Panasonic NPO/NGO サポート プロボノ プログラム
https://holdings.panasonic/jp/corporate/sustainability/citizenship/pnsf/probono.html

パナソニックは、2011年4月より従業員の仕事のスキルや経験を活用してNPOを支援する「Panasonic NPO/NGO サポート プロボノ プログラム」を開始。従業員のボランティア活動として、社会課題の解決に取り組むNPOの事業展開力の強化を応援し、NPOの活動がさらに大きな成果をあげることを目指している。これまで、中期計画策定やマーケティング調査、ウェブサイトの再構築などを支援。本活動を通して、従業員の社会課題や多様性への理解が深まり、自己効力感・主体性が高まるなど、仕事にも活きる経験となっている。

NPOを強くする

活動から15年の専門的NPO「気候ネットワーク」に企業人プロボノチームが事業計画立案を支援

――「NPO×プロボノワーカー」の出会いが育んだもの

社会人が自らのスキルや経験を活かして、社会課題に取り組むNPOを支援するプロボノ。
昨年、日本初の試みとなる「NPOの事業計画立案」を支援するプロジェクトが行われた。「NPO×プロボノワーカー」の出会いは、両者にどのような化学反応を起こしたのか。プロジェクトを終えたNPO法人「気候ネットワーク」とプロボノチームに取材した。

気候ネットワーク 事務局長 田浦 健朗さん

気候ネットワーク スタッフ 芝 浩市さん

プロボノは「大人の社会科見学」。未知の世界に期待と不安

「新しい出会いを求めていたら、職場の先輩に『ちょうどいいのがあるよ』と教えられて。それがプロボノだったんです」

そう話すのは、パナソニック社員の上原大輔さん。参加のきっかけは、純粋な「社会貢献」とは違った。だが、普段の仕事で培ったスキルや経験を活かして、社会課題に取り組むNPOを応援するプロボノの仕組みに「大人の社会科見学」のような魅力を感じた。

プロボノワーカーに登録後、マッチングされたのは地球温暖化防止に取り組む「気候ネットワーク」という環境NGO。6人のプロボノチームで、同団体の中長期的な事業計画を立案するというミッションだった。チームには、企画や技術、広報、営業、経理などを仕事にする多様なメンバーが集まった。いずれもパナソニック社員だったが、全員が初対面。各メンバーは「普段の会社と家の往復では味わえない体験」や「職場にはない新しい出会い」を求めて、それぞれの思いでプロボノに参加していた。上原さんはそのプロジェクトマネージャーを任されたが、最初はハラハラしっぱなしだった。「団体の活動は専門性が非常に高く、しかもNPOの事業計画立案を支援するって何?というところから始まったので、最初はまったく着地点がわからなかった」と振り返る。

実際、プロボノといえば、これまではNPOのホームページやパンフレットの制作などを支援する情報発信系のプロジェクトが中心だった。しかし、10年以上の実績を有するNPOが増え、組織基盤の強化や中・長期的な計画作成のニーズが高まる中で、今回、初めて事業計画立案の支援メニューが導入され、パナソニックチームのプロジェクトは日本初の試みとなった。

メンバーの一人も、当初は期待と不安が交錯したと語る。

「団体の出版物を図書館で借りてみたら、辞書みたいに分厚い本だった。これだけの知識がすべて頭の中に入っている人たちとの出会いは楽しみである反面、私たちが事業計画なんて提案できるのかと、会うまでは内心ドキドキだった」

プロボノ支援受け、NPO内部に変化の機運が生まれる

一方、支援を受けたNPO側は、プロボノに第三者的な意見を期待していた。「気候ネットワーク」事務局長の田浦健朗さんはその背景について、「活動開始から15年が経ち、一度立ち止まって組織や事業を見直す時期にさしかかっていた」と打ち明ける。

「気候ネットワーク」の設立は98年。97年に京都で開かれた地球温暖化防止京都会議（COP 3）に向け、日本の環境NGOが初めて集まり連携したのがその活動の原点だ。温暖化防止のために市民の立場で提案・行動するというミッションのもと、国際交渉への参加、国内の温暖化に関する幅広い政策提言、独自の調査・研究など専門性の高い活動を行う一方、地域レベルの温暖化対策にも積極的に取り組んできた。なかでも、地域発の取り組みから法制化につながった「省エネラベル」の普及活動や全国に広がる「自然エネルギー学校」の開催、さらには京都市と連携して市立小学校全校で実施する環境教育など、その活動は多岐にわたる。

