

震災時における芸能人の  
被災地支援について考える

**B0EB1245 三沢史菜**

## 論文構成

はじめに

### 第一章 CSR とは

#### 第一節 CSR とは

### 第二章 理論編

#### 第一節 戦略的 CSR

#### 第二節 ボランティア論

#### 第三節 理想主義的功利主義

#### 第四節 徳理論 中庸

### 第三章 ケース編

#### 第一節 被災地訪問

#### 第二節 理想的なケース紹介

### 第四章 まとめ・提言

おわりに

参考文献

## はじめに

2011年3月11日14時46分、東日本大震災が発生した。地震の規模はマグニチュード9.0で日本周辺における観測史上最大の規模であった。その被害は甚大で震災による死者・行方不明者は18,534人、建築物の全壊・半壊は合わせて39万9,028戸に上る(2013年11月8日現在)。私自身、宮城県仙台市内で震災を経験し、数日間は避難所で生活をした。震災から数日後に初めてテレビで津波の映像を見たときは衝撃であり、繰り返し放送されるその映像に胸を痛めた。そして共に避難していた友人たちと少しでも明るい気持ちになろうとアイドルのDVDを見て、心を元気にしたことを思い出す。

また震災直後からボランティア活動や募金活動が各地で始まり、その様子も連日ニュース等で報道されていた。そんな中、一際目立っていたのが、アーティストや俳優、お笑い芸人などといった芸能人の活動である。義援金寄付や物資の提供、被災地訪問などツイッター等のSNSでも多くの情報が流れた。さらに震災後、私が仮設住宅にて半年間ほどボランティア活動をした際に、私たち一般人が呼びかけるよりも芸能人の来訪が住民の方々の外出のインセンティブを高めているのを感じた。そこで、「芸能人」という人々の影響力の大きさやその知名度の持つ力を強く感じ、その支援活動について調べ、よりよい被災地支援の形について考えたいと思った。

この論文では、東日本大震災時の芸能人の様々な支援活動について取り上げ、企業倫理に関する理論等を用いてケース分析を行い、震災時に芸能人が行うべきより望ましい支援活動の形を提言していく。

## 第一章 CSR とは

### 第一節 CSR とは

CSR は Corporate Social Responsibility の略であり、企業の社会的責任の意を持つ。

そして、以下は（学）産業能率大学総合研究所 企業倫理研究プロジェクト編著の『実践 企業倫理・コンプライアンス CSR に基づく組織づくりの考え方と手法』に書かれている内容である。

コンプライアンスつまり「法や規則に従う」ことと、企業倫理つまり「倫理的な判断や行動を主体的になす」ことの二つを前提に、社会を「ステークホルダー」としてより明確に意識して、ステークホルダーへの責任をどう果たすか、ステークホルダー間のバランスをどうとるかという観点から事業活動を考えるのが CSR である。

CSR では、倫理的な判断の仕方やよりどころを浸透させること以上に、その結果としての活動事項そのものが関心事となる。企業倫理が「なぜ」を重視するのに対し、CSR は「どうやって」を中心に発想するものともいえる。

## 第二章 理論編

### 第一節 戦略的 CSR

本論文においては、芸能人という特殊な職業に対する専門的な CSR 理論はないため、理論の一つとして、伊吹英子氏の著書である『CSR 経営戦略』で紹介されている「戦略的 CSR の基本フレーム」(図 1) を応用する。

#### (1) 戦略的 CSR の基本概念

企業が CSR の実践に通じて持続的に発展するためには、CSR に対する企業の姿勢を明確にし、経営戦略のなかに CSR の要素を融合させていくことが必要である。企業が独自の CSR のあり方を考える枠組みの一つが、この「戦略的 CSR」である。

企業は、CSR の活動を、企業倫理・社会的責任領域 (A 領域)、投資的社会貢献活動領域 (B 領域)、事業活動を通じた社会革新領域 (C 領域) の 3 つの領域に整理し、戦略を立てていくことが望ましい。

#### (2) 戦略的 CSR の基本フレーム

ここでは、企業が取り組むべき CSR の領域を、「守りの倫理—攻めの倫理」、「事業内領域—事業外領域」という 2 つの軸で整理し、3 つの領域を設定する。

「守りの倫理」「攻めの倫理」とは、それぞれ、次のようなことである。

##### ◆守りの倫理

守りの倫理とは、企業が社会に存在し企業活動を営むなかで、社会に負の影響を及ぼさないように予防する、もしくは、負の影響を及ぼしてしまったら、その影響をゼロに戻すための取り組みでもある。

