

2025.7.22

株式会社三井住友フィナンシャルグループ 御中

【サマリー版】
2024年度
SMBCグループ プロボノプロジェクト
社会的インパクト評価
報告書

SOCIAL VALUE
JAPAN

特定非営利活動法人ソーシャルバリュージャパン

Contact: : info@socialvaluejp.org

1. 検討の背景

「SMBCグループ プロボノプロジェクト」における、2024年度社会的インパクト評価検討の背景と目的は、以下の通りである。

1. 検討の背景

- 「SMBCグループ プロボノプロジェクト」は、2011年度より株式会社三井住友銀行にて開始され、2014年度からSMBCグループ各社の役職員に参加対象を広げて実施されてきた。また、SMBC日興証券株式会社では、2020年3月に「プロボノワーク制度」を導入し、のべ155名の役職員が参加している。
- 2023年度からは、SMBC日興証券株式会社での枠組みを基に、**SMBCグループでプロボノ活動を一本化し**、複数社で業務時間を利用してプロボノに参加できる体制へと改定された。
- 本制度は、業務時間内に活動できるものであり、**会社のリソースを一定程度投下している**ことから、活動がもたらす効果に関して、社内外のステークホルダーへの説明責任が生じる。



本制度をSMBCグループ全体で継続・拡大していくためには、納得感の獲得や理解の醸成に向けた効果測定を継続的に実施・還元することで、**社内外への説明責任を果たしていく必要がある**。

2. 本評価の目的

- 継続的な効果測定の実施により、プロボノ活動による**社会課題解決への貢献度合いを可視化**することで、人的資本の強化と**社会課題の解決に寄与する活動であることを検証**する。
- プロジェクトの比較検証を行い、**よりインパクトあるプロジェクトへの改善や高度化**につなげる。

