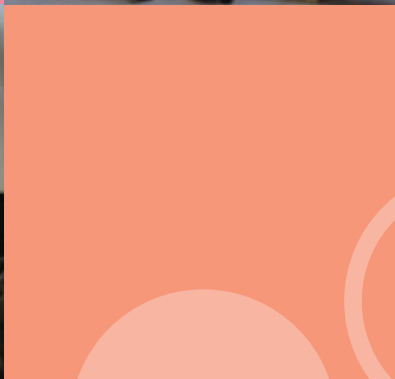
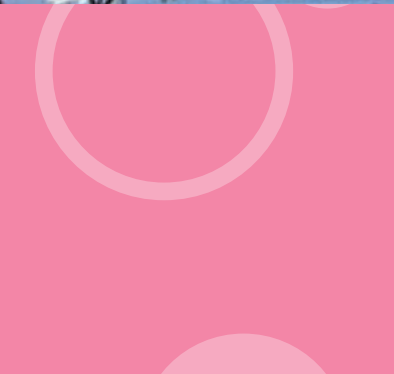
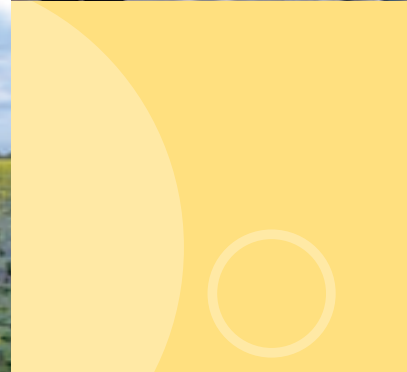




「社会を良くするしくみ」

事例集

～地域におけるファンドレイジングの取り組み手法の調査研究～



社会福祉法人 中央共同募金会



Contents

「社会を良くするしくみ」

目次	1
はじめに	2
事業の概要について	3
地域資源を循環させるための視点	5
事例紹介	9
大阪コミュニティ財団	【大阪府】 10
市民社会創造ファンド	【東京都】 14
京都地域創造基金	【京都府】 18
神奈川子ども未来ファンド	【神奈川県】 22
北海道グリーンファンド	【北海道】 26
広島県共同募金会	【広島県】 30
富山県共同募金会 黒部市共同募金委員会	【富山県黒部市】 34
アサザ基金	【茨城県】 38
シャプラニール＝市民による海外協力の会	【東京都】 42
FIT チャリティ・ラン実行委員会	【東京都】 46
子どもの村福岡	【福岡県】 50

はじめに

中央共同募金会では、平成22年度セーフティネット支援対策等事業費補助金（社会福祉推進事業分）を得て、「地域における共助のしくみとしてのファンドの確立のための検討事業～新たな募金手法の展開及びそれを実践する人材養成に関する検討～」を実施した。本事業では、「地域ファンドのファンドレイジング等の取り組み手法の調査研究」「地域ファンドの人材養成のあり方の検討」「モデル事業の実施・評価」を行った。

調査研究にあたっては、「地域ファンドにおける人材養成研修に関する検討委員会」を設置し、多様な立場の方がたにより、様々な視点からの検討を行った。

「地域ファンドのファンドレイジング等の取り組み手法の調査研究」では、地域において寄付とそれに伴う助成の循環により、課題解決の仕組みを広く市民や企業とつながりながら実現した事例等を調査・分析した。また、多様な組織・団体との連携・協働を目指したこれからの地域ファンドの取り組み手法を検討した。

さらに、これらの調査研究をふまえ、「地域ファンドに求められる人材像と今後の人材養成研修の方針について検討を行った。

本報告書は、上記のうち「地域ファンドのファンドレイジング等の取り組み手法の調査研究」について、地域ファンドの事例を紹介するとともに、地域ファンドが円滑・効果的に活動を展開するための方策について考察したものである。