##### ◆攻めの倫理

攻めの倫理とは、企業が社会に存在し、企業活動を営むなかで、社会に正の影響をもたらすような取り組みである。

また、「守りの倫理」と「攻めの倫理」それぞれの活動には、「事業内で行う活動」と「事業外で行う活動」がある。

例：事業内で行う活動…製造業において製造プロセスによって少なからず生じてしまう環境負荷を、できるだけ削減するよう製造プロセスを改良する取り組み。

事業外で行う活動…環境負荷を削減するよう努力したとしても、どうしても環境

負荷を生じさせてしまう場合、その環境負荷をゼロに戻すために、事業外簿活動として植林などを行う取り組み。また、社会貢献活動。

次に、このようなさまざまな取り組みがどの領域でどのようなポートフォリオで展開されているのかを整理する。

A 領域から C 領域の概要について簡単に示すと以下ようになる。

#### ① 企業倫理・社会責任領域（A 領域）

第 1 に、守りの倫理に位置づけられる領域として「企業倫理・社会責任領域（A 領域）」がある。

企業が社会の一員として存在する以上、それだけで企業には守るべき法令やはたすべき社会的責任がある。それを明確にし、実行に移す手立てを講じる必要がある。昨今相次ぐ不祥事が物語るように、倫理観の欠如は、企業価値に莫大な影響を与えるため、法令遵守や危機管理対策などは企業存立の重要な要件になっている。

A 領域は社会性の根底に位置づけるべき「守りの領域」であるため、自社のリスクを分析したうえで確実に対処する必要がある。

つまり、A 領域は CSR 活動の中でも最も重要かつ不可欠な領域として位置づけられる。

#### ② 投資的社会貢献活動領域（B 領域）

次に、攻めの倫理に位置づけられる事業外の取り組みとして「投資的社会貢献活動領域（B 領域）」がある。この領域においては、企業が社会と良好な関係を維持していくための取り組みとして、社会的効果と経営的効果の双方を両立させる、投資的な活動戦略を立案することが求められる。

