

地球規模の課題解決に向けた
企業と NGO の連携ガイドライン
Ver.5

2017 年 3 月
NGO と企業の連携推進ネットワーク

はじめに

企業と NGO の関係は時の流れとともに変遷をとげています。かつて、企業と NGO の関係は、NGO が企業行動を監視や批判し、時には敵対的に行動する「対峙型」、あるいは NGO の活動理念の達成と企業の社会的貢献活動の理念を合致させる目的で企業から NGO へ支援や協力が行われる「支援型」に代表されるように一方通行の関係がほとんどでした。

90 年代頃から、グローバル化の負の側面として、貧困や経済的格差、地球環境、食料問題、人権侵害、感染症など地球規模の課題が深刻化するにつれて、これらは社会の持続可能性を脅かす共通課題と認識されるようになりました。その解決のために、グローバル化の中で巨大化し影響力を増した民間企業の社会的責任（CSR）が強く問われるようになりました。しかし、複雑かつ重層的に絡み合ったこれらの課題はそう容易には解決することができません。単独のセクターだけでは解決は困難であり、今では企業、政府だけでなく、NGO や市民社会にも、それぞれが社会的責任を果たし互いに連携や協力をして解決にあたることが求められています。

企業と NGO の関係も一方通行の関係から、地球規模の課題解決に向けて、対話、コミュニケーション、連携をする関係に変わりつつあります。そして、企業と NGO だけでなく、コミュニティ、政府、その他のグループなど多様なステークホルダー（ある組織の活動や決定に影響を及ぼす、あるいはそれらの影響を受ける人々やグループのこと）の関わりも重要になっています。このようなマルチな関係性の中で、持続可能な発展に向けた世界共通の目標である「持続可能な開発目標

（Sustainable Development Goals: SDGs）」を視野に入れた CSR 活動の推進に向けて、NGO と企業の連携推進ネットワークは、企業と NGO はどういう関係を築くべきか、そしていかに社会的な信頼性を向上させていけるかについて議論を重ねてきました。そして連携のための共通のガイドラインが必要だという結論に達し、作られたのが本ガイドラインです。互いの立場や違いを理解・尊重しながら、それぞれが活用できるように、同ネットワークの NGO メンバーが中心となり、企業メンバーも協力して作成しました。

ぜひ、多くの皆さまに、本ガイドラインを使っていただきたいと思います。その上で、適宜見直しを行い、修正を加えながら、さらに実効性の高い、使い勝手のよいものにしていきたいと思っています。

2016 年 1 月

NGO と企業の連携推進ネットワーク

記載項目

1. 本ガイドラインの趣旨

2. 用語の定義

3. 連携の実践

4. 連携を実践する上での留意点

5. 連携の効果

付録

1. ガイドライン の趣旨

本ガイドラインが目指すのは、企業と NGO の連携の基本的な考え方や手順を整理することです。企業と NGO が連携相手を探す際、また連携を実践する際に、企業と NGO 双方にとっての指針となり、以下の3点の効果をもたらすことを期待しています。

- (1) 国際協力や組織の社会的責任の意義を十分に理解し、人権や環境に配慮した連携に発展すること。
- (2) なぜ連携が必要なのか、また連携によってどのような効果が期待できるのかを理解すること。
- (3) 企業と NGO の連携において、双方に求められる行動の基本ルールを明確にすること。

地球規模の課題の背景には、さまざまな権利をはく奪された人々が存在します。本ガイドラインは、単に企業と NGO の連携自体を目的とするのではなく、「連携」という手段を通じた効果的かつ効率的な課題解決に資することを目指しています。

2. ガイドライン における 用語の定義

組織の社会的責任とは

本ガイドラインでは、組織の社会的責任 (Social Responsibility) をステークホルダーから信頼を得るための取り組みと定義します。信頼を得る為に必要な取り組みのひとつは「言行一致の姿勢」、もうひとつは「持続可能な社会の実現を妨げる課題への取り組み」です。言行一致とはその言葉の通り、事業や活動の中で理念や方針などを実践することです。「課題への取り組み」は、国際社会や地域社会が認識している社会的・地球規模の課題に対して取り組み、ステークホルダーからの期待に応え続けることによって信頼が得られると考えます。

NGO とは

NGO とは、英語の Non-Governmental Organization の略称で、日本語では非政府組織と訳されます。本ガイドラインでは、国内外を問わず、地球規模の課題（たとえば、開発・貧困・人権・平和・環境・緊急支援など）に取り組む NPO (Non-Profit Organization：非営利組織) を、NGO と呼びます。

連携とは

連携とは、「持続可能な社会の実現に向けた地球規模の課題解決を目的として、お互いの特性を認識し、資源や能力などを持ち寄り、対等な立場で協力して活動すること」をいいます。その方法や関わり方の度合いはさまざまですが、企業、NGO それぞれが納得のいく議論を経て進めていくことが重要となります。以下に例を示します。

フィランソロピー型

一方的な関係の連携です。企業の NGO の活動への関与度は相対的に低く、NGO は企業に対して感謝する姿勢が見られます。

- ・寄付や助成金
- ・施設の提供や商品の貸出（無償提供）
- ・ボランティア、専門家（理事などのマネジメント含む）の派遣
- ・各種キャンペーンへの参加や協力

トランザクション型

企業と NGO の間に相互理解と信用が生まれる連携です。ミッションや価値観において類似点が見られます。リーダーシップを持った個人レベルでの強いつながりがあります。

- ・社員教育
- ・CSR 調達コンサルティング
- ・ステークホルダーダイアログへの参加
- ・アドバイザー（助言委員会）や社外取締役として企業のガバナンスへの参加

インテグレーション型

事業に統合された連携です。ミッションや価値観が共有され、組織同士の関与度が高まります。相互に組織文化へ影響します。

- ・コーズマーケティング（寄付つき商品）
- ・共同事業（商品開発、貧困削減を目的としたビジネスなど）

【参考文献】 Austin J.E. "The collaboration challenge" Jossey-Bass publisher, 2000

3. 連携の実践

以下に連携を実践する上での手順の例をあげます。すでに示したように、連携にはさまざまな関わり方があるため、その関与度によって省略できる手順があります。

手順1 連携する目的の明確化

自組織にとって、連携する目的を明確にします。

手順2 互いの特性を把握する

連携をはじめるとに当たり、まずはそれぞれの特性、違いを知ることが重要です。

企業の特徴

- ・ 営利を目的とし、商品・サービスの提供、雇用や納税を通じて社会に貢献すること。
- ・ 資金力、営業力やマーケティング力、製品やサービスなどの技術力があること。
- ・ 商品・サービスなどを通じて多くの消費者との接点があること。

