

令和6年度NGO研究会
「NGOと企業のパートナーシップ」
調査報告

1. 調査概要
2. これまでの連携
3. これからの連携
4. 連携が深まった事例
5. 中間支援組織に求めること

調査の問い：

- ・ パートナiershipに、何が求められているのか？
- ・ 進まないのか、そもそも進める必要性が高くないのか？
- ・ どこまでどういった連携をしたいのか？
- ・ 何が進まない理由か（出会いの場がないのか？
- ・ コーディネーターが必要なのか？

アンケート調査

期 間：2024年9月30日～ 11月8日

対象者：NGO・企業・中間支援組織（NGOと企業の連携を促進する組織）

回 収：NGO82団体 企業16社 中間支援組織 4社

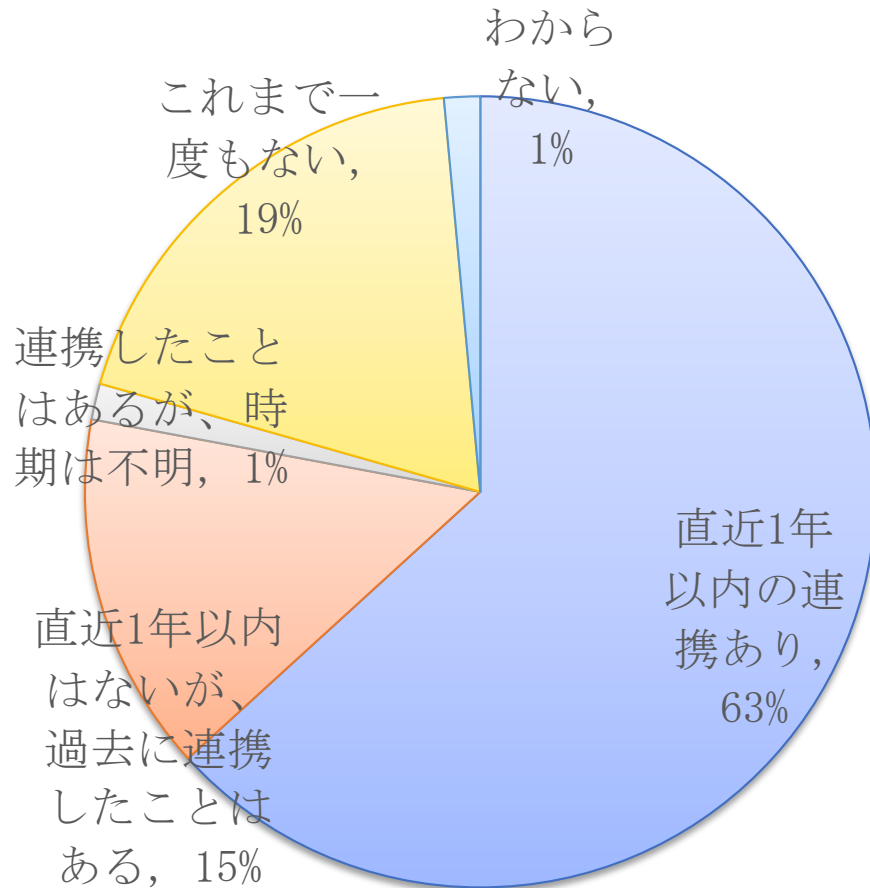
ヒアリング調査

期 間：2024年4月15日～ 現在

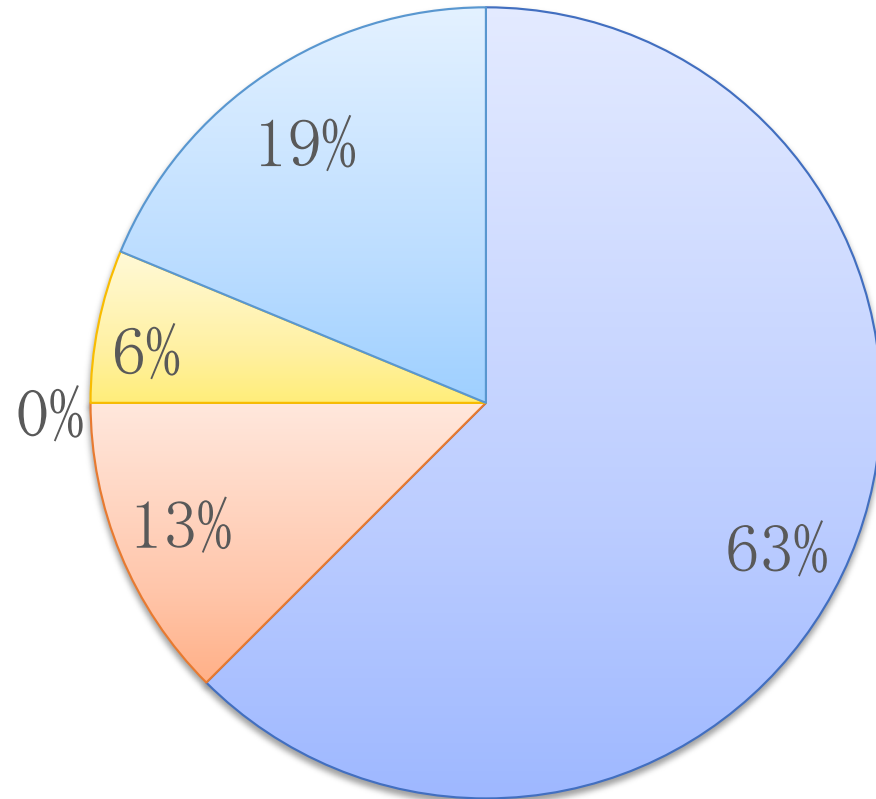
対象者：NGO + 企業 + 中間支援組織

2. これまでの連携 - 実績 -

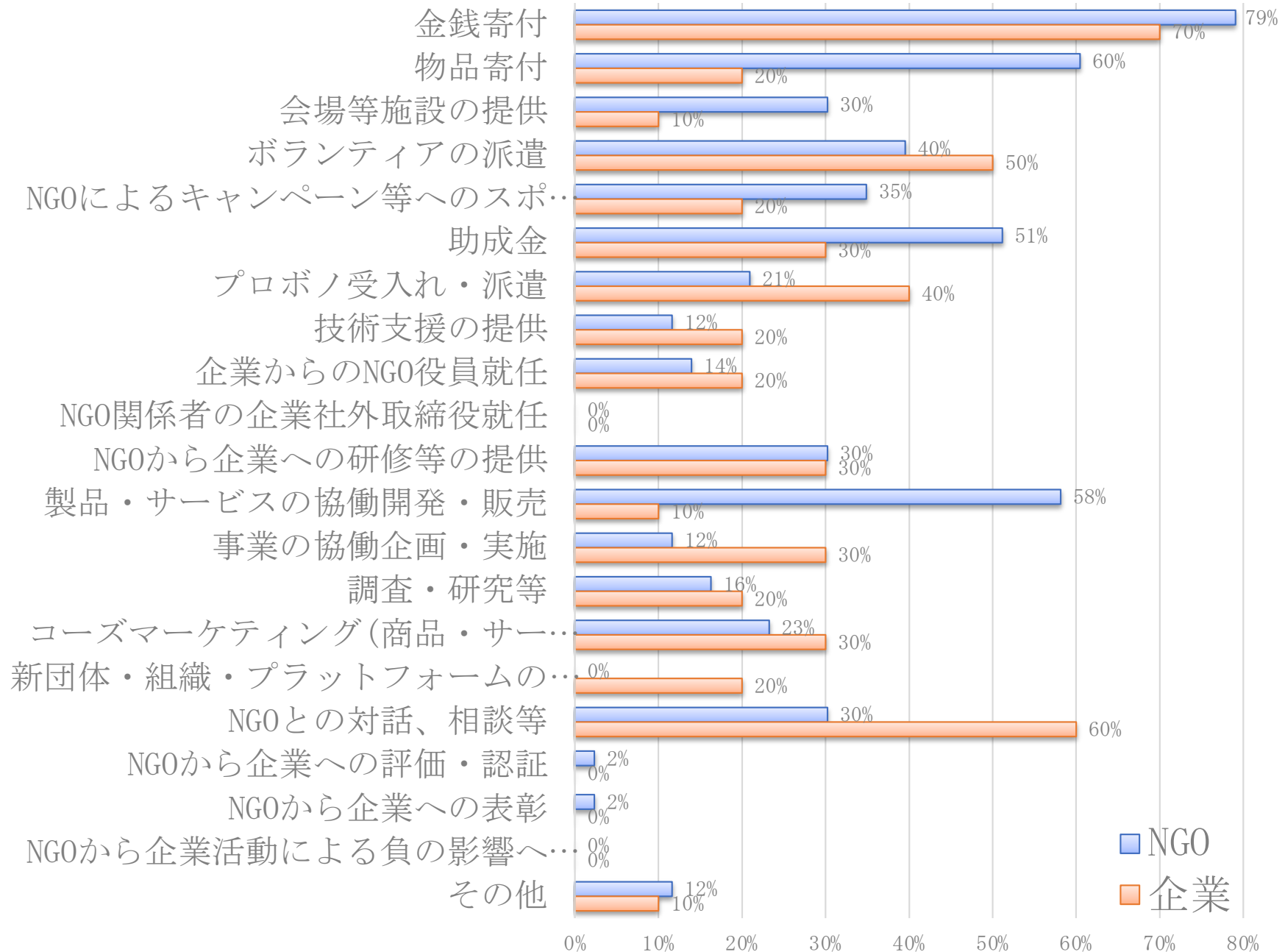