社会貢献活動は、事業領域以外に企業が社会に直接働きかける行為であるため、ほかの領域に比べ企業の裁量が大きく、戦略性が問われる。

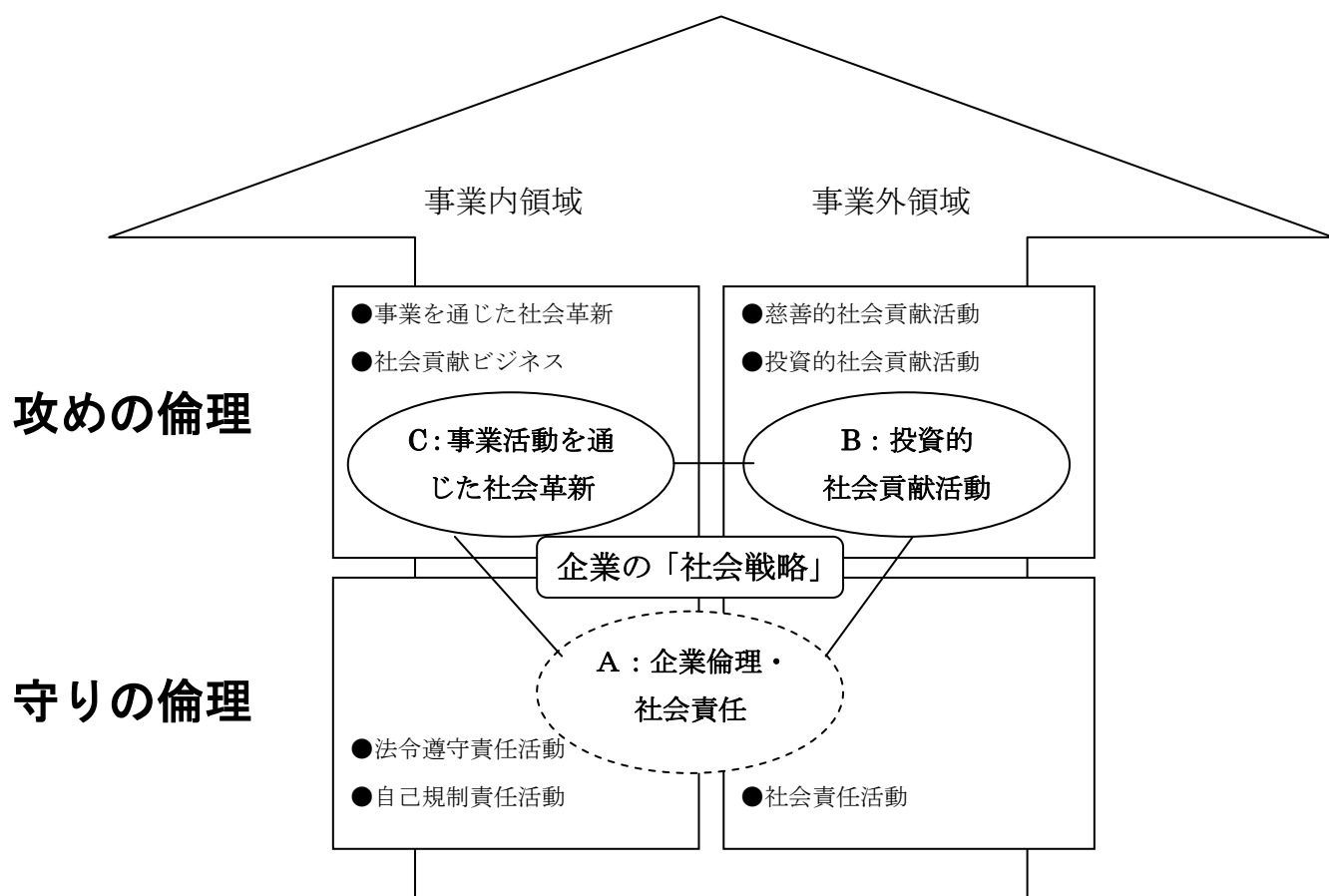
#### ③ 事業活動を通じた社会革新領域（C 領域）

第 3 は、「事業活動を通じた社会革新領域（C 領域）」である。企業は事業を展開する際に、利益の獲得を第一の目標と捉えながらも、同時に事業活動を通じて社会を革新し、社会価値を創造するような事業戦略を立案することが肝要となる。

企業が本業としているビジネス形態を抜本的に変えることは簡単なことではない。しかし、新規事業開発においては、利益獲得のみならず、社会の革新を意識した事業戦略を構築できれば、企業の社会性は一段と高まることになる。

図 1— 戦略的 CSR の基本フレーム

- ABC の 3 領域でバランス良く戦略的に社会との関係を構築すべき
- 競争優位を築くための鍵は、B～C 領域での戦略的思考にある



(出所) 野村総合研究所

## 第二節 ボランティア論

震災時、よく目にした「ボランティア」という言葉だが、実際にはボランティアとは何なのか、ここで定義付けをしたい。

そこで以下は田村正和氏の『ボランティア論』を参考にし、まとめたものである。

ボランティアの定義には、自発性、無償性・非営利性、公益性をはじめとして多くの要件が挙げられているが、家族を亡くしたり、災害に遭ったりしたときに感じる「苦しみ」や「悲しみ」「貧困」その他の「困窮性」を「連帯」によって乗り越えるということである。

したがってボランティアが行われる基盤として、一つには「連帯」ともう一つは止むに止まれぬ「世直しの緊急性」があげられる。後者の緊急性に関しては、ボランティアを実践する者にとって止むに止まれないという主観的な場合もあるが、客観的にみても、もはや放置できないという状況も少なくないのである。

他人の悲しみや困窮を知り、「憐憫の情」ばかりではなく「他人事でない」「いつか我が身にも降りかかる可能性も」あるいは「自分のアイデンティティを確立するためなどの思いに突き動かされてボランティアに参加する人も多いが、それらの根底にあるのは、住民どうしの、さらには人類全体の「連帯意識」と「緊急性の意識」にほかならないのである。

## 第三節 理想主義的功利主義

ジョン・スチュアート・ミルによって提唱された功利主義である。ジェレミー・ベンサムが「最大多数の最大幸福」を唱え、快楽を数量的に捉えたのに対し、ミルは快楽を質的に区別した。そして精神的快楽は我々の本性における肉体的側面での快楽にまさると論じた。快楽の質の差とは、「二つの快楽のうち、両方を経験した人が全部またはほぼ全部、道徳的義務感と関係なく決然と選ぶ方が、より望ましい快楽だ」として表されるものである。これが、ミルの理想主義的功利主義である。

## 第四節 中庸

アリストテレスの考え方である。

以下は、D・スチュアート著の『企業倫理』を参考にし、まとめたものである。

アリストテレスは徳を定義して次のように言う。「徳とは物事の選択において中間的なものを選びとる行為選択の状態をいう。中間的なものとは個々人にとってことわり（理性的



な原則)によって定められるものであり、この原則こそ実践的に思慮ある者が意思決定のよりどころとなすものである」。アリストテレスは、この中庸の原則を応用して過剰と欠乏の中間に位置する中庸の行為を論じている。

また、中庸に関しては次のようにも言われている。それは、個人の場合も企業の場合も他の目標の達成に全力を尽くした方が達成されやすいということである。幸福にしても利益にしても、他の目標の達成にともなってもたらされるものなのである。

## 第五節 カントの論理学

カントは、行為の正または不正が、実のところ行為の結果ではなく、道徳の担い手の意図と動機によって決まるということを確認していたようである。

カントは、普遍性と必然性という二つの基準を提起する。普遍性は、すべての理性的人間には同一の基準が等しく適用されなければならないことを意味し、必然性は一つの原理に何ら矛盾が認められないことを意味する。

