

企業と地域が協働する新しい社会貢献 「ちよだボランティアチケット」の運営

●社会福祉法人千代田区社会福祉協議会 ちよだボランティアセンター [東京都]
http://www.chiyoda-vc.com

企業のマンパワーを地域活動に活かす

千代田区では、保健福祉総合計画（平成15～19年度）における保健福祉サービスの「生活必需品宣言」の一環として、地域福祉の振興を図ることを目的に、千代田区の特色である約85万人もの昼間人口と多数の企業のマンパワーを、V活動に活かす新たな取り組み「ちよだボランティアチケット」を構築した。

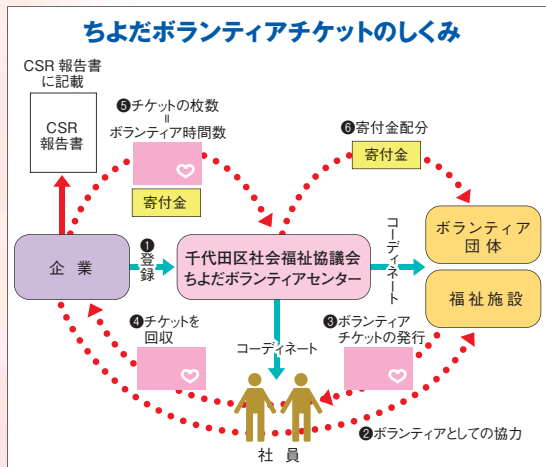
その際に参考にしたのが、欧米で普及している「マッチングギフト」制度。社員が福祉団体等に寄付をする際に、企業が同額を上乗せして寄付するものであるが、この制度の「社員の寄付」を「社員のボランティア活動」に置き換えたのが「ちよだボランティアチケット」である。



▲ちよだボランティアチケット

社会貢献活動推進の新しいしくみ

「ちよだボランティアチケット」は、千代田区社協ちよだボランティアセンター（以下センター）が事務局として運営を担っている。しくみは、区内に事務所がある企業の社員が区内のボランティア団体や社会福祉



施設の活動に参加すると、受入団体は活動時間数に応じてボランティアチケット（1時間に1枚、1,000円換算）を社員に発行する。企業は社員からチケットを回収して枚数に応じたマッチング金額を千代田区社協に寄付し、集められた寄付金は、活動資金として受入団体等に配分されるというシステムである。

センターは、参加企業や受入団体と連絡し合い、活動のための情報発信やコーディネートを行う。V活動への参加は、正社員だけではなく、家族や派遣社員でもよい。

平成17年7月から12月にかけて試行期間として実施し、ボランティアチケットの有効性の検証や、社員の参加状況、運営上の課題・改善点などを洗い出した。参加企業5社、受入団体24団体、合計468枚のチケットが回収された実績をもとに、平成18年度から本格始動となった。

企業と受入団体にもたらすメリット

「ちよだボランティアチケット」を活用することにより、企業は社員のV活動時間を正確に把握することができ、「CSR*報告書」等に活用できることや、社員の活動を通して地域とのつながりができ、顧客ニーズの発掘につながる等の効果が見込まれる。

また、受入団体にとっては、新たなボランティアの参加を得て活動の充実が図れることと、活動資金を得ることができる点が魅力となる。

「企業の活力を地域へ」とつなげるこの取り組みは、高齢者福祉や障害者福祉、環境、人権、国際協力・文化交流等の多彩な活動に活かされる。

*「Corporate Social Responsibility」（企業の社会的責任）

広報と魅力的なプログラムづくりがポイント

センターに課せられた役割の第一は、ボランティアチケットを広く普及・浸透させるためのPR活動、次に、誰もが参加したくなるような魅力的なプログラムづくりである。

「ボランティアチケット制度は目的ではなく、あくまでも手段」（三浦和美・センター長）と、総活動時間1,000時間を今年度の目標に掲げ、新しいカタチの社会貢献として、企業と地域とのつながりの強化をめざす。

