

東京 2020 オリンピック・パラリンピックの「ボランティア・レガシー」に関する企業人調査

ボランティア活動が企業人にもたらす
ポジティブな影響が明らかに

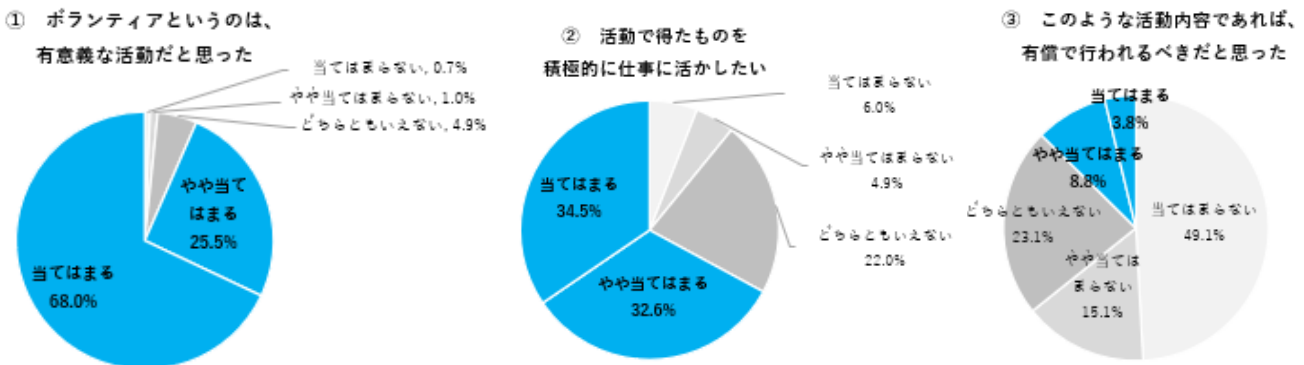
—特にダイバーシティ、エンゲージメント、ボランティア意向の点で顕著—

一般財団法人日本財団ボランティアサポートセンターでは、東京 2020 オリンピック・パラリンピックの
スポンサー企業から大会ボランティアに参加・応募した社員を対象に、「大会前調査（2019年12月）」
および「大会後調査（2021年10月）」を実施し、その結果がまとまりましたので、お知らせいたしま
す。

日本のボランティア人口を増やすうえで課題となっているのが企業人のボランティア参加ですが、本調
査により、企業人のボランティア参加はボランティア意向を高めるだけでなく、本業の仕事にもポジテ
ィブな影響を与えることが明らかになりました。

■ 大会ボランティアに参加した企業人の感想

大会ボランティア参加者の 93.5%が「ボランティアというのは有意義な活動だと思った」(①)、67.1%が「活動
で得たものを積極的に仕事に活かしたい」と考えている(②)。一方、大会ボランティアに対して、「このような
活動内容であれば、有償で行われるべきだと思った」は 12.6%に留まる(③)。



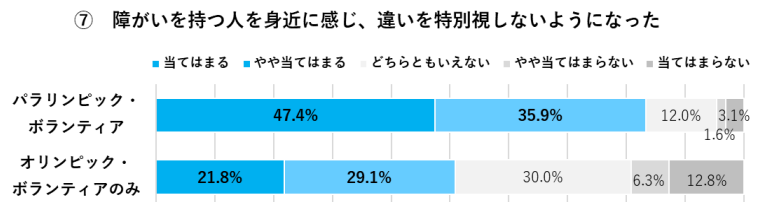
■ ボランティア参加後に、「ボランティア意向」や「多様性への信頼」が高まる

- ・大会ボランティアの参加によって、「今後のボランティア意向」や「多様性への信頼」が高くなる(④)。
- ・年齢が若い企業人は、「今後のスポーツボランティア意向」(34歳以下 0.47 点上昇)や「他者の考えや判断には、信頼して任せるだけの価値がある」(34歳以下 0.28 点上昇)が、大会前から大きく上昇する(⑤)。
- ・年齢が高い企業人は、他にも「スポーツに限らないボランティア意向」(45歳以上 0.10 点上昇)や「価値観や境遇の異なる人からも信頼を得ることができる」(45歳以上 0.21 点上昇)が上昇し、大会ボランティアの影響が広くあらわれる(⑥)。
- ・なお、大会後調査の年齢構成は、34歳以下 14.5%、35~44歳 22.4%、45歳以上 63.1%であり(図表省略)、大会ボランティアに参加した企業人は中高年が大半をしめる。

大会前から大会後の変化		④ 全体	⑤ 年代別		⑥
※大会前後調査とも5件法（「当てはまる」5点～「当てはまらない」1点）で回答 ※「変化」は、大会後調査の値から大会前調査の値をひいて算出 ※統計的に有意な項目のみ記載			～34歳	35～44歳	
今後のボランティア意向	今後、スポーツに関わるボランティア活動に参加していきたい	+0.22	+0.47	+0.24	+0.17
	今後、スポーツに限らず、ボランティア活動に参加していきたい	+0.09			+0.10
多様性への信頼	他者の考えや判断には、信頼して任せるだけの価値があると思う	+0.23	+0.28	+0.30	+0.20
	価値観や境遇の異なる人とも関係を築き、信頼を得ることができると思う	+0.18			+0.21

