

Path 2. 企業ブランドの向上

CS (お客様満足) 活動や職員参加型の
社会貢献活動 (With You活動) などを展開し、

人々にとっての企業ブランドは、その企業の職員やサービスなどに実際に接した「体験」の積み重ねによって醸成されます。当社は、ブランドの向上を図るうえで、役職員一人ひとりのCS (お客様満足) 意識の向上とともに、全社、各支店、そして関係会社が行う社会貢献活動 (With You活動) を重視しています。



「Path2」における平成19年度の計画と実績、および平成20年度の目標

平成19年度		平成20年度
計画	実績	目標
・ CS推進部の設置	・ 平成19年6月に新設	<ul style="list-style-type: none"> ・ お客様の声を改善につなげるためのマーケティングとPDCAサイクルの強化 ・ 支店With You活動における地域NPOとの連携を促進 ・ 金融犯罪（振り込み詐欺など）についてのお客様の知識を高めるWith You活動の促進 ・ 環境問題、特に生物多様性問題をテーマに掲げたWith You活動の促進
・ 「CS評価No.1獲得」を重点施策に掲げ、PDCAサイクル*でCS施策を実施	・ お客様の声の一元管理と、声を起点としたPDCAサイクルの仕組みを構築	
・ CSRホームページの刷新	・ CSRホームページを刷新し、「CSRへの取り組み」「CS（お客様満足）」への取り組みサイトを新設	
・ 環境問題への取り組みに関する情報発信の強化	・ グリーンTVジャパンへの協賛を開始し、コンテンツを提供するとともに小学校での環境教育を実施	

* 22頁参照。

＞ お客様の「安心」や職員の「誇り」につながるような「社会的責任を果たす企業」としてのブランド向上に努めます。



COMMENT

推進担当者コメント

リテール企画推進部では、個人のお客様とのコミュニケーションを活性化し、親交を深めながら末永くおつきあいいただくよう、さまざまな取り組みを行っています。

例えば、セカンドライフの応援企画として、夫婦間のラブレターを一般公募する『60歳のラブレター』は、平成12年から毎年実施しています。毎年のラブレターの一部は、本として出版し、その印税を寄付に回しています。また、支店では、ロビーにおける作品の展示や朗読会なども行っており、お客様に心温まるひとときをお届けしています。本企画以外にも、ウォーキング大会やピンクリボン運動への協賛、各種セミナー・講演会など、お客様の健康増進や趣味・教養・将来設計に役立つイベントも企画・実施しています。

今後とも、お客様には末永くおつきあいいただきたい、という願いを含め、このような取り組みを続けていきたいと思えます。

江口 かおる リテール企画推進部 広告宣伝企画チーム 主任

> お客様と住友信託銀行

— お客様満足の向上を目指す取り組み —

当社では、CS (Customer Satisfaction:お客様満足) 推進活動を、信託らしい事業運営を行う上で最も必要な基礎となる活動と位置付けています。

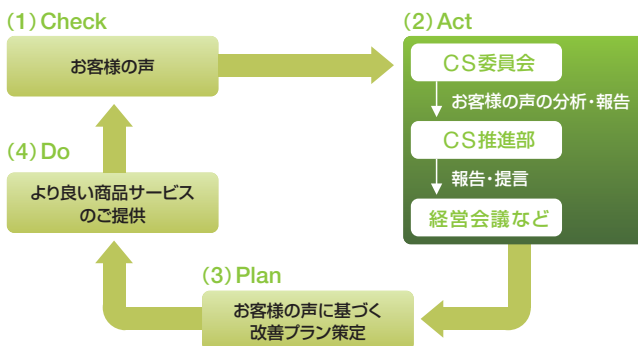
「住信ならではの」多様な機能を組み合わせ、お客様のニーズに合った付加価値の高い商品サービスをご提案することを通じて、「CS評価No.1」の金融機関を目指します。

