

顕彰事業の審査結果について

1. 募集規定の見直し

過去2回の社会貢献大賞の顕彰結果、及び2005年、2006年の「社会貢献活動年間報告書」における全日遊連全体の社会貢献活動の実績を分析したところ、

- ①活動の実施主体は、全国平均で組合員ホールが65%、支部組合が28%、都府県方面遊協が7%となっている。
- ②一方、顕彰された事業の実施主体は、都府県方面遊協が70%程度占める。
- ③また、社会貢献活動の8事業分野（社会福祉、地域貢献、青少年育成、災害救助、交通関係、防犯関係、暴排関係、その他）のうち、社会福祉、地域貢献、青少年育成の3分野の事業で75%以上を占め、部門間に偏りが大きいことが分かった。

社会貢献活動審査委員会では、この実態を踏まえ、業界の社会貢献活動の顕彰に最もふさわしい方法について検討した結果、第3回社会貢献大賞の募集規定と審査基準を見直し、以下のとおり変更することとした。

- ①事業分野別（8分野）の募集を取りやめ、実施主体別（都府県方面遊協、支部組合、組合員ホール）に募集する。
- ②表彰は、実施主体毎に最優秀賞1件、優秀賞3件とする。
- ③全申請事業のうち、最も社会貢献度の高い事業に、社会貢献大賞を授与する。
- ④社会貢献度の審査基準としては、「金額の大きさ」を「地域からの認知度・期待度」に改めるとともに「今日性」を追加し、従来からの「企画の斬新性、実施効果、話題の大きさ、継続性、会員のモチベーションアップ」のあわせて7項目とする。

2. 募集結果

機構会員（都府県方面遊協、支部組合、組合員ホール）が平成19年1月から12月までの一年間に行った主催または共催の社会貢献事業を対象として20年2月末日を締切に募集した。

その結果、35都府県方面遊協から77件の申請があった。申請の内訳は、実施主体別で、都府県方面遊協、34件、

支部組合、24件、組合員ホール、19件であり、これを事業分野別でみると、社会福祉、33件、地域貢献、14件、青少年育成、13件、災害救助、4件、防犯関係、5件、暴排関係、6件、その他、2件であった。

これは、第1回が26都府県方面遊協から42件の申請であり、第2回が31都府県方面遊協から50件の申請であったのに比較して大幅に増えており、募集規定の見直しが理解されるとともに、社会貢献大賞への期待と関心が高まったことの表れと考えられる。

3. 審査結果

3月13日（木）の常任幹事による第一次審査会、3月21日（金）の「社会貢献活動審査委員会」（遠山敦子委員長、脇田直枝委員長代行）で審査し、第3回社会貢献大賞の顕彰事業を決定した。

審査結果と顕彰事業の詳しい事業内容については、この「社会貢献活動年間報告書」に記載されているので、業界の共有財産として今後の活動に活用していただきたい。なお、結果的に僅差で顕彰には至らなかったものの、最終審査にノミネートされた事業は以下の通りである。

都府県方面部門

○神奈川県遊技場協同組合

「自動体外式除細動器（AED）（設置告知用パネル付）60台を神奈川県及び県内市町村の高齢者福祉関係施設に寄贈」事業

○静岡県遊技業協同組合

「知的障害者支援活動」事業

○和歌山県遊技業協同組合

「第17回福祉事業助成金贈呈」事業

支部組合部門

○長野県 飯田・下伊那遊技場組合

「小学校へ防犯カメラの寄付」事業

組合員ホール部門

○函館方面 有限会社 鳥海

『「遊ばち」と「地域企業」の共生、活性化』事業

社会貢献最前線

社団法人 日本フィランソロピー協会 理事長 高橋 陽子



たかはし・ようこ 岡山生まれ。73年津田塾大学学芸学部国際関係学科卒業。高校教師を経て、84年上智大学カウンセリング研究所専門カウンセラー養成課程修了、専門カウンセラーの認定を受ける。

85年～91年関東学院中学・高校心理カウンセラーとして生徒、教師、父母のカウンセリングに従事。91年より日本フィランソロピー協会。常務理事・事務局長を経て01年より理事長。

無理はせず、本業の枠内で社会貢献を行うことが
継続性につながり、真に役立つ貢献となる。

社団法人 日本フィランソロピー協会は、1991年から企業の社会貢献活動・個人の社会参加活動の推進をしている団体である。フィランソロピーとはギリシャ語のフィラン（愛）とアンソロポス（人類）を語源とする合成語で、直訳すると人類愛、慈善だが、「社会貢献」の意味で使われている。

