテーマは相当に幅広い内容のものでありますから、私は、非常に光栄ながらこの大役を簡単に引受けなければ良かったと後悔しております。しかし、1998年12月1日に日本でも、NPO法が施行され、世間の耳目がNPOに集まっているという意味では、このパネルは、非常に時宜を得た好企画だと存じ、心を強く持って、大役を引受けた次第です。本日のパネル・ディスカッションのキーワードは、“企業とNPOにも日仏交流を関係付けることと伺っております。従って、日仏におけるNPOを企業との関係において捉える観点で、今日は進めて参りたいと思います。

草の根市民団体からNPOへ

田形 日本では、最近でこそ、NPOあるいはNGOという言葉が新聞紙上で毎日見かけるような状況ですが、それは、1995年の阪神・淡路大震災のとき以来のことです。大勢のボランティアの方がNPOに支援されたということで、NPOに注目が大きに集まり始めた訳です。それまでは、日本では、NPOというよりは、「草の根市民団体」と呼ばれることが多かったのですが、こうした団体がNPOと総称されるようになったのもこの頃から私は理解しております。

NPOとNGOのちがいは言葉誕生の経緯から

字句解釈となって恐縮ですが、NPOという言葉は、世界中で使われているかというのと、そうではなくて、もともとアメリカで徴税分類上使われた言葉です。一般企業は利益を追求する組織、すなわちFPO (For-Profit-Organization) という呼ばれ、それに対立する概念がNPOです。どちらも民間の組織ですが、営利目的か非営利目的かで分けられております。NPOは、Non Profit Organizationの略称ですが、それでは赤字の会社もNPOになってしまっておかしなことになってしまいます。最近アメリカでは、NPOをNot Profit Organizationといい直すことが多くなっているようです。それではNGOとは一体何なのか。これはNon Governmental Organizationの略称であり、非政府組織ということです。NGOの対立概念は、IGO (Inter Governmental Organization) ということになります。IGOには、例えば、国際赤十字が含まれます。このようにNPOとNGOという言葉は、もともと誕生した経緯がまるで違うものなのです。

NGO先進国フランス

私も今回、日仏会館で司会をやらせて戴くということで、フランス事情を多少勉強してみました。フランスには、いわゆる国際連帯運動NGOと称する、フランスの海外で活躍するNGOが非常にたくさんあ

ります。NGO 本部の所在地をみると、集中度はパリが世界一であり、現在 1100 以上あると聞いております。そういった意味では NGO の先進国であると理解致しております。NGO の定義は、国連で規定されておりますので、フランスも恐らくその規定に準じていると思えますけれど、簡単にいって、活動している領域が 3 ヶ国以上にまたがっている、又、構成員の国籍が合わせて 3 ヶ国以上である非政府国際組織がフランスの NGO であります。

日本に今 8 万 5000 の NPO、だがその内 8 割以上が草の根市民団体

他方、日本では、先程申し上げた通り、極めて零細な草の根市民団体が NPO という言葉に読みかえられているという現状です。草の根市民団体がどういう状況下にあるかということ、ほとんどが専従者 3 名以内という非常に小さな組織です。これが、日本に 8 万 5 千ある NPO (NPO 法人格を取得しているものは 1000 団体程度ですが) の内、80%以上を占めるという状況です。従って、ほとんどの NPO が国際組織ではなく、その活動は日本国内に留まっています。もちろん、日本にも NGO と呼ばれるものがありますが、それは単に日本の外で活動していることを以って、あるいは国際交流分野を得意としていることを以って、NGO を自称しているのが現状です。政府や企業にとって最良のパートナーとしての NPO /日本では雇用の受け皿最後に、今なぜ NPO や NGO が話題になるのかという背景については、島田さんが後程詳しくお話し下さると思いますが、近年日本にも政府や企業にとって最良のパートナーは NPO だとの基本認識が生まれてきていることがあります。小渕首相の雇用対策の中にも、「NPO を雇用の受け皿に」と捉える構想が度々出て参ります。また、最新の第 2 次宮沢構想でも、途上国の人々のキャパシティ・ビルディング支援のための人材派遣の観点から、NPO が非常に注目されています。それでは、NPO に実際それだけの実力があるのかということ、先程お話ししたように専従者 3 名以内の小さな団体がほとんどですので、現状で雇用の吸収能力があるかは、又、別問題であります。とりあえず、注目されているということでございます。

ボランティア・メセナ・フィランソロピー

社会貢献関連の言葉に、日本には、戦後、特にこの 20 年程の間に、ボランティアという言葉が、続いてメセナという言葉も輸入されました。フィランソロピー、それから、今お話ししている NPO、NGO、これら全て輸入された言葉です。しかし、日本には、いまだにこれらの外来語に対する熟した日本語訳がございません。そのまま使っております。熟した訳語がないということは、定義もはっきりしていない、めいめいが自己流で解釈して事業をやっているのだということができるかも知れません。しかし、これらの言葉が日本に入ってきて、それなりに日本的な形に定着して参りました。すなわち、日本においては、企業によって、これらの言葉が組織的に取り込まれて参ったという日本独特のスタイルが指摘できると思います。例えば、ボランティアというのは、極めて私的な行為なのですが、企業は専任の管理部署を作り、これをサポートするということで、言葉を変えれば、社内のボランティアをしている人達を組織化し、方向付けていくということをやります。メセナというのも、日本では、主として比較的余裕がある大企業が行う文化支援という意味になっています。フィランソロピーという言葉も然りで、もともと街角の慈善者が行うものでしたが、日本では街角のフィランソロピストの方はあまり話題にならず、企業フィランソロピーを指す場合が多い様に思います。

日本の NPO の小規模性・偏向性の改善と問題解決能力・提言能力の向上の必要

話を、日本の NPO/NGO に戻しますが、特徴として規模が小さいということの他に、創設者・専従者の多くが全共闘世代であるということがあげられます。現在 50 才以上の年代の方々ですが、本質的にアンチ政府、アンチ企業といった色彩が非常に強くて、建設的な提言をしていくというよりは、批判していく

ということが性格として、非常に強いと言われております。今でも、その傾向はある訳ですけど、これを変えていかなくてはいけないと言う気運が強くなっております。それでは、既存の NPO を政府や企業の最良のパートナーに相応しく、どう改良していくかと言うことですが、小さいということもあるし、特殊な偏りもあるので、結局、ヒト・モノ・カネを行政や企業から受け入れて、問題解決能力・提言能力がある NPO に変わっていかことが先ず第一歩ではないかと考えます。先程私が触れました、企業の社会貢献の現状、良き企業市民としての企業フィランソロピーの在り方に関して、日本では先進的企業でいらっしゃる日産自動車の島田さんから、お話し戴きたいと思っております。それではお願いします。

企業の市民社会参加、社会的責任から社会的貢献へ

島田

過分なご紹介を戴いて不安ですが、言葉が足りないことを補う意味で、お手元に資料を幾つか配布させて戴いております。会社の事例をパンフレットにしたものと英文のものがあります。社内向けの英文は、実は最近、フランスのルノー社と提携した関係で、最高執行責任者に説明するために作った資料です。又、裏表で、少々長いコピーの方ですが、協同執筆の出版物の一部で、私が寄稿しておりますので、後程ご参考にして戴ければと思います。与えられた時間が、7分ということで、第1ラウンドは、社会貢献をなぜするのかという理念を申し上げまして、第2ラウンドで、具体的な事例を多少申し上げたいと思っております。最初に、なぜかということですが、日本企業に、社会貢献を専門に担当する部署が出来たのは、1990年の始め頃です。同時に、経団連にも社会貢献の委員会ができました。私どもは、色々話し合っ、て、社会貢献活動の位置付けを市民社会、つまり、シヴィル・ソサエティーに参加する一つの形態として、位置付けて参りました。それまでも、日本の企業は、社会的責任、つまり、本業で行う延長の社会的責任といったものとか、或いは、メセナといわれる文化支援といったものは、長年随分とやって参りました。私たち、社会貢献担当者たちが集まったときに、最初に議論したのは、企業市民、或いは一人の市民として、これからどのような社会に生きたいか、或いは、どのような社会に住んでいきたいか、つまり、社会の在り方についての根本的な問題を巡って、議論をした記憶がございます。これが9年位前のことです。

