

平成 15 年度 文部科学省委託調査
奉仕活動・体験活動の推進方策等に関する調査研究

**ボランティア活動を推進する
社会的気運醸成に関する調査研究
報告書**

平成 16 年 3 月

三井情報開発株式会社
総合研究所

目 次

第1章. 調査の概要.....	1
1-1. 調査の目的.....	1
1-2. 調査の視点.....	2
1-3. 調査フロー.....	3
1-4. 調査体制.....	4
第2章. ボランティア活動に対する国民の意識と行動.....	5
2-1. 既存調査に見る国民の意識と行動.....	5
2-2. ボランティア活動に対する国民の意識と規定要因の調査分析.....	12
2-3. ボランティア活動に対するプロモーションのポイント.....	51
第3章. 職場のボランティア活動支援の役割と地域体制づくり.....	53
3-1. 企業のボランティア支援策と社会的気運醸成.....	53
3-2. 地域体制づくりにおける体験活動ボランティア活動支援センターの役割.....	64
第4章. 他の社会的課題における気運醸成に向けたプロモーション事例.....	95
4-1. 「環のくらし」における温室効果ガス削減活動の普及・啓発.....	95
4-2. 「21世紀における国民健康づくり運動」におけるヘルスプロモーション..	101
4-3. 「障害者の雇用の促進等に関する法律」に基づいた普及・啓発活動.....	107
4-4. プロモーション事例の整理とボランティア普及に向けた参考点.....	110
第5章. ボランティア活動における社会的気運醸成に向けたプロモーション手法.....	111
5-1. 体験活動ボランティア活動支援センターを中心とする地域支援体制の構築	111
5-2. 社会的気運醸成に向けたプロモーション戦略.....	118
5-3. 具体的なプロモーション手法.....	121
第6章. 参考資料.....	131
6-1. 住民アンケート調査票.....	131
6-2. 支援センターアンケート調査票.....	140
6-3. 既存調査の概要.....	147

第1章．調査の概要

1 1．調査の目的

現在、世界中で多くの人々がボランティア活動を活発に行っている。ボランティア活動の範囲は自国内、国外を問わず、分野も福祉、教育、環境、開発及び人権擁護等多岐に渡っており、今やボランティア活動は社会を支える不可欠の存在として認められてきている。

我が国においても、**1995**年の阪神・淡路大震災の時に全国から集まった多くのボランティアが活躍し、それを契機に国民のボランティア活動に対する関心は大きく高まってきたが、その一方で、「時間に余裕のある人がやるもの、自己犠牲をとまなうもの」というイメージも根強く残っているのが実態といえる。これは、ボランティア活動が「団体に参加して行なうもの」というように限定的に捉えられる傾向があることも一因と考えられる。

稲作の伝統をもつ我が国において、本来地域社会での相互扶助意識は日常的に行なわれてきたものであり現代人の中にもその精神自体は受け継がれている。他方、価値観の多様化した現代においては、生涯学習活動や趣味活動、職業生活で培った技能などを社会に還元する活動を行なう人も多く、「ボランティア活動」という意識を持たないだけで、自発的な社会への貢献活動の潜在意識は決して少なくないものと考えられる。

この潜在意識を顕在化し、ボランティア活動をより一層活性化するためには、ボランティア活動が、巷間捉えられているものより多様であることを訴求するとともに、一人一人がボランティア活動を身近なものとして捉え日常生活の一部として継続的に取り組んでいくような社会的気運が醸成される必要がある。

また、社会的気運を醸成するという国民意識に訴える活動の一方で、個々人ボランティア活動を支える体制づくりを両輪として進めていく必要がある。文部科学省では、ボランティア活動の活性化に向けて、**2002**年度から**3**年計画で全国的に推進体制の整備を進めている。現在、国の機関として「全国体験活動ボランティア活動総合推進センター」、全都道府県及び全国の約半数の市町村に「体験活動ボランティア活動支援センター（以下、「支援センター」）」が設置され、ボランティア活動に関する情報収集・提供等を行っている。しかしながら、この支援センターがより有効に活用されるためには、ボランティア活動そのものの社会的気運をより醸成していくとともに、類似の組織にはないセンター固有の役割をより明確化し、提示していく必要がある。

これらの点を踏まえ、本調査では、支援センターを中心とする地域でのボランティア活動の支援体制のありかたを検討した上で、そこで供給されるボランティア活動に国民が積極的に参加するよう、国民の興味・関心を高め参加への社会的気運を醸成するための効果的な手法を明らかにし、今後の取り組みの指針とすることを目的とする。

1 2 . 調査の視点

(1) マーケティング戦略を援用した効果的な社会的プロモーション戦略の検討

本調査では「ボランティア活動を促進する社会的気運の醸成」を、「住民がボランティア活動に興味関心を抱き、行動を起こすに至る意思決定の段階的プロセスを促進するための、一連のプロモーション活動」として捉える。この「意思決定の段階的プロセス」は、**AIDMA** (アイドマ) の法則¹として知られる、マーケティング戦略上の概念であり、「気づき」から「行動」までの **5** 段階がある。

本調査でもこの枠組みを援用し、一つの段階を次の段階に移行させるための、効果的な社会的プロモーション手法の在り方について検討する。

(2) 体験活動ボランティア活動支援センターを中心とした地域体制の在り方の検討

一般に、国民が社会的行動を行うかどうかについては、企業や学校、自治会、趣味のサークルなどその人が日常的に所属している集団（中間集団）に実践者がいたり勧められたりするかどうかが大きく影響すると考えられ、ボランティア活動も同様だと考えられる。

従って、ボランティア活動へのプロモーションを考えるに当たっては、国民一般へのプロモーションのみならず中間集団へのプロモーションも重要と考える。

本調査では、企業や地域での従業員・地域住民に対するボランティアの取り組みの支援について先進事例をレビューする。

また、前述のとおり、文部科学省が整備を進めてきている「体験活動ボランティア活動支援センター」は地域でのボランティア活動の支援体制の中心としての役割が期待されるが、より住民に頼られる存在として認知され活用されるためには、既存機関の活動と差別化した、固有の役割を果たす必要がある。

本調査では、支援センターへのアンケートから、支援センターの活動の実態ならびに地域の期待する連携相手や問題点等を整理し、ボランティア活動促進に果たすべき固有の役割（ミッション）を明確化する。

(3) 他分野における社会的気運醸成に向けたプロモーション事例からの要素抽出

何らかの社会的課題に対し、広く一般住民の関心を高め実際の行動を促すようなプロモーションは、ボランティア活動以外の分野でも行われてきている。近年では環境や健康づくりなど、国民一人一人の行動変化が不可欠な課題に対してプロモーションが盛んになってきている。

本調査では、「環境」「健康」「福祉」の3つの社会的な課題に対するプロモーションの既

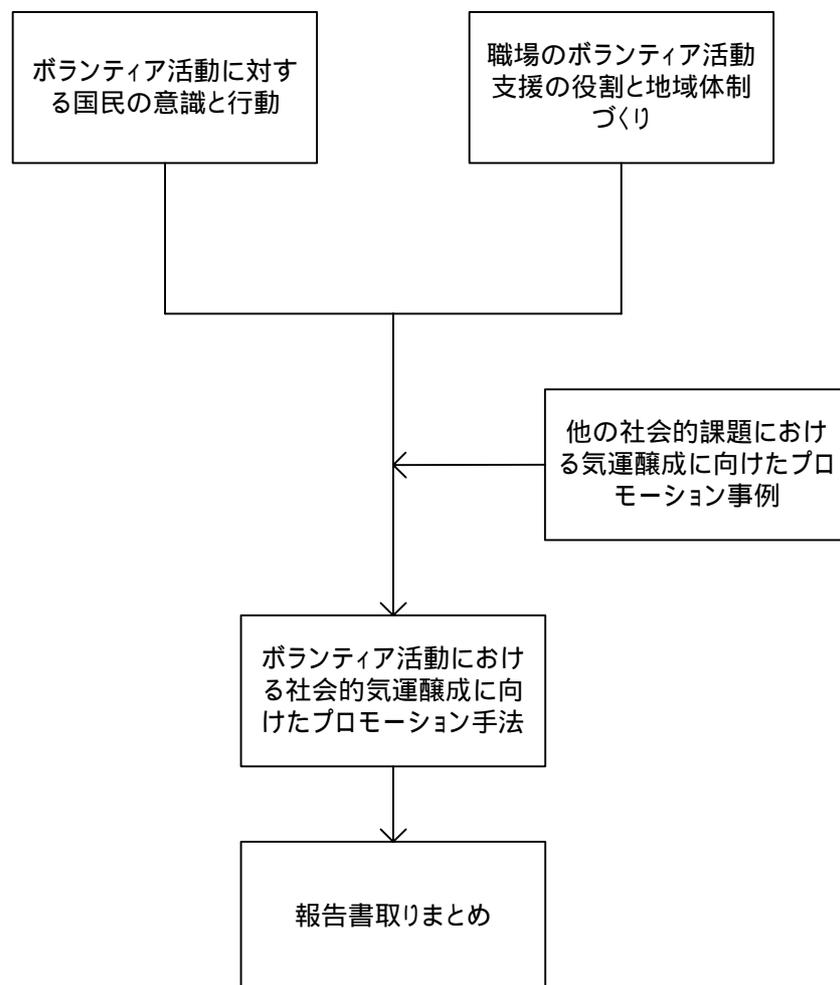
¹ **AIDMA** とは、**Attention**（気づき）、**Interest**（関心）、**Desire**（要求）、**Memory**（記憶）、**Action**（行動）の頭文字をとったもの。詳細は **2-2-1 (P.12)** を参照。

存事例を調査し、ボランティア活動に対するプロモーションに対する示唆を得る。

1 3 . 調査フロー

以上の調査の視点に基づき、調査は以下の手順で実施した。

図表 1-1 調査フロー



1 4 . 調査体制

本調査を進めるにあたり、ボランティア活動、NPO、社会的プロモーション等に関する有識者から構成される調査研究委員会を組織し、調査内容や方法、考察等に対し助言を受けながら調査を実施した。委員会メンバーとスケジュールは以下のとおりである。

	氏名	所属	役職
委員長	田中 雅文	日本女子大学人間社会学部教育学科	教授
委員	池田 克弘	交通ボランティア・ネットワーク	事務局長
	小野打 恵	株式会社ヒューマンメディア	代表取締役社長
	黒沼 迪子	長野県体験活動ボランティア活動支援センター	コーディネーター
	富永 一夫	特定非営利活動法人 FUSION 長池	理事長
事務局	樋口 健	三井情報開発株式会社総合研究所調査研究部	主任研究員
	濱田 大器	三井情報開発株式会社総合研究所調査研究部	副主任研究員
	傍島 久弥	三井情報開発株式会社総合研究所調査研究部	研究員
	菅 正史	三井情報開発株式会社総合研究所調査研究部	研究助手
オブザーバー	高杉 良知	文部科学省生涯学習政策局	社会教育官
	内山祐二郎	文部科学省生涯学習政策局社会教育課	ボランティア活動推進専門官
	野沢 和也	文部科学省生涯学習政策局社会教育課	ボランティア活動推進専門官
	市川 恵理	文部科学省生涯学習政策局社会教育課 社会奉仕活動企画係	係長
	毛利るみこ	文部科学省生涯学習政策局社会教育課 社会奉仕活動企画係	係員

(委員は五十音順、敬称略)

回	議題
第1回	<ul style="list-style-type: none"> ・調査研究計画について ・ボランティア促進の現況と課題について ・住民アンケートの調査項目について
第2回	<ul style="list-style-type: none"> ・住民アンケートの調査結果について ・支援センターアンケートの調査票案について
第3回	<ul style="list-style-type: none"> ・支援センターアンケートの調査結果について ・プロモーション手法について
第4回	<ul style="list-style-type: none"> ・報告書案について

第2章．ボランティア活動に対する国民の意識と行動

本章では、ボランティア活動に対して国民がどのような意識を持っているのか、あるいは実際にどのような活動を行ったことがあるのか、ということについて、既存のアンケート調査²から明らかにし、現状と課題を把握する。

まず初めに、ボランティア活動に関する既存調査をレビューし、国民の意識と行動についての基本情報を得る。ここで意思決定プロセスに関する枠組み（AIDMAの法則）を導入して課題を整理し、それを踏まえ新たにアンケート調査を実施する。そして本章の最後で、その結果を基にプロモーションの課題とポイントをまとめる。

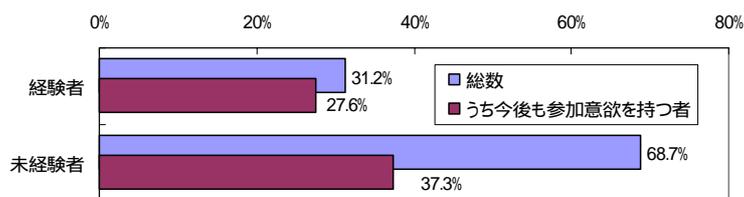
2 1．既存調査に見る国民の意識と行動

2 1 1．ボランティア活動に対する意識

(1) ボランティア活動の経験と参加意向

- ・ ボランティア活動の経験者は3人に1人の割合（31.2%）である。
- ・ ボランティア活動への参加意欲を持つ人は3人に2人の割合（65.0%）である。特に、活動経験者はその後も参加意欲を持っている割合が高い。

図表 2-1 ボランティア経験の有無と今後の参加意向



(注) 経験者は「現在している」と「過去にしたことがある」の合計

今後も参加意欲を持つ者は「是非参加してみたい」と「機会があれば参加してみたい」の合計

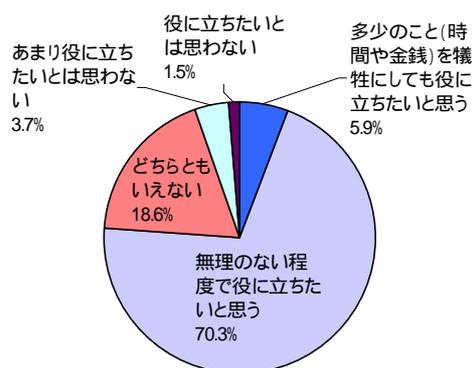
出所：平成12年度国民生活選好度調査

² ここでは、平成12年度国民生活選好度調査、及び平成13年度社会生活基本調査の結果を利用した。各調査の概要については、巻末の参考資料（P.145）に掲載した。

(2) 社会貢献に対する意識

- 社会貢献意識については、4人に3人(76.2%)が「社会の役に立ちたい」と考えている。中でも「無理のない程度で役に立ちたいと思う」人が約7割と圧倒的に多い。この意識がボランティア活動への参加意欲に結びついていると考えられる。

図表 2-2 社会への貢献意識



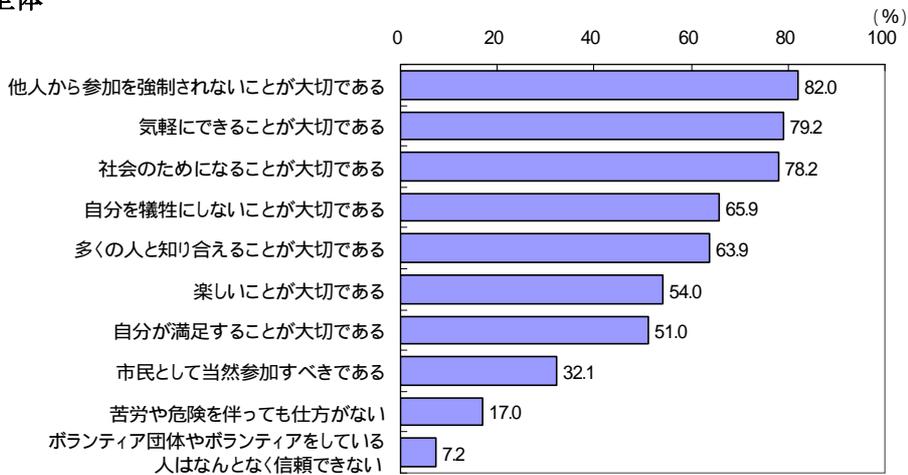
出所：平成12年度国民生活選好度調査

(3) ボランティア活動に関する考え方

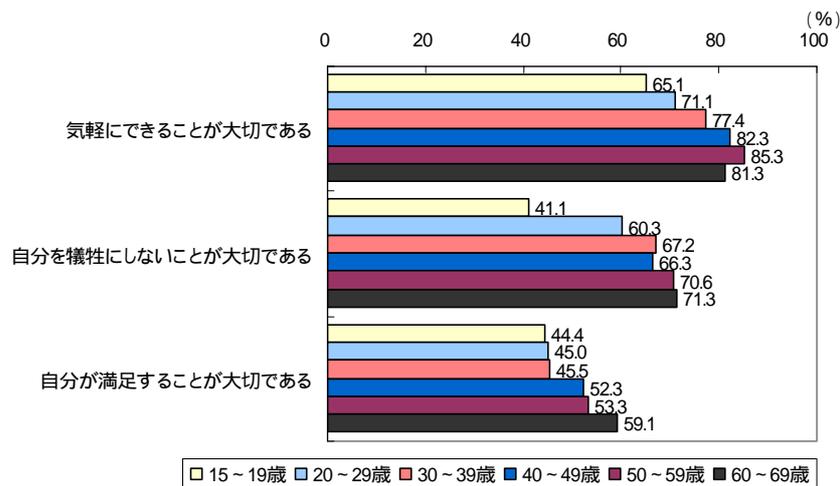
- ボランティア活動に関して、「参加を強制されないこと」が大切と考える人が 8 割を越える。その他「気軽にできること」、「社会のためになること」が大切と考える人も多い。他方、「楽しいこと」、「自分が満足すること」が大切と考える人は 5 割程度にとどまる。
- ボランティア活動に関する考え方を世代別に見ると、「気軽にできることが大切」、「自分を犠牲にしないことが大切」、「自分が満足することが大切」と考える人の割合が若い世代ほど低くなっている。

図表 2-3 ボランティア活動に関する考え方

a) 全体



b) 世代別



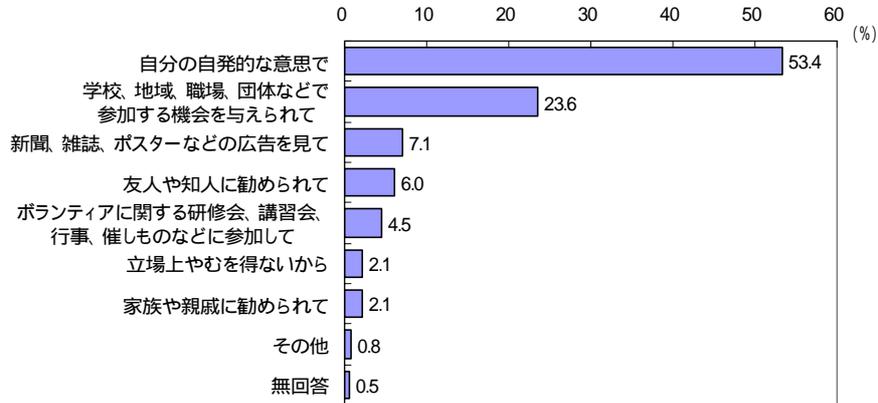
(注) 「全くそう思う」、「どちらかといえばそう思う」と回答した人の割合の合計。

出所：平成 12 年度国民生活選好度調査

(4) 活動を始めるきっかけ

- 参加意欲を持つ人のきっかけは、「自発的な意思で」が5割以上を占めている。

図表 2-4 活動に参加したいと思う直接的なきっかけ

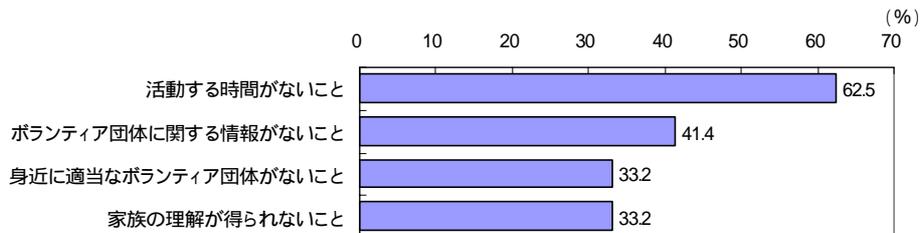


(注) 回答者は、ボランティア活動に「是非参加してみたい」、「機会があれば参加してみたい」人。
出所：平成12年度国民生活選好度調査

(5) ボランティア活動の制約要因

- 活動の制約となることは、時間や情報の不足であるとする人が多い。

図表 2-5 ボランティア活動の制約要因

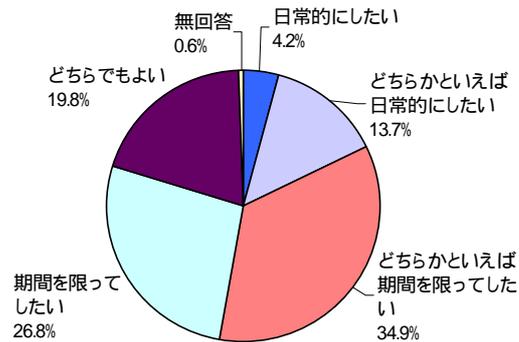


(注) 「妨げとなる」と回答した人の割合。
出所：平成12年度国民生活選好度調査

2 1 2 . 希望する活動期間と範囲

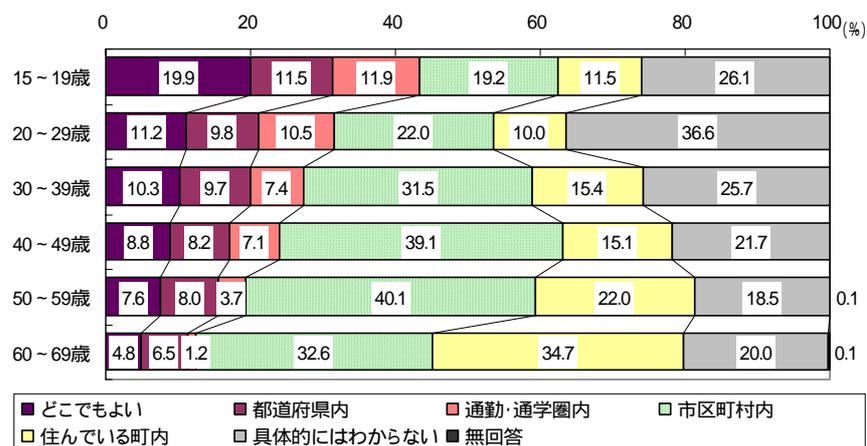
- ・ 参加意欲を持つ人のうち、「期間を限って」の活動を希望する人は6割を超える。
- ・ 年齢が高くなるほど、自分が住んでいる身近な地域でボランティア活動を行いたいと考える人が多くなる。

図表 2-6 希望するボランティア活動期間



(注) 回答者は、ボランティア活動に「是非参加してみたい」、「機会があれば参加してみたい」人。
出所：平成12年度国民生活選好度調査

図表 2-7 希望するボランティア活動範囲



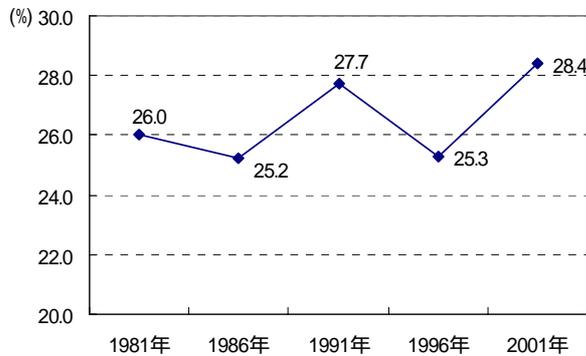
(注) 回答者は、ボランティア活動に「是非参加してみたい」、「機会があれば参加してみたい」人。
出所：平成12年度国民生活選好度調査

2 1 3 . ボランティア活動の実施状況

(1) ボランティア行動者率

- ・ ボランティア行動者率の経年変化を見ると、過去 **20** 年間上下動はあるものの、概ね増加傾向にあるといえる。
- ・ 都道府県別では、概ね地方圏の県で高く、大阪府や東京都といった大都市圏の都府県での行動者率は比較的低い。

図表 2-8 ボランティア行動者率の経年変化



出所：平成 13 年度社会生活基本調査

図表 2-9 都道府県別ボランティア行動者率の上下位 10 位 (2001 年)

上位10都道府県		下位10都道府県	
山梨県	39.1	大阪府	21.6
滋賀県	39.1	東京都	22.3
鹿児島県	38.8	神奈川県	23.3
岐阜県	37.5	千葉県	25.2
福井県	36.6	沖縄県	25.6
島根県	36.6	青森県	25.8
長野県	36.3	埼玉県	26.6
佐賀県	36.3	愛知県	26.6
石川県	36.0	新潟県	26.9
鳥取県	35.6	京都府	27.3

出所：平成 13 年度社会生活基本調査

(2) 年齢別の行動者率と活動内容

- ・ 行動者率を年齢で比較すると、「**35～44 歳**」が **37.3%**と最も高く、**34 歳以下**では **21%**程度、**45～74 歳**では **30%**程度である。これは、「**35～44 歳**」では学校へ通う年齢の子供を有している者が増加するためと考えられ、活動内容を見ても「子供を対象とした活動」、「安全な生活のための活動」がこの年齢層で大きく増加している。

図表 2-10 年齢別の行動者率とボランティア活動の内容

	総数	健康や医療サービスに関係した活動	高齢者を対象とした活動	障害者を対象とした活動	子供を対象とした活動	スポーツ・文化・芸術に関係した活動	まちづくりのための活動	安全な生活のための活動	自然や環境を守るための活動	災害に関係した活動	その他
総数	28.4	4.8	4.9	2.1	5.4	3.2	13.7	5.6	7.5	1.4	3.2
15～24歳	21.7	6.3	4.8	3.4	4.1	3.2	5.3	1.8	4.5	0.8	2.7
25～34歳	21.4	5.9	1.6	1.2	4.1	2.4	7.4	3.9	5.1	1.1	2.3
35～44歳	37.3	6.2	3.0	1.9	14.7	4.5	17.1	10.2	10.1	1.7	3.6
45～54歳	32.6	4.5	4.9	2.3	5.7	3.9	17.3	7.2	9.2	1.7	3.9
55～64歳	30.7	3.8	7.2	2.4	3.1	3.1	17.3	6.1	8.7	1.8	3.8
65～74歳	31.6	3.2	8.6	2.4	2.8	2.7	18.9	5.6	9.0	1.5	3.8
75歳以上	21.0	2.2	5.7	0.8	1.5	1.3	13.2	2.6	4.5	0.6	2.0

出所：平成 13 年度社会生活基本調査

(3) 仕事と行動者率・活動内容

- ・ 有業者と無業者を比較すると、有業者（29.2%）のほうが無業者（27.0%）よりわずかではあるが行動者率が高い。
- ・ 有業者・無業者とも家事従事者の行動者率が特に高い。活動内容では「まちづくりのための活動」、「自然や環境を守るための活動」での行動者率が特に高くなっている。一方、学生の行動者率は比較的低い状況にある。
- ・ 有業者の片道通勤時間との関係を見ると、「自宅」勤務者の行動者率が最も高い。通勤時間がなく比較的時間に余裕があることのほか、「まちづくりのための活動」の行動者率が特に高いことから地域との関わりの深さが大きいと考えられる。
- ・ 通勤時間が長くなるほど行動者率は低下し、「2 時間以上」では 20.4%となる。活動内容をみると、「まちづくりのための活動」、「健康や医療サービスに関係した活動」などが、他の属性と比較しても低い。これらの活動は、一回の活動に一定の時間が要するものと考えられ、片道 2 時間以上の通勤はボランティア活動を行うにあたって大きな時間的制約になると考えられる。

図表 2-11 有業者・無業者と行動者率、ボランティア活動の内容

	総 数	健康や医療サービスに関係した活動	高齢者を対象とした活動	障害者を対象とした活動	子供を対象とした活動	スポーツ・文化・芸術に関係した活動	まちづくりのための活動	安全な生活のための活動	自然や環境を守るための活動	災害に関係した活動	その他
総 数	28.4	4.8	4.9	2.1	5.4	3.2	13.7	5.6	7.5	1.4	3.2
有 業 者	29.2	5.5	4.1	1.9	5.7	3.6	13.9	6.4	7.8	1.5	3.3
主に仕事	27.7	5.5	3.3	1.7	4.9	3.7	13.3	6.4	7.2	1.4	3.2
家事などのかたわらに仕事	37.4	5.0	7.7	2.8	9.5	2.9	19.0	7.4	11.3	2.1	4.0
通学のかたわらに仕事	25.9	8.8	5.6	4.8	6.1	5.3	3.7	1.8	3.8	0.9	3.8
無 業 者	27.0	3.6	6.3	2.4	4.9	2.3	13.2	4.0	7.0	1.2	3.1
家事	31.1	3.6	7.0	2.2	6.6	1.9	16.0	5.0	8.2	1.6	3.3
通学	25.0	5.9	6.4	4.6	5.1	3.5	7.4	2.0	6.2	1.0	3.0
その他	21.0	2.2	5.2	1.5	1.9	2.1	12.2	3.7	5.3	0.6	2.7

出所：平成 13 年度社会生活基本調査

図表 2-12 片道通勤時間と行動者率、ボランティア活動の内容

	総 数	健康や医療サービスに関係した活動	高齢者を対象とした活動	障害者を対象とした活動	子供を対象とした活動	スポーツ・文化・芸術に関係した活動	まちづくりのための活動	安全な生活のための活動	自然や環境を守るための活動	災害に関係した活動	その他
総 数	28.4	4.8	4.9	2.1	5.4	3.2	13.7	5.6	7.5	1.4	3.2
自 宅	36.4	4.7	7.3	2.3	6.7	4.0	20.1	8.8	10.7	2.4	4.4
30 分 未 満	30.6	6.0	4.1	2.0	6.3	3.6	14.8	7.0	8.2	1.4	3.1
30 分 ~ 1 時 間 未 満	24.3	5.1	3.0	1.7	4.2	3.4	10.0	4.6	6.1	1.1	3.1
1 時 間 ~ 1 時 間 30 分 未 満	23.5	5.1	2.2	1.5	4.5	3.6	9.2	4.2	5.2	1.4	3.5
1 時 間 30 分 ~ 2 時 間 未 満	23.3	4.8	1.7	1.2	3.1	3.6	10.3	3.6	5.0	1.0	2.7
2 時 間 以 上	20.4	2.9	2.3	2.0	5.1	2.7	8.4	3.7	7.2	1.2	3.7

出所：平成 13 年度社会生活基本調査

2 2 . ボランティア活動に対する国民の意識と規定要因の調査分析

2 2 1 . 調査仮説ならびに調査概要

(1) 調査仮説

ボランティア活動における意思決定プロセス

以上の、既存調査のレビューを踏まえると、国民のボランティア活動自体の意識は必ずしも低い訳ではなく、また行動者率も上下動しながら増加傾向にあると見て取れる。このような状況の中で、一層ボランティア活動を促進していく上では、環境整備の絶対的な不足というよりは、国民それぞれの多様な意識に対応した情報や支援が求められていると考えられる。そこで、ボランティア活動に対して一般住民がどのような意識レベルにあるのかを考えるに当たり、本調査では「AIDMA (アイドマ) の法則」の枠組みを活用する。

AIDMA の法則とは、アメリカの経済学者ローランド・ホールが提唱した消費行動の仮説である。消費者がある商品を知り、実際に買うという行動に至るまでの心理的プロセスを表したモデルで、「注意、認知」「興味、関心」「要求」「記憶」「行動」の 5 つの段階に分かれている。そして、それらの各段階に合ったマーケティング戦略を立てるために活用されている。

本調査では、ボランティア活動に対する認知から活動への参加までの意思決定プロセスを同様に 5 つの段階に分け、それぞれの段階で社会的気運醸成のためにどのようなプロモーション活動を行っていけばよいかを考えていく。

それぞれの段階での心理状況と求められる支援内容について下表に示す。ここで、「要求」段階では、ボランティア活動を試してみたいという気持ちはあるが具体的な活動内容はまだ定まっていない状態を、また「記憶」段階では具体的にやりたい活動内容がはっきりしている状態を想定している。

図表 2-13 ボランティア活動に至る意思決定プロセス

意思決定の段階	認知の段階 (Attention)	関心の段階 (Interest)	要求の段階 (Desire)	記憶の段階 (Memory)	行動の段階 (Action)
心理状況	「お！最近ボランティア活動が盛り上がってるな。」	「ふーん。ボランティア活動って、こんなことか。面白そう。」	「ボランティアで何かしてみたいな。」	「私がやりたいボランティア活動は、あそこではできないはず。」	「よし、やってみよう！」

課題の整理

既存調査結果から浮かび上がってきた、ボランティア活動を促進する上での課題を、**AIDMA** の法則の 5 段階に当てはめて並べたものが図表 2-14 である。このように、**AIDMA** の枠組みを利用することにより、それぞれの意思決定段階に対応する個別の課題を明確に整理することができる。そして、その課題を克服するための方策、すなわちプロモーション戦略についても、ある段階にいる人たちをさらに上の段階に移行させるためにはどのようなプロモーションが効果的か、という視点で検討すればよく、戦略の方向性が明確になる。

以上の点を踏まえ、今後、本調査ではこの **AIDMA** の各段階別に分析を進めていく。

図表 2-1 4 既存調査から得られたボランティア活動促進のための課題

AIDMA の法則におけるステップ	関連既存調査のポイント	ボランティア活動を促進する上での課題
Attention (認知)	<ul style="list-style-type: none"> ・ ボランティアとは時間のある人、技能がある人が行うものと捉え、躊躇している人がいるのではないか (仮説)。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ ボランティアをもっと気軽にできるものとして定義。 ・ 気軽にできるボランティアがあることの情報発信。 →例：生涯学習活動の発表の場
Interest (興味・関心)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 国民の関心自体は高いが、実際の行動につながっていない人が多い状態にある。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ さらなる参加意欲の喚起。 ・ 意欲はあるものの行動に結びついていない人に対する、行動の促進。
Desire (要求)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 気軽にでき、時間的制約の少ない活動の場の提供が求められている。 ・ ボランティアに関してどのようなニーズがあるのかといった情報が、参加希望者に伝わっておらず、そのことが活動の「気軽さ」を失わせているのではないか (仮説)。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 気軽にでき、時間的制約の少ない活動の具体化と場の提供。 ・ ボランティアを受ける側が気軽にボランティアのニーズを発信し、受けることができる社会の空気をいかにつくるか (“お互い様” の意識)。 ・ ボランティアを受ける側のニーズをどのようにして、的確に参加希望者に伝えるか。
Memory (記憶)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 実際にボランティア活動を体験することにより、何らかのハードルが低くなる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ はじめの一步を踏み出す機会をいかにつくるか。 →例：体験活動、日常の助け合い、学校での総合学習 など
Action (行動)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 高齢者や自宅勤務者 (自営業者) など、地域社会との関わりを密接に持っている人はボランティアに参加しやすい。 ・ そうでない人でも、結婚し子供を持つことにより、学校を媒介とした地域社会との関わりが生まれ、子供や学校に関連する活動に積極的に参加する。 ・ 若年者の行動者率が低いのは、地域との関わり希薄さから、地域活動に関する活動の行動者率が低いことが原因であり、必ずしも意識が低い訳ではない。 ・ 同様に、地域社会との関わりが希薄な住民の多い都市部でボランティア行動者率が低下している。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地域社会との関わり希薄な若年層、希薄な住民が多い都市部において、情報をどのように発信していくか、また若年層と地域との関わりをどのようにつくっていくか。

(2) 調査概要

以上の課題を踏まえて、全国の一般市民に対しボランティア活動や日常生活での助け合いに関する意識調査を実施した。

調査仕様

調 査 時 期	2004 年 2 月
調 査 対 象	全国に居住する 18 歳以上 70 歳未満の男女 2,000 人。 居住地域及び年齢構成は国勢調査の母集団構成比と同一。
調 査 方 法	インターネット調査
有 効 回 収 数	2,000 件 (100%)
調 査 項 目	<p>①ボランティア活動の実態</p> <ul style="list-style-type: none"> ・最近 5 年間の活動経験、継続状況、関心の有無 ・活動参加のきっかけ ・今後の活動参加への関心の有無 ・活動する上での不安や障壁 ・活動に関する経験、意識、情報取得 <p>②ボランティア活動に対するイメージ</p> <p>③日常生活の中での助け合い</p> <ul style="list-style-type: none"> ・日常生活の中での助け合いの経験 ・「ちょぼら」の認知度、必要性 ・日常生活の中での助け合いの阻害要因 <p>④ボランティア活動に必要な条件・環境</p> <ul style="list-style-type: none"> ・魅力向上のために必要なこと ・社会的関心を高めるために必要なこと ・地域で充実すべきサービス内容 ・気軽に活動できるような雰囲気づくりに向けての意見 <p>⑤個人属性（性別、年齢、職業、居住地域、1 日の自由時間、配偶者の有無、子供の有無、被介護者の有無）</p>

この調査での「ボランティア活動」

この調査では、ボランティア活動の種類と具体例として以下の表を回答者に示している。
これは、平成12年度国民生活選好度調査において利用されたものである。

図表 2-15 ボランティア活動の種類と内容の例示

種類	内容の例示
公共施設での活動	公民館における託児、博物館の展示説明員など
青少年の健全育成に関する活動	ボーイスカウト・ガールスカウト活動、子ども会など
体育・スポーツ・文化に関する活動	スポーツ・レクリエーション指導、まつり、学校でのクラブ活動における指導など
人々の学習活動に関する指導、助言、運営協力などの活動	料理、英語、書道など
自然・環境保護に関する活動	環境美化、リサイクル活動、牛乳パックの回収など
国際交流（協力）に関する活動	通訳、難民救援、技術援助、留学生支援など
社会福祉に関する活動	老人や障害者などに対する介護・身のまわりの世話・給食、保育など
保健・医療・衛生に関する活動	病院ボランティアなど
交通安全に関する活動	子どもの登下校時の安全監視など
自主防災活動や災害援助活動	
募金活動、チャリティバザー	

2 2 2 . ボランティア活動に対する国民の意識の概況

(1) ボランティア活動の現状

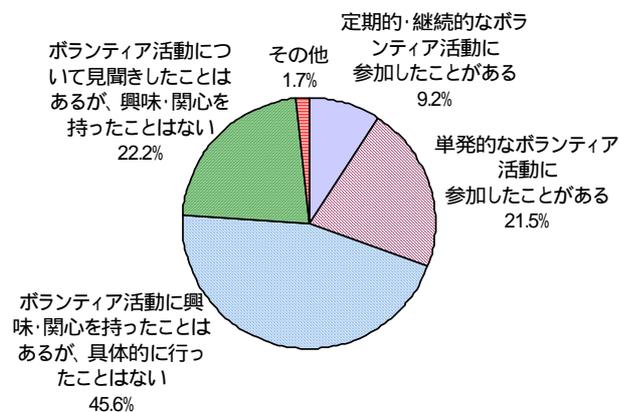
ボランティア活動の経験と興味・関心

i . ボランティア活動の経験

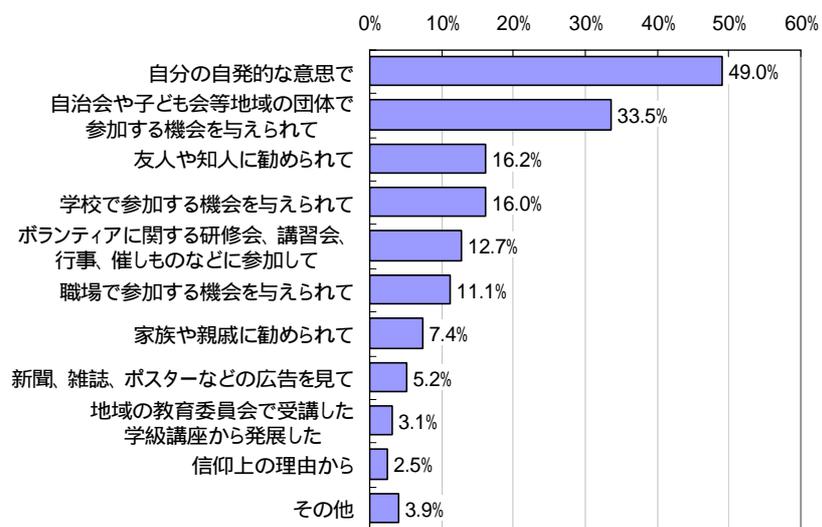
最近 5 年間で何らかのボランティア活動に参加したことがある人の割合を見ると、約 3 人に 1 人（「定期的・継続的なボランティア活動に参加したことがある」(9.2%)、「単発的なボランティア活動に参加したことがある」(21.5%) の計）であり、この割合は国民生活選好度調査での結果とほぼ同じである。

また活動に参加したきっかけは、「自分の自発的な意思で」(49.0%) が最も多い。また、自治会や子ども会、学校などで参加の機会を与えられた、あるいは友人・知人の勧めで、という人も比較的多い。

図表 2-1 6 最近 5 年間のボランティア活動の経験または興味・関心



図表 2-17 ボランティア活動に参加した直接的きっかけ



(注) 回答者はボランティア活動に参加したことのある人 612 名。

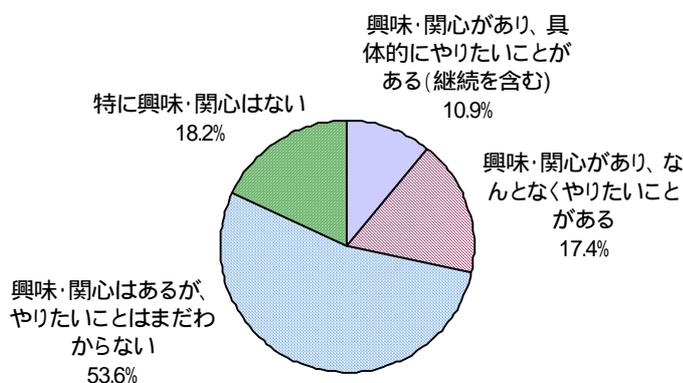
ii . ボランティア活動への興味・関心

今後のボランティア活動への参加に興味・関心がある人は 8 割以上に上る。ただし、その半数以上はどういった内容のボランティアを行いたいのかがまだわからない状態にある。

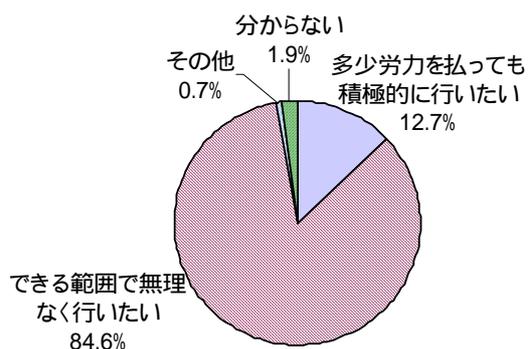
今後行いたい活動内容が具体的に、またはなんとなくある人の 8 割以上が、活動をできる範囲で無理なく行いたいと考えており、気軽さがボランティア活動の重要な要素であることが窺える。

