

東日本大震災における
経済界の被災者・被災地支援活動
に関する報告書

—経済界による共助の取り組み—

2 0 1 2 年 3 月
日本経済団体連合会
社会貢献推進委員会
1% (ワンパーセント) クラブ

< 目 次 >

はじめに
報告書概要

【第1編】 経済界による被災者・被災地支援活動の概況

1. 被害ならびに支援活動の特徴	I-1
(1) 東日本大震災による被害の特徴	I-1
(2) 経済界による支援活動の特徴	I-2
(3) これまでの経験が活かした経済界の取り組み	I-7
2. 経済界による支援活動	I-10
(1) 資金面に係る支援活動	I-10
(2) 物資面に係る支援活動	I-15
(3) 人材・サービス・ノウハウに係る支援活動	I-19
(4) 購買活動を通じた支援活動	I-24
(5) 施設の提供を通じた支援活動	I-25
(6) その他の活動	I-26
(7) 本業の事業活動(営利事業)の一環としての被災者・被災地支援活動	I-26
3. 今回の支援活動を通じて浮き彫りになった諸課題	I-27
(1) 義援金や支援金を巡る諸課題	I-27
(2) 救援物資の支給を巡る諸課題	I-29
(3) ボランティアの派遣に係る諸課題	I-30
4. 今後の検討課題	I-31
(1) 復興期における被災者・被災地支援活動の課題	I-31
(2) 大規模自然災害に備えた今後の課題	I-32

【第2編】「東日本大震災における被災者・被災地支援アンケート」 調査結果〔データ集〕

目次	II-1
1. 被災者・被災地支援アンケートについて	II-2
2. 経済界全体からの支援額	II-3
3. 企業による支援の状況	II-4
4. 団体による支援の状況	II-21

【第3編】「東日本大震災における被災者・被災地支援アンケート」 調査結果〔事例集〕

目次	III-1
1. 事例調査について	III-2
2. 事例インデックス〔社名・団体名五十音順〕	III-5
3. 具体的な事例(個表)〔社名・団体名五十音順〕 <略>	

* 具体的な事例(個表)については、経団連ホームページ(※)参照

※ <http://www.keidanren.or.jp/japanese/policy/2012/011.html>

はじめに

東日本大震災から1年が経過した。大地震・大津波に原子力発電所事故が重なり、今回の震災はわが国経済社会に極めて甚大な被害と爪痕を残した。多くの人命が奪われ、住まいはもとより、働く場、コミュニティごと流された地域も多い。わが国のサプライチェーンが寸断され、ひいては世界経済にも影響を及ぼした。さらに、原子力発電所事故に伴う計画停電やその後のエネルギー需給のひっ迫、放射能汚染問題は被災地にとどまらない日本全国に及ぶ問題となった。

今回の震災に直面して、我々はいくつかの重要なことを再認識した。

ひとつは「自然との共生」である。人間は自然から多くの恵みを得て、知恵と技術を活かして豊かな生活を享受してきた。しかしながら、時として、自然の猛威や自然への畏怖の念を軽視してはいなかったか。常に自然との共生を図る努力を怠ってはいなかったか。

ふたつめは、人間の「絆」である。震災後、日本全国から、多くの寄付金や支援物資とともに、様々な励ましが寄せられた。震災直後からボランティアとして現地に入った市民も数多い。支援の輪は国内に止まらず、アメリカのトモダチ作戦をはじめ、世界中から数え切れないほど多くの支援や暖かいメッセージをいただいた。

そして最後に、「共助」の精神である。災害発生時の被災者・被災地支援は、いうまでもなく政府・地方自治体を中心とした「公助」が「自助」を補う重要な役割を果たす。しかしながら、国難とも言える大規模な自然災害になればなるほど、「自助」「公助」だけではなく、政府・地方自治体、企業やNPO/NGOなどの様々な組織や市民が、連帯を強めお互いに助け合う「共助」の精神が、より重要となる。

今後大事なことは、今回の震災の記憶を決して風化させることなく、被災地の復興に向けて、各々の組織・個人が自らできることを継続して取り組むことである。人間は過去の自然災害から様々な教訓を得て、改善を図り、その反省と教訓は様々なかたちで現在に活きている。今回の震災においても、各々の関係者が各々の立場・観点から、今回の震災における対応を振り返り、次にいつ起きるかもしれない大規模自然災害に備えることが必要である。

このような認識を基に、経団連社会貢献推進委員会ならびに1%（ワンパー

セント) クラブでは、数多くの企業・団体が行った多岐にわたる被災者・被災地支援活動の概要を、より多くの関係者の間で幅広く共有されることを願って、報告書として記録に残すことにした。

なお、本報告書を作成するにあたり、2011年10月から11月にかけて、経団連の全会員企業・団体、1%クラブの全法人会員を対象に、「東日本大震災における被災者・被災地支援に係るアンケート」を実施した。ご協力いただいた会員各位に改めて感謝申し上げます。

その結果を第2編のデータ集と第3編の事例集の形で示している。第2編のデータ集では、企業・団体が行った寄付、物資・サービスの提供、社員の被災者・被災地支援活動への参加等の支援活動に係る数値を集計し、分析を行った。ここでは、毎年行っている「社会貢献活動実績調査」に準じて、支援先から対価を受け取らずに行う活動について集計した。他方で、企業の支援活動は本業の事業活動の一環としても幅広く展開されている。対価の有無に関わらず、支援効果という観点では、本業を通じた支援も見逃すことのできない重要な側面である。また、最近の企業の社会貢献活動のひとつの特徴として、本業とのシナジーを生む活動が増えている。そこで、第3編の事例集では、社会貢献活動のみならず、社会インフラの早期復旧や生産・サービスの継続、被災地製品の販売を通じた協力等についても広く紹介している。

本報告書を多くの方々に手にとっていただき、経済界による支援活動の概況を理解していただければありがたい。また、今回の支援活動で浮かび上がった課題や企業・団体における様々な取り組み事例を整理することで、企業・団体はもとより、政府、地方自治体、NPO/NGOなどの関係者が今後の災害対応を検討する際の一助となれば幸いである。

2012年3月

日本経済団体連合会

社会貢献推進委員会 共同委員長

社会貢献推進委員会 共同委員長/1%クラブ会長

古賀 信行

佐藤 正敏

「東日本大震災における経済界の被災者・被災地支援活動に関する報告書 — 経済界による共助の取り組み —」概要

2012年3月
日本経済団体連合会
社会貢献推進委員会
1% (ワンパーセント) クラブ

東日本大震災による被害の特徴

1. 広域かつ甚大な被害、自治体機能の喪失
2. 大都市圏から離れた地域で甚大な被害、燃料不足問題の発生
震災直後における救援物資の調達が大きな課題
3. 多くの震災遺児、子どもの教育支援や次世代育成が重要
4. 家族やコミュニティの喪失、心のケア対策が必要
5. 高台移転など居住地・コミュニティの移転の必要性
6. 産業構造が破壊された地域の存在、雇用の創出が大きな課題
7. 原子力発電所事故による風評被害や県内外への避難の長期化

経済界における社会貢献活動の蓄積

- ◇ 経団連の1%クラブ・社会貢献推進委員会(1990年発足)を通じた活動の展開
 - ◇ 阪神・淡路大震災(1995年)における取り組み
⇒ NPO法成立(1998年)に向けた対応
⇒ 支援P(※1)(2005年)立ち上げへの参画
 - ◇ 海外で活動を展開するJFP(※2)(2001年発足)への支援
 - ◇ NPO/NGOとの連携・協働に向けた地道な活動
- ※1: 災害ボランティア活動支援プロジェクト会議
※2: ジャパン・プラットフォーム

経済界による支援活動

特徴

1. 多くの企業・団体等による多額の支援
企業・団体による支援額は約1,000億円、社員や消費者等からの寄付も加えると、経済界全体からの支援額は約1,200億円
2. 本業を活かした多様な支援活動の展開
資金・物資・人材・サービス・ノウハウ等を組み合わせ、本業を活かした独自の支援活動を実施
3. 対応の迅速さと長期にわたる支援のコミットメント
200億円超の金銭寄付が3月末までに支出、一方、3～5年間といった継続的な支援を実施、被災地のニーズの変化に対応した支援
4. 企業人ボランティアの活躍と企業の支援
約18万人の企業人がボランティア等の活動に参加、約260社がボランティア活動参加の呼びかけ、ボランティア休暇の創設・拡充等
5. 国・地方自治体やNPO/NGO等との連携・協働
国・地方自治体への救援物資の提供等、奨学金・ボランティア・各種イベント等でNPO/NGO等と連携・協働、企業・団体間の連携も

支援の類型

< 社会貢献活動としての支援活動(無償支援) >

資金の提供

義援金、支援金、基金・プログラムの設立等

物資の提供

自社製品、市場購入、社内備蓄品、社員等の持ち寄り

人材・サービス・ノウハウの提供

自社サービスや専門スキルの提供、ボランティアの派遣、イベント・セミナーの実施等

購買活動

企業内産直市、社員食堂でのメニュー化等

施設の提供

社有地、社宅等

< 本業の事業活動(営利事業)の一環としての支援活動 >

インフラの早期復旧、契約の早期履行、生産継続、商業施設の早期再開、小売業等による物産展等、被災地における工場・事業所の新設、被災地での雇用増等

※本業のリソースを活かしながら、複数の類型にわたる多様な支援活動を展開している事例が多い
※別紙<多様な被災者・被災地支援活動の主な事例一覧>参照

浮き彫りになった諸課題

- ◇ 多くの都道府県にまたがる大規模災害の場合に、公平な支給にも配慮しながら、迅速に義援金を届けるための方策
- ◇ 多額の支援金を適時適切にNPO/NGO等にマッチングする難しさ
- ◇ 海外からの支援金・救援物資の受け入れ体制
- ◇ 政府・地方自治体、製造・輸送・流通事業者、NPO/NGOを含めた、迅速かつ効率的な救援物資の調達・配付に係る総合的な仕組み
- ◇ 企業が独自にボランティアプログラムを企画・実施する場合の派遣先の選定、企業、地方自治体、NPO/NGO間の情報共有の仕組み

今後の検討課題

【復興期における社会貢献としての支援活動】

- ① 支援継続の重要性
企業自らの特性・強みを活かした分野や社会貢献活動の重点テーマに掲げる分野での支援
- ② 地域毎に異なる変化するニーズへの対応
自治体やNPO/NGO等との連携
地元経済の自立的な復興を促す支援活動に力点を移す必要
地域に根差したNPO等の育成
NPO/NGO等への寄付を通じた被災事業者等への支援

【今後の大規模自然災害に備えた対応】

- ◇ 支援ニーズに関し、適時適切な収集・提供機能の充実、マッチングの仕組み作り
- ◇ NPO/NGO中間組織の機能強化
- ◇ 企業・団体間における被災者・被災地支援活動に係る連携促進策
- ◇ 非常時における諸規制の柔軟な運用。海外からの支援受入体制整備
- ◇ 経済界における支援活動に対する第三者からの評価の仕組み作り
- ◇ NPO/NGOの通常活動への寄付など、平時から行っている社会貢献活動が低下しないような配慮

<多様な被災者・被災地支援活動の主な事例一覧>

※複数の類型にわたる事例が多い

<p>資金の提供</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◇単純寄付 ◇売上等に連動した寄付(寄付金付商品) (食品・衣料品・医薬品・宅配便、保険、定期預金、コンテンツ等) ◇従業員募金 ◇店頭募金・テレビ等を通じた消費者等への寄付呼びかけ ◇ポイント募金 ◇チャリティイベント (コンサート、バザー等) ◇マッチング寄付 <ul style="list-style-type: none"> ○従業員募金とのマッチング ○お客様からの寄付とのマッチング 	<ul style="list-style-type: none"> ◇国・地方自治体への直接寄付 ◇義援金 ◇NPO等中間支援組織の活動資金 ◇NPO等が行うプログラムへの協賛・資金提供 <ul style="list-style-type: none"> ○子ども向け奨学金・育英資金等 ○子ども向け教育関連プログラム ○被災者の病気・心のケアプログラム ○女性、お年寄り、要介護者向けプログラム ○漁業再生 ◇基金・プログラムの設立 (奨学金・育英基金、NPO等への助成、環境改善・地域再生等の研究に対する助成)
<p>物資の提供</p>	<ul style="list-style-type: none"> 自社製品の提供 市場からの購入 社内備蓄品の提供 社員等の持ちより 	<ul style="list-style-type: none"> 【被災者向け】 食品、下着、靴下、生活用品、医薬品、乾電池、時計、パソコン、プリンタ、スキャナ、コピー機、電話器、火災警報器等 【被災児童・生徒向け】 絵本、文房具、スポーツ用品、楽器等 【自治体向け】自転車、車両、コンテナハウス、海水淡水化装置等 【NPO/NGO向け】パソコン、プリンタ等 【被災事業者向け】建設機械、水産加工機械、漁船、冷凍・冷蔵施設等
<p>人材・サービス・ノウハウ等の提供 (イベント・セミナー等の実施を含む)</p>	<p>本業関連</p> <ul style="list-style-type: none"> ◇自社製品の配布・活用によるサービスの提供 <ul style="list-style-type: none"> ○自社製品セットの仮設住宅等への配布 ○食品会社、ホテル等による炊き出し、食事の提供 ○衛生改善(防虫ネット取り付け、トイレ清掃等) ○コミュニティ巡回型情報プリントサービス ○写真を救済・復元するサービス ○保守・点検・修理サービス(I T機器、トイレ・浴槽等、小型船舶、計測器等) ○建設機械等の操縦講習会の実施と建設機械の寄贈 ○I Tシステム利用研修会 ◇自社のサービス、専門スキルの提供 <ul style="list-style-type: none"> ○救援物資の輸送 ○諸外国から寄せられた救援物資の諸手続・輸送 ○客船による支援航海(食事、入浴、プライベート空間等の提供) ○自治体・NPO等向け被災者支援システムの提供 ○NPO/NGO、避難所等におけるデータベース作成作業等 ○子ども向け科学・理科実験教室の実施 ◇専門人材の提供 <ul style="list-style-type: none"> ○自社・グループ病院等の医師、看護師、薬剤師の派遣 ○仮設住宅での健康・栄養セミナー(料理教室等) <p>本業以外</p> <ul style="list-style-type: none"> ◇社員ボランティアプログラムやイベント等の企画・実施と社員等の参加 / 他者が行う企業人ボランティアプログラムへの社員等の参加 <ul style="list-style-type: none"> ○泥かき、海岸清掃等のボランティア派遣プログラム ○実業団選手等による子ども向けスポーツ教室の開催(バレーボール、卓球、野球、サッカー等) ○子ども・家族向けお楽しみイベントの実施(スポーツ交流会、工場見学、バーベキュー大会、観光ツアー等) ○子ども向けプログラムの実施(子ども絵画コンクール等) ○被災地でのクラシックコンサート等の開催・招待 ○女性や災害弱者へのプロテクション活動 ○ボランティア活動報告会等 ◇ボランティア休暇制度の拡充・新設、諸経費の補助等のボランティア促進策 	
<p>購買活動</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○東北・関東産の農産物・加工食品等の物産展を社内等で開催(企業マルシェ) ○社員食堂で、東北産・関東産の食材を活用したメニューを提供 ○被災した福祉作業所の製品を販売する場の提供 ○東北産食品の詰め合わせを抽選でプレゼント 	
<p>施設提供</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○社有地を仮設住宅用地やヘリポート用地等として提供 ○社宅を避難所として提供 ○厚生施設・工場等の入浴施設の提供 ○ホテルを支援活動者向けに提供 	
<p>本業の事業活動 (営利事業)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◇インフラの早期復旧 ◇契約の早期履行 ◇製品生産の継続(工場存続のいち早い宣言を含む) ◇商業施設の早期再開 ◇小売業における東北物産展等の開催 ◇被災地での工場・事業所の新設等 ◇被災地での雇用増 	

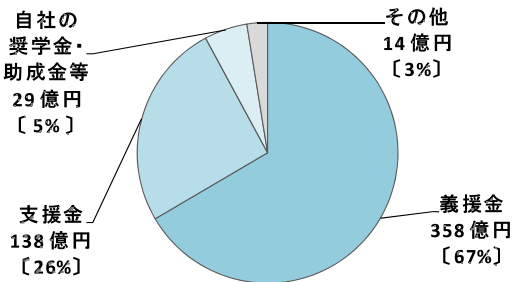
「東日本大震災における被災者・被災地支援アンケート」調査結果 ＜主要データ＞

1. 経済界全体からの支援額 <第2編・3頁>

(単位: 億円)

項目	支援額	
	金額	構成比
1. 企業による支援額	904	74%
(a) 金銭寄付	715	58%
(b) 現物寄付(サービスを含む)	148	12%
(c) 社員募金や店頭募金等に 係るマッチング寄付	27	2%
(d) その他	14	1%
2. (1) 団体がとりまとめた支援額	90	7%
(2) 団体独自の支援額	16	1%
小計 <企業・団体による支援額>	1,011	83%
3. 社員や消費者・顧客等の寄付金	213	17%
合計 <経済界全体からの支援額>	1,224	100%

(2-1) 金銭寄付(既支出分)の種類別金額構成比 <第2編・8頁>



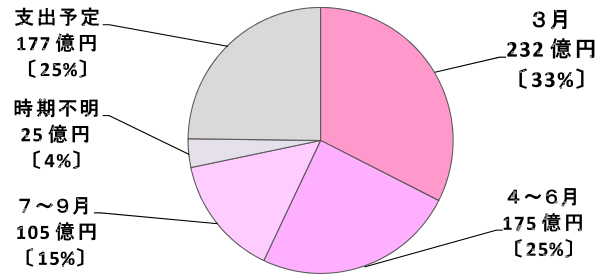
2. 企業における支援活動 (1) 概要 <第2編・4頁>

(単位: 社・グループ、億円)

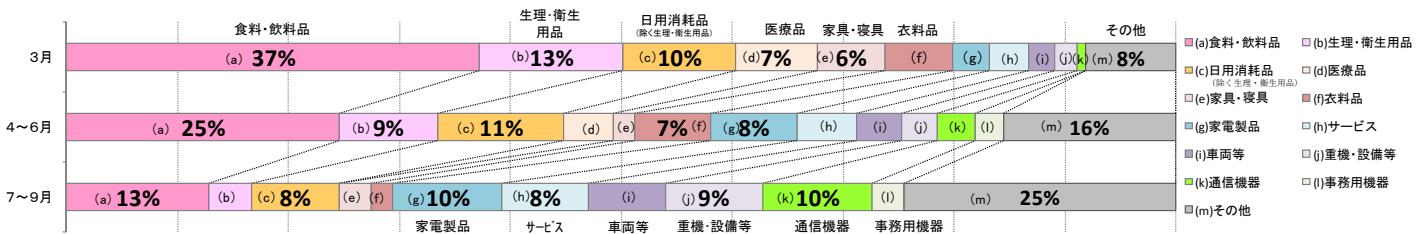
項目	実施企業数	支援額	
		金額	構成比
1. 金銭寄付	438	715	79%
(a) 義援金(被災者に直接届けられる見舞金)	417	358	40%
(b) 支援金(NPO等の支援活動に対する寄付)	154	138	15%
(c) 自社(・グループ)が運営する奨学金・助成金等	34	29	3%
(d) その他	54	14	2%
(e) 今後の支出予定	36	177	20%
2. 現物寄付(サービスを含む)	331	148	16%
3. 施設開放	92	-	-
4. 社員等の被災者・被災地支援活動への参加	259	-	-
(a) 自社・自グループが企画した被災者・被災地 支援活動への社員等の参加	170	-	-
(b) 他組織が企画した被災者・被災地支援活動	184	-	-
5. その他の取組み	419	41	5%
(a) 社員等への寄付の呼びかけ	398	24	3%
(b) 消費者・顧客に寄付を呼びかける取組み	154	3	0%
(c) 被災地応援・風評被害対策購買活動	124	-	-
(d) その他	65	14	2%
調査回答企業全体	461	904	100%

※「5.(a)」「5.(b)」の支援額は、企業によるマッチング寄付金額

(2-2) 金銭寄付支出時期 <第2編・8頁>



(3) 現物寄付の主な提供物資の変遷 (件数構成比) <第2編・10頁>

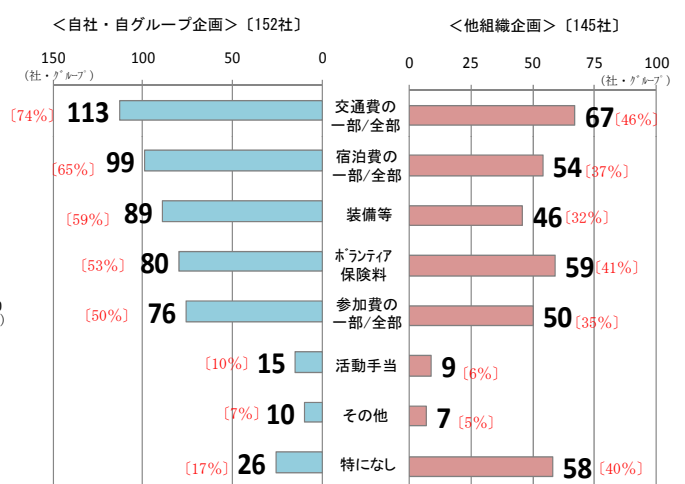


(4-1) 社員等の被災者・被災地支援活動への参加 <第2編・14頁>

(単位: 社・グループ、人・日)

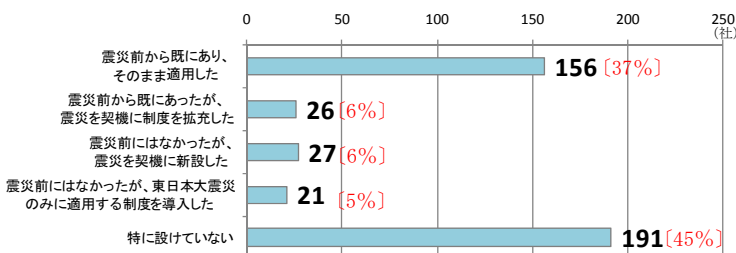
項目	実施企業数	参加人数		参加延べ人数				
		実施割合	構成比	うち実績	うち予定			
(1) 自社・自グループが企画した被災者・被災地 支援活動への社員等の参加	170	65.6%	52,017	80.4%	42,232	9,785	139,312	76.6%
(2) 他組織が企画した被災者・被災地支援活動 への社員等の参加の呼びかけ紹介	184	71.0%	12,685	19.6%	11,754	931	42,667	23.4%
合計(社員等参加の実施企業)	259	-	64,702	100.0%	53,986	10,716	181,979	100.0%

(4-3) 参加者に対する企業の支援内容 <第2編・18頁>



※ [%] は、「各項目別企業数/設問回答企業数」
(自社・自グループ企画: 152社、他組織企画: 145社)

(4-2) ボランティア休暇制度(短期)の整備状況 <第2編・16頁>



※ [%] は、「各項目別企業数/設問回答企業数 (421社)」

【 第 1 編 】

経済界による被災者・被災地支援活動の概況

【第1編】 経済界による被災者・被災地支援活動の概況

2012年3月
日本経済団体連合会
社会貢献推進委員会
1%（ワンプーセント）クラブ

1. 被害ならびに支援活動の特徴

(1) 東日本大震災による被害の特徴

2011年3月11日(金)14時46分、三陸沖を震源とするマグニチュード9.0の国内観測史上最大の巨大地震が発生するとともに、過去最大級の大津波が東日本一帯の太平洋岸を襲った。これにより、岩手、宮城、福島を中心に広範囲にわたって甚大な被害を受けた。とりわけ、津波の被害が大きく、大津波に街ごと飲み込まれ壊滅的な被害を受けた市町村も多い。

全壊した建築物は約13万戸、半壊・一部破損した建築物は90万戸を超え、死者・行方不明者は約1.9万人と、多くの方々が住まいと職場を失った。電気・ガス・電話・上下水道等の各種ライフラインや鉄道等の公共交通機関が停止し、さらに深刻なことに、東京電力福島第一原子力発電所事故等が発生した。内閣府の推計調査によれば、東日本大震災における被害額の総計は約16.9兆円である¹。

今回の震災は広範囲にわたって甚大な被害を及ぼし、そのことが、被災者・被災地支援や復興支援の実施にあたり以下のような影響を与えた。

- ① 多くの地方自治体の職員の方々が被災し、自治体の機能自体が喪失した市町村も多く、速やかな緊急支援活動の遂行等が困難であった。その後の復興施策の策定・遂行にも少なからぬ影響を与えている。
- ② 甚大な被害を受けた地域が大都市圏から遠いということもあり、震災直後、情報関連設備の被害により被災状況を入手することが困難な地域があった。また、道路の寸断や燃料不足等から、救援物資が行き渡らず、深刻な食料問題に陥った地域もあった。発災直後からしばらくの間、被災地では救援物資の調達が大きな課題であった。
- ③ 地震発生時刻が昼間であったことや、学校では概ね訓練等が行き届き、高台に立地していることが多いなどの理由から、幸いにも多くの児童・生徒が助かったものの、多くの震災遺児が残された。被災地域の子どもたちへの教育支援、次世代育成の重要性が大きい。

¹ 数値は、政府緊急災害対策本部「平成23年(2011年)東北地方太平洋沖地震(東日本大震災)について」(平成24年2月21日)

- ④ 家族のみならずコミュニティまでも喪失した地域も多い。子どもや女性、お年寄りを中心に「メンタル」的な被害が根深く継続することが予想され、心のケア対策が重要となる。また、阪神・淡路大震災ではお年寄りの孤独死が多く発生しており、二の舞にならないようにすることが大切である。
- ⑤ 今後の防災・減災対応の必要性から、地域によっては、従前の場所に住み続けることが難しく、高台移転など居住地・コミュニティの移転が必要な地域も存在する。このような地域では、地方自治体が策定する復興計画の策定にあたり、住民合意形成の困難さが想定される。
- ⑥ 居住地のみならず産業構造そのものが破壊された地域も多く、復興までに長い期間を要する。震災以前より高齢化と人口減少が進展していた地域であり、震災を契機に、若者をはじめとした人口流出が加速している。これまで地元経済を担ってきた、水産業・農業・食品加工産業に携わる中小事業者の復興をはじめ、雇用の創出が大きな課題である。
- ⑦ 東京電力福島第一原子力発電所事故の発生は、県内外に長期にわたる避難を余儀なくしているほか、放射能漏れの影響や農産物・水産物の風評被害、電力逼迫等により、国民生活や企業の事業活動に少なからぬ影響を及ぼしている。

(2) 経済界による支援活動の特徴

2011年10月から11月にかけて、経団連は全会員企業・団体を対象に「東日本大震災における被災者・被災地支援活動に係るアンケート」（以下「経団連支援アンケート」）を実施し、発災後から9月末までの企業・団体による支援活動の把握に努めた²。調査結果によると、多くの企業・団体が多額かつ多様な支援活動を展開している。

今回の経済界による被災者・被災地支援活動の主な特徴として、以下が挙げられる。

① 多くの企業・団体等による多額の支援

企業・団体による支援額は約1,011億円であり、企業・団体が社員や消費者・顧客等に寄付を呼びかけて集めた支援額約213億円を加えると、経済界全体からの支援額は約1,224億円に及ぶ<表1(次頁)>。

金銭寄付を行った企業の割合は95%(438社)、同じく現物寄付を行った企業は72%(331社)、社員等が被災者・被災地支援活動に参加した企業は56%(259社)と、多くの企業・団体が被災者・被災地支援に取り組んだ<図1(次頁)>。

² 詳細な調査結果は、本報告書第2編データ集ならびに第3編事例集を参照

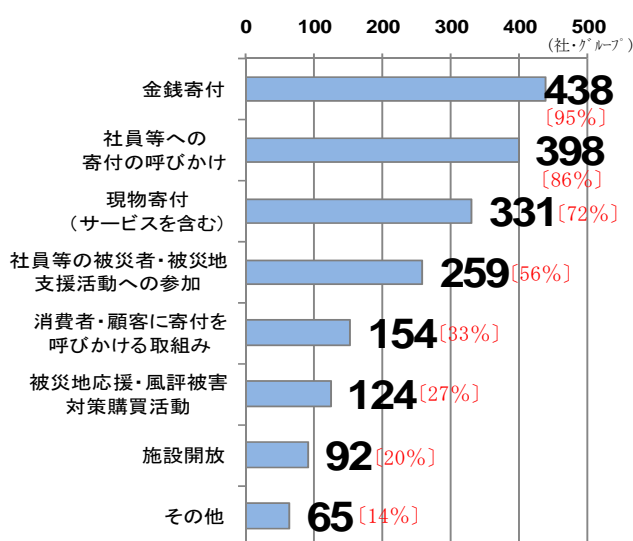
＜表 1：経済界の全体からの支援額＞

(単位: 億円)

項目	支援額	
	金額	構成比
1. 企業による支援額	904	74%
(a)金銭寄付	715	58%
(b)現物寄付(サービスを含む)	148	12%
(c)社員募金や店頭募金等に 係るマッチング寄付	27	2%
(d)その他	14	1%
2. (1)団体がとりまとめた支援額	90	7%
(2)団体独自の支援額	16	1%
小計 <企業・団体による支援額>	1,011	83%
3. 社員や消費者・顧客等の寄付金	213	17%
合計 <経済界全体からの支援額>	1,224	100%

※構成比(%)は、「各項目別支出金額/経済界全体からの支援額(1,224億円)」

＜図 1：類型別の実施企業数＞



※ [%] は、「各項目別実施企業数/調査回答企業数(461社・グループ)」

② 本業を活かした多様な支援活動の展開

今回の支援活動を俯瞰すると、単なる義援金や救援物資の寄付に加えて、人材・技術・ノウハウなど、本業を活かし、現地ニーズに即した独自の支援活動に知恵を絞るなど、実に多様な支援活動が展開されている。

今回、経団連支援アンケートの事例調査等で挙げられた事例を精査・分類し、表 2「多様な被災者・被災地支援活動の主な事例一覧」のように一表に整理した<表 2 (次頁)>。

