

参考（作成中）

千葉県県民活動推進計画（平成30～32年度）

<資料編>

目 次

- 1 社会貢献活動をめぐる状況.....
- 2 県民活動推進に係るイメージ図.....
(参考) 補足説明.....
- 3 県政に関する世論調査.....
- 4 寄附・ボランティアに関する意識調査 (更新中).....
- 5 千葉県NPO法人実態調査結果.....
- 6 企業と市民活動団体の協働意向に関する調査結果.....
- 7 県職員アンケート調査結果.....
- 8 市町村アンケート調査結果.....
- 9 ボランティア・地縁団体等の推移.....
- 10 県内市町村市民活動担当課一覧.....
- 11 県民活動推進に係る市町村基本データ.....
- 12 県内市町村市民活動支援センター一覧.....
- 13 県内ボランティアセンター一覧.....
- 14 計画の策定経緯 (更新中).....
- 15 千葉県県民活動推進懇談会委員名簿.....

1 社会貢献活動をめぐる状況

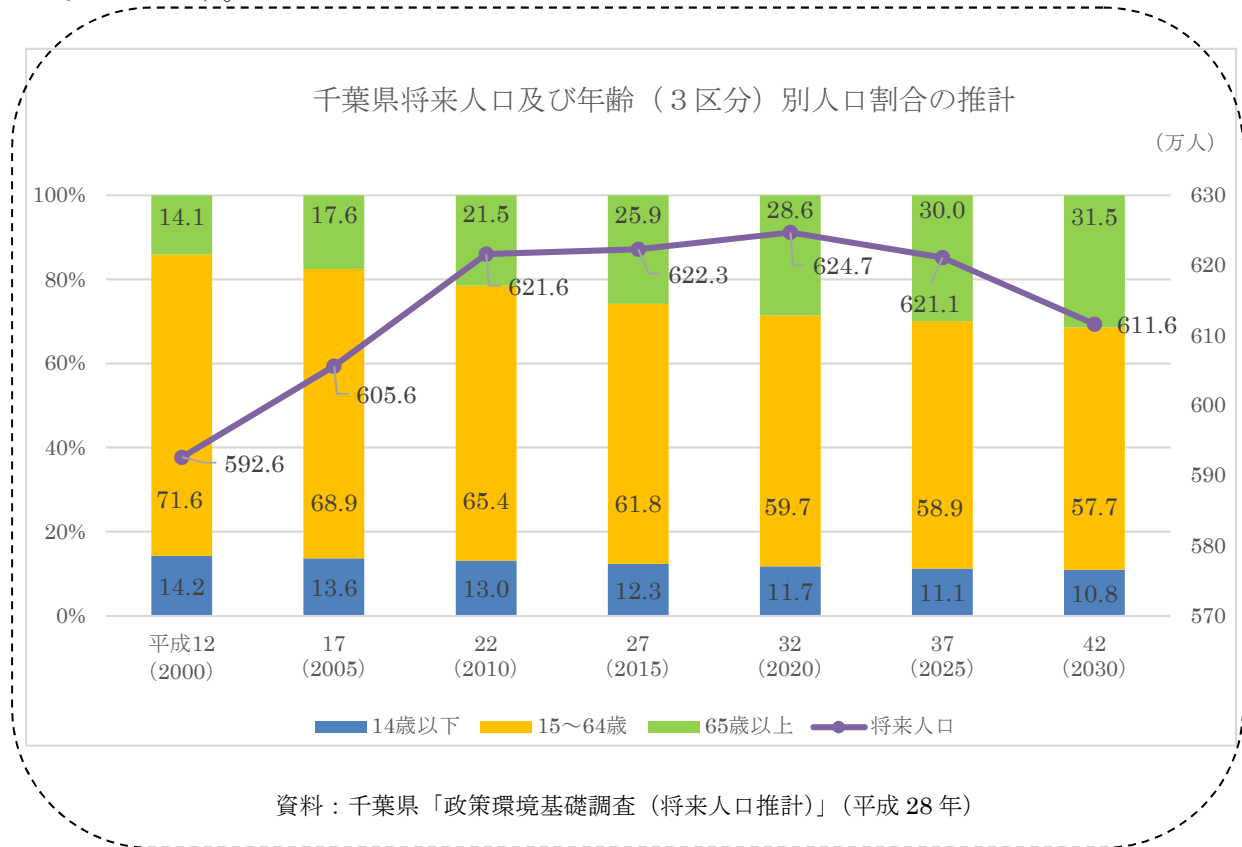
(1) 人口構造の変化

平成 28 年に千葉県が行った県の将来人口及び年齢（3 区分）別人口割合の推計を下図のとおりまとめました。

千葉県の人口は平成 32 年（2020 年）を境に、減少傾向に入るとされています。

また、県内では少子化、高齢化が進行し続けており、平成 42 年（2030 年）には、高齢化率（老年人口：65 歳以上の人口割合）は 31.5%、年少人口の割合は 10.8%となる見込みです。

生産年齢人口（15 歳以上 64 歳以下）に対する地域密着人口（年少人口：14 歳以下、老年人口：65 歳以上）の割合が高まることによって、担い手不足による地域活力や労働力人口の低下、また、現役世代の社会保障負担の増大が懸念され、社会全体の長期的な成長力の低下が課題となっています。

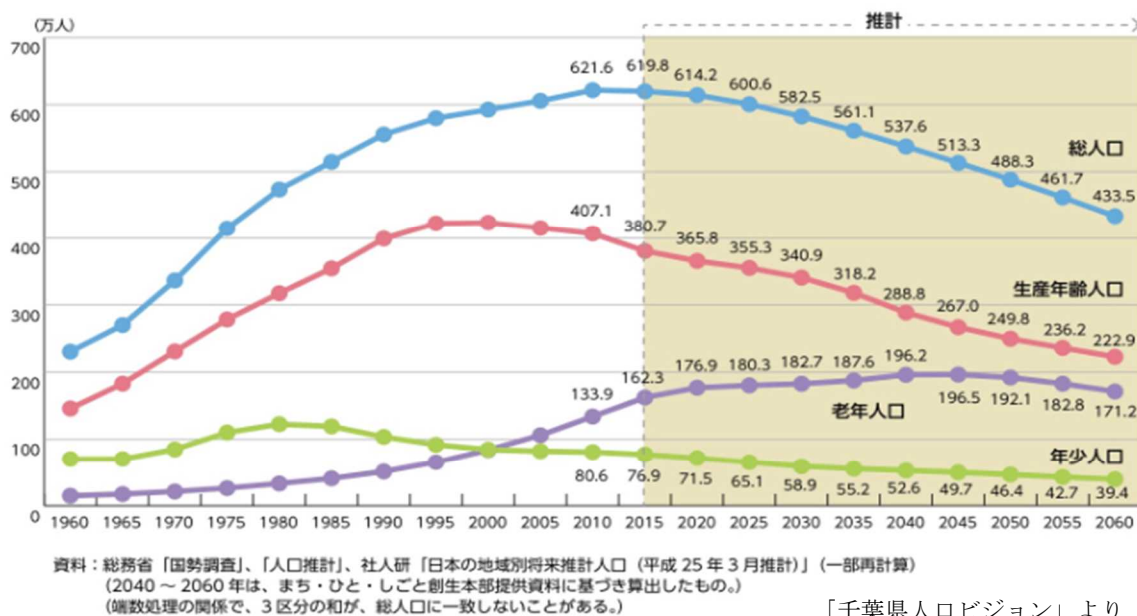


より広いスパン（1960 年～2060 年）の推計は次ページの図のとおりです。

なお、平成 25 年 3 月の推計のため、上記の図とは一致しない部分もあります。

2010 年～2060 年の 50 年間で、総人口については、約 188 万人（30.3%）減少し、生産年齢人口については、約 184 万人（45.2%）減少する見込みとなっています。

