

## 第4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30年1月30日（火）13:00～15:00

場 所：経済産業省 1107 共用会議室（別館 11 階）

出席者：原田座長、伊與田委員、岩岡委員代理、小沼委員、島村委員、町井委員、  
水尾委員、室委員

まず事務局より、企業におけるメリットの可視化に関する説明が行われた。続いて、室委員、小沼委員より、事例紹介が行われ、それを踏まえて議論が行われた。主な議論の内容は以下の通りである。

### 【企業がボランティアに取り組むことのメリット】

- 企業ボランティアに取り組むことで、「マーケティング」「人材開発」「資金調達」といったプラスの効果が期待できるほか、「リスクヘッジ」や「レジリエンス」のような、マイナスを排除する効果も期待できる。
- 従業員がボランティア活動に参加することで、自社の事業が社会に役立つこと、必要であることを感じることができ、日常の業務においても、ボランティア活動での経験を生かすことができる。また、企業ブランドや、レピュテーションの向上にもつながる。
- 企業によっては、イノベーションを起こせる人を育てなければならないという危機感が強い。その場合、社会課題の解決への貢献よりも、活動を通じて、社会課題を解決できる人材を育成することが大きな関心事。

### 【企業ボランティアのメリットの可視化】

- 企業ボランティアのメリットを共通の指標で可視化することは難しい。
- 社会に与える好影響をベースとした共通の指標は、全社的な KPI になるかもしれないが、個別の部署ではそれぞれ目標が異なる。企業側へメリットを訴求するには、部署のミッションも考慮しつつ、個別最適化を図ることが重要。
- 成果を求める時間軸によっても、KPI は異なる。例えば、「短期的には広報的效果、中期的には人材育成、長期的にはイノベーション創出」のような整理を示し、企業・NPO 等の双方が、どのような時間軸で成果を求めているかを明らかにしつつ、対話を重ねることが重要。
- 中小企業と小さな NPO 法人等との協働と、大企業と大きな NPO 法人等との協働は、同一軸で評価しづらい。ソーシャルインパクトの大きさを評価すると、取組の規模は小さくても地域に根ざしたビジョナリーな活動は評価が下がってしまう。SROI による評

価を取り入れることも考えられる。

- 小さい会社にとっては、社会貢献活動や CSR は敷居が高いと思われる節もあり、企業ボランティアに取り組むための階段を低くすることも必要。
- 企業のステージによっても KPI は異なる。例えば、スタートアップやベンチャー企業と、大手上場企業では、取り組むべき活動や目的も異なる。

#### 【従業員に向けた自社のボランティア活動の浸透】

- 事業活動によって社会課題解決に至ったベストプラクティスを、社内ワークショップなどで紹介することにより、社会課題解決と事業目的が密接に関係することを浸透させる効果がある。
- 表彰制度を取り入れることによって、ボランティア活動が活発化する効果もある。
- 会社の全活動を全従業員が把握してはいないため、社内報で情報を開示する必要がある。また、企業ボランティアに参加した従業員による「スキルアップにつながった」「モチベーションが高まった」といった感想を全社にフィードバックすることで、情報の循環が促進される。

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）