

民間企業と非営利組織の連携の実態と課題

ー 日英米企業の比較分析を通じてー

47206756, 斎藤汐里

指導教員：坂本麻衣子准教授

キーワード：パートナーシップ、企業、非営利組織、SDGs

1. はじめに

民間企業が環境問題を始め、社会課題解決に向けての貢献がますます求められるようになった。投資家の間では企業の環境・社会に対する貢献を考慮して行う社会的責任投資や ESG 投資が広まりつつある。特に 2015 年に国連総会にて持続可能な開発目標 (Sustainable Development Goals: SDGs)が採択され、企業にとって社会課題や環境課題への貢献はもはや避けては通れない道となった。「守り」としての CSR だけではなく、社会課題の解決を通じて利益をあげる戦略的 CSR や CSV(共有価値の創造)が浸透しつつある。本研究では今後更に複雑化する社会課題への対応を迫られる企業にとって、課題を熟知しているソーシャルセクターとの連携は有効であると考え、特に企業と NGO(非政府組織 : Non-governmental organization) や NPO(非営利組織 : Non-profit organization)との連携に着目する。

2. 先行研究

企業・NGO/NPO 間の連携の動機は、互いの不足資源を補いあい、単独では達成しえない課題に取り組むところにあるといえる (Graf & Rothlauf, 2011; Poret, 2014)。企業は連携により社会的責任を果たし (Muller & Karussl, 2011)、単体だけでは対応できない課題に取り組む (Moshtari, 2020)。一方で NGO/NPO は潤沢な資金を得たり (Poret, 2013)、団体自体の名声や政治的影響力を高めることができる (Selsky and Parker, 2005)。一方で営利目的と非営利目的の違いから互いの方向性やプロセスの違い、資源配分の不公平さ、相互理解の不足が連携の課題として挙げられている (Moshtar, 2020)。日本企業と NGO/NPO 間の連携の特徴は、環境課題への取り組みが多いこと (The partnering initiative, World Vision, & Accenture, 2008)、支援方法としては金銭の寄付が多いこと (谷内田 & 土

肥, 2014) と指摘されている。また従業員や株主と比べソーシャルセクターとの対話を重要視している企業の割合は少ないといわれている (東京財団, 2017)。

3. 研究目的

企業・NGO/NPO 間のパートナーシップの観点で行われた先行研究では、主にケーススタディ分析やインタビュー調査が用いられてきており NGO/NPO との連携の現状を定量的に分析している研究は限られている。そこで、本研究では、Q1. NGO/NPO は企業にどのように捉えられているか、Q2. どのような分野での連携、関係性が築かれているのか、Q3. どのように連携を行っているのかをテキストマイニング、および具体的な活動の分析を通して明らかにする。さらに、ESG 投資や SDGs などへの対応は前述の通り世界的な潮流であることから、他国との比較で日本の現状を明らかにすることは有益だと考えられる。そこで、上記の観点で日英米 3 か国の企業と NGO/NPO との連携の現状を比較分析し、日本企業の課題点を明らかにすることを目的とする。

4. 研究手法

本研究ではまず企業と NGO/NPO 間の関わりについて定量的な分析を行うにあたり、企業の報告書を利用して計量テキスト分析を行った。各国の企業は報告書の開示状況や業界全体への影響力の大きさから日本は東証株価指数 100、イギリスは FTSE100、アメリカは S&P100 に構成される企業を対象に、頻出語、関連語分析、共起ネットワーク分析を行った。次に上記の企業のうち Dow Jones World Index 2020 に選定されている企業を対象とし、具体的な活動を確認、連携分野及び連携手法の分類分けを行った。連携分野は SDGs の 17 ゴールに加え「その他」の 18 分野とし、連携手法は Austin & Seitanidi (2012) を参照し、表 1 の 5 段階に分類した。

