

CSR時代の社会貢献活動（中間報告）

2007年12月18日
(社)日本経済団体連合会
社会貢献推進委員会

はじめに

企業活動は、社会の健全かつ持続的な発展があってはじめて成り立つ。そのため、企業は、社会の一員としてより良い社会を築き、支えるという広義の責任を負っている。このような考えの下、日本では1990年代に社会貢献活動が本格化し、各社は基本方針の明文化、専門部署や社会貢献委員会の設置など社内体制を整備し、経営資源を社会的課題の解決に向けて活用してきた。

1990年初めは、バブル経済の余韻が華やかな大型イベントに代表的に見られたが、企業の社会貢献活動は、バブル崩壊後には支出額が一旦縮小したものの、効率性を高めながら地道に継続されてきた。

2000年代に入り、企業の社会的責任(CSR)への取組みが強化されるようになると、各社における社会貢献の位置づけは変化し、CSRの一環として推進する傾向が強まった。

社会貢献推進委員会では、各社の実務担当者が集まる懇談会を中心に、「持続可能な社会を実現するために、企業の社会貢献活動はどのような役割を担うべきか」という問いへの解を見出すべく検討を進めてきた。懇談会では、過去5年間に90回以上の会合を重ね（課題別テーマとスピーカーは資料2参照）、CSRへの関心が世界的に高まった背景を踏まえながら、今後重要になる活動領域や推進方法を探ってきた。そこでこれまでの検討成果を中間報告としてとりまとめ、各社がそれぞれ上述の問いへの解を見出す上での参考に供することとした。また、本報告を基に、先進的な事例などを含む、より詳細な資料を「社会貢献ハンドブック」として来春出版する予定である。

I. 社会貢献活動の現状

1. 社会貢献活動の捉え方

社会貢献について単一の定義はないが、本報告では、社会貢献活動に関わってきた企業の担当者の共通認識として、「社会貢献とは、自発的に社会の課題に取り組み、直接の対価を求めることなく、資源や専門能力を投入し、その解決に貢献すること」と捉えることとした。

すなわち、企業もまた社会の一員であり、社会は企業の存立基盤である。その社会が抱える課題に自発的に取り組み、資金をはじめとする経営資源を投入するのが、企業の「社会貢献」である。しかし、社会には無数の課題があり、1つの企業が全ての課題に対応することはできない。企業は、それぞれの経営理念や社風、事業内容、社会貢献活動の目的などに応じて課題を選んで活動している。

社会貢献活動によって、収益が上がる、宣伝効果がある等の事業上の直接的な効果を期待し、その成果を測定することは難しい。ただし、経営資源を投入する以上、単なる慈善活動で済ませることはできない。社会との関係を一段と深めることによって、会社に社会性と活力を注入する、会社に対する好感度が高まる、社会的なリスクへの感度を高めることができる、より良い社会になることによって会社の永続性が図られるなどの間接的・長期的な効果を想定して進める必要がある。

さらに、企業の活動や姿勢に対して関心を持つ、株主、従業員、顧客、取引先、地域社会などのステークホルダーに対して、社会貢献活動に取り組む基本理念を明確に示し、その理念に沿った行動がとられたか否かを報告することも大切である。

2. 社会貢献活動の実績

このような基本的な考え方で推進される社会貢献活動を、多くの企業が「社会的責任の一環」と捉えている。その傾向は、日本経団連が会員企業と1%クラブ法人会員を対象に1991年から毎年実施している「社会貢献活動実績調査」にも色濃く現れている。2005年度実績に関する調査では、回答企業447社の約9割が「社会的責任の一環」と捉えている。また、「CSR元年」と呼ばれる2003年からの3年間に、半数以上の企業が社会貢献への取り組みを強化しており、「基本方針の明文化」「専門部署や専任担当者の設置」「社内横断的組織の設置」など社内体制の整備も大きく前進した。また、「地域社会への貢献」との位置づけも浸透しており(同調査回答企業の75.2%)、社会の一員としての認識を持って活動を展開している。

社会貢献活動の支出も、近年着実に増加している。2006年度実績に関する調査では、社会貢献活動支出額の1社平均は4億5,400万円と前年度に比べて1億円増加し、バブル期の1991年度(5億2,500万円)に次ぐ歴代2番目の額となった。また、経常利益額の1社平均が過去最高額となったにもかかわらず、経常利益比も2.18%と前年度に比べて上昇している。CSRの一環として社会貢献活動を位置づけ、積極的に展開しようとする企業の姿勢が数字として表れた結果と言える。

II. 企業の社会的責任(CSR)の取り組み強化

1. CSRの背景

CSRの一環として推進される社会貢献活動においては、CSRへの関心がグローバルに高まった背景や社会の先端的なニーズを捉えて、それを活動に反映させていくことが必要になる。

(1) グローバルな動き

CSRへの関心が世界的に高まった背景には、世界経済の飛躍的発展や人口増に伴って多様化、複雑化した社会問題がある。地球温暖化、エネルギー問題、水・食料資源の不安定な供給、貧困問題などは、企業活動にとっても深刻な問題となっている。こうした諸問題の解決のために、グローバルに活動する企業に対して、直接または間接的に、何らかの役割を果たして欲しいという社会からの期待が高まっている。

