

第 6 回検討会テーマ

「企業のボランティア活動参加、支援のしくみづくり」に関する論点

1. 企業のボランティア活動参加とボランティア団体の交流強化

(1) 現状

【現状認識】

＜企業が活動する場合＞

- ・東日本大震災では様々な企業からの資金的な支援やボランティア活動などが行われた。義援金や救援物資の寄付に加えて、人材・技術・ノウハウなど、本業を活かし、現地ニーズに即した独自の支援活動など、多様な支援活動が展開された。日本経済団体連合会（以下、経団連）企業の取組がある（事例 1、事例 13）。

＜個人が活動する場合＞

- ・熊本地震では、ゴールデンウィーク後のボランティアの人数不足に対し、九州経済連合会から会員企業に向けて、従業員がボランティアに参加しやすい社内制度・環境の整備に関する協力を依頼した（事例 2）。
- ・また、個人からはボランティア休暇などの企業の支援施策の充実を望む声が多いが、ボランティア休暇制度等の企業の社員への支援策は導入されつつあるものの、企業規模によっては導入率が低く、導入されていても利用人数が少ない（事例 7～9）。

【課題】

- ・企業はボランティア団体と連携する場合、ボランティア団体のアカウンタビリティやガバナンスが弱いと考えている（事例 3）。また、経団連報告（事例 11）によると、企業側からは災害時に、現地からの信頼できる現地パートナーを見つけることや、NPO/NGO との連携強化や中間支援組織の強化を求める意見がある。
- ・ボランティア団体等からは、企業との連携を図るためには敷居の高さを感じている（事例 4、事例 12）。
- ・災害時に、中間支援団体は、企業とボランティア団体等の連携の調整役が期待される。

(2) 解決・取り組みの方向性

○社員のボランティア活動参加の支援策の導入、拡充

- ・企業には、社員がボランティア活動に参加しやすくするため、ボランティア休暇・休職等の制度、ボランティア活動の機会や情報の提供、金銭的な支援、社員ボランティア組織の設置などの支援策について既に導入されているところもあり（事例6）、既存の制度の積極的な活用や新設などに取り組むことが期待される。

○企業、ボランティア団体等による、災害時のボランティア活動参加などを共有する場づくり

- ・経済団体・業界団体・企業グループ等には、企業とボランティア団体等が交流、中間支援組織の設立などにより、マッチングできる場をつくることが期待される。
- ・企業および業界団体は、国、地方公共団体、ボランティア団体、研究機関等による情報共有の機会（防災推進国民大会等）において、取組みなどを紹介することなども考えられる。

○災害時の企業の取組みの周知・推奨

- ・国、地方公共団体等は、先駆的な取組みや企業の特性を活かした優良事例を取りまとめ、公表するなど、取組の拡充のインセンティブとなる方策を検討する。
- ・産業界・経済界は、これまでの災害時の好事例を作成するなど、企業と連携しようとしているボランティア団体等に向けて自らの活動を周知することにより、ボランティア団体等との連携の契機になると考えられる。
- ・ボランティア団体は、企業との連携を図り易くなるよう、災害時の活動などを企業にわかりやすく説明するなど、アカウンタビリティやガバナンスを向上させることが期待される。

(3) 参考事例

<事例1>

- ・1%クラブでは、会員に対しては寄付や社会貢献活動に関する情報を提供するとともに、広く一般の方々に企業の社会貢献活動に対する理解を深めていただくための事業を行っている
- ・また、企業やその社員と、市民活動団体をはじめとする NPO（民間非営利組織）を結び付け、より有効な社会貢献活動を行うためのコーディネートも行う。



出典：1%クラブパンフレット <https://www.keidanren.or.jp/1p-club/>



寄付・救援物資・ボランティア等の呼びかけを通じた被災地支援

～ 今と向き合う・未来をつなぐ ～

企業等による社会貢献活動の実態を調査するだけでなく、会員への呼びかけを通じて被災地を支援することも、1%クラブの重要な役割です。非常時にはNPO等と連携し、義援金・支援金・救援物資搬出への協力を企業に幅広く呼びかけています。また、セミナーやボランティアプログラムを企画し、寄付・ボランティア等への人々の意識を高めることを目指しています。



東日本大震災以降、被災地における企業人ボランティアプログラムや、企業担当者等による被災地視察会を実施し、支援のあり方を検討しています。



東日本大震災・熊本県熊本地方を震源とする地震においては、企業等と協力しうるうるバック（企業等から集めた生活用品をバックにしたもの）の配布を行いました。



社会貢献・CSRに関する情報の発信

～ 今を伝える ～

社会や時代のニーズに合った社会貢献・CSR活動を呼びかけるためには、常にタイムリーな情報発信を行うことが重要です。特に近年では、事業活動を通じた社会的課題の解決も含め、社会貢献・CSRにおける様々な取り組みが進んでいます。

そのため1%クラブでは、セミナーやシンポジウムの開催等を通じ、企業の先進的な取り組み事例を紹介しています。また、「1%クラブニュース・インフォメーション」を毎月1回発行し、NPOからの協力・支援依頼や、企業が主催するイベントの案内を定期的にお知らせしています。

加えて、国内外で大規模な災害等が発生した場合には「1%クラブニュース増刊号」を発行し、救援活動に関する情報を提供しています。



<事例2>

- ・熊本地震において、九州経済連合は、会員企業に対して「災害ボランティア活動情報の社内周知と参加の呼びかけ」「従業員が参加しやすい社内制度・環境の整備」の協力依頼を行った。

