

プロボノ/活動から見えてきた企業の課題

事務局 榎 正昭

プロボノというのは、仕事で培った専門知識やスキルを提供し、公益的な活動に取り組む団体を支援する新しい形のボランティア活動である。ラテン語で「公共善のために」という意味のこの活動は、2000年頃アメリカで生まれ、その後、企業が社会貢献の一環として社員のプロボノ活動を積極的に後押しするなど、急速に普及しているそうだが、いま日本でも少しずつ広がり始めているという。(NHK「クローズアップ現代」7/1 放送から)

資金や人材不足に困っているNPOに対して、広告代理店のディレクターが広報宣伝活動を、IT企業のデザイナーがホームページの作成を、というようにそれぞれの専門性を生かして支援したり、様々なスキルを持つメンバーがチームを組んで支援する例も見られる。またプロボノ活動をしたい人たちと、プロボノの支援を求めたい団体のマッチングを専門に行うNPOもできた。企業の中にも、プロボノ担当部署を置き、社員に対して一定時間のプロボノ活動を奨励するところが出てきた。

プロボノに参加する若者たちは「喜んでもらえることで、働いている実感が持てる」「反応がすぐ返ってくるのがうれしい」「お金が絡まない素の気持ちに戻ってくる」「会社の看板でなく個人で勝負して評価される」と語る。一方、企業の担当者も「社員が目を輝かせて戻ってきた」「モチベーションが上がっている」「成功体験の獲得という意味で大きな成果だ」と語り、企業にとってプロボノが単なる社会貢献活動以上の成果をもたらしていることを認めている。(同上の番組から)

このことは、若者が本来の会社の仕事に働く喜びや働きがいを感じていないこと、企業もまた日常業務で社員のモチベーションの低下に悩んでいることなど、背景にある問題を明らかにしていると同時に、問題解決の方向、具体的な方法をも示している。現実の仕事の場を、プロボノのように、一人ひとりが持てる能力を發揮し、協力して課題解決に当たる、そういう場に作りかえること。プロボノの実践はそういう課題を明らかにしていると言えよう。