

第 156 回 Brown Bag Lunch Seminar 報告書

テーマ：NGO と民間企業の連携—ジョイセフの事例から—

講師：高橋 秀行氏／財団法人ジョイセフ理事・国際協力推進グループ 部長
星野 諭氏／日本郵船株式会社 広報グループ長

日時：2007 年 5 月 17 日（木）12:30-14:00

「日本郵船とジョイセフの連携」高橋 秀行氏

日本郵船グループとの協力

ジョイセフは、1968 年に設立された、人口・母子保健・リプロダクティブ・ヘルス／ライフ分野で活動する国際協力 NGO である。戦後日本の母子保健・家族計画運動の経験を途上国支援に活かしながら、活動を続けている。2000 年より、日本郵船グループから協力を得て、途上国に再生自転車やランドセルなど様々の支援物資を途上国へ輸送している。ジョイセフに対する日本郵船グループの協力内容は、海上輸送支援や、海上輸送費の免除、無償コンテナの提供などであるが、海上輸送面以外にも日本郵船の協力によりジョイセフは様々な正の効果を得ている。途上国に物資を輸送するとコンテナごと盗難されることがあるため、それを避けるための配慮や、コンテナが武器の倉庫になる可能性があることからコンテナでの輸送が禁じられている国、日本郵船の船舶が運航していない国には第 3 国での積み替えなど、物資を受け入れるそれぞれの国や、様々な問題に対応していかなければならない。その点では日本郵船との協力により、より効率的な物資の輸送が可能となっている。

また、日本郵船は世界でも名の通った企業であることから、「日本郵船が協力している NGO ならばうちも」というように、ジョイセフの活動に関心を持ってもらう機会となっている。特に、昨年、サザエさんのフネさんがメインキャラクターとなって行われた一般向けの日本郵船の広報活動では、「日本郵船は再生自転車やランドセルなどを途上国に送っています」とのメッセージとともにジョイセフも紹介されたためかなりの反響があり、全国的にジョイセフの活動を知ってもらうきっかけとなった。

再生自転車の輸送

ジョイセフが再生自転車を途上国に送る活動をはじめて 20 年になる。この活動がこのように長く続いている背景には、長年、地方自治体が頭を悩まし、今では社会問題となっている放置自転車を利用して、その問題を解決するのみならず、途上国支援に役立っていることにあると考える。撤去される放置自転車のうち、6～7割が持ち主に返され、3割が放置自転車となるが、再生自転車として活用できるのは、残りの 1割である。

再生自転車を送っても、その後何にどのように使ってもらえるかが重要な視点である。ま

た、長く使ってもらうために、再生自転車とともに新品のスペアタイヤ・チューブをつけて送っている。自転車は、横浜にある提携している倉庫にて、自転車専用ラックに保管され、コンテナに入れて送られる。

再生自転車の輸送の部分で日本郵船の協力を受け、自転車の提供は13の自治体の協力により行われている。これらの自治体はジョイセフの自転車を送る趣旨に賛同し、自治体とジョイセフで「再生自転車海外譲与自治体連絡会（ムコーバ）」を作り、四半期毎に定期的な情報交換をする調整しながら、開発途上国に送っている。また、自治体により、自転車の整備の統一基準を作ることによって、質の確保をしている。そのため、途上国側の評判はよく、新品の中国製品よりも質は高いといわれている。ジョイセフにより輸送される再生自転車は、年間3,000台である。各自治体による撤去自転車の数は約10万台であり、その意味ではまだまだ譲与自転車数を伸ばすことは可能であると思われる。しかし、その中から海外寄贈の規格に合った26インチで良質のものを選び出すとその比率は大きくない。

放置自転車を海外に送る際に気をつけなければいけないのは、盗難車が多いことである。この問題には、自治体を通すことにより持ち主の現れない撤去自転車の防犯登録ナンバーを抹消し、所有権を自治体に移転した後、自治体から寄贈というかたちで対処している。また、カウンターパートである開発途上国に対して、台数・用途などを事前に調査を行っている。別の問題として、放置自転車を直訳すると、**abandoned bicycle**/捨てられた自転車であるため、産業廃棄物を送っているとみなされる懸念もある。これに対してジョイセフでは、事前調査により、途上国側からの要望とムコーバの条件に沿って送っていることを明確化している。また、ジョイセフでは、違法駐輪自転車=**illegally parked bicycle** という表現を用いている。

再生自転車は、完成車と分解自転車を送っている。分解自転車の組み立て技術が、開発途上国において自転車の修理・点検に関する技術移転となる。また、患者を運ぶ二輪救急車としてなど、さまざまな使われ方がなされている。さらに、自転車を運ぶコンテナ自体も改造されて倉庫やクリニックになって、再利用されている。

ジョイセフの役割

再生自転車の輸送に関して、ジョイセフの役割としては主に以下のものがあげられる。まず、途上国のカウンターパートを通じて、自転車の要望を調査する。同時に提携する国際機関とのネットワークの構築と調整も非常に重要である。ほかには、モニタリングも含めて他のステークホルダーとの事業連携、船積み書類作成、輸送費算出、日本郵船のコンテナの行かない第三国への積み替え作業・調整、そして、途上国に送る自転車のニーズと使われ方のステークホルダーへの情報提供が挙げられる。このなかで、一連の作業における活動資金の確保が一番苦労しているところである。

日本郵船との協力継続においては、お互いの専門性を認め合ううえでの対等なパートナーシップが最大の要因である。また、物資支援継続の理由としては、譲与の目的が明確であること、同時に現地でのネットワークを確立することが挙げられる。自転車が必要とされている草の根にいかんして届けていくかに最大限の努力を注入している。

