

企業の社会貢献活動と勤労者のボランティア・市民活動をサポートするお薦め情報

精神的なゆとりや豊かさを求めて、勤労者のボランティア・市民活動への関心が高まる中、地域社会においても、勤労者が積極的に関わることに、ボランティア・市民活動の活性化と多様な市民の協働活動が期待されています。

今回の特集は、「ボランティア・市民活動を始めてみたい」という勤労者のみなさん、企業あるいは地域の中で勤労者のボランティア・市民活動を支援するVコーディネーターのみなさんに役立つ「書籍・ビデオ・ホームページ」の情報を紹介します。ぜひ活用してください。

定価/サイズ・ページ/著者または編集/発行/問い合わせ先

社会貢献活動やNPOについて知りたい

社会貢献イキキ講座

～フィランソロピー・&ボランティアで心豊かな人間社会を～

1,600円(税別) / 四六判・206ページ/
渡邊一雄/創流出版 TEL.03-3366-7621

著者が赴任先アメリカでフィランソロピーと出会った経緯から始まる本書は、企業や勤労者がフィランソロピーを行う意義や、社協・共同募金制度の改革提案などを、官・民・企業3つの視点からわかりやすく論じている。興味はあるけど一歩を踏み出せない人にとって「きっかけ」の一助となる実践書。



NPOパートナーズ活動事例集

100円(領価・送料別) / A5判・27ページ/
東京ボランティア・市民活動センター
TEL.03-3235-1171

企業等で培った知識や経験・技術等を持つVがNPOと「出会い」、「共感」を大切にしながら取り組んでいる、東京都内のNPO・市民団体の8事例を掲載。活動を行っている人物にスポットをあてた本冊子は、設立のきっかけや想い、今後の抱負など、活動者の「今」が伝わってくる。



社会人のボランティア・市民活動を支援したい

社会人のボランティア活動推進ハンドブック

～ボランティア ア・ラ・カル・ト 新しいボランティア活動の手引き～

250円(領価・送料別) / A4判・32ページ/日本総合研究所(編)
全国社会福祉協議会・全国ボランティア活動振興センター
TEL.03-3581-4656 FAX.03-3581-7858

社会人のV活動を推進するための実践的なハンドブック。(1)プログラムの目的、(2)テーマの決定、(3)参加者のキャッチ、(4)課題の整理、(5)企画づくりをはじめ、プログラムの進め方からネットワークづくりまでポイントで解説。Vコーディネーターや企業の社会貢献担当者の手引き書として活用したい一冊。



1%クラブ ボランティア体験セミナーレシビ

200円(領価・送料別) / A4判・76ページ/経団連1%クラブボランティア体験セミナー・ボランティア・スタッフ(編) / 1%クラブ事務局
TEL.03-5204-1750 FAX.03-5255-6255

1%クラブが日本青年奉仕協会(JYVA)と協働で開催してきた「V体験セミナー」の蓄積をまとめたもの。これまでの経験から得たプログラムの進め方や留意点が掲載され、企業とV・市民活動団体との協働やプログラムづくりのマニュアルとして活用できる一冊。



フィランソロピー入門

～社会貢献、そして自分探しの社会参加～

2,000円(税別) / A5判・207ページ/
高橋陽子(編・著) / 日本フィランソロピー協会/
海南書房 TEL.03-5252-7580

「フィランソロピーとは?」古今東西のフィランソロピー事情」などの基礎知識をはじめ、32社の企業と6団体の活動事例をわかりやすく紹介。企業が社会貢献活動を行うためのガイドブックとして、勤労者がV活動を行ううえで役立つフィランソロピーの入門書。



いま、始められるフィランソロピーPart I・II(ビデオ)

500円分切手(送料代) / VHS (Part I/23分、Part II/32分) / 中央共同募金会・企画広報部
TEL.03-3581-3846

企業の社会貢献担当者および、企業から相談を受ける立場の共同募金会、社協Vコーディネーター向けの入門ビデオ。Part Iでは、社会貢献活動の具体的な事例を企業担当者のアドバイスを盛り込みながら紹介。Part IIでは、地域づくりの視点に立った活動事例を幅広く紹介している。

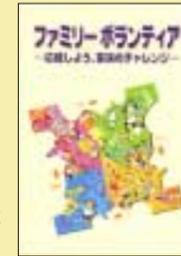


ファミリーボランティア

～応援しよう、家族のチャレンジ～

500円(税込) / A5判・40ページ/
日本青年奉仕協会 TEL.3460-0211

ファミリーVの意義や、プログラムづくりのポイントをコンパクトにまとめ、ファミリーVプログラムを応援し、開発していくアドバイザーやコーディネーターにとって便利な一冊となっている。



ボランティアあなたは知ってる?

