

2012年12月5日

第5回 JCN現地会議 in 宮城

テーマ1「学ぶ」

— 活動資源を引き出すコツ。—

企業との接点・協働を探る

経団連事業サービス

長沢恵美子

<今日のトピックス>

I. 企業による初期の支援状況

- 経団連「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月公表)
<http://www.keidanren.or.jp/japanese/policy/2012/011.html>

II. 2012年度以降の企業による支援活動

- 経団連「2011年度社会貢献活動実績調査結果」(2012年10月公表)
<http://www.keidanren.or.jp/policy/2012/070.html>

III. 協働の機会と課題

IV. 継続的な支援に必要なこと

I. 企業による初期の支援状況

1. 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% |

2. 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

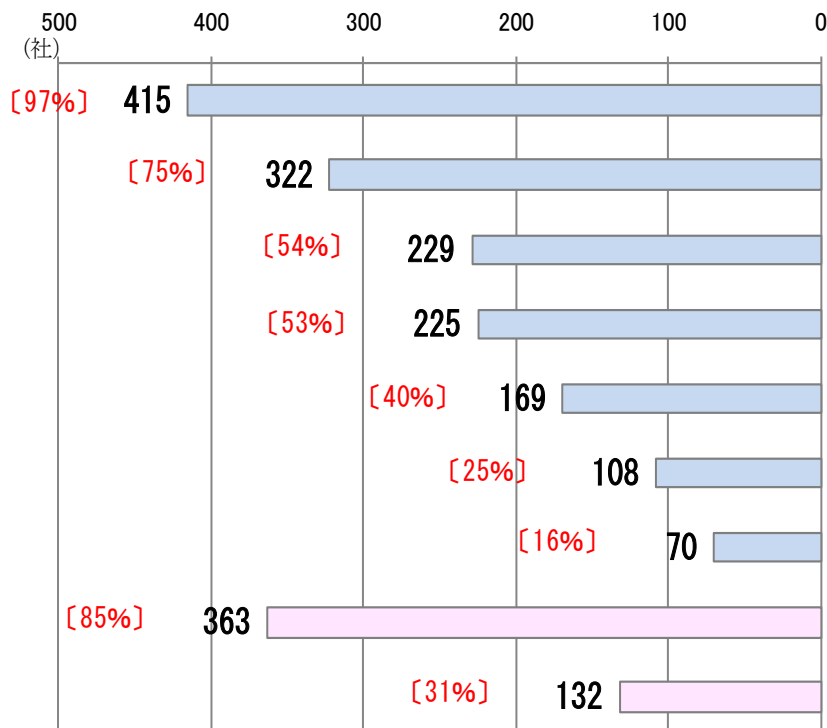
社有地、社宅等

Ⅱ. 2012年度以降の企業による支援活動

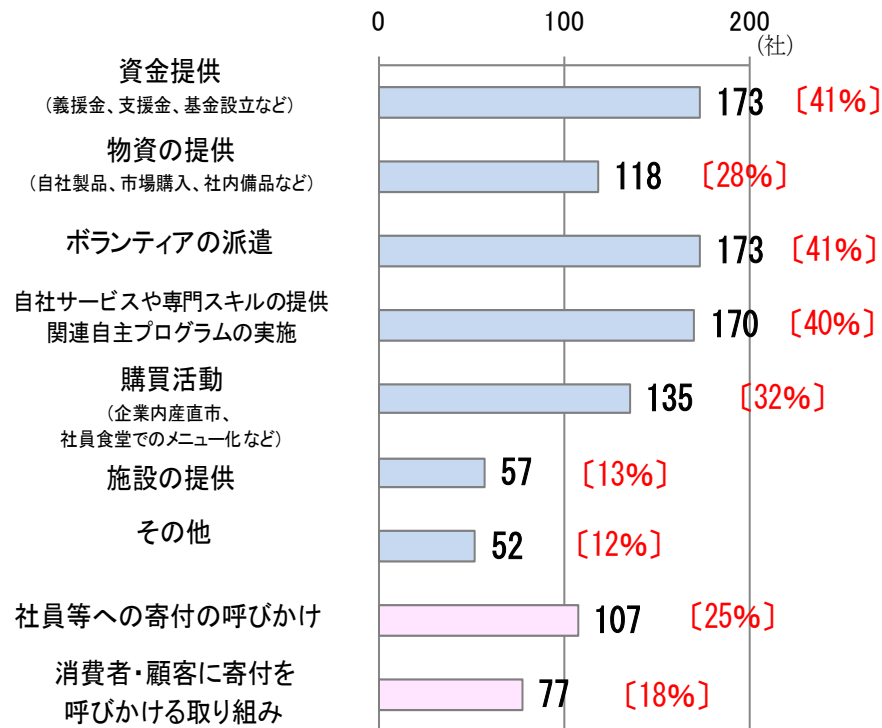
1. 支援形態別の取り組み状況

- 2011年度は、427社(調査回答企業433社の99%)が大震災関連支援活動を実施。
- 約300社の企業が2012年度以降に大震災関連支援活動を実施中もしくは実施予定。
- 2012年度以降もボランティアを派遣する企業は約170社。
- 長期支援を目的に36社が基金を設立・拡充。その総額は約437億円。