> CS推進体制

当社は、お客様のご意見やご要望、苦情などを真摯に受け止め、迅速で適切な対応に努めています。また、お客様の声を起点としたPDCA(Plan,Do,Check,Act) サイクル*を通じて、商品サービスなどの品質向上を図ります。

* 事業活動において、管理業務を円滑に進めるためのプロセス。Plan(計画)、Do(実行)、Check(評価)、Act(改善)の4段階で構成される。

CS活動の「PDCAサイクル」



(1) Check

(下記「お客様の声をお聞きする仕組み」をご参照ください)

(2) Act (3) Plan

お客様のご意見やご要望、苦情などは、各営業店・部門に設置されたCS委員会で調査・原因分析を行い、具体的な改善プランを策定します。CS推進部はこれらの活動を推進するとともに、全社のCS推進活動を取りまとめ、経営会議などに報告しています。

(4) Do

お客様のニーズに基づく商品サービスの改善プランを実行することにより、より良い商品サービスを開発し、ご提供させていただきます。

> お客様の声をお聞きする仕組み

当社は、全国の営業店または営業担当窓口を通じてお寄せいただく声のほか、「お客様サービス推進室(フリーダイヤル0120-328-682)」「お客様の声ハガキ」「CSモニター調査(対象:個人のお客様)」「お客様アンケート(対象:法人のお客様)」などを通じて、多くのご意見・ご要望を収集しています。また、これらの声とその改善策については、全社で情報を共有化しており、お客様起点の経営の基盤としています。なお、平成19年度のお客様の声の総数は約18万件でした。

お客様の声をお聞きする仕組み



> CS推進活動の成果(具体例)

当社ではCS推進活動を“みかんの花プロジェクト*”と総称し、展開しています。ここでは、その具体的事例の一部をご紹介します。

* みかんの花プロジェクトについて: 「みかんの花」は住友の源流である別子銅山ゆかりの地・愛媛県の県花です。五弁の花びらは「お客様の満足、社員の成長、信頼、改革、あたたかさ」を、黄色い花心は「明日を生み出す力」を象徴しています。

便利で身近な銀行を目指して

入出金のために銀行の店舗まで行く時間がないというお客様の声を受けて、平成20年3月からセブン銀行と提携し、ATMの相互利用を開始しました。ゆうちょ銀行ATM、コンビニエンス

TOPICS | 投資家のお客様からトップの評価を獲得

世界有数の運用会社調査機関グリニッチ・アソシエイツ社が行った平成20年春の調査において、当社は機関投資家のお客様(総運用額566兆円)からの顧客サービスの評価が、外資系を含めたすべての運用機関中トップとなりました。この調査は、機関投資家へのアンケート、インタビュー結果をもとに、運用機関の提案力、情報提供力などのサービス水準を総合的に分析・評価するもので、当社では運用部門の客観的なCS指標として採用しています。

> 社員のCS意識向上への取り組み

CS研修の実施

当社では、お客様本位の姿勢の徹底を図りCS推進活動を積極的に展開していくために、各階層に対する研修を実施しています。また、顧客満足の高さで有名なテーマパーク(リテール新人向け)のほか、他業態のCSIに関するサービス体験(店部受付中堅・リーダークラス向け)を通じ、「感動を生むサービス」「お客様を第一に考えるおもてなしの心」について学んでいます。

CS推進活動のメールマガジンを隔週で発行

CS推進活動の一層のレベルアップを目指し、各営業現

場でのE-net(イーネット)ATMでもご利用いただけます。

また、お客様の利便性を勘案し、ホームページ上の投資信託の基準価額一覧表を大きく見やすい体裁に変え、普通預金の出金票の記入欄を拡大しました。

サービス介助士の活動

平成16年に大手金融機関で初めて「サービス介助士*」を全営業店部に配置しました。平成20年3月末現在で62名の資格保有者が、ご高齢のお客様やハンディキャップをお持ちのお客様にも安心してお越しいただける環境づくりに努めています。