同協会では21世紀は「個人の時代」と捉え、自立した個人が社会を創る主体として責任ある行動を取るべきであると説く。一人ひとりが自分たちのよりよい社会を創るため、できることをする。それが企業におけるCSR・社会貢献の原点になっていなければならないというのが協会の考えである。

今日の社会貢献には勘違いされている面もあり、また活動の意義や価値についての説明が不足していることで、継続性を損なうことも多いそうだ。長年の活動で培ったノウハウや捉え方について、同協会高橋陽子理事長に寄稿していただいた。

「社会と共生する企業」 その捉え方が、すでに間違っている。

最近、CSR活動という言葉をよく耳にします。Corporate Social Responsibilityの略で、企業の社会的責任という意味です。そのCSR活動の動機の多くは、企業価値を高めるといふ目的の上に立っているのですが、動機はともかく、企業が社会に目を向けるようになったことは喜ばしいことです。

私どもがこの活動を始めた当初は、企業に説明にあがりましても「なるほど、いいことをされていますね。がんばってください。うちには関係ありませんが」というような捉え方をされることがほとんどでした。そういう意味では話をしやすくなったという面もあるのですが、どうも勘違いをされていると感じることも多いのです。

一番よく耳にするのは「これからの我が社は社会との共生をはかります」という言葉です。私にはたいへん奇異に感じられます。

およそ地球上で活動している企業でしたら、社会と無関係に存在できるわけがありません。社会とは別に企業社会が存在すると考えていることで企業活動と社会を分離して捉えているという証拠だとも言えるでしょう。

こうした矛盾が障害になることがあります。例えばCSRというセクションができます。そうすると社会貢献活動はその部署がする仕事になってしまいます。他の人たちは無関係という構図ができてしまうのです。これでは、

社会貢献の精神が社員たちに根付く訳がありません。あっちでせっせと社会貢献をしている傍らで、こっちで不祥事を起こしてしまうという、ちぐはぐな企業ができてしまうことになりかねません。

ですから、私は社会貢献部の活動が経営自体と切り離して存在するというのは「社会貢献部盲腸論」であると主張しています。社会貢献部を作るのであっても、それは役員・社員すべてを視野に入れたり、企業開発・営業・人事など他部署との連携があってはじめてCSRに資する社会貢献になります。

お金にまつわる偏見が 社会貢献活動を疎外している。

「我が社は社会貢献のためにお金を提供するのではなく、汗をかきます」という話もよく耳にします。日本ではなぜかお金だけを出すということが低く見られがちです。日本人の中には「ねたみ」根性があるらしく、誰かが大金を寄付すると大騒ぎして、賞賛するのではなく、たたこうとすることがよくあります。

私どもの団体では、「まちかどのフィランソロピスト賞」と「企業フィランソピー大賞」というものを設けて顕彰を行っています。これはそれぞれの活動のモチベーションの継続を願って行っているものですが、以前、ある老夫婦がそれまでコツコツと貯めたお金10億円の寄付をされることができました。そこで顕彰を行おうと、ご連絡をさし

あげたところ「そっとしておいて欲しい」という答えが返ってきました。どうやらさまざまな中傷にあったご様子でした。

こうした日本人のねたみ体質が、寄付をしにくくしているという側面があります。しかし、障害者や難民やお年寄りなど困っている人々を救うために、お金は最高に融通の利く道具なのです。企業でも個人でも、もしもお金にゆとりがあるのであれば、寄付をすることで社会貢献をしていただければよいのです。寄付をすればその対象に興味を持ちます。ですから寄付は、社会貢献活動の入り口でもあると考えています。

実際の社会貢献の現場ではお金もかかります。その多くは人件費ですが、人件費を寄付でまかなうことに対しても偏見があるようです。これも間違いです。無人でオートマチックに作業が進む現場というのはありません。誰かが額に汗をかいています。それで大もうけをしているわけではなく、生活のためのお金が必要なのです。こうした偏見が社会貢献活動をしない言い訳になることもあります。

社員に誇りができ、不祥事が なくなり、ファンも拡大。 悪いことは一つもない。

では、企業や個人の社会貢献をどのように捉えたらよいのでしょうか。基本になる考え方は「無理をしない」ということです。

例えば「幸せのお裾分け」です。何かいいことがあったら、そのほんの少

しをお裾分けに回すのはいかがでしょうか? 5杯のビールを飲むときに、4杯までにしておいて、残りの1杯分を寄付するとか。子どもが生まれてお祝いをいただいたから、そのうちの少しを寄付するとかです。