ただし、単純に分類できる活動は少なく、資金、物資、人材・サービス・ノウハウの提供など、本業を活かして様々な要素を組み合わせた支援活動が多い。例えば、以下の事例がある。

- 自社製品を単に寄付するだけでなく、社員が仕分け・箱詰めを行い、避難所・仮設住宅に配布。
- パソコン、IT関連機器等を無償提供するとともに、社員がその設置作業やデータベース化、コピー巡回サービス等の作業を実施。
- 被災者の写真を洗浄するため、そのための物資・技術を提供するとともに、社員も写真洗浄作業に参加。
- 社員がボランティアとして被災地の子ども向けに科学教室やスポーツ教室を実施。

<表 2：多様な被災者・被災地支援活動の主な事例一覧>

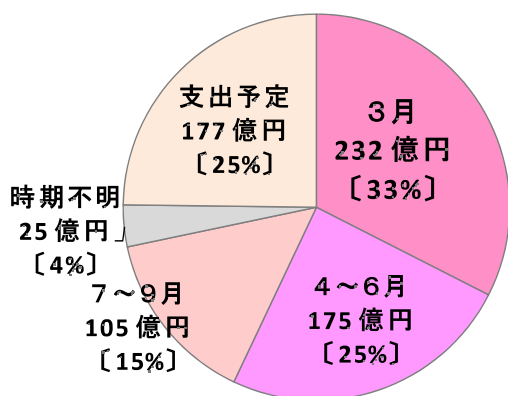
※複数の類型にわたる事例が多い

<p>資金の提供</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◇単純寄付 ◇売上等に連動した寄付(寄付金付商品) (食品・衣料品・医薬品・宅配便、保険、定期預金、コンテンツ等) ◇従業員募金 ◇店頭募金・テレビ等を通じた消費者等への寄付呼びかけ ◇ポイント募金 ◇チャリティイベント (コンサート、バザー等) ◇マッチング寄付 ○従業員募金とのマッチング ○お客様からの寄付とのマッチング 	<ul style="list-style-type: none"> ◇国・地方自治体への直接寄付 ◇義援金 ◇NPO等中間支援組織の活動資金 ◇NPO等が行うプログラムへの協賛・資金提供 ○子ども向け奨学金・育英資金等 ○子ども向け教育関連プログラム ○被災者の病気・心のケアプログラム ○女性、お年寄り、要介護者向けプログラム ○漁業再生 ◇基金・プログラムの設立 (奨学金・育英基金、NPO等への助成、環境改善・地域再生等の研究に対する助成)
<p>物資の提供</p>	<ul style="list-style-type: none"> 自社製品の提供 市場からの購入 社内備蓄品の提供 社員等の持ちより 	<ul style="list-style-type: none"> 【被災者向け】 食品、下着、靴下、生活用品、医薬品、乾電池、時計、パソコン、プリンタ、スキャナ、コピー機、電話器、火災警報器等 【被災児童・生徒向け】 絵本、文房具、スポーツ用品、楽器等 【自治体向け】自転車、車両、コンテナハウス、海水淡水化装置等 【NPO/NGO向け】パソコン、プリンタ等 【被災事業者向け】建設機械、水産加工機械、漁船、冷凍・冷蔵施設等
<p>人材・サービス・ノウハウの提供 (イベント・セミナー等の実施を含む)</p>	<p>本業関連</p> <ul style="list-style-type: none"> ◇自社製品の配布・活用によるサービスの提供 ○自社製品セットの仮設住宅等への配布 ○食品会社、ホテル等による炊き出し、食事の提供 ○衛生改善(防虫ネット取り付け、トイレ清掃等) ○コミュニティ巡回型情報プリントサービス ○写真を救済・復元するサービス ○保守・点検・修理サービス(IT機器、トイレ・浴槽等、小型船舶、計測器等) ○建設機械等の操縦講習会の実施と建設機械の寄贈 ○ITシステム利用研修会 ◇自社のサービス、専門スキルの提供 ○救援物資の輸送 ○諸外国から寄せられた救援物資の諸手続・輸送 ○客船による支援航海(食事、入浴、プライベート空間等の提供) ○自治体・NPO等向け被災者支援システムの提供 ○NPO/NGO、避難所等におけるデータベース作成作業等 ○子ども向け科学・理科実験教室の実施 ◇専門人材の提供 ○自社・グループ病院等の医師、看護師、薬剤師の派遣 ○仮設住宅での健康・栄養セミナー(料理教室等) <p>本業以外</p> <ul style="list-style-type: none"> ◇社員ボランティアプログラムやイベント等の企画・実施と社員等の参加 / 他者が行う企業人ボランティアプログラムへの社員等の参加 ○泥かき、海岸清掃等のボランティア派遣プログラム ○実業団選手等による子ども向けスポーツ教室の開催(バレーボール、卓球、野球、サッカー等) ○子ども・家族向けお楽しみイベントの実施(スポーツ交流会、工場見学、バーベキュー大会、観光ツアー等) ○子ども向けプログラムの実施(子ども絵画コンクール等) ○被災地でのクラシックコンサート等の開催・招待 ○女性や災害弱者へのプロテクション活動 ○ボランティア活動報告会等 ◇ボランティア休暇制度の拡充・新設、諸経費の補助等のボランティア促進策 	
<p>購買活動</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○東北・関東産の農産物・加工食品等の物産展を社内等で開催(企業マルシェ) ○社員食堂で、東北産・関東産の食材を活用したメニューを提供 ○被災した福祉作業所の製品を販売する場の提供 ○東北産食品の詰め合わせを抽選でプレゼント 	
<p>施設提供</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○社有地を仮設住宅用地やヘリポート用地等として提供 ○社宅を避難所として提供 ○厚生施設・工場等の入浴施設の提供 ○ホテルを支援活動者向けに提供 	
<p>本業の(営利事業)活動</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◇インフラの早期復旧 ◇契約の早期履行 ◇製品生産の継続(工場存続のいち早い宣言を含む) ◇商業施設の早期再開 ◇小売業における東北物産展等の開催 ◇被災地での工場・事業所の新設等 ◇被災地での雇用増 	

③ 対応の迅速さと長期にわたる支援のコミットメント

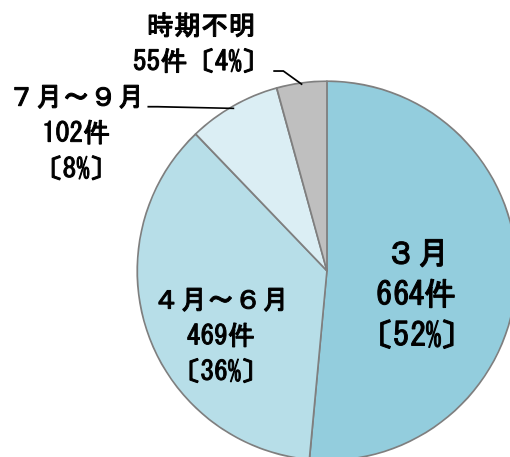
金銭寄付の33% (約232億円)が3月末までに支出、現物寄付も件数で52% (664件)が3月末までに実施されるなど、極めて迅速に対応した<図2-1、2-2>。

<図 2-1：金銭寄付支出時期（金額）>



※ [%] は、「各項目別支出金額／企業による金銭支出額(715億円)」

<図 2-2：現物寄付支出時期（件数）>



※ [%] は、「各項目別件数／企業による現物寄付実施件数(1,290件)」

他方で、復興までに長い期間がかかることを踏まえて、一度きりの金銭寄付のみならず、基金や助成プログラムなど、3年間、5年間といった長期・継続的な支援をコミットメントする企業が散見される。

また、各企業・団体とも、時間の経過とともに変化する被災地のニーズに対応した支援に知恵を絞った。概して、3月から5月頃にかけては、緊急支援として、電気・ガス・通信等の公共インフラや商業施設等の復旧に全力で努めるとともに、義援金・支援金の寄付や、避難所を対象とした食料品・日用品といった救援物資の無償提供等を実施した。5月以降は、社員等を被災地にボランティアとして派遣して被災地の泥かきや草刈り等を行ったり、仮設住宅等への移転を踏まえて、日用品や家電品、IT関連サービス等を提供したり、子どもの教育支援や心のケア等を目的に様々なイベントを企画してコミュニティ形成の手助けをしたり、被災者の方々を勇気づけたりした。秋以降は、引き続き、子どもの教育や心のケアに関わる支援、コミュニティ支援を行うとともに、漁業や水産加工業などの地場産業等の復興に係る支援や、冬物関連製品の提供等を行う例が見られた。

④ 企業人ボランティアの活躍と企業の支援

今回の支援活動の特徴として特筆すべきは、企業人のボランティアが多数現地入りして活躍したことである。支援アンケート結果によると、259社の企業(回答社数の56%)が社員等に対して被災者・被災地支援活動(いわゆるボランティア活動等)への参加を促し、企業人の参加延べ人数は9月末までで約18

万人・日にのぼっている。また、企業としても、企業自らボランティアプログラムを企画したり(170社、回答社数の37%)、労働組合と連携して社員にボランティアへの参加を呼びかけたり、震災を契機にボランティア休暇制度を拡充・新設したり、あるいは業務扱いで派遣したり、様々な支援を行った。

⑤ 国・地方自治体やNPO/NGOとの連携・協働：

NPO/NGOや国・地方自治体など他のセクターとの連携・協働が顕著に見られた。今回の震災では地方自治体に加え、政府自ら救援物資の調達を行ったことから、政府の要請に応じて自社製品を救援物資として提供した企業が多い。県の災害対策本部とも連絡を取り合い、支援物資やサービスを提供した。

なかには、震災前から連携していたNPO/NGOとの実績や信頼関係に基づき、協働で活動を展開する企業も見られた。

NPO/NGOや地方自治体等と連携・協働して支援活動を行った事例として、例えば以下がある。

- 救援物資の提供にあたって、国や地方自治体と情報交換や調整を図りながら対応。避難所や仮設住宅に自社製品の救援物資を配付する際、地方自治体やNPO/NGOの力を借りて実施。
- ボランティアプログラムの実施にあたって、支援P³や地元のボランティアセンターなど、現地で活動を行うNGO/NGOと連携して活動を実施。
- 奨学金や教育関連プログラム、心のケアプログラム、各種イベントなど、企業の支援目的とNPO/NGO等が行うプログラムの趣旨が合致したものに対して、資金提供や協賛等を実施。
- 女性たちの避難所での生活改善のために、NPO/NGOが実施する健康相談会で、女性が必要とする自社の製品を袋に入れて配付。
- 社会起業家支援のため、従来のプログラムに被災地支援を追加。
- 自社が重点を置いているテーマ(次世代育成、いのち、環境など)について、NPOと一緒に助成プログラムを開発。

また経済界内においても、以下のように、同業種・異業種を問わず、グループ内・他企業間の連携による支援活動が展開された。

- ボランティアプログラムを異業種グループ企業が合同で実施。
- 農水産業復興プロジェクトに様々な業種が賛同し、資金・物資面で支援。
- IT関連団体がICT支援応援隊を設立し、パソコン等の機材の無償提供やネットワーク接続の設定等を通じて、被災地のIT環境整備を支援。

³ 「災害ボランティア活動支援プロジェクト会議」詳しくは8頁参照

(3) これまでの経験が活かした経済界の取り組み

NPO/NGOとの連携・協働が展開された背景には、20年近くにわたって経済界が積み上げてきた社会貢献活動の経験がある。

① 1%クラブならびに社会貢献推進委員会の立ち上げ

1990年1月、企業・個人による寄付やボランティア等の社会貢献活動を推進するため、経団連は「1%（ワンパーセント）クラブ」を立ち上げるとともに、同年7月、経団連の政策委員会として「社会貢献推進委員会」を発足させた。以後、毎年度、経団連会員企業や1%クラブ法人会員を対象に「社会貢献活動実績調査」を実施するほか、企業とNPO/NGO等との相互交流の促進、国内外の緊急救援活動に関する情報の提供等を行ってきた。

とりわけ国内外の大規模自然災害に関しては、発生の都度、1%クラブニュース等を通じて、会員企業に対して義援金等に係る情報提供や働きかけを行い、多くの企業が寄付をしてきた<表3>。

<表 3: 近年における災害被災地支援に係る企業の支出額等>

年度	支出額	実施企業数		<参考>1%クラブニュースで支援の働きかけを行った自然災害	
		実施割合	(件数)	(名称等)	
2010	21億円	226社	55.5%	5件	中国青海省地震、パキスタン北西部地震、NZクライストチャーチ地震等
2009	35億円	194社	55.7%	8件	中国・九州北部豪雨、台湾台風8号、スマトラ島パタン沖地震、ハイチ地震等
2008	64億円	313社	80.1%	3件	ミャンマーサイクロン、中国四川大地震、岩手・宮城内陸地震
2007	50億円	273社	70.9%	2件	新潟県中越沖地震、バングラデシュサイクロン
2006	117億円	—	—	3件	ジャワ島中部地震、7月豪雨災害、能登半島地震
2005	24億円	—	—	2件	米国ハリケーン「カトリナ」、パキスタン北部地震
2004	56億円	387社	90.0%	4件	新潟・福井水害、台風23号、新潟県中越地震、スマトラ島沖大地震・津波

※ 経団連/1%クラブ「社会貢献活動実績調査結果」における「災害被災地支援」の状況

※ 2010年度の災害被災地支援には、東日本大震災関連の支援額を含まない

※ 「支出額」等は1%クラブニュースで働きかけを行った自然災害以外を含む

② 阪神・淡路大震災における取り組み

1995年1月17日に発生した阪神・淡路大震災においては、義援金や支援金等を寄付することに加えて、1%クラブが大阪ボランティア協会など20を超える市民活動団体とともに「阪神・淡路大震災被災地の人々を応援する市民の会」（「応援する市民の会」）を結成し、メンバーとして救援活動に参加した。具体的には、発災直後の1月中は行政の手の届かないところに被災者が必要とする物資を提供し、2月に入ってから企業人にボランティアの参加を呼びかけ、1ヵ月間で延べ200人ほどの企業人が参加した。阪神・淡路大震災が発生した1995年は「ボランティア元年」とも言われ、企業人のみならず約140万人の市民がボランティアとして活躍した。阪神・淡路大震災における経験を通じて、経団連・1%クラブは、大規模自然災害において、行政や企業とは異なる行動原理で動くボランティア団体等の市民団体が多様な価値観に基づいて活動すること

の重要性を目の当たりにした。あわせて、市民団体が活動できる環境整備を行うことの必要性や、企業と市民団体とが連携・協働することでより良い社会づくりに貢献できることを認識した。

③ 阪神・淡路大震災以降の取り組み

そのような認識のもと、1998年3月のNPO法（「特定非営利活動促進法」）の成立や2001年の寄付金税制の拡充にあたり、経団連・1%クラブとしても賛成する意見書をまとめ、その実現を関係方面に働きかけるなど、NPO/NGOの基盤づくりに協力してきた経緯がある。

また、その後の大規模自然災害においても、企業とNPO/NGO等と連携して企業人ボランティアの派遣や物資の提供等を行う支援活動を重ねた。さらに、2004年の新潟県中越地震における災害ボランティア支援活動が大きな契機となって、2005年1月、企業やNPO、社会福祉協議会、共同募金会等により構成される「災害ボランティア活動支援プロジェクト会議（通称「支援P」）」が中央共同募金会に設置され、1%クラブも参加した。支援Pでは、災害ボランティアセンターの立ち上げや運営を支援するため、資金の提供や人材の派遣、被災地のニーズにあった資機材・救援物資の提供等を行っている。

一方、世界各地で続発する自然災害や地域紛争によって多くの人々が被害・犠牲となっていることを踏まえ、わが国のNGO、経済界、政府が対等なパートナーシップを組み、自然災害時や難民発生時の緊急援助をより効果的かつ迅速に行おうと、2001年、「ジャパン・プラットフォーム（JPF）」が発足した。1%クラブとしてもJPFを支援することを表明し、以後、海外で大地震や水害等が発生し甚大な被害が発生した場合に、1%クラブニュース等を通じて、会員企業等に対して主に資金面での支援を働きかけるとともに、組織の運営に協力してきた。

さらに、平時においても、企業の社会貢献担当者とNPO/NGOと一緒に議論しながら、災害ボランティアを支援するための仕組みづくりや効果的な支援のあり方について検討を進めてきた。検討にあたっては、参加企業が試行錯誤しながら実践を重ねて得た知見を仕組みづくりに反映させるなど、適宜PDCAサイクルを回しながら、次の災害対応に活かしてきた。また、企業においても近年、金銭寄付のみならず、本業を活かした物資やサービス、人的資源の提供等を通じた支援に対する関心が高まっており、その実施にあたり、NPO/NGOと協働で支援することが重要との認識が深まっている。こうしたなか、経団連や1%クラブとしても、寄付先や支援先、協働するパートナー選定に係る情報発信やコーディネート機能を果たすべく、企業とNPO/NGOとのネットワークの構築に努めてきた。

④ 東日本大震災における経団連・1%クラブを通じた企業・団体への働きかけ

経団連では、東日本大震災発生後直ちに、米倉会長を本部長とする「東日本大震災対策本部」を立ち上げるとともに、1%クラブと連携して、経団連のホームページや1%クラブニュース等を通じて、資金面・物資面・人材面等にわたる被災者・被災地支援に係る情報を発信した。とりわけ、支援PやJPF等に対する支援金の募集や、災害ボランティアセンター立ち上げのための資機材の提供、企業人ボランティアプログラムの企画・実施などは、これまで培ってきた1%クラブを通じたNPO/NGOと企業との信頼関係を活かして、迅速かつ円滑に実施できた。

また、今回の震災では、被災地内外のNPO/NGO等が情報交換を密にし、災害支援に連携して取り組むことを目的として、3月30日「東日本大震災支援全国ネットワーク(JCN)」が結成された。JCNには1%クラブも設立当初から協力団体として参加し、NPO/NGOの活動状況をはじめとした現地の情報を入手し、企業に広く情報を提供するとともに1%クラブの活動に活かした。

会員企業等からは、「経団連から、資金面・物資面・人材面等にわたる複数の支援メニューの提示・働きかけがあったことから、自社の実情に即した支援活動を選択し、即、行動を起こすことができた」、「その後の自社独自のプログラムの検討・実施に参考になった」との評価をいただいている。

2. 経済界による支援活動

本章では、先の〈表 2〉に記した支援活動の分類毎に、「経団連の活動」や「企業・団体による主な活動」を紹介する。ただし、先の「1.(2) 経済界による支援活動の特徴」で述べたとおり、支援活動は資金面・物資面・人材面等に明確に分類できるわけではなく、実際には複数の類型にわたった多様な支援活動が展開されている。第3編の事例集のなかの事例インデックスにおいても、複数の分類にまたがる事例が多く見られる。

(1) 資金面に係る支援活動

① 経団連の活動

経団連では、震災対策本部の立ち上げと同時に、企業・団体等に対し、被災者へのお見舞い金として直接届けられる「義援金」やボランティア活動資金への寄付（「支援金」）の呼びかけを行った〈表 4〉。

〈表 4：経団連・1%クラブから協力をお願いした義援金・支援金〉

種別	資金の性質・用途	受付総額(注)
義援金	被災者に対し、直接配分される見舞金	約 3,476 億円
支援金		
災害ボランティア活動支援プロジェクト会議(支援P)	災害ボランティアセンター立ち上げ・運営費、NPO コーディネート費、企業人ボランティア活動費	約7億円
指定寄附金「赤い羽根災害ボランティア・NPO サポート資金」	被災地等での救援・支援活動等を行うボランティアグループやNPOの支援	約 31 億円
ジャパン・プラットフォーム(JPF)	NGO等の被災地等に係る活動費(「共に生きる」ファンド等)	約 67 億円

(注) 2012年1月末までの受付額。企業以外の寄付も含む。

ボランティア活動資金としては、支援Pとともに、海外災害救援活動支援にあたってきたJPFがいち早く、東日本大震災への支援に乗り出したことから、JPFへの資金協力をお願いした。さらに、今回の震災に対応して新たに指定寄附金として中央共同募金会に創設された「赤い羽根災害ボランティア・NPO活動サポート募金」についても、後日、協力要請を行った。

また、「赤い羽根災害ボランティア・NPO活動サポート募金」やJPFの助成対象プロジェクトを選定する際に、寄付を行った事業者の立場から審査に参画した。

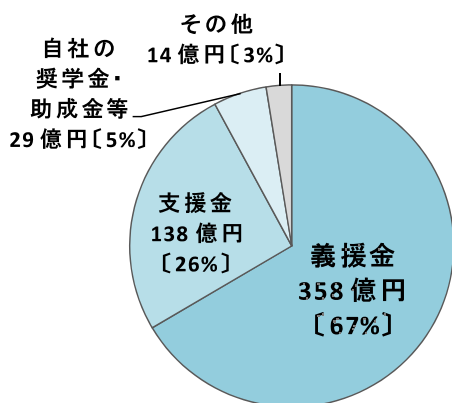
会員企業等からは、義援金・支援金に係る寄付先の口座案内が3月14日に行われたため、金銭寄付を迅速に行うことができたと評価を得ている。

② 企業・団体による取り組み

経団連支援アンケート結果によると、金銭寄付を行った企業は438社、総額約538億円あり、うち義援金は417社、総額約358億円、支援金は154社、138

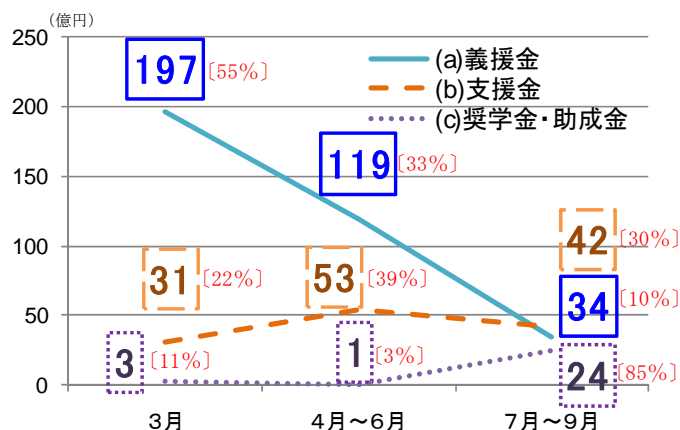
億円であった。各社の反応は早く、その3割の232億円が3月中に支出された。3月は義援金が圧倒的に多かったが、次第に支援金、奨学金・助成金への支出が増加した<図3-1、3-2>。

<図3-1：種類別の既支出金銭寄付額>



※ [%] は、「各項目別支出金額／企業による既支出金銭支出額(538億円)」

<図3-2：寄付の種類の変遷>



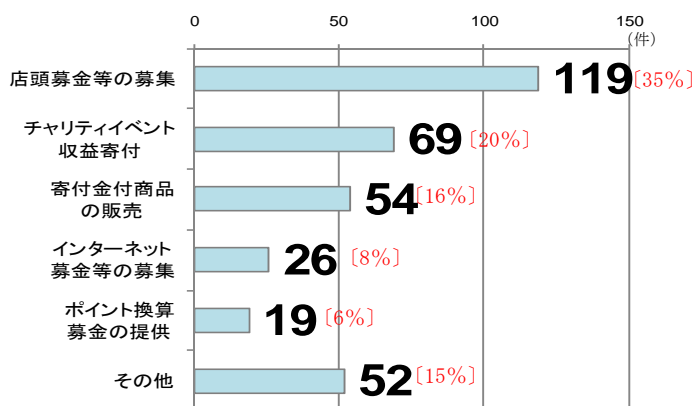
※ [%] は、「支出時期別金額／種類別金銭寄付金額」
(義援金：358億円、支援金：138億円、奨学金・助成金：29億円)

<資金の原資別の分類>

資金提供に係る支援は、原資別に、〔ア〕自社・自グループ資金の寄付、〔イ〕社員や消費者・顧客等からの寄付、〔ウ〕社員や消費者・顧客等からの寄付と自社・自グループ資金とを合わせて行うマッチング寄付の3パターンがある。

経団連支援アンケート結果では、〔ア〕自社・自グループ資金の寄付が約715億円、〔イ〕社員・消費者・顧客等の寄付金が約213億円、〔ウ〕マッチング寄付のうち企業支出分が約27億円であった<図4、表5>。

<図4：消費者等への寄付の呼びかけ>



※ [%] は、「各項目別件数／消費者・顧客への寄付の呼びかけ実施件数(339件)」

<表5：マッチング寄付の取り組み状況>

項目	マッチング実施件数		マッチング実施金額	
	実施割合	マッチング率		
社員等への寄付の呼びかけ	133	18%	24	30%
消費者・顧客への寄付の呼びかけ	20	6%	3	2%
合計	153	14%	27	13%

※実施割合(%)は、「各項目別マッチング実施件数／各種呼びかけ実施件数」
(社員等への寄付の呼びかけ：723件、消費者・顧客への寄付の呼びかけ：339件)
※マッチング率(%)は、「各項目別マッチング実施金額／各種呼びかけの寄付金額」
(社員等による寄付金額：80億円、消費者・顧客による寄付金額：133億円)

資金提供は、表2「多様な被災者・被災地支援活動の主な事例一覧」(4頁)にあるように、さらに次のように分類できる。

〔ア〕 自社・自グループ資金の寄付

(i) **単純寄付**：企業として一定の金額を地方自治体、NPO/NGO、基金、被災者・被災企業等に寄付するもの。

(ii) **売上等に連動した寄付(寄付金付商品等)**：商品・サービスの売上与連動して企業が寄付を行う仕組み。例えば、商品1個の売り上げにつき10円を企業が義援金として寄付を行うことを表明して販売を行う。今回の事例調査によると、食品や衣料品・医薬品・宅配便・Web約款による保険の販売、定期預金等で行われた。

《特徴的な事例(事例調査等より)》

- * 自社製品1個を消費者が購入するごとに1円を被災者の子どもたち等に寄付
- * 地域の生活基盤の復興と水産業・農業の再生のための継続的な支援として、宅配便1個につき10円の寄付を1年間継続。自社財団に寄付し地域復興事業等に助成
- * お客様が投函したレシート合計金額の1%相当額等を寄付
- * ホテル宿泊プラン料金等の10%を寄付
- * 定期預金預入総額の0.1%を寄付
- * 自動車保険契約のうちWeb約款の選択件数に応じて寄付
- * 投信信託報酬の半額を寄付
- * 使用済みトナーカートリッジ・インクカートリッジ回収1本等につき1円を寄付

〔イ〕 社員や消費者・顧客等からの寄付

(iii) **従業員募金**：社員等に寄付を募る募金。労働組合が実施する場合も多い。従業員募金では、被災した従業員や家族に寄付を行うケースが目立つ。

《特徴的な事例(事例調査等より)》

- * 労働組合との協働により、従業員に募金を呼びかけ
- * 社員食堂で週2回、1食50円の寄付がついた寄付金付ランチを販売。会社も同額マッチングしてNPO等に寄付
- * 被災地支援のため有志役員給与から天引きする特別募金を実施。会社も同額マッチングしたうえで、被災県に寄付

(iv) **店頭募金やテレビ、インターネット等を通じた寄付の呼びかけ**：店頭で募金箱を設置して消費者・顧客に寄付を求めたり、テレビやインターネット等で視聴者や利用者等に寄付を呼びかけるもの。

《特徴的な事例(事例調査等より)》

- * 店頭・インターネット募金の実施
- * テレビ番組を通じて募金を呼びかけ
- * 携帯電話から募金ができる「被災地支援チャリティサイト」を開設し、募金を受付

(v) **ポイント募金**：クレジットカード等の使用により溜まったポイント分を義援金や支援金に寄付するもの。

《特徴的な事例(事例調査等より)》

- * 貯まったポイントを義援金の寄付に活用できる制度の提供

(vi) **チャリティイベントの実施を通じた寄付**:チャリティコンサートやチャリティバザー等のイベントを実施し、参加者から寄付の提供を求めるもの。企業単独で行う場合のほか、NPO/NGOなど他者と協働して実施するケースも多い。実施企業が自社製品等が無償で提供したり、自ら金銭寄付を行うケースもあり、事実上のマッチング寄付となっているケースも多い。

《特徴的な事例(事例調査等より)》

- *チャリティコンサートを開催し募金を募りNPO等に義援金として寄付
- *社内ボランティア組織と会社との共同でクラシックコンサートを開催。集まった資金は被災地の就学支援のために活用。会場ではあわせて東北産品の物産展を開催
- *チャリティコンサートを開催し、チケット販売収益、来場者からの寄付、社員からの寄付により被災地の小中学校に楽器を寄贈
- *NPO等が主催するフリーバザーに協力し、自社製品を提供するとともに社員がバザーの運営等のボランティアに参加
- *被災遺児支援チャリティコンサートや避難所でのコンサート等を実施
- *NPO等が主催するチャリティライブ・コンサートに特別協賛
- *おもちゃ展示会を行い入場料収入によりおもちゃ、タオル、楽器等を被災地の子どもたちに贈呈
- *鉄道部品の展示・入札販売会を開催し、収益金を寄付

(vii) **寄付募集のための商品の企画・販売**:商品の購入代金に購入者からの寄付を含めた商品を企画し、販売するもの。

《特徴的な事例(事例調査等より)》

- *国内外の社員・代理店等にリストバンド1個5ドルで販売し寄付
- *イベントで「がんばろう日本」とプリントしたTシャツを販売し、販売収益金を寄付
- *NPO等と連携し社会貢献寄付信託の開発・販売

〔ウ〕 マッチング寄付

社員あるいは消費者・顧客から寄付を募り、社員/消費者・顧客からの寄付と同額もしくは一定割合の金額(2倍等)を企業として寄付をする仕組み。今回の震災では、労使協働により、企業の資金提供と従業員募金を合わせて実施した企業が見られた。

＜資金提供先による分類＞

他方、資金の提供先として、国・地方自治体への直接寄付に加え、(i)「義援金」、(ii)「支援金」、(iii)自社・グループで設立した「基金・助成プログラム」に分類できる。

