

第三回 共助社会づくり懇談会メンバーによる意見交換会議事要旨

日時：平成 26 年 6 月 20 日（金）13:00～15:00

場所：中央合同庁舎第 4 号館 2 階第 3 特別会議室

議 事

- 1．事務局からの報告事項について
- 2．共助社会に向けたボランティア機会の創出について
- 3．その他

1．事務局より、6月14日（土）に開催された「共助社会づくりシンポジウム in 関西」、6月2日（月）に開催された「共助社会づくり推進のための関係府省連絡会議」の概要について報告。

2．共助社会に向けたボランティア機会の創出について、内閣府より資料（参考資料1）を紹介した後、水谷綾委員、特定非営利活動法人サービスグラント嵯峨生馬様よりプレゼンテーション。主な発言は次のとおり。

（1）共助社会づくり懇談会 水谷綾委員（社会福祉法人大阪ボランティア協会事務局長）

大阪ボランティア協会は、ボランティアグループやボランティアの育成及びそのコーディネーターをしている。中間支援としてのNPOの支援や、企業のCSR、社会貢献活動の促進をボランティアと絡めながら進めている。ボランティアによる応援を求める者と、活動に関わりたい希望者をつなぎながら、その活動や問題を社会化させ、組織化。同時に、その活動をバックアップしたい、関わりたいと考える者をつなぐことを事業としている。ボランティアは、共助社会づくりにおいて市民のつながりを作っていく「人」であり、NPOセクターではボランティアを「第二の顧客」とも呼ぶ。このつながりを作る中心になるのは「人」であり、その「人」をどのように育成していくのが課題。

「人」づくりの関係性の礎でもあり、寄附者にもなり得ることからも、ボランティアに参加する人こそ、つながりや広がりの中核になる存在である。この参加者をどう育成するかという視点を抜きに、寄附等の議論を行ったとしても重層的な議論にはならないと考えている。

ボランティア活動に参加する側の動機として、自分の成長、やりがい、誰かのために放っておけない、見過ごせないといったことが挙げられている。

一方、関わらない理由としては、時間がない、経済的負担が大きい、情報が足りない、といった「がない」が挙げられており、これらをどう提供できるかが課題。このため、大阪ボランティア協会では、ボランティアスタイル事業を4年前から実施。さらに、経験者をボランティアリーダーとして育て、新たな市民参加を促していくプログラムも実施している。

ボランティアスタイル事業：20代から40代の働き盛りの層をターゲットとし、休日の新しい過ごし方を提供。（3時間で毎週末参加できるような、いつでも始められる多様なメニューを準備。）

短時間でボランティアができることを知らない人が多いので、こうした間口を広げることは重要である。

いわゆる「地元」と呼ばれる地域のボランティアは、40代から60代の中高年の方が多いが、ボランティアスタイルのプログラムは、大阪の中心部で行っているということもあるが、20代、30代の参加が圧倒的に多く、「やれそう」、「やりたい」といった形で参加していると実感している。

地域における担い手は非常に不足しており、従来型のアプローチでは不十分と感じられる。今あるものを活かす、もしくは、新たな切り口を提示することで、ボランティア活動に関心を持っている6割以外の者にもきっかけを与えることが出来るのではないか。

特に地域福祉においては、中高年の方々が中心に担い手として活動しているが、年齢層が上昇しつつある中で、その方々の経験値と新たな切り口を盛り込むことをNPOや中間支援組織が提示していく必要がある。

活動に関わってほしい側は、ボランティアの持ち味を最大限に活かして、団体内の刺激や活性化に結び付けたい一方で、活動に関わりたい側は、自分の存在の意味が認められ、主体的に組織の目標達成に参加できる機会と場所を見つけない。これをコーディネートし、社会課題の解決に向けて、寄附も含めた参加の機会を提供することが、ボランティアプログラムの創出である。市民を巻き込んでいくことが非常に重要。

対象を絞りつつ、ボランティアを育成したり巻き込んでいる団体や、寄附を交えた活動、プロボノやキャストといった別の切り口で関わる人を巻き込む事例が増えている。今後10年、20年先を見据えて、そうした新たな層を取り込む事例を作っていく必要がある。