既存の公的制度等では対応できない社会的課題に対し、地域住民自らが資金を集め、活動を支援し解決するしくみを確立することが求められている。地域には、NPO等への資金提供を行なう基金団体や自らの活動のための資金集めを行う組織・団体が存在しており、本報告書では、それぞれがどのような役割機能を果たしているかを明らかにした。これにより、各地域において、社会的課題解決のための活動が、自立的かつ持続的可能な手法により実践され、共助のしくみの構築が促されることを期待したい。

このたびの調査研究を通じて、地域の共有財産の形成を促し、今後の地域ファンドとその一翼を担う共同募金のあり方を探るとともに、「新しい公共」の実現に資することを願う。

平成23年3月

社会福祉法人 中央共同募金会

事業の概要について

「地域における共助のしくみとしてのファンドの確立のための検討事業～新たな募金手法の展開及びそれを実践する人材養成に関する検討～」のうち、「地域ファンドのファンドレイジング等の取り組み手法の調査研究」の概要は下記のとおりである。

<地域ファンドのファンドレイジング等の取り組み手法の調査研究>

1 「地域ファンドにおける人材養成研修に関する検討委員会」の開催

ファンドレイズの事例の収集・分析ならびに地域ファンドに求められる人材養成のあり方を検討するための「地域ファンドにおける人材養成研修に関する検討委員会」（以下、委員会）を設置し、方法の検討、事例の収集および分析を行った。

【地域ファンドにおける人材養成研修に関する検討委員会】（敬称略・順不同）

	氏 名	所 属	役 職
委員長	茶 野 順 子	笹川平和財団	常務理事
委 員	長 沢 恵美子	日本経団連事業サービス	総合企画・事業支援室長兼研修グループ参事
	石 井 布紀子	さくらネット	代表理事
	笈 川 卓 也	秋田県共同募金会	主事
	鷹 尾 大 英	福井県共同募金会	主任
	佐々木 忠	広島県共同募金会	事務局次長
	小 柴 徳 明	黒部市社会福祉協議会	地域福祉課主任
	岩 城 貞 時	三好市社会福祉協議会	総務課長

【事務局】

氏 名	所 属	役 職
伊 達 雅 則	中央共同募金会	事務局長
島 村 糸 子	中央共同募金会	企画広報部長
阿 部 陽一郎	中央共同募金会	企画広報部副部長
福 井 淳	中央共同募金会	総務部副部長
外 山 英 之	中央共同募金会	企画広報部主査
今 井 貴 志	中央共同募金会	企画広報部主査
山 内 秀一郎	中央共同募金会	企画広報部主事
熊 谷 有 祐	中央共同募金会	企画広報部主事
中 西 頼 子	さくらネット	事務局長

(委員会の開催状況)

●第1回地域ファンドにおける人材養成研修に関する検討委員会

○日時：平成23年1月18日（火）13:00～16:00

○内容：共同募金改革推進モデル支援事業の成果の分析・整理、ファンドレイズ事例の収集・分析、人材養成のための研修方針等

●第2回地域ファンドにおける人材養成研修に関する検討委員会

○日時：平成23年2月17日（木）13:00～16:00

○内容：ファンドレイズ成功事例の収集・分析、人材養成のための研修方針、経過報告（共同募金改革推進モデル支援事業報告）

●第3回地域ファンドにおける人材養成研修に関する検討委員会

○日時：平成23年3月7日（月）13:00～16:00

○内容：事例集ならびに人材養成のための研修方針の内容検討

2 事例の選定ならびに調査

(1) 事例の選定

委員会にて検討した結果、下記の組織・団体の11事例を選定した。

【調査先組織・団体】

(順不同)

組織・団体名	取材担当委員／事務局
大阪コミュニティ財団	長沢／阿部
市民社会創造ファンド	長沢／島村、阿部
京都地域創造基金	長沢、小柴／島村、中西
神奈川子ども未来ファンド	長沢／島村
北海道グリーンファンド	長沢／福井
広島県共同募金会	長沢／熊谷
富山県共同募金会 黒部市共同募金委員会	長沢／今井
アサザ基金	長沢／外山
シャプラニール＝市民による海外協力の会	長沢、石井、笈川／熊谷
FITチャリティ・ラン実行委員会	長沢／今井
子どもの村福岡	長沢、笈川／伊達