NGO の特徴

- ・ 地球規模の課題の解決をミッションとし、公共の利益を追求していること。
- ・ 課題解決への専門性やネットワークを有しており、現場のニーズや生活習慣、価値観などを良く理解していること。
- ・ 地球規模の課題に対して関心を持つ会員やボランティアなど多くの市民に支えられていること。

手順3 連携相手を探す

特定非営利活動法人国際協力 NGO センター (JANIC) といった NGO の中間支援型のネットワークや、1% (ワンパーセント) クラブといった企業および企業人の社会貢献活動を支援する組織を活用すると効率的です。このような団体が主催するセミナーや勉強会などのイベントに参加し、みずからネットワークを作ることも有効な手段です。また、付録7に掲載されているウェブサイトなどを活用する方法もあります。

手順4 連携相手を選ぶ

連携先候補を複数見つけたあとは、相手を選ぶ作業に入ります。以下が選定時に確認すべきポイントです。

(1) 理念・方針を共有できるか

企業や団体の理念、事業展開の方針、CSR 方針、社会貢献方針と NGO の理念に共通点があり、価値観を共有できる相手を選ぶことが最も重要です。アニュアルレポートや CSR レポート、ウェブサイトに掲載されている経営者あいさつ (メッセージ) などが参考になります。

(2)社会的影響に配慮しているか

反社会的活動や特定の宗教・政党を支持・反対することを目的としていないか、人権侵害、環境破壊、投資先、調達先に問題がないかを事前に確認する姿勢が重要です。

(3)専門性を有しているか

知名度だけでなく、これから取り組もうとしている具体的な課題解決についての高い専門性や実績、ネットワーク、コンサルティング力が備わっていることが重要です。活動の普及を目的に地域行政との連携を図ったり、他組織が持つ専門性を必要としたりする場合、他のステークホルダーの効果的な活用、及び巻き込み方を考慮します。

(4)組織運営に問題がないか

組織の基本情報（総会・理事会などのガバナンス、財務情報など）の公開状況、定款または規約に基づき運営されているかなどを事前に確認します。

(5)対等な立場でコミュニケーションができています

伝えたいことが伝わる相手か、また一方的な言い分、もしくは過度な要求が多いなど、コミュニケーションに課題がないかを事前に確認します。

手順 5 具体的な連携の目標を設定する

対象地域（日本も含む）のニーズを把握したうえで、「●●を目的とし、●●の解決（向上）のために、●●を実施することにより、●●を実現する」といった、具体的な目標（可能であればできるだけ数値目標および指数）を設定することが望ましいと考えます。なお、持続可能な開発目標（SDGs）や開発に関する各種国際的ガイドラインとの整合性も意識することが必要です。

手順 6 役割分担を確認する

事業実施には企業と NGO 双方が責任を持って対応することが望まれます。そのため、事前に両者の役割分担、責任範囲を明確にしておくことが重要となります。

手順 7 規模を決める

大規模な連携は、財政基盤が弱い NGO においては、事業遂行上、大きなリスクに発展する危険性があります。中長期的な視点にたち、継続できる規模から連携をはじめめる姿勢が双方に求められます。

手順 8 スケジュールを立てる

事業期間や見直し時期を予め設定することが必要です。海外で事業を実施する場合、単年度では成果の測定が困難な事業（例：収入向上や教育・ジェンダー平等の推進といった人材育成や啓発に関わる分野の事業）が数多くあるため、あらかじめ複数年のスケジュールを検討することも必要です。

手順 9
人員体制を整える

規模や内容にもよりますが、事業の実施規模に合わせて、相応しい人員を確保、配置させることが必要です。また、組織内で継続的に情報共有が行える体制づくりが重要です。

手順 10
書面によって確認する
(覚書、契約書など)

手順 5～9 の取り決めに書面で確認します。必要に応じて費用の規模、負担割合、支払い時期などについて覚書や契約書を取り交わします。

手順 11
評価・報告を行う

連携の成果を、いつ、どのように、誰が評価・報告するのかを事業を開始する前に明確にし、お互いに確認する必要があります。事業を開始した後は定期的に評価・報告を行う必要があります。また、第三者の評価機関を設けることは、より客観的に評価する上で有効です。

手順 12
改善に向けた取り組み

手順 11 で行った評価を双方で共有し、次の計画に反映させることも効果的な連携目標達成に有効な手段です。

4.

連携における 留意点

(1) 目的を共有すること

連携による地球規模の課題解決は、開発途上国の市民といった第三者（場合によって日本の市民も含まれる）の利益を目的とするものです。まず、連携の目的が何であるかを双方が理解し、確認しておくことが必要です。

(2) お互いを理解すること

連携相手の特性を十分に理解し、価値観を尊重することはより良い関係構築の第一歩です。異なる組織形態や文化を持つ企業と NGO が、互いの違いを認めた上で共感できる目的や課題を共有し、信頼関係を築いていくことがとても重要です。

(3) 正直であること

連携の実施にあたり、双方に想定されるリスクなどのマイナスの情報を事前に共有し、問題を予防することが重要です。また、万が一、問題が発生した時もこのような姿勢があることで問題を円滑に解決しやすくなるでしょう。

5.

連携の効果

連携することによって、地球規模の課題解決に貢献するだけでなく、企業と NGO どちらにとっても、さまざまな効果が得られます。

企業にとっての効果

- ・ 社会的存在としての信頼と評価が得られ、ブランド価値が高まり、組織の持続可能性に寄与する。
- ・ 社会的責任投資（SRI）などの企業評価の向上につながる。
- ・ 通常の企業活動だけでは把握できない潜在的な地球規模の課題に対応することで、思いがけない新たな事業展開のヒントになる。
- ・ 社会的責任を果たしていることが伝わることで、社員や消費者、地域社会などのステークホルダーからのロイヤリティの向上につながる。
- ・ 今後起こりうるリスクを事前に察知し、トラブルを未然に防ぐこと（リスクマネジメント）が可能になる。

NGO にとっての効果

- ・ 企業の本業で培われた技術や組織運営のノウハウを活かした現地支援活動が可能となる。
- ・ 連携実績が各種メディアで紹介され、団体や活動の認知度が高まり、新たな支援の獲得の契機になる。
- ・ 商品やサービスを通じて消費者に課題を共有する機会が得られる。

付録

- 1 持続可能な開発目標(SDGs)とは
- 2 企業と NGO の連携事例
- 3 企業と NGO の連携 覚書サンプル
 1. コーズマーケティング(寄付つき商品)連携
 2. 協賛としての施設の提供や商品の貸出(無償提供)による連携
- 4 「質の高い連携」チェックリスト
- 5 リファレンス
- 6 NGO と企業の連携推進ネットワークメンバー 一覧

1. 持続可能な開発目標 (SDGs) とは



2015年9月にニューヨークで開催された「国連持続可能な開発サミット」において、150を超える加盟国首脳に参加のもと「我々の世界を変革する：持続可能な開発のための2030アジェンダ」が採択されました。アジェンダの中に「持続可能な開発目標 (SDGs)」が掲げられています。