また、現在興味・関心のあるボランティア活動について尋ねると、社会福祉や自然・環境保護に関する活動が多く挙げられた。その一例を次ページの表に示す。

図表 2-18 ボランティア活動参加への興味・関心



図表 2-19 ボランティア活動参加へのスタンス



(注) 回答者は今後のボランティア活動参加に興味・関心のある人 565 名。

図表 2-20 興味・関心のあるボランティア活動の内容（自由記述）

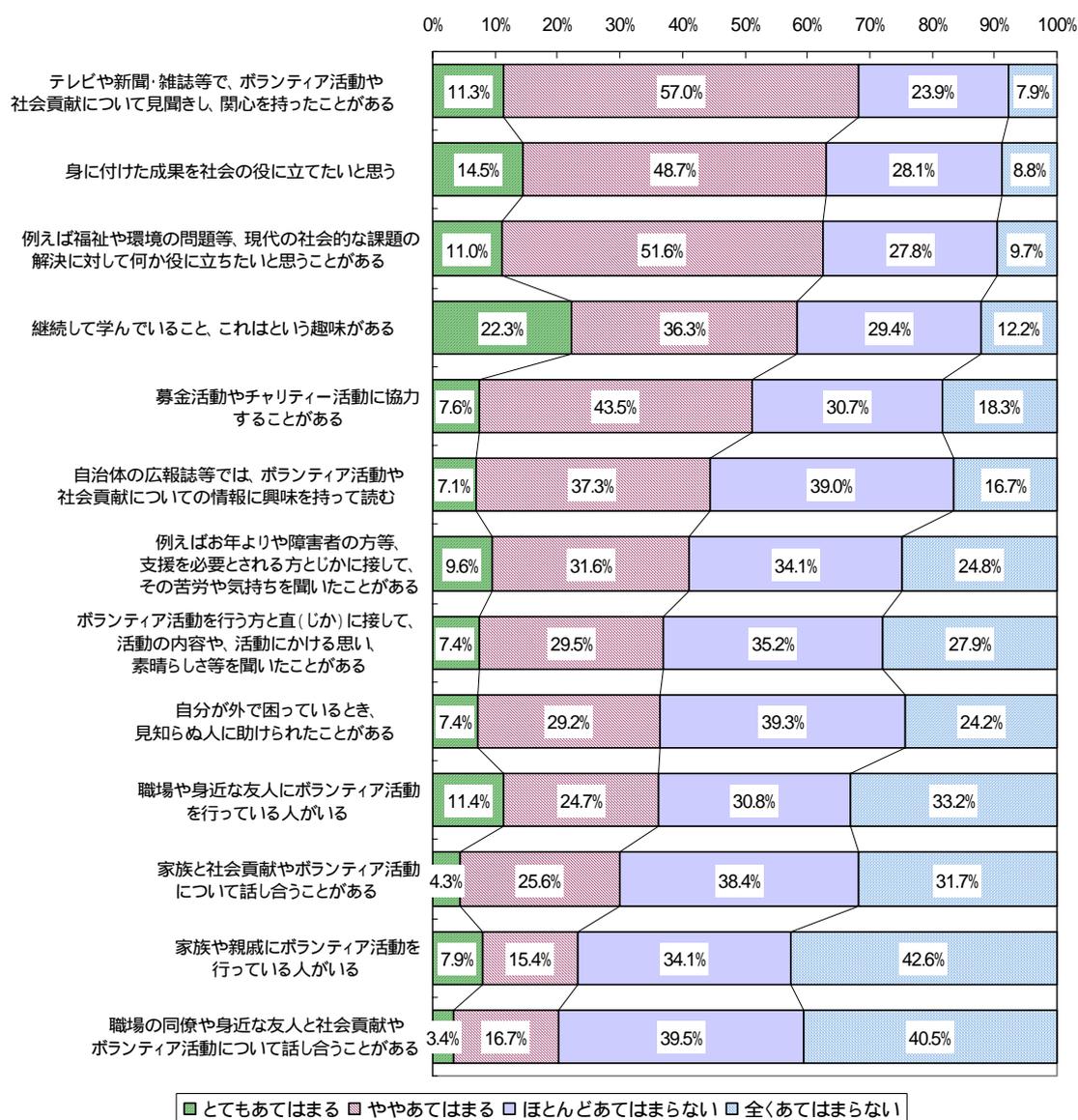
公共施設での活動
<ul style="list-style-type: none"> 近所の小学校の、図書時間の、本選びのアドバイザー・朗読(司書がいないため)。そこから発展して、定期的に「音楽とお話の会」(朗読の合間に、話の筋に合った生演奏を入れる)を開いている。 博物館などでの説明や、史跡の案内。また、学校の体験学習の手伝い。
青少年の健全育成
<ul style="list-style-type: none"> 子供に関するボランティア。遠足の付き添いとか、里親としての子供一時預かりなど。 青少年の健全育成を目指し、将棋の普及を通して異世代交流の場を作りたい。
体育・スポーツ・文化に関する活動
<ul style="list-style-type: none"> 現在スポーツ少年団と家庭婦人のクラブでバドミントンを指導している。 今の所、自分たちが行っている『音楽のボランティア』に関心がある。
学習活動に関する指導・助言
<ul style="list-style-type: none"> 現在も週2回、会社OBを相手にパソコン教室を開いている(無料のボランティア)。今後も老人向けのパソコン教室を必要な場所に出かけ、継続したい。 英会話の能力を活かしたもの。
自然・環境保護
<ul style="list-style-type: none"> 現在ペットの犬を飼っており近くの公園に散歩によく行くので、一日1回散歩がてら公園の清掃を行っている。 市で行った環境大学を受講し、市のエコ・リーダーの資格を取得したので、今年度は環境フォーラムに入って、市内の緑化など積極的に参加したい。
国際交流
<ul style="list-style-type: none"> YMCAの留学生支援プログラムにもう10年以上参加している。特に決まった活動はなく個々に任されている。留学生は大学生で20～30代。たまに会う程度だが、色々な支援をする。とりあえずこのまま継続の予定。 海外の方と交流を深めたいので特に通訳等のボランティアに興味がある。
社会福祉
<ul style="list-style-type: none"> 現在、視覚障害者への音訳ボランティアをしている。今後、児童への本の読み聞かせ、パソコン点訳に、関心がある。 老人ホームに入居している人達を買い物にショッピングモールに連れて行ってあげる。
保健・医療・衛生
<ul style="list-style-type: none"> カウンセリングの勉強を続けているが、それを活用できる様なボランティア活動(心の悩みを持っている方の心理相談等)。 赤十字の救護活動。
自主防災活動・災害援助
<ul style="list-style-type: none"> 震災など災害時に、片付けや心のケアなどをするボランティア活動。 防犯や防災などの地域関連。
募金・チャリティバザー
<ul style="list-style-type: none"> クリック募金、書き損じハガキや使用済プリペイドカードの寄付などの間接的なボランティア。 フリーマーケットが好きなので、チャリティバザーなどに興味があります。

ボランティア活動参加の促進要因と阻害要因

i. ボランティア活動参加に影響を与えた要因

ボランティア活動に関する経験や意識については、7割近くの人がテレビや新聞等のメディアでボランティア活動について見聞きし、関心を持ったとしている。また、社会の役に立ちたいと考える人も多い。一方、家族や友人などと社会貢献やボランティア活動について話し合うことがある人は2割程度と少ない。

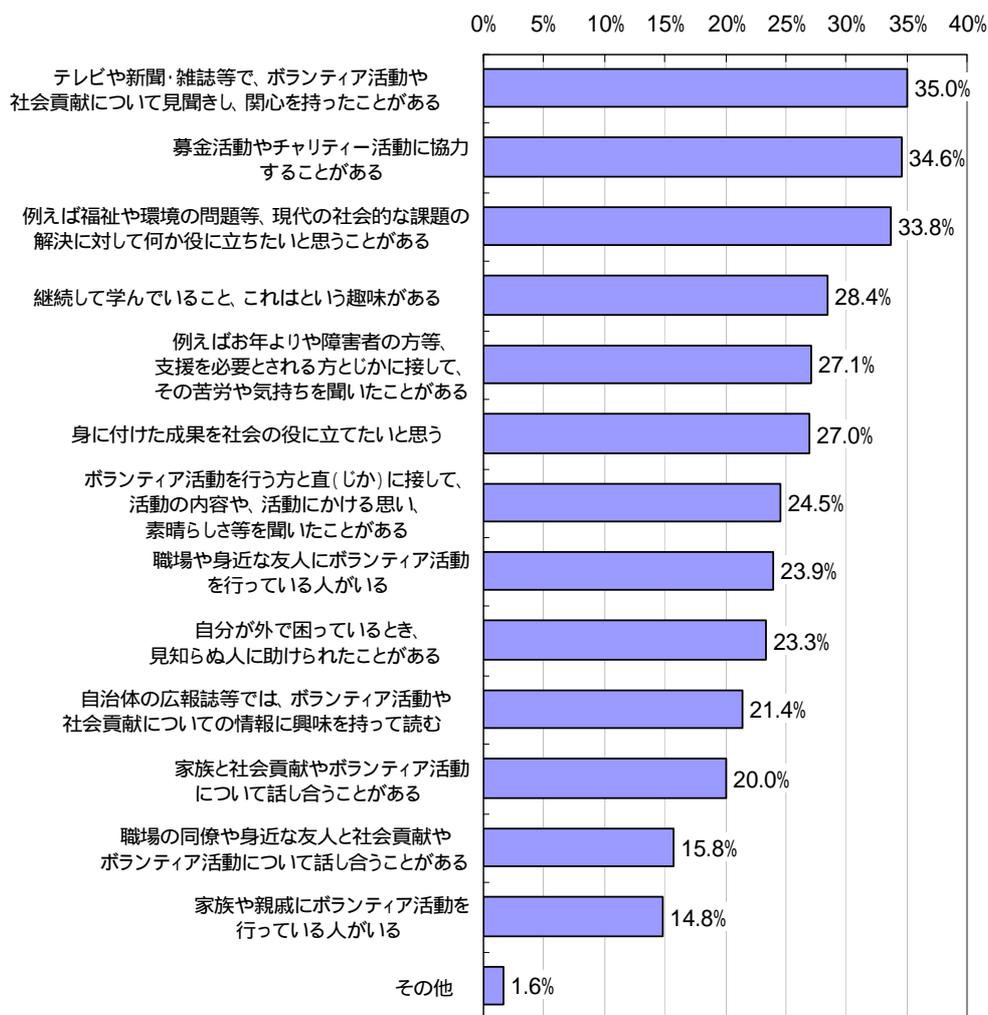
図表 2-2 1 ボランティア活動に関する経験や意識



(注) 「とてもあてはまる」「ややあてはまる」の小計の多い順に並べ替えた。

活動への参加に影響を与えている要因としても、メディアからの情報は最も多く挙げられている。また、募金やチャリティー活動といった比較的手軽に行える社会貢献、あるいは趣味などがボランティア活動への入り口となっている人も多く見られる。

図表 2-2 2 ボランティア活動への参加に影響を与えている要因

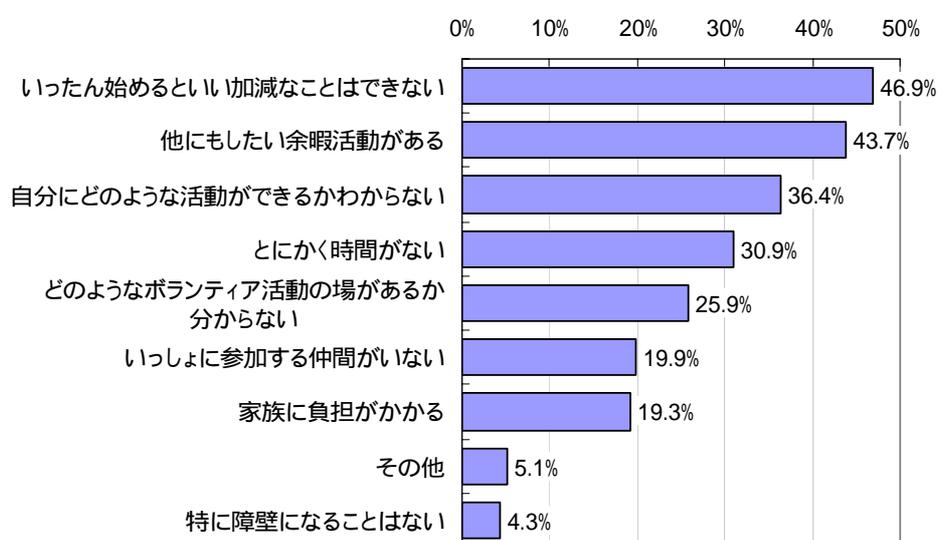


(注) 回答者は、過去 5 年間にボランティア活動の経験がある人、及び今後のボランティア活動参加に興味・関心のある人 823 名。

ii . ボランティア活動参加の障壁

一方、活動に参加する上で不安や障壁になると思われることとして、「いったん始めるといい加減なことにはできない」が最も多く挙げられており、ボランティア活動に対しハードルの高さを感じている人がかなりいることが考えられる。その他、時間不足（「他にもしたい余暇活動がある」、「とにかく時間がない」）や情報不足（「自分にどのような活動ができるかわからない」、「どのようなボランティア活動の場があるかわからない」）も、多くの人にとって参加の障壁となっている。

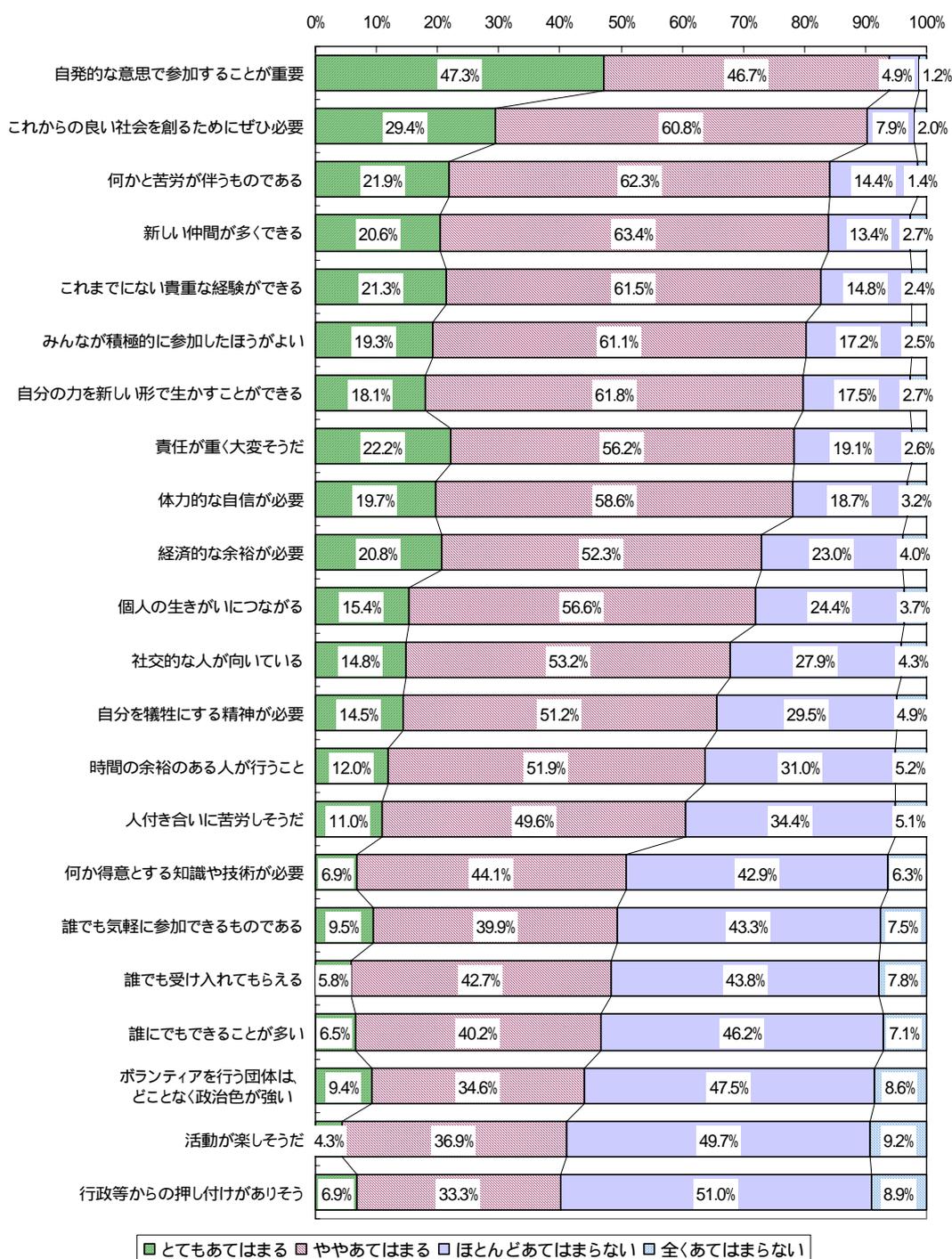
図表 2-2 3 ボランティア活動に参加する上での障壁



ボランティア活動に対するイメージ

ボランティア活動に対して、「自発的な意思で参加することが重要」、「これからの良い社会を創るためにぜひ必要」といったイメージを持っている人が多い。一方で、「誰でも気軽に参加できる」、「活動が楽しそう」と考えている人は比較的少ない。

図表 2-2 4 ボランティア活動に対するイメージ



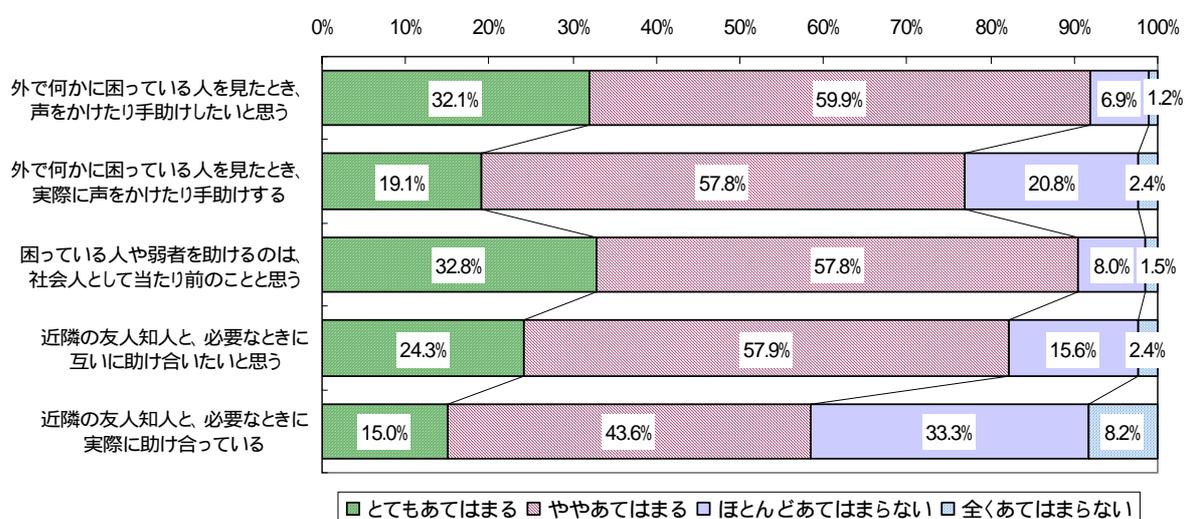
(注) 「とてもあてはまる」「ややあてはまる」の小計の多い順に並べ替えた。

(2) 日常生活の中での助け合い

日常生活の中での助け合いの経験

見知らぬ人や友人・知人が困っているときに、手助けをしたいと思っている人は8~9割に上る。しかし、その意識に比べると実際に手助けしている人の割合はやや低くなる。ボランティア活動ほどではないが、日常の助け合いについても、意欲はあるもののまだ行動に移していない人たちがいる程度存在する。

図表 2-25 日常生活の中での助け合いの経験

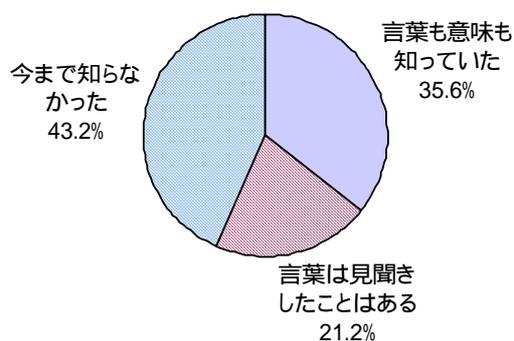


「ちょぼら」の認知度と必要性

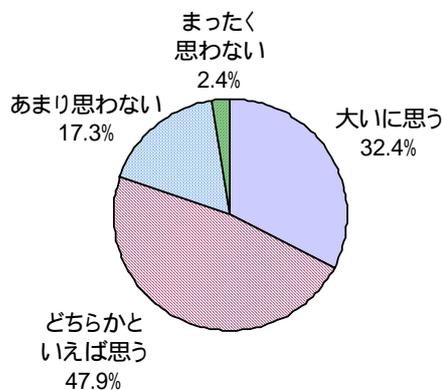
「ちょぼら」という言葉は、全体で**56.8%**の人が見聞きしたことがあると回答している。

「ちょぼら」の実践がボランティア活動の関心の高まりにつながることは、約**8割**の人が肯定的に考えている。その理由として、ボランティアよりも身近なもので実践しやすい、あるいは相互扶助の重要性などが挙げられている。その一方で、「ちょぼら」自体は常識的行為であり、ボランティアとは全く別のものであるという意見も見られる。

図表 2-26 「ちょぼら」の認知度



図表 2-27 「ちょぼら」の実践とボランティア活動への関心の高まりとの関連



(注) 回答者は、過去5年間にボランティア活動の経験がある人、及び今後のボランティア活動参加に興味・関心のある人**823**名。

図表 2-28 「ちょぼら」の実践とボランティア活動への関心の高まりとの関連

その理由（自由記述）

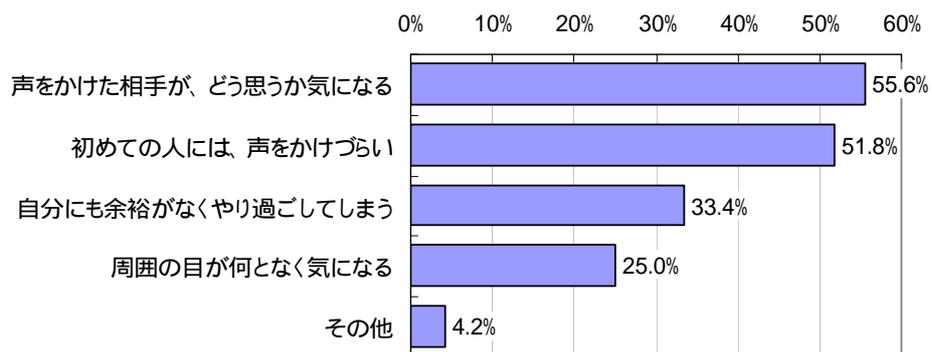
「大いに思う」理由
<ul style="list-style-type: none"> ● 「ボランティア活動」と言われると身構えてしまう人でも、日常生活の中でできる小さな親切なら多くの人に受け入れられやすいと思うので。 ● 「ボランティア」というと、組織に属さなくてはいけないような感じがするが、実際には、身近なちょっとしたことでも、その一つ一つがボランティアであると思うから。 ● 相互扶助の気持ちが大事だと思います。普段から助け合いの習慣を身に付けること。 ● ボランティア活動をするときに、された側からの反応に励まされることがあると思います。ちょっとしたボランティアの方が素直な感謝の言葉をいただけたりして、ああ、人の役に立っているなど感じ、それがボランティア活動に繋がるのではないかと思います。 ● 人は、生きていく中で誰も自分以外の人と何らかの関わりをもって生活をしています。自分は気づかなくても、自分以外の人に助けられて日常の生活を送っていると思います。ですからその御返しをその方にはできなくても他の方で困っている方があれば、できる手助けは積極的にしたいものです。 ● これが本当の日本人の姿だからです。 ● それぞれの持っている技術、資格、特技は社会に還元すべき。

「まったく思わない」理由
<ul style="list-style-type: none"> ● ちょぼらは社会人の常識的行為でありとりたててボランティアという意識はない。 ● ちょぼらと呼んでいる行動は、家庭におけるしつけや学校での教育で出来て当たり前の行為であり、人間として行うべき常識です。これをボランティアであるという認識は私はもっていない。地域の大人が日頃行っていれば子供達も自然とそれに習うモノです。それはボランティアではありません。常識です。それができない大人社会の責任は大きいです（特に大都会の）。 ● ボランティアの定義の問題。日常生活に付随する助け合いは、当たり前の事であり、ボランティアとは呼べないのではないか。これをボランティアとして捉えなければいけなくなった日本の社会がどこかおかしい。バスや電車の中で身体の不自由な人や具合の悪い人に席を譲るなどは、日常生活の中の「おたがいさま」の部分であり、当たり前の事です。当たり前の事が当たり前で無くなっている事こそを改善しなくてはなりません。次元が違いすぎるので、関心の高まりにつながるとは思えません。 ● ボランティアなどという言葉を使うからいけないのではないのでしょうか？例えば、PTA、自治会の役員、子供会の役員など、子供がいれば当たり前に行っているものは、ボランティア活動とは言わないのも不思議です。例としてあがっているものは、時間とお金に余裕がある人以外はなかなか出来るものではないと思います。「普通の生活の中での思いやり」とボランティアが別物のように扱われ、イメージがかけ離れてしまっています。 ● ボランティアの内容は人によって合うものが違うので、暮らしの中でのちょっとしたボランティアの実践だけでは活動への関心が高まるわけではないから。

日常生活の中での助け合いの阻害要因

「日常生活の中での助け合い」を行いにくくする要因としては、「声をかけた相手が、どう思うか気になる」、「初めての人には、声をかけづらい」が多くなっている。

図表 2-29 日常生活の中での助け合いの阻害要因



(3) ボランティア活動に必要な条件や環境

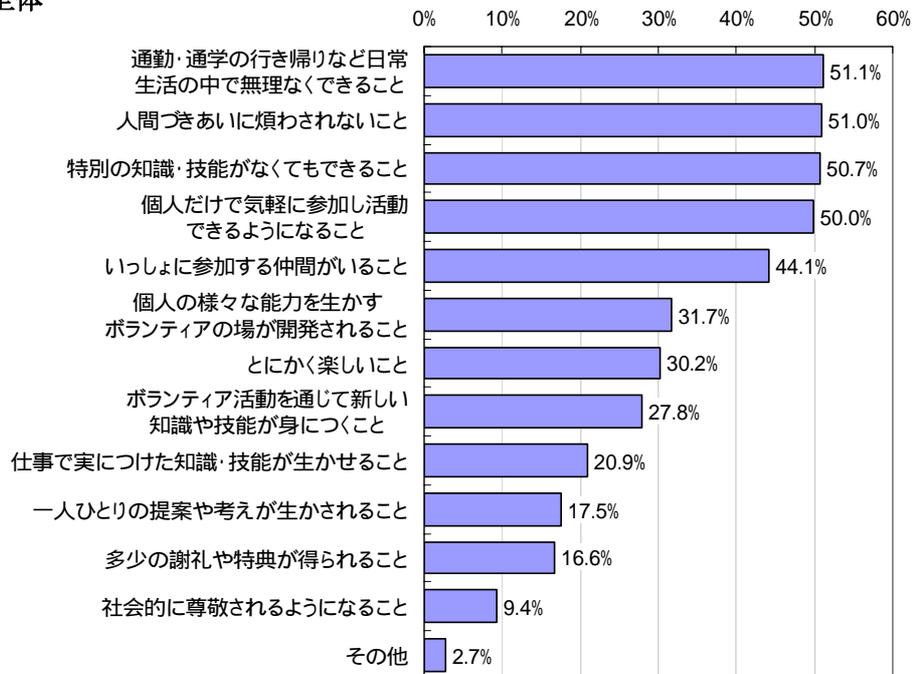
魅力を高めるための条件

ボランティア活動を魅力あるものにするために必要なこととして、「日常生活の中で無理なくできること」、「人間づきあいに煩わされないこと」、「特別の知識・技能がなくてもできること」、「個人だけで気軽に参加し活動できるようになること」などが多く挙げられ、ここでも気軽さ・手軽さが求められていることがわかる。

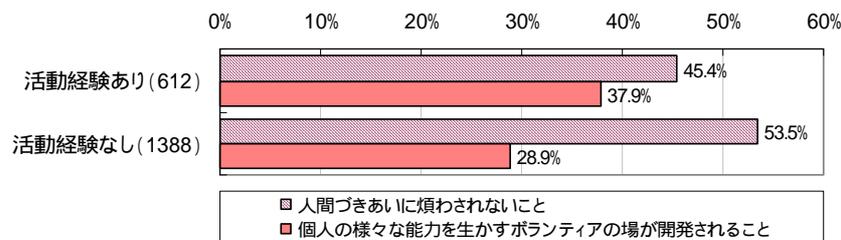
過去のボランティア活動経験の有無別に見てみると、「人間づきあいに煩わされないこと」(経験あり 45.4%; 経験なし 53.5%)、「個人の様々な能力を生かすボランティアの場が開発されること」(経験あり 37.9%; 経験なし 28.9%)で両者に比較的大きな差が見られる。

図表 2-30 ボランティア活動の魅力を高めるために必要なこと

a) 全体



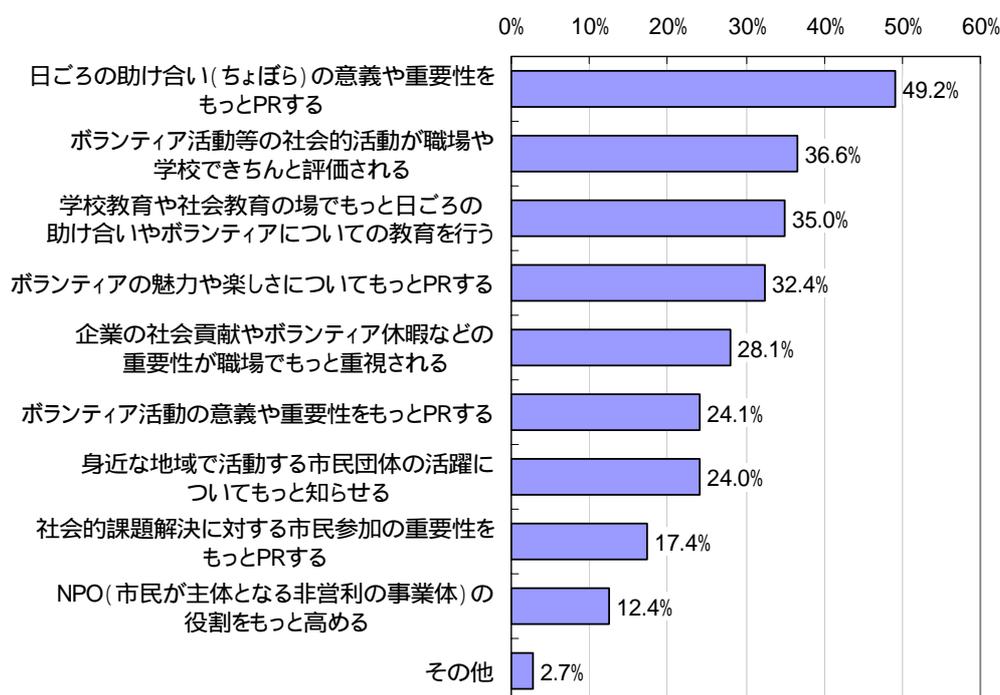
b) 活動経験別



社会的関心を高めるための条件

活動に対する社会的関心の向上に必要なこととしては、「日ごろの助け合い（ちょぼら）の意義や重要性をもっとPRする」（49.2%）が最も多く挙げられている。また、「社会的活動が職場や学校できちんと評価される」（36.6%）、「学校教育や社会教育の場でもっと日ごろの助け合いやボランティアについての教育を行う」（35.0%）など、職場や学校の役割に期待する意見も多い。ボランティア活動経験の有無による差はほとんど見られない。

図表 2-3 1 ボランティア活動に対する社会的関心を高めるために必要なこと

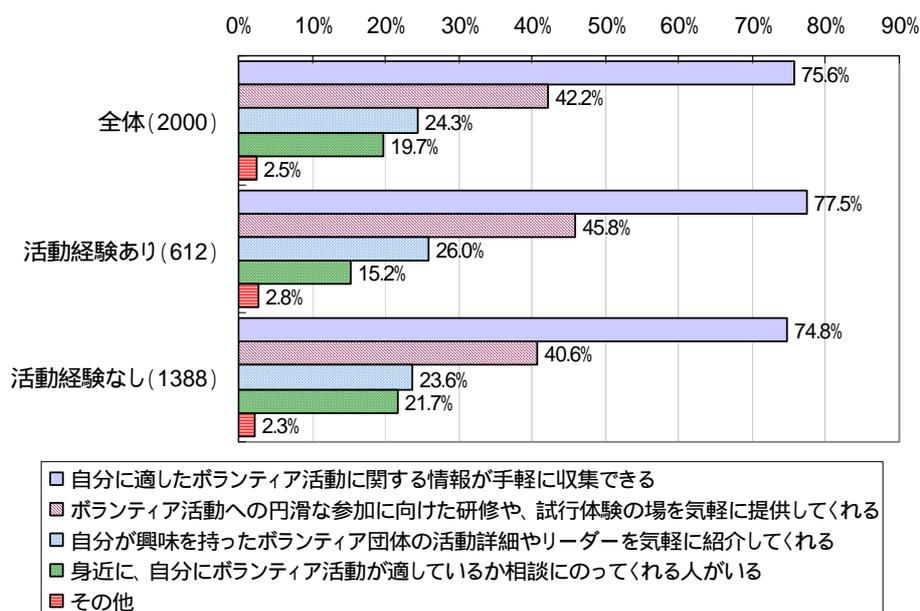


地域で充実すべきサービス

地域においては、ボランティア活動に関する情報収集が手軽にできることが最も望まれている。研修や体験の場の提供に対する要望も多い。

活動経験の有無別では、経験なしの人で「自分にボランティア活動が適しているか相談にのってくれる人」を望む割合がやや高いほかは、ほとんど差は見られない。

図表 2-3 2 地域で充実すべきサービス



気軽に活動できる雰囲気作りに向けて

日常生活での助け合いやボランティア活動が気軽に行えるようにするために、どのような方策が考えられるか、またはどのような課題が存在するか、ということ的自由回答で記述していただいた。代表的な意見を項目ごとに以下に示す。

図表 2-33 気軽に活動できる雰囲気作りに向けての意見（自由記述）

情報不足
<ul style="list-style-type: none">• なんとなく、ボランティアをしてもいいかなと思っていても、なかなか情報が入りにくく、情報を集めるのが面倒で結局ボランティア参加をあきらめてしまう。もっと情報が入ってくればやる人も増えるのではと思う。• ボランティアについての情報をたくさん発信する。時間に縛られない方法を考える。（時間の制限で出来ないことが結構ある）ボランティアは、無償が基本だけれども、交通費程度は受け取れると良い。• 基本的にはPRが必要だと思います。たとえば、短時間でも出来るボランティアを紹介するとか、どんな内容のものがあるのかとか……。上記にもあるように、情報を広く公開することが大切だと思います。インターネット上で見る事ができたら便利ですね。それも、ただ、どこそこでやっています。とか、こんな内容ですと活字だけでなく、実際の写真を載せたり、経験者の話とか、具体性が必要だと思います。ただ連絡先だけを知らせても、気に留める人は少ないと思います。幼児期からの指導も欠かせないと思います。• 「〇〇をして欲しい」「〇〇を手伝って欲しい」等の情報がやりとりできる場があれば良いと思います。
気軽さが重要
<ul style="list-style-type: none">• ボランティアというとちょっと重い感じがして近寄りがたいイメージがあるので誰でも出来る、気軽に取り組めると言う事をもっとみんなに普及すると良いと思います。• ボランティア団体については、一人でも気軽に誰でも参加できるような雰囲気を作って欲しい。今はまだ敷居が高い面がある。
体験機会が重要
<ul style="list-style-type: none">• 一人で参加するのが踏み出せないでいる人に、グループで、或いは、地域で、いろんな機会を捉えて気軽に参加できる体験の機会を作ってくれたらもっと参加してくれる人が増えるのではないかと思います。遣ってみたいと考えている人は多いが、きっかけがないことが多いのではないかと。
気軽に人の手を借りられる社会が必要
<ul style="list-style-type: none">• 「気軽」という単語が設問に使われていますが、国民意識の中にもっと人手を気軽に借りることから、始めなくてはいけない。今日まで、人の世話になる。人手を借りると言うことが、ややもすると卑屈になる要素であるかのような考え方が、風土、民族的にあるのかも知れない。手を貸すことに焦点をあてることより、手を借りたい意志が気軽に他人に対して表出できる社会的認識がもっとも大切なことであろう。

持っている技術・技能を活かせることが重要

- 個人の知識・経験・興味など人それぞれの能力や技能を生かして活動を行うことです。その時出来ること出来ないことの意味表示が気軽に出来て、それに対して理解出来るグループの雰囲気も大事だと思います。出来る仕事を出来る（したい）人が出来る時に、楽しくする。この一つでも欠けたとき、活動自体がメンバーの苦痛となり重荷となってくると思います。

地域での情報発信

- 地域で、どのような活動があるのか知らないことが多いので、広報誌などで、具体的に活動内容や、参加方法や紹介して欲しい。
- 地域でのボランティア活動についての情報がないので、活動自体あるのかさえわからない。

地域密着

- 地域ごとに大人たちを中心に子供たちにボランティアの精神をうめこむ。
- 地域のコミュニティーが参加しやすい。

普段からの心掛けが重要

- 普段からの近所づきあいをしておくことが気軽にボランティア活動に関心を引くことになるのではと思量します。
- 自分にできることで、無理せず少しずつ始めればいいと思う。近所の人との挨拶もゴミ拾いも、みんなちょぼらだと思えます！仕事に育児に、今は生活にも必死な人が多いと思うので、にこやかに挨拶できるだけでも、心に余裕が生まれていいのでは？と思っています。

中途半端に出来ない

- ボランティアの必要性は認識しているが、中途半端にはじめようとする返って迷惑をかけてしまうようなことが心配（自分の余裕時間内でないとむずかしいので）。
- 定職を持ち、かつ休みや帰宅時間も不規則なため定期的な活動は趣味の講座などにも一切参加できずにいる現況では、ボランティア活動も興味はあっても責任を持って参加できません。短時間・不規則な参加形態でも行えるような活動があったら社会人でも参加できるのではと思います。また普通に生活していて情報が入ってきません。メルマガなどで情報を得られる環境があるといいです。個人的には、読書が好きなので、たとえば視覚障害者や高齢者の方への、本の朗読や録音のようなボランティアがあったらやってみたくて思っているのですが・・・。

きっかけがない

- なかなかきっかけが難しいと思います。
- 一緒に始められる人や、始めるきっかけがなく、気持ちばかりが先行してしまいます。窓口みたいなものを作ってもらえれば、始めやすいのですが・・・。

学校教育との連携が重要

- 学校教育で積極的に教えていくことが必要と思う。
- 学校教育の中でボランティア活動が教育単位として認められるようになればさらに活発になるのではないのでしょうか。

身近な組織での接触機会の増加

- 段階的に進めて行くのが望ましく、差し当たっては、学校関連の児童の参加を促し父母のボランティア参加に広めて行くと良いと思う。が、これは子供を持つ親の立場からの提言であって、子供を持たない大人全ての人には当てはめられないので、職場の理解（雇用者の理解）が第一段階として必要な事だと思う。
- もっと会社や学校でボランティアについてのプログラムが生まれ（例：ボランティア休暇、学校では成績に組み込む）励行されることです。実際はあまり行われていないかと思うので・・・。

プロモーションの提案

- 口コミの有効性も考慮されたい。
- スーパーなどでよくあるようにスタンプ方式にすればいいと思う。スタンプって不思議だけど何となく全部貯めたくくなるような衝動にかられるから、スタンプを貯めるためにボランティアを始めるっていうのもいいと思います。初めはスタンプ目当てでもボランティアに興味を持つ人も出てくると思うので。
- ボランティアバンク(仮称)設立し、(ネット上で管理者もボランティア)ボランティアを受けないものの登録ボランティア活動できるものの登録(活動できる日時、内容など)。
- ボランティアということだけが前面にでるのではなく、その活動に必要な人ならば遠慮なく声を掛け誘うなど、その人の自尊心や、能力をくすぐることができれば、十分な参加する動機付けになるのではないのでしょうか。その結果がボランティアであっても活動をしていただける人は沢山いると思う。

その他

- 知らない人に声をかけることが危険なことになる可能性がある社会を変えないと、子どもにも気軽に勧めることは難しいと思います（親切心を利用する犯罪が多すぎて、自分も怖い子どもにも注意する心を持ってもらわないと、不本意ながら思います）。
- ほんとはボランティアという言葉すら使わずにすむほど、「ふつうに」浸透するのが良いんですが・・・。

2—2—3. ボランティア活動に対する意識レベル別の分析

(1) ボランティア活動に対する意識レベル

今回実施したアンケート調査においては、ボランティア活動への「過去の参加経験」及び「現在の関心の有無」という2軸を用いて、活動に対する8段階の意識レベルを設定し、この意識レベル別に分析を行うことができるようにした。この8段階は、AIDMAの法則の5段階のうち、「行動（実践）」を単発的なボランティア活動の参加経験と継続的な参加経験という2種類に分け、さらに「関心なし（過去も現在も興味・関心がない）」と「関心喪失（過去には参加経験があるが、現在は興味・関心がない）」という2つを追加したものとなっている。

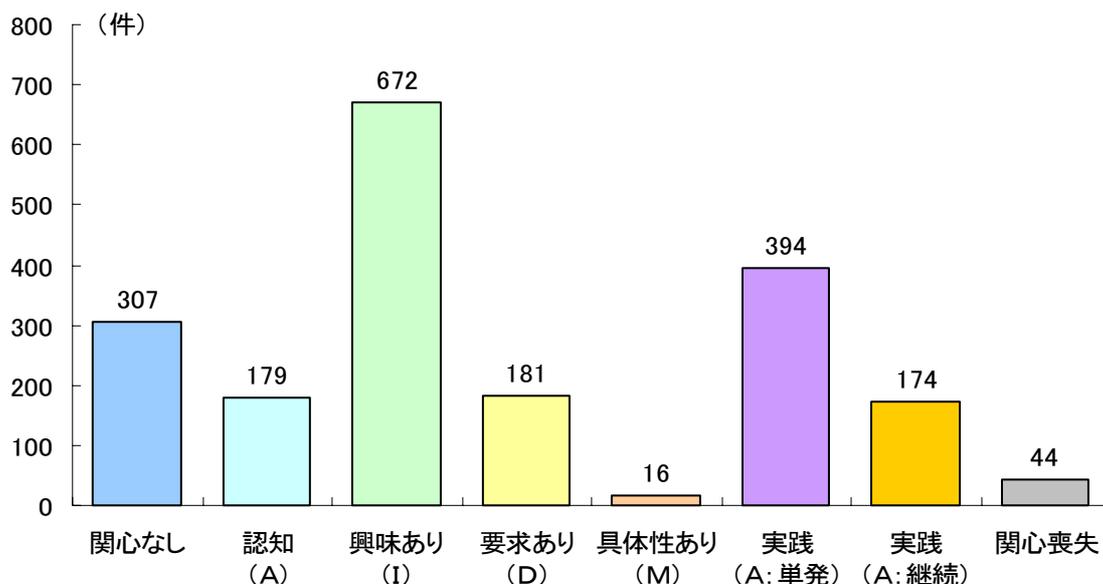
図表 2-3 4 ボランティア活動に対する意識レベルの枠組み

			今後のボランティア活動への参加に対する興味・関心			
			興味・関心あり			特に興味・関心はない
			興味・関心があり、具体的にやりたいことがある（継続を含む）	興味・関心があり、なんとなくやりたいことがある	興味・関心はあるが、やりたいことはまだわからない	
最近5年間の関心や参加の経験	参加経験あり	定期的・継続的なボランティア活動に参加したことがある	⑦実践（継続） (A)			⑧関心喪失
		単発的なボランティア活動に参加したことがある	⑥実践（単発） (A)			
	参加経験なし	ボランティア活動に興味・関心を持ったことはあるが、具体的にやったことはない	⑤具体性あり (M)	④要求あり (D)	③興味あり (I)	①関心なし
		ボランティア活動について見聞きしたことはあるが、興味・関心を持ったことはない	②認知 (A)			

今回のアンケート調査結果を基に、各意識レベルに該当する人数を整理すると下のようになる。「興味あり (I)」(672人) が最も多く、次いで「実践 (A: 単発)」(394人)、「関心なし」(307人) となっている。以降は、この意識レベル別に属性や回答結果を眺め、気運醸成に向けたプロモーションの課題の分析を進めていく。

図表 2-35 ボランティア活動に対する意識レベル

		今後のボランティア活動への参加に対する興味・関心				
		全体	興味・関心があり、具体的にやりたいことがある(継続を含む)	興味・関心があり、なんとなくやりたいことがある	興味・関心はあるが、やりたいことはまだわからない	特に興味・関心はない
最近5年間の関心や参加の経験	全体	2000 (100.0%)	218 (10.9%)	347 (17.4%)	1072 (53.6%)	363 (18.2%)
	定期的・継続的なボランティア活動に参加したことがある	183 (100.0%)	123 (67.2%)	27 (14.8%)	24 (13.1%)	9 (4.9%)
	単発的なボランティア活動に参加したことがある	429 (100.0%)	76 (17.7%)	128 (29.8%)	190 (44.3%)	35 (8.2%)
	ボランティア活動に興味・関心を持ったことはあるが、具体的に行ったことはない	912 (100.0%)	16 (1.8%)	181 (19.8%)	672 (73.7%)	43 (4.7%)
	ボランティア活動について見聞きしたことはあるが、興味・関心を持ったことはない	443 (100.0%)	0 (0.0%)	4 (0.9%)	175 (39.5%)	264 (59.6%)
	その他	33 (100.0%)	3 (9.1%)	7 (21.2%)	11 (33.3%)	12 (36.4%)