NPO は政府、企業に次いで社会を動かす第3の勢力

その頃は、経済崩壊（バブル）の直前でした。その当時、グローバル市場の流れの中で、日本社会のあらゆる分野で、いわゆる価値感の転換、制度の変革を迫られたと思っております。これまで、日本の社会を動かしてきた大きな勢力は、政府と企業の2つだったと思っております。こうした変革の中で、企業と政府だけでは社会を変えて、活力を生み出すには既に限界だというふうに悟ったのが、ちょうどこの時代だったのです。これまで、社会が直面する多面的な課題がありますが、それは多様な専門性とか、或いは、確信性とか柔軟性というものが、新しく求められて参りますが、その多様な解決方法をもたらさる NPO という存在に気づいた訳です。この NPO という存在を、日本の社会が新しく企業と政府と NPO という3つの大きな勢力で運営する国家であるべきだと認識され始めたと思っております。企業と NPO の関係は、こういうふうに、企業の社会貢献という活動を通じて、市民社会に参加していこうという動きから深まっていったと、私は思っております。

NPO あっての企業の社会貢献、企業に社会貢献専門部署は不可欠

今は既に、NPO なくして、企業の社会貢献のこれ以上の進化、発展はないと思っております。それは、私どもが最初に持ったミッションとして、企業や社員という存在が NPO との付き合いの中で、多様な風触れ、価値観を変え、組織の変革へつなげていくことを目的としたので、今では、NPO が我々の社会

貢献の良きパートナーであると言っても、いいと思います。ただ、企業の社会貢献は、長引くこの景気低迷の中で、予算も少なくなってきましたし、社会と直接向き合うという余裕は、奪われていったことも確かですが、もう一方で、こういう社会貢献という専門部署を作って、それから、色々な制度化を図っていく、例えば、予算もきちんと制度化していくというようなことをやっていながら、体系的に、継続的にやっていくことが、最近では定着し始めています。こういう努力の結果が、激しい環境の変化の中でも、地道な活動として続けていかれる基本を作っていたのではないかと考えております。

利益追求と社会貢献のバランス…競争力を決める社会貢献の重要性

今、こういう厳しい時代に、企業は、シェアホルダーズを念頭に利益をあげることを第一義としますが、一方、グローバル市場の中で考えなければならないのは、社会と関わりを持つことで企業のバランスを獲得することが非常に重要なことだということです。例えば、環境とか人権の問題はグローバル市場の中で企業の競争力を決定する要因になるのではないかと、私は、今後、必ずそうなると思っております。そういう中で、企業は社会性をもう一層高めて、社会の一員として、貢献する実績とか、経験とか、感性というものを蓄積していくことが、今の時期には、とても大切なことではないかと思っております。又、グローバル経済の流れの中で、資本の論理というものにさらされている訳ですけど、それを受け入れる一方で、多様な課題に対して、社会的公平さ、もしくは、公正さということ、いかにして担保していくかということも重要になると思います。先程から申し上げておりますように、NPOは、そういう公平性とか、公正さを担保するための監視役として重要な役割を担うと思っておりますし、そういう意味でも、私共は、NPOをサポートしていくということも、市民社会に向けての、非常に重要な役割ではないかと思っております。つまり、極論すれば、企業の社会貢献活動というのは、国家統治（ガバナンス）を視野に入れて、これからも、真剣に考えるべきテーマではないかと、私は思っております。そのためには、それぞれの3つのセクターに、更に強力なリーダーシップが生まれてこなくてはならないと思いますが、まだまだその時期ではないのかな、これから、それが求められるだろうと思っております。ちょうど、7分になりましたので、次のラウンドにお任せ致します。

日本に入ってこない欧州情報をオスタンさんに

田形

島田さん、有難うございました。良き企業市民とは、社会との関わりを持ちながら企業活動のバランスをとるということが1つ。それから、先程ご指摘があったように、企業の競争力を決める要素にもなって来ていると言う点で、社会貢献は非常に重要であるということが最近の日本企業の共通の認識だと私も理解しております。それでは、今度はフランス代表ということで、オスタンさんをお願いする番ですが、NPOやNGOを勉強する時、アメリカの文献や資料は日本でも手に入りやすいのですが、欧州に関するもの極端に少なくなります。イギリスでこう、フランスでこうという話で、多少の情報はあるのですが、我々は普段あまり知ることができません。その意味で、個人的にも、非常にオスタンさんの話を楽しみにしております。フランスの非営利セクターの現状、歴史・行政・企業・個人と非営利セクターとの連携がどういふふうになっているのかということ、第一部では教えて戴きたいと思っております。それでは、オスタンさん、よろしくお願い致します。

日本のNPOに近いはフランスのアソシアシオン

オスタン

7分でお話するのはとても大変かと思いますが、時間節約のため、フランスでの状況に関する調査結果を一つ簡単に紹介します。それは、アソシアシオンのセクターのことです。フランスでいうアソシアシオンが日本でNPOに近いかと思われるので、アソシアシオンという言葉を使います。1901年の法律に基づいて作られた非営利団体全てがアソシアシオンと呼ばれています。アソシアシオンとその活動を、我々は、一つにくくってアソシアシオンと呼ぶことがあります。

フランス人の4人に1人がアソシアシオンに従事、111万5000人のフルタイム雇用実現

ソルボンヌ大学が1996年に行った、ボランティアと寄付についてフランスの市民がどんなアソシアシオンを行っているかというアンケート調査によると、4人に1人が、精確にいうと23.4パーセントのフランス人が、96年には、少なくとも、ボランティアの形で1つ或いは複数のアソシアシオンを行ったという結果が出ております。93年には23パーセントでしたからかなり伸びです。これは18歳以上の成人についての調査ですが、全体でみると、延べ1040万人の人がボランティア活動をした結果となり、一人当たり月平均23時間のボランティア活動をしたこととなります。93年には20時間でしたから、やはりかなりの伸びです。フランスのボランティア全体を引き直すと111万5000人のフルタイム雇用に相当するようになります。つまり、フランス労働人口の5%に相当する人たちが、ボランティアをしているという結果になります。この数字は、実際の雇用統計にも整合的なものになっています。

アソシアシオン関係で200万人の雇用の実現（フランス労働人口の10パーセント）

アソシアシオンの中にも有給の従業員がいます。アソシアシオンに雇われている従業員は、99.5万人です。給与労働者として働いている訳ですが、これとボランティアのフルタイム雇用換算と合わせますと、雇用延べ人数200万人ということになり、フランスの労働人口の10パーセントに当たることとなります。この数字を見ただけでも、どれほどアソシアシオンがフランスに普及しているかがわかります。同じ調査で、アソシアシオンに寄付をする人の数も調べています。96年に2019万人が寄付をしています。しかし、93年に比べますと、寄付する人の数は9パーセント減っています。退職後の所得税が上がったことその他があって、寄付をする人の数が減ったのではないかと考えられます。寄付の平均金額は600フランです。93年には、660フランだったのが減少しました。とはいえ、96年には寄付金総額2400億円になるので、フランス人成人の54パーセントが96年には、アソシアシオンに対時間をかけるかあるいは寄付金を出していることとなります。これが、フランスの現状であります。