* 特定非営利活動法人日本ケアフィットサービス協会が認定する民間資格。資格保有者は、目の不自由なお客様が来店された際の基本的な介添えや車椅子のお客様への補助など、サービス業において必要な介護技能を取得している。

不動産総合管理システムの機能向上

不動産総合管理システムにおけるJ-REIT(日本版不動産投資信託)業務用機能を強化しました。これによってお客様がネット経由で財務情報などを直接閲覧できるようになり、大量の書類の授受がなくなるなど、ペーパーレス化も実現できました。

場で取り組んでいるCS活動の好事例や他社の活動の情報を収集し職員に紹介するメールマガジンを隔週で発行しています。

CSフォーラム開催

平成20年1月にCS推進部主催で「CSフォーラム」を開催し、全社から職員約150名を招集しました。「CSの推進は当社経営の基礎」との常陸社長の話に続き、各職場の代表がCS向上への取り組みと成果について発表し、店部や部門を超え、全社でCSについて考える場となりました。

> With You の取り組み

— 社会貢献活動 —

当社では、全社レベル、あるいは支店レベルで、さまざまな社会貢献活動を展開し、お客様をはじめとするステークホルダー（利害関係者）の皆様にとって、“顔の見える銀行”であることを目指しています。当社はこのような活動を「With You（あなたとともに）」という言葉に込めて推進しており、ここでは、その中から最近の代表的な取り組みを、全社レベルでの取り組み、支店および関連会社の活動、そして教育関連の取り組みに分けてご紹介します。

> 全社レベルでの取り組み

🍷 「60歳のラブレター」

人生のパートナーに改めて思う感謝の気持ち、今だから言える素直な言葉を伝えたい——そんなご夫婦を応援し続けて8年が経ちました。平成19年度の「60歳のラブレター」の募集に寄せられた10,824通のハガキにはご夫婦の深い絆と愛情が溢れており、読者の感動を呼びました。当社はこれからも、この感動を多くの皆様と分かち合っていきたいと考えています。なお、例年通り、応募作品の中から約160篇を選考した作品集を出版しており、その印税は、「NHK歳末たすけあい・海外たすけあい」と「日本盲導犬協会」に全額寄付しました。



🍷 ピンクリボン運動への参加

ピンクリボン運動とは、乳がんの早期発見・早期診断・早期治療の重要性を伝える運動のことで、当社は平成17年度から全社をあげて参加しています。平成19年度も、東京・神戸で開催された「ピンクリボンシンポジウム」（主催：朝日新聞社他）に協賛し、「ピンクリボンスマイルウォーク」には全店から136名の職員が参加しました。また、各支店では10月を中心にピンクリボン運動をテーマにしたロビー展などを行い、お客様に乳がんに関する知識を深めていただきました。



🍷 飯能新緑ツーデーマーチへの協賛

当社のお客様が高い関心を寄せておられるものの一つに「健康」が挙げられます。当社は、市民の健康を増進するイベントである、国内有数のツーデーマーチ（2日間のウォーキング大会）「飯能新緑ツーデーマーチ」（主催：埼玉県飯能市、朝日新聞社、社団法人日本ウォーキング協会など）への特別協賛を続けています。平成20年度のツーデーマーチには2日間で延べ1万3千人が参加し、当社のお客様や職員も合計で121名が参加しました。当日、イベント会場には当社のイメージキャラクターの「しんたくん」も登場し、参加した子供たちも大喜びでした。



🏆 サッカー大会「住友信託東京カップ」への協賛

未来を担う子供たちの健全な育成を願い、当社は、都内有数の少年サッカー大会である「住友信託東京カップ」への協賛を続けています。平成19年度も、東京都内の小学5年生約1万1千人が参加し、決勝大会ではブロック予選を勝ち抜いた強豪48チームによる熱戦が繰り広げられました。



