

多様な主体がつながる
～東日本大震災における
企業による被災地支援活動の視点から～

2014年1月25日
経団連事業サービス
長沢恵美子

<今日お話ししたいこと>

- I. 企業による支援の状況
- II. 支援の特徴と「つながり」の事例
- III. 協働のしくみ
- IV. 企業が生み出す支援の輪の広がり
- V. 阪神・淡路大震災から東日本大震災へ

I. 企業による支援の状況

(1) 支援の類型

資金の提供

義援金、支援金、基金・プログラムの設立等

物資の提供

自社製品、市場購入、社内備蓄品、社員等の持ち寄り

人材・サービス・ノウハウの提供

自社サービスや専門スキルの提供、ボランティアの派遣、イベント・セミナーの実施等

購買活動

企業内産直市、社員食堂でのメニュー化等

施設の提供

社有地、社宅等

3

(2) アンケート調査結果(データ)

(単位: 社・グループ、億円)

項目	実施企業数		支援額	
		実施割合		構成比
1. 金銭寄付	438	95%	715	79%
(a) 義援金(被災者に直接届けられる見舞金)	417	91%	358	40%
(b) 支援金(NPO等の支援活動に対する寄付)	154	33%	138	15%
(c) 自社(・グループ)が運営する奨学金・助成金等	34	7%	29	3%
(d) その他	54	12%	14	2%
(e) 今後の支出予定	36	8%	177	20%
2. 現物寄付(サービスを含む)	331	72%	148	16%
3. 施設開放	92	20%		
4. 社員等の被災者・被災地支援活動への参加	259	56%		
(a) 自社・自グループが企画した被災者・被災地支援活動への社員等の参加	170	37%		
(b) 他組織が企画した被災者・被災地支援活動	184	40%		
5. その他の取組み	419	91%	41	5%
(a) 社員等への寄付の呼びかけ	398	86%	24	3%
(b) 消費者・顧客に寄付を呼びかける取組み	154	33%	3	0%
(c) 被災地応援・風評被害対策購買活動	124	27%		
(d) その他	65	14%	14	2%
調査回答企業全体	461	-	904	100%

経団連「東日本大震災における被災者・被災地支援アンケート」調査結果(2012年3月公表) 4

Ⅱ. 支援の特徴と「つながり」の事例

(1) 資金の提供

- 支援金への理解が深まる
- 基金化等、中長期支援の資金確保
- 社員や顧客への寄付の呼びかけの増加

◆ タケダ・いのちとくらし再生プログラム

武田薬品工業 × 日本NPOセンター

◆ RESTART JAPANファンド

ソニー × セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン

◆ 東日本再生ユースチャレンジ・プログラム

住友商事 × 市民社会創造ファンド

(2) 物資の提供

- NPO／NGOを通じた物品提供の増加
- 技術指導や社員の派遣などを伴う支援

◆ 東日本大震災ICT応援隊

経団連 & ITC関係団体、IT各社 ⇒ 現地の多様な組織
パソコン、プリンター、LAN回線等の設置、各種サービス

◆ オンナのなっても袋 (+助産師や看護師によるお悩み相談)

花王 ⇒ 難民支援協会
避難所にいる女性が日常に必要な物資

◆ セケ浜町きずな工房

ブラザー ⇒ レスキュー・ストックヤード
ミシンの寄贈と講習会

(3) 人材・サービス・ノウハウ等の提供

- 専門性を活かした連携
- ストーリー性のある支援

◆ 写真救済プロジェクト

富士フイルム × 写真救済を行う各団体
洗浄方法に関する技術支援、ツールや消耗品の貸出
被災地内外での写真の洗浄ボランティア活動

◆ 椿の里・大船渡プロジェクト

資生堂 × みちのくふる里
中学校での植樹および椿を育てる活動
→ 椿を軸とするまちの再生「いのちの椿」プロジェクト

◆ 健康・栄養セミナー

味の素 × 社会福祉協議会、NPO等
移動式調理車(どこでもキッチン)を活用した参加型セミナー

Ⅲ. 協働のしくみ

(1) 協働を可能にしたもの

- 日頃からの社会貢献活動におけるNPOとの対話・協働の積み重ね
- 阪神・淡路大震災以降の被災地支援の経験
- 次なる災害に向けた社内調整・準備
- 災害に備えた社会的しくみづくりへの取り組み

(2) 協働のしくみの例

災害ボランティア活動支援プロジェクト会議 (支援P)