総人口及び年齢3区分別人口の推移

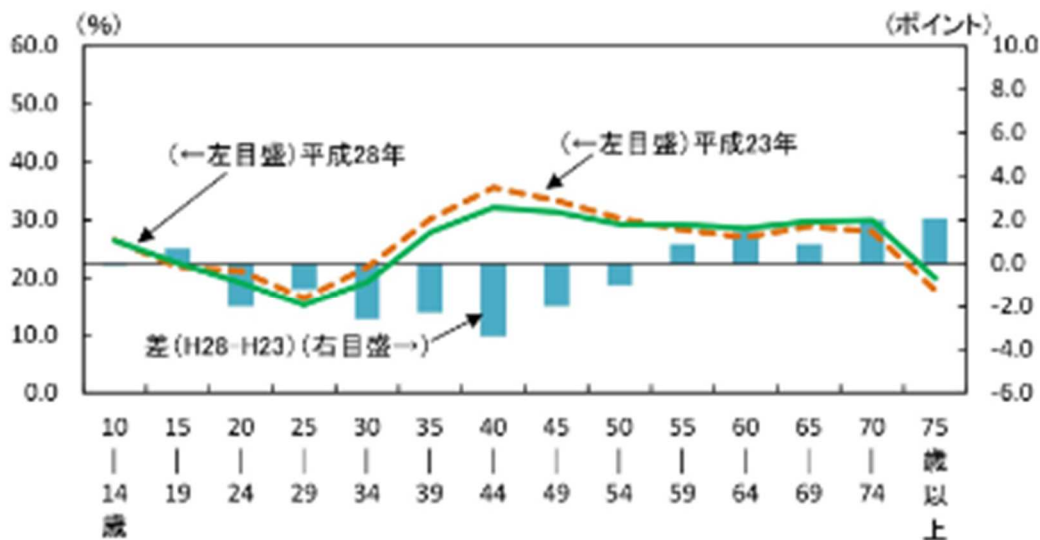


（2）全国のボランティアの状況

社会の様々な場面でのボランティアの活躍は、地域社会を支えています。活動分野は、社会福祉に限らず、教育、国際交流、環境など広範囲にわたり、災害時の復旧・復興支援における活躍が多くあるとともに、東京2020大会でも「おもてなし」等の活躍が期待されています。

総務省の「平成28年社会生活基本調査」によると、全国におけるボランティア活動の行動者数（過去1年間にボランティア活動を行った人（10歳以上）の数）は2,943万8千人となっています。年齢別にみると、55～75歳以上の年齢階級で上昇しています。

「ボランティア活動」の年齢階級別行動者率（平成23年、28年）



資料：総務省「平成28年社会生活基本調査 調査の結果 結果概要」より

行動者率……10歳以上人口に占める過去1年間にボランティア活動を行った人の割合 (%)

(参考) 東日本大震災と社会貢献への意識の高まり

平成 23 年 3 月の東日本大震災発生では、全国で数多くのボランティア、市民活動団体が活躍しました。震災を契機に、全国で社会貢献への意識が高まっていると言われています。

本県も、被災県の 1 つであり、震災時には被災地、被災者支援などでボランティア、市民活動団体の活動に多くの県民が参加しました。震災以降も、被災地に出向いて行われる支援活動や、千葉県内に避難してきた人々への支援などの活動が続けられています。

震災の教訓をもとに、県内各地域のボランティアセンターを活かした防災への取組も行われています。災害時には、各市町村において市町村災害ボランティアセンターが設置されることになっており、ほとんどの市町村においては、市町村社会福祉協議会が中核的役割を果たすことが期待され、その支援が重要となります。県が設置する県災害ボランティアセンターは、市町村災害ボランティアセンターの後方支援を行うこととしています。



県内避難者支援活動

(2013 年縁 joy 東北大交流会、主催：NPO 法人
ちば市民活動・市民事業サポートクラブ)



県内避難者支援活動

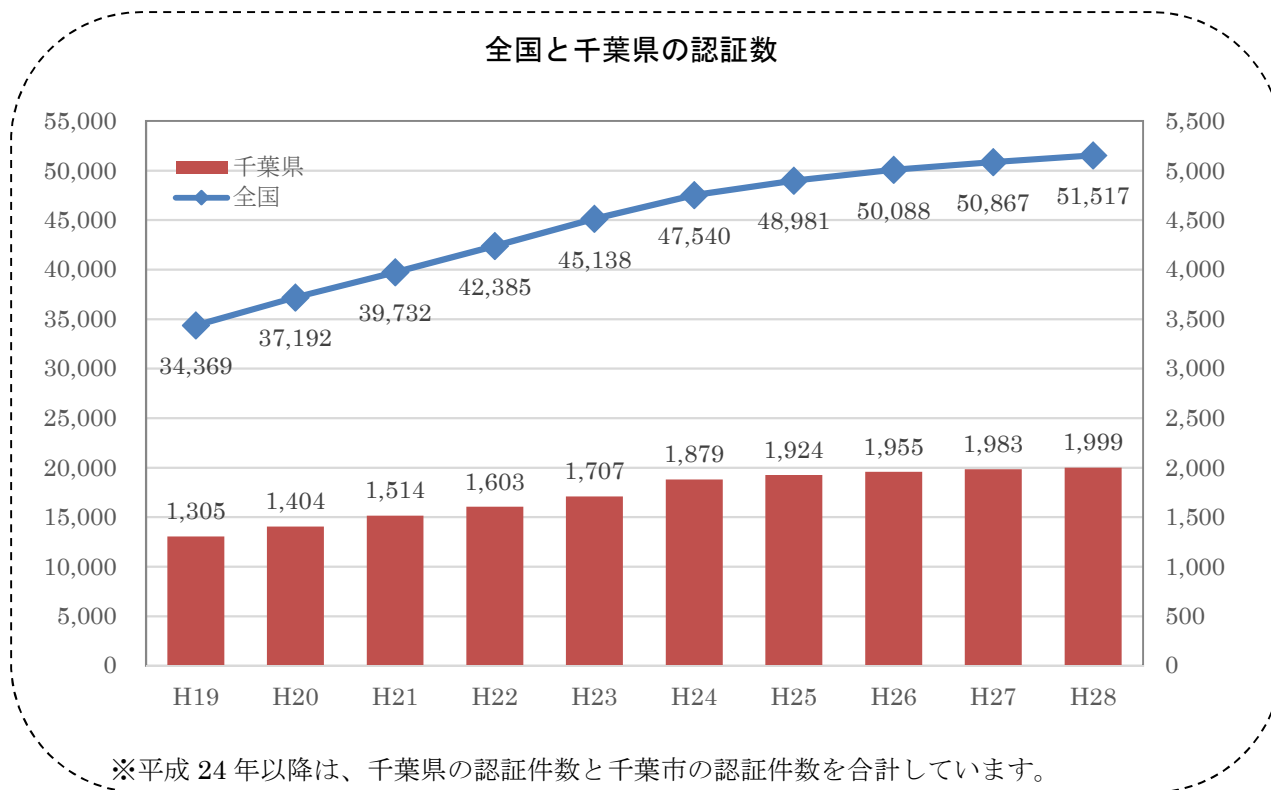
(2013 年県内避難者の佐原バスツアー、主催：NPO
法人ちば市民活動・市民事業サポートクラブ)

