

## 第 160 回 Brown Bag Lunch Seminar 報告書

テーマ : 国連ボランティア計画 (UNV) の活動と企業との協働

講師 : アド・デ・ラード氏 / 国連ボランティア計画 事務局長

日時 : 7月6日 (金) 開場 12:00 講演 12:30-14:00

### 1. 国連ボランティア計画 (UNV) の概要

国連ボランティア計画 (UNV) は、国連システムのボランティア機構であり、国連開発計画 (UNDP) の下部組織として 1971 年に活動を開始した。現在、毎年約 8000 人のボランティアが派遣されている。「ボランティア」という言葉は、特に日本においては、何か「若く」て「未経験」な人たちがやるものという印象を与えることもあるが、国連ボランティアは、通常想定されるボランティアのイメージとは大きく異なる。国連ボランティアの平均年齢は 39 歳で、5 年から 10 年の関連する分野での職務経験を持つ専門家である。その出身国は 160 カ国以上にもわたり、75 パーセントが、開発途上国の出身である。これは、途上国の専門家間の交流を実施することで南南協力を具体的に促進しているという意味で重要である。

UNV の活動はすべて、他の国連機関 (UNDP、UNHCR、UNICEF、WFP、FAO など) とのパートナーシップによって実施されている。例えば、テレビで UNHCR の現地での活動を見るとき、そこに写っているスタッフは UNV である場合が多い。

UNV の活動の 1 つの側面として、「ボランティア」という考え方 (= ボランティアリズム) の促進も重要である。どのような国、文化でもそうとは呼ばれないかもしれないが、ボランティア活動が存在するものである。UNV は「ボランティア」というものが、人々が社会を形成、維持、発展させていくために必要不可欠な要素であるという立場をとっている。その観点から、MDGs のような国際開発目標を達成するためには、多くのひとびとのボランティア活動を通じた参加が不可欠であるとしている。つまり、このような考え方に基づいて、「ボランティアリズム」を開発プログラムに統合することが大事で、国連ボランティア計画の活動のもうひとつの側面として捉えられている。

ひとびとがボランティア活動に従事することの重要性を示す一例として、2001 年に実施された国際的なポリオ撲滅キャンペーンがある。このキャンペーンは、5 億人の子どもへワクチンを提供することを目的としたが、この活動には、さまざまな地域から 1000 万人以上のボランティアが参加した。この活動を貨幣価値に換算すると、100 億ドル以上になると考えられ、ボランティア活動が巨大な力を発揮することを示している。

### 2. UNV と企業の協働

国連ボランティアの大部分は、ロスター登録制度により個人をベースとして活動している。すなわち、UNV の活動に対して関心を持った個人が、ロスター登録を行うのである。

現在、7万人の登録が世界中から寄せられている。民間部門との協働の背景には、民間部門の途上国の開発における重要な役割がある。地球的規模の問題を解決するためには、政府、市民社会、民間企業のパートナーシップが重要である。三者は相互に補完しあわなければならない。

民間部門との協働を考えるとときに重要なキーワードは、パートナーシップである。国連システムは、国連による開発支援の枠組みと合致するような CSR（企業の社会責任）活動の促進をし、企業と国際機関の両者の利益に資するような Win-Win の状態を作り出さなければならない。その際、企業の職員をボランティアとして派遣するだけでなく、パートナーシップによる協働も可能である。

UNV は、クラフト・フーズ（KRAFT）やシェル石油（SHELL）、スウェス（SUEZ）、DHL、ベネトン（Beneton）などの大企業との協働の経験がある。これらの協働では、企業自身の CSR プログラムに基づいて協働が実現した。シェル石油とスウェスの場合は、企業の CSR を担当する労働者組織が UNV のカウンターパートとなった。活動の具体的な形態は、国連の活動の中で、企業が貢献できる分野を発見し協働するというものであった。また、CSR プログラムに基づく協働のみならず、個別の社員との個人ベースでの協働も実施している。

企業との協働をする上で注意したいのは、協働が単なる「開発ツーリズム」にならないようにすることである。例えば、1週間や2週間というごく短期間だけ途上国に滞在し、学校建設に参加するというような、一方的な活動は合理的ではない。民間企業と協働するときは、お互いがプログラムを通して何を期待しているかを明らかにすることが重要である。欧米では、人的資源開発の一環として、従業員がボランティア活動に参加することにより、能力向上の機会が与えられると考える企業もある。企業との良い関係を築くためには、初期段階に互いのねらいを明らかにすることが肝要である。

### 3. ベネトンとの協働

民間企業と UNV との協働の新しい形態の一例として、ベネトンとの協働を紹介する。2001年の国際ボランティア年に、UNV はベネトンと協働して国際的な普及キャンペーンを実施することに合意した。協働の初期から、ベネトンが期待していることは何か、という点について重点的に関心を寄せ、明らかにするよう努めた。ベネトンは、3ヶ月のキャンペーンのために2500万ドルの費用を負担した。

このキャンペーンは、UNV とベネトン両者の観点から、成功したといえる。UNV のねらいはボランティアリズムに関する国際的なキャンペーンを行うことであり、ベネトンは自身の理念を広く知らせることであった。当初、UNV がキャンペーンのアイディアを持っており、ベネトンが UNV の考えに関心を示した。このキャンペーンの成否は、始めから保証されていたわけではなかったが、パートナーシップを組む上で大事なものは信頼関係であり、UNV はリスクをとることを厭わなかった。その結果、キャンペーンで使用さ

れたイメージ図は新聞やテレビ、ビルボードに掲載されるなど、さまざまなメディアを通じて世界中で報道され、これまで想定していなかった人々がボランティアに参加するという成果が得られた。このようなベネトンとの協働によるキャンペーンの成功は、数々の議論の上に得られたものであった。