

# 社員による寄付プログラムについて それぞれの取り組み、現状と課題



## 活動に関わる社員が 寄付先を提案する

—個人による寄付は、今日でも、なかなか進んでおらず、行政や企業に依存する傾向が続いています。そんな中、マッチングギフトなど参加しやすい仕組み作りで、社員個人の寄付活動を進めている企業も少なくありません。今回は、その中でも先進的な活動をされている3社をご紹介しながら、現場での課題を共有しつつ、個人の寄付文化を広げるきっかけ作りを考えたいと思います。

まず1991年に富士ゼロックスが始めた「端数倶楽部」は、マッチングギフトの老舗ともいえる存在ですね。

吉江則子さん（以下・吉江） ありがとうございます。「端数倶楽部」というのは、名前の通り、給料と賞与の100円未満の端数を、毎月、自動引き落としで寄付するというシステムで、ここにプラスして1口100円で99口までの寄付を任意で加えることができます。平均を取ると、2、3口の人が多いですね。「端

数倶楽部」に集まった資金を外部団体に寄付する際は、会社から同額のマッチングギフトがプラスされます。

—同倶楽部の設立のきっかけは、なんだったのでしょうか？

吉江 当時、富士ゼロックスらしい社会貢献活動を模索していて、一人ひとりの社員が、社会で生き生きと活動してもらい、そのバイタリティを社内にも持ち込んでもらおうという運動をしていたときでした。自然災害などで急に寄付をしたいという状況になったとき、事前にプールしてある資金があればいいね、という意見があり、「端数倶楽部」の形にまとまったのです。

—メンバーの人数は？

吉江 「端数倶楽部」は富士ゼロックスの中では有名な取り組みで、現在単独で社員数は8300人ほどですが、会員は3800人弱。約40%の人が入会しています。新人研修のときにも取り組みの説明をして、勧誘をしています。

## 石橋弘行 氏

(キューピー株式会社 CSR部 部長)

## 氏家佳世子 氏

(損害保険ジャパン日本興亜株式会社 CSR室長)

## 吉江則子 氏

(富士ゼロックス株式会社 CSR部長) (五十音順にて)

## (聞き手) 高橋 陽子

(公益社団法人日本フィランソロピー協会 理事長)

—寄付先は、どのように選定しておられますか？

**吉江** 会員全員の中から年2回、寄付先の団体を募ります。寄付を申請する人は、寄付先の団体に、なにかの形で関わっていないければならないという決まりがあって、そこが「端数倶楽部」の特徴だと思います。ただ寄付をするだけでなく、会員がイ

ベントを開催したり、活動の提案もするのですね。やはり社員本人が社会にアンテナを張り、地域コミュニティの人間としても、経験を積んで欲しいという考えがあるからです。

### 誰もが参加しやすいシステムを模索する

—損保ジャパン日本興亜の「SOMPOちきゅう倶楽部」も、社員から寄付を集めていますね。

#### 氏家佳世子さん(以下・氏家)

1992年に、当社の社長が、経団連ミッションの団長として、リオで開催された地球サミットに参加しました。その際、これからはNPO/NGOなどと連携して、環境問題を考えていく時代だろうということを感じ、社内で強く訴えたことで、翌年に「SOMPOちきゅう倶楽部」が発足。1996年から社員による寄付活動もスタートしました。システムとしては、社員有志から1口1000円以上の寄付を、毎月の給料から天引きしており、現在は4割ほどの社員が、参加してく

れています。

—寄付先の選定方法は、どのようにされていますか？

#### 氏家

社員の代表で構成される運営委員会、選考委員会で審議し、支援先を決めています。あらかじめ基金としてお金をプールしているので、震災があったときなどは、迅速に支援することが可能です。金額はそれほど大きくないですが、フレキシビリティがあります。

—できたばかりのNPO法人にも、使途を限定しない助成金を出すということもされています。その発想がニーズを先取りしていて、心強いですね。

#### 氏家

そうですね。災害のときはスピーディに助成金を払わせていただく仕組みを、また高齢者、障がい者などさまざまな角度からの取り組みも視野に入れています。いろんな形で社会に還元していくことを考えないと、現場のニーズについていけないのではないかと思ってい