九経連 408-16 第 03 号
平成 28 年 5 月 18 日

会 員 各 位

一般社団法人 九州経済連合会
会 長 麻 生 泰

熊本地震に伴う災害ボランティア活動へのご協力をお願い

熊本地震の発生以降、義援金をはじめとする様々なご協力に対し、厚く御礼申し上げます。1日も早い災害復旧と産業復興に向けて、九州一丸となって取り組んで参る所存ですので、引き続きご理解とご協力をお願い致します。

さて、地震発生から1箇月が経過し、ライフラインやサプライチェーンが関係者のご尽力により早期復旧する一方で、被災地では未だ1万人を超える方々が避難生活を余儀なくされております。

現在、熊本エリアの被災市町村においては、家屋片付け等のボランティアニーズの高まりに対して、平日を中心とした人手不足^{*}が深刻な問題となっており、現地災害対策本部から九州経済産業局を通じて本会に協力要請が届いており、本会職員についても派遣を予定しております。

※5/11の県外ボランティアの不足数600人（＝必要数1,800人－参加者数1,200人）

被災者の生活再建と日常回復は、1日も早い産業復興の基盤となります。会員各位におかれましても、災害ボランティア活動の推進にご理解を頂き、従業員の現地での活動参加にご協力を賜りますようお願い申し上げます。

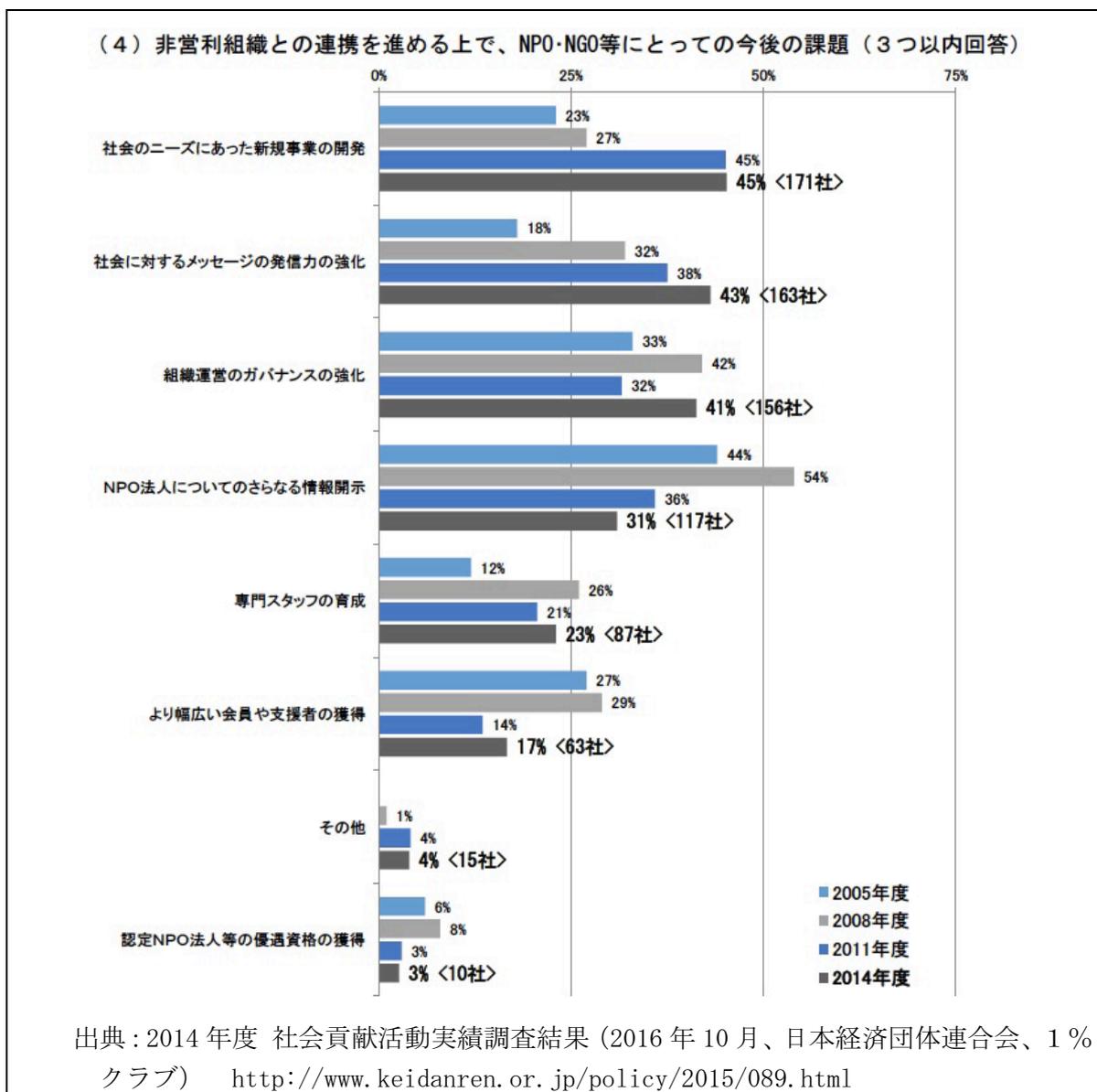
1. 災害ボランティア活動情報の社内周知（別紙参照）と参加の呼びかけ
2. 従業員が参加しやすい社内制度・環境の整備
 - ・ ボランティア休暇の付与、活用促進
 - ・ 活動費用の補助
 - ・ 災害ボランティアバスの派遣等

