

特集「CSVフォーラム」
第2部 パネルディスカッション

企業が取り組むCSV・CSRの実践

パネリスト / 久野 彰彦 (株式会社愛知印刷工業 代表取締役社長)
村田 元夫 (株式会社ビー・エス・サポート 代表取締役)
城山 裕美 (株式会社フルハシ環境総合研究所 研究員)
コーディネーター / 鈴木 健司 (日本福祉大学経済学部 准教授、
日本福祉大学知多半島総合研究所地域・産業部 部長)

1. 企業の地域貢献活動への取り組み —株式会社愛知印刷工業、株式会社 ビー・エス・サポートの実践報告—

【司会】 第2部を始めさせていただきます。パネルディスカッションに入る前に、パネリストの久野さんと村田さんをご紹介させていただきます、お二方よりCSV・CSRの実践についてご報告いただきます。

最初に、久野彰彦さんをご紹介いたします。久野さんは現在、株式会社愛知印刷工業の代表取締役社長でいらっしゃいます。2007年度より代表取締役社長に就任されました。2008年には知多半島の暮らしの情報誌「ペコロス」を創刊され、8年目に入られたところです。本日は皆さんのお手元に、1月25日発行号をご用意いたしました。

久野さんからの実践報告については、紹介ビデオを流します。スクリーンをご覧ください。

●「三方笑顔」となるCSV・CSRの実践

【久野】 愛知印刷工業の久野と申します。よろしくお願ひいたします。「企業が取り組むCSV・CSRの実践」ということで、私

どもの活動実践をビデオでご紹介させていただきます。

○知多半島北部に密着した暮らしの情報誌 「ペコロス」を発行

「ペコロス」は、知多半島近郊の暮らしに密着したローカル色豊かなフリーペーパーです。

〈ペコロス コンセプト〉

街が活性化すれば、毎日の暮らしはもっと楽しくなる。コミュニティの輪も広がって、住んでいる街がもっとも好きになる。そんな思いをコンセプトにして2008年12月に「ペコロス」を創刊いたしました。

ペコロスとは、知多市日長の特産品で、小さなタマネギのことです。むいてもむいても情報が出てくる、という期待を持たせました。知多半島近郊の暮らしの情報誌として、「見て」楽しみ、「読んで」楽しみ、「行動して」楽しめることに加えて、衣・食・住・遊・飲・健・美・医・歌・観……と、あらゆる分野での情報発信を目指します。

〈媒体概要〉

配布エリア / 知多半島近郊 (大府市、東海市、知多市、東浦町、阿久比町、半田市、常滑市、名古屋市緑区、南区)、発行部数

/10万部、発行/隔月（奇数月の25日）

○地元大学 経済・経営学部の学生との交流

- ・日本福祉大学 経済学部
テーマ
「民間営利企業の経営者・管理者から企業・事業体の経営・運営の真髄を学ぶ～経営理念を経営戦略に活かす～」
（学生・職員計15名）
- ・星城大学 経営学部
テーマ
「観光まちづくり実践セミナー～地域に密着した企業がまちづくりに果たす役割～」
（学生・職員計30名）

○工場見学・職場体験を積極的に推進

- ・東海市社会福祉協議会主催 民生委員・児童委員連絡協議会（参加者20名）
- ・一般市民のボランティアスタンプ 記念研修会参加（参加者37名）
- ・東海市観光協会主催 親子産業観光見学会（参加者37名）
- ・東海商工会議所主催 街のふれあいゼミナール（参加者4名）
- ・愛知県内 中学校・高等学校の職場体験学習の数々（約10年間で受講生徒計200名以上）

○愛知印刷工業 CSV・CSR実践のためには

〈経営理念〉 三方笑顔～みんなニコニコ～
〈行動指針〉

①売り手ニコニコ

社員とその家族の生活の安定、向上を最優先に考えます。また、協力会社様の繁栄にも貢献します。

②買い手ニコニコ

お客様に満足と感動を与えるサービスを提供します。また、利他の精神を発揮し、お客様の繁栄に貢献します。

③世間ニコニコ

法令を遵守し、仕事を通じて地域社会の発展に寄与します。また、自然を畏敬・親愛し、地球環境の保全と美化に貢献します。

われわれ、株式会社愛知印刷工業グループの経営者・社員・そして関わる全ての協力会社が一枚岩（運命共同体）となり、進むべくベクトルを合わせ、いかなる環境下にあってもブレない経営をすることがCSV・CSRの絶対条件であると思います。

本日は、よろしく願いいたします。

【司会】 続きまして、村田元夫さんのご紹介をさせていただきます。

村田さんは現在、株式会社ピー・エス・サポートの代表取締役でいらっしゃいます。一般財団法人日本総合研究所研究員を経て、1994年に株式会社ピー・エス・サポートを設立されました。企業や病院の経営コンサルティングに加え、環境、福祉、農林漁業など次世代型産業の経営支援などに取り組んでおられます。また、さまざまな要職にも就かれ、ご活躍中です。では、実践報告をお願いいたします。

●中小企業だからこそできる地域志向のCSR

【村田】 ピー・エス・サポートの村田と申します。よろしく願いいたします。「企業が取り組むCSV・CSRの実践」ということで、特に中小企業での実践、私に関わら

せていただいていることをお話ししたいと思います。

さて、私どもの「ピー・エス・サポート」という社名については、「パラダイム・シフト」の頭文字PとSを取りました。23年前に創った会社ですが、当時考えたパラダイム・シフトというのは、言ってみれば、「経済の位置づけを変える必要があるのではないか」ということだったように思います。社会に出て働くとなると儲けることを考えますが、経済が目的になると社会はおかしくなります。そういう意味で、経済は手段として位置づけることが大切だと思います。人間と社会がどう付き合うか、人間と環境がどう付き合うか。そこを目的として、人と社会と環境をうまく循環させるために経済を手段として使う。そのようなことを考えながら活動してまいりました。

今からお話しする内容は、この後のディスカッションで討議するために、ふろしきを広げるような話になります。ここでは4つのこと、すなわち一般社団法人CSRコミュニティ、愛知CSR推進研究会、半田CSR推進研究会、ソーシャルビジネスサポートあいちについてご紹介します。いずれにせよ、東海3県の中小企業の活動についての話です。

布というのは、縦糸と横糸があって一枚の布になります。それを企業に置き換えて、1本1本の縦糸が地域の中小企業ということならば、私のピー・エス・サポートという会社や私の関わっている団体というのは横糸を通す役割を果たしていることになります。その縦糸と横糸が一体となってCSR活動のコミュニティができていくだろうと、そんな考え方で進めてまいりました。