(2) 国内における社会問題の顕著化

翻って、日本国内を見た場合、将来に大きな影を落としかねない社会問題が顕著に現れるようになってきている。いじめ、自殺、暴力、不登校をはじめとする、子どもたちをめぐる問題にどう取り組むか、地震多発国の日本で防災や災害後の復興の力をどう強化するかなど、問題は山積している。こうした分野での国や自治体、NPOの取り組みが活発になっている。企業も地域社会の一員として、このような問題にどう向きあい、役割を果たすか、ということが問われている。

(3) 多くのステークホルダーの監視の強化

さらに、企業活動に対するステークホルダーの期待が高まり、それに伴って企業を見る眼が厳しくなっている。企業評価の尺度も多様化しており、NGOや消費者団体、労働団体などの情報発信力は、企業や政府、さらには国際機関も注目している。一方、不祥事により企業の存続が危ぶまれるケースも出ていることから、企業側にも社会的利益に配慮しながら事業活動を展開すべきという考え方が定着した。

これらの社会的潮流を察知して、企業は、社会に対して積極的に経営戦略や事業内容、経営者の考え方を発信するとともに、社会の声に真摯に耳を傾けることが不可欠になっている。

2. CSRへの関心の高まりが社会貢献活動に与える影響

社会貢献は、CSRの構成要素の1つであり、社会との関係を強めていこうとするものである。ただし、CSRとしての社会貢献活動の捉え方は、業種や企業ごとに異なるだけでなく、地域や時代によっても変化する。そこで前述したCSRへの関心の高まりが、企業の社会貢献活動にどのような影響を与えているか、紹介したい。

(1) 社会貢献活動に反映すべきCSRの視点

「社会貢献活動実績調査」で、CSRへの関心の高まりが自社の社会貢献活動に影響を与えていると回答した企業は、297社（2004年度実績回答企業の65.4%）と高い比率になっている。活動に反映している主なCSRの視点について、優先順位の高いものを3つ以内で選んでもらったところ、「企業

価値・コーポレートブランドの向上」が最も多く、219社（影響があると回答した297社の78.5%）にのぼっている。「ステークホルダーへの説明責任の向上」は149社（同50.2%）、「活動の実効性や社会へのインパクトの向上」は112社（同37.7%）の順となった。

特に、社会貢献活動は、企業の資源を社会に拠出することから情報開示は急速に進んだ。「広く一般向けに開示している」と回答した企業は、1993年度には3割だったが、直近の調査では7割に達している。インターネット上での情報提供、CSR報告書等への記載も進んでおり、ステークホルダーから意見を聞く機会を設ける企業も出てきている。

しかし、一方で、ステークホルダーに説明しやすい活動へとシフトしていき、取り残される分野がでるのではないかという懸念も指摘されている。

（2）企業グループ全体としての社会貢献活動の推進

企業活動のグローバル化の進展やCSRの背景を踏まえると、国内だけでなく海外も含めた企業グループ全体として、いかに社会貢献活動を推進するか、ということが課題となっている。

「社会貢献活動実績調査」で、社会貢献活動のグローバルな推進体制について聞いたところ、回答企業の半数近くから「各国・地域、グループ会社（連結対象）が独自に活動している」との回答があった。一方、世界共通のテーマやプログラムの設定、グループ本社主導の活動の創出などの動きも報告されている。

また、各社がどの程度、企業グループ全体の活動状況を把握しているか調べたところ、242社（回答企業435社の55.6%）が調査を実施している、もしくは調査準備中と回答している。一方で、推進体制や情報収集・共有の仕組みの構築だけでなく、グループ全体にわたる基本的考え方や方針、定義や範囲の明確化などの課題が指摘されている。

連結ベースでの決算が進む中、今後、企業グループ全体としての情報の把握、共有、発信がますます重要になっていく。グループ全体の一貫性、統一感を確保しながら、それぞれの地域社会が抱える課題にいかに取り組むかという挑戦に直面している。

（3）新たな価値創造への貢献

企業の社会貢献活動では、これまでも「企業価値」や「社会的価値」の創造が意識されてきた。「企業価値」という面では、社会貢献活動を通じて会社が能動的に社会と関わることにより、会社に社会性と活力を注入する。それが結果的に、多様な価値観を尊重する社風や創造的な社内文化を醸成することにつながる。各社の実務担当者は、このような認識のもと、企業とは異なる価値観や原理で活動するNPOとの対話や協働を重ね、従業員が積極的、自発的にNPOに関わることを支援してきた。また、「社会的価値」という面でも、会社の活動が社会的課題の解決に寄与し、より良い社会づくりに貢

