



令和2年3月

各団体 ご担当者様

厚生労働省雇用環境・均等局
職業生活両立課

「従業員のボランティア活動支援のすすめ」の送付について

労働行政の運営につきましては平素より格別のご理解とご協力を賜り、厚く御礼を申し上げます。

さて、厚生労働省では、ボランティア休暇の導入促進を図るため、今年度、「令和元年度ボランティア休暇・ボランティア活動普及広報事業」を株式会社日本能率協会総合研究所に委託し、実施いたしました。

本事業において、企業における従業員が積極的にボランティア活動に参加できるよう、ボランティア休暇の導入をはじめ、企業が従業員のボランティア活動を支援するための環境整備の方法等を示した「従業員のボランティア活動支援のすすめ～社会と企業のさらなる発展を目指して～」を作成しましたので、本冊子をご活用いただきますようお願いいたします。あわせて、貴団体傘下の企業（団体）への本冊子の周知について、ご協力のほどお願いいたします。

なお、本事例集は、働き方・休み方改善ポータルサイトにも今後掲載する予定です。

＜ご参考＞ 厚生労働省 「働き方・休み方改善ポータルサイト」

<https://work-holiday.mhlw.go.jp/>

《本件に関するお問い合わせ》

株式会社日本能率協会総合研究所（厚生労働省委託事業実施機関）

社会環境研究事業本部：佐野

住所：〒105-0011 東京都港区芝公園 3-1-22

電話：03-3578-7575 e-mail：naoto_sano@jmar.co.jp



従業員 の

ボランティア活動 支援のすすめ

～ 社会と企業のさらなる発展を目指して～

従業員の
社会課題への
感度を高めよう

人を育み、
組織を活かす

豊かな
ワークライフを
目指して!



ひと、暮らし、みらいのために
厚生労働省
Ministry of Health, Labour and Welfare

目次

はじめに	1
本誌の目的	1
想定する読者	1
本誌の構成	2
本誌の取りまとめにあたって	3
第1章 企業等で働く人たちのボランティア活動に対する考え方	4
(1) ボランティア活動とは	4
(2) 対象となるボランティア活動の範囲	5
(3) 従業員のボランティア活動への参加を支援するステップ	7
第2章 従業員のボランティア活動への参加を支援する意義	11
(1) 企業にとっての意義	12
(2) 従業員にとっての意義	13
第3章 ボランティア活動の基礎知識	19
(1) 社会貢献活動実績調査	19
(2) 市民の社会貢献に関する実態調査	22
(3) 就労条件総合調査	26
第4章 ボランティア休暇等の導入方法と解説	28
(1) 全社的な理解を得るために	28
(2) ボランティア休暇・休職制度導入のきっかけ	30
(3) ボランティア休暇・休職制度の導入	30
(4) 制度を見直す	33
第5章 ボランティア活動支援の種類	37
(1) ボランティア休暇・休職制度の導入	37
(2) ボランティア活動機会の創出（自主プログラム）	37
(3) ボランティア情報の提供や研修	38
(4) ボランティア活動の奨励	38
(5) 金銭や物資の提供	38
(6) 施設の開放	39
(7) 従業員ボランティア組織の設置	39
(8) 退職者ボランティア支援制度	39
(9) プロボノ活動の許可	40
(10) 従業員の派遣や受け入れ等の人材交流	40
第6章 ボランティア活動の取組方法	42
(1) 企画・立ち上げ方法	42
(2) 活動先の団体の選定方法	43
(3) ボランティア活動を円滑に進めるためのポイント	44
(4) ボランティア活動のフォローアップ	44
第7章 外部との連携・支援について	49
(1) 特定非営利活動法人日本ボランティアコーディネーター協会	49
(2) 公益財団法人さわやか福祉財団	50
(3) 公益社団法人日本フィランソロピー協会	51
(4) 社会福祉法人全国社会福祉協議会	52
(5) 特定非営利活動法人日本 NPO センター	52

はじめに

■ 本誌の目的

近年、急速に進展する少子高齢化、生産労働人口の減少は、企業や地域において、深刻な人手不足を招く可能性が高まっています。特に地域においては、自治会・町内会、NPO・団体等により、さまざまな活動が行われていますが、働き盛りの世代は本業での活躍も期待されており、ボランティア活動（ボランティア活動の定義は、「第1章（1）ボランティア活動とは」を参照）に参加することが難しくなっています。

このような状況を踏まえると、企業として、従業員がボランティア活動へ参加しやすくなるように支援し、働き盛りの世代が社会のため、地域のための活動に参加できるようになることは、社会・地域にとって望ましいと言えます。

一方で、企業にとって従業員のボランティア活動を支援することは、いわゆる「人助け」という意味だけかという点、決してそうではありません。これには、大きく2つの理由があると考えられます。

1つ目が、社会環境の変化への対応です。CSV（共通価値の創造）やSDGs（持続可能な開発目標）等、企業に対する社会課題解決への期待が高まる中、企業として従業員がボランティア活動に参加するきっかけを作り、結果として従業員の社会課題に対する感度が磨かれることは、企業にとってもメリットをもたらすものと考えられます。

2つ目が、働き方改革・休み方改革への対応です。働き方改革・休み方改革が注目される中、企業として、本業以外にも従業員の活動・活躍の場の「選択肢」が提示できることは、従業員の多様化する働き方・休み方の考え方への対応策として、有意義なものになると考えられます。これにより、従業員のモチベーションの向上や成長が期待されます。

企業が従業員のボランティア活動を支援することは、「人助け」という一方通行の考え方ではなく、社会・地域の活動を支援する一方で、企業や参加する従業員にとっても新たな気づきを得る機会が増え、企業の成長につながる可能性を秘めていると考えられます。

上記の状況を踏まえ、従業員が積極的にボランティア活動に参加できるよう、ボランティア休暇の導入をはじめ、企業が従業員のボランティア活動を支援するための環境整備の方法等を示すことにより、ボランティア活動の普及を図ることを目的として、「従業員のボランティア活動支援のすすめ ～社会と企業のさらなる発展を目指して～」を取りまとめました。

■ 想定する読者

上記のとおり、本誌は企業等で働く人が、ボランティア活動に参加しやすくなるように、企業としてどのように環境整備を進めれば良いかを解説しており、企業のCSRを担当する方を想定しています。また、ボランティア休暇等の制度面の整備についても言及しており、企業の人事・労務担当の方も読者として想定しています。

次ページの「本誌の構成」で、主な読者を明記しておりますので、ご参考にしてください。

■ 本誌の構成

本誌は第1章から第7章で構成されています。第1章から第3章までで、企業等における従業員のためのボランティア活動への参加支援に関する全体像を説明します。第4章は従業員がボランティア活動に参加しやすくなる制度整備（特にボランティア休暇制度）に関する説明を行い、第5章から第6章にかけて、具体的に従業員がボランティア活動に参加するための方法の種類とそれぞれの取組方法を説明しています。最後に、第7章ではボランティア活動の企画等を支援する外部連携の候補機関を紹介しています。

主な読者：CSR担当、人事・労務担当

第1章 企業等で働く人たちのボランティア活動に対する考え方

- ・ ボランティア活動とは
- ・ 対象となるボランティア活動の範囲
- ・ 従業員のボランティア活動への参加を支援するステップ

共通 STEP：全社的な理解を得る

STEP1：制度・仕組みを整える

STEP2：調べる

STEP3：企画する

STEP4：募集する

STEP5：準備する

STEP6：参加する

STEP7：活動を振り返る

第2章 従業員のボランティア活動への参加を支援する意義

- (1) 会社にとっての意義
 - ・ 社会環境の変化への対応
 - ・ 企業理念の実践
 - ・ 社内外へのブランディング
 - ・ リーダーとなる人材の育成
- (2) 従業員にとっての意義
 - ・ モチベーションの向上
 - ・ 成長の機会の創出
 - ・ 豊かな人生の享受

第3章 ボランティア活動の基礎知識

- ・ 社会貢献活動実績調査
- ・ 市民の社会貢献に関する実態調査
- ・ 就労条件総合調査

主な読者：人事・労務担当

第4章 ボランティア休暇等の導入方法と解説

- ・ 全社的な理解を得るために
- ・ ボランティア休暇・休職制度導入のきっかけ
- ・ ボランティア休暇・休職制度の導入
- ・ 制度を見直す

主な読者：CSR担当

第5章 ボランティア活動支援の種類

- ・ ボランティア活動機会の創出（自主プログラム）
- ・ ボランティア情報の提供や研修
- ・ ボランティア活動の奨励
- ・ 金銭や物資の提供
- ・ 施設の開放
- ・ 従業員ボランティア組織の設置
- ・ 退職者ボランティア支援制度
- ・ プロボノ活動の許可
- ・ 従業員の派遣や受け入れ等の人材交流

第6章 ボランティア活動の取組方法

- ・ 企画・立ち上げ方法
- ・ 活動先の団体の選定方法
- ・ ボランティア活動を円滑に進めるためのポイント
- ・ ボランティア活動のフォローアップ

第7章 外部との連携・支援について

本誌の取りまとめにあたって

本誌は、厚生労働省委託「令和元年度 ボランティア休暇・ボランティア活動普及広報事業」において、下記メンバーで構成される委員会を設置し取りまとめたものです。
(敬称略、委員長を除き五十音順)

- ・中村 陽一 立教大学 大学院 21世紀社会デザイン研究科 教授(委員長)
- ・小倉 一哉 早稲田大学 商学大学院 教授
- ・岸 博 富士ゼロックス株式会社 CSRグループ 端数倶楽部 事務局
- ・喜納 厚介 パナソニック株式会社 ブランドコミュニケーション本部
CSR・社会文化部 事業推進課長
- ・後藤 麻理子 特定非営利活動法人日本ボランティアコーディネーター協会
理事・事務局長
- ・清水 肇子 公益財団法人さわやか福祉財団 理事長
- ・高橋 陽子 公益社団法人日本フィランソロピー協会 理事長
- ・高橋 良太 社会福祉法人全国社会福祉協議会
全国ボランティア・市民活動振興センター長
- ・梁川 貴司 端数倶楽部 コンサルタント
- ・吉田 建治 特定非営利活動法人日本NPOセンター 事務局長
- ・四元 一弘 株式会社ゼネット 代表取締役 社長

また、先進的にボランティア活動に取り組む企業30社にヒアリングを行い、本誌の作成に資する基礎資料をいただきました。ヒアリングにご協力いただきました企業様におかれましては、改めて感謝申し上げます。

第1章

企業等で働く人たちの ボランティア活動に対する考え方

この章のポイント

- ・本誌における「ボランティア活動」の定義が分かります。
⇒従業員の自発性、主体性を重要視しつつ、活動の範囲は幅広く含める。
- ・対象とするボランティア活動の範囲が分かります。
⇒本業や業務の一環としてのボランティア活動は本誌の対象外とし、「企業主導型」と「従業員支援型」に類型化して解説する。
- ・従業員のボランティア活動を支援する7つのステップの概要が分かります。

1 ボランティア活動とは

「ボランティア」という言葉を知らない人は、ほぼいないと思われますが、「ボランティア活動」と聞いてイメージする活動内容は、人それぞれ異なります。

ここでは特に、ボランティアが持つ性格のうち、特に「自発性」を重視しています。従業員それぞれが、自分自身が気になること、好きなこと、得意なこと、あるいは憤りを感じることを、放っておけないと思うことについて、義務や強制ではなく、自発的に行動を起こすことによって、日頃見落とされがちな問題に気づく能力が備わり、社会課題への感度を高めることにつながると考えられます。

ボランティア活動は、従業員の自発性、主体性が重要となりますが、その活動内容は、下記のテーマで示したとおり、自治体等が実施する地域の清掃等の地域活動支援から、子どもや高齢者の支援、もしくは災害時の復旧支援等の社会的な課題への貢献活動等、幅広く含まれます（Column1参照）。本誌でいう「ボランティア活動」は、これらの活動を広く含めることとします。

ボランティア活動には様々な分野がありますが、ここでは一部を紹介します。最近、地震や大型台風等の被害が多く、災害ボランティアが注目されていますが、そのような非日常的なケースのみならず、自治会や地域のスポーツイベントへの参加等、身近で日常的な活動に参加することや、海外・国際活動に参加することも有意義な活動につながります。

ボランティアのテーマ	主な活動内容
子ども・青少年	①学習支援・英語教育・IT教育 ②交流イベントやレクリエーション ③会社訪問・就労支援等
高齢者支援	①日常生活支援（見守り・食事サービス等） ②訪問・交流・レクリエーション機会の提供 ③シニア世代の各種教育（英語、パソコン等）等

障がい者支援	①障がい児の学校等への付き添い ②訪問・交流・レクリエーション機会の提供 ③障がい者の社会参加協力（車イスの提供等） ④点訳・朗読・レコーディング・手話 等
自然保護・環境保全	①街、海、河川の清掃活動・森林の下草刈りや保全 ②里山の保全・体験活動 ③調査研究 ④植物の栽培や植樹・公園の手入れ 等
文化・芸術・スポーツ	①イベントサポート・ガイド・案内 ②講座や体験イベントの企画・運営 等
町会・自治会、NPO 等の支援	①地域活動支援 ②意識啓発支援 ③広報・資金調達支援 ④経営支援・新規事業開発支援 等
災害・防災	①救援物資の確保・輸送 ②炊き出し等の災害時の救援 ③地震・水害・火山噴火時のがれきの撤去・清掃 ④家屋の片付け・清掃補助 ⑤仮設住宅への引越補助 ⑥災害復旧のための募金活動 ⑦被災地の子どもの遊び相手・子供サロン 等

2 対象となるボランティア活動の範囲

本誌は、企業等において、従業員がボランティア活動に参加しやすくなるような取組等を紹介し普及することを目的としていますが、最終的には、社会課題解決に寄与することが期待されます。

社会課題解決のための取組は、ボランティア活動以外にも、本業が社会課題解決に直結しているケースもあります。本誌は、従業員の自発性を中心に考えることから、本業が社会課題解決に直結するケースは、本誌の対象外とします。従業員が自発的、主体的にボランティア活動に参加することで、社会課題解決に寄与するケースを対象とします。

従業員がボランティア活動に参加するパターンとして、企業が主導してボランティアプログラムを企画し、これに従業員が参加するケース（以下「企業主導型」と言います）と、従業員が自らボランティア活動を見つけてきたときに、その活動への参加を支援するケース（以下「従業員支援型」と言います）が考えられます。

この2つのパターンについて、どちらがいいということはありませんが、企業主導型の方が、日々の業務で慣れ親しんだ会社や同僚等と参加できることや、会社が選定した団体で活動できることから、参加へのハードルは低いと考えられ、まずは企業主導型から経験してもらい、従業員のボランティア活動参加への意欲が高まってきたら、従業員支援型に移っていくという考え方もできます。

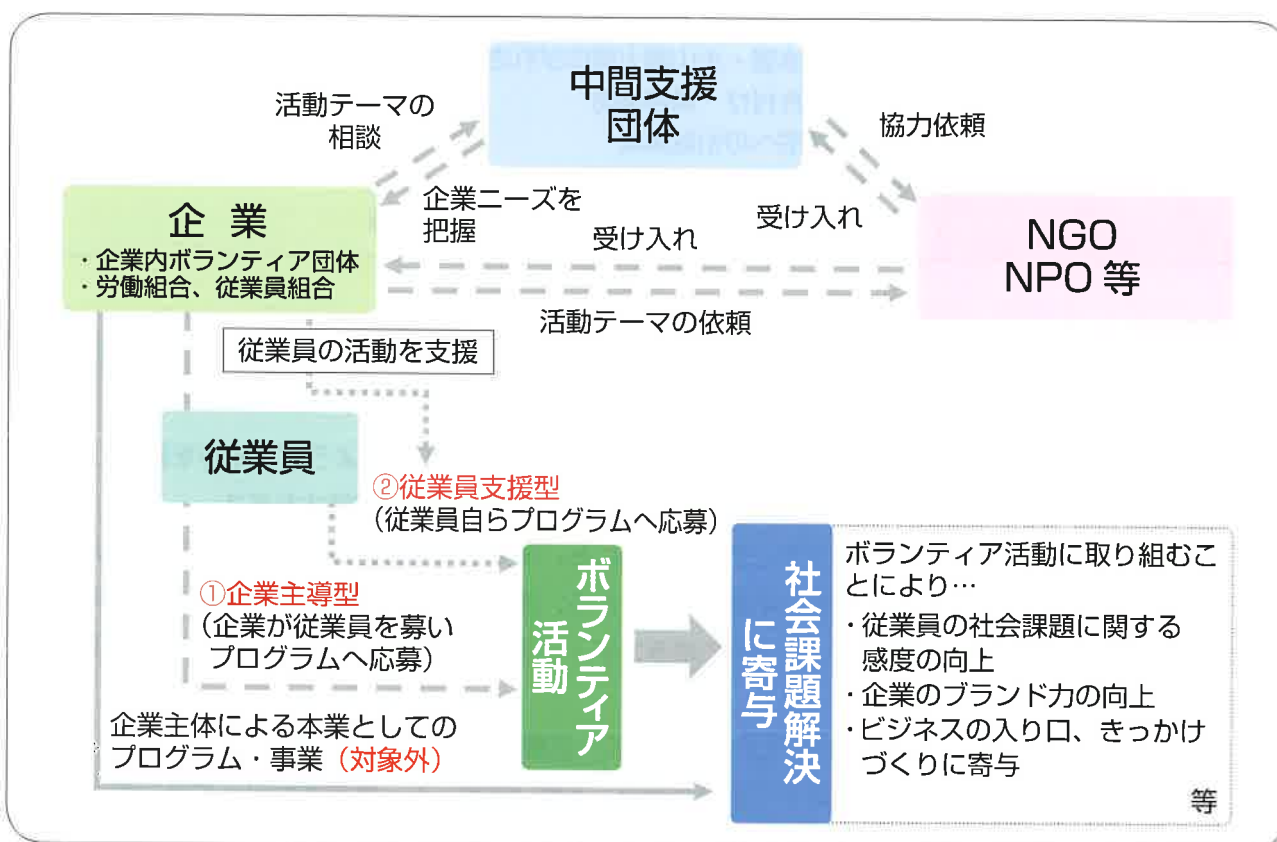
また、企業主導型は、業務の一環として、従業員に参加が義務付けられるケースと、企画は企業が行う