以 上

【問合せ先】 一般社団法人 九州経済連合会 総務広報部
担当：矢野、平野 （Tel.092-761-4261、FAX092-724-2102）

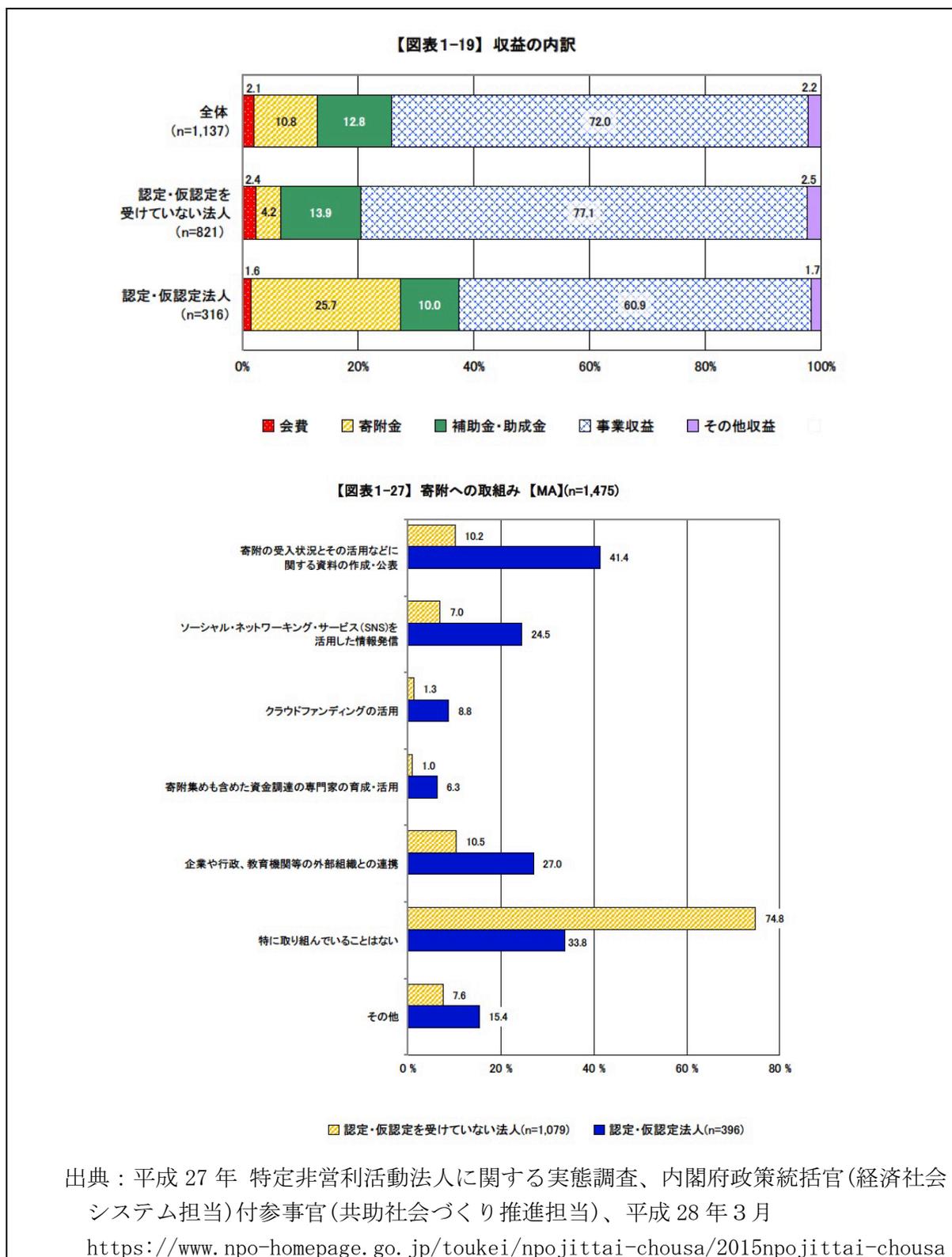
<事例3>

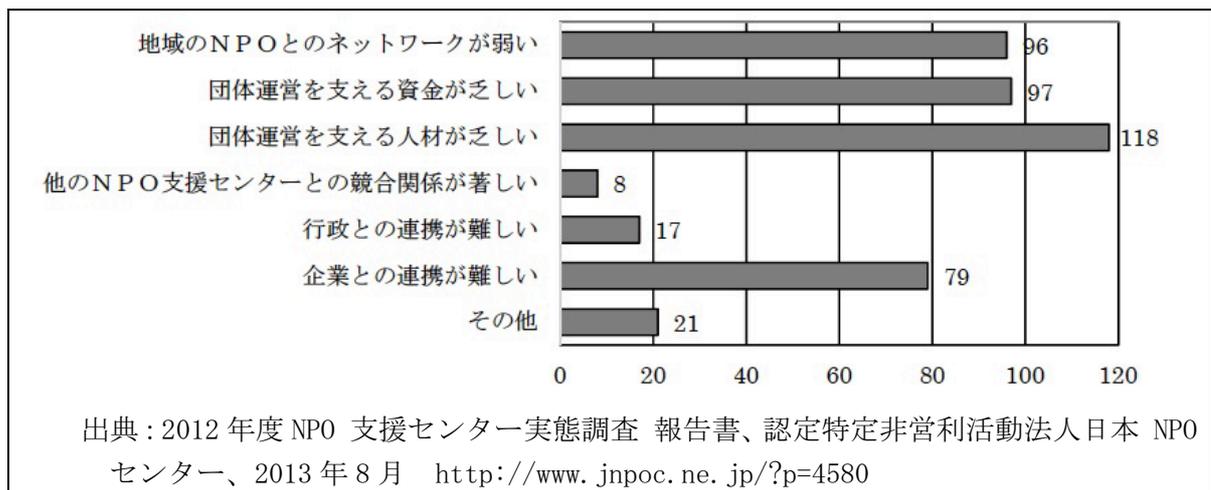
- ・企業は、非営利組織との連携を進める上で、NPO・NGO等にとっての今後の課題において、「社会のニーズにあった新規事業の開発」、「社会に対するメッセージの発信力の強化」、「組織運営のガバナンスの強化」などをあげている。