いま、企業におけるさまざまな社会貢献活動が展開されています。企業が地域の一員として、人材や資産、技術を活用して責任ある役割を果たすことにより、企業と地域との信頼関係が構築され、地域に根ざした広がりのある活動を生み出していくことが期待されています。今月号では、企業と地域との協働という視点から、社会貢献活動を進める企業と地域のニーズを結びつけ、豊かな地域社会づくりにつなげていくためのしくみづくりについて考えます。



「ボランティアが当たり前」の環境づくりが最終目標

三浦和美さん
ちよだボランティアセンター センター長

千代田区社協は、高齢者や障害者をはじめ誰もが安心して暮らせるまちを目標に、小地域ネットワーク事業や権利擁護事業などの地域福祉活動を行っています。

ちよだボランティアセンターでは、「ちよだボランティアチケット」をきっかけとして、企業と地域、現場とV活動参加者をつなぐため、初めてV活動をする人にとってわかりやすく、また参加したくなるような情報

発信やコーディネートが必要であると考えています。

昨年の試行期間を経て、社員一人ひとりにまで情報を伝える難しさ、V活動への参加のハードルを下げるためのさまざまな工夫が必要なこと、そして、魅力あるプログラムづくりと参加する楽しさを感じてもらった必要性を実感しました。

また、企業側から、社会貢献活動に興味・関心はあるものの「忙しくて時間がない」「きっかけがほしい」といった声や、「平日にボランティア・デーを設定し、就業活動の一環として奨励している」など、さまざまな意見が寄せられ、V活動に対する温度差も感じています。

今後はこれらの課題をクリアしながら、「ちよだボランティアチケット」を推進し、「ボランティアが当たり前」となるような環境づくりを最終目標に据えていきます。

企業の社会貢献活動とNPOの より良い協働関係の構築を支援

●特定非営利活動法人パートナーシップ・サポートセンター [名古屋市]
<http://www.psc.or.jp/>

「愛・地球博」をきっかけに ボランティアへの関心が高まる

名古屋市のパートナーシップ・サポートセンター（以下PSC）は、企業とNPOのパートナーシップの構築・促進・強化による豊かな市民社会の実現を目的として、平成10年7月に設立、翌年8月には特定非営利活動法人として愛知県から認証を受けた。

名古屋を中心とする東海地区では、愛知万博「愛・地球博」（平成17年）でのV活動への参加をきっかけに、地元企業や市民の間でボランティアへの関心が高まり、新たなVグループやNPOの設立などの動きが活発である。

協働推進ポータルサイトの運営とコーディネーター養成

企業とNPOとの協働を効果的に推進するための情報提供の場としてPSCが開設しているポータルサイト『NPO meets COMPANY』（<http://www.e-nponet.com/>）は、平成16年度の経済産業省「市民ベンチャーモデル事業」として、全国200を超える応募事業の中から採択されたもの。企業やNPOの活動紹介、CSRに関する情報の提供、データベースによる人材情報、NPOや市民活動への参加に関わる情報など、多くの新鮮な情報が発信できる。また、ポータルサイトに寄せられたニーズに対応し協働を推進するのが「コラボレーションセンター」である。NPOと企業のマッチン



▲開設中のポータルサイト画面

グを行うとともに、新たな協働事業の創出に向けて、さまざまな企画・提案を図っている。

協働推進に携わる人材育成を目的に、平成16年12月からスタートした「協働コーディネーター養成講座」事業は、PSCのミッション遂行の点からも重要な意味を持つ養成講座として注目されている。

「スタートしたばかりで、効果はこれから」（岸田眞代・代表理事）とのことであるが、コーディネーターには、NPOと企業の間に入り、協働促進事業のための提案・企画やNPO・企業双方へのアドバイスをすることをはじめ、プログラムの提供、セミナー講師など、幅広い能力が期待される。