NGO



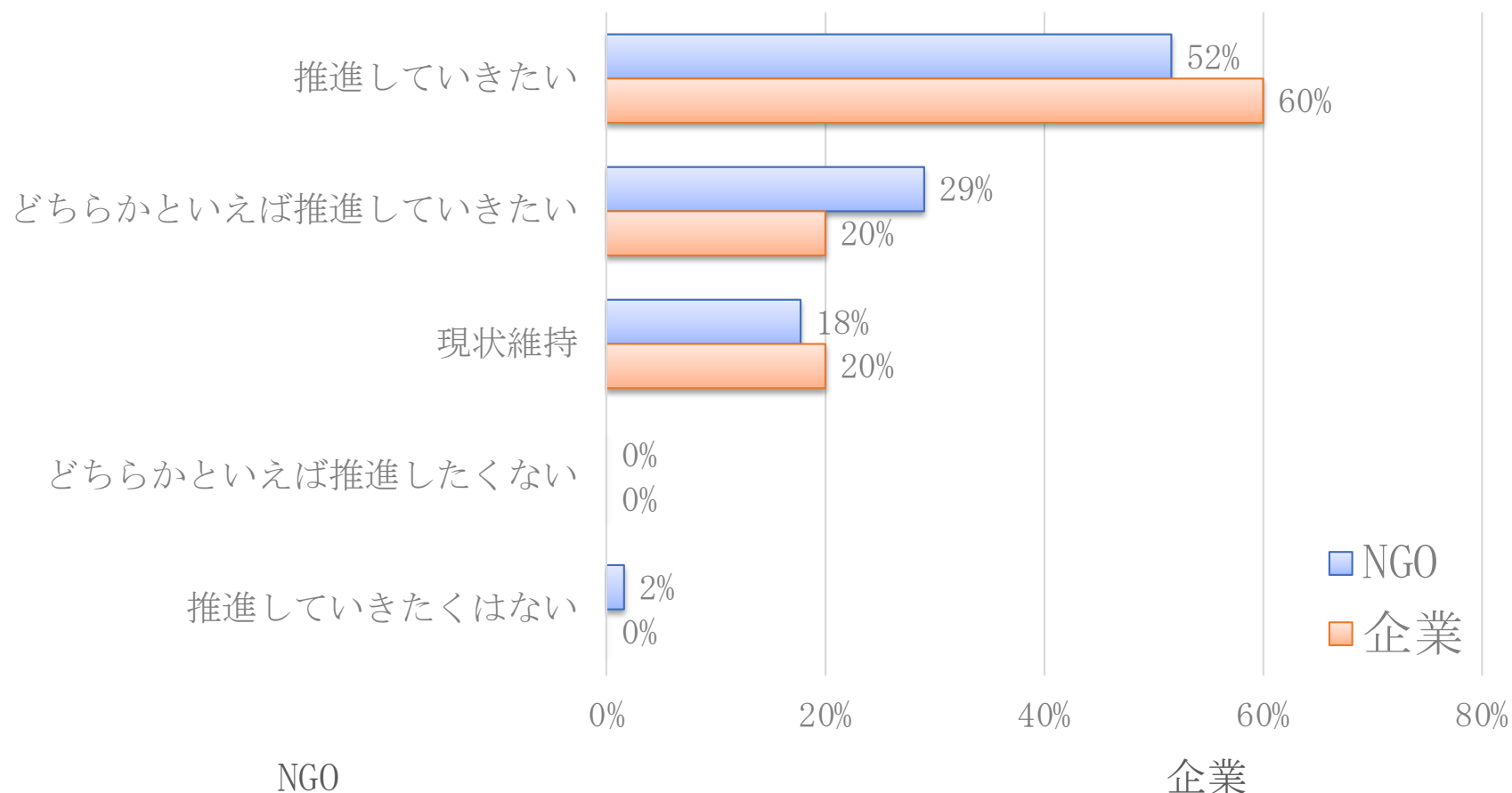
企業



2. これまでの連携 - 連携の型 -



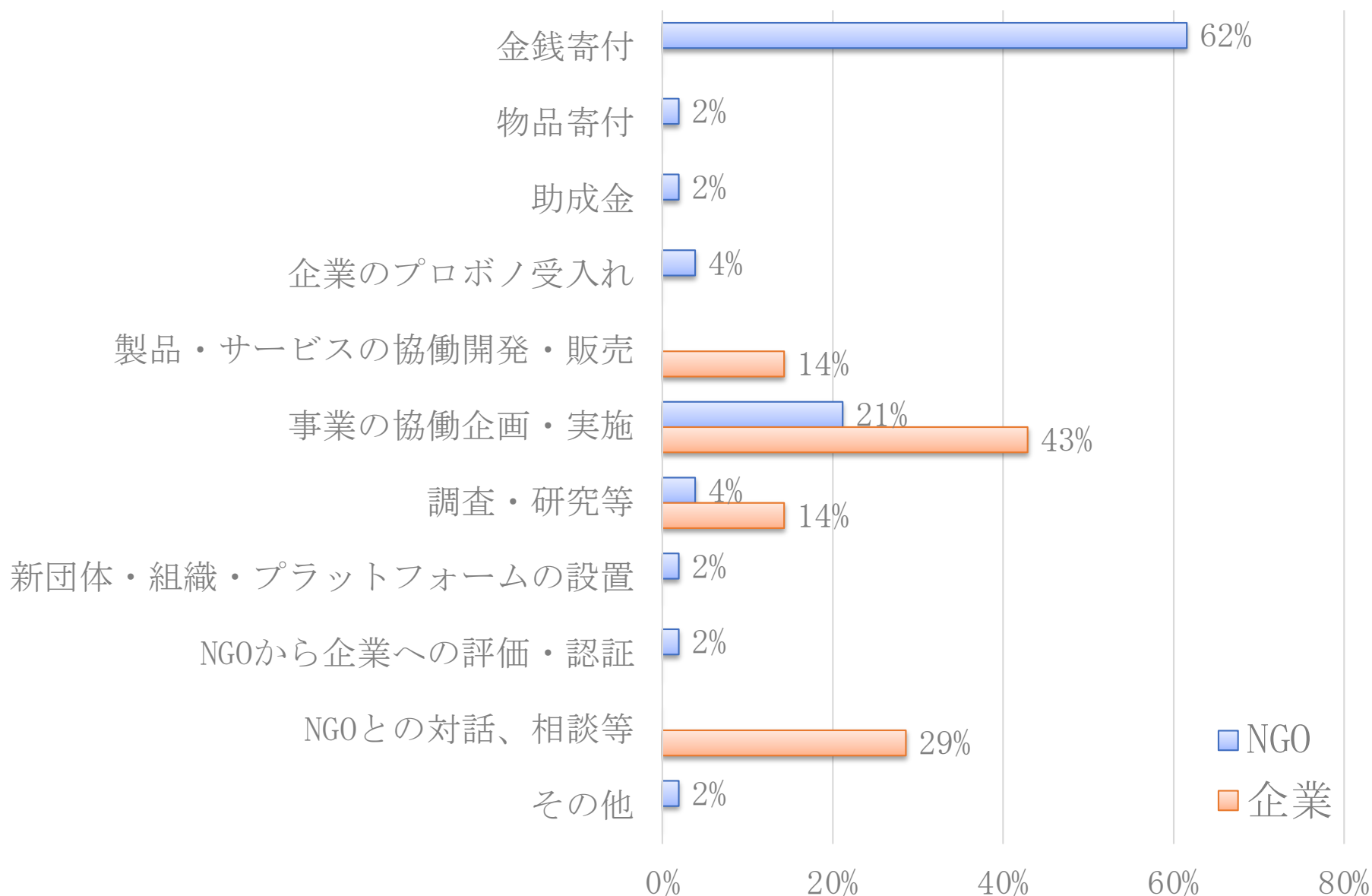
3. これからの連携 - 推進意欲とその理由 -



NGOや団体のみでは社会課題の解決がより厳しいあらゆるセクターの行動変容が必要
ソーシャルインパクトを高めるため
収益の多様化や人的リソース補強の必要性

企業
社会課題の解決に向けて、社会課題の最前線で活躍するNGOの知見、ネットワークが必要なため
確かな変革に導く創造的パートナーとして、NGOとの連携は必要不可欠である。
社会課題解決にあたっては企業だけでは難しく、NGOをはじめとした他団体との関係が欠かせない
社会貢献としても、ESGに配慮した事業を行うためにも、価値創出としても重要であると思うので

3. これからの連携 - 最も推進したい連携の型 -



NGOが提供できる資源や価値

- ・リアルな現場状況・ニーズの情報提供
- ・現地の多セクターとのつながり
(現地の各セクターとの調整)

NGOに期待する資源や価値

- ・現場のリアルな情報
- ・課題解決に向けたストーリー
仕組みづくり
- ・現場における知見・ネットワーク
- ・プロジェクトマネジメント力
- ・企業への批判的な視点

企業に期待する資源や価値

- ・人的支援
- ・金銭的支援
- ・技術・専門的な支援
(マネジメント、マーケティング、AI)
- ・広報・情報発信

貴社が提供できる資源や価値

- ・人的支援(プロボノ/ボランティア)
- ・製品・サービス・技術の提供
- ・金銭的支援
- ・ノウハウ提供
(マネジメント・IT・他の専門知識)
- ・グローバルな販売ネットワーク