<事例 4 >

- ・NPO 法人を対象にした調査では、特定非営利活動事業収益の財源において、個人・企業からの寄附金の割合は1割程度。また、寄附への取組も「特に取り組んでいない」割合が多く、企業や行政、教育機関等の外部組織との連携を行っている割合も少ない。
- ・NPO 支援センターを対象にした調査では、運営上、企業との連携が難しいと回答が3割程度である。





- 一方、東日本大震災において被災地支援活動に取り組んだNPOやボランティア団体を対象にした調査では、寄付金・助成金など民間資金の割合は、2011年度76.3%、2012年度50.6%となっており、民間資金の割合が大きい。

	1 団体あたりの平均額(万円)			
	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度(予算)
行政補助金	73	226	409	513
行政委託・請負	5	190	308	326
緊急雇用	1	100	93	124
民間助成	45	936	624	433
寄付金	157	1,399	1,249	952
会費	13	74	97	45
独自事業	35	202	819	306
その他	9	42	98	135
合計	338	3,169	3,697	2,834

	内訳の割合			
	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度(予算)
行政補助金	21.7%	7.1%	11.1%	18.1%
行政委託・請負	1.6%	6.0%	8.3%	11.5%
緊急雇用	0.3%	3.2%	2.5%	4.4%
民間助成	13.2%	29.5%	16.9%	15.3%
寄付金	46.5%	44.1%	33.8%	33.6%
会費	3.8%	2.3%	2.6%	1.6%
独自事業	10.3%	6.4%	22.2%	10.8%
その他	2.6%	1.3%	2.7%	4.8%
合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

	有効回答数			
	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度(予算)
	209	255	274	238

出典：東日本大震災で生じた地域福祉資源の実態および社会的企業化を促進する仕組みに関する調査研究事業、一般社団法人パーソナルサポートセンター、平成26年6月 <http://www.personal-support.org/report/investigation.html>

<事例5>

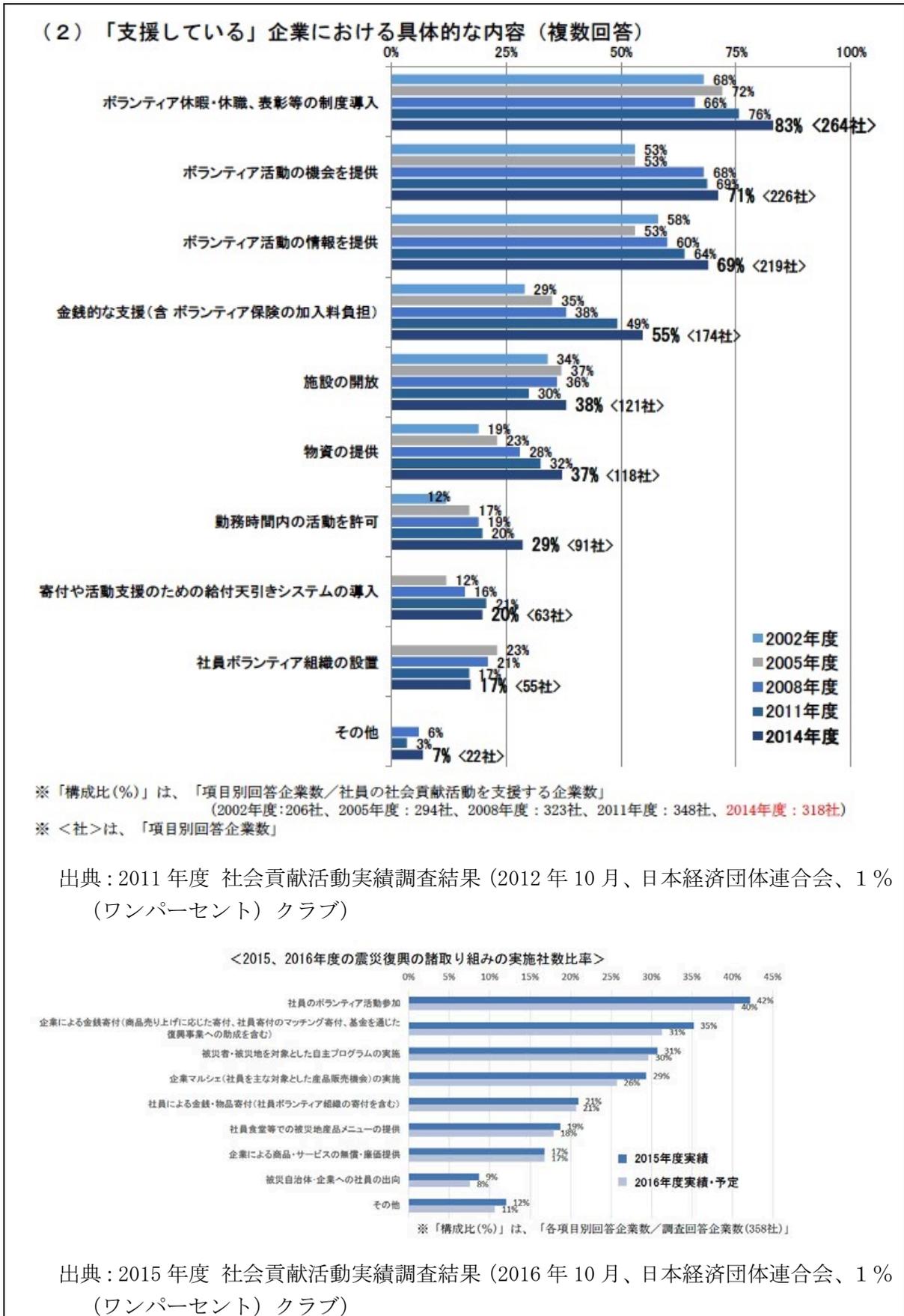
- 東日本大震災では、義援金や救援物資の寄付に加えて、人材・技術・ノウハウなど、本業を活かし、現地ニーズに即した独自の支援活動など、多様な支援活動が行われた。