(2) 意識レベル別の属性

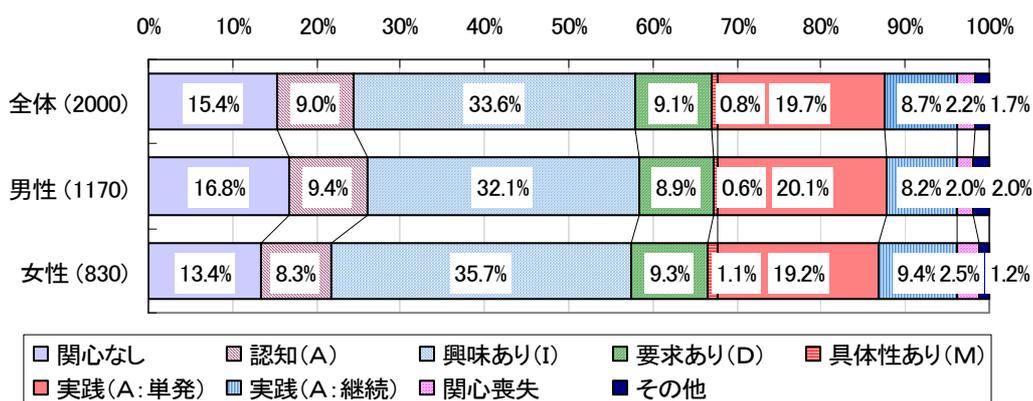
① 性別・年齢・職業

性別で見ると、男性のほうが「関心なし」の割合がやや高く、その分だけ「興味あり」の割合が女性より低くなっている。

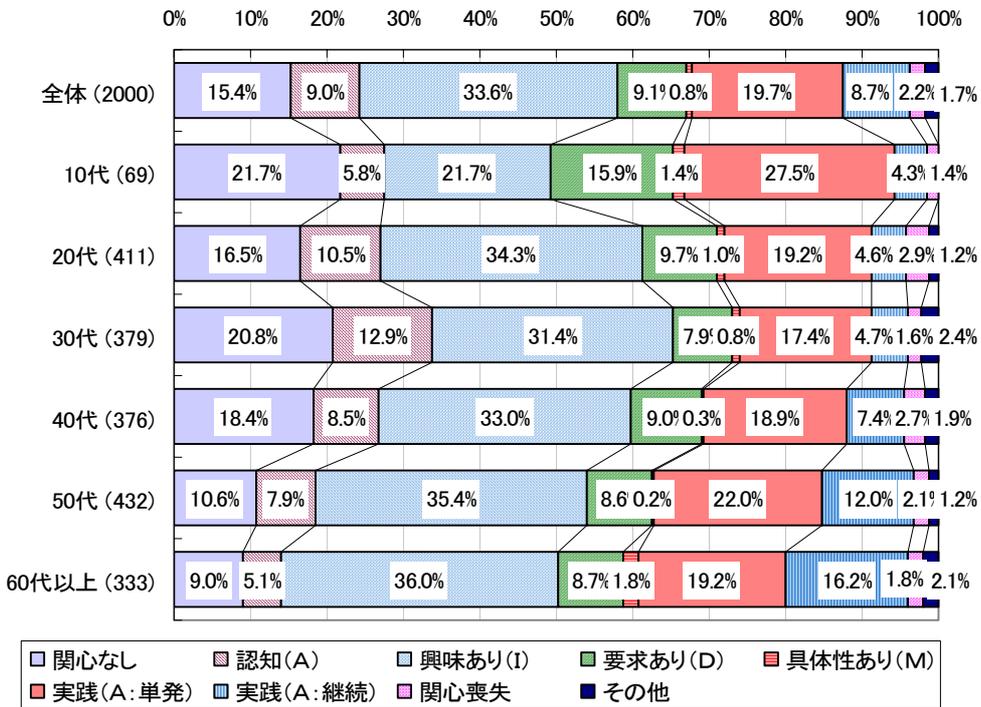
また、年代別では、年齢が高くなるにつれて「関心なし」の割合が小さくなり、継続して活動を実践している人の割合が大きくなる傾向にある。10代は「関心なし」(21.7%)の割合がすべての世代の中で最も高いが、「要求あり」(15.9%)や「実践(単発)」(27.5%)の割合も高いのが特徴的であり、この傾向は職業別の「学生」でも同様である。

職業別では、会社員など常勤雇用の人や学生は「関心なし」の割合が高くなっている。継続して実践している割合が高いのは、「無職(家事専業)」や「自営業、自由業」など、比較的自由に時間が使える人たちである。

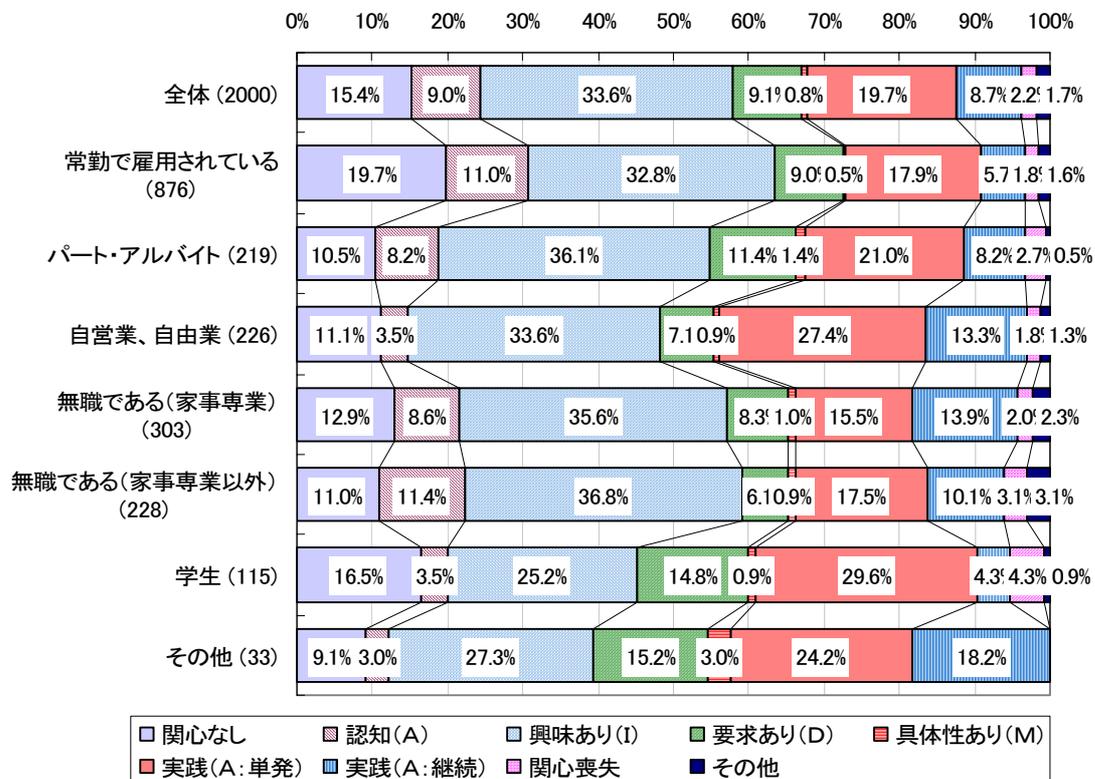
図表 2-36 回答者の性別(意識レベル別)



図表 2-37 回答者の年代（意識レベル別）



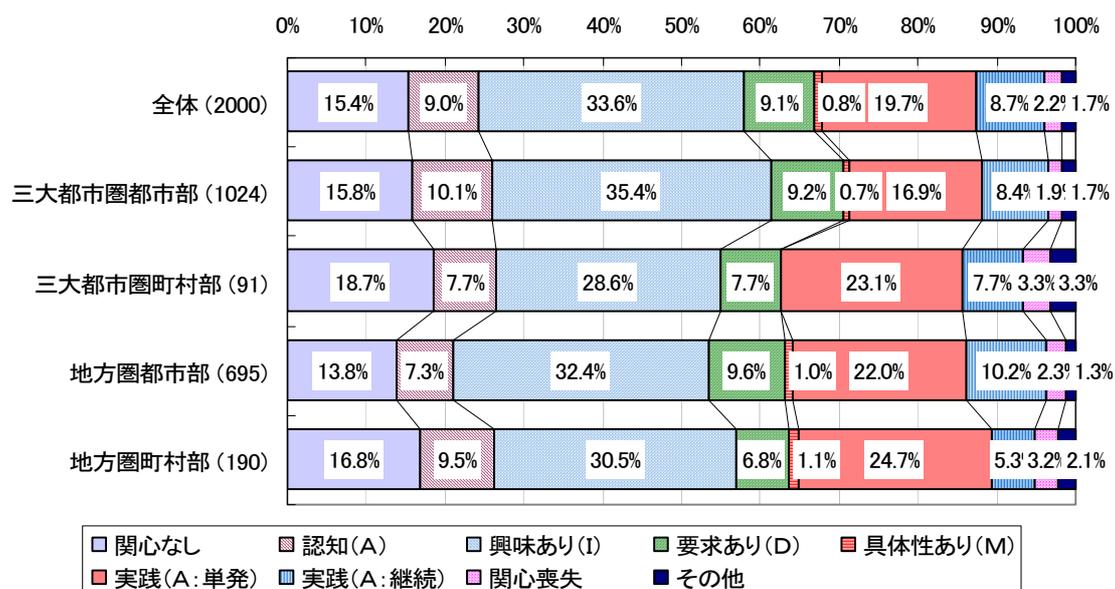
図表 2-38 回答者の職業（意識レベル別）



② 居住地域

回答者の居住地域を、三大都市圏か地方圏、または都市部か町村部という 4 つに分けて見てみると、町村部の住人のほうが都市部に比べやや関心の度合いが高い。特に三大都市圏の都市部と町村部では、単発の実践経験の割合にやや差が見られる。

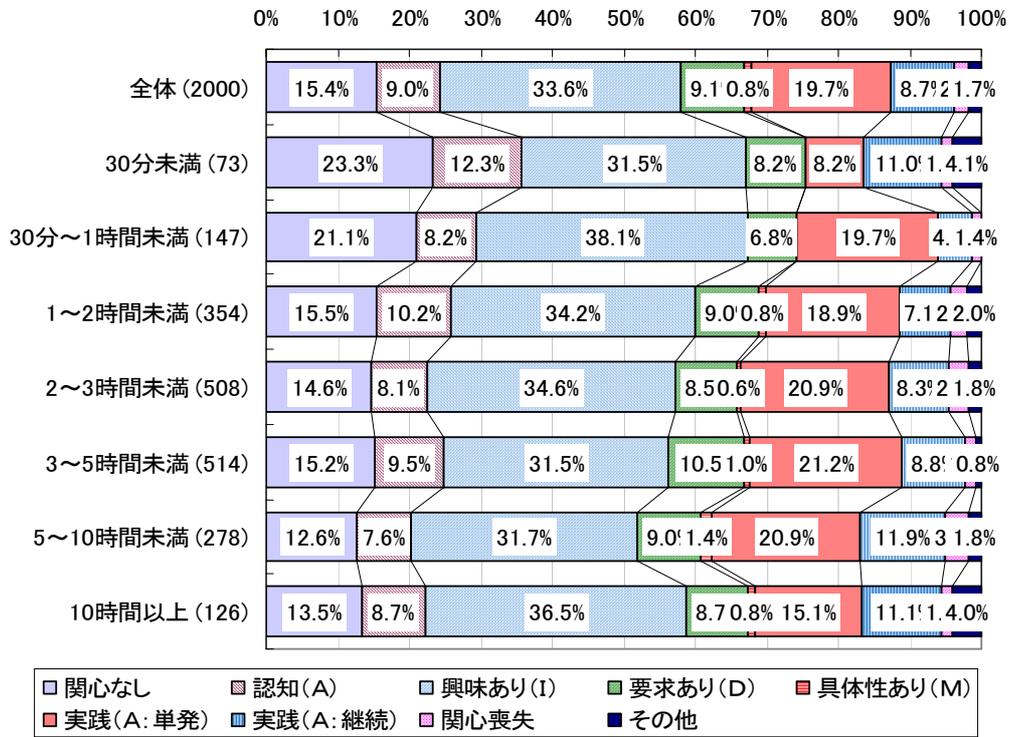
図表 2-39 回答者の居住地域（意識レベル別）



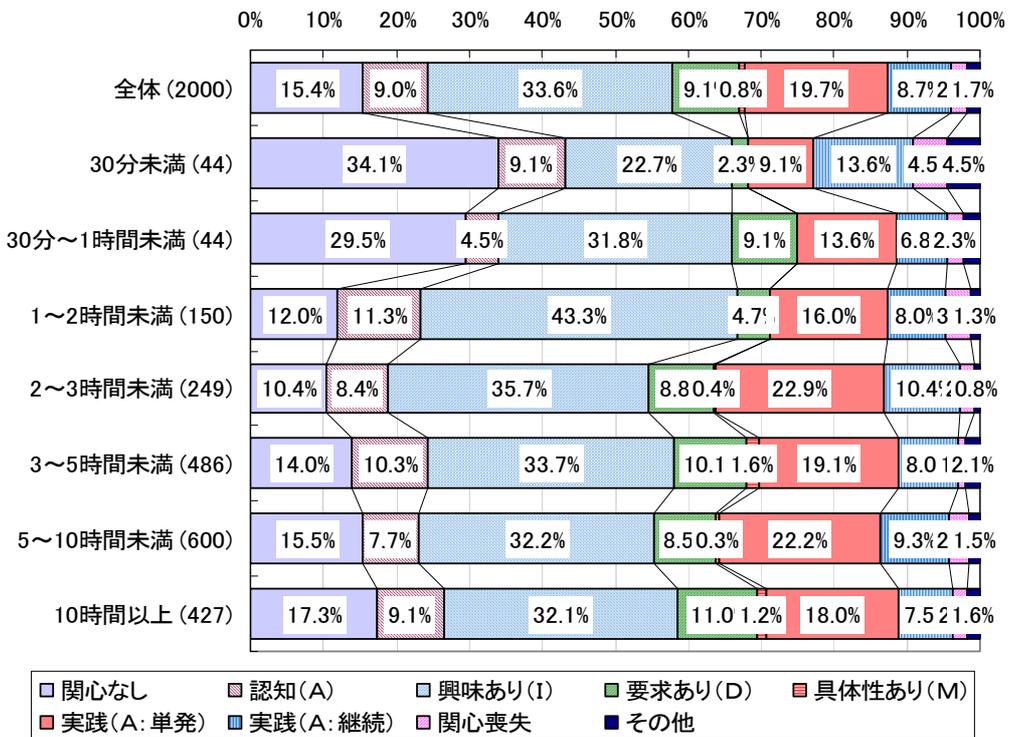
③ 自由時間

平日及び土日祝祭日の自由時間を尋ねたところ、自由時間が 1 時間未満の場合、ボランティア活動への関心がないと回答した人の割合は高い。しかし、自由時間が 30 分未満の人でも、継続して活動を実践している割合は比較的高くなっている。

図表 2-40 平日の自由時間（意識レベル別）



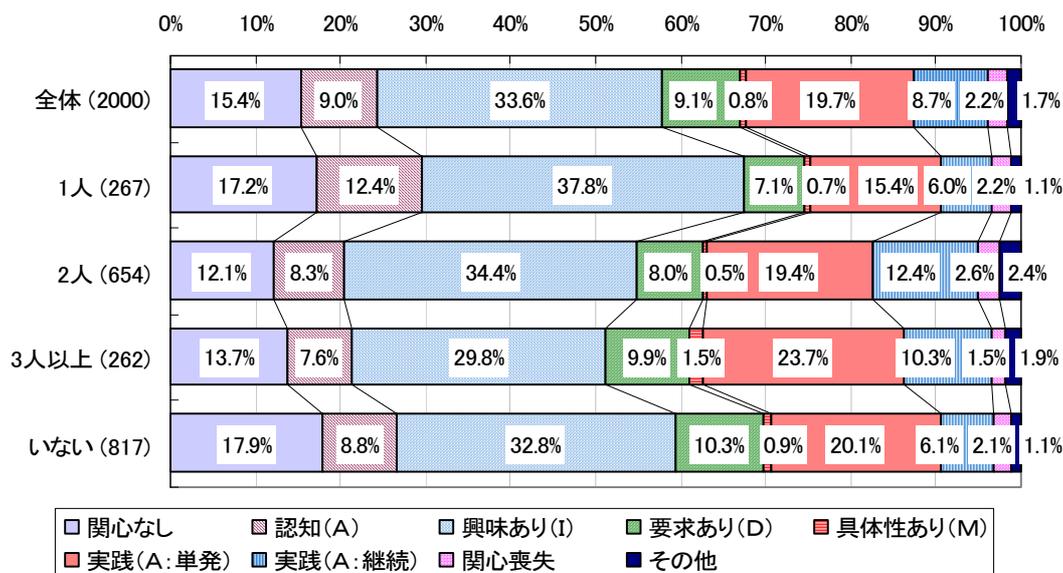
図表 2-41 土日祝祭日の自由時間（意識レベル別）



④ 子供の有無・人数

子供については、いない場合よりいる場合のほうが、また人数が多いほうが、興味・関心は高いと言えることができる。特に、単発での実践経験は子供の数が増えるほど割合が高くなっている。

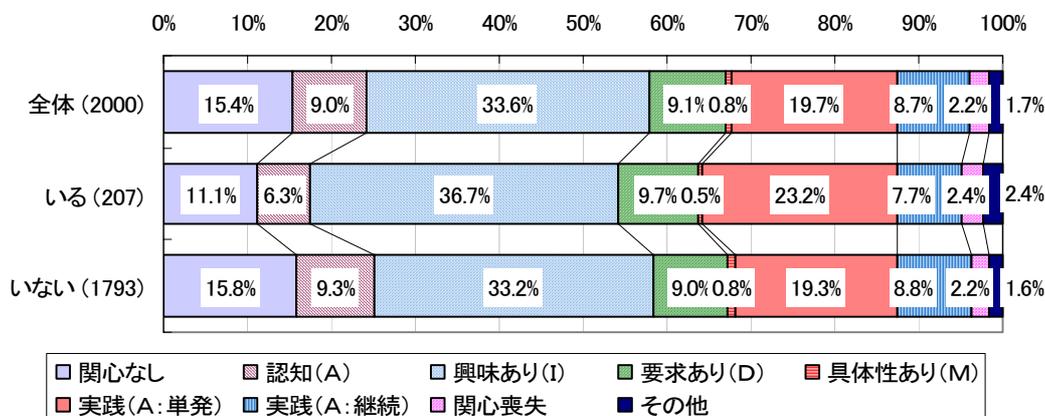
図表 2-4 2 子供の有無と人数（意識レベル別）



⑤ 介護を必要とする人の有無

家族の中に介護を必要とする人がいる場合は、いない場合に比べ、ボランティア活動への興味、及び単発での実践経験がある割合がやや高くなっている。

図表 2-4 3 介護を必要とする人の有無（意識レベル別）



(3) ボランティア活動に対するプロモーションの課題

① 暮らしのなかの助け合い（ちょぼら）を促進するための課題

i. “お互い様”意識の浸透

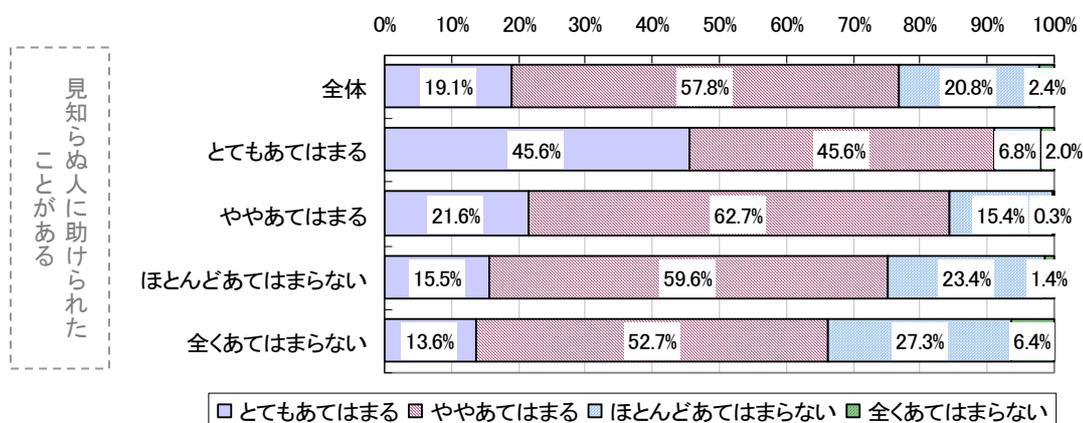
『自分が外で困っているとき、見知らぬ人に助けられたことがある』にあてはまると答えている人の9割以上が、『外で何かに困っている人を見たとき、実際に声をかけたり手助けしたりする』についてもあてはまると回答している。同様に、『近隣の友人・知人と、必要なときに実際に助けあっている』にあてはまると答えている人は、『外で何かに困っている人を見たとき、実際に声をかけたり手助けしたりする』についてもあてはまると回答している。

このことから、困ったときに人から助けられた経験を持つ者や普段から地域や友人同士での助け合いを行っている者は、見知らぬ人に対する「ちょぼら」への意識も積極化することが窺える。

一方、「暮らしの中の助け合い」を行いにくくする要因を尋ねた結果（図表 2-29）では、「声をかけた相手が、どう思うか気になる」の回答率が最も高く、せっかく手助けする意識があるにも関わらず、相手への気兼ねから手助けを躊躇していることが多いと考えられる。

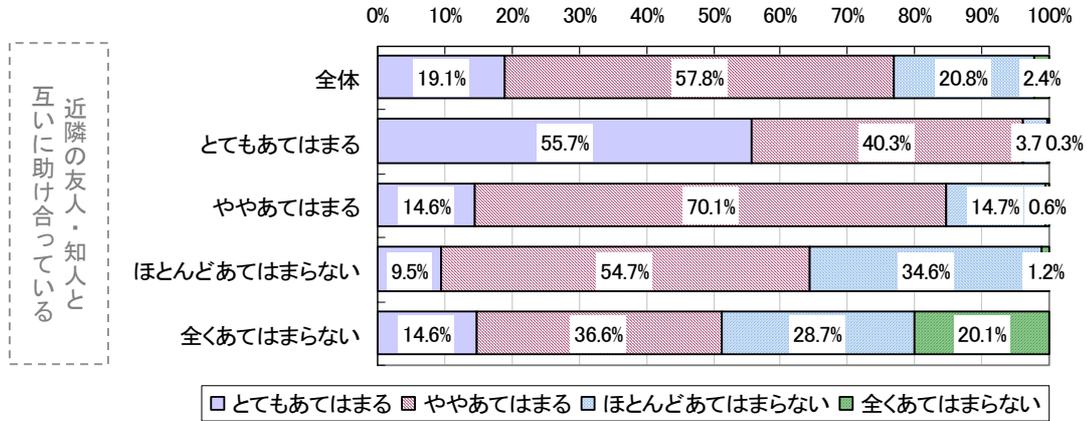
従って、「ちょぼら」を推進することだけでなく、困っているときには人の手助けを気軽に受けるという、“お互い様”という意識の浸透も同様に重要である。

図表 2-44 「見知らぬ人に助けられたことがある」
×「実際に声をかけたり手助けする」



図表 2-4 5 「近隣の友人・知人と互いに助け合っている」

× 「実際に声をかけたり手助けする」



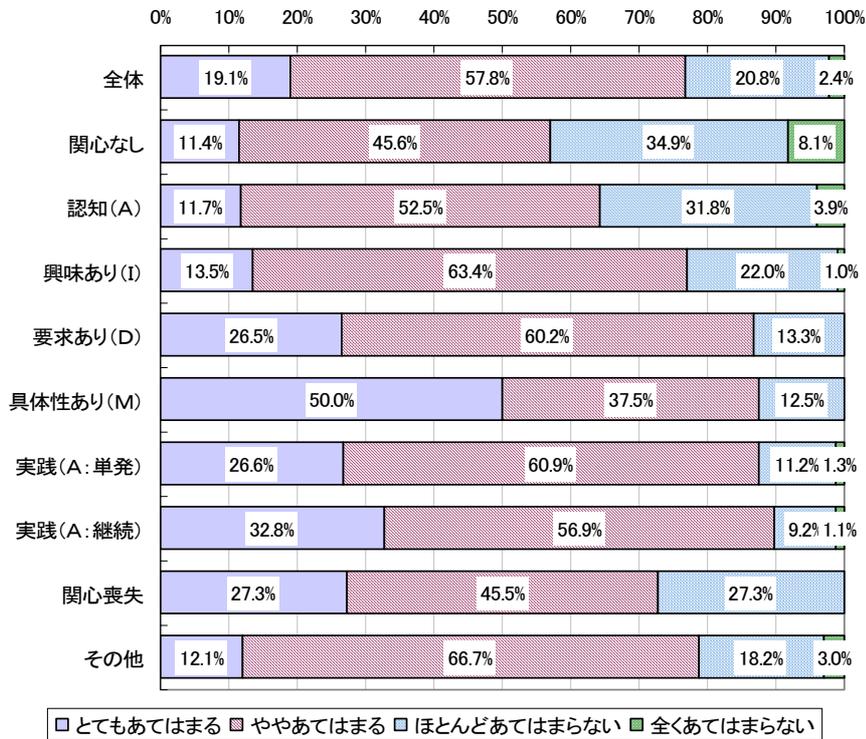
ii. ボランティアの入り口としての“ちょぼら”

『外で何かに困っている人を見たとき、実際に声をかけたり手助けしたりする』ことについて、「とてもあてはまる」「ややあてはまる」と回答している者とボランティアへの意識との関連を見ると、「関心なし」から「要求あり」までは意識が高まるにつれ、「あてはまる」との回答が増加しているが、「要求あり」より意識レベルが上の層での回答率はほぼ一定である。

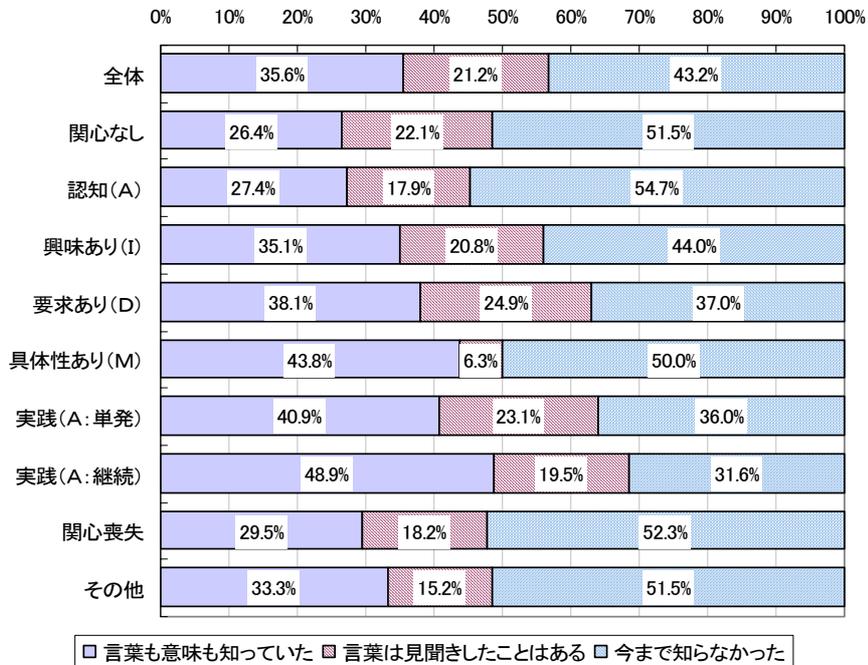
このことから、ちょぼらを促進していくことは、ボランティアに関心がなかった人にボランティアを意識させる入り口の役割を果たすことが考えられる。

また、“ちょぼら”の認知度を尋ねた結果でも、「関心なし」「認知」の層ではちょぼらの認知度が特に低いことから、ちょぼらの認知を促進することが重要と考えられる。

図表 2-4 6 実際に声をかけたり手助けする経験（意識レベル別）



図表 2-4 7 「ちょぼら」の認知度（意識レベル別）



② ボランティアに関する意識、認知を促すための課題（関心なし→A）

i. 楽しさや生きがいなどのアピール

ボランティアに対するイメージを尋ねた結果では、「責任が重く大変そう」「何かと苦勞が伴う」については、関心のない層で特に高いが、ボランティアを経験した者でも回答率はさほど低下しない。ボランティアに関心のない者から実践者まで、「責任が伴う」ことについては共通的に認識されている。ボランティアに参加する上での不安や障壁を尋ねた結果（図表 2-2 3）でも、「いい加減なことはいできない」が最も多く挙げられている。

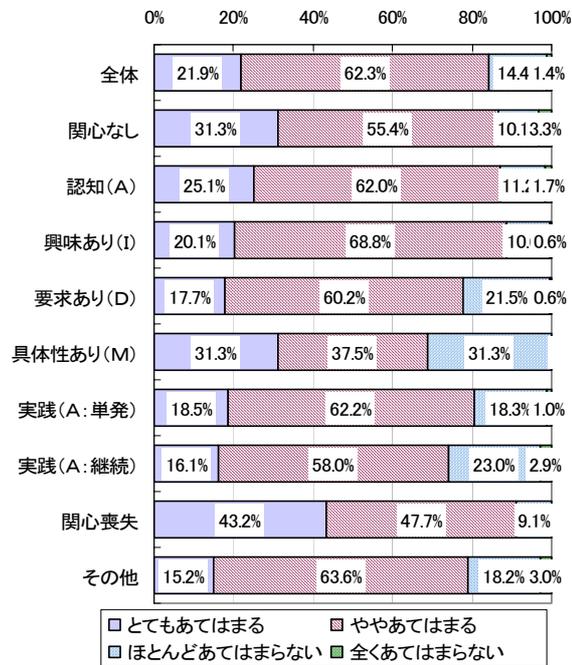
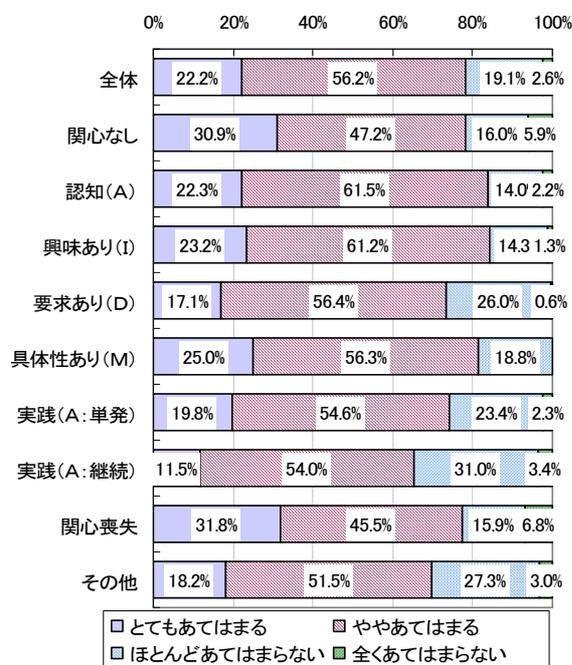
一方、「個人の生きがいにつながる」や「楽しそうだ」については、経験者では一定の回答率があるものの、関心のない層での回答率は低い。

このことから関心のない層では、ボランティアのハードルとボランティアによって得られるものとのギャップが特に著しいことが窺える。活動によらずボランティア活動に一定の責任や苦勞が伴うことは避けられないことであり、それに見合う楽しさや生きがいといった面に関心のない層に対してアピールしていくことが必要である。

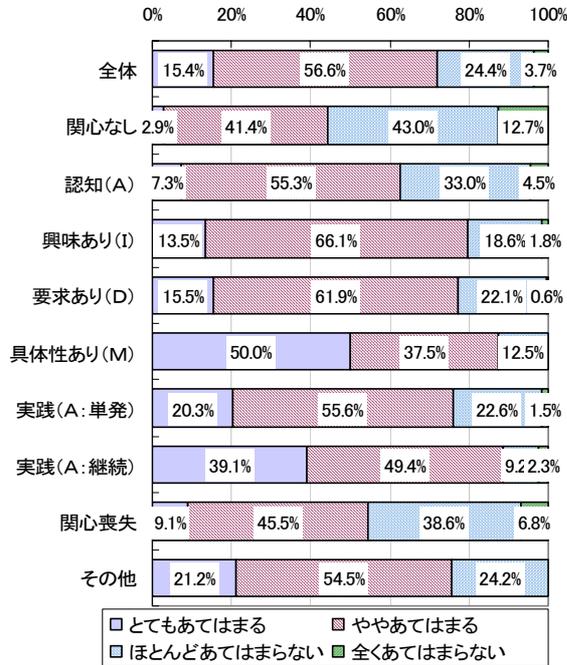
図表 2-4 8 ボランティア活動に対するイメージ（意識レベル別）

a) 「責任が重く大変そうだ」

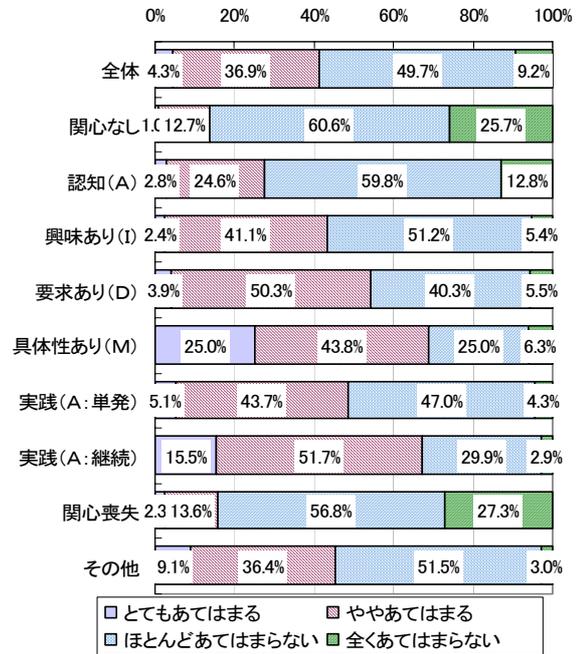
b) 「何かと苦勞が伴うものである」



c) 「個人の生きがいにつながる」



d) 「活動が楽しそうだ」



ii. 参加しやすい気軽さ

ボランティアへの積極的な参加意向を持つ者が多い一方で、「気軽さ」が求められている。「どの程度力を入れたいか」の問いに対しては約 85%が「できる範囲で無理なく」と回答している（図表 2-19）。

また、ボランティアの魅力を高めていく上で必要なことの回答結果（図表 2-30）も、「日常生活の中で無理なく」が最も多く、このほかにも「人間づきあいに煩わされない」「知識・技能がなくてもできる」「個人で気軽に参加できる」など、技能や人間関係に関する気軽さを求める意見が多い。

③ ボランティアに関する意識の具体化を促すための課題（A→I→D→M）

i. 具体的な検討ができる身近な情報

ボランティアに関するぼんやりした関心を持つ状態から、自分のやりたい活動内容や参加したい団体など、ニーズを具体化する過程では検討に資する情報提供が必要である。

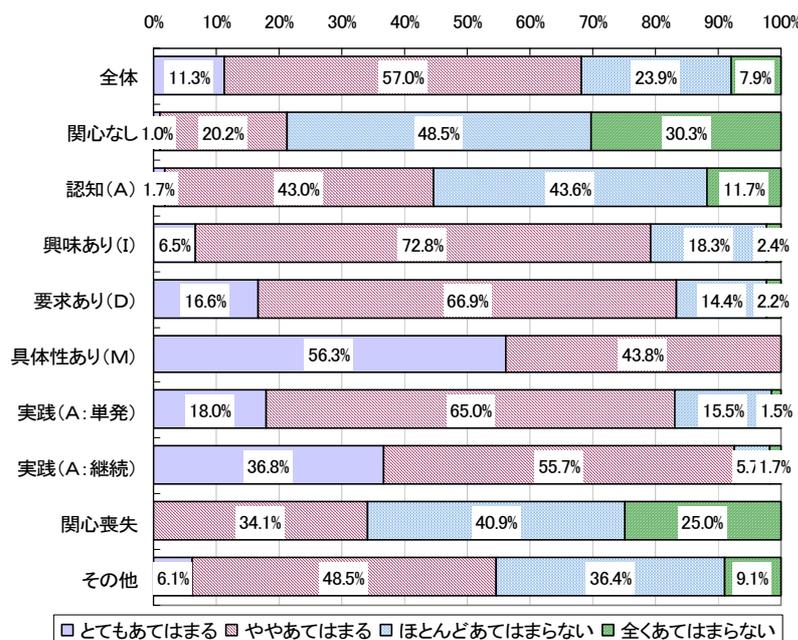
回答者にテレビ・新聞などマスメディアでボランティア情報を見て関心を持ったかどうかを尋ねた結果では7割近くが関心を持ったと回答している。ただし、「認知」と回答した層と「興味あり」と回答した層とでは回答率が大きく異なり、マスメディアへの接触が興味の喚起に大きな役割を果たしたことが窺える一方で、「興味あり」と回答した層以上では、意識レベルが上がっても回答率はさほど上がらない。

一方自治体の広報誌について見ると、全体での回答率は低いものの、「認知」「興味あり」「要求あり」「具体性あり」の層まで意識レベルが上がるほど回答率が上がっており、より自分が行なうボランティア活動を具体的に検討する上で、身近な地域からの情報が有効であることを示唆していると考えられる。

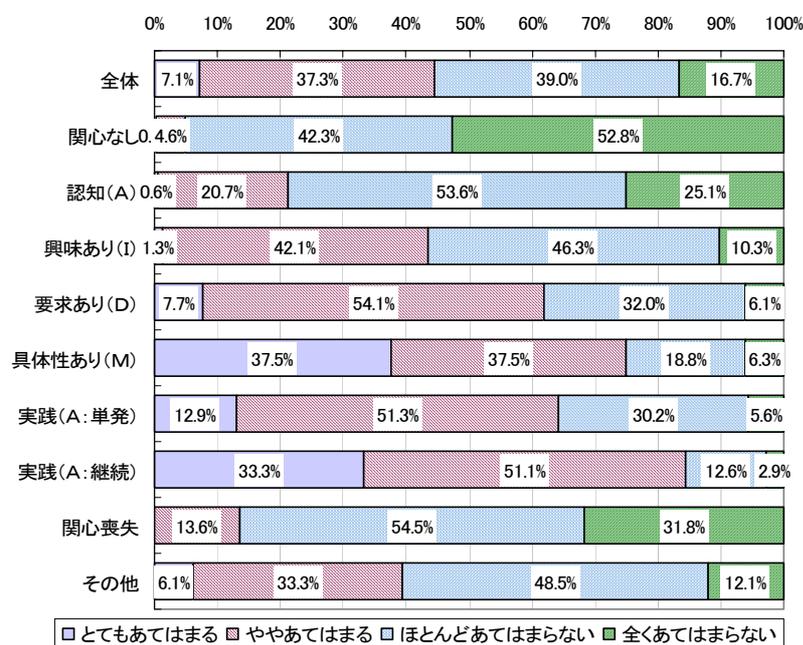
また、ボランティアに参加しやすくなるために地域に必要なサービスを尋ねた結果（図表 2-3 2）でも、「自分に適したボランティア活動に関する情報が手軽に収集できる」ことが最も多く挙げられている。

図表 2-4 9 ボランティア活動に関わる経験（意識レベル別）

a) テレビや新聞・雑誌等で、ボランティア活動や社会貢献について見聞きし、関心を持ったことがある



b) 自治体の広報誌等では、ボランティア活動や社会貢献についての
情報に興味を持って読む



ii. 学校などでボランティアを経験することによる意識の積極化

ボランティアに関して興味・関心を持つ層が、具体的に活動内容を検討していく上で、過去にボランティア活動に参加した経験（特に継続的な活動への経験）が極めて大きな影響を与える。

このことから、例えば学校などでボランティアを体験することは、その活動自体は自発的なものでないとしても、参加者の次の自発的な活動への積極化に寄与すると考えられる。

図表 2-50 「ボランティア活動の参加経験」
×「ボランティア活動参加への今後の関心」

	全体	興味・関心があり、具体的にやりたいことがある	興味・関心があり、なんとなくやりたいことがある	興味・関心はあるが、やりたいことはまだわからない	特に興味・関心はない
全体	2000 (100.0%)	218 (10.9%)	347 (17.4%)	1072 (53.6%)	363 (18.2%)
定期的・継続的なボランティア活動に参加したことがある	183 (100.0%)	123 (67.2%)	27 (14.8%)	24 (13.1%)	9 (4.9%)
単発的なボランティア活動に参加したことがある	429 (100.0%)	76 (17.7%)	128 (29.8%)	190 (44.3%)	35 (8.2%)
ボランティア活動に興味・関心を持ったことはあるが、具体的にやったことはない	912 (100.0%)	16 (1.8%)	181 (19.8%)	672 (73.7%)	43 (4.7%)
ボランティア活動について見聞きしたことはあるが、興味・関心を持ったことはない	443 (100.0%)	0 (0.0%)	4 (0.9%)	175 (39.5%)	264 (59.6%)
その他	33 (100.0%)	3 (9.1%)	7 (21.2%)	11 (33.3%)	12 (36.4%)

④ ボランティアへの実際の参加を促すための課題（M→A）

i. ボランティアの具体的な機会の提供

ボランティアの参加経験者に、参加したときの直接のきっかけを尋ねた結果（図表 2-1-7）では、「自分の自発的な意思で」（49.0％）が最も多いものの、「自治会や子ども会等」（33.5％）、「学校」（16.0％）などに機会を与えられた回答者が相当数おり、具体的な機会を提供することが直接の参加のきっかけとして重要である。

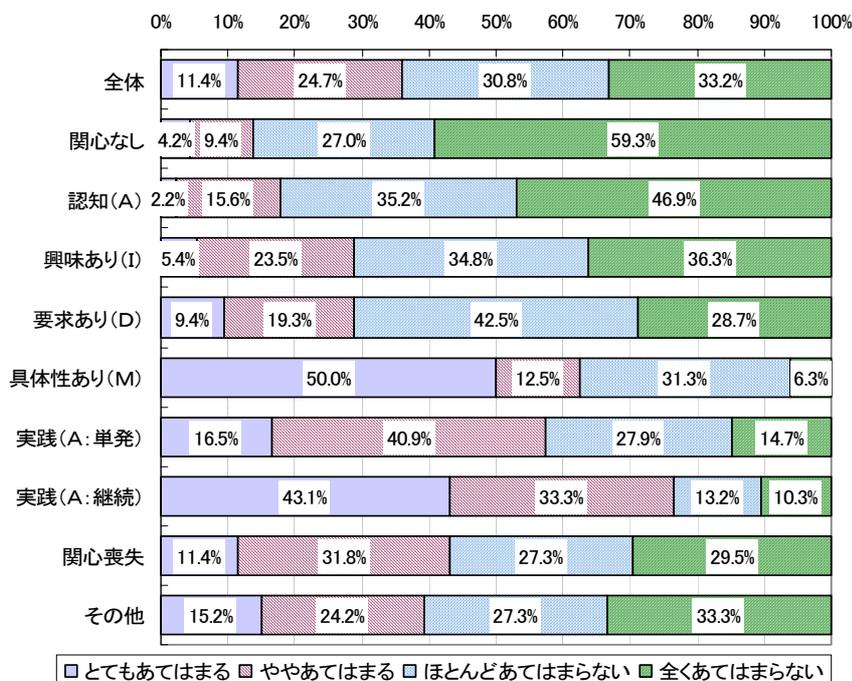
ただし、両者はいずれも子どもを通じた地域との関わりの中での参加であり、子どもを持たない層に対する機会を提供することが課題になる。

ii. 職場や学校など身近な組織内での実践者の存在

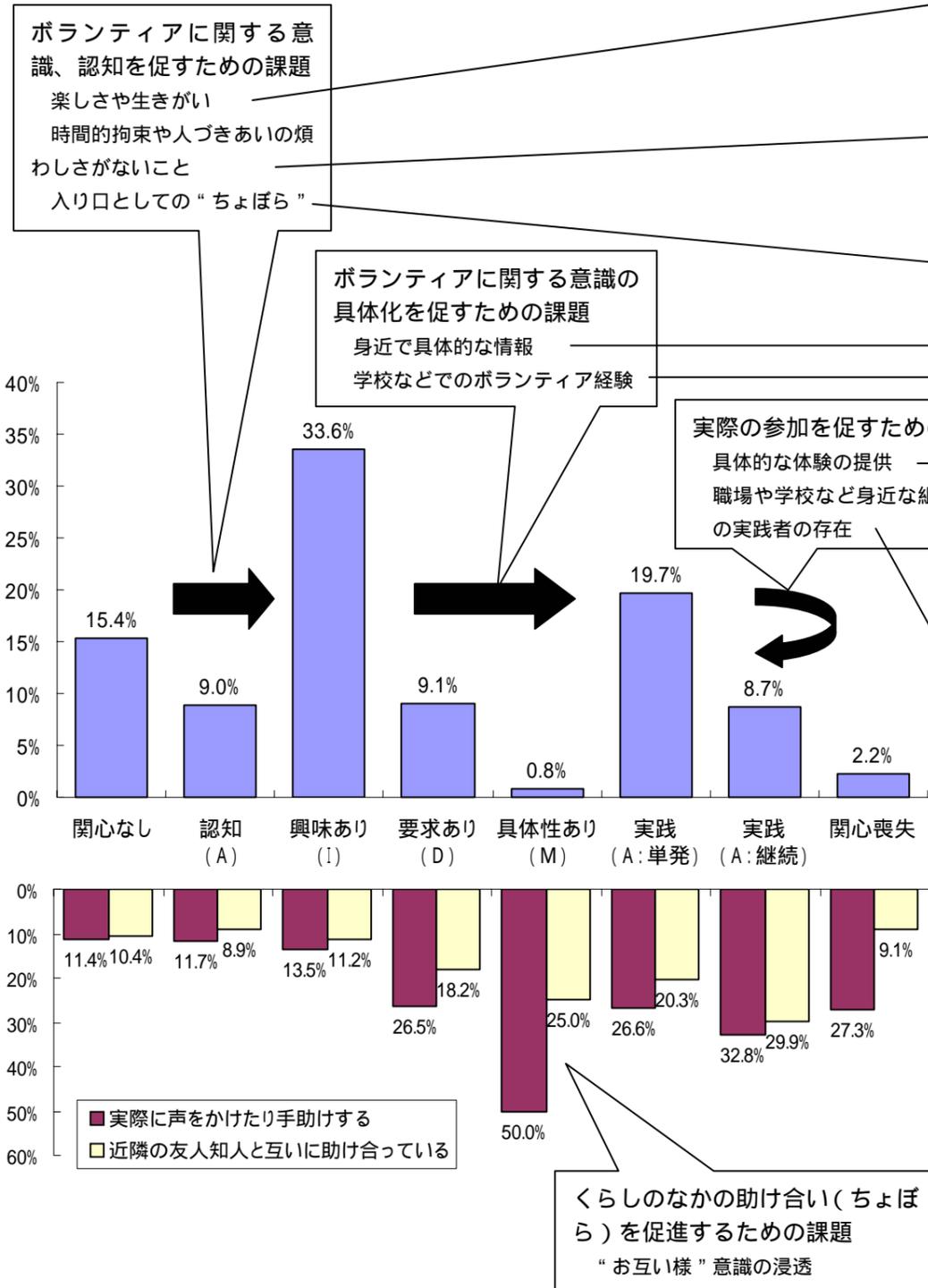
「職場や身近な友人にボランティア活動を行っている人がいるか」を尋ねた結果では、実践者では回答率が際立って高い。身近に実践者がいることから、「自分にもできる」という意識につながることや、実践者からの情報提供を受けられることなどが考えられる。

