



静岡県内企業の社会貢献活動 実態調査報告書

平成 30 年 3 月

静岡大学教育学部

社会福祉法人静岡県社会福祉協議会

目次

1. 調査の概要.....	1
1) 目的	1
2) 実施主体	1
3) 手法（企業の選定を含む）	1
4) 調査期間	1
5) インタビュー調査の項目	1
2. 調査結果	4
A 社 （サービス業）	4
B 社 （卸売業・小売業）	5
C 社 （卸売業・小売業）	7
D 社 （金融業・保険業）	11
E 社 （その他）	14
F 社 （製造業）	17
G 社 （不動産賃貸業）	18
3. 考察.....	20
1) 方針・目的	20
2) 体制	21
3) 内容	21
4. 参考資料.....	21
5. 謝辞.....	22

1. 調査の概要

1) 目的

静岡県内企業の社会貢献活動の実態を調査し、静岡県内の社会福祉、まちづくり、国際協力活動などの活性化のために、大学・大学生や企業がより貢献できるようにするためにはどうすればよいか検討する。

2) 実施主体

社会福祉法人静岡県社会福祉協議会

静岡大学教育学部生涯教育課程国際教育専攻

第一期（プレ調査）平成 28 年度「国際理解教育演習 II」（池田恵子ゼミ）履修者 4 名

第二期（本調査）平成 29 年度「地域調査」履修者 7 名

3) 手法（企業の選定を含む）

社会福祉法人静岡県社会福祉協議会『静岡県内企業における社会貢献活動に関するアンケート』（調査期間：平成 28 年 1 月 20 日～平成 28 年 2 月 8 日）に回答した 741 企業から、以下の基準で 7 社（プレ調査 2 社、本調査 5 社）を選定した。

- ・ 国際交流・援助、まちづくり、障がい者の福祉、高齢者の福祉の分野の社会貢献活動を行っている企業
- ・ 社会貢献活動の取り組み内容が具体的に把握できる企業
- ・ 調査協力の承諾を得られた企業

選定した企業の社会貢献事業の担当者にインタビューを行った。

4) 調査期間

第一期（プレ調査）平成 29 年 3 月 10 日

第二期（本調査）平成 29 年 9 月 19 日～21 日

5) インタビュー調査の項目

第一期（プレ調査：A社、B社）

1. 企業における社会貢献活動に関する取り組みの内容について
 - (1) 社会貢献活動として何の取り組みをしていますか
2. 国際協力分野で社会貢献活動に取り組む経緯
 - (1) 社会貢献活動を始めたきっかけは何ですか
 - (2) なぜ国際協力の社会貢献活動に取り組もうと思ったのですか
 - (3) 社会貢献活動が実施されている国にどのようなつながりがあるのですか
 - (4) 社会貢献活動実施にあたり参考にした例や先例は何かありますか
 - (5) （国際分野に限らず）社会貢献活動に関わってきた経歴はどのようなものでしたか
3. 国際協力分野の社会貢献活動の成果と課題
 - (1) 社会貢献活動の対象の社会ではどのような成果がありましたか
 - (2) 社会貢献活動を始めたときの目的は達成されましたか
 - (3) この社会貢献活動において、御社にとってのメリットは何かありますか
 - (4) 社会貢献活動に御社の特色を生かしていると思いますか
 - (5) 国際協力の社会貢献活動が、地域に生かしている部分はありますか
4. 企業における社会貢献活動の実施体制
 - (1) 社会貢献活動の運営体制、理念・方針はどうなっていますか
 - (2) 社会貢献活動をするにあたり、他の機関や組織と連携していますか
 - (3) 社会貢献活動に取り組まれて、現在どのように感じてもらっているか教えてください
5. 福祉分野における社会貢献活動について
 - (1) 福祉分野における具体的な取り組みの内容を教えてください
 - (2) 東日本大震災における具体的な被災者・被災地支援の取り組み内容を教えてください
 - (3) 福祉分野における新たな取り組みの可能性について教えてください
 - (4) 今後の社会貢献活動の取り組みにおける、地域の福祉関係団体（社会福祉協議会、社会福祉施設・事業所）との連携の可能性について教えてください

1. 貴社の社会貢献活動の概要について
 - (1) 現在、行っている社会貢献活動の内容は何ですか
 - (2) 社会貢献活動の企画・実施は誰が担当していますか
 - (3) 社会貢献活動の実施において、資金源はどのように確保していますか
 - (4) 社会貢献活動はどれくらいの頻度で行っていますか
 - (5) 社会貢献活動において企業・社員・対象地域の利点をどのように考えますか
2. 貴社の社会貢献活動の取り組みの経緯について
 - (1) 社会貢献活動はいつから行っていますか
 - (2) 社会貢献活動を実施するにいたったきっかけは何ですか
 - (3) 社会貢献活動の発案者は誰（どのような役職）ですか
 - (4) 社会貢献活動の当初の目的は何ですか、またその目的は変化しましたか
 - (5) 社会貢献活動を実施するにあたり参考にした企業や活動はありますか
 - (6) 社会貢献活動を実施するにいたるまでの課題は何でしたか、またどのように解決しましたか
3. 貴社の社会貢献活動の取り組みの成果と課題について
 - (1) 社会貢献活動の結果、どのような成果がありましたか
 - (2) 課題はありますか
4. 貴社の社会貢献活動の展望について
 - (1) 社会貢献活動を今後どのように展開する予定ですか

