

第3章

ボランティア活動を行っている企業と社会教育（行政）の関わり方

第3章 ボランティア活動を行っている企業と社会教育(行政)の関わり方

1 企業の立場から

新興国市場が貿易の回復と堅調な内需を背景に景気回復を遂げている一方、先進諸国の財政悪化が世界経済の不安要因としてくすぶり、予断を許さない経済環境が続いている。また、新興国市場の経済成長によって、資源獲得競争の激化、地球温暖化の加速、新たな経済格差の発生など「経済競争の副作用」が露呈し、企業がこれらの克服により深く向き合うことが求められている。今企業には、環境問題や経済格差の克服を経営課題に据え付け、解決に導く創造力や応用力を持った従業員を育成し、貢献することが求められている。

これら社会情勢をうけ、平成 23 (2011) 年に発行された ISO26000¹では、7つの中核課題の一つとして、「コミュニティへの参画及びコミュニティへの発展」が位置づけられ、企業に対しても、操業(進出)する地域への積極的な関与やその地域課題の解決への貢献などが強く求められるようになった。つまり以前のような慈善的な社会貢献活動ではなく、実際に操業する地域の社会課題の解決に、企業のリソースを活用して貢献を促すものだ。これらの流れを受け、今多くの企業はその社会貢献戦略を見直しつつある。その中で重要視されているものに、本業である事業(商品やサービス)を通じた社会課題の解決への貢献がある。つまり単なる寄付や、限られた地域や施設への援助ではなく、ビジネスのスキームを活用した社会課題の効果的な解決かつ持続的な貢献を促す流れが主流になってきている。これらはソーシャルビジネスやBOPビジネスなどと呼ばれ、グローバル企業を中心にその動きは加速しつつある。もちろんこれらの趨勢は重要であるが、企業が地域の社会課題を知り、その解決に貢献しようとした時に重要なのは、その従業員が深く地域課題を理解し、その解決に対して、モチベーション高く取り組むことが重要となってくる。私はこれらに欠かせないのが地域に根付いたボランティア活動であると考えている。本来従業員は、その社会の市民であり、父であり、母である。社会にとっての真の課題は何かについて知っているのは、実際にその地域で暮らす彼らなのだ。しかし現状では多くの市民は社会の課題への関心は薄く、往々にして行政に丸投げしている傾向がみられる。これらの現状の解決に貢献できるプレイヤーとして企業が挙げられる。なぜなら企業はその地域の有力な構成員であり、その従業員に対して大きな影響力を持つからである。今回北海道教育庁が取り組む「企業サポート制度」を取材させていただいたが、多くの企業が積極的に社会貢献活動を行うことが地域社会からも、従業員からも、行政からも評価され、企業自体の活性化にもつながっている。企業の従業員によるボランティア活動が盛んになり、行政と連携し、地域の構成員全てが一丸となって取り組むことの重要性を取材を通じて再認識することができた。

少子高齢化や地方の過疎化、東日本大震災の影響など数々の課題が山積する日本の社会課題の解決を行うには、さまざまな知恵や技術を持った企業や研究機関、社会課題を先取りして取り組んでいるNGO、そして行政と連携する必要がある。特に社会教育行政との連携は欠かせないと実感した。東日本大震災以降、企業や市民の社会貢献に対する意識は確実に高まっていると感じている。この機会に行政がリーダーシップを発揮して、企業を巻き込む仕組みを作り、推進すること期待したい。我々企業もそれに応え、持続可能で豊かな日本社会の再構築を共に目指したいと考えている。

(野村 浩一)

2 学校関係者の立場から

「企業がボランティア活動」のどの事例も、子供や若者を介さない活動はない。むしろ働く大人たちは、次世代を担う子供や若者と関わる活動に活路を見出していた。そこで、学校関係者（大学教員）の立場から、次の点について事例検証を行う。第 1 に、企業や社員が取り組む子供・若者に関わるボランティア活動の成果、第 2 に、浮かび上がった課題、第 3 に、今後に向けて、である。

