

有」されているという事実が、企業の社会貢献活動に大きな「誤解」を生んでいるともいえる。

本来「音楽文化」とは「社会」に属するもので、「社会人としての個人」や「社会的存在としての企業や各種団体」によって支援される活動である。にもかかわらず、日本では「企業に所有されるもの」と誤解されているようにも思えるのだ。

「地元の協力」が欠如

スポーツでも同じ。最も人気のあるプロ野球チームのほとんどが、企業名を冠した企業の所有物であるため、その活動は社会活動でなく、企業の営利活動ととらえられ、例えば読売ジャイアンツや福岡ソフトバンク・ホークスを、東京都や福岡市、あるいは地元企業で支援しようという発想はほとんど生まれてこない。

アメリカ大リーグでは、ヤンキースのような人気黒字チームでも、球場の建設費用や運営費用（駐車場代金や広告料）でニューヨーク市から多大な支援を受けている。同様に、

ヨーロッパのサッカーチームも、スタジアムの建設等のハード面は、地元公共団体と地元企業が負担し、クラブを支えるのが当たり前とされている。

もつとも、昨今の厳しい経済状況は地方財政を圧迫し、例えば四年前にW杯を開催したドイツ各都市では、新しいやり方も出現した。

ハンブルク市では、W杯開催の決まった二〇〇〇年に、赤字運営だった市営の古いスタジアムを、周辺の土地も含めて、わずか一マルクで地元スポーツクラブのハンブルガー・スポルト・フェライン(HSV)に売却。

HSVは、地元銀行や地元企業から経営、経理、企画広報等の担当者を仰ぎ、スタジアムを全面改装。企業の会議や接待に使える台所付きの一〇〇平米程度の部屋と、ボックスシート約百室を十年契約で販売。駐車場料金や広告収入も含めて改装費約百億円を捻出し、クラブの黒字経営と同時に、市の財政好転にも貢献した。

団体側にも課題

このようなやり方を日本が真似る

にはスポーツ団体が「地域社会の存在」であるという認識が、まず必要である。実際にHSVはサッカーだけでなく、ホッケー、バスケットボール、バレーボール、ハンドボール、テニス、卓球、柔道等のクラブも有する、市民参加のスポーツクラブ。郊外の元市有地だった広大な敷地には四面のサッカー場のほか、二つの体育館、十六面のテニスコート、それに二軒のレストランとバーと集会所等があり、多くの市民が会員として利用している。

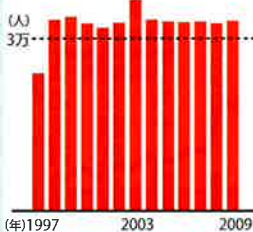
音楽や演劇等の文化活動も同じ。東京にも全国の様々な都市にも、コンサートホールや舞台のある文化会館は数多く存在する。が、それらのホールや舞台に、欧米社会では当然のように備わっている、音楽教室や演劇学校が伴っているケースは、数えるほどしか存在しない。日本の企業には不況を言い訳にすることなく、社会的責任を果たすことを期待したい。が、その前に、スポーツ団体や文化団体がどのような社会的責任を果たすべきか、ということも問われるべきだろう。

このようにやり方を日本が真似る

ボランティア団体・NPOの苦境③

自殺防止NPO 「生きる支援」に企業の協力を!

自殺者数推移 (出所=警察庁)



大企業が次々経営破綻した1998年以降、自殺者数は毎年3万人を超えている。2009年の日本国内の自殺者数は3万2,845人と、08年に比べ596人増。06年に自殺防止対策基本法が成立したが、効果は出ていない。「自殺防止」を目指す各地のNPO団体には、自殺願望者からの相談件数が増えている。各団体は、基本的にボランティアで活動を行っていて、企業や個人の寄付金が活動資金。しかし、ここ数年はその寄付金が減っているようだ。約60人の相談員が、午後8時から午前6時まで年中無休で相談電話を

受けている「国際ビフレンダーズ 東京自殺防止センター」(東京・高田馬場)の創立者・西原由記子さんは次のように話す。「当センターの家賃や、電話料金等は、企業や個人の寄付金等でまかなっていますが、数年前まで複数口の寄付をしてくれていた外資系企業が、不況の影響で口数を減らす等、活動資金は潤沢とはいえません。活動を広げるため各地で講演等も行っているため、スタッフが身銭を切ることも多い」

09年、自殺防止センターでは約1万2,000件の相談電話を受けた。時には訪問

を行うこともあった。「ここを「最後の砦」と頼って電話をしてきてくれる人がいる限り、活動を続けていきたい」(西原さん)

「自殺対策支援センター ライフリンク」(東京・飯田橋)の清水康之代表は「以前、寄付をお願いした企業に“寄付金を出すよ、いかに弊社に自殺者が多いと思われてしまう。と断られたことがありました。我々NPO側も、寄付金をどう使って、どんな成果が出たのか、わかりやすく示す責任がある」と話す。「生きる支援」の輪を広げるには、社会の理解を深めることが必要だ。