企業人の力を地域に活かすしくみづくり

PSCでは現在、平成19年に迎える団塊の世代の大量定年問題を見据えて「企業人から地域人へ」の指針を掲げ、企業人の力を地域に活かすためのしくみづくりに取り組んでいる。

平成17年度の文部科学省委託事業である、シニア世代を対象とした講座「NPOシニア大学」や、豊橋市の委託事業「団塊の世代のためのNPO講座」の実施により、シニア世代にとってのNPO活動を通じた社会参加の意義や、そのきっかけづくりを提唱している。

また、シニア世代とNPOとの協働や、NPOにおけるインターンシップの可能性を探る「シニアによるインターンシップ調査事業」を17年度に実施し、多くの企業がCSRを経営戦略上の課題として位置づけており、着実に強化されているとの調査結果が得られた。（調査結果の詳細は今後HPで公開予定）

協働事業の具体的なモデルづくり

全国からNPOと企業の協働に関する具体的な事例を募り、社会に多様なインパクトを与えた事業を顕彰する「パートナーシップ大賞」の主催も、PSCの主要事業の一つとなっている。平成14年にスタートし過去3回、福祉・環境・まちづくりといった幅広いテーマの協働事業（延べ78事例）が寄せられた。これらはポータルサイト上でもケーススタディとして紹介しており、今後の協働事業支援のモデルケースとして位置づけている。

企業とNPOの ベストマッチングをめざす



岸田眞代さん

パートナーシップ・サポートセンター代表理事

PSCでは、すべての人が個人として尊重される豊かな市民社会の実現をめざして、地域における企業とNPOのパートナーシップを中心に、社会のさまざまな場におけるパートナーシップの形成に貢献していきたいと考えています。

私たちにとっての目の下の課題は、企業とNPOとのベストマッチングのために、CSRをNPOの立場でどう推進できるかということです。

CSR報告書の100社分析を行ったところですが、企業がそれぞれの本業の部分で、あるいは地域の一人としてどんな活動が可能か、NPO側から企業にどんな提案ができるかなど、さまざまな側面から模索中です。

経済産業省の市民ベンチャー事業の採択を受けて進めてきた「企業とNPOの協働推進のためのポータルサイトとコラボレーションセンター構築事業」では、これからますます求められるであろう「企業とNPOの協働コーディネーター」の養成に力を注いでいきたいと思っています。

また、「企業人から地域人へ、社会人へ、NPO人へ」という考え方を基本として、「NPOシニア大学」や「団塊の世代のためのNPO講座」といった取り組みを通じて、企業人が地域活動に入るためのステップづくりにも役割を果たしたいと思っています。

企業の力を地域につなげる しくみづくり

社会貢献は企業の CSR 推進の漢方薬 地域の課題解決に向けて 企業と地域をつなげる



高橋陽子さん

社団法人
日本フィランソロピー協会
理事長

企業の社会貢献活動を支援し、また、社員をはじめ一般市民のV活動参加を推進している日本フィランソロピー協会の高橋陽子理事長に、企業の社会貢献活動の動向や企業と地域が協働するための提言などについて伺いました。

企業の社会貢献活動をめぐる動き

日本において企業の社会貢献活動が注目されはじめたのは、フィランソロピー元年と言われる平成 2 (1990) 年。それ以前の社会貢献といえば、資金や施設を提供するだけという認識であったが、このときから社員参加という「人材活用」がみられるようになった。しかし、そのころはまだ一般市民の認知度は低く、企業側も本業と離れ、企業市民としてあくまでも奉仕活動を強調し続けた。また社員も、会社が設けた「ボランティア制度」や「ボランティア休暇」といった新しい制度へのとまどいがあったことも事実である。

平成 11 年の阪神・淡路大震災を契機として、ようやく一般市民の間にV活動への理解が広がったものの、長引く経済不況の影響で、企業の社会貢献活動は低迷状態が続いた。