SDGsは、2001年に策定されたミレニアム開発目標 (MDGs) の後継として国連で定められた、2016年から2030年までの国際目標です。MDGsの残された課題 (例:保健、教育) や新たに顕在化した課題 (例:環境、格差拡大) に対応すべく、新たに17ゴール・169ターゲットからなる持続可能な開発目標 (Sustainable Development Goals: SDGs) を策定しました。持続可能な開発目標は、途上国だけではなく、先進国をも含むすべての国々が目指すべき目標です。

持続可能な開発目標 (SDGs)

- 目標 1：あらゆる場所のあらゆる形態の貧困を終わらせる
- 目標 2：飢餓を終わらせ、食料安全保障及び栄養改善を実現し、持続可能な農業を促進する
- 目標 3：あらゆる年齢のすべての人々の健康的な生活を確保し、福祉を促進する
- 目標 4：すべての人々への包摂的かつ公正な質の高い教育を提供し、生涯学習の機会を促進する
- 目標 5：ジェンダー平等を達成し、すべての女性及び女児の能力強化を行う
- 目標 6：すべての人々の水と衛生の利用可能性と持続可能な管理を確保する
- 目標 7：すべての人々の、安価かつ信頼できる持続可能な近代的エネルギーへのアクセスを確保する
- 目標 8：包摂的かつ持続可能な経済成長及びすべての人々の完全かつ生産的な雇用と働きがいのある人間らしい雇用 (ディーセント・ワーク) を促進する
- 目標 9：強靱 (レジリエント) なインフラ構築、包摂的かつ持続可能な産業化の促進及びイノベーションの推進を図る
- 目標 10：各国内及び各国間の不平等を是正する
- 目標 11：包摂的で安全かつ強靱 (レジリエント) で持続可能な都市及び人間居住を実現する
- 目標 12：持続可能な生産消費形態を確保する
- 目標 13：気候変動及びその影響を軽減するための緊急対策を講じる
- 目標 14：持続可能な開発のために海洋・海洋資源を保全し、持続可能な形で利用する
- 目標 15：陸域生態系の保護、回復、持続可能な利用の推進、持続可能な森林の経営、砂漠化への対処、ならびに土地の劣化の阻止・回復及び生物多様性の損失を阻止する
- 目標 16：持続可能な開発のための平和で包摂的な社会を促進し、すべての人々に司法へのアクセスを提供し、あらゆるレベルにおいて効果的で説明責任のある包摂的な制度を構築する
- 目標 17：持続可能な開発のための実施手段を強化し、グローバル・パートナーシップを活性化

※公益財団法人 地球環境戦略研究機関(IGES)作成による仮訳をベースに外務省が編集したものを使用。

2. 企業とNGOの連携事例 (2017年3月現在)

※ここで紹介されている事例は、原則本ネットワークメンバーから定期的に集めた事例です。ここに紹介されている以外にも類似する事例がございます。

※下記ホームページにも様々な連携事例を紹介しています。

URL: http://www.janic.org/ngo_network/example/

寄付や助成金

武田薬品工業株式会社

× (特活)ワールド・ビジョン・ジャパン、(公社)セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン、(公財)プラン・インターナショナル・ジャパン

SDGs「目標3:すべての人に健康と福祉を」の達成に貢献するため、「途上国・新興国の人々の健康に貢献する予防活動」をテーマとしたCSRプログラムを展開している。2016年度からは、上記3団体とのパートナーシップのもとで、アフリカもしくはアジアにおける母子保健の課題解決にフォーカスした、中長期的な3つのプログラムを開始している。

東京海上日動火災保険株式会社

× 認定特定非営利活動法人日本NPOセンター

× 地域環境パートナーシップオフィス(EPO)

× 国内各地の環境NPO

東京海上日動の「Green Gift」プロジェクト*の一環として、「Green Gift 地球元気プログラム」を実施。国内各地の支店と地域の環境NPOが主に子どもを対象とし、地域の環境課題に沿った環境保護プログラムを共に企画、開催。社員はボランティアとして参加。2013年10月から2016年3月までに、29都道府県で延べ112回活動し、約3,000人の子どもを含む延べ約7,700人が参加。

*「ご契約のしおり(約款)」等をホームページで閲覧する方法をご選択いただいた場合に、紙資源使用量削減額の一部を国内外で環境保護活動を行うNPO等へ寄付をする。

第一三共株式会社

× (公財)プラン・インターナショナル

プラン・インターナショナルは、第一三共の支援により、タンザニア国内で5歳未満児の死亡率が高い、モロゴロ州キロンベロ県にある19村の住民約66,000人を対象に巡回医療サービスを提供するプロジェクトを実施。医療サービスへのアクセスが困難な地域の1歳未満児および妊産婦が予防接種や健診などの基礎的な保健サービスを受けられるようになることを目標に、1)保健医療従事者とコミュニティ保健員の能力強化、2)巡回医療活動の実施(予防接種、妊産婦健診など)、3)コミュニティにおける意識啓発活動(性と生殖に関する知識など)を行なっている。

株式会社ニコン

× (公社)シャンティ国際ボランティア会

ニコン・シャンティ奨学金制度は、(公社)シャンティ国際ボランティア会が1980年代から行っていた奨学金事業と連携し2007年に設立。経済的な事情から教育を受けることを断念しないよう、中・高校生約150名、大学生約25名に対し、毎年、奨学金を支給している。これまで10年間で延べ1717名に奨学金を支給した。こうした継続した支援は、2015年から組織自立化が始まった、現地(タイ)で協働するシーカー・アジア財団の一助になっている。

株式会社

× (公財)国際労働財団

TOTO UNION は (公財) 国際労働財団に対し、現地組織と協働して運営する児童労働撲滅のためのネパール非正規学校事業 (ネパール国内で 9 校・生徒数 450 人) の一校であるバクタプール校に支援。2015 年 4 月 25 日のネパール大地震発生後、TOTO UNION および TOTO 株式会社より震災復興支援金を預かり、甚大な被害を受けたバクタプール校の新校舎建設計画を策定、地方政府より土地の貸与を受けつつ、新校舎を建設している。

東京海上日動火災保険株式会社

× 国際 NGO ルーム・トゥ・リード

1999 年から継続するマングローブ植林地域にて、「樹も育て、人も育てる」グローバルな地域・社会貢献活動として、2010 年度より国際 NGO ルーム・トゥ・リードの東南アジア地域での教育支援プログラムに参加。2015 年度までの 6 年間にわたり、年間約 10 万ドルを寄付し、インド・バングラデシュ・ベトナムにおいて、約 1,400 名の少女たちが将来自立するための教育支援や、子どもたちの学習環境を整えるための図書室を 17 室開設した。