アソシアシオンのルーツは人権宣言の結社の自由、法的枠組みは1901年法

フランスでボランティア活動がとて普及している理由には、歴史的なものがあると考えられます。フランスで長い伝統になっているそのルーツを求めると、1789年の人権宣言に謳われた結社の自由に通じます。それ以前には、NPOやNGOといった活動ができませんでした。市民は人権宣言で初めて結社の自由を得たのです。そして、自分たちの問題を国家の規制を離れて解決しようと思いました。その後、19世紀には産業革命が起こって、貧困階級が出現し、社会的な紛争が生まれてきました。貧富の差が広がりました。そこで、慈善団体がでてきました。その当時は、カトリック主催の慈善団体が多かったのです。そのようなカトリックの慈善アソシアシオンがNGO的な活動を始めました。つまり、貧しい人々に対して、ボランティア援助を行うというものです。その後、ご存知のように様々な戦争がおこりました。戦争があり、植民地が作られ、ここでも様々な対立がおこりました。そこで、戦争の負傷者であるとか、

戦死者の家族に対する援助のための団体であるとか、様々なアソシエーションが作られました。その結果、1901年に政府がそれまでなかったアソシエーションのための法的な枠組みを作りました。すべてのアソシエーションが適用を受けるものです。1999年に日本で制定されたNPO法のようなものです。NPO法も、これまでの市民活動に対して割合柔軟な枠組みを提供し、様々なカテゴリーに適用できるようになっていると聞いております。フランスの1901年法はその後若干の改正がありましたが、今も有効な法律として運用されています。このことについて少しお話をしたいのですが、7分ということで、あまりお話できないのでこの辺りということに致しましょうか。

NPOに関係する有給の人の数アメリカ1000万、フランス100万、日本12万

田形 その辺りは第2部でお願いするとして、とりあえずここで第一部を締めくくりましょう。オスタンさんのお話で印象的だったのは、フランスではNPOつまりアソシエーションに関与している200万人の人の内、有給（給料）が100万人近くいるという点です。統計の取り方はいろいろあると思いますが、日本の場合には、120万人位の人が草の根市民団体に属しているといわれますが、ほとんどが無給です。多分、9割は無給だと思います。アメリカでは1000万人が有給です。アメリカでは1000万人がNPOで食べているという状況です。かなり、国によって違うという気がします。それから、寄付金のくんだり、最近のフランスで届け出総額がでました。日本では、統計の取り方で色々あると思いますが、一応5000億円という数字が出ています。その内の9割以上が企業寄付です。要するに、税務署が把握している数字の合計が5000億円ということですが、日本では、宗教法人、例えばお寺や神社が集めるお賽銭は勘定に全く入っておりませんし、新興宗教が集める寄付金も含まれておりません。ちなみに、アメリカでは、巨額に上る教会への献金・寄付金を算入して10兆円といい、世界一の寄付大国です。かなり、国によって状況が違うなという印象を持ちました

第二部 NPOの事例と哲学+日本貿易会NPO研究会の答申案

田形 第二部は、日本貿易会のNPO研究会の座長をやっております私から、研究内容について簡単にお話しさせて戴きます。その後、オスタンさんに、長く日本に滞在しておられて有数の知日家として、日本のボランティアとかNPO法についてどう思われているのか、どのように評価され、何が問題であるのかということなどを中心にお話し戴きたいと考えております。続いて、島田さんには、先程日本企業のフィランソロピーの理念についてお話し戴きましたので、ここでは、具体的な事例を踏まえて、企業として、日産自動車として、何をやっておられるのかということをお話し戴きたいと考えております。

アジア通貨危機を契機に高まった市民社会に対する期待がアジアNGO活動の根元

まず私は、最近の日本・アジア各国においてシビル・ソサエティー（市民社会）に対する期待が高まっていることを先ず指摘しておきたいと思っております。皆様ご承知の通り、97年7月のタイ・バーツ切り下げを契機にアジア通貨危機が現実化しました。以来、アジア各国では、これまで善とされていた大企業或いは政府が実は相当に腐敗していたことが暴露されて、民衆の批判が大いに高まり、急速にシビル・ソサエティーが重きをなしてきた状況があります。そういう環境下、アジアでは、今日覚しくNGOが発展しております。近年、NGOから政府への人材の移動が大規模に起こっており、NGOとはNext Government

Organization の略ではなかったかとジョークが出るほどに、人が NGO から政府にどんどん流れていると聞きます。

セーフティーネット重視の経済は政府に NPO を必要とさせる

日本でも、最近では、シビル・ソサエティーが重要視されるようになって参りました。ご案内の通り、日本はここ 8 年近く不況にあえでおりますが、実は、シビル・ソサエティーが育った賜物であると指摘される学者もおられます。すなわち、効率重視の経済から、社会的なセーフティー・ネット重視の経済への転換が日本で起こっているとの学説であります。明治維新以来、日本は中央集権制を取り、非常に国家が強くて、国民は全てお上頼りでやって参りました。そういう意味では、あらゆる行政上のサービスというものを、政府が頑張ってやっていた訳です。しかし、ここにきて、巨額の財政赤字を抱えることになりましたし、或いは、欧米でもそうですけれど、小さい政府が理想とされるようになってきたという背景もあり、行政だけではありとあらゆる分野のサービスを提供できないということが日本でもいわれ始めています。日本の産業構造が変わりつつあって、リストラの嵐が吹いております。失業率も非常に高くなっておりまして、今や失業率はアメリカの方が低くなっている訳です。そういう中で、NPO は、政府や地方自治体から新しい雇用の受け皿にならないかと非常に期待されている状況にあります。ところが、期待されても、ほとんどが零細な草の根 NPO であります。そうすると政府・自治体、或いは大企業ともそうですけれど、そのままともに四つに組めない、組むだけの能力がないというのが、日本の NPO の実情だと思えます。

日本貿易会の研究内容…商社業界に中間 NPO の設立を模索

そこで、私共が研究しているのは、NPO と企業がパートナーシップを組む場合、その仲を取り持つ中間 NPO の役割であります。企業を例えてみると、とても大きな歯車であり、とても速く回っていると。日本の NPO は小さな小さな歯車で、非常にスローに回っているということで、これをいきなりつなぐことは大変困難ですので、その間に变速ギアが必要になる訳です。その变速ギアを中間 NPO と呼びますが、その中間 NPO に我々は今注目しているのです。業界或いは、企業によって、得意とする分野が違います。そこで、企業は自分を良く理解してくれて、こころよく变速ギアになってくれる中間 NPO を作るうじゃないかという話であります。まだ言葉として熟していませんけれど、我々はこのように企業が設立する中間 NPO を仮に企業 NPO と呼んでおります。そういうものを作るための知識や見識を身に付けようという勉強会が NPO 研究会なのです。日本貿易会というのは商社（トレーディングカンパニー）の集まりですので、海外駐在経験者が多く、それぞれの国のローカル・エキスパティーズも、語学力もある色々な人材がいます。そういう知的ソフトウェアを活かす業界に横断的な企業 NPO を設立してはどうかというような話をしているところでございます。この研究成果はいつかどこかで出さないとはいけませんが、近々日本貿易会に対してなんらかの答申を出すというスケジュールで進んでおります。

商社業界 NPO と新宮沢構想の連携

日本貿易会らしい業界 NPO とは一体何かと言うことになりましたけれど、そのヒントのひとつに、最近発表されました新宮沢構想との連携があります。いわゆる、途上国に於ける人材育成支援スキームへの協力ということが考えられます。通貨危機によって経済困難に見舞われたアジア諸国に対し、日本は資金の供与ばかりではなく、技術供与や人材派遣を進めて行こうというのが新宮沢構想です。前回のケルンサミットでも議題になった発展途上国中堅クラスに対する幅広いキャパシティー・ビルディングこそがその国の社会の真の経済発展を担保するという考えに基づいている構想であります。これは、来年開かれる沖縄サミットにもつながって行くような、重要な概念だと思えます。そういうことを今日本貿易会では、研究しているということでございます。