献したい、という思いを持って活動してきている。

今後は、この2つの価値を同時に高める相乗効果のある活動が求められる。すなわち、各社が経営理念に照らし合わせて、活動領域や事業活動を展開する地域で優先的な課題を選び、これまで蓄積してきた人材、技術、設備、ノウハウ、情報などが役立つ分野で、革新的な社会貢献活動を立ち上げることがますます必要になる。その際には、社会問題に精通したNPOとの連携が鍵になる。なぜなら、NPOには、企業とは異なる着眼点や発想、現場感覚、専門性などを有しているからである。企業とNPOという異質な組織が、それぞれの資源や特性を持ち寄り、対等な立場で協働することは、課題解決の速度と効果を高めることにもつながる。

一例を挙げれば、災害被災地支援に関して、国内では「災害ボランティア活動支援プロジェクト会議」、海外では「ジャパン・プラットフォーム」など、企業とNPOが連携する枠組みが構築されており、現地ニーズを踏まえた効果的な支援活動の企画・実施や活動の透明性向上につながっている。

Ⅲ. 今後の方向性と課題

社会貢献推進委員会では、実績調査の結果を踏まえ、各社の実績や課題を共有しながら、企業が社会貢献活動を推進する上での課題を、①社会の課題(ア～オ)と、②組織の推進上の課題(A～E)の2つの視点で整理した。企業毎に重点領域や課題は当然異なり、列举したものに限定されるものではないが、今後の方向性を示唆するものと考えられる。

①社会の課題	②組織の推進上の課題				
	A. 本業/CSRとの関係	B. 広報宣伝との関係	C. 従業員の社会参加支援(含 団塊世代のセカンドライフ支援)	D. 活動評価	E. グローバルな活動展開
ア. 次世代育成	■		■		■
イ. ソーシャル・インクルージョン(社会的包括)社会の実現			■		■
ウ. ヒューマン・セキュリティ(人間の安全保障)への取り組み強化			■		■
エ. 社会起業家精神の醸成			■		■
オ. 市民セクターの基盤強化			■		■

1. 社会の課題： 新たなテーマや活動領域の発掘

ア. 次世代育成： 既に多くの企業が教育や子どもに関わる社会貢献活動を展開している。しかし、いじめ、自殺、暴力、不登校をはじめ、子どもたちをめぐる問題は、日本社会の将来に大きな影を落としかねない。こうした問題の解決も含め、次世代育成のためにどのような貢献ができるのか、これまでの実績も踏まえた検討が必要である。行政、教育現場、NPOが

連携し、多様で多層的な教育活動を展開するための仕組みづくりも求められている。

イ. ソーシャル・インクルージョン（社会的包括）社会の実現： 少子高齢化が進展する中で、人々を孤独や排除から救い、社会の構成員として包み込むことをめざす「ソーシャル・インクルージョン（社会的包括）」という概念が注目されている。ともすると社会から阻害されがちな、高齢者、障害者、ホームレス、家庭内暴力の被害者、定住外国人や難民などが社会の一員として活躍できるよう支援していくための取り組みが必要になる。会社や従業員の人権感覚を磨きつつ、異なる存在、多様な文化が共生することによってもたらされる新しい価値や活力を、いかに最大化するかということがテーマとなる。

ウ. ヒューマン・セキュリティ（人間の安全保障）への取り組み強化： 近年、CSRへの世界的な関心が高まってきた背景には、人類の生存そのものに影響を及ぼしかねない社会的な課題が顕著になっていることがある。「ヒューマン・セキュリティ」といわれる人権、生命、環境など人間の安全に関わる取り組みが、経済の持続的な発展にも不可欠になっている。国内だけでなく、グローバルな社会貢献のテーマとしても注目されており、新たなプログラム開発やNGOや国連機関等との連携が必要となる。

エ. 社会起業家精神の醸成： 社会の課題を解決することを第一義として市場の力を使って事業を行う社会起業は、企業の社会貢献が目指してきた、社会システムや価値観の変革とも一致する領域となっている。また、企業内にも、社会の課題に対する革新的な解決策となりそうな事業を起こそうという機運がある。社内外の起業家の育成、支援、連携をどのように進めていくか、ということが課題となってくる。

オ. 市民セクターの基盤強化： 企業の社会貢献活動の重要なパートナーとなっているNPO/NGOなどの市民セクターは、社会の変革の担い手としての期待が高い。しかし、その運営基盤は、まだまだ脆弱であり、さらなる基盤強化や人材育成が必要である。また、ステークホルダーが企業に求める説明責任には、支援先の活動や組織運営も含まれるようになってきていることから、双方が社会からの信頼性を高めていく必要がある。産業界として、そして個々の企業として、市民セクターの基盤強化に貢献していくことが求められる。

2. 組織の推進上の課題

A. 本業／CSRとの関係： 本業で蓄積してきた技術、設備、ノウハウ、情報、人材などを効果的に投入し、国内外の社会問題の解決に向けて、革新的、戦略的な社会貢献活動を展開することが期待されている。その際には、企業側の意図と社会のニーズや課題をマッチさせるための情報収集やアプローチが必要になる。