(i)「義援金」

義援金とは、被災された方々の生活再建のために被災者に直接届けられる見舞金。自治体・共同募金会・日本赤十字・マスコミ等を通じて集められた後ひとつに統合され、数回に分けて被災状況に応じて配分される仕組み。

企業からの義援金は417社が寄付し、総額358億円と企業による支援額の5割を占める(支出予定を含めた割合)。

震災以前は、義援金と支援金の違いが混同されることが多かったが、今回の震災を契機にその区別の理解が進んだ。

(ii) 「支援金」

支援金とは、義援金とは異なり、NPO/NGO等の支援活動に対する寄付。支援活動におけるNPO/NGOの役割が大きくなったことや、自らの関心の高い分野で活動するNPO/NGO等を通じて被災者・被災地を応援したいという企業や市民が増加したことなどから、多額の支援金が集まった。

(ii-1) 用途を特定しない、NPO/NGO中間支援組織への寄付

経団連が会員企業等に紹介した支援PやJPF、赤い羽根災害ボランティア・NPO活動サポート募金への寄付など、用途を特定しない支援金。

(ii-2) NPO/NGO等が行う特定のプログラムへの協賛・資金提供

NPO/NGOが目的や用途等を特定したプログラムを作り、プログラムの趣旨と企業の寄付目的とが合致し、企業が協賛し資金等の提供を行うもの。

事例調査結果では、奨学金や育英資金、学校教育関連（運動会サポート、学び場遊び場サポート）、児童養護施設関連など、子ども向けプログラムが目立った。大人向けでは、被災者の健康診断実施サポート、心のケアプログラム、女性やお年寄り・要介護者向けのプログラムが行われている。そのほか、漁業再生や研究に対する助成等も行われている。

《特徴的な事例(事例調査等より)》

- * 震災遺児を支援するNPO等の募金に継続的な寄付を実施
- * NPO等が実施する被災地の小中学校の体育・部活動・運動会・放課後活動への支援プログラムに寄付
- * 被災地で暮らす子どもたちの心のケアに役立ててもらうため、児童養護施設に寄付
- * 被災自治体実施する健康診断、生活習慣病ケアの市民公開講座を支援
- * NPO等と協力し、被虐待児を含む社会的に恵まれない環境にある18歳以上の若者の支援プロジェクトに資金拠出
- * 業界団体等が運営する震災の被害状態の写真・映像記録等の活動に助成
- * 県が実施する漁業再生支援制度と連携するかたちで、県に対し、共同利用船購入支援のための資金を寄付

(iii) 基金・助成プログラムの設立

NPO/NGO等と協力し、独自の奨学金・育英基金を設立し、学生に対して数年間にわたって奨学金を提供する企業も多い。

被災した子ども向けに、奨学金のみならず様々な活動を行うファンドを立ち上げ、総合的な支援活動に取り組んでいる企業もある。また、地場産業の復興、地域福祉の向上、文化・芸術を通じた支援、地域再生プロセスへの若者世代の参加促進など、自社の重点テーマに関する助成金の制度を設ける企業もある。

さらに自社の関係する企業財団に拠出し、財団を通じた被災者・被災地支援に取り組んでいる例も見られる。

《特徴的な事例(事例調査等より)》

- * NPO等と協力して、奨学金を設立。高校生／大学生／水産高校生等に対し奨学金を提供
- * 緊急支援奨学金を創設し、月額 10 万円を被災により就学が困難な状況が見込まれる学生に月額 10 万円を給付。4 年間継続
- * 経済的な理由から就学困難な生徒を支援するため基金を設立。消費者や取引先からも協力を得て、高校 1 年から最長 7 年間、月額 3 万円の支給とメンタルケア等の支援を実施
- * 他団体の趣旨に賛同し、会社と従業員の共同寄付制度による育英会基金を設置。震災遺児への経済支援を行う
- * 被災した子どものための活動や子育て中の親のための活動を行う団体に対する一時金助成を行うプログラムの実施
- * 被災した子どもたちの中・長期的支援のためファンドを設立。資金援助、告知活動、教育ツールを提供。チャリティイベントの実施、記録用ブルーレイの売上の一部を寄付等
- * 復興支援助成金を創設し、被災した子どもの心のケア・教育環境の充実、お年寄りや要介護者への援助、復興祈念イベント、環境調査等に活用。4 年間継続
- * 自社基金において東日本大震災復興助成を実施。震災によって発生した環境問題を改善・解決し、持続可能な地域の再生を目指す活動や研究に助成を実施

(2) 物資面に係る支援活動

① 経団連の活動

物資面に係る支援活動としては、(i)「救援物資ホットライン便」の構築と物資提供のお願い、(ii) 災害ボランティアセンターへの資機材提供等の協力の呼びかけ、(iii)「うるうるパック」の物資提供の呼びかけ等がある。

(i) 救援物資ホットライン便

今回の震災は交通インフラや石油精製施設等にも甚大な被害を及ぼし、ガソリン・軽油の需給がひっ迫し、物流機能が麻痺した。そのため、企業等が救援物資を被災地に届けたくても届けられない状況が続いた。

経団連では、被災地における物資や燃料不足を解消すべく、政府に対し、タンクローリーや物資輸送トラックの緊急通行車両確認標章の交付手続きの簡略化等の規制緩和を働きかけた。

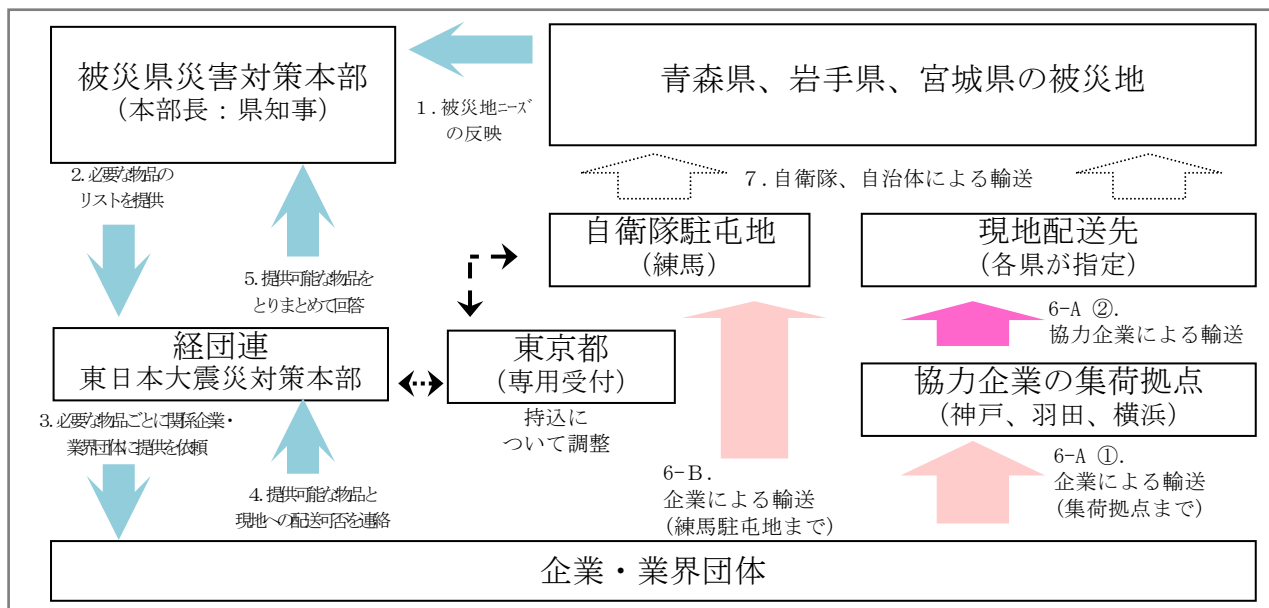
同時に、発災から 1 週間で被災県の知事等との直接のネットワークを構築し、救援物資を被災地に届ける支援スキーム「救援物資ホットライン便」を立ち上げた<図 5 (次頁)>。これは、経団連・1%クラブとして今回初めて実施した活動である。具体的には、被災県から要請のあった救援物資をホームページで公開し、企業等に食料品や日用品等の救援物資の提供を呼びかけ、地方自治体や自衛隊、さらには民間輸送事業者の協力を得て、陸・海・空のルートによって、被災地まで救援物資を届けた<表 6、写真 1(次頁)>。これは経団連として初めての取り組みであり、多くの企業・団体の協力を得て、約 300 トンの救援物資を届けた。また、物資提供企業等が損金算入を行いやすくするため、救援物資受領書を入手するにあたって、事務局が仲介・とりまとめ作業を行った。

「救援物資ホットライン便」は、現地のニーズを具体的に把握したうえで被災地までの救援物資の輸送を行うことから、とりわけ、物流子会社を持たない企業や比較的中規模の企業が緊急支援物資を行う場合に役に立ったとの評価が寄せられている。

また、救援物資ホットライン便のネットワークを活用し、EUからの救援物資の受入先の仲介にも貢献した。

加えて、海外の赤十字社から日本赤十字社に寄せられた寄付金の使途として、仮設住宅向け家電6点セット（テレビ、冷蔵庫、炊飯器、電子レンジ、ポット、洗濯機）を赤十字社が調達するにあたり、関係業界団体を斡旋した。

＜図 5：「救援物資ホットライン便」のスキーム＞



＜表 6：「救援物資ホットライン便」の実施状況＞

ルート	輸送協力等	企業等への協力依頼 ～物資受付期間	提供 社数	主な送付物資
海	日本郵船・青森県	3/18～3/27	47社	食料品、生活用品、衛生用品等
空	全日本空輸・秋田県	3/22～4/1	23社	生活用品、衛生用品、乳児用品等
陸	日本郵船グループ	4/1～4/25	36社	日用品、衣料品、化粧品、電化製品、調味料等
自衛隊	自衛隊・東京都	3/23～3/25	2社	飲料水、総合栄養食品

＜写真 1：「救援物資ホットライン便」の様子（写真提供：日本郵船）＞



(ii) 災害ボランティアセンターへの資機材の提供

支援Pに対し、前述のボランティア活動資金の協力に加え、被災市町村ごとに設置する災害ボランティアセンターの立ち上げや運営に必要な資機材等の提供に協力した。具体的には、プレハブや車両無償リース、自転車など、各企業からの資機材の提供の申し出と現地の災害ボランティアセンターのニーズとの仲介や、損金算入に必要な救援物資受領書の発行を依頼した。

(iii) うるうるパック

「うるうるパック」と呼ばれる救援物資の提供にも取り組んだ。うるうるパックは、被災地域の方々が必要とする物資を被災地外で集約し、現地でそのまま各世帯に配付できるように、あらかじめ小分けし袋詰めしたうえでお届けするものである。これは支援Pが発案し、2006年の長野県・鹿児島県の豪雨水害や2007年の能登半島地震や新潟県中越沖地震の際にも実施し、被災者とボランティアとのコミュニケーションのきっかけや、被災者を応援する心を届ける手段として活用されてきた。

第一弾は、被災地の小中学生向けの学用品や女性向けの基礎化粧品等を詰めたパックを宮城県女川町などに届けることにし、企業等から関係物資をご提供いただくとともに、企業・団体等から約280名のボランティアが東京に集まり、袋詰め作業を行うとともにメッセージカードを作成した。1%クラブの佐藤会長が宮城県女川町に入り、4月8日、小中学生や女性の代表者に「うるうるパック」と被災者を応援する気持ちを届けた<写真2-1、2-2>。

第二弾は、宮城県七ヶ浜町などの小中学生に生活用品等を届けることとし、企業等から物資を提供いただくとともに、約250名の企業人等のボランティアの参加を得て、名古屋において袋詰め作業等を行った。

<写真 2-1：うるうるパック袋詰めの様子>



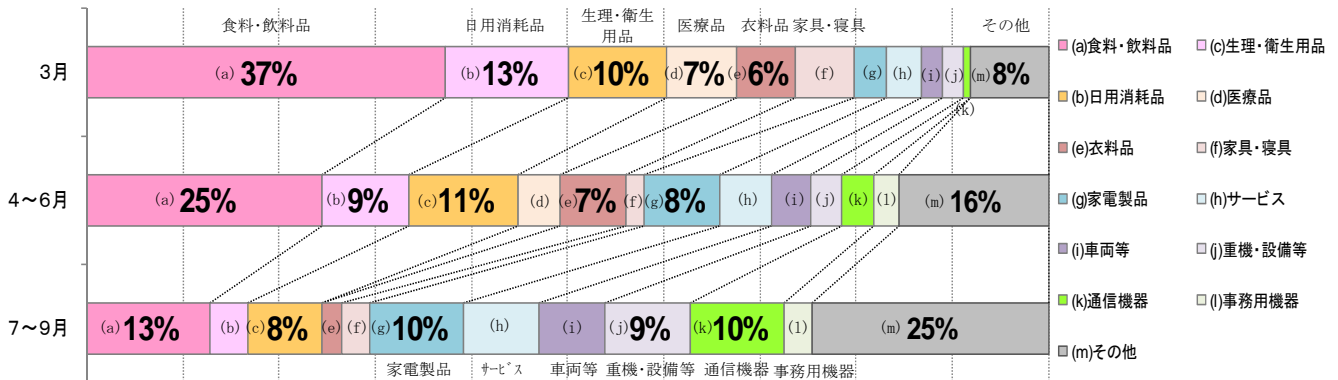
<写真 2-2：うるうるパック(小学生用)>



② 企業・団体による活動

現物寄付を実施した企業は331社、約1,300件あり、金額把握ができたもの（実施件数の6～7割程度）だけで約148億円に相当する。物品の種類としては食料・飲料品や日用消耗品、医薬品が多い。時の経過とともに家電製品や通信機器、重機・設備等の割合が増加した<表7>。

<表7：主な提供物資の変遷>



※ 構成比(%)は、「各項目別実施件数/実施時期別現物寄付実施件数(3月：664件、4～6月：469件、7～9月：102件)」

物資の提供の仕方としては、(i)自社・グループ製品の提供、(ii)市場からの購入、(iii)社内備蓄品の提供がある。

今回、社内備蓄品の提供による現物寄付が目立った(173社、213件)。これは、近年、防災対策の一環として事業者は従業員の水・食料等の備蓄を心がけていたことから早い対応が可能となった。

市場から購入して現物寄付を行った企業は160社、357件あり、約12億円あった。食料・飲料品や日用品のほか、被災者児童向けの絵本や文房具等の提供などがあつた。

自社・グループ製品の提供を行った企業は231社、603件であり、約106億円に相当する。

事例調査結果では、被災者向けとして、食品、下着・靴下・制服、生活用品、乾電池、医薬品、時計、パソコン、プリンタ、コピー機、電話、火災警報器等の提供があつた。また、被災事業者向けとして、水産加工保存設備の寄贈や無償貸し出し等がある。

《特徴的な事例(事例調査等より)》

- * 自社製品(食品、乳製品、衣料、日用品、医薬品等)の提供
- * NPO等と連携して食物アレルギー対応食品を病院・保健所等に提供
- * 避難所や小学校、幼稚園、ボランティアセンター等に童話・文房具等を寄贈
- * 社員等からおもちゃや絵本・図書・文房具を集め、社員等によるボランティアで仕分け・梱包等を行い、被災地の幼稚園や小中学校など、被災地の子どもたちに寄贈
- * 保育園、学童保育所、市民センター等の代替施設として利用できるコンテナハウスの寄贈
- * 子ども用図書を寄贈する他組織と連携し、社有林を活用し木造仮設図書館を建設し寄付
- * 被災地を巡る移動美容室の寄贈
- * 防災ガラスを指定避難所に寄贈

- * 仮設住宅に電話機や住宅用火災警報器を無償提供
- * 避難所にテレビ・高速インターネット・固定電話等を無償提供
- * 復旧・復興に向けて活動を行う企業・自治体・NPO/NGO等にパソコン・プリンタ等の寄贈や複合機貸与やプリントサービスの支援。パソコンに関する相談・修理等
- * リースが終了したパソコン等を無償で被災地の公的教育機関に寄贈。寄贈に際し、ハードディスクの完全抹消、ソフトウェアのインストール、清掃、稼働確認等を実施
- * 他団体が行う写真復元プロジェクトにパソコン・スキャナー・プリンター等を寄付、社員が技術協力等を実施
- * 医療機器等の専門機器の寄付
- * ソーラーパネル・EVバッテリー・充放電制御装置等を積載したライフイノベーションコンテナを自治体に寄贈
- * 海水淡水化装置を無償で設置・運転し、海水から生活用水を製造、避難所に供給
- * 被災した冷凍倉庫・海産物加工工場におけるハエ等の害虫大発生に対応するため、被災自治体に殺虫剤を無償提供
- * 建設機械・無線機器等の無償貸与
- * 被災者に建設機械の操縦講習勉強会を行ったうえで建設機械を自治体に寄贈
- * 東北漁業支援のため、冷凍コンテナや冷凍・冷蔵設備の寄贈
- * 従業員から寄付金を募り同額を会社が支出するマッチングギフト方式により、小型漁船や海水淡水化装置を漁協や農協に寄贈
- * 県が募集した被災水産加工業者に対して必要な機械を無償で貸し出し

(3) 人材・サービス・ノウハウに係る支援活動

① 経団連の活動

(i) 企業人ボランティアプログラム

人材面では、1%クラブが支援Pと連携して、企業人ボランティアプログラムを企画立案し、企業人への参加を働きかけた。

具体的には、現地の受入体制が整うのを待って、4月下旬から、岩手県、宮城県、福島県向けの4～5日単位の「東日本大震災の被災地の人々を応援する企業人ボランティアプログラム」を編成し、社会貢献活動に関心の高い企業に社員の参加を呼び掛けた。ゴールデンウィークと梅雨時期を除き、8月上旬まで実施し、畑のがれき撤去、個人宅や側溝の泥かき、思い出の写真の洗浄、仮設住宅への支援物資の配付等の作業を行った。最終的に、派遣回数は20回、49社・グループから延べ2,101名の企業人等が参加した<写真3、図6>。

<写真 3：企業人ボランティアプログラムの様子>



<図 6：活動地域>



今回のプログラムでは、ボランティア活動の経験のない参加者が全体の8割を占め、また、時間的な制約からボランティアに参加しづらい30代～40代の参加者が6割に達するなど、これまでのボランティアにはない関心の高さが伺えた。これを契機に、ボランティア休暇や経費補助等の制度を創設した企業もあった。

現地からは、ゴールデンウィーク明けから夏休みまでの間は学生等のボランティアの確保が難しいことから、一定規模の企業人がボランティア活動を行ったことは感謝された。また、企業人のマナーや統率力の良さも評価され、歓迎を受けた。

プログラム終了後も、参加者はメーリングリスト等を通じて交流を続け、被災地支援の情報交換を活発に行ったり、自社・グループ独自のボランティアプログラムを企画・実施したりするなど、支援の輪が広がっていった。ボランティアに関心を持っていた人々同士が繋がり、現地のために活動するボランティアの芽が大きく育っており、プログラムを実施した意味が大きかったことを実感している。9月には参加者等による交流会を実施した。

震災直後の「うるうるパック」や4月下旬から開始した「企業人ボランティアプログラム」は早い段階で実施されたことから、企業の取り組みをリードしたボランティア企画として、社員ボランティアの参加のきっかけ作りとなったと、参加企業から評価を得た。特に「企業人ボランティアプログラム」は、「ボランティアをしたい社員の受け皿的な役割を果たすとともに、その後、自社・自グループでボランティアプログラムを立ち上げる際の参考になった」、「単独での実施が難しい企業でもボランティアを派遣することができた」、「企業人による支援ネットワークができた」との意見が寄せられた。

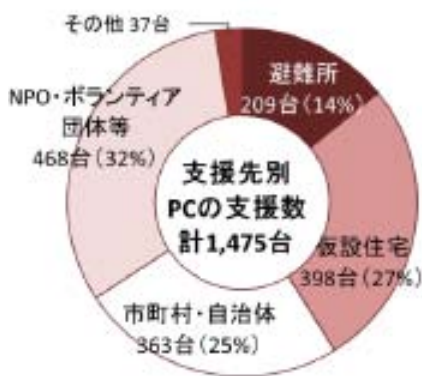
他方、「募集期間をもっと長くすべきであった」、「より多くの企業に募集の範囲を広げるべきだった」、「今後も現地のニーズに即した何らかの企画を実施してほしい」といった指摘もあった。

(ii) 東日本大震災ICT応援隊

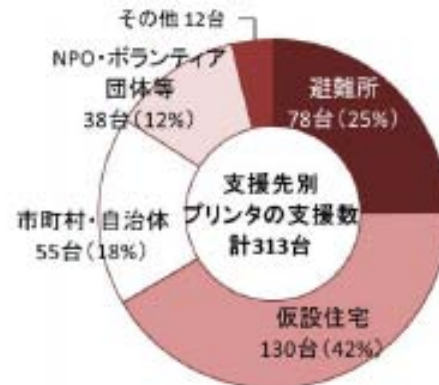
今回の震災は、インターネットや携帯電話などの普及が進む本格的なICT（情報通信技術）社会において発生した。安否確認や避難者リストの作成をはじめ、行政、医療など、復旧に向けたあらゆる場面でICTの利用が不可欠となるなか、ICT関連企業が一体となって被災地支援を行うよう、経団連やICT産業の関連団体8団体が呼びかけ人となり、4月に「東日本大震災ICT支援応援隊」を設立した。応援隊では、ICTに係る被災地からのニーズと関連企業のマッチングを図り、7月末までにパソコン約1,500台、プリンター約300台、LAN回線約100回線を、避難所、自治体、仮設住宅等へ設置した。また、ICT関連企業からは多くの社員がボランティアとしてICT機器の設置などの作業を行った<図7-1、7-2>。

このほか、震災発生直後からICT関連企業からは、災害伝言サービス、安否確認サービス、被災地への通行実績情報などが提供されたほか、クラウドを用いた情報管理システムや遠隔会議システム、製品の無償補修サービスなどが行われ、経団連もホームページを通じてこれらの周知活動を行った。

<図 7-1 : PCの支援数>



<図 7-2 : プリンタの支援数>



(iii) 隅田川花火大会における「復興支援特別事業」への協賛

夏の風物詩である隅田川花火大会は、震災の影響により、2011年の開催が一時危ぶまれたものの、最終的には、例年の1ヵ月遅れの8月27日に、震災犠牲者への慰霊と早期復興の願いを込めて実施された<写真4>。

経団連では、会長・副会長会社の協力を得て、隅田川花火大会実行委員会と相談し、「復興支援特別事業」の実施に協賛した。

具体的には、550席の市民協賛席を確保し、花火大会に被災者約520名（青森県、岩手県、宮城県等からの招待者約220名、都内に避難している福島県の被災者約250名、釜石市・石巻市少年野球チームの学童等約50名）を招待し、当日、経団連事務局をはじめ協賛企業のボランティアが対応した。また、「東日本大震災復興祈願 被災地へ贈る 追悼手向けの花」約1,100発の打ち上げに資金協力を行った。

<写真 4 : 隅田川花火大会の様子>



② 企業・団体による活動

今回の震災では、259社が社員に対して被災者・被災地支援活動（いわゆるボランティア活動等）への参加を促し、延べ約18.2万人の企業人が支援活動に参加した。なかでも、170社が自社・自グループで支援活動をプログラムしたことは注目に値する<表8>。そのほか、ボランティア休暇制度を拡充・新設したり、ボランティアに係る諸経費を補助した企業もある<図8・9>。

<表8：企画主体別 社員等の参加状況>

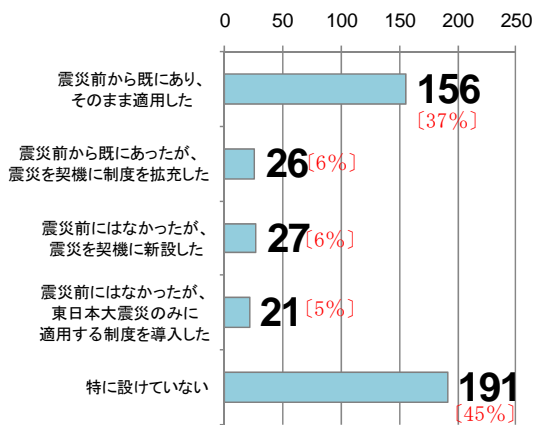
(単位:社・グループ、人、人・日)

項目	実施企業数		参加人数				参加延べ人数	
		実施割合		構成比	うち実績	うち予定		構成比
自社・自グループが企画した被災者・被災地支援活動への社員等の参加	170	65.6%	52,017	80.4%	42,232	9,785	139,312	76.6%
他組織が企画した被災者・被災地支援活動への社員等の参加の呼びかけ・紹介	184	71.0%	12,685	19.6%	11,687	911	42,667	23.4%
合計(社員等参加の実施企業)	259	—	64,702	100.0%	53,986	10,716	181,979	100.0%

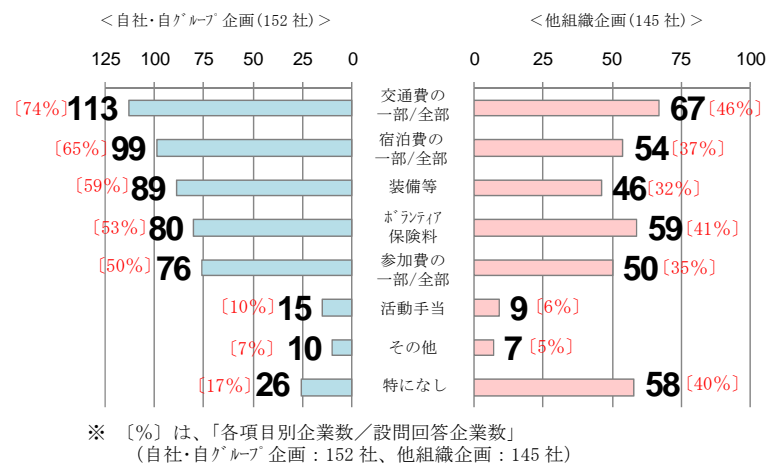
※ 実施割合(%)は、「各項目別実施企業数/社員等参加実施企業(259社・グループ)」

※ 構成比(%)は、「各項目別参加人数(or参加延べ人数)/社員等の合計参加人数(64,702人)(or参加延べ人数(181,979人・日))」

<図8：ボランティア休暇制度(短期)の整備状況>



<図9：企業による支援内容>



泥かきなどの一般的なボランティア活動ではなく、本業関連のボランティアに従事した企業も多い。自社製品の避難所・仮設住宅等への配付・設置に係るボランティアや、食品会社・ホテル等による炊き出しや食事の提供、自社や企業病院の医師・看護師・薬剤師の派遣、被災地の写真救済プロジェクトへの参加、各種手続きに必要な書類のコピー・プリントサービス等が行われた。

本業関連のサービスを無償・廉価で提供した企業も多い。IT・情報機器関連サービスの提供、機器の点検・補修サービスの提供等が行われている。

さらに、理科・科学実験教室やスポーツ大会など、被災地の子どもたちを元気づけるための子ども向け教室・イベント等の開催が目立った。

そのほか、心のケアやエンターテイメントを実施したり、本業を活かして技能研修講習会を実施している。また、被災地外で、被災地の情報を提供したり被災者との交流を図ったり、継続的な支援を求めるイベントも実施している。

《特徴的な事例(事例調査等より)》

【本業関連】

◇自社製品の配布・活用によるサービスの提供

- * 自社製品セットを避難所や仮設住宅入居世帯に配付。社員もボランティアで参加
- * NPO等と共同で、調理施設等を設置した移動車両による避難所での炊き出し活動を実施、温かい昼食を提供
- * グループ内のホテルのシェフがビーフシチュー等の本格的なランチ等を提供
- * 病院や老人ホーム等の施設に食料品を提供するとともに炊き出しを実施
- * グループ会社製品の機能性防虫ネットを無償提供し、避難所や仮設住宅敷設のゴミ集積所等に社員がボランティアで敷設作業を実施
- * NPO等と連携し、避難所のトイレ掃除に従業員がボランティアで参加
- * 複合機やパソコン等を掲載したトラックを定期的に仮設住宅等に巡回させ、市役所からの情報の配信や、各種行政手続に必要な書類等のコピーニーズに応えるサービスを提供
- * 自治体、NPO等と連携し、写真を救済・復元するための人的・技術的支援・必要なツール等の提供
- * 地震で被害を受けた機器等を無償で出張故障診断を実施。あるいは特別料金で修理
- * 被災地域およびその周辺地域の物流・移動を円滑にするため、無料アプリケーションとして「通れた道路」マップを公開
- * 「復旧エリアマップ」を公式ホームページ上に開設し情報提供を実施
- * 小学校の通学路を自社計器で放射線量を測定し放射線量マップを作製・寄贈
- * 特設伝言サイト「被災地からの企業メッセージ」を企業のホームページに掲載し、被災企業から寄せられた営業業況やメッセージを無料で掲載し、広くお知らせ
- * 子どもたちに笑顔と元気を取り戻してもらうため、映像制作支援プログラムの実施
- * グループ企業が保有する手軽で低コストの生ごみ処理技術を社員が指導し、被災者が楽しみながらコンポストづくりを行い、コミュニティ形成に寄与
- * がれき処理、インフラ整備等のための重機オペレーター育成サポートのため、東北地方に教習所を新設し、受講料半額を負担するほか、建機の免許取得講習に協力