第二期（本調査：C社、D社、E社、F社、G社）



E社にてインタビュー（2017年9月20日）

2. 調査結果

A社（サービス業）

企業情報	
① 業 種	: サービス業
② 従業員規模	: 300～499人
③ 企業の所在地	: 浜松市
④ 取り組み年数	: 記載無し
⑤ 活動の分野	: 環境・自然保護、国際交流・援助、障がい者の福祉、高齢者の福祉
⑥ 活動の方法	: 金銭の支援、物品の支援、人的資源の協力・支援、イベントの開催

1) 活動内容（各企業の活動の概要）

(1) フィリピンの子ども支援

豊かなアジアの一国を作っていくのは子どもたちとの考えから、マニラ市内の貧困地区に本社職員が訪問し、現地で炊き出しボランティアを行った。その時に現地の方から首都マニラでも学校が足りず就学できない子どもがたくさんいると聞き、小学校建設費用のほんの一部だが寄付をして未来の子どもたちへ支援した。

(2) ベトナム人労働者の雇用

国際貢献制度である外国人技能実習制度により、日本の技術を学びたいというベトナムの若者を受け入れ、ただ安価な労働力として雇用するのではなく、技能を習得してもらい、母国の発展に寄与してもらいたいと考えている。日本で技能を身に付けたベトナム人労働者は、将来的には企業内転籍の制度を使用して、現地で日本人と同率の賃金で雇用することを考えている。

(3) 高齢者施設のボランティア清掃や公園の草取り

県内同業者加盟団体の活動の一環として、県社会福祉協議会と連携して、年に1回、福祉施設の清掃を行っている。この活動の継続に努力している。また、公園の草取りや海岸清掃などのボランティアも行っている。

(4) 特別支援学校の生徒の職場体験の受け入れ

職業生活に必要な力を養い、将来への見通しを持ち、自分の進路を考えさせたいという学校側の思いと、より多くの若者にビルメンテナンスの役割や必要性等を知ってもらい職業の選択肢を提供したいというA社側の思いが合致した活動である。

2) 実施体制（企画実施担当者、資金など）

企画実施担当者

代表取締役社長がアイデアを出してイニシアチブをとる。

総務部の社員2名が実務を担当している。

資金

企業の経費のほか、補助金などを組み合わせて活用している。

3) 経緯（目的、スタートと展開）

目的

高齢者・障がい者を問わず雇用を拡大することで社会に貢献することである。これは単なる収益の増大とは別の話だとA社では考えられている。

社員が、仕事以外にもできることを考え実行することで、人間力を学ぶこと。

スタートと展開

社長は、JCやライオンズクラブの活動を含めて、もともと国内外でボランティアを継続して行っていた。フィリピン・マニラのトンド地区（かつてゴミ集積場だった場所）を訪問して若者と交流するなど豊富な経験を持つ。社長は、途上国の現状を知ったからには、現地にもっと貢献したい、社内にも知らせたいと考えていた。また、ボランティアは行うなら継続するべきであり、資金提供だけでなく、自ら体を動かすことで得る事があるという信念がある。

4) 成果と課題

成果

成果ははっきりと数値で測れるものではないが、社員が大きな視野で、その立場に立って物事を考えられるようになってきたと、社長は感じている。

課題

社会貢献といいながら、実は企業利益のための活動であるという事例をよく目にするが、事の本質を見誤らないように注意する必要がある。

5) 今後の展望

(1) 一人暮らしの高齢者・障がい者の見守り

警備業やビルメンテナンスの業務で既定の場所を巡回しているため、安価で高齢者・障がい者の見守りができないか、検討中である。

B 社 （卸売業・小売業）

企業情報		
① 業	種	: 卸売業・小売業

- ② 従業員規模 : 300～499 人
- ③ 企業の所在地 : 静岡市
- ④ 取り組み年数 : 5～10 年未満
- ⑤ 活動の分野 : 保健・医療の増進、環境・自然保護、国際交流・支援
- ⑥ 活動の方法 : 金銭の支援、物品の支援

1) 活動内容（各企業の活動の概要）

(1) エコキャップ運動

市内の小学校 2 校と連携しており、小学校へペットボトルのキャップを回収に行き、まとめて業者に売る。そのお金を B 社の本部に送り、本部が取りまとめて「世界の子供たちにワクチンを日本委員会」に寄付している。

(2) LOVE49 プロジェクト、ピンクリボンプロジェクト

がん検診を受ける年齢層の女性が客や従業員に多いことから、がん検診の促進の活動に力を入れている。子宮の日（4 月 9 日）に子宮頸がん予防の啓発活動を行っている。

年に 2 回ピンクリボン（乳がん啓発運動）のキャンペーンも行っている。地域の保健師の協力を得て、店内で模擬乳房を使った触診の体験会を実施している。店舗の人の通りが多い場所にポスターを貼ったり、この活動のための店頭募金やピンバッジの販売も行っている。この活動は、本部で企画され、全店舗が参加している。

(3) Table for Two

従業員食堂と店内のレストランで、特定のメニューを注文すると、アフリカやアジアの学校の給食提供の目的で、売り上げから 20 円（一人分の給食費用）が寄付されるという Table for Two に参加している。従業員食堂は取引先とメニューを設定し週 2 日実施、一日に 20～30 食が売れる。レストランのメニューは県内の大学と共同開発し、3 カ月に 1 回更新する。

(4) 授産所の製品販売

授産施設で生産された商品の販売場所を無料で提供している。

2) 実施体制（企画実施担当者、資金など）

企画実施担当者

CSR 推進担当者（総務・保安・CSR 担当）を置いて実施している。各店舗に 1 人、本部には 2 人の CSR 推進担当者が配置されている。

CSR 事業には、本部の企画に応じて、各店舗が統一して実施する事業と、各店舗で独自に企画する事業がある。カレンダーを作成して、社会貢献活動の年間計画を作っている。CSR 事業の成果は、株主総会で報告される。