<図表Ⅲ-1: 震災後～2011年度 実施企業数>



<図表Ⅲ-2: 2012年度以降 実施中・予定企業数>

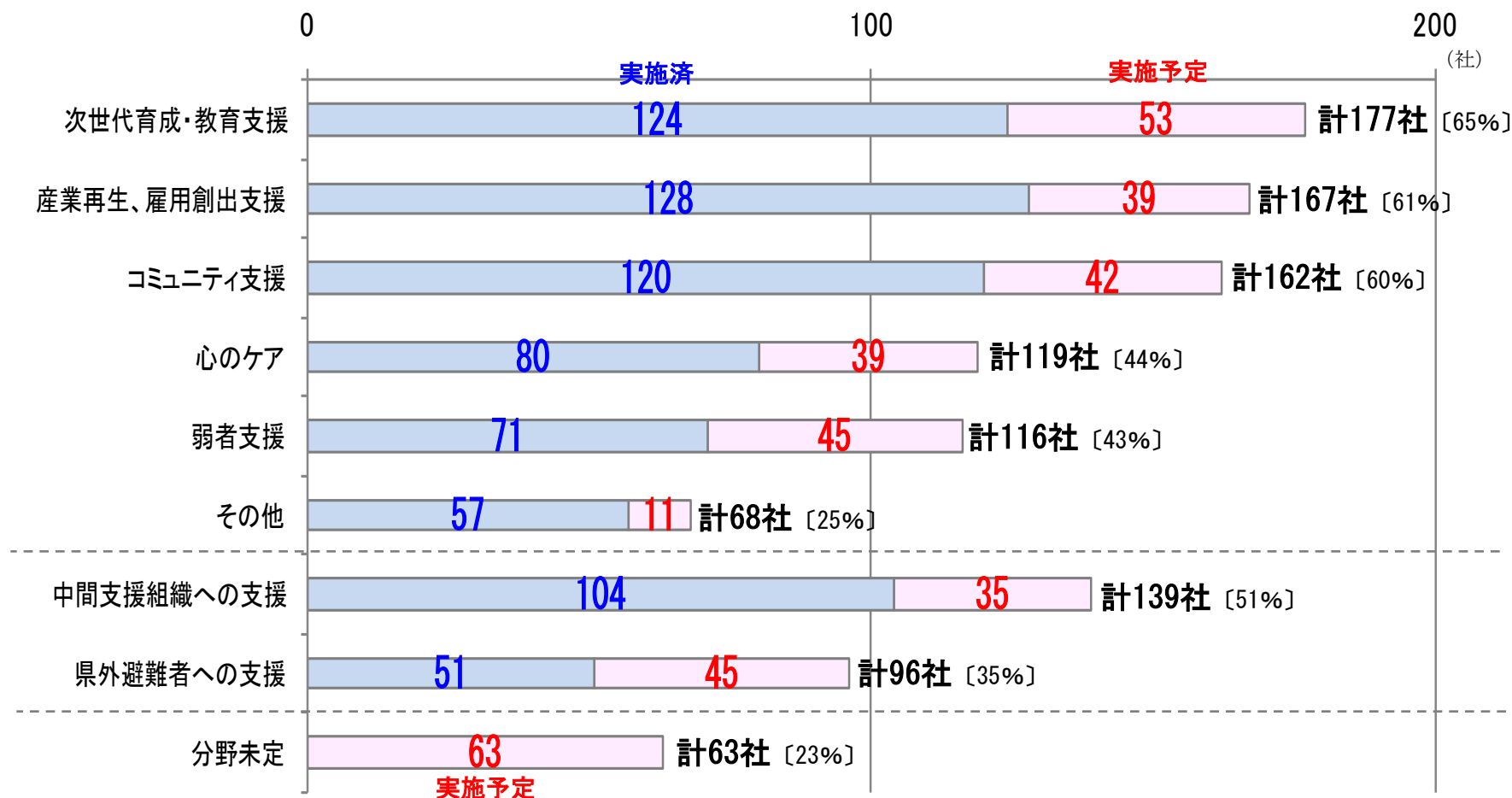


※ [%] は、「各項目別回答企業数/2011年度大震災関連支援活動実施企業数(427社)」

2. 2012年度以降に取り組む支援活動として関心の高い分野

○「次世代育成・教育支援」や「産業再生・雇用創出支援」、「コミュニティ支援」などの活動に関心が高い。

＜図表Ⅲ-3：分野別の2012年度以降の実施中もしくは実施予定企業数＞（複数回答）