◆ ネットワーク組織

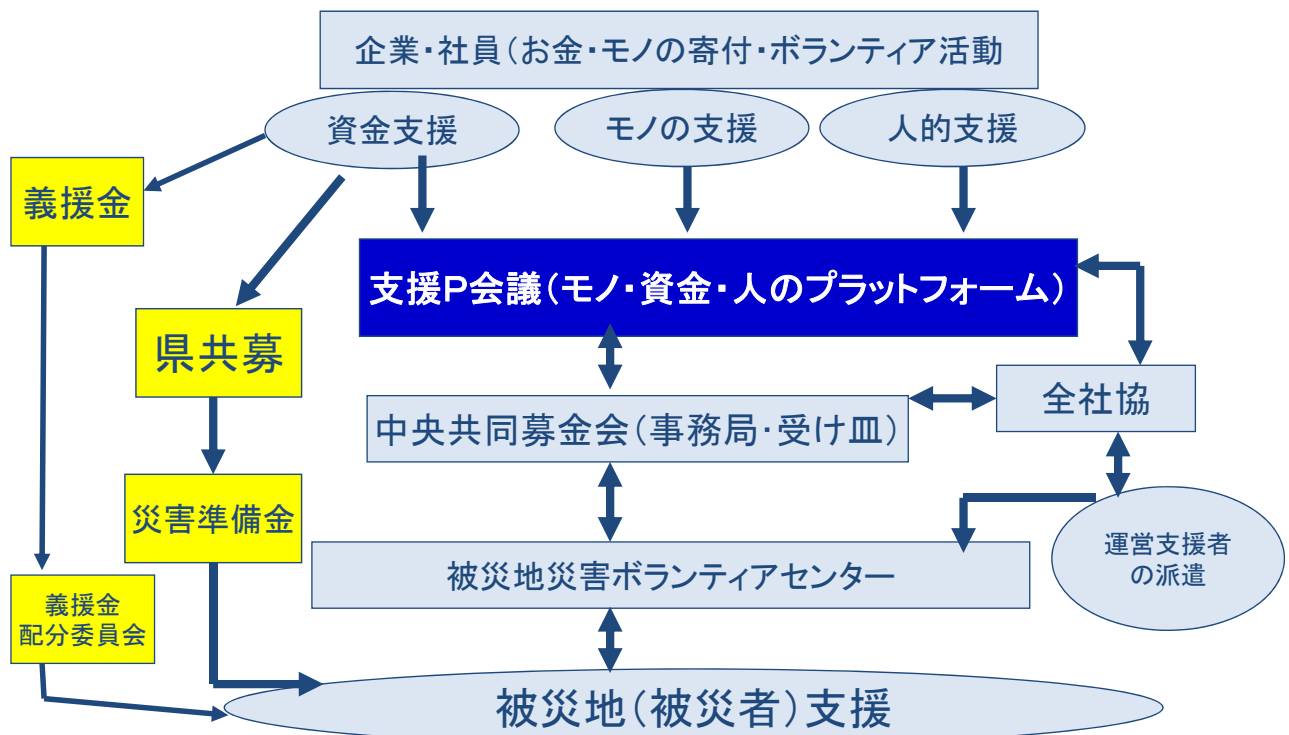
- 企業、NPO、社会福祉協議会、共同募金会等により構成。
- 2004年の新潟中越地震の後、2005年1月より中央共同募金会に設置。

◆ 災害ボランティア活動の環境整備を目指して

- 災害ボランティア活動を支える、①ヒト、②モノ、③カネを有効に活用するための現地への広域的支援
- 平常時には、災害支援に関わる調査・研究、人材育成や啓発活動を実施。

9

<支援Pの概略図>



(3) 支援Pの活動の例

<うるうるパック>

- 被災地域の方々が必要とする物資を一旦県外で集約し、各世帯に配付できるようにパックしてお届けするもの。
- 災害ボランティアセンターで、被災者の方々とのコミュニケーションの円滑剤、被災者を応援する心を届ける手段として、知恵と工夫を凝らして配付。
- 届け先や時期など、被災者の方々のニーズによって、詰め合わせ内容にバリエーションをつけている。
- 支援Pだけでなく、災害VCやNPO／NGOにも、意義が浸透し、手法が広がる。



被災されたみなさまへ

このたびは、とつぜん じしん ひがい 突然の地震による被害に遭われたこと、こころ おもい 心からお見舞い申し上げます。
この「うるうるパック」は、きぎょう かたがた 企業とNPOの方々からのささやかなお見舞いの気持ちです。
いちいち はや ふっくら いの もち 一日も早い復興をお祈り申し上げます。

災害ボランティア活動支援プロジェクト会議

11

<うるうるパック第1弾(東日本大震災)>

- 新学年応援、子ども、レディースなど8,000セット。
- 28社・団体から物品提供。
- 2012年4月5日、東京での詰合せ作業に、68社から280名、支援P関係者がボランティアとして参加。
- 4月8日、佐藤正敏1%クラブ会長が宮城県女川町に「新学年応援パック」等をお届け。
- その他、岩手、宮城、福島 of 災害VCで活用。