ものの、その参加は自由で、週末や年次有給休暇、もしくはボランティア休暇を取得して参加するケースなどがありますが、業務の一環として、従業員の参加が義務付けられるケースは、本誌の対象外とします。ただし、「まずは従業員に参加してもらうきっかけづくり」のボランティア活動としては有効な場合もありますので、コラムの中で、一部紹介します（Column4 参照）。

具体的に取り組むテーマを選択するときの考え方として、企業主導型でボランティア活動の取組支援を行う場合は、企業理念や CSR の方針に沿ったテーマで、ボランティアプログラムを企画する方法があります。一方、従業員支援型は、その人の志向や興味を最大限に尊重し、特に活動内容によらず支援することが望めます。これにより、ダイバーシティ経営や多様化する働き方・休み方の考え方への対応につながる事が期待されます。

企業がボランティア活動に取り組む背景

- 社会環境の変化への対応・・・従業員の社会課題に対する感度が求められる
（共通価値の創造（CSV））
（持続可能な開発目標（SDGs））
- 働き方・休み方改革への対応・・・従業員のモチベーションの向上や成長が期待できる



補足① プロボノの扱い

本業とボランティア活動のどちらに位置付けるか、難しいものとしてプロボノがあります。プロボノとは、各分野の専門家が、職業上持っている知識やスキルを提供して社会貢献するボランティア活動全般のことを言います。本誌では、プロボノも対象としています。

3 従業員のボランティア活動への参加を支援するステップ

ここでは、CSR 担当、人事・労務担当の人が、従業員のボランティア活動への参加を支援するためのステップを紹介します。詳細は第4章から第6章で解説しますが、ここでは要約した早見表を提示します。

ステップは、全てのステップに関係する共通ステップと、7つのステップから構成されます。



次ページに、「企業主導型」と「従業員支援型」に分けて、各ステップの概要を示します。早見表としてご活用ください。

	共通 STEP	STEP 1	STEP 2	STEP 3
	全社的な理解を得る	制度・仕組みを整える	調べる	企画する
企業主導型	・従業員のボランティア活動の支援は、CSR 担当が中心となりますが、<u>参加したい従業員が所属する部署の理解を得ることが重要です。</u> ・<u>上司、同僚の理解</u>を得られる風土づくりが必要です。 ・特に中小企業では<u>経営者の意思</u>が大きく影響することが多いです。 ・<u>新入社員研修・管理職研修等</u>で企業が従業員のボランティア活動を支援する意義について、説明する場を設ける方法もあります。	・従業員がボランティア活動に参加するには、年次有給休暇を取得して参加するケースがありますが、より参加しやすくするために、<u>ボランティア休暇等の特別休暇制度の導入</u>が考えられます。 ・会社の <u>PC や複写機等の利用</u>について、十分協議を行ったうえで、リスクマネジメントやリスクガバナンスの観点から、使用の可否を判断する必要があります。 ・よりよい環境とするために、ボランティア活動の情報を共有する仕組みをそなえることが考えられます。 ・会社によっては<u>業務の一環として全社的に取り組むケースや社内の労働組合・従業員組合・サークル活動として行う場合</u>も想定されることから、個々に応じた支援の仕方が考えられます。	・<u>自社が持っている資源</u>（人材、物品、技術力、活動の場、資金等）を<u>整理しましょう。</u> ・ボランティア活動の領域は、P4～5に示したボランティアのテーマのとおり、多岐に渡っています。<u>自社と関係のある領域や従業員の関心があることを整理</u>して、貢献活動ができる分野を掘り下げることが考えられます。 ・国際ボランティアの場合は、<u>感染症・治安状況等で従業員だけでは参加の判断が難しいケースがあり、専門的な情報を持っている部署と連携</u>し、参加の可否を判断することが望ましいです。	・企画は<u>自社で企画をして行うケース</u>と、外部で活動をしている <u>NPO 等のプログラムに参加するケース</u>があります。 ・自社で企画を行うケースでは、<u>会社の経営理念や企業方針とマッチした企画を立てること</u>により、従業員への企業理念の浸透につながります。 ・NPO 等のプログラムに参加するケースでは、<u>第7章で紹介する中間支援組織等に相談</u>する方法があります。
従業員支援型	・基本的に企業主導型と同じですが、企業が主導しない分、全社的な理解を得るのは、従業員支援型の方が難しいかもしれません。	・基本的に企業主導型と同じです。 ・会社によっては<u>社内のサークル活動として行う事例</u>も見られますので、社内の福利厚生担当部署やCSR担当部署等との連携方法を検討しておくとい良いでしょう。	・従業員が参加したいプログラムを自ら調べるため、会社としての支援は基本的には不要ですが、会社に相談が来るボランティア活動や、中間支援組織等の情報を共有することが考えられます。	・従業員が参加したいプログラムに自ら応募することから、この部分について、会社としての支援は不要です。

※白い部分：企業として、全面的に対応することが望ましいことを示しています。 ※薄いグレーの部分：企業として、一部対応することが望ましいことを示しています。
※濃いグレーの部分：企業として、対応する必要性は低いことを示しています。

STEP 4	STEP 5	STEP 6	STEP 7
募集する	準備する	参加する	活動を振り返る
・プログラムが決まったら、参加する従業員を募ります。 ・<u>社内のイントラネットに募集を掲示するケースや社内報で周知するケース、会社の行事として全社的に取り組むケース</u>などが考えられます。 ・実際の活動時の写真等をあわせて掲載することにより、より従業員に具体的なイメージが伝わり、参加しやすくなります。	・企業として、どのような従業員に、どのような気づきを与えたいかを考え、そのためにはどのような活動に参加してもらうのが良いか、<u>企業、従業員、活動先の3者のニーズをよく考え</u>、参加させる人を選定します。 ・参加する側と受け入れる側とで、<u>対等な関係</u>を作り出せるように、調整をします。 ・<u>ボランティア休暇願、ボランティア活動計画書</u>を事前提出してもらうことが望ましいです。 ・ボランティア活動に携わることで、社会の役に立てる喜びを感じられる反面、さまざまなリスクに遭遇する機会も増えます。安心して活動を行うためにも、従業員の<u>ボランティア保険の加入手続き</u>をすることが望ましいです。 ・会社として参加する場合は複数の従業員が参加することが想定されます。受入先にご迷惑がかからないように<u>事前研修を行う</u>ことが望ましいです。	・会社として参加する場合、<u>当該代表従業員の緊急連絡先や受入先担当者と連絡</u>がとれるようにしておきましょう。 ・従業員の活動状況がわかるように写真を撮っておくと良いでしょう（事前に受入先と確認をとってください）。	・受入先の団体等へのお礼は忘れずにしましょう。 ・活動後は、活動内容や活動の感想・意見等を記した<u>活動報告書</u>を提出してもらうと良いでしょう。 ・提出された活動報告書は社内報やイントラネットに掲載して他の従業員へ周知することで、<u>従業員のボランティア意識の醸成</u>につながります。 ・会社として募集したプログラムについては<u>参加した従業員にアンケート</u>をとることにより、満足度や改善点等を把握することができ、次の企画を練る際にも役立ちます。
・従業員が参加したいプログラムに自ら応募等することから、この部分について、会社としての支援は不要です。	・会社として特段の後ろ盾は必要ありませんが、<u>ボランティア休暇願、ボランティア活動計画書</u>を事前提出してもらうことが望ましいです。 ・ボランティア活動に携わることで、社会の役に立てる喜びを感じられる反面、さまざまなリスクに遭遇する機会も増えます。安心して活動を行うためにも、従業員には<u>ボランティア保険に加入</u>することを促しましょう。 ・自らプログラムへ応募するケースでは、移動手段や必要な備品等すべて把握できていない可能性があります。会社としてボランティアへ参加する従業員向けの、<u>必要なもののチェックリスト</u>を用意しておくとう良いでしょう。	・個人として参加する場合でも、<u>当該従業員の緊急連絡先や受入先担当者と連絡</u>がとれるようにしておけると良いでしょう（特に海外の場合等）。	・活動後は、活動内容や活動の感想・意見等を記した<u>活動報告書</u>を提出してもらうと良いでしょう。 ・提出された活動報告書は社内報やイントラネットに掲載して他の従業員へ周知することで、<u>従業員のボランティア意識の醸成</u>につながります。

災害ボランティアは参加のハードルが低い？

ボランティア活動の歴史を見ると、災害は非常に大きな影響を与えることが分かります。1995年の阪神淡路大震災は「ボランティア元年」と呼ばれ、ボランティア活動に対する注目を集めました。2011年3月に発生した東日本大震災では、今でも支援に取り組む企業が数多く存在します。近年の大型台風による被害でも、ボランティア活動の重要性が再認識されているところです。

このような地震や台風による水害等が発生したときは、自ら志願してボランティアに参加する人が多く現れます。それでは、災害ボランティアは参加のハードルが低いのでしょうか。現地では泥かき等の重労働があり、破傷風の注射を持っていかなければならない等、留意すべき点が多く、帽子、ゴーグル、ヘルメット等、準備しなければならないものも多く、費用もかかります。決して参加へのハードルは低いとは言えませんが、それでも参加希望者が多く現れるのは、やはり「人の役に立ちたい」、「困っている人を助けたい」という駆り立てる思いが大きいことが要因だと思われます。

一方で、自治会の取り組み等、地域に密着した日常的なボランティア活動については、参加のハードルが高いわけではありませんが、なかなか参加者が集まりません。これは、日常的な取組の中では、「駆り立てるもの」を見つけるのが難しいことが原因かもしれません。そこで、1つの考え方として、「家族と一緒に取り組める活動」から始めてはいかがでしょうか。例えば、子供が地域の少年野球チームに入っている場合は、そのコーチを引き受ける等から始めることが考えられます。

ここから発展的に物事を考えるのは難しいですが、伊藤忠商事では、明治神宮野球場に首都圏の障がいのある小中高生を招待し、東京ヤクルトスワローズの元選手たちの指導のもと、野球に親しんでもらう「伊藤忠野球教室」という活動を実施しています。同社は社会貢献活動基本方針として「次世代育成」「環境保全」「地域貢献」を掲げており、この取組は「次世代育成」「地域貢献」に寄与するものとなっています。

「次世代育成」はSDGsでも4番目の目標である「質の高い教育をみんなに」にも寄与するものです。まずは身近な家族と取り組めるものから始めて、ゆくゆくは従業員の社会課題への感度を高める活動につながると、企業にとってもメリットが得られると考えられます。



「伊藤忠野球教室」の様子
(出典：伊藤忠商事株式会社 ホームページ)

第2章

従業員のボランティア活動への参加を支援する意義

この章のポイント

・企業として、従業員のボランティア活動への参加を支援する意義が分かります。

○社会環境の変化への対応

- ・CSV、SDGs 等、ボランティア活動と本業とは密接なものへと変化
- ・社会課題への感度が高い従業員の確保
- ・グローバル化時代の競争力強化
- ・働き方・休み方改革、ワークライフバランスの充実
- ・人生 100 年時代における選択肢の確保

○企業理念の実践

- ・ボランティア活動を通じた企業理念の体現

○社内外へのブランディング

- ・ステークホルダーからの信頼確保
- ・地域社会からの信頼確保
- ・従業員の自社に対する「誇り」

○リーダーとなる人材の育成

- ・フラットな関係の中でのリーダー・管理職としての成長

○従業員のモチベーションの向上

- ・自分の経験やスキルの活用場の創出
- ・喜んでもらえる嬉しさ等の経験
- ・普段の業務では経験できない活動

○従業員の成長の機会の創出

- ・普段の業務では経験できない作業から得られるスキルの習得
- ・現場の雰囲気を知る機会の創出
- ・人とのつながりの強化
- ・これまで触れたことのない考え方に触れることによる新たな「気づき」を得る
- ・自由な発想力の習得

○従業員の豊かな人生の享受

- ・新たな生きがいの発見
- ・人生を豊かにする経験・人との出会い
- ・リフレッシュ

1 企業にとっての意義

①社会環境の変化への対応

企業とは、営利の目的で継続的、計画的に生産・販売・サービス等の経済活動を営む組織体ですが、最近では、持続可能な開発・発展が求められています。以前から、CSR の考えから、利益を追求するだけでなく、組織活動が社会へ与える影響に責任を持ち、あらゆるステークホルダーからの要求に対して適切な意思決定のもと、企業活動を行うことが求められていましたが、最近では、CSV、SDGs に代表されるように、企業にとって社会課題解決のための取り組みは本業とは切り離したものではなく、財務領域と非財務領域とは密接なものへとなってきています（Column2 参照）。

このような背景を踏まえ、企業として社会課題への感度が高い従業員を確保することは、結果として企業の発展に寄与する人材の確保につながる可能性が高まります。ボランティア活動への参加を支援することも、社会課題への感度を高める機会の提供につながると考えられます。

特にグローバル化が進み、製造業等では技術競争が激化しており、常に最先端の技術を保有し続けるのは、大変難しい環境にあります。このような環境にあっては、社会課題を発見し、これに対応するためのソリューションを提供する技術開発が重要度を増しています。従業員の社会課題への感度を高めることは、企業の競争力の強化につながる可能性があります（Column3 参照）。

また、働き方・休み方改革や、ダイバーシティ経営に関する差別化にもつながります。企業がボランティア活動を企画し、参加を促す場合も、週末に参加するプログラムも多く見られ、充実した休み方を実践する場を従業員に提供することができます。また、本業に縛られない、多様な分野に興味を持つ従業員の獲得にもつながり、ダイバーシティ経営につなげることも可能です。人生 100 年時代を迎え、40 代、50 代からのセカンドキャリアのプランニングにおいても、ボランティア活動は 1 つの選択肢になり得ます。

②企業理念の実践

ボランティア活動への参加は、企業理念等、会社が大切にしている考え、思いを実践する場の提供であると考えられます。企業理念は、従業員の行動指針や企業の姿勢を示す重要な役割があります。従業員がボランティア活動を経験することで、より具体的に企業理念を理解することが可能になります（Column4 参照）。

③社内外へのブランディング

ボランティア活動は、「自主性・主体性」が原則としてあるため、「ブランディング」を目的と捉えることは適切ではありませんが、結果として、社会に貢献する取組は、株主、顧客、取引先等、あらゆるステークホルダーからの信用を得ることにつながります。

事業所単位で実施するボランティア活動では、地域社会との関係を重要視し、「地域共生活動」と位置付け、地域の人々との対話を通じて社会課題を認識し、その解決に向け共に活動することにより地域社会からの信頼を得ているケースも見られます。

また、「ブランディング」というと外部への発信が重要視されますが、従業員に向けてのブランディングも考えられます。社会に貢献する企業に勤めているという意識は、自分たちの会社に「誇り」を持てるようになります。このことが、結果として優秀な従業員の定着・確保につながります。

④リーダーとなる人材の育成

ボランティア活動を通じて、非営利を含めた社会全体の取組が把握でき、自社の営利活動の意義と位置付けを理解することができます。このような経験から、フラットな関係の中でのリーダー・管理職としての成長が期待されます。