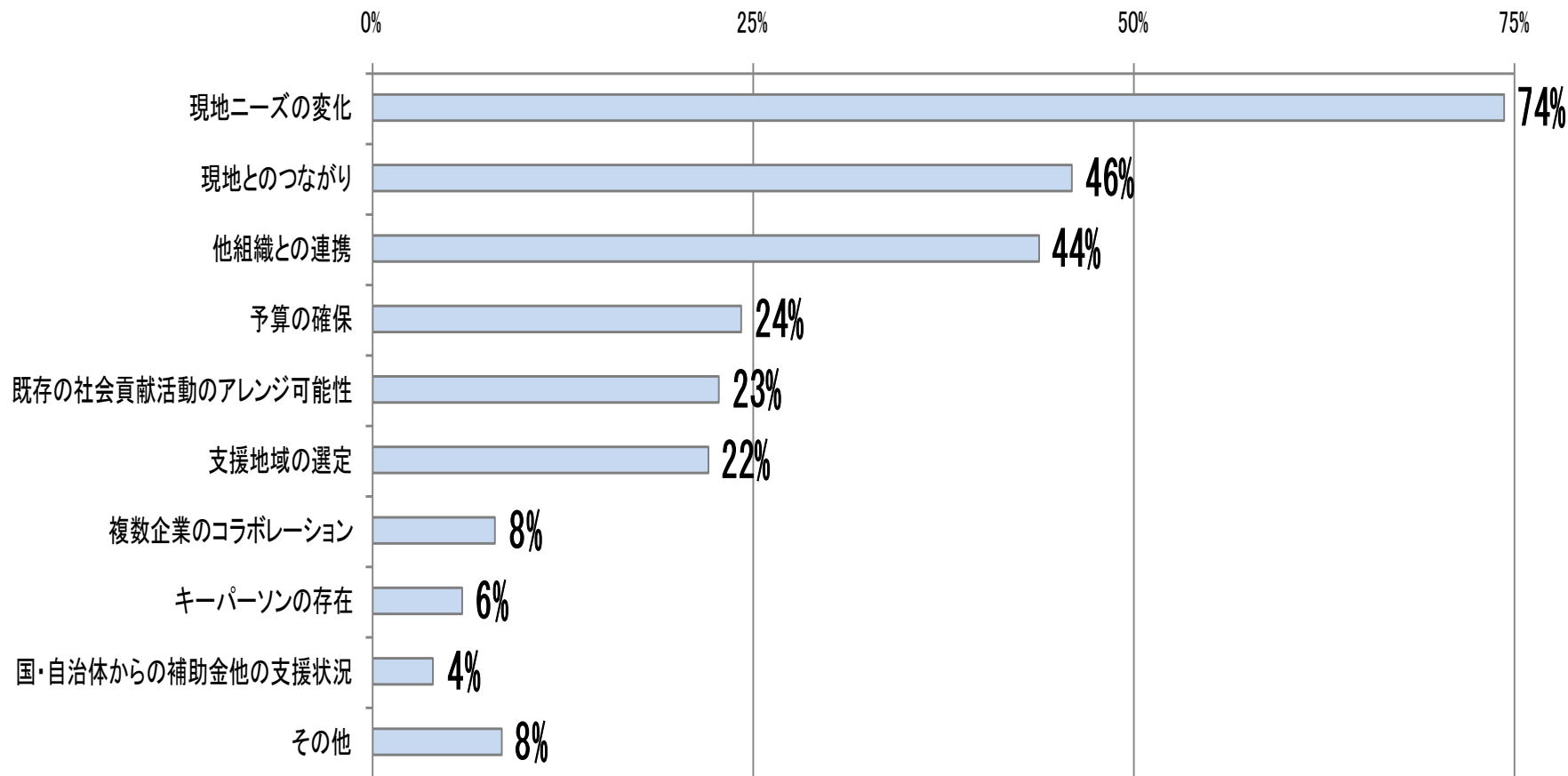


※ [%] は、「各項目別回答企業数／2011年度大震災関連支援活動実施企業数(427社)」

3. 今後の支援活動で重視する点

○「現地ニーズの変化」や「現地とのつながり」、「他組織との連携」などを重視。

＜図表Ⅲ-4：2012年度以降の活動で重視する点＞（3つ以内回答）



※「構成比 (%)」は、「各項目別回答企業数 / 2012年度以降大震災関連支援活動実施中・予定答企業数(272社)」

Ⅲ. 協働の機会と課題

1. 企業による「継続的な支援」の意思表示

- 約300社の企業が2012年度以降に大震災関連支援活動を実施中もしくは実施予定。
