

パネルディスカッション概要

午前中に開催した「自治体」「企業」「NPO」分科会のコーディネーターをおつとめいただいた4名の方に、それぞれの分科会の報告、自治体・企業・NPOの連携による子育て支援を推進していく上での課題等について、議論いただいた。



コーディネーター：
自治体分科会コーディネーター
渥美 由喜 氏



パネリスト：
企業分科会コーディネーター
高橋 義則 氏



パネリスト：
NPO分科会コーディネーター
奥山 千鶴子 氏



パネリスト：
NPO分科会コーディネーター
松田 妙子 氏

自己紹介及び各分科会の報告

高橋氏(企業分科会)：

皆さん、こんにちは。キッズデザイン協議会の高橋と申します。今日は午前中、企業分科会のコーディネーターをさせていただきました。

私どもキッズデザイン協議会は、キッズデザイン賞という懸賞制度、さまざまな広報活動、調査研究活動等を通じて子育て支援、子どもたちの安全安心、子どもたちの創造性育成という視点で、さまざまな製品やサービス、それからワークショップ、空間施設といったものを、新しいキッズデザインという視点から取り組み、広く社会にお伝えするNPO活動をしております。

企業分科会ではお二方から事例報告をいただいております。

(1)日本マクドナルド(株):CSR・子育て支援活動事例発表

日本マクドナルドは、皆さんご承知のとおり、全国幅広いエリアに3,300というたくさんの店舗をお持ちです。

同社の社会貢献活動CSR活動という中で、子育て支援として実際に取り組まれている事例についてご報告をいただいております。

例えば、教育機関への食育支援活動として、地域の教育委員会や小中学校等への食育の講師を派遣されています。これは延べ9万9,000人の方々に受講いただいているそうです。

また、47都道府県で87万個以上を進呈した防犯笛の寄贈の贈呈式などの取組の他、「ハロー マクドナルド!」という教育プログラムでは、防犯や食育のワークショップをご提供されています。

さらには、この事業の中でも柱になっております、子育て支援のパスポート事業につきましても、現在28の府県で実施をされています。それから、親子支援イベントとして、「父の日応援プロジェクト」夏休みを使った「エコ教室(ワークショップ)」など、様々なお子さん・親子さん連れのワークショップを行っていらっしやいます。これも参加者が1,200人を越えているということをお聞きしました。さらには、店舗等でもDSを使った食育のソフトウェアの頒布と、それに対する食育のプログラムの提供。難病を抱えられたお子さま方への支援施設「ドナルド・マクドナルド・ハウス」といった施設の活動など、非常に広い面の取り組みをされていますというのが印象的でした。また、それ以外に社内の体制についても少しお話しをいただきました。

このように、マクドナルドさんは非常に身近な存在であり、特に地域と密着されていることから、ファミリー層のユーザーが非常に多く、さまざまな取り組みを行っていらっしやいます。今後の展開も非常に期待ができる内容であったと考えております。

(2)船橋商工会議所:子育て支援事業について

子育てゆうゆうふなばし推進委員会は、船橋商工会議所が中心なり子どもを育てる環境整備、就業環境の整備など、子育て支援という形で地域密着型のいろいろな取り組みを進行・開発されている委員会です。

子育てゆうゆうふなばし推進委員会の3つの主力事業

子育て支援優良事業所の認定及び表彰事業

船橋商工会議所の会員は90パーセント以上が中小企業であるとお伺いしました。地域の中で子育て支援と、子育て支援の法令に準じたさまざまな取り組み体制、それから就業形態等々で採用されています事業者、またワークライフバランスについて非常に先進的な取り組みをしている企業、職場の就労環境等々の整備について子育て支援の配慮を行っている事業所などを選定し、応募いただき選定表彰するという活動だそうです。

子育て支援の優良事業所の認定と表彰事業は既に7回ぐらい行っていらっしやり、計25社が表彰されていますというふうにお聞きしました。

企業への啓蒙事業(次世代育成支援等)