2 従業員にとっての意義

①モチベーションの向上

ボランティア活動に参加すると、自分の経験やスキルの活用が増え、それにより喜んでもらえる嬉しさ等を経験する機会が増えます。このことが、従業員のモチベーションの向上に寄与することが期待されます。

また、普通の業務では経験できない内容が多く、従業員の達成感が得られる機会が増し、従業員のモチベーション向上に寄与することが期待されます（Column5、6 参照）。

②成長の機会の創出

ボランティア活動に参加する側は、どちらかというと「知識・経験・ノウハウ等を提供する側」というイメージがありますが、実は従業員の成長につながるが多いです。

普通の業務では経験できない作業から得られるスキルはもとより、報道だけでは伝わらない現場の雰囲気を知ることができたり、人とのつながりやこれまで触れたことのない考え方に触れたりと、新たな「気づき」を得る機会も多くなります。今までにない視野や、多様性への考え方が広がることで、従業員の社会課題の感度を高めることができ、創造性や自ら考える力の向上等、従業員の成長につながっていきます。このほか、自由な発想力の向上等につながることを期待されます。

③豊かな人生の享受

ボランティア活動は、前述のとおり、従業員の自発性、自主性により参加することが望ましく、豊かな人生を送りたい、新たな生きがいを見つけたいという思いが動機付けになって参加を希望するケースが想定されます。また、仕事で壁にぶつかる等、仕事以外の場でリフレッシュを図ることが望ましいケースもあります。このような時に、企業として従業員のボランティア活動への参加を支援できると、従業員にとって豊かな人生を享受する助けになると考えられます。

企業のボランティア活動とSDGs との関連

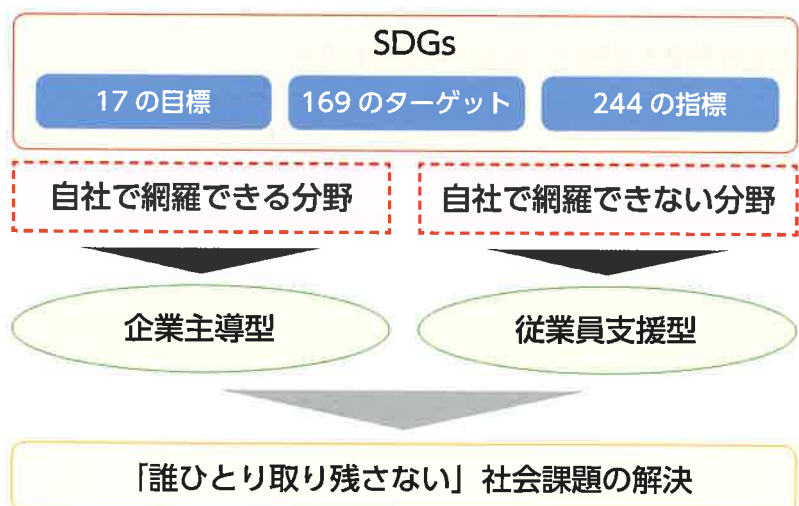
経済発展・技術開発により、企業の成長と社会課題への対応との両立は大きな課題となっています。世界的な動きをみると、「環境と開発に関する国際会議（地球サミット）」（1992年、リオデジャネイロ）では「持続可能な開発（経済成長、社会的包摂、環境保護という3つの核となる要素の調和）」という概念が全世界の行動原則へと具現化され、2000年に国連でミレニアム開発目標（MDGs）が採択され、2015年までの共通目標として、極度の貧困と飢餓の撲滅や、環境の持続可能性の確保等の8つの目標が掲げられました。

しかし、経済・環境に関わる目標の数が不十分であった等の問題があった点や、国連持続可能な開発会議（2012年）での「『持続可能な開発』の三側面（経済・社会・環境）は一体不可分」という考え方を受け、国連サミット（2015年）にて全会一致で、SDGs（持続可能な開発目標）を中核とした「持続可能な開発のための2030アジェンダ」が採択されました。

SDGsとは、「誰ひとり取り残さない」という共通理念のもと、我々が直面している様々な地球規模の課題の解決に向けて17の目標、169のターゲット、244の指標が定められています。ここで重要なのは、「誰ひとり取り残さない」というのは、「企業で働く人が一方的に困っている人を助ければ良い」ということではないということです。

特に今回のテーマであるボランティア活動は、「助ける側」と「助けられる側」に分かれるイメージがありますが、必ずしもそうではありません。企業の従業員が参加する場合も、一緒に活動を行うNPO等の方々との触れ合いで、新たな価値観や気づきを得る機会が増えます。NPO等で活動している方も、「助けられる側」という意識ではなく、お互いに高め合う「同志」としての意識が持てると、さらに参加する人の価値観や気づきを与えることができると考えられます。「助ける側」、「助けられる側」ではなく、お互いに高め合う意識のもと、誰もが課題を「自分ごと」として捉え、取り組んでいくことが求められます。

また、SDGsの課題設定は範囲が広く、1企業で全ての課題解決に向けた活動を進めることは難しいと言えます。この問題に対する1つの考え方として、自社でカバーできる範囲については、企業主導型で自社の考えや重点テーマにあったボランティア活動を実施し、自社でカバーできない範囲については、従業員支援型で、従業員の興味・関心が高いテーマ領域のボランティア活動を支援する方法があります。このことにより、より広範囲な課題が網羅でき、「誰ひとり取り残さない」という理念に近づく活動を展開することができます。



日本電気株式会社のグローバル化を見据えた取組

日本電気株式会社では、1999年（平成11年）、NEC創立100周年を機に、「できることから少しずつ／ThinkGlobally,ActLocally」をスローガンに、NECグループ社員のボランティア参加による地域社会貢献活動として、「NECMake-a-DifferenceDrive」を開始しました。従業員一人ひとりが良き企業市民として、中長期的な社会課題解決に向けた社会貢献活動を、ユニバーサルなテーマである「教育・文化・スポーツ」「福祉・ダイバーシティ」「環境」「地域貢献活動」の4つの分野で推進しています。

同社は元々、技術志向の企業でしたが、グローバル化で技術競争も激化する中、良い技術、世界最先端の技術さえあれば、ビジネスが成立する時代ではないとの認識を持ち、SDGsに代表されるように世界中で様々な社会課題が現れてくる中で、同社は社会価値創造型企業への変革を掲げ、課題起点でビジネスを考える能力が必要であると考えています。そこで、「NECMake-a-DifferenceDrive」を、同社のESG視点の経営優先テーマ「マテリアリティ」として特定した「社会感度の高い人財の育成」および「ステークホルダーとの対話・共創」を推進するための基盤の1つと位置付け、従業員が地域社会や社会セクターをはじめとするさまざまなステークホルダーと対話・共創することにより、社会価値創造型企業として取り組むべき社会課題を体感できる場や機会を提供しています。具体的な取組として、次のようなプログラムを実施しています。

テーマ	プログラム	概要
教育・文化・スポーツ	NEC プロボノイニシアティブ	NECグループ社員のプロフェッショナルスキルを活かして、社会起業家の抱える課題解決に役立てるプログラムを実施。
福祉・ダイバーシティ	東京都障害者スポーツ協会連携	2016年より東京都障害者スポーツ協会の正会員となり、大会運営等のボランティア参加やパラスポーツ体験会を実施。
環境	NEC 田んぼ作りプロジェクト	NECグループ社員の環境意識の向上を図るため、稲作からお酒造りまでを1年を通じて体験する自然体験参加型プログラムを実施。
地域貢献活動	収集活動による被災地／途上国支援	従業員が参加しやすい身近な活動として収集活動を推進。収集品はNPO等を通じて被災地や途上国の支援に役立てる。

（日本電気株式会社 ヒアリングより作成）

また、質の高いプログラムを従業員に経験してもらうために、東京市民ボランティアセンターと包括契約を結び、良い信頼関係ができるプログラムを実施しています。

制度面では、「ファミリーフレンドリー休暇制度」を設けており、2002年（平成14年）からボランティア活動が対象事由に追加され、従業員のボランティア活動への参加を支援しています。

オムロン株式会社の「企業理念」の実践

オムロン株式会社は1933年（昭和8年）に創業者の立石一真氏が、レントゲン写真撮影用タイマーを開発して生産・販売したことが始まりになります。1948年（昭和23年）には商号を立石電機株式会社に変更し、1990年（平成2年）に社名をオムロン株式会社と変更して現在に至っています。

創業者の立石一真氏は1959年（昭和34年）に「われわれの働きで われわれの生活を向上し よりよい社会をつくりましょう」という社憲を制定しました。その背景には、「企業は利潤の追求だけではなく、社会に貢献してこそ存在する意義がある」という企業の公器性への共鳴がありました。立石氏は、企業の公器性を次の8つの観点で捉えていました。

①社会に豊富な雇用機会を提供すること	②得意先には良い仕入先であること
③仕入先には良い得意先であること	④税金の形で国家に貢献すること
⑤高賃金で社員の高能率に報いること	⑥消費者に対しては良い商品をより安く提供すること
⑦高配当で株主に報いること	⑧利潤の一部で社会奉仕をすること

この企業の公器性を背景とした社憲が制定されて以来60年、オムロンはその使命を「事業を通じて、よりよい社会づくりに貢献すること」とし、世に先駆けてイノベーションを生み出すという「ソーシャルニーズの創造」へのチャレンジを続けています。

またオムロンは、1990年以降、社憲の精神を企業理念へと発展させ、企業理念を軸とした企業理念経営を実践しており、企業市民活動（社会貢献活動）も従業員が企業理念を実践する場のひとつとして位置付けています。その活動は大きく二つに分かれており、「地域貢献活動」は就業時間内の活動で、従業員全員が参加できるよう、事業所毎に地域社会のニーズにあった活動を複数企画しています。企画には、学校の清掃や森林整備、がん患者のためのタオル帽子作成等があり、幅広い活動をしています。また、もうひとつの「社会貢献活動」は、就業時間外の活動で、会社が従業員やその家族から有志を募って、土・日曜日に開催される地域イベントにボランティアとして参加しています。

このように、企業によっては社会貢献活動の位置付けを企業の理念そのものと密接に結びつけているケースもあります。これから社会貢献活動の導入を考えている方、既に取り組んでいられる企業様においても、今一度、活動の目的と位置付けを話し合い、あるべき姿を考えてみてはいかがでしょうか。

オムロンの企業理念

Our Mission
(社憲)

われわれの働きで われわれの生活を向上し よりよい社会をつくりましょう

Our Values
私たちが大切にしている価値観

- ・**ソーシャルニーズの創造**
私たちは、世に先駆けて新たな価値を創造し続けます。
- ・**絶えざるチャレンジ**
私たちは、失敗を恐れず情熱をもって挑戦し続けます。
- ・**人間性の尊重**
私たちは、誠実であることを誇りとし、人間の可能性を信じ続けます。

オムロン企業理念 2015年5月改定

従業員のボランティア活動をどう評価するか

これまで、従業員がボランティア活動に参加しやすい環境を整える考え方や意義について説明してきましたが、企業にとって、従業員のボランティア活動をどう評価するかは、難しい問題の1つではないでしょうか。一般的に、従業員の昇給・昇格等を判断するための評価は、業績や作業の効率性等、本業に関わるところが中心で、その評価項目にボランティア活動が位置付けられている例は、あまり見られないのが現状です。

ボランティア活動の経験を活かし、その後の本業への活躍に生かされた場合は、十分評価に値するものとなりますが、「ボランティア活動そのもの」の評価は難しいようです。

従業員のボランティア活動の評価を難しくしている要因の1つに、ボランティア活動への考え方があります。ボランティア活動は基本的に自主性を重んじて参加することになります。会社としての命令ではなく、自主的に参加したものに対して評価をすることは、ボランティア活動への考え方からして、適切ではないと判断されることがあります。

もう1つの要因としては、ボランティア活動の成果を定量化することが難しいという点があります。寄付や寄贈は、数字で表すことはできますが、例えば、ボランティア活動に積極的に参加する企業で働くことは、従業員の誇りにつながることを記載しましたが、実際に、どの程度従業員の定着に寄与したのかを定量的に評価することは難しいと言わざるを得ません。これは、従業員の定着には、ボランティア活動以外にも多くの要素があり、仮にボランティア活動を積極的に支援しているから従業員の定着率が上がったとしても、本当にその要因が全てボランティア活動によるものか、判断することはできません。

ボランティア活動への考え方や定量化の難しさが、従業員のボランティア活動の評価を難しくしていますが、最近は「バリュー評価」という評価制度が見られるようになりました。これは、会社の価値観を理解して、いかに行動できたかを評価するものです。グローバル化やデジタル化により、商品やサービスのライフサイクルが短命となる中、会社の持続的な発展を維持するためには、課題を敏感に察知し、先を読みながら創造する力が求められます。このためには、会社の理念や価値観を理解し、当事者意識を持って活動することが必要となります。このような状況においては、従来型の期初に立てた数値目標に対して、どれだけ達成できたかを評価する「プロフィット評価」だけではなく、企業の価値観に対して、どれだけ貢献できたかを評価する「バリュー評価」を用いる動きが出てきています。定量的な評価だけではなく、密な面談を通じて定性的な評価も加えやすい制度であるため、ボランティア活動の評価する際にも、適した評価制度と言えそうです。

従業員が積極的にボランティア活動に参加できる環境を整えるためには、評価制度についても検討する余地があると思われます。

ボランティア活動とサードプレイスとの関係

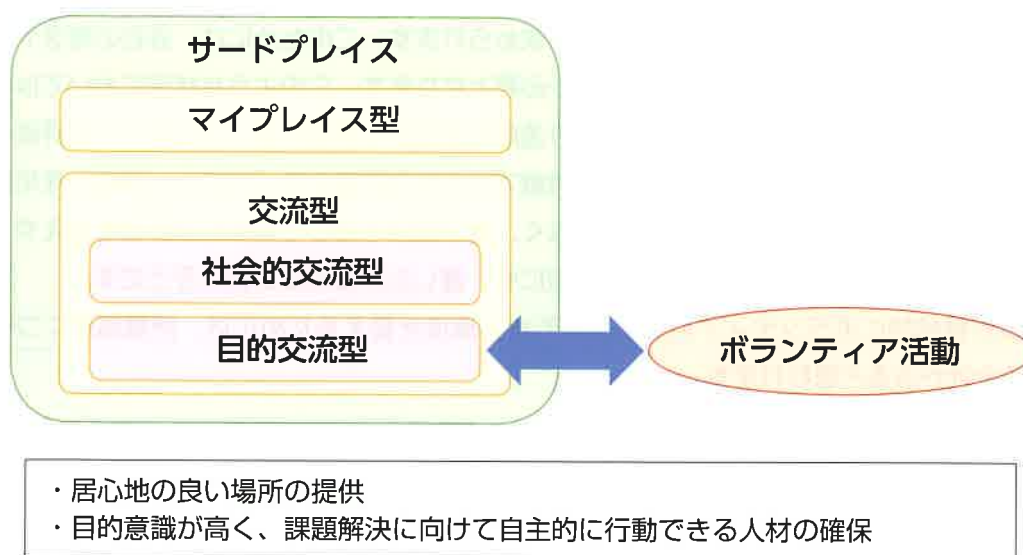
サードプレイスとは、オルデンバーグが提唱した考え方で、家庭（第1の場）でも職場（第2の場）でもない第3の居心地の良い場所という意味です。イギリスのパブやフランスのカフェ等が代表例となっています。

サードプレイスの特徴には、「中立性」、「社会的平等性の担保」、「会話が中心に存在すること」、「利便性があること」、「常連の存在」、「目立たないこと」、「遊び心があること」、「もうひとつのわが家」の8つがあるとされています。

一方で、「地域コミュニティにおけるサードプレイスの役割と効果（片岡 亜紀子、石山 恒貴）」によると、日本のサードプレイスは、オルデンバーグが提唱したものと必ずしも一致しない形式で展開されてきたことが指摘されています。日本のサードプレイスの展開は、交流を主な目的とする交流型と、人を気にせず個人で居心地よく過ごすマイプレイス型に区分されるとしています。さらに、交流型は社会的な交流を目的とするもの（社会的交流型）と、社交以外の何らかの明確な目的があるもの（目的交流型）に区分できるとしています。

本誌で扱うボランティア活動は、目的交流型に該当すると考えられます。目的交流型の特徴として、目的を持っていること、自発的に参加することがあり、ボランティア活動の特徴とよく一致しています。働き方・休み方が多様化し、価値観も多様化する中で、もっと手ごたえのある充実した人生や、豊かな人生を送りたいと思いはじめた人たちが、家庭と職場以外にも自分の居場所である「サードプレイス」を求めはじめています。このような方々は、目的意識が高く、課題解決に向けて自主的に行動できる人が多いと考えられます。

