

第1回 ボランティアを活用した共助社会の構築に向けた研究会 議事概要

日 時：平成 29 年 11 月 14 日（火）10:00～11:30

場 所：経済産業省 第4 共用会議室（本館 17 階東 5）

出席者：原田座長、伊與田委員、岸田委員、小沼委員、島村委員、町井委員、水尾委員、
栗脇委員代理

まず事務局より本事業の概要及び研究会の目的・論点に関する説明が行われ、続いて原田座長より事例紹介が行われた。続いて、上記の資料説明を踏まえて議論が行われた。主な内容は以下の通りである。

【本事業で検討する企業ボランティアの対象】

- 企業の社会貢献活動や企業ボランティアは、幅の広い概念。大企業が CSV やグローバル・ガバナンスの領域に進出する一方で、中小企業は清掃活動や地域の行事への参加等を行っている。
- 現在の潮流として、企業の社会貢献活動や企業ボランティアが、CSV に見られるような本業に近いものに寄ってきている。本業に近い領域での取組と、本業とは直接に結びつかないが社会課題の解決に資する取組との二つに議論を分けて検討すべき。
- 直接的に企業価値の向上に繋がるものと、より間接的、長期的なものに分かれるが、最終的には、どちらも企業価値の向上に繋がる。
- インクルーシブという概念が一つのキーワード。社員の意識の高まりが重要。また、企業、社員だけで良い活動は出来ず、NPO 等や市民も参加して四者一体で行うことがポイント。企業だけで行うものではないため、大きな概念で捉えた方が良い。
- 中小企業と大企業とでは事情が違う。中小企業は今以上に本業に近い分野に目を向けるべきであり、逆に大企業は幅広く社会貢献活動を行うべき。中小企業と大企業は、分けて議論した方が良い。
- 企業と NPO だけでなく、大学や行政も含めて考えなければならない。
- オリンピック・パラリンピックを想定すると、自社や社員が何をするかだけでなく、地域がどうなっていくべきなのか、誰が責任を持って地域を作っていくのか、という議論も必要。企業の地域に対する関わり方を仕組みとして作ることも必要。

【企業ボランティアの意義と時代背景】

- どれだけの数のボランティアを行ったかという規模の問題ではなく、企業文化として仕組みを残していく必要がある。

- 1995 年がボランティア元年、2011 年には東日本大震災を契機に企業ボランティアが盛んになり、そして 2020 年の東京オリンピック・パラリンピックへと続く流れがある。2011 年と 2020 年を比較すると、時代背景として 2 つの点が大きく変わっている。1 つ目は、企業と個人の関係性。働き方改革への検討・対応が進み、副業や兼業の仕組みについても検討がなされている中で、今まで以上に個人の意思が尊重されるようになると、ボランティアも企業が多数の社員を動員するような形ではなく、より個人が自らの意思を持って主体的に行うものになっていく。2 つ目は、国内の貧困。日本国内の社会課題への感度が高くなっており、危機意識のレベルが 2011 年と 2020 年では大きく異なる。これらの社会背景の変化を考えないと、新たなボランティアの形も見えてこないのではないか。
- 社会貢献活動がどのような企業価値の向上に繋がるのかを明確にして、担当者が経営者を説得する必要がある。その点を可視化できれば、強力な推進力になる。
- 人材開発をより大きな視点から捉えた「組織能力の向上」は、企業ボランティアの一つ大きなメリット。
- 企業が NPO 等と共同で社会貢献活動を実施することによって、社会がどう変わったのか、しっかり測定する必要がある。自社にとっての費用対効果というよりも、それによる社会の変化を示すことが、結局は企業の評価を上げることに繋がる。
- ボランティア参加者のモチベーションは、年代によって大きく異なる。20 代は社会課題を自身のフィールドとして捉える方が多い。30 代は社会課題を自分ごととして捉えており、自分の余暇をボランティアに充てることで、例えば自分の子供たちにもよい社会を残していきたいという意識がある。それより上の方、シニアの方は第二の人生として、また次の世代の育成として捉えている。
- ボランティア活動への参加により企業がメリットを享受しつつ、さらに個人もメリットを感じられなければ、継続的な仕組みにはならない。
- ドイツやフランス等のヨーロッパ諸国で、ボランティア活動に参加した時間を税額控除できるという制度があると聞いたことがある。企業や個人にとってボランティア活動に参加するメリットであり、調査してはどうか。

【企業と NPO 等の連携に向けた課題】

- 企業と NPO 等のコーディネートは非常に大変な作業で、コスト低減は重要な課題。企業の社員に、副業として NPO 等に入ってもらえるのは一つの有効な方法。
- 企業と NPO 等の連携には、まだまだ注目が集まっていない。もっと目を向けてもらえるような取り組みが必要。

以上

【お問合せ先】

商務・サービスグループ クールジャパン政策課

電話：03-3501-1511（内線 3651）

03-3501-1750（直通）

03-3501-6782（FAX）