カントは普遍性を追求した結果として、カント自身が「定言命法」と呼ぶ原理を導き出した。定言命法は「あなたの行為の根本法則が普遍的法則となるように行為せよ」という表現で広く用いられている。

人間の行為原理を普遍的ならしめるものとして、現代の企業倫理学者マニエル・ベラクイーズは、カント理論の流れを汲んで、「普遍化可能性」と「応酬可能性」という術語を提起している。普遍化可能性とは、人間の行為理由は、すべての人々が、少なくとも原理としてそれに基づいて行為できるものでなければならないということであり、応酬可能性とは、人間の行為の理由は、すべての人々が自分以外に人に望むものでなければならない。そして、そこにおける行為理由は自分以外の人々が自分をどのように取り扱うかでもよい、というものである。

### 第三章 ケース編

#### 第一節 被災地訪問

震災後、EXILE や石原軍団、和田アキ子氏、AKB48 など多くの芸能人の支援活動の一つとして、義援金や物資支援とならび、被災地を訪問する姿が目立った。炊き出しや慰問、またはアーティストによるライブなど、芸能人が被災地で直接被災者の方々を元気づける様子が連日報道されていた。被災地訪問という支援活動は、まさに芸能人だからこそできる支援の仕方である。

しかしその一方で問題点も浮き彫りになった。

一つ目に、芸能人の追っかけによる路上駐車があった。そのせいで大渋滞が起き、避難住民は買い物や本当に必要な物資を運ぶのに苦労したという。また、非常時に自衛隊や緊急車両が通れないとの心配もあった。そこで、そういった交通障害を招くことは本意ではないとして SMAP の中居正広氏は訪問前だけではなく訪問後も事実を伏せた。

次に、売名行為と言われるような行動も被災者に不信感を与えている。

例えば、ある女性タレントが被災地に慰問に訪れた際、原発 40km 圏内ということ強調する随行レポーターに、『放射能は怖いけど、少しの間（支援物資を）持っていただけなら大丈夫だと思って来ました』と殊勝な顔で答えていた。これは、震災直後から「ずっと」そこにいる被災者たちを複雑な気持ちにさせた。

また、今もなお被災地訪問を続け、各地でミニライブ等を開催する AKB48 にも「売名行為」との批判がある。その原因はいくつかあるが、一つに訪問の様子がテレビ放送され、またその映像提供がドキュメンタリー映画の制作によるものだったからだ。ボランティア活動の中に、ビジネスの面が見えていることが批判的となった。さらに、2013年3月11日に被災地でミニライブを行ったが、地元の人々にとっての命日であり、静かに迎えたい日にそのような活動が行われたため、一部の被災者は拒否反応を示した。

ここで、ボランティア論に則してこのケースを分析する。第二章で述べたようにボランティアとは「連帯意識」と「緊急性の意識」に基づく。つまり、売名行為や自己満足という見方をされる行為でも、その根底にはみな、連帯意識と緊急性の意識があるのだ。よって、私は芸能人が震災後に起こした活動は全てボランティアと言えらると思う。

では、ボランティアがより善い活動として評価されるためには何が求められるのか。

まず、中庸である。AKB48 は活動が多すぎてしつこい、引き際を失っているのではないかとされており、同様に震災時には過度に目立った行為はあまりいい印象を与えない。逆に、芸能人というブランドがあるからこそ、被災地訪問を知らせ、その現状を世に広める役割を果たせると考えると中居氏のように訪問後も活動を秘密にするのも望ましいとは言えないと考える。そこで、私は芸能人の被災地支援活動の一つの指針として中庸を提唱したい。

ただ、多くの芸能人が被災地支援に関する活動を積極的に行わなくなっている今、AKB48が長期間にわたって活動を続けている点は評価すべきと考える。

そこで彼女たちの支援活動に必要なのは理想的功利主義の考え方だと考える。必要なのは、芸能人それぞれができることの中で、より被災者にとって「善い」と感じる支援、つまり、被災者の心の安定と被災地の復興・長期的な発展につながる支援をすることだ。加えて、カントの理論を用いる。芸能人によるボランティア活動が「正」となるように、その動機を売名行為ではなく、「他者を手段ではなく、目的として扱え」の格律に則す必要がある。そしてこれら二つの理論を達成するには、支援活動の内容を震災直後からフェーズ毎に変えていく必要があるといえよう。

