

『企業とボランティアに関する調査研究』からの提案

国立教育政策研究所・社会教育実践研究センター
『平成 24 年度企業とボランティアに関する調査研究』委員会

委員長 興梠寛(昭和女子大学グローバルビジネス学部教授)

1. 社会貢献から社会参画の時代へ

押し寄せるグローバル化社会の波は、否応なしに私たちの暮らしのなかで「責任ある市民」(シティズンシップ)としての意識変革を迫っている。

その一方で、私たちは日常の暮らしの基盤となる生活コミュニティにいかに参画するか、という意識変革も重要なテーマである。市民社会の担い手である私たちのみならず、企業もまた同様に、母なるコミュニティと、父なるグローバル化との狭間のなかで、時代の変化に対応した「企業市民」としての新たなアイデンティティの創出が求められている。

第 6 期『中央教育審議会・生涯学習分科会』は、平成 20 年 2 月に取りまとめた審議会答申「新しい時代を拓く生涯学習の振興方策について～知の循環型社会の構築を目指して」をもとに検討された「議論の整理」(平成 25 年 1 月)のなかで、社会が変化していくなかで、いま生涯学習・社会教育に求められているものは、第1に「個人の自立に向けた学習」であり、第2に「絆づくり・地域づくりに向けた体制づくり」であると述べている。

今日の生涯学習が目標とする「知の循環型社会の構築」をめざすためには、企業に秘められた「社会参画力」に大きな期待が寄せられているのである。

今回の調査で訪問した、北海道教育庁生涯学習推進局生涯学習課による『北海道家庭教育サポート企業等制度』の取り組みは、そうした時代の要請に応えた家庭教育の支援を目的に、社会教育行政が企業と協定を結び、計画的に職場での子育て研修や地域での子育て活動を推進している。道教育委員会のイニシアティブによる北海道内の市町村による取り組みは、教育行政と企業とのパートナーシップのモデルとなる先駆的協働事業である。しかし、社会教育行政と企業とのパートナーシップの方法はこれに限ることなく多様である。

時代は変わり、企業の社会責任(CSR)の在り方や企業市民活動に新しい価値の創出が求められている。企業は、それ自体、社会に貢献する存在なのである。

いま企業に求められているものは、「企業倫理」という精神論的な社会貢献ではなく、企業はその創業の理念を活かしつつ、どのような社会的使命(ミッション)を持ち、それぞれの企業文化を活かしながら、コミュニティの発展のために蓄積したスキルと人材を活かして参画するかという実践の姿なのである。

企業によるコミュニティへの参画は、それぞれの企業の創業の目的や歴史、経済活動の地域的特性やエリアによってさまざまである。活動形態も、企業独自の特性を活かしたそれぞれの活動があり、

また企業が存立するコミュニティ環境をベースにした複数企業によるボランタリー・ネットワークによる参画など、その活動形態は多様である。

今回の「企業とボランティア活動に関する調査研究」は、社会教育と企業市民活動とのパートナーシップの在り方を探ることを目的に、①企業によるコミュニティへの参画、②企業間ネットワークによるコミュニティへの参画、③社員によるコミュニティへの参画への支援、④企業と社会教育行政との協働、⑤上記にあてはまらない特色ある事例の 5 つの視点から分類し聞き取りを試みた。

2. 企業の社会教育への関心は高い

『日本経済団体連合会社会貢献推進委員会・1%クラブ』が 2012 年 10 月に発表した、2011 年度「社会貢献活動実績調査」によれば、企業の社会貢献支出のなかで占める分野別支出割合を見ると、災害時を除く支出分野は「(2)教育・社会教育」がつねにトップである。さらに、「(5) 文化・芸術」「(7) 地域社会の活動、史跡・伝統文化保全」などの関連分野を含めてみると、社会教育への企業の関心の高さを知ることができる。

〔社会貢献活動・分野別支出割合〕

	支出総額に占める比率(推計)		
	2009 年度	2010 年度	2011 年度
(1) 災害被災地支援	⑨ 2.4%	⑨ 1.4%	39.4%
(2) 教育・社会教育	① 18.8%	① 18.7%	11.0%
(3) 学術・研究	② 14.8%	② 16.8%	8.9%
(4) 健康・医学、スポーツ	③ 12.7%	⑤ 11.4%	8.4%
(5) 文化・芸術	⑤ 11.6%	④ 12.6%	8.3%
(6) 環境	④ 12.4%	③ 13.9%	7.2%
(7) 地域社会の活動、史跡・伝統文化保全	⑥ 10.9%	⑥ 8.4%	5.2%
(8) 社会福祉、ソーシャル・インクルージョン	⑦ 5.3%	⑦ 4.9%	3.6%
(9) 国際交流	⑧ 3.0%	⑧ 2.1%	1.5%
(10)NPOの基盤形成	⑪ 0.5%	⑩ 1.0%	0.7%
(11)政治寄付	⑩ 1.0%	⑪ 0.8%	0.6%
(12)雇用創出及び技能開発、就労支援	⑫ 0.4%	⑫ 0.5%	0.3%
(13)防災まちづくり、防犯	⑬ 0.2%	⑬ 0.3%	0.2%
(14)人権、ヒューマン・セキュリティ	⑭ 0.1%	⑭ 0.2%	0.1%
(15)その他	6.0%	7.1%	5.8%