(2) 事例の調査

委員会委員が当該組織・団体に赴き、聞き取り調査を実施した。

(調査期間)

平成23年1月23日（日）～2月17日（木）

地域資源を循環させるための視点

本事例集で紹介させていただいた「社会を良くするしくみ」は、資金仲介組織もあれば自ら活動するNPOもあり、その目的も具体的活動も対象地域も多様である。それぞれが自らの掲げるミッションの達成に必要な資源を調達し、多くの市民から共感と参加を得て社会課題の解決に挑戦する姿は、「新しい公共」の担い手となる他組織を勇気づけ、共に成長するためのヒントを提供してくれる。

各団体の特徴や強みを活かした活動であっても、目指している理念や運営のあり方、果たしている役割などについて共通点が浮かび上がってくる。そこで「社会を良くするしくみ」を成功に導く要因を、事例に探ってみたい。さらに、そうした「しくみ」を動かす人や組織が担っている機能を明らかにし、今後の担い手の育成にも反映させていきたい。

◆目に見えるよう社会を変えていく

①使命・任務を明確に掲げる

団体の使命・任務を明確に掲げることは、どんな団体であっても必要なことと言える。その使命・任務が目指すものがイメージしやすく、誰もが共有しやすいものであれば、多くの市民を惹きつけることができる。言い換えれば、団体が多様な市民自らが描く物語や夢、価値観を共有できる場になっている。

②目に見えるように社会を変えていく

また、社会に存在する課題を、新たな角度から光をあてたり、いくつかの課題を関連づけることで可視化し、その解決策を提示することで、社会が少しでも良くなっていく姿を人々が予測できるようにしていく。そのことで、市民は自らが提供する資金や労力が課題解決につながっているとの実感を得られる。事例で紹介した団体のいくつかでは、ミッションが目指すものを象徴的に示す活動の場や成果があることが、さらに多くの人を惹きつける力になっている。

◆市民社会を支える資源循環をつくりだす

市民による活動を市民が提供する資源により継続的に運営するには、資源を必要とするニーズを見せて、潜在的な支援者たちを説得する力を高めることが必要である。資源循環のしくみ自体の信頼性も問われる。歴史や実績に基づくブランド力がある「しくみ」もあれば、アピール力に優れた「しくみ」もある。いずれにおいても、情報公開を徹底する、支援者に約束したことを実施して説明責任を果たす、支援に対して感謝を伝える、結果や成果の報告を確実にする、多様な市民に運営に参画してもらう、助成先団体の信頼性を高めるなど、各団体は努力を重ねている。参加しやすいメニューがあることも、多くの市民の支援を得る上で役立っている。また、「しくみ」を円滑にまわすためのネットワークが存在しており、支援の輪は上昇のスパイラル状に広がり高められている。

◆市民社会を支える資源・人材を発掘・育成する

明確な使命・任務やこうなっていきたいことを実現するために、何が必要かを考え、資源マップを描き、それぞれの資源を提供できる人や組織にアプローチする。核となる担い手、会員、ボランティア、寄付者やイベント参加者、ゆるやかな関心層と、それぞれの関心に応じた貢献の方法を提示できることが、支援の裾野を広げる。さらに、コミュニケーションを通じて関係を構築し、支援者の関与の度合いを高め、主体性を引き出していくことが組織の活動基盤を確かなものにしていく。

資金仲介組織では、助成を通じて、課題解決を担う個人や組織・団体を発掘するとともに、必要に応じて運営支援にも取り組んでいる。また、あまり目が向けられていない新たな課題への取り組みを促したり、組織の基盤強化を支援したりする助成プログラムを開発することもある。

◆協働の場を創造する

「社会を良くするしくみ」において、**多様な主体が関わる場づくり**も重要な役割である。様々な立場や役割の人々や組織・団体が、共通の社会的な目的を果たすために**協働することで、一団体では達成できない多層的、多面的な価値を創造**している。従来の発想や枠組みでは解決できなかった問題に対する解決策を提示し、分野を超えた波及効果を生み出す事例も出てきている。