企業として、従業員が関心のあるボランティア活動に参加するための支援を行い、「サードプレイス」を提供できる環境を構築することは、優秀な人材に選ばれる1つの要因になり得ると考えられます。このような背景も含め、ボランティア活動の重要性は高まっています。



第3章

ボランティア活動の 基礎知識

この章のポイント

- ・企業、市民、ボランティア休暇等の制度の視点から、ボランティア活動の状況をアンケート結果等から定量的に把握できます。

これまで、従業員がボランティア活動に参加することの考え方や意義について説明してきましたが、ここでは過去のアンケート結果等から、統計的に企業のボランティア活動・ボランティア休暇等に関する状況を整理します。

1 社会貢献活動実績調査

社会貢献活動実績調査は、一般社団法人 日本経済団体連合会（以下、経団連）が実施している調査です。

調査目的

企業の社会貢献活動を巡る動向を分析し、広く社会に公表するとともに、企業の取り組みをより一層推進するための諸課題を示す。

調査内容

- ① 経団連ならびに1%クラブでは、1991年より毎年、社会貢献活動実績調査を実施し、結果を公表している。
- ② 本年は、以下の調査を実施した。

- I. 社会貢献活動支出調査（毎年実施）
- II. 社会貢献活動に関する制度・意識調査（3年ごとの調査）

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1,394社）

回答企業数

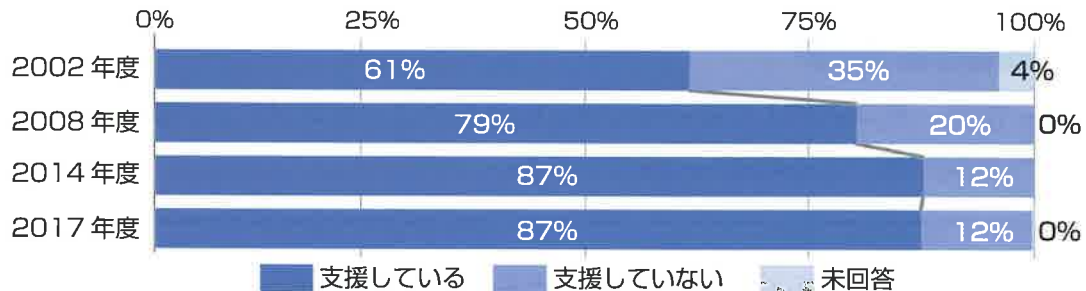
- I. 社会貢献活動支出調査：337社・グループ（回答率：24.1%）
※このうち連結グループとしての支出調査回答が139件あり、これら139グループの連結対象企業を含めると約13,400社の実績を反映。
- II. 社会貢献活動に関する制度・意識調査：353社・グループ（回答率：25.3%）

調査結果

本誌の関連が大きい「社員の社会貢献活動に対する支援状況」について、ご紹介します。

①社員の社会貢献活動に対する支援の有無

「支援している」との回答が経年的に増加傾向にあり、2017年度は87%と高水準を維持しています。



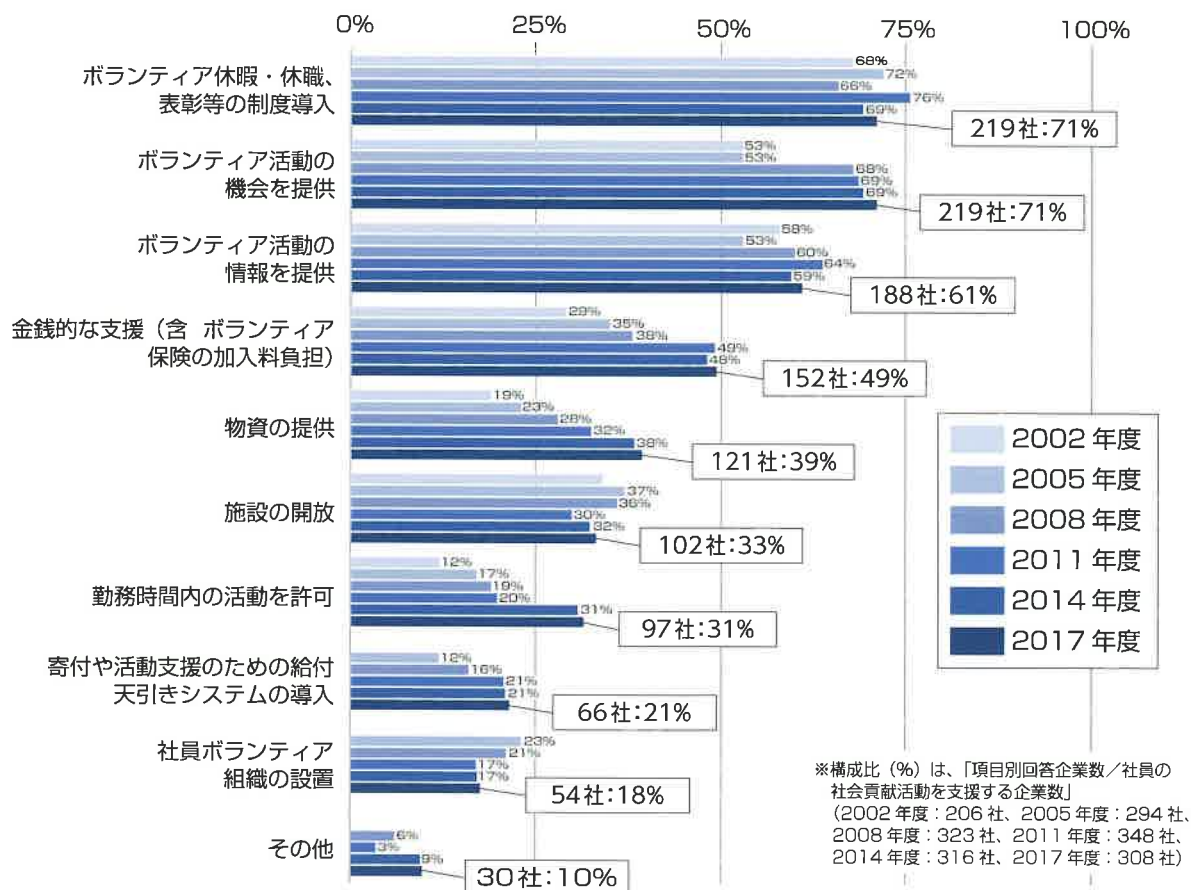
※構成比 (%) は、「項目別回答企業数/調査回答企業数 (353 社)」

(2002年度: 338 社、2005年度: 447 社、2008年度: 408 社、2011年度: 437 社、2014年度: 378 社、2017年度: 353 社)

②「支援している」企業における具体的な内容（複数回答）

具体的な内容は、「ボランティア休暇・休職、表彰等の制度導入」が71%と最も多くなっていますが、導入状況は横ばいとなっています。次いで、「ボランティア活動の機会を提供」が71%、「ボランティア活動の情報を提供」61%と続いています。

「東日本大震災を境に、ボランティア活動の機会提供、金銭的な支援、物資提供、勤務時間中の活動許可の各制度の導入が進んだ傾向がみられる。」との考察が示されています。



※構成比 (%) は、「項目別回答企業数/社員の社会貢献活動を支援する企業数」
(2002年度: 206 社、2005年度: 294 社、2008年度: 323 社、2011年度: 348 社、2014年度: 316 社、2017年度: 308 社)

③ ボランティア休暇・休職制度 申請者数

2014年度と比較して、2017年度のボランティア休暇申請者数が倍に増加しています。

	2014年度			2017年度		
	申請者数合計	利用企業数	1社平均	申請者数合計	利用企業数	1社平均
ボランティア休暇制度	6,727人	166社	40.5人	13,612人	164社	83.0人
ボランティア休職制度	38人	77社	0.5人	27人	72社	0.4人

④ 社員の社会貢献活動を支援する理由（3つ以内回答、ただし2005年度は2つ以内）

「地域社会の維持・発展に貢献したい」が90%と最も多く、経年的にも増加傾向にあります。次いで、「社会における企業イメージを向上させたい」が53%、「社員が会社に対して誇りを持てる」が39%と続いています。

⑤ 社員の社会貢献活動を支援しない理由（複数回答）

「ボランティアは個人の選択で行うべきもの」が39%と最も多く、次いで「支援を望む社員がいない」が20%、「人的・金銭的余裕がない」が16%と続いています。

補足② 「休暇」「休職」「休業」の違い

上記のアンケート調査の結果にも、「ボランティア休暇」と「ボランティア休職」という言葉が出てきます。一般的に、「休暇」は本来労働義務のある日について、労働者の申し出により労働義務を免除する日のことを言います。期間としては数日程度のものが多くなっています。一方、「休職」は何らかの理由で就労することができない従業員に対して、会社での籍は残したまま、一定期間就労を禁止することです。期間としては、1カ月から数カ月程度のものが多く、場合によっては年単位に及ぶこともあります。大きな違いは、休暇は労働者に主導権があることに対して、休職は会社主導権があることです。ボランティア休暇を導入するか、ボランティア休職制度を導入するかを検討する際は、この2つの違いを考慮する必要があります。

特に休職の場合は、期間が長くなるため、復帰後の取り扱い等に留意する必要があります。詳しくは第4章をご参照ください。

また、「休業」というものもあります。「休業」は、休暇と同じように本来労働義務のある日について労働者の申し出により労働義務を免除する日のことを言いますが、休暇との違いは、休暇は1日単位で取得ができる等細切れでの取得が可能です。休業は連続して長期的に取得するという違いがあります。

2 市民の社会貢献に関する実態調査

市民の社会貢献に関する実態調査は、内閣府が実施している調査です。

調査目的

本調査は、市民の寄附・ボランティア活動の実態を明らかにし、共助社会づくり及び社会貢献に関する施策のための基礎資料を得ることを目的として実施する。

調査対象

全国に居住する満 20 歳から 69 歳までの男女 9,000 人

調査期間

平成 28 年 9 月 15 日（木）～ 10 月 31 日（月）（47 日間）

回収率

41.8%（回答数 ÷ 発送数 × 100）

※ 発送数 9,000 不達数 95 回答数 3,766

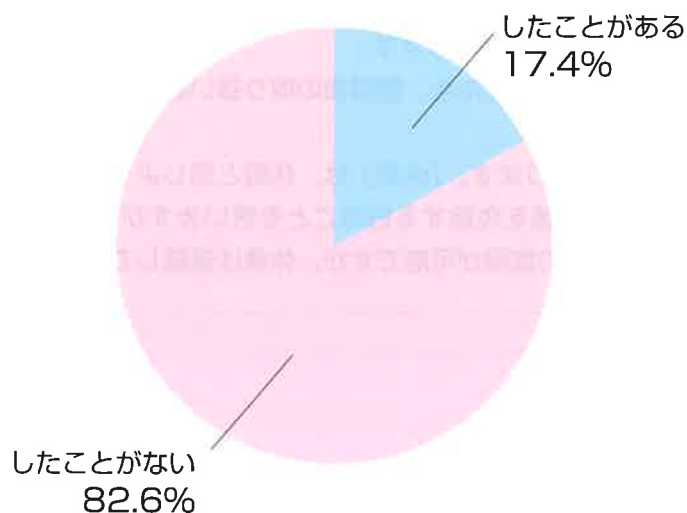
調査結果

本誌の関連が大きい「社員の社会貢献活動に対する支援状況」について、ご紹介します。

① ボランティア活動経験の有無

平成 27 年の 1 年間にボランティア活動をしたことがある者は 17.4%となっています。

ボランティア活動経験の有無（n=3,707）《不明を除く》



② ボランティア活動に参加した分野

平成27年の1年間にボランティア活動を「したことがある」と回答した人が参加した分野は、「子ども・青少年育成」が25.9%と最も多く、次いで「まちづくり・まちおこし」が25.5%、「保健・医療・福祉」が19.8%となっています。

ボランティア活動に参加した分野 (n=642) 【MA】《不明を除く》

※対象：平成27年にボランティア活動を「したことがある」と回答した人



補足③ P4～5のボランティア活動のテーマとの関連

P4～5で示したボランティア活動のテーマと、上記のボランティア活動に参加した分野は、必ずしも1対1では対応しませんが、大まかに整理すると、関連付けることができます。例えば、高齢者支援、障がい者支援は、保健・医療・福祉に関連付けられます。また、障がい者支援は、芸術・文化・スポーツにも該当する部分もあります。また、高齢者支援、障がい者支援は「人権・平和」に関連づけることもできます。広い視野を持って関連を考えると、理解が深まります。

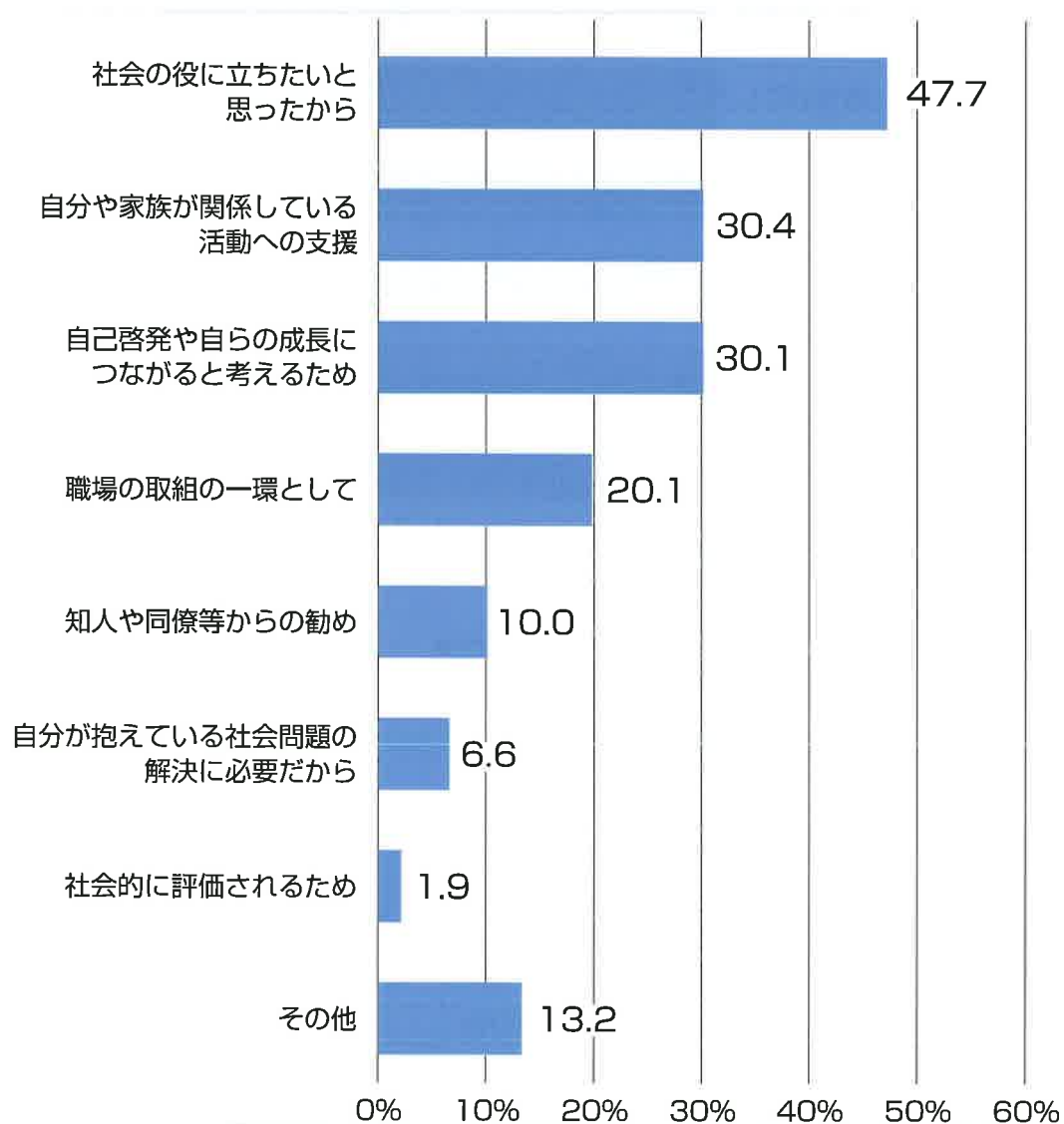
※国際協力・交流は、それぞれのテーマで、国際協力をする場合を含むと整理している

③参加理由

ボランティア活動を「したことがある」と回答した人の参加理由は、「社会の役に立ちたいと思ったから」が47.7%と最も多く、次いで「自分や家族が関係している活動への支援」が30.4%、「自己啓発や自らの成長につながると考えるため」が30.1%となっています。