子育て応援フォーラムとして、さまざまな子育てに関する有識者の方々やご専門の方々をお招きになり、セミナーやワークショップなどを実施されています。

商工会議所会員企業に勤める独身社員等の交流の場の提供事業

「独身者交流会イベントを通じてその地域の独身の社員の方々のご縁を結び、積極的に子育て支援

をバックアップしていきましょう」というような活動もされていらっしゃるそうです。

商工会議所というところは、企業との接点を厚く・幅広く持っている組織であり、企業がいろいろな地域の子育てニーズを拾い上げるために優良なプラットフォームになり得ると感じました。その企業にとって担当者レベルでは非常に興味あるけれども経営者を説得する材料が少ない、あるいは他の事例がどうなっているのかなかなか分からない等の声も多いかと思います。そういうことに対して、こういう場を提供することによって共有共感ができればよりその取り組みが早く進むのではないかと、そういったような効果が十分に出ているなと思いました。このようなことが幅広く全国の商工会議所が追随され、どんどん推進をすればよりプラットフォームが厚くなるのではないかと感じました。

奥山氏(NPO 分科会)：

ご紹介いただきました、NPO 法人びーのびーの そして NPO 法人子育てひろば全国連絡協議会理事長の奥山と申します。

私どもは行政の委託事業を受け、地域子育て支援拠点事業という、幼稚園や保育園に行く前の子どもと保護者の方が日常的に集える場所を運営している団体です。現在、横浜市には 18 区に 1 ヶ所ずつ大きな拠点があり、1 日 80 組ほどお越しになる場となっております。

また、全国に、センター型・ひろば型合せて 6,000 ヶ所弱ぐらいございます。皆さんの町にも「子育て支援センター」という名前だったり「親子のひろば」という名前だったりしてあるのではなかと申します。その全国組織として NPO が実施しているひろば・センター（社会福祉法人や自治体直営のセンターなども含）900 会員団体で構成される協議会の中間支援組織も運営をさせていただいております。

(1)トレッサ横浜との連携について

分科会では、特に NPO 法人びーのびーのとして横浜市港北区で活動している内容と、5 年前から一緒に連携をさせていただいているショッピングモール トレッサ横浜について、お話をさせていただきました。

NPO 法人びーのびーののミッションは、地域で子育てしやすい環境づくりということです。行政と連携しかつ子育てひろばを運営しているということが大事になります。一方、地域で子育てしやすい環境づくりという点では、大型のショッピングセンターの集客力と発信力というのが非常に大きいわけですが、そこに私たちも一緒に地域で子育てという視点から連携できないかと思い、アプローチをさせていただきました。

そして今は、連携事業としてブログを書いております。ブログでは、お母さんたちの目線でいろんな店舗情報や行事、さらにはトイレ、授乳室、子どもコーナーなど、子育て家庭に優しい配慮等について主に書いております。1 本につき、いくらというような契約なのですが、内容について特に企業さん側からも、あれを書け、これを書けという指示はなく、お母さんたちの視点から書かせていただくことができています。

子育て家庭にとってそこが一つの居場所になったり、企業さんにとっても子育て家庭にとって地域でショッピングセンターがお役に立てるということを一緒に考えていきたい、という考え方でこの 5 年やってこれたのではないかと申しております。

実はオープン当初、1 校ほど中学校の職業体験をされていたのですが、他にもやりたい中学校はもっとあるだろうということで働きかけ、現在は 16 校 457 名の職業体験を受け入れてくださっております。そのような、行政の啓発キャンペーンなど含んだ、地域密着型の活動をしていただいております。

(2) びーのびーのその他の取組み

子育てひろばの運営以外には、幼稚園・保育園ガイドを作成したり、子育てタクシーアドバイザー等を行っております。タクシー会社は、どちらかというと男性社会なので、子育てに優しいタクシー会社というコンセプトで、私たちが研修要員になったり、乗車するときのマナーを一緒に考えております。

これらを一つ一つ行うことで、社会が変わっていくのではないかと。NPO と企業との連携の中で、子育てに優しい社会を実現できればいいなと思っています。

(3) 分科会で出た意見

午前中の事例報告の後、参加者で少しディスカッションをさせていただきました。その中には、「企業と連携をしたいけど窓口がよく分からない。」「たらい回しになって、うやむやに終わってしまった。」というお話があったり、なかなか信頼関係を作るのは難しいという話が出ました。