また、一定の地域内における協働を促すことで、地域住民や地元の組織・団体が地域の状況や**課題を共有し、合意を形成し、協力**して活動に取り組むようになっている。一方、新たな活動が住民同士の葛藤を生んだ場合には、**異なる利害関係について相互に理解を深め、折り合いをつける場**としても機能している。

◆成果を社会に還元する

自分が提供した資源がどう活かされたかを知りたいという市民や組織・団体の欲求はますます強くなっている。そのため、活動報告などを通じて**成果の可視化を図る**必要がある。データとして実績を示すことができない活動の場合は、小さな変化の意味やこぼれ話を語り、目指す方向に向かっていることを伝える。

さらに、成果を社会に発信することで、**世論を喚起**する。他の地域や組織・団体と情報や経験を共有し、**新しい活動やサービスを生み出す**。国や自治体の**政策に影響を与え、制度改革を促す**。こうした波及効果が、社会変革や「社会を良くするしくみ」をさらに強化することにつながる。

◆「社会を良くするしくみ」を通じて発揮されている機能や能力

本事例集で紹介している各地のNPOや中間支援組織では、全体的に整理すると次のような多様な機能を担っている。特定の個人が担っている場合もあるが、さまざまな人材が関わることによって組織全体として発揮されている。こうした機能や能力を育むことが、「社会を良くするしくみ」に関わる人材を育成する上でも重要になってくる。

【リーダーシップ】

組織が取り組む課題を俯瞰することができ、指導力を発揮し、方向性を示す。さらに、その組織の担い手となる人々のモチベーションを向上し、組織全体の求心力を高める。

【プロデュース】

新しいものや事業を創り出すために、イメージを膨らませて設計図を描き、それを具体化するための人材や資源を集め、その個性や特性を発揮してもらいつつ、目指す方向に向かって進んでいけるようにコーディネートする。

【調査・研究】

活動分野における新しい課題を把握し、関連する分野の社会制度やこれまでの取り組みを理解し、現状の問題点や原因を分析する。課題解決の仮説や戦略を立て、それに沿った活動や助成プログラムを策定する。専門家や関係団体との関係を築き、助言や相談が得られる体制を整える。

【マッチング】

団体の活動と支援者の関心やニーズの接点をさぐり、助成プログラムを開発したり、ターゲットを設定して適切なファンドレイジングの手法を選択したりする。支援者または助成先からの相談を受けて、その志を尊重しつつ、社会の課題解決につなげていくためのコンサルティングも行う。また、課題に関心を持つ異なる組織を巻き込んで協働を促進する。

【育成】

資金仲介組織では、助成を行う前の段階から、相談に乗ったり、申請手続きをサポートしたりしている。また、申請書類において、団体自らの活動の見直しや計画の実効性向上を促すような設計も行なっている。助成先として採択されなかった場合でも、その理由を明らかにすることで、課題点を当該組織・団体と共有し、次の段階に進むことを支援している。助成先の組織・団体が成果を上げることができるよう、必要に応じて運営支援を行う。

【コミュニケーション】

団体の使命・任務や活動内容について広く広報することで、ゆるやかな関心層の理解を得る。ファンドレイジングを行う際には、共感してもらえるようなメッセージを発信する。会員や支援者に対しては、双方向のコミュニケーションを図り、積極的な参加を促す。活動の成果をわかりやすく発信し、さらなる共感者を増やす。

【評価】

活動や助成した事業が意図した効果を生んだのか、その成果によって目的を達成したのかを見極める。その上で、改善すべき点を見出し、活動や助成プログラムに反映させる。

【マネジメント】

団体の財産を適正に管理して報告するとともに、民主的な運営を行う。目標を達成するために、人材・資金・設備・物資・スケジュールなどをバランスよく調整し、全体の進捗状況を管理する。助成プログラムでは、募集から、選考、助成金交付、報告書や決算書類の受理・確認、成果のとりまとめに至るまでのプロセスを管理する。