〈活動実践内容〉

①一般社団法人CSRコミュニティ

一つ目は、CSRコミュニティです。この地域でCSRに取り組んでいる会社が集まっていたら、一緒に仲間の輪を広げるための活動をしてまいりました。

・天然系（内発的な）のCSRに取り組む中小企業

私は以前、環境省の依頼で中小企業のCSRへの取り組みについて調査しました。環境省の資料を見ると、われわれの地域には地域貢献的な企業がたくさん存在するということがわかりました。先ほど城山さんのお話にもありましたが、CSRの取材にうかがうと、「CSRって何だ。そんなもの知らないぞ」とおっしゃるわけですが、話を聞いてみると、「社長、まさにそれがCSRですよ」というわけです。調査を終えたときには、これらの経営者たちは、大手企業のCSRとは異なり、「天然CSR」というに相応しい内発的なCSR活動をしておられると感じました。大手企業というのは外発的に、リスクマネジメントとしてCSRを始めるところが多いと思います。一方、すべての中小企業ではないけれど、一部の中小企業は内発的にCSRに取り組んでいるといえます。そこで、そういう仲間を増やすための活動に取り組んでまいりました。

どんな活動かという、最近では2か月に1回、CSR見学会を行っています。難しいセミナーを開催しても、中小企業は繰り返し参加できる状況ではありません。そこで、できるだけ生のCSR現場を見ていただくこうと、2か月に1回程度の見学会を実施しています。

もう一つ大事なことは、仲間を増やすことで、そのためにCSRを「見える化」する

活動をしています。ややもすると専門家は「もっとCSRに取り組みましょう」と普及啓蒙してしまいがちですが、実はいろいろな会社を訪ねてお話をうかがうと、「あっ、それCSRの一部ですよ」ということがほとんどだと気づきます。新たにCSRに取り組むことを勧めるよりも、むしろ、すでに実践していることをCSRの視点で編集することが求められているのです。だから、これは一つのCSRですよと外の目で「見える化」してあげることが大事な活動の一つだと考えています。

ただ、仲間を増やすといっても、なかなかCSRに取り組んでいると大手を振って言える会社は少ないのです。そこで、中小企業の経営者はCSRの何に価値を感じるかと考えた末に、やはり新規採用においてではないかということにたどり着きました。そんなわけで、CSRに取り組む会社は、採用に有利になるという仮説のもとに、学生とのマッチング事業なども進めてきています。

②愛知CSR推進研究会

CSR仲間を増やすために生まれた一つのプロジェクトとして、愛知CSR推進研究会というのを2014年に立ち上げました。実は、前述の「天然CSR」以外、仲間があまり増えていないのです。普通の中小企業がCSRに取り組みたくなるためのインセンティブをつくりたい。そこで、愛知県にバックアップしていただき、地域の経済団体、大手企業、金融機関、大学にも加わっていただき、愛知型のCSRの認定制度をつくろうと協議しているところです。いずれ、自治体でCSR企業を認定してもらい、愛知県がこれを表彰するなどの制度化を目指しています。

・企業規模や業界によって、CSR浸透に対するニーズや動機が異なる

CSRへの取り組みを広めるにあたっては、そのキーマンを抑えておく必要があります。業界ごとにそのキーマンは違います。土木・建設業に対しては、発注者の自治体がキーマンとなってCSRにインセンティブを与えることが大事です。また、製造業であれば、大手メーカーのCSR調達がキーになります。サービス・小売業ならば、消費者の購買行動にCSRの要素をどこまで訴求するかがキーになるでしょう。すべての企業に影響力を持つ金融機関には、融資優遇や経営支援の手段でCSRの取り組みを支援するキーマンになって欲しいのです。これらのキーマンに集まってもらい愛知CSR推進研究会を運営しています。

③半田CSR推進研究会

愛知県という広い範囲ではなく、もっと地域密着型でやろうということで、半田市では半田CSR推進研究会を設けていただきました。地域の商店や大手メーカーの工場、また商工会議所、行政も参画して活動しています。先般も、市長と本研究の懇談会を開催し、半田でCSR認定もしくはCSR表彰を進めることへの了解を得たところです。

④ソーシャルビジネスサポートあいち

もう一つ、CSRとは謳っておらず、さらに小規模な活動になると思いますが、もともと地域課題を解決するための事業である、ソーシャルビジネスを支援するネットワークを愛知県内で立ち上げました。愛知県、名古屋市、日本政策金融公庫、あいちコミュニティ財団、地元の金融機関と共に

ソーシャルビジネスを支援する活動をしています。

ということで、中小企業を中心にCSR活動を進めるために動いていますが、大企業におけるCSRとの違いを踏まえ、いろいろ比較しながら取り組まねばならないと考えています。

中小企業の企業体質というのは、イメージとして「植物」です。つまり、地域に根ざしていないと生き延びていけない体質なので、どうしても持続可能な経営をするためには「地域志向」である必要があります。中小企業にとっては地域で生き残るためにCSRは大事だ、というように位置づけて活動しています。

以上です。またパネルディスカッションでお話したいと思います。よろしくお願いいたします。

【司会】 ありがとうございます。

それでは、基調講演をいただいた城山さん、そして久野さん、村田さんの3名の方でパネルディスカッションを進めてまいります。なお、ここからの進行は、日本福祉大学知多半島総合研究所 地域・産業部部長の鈴木健司が務めます。よろしくお願いいたします。

2. 経済的価値と社会的価値（地域課題の解決）の両立をめざして

●CSR・CSVはなぜ必要か？ 取り入れるメリットは？

【鈴木】 それでは、ここからは私が進行を務めさせていただきます。あらためまして、パネリストをご紹介します。まず、株

式会社フルハシ環境総合研究所の城山裕美さんです。そして、実践報告を紹介いただきました、株式会社ピー・エス・サポート代表取締役の村田元夫さんです。そして、株式会社愛知印刷工業代表取締役社長の久野彰彦さんです。よろしくお願いいたします。

さて、今回のフォーラムのテーマは「地域にある共通価値の再発見と創出 ～CSVの実践とその課題～」ということです。最初に城山さんからCSRとCSVの違いも含め、非常に興味深い事例についてご紹介いただきました。その後、話題提供ということで、久野さんと村田さんからそれぞれプレゼンしていただきました。

そこで、このパネルディスカッションですが、そうはいつでもCSRやCSVはなぜ必要なのか。それについて、お三方はそれぞれの立場で説明されてきたと思いますが、もう一度そのお考えを確認したいと思います。CSRやCSVを取り入れるメリットというものを説明していただければと思います。