また、NPO は地域に沢山あるが、実はあまり NPO 同士のネットワークができていないのではないかと等、いろいろな課題があがりました。本日までご参加の方の中では、NPO の方の割合は多くないかもしれませんが、ディスカッションの後の名刺交換会でぜひ交流を深めてほしいと思っています。ありがとうございます。

松田氏(NPO 分科会) :

続きまして、同じく NPO の分科会を担当いたしました、せたがや子育てネットの松田と申します。

世田谷のいろいろな小さなグループ支援者、活動を行っている人たちをつなぐネットワークの NPO です。もともとは小さい地域のひろば事業を行ったり、産前産後の活動を行っているグループの代表だったのですが、そのような人たちがその地域で状況を知り資源を共有し合う、そのようなイメージでネットワークをつくっています。

世田谷は横浜に比べ小さいですが、一つの行政区で1年間に7,000人子どもが生まれますので、どうしても一つの地域・一つのまち・一つのグループでは見えないところのバックアップ・ネットワークが必要となり集まりました。現在では、世田谷だけではなく、東京都と一緒に「子育て応援とうきょう会議」という活動も行っていきます。

(1) UR 都市機構との連携について

分科会では UR 都市機構より、せたがや子育てネットと一緒に活動をしている内容について事例報告をしていただきました。UR 都市機構は、企業でありながら公的な性格が強く、とにかく大きな組織で、ひとつひとつの地域の NPO とどのように組んでいくかがなかなか難しいなどの苦悩をお話してくださいました。

ハードな部分は得意だが、ソフトな部分が苦手。そのような部分については、私たち NPO が一緒に提案して考えていける部分があるのではないかとということから、いろいろな取り組みが始まっています。

世田谷では団地の中にキッズルームが最初からつくられており、そこを借りて「団地に立ち話を増やす」ということを目標にコミュニティづくりをしています。そんな中で UR 都市機構がおっしゃってくださったのは、建物に入るプレイヤーとしてではなく、パートナーとして一緒に活動をしていくことに期待しているということです。先ほど高橋さんからも「全社的に共有することの難しさ」というお話がありましたが、担当の方がちゃんと上司の方や社内での承認を得るために、この事業をこの子育ての人たちと組んでいくことの良さを分かってもらうための武器や、価値を一緒に考えていきたいというお話をいただき、NPO のメンバーでとても大きく頷いていたところです。

(2)分科会で出た意見

分科会内で行ったグループワークでは、先ほど奥山さんから少しお話しがありましたが、NPO 側から、NPO の強みをきちんとアウトプットするということをもっと強化したいという話がありました。

また、ちゃんとタッグを組んでいけるだけのクオリティを自分たちも上げていかなければいけない。それから、例えば「子ども」という言葉でも、使っている辞書が違うために、NPO が思っている「子ども」と、企業・自治体等、他の方が思っている「子ども」は違うかもしれない。ひとつひとつ一緒に取り組んでいく中で、共有やお互いファンになっていくことにより、また新たな連携が生まれるのではないかといったまとめがありました。

渥美氏(自治体分科会)：

私は子育て支援の研究者です。今日は午前中自治体の分科会のコーディネーターをさせていただきました。現在、自治体はかなり熱心に取り組んでいます。

本日、登壇された福岡県・福井県それぞれ共通することは、首長のトップダウンでのコミットメントがあるということでした。いずれにしても、この二つの自治体だけではなく、今日お集まりの自治体の中にも面白いユニークな取り組みを行っている方は沢山おり、地域戦略・自治体戦略として取り組んでいます。

子育て支援は、地域で未来の労働者、未来の消費者である子どもたちを育み、その子どもたちが将来その地域の担い手になっていくために行う、地域戦略が一つキーワードだと思っています。

福岡県の子育て応援宣言に書かれておりますが、ネットで検索するといっぱい情報が出てくる、非常に有名な取り組みです。

全国で初めて企業が自主的に、子育て応援宣言を決めてから 10 年足らずで 4,000 社まで増えている、日本で一番、子育て応援宣言をしている企業が多くある自治体です。福岡県の企業 1 万 6,000 社の内 4,000 社が子育て応援宣言をしていますので、会社ベースで 25%、社員ベースでも 27%、福岡県の社員の 3 割近くは、既に「子育てを応援する！」という会社に勤めているという状況です。