【ネットワーキング】

問題意識、課題、価値観などを共有する他の組織と緩やかにつながり、情報交換を行ない、さらに、協働による課題解決、政策や制度への働きかけなど、社会的なメッセージを形成するなどの連携を行なう。

事例紹介

公益財団法人

大阪コミュニティ財団

<http://www.osaka-community.or.jp/>

設立

1991年11月（2010年3月、公益財団法人に移行）

所在地

大阪府大阪市中央区本町橋2番8号 大阪商工会議所ビル5階

設立経緯

大阪商工会議所が企業や個人の社会貢献活動を支援するため、米国の「コミュニティ財団」を視察・研究し、基本財産1億円を出捐して設立。大阪府、大阪市も各2500万円を出捐。わが国第1号のコミュニティ財団。

目的

一般市民や企業等の社会貢献への志を尊重し、最大限に生かすため、公益に資する事業を行うものへの助成または顕彰、学生等への奨学金の支給等を行い、地域社会の公益の増進に寄与することを目的とする。（定款第3条）

事業

1. 学術・研究の振興、芸術・文化の振興、環境の保護保全、国際交流の推進、青少年の健全育成、社会教育の充実、地域社会の活性化、社会福祉の増進等公益に資する事業を行うものへの助成または顕彰
2. 学生または生徒等への奨学金の支給等
3. 一般市民や企業等の社会貢献活動を支援し、日本社会の寄付文化を醸成するための普及啓発
4. 前各号に掲げるもののほか、本財団の目的を達成するために必要な事業

地域

主として大阪府及びその周辺地域。ただし、対象は全国（海外含む）。

基金の状況

2010年3月末現在			
	個人	法人	合計
基金数	134(66%)	68(34%)	202
寄付金累計額	12億2000万円 (54%)	10億4000万円 (46%)	22億6000万円

※別途、遺贈11件

助成事業

2010年4月 件数： 181件 / 金額：1億1548万円
累 計 件数： 1390件 / 金額：7億5900万円

会員

賛助会員：53 / 個人10、法人43（2010年3月末）

組織構成

評議員7名、理事7名、選考委員6名、その他（監事、会計監査人、顧問）

スタッフ

専務理事、事務局長、スタッフ 合計3名

取材先：2011年1月20日 山本芳文 専務理事

close up

- ▶ 財団が、多数の篤志家から寄付された基金を管理し、公益事業への助成、地域社会の発展に貢献。
- ▶ 個々の基金が独自性を保ちながら、理事会、選考委員会、オフィス、スタッフなど、通常の財団が別個に所有しているものを共有する「マンション型」の財団。
- ▶ 助成先は、寄付者の意思を最大限に尊重しつつ、財団の選考委員会での審議を経て、理事会で決定。募集・選考プロセスは、全基金共通で年1回。