(参考) 東京 2020 大会での活躍に向けて (仮)

- ・外国人おもてなし語学ボランティア
- ・生涯学習応援団ちば など…

(3) 全国の市民活動団体の状況

多様な社会的課題の解決に取り組む市民活動団体は、年々増加しており、その存在感や重要性は次第に高まっています。特定非営利活動促進法にもとづいて法人格を取得したNPO法人数は、平成28年度末時点で、全国で約5万1千法人となっています。



また、認定NPO法人制度は、NPO法人に対する市民や企業からの寄附を促す税制上の仕組みですが、NPO法人の活動を充実していく上で重要な制度となっています。全国でも県内においても、認定NPO法人数が増加傾向となっています。

全国と千葉県の認定NPO法人数

	H23	H24	H25	H26	H27	H28
全国	244 法人	407 法人	630 法人	821 法人	955 法人	1,021 法人
千葉県	4 法人	16 法人	27 法人	31 法人	37 法人	39 法人

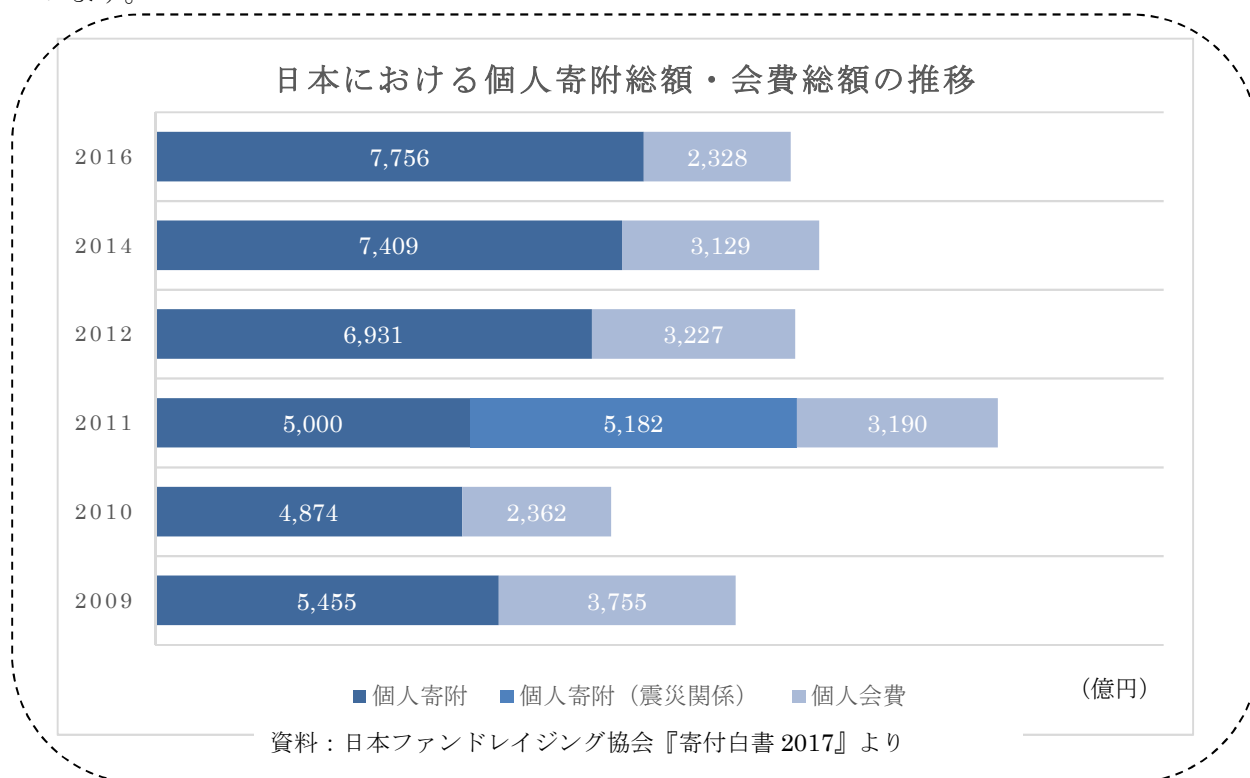
※旧認定（国税庁認定）法人数と所轄庁認定（仮認定含む）法人数の合計数を示しています。
 ※平成24年以降は、千葉県の認定件数と千葉市の認定件数を合計しています。

(4) 寄附の潮流

社会貢献活動の行われる分野については、収益性のある事業ばかりではないということを考慮すると、社会貢献活動を支える資金の流れとして、寄附が重要な役割を果たしています。

寄附は、寄附を受ける市民活動団体の活動において重要な役割を果たすとともに、寄附をする側にとっても、市民活動団体を通じた地域への参加の重要な手段であり、「金銭等によるボランティア」とも言われています。

NPO 法人日本ファンドレイジング協会の行った、日本における個人寄附総額・会費総額の推移の調査結果を下図のとおりまとめました。2016年の個人寄附総額は7,758億円と推計されています。



欧米に比べて日本の寄附金額はまだまだ低調であるとの指摘もあり、寄附文化の醸成による寄附市場の拡大に向けて、寄附月間等の取組が行われています。

➤寄附月間とは？

平成 27 年から 12 月を寄附月間と定めて、寄附の推進に向け、市民活動団体、大学、企業、行政、国際機関等、寄附に係る主な関係者が幅広く協働して行うキャンペーンが実施されています。

千葉県においても、寄附月間の機会を活かした寄附文化の醸成により、県民活動の参加の推進と市民活動団体の基盤強化を図ることが重要です。

また、情報通信技術の発達や新しいツールの普及によって、様々な新しい寄附の手法が登場しています。中でも、「ポイント還元による寄附」「クリック募金」などの認知度は高まっていると言われてしています。