そうすれば、その方の幸せがいろいろな人に広がっていきます。その方自身の幸せも高まるのではないのでしょうか。

企業でしたら「本業を生かして考える」ことも重要です。あるタクシー会社が、子どもたちの絵のコンテストを行いました。その優秀作品をタクシーに掲示したところ、お客さまにも喜ばれた上、運転手のマナーが向上したそうです。

パチンコ業で考えると、郊外のパチンコのホールは大きな駐車場を持っています。そのスペースを「朝市」や「ガレージセール」に提供してみてもいかがでしょうか。パチンコをしない方にも親しみのあるホールになるのではないのでしょうか。今回うかがった話では、パチンコのホールで余り玉を集めて寄付されるようなこともされているようです。これも本業の枠内で行える貢献の一つでしょう。

それから、社会貢献には「社員教育の一環」としての効果もあります。人間には多かれ少なかれ、良心があり、社会に貢献したいという欲求があるものです。社会貢献を行っているという実感があると、その気持ちはさらに高まります。またいっしょに貢献活動を行うと、『仲間意識』が芽生え、人間関

係がスムーズになっていく効果があります。それで社内の風通しが良くなり、仮に上司が不心得な行動を起こそうとしたときでも「それはいくらなんでもまずいですよ。〇〇さん」と言える風土が育つのです。コンプライアンスなどを掲げて締めつけるよりも、ずっと効果があがるでしょう。

また自分が所属している企業が社会貢献を行っているのがわかれば、誇りにもなりますし、その一員として働いていることに満足感が生まれます。つまり帰属意識が高まるのです。

私が「社会貢献部盲腸論」を唱えるのは、こうした全社的な活性化につながらないという意味もあるのです。

達成感を得られるような仕組みが活動の継続性を生み出す。

最後に、活動の継続性を保つ方法について述べさせていただきます。

実際ではなくても、VTRでも写真でもいいですから、その現場の状況を見ていただくことです。それが強い動機付けにつながります。

次に、寄付などを行った場合は、きちんとその成果を参加者にお知らせすることです。自分の寄付が何に、どのように役立ったか、相手にはどのように伝わったのかをきちんと報告することで、達成感を得られ、次の活動へと結びつくでしょう。その意味で、この報告書などは恰好のお手本だと思います。

先にホールの余り玉の話をしました



機関誌「月刊フィランソロピー」
さまざまなフィランソロピーに関する最新情報を毎月会員に届けている

が、そうした寄付を行ったのであれば、その成果をホールのお客さまにもお知らせすべきです。単に100万円をどこそこに寄付した、というものではなく、この施設に車椅子を10台寄付して、利用者からこういう感謝の言葉が届いている、というようなものです。できるだけ、実際の様子がイメージできるものの方が良いでしょう。

また企業では社会貢献をよく行った社員に顕彰制度を設けると良いでしょう。

「善意は表彰されるためにあるのではない」などとは思わないでください。人間は社会的な生き物です。何をやっても感謝もされず、誰にも見られていないというのでは、どんな人でもやる気を失ってしまいます。誰かがしっかりと見てくれているということがモチベーションにもつながりますし、何もしない人への後押しにもなるかもしれません。

最終的な目的は「社会貢献」のための「社会貢献」ではなく、私たち一人ひとりが周囲のことに気遣い、誰も見落とされることのない社会の創造です。これからもお互いに励まし合いながら、活動を続けていきたいと願っております。

