

今号の連載記事として、「CSR」(Corporate Social Responsibility) について取り上げます。広義に「CSR」とは、利益を追求するだけでなく、企業活動が社会へ与える影響に責任をもつことにより、消費者や投資家などのあらゆるステークホルダーからの要求に答えるための活動をいいます。今回は、特色ある CSR 活動をしている企業を取り上げ、取材しました。

### ■知られざる世界の実情

東京・竹橋駅から直通、毎日新聞社本社ビルの9階にある毎日エデュケーション。オフィスの入り口を入ると留学関係のポスターや本が所狭しあり、留学カウンセリングのためのブースが設けられている。毎日エデュケーションは、留学情報ポータルサイト「マイナビ留学」など海外留学をサポートする事業を展開している。このオフィスのカウンセリングブースが、平日と隔週土曜日の18時以降、国際協力団体の活動報告や海外での経験をもとにした講演などのイベントをする「グローバルひろば」へと姿を変える。



グローバルひろば

4月20日、NGO テラ・ルネッサンス理事長の鬼丸昌也氏による事業報告会「コンゴの元子ども兵が教えてくれたこと」を私達は取材した。テラ・ルネッサンスは京都に拠点を置き、カンボジアで地雷除去や義肢装具師養成、ウガンダとコンゴで元子ども兵の社会復帰支援事業を行う NGO 団体である。講演では、事業内容のほかに活動にいたった社会的経緯なども話された。コンゴは天然資源が潤沢であるがゆえに、表面的理由の裏には参戦国の事情が隠されている。天然資源の多くは、私達が日頃使用している電子機器の内部に使われるものであり、紛争の多くは先進国の意図や居住する人々の生活にも深く関わっているが、それを表立って報道されることはない。こうしたマスメディアでは決して話されることのない内容が軽快な関西弁で展開される。鬼丸氏は、今後もグローバルひろばで講演を行う予定だという。



◀「グローバルひろば」第1回目講演のようす。コンゴ視察の際、車で移動していたことを泥道にはまってしまった話をユーモアを交えて熱弁する鬼丸氏。

## 毎日エデュケーションで留学して 国際協力に参加しよう

※1%エデュケーション基金で途上国・紛争国の子どもが学校で基礎教育を受けることができます。



大学生向け長期休暇を利用した短期留学・休学留学  
最短1週間～自由によります。

(株)毎日エデュケーション

〒100-0003  
東京都千代田区一ツ橋 1-1-1 パレスサイドビル 9F

### ■価値のある留学とは

途上国や紛争地帯の子ども達が教育の機会を奪われている中、先進国では、当たり前のように海外留学。日本に数多くの留学カウンセリングを行う企業が存在するが、毎日エデュケーションでは、「1%エデュケーション基金」を行っている。留学申し込みの際、パートナーシップを結ぶ各大陸で活動する国際協力 NGO 5 団体の中から、顧客自ら1団体を選び、支払った授業料の1%分に当たる額を毎日エデュケーションが負担、寄付するというプログラムだ。この5団体の中には、テラ・ルネッサンスのほか、カンボジア、フィリピン、アフガニスタン、パレスチナ・ガザ地区などで子ども達へサポートを行う団体がある。この基金は、途上国の子ども達のためだけではなく、毎日エデュケーションの顧客自らが支援したい団体を選ぶことで、これから海外で学ぼうとする人々に対してのメッセージがこもっている。国際問題に対し理解をしてもらおうという意図もあるだろう。



◀元子ども兵の少女  
テラ・ルネッサンスが支援しているウガンダの元子ども兵のための自立支援型社会復帰プロジェクトを行う施設。ここでは食料や医療などを供給しながら、基礎教育や職業訓練などを行っている。

### ■問われる”商品選択リテラシー”

私達は取材をし、雑誌を発行することで、世界で起こっていることを学生の視点で発信している。誰かに伝えなくては、それが広まることはない。改めて、情報を発信しつづけることの意義を感じた。

今、日本では同じような事業を展開する企業がしのぎを削っている。価格競争や利便性など、消費者に魅力的な商品を展開した結果、経営が悪化し、倒産する企業を私達はいくつも見てきた。しかし、消費者に訴えるべきことは何も私達の利益だけではない。毎日エデュケーションのように、継続的な支援活動こそが、今の企業において必要なことである。

今、CSR 活動を縮小する企業が増えているが、消費者や社会全体に対し、不況を理由に行動することをやめていいのだろうか。主婦が新聞の折り込みチラシをみて1円でも安く売っている店を探すように、私達はいくつもの商品を比べる。もし、大差なかったらどうするか。私達は自らの価値観のもと、自分の考えと合致する企業やブランドを選ぶだろう。消費者心理を理解した企業が、CSR 活動に取り組み、またその情報を企業広告として新聞広告や、テレビCMを流すのだ。消して価格や利便性だけではない、私達消費者の商品選択基準が今、問われている。

text: 奥村知恵

■詳しくはWEBで

留学サイト <http://ryugaku.mynavi.jp>

CSR サイト <http://www.myedu.co.jp/csr/>

TEL:03-6267-4188