(1) 企業・社員が取り組む子供・若者に関わるボランティア活動の成果

事例の大半は、積極的に子供や若者にアプローチする活動であった。全 11 事例の子ども・若者に関するボランティア活動の内容は、表 1 のとおりである。一般に、中年期の有業男性のボランティア行動者率²は低い（総務省 2012）。しかし、企業や社員が取り組む子供・若者に関わるボランティア活動は、次のような成果がみられる。

ア 企業・社員（有業ボランティア）としての成果

第 1 に、働く親世代がボランティア活動に目を向けることで、仕事以外の地域や家族に目を向けるきっかけを得られること。同時に、異世代・次世代への関心が高まること。第 2 に、利益の損得なく、仕事以外の様々な年代、性別、地域の異質な人との関わりによって他者と気軽にコミュニケーションが取れるようになること。また、自己を見つめ直し、気晴らしや日頃のストレス解消、仕事へのエンジンを得られる。第 3 に、地域や家庭における課題に向き合うことで、直接的・間接的に仕事につながってくる。例えば、子供・若者、住民から、仕事に関連した内容の批評や声を現場から聞ける。第 4 に、自己を高める訓練の場となること。例えば、「役立つ」という経験から自己有用感や仕事意欲の向上に繋がり、活動の中核になることで企画力・運営力、課題解決力も育まれる。

イ 学校、子供・若者にとっての成果

学校や、子供・若者にとっての活動の成果は、次の 3 点が考えられる。第 1 に、家庭や学校では味わえない経験・体験ができること。第 2 に、上記同様に、世代の異なる大人との交流が可能になること。第 3 に、働く大人と関わることで、仕事への興味や将来の仕事やキャリアに関して早い段階から関心が持てること。また、学校にとっては、キャリア教育の促進につながる。

ウ 地域・行政にとっての成果

地域・行政の成果は、次の通りである。第 1 に、若くてエネルギーあふれる子供・若者から元気を与えてもらえること。第 2 に、企業・社員から専門的な知識や技術提供が得られること。第 3 に、子供・若者ならではのユニークな企画や、企業等の専門的知識に基づく企画等により、新たな活動を地域に取り込むことができる。

以上、思いつく限り企業・社員による成果を挙げたが、今後は調査研究に基づきさらなる検証が求められる。

表1 企業の事例にみる「子供・若者に関するボランティア活動」

	子供・若者が関与する活動	企業等の役割	企業と社会教育との連携の可能性
日本マイクロソフト㈱	職場の案内／若者UPプロジェクト（ITを活用した就労支援活動）	教育施設に対して、ソフトウェアの無償提供	IT教育に関する社会教育施設との連携
企業ボランティア 松江ネットワーク会議	地域イベントやボランティアフェスティバルへ高校生ボランティアの参加	地元企業の周知と理解	個人や地域が地域社会へ貢献意欲の向上
熊本いいくに会	「熊本いいくに会」の活動／高校生ボランティアネットワークの支援	「熊本いいくに会」の会員	青少年教育や地域の人材育成に貢献できるプログラム提供
ゴールドマン・サックス証券	児童福祉施設の子供や、ひとり親の子供、障がいのある子供等の就学や就労支援	社員と寄付を通じたインパクト	社会教育施設の活用、NPOと企業・社員をつなぐ役割
富士ゼロックス㈱	子供向けの自然観察指導員講習会の開催	社員ボランティアの支援と寄付	NPOの紹介、つなぎ役割
北海道家庭教育サポート企業等制度	家庭教育サポート事業の内容	北海道教育局と締結企業／職場見学・体験の実施、学校行事の参加促進	生涯学習が企業とエンゲージメント
(特)国際社会貢献センター	在日留学生（若者）の支援、学校教育へ講師派遣	海外での豊富な経験の提供	講師派遣の仲介役、場の提供
放課後NPOアフタースクール	子供に放課後のプログラム提供	市民先生によるホノモノの体験提供	学校の放課後活用等の場の提供、呼びかけ
社団法人熊谷青年会議所	クールシェアに関する学生によるアイデア提供	民間の店舗の提供	参加への呼びかけ
社団法人鳥取青年会議所	地元のしいたけの森プロジェクトに子供・若者参加	鳥取青年会議所メンバーによる運動と政策づくり	プロジェクトへの広報
(公社)相模原・町田大学地域コンソーシアム	学生による情報紙発行、番組づくり、体験型キャリア支援プログラム	学生に活躍の場面の提供、キャリア教育	学生への周知、サイド支援