- 2012年度以降もボランティアを派遣する企業は約170社。
- 長期支援を目的に36社が基金を設立・拡充。その総額は約437億円。

2. 多様な分野への関心

＜2012年度以降に取り組む支援活動として関心の高い分野＞

①次世代育成・教育支援(53社)、②弱者支援(45社)、③県外避難者への支援(45社)、④コミュニティ支援(42社)、⑤産業再生、雇用創出支援(39社)、⑤心のケア(39社)、⑥中間支援組織への支援(35社)

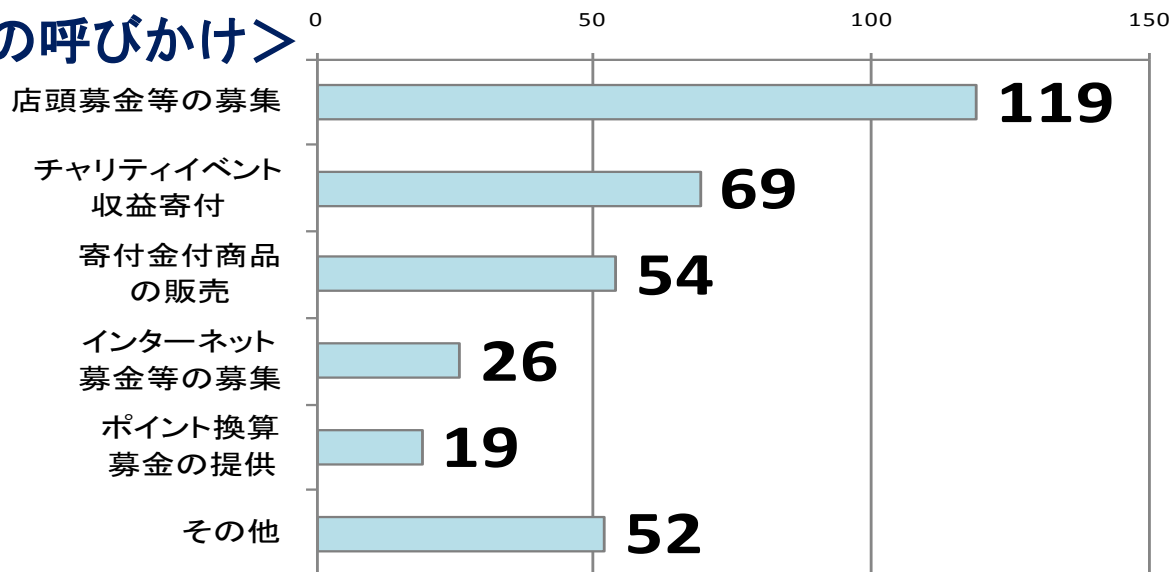
★支援活動を行う予定だが、分野は未定(63社)