◇自社サービス、専門スキルの提供

- * 救援物資の無償輸送
- * 被災地の社員による自発的な活動を契機に、「救援物資輸送協力隊」を設置。自治体・自衛隊と連携し、救援物資の仕分けや集積場から各避難所への輸送を無償で引受け
- * 海外からの要請を受けて、海外からの救援物資を無償で諸手続・輸送
- * 被災者を外航クルーズ客船に招待し、栄養バランスのとれた食事、大浴場での入浴、客室を利用したプライベート空間等の無償提供を実施
- * 除雪車を利用して被災者に給湯活動を実施、2ヵ月間浴場を提供
- * 自治体向け被災者支援システム（避難者情報等の把握や救援物資管理、罹災証明発行手続き等）やNPOネットワークと被災者を結ぶシステムを無償提供
- * 社員をボランティアに派遣しボランティアセンターの被災者情報のデータ化・データベース化支援作業を実施
- * 緊急支援物資分類用ピクトグラムの開発・提供。被災地支援を行うNPOのパフレット等を制作・提供。企業からの物資提供と支援団体とのマッチングスキームへの協力
- * テレビ電話による遠隔健康相談サポート
- * 被災地外の自治体やNPO等と協力し、放置自転車を社員が修理して被災地に寄贈
- * 被災地の子どもたちを元気づける教育支援活動として、科学実験教室を実施
- * コミュニケーションロボット／二足歩行ロボット等による理科・特別授業を実施

◇専門人材の提供

- * 薬剤師資格を有する社員ボランティアを派遣
- * 自社グループ病院の看護師・医療チーム等を派遣
- * 仮設住宅での健康・栄養セミナー・料理教室等の開催

【本業関連以外】

◇社員ボランティア・プログラム・イベント等の企画・実施と社員等の参加

／他者が行う企業人ボランティアプログラムへの社員等の参加

- * 自社・グループ等で復興支援活動ボランティアを企画・実施し、役職員が参加
- * 労使協働で有給休暇を活用して復興支援ボランティアを実施
- * 新入社員を復興支援活動へ派遣
- * NPO等と協働で、被災した子どもとその家族のためのボランティアプログラムを実施

- * NPO等と協力し被災地の子どもたちに届けるおもちゃ作りに社員が参加
- * NPO等と協力し仮設住宅へのグリーンカーテン設置の資金協力と社員ボランティアの派遣
- * バレーボール部によるチャリティイベント・バレーボール教室の開催
- * 社員と被災者との卓球交流会を開催、自社卓球部選手も指導
- * 被災県内と工場地元県内の少年サッカーチーム対抗戦を実施、バーベキュー大会も実施
- * 野球用品を贈呈するとともに、少年野球交流会を実施
- * NPO等と連携し、隅田川花火大会に被災者を招待。社員ボランティアが夜店等でもてなし
- * 夏休みに被災家族を横浜観光ツアーに招待
- * 経営者がサンタクロースに扮して保育所にプレゼントの提供、コンサートを実施
- * 子ども絵画コンクールの実施
- * NPO等と協力して、コンサート等を実施し被災者を招待
- * 企業財団の活動として被災4県計60カ所でクラシックコンサートを開催。著名な演奏家を中心に30人以上の演奏家たちがボランティアで参加。必要経費を財団が負担
- * ストレスや不便が多い避難所生活を送る女性などの災害弱者を対象に、専門家とともにセミナー・相談会を実施、併せて女性が必要とする商品等を配布
- * 被災地支援ボランティア経験者とこれから行きたい社員との交流会開催

◇ボランティア休暇制度の拡充・新設、諸経費の補助等のボランティア促進策

- * ボランティア休暇制度を創設し、被災地支援活動参加のための交通費等の一部補助
- * 社員が被災地支援ボランティアに参加した場合に、企業が参加人数に応じた金額を一括して被災地支援団体に寄付

(4) 購買活動を通じた支援活動

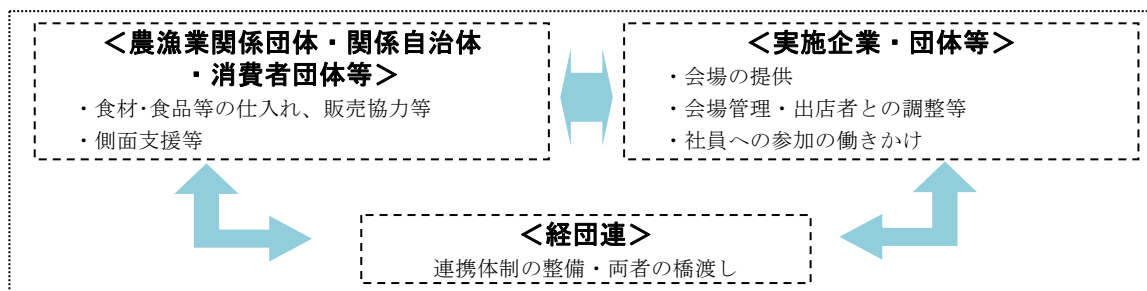
① 経団連の活動

震災や風評被害で深刻な打撃を受けている農水産業者や食品関連事業者への支援にも取り組んだ。具体的には、東北・関東地方の安全な農水産物・食品等の消費回復を通じた被災地を支援するため、まず、関係自治体や農業関係団体、消費者団体等との連携体制を整え、そのうえで、企業等に対し、社員食堂での食材利用や企業内での産直市「企業マルシェ」等での被災地応援フェアの実施を働きかけた。

② 企業・団体による活動

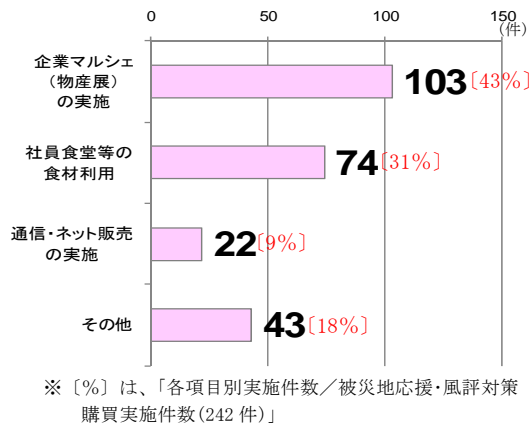
被災地応援・風評被害対策として、東北・関東地方の農産物や食品等を購買する活動を展開した企業は124社、242件あった。社内物産展（企業マルシェ）を実施したり、社員食堂等で東北・関東産の食材を利用した<図10、図11・写真5(次頁)>。

<図10：企業マルシェの連携・協力体制>



実施企業においては、関連メニュー・商品が数時間で完売するなど、好評を博した。企業単体の取り組みにとどまらず、複数の企業が連携してマルシェを企画した例や、地方の事業所や工場等で展開している例も見られる。

＜図 11：企業の取り組み＞



＜写真 5：企業マルシェの様子＞



《特徴的な事例(事例調査等より)》

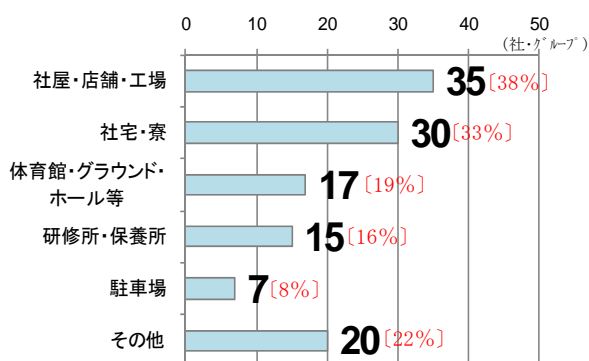
- * 東北・関東地方の農産物・加工食品の物産展・即売会等を開催
- * 風評被害地域の農家支援として、社員食堂のメニューにおいて、東北・関東産で出荷制限に該当しない農産物等を活用
- * 風評被害対策から社員食堂で地元県産食材を多く取り入れ、一部メニューの価格を 10 円値上げ。値上げ分（購入した役職員の負担）と同額を会社が負担し、復興支援に寄付
- * 被災地の福祉作業所の製品を販売する場を提供
- * 抽選により東北の食品詰め合わせをプレゼント。ホームページ上で募集を実施

(5) 施設の提供を通じた支援活動

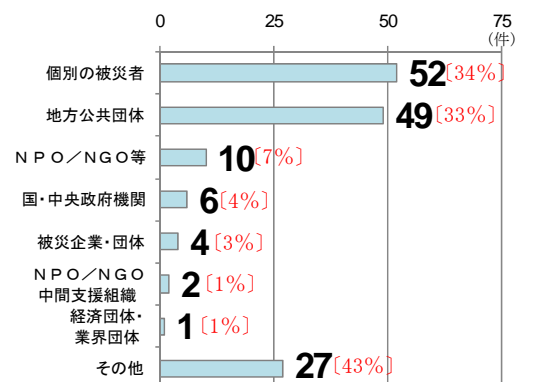
① 企業・団体による活動

無償等で施設を開放した企業は 92 社あった。社屋・店舗・工場を提供した企業が 35 社、社宅・寮を提供した企業が 30 社ある。主な提供先は被災者や地方公共団体であり、工場や厚生施設の入浴施設を数ヵ月にわたって提供した企業もあった＜図 12・13＞。

＜図 12：開放施設実施企業数＞



＜図 13：施設提供先別件数＞



《特徴的な事例(事例調査等より)》

- * 行政機関に仮設住宅建設用地やヘリポート用地、事務所用建屋等を提供。工場内浴場の無償開放
- * 社宅を被災者に無償提供
- * 保有ビルを自治体に無償提供し被災者の避難施設として活用
- * 厚生施設の入浴施設を約5ヵ月間提供
- * 自社グループ病院での患者受け入れ

(6) その他の活動

経団連では上記の被災者・被災地支援活動のほか、3月16日に「未曾有の震災からの早期復旧に向けた緊急アピール」を公表したことを皮切りに、「震災復興特別委員会」を設立し、「震災復興に向けた緊急提言」を公表。以後、関係委員会において各種提言を取りまとめ、関係方面にその実現を働きかけている。企業においても、政府や地方自治体に対し、各種政策提言を行っている。

(7) 本業の事業活動(営利事業)の一環としての被災者・被災地支援活動

インフラの早期復旧、保険等の契約の早期履行、製品生産の継続（工場存続のいち早い宣言を含む）、商業施設の早期再開、小売業等での東北物産展等の開催、被災地における工場や事業所の新設、被災地における雇用の増加等の取り組みが行われている。

《事例(事例調査等より)》

- * 各種インフラの災害復旧工事やライフライン復旧のための資機材の優先供給
- * 被災地および東日本に向けた優先生産・供給等
- * 被災工場の早期生産開始、商業施設の早期再開、物流網の早期復旧
- * 電力供給不足解消に向けた支援
- * 被災地向け緊急支援物資の輸送、支援物資受入施設の提供
- * 復興支援者向けの割引きっぷ等の販売、被災地支援に向けた臨時便の運航
- * 仮設住宅向け自社製品(生活用品・実用衣料品・家電製品等)の供給
- * 医療用酸素ガスボンベ・周辺機器の供給支援、在宅酸素療法患者への対応
- * 災害廃棄物の処理
- * 被災地における建設機械サービス・レンタル・販売車両の体制強化
- * 仮設住宅や復興支援住宅の建設・販売、素材製造事業者による災害に強い街づくり支援
- * 災害復旧・復興に関する法人・個人向け融資、東北地方の産業育成ファンドへの出資
- * 迅速な地震保険金の支払い、被災代理店等への各種支援
- * 被災顧客に対する生命保険契約に関する特別取扱、安否確認、コンサルティング活動
- * 被災地支援や地域振興、電力需給対策等に係る提言等
- * 東北地方の原材料を使った製品の製造
- * 小売・ホテル事業者等による、東北地方・東日本産品産直市・物産展の開催、応援メニューや復興支援募金ディナー等
- * 東北地方の農業・水産業・観光業の復興に向け、小売事業者と県や食品メーカー協賛各社との連携による、3カ年計画での商品の企画・販売、キャンペーン、イベント等の実施
- * 旅客事業者による東北地方における旅行需要の喚起（一部を義援金に寄付）
- * 不動産事業者による、観光インフォメーションセンターや全国グループ施設等における東北地方の観光情報の発信
- * ホテル事業者による被災地のボランティアツアーの企画・販売
- * 被災地における新工場等の建設と雇用の確保、モノづくりの拠点化の推進等
- * 震災特例求人の実施、被災地の若年層雇用機会創出を目的とした採用活動の実施
- * 多くの雇用を生む企業のコールセンターの設置や国際会議の開催等の誘致

3. 今回の支援活動を通して浮きぼりになった諸課題

(1) 義援金や支援金を巡る諸課題

2009年9月の鳩山民主党内閣発足を契機とした「新しい公共」を巡る議論の一環として、NPO法の改正や寄付金税制の拡充に向けた検討が大詰めを迎えていたこともあり、政府は、東日本大震災における義援金や支援金等を寄付した場合の各種の税制優遇措置を講じた<表9(次頁)>。なかでも、指定寄附金の柔軟な適用や、認定NPOの認定要件の大幅緩和と個人からの寄付に対する税額控除の導入が特筆できる。このことは、法人のみならず個人が義援金や支援金の寄付を行う際のインセンティブになったと評価できる。

一方で、義援金の配分にあたっては、今回の震災は被災地が多数の県にわたることから、中央（日本赤十字本社と中央共同募金会）で一括して集金し、厚生労働省に設けられた義援金配分割合決定委員会が再配分基準を決めて各県に支給し、各県から市町村を通じて被災者に届けられた。また、地方自治体自体が被災して人手不足に陥り、義援金申請に必要となる罹災証明書の発行業務や被災家屋の被害判定業務が遅れることとなった。このため、義援金が被災者にわたるまでかなりの時間を要した。

被災者に対する公的な資金の手当てとして、①被災者生活再建支援制度（被災者の住宅被害の段階に応じた資金の支給）、②災害弔慰金・災害障害見舞金（遺族や災害によって重度の障害を受けた被災者に対する資金の支給）、③災害援護資金・生活福祉資金（負傷または住宅・家財に被害を受けた者等に対して生活の再建に必要な資金の貸付）等があるが、義援金も被災者の当面の生活を支える資金として重要な役割を担っている。今後、多くの国民・企業から寄せられた善意の義援金について、公平な支給にも配慮しつつ、被災者に迅速に届ける方策について、関係者間で検討を深めていく必要があるだろう。

また、多額の支援金や物品がNPO/NGOに寄付され、被災者・被災地に密着した活動を展開するための原資となった。しかしながら、被災地エリアが広範囲で支援活動も多岐にわたったため、それを担うNPO/NGOの情報が効率的に整理することが難しかったことや、発災後に立ちあがった被災地に密着したNPOも多かったことなどから、受け皿であるNPO/NGOとのマッチングが難しい面があった。企業とNPO/NGOとの連携を深めていくうえで、日本NPOセンターやJANIC（国際協力NGOセンター）、JPFなどの中間支援組織の役割は大きい。加えて、中間支援組織において、会員NPO/NGOから企業に対する資金や物資の提供依頼のとりまとめや、寄付者と支援団体のマッチング機能の強化が重要である。企業人が企業で培ったマネジメントスキル等を活かして、ボランティアとして中間支援組織の業務をサポート

することも、今後の検討課題の一つであろう。

そのほか、海外の企業等からの義援金や救援物資の申し出に対して、迅速に対応できなかった面がある。海外からの善意が無駄にならないよう、英語での適時適切な情報発信や政府と在日・在外公館との調整も含め、海外からの支援の受け入れ体制を整える必要がある。

＜表 9 東日本大震災に関連する寄附金の税務上の取り扱い＞

	法人（法人税）	個人（所得税、住民税）
義援金 募集期間が定められている	全額損金算入 （「国または地方公共団体に対する寄附金」に該当）	【所得税】 所得控除 <ul style="list-style-type: none"> ●（寄付額-2000円）を控除 ● 控除上限は所得の80% ※通常は40% 【住民税】 ふるさと寄附金として取扱 税額控除 <ul style="list-style-type: none"> ● 以下の2つの合計額を控除 <ol style="list-style-type: none"> ①（寄付額-2000円）×10% ②（寄付額-2000円）×（90%-所得税限界税率） ● ①の寄付額に算入できる上限は総所得の30% ● ②の控除上限は税額の10%
国・自治体への寄付 募集期間に定めなし	同上	同上 （ただし、国への寄付はふるさと寄附金の対象外）
指定寄附金の指定がある支援金 募集期間、募集額が定められている	全額損金算入	【所得税】 a または b を選択 a. 所得控除 <ul style="list-style-type: none"> ●（寄付額-2000円）を控除 ● 控除額の上限は総所得の80%まで ※通常の指定寄附金の場合 40% b. 税額控除 <ul style="list-style-type: none"> ● 中央共同募金会の「災害ボランティア・NPO活動サポート募金」、認定NPO法人が行う東日本大震災の被災者支援に係る寄付のみ選択可能 ●（寄付額-2000円）×40%を税額控除 ● 控除上限は税額の25% 【住民税】 条例で指定がある場合のみ 税額控除 <ul style="list-style-type: none"> ●（寄付額-2000円）×最大10%を控除 ● 寄付額に算入できる上限は総所得の30%
特定公益増進法人への寄付 対象となる法人が定められている	<ul style="list-style-type: none"> ● 下記枠内で損金算入可能 （資本金等×0.25%+所得×5%）×0.5 ※資本金等を有する法人の場合 ● 一般の損金算入枠とは別に設定 ● 2012年4月より損金算入枠が拡充 （資本金等×0.375%+所得×6.25%）×0.5 	【所得税】 a または b を選択 a. 所得控除 <ul style="list-style-type: none"> ●（寄付額-2000円）を控除 ● 控除額の上限は総所得の40%まで b. 税額控除 <ul style="list-style-type: none"> ● 特定公益増進法人のうち以下の法人への寄付のみ選択可能 [認定NPO法人、またはPST要件を満たす公益社団法人、公益財団法人、学校法人、社会福祉法人、更生保護法人] ●（寄付額-2000円）×40%を税額控除 ● 控除上限は税額の25% 【住民税】 条例で指定がある場合のみ 税額控除 <ul style="list-style-type: none"> ●（寄付額-2000円）×最大10%を控除 ● 寄付額に算入できる上限は総所得の30%
その他一般の寄付	<ul style="list-style-type: none"> ● 下記枠内で損金算入可能 （資本金等×0.25%+所得×2.5%）×0.5 ※資本金等を有する法人の場合 ● 2012年4月より損金算入枠が縮減 （資本金等×0.25%+所得×2.5%）×0.25 	控除なし

※法人住民税に関しては、上記損金算入の効果が法人税割部分に反映される。

＜参考＞

東日本大震災後の寄附金に係る主な税務上の対応

3月15日 財務省告示第84号

社会福祉法人中央共同募金会に対し、災害ボランティアやNPO法人等が行う東日本大震災の被災者支援活動に要する費用に充てるために行った寄附金を財務省が指定寄附金に指定（その後、4月27日に認定NPO法人が自ら行う東日本大震災の被災者支援活動、5月20日に公益社団法人又は公益財団法人が自ら行う東日本大震災の被災者支援活動に要する費用に対する寄附金について指定するなど、指定の範囲が充実）

3月25日 総税市第16号 総務省自治税務局市町村税課長通知「平成23年東北地方太平洋沖地震に係る義援金等に係る「ふるさと寄附金」の取扱いについて」

募金団体に対して行う義援金の寄付を「ふるさと寄附金」に係る控除の適用として取扱

4月27日 東日本大震災の被災者等に係る国税関係法律の臨時特例に関する法律

国や自治体への寄附金、または財務省が指定する震災関連寄附金に対する所得控除限度額を通常の40%から80%に引き上げるとともに、認定NPO・共同募金会への震災関連寄附金について税額控除導入

6月22日 現下の厳しい経済状況及び雇用情勢に対応して税制の整備を図るための所得税法等の一部を改正する法律

認定NPO法人、PST要件を満たす公益法人等に対する寄付について所得税額控除制度を導入

6月22日 現下の厳しい経済状況及び雇用情勢に対応して税制の整備を図るための地方税法等の一部を改正する法律

住民税額控除の適用対象に条例で定めるNPO法人への寄付を追加するとともに、税額控除の適用下限を2000円に引き下げ

12月2日 政令第三百七十九号「法人税法施行令の一部を改正する政令」

2012年4月1日以降に開始する事業年度の法人税の一般寄附金枠の縮減、特定公益増進法人に対する寄附金枠の拡充を規定

(2) 救援物資の支給を巡る諸課題

食料・飲料水や生活必需品等は、災害救助法に基づいて、都道府県が被災者に支給し、市町村がこれを補助するものとされている。しかしながら、発災後からしばらくの間、救援物資の調達・支給が滞り、被災者の食事さえままならない深刻な事態が続いた。これは、大都市圏から離れた広い地域でとりわけ被害が甚大で、地方自治体自体が被災してその機能が十分に果たせない地域が多かったことや、東北地域のみならず首都圏でもガソリン・軽油などの燃料の入手が極めて困難であったことなどの要因が重なったことによる。

そこで、政府自ら、企業・業界団体から救援物資を調達し、自衛隊の輸送機関等によって被災地に物資を運搬した。また、企業・業界団体としても、関係方面からの要請に応じて、自社製品をはじめとした救援物資を提供し被災地に届けた。流通事業者は被災した商業施設の復旧・再開に全力を尽くし、被災地における食料や日用品等の供給に努めた。

今回はこれまでの災害対策に比べ、救援物資の輸送や燃料確保の問題がクローズアップされた。今後、政府や民間における災害対応を考える上で、緊急支援輸送に係る諸規制の緩和や備蓄の確保などが大きな検討課題である。

さらに、地方自治体に集まった大量の救援物資について、効率的に仕分けを行い、必要な物資を必要な量、必要な場所に迅速に届けることがいつも問題と

なる。今回、一部の地方自治体では、その管理を民間物流事業者に委託したことにより、救援物資の仕分けや品目毎の保管数量の把握等が迅速かつ適切に行えるようになったケースや、地方自治体とNPO/NGOとが連携することによって、被災者に対して救援物資を円滑かつきめ細やかに実施することができたケースがある。一方で、政府・地方自治体から民間事業者に対する救援物資の支援要請に関し、具体的な届け出先や数量、搬入時期等の指示が不明確であったとの指摘や、市町村からの支援要請は都道府県がとりまとめてほしいといった指摘がある。今回の経験を踏まえて、今後、政府・都道府県・市町村のみならず、製造事業者・物流事業者、さらにはNPO/NGOも含めたかたちで、迅速かつ効率的な救援物資の調達・輸送・管理・支給等に関わる総合的な仕組みづくりについて検討を深める必要がある。

加えて、企業が「顔が見える支援」として被災者に直接救援物資を届けようとしても、避難所や仮設住宅における避難者数等の情報が入手しにくく、対応に苦慮した。被災者の個人情報保護の扱いについて、柔軟に扱うことができるケースや前提条件等についても検討を進める必要がある。

(3) ボランティアの派遣に係る諸課題

今回、企業・グループが自らボランティアプログラムを企画・実施するケースが目立った。経団連支援アンケート結果で把握しただけでも170社にのぼる。その際、現地の状況・ニーズが刻々と変化するなかで、信頼できる現地パートナーを見つけることが課題である。そのため、ボランティア派遣先の決定にあたり、社員をボランティアセンターに常駐させ、地元との信頼関係を構築しながら、自社のボランティアプログラムの調整を図った例もあった。

今後、独自のボランティアプログラムを実施した企業の経験も踏まえて、受け入れた自治体と連携したNPO/NGOの意見も聞きながら、人的支援に係る幅広い情報共有の仕組みの構築が検討課題である。

また、企業からボランティアを受け入れる団体が、被災者のニーズを汲み取った多様なボランティア活動プログラムを開発できれば、企業人の特性を活かした活動がより一層展開できるものと期待できる。

4. 今後の検討課題

(1) 復興期における被災者・被災地支援活動の課題

震災後1年が経過した現在、復興に向けた取り組みを本格化させる必要がある。企業に対しては、本業の事業活動（営利事業）の一環として、被災地における新規事業の立ち上げや雇用の増加、被災事業者に対する投資や取引の増加などへの期待が大きい。

本報告書では、社会貢献推進委員会ならびに1%クラブの報告書として、本業の事業活動以外に焦点を当て、経済界が行う社会貢献としての支援活動に何が求められているのか、復興期における被災者・被災地支援活動の課題について考えたい。

① 支援継続の重要性

震災後1年が経過したが、いまだ自立した生活を送れない被災者が多いなかで、被災者・被災地に対する世の中の関心が薄れてしまうのではないかと不安や孤独感に苛まれる被災者も多いという。緊急支援に関わった地域への愛着を持続させるなど、被災地を見守り続け、被災者へのエールを途切れさせないようすることが望まれる。

被災地域の次世代を担う子どもへの教育支援や震災遺児への支援、さらには、女性やお年寄り、子どもに対する心のケア対策、仮設住宅でのコミュニティ形成につながる支援、県外避難者への支援などを通じ、阪神・淡路大震災で問題となった孤独死を防ぎ、被災者に寄りそう支援活動を展開していくことが求められる。

東日本大震災の復興までの道のりは長い。企業として、長期にわたって支援活動を継続していくには、本業に関連した支援活動を展開した方が企業として対応しやすいとの意見がある。企業自らの特性や強みなどを活かした分野や社会貢献の重点テーマに掲げた支援活動を行っていくことが重要であろう。

② 被災地域ごとに変化するニーズへの対応と自治体やNPO／NGOとの連携

緊急支援期は、義援金や救援物資の寄付、あるいは企業人のボランティア派遣など、被災者・被災地のニーズもはっきりしていたため、企業としても対応しやすい面があった。復興期では、単に物資を無償で提供するといった段階は既に終了しており、地元経済の自立的な復興・活性化を促す支援活動に力点を移す必要がある。

その際、そもそも被害状況に差があり、復興の進捗状況は被災地域によってかなりの差が生じているのが実情である。被災地域ごとに、ニーズの変化に対応して支援活動を展開するため、被災地域の自治体や地元根差したNPO／NGO等と密接に連絡を取り、情報交換を十分に行ったうえで、押しつけではない活動をいかに展開していくのか、きめ細かな対応が求められる。現地で今

後ニーズが高まる地域福祉や教育、人権、コミュニティ形成などは、現場に入って活動するNPO/NGOからの発信が極めて重要となる。企業が今後息の長い支援を継続していくためにも、NPO/NGOと地方自治体などが連携して、現地の支援ニーズに係る情報を的確に発信し、企業との間で情報共有できる仕組み作りやNPO/NGOにおける活動内容の強化が必要である。

さらに、復興期においては、緊急支援段階に地域外から被災地に入って活躍したNPO/NGOの活動から、地元生根差したNPO主体の活動へと移行・継承を図っていく必要がある。地域の中長期的課題に取り組む、地元のNPO・ボランティアグループの育成が課題であり、その観点から、各県ごとの連携センターの役割が大きくなる。

他方で、例えば食品事業者が農業や漁業、水産加工業を支援したいなど、産業復興の観点から企業が被災事業者を支援したくても、従来の寄付の範疇では対応が難しい。これらの産業復興に関し、NPO/NGOを通じて企業が資金や物資等を寄付する仕組みができていくほか、企業が被災した企業の復興に向けて半分は投資、半分は寄付というスキームで広く一般からの投資を募る仕組みも一部にある。そのような仕組みを活用していくことも一つの課題である。

(2) 大規模自然災害に備えた今後の課題

今回の震災では、阪神・淡路大震災以降の経験が、政府、地方自治体、企業、団体、NPO/NGOなどの各段階で活かした面があった。とりわけ、企業・団体とNPO/NGOとの連携には格段の進歩があった。そのうえで、今後、さらに検討を深めていく必要がある課題として以下が挙げられる。

- ① 緊急支援や中長期的支援に係るニーズを適切かつタイムリーに収集・提供する機能の充実
- ② 救援物資をはじめとした各種の支援ニーズを効率的にマッチングする仕組みの構築
- ③ NPO/NGO中間支援組織の機能強化
- ④ 企業・団体間における被災者・被災地支援活動に係る連携促進策
- ⑤ 非常時における諸規制の柔軟な運用
- ⑥ 諸外国の政府・企業等からの支援受入体制の整備
- ⑦ 経済界による支援活動に対する第三者からの評価の仕組み
- ⑧ 災害支援の実施に伴い、NPO/NGOの通常活動への寄付など、平時における社会貢献活動が極端に低下しないような配慮

経団連ならびに1%クラブとしては、今回の震災における取り組みや教訓を活かして、NPO/NGOをはじめとした関係者ともさらに連携を深めつつ、いつ起きるかわからない大規模自然災害への対応力の改善に努めていきたい。

以上

【 第 2 編 】

「被災者・被災地支援アンケート」調査結果

〔 データ集 〕

【第2編】
「東日本大震災における被災者・被災地支援アンケート」
調査結果 〔データ集〕

2012年3月
 日本経済団体連合会
 社会貢献推進委員会
 1% (ワンパーセント) クラブ

＜目 次＞

	(頁)
I. 被災者・被災地支援アンケートについて	II-2
1. 実施概要	2
2. 調査回答企業の分析	2
II. 経済界全体からの支援額	II-3
III. 企業による支援の状況	II-4
1. 類型別の実施企業数・支援額	4
2. 平時・過去との比較	5
3. 1社平均支援額	6
4. 社内体制・公表媒体等	7
5. 金銭寄付	8
6. 現物寄付(サービスを含む)	10
7. 社員や消費者等への寄付の呼びかけ・マッチング	12
8. 社員等の被災者・被災地支援活動への参加	14
(1) 社員等の参加状況	14
(2) 企業としての支援	16
9. 施設開放	19
10. 被災地応援・風評被害対策購買活動	20
IV. 団体による支援の状況	II-21
1. 類型別の実施団体数・支援額	21
2. 金銭寄付	22
3. 現物寄付	22
4. 職員・社員等の参加	22

I. 被災者・被災地支援アンケートについて

1. 実施概要

1. 調査目的

2011年3月11日に発生した東日本大震災に関し、企業・団体は、資金面・物資面・人材面にわたる様々な被災者・被災地支援を行っている。経済界における被災者・被災地支援の取り組みを記録に残し、広く国民の理解を求めるとともに、他社の取り組みを参考にして、今後の災害対応の検討に資するため、調査を行った。

2. 調査内容

< A. 企業向け調査 > (1) 実績調査 (2) 事例調査 (各社の特徴的な事例に関する調査)
(3) 意識・制度調査 (支援活動に係る意識・社内体制に関する調査)

