



## 社会貢献とビジネスは両立するか？

株式会社 宣成社  
取締役企画開発室長

大野智代



「株式会社宣成社」は今年で創業50年。創業者である父が6年前に他界し、弟が後を継いだ。私は青少年育成、一般企業、日本語教師、海外留学などを経験した後、38歳で入社。主にスポーツ紙の求人広告など一般企業の広告を扱っていた会社に、教育や環境などの畑違いの仕事を次々と持ち込んだ。社内では誰もが未体験ワールド。考えてぶつかってみるしかなかった。大変ではあったが、「頑張る＝人々が幸せになる」と考えると、楽しく、やりがいもあった。本業でこのようなことをやらせてもらったのは本当にありがたいことだった。けれども多くの人が、「社会貢献はしたいけど、儲からへん」と思われているのではないだろうか？本当にそうなのか、いっしょに考えてみてほしい。

アメリカでは、1983年にアメリカン・エクスプレス社が自由の女神を修復するために、カードに加入すると1ドル、カードの利用1回ごとに1セント寄付するというキャンペーンを実施した結果、カードの利用が約30%増え、170万ドルの寄付が集まった。その後多くの企業がこのCRM（コース・リレーテッド・マーケティング）を実施し、今ではすっかり定着している。

日本でも様々な例が報告されている。ジャスコなどイオングループの各店舗では、毎月11日にレシートが黄色に変わる。店舗にはその地域で活動するNPOの名前と事業内容を書いた箱が設置され、顧客が自分が共感したNPOの箱にそのレシート

を投函すると、イオンが各NPOに対して合計額の1%を希望の物品で助成する。この「幸せの黄色いレシート」で2010年までに13億円相当が寄贈されている。

また、今注目され始めているのは、精神障害者など就業困難な人達を多く雇用しながらビジネスとして成り立たせる「ソーシャル・ファーム」というもの。これも欧州ではすでに4000以上の例があると報告されている。

自殺、貧困、麻薬、失業、エネルギー問題、少子高齢化、経済危機…、今、日本で世界で様々な問題が噴出し、人々が将来に不安を抱いている。従ってこのような問題を本気で解決しようとする人や企業を、社会は応援したくなるのだろう。

昔そうであったように、日本でも社会貢献とビジネスが両立する世の中がきっと来る。もちろん、金儲けが第一の目的であればうまくいかないだろうが。それぞれの会社が今、「社会のためにやるべきこと」を考え、小さな一つから実行してくれたら、なんて素晴らしいだろう！

そう、まずは私から！！

### プロフィール

1979年～ (財)大阪府青少年活動財団  
1982年～ 一般企業勤務を経て、日本語教師に  
1989年～ オーストラリア留学・日本語学校勤務等  
1996年～ 株式会社宣成社  
大阪能率協会 特別会員