

社員の企業市民活動を後押し、「社会価値創造型企業」へ

東京都港区 日本電気株式会社(NEC)

2019年に創立120周年を迎えた日本電気株式会社。「社会価値創造企業」への変革を目指して、社員の社会感度を高めようと企業市民活動を推進している。その実績は日本企業ではトップクラスで、各界からの受賞も数多い。社内のボランティアマインドの醸成やモチベーション向上などを図るため、会社としてもさまざまなバックアップをしている。その具体的な内容や成果について、同社の企業市民活動推進を担当するコーポレートコミュニケーション本部エンゲージメント推進室のマネージャー・池田俊一さんと主任・松下直子さんにお話をうかがった。

地域活動参加促進のポイント

- 一部活動に対して、活動費を補助。
- 演奏やダンスの練習場所として会社施設を提供。
- 社会貢献を後押しする会社の姿勢を鮮明に打ち出すことで、社員のモチベーション向上をもたらす。
- 年度貢献者を表彰する「NEC Contributors of the Year (バリュー実践賞)」のバリュー実践部門で、企業市民活動も対象に。
- 社内でボランティア情報を共有するイントラサイトを構築。
- 活動を推進するメンバーが参加社員にきめ細かく配慮。活動継続に向けてモチベーションを高め、達成感や充実感を醸成している。

課題起点で価値をつくるため、 社員の意識改革を

近年、産業構造は世界規模で劇的に変化している。経済が右肩上がりの時代は最先端の技術で市場を牽引できたが、地域や社会の課題が複雑化する現代では、技術起点でなく課題起点で価値をつくることが求められている。これを経営課題ととらえた日本電気株式会社（以下、NEC）は、2013年に「社会価値創造企業への変革」を宣言、社会的な視点で価値を創出していく企業への転換を進めている。

「課題起点で価値をつくるには、社員一人ひとりが社会の課題やニーズをくみ取る必要があります。そこで社会感度の高い社員を育成する施策の一環として、社会・地域・ボランティアなどの企業市民活動を積極的に推進しています。社員が変われば、おのずと企業も変わるという発想です」とエンゲージメ



マネージャーの池田俊一さんは「課題起点で価値をつくるには、社員一人ひとりが社会の課題やニーズをくみ取る必要がある」と語る。

ント推進室マネージャー・池田俊一さんは言う。

もっとも、地域活動を重視する姿勢は創業以来、同社に脈々と受け継がれてきたものもある。同社の事業場は各地にあり、地元に住む従業員も多い。いわば職住近接の状況だ。お祭りなど地域イベントへのサポートやボランティア活動といった地域活動への取り組みは、事業場や地域の単位で活発に行われてきた。このことは、「NEC Way」の行動規範のひとつ、地域社会との共生にもつながっている。こうした社内文化と社会課題を経営テーマと絡めて再定義したものが、社会価値創造型企業への変革宣言につながっているのである。

プログラムを通じて社会と関わり、社員の感受性を高める

NECの企業市民活動は多岐にわたる。規模が大きく、歴史も長いのは音楽活動だ。1957年設立のNEC玉川吹奏楽団(神奈川県川崎市)をはじめ、NEC府中吹奏楽団(東京都府中市)、NECソリューションイノベータ管弦楽団(東京都江東区)、NECみどりの音楽隊(同港区)と、いずれも事業拠点のある地域で演奏活動を展開している。メンバーは4楽団で約200名に上る。一般の人びとに社員ボランティアの演奏を楽しんでもらい、被災地の復興支援、高齢者施設の慰問、警察署での啓発支援などにつなげている。

また、NEC本社近くの芝公園では「芝公園にアサギマダラを呼ぼう！」をスローガンに、社員が昼夜みに専門家の指導の下、蝶が好む食草の植え付けや選択的除草を行う「NECネイチャークエスト in 芝公園」を2011年から始め、8年が経過している。



NEC府中吹奏楽団の演奏風景。このときは府中消防署と連携し、火災予防の啓発活動に取り組んだ。



主任の松下直子さん。田んぼプロジェクトなど、さまざまな企業市民活動の立ち上げに携わってきた。

「実際、外来種が減って、アサギマダラが好む草花が増えました。社員もリフレッシュできるので、ボランティア活動をしているという感覚はありません。生物多様性の保全には息の長い取り組みが欠かせません。そのためにも自然に触れる機会を増やして社員の感受性を高めていきたいですね」と、主任の松下直子さんは語る。

生物多様性にまつわる活動としては、2004年から続く「NEC田んぼ作りプロジェクト」も見逃せない。茨城県の牛久市と石岡市の2か所の田んぼに、社員と家族が100～200人集まって田植えや稻刈りなどを行う。さらに、作った米で日本酒を仕立てる自然体験型プログラムだ。環境意識の啓発と生物



芝公園での除草。軍手や鎌はエンゲージメント推進室で用意する。ボランティア活動のスローガン「できることから少しずつ」を実行している。



「NEC田んぼプロジェクト」での田植えと稲刈りの様子。社員とその家族が力を合わせて作業を進める。つくった米は純米大吟醸「愛酌で笑呼（ITでエコ）」になる。

多様性の保全という大きな目的の他、田んぼの管理を行う地元支援者や認定NPO法人のアサザ基金、日本酒を造る醸造会社（合資会社廣瀬商店）と価値を共創するプロジェクトでもある。「収穫物を食べ、加工し、ぬかは肥料としても使います。ものづくりの原点に立ち返ると同時に、循環型社会の仕組みを体感して、環境に配慮したよりよいソリューション開発を促したいと考えています」と松下さん。