項目	内容
寄附付き商品	消費者が商品等を購入するごとに、企業等が一定の割合でその売上の一部を寄附。
ポイント還元による寄附	利用者が各種カード等のポイント等の交換メニューの一つとして寄附を選択することで、企業等が金銭換算して寄附。
ダイヤル募金	番組等を見た視聴者が電話をかけ、情報料を電話会社が代行して回収してTV局等に支払いを行い、TV局等はその支払われた情報料を寄附。
クリック募金、 フェイスブック寄附	ウェブサイト内の既定の箇所（フェイスブックの「いいね！」ボタン等）のクリック数に応じて、スポンサー企業が寄附。
ツイッター募金	ツイッターの専用投稿フォームからのツイート数に応じて、募金を行う企業が寄附。
マッチングギフト	企業等が集めた寄附金について、企業側が一定額を上乗せした上で、団体等に寄附。
「もったいない」寄附	書き損じハガキや切手、使用中又は未使用のプリペイドカード、本、衣類などを寄附。（寄贈された団体は、これらを交換・換金。）
給与天引きによる寄附	希望する社員が、給与から一定額を天引きで寄附。会社からも上乗せして寄附する例もあり。
支援者が集める寄附 （「Just Giving」方式）	支援者（チャレンジャー）が何かにチャレンジする姿を情報発信することで、支援したい団体への寄附を呼びかけ、寄附者（サポーター）がチャレンジャーのウェブサイトから寄附。
クラウドファンディング	インターネット経由で、事業の目的や計画、目標金額などを提示し、不特定多数の人に寄附を呼びかけ、必要額が集まった時点で事業を実行。
遺贈	自分の死後、遺言等により指定した先に資産が譲渡されるように計画して、寄附。
相続寄附	自らが相続した財産から寄附。

資料：日本ファンドレイジング協会『寄付白書 2013』などを元に内閣府が作成した資料より

2 県民活動推進に係るイメージ図

ここでは、「県民活動推進に係るイメージ図」やその補足説明を記載します。

イメージ図について、
1月11日の懇談会においては、別添のとおり
お配りしています。

（補足説明1）県民活動推進のポイント

ここでは、「県民活動推進に係るイメージ図」を踏まえ、県民活動推進において重要となる視点を記載します。

➤ 県民活動推進のポイント ①地域の状況に応じた活動の推進

本県の地域性は一律ではなく、県内の全ての地域において、多くの社会課題を抱えているという状況は共通していますが、地域ごとに直面している課題は異なり解決の困難さも異なります。地域を構成する主体の状況や関係性、また、協働して課題に取り組んだ経験の蓄積なども様々です。

そのため、それぞれの地域性に応じた県民活動の推進が求められています。

➤ 県民活動推進のポイント ②「自分らしい関わり方」ができる場づくり

県民活動を通じた地域への関わり方は、そのひとの関心や課題意識、ライフステージ等によって様々です。

【関わり方の例】

- ・ 関心のある分野で活躍する NPO への気軽な参加
- ・ 寄附やイベント参加による応援
- ・ 働く世代が、休日だけ活動に取り組み、地域とのつながりを楽しむ
- ・ 退職後に、仕事で得たノウハウなどを活かして地域で活躍する
- ・ 語学や庭仕事、地域の伝統など、得意なことや好きなことを活かした活動

そのため、県民活動の推進にあたっては、ゆるやかな関わり方を含め、地域に対しては様々な関わり方があることを知る機会や実際に関わる場を充実させることが重要です。

➤ 県民活動推進のポイント ③個人と組織の交流による相乗効果

県民活動の発展には、個人の持つ自発性と組織の持つ課題解決力を組み合わせることが必要であり、個人と組織が相互に連携して取り組み、相乗効果を生み出していくことが重要となります。

【例】

- ・ 組織が個人の活動の受け皿となり、世代等の枠を超えて地域への関わり場の裾野を広げる
- ・ 個人が組織の活動に参加することで、能力の研さんや発揮の場とする

➤ 県民活動推進のポイント ④県民活動推進施策における戦略性

地域での取組は、「㉗住民による取組」、「㉘行政による取組」、「㉙住民と行政の協働による取組」に分けることができます。

行政には、それら区分に応じた観点のもと、住民の様々な活躍の場や機会を充実させていくことが求められます。

[区分に応じた観点]

- ・㉗：能力発揮の機会の充実
- ・㉘：住民との協働による施策の改善可能性の検討
- ・㉙：相互理解と適切な役割分担による施策の深化や地域づくりへの発展

今後の地域づくりにあたっては、各施策が㉗～㉙のどれに区分されるのか、今後どのような展開を目指すかを常に考える必要があります。

例えば、㉙においては、「地域をともに担える主体となるよう支援する段階」、「時間や空間を区切って協働による課題解決を試験的に図る段階」、「継続的な解決を図る制度を協働してつくっていく段階」などがあると考えられます。

➤ 県民活動推進のポイント ⑤交流による相乗効果の創出の推進

今後の各地域や千葉県全体の発展に向けては、地域内での交流や地域外との交流が重要となります。

交流の促進によって期待できるのは、多様な個と多様な組織による相乗効果の増大です。

地域資源の循環や経験知の共有を図り、地域の活性化やそれぞれの主体の更なる成長と活躍を引き出すことで、各地域や千葉県における新しい価値を創出していくことが重要です。

今後、世代や背景の異なる様々な主体の地域への参加を促し、交流を促進するため、その能力を発揮できる環境を整えることが必要です。

(補足説明2) 共生社会について

それぞれに違いがあることを認識し、一人ひとりが互いを支え認め合う共生社会の実現によって、これまで十分に社会に参加できなかった障害者等が、積極的に参加できる社会をつくることが重要です。ここでは、共生社会についてのいくつかの考え方を参考に掲載します。

(ア) 東京 2020 大会 大会ビジョン

大会ビジョンでは、以下のように記載されています。

「すべての人が自己ベストを目指し(全員が自己ベスト)」、「一人ひとりが互いを認め合い(多様性と調和)」、「そして、未来につなげよう(未来への継承)」を3つの基本コンセプトとし、史上最もイノベーティブで、世界にポジティブな改革をもたらす大会とする。

[多様性と調和]

人種、肌の色、性別、性的指向、言語、宗教、政治、障がいの有無など、あらゆる面での違いを肯定し、自然に受け入れ、互いに認め合うことで社会は進歩。

東京 2020 大会を、世界中の人々が多様性と調和の重要性を改めて認識し、共生社会をはぐくむ契機となるような大会とする。

(イ) 地域共生社会

厚生労働省の『「地域共生社会」の実現に向けて』では、以下のように記載されています。

制度・分野ごとの『縦割り』や「支え手」「受け手」という関係を超えて、地域住民や地域の多様な主体が『我が事』として参画し、人と人、人と資源が世代や分野を超えて『丸ごと』つながることで、住民一人ひとりの暮らしと生きがい、地域をともに創っていく社会

(ウ) ダイバーシティ経営

経済産業省の『「ダイバーシティ経営」について』では、以下のように記載されています。

ダイバーシティ経営とは、多様な属性の違いを活かし、個々の能力を最大限引き出すことにより、付加価値を生み出し続ける企業を目指して全社的かつ継続的に進めて行く経営上の取組