では、何故福岡県がそういう取り組みで成功したのかと言いますと、今までは行政が基準を決めて、それをクリアしたら「認定」もしくは「認証」としていたのが多くありました。それはそれで、良さがあるのですが、企業が自主的に内容を決めて宣言をするところに行政がスポットを当てる、例えば、地元の広報誌に良い企業を紹介して自治体が広告宣伝してあげる。そのような枠組が、中小企業としては非常にありがたいですね。

また、そのような自治的な設定をしているということと共に、企業の方々も単に行政に頼まれたから行っているというより自主的に行っているらしいです。

例えば、一昨年から地元の優良企業の方々十数人が、ビジネスパートナーに「子育て応援宣言を始めませんか？」という形で広める会、というものを企業の経営者が自主的に行っているらしいです。「これは地域興しの策なんだから、行政に任せておくだけじゃおかしい。」と地域を愛する中小企業の経営者たちはそのような考え方をなさっていると思います。そのような人たちのネットワークを使って、更に広げていくというのは非常に優良事例であると思いました。

福井県は、出生率が日本では高い。大陸ヨーロッパに近い、非常に先進的な取組で有名な自治体です。パスポート事業は全国 46 都道府県に広まってきておりますが、福井県の場合は、「第 3 子優遇多子世帯優遇」があります。もともとパスポート事業は、フランスの「大家族の制度」を日本に移入したという経緯があります。フランスも第 3 子多子世帯優遇ですから、福井県はそれに近いですね。現在、第 3 子世帯がいる子育て世帯は、2 割くらいということです。

福井県の「スマイル F カード」というパスポート事業は、企業から協賛を募って、企業が財政負担をしながら

ら子育て世帯へのアピールをしているということがひとつの特徴です。

もう一つは、「すみずみ子育てサポート事業」という事業をなさっています。これは保護者が一時的に子どもを誰かに預けたい時に、地元地域の NPO やシルバー人材センターに子育てサポートを依頼するという枠組です。

行政は信用がありますので、その行政の信用で、志のある地域の方々や NPO とニーズを繋いでいくというマッチング事業です。

福井県は、50 代、60 代の県民に「子育てマイスター制度」という子育てをなさった方のスキルを使い、若い子育て世代へのアドバイスを行う事業もなさっております。そのように地域の人たちを繋いでいくという事が、一つの特徴だと思います。

もともと福井県は、ボランティア参加率が非常に高い自治体ということで、地域で子どもたちのために何かしたいという人たちは、NPO 活動してる方はもちろん、県民・市民でも結構おられます。そういう人たちの気持ちを行政がサポートしていくという枠組は、優良事例かなと思いました。

行政に望むこと

高橋氏(企業分科会):

午前中の分科会で、会社単位やチーム単位で、地域あるいは自治体、NPO と組んで子育て支援に取り組みたいと考えているが、いざ自治体と組もうと考えたときに、なかなかその窓口やアプローチの仕方が分からないという、共通の意見があった。

子育てに関しては、地域のニーズや地理条件、人口構成などによって様々状況が違ふと思うので、プラットフォームを作ることが非常に大事。その点でいうと、例えば、「うちは移動が専門の会社なので、そういうことに対して何か支援ができるのではないか」、あるいは、「空き店舗対策という形で保育所や放課後の遊び場などの場所を提供することができるのではないか」そのような、きめ細かいマッチングの仕組みを、企業サイドのみで情報収集して、取り組むのは難しい。そのハードルを何とか越えることができれば、という意見があったように思う。

その中で、自治体には情報を提供していただく、あるいはコーディネートをしていただくようなハブ組織、ハブ機能があれば非常にありがたいというお話もあった。

奥山氏(NPO 分科会):

企業が行政にアプローチする際、どこの窓口にと悩まれるかと思いますが、その地域で活動している NPO というのは、行政と連携している団体が多いので、いきなり行政に行くより、むしろ地元の NPO に行ったほうが、部署と担当者が的確に分かるということもあるのではないかなと思う。まず企業と NPO で連携して、行政に持っていき、というのも一つの方法としてはあるのではないと思う。