3. 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 |
| (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% |

**延べ 約18万人・日
が支援活動に参加！**

* 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)

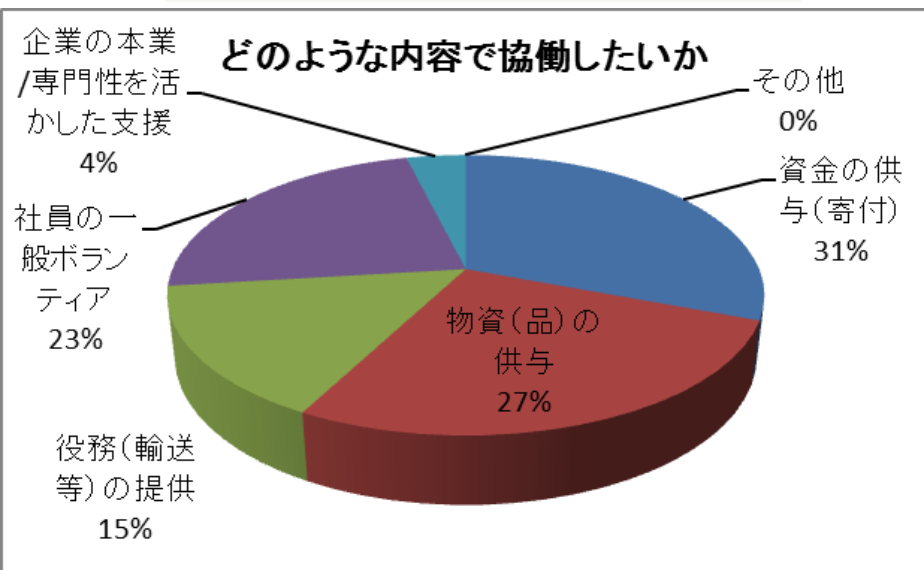
4. NGO側と企業側の希望のミスマッチ

＜被災地・被災者支援における連携＞

(2011年9月JANIC調べ)

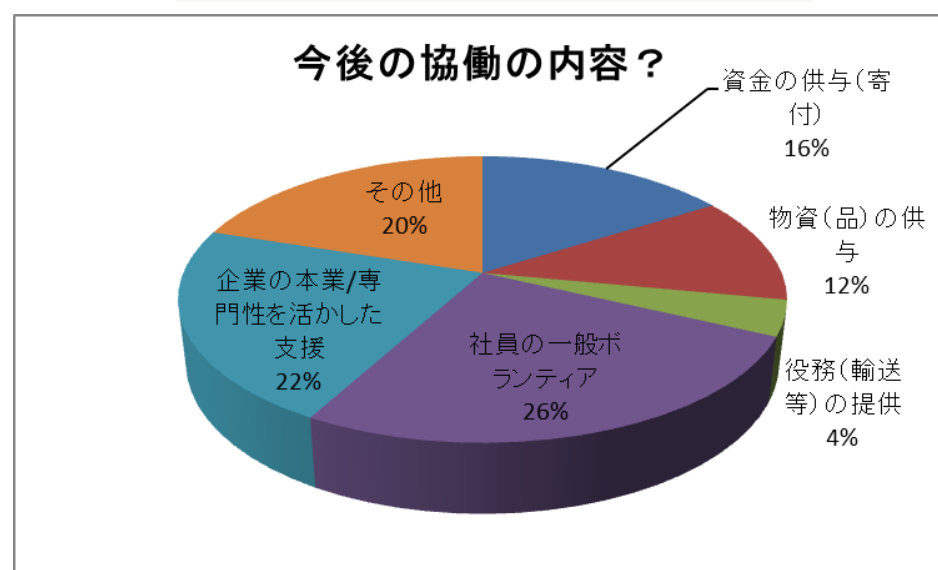
●今後も協力したい＝NGO(68%) 企業CSR担当者(81%)