※『日本経済団体連合会』加盟企業1,317社対象(431社回答)

※支出総額に占める比率(推計)

※○囲み数字はその年の順位

また、同調査によれば、「社会貢献に関する基本的な方針の明文化」を行っている企業は、全体の69%。「専門部署または社会貢献担当者の設置」をしている企業は63%であり、企業は社会に向けて積極的な姿勢の表明を行っていることが理解できる。

社員の社会貢献活動を支援している企業は80%である。社員を支援する理由を聞くと86%の企業が「地域社会の維持・発展への貢献」と回答している。また、社会のために「ボランティア休暇・休職制度、表彰等の制度導入」している企業は76%にのぼる。さらに、「ボランティア活動の機会を提供」している企業は69%であり、「ボランティア活動の情報を提供」している企業は64%である。93%の企業は、「社会貢献活動に関する情報提供」も行っている。

『富士ゼロックス株式会社』は、我が国で最初の社員の「ボランティア休暇制度」や「マッチングギフト制度」等を導入し、社員のコミュニティ参画のための環境の開拓に力を入れていることで知られる企業である。そのパイオニア的な試みは、社会のグローバル化に応えた「国連グローバル・コンパクト」への参画への拡大とともに、さらには生活に密着したローカル化に応えたコミュニティへの参画をとうした社員の人材養成や、新たなソーシャル・ビジネス(社会起業)の創出に挑む姿として注目される。

『日本マイクロソフト株式会社』では、「Serving Community」の方針のもとに「世界中のすべての人びととビジネスの持つ可能性を最大限に引き出すための支援すること」を掲げている。その使命を遂行するために、社長室に「企業市民活動部」を設けて、「教育」「社会参画」「地域活性化」の3つの分野を中心とした活動を行っている。また、社員は「シティズンシップ・コミュニティ」と名付けた企業内組織に所属して、企業市民活動の企画や運営に参加している。さらに、仕事で培った専門的知識や技術を活かして、社員自らの意思で自発的に社会に貢献する「プロボノ」にも力を入れている。

また、『ゴールドマン・サックス証券』は、社員の人材を活かす、コミュニティに貢献する、非営利組織との長期的なパートナーシップ、成果の見える活動をテーマに、「教育支援」「就労支援」「コミュニティの活性化」の活動分野に力を入れている。

こうした、高まっていく企業による社会への積極的なアプローチに対して、社会教育行政はどのように応えていくのか、その政策と内容がいま問われているのである。

3. 「共生」と「共存」のための企業間ネットワーキング

コミュニティに参画するために、企業単独の活動のみならず、同じコミュニティをベースに、複数の企業がともに特色ある企業間ネットワークを構築しながら社会教育行政と協働することも重要な活動形態である。

人や組織が社会的使命をもってネットワーキングするためには、目的と価値、そして成果の共有が大切となる。また、参画する企業の多様性と自律性を尊重することによって活性化し、その組織形態は「ツリー型組織」(タテ型)ではなく「リゾーム型」(ヨコ型)であり、分権的であることが大切である。また、そのつながりは、参加する企業の自律性を尊重し柔軟なつながりを保証することで活性化した活動を行うことができる。『企業ボランティア松江ネットワーク会議』や『公益社団法人相模原・町田大学地域コンソーシアム』などの事例のように、コミュニティに密着したニーズを掘り起こし、社会課題の変化に敏感に反応しながら複眼的な視野でコミュニティ・ニーズを捉え活動計画を遂行するには、参加

する企業の責任の分散や多頭化が活動を活性化するための秘訣である。

また、『熊谷青年会議所』や『鳥取青年会議所』のように、コミュニティに根ざした地場産業を基盤とする地域密着型のネットワーキング組織が社会教育行政と協働して、将来の地域を担う人材養成やまちづくり、産業の振興をすすめていくことも重要である。