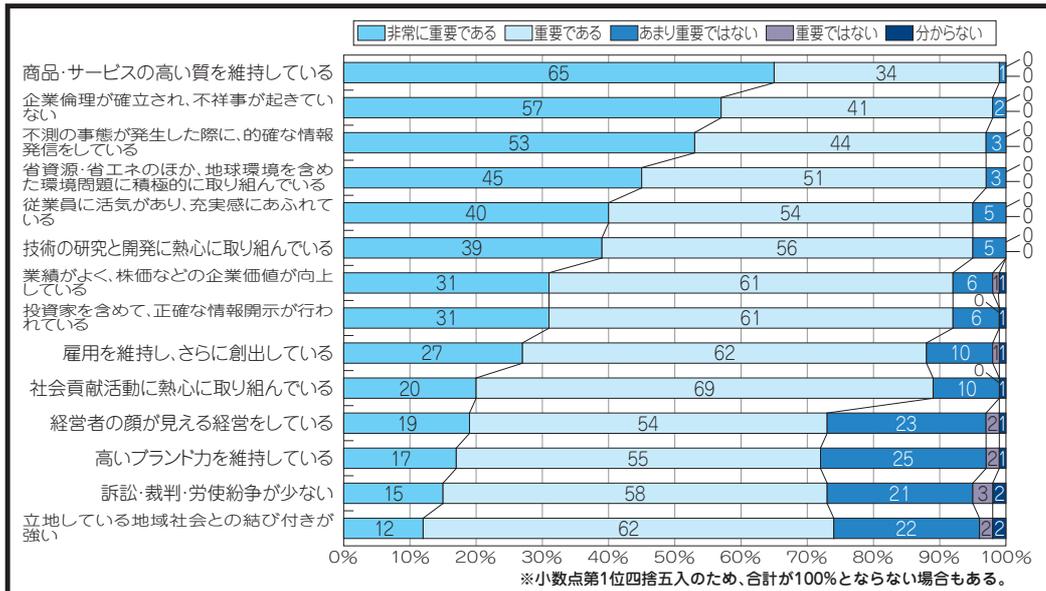
社会貢献活動の度合いで、企業や商品を選ぶ時代がやってくる
 (財)経済広報センターが2008年4月に発表した「第11回生活者の“企業観”に関するアンケート」結果報告書によると、生活者が企業を見る目の変化がよく表れている。社会貢献度を重視する声は想像以上に多い。

データ1

「企業を評価する際のポイントはなんですか」

社会貢献活動への取り組みが重視されている

図1 企業に対する認識(全体)



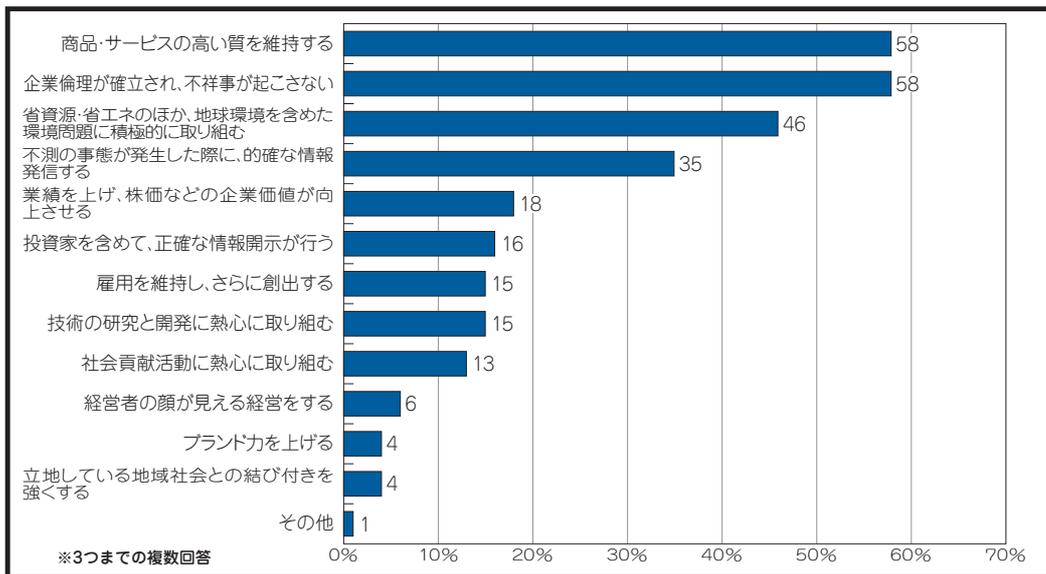
この設問に対して、もっとも多かった回答は「商品・サービスの質を向上させること」で、続いて「不祥事を防止すること」だった。これは企業としては当然要求されるものだろう。注目すべきは「社会貢献活動に熱心に取り組んでいる」が89%もあるという点である。生活者の目は、企業のこうした動きに敏感になっていると言えるだろう。

データ2

「企業が信頼を得るためには、なにが重要ですか」

不祥事の防止のためにも「社会貢献活動」を。

図2 企業が信頼を勝ち得るための重要事項(全体)



昨今、企業の不祥事事件が頻発したため、その影に隠れるようになってしまったものの、「環境問題」や「社会貢献活動」への対応を企業に求める声は根強い。不祥事を減らす手段としても「社会貢献活動」は有効だという識者の声もある。平行して推進すべきかもしれない。

出典：(財)経済広報センター 「第11回生活者の“企業観”に関するアンケート」結果報告書