B. 広報宣伝との関係： 社会貢献活動に関する情報公開が進む中、CMや広告などでも社会貢献を扱う会社が増えつつある。また、収益の一部を社会的課題解決のための活動に寄付する商品やサービスも生まれている。し

かし、その扱い方によっては、市民から評価されない場合もある。社会問題に焦点をあてる、NPOと連携して啓発キャンペーンを展開するなど、市民の生活や行動に良い影響を与えるような広報宣伝やマーケティングのあり方が求められている。

C. 従業員の社会参加支援： 従業員の社会参加を支援することを目的とした社会貢献は、1990年代以降の大きな流れとなっている。最近では、従業員の目を会社の外の課題にも向けることによって、CSRの担い手としての感性や問題意識を養っていくことができるのではないかと、その効果も期待されるようになってきた。また、団塊の世代を中心とする退職者が増えている中、企業OB/OGの豊かなセカンドライフの構築を、社会貢献活動を通じて支援することも望まれている。

D. 活動評価： 社会貢献活動は、商品、設備・機器、ノウハウ、人材など企業内の資源を社会に拠出することがテーマとなる。したがって、幅広いステークホルダーの支持と共感を得て活動を展開することが求められている。そのため、資源の投入にあたっては、目標を定めるとともに、活動の評価を行い、社内外のステークホルダーに活動をわかりやすく説明することが必要になる。一方、定量的な評価が困難であり、その評価方法は長年の課題となっている。

E. グローバルな活動展開： 企業グループとしての経営やブランド・マネジメントが強化される中、海外も含めてグループ全体の社会貢献活動をどのように展開するか、ということが課題になっている。2004年度社会貢献活動実績調査では、回答企業の約半数が「各国・地域、グループ会社（連結対象）が独自に活動している」と回答しているが、世界共通のテーマやプログラムを設けたいという意向も強まっている。グループ全体の一貫性、統一感を確保しながら、それぞれの地域社会が抱える課題にいかに取り組むかという挑戦に直面している。

おわりに

本報告は、社会貢献推進委員会の実務担当者が過去5年にわたって議論してきた成果を中間報告としてまとめたものである。ここで取りあげた課題や方向性は、各社の事例や実績について情報交換しながら、NPOや有識者との懇談を重ねてきた担当者の現時点での共通認識と言えるものである。これを公表することによって、日本企業が企業活動全体の中で社会貢献活動をCSRの1つの要素として位置づけ、ステークホルダーと連携しながら、さらに大きな社会的成果を生み出す上で役立つことを期待するものである。

以上

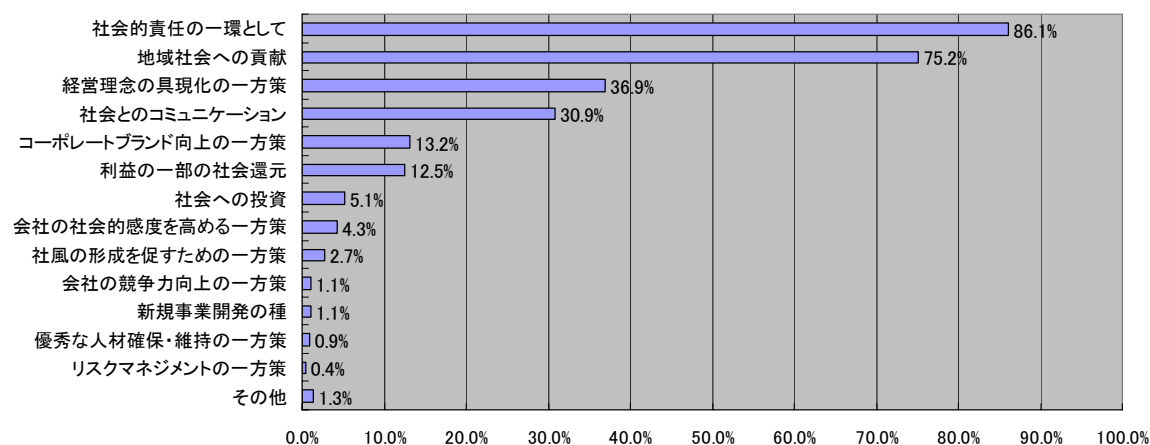
資料 1

日本経団連「社会貢献活動実績調査結果」からの関連データ抜粋

* 報告書での引用順

<社会貢献活動の捉え方>

[2005 年度調査 / 回答企業数 447 社]