2. 対象となる事業

2024年度社会的インパクト評価の対象となる事業「SMBCグループ プロボノプロジェクト」の概要は、以下の通りである。

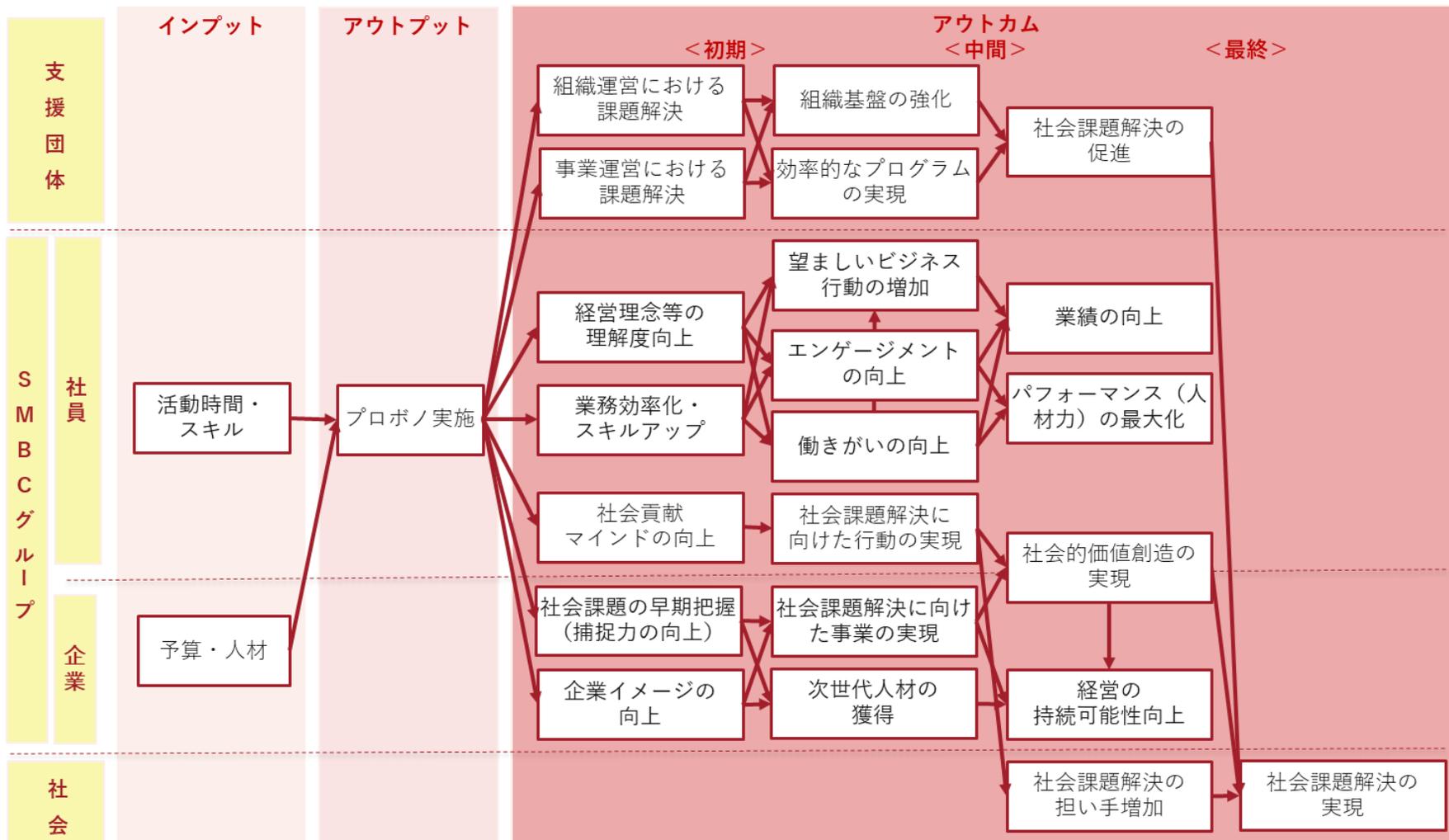
「SMBCグループ プロボノプロジェクト」

- 株式会社三井住友銀行が、邦銀初の取り組みとして、2011年度から実施してきたプロボノ活動であり、2014年度からSMBCグループ各社の役職員に参加対象を広げて自己啓発の一環として実施されている。
- 2020年度からは、拠点問わずオンラインで参加できる制度に変更。SMBC日興証券では、2022年度より社会課題解決により一層貢献することを目的として業務時間の一部を用いた「日興プロボノワーク」制度を導入しており、2023年度には、SMBCグループとして多様化、複雑化する社会課題を主体的に解決するべく、「日興プロボノワーク」の枠組みをグループ各社に広げ、業務時間の一部を支援活動に充てることができる制度へ改定した。
- 人材が不足しがちなNPOに対し様々な業務スキルを有した社員が支援を行い、プロボノ後もNPOが自走化可能な成果物を作成する。国内の金融機関では珍しい取り組みとなる業務時間を使ったプロボノ活動を通して、より幅広い社会課題の解決を図り、社会的価値を創造することで、持続可能な社会の実現に貢献することを目指している。
- 本事業は、SMBCグループとして取り組むべき重点課題（マテリアリティ）のうち、従業員における「DE&I・人権」に位置付けられている。



3. 想定したロジックモデル

プログラム資料から、本評価におけるロジックモデルとして、以下を想定した。



4. 想定した分析の観点

プログラム資料から、本評価における対象事業の評価指標として、以下を想定した。

本評価では、支援団体に対する分析の観点として、初期アウトカムである「組織課題の解決」につながる「組織課題の解決（「組織運営における課題解決」・「事業運営における課題解決」で構成）」を、主なスコープとした。

また、本事業へ参加したSMBCグループ社員に対する分析の観点として、初期アウトカムである「経営理念等の理解度向上」と中間アウトカムである「望ましいビジネス行動の増加」・「従業員エンゲージメントの向上」・「働きがい」、初期アウトカムである「社会貢献マインドの向上」を、主なスコープとした。