資金の提供	<ul style="list-style-type: none"> ◇単純寄付 ◇売上等に連動した寄付(寄付金付商品) (食品・衣料品・医薬品・宅配便、保険、定期預金、コンテンツ等) ◇従業員募金 ◇店頭募金・テレビ等を通じた消費者等への寄付呼びかけ ◇ポイント募金 ◇チャリティイベント (コンサート、バザー等) ◇マッチング寄付 ○従業員募金とのマッチング ○お客様からの寄付とのマッチング 	<ul style="list-style-type: none"> ◇国・地方自治体への直接寄付 ◇義援金 ◇NPO等中間支援組織の活動資金 ◇NPO等が行うプログラムへの協賛・資金提供 ○子ども向け奨学金・育英資金等 ○子ども向け教育関連プログラム ○被災者の病気・心のケアプログラム ○女性、お年寄り、要介護者向けプログラム ○漁業再生 ◇基金・プログラムの設立 (奨学金・育英基金、NPO等への助成、環境改善・地域再生等の研究に対する助成)
物資の提供	<ul style="list-style-type: none"> 自社製品の提供 市場からの購入 社内備蓄品の提供 社員等の持ちより 	<ul style="list-style-type: none"> 【被災者向け】 食品、下着、靴下、生活用品、医薬品、乾電池、時計、パソコン、プリンタ、スキャナ、コピー機、電話器、火災警報器等 【被災児童・生徒向け】 絵本、文房具、スポーツ用品、楽器等 【自治体向け】自転車、車両、コンテナハウス、海水淡水化装置等 【NPO/NGO向け】パソコン、プリンタ等 【被災事業者向け】建設機械、水産加工機械、漁船、冷凍・冷蔵施設等
(イベント・セミナー等の実施を含む) 人材・サービス・ノウハウの提供	<ul style="list-style-type: none"> ◇本社製品の配布・活用によるサービスの提供 ○自社製品セットの仮設住宅等への配布 ○食品会社、ホテル等による炊き出し、食事の提供 ○衛生改善 (防虫ネット取り付け、トイレ清掃等) ○コミュニティ巡回型情報プリントサービス ○写真を救済・復元するサービス ○保守・点検・修理サービス(IT機器、トイレ・浴槽等、小型船舶、計測器等) ○建設機械等の操縦講習会の実施と建設機械の寄贈 ○ITシステム利用研修会 ◇自社のサービス、専門スキルの提供 ○救援物資の輸送 ○諸外国から寄せられた救援物資の諸手続・輸送 ○客船による支援航海(食事、入浴、プライベート空間等の提供) ○自治体・NPO等向け被災者支援システムの提供 ○NPO/NGO、避難所等におけるデータベース作成作業等 ○子ども向け科学・理科実験教室の実施 ◇専門人材の提供 ○自社・グループ病院等の医師、看護師、薬剤師の派遣 ○仮設住宅での健康・栄養セミナー(料理教室等) 	
本業以外	<ul style="list-style-type: none"> ◇社員ボランティアプログラムやイベント等の企画・実施と社員等の参加 / 他者が行う企業人ボランティアプログラムへの社員等の参加 ○泥かき、海岸清掃等のボランティア派遣プログラム ○実業団選手等による子ども向けスポーツ教室の開催(バレーボール、卓球、野球、サッカー等) ○子ども・家族向けお楽しみイベントの実施(スポーツ交流会、工場見学、バーベキュー大会、観光ツアー等) ○子ども向けプログラムの実施(子ども絵画コンクール等)○被災地でのクラシックコンサート等の開催・招待 ○女性や災害弱者へのプロテクション活動 ○ボランティア活動報告会等 ◇ボランティア休暇制度の拡充・新設、諸経費の補助等のボランティア促進策 	
購買活動	<ul style="list-style-type: none"> ○東北・関東産の農産物・加工食品等の物産展を社内等で開催(企業マルシェ) ○社員食堂で、東北産・関東産の食材を活用したメニューを提供 ○被災した福祉作業所の製品を販売する場の提供 ○東北産食品の詰め合わせを抽選でプレゼント 	
施設提供	<ul style="list-style-type: none"> ○社有地を仮設住宅用地やヘリポート用地等として提供 ○社宅を避難所として提供 ○厚生施設・工場等の入浴施設の提供 ○ホテルを支援活動者向けに提供 	
本業の専任事業	<ul style="list-style-type: none"> ◇インフラの早期復旧 ◇契約の早期履行 ◇製品生産の継続(工場存続のいち早い宣言を含む) ◇商業施設の早期再開 ◇小売業における東北物産展等の開催 ◇被災地での工場・事業所の新設等 ◇被災地での雇用増 	