このことから企業や学校でのボランティアを促進し、各企業内・学校内に実践者を生み出し、周囲に波及させていくことが有効と考えられる。

図表 2-5 1 「職場や身近な友人にボランティア活動を行っている人がいる」（意識レベル別）



2 3 . ボランティア活動に対するプロモーションのポイント



ポイント

ボランティアの価値（楽しさや生きがいなど）をどのように伝えるか

- ・ ボランティアという行為が責任を伴うという意識が強い中で、それに見合う価値をどのような形でアピールすべきか。

“参加の気軽さ”をどのように創出するか

- ・ 無理のない範囲で活動したい、人づきあいに煩わされない、などのニーズに応えられるボランティア活動にしていくためにはどうするか。

ちょぼらをどのように浸透させていくか

- ・ 人から助けられた経験や地域などでの日頃の助け合いが、困っている他人を助ける気持ちの大きな動機付けになっている。この“お互い様”の意識をどのように醸成していくか。

ボランティアのシミュレーションができるような具体的な情報を、どのように伝達していくか

- ・ 「自分に合った」ボランティア活動やそのための場を、具体的にイメージできないことが、ボランティア参加の大きな壁になっている。こうした状況に対応するための丁寧な情報提供をどのように行えばよいか。

学校などでのボランティアの経験機会をどのようにつくっていくか

- ・ ボランティアを経験することにより、自分のやりたい活動内容などをより具体的に考えるようになる。最初の経験機会は必ずしも自発的のものでなく、例えば学校などが提供してよいと考えられるが、学校が外部機関と連携しどのように機会をつくることができるか。

気軽な参加体験の場をどのようにつくっていくか

- ・ ボランティア実践者は、自治会や学校などに参加体験を与えられたことが有力なきっかけとなっている。人は子どもを持つことによって、子どもを通じた地域との関わりーボランティア参加機会を得る。一方で、特に地域との関わりを深く持たない若年者に実践のきっかけとなるような具体的な機会をどのように提供できるかが重要。

職場や学校などへのボランティアの啓発をどのように行なっていくか

- ・ 同じ会社の同僚など身近に実践者がいることは、実践を促進する上で極めて重要なファクターである。このため、会社や学校などに対する啓発を行い、各企業・学校に実践者を生み出し、彼らから周囲の人に波及させていくことは有効と考えられる。

第3章．職場のボランティア活動支援の役割と地域体制づくり

第2章のアンケート調査結果では、ボランティア活動に対する関心を高める、あるいは心理的障壁を低減する環境として、勤労者が所属する職場を通じてボランティア活動について見聞きする経験や、自治会や学校等地域の機関を通じて単発的であれ何らかのボランティア活動を体験してみることの重要性が示された。

市民のボランティア活動への関心を高めるには、人々が所属しその日常行動に影響を与える中間集団（企業、自治会、学校、グループ・サークル等）の役割が重要である。本章前段ではこうした観点から、特に勤労者に影響を与える中間集団として企業の、ボランティア活動の社会的気運醸成に果たす役割について検討する。

また後段では、ボランティア活動を促進するための気運醸成に係る地域体制づくりについて、体験活動ボランティア活動支援センターに対して実施した調査結果を基に、当該センターの役割を軸として検討する。

3 1．企業のボランティア支援策と社会的気運醸成

3 1 1．企業の取り組み事例

ここでは、企業として活発に社会貢献活動・ボランティア活動を実施している大手企業三社（内一つは組合主導の取り組み）を取り上げ、その内容を整理した。これとともに各社とも担当者にヒアリングを行い、社員のボランティアに対する関心を高めるための課題について整理した。

（1）社会貢献事業の狙いと取り組み内容

企業が率先して社会貢献活動を推進している二社では、自社が「企業市民」として社会から信頼され発展することを掲げ、社会貢献活動を推進していた。対して、組合が主導する企業では組合員のボランティア活動の推進を通して、社会全体の福祉向上を目指している。各社で取り組んでいる社会貢献事業（企業のボランティア活動、社員のボランティア支援含む）の内容は以下のとおりである。

図表 3-1 社会貢献事業の内容（ボランティア支援含む）

日本電気株式会社	①NEC Make a Difference Day 工場、営業所など拠点ごとに任命されたNECグループ社員実施担当者が、それぞれの地域社会の実情に合った活動を企画推進する。活動のテーマは“地球環境保全 (Nature)”、“青少年の育成活動 (Education)”、“地域課題へのチャレンジ (Community)”がメインとなっている。
----------	--

	<p>②ボラボラクラブ (10年間実施) 社員によるボランティアサークルで、ボランティアに興味を持つ者の集まりであり、現在350名のネットワークとなっている。ボランティア活動の情報をこのサークルに配信すると、構成員が核となり周辺の社員にその活動趣旨を口コミで伝達し、ボランティア活動を行なう大きな組織ができあがる。活動例としては、1995年の阪神・淡路大震災の時、ボラボラクラブは、段ボール250個にも及ぶ、救援物資を送ることができた。</p> <p>③NECサイバースターズ (4年間実施) インターネットが全世界に普及し、膨大な情報が飛び交っている昨今、違法情報や子ども達に有害な情報、ネット犯罪が増加している。そこで、ネット社会における安全なインターネットの活用方法や楽しみ方を体験しながら学んでもらうことを目的に、NPO法人日本ガーディアン・エンジェルズ、NECソフトウェアグループと協力して、小学生とその保護者を対象に「NECネット安全教室」を実施している。</p> <p>④コンサートクラブ コンサート好きの40名で構成されており、各地で開催されるコンサート運営の支援を行なっている。</p> <p>⑤ホームページサイト“ボランティアワールド”の運営 ボランティアに関する情報のインターネット・ホームページを運営しており、ボランティア募集情報、関連団体情報、参考書籍情報など、全国のボランティア情報を掲載している。</p> <p>⑥その他 日常的に誰でもできる収集活動的なものもある。 ex) 使用済みの切手、書き損じはがき、外国コイン</p>
<p>アメリカン ファミリー 生命保険会社</p>	<p>①AFLACキッズサポートシステム ・AFLAC ペアレンツハウス…日本初の総合支援センター。都内外の専門病院から30分圏内にある。子供が小児がんなどの難病で、その治療の為に上京された親が1泊1,000円で宿泊できる施設。 ・公益信託アフラックがん遺児奨学基金…がんで親を亡くされた高校生を対象に月額25,000円(年間300,000円・返還不用)の奨学支援を行う。 ・小児がんの子どもたちの絵画展…小児がんの子どもたちの絵を、メッセージやエピソードとともに展示。 ・元気がでる絵本…小児がんをはじめとする病気と闘う子ども達を励ますことを目的にオリジナル絵本を作成。</p> <p>②イベント ・チャリティコンサート&フォーラム…1994年より毎年全国5~6ヶ所で開催。 ・AFLACフォーラム…1991年より毎年全国1~2ヶ所で開催。各界著名人のトークとともに「いのち」や「家族」について考える。</p> <p>③社員ボランティア ・ONE HUNDRED CLUB (ワンハンドレッドクラブ) …社員が1口100円(任意口数)を毎月の給与より寄付する活動。 ・テトラ基金…書き損じ葉書を集め換金し、施設に熱帯魚(テトラ種)の水槽を贈る活動 ・バレンタイン基金…阪神淡路大震災を機に発足。年間を通じて最も血液が不足する時期に活動。 ・災害時の義援金支援…イントラネットの活用により、緊急寄付に即座に対応。 ・「軽ボラ」シリーズ…社員の自主的なボランティア活動として10以上の継続的ボランティア活動が定着している。(例：花ボラ/パンジーの苗を育て寄付。パンボラ/手作りパンを社内販売等。)</p>
<p>コマツユニオン</p>	<p>①社会貢献活動 ・未使用葉書の収集活動…キャンペーン期間を設け、社団法人日本青年奉仕協会に送付。 ・愛のかがり火募金…ボランティア基金からの拠出を合わせて地域施設に寄付。 ・カンボジア学校建設プロジェクト…96年の組合結成50年を記念しての事業。 個人カンパ、チャリティ、バザーの収益金で7,655,255円を寄付。</p>

②組合員のボランティア支援

- ・ボランティア基金の運営…各支部単位のボランティア活動への資金援助を実施。
- ・ボランティア休暇制度…91年より導入。長期は1ヵ月から2年で休職扱いとし給与相当額の援助金を支払い、短期は年間12日で特別休暇とするというもの。
- ・情報提供…50周年記念事業の一環として「ライフデザイン&ボランティアガイドブック」を発行。初めてボランティアに参加する人にもわかりやすく解説。

(2) 企業ボランティア活動への取り組みによる従業員の意識変化

ヒアリングでは、いずれの企業でもボランティアの推進、参加によって、従業員の間にはボランティアに対する関心が高まったとの指摘がなされた。

特に会社が社会貢献活動を率先する生命保険会社では、新人研修時にボランティアに関する募金体験を含む研修が行われていた。社員はこの体験を通じてボランティアに対する意識を喚起されていた。労働組合が主導する企業では、ボランティアに対する経済的な支援基金の設立や途上国に対する学校建設プロジェクトといった大きな社会貢献事業の存在それ自体が社員の関心向上につながっているということであった。

< ヒアリングより >

●NEC

- ・定年前の社員の関心度が高まっている。時間的余裕があるため、実際にボランティア活動に参加し、その楽しさを体験し、関心度・参加度が高まっている。

●アメリカンファミリー

- ・90年頃からボランティアを推奨する社会的な気運がみられ、当社でもいわゆる“できることから始める”ボランティア活動が自然と根付いてきた。
- ・新入社員研修では2時間に渡り、社会貢献、ボランティアのプログラムを行っており、実際に街へ出て、がん遺児奨学基金の募金活動を行う。直接、募金を受け取る社員は感動し、モチベーションが高められていく。

●コマツユニオン

- ・以前は組合員の一部有志による活動から始まったが、昭和61年の組合結成40周年記念事業としての「ボランティア基金」設立以降その気運の高まりが見られた。
- ・その後、50周年での「カンボジア学校建設プロジェクト」、「ライフプラン基金」の設立等大きな事業による後押しの効果もあり、多少ではあるが関心が高まってきた。

企業ボランティアの推進が社員のボランティア意識向上と参加につながる

これらの企業では、自社の社会貢献のあり方についてWEBサイトを構築し、内外に情報発信している。中でもNECでは、ボランティア活動に関する各種情報提供を行うWEBサイト「ボランティアワールド」を運営している。その中では、各種ボランティアの機会に関する情報に加え、「楽しんでいます。私のボランティア」として、社内ボランティア活動経験者の活動状況とそこで得た感想など、本人から写真入りで紹介してもらうコーナー等もあり非常に充実したものとなっている（次ページ参照）。

これらの企業がボランティア活動を推進しその仕組みを整えることは、それ自体が社員のボランティア活動に対する意識を喚起する環境としての役割を果たしていると言え、職場内でボランティア活動について見聞きした経験がある人はボランティア活動に対する関

心が高いとする、先の意識調査の結果を裏付けるものといえる。

また先のWEBサイト「ボランティアワールド」における「楽しんでます。私のボランティア」では、社内ボランティアへの参加が一つの契機となり、地域のボランティア活動に継続して参加するようになった社員たちの声が生き生きと掲載されている。例えば以下のような声である。企業のボランティア推進は、直接的にも間接的にも従業員のボランティア活動への関心と行動が生起する重要なファクターであることが窺える。

< NEC「ボランティアワールド」サイト内「楽しんでます。私のボランティア」より抜粋 >

この活動をはじめたきっかけは？

会社が以前行っていた「こどもネイチャーキャンプ」に現在活動している福祉施設の子が参加していたのをきっかけに、キャンプの後も参加したスタッフの有志が定期的に訪問して子どもたちと遊んでいました。私は遊ぶだけの訪問には迷いがありました。あるとき、職員の方とお話する機会があり『実験や工作が好きな子が居るけど、職員は科学が疎いので、実験などをやりに訪問してみませんか。』という誘いを受けました。特に実験の経験があるわけではなかったのですが、テーマを持って行くのならとっつきやすいかと思い、実験の小道具を抱えて訪問に合流するようになりました。

図表 3-2 NECのWEBサイト「ボランティアワールド」の表紙画面



(3) 気運醸成 (= 企業社員のボランティア意識を高める) のための方策

社員のボランティア意識を高めるための方策について尋ねたところ、単なる情報提供に留まらず、社員の動機づけを高める戦略的アプローチの方法や、企業としての取り組みやすさの原則論まで、様々な指摘がなされた。

中でも、ボランティアのきっかけづくりを強力なものとする、さらには楽しさの演出等を大切にすること等は先の意識調査結果と呼応するものであり、企業の場合においても地域社会においても、人々をボランティアの場に引き出す課題は変わらない。また企業がボランティアに取り組む上で特徴的なのは、トップからの情報発信と事業ドメインとの適合性といった部分であり、ボランティアが企業活動の一環として正当化されることが重要であることを示している。要点は以下のとおりである。

< ヒアリングより >

強力なきっかけづくり(コマツユニオン)

まだまだボランティアに対する意識は今一つ定着しているとはいえ、最初の一步が踏み出せない様子が見え始める。一度参加してしまえば、継続して活動する機会が多いので、きっかけ作りとして最初は半強制的にでも参加を求めていき、その後、自発性に委ねていきたい。

トップの理解と情報発信(アメリカンファミリー)

社員のボランティア活動を高めるためには、企業の活動の一環として上層部がそれを伝え、ともに活動する姿勢を見せることが重要といえる。当社の上層部は **AFLAC** フォーラム等の社会貢献活動に関するイベントへの参加を最優先に考えている。

社員の動機づけを意識した戦略的な展開(NEC)

ボランティア活動への参加度を高めるには、バラバラな対応をしているだけでは不十分であり、企業のマーケティング活動と同様に戦略的なアプローチが必要といえる。

- ・ボランティア活動の企画段階…社員に対しての興味づけが重要であり、“おみやげ”、“有名な講師の招待”など誘い水的なアイデアが必要。これらによって、まずは、現場に引き出す。
- ・ボランティア活動の実施段階…やはり「楽しかった」という体験がない限り、リピートにはつながらないので、単にホスピタリティ精神だけではなく、参加者が楽しめる演出に注力する。

象徴的な大企業と地域的活動の組み合わせ(コマツユニオン)

また、参加者を増やすためには、日常的な地域での活動だけでなく、カンボジアプロジェクトのような大きな企画を提案することで、きっかけを作っていくことが有効な方法と考えられる。

企業ドメインとフィットした活動展開(コマツユニオン)

阻害要因として労働時間が長いことが理由になることもあるようだが、やはり企業がボランティア活動を推進する場合、本業との関係が重要であり、別分野でのボランティア活動では、その正当性の理解が難しい。

(4) 地域の協力体制構築に向けたニーズと取り組み

協力体制に対するニーズ

企業がボランティア活動を行うときには、ボランティア活動の場を得たり、有効な活動をするために、地域の行政、市民団体や福祉施設等との連携の下に実施するケースが多い。

今回の調査においても、今後の連携等を不可欠とするニーズは強い。

こうした中、今後の学校との新たな連携についても可能性が表明された。また有効な連携には目的の共有を必要とすること、さらにはシナジー効果を発揮し得る総合的な協力体制が必要とされた。

< ヒアリングより >

企業ボランティアには地域における連携が不可欠

- ・ 地域社会への貢献が大きなテーマである以上、「地域社会との共同」「できるだけ多くの社員の参加」が重要となる。NPO、地域行政、市民団体との連携は必要条件といえる。(NEC)
- ・ 他機関との連携は絶対に必要と考える。当社のペアレンツハウスの場合においても厚生省(当時)と「がんの子供を守る会」なくしては実現できなかった。小児がんの子供を持つ親は絶望しており、その気持ちを受け止めてくれているのはこういった団体のハウスマネージャーである。(アメリカンファミリー)

学校との新たな連携の模索

- ・ もう1つの大きな存在としては、若いパワーのある学生がおり、また充実した施設を保有している学校というセクターがあげられる。(NEC)

目的を共有し、シナジー効果を発揮する総合的な連携体制

- ・ 連携を促すにも、ただ協力して欲しいというスタンスだけではなく、企業の方針、目的を明確にし、共同事業として同じ目的に向かって行えることが重要となる。(アメリカンファミリー)
- ・ 今後は、産・官・民・学の4つのセクターが協力する必要がある、それによってより大きなシナジーが生まれるものと考えている。(NEC)

具体的な協力体制づくりの例

前項で記載した、企業の地域貢献、ボランティア活動支援等を促進するための協力態勢づくり・ネットワークづくりは、一部ではあるが具体的な取り組みが始まっている。

以下の「みなとネット」は大手企業を中心とした独自のネットワークである。これに対して「さがみはら企業の社会貢献推進会議」は、NPOを中心に、商工事業者と市民、行政等が結びつく地域社会の關係に根づいたネットワークである。

中小諸都市においては、事業者単独で充実した社会貢献を行うのは困難な場合が多い。しかしながら、NPOや商工会・商工会議所等を中心に連帯することにより(商店街事業等地域活性化においてそのような例は既に多い)、有効な社会貢献事業・ボランティア活動を展開できる可能性がある。また相模原の例は、このネットワーク自体が有効な情報発信装置となり、ボランティアに係る地域レベルの社会的気運醸成を促進する有効な手立てとなり得る可能性を持っている。

< 大手企業を中心とした企業社会貢献のネットワーク ; みなとネット >

●概要

1996年4月に設立。東京都港区内に立地する企業各社（大手企業中心の19社及）の社会貢献担当者のネットワーク。港区に根を張った地域社会貢献活動を推進するとともに、これを通して各社社員のボランティア参加による交流を行っている。会費が無い、会則が無い（運営のルールはある）、代表者が居ない、というのが特徴であり、会員全員で工夫し楽しみながら運営している。

●主な活動内容

【定例会開催】

月1回の定例会を開催。各企業の社会貢献活動に関する情報交換を行い、企業の社会貢献活動の活性化を図っている。さまざまな活動の情報交換をする中で、多くのヒントをもらい、各社の社会貢献活動の参考にしたり、活動を協働で企画したり、担当者の学びの場となっている。時々さまざまなNPO団体が活動の紹介に訪問し、企業とNPOの交流が図られている。

【イベント開催】

年に2回程度、みなとネットの独自企画でNPO団体と協働した活動を実施している。参加各社の社員、港区民が参加できるボランティアイベントを実施することで、各社社員の交流、各社社員と港区民の交流が図られている。

(参加団体)

- | | |
|---------------|----------------------|
| ・伊藤忠商事株式会社 | ・東京ガス株式会社 |
| ・NEC | ・株式会社東芝 |
| ・森永エンゼル財団 | ・日本たばこ産業株式会社 |
| ・沖電気工業株式会社 | ・株式会社日立ハイテクノロジーズ |
| ・キーコーヒー株式会社 | ・富士ゼロックス株式会社 |
| ・キッコーマン株式会社 | ・本田技研工業株式会社 |
| ・共栄火災海上保険相互会社 | ・松下電器産業株式会社 |
| ・コスモ石油株式会社 | ・ロシュ・ダイアグノスティックス株式会社 |
| ・サントリー株式会社 | ・社会福祉法人港区ボランティアセンター |
| ・株式会社ジャパンエナジー | |
| ・株式会社ダイエー | |

< 市民団体と企業が連携した地域レベルのタスクフォース；
さがみはら「企業の社会貢献推進会議」 >

●概要

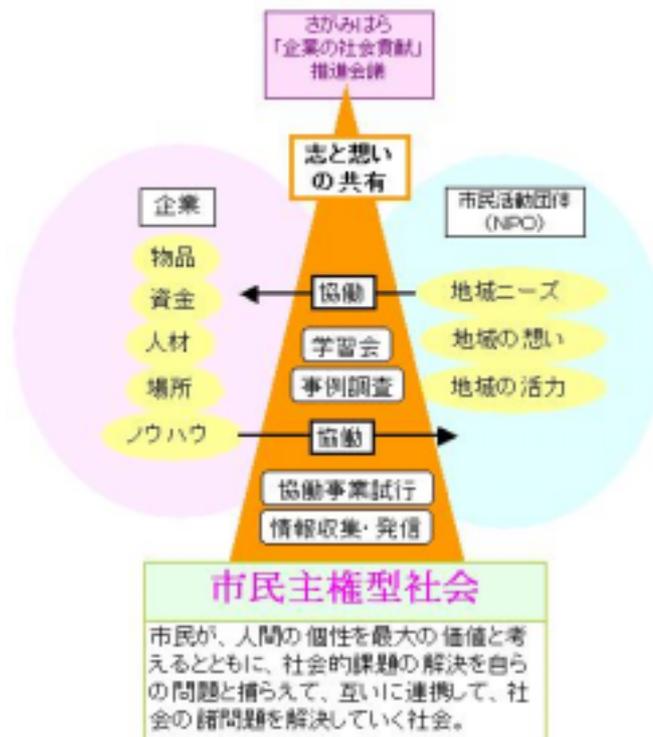
さがみはら「企業の社会貢献」推進会議は、市民が自らの力で、支え合い育ちあう豊かな市民社会をめざし、市民活動団体との連携のもと、企業の社会貢献を推進するシステム作りを研究する企業有志の会議である。17年3月までの期間限定で1年間の研究実践を行う。

当該地域のまちづくりを推進するNPO等が中心的な役割を果たし、企業関係者、地域行政等が参加する。

●主な活動内容

- 1) 相模原市内の企業の社会貢献事例の調査
- 2) 企業の社会貢献についての学習会の開催
- 3) 企業と市民・市民活動団体との意見交換会の開催
- 4) 企業と市民活動団体による協働事業の模索研究
- 5) 企業と市民との協働事業のモデル的实践
- 6) 企業の社会貢献のシステム作りに向けた提言書の作成と配布
- 7) 「企業の社会貢献」フォーラムの開催
- 8) 企業と市民、行政等の協働事業案の公募
- 9) ホームページ、メーリングリストによる情報発信

図表 3-3 事業構築フローチャート（概念図）



図表 3-4 さがみはら「企業の社会貢献」推進会議 年間スケジュール

企業の「志」と地域の想いを繋げる
さがみはら「企業の社会貢献」推進会議

スケジュール

年度	定例会の内容	趣 旨
平成16年		
1月	検討委員会(1)の自己研習会 企業の社会貢献の方向性調査	■企業の社会貢献への理解を深める学習会。 ■地域向上高を牽引(社会貢献)
2月	検討委員会(2)の現場視察調査会 企業の社会貢献の方向性調査	■
3月	検討委員会(3)の勉強会調査会 企業の社会貢献の方向性調査	■
4月	今後の方向性の確認と懇話会	■今後の方向性を確認する。 ■会員同士の理解・意見交換。
5月	意見交換会(1) -市内の社会貢献企業の方々と話し合っ て-	■市内の取組を具体的に知る ■企業の社会貢献を実現する
6月	意見交換会(2) -市内の市民活動団体の方々と話し合っ て-	■社会貢献を進めるパートナーとしての市民活 動の市民活動団体の取組について、企業の力に 理解を促す。■市民団体にも企業の考えを届けて貰 う。
7月	企業とNPOのまちへの思い(市民共創するまち)	■多くの企業と市民活動団体が集り、両者の 交流を図る。
8月	～～～夏休み～～～	～～～
9月	10月事業の準備会	■まず、簡単なことから始めて、企業と NPOとの相互理解を進める。
10月	企業とNPO 協働事業の実践(自発的なもの、初 めの一歩)	■
11月	「企業の社会貢献」経営書頭、4社報告書とガイド ブックの作成・検討 フォーラムに向けた準備。	■共に、企業の社会貢献の必要性を訴える ため。 ■今後の、企業賞のアクションの検討とする
12月	■	■
平成17年		
1月	■	■
2月	「企業の社会貢献」フォーラムを開催する。 1年間の調査研究の結晶集の発表、配布、市民 への発信。 協働事業の必要プロセス等 等のアラフォーラム。	■一歩の活動のほとめ、広く、企業の社会貢 献の必要性について発信する ■市民ファンを理解する ■広く市民団体と企業の橋渡し
3月	まとめる・振り返るを受けて今後の市民賞のアクショ ンについて	■2008年の取組の振り返り

◆企業賞実施人の募集
 ◆「企業の社会貢献」ガイド
 ◆企業賞選考会の開催
 ◆企業賞の表彰式
 ◆フォーラムの開催
 ◆企業賞の社会貢献の発表
 ◆お問い合わせ

◆「さがみはら」のリンク集
 ◆協賛企業へのリンク集
 ◆市民活動団体のリンク集
 ◆市民活動団体のリンク集
 ◆市民活動団体のリンク集
 ◆市民活動団体のリンク集
 ◆市民活動団体のリンク集
 ◆市民活動団体のリンク集

〒228-0001
 川崎市川崎区宮前1-1-1
 TEL: 044-256-0811
 FAX: 044-256-0812
 E-mail: haco@haco.or.jp

© 2004
 さがみはら「企業の社会貢献」
 推進会議
 All rights reserved.

3 1 2 . 企業のボランティア支援に対する今後の期待

これまでの企業のボランティア支援に関する事例及びヒアリング等を踏まえ、企業自体さらにはそこに帰属する社員のボランティア活動の気運を一層向上させるために、企業に期待されることを以下に整理する。

(1) 企業が社会貢献活動・ボランティア活動を積極化するための課題

～経営戦略の一環としてのコーポレートシチズンシップの確立～

今回調査したいずれの企業においても、社会貢献事業またその一環としてのボランティア活動は、企業が地域社会から信頼を得ること、すなわちコーポレートシチズンシップがこれからの企業の成長に不可欠であるという認識から展開されていた。

広く企業に対してボランティア活動を普及するには、こうしたコーポレートシチズンシップを不可欠の経営戦略として明確化していくことが必要であり、そのための方策を講じていくことが求められる。

例えばヒアリングでは、企業格付けの材料として社会貢献の充実度を用いる旨の提案がなされた。また現在、持続的で賢明な経済社会発展を達成するため、法令遵守、環境配慮や地域貢献等の社会的責任を果たす企業に対して応援の意図を込めて投資を行う「社会責任投資」の試みも始まっており、投資の有効性（例えば、社会貢献企業の平均株価は全上場企業の平均株価以上である）も実証されつつある。こうした経済市場における企業成長の支援と社会貢献の取り組みを連動させる環境を積極的に整備することで、コーポレートシチズンシップは、経営戦略の一環として一気に拡大していく可能性も出てこよう。

(2) 従業員のボランティア活動に対する関心・意欲を高めるための課題

企業トップの理解と社員へのメッセージ伝達

社員のボランティア活動に対する理解と関心の向上は、企業トップの理解と積極性が不可欠である。企業トップは、企業市民としての考えと社会貢献の重要性とボランティアの推進を、何らかの機会（社内イベントや社内報、社内WEB等）を通じて社員に伝えていく努力が求められる。

社長は社員の強力なオピニオンリーダーであるとともに、社員にとっては企業の社会貢献が積極的に正当化される中で、企業従業員のミッションの一つとして自らもボランティア活動に関心を向けることが考えられる。こうした関心の高まりに対応してボランティアに参加する契機を付与することが、その後の継続的なボランティア活動への呼び水として有効であろう。

WEB等を通じた積極的な情報発信

今回ヒアリングを行った企業に限らず、社会貢献を行う企業はいずれもWEBによる情報発信が活発である。企業の社会的信用を得るためには、IR（インベスターリレーションズ）のみならず、CR（コミュニティリレーションズ）が重要であるとの意識がある。

WEBによる情報発信は、自社構成員のボランティア活動への意欲喚起に向けても有効であり、その充実が望まれる。

（3）地域における体制づくり

先にも述べたが、企業がボランティア活動を行うときには、ボランティア活動の場を得たり、有効な活動をするために、地域の行政、市民団体や福祉施設等との連携の下に実施するケースが多い。また、社内での社会貢献・ボランティア支援の担当者のノウハウを高めていく意味でも、連携体制づくりは重要である。

これも先に触れたことであるが、特に中小諸都市では、個々の企業単体で有効な活動を行うことは難しく、地域社会に根づく、様々なプレーヤー相互の連携が不可欠である。

ボランティア活動活性化の観点からは、（ヒアリングでも聞かれたように）新たな連携先として学校や、ボランティアに関する様々な情報とノウハウを持つボランティア支援機関との連携等、これまで企業の連携先として視野から外れがちであった対象を含め、より幅の広い連携体制を構築することが望まれる。

また、「さがみはら企業の社会貢献推進会議」のように、地域リーダーとなる地域企業や市民団体、行政が目的を共有して集うことによって、さらには地域社会に向けたイベントやWEBによる情報発信等を行うことにより、ネットワーク自体が身近な地域社会全体のボランティア推進をリードする象徴的な存在となり、社会的気運醸成を促進する効果が期待できる。

3 2 . 地域体制づくりにおける体験活動ボランティア活動支援センターの役割

3 2 1 . 調査概要

体験活動ボランティア活動支援センターは、青少年を始めとする市民一般のボランティア活動に対する各種支援を行うことを目的に、文部科学省が全国に設置を進めている機関である。

本調査研究では、当該支援センターに対してアンケート調査を行った。主な内容はボランティア活動を促進するための取り組み実態、気運を高めるために有効な方法、地域における連携協力の現状と今後の方向性等についてである。これにより、今後地域レベルで着実に実施すべき気運醸成の方法等の現場アイデアを収集するとともに、これを実施するための地域態勢の在り方について検討した。調査の概要は以下のとおりである。

調査時期 : 2004年3月

調査対象 : 全国の体験活動ボランティア活動支援センター 1,162件
都道府県 76件、市町村 1,086件

調査内容 :

- ボランティア活動の関心を高めるための取り組み状況
- ボランティア活動の関心を高めるために必要な環境づくり及び取り組み
- ボランティア活動の円滑な参加に向けて充実すべきサービス
- ボランティア活動が促進・発展するための支援（現状・今後）
- 支援活動を行うための連携・協力相手（現状・今後）
- ボランティア活動の社会的気運を醸成するための課題とセンターの役割
- 回答者属性

回収結果 : 544件 (46.8%)

都道府県 49件 (64.5%)、市町村 495件 (45.6%)

3 2 2 . 調査結果

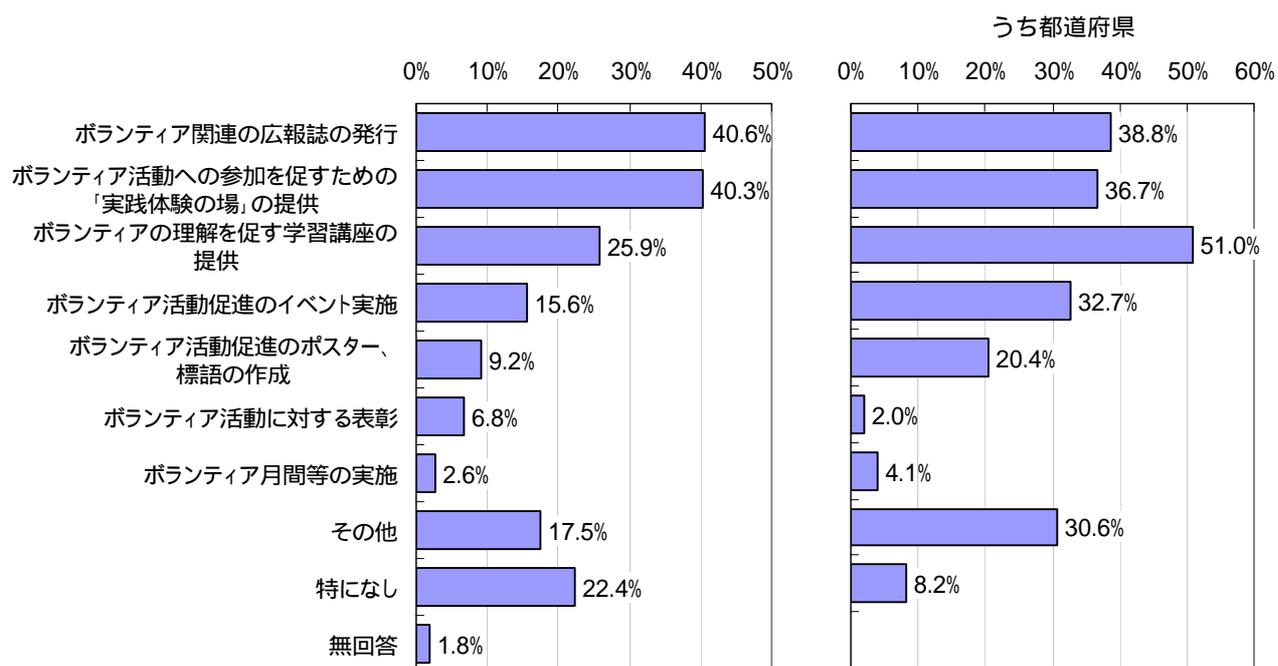
(1) 住民のボランティアへの関心を高めるための支援のあり方について

活動の現況

住民の関心を高めるために支援センターが平成 15 年度事業として実施している活動は、「ボランティア関連の広報誌の発行」(40.6%)、「実践体験の場の提供」(40.3%)、「ボランティアの理解を促す学習講座の提供」(25.9%)が多くなっている。「特になし」の割合が比較的高いのは、調査時点では開設直前の支援センターが調査対象に含まれていたためと考えられる。

都道府県の支援センターに絞って見てみると、「ボランティアの理解を促す学習講座の提供」(51.0%)が最も割合が高い。

図表 3-5 住民のボランティア活動への関心を高めるための活動



図表 3-6 住民のボランティア活動への関心を高めるための活動
 取り組み概要とその成果（自由記述）

a) 取り組みの概要

広報活動
<ul style="list-style-type: none"> 情報誌「アイ・アイ」を月一回発行し都内各小学校、保育所、中学校その他に配布し広報しています。 ホームページを作成したことにより、ボランティア講習会のお知らせや支援センターの紹介、ボランティア情報を載せることができた。
「実践体験の場」の提供
<ul style="list-style-type: none"> 体験活動ボランティア活動支援事業（花いっぱい運動）地域と学校が一体となって取り組む。小学校地区の市域の行政区、関係する教育団体（PTA・行政区・子ども会育成会・青少年育成補導推進協議会その他）が参加。サルビアの花を選択して、苗、植樹、花壇、プランター、道路沿いの植樹まで一貫して、子どもたち、地域の関係者と一体となって作業して取り組んだ。 中学校、高校の生徒会活動と連携するため、生徒会役員との話し合いを持ち、協力を依頼。ボランティア情報の提供、参加申し込みの取りまとめ等を学校（生徒会）を通して行うようにして、その活動を支援していった。各クラスのボランティア委員・生徒会役員を中心に、センターからの情報を子どもたちの声で伝えてもらった。
学習講座の提供
<ul style="list-style-type: none"> 県内の市町村や各団体の主催する講座（老人大学・子育て支援・人権講座）等に出向き、出前講座形式でボランティアを高める活動を実施した（年間約 10 回）。指導者養成講座（年 3 回）・コーディネーター研修講座（年 4 回）開催。 子どもたちの体験活動支援や、子育てサポーターを養成する講座を開催した。子育てサポーターの活動として、公民館での親子の居場所づくりを月 1 回開催（平成 15 年 10 月から）。 公民館指導員や地域活動に関心ある人を対象としてボランティアコーディネーター養成講座を開講。子どもの活動を企画・実践する中でコーディネート業務を体験してもらった。
イベント実施
<ul style="list-style-type: none"> センター登録のボランティア対象に、ボランティア活動について改めて考えてもらう機会として、福祉系大学の助教授を招いてボランティア活動についての基礎的な講演会を実施した。 〔事業名〕愛知県ふれ愛ねっとフェスティバル～ボランティア大集合～ 〔趣旨・目的〕県内のボランティア活動の関係者が一同に会する大会を開催し、ボランティア活動を志す人とボランティア団体関係者のネットワークを広げる。 〔実施内容〕 1：講演「21 世紀はボランティアの時代」－STEP ボランティア－ 2：活動事例発表（3 団体） 3：ブース発表（15 団体）
表彰
<ul style="list-style-type: none"> 年に一回「ふる里運動表彰規定」にもとづき 産業の振興／生活環境の美化・保全、自然保護／資源節約・再利用／消防・防災・防犯・交通安全／社会福祉／健康づくり運動／生涯学習活動／生活改善運動／歴史・伝統文化・芸術活動／スポーツ振興／自治活動 等で功績、功労のあった個人、団体を表彰している。

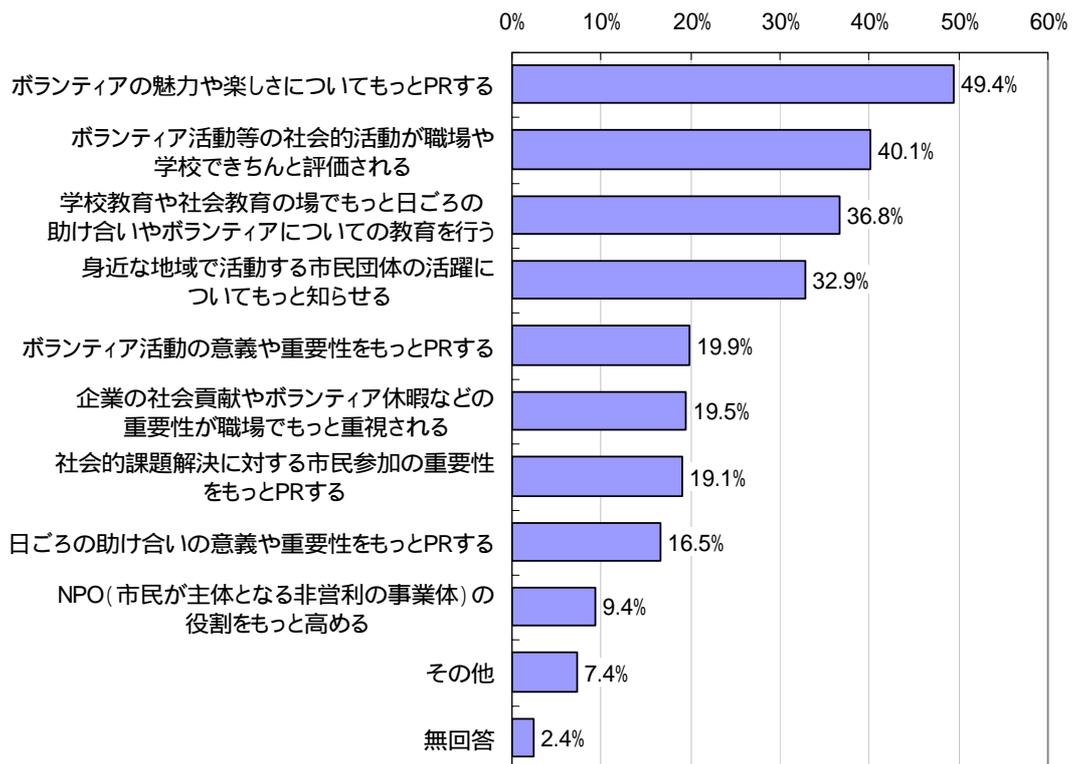
b) 成果

広報活動
<ul style="list-style-type: none">支援センターの PR にもなり若い人たちからのメール相談やホームページを見て訪ねてくれる方が増えた。
「実践体験の場」の提供
<ul style="list-style-type: none">総合学習の時間に重点的に学校に合わせて作業日程を組んだ。昨年の夏は雨が多く、植え込みから開花までサルビアの花は順調に進みました。ポット植え作業は関係者約 300 名が参加して行いました。水くれ作業は関係団体で分担、苗の生育を楽しみに作業に専念していただきました。児童と福寿学級生（年配の方）のふれあいの肥料くれ作業もあり世代間交流の図られたと思います。センターから直接ではなく、委員・役員の子どもたちが情報を伝えてくれることで、他の子どもたちにとっても、身近な生きた情報として捉えてもらえたようである。11 月下旬のセンター開設なので 4 ヶ月間の活動ではあるが、現在 21 名の生徒が登録し、17 名の生徒が福祉施設や保育園、公民館等でボランティア活動を行った。
学習講座の提供
<ul style="list-style-type: none">出前講座形式は、地域の人々の距離感が近いと、地域の子どもたちに気軽に声をかける事もボランティア活動だと理解をしていただき、新たな発見や、行動してみようとする発展性も見られた。指導者養成講座等では、学ぶ意欲で参加されているため、情報交流が活発であった。技術とともにコミュニケーション能力も高まり、人の輪が広がっている。月 1 回の子育て広場を週に 1 回公民館の部屋を開放して親子が自由に来られるようにしたいと、子育てサポーターから要望があった。平成 16 年 3 月から子育てサポーターが中心に子育て広場“あつと Home”を開催。支援センターは、サポーターのサポートを行う。子育てサポーターは、子どもたちから元気をもって生き生きできると言われている。講座により、ボランティアコーディネーターの役割を理解してもらい、今後の活動につなげることができた。
イベント実施
<ul style="list-style-type: none">ボランティアを始めたばかりの人、長年続けてこられた人と、参加者はさまざまだったが「自分たちの活動を改めて考え直すいい機会となった」「年に一回程度このような学習会を実施してほしい」等の反響があり、ボランティア活動への取り組みにますます意欲をもたれた感があった。様々な地域・分野で先進的な活動を展開している関係団体の活動発表の場を設けたことで、ボランティア活動の魅力を青少年に広くアピールする機会とすることができた。当日は青少年を中心に約 350 名の参加があり、一般参加者と団体関係者はもとより、団体関係者同士、一般参加者同士の相互交流活動も展開されたことで、青少年の体験活動機会を拡充するための環境整備に資する事業とすることができた。
表彰
<ul style="list-style-type: none">特に成果があったとは思わないが、その方々の活動の様子が、広く町民に知られ、さらなる発展につながっていると思う。

社会的関心を高めるための環境づくり

ボランティア活動に対する社会的関心を高めるための環境づくりとして必要なことは、「ボランティアの魅力や楽しさについてもっとPRする」(49.4%)、「社会的活動が職場や学校できちんと評価される」(40.1%)が多く挙げられている。一方、ボランティアや日常の助け合いについて、意義・重要性のPRが必要とする意見は少ない。