対象	分析の観点	アウトカム	評価指標	測定方法
支援団体	組織基盤の強化	組織運営における課題解決	① 顕在化している課題の解決度合い ② 潜在的課題の発見・解決度合い	調査票・インタビュー
		事業運営における課題解決	① 顕在化している課題の解決度合い ② 潜在的課題の発見・解決度合い	
SMBCグループ社員	コンピテンシー	経営理念等の理解度向上	① 経営理念・Five Valuesの理解度 ② 職業倫理・コンプライアンスの理解度	調査票
		望ましいビジネス行動の増加	① プロフェッショナル ② チームワーク ③ 挑戦 ④ お客様への貢献（お客様重視） ⑤ キャリア形成・自己成長	
	従業員エンゲージメント	エンゲージメントの向上	・ 会社へのエンゲージメントの向上	
		働きがいの向上	・ 心理的資本又は業務意欲度の向上	
	社会貢献	社会貢献マインドの向上	・ 社会貢献に対する意識	

5-1. 支援団体への調査概要

「SMBCグループ プロボノプロジェクト」に参加した11団体を対象とした質問紙調査、インタビュー、及び、4団体を対象としたロジックモデルを用いた成果検証を実施した。

1. 質問紙調査

- 対象団体数：「SMBCグループ プロボノプロジェクト」に参加した11団体
- 実施時期：
 - ①3ヶ月の支援団体：2024年11月（事前に関しては振り返り式で事後に実施）
 - ②6ヶ月の支援団体：事前-2024年8月、事後-2025年1月
- 調査項目：①プロボノ参加による組織課題の解決や成果（達成度・満足度・自走可能性）、②非営利組織における組織課題の領域とプロボノが貢献する組織課題の領域

2. インタビュー

- 対象団体数：「SMBCグループ プロボノプロジェクト」に参加した11団体
- 実施時期：
 - ①3ヶ月の支援団体：2024年8～9月
 - ②6ヶ月の支援団体：2025年1月
- インタビュー項目：
 - ①プロボノ参加による成果（想定したもの、想定していなかったもの）
 - ②プロボノが貢献する組織課題の領域
 - ③SMBCプロボノプロジェクトへの示唆

3. ロジックモデルを用いた成果検証

- 対象団体数：「SMBCグループ プロボノプロジェクト」に参加した11団体のうち、4団体
- 実施時期：
 - ①3ヶ月の支援団体：ロジックモデルの作成-2024年8月、ロジックモデルでの成果検証-2024年11月
 - ②6ヶ月の支援団体：ロジックモデルの作成-2024年8月、ロジックモデルでの成果検証-2025年1月
- 検証項目：ロジックモデルで設定したアウトプット、アウトカムの発現

5-2. 支援団体への調査概要：対象団体の概要

「SMBCグループ プロボノプロジェクト」に参加した11団体を対象とし、そのうち、4団体においてはプロボノ参加により目指す成果に関する検証を実施した。

団体名	支援業務（スコープ）	プロボノ 期間 (ヶ月)	分析の観点	
			課題解決	ロジックモデルでの検証
特定非営利活動法人 Chance For All	<ul style="list-style-type: none"> マニュアルづくりの伴走 適時適切に見つけられる資料管理のシステムの構築のアドバイス 収支関連の根本的な仕組みの構築のサポート 	3	○	○
NPO法人eboard	<ul style="list-style-type: none"> 企業からの支援を目的とした営業活動に向けたリスト・資料作成 	3	○	○
特定非営利活動法人 みんなのコード	<ul style="list-style-type: none"> 未着手のアンケートを集計・分析 拠点に通う子どもやその保護者の声へインタビュー、記事作成 	3	○	
NPO法人 Social Change Agency	<ul style="list-style-type: none"> 事業機会の探索と事業機会を拡大するための戦略の骨子 	3	○	
特定非営利活動法人 両育わーど	<ul style="list-style-type: none"> 研修、両立支援に対する企業ニーズの分析 	3	○	
社会福祉法人 子供の家ゆずりは	<ul style="list-style-type: none"> 寄付者へのアフターケアの課題や仕組みづくり 新たな寄付獲得に向けて、寄付獲得についてのリサーチ 	3	○	
一般社団法人 チョイふる	<ul style="list-style-type: none"> 資金調達に関する戦略的な実行体制の構築 	6	○	○
認定特定非営利活動法人 Teach For Japan	<ul style="list-style-type: none"> フェロー採用活動時の戦略の見直し 	6	○	○
認定特定非営利活動法人 かものはしプロジェクト	<ul style="list-style-type: none"> 企業との共同プログラムの策定 営業資料の作成 	6	○	
特定非営利活動法人 フェアスタートサポート	<ul style="list-style-type: none"> 協力企業開拓の効率化及び質の向上 営業担当職員の力量の向上 	6	○	
認定特定非営利活動法人 ブリッジフォースマイル	<ul style="list-style-type: none"> 寄付戦略の見直し、営業資料の改善 遺贈寄付の体制整理 	6	○	