## 第二節 理想的なケース事例紹介

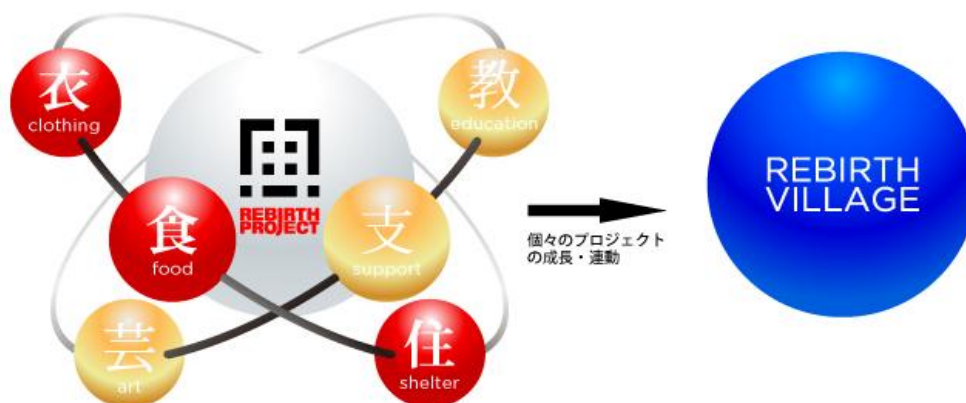
次は今後も震災時の芸能人の活動としていい模範になるだろう活動を紹介したい。今回は客観的な評価として、日本財団が「被災地で活動した芸能人ベストサポート」として選出した芸能人の中から、伊勢谷友介氏と坂本龍一氏の活動を取り上げる。この「芸能人ベストサポート」は、被災地で支援活動を行った 651 の NPO やボランティア団体にアンケートを実施し、被災者を勇気づけ、復興支援活動に精力的に取り組んだ芸能人を表彰したものである。

### 【1】 伊勢谷友介氏

伊勢谷友介氏は東京藝術大学卒の日本人で、俳優、映画監督、美術家、実業家である。また、株式会社リバースプロジェクト (<http://www.rebirth-project.jp/>) の代表を務める。

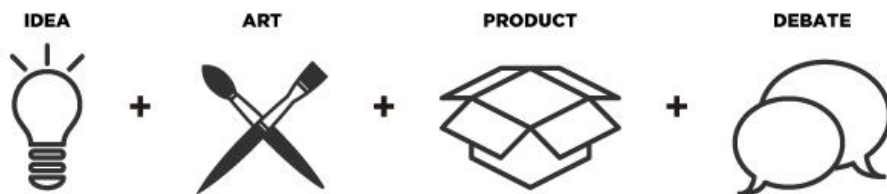
#### (1) リバースプロジェクトとは

「人類が地球に生き残るためにはどうすべきか？」という命題のもと、私たち人間がこれまでもたらした環境や社会への影響を見つめなおし、未来における生活を新たなビジネスモデルと共に創造していくために活動であり、2009年に株式会社として設立された。衣食住をはじめとし、教育・芸術・支援といった社会生活を営むうえで必要とされる分野での活動を、クリエイティブな視点から考察・実行している。最終的にこれらのプロジェクトを統合・組織化することで、“社会彫刻”としての《リバースヴィレッジ》という名の村が形成され、さらに世界各地で展開されることを目指し、活動を続けている会社である。



(出所) 株式会社リバースプロジェクトホームページ

また、リバースプロジェクトではより大きな視点で捉えた CSR 活動を提案している。「人類が地球に生き残るため」のプロジェクトを独自に行う一方で、多数企業の CSR 活動の一環として、コラボレーションという形で事業を行っている。クライアントが取り組みたいと考えている社会問題や環境問題に対する思いをヒアリングし、一歩先行くアイデアで CSR 活動をさらなる発展性を持たせた CSV (Creating Shared Value つまり共有価値の創造)活動へブラッシュアップさせる。さらにリバースプロジェクトのもつメディアリレーションによって、幅広く波及させることに成功している。具体的には、意義と価値のある CSR 活動の「IDEA」づくりからサポートし、プロジェクトを立案する。さらにコンセプトや狙いに併せて「ART」「PRODUCT」「DEBATE」の3つのアウトプットの方法を提案、実践している。



## (2) 震災後の活動

### 1. 「元気玉プロジェクト」

これは REBIRTH PROJECT のクラウドファンディングシステムである。震災に関連した活動も支援した。実際に手をかけるのではなく、起案者が実現したいアイデアの費用をその趣旨に賛同した人たちが少額から投資できるプラットフォームの提供をしている。

中でも、多くのメディアに取り上げられた有名なプロジェクトが「被災地弁当店開業支援」である。元気玉プロジェクトで得た資金で被災地である宮城県岩沼市に、大泉功太郎さんと俊介さん兄弟が弁当屋を設立し、今では従業員を抱えている。