3) 経緯（目的、スタートと展開）

目的

自分たちにできることを通して社会に貢献すること。同時に営業にも社会貢献活動を組み込んでいって、株主の利益還元を図ること。

スタートと展開

最初に環境保全活動に準拠する活動が始まり、社会貢献活動も組み込むことになった。

4) 成果と課題

成果

店舗の特性として、小売業であると同時に半公共の施設だと理解している。立地的に、公共交通機関の拠点から通り抜けに使う人も多い。さまざまな啓発、告知、PR に活用できていると感じている。

課題

対外的アピールや社内周知は行っているが、十分ではないことが課題である。しかし、近年は、社会貢献や社会貢献活動に関して社内でも認知度が高まり、社員の意識も変わってきていると担当者は感じている。

5) 今後の展望

(1) 地元の地域との連携

大災害時を想定して、地元の町内会との相互協力関係を深めたいと考えている。また、県内の森林保全活動や環境教育への支援として、年 2 回寄付活動を実施。次年度より具体的な支援活動を行っていく。地域産業の育成を目的に店舗での商品展示・販売・紹介を通して機会を提供している。

C 社 （卸売業・小売業）

企業情報		
① 業 種	卸売業・小売業	
② 従業員規模	1,000 人以上	
③ 企業の所在地	浜松市	
④ 取り組み年数	5～10 年未満	
⑤ 活動の分野	環学術・文化・芸術、スポーツ、保険・医療の増進、子育て支援、高齢者の福祉	
⑥ 活動の方法	金銭の支援、物品の支援、施設及び設備を開放・提供、人的資源の協力・支援、情報提供・相談、イベントの開催	

1) 活動内容（各企業の活動の概要）

(1) 勉強会、講演会

医師を講師に招き、疾病などの勉強会・講演会を市民向けに分かりやすい言葉で実施している。年に6程度、無料で行っている。

(2) 出前講座、出張教室（健康セミナー）

3年前から特に力を入れ、現在は、西は浜松市から東は富士市までの地域で行っている。それぞれの地域の社会福祉協議会、行政、社会福祉法人や地域の自治会、民生委員などから依頼を受け、公民館や共同センターを使用して実施している。具体的には、測定会（骨密度・体組成・血管年齢・脳年齢など）や、栄養講話（所要時間15～30分）を、要望があるところへ管理栄養士（140～150人ほどが所属）を派遣して、希望に応じた内容で行う。

薬剤師による認知症セミナーや薬の説明なども行っている。アレルギーセミナーは、行政の健康増進担当部署とC社の薬剤師や管理栄養士がセットになって小中学校で行う。

美容部員による化粧教室は、10年前から地域の特別養護老人ホームに限って行っており、明るく楽しい化粧療法、心のケアになっている。

(3) スポーツ

多くのイベントを行っている。ウォーキング教室、ランニング教室、ノルディックウォーキング教室を開講している。大井川マラソン、ジュビロ磐田マラソンなどのスポンサーになり、商品を提供したり、アスリートを派遣したりしている。

(4) その他

大学に協力する形で、健康弁当を考案したり、お料理教室を開講したりしている。以前は、浜松国際交流協会（HICE）との連携で、外国人（中国・ブラジル・フィリピン）にドラッグストアでの購入方法の指導を行っていた。

2) 実施体制（企画実施担当者、資金など）

企画実施担当者

社会貢献活動を専門に企画・実施する社員が存在する。健康・医療ネットワーク推進室メディカル事業部の部長と管理栄養士の2人で主に企画を担当している。

基本的には本部社員が社会貢献事業を実施するが、人員が不足する場合は各店舗に配属されている社員が行う場合もある。

資金

社会貢献事業に特化した予算は存在せず、赤字部門である。しかし会社の方針としては、会社のブランド評価の向上、宣伝広告費のつもりで行っている。

3) 経緯（目的、スタートと展開）

目的

社長の考える社風「地域に貢献する」ということを何よりも第一優先に考え、また、開業以来 117 年お世話になっている地域への恩返しのために実施している。

スタートと展開

社長と社会貢献事業の実施担当者は、「薬局とは店を構えて待っている商売であり、買ってもらっただけで何もしていない」と感じていた。昔の商店のように、配達サービスを含め、C社自身から何か地域に貢献できないかと思い、始めた。

社会貢献事業の実施担当者の部下に管理栄養士のチームリーダーが配置され、社会貢献活動を取り仕切っている。実施担当者は最終決定を行う。10 年前に社会貢献事業がスタートした当初から 2、3 年間は、実施担当者が一人で行っていた。10 年前は副社長（現社長）とマンツーマンの形で実施していた。また担当の専務もいて、この 2 人に「こうしたい」とダイレクトに伝えることができていた。

社会貢献事業の実施担当者は、もともと薬剤師の営業職であり、病院回りが仕事だった。しかし、営業先が医療機関だけでいいのか疑問に思うようになり、介護施設やデイサービスなど静岡市から湖西市にいたる地域にある全施設の 9 割以上を訪問し、「何が必要ですか」と訪ねて回った。この際に配達・宅配サービスを無料で行ってほしいという要望や、前述した健康セミナーのような企画の要望を受けたり、介護食を試作したりしていた。そして、この経験から考えたことを社会福祉協議会と地域包括支援センターに話をしてみたら、自治会や民生委員に話を広げてくれた。現在、社会福祉協議会関係で 200 件以上の依頼を受けている。