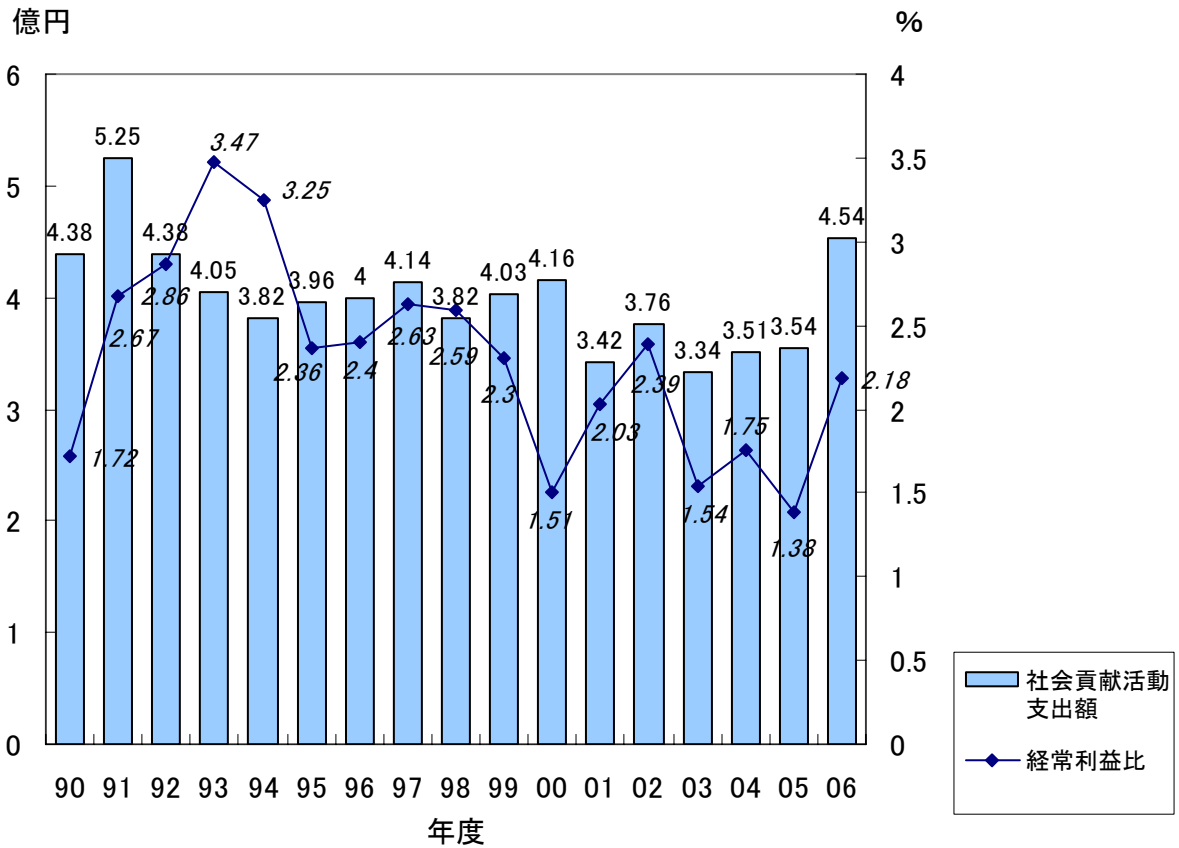


<社会貢献活動推進のための制度>

[2005 年度調査 / 回答企業数 447 社]

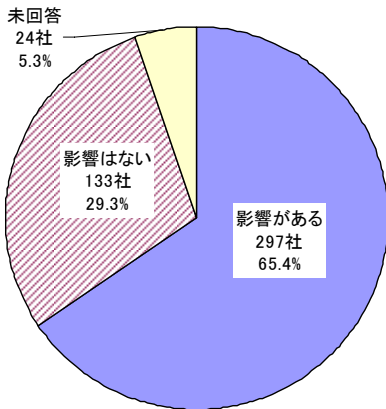
	～90 年度	91～93 年度	94～96 年度	97～99 年度	00～02 年度	03～05 年度	不明	合計	
1. 基本方針の明文化	18社	28社	13社	29社	36社	97社	0社	221社	49.4%
2. 専門部署または専任担当者の設置	27社	31社	16社	17社	16社	94社	87社	288社	64.4%
3. 事業所毎の社会貢献担当者の設置	4社	5社	5社	10社	11社	13社	24社	72社	16.1%
4. 社内横断的推進組織の設置	10社	11社	6社	8社	11社	78社	0社	124社	27.7%
5. 外部専門家の入った組織の設置	3社	1社	0社	2社	1社	4社	0社	11社	2.5%
6. 予算制度の導入	24社	16社	10社	9社	13社	32社	69社	173社	38.7%
7. 金額換算ルールの設定	4社	5社	6社	2社	7社	10社	0社	34社	7.6%
8. その他	1社	3社	1社	0社	0社	1社	0社	6社	1.3%
3年毎の導入件数	91件	100件	57件	77件	95件	329件	180件	929件	