それと、NPO 法人びーのびーの でいえば、活動エリアは港北区内ですが、横浜市域で活動するには、よこはま一万人子育てフォーラムという NPO のネットワークがありますので、市役所と活動する際は、そのネットワークで行うという感じです。

全国的に活動をするときには、子育てひろば全国連絡協議会とにっぽん子育て応援団という全国の NPO のネットワークがあります。相手先の企業の規模や、担当エリアに合わせてネットワークを使い分ける、というようなことが、非常にスムーズなのではないと思っています。

松田氏(NPO 分科会) :

補足です。東京では、先ほど言った、“子育て応援とうきょう会議” というがあるので、是非よろしくお願ひします。

行政と話をするタイミングは、NPO 自体も場所によってはなかなかチャンスがないこともあります。まず、いろいろな人たちが集まって話せる場をつくってくださるのは、やはり行政の強みだと思っていますので、企業との連携にあたっての場づくりなどは、ぜひ自治体の方にもお願ひしたいなと思っています。

それから、行政区を越えて動いている NPO もありますし、地元でテーマ的に行っている NPO もあります。エリアだけではなく、テーマで区切っていくような NPO もありますので、いろいろな形があるということを経政の方にも知っていただき、その人たちのネットワークで、つながりを生かしていただくと良いなと思います。

どうしても連携の中で、委託とか、補助とか、そういう話になってしましますが、協働という場では、行政のサービスを充実させるためだけの協働だけではなく、インフォーマルな支援も含めて地域側でできること、それから企業と組んだらもっと面白くなることなど、コンソーシアムみたいなものも考えられると面白くなっていくと思います。ただ、民間と民間を繋ぐだけではなく、絡んでもらえるといいなと思います。

渥美氏(自治体分科会) :

連携がうまくいっている自治体は、やはり連携する場・プラットフォームを持っているところが多いかなと思います。

そのような場があるとまず情報が集積されます。自治体のご担当者はやはり 2 年、3 年で交代してしまうので、そのような場に集う NPO の方々や、企業の地元の名士の方などに情報が継続されて引き継がれていくという点では、非常にそういう場があったほうがいいかなと思います。

後、もう一つは、やはり企業は企業のことを知っていますし、NPO は NPO のことを知っています。だからそういう場があると、参加している NPO・企業と手を繋ぐだけではなく、他の NPO と連携しようとしたときに聞く相手がいる。先ほど、高橋理事がおっしゃったハブ機能になりますね。そのようにプラットフォームをつくるというのが、一つ行政に期待したいところかなと思いました。

企業に望むこと

奥山氏(NPO 分科会) :

企業というのは、良くも悪くも社会に影響力が大きいと思います。

NPO は、企業の集客力や発信力にはかなわないのです。でも大手の企業にお話を聞かせていただくと、従業員のため、また外に向けても CSR として様々なことに取り組んでいらっしゃるのに、皆さんすごく遠慮深く、あまりそういう活動を行っている事を宣伝しない。そんな風土を感じることがあるのです。

そこを、もう一步、世の中をいい意味で変えていく。1 社で行うと何となくそこだけという雰囲気になるので、もっと地域で、それこそ行政も NPO も企業も一丸となって、キャンペーンを張るだとか、例えば父親というテーマを持って行うだとか、虐待保護活動を一生懸命やるとか、もう少しそれぞれの企業が小出しでやっているところをもっと面的に、展開できるようなネットワーク発信がないと企業も動きにくいかなと感じております。

環境系が、今は CSR の指標となっており、必ず企業の CSR レポートに載るのと同じように、子育てについてのことが載ったり、そのことがとても対外的に評価されるような、そういう社会になるといいなと思っています。

松田氏(NPO分科会)：

これは、いくつかのNPOからの声なのですが、試しにやってみましょうという「try & error」がたくさんあるといいなと思います。午前中の発言にもあったのですが、「どんな相手か分からないし、ちょっと怖い」。そんなふうに使われてしまっているNPOもあつたりします。「try & error」の場がたくさんあれば、試作で終わらないと思います。

何か試作とかモデル的なことを次の展開にするときに、一つのNPOとやってみたらそれを少し広げて、私たち「一点突破、全面展開」と呼んでいるんですが、その部分を丁寧に一緒にやれると面白くなっていくのかなと思います。