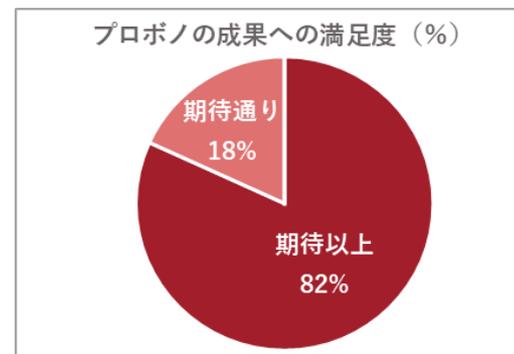
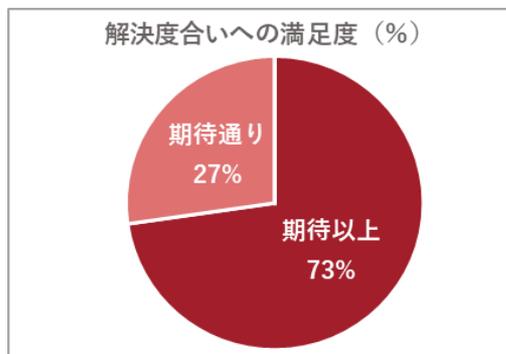
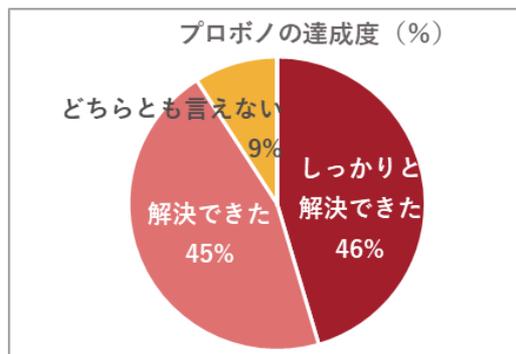
6. 分析結果：支援団体における組織課題の解決

「SMBCグループ プロボノプロジェクト」参加による、課題解決の達成度に関しては、11団体中10団体が解決できたと回答しており、プロボノで目指した課題解決はほぼ達成されたと言える。また、プロボノによる解決度合いに対する満足度は8団体が、成果に対する満足度は9団体が期待以上であったと回答しており、SMBCグループ プロボノプロジェクトの効果が見られた。プロボノ後の自走可能性に関しては、全ての団体が内部で引継げる内容と回答しており、プロボノ内容が支援団体の自走性を担保したものであったと推測される。

達成度	達成度の回答数（団体）					合計
	しっかりと解決できた	解決できた	どちらとも言えない	少し解決できた	解決できなかった	
プロボノに期待する達成度	4	6	1	0	0	11
プロボノの達成度	5	5	1	0	0	11

満足度	満足度への回答数（団体）			
	期待以上	期待通り	期待以下	合計
解決度合いへの満足度	8	3	0	11
成果への満足度	9	2	0	11

自走可能性	自走性への回答数（団体）		
	可能	不可能	合計
プロボノ内容の自走可能性	11	0	11



7. 分析結果：プロボノが貢献する「組織課題の領域」

プロボノ開始時に、支援団体が抱える「組織課題の領域」と、支援団体が考えるプロボノが貢献する「組織課題の領域」について調査した。

その結果、今回の対象となった支援団体における「組織課題の領域」は多岐にわたるが、特に「資金調達」に関して課題と感じている支援団体が11団体中8団体と多く、さらにプロボノが貢献する課題領域としても7つの支援団体が当該領域をあげていた。本事業は金融グループとして取り組むプロボノであり、他のプロボノ事業との優位性が想定される。