ます。また寄付活動に参加することで、社会に貢献しているというマイルド醸成も高まって、社員のボランティア活動もかなり活発に行っています。

—キューピー株式会社の行っている「Open(キューピース)」も、有志社員が毎月、給料から1口1000円を天引きして寄付するシステムですね。

#### 石橋弘行さん(以下・石橋)

我々はみなさんより遅れて、1998年からスタートしています。寄付をしたいけれど、一歩を踏み出せない従業員を後押しすることで、社会貢献の意識を高めたという目的で始めました。毎年5月から翌年4月までのサイクルで、1年に一度、入退会ができます。みなさんと少し違うのが、最初の寄付を行う段階で寄付先を決めていること。「食」「子ども」「環境」の3つのコースがあり、各自が任意の口数(上限10口)をかけていきます。またマッチングギフトとして、集まった寄付金と同額を会社が支援します。



石橋弘行 氏  
キューピー株式会社  
CSR部 部長

―支援先は社員からの提案ですか？

石橋 そうです。従業員から自由に支援先を提案してもらい、約10人の選定委員が従業員代表として、また会社代表としてCSR部からも人を出して、選定に参加します。今年は、25団体に寄付金を届けました。また年に数度、活動報告会も行い、支援先団体の方に来ていただき、講演をお願いしています。

―報告会の参加者は多いですか？

石橋 やはり一定の人しか出てこない傾向があるので、開催時間を昼休みにしたり、20〜30分ほどの短時間の報告を3回行うなど、参加しやすい方法を模索しています。

## CSRの担当になって 見えてきたこと

―石橋さんはCSR担当になられて、どれくらい経ちましたか？

石橋 1年ちょっとです。それまで

は広報部にいました。当時は同じ本部に所属しているものの、自分の意識が低かったこともあって、CSR部が何のために、どんな活動をしているのかが、あまり理解できていなかったかもしれないですね。実際にCSR部に来てみると、こんなにいろんな活動をしていたのかと驚きました。とはいえ「QPeace」への参加率はまだ高くはなく、活動の認知がまだまだ不十分と感じています。

富士山麓に「キューピーの森」と名付けた森林があり、その保全活動などを行っているのですが、こういうボランティア活動へ、より多くの従業員に参加してもらって、自然への感謝の気持ちを、そして社会貢献への意識を高めてもらえればと思います。

―確かに、実際の体験があると考え方も変わりますね。また氏家さんも今年、CSR室に入られたそうですね。

氏家 私は2月からですが、石橋さんと同様、多岐にわたる活動に驚きました。先日も200人弱の人が集

まり、認知症サポーターの研修を行うなど、社員が丸となってボランティアに取り組み土壌があり、手前味噌で恐縮ですが、「いい会社だな」と思います（笑）。社員一人ひとりの取り組みが、企業としての品格につながって、お客さまから「保険に入るなら、損保ジャパン日本興亜で」と思っていたらただけなら幸いです。

また当社は従業員が多いので、全体の40%といっても1万人超という人数になります。1万人超が寄付やボランティアなど、間接的、直接的に関わることで、社会に良いインパクトを与えることができればいいですし、地道に継続的に辛抱強く取り組むことも大切だと考えています。打ち上げ花火的なプロジェクトではなく、草の根活動に落とし込んでいく。それを模索しながらやっていかなければと思っています。

## 強く、やさしく、 おもしろい活動をする

―CSRについては企業トップのコミットメントが重要になってく



吉江則子 氏  
富士ゼロックス株式会社  
CSR部長

ると思います。富士ゼロックスの場合、小林陽太郎元会長の影響が大きいですね。

**吉江** 私自身、10年以上にわたり、小林の対外的な活動をサポートする仕事をしておりましたから、小林の考え方は直接理解しております。小林は早くから「コミュニティ・エンゲージメントの重要性について認識していましたし、当社は1992年に「強い、やさしい、おもしろい」から成る「よい会社構想」を発表しています。

「強い」というのは財務的に強いということ。「やさしい」は環境や社会に優しいということ。加えて「おもしろい」というのを入れたのが特徴で一人ひとりが仕事もプライベートも面白いと感じて生きて欲しいという意味です。「端数倶楽部」も会社だけでなく、コミュニティでも面白く、生き生きというんなことを感じ取って欲しいということから始まった活動です。