- ・「多様な属性」とは、性別、年齢、人権や国籍、障がいの有無、性的指向、宗教・心情、価値観などの多様性だけでなく、キャリアや経験、働き方などに関する多様性も含まれます。
- ・「能力」には、多様な人材それぞれの持つ潜在的な能力や特性なども含まれます。

企業経営の手法ではありますが、それぞれの人材の違いを活かした活躍や交流による付加価値の創出など、今後の県民活動を通じた地域づくりにも応用していくことが重要です。

(補足説明3) 共助社会について

内閣府では、有識者による「共助社会づくり懇談会」を開催し、共助の活動の課題分析と支援策の検討を行いました。

同懇談会で行われた、目指すべき共助社会の姿とその担い手となる様々な主体の取組についての議論が、平成27年3月に報告書（「共助社会づくりの推進について」）が取りまとめられました。

ここでは、その概略や抜粋を参考に記載します。

地域の課題解決や経済の再生及び地方の創生を進めていくにあたっては、

「個人の多様な価値観や意思が尊重されながら、新たな『つながり』が構築され、全員で作りに上げていく社会」の実現

を目指す必要があるとしています。

共助社会の実現に向けては、

・自分のことは自分で行うという「自助」の精神に立ちながらも、身近な分野で多様な主体が、共に助け合い、支え合うという「共助」の精神で活動することが重要である。また、こうした動きを後押しし、「共助社会づくり」の力が最大限に発揮されるよう、活動現場からの視点に立ち、制度・仕組みの構築等に取り組む必要がある。

・地域住民、地縁組織、NPO等、企業、ソーシャルビジネス、金融機関、教育機関、行政といった多様な主体が、それぞれの立場で、ライフステージや生活環境に応じた社会参画方法を選択し、また相互に連携していくことが求められる。

として、共助の主な担い手の主体として、個人と7つの組織体が挙げられ、主体ごとに取り組むべき事柄が24の課題として整理されています。

また、目指すべき共助社会の具体的な姿と実現への道筋として、3つの姿と27の道筋が提示されています。

共助社会づくりの推進について ～新たな「つながり」の構築を目指して～（概要）

（様々な課題）：人口減少、少子高齢化、厳しい財政、消費市場の規模縮小、人手不足、地域経済の疲弊、医療・介護問題、公共交通ネットワークの縮小、頻発する災害への対応、グローバルな競争との直面、セーフティネットの縮小に対する不安、人間関係や地縁的つながりの希薄化 など
 ⇒ 持続的・安定的な経済成長にもつなげていくために、全ての人々の間で危機感を認識・共有した上で、地域の特性に応じた取組を実施。互いに支え合い、多様な主体による有機的な結び付きを構築し、共に課題を解決していくという共助の精神が必要不可欠。

（参考）共助社会づくり懇談会『共助社会づくりの推進について』 概要版

地域や社会の課題を解決するために

「共助社会」＝「個人の多様な価値観や意思が尊重されながら、新たな「つながり」が構築され、全員で作りに上げていく社会」の実現

を目指す必要がある。

日本経済の再生及び地方の創生を進めていくにあたっては、自分のことは自分で行うという「自助」の精神に立ちながらも、身近な分野で多様な主体が、共に助け合い、支え合うという「共助」の精神で活動することが重要。

共助の担い手の取組と課題 8つの主体・24の課題

<p>【(1)地域住民】</p> <ul style="list-style-type: none"> ①地域社会に存在する課題の認識と当事者としての自覚 ②共助の取組による、より良い地域社会の構築 	<p>【(2)地縁組織】</p> <ul style="list-style-type: none"> ③地縁組織の活動内容等の情報発信 ④地縁組織等の活動の活性化 	<p>【(3)NPO等】</p> <ul style="list-style-type: none"> ⑤ボランティアや寄附の受入状況についての情報発信 ⑥中間支援組織の人材育成・財務基盤の強化 ⑦地域課題の発掘・共有 	<p>【(4)企業】</p> <ul style="list-style-type: none"> ⑧地域を支える担い手としての企業の役割の高まり ⑨社会貢献活動を通じた企業の持続的発展 ⑩企業の社会貢献活動についての積極的な情報発信 ⑪社会貢献活動を通じた従業員への士気向上・ソーシャルブランドの確立 	<p>【(5)ソーシャルビジネス】</p> <ul style="list-style-type: none"> ⑫ソーシャルビジネスの経済的な自立 ⑬ソーシャルビジネス事業者の経営ノウハウの向上 ⑭地域の中小企業によるソーシャルビジネスへの参入 	<p>【(6)地域金融機関】</p> <ul style="list-style-type: none"> ⑮アドバイザーとして地域金融機関の果たす役割の高まり ⑯金融機関、NPO等との間の情報交換・相互理解の促進 ⑰地域金融機関が中心となった地域の連携プラットフォームの構築 	<p>【(7)教育機関】</p> <ul style="list-style-type: none"> ⑱教育機関による将来の共助社会づくりを担う人材の育成 ⑲学校教育における社会貢献活動の機会の増加 ⑳地域の拠点としての大学による社会貢献活動の促進 	<p>【(8)行政】</p> <ul style="list-style-type: none"> ㉑自主的な取組を通じた課題解決の重要性 ㉒行政内部での連携・近隣の自治体間での広域連携の必要性 ㉓NPO等の活動への助成の効果等についての調査の必要性 ㉔地域の課題解決のコーディネーター役として期待される行政職員
--	---	---	--	---	--	---	---