NGO側の期待



資金＋物資＋役務(73%)

企業側の期待

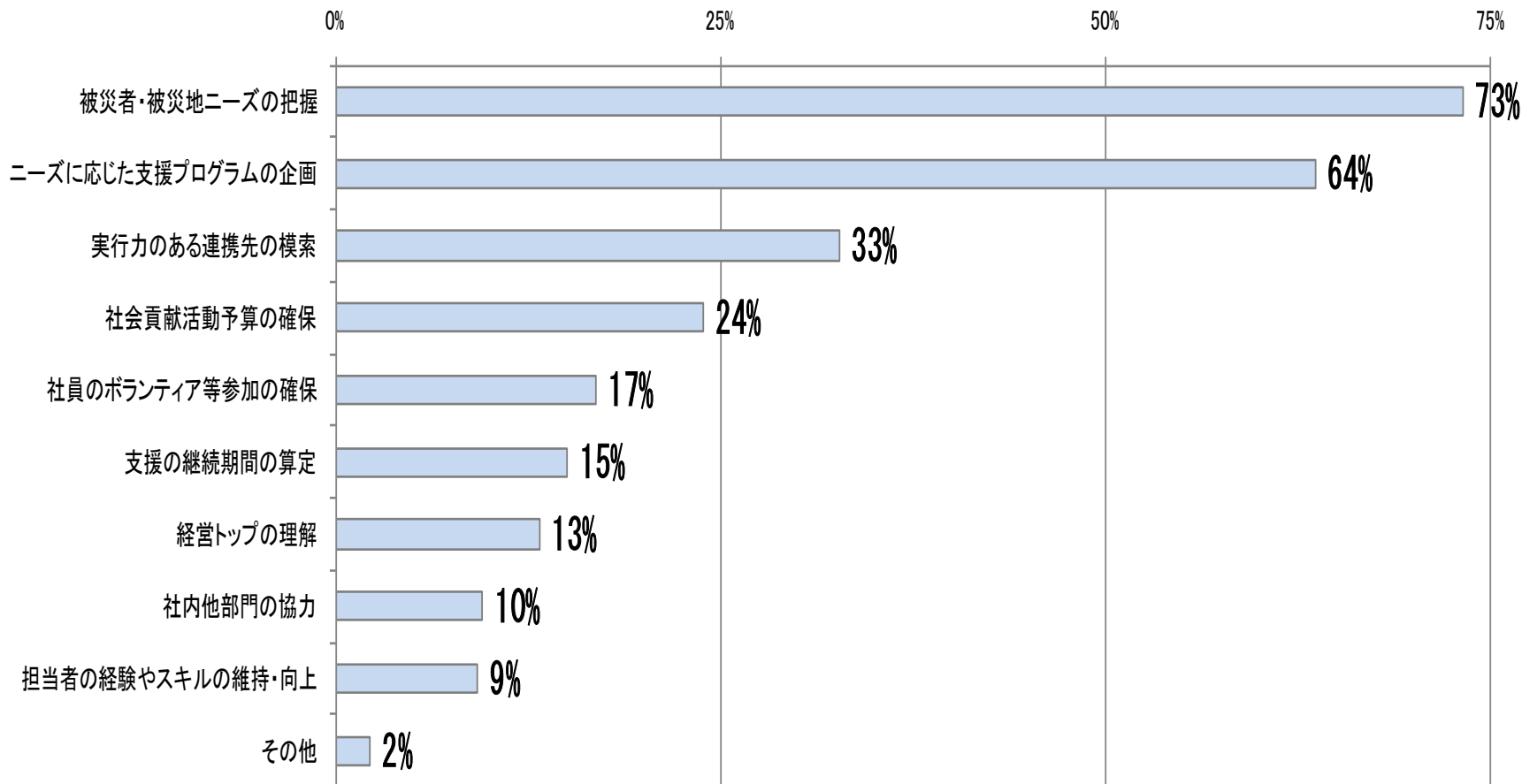


本業を活かした支援＋ボランティア派遣(48%)