■ パラリンピック・ボランティアへの参加後、「障がい者」との共生意識が高まる

パラリンピック・ボランティア参加者の83.3%が、大会後に「障がいを持つ人を身近に感じ、違いを特別視しないようになった」と回答（⑦）。



■ 「他者と力を合わせる」ボランティア経験は、仕事にもポジティブな影響をもたらす

- 大会ボランティアの活動を通じて、他者と力を合わせる「オープンマインドな協働」や、働く自己に対する「内省」を経験できると、「ボランティア意向」や「多様性への信頼」が高まるだけでなく、仕事における「個の自律」や「仕事へのエンゲージメント」「(所属)組織への誇りと愛着」も上昇する（⑧）。ボランティア活動では経験の質が重要である。
- 企業人の年齢が高いほど、大会ボランティア参加後に、「仕事へのエンゲージメント」や「(所属)組織への誇りと愛着」が上昇する（⑨）。同じ活動・経験をして、年齢によって影響が異なることに留意がいる。
- 大会ボランティア参加後の変化は、大会前の「仕事へのエンゲージメント」の高さや、大会後の上司の「自律支援型のマネジメント」の有無によって異なる（⑩）。企業が社員にボランティア活動を推奨する場合は、これらを考慮して施策を設計することが望ましい。

ボランティア経験の影響に関する 回帰分析の結果	大会後の変化					
	ボランティア文化	ダイバーシティ		個の自律	エンゲージメント	
	今後の ボランティア意向	多様性への 信頼	社会課題の理解と 共生意識	ジョブ・ クラフティング	大会後の仕事への エンゲージメント	大会後の組織への 誇りと愛着
個人属性	年齢	⑨			+	+
ボランティア 活動の内容	活動内容_競技サポート				+	+
	活動内容_移動サポート					
	活動内容_運営サポート					
	パラリンピックのボランティア			+		
	大会ボランティア活動の満足感				-	
ボランティア 活動の 経験の質	企業ボランティアに初参加					
	自律遂行	-		-		
	仕事と異なるスキル・行動			+		
大会前の状況	オープンマインドな協働	+	+	+	+	+
	働く自己に関する内省	+	+	+	+	+
	所属組織に関する内省	+	+			+
大会後の状況	大会前の仕事へのエンゲージメント				+	+
	大会前の組織への誇りと愛着	⑩	-			+
	上司_自律支援型マネジメント		+		+	+

■ 結果のまとめ — ボランティア・レガシーの形成 —

- ・オリンピック・パラリンピックの大会ボランティアの経験を通じて、ボランティア意向が高まり、ダイバーシティが進むことが明らかになった。これは東京2020大会の「ボランティア・レガシー」である。
- ・とくに、他者と力を合わせるようなボランティア活動ができると、ポジティブな影響は仕事にもおよぶ。また、ボランティア経験のポジティブな影響は、若い企業人には強くでるのに対し、中高年企業人では広範囲にでる。(高齢社会のため) ボランティア参加者の大半は中高年であり、中高年企業人がボランティア意向を高め、さらには多様性を尊重し、活力をもって働けるようになることの意義は非常に大きい。
- ・企業にとって、社員のボランティア活動を支援することは、社員のボランティア志向を叶えるだけでなく、社会的にも意義がある。企業がさらに、ボランティアに参加した社員の気づきや行動を、仕事や組織にも還元するには、ボランティア活動の経験の質や、職場上司のマネジメントも考慮する必要がある。
- ・なお、新型コロナウイルス感染症の流行による制約や変更がなければ、ボランティア活動の内容や経験はより密度が濃いものとなったと考えられる。

■ 調査結果へのコメント ※以下2名は本調査の企画実施における協力者です

(株) リクルート リクルートワークス研究所 客員研究員 中村天江

日本でボランティア文化が広がらない理由に、ボランティアに対する禁欲的なイメージの強さと、企業人の参加が困難なことがあります。ところが大会ボランティアを通じて、企業人のボランティア意向が高まり、ダイバーシティが進むことが明らかになりました。

大会ボランティアは、参加者の「自己充足」と「利他」を両立する、福祉や災害のボランティアとは異なる活動です。本調査の結果を、メガイベントにおけるボランティアのあり方や、企業の社員支援施策・社会貢献施策を考える一助にいただければ幸いです。



(株) リクルートマネジメントソリューションズ 組織行動研究所 主任研究員 藤澤理恵

従業員のダイバーシティへの理解、個の自律、仕事や所属組織へのエンゲージメントの向上は、企業が直面しているニーズです。特に、若手層には社会感度を高め新しい価値の創造に踏み出すことが、中高年層には多様な価値観を受容しオープンマインドな協働を社内に生み出すことが期待されます。社員ボランティアはそれらに合致した「越境学習」の機会となります。その自社還元には、部下に裁量と情報を与えるマネジメントが欠かせず、越境学習と自律支援型の組織開発は、これからの組織経営の「両輪」と言えそうです。



■ 調査概要

	大会前調査	大会後調査
調査対象	東京2020大会のスポンサー企業22社からのボランティア参加者・応募者	
調査手法	WEBアンケート調査	
調査時期	2019年9月	2021年10月
有効回答数	2913人	1052人
集計対象	分析結果①②③⑦ 大会後調査1052人 分析結果④⑤⑥⑧⑨⑩ 大会前調査と大会後調査の回答をIDで結合できた457人	
主催	日本財団ボランティアサポートセンター	
調査設計・分析	(株) リクルートマネジメントソリューションズ 組織行動研究所 / (株) リクルート リクルートワークス研究所	

本調査の詳細な報告は、以下からダウンロードいただけます

https://s3.amazonaws.com/appforest_uf/f1641956731211x137974587771872540/report_09.pdf