—まさに企業のカルチャーになっていますね。

**吉江** そうですね。企業風土として育ってきたということがあります。ただ、今の20代、30代の世代になると当時の経験を共有していませんから、CSR部として、DNAを伝えていかないといけないと考えています。小林は、企業は、プロダクト・アウトでないことは勿論、「マーケット・イン」を超えて、社会にとって価値のあるものを提供していくという「ソサエティ・イン」を目指すべきと、当時から言っていたのですが、今はオープンイノベーションという言葉も広がっていることで、社外と連携して、新たな価値を創っていくことが大切です。

—キューピーの場合はいかがですか？

**石橋** 社是・社訓の影響力が強いと思います。

社訓として「道義を重んずること」「創意工夫に努めること」「親を大切にすること」の3つがあり、そして、それが実践できれば「世の中は存外公平なものである」という

大切な教えがあります。それがお世話になった方々への感謝や社会への貢献の意識につながっています。何かあったら社是・社訓に立ち返り、物事の判断基準を社是・社訓において考えることが、グループ従業員に周知されることで、このような風土が継承されているのだと思います。

—経営理念を通じて方向性を示して、その中でどんな活動をするかを考えると、老舗らしいふれぬい哲学になっていくのですね。

### 地道・継続・全員参加で活動を続けていく

—今後はますます若い世代の参加も重要ですね。老舗ならではの苦勞もあるのでは？

**吉江** 「端数倶楽部」ができた90年代は、寄付活動にしても他にきつかけがないような状況だったと思います。しかし今の時代はさまざまなチャネルがあるので、なぜわざわざ会社で寄付をするのか。そこに特徴を持たせ、「この活動は面白いよね」と



思ってもらえることが大切です。

—社会貢献への意識が高まり、追い風ではあるけれども、チャンネルも増える。そういう意味では皆さん、同じ課題を抱えておられるのでは？

**石橋** 寄付先を新たに募集すると、

いるんな団体を知ることができて、発見ができますね。今年、新たに決まった寄付先に「ハタチ基金」があります。東日本大震災の被災地で20年間、子どもの学びや自立に関わる支援を行う団体です。震災から5年以上が経過し、支援の在り方が変わる中、その支援内容に感銘しました。活動支援を行っている団体の活動報告会からは、たくさんの気づきがあります。そして、こういう刺激を受けることで、従業員の中から活動リーダーになる人も出てきています。

**吉江** 私たちも寄付だけでなく、社員を活動自体に関わらせることを、もっと活発化させたいというのがあります。ボランティアをしている人もいますが、比較的、決まったメン

バーになりがちで、活動のために休日を使うということが広まらない傾向があります。また全体の運営企画などの裏側の仕事に時間を割けない人が多いということもあって、運営委員のなり手を探すのが大変だったりします。

—どのように動機づけするのでしょうか？

**吉江** 特別なことはなく、私も毎回、会議に参加して議論をするなど、こつこつとできることをしています。

**石橋** みなさんの会社で人気のある取り組みは、どのようなものなのでしょうか？

**吉江** オックスファム・トレイルウォーカー（※）というイベントがあって、4人で50キロ、もしくは100キロの山道を制限時間内でランするのですね。事前にファンドライジングをして、東北支援に寄付をします。海外からも多くの参加者がありますが、これに「端数倶楽部」からも4チーム出ました。今年は

コースが福島県の安達太良山だったの  
で、富士ゼロックス福島の「端数倶  
楽部」からも40人くらいのサポー  
ターが来てくれて、炊き出しから安  
全確保、誘導など、いろいろな仕事  
を手伝ってくれました。富士ゼロッ  
クス単独だけでなく、多くの販売会  
社にも「端数倶楽部」があるので、  
いるんなところで連携できるのが楽  
しいですね。

**氏家** 当社でも全国47都道府県にある  
支社や支店とともに、地域活動の活性  
化を支援しています。これはCSR室  
の活動ですが、今年は全国の福祉・障  
害者施設などと連携し、サッカーをモ  
チーフにした障がい者の方の絵画コン  
テストのトップスポンサーを務めてい  
ます。トップスポンサーとして、各47  
都道府県から1作品を表彰する47都道  
府県賞を設け、各支店・支社で贈呈式  
を開催しています。地域の皆さまと  
もに、地域に根付いた取り組みを展開  
しています。CSR室ができることは  
限られているので、参加して楽しい、  
参加して自分も幸せになれるようなプ  
ログラムを、どう考えていくのが課  
題です。