🌿 グリーンTVジャパンへの協賛を開始

「環境に関心のある世界中の人が活用できるメディア」を目指し、BBC(英国放送協会)の元ディレクターがロンドンに設立した「グリーンTV」は、世界唯一の環境専門のインターネット放送局です。当社はこの趣旨に賛同し、平成19年11月から、グリーンTVの日本版「グリーンTVジャパン」への協賛を開始しました。

グリーンTVジャパンは、①地球温暖化、②自然環境、③生物多様性、④エコノミー、⑤トーク、の5つの専門チャンネルで編成され、約200本もの質の高い動画を無料で見ることができます。当社は、富士山清掃活動(26頁参照)の模様や生態系の保全の重要性を訴えた動画などを提供しており、今後も随時追加していく予定です。



TOPICS | インターネット上のドキュメンタリー映像を活用した環境教育: 松山支店

平成20年6月、松山支店はグリーンTVジャパンと共同で、近隣の番町小学校6年生の環境教育の授業に協力しました。当日はインターネットのドキュメンタリー映像を活用して世界中で起きている環境問題と身近な環境配慮活動を学んだ後、今後地球環境を守るための「僕の私の宣言シート」をまとめました。生徒からは、「50年後には地球がポロポロになっている」など地球の将来を危惧する声や、「鉛筆や消しゴム、ノートは最後まで使う」「将来、環境を良くすることでポイントがたまる仕組みをつくりたい」など環境意識の高まりを感じる意見が多く出ました。なお、授業風景を動画にし、グリーンTVに提供しました。



🌸 贈答花などの購入を通じた障がい者支援

お客様などへの贈答花として障がい者が栽培した蘭の花を購入しています。この蘭は「株式会社CSKグリーンサービス」が提供する胡蝶蘭で、同社が標榜する障がい者雇用の拡大に賛同し、取り組みを開始したものです。また、虎ノ門コンサルティングオフィスでは、東京都港区の授産施設「工房ラピール」を支援し、工房の作品を贈答品として活用しました。姫路支店においても地元の障がい者作業所を支援するコンサートを継続的に開催しています。



> 支店の活動

🍷 「企業の森」の整備・育成: 和歌山支店

和歌山県日高郡日高川町、ここには、当社が和歌山県の「企業の森」事業に参画し、イメージキャラクターにちなんで名付けた「しんたくんの森」があります。平成19年の植樹に続き、平成20年7月には和歌山支店を中心に、当社の職員とその家族約60名が参加して下草刈りを行いました。当社は、平成29年まで10年間にわたり、地元の皆様と交流を深めつつ、この森の整備・育成に取り組んでいきます。なお、約0.75ヘクタールのこの「しんたくんの森」が吸収する二酸化炭素量は、今後100年間の累計で約300CO₂トンと試算*されています。

*平成19年4月に創設された、和歌山県独自の認証制度による試算値。



🍷 富士山清掃活動: 甲府支店・静岡支店

甲府支店・静岡支店は、特定非営利活動法人「富士山クラブ」と連携し、富士山／青木ヶ原樹海のボランティア清掃活動を主催しています。平成19年9月に開催された第3回の清掃活動には、甲府・静岡の両支店のスタッフを中心に、全国から職員とその家族約120名が参加し、2時間かけて空き缶やペットボトルなど約1トン分のゴミを回収しました。なお、当日の様子は、グリーンTVジャパン(25頁参照)へ、動画番組の一つとして提供しています。



🍷 高校生を対象にプラズマテレビの生みの親・篠田氏の講演会を開催: 山口防府支店

篠田傳氏は、世界で初めてフルカラープラズマ・ディスプレイをつくった開発チームのリーダーで、「プラズマテレビの生みの親」として知られています。山口防府支店は、地元・山口が輩出した世界的発明者である同氏を講師に招き、進路決定の時期を迎える地元の高校生600人を招待して、平成20年2月に講演会を開催しました。開発における苦労や挫折から成功に至るまでの貴重な体験談は大きな感動を呼び、参加した高校生から、感想文が多く寄せられました。