3. これからの連携 - 組織内での課題意識



どこで企業様と知り合えるかがわかりません。
どのような企業にアプローチしたらよいのか、企業との接点の持ち方が課題。

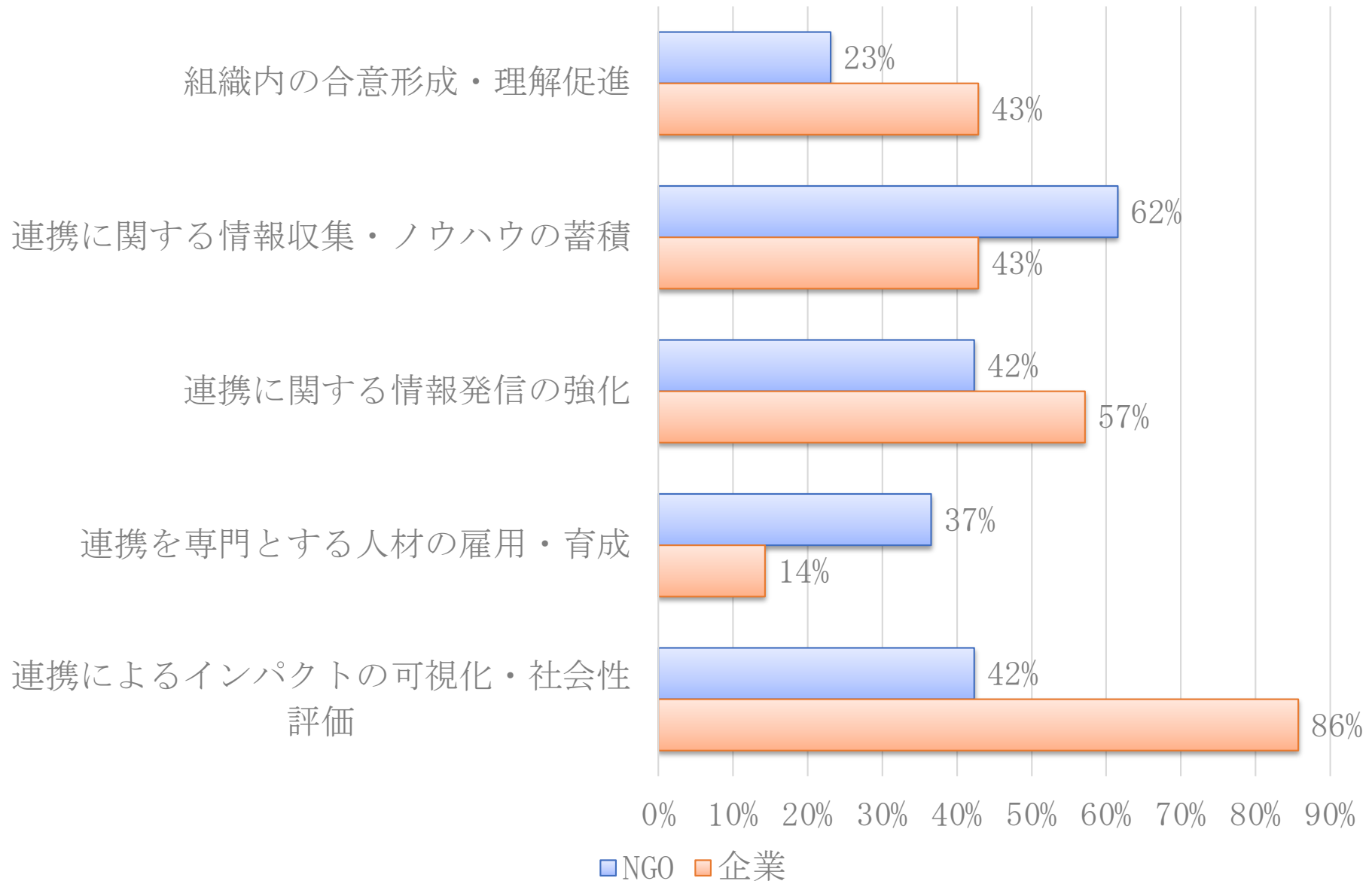
会社の方針として、注力する活動地域の割合は国内>国外となっている。

企業のニーズをくみとることが難しい。
事業とリンクさせることも課題。
企業ありきではなく、現場のニーズありきを第一としたマッチングは大きな課題。
資金援助の他に、どのような連携ができるかを知りたい。