商社業界 NPO は 60 歳過ぎの人の蓄積ノウハウの活用にも着目

どうして、こうしたことを考えているのかと申しますと、背景として、今の日本の少子化、高齢化というものがキーワードにあります。これらが急速に進んでいて、将来に向かった安定した社会保証の構築、運営が必要になっているということがございます。我々が考えているのは、これは商社マンだけでなく、官僚、ビジネスマンを総体で見て、60 歳を過ぎて第一線から退いた人が、今まで蓄積してきた経験やノウハウを社会的な協力の場で、途上国の若い人たちとか、或いは、日本の子供たちに伝えることはできないかということが背景にあります。そういう観点から、企業だけではなく、NPO で働くという選択肢も用意されないといけないという感覚なのです。先程にも申しましたように、アメリカでは、1 千万人が NPO から給料を貰って、生活をしているという状況もありますので、例えば、日本でもその 2 割程度、200 万人くらいが、仮に生活設計ができるという雇用の受け皿が出来るとすれば、試算では、一気に失業率が 2 パーセントくらい減るといような話もありますので、非常に大事なことだと考えております。それでは、続きましてオスタンさんに長年に渡る対日経験を通じて、ご覧になられたボランティア活動の印象だとか、フランスと比べて日本の NPO の位置付けですとか、或いは、草の根団体に対する評価、日本・フランスのバックアップ体制の違いというようなことについて、コメントを戴きたいと思います。よろしくお願い致します。

日本のボランティア活動の本格的な始まりは、阪神大震災が契機

オスタン

日本では、本当にそうしたボランティア活動が始まったのは、NPO/NGO でもいいのですが、阪神大震災の時だったと思います。ですから、あの神戸地震の時に、本当の動機づけがあり、かなりの人たちが参加するのを目の当たりにしました。多くの市民が、様々なレベルで参加をしました。寄付をただけではありません。休暇をとって、水や食料を運んだ人たちがいました。それが、初めて本当に自発的に行われた日本でのボランティア活動だと思います。高いレベルでということです。この運動は、今でも続いています。重要なのは、そのための環境があることです。企業の役割については、随分語られました。企業が本当の役割を演じるためには、市民自身が、やる気を出していないといけないと思うのです。その理由については、後程お話をします。企業はもちろん、消費者やクライアントのお陰で生きている訳ですから、利益が共通する部分があります。

ボランティア活動にインセンティブを与える環境…税優遇措置

日本のボランティア環境を考えますと、税制の問題があります。フランスは税制の面で一番良い例とはいえませんが、私が知っている例ですので、話させて戴きます。フランスの場合の税制は、個人がボランティア活動をしたり、寄付をするのに対して、優遇措置があります。Association d'intérêt Général (社会全般の利益のための活動をするアソシアション)に対する寄付については、個人の寄付の 50 パーセントが、控除されるようになっていきます。それは、課税所得の 1.75 パーセントを限度としています。そうしたことにより、寄付が促進されるようになっております。次に Association reconnue d'utilité publique (公益法人)については、課税所得の 6 パーセントまでが控除されることになっています。しかし、これら 2 つの控除を同時に受けることは出来ません。また、人道援助活動をしているアソシアションに対する寄付については、寄付金額の 60 パーセントが課税対象になりません。上限は、毎年変わりますが、2,050 フランまでです。この 2 種類の減税を一緒に使うとします。例えば私が日本で携わっているメドゥサン・デュ・モンドですが、公益法人であり、しかも人道援助活動を行っています。従って、課税所得が

300万円である場合、その300万円の中から、22万円控除することがフランスではできるのです。こうやって計算をしていきますが、かなりインセンティブになっていると思います。寄付をすると課税額が下げられるということで、寄付をしたいという気持ちになります。日本の場合は、まだこのようなインセンティブとなるような個人の寄付を奨励する税制はないと思います。現在は、それについて考えている諮問委員会があるようですが、NPO法が、本当に意味を持つためにはこのような税制の措置があって、初めてのことではないかと思うのです。そうすれば、アソシアシオンが努力をすれば、寄付をする人たちも増えていくことかと思えます。

アソシアシオンの活動資金源…公的補助金、民間寄付、企業スポンサリング

フランスのアソシアシオンは様々な財源を持っています。一方では、公的な助成を受けることが出来ます。国家からの援助、或いは国連からの援助、例えばフランスの場合、EUからの助成もあります。又、日本、アメリカといった外国政府の補助金を受けることもあります。しかし、我々メドゥサン デュ モンドの場合は、活動の独立性を保つために、公的な資金は予算全体の45パーセントまでと内規で決められています。残りの55パーセントの財源は民間からの資金、つまり寄付金その他から得ています。会員からの会費、個人からの寄付金がそこに入ってきます。フランスのアソシアシオンは、他のヨーロッパ諸国やアメリカのアソシアシオンも同じだと思いますが、ダイレクトマーケティングやその他、かなりプロのやり方で、個人その他新しい寄付を募るようになってきました。寄付を募るキャンペーンを行っており、そうした働きかけも非常に有効になっており、人道援助活動やその他に対しても寄付が集まるようになってきました。もちろん、文化・教育活動であっても構わないのです。また、企業の寄付や民間財団の助成金も民間資金に入ります。しかし、民間からの資金に占める企業の寄付金の割合は、比較的少ないのが現状です。全体の1割に過ぎません。それには、いくつかの理由があります。まず、私たちは、個人に対する寄付の働きかけをしていますから、何百万人もの個人から寄付を得ています。そして、企業にそれほど頼らないという独立性を保っているのです。アングロサクソン諸国とは違って、フランスではまだ、道徳的なアスペクトと実際に得られる利益とを切り離して考えることができないのです。フランスのアソシアシオンの場合、企業からの寄付を受けることによって、独立性を失うのではないのかという留保があります。また商業主義といわれるのではないかと恐れを持っています。その点はとても重要ですから、日本でも考えなければならぬと思うのです。先程も話に出てきましたが、バランスをみつけなければなりません。利益の調和を図らなければなりません。そして企業側でも、アソシアシオン側でも、テーマを選んで慎重にそれを行うべきでしょう。しかし、フランスでも企業が行う寄付には税的な優遇措置があまりとられていませんので、企業からの寄付は、それほど発達していません。例えば、企業が純粋なメセナ活動を行ったとします。ある協会に対して、何の見返りもなく、何らかの寄付をした場合、企業の収益、売上に対して、1000:2.25という割合の減税にしかありません。公益法人にたいしてもです。そうした訳で、企業が優先するのは、スポンサリングです。スポンサリングには様々な形態がとられます。例えば協同で、プロジェクトを立てたりします。それから、コーブランディングはその他のテクニックを作っています。その際の企業の目的は、商業目的であり、営利目的です。その場合には、100%営利活動、広報活動とみなされますので、税制の優遇措置は全くありません。その点では、日本では考えることができるのでしょうか。この辺りに致します。