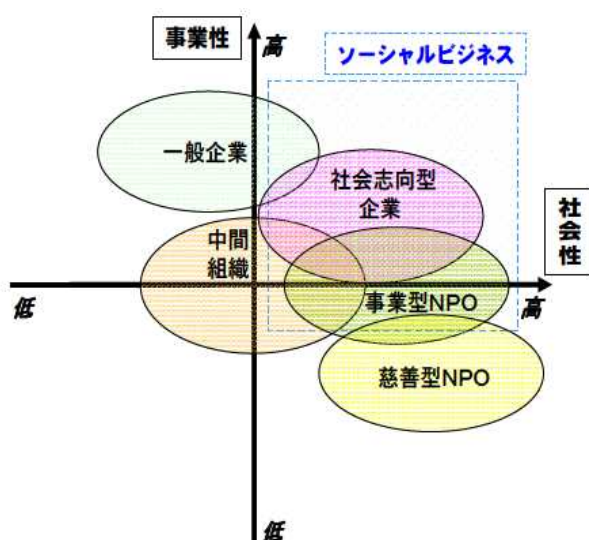
目指すべき共助社会の具体的な姿と実現への道筋 3つの姿・27の道筋

<p>(1)つながりの構築</p> <ul style="list-style-type: none"> ①地域の特性に応じた「共助社会の場」の構築 (I)共助社会の場 <ul style="list-style-type: none"> ②地域社会の課題・魅力の情報発信と議論の場の設定 ③多様な主体による「共助社会の場」の構築と活動範囲の拡充 ④地域の課題解決のまとめ役を担う人材の育成 ⑤セクターを超えた人材交流の活性化 (II)NPO等の役割 <ul style="list-style-type: none"> ⑥NPO等の活動を通じた人と人との新しいつながりの構築 ⑦「顔が見える」参加の仕組みを通じたNPO等の活動への共感者の増加 ⑧専門家との連携による効果的なコンサルティングの実施 ⑨女性・高齢者・若年層の参加を通じたNPO等の活動領域の拡大 	<p>(2)地域の活性化</p> <ul style="list-style-type: none"> ⑩地域の多様な主体の基盤強化を通じた地域の活性化 (I)地域金融機関 <ul style="list-style-type: none"> ⑪地域との共存共栄を目指した地域金融機関の活動の活性化 ⑫地域金融機関による退職者のノウハウを活用する仕組みの構築 (II)企業等 <ul style="list-style-type: none"> ⑬企業の本業と社会の課題解決をつなげる取組 ⑭ソーシャルビジネスの自立と発展に向けた取組 ⑮地域の中小企業のソーシャル化の推進 (III)地縁組織や教育機関 <ul style="list-style-type: none"> ⑯防災訓練等を契機とした「近助（近所）」の関係性の復活 ⑰学校の教育課程における社会貢献活動の促進 ⑱大学による企業・NPO等、行政と連携した専門家の育成・認定 	<p>(3)参加の促進</p> <ul style="list-style-type: none"> (I)ボランティアと寄附の意義 <ul style="list-style-type: none"> ⑲企業の社会貢献事業とプロボノ活動との有機的な連携 (II)ボランティア参加者拡大と寄附文化醸成 <ul style="list-style-type: none"> ⑳ボランティア活動に参加しやすい環境の整備 ㉑ボランティア活動の「見える化」 ㉒寄附の成功体験を通じた地域での資金循環の実現 ㉓ファンドレイザーの育成等による資金調達能力の向上と基盤強化 (III)地域における資金循環 <ul style="list-style-type: none"> ㉔広く地域社会で認知されたコミュニティ財団・市民ファンドの存在 ㉕コミュニティ財団・市民ファンド間の連携と機能強化 ㉖社会的投資の促進による地域での資金循環の活性化 ㉗社会的投資拡大に向けた様々な取組の検討
--	---	--

以下、『共助社会づくりの推進について～新たな「つながり」の構築を目指して』から一部を抜粋しつつ、用語の解説等を記載します。

➤ ソーシャルビジネスとは？

ソーシャルビジネスとは、様々な社会的課題の解決を目的として、ビジネスの手法を用いて取り組む事業活動です。従前の営利を目的とした典型的な「会社」とは異なり、また、無報酬の善意に依存する「ボランティア活動」とも異なる新しいスタイルの事業形態とされています。ソーシャルビジネスの事業主体としては、特定非営利活動法人だけでなく、株式会社や有限会社など、様々な法人形態、団体が想定されます。



ソーシャルビジネスの担い手

資料：経済産業省「ソーシャルビジネス研究会報告書」（平成20年4月）より

➤ (参考) 信用保証制度の対象の拡大

平成27年の中小企業信用保険法の改正により、信用保証協会が公的な債務保証を付ける制度を特定非営利活動法人が中小企業と同様に使えるようになりました。

これにより、特定非営利活動法人の金融機関を活用した資金調達が促進され、ソーシャルビジネスによる社会課題の解決や雇用の拡大等が期待されます。

➤ (抜粋*1) (1) 地域住民 課題②：共助の取組による、より良い地域社会の構築

会社員、医師や弁護士、職人等の専門家、行政職員、専業主婦・主夫、定年退職者、学生といった地域を担う様々な人々が、自らの特性や経験等を持ち寄り、それらを有効活用しながら主体的に相互に支え合う共助の取組によって、より良い地域社会を構築していくことが期待される。

¹ 共助社会づくり懇談会『共助社会づくりの推進について～新たな「つながり」の構築を目指して』より抜粋

➤ (抜粋*1) (3) NPO 等 課題⑦：地域課題の発掘・共有

NPO 等は、社会からの期待の声に応えるためにも、自らが中心となって、地域課題の発掘・共有を行い、その解決のための具体的な中長期の活動ビジョンを示すとともに、活動の継続のための財源確保と自立化に努め、多くの人々の巻き込みを実現させ、新たな社会の仕組みづくりや地域の活力創出を目指していくことが求められる。

➤ (抜粋*1) (4) 企業 課題⑨：社会貢献活動を通じた企業の持続的発展

近年では、CSRの一環としての社会貢献活動や、自社の事業を通じて一定の収益を確保しながら、消費者や従業員、株主、地域住民等が求める様々な社会的な課題を解決していく CSV の取組が注目されている。

➤CSR とは？

Corporate Social Responsibility の略で、「企業の社会的責任」とされています。

経済産業省によれば、「企業が社会や環境と共存し、持続可能な成長を図るため、その活動の影響について責任をとる企業行動であり、企業を取り巻く様々なステークホルダーからの信頼を得るための企業のあり方」と定義されています。

その取組は、「社会の一員としての義務」、「社会貢献」、「企業戦略」に類型化でき、地域課題の解決への参加や協働の前提となる相互理解を促進していく上でも、重要な視点と考えられています。

➤CSV とは？

Creating Shared Value の略で、「共通価値創造」とされています。

『共助社会づくりの推進について～新たな「つながり」の構築を目指して』によれば、「企業が事業を営む地域社会の経済条件や社会状況を改善しながら、自らの競争力を高める方針とその実行をいう。マイケル・ポーターの競争戦略理論の一つ。」と定義されています。

経済的価値を創造しながら、社会的ニーズに対応することで社会的価値も想像する手法として、企業の地域への参加において、重要な手法と考えられています。

¹ 共助社会づくり懇談会『共助社会づくりの推進について～新たな「つながり」の構築を目指して』より抜粋

➤ (抜粋^{*1}) 道筋③：多様な主体による「共助社会の場」の構築と活動範囲の拡充

個人、行政、NPO 等、企業、地域金融機関、教育機関などといった多様な主体間の有機的なネットワークを構築し（「共助社会の場」）、NPO 等や地域金融機関、行政などがこのような主体と連携しながら地域の特性に応じた共助社会のデザインを描き、その実現に向けた役割分担の下で、各主体の活動の活発化と相互の成長を実現させていく。また、地域間連携を図ることにより、共助の活動範囲を拡充していく。

➤ (参考) コレクティブ・インパクト

地域課題の解決に向けた協働の手法のひとつとして、「コレクティブ・インパクト」への注目が高まっています。

内閣府の「社会的インパクト評価の普及促進に係る調査」によれば、「異なるセクターにおける様々な主体が共通のゴールを掲げ、お互いの強みを出し合いながら地域課題の解決を目指すアプローチ」とされています。

活動のゴールやそこに至る過程を分析し必要な資源を考え、それを有する主体が協働して取り組む手法であり、個人や個々の組織では解決の難しい課題に、地域が面として取り組むことで解決が期待できます。

