

# 企業による 社会貢献活動

近年、企業の社会的責任（CSR：Corporate Social Responsibility）の観点から社会貢献活動に期待が集まり、企業も力を注いでいます。CSRとは、企業が消費者・従業員・株主・地域社会などに責任を負い、社会的公正性、倫理性、環境に配慮した取り組みなどを通じ、経済的な発展、よりよい地域づくりを行うこととされています。社会貢献活動の取り組みの一つとして、東日本大震災の発災時には、多くの企業が、被災地でのボランティア活動への参加、炊出しや製品・サービスの提供を行いました。その中から、株式会社ウェルネス伯養軒仙台支店長の上田文夫さん、資生堂販売株式会社東北支社仙台オフィス美容統括部長の松田佳重子さんにお話を伺いました。

## 株式会社ウェルネス伯養軒

### ▼食をとおしたCSR

株式会社ウェルネス伯養軒は駅弁事業やケータリングサービスなど、私たちの身近でフードサービスを提供しています。親会社でグループ企業のトータルプロデュースを行う株式会社グリーンハウスではCSRとして、「食にナチュラルを追究」、「人にウェルネスを創造」、「サービスにホスピタリティを極める」の3つを約束として掲げ、食をとおしたCSR活動を展開しています。

グリーンハウスグループでは、野菜やそのほかの食材がどのようにして作られるのか、食べるまでの工程を知ること、より食に興味を持ってもらうため、子どもや障害者を対象に、種まきなどの農業体験活動を約10年前から行なっています。普段の生活では体験できない活動であると同時に、収穫した野菜は施設などに贈られるため、畑作業を体験した方からは喜ばれています。また、グループ企業の中では子ども料理教室「リトルシェフ」を開催し、家庭や学校とはまた別の視点での料理体験の場を提供しています。

### ▼東日本大震災と社会貢献活動

このように食をとおし地域社会との関りを築いてきましたが、東日本

大震災の発災後、伯養軒では名取市からの要請に応じ、避難所が閉鎖されるまで避難所への配食を行いました。当初は停電が続いていたため、ガスを使用し、ご飯やおかずを手作業で調理していましたが、徐々に電気や水道が復旧していき、状況が変化していきました。そのような中で、被災地への支援として、何か役に立てることはないかと考えた結果、当時は被災地が大変混乱している状況であったことから、宮城県災害ボランティアセンターへ相談し、その後、同センターの調整などにより気仙沼市の集会所での炊出しに繋がっていききました。



炊出しの様子

この被災地への支援をきっかけに、グリーンハウスグループ全体でボランティア休暇制度が創設され、社員が社会への貢献活動に参加しやすくなるような土壌が整備されていきました。

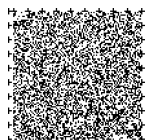
支援活動に参加した支店長の上田さ

んは「自分たちの中で被災された方のイメージを作ってしまったが、集会所に集まった方、とりわけ子どもたちの明るく、元気に笑い合う姿には驚きとともに、パワーを感じました」と話されていました。



上田文夫さん（上段一番左）

伯養軒では、炊出しによる支援活動のほかに、イベントの売上の寄附などをとおしても復興支援を行っています。また、駅弁の企画に関わった社会福祉法人円の「まどか荒浜」（仙台市太白区）が被災したことから、同事業所で製造している「福幸だるま」を東京都内で開催された物産展で販売するなど、被災した水産加工会社や福祉施設の製品の販売という形でも被災地の応援を続けています。「テレビなどで被災地の状況が報道されているが、被災地以外の地域の方たちが抱くイメージと現



実にはギャップもある。少しずつ変わってきている現状を伝え続け、震災を風化させないために取り組んでいきたい」と話されていました。

## 資生堂販売株式会社 (東北支社仙台オフィス)

### ▼CSR活動の3つの柱

資生堂のCSR活動においては、資生堂の強みを活かすことのできる、「女性・化粧（美容）」、「文化」、「環境」の3つの領域での活動に重点をおいています。「女性・化粧（美容）」では、すべての女性がすこやかで美しくあるための支援をしております、「文化」については、美意識を大切にしながら、芸術や文化を支援し、「環境」については、人と地球が共に美しくあるよう環境活動に取り組んでいます。

### ▼資生堂ライフクオリティビューティープログラム

「女性・化粧」の中心的な活動として、『資生堂ライフクオリティビューティープログラム』が挙げられます。これは、肌やからだに深い悩みのある方に、化粧や美容を通じて生活の質の向上を目指すことを目的としています。具体的な活動としては、あざや白斑など肌に深い悩みを持つ方へのメーキャップ・アドバ

イス（資生堂ライフクオリティビューティーメーキャップ）や、高齢者や障害者などを対象とした美容セミナー（資生堂ライフクオリティビューティーセミナー）を実施しています。セミナーでは、ビューティーコンサルタントによるマッサージやメーキャップを依頼されますが、最近では、心身のリハビリテーションを目標に、参加者にできることはご自分でしていただき、ビューティーコンサルタントはお手伝いをする形態が増えているということです。毎回、参加者から好評を得ており、実施した施設からは、参加者がセミナー翌日から髪をとかしたり、洗顔をしたり、身だしなみを整えるようになったと嬉しい報告も聞かれています。また、特別支援学校における身だしなみセミナーでは、卒業後を見据え、女子学生へのヘアメーキャップだけではなく、男子学生へもネクタイの結び方などの講習を行っています。メーキャップや身だしなみを整えることは気持ちや前向きにさせるとともに、身近にいる家族の喜びにも繋がります。そのような観点からも母子家庭の母親を対象としたセミナーなども行っています。美容統括部長の松田さんは「今後も化粧のチカラを通じて、他の分野でも何か役に立てることはないか模索しています」と話されていました。

### ▼東日本大震災の取り組み



松田佳重子さん(左)・上野香代子さん(右)

資生堂では、昭和24年より高校卒業予定者を対象に「特別美容講座」をスタートし、その後も高齢者施設や障害者関連施設などで、草の根的に活動を継続しています。東日本大震災においては、何かできることはないかと考えていたところに、仙台市内の区長からの相談がきっかけとなり、ビューティー支援活動が始まりました。当初は避難所生活に役立つフリーフレットを添えた化粧品3万セットを被災地に直接届け、マッサージやメーキャップを行っています。エリア担任（お客さま担当）の上野香代子さんは、「皆さんが少しでも元気に、前向きになれるように」と思い取り組みました」と当時の想いを話されました。平成23年4月から半年にわたり、東北支社社員を中心に岩手・宮城・福島の避難所を500回以上、直接訪問し支援活動が行われ、平成23年12月・平成24年1月には、全国の資生堂ビューティーコンサルタントも同活動に参加しました。マッサージやメーキャップ

を受けた方が、目を輝かせて喜びの声をあげ、そして、それをきっかけとしたコミュニケーションが生まれつつあったそうです。



笑顔が溢れるビューティー支援活動

松田さんは、「震災という非日常の中で、洗顔をすること、メーキャップをすること、鏡を見ることなどが、日常の時間を取り戻すスイッチになるのではないかと感じました。女性が綺麗になりたいと思うことは、明日を考えることにも繋がる。今回の活動をとおし、被災地の方たち、そして共に活動した方々との触れ合いから、元気や力をもらい、メーキャップをすることの価値を教えてもらいました」と話されていました。

資生堂では現在も仮設住宅や病院などを訪問し、ビューティー支援活動を継続しています。「資生堂だからできることもあるので、今後も風化させないよう定期的に取り組み、被災された方に寄り添っていききたい」と話されていました。