図表 3-7 ボランティア活動への社会的関心を高めるための環境づくり



図表 3-8 ボランティア活動への社会的関心を高めるための環境づくり
 具体的取り組み（自由記述）

魅力や楽しさを PR する
<ul style="list-style-type: none"> ● 行事などを手伝ってくれる“ジュニア・リーダークラブ”が町にはあります。このジュニアに所属している子どもたちの真剣さを“公開定例会”などで知って欲しいです。 ● 事業の企画段階から多くの人の参画を求め共に活動していく中で、事業終了後も交流会を設けネットワークづくりを行う。 ● 体験談などを発表する（聞く）場の設定。 ● 活動自体の魅力や楽しさだけでなく、それに伴う交流などの副次的なプラス面も含めて、最大限に PR する。また、その活動自体が実際に魅力的で楽しいものになるように、コーディネートを軸に行政的な支援が重要（保険費用の負担なども）。 ● 町広報誌を利用（月一回発行）。 ● とにかく、ボランティア活動を特別なものとししないで、気軽に参加できるものとするのが大切。（草ひき、花づくり、ゴミ拾い等、生活に密着した活動から始めてはどうか。）
社会的活動を職場や学校で評価する
<ul style="list-style-type: none"> ● 職場や学校での定期的な研修会で理解を深める。正しく評価できるシステムを作る（例；母子手帳の様に、自分のボランティア手帳があり、回数等を正しく評価し、青少年期・社会人と継続し、自分のやってみたいボランティア活動を仕事として、授業として行える）。 ● PTA 活動に貢献することが職場で評価されることや、ボランティア活動に参加した生徒が単位認定等されるしくみが当面必要である。そのような考え方が広まり、実践する人が多くなるステップとなる。 ● 子ども達も、学校や塾、そして習い事で忙しい中、時間を上手に使うって社会参加している事に対する何らかの評価があれば、次回の取り組みや参加へのはげみになる。 ● 中学校では既に、ボランティア活動が評価され、総合学習の授業にも介護体験を取り入れています、できるなら低学年（小学生）のうちに、授業の中で体験を通してボランティアが根付いていけるように取り組んで行って欲しいです。 ● ボランティアカードの発行（学生の場合は、部活動と同等にボランティア体験を評価されるように配慮してもらうため） ● ボランティア活動が顕著な生徒に対し、学校を通して感謝状を渡してもらっている。 ● 高等学校では、ボランティア単位を認めている学校が増えている。児童・生徒ばかりでなく学校教員のボランティア活動を支援するシステムも必要ではないか。 ● 学校などでは具体的な評価基準を作成し、生徒に示す。 ● ボランティア活動により、その成果をきちんと住民や一般町民に PR することで、ボランティア活動の社会的関心度を高めていく。

学校教育や社会教育の場でボランティア教育を行う

- 学校等での職場体験学習、勤労学習等をもっと身近なものにすることで、将来ボランティア活動に踏み出しやすくなるのではないかと。（とにかく垣根を取り除くことが重要）
- 体験型教育が理解しやすいと思う。グループワークやホスピタリティトレーニングが効果があると思う。学習プログラムを作り、地域の人々と協力しながら、目的を具体化させ、その方向をめざした、ボランティア活動へと促し、自発性の気運を高める。
- 学校の授業の一環として、ボランティア体験活動を取り入れられるよう働きかける。
- センター登録のボランティアを講師として依頼がある学校等に紹介。
- 学校の担当者、社会教育の担当者と会合をもち、その場で、日ごろのボランティア教育についての話し合いをもっている。

身近な地域で活動する市民団体について PR する

- 市民団体の活動を、市広報・センター広報等で **PR** すると共に、その市民団体に関心を持たれた方の参加について働きかけ、支援をし、その活動の充実を促進していく。
- 活動日の情報を提供し、実際に目で見て体験できる機会をつくることで、魅力の **PR** をしていく。

社会的課題解決に対する市民参加の重要性を PR する

- 市民が行政や民間企業と地域について話し合える場を設け、それぞれの要望や、連携して成し得る事の可能性等を広報や **CATV** などで **PR** する。
- その人が住む地域での生活課題を解決するために話し合いの場を多く持ち、自ら参加する意欲を高めるための集会を自治公民館等で行う。
- その活動への参加・取り組みが社会的課題解決にどうやってつながっていくかをわかりやすく示す（例：地球温暖化防止のためにアイドリングをしないことや、冷暖房の設定温度に留意することなどもボランティア活動であることを **PR** する）。
- 県の実施している青少年指導者級別認定事業を企画・運営する中で、このような内容を盛り込む。

日ごろの助け合いの意義や重要性を PR する

- 企業（マスコミ）もボランティア活動と認識した上で、新聞・県の広報誌・各市町村の広報誌等で、同じ標語等を断続的に **PR** してゆく。地域の人々の協力により、地域の風景にあう看板づくりを行う。
- 子ども会活動の中で、高齢者の方と交流が可能な行事を一緒に取り組む。
- 身近な所にコーディネーターのいる支援センターを設置。何らかの助けを必要としている人が「普通に」声を出せることが大切。

NPOの役割を高める

- NPO 活動を着実に継続して、催事、人材育成、交流の場づくりをしながら実施し、市民に認知してもらおう。

その他

- 共働きの家庭が多い地域なので、仕事先の関係でボランティア活動をするのが効果的に思う。一人当たり数時間のボランティアをするとメリットとして、減税効果があるとか、補助金が出るとか、報告を義務付けるとか。
- 子どもが成長する基盤である家庭内で、幼少時より家事の役割を担当させ、家族の一員として、互いに助け合うことの大切さ、働くことの喜びを味わわせる。
- 少しでもボランティア活動につながりそうなアイデアを持ちかけられるような窓口を設けるとともに、個人でも短時間でも参加できるプログラムの開発、「ボランティア」を特別なものと感じないような啓発など、日常生活の中にボランティア活動を織り込む。
- 活動の場を積極的に開発する（場がなければ活動は盛り上がらない）。

(2) ボランティアへの円滑な参加のための援助について

本調査研究の一環として先に実施した、『ボランティア活動に関する国民意識調査』では、ボランティア活動参加促進に向けて地域で望まれるサービスとして、

- ①「自分に適したボランティア活動に関する情報が手軽に収集できる」
- ②「ボランティア活動への円滑な参加に向けた研修や、試行体験の場を気軽に提供してくれる」

ことに対してのニーズが顕著であった。

そこで、この2点について、より効果的な支援策の意見をいただいた。

図表 3-9 ボランティア活動への参加促進に向けた取り組み（自由記述）

自分に適したボランティア活動に関する情報を手軽に収集できる
<ul style="list-style-type: none">• 第一に情報収集できる拠点が必要です。県の施設・市町村であれば公民館・文化センター・小学校地区であれば空き教室の活用等でしょうか。第二に、情報をしっかりと整理しておく必要があると思います（相手のニーズに応えるために）。第三に人材でしょうか（笑顔で接して下さる人）。• HP でボランティア募集できる（書き込みもできる）。通勤・通学時に手軽に立ち寄れるセンターがある。人と人をつなぐコーディネーターがセンターに常駐している。• 広報等では、やはり情報はなかなか伝わりにくいので実際に地域に出かけ、説明、PR する場が必要である。• 各分野の団体が持っているボランティア活動の情報を収集し、様々な分野の照会に対し、情報の提供・照会や対応ができる窓口の設置と、昼間以外の時間帯のサービス（HP・メール等）の充実。• どの様な種類のボランティアが必要とされているかを種類別あるいは、時間帯別や地域別に分類し、それを記載した用紙などを定期的に発行し、大型店などにおいてもらう。さらに情報センターなどがあるとよい。• 「ハローワーク」にならない「ボランティアワーク」をつくったら・・・• 行政の発行する広報、また様々な情報誌などに一行広告でもよいので、ボランティアセンターもしくは実際にボランティア募集や活動紹介などの情報を定期的に提供する。• ボランティアを必要としている側の募集状況を掲示板やホームページ等で常に発信することが大切。しかし、町村レベルではコーディネーターとしてこれだけの仕事を行っているわけではないので非常に難しい。• 支援センターがボランティア活動が行える場の確保に努め、その情報をセンター発行の情報誌、ホームページ上に掲載するなどが最善の方法であると考えます。

ボランティア活動への円滑な参加に向けた研修や、試行体験の場を気軽に提供してくれる

- 大変かも知れませんが、ボランティアのスキルアップのためのフロートチャートを作成し多様なニーズに応えるシステム作りも必要かと思います。(例；何をして良いかわからない→これだけの今すぐできる活動があります／病院で話し相手をしたい→この研修プログラムがあり、この病院が受け入れてくれます。さらに〇〇〇の資格講座もあります)
- アイスブレイクの研修会。ワークショップのファシリテーターの研修会。日本語を教える研修会。魅力的なプレゼンテーション能力を育てる研修会。高齢者のための話し方教室。ボランティアするためのマナー教室。
- 特別な技術や経験を重視しない活動や、活動主体が、経験の少ない希望者でも歓迎する場合など、その旨も情報に含めて伝え、利用者が判断し易いようにする。
- モデル会社やモデル学校、モデル団体、モデル福祉施設や病院などを設けてみるといいように思う。
- 村おこし町おこし等の地域活動の中にまず参加すること。
- 常時、ニーズのあるものや学校向けの研修であれば、ボランティアセンターがプログラムを開発すればよいが、そうでないものについては、相談に応じて対応できるように日頃から地域とのつながりを保っておく。
- 研修の講師を受けてくれる方が不足している。指導者養成研修が必要と思われる。
- 子どもたちに対しては、試行体験の場を提供することは容易であるが、社会人ともなると難しいことが多いように思われる。社会人に対しては、企業が場をつくるなどし、社会全体でボランティア活動の気運を高めていかなければならないと思う。
- 単回での参加希望者には、参加することでその後も様々な関わりが生じることに不安を感じ、躊躇する面もあるため、参加形態などの細かな情報も必要。

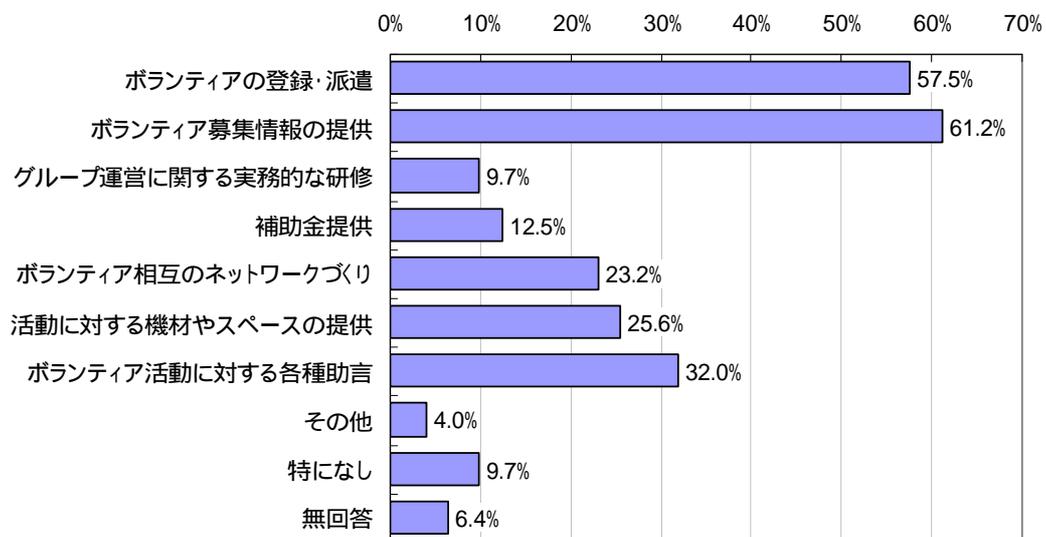
(3) ボランティア活動がより発展するための支援

ボランティア活動の促進・発展のための支援

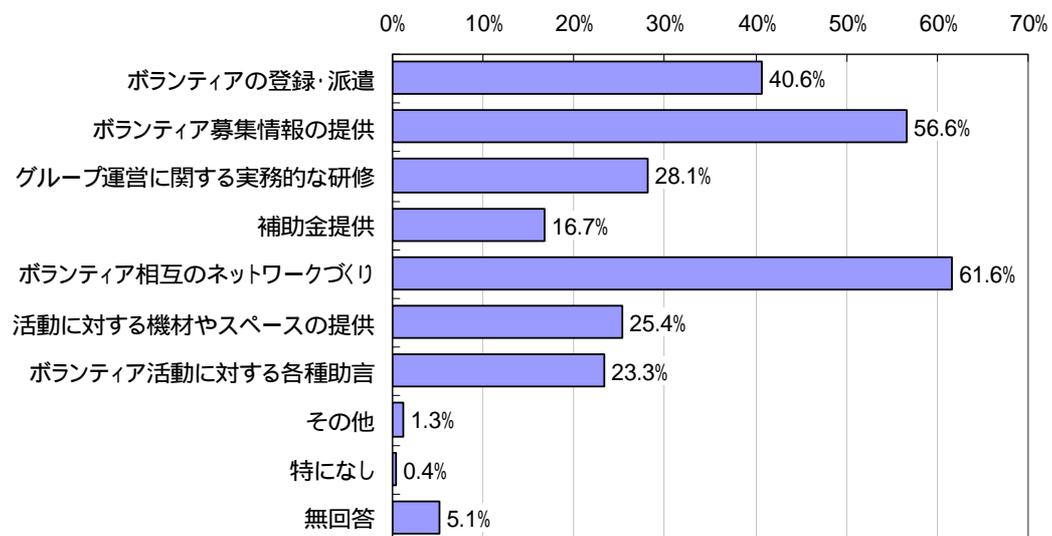
支援センターで実施しているボランティア活動の支援業務は、「ボランティア募集情報の提供」(61.2%)、「ボランティアの登録・派遣」(57.5%)の2つが特に多い。

また今後重要になる支援業務としては、上述の「情報提供」、「登録・派遣」のほかに、「ボランティア相互のネットワークづくり」(61.6%)を挙げているコーディネーターが多い。

図表 3-10 支援センターで実施している活動促進のための業務



図表 3-11 今後重要になる支援センターでの活動促進業務

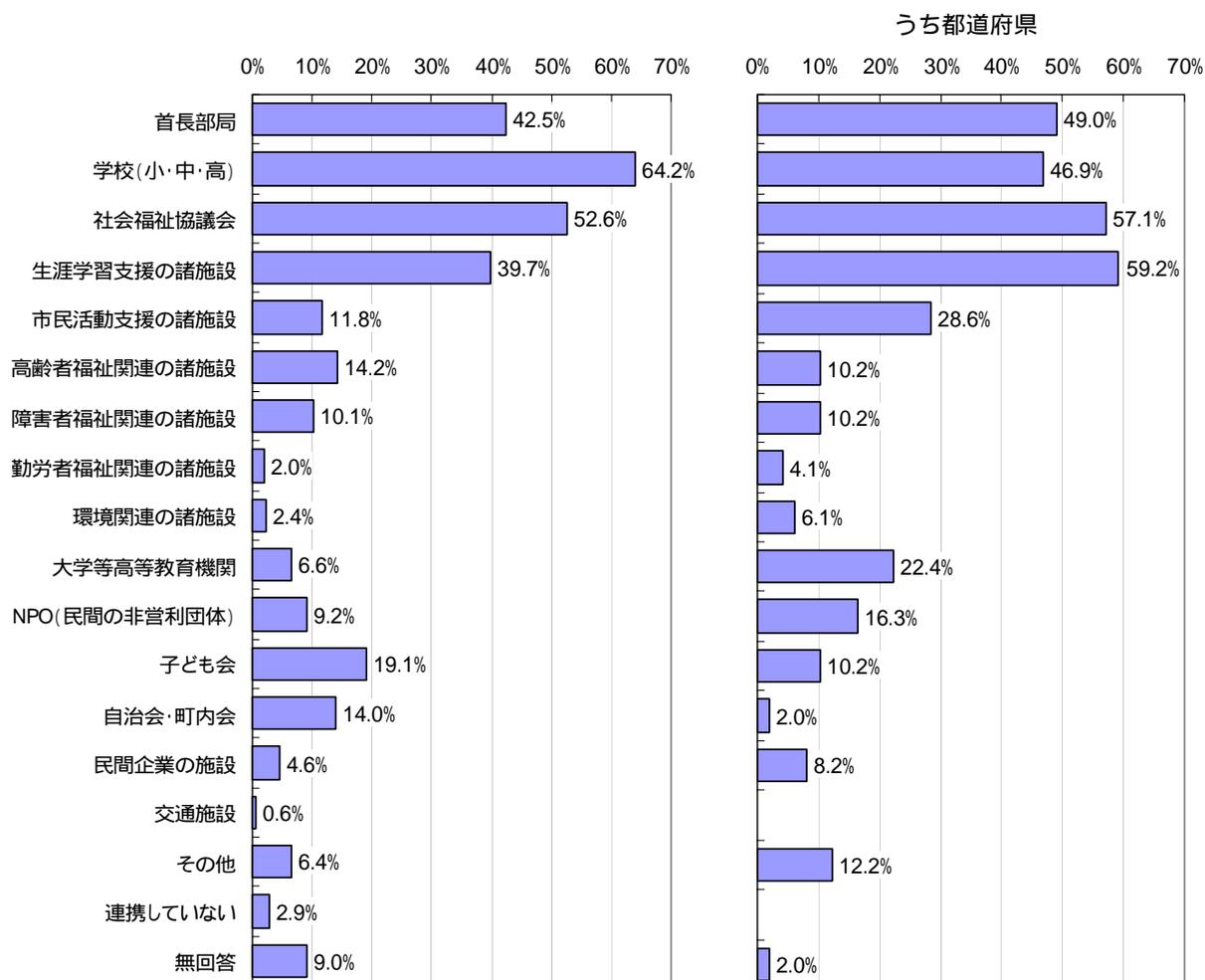


活動支援の際の連携・協力先

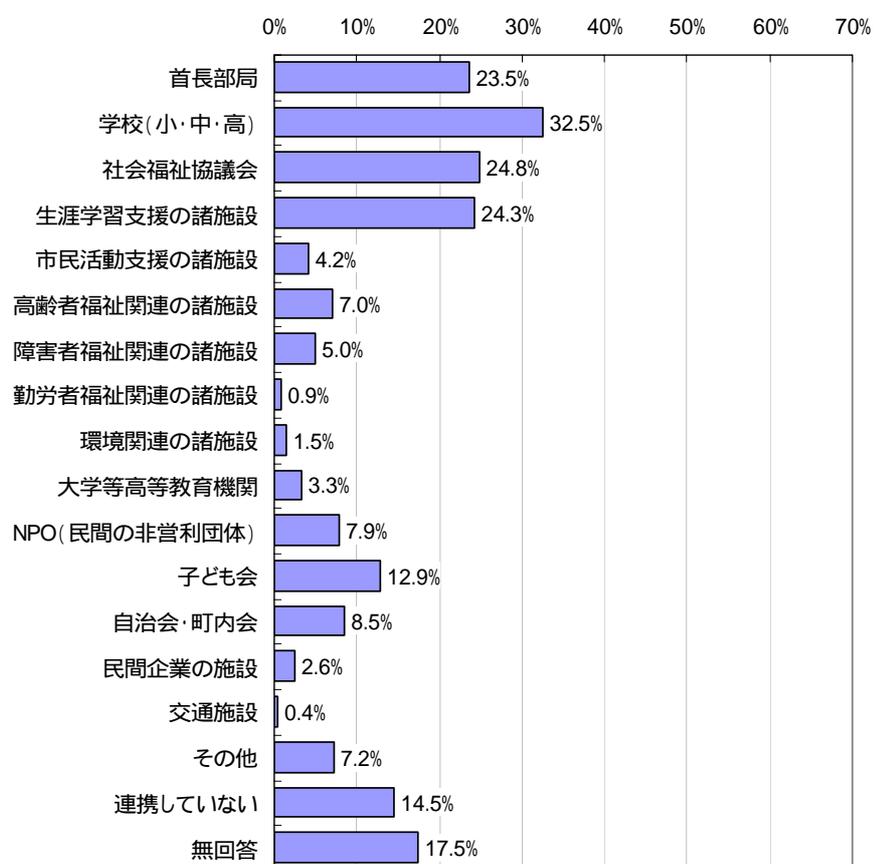
支援センターが行う活動支援の取り組みのうち、「情報交換」や「広報・PR」において他機関と連携を行う支援センターが多い。一方、「事業企画」、「施設・設備」、「事業の共催・後援」などの取り組みでは連携はそれほどなされていない。

連携・協力先では、全体的に学校（小・中・高）が最も多く、首長部局、社会福祉協議会、生涯学習支援の諸施設等がこれに続いている。都道府県の支援センターでは、取り組みによって大学等高等教育機関やNPOとの連携も多く見られる。

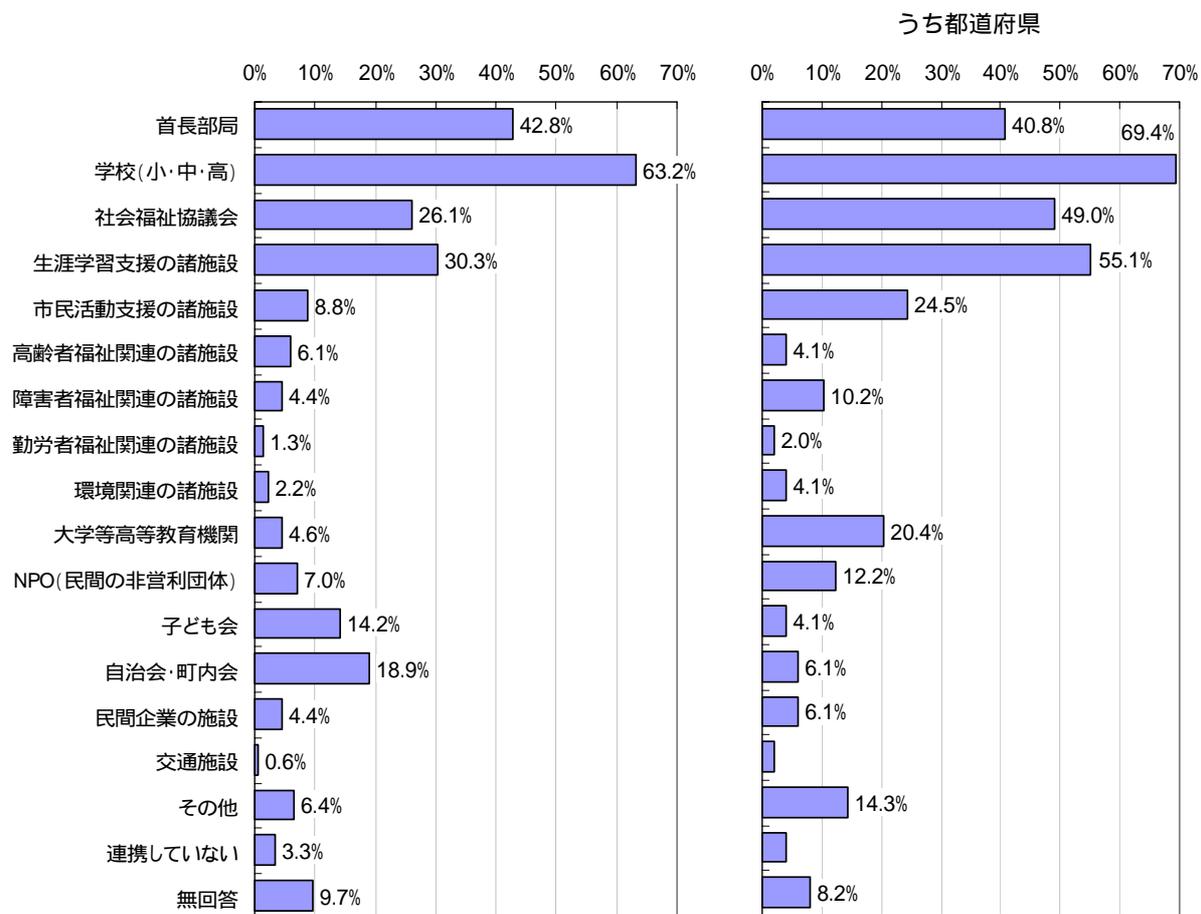
図表 3-1 2 活動支援の際の連携先：情報交換



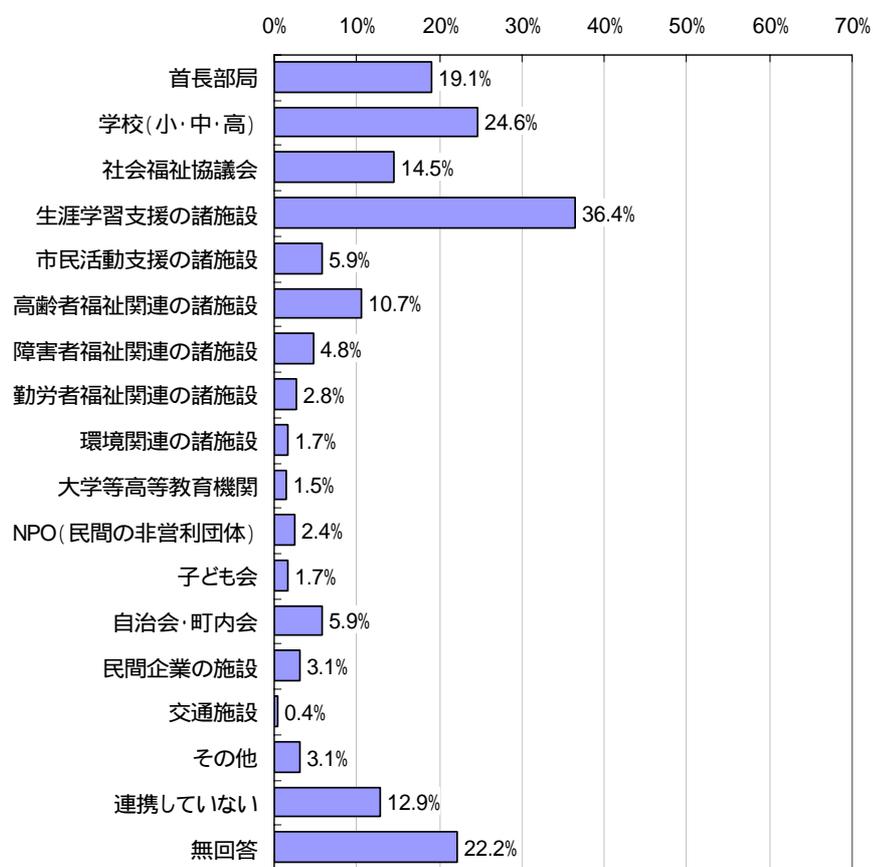
図表 3-13 活動支援の際の連携先：事業企画



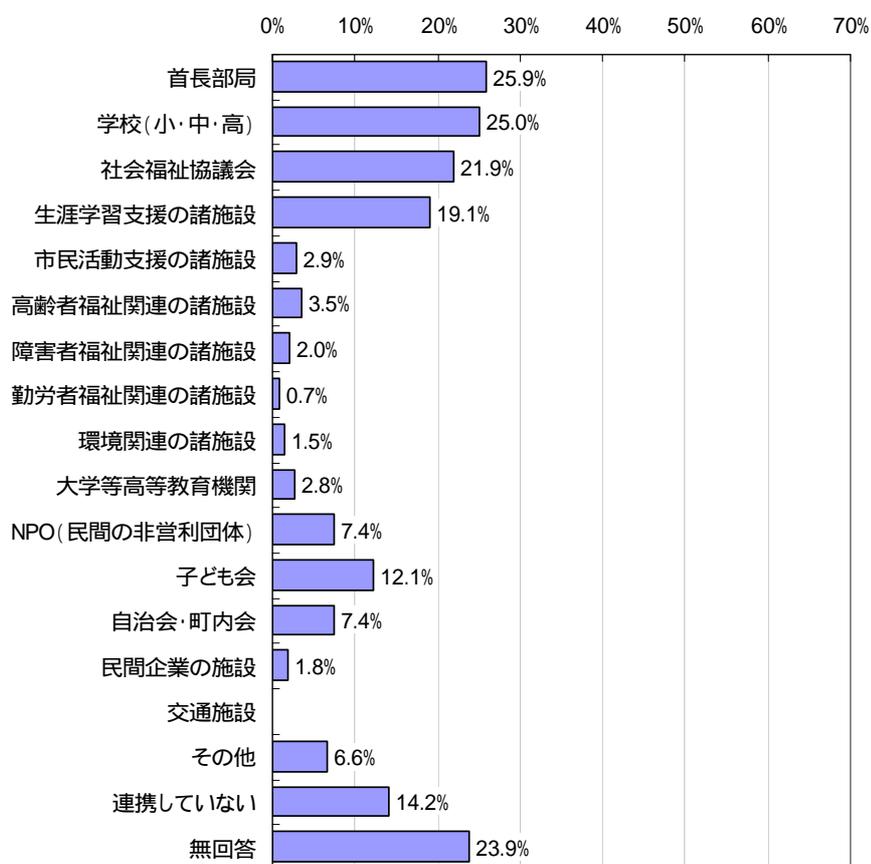
図表 3-1 4 活動支援の際の連携先：広報・PR



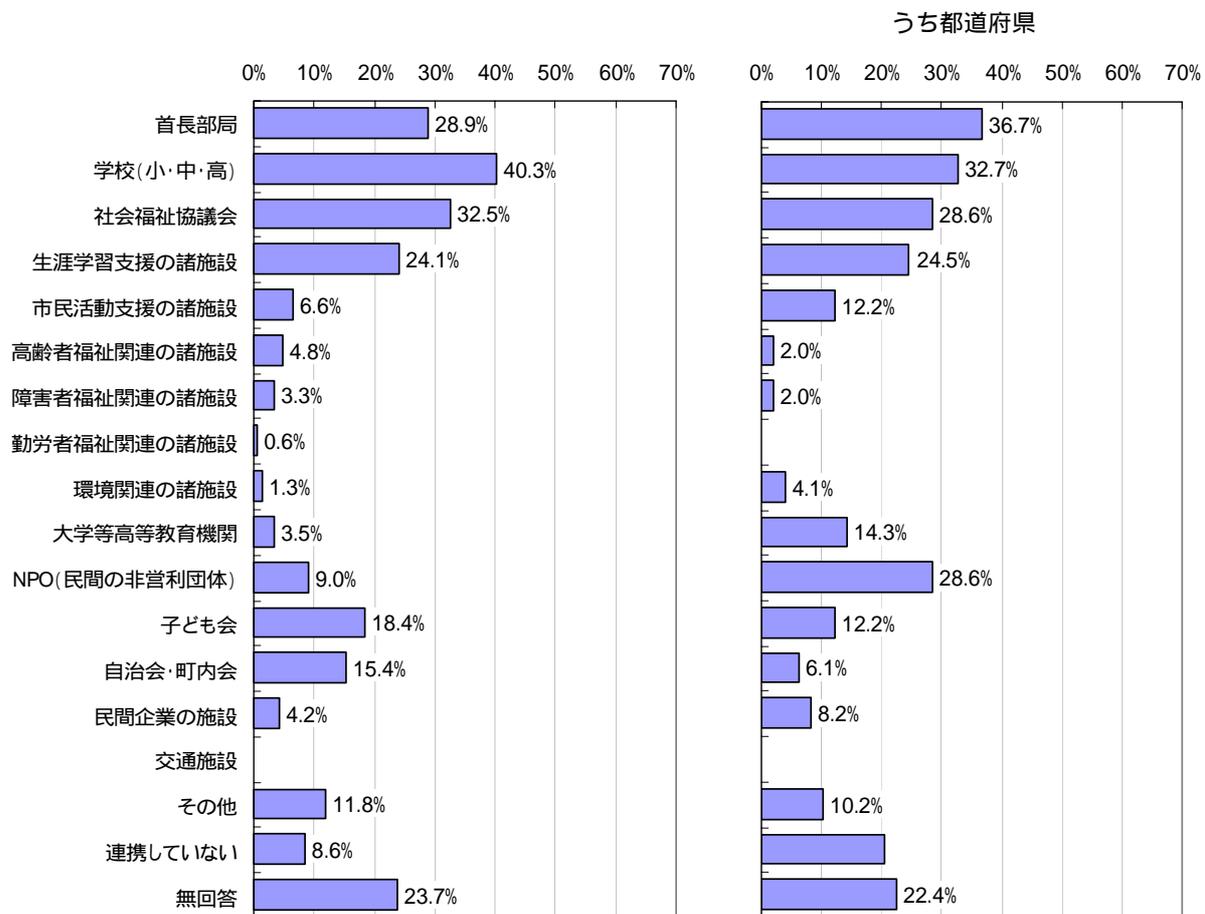
図表 3-1 5 活動支援の際の連携先：施設・設備



図表 3-16 活動支援の際の連携先：事業の共催・後援



図表 3-17 活動支援の際の連携先：推進体制

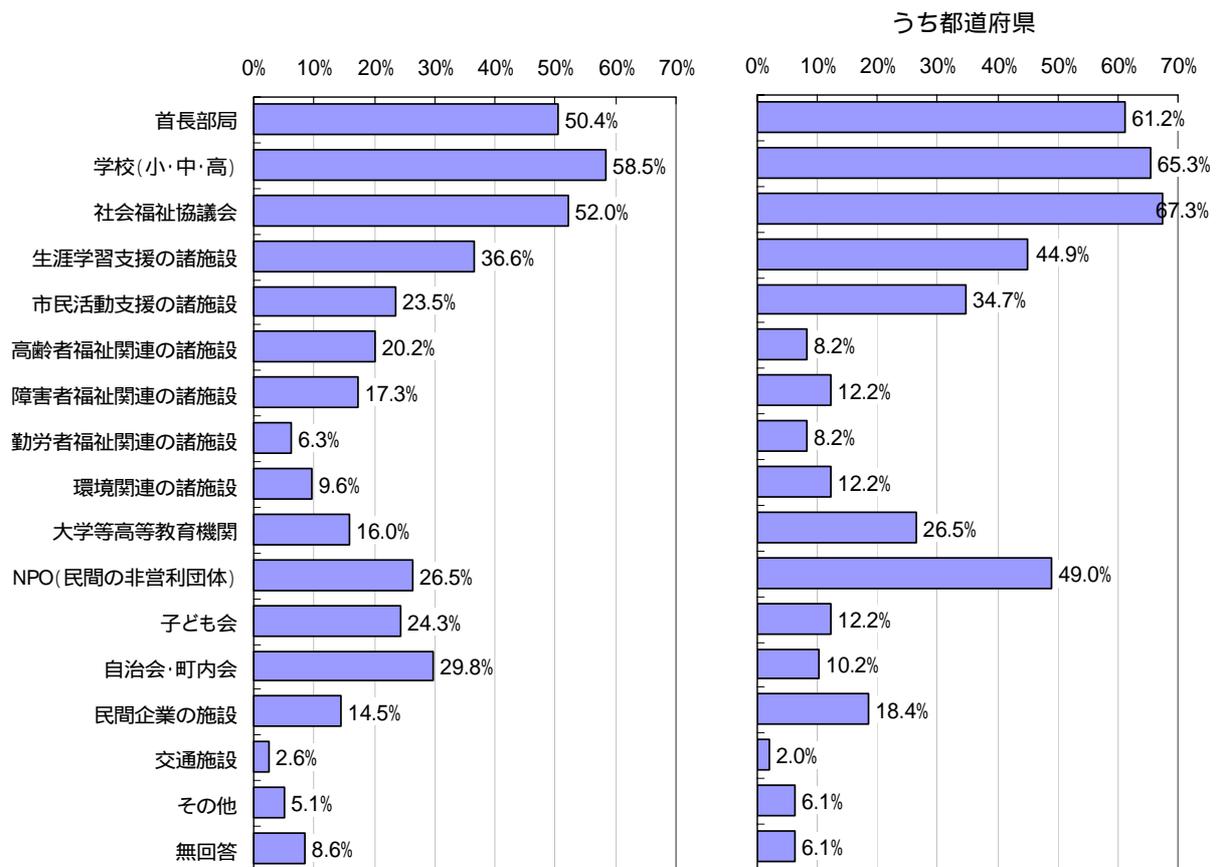


今後希望する連携・協力先

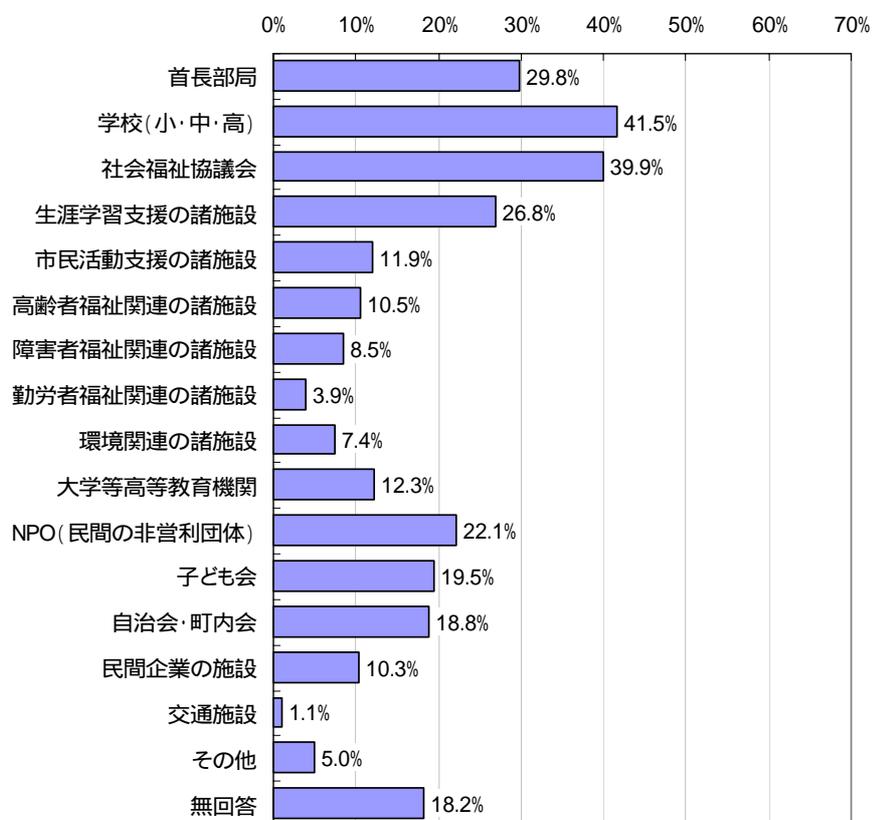
今後希望する連携・協力先を取り組み別に聞くと、「情報交換」において、今後他機関と連携を行いたいとするセンターが最も多い。

希望する連携先は、現状と同じく学校（小・中・高）、首長部局、社会福祉協議会、生涯学習支援の諸施設等が多く挙げられている。また、都道府県の支援センターでは **NPO** との連携を希望する割合が高くなっている。