🍷 防災イベントの開催: 堺支店

南海地震は、これまでおよそ100年から150年周期で繰り返されており、次回の発生は今世紀前半という予想もあります。そのような背景から、地元の皆様の関心が高い防災についての知識を深めていただく、堺支店は、市役所や消防本部・消防署から多大なご協力をいただき「さかい防災フェア」を平成20年3月に開催しました。

当日は、滋賀県立大学の柴田いづみ教授を招いた講演会や盛りだくさんの体験イベントコーナー(地震体験や消火器訓練、救命講習、AED(自動体外式除細動器)の使用方法、ロープ結索、消防車両の展示やろうそく作りなど)を設け、参加された皆様には楽しく防災を学んでいただきました。



> 関連会社の活動

🍷 高齢者向けパソコン教室を開催: 住信情報サービス

パソコンの便利さを高齢者の方々の生活にこそ役立てて欲しい——こうした考えのもと、住友信託銀行のシステム部門を支える住信情報サービス株式会社では、本社のある東京都府中市で高齢者向けのパソコン教室を開催しています。

平成19年度は、府中市老人クラブ連合会に所属する老人クラブの方々を対象に、パソコン教室を7回開催しました。延べ90名の高齢者の皆様に受講いただいたこの講座は、毎回大変ご好評を得ています。



🍷 エコをテーマとした25周年記念運動を展開: 住信カード

住信カード株式会社は、創立25周年を記念して“エコ(環境問題)”をテーマとした活動を展開しました。平成20年6月には、特定非営利活動法人・環境リレーションズ研究所の植林プロジェクトに参加し、地球温暖化防止の願いを込めたメッセージと役職員のネームプレートを付けた樹木を植え、植林費用を寄付しました。また、住友信託銀行と住信カードのお客様にご加入いただいている「住信VISAポイントクラブ」の記念キャンペーンの景品にも、エコ商品を選定しました。



> 教育関連の取り組み

🍷 次世代リーダー養成塾に協賛

当社は、日本の今後を担い、世界に貢献する次世代のリーダーを育成する「日本の次世代リーダー養成塾」(塾長:日本経済団体連合会御手洗富士夫会長)に協賛しています。4回目の開催となった平成19年度も、全国から選抜された160名の高校生が2週間の合宿を行い、各分野のそうそうたる講師陣から次世代リーダーとして身に付けるべき哲学・知識・教養を学びました。当社が「クラス担任」として派遣した職員も、学生たちの良き相談相手となりました。



次世代リーダー養成塾クラス担任 コメント: 企画部 江島 直 主任調査役

20名の高校生と一緒に、あっという間に過ぎた1週間でした。生徒は皆、政治・経済・環境・国際などさまざまな分野で将来「リーダー」になりたいという高い志(こころざし)を持っており、新鮮な驚きでした。金融の授業なども交え、人生の少しだけ先輩として、アドバイスできたかなと思っています。

生徒や他企業から派遣されたクラス担任とは、今でも連絡を取り合っています。これからもさまざまな形で将来の日本を背負って立つ若者たちの応援をしていきたいと思っています。



🍷 大学・大学院における講義を通じた学術研究への貢献

当社は、平成17年から早稲田大学日本橋キャンパスにおいて寄付講座「ファミリービジネス研究講座」を提供しています。また、横浜国立大学ビジネススクール(データ分析)、日本大学(経営財務論)で授業を受け持っているほか、一橋大学商学部(企業社会論)・慶應義塾大学・大阪大学・早稲田大学(いずれも日本証券投資顧問業協会／投資信託協会の寄付講座)・明治学院大学(リスクマネジメント協会寄付講座)などで主にSRI(社会的責任投資)についての講義を行いました。



🍷 ジョブシャドウの実施

当社は平成20年7月に学生が職場を訪れ、当社職員の仕事を観察する体験教育プログラム「ジョブシャドウ」を実施しました。当日は埼玉県本庄東高等学校附属中学校から5名の生徒を招待し、ファンドマネージャーやアナリスト、運用営業などの資産運用業務の現場を見学してもらい、講師役の職員との会話や仕事ぶりを見ることで「働くことの意味」や「仕事をする事、働くこととはどのようなことか」また、将来の職業選択についても考えてもらう機会を提供しました。