●ぶれない会社経営の根底にCSRは必要

【久野】 弊社がCSRを取り入れている最大の理由は、ぶれない経営をするためには根底にCSRが必要だと思っているからです。弊社は印刷業ということで、情報を扱っているわけです。製造業的な一面もありますが、私としては情報サービス業的な側面のほうが強いように感じています。だから、情報誌を作っています。情報を地域に回すことによって街が元気になり、そして住んでいる人たちも元気になるのではないかと、という思いで情報誌を作っています。また、職場見学をしたり、地域の大学さん

からオファーをいただいたり、今後この地域もしくは日本を支えていくであろう学生たちと直接情報を共有しています。お互いに刺激し合いながら確かな考え方を共有すること、これもCSRということで、社会貢献につながるのではないかと考えています。このように会社としてはCSRを意識しながら経営に取り組んでいます。

【鈴木】 先ほど久野さんの紹介ビデオで、「三方笑顔 みんなニコニコ」とありました。「三方よし」という言葉から、「ニコニコ」というふうに踏み込んで企業経営されているのだと思います。そういう会社の理念がぶれないためにもCSRやCSVに取り組んでいるのだ、というお答えでした。

そのところの話を、実は村田さんはプレゼンの中で、いみじくも指摘されていました。「天然系、つまり内発的なCSR」ということです。外発的なものでなく、自分たちが必要だから内発的にCSRやCSVに取り組んでいるということです。もう一つ、さらに事業案として人材発掘事業の概要をお話しましたが、CSRを進めていくと学生の採用活動にも役立つのではないかというお話でした。本日は、学生も聴きに来ておりますので、こういうCSR活動をするとう人材育成や人材を調達するところにメリットみたいなものがあるかどうかも含めてお聞かせいただきたいと思います。

●CSRにより、外の目を自社の経営に取り入れることができる

【村田】 なぜCSRが必要かというところから話しますと、企業側からすると、やはり外の目をきちんと自社の経営に取り入れていけるメリットがあるからです。CSR

のR = Responsibility（責任）というのは、responseとabilityに分けて理解するという話を聞いたことがあります。そうすると、「対応能力」ということですね。外に対する、外からの視点に対する対応能力ということなんです。

また、地域では、今やコミュニティがどんどん崩れています。行政は何とかしたいけれど、財政難でなかなかできない。ならば、その住民や地域の会社が何とかしなければいけないことになってきますが、そこでCSRが注目されてくるわけです。ただ、CSRは大事だといっても、企業にどんなメリットがあるのかという議論がずっとあるわけです。最近でこそCSRは業績向上に結びつくという論（≒CSV）が出ていますが、少し前まではそんなことはいわれることなく、そういうなかで出てきたのが「人材採用上のメリット」という視点なのです。これなら今は大学でも経営学や経済学、キャリア教育の中でCSRの講義がされていると聞きますし、そういう講義を聴いた学生は、自分が就職するならブラック企業ではなくて、少しはグレーのところがいいのではないかと思われるのではないのでしょうか。そういう意味でCSRを実践するメリットとして、人材採用に有利に働く効果があるということを言いたいです。

【鈴木】 CSRやCSVに取り組んでいる会社はグレーじゃなくて、私からみるとホワイトかなと思います。

【村田】 中小企業はホワイトでは会社は成り立たない、と私は思っています。

【鈴木】 なるほど。ともあれ、企業側のメ

リットはあるわけですね。地域のコミュニティが崩れてきている中でCSRやCSVが大事になってくるというのは、これは企業だけではなく、住民にとっても大事なことだと思います。ただ、企業が地域の諸課題、問題に目を向けているということは住民には、あまり知られてないかもしれません。そこを踏まえて、まずは企業から、地域のコミュニティが崩れているところにCSR、CSVが大事になっているというご指摘でした。

さて、基調講演で非常に興味深い事例紹介をしてくださった城山さんは、事例紹介にあったような企業等へのヒアリング活動をいろいろされたと思います。先ほどのお話に付け加える形でも構いませんので、もう一度CSR・CSVを企業が取り入れるメリット、必要性についてお答えいただければと思います。

●CSRは企業存続の基盤、事業拡大・発展に寄与。CSVは経営戦略となり得る

【城山】先ほどの講演の内容と少し重なりますが、まず、CSRには2つのCSRがあると考えています。一つは「守りのCSR」、もう一つは「攻めのCSR」です。守りのCSRは、コンプライアンスやリスクマネジメントのために行うものであり、企業が存続していくための基盤になるというメリットがあります。一方、攻めのCSRは、守りのCSRを固めたうえで展開していったところですが、たとえば環境に配慮した製品を作るとか、社会貢献に通じるようなサービスを展開するケースなど、そういったところで自社の事業を拡大・発展させていくようなメリットがあると思います。

さらにCSVになると、それを経営戦略

に取り入れていくことができます。さらに、これは大変なことですが、社会的課題を解決していくことと企業としての利益を追求していくことを両立させていくメリットがあると考えています。

●CSRに取り組む中、CSVへはどう対応？

【鈴木】CSRには、守りと攻めのCSRがあって、それをうまく考えることで事業経営を拡大・発展させていく。そういうメリットがあるだろうということです。それで、CSVについては、もう少し経営戦略的なところで取り入れる必要性があり、そこにメリットがあるということでした。

今回はCSVフォーラムというわけですが、なかなかCSVとCSRの違いをとらえられないわけです。基調講演でも城山さんからは、「そんなに区別することはない、まったく違うものではない」というお話がありました。それでもまだ会場にいらっしゃる方にすれば、恐らく疑問が残ると思います。なぜCSVなのか、なぜCSRなのか。

そこで、久野さんにお聞きしたいと思いますが、CSRに取り組んでこられたとのことですが、CSVというような考え方に対して何か違和感がある、あるいは「ここはそうだよ」と納得できる場所があればお聞かせください。

●内なる規範をCSRで培い、経営戦略としてCSVを取り入れるのが理想

【久野】城山さんの基調講演をお聴きして、私も目からウロコが落ちるような話が結構ありました。CSRにしてもCSVにしても、城山さんの言葉をお借りすると、まず基本としてコンプライアンスのための「守りのCSR」が根底にないと、攻めの