5. 企業にとっての「今後の課題」

○「ニーズの把握」や「ニーズに応じた企画」、「連携先の模索」などが課題。

＜図表Ⅲ-5：大震災支援活動に関する今後の課題＞（3つ以内回答）



※「構成比(%)」は、「各項目別回答企業数／2012年度以降大震災関連支援活動実施中・予定答企業数(272社)」

* 経団連「2011年度社会貢献活動実績調査結果」

6. 企業とNPOによる協働の推進

◆協働とは

異種・異質の組織が、共通の社会的な目的を果たすために、それぞれのリソース(資源や特性)を持ち寄り、対等な立場で協力して共に働くこと。

(「知っておきたいNPOのこと」(日本NPOセンター編))

<企業>

資金、蓄積された技術、
設備、ノウハウ、情報



<NPO>

問題発生現場に基づく専門性、
当事者性、提案力

(対等な立場での協働)



課題解決の速度と効果の最大化
解決策のイノベーション

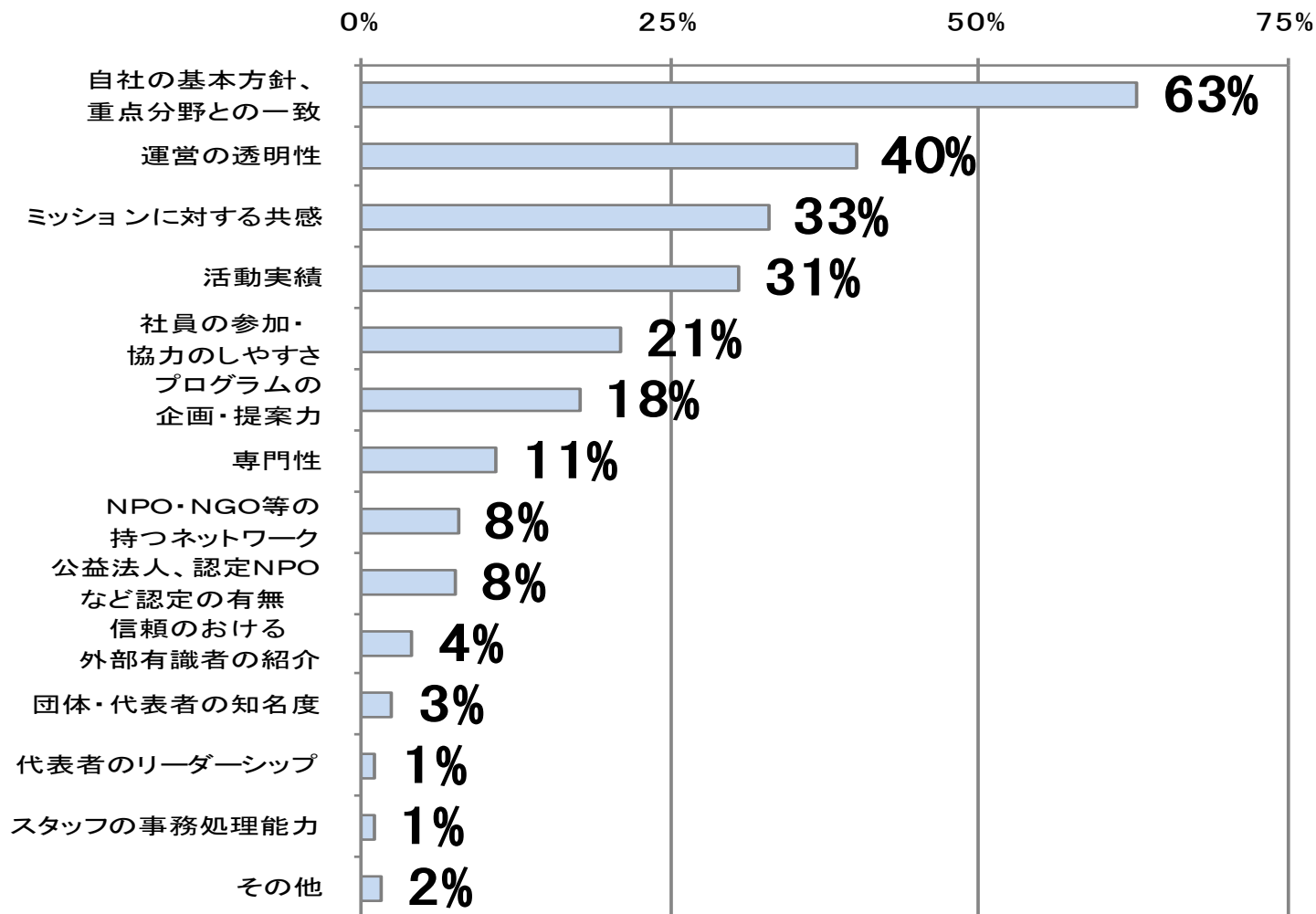
＜NPOとの連携で得られたもの＞

| | 回答社数 | 割合 (回答社数/303社) |
|---------------|------|-------------------|
| 社会的課題の理解 | 194 | 64.0% |
| 企業とは異なる着眼点や発想 | 170 | 56.1% |
| 人的ネットワーク | 125 | 41.3% |
| 専門性 | 99 | 32.7% |
| スキル | 24 | 7.9% |
| その他 | 9 | 3.0% |
| 無回答 | 114 | 37.6% |

* 経団連「2008年度社会貢献活動実績調査結果」

7. 企業が連携の際に重視すること

＜図表Ⅱ-11:特に重視する点＞(3つ以内回答)



* 経団連「2011年度社会貢献活動実績調査結果」

8. 連携のために大切なこと

「市民セクター全国会議2012」“動く”を究める