寄附やボランティアが集まるNPOは、ビジョンや夢があり、それを支える人がいて、関わることによって自分が変わっていくといった感動があるような組織であるべき。そういう場への参加の機会を提供していくことが共助社会づくりに結びつくのではないか。

大阪ボランティア協会やサービスグラウンドの取組は都市部において機会創

出として活用されているが、地方で活用できるかは、議論が必要。地方は助け合い的な取組などもあり、かつ、元気な地方は豊富な資源を活かし、外から人を呼び込むという観点からの機会創出も必要になるだろう。

例えば米国ではNPOの経営力向上カリキュラムの中でボランティアマネジメントは必須項目になっており、日本でもしっかり取り組む必要性がある。また、ボランティアも様々であり、「参加したい」層だけではなく、いわゆるNPOの経営者層や理事・監事等のクラスを育成するといった新しいプログラムも必要。さらに、交通インフラ・場所の提供といったハード面での行政的支援についても議論していく余地があるのではないかと。

(2) 特定非営利活動法人サービスグラント 嵯峨生馬代表理事

プロボノは専門スキルを持った人たちによるボランティア活動。同じボランティア活動でも、少し専門性や専門知識を活かした活動であり、特にそのような人材が不足しているNPOには有効なサポートである。

プロボノに対するニーズは、ウェブサイトなどの情報発信に限らず様々である。NPOにプロボノへのニーズに関するアンケート調査を行ったところ、寄附者・賛助会員を増やしたい、スタッフの専門性を高めたい、中長期の事業計画を策定したい、事業の収益性を高めたい、スタッフの業務効率化や生産性向上を図りたいなど、組織全般に関するニーズが挙げられた。

最近では「プロボノ・サービスプロバイダー」と呼べるような、プロボノ活動に取り組む団体が増えており、NPO法人だけでなく、任意団体や社団法人など、法人形態も様々。また、企業自身のプログラムとしてプロボノを提供しているケースや、地域の中間支援組織がプロボノのコーディネートという新しいプログラムを取り入れ始めている。

プロボノ支援も「身近な地域」、「遠隔地」、「1日完結」など多彩な広がり方をしている。

「身近な地域」の例では、大阪市でのホームタウンプロボノがある。大阪市内の20を超える地域活動協議会という地縁組織を対象にプロボノサポートを実施。具体的には情報発信のほか、コミュニティビジネスの立ち上げ支援、地域イベントの活性化や地域施設の有効活用などの支援を実施。

「遠隔地」の例では、ふるさとプロボノがある。大都市圏のプロボノワーカーが地域に出向いて行って、サポートをするものであり、被災地支援などもこれに当てはまる。

サービスグラントの場合、平均で6ヶ月程度プロボノとして関与するプログラムとなっているが、期間が長いと、関わる人に負担がかかってしまう。このため、まずは1日体験ということで、短期間で成果が上がるような形で

のイベントを開催。これに関わった人が、プロボノに興味をもち、長期のプロボノに参加するようなケースにつながっている。

企業が戦略的 CSR として取り組む動きも出てきており、プロボノと他の社会貢献プログラムとの組み合わせなどに取り組んでいるケースが多い。例えば、企業として助成支援した NPO や社会起業家に対して、プロボノによる基盤強化を行うケースがある。また、企業の社員がコンサルティングを実施し、支援先のニーズや課題を把握した上で、助成金の使い道の提案も併せて行うといったものも見られる。

寄附金を有効に活用するためには、単に団体にお金を渡すだけではなく、団体側の成長という観点からも、寄附の前後や最中など、どこかのタイミングで、並行的又はフォローアップとしてプロボノ支援をすると、寄附金とプロボノが有機的に連携し、有効なものとなる。

プロボノに参加することで、視野が広がった、社会に役立つことができた、人脈が広がった、ワークライフバランスにもプラスになったなど、単に支援するよりは、自分にも何か非常にポジティブなものが返ってくる、参加したことによって人間的な成長につながったという実感を持っている人が多い。

また、プロボノに参加して仕事に活かせる有意義な経験を得た人も多い。プロボノに参加する人は普段忙しい人が多いが、プロボノの経験が仕事にも活かることになれば、時間を割いてでも参加したい人が増える。さらに、プロボノには人を育てる機能があり、様々な役職の人にプロボノを絡めていくことで、プロボノが一つの人材開発の役割を担えるのではないか。

