

CSV開発機構・クラン・エコツェリア
共同企画セッション

トライセクターコラボレーションで 実現するCSV

2015年7月10日（金）
認定NPO法人 国際協力NGOセンター（JANIC）
事務局次長 富野 岳士



地球 × 未来、あなたと今できること。

NGOを支援するNGO
国際協力NGOセンター(JANIC)

Japan NGO Center for International Cooperation



JANICとは – NGOを支援するNGO –

JANICは、日本有数の**ネットワーク型NGO**です。
NGO、企業、市民、政府・自治体、を**つなぐ**役割を担っています。
JANICはNGOを「**ネットワーク**」することで、

もっとNGOの活動を活発にします
もっとNGOの声を大きくしていきます
もっとNGOのことをわかりやすく伝えます
もっとNGOと市民が出会う場をつくります



JANICが目指すこと

JANICの理念

平和で公正で持続可能な世界の実現に貢献します。

JANICの使命

人々の貧困からの脱却、自立的発展、基本的人権の擁護、対立・紛争の解決、地球環境の保全等に向けて国際協力を行う日本の市民社会組織、すなわち、NGOの活動の促進および強化を図ります。

JANICビジョン2022

深刻化する飢餓や貧困などの地球規模の問題解決に取り組むNGOが、社会を構成するセクターのひとつとして、広く日本社会に、認識、支持され、その役割を果たしていることを目指します。

事業方針

1. 政策提言・啓発活動

地球上で起きている様々な問題解決のために、社会の仕組みや人々の生活のあり方について提言する。

2. NGOの理解促進・支援者拡大

NGOが市民にとって身近に感じられ、支援したいと思われるよう、NGOの理解促進・支援者拡大に取り組む。

3. 他セクターとの連携・協働

地球規模課題解決のために、セクターを超えた連携・協働を進める。

4. NGOの能力強化と社会的責任の向上

NGOの能力向上と社会的信頼性の向上に取り組む。

組織運営方針

中期ビジョン達成のために、JANIC自身の組織強化と財政基盤強化に取り組めます。



持続可能な社会の実現に向けた地球規模の課題解決を目指し、NGOと企業の「**違いを力に**」質の高い連携を進めるネットワーク。(JANICが事務局)

活動内容

■定例会■

年4回開催。NGOと企業が机を囲み、講演を聞いたり、事例を紹介したり、ワークショップなどを行う場。
テーマ例)「ポストMDGs」「ビジネスと人権」「CSRとCSV」など



■シンポジウム■

年2回開催(東京/地方で各1回)。
本ネットワークの活動やNGOと企業の連携について、広く一般の皆さまに知ってもらうと共に、企業とNGOが出会う場。



参加メンバー： NGO 32団体
企業 27社
アドバイザー： 3名
オブザーバー： 3団体

NGOと企業の
連携推進
ネットワーク

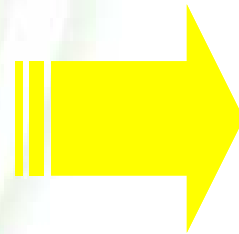
■その他■

調査活動(事例調査、連携実態調査など)
連携促進(連携ガイドラインの作成、普及促進、個別相談対応など)
分科会(必要に応じて)

NGOと企業の関係の変化

＜一方通行の関係＞

- ◆ **対峙型**： NGOが企業行動を監視・批判、時には敵対的に行動。
- ◆ **支援型**： NGOの活動理念の達成と企業の社会貢献活動の理念を合致させる目的で企業からNGOへ支援や協力。



＜双方向の関係＞

- ◆ 地球規模の課題解決に向けて、**対話、コミュニケーション、連携**をする関係に。
- ◆ コミュニティ、政府、その他のグループなど**多様なステークホルダー**の関わりも重要に。