被災地の人々のアイデアを形にし、雇用まで生み出した一つの例である。

以下の3つも震災関連のプロジェクトとして実行された。

① ひびきホットサロン

東日本大震災で東松島市の仮設住宅で、「私たちの仮設から孤独死をなくしたい」という思いで、仮設住宅の中から自主的に活動を開始したプロジェクトである。

② 90年後の君へ～震災復興から未来創造へ。未来への決意を託すタイムカプセルを制作しよう～

「災害に強い地元施設を！」という強い思いを込めて、一般社団法人東北復興プロジェクトが2013年9月に宮城県名取市にファームレストラン「ROKU FARM ATALATA」を設立した。

③放射線見える化プロジェクト

空間線量計「ホットスポットファインダー」を入手し、2011年3月11日直後から問題になっている首都圏各地の空間放射線量をサポーター（投資者）からの要望に応じながら計測していく、「こどもみらい測定所」（起案者）とサポーターの共同測定プロジェクトである。

いずれのプロジェクトも目標金額を超えている。

2. 「RICE475」を通じて被災地におにぎりを搬送。

「RICE475」では“美味しいお米を作り、農家の価値を高めたい”という想いのもと、減農薬・無農薬のコメを作るという、「食」のプロジェクトを行っている。その中で、新潟県魚沼の米屋4代目と農家5代目とともに、被災地に対して、伊勢谷さん自身ができることを見つけた。それは、「被災地への米の物資提供」である。プロジェクトを共有する友人の会社からの紹介を受け、救援物資ルート、ならびに公的な受け入れ先を確保したという。お米を集めるのは「RICE475」のメンバーであり、山形、新潟、長野、富山に地区を限定して米を募った。そうして震災直後に米は被災地には「おにぎり」となって搬送された。

以上の取り組みは、伊勢谷氏の「俳優・映画監督」という職業における、「知名度の高さ」と「信頼性」、さらには「クリエイティブさ」、「メディアリレーション」を存分に活かしたものである。ここで、伊勢谷友介氏を一つの企業と見なした時、これらの活動は本業外の戦略的な社会貢献活動であると考え、B領域に属すると言える。

また、震災直後には、「@rebirth\_project」のツイッターを通して、「自分たちが現在できることを模索している」とつぶやいた。そして、震災直後はフォロワーの多さを利用して消息不明者のツイッターをつぎつぎにリツイートし続けた。また、「情報を持っている方、

お願いします！RT ●●親戚の●●夫妻の安否情報をください！」「明日、●●町の●●家にて、電気のこぎりを貸してくれる人を探しています」というような被災地で必要な物資があるというツイートにも、現地のひとびとに呼び掛けるように伊勢谷氏自身のコメントを入れながら呼びかけ、被災地の方々がもっとも大変な思いをしている連絡手段の仲介役も務めた。

ここで、やはり「フォロワーの多さ」といった知名度の高さ、その情報の拡散性を高めたと言える。こういった姿は他のツイッターをやっている芸能人にも見られた。しかしその情報に信頼性が伴うかどうかに関しては疑問点もあり、知名度の高さと拡散性という長所が、偽の情報を拡散し、情報の受け取り手を混乱させるといった場面も見られた。知名度や拡散性があるからこそ、情報の精査をより慎重に行う必要があると言える。

このツイッターによる伊勢谷氏の活動の CSR 領域はどこか。まず、芸能人のツイッターによる情報発信は仕事の一環であるという前提で考えてみる。仕事である場合、つまり事業関連の場合、芸能人の知名度を求めて震災関連のツイートのリツイートの頼みが来たのであれば、利益は出ないかもしれないが、社会的責任を果たすといった意味では B 領域といえる。

## 【2】 坂本龍一氏

坂本龍一氏は世界的に活動している日本人ミュージシャンである。作曲家、演奏家、音楽プロデューサーを務める。

坂本氏は震災後、「kizunaworld.org」プロジェクト、「School Music Revival」プロジェクト、そして「JAPAN UNITED with MUSIC」プロジェクトをスタートさせた。

### (1) kizunaworld.org プロジェクトとは

坂本氏が平野友康とともに、被災地の一日も早い復旧・復興を支援することを目的とし、“プロダクションでも、レーベルでもなく、「個人」としてできることをできる限りやっていきたい”という想いのもと立ち上げたプロジェクトである。こうした想いに共鳴したアーティストたちの作品を寄付と引き換えに贈呈していくことで、より多くの寄付金を募る。具体的には、アーティストが生み出した音楽や動画を一口 1,000 円から購入できる。そのお金は復興に必要とされる、主に《医療》、《こども》、《食料》、《住宅》、《エネルギー》の支援に力を入れている以下の支援組織に届けられている（2013 年 7 月 22 日をもって寄付金の受付終了）。