「組織課題の領域」への回答結果

(単位：回答数、複数回答可)

課題領域	自組織の課題領域	プロボノが貢献する課題領域
資金調達	8	7
利用者の獲得	5	5
広報・情報発信	5	3
事業・サービス内容の改善・高度化	4	4
対外的な交渉・ネットワークの拡大	4	2
社内規定やルール of 策定	4	1
人材育成	3	2
予算計画・事業計画の策定	2	1
経理・会計	2	1
人材の確保・採用	2	1
事業現場の統括	2	1
サービスの提供	1	1
組織課題の特定	1	1
労務管理	1	0
ミッション・ビジョンの策定	0	0

◆プロボノの「資金調達」・「利用者（受益者）の獲得」・「広報」への有用性

- 支援団体からは、「資金調達」・「利用者（受益者）の獲得」・「広報」の3分野が非営利組織が抱える組織課題であり、プロボノが貢献する課題領域ではないかとの意見が多く寄せられた。
- 上記の領域の解決に関しては、それぞれ専門性やスキルが要求されるため、プロボノメンバーの募集に際し、当該分野に有用な専門性やスキルを明確化し、周知することが効果的な課題解決につながると想定される。
- なお、事業自体への参画となる「事業現場の統括」と「サービスの提供」は、専門性やスキル等が必要となるため、非営利組織のメンバーでの実施が望ましく、短期間でのプロボノでの実施は難しいと判断されていた。

課題領域	自組織の課題領域	プロボノが貢献する課題領域
資金調達関連（対外的な交渉・ネットワークキング含む）	◎	◎
利用者の獲得	○	○
広報・情報発信	○	○
事業自体への参画（事業現場の統括・サービス提供含む）	△	△

8. 対象社員への調査概要

2024年度社会的インパクト評価において、定量調査の対象としたSMBCグループの社員（以下、対象社員とする）は43名であり、その概要と属性は以下の通りである。

- アンケート調査の時期：事前2024年9～10月、事後アンケート2024年12月～2025年1月
- アンケート調査の分析対象者数：
 - ・ SMBCグループ プロボノプロジェクト参加の社員：43名
（SMBCグループ プロボノプロジェクトに参加した社員65名のうち、事前事後共に回答が得られた43名を調査対象とした）
- アンケート調査の概要：

分類		設問数（事前）	設問数（事後）
コンピテンシー	経営理念・Five Valuesの理解度	8	10
	職業倫理・コンプライアンスの理解度	2	4
	お客さま重視	5	7
	プロフェッショナル	3	5
	チームワーク	4	6
	挑戦	4	6
	キャリア形成・自己成長	3	5
	業務効率の改善	1	2
	スキル・強みの認識	1	4
従業員エンゲージメント	会社へのエンゲージメント向上	5	7
	働きがいの向上	9	11
社会貢献マインド	社会貢献に対する意識	4	6
取り組むべき社会課題		3	3
プロボノでの成果や変化		1	1
プロボノへの満足度		0	1
プロボノの運営や体制		0	10
合計		53	88

9. 分析結果：対象社員の「意識・行動の変化」への認識

対象社員において、コンピテンシー、従業員エンゲージメント、社会貢献マインドに対して、「本事業参加による自身の意識・行動への変化を認識しているか」に関する自己評価（2段階尺度）を実施した。

その結果、「社会貢献に対する意識」・「チームワーク」・「挑戦」・「経営理念・Five Valuesの理解度」・「キャリア形成や成長」・「会社へのエンゲージメント」において、およそ70%を超える対象社員が、本事業参加による自身のポジティブな変化を感じていた。