CSRもCSVもできないのではないかということですが、弊社に置き換えてみると、うちの経営は真っ赤っ赤で、利益も出ていません。社員教育も徹底しておらず、社員はてんでばらばら。そんな状態で、はたして地域で良いサービスはできるのだろうかかと考えると、やはりそれは難しいと思います。お金のこと一つとっても、利益を出して初めて納税ができるわけです。また、何かアクションするにもまずは利益を確保して、それから外に対していろいろ発信していくための力にその利益を使っていくことになります。だから基本的には、内なる規範というものをCSRという形で今は培い、そして理想としては、CSVという形で経営戦略のほうに取り入れることができれば、そこはまた一つ前進できるのではないかということです。今後はそこを意識してやっていけたらいいかなと思っています。

●CSR活動のコミュニティにおいて、CSVはなじむか？

【鈴木】 CSRとCSV、今までのお話を聞いていても、何となく違いがわかってきた、あるいは似ているところもわかってきた、というふうに理解できたように思います。

そこで、もう少し議論を深めたいと思います。村田さんにお聞きしたいのですが、先ほどのプレゼンでは、中小企業を一つの地域の縦糸にして、そしてピー・エス・サポートさんや団体さんが横糸になることで地域のCSR活動のコミュニティを広げていくという話をされました。そのへんを考えると活動されているということですが、そのようなCSR活動のコミュニティにおいて、CSVという考え方はなじむのでしょうか。

●中小企業が取り組む「天然系CSR」は、実際にはCSVのことも

【村田】 CSVという言葉はなじまないのですが、実際の内容については中小企業の方がCSVになじんでいると思います。というのは、中小企業は大企業と違って、リスクマネジメントのために人材や予算をなかなか投入できません。しかし、もともとビジネスチャンスとか儲けのためなら投入するわけですね。それで、儲けるといったときに、一部の企業ですが、社会性と経済性を交えて天然（内発的）にやってきた会社があるという意味で、中小企業が取り組んできた「天然系CSR」の中身はもともとCSVという感じなのです。われわれからすれば「マイケル・ポーターさんはいい概念をつくってくれた。これで仲間がもう少し増えるかもしれない」と思っているぐらいです。中小企業のCSRは、そもそもCSVでないと成り立たないので、CSVというのは大企業向けに新たにつくった言葉であり、経済学者の言葉だと思っています。

【鈴木】 そもそも中小企業が活動して、活動を維持していくところでは、社会性と経済性を兼ね備えなければいけないということ。そういうことからリスクマネジメントの面も出てくるだろうということ。そうすると、実は社会性、経済性を踏まえたCSR活動をしていくのだけれど、実はそれはCSVの活動とイコールだというご意見だと思いました。

【村田】 もう一つ、いいですか。ただ大企業のある会社なんかは、CSVという概念が入ってきたときに、「それって、うちは以前からやっているよ。わが社はあえてCSV

なんて概念を取り入れなくても、今までのとおりにやればいいんじゃない？」というふうにおっしゃった会社があります。奢った考え方かもしれませんが、そんな考え方の大企業もあったということです。

●「結果的にCSV」でも、うまく機能するか？

【鈴木】 マイケル・ポーターの理論は、大企業で利益を獲得するための経営戦略を社内専門的に考える部署があるようなところだと非常に乗りやすかったのではないかと思います。ただ、そうはいつでも、そういう大企業だけでなく、中小・零細企業の社長さんは恐らく考えがきちんとできている、あるいは少数数のスタッフの中で一つの部署をつくるのではなくて社員全員でそういうことを考えながら活動しているのではないかと。そういう意味では、実はCSV活動しているといえるかもしれません。

そこを踏まえて、城山さんがご存じの企業で、それほどの大企業と比べてではなくて、本当に少ない人数で活動されている企業で、CSVを念頭において、あるいは結果的にCSVになっていくのかもしれませんが、そういう企業は外からみてうまくいっているのでしょうか。

●トップに強い思いがあれば、社内にCSR・CSVは浸透しやすい

【城山】 うまくいっている会社というのは、中小企業の場合だとトップの方の思い入れが強い会社です。中小企業ではトップからのメッセージが浸透しやすいので、そういう意味で、会社が丸丸となって取り組んでいる事例がみられると思います。

まさに、講演でご紹介した朝日メンテナンス工業さんは、トップの方がISO14001に非常に興味があって、監査の際のコメントもA4用紙にびっしり細かい字で「こうしていきたい」ということを書かれています。そういう会社は、やはり社員にトップの思いが非常によく浸透しており、皆がCSVと認識されているわけではないけれど、自然と取り組みが進んでいる会社が多いです。経営層にそういう概念がない場合はどんなふうに展開していくのか、それは私もわからないところではあります。そういう場合は、経営層に「こういうものがあって、こういう状況で、こういう理由から必要なんです」ということをいかにうまく伝えていくかが必要でしょう。そういう面が、企業の中では悩まれているところだと思っています。

●外発的なCSR・CSVは、継続・定着するか？

【鈴木】 経営層、あるいはトップに思いがあるような会社は、わりとCSRやCSVがうまく機能しているのではないかと。これは、村田さんがおっしゃった「天然系、内発的なCSR」と重なるような意味合いになると思います。だとすれば、実は経営層にあまり思い入れがなくて、外発的にやらざるを得なくなったような企業の場合、どんなにCSRやCSVを会社に取り入れても、表面的には落ち着くかもしれませんが、表面的にも続かないものなのではないでしょうか。城山さんから、引き続きコメントをいただければと思います。

【城山】 外発的なものがないとCSVは続かないか、ということですね。外発

的なものがなくても、村田さんからお話がありました、企業たるものはどうしても利益をあげていかなければいけない。そういうとき中小企業はいろいろな思いをめぐらせるわけです。どういうところで収益があがるのだろうか。そういうふうにしてたどり着いた先がCSVにつながっていることはあるのではないかと思います。そういう中小企業をみていると、個人個人の能力が非常に発揮されており、女性も含めて会社の将来を真剣に考えているところが多かったりします。そういうところでは、外発がなくても自発的にCSVに近いものにたどり着いているのではないか、というふうに思っています。

【鈴木】 ありがとうございます。では、外発的なものとしてCSRとかCSVとかを実際にやっているようなところがあるかどうか。外発的にやらざるを得なくなってしまう企業の事例があれば教えてください。村田さん、いかがでしょうか。

● CSR 認定制度が、企業のCSR活動のきっかけに

【村田】 大企業はほとんどがそうだと思いますが、中小企業だとやはり本来はないですね。経営者が本気でないのに、外発的な理由によって続くことはあり得ないと思います。ただ、横浜には横浜型地域貢献企業認定制度というのがあり、10年ぐらい続いています。

それで、従業員10名ほどの某造園会社では、認定を受けようということで少しずつ活動を始め、申請し、地域貢献企業に認定されました。そういう制度があったからこそがんばって、いわゆるCSR活動に取