また、湖西市から富士市にいたる地域で、健康増進担当部署を中心とした行政（市町及び県）からも要望があり、人を派遣したり、協賛したり、行政の事業の手伝いやコラボをしている。これが立ち上げから現在までの流れである。

4) 成果と課題

成果

県の西部エリアでは、C社の知名度が高く、地域貢献活動はブランドの評価向上につながっている。また、商品の販売だけでなく配達も含めて地域に貢献しており、ボランティアをしていることもだんだん地域の人々に浸透してきたと感じている。店舗で「この間は、ありがとう」と言われたり、測定会に参加した人が「骨密度が低かったから何を買えばいい？」というように、お店でも健康や栄養相談をされたりするようになった。

課題

- (1) 依頼が増えすぎていることが課題である。年間約 250 日、土日も含めて依頼を受けている。それも、1 日に 1 件ではなく、2～3 件の依頼が重なる日もある。「参加者

人数は、10 人以上でお願いします」と口頭でお願いしているものの、10 人以下の依頼でも受けてしまうこともある。依頼を受けるかどうか精査することが必要となってきた。しかし、「どこでも喜んでお受けします」と言っている以上、なかなか断れない状況である。ここまゝ依頼が増加すれば負担が大きくなり、継続性がなくなってしまう。また行政から頼まれることも多く、社員は休みがとることができないという負担もある。

- (2) 本社に所属して、実際に社会貢献活動を手伝えるスタッフは、メディカル事業部 2 人と本社の管理栄養士 7 人である。これら本社の人員だけで足りない時は、社会貢献事業を行うエリア付近の店舗に勤務している管理栄養士を、2 時間だけといった形で、店舗をから借り出して、参加を依頼して対応している。
- (3) 社会貢献活動は当然赤字部門となるが、C 社の方針としては、会社のブランディングアップ、宣伝広告費のつもりで行っている。人件費が目立たないのは、なるべく本社のスタッフを活用しているからである。本社自体は販売をしておらず、もともとは赤字部門と考えられているので、社会貢献事業の経費は人件費の上乗せであると解釈している。
- (4) 地域や行政からの依頼を受けて、本社がセミナーやイベントなどを行っているということを、会場の近隣店舗の社員は、店長を含めて、知らないことが多い。依頼の連絡の 8 割が、本部の実施責任者の携帯電話に直接来ており、情報が店舗と共有されていない。また、店舗の社員は、売ることに頭がいっぱいになっている。お店の人が自社の行っている地域の活動を知らないというのはよくないというのが C 社本社の考えである。

5) 展望

- (1) 今後は、C 社本社のスタッフで社会貢献活動を行えるようにと考えている。理由は、店舗からスタッフを一時的に借りることで、店舗の経営に負担をかけてしまっているからである。また、来年からは主に近隣店舗で依頼を受けるようにし、本社は一歩下がりたいと考えている。申し込み用紙を近隣店舗におき、そこで受け付け店舗の店長が C 社本社に FAX など連絡することで、各店舗に社会貢献事業の周知を図っている。店舗が主体で、会社全体で社会貢献事業を担えるようにしたいためである。
- (2) 社会貢献活動の継続性については、今後も大事にしていきたいと考えており、そのため、現状の負担を打破するために、本当に地域の人々にとって必要なものを精査していく姿勢がみられる。
- (3) 来月（2017 年 10 月）から全国 2 位の企業グループの子会社となる。しかし、業績の良さを反映し、C 社の名前はそのまま残る。社会貢献活動も現在と同様に行う予定であるが、変わってしまう経営陣と社会貢献活動について話し合わなければなら

ない。C社本社の希望としては、引き続き続けていきたいと思っている。子会社化する利点としては、資本強化やPB商品を持てること、薬剤師の採用がうまくできることが考えられる。

D社（金融業・保険業）

企業情報	
① 業 種	金融業・保険業
② 従業員規模	1,000人以上
③ 企業の所在地	島田市、牧之原市、御前崎市、菊川市、掛川市、袋井市、磐田市、浜松市、湖西市、森町
④ 取り組み年数	20年以上
⑤ 活動の分野	学術・文化・芸術、スポーツ、社会教育、環境・自然保護、地域のイベント、まちづくり、地域安全（交通安全・防犯）、災害・支援活動、子育て支援、子どもの健全育成、障がい者の福祉、高齢者の福祉
⑥ 活動の方法	金銭の支援、物品の支援、施設及び設備を開放・提供、人的資源の協力・支援、情報提供・相談、イベントの開催

1) 活動内容（各企業の活動の概要）

(1) 一店一善プロジェクト

毎年各支店でテーマを決めて、お金をかけないで実施されている。何をするかは各支店に任せられているが、企画書と報告書は毎年各支店から提出される。具体的には、「ごみ0運動」、産業まつりへの参加、花火大会の会場清掃、防潮堤工事の植樹活動への参加、清掃活動などを行っている。各支店のプロジェクトによって頻度は様々である。年間通してやっていたり、月に一度行っていたりするところもある。

(2) 青少年の健全な育成を応援

青少年向けのイベントを開催したり、部活動を応援する活動で、以下のようなものがある。

・少年野球大会・フットサル大会

小学生を対象とした野球大会で、野球会場はD社のグラウンド、フットサル会場は市のグラウンドを使用し、参加賞も用意している。頻度は、少年野球大会は、春先に年一度で、今年（2017年）で開催24回目になる。フットサル大会は、4月の終わりに年一度（2日間）、今年で10回目の開催となる。