～ボランティア活動の基礎知識[シニア版]～

300円(領価・送料別) / A5判・72ページ/全国社会福祉協議会・全国ボランティア活動振興センター
TEL.03-3581-4656 FAX.03-3581-7858

シニア世代に役立つV活動の基礎知識集。V活動を行ううえで知っておきたい基礎事項をはじめ、実際に取り組むための様々な活動分野や内容をわかりやすく解説しているほか、巻末には主なV活動推進機関の連絡先も掲載している。



より専門的な情報を得たい

マスターズ市民白書

「団塊の世代が切り拓く新しい市民社会」
～マスターズボランティアの可能性～

1,260円(税込) / B5判・156ページ/
マスターズ市民白書編集委員会/
大阪ボランティア協会 TEL.06-6357-5741

数年後に定年退職期を迎える団塊世代は、厳しさにさらされる一方で、新しい「エイジ・ウェーブ」を切り開き、生き生きとした高齢者像を創造する世代でもある。こうした団塊世代に焦点をあて、老後に向けた「積極的な生き方＝マスターズな生き方」を進めるために、高齢者の社会参加の準備プログラムを論じた一冊。



企業へのアプローチマニュアル

[1994年～1995年版]
～共同募金会アクションプラン～

500円(送料別) / A4判・51ページ/
共同募金運動業務活性化研究会/
中央共同募金会 TEL.03-3581-3846

共同募金会が企業協力を推進していくための指針や具体的な方法をまとめたもの。本書では、企業へのコーディネートに関するフローチャートのほか、様々な協力メニューを提案。巻末には資料編として、共同募金会を窓口とした社会貢献活動の事例なども掲載している。



2002年度社会貢献活動実績調査結果

1 [支出/意識・制度調査編] A4判・32ページ
2 [事例調査編] A4判・167ページ

http://www.keidanren.or.jp/japanese/policy/2004/044.html
日本経済団体連合会 社会貢献推進委員会・1%クラブ
TEL.03-5204-1750/FAX.03-5255-6255

日本経団連が1991年から行っている会員企業および1%クラブ法人会員を対象としたアンケート調査をまとめたもの。1では、「社会貢献活動に対する「支出額」や「寄付金額」、各社の「社内制度」、「社員や関係団体などへの支援・連携体制」等をデータベースとして収録。2では、社会貢献への目標や重点分野、実際の事業メニューなど、257社の事例状況を掲載している。



インターネットを活用しよう

Go! Go! 社会人ボランティア(仮称)

http://www3.shakyo.or.jp/cdvc/volunteer/education/jirei.html



今後のボランティア・市民活動の推進にあたっては、社会人の参加が重要な柱となる。社会人がV市民活動の最初の一歩を踏み出すきっかけづくりとして、全国から収集したV体験プログラムや活動事例を紹介する。(3月中旬より順次オープン予定)

勤労者ばらんていあ・ねっと

http://www.volunteer-net.jp/



平成13年度にスタートした厚生労働省の「勤労者マルチライフ支援事業」にあわせて作成されたホームページ。勤労者のV活動体験事例やプログラム情報、企業の社会貢献・V活動事例、V受入れ団体情報など、勤労者のボランティア情報データベース。

社会貢献室「DON」

http://www.akaihane.or.jp/don/index.html

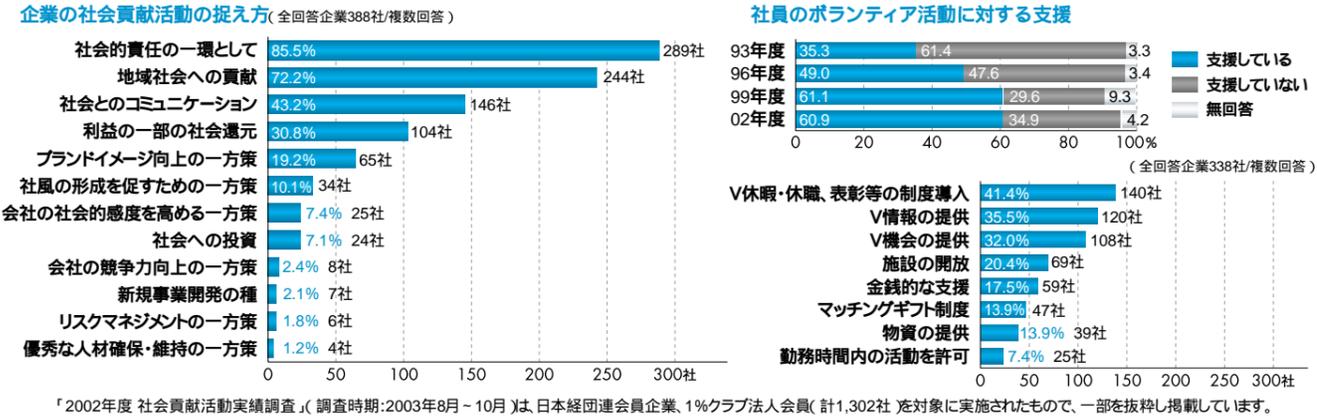


赤い羽根共同募金会ホームページ内(http://www.akaihane.or.jp/)にある「社会貢献活動サイト」。21世紀に向けた共同募金の理念、企業との取り組みプログラム例、共同募金運動の結果、過去8年間の法人寄付と共同募金のデータなどを紹介している。