り組んでいたら、お客さんも増えたということ。そこはある意味では外発的というか、外の制度があって取り組んだ会社です。それで、この事例は非常に参考になると思います。

というのは、先ほどから申し上げている天然系CSRというのは、自分で好きにやっているようなところで、そういう私たちの仲間は現在30社ぐらいになりますが、そこから全然広がらないという悩みを私は抱えています。それで、どうしたらいいかと考えて、横浜市の事例を参考に先ほどご紹介した愛知県のCSR認定制度づくりを目指しました。実は、その横浜の造園会社は、誰でもやれるようなことをCSR活動として積み重ねているのです。これなら天然系でなくても、どこの企業でも真似できるのではないかと思います。どんなことをやっているかという、たとえばお客さんから発注を受けて見積もりを出すわけですが、538,973円という具合に、実際に積み上げると下一桁の何円まで出ます。それで、商売の交渉においてはたいていの場合、「1,000円以下はまけてください」と言われます。そうすると、それはのまざるを得ないのですが、「この下三桁の973円はCSR活動に、地域の緑化活動に使いますので、お支払い願います。わが社も同額分を出して、973円×2をCSR活動に使います」というふうにしているのです。年商2~3億の会社で、下3桁の合計が1年間で50万円ほどになるそうです。そういう活動をしておられます。「ついでに、無理をしないCSR」というコンセプトで取り組んでいる会社です。これはどの中小企業でも真似しやすいという意味で非常に参考になると思います。

●CSR認定取得のメリットは？

【鈴木】非常に面白い事例の紹介をしていただきました。そこで、お話に出てきたCSRの認定に関して話を進めていきたいと思います。実は、久野さんの会社、愛知印刷工業さんは業界によるCSR認定を受けておられます。そのCSRの認定を受けた動機とその認定基準についてご紹介いただければと思います。

●CSR認定で会社経営のセルフチェックを

【久野】むちゃ振りですね(笑)。そのCSR認定について、当社は印刷業界では全国で79社目に取得しました。取った動機は、認定企業になれば仕事が増えるのではないかということよりも、どちらかというと、会社のセルフチェックのためです。企業として経営の方向が間違っていないかどうかをチェックしたいと思ったからです。

と申しますのも、チェック項目は全部で8項目あり、その1項目ごとにまたたくさんの項目があるわけです。たとえば、財務という項目の中では最低3つ以上にチェックが付かないとダメとか、地域貢献としては情報誌を出しているとか、職場見学を開催しているというふうに、8項目全体でバランスよく、トータル的にクリアしていないと受けられないものなのです。先ほど村田さんから横浜市認定制度のお話がありました。印刷業界では、一番大きい日本印刷産業連合会という団体が横浜市立大学の影山摩子弥先生に委託して、その先生のところが審査する形になっています。それで、当社は認定されたわけですが、はたしてお仕事につながっているかといったら、まったくつながっておりません(笑)。ただ、せっかく取得したわけですし、うちの印刷

物にはそのCSRマークが印刷できるので、「ペコロス」にもそのマークを入れていきます。今後、地域のいろいろなところで社会的貢献、社会的責任というものが浸透していく一助になればいいなど、そういう気持ちです。

【村田】何年前に取ったんですか。

【久野】2年ほど前です。

【村田】あと3年間のうちにはプラスになりますよ。

【久野】そうですね、ありがとうございます。

【鈴木】CSRの認定に関して、久野さんは会社経営のセルフチェックが一つの大きな理由ということでした。誰がセルフチェックするかというとき、自分でチェックするというのはかなり重要ですか。また、必要ですか。

【久野】やはり評価するのは第三者でないといけません。自分ではよいと思っても、やはり他人から見たら全然よくないことがあると思います。「ペコロス」にしても、うちの会社にしても、いいものを出している、いい仕事をしていると思っても、はたして発注側や読者にとっては本当にいいサービスなのか、いい商品なのか。本当にいい商品だと思ってもらわないと自己満足で終わってしまい、それは怖いことです。そういう意味で、第三者の目で評価をしていただいて、それが妥当なのか、それとも不合格なのか、そうい

うことは常にやっていかなければいけないと思います。

●横浜型CSR企業認定制度ができた経緯は？

【鈴木】 評価というのは、学生だとテストで評価されるのは嫌なことだったりするわけです。逆に、評価といっても、自分のことを適切に評価されると非常に励まされるし、自信にもなります。それで、企業に対する評価というのは、従来はたいてい売上が対象となるわけですが、それとは違い、外部からの評価基準としてCSRみたいなものがあって、それをクリアしていくことで企業活動を推進していける、ということだだと思います。

その認定に関して、村田さんにお聞きしたいことがあります。そもそも、横浜の地域貢献企業を認定する制度は、横浜市がつくったのですか。そのあたりのことを少しご紹介いただけますか。

●志ある行政職員の「地域企業とは何か」という問いから始まった

【村田】 そのことについては、2年ほど前に私も取材に行きました。その制度をつくった、そのルーツとなる人物は誰かということで何人かに聞いて回ったのですが、もともとは横浜市の行政職員の方でした。行政職員というのは3年ぐらいで配置換えになりますよね。ところが、その行政職員は、吉田正博さんという方ですが、なぜかずっと経済畑を歩んできたという稀な方で、なおかつ吉田さんには志があって、地域に根差す企業の重要性を考えておられたわけです。そのときに横浜市立大学の先生と、もうひとかた、久野さんのような印刷

業界の青年会議所などで活躍されていた方たちがちょうどうまく出会って、話し合っ、協議会ができて、それで公的な評価機関みたいなものをつくっていったということです。

では、なぜ行政職員の吉田さんがそういう志を持ったかということです。横浜には大手企業がありませんということですが、実はトヨタ自動車と競合するような有名な会社があります。ところが、やはりその工場は安い土地に出ていくわけです。横浜市としては相当説得したけれど、経済的な理由で外に出ていってしまい、これに関して非常に悔しい思いをしたそうです。これでは地域はよくなると思ひ、「では、地域企業って何だ」とずっと考えてこられた。大企業だの中小企業だの大きさではなくて、企業って何だろうと自身に問い続けて考えてきて、何年かかかってつくった制度だと聞いています。

●認定制度づくりで、音頭を取るの？

【鈴木】 行政の方が強い思いを持って、そのような認定企業や認定制度をつくるというのは、私からすると驚きであり、非常に面白いお話でした。実はマイケル・ポーターは、「政府の規制というのは、適切な規制ならば企業の活動はいいけれど、へたな規制をするとつぶしてしまうので、そのへんはよく考えるべきだ」ということをCSVの論文の中に書いています。