—各支店も、無理なく協力してくれ  
るのでしょいか。

**氏家** 人数の少ない拠点もあるの  
で、多少の温度差はありますが、各  
拠点が自ら創意工夫をして、贈呈式  
の準備・開催をしています。「SO  
MPOちきゅう倶楽部」を発足して  
20年超、社会貢献マインドが着実に  
根付いていると自負しています。

—地方でそういう活動をする、必  
ず地方紙が記事を書いてくれますか  
ら、それもひとつのモチベーション  
になりますね。

**氏家** 私は今日、ちょっと変わった  
ピンクのTシャツを着てきました。  
胸に「くまモン」がついているんで  
す。先日の熊本の震災のとき、義援  
金も集めたのですが、グループオリ  
ジナルのチャリテイTシャツを作り  
ました。このTシャツが手元にある  
ことで、社員は常に熊本を忘れない  
でいられる。サステナブルな活動に  
するにはどうしたらいいのか、とい  
う発想です。



氏家佳世子 氏  
損害保険ジャパン日本興亜株式会社  
CSR室長

「常に相手を気にかけるという気持ちのあり方は、共感を作る上で、とても大切です。」

氏家 「SOMPOちきゅう倶楽部」で寄付をしているのは社員の4割ですが、倶楽部のメンバーは社員全員という位置づけでやっているのです。この精神をもとに社会貢献を続けていけたらと思っています。地道、継続、全員参加がキーワードです。

### 寄付は世界へと開く 大きな窓のようなもの

「みなさん個々人にとって、寄付とはどんな存在でしょうか。」

氏家 私たちは社会の中で収入を得ているので、社会貢献のために還元できる機会があればしていきたいという気持ちがあります。「SOMPOちきゅう倶楽部」のような取り組みやすい環境があり、自分の給料の一部を社会貢献のために活用していただいていることを、幸せに感じています。

### 石橋

私はCSR部にいるので、子どもの貧困の現場、たとえば社会福祉協議会がやられているような活動に参加し、料理と一緒に作って食べたりすることもあります。子どもにとって、食育はとても大事で、意欲、想像力、発想力の源なんです。やはり現場で子どもたちの喜ぶ顔を見ると感動しますし、活動の大切さを感じます。とはいえ他の部署の従業員は、そういう機会に接する時間がありません。活動報告会などで情報を提供し、活動の理解を深めてもらい、自分たちで活動はできなくても、寄付による支援を推奨することは、私たち部署の大切な役割だと考えています。

### 吉江

私にとって寄付は世界への窓のような感じですが、普段はつい近視眼的に身の回りのことだけになってしまいうのですが、寄付のチャンスがあれば「社会ではこんなことが起きているんだ」という気づきになりますし、限られたことだけれど、自分でもこれならできるということがあります。国連のSDGs（持続可能な開発目標）でも、世界から貧困を

なくすなどの17の目標を上げていますが、それも決して遠い話ではないですね。食べ物を残すのをやめて、フードロスをなくすとか、関連するNGOに寄付しましょうとか、自分ごととして身近なところで活動ができます。寄付というのは、遠い世の中のあるんな問題を「自分ごと」にできる機会だと思っています。

「企業が推奨する活動は、個人の中に潜在する利他の心をカタチにするきっかけを作る、という共通の役割が見えてきました。暮らしの中で自然にこうした活動ができるよう、私どもも面白い企画を提案したいと思います。」

本日はありがとうございました。  
【2016年11月1日 日本フィランソロピー協会にて】

※オックスファムは1942年に英国オックスフォードで設立された国際協力団体。貧困のない公正な世界を実現するため、現在は世界90カ国以上で活動している。オックスファム・トレイルウォーカーは、オックスファムが主催し、世界各地で行われているトレイルウォーキング&ランニング・イベント。寄付金を集め、チームで参加する。日本では2007年から毎年開催されている。