出典：東日本大震災における経済界の被災者・被災地支援活動に関する報告書(2012年3月、日本経済団体連合会 社会貢献推進委員会、1%クラブ
<https://www.keidanren.or.jp/policy/2012/011.html>

<事例6>

- ・1%（ワンパーセント）クラブでは、企業の社会貢献活動の実績調査を行い、社会貢献活動の実態、社員の支援策、被災地支援の取組などをとりまとめている。



参考：特別調査の実施と結果公表

○社会貢献活動に関する事例調査の項目

事例の公表内容(項目分類をはじめ記載内容は、基本的に各社からの回答を尊重)

(1)会社名 (回答いただいた企業名)

実施主体がグループ企業の場合、事例文内に社名を記載していることがある

(2)社会貢献に関する方針や社内制度

- ・社会貢献のミッションや目標
- ・社会貢献の指針や重点分野等
- ・推進体制
- ・情報開示
- ・社員のボランティア活動支援策

(3)具体的な活動事例

- ・活動名
- ・分野
- ・形態
- ・プログラムの寄付・連携先
- ・活動のねらい
- ・概要

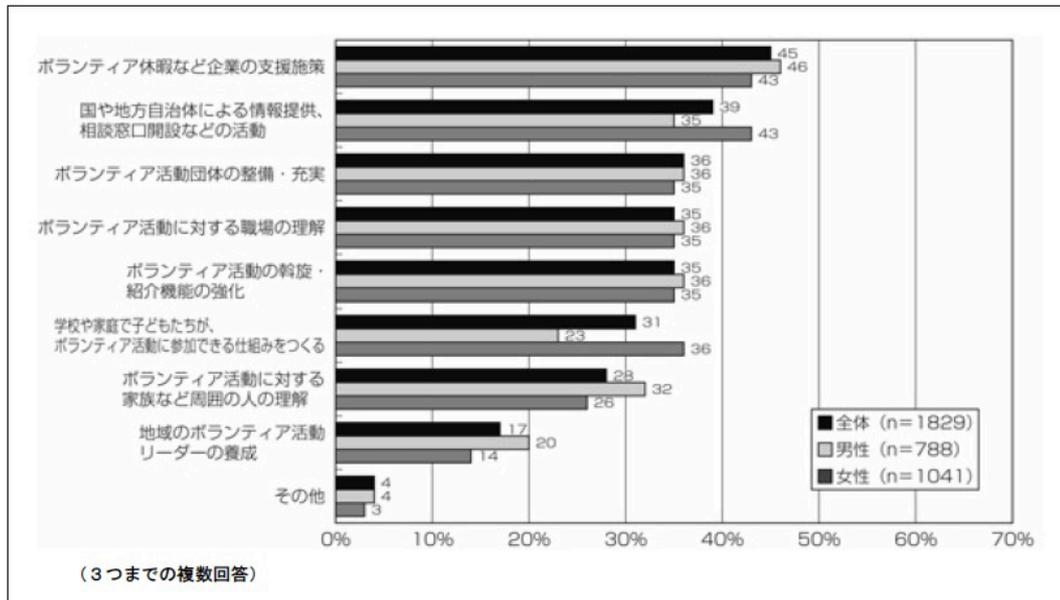
出典：2015年度 社会貢献活動実績調査結果 (2016年10月、日本経済団体連合会、1% (ワンパーセント) クラブ)

<https://www.keidanren.or.jp/policy/2016/092.html>

<事例7>

- ・全国の様々な職種、世代により構成されている個人を対象としたアンケート調査では、ボランティア活動が盛んになるための条件として、「ボランティア休暇など企業の支援施策」との回答が45%と最も多い結果となっている。

図24 ボランティア活動が盛んになるための条件（全体・男女別）



- ・調査対象:3,171人
- ・調査方法:インターネットによる回答選択方式および自由記述方式
- ・調査期間:2011年5月19日～5月30日
- ・有効回答:1,983人(62.5%)

出典：ボランティア活動に関する意識・実態調査報告書、2011年7月、経済広報センター <http://www.kkc.or.jp/data/release/00000067-1.pdf>