国レベルの政策提言から地域の実践活動に至るまでの重層的な取り組みが同団体の大きな特徴といえるが、そうした活動内容の広がりとともに組織力の強化は避けて通れない課題となっていた。今以上、いかにして社会にインパクトを与えていくのか、ドイツの環境運動のような幅広い市民を巻き込んだ活動の実現が大きなテーマだった。

「目標の実現に向けて中期計画は作成していたのですが、ビジョンが地球温暖化防止というあまりにも壮大なものなので、どうしても中身が現実と乖離してしまう。そこを具体的にどう積み上げていけばいいのか、企業の方々がもっているノウハウをヒントにしたかった」と田浦さんは言う。

両者は初顔合わせの後、約半年間におよぶプロジェクトをスタート。まずプロボノチームは組織の方向性と課題を明らかにするため、団体関係者へのヒアリング調査を実施。その結果、中・長期的に取り組むべきテーマとして「組織基盤の強化」と「会員数獲得の強化」の2点を中間提案として報告したが、その時にはすでに団体内部にも変化が現れ始めていた。スタッフの芝浩市さんは、こう言う。「うちは事務所が京都と東京で離れていることもあって、全体で話し合う機会がほとんどなかった。それが、ヒアリングを受けた段階で、しっかり話し合おうという機運が内部から生まれてきた。それは私たちにとって大きな変化でした」

「NPOの思いの強さ」に驚いたプロボノ。「やりたいことを“見える化”」してもらったNPO

プロボノ支援を受けて、「気候ネットワーク」はプロジェクト期間中から組織力強化に向けた取り組みを開始。2日間にわたる中長期戦略会議を実施して、2015年ビジョンの明確化と共有化を図り、実施計画を整理するとともに組織運営の基本となるPDCAサイクル（※）を実行に移した。

そうしたNPO側の素早い変化とひたむきさに、プロボノメンバーもまた刺激を受けた。本業の仕事を休んで戦略会議にも特別参加したというメンバーの一人は、「かかわればかかわるほど、団体への思い入れが強くなった。会議内容も非常に濃い密度で話をされていて、やっぱりこの人たちにはかなわないなと思った」と話す。

ほとんどのメンバーにとって、NPOとの出会いは初めての体験。地球温暖化防止という遠大な社会課題に向けて、限られた資源の中で夜遅くまで働く人たちの姿には新鮮な驚きがあり、その思いの強さに「とにかく、すごい人たち」とメンバーは口を揃える。

最終提案では、組織強化のための取り組みと仕組みづくりに加え、会員拡大に向けた取り組みを7つのステップに整理して提案。NPO側からは「まさにやりたいと思っていたことを、“見える化”してもらった」「多くの気づきと学びがあり、サステナブル（持続可能）な組織構築に向けて大きな一歩を踏み出せた」との称賛の言葉をもらった。だが、プロボノメンバーは「貢献できた」という思い以上に、「こちらが勉強させてもらった」と話す。

「絶対にこれをやらなければいけないという使命感で仕事をしている人たちの姿を見て、理想的な働き方だと思えたし、その場に自分が参加できたことが一番の財産になった」

また、上原さんは会社とは規模も性格も異なる事業体に触れたことで、気づきがあったという。

「遠い未来に目を向けているNPOと、今、目の前にいるお客さまに最適なモノを提供しようとする僕との視点の違いを痛感した。将来起こるだろう問題を防ごうと日々活動する人たちと接する中で、これからのメーカーは製品価値の提供で終わることなく、お客さまやその家族・友人、地域・社会に至るまで、将来を見すえた2次的3次的な広がりの先も考慮する視点をもつべきだと実感しました」

プロボノメンバーが提案した事業計画は、どのように花開くのか。その成果は今後の「気候ネットワーク」の努力次第ともいえる。「せっかくできた人間関係だから、今後もかかわり続けます。それに、今以上に“気候さん”が有名になる日が来るのがすごく楽しみなんです」

※ Plan（計画）→ Do（実行）→ Check（評価）→ Act（改善）の4段階を繰り返すことで、業務を継続的に改善していく手法。

NPO法人　気候ネットワーク
97年の地球温暖化防止京都会議（COP3）を成功させるために活動した「気候フォーラム」の趣旨・活動を受け継いで、翌98年に設立。温暖化防止のために市民の立場から「提案×発信×行動」するNGO。温暖化防止にかかわる専門的な政策提言や情報発信を行うと同時に、地域単位での温暖化対策モデルづくりや人材の養成・教育などに取り組んでいる。

プロボノチーム
左から、岡崎嘉幸さん、上原大輔さん
桜井康晴さん、田中正和さん
松嶋潤子さん、穴山恭廣さん

Panasonic

（『ビッグイシュー日本版』207号に掲載）