田形 有難うございました。それでは、島田さんのほうから、実際に日産自動車では何をやっておられるのか、事例を教えて戴きたいと思えます。

日産自動車の人材育成プログラムは奨学金制度の哲学

島田

それでは、限られた時間で事例を2つ申し上げたいと思います。お手元の色のついたパンフレットですが、全開きしていただくページ、1番後ろです。一つは、企業とNPOの新しい形のパートナーシップ。最近行ったばかりのものですが、これについてご紹介致します。それは、人材育成プログラムといまして、簡単にこの仕組みを申し上げますと、NPOで仕事をすることを希望する学生にたいして、日産自動車が奨学金を支給致します。そういう制度ですが、例えば、時給1000円というような形で奨学金を支給する訳です。NPOは何をするのかというと、そういう学生を受け入れて、NPOの意義、組織、マネージメント、或いは、NPOの専門的知識を提供して下さるのです。しかし、この制度に対して、次のような意見があります。企業がNPOに然るべき奨学金に相当するお金を払って、そのNPOに学生を雇ってもらえばいいじゃないかというふうにいわれるのですが、それでは全く意味がありません。なぜかといいますと、この目的は、社会的・創造的人材育成を我々は目標にしておりまして、そのための投資だと考えております。これに思い至りました原因といえますのは、最近日本の社会で、例えば、アントレプレナーシップが中々育たない、ベンチャー企業が育たないとよくいわれますけれども、日本の学校で、ベンチャーを育てるような人材が中々出てこないということが、原因の一つだと思います。それは、非常に創造的な人材でなければできないですね。従来通りの、学校を卒業したら、お役所か企業か、もちろん研究所というNPOもありますけれど、そういうところにおいて、お金を貰うという考え方が一つの道になっているということです。それ意外の広いNPOでの活動、或いは企業を起こすということに非常に不安を持つ訳です。大学生が卒業前に、こういう色々な知的なキャリアを持つということを目的にしたのがこの奨学金制度です。

知力あるNPOで経験を積んでから企業へパートナーシップ

NPOで働くことが、本当に知的かどうか皆さん首をかしげることもおありでしょうが、私共は、NPOは知力のある組織だと思っております。知力というのは言いかえれば、自分の頭でものを考え、自分で行動するという非常に自立的な組織です。これは、中々企業やお役所ではもちにくい行動原理ではないかと思えます。それからもう一つ、NPOは非常に専門的な知識を持っているということも理由の一つです。こういったNPOで経験を積むことによって、社会に出るときに、「こういう組織やマネージメントの方法があるのだ。」という、企業とかお役所では経験できないマネージメントや仕事の仕方を学んで戴くということが、非常に重要なのではないかと思います。学生が経験を積んで社会に出たときに、いづれにしても、企業やお役所に入ると、それは学生の自由ですが、その後何年か経ってから、NPOに転職することも生まれるかもしれないし、或いは、新しい企業を起こすという自信を持つかもしれないということを期待したものです。これが、私共の一つの目的です。それから、先程もう一つNPOとの新しい形のパートナーシップだと申し上げましたが、NPOは、今まで私共がお金を提供して、NPOで何か活動する資金にして戴くということでしたが、今度はNPOにも大分に人材育成という社会貢献をしていただく訳です。ですから、企業もNPOもお互いが持っている違う資源を使って、人材育成という社会的な投資をするという、新しい社会の変革のために人材を育てていくというプログラムでございます。これは、昨年11月からスタート致しまして、現在、2期生が働いているところです。その学生からの反応をみてみますと、例えば、実際に活動をしてみて理想、思いを持ちながら仕事をしているけれども、それが非常にこれからの新しい仕事を始める上で役に立つということです。思い、理想のようなものと、それから実際の活動というのが同時に実現する場があるのだということを知ったという人たちが、企業とは全く違う行動原理で動く組織が日本の社会に必要なのだと学んだ人たちが、様々です。こういう体験を学生に若いうちにさせていただくということが、我々の目的でございます。この中で私たちが考えておりますのは、

ベンチャー企業を起こす者とか、或いは NPO に関心を持って、優秀な人材が NPO に集まるということにも期待をしておりますし、或いは、こういう創造的な人材が出てくることによって、労働流動性がどんどん高まっていくということも、社会の発展性の一つではないかと思っております。

これに応えられる知力ある NPO が日本にも実在する

こういうことをやるには、我々がターゲットとする、学生を受け入れてくれる NPO は、非常に限られるのです。どこの NPO でもこれが可能という訳ではありません。まだ日本の中では、非常に少ないと思います。私共の学生を受け入れて戴いている NPO は現在 13 団体ですが、今まで 9 年に渡って関係を持ってきた NPO ばかりでして、非常に優秀なリーダーがその中にはいます。学生に NPO の意義とかをきちんと教えてくれるリーダーがいるところに限っております。ただし、これは組織の規模の大きさではないのです。有給スタッフが 2~3 人という小さな規模のところもありますが、それでもリーダーシップを持った人がいて、学生を知的なものに導いてくれるというところに限らせて戴いております。こういう NPO がどんどん増えてくれればいいと思っております。

社員の社会貢献環境を企業が整備する事例

もう 1 つの事例は、これとは全く違いますが、社員を社会貢献とどういうふうに関わらせていくかという課題について、簡単にご報告させて戴きます。これは、同じページにあります。私共は社員のシティズンシップ意識を作っていくことを目的としております。先程オスタンさんから、個人の寄付が、日本の社会では税制優遇策もないのでやりにくいというお話がありました。確かに、その通りです。私共会社が行う社会貢献は、最初にミッションとして申し上げました通り、社会と会社を大きく変えていきたいということですが、予算も限られておりますので、あれもこれも出来ませんけれど、社会には多様な課題がある訳で、それに誰かが関わっていかなくてはいけない。企業はその一部にしか関われない訳です。多様な志を持った団体に、社員の自由な寄付がいくということは非常に重要なことだと思います。例えば私共の場合、ボランティアを組織化するという事は、一切やっておりません。むしろ、情報を提供したり、或いはきっかけを作るための講座を開設したりすることはやっておりますが、決して、強制は致しません。ボランティアをやらない社員がいても、決して不思議ではないと思っております。実際にこういう地道なボランティア活動をやり易くするための環境整備をやっていった結果、現在では、例えば先程にも阪神大震災の事例がございましたが、この時にも社員に募金を呼びかけましたところ、驚くほどの金額が集まりました。金額の高さは問題ではないのですが、実は 4000 万円も集まりました。会社が行った 5000 万円の寄付額とほぼ同額に近いものがありました。これだけ、個人の寄付の力は大きいのです。個人個人に思いがある訳ですけど、それをどう動機づけるかということが非常に重要だと思います。一つは、税制の改善も大切かと思われませんが、私共みたいな社会貢献担当者が多様な寄付先のメニューを提示するか、或いはボランティアの体験をする機会をつくるというようなことです。寄付先を明示するときは必ず結果が見えてくるようなところに出します。日本の募金団体の中には、寄付されたお金がどういうふうに使われたかということ具体的に情報開示できないところが沢山あるのですが、私共が提供する情報は、必ずどういうふうに使われたかということを情報開示しております。そうすると社員も大変に安心して思いを込めながら寄付をしてくれるという結果になっております。今、台湾の大地震の件で募金活動しております。すでにかなり多くの金額が集まっているという状況です。有難うございました。

田形

島田さん有難うございました。こういうふうな、素晴らしい活動というものはあるのですけれど、一番のポイントは、地道ながらも長く継続していくということが非常に大事だと思います。ここで最近のヨーロッパの関連する動きを概括しておきましょう。