『熊本いいくに会』は、企業にとどまらず職場組織や非営利組織など多彩な組織で構成される地域に根ざすネットワーク組織である。会員である企業や団体の相互の「協働」により、「共生」を前提として企業を包括する地域社会との「共存」をはかり、また、そこで働く社員の「共助」「共学」のためのゆるやかなネットワーキング組織を構築しながら、地域の若い人材育成など生活者の視点を重視した地域密着型の活動を推進し大きな成果をあげている。

「コミュニティをベースに『地場』で営み、地域の「暮らし人」だからこそ出来ることを、みんなで汗をかきながら本気でつくっていく」という『熊本いいくに会』の言葉の意味は重い。その特色あるネットワーキングは、独自のメディア「いいくに社会活動放送局」によってコミュニティへの情報を発信することでより活性化されている。

経済学者のピーター・ドラッカーはいう。

「人はコストではなく資源である。共有する目的に向けてともに働くとき、大きな成果が得られる。マネジメントとは地位や身分ではない。かけひきでもない。仕事、生活、人生にかかわることである」(『未来への決断―大転換期のサバイバル・マニュアル』ダイヤモンド社)

4. NPO は企業と社会教育との「縁」を結ぶ

企業は、その社会的責任と役割を明確にし、特性を活かして社会に参画するとき、NPO はよきパートナーとなる。それを裏付けるデータとして、2011 年度「社会貢献活動実績調査」を見ると、非営利組織(NPO 等)と接点を持つ企業の割合は 75%と高い割合を占めている

現代社会がかかえているコミュニティの課題に柔軟に対応し、そこに生きる人びとや組織の持つ潜在的力を発掘し、コミュニティが必要とする個々のニーズに結びつける NPO の「中間支援」的な役割は、非政府であり非営利で社会の課題解決のために取り組むボランティアによってささえられ、その集合体である NPO の社会的責任と役割に期待がよせられている。

NPO は、企業と社会教育行政の「縁」を結ぶ触媒的役割を担うことが可能である。NPO は独自の視点からコミュニティの課題を掘り起こし分析するとともに、課題解決のためのアイデアやスキルを開発し、パートナーである企業のためにプログラムを提供することができる。事例として紹介した『特定非営利活動法人国際社会貢献センター』は、商社等の会員によって構成する一般社団法人日本貿易会が中心となって、海外経験の豊富な商社マン OB による学校教育、社会教育、家庭教育等の教育支援活動を推進する NPO である。

「子どもたちの放課後を救え!」「社会で子どもを育てる」をミッションに、教育行政と企業等を結んだ多彩なプログラムを提供する『放課後 NPO アフタースクール』は、企業が社会に参画するために必要な行政機関と、地域の地縁組織や多様な非営利組織とパートナーシップを結ぶための「縁結び」の役割を担うコーディネーター的な役割を果たしている。そうした役割は、法的・制度的な制約などに

より営利企業との直接的な連携には制約が多い社会教育行政にとって貴重な存在である。

このように、NPO は教育行政と企業との協働のための「マッチング・コーディネーター」としての役割を担うことができパートナーなのである。

NPO は、社会と個人を変えるという社会的使命を果たすために存在する。が、その活動は長期的視野から構想されてはじめてコミュニティの変革へと結実するが、その目的や活動内容は誰にでも理解可能なものでなくてはならない。そして、なによりも社会的責任と社会に変化をもたらす結果が求められる。しかし、いまだ社会の環境が十分に整っていない我が国のボランティア・NPO がかかえているバリア(障壁)は高い。

NPO の第 1 のバリアは、ボランティア人材の危機である。第 2 のバリアは組織マネジメントの危機であり、第 3 のバリアは財源の危機である。企業はそうした NPO がかかえる問題を克服するための最大のパートナーであるが、社会教育行政の橋渡しによりさらにその連携が促進される。現在すすめられている多様な社会教育施設等による生涯学習プログラムをとうして、企業と NPO とが出会い相互に協力できる絆を結ぶことができるよう、より一層の計画づくりの工夫が求められている。

このように、コミュニティをベースとした社会教育行政と企業との協働は、その「縁」をとりもつ NPO を加えた「トライアングル・パートナーシップ」(3 者間連携)の構築によってはじめて、社会に変化を起こすことが可能になるのである。

5. 企業とのパートナーシップを活性化するための 7 つの提案

それでは、企業が培ってきた時代の変化を見る眼、判断力、行動力、創造力は、企業市民としてどのように社会的な力を発揮できるのだろうか。企業とは異なる行動原理をもつ、社会教育行政と協働するために、どのような課題があるのだろうか。また、どのような社会的環境があれば、企業のもつ社会における課題解決力を発揮できるのだろうか。