コレクティブ・インパクトによる取組と、地域における多様な主体間の有機的なネットワークの構築の好循環により、持続的な地域づくりを推進することが重要です。

¹ 共助社会づくり懇談会『共助社会づくりの推進について～新たな「つながり」の構築を目指して』より抜粋

➤（抜粋*1）道筋 27：社会的投資拡大に向けた様々な取組の検討

NPO 等の活動によってもたらされる社会的価値を金銭価値として定量的に示す SROI に代表されるような、社会的インパクト評価の導入や、ソーシャル・インパクト・ボンドの実現、休眠預金の活用、社会課題解決に取り組む主体に対する公共調達時のインセンティブの付与などについて検討していく。

➤社会的インパクト評価とは？

内閣府によれば、『担い手の活動が生み出す「社会的価値」を「可視化」し、これを「検証」し、資金等の提供者への説明責任（アカウンタビリティ）につなげていくとともに、評価の実施により組織内部で戦略と結果が共有され、事業・組織に対する近いが深まるなど組織の運営能力強化に資するもの』と定義されています。

休眠預金等活用法では、「休眠預金等交付金に係る資金の活用の成果に係る評価の実施」等が規定されており、休眠預金等の活用に当たって、社会的インパクト評価の活用が予定されています。

➤ 休眠預金等活用とは？

平成 28 年に「民間公益活動を促進するための休眠預金等に係る資金の活用に関する法律」が制定されました。

この法律の趣旨は、毎年 700 億円（平成 25～27 年度）にのぼるとされる、休眠預金等を、その公共的役割に照らし、社会の諸課題に対応する「民間公益活動団体」に配分することで、国民一般に還元するというものです。

配分は平成 31 年からとされていますが、詳細についてはまだ示されていないため、国の動向を注視する必要があります。

それと併せ、制度の活用の上で重要となる「社会的インパクト評価」等の研究を進め、県内の議論を深めることで、活動による成果を把握するという考えを普及する契機とする必要があります。

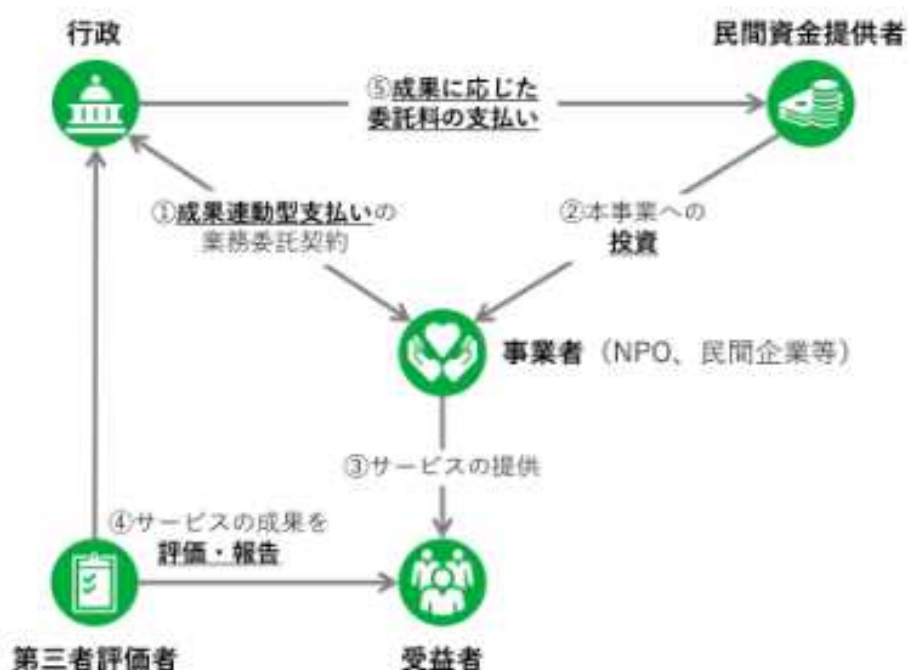
¹ 共助社会づくり懇談会『共助社会づくりの推進について～新たな「つながり」の構築を目指して』より抜粋

➤ ソーシャル・インパクト・ボンドとは？

官民連携の社会的投資モデルであり、民間資金を活用して実施する成果連動型の民間委託事業です。民間の資金やノウハウを活用して革新的な社会課題解決型の事業を実施し、行政はその事業成果（社会的コストの効率化部分）等を原資に成果報酬を支払います。2010年に英国で世界初のSIB案件が組成されて以降、同国を中心に世界各国でその活用が進んでいます。

日本では、平成29年に神戸市で日本初の事業が実施されました。

民間投資を活用した成果連動型業務委託 = SIB



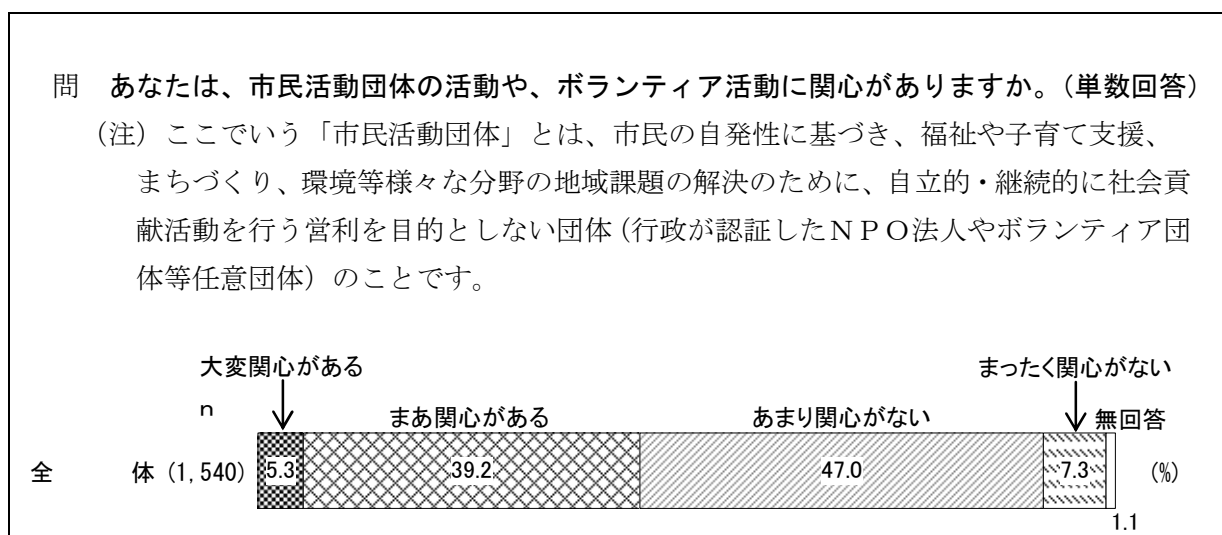
神戸市ホームページにおける「ソーシャル・インパクト・ボンドを活用した糖尿病性腎症等の重症化予防事業（作成：一般財団法人 社会的投資推進財団）」より抜粋