< B. 団体向け調査 > (1) 実績調査 (2) 事例調査

※支援先から対価を受け取って行う活動(顧客との契約履行に伴う活動も含む)は基本的に調査対象から除外(ただし、事例調査ならびに実績調査の「その他」においては対価を受け取った支援活動も含む)

3. 調査実施期間 : 2011年10月 ~ 11月

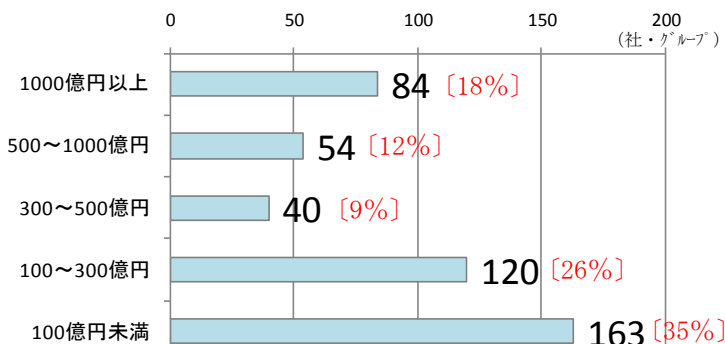
4. 調査対象期間 : 2011年3月11日 ~ 9月30日

5. 調査対象 : 経団連企業会員・団体会員(業界団体、都道府県別の経営者協会等)
1%クラブ法人会員 [計1,485社・団体]

6. 回答数 : 企業 461社・グループ(回答率 35.2%) <約9,400社の子会社等のデータを含む>
団体 53団体(回答率 30.3%)

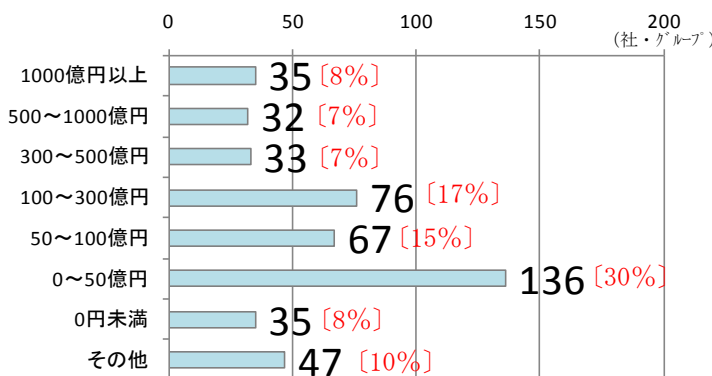
2. 調査回答企業の分析

(1) 資本金階層別



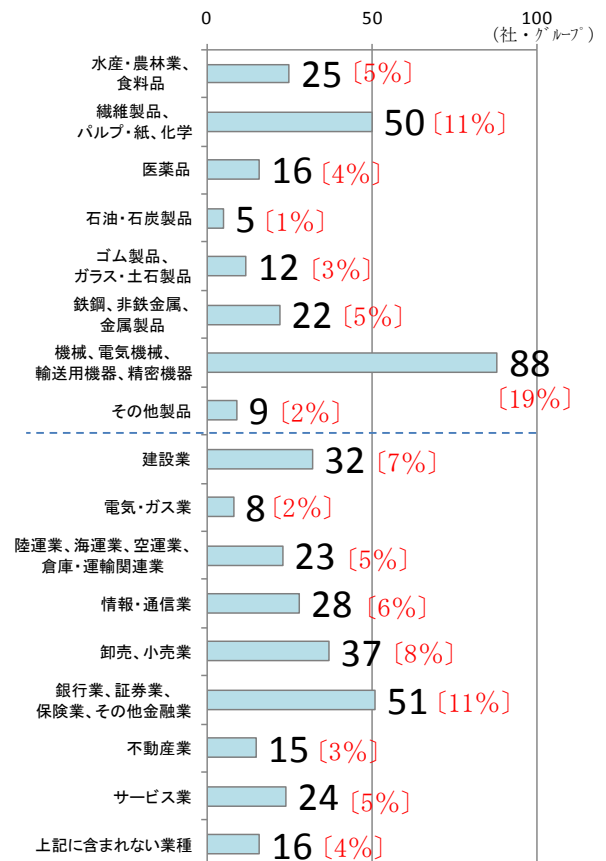
※ [%] は、「実施企業数/調査回答社数(461社・グループ)」

(2) 税引前利益階層別



※ [%] は、「実施企業数/調査回答社数(461社・グループ)」

(3) 業種別



※ [%] は、「実施企業数/調査回答社数(461社・グループ)」

Ⅱ. 経済界全体からの支援額

〔企業実績調査、団体実績調査〕

◇東日本大震災に関する被災者・被災地支援について、企業・団体による支援額は約1,011億円であり、そのうち企業による支援額は約904億円である。

◇従業員募金や店頭募金、寄付金付き商品の販売など、社員や消費者・顧客等に寄付を呼びかけて集めた支援額(約213億円)を加えると、経済界全体からの支援額は約1,224億円に及ぶ。

(1) 経済界全体からの支援額

(社員や消費者・顧客等からの寄付を含む)

(単位:億円)

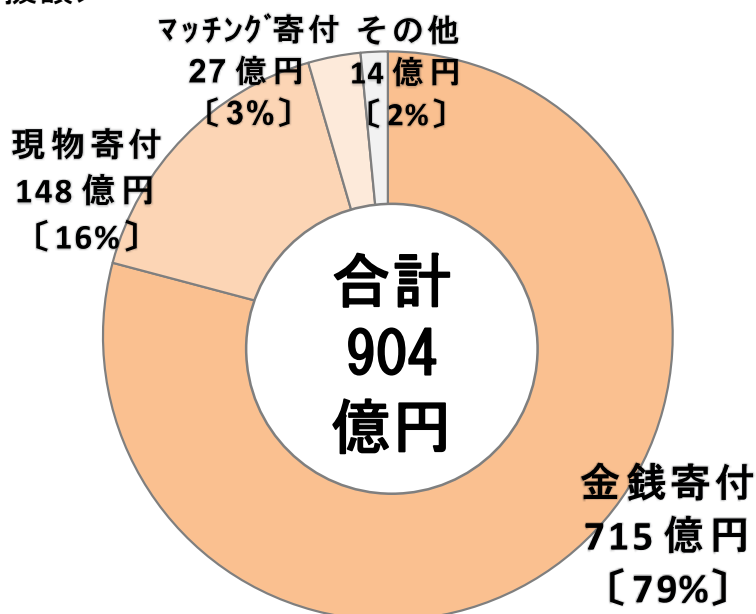
項目	支援額	
		構成比
1. 企業による支援額	904.06	73.9%
(a)金銭寄付	715.41	58.4%
(b)現物寄付(サービスを含む)	147.92	12.1%
(c)社員募金や店頭募金等に係るマッチング寄付	26.88	2.2%
(d)その他	13.84	1.1%
2. (1)団体がとりまとめた支援額	90.44	7.4%
(2)団体独自の支援額	16.12	1.3%
小計 <企業・団体による支援額>	1,010.61	82.6%
3. 社員や消費者・顧客等の寄付金	213.44	17.4%
合計 <経済界全体からの支援額>	1,224.05	100.0%

※「構成比(%)」は、「項目別支援額/経済界全体からの支援額の合計(1,224億円)」

※「1. (d)その他」には、CSRの一環から業務としての活動も一部含まれている

※「2. (1)」には、団体を通じて経団連会員以外の企業からの支援が含まれる
一部「1. 企業による支援額」と重複している可能性あり

<企業による支援額>



※「構成比(%)」は、「項目別支援額/企業による支援額(904億円)」

※「その他」の主なものとして、被災した子ども達への教育支援活動や各種イベントの開催・招待、被災した従業員等や取引先への支援等がある

Ⅲ. 企業による支援の状況〔企業実績調査、意識調査〕

1. 類型別の実施企業数・支援額

◇企業向け実績調査では、企業による被災者・被災地支援活動を下表の類型別に調査した。
 ◇企業による支援活動を類型別にみると、金銭寄付は438社（回答社数の9割超）が実施した。
 また、現物寄付を行った企業は331社（同7割）、社員等が被災者・被災地支援活動（いわゆるボランティア活動等）に参加した企業は259社（同5割超）である。

(1) 類型別の実施企業数・支援額

(単位:社・グループ、億円)

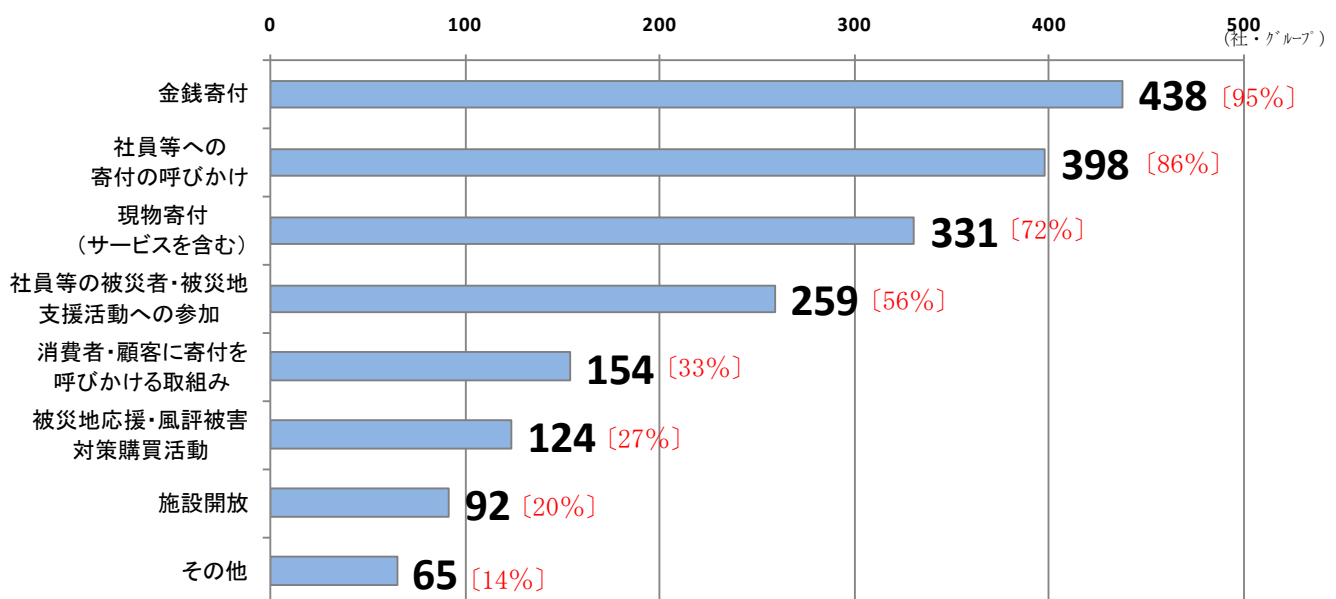
項目	実施企業数		支援額	
		実施割合		構成比
1. 金銭寄付	438	95.0%	715.41	79.1%
(a) 義援金(被災者に直接届けられる見舞金)	417	90.5%	358.03	39.6%
(b) 支援金(NPO等の支援活動に対する寄付)	154	33.4%	137.52	15.2%
(c) 自社(・グループ)が運営する奨学金・助成金等	34	7.4%	28.74	3.2%
(d) その他	54	11.7%	13.70	1.5%
(e) 今後の支出予定	36	7.8%	177.42	19.6%
2. 現物寄付(サービスを含む)	331	71.8%	147.92	16.4%
3. 施設開放	92	20.0%		
4. 社員等の被災者・被災地支援活動への参加	259	56.2%		
(a) 自社・自グループが企画した被災者・被災地支援活動への社員等の参加	170	36.9%		
(b) 他組織が企画した被災者・被災地支援活動への社員等の参加の呼びかけ・紹介	184	39.9%		
5. その他の取組み	419	90.9%	40.72	4.5%
(a) 社員等への寄付の呼びかけ	398	86.3%	23.73	2.6%
(b) 消費者・顧客に寄付を呼びかける取組み	154	33.4%	3.15	0.3%
(c) 被災地応援・風評被害対策購買活動	124	26.9%		
(d) その他	65	14.1%	13.84	1.5%
調査回答社数	461	-	904.06	100.0%

※「実施割合(%)」は、「各項目別実施企業数/調査回答社数(461社・グループ)」

※「構成比(%)」は、「各項目別支援金額/企業による支援金額(904億円)」

※「5(a)」および「5(b)」の支援額は、企業によるマッチング寄付金額

<類型別の実施企業数>



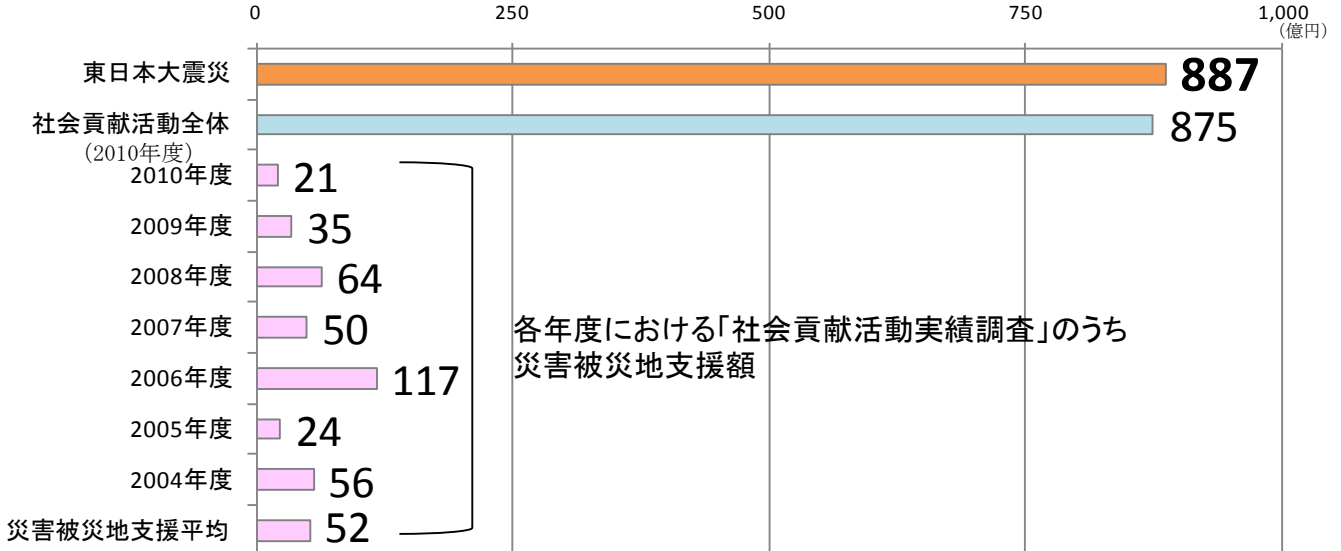
※ [%] は、「実施企業数/調査回答社数(461社・グループ)」

※「その他」の主なものとして、被災した子ども達への教育支援活動や各種イベントの開催・招待、被災した従業員等や取引先への支援等がある

2. 平時・過去との比較

- ◇東日本大震災に関する企業の金銭寄付ならびに現物寄付の合計支援額（約887億円）は、対象期間が短いにもかかわらず、2010年度の社会貢献活動支出総額（約875億円）を上回った。また、過去7年間の災害被災地支援額の平均（52億円）と比べても、相当に規模が大きい。
- ◇阪神・淡路大震災における調査結果（調査対象期間が震災発生後1カ月間）との比較では、前提条件を概ね合わせた場合でも支援額は上回る。また、支援額以外の面においては、特に「社員等の参加」や「ボランティア休暇制度」に大きな違いがみられる。

(1) 平時との比較（金銭寄付と現物寄付の合計支援額、社会貢献活動実績調査との比較）



※ 社会貢献活動全体は、「2010年度社会貢献活動実績調査結果」に基づく「社会貢献活動支出額」

※ 2010年度の災害被災地支援には、東日本大震災関連の支援額を含まない

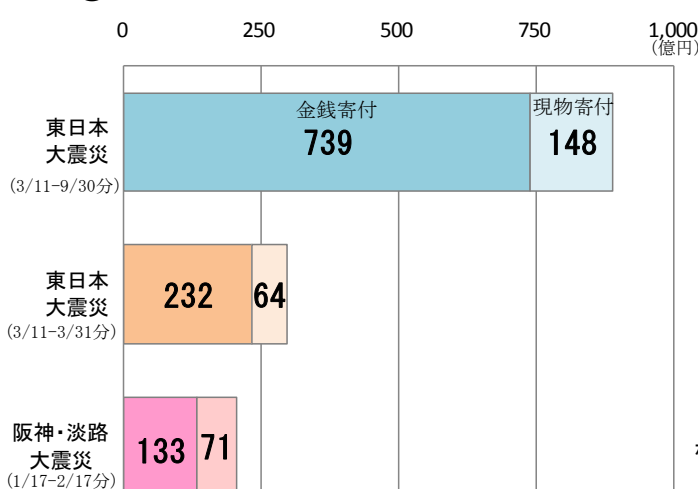
※ 災害被災地支援には海外における災害への支援も含む

なお、各年度ごとの主な災害は以下のとおり

- 2010年度：中国青海省地震、パキスタン北西部洪水、中国甘粛省甘南チベット族自治州豪雨・土石流、スリランカ・ブラジル・オーストラリア洪水、ニュージーランドクライストチャーチ地震（5件）
- 2009年度：中国・九州北部豪雨、台湾台風8号、フィリピン台風16号、スマトラ島西部パタン沖地震、サモア諸島地震・津波、岡山県・兵庫県台風9号、ハイチ地震、チリ地震（8件）
- 2008年度：ミャンマーサイクロン、中国四川大地震、岩手・宮城内陸地震（3件）
- 2007年度：新潟県中越沖地震、バングラデシュサイクロン（2件）
- 2006年度：ジャワ島中部地震、長野・鹿児島・宮崎豪雨災害、能登半島地震（3件）
- 2005年度：米国ハリケーン「カトリーナ」、パキスタン北部地震（2件）
- 2004年度：新潟・福井水害、台風23号、新潟県中越地震、スマトラ島沖大地震・津波（4件）

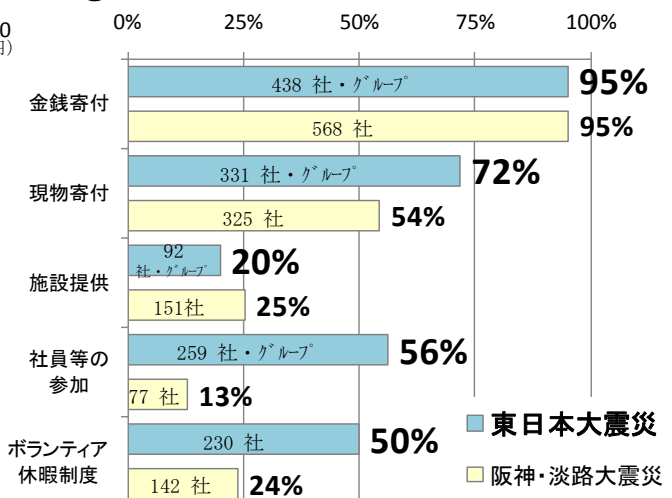
(2) 阪神・淡路大震災との比較

① 金銭寄付と現物寄付の合計支援額の比較



※ 阪神・淡路大震災は、経団連「阪神大震災支援に関する緊急アンケート調査(1995年2月17日実施)」調査結果による(発災後1ヶ月間の支援額を調査)

② 実施企業数割合の比較



※ 阪神・淡路大震災は、経団連「阪神大震災支援に関する緊急アンケート調査(1995年2月17日実施)」調査結果による

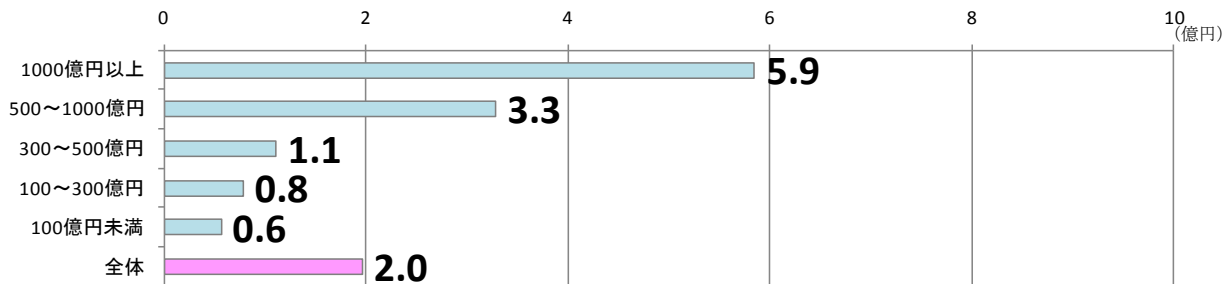
※ 東日本大震災は約6カ月間分、阪神・淡路大震災は1カ月間分のデータ

※ 「構成比(%)」は、「各項目別実施企業数/調査回答企業数」(東日本大震災：461社・グループ、阪神・淡路大震災：598社)

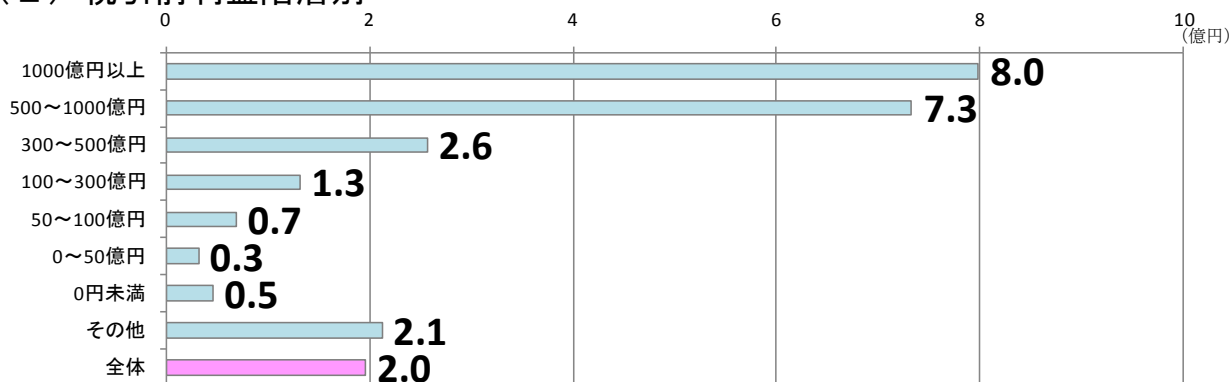
3. 1社平均支援額

◇企業1社あたりの支援額をみると、概ね資本金ならびに税引前利益に応じた支援が実施されている。

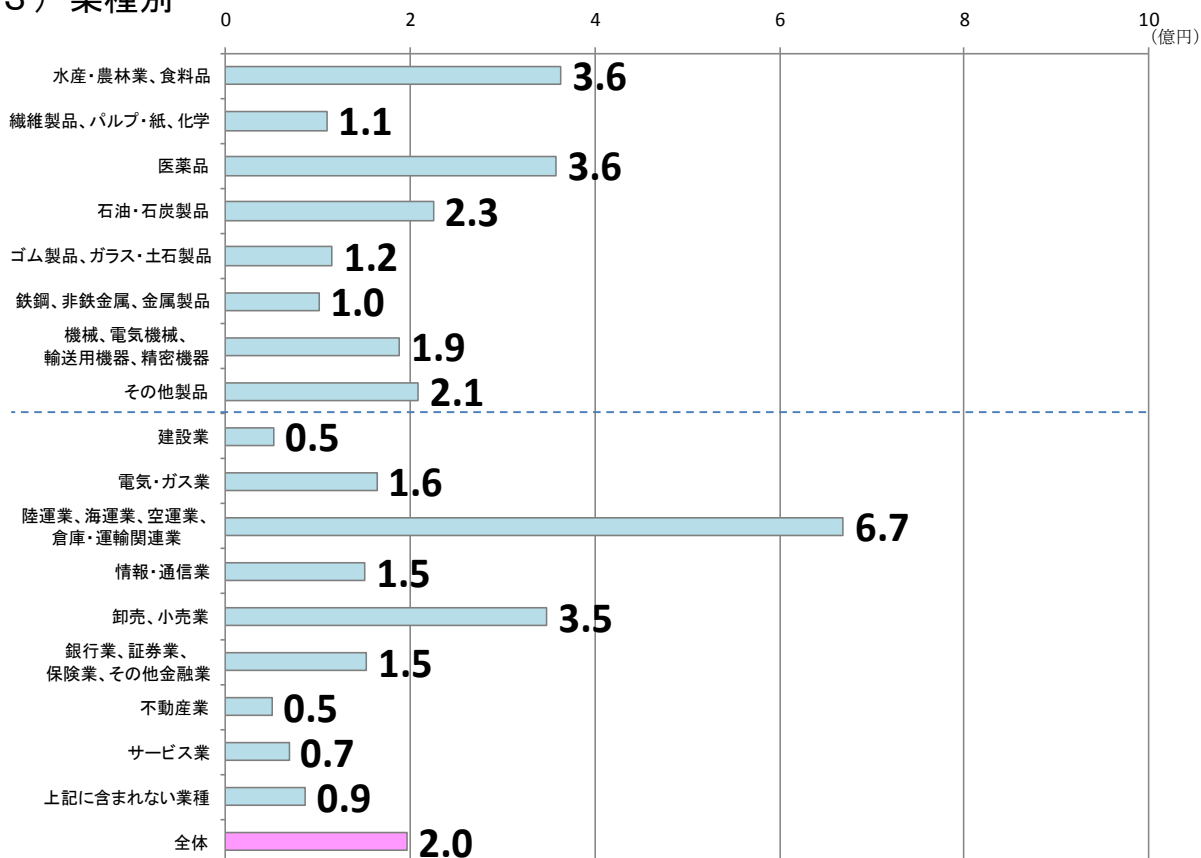
(1) 資本金階層別



(2) 税引前利益階層別



(3) 業種別

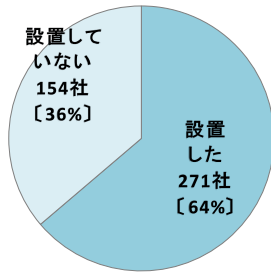


4. 社内体制・公表媒体等

- ◇ 6割の企業(271社)が東日本大震災に関する被災者・被災地支援のための対策本部を設置した。うち、経営トップが対策本部長を務めた企業が8割であった。
- ◇ また、対策本部を設置した企業は、未設置の企業に比べて、多額の支援を実施した割合が高かった(支援1億円以上の企業の割合は、設置企業で4割、未設置企業で2割)。
- ◇ 災害時支援協定締結企業数は11社と少なかった。
- ◇ 9割の企業が自社の支援活動を对外公表しており、主にホームページ等によって公表した。また、社員への情報提供には社内報やイントラネットが活用された。

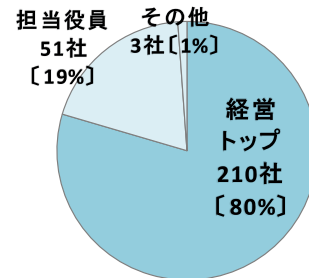
(1) 社内体制

① 対策本部設置の有無



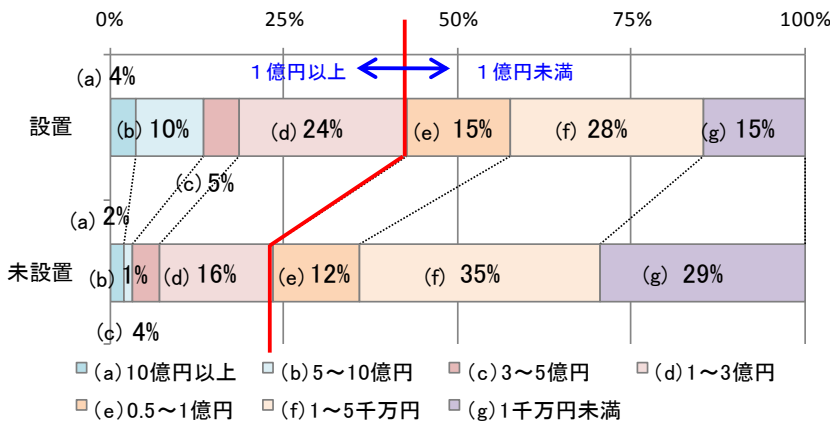
※「構成比(%)」は、「各項目別企業数/本設問への回答企業数(425社)」

② 対策本部長の役職



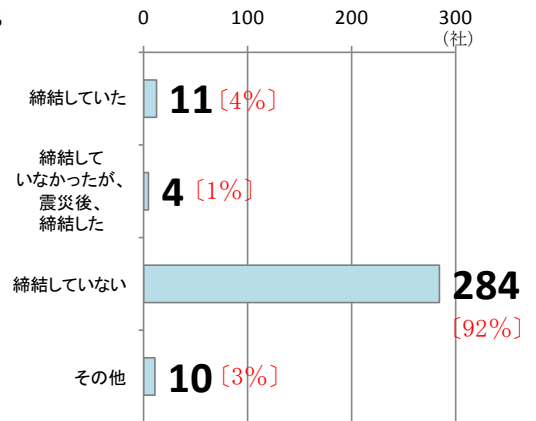
※「構成比(%)」は、「各項目別企業数/本設問への回答企業数(264社)」

③ 対策本部の有無による支援額等の状況 (支援金額階層別・企業数構成比)



※「構成比(%)」は、「支援金額階層別別企業数/設問回答企業数(対策本部設置企業:271社、未設置企業:154社)」

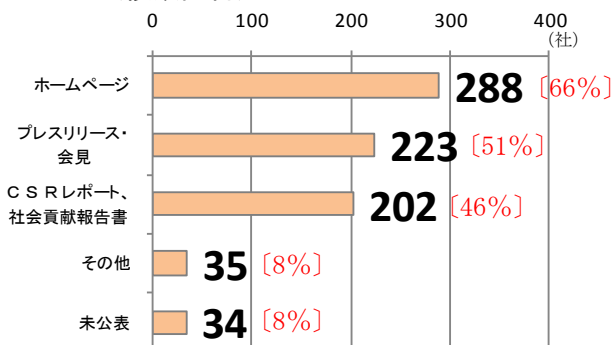
④ 災害支援協定締結状況 (企業数)



