



開発人類学からみた「協働」

「協働」という用語が、日本において盛んにつかわれるようになったのは1990年代後半からである。アメリカのインディアナ大学の政治学者ヴィンセント・オスロムのコプロダクション (Coproduction: 「共に創っていく」) という概念に触発され、市民と行政が共通の目標をもち、それぞれの特徴をいかして課題解決に取り組む方策が検討された。

一方、開発途上国における地域開発や社会課題の解決に関しても、その理念や方法論に大きな転換がはかられた。第二次世界大戦以降主流となっていた、先進国の資金と技術とモノを投入すれば途上国の経済開発課題や貧困問題を解決できるという、近代主義的発想と方策の行きづまりが明らかになってきたからである。1980年代になると、「住民参加」が開発を考えるうえで欠かせないキーワードとして、援助国、被援助国、国際機関、市民社会などさまざまな分野において認識されるようになった。

それと同時に、開発学や開発人類学において、住民の目線を大事にし、住民のニーズを的確に把

握するための方法論が研究されていった。その一つがイギリスの開発学で提唱されたPRA (Participatory Rural Appraisal 参加型農村調査法) である。住民自身の認識や問題意識、将来への展望などをできるだけ正確に把握するために、住民参加型の調査手法が開発された。PRAはアフリカやインドなどで実践され、その有効性が証明されるとともにその課題も明らかになってきた。

「参加」を支えるもう一つの理念が、PLA (Participatory Learning and Action 参加型学習行動法) である。開発担当者や行政官は一方的に住民に指示を与えるのではなく、住民から学び、住民とともに学び、そのうえで行動をおこすべきであるという考え方である。

「協働」も「住民参加」も基本的理念は同じである。地域開発におけるトップダウン型の政策遂行の限界を認識し、施策実行者と住民が同じ目線で協力して課題や弊害の解決を図ろうとしている。しかしながら、日本における「協働」に関しては、地域を超えた理念や手法が十分に研究されてきたとは言いがたい。概念について議論したり、事例研究がなされたり、安易な施策は取り入れられた。しかし、私益に片寄りちな「住民」を、公の視点と責任感をもった「市民」(シチズン) に変える手法は開発してこなかった。また、「住民とともに学ぶ」という姿勢を欠いている行政は少なくない。風潮として「協働」を利用している場合も多々見られる。

「協働」はさらに「新しい公共」へと展開している。公(おおやけ)をさまざまなセクターで担わなければならない時代になってきた。世界各地で実践されてきた「住民参加型」の理念と手法を「協働」に結び付けて日本の地域で実践し、その可能性を追求していくことは極めて重要なことであると思われる。

(結城 史隆/とちぎ協働デザインリーグ理事、白鷗大学教授)

特集

栃木県企業の CSR・社会貢献活動の今

栃木県企業の社会貢献活動に関する実態調査報告書から

県内で活動する企業の社会貢献活動の実態を把握し、今後の県における企業の社会貢献活動を支援・促進していくための基礎資料とすることを目的に、県内事業所(1,130件)を対象としてアンケート郵送調査を実施した。結果、回収率40.3%であった。また、アンケート調査の補足と分析を深めることを目的に15事業所の聞き取り調査も実施した。その中から、特に企業のCSR・社会貢献活動について紹介する。