分科会B「つながって動く ～連携と変容～」の議論より

◆◆「つながる」ための7か条◆◆

1. **相互理解**の姿勢を持つ。
2. **共通体験**を通して、Win-Winの関係をつくる。
3. 受援力を高める弱みを出す飲みにケーションをする。
4. 普段のお付き合いを通して、巻き込み巻き込まれて人が貯えられる。
5. **課題を真ん中**に置き、成果のわかりやすさと検証する視点を忘れない。
6. **協働コーディネーター役**を欠かさない。
7. 組織としての限界を設定せずにあきらめずに突破口を開く。

そしてすべては「**したたかに**」。

⇒『つながるためのしたたかな7か条』

IV. 継続的な支援に必要なこと

1. 「忘れない！」という機運づくり

- 支援を必要とする人たちの状況の発信
- 復興に向けた人々の歩みの発信

⇒ 被災地・被災者の「今」と「これから」を伝え続ける

企業： 社員や顧客に伝える力の活用

2. 出会いの場づくり

- マルチステークホルダーによる場づくり

⇒ 当事者や課題を中心に据えた協議

企業： 現地の会議等への積極的参加

継続的に「いる」ことでとらえられるニーズ
変化に基づく支援

3. 現場のニーズに基づく提案

- 具体的な提案をひろって、社会的資源とつなぐ

⇒ 翻訳者・通訳者としての役割

⇒ コーディネーターとしての調整

企業： 提供できるメニューや条件の提示



ステークホルダーの納得と共感を得られる
ストーリー性ある支援

4. 被災地における市民活動への信頼性の向上

- 地元主体の活動への移行・継承

- 中間(仲介)支援組織の強化

⇒ 組織・運営基盤強化、説明責任の向上を支援

企業： 中間支援組織や基盤強化への資源提供

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。

みなんで知恵を出し合って、
被災者が主役の復興を実現する！

(マルチステークホルダー・アプローチ)