🍷 近隣小学校における金融教育

各地の支店において、近隣の小学校などと連携し、さまざまな金融教育を行いました。東京中央支店では昨年に引き続き平成20年2月に、隣接する東京都中央区立城東小学校の5年生を対象としたマネー教室を開催しました。子供たちはお金を持つ3つの機能(交換の仲立ち・価値の測定・価値の貯蔵)を解説した「そもそもお金って何だろう?」という講義など、お金にまつわるさまざまな話題を盛り込んだ授業に熱心に耳を傾け、また支店内の金庫や受付窓口などにも興味を持った様子でした。



🍷 国語作文教育研究所への支援

当社は作文・表現教育に取り組む国語作文教育研究所(宮川俊彦所長)の活動を支援しており、平成19年11月には同研究所が企画に携わった「第2回 小学生真面目で愉快的税金作文・スピーチコンクール」を後援しました。発表会場では、「こんな税金があったら」「こんな使い方があったら」といった自由な発想・アイデアを盛り込んだユニークな作文が発表され、観客席からは大きな拍手が沸き起こりました。



ステークホルダー・ダイアログ > 地域に根ざした環境活動に向けて



特定非営利活動法人
環境エネルギー政策研究所 (ISEP)
クリエイター/チーフデザインコーディネーター
本城 須麻 さん

株式会社Green TV Japan
代表取締役
水野 雅弘 さん

特定非営利活動法人
共存の森ネットワーク
事務局長
吉野 奈保子 さん

今回の対談では、株式会社Green TV Japan代表取締役の水野雅弘さん、特定非営利活動法人共存の森ネットワーク事務局長の吉野奈保子さん、特定非営利活動法人環境エネルギー政策研究所 (ISEP) のクリエイター/チーフデザインコーディネーターの本城須麻さんにお集まりいただき、自然エネルギーの活用促進や地域社会に住友信託銀行が果たす役割などについて、忌憚のないご意見をいただきました。

(弊社からは企画部・社会活動統括室長 (CSR担当部長) の金井と参事役の水田が参加しました。)

金井: 当社は温暖化対応の金融商品開発や生物多様性保全に資する取り組み、そして各支店の地域貢献活動など、CSR活動を多様化させてきていますが、今日は、自然エネルギーの活用や地域に根ざした活動などのテーマで皆様からご意見をいただければと思います。まず、自己紹介をお願いします。

水野: Green TV Japan (以下、グリーンTV) は、環境映像専

門のブロードバンド (高速回線を使用するインターネット接続) 放送局です。情報を集約するプラットフォームであるグリーンTVにとっては、コンテンツをいかに活用していただくかが重要であり、中でも「教育」は私たちの活動の大きなテーマです。住友信託銀行松山支店との小学校の環境教育イベントでは、生徒さんの映像リテラシーと環境意識の高さに驚きました。

吉野: 共存の森ネットワーク (以下、共存の森) の活動の原点は、高校生が全国各地の「森の名手・名人*」を訪ね、一対一の対話を通じて森とともに生きる知恵や技術、そして人との関わりを学んでもらう「森の“聞き書き甲子園”」です。今日は教育と環境の両面からお話しできればと思います。

* 樵、造林手、炭焼き、木地師など、森を守り、育て、その恵みを活かすための優れた知恵や技術を持つ人々を、社団法人国土緑化推進機構が毎年、「森の名手・名人」として選定・表彰しています。

本城: 環境エネルギー政策研究所 (ISEP) では、持続可能なエネルギー政策の実現を目指し、政策提言から市民ファンドを活用した市民風車や太陽光発電事業、そして国民一人ひ

とりがグリーン電力を選ぶことで日本の自然エネルギー採用義務量の達成を目指す「1億人のグリーンパワー」まで幅広い活動を行っています。本日はよろしくお祈いします。

金融商品が自然エネルギーへの想いを引き出した——

金井: 当社も従前からのプロジェクトファイナンス(風力発電、バイオマスエタノール生産)に加え、平成20年に立ち上げた「ソーラー・ファイナンス・プロジェクト」などで自然エネルギーを促進する取り組みを支援しているのですが、自然エネルギーに対して一般の消費者がどのような感度を持っているのか、わかっていないところもあります。本城さんの実感ではいかがですか?