それから、中小企業さんがたくさんある地域もあります。私もそうだったのですが、子育てのNPO等は転勤してきて始める、よそから来た人たちが立ち上げるというのがとても多いのです。

逆にいうと、中小企業の中には、その地域で代々事業をして、育ってきた方もいらっしゃいます。そういった観点から、連携ができるのではないかなと少し考えています。

渥美氏(自治体分科会)：

奥山さんがおっしゃっていたキャンペーンで、「企業は社会的な影響力があるから巻き込んでいって面的展開をする。」という点では、例えば三重県には、「子育て応援ネットワーク」があります。

そこに参加なさっている地元の中小企業の経営者の方々が、三重県が行った児童虐待防止キャンペーンにネットワークとして協力し、虐待予防のためのキャンペーンに企業が参加するということをなさっていました。そのようなネットワークがあると、行政がやろうとしていることに社会的に非常に重要なこととして地域に企業が協力するっていう枠組が出てきますね。

今、企業への要望をお二人から伺ったのですが、高橋さんより企業の側の立場でそれに対して何か思うところがあつたら教えてください。

高橋氏(企業分科会)：

やはり企業の皆さんとお話していると、自治体と組む、NPOさんと組むという以前に、「まず社内説得が大変」というケースが多いというお話もお聞きしています。

CSRとか、渉外、地域貢献を行っている部署は、こういうプログラムを是非やりたいと言ったときに、短期的成果を求められたりとか、定量化・数量化するというような話になったりするようです。そういう問題を打破していくためのいろいろな方策は皆さんどうしていらっしゃるのでしょうか。そういうところを知りたいと思います。

今、奥山さんがお話されたように、恐らく一企業だけでは絶対に測れるものでないのではないかと考えております。それが地域にどのような形で貢献されたのか、もちろん数字、売上げ、地域活性化の部分はあるは思いますが、例えば本当に子どもたちの数が増えたとか、お母さん方の就労人口が何%増えたとか、そういう見え方も当然あると思いますし、企業の社員が社会参画をする時間や場所が増えたとか、そういう評価軸も十分あり得るのでないかと思えます。

企業は事業体ですので、最終的には利益を追求するというのがミッションです。でもその利益の中身が、短期的な売上げなのか、ブランドの向上なのか、それぞれあります。しかし、将来の消費者生活者である子どもたちを支えていくことで社会的課題を解決すること自体を本業の中に位置づけ、地域や国全体として目配せをしていく、ということがとても大事なであり、最終的には企業利益にもつながっていくという考え方が非常に求められている気がしています。

そこは多分、自治体も NPO も目線が同じなので、それを指標化することが大事になってくるのではないかなと思っています。

先ほど「遠慮深くて」というお話があったと思いますが、まさにそれは今みたいな構造が背景にあるからということもあります。

本業じゃないことを表立って、声高に言うことは日本人の体質として、今までやりづらかったというか、やってこなかった。しかし、例えば、本業なのだ、社会価値の提案なのだ、として解決することが企業行動としてなんの齟齬（そご）もない、という方向に明らかに変化が起こっています。

面的発信という御発言がありましたけれども、環境問題解決、エコロジ が社会的認知を得たという背景には、CO2 等の数値を下げるといった明確な目的があるからでした。そういう意味でいうと、子育ては子どもが増える、子どもが安心して暮らせる、お母さん方の就労機会が増える。そういう目に見える指標もあり得るのではないか。そこを社会的な共通目標として見せていく、そこに向かって自社のリソースを投入していく、そのために具体的に数字で見えるといいのではないかと考えています。

渥美氏(自治体分科会)：

企業の担当者の方が非常に熱心であっても、敵は社内にいるというのは、よく聞く話ではあります。

先ほど、福岡県で子育て応援宣言企業は 4,000 社を超えている、日本で一番多い先進地帯だとお話ししましたが、福岡県でその子育て応援宣言を行っている企業にアンケートをとっています。