理事会の中で、企業との連携について慎重な意見を持つ人も少なくない。

企業連携推進を実施する人員体制の充実化

3. これからの連携 - 推進に向けた組織内での取り組み



4. 連携が深まった事例 - 連携の始まり -



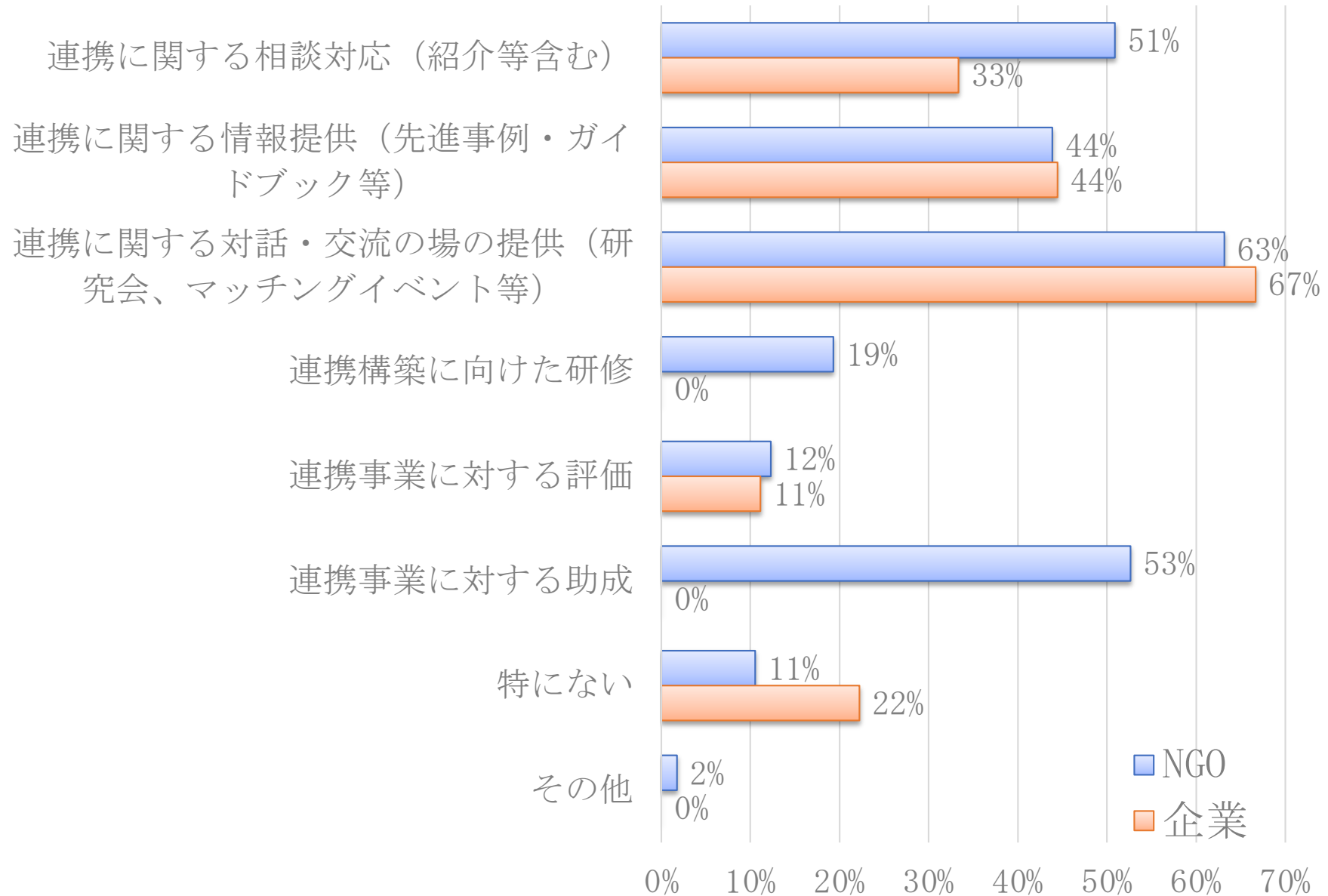
深まったとはの定義：

4. 連携が深まった事例 - 深まった要因 -



深まったとはの定義：

5. 中間支援組織へ求めること



楯 晃次 (岐阜県・1992年生まれ)

研究分野：非営利組織のマネジメント 博士(学術)

実務：(株)EMA 代表取締役 / 共同創業者 (2021～)

「データ × 組織強化 × 連携」

外務省 / JICA / Panasonic / 東急エージェンシー / JANIC等

(株)GROW UP 共同創業者 / 戦略構築 (2021～)

「岐阜 × バスケット × まちづくり」

Bリーグチームへの販促商品販売 / イベント企画・運営

(一財)CSOネットワーク リサーチフェロー

講師：横浜市立大学、神奈川大学、放送大学