(2) 浮かび上がった課題

企業及び学校等、セクター別にみた課題を考察したい。

第一課題は、企業（NPO等の民間セクターを含む）にとって、学校と連携するのは容易ではないこと。各セクターの役割は各々異なるため、産学官民連携どころか、セクター間の理解や歩み寄りが難しい場面がみられる。しかし、子供や若者を巻き込む場合、学校や教育行政の理解や応援が不可避となる。親にとっても、教員や学校・行政がサイド支援する活動は、安心・信頼して子供を参加させることができる。この点、社会教育行政の役割は大きいと思われる。事例6では社会教育行政の果たした役割は大きい。

第二課題は、教員が子供の教育と学内業務に忙殺され、地域・企業まで目を向ける機会が乏しいこと。そのため、地域に目配りのある教員とそうでない教員とに差が生じてしまう。学校教員の大半は企業経験がなく、企業・社員に対する理解も不足している。しかし、学校でキャリア教育が重視されるにつれ、学校が企業等の外部人材を迎えたり、子供を商店街等に送り出したり等の機会が増えてきた。

第三課題は、子供時間と大人時間の相違による調整の難しさである。そもそも学校の授業内に、企業や地域の方と関わる時間は限定される。ボランティア活動時間は、子供は放課後と休日、働く大人は仕事帰りの夜と休日、地域等（主に高齢者）は平日と休日等に振り向けられる。各ライフステージによって、社会的・文化的時間の確保は異なるのである。働く大人は、ワークとライフをバランスよく保ちながら、無理のないボランティア活動が楽しめれば、継続も可能になるだろう。

(3) 今後に向けて

次世代を育成するのは、大人全員の役割である。家庭や学校だけではなく、学校外のあらゆる場面で未来を担う子供・若者を育てる環境整備が急務である。そのため、企業等で働く大人が、世代の異なる子供・若者等との活動の機会は貴重な時間となる。

そこで、今後、社会教育行政が、対企業、対学校にどのような支援を行えばよいのか、学校関係者の立場から考えてみたい。

第1に、学校・企業等、双方のニーズの把握と情報提供が必要である。学校教育は、決められたカリキュラムを時間内にこなさなければならない。一方、企業等も、当然であるが仕事が本務のため、時間や予算等に限りがある。そのため、社会教育行政では、双方のボランティア活動等のニーズ把握、必要な情報提供、地域資源のマッチング、協議の場の設定等が必要である。

第2に、企業等で働く大人も気軽に参加できる体験型・参加型プログラムの充実である。企業が提案した子供・若者に向けた職業等の体験プログラムも多数ある。しかし、大人が子供・若者のためにすべて準備を行った体験イベント（単発）は一過的な活動に陥る場合もある。そこで、子供も大人も地域課題や社会的課題に向き合い、共に参画できるプログラム創りが重要だと思われる。また、親子参加プログラムばかりでなく、親以外の大人との交流を伴うプログラムづくりも意識するとよい（事例8）。そうしたプログラムには、既婚者や子供のいない世帯の参加率も高まってくるだろう。その際、時間や場の設定は、社会教育行政のコーディネート力が求められる。

第3に、社会教育行政とボランティア・NPO等の中間支援組織とのパートナーシップの強化である。産学官民が対等な協働関係を築くには、特に官民が連携することが求められる。また、一企業によるボランティア活動だけでなく、多数のセクターが連合した組織体の方が自由で創造的な活動を生む可能性が高まる（事例3、事例7、事例11）。