<社会貢献活動支出額（1社平均）>

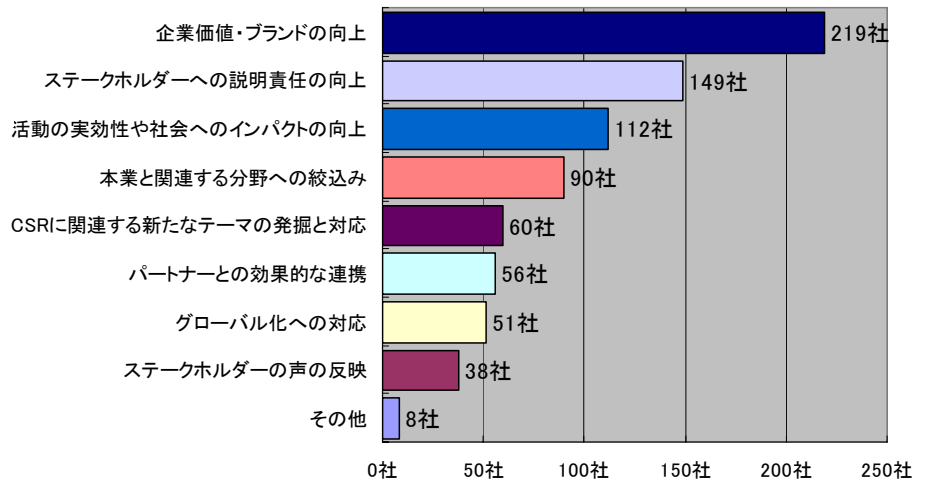


<CSRへの関心の高まりの影響>

[2004年度調査/回答企業数 454社]

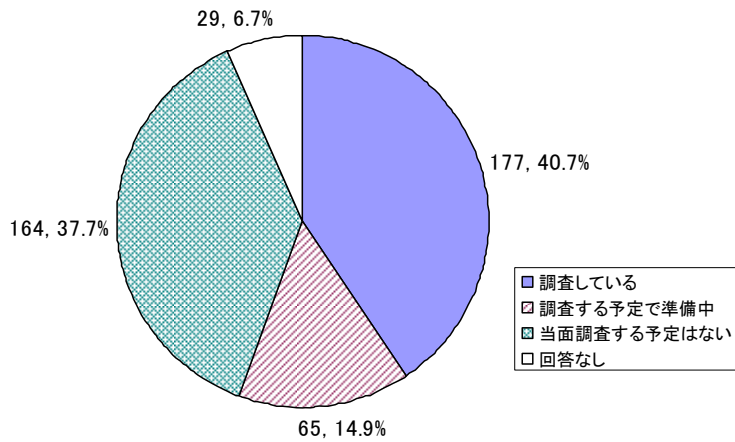


<主なCSRの視点>



<企業グループの社会貢献活動の把握状況>

[2006 年度調査／回答企業数 435 社]



<企業グループの活動を把握する上での課題>

1. 共通の基本的考え方や方針の構築	118	27.1%
2. 共通の社会貢献活動の定義や範囲の明確化	107	24.6%
3. 企業グループ全体としての推進体制の構築	154	35.4%
4. 情報収集・共有の仕組みの構築	146	33.6%
5. その他	20	4.6%

1～4の全項目調査	26	6.0%
-----------	----	------

社会貢献推進委員会 課題別テーマとスピーカー (2003年～2007年)

