

「戦略的フィランソロピー」で本業を強化する

持続可能性の課題がいつそう明らかになり、社会や企業の存立基盤が脆弱化するなか、企業において従来の「バラマキ型」のフィランソロピー活動ではなく、社会要請と株主要請に同時に応える継続的なフィランソロピー（社会貢献）活動が重要になってきている。

菊地 辰徳(株式会社イースクエア コンサルティング・グループ マネジャー)

きくち・たつのり ●米国の大学で環境学を修了。同国の環境コンサルティング会社にて環境監査・環境トレーニングの業務に従事した後、日本に帰国。経営コンサルティング会社、東北大学大学院環境科学研究科の研究員を経て、イースクエアに参加。CSRの社内浸透や人材育成支援のほか、社会貢献活動の戦略策定や地域資源を活かした循環モデルの開発に携わっている。

フィランソロピーを取り巻く企業のジレンマ

企業のフィランソロピー活動に対して、社会価値と株主価値のバランスを求める社内外の圧力が高まっている。この一因として、企業のフィランソロピー活動の位置付けや目的が明確化されていないことが挙げられる。

企業の社会に対する影響力が増すにつれ、社会貢献活動の拡大に対する社会からの期待が高まっている。一方、営利企業である以上は、企業価値の最大化を求める株主からの要求も強い。

したがって、フィランソロピーの目的や位置づけを、社会と株主双方に対して明確にすることが重要となる。この難しい説明を可能にする考え方の1つとして「戦略的フィランソロピー」が注目されている。

戦略的フィランソロピーは一言で説明すると「社会課題の解決を事業目標達成上の課題の改善・解決にも結び付ける社会貢献活動」だ。

一般的にフィランソロピーは、慈善活動を主な目的とし、事業とは直接関係しないことが多い。一方、戦略的フィランソロピーにおいては、社会課題の解決を間接的に「本業」へのプラスの効果につなげることで、事業と慈善活動を両立することを目指す。たとえば社会へのPR効果が期待できなくとも、自社の事業活動への効果を期待する活動を行うこともある(例：将来の労働力の確保、原材料の中長期的な安定供給など)。

企業が、自社の事業目的に大きな影響を及ぼす(及ぼし得る)社会課題を特定し、その社会課題の解決を最も効果的に推進しているパートナーと協働することは、営利セクター(企業)と非営利セクター(NGO、市民団体等)、双方が抱えている様々な課題の解決につながる。

例えば、企業は、戦略的フィランソロピー活動を通じて、事業の制約条件の解決や事業目的の達成、専門知識の醸成、従業員の士気の向上、コーポレートブランドの向上などの効果を得ることができる。一方、非営利セクターは、長期的・安定的な寄付の確保、社会への情報発信・プロモーション機会などを獲得することができるのである。

植林で災害リスク抑え、保険金支払額の削減を

東京海上日動は1999年から、東南アジアを中心に「マングローブ植林事業」を社会貢献活動の一環として実施しており、現在までに6500ヘクタール以上の植林を達成している。

マングローブの森づくりは、温室効果ガスの削減、生物多様性の保全、津波などの自然災害リスクの低減、そして、地域住民への食料(魚介類)やバイオマス燃料の提供など、自然環境や社会に大きな価値を生んでいる。

一方、同事業による温室効果ガスの削減は、地球温暖化の進展に伴って急増が懸念される自然災害リスクを抑え、間接的に保険金支払金額の削減に貢献できる可能性がある。

2009年からは「Green Gift」プロジェクト(*)を開始し、同社の事業拡大にも寄与しているとともに、植林による経済効果を自主的に調査し、本業の一部であるリスク研究の専門知識の蓄積にも役立てている。

同社は、マングローブ植林事業により、2010年に「カーボンニュートラル」を達成しており、同事業を「地球の未来にかけける保険」として位置づけ、100年間継続することを目指している。社会貢献活動を本業の強化につなげる戦略的フィランソロピーの好例だと言えるだろう。

*2009年5月より、契約のしおりを冊子ではなくウェブ約款を選択できる取り組みを推進しており、ウェブ契約1件につき、マングローブの苗木を2本植林している。