・ファミリーコンサート

浜松が音楽の街ということで、3年に一度、浜松のピアノコンクールの優勝者を

ゲストで招く。子どもを含め、色々な世代が楽しめる様々な企画を設けているとともに、入場料を安く設定している。

- ・がんばれ部活動

主に中学校の部活を大会の様子や結果を紹介し、宣伝することによって応援している。

- ・金融教室。

小中学校で簡単な経済の勉強を教えている。10 年近く行っている。また、他企業の新入社員に対して、ビジネスマナー教室も開いている。取引先の新入社員を 100 人くらい集めて実施している。中小企業単独では、開催が難しい新入社員のビジネスマナー教育のお手伝いを無料で行っている。

(3) 店舗づくりによる社会貢献

環境問題や省エネに配慮し、太陽光パネルを設置したり、地元の木材（天竜杉）を利用した店舗づくりを進めている。他にも、コミュニケーションスペースを提供できる店舗や、ギャラリースペースを併設し、写真・絵など地元の人の作品を展示している。また、地域やお客様の安全を守る取り組みとして、防災倉庫、蓄電池、車いす、AED 等を設置している店舗がある。

(4) まちづくりを応援

- ・MUSIC TOUCH in Soramo

浜松駅前のスペース「ソラモ」で行う音楽イベントで、アマチュアの方に発表の場を提供している。

- ・ピカッと作戦への参加

静岡県同業種協会の活動に参加し、警察とも連携して、反射材などを配るといった活動をしている。

- ・ダンスパフォーマンスコンテスト

浜松は音楽の街であり、学校の授業でダンスが取り上げられるようになったことなどから、野球・フットサル以外にも大会をやってみようということで開始した。小中高校生が参加して、フルーツパークの野外ステージで行う。今年で 3 回目の実施になる。

- ・財団による助成

年間約 1,000 万円を地域団体に寄付し、地域産業の振興発展を図るとともに、地域コミュニティ活動を支援している。それにより、地域社会の活性化に寄与することが目的である。以下のような事業がある。

- ・社会文化体験活動や各種講演会など、地域社会の活性化に寄与する事業
- ・地域産業の振興活動への助成事業
- ・地域の文化芸術・スポーツへの助成事業
- ・地域の国際交流活動への助成事業

- ▶地域の健康福祉や快適環境増進への助成事業
- ▶公共図書館への書籍の寄贈

2) 体制（企画実施担当者、資金など）

企画実施担当者

総務部総務課課長及び総務部総務課次長。

実際に計画・実施するのは各店舗（一店一善プロジェクトに限る）であるが、加えて総務部が実施する活動もある。

資金

各支店で行う「一店一善プロジェクト」は、お金をかけずに行われている。その他の活動では本部の経費が使われている。

3) 経緯（目的、スタートと展開）

目的

地元を元気にしたいというのが一番の目的である。地域産業が廃れてしまうと、金融業はやっていけないと担当者は考えている。金融業ではあるが、別の形でいかに地域に貢献できるか、「総合サービス業を目指す」と理事長が述べている。

スタートと展開

もともと地元との付き合いが長く存在している。その中で自治会や町内会からの要請は昔からあり、目に見える形にしたのが、近年の社会貢献事業である。

4) 成果と課題

成果

様々な社会貢献活動をやることによっていくら儲かっているか、どこが営業に結びついているかは、担当者にもわからない。数値で表せるような成果には直結しないが、まわりまわって効果はあったのではないかと担当者は考えている。例えば、社会貢献活動を通じて地元の人にD社を身近に感じてもらうことの積み重ねで、認知度を上げて、D社と取引してみようと思ってくれることに、担当者は手ごたえを感じている。

課題

- (1) この活動は、平日だけでなく、場合によっては、休日に実施することもある。休日に実施する場合、その参加は、職員の自主性に委ねられているが、職員の負担と考えられる場合もある。しかし、実際は半日もあればボランティア活動は終わり、内容もそれほど負担にはならず、参加すれば取引先の人とも会う。職員もそれをわかっているからボランティアに参加している。強制はできないが、大体みんな出てくる。地元をよくしたいという気持ちは職員全員にある。

- (2) お金の問題はどうしてもついて回るので、お金をかけずにできることをやっていくことが課題である。
- (3) 地方の人口減少が問題になっているが、人口が減少すると産業は衰退してしまう。大事なことは、いったん地元を離れた人に帰ってきてもらうことである。また、まちづくりと金融機関は密接に絡み合っているため、街を元気しないとD社も生き残ることはできないと考えている。

5) 展望

- (1) 建設中の店舗があり、地域のコミュニケーションスペースとして開放できるものを作っていこうとしている。その店舗は、金融機関らしくない、それ以外の使い方もしてもらえる場所にしようと考えている。
- (2) 子どものころから会社が実施する社会貢献活動だと聞いて参加していれば、大きくなってからも馴染みのある会社になる。だから、子ども向けのイベントを行っていくことが大事である。社会貢献の担当者は、一番大切なことは、親しみを感じてもらうことであり、気楽にイベントに来てほしいと願っている。自治体や地元住民とごみ掃除などやっていると、そこでの出会いが仕事につながることもあるという。こうした活動が、地域の発展とD社の発展に繋がると考えている。

E 社 （その他）

企業情報	
① 業 種	: その他（住宅貸付駐車場管理公共施設管理まちづくり支援事業等）
② 従業員規模	: 100～299 人
③ 企業の所在地	: 静岡市
④ 取り組み年数	: 20 年以上
⑤ 活動の分野	: スポーツ、地域のイベント、まちづくり、災害・支援活動、子育て支援、高齢者の福祉
⑥ 活動の方法	: 施設及び設備の開放・提供、人的資源の協力・支援、情報提供・相談、イベントの開催