ボランティアやNPO等の中間支援組織は公設民営が多く、社会教育行政と管轄が異なるため、情報共有や連携が難しい場面がみられる。しかし、産学官民が対等な関係を保ちつつ、時に協働しながら行う活動は、社会的課題を解決していけるパワーを生む。その際、活動の中核には、子供や若者を据え置き、地域で次世代を応援できる活動に期待したい。

（齊藤 ゆか）

3 地域で活動している立場から

地域社会を活性化するためには、行政・企業・NPO・地域団体・市民・専門家等が連携しながら活動を行う必要があります。国内の全会社数のうち、中小企業の会社数は 99% を超えており、中小企業が自らの地域のために活動することが、地域経済を活性化させて、結果的に企業の繁栄につながるという循環を目指していかなければならない。とは言うものの、厳しい経済状況に直面する中で、企業活動以外の時間を割く余裕がなかったり、そもそもどのようにボランティア活動や地域貢献活動を行えばいいのか分からなかったりということも多いのではないかと考える。中小企業が経営上普段から接点のある商工会議所・青年会議所・商工会・法人会等々が窓口となり、このような活動の情報を提供して、参加を促進することが、企業部門の裾野を広げる役目を果たすと考えられる。

別の視点としては、若い企業家においては、上記のような団体の存在さえ知らないとの実態もある。国の企業振興策等もこれらの団体を窓口として提供されることも多く、情報が行きわたらない原因の一つと考える。地域の経済団体が、地元の中小企業を支援しており、また地域社会へ貢献していることを、教育課程において教えていくことは、長期的な経済発展に寄与すると考える。

地元の公民館や図書館等での様々な活動の情報が提供され、地域のコミュニティが活性化し、その結果として一市民として「自立」することの重要性と、相互に「共助」する必要性を体感できるように、ますます社会教育の重要性が高まるものと確信している。

(富永 太郎)

4 企業の社会貢献活動と社会教育行政

(1) 「企業市民」としての社会貢献

東京ボランティア・市民活動センターは、市民たちの主体的で営利を目的としない他者や社会に貢献する活動を推進・支援するために昭和 56 (1981) 年に設立され、社会福祉法人東京都社会福祉協議会が運営している。本センターに企業各社から社会貢献活動についての相談が多く寄せられたのは 1990 年代であった。当時、海外に進出した日本企業が欧米の Corporate Citizenship(企業市民)という考え方を学び、企業も地域社会の一員(市民)として、地域社会に対して責任を持ち、積極的に貢献していくことを日本においても実践したいということであった。多くの企業がまず取り組んだのは環境保護や文化芸術活動であった。

一方、社員のボランティア活動については、あくまでも社員個人の自由意思で行うものであり、企業は情報提供やボランティア休暇などの間接的支援にとどまるとした。しかし、忙しくて時間がない、また、ボランティア活動の経験が少ない社員たちがボランティア活動に参加することはなかなか難しかった。

(2) 社員参加型の社会貢献活動

こうした状況が変わってきたのは、平成 13 (2001) 年頃からである。今回紹介したマイクロソフト社やゴールドマン・サックス社といった外資系企業を始め、日本のグローバル企業から「本業を活かした社会貢献活動がしたい」「社員が参加できる活動がしたい」とい

う相談が増えてきた。外資系企業では、トップ・マネジメントも積極的に参加しながら、社員たちがチームになってボランティア活動を行い、まさに、「社員参加型」の社会貢献活動の時代が始まったのである。