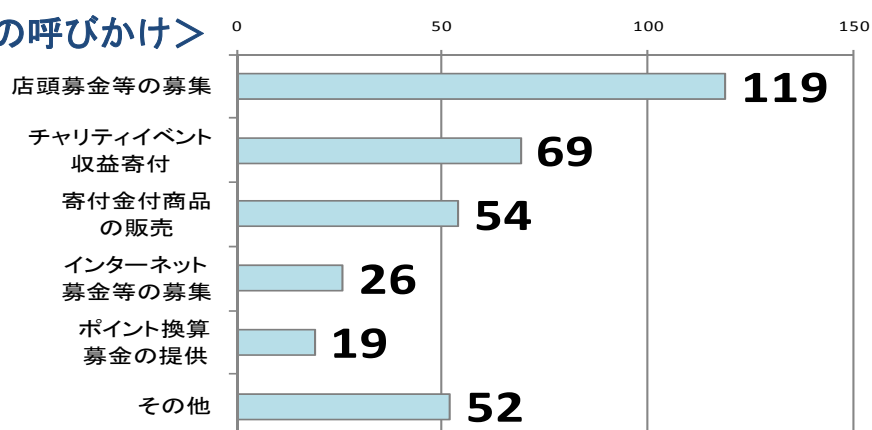
12

IV. 企業が生み出す支援の輪の広がり

(1) 寄付等の呼びかけ

	実施社数	支出金額
社員への呼びかけ	398社	80.03億円
消費者・顧客等への呼びかけ	154社	133.41億円
合計		213.44億円

<消費者等への呼びかけ> (件数)



(2) 社員等の支援活動への参加

(単位:社・グループ、人・人・日)

項目	実施企業数		参加人数				参加延べ人数	
	実施割合	構成比	うち実績	うち予定	構成比	構成比		
(1) 自社・自グループが企画した被災者・被災地支援活動への社員等の参加	170	65.6%	52,017	80.4%	42,232	9,785	139,312	76.6%
(2) 他組織が企画した被災者・被災地支援活動への社員等の参加の呼びかけ・紹介	184	71.0%	12,685	19.6%	11,754	931	42,667	23.4%
合計(社員等参加の実施企業)	259	-	64,702	100.0%	53,986	10,716	181,979	100.0%

* 経団連「被災者・被災地支援アンケート調査結果」(2012年3月公表)

A. 専門性を活かしたボランティア

例) IT環境の構築、ホームページ等の更新、
医療関係人材の調整、物資管理

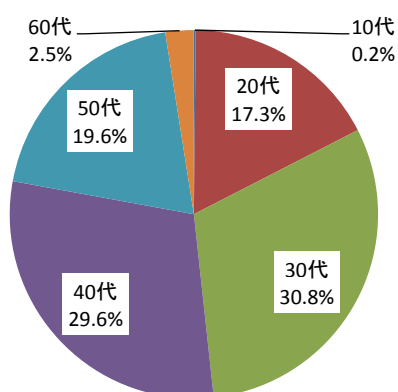
特徴・・・社内での引き継ぎ

B. 組織単位でのボランティア(ボラバス等)

特徴・・・自主的だが統率力あり

〔Bの例〕企業人ボランティア・プログラム

- ◆主催： 支援P
- ◆募集： 1% (ワンパーセント) クラブ
- ◆実施時期： 4月下旬～8月下旬までに20回
- ◆活動先： 岩手県(10回) 宮城県(3回) 福島県(7回)
- ◆参加者数： 49社・グループ 延べ642名 (Co 延べ69名)
→総活動人数 延べ2101名



➤男女比 7:3

➤災害ボランティア活動未経験者 8割

15

＜支援Pボラバスの成果＞

①参加者のネットワーク

②各社への影響

- ボランティア活動を支援する体制整備
- ボラバス報告会・展示会の開催
- ボランティアグループ結成
- 独自のボラバス派遣

③継続的・自発的な支援活動

- (自分が活動した)被災地でのボランティア活動
- 企業が実施・協力する活動への相互参加
- 募金活動
- モノの購入
- 観光

16

V. 阪神・淡路大震災から東日本大震災へ

1. 阪神・淡路大震災

= ボランティア元年

- 行政(公平性)、企業(効率性)とは異なる行動原理(当事者性、こだわり)を持つNPO
 - NPOやボランティアが生み出す多様なサービス
- ⇒
- ・企業人のNPOへの理解
 - ・議員立法によるNPO法の制定
 - ・社会貢献活動におけるパートナーとしてのNPOへの認識高まる

17

2. 東日本大震災

= マルチステークホルダー・プロセス元年(?)

課題に関心を持つ社会のさまざまな立場の組織や個人がその解決のために協働して取り組むこと

- 課題解決に焦点 → 当事者性の重視
- 異なる利害の調整
- 相互理解の促進 → それぞれの自己変革
- 対等な立場 → 異なる視点、異なる資源の持ち寄り
- モチ屋はモチ屋 → 共通の目標に向かって異なるアプローチ

18

災害は日常の延長線上にあり。

- これまでおつきあいのあったNPOを通じた支援や連携事業が多い。
- 自社の社会貢献活動の延長線上や重点分野で支援を実施。

まずは対話から・・・。

- 公開されている情報を活用した予習も大事。

みんなで知恵を出し合って、
共助による防災・復興を実現する！
(マルチステークホルダーによる連携)