9 割の企業が応援宣言をしてよかったと回答しており、7 割の企業がイメージアップに繋がった、人材確保につながったという意見も 2 割あります。

実際に、中小企業だと、これから人口減少社会で人員下降と非常に悩んでいるところが多い中、子育て応援宣言をしている企業は、労働者に指示される優秀な人材確保に繋がるのだというを見せていくのも、一つの方法かなと思いました。

NPO に望むこと

高橋氏(企業分科会)：

NPO と組んでいる企業の取り組みは非常に多く、特に場所を提供したり、NPO の専門的なプログラムを活用して地域で社会貢献プログラムを行ったりするケースが非常に多く、その点に対するご要望は非常に高いと感じました。

一つは、やはり NPO と普段あまりお付き合いのない企業とか、お付き合いがない業種というのは結構あり、「組みたいのだがどのように選んだら良いのか分からないとか」、有りのまま言うと、「本当に大丈夫なんでしょうか」といった声もあります。

そういう課題の解決のためには NPO のネットワークを含めて、企業サイドとしてジャッジできる材料とか、情報提供をいただけるといった仕組みがあると益々やりやすいのではないかと考えております。

それからもう一つは、特にワークショップについてです。先ほど、食育のお話もありましたが、ソフトプログラムの活動がされている企業は、非常に多く、そこに NPO のノウハウと専門知識を導入されているケースが多いです。けれども、ワークショップというのは、非常に継続性が難しいものの一つで、特に経済状況にもいろいろ左右されるということもありますし、それから受け手のどんどん子どもたちの年齢が上がってくると変わってきますので、プログラムがだんだん陳腐化していってしまう。そういう悩みもあるという声も聞きました。

実は、そういうところに、NPO と新しいプログラムづくりとか、逆にいうと企業の技術とかリソースを紹介するので、それをネタにワークショップ化、プログラム化をしていただくといった連携に期待を寄せられているという感想を持ちました。

奥山氏(NPO 分科会) :

一つは方向性として NPO 側の活動実績や、法人としての事業計画、予算決算、そういったものをきっちり出していきましょうということです。マネジメントをきちんと行っていることを、表に出していくという流れがやはりここ 1、2 年でひとつの動きとしてはあると思います。もちろん、そういう方向性は本当に大事だと思います。

そういうところを見て、企業も連携していこうって思うこともあると思います。けれど、NPO の良さって NPO から見ればそれだけじゃない。NPO が企業っぽい表現の仕方に迎合するだけではなく、NPO として今自分たちが自慢できること、私たちは何が実現できるのか、そういうことを説得できるような武器をきっちり持っている、それは、ミッションだったりすると思います。

けれど、ミッションだけで熱く語るのでは世の中変わるわけではありません。そこが、実際の力と一体でなければならぬと思います。

今日は、林市長がおっしゃっていた、「理念を語っている場合じゃない」というのに対し、私もそうだと思います。

NPO は理念を語りつつ、実際にこう現場で事業をしてなんぼというところがあると思います。自信持って、仕事ができれば企業と組んでも、なんら恐れることはないと思います。そういう意味では、NPO 自身もきっちり自分たちの足元を固めて、ゆるぎない活動を展開しておくことがとても大事なことだと思います。そうすれば、パートナーが行政だろうが、企業であろうが、きっちりとできるんじゃないでしょうか。

松田氏(NPO 分科会) :

奥山さんがほぼ語っていただきました。

分科会では、眠っている人材の活用が NPO は得意である、という話が出ました。

地域にたくさんのタレントがいて、子育てをしながら地域にいるお母さん達は、今までバリバリ働いていた人が沢山います。そういった人たちは、単なるお母さんではなく、元々社会で活動している人達が今地域にいるのだということは NPO の強みでもあります。NPO 自身も、それにもう一度、気づき直すということかなと思います。

あと、今、お話し聞いていて思ったのですが、自分たちの強みは、意外に自分では分からないので、企業の強みを私たちが発言してあげなければならないし、逆に NPO の強みや良さを企業に言ってもらえる、教えてもらえる、そんな交流があるといいなと感じました。

渥美氏(自治体分科会) :

先ほど楽屋で、松田さんがおっしゃった、NPO は子育て支援という非常に社会的意義のあることを行っている、そんなにお金というのはちょっと違う。かえって見積もりに自信が持てない。そんなことも本当はやはり正しいことを行っているのだから、きちんと対価を求めていくという姿勢も重要なことだと思います。