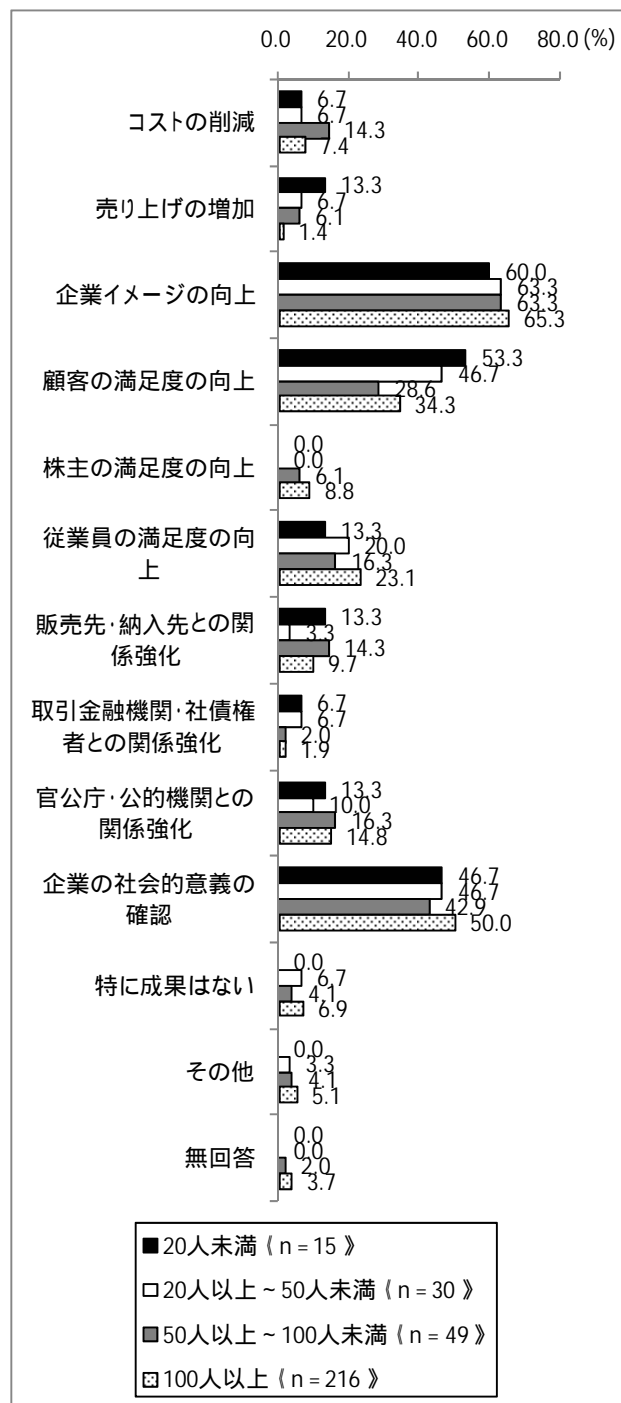
1 CSR に対する考え方

CSRについては、7割以上の事業所が意識した活動を実施している。活動を行う理由は、企業理念に基づいているものが多い。その成果は、「売り上げの増加」や「コストの削減」などの事業に直結したメリットより、「企業イメージの向上」や「企業の社会的意義の確認」、「顧客の満足度の向上」など、顧客や従業員の意識向上に関係しているものが多い。

従業員規模別でみると、20人未満の事業所及び20人以上50人未満の事業所については、CSRへの関心は低いものの、それ以上の規模の事業所より、「顧客の満足度の向上」を成果として挙げていることが特徴的である(図1)。

一方で、CSRを実施していない理由としては、「人手が足りない」事業所が最も多く、約半数となっている。また、CSRという概念を知らない事業所も約3割を占めている。

図1：従業員規模別 CSR を意識した活動の成果



2 社会貢献活動の実績

過去5年間における社会貢献活動の実施の有無については、全事業所の6割以上が「町内や周囲の清掃活動など」を実施しており、最も多い。次いで、4割以上の事業所が「地域活動、文化活動への支援や従業員の参加」を実施している。これは、地域貢献を重視している企業が多いことと、町内や周囲の清掃活動が、社会貢献活動の入口として取り組みやすい活動であることが影響していると思われる。従業員規模別で見ると、従業員規模が大きい事業所ほど、社会貢献活動を実施している割合が高い。

3 社会貢献活動への関心

今後、新たに実施したい社会貢献活動については、約4割の事業所が「町内や周囲の清掃活動など」を挙げている。一方で、2割以上の企業が「わからない」と回答しており、社会貢献活動の具体的なイメージを持てるよう、活動の例示や活動紹介の場の充実が求められる。

介の場の充実が求められる。

従業員規模別で見ると、20人未満の事業所は「わからない」と回答しながらも多くの選択肢を選択しており、社会貢献活動への関心の拡がりが見られる(表1)。このことから、今後さらに企業の社会貢献活動を促進するためには、従業員規模の小さい事業所への働きかけも重要であるといえる。

社会貢献活動の分野については、半数以上の事業所が、「省エネ・省資源活動」に関心を持っている。これは、社会の環境問題に対する関心の高さと2010年に改正された「エネルギーの使用の合理化に関する法律(省エネ法)」が影響していると推察される。

従業員規模別で見ると20人未満の事業所において高い割合になっているのが、「まちづくり・地域活性化」である。これは、従業員規模が小さい事業所の多くは単独事業所(1企業1事業所)であ