米国の市場万能主義と社会政策を推進する欧州の新潮流が NPO/NGO に与えている影響

最近、グローバルスタンダードという言葉が幅を利かせております。内容はアメリカンスタンダードなのですが、日本では第3の黒船来航と呼ばれています。日本もヨーロッパもアメリカの市場万能主義という考えに振りまわされてきた訳なのですが、ヨーロッパも然り、日本も然り、この辺りで仕切り返そうというタイミングに入ってきているのではないかと思います。欧州には次の世紀につながる2つの重要な変化がありました。1つは通貨統合で、ユーロがスタートしました。これにより、ドルの一極支配が変わってくるのだと思います。もう1つは、欧州におけるユーロリベラリズムというのがあります。これは、従来ヨーロッパもやってきた、アメリカの市場万能主義が国民に受け入れられないという批判もあり、市場経済下で社会政策を推進していくという新しい潮流がでてきているという認識を持っております。こういうヨーロッパの動きは、日本にとって非常にサジェスティブであり、刺激的な動きだと思います。これまで日本人は、エコノミック・アニマルと呼ばれ、経済効率主義一辺倒で来た訳なのですが、個人或いは社会の幸福のほうを上位に持ってくるという価値観の大変化が出てきていると指摘するアメリカの著名な日本研究家もおります。実はこの意識の変化こそが、「失われた90年代」と呼ばれる10年にも及ぶ日本の長い経済不振の主因のひとつであるとの面白い分析をする学者がおります。他方、アメリカの市場万能主義は、NPOやNGOの活動領域にも及んできております。特にアジアを見てみますと、大資本が発展途上国に進出する形にかなり似ていると思うのですが、欧米の大規模NGOが、アジアに入っていくって、色々なビジネスチャンス或いは政府のインテリジェンスの尖兵になったりして、実際様々に活躍しているのです。羨ましいという気持ちを込めて申し上げているのですが、日本はこの分野ではかなり遅れていて、海外で活躍している和製NGOの数自体が少ないこともさることながら、そういった意味でのファンクションを持っているNGOはほとんど皆無であることは残念であります。最近、外務省でもそんな現状に梃子入れをするべく、NGOを支援する方向に動いていると聞いておりますが、まだ実効が上がって来ているとは言えないと思います。NGOの世界も、大競争（メガコンペティション）の時代に入っているという基本認識を持っております。

第三部 質疑応答

田形 この辺りで第三部に移りまして、今までの3人のパネリストのお話を踏まえまして、ホールのみなさんと質疑応答の時間をもちたいと思います。もちろん、質疑だけではなく、ご自分の意見をお聞かせ戴くということでもよろしいと思います。

インセンティブの問題 非財政的インセンティブにはフランスとの対比でどんなものがあり得か？

色々とお難うございます。我々のNPOは、今、ようやく出発したばかりです。ご指摘のあった通りまだまだ不備な点があり、その一つがインセンティブの話です。ことに個人から企業に寄付した時の税制上のインセンティブは非常に大きいですし、我々も日本のNPOではその点においては不備なものなので、これから充実させ、働きかけていかなくてはいけないと思っております。一方で、お金のインセンティブがあるから、そういう活動をするのだということが何となく、我々には、釈然としない。ボランティア活動とは、自分の時間をさいて、お金をだすことで、インセンティブがなくても社会のためになるということが本当の目的ではないかなどか思ったりしまして、迷う訳です。更に進めていけば、ファイナンシャルな、財政上のインセンティブではなくて、それに使った時間も換算するとか、又場合によっては、企業によって、ボランティア休暇をもらうことで、ようやくそういうことに行くというような動きも出てきてい

ます。オスタンさんにお聞きしたいのですが、フランスの場合はみなさんの気持ちの切り替え、もしくは、財政上のインセンティブ以外のインセンティブがあって、それはこういうことで、非常に有益だよというような示唆があるかどうか、その辺をフランスとの対比でお聞きしたいと思います。よろしくお願い致します。

ボランティア活動のための空き時間をもっとたくさんに

オスタン 確かに今おっしゃられたように、インセンティブも大切なのですが、もっと重要なのは個人のアソシアシオンに対するボランティア活動のための空き時間です。この時間をつくるということは、私の経験を通して感じるのですが、日本では大変に困難であります。例えば、ボランティア医師を国内、海外を問わず、人道援助プロジェクトに送ることは困難です。それは、休暇を取ることも困難なくらい、そのための時間を作ることが難しいのです。フランスでは、どのような状況かというご質問にお答えしますが、私の職業分野、ボランティアの視野から申し上げますと、フランスでは3~5週間という長期にバカンスを取りますが、日本では羨ましい限りのことで、1週間でさえ難しいことです。ミッションの派遣先はアフリカ、東南アジア、南米といった地域が多く、交通事情も大変悪いです。それに、経済や設備の状況も悪く、そのような場所に、4~5日間だけの派遣は不可能です。これは深刻な問題です。ですから、企業ではNPOの派遣や活動のための有給休暇の使用権をもっと優遇し、企業にとってまとまったものを得られることを考えるべきだと思います。日産自動車では、このような制度があるかは分かりませんが、その点については、島田さんにお答え戴きたいと思います。

日産自動車では原則として有給休暇を使ってボランティア

島田 休暇制度は設けておりません。ただし、大震災のようなときには設けております。それから、他に半年間自由にとれる休職制度がありますので、これをボランティアに限らず、介護のためなどにも使える訳です。なぜ休暇制度を作っていないかということですが、実は日本企業の社員は、有給休暇の半分以上を残したまま働いている訳です。私たちがやっていることは、新たに別の休暇をあげるのではなくて、むしろ会社が社員を励まし、既にある有給休暇をボランティアのために使えるようにすることのほうが大切ではないかと思います。それを十分に使いきった後、それでも休暇が足りない、もっとボランティアをしたいという社員が沢山出てきたときに、改めてボランティアの休暇制度を作りたいと思います。現段階では、ボランティアをしている社員は有給休暇を使って、やっております。

個人のボランティア活動に企業が個別に資金援助

それから、社員を会社が励ますという点では、“マッチングファンド”があります。皆さんの会社でもお持ちかもしれませんが、社員が寄付した同額を上乗せして、寄付する仕組みもありますし、NPOやボランティア団体で活動している社員が、会社に対して申請をすれば、活動のための資金、例えばパソコンが必要であれば、会社が上限金額を決めて、社員からの申請に応じるという仕組みもあります。これは、実は社員にとって、きっかけを作り、励ましになり、インセンティブだと思います。同時に、会社に対して誇りを感じて嬉しいという感想を寄せてくる社員も多くおります。

営利企業目的に適う社員の社会貢献活動には？

沼田氏 今日、色々と参考になる話を有難うございました。島田さんと田形さんにお伺いしたいのですが、営利企業の中であって、こうした社会貢献を担当される立場におられてご苦労が多いと思います。これは、島田さんにご質問ですが、例えば日産自動車の中で、一つは、社会貢献の理想的な形としては、新車のマーケティングの段階から、例えばですけれど、トヨタのプリウスよりも低公害のものを作って、ばんばん売ってやろうとか、そういう社内でも島田さんの影の動きというものはあるのでしょうか。それとも、全く別個の動きとして社内でやっている訳でしょうか。全く同じ質問なのですが、田形さんのほうでは、商業で、本業と全く別の非営利の社会貢献としてお話を伺いましたが、ところで、本業と一緒にいる場合は、社内では一体どういう雰囲気、やっておられるのでしょうか。

島田 まず、社会の公共的ニーズというふうな受けとめていいのではないかと思います。そういうものを社員が感じるとするには、どうしたらいいのかということですが、マーケティングの一つの見方としてもあるでしょうし、社会貢献、ボランティア活動として日常的に働くという形からも、そういう感性を養えると思います。両方の方法があると思います。私共では、実際に商品開発を担当している人が、例えば高齢者の施設に行って、高齢者が使い易い車の開発に気づいた人もおりますし、又、ボランティアをやらなくてもそういうことを生活の中で読み取れる人もおりますし、色々です。ですから、あえてスポットに直接結びつけるような仕組みは、設けておりません。ただ、これも目的を少し遠いところに持って、私共の活動をやっておりますので、直接的に環境の問題を考えると、環境に優しい車を作ることは、本業の一つとして受けとめております。社会的責任と言ったほうがいいでしょうか。社会貢献とは切り離して、社会的責任、これを必ずやらなくてはいけないこととして受けとめております。敢えてそういうことについては、強制するような制度は設けておりません。