<事例 8 >

- ・企業の「ボランティア休暇制度」の導入状況の調査が行われている。

「ボランティア休暇制度」の導入率

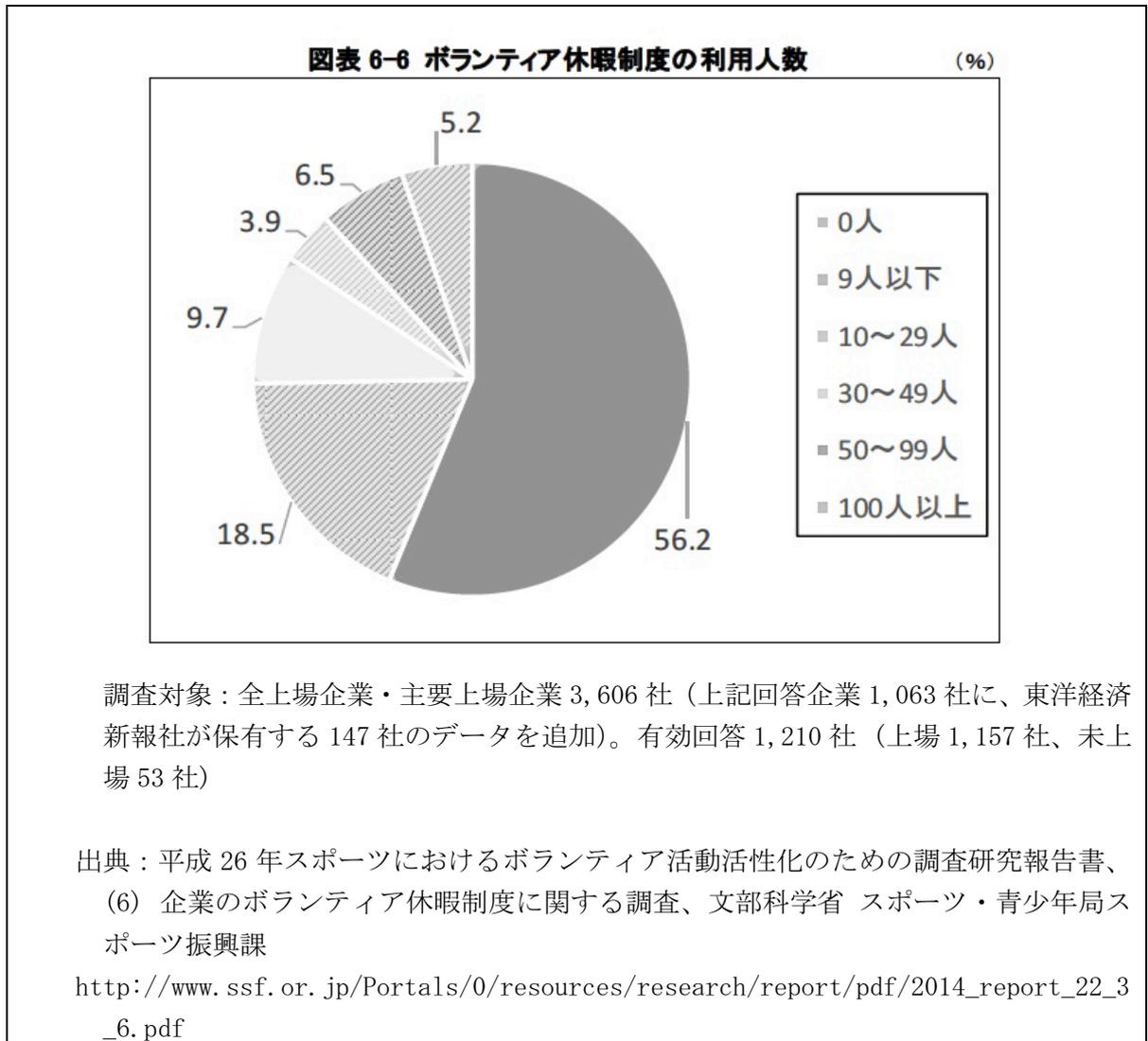
調査名	社会貢献活動実績調査	就労条件総合調査	東洋経済「CSR 調査」
実施主体	日本経済団体連合会 1%クラブ	厚生労働省大臣官房統計情報部賃 金福祉統計課	東洋経済新報社
設問	ボランティア休暇・休職、 表彰等の制度導入の割合	特別休暇制度（ボランティア休暇制 度）の有無	ボランティア休暇制 度の有無
調査対象	経団連会員企業、および 1%クラブ法人会員企業 等（計約 1,300 社）、回答 率：25%前後	日本標準産業分類に基づく 15 大産 業に属する常用労働者が 30 人以上 の民営法人から、産業、企業規模別 に一定の方法により抽出した法人 （調査対象数：約 6,000 社、有効回 答率：約 70%）	全上場企業、主要未 上場企業約 3600 社 （回答結果に東洋経 済新報社保有デー タを基に追加調査を行 った約 150 社の結果 を追加）、有効回答率 約 30%

	全体	全体	従業員 1,000 人以上 の企業	全体
平成 27 年	—	—	—	38.2
平成 26 年	83	—	—	37.8
平成 25 年	—	2.8	23.0	36.8
平成 24 年	—	2.5	23.4	34.5
平成 23 年	76	—	—	30.8
	—	—	—	
平成 21 年	—	—	—	
平成 20 年	66	—	—	
平成 19 年	—	2.8	17.7	
平成 18 年	—	—	—	
平成 17 年	72	2.6	23.7	
平成 16 年	—	2.2	19.3	
平成 15 年	—	2.4	17.2	
平成 14 年	68	2.1	17.4	