そういう意味で、城山さんにお聞きしたいのですが、認定基準や認定機関をつくる時には行政が音頭を取った方がいいのか、それともコミュニティ財団のようところでつくったほうがいいのか、お考えをお聞かせ下さい。

●さまざまな主体が集まるプラットフォームで話し合うのが理想的

【城山】 私は、財団とのつながりが薄いので状況はよくわかりませんが、行政については、村田さんがおっしゃったように、担当者が頻繁に替わるわけです。それで、いろいろな部署に回されていくうちに志が薄れたり、志が継承されていかなかったりするわけです。だから、そここのところを改善する方法があれば、行政が音頭を取ることも不可能ではないと思っています。

理想的なのは、行政だけでなく、財団や株式会社や民間などさまざまな主体が集まって、プラットフォームみたいなものをつくって、そういうところで認定基準のあり方などについて話し合う機会を設けることができれば非常に理想的だと思います。

【鈴木】 行政の担当者は頻繁に部署を替わるということですから、行政を含めてさまざまな主体が集まってプラットフォームをつくったほうが良いということ。それがまさに愛知CSR推進研究会だったり、これから半田で進めようとしていることだと思います。

そこで、また村田さんにお聞きしたいのですが、行政はこういうプラットフォームをつくる時にどういう役割を果たすべきか、というところをお聞きしたいと思います。

●活動の主体は、地元の企業、住人等々。

行政の役割は、褒めること

【村田】 これも前述の吉田さんの受け売りですが…、まず吉田さんという行政の方が最初に志を持って発案されたのですが、これは行政が抱えてはだめだという考えで進

められたそうです。だから、評価機関は外に出した、つまり県主導の外郭団体に出して進めたということです。もし行政が抱えたら、最初のうちは行政から助成金と予算が付くけれど、それはいずれなくなる。そうなった時点でほとんどの制度は失敗しているということなので、そこはよくよく考えたということです。

もう一つは、規制と違って、認定というのは「褒める」制度だということです。だめだというのではなくて、褒める制度を考えたということです。

また、うまく運用してもらうために一番手をかけたのは、実は行政内部への根回しということです。そこに一番気をつけたとおっしゃっていました。そういう話を聞いていても、私は半田で今そういう仕掛けをしているところですが、実は半田も最初は行政主導で、しかも産業課ではなくて、市民活動を支援するような課が担当でした。要するにNPOを活性化させるためには企業の手が必要で、それで企業はCSRの勉強をしつつNPOの方に声をかけて交流会をやっていたわけです。2~3年続けたのですが、集客にだんだん力尽きて困るようになってきたところで、行政主体ではだめだから行政はバックヤードで活動していただいて、地元企業が主体となった研究会方式に変えました。そうしたら、だんだん地元の企業や商店の方が声をあげ始めたんです。「私たちは地元の祭りもがんばってやってる。がんばって人手も出してお金も使う。あと疲れるよね。それで褒められることはあまりないけど、褒められてもいいんじゃない？」というわけです。では市から褒められるような制度をつくりたいということで、「一回、市長と話しさせてよ」と企

業の人がおっしゃったんです。それでCSR認定制度が展開しつつあるわけですが、まだできてはいません。そんな動きがありません。

●CSV・CSR活動を進める中での落とし穴は？

【鈴木】 行政も抱え込むのではなくて、バックヤードでプラットフォームをつくって、そのプラットフォームの上で利害関係者が、つまり企業や団体等で認定制度や褒める制度を構築していこうということ。それは認定基準をつくる時の一つのよいやり方だということだと思います。

さて、今までの話として評価することが大切だということですね。外部から評価をすると、それがセルフチェックにもなるということでした。CSRに取り組むことによって自分たちの企業活動を見直して、さらに事業を推進・発展させていくことができるのではないかと、というところまでは私もお話を聞いて理解しました。

一方で、実はCSR活動やCSV活動を進めていくなかでは、思わぬ「落とし穴」があるのかもしれないとも思いました。うまく回らなくなってしまうとか、活動しているつもりだけど実はあまりいい結果が出なかったというような、そんな落とし穴みたいなところがあるかもしれません。そこで、もしそういうことがあれば、そうなる理由を推測でも構いませんので、教えていただければと思います。久野さん、いかがでしょうか。

●本業あってこそそのCSR活動、ということをお忘れはいけません

【久野】 パスしてもいいですか（笑）。そ

うですね…。先ほどからお話ししているとおり、うちは「こういうことで進めていこう」としても、大手企業のようにそれにかける資金があるわけでもないし、そういう面では手づくり感というか、社員が一人丸となって取り組んでいくような、人づくりみたいなものが根底にあります。そういう意味では、皆さんのお手元にある「職場の教養」という冊子を使うなどして、私自身も含めて社員教育をしています。

ただ、過去に、社員教育に力を入れすぎたことがあります。みんなが元気でなければ会社も元気がないというふうに考えて、活力朝礼ということで、朝から「うれしいなあ！」と大きな声を張り上げたり、「ついてる、ついてる！」みたいなことを半強制的に言わせていました。社員のモチベーションを高めるためにいろいろなことをやったつもりですが、社員にとっては従わなくてはならないということで無理矢理やらされてる感があったようです。それで、「社長、これはちょっとやり過ぎですよ、必要以上にやり過ぎですよ」とクレームをもらいまして、以来少しトーンダウンしています。「職場の教養」のほうは上手に使ってはいるんですが、それくらいですかね。

また、情報誌についてはよいものをつくりたいのですが、それは本業があってこそです。ところが、情報誌のほうに私が関わりすぎて、本業である一般商業印刷のほうとのバランスを若干崩してしまったわけです。そのときも社員のほうから、「社長はペコロスばかりじゃないですか。もっと一般の企業のほうの仕事をみてください」と注意を受けたことがあります。それは大事だなと思いますし、教訓です。

【鈴木】 ありがとうございます。では、城山さんにお聞きします。コンサルタントをされるなかでCSRのことにはよく関与しておられると思いますが、そういうところで落とし穴的なものを感じられたことはありますか。

●一つのステークホルダー、一つの課題にのみ集中するのはまずい

【城山】 会社によって状況は本当にさまざまですが、やはり上場企業の場合は、株主に対して事業を行って利益をあげなければいけないという思いが非常に強い会社だと、やはり一つのステークホルダー、つまり株主に向けてのメッセージになってしまう面があります。だから、そういうところに目がいきがちなのを、もう少し視野を幅広くとって、社会課題や地域課題等に目を向けて活動されていくといいかなと思うことはあります。