＜外部環境の変化＞

- ◆ 地球規模課題が深刻化。地球全体の持続性を脅かす共通課題として認識。**単独のセクター**だけでは解決は困難。→ **MDGs/SDGs**
- ◆ 影響力を増した企業の社会的責任（**CSR**）。
- ◆ 企業、政府だけでなく、**市民社会**にも、**社会的責任**を果たし互いに連携や協力をして解決にあたることが求められてきた。→ **ISO26000**

企業とNGOの連携とは

「持続可能な社会の実現に向けた**地球規模の課題解決**を目的として、お互いの**特性**を認識し、**資源**や**能力**等を持ち寄り、**対等な立場**で協力して活動すること」

連携は目的達成のための「**手段**」であって連携そのものが「**目的**」であってはならない

連携イメージ（あるべき姿）

共通の目的 (地球規模課題の解決)

企業にとっての

効果

- ブランド価値向上
- 企業評価向上
- 新規事業展開のヒント
- ロイヤリティ向上
- リスクマネジメント
- 売上・利益向上

NGOにとっての

効果

- 企業ノウハウの活用
- 認知度向上
- 新規支援者獲得
- 課題共有の機会獲得
(普及・啓発)
- 資金獲得
- 信頼性向上

社会課題解決型ビジネスにおける企業への期待

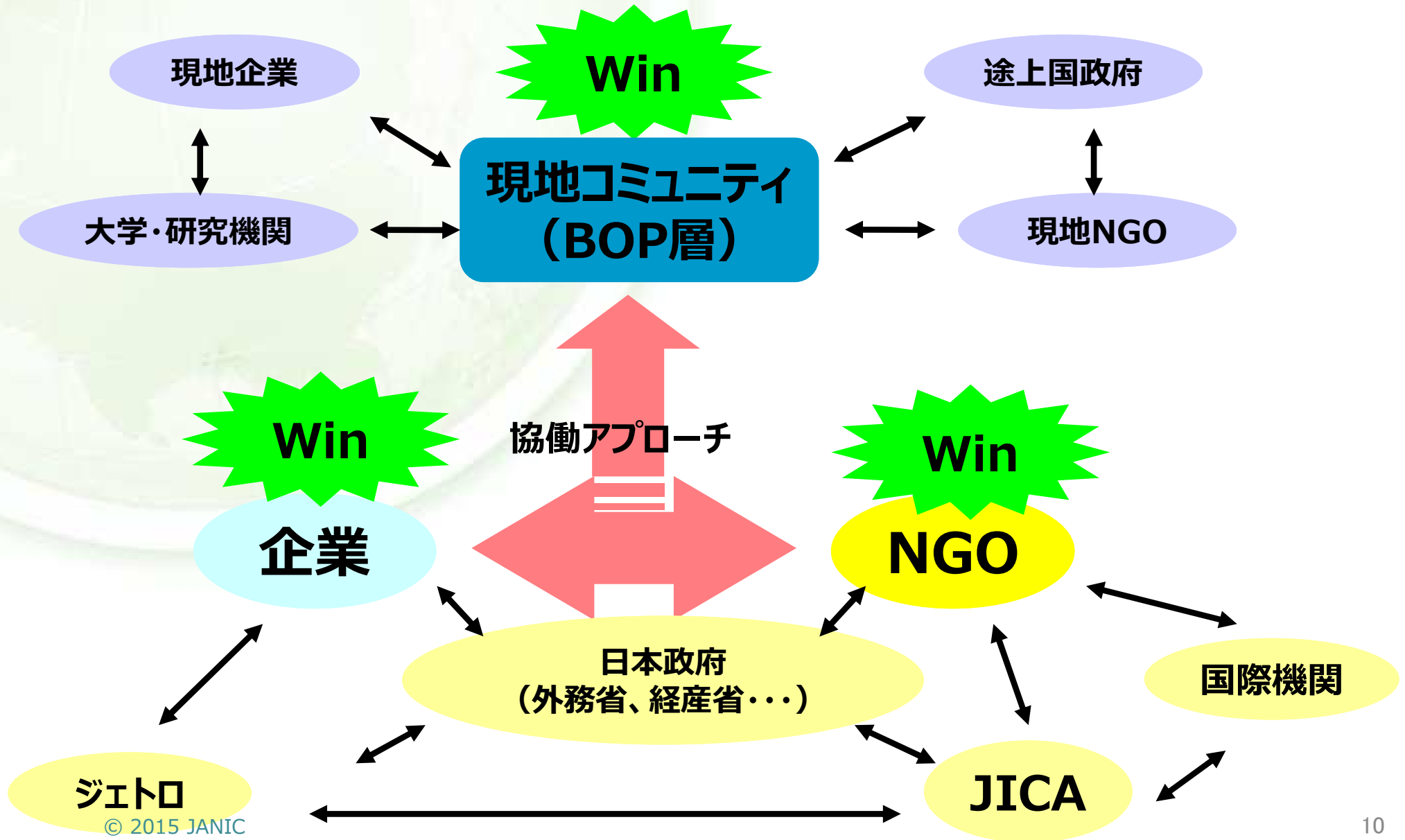
- ◆ 社会課題解決型ビジネスの目的の明確化
→ ビジネスを通して解決したい社会的課題は？
- ◆ 開発課題への理解
→ 国際社会共通の地球規模課題（MDGs→SDGs）
- ◆ 開発needsとビジネスseedsのマッチング
→ 製品ありきではなく、ニーズありき
- ◆ マルチセクターによるパートナーシップ形成
→ 日頃からの関係構築が重要
- ◆ 持続可能性（経済・環境・社会のバランス）
- ◆ 長期的な視点
→ 1～2年では開発効果は表れない
- ◆ アウトカム、インパクト視点
→ インプット、アウトプットを超えて