課題	テーマ	スピーカー (所属、役職は講演当時のもの)
CSRと社会貢献	企業の社会的責任と社会貢献	大地を守る会 会長/(株)大地 代表取締役 藤田和芳 氏
	企業の社会的責任の変化と欧米の動向	麗澤大学国際経済学部教授 スコット・デイヴィス 氏
	CSRとの関係性の整理	話題提供: 日本電気(株) 社会貢献部部长 鈴木均 氏
	ダイバーシティ・マネジメントの視点から見る企業の社会貢献活動	桜美林大学経営政策学部・大学院国際学研究所教授 馬越恵美子 氏
	企業は社会貢献活動で何を指したのか	日産自動車(株)コミュニティ・リレーションズ担当部長 島田京子 氏
	将来の社会貢献テーマを探る	(財)日本国際交流センター チーフ・プログラム・オフィサー 伊藤聡子 氏
	「社会貢献活動の3つの課題への取り組み状況について」 (1)CSRとの関連を意識した社会貢献活動	
	わが社の社会貢献活動～これまでの3年と今後の3年～	話題提供: 懇談会座長 長谷川公彦 味の素 CSR部社会貢献担当部長 嶋田実名子 花王 社会貢献部長
	本業の特性を活かした社会貢献活動をどう進めるか	話題提供: (株)大和証券グループ本社 CSR室次長 金田晃一 氏
	CSR時代の社会貢献について	話題提供: 日本電気(株)CSR推進本部CSR推進室長 鈴木均 氏
	「社会的責任のマーケティング」の視点から見る社会貢献活動の可能性と課題	早稲田大学商学大学院教授 恩蔵直人 氏
ステークホルダーとのコミュニケーション	社会が見る企業とは／消費者問題から見えてくるもの	国民生活センター 相談部消費者契約法相談分析・支援室長 角田真理子 氏
	社会が見る企業とは／評価機関への対応から見えてくるもの	(NPO法人)パブリックリソースセンター 事務局長 岸本幸子 氏
	ステークホルダーとの双方向コミュニケーションを考える ～『環境報告書を読む会』から～	IHOE [人と組織と地球のための国際研究所] 代表 川北秀人 氏 日産自動車(株)環境・安全技術部課長 松原雅一 氏 (株)損害保険ジャパン 社会・環境室 室長代理 酒井香世子 氏
	NPOとの政策提言的対話を深めるために、社会貢献担当者は何ができるか?	話題提供: 松下電器産業(株)社会文化グループ 菊地健 氏
	ステークホルダーへの説明責任向上	話題提供: (株)損害保険ジャパン CSR・環境推進室課長 岩沢慎二 氏
	視覚障害のあるステークホルダーへの情報提供 「紙が話す」SPコードの紹介	話題提供: (株)ダイエー消費者サービス部エコ・ハート課 高田かおり 氏
	「社会貢献活動の3つの課題への取り組み状況について」 (2)ステークホルダーへの説明責任	
地域との関係	社会が見る企業とは…地域のニーズから見えてくるもの	ハリウコミュニケーションズ(株) 代表取締役 針生 英一 氏
	CSRの視点からの企業とコミュニティのパートナーシップ構築	ビジネス・イン・ザ・コミュニティ(BITC)副理事長 ピーター・デーヴィス 氏
従業員の社会参加支援	社員の理解・社会参加の促進	話題提供: 日本アイ・ビー・エム(株)社会貢献担当部長 松宮光予子 氏
	社員の理解・社会参加の促進の新たな道を探る ～HSBCの「社員環境教育フェローシップ」を参考に～	HSBC証券会社チーフ・エグゼクティブ(投資銀行部門担当) 山田晴信 氏
	「社会貢献活動の3つの課題への取り組み状況について」 (3)社員の理解、社会参加の促進	
	“ごみ拾い”から考える社会貢献活動とCSR	JEAN/クリーンアップ全国事務局代表 小島あずさ 氏 JEAN 地域コーディネーター(山形) 金子 博 氏
従業員(含 退職者)の社会参加をどう促進するか	話題提供: 日本アイ・ビー・エム(株)社会貢献担当部長 松宮光予子 氏	
グローバルな展開	英国におけるフィランソロピー活動と財団: 企業の挑戦	大和日英基金事務局長 マリー・コンティエーヘルム 氏
	社会的起業家を世界的につなぐGLIの挑戦	グローバル・リンクス・イニシアティブ(GLI) 代表 ロビン・ローランド 氏/事務局長 ファン・リー 氏
	社会的課題の解決に向けたCSRと社会貢献活動の実践	米国三菱電機財団専務理事 レイナ・アイルワード 氏
	企業グループ全体の社会貢献活動に関するデータの把握	話題提供: ソニー(株)CSR部CSRマネージャー シッピー 光 氏 (株)東芝 社会貢献室参事 相馬 季子 氏
NPOとの協働	NPO/NGOから見た企業の社会貢献活動のこれから	パネルディスカッション: 日本NPOセンター 事務局長 田尻佳史 氏 中央共同募金会 企画広報部副部長 阿部陽一郎 氏 シャブラニール=市民による海外協力の会 海外活動グループ 白幡利雄 氏 茨城NPOセンター・コモンズ 常務理事 横田能洋 氏
	新たな多様な価値の創造に向けた企業とNPOとの協働	(NPO法人)日本NPOセンター常務理事/立教大学社会学部助教授 萩原なつ子 氏
	企業の社会貢献活動の持続可能性	「NPO・IT推進協議会」共同呼びかけ人/シーズ=市民活動を支える制度をつくる会事務局長 松原 明 氏
次世代育成	企業・学校・NPOによる環境学習支援プログラムについて	西宮市環境都市推進グループ課長 小川雅由 氏 キリンビール(株)社会環境室長 山村宜之 氏
	次世代育成のために何ができるか	話題提供: 松下電器産業(株) 理事 社会文化グループマネージャー 小西ゆかり 氏
ソーシャル・インクルージョン	環境、福祉、人権の統合的な取り組みについて	環境省事務次官 炭谷 茂 氏
	バリアフリー学習ビデオ制作と人権への配慮	話題提供: 花王(株) 広報部門社会・文化グループ部長 嶋田 実名子 氏
	内なる国際化の視点から社会貢献活動を考える ～難民支援の現場からの提案～	難民支援協会 事務局長 筒井志保 氏 ビルマ人・条約難民 ティン・ウイン 氏 難民支援協会職員 石川えり 氏、鹿島美穂子 氏
	ホームレスと雇用創出 ～ソーシャル・インクルージョンを実現するために	(NPO法人)自立支援センターふるさと会 理事長 水田 恵 氏/理事 成清正信 氏
ソーシャル・インクルージョン	障害者福祉に新風を吹き込む、ばれっとの挑戦	(NPO法人)ばれっと 理事長 谷口奈保子 氏