本城: 「市民風車」プロジェクトの当初は、確かに不安もありました。ですが、おじいちゃんがお孫さんの名前前で風車に出資してくださったり、奥様が自分の子供の将来にもかかわることだからとこつこつ貯めたお金を「温暖化防止おひさまファンド」に出資してくださったり、こういった行動に触れ、良い未来を残そうという皆さんの強い想いを実感しています。

水野: 日本の人々は、欧州と比べても環境意識は総じて高いのですが、行動に現れる割合は極めて低い。こうした日本の方々向けのメディアとして、私たちは、彼らが行動するきっかけをどうつくるか、言い換えれば「グリーンコンシューマー」(生活全般の行動基準に環境配慮を持つ消費者)をどう育てるかを課題と考えています。この点、ISEPの風車は、自分の投資が形になって見えることや、身近なエネルギーにかかわる「物語」に参加したくなるという点で、環境行動を促しますね。

本城: エネルギー問題をなんとかしなければという話そのものは、最近いろいろなところで聞きますが、ポジティブで具体的な取り組みにはつながりにくいように感じます。その点、風車は環

境行動と環境教育のシンボルになり得るものだと思います。

体験がグリーンコンシューマーを育てる——

金井: グリーンコンシューマーを育成するための「教育」についてはいかがお考えですか?

水野: グリーンコンシューマーになるべきだという理念や温暖化とは何かといった知識だけでなく、体感し、自覚する総合的な学習機会が必要であり、それこそがまさにNPOの存在意義だと思っています。

高校時代に「森の“聞き書き甲子園”」を体験した学生さんにグリーンTVのカメラマンやナビゲーター(ナレーター)をお願いしたことがあるのですが、森の中をおじいちゃんと一緒に歩き、体験し、何度も聞いたことを血肉としている彼らの言葉はまさしく本物。彼らは何も言われなくともグリーンコンシューマーになりますよ。

吉野: 高校生ともなれば、例えば地球温暖化問題だとか森は大事にしなきゃいけないとか、そのあたりはみんな知識としては持っているんです。でも、自分の暮らしと具体的にどうつながっているかはわかっていない。近年、「される」とか「引きこもり」が若者を表す代名詞にもなっていますが、世代の離れたおじいちゃんおばあちゃんと触れ合うことで心を開き、そこから社会が広がり、自然問題、環境問題へと関心が広がって、自分の言葉で話せるようになります。

水野: これからは企業よりも消費者の方が強くなっていくのかもしれませんが。昨今のガソリンや食糧、気候変動に関する問題と人々の行動は、グリーンコンシューマーが目覚めるきっかけになるかもしれません。だからこそ今、企業が、そして金融機関が次の「絵」をどう描くかが重要となってきたと言えるのではないのでしょうか。

「地域」を舞台にNPOとの連携はいっそう重要に——

水野: 例えば、温暖化問題一つをとっても、温暖化ガスを2050年までに半減するとすれば、経済モデルを根本的に変えなくてはならない。全く新しい産業のグランドデザインを描くうえでは、組織を越えて個の知を結集し、それぞれが得意な機能を果たす必要がある。これまで以上に連携が重要になっているのです。



水田: 地域の視点で見ますと、当社にも全国に60の支店があり、それぞれが工夫を凝らした社会貢献活動を行っているのですが、本当に地域のことをよくわかっているか、貢献できているのかと言われれば、まだまだ課題があると思っています。