【鈴木】 同じような質問ですが、村田さん、お願いします。

●地域や社会の課題を常に考えないと、何のためのCSR活動か分からなくなる

【村田】 社長だけで独り相撲してしまう、というのが落とし穴ですね。それは対外的には事業をやっている感じはすごくあると思いますが…。あと中小企業で多いのは、CSRというと名前に負けてしまって、大手がやっているというイメージから、お金がないとできない、予算がないとできないと思いつていることで、そういう落とし穴があると思います。それはCSRに取り組んでいない企業の落とし穴ですね。でも、実はうまくやっている会社というのは、お

金をほとんど使わずに工夫してやっているわけです。また、実際にCSR活動をやっているところでの落とし穴は、「環境分野でこういう活動を一生懸命やっています」、「障がい者雇用でやっています」というのはよくありますが、そもそもCSRというのは一つの課題を解決すればいいのではなくて、基本的には全方位の分野に向けたものです。ステークホルダーに対してきちんとResponse Abilityを発揮しなくてははいけないわけで、環境のことだけやっていてCSRというのは本当は違うと思っています。だから、ブラックな企業もあるわけですよ、自然保護に非常に熱心な会社にもね。それではCSRとはいえません。そういう落とし穴があります。

たとえば、大企業では、環境対応ということで、植林活動をよくやっています。休日、もしくはボランティア休暇なんかをとってもらって、皆でバスで山へ行って植林するわけです。それで、社員満足ということで考えれば、行って植えて帰ってくるだけでいいのですが、実は植えた先の地域との結びつきなどはないわけです。せっかくCSRとして取り組んでいるのに、植えて、お風呂入って帰ってくるだけでは、CSRとしてはちょっと弱い。そうでなくて、なぜ都会から企業の自分たちが植林しなければならなかったのか、というところから考えていただきたい。それは、地域のコミュニティが崩れていたり間伐する人材がないという問題があるから、自分たちが植林するような状況が生じているわけです。そういう意味では、その地域や社会のことも考えて、社会と環境のことを合わせて対応していくことが大事なわけです。しかし、そこまで手が回らない。そういう落とし穴

があるなと思っています。

●まずはCSR活動、何から始めるか？

【鈴木】 企業がCSR活動するときには、地域の課題を常に考えたり感じなければ難しい面があると思います。

それを踏まえて、中小企業のCSRの進め方というか、このへんからまずは始めたらどうか、ここはもう少し考えていくべきではないかということがあれば、お聞かせください。それと最後に、これだけは言っておきたいということがあれば、ぜひお聞かせください。

城山さん、お願いします。

●まずは、本業に結びついた地域課題等から考える

【城山】 最初の講演と重複するところがありますが、中小企業がCSRに取り組んでいくためには、やはり使える資源、コストなどが限られているなかでは本業から考えていっていただきたいということです。本業から何か地域の課題などに結び付けられることをまず考えていただくことが近道ではないかと思っています。そこから出発して周辺の分野にも事業を展開していけば、それがまた会社の経営メニューの豊富さにもつながっていくのではないかと思います。

【鈴木】 これだけは言っておきたいというようなことは？

【城山】 そうですね。本日のフォーラムでも、「CSVというのは知らず知らずのうちに取り組んでいるよね」というようなお話があったと思います。それで、日本には

「三方よし」という言葉がありますし、もともと日本にはそういうCSVの発想が根づいているという考え方が多くあると思います。それで、これは聞いた話ですが、東京で大手企業が集まるようなCSVフォーラムが開催されて、そこにポーター教授が来られたそうです。そのときにやはり、「日本ではCSVなんてもうやってることじゃないの？」という話が出たそうです。そうしたらポーター教授が非常に怒って、「僕の目指している経済活動の創出というのは、そんなレベルじゃないんだ。ROE（株主資本利益率）が10%以上できている会社はあるのか」とあおられたそうですが、そこでファーストリテイリングさんだけが「はい、できてます。」と言って（笑）、他の会社さんはうつむいてしまったそうです。実はポーター教授が考えているCSVというのは、それくらい厳しい経済的な利益の追求ということなのです。そういうことも実はあるということ念頭に置きつつ、でも「できるところから見つけ出していこう」という姿勢が大事ではないかなと思っています。

【鈴木】 ありがとうございます。それでは、久野さん、お願いします。こういうふうに進めていくのもいいのではないか、また久野さんの会社は今後こういう形で進めていきたいということがありましたら、お願いします。

●企業人（経営者）として、地域の人材育成を進めたい

【久野】 うちが東海市の名和町で印刷業を営んで54年目になります。私は生まれも育ちも東海市でありまして、会社もずっと

そこで存続しておりますから、逃げることはできないと腹を括っています。だから、大きな会社がやって来て東海市の中で仕事をして、一時はよかったけれど少し調子が悪くなるとどこかへ逃げていく、なんてことは絶対にあり得ないという自負があります。その中でCSRやCSVに今後取り組んでいくためには、やはり人ありき、まずは社員教育、人として正しくジャッジができるようにすることだと思っています。そのためには非常に時間がかかると思っており、ことあるごとに、中学校にしても高校にしても大学にしても、そういう場を設けていくことが大事だと思っています。義務教育もそうですが、学校ではなかなか突っ込んだ人間教育というものはできません。義務教育が終わってからでもそうですが、やはり限られた教育しかされていないと感じます。それで、地域でがんばっている、それも生きるか死ぬかのところで闘っている私たち経営者というのは、やはり学校などとは違った面から、学生さんやご縁のある人たちに対して本音で指摘ができると思っています。それは褒めたり、あるいは「それは間違っているよ」と注意もするというので、今後もそういう機会や場を積極的に自分からつくっていくことが必要ではないかと考えています。うちの会社に限らず、この地域のがんばっている中小・零細企業のトップはそういう気持ちで取り組んでいると思います。もっともっとそういう企業が増えれば、今後社会に出て活躍する生徒や学生も、余所ではなく、「ここの地域の、ここの会社で、こういう仕事をしたい」と考え、ひいては「地域をよくしていきたい」というふうに変ってくるはずです。それが私の目標です。

【鈴木】 久野さん、これだけは言っておきたいということはある？

【久野】 そうですね。やはり一人ではできないと思いますので、地域と行政と民間と学校と、皆で協力して盛り上げていくことが相互ハッピーにつながると思います。今日来ていただいたそれぞれの立場の方が手を取り合って、この地域をよくしていければ非常にいいことだと思っています。私もがんばりますので、皆さんも一緒にがんばっていただきたいなと思います。以上です。