○国境なき医師団、Save the Children、被災地 NGO 協働センター、ボランティア建築機構 坂茂/東日本大地震 津波支援プロジェクト、環境エネルギー政策研究所 つながり・ぬくもりプロジェクト、世界の医療団 ニコニコ PROJECT、School Music Revival こどもの音楽再生基金、OPEN JAPAN サンライス元気村プロジェクト  
寄付総額は 約 605 万円に上る。

## (2) School Music Revival プロジェクトとは

坂本氏が楽器や音楽を通じて被災地の子どもたちに笑顔を届けるため、全国楽器協会会長の梅村充氏らと「こどもの音楽再生基金」の設立とともにスタートしたプロジェクトである。

東日本大震災の被災地では、地震や津波により多くの学校のオルガンやピアノ、打楽器など今まで身近にあった楽器が壊れたり、失われた。現在も演奏を楽しむ機会を失った子どもたちが多くいるのが実情だ。

プロジェクトでは、宮城県、岩手県、福島県の被災地の幼稚園や小・中・高校に対し、各県の楽器商組合が壊れた楽器の修理を無償でおこなうほか、なおすことができない楽器の買い替え費用を「こどもの音楽再生基金」から捻出し、購入支援する。また、これまで音楽教室と 3 回のコンサートが開催されている。

「こどもの音楽再生基金」は、梅村充 全国楽器協会会長が代表発起人となり、坂本龍一氏や河合弘隆全国楽器製造協会会長ら楽器業界のトップらが発起人として名を連ね、楽器業界全体で基金やプロジェクトを支えていく。運営期間は暫定で 3 年間で予定されている。

ふたたび、楽器が子どもたちにとって身近な存在となり楽しめる機会をつくる「スクール・ミュージック・リバイバル」プロジェクト。子どもたちに笑顔を届けるために、息の長い支援が求められている。

2013 年 12 月 6 日現在の募金総額は 142,422,044 円であり、52 のアーティストが賛同している。

kizunaworld.org では海外のアーティストも参加しており、また kizunaworld.org、School Music Revival の両プロジェクトのホームページには英語版のページがあり、国内外に向けたプロジェクトであることがわかる。これは世界ツアー等を行い、世界で活躍している坂本氏だからこそできるプロジェクトである。

## (3) JAPAN UNITED with MUSIC プロジェクト

坂本氏が発起人を務め、音楽を通して日本が連帯していくこと。そんな思いから“JAPAN UNITED with MUSIC” と名付けられたこのプロジェクトには、こうしてレーベル/プロ



ダクションの壁を越えて共鳴した 30 名のアーティストが、無償でレコーディングに集い、ビートルズのカバーを行った。寄付金の総額の中から、岩手県・いわての学び希望基金ら 5 団体に各 100 万円ずつ振り込まれた。

こちらの事例もまた坂本氏の「世界的」音楽家という強みを活かし、様々なアーティストとのつながりから成り立っているものである。いずれのプロジェクトのサイトにも英語版のページが設けられており、寄付も世界中から可能であった。

また、音楽に関する取り組みであるから坂本氏のイメージと活動内容に一貫性があり、よりわかりやすく、効果的であると考ええる。

さらにプロダクションを超えた活動やアーティストの作品に対し、インターネット上から寄付する形等は革新的といえる。

しかし、チャリティイベントを行った点を考えると、坂本氏が本業周辺でそのリソースを使いながら行った戦略的な社会寄付であると言えるので、B 領域に属すると考えられる。

### 【Hello!Word】

最後に私自身が参加し、感銘を受けた震災復興支援活動の事例を紹介する。

それが、Hello!World という取り組みである。

Hello!World とは、アーティスト真藤敬利氏が中心となって定期的に行っている東日本大震災復興支援チャリティライブである。これまで 8 回開催されている。様々なアーティストが参加し、アカペラを披露したりする。仕組みとしては、チケット代（前売券 3000 円/当日券 3500 円）の中から 500 円を東北復興支援に使う。8 回目のライブでは 6 回目、7 回目に集めた支援金で、被災地宮城県石巻市の「わかめ」を購入し、それをライブの観客に還元するという形をとった。ライブでは、このわかめを作っていたらっしゃる方のお話や沿岸部の現状をお話して下さった。そして来年 2 月に 9 回目の Hello!World が開催される。

このライブの長所は、やはり「ライブ」は参加するインセンティブが高いこと、気軽に行けることである。また、他のチャリティライブと違う点は、震災直後から継続的に行われている点、集めたお金をモノに変えて「見える形」でその参加者に還元している点である。継続性と被災地のモノを手に行うことができることが、震災を風化させないことに繋がると考える。さらに東京で定期的に行われているため、被災地から遠く関心の薄れているところに訴えていく点が評価できる。