一般財団法人味の素ファンデーション

「味の素『食と健康』国際協力支援プログラム (AIN プログラム)」では、持続可能な開発目標 (SDGs) への貢献を視野に入れ、開発途上国の人々の栄養改善を目的に、NGO などが実施する国際協力プロジェクトへの支援を行っている。これまでの支援件数は 76 件、アジアと南米の 12 カ国で実施された (1999 年から 2014 年の実績)。

パナソニック株式会社

「Panasonic NPO サポートファンド」は環境分野、子ども分野で社会課題の解決に向けて活動する NPO/NGO の組織基盤強化を支援するプログラムである。市民活動が持続的に成長できるよう、NPO/NGO の組織基盤強化の取り組みを資金助成だけでなくコンサルティングなども行い、総合的に支援している。2001 年からこれまでに、のべ 260 件の組織基盤強化の取り組みに助成を行った (2014 年助成実績まで)。

トヨタ自動車株式会社

× スペシャルオリンピックス (SO) 日本ナショナルパートナー支援

スペシャルオリンピックスは、知的障がいのある方々が継続的なスポーツを通じて、生活の質を豊かにすることを目的とする国際的組織。活動を支えるには多くのボランティアが必要であるが、欧米と比べ日本は認知度が低い事が課題。そこで日本のナショナルパートナーとして金銭支援をする一方、支援の輪を広げるために、チャリティイベント「エールラン」を 10 月お台場 (メガウェブ) で開催。その後も施設提供やボランティア派遣等、多面的に協力を実施。

施設の提供や 商品の貸出 (無償提供)

ソフトバンクモバイル株式会社

× (特活) ジャパン・プラットフォーム

ソフトバンクモバイルは世界各国での国際ローミングに対応した 3G 携帯電話の利点を活かし、自然災害による緊急復興支援のため海外で活躍する NGO に携帯電話の無償貸し出しを行っている。その際、ジャパン・プラットフォームが貸し出しの取りまとめを行っている。

TOTO 労働組合及び TOTO

ボランティアや 専門家、プロボノ の派遣

デルタ航空会社

マイレージ会員(スカイマイル) でデルタ航空を利用した旅客が寄付対象に登録されている NPO を指定し、マイルを寄付する取り組み「スカイウィッシュ・アジア」。寄付されたマイルは、航空券として引き換えられ、寄付を受けた NPO の支援国への渡航手段として活用される。

デロイト トーマツ コンサルティング合同会社

デロイト トーマツ コンサルティングが持つ経営コンサルティングサービスのノウハウを活用し、非営利団体に対してプロボノとして専属スタッフを各団体に常駐させ、数か月かけて無償で中期計画策定支援やファンドレイジング戦略策定などを行う。

ヘンケルジャパン株式会社シュワルツコフプロフェッショナル

× (特活)国境なき子どもたち

ヘンケルジャパン株式会社シュワルツコフプロフェッショナルと認定 NPO 法人国境なき子どもたちは、2008 年よりカンボジアの恵まれない青少年 (10 代から 20 代) を対象とした美容職業訓練「未来をつなぐ夢はさみ」を協働実施している。日本の高い美容技術を伝えることで美容師を志す若者たちの自立を支援。2016 年までに日本の美容師約 40 名がボランティア講師として現地に派遣され、参加者約 130 名に修了証書が授与された。

日本ヒルティ株式会社

× (特活)ハビタット・フォー・ヒューマニティ・ジャパン

海外で住居建築を行うボランティアの学生にむけ、建築現場の安全についてのトレーニング講師をお願いしている。装備や安全対策についての講義と、実際の現場を想定した写真を見ながらリスクと対処方法をグループごとに検討するワークショップを行っている。2014 年から、ボランティアリーダーの学生に向け、半年に 1 回のペースでトレーニングを実施しており、これまでの受講者はのべ 500 名ほど。

ゴールドマン・サックス証券株式会社

× (特活)ハビタット・フォー・ヒューマニティ・ジャパン

ハビタットの活動に参加する、全国各地の大学から集まった 60 名ほどのリーダーに向けて、20 名ほどのゴールドマン・サックス社員ボランティアとワークショップを行うプロボノボランティアプログラム。プレゼンテーションや、リーダーシップ、組織運営などについて、社員ボランティアが学生リーダーたちとチームを組み、社会人の経験を活かしたインプットと、学生のユニークなアイデアで問題解決やスキルアップに取り組んでいる。

株式会社電通 × NGO/NPO「世界食料デー」月間

国連「FAO」を代表する複数の NGO の実施する活動を「コミュニケーションの力」でサポート、社内外の「食べる、を考える人」を一人でも増やすために、コミュニケーション装置開発と情報発信を行っている。残された食べ物たちが世界の食料問題を分かりやすく伝える WEB ムービー「のこりものがたり」18 本、食べ残しが減る歌「ごはんハンハン」、寄付プラットフォームとしての「LINE 食べる、を考えるスタンプ」等を開発し、活動そのものを知らない子どもたちや幅広い一般生活者の認知向上および草の根運動の日向化に成功している。「世界食料デー」月間の特設サイトへのアクセスは 3 万 PV を越えサポート前の 4 倍強に)

各種キャンペーン への参加や協力

ミズノ株式会社

× (公財)ケア・インターナショナル ジャパン

ケア・インターナショナル ジャパンは毎年、国際女性の日より、歩く国際協力「Walk in Her Shoes」を行い、主にオンラインからの参加者を募るとともに、東京や大阪などでのチャリティウォーキングイベントを開催。ミズノ株式会社は、本キャンペーンの趣旨に賛同し、コース選定ほか企画をはじめ、イベント会場提供、社内外の広報媒体を活用した告知協力、参加者へのウォーキング指導、社員による運営協力、協賛品提供など様々な方法で支援している。

住友生命保険相互会社

× (公財)プラン・インターナショナル・ジャパン

住友生命保険相互会社は、顧客に音楽を楽しむ機会を提供すると同時に、地域社会のために役立ちたいという願いをクラシック音楽に託し、1986年より「全国縦断チャリティコンサート」を開催。これまでに全国各地で1,019回の公演を行ってきた(2016年3月末現在)。2016年度は、公益財団法人プラン・インターナショナル・ジャパン Because I am a Girl キャンペーンに賛同し、会場で実施する来場者向けチャリティ募金の一部をベトナムの小学校における女の子にやさしい学習環境の整備に役立てる。

帝人フロンティア株式会社

× (特活)オックスファム・ジャパン

繊維原料および衣料製品、産業資材などの生産、販売を手がける帝人フロンティア株式会社は、オックスファム・ジャパン主催のファンドレイジングイベント「オックスファム・トレイルウォーカー東北2016」のオフィシャルスポンサーを務めるとともに、スポンサー企業名入りイベントTシャツ用に、オリジナル吸汗速乾素材「トリプルドライ®カラット®」も協賛。イベント参加者やボランティアスタッフなど、1000名以上がイベント期間中に着用した。