3 県政に関する世論調査

県民の県政への関心などを把握するため実施した「第 52 回県政に関する県政に関する世論調査（平成 28 年度）」からは、次のような結果が出ています。

（1）市民活動団体やボランティア活動の関心度

◇『関心がある』は4割台半ば



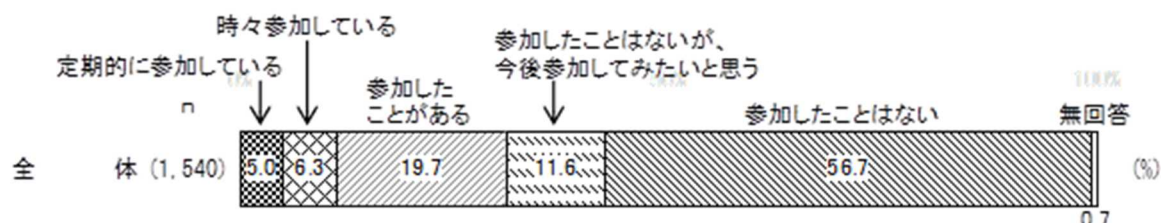
市民活動団体やボランティア活動の関心度を聞いたところ、「大変関心がある」（5.3%）、「まあ関心がある」（39.2%）となっており、2つを合わせた『関心がある』（44.5%）は4割台半ばとなっています。一方、「あまり関心がない」（47.0%）、「まったく関心がない」（7.3%）を合わせた『関心がない』（54.3%）は5割台半ばとなっており、『関心がない』割合が『関心がある』を上回っています。

(2) 市民活動団体の活動への参加経験

◇「参加したことはない」は約7割

問 あなたは、市民活動団体の活動に参加したことがありますか。(単数回答)

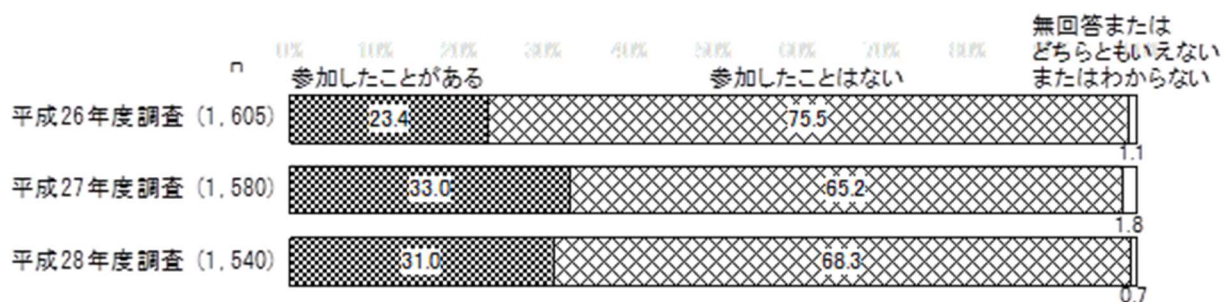
(注) ここでいう「参加」とは、団体の会員やスタッフとしての参加、団体への資金・物品・場所の提供・寄付、ボランティアによる労力・技術等の提供、団体が提供するサービスの利用・イベントへの参加などを含みます。



市民活動団体の活動への参加経験を聞いたところ、「定期的に参加している」(5%)と「時々参加している」(6.3%)、「参加したことがある」(19.7%)の3つを合わせた『参加したことがある』(31.0%)は3割を超えています。

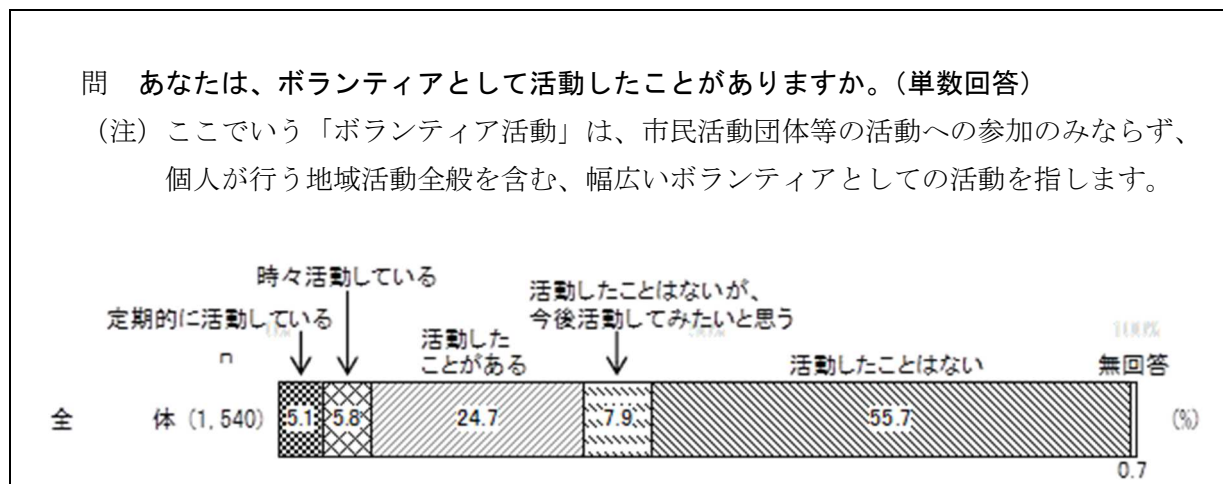
一方、「参加したことはないが、今後参加してみたいと思う」(11.6%)は1割を超え、「参加したことはない」(56.7%)は5割台半ばとなっています。

[参考] 平成26年度・平成27年度の同様の項目による調査結果との比較(単位: %)



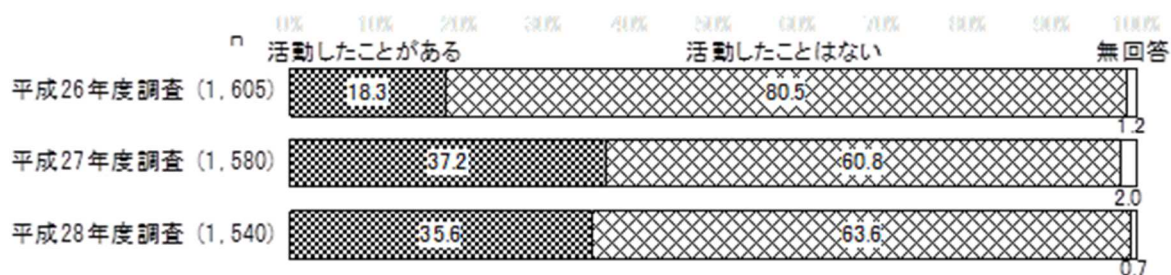
(3) ボランティア活動経験

◇「活動したことがある」は約3割



ボランティアとして活動したことがあるかを聞いたところ、「定期的に活動している」(5.1%)、「時々活動している」(5.8%)が約5%ずつおり、「活動したことがある」(24.7%)を合わせた『活動したことがある』(35.6%)は3割台半ばとなっています。一方、「活動したことはない」(55.7%)は5割台半ばとなっています。

[参考] 平成26年度・平成27年度の同様の項目による調査結果との比較(単位: %)



4 寄附・ボランティアに関する意識調査
については、
データ整理中です