## まとめ・提言

ここまで様々なケースを見てきたが、やはり芸能人の強みはその「知名度」と、それぞれが得意とする歌や芸術性、アーティスト同士のつながりである。震災復興においてはそれらが多いに役立つと言える。また、そうした取り組みをする際に、今回取り上げた優れた事例に共通していたものが還元先を明らかにしている点であった。芸能人の活動に限らず、活動の還元先がどこなのかを示すことは重要だが、芸能人は情報開示によって信頼性を高めるだけでなく、「どこに」「どのような」困っている人がいるのか、それを助ける団体が存在するののかということをやより広く伝えることのできる存在である。だから支援活動の際には、還元先を明らかにすることを求めたい。

震災直後の義援金や物資支援、被災地訪問は緊急の支援策としては、今後の有事の際にも求められる支援活動である。しかし震災後、2年、3年…と経ったときに求められるのは、やはりそれぞれの持つ芸能人としての強みを活かした取り組みである。被災地では何が求められるかを機敏に察知し、一時的な支援ではなく、今後10年20年先も継続的に支援していける形を作り出していくことが大切である。事務所に所属し、一社員としての立場の芸能人が何かを立ち上げることは難しいかもしれない。それでもやはり自分たちの持つつながりを活かして支援に参加していくべきである。また芸能人として地位を確立することで、その活動の自由度は広がるはずである。

つまり、芸能人も企業同様、企業倫理に基づいて行動し、戦略的CSRを実践していくことは可能であり、またそれが理想的な形だと私は考える。そして、いずれは **Artist Social Responsibility** つまり **ASR** という考え方ができればいいと思う。

終わりに

今回この論文を書くにあたって私が感じたことは、やはり芸能人という職業の特殊性である。芸能事務所としてCSRレポートを出している企業はほとんどない。芸能人という職を考えてみると、誰かに希望や夢、愛を与えたり、笑わせたり、感動させたり、時には病気や犯罪の撲滅を叫んだりすることが仕事である。つまり、仕事全てが直接的に人々や社会を明るくするものなのかもしれない。

私自身、この東日本大震災を経験したが、幸せなことに物的被害にも人的被害も合わなかった。しかし、当時の恐怖や不安、孤独感は大きく、そのときに心に元気をくれたのはテレビ越しに映る芸能人やツイッター等で精力的に支援活動をする芸能人たちだった。しかし、震災から2年9カ月経った今、震災に向けて活動している芸能人の姿は目に見えて減った。3月11日を迎えるたびに思い出したかのように、ブログやツイッターに文章を書く芸能人には少しがっかりする。でも、その一回の更新がまた、忘れていた人々に震災を思い出させてくれる。それだけの影響力があるのだから、もっともっと多くの芸能人が自分だからできることをやってほしいと強く願う。ただ、正直私も今回この論文作成を通じて知った芸能人の支援活動も多々あった。大きな発信力のある芸能人だが、受け取る側ももっとしっかり情報を受け取る努力が必要だと思わされた。そして、彼らの活動には賛否両論、いろんな意見が付きものだが、ボランティア精神を信じ、協力していける自分でありたいと思う。発信者と受け取る側、双方がもっとうまくやり取りをできれば、また新しい支援の形が見えてくると期待している。

## 参考文献

伊吹英子 著『CSR 経営戦略』東洋経済新報社 2005 年

(学) 産業能率大学総合研究所 企業倫理プロジェクト 編著  
『実践 企業倫理・コンプライアンス』産業能率大学出版部 2008 年

田村正勝 編著『ボランティア論』ミネルヴァ書房 2009 年

D・スチュアート著 企業倫理研究グループ訳『企業倫理』白桃書房 2006 年

日本財団 HP 芸能人ベストサポート

[http://www.nippon-foundation.or.jp/what/projects/best\\_support/](http://www.nippon-foundation.or.jp/what/projects/best_support/)

RIBIRTH PROJECT HP <http://www.rebirth-project.jp/>

シネマトゥデイ 伊勢谷友介インタビュー<http://www.cinematoday.jp/page/N0031085>

kizunaworld.org HP <http://kizunaworld.org/japanese/index.html>

School Music Revival プロジェクト HP

[http://openers.jp/culture/c\\_news/SchoolMusicRevival.html](http://openers.jp/culture/c_news/SchoolMusicRevival.html)

こどもの音楽再生基金 HP <http://www.schoolmusicrevival.org/index.html>

JAPAN UNITED with MUSIC <http://www.japan-united-with-music.jp/>

真藤敬利オフィシャルブログ <http://ameblo.jp/takatoshishindo/>

[http://m.news-postseven.com/archives/20110510\\_19883.html](http://m.news-postseven.com/archives/20110510_19883.html)