CSR 調達コンサルティング

リー・ジャパン株式会社

× (特活)ACE × (特活)ハンガー・フリー・ワールド

ハンガー・フリー・ワールド (HFW) はリー・ジャパンと「BORN IN UGANDA ORGANIC COTTON」プロジェクトで連携している。ウガンダの名産であるオーガニック・コットンから作ったオリジナルデニムを販売し、その売上の2%がHFWを通じて、ウガンダにおける井戸建設の支援に役立てられている。HFWは寄付を受け取るだけでなく、現地の生産者の人権や労働慣行が遵守されるように児童労働問題の専門性を持つACEと協力し、生産現場の監査協力も行っている。

コース マーケティング (寄付つき商品)

塩野義製薬株式会社

× (特活)ワールド・ビジョン・ジャパン

Mother to Mother SHIONOGI Project は、シオノギ製薬グループが販売する総合ビタミン剤「ポポンS」シリーズで日本のお母さんの健康を応援しながら、同シリーズの売り上げと全社員からの寄付により、ワールド・ビジョン・ジャパンがケニア共和国で実施する母子保健プロジェクトをサポートするプロジェクト。1年目の支援事業では、診療所の建設を進め、2016年11月に一部開所。また、現地保健省と連携し巡回診療や妊産婦への健康教育を行い、ワクチン接種件数、施設分娩数が増加するなどの成果がでている。さらに、日本でのプレスセミナーの開催や、TICADVI ジャパンフェアへのブース出展など、広報や啓発も連携して展開。

オゴー産業株式会社

× (公社)セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン

学生服の製造販売を行うオゴー産業は、織ネームとタグにセーブ・ザ・チルドレンのロゴが入った学校制服を販売している。制服の売上の一部はセーブ・ザ・チルドレン・ジャパンへの寄付として、世界中の子どもたちのための支援に活用される。現在、制服の採用校は、小学校から高校まで全国で50校以上あり、採用校からは、世界の子どもたちへの支援につながることはもちろん、グローバルな視点の醸成につながると好評をいただいている。

シチズン時計株式会社

× (公財)プラン・インターナショナル・ジャパン

シチズン時計は、次世代を生む女性への支援が世界の課題解決につながるという考えから、2013年よりプラン・インターナショナルのBecause I am a Girl キャンペーンに賛同し、女の子支援プロジェクトに対して、レディスブランド「CITIZEN xC」の売上の一部を寄付している。また、「CITIZEN xC for Because I am a Girl スペシャルモデル」を開発したり、「CITIZEN xC」の店頭販売やWebサイト上でのプロジェクト紹介を通じ、同キャンペーンのさらなる普及促進にも努めている。

森永製菓株式会社 × (特活)ACE

ACEは、森永製菓株式会社が実施する「1チョコ for 1スマイル」キャンペーン連携NGOの一つとしてCRM(売上からの寄付)での支援を受け、ガーナのカカオ生産地域の子どもたちを危険な労働から守り、就学を支援する活動を行っている。また、森永製菓はこの連携を発展させる形で「ACEの支援地区のカカオを使用したチョコレート」2種類を期間限定で販売した。2014年からは、国際フェアトレード認証チョコレートを販売中。

社員研修

スタンダードチャータード銀行

× (特活)シェア=国際保健協力市民の会

スタンダードチャータード銀行は、同行がグローバルで展開するHIV/エイズ教育・啓蒙プログラムの日本における取り組みとして、シェア=国際保健協力市民の会の活動・イベントへの行員ボランティアの派遣を行っている。また、シェアの協力により行員向けのワークショップを開催し、行員の理解促進にも力を入れている。

(公財)オイスカ × 企業

海外青年の研修を長年実施してきたオイスカの国内の中部日本研修センター（愛知県豊田市）の施設とノウハウを活かし、企業（太啓建設、浅野機械工業所など）の新入社員研修を完全合宿制で実施。農業の専門性を活かして鶏の解体作業を通して命の大切さを学び、参加者が励まし合いながらの35kmの野外歩行など6日間のプログラムを提供している。また、海外の研修生とともに寝食を共にすることから得る国際理解・交流の機会も国際協力団体との連携のメリットとなっている。

DHL サプライチェーン株式会社 × (特活)オックスファム・ジャパン

企業間ロジスティクスを手がける DHL サプライチェーン株式会社は、従業員の福利厚生の一環として、「オックスファム・ショップ」で扱っているチョコレートやコーヒーなどのフェアトレード商品の販売スペースを社内に設置。また、ショップで販売する寄付品提供への協力など「オックスファム・ショップ」の支援を通じた国際協力への参加の機会を従業員に提供。ショップの収益は、貧困をなくすためのオックスファムの活動に充てられている。また、「グローバルボランティアデー」にオックスファムから講師を招き、社員向けに貧困・気候変動などについてのワークショップも実施。

株式会社リコー

× (公社)セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン

リコーは、セーブ・ザ・チルドレンと協働し、インドにおいて2011年度からリコーの製品を活用した教育支援プログラムを開始した。2013年10月からは、プロジェクターを活用し、教育の質向上に貢献するビジネスモデルの構築を目指した調査事業を実施。プロジェクター、デジタル教材や触って学べる教材を活用したインタラクティブな教授法を習得するための教員研修や、授業での実践を通して子どもの理解度や先生の指導力向上に寄与しながら、ビジネスニーズの把握を行ってきた。2015年10月からは、ビジネスとしての価値提供を目指しながら、教員が教育現場のニーズに沿ったデジタル教材を作成・活用する支援も行っている。

味の素株式会社

× (公財)プラン・インターナショナル

× (公財)ケア・インターナショナル

離乳食の栄養バランスを改善・強化するサプリメントの製造・販売を通じて、離乳期の子どもの栄養改善への貢献を目指す、「ガーナ栄養改善プロジェクト」。2009年、味の素グループ創業100周年記念事業として始まり、すべての人々のいのちの基本である「食・栄養」をよりよくすることで、子どもたちの健やかな未来を拓くことを目的としている。ガーナ政府機関・大学をはじめ、さまざまな国際NGOや企業と連携。

デジタル・グリッド・ソリューションズ株式会社、株式会社電通等

× (認定)ミレニアム・プロミス・ジャパン

× 東京大学

日本発のデジタル・グリッド技術を活用した地方電化ビジネス拡大のための調査事業のパイロット事業として、ミレニアム・ビレッジのひとつサウリ村（ケニア）で電力の小口販売事業を支援。