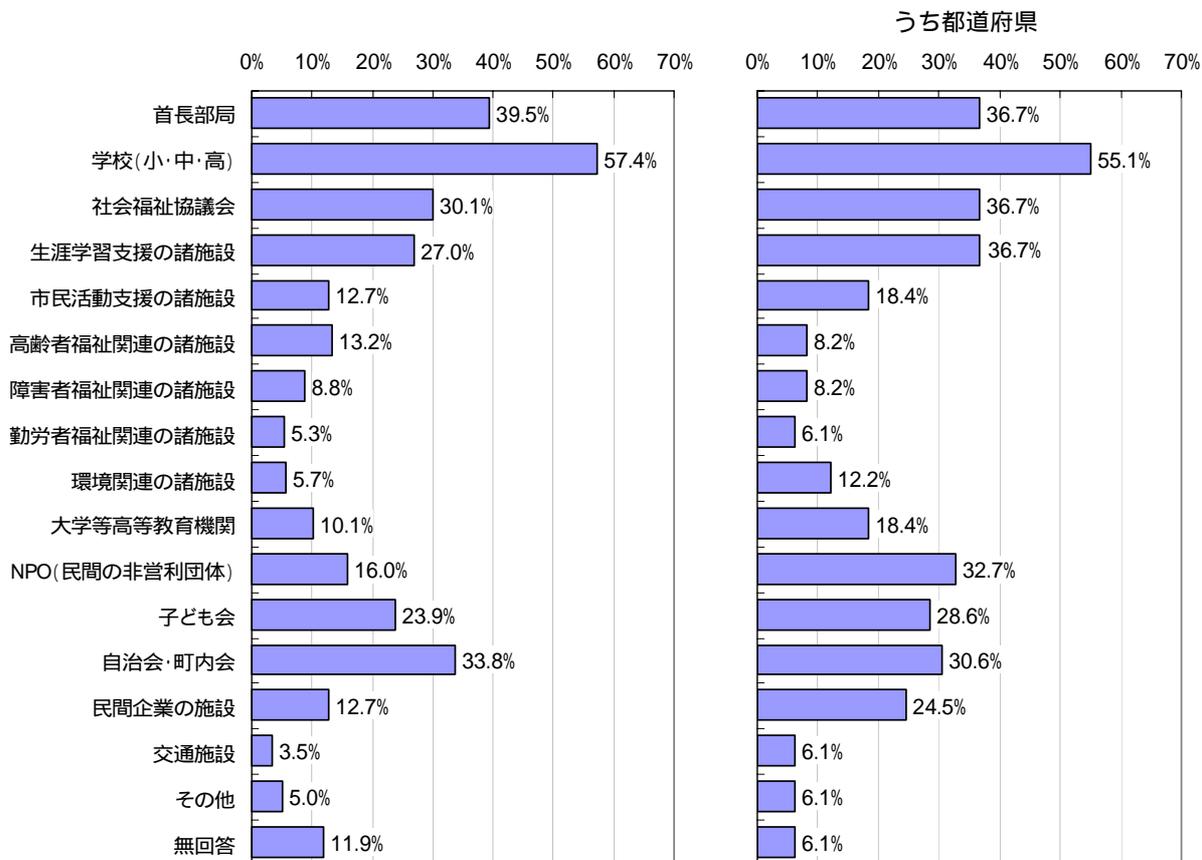
図表 3-18 今後希望する連携先：情報交換



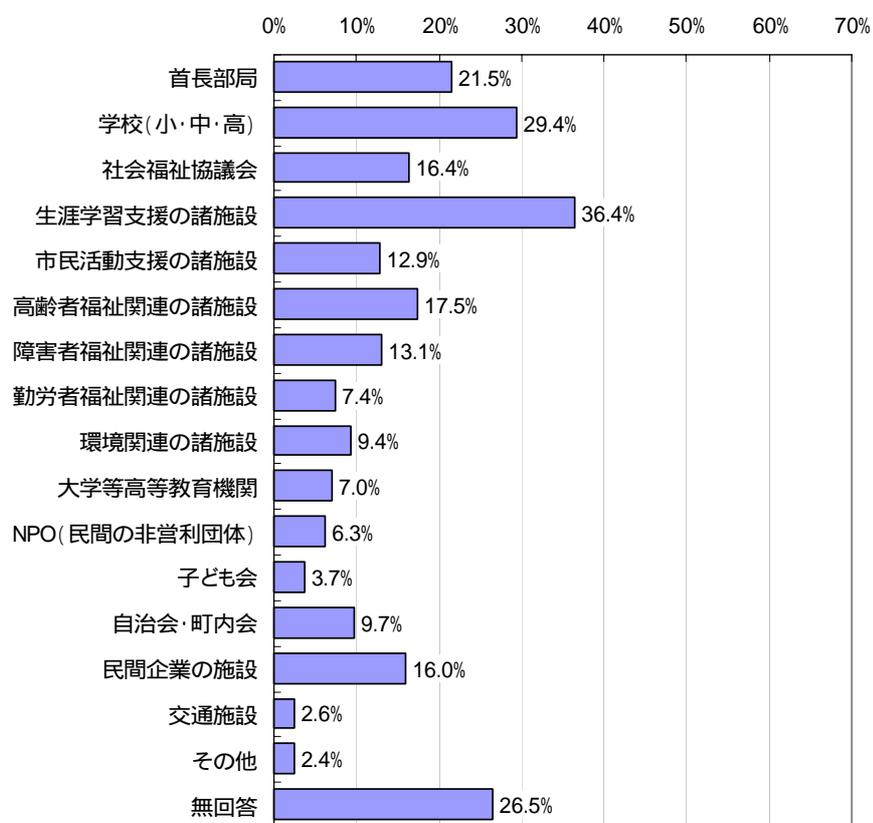
図表 3-19 今後希望する連携先：事業企画



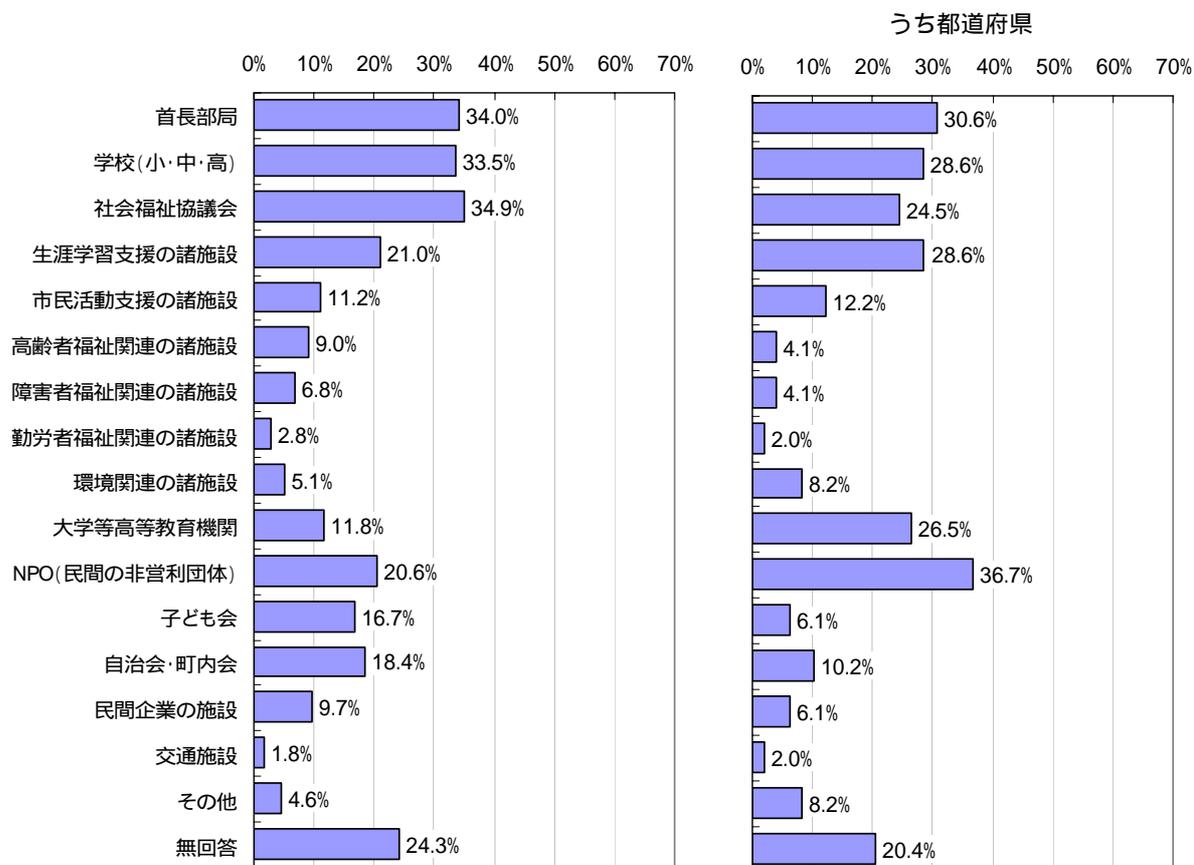
図表 3-2 0 今後希望する連携先：広報・PR



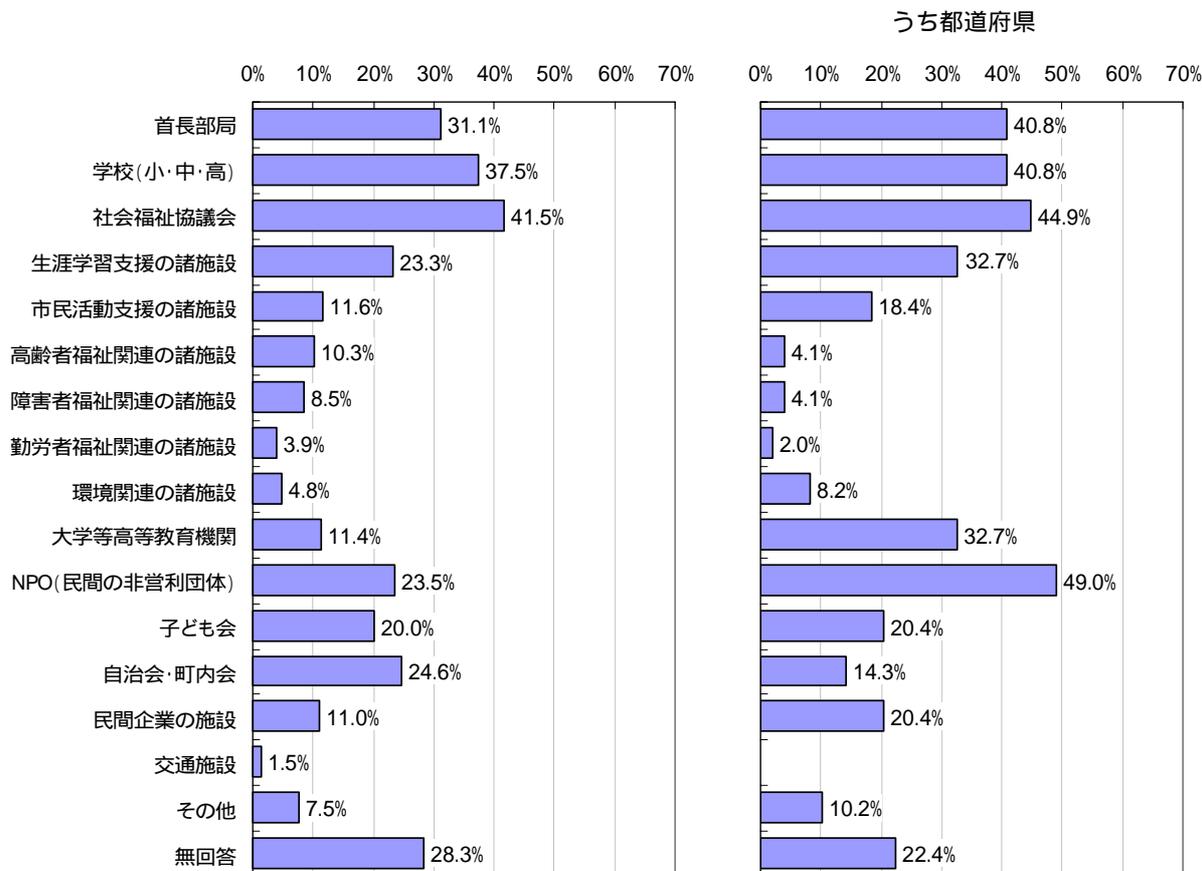
図表 3-2 1 今後希望する連携先：施設・設備



図表 3-2 2 今後希望する連携先：事業の共催・後援



図表 3-2 3 今後希望する連携先：推進体制



図表 3-2 4 今後連携によって実現したい事業（自由記述）

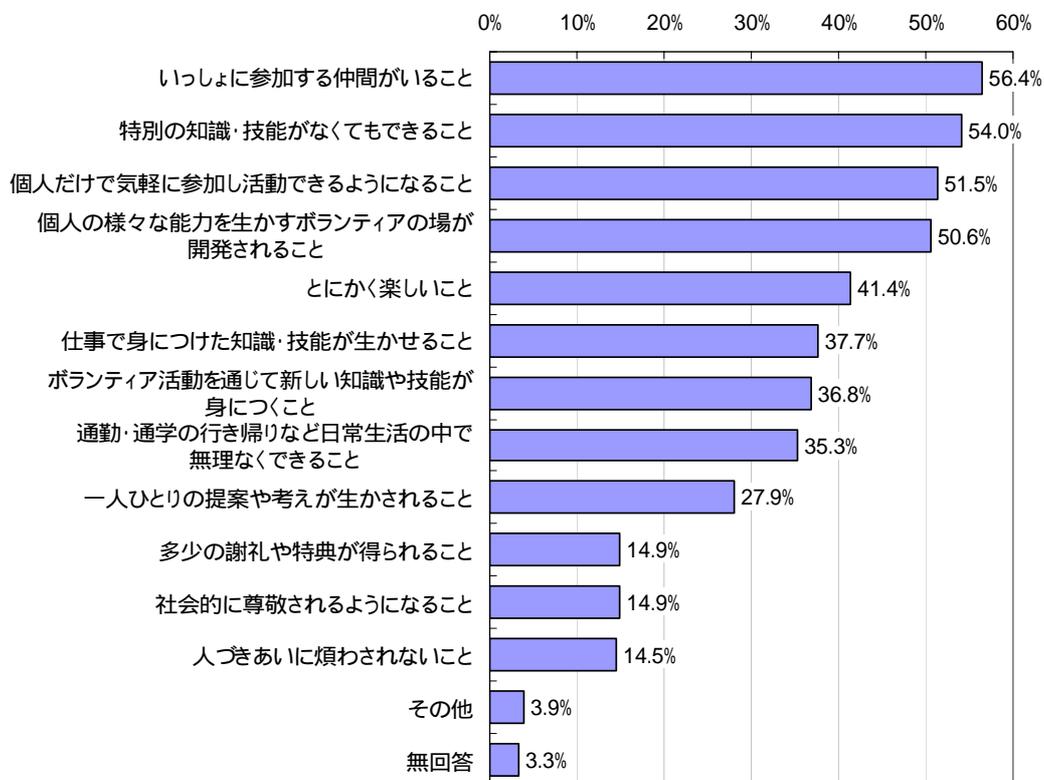
- 県内各市町村の生涯学習支援施設との連携事業；「出前情報センター」（移動図書館のようなもの）場所を提供していただき、さまざまな情報を、人を介して伝えてゆく。また、それぞれの地域の情報もいただく。「出前情報センター」に、賛同するボランティアのスキルアップのための体験活動も実施する（当センターに情報提供資料はあるのだが、来訪者が少なく、活用していただけていないため、逆発想をしてみた）。
- 民間企業（地場産業関連）との連携により、子ども達を対象として「（仮称）職人講座」を行ってみた。
- NPO、子ども会、自治会などと連携し、地域課題を自ら考え解決する「地域自治組織」（小学校区単位）を構築したい。
- 自治会・町内会と連携：子どもたちに地域のお祭りや季節行事への参加してもらうことにより、子どもたちの地域への愛着感、地域での役立ち感を高めてもらうとともに、地域の伝統文化の継承を促す事業。

(4) 社会的気運醸成のための今後の課題とセンターの役割について

活動の魅力高めるために必要なこと

ボランティア活動の魅力向上に必要なこととして、「いっしょに参加する仲間がいること」(56.4%)が最も多く挙げられているが、その反面「個人だけで気軽に参加し活動できるようになること」(51.5%)という意見も多く見られる。そのほか、「特別の知識・技能がなくてもできること」(54.0%)、「個人の様々な能力を生かすボランティアの場が開発されること」(50.6%)も多く挙げられ、「気軽さ」や「現在の能力が活用できること」が魅力向上に重要なポイントであることが窺える。

図表 3-2 5 ボランティア活動の魅力高めるために必要なこと



活動の魅力を高め社会的気運を醸成するための課題

ボランティア活動をより魅力的にし、ボランティアに参加することについて社会的な気運を高めていくための ①地域における体制づくりや連携・協力のあり方、また、②体験活動ボランティア活動支援センターの具体的な役割について、自由に記載いただいた。

図表 3-26 ボランティア活動の社会的気運醸成を高めるために必要なこと
(自由記述)

地域における体制づくり、連携・協力のあり方

- 地域においてはボランティア活動に対する情報の拠点を明確にする事だと思う。各団体がここに活動している実態が多い中、「協議会」というシステムよりも「情報交流会」を定期的で開催し、参加しやすい環境づくりが大切と考える。そのため、首長部局の理解が重要と思う。
- 今、女性がボランティア参加、社会参加は目ざましいものがあります。40代後半から50代にかけて、これまで育児や介護から開放された女性たちが「自分」を生きるために、よりよい人生をまっとうするためボランティア活動に参加しています。こうした女性達のやる気とパワーを生かしつつ、さらに社会参加のルールづくり、「スキルアップをめざす」研修会を数多く提供する必要があります。しかし、これまでの上意下達の行政や町内会などの上意下達のシステムが新しい動きを牽制したり妨害しています。どう対応し、新しい影響力を広めていくか、ということが求められています。
- 本町では現在、地域の奉仕活動、体育活動等の、地域・町内の行事への参加・活動について、町内会組織がよく機能しており、これに加えて、防災対策、災害ボランティアのあり方等が固められることを期待したい。
- 本町のような中山間地域では、都市部に見られるような、個人が自分の思うボランティアサークルに参加していくという形態は難しく、地域内の各団体が、地域づくりにむけての活動を展開し、それに個人が参加していくという形態である。したがって地域の各団体のリーダーが、その他の団体の活動について、情報として把握し、連携・協力していくことが必要である。
- 地域の方々は、ボランティアをしてもらうなら、いい人(生徒)を考えがちだが、特に未発達な学生は、ボランティアを通して受け入れる側で指導し育てるという意識を持つことが大切と思う。人材派遣会社と同等と思われては困る。また、結果としては、仕事の軽減につながるボランティアでも、体験させる意義を常に持ち受け入れてほしい。
- 行政が主体となり、ある程度の資金の補助も必要だと考える。
- ボランティア活動の内容は多岐に渡っているため、整理する必要があります。その際、ライフステージに合った活動等にまとめることができればと思います。

体験活動ボランティア活動支援センターの役割

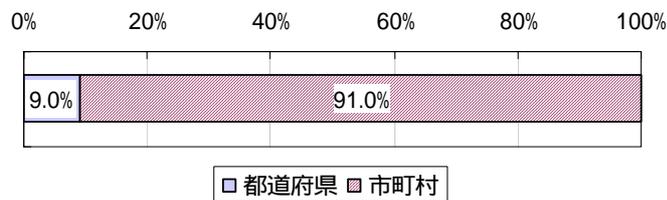
- 各地域での拠点が明確になれば、様々な情報を提供し、地域間の自発的な活動を促進し、地域で活動する人達のためのスキルアップ研修を開催し、元気づけ、励ますことが支援センターの役割と考えている。
- ボランティア活動者から、「人と人とを結ぶ」「活動が継続するためにプラットフォーム」になって欲しいという要望が寄せられます。ボランティアを希望するニーズがあり、ボランティアを求める社会的ニーズもあります。ところが、こうしたニーズを妨害する最も大きな壁は「仕事をしたがる」「個人プレーを許さない」「新しい事業に手を出したがる」行政のこれまでのシステムです。ボランティアセンターの役割は重要ですが、これまで通り、行政の中にたった一人のコーディネーターで、権限もなく組織ぐるみで、「お金をつかわせない」「仕事をやらせない」という現センターでは、ニーズに応えることはできません。これまで約2年近く、センターの開設、情報収集、提供、ボランティア活動の必要性の広報活動、こうした仕事をしてきましたが、今考えられるミッションとは無縁な行政マンにとっては、無償で公共性の分野に入りこみ、先駆的な仕事をしようとする人達には「仕事をうばう脅威」としてうつるのではないのでしょうか。
- 支援センターを立ち上げたばかりであり、すべてのことについての基礎づくりがその使命と思う。
- ボランティア提供者と依頼者のコーディネーター。ボランティア活動の現状認識（学校・町内会・子ども会・社会福祉協議会等）と分析を通じて住民の的確なニーズに応えるようにする。
- 情報発信（活動の場やボランティアの紹介）、バンクづくり（活動の場、ボランティアの募集と登録）
- 体験活動ボランティア活動支援センター（行政）のみ「ボランティア活動をしよう」と動いても何も得られず、誰にも見向きもされない。やはり、地域を巻き込んだ活動をしなければ意味がないため、自治会に申し込みをしたが敬遠されてしまった。苦慮したが、子どもたちをボランティア活動に引き入れると自然に保護者も参加をしてくれた。この結果地域を巻き込んだボランティア活動ができた。

(5) 支援センターの体制及び回答者属性

支援センターに配置されている人員については、回答したセンターの半数以上でボランティアコーディネーターが1名となっている。それ以外の職員と合わせても、2~3名で業務を行っている支援センターが多いことが窺える。また、回答したボランティアコーディネーターのうち専任で仕事をしている人は半数に満たず、残りの人は教育委員会等との兼任である。専任の場合、民間企業から採用された人が最も多くなっている。

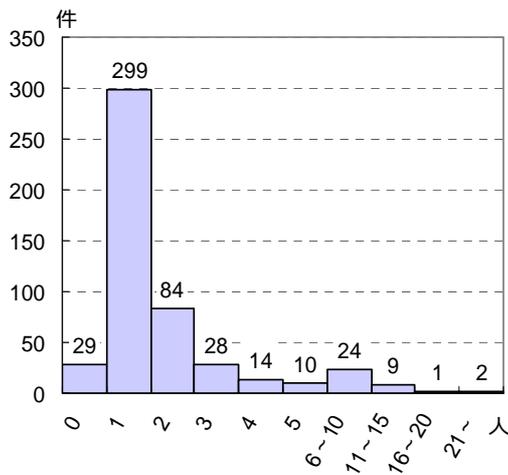
支援センターについて

i. 設置主体

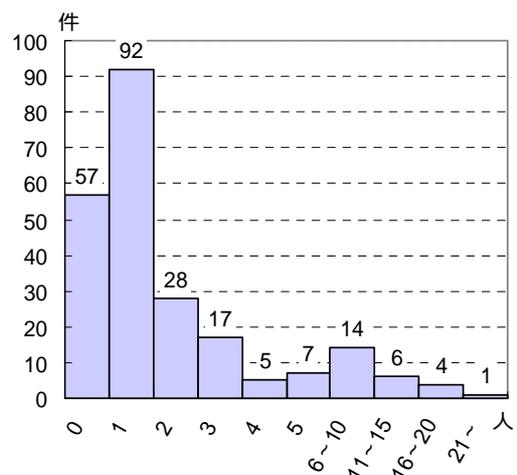


ii. 人員数

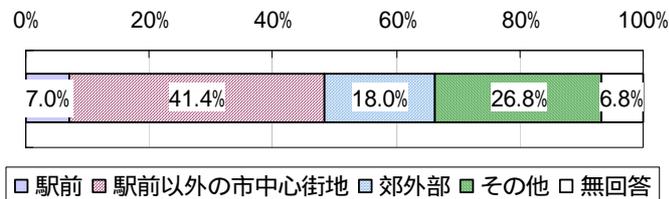
a) ボランティアコーディネーター



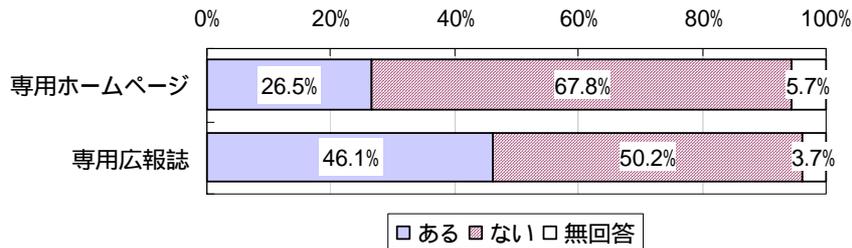
b) その他



iii. 立地条件

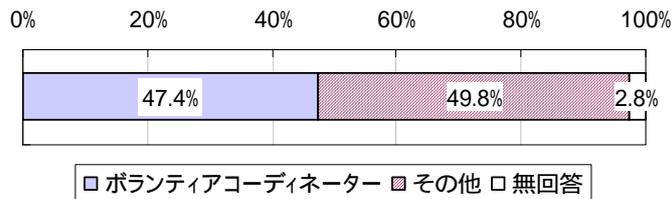


iv . 情報提供手段

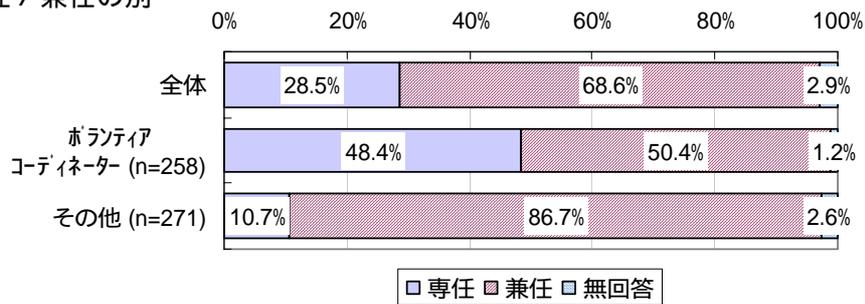


回答者の属性

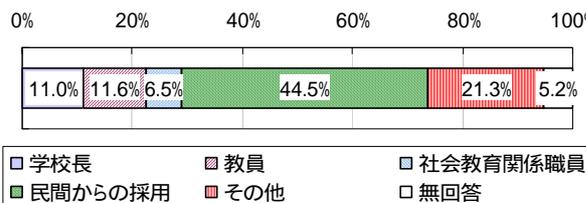
i . 役職



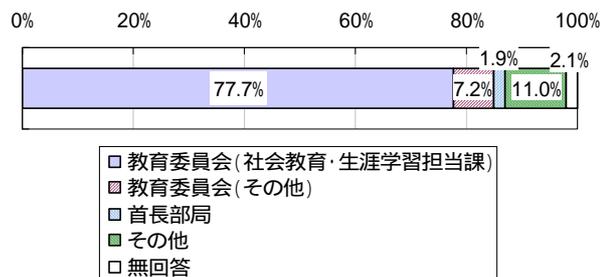
ii . 専任 / 兼任の別



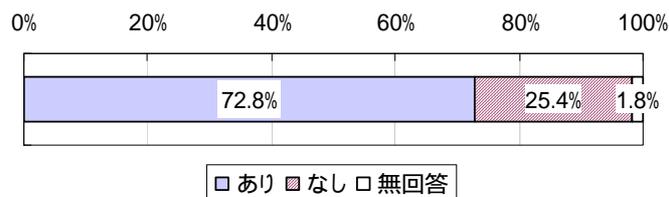
a) (専任の場合) 前職 (n=155)



b) (兼任の場合) 本務先 (n=373)



iii . 回答者のボランティア経験 (センターでの活動を除く)



3 2 3 . 調査結果に基づく考察（地域体制の形成と体験活動ボランティア活動支援センターの役割）

以上の体験活動ボランティア活動支援センターに対する調査結果を踏まえ、ボランティア活動に対する社会的気運の醸成に向けた地域体制を形成するための課題を示す。

本報告書の冒頭部でも述べたように、ボランティア活動を促進する社会的気運醸成は、国民・地域住民に対する効果的な宣伝・PR活動、情報提供等のプロモーションに依存するわけではない。一方で地域社会において、高まるボランティア活動への関心を受け止め、具体的な活動の場を提供する態勢づくりが必要である。つまり社会的プロモーションと活動の受け皿を、ボランティア活動促進の両輪と捉えて一体的に推進する必要がある。

1 ボランティア活動の円滑なスタートを支援するための対応

本調査で実施した国民意識調査結果を踏まえると、ボランティア活動への円滑な参加を促すために、地域住民は「自分に適したボランティア活動に関する情報が手軽に収集できる」、「研修や試行体験の場を気軽に提供してくれる」といったサービスの充実を求めている。

①情報入手の利便性の追求

こうした課題への対応として、支援センター調査の結果を踏まえると、媒体としては、前者の「手軽な情報収集」では、ホームページ上での様々なボランティア活動情報の提供や大型店舗等での紙媒体での設置等、新しいメディアと古いメディア双方からの取り組みが求められていた。また、その提供方法についても、メール利用をはじめ、ボランティアに関するPR・説明会の開催等が求められており、一歩進んで積極的に届ける方策が求められている。つまり、モバイル・インターネットの時代を反映した利用者にとっての入手の至便さの追求が求められているといえよう。

②ミスマッチを防ぐ情報内容の検討

また、ボランティアに求める経験や技量、参加形態（短期でもOKか否か等）等、ボランティアのミスマッチを防ぐための、情報提供のあり方についても求められていた。

③「先進性」、「象徴性」を備えた新しい導入の仕組みづくり

一方、「研修や試行体験の場を気軽に提供してくれる」サービスについては、ボランティアのスキルアップのためのフローチャートづくり等、新しいガイダンスの仕組みづくりが求められていた。その一方で、モデル会社や学校、モデル団体等、ボランティア活動の楽しさ、充実度合いを情報発信していく先駆的で象徴となる取り組みが求められていた。

2 学校を「協働の広場」と位置付けた地域ボランティアの促進

学校は、体験活動ボランティア活動支援センターが連携・協力をする相手として、現状及び将来的な要望としても割合が高かった。これは支援センターがこれまで、子どものための体験活動の場を提供する役割を担い、学校と既に関係を作り上げている故とも考えられる。体験活動ボランティア活動支援センターを軸とした、ボランティア推進の地域体制づくりにおいては、学校との関係と取り組み実績を基礎とした仕組みを構想すべきであろう。こうした点を踏まえると、今後、地域のボランティア活動を推進する一つの仕組みとして、体験活動ボランティア活動支援センターは、ボランティアと学校を結ぶコーディネーターとしての役割を果たすことが考えられる。

既に地域社会においては、ボランティア活動を支援する種々の施設が存在する。教育を軸として考えることは、こうした状況の中で、体験活動ボランティア活動支援センターの存在の固有性を明確化する上で有効な方向であると思われる。

一方、ボランティアの地域推進体制には、目的意識の共有が必要であるが、「子どもの教育」に対する参加は、大人の協力姿勢を得やすい領域である。保護者のみならず、自治会や商工団体等の既存団体、多様なグループ・サークル等、日ごろの垣根を越えた参画と協力態勢を容易に生み出す可能性があるといえる。

また、学校は多様なボランティアの活躍の場を開拓し得る。今回収集されたボランティア活動の関心を高める事例として、総合学習で河川敷に花を植える活動を行い、そこに地域の大人がボランティアとして参加する例が報告されていた。これに留まらず、放課後や土曜の子どもたちの活動に対する指導者としての参加、ひいては学校ボランティアとして、様々な教科の支援等、市民参画の場を開拓していく必要があるだろう。

3 企業との新たな関係形成

企業のボランティア活動を推進する上で、地域体制が重要であることは既に述べた。しかしながら、企業はこれまで、体験活動ボランティア活動支援センターとつながりが薄かった。また調査結果においても、企業との連携・協力は現状・将来とも比率は相対的に低い。

しかしながら、学校教育を中心に広がりのあるボランティアの体制づくりをする上で、企業ボランティアとの連携は重要である。また、企業においても、自らのボランティア活動を広く地域展開する上で、NPOやコーディネート機関とのつながりを求めている。

こうしたニーズを捉え、体験活動ボランティア活動支援センターは、例えばボランティアコーディネーター養成事業を企業に向けても公開するとともに、各種地域ボランティア活動の情報提供等を行っていく必要があるだろう。

第4章．他の社会的課題における気運醸成に向けたプロモーション事例

本章では、他の社会的課題において気運醸成のために行われているプロモーション活動を紹介し、ボランティアの気運醸成において参考となる点を抽出した。

対象とした活動内容と、選定のポイントは以下の通りである。

【対象とした機関・活動】

	活動の内容	実施主体	選定のポイント
1	「環のくらし」におけるCO2排出量削減活動の普及・啓発活動	環境省 地球環境局 地球温暖化対策課 国民生活対策室	マスコミを通じた普及・啓発活動
2	「21世紀における国民健康づくり運動」におけるヘルスプロモーション	財団法人 健康・体力づくり 事業財団	イベントの実施を通じた普及・啓発活動
3	「障害者の雇用の促進等に関する法律」に基づいた普及・啓発活動	厚生労働省 職業安定局 障害者雇用対策課	普及啓発活動の中間主体（企業）を対象とした施策

4 1 「環のくらし」における温室効果ガス削減活動の普及・啓発 (環境省 地球環境局地球温暖化対策課)

4 1 1 活動の背景、目的、概要等

京都議定書において日本は6%のCO2等温室効果ガス削減を求められることとなり、そのうち2%は民生部門で担うことが求められている。国民生活対策室での活動はその部分に寄与することを目指したものであり、一般国民を対象とした取り組みを行っている。

温暖化は、公害病などと異なり加害者、被害者の別はない。また国民全員が施策の対象となりえるため、ターゲットは空間的にも属性的にも非常に広く分布しており、特定の間や分野に対して集中的に対策を施せば結果が得られるものではないという特徴がある。

4 1 2 現在のプロモーション活動実施に至る経緯

従来の環境省におけるプロモーション活動は、パンフレットを4～5万部刷り、都道府県を通じて市町村に展開、配布、といったものであった。この手法では、興味のない人にはまったく情報を伝えることができず、広く国民に伝える効果はあまり得られなかった。

そこで国民生活対策室ではCO2の削減を目指すにあたり、一般国民に対してはどのよう

に訴えるべきかを検討するため、様々な機関、企業等（興味深い取り組みを行っている自治体、NGO、企業、広告代理店、雑誌編集関係、新聞社 等）から情報収集を行った。その結果、世代・属性によって情報を得る手段が大きく異なるため、単一の施策では国民全体にまんべんなく効果を及ぼすことは無理であるということがわかり、効果的なプロモーションを行うために、対象となる世代・属性を決め、それぞれに適したタイミングと内容でプロモーション活動を行うこととした。

4 1 3 . プロモーション活動の内容

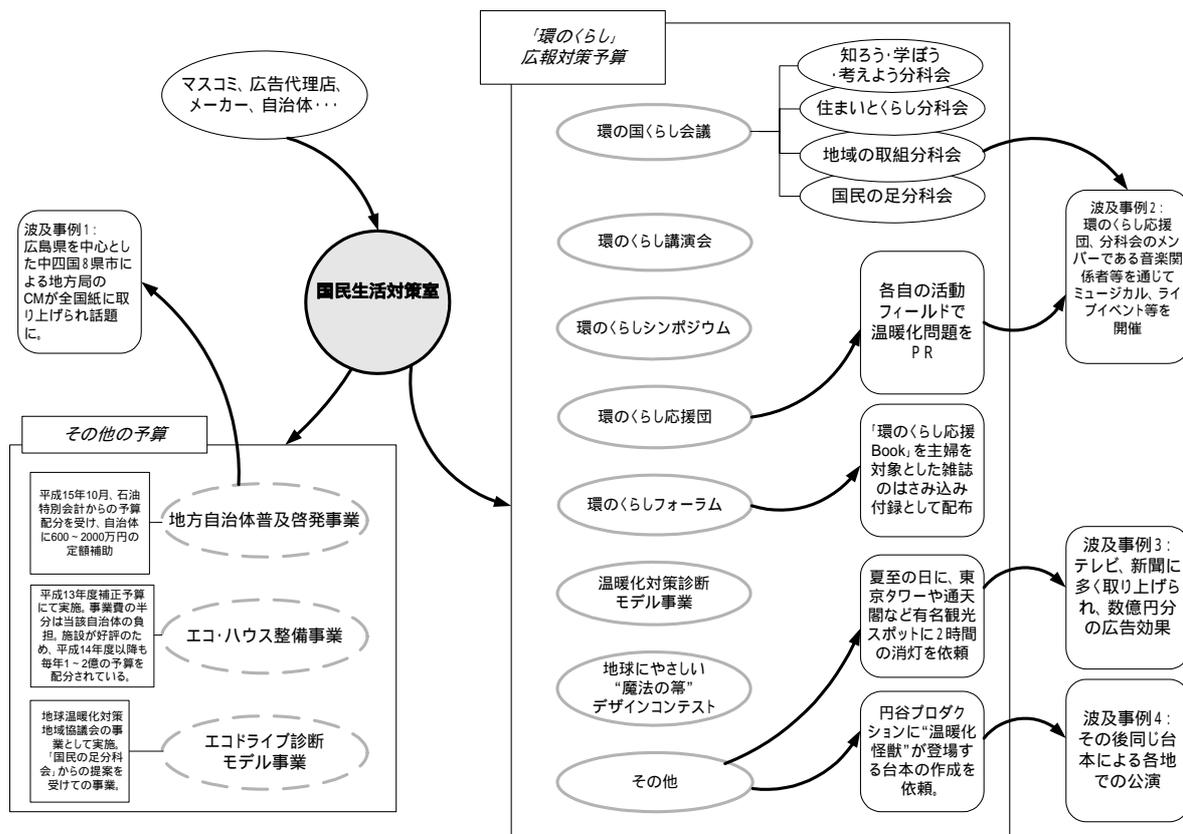
上記のような課題・方針を踏まえ、国民生活対策室で行った施策は以下のようなものである。問題点・方針・具体的施策の対応関係を下表に示す。また、施策と予算、波及効果との関連等を図表 4-2 に示す。

図表 4-1 従来の問題点と現在の方針・施策の対応関係

プロモーション活動における問題点	プロモーション活動における方針	具体的施策
<ul style="list-style-type: none"> ■ 従来のパンフレットによるプロモーションは、興味を持たない受け手にはパンフレットそのものの存在が気づかれない、パンフレットを見る機会があっても中身に興味を持たれない、といった問題点を抱えていた 	<ul style="list-style-type: none"> ● 紙媒体でのプロモーションは、見てもらえる可能性をできるだけ高くするよう工夫する 	<ul style="list-style-type: none"> ● 「環のくらし応援 Book」 「チビコト（特集：環の国・環のくらし、環のあかりのある暮らし）」「Lingkaran」等の人気雑誌を通じての配布
<ul style="list-style-type: none"> ■ 従来の啓発活動の内容は“省エネをしましょう”といった漠然とした語りかけが多く、具体的にはどのような行動をすればよいのか国民にはわかりづらかった 	<ul style="list-style-type: none"> ● 日常生活の中でどのようにすれば良いかをできるだけ具体的に語りかける 	
<ul style="list-style-type: none"> ■ 10代から20代の若年層において特に関心が低い。また、小さな子供を抱える若い親も、生活にあまり余裕を持っていない傾向があり、関心が低い 	<ul style="list-style-type: none"> ● 特定の年代に受け入れられる形でのプロモーション活動の実施 	<ul style="list-style-type: none"> ● ライブハウスでのイベント ● ウルトラマン上演
<ul style="list-style-type: none"> ■ 大きな広告効果があったとされる大企業の宣伝活動の例では、新製品の発売前後2週間で10億円といった非常に大規模な投資を伴うものが多く、それほどの予算を割けない国民生活対策室では直接の参考とすることはできない 	<ul style="list-style-type: none"> ● 広告の打ち方を工夫する。また、マスコミに露出すれば広告費をかけずに宣伝効果を得られるので、それを心がける 	<ul style="list-style-type: none"> ● 地方自治体普及啓発事業 ● 観光スポットでの消灯 ● 「環の国くらし会議」

出所：国民生活対策室に対するヒアリング結果から三井情報開発作成

図表 4-2 国民生活対策室が関係する各種施策、予算、波及効果等の関連



出所：国民生活対策室に対するヒアリング結果から三井情報開発作成

(1) 環の国暮らし会議

最初に、様々な属性の方々から話を聞く、また情報発信をしていく場として「環の国暮らし会議」を立ち上げた。国が立ち上げる会議、フォーラム等では、有識者がメンバーのほとんどを占めることが多く、会議がマスコミに露出しても一般国民の目を引く記事になりにくい。そこで、会議がスポーツ新聞にも掲載されるくらいの親近感を持たせるべく、スポーツ選手や芸能人からもメンバーを選出した。メンバーは様々な属性から選出したが、共通している条件は自分の言葉で情報発信をする能力がある、発信するルート・機会を有しているということである。

図表 4-3 「環の国くらし会議」のメンバー

大場 啓二（世田谷区長）	大平 光代（弁護士）
小澤 普照（森林塾主宰）	潮谷 義子（熊本県知事）
伊達 公子（テニスプレーヤー）	立松 和平（作家）
辻 信一（明治学院大学教授、 NGO「ナマケモノ倶楽部」世話人）	寺田 千代乃 （アートコーポレーション株式会社 代表取締役社長）
長島 亜希子（主婦）	西田 ひかる（俳優・歌手）
平野 次郎（学習院女子大学特別専任教授）	広瀬 久美子（アナウンサー ／エッセイスト）
宗国 旨英（本田技研工業株式会社 代表取締役会長）	森下 洋一（松下電器産業株式会社 代表取締役会長）
山本 良一（東京大学教授）	養老 孟司（北里大学教授）

出所：環境省 Web サイト（<http://www.wanokurashi.ne.jp/work/kaigi/hon/member.html>）

「環の国くらし会議」には4つの分科会も設け、具体的な対策についての検討を行う場とした。分科会のメンバーは各分野の専門家を中心としている。

（2）地方自治体普及啓発事業

平成15年10月、石油特別会計から補助金を受け、全国数十箇所の地方自治体に上限2000万の定額補助を行った。行う事業については細かくは限定しなかったが、従来のパンフレット型の施策はやめ、新聞、テレビ、ラジオなどマスメディアを通じた施策をできるだけ行うようお願いした。例えば中四国の8縣市では共同で地方局向けのテレビコマーシャルを作成した。このコマーシャルが朝日新聞全国版のコラムに取り上げられ、話題となった。

（3）観光スポットでの消灯

東京タワーや大阪の通天閣など、夜間にライトアップを行っている観光スポットに省エネを訴えるために夏至の日の夜2時間だけライトを消灯してもらうようお願いした。あちこちの施設で同時に2時間ライトが消されるというイベントが話題となり、全国の新聞、テレビ、ラジオで掲載・放送された。

このように多くの予算をかけなくともマスコミに取り上げられれば、「気づき」を伝える大きな効果が得られると考えている。

（4）「環のくらし応援 Book」の配布

若い主婦を主なターゲットに想定した「環のくらし応援 Book」を作成し、人気雑誌のはさみ込み付録として配布した。内容は省エネ型製品のカタログであり、商品名や他製品との電気代の違いなど、具体性に富む内容とした。

(5) その他のイベント

分科会のメンバーであった音楽業界の関係者を通じて10代に人気のアーティストを巻き込みイベントをライブハウスで行った。また、円谷プロダクションに「温暖化怪獣」が登場する「ウルトラマン」の台本の作成をお願いし、地方講演を行うなどした。

ライブハウスのイベントには中高生を中心とした10代の若者、ウルトラマンのイベントには小さい子供連れの若い親が多く訪れ、いずれも満員であった。これらは事前の告知では「環境」という言葉は前面に出さず、従来の無関心層をひきつけることに成功した。

イベントを実施するにあたっては、開催地域についてメーカーで言うところの市場調査に該当する調査を行い、どのような年齢層、家族構成の住人が多いかなどを調査する。その結果を踏まえて広報活動を行うようにしている。

「シンポジウム」などと銘打つと、国民には堅苦しいイメージをもたれてしまい、もともと興味のない人をひきつけるのは難しい。時と場合に併せてくれた形でのイベントも行うようにしている。

4 1 4 . プロモーション活動の効果

イベントの開催地となった自治体には、イベントの前後で住民にアンケートをとり、どの程度意識や行動が改善されたかについて調査を行うようお願いをしているが、効果については定量的に把握できていない部分が多い。

4 1 5 . プロモーション手法の整理

図表 4-4は「環のくらし」におけるプロモーション手法をAIDMAと対応させて整理したものである。各段階に対応する様々な施策が講じられているが、特にマスメディアへの露出を狙った各施策はこれまでの官公庁にはあまり見られなかったものであり、特徴的であるといえる。

図表 4-4 「環の暮らし」における社会的プロモーション手法の整理（環境省国民生活対策室に関連する活動）

AIDMA	狙い	参考となるプロモーション手法例	備考
認知	認知の拡大	<ul style="list-style-type: none"> 「環の国暮らし会議」：各界の著名人からなる会議を編成し、メッセージを発信 	“スポーツ新聞にも取り上げられるくらい”身近なメンバーを選出 各界の著名人から応援団を選出 （例：モーニング娘。）
	ブランド化と浸透	<ul style="list-style-type: none"> 「環の暮らし」ホームページの整備 「環の暮らし応援団」からのメッセージの発信 	
興味・関心	マスメディアへの露出	<ul style="list-style-type: none"> 「地方自治体普及啓発事業」：マスメディアを使つての施策に対し予算を配分 マスコミに取り上げられやすいシンボリックなイベントの実施（東京タワーや通天閣など有名施設での消灯） 音楽イベント、子供向けイベントなどとの融合（中高生が集うライブハウスでのイベント、「ウルトラマン」イベント内容への提案） 	<ul style="list-style-type: none"> 数億円分の広告効果あり
	住民の日常生活の場への情報発信	<ul style="list-style-type: none"> 「環の暮らしフォーラム」 「環の暮らし講演会」 「環の暮らしシンポジウム」 	
	ニーズ情報の提供	<ul style="list-style-type: none"> 「環の国暮らし会議・分科会」：専門家を中心としたメンバーで具体的な施策について検討 	
活動内容の具体化	具体的な検討をサポートする情報提供	<ul style="list-style-type: none"> 「環の暮らし応援 Book」：省エネ製品について具体的な商品名や値段まで表示 	<ul style="list-style-type: none"> 主婦を対象とした雑誌の綴じ込み付録として配布
	体験機会の拡充	<ul style="list-style-type: none"> 「エコ・ハウス整備事業」 「エコドライブ診断モデル事業」 「温暖化対策診断モデル事業」 	

出所：国民生活対策室へのヒアリング結果から三井情報開発作成

4 2 . 「21 世紀における国民健康づくり運動」におけるヘルスプロモーション (財団法人 健康・体力づくり事業財団)

4 2 1 . 活動の背景、目的、概要等

1986 年に WHO の提案した「ヘルスプロモーション」という概念について、健康日本 21 (財団法人 健康・体力づくり事業財団) では、以下のように紹介されている。

図表 4-5 ヘルスプロモーションとは

ヘルスプロモーションは、1986 年、WHO がカナダのオタワで開催した第 1 回ヘルスプロモーション会議の中で示された新しい考え方です。これに関する宣言文がまとめられたオタワ憲章の中で、ヘルスプロモーションとは「人々が自らの健康をコントロールし、改善できるようにするプロセスである」と定義されています。続いて宣言文の中では、健康は生きる目的ではなくて毎日の生活のための資源であること、単なる肉体的な能力以上の積極的な概念であることが述べられています。

この活動を展開していくうえでは、人々の主体性が発揮されるよう各個人の能力をつけていくこと、政治や経済、文化、環境等も含めた広い範囲で健康のための条件を整えていくよう唱導していくこと、保健分野を越えた社会の広い分野の活動や関心を調整していくことが必要であるとされています。また、これらのことが平和、住居、教育、社会的正義等を基盤にしていることは言うまでもありません。

ヘルスプロモーションは、「健康的な公共政策づくり」「健康を支援する環境づくり」「地域活動の強化」「個人技術の強化」「ヘルスサービスの方向転換」を柱としています。

ヘルスプロモーション活動の大きな特徴は、住民や当事者の主体性を重視していること、各個人がよりよい健康のための行動をとることができるような政策等も含めた環境を整えることに重点がおかれています。地方計画策定にあたっては、トップダウン型のアプローチや個人の責任だけを強調する計画にならないように留意しましょう。すべての政策にヘルスプロモーションの視点が必要であり、すべての政策をヘルスプロモーションの視点から見直すことが望ましいのです。

出所：健康日本 21 ホームページ「地域における 健康日本 21 実践の手引き」³より
(下線部は三井情報開発編集)

³ http://www.kenkounippon21.gr.jp/kenkounippon21/about/intro/index_menu1.html

ヘルスプロモーションを推進するには、人的資源だけではなく、図表 4-6 のように、健康づくりを支える社会・労働環境の整備や、自然環境の保全や生活環境の整備を社会全体で推進することが重要となる。

図表 4-6 ヘルスプロモーションの概念図

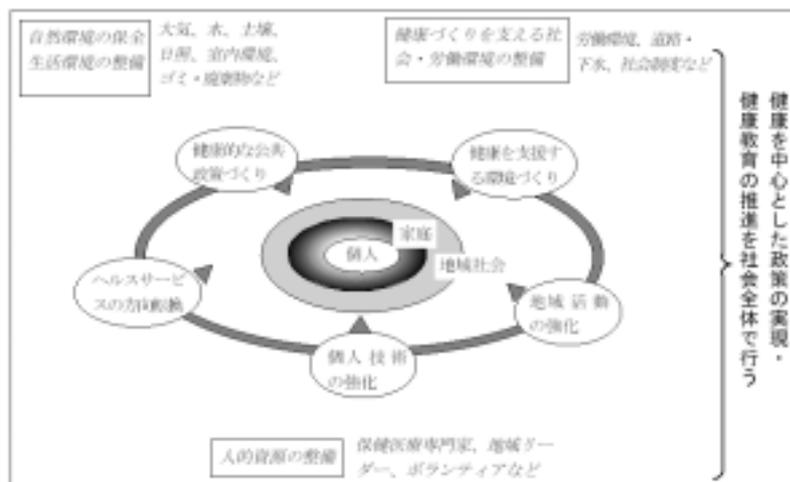


図3-5 ヘルスプロモーションの概念図

出所：グリーン健康、神島健児「ヘルスプロモーション—PRECEDE-PROCEEDモデルによる活動の展開」医学書院等をもとに改定・作成

出所：健康日本 21 ホームページ「地域における 健康日本 21 実践の手引き」⁴より
(下線部は三井情報開発編集)