1) 活動内容（各企業の活動の概要）

管理施設の例として、日本平スタジアムは、清水エスパルスのホームスタジアムであり、清水ナショナルトレーニングセンターは、オリンピックに向けて国内外の多くのチームに利用してもらっている。これらのE社管理施設を地域住民やさまざまな人にも使ってもらうことで、地域交流や地域産業が活性化し、社会貢献活動につながると考えられている。また他にも同様な形で、公共施設を多様な人々に利用してもらっ

ている。

市営住宅では快適な住環境、体育施設では健康で明るい街、勤労者福祉施設は勤労者のための施設・・・というように、すべての施設の管理はまちづくりにつながっている。それらを活用して、社会貢献活動にもつなげている。

また、E社の所有施設を利用し、週 1 回高齢者の健康増進、介護予防を目的として静岡市が推奨している「しぞ〜かでん伝体操」の体験会を実施し、体験後はフリースペースを用意しお茶のみ場を提供している。それが、参加者同士の交流の場にもなっている。でん伝体操は、静岡市が医療費削減や健康長寿日本一につながればという願いの下、でんでんむし虫カタツムリの音楽で行うゆっくりとした体操で、介護予防、病気の予防・健康増進の目的で始めたものであるが、介護予防だけでなく参加者同士のコミュニケーションの場としての広がりを見せている。

2) 体制（企画実施担当者、資金など）

企画実施担当者

経営企画課で全体の調整や指揮を執り、各施設担当者とともに実施する。

資金

市から受けている施設のほかに、自主事業として静岡駅北口付近で駐車場を営業しており、そこでの収益が主なものとなっている。これらは、国から認可を受けている公益財団法人であるため、その年の利益の半分は公益目的に使わなければならないと法で定められていることにより、これら利益を市民サービスの向上や公共の福祉の増進に充て、利益還元を図っている。

3) 経緯（目的、スタートと展開）

目的

財団の設置目的は、「健やかで文化的な市民生活の向上と快適な地域社会の実現を図り、もって生き生き暮らせる静岡市の創造に寄与すること」をもとに、施設をより多くの人に使ってもらい施設を中心に地域に貢献していくことである。E社が行っている活動の一つである「でん伝体操」の当初の目的は健康増進や介護予防であったが、社会貢献、社会活動へと変化していったことが例として挙げられる。

スタートと展開

地方自治法の改正（平成 15 年）により導入された指定管理者制度によって、E社では、施設の管理だけではなく、運営に関することも行っている。創意工夫によって自分たちの管理ノウハウやアイデアを生かせると担当者は考え、市民のニーズや高齢化に伴う社会問題の解決のために施設を提供している。

4) 成果と課題

成果

地域の皆さんに楽しんでもらう、地域全体が元気になる、そういった場を設けることで人々とのつながりができ、困りごとや問題ごとが減ったことだと担当者は評価している。

8月に静岡市の全日本少年少女草サッカー大会があり、全国から参加したいチームが280チームほど静岡に集まって1番から280番まで順位が付くように行っている。市内各会場の優勝チーム同士が、普段Jリーグを開催している日本平スタジアムで試合をしてもらう。約1週間行われるこの大会の時には、子どもたちはもちろんお父さんお母さんも一緒に全国から静岡にやってくる。このことに対して地元の人たちは「おらが町のおらが施設」といって誇りを持っているため、本来はその時期にE社がお金をかけて業者に依頼する草刈りや枝打ちを地元の人たちが有償ボランティアで引き受けてくれる。こういったことに対して、E社は社会貢献活動で得られたものが返ってきたと考えている。

課題

- (1) E社では、住民のニーズを十分に重視して施設を管理しているが、結局つくった施設の管理方法の他、その立地や条例等による制約もあり、利用率が悪く、赤字になってしまうなど、特に公共施設はそういうケースが多い。
- (2) 地域によっては電車やバスなど公共の交通手段がなく、車がないと移動ができないなど、地域性によって人の集まり方に差が出てしまう。解決方法としては、移動手段がないために来ることができないなら、こちらから出かけていこうというように考え方を変えてきている。例えば、街中のミライエリアン（コミュニティホール七間町）でやっていた活動を地区の施設にも広げている。
- (3) どうしても女性の参加者が多く、男性の参加が少ない。男性の方にもっと来てもらうにはどうすればよいか考えているところである。男性が1人でも2人でも来てくれば、周りの友達など知り合いを巻き込んでくれるが、どのように引っ張ってくるか課題となっている。しかし、男性の方にお友達を連れてきてくださいと言ってあまり長続きせず、うまくいかなかったため、女性の方にご主人連れてきてほしいと声掛けをしたところ男性の参加者がすごく増えたという事例がある。
- (4) 文書や報告書にして行政に提出すると伝わりにくく、特に行政からは数字でものを評価される。行政文書や数字では測りきれない部分をE社は行っていて、それこそが社会貢献活動であると思っている。課題は、そういった現場の熱の伝え方がすごく難しいということ。