共同事業

積水アクアシステム株式会社

× (特活)APEX

APEX はインドネシア中部ジャワ州において、水問題を水質汚濁の観点から捉え、アジア地域に適した排水処理技術を開発する過程で、回転円板式排水処理に着目し、立体格子状接触体回転円板を考案した。そこで、回転円板式排水処理装置では日本でトップ・シェアを持つ積水アクアシステムへ APEX から協働を提案し、この立体格子状接触体回転円板（商品名「エスローテ」）の開発・製品化において、1997 年より連携を開始した。この立体格子状円板は、まず日本で製造・販売が開始され、その後インドネシアでも製造・販売を行うようになった。

花王株式会社

× (公財)オイスカ、オイスカタイランド

花王は、公益財団法人オイスカの理念に賛同し、オイスカタイランドと三者で、森林の急激な減少で環境問題が生じているタイ北部地域での植林と環境教育を行なう「タイ北部“FURUSATO”環境保全プロジェクト」を実施している。地域の植生に配慮した種を 35 ヘクタールに植林するとともに、子どもたちや地域の人々に環境保全の大切さを伝えて、地域の人々の手により、将来にわたって森を守っていく環境を整えている。

株式会社ベクトル

× (特活)グッドネーバーズ・ジャパン

専用 WEB サイトで申込み、不要になった衣類を送ると (株)ベクトルが査定し、その額に 10%を上乗せし寄付します。支援金はグッドネーバーズ・ジャパンが実施する、途上国の子どもの環境改善のための事業に役立てられ、衣類は(株)ベクトルのリサイクルショップで再販されます。衣類は(株)ベクトルのリサイクルショップで再販されます。送料は同社が負担（一部地域を除く）し、毎月約 400 件のお申し込みがあります。

3. 企業とNGOの連携 覚書サンプル——1

以下は、コーズマーケティング(寄付つき商品)での覚書サンプルです。実際に使用するにあたっては、それぞれの企業・NGOにおいて法務確認を行うことをお勧めします。本ガイドラインは、覚書サンプルの使用によるあらゆる損害、不利益について一切責任を負いません。

覚書

特定非営利活動法人●●●●●(以下「甲」という)と株式会社■■■■■(以下「乙」という)は、次のとおり覚書を締結し、その有効な成立を証するため、本覚書を2通作成し、各自記名押印の上、各1通を所持する。

第1条 (目的)

本覚書は、乙の社会貢献活動の一環として、甲の国際協力活動に賛同し、事業に必要な甲の資金の一部として本覚書に定める金額を甲に寄付する。

第2条 (乙の事業)

第1項 事業名：▲▲▲▲▲(以下「本件事業」という)

第2項 活動地域：×××県並びに日本全域

第3項 広報宣伝媒体：ニュースリリース、ポスター、リーフレット、ウェブサイト

第3条 (名称及びロゴマークの使用)

第1項 乙は本件事業を甲への協賛事業とし、第2条の定める範囲において、甲の名称及びロゴマークを使用することができる。

第2項 乙は甲の名称及びロゴマークを使用するには、事前に甲に連絡して書面による承諾を得なければならない。

第3項 乙は、第1,2項により、甲の名称及びロゴマークを使用した場合であっても、甲は名称及びロゴマークの使用を制限、変更ないし禁止することができる。

第4項 乙が第1,2,3項のいずれかに違反した場合には、甲は直ちに、乙に対し、甲の名称及びロゴマークの使用を差し止めることができる。

第5項 甲は本件事業の広報活動に関し、第2条の定める範囲において、乙のロゴマークを使用することができる。

第6項 甲は乙の名称及びロゴマークを使用するには、事前に乙に連絡して書面による承諾を得なければならない。

第7項 甲は、第1,2項により、乙の名称及びロゴマークを使用した場合であっても、乙は名称及びロゴマークの使用を制限、変更ないし禁止することができる。

第8項 甲が第1,2,3項のいずれかに違反した場合には、乙は直ちに、甲に対し、乙の名称及びロゴマークの使用を差し止めることができる。

第4条 (寄付金額)

乙は甲に対し、本件事業に際して、次の通り寄付金を支払う。なお、乙はいかなる理由があっても、既に支払った寄付金の返還を求めることができない。

第1項 寄付金額

乙は甲に対し、活動期間中に乙の製品の販売数に応じて寄付金を甲に支払う。商品、1つ販売につき、売上価格の1%とする。

第2項 支払い期限

年1回 各年度の6月末締め7月末支払いとする。

第3項 支払い確認

乙使用の販売データを資料として支払い時に添付する。

第4項 支払い方法

甲指定の口座へ銀行振り込みとする。

第5条

覚書に定めのない事項その他疑義が生じた場合は、甲及び乙は誠意をもって協議の上、決定するものとする。

平成 年 月 日

甲 特定非営利活動法人●●●●●●

乙 株式会社■■■■■■

3. 企業とNGOの連携 覚書サンプル——2

以下は、施設の提供や商品の貸出(無償提供)での覚書サンプルです。実際に使用するにあたっては、それぞれの企業・NGOにおいて法務確認を行うことをお勧めします。本ガイドラインは、覚書サンプルの使用によるあらゆる損害、不利益について一切責任を負いません。

覚書

特定非営利活動法人●●●●●(以下甲という)と■●●●●株式会社(以下乙という)は、▲▲▲▲イベント(別紙添付、以下「本イベント」という)に関して以下のとおり覚書を締結する。

第1条

乙は甲及び「本イベント」のオフィシャルスポンサーとなり、「本イベント」成功のため、協賛として以下の商品及びサービスを無償で甲に提供する。

(提供内容を記載する。例：〇〇を△△個、提供する。)

第2条

乙は、万が一、利用中に発生した、本イベント参加者、観覧者、本イベント関係スタッフなどの損害について責任を負わない。

第3条

甲は乙に、「本イベント」オフィシャルスポンサーとしての表示を以下に行う特典を提供する。

1. 甲は「本イベント」公式ウェブサイト及び「本イベント」参加者向け配布印刷物に乙の社名入りロゴを表記する
2. 甲は「本イベント」会場に乙の社名を表記する
3. 甲は「本イベント」会場に乙のバナー掲出場所を確保する
4. 甲は「本イベント」公式印刷物に乙の社名入りロゴを表記する
5. 甲は「本イベント」公式報告書に乙の社名を表記する

第4条

乙は個別に甲の事前承認を得て、次の通り、「本イベント」オフィシャルスポンサーである旨を表示することができる。

1. 乙の配布物への表示
2. 乙の広告、広報等での表示
3. 乙の自社メディアでの表示

第5条

本覚書の有効期間は、締結の日から××××年×月××日までの間とする。但し、乙は、本覚書有効期間終了後も、乙の事業報告書、会社案内、ウェブサイト等の広報物において、事前の承認を得たものに関しては、××××年度に開催された「本イベント」にオフィシャルスポンサーとして協賛した事実を甲のロゴ及び「イメージ」とともに掲載することができる。