企業と社会教育行政とのパートナーシップのための 7 つの提案をしたい。

(1) 社会教育行政と企業との協働プログラムの開発

社会教育行政においては、コミュニティにおける教育課題の解決のために、計画的に企業の専門的スキルと結んだ協働プログラムを開発し、よりパワーアップした事業を展開することが期待される。そのプログラムの推進にあたっては、企業それぞれの社会参画の理念を尊重し、社員の人材養成等の企業のメリットにも考慮するなど、双方が等しく成果を共有することができるような配慮と工夫が大切である。

(2) 社会教育行政・NPO・企業との協働プログラムの開発

社会教育行政と企業は、NPO が仲介的役割を担い触媒的役割を担うことによって、より円滑に協働することが可能となる。そうした「トライアングル・パートナーシップ」を意識した戦略的なコミュニティ・アクション・プログラムが多様に企画され、独創的な活動が展開されることを期待したい。

(3) NPO と企業とのパートナーシップ環境の開拓のための普及啓発

企業と NPO とのパートナーシップの活性化は、それ自体が社会教育の発展に大きく寄与するものである。社会教育行政は、それを側面的に支援し普及啓発するとともに、あらゆる機会や広報媒体を

駆使してそのパートナーシップを促進する社会的機運の醸成に努めることが大切である。

(4)コミュニティをベースにした企業間ネットワーキングの構築

社会教育行政は、コミュニティの特性を活かした企業間ネットワーキングを促進し、それを側面的に支援することが大切である。そうしたネットワーキングは、より異なる業種の参画によって構成され、多様性の豊かな企業間ネットワークを構築することにより活性化される。また、その結ばれた絆がより持続可能なものであるために大切なキーワードは、「協働」「共生」「共助」「共学」「共存」である。

(5)企業インターンシップによる社会教育主事や社会教育指導者等の人材養成

社会教育行政に携わる社会教育主事や地域の社会教育リーダーが企業の活動特性や社会貢献スキルを理解するために、企業インターンシップ・プログラムを開発し、体験的に学ぶ研修機会を拓いていく必要がある。また、企業市民活動推進部局や担当者との「顔の見える人間関係」づくりを意識した研修プログラムを計画し、相互理解の深化を促進することも必要である。

また、企業等の「CSR」担当者などのための研修会を開き、社会教育への理解の促進を図ることも重要である。

(6)企業市民活動のための相談窓口の設置と情報ネットワークの構築

企業によっては、社会に参画する責任意識と意欲はあってもその効果的な方法や情報の入手方法が判別できない実情を訴えるケースも多い。社会教育行政においては、そうしたニーズに対応した『体験活動ボランティア活動推進センター』等に相談窓口を設置したり、独自のホームページやソーシャルネットワークをとして、社会教育・企業・NPOなどがリンクできる双方向の情報の提供を行う必要がある。

(7)社会教育の活性化のための「企業市民活動パートナーシップ会議」(仮称)の常設化

社会教育の活性化のためには、行政・企業・市民社会・地縁社会の相互理解を深め、ともに連携の絆を結ぶことが重要である。そのためには、社会教育行政の提案によって、コミュニティ全体の「社会教育力」を高めることを目的に常設の推進会議を組織化することが求められる。

興梠 寛(こうろきひろし) 社会学者……………

■新聞記者の後、イギリスの CSV・VSO 創始者アレック・ディクソンに師事し、ボランティア社会と非営利組織の役割、市民教育、コミュニティサービスラーニング、発展途上国における社会開発、企業市民活動などの調査研究活動を行う。■現在は、昭和女子大学グローバルビジネス学部教授・昭和女子大学コミュニティサービスラーニングセンター長として教鞭を執る他、日本社会事業大学、岐阜県立看護大学、拓殖大学、東北福祉大学、国際医療福祉大学他の兼任講師を務める。■独立行政法人国立青少年教育振興機構理事、日本ボランティア学習協会代表理事、社会福祉法人世田谷ボランティア協会理事長として非営利組織等の運営を行う。■文部科学省中央教委審議会、国立教育政策研究所、国立教員研修センター、東京都社会教育委員他の各種委員を歴任。■著書は『希望への力～地球市民社会の「ボランティア学」』(光生館)『世界はいまボランティア学習の時代』『ボランティアラーニング』(JYVA 出版)他。『ボランティア学習』(NHK学園)『英国の市民教育』(共著・日本ボランティア学習協会)、『現代のエスプリ～ボランティアリズム』『現代のエスプリ～国際化と異文化教育』(共著・至文堂)他。■東京都在住。