調査結果の単位：％、調査未実施は、—

<事例 9 >

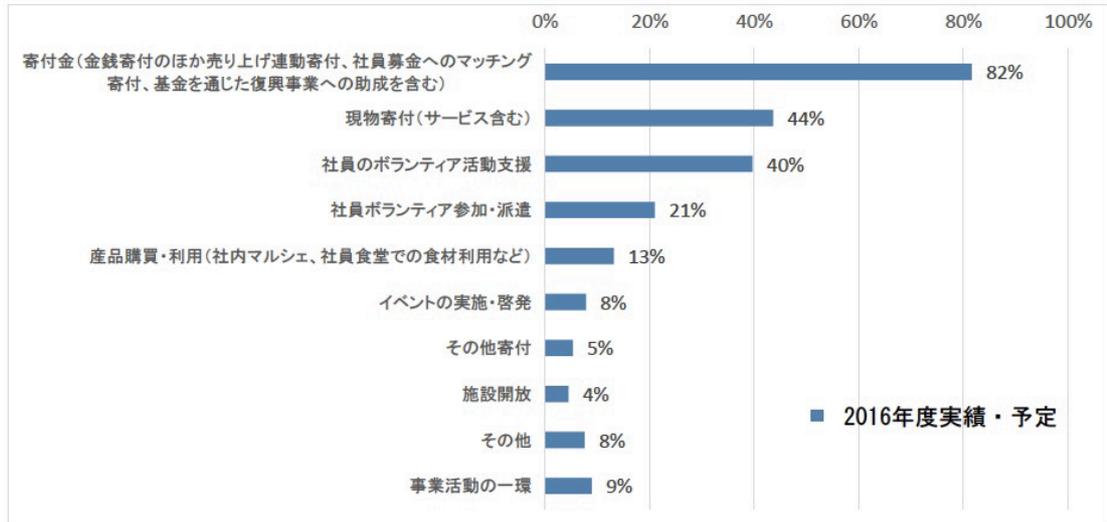
- ・ ボランティア休暇制度があると回答した企業における 2012 年度の利用人数を見ると、「0 人」が 56.2%と半数を超えている（「CSR 企業総覧 2014（東洋経済新報社）」調査結果）



<事例10>

- ・熊本地震では、企業が金銭や現物寄付に加え、ボランティアや産品利用に取り組んでいる。

参考：経団連会員企業、1%(ワンパーセント)クラブ法人会員など合計 1,363 社のうち、回答した 358 社の 9 割、326 社が復旧・復興の取り組みを行っている。



出典：2015年度 社会貢献活動実績調査結果（2016年10月、日本経済団体連合会、1%（ワンパーセント）クラブ）

<https://www.keidanren.or.jp/policy/2016/092.html>

<事例11>

- ・東日本大震災における企業の被災地支援について、以下のような課題や成果が指摘されている（報告書より一部抜粋）

○ボランティアの派遣に係る諸課題

- ・企業・グループが自らボランティアプログラムを企画・実施するケースが目立った。経団連支援アンケート結果で把握しただけでも 170 社にのぼる。その際、現地の状況・ニーズが刻々と変化するなかで、信頼できる現地パートナーを見つけることが課題である。

○被災地域ごとに変化するニーズへの対応と自治体や NPO/NGO との連携

- ・企業が今後息の長い支援を継続していくためにも、NPO/NGO と地方自治体などが連携して、現地の支援ニーズに係る情報を的確に発信し、企業との間で情報共有できる仕組み作りや NPO/NGO における活動内容の強化が必要である。

○大規模自然災害に備えた今後の課題

- ・今後、さらに検討を深めていく必要がある課題として以下が挙げられる。
 - 1 緊急支援や中長期的支援に係る ニーズを適切かつタイムリーに収集・提供する機能の充実
 - 2 救援物資をはじめとした 各種の支援ニーズを効率的にマッチングする仕組みの構築
 - 3 NPO/NGO 中間支援組織の機能強化
 - 4 企業・団体間における被災者・被災地支援活動に係る連携促進策
 - 8 災害支援の実施に伴い、NPO/NGO の通常活動への寄付など、平時における社会貢献活動が極端に低下しないような配慮

出典：東日本大震災における経済界の被災者・被災地支援活動に関する報告書（2012年3月、日本経済団体連合会、社会貢献推進委員会、1%（ワンパーセント）クラブより

<https://www.keidanren.or.jp/policy/2012/011.html>

<事例12>

- ・国際協力NGOセンター（JANIC）は、国際協力NGOと企業の協働のあり方を調査した。

- ・2011年7月末から9月にかけて、JANIC 会員団体と（155 団体中 24 団体から回答、回答率 15%）企業（142 社中 21 社から回答、回答率 14%）
- ・企業とNGOの協働について JANIC が調整を担うべきかどうかという質問を行ったところ、NGO側は71%に当たる17 団体が JANIC による調整を望んでおり、25%に当たる6 団体は「どちらとも言えない」という回答であった。これに対して、企業側は43%に当たる9 社のみが JANIC による調整を望んでおり、「どちらとも言えない」が38%に当たる8 社で、「期待していない」が9%に当たる2 社であった。つまり、全体としてNGO側は調整やマッチングについて JANIC に期待している団体が7 割ほどあったのに対し、企業側は約半数が期待していないという結果であった。
- ・今後の新しい方向性に関しては、企業側としては自らの本業分野を生かした協力を指向したい方向性が見えるものの、NGO側としては新たな協働関係についてはまだ様子見という状況だと考えられる。また、企業とNGOの連携における調整については、企業側はあまり重視していないが、NGO側は調整の必要性を感じている度合いが高い。

出典：東日本大震災と国際協力NGO -国内での新たな可能性と課題、そして提言-、特定非営利活動法人 国際協力NGOセンター（JANIC）、2012年3月

<事例13>

- ・1%（ワンパーセント）クラブでは、災害ボランティア活動支援プロジェクト会議（支援P）、東日本大震災支援全国ネットワーク（JCN）との共催で、企業の被災地支援担当者による現地視察を実施している。

出典：Action(活動) 週刊 経団連タイムス 2016年1月7日 No.3253

https://www.keidanren.or.jp/journal/times/2016/0107_10.html?v=s