

第10回

社会貢献にも戦略が必要だ 戦略実現のプロセスを評価していこう

川北秀人さん (IHOE[人と組織と地球のための国際研究所]代表)



川北秀人

1964年大阪生まれ。87年に大学を卒業し(株)リクルート入社。国際採用・広報・営業支援などを担当して、91年退職。国際青年交流NGOの代表や国会議員の政策担当秘書などを務め、94年にIHOE設立。

21世紀の社会システムをつかっていく上で企業の役割は大きい。1998年ごろから世間をにぎわせている「評価」、このコトバの本質と企業の社会貢献がどうあるべきかを探った。

環境対応と社会貢献の違い

企業は今「環境にやさしい」だけでなく「社会にもやさしい」ことを事実に基づいて説明しなければならない時代にいる。

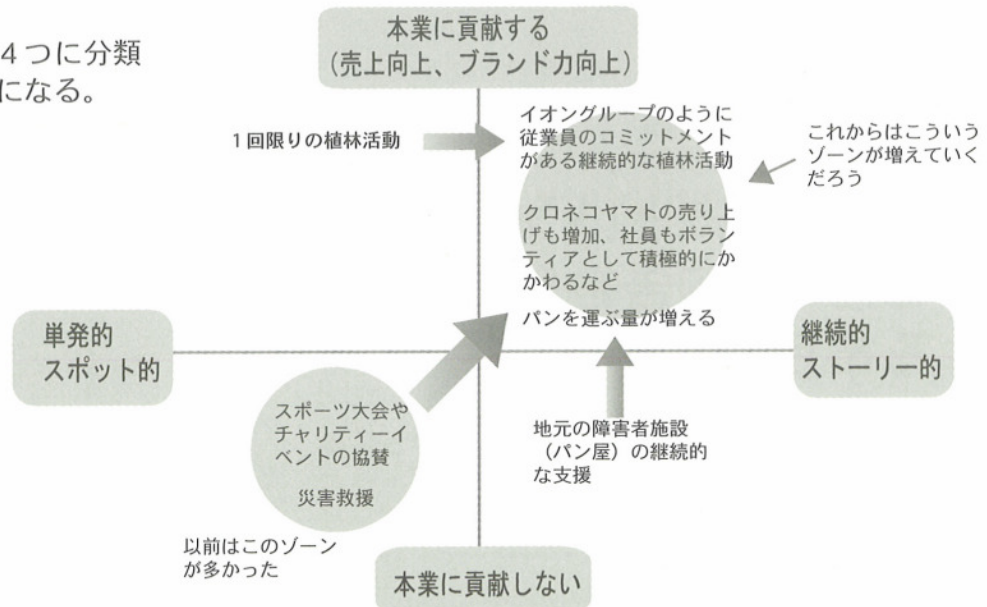
● 評価とは何か

ある人は「ねらい(目標)の反対」と答えた。評価というと通常、結果=出口の設定ばかりイメージされるが、「ねらいがどれだけ達成されたか」だけでなく、「ねらいそのものや、そのプロセスが適切だったか」を評価することも重要。

環境対応		社会貢献
削減 マイナスからゼロへのチャレンジ	基本論理	創造 ゼロからプラスへの提案
しやすい 目標とすべきものが明確でそれを達成するプロセスも量りやすい	目標設定と評価	しにくい 世の中の相場というものがない。どこまでなのか(目標)も何故その問題をやるのかもTOPが自らの価値を定義しないと評価できない。

企業の社会貢献を4つに分類

2つの軸を設定して4つに分類すると右の図のようになる。



今後の社会貢献、3つのポイント

- ① 本業の延長 _____ 社会にも従業員にも理解される社会貢献に
- ② 従業員の参加 _____ こと一部の社会貢献担当者だけで決めて実行するのではなく、多くの従業員が参加して決め、実行に関わることが望ましい。
- ③ 地域ベースで考える _____ 本社のイメージだけが上がってもダメ。各営業所のイメージも上がるように地域とどうコミュニケーションしていくかを戦略的に位置づける必要がある。

社会貢献活動を評価する方法

一般的に評価しにくいと言われる企業の社会貢献プログラムの質の側面を評価する3つの方法がある。

数えろ

数値化できるものは数値目標を立てて考える。参加者数、地域別、年齢別、技能的参加者数、のべ参加時間、何人に伝達したか、など

比べろ

同じような事業を行っている主体を比較して、自分だけの相対位置を確認する

尋ねろ

関わるステークホルダーに尋ねる。満足度、理解度、どんなことが役立ったか、今後も参加したいか、など

NPOと協働する際の評価

企業や行政とNPOが協働する際は、以下の3点を評価すべし

- ① その協働でシナジーは得られたか？ $1 + 1 > 2$ だったか？
- ② 協働の成果を社会に提供できたか？
- ③ 協働した結果、それぞれの自立性は高まったか？

最近単なる業務委託を「協働」と安易に呼ぶ傾向があるので要注意

求められる人材

戦略を持って社会貢献活動を企画実施し、評価できる人

企業の社会貢献に「絶対」はない。
どこまでやるか、何故その問題に取り組むかを自ら決定できることが大切。

基本は企業のトップが自ら価値を定義し、何をするか明確にする。

結果だけでなく、目標そのものや、プロセスの評価ができること。