BOPビジネスに必要な視点



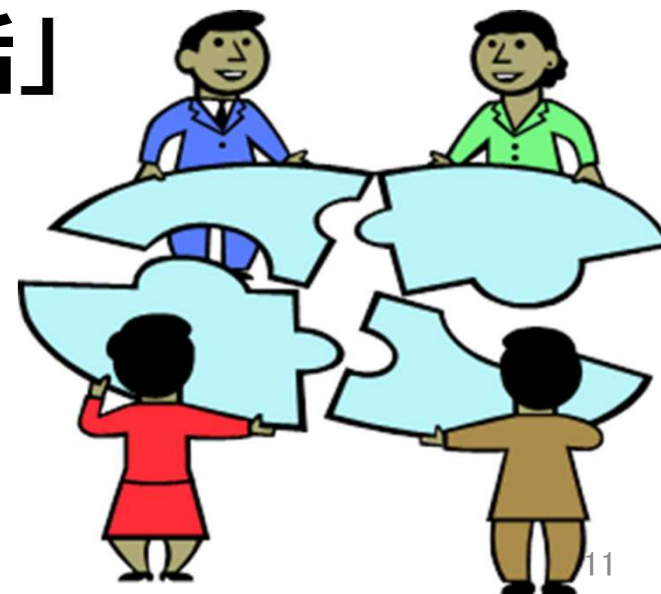
<三井物産戦略研究所・新谷大輔氏「貧困削減に資する『BOPビジネス』の役割と課題」（2010年8月31日）より引用>


成功の鍵：マルチ・ステークホルダー連携



まとめ：SDGs時代の企業とNGOの連携・協働

1. マルチ連携の中の「企業×NGO」
2. 一方通行の関係から、双方向かつ同じ目標（⇒SDGs）に共に進んでいく関係に
3. 連携の先にある目的の明確化・共有化が最重要
4. 違いを力に！
5. 連携・協働の前に「出会いと対話」
6. ローマは一日にして成らず





地球×未来、あなたと今できること。
www.janic.org