参加理由 (n=622) 【MA】《不明を除く》

※対象：平成27年にボランティア活動を「したことがある」と回答した人



④参加の妨げとなる要因

参加の妨げとなる要因は、「参加する時間がない」が53.8%と最も多く、次いで「ボランティア活動に関する十分な情報がない」が39.8%、「参加するための休暇が取りにくい」が31.2%となっています。時間的制約の占める割合が大きく、十分な情報がない点も参加の妨げとなっています。

参加の妨げとなる要因 (n=3,693) 【MA】《不明を除く》



3 就労条件総合調査

就労条件総合調査は、厚生労働省が実施している調査です。

調査目的

この調査は、主要産業における企業の労働時間制度、賃金制度等について総合的に調査し、我が国の民間企業における就労条件の現状を明らかにすることを目的として実施している。

調査対象

○産業

日本標準産業分類(平成 25 年 10 月改定)に基づく 16 大産業[鉱業、採石業、砂利採取業、建設業、製造業、電気・ガス・熱供給・水道業、情報通信業、運輸業、郵便業、卸売業、小売業、金融業、保険業、不動産業、物品賃貸業、学術研究、専門・技術サービス業、宿泊業、飲食サービス業、生活関連サービス業、娯楽業（その他の生活関連サービス業のうち、家事サービス業を除く。）、教育、学習支援業、医療、福祉、複合サービス事業及びサービス業（他に分類されないもの）（政治・経済・文化団体、宗教及び外国公務を除く。）]

○企業

事業所母集団データベース（平成 28 年次フレーム）の企業（単独事業所及び本社・本店・本所の事業所）を母集団として、上記に該当する産業で常用労働者 30 人以上を雇用する民営企業（医療法人、社会福祉法人、各種協同組合等の会社組織以外の法人を含む）のうちから、産業、企業規模別に層化して無作為に抽出した約 6,400 社

調査期間

平成 30 年 12 月 1 日（土）～平成 31 年 1 月 31 日（木）

回収状況

調査客体数：6,405

有効回答数：4,127

有効回答率：64.4%

調査結果

本誌の関連が大きい「ボランティア休暇」について、ご紹介します。

① ボランティア休暇の有無

ボランティア休暇を導入している企業は 4.5%となっており、企業規模が大きくなるほど、導入率は高くなる傾向にあります。

(単位：%)

企業規模・年	全企業	特別休暇制度がある企業	特別休暇制度の種類（複数回答）						特別休暇制度がない企業
			夏季休暇	病気休暇	リフレッシュ休暇	ボランティア休暇	教育訓練休暇	左記以外の1週間以上の長期の休暇 ¹⁾	
平成31年調査計	100.0	59.0	42.9	25.7	13.1	4.5	5.8	14.4	41.0
1,000人以上	100.0	78.3	41.4	37.1	46.5	21.7	4.8	22.9	21.7
300～999人	100.0	71.7	46.1	33.5	31.4	11.1	4.8	21.0	28.3
100～299人	100.0	63.5	43.5	28.2	18.0	5.8	3.7	16.8	36.5
30～99人	100.0	55.7	42.4	23.7	8.6	2.9	6.6	12.8	44.3
平成30年調査計	100.0	60.3	44.5	25.5	12.4	4.3	4.2	14.8	39.7

注：「特別休暇」とは、法定休暇（年次有給休暇、産前・産後休暇、育児休業、介護休業、子の看護のための休暇等）以外に付与される休暇で、就業規則等で制度（慣行も含む。）として認められている休暇をいう。

1) 「1週間以上の長期の休暇」には、法定休暇で法律の規定よりも労働者を優遇している場合の上積点は含まない。

② ボランティア休暇の賃金の支給状況別企業割合及び 1 企業平均 1 回当たり最高付与日数

ボランティア休暇中に全額支給する企業の割合は 79.4%となっており、1 企業平均 1 回当たり最高付与日数は 24.5 日となっています。

(単位：%)

特別休暇制度の種類、年	特別休暇制度がある企業 ¹⁾²⁾		賃金の支給状況			1 企業平均 1 回当たり 最高付与日数 ³⁾ (日)
			全額	一部	無給	
夏季休暇						
平成31年調査計	[42.9]	100.0	81.3	3.5	15.2	4.4
平成30年調査計	[44.5]	100.0	82.5	3.0	14.5	4.4
病気休暇						
平成31年調査計	[25.7]	100.0	45.5	20.7	33.8	128.1
平成30年調査計	[25.5]	100.0	41.5	19.7	38.8	167.7
リフレッシュ休暇						
平成31年調査計	[13.1]	100.0	95.9	1.3	2.8	5.5
平成30年調査計	[12.4]	100.0	97.0	1.2	1.8	5.5
ボランティア休暇						
平成31年調査計	[4.5]	100.0	79.4	8.0	12.7	24.5
平成30年調査計	[4.3]	100.0	74.6	12.2	13.3	31.8
教育訓練休暇						
平成31年調査計	[5.8]	100.0	90.8	4.1	5.1	17.6
平成30年調査計	[4.2]	100.0	86.4	6.8	6.8	23.1
上記以外の 1 週間以上の 長期の休暇 ¹⁾						
平成31年調査計	[14.4]	100.0	82.6	5.3	12.1	8.8
平成30年調査計	[14.8]	100.0	85.7	1.5	12.9	8.9

注：1) [] 内の数値は、全企業に対する特別休暇制度がある企業割合である。

2) 「特別休暇制度がある企業」には、「賃金の支給状況」が「不明」の企業を含まない。

3) 「1 企業平均 1 回当たり最高付与日数」は、各企業の休暇制度で定められている 1 回当たり最高付与日数の平均である。

4) 「1週間以上の長期の休暇」には、法定休暇で法律の規定よりも労働者を優遇している場合の上積点は含まない。

第4章

ボランティア休暇等の 導入方法と解説

この章のポイント

- ・全社的な理解を得るためのポイントが分かります。
 - ⇒上司、同僚の理解。新入社員研修、管理職研修での周知
 - ⇒特に中小企業では、経営者の意思が大きく影響
- ・ボランティア休暇を導入する具体的な内容が分かります
 - ⇒日数／取得事由／申請方法／対象／休暇中の賃金の取り扱い／復職後の取り扱い

ここでは、第1章で説明しました「従業員のボランティア活動への参加を支援するステップ」のうち、「共通 STEP:全社的な理解を得る」、「STEP1 制度・仕組みを整える」について説明します。特に、ボランティア休暇制度について、導入から運用まで説明します。

1 全社的な理解を得るために

第4章、第5章で従業員のボランティア活動への参加を支援する方法を解説しますが、そのためには、従業員がボランティア活動に参加することに対して、全社的な理解を得ることが重要です。例えば、第4章で解説するボランティア休暇を導入しても、会社全体として浸透するためには、制度を整備するだけでは不十分です。ボランティア休暇にかかわらず、働き方や休み方を変えていくためには、「制度」の整備に加え、「ツール」、「風土」が相互に関連しながら組織づくりを進める必要があります。特に、従業員が安心してボランティア活動に参加するためには、現場の理解の醸成が重要です。そのためには、ボランティアに活動する従業員の作業をどのようにフォローするか、業務の繁閑を考慮した上で、どのタイミングであれば負荷が小さいか等、現場の協力を得ながらボランティア活動への参加を検討することが重要です。

ボランティア活動から戻ってきたら、上司や同僚とコミュニケーションをとり、現場で学んだことやチームビルディングを職場でも生かせる取組を進めると、ボランティア活動に対する理解の醸成につながると考えられます（Column7 参照）。

また、新入社員研修や管理職研修等の機会に、企業として従業員のボランティア活動を支援する意義を伝え、理解の醸成を図ることも有効な方法となります。特に、中小企業では、経営者の意思が大きく影響することが多いです（Column8、9 参照）。

いくつか、現場の理解を得るための取組を、事例から見てみましょう。

事例 1（業種：建設業、従業員数：20 名）

- ・ トップからのメッセージを始め、制度の周知を図るとともに、利用しやすい申請手続きとなるように工夫している。
- ・ ボランティア休暇に限らず、休暇制度を利用する従業員の仕事をフォローするために、あらゆる業務を担当できるオールラウンダーの育成に取り組み、業務効率化を図っている。基本的なスキルや資格を2年目までに習得できるように、各種技能研修等、社外での教育訓練計画を定めている。

事例 2（業種：製造業、従業員数：43 名）

- ・ 創業者の強い思いから、お客様や地域を大事にする社風が根付き、消防団員の活動等、公共のために必要となる休暇制度を導入している。
- ・ 普段から従業員の技術力向上、多能工化に取り組んでおり、単発的な休暇であれば、周りの従業員がフォローできる体制を整えている。具体的な取組としては、長期的な従業員の育成、勉強会・意見交換会の開催、多能工化マップ・手順書の作成がある。

事例 3（業種：製造業、従業員数：187 名）

- ・ 新入社員には研修時に休暇制度について案内している。

事例 4（業種：製造業、従業員数：2,510 名（単独））

- ・ 企業行動憲章において、「就業者のゆとりと豊かさを実現するために安全で働きやすい環境を確保する」と定めており、これに基づいて、従業員の働きやすい環境の整備の1つとして特別休暇を設けている。
- ・ ボランティア休暇は、休暇取得のために上司を中心に部署内の業務調整が行われる等、職場での理解が進み、従業員満足度向上につながっている。

事例 5（業種：製造業、従業員数：38,808 名（単独））

- ・ 本社にダイバーシティ推進室、各事業部・グループ会社にダイバーシティ推進委員会を設置し、リーダー育成等の取組を推進している。
- ・ 育児セミナーや介護セミナーを計画的に実施し、セミナーにあわせて特別休暇をはじめ休暇制度を案内する等、制度の周知に努めている。

事例 6（業種：金融業、従業員数：555 名（単独））

- ・ ボランティア活動に関心がある上司が率先してボランティア活動に参加し、社内への周知・啓発に力を入れている。



2 ボランティア休暇・休職制度導入のきっかけ

ボランティア休暇を導入するきっかけは、大きく2つに分かれます。1つ目は、経営トップや人事・労務担当部署の判断で、トップダウン的に導入する場合です。2つ目は、労働組合や従業員からの意見を聞いて、ボトムアップ的に従業員からの要望を踏まえて導入する場合です。

トップダウンで導入するケースは、企業主導型でボランティア活動の支援をしているケースで、平日のプログラムが多くなってきた場合等が考えられます。また、東日本大震災や、東京オリンピック・パラリンピック等、災害やボランティア活動が必要となるイベントをきっかけに、ボランティア休暇の導入を検討する企業も見られます。

ボトムアップで導入するケースは、従業員支援型でボランティア活動を支援しているケースで、平日でも年次有給休暇を消費せずにボランティア活動に参加したいという従業員からの要望があがってくる場合等が考えられます。

従業員のボランティア参加は、年次有給休暇を使って参加するケースが見られますが、年次有給休暇を使ってボランティア活動に取り組むのはハードルが高いと思う従業員もいると思われます。そこで、特別休暇であるボランティア休暇・休職制度を導入することで、従業員がボランティア活動に参加しやすい環境を整えることができます。

3 ボランティア休暇・休職制度の導入

具体的なボランティア休暇・休職制度の内容を決めます。主な検討項目は次のとおりです。

- ・ 日数
- ・ 取得事由
- ・ 申請方法
- ・ 対象
- ・ 休暇中の賃金の取り扱い
- ・ 復職後の取り扱い（休職の場合）

これらの項目を検討するに当たり、従業員のニーズを把握することが望まれます。具体的には、従業員との意見交換、アンケートの実施、労働組合からの要望等が考えられます。ボランティア休暇の指針を決めるために、検討チームを作った事例も見られます。

上記の項目について、いくつか事例を見てみましょう。

補足④ 半日・時間単位での取得

ボランティア活動は、1日かけて実施するものばかりではなく、数時間あればできるものも多くあります。これに合わせて、ボランティア休暇も半日単位・時間単位での取得ができるようになると、柔軟に休暇制度を活用することができるようになります。（次ページの事例1参照）

事例1（業種：建設業、従業員数：20名）**（制度導入のねらい）**

- ・地域貢献、社会貢献への思いを実現するとの考えのもと、従業員が積極的に地域活動に参加出来るよう、ボランティア特別休暇制度を導入

（日数）

- ・3日／年（半日・時間単位の取得も可能）

（取得事由）

- ・防災訓練等の消防団活動や災害復旧等のボランティア活動、炊き出し等の後方支援を行う場合に利用

（申請方法）

- ・消防団活動等、実施予定日がわかる行事への参加は、3日前までに休暇願を提出し、休暇を取得する。また、緊急時の場合は、直ちに出勤できるように、口頭で申出を行い、後日休暇届を提出することを認めている。
- ・休暇願（届）の様式は、他の休暇制度と兼用とし、従業員が休暇を申請するときに自然と目につき、理解、取得が進むように配慮した。

（対象）

- ・全正社員

（休暇中の賃金の取り扱い）

- ・全額支給の有給休暇

事例2（業種：製造業、従業員数：187名）**（制度導入のねらい）**

- ・従業員が市内及び居住地域のお祭りにおいて、踊り、お囃子、神輿担ぎ、獅子舞、屋台引き等に実際に参加することで、祭りを盛り上げて、地域活性化の一翼を担うことによる社会貢献を図ることを目的に、有給の特別休暇制度を導入

（日数）

- ・1日／年

（取得事由）

- ・地域のお祭りへの参加

（申請方法）

- ・所定の用紙に参加する団体等の証明をもらい、10営業日前までに申請を行う。休暇取得後は、参加した写真を提出し、写真は社内報や会社案内等に利用する。

（対象）

- ・居住地域のお祭りに参加する従業員

（休暇中の賃金の取り扱い）

- ・全額支給の有給休暇

事例3（業種：製造業、従業員数：2,510名（単独））**（制度導入のねらい）**

- ・企業行動憲章に基づき、従業員の働きやすい環境整備の1つとして特別休暇を導入

（日数）

- ・会社が指定する活動への参加を支援する「ボランティア特別休暇制度（最大年5日）」と、従業員が関心を持つ活動への参加を支援する「ボランティア一般休暇制度（積立休暇を利用）」がある。

（取得事由）

- ・ボランティア特別休暇制度：会社が指定する活動への参加
- ・ボランティア一般休暇制度：従業員が関心を持つ活動への参加

（対象）

- ・全従業員

（休暇中の賃金の取り扱い）

- ・全額支給の有給休暇

事例 4 (業種：製造業、従業員数：38,808 名 (連結))

(制度導入のねらい)

- ・ 21 世紀に向けて人事・労務政策はどのような方向を目指すべきかとの観点から検討し、「高齢化社会への対応」「災害等への備え」「自己実現への支援」等を目的に導入

(日数)

- ・ 年次有給休暇の残日数にかかわらず、直近2年間で失効した年次有給休暇を3日取得できる。
- ・ 年次有給休暇の残数が5日以下になったときは、利用目的に該当すれば、直近2年間で失効した年次有給休暇を1年で最大30日まで取得できる。

(取得事由)

- ・ ボランティア活動への参加
- ・ その他、「家族の介護」「本人や家族が被災した災害の復旧活動」「社外研修への参加」「家族の看護」「本人の病気療養」等、幅広く取得できる特別休暇制度

(申請方法)

- ・ 自己申告制とし、特別休暇取得願の提出のみで申請が可能

(対象)

- ・ 全従業員

(休暇中の賃金の取り扱い)

- ・ 全額支給の有給休暇

事例 5 (業種：情報通信業、従業員数：121 名)

(制度導入のねらい)

- ・ 従業員に海外でのボランティア活動を経験させることで、見聞を広げることを目的に導入

(日数)

- ・ 1年以上の場合、必要な期間
- ・ 1年に満たない場合、別途設けている自己都合で2ヶ月間取得できる休職制度を利用

(取得事由)

- ・ 1年以上の海外でのボランティア活動への参加

(申請方法)

- ・ ボランティア休職を希望する従業員には早めの連絡を促し、半年から1年くらいかけて仕事の調整等の準備を行う

(対象)

- ・ 全従業員

(休職中の賃金の取り扱い)

- ・ 給与補填あり

(復職後の取り扱い)

- ・ 海外ボランティアへの参加前後の配属については、本社で受け入れる体制があり、研修のサポートや自社製品の開発等に携わるようにしている。
- ・ 特に復帰後は、ボランティア休職前に配属されていたプロジェクトが終わっている可能性が高いため、本社で復帰している。
- ・ 帰って来てから、1か月程度は住まい探し等も含めて元の生活に戻るためのリハビリ期間としている。