吉野: 生物多様性の保全にせよエネルギー問題にせよ、地域単位で新たな取り組みが生まれることが大切だと思っています。そのときに銀行がそれをサポートしてくれるのか——支店の方が地域の情報をどれだけ持っているのか。そして、地域の人とどれだけコミュニケーションを図れているのかは、重要ですね。

私が関わっているある林業地域では、地元企業の二代目社長さんが集まって、10年後にこの地域がどうあるべきかをとことん話し合いました。その結果、今まで製材所で捨てていた木片やおがくずなどをエネルギーとして活用する木質バイオマス発電などの取り組みが生まれ、地元銀行の支店長さんもその活動を後押ししてくださり、最初の融資をいただいたということがありました。

本城: 今、環境を考えると、「地域」は非常に重要なキーワードです。市民、NPO、行政、そして企業が、それぞれの役割を果たしながら地域を活性化。そして、地域同士が学び合って相乗効果で高め合う。まずは自分の住む地域で、みんなで手を取り合って循環する社会をつくることから、お金の流れもエネルギーの流れも、そして学習や教育も、いろいろなものが生まれます。

金融機関には「新しいお金の流れ」を見て欲しい——

吉野: これまでの価値観で突っ走ると、地球も人類も破綻してしまいます。実は世の中にたくさんある、お金で測れないものをどう捉え直すかをもう一度考えなければなりません。

変化の兆しはあります。例えば農業でも、畑の脇の小さな露店で売っているようなあの「産直」の全国の売上げは、山形県のJAの売上げをとっくの昔に越えているんですよ。新しい価値観の中で新しいマーケットが生まれ、新しいお金の動きが生まれている。

水野: 金融機関にしても企業にしても、その状況を知らなければ、消費者が離れているところに一生懸命投資をすることになりかねませんね。

本城: 環境問題や将来の地球のあり方を見据えて、今、世界の国々はドラステックに自然エネルギーと循環型社会モデルに転

換しつつあります。これを受けて、銀行や投資家たちもものすごい勢いで、自然エネルギーなどの事業に関わり始めていますよ。

金井: 利益を追求する主体である企業とNPOが真に想いを共有することは可能なのか、正直迷うところもあるのですが。

本城: 想いを共有できる人——正しいと思ったことを貫けるエネルギーや信念を持ち、企業を変えていける「志」を持った方がいらっしゃるかどうかだと思います。私たちの活動が、今あることではなく、今ないけれども変えていかなければならない問題を扱っているの、特にそうなのかもしれません。

NPOと「信託世代」を結ぶ役割にも期待——

金井: 最後に、資金の仲介者として以外に、例えば情報の提供者として金融機関に求めておられることはありますか？

吉野: そうですね。私どものNPOにも、「退職を機に、何か社会貢献活動をしたいが何をしたら良いかわからない」「遺産を何らかの社会貢献活動に寄付したいのだが、情報を持っていませんか」という方がよく相談に見えます。こうした方々への情報提供が求められているのではないのでしょうか。

水田: それは大きなヒントですね。当社のお客様は、中高年齢層の比率が高く、いわゆる「団塊の世代」——当社では「信託世代」とお呼びしているのですが——の方も多くいらっしゃいます。まだまだお元気で、より豊かなセカンドライフを送るために退職後にNPOに入りたいというお客様も結構多くおられるようです。

水野: 企業のディスクロージャーと同じで、NPOのディスクロージャーも大切ですね。

本城: そうですね。目利きと言いますか、活動内容だけでなく信頼性の面でも情報が欲しいところでしょうね。

金井: 確かにそうですね。私たちが情報提供をすることで、地域の皆様が地域のNPOに参画するお手伝いができれば、それも一つの役割を果たしたことになると思います。

本日いただいた貴重なご意見をヒントに、私たちもこれからまた1年、CSR活動に取り組んでいきたいと思っております。本日はありがとうございました。