第6条

本覚書に定めなき事項又は本覚書について甲乙間に疑義のあるときは、甲乙協議の上解決するものとする。

第7条

本覚書の成立を証するため、正本2通を作成し、甲乙記名押印のうえ、各自1通を保有するものとする。

平成 年 月 日

甲 特定非営利活動法人●●●●●●

乙 ■■■■■株式会社

4. 「質の高い連携」チェックリスト

質の高い連携とは

本ガイドラインでは、「持続可能な社会の実現に向けた地球規模の課題解決を目的として、お互いの特性を認識し、資源や能力などを持ち寄り、対等な立場で協力して活動すること。」と定義しています。

はじめに

- ・ 本チェックリストは「質の高い連携」の具体状況を示し、連携に取り組む NGO と企業の皆様に自らの連携事業/プログラムの状態を図るツールとして活用されることを目的に作成しました。
- ・ 多様な連携形態（フィランソロピー型、トランザクション型、インテグレーション型等※）に対応できるよう作成されています。ご利用の際は、その連携の規模や形態に応じて、必要と考えられる項目のみを確認してください。※P4 参照

<基本姿勢>

NO.	分野	指針	指針のチェックポイント	確認方法	Check
1	透明性	連携当事者間で意思決定のプロセスや情報共有の仕組みが定められている	・連携の当事者間で情報共有や公開の対象者/項目/範囲/仕組みが定められている。	事業計画書、契約書、覚書	
2	誠実さ	連携当事者間で誠実なコミュニケーションをとっている	・潜在的なリスクやネガティブな情報についても共有し、コミュニケーションがとれている。	リスクマネジメントシート※1、会議などの議事録	
			・判断に迷う場合、連携先と迅速に相談している、又はそうした体制が構築されている。	契約書、覚書、会議などの議事録	
			・連携先に対する問題点・意見があれば率直に伝え、相手側も丁寧、かつ合理的根拠に基づいて対応している、又はそうした体制が構築されている。	契約書、覚書	

※1 参考：<http://www.sonpo.or.jp/archive/publish/npo/0003.html>「NPO のためのリスクマネジメント～リスクと上手につきあうには…」-NPO リスクガイドブッカー

<プロセス>

NO.	分野	指針	指針のチェックポイント	確認方法	Check
1	目的の整合性	連携事業/プログラムの目的が地球規模の課題解決に資する内容となっている	・目的はSDGs※2 やグローバル・コンパクト、ISO26000 のような、持続可能な社会を目指す国際的基準が示す開発課題の解決に資するものである。	連携事業/プログラムの目的が書かれた企画書などの文書	
			・目的は受益者のニーズに基づいている。	ニーズアセスメント書類	
2	目的の共有	双方が連携の目的を理解している	・連携して解決したい課題が共有されている。	連携事業/プログラムの目的が書かれた企画書などの文書	
			・連携の目的が共有されている。	連携事業/プログラムの目的が書かれた企画書などの文書	
3	組織の特性分析	自らの組織(事業)の強み・弱みを把握している	・組織の強み、弱みなどの分析がされている。	組織評価や SWOT 分析など、組織の強み、弱みの分析がまとめられた書類	
4	連携先の特定	連携先の理念・方針を共有できる	・企業や NGO の理念、事業展開の方針、社会貢献方針との理念に共通点があり、価値観を共有できる。	年次報告書、ウェブサイト、SR レポート	
		連携先は、社会的影響に配慮している	・グローバル・コンパクト 10 原則※3 に掲げられるような、「人権」「労働」「環境」「腐敗防止」に配慮した活動をしている。 ・特定の宗教、政治活動、差別、暴力を支持/反対することを目的としない。	年次報告書、ウェブサイト、SR レポート	
		連携先は、専門性・強みを有している	・連携事業/プログラムについての高い専門性や実績、ネットワーク、コンサルティング能力が備わっている。 ・連携事業/プログラムに必要な、自組織にはない強みを持っている。	年次報告書、ウェブサイト、SR レポート、事業計画書	
		連携先は、組織運営の問題がない	・組織の基本情報(総会/理事会、株主総会/取締役会議などのガバナンス、財務情報など)が公開されている。 ・定款又は規約に基づき運営されている。	年次報告書、ウェブサイト、SR レポート、定款、規約、アカウントビリティ・セルフチェック※4、会社四季報、ヒアリング	
		連携先と対等な立場でコミュニケーションができています	・コミュニケーション能力があるか(伝えたいことが伝わる相手か)。 ・一方的な言い分、もしくは過度な要求などが見られない。	訪問によるヒアリング、関係者へのヒアリング	

		中間支援組織の活用	・必要に応じて中間支援組織を活用(情報閲覧や相談)するなどして、連携先に関する第三者機関の評価を確認している。	中間支援組織ウェブサイト、中間支援組織関係者など	
5	役割分担	自組織、連携先の対応能力(人員体制・予算)、専門性を考慮した役割分担がされている	・自組織、連携先の担当業務・権限・責任範囲などが、公平なプロセスを経て決定され、文書化されている。	会議の議事録、事業計画書、契約書、覚書	
6	規模	連携事業/プログラムは自組織、及び連携先の能力や体力に適しているかを検討した	・連携事業/プログラムが実施、或いは終了した際に、自組織や連携先の組織運営に与えるマイナスの影響は限定的である。	事業計画書・予算書、年次報告書、財務諸表	
7	中長期的な視野	必要に応じて中長期的な視野を持って連携事業/プログラムを計画している	計画書に、目標、指標、戦略、リソース、調達方法、評価方法が3~5年間の中長期的視野に基づき設定されている。	事業計画書	
8	実施体制	自組織内で適切な人員確保・配置がされている	・必要な専門性や人数を満たしている。	事業計画書	
			・自組織内に不足する体制がある場合、第三者との協力体制を有している。	事業計画書	
			・組織内で継続的に情報共有が行える体制がある。	事業計画書	
9	書面化	上記5~8等の重要事項が書面で合意されている	・上記5~8等の重要事項について書面にまとめ、両代表者が捺印して合意している。 ・必要に応じて法的なチェックがされている。	契約書、覚書	
10	評価・報告	双方が計画書で示された評価を実施し、その結果を共有し、今後の活動に反映させている	・評価※5のスケジュール、実施体制が文書化されている。	事業計画書、評価報告書、活動報告書	
			・評価に必要なベースラインサーベイの結果や、連携事業/プログラムの目標(指標)が定められている。	ニーズアセスメント書類	
			・評価は、連携事業/プログラムに直接/間接的に関わるステークホルダー(受益者等)の意見が反映されている。	事業計画書、評価報告書、活動報告書	
			・目標と評価との間のギャップが十分に分析され、次期の活動計画に反映されている。	次期活動計画	
			・評価結果や改善策の内容は、受益者をはじめ、連携事業/プログラムに直接/間接的に関わるステークホルダー(受益者など)に共有されている。	共有先が書かれている書類	