しかし、こうした企業側の要望に対して、地域社会での受け入れ体制は整っていなかった。施設やNPOは、「どうして企業がボランティアをしにくるのか。営業されては困る」「半日あるいは1日だけという単発の活動は迷惑」「たくさん的人数では受け入れられない」と言い、中には怒り出す団体もあった。そこで、受け入れ団体と企業と本センターの3者で話し合い、受け入れ側も社員も両者が喜んでくれる活動を考えた。そして、実際に活動してみると、受け入れ側は日頃会う機会の少ない働き盛りの人たちとの出会いを喜び、社員の礼儀正しさや限られた時間の中で期待以上の活動をしてもらえること、企業が経費を含めさまざまなリソースを提供してくれることがわかった。また、企業や社員は、地域社会のことをより理解することができ、受け入れ先からの信頼や社員同士のつながり、社員の成長など、いろいろな恩恵があることがわかったのである。

(3) 企業と社会教育の関係

企業の社会貢献活動と社会教育との関係を考えて場合、2つの視点があるように思う。ひとつは、社員が地域の一員（市民）として成長するという教育効果である。もうひとつは、企業や社員のもつ教育力や教育活動への貢献である。

前者については、社員が地域社会での活動に参加することによって、自分や家族が地域社会の人たちに支えられていることに気づき、仕事以外でも地域社会に貢献したいという気持ちが生まれ、働き盛りの世代と地域社会とのつながりが強化されていく。

後者については、今回の事例でも明らかのように、企業で働く人たちはその道のプロフェッショナルであり、その専門性を活かして、地域社会の中で多彩な教育活動を行うことができる。例えば、キャリア教育、IT教育、国際理解教育、食育、環境教育であったり、個々の社員のもつ問題解決能力やチームワーク、広報や営業のスキル、マネジメントなどを教えることもできるだろう。企業が社会教育を支援することによって、地域社会全体の活性化につながっていくだろう。

(4) 全国の社会教育行政への期待

企業・社員と地域社会との連携のために社会教育施設や行政ができることは、いろいろあるように思われる。まず、企業や社員と地域で支援の必要な人や団体を「つなげる」という役割だ。教育支援をしたい企業や社員は非常に多いが、誰を、どの団体を支援したらよいかかわからない。社会教育行政が把握している施設・団体について、ぜひ、情報提供を積極的に行ってほしい。次に、企業や社員が支援する社会教育活動として社会教育施設を利用させてほしいし、参加者募集や活動報告などの広報に協力してもらえると、その活動への信頼度は非常に高まるだろう。さらに、それぞれの地域社会の課題に対して、企業や社員と社会教育関係の施設・団体とをつなげたプロジェクトが実施できたら素晴らしいと思う。そのためには、社会教育行政職員がコーディネーターとしての視点やスキルを持ち、積極的に地域社会の中で動くことが必要となる。

東京には大企業が多く、本業を活かした社会貢献活動や社員のボランティア活動に積極

的に取り組んでいるが、他の地域でどのように展開したらよいかわからないという相談も多い。ぜひ、全国各地の社会教育施設・行政とボランティア・市民活動センターやNPOセンターといった中間支援組織がもっと積極的に企業や社員に参加・協力を呼びかけてほしいと思う。

また、今回、本報告書で紹介した全国各地の素晴らしい実践事例を社会教育行政関係者はもとより、多くの企業や青年会議所などの経済団体、ボランティア・市民活動センターなどの中間支援組織、教育活動を行うNPOやボランティア団体に知っていただくために、企業・団体、社会教育行政はインターネットやメディアなどを通して、その取り組みを広く社会に伝えてほしいし、可能であれば、素晴らしい先駆的活動を表彰しながら、そのノウハウや成果・課題を学ぶ研修の場があるとよいのではないだろうか。

(河村 暁子)

1 2010年11月にISOより発行された「社会的責任に関する手引き」のこと。ISOの他の標準規格が認証機関による認証を受けることを前提としているのに対し、このISO26000は認証を求めておらず、「手引き」つまりガイドラインとして位置付けられているのが大きな特徴。

2 有業者のボランティア行動者率は、有業男性25.9%、有業女性29.9%、家事かたわら仕事女性36.1%である。一方、無業男性21.1%、無業女性25.7%は、有業者に比べ低い。