ママたちのプロボノとして、ママボノというプログラムを試験的に実施。育休を取ったり、出産を機に会社を辞めた人たちからは、仕事の勘を失い、復帰時が不安という声が多い。そういった人たちがプロボノに参加することで、復職前のウォーミングアップにもなる。また、他の会社の人たちとのネットワークができる、平日昼間に働けるので NPO も受け入れやすい、期間は短めだが週 10~15 時間と長時間活動できるというメリットがある。

プロボノをコーディネートできる機能やスキルが各地に根付くための社会基盤として、人材育成、情報提供、実績認証の 3 つが必要である。

プロボノをコーディネートできる人材の育成、いわゆるボランティアマネジメントが必要。中でも、特に企業人の目線での参加しやすさ、NPO に対しても今あるニーズの先を見通した提案、NPO の基盤強化に軸足を置いた評価をして NPO を支援の必要があり、そういう部分でのマッチングや、人材育成ができると広がりが出てくる。

プロボノサービスを提供している団体が増えている中、情報が共有化・一元化され、情報提供基盤が構築されると、プロボノ支援が一部の団体に偏よ

ることも少なくなる。また、様々な受入団体のニーズも整理できるような窓口ができるとういのではないか。

プロボノで活躍した時間が何らかの形で認証され、それが例えば企業の人事評価や資格取得につながると良い。そのためにも、プロボノの活動を認証するようなスキームが必要ではないか。また、認定 NPO 法人でプロボノを行えば、寄附金の税額控除のような税金の一部が控除や、派遣した企業は別枠で損金算入が認められるような税制優遇措置があると良いのではないか。

(3) 意見交換

純粋なボランティアとプロボノでは、増やす方法論は異なると思うが、それぞれに合った、気軽に参加できる制度設計をしっかりと行っていくことが非常に重要である。

ボランティアの在り方と最低賃金以上の給料をもらって働く就労者との線引きを明確にする必要がある。有償ボランティアという言葉が広まってしまって、就労者であるところの労働基準法や雇用契約、労災、保険などの制度が完備されず曖昧な低賃金の労働力が当たり前になってしまうと、共助社会の担い手が崩壊してしまうのではと危惧する。

ボランティアの増加を、満足度や課題解決度、経済効果など、様々な指標で評価し効果を示すことで、ボランティアや寄附の増加といった、非常に効果が高い循環を生むと考えられる。

ボランティアは自由なものだが、その中での役割と責任がある。有給職員とボランティアの役割や責任の違いをしっかりとデザインする際に重要なのがボランティアコーディネーターであり、これをどう育むかが非常に重要。企業を中間管理職以上で退職した人は、仮に専門知識を持っていなくとも、人脈や資金源の情報があるなど、NPO の役員・理事として貢献できる部分があるので、ボランティアの役員・理事となってももらうことも重要。

ボランティア活動を、人数や時間、金銭換算によって見える化して、事業報告書等に記載するなど、表現することが必要ではないか。

寄附とボランティアの相関関係は、政策を考える時にも重要。寄附を刺激する政策だけでなく、ボランティアの価値そのものの一定割合を税額控除するといった、ボランティアを刺激する政策も考えられるのではないか。

ボランティアは様々な分野で求められているが、従来のイメージでは福祉分野とされており、これが NPO でのボランティア拡大の障害となっていると思う。このイメージを変えていくことも必要。

サービスグラントでは、プロボノの支援先としては、最低 1 人は専従職員がいることを条件としている。米国では最低 3 人とか予算規模などのルールが

あるようだが、条件が多すぎると多くの団体を切り捨てることになるので、敷居を下げている。また、プロボノのマッチングによる収益は無く、活動の4割程度は持ち出しであり、収益は、企業や行政との連携・委託による。サービスグラントでは、プロボノ活動については、4～6カ月程度の期限を切っている。プロボノは基盤作りを手伝うもので、支援先自身が強くなることが前提。基盤が整えば、後は団体自身で運営してもらう。

人のボランティアな動きは自由な発想の中から生まれてくるものであるため、これを制度・政策の中に取り入れていくリスクを丁寧に議論すべき。契約を結ぶといったボランティアを管理する仕組みの度合いが上がるほど、それが有償化につながってしまうのではないかと。個人の自発的な思い自身が全て労働価値に変えられていくという意味で、非常に危険である。