「当社(日本郵船株)の社会貢献活動」星野 諭氏

船から始まった輸送を本業としている日本郵船株がどうして、どのようにジョイセフとの社会貢献事業をやっているのかを紹介していく。

日本郵船株の概要と社会貢献活動

社会貢献活動の歴史は、1923年の関東大震災の際に、横浜在港中の客船に避難民を収容、東西間の避難客、食料の輸送に貢献し、その大半を無償で行った実績から始まる。1980年代には、エチオピアの飢饉に対する救援活動として、社内で毛布を集め、通常の貨物とともに、当社のサービスを利用し輸送したが、そのときは必要とする人のもとまで届かなかった実態があった。そして、2000年に中期経営計画に基づき、ジョイセフの支援事業を開始し、組織として行っていくために、2004年に広報グループ内に、社会貢献活動を推進するひとつの重要な柱として、専門部署、コーポレート・シティズンシップ・オフィスを設立した。現在は、2005年4月に発足したCSR本部内に、広報グループ コーポレート・シティズンシップ・オフィスとして位置づけられている。

社会貢献活動の基本理念は、「日本郵船は、地球社会と共に生きる『良き企業市民』として主体的に社会の課題に取り組み、その活動を通して全てのステークホルダーにとっての企業価値の向上を目指します。」である。ステークホルダーはさまざまであり、お客様から、従業員、株主、投資家、そして地域社会—東京だけではなく、世界中に及ぶ。社会貢献の活動方針としては、3つ掲げており、1つ目が「社員のボランティア活動の推進」2つ目がジョイセフとの事業に関わるころの、「未来の地球社会への『投資』」である。これは、NPOなどへ寄付するだけではなく、「投資」という視点を取り入れ、その経過にかかわり、世の中への貢献度・効果をきちんと評価していく方針でやっている。そして3つ目は地域社会との共生である。

何故日本郵船が社会貢献活動を推進するのか

企業は従来、利益をあげることを第一にやってきた。しかしながら、企業を評価する周りの目は変化してきた。社会があつてはじめて企業が成り立つのであり、企業は社会の一員であり、企業市民であるという考え方が意識され、企業の経済的側面と社会的側面の両方が大事だということになってきた。企業の社会的責任(CSR)を果たすということは、すべてのステークホルダーにとっての企業価値の向上に努めることである。そしてそのよ

うな活動を通して、社会の持続的な発展とともに企業の持続的な成長につながっていく。企業の社会的責任と言われる分野は、法令順守、職場の安全確保、社会貢献など多岐にわたる。当社の場合は、社会貢献活動を積極的に取り組む分野と定め、その活動を推進することにより企業価値が向上することを目指している。その際重要なことは、企業評価の向上だけではなく、社員が誇りをもてるような企業となり、「多様性を尊重する」、「柔軟で活力ある」、「誠実な」企業風土、風通しの良い企業風土が醸成されていくことである。

また、社会に貢献するという理念は、もともと日本の企業にあったといえる。それが近江商人の「三方よし」である。売り手・買い手・世間の三方に喜ばれてはじめて商売が成り立つという考え方があった。また、三菱グループの一員である日本郵船として、三菱三綱領というものも挙げられる。「所期奉公」-社会のために貢献すること、「処事光明」-公正正大な行動をとること、「立業貿易」-グローバルな視野で行動すること、のもとに三菱グループとして事業を展開している。

ジョイセフとの協働事業

ジョイセフとの協働事業は、2000年に当社の中期経営計画に基づき開始した。この背景には、当時の社長（現会長）がかつてエチオピアへの毛布を集めようと言い出した本人であったということもあるが、これ以降当社は、社会貢献を会社としての取り組みと位置づけている。その際、パートナーとして様々な団体を対象に検討した結果、幸運にもジョイセフとのめぐりあいがあった。

この事業においては、これまでの累計で202本のコンテナの輸送実績がある。業務の流れは、本社の中で組織として、コーポレート・シティズンシップオフィスがコーディネーターの役割を担っている。コンテナの予約から出荷の手配等の細かいやりとりは、ジョイセフと輸送担当のそれぞれのセクションで行われている。

社会貢献事業・活動の継続

社会貢献事業・活動の継続には、お互いの専門性をいかして事業を展開していくことが重要である。また、相手の立場を理解し、お互いを尊重した対応をすることが重要である。日本郵船からジョイセフにお願いしていることは、株式会社としての立場と説明責任に対する理解である。そして、社内体制として一番大事なことは、トップのコミットメントである。トップがかかわってもずっと引き継いでいくためには、社会貢献のミッション、目標の明確化も重要な要素である。さらに専門部署の設置がなければ、継続性がない。そして、仕事の一環として、計画・実行・評価・改善のサイクルをしっかりとやることが重要である。また、グループ社員の共感・理解も必要である。トップのコミットメントの表れとしては、今年のメディア新年懇親会に社会貢献活動をテーマに掲げたことや、社内のボランティアイベントに会長・社長も積極的に参加していることなどが挙げられる。

こうした事業・活動がメディア、SRI(社会的責任投資:Social Responsibility Investment) Index という企業の社会性を評価する株価指標、賞などを通じて、第三者から評価されることも、企業が事業・活動を継続していく上では大切な要素である。当社は、スマトラ沖地震被災地への援助物資の輸送支援、ジョイセフとの協働事業に対して、2005年に朝日新聞社による朝日企業市民賞をいただき、社会から一定の評価がなされる事業であることを改めて認識することができた。このような受賞は、社内外の人々に対してプラスの影響があり、企業の社会貢献事業・活動の継続に対する意志を強めることにもつながると考えている。

以上