4 2 2 . プロモーション活動の内容

前述の背景を踏まえ、財団法人 健康・体力づくり事業財団では様々な活動を行っているが、その中から新しい社会的プロモーションとなるものについて、概要をまとめた。

(1) 新しい健康観の普及(全国老人クラブ連合会)

全国老人クラブ連合会では、平成 14 年から 5 年計画で、第 6 次「健康をすすめる運動」をスタートした。この運動の中で、「高齢者の世紀」にふさわしい健康観を普及することを提案している。

(参考) 社団法人日本WHOのホームページでは、健康観に関する新しい視点として、以下の 7 つを取り上げている。

⁴ <http://www.kenkounippon21.gr.jp/kenkounippon21/jissen/index.html>

図表 4-7 WHO の提案する健康観に関する新しい視点⁵

(1)	病気の変容——感染症（急性期）→生活習慣病（慢性期）
(2)	健康の関心——健康診断→健康（自己）管理→健康（増進）投資
(3)	健康と寿命——平均寿命→健康寿命<地域格差>
(4)	健康と情報——カルテ開示→ヘルス（ケア）・インフォマティクス
(5)	健康と生活——ライフ・コントロール→ヘルスケア・コミュニティ
(6)	健康と安全——セーフティ・ネット→サポート・システム<保障制度>
(7)	健康と教育——市民啓発→地域（生涯）学習

（２）「ヘルスサポーター21」事業の実施（日本食生活協会）

「ヘルスサポーター21」事業⁶は、健康日本 21 の趣旨をふまえ、中学生から高齢者までのすべての住民が、自分の健康指標に基づいて自己実現を目指すマンパワーの活動である。この活動の目標は、ヘルスサポーターと呼ばれる健康づくりの仲間を育て、全国で 3 年間に 100 万人の仲間づくりをすすめることにある。なお、ヘルスサポーターとは、都道府県と市町村の食生活改善推進員協議会が開催する講習会を修了した人のことを指す。

講習会では、運動・休養・食事・アルコール・たばこなど健康に関わる分野に関心のある人たちを、市町村の広報誌などで希望者を募集し、5～10 時間の講習を行っている（講習内容は図表 4-8 参照）。

講習会を修了し、ヘルスサポーターとなることにより、「ヘルスサポーター21 登録証」が授与され、健康に関連する情報を掲載した同協会発行の機関誌「ヘルスサポーターだより」が配信されるようになる。また、「ヘルスサポーターの会」と呼ばれる地域のヘルスサポーターとの交流会で運動会等の活動に参加することにより、仲間と一緒に健康づくりを行うことができる⁷。

図表 4-8 ヘルスサポーター21 のプログラム例（一般成人用の 1 日コース）⁸

プログラム内容	時間
1：ヘルスサポーターとは？（趣旨説明、オリエンテーション等）	1
2：『健康日本 21』って何？（健康・体力づくり財団パンフレット使用）	
3：実行しましょう！（BMI、体脂肪のチェック）	
4：肥満の原因が見つかったらその対策を	1
5：食塩は意識して薄味に（1日 10g をめざした食生活）	
6：調理実習 ～おいしく楽しい食卓を～	2
7：まとめ「私の改善点と目標」	
8：閉講式／登録証の授与	1

⁵ http://www.japan-who.or.jp/pdf/on_who_and_health.pdf より引用

⁶ http://www.shokuseikatsu.or.jp/hsp_01.html より引用

⁷ 平成 15 年 1 月現在、全国で 51 の「ヘルスサポーターの会」が設立されている（設立予定を含む）

⁸ http://www.shokuseikatsu.or.jp/hsp_02.html より引用

(3) 全国各地を移動しながらのウォーキングイベントの開催(日本ウォーキング協会)

日本ウォーキング協会⁹が力を入れている「寅さんウォーク」は、人気シリーズ『男はつらいよ』で足の向くまま気の向くまま、日本中をひょうひょうと旅した寅さんのように自由に楽しく歩こうというユニークなイベントである¹⁰。このイベントは、全国各地で1日ないしは2日かけて数十キロをウォーキングするものである。2001年8月にはじめて実施された長野県小諸市を皮切りに、東京都葛飾区、大阪府和泉市、群馬県高崎市等で実施されている。

日本ウォーキング協会の以前の活動は、単発のウォーキングイベントを開催していたが、健康日本21の開始後、地域住民へのアピールと個人の活動を兼ね合わせたプロモーションを実施するようになった。また、同協会では10万人のウォーキング指導員を育成することを目指している。

4 2 3 . 「21世紀における国民健康づくり運動」における社会的プロモーション手法の整理

図表 4-9は「21世紀における国民健康づくり運動」における社会的プロモーション手法をAIDMAと併せて整理したものである。

これを見ると、より多くの人が身近に感じる活動などが多いこと、興味・関心・要求の喚起(知識の普及・学びの場の提供)や日常に参加要求の強化(直接的巻き込み)に関する事例が多いことが分かる。

⁹ 2000年までの「歩け歩け協会」を名称変更

¹⁰ 健康日本21HPでは、下記URLで紹介している。

<http://www.kenkounippon21.gr.jp/kenkounippon21/katsudo/jirei/dantai/k1528.html>

図表 4-9 健康分野における社会的プロモーションの例（健康日本 21 に関連する活動）

狙い	手法類型	全体	栄養・食生活	身体活動・運動	休養・こころの健康づくり	飲酒	喫煙	歯の健康	糖尿病	循環器病	がん
認知（課題の社会的訴求）	新しい価値観の提示	新しい健康観の普及（全国老人クラブ連合会）(1)					■（看護婦への）禁煙のキャッチコピーの募集（日本看護協会）				
	ブランドの浸透	■薬局での「健康日本 21」テキスト配布（日本薬剤師会） ■研修会やセミナー等での健康日本 21 に関する情報提供（健康保険組合連合会）		■健康日本 21 のパンフレットやシンボルマークの配布（日本エアロビックフィットネス協会）		○関連冊子の配布（全日本断酒連盟）		○8020 運動の提唱（日本歯科医師会）			
興味・関心の喚起（知識の普及・学びの場の提供）	活動イベント開催			○健康をすすめる運動（全国老人クラブ連合会）							
	講演・シンポジウム	○研修、シンポジウムの開催（国保中央会）		■健康づくりや病気・寝たきりなどの予防に資する学習（全国老人クラブ連合会） ■健康日本 21 の講習会（全国老人クラブ連合会） ○各種セミナーや研修会の開催（日本健康スポーツ連盟）	○健康づくりセミナー、温泉利用指導者養成講習の開催（日本健康開発財団） ○各種講座や健康セミナーの開催（社会保健健康事業財団）						
	担当者の教育		○食生活改善推進員の養成（日本食生活協会）	○ウォーキング指導員の養成（日本ウォーキング協会）		○断酒学校の開催（全日本断酒連盟）					
	事例紹介	■健康日本 21 の先進的取組事例の紹介（健康保険組合連合会）									
要求の強化（直接的巻き込み）	イベント開催	○「生き生き市町村健康づくり事業」の実施（国保中央会）	○親子料理教室、料理コンクールの開催（日本食生活協会）	○ウォーキングイベントの開催（日本ウォーキング協会） <u>全国各地を移動しながらのウォーキングイベントの開催（日本ウォーキング協会）(3)</u> ■フィットネスダンスの創作プログラムの募集（日本エアロビックフィットネス協会）	■健康づくりセミナーの開催（日本健康開発財団）						
	事業実施		「ヘルスサポーター21」事業の実施（日本食生活協会）(2)								
	組織活動			○事業所での運動指導（中央労働災害防止協会） ■「健康づくりリーダー」の設置（全国老人クラブ連合会）			○主催会議での禁煙活動（日本看護協会）				
活動内容の具体化（試行的活動の場の提供）	イベント					○断酒会（全日本断酒連盟）					
実践（活動と参加の定常化）											

注）健康日本 21（財団法人 健康・体力づくり事業財団）HP で紹介されている以下の機関の取り組みを 9 分野に分けて整理したもの。なお 9 分野以外の総合的な活動に対応するものを「全体」として取り扱った。

日本看護協会、社会保険健康事業財団、日本歯科医師会、日本健康スポーツ連盟、(NPO) 日本健康運動指導士会、中央労働災害防止協会、日本薬剤師会
日本医師会、国保中央会、健康保険組合連合会、日本食生活協会、日本ウォーキング協会

図中、■は健康日本 21 の設置後、その趣旨に沿って策定、実施されたと考えられる活動、○はその他各機関の既存の活動、をあらわす。

4 3 . 「障害者の雇用の促進等に関する法律」に基づいた普及・啓発活動 (厚生労働省)

4 3 1 . 活動の背景、目的、概要等

障害者雇用対策課では、「障害者の雇用の促進等に関する法律」およびそれに基づいて策定された「障害者雇用対策基本方針」に則り、障害者の就業を促進することを目的として各種の施策を行っている。具体的には事業主に対する指導・援助、障害者の特性を踏まえたきめ細かな職業リハビリテーション、障害者雇用に関する啓発である。

4 3 2 . 現在のプロモーション活動実施に至る経緯

障害者の雇用は職業安定所での紹介やコンサルタントを基本として行ってきた。今後さらに障害者の雇用率を上げていくため、下記の諸施策を導入している。

4 3 3 . プロモーション活動の内容

事業主等に障害者雇用率(常用労働者数等を基にした算定式を用いて算出)達成義務を課し、達成できていない企業に対しては指導する。指導してもなお達成できない企業については企業名の公表を行う。一方優良事業所については表彰も行っている。

企業名の公表以上には罰則を設けていないが、ほとんどの企業は公表に至る前段階の指導で状況が改善される。企業の規模が大きければ大きいほど企業名の公表は効果的な措置であり、現在それ以上の罰則を設けることは検討されていない。

障害者の雇用を促進するため、近年各機関においていくつかの施策を導入している。

(1) 障害者試行雇用事業

- ① 平成 13 年からは「障害者試行雇用事業」を実施している。障害者に合った職域開発、雇用管理等のノウハウがなく障害者の雇用を躊躇している事業所のために、短期間の試行雇用を通じてきっかけを与えることを目的としている。
- ② 試行雇用期間は 3 ヶ月間とし、それが終了した後に事業所、障害者双方が承諾すれば常用雇用に移行する。
- ③ 試行雇用を実施する事業主に対して、1 人 1 月あたり 5 万円の奨励金を支給する。

(2) 障害者就業・生活支援センターの設置

- ① 障害の種類や程度によっては、就業にあたって日常生活の面での支援が必要となる場合もある。そこで、雇用、福祉、教育等の関係機関と連携しながら、障害者の就業およびそれに伴う生活に関する指導や助言、職業準備訓練の斡旋など、障害者の職業生活にお

ける自立を図るために必要な支援を行うことを目的とし、平成 14 年に障害者就業・生活支援センターを設置した。

- ② 基本的にセンターは各都道府県に 1 箇所または 2 箇所ずつ設置されている。

(3) 職場適応援助者(ジョブコーチ)事業

- ① 知的障害者、精神障害者等の職場での適応を容易にすることを目的とし、平成 14 年に事業所にジョブコーチを派遣する事業を開始。
- ② 各都道府県に設置された地域障害者職業センターにおいてジョブコーチを実施、適当と認められる社会福祉法人等の協力機関とも連携して支援を実施。
- ③ 障害者職業総合センターにおいてジョブコーチの養成研修を実施。

4 3 4 . プロモーション活動の効果等

- ① 障害者雇用を啓発する事業に、約 8 億円(障害者雇用納付金事業平成 16 年度予算)の予算が確保されている。
- ② 障害者への職業紹介件数は、平成 13 年度に 27,072 件、14 年度は 28,354 件であり、15 年度は約 32,885 件となっている。この増加分は諸施策の成果であると考えられる。

4 3 5 . 障害者雇用の普及・促進活動における社会的プロモーション手法の整理

障害者雇用は法律で規定されているものであり、その点が国民生活における CO2 削減やボランティアとは大きく異なる。

図表 4-10 は障害者雇用の普及・促進活動におけるプロモーション手法を AIDMA と併せて整理したものである。各段階に応じた一通りの施策は講じられているが、予算の面でも内容の面でも「活動内容の具体化」の部分に力点が置かれている。

図表 4-10 障害者雇用の普及・促進活動における社会的プロモーション手法の整理
(障害者雇用対策課に関連する活動)

AIDMA	狙い	参考となるプロモーション手法例	備考
認知	障害者雇用に関する啓発	・ ポスター、ビデオによる啓発 (約 6,000 万円)	
興味・関心	障害者雇用実現への動機付け	・ 障害者雇用率未達成企業の企業名公表 ・ 障害者雇用優良企業の表彰(約 520 万円) (※「認知」「興味・関心」に相当する各種普及啓発活動全体で約 8.0 億円)	
活動内容の具体化	体験機会の拡充	・ 障害者試行雇用事業(約 6.3 億円)	平成 13 年より実施、試行後の常用雇用への移行率は約 8 割
	実施の手助け	・ 職場適応援助者(ジョブコーチ)事業(約 18.7 億円) ・ 障害者就業・生活支援センターの設置(約 7.0 億円)	平成 14 年より実施

注：「認知」、「興味・関心」における () 内の金額は高齢・障害者雇用支援機構の障害者雇用納付金事業における平成 16 年度予算。「活動内容の具体化」における () 内の金額は国費による平成 16 年度予算

出所：障害者雇用対策課へのヒアリング結果から三井情報開発作成

4 4 . プロモーション事例の整理とボランティア普及に向けた参考点

本章で挙げた他の社会的課題における気運醸成に向けたプロモーション事例から、ボランティアの普及に参考となると考えられる点を挙げる。

[1] 活動全体のイメージを浸透させるタイトル

「環のくらし」「健康日本 21」などは、短い言葉で活動全体を包括したイメージを表しており、イメージの浸透に大きな役割を果たしていると考えられる。このようなタイトルが様々な施策の場面で登場することにより、イメージの浸透が効果的に図られると考えられる。

[2] マスコミを活用した施策の普及活動

テレビ CM や新聞への広告は、得られる効果は大きいものの非常にコストが高く、中長期に渡って同種のイメージの浸透を図る手段としては使いづらい。しかしマスコミの注目を集める施策、イベント等を実施し、それがテレビや新聞に取り上げられればコストをかけずに近い効果を得られると考えられる。環境省国民生活対策室が中心となって実施した有名観光スポットでの消灯イベントはその成功事例である。

[3] 家族を巻き込んだの普及活動

環境省国民生活対策室の依頼により実現した温暖化をテーマとした「ウルトラマン」の上演は、それ自体は子供をターゲットにしたものでありながら、親と一緒に訪れることを想定した啓蒙施策であった。CO2 削減や省エネに対する意識は幼い子供を育てている若い親の世代でも低いことが従来から指摘されており、これに対する施策の一つとして実施された。子供が興味を持つイベントを実施することにより、高い確率で親への普及も行うことができる。「健康日本 21」において実施された「親子料理教室、料理コンクール」も同種の施策であると考えられる。

[4] ターゲットを限定した普及・啓蒙活動

環境省国民生活対策室が行った、主婦を対象とした雑誌の綴じ込み付録としてのパンフレット配布は、従来の“興味のない人には読まれないパンフレット”に対する反省から生まれた施策であった。配布方法だけでなく、パンフレットの内容も雑誌の主な購読層である若い主婦に的を絞ったものになっており、従来の相手を特定しないパンフレット配布と比較すると格段の効果があつたと考えられる。

[5] 音楽イベントなどを通じた若年層の啓発

「環の国くらし会議 分科会」から派生的に起こったライブハウスでの音楽イベントは、“環境”という言葉は一切出さずに事前の告知を行った。音楽イベントの中で 10 代に人気のアーティストが話題の一つとして触れ、自然に環境問題に興味を持ってもらうことに成功した。各世代にとってのオピニオンリーダーを取り込み、かつ対象者が事前にイベントに対し硬いイメージを持たないようにすることで、無関心層を取り込むことができる。

特に 10 代の若者は学校や企業などの帰属組織からの影響を受けにくいと考えられるため、この層に対しては、彼らが身近に感じるオピニオンリーダーを経由した啓発が有効である。

第5章．ボランティア活動における社会的気運醸成に向けたプロモーション手法

ボランティア活動を促進するという問題意識の下、本調査では社会的気運醸成に向けたプロモーション手法の析出に着目している。しかしながら、プロモーション戦略によって高まったボランティアへの社会的気運を実際のボランティア活動へと顕在化・定着させるには、プロモーション活動と、これを受け止める地域での体制とを両輪として整備していく必要がある。

本章では、子育ての分野を地域でのボランティア活動促進のパイロットケースと位置付けることとし、体験活動ボランティア活動支援センターを中心とした主に子育ての分野でのボランティア活動を促進する体制について検討し、次にこの体制の下で展開すべきプロモーション戦略について整理する。なお、子育ての分野をパイロットケースとして位置付けた理由は、地域住民の大半が現在あるいは将来、親という立場で直面する人生設計上の課題でもあることから、所属集団や地域への居住年数などによらず住民の間に課題認識が共有されると考えられ、従って高い参加意識が期待でき、意見の対立が比較的少ないと考えられるためである。

5 1．体験活動ボランティア活動支援センターを中心とする地域支援体制の構築

(1) 気軽にボランティア活動に参加できるための情報提供の充実

アンケート調査の結果では、ボランティア活動への円滑な参加を促すために、一般の地域住民は「自分に適したボランティア活動に関する情報が手軽に収集できる」、「研修や試行体験の場を気軽に提供してくれる」といったサービスの充実を求めている。情報提供方法・内容の改善は、現状の体験活動ボランティア活動支援センターにおいて比較的取り組みやすい課題である。住民がボランティア活動に気軽に参加できるための情報提供のあり方として、以下のような取り組みが考えられる。

「自分に適したボランティア活動に関する情報が手軽に収集できる」ことに対応した情報提供のあり方

i. きめ細かな情報提供

この課題への対応として、調査結果を踏まえると、媒体としては、前者の「手軽な情報収集」では、ホームページ上での様々なボランティア活動情報の提供や大型店舗等での紙媒体での設置等、新しいメディアと古いメディア双方からの取り組みが求められる。また、その提供方法についても、ホームページや各種施設への掲示など、“見にきてもらう”形式の情報提供だけでなく、電子メールの利用や、広報誌、ボランティアに関するPR・説明会の

開催など、センターの側から住民に積極的に届けられるメディアでの情報提供が必要である。

ii . ミスマッチを防ぐ情報内容の検討

特に自分が参加するボランティア活動の内容について比較検討する段階では、ボランティアの分野だけでなく、参加者に求める経験や技量、参加形態（短期でもOKか否か等）など詳細な情報が必要になる。この条件が合致しなければ、意欲はあっても参加にはつながらないことや一度参加しても続かないことが予想される。従って、ボランティアに参加する側とボランティアを受け入れる側でのミスマッチを防ぐため、条件などは詳細に情報提供する必要がある。また、既にボランティアに参加した方の活動内容や感想などを情報提供することも有効である。

「研修や試行体験の場を気軽に提供してくれる」ことに対応した情報提供のあり方

i . 新しいプロモートの仕組みの構築

ボランティアのスキルアップのためのフローチャートづくりや研修の場の提供など、新しいガイダンスの仕組みづくりが求められている。ボランティア活動の内容によっては一般住民の方も対象にした研修を試行体験の場として活用していくことも有効である。

また、モデル会社や学校、モデル団体等、ボランティア活動の楽しさや充実度合いを情報発信していくことも重要である。

(2) 学校を「協働の広場」と位置付けた地域ボランティアの促進

先に述べた通り、「子育て」は個人、保護者、地域団体、NPO など様々な地域の存在にとって共感・協力を得やすいテーマであり、また学校教育の諸活動はボランティア活動の場を生産しやすいこと、体験活動ボランティア活動支援センターにおいて連携の実績があること、などの点を踏まえ、学校をボランティアのフィールドと位置付け、様々な地域の存在を巻き込んだ地域ボランティアの体制を構築することが有効だと考えられる。

学校を今まで以上に巻き込んで、地域と学校ともにメリットが生じるようにしていくためには、特に以下の点が重要と考えられる。

学校側の負担の軽減

現状において、学校をフィールドとするボランティアを促進する上では学校、教師の負担の大きいことが課題となっている。学校ボランティアへの先進的な取り組み事例（参考欄参照）においても、行政がボランティア登録を受け付けて学校にリストを配布するという事例（木更津市）のように教師の負担軽減を図る事例が見られている。そして、これら成功事例の背景には学校とNPO など地域とが信頼関係を構築できたことが条件といえる。

これらの教訓を参考に、体験活動ボランティア活動支援センターを、ボランティアと学校

を結ぶコーディネーターとしての役割を果たす存在と位置付け、学校での総合学習、課外活動、放課後などの機会に対して、体験活動ボランティア活動支援センターが、どのようなボランティアの参加が行ないうるかを咀嚼し、各種団体や個人に情報発信、協力の呼びかけを行なうことが想定される。さらにこれらの活動に関心があり、学校と信頼関係が構築できるNPO等の情報を体験活動ボランティア活動支援センターが整理し、学校に利用しやすい形式で提供していくことが必要である。

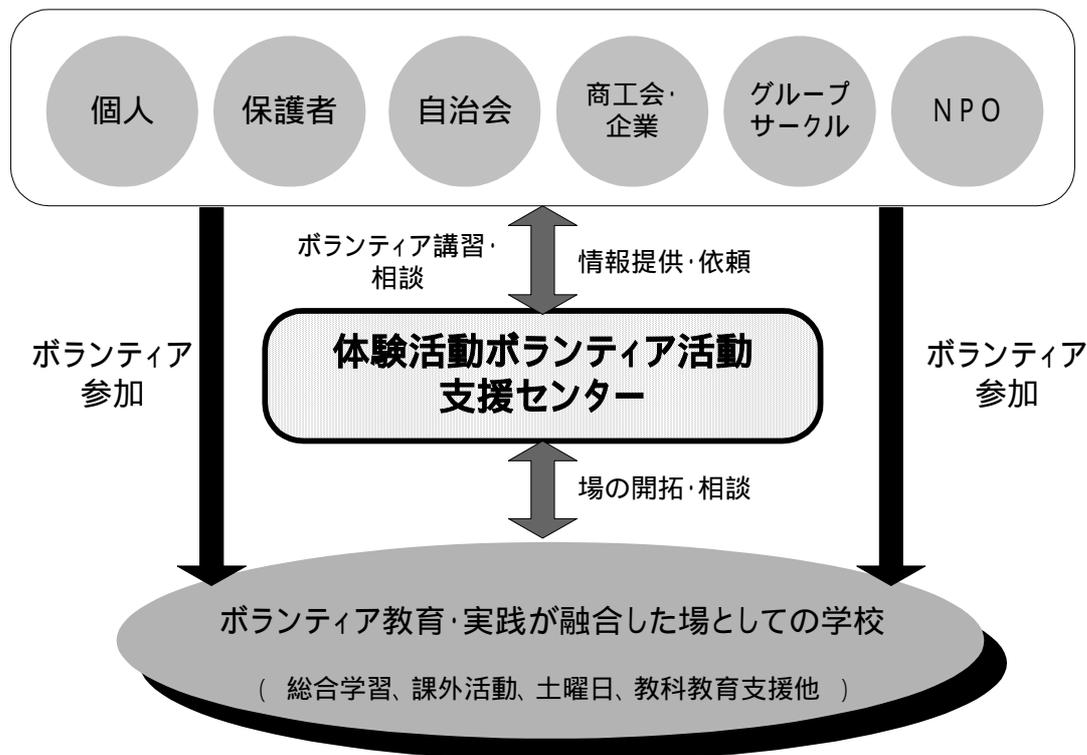
学校との連携

学校が総合学習などの機会に地域の資源や人材を活用したり、逆に地域が学校を支援する上で、相互理解が不可欠である。しかしながら、現状では公立学校の教員は転勤があることもあり地域の実情を必ずしも把握していないことも考えられ、一方で地域も学校の活動については必ずしも把握していない。

このため、コーディネーター機能を果たす体験活動ボランティア活動支援センターにおいては、学校と連携を十分にとって各学校で発生するボランティアニーズを前もって把握することが望ましい。

またこれに関連して、体験活動ボランティア活動支援センターを学校の余裕教室などに設置することで、地理的にも学校との近接性を高め、学校と地域の連携を促進していくことも有効だと考えられる。

図表 5-1 学校を中心とした地域ボランティア促進イメージ

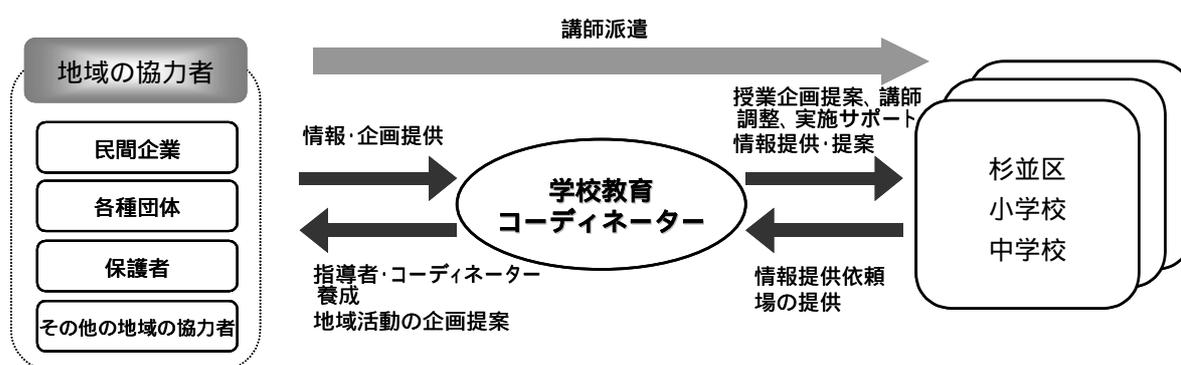


参考：学校ボランティアへの先進的な取り組み事例

【事例1】杉並区による「学校教育コーディネーター制度」

<p>制度の概要</p>	<p>地域との連携による開かれた学校を目指し、地域と学校の掛け橋の役割を担う「学校教育コーディネーター」を学校に配置する制度。平成14年度より始まった。</p>
<p>活動内容</p>	<p>学校と地域とを結びつけるコーディネート活動を通して、地域から学校教育活動を支援していく。コーディネーターは、総合的な学習の時間や土曜学校の授業内容について教師と相談し、企画提案や講師探し、連絡調整、実施サポートなどを行う。また、企業や地域の教育ボランティアに関する情報を学校へ提供したり、各種講座の実施、コーディネーター人材育成等の諸活動を行う。</p>
<p>体制面の特徴</p>	<p>同制度は杉並区教育改革アクションプラン*により採択され、現在、区内4つの中学校区に6名程のコーディネーターが配置されている。NPO法人「スクール・アドバイス・ネットワーク」が区から委託を受けコーディネーター活動を行っている。学校内にコーディネータールームを設置し、事務局とする。多忙な教師をサポートするとともに学校と社会の接点をつくるという視点から地域や企業との橋渡しを担う。</p> <p><small>*青少年の教育推進や区民の生涯学習・スポーツ活動の振興等を目的とし区教育委員会が平成14年に策定した教育改革案。</small></p>

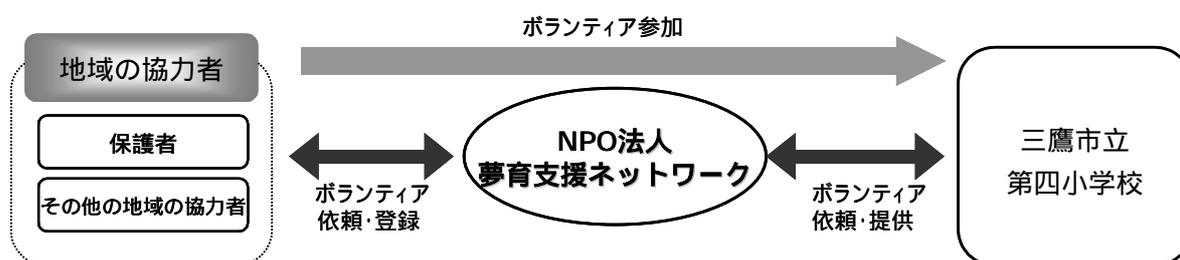
図表 5-2 杉並区「学校教育コーディネーター制度」の流れのイメージ



【事例2】三鷹市立第四小学校による「教育ボランティア制度」

<p>制度の概要</p>	<p>学校を家庭や地域と連携した「参画型コミュニティー・スクール」にすることを旨とし、教育ボランティアに学校教育に参画してもらう制度。平成11年度に同校校長のリーダーシップの下に始まった。</p>
<p>活動内容</p>	<p>「コミュニティー・ティーチャー」(CT—総合的な学習の時間への支援)、「学習アドバイザー」(SA—学校の授業のアシスタント)、「きらめきボランティア」(自主クラブ活動の運営者)の三分野に分けて専門家や保護者、地域の人々による教育ボランティアを募集し、活用する。</p>
<p>体制面の特徴</p>	<p>年度初めに学校は教育ボランティアを募集する。SAに関しては、担任がそれぞれの授業設計に合わせ個別に募集やスケジュールの調整を行う。学校内にはボランティアスタッフのためのパソコンや作業台を備えたスタッフルームが設置されている。平成15年、制度を永続化するために「夢育支援ネットワーク」としてNPO法人化し、教育ボランティアの横のつながりを組織化した。子どもを中心に地域、保護者、学校が一体となり協働で子育てをすることに主眼を置く。</p>

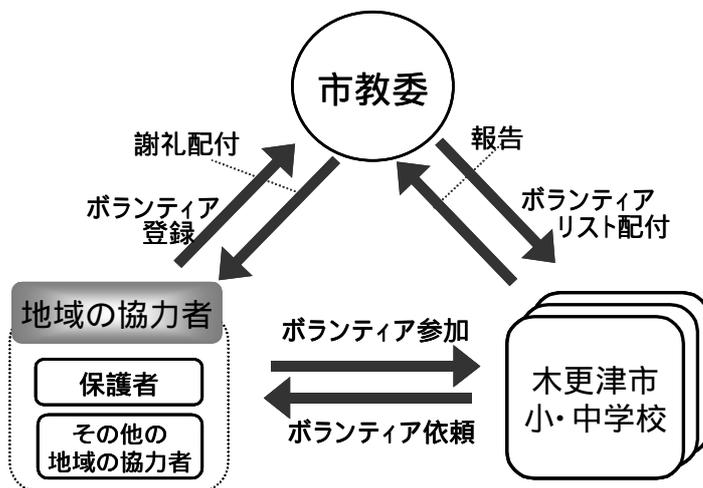
図表 5-3 三鷹市立第四小学校「教育ボランティア制度」の流れのイメージ



【事例3】木更津市による「学校支援ボランティア活動推進事業」

事業の概要	保護者及び地域の人材を学校支援ボランティアとして募集登録、学校を支援する活動を推進する事業。学校教育に地域の教育力を生かし学校の活性化をはかることをねらいとする。平成10年より開始された。
活動内容	「環境整備支援」(草取り、窓ガラス拭き、教具作り、図書整理など)、「教育活動支援」(授業で教師のサポート、交通安全指導、クラブ活動指導など)の二分野に分けてボランティアを募集。地域の人が誰でも気軽に参加できることを強調するため、環境整備支援にやや重点を置く。
体制面の特徴	市教育委員会が中心となり、ボランティアのとりまとめを行う。具体的には、ボランティアの募集、ボランティア活動保険加入手続き、ボランティアへの謝礼配付(市共通商品券)等。学校は市から渡された登録スタッフリストに基づき各ボランティアに活動内容を割り当て、依頼する。ボランティアは学校からの依頼内容により活動にあたる。木更津市ではこの事業を公助(教育委員会の分掌)、自助(学校の分掌)、互助(ボランティアの人の分掌)に峻別した上で、あくまで学校が主体であり、ボランティアはサポート役に徹するという位置付けを明確にしている。市教委管下の全小中学校を対象に取り組んでいる。

図表 5-4 木更津市「学校支援ボランティア活動推進事業」の流れのイメージ



(3) 企業との関係形成

企業のボランティア活動を促進することにより、従業員を通じて地域社会におけるボランティア活動の活発化につながる可能性がある。また取り組みに熱心な企業でも、自らのボランティア活動を広く地域展開する上で、NPOやコーディネート機関とのつながりを求めている傾向がある。

これを踏まえ、上記の体制を企業に対する関係を強化し、例えば体験活動ボランティア活動支援センターで行なっているボランティアコーディネーター養成事業を企業に向けても公開することが考えられる。これにより、各職場に実践者、とりわけリーダーとなりうる人材を生み出してそこから周囲の従業員に波及させていくことが期待される。

同時に、上に挙げた学校を中心とするボランティアへの参加を促すためにも、各種地域ボランティア活動の情報提供を企業に行なうと共に、企業の貢献を住民に対して情報発信を行なう。これらを通じて「地域に貢献する企業」を地域の側から支援することにより、企業が地域に定着することの一助になると期待される。

5 2 . 社会的気運醸成に向けたプロモーション戦略

5 2 1 . 基本的考え方

(1) 認知を促進するプロモーション (A)

“ ボランティア ” 像の多様性の訴求と現場での「 解説 」

ボランティアとは「イベントやボランティア団体などに参加するもの」、「時間や経済的に余裕のあるものが社会に無償で還元するもの」というイメージがあり、このことが参加のハードルを高めていると考えられる。

隣近所での助け合い、さらにはまちおこしといった地域課題への取り組みへの参加、趣味活動の延長など、個人が社会に対して“よいと思った”活動に参加することを“ボランティア”あるいは“ちょぼら”として広く捉え(“ボランティア”という言葉の使用は必須ではない)、浸透を図っていくことが必要である。

浸透を図る部分では、マスメディアによる情報提供や著名人からの発言などを通じて国民にポジティブなイメージを付与するとともに、「こんなこともボランティア」という多様なボランティア像を身近で丁寧に解説する存在が重要だと考えられ、地域では、体験活動ボランティア活動支援センターなどにその役割が期待される。

(2) 興味を喚起するプロモーション (I)

個人に最も影響を与える経路 (帰属組織) からの興味・関心の喚起

人間は個人としての生活、家庭生活、職業生活、地域生活など様々な生活場面を持っており、そのウェイトは個人によって様々である。このため、それぞれの場面ごとに情報提供のツールを設定し、個人に最も影響を与える経路からの興味・関心を喚起していくことが適切と考えられる。関心のあるボランティア活動の内容や活動時間などは個々人により様々であるため、口コミになど個別的な情報伝達が有効である。この点からも帰属組織を通じた情報提供が有効である。

このため、戦略としては各企業、学校、家庭などにボランティア実践者を生み出し、実践者をリーダーとして周囲に波及させていくことが考えられる。

(3) 活動内容を具体化するプロモーション(D、M)

多様な体験機会の発掘と提供

個人のボランティアに対する意識やニーズは体験機会を持つことにより具体化する。このため多様な体験の場を提供することにより、試行錯誤しながら自分がやりたいことを明確化できる環境が求められる。

一般には、受け皿としてのボランティア団体は大都市に多いと考えられるが、人口規模の小さい町村部でも、人口が少ないが故にボランティアや助け合いのニーズは決して少なくないはずである。

このため、気軽にニーズを表明できたり、ボランティア需要を掘り起こしていくような活動も併せて必要である。

(4) 実践を促進するプロモーション(A)

“はげみ”の提供

体験から実践し、実践を継続する上では、なんらかのはげみ(インセンティブ)の提供が重要である。ここでのはげみは、大学における単位の付与や地域通貨など実利的なインセンティブのみならず、スタンプなどにより貢献が量的に評価されたり、成果が公表されるといったことでもよい(実利的なインセンティブほど多くの人に訴求する効果はあるが費用や仕組みが必要である)。

基本は利益を受けた人が感謝の気持ちを伝えることにある。

5 2 2 . プロモーションの戦略

上では AIDMA 理論における思考・行動の順序に応じて整理をしたが、ボランティア活動を取り巻く国民の意識などを踏まえると、プロモーション戦略を考える上では、積極派を取り込んでニーズを早期に顕在化させ、それに応じることでボランティアをより行いやすい環境を構築し、消極派の意識を積極化させることを考えることが妥当だと考えられる。

ここでは、上で挙げた基本的考え方を実現する戦略をフロー化した。

主に国からマスコミ経由で多様なボランティア像や活動の情報を発信し認知度向上を図る

帰属組織から情報提供・動機付けを行う

ボランティア団体などによる体験の場の提供や実践者からの情報提供から活動ニーズを具体化する

積極派からニーズ情報の発信を促す

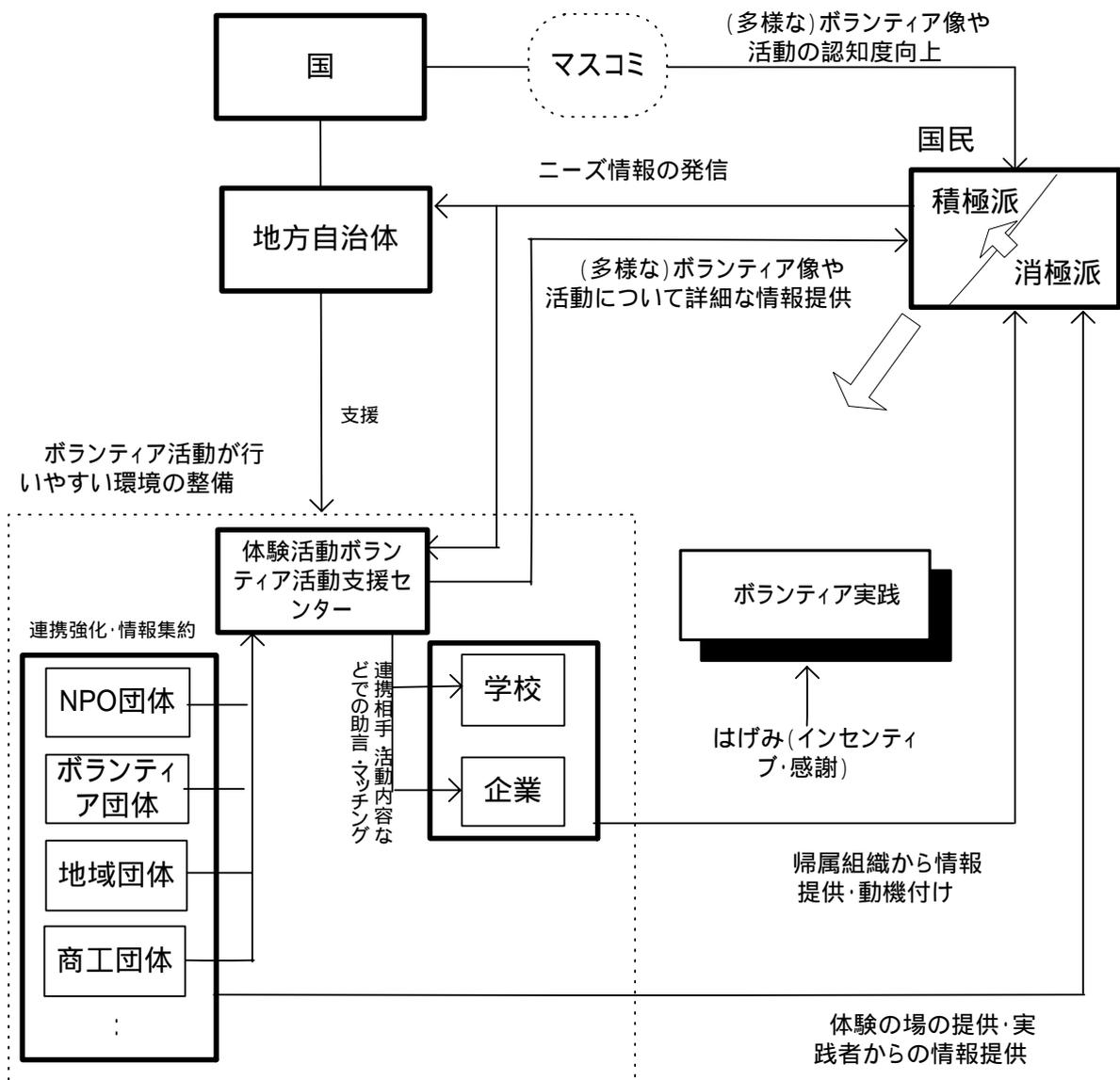
ニーズに応えボランティア活動が行いやすい環境の整備に努めることで、メニューの多様化を図る

体験活動ボランティア活動支援センターで情報を集約し、ボランティア像や活動について詳細な情報提供を行う

ボランティアの実践

はげみとなるものを与え、活動を定着させる

図表 5-5 ボランティア活動のプロモーション戦略フロー



5 3 . 具体的なプロモーション手法

5 3 1 . 想定されるプロモーション手法一覧

先ず、第4章で挙げた事例ならびに研究会での議論を下に、想定されるプロモーション手法をAIDMAのステップに応じて以下のように整理した。このうち、網掛けが社会的気運醸成という観点で重要な領域である。また、その前後の領域にもボランティアを促進する上では重要な課題ではあるが現状で有効な取り組みが少なく、工夫が必要な課題が存在する（下表※印部分）。