田形 確かにメーカーさんなら、工場をお持ちであるために、その周辺地域コミュニティとの共生を目指す過程で延長線上で、社会貢献活動を具体的に捉え易いと思います。商社の場合は、当社もそうですが、世界各地に店を張っておりますが、それぞれの国の社会インフラを使わせていただきながら商売して生活している訳ですから、ご恩返しをしたいという強い気持ちがあります。実際に欧州、オーストラリア、アメリカ、東南アジアから、学生さんや企業の若手管理職クラスの人材をお招きして、プログラムを組んで研修を行って参りました。ある時、調べてみました。戦前戦後を通じて当社では、国際文化交流分野での社会貢献が圧倒的に多くなっておりました。当社では、それぞれの部署で、ニーズに応じて、自然発生的にプログラムが組まれます。どこかに専任部署があって、統一性がある全体的なプログラムを作っていくということはありません。従い、宣伝もほとんど致しません。社会貢献していても、ヒトに言わずにおくということです。しかし最近では、陰徳とせず、社員や社会に対して積極的に情報公開を行う時代になったとの意識の変化は出てきております。

欧米等と異なる、日本のボランティアに対する考え方

沼田氏 日本と欧米を比較しまして、フランスの研究をやっている者ですけれど、フランス人もアメリカ人もキリスト教の国ですから、ものを与えるということ、ボランティア活動をやるということは、相手のためだけではなくて、自分もいいことをやっていると、キリスト教を信仰しているのだという行ためだと思えます。ただ、アジアではものをあげた人が「有難うございました。」という訳です。日本の場合は、そういう宗教心が違うこともあり、また、国家があって企業なので、その間がないのです。やはり私の知人で、ボラ

ンティア活動をしていて、その子供がボーイスカウト入っていて隊長をやっているのですが、日本人は誰かのためにやることは出きるのですが、自分のためにやることはできないのです。だから、ボランティアの形には、自分のためにやることはいいのだということが、もちろん段々と強くなってきてはいると思いますが、そういうことをもう少し作ってあげないといけないと思います。企業でも、そういう人を望んでいると思います。そうすると、社員もボランティアを受けた人も、受けただけで何も返せないからお礼で返そうという気になるので、与える方も与えられる方も互いにそういうことをぜひしたいのだという関係を作っていけないといけないと思います。企業の中でも、ボランティアをやった人の給料を上げるとか、そういうふうにしていかないといけないと思います。そうしないと、損したとばかり思い、得したことが社会に貢献した意味にはなりません。

いずれ、日本でも、有給スタッフが当たり前

田形 賛成です。因みに、ベビーブーマー世代を中心とした社員の中から、終身雇用制度崩壊によって、出身故郷にUターンする人たちが増えるとの予測があります。その人たちが、自分の故郷に帰って大企業で身につけたスキル、マネジメント能力、色々なノウハウを発揮して、地方でNPOを新たに起こしていくという動きが今後活発になっていくという見通しがございます。その時には生活がかかっておりますので、有給スタッフが当たり前になるものと思います。

社員の動機付には企業自身に更なる動機が必要

オスタン 先程おっしゃったことについてですが、企業の社員を動機づけるためには、企業自身に更なる動機を持っていないとなりません。この動機は、会社の利益に伴うものですが、それだけではなく、マーケティングやその発展、それによって受ける影響にも結びついています。ここで、2つ象徴的な例をあげたいと思います。どちらも、ヨーロッパにおけるアメリカの企業で、これは、日本にあてはめられることができると思いますが、企業の社員に関するものです。1つは、最近の話でコソボ紛争の頃です。数人のマイクロソフト社の社員が、テレビやフィルムで見た避難民の映像に大変なショックを受けました。そして、身分を証明するパスポート等を奪われた人々にそれらを再発行することが必要だという話が持ち上がりました。そこで、マイクロソフト社の社員は、全てのソフトウェアを無料で提供することを提案しました。これは、入力システムの設置と避難民に順次、生年月日など身分証明書に必要な資料を作成するためです。又、キャンプからキャンプの移動に伴い、モバイル式のシステムも必要になり、イギリスの Security World London 社に援助を求めました。この会社は、企業のIDカードシステムを制作する専門企業です。カード式やバッジのものなどありますが、これまでの経験を活かし、ノウハウや知識を提供しました。更に、オランダの Screen Check 社がコンピュータやカメラを支給しました。総計すると、200万ドル相当に達します。これらが、企業から不特定の避難民に寄付された訳です。これは、企業にとってはメセナ活動ですが、その後、寄付を受けた国が復興し、学校の教育などにコンピュータを投資する必要が生じてくれば、おのずと寄付をした会社が有利になるでしょう。このような例は沢山あります。2つ目の例は、コカコーラ フランス社ですが、この企業はここ3~4年、Fondation de France という医療援助・研究している財団と組んで、黄色い硬貨€ (10、20センチメートル貨のこと) 活動を行っています。郵便局の援助もあり、コカコーラと記された270万個の紙製の貯金箱が作成され、フランスの270万人の小学生に無料で配布

されました。そして、毎年募金を実行しています。その結果、1998年には、2700万フランの寄付が寄せられました。又、コカコーラ社から200万フランの投資がありました。これは、貯金箱作成のための資金に使われました。これは1例に過ぎませんが、なぜコカコーラ社がこのような行ためをしたかといえますと、簡単なことです。学校内にコカコーラのロゴを導入することが目的だからです。フランスでは、大半の小学校が公立ですから、校内に企業の広告ポスターを掲示することは通常では考えられません。それをコカコーラ社はこのような形で実現したのです。他にも多数の例がありますが、企業にとっては経済や商業動機である訳です。アソシエーションにもまだまだやることはあると思いますし、まして日本では新しい発想が沢山あると思います。

田形 有難うございました。時間も近づいて参りましたので、あとお2人にさせていただきたいと思います。

日産自動車以外の社会貢献事例と類似のフランスにおける事例

沼田氏 島田さんの日産のケースに、非常に興味を持ったのですが、こういうことをやっておられるのは、日本の企業では、多いのでしょうか。それから、オスタンさんに質問ですが、実際にこういう日産さんでやっておられるフランスの企業は一体あるのでしょうか。

島田 実はお配りしたこの資料にかなり他の企業がどのようなことをやっているかを書いております。91年に、社会貢献委員会ができたということを申し上げましたけれど、この下部組織に研究会があり、そこに参加している企業が70~80社です。月に1~3回多いときには3回集まって、色々な事例研究或いは、識者の経験を伺ったりして、色々な提言、支援を行っていく活動をしております。そういうところは、だいたい専門部署をもって、私が申し上げましたようなことを色々な形で同じではありませんが、やり始めております。今お話ししたことは、あくまでも大企業の例です。

オスタン 果たしてフランスに、日産と同じようなポリシーを持ち、活動を行っている企業があるかどうかは分かりません。しかし、通常こういう活動は、フランスでは企業によって設立された財団を中心に行われます。これは、税制の問題があるからです。財団で最も有名な、カルチエ財団は文化活動に貢献しています。また、エールフランスも財団を有し、寄付金を集め、NGOのスポンサー活動をしています。これらのNGOは、エールフランスにも勤務していた人たちにより設立されています。ご存知のように、航空会社では、パイロットやスチュワーデスは、若い時期に定年を迎えるので、その人たちによりNGOが結成されるのです。最近では、Aviation Sans Frontiers（国境のない飛行）というNGOが、退職した50歳以下の若いパイロットたちにより結成され、ボランティアでアフリカへ医療品や生活用品を運んでいるという活動も見られます。エールフランスのもう一つの財団は、Groupe Developpement といいますが、発展途上国の子どもの教育等のプロジェクトに関する援助を行っています。他にも多数の企業がありますが、例えば、VIVENDIは、水の配給とテレコミュニケーションの会社ですが、大きな援助活動として、中南米で発生した台風の直後に、モバイル式の電話コミュニケーション回路を村に寄付しました。もちろん言うまでもなく、日本の企業も多く活動に参加しています。例えば、トルコの震災では、避難民のために携帯電話を速やかに支給しています。又、コソボの紛争でも、同じように活動をしていました。これは、グローバルな動きでありまして、キーワードは、グローバリゼーションだと思います。企業のクライアントはグローバルで、活動もグローバルで、日本、アメリカ、ヨーロッパを問わず、似たものだと思います。先程ご指摘がありましたように、日本人は、活動を自分のためではなく、他人のためにやっているということですが、ある資料からそれにお答えする文章を見つけました。「企業の発展は、自らに貢献しながらなされるものだ。」という表現がありますが、人間にとっても同じことが言えると思います。このスロー