5) 展望

- (1) 管理・運営が赤字になってしまう公共施設については、E社がそれを受けてどう活用していくかさらに考えていく。

- (2) E社は場所を持っている、物を持っているが、募集をかけるとなると人を集めるには文書を作ったり広報静岡に載せてもらったり受講料・参加料などのお金を取らなければならなかったり、その部分の手間やコストがかかる。今後は、地域や他団体及び学校などとの連携により、得意分野を活かした「良いところ取り」で相互乗り入れを図り、お互いの損のないようにより効果的な事業実施を行い、併せてコストの削減と手間も省いていこうと考えている。E社は、それが本当の公共施設の在り方であると考えている。
- (3) 国が働き方改革の一環として提唱しているプレミアム・フライデーに上手に関わることで、もっと活動が広がるだろうと考えている。今後、静岡ではこういった取り組みをやっていると国に取り上げてもらえば、県や市に広がり、日本中にも広がる。このような政策への関わり方を考えている。
- (4) スポーツを使ったソーシャルイノベーションという考え方がある。スポーツ 1 個 1 個を別々に捉えるのではなく、それらを活用して地域の活性化に繋げていくことが大事であるという考え方である。E社では、E社が今主導してやっていることを参加者や住民主体でやっていければと考えている。地域の方からアイデアを出して地元主体になるような形で行われるようになれば、E社もどんどん協力し、活動がさらに広がりを見せることができるだろうと考えている。このようなことをやりましょうと行政や企業が示すのではなく、こういうことをやりたいという要望を聞かないと離れていってしまうため、地域の主体性を引き出したいと考えている。

F 社 （製造業）

企業情報		
① 業 種	： 製造業	
② 従業員規模	： 49 人以下	
③ 企業の所在地	： 浜松市から磐田市へ移動	
④ 取り組み年数	： 30 年以上	
⑤ 活動の分野	： 環境・自然保護、国際交流・支援	
⑥ 活動の方法	：	

1) 活動内容（各企業の活動の概要）

ベトナム難民を雇用している。また、以前は障がい者の雇用も、本人が働く意思がある限り行っていた。しかし、仕事をしてもらい、報酬を払っているため、特別このことを社会貢献活動として行っているつもりはない。

2) 体制（企画実施担当者、資金など）

企画実施担当者

現統括本部長（1980年代に日本がベトナム難民を受け入れたときの専務取締役）

資金

特になし

3) 経緯（目的、スタートと展開）

目的

「困っている人を助ける」という精神のもとで行っている。

スタートと展開

ベトナム難民がボートで脱出し、熊本難民収容所から品川の国際救援センターを経て、浜松の職業安定所で職探しをしていたとき、浜松でベトナム人の世話をしていた人の紹介で、先代社長がベトナム人 3 人の雇用を引き受けたことが始まりである。言葉は通じなかったが、仕事を実際に見せながら教えた。その後もベトナム難民のほかにも、精神障がい者も雇用した。これらの雇用は、「来るもの拒まず、去るもの追わず」の方針であり、今でも続いている。

4) 成果と課題

成果

F社にとって、難民や障がい者を雇用するメリットであるかはわからない、と担当者は考えている。しかし、社内に困った人がいると親切丁寧に教えてあげるといふ精神が社員の間に生まれてきて、その点は会社にとって利点となっているとF社では考えられている。

5) 展望

今後も来る人がいたら来るもの拒まず、去る者は追わずの精神で、労働者として受け入れることはできる。団体で生活して働くことになるから、採用時に多少はどんな人物か調べるが、大きな問題がない限りは雇用する意思をF社は示している。

G 社 （不動産賃貸業）

企業情報		
① 業 種	不動産賃貸業	
② 従業員規模	25～30 人	
③ 企業の所在地	静岡県	
④ 取り組み年数	10～20 年以下	
⑤ 活動の分野	地域の賑わい創出・集客活性化	

⑥ 活 動 の 方 法 ：施設及び設備の開放、イベントの開催

1) 活動内容（各企業の活動の概要）

主な社会貢献活動は、年間を通して約 350 件に上るイベントの実施である。具体的に、全国お菓子フェア、ゴールデンウィークに行う清水みなと大道芸、はたらく車展、救急フェアなどがある。また、良い環境を維持するために、海岸清掃を月に 1 回程 70 ～90 人程度で行っている。他にも、近隣住民を巻き込んで防災訓練を行っている。駐車場には緊急倉庫やエコボックス（資源回収ボックス）を設置している。さらに、近隣の主要企業が協賛して、2016 年から海岸側のイルミネーションを大きな規模で開催している。行政が主導する社会貢献活動をサポートする活動が多く、それも自分たちの社会貢献活動と認識している。

2) 体制（企画実施担当者、資金など）

企画実施担当者

営業開発部販売促進課課長、および及び同課員 2 名の計 3 名体制である。

社会貢献活動という特別な活動があるのではなく、企業で行っている事業すべてが社会貢献につながっているという考え方である。社員は自分の課で決められた仕事を実施するだけでなく、他の課の仕事を担当することもある。全社員がオールマイティにこなしていくという体制である。

資金

資金は、G 社本社から出資されるが、社会貢献活動に特化した資金が確保されているわけではない。G 社自体はテナントからテナント料をもらう不動産賃貸業である。

3) 経緯（目的、スタートと展開）

目的

清水の人のために良い空間を提供するためということ。清水（日の出エリア）の活性化のために様々な事業を行っている。

スタートと展開

官民一体となり「港を市民に開放して行こう」という方針で民間企業 100%出資で設立したのがG 社であり、G 社の設立理由そのものが社会貢献活動の一環であると考えられている。G 社は行政の実施する社会貢献活動をサポートすることが多い。