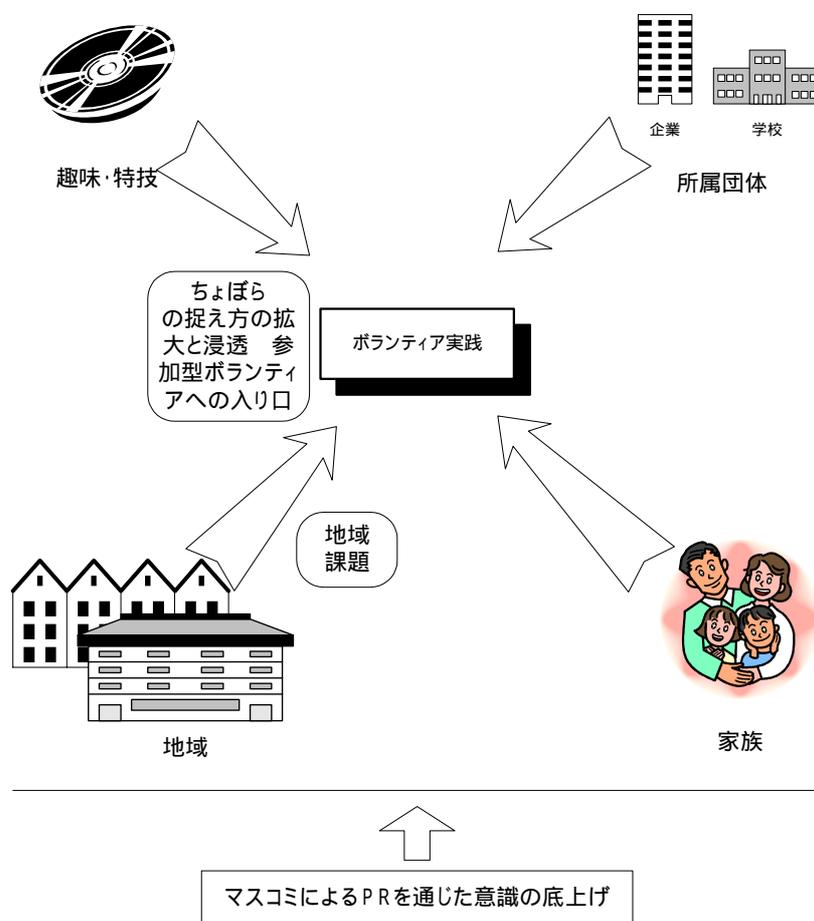
図表 5-6 調査結果に基づくプロモーション手法案

AIDMA	戦略	狙い	参考となるプロモーション手法例	主な実施主体	備考
認知	多様なボランティア像や活動の認知度向上	“ボランティア”の像の拡大	<ul style="list-style-type: none"> プロモーション対象に関する新しい価値観の提示 様々なバックグラウンドを有する識者の会議体での議論と情報発信（参考事例：環の国くらし会議） 	国	
		ブランド化と浸透	<ul style="list-style-type: none"> “ちょぼら”の浸透促進 → テレビCM、ポスター 住民の日常生活の中で、浸透する場面をつくる工夫 	国	
		マスメディアへの露出	<ul style="list-style-type: none"> CATV、広報誌などの積極活用 マスコミに取り上げられやすいシンボリックなイベントの実施（参考事例：東京タワーの消灯） 	国、地方自治体、ボランティア活動主催者	<ul style="list-style-type: none"> メディアが注目するような新規性への配慮
興味・関心	帰属組織から情報提供・動機付け	住民の帰属組織を経由した情報発信	<ul style="list-style-type: none"> 学校教育での取り入れ→親世代への波及も期待 企業でのボランティアの促進 親子での体験イベント（参考事例：親子料理教室） 	学校、企業 (体験活動ボランティア活動支援センターによる啓発)	<ul style="list-style-type: none"> 学校、企業へのメリット（コミュニケーション技術などビジネスシーンでも役立つスキルが身につくことを訴求、NPOが企業の社会貢献を評価する仕組みを構築する など）
		住民の日常生活の場への情報発信(帰属組織との関係の希薄な層を主対象)	<ul style="list-style-type: none"> 若者のオピニオンリーダーなどからの発言（参考事例：ラジオDJ、タレントの発言を依頼） ボランティアコーディネーターなどが地域のイベント、市民団体等の活動へ出張しPR 	国 体験活動ボランティア活動支援センター（コーディネーター）	<ul style="list-style-type: none"> ボランティアの再定義を進めることからオピニオンリーダーを発掘⇔再定義の「解説者」を期待
		ニーズ情報の提供	<ul style="list-style-type: none"> 日常生活におけるニーズ情報の収集・発信 地域全体で取り組むべき地域課題を明確化 個人の趣味活動が生かせるボランティアの紹介 	体験活動ボランティア活動支援センター（コーディネーター）	<ul style="list-style-type: none"> 気軽にニーズ情報を発信できる雰囲気づくり
活動内容の具体化	体験の場の提供・実践者からの情報提供	体験機会の発掘・拡充	<ul style="list-style-type: none"> 企業が従業員などに体験機会、講座を提供 体験機会の発掘 	企業	<ul style="list-style-type: none"> 先進事例では、労働組合主催の体験講座の対象を地域住民に広げる事例あり
		実践者からの情報発信	<ul style="list-style-type: none"> （体験機会を提供するボランティア団体等への助成） 実践者からの情報発信 	国、地方自治体 ボランティア活動主催者	<ul style="list-style-type: none"> 実践者の“はげみ”効果も期待
		(多様な)ボランティア像や活動について詳細な情報提供	<ul style="list-style-type: none"> 具体的な検討をサポートする情報提供 DBの作成・ボランティアバンク 具体的な活動内容情報の提供 	体験活動ボランティア活動支援センター（コーディネーター）	<ul style="list-style-type: none"> 情報の一元的集約(利用者をたらいまわしにしない) 利用者はスキルや知識が必要なのか、本当に単発で済むのかを気にしている
実践の促進	はげみの提供	具体的な検討をサポートする情報提供	<ul style="list-style-type: none"> シーズ・ニーズ間のコーディネート機能の拡充 コーディネーターの拡充 フローチャートなどの作成 個々人のライフスタイルやニーズなどに応じた、ふさわしいボランティアの具体的な検討への支援 活動の疑似体験一例：会場のライブ映像化 	国、地方自治体、ボランティア活動主催者	<ul style="list-style-type: none"> コーディネーターの拡充と、コーディネーターに相談する前の検討の支援がともに必要 設備のレンタル制度があれば普及が進む
		はげみの提供	<ul style="list-style-type: none"> インセンティブなどの付与（地域通貨、単位付与、表彰（貢献時間などを明記する工夫）、スタンプ、実践者の情報発信機会の提供） ボランティアを受けた方からの感謝の声をフィードバック 	国、地方自治体、ボランティア活動主催者	<ul style="list-style-type: none"> 貢献の量を表現できれば、実利的なインセンティブは必須ではない
		実践者に役立つ情報の提供	<ul style="list-style-type: none"> 実践者を主対象とする交流、学習の場 	国、地方自治体、ボランティア活動主催者	<ul style="list-style-type: none"> 先人の取り組みの学習や、ボランティアの意義の再確認

5 3 2 . 重点領域「興味・関心」を喚起するためのプロモーション手法

「認知」の促進が国やマスコミからの情報発信が想定されるのに対し、「興味・関心」の促進を図る上では、地域レベルにおいて、個々人に応じた丁寧な情報発信が必要となる。調査結果を踏まえ、人がどのような経路からボランティアに接触するかを想定したプロモーションが有効と考え、下図の4経路からのプロモーションを行なう。

図表 5-7 中間集団を経由するボランティアの経路のイメージ



趣味・特技を生かしたボランティアの促進

音楽などのパフォーマンス（学校や福祉施設などの訪問）、ならびにアウトドア活動（自然保護活動）などが想定される。自分の行なっている趣味の活動がボランティアにつながる（ちょぼら）、必要としている人や受け入れる組織が既にあることを伝達することが必要である。

方策案

- ・ 趣味の雑誌、活動団体など、活動を行なうものの情報源となっている媒体にボランティアのニーズ情報、連絡先などを提供し、その活動がボランティアにつながるものであることを訴求する。
- ・ 市民講座活動での趣味活動については、当初から受け入れる団体（福祉施設など）と連携し、発表の場を確保することで、参加者の意欲の向上につなげる。
- ・ 内容によってはマスメディアへの露出を意図したイベント的な活動も考えられる。

地域の日常生活の中でのボランティア・助け合いの促進

ちよぼらを含め日常生活の中でのあらゆるボランティアや助け合いの活動が想定される。地域内に本来多様にあるボランティア・助け合いへのニーズを伝達することが必要である。

また、特に地方部においては地域の共通課題（例：まちおこし）への意識を高め参加を促す活動もこれに含めて考え、住民の積極参加を促進する。

人のニーズ情報を見ることにより、自己もニーズを表明しやすくなると考えられ、活動内容については住民の目につくところに発信することが有効である。ただし、一方でプライバシー保護には十分配慮する必要がある、公的機関などによる取り組みが期待される。

方策案

- ・ 体験活動ボランティア活動支援センターなどがニーズ情報を収集し、大型小売店や駅、アクセスの多いWEB上など住民が日常生活で利用する場所や目につくところで情報提供する。
 - ・ 広報誌などにニーズ情報を掲載する、
 - ・ 地域での共通課題について議論する場を（ネット上も含め）活発化する。
- ※個人のニーズ情報におけるプライバシー保護への配慮

学校・企業など所属団体を通じたボランティアの促進

学校での授業、企業での同僚などの体験談をきっかけとしてあらゆるボランティアへの動機付けとなることが想定される。学校では授業に取り上げることにより、次のボランティアのきっかけとなったり、家族への波及も期待される。

企業の場合は、職業生活の中で培ったさまざまな人材が集積していることは魅力であるが、企業に対するメリットを提示し企業自身の参加を積極化することが必要である。

方策案

【学校】

- ・ 体験活動ボランティア活動支援センターなどとの連携による授業での積極化（学校内にボランティアのリーダーを創出）
- ・ 教職員に対するボランティア講座を開催し、授業の高度化や学校側への意識啓発を図ると共に、体験活動ボランティア活動支援センターなど外部との連携窓口化を図る（外部

の人が相談しやすい教師を創出)。

- ・ 体験活動ボランティア活動支援センター（コーディネーター）は、他地域の優良事例などを参考に連携可能なボランティア内容のバリエーションを広げるとともに、学校に提示し参加を促進する。

【企業】

- ・ 企業人に対するボランティア講座を開催し、企業内にボランティアのリーダーを創出する。講座の設定に当たっては、参加者の業務へも好影響のある内容（例：コミュニケーション技術の向上）とすることに配慮し、企業の理解も促進する。
- ・ 企業の社会貢献活動を、行政もしくはNPOが表彰する。

家族を通じたボランティアの促進

特に巻き込みが困難と考えられる父親層の参加を促進するため、子どもや母親を入り口として家族単位での参加を促進するボランティアイベントなどを行なう。

方策案

- ・ 体験イベントなどにおいて家族での参加を想定した（子どもの興味を引く）イベント開催に配慮する。
- ・ 地域が行なう社会学習・体験学習などに父親の参加を促進する

マスコミによるPRを通じた意識の底上げ

マスコミによるPRを通じ意識の底上げを図る。特に帰属意識の低い若年層についてはラジオやオピニオンリーダーの影響力の方が大きいことも考えられ、これらの層への訴求にも配慮する。

方策案

- ・ 若者に影響力のあるオピニオンリーダーにボランティアへの関心を喚起し、公的な場での発言やチャリティーイベントへの参加・開催を依頼する。
- ・ マスコミに取り上げられやすいシンボリックなイベントを実施する。
- ・ 体験活動ボランティア活動支援センター（コーディネーター）が、市民団体や地域のイベントなどにも積極的に参加し、機会を捉えてボランティア情報への接触機会を提供する。
- ・ CATV、広報誌などにコーナーを設置し、継続的に情報を発信する。

5 3 3 . 重点課題に対するプロモーション手法の提案

ここでは、図表 5-6 で整理したプロモーション手法に対し、取り組み事例に対して特に工夫の余地があると考えられる重点課題について、他分野のプロモーションに関する先進事例も参考としたプロモーション方策について提案する。

(1) 日常生活でボランティアの認知機会を提供するための手法

雑誌販売による全国規模のボランティア情報誌の販売

【概要】

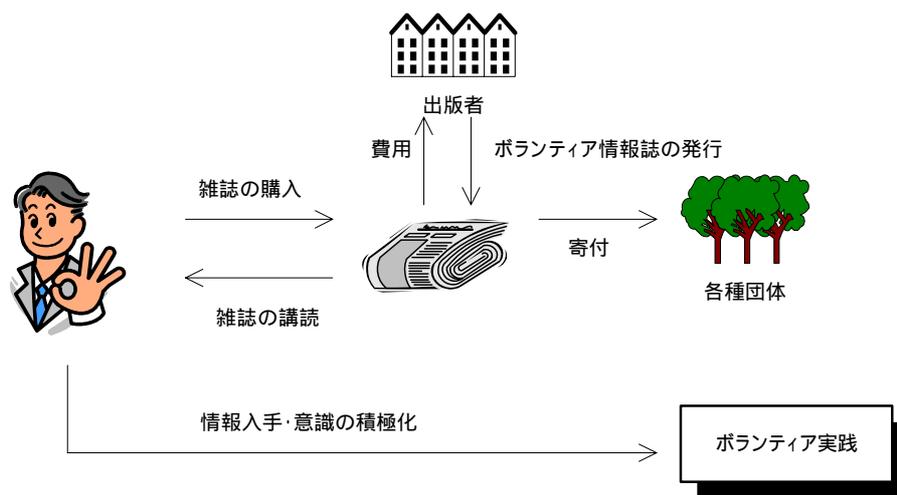
英国にはホームレスの自立を促進する目的で、雑誌を作成・販売を行なう仕組み¹¹があり、我が国でも同様の取り組みが始まっている。

ボランティアの社会的気運醸成においても、類似の仕組みを検討する。様々な助け合いの活動、市民参加を必要とする課題、企業の社会貢献活動やコミュニティビジネスへの取り組み等の特集した雑誌を作成し、全国の郵便局や駅等の公共施設等で販売する。その収益は雑誌作成の運転資金以外は、社会的課題解決に向けて寄付される仕組みを構築する。

雑誌購入者には、ボランティアの気運を高める各種の情報が提供されると同時に、その購入自体が「募金」という「ちょぼら」につながり、これがボランティア活動への入り口となる。

【イメージ】

図表 5-8 ボランティア情報誌の販売の展開イメージ



¹¹ 社会問題等の特集した雑誌を、自立生活の誓いを立てたホームレスが自ら販売し収益の半分を自らの生活費として蓄積していく、さらに一部は事業の運転資金、ホームレス救済のための基金として蓄積する仕組み。購入者にとっては一種の寄付行為となるだけでなく、記事を通じてホームレスの問題についての情報と考えるきっかけが提供される。

(2) 体験機会を発掘・拡大するための手法

民間求人誌方式の援用による地域におけるボランティアの開発と求人誌作成・普及

【概要】

地域の様々なボランティア募集のニーズを収集し求人広告誌として集約する。これをボランティア促進のキャンペーン記事とともに魅力的なタウン誌として作成し、新聞折り込みで無料配布する。民間企業の広告を併せ掲載し、経費の補足とする。複数地域の合同で体験活動ボランティア活動支援センターのコーディネーターとNPOと連携して実施する。

これまでボランティア募集広告は、募集意思のある団体からの意思表示でのみ成立していたが、この方法はボランティア募集の提案営業を行うことで、例えば「学校支援ボランティア」等の新たな場を開発していく効果を持つ。また広告を掲載する継続的なボランティアの場合必ず「体験日」を設定してもらうことで、ミスマッチを防ぐとともに、「体験の場」を促進することができる。

【冊子の構成イメージ】

(1) 冒頭；特集記事

冊子冒頭には、毎号例えば「地域で子どもを育てよう特集！」といった学校ボランティアへの参加を啓発するキャンペーン記事を組む。そこで、学校支援ボランティアの活躍の様子や生の声、と子どもとのふれあいの様子等を魅力的に伝える。

(2) 中盤；紙上ボランティアガイダンス

自分には何ができるか、何をやったらよいのか分からない人のためのアドバイス。読者の声の掲載等

(3) 後半；ボランティア求人広告

魅力的なキャッチコピー（学校支援ボランティアの例）

- ・「中学校の学級だよりのイラスト（毎月1回）をご担当くださる方2名募集」
- ・「OB・OG集まれ！小学校の卒業式でバックミュージシャンとしてピアノを弾いてくださる方募集」
- ・「腕自慢の方！書き初めのお手本づくりをお手伝いいただけませんか？」

確実な内容 活動内容、場所、時間、参加者に求められる能力、連絡先 等

参加を促進するインデックスの工夫

- ・募集期間・・・「たった1日だけの募集」、「週1日の募集」、「長期募集」
- ・提供内容・・・「仕事の経験を活かしませんか？」、「部活の経験を活かしましょう」
- ・提供場所・時間・・・「自宅でもOK」、「仕事の行き帰りに参加可能」

(4) 最終ページ；協賛企業の顕彰、広告

その他；問い合わせ相談窓口を体験活動ボランティア活動支援センターに一括

(3) 個々人のライフスタイルなどに応じた、ふさわしいボランティアの具体的な検討を支援する手法

情報通信の活用による「ボランティア・レコメンデーション」事業

【概要】

余暇生活、家庭生活の意義が喧伝され、NPO 活動等が普及した今日、多くの社会人はボランティアの存在や意義等についてはある程度認識していると推測される。この段階でさらに必要なのは、「自分に適した活動は何か」を具体的に知り、具体的な一歩を踏み出すことへの意欲を盛り上げ、「背中を後押しする」支援である。このため、各種イベント・メディア活用等により各種キャンペーン活動と連動して、情報通信網を活用して、個々人のニーズに適したボランティア活動を個別情報として提供・推奨するシステムを構築展開する、個人別のプロモーション方策を考案した。

【展開方策】

i. 第1段階；各種のイベント等によるボランティア活動への気づき促進から、ボランティア総合情報ポータルサイトへのアクセスを促進

各種イベント等のプロモーション等を展開し、社会人のボランティア活動の意義についての気づきを拡大するとともに、並行して「ボランティア総合情報ポータルサイト（仮称）」を構築する。このサイトは、ボランティア地域ごと、テーマごとに分類された各種のボランティア関連情報への入り口となる総合的サイトとする。イベント開催や各種メディアによる情報発信に付随して、当該サイトへのアクセスを促す。

ii. 第2段階（ボランティアに関心を抱き、顕在的ニーズを表明する）；ボランティア活動ニーズの登録・分析システムの構築・提供

a) ボランティア活動ニーズの登録・分析

「ボランティア総合情報ポータルサイト（仮称）」には、各地のボランティアの事例、企業、活動者の声等を掲載するとともに、「アンケートサイト」を付設し、活動に関心を持つ人々を登録するとともに、そのニーズ（例；性別、年齢、職業、自己の保有能力、性格、希望活動内容、地域、時間帯、参加の目的・動機、課題等）を収集分析する。

b) ボランティア受け入れニーズの登録・分析

一方で、各地の公共施設、NPO、ボランティア団体等からも、ボランティアの受け入れ希望（希望する性別、年齢、ボランティアの活動内容、地域、時間帯、活動者に対する希望等）を登録してもらう。

**iii . 第3段階（試行から行動へ意思決定支援）；ボランティア希望者のニーズに即した
ボランティア・レコメンデーション情報の発信**

a) 個々のボランティアニーズに適合した「推奨情報」の提供

希望者に対して、PCあるいはモバイル・携帯端末を通じて、各種ボランティアへの参加を促すトピックを情報提供する。これとともに希望者の個別ニーズを分析した上で、これに適合したボランティア活動をリストアップして、直接的に情報提供（求められる活動内容、代表者、連絡先等）する。この時リストアップするボランティア活動の情報は、単に形式的情報を記載するに留まらず、「このボランティアに参加すると、あなたにとってどのような意義があるのか等」を記載した「推奨情報」とともに提供する。

b) 最寄りの体験活動ボランティア活動支援センターへの誘導

この時同時に、ボランティア希望者にとって最寄りの体験活動ボランティア活動支援センター等の支援機関を紹介し、希望に即して、対面による個別詳細の情報提供・相談や仲介、ボランティア活動への参加を促す。

第6章．参考資料

6 1．住民アンケート調査票

最初に、あなたご自身についてあてはまるものを選んでください。

F 1 (性別)

- | | |
|-------|-------|
| 1. 男性 | 2. 女性 |
|-------|-------|

F 2 (年齢)

- | | | |
|--------|--------|----------|
| 1. 10代 | 2. 20代 | 3. 30代 |
| 4. 40代 | 5. 50代 | 6. 60代以上 |

F 3 (職業)

- | |
|------------------------|
| 1. 常勤で雇用されている |
| 2. パート・アルバイト |
| 3. 自営業、自由業 |
| 4. 無職である (家事専業) |
| 5. 無職である (4. 以外) |
| 6. 学生 |
| 7. その他 (具体的に : _____) |

F 4 (居住地域)

(1) 都道府県名 (_____)

(2) 市部・町村部

- | | |
|-------|--------|
| 1. 市部 | 2. 町村部 |
|-------|--------|

F 5 あなたが平日または土日祝祭日に自由にできる時間（睡眠や食事など生理的に必要な時間、仕事や通勤・通学、家事など社会生活において義務的に使う時間を除いた時間）は1日あたり平均してどのくらいですか。それぞれ1つ選んでください。

(1) 平日	(2) 土日祝祭日
1. 30分未満	1. 30分未満
2. 30分～1時間未満	2. 30分～1時間未満
3. 1～2時間未満	3. 1～2時間未満
4. 2～3時間未満	4. 2～3時間未満
5. 3～5時間未満	5. 3～5時間未満
6. 5～10時間未満	6. 5～10時間未満
7. 10時間以上	7. 10時間以上

F 6 あなたは結婚していらっしゃいますか（配偶者の方はご健在ですか）。

1. 未婚
2. 既婚・配偶者あり（現在夫または妻がいる）
3. 既婚・配偶者離死別（夫または妻と離別・死別して現在独身）

F 7 あなたにはお子さんがいらっしゃいますか。何人いますか。

1. 1人	2. 2人	3. 3人以上	4. いない
-------	-------	---------	--------

F 8 （お子さんがいる方のみ）末子の年齢についてご記入ください（ 歳）

F 9 あなたのご家族の中には、介護を必要とされている方がいらっしゃいますか。

1. いる	2. いない
-------	--------

【ボランティア活動の事例】

- ・ 公共施設での活動（公民館における託児、博物館の展示説明員など）
- ・ 青少年の健全育成に関する活動（ボーイスカウト・ガールスカウト活動、子ども会など）
- ・ 体育・スポーツ・文化に関する活動（スポーツ・レクリエーション指導、まつり、学校でのクラブ活動における指導など）
- ・ 人々の学習活動に関する指導、助言、運営協力などの活動（料理、英語、書道など）
- ・ 自然・環境保護に関する活動（環境美化、リサイクル活動、牛乳パックの回収など）
- ・ 国際交流（協力）に関する活動（通訳、難民救援、技術援助、留学生支援など）
- ・ 社会福祉に関する活動（老人や障害者などに対する介護・身のまわりの世話・給食、保育など）
- ・ 保健・医療・衛生に関する活動（病院ボランティアなど）
- ・ 交通安全に関する活動（子どもの登下校時の安全監視など）
- ・ 自主防災活動や災害援助活動
- ・ 募金活動、チャリティバザー

ボランティア活動の実態についてお伺いします。

問1 あなたは、最近5年間を振り返ったとき、ボランティア活動に関心を持ったり、具体的に参加したことがありますか(前ページの事例をご参照ください)。次のうち、ご自分の様子に近いものを選んでください(1つに)。

1. 定期的・継続的なボランティア活動(例;月1回の老人ホーム慰問、施設ボランティアとしての登録等)に参加したことがある
2. 単発的なボランティア活動(例;公共施設や地域団体での行事手伝い等)に参加したことがある
3. ボランティア活動に興味・関心を持ったことはあるが、具体的に行ったことはない
4. ボランティア活動について見聞きしたことはあるが、興味・関心を持ったことはない
5. その他

(前問で1、2と答えた方にお尋ねします。)

付問1-1 あなたが、最近5年間に、ボランティア活動に参加した直接的なきっかけはどのようなものですか(あてはまるもの全てに)。

1. 自分の自発的な意思で
2. 家族や親戚に勧められて
3. 友人や知人に勧められて
4. 学校で参加する機会を与えられて
5. 職場で参加する機会を与えられて
6. 自治会や子ども会等地域の団体で参加する機会を与えられて
7. 地域の教育委員会で受講した学級講座から発展した
8. ボランティアに関する研修会、講習会、行事、催しものなどに参加して
9. 新聞、雑誌、ポスターなどの広告を見て
10. 信仰上の理由から
11. その他(具体的に:)

(全ての方にお尋ねします。)

問2 あなたは、今後ボランティア活動への参加に興味・関心がありますか(1つに)

1. 興味・関心があり、具体的にやりたいことがある(継続を含む)
2. 興味・関心があり、なんとなくやりたいことがある
3. 興味・関心はあるが、やりたいことはまだわからない
4. 特に興味・関心はない

(前問で1、2を選んだ方にお尋ねします)

付問2-1 あなたが仮にボランティア活動に参加するとしたら、どの程度力を入れて行いたいですか(1つに)

1. 多少労力を払っても積極的に行いたい
2. できる範囲で無理なく行いたい
3. その他
4. 分からない

付問2-2 現在、興味・関心のあるボランティア活動の内容についてご記入ください。

(全ての方にお尋ねします。)

問3 ボランティア活動に参加する上で、不安や障壁になると思うのはどのようなことですか(3つまでに)

1. とにかく時間がない
2. 他にもしたい余暇活動がある
3. 家族に負担がかかる
4. いっしょに参加する仲間がいない
5. 自分にどのような活動ができるかわからない
6. どのようなボランティア活動の場があるかわからない
7. いったん始めるといい加減なことはできない
8. その他(具体的に:)
9. 特に障壁になることはない

問4 あなたは、以下のア～セについてどの程度ご自分にあてはまると思われますか（それぞれ1つに）

	とてもあてはまる	ややあてはまる	ほとんどあてはまらない	全くあてはまらない
ア) 募金活動やチャリティー活動に協力することがある	1	2	3	4
イ) 例えばお年よりや障害者の方等、支援を必要とされる方とじかに接して、その苦勞や気持ちを聞いたことがある	1	2	3	4
ウ) ボランティア活動を行う方と直（じか）に接して、活動の内容や、活動にかける思い、素晴らしさ等を聞いたことがある。	1	2	3	4
エ) 職場の同僚や身近な友人と社会貢献やボランティア活動について話し合うことがある	1	2	3	4
オ) 家族と社会貢献やボランティア活動について話し合うことがある	1	2	3	4
カ) 職場や身近な友人にボランティア活動を行っている人がいる	1	2	3	4
キ) 家族や親戚にボランティア活動を行っている人がいる	1	2	3	4
ク) 自分が外で困っているとき、見知らぬ人に助けられたことがある	1	2	3	4
ケ) テレビや新聞・雑誌等で、ボランティア活動や社会貢献について見聞きし、関心を持ったことがある	1	2	3	4
コ) 自治体の広報誌等では、ボランティア活動や社会貢献についての情報に興味を持って読む	1	2	3	4
サ) 例えば福祉や環境の問題等、現代の社会的な課題の解決に対して何か役に立ちたいと思うことがある	1	2	3	4
シ) 継続して学んでいること、これはという趣味がある	1	2	3	4
ス) 身に付けた成果を社会の役に立てたいと思う	1	2	3	4
セ) その他（ ）	1	2	3	4

（これまでボランティア活動に参加された方（問1で1、2を選んだ方）及び今後のボランティア活動への参加に興味・関心を持つ方（問2で1、2を選んだ方）にお尋ねします。）

付問4 - 1 問4のア)からセ)の中で、あなたのボランティア活動への参加に影響を与えていることはありますか。記号を5つまで選んでご回答ください。

--	--	--	--	--

ボランティア活動のイメージについてお伺いします

(全ての方にお尋ねします。)

問5 あなたは、「ボランティア活動」に対して、日ごろどのようなお考えをお持ちですか(それぞれ1つに)。

	とてもあてはまる	ややあてはまる	ほとんどあてはまらない	全くあてはまらない
ア) これからの良い社会を創るためにぜひ必要	1	2	3	4
イ) みんなが積極的に参加したほうがよい	1	2	3	4
ウ) 個人の生きがいにつながる	1	2	3	4
エ) これまでにない貴重な経験ができる	1	2	3	4
オ) 自分の力を新しい形で生かすことができる	1	2	3	4
カ) 新しい仲間が多くできる	1	2	3	4
キ) 誰でも受け入れてもらえる	1	2	3	4
ク) 活動が楽しそう	1	2	3	4
ケ) 責任が重く大変そう	1	2	3	4
コ) 何かと苦勞が伴うものである	1	2	3	4
サ) 自発的な意思で参加することが重要	1	2	3	4
シ) 誰でも気軽に参加できるものである	1	2	3	4
ス) 何か得意とする知識や技術が必要	1	2	3	4
セ) 時間の余裕のある人が行うこと	1	2	3	4
ソ) 人付き合いに苦勞しそう	1	2	3	4
タ) 体力的な自信が必要	1	2	3	4
チ) 経済的な余裕が必要	1	2	3	4
ツ) ボランティアを行う団体は、どこことなく政治色が強い	1	2	3	4
テ) 誰にでもできることが多い	1	2	3	4
ト) 社交的な人が向いている	1	2	3	4
ナ) 自分を犠牲にする精神が必要	1	2	3	4
ニ) 行政等からの押し付けがありそう	1	2	3	4
ヌ) その他()	1	2	3	4

日常生活のなかでの助け合いについてお伺いします

(全ての方にお尋ねします。)

問6 あなたは、以下のア～オについてどの程度ご自分にあてはまると思われますか(それぞれ1つに)

	とてもあてはまる	ややあてはまる	ほとんどあてはまらない	全くあてはまらない
ア) 外で何かに困っている人を見たとき、声をかけたり手助けしたいと思う(例;高齢者や妊婦に席を譲る、棚荷物の上げ下げの援助、道案内、車椅子の方への援助等)	1	2	3	4
イ) 外で何かに困っている人を見たとき、実際に声をかけたり手助けしたりする	1	2	3	4
ウ) 困っている人や弱者を助けるのは、社会人として当たり前のことと思う	1	2	3	4
エ) 近隣の友人・知人と、必要なときに互いに助けあいたいと思う(例えば子どもを預かる、留守中郵便物の受取、等)	1	2	3	4
オ) 近隣の友人・知人と、必要なときに実際に助けあっている	1	2	3	4

問7 例えば、高齢者や妊婦の方に席を譲ったり、棚荷物の上げ下げの援助をすること、外国人の方への道案内や車椅子の方への援助など、「くらしの中の助け合い」のことを「ちょっとしたボランティア」=「略称 ちょぼら」ということがあります(これは現在、公共広告としてテレビ等でも放送されています)。あなたは、このことを知っていましたか(1つに)

1. 言葉も意味も知っていた
2. 言葉は見聞きしたことはある
3. 今まで知らなかった

(これまでボランティア活動のご経験のある方、または、現在興味関心を持っておられる方にお尋ねします。)

問8 「くらしの中の助け合い(ちょっとしたボランティア)」を実践することが、ボランティア活動への関心の高まりにつながるのではないかという考え方がありますが、あなた自身はこの意見についてどのように思われますか(1つに)。また、その理由をお聞かせください。

1. 大いに思う
2. どちらかといえば思う
3. あまり思わない
4. まったく思わない

(理由)

(全ての方にお尋ねします。)

問9 あなたは、「暮らしの中の助け合い」を行いにくくする要因はどのようなものと思いますか(2つまでに)

1. 周囲の目が何となく気になる
2. 声をかけた相手が、どう思うか気になる
3. 初めての人には、声をかけづらい
4. 自分にも余裕がなくやり過ぎしてしまう
5. その他(具体的に: _____)

問10 ボランティア活動を「皆が参加したくなる魅力あるものにする」ためには、どのようなことが必要だと思いますか(5つまでに)

1. 個人だけで気軽に参加し活動できるようになること
2. 通勤・通学の行き帰りなど日常生活の中で無理なくできること
3. いっしょに参加する仲間がいること
4. 一人ひとりの提案や考えが活かされること
5. 個人の様々な能力を生かすボランティアの場(例; アイデア提供だけのボランティア、ポスター作成だけのボランティア等)が開発されること
6. 人間づきあいに煩わされないこと
7. 特別の知識・技能がなくてもできること
8. とにかく楽しいこと
9. 仕事で実につけた知識・技能が生かせること
10. 多少の謝礼や特典が得られること
11. ボランティア活動を通じて新しい知識や技能が身につくこと
12. 社会的に尊敬されるようになること
13. その他(具体的に: _____)

問1 1 ボランティア活動に対する社会的関心を高めるために、どのような環境づくりが必要
と
思いますか(3つまでに)

1. 日ごろの助け合い(ちょぼら)の意義や重要性をもっとPRする
2. 社会的課題解決に対する市民参加の重要性をもっとPRする
3. ボランティア活動の意義や重要性をもっとPRする
4. ボランティアの魅力や楽しさについてもっとPRする
5. NPO(市民が主体となる非営利の事業体)の役割をもっと高める
6. 企業の社会貢献やボランティア休暇などの重要性が職場でもっと重視される
7. ボランティア活動等の社会的活動が職場や学校できちんと評価される
8. 身近な地域で活動する市民団体の活躍についてもっと知らせる
9. 学校教育や社会教育の場でもっと日ごろの助け合いやボランティアについての教育を行う
10. その他(具体的に:)

問1 2 地域でどのようなサービスを充実すれば、今よりもボランティア活動に参加しやすくなる
と
思いますか(2つまでに)

1. 身近に、自分にボランティア活動が適しているか相談にのってくれる人がいる
2. 自分に適したボランティア活動に関する情報が手軽に収集できる
3. 自分が興味を持ったボランティア団体の活動詳細やリーダーを気軽に紹介してくれる
4. ボランティア活動への円滑な参加に向けた研修や、試行体験の場を気軽に提供してくれる
5. その他(具体的に:)

問1 3 その他、日常生活での助け合いやボランティア活動が気軽にできるような雰囲気づくりに
向けて、ご意見がございましたらご自由にお書きください。

お忙しいところご協力いただきまして、誠にありがとうございました。

6 2 . 支援センターアンケート調査票

【 住民のボランティアへの関心を高めるための支援のあり方について 】

問1 貴センターでは、広く住民の「ボランティア活動への関心を高めること」を目的として実施していることがありますか。平成15年度内に実施したこと(3月末までの予定含む)を選んでください(あてはまるものすべてに)。

- 1 ボランティア活動促進のポスター、標語の作成
- 2 ボランティア活動促進のイベント(シンポジウム、フォーラム等)実施
- 3 ボランティア関連の広報誌の発行
- 4 ボランティアの理解を促す学習講座の提供
- 5 ボランティア活動への参加を促すための「実践体験の場」の提供
- 6 ボランティア活動に対する表彰
- 7 ボランティア月間等の実施
- 8 その他 ()
- 9 特になし

(付問) 問1のご回答の中で、特に成果が顕著であったと思われるものがありましたら、1つ選んで、取り組みの概要及び成果を簡単にご記入ください。

取り組みの概要

成果

問2 あなたは（ご回答は私見で結構です）ボランティア活動に対する社会的関心を高めるために、どのような環境づくりが必要と思いますか。
また、それらを実現するために必要な具体的取り組みについて、ご記入ください。

どのような環境づくりが必要か（3つまでに）

1	日ごろの助け合いの意義や重要性をもっとPRする
2	社会的課題解決に対する市民参加の重要性をもっとPRする
3	ボランティア活動の意義や重要性をもっとPRする
4	ボランティアの魅力や楽しさについてもっとPRする
5	NPO（市民が主体となる非営利の事業体）の役割をもっと高める
6	企業の社会貢献やボランティア休暇などの重要性が職場でもっと重視される
7	ボランティア活動等の社会的活動が職場や学校できちんと評価される
8	身近な地域で活動する市民団体の活躍についてもっと知らせる
9	学校教育や社会教育の場でもっと日ごろの助け合いやボランティアについての教育を行う
10	その他（具体的に）

具体的取り組み（の番号を記入した上で、具体的にご記入ください）

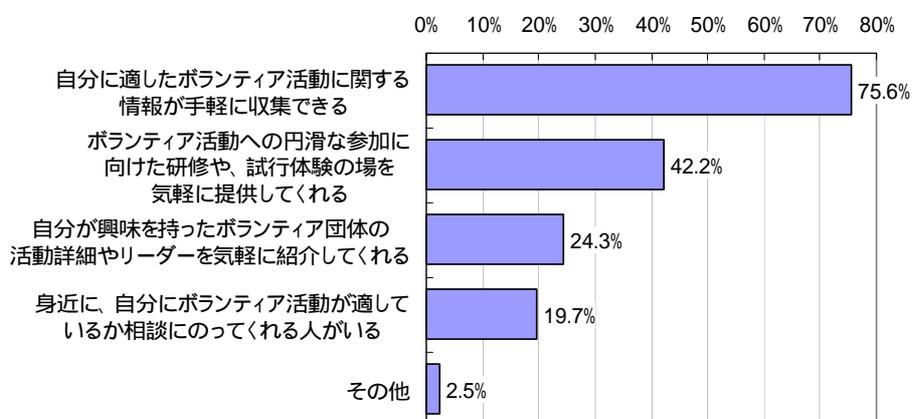
の番号	具体的取り組み

【ボランティアへの円滑な参加のための援助について】

問3 以下の文章をお読みになり、設問にお答えください。

本調査研究の一環として先に実施した、『ボランティア活動に関する国民意識調査（全国の18歳以上2000人を対象として2004年2月に実施）』では、ボランティア活動参加促進に向けて地域で望まれるサービスとして、「自分に適したボランティア活動に関する情報が手軽に収集できる」、「ボランティア活動への円滑な参加に向けた研修や、試行体験の場を気軽に提供してくれる」ことに対するニーズが顕著でした。

図 地域でどのようなサービスを充実すれば、今よりもボランティア活動に参加しやすくなると思うか。



<設問>

「自分に適したボランティア活動に関する情報が手軽に収集できる」、「ボランティア活動への円滑な参加に向けた研修や、試行体験の場を気軽に提供してくれる」ことについて、より効果的な支援のアイデアがあれば、ぜひご教示をお願いいたします（ご自由にご記入ください）。

自分に適したボランティア活動に関する情報を手軽に収集できる	
ボランティア活動への円滑な参加に向けた研修や、試行体験の場を気軽に提供してくれる	

問6 貴センターでのボランティア活動支援を実施していくために、**今後どのような機関との連携を望まれますか。**「情報交換」、「事業企画」、「広報・PR」、「施設・設備」、「事業の共催・後援」、「推進体制（連携の基礎となる協議会等）」それぞれの側面について、あてはまる機関をお選びください（記入例にならい、取り組みごとに連携を希望する機関を右の選択肢からすべて選び、左の記入欄に記入）。

取り組み	記入欄
情報交換	
事業企画	
広報・PR	
施設・設備	
事業の共催・後援	
推進体制（連携の基礎となる協議会等）	



選択肢
1. 首長部局
2. 学校（小・中・高）
3. 社会福祉協議会
4. 生涯学習支援の諸施設
5. 市民活動支援の諸施設
6. 高齢者福祉関連の諸施設
7. 障害者福祉関連の諸施設
8. 勤労者福祉関連の諸施設
9. 環境関連の諸施設
10. 大学等高等教育機関
11. NPO（民間の非営利団体）
12. 子ども会
13. 自治会・町内会
14. 民間企業の施設
15. 交通施設
16. その他（ ）

【記入例】

取り組み	記入欄
情報交換	1 4 5 10
事業企画	3 9
広報・PR	2 6
：	：

（付問）特に、連携によって実現したい事業等ありましたら、連携の相手先等を明らかにした上で、ご記入ください。

【社会的気運醸成のための今後の課題とセンターの役割について】

問7 ボランティア活動を「皆が参加したくなる魅力あるものにする」ためには、どのようなことが必要と思いますか（5つまでに ）。

- 1 個人だけで気軽に参加し活動できるようになること
- 2 通勤・通学の行き帰りなど日常生活の中で無理なくできること
- 3 いっしょに参加する仲間がいること
- 4 一人ひとりの提案や考えが活かされること
- 5 個人の様々な能力を生かすボランティアの場（例；アイデア提供だけのボランティア、ポスター作成だけのボランティア等）が開発されること
- 6 人づきあいに煩わされないこと
- 7 特別な知識・技能がなくてもできること
- 8 とにかく楽しいこと
- 9 仕事で身につけた知識・技能が生かせること
- 10 多少の謝礼や特典が得られること
- 11 ボランティア活動を通じて新しい知識や技能が身につくこと
- 12 社会的に尊敬されるようになること
- 13 その他（具体的に ）

問8 ボランティア活動をより魅力的にし、ボランティアに参加することについて社会的な気運を高めていくための、 地域における体制づくりや連携・協力のあり方、また、体験活動ボランティア活動支援センターの具体的な役割について、自由にご記入ください。

地域における体制づくり、連携・協力のあり方

体験活動ボランティア活動支援センターの役割

6 3 . 既存調査の概要

(1) 平成 12 年度国民生活選好度調査

調査仕様

調査主体	経済企画庁国民生活局（現 内閣府国民生活局）
調査時期	2000 年 5 月～6 月
調査対象	全国に居住する 15 歳以上 70 歳未満の男女 5,000 人。 抽出は層化二段無作為抽出法による。
調査方法	調査員による個別訪問留置法
有効回収数	3,972 件（79.4%）
調査項目	<ul style="list-style-type: none"> ・ ボランティア活動の現状と意識 ・ ボランティア活動への希望 ・ ボランティア活動の動機、満足度 など

「ボランティア活動」の定義と事例

国民生活選好度調査では、ボランティア活動を「仕事、学業とは別に地域や社会のために時間や労力、知識、技能などを提供する活動」と定義している。具体的には、下表に示すような内容の活動が含まれる。

種類	内容の例示
公共施設での活動	公民館における託児、博物館の展示説明員など
青少年の健全育成に関する活動	ボーイスカウト・ガールスカウト活動、子ども会など
体育・スポーツ・文化に関する活動	スポーツ・レクリエーション指導、まつり、学校でのクラブ活動における指導など
人々の学習活動に関する指導、助言、運営協力などの活動	料理、英語、書道など
自然・環境保護に関する活動	環境美化、リサイクル活動、牛乳パックの回収など
国際交流（協力）に関する活動	通訳、難民救援、技術援助、留学生支援など
社会福祉に関する活動	老人や障害者などに対する介護・身のまわりの世話・給食、保育など
保健・医療・衛生に関する活動	病院ボランティアなど
交通安全に関する活動	子どもの登下校時の安全監視など
自主防災活動や災害援助活動	
募金活動、チャリティバザー	

(2) 平成13年度社会生活基本調査

調査仕様(ボランティア活動に関する調査部分)

調査主体	総務省
調査時期	2001年10月
調査対象	指定調査区(平成7年国勢調査調査区から選定した6,440調査区)の中から約7万7千世帯を選び、そこに居住する15歳以上の世帯員。
調査方法	調査員による個別訪問留置法
調査項目	1年間(2000年10月20日～2001年10月19日)におけるボランティア活動の状況、種類

「ボランティア活動」の定義と事例

「報酬を目的としないで、自分の労力、技術、時間を提供して地域社会や個人・団体の福祉増進のために行う活動」をいう。具体的な種類及び内容は下表のように示されている。

種類		内容の例示
健康や医療サービスに関係した活動		献血、献血活動への呼びかけ、巡回医療、診療、健康相談
高齢者を対象とした活動		高齢者と若者(子供)との交流の場づくり、高齢者へのレクリエーション指導及び相手、生きがいづくりのための技能指導、友愛訪問や散歩相手、寝たきりや一人暮らしの高齢者への給食サービス
障害者を対象とした活動		盲児・し体不自由者の学校などへの誘導、障害者のレクリエーションまたは技能指導、在宅障害への友愛訪問・訪問介助サービス、障害者の社会参加協力(車椅子の提供など)、点訳・朗読・レコーディング・手話などの奉仕
子供を対象とした活動		赤ちゃん相談、児童遊園地などでのレクリエーション指導、子供会の援助・指導、児童保育、いじめ電話相談
スポーツ・文化・芸術に係る活動	スポーツ	スポーツ教室における指導、スポーツ大会の警備
	社会教育	各種講習会の開催、社会人大学の講師
	文化・芸術	音楽家、芸術家の育成支援、市民劇団の開催、演劇の鑑賞会の企画、伝統文化の継承と普及
まちづくりのための活動		道路に花を植える、駅の自転車置き場の整理、道路・公園などの清掃、都市と農村の交流、地域団体のリーダーとしての活動、村おこし・地域おこしの活動
安全な生活のための活動		地域の危険場所点検のための巡回、通学路の安全確保活動、交通安全運動、「火の用心」の巡回
自然や環境を守るための活動		廃油を使った石鹸作りの指導、海浜美化活動、野鳥の観察・保護
災害に関係した活動		救援物資の確保・輸送、災害復旧のための資金の募集・現地での労力奉仕、炊き出しなどの災害時の救援、災害後の被災者への救援
その他		難民支援、海外技術協力、砂漠の緑化活動、海外への食料援助、留学生支援、生活保護者の支援 など

(2) 平成 13 年度社会生活基本調査

調査仕様 (ボランティア活動に関する調査部分)

調査主体	総務省
調査時期	2001 年 10 月
調査対象	指定調査区 (平成 7 年国勢調査調査区から選定した 6,440 調査区) の中から約 7 万 7 千世帯を選び、そこに居住する 15 歳以上の世帯員。
調査方法	調査員による個別訪問留置法
調査項目	1 年間 (2000 年 10 月 20 日～2001 年 10 月 19 日) におけるボランティア活動の状況、種類

「ボランティア活動」の定義と事例

「報酬を目的としないで、自分の労力、技術、時間を提供して地域社会や個人・団体の福祉増進のために行う活動」をいう。具体的な種類及び内容は下表のように示されている。

種類		内容の例示
健康や医療サービスに関係した活動		献血、献血活動への呼びかけ、巡回医療、診療、健康相談
高齢者を対象とした活動		高齢者と若者 (子供) との交流の場づくり、高齢者へのレクリエーション指導及び相手、生きがいづくりのための技能指導、友愛訪問や散歩相手、寝たきりや一人暮らしの高齢者への給食サービス
障害者を対象とした活動		盲児・し体不自由者の学校などへの誘導、障害者のレクリエーションまたは技能指導、在宅障害への友愛訪問・訪問介助サービス、障害者の社会参加協力 (車椅子の提供など)、点訳・朗読・レコーディング・手話などの奉仕
子供を対象とした活動		赤ちゃん相談、児童遊園地などでのレクリエーション指導、子供会の援助・指導、児童保育、いじめ電話相談
スポーツ・文化・芸術に係る活動	スポーツ	スポーツ教室における指導、スポーツ大会の警備
	社会教育	各種講習会の開催、社会人大学の講師
	文化・芸術	音楽家、芸術家の育成支援、市民劇団の開催、演劇の鑑賞会の企画、伝統文化の継承と普及
まちづくりのための活動		道路に花を植える、駅の自転車置き場の整理、道路・公園などの清掃、都市と農村の交流、地域団体のリーダーとしての活動、村おこし・地域おこしの活動
安全な生活のための活動		地域の危険場所点検のための巡回、通学路の安全確保活動、交通安全運動、「火の用心」の巡回
自然や環境を守るための活動		廃油を使った石鹸作りの指導、海浜美化活動、野鳥の観察・保護
災害に関係した活動		救援物資の確保・輸送、災害復旧のための資金の募集・現地での労力奉仕、炊き出しなどの災害時の救援、災害後の被災者への救援
その他		難民支援、海外技術協力、砂漠の緑化活動、海外への食料援助、留学生支援、生活保護者の支援 など