社協とボランティアコーディネーターに求められる支援

企業人として、またボランティア活動の推進者として取り組んでこられた渡邊一雄氏(全国ボランティア活動振興センター運営委員ほか)にお話を伺い、「勤労者がボランティア活動を行う意義」や「社協が企業を支援するための具体的な方法」についてまとめました。「2002年度 社会貢献活動実績調査」(日本経済団体連合会ほか)と合わせて、参考にしてください。

社員のボランティア活動支援に取り組む企業が増えています



勤労者がボランティア・市民活動を行う意義は？

企業にとって

近年、CRS(企業の社会的責任)、SRI(社会的責任投資)という言葉が注目されているように、「社会貢献活動を行っている企業に投資する」という世界的な評価基準の広がりを背景に、我が国でも企業の社会貢献活動への機運が高まってきた。

社会貢献活動を進めることで、企業は単に製品やサービスを販売するという目先の利益ではなく、「長期的な投資」につながる。また、V・市民団体との協働や市民との交流機会が生まれ、企業に社会性や活力を与え、消費者のニーズ把握にもつながる。そして何より、V活動を行う勤労者に誇りが芽生え、企業に様々な活力をもたらす可能性が期待される。

勤労者そして地域にとって

一生懸命働くことが良いこととされ、企業に「滅私奉公」してきた世代の中には、定年後に地域(自宅)の中で疎外感を感じたり、「生きがい」を見い出せずにいる人も少なくない。

勤労者にとってV活動は、地域交流や技術やノウハウを活かせる場として「第2の人生」への準備になるばかりでなく、多様な価値観を持つ「自立」した心を育むことにもつながる。

欧米では、市民のネットワークで「防犯パトロール」を結成し自警にあたるなど、地域を支えるのは「官」ではなく「市民」であるとの意識が強い。今後、地域の中に自立した市民が増えることで、こうした「マンパワー」が高まるとともに、企業でのノウハウがV・市民団体に注入され、地域社会が活性化される可能性を秘めている。



社協は、企業との「共感点」を見つけてほしい

日本フィラソロビー研究所所長 元三菱セミコンダクター・アメリカ社長 **渡邊一雄さん**

私はこれまで、「社協と企業の歩み寄り」について長い間コンサルトしてきましたが、「この10年間一歩も進んでいない」というのが実感です。それは社協と企業との間に「共感点」がないからです。その原因の一つが、社協が主催する「社会貢献推進セミナー」。事例研究発表に終始するセミナーが、非常にマンネリ化しているのです。

そこで、私が提案する企業人を惹き付けるセミナーの方法は、まず「幹と枝を設定」すること。そして、ある特定企業をピックアップし、その企業の「幹と枝」を分析することです。「幹」は、その企業

社協やボランティアコーディネーターが心がけることは？

社協はもっとPRを

「利益・効率性」を求める企業と「中立的立場」にある社協は、これまで接点が少なく、また、社協の存在を知らない企業も多い。しかし今後は、「豊かな社会をつくる」というミッションを共有するパートナーとして、お互いのメリットを活かし合うことが求められる。

そのためには社協は企業に対し、社協の持つメリット (1)地域福祉を支えてきた伝統と実績、(2)全国3,000カ所以上の拠点と約111,000人の職員、約22万人の民生委員・児童委員等による人的ネットワーク、(3)共同募金会との連携、(4)行政とのパイプ、(5)Vコーディネーターの存在とその研修システム、(6)活動を通して得た市民からの信頼と支援などを積極的に「PR」していくことが大切。

地域とボランティアのニーズに合ったコーディネート

勤労者が地域の中でV活動を行ううえで大切な役割を果たすのがVコーディネーターだが、こんなエピソードがある。「経理部長の経歴を持つ男性が、ある施設でのV活動を紹介された。職歴を活かせるものと思っていたら、オムツたたみでガッカリした」。これはコーディネートの「ミスマッチ」で、これではせっかくのボランティアの「ヤル気」が失われてしまう。

今後、企業という「組織」と地域とをつないでいくことを考えると、これからのVコーディネーターは「地域おこしプロデューサー」としての視点が必要。そのためにはまず、企業と地域のニーズを掘り下げること、幅広い視点からの「まちづくり」ではなくても、双方のニーズに「特化」した取り組みを最後までやり抜くことが大切で、成果として誇りを持てるコーディネートをする。

の社会貢献活動全般に対する考え方。「枝」は、その具体策です。

ここでは、(1)その企業の社長が社会貢献について何を考えているのか、(2)その結果、組織の中でどのような社会貢献システムを作っているのか、(3)資金はどこから得て、限度はどうやって決めているのか、(4)現役・定年後の人も含めて、社員をどのように教育し、地域社会に送り出しているのか、(5)地元社協とその企業が、どのような形でそのシステムと関わっているのか、(6)企業が求めるニーズを社協は研究しているのか、などの「枝・葉」を徹底的に社協と企業人が話し合う。さらに言えば、企業出身でV活動を行っている人がコーディネーターを務める方がよいでしょう。そのようなセミナーは、企業人の心を掴んで放しません。

社協がこの「共感点」を見出して、新たな「企業と社協のネットワーク」を作っていただきたいと願っています。