※ [%] は、「各項目別企業数/設問回答企業数(309社)」

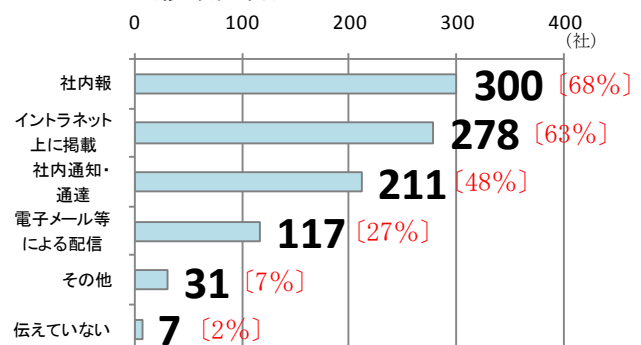
(2) 公表媒体

① 自社の取り組みを公表した媒体 (複数回答)



※ [%] は、「各項目別企業数/意識・制度調査への回答企業数(440社)」

② 社員等への情報伝達手段 (複数回答)



※ [%] は、各項目別企業数/意識・制度調査への回答企業数(440社)

5. 金銭寄付

- ◇金銭寄付については、その7割が義援金、その3割が支援金(NPO等の支援活動への寄付)として支出されており、義援金は回答企業の9割超(417社)が寄付している。
- ◇金銭寄付の3割(約232億円)が3月末までに支出されており、企業が極めて迅速に対応したことがわかる。今後(10月以降)も約177億円の寄付が予定されている。
- ◇金銭寄付の支出先としては、企業数・金額ともに、日本赤十字社、中央共同募金会、地方公共団体が上位を占める。
- ◇支援額決定に際しては、「過去の支援額」、「同業他社の動向」や「経営者独自の判断」が重視されている。寄付先の決定にあたって重視した点として、「寄付先の信頼性・透明性等」を挙げた企業が半数を占めた。

(1) 種類別の取り組み状況

(単位:社・グループ、億円)

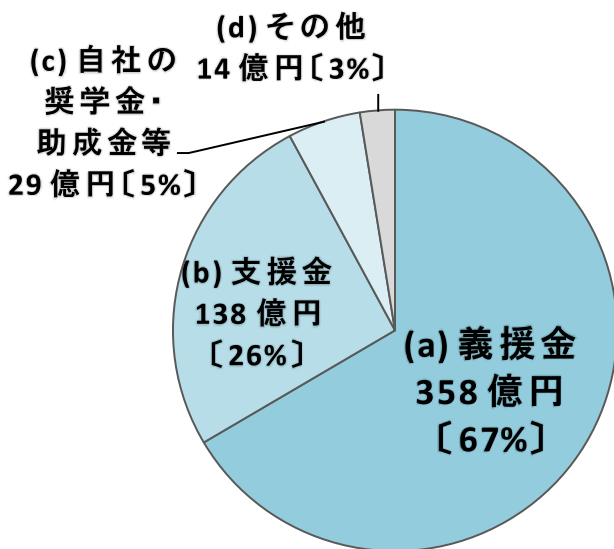
項目	実施企業数		金額	
		実施割合		構成比
既支出	438	-	537.99	75.2%
(a) 義援金(被災者に直接届けられる見舞金)	417	95.2%	358.03	50.0%
(b) 支援金(NPO等の支援活動に対する寄付)	154	35.2%	137.52	19.2%
(c) 自社(・グループ)が運営する奨学金・助成金等	34	7.8%	28.74	4.0%
(d) その他	54	12.3%	13.70	1.9%
支出予定	36	8.2%	177.42	24.8%
合計(金銭寄付実施企業)	438	-	715.41	100.0%

※「実施割合(%)」は、「各項目別実施企業数/金銭寄付実施企業数(438社・グループ)」

※「構成比(%)」は、「各項目別金額/企業による金銭寄付金額(715億円)」

※「(d)その他」の主なものとして、地方公共団体や各種イベント実行委員会等への寄付がある

(2) 寄付の種類(既支出分の金額構成比)

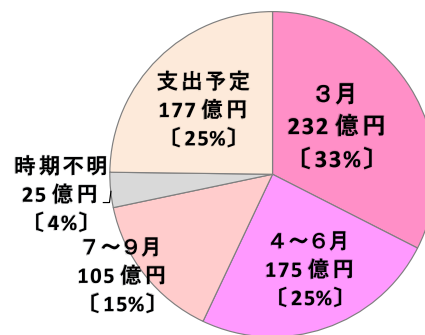


※「構成比(%)」は、「各項目別金額/既支出金銭寄付金額(538億円)」

※「義援金」とは、被災された方々の生活再建のために被災者に直接届けられる見舞金のこと。自治体・中央共同募金会・日本赤十字社・マスコミ等を通じて集められた後に一つに統合され、数回に分けて被災状況に応じて配分される

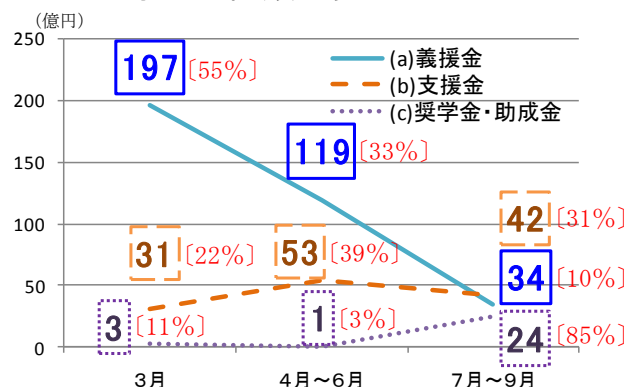
※「支援金」とは、義援金とは異なり、NPO等の支援活動に対する寄付

(3) 支出時期(金額構成比)



※「構成比(%)」は、「各項目別金額/企業による金銭寄付金額(715億円)」

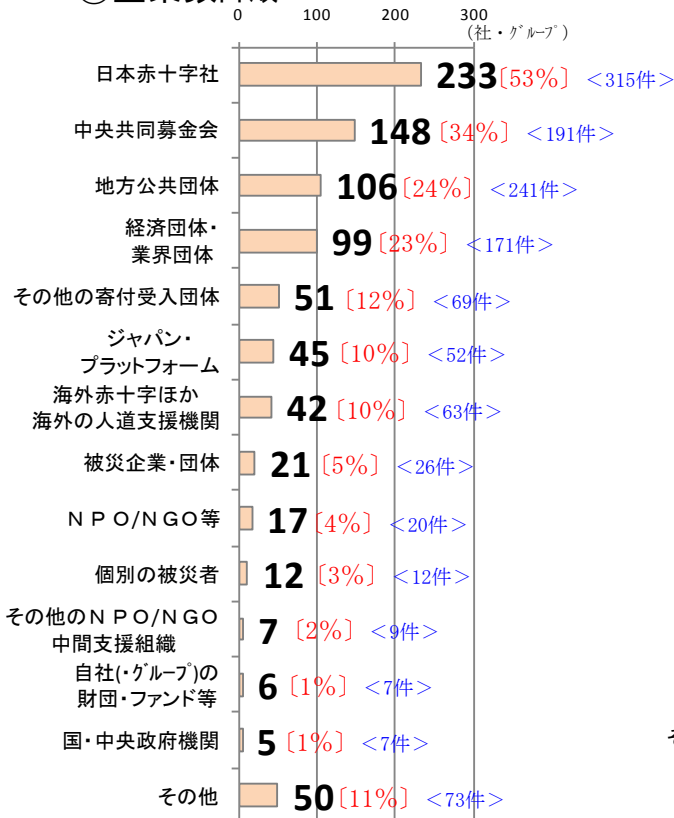
(4) 寄付の種類の変遷(金額)



※【%】は、「支出時期別金額/種類別金銭寄付金額」(義援金:358億円、支援金:138億円、奨学金・助成金:29億円)

(5) 支出先

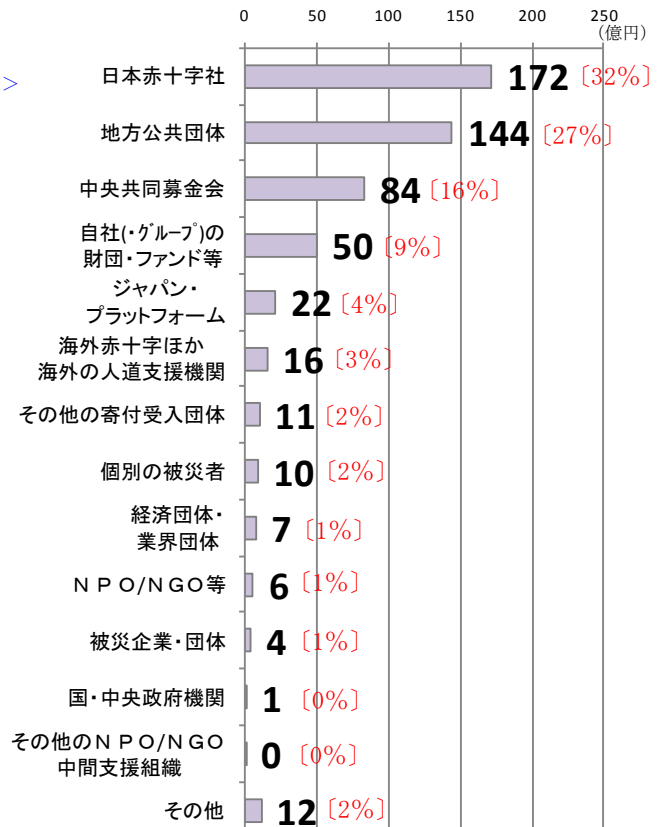
① 企業数降順



※ [%] は、「各項目別実施企業数/金銭寄付実施企業数 (438社・グループ)」

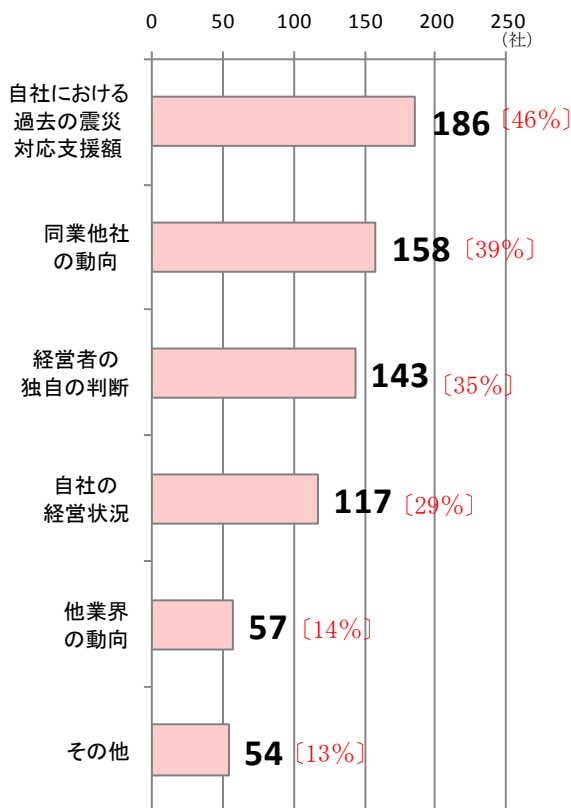
※ <>内の数字は、各項目別実施件数

② 金額降順



※ [%] は、「各項目別金額/既支出金銭寄付金額 (538億円)」

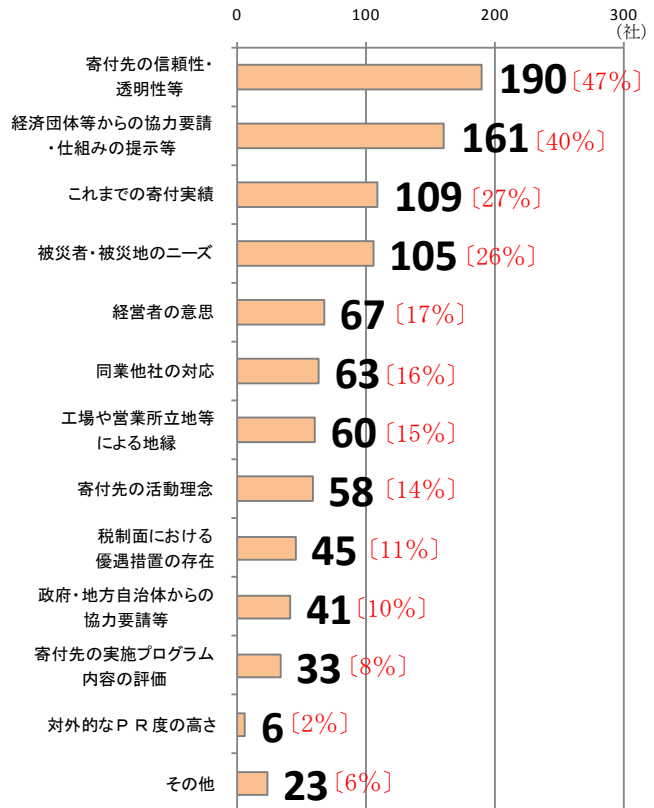
(6) 支援額決定で重視した判断基準 (2つ以内回答)



※ [%] は、「各項目別企業数/本設問への回答企業数 (408社)」

※ 「その他」として、災害規模、グループ企業の動向等がある

(7) 金銭寄付先決定で重視した点 (3つ以内回答)



※ [%] は、「各項目別企業数/本設問への回答企業数 (407社)」

※ 「その他」として、グループ企業の動向等がある

6. 現物寄付(サービスを含む)

- ◇現物寄付の実施にあたり、自社・自グループの製品・サービスを提供した企業が7割、社内の備蓄物資等を提供した企業が5割、市場から購入して提供した企業が5割あった。
- ◇現物寄付に係る支援額は、実施件数の6～7割しか把握できていないものの、約148億円にのぼり、その大部分は地方自治体を經由して、被災者や被災企業等に届けられた。
- ◇物資等の半数が3月中に提供された。時の経過とともに食料・飲料品、生理・衛生用品から、家電製品や通信機器等の割合が増加するなど、被災地ニーズに柔軟に対応した。
- ◇提供物資等の種類は多岐にわたるが、提供にあたっては「自社の製品・サービスであること」に加え、「被災地住民」や「政府・自治体からの要請」が重視されている。

(1) 取得先別の取り組み状況

(単位:社・グループ、件、億円)

項目	実施企業数		実施件数				金銭換算相当額	
		実施割合		構成比	うち金額入力件数	金額入力割合		構成比
既支出	331	-	1,290	100.0%	858	66.5%	133.23	100.0%
自社(・グループ)製品・サービス	231	69.8%	603	46.7%	440	73.0%	105.69	79.3%
社内備蓄等の活用	173	52.3%	213	16.5%	132	62.0%	2.27	1.7%
市場からの購入	160	48.3%	357	27.7%	240	67.2%	12.16	9.1%
その他	63	19.0%	117	9.1%	46	39.3%	13.11	9.8%
支出予定							14.69	-
合計(現物寄付実施企業)	331	-	1,290				147.92	-

※「実施割合(%)」は、「各項目別実施企業数/現物寄付実施企業数(331社・グループ)」

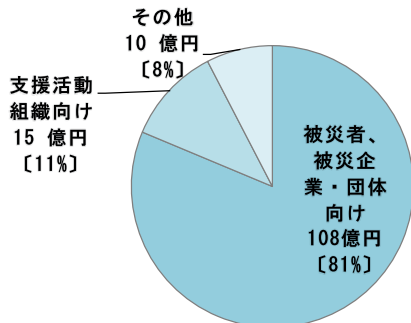
※「構成比(%)」は、「各項目別実施件数(or金銭換算相当額)/現物寄付実施件数(1,290件)(or既支出金銭換算相当額(133億円))」

※ 専門機器等の無償貸与を含む

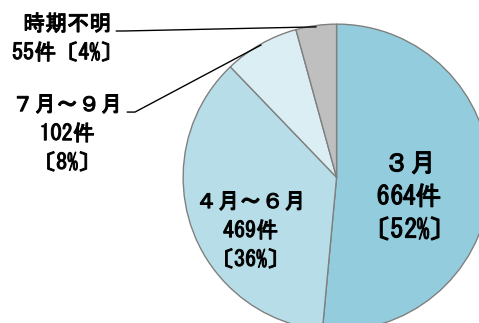
※ 金銭換算相当額は、帳簿価格であり、把握できる場合のみ集計(実施件数の6～7割程度)

※「その他」の主なものとして、取引先からの拠出等がある

(2) 用途(金銭換算相当額構成比)



(3) 支出時期(件数構成比)

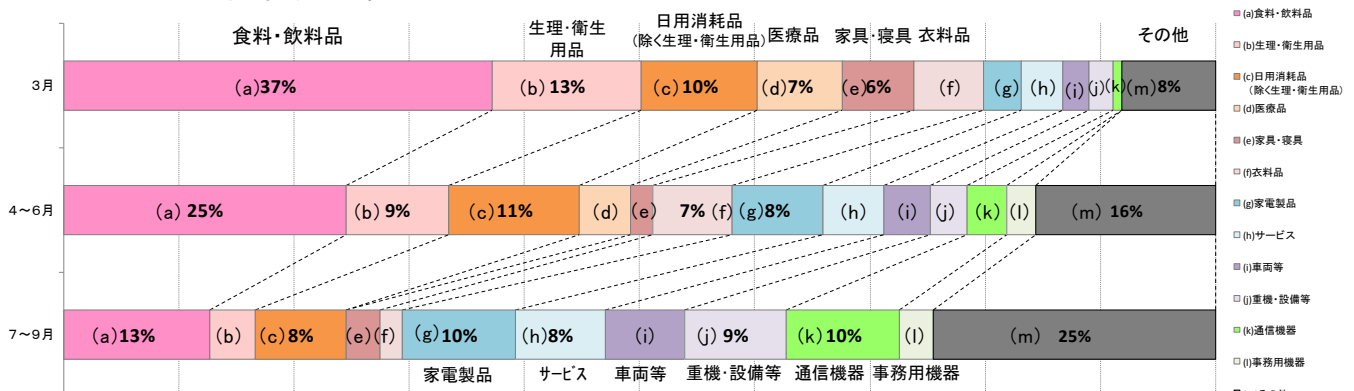


※「構成比(%)」は、「各項目金額/既支出現物寄付金銭換算相当額(133億円)」

(現物寄付実施件数:1,290件、うち金銭換算相当額入力件数:858件)

※ [%] は、「各項目別実施件数/現物寄付実施件数(1,290件)」

(4) 主な提供物資の変遷(提供時期別、件数構成比)

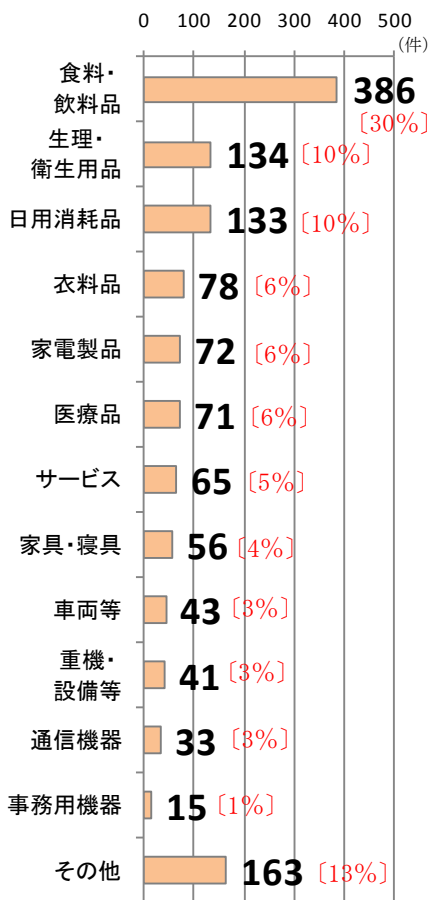


※「構成比(%)」は、「各項目別件数/実施時期別現物寄付実施件数(3月:664件、4～6月:469件、7～9月:102件)」

※「(m)その他」の主なものとして、灯油・ガソリン・軽油等、本・文具・おもちゃ、専門機器等がある

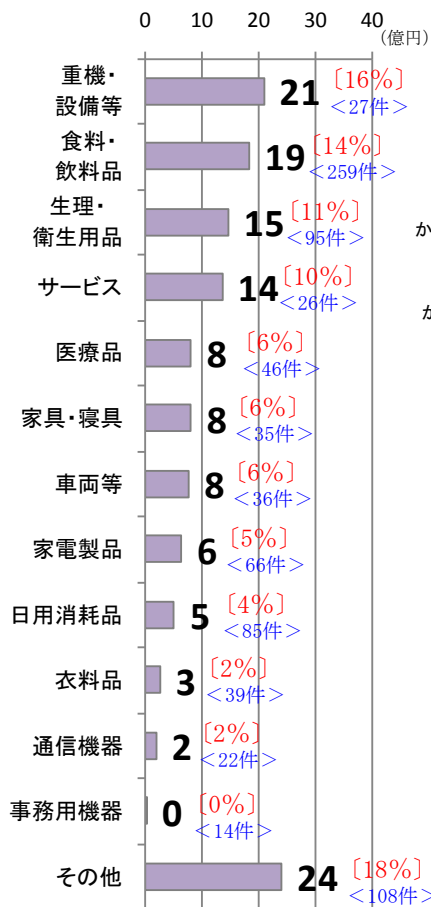
(5) 提供物品・サービスの種類

① 件数降順



※ [%] は、「各項目別件数/現物寄付実施件数(1,290件)」

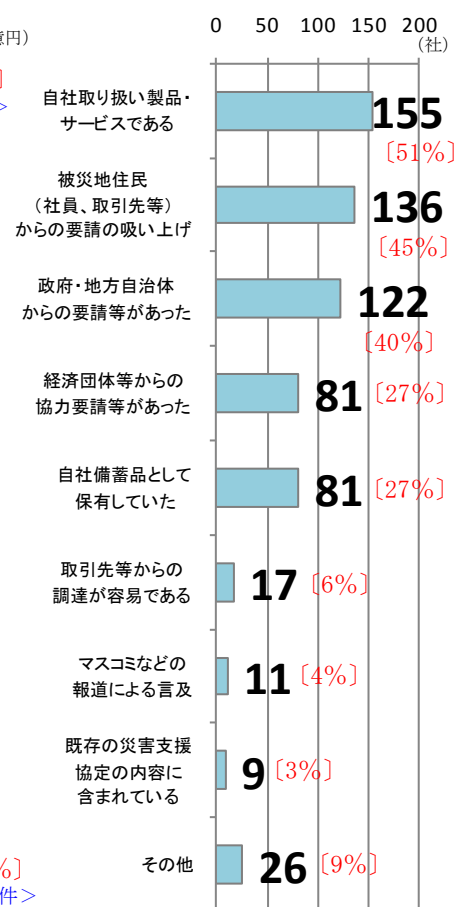
② 金銭換算額降順



※ [%] は、「各項目別の金額/既支出現物寄付金銭相当額(133億円)」
 ※ <>内の数字は、金銭換算相当額記載件数

(6) 現物寄付品目決定で

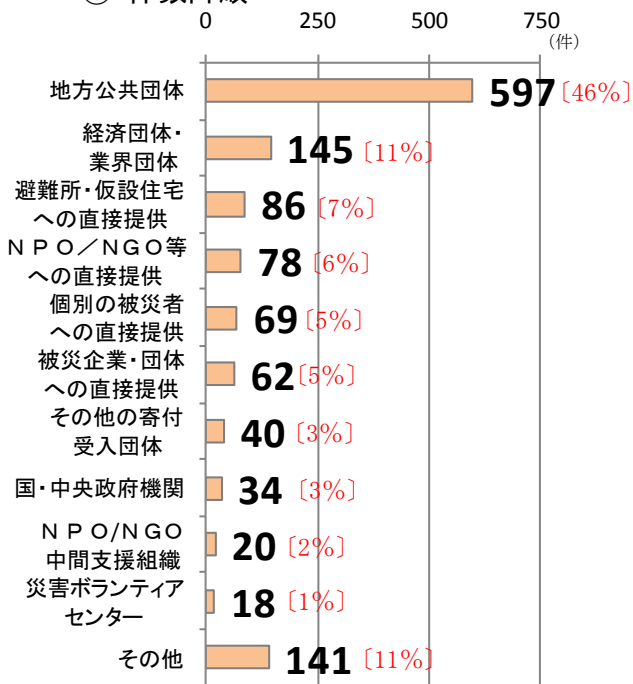
重視した点 (3つ以内回答)



※ [%] は、「各項目別企業数/本設問への回答企業数(304社)」
 ※ 「その他」として、独自判断、企業の社会的使命、総合判断等がある

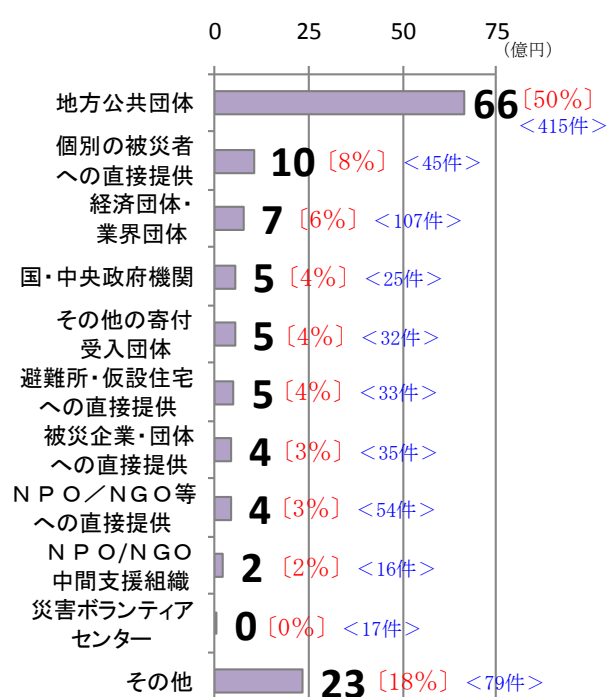
(7) 提供先

① 件数降順



※ [%] は、「各項目別件数/現物寄付実施件数(1,290件)」

② 金銭換算相当額降順



※ [%] は、「各項目別金額/既支出現物寄付金銭相当額(133億円)」
 ※ <>内の数字は、うち金銭相当額記載件数

7. 社員や消費者等への寄付の呼びかけ・マッチング

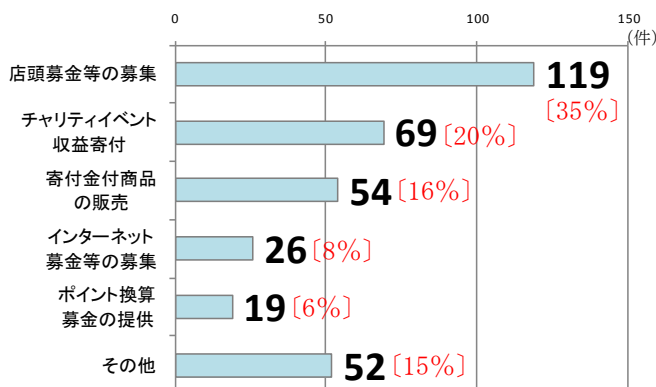
- ◇398社の企業(回答社数の8割超)が、従業員募金など、社員等に寄付を呼びかけた。
- ◇店頭募金の実施(119件)、チャリティイベントを通じた収益金の寄付(69件)、寄付金付き商品の販売(54件)等によって、消費者・顧客へ寄付を呼びかけた企業は154社である。
- ◇社員や消費者等からの寄付は約213億円にのぼり、これに連動する形で企業が寄付した支援額(マッチング寄付)は約27億円である。いずれの寄付においても、義援金の割合が最も高く、その多くが日本赤十字社や中央共同募金会、地方自治体等に寄せられている。

(1) 寄付等の呼びかけ

(単位:社・グループ、件、億円)

項目	社員等の寄付			消費者・顧客等の寄付			合計 支出 金額
	実施 企業数	実施件数	支出 金額	実施 企業数	実施件数	支出 金額	
(ア) 金銭寄付	358	674	79.28	131	309	132.90	212.18
(a) 義援金(被災者に直接届けられる見舞金)	322	551	65.59	108	213	110.62	176.21
(b) 支援金(NPO等の支援活動に対する寄付)	55	89	5.95	33	66	17.65	23.60
(c) その他の金銭寄付	26	34	7.74	20	30	4.63	12.37
(イ) 現物寄付(サービスを含む)	24	34	0.27	11	16	0.41	0.68
(ウ) その他	9	15	0.48	6	14	0.10	0.58
合計(寄付の呼びかけ実施企業)	398	723	80.03	154	339	133.41	213.44

(2) 消費者等への寄付の呼びかけ(件数)



- ※ [%] は、「各項目別件数/消費者・顧客への寄付の呼びかけ実施件数(339件)」
- ※ 「その他」の主なものとして、株主優待相当分の寄付、テレビを通じた募金等がある