4) 成果と課題

成果

様々なイベントを通して、集客に成功している。また地域防災活動の場とするこ

とで、地域住民に安心な暮らしや空間を提供できている。

課題

G社では、社会貢献活動の課題はあまりないと考えられている。静岡市では、人口流出が問題となっているが、これは地域の問題であり、G社自体の課題とは言いにくい。しかしながら、市内広域・県外からも集客する当施設の運営は、地域の魅力向上・不動産価値向上にも繋がることから、間接的ではあるが人口流出課題の一助となれば良いと考えている。

5) 展望

今後、県と市が推進している「ウォーターフロント開発」にどう関わって行くか、それは海洋文化施設（水族館）、横浜の赤レンガ倉庫のようなものであり、ビジネスとしても大きなチャンスである。G社は今後こういった活動に積極的に関わっていく方針である。

3. 考察

1) 方針・目的

E社やG社では、設立目的そのものが地域の活性化である。また、C社では本業と関係の深い健康に関する活動が行われている。このように、企業の理念や業務内容そのものと社会貢献活動の関係が深く、それに関連した分野で取り組みがみられている。業務内容に沿った活動内容とすることで、着手しやすく、また企業の強みも活かすことができるため、このような事例が多くみられると考えられる。

一方で、環境問題やグローバルな課題など、身近な課題を超えるより大きな社会課題の解決につながる活動に取り組んでいる企業は少ないように思われる。また、経営責任者や管理者の考え方が社会貢献活動に反映されているケースも多いといえる。例えば、社長が「地域に貢献する」という社風を取り入れ、この考えに基づき地域に根ざした活動が展開している企業もある。これにより、社会貢献活動の企業全体としての方針が定まり、広い分野で大きな規模の活動が実施できるという利点が考えられる。一方で、会社の経営責任者が変わることによって継続性が失われるという可能性も考えられる。

地域に根ざした企業では、その地域出身の社員も多く、企業の存続・繁栄には地域の活性化が不可欠であるため、地域活性化への思いが強い。そのため、地域に貢献することを重視していると考えられる。

また、同時に社会貢献活動を通して自社のPRやブランドの評価向上も目的とされている。社会貢献活動をひとつのビジネスチャンスとしても捉えつつ、地域貢献のために自分たちにできること、かつ自分たちの利益にもつながる活動に取り組んでいる企業も

あった。

調査にご協力いただいた企業の地域貢献活動においては、人と人、人とまち、人と企業、地域と企業など、「つながり」が重要視されており、もともとあるつながりを利用するとともにさらにそのつながりを広げていくことが目指されている。

2) 体制

多くの企業が社会貢献活動の実施に当たり、莫大な資金をかけずに、活動を展開しようとしている。会社の規模によっては、社会貢献活動独自の経費を確保することが難しいため企業が所有している人材や施設を活用することによって運営にかかわる費用を削減していると考えられる。

活動の中で発生してしまう赤字に対しては、会社の宣伝広告費という認識を持っている企業もあった。独自に財団を持っていたり、公益財団法人として純利益の半分を公益目的に利用している場合もある。

企画・実施の担当や、その認識は企業によってさまざまである。例えば、C社では、本部の担当者が中心となっており、各店舗の従業員はセミナーなどの活動を行っていることを知らないこともある。D社では、本部が中心に動くこともあるが支店ごとにも社会貢献活動の企画を行っている。また、F社では、社会貢献活動を行っているという認識はなく、困っている人を助けるという精神の下、活動を行っている。

総合してみれば、社会貢献活動のみに専従する社員がいる企業は少ない。これは、一言に社会貢献活動といっても、企業ごとにその認識は異なり、企業の特徴を生かした社会貢献活動が行われているためであると考えられる。

3) 内容

社会貢献活動の内容は、健康や文化、スポーツ等地域の人々の生活に根差したものであり、活動の対象となる人々の世代は幅広く、対象者によって内容も様々である。例えば、高齢者を対象にした化粧教室や子どもを対象にしたスポーツ大会などそれぞれの対象とニーズに合わせた活動をしている。

社会貢献活動を通して、自治会や地域住民とのつながりができ、地域における企業の存在感を強めることができるという企業にとっての利点も考えられる。

4. 参考資料

1) 参加学生・教員リスト

学生：教育学部生涯教育課程国際理解教育専攻
第一期（プレ調査）

鈴木颯太、多田朱里、鶴瀬みちる、藁科梨江

第二期（本調査）

上野山なつき、上宮早稀、加藤仁、坂本潮音、佐橋香名子、寺谷文花、山田晃
輔

教員：池田恵子

2) 面談企業・回答者リスト

A社：代表取締役社長 A様

総務部 Y様

B社：総務・保安・CSR 担当 N様

C社：調剤営業本部 調剤開発本部 部長、健康・医療ネットワーク推進室 メディカル事業 部長 K様

D社：総務部総務課 課長 Y様

総務部総務課 次長 H様

E社：経営企画課 課長 S様

F社：総括本部長 S様

G社：営業開発部 販売促進課 課長 T様

経営管理部 総務課 リーダー U様

5. 謝辞

調査対象の企業のご担当者の皆様には、非常にお忙しい中、インタビューにご協力いただき、ありがとうございました。地域に根付いた企業だからこそできる活動や実施体制の実態の一端に触れ、企業の社会貢献の可能性の広がりを実感することができました。心よりお礼申し上げます。

調査参加学生・教員一同

静岡県内企業の社会貢献活動 実態調査報告書

平成 30 年 3 月

発行：静岡大学教育学部

〒422-8529 静岡県静岡市駿河区大谷 386（池田恵子研究室）

電話番号：054-238-4597

アドレス：Ikeda.Keiko@shizuoka.ac.jp