事例 6 (業種：金融業、従業員数：555 名 (連結))

(制度導入のねらい)

- ・ 自発的・積極的な地域貢献活動を支援し、地域社会との連携を強くすることを目的に導入

(日数)

- ・ 5日間／年

(取得事由)

- ・ 地域貢献活動や青少年の健全な育成を目的とした活動

- ・スポーツ大会および各種競技大会の準備、運営事務局としての活動
- ・環境保全活動
- ・天災等による被災地支援活動 等

(対象)

- ・正社員に加え、嘱託、契約職員、パートについても利用可能
- ・勤続2年未満の職員は利用できない

(休暇中の賃金の取り扱い)

- ・全額支給の有給休暇

ボランティア休暇・休職制度の内容が決まったら、必要に応じて就業規則を改定する必要があります。また、申請のためのシステム改修や、勤怠システムの変更等、システム面の対応も必要となります。

また、制度を導入しても、使われなければ意味がありません。従業員への周知方法についても、検討する必要があります。イントラネット上での掲載、従業員を対象とした研修での説明等が考えられます。

4 制度を見直す

ボランティア休暇・休職を活用してボランティア活動へ参加する場合、活動報告を義務付けるケースが見られます。ここで、ボランティア休暇制度についての要望を聞くと、制度を見直す視点が得られます。その他にも、従業員から意見を吸い上げる仕組みを構築すると、従業員の満足度等も把握することができます。

また、ボランティア休暇を円滑に運用するためには、制度利用者の使い勝手に加え、現場の従業員への負担も考慮する必要があります。安心してボランティア活動に参加できるように、従業員の多能工化等、フォロー体制の強化について、現場のニーズを把握することが望ましいです。

(参考) ボランティア休暇・休職制度・運用チェックリスト

制度		
	ボランティア活動に対する企業としての考えが明確になっているか	
	企業や従業員の要望に沿った制度となっているか	
	従業員が長期休職した場合、復帰に向けてのフォローや支援をする仕組みはできているか	
	就業規則に明記し、従業員に周知しているか	
	休暇を取得したボランティア活動に参加する従業員に対し、公平に評価を行っているか	
ツール		
	休暇の申請をイントラネット上で行える等、IT 機器・ソフトウェア等のツール類は整備されているか	
	ボランティア活動への参加について、従業員や上司らと十分なコミュニケーションが取れているか	
	実際にボランティア活動へ参加した人の体験談を周知する等、ボランティア活動に参加する意欲を向上させる仕組みがあるか	
風土		
	従業員が休暇を取る場合、職場内での協力体制ができているか	
	従業員が休暇を申し出た場合、上司は理解を示しているか	
	ボランティア活動に参加する従業員は、社会貢献やスキル向上等、意欲的に取り組む姿勢が見られるか	

「JCB 社会貢献プログラム」のピンバッジ

株式会社ジェシービーは、CSR 活動を、事業と非常に密接な関係にあると考えており、業務の一環として位置付けています。

社会貢献活動には、2005 年から福祉施設が製造するパンの販売、ペットボトル回収等、地道に取り組んできました。加えて、2011 年に社の 50 周年にあたり、従業員が自ら社会貢献に取り組むことができる環境づくりが重要との考えのもと、従業員参加型の活動として、「JCB 社会貢献プログラム」を開始しました。この取組は当初は 50 周年事業として単年度限りの位置付けでしたが、プログラムを実施した初年度に多くの従業員が自発的に参加したことから、取組としての価値を感じ、継続することとなりました。

具体的な活動は公益社団法人日本フィランソロピー協会に業務委託する形で CSR 活動を進めており、社外での活動と社内ワークショップがあります。社外での活動では、日本フィランソロピー協会が有する様々な活動団体とのネットワークを生かして、様々な社会貢献メニューを用意してもらい、従業員は各自関心ある活動を選び、年間 100 名程度が参加しています。社内ワークショップでは、月 1 回程度、本社にて、高齢者や障がい者福祉、環境、子ども医療等のテーマで、3 時間程度のワークショップを企画・運営しており、各回 15 ～ 40 名ほどが参加しています。支社についてはテレビ会議システムを使って参加することができ、年間で社会貢献プログラムに参加する従業員は、のべ 2,500 名以上になります。

活動内容・成果については、活動に参加した従業員は、決められた様式に必要事項を記載し、上長・CSR 室へ報告することになります。活動内容、活動のアウトプット、参加してみた感想、得られたこと等を記載してもらうことにしており、従業員の意向やニーズの把握にもつながっています。各従業員からの報告書については、日本フィランソロピー協会によって毎月レポートとして取りまとめられ、社内メルマガにて配信もしています。

このような社会貢献活動に対する社内理解の醸成に一役買っているのが「ピンバッジ」です。活動に参加するごとにクローバー型のピンバッジ（年度ごとに、JCB エンブレムの青・赤・緑をベースにした色で作成）がもらえる仕組みになっており、3 つ集めるとシルバー、6 つ集めると間伐材を使用したピンバッジがもらえます。従業員の中には、コレクションとしている方もいます。

今後は CSR 活動の機運をさらに高めるイベント開催、プログラムの改善等を考えており、より多くの従業員が、CSR 活動についての気づきや学びを得られる機会の充実を図っていきます。CSR 活動への参加のハードルを下げることと、活動を自分ごととして捉えてもらうことは、相反する部分もありますが、参加のすそ野を広げていくことと活動の質を高めていくこととの両輪で進めていくことが重要と考えています。



活動に対する社内理解の醸成に一役買っているピンバッジ

中小企業におけるトップダウンでの活動支援 (株式会社ゼネット)

株式会社ゼネットでは、情報処理サービス産業を営むかわら、JICA（国際協力機構）との企業連携にも積極的に取り組んでいます。その活動は代表取締役の想いから始まっています。

社長自身が、約 18 年前から JICA の IT 分野の技術顧問として事業を支援してきました。その経験から従業員にも自発的に社会貢献活動に参加してほしいとの想いを抱き、JICA との企業連携制度を取り入れています。主な活動としては、海外へ IT 技術者の派遣を行っており、これまでモザンビークやフィリピン、ベトナム、ウズベキスタン等の発展途上国で IT 技術者の教育支援を実施しています。

活動への参加にあたっては、JICA から年 2 回の人材募集の機会があり、従業員の自発的な意思のもとプログラムに応募しています。会社としては、JICA のプロジェクト参加に合わせて約 18 年前からボランティア休職制度を導入しており、最大 2 年間休職を取得することが可能です。

JICA のプログラムに参加することは、日本の職場では何をすれば良いかが明確になっていることが多いが、海外での活動は何もないところから始めるので、創造性や自分でものを考える力を養えるところに意義があるとの考えのもと、この取組を推進しています。さらに、この取組を通じて、従業員にはグローバルな視点を身に付けてもらい、将来、海外へ事業展開する際に役立ててほしいとの狙いもあります。また、採用者の中には社会貢献活動をしていることを知って応募してきた人もおり、長期的な視点に立てば、優秀な人材の確保にもつながる取組だと考えられます。

また、社長は長期間に渡り会社を離れる従業員を快く見送り、温かく向かい入れる、そういった社内風土づくりが大事だと言います。特に復職後のケアは重要だと考えられており、本社での研修サポートを始め、1 か月程度は住まい探し等も含めて元の生活に戻るためのリハビリ期間との理解のもと、復職後の従業員をサポートしています。

【JICA プロジェクト参加者の声】

入社前から JICA の事業である青年海外協力隊の活動に興味があり、「ボランティア休職制度」のあるこの会社に入社しました。それからしばらくは日々の忙しさに追われ、なかなか踏み出すことができずにいましたが、30 歳を目前にして行きたいという思いが強くなり応募を決断しました。当時いくつかのタスクを抱えていたにもかかわらず、快く送り出してくれた会社には本当に感謝しています。

その後、語学や活動先となる途上国についてなどを学ぶ 70 日間の研修を終え、2015 年 1 月にアフリカのモザンビークへ赴任しました。私自身初めての海外となったモザンビークでの活動はスリに当たり入院したりと辛いこともありましたが、人との距離が近くいつでも陽気な彼らと過ごす日々は刺激的で貴重な体験でした。研修も含め 2 年 4 か月間の休職期間がありましたが、帰国後も温かく迎えていただき仕事も続けることができています。

今後はこの経験を会社に還元するとともに、この制度を使う従業員が増えるよう啓発をしていきたいです。

中小企業におけるトップダウンでの活動支援 (株式会社富士メガネ)

富士メガネでは、メガネを通じた難民支援や視力活動支援を実施しています。富士メガネの歴史は1939年に樺太（現：サハリン）の豊原（現：ユジノサハリンスク）において、創業者の金井武雄氏が富士メガネの前身である「富士眼鏡商会」を創業したところから始まります。現会長の金井昭雄氏が1945年の終戦直後の混乱の中、創業者の妻とともに満州から稚内まで逃げのびた際の原体験から「困っている人を助けたい」という想いをもち、現在まで難民支援活動や視力支援活動を展開しています。

活動のあらましは、1983年に富士メガネ創業45周年の記念行事として、金井昭雄氏と従業員3名でタイにあるインドシナ難民キャンプに赴いたところから始まります。単に眼鏡を贈るのではなく、オプトメトリスト（視力保護のスペシャリスト）でなければできない、きめ細やかな視力検査を難民一人ひとりに行い、持参した眼鏡の中から各人に合った眼鏡を選定して手渡すという活動を開始しました。視力支援を受けた難民からの反響が大きかったこともあり、1984年からはUNHCR（国連難民高等弁務官事務所）が全面的な協力を申し出てくれ、現地での支援活動を共に実施しています。以来、UNHCRとは世界で一番長期に渡るプライベートセクターパートナーシップ関係を継続中であり、企業の専門性を活かした国際的人道支援活動のパイオニア的モデルとして高く評価されています。さらに2006年には上記の活動が評価され、難民支援のノーベル賞とも言われるナンセン難民賞を受賞し、受賞後も活動を継続しています。

これまで30年以上、社会貢献活動を続けてこれたのは、トップの意思がしっかりしており、一過性のものにすることなく、会社の方針として継続的に社会貢献活動を実施する基盤が構築できていたからだと考えられます。特にトップの考えの影響力が強い中小企業では、このようなトップの旗振りが重要になることが多いです。

【活動参加者の声】（シェキからの現地レポートより）

UNHCRの統計によると、シェキには1,237世帯、4,949人の国内避難民の方々が生活しています。本日印象深かったものとして、50歳代の男性で今まで一度も眼鏡をかけることがない方がいらっしゃいました。私の前にある椅子に座るまでの動きを見ると、余り良く見えていないことが想像できました。レチノスコープを振ったところ瞳孔は真っ暗で、重度の白内障を疑い水晶体を確認したところ全く問題はなく、試しに-10.00Dを仮枠にいれたところわずかに逆光の反応が見られました。最終的には右目-25.00D、左目-16.00Dの強度の近視が判明しました。仮枠にレンズを入れ試してみたところ、それまで全く笑顔もなく、必要以上の話をしなかった男性が「よく見える！よく見えるよ！」と、まるで性格が変わったかのように饒舌になり、喜びを表現してくださいました。このようなケースは毎日出会うわけではありませんが、誰かの人生に大きなインパクトを与えることができる喜びを味わえることは、ミッションの醍醐味なのではないでしょうか。

（富士メガネ 海外難民視力支援活動 35周年記念誌より）

第5章

ボランティア活動支援の種類

この章のポイント

- ・第1章で説明しました「従業員のボランティア活動への参加を支援するステップ」のうち、「STEP2」～「STEP7」について説明します。
- ・従業員のボランティア活動への参加を支援する方法として、10の手法を紹介します。
- ・企業主導型と従業員支援型とでは、取組方法の違いがあるため、それぞれについて紹介します。

1 ボランティア休暇・休職制度の導入

【企業主導型／従業員支援型 共通】

ボランティア休暇や休職制度を導入するにあたっては、ボランティア休暇制度導入に対する会社方針等を規程で明確にすることが大切です。ボランティア休暇制度を導入する際は、(1) 日数、(2) 取得事由、(3) 申請方法、(4) 対象、(5) 休暇中の賃金の取り扱い、(6) 復職後の取り扱い（休職の場合）等を取り決めることが望ましいでしょう。詳しくは第4章をご参照ください。

2 ボランティア活動機会の創出（自主プログラム）

【企業主導型】

従業員がボランティア活動に取り組むために、会社としてボランティアプログラムを提供することも1つの方法です。ボランティアプログラムの提供方法には、NPO等の団体が実施しているものに参加する方法や、NPOを招いて業務終了後に社内でプログラムを実施してもらう方法、自社独自のボランティアプログラムを企画する方法等が考えられます。自社でプログラムを企画する場合は、事前に活動対象の関係者等とよく対話し、社会的ニーズに合わせて企画することが重要です。社内のニーズを汲み取ることや、会社の経営理念や企業方針とマッチした取組みを整理すると良いでしょう。

【従業員支援型】

従業員が自らボランティアプログラムへ応募するケースの中には、「こういった活動を自ら企画をして実施したい」という場合も考えられます。従業員の声を吸い上げて、会社として実施するのか、個人として実施するのか検討できる仕組みづくりが求められます。

3 ボランティア情報の提供や研修

【企業主導型】

企業がボランティアプログラムを企画する場合、あるいは中間支援団体からボランティアプログラムの紹介があった場合は、関心を持つ従業員に周知することが大切です。ボランティアプログラムの情報は、関心を持つ従業員が共有できるイントラネット形式のものや、メールマガジンによる配信等も考えられます。実際の活動写真の掲載や、参加者の声等も掲載すると、よりリアリティが増し、従業員により伝わりやすくなると考えられます。

また、従業員がボランティア活動に参加する際には、受入先と連携して事前研修を行うとなお活動が充実します。事前研修については受入先の活動団体に依頼するパターンや、その他の外部団体に依頼するパターン、Webでの研修等もあります。

【従業員支援型】

NPO や中間支援組織から提供してもらったプログラムを従業員に紹介することで、個人で受入先を探す負担を減らすことにつながります。ボランティア活動への意欲はあるものの、一人では、どのような尺度で探すか分からない従業員を下支えすることにもなります。

また、従業員がボランティア活動に参加する際には、受入先と連携して事前研修を行うとなお活動が充実します。

4 ボランティア活動の奨励

【企業主導型／従業員支援型 共通】

ボランティア活動に対して積極的に奨励することで、従業員のボランティア意識の啓発につながることもあります。具体的には、活動内容を社内報やイントラネット等で紹介することで、周囲の理解を得る方法が考えられます。また、社内で表彰制度を設けている例も見られます。ただし、表彰基準や報酬等を慎重に検討する必要があります。これらの対応により、従業員のモチベーションアップや帰属意識の向上、組織の活性化につながる効果が期待されます。

5 金銭や物資の提供

【企業主導型／従業員支援型 共通】

ボランティア活動を行う際には、交通費や昼食代等の他、支援に必要な物資等の事前準備が必要になることがあります。こうした従業員の活動の金銭的、物的な負担に対して、会社として支援することにより、活動の参加へのハードルが下がり、より活動が活発になる可能性があります。また、会社として寄付金制度を設けて、従業員の有志から募った寄付金で従業員の活動を補助するケースや、NPO等の外部団体に支援するケースも考えられます。

6 施設の開放

【企業主導型】

ボランティアプログラムによっては、広い場所や必要な用具が揃っている場の確保が求められることがあります。自社で保有している体育館やグラウンド、保養所等各種施設を開放することで、自社のプログラムの活動の幅を広げることができ、地元住民との交流のきっかけづくりにつながることも期待されます。施設の開放を検討する際には、施設の開放時間、使い方、掃除等の管理方法を事前に取り決めておくと良いでしょう。

【従業員支援型】

従業員が自らボランティアプログラムへ応募するケースでも、従業員が企画して、自社の施設を活用してボランティア活動に取り組みたいというケースがあります。施設の開放を検討する際には、施設の開放時間、使い方、掃除等の管理方法を事前に取り決めておくと良いでしょう。

7 従業員ボランティア組織の設置

【企業主導型】

従業員の中には、ボランティア活動への参加意欲があっても、一人ではどうすべきか分からないといったケースや、実施したい企画があるものの、一人ではマンパワーが足りずに行動できないといった場合も考えられます。有志の従業員を募り、プロジェクトチームを社内に設置することにより、組織的なボランティア活動に取り組むことが可能です。また、社内にボランティア組織があることで、社内風土づくりにもつながります。