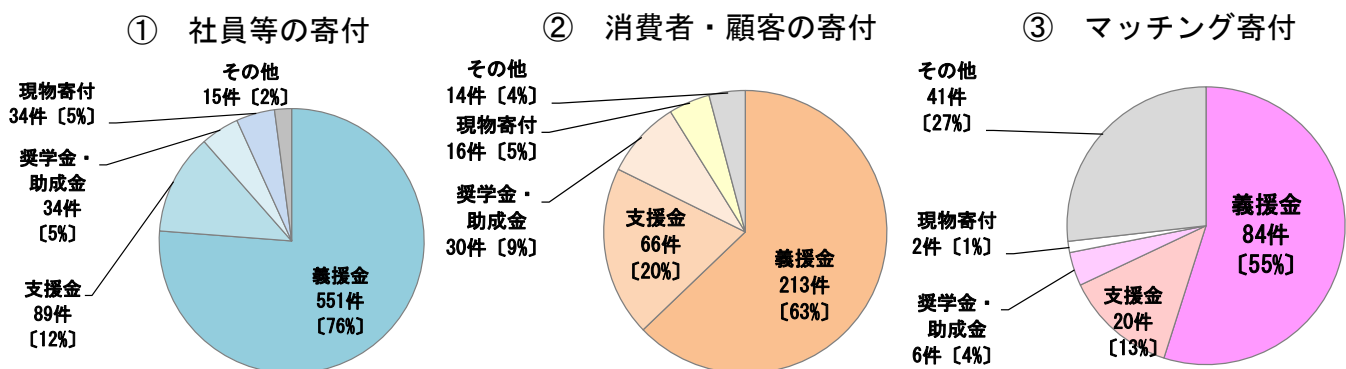
(3) マッチング寄付の取り組み状況

(単位:件、億円)

項目	マッチング実施件数		マッチング実施金額	
	実施割合	マッチング率	実施割合	マッチング率
社員等への寄付の呼びかけ	133	18.4%	23.73	29.7%
消費者・顧客への寄付の呼びかけ	20	5.9%	3.15	2.4%
合計	153	14.4%	26.88	12.6%

- ※ 「実施割合」は、「項目別マッチング実施件数/各種呼びかけ実施件数」(社員等への寄付の呼びかけ:723件、消費者・顧客への寄付の呼びかけ:339件)
- ※ 「マッチング率」は、「項目別マッチング実施金額/各種呼びかけに係る寄付金額の合計」(社員等による寄付金額:80億円、消費者・顧客による寄付金額:133億円)

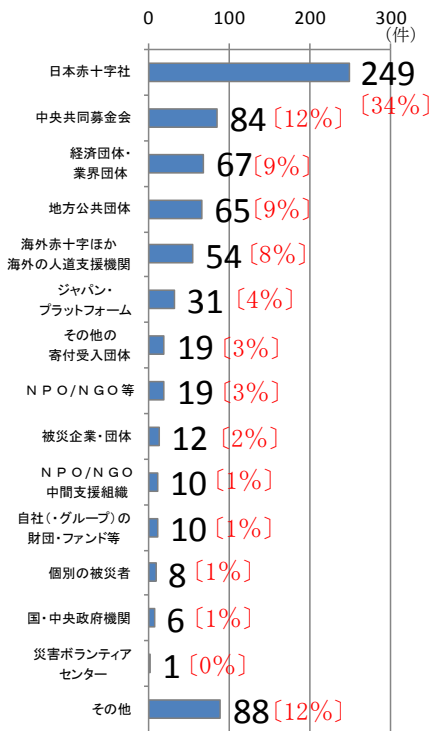
(4) 寄付の種類(件数構成比)



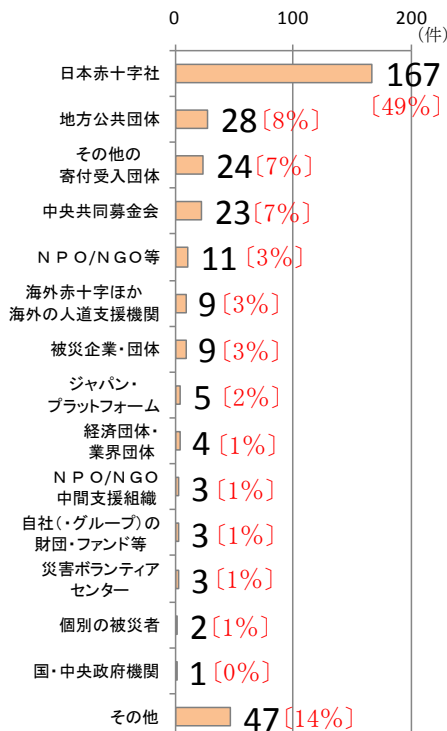
- ※ 「構成比(%)」は、「各項目別実施件数/取り組み別実施件数の合計」(社員等の寄付:723件、消費者・顧客の寄付:339件、マッチング寄付:153件)

(5) 支出・提供先 (件数降順)

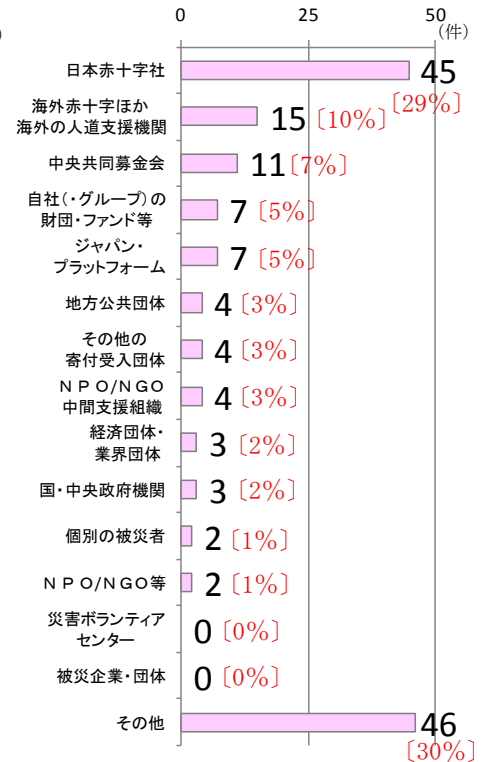
① 社員等の寄付



② 消費者・顧客の寄付



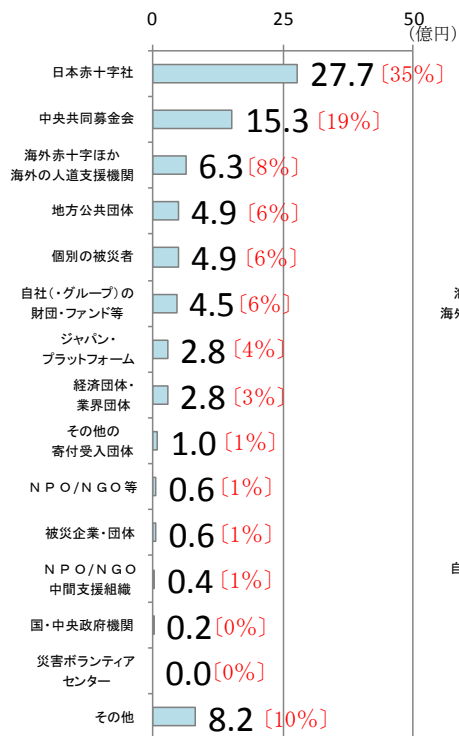
③ マッチング寄付



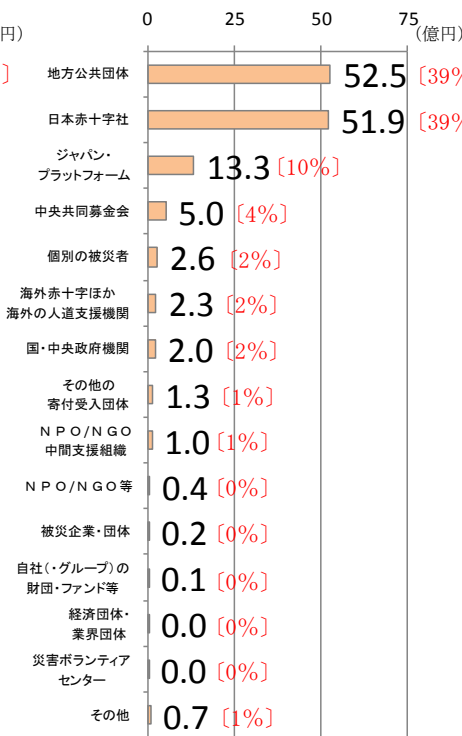
※ [%] は、「各項目別件数/取り組み別実施件数の合計」(社員等の寄付: 723件、消費者・顧客の寄付: 339件、マッチング寄付: 153件)
 ※ 「その他」の主なものとして、被災した自社・グループ会社の社員・退職者やその家族、被災したグループ会社等がある

(6) 支出・提供先 (支援額降順)

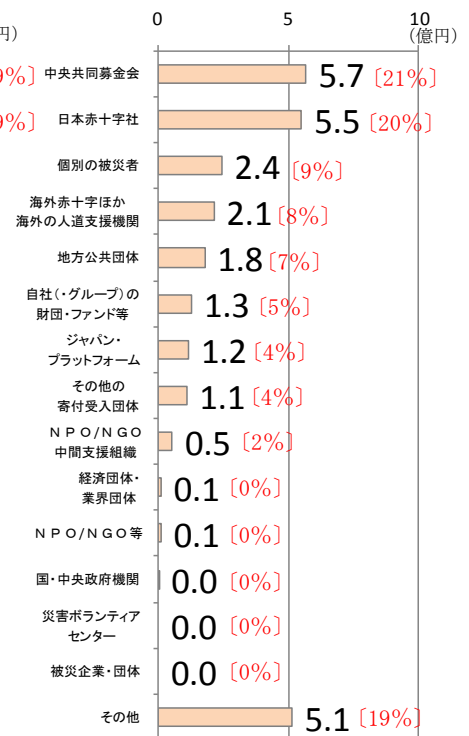
① 社員等の寄付



② 消費者・顧客の寄付



③ マッチング寄付



※ [%] は、「各項目別件数/取り組み別支援額の合計」(社員等の寄付: 80億円、消費者・顧客の寄付: 133億円、マッチング寄付: 27億円)
 ※ 「その他」の主なものとして、被災した自社・グループ会社の社員・退職者やその家族、被災したグループ会社等がある

8. 社員等の被災者・被災地支援活動への参加

(1) 社員等の参加状況

- ◇259社の企業(回答社数の5割超)が社員に対して被災者・被災地支援活動(いわゆるボランティア活動等)への参加を促し、参加延べ人数は約18万人・日にのぼる。とりわけ、170社が自社・自グループで支援活動をプログラムしたことは注目に値する。
- ◇自社・自グループ以外の具体的な企画主体として、1%クラブ・支援Pが最も多いものの、多様な組織との連携が垣間見える。
- ◇主な活動先としては、災害ボランティアセンターを通じた施設が5割、避難所・避難者宅が2割を占める。具体的な活動内容等を見ると、自社・自グループ企画では、「専門性を活かした活動」の割合が他組織企画と比べて若干高い。

① 企画主体別の取り組み状況

(単位:社・グループ、人、人・日)

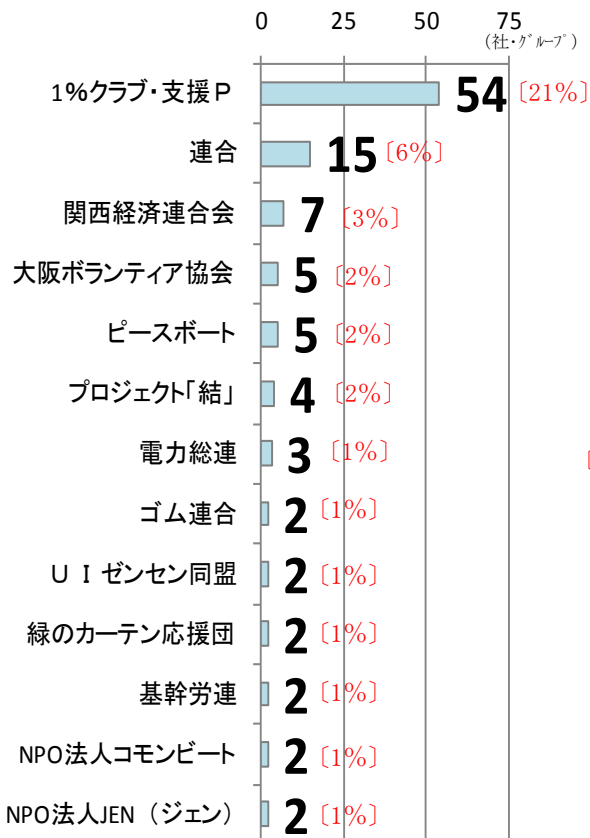
項目	実施企業数		参加人数			参加延べ人数		
		実施割合	構成比	うち実績	うち予定		構成比	
(1) 自社・自グループが企画した被災者・被災地支援活動への社員等の参加	170	65.6%	52,017	80.4%	42,232	9,785	139,312	76.6%
(2) 他組織が企画した被災者・被災地支援活動への社員等の参加の呼びかけ・紹介	184	71.0%	12,685	19.6%	11,754	931	42,667	23.4%
合計(社員等参加の実施企業)	259	-	64,702	100.0%	53,986	10,716	181,979	100.0%

※「実施割合(%)」は、「各項目別実施企業数/社員等参加実施企業(259社・グループ)」

※「構成比(%)」は、「項目別参加人数(or参加延べ人数)/社員等の参加に係る参加人数(64,702人)(or参加延べ人数(181,979人・日))」

② 主な他の企画主体

(実施企業数降順・2社以上)

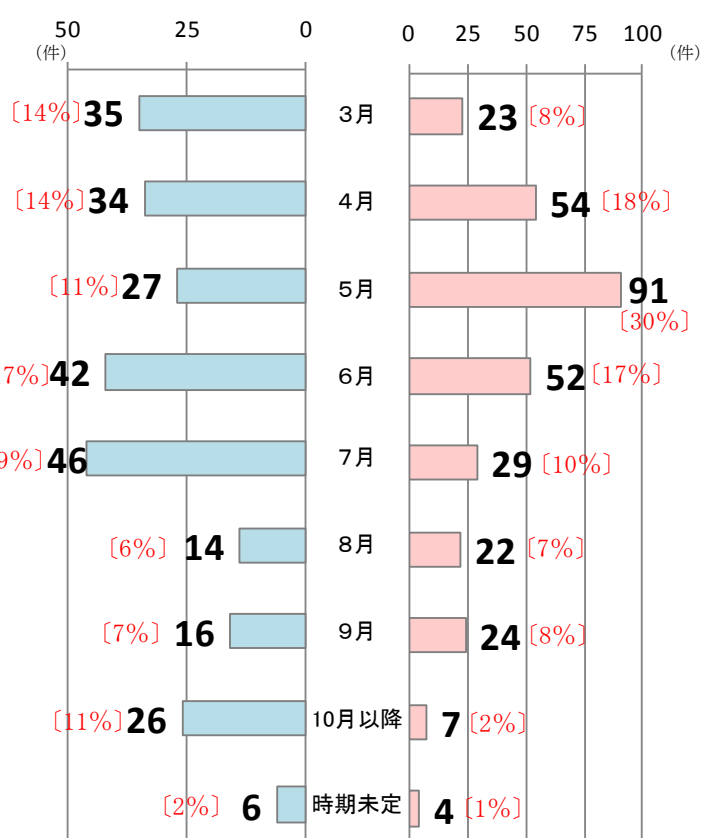


※ [%] は、「各項目別実施企業数/社員等参加企業数(259社・グループ)」

③ 開始時期別の取り組み状況

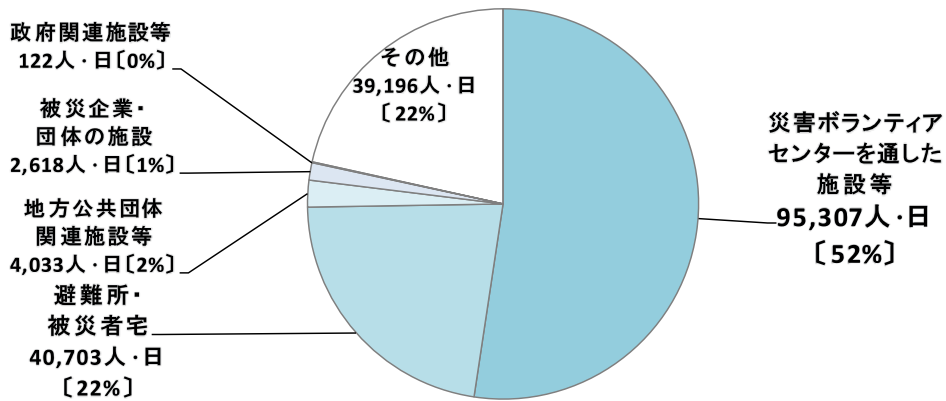
<自社・自グループ企画>
(246件)

<他組織企画>
(306件)



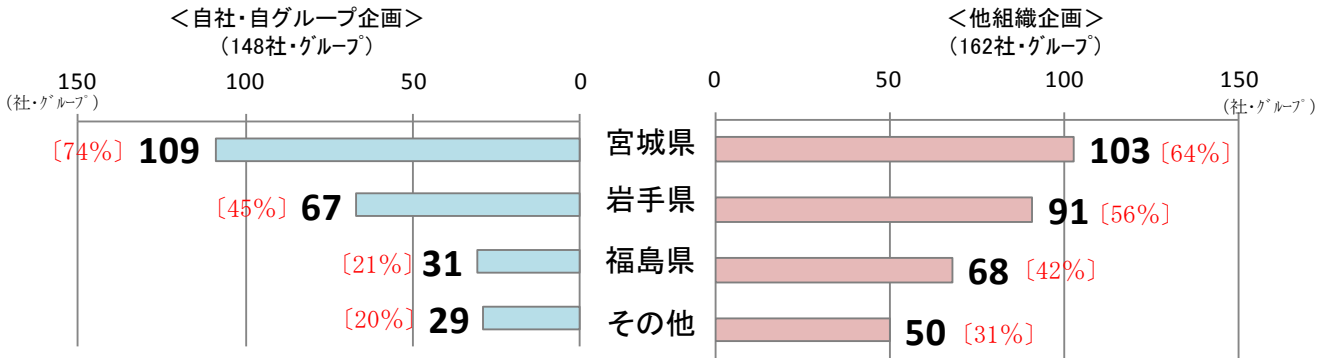
※ [%] は、「各項目別実施企業数/社員等参加実施件数(自社・自グループ企画:246件 他組織企画:306件)」

④ 活動先（参加延べ人数（人・日））



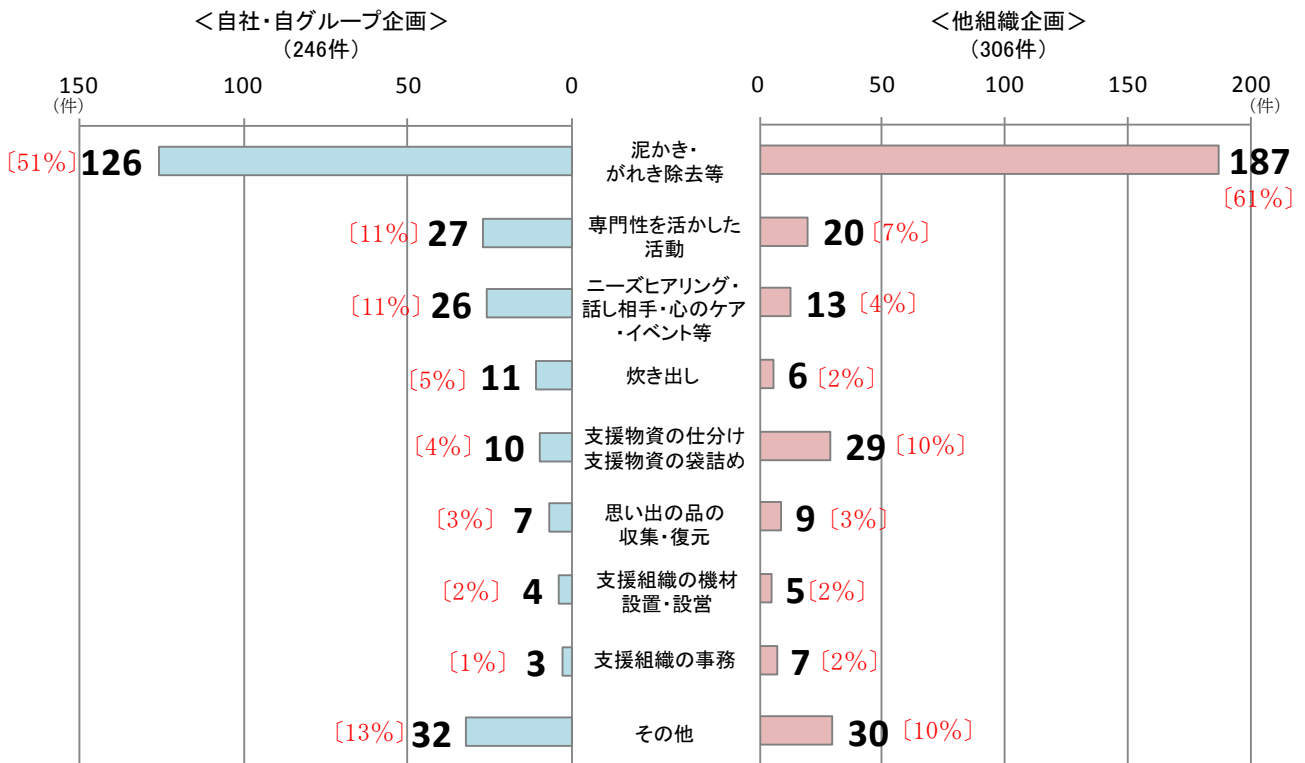
※「構成比(%)」は、「各項目別参加延べ人数/社員等の参加に係る参加延べ人数(181,979人・日)」
 ※「その他」の主なものとして、NPO事務所、各種イベント実行委員会、救援部物資等仕分け場所等がある

⑤ 活動地域（実施企業数）



※「実施割合(%)」は、「各項目別実施企業数/社員等参加実施企業のうち、活動地域を記載した企業数」
 (自社・自グループ企画：148社・グループ、他組織企画：162社・グループ)

⑥ 具体的な活動内容（件数）



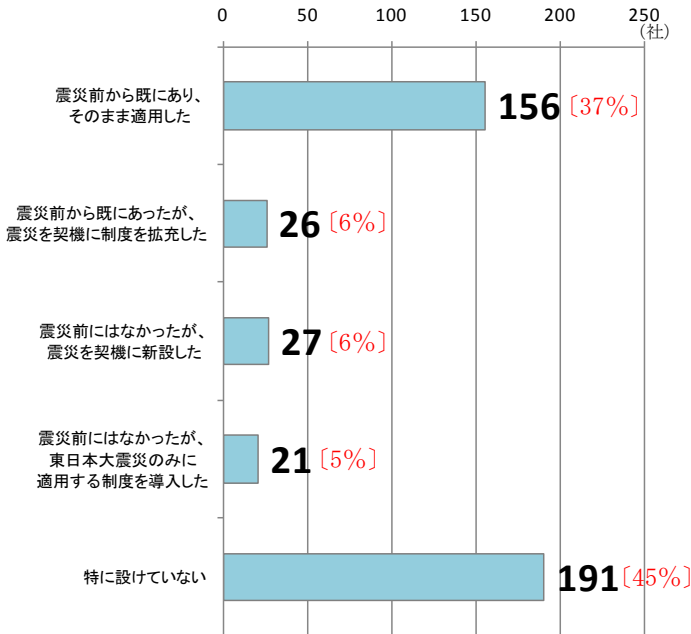
※「構成比(%)」は、「各項目別実施件数/社員等参加実施件数」
 (自社・自グループ企画：246件、他組織企画：306件)

(2) 企業としての支援

① ボランティア休暇制度・休職制度

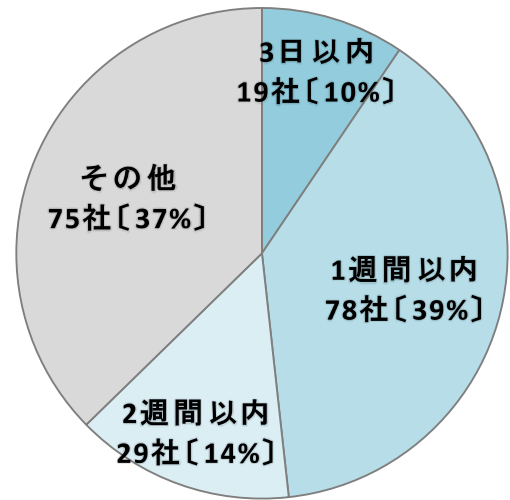
◇ボランティア休暇制度（短期）については、今回の大震災を契機に、既存の制度を拡充した企業が26社、新たに制度を創設した企業が27社、東日本大震災のみに適用する特別な休暇制度を導入した企業が21社など、社員のボランティアを支援する制度を充実した企業が多い。また、制度休暇を取得した社員は4,000人以上にのぼり、2010年度の取得実績(2,761人)を大きく上回る。

(ア) ボランティア休暇制度(短期)の整備状況



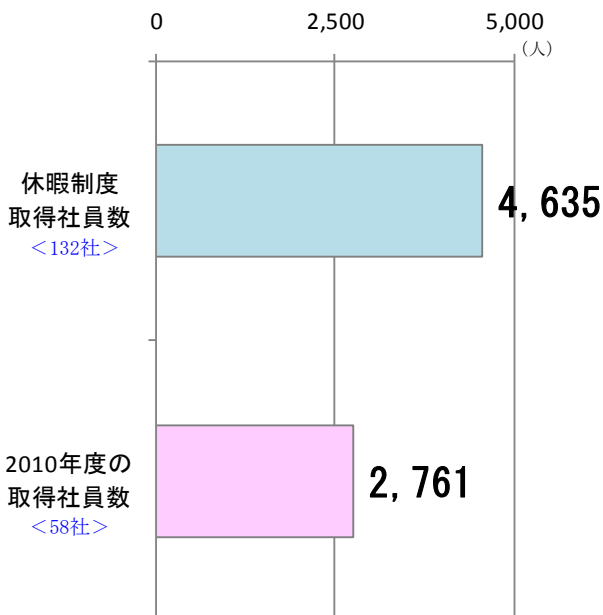
※ [%] は、「各項目別企業数/設問回答企業数 (421社)」

(イ) ボランティア休暇制度の最大取得日数



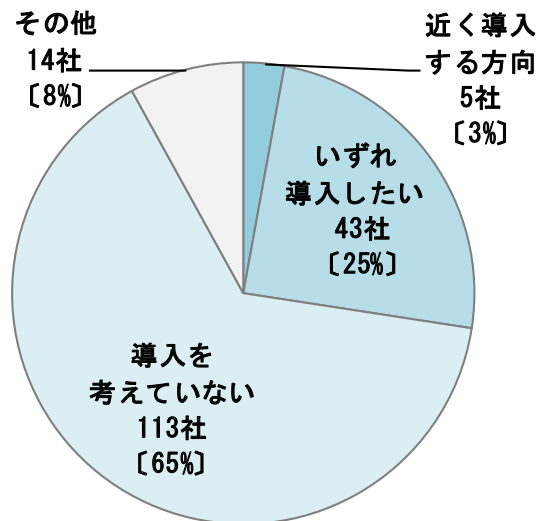
※「構成比(%)」は、「各項目別企業数/設問回答企業数 (201社)」

(ウ) ボランティア休暇制度の活用状況



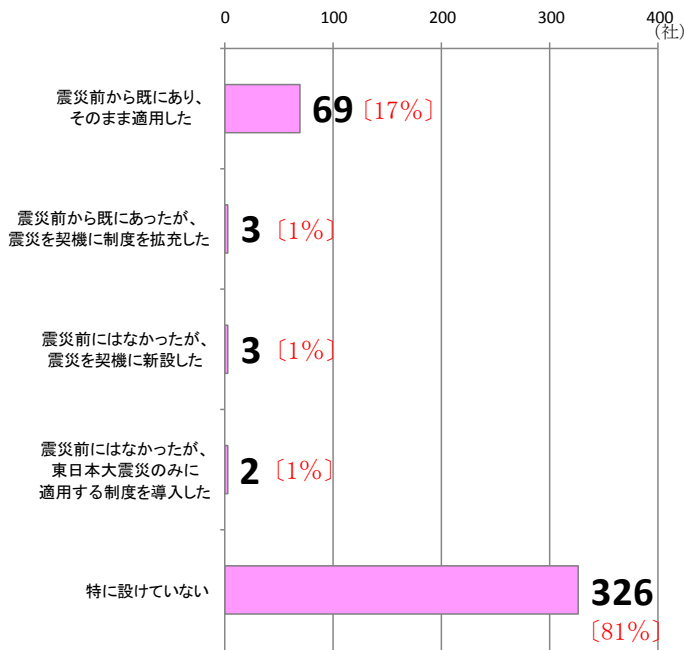
※ <>内は、「各項目別実施企業数」

(エ) ボランティア休暇制度の検討状況 (「特に設けていない」と回答した企業)