企業は、そういうビジネスプランをつくることに長けていますので、NPO を支援してあげると、NPO が単なる事業費だけで運営をしているようなあり方ではなく、きちんと自分たちの人件費も積んで、いわゆる社会的企業みたいな形で自立していくひとつのきっかけになるかもしれません。

全国会議に期待すること

高橋氏(企業分科会):

行政との連携にあたって、NPO、企業それぞれが非常に高いモチベーションを持っていらして、それぞれがリソースを持ってらっしゃるということは今日よくわかりました。

ただそのマッチングが十分うまくいっていない、もしくはマッチングのやり方そのものがあまり把握できていないのではないか、という感じがしました。ですから、このようなプラットフォームの場をつくっていただくという事はとても大事なような気がします。

それから、やはり子育て支援というと非常に幅の広いイメージを持たれると思います。企業にとっても、業種業態でいろいろな捉え方が違う。先ほど、地域のお話もありましたが、地域にとって子どもというのはもっと幅の広い年齢層を指します。乳飲み子から、中学生に対して職業訓練を行っているようなところもありますし、その幅の広さをもう少しきめ細かく見ていくということがとても大事なような気がします。

その中で、自社のリソースとか資源人材、あるいはお金も含めて提供できるものをどのように活用するのかという知恵をNPOに出していただくというのが、一番スムーズな連携のやり方ではないかなと思っています。良い出会いができる場プラットフォームというものが、こういう全国会議を通じて行われるというのが非常に理想的ではないかと考えています。

奥山氏(NPO分科会):

妄想を含め、すごいアイデアが恐らくNPOには沢山あると思います。傍から見ていると、そんなの実現できないのではないかなと思うことも一部あると思います。だけれども、やはりそういうことが実現できたら世の中は変わるだろうと考え、地域活動だとかNPO活動をしている方々は多いと思います。

しかしよく考えてみると、子どもが生まれ育ち、そのような環境というのは、サステイナブルな社会というか、持続可能な社会そのものですから、子どもが生まれなくなったらすごく辛いと思います。

私たちは、NPOで活動をしていく中で、日本とは本当に子ども嫌いの国なのではないかなと思うぐらい、子育て家庭は孤立しているし、マイノリティのようにも思います。それを元気にしていく責任は、行政にも、企業にも、私たち市民にも、あるのではないかなと思います。

そこに気が付いた人から始める、ということだろうと思います。

この全国会議は、とても緩やかなものかもしれませんが、今日、林市長から、「理念を語っている場合ではない」というお話がありましたが、何か具体的にアクションに繋がるような、そんな会になってほしいと思っています。

4人で昼間話をしているときに、CSRレポートに「子育て」の項目が入るといいねということを語っていたのですが、語っているとそのうち形になるかもしれないので、是非、ここに集まっている皆さんと次のステップを考えたいという思いです。

松田氏(NPO分科会):

私は、子どもは地域で育つものだと思っています。ですから、ワークライフバランスというところにもコミュニティを入れてほしい。コミュニティをわざわざ入れないとバランスが取れない、と私は思っています。

しかし、企業も、NPOも、自治体も、コミュニティの捉え方が違っており、それが逆に同じ地域を違う目線で見ているっていうことで突き合わせていく。いっぱい突き合わせてきたら、やることは決まってくるのではないかなと思っており、そのような場がまだまだ足りないなのでこの場をすごく期待しています。

渥美氏:

ありがとうございました。

私もこの全国会議にずっとコミットさせていただいて、情熱を持って取り組んでいる方は、自治体にも、企業にも、NPOにも本当にいらっしゃいます。

そういう人たちを繋ぐ場をこの全国会議は果たしています。情報は情報と呼ぶので、それぞれが持っている情報を惜しみなく出していただきましたが、そうするとそのヒントを得て、また新しくマッチングが進んでいきます。

今日のキーワードは、プラットフォームだと思いますが、そういう場が、この全国会議かなと思っています。ですから、この後、名刺交換会ありますが、こういう場でないと出会えない方々がおられると思いますので、良い出会いの場にしていただきたいと思います。