指標	回答数		%	
	変化があった	変化はなかった	変化があった	変化はなかった
社会貢献マインドの変化	42	1	97.67	2.33
チームワークの意識	36	7	83.72	16.28
挑戦への姿勢や行動の意識	34	9	79.07	20.93
経営理念やビジョン、Five Values等への理解の意識	33	10	76.74	23.26
キャリア形成や成長の意識	32	11	74.42	25.58
会社へのエンゲージメントの意識	30	13	69.77	30.23
プロフェッショナルの意識	25	18	58.14	41.86
職業倫理やコンプライアンスに対する姿勢や行動の意識	23	20	53.49	46.51
スキル・強みの理解	23	20	53.49	46.51
働きがいの意識	22	21	51.16	48.84
お客さま重視に対する姿勢や行動の意識	19	24	44.19	55.81

10. 分析結果：対象社員におけるアウトカムの変化

有意水準5%（ $\alpha=0.05$ ）で検定を行った結果、コンピテンシー、従業員エンゲージメント、社会貢献マインドの、12指標の全てにおいて事前事後のスコアに有意な変化は見られなかったが、「プロフェッショナル」のスコアが向上傾向にあり、対象社員の自由記述では、「業務で培った調整力や案件推進力が社外でも活かせることがわかり自信がついた」・「金融のプロとしての知見やノウハウが活かされた」等のポジティブな回答も見られたことから、本指標へは、SMBCグループ プロボノプロジェクトの効果が期待できる。

なお、「職業倫理とコンプライアンス」・「業務効率の変化」に関しては、スコアが緩やかな低下傾向にあり、コンプライアンス遵守のための活動範囲の制約や、業務との両立といった、プロボノ遂行において課題と認識される点であったことが、低下の要因と考えられる。

「社会貢献マインド」のスコアに低下傾向が見られた。これは対象社員の自由記述の回答から、本事業に参加したことで「プロボノに参加してこれまでの自身の社会貢献度合いは低かったと感じた」・「社会に対して自身ができることはまだある」と認識したことによる、自身の初期値への振り返りが働いた結果と推察される。スコアとしては低下傾向にあったが、自由記述において対象社員のうち約42%が、「社会貢献活動への参加を継続している」・「社会課題の解決に関してさらに関心を持った」等と回答しており、本事業参加によって対象社員の社会貢献への意識にポジティブな変化がもたらされると言える。

(単位：%)

指標	参加者全体		
	事前	事後	変化率
プロフェッショナル	82.17	87.13	4.96
働きがい	61.93	62.96	1.03
経営理念やビジョン、Five Values等への理解	77.09	77.73	0.64
キャリア形成や成長	73.18	73.80	0.62
会社へのエンゲージメント	76.47	77.02	0.56
挑戦	85.12	85.12	0.00
チームワーク	86.74	86.74	0.00
お客さま重視	84.00	83.63	▲ 0.37
スキルや強みの理解	82.79	81.40	▲ 1.40
職業倫理やコンプライアンス	92.79	90.23	▲ 2.56
業務効率の変化	80.47	77.67	▲ 2.79
社会貢献マインド	84.77	80.70	▲ 4.07

11. 分析結果：プロボノ参加内容による効果の差異

本事業では、対象社員の参加内容として、①参加期間（3ヶ月または6ヶ月）、②参加形態（リーダーまたはリーダー以外）、③参加ポジション（ワーカーまたはサポーター）、という3種類の組み合わせにより実施された。

コンピテンシーの変化を参加期間で比較したところ、3ヶ月属性では「経営理念やFive Valuesの理解度」・「お客様重視」・「プロフェッショナル」において、6ヶ月属性では「プロフェッショナル」・「キャリア形成や成長」においてポジティブな変化が見られた。

リーダー属性において、「プロフェッショナル」で緩やかな低下傾向、「チームワーク」において緩やかな向上傾向が見られたことから、リーダーとしての活動では、自身の専門性向上よりもチームワークとしての成果を認識していると推測される。参加ポジションで比較したところ、業務時間内に活動を行うワーカーよりも、サポーター属性において、「キャリア形成や成長」のポジティブな変化が見られた。