| | | 町内や周囲の清掃活動など | 地域活動、文化活動への支援や従業員の参加 | 行事(講演会、コンサート、相談会など)の開催 | 行事(講演会、コンサート、相談会など)の共催、協賛、協力 | 地域の団体や町内会などへの場所・施設の提供 | 寄付金、物品の提供、輸送など | 福祉施設や発展途上国への従業員のボランティア派遣など | 災害時における義援金または物品の提供、(組合、協会など)を通じた活動 | 事業所が所属する組織・団体(ボランティア活動への参加、事業実施など) | NPO等との協力・連携(資金提供、ボランティア活動への参加、事業実施など) | 行政等との協力・連携(資金提供、ボランティア活動への参加、事業実施など) | 新たに実施したいと思わない | わからない | その他 | 無回答 | サンプル数 | 平均回答数 |
|--------------|--------|--------------|----------------------|------------------------|------------------------------|-----------------------|----------------|----------------------------|------------------------------------|------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------------|---------------|-------|-----|-------|-------|-------|
| | | | | | | | | | | | | | 1 | | | | | |
| 20人未満 | 事業所数 | 13 | 10 | 4 | 9 | 5 | 6 | 6 | 9 | 2 | 6 | 1 | 8 | 0 | 0 | 31 | | |
| | 構成比(%) | 41.9 | 32.3 | 12.9 | 29.0 | 16.1 | 19.4 | 19.4 | 29.0 | 6.5 | 19.4 | 3.2 | 25.8 | 0.0 | 0.0 | 100.0 | 2.26 | |
| 20人以上～50人未満 | 事業所数 | 24 | 13 | 1 | 6 | 8 | 6 | 13 | 8 | 4 | 7 | 6 | 12 | 0 | 0 | 57 | | |
| | 構成比(%) | 42.1 | 22.8 | 1.8 | 10.5 | 14.0 | 10.5 | 22.8 | 14.0 | 7.0 | 12.3 | 10.5 | 21.1 | 0.0 | 0.0 | 100.0 | 1.58 | |
| 50人以上～100人未満 | 事業所数 | 26 | 20 | 4 | 13 | 10 | 8 | 9 | 21 | 4 | 11 | 5 | 11 | 3 | 2 | 72 | | |
| | 構成比(%) | 36.1 | 27.8 | 5.6 | 18.1 | 13.9 | 11.1 | 12.5 | 29.2 | 5.6 | 15.3 | 6.9 | 15.3 | 4.2 | 2.8 | 100.0 | 1.75 | |
| 100人以上 | 事業所数 | 98 | 73 | 18 | 33 | 42 | 24 | 46 | 56 | 19 | 41 | 12 | 57 | 16 | 13 | 252 | | |
| | 構成比(%) | 38.9 | 29.0 | 7.1 | 13.1 | 16.7 | 9.5 | 18.3 | 22.2 | 7.5 | 16.3 | 4.8 | 22.6 | 6.3 | 5.2 | 100.0 | 1.79 | |
| 無回答 | 事業所数 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 2 | | |
| | 構成比(%) | 50.0 | 50.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 50.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 50.0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 | 1.50 | |

表1：従業員規模別今後、新たに実施したい社会貢献活動

り、従業員規模が大きい事業所と比較して地域との関係が深いことから、地域に根差した活動を望んでいると考えられる。また、従業員規模が大きいほど割合が増加しているのは、「省エネ・省資源活動」、「自然環境の保全」、「交通安全・犯罪防止等」、「災害防止・救援」であり、広域的な活動から地域的な活動まで多様な分野に関心が広がっている。これらの関心を実際の活動につなげるためには、事業所の規模や業種、企業理念、地域性等、各事業所の特徴に合わせた働きかけと支援が必要

である。

「社会貢献活動を実施する/したい理由」は、7割以上の事業所が、「企業の社会的責任として当然」を挙げている。

従業員規模別で見ると、従業員規模が大きいほど「企業の社会的責任として当然」、「企業のイメージアップを図ることができる」の割合が高い。一方、「実施したいと思わない/実施できない」と回答した事業所のうち、6割以上がその理由として「財政的・人的余裕がない」を挙げている。

【書評】 子育て支援とNPO ～親を運転席に！ 支援職は助手席に！

原田正文著 朱鷺書房 2007年

加藤千佐子/とちぎ協働デザインリーグ副理事長、作新学院大学女子短期大学部教授



母親たちによる「子育て自主サークル」や「子育てネットワーク」の活動は、1980年代後半から、行政の仲立ちで専門職や先輩母親たちの「子育て支援ボランティア活動」の支援を受けて、全国的に広がっています。

最初は育児不安・負担感の軽減を目的とした育児相談から出発して、最近では、子どもと共に育ち合う母親自身の生き方を創造する方向へと進んできているようです。

行政施策である、1995年の「エンゼルプラン」が実施されるや、子育て支援センター、保健センター、保育園、児童館等、公的「子育て支援」の広場は百花繚乱の趣で、大いにその手腕を發揮しています。「ファミリー・サポート事業」も公私を問わず、保育所の待機児、延長保育児、病後児等へのバックアップ等に奮闘しています。このように述べて来ると、日本の育児支援の環境は熟成しているかに見えますが、原田正文氏は“公的子育て

支援が親たちの主体性をつぶす結果となる”と警告を發しています。

「小児・思春期」の専門外来を担当する精神科医の原田氏は、「思春期の問題は、乳幼児期の子育てに起因している」ゆえに、「日本の将来は、子育て支援の成否にかかっている」と明言し、その熱い思いから『こころの子育て支援インターネット関西』を設立しました。

原田氏は「すべての子育て家庭」を支援する「子育て支援の基本的戦略(ストラテジー)」を提案しています。副題(「親を運転席に！支援者は助手席に！」)に示されているように、当事者の親を中核にして、行政、専門職、市民ボランティア・NPOの各々が果たすべき役割を自覚し、各市町村に「広域の子育て支援ネットワーク」を「協働」展開することであると述べています。

全国の子育てネットワークの事例も紹介されていますので、これから子育てサークルに参加してみたい方、子育て支援のボランティア・NPO活動を始めてみたい方、行政で広域の子育て支援事業に携わる方等に、子育て支援活動の「入門書」としてご覧頂きたい一冊です。