【従業員支援型】

ボランティア活動に意欲のある従業員の中には、自ら進んで有志を集めて、社内にボランティアサークル等を設置したいという要望が出てくる場合もあります。社内サークルを会社として支援する場合には、事前に社内サークルの取り決め（活動目的の範囲設定、就業時間内の活動の可・不可、経費の負担等）をしておくことが望ましいです。

8 退職者ボランティア支援制度

【企業主導型／従業員支援型 共通】

退職世代の「人財」としての意味に着目し、ボランティア活動の担い手として、「金銭を目的としない社会における働き方」に関心をもってもらうことが期待できます。定年退職を控えた方へのボランティアの紹介や自社の定年退職者が行っているボランティア活動について、活動資金の一部を支援する等の方法があり、定年退職者の積極的な社会参加を推進することが可能です。また、現役従業員に対しても、セカンドキャリアの選択肢を広げることができ、定年退職後のビジョンを考える上で参考にすることができます。

9 プロボノ活動の許可

【企業主導型／従業員支援型 共通】

プロボノとは、これまで自分が培ってきた専門的なスキルや経験等をボランティアとして提供し、社会課題の解決に貢献することを指します。本業の延長としての活動の側面が強く、自身が慣れ親しんだフィールドで貢献することを目的としているため、参加へのハードルが低く、継続しやすいといったメリットがあります。従業員が活動しやすくするために、事前に就業規則の改定や従業員の活動ニーズを把握すると良いでしょう。また、プロボノワーカーと NPO 等の間をつなぐ中間支援組織もあります。自社のニーズと NPO のニーズのマッチングをするためにはこれらの団体に相談するのも 1 つの方法です。

10 従業員の派遣や受け入れ等の人材交流

【企業主導型】

従業員の人材育成の一環として、異業種間の人材交流が盛んになっています。自社の従業員を NPO やボランティア団体等に、期間を設けて派遣することや、活動団体から自社への受け入れを行うことにより、組織に新たな考え方や文化が入り込み、組織の活性化につながる事が期待されます。また、相互の人材交流に取り組むことにより NPO 等との継続的な信頼関係の構築が可能となります。

【従業員支援型】

従業員の中には、個人の活動の中で、日頃から関係を築いている NPO 団体等がいるケースがあります。従業員からの派遣の申し入れ等があった場合に備え、事前に社内規定を整備しておく良いでしょう。

有償ボランティアの考え方

有償ボランティアという言葉は、法令上の言葉ではなく、1980年代ころ自然発生的に用いられ始めたもので、無償で行うボランティア活動に対し、受益者が謝礼金を支払うボランティアのことを言います。有償ボランティアと称していても、その活動に労働または請負としての「報酬」（賃金、対価、代金等）を支払う場合は、有償ボランティアではなく、労働または請負・受託であって、関連法令の適用対象となります。また、ボランティア活動に要した実費のみを支払う場合には、無償の範囲と考えるのが一般的です。日本において「有償ボランティア」といわれる活動は主に高齢者福祉分野で、介護を助け合いで支えようという動きの中で、仕組み化され発展しました。

ニーズがあり、出現していた「有償ボランティア」ですが、出現当初より推進派と反対派で意見が分かれていました。ここでは良い面と懸念点として挙げられている意見をそれぞれ見ていきます。

まず、有償ボランティアの良い面を、関係者それぞれの立場から見てみます。

ボランティアのサービスを受ける利用者側の視点から見ると、何よりも対等な気持ちを保ちやすいという点が挙げられています。無償でサービスを受けることへの申し訳なさや希望を言いづらいうという心理的な障壁を軽くし、より自立的な立場でサービスを依頼しやすくなるという意見があります。

次に NPO 等のサービス提供を行う団体の視点から見ると、例えば介護の現場で常時サービスが必要とする事柄に対し、サービスを継続するための費用を一定額受益者にも負担してもらうことで継続が可能になるという点や、活動者を「有償ボランティア」として募集すると、活動に共感するそれまでボランティア活動に参加したことなかった多様な層が集まりやすいという意見もあります。

最後にボランティアとして活動する個人の視点から見ると、より社会貢献をしていると感じられたり、人によっては無償ボランティアよりも責任のある仕事を任されていると感じることができるといふ人もいます。

一方で、ボランティアという言葉の使用を反対する意見は、大きく分けると3点あります。

1点目は出現当初から“volunteer”は「無償の活動」を意味する言葉であるのに、そこに「有償」とつけるのは活動の内実や形態との齟齬が生じます。謝礼金のある活動は「ボランティア」という言葉を使わず別の表現で取り扱うべきという意見です。

2点目は無償ゆえの意義が薄れるという内容です。無償であるからこそ得られていたボランティアの方々の内発的な意欲や有能感、有用感を削いでしまう恐れがあると考えられます。また、無償であるからこそ持ち得ていた「創造力」や「発信力」が薄れてしまったり、NPO等の団体と活動する個人、受益者の関係が仲間意識から「対抗的な関係」になり、「ともにある」という仲間意識を生み出しにくくなるという意見もあります。

3点目は労働との区別があいまいになる点です。人手不足、資金力不足である団体が低賃金の労働力として利用したり、対価を超えた危険を追う可能性も指摘されています。

いずれにしても人々の思いに基づいた助け合いの活動を広めていくことが大切です。高齢化が進む中で、家事や外出を支援するボランティア活動への期待はますます高まっています。こうした支援を継続的なものにするために有償の活動として広げようとするニーズの高まりが背景にあります。

第6章

ボランティア活動の 取組方法

この章のポイント

- ・企業主導型、従業員支援型それぞれの企画・立ち上げ方法が分かります。
- ・中間支援団体等と連携した活動先の団体の選定方法が分かります。
- ・ボランティア活動を円滑に進めるためのポイントが分かります。
- ・ボランティア活動のフォローアップ方法が分かります。

ここでは、ボランティア活動支援の具体的な取組方法を紹介します。

1 企画・立ち上げ方法

①企業や社内の活動組織が企画・立ち上げをするケース

企業主導型に関する解説です。企業や社内の活動組織が企画・立ち上げをするケースでは、まずどのような取組を行うかを決める必要があります。具体的な方法については、第5章を参考にしてください。また、全社ごとに実施するか、事業所単位で実施するかによって、取組内容が異なるケースがあります。特に、事業所単位で実施する場合は、地域のニーズをとらえて企画を進めるケースが多く見られます。

特に、「なぜこの活動を実施する必要があるのか」について、現場の理解を得ることが難しいことがありますので、第2章で解説した従業員のボランティア活動を支援する意義等を参考に、全社的な理解の醸成を図ってください。

自社独自のプログラムを企画する場合は、事前に社内のニーズを汲み取ることや、会社の経営理念や企業方針とマッチした取組みを整理すると良いでしょう。年度当初に社内プロジェクトを募集し、提出された事業計画をもとに、プロジェクトリーダーと面談を行い、どのような社会課題を解決するかを明確にした上で、プロジェクト実施の可否を判断している企業の例も見られます。事業と関わりの深いプログラムを考案することで、従業員の社会感度向上に寄与することも考えられますので、ボランティア活動に対する会社の思いも考慮した上で、企画を進めることが望まれます。

NPO等の団体と協働で参加する場合は、ボランティア活動を実施する団体との調整に入ります。どの団体と協働すべきか分からない場合は、後述の「(2) 活動先の団体の選定方法」を参考にしてください。調整する項目は主に次のとおりです。

- ・どのようなスケジュールで実施するか
- ・どのような作業内容か
- ・何人程度受け入れてもらえるか
- ・参加できる時間帯はいつか
- ・お互いの強みを生かした活動にするための工夫

参加できる時間帯については、働いている人がボランティア活動に参加しやすいように、夜の時間の受入や休み時間の活動にする等、双方の都合を考慮した上で、最適な時間帯で活動できるように調整できると良いでしょう。また、家族での参加が可能となるように、週末の休日を対象として企画するケースも多く見られます。また、休日に実施する場合は、職員間の交流を深めることができる懇親会とセットで実施する等の工夫をしている企業も見られます。

従業員の受入団体との調整が終わったら、従業員への公募を行います。公募は、イントラネットでの募集のほか、社内の掲示板や社内報等の媒体に掲載する方法があります。特に、初めてボランティア活動をする人の場合は、単発で参加できる活動があると参加しやすい傾向が見られます。より多くの従業員に参加してもらえる公募の工夫が望まれます。

従業員の公募が終わったら、参加者の準備を進めます。例えば、事前に次のような事項について説明をしておくが良いでしょう。

1. 楽しみを感じてもらい、次回も参加してもらえるような工夫を凝らすこと
2. 何のためにするのか、その目的や意義を理解してもらい、ボランティア受入先にとってご迷惑にならないための心構えレクチャー
3. 参加しやすいスケジュールリング
4. 考えられるリスクを織り込み、また参加者が迷わない詳細ガイダンス
5. 受入先に関する情報
6. ボランティア保険の加入、交通費宿泊費等の負担、物品の購入の手続き
7. 事故を回避するためにすべきこと、事故が起きた場合の対応策

②従業員自らが企画・立ち上げをするケース

従業員支援型に関する解説です。これは、基本的には従業員自らボランティア活動の募集等を見つけて参加する形になりますので、ボランティア活動そのものの企画は、企業として実施することはありません。

ただし、中間支援組織や地域の社会協議会等からの相談等で、ボランティア活動の情報を入手する機会があれば、その情報を従業員へ周知する支援方法は考えられます。

また、完全に個人としての活動はハードルが高いかもしれませんが、会社公認の社内サークル等を設置して、その取組を支援する方法も考えられます。

ボランティア休暇等の制度を活用して参加する場合は、届出の方法や活動後の報告等、予めルールを決めておく良いでしょう。

具体的な支援する方法は、第5章を参考にしてください。

2 活動先の団体の選定方法

活動先の団体は、インターネットで検索すると、様々な情報がでてきます。ただ、情報量が多すぎて、自社のニーズにマッチした活動団体を探すには、非効率な面もあります。

効率的にボランティア活動を探すには、第7章で紹介する中間支援組織と連携し、共同でプログラムの開発をする方法や、従業員支援型では、元々従業員が連携して活動していたNPOと組んでプログラムを開発する方法が考えられます。(Column11、12、13参照)

特に企業主導型の場合は、企業として、従業員にどのような気づきを与えたいか、参加する従業員に何

を期待するかをよく考え、それに見合った活動先を選ぶ必要があります。その際、活動先とは対等な関係を作り上げることが重要です。

また、企業のボランティア活動の入り口として、寄付から始めるケースも見られます。寄付先についても、中間支援組織と相談することができます。まずは寄付から始めて、良好な関係が構築できたら、実際に従業員をその団体へ派遣する等、ボランティア活動の幅を広げると、効率的に自社のニーズにマッチした活動に従業員を結びつけることができます。

寄付の原資については、有志で役職員の給与から毎月天引きし、基金として積み立てる制度や、従業員の寄付額と同額を会社が寄付する「マッチング・ギフト」等の方法があります。

プロボノ活動については、プロボノワーカーとNPO等の間をつなぐ中間支援組織と連携して取り組む企業の例が見られます。

最終的な活動先の決定は、従業員に支援先選定に関するアンケートを実施し、その結果を受けて運営委員会を開催して、決定する企業の例があります。

3 ボランティア活動を円滑に進めるためのポイント

ボランティア活動を円滑に進めるためには、いくつかポイントがあります。円滑なボランティア活動を企画するため、下記のポイントを参考に、チェックしてください。

- ・人数が多い拠点でも、活動メニューの確保に負荷がかからないこと
- ・体系だって実施できる効率化への工夫がされていること
- ・参加する人が固定的にならず、若手も参加できる工夫がされていること
- ・活動への入り口を広く取り、だれでも気軽に参加できること
- ・本業への影響も考慮し、無理なく可能な範囲で活動すること
- ・従業員がやりたいこととどのような社会貢献ができるかのバランスを取ること
- ・プロジェクトの継続性を確保する工夫がされていること
- ・経営層から従業員への働きかけ等、従業員の意識を変える取組をすること
- ・自分のスキルに自信がない従業員の背中を後押しする働きかけをすること
- ・新人研修にボランティア活動を取り入れる等、若い時からボランティア活動に触れる機会を提供する取組をすること

4 ボランティア活動のフォローアップ

ボランティア活動の実施後に、活動報告やアンケートを提出することで、今後の改善に役立てることができます。また、社内報やイントラネット等で従業員に周知し、奨励することで、実際に活動に参加した従業員のモチベーション向上が期待できます。

費用についても、どの活動でどのような費用が発生したかを把握し、数量が適正であったか、無駄な出費はなかったか等を検証することで、次のプログラムの改善に役立てることができます。

従業員からのフィードバックを受けて、的確にフォローアップする仕組みが構築できると、従業員のモチベーションの向上や、コスト削減等に役立てることができます。

ボランティア活動の情報共有・提供方法

従業員が参加したボランティア活動については、実際に参加した人の声や現場の様子等を他の従業員に共有することで、会社全体としてボランティア活動に参加する機運の醸成につなげることができます。活動の報告は、決められた様式に必要事項を記載し、上長・CSR 室へ報告するケースや、現地からのレポートを提出するケース等があります。記載内容は、活動内容、活動のアウトプット、参加してみた感想、得られたこと等が考えられます。また、ボランティア活動参加者のアンケート結果を掲載する例も多く見られます。

情報共有の方法は、社内のイントラネットへの掲載を始め、社内報、新人研修での説明会、社内セミナー、メールマガジン、チャット等があります。また、日本フィランソロピー協会と連携して、次のシステムを構築している例も見られます。

(例 1)

社内イントラネット上から、ID・パスワードにより日本フィランソロピー協会が運営する外部サイトに移動できるシステムが構築されており、提供されている活動メニューの閲覧や、参加申込を行うことができる。

(例 2)

各従業員からの報告書については、日本フィランソロピー協会によって毎月レポートとして取りまとめられ、社内メルマガにて配信もしている。

また、ボランティア活動の情報は、社内だけではなく、社外への PR としても活用できます。伊藤忠商事株式会社では、自社のホームページにて社会貢献活動の専用ページを用意し、外部への情報発信を行っています。同社が定める 3 つの重点分野（次世代育成、環境保全、地域貢献）からなる「社会貢献活動基本方針」の分野ごとに、活動の概要を分かりやすく取りまとめています。また、動画による参加した従業員のインタビュー等もあり、社内外への情報提供に寄与しています。



▶ 次世代育成

- 伊藤忠記念財団
- インドでの『もったいないばあさん』読み聞かせキャラバン
- フィリピン「若者の家」支援活動
- その他の活動



▶ 環境保全

- アマゾンの生態系保全プログラム支援
- 絶滅危惧種アオウミガメ保全プロジェクト
- その他の活動



▶ 地域貢献

- 伊藤忠青山アーツスクエア
- その他の活動

3 つの重点分野ごとに情報を整理
<https://www.itochu.co.jp/ja/csr/social/index.html>

パナソニック株式会社の災害ボランティア研修

パナソニック株式会社は1918年に創業し、創業者である松下幸之助が1929年に制定した「綱領」等で示されている「事業を通じて社会の発展に貢献する」という経営理念の根幹になる考え方をもとに事業活動とともに企業市民活動をグローバルに展開しています。

パナソニック株式会社の社会貢献活動のはじまりは、労働組合が主体となるものと、会社として取り組むものと大きく二つに分かれています。労働組合の社会貢献活動の発端は1971年より始めた、地域の福祉施設へ月に一度訪問する「愛の日カンパ」活動に始まり、1977年には「松下ボランティアクラブ」を発足し、ボランティアサークル活動の支援等を展開しています。一方、会社としては、1969年に社会業務本部という組織が発足し、1990年頃から本格的に社会貢献活動を開始。1992年には、年休付与日数の増加や、勤続休暇等で連続休暇が可能になる等、週休2日以上が与えられ、特に当初は「1日休養、1日教養、1日ボランティア」という社内風土の醸成を目指し、「1日ボランティア」のきっかけづくりとなるプログラム等を推進してきました。

現在実施している主なボランティア関連のプログラムとしては、「災害ボランティア育成講座（初級編）」、「ソーシャル・グッド・ミートアップ」等があります。「災害ボランティア育成講座」は、昨今、日本のあらゆる場所で頻発している自然災害に鑑み、災害の際に地域で活躍するボランティアの育成を目指して、2019年度は全国4カ所で開催。いづれどこで災害が発生しても、思い立ったらすぐに行動に移せるように、災害ボランティアセンターの基本的な情報や、ボランティアに期待される役割・心構え、備えについて学んでいくプログラムとなっています。このプログラムは、企業・社会福祉協議会・NPO・中央共同募金会等が協働するネットワーク組織である「災害ボランティア活動支援プロジェクト会議（支援P）」と協働で企画・実施しています。「ソーシャル・グッド・ミートアップ」は、従業員の皆さんに社会課題を気軽に学んでいただけるよう、終業時間後に集まって実施している講演会です。毎回、第一線で活躍されておられるNPOやNGO等の方を講師としてお招きして、社会課題について学んでいただき、その場でボランティア等の機会の情報提供等も行っています。