ボランティアの評価検証においても、自由にやっていると効果が無く、統制されると効果が出るといった結果が出た場合や、教育課程での成績への加味などについても、性急に進めると非常に危ない部分があると思う。

大学の授業の中でNPOに行くというものがあり、単位認定している。これは、NPOの活動で社会貢献の意義を感じるという目的もあるが、活動内容をプレゼンさせることでプレゼン能力が育つという教育面の意義も非常に大きい。ボランティア活動を行ったことを評価するより、その活動で学んだことを取りまとめるプロセスについて、大学が単位認定することは大事。

プロボノでうまくいかなかった事例を俯瞰することによって、支援を受ける側であるNPO側が変わっていかねばいけないことがわかる。

プロボノやボランティアとしてNPO活動に参加している方は、NPOを応援したいというよりは、その先にいる本当に困っている方や社会問題を解決する方法の一つとして支援している。そのため、NPO側が、自分たちの団体のためではなく、社会問題の解決のためにプロボノを頼むという意識を持っているかどうか重要。プロボノで参加する方にもそれを伝えて、団体を支援するのではなく、社会課題を解決するという、両者の目線を合わせるのが、両者を中間でつなぐ立場として重要である。

プロボノでうまくいかなかった例としては、プロボノのリーダーとメンバーの相性が悪いという人的な問題、プロボノで参加した側の人たちが盛り上がりすぎて、何でもやってあげると言ったものの、いざ行う段階になると手を動かす人がいなかった問題、プロボノで参加した方が行ったものが、NPOが期待したものではなかったということなどが挙げられる。

プロボノ支援で失敗しないためには、プロジェクトが始まる時点で、参加者に今回のプロボノで応援する範囲をあらかじめ伝え、その範囲を超えて応援しないと決めておくことが重要。また、受け入れ側のNPOは、団体の

ためではなく社会的課題の解決という目的を明確にすることや、プロボノを受け入れるにあたり理事も含めた組織内部での意思統一を図ることが必要。さらに、NPO側も、求めている内容を具体的に提示しないと支援内容が固まらない場合や、逆にプロボノする側から情報を提供しないと良い提案がNPOから返ってこない場合もあり、受入れ体制の整備が必要。

プロボノは新しい一種の市民教育プログラムであり、市民参加の新しい形を作っていくもの。将来的にはプロボノが普及することによって、市民が自分で社会課題について考えるようになり、NPO等との関わりが深くなった結果、市民の社会課題の解決のための知性が深くなる。さらに、いざ何かあった時に誰かを頼るのではなく、自分たちできめの細かいレベルで課題解決が実現できる社会になると考える。

ボランティア活動には市民学習の要素があり、ボランティア活動を行うことで、価値観が多様化し、かつ、周りのことを自分事にしていくことの実践にもなるので、自らを治める自治力を高めることとなる。ボランティア活動は、掛け算ではなく足し算でしかないので、参加者が地道に増えていくことで、将来的には共助社会が強固になると考える。

地域には定年を迎えた方々が多く帰ってきており、そのような方は40～50年間、社会の第一線で培ったノウハウや人脈を生かして何かしたいと思っている。このため、例えば、この方々が中小企業と出会って何か新しい商品が生まれたり、流通ルートが開拓されると、地域の企業からはありがたい御縁になる。実際にそういった組織も地域で続々と立ち上がっている。現役で働いている方々や既に地域に帰った方々と連携ができると良いが、同じ地域にいても出会わないことが多いので、出会う場を増やしていくこと重要。共助社会づくりの基本である地域オールキャストにつながる。

ボランティアは、公教育や文部科学省が推奨する「教育」とは全く反対の極みにある「教育」かもしれない。ボランティアは教えるのではなく、育みと考えると、画一化された一定レベルの教育に対し、社会参画する時の判断力や主体性の両方が育まれる。共助社会の一環で、ボランティアする人を育てようという施策は非常に危険で、この点は慎重に議論する必要がある。

意欲のある現役のサラリーマンがプロボノとして行くべき所を上手につなぐという新しい動きが出てきているが、そのつなぎ役が共助社会の中で役割を果たしていくことによって、随分新しいことが生まれると思う。

ここで、改めて共助社会づくりを具体的に進めるための議論をじっくりと整理する時間がほしい。

(以上)