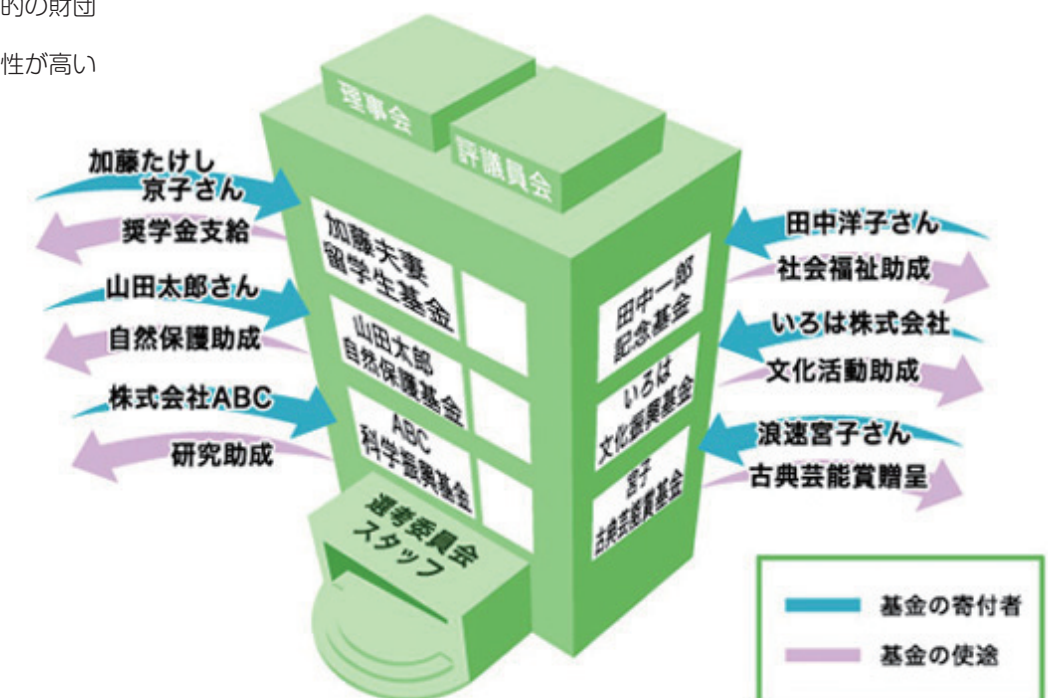
個人や企業の社会貢献への志を支援する仕組みとして

1990年代に入り、企業の間で、「良き企業市民」として、社会貢献活動に積極的に参加しようとの意欲が高まっていた。しかし、個人や個々の企業が社会貢献活動をしたいと思っても、具体的に何をすればいいかわからないという悩みがある。大きな企業であれば自社財団を設立することもできるが、小さな企業の場合、なかなか財団を持って活動するのは難しい。運営に関わる部分をそれぞれの企業や個人に代わって担うことで地域社会に貢献しようと、1991年11月に、大阪商工会議所が基本財産1億円を出捐して財団を設立した。

財団を立ち上げる前には、学者および企業や企業財団の担当者から成る視察団をアメリカに出してコミュニティ財団のあり方について調査した。コミュニティ財団の特徴を踏まえて、個人や企業の志を大切にしつつ、社会に貢献できる財団として設立された。

コミュニティ財団の特徴

- 1 寄付者の基金が永遠に残る
- 2 地域に密着した財団
- 3 多目的の財団
- 4 公益性が高い



寄付者の意思を反映しやすい基金の設定

個人や企業から、基金設置の希望が寄せられた際には、基金の種類や分野とともに、基金に寄せる志（目的・背景等）を聞いている。

財団には、**永続基金**（元本を取り崩さず運用益で助成）、**期間基金**（元本と運用収益の全額で、一定期間内に助成）の2種類がある。毎年、アニュアルレポートに設置年度別にみた基金一覧を掲載していることから、助成が終了してしまった「期間基金」でも名前が残るため、最近は「期間基金」が増えている。

基金を使途から区分すると次のとおりとなる。

	件数	金額
(1)運営基金 財団の運営、事業費に充当	15	1億7084万円
(2)助成基金	187	20億8958万円
①一般基金 寄付者が助成先を財団に一任	29	3億877万円
②分野指定基金	131	9億8817万円
③関与基金 寄付者が助成先について希望を述べる事が可能な1千万円以上の基金	15	7億4502万円
④特定基金 寄付者が助成先を特定。現在では受け付けていない	12	4762万円
合計	202	22億6043万円

分野指定基金では、医療研究・対策の支援が28件3億5841万円とトップになっており、家族や友人を病気で亡くした方からの寄付が多い。関与基金を分野別に見た時には、環境分野が多くなっている。

「寄付者の意思の反映」と「財団の独立性」を両立させた助成プロセス

助成対象は公益目的に合致すればどのような分野でもいいとしているが、寄付者の希望があるため、その分野の基金がなければできない。対象地域は大阪・関西を中心に国内全域としており、海外も可能である。