課題	テーマ	スピーカー (所属、役職は講演当時のもの)
	各社における障害者支援活動の現状と今後の課題	
	ソーシャル・インクルージョン社会の実現に企業が果たす役割	(有)ビッグイシュー日本 代表 佐野章二 氏
ヒューマン・セキュリティ	国際開発協力におけるNGOの役割	(NPO法人)シャブラニール=市民による海外協力の会 代表理事・恵泉女学園大学教授(国際開発学、NGO論) 大橋正明 氏
	各社における国際協力活動の現状と今後の課題	
	国連レニウム開発目標について	国連開発計画 東京事務所次席代表 近藤 猛 氏
	日本企業の社会・開発への貢献を促進する可能性を探る	国連開発計画(UNDP) 資金・戦略的パートナーシップ局長(総裁補) ブルース・ジェクス 氏 グローバル・プログラム・マネージャー サンジェイ・ガンディー 氏
	開発における企業の貢献	日本赤十字社九州国際看護大学学長 喜多悦子 氏
社会起業家精神の醸成	社会的起業の意義と可能性～日英の社会起業家交流から	(NPO法人)日本NPOセンター常務理事 山岡義典 氏
	社会起業家の成長段階と求められる支援のあり方	(NPO法人)ETIC. 事業統括ディレクター 山内幸治 氏
市民セクターの基盤強化	コミュニティの再考～ソーシャル・キャピタルの視点から考える	「広がれボランティアの輪」連絡会議副会長 山崎美貴子 氏 中央共同募金会企画課長 阿部陽一郎 氏
	「信頼されるNPOの7つの条件」について	民間NPO支援センター・将来を展望する会「信頼されるNPOの7つの条件」起草委員・日本NPOセンター常務理事 山岡義典 氏
	「新たな非営利法人」に関する課税と寄付金税制の動向	国立民族学博物館文化資源研究センター教授 出口正之 氏
災害被災地支援	災害時の企業の救援活動・社会貢献活動を考える～企業の社会責任は果たしているか～	(阪神・淡路大震災の被災地視察)
	新潟県中越地震の支援物資について	内閣府防災統括官付企画官 丸谷浩明 氏 (財)都市防災研究所主任研究員・情報室長 鈴木 聡 氏 新潟県県民生活・環境部 防災局 危機管理防災課長 飯沼克英 氏
	スマトラ沖地震被災地支援活動に関する報告会	日本赤十字社 事業局国際部長 東浦 洋 氏 ジャパン・プラットフォーム評議員 中村安秀 氏 日本紛争予防センター 寺垣ゆりや氏 ピースウインズ・ジャパン 金丸智昭 氏
	日本国内における災害被災地支援資金の現状と課題	中央共同募金会 企画広報部副部長 阿部陽一郎 氏
	災害被災地支援の国際的な動向について	大阪大学大学院人間科学研究科教授 中村安秀 氏
	新潟中越地震被災地災害ボランティア活動センターの運営と支援に関する調査結果について	新潟県中越地震における災害ボランティア・市民活動支援に関する検証プロジェクト会議 事務局: 石井布紀子 (有)コロバねっと 取締役 メンバー: 阿部 陽一郎 中央共同募金会 企画広報部副部長 田尻佳史 日本NPOセンター事務局長
	パキスタン北部地震被災地支援活動に関する報告会	日本赤十字社 事業局国際部長 東浦 洋 氏 ジャパン・プラットフォーム評議会議長 大西健丞 氏 ジャパン・プラットフォーム事務局長 高松幸司 氏 (社)日本国際民間協会の元パキスタン事業統括 林田麻理子 氏 (NPO法人)JEN プログラム・オフィサー(パキスタン担当) 渡辺知花 氏
	災害時支援への戦略的な取り組み	マイクロソフト コーポレーション パイス・プレジデント マイケル ローディング 氏
	能登半島地震被災地支援活動に関する報告会(1%クラブ主催)	報告者: <現地関係者> 櫻井定宗 日本青年会議所石川ブロック協議会会長 <災害ボランティア活動支援プロジェクト会議 関係者> 阿部陽一郎 支援P事務局/中央共同募金会・企画広報部副部長 石井布紀子 支援P事務局/コロバねっと取締役 桑原英文 市民による国際協力団体JPCOM代表 栗田暢之 レスキューストックヤード・代表理事 渋谷篤男 全国社会福祉協議会全国ボランティア活動振興センター所長 田尻佳史 日本NPOセンター事務局長 長沢恵美子 1%クラブ・コーディネーター
	ジャワ島中部地震被災地支援活動に関する報告会	<活動報告> 日本赤十字社 事業局国際部長 田坂治 氏 同 ジョグジャカルタ駐在代表 五島美保子氏 ジャパン・プラットフォーム代表理事 長有紀枝 氏 日本国際民間協会の事務局長 折居徳正 氏 国境なき子どもたちプログラム・ディレクター 森田智 氏 <視察報告> (株)東芝 社会貢献室長 日比野亨 氏 (株)大和証券グループ本社 CSR室次長 金田晃一 氏
	中越沖地震被災地支援活動に関する報告会	報告者: <現地関係者> 浅野 泰彦 柏崎市社会福祉協議会 事務局長 李 仁 鉄 にいがた災害ボランティアネットワーク スタッフ <災害ボランティア活動支援プロジェクト会議 関係者> 鳴海 孝彦 青森県社会福祉協議会ボランティア・市民活動センター所長 阿部陽一郎 支援P事務局/中央共同募金会・企画広報部副部長 田尻佳史 日本NPOセンター事務局長 長沢恵美子 1%クラブ・コーディネーター