※2 持続可能な開発目標(Sustainable Development Goals: SDGs) <http://www.janic.org/more/mdgs/index.php>

※3 国連グローバル・コンパクトの10原則 <http://www.ungcn.org/gc/principles/index.html>

※4 アカウンタビリティ・セルフチェック(ASC) <http://www.janic.org/more/accountability/>

※5 連携に関する評価の枠組み・指標については、まだ確立されたものではなく開発途上の段階ですが、計画段階から双方で評価を見据えた指標を決めておくことが重要です。

<副次効果>

NO.	分野	指針	指針のチェックポイント	確認方法	Check
1	副次／波及効果	連携事業/プログラムは、副次/波及効果を生み出している、もしくはその可能性がある	<p><企業></p> <ul style="list-style-type: none"> ・社会的存在としての信頼と評価が得られ、ブランド価値が高まり、組織の持続可能性に寄与する(もしくはその可能性がある)。 ・社会的責任投資(SRI)などの企業評価の向上につながる(もしくはその可能性がある)。 ・通常の企業活動だけでは把握できない潜在的な地球規模の課題に対応することで、思いがけない新たな事業展開のヒントになる(もしくはその可能性がある)。 ・社会的責任を果たしていることが伝わることで、社員や消費者、地域社会などのステークホルダーからのロイヤリティの向上につながる(もしくはその可能性がある)。 ・今後起こりうるリスクを事前に察知し、トラブルを未然に防ぐこと(リスクマネジメント)が可能になる(もしくはその可能性がある)。 <p><NGO></p> <ul style="list-style-type: none"> ・企業の本業で培われた技術や組織運営のノウハウを活かした現地支援活動が可能となる(もしくはその可能性がある)。 ・連携実績が各種メディアで紹介され、団体や活動の認知度が高まり、新たな支援の獲得の契機になる(もしくはその可能性がある)。 ・商品やサービスを通じて消費者に課題を共有する機会が得られる(もしくはその可能性がある)。 	組織内稟議書、決裁申請書などの内部資料	

5. リファレンス

企業とNGOの マッチングを推進

社会福祉法人 大阪ボランティア協会
<http://www.osakavol.org/>

特定非営利活動法人国際協力 NGO センター (JANIC)
<http://www.janic.org/>

特定非営利活動法人日本 NPO センター
<http://www.jnpoc.ne.jp/>

社団法人日本フィランソロピー協会
<http://www.philanthropy.or.jp/index.html>

特定非営利活動法人パートナーシップ・サポートセンター
<http://www.psc.or.jp/>

地球環境パートナーシッププラザ GEOC
<http://www.geoc.jp/>

特定非営利活動法人パブリックリソースセンター
<http://www.public.or.jp/index.html>

1% (ワンパーセント) クラブ
<http://www.keidanren.or.jp/japanese/profile/1p-club/>

各種ガイドライン GRI ガイドライン

Global Reporting Initiative (英文)
<http://www.globalreporting.org/Home>

特定非営利活動法人サステナビリティ日本フォーラム
<http://www.sustainability-fj.org/>

ISO26000

ISO/ SR 国内委員会 (財団法人日本規格協会)
<http://iso26000.jsa.or.jp/contents/index.asp>

社会的責任向上のための NPO/ NGO ネットワーク
<http://www.sr-nn.net/>

国連グローバル コンパクトの動き

United Nations Global Compact (英文)
<http://www.unglobalcompact.org/>

国連グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン
<http://www.ungcjp.org/>

6. NGO と企業の連携推進ネットワークメンバー 一覽 2016 年度

【企業メンバー】 27 社

旭硝子株式会社	株式会社東芝
味の素株式会社	TOTO 株式会社
株式会社茨城製作所	トヨタ自動車株式会社
沖電気工業株式会社	株式会社ニコン
オリンパス株式会社	日産自動車株式会
花王株式会社	株式会社博報堂
株式会社学研ホールディングス	パナソニック株式会社
国際石油開発帝石株式会社	株式会社日立製作所
株式会社資生堂	富士通株式会社
ソニー株式会社	株式会社ブリヂストン
武田薬品工業株式会社	株式会社丸井グループ
株式会社電通	三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社
株式会社東急エージェンシープロ ミックス	株式会社リコー
東京海上日動火災保険株式会社	

【NGO メンバー】 34 団体

(特活)アイキャン	(特活)シャプラニール=市民による海外協力の会
(特活)ADRA Japan	(公社)シャンティ国際ボランティア会
(特活)APEX	(公社)セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン
(特活)アフリカ日本協議会	(特活)世界の医療団 (メドウサン・デュ・モンド ジャパン)
(特活)エイズ孤児支援 NGO・PLAS	(特活)地球の友と歩む会
(特活)ACE	(特活)チャイルド・ファンド・ジャパン
(特活)NGO 福岡ネットワーク	(特活)日本国際ボランティアセンター
(公財)オイスカ	(特活)ハビタット・フォー・ヒューマニティ・ジャパン
(特活)オックスファム・ジャパン	(特活)ピープルズ・ホープ・ジャパン
(特活)グッドネーバーズ・ジャパン	(公財)プラン・インターナショナル・ジャパン
(特活)クロスフィールズ	(特活)ブリッジ エーシア ジャパン
(公財)ケア・インターナショナル ジャパン	(特活)ホープワールドワイド・ジャパン
(公財)国際開発救援財団	(特活)ミレニアム・プロミス・ジャパン
(特活)国際協力 NGO センター (JANIC)	(特活)横浜 NGO 連絡会
(公財)国際労働財団	(特活)ワールド・ビジョン・ジャパン
(特活)国境なき子どもたち (KnK)	
JANNET (障害分野 NGO 連絡会)	
(特活)シェア=国際保健協力市民の会	

【アドバイザー】

赤羽 真紀子氏 (CSR Asia 日本代表)
黒田 かをり氏 ((財)CSO ネットワーク 事務局長・理事)

【オブザーバー】

経済人コー円卓会議日本委員会
ビジネス・人権資料センター
グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン

お問い合わせ先

本ガイドラインと NGO と企業の連携推進ネットワーク
についてのお問い合わせは、以下までお願いします。

NGO と企業の連携推進ネットワーク事務局

(特定非営利活動法人国際協力 NGO センター[JANIC])

TEL : 03-5292-2911

FAX : 03-5292-2912

E-mail: csr@janic.org

発行

Ver.1 2010年3月

Ver.2 2011年3月

Ver.3 2013年5月

Ver.4 2016年1月

Ver.5 2017年3月