「災害ボランティア育成講座（初級編）」の様子
(パナソニック株式会社 ホームページより)

活動の企画にあたってはCSR・社会文化部とプログラムを協働するNPO等がそれぞれの強みを活かして役割分担をしながら推進しており、募集については社内のイントラネット「企業市民活動サイト」や約2.6万人の従業員が参加している「企業市民活動メールマガジン」での掲載により従業員を募っています。

このようにパナソニック株式会社では、会社としてプログラムの立ち上げから募集・企画・運営まで従業員の活動を支援しています。社会に貢献したいという意志を持つ従業員を後押しするプログラムを導入することにより、社会課題解決への貢献による企業価値、ブランド価値の向上や従業員の社会課題への理解深化、市民力・イノベーションマインドの向上に寄与しています。また、今後も取り組みを継続していくためにも、従業員にプログラムを提供することにあわせて、誰もが社会貢献活動に参加しやすい職場風土、環境を作っていくことが求められています。

富士ゼロックス株式会社の端数倶楽部

富士ゼロックス株式会社および関連会社では、1970年代から各国・地域の関連会社も含めた主体的な社会貢献活動を進めてきました。従業員の社会貢献活動を促進する仕組みは、1990年頃に日本で初めて3月から2年間のボランティア休職制度「ソーシャルサービス制度」を定め、1日単位で取得できるボランティア休暇制度を設けたところに始まります。そして翌年、1991年には有志従業員による社会貢献団体として「端数倶楽部」を設立させました。

端数倶楽部は「やりたい」という自発的な想いから組織された富士ゼロックス・グループの従業員、役員、嘱託、退職者の有志による約3,300人からなる社会貢献団体です。端数倶楽部の活動資金は、会員自身の「毎月の給与」と「各期の賞与」の「端数（100円未満の金額）」プラス、個人の自由意思による寄付（100円×任意の口数）から拠出されます。小さな端数も、集めれば社会を変えるチカラとなります。富士ゼロックス・グループの従業員、役員、嘱託、退職者であれば、入会や退会はもちろん、金額（口数）も自由に変更できます。集められた活動資金は、会員が必要と考える取り組みに役立てられ、資金を団体に寄付するときには、会社から同額（マッチング・ギフト）がプラスされます。

また、端数倶楽部では、寄付先の条件として、従業員がNPO等の活動に関わっていることを必須条件としており、そこで活動を行っている従業員がいるから寄付をする、という仕組みをとっています。従業員がNPOと関わっていることが前提なため、会社側とNPO側の事情をよく理解していることから、双方のミスマッチは起こりづらい形となっているのが特徴です。

さらに、社内に運営委員会を設置しており、会として社会貢献活動の企画を実施するほか、個人のボランティア活動のニーズを把握するために、年に1回、会員全員の意見を聴取しており、従業員の主体的な企画・提案の受け入れも行っています。

現在、会員が必要と考える以下の分野・テーマで活動し、年間約30件のボランティアイベントを企画／実施しています。

- 〈社会福祉部会〉「個を尊重できる社会づくり」
- 〈国際・文化・教育部会〉「心豊かな社会形成へ」
- 〈自然環境保護部会〉「緑の地球を次世代へ」
- 〈災害タスク〉「被災地への継続的支援」

このような、従業員の社会貢献活動を、「有志の寄付」という形から支援している端数倶楽部とは別に会社側の社会貢献活動として、現在「将来世代の人材育成」「希少な文化や情報の伝承」の2つの重点テーマに基づいて、本業を活かして新興国の児童への教材提供や伝統文書の複製と活用、さらに、会社側と端数倶楽部の両面から東日本大震災の復興支援活動等の災害支援にも取り組んでいます。

社会貢献活動を通して、従業員の会社への信頼感が増すこと、また、ボランティアの仲間がいる安心感もあることで、一人ひとりが自信を深められること、社内外の様々な人たちと活動することで、今までにない考え方や出会いに触れ、視野も広がるといったメリットが期待されます。

一人一人ではささやかな金額でも、多くの従業員に継続的に参加してもらうことによって、全体ではまとまった活動資金になり、社会のために大きく役立てることが出来ます。社会に何らかの形で貢献したいという従業員の気持ちが集まり、さらにその趣旨に会社も賛同し、協力することでその輪がさらに広がっていく姿は、社会貢献の新しい形と言えるでしょう。

フィッティング人材の重要性

第2章で記載したとおり、企業が従業員のボランティア活動を支援する意義は、SDGs や CSV、グローバル化、働き方・休み方改革等の社会環境の変化への対応や、従業員の成長等、多様なものとなっています。このような状況では、ボランティア活動に参加する人と受け入れる側の活動をリスト化し、単にマッチングするだけでは、これらの多様化したボランティア活動を支援する意義に対して、十分な成果を上げることは難しい状況となっています。

まず、企業として、従業員のボランティア活動を支援する意義として、何に重点を置くかを明らかにすることが望ましいです。その上で、応募した従業員が、どのような経験をとおして、どのような気づきを得たいか、その結果、どのように成長していきたいかを把握することが望めます。そして、企業と従業員のボランティア活動参加へのニーズを整理した上で、どの活動先に受け入れてもらうかを検討できると良いでしょう。このように、企業、従業員、活動先のニーズをしっかりと把握した上で、参加者の人選や活動先の選定ができる「フィッティング人材」の重要性が増しています。

活動先との調整の際、重要になるのが対等な関係を作り出すということです。ボランティア活動に参加する側は、自発的な意思で参加しますが、受け入れる側は活動の一部を担ったもらう位置付けになります。このような違いを考慮した上で、双方の詳しい事情や思いを把握し、双方が互いに納得し活かし合えるように意見やプログラムを調整することが望めます。その上で、参加する従業員の成長を支えることが望めます。フィッティング人材には、このような能力も求められます。

さらに、企業、従業員、活動先がボランティア活動に参加する意義について、成果を高めることが望めます。「ボランティアコーディネーション力」では、次の3つの高める方法を紹介しています。

①潜在層に向けたもの

- ・・・一般的なテーマの講演会やボランティア関係の講座の企画等

②活動前のボランティア向け

- ・・・ボランティア前に必要な研修の企画・実施

⇒特定の活動内容について学ぶ講座、活動前に実施するオリエンテーション、活動するにあたって必要な研修

- ・活動中及び活動終了後

- ・・・ボランティア自身の課題別の学習会の開催、活動について振り返る会の設置

フィッティング人材として、活動先や団体に対して定期的に助言や提案を行ったり、必要な時に情報提供したり助言したりすることも望めます。ボランティア活動に参加する従業員や、活動先から相談を受けやすい雰囲気や体制を常に作っておくこと、そして、活動先の活動状況を把握し、悩みや課題を敏感にキャッチする能力が必要となります。

第7章

外部との連携・ 支援について

この章のポイント

- ・従業員のボランティア活動への参加を支援するには、企業内だけで検討するのではなく、実際に活動をしている NPO 団体等とのネットワークを持っている中間支援組織と連携すると、円滑に進めることができます
- ・具体的な中間支援組織等の取組内容をご紹介します

1 特定非営利活動法人日本ボランティアコーディネーター協会

①取組内容

日本ボランティアコーディネーター協会（JVCA）では、市民活動に積極的に参加し社会を主体的に創造しようとする市民を支え、多様な分野で活動するボランティアコーディネーターのネットワークを築き、その専門性向上と社会的認知を進め、専門職としての確立を図り、社会全体の利益の増進に寄与することを目的として活動しています。また、JVCA ではボランティアコーディネーション力を「ボランティア活動を理解し意義を認め、その活動のプロセスで多様な人や組織が対等な関係でつながり、新たな力を生み出せるように調整することで、一人ひとりが市民社会づくりに参加することを可能にする力」と定義し、広く周知することを活動のひとつとしています。

②企業との連携

【講師派遣】

ボランティアコーディネーターの資質や専門性の向上及びボランティアコーディネーションの普及に寄与するために、研修やイベントでの講演、講義、グループワーク等の講師を派遣しています。プログラムは初学者向けのものから、実務レベルまで幅広く用意しており、ボランティアとは何か、ボランティアコーディネーターとは何かを体系立てて学ぶことができます。

【ボランティアコーディネーション力検定】

ボランティアコーディネーションの重要性を多くの人に知っていただき、その力を身につけ、身近な地域社会や各自の所属する組織、その他幅広い市民活動の場面において発揮してくために、「ボランティアコーディネーション力検定」を実施しています。検定はボランティア活動やコーディネーションの経験がある方々に幅広く受けてほしい3級から始まり、実務を進める上でも役立つ2級、専門的な知識やスキルを身につける1級と、3つのレベルを設定しています。

2 公益財団法人さわやか福祉財団

①取組内容

さわやか福祉財団は、「新しいふれあい社会の創造」を基本理念として、子どもから高齢者まですべての人が、それぞれの尊厳を尊重しながら、いきがいをもって、ふれあい、助け合い、共生する地域社会づくりを実践しています。各種フォーラム、情報交換会、実践研修会、勉強会、ワークショップ等の開催支援では、参考となる情報やツールも提供しながら、当日の講師はもとより、丁寧に目的を共有して、その後の課題解決につなげていきます。こうした取り組み支援は、直近3年間で2,000回を超えています。さらに、国への政策提言を強力に行い、新しい時代が求める社会基盤づくりをすすめています。

②企業との連携

人生100年時代、求められている抜本的な働き方改革は、個人にとっては、生き方改革でもあります。地域社会に積極的に関わることで、仕事だけでは得られない楽しみや充足感が生まれます。その喜びがまた、仕事への挑戦意欲や自信につながります。さらに現役世代からボランティアで地域につながることで、退職後の主体的な生き方の選択肢が広がります。企業・従業員それぞれの立場からの取り組みを幅広く応援しています。

〔提言、プログラム支援、各種講演〕

企業の社会貢献活動や従業員のボランティア活動推進のために好ましい制度や政策、実践例を他の団体とも連携して提言し、全国への普及働きかけを行っています。特に地域で困り事を抱えている方々への生活支援に関するボランティアの推進を積極的にすすめています。

また、具体的な活動の立ち上げ支援や既存活動の課題整理、新人研修から退職前講座までの対象に合わせたプログラム企画支援、関連する講演等を行っています。

◎名刺両面大作戦の奨励:名刺の裏面(余白)に、行っている「社会に役立つ活動」や会員になっている「社会に役立つ団体」を刷る取り組みです。社会の多様な情報に興味を持ち、コミュニケーションが生まれ、自然にボランティア活動を始めるきっかけともなります。

〔非営利活動・地域づくりの現場を学ぶ場としての人材の受け入れ〕

企業や自治体の従業員の方々を、出向・長期研修(1年～2年)という形で積極的に受け入れています。若い世代の学びの場や管理職になる前の実務研修の場として、また定年前や延長後のシニア世代の方々等、年齢も経験も多様です。

〔助け合い寄付の普及、寄付文化の推進〕

企業や従業員の方々から寄付をいただき、全国の助け合い活動を支援しています。たとえば「連合・愛のカンパ」は、カンパ金による社会貢献活動であり、当財団が配分先を選考し、全国で役立てられています。他にも、企業のご協力を得た特定飲料自販機での購入による寄付等、様々な形で寄付を頂戴し、全国の助け合い活動推進の支援に活用させていただいています。

3 公益社団法人日本フィランソロピー協会

①取組内容

公益社団法人日本フィランソロピー協会は、「健全な民主主義社会の創出」をミッションとし「企業フィランソロピー」を核に従業員はじめ個人の社会参加の推進をめざしています。

フィランソロピーとは、ギリシア語の「フィリア（愛）」と「アンソロポス（人類）」に由来する言葉で、「人類愛」「博愛」を意味し、今日的には「社会貢献」と訳されています。また、フィランソロピーは、社会貢献活動を通して、社会の課題解決を図る、ということまでを包含する概念です。

②企業・行政・NPO 等との連携

フィランソロピーを民主主義の原点と据え、企業フィランソロピーを核に、ステークホルダーである従業員・顧客・取引先等個人の社会参加推進につなげ、地域社会に生きる人たちが、自分事として、地域の課題解決や、次世代育成に尽力するための、コーディネート事業をしています。

【企業 CSR 支援事業】

CSR 支援事業では、企業の社会貢献活動の実施支援を行っています。社会貢献プログラムの企画立案や事務局、従業員ボランティアプログラムの活動先とのマッチング、寄付や助成プログラムにおける NPO 等の支援先の調査・選定を行っています。企業、および、従業員等個人のフィランソロピー文化の醸成と、支援先との顔の見える関係づくりを心がけています。

◎協会独自のボランティアマッチングサイト（ボランティアウェブ）

従業員のボランティア活動推進を目的に、様々なボランティア募集の情報を、ウェブサイト上で提供しています。利用企業の従業員は、ウェブサイトから全国の主要都市で実施される多様な分野のボランティアプログラムを選び、直接、参加申し込みができます。複数企業の参加があり、他社の従業員とのコミュニケーションの機会創出にもなっており、会社の枠を超えた出会いの場づくりにも一役買っています。

【顕彰事業】

2003 年に創設した「企業フィランソロピー大賞」では、社会課題のために、自社の経営資源（人材・ノウハウ・技術・情報等）を有機的・持続的に活用した企業の社会貢献活動を顕彰しています。全国各地の大小さまざまな企業を広く紹介することにより、各企業の社会貢献活動のヒントにいただき、CSR 経営を実効的・発展的に推進するための一助となるようグッドプラクティスを発掘しています。

4 社会福祉法人全国社会福祉協議会

①取組内容

「社会福祉協議会（社協）」は、社会福祉法に基づきすべての都道府県・市町村に設置され、地域住民や社会福祉関係者の参加により、地域の福祉推進の中核としての役割を担い、さまざまな活動を行っている非営利の民間組織です。

全国社会福祉協議会（全社協）は、これら社協の中央組織として、全国各地の社協とのネットワークにより、福祉サービス利用者や社会福祉関係者の連絡・調整や活動支援、各種制度の改善への取り組み等、わが国社会福祉の増進に努めています。

②企業との連携

〔地域におけるきめ細かな福祉活動の展開〕

住民同士が支え、支えられる関係のもと、誰もが住み慣れた地域で自分らしい生活を営むことができるよう、それぞれの地域性や実情に応じて、社協や民生委員・児童委員が展開する支援活動をサポートするとともに、福祉教育の推進、情報提供や調査研究、NPO や企業との協働の場づくり等ボランティア市民活動の振興に取り組んでいます。

5 特定非営利活動法人日本 NPO センター

①取組内容

日本 NPO センターでは、民間非営利セクターに関するインフラストラクチャー・オーガニゼーション（基盤的組織）として、NPO の社会的基盤の強化を図り、市民社会づくりの共同責任者としての企業や行政との新しいパートナーシップの確立をめざしています。

②企業との連携

企業の社会貢献活動（CSR、SDGs、サステナビリティ等）に関するご相談やプログラム開発、支援先（寄付・物品寄贈）や協働先となる NPO の仲介、連携・協働事業等を全国各地の NPO 支援組織と連携して展開しています。企業と NPO との協働を通じて、企業の社会性向上に寄与し、社会課題の解決を促進していきます。

〔相談対応、コンサルテーション〕

CSR/CSV、SDGs、サステナビリティ等さまざまな切り口で行う社会貢献活動のご相談（コンサルティング）を行っています。

社員ボランティアプログラムや寄付、NPO との協働事業のあり方等のご相談や開発・実施の支援、協働相手となる NPO のご紹介等に対応しています。

〔寄付先（金銭・物品）の情報紹介・照会〕

寄付先（金銭・物品）の NPO を希望に合わせてご紹介・仲介しています。

〔企業の担当者向けセミナー〕

企業の社会貢献活動の意義と役割、NPO/NGO との協働のあり方、災害時のボランティア等の支援策、NPO と協働した新規事業開発等、各種研修に対応しています。

従業員のボランティア活動支援のすすめ
～社会と企業のさらなる発展を目指して～

2020年3月発行

企 画・制 作 株式会社日本能率協会総合研究所
〒105-0011 東京都港区芝公園3-1-22
TEL 03-3578-7575

お問い合わせ先 厚生労働省雇用環境・均等局職業生活両立課
TEL 03-5253-1111

※本誌の無断転用・無断複製を禁じます。