この他、NEC本社地区手話サークル「サインデイズ」（約40名）、パラスポーツの普及や交流の場としてにぎわう「NECボッチャ部」（約30名）、ダンスを通じて多様性や社会的包摂を広める「NECダンサーズ」（約20名）なども活発に活動している。

社員の熱心かつ自主的なボランティア活動も盛ん

同社で目を引くのが、社員個人のボランティア活動も積極的になされていることだ。NECは東京オリンピック・パラリンピックのスポンサー企業であることから、ボランティア登録した社員を中心に「NEC2020ボランティアーズ」（約220名）を結成。同社が東京都障害者スポーツ協会の正会員であることも手伝って、スポーツ大会のボランティア、手話や英会話のスキル向上など、社員の間で熱心かつ自主的な取り組みが続いている。

前述したNECボッチャ部の設立にしても、東京オリパラのスポンサー企業でつくる経済界協議会でNECが障害者スポーツの幹事企業になったことがひとつのきっかけだ。「最初は啓発や学びが主目的でしたが、やってみると楽しくて、みんな夢中になりますね」と松下さん。同社はボッチャ甲子園のス

ポンサーでもあり、約30の支援学級へのボール寄贈も行う。試合に出場する社員もいて、楽しみながらダイバーシティが推進されているわけだ。

本業のスキルを活かしたプロボノ活動もある。一般財団法人マルチメディア振興センターが主催する「e-ネットキャラバン」は、インターネットの安全な利用を目的として小中学生や父兄、教員に出前授業をするものだが、これにグループ会社であるNECソリューションイノベータの社員がボランティア講師として参加している。

同社では小学生を対象に、参加費無料で「NECわくわくプログラミング教室」も開催。もともとは社内の社会貢献チームが企画したものだが、次第に社員が自主的に主宰するようになった。個人が主体的に拡大させていく流れは、ボランティア活動の理想といえるかもしれない。

社内のインターネット上に、ボランティア情報の共有サイトを構築

これほどまでに同社が社員を巻き込み、モチベーションを引き出している秘訣は何だろうか。

会社が行う支援には、活動費の補助、演奏やダンスの練習場所として会社施設を提供するといったことがあげられる。活動費はすべての活動に支給されるわけでなく、楽団など規模や実績に応じた一部活動のみが対象だが、企業市民活動を後押しする会社の姿勢を鮮明に打ち出していること自体が、社員のモチベーション向上に寄与している。

表彰制度もそのひとつといえる。ビジネス部門とバリュー実践部門で、年度貢献者を表彰する「NEC Contributors of the Year（バリュー実践賞）」とい



NECダンサーズのパフォーマンス風景。NPO法人ダンスラボラトリートとコラボし、ダンスを通じて多様性や社会的包摶を広めている。



NECボッチャ部のメンバー。会議室ほどの広さがあればどこでもできる手軽さと、身体的なハンディに関わらず誰でもプレイできるのが人気だ。

う制度があり、企業市民活動もバリューアクション部門の対象としている。

さらに、社内でボランティア情報を共有するインフラサイトを構築したことも大きい。「データベースをつくって、ボランティアの参加者やイベントなどの情報を一元化しました。そこである社員が社会課題を示すと、別の社員が解決に資する活動を提案したり、異分野に横展開する情報がもたらされたりします。社員同士のボランティア活動が加速された印象です」と池田さん。思いを同じくする社員同士を結びつけ、具体的なアクションを引き出す仕組みがあるわけだ。

加えて、池田さんや松下さんなど、活動を推進する側のきめ細かい配慮もある。「例えば、田んぼの活動では同じことの繰り返しだとルーティン化してしまいます。そこで、苗をきれいに植えるコンテストやザリガニ釣り大会、お団子づくり、わら細工など、毎年異なる趣向を取り入れています。また、田んぼに入れない方には苗や飲み物を配ってもらったり、稻刈りでは子どもにわらを運んでもらったりと、できることをしていただきます。誰かの役に立ったという手応えが達成感や充実感を生むのです」と松下さん。

資金面の支援や表彰制度によって、会社の方向性と企業市民活動の方向性を一致させたこと、さらに情報システム構築や心理的配慮で個人のモチベーションを刺激していること、こうした複合的な取り組みが功を奏して、社員のマインドが醸成されているのだ。

働き方改革でスーパーフレックス制度やテレワークが導入されたことも、地域貢献活動を促進してい

ると松下さんは見ている。「午前中に自宅で仕事、お昼に近所の福祉施設でボランティア、午後に仕事を再開といったことも可能です。企業市民活動がより身近になりました」

成熟企業は変化を恐れがちで、かつてはNECも例外ではなかったという。しかし、「ここ数年で社内の空気が変わり、新しいことに挑戦しようという雰囲気が確かに根づいています」と池田さんは語る。

企業市民活動で社員は社会課題と向き合い、チャレンジ精神やリーダーシップを培っている。その動きが会社を変えないはずがない。NECがめざす社会価値創造企業への変革は、社員の地域活動を積極的に支援する取り組みにより、社員にも染みわたりながら着実に進んでいる。

[日本電気株式会社 HP▶](#)