【鈴木】 ありがとうございます。では、村田さん、お願いします。

●まずは、自社が果たしている社会的責任の「見える化」を

【村田】 一緒に、久野さんがいる東海市で仲間づくりをしたいですね、できたらいいと思います。

大事なものは、やはり企業の生き残り戦略だと思います。時代が変わり地域も変わってくるなかで生き残るには、特に地域外に出られない中小企業は地域が疲弊したらお客さんもいなくなるので、そういう意味ではCSRを経営戦略として位置づけることは大事だと思います。

それと、CSRというのは高い壁ではないということ。経営していく以上は、どこかのステークホルダーとは当然関係を持っているわけです。そして黒字を出している、あるいは赤字でも継続しているわけですから、自社を見直したときには必ず社会的責任を果たしているところはあるはずです。だから、そこをまず「見える化」すること

が非常に大事だと思います。そこから一つずつ積み上げていく。積み上げると褒められる。褒められると、もう少しやってみようという気になるわけです。だから、そういう精神が大事なのです。私が最近出会っているCSR企業というのは、そのようにして、褒められながらだんだん業績が上がっているということだと思います。

もしくは、CSRにあまりにも投資しすぎて、ソーシャルビジネスみたいな形でやっているところもあります。たとえば、多治見にコミュニティタクシーという企業があります。そこは最初からCSRを念頭に、「地域の足になる」ということで会社を始めたのですが、赤字続きで、本当につぶれそうになって、銀行がもうこれでは貸せないかもしれないということになりました。しかし、周りの株主たちの中で、われわれの地域からこの会社をなくしてしまっているのかという議論が起こり、「いや、つぶせないから私が保証人になりましょう」ということが2回ぐらいあったそうです。今は黒字経営になっていますが、本当に地域に役立っていれば赤字を継続していても生き残ることができるという実証例です。

【鈴木】 ありがとうございます。

なかなか議論の尽きないところではありますが、ここでフロアからご質問を受けたいと思います。

□質疑応答

●大学が「教育」という本業を生かして地域と連携するには、何を切り口に？

【会場】 貴重なお話をいただき、ありがとうございました。日本福祉大学で地域連携

コーディネーターの職に就いております中野と申します。

城山さんから、CSVを始めるにあたって、まずは本業から始めるのがよいというお話がありましたが、それを始めるにあたって、どういうふうに地域や社会とつながっていくのがよいかというところをうかがいたいと思います。今、大学が地域に貢献する取り組みがありますが、大学の本業というのは教育だと思っています。それで、それを実現していくために進めているのですが、なかなか本業を生かすことができていません。そのあたりに関して、ぜひご教示いただけたらと思います。

●地域の小・中学校を対象にした取り組みを考えてみては…

【城山】 ありがとうございます。本業からCSVを始めるにあたって、どういうふうに地域と連携していったらよいかということですね。たとえば、私の知っている会社で、製氷機を造っている会社があります。そういう本業とのつながりで、地域の小学校に製氷機を寄付して、夏の暑い時期の熱中症対策に使っていただいている企業さんがいます。業種によってまたいろいろ変わってくると思いますが、やはり地域で交わるとなると、小・中学校といったところに普及できるような製品やサービスから考えていくのがいいのかなと思っています。

【鈴木】 ありがとうございます。

時間となりましたので、第2部のパネルディスカッションを終わりたいと思います。パネリストの皆さんに、拍手をもってお礼を申し上げます。ありがとうございました。

閉会挨拶

日本福祉大学知多半島総合研究所地域・産業部 部長 鈴木 健司

●CSRへの取り組みは、企業の生き残り戦略であり、地域の生き残り戦略でもある

本日は、長丁場のフォーラムとなりました。ご来場いただいた皆さまに、感謝申し上げます。

このフォーラムにより、CSVとCSRについてかなり理解が深まったと思います。パネルディスカッションではお三方から、CSVやCSRを進めるには、まずは本業から始めていったほうがいいのかというお話をいただきました。本業から始めて周辺分野に広げていく過程では、一つの社会課題だけを考えるのではなくて、もう少しステークホルダーのことを考えながら広く社会問題というものに注意していくべきだということでした。ただ、その過程で社長さんががんばって、社員にいろいろ強制し過ぎるとあまりうまくいかないこともある。だから、なるべく社員みんなで考えていけるような風土を社内につくって、そこでCSRを進めていくとうまく回っていくのではないかとのお話だったと思います。

パネリストの話をお聞きしていて、私ならCSRがうまくいっている会社に就職したいと思うし、そういう会社でがんばりたいなと思います。CSRというのは、自社の経営戦略を見直すということでCSVとも重なりますが、自社の経営戦略を見直して、セルフチェック、自己評価、外部評価も取り入れながら、さらに発展していく。実は、その発展が地域の発展につながるということで、たぶんこれから日本の地方の経済にとっては必要不可欠なものになるだろうと思われます。村田さんから、「CSRへの取り組みは企業の生き残り戦略である」というお話がありましたが、実は「地域の生き残り戦略でもある」ととらえていいと思います。

今後ともCSV、CSRのことについて議論、研究を進めていきたいと思います。その際には皆様のご協力を賜りたいと思っております。本日はありがとうございました。

「日本福祉大学知多半島総合研究所 CSV フォーラム」報告

1. テーマ

「地域にある共通価値の再発見と創出 ～CSVの実践とその課題～」

2. 実施日 2016年2月18日（木）午後1：30～

3. 参加者 約50名（知多半島の各種団体）

4. 当日の様子



5. アンケート結果

（基調講演）

- ・ CSVという聞きなれない言葉に興味を持ち参加させていただいた。地域の活性化のために企業の果たす役割は大きなものがある。今後は行政、企業、住民等々が同じプラットフォームで議論できると良いと思った。
- ・ CSVについて初めて講演を聞き、大変有意義な時間だった。地域価値と経済価値の両立ができると、資金を回しながら持続的な活動が担保されるのお話だった。こうした活動が広がることを期待している。

（シンポジウム）

- ・ 横浜市の事例や、CSR認定についての身近な事例を知ることができて良かった。地元愛知の実例などを自分なりに調べようと思った。
- ・ CSR、CSVに取り組む企業の活動や、今後中小企業がそれらに取り組むために必要なことなどが聞けたので、とても勉強になった。

（今後実施してほしいテーマ）

- ・ CSVとソーシャルビジネスの違いについて
- ・ 今回同様、いろいろな業種のCSVの取り組みについて、さらに話を聞きたい。