やがて、環境問題や少子・高齢化、教育問題の深刻化などさまざまな社会問題が顕著となるとともに、企業の不祥事が目立ってきた時期を境に CSR が叫ばれるようになった。

現在では、企業としての信頼を回復させ、価値を高めるためには、経済的側面だけでなく、環境への配慮、社会的問題の解決といった「トリプル・ボトムライン」を配慮した取り組みが重要視されている。

企業が地域につながることの意味

企業による社会貢献活動の具体的な傾向をみると、企業の「本業」を活かした活動が主流となりつつある。これには、仕事そのまま社会の役に立つことをはじめ、社員が理解しやすい、CSR への具体的なアイデアを出しやすい、などのメリットがある。

社会貢献も CSR もその目的の一つは、社員を元気にすること、社員一人ひとりが自分の会社に誇りと愛情をもつことである。そのためには、企業が中長期的に変化していくことが不可欠で、いままでも日本企業独特の常識とされてきた狭い「タコツボ」から脱却することが求められる。

その意味で、企業の社会貢献活動は、CSR 推進のための「漢方薬」だと思っている。短期間で効果が表れるような特効薬ではないにしても、地道な社会貢献活動をきっかけとして、携わる社員一人ひとりの心の中に、新たな発見・出会い、気づき、感動を生み出すことができるからだ。

社会貢献とは、「事業に余裕ができたから」と、最後にすることではなく、企業が地域とつながることによって信頼関係をつくり、新たな発想の創出や新製品、新サービスの発掘などの好循環になると信じている。

課題を解決するための協働をめざす

狭い「タコツボ」から皆を引っ張り出し、広いフィールドの上で、それぞれをつなげる役割が地域のコーディネーターである。

協働において重要な役割を担う地域のコーディネーターに求められる資質は、自分自身が主役にならないこと。「お手柄はあなた、批判は私に」という考え方や行動を楽しむことのできる能力である。時にはしたたかに、時にはしなやかに、それぞれの立場の人の「心」を動かす手腕が必要となる。

また、最初から「つなげること」のみをめざすのではなく、まずは地域において何が求められているのか、何が足りないかといったニーズを的確に把握し、その解決のためにはどの企業とつながるかを考える姿勢が基本となる。企業と地域という異文化の壁を克服し、二つをつなげるためには摩擦を恐れず、さまざまな葛藤の中から、互いの共有点を見い出すことも重要なファクターといえる。

「線」から「面」への広がりを期待

今号の特集で紹介されている二つの事例は、それぞれ企業・社員と NPO など市民活動組織、社会福祉施設等を効果的につなげるしくみとなっており、企業が地域とつながるきっかけづくりとして有効だと考える。それぞれの取り組みを具体的な成果へと導くためには、地域のもつヨコの文化と、企業のもつタテの論理をいかに融合させるかが鍵であり、ミッションの実現に向けて通すところは通し譲るところは譲る「積極的な妥協」ができる企業人の特徴が活かされれば素晴らしいと思う。

全国で展開されている企業と地域（ボランティア・市民活動団体や社会福祉施設など）とのさまざまな協働活動が、二者だけの関係づくりだけで終わらず、より多様な市民を巻き込み、豊かな社会という「面」に広がっていくことを期待している。

社団法人日本フィランソロピー協会

東京都千代田区丸の内 2-6-1 古河ビル 618
TEL. 03-5252-7580 FAX. 03-5252-7585
<http://www.philanthropy.or.jp/>

昭和 35 年にジャーナリスト・学者・評論家を中心に自由で民主的な社会づくりのための研究会として発足。同 37 年、公益法人として認可。心暖かく自由闊達な民主主義社会の創造をめざして、企業や個人のフィランソロピー活動を推進するための顕彰や、定例セミナー、CSR に関する講座の実施、社会貢献についてのコンサルティングなど、多彩な活動を展開している。