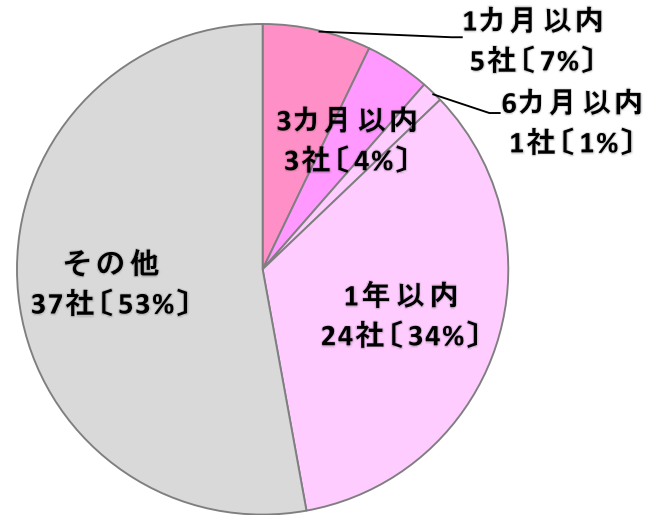
※「構成比(%)」は、「各項目別企業数/設問回答企業数 (175社)」

(オ) ボランティア休職制度(中長期)の整備状況



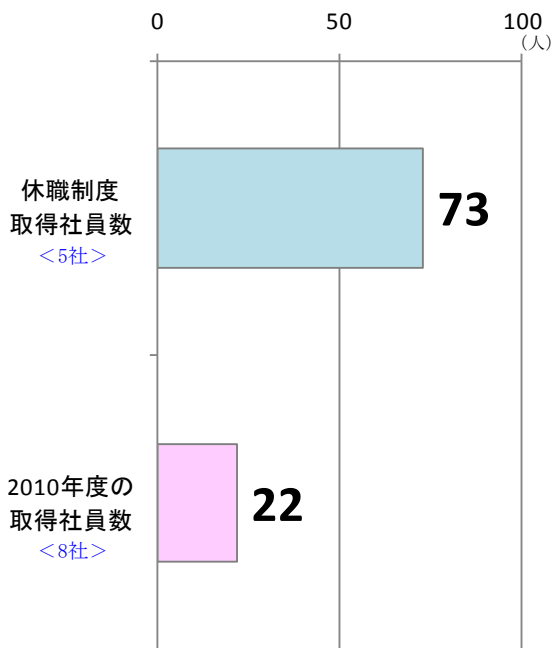
※ [%] は、「各項目別企業数/本設問への回答企業数 (403社)」

(カ) ボランティア休職制度の最大取得日数



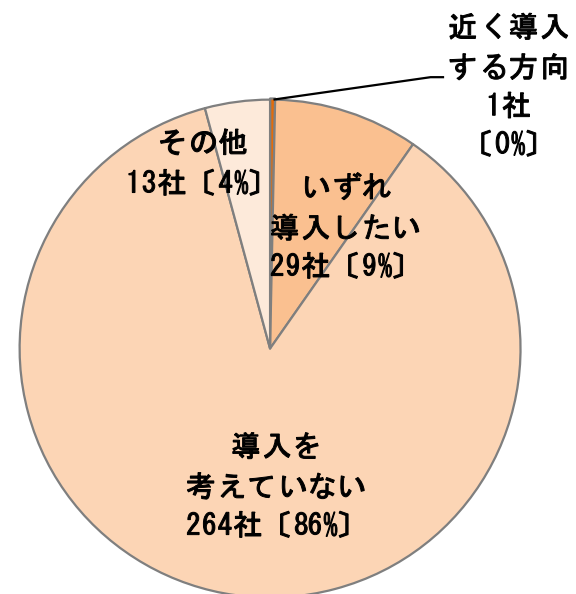
※「構成比 (%)」は、「各項目別企業数/設問回答企業数 (70社)」

(キ) ボランティア休職制度の活用状況



※ <>内は、各項目別実施企業数

(ク) ボランティア休職制度の検討状況 (「特に設けていない」と回答した企業)

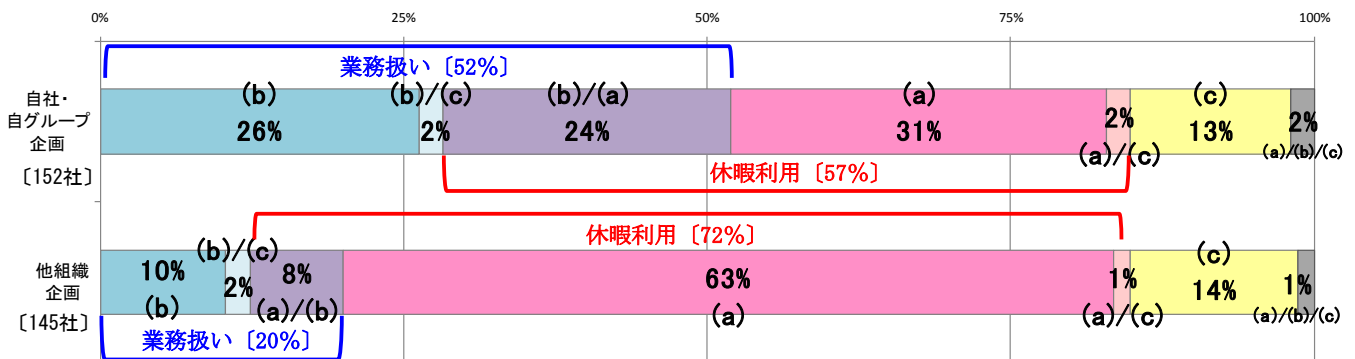


※「構成比 (%)」は、「各項目別企業数/設問回答企業数 (309社)」

② その他企業としての支援等

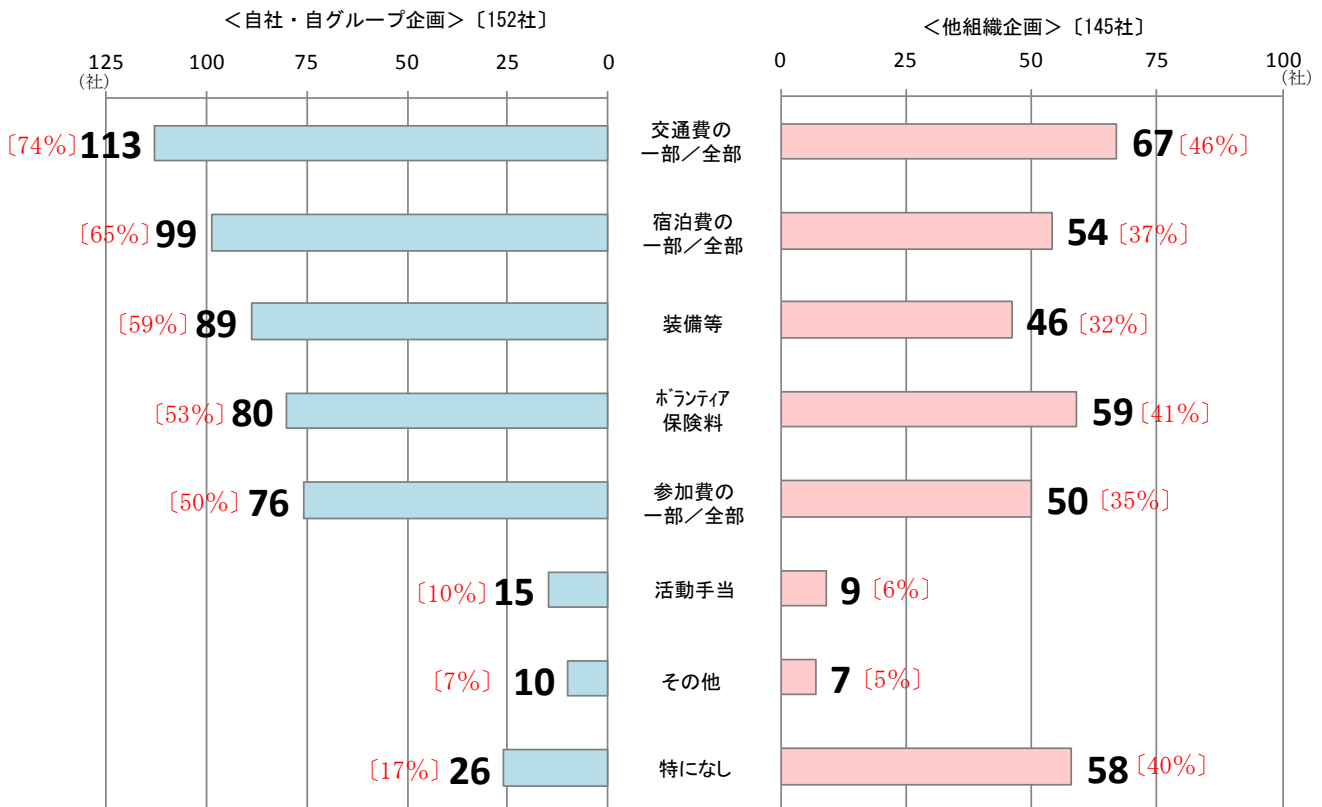
- ◇社員が支援活動に参加する場合の勤務上の扱いについて、自社等で企画した活動に参加する場合には、「出張や研修など業務扱いにするケース」と「ボランティア休暇や有給休暇扱いとするケース」が概ね同程度の割合であった。他方、他組織が企画した活動に参加する場合には、「ボランティア休暇や有給休暇扱いとするケース」が多かった。
- ◇社員が支援活動に参加する場合の企業の支援について、他組織が企画した活動への参加に比べて、自社等が企画した活動への参加の方が、交通費や宿泊費等の補助などの手厚い支援が行われた。

(ア) 参加者への勤務管理上の扱い (複数回答)



※ 分類区分：(a) ボランティア休暇・休職制度もしくは有給休暇 (b) 業務 (出張、研修等) (c) その他
 ※ 「構成比(%)」は、「各項目別企業数/設問回答企業数」
 (自社・自グループ企画：152社、他組織企画：145社)

(イ) 参加者への支援内容 (複数回答)

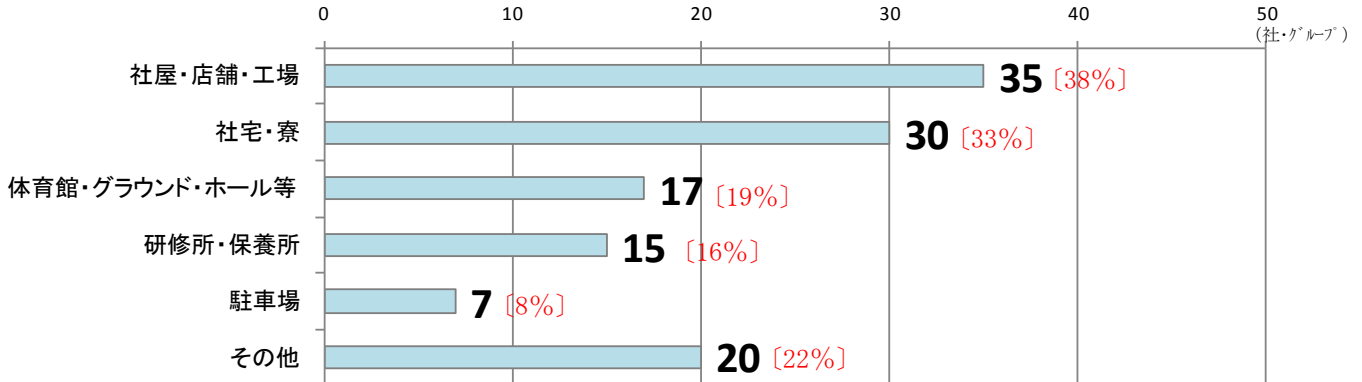


※ [%] は、「各項目別企業数/設問回答企業数」
 (自社・自グループ企画：152社、他組織企画：145社)

9. 施設開放

- ◇無償等で施設を開放した企業は92社(回答社数の2割)あり、うち、社屋・店舗・工場を提供した企業が35社、社宅・寮を提供した企業が30社ある。
- ◇開放した施設は、主に避難所や住宅として利用されており、被災者や地方公共団体に対して提供された。

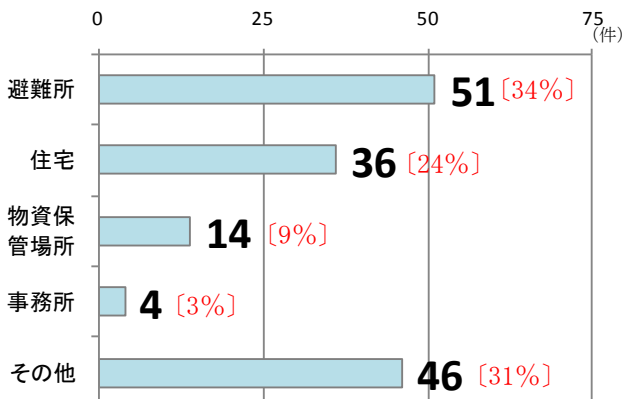
(1) 開放施設 (実施企業数)



※ [%] は、「各項目別実施企業数/施設提供実施企業数(92社・グループ)」
 ※ 「その他」として、自社ビルのイベントスペース等がある

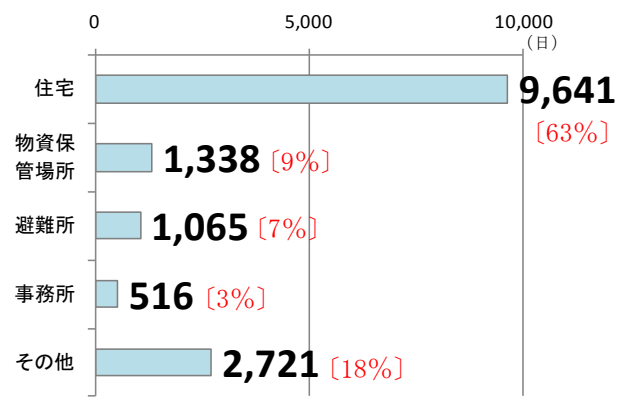
(2) 提供用途

① 件数降順



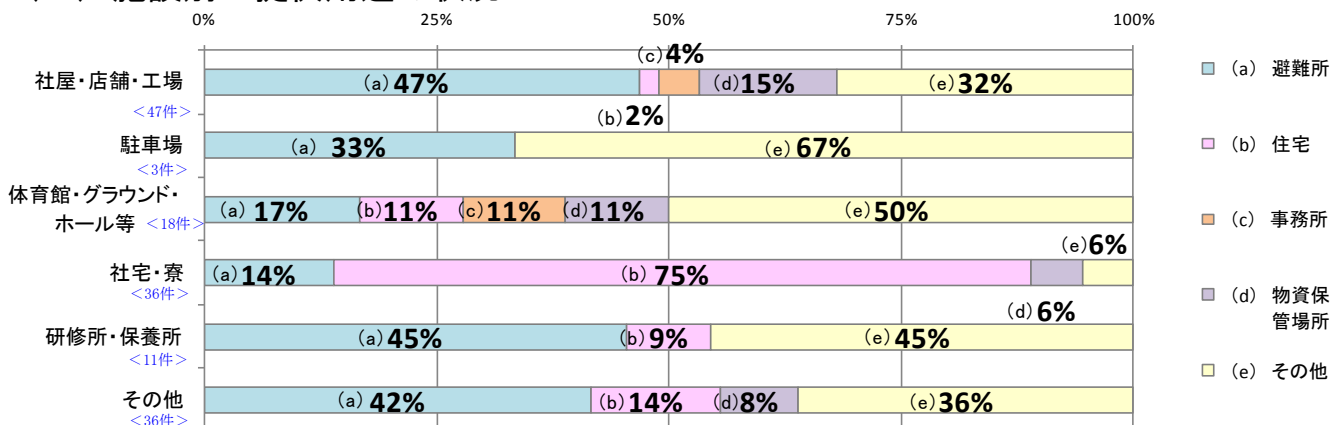
※ [%] は、「各項目別実施件数/施設提供実施件数(151件)」
 ※ 「その他」として、病院、食堂、入浴施設、帰宅困難者対応等がある

② 開放日数降順



※ [%] は、「各項目別開放日数/施設提供開放日数(15,281日)」
 ※ 「その他」として、病院、食堂、入浴施設、帰宅困難者対応等がある

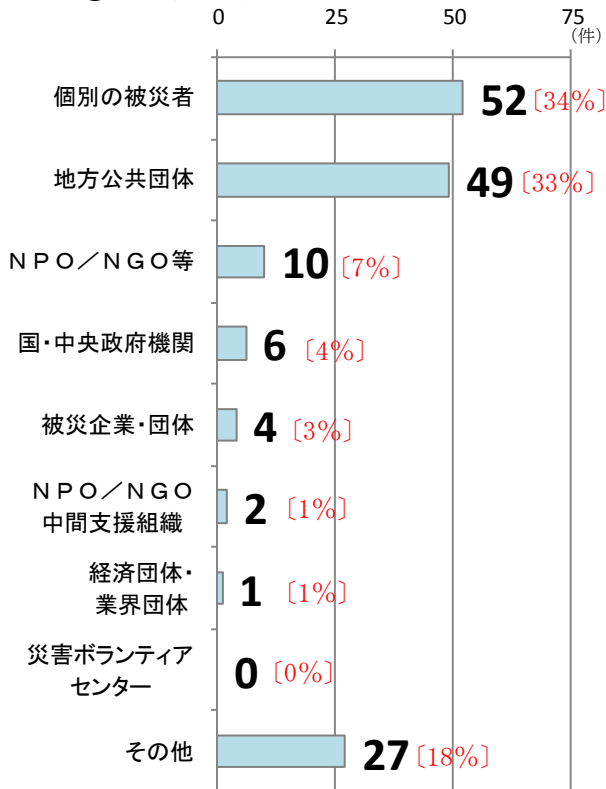
(3) 施設別・提供用途の状況



※ <>内は、「施設別実施件数」
 ※ 「構成比(%)」は、「各項目別実施件数/施設別実施件数」
 (社屋・店舗・工場：47件、駐車場：3件、体育館・グラウンド・ホール等：18件、社宅・寮：36件、研修所・保養所：11件、その他：36件)

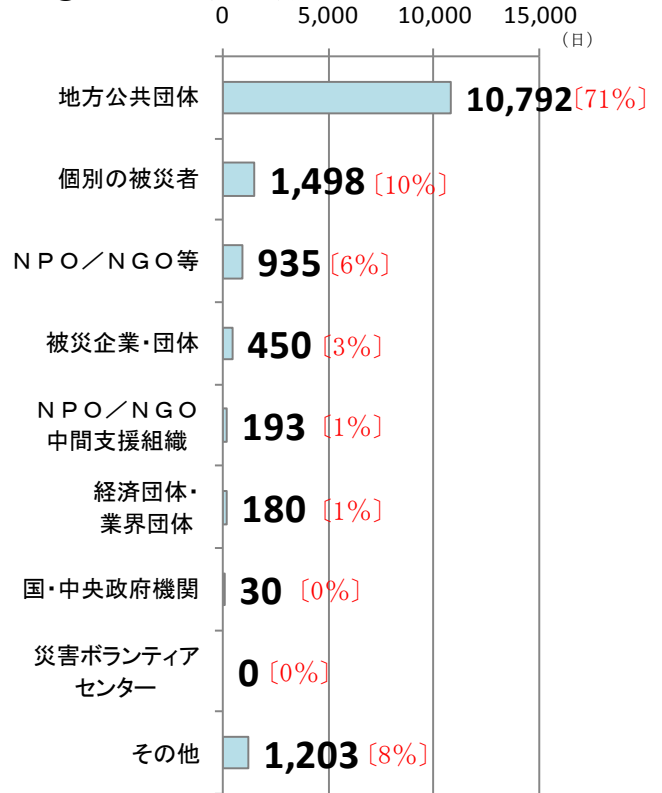
(4) 施設提供先

① 件数降順



※ [%] は、「各項目別実施件数/施設提供実施件数 (151件)」

② 開放日数降順

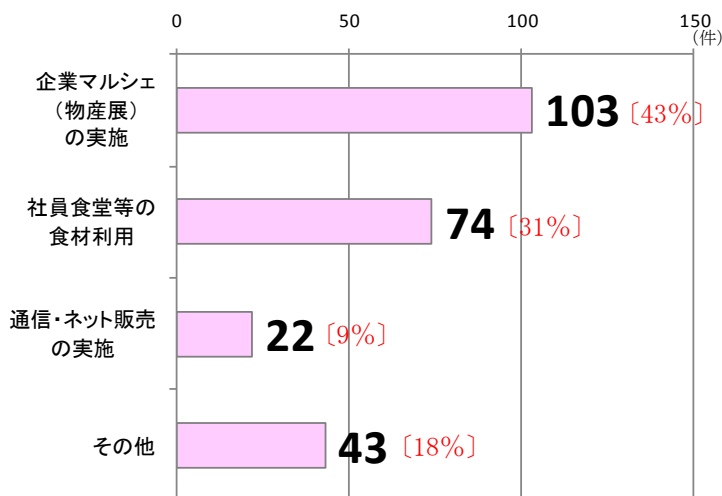


※ [%] は、「各項目別開放日数/施設提供開放日数 (15,281日)」

10. 被災地応援・風評被害対策購買活動

◇被災地応援・風評被害対策として、東北・関東地方の農産物や食品等を購買する活動を展開した企業は124社(回答社数の3割)である。企業マルシェ(社内物産展)の実施や社員食堂等での東北・関東産の食材利用が、本社・本店のみならず多くの場所で展開された。

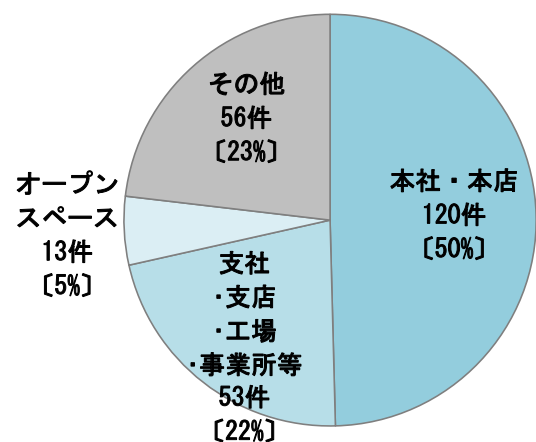
(1) 取り組みの種類 (件数)



※ [%] は、「各項目別実施件数/被災地応援・風評被害対策購買活動実施件数(242件)」

※ 「その他」として、株主優待制度や株主総会での物品提供等がある

(2) 開催場所 (件数)



※ 「構成比(%)」は、「各項目別実施件数/被災地応援・風評被害対策購買活動実施件数(242件)」

※ 「その他」として、株主優待制度や株主総会での物品提供等がある

IV. 団体による支援の状況〔団体実績調査〕

1. 類型別の実施団体数・支援額

- ◇団体向け実績調査（業界団体、都道府県別経営者協会等が対象）では、団体による被災者・被災地支援活動について、下表の類型別に調査した。
- ◇団体による支援活動を類型別にみると、金銭寄付を実施した団体は46団体（団体調査数の8割超）、現物寄付を実施した団体は20団体（同4割）である。

（1） 類型別の実施団体数・支援額

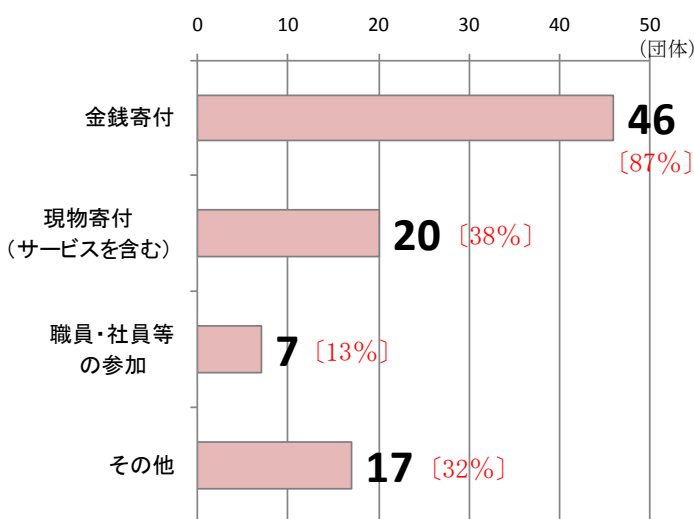
（単位：団体、億円）

項目	実施団体数		支援額	
		実施割合		構成比
1. 金銭寄付	46	86.8%	86.08	80.8%
(1) 会員企業・団体への寄付先の紹介・あっせん	7	13.2%		
(2) 会員企業・団体から金銭寄付の取りまとめ	18	34.0%	70.59	66.2%
(3) 貴団体の通常予算からの支出	33	62.3%	15.49	14.5%
2. 現物寄付（サービスを含む）	20	37.7%	4.15	3.9%
(1) 会員企業・団体への寄付先の紹介・あっせん	7	13.2%		
(2) 会員企業・団体から現物寄付の取りまとめ	6	11.3%	3.52	3.3%
(3) 貴団体からの提供	13	24.5%	0.63	0.6%
3. 職員・社員等の被災者・被災地支援活動への参加	7	13.2%		
(1) 自団体が企画する被災者・被災地支援活動への職員・社員等の参加	4	7.5%		
(2) 他組織が企画する被災者・被災地支援活動への職員・社員等の参加の呼びかけ・紹介	3	5.7%		
4. その他の取組み	17	32.1%	16.33	15.3%
(1) その他の取組みの会員企業・団体への紹介・あっせん	10	18.9%		
(2) 自団体によるその他の取組み	12	22.6%	16.33	15.3%
調査回答団体数	53	-	106.56	100.0%
うち団体によるとりまとめ（上記（2）計）	18	34.0%	90.44	84.9%
うち団体の通常予算からの支出（上記（3）計）	36	67.9%	16.12	15.1%

※「実施割合(%)」は、「実施団体数/調査回答団体数(53団体)」

※「構成比(%)」は、「各項目別支援額/団体による支援額(107億円)」

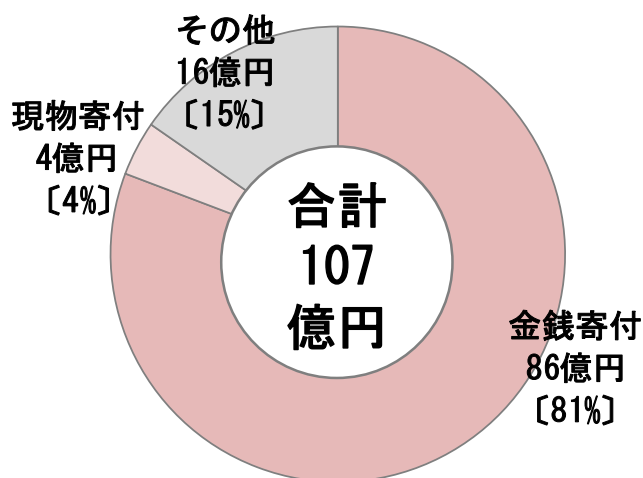
<類型別の実施団体数>



※ [%] は、「実施団体数/調査回答団体数(53団体)」

※「その他」の主なものとして、団体役職員等からの寄付、施設開放のあっせん・提供、被災地応援・風評被害対策購買活動、会員への各種情報提供等がある

<団体による支援額>



※「構成比(%)」は、「各項目別支援額/団体による支援額(107億円)」

2. 金銭寄付

◇会員からの金銭寄付のとりまとめを行った団体は18団体(回答団体数の3割)あり、当該団体の会員には経団連非会員が多く含まれている。独自予算から金銭寄付を行った団体は、33団体(同6割)あった。

(単位: 団体(実施団体数)、社・団体(協力企業・団体数)、億円)

項目	(1) 会員への寄付先の紹介・あっせん		(2) 会員からの寄付のとりまとめ				(3) 団体の通常予算からの支出				合計	
	実施 団体数	実施 団体数	協力企業 ・団体数	支出金額		実施 団体数	支出金額		実施 団体数	支出金額		
					構成比			構成比			構成比	
(a) 義援金(被災者に直接届けられる見舞金)	7	15	1,519	67.47	95.6%	22	12.50	80.7%	37	79.97	92.9%	
(b) 支援金(NPO等の支援活動に対する寄付)	2	2	45	0.03	0.0%	5	1.18	7.6%	9	1.21	1.4%	
(c) 自団体および加盟企業・団体が運営する奨学金・助成金等	0	2	310	2.04	2.9%	4	1.78	11.5%	5	3.82	4.4%	
(d) その他	0	1	0	1.05	1.5%	2	0.03	0.2%	3	1.08	1.3%	
合計	7	18	1,874	70.59	100.0%	33	15.49	100.0%	46	86.08	100.0%	

※「構成比(%)」は、「各項目別金銭寄付金額/拠出類型別金銭寄付金額の合計(寄付のとりまとめ: 71億円、通常予算からの支出: 15億円)」
 ※「(d) その他」の主なものとして、地方公共団体や地方の商工会議所・関係団体等への寄付がある

3. 現物寄付

① 実施概況

(単位: 団体、億円)

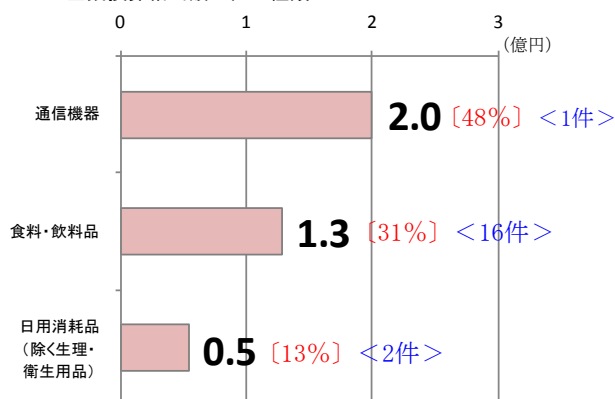
項目	実施団体数		支援額
		実施割合	
現物寄付(サービスを含む)	20	-	4.15
(1) 会員企業・団体への寄付先の紹介・あっせん	7	35.0%	/
(2) 会員企業・団体から現物寄付のとりまとめ	6	30.0%	
(3) 自団体からの提供	13	65.0%	

※「実施割合(%)」は、「各項目別実施団体数/現物寄付実施団体数(20団体)」

※金銭換算相当額は、帳簿価格であり、把握できる場合のみ集計(実施件数の4~5割程度)

② 主な提供物品・サービスの種類

<金銭換算相当額上位3種類>



※【%】は、「各項目別の金額/現物寄付金銭相当額(4億円)」

※<件>は、「各項目別金銭換算相当額入力件数(金銭換算相当額入力件数: 24件)」

4. 職員・社員等の参加

① 企画主体別の取り組み状況

(単位: 団体(実施団体数)、社・団体(協力企業・団体数)、人、人・日)

項目	実施団体数		協力企業・団体数		参加人数			参加延べ人数 <自団体企画>
	実施割合	構成比	参加人数		うち実績	うち予定		
			<自団体企画>	<協力企業>				
(a) 自団体が企画した被災者・被災地支援活動への職員・社員等の参加	4	57.1%	110	49.5%	682	682	0	1,012
(b) 他組織が企画した被災者・被災地支援活動への職員・社員等の参加の呼びかけ・紹介	3	42.9%	112	50.5%	/	/	/	/
合計(職員・社員等の参加の呼びかけ実施団体)	7	-	222	100.0%	/	/	/	/

※「実施割合(%)」は、「各項目別実施団体数/職員・社員等の参加実施団体数(7団体)」

※「構成比(%)」は、「各項目別参加企業・団体数/職員・社員等の参加に係る協力企業・団体数(222社・団体)」

以上