(単位：人)

分類	参加者	各計
ワーカー	24	43
サポーター	19	
リーダー	7	43
リーダー以外	36	

(単位：%、塗りつぶしは変化傾向がある場合：±2.5以上の差は薄い、±5以上の差は濃い)

指標	参加者全体	参加期間		参加形態		参加ポジション	
		3ヶ月	6ヶ月	リーダー	リーダー以外	ワーカー	サポーター
経営理念やビジョン、Five Values等への理解	0.64	4.20	▲ 3.10	1.07	0.56	2.50	▲ 1.71
職業倫理やコンプライアンス	▲ 2.56	▲ 2.27	▲ 2.86	0.00	▲ 3.06	▲ 5.42	1.05
お客さま重視	▲ 0.37	2.91	▲ 3.81	2.29	▲ 0.89	▲ 2.50	2.32
挑戦	0.00	0.45	▲ 0.48	0.71	▲ 0.14	1.04	▲ 1.32
プロフェッショナル	4.96	6.36	3.49	▲ 4.76	6.85	5.00	4.91
チームワーク	0.00	▲ 0.91	0.95	3.57	▲ 0.69	1.25	▲ 1.58
キャリア形成や成長	0.62	▲ 2.42	3.81	▲ 0.95	0.93	▲ 2.78	4.91
業務効率の変化	▲ 2.79	▲ 4.55	▲ 0.95	▲ 5.71	▲ 2.22	▲ 2.50	▲ 3.16
スキルや強みの理解	▲ 1.40	▲ 2.73	0.00	▲ 2.86	▲ 1.11	▲ 2.50	0.00

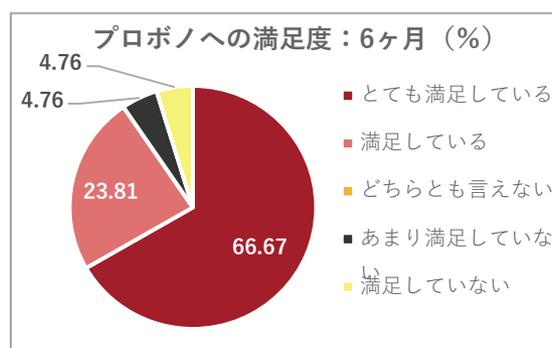
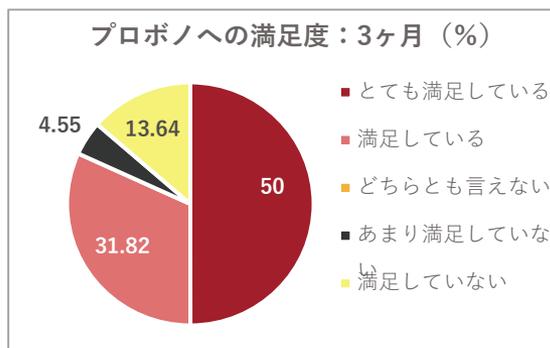
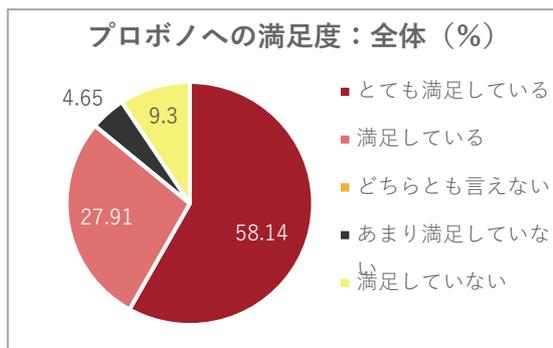
12. 分析結果：対象社員におけるプロボノ参加の満足度

対象社員における、本事業に参加したことへの満足度を調査した結果、86.05%の対象社員が、本事業へ満足していると回答した。

プロボノへ3ヶ月参加した対象社員は81.82%、6ヶ月参加した対象社員は90.48%が、本事業に満足していると回答した。プロボノ期間で比較すると、6ヶ月参加した対象社員がより高い満足度を得ていたことが分かった。