表 1 連携手法の分類分け

連携の活動一覧	Austin model
a.金銭寄付・物品寄付	フィランソロピー型
b. ボランティア	
c. キャンペーン実施・開催	
d. スポンサー・助成金	
e. プロボノ推進・専門家提供・技術支援	トランザクション型
f. NGO コンサル	
g. アドバイザリー・社外取締役の着任	
h. 対話への参加	
i. コーズマーケティング	インテグレーション型
j. 協働事業実施	
k. 新団体設置・イニシアティブ促進	トランスフォーメーション型
l. 認証取得	その他

5. 分析結果

3 か国の大企業を対象としてそれぞれ関連語分析を行った結果、3 か国で共通して、NGO/NPO を企業のステークホルダーとして記載されることが多く、各国で NGO/NPO の捉え方に大きな違いは見られなかった。一方で具体的な活動を確認すると、日本企業は「その他」の「NGO/NPO が管理する情報開示に対応し、認証取得を行った」ケースが多く、それに伴い気候変動課題への取り組みが多いことが分かった。分野に関してはイギリスとアメリカ企業の場合、パンデミックへの対応を行う企業や調査対象に製薬会社、バイオテクノロジー企業の割合が高かったため、健康向上に関連するケースが多かった。連携の手法としてイギリス企業では NGO/NPO によるコンサルティング(トランザクション型)、アメリカで協働事業実施(インテグレーション型)が最も多く見られた。

6. 考察

企業として価値を上げるためには戦略的連携が必要であるとされる(Austin, 2000; Porter&Kramer, 2011)。前述の Austin&Seitanidi(2012)のモデルではフィランソロピー型よりもインテグレーション、トランスフォーメーション型の方が戦略的な連携であり、イノベーションにつながるとしている。本研究の分析の結果から、日本は他国と比べてもインテグレーション型の活動を行うケースは少なく、認証取得を行うケースが多い。また、英米企業の方がより企業産業と活動内容に一貫性が見られた一方で、日本企業

の活動は収益に直結しないフィランソロピー活動として行われている傾向があり、日本企業と NGO/NPO 間の連携の課題として、英米よりも戦略性に欠けることが指摘できる。こうした国ごとの連携の違いは政策や行政支援、NGO/NPO の基盤、寄付文化などの違いに影響されると考えられるが、この中でも特に、日本の場合は英米と比較しても NGO/NPO の基盤が不安定であること、社会の中での NGO/NPO への理解が十分でないことから、うまく連携が行えない可能性がある。したがって、今後、日本で企業・NGO/NPO 間で戦略的に連携を行っていくためには NGO/NPO 自体に対して経済的支援を行う中間支援組織の設立や、認知度を上げるための活動が重要であると考えられる。

7. 参考文献

- Accenture Development Partnerships, The Partnering Initiative, & World Vision.(2008).Emerging opportunities for NGO-business partnerships.
- Austin J.E., Seitanidi M.M. (2012), Collaborative Value Creation: A Review of Partnering Between Nonprofits and Businesses: Part I. Value Creation Spectrum and Collaboration Stages, “Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly”
- Graf, N., & Rothlauf, F. (2011). The why and how of NGO-firm collaborations' (No. 04). Working Paper.
- Moshtari, M., & Vanpoucke, E. (2021). Building successful NGO-business relationships: a social capital perspective. *Journal of Supply Chain Management*, 57(3), 104-129.
- Muller, A., Kräussl, R. (2011). The value of corporate philanthropy during times of crisis: The sensegiving effect of employee involvement. *Journal of Business Ethics*, 103, 203-220
- Poret, S. (2014). Corporate-NGO partnerships in CSR activities: why and how?.
- Selsky, J. W., & Parker, B. (2005). Cross-sector partnerships to address social issues: Challenges to theory and practice. *Journal of management*, 31(6), 849-873
- 東京財団 CSR 研究プロジェクト.(2017). CSR 白書 2017 ソーシャルセクターとの対話と協働 [White paper]. 公益財団法人東京財団
- 谷内田 絢子, & 土肥 真人.(2014). 国際協力活動における日本の企業と NGO のパートナーシップの実態と可能性. *ノンプロフィット・レビュー*, 14(1+2), 15-29