ガンは、段々実行されるようになってきていると思います

メセナとパレナージュ

沼田氏 今のお話を伺っておりまして私が感じますのは、日本の企業がやっておられるのは、正にメセナで、本来の本業とあまり関係ないことをやっています。恐らくフランスの企業のやっていることは、メセナというよりはパレナージュということで、これも非常に大事な相違点で、実は今日、日頃の話を伺って、日本の企業がこれもメセナ活動にしているということに、驚いたのです。少なくとも、私が知っている限り、フランスの企業は、オスタンさんがおっしゃるように、色々なことをやっておりますけれど、それはどちらかという分類しますとパレナージュのことなのです。メセナとパレナージュということは全然違うということをお知らせしたかったのであります。

田形 有難うございました。時間もございませんので、次の方どうぞ。

若い人材のインターシップと企業フィランソロピーについて

沼田氏 私も意見というよりもお願いなのですが、こういった企業団体のトップの中で活躍しているお二人にお願いしたいのですが、私は、フランスのグラン・ゼコールの団体に働いているのです。インターシップ、国際インターシップのことになりますけれど、国内においてもインターシップが非常に盛んになってきていると思います。私は、企業にお願いする時に、こんないいこと、あんないいことというプラスのコメントを強調してお願いしている訳です。実際のところは学生で実務経験もない、そういった人たちを企業の中に入れて、2ヶ月ないし3ヶ月、もしくは1年ということもありますが、研修をさせるということは、若い人材を育成するという意味では、社会貢献と重なるところがあるのではないかと思います。先程の田形さんのお話の中で、アジアの国々の研修生を受け入れているという話がありましたけれど、それは、私が知る限りでは各部によって、つながりがあったとか、断るにも断れない事情があったとか、そういう意味で部分的には受け入れてはいても、会社全体として、受け入れる窓口があって、そこがちゃんとプログラムを作って割り振りをするとか、そういうところまではいっていない気がするのです。先程、島田さんのお話の中に、学生にNPOの組織に奨学金を出して送り込むというお話もありましたけれど、実際に会社の中に受け入れて、そして、共に未熟な若い学生を育てることも、やはり、フィランソロピーの一つだと思いますので、そういったことにもぜひ今後とも取り組んで戴ければと切にお願いします。

田形 有難うございます。ただ今ご指摘のインターンシップ制度は、欧米企業では極く当たり前のことですが、日本企業では導入しているケースは稀であります。最近、私共がメンバーでもある世界経営協議会の新規プロジェクトとして、まだ日本の学生さんたちが対象ですが、ある期間を設けて、例えば夏休み期間を利用して企業で学ぶ機会を作っていこうという動きはございます。御参考にできれば幸いです。

島田 私共のほうでは、つい最近ベルリンの大学2年生の方を社会貢献の、私共の組織で3ヶ月間お預かりしております。

提言

田形 有難うございました。では、時間も迫って参りましたので、質疑応答はここまでにさせて戴きます。実は今日は、主催の方から、提言にまで踏み込んで欲しいとお話しを受けたのですが、オスタンさんが提言をお持ちと伺っておりますので、このパネル・ディスカッションの締めくくりと致しまして、ご発言戴き度いと思います。

日仏アソシアシオンの設立をパリクラブに呼びかけたい

オスタン 歴史における日本とフランスの経験は、意見が分かれるにも関わらず対象的だと思います。例えば、経済・商業の交流が注目されたように、NPO・アソシアシオンにおいても日仏交流が期待されることでしょう。又、在日フランスアソシアシオンにとっては、日本のアソシアシオンとの交流が有利になるでしょう。日本では特に、企業 NPO 交流というテーマが重視されています。これはあくまでも提案なのですが、パリクラブも、NPO アソシアシオン支部を設立することが考えられます。それにより、日本のアソシアシオンと日仏企業との相互関係を円滑にするためでもあります。又、経験を通して、日仏アソシアシオンのコラボレーションも考えられます。フランスはアフリカに近いですし、日本はアジアに近いので、発展途上国に関するコラボレーションが大いに考えられます。これは、非常に興味深く、社会や経済を横断するテーマなので、学生などの若年層にも関係してきます。そういったフランスの枠組みを作る段階においては、私もぜひ力になりたいと思います。

田形 有難うございます。本日の会は日仏経済交流会主催ですが、両国の経済交流をバックアップするという事は、非常に大変だと思います。オスタンさんがおっしゃったように、欧米と協力をすべき事項が益々増えてきています。先程話題にさせて戴いたように、日本とフランスとアメリカの NPO・NGO の在り方は多いに違っているのですが、今後は相互に情報交換を密にして、お互い刺激しあっていけば、同じ方向に収斂していくとも思います。学びあっていいところをとると言うことは賛成であり、そのためには、今おっしゃったような交流クラブを作ることが早道と思います。

ニッサンのNPO奨学金制度にパリクラブを始めいろいろな企業や個人の支援を

島田 それでは、私もパリクラブに一つだけご提案というか、お願いがございます。先程お話に申し上げました NPO 奨学金制度ですが、実はこれは私共が独占したいとは考えておりません。いろいろな企業や団体が、こういった制度を学生のために受け入れて戴けると大変にありがたいと思います。私共の場合、年間通じて 32 名しか採用できませんでした。実際には、これの 5 倍の応募がありまして、とても優秀な素晴らしい思いを持った学生さんたちを落とさせられたという状況です。例えば年間 200 時間で 20 万円くらいあれば出きる訳です。これは、パリクラブという団体で、例えば、国際交流の NPO に学生を活躍させてもいいかと思ったり、色々な切り口でできると思います。個人が、例えば退職金の一部をこれに当てることもできますし、色々な形で広がっていけばと思います。

田形 予定時間をかなり過ぎておりますが、この辺で終わらせて戴き度いと思います。本日はお足元が悪い中、多数ご参集戴き誠に有難うございました。

横山 どうも有難うございました。お蔭様で、大分 NPO/NGO について理解を深めることが出来ました。また、

貴重なご意見、ご提言をいただきました。パリクラブも満6年を迎えまして、いわゆるセカンドステージにあると認識しているところです。今回、ここで、具体的な、沢山のご意見、ご提言をいただき、今後これらをどう活かしていくかという、新たな一つの課題を戴いた訳で、非常に有り難く思っております。さて、本日は、日仏協会のご好意により、当、日仏会館の会場をご提供戴きました。また、このデバの助成にあたりましては、笹川日仏財団に大変にお世話になっております。この場をお借りしまして、厚くお礼を申し上げたいと思います。それでは、大分時間が超過しておりますけれども、この後、レスパスの方のビュッフェに移りたいと思います。時間の関係で、ご質問できなかった方も、席上、直接パネリストの方々にご質問戴ければと思います。最後に、もう1度、パネリストの方々に盛大な拍手をお願い致します。どうも有難うございました。