対象社員の自由記述において、本事業への満足度を低く回答した理由として、①物理的距離や時間的制約による対面活動の難しさ、②スコープ設定の難しさ（スコープの調整に時間を要したことによる負担感等）、があげられていた。

プロボノへの満足度	回答数			%			
	参加者全体	3ヶ月参加者	6ヶ月参加者	全体	3ヶ月参加者	6ヶ月参加者	期間による差異
とても満足している	25	11	14	58.14	50.00	66.67	16.67
満足している	12	7	5	27.91	31.82	23.81	▲8.01
どちらとも言えない	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00
あまり満足していない	2	1	1	4.65	4.55	4.76	0.21
満足していない	4	3	1	9.30	13.64	4.76	▲8.88
合計	43	22	21	100.00	100.00	100.00	-



13. サマリー：評価分析から得られた知見と提言

2024年度「SMBCグループ プロボノプロジェクト」に対する社会的インパクト評価から得られた知見と、2025年度以降の事業への提言は以下の通りである。

評価分析から得られた知見

プロボノによる成果：
支援団体基盤強化と社員意識向上が確認

プロボノによる支援団体の組織基盤・課題の解決への貢献

- 11団体中全団体が「組織基盤強化につながった」10団体が「組織課題が解決した」と回答

SMBCグループ社員の意識に対するプロボノ事業の影響

- 参加社員による「プロフェッショナル」意識向上（4.96%向上）
- 女性、20代・50代、15年以上20年未満・25年以上の勤続年数の社員のコンピテンシーや意識に特に肯定的な影響がみられる

プロボノ実施方法の課題：
適切な情報提供と社員・団体間の相互理解が重要

参加社員と支援団体の両者に対して、事前・初期段階の適切な情報提供を行い、相互理解を図ることが重要

- プロボノ開始後に、当初のスコープを修正することによって支援団体・対象社員への心理的負担・スケジュール上の制約が発生
- 支援団体・対象社員のプロボノ理解度や経験の差異によって、コミュニケーションや進行への影響がある
- 情報管理や社用PC使用等、社内規則等の順守と作業効率の両立が難しい
- SMBCグループ内での本事業の認知・理解不足によるプロボノ参加への負担感がある

プログラムへの提言

支援団体の事業成果に対する社会的インパクト評価に基づく組織基盤強化の必要性

支援団体による自己組織診断を行い、支援スコープと評価計画の策定を行い、継続的に事業成果を可視化することが望ましい

- 事業開始前・後で支援団体による自己組織診断を行い、支援団体における組織基盤強化のPDCAサイクル実現
- プロボノ支援のスコープ設定時に評価計画策定を実施、支援団体の受益者への効果の可視化を目指す

追跡調査や成果共有の機会設定による効果検証の可能性

- 追跡調査等を行い、支援期間に把握できなかった中間アウトカムや新たな支援ニーズを検証する

ターゲットとなる参加社員属性の特定と事務局・中間支援組織の支援による成果向上機会

プロボノの事業スコープ設定プロセス、事務局・中間支援組織による適切な情報提供等の支援が望まれる

- 現状は事務局が実施しているプロボノ対象領域のスコープ設定に、プロボノメンバー社員も参画することで成果の実現可能性向上
- 事務局・中間支援組織による、支援団体・プロボノ参加社員へのプロボノに関する知見の共有と、コミュニケーションツール提供

本事業の参加社員の属性設定・社内理解醸成取組の必要性

- 社員への成果の最大化に向けて、社内での理解醸成と共に、本事業が効果的と想定される属性社員への参加促進への取り組みの強化

14. SMBCグループ プロボノプロジェクトの成功要因

2024年度「SMBCグループ プロボノプロジェクト」に対する社会的インパクト評価から、効果的なプロボノへの成功要因には、①支援団体とプロボノメンバーとの親和性、②円滑なコミュニケーション、③適切なスコープとメンバーの専門性、があげられ、①②③の達成には④事務局と中間支援組織によるサポート、⑤職場（上司や同僚等）のプロボノ参加への理解が有効であると推測される。