助成スケジュールは、毎年10月初旬から11月20日頃までにホームページなどで助成先の募集を行い、1～2月に選考委員会を開催し、3月の理事会で決定して、4月に助成金を支給。

選考委員会（委員長：山本研二郎大阪市立大学名誉教授。委員6名）において**全ての基金について選考**を行う。医学・医療分野は専門性を必要とするため、下部組織として委員長と医学の専門家2名による審査部会を設けている。環境は件数が多いため、部会メンバーとして大学の先生に入ってもらっている。分野によって判断基準が異なるため、

審査基準を明文化したものはない。

毎年、『**申請者のためのガイド**』を出しており、助成を公募する基金の種類、事業分野、助成金額などを、助成申請の手続きと一緒に開示している。申請者には分野だけを指定してもらい、**基金への割り振り**は**寄付者の意志にあわせて事務局で行っている**。意向に沿っているかの判断が難しい場合は、寄付者や寄付者の家族に確認することもある。

助成分野	件数	金額
医学医療研究の推進・医療患者の支援	7	542万円
青少年の健全育成・社会教育の充実	17	590万円
芸術文化の発展・向上	6	262万円
多文化との共生	11	526万円
開発途上国への支援	12	608万円
地域社会の振興・活性化	6	400万円
社会福祉の増進	11	521万円
環境の保護・保全	71	3883万円
奨学金の支給	40	4212万円
合計	181	1億1548万円

関与基金の場合、たとえば、A社では社内に審査委員会を作って審査しているが、審査結果が一致しない場合は、財団としての判断にしたがってもらうなど、**選考委員会の独立性を担保**している。

確実な報告で信頼性を確保

寄付者には、**年1回、基金の運用報告書や助成先からの活動報告書が、財団から送られる**。基金の運用報告書では、前年度末の残高、助成内容、運用収益、財団の運営経費分（運用収益の中から基金残高の0.5%相当）、などが記載されている。

寄付者とのコミュニケーションの場として、年1回、ドナーズフォーラム「大阪コミュニティ財団の集い」を実施。財団の「事業報告書」や「財団ニュース」の送付、「社会貢献セミナー」への案内など、財団との接点を増やすようにしている。

助成先とのコミュニケーションから見えてきた課題

助成先とのコミュニケーションは、応募、選考結果の報告、助成、助成期間終了後3ヵ月以内の報告書提出時とつている。

年度末に4～5つの団体を招いて**大阪と東京で成果発表会**を行っている。

助成先をいくつか訪問して、活動状況や財団に対する意見・要望を聞くなどの**ヒアリング**も行っている。財団に対する要望としては、①助成金の限度額、比率の引き上げ、②団体の管理費への助成、③継続助成、④年2回の応募などが寄せられている。活動費に関連する人件費は対象となるが、それ以外の管理費は対象外である。立ち上げ支援の要望もあるが、寄付者から預かっている貴重な寄付を活かすために、1年以上の実績を条件にしている。継続助成については、かつては5年のうちに2回という制限があったが、3年前に条件をはずしており、1回毎に申請をもらい、選考委員会で判断している。

取材者からひとこと

財団の常勤スタッフは3名。専務理事は6代目で、歴代大阪商工会議所の職員またはOBが務めている。事務局長は企業からの出向。スタッフが入れ替わる中、専門性がない人でも多数の基金を滞りなく運営できるのは、初期段階での助成プロセスの設計がしっかりしているからだろう。事務能力の高いスタッフが、趣旨としくみを理解して、基金を堅実に管理・運用し、助成プロセスの公正さを確保して、きちんと寄付者に報告することで、高い信頼を得ている。願わくは、使途を限定しない一般寄付がさらに増え、コミュニティのニーズにあわせた助成プログラムを開発・助成するというコミュニティ財団本来の機能が発揮されることである。

特定非営利活動法人

市民社会創造ファンド

<http://www.civilfund.org/>

設立

2002年4月

所在地

東京都千代田区大手町 2-2-1 新大手町ビル267-B

設立経緯・目的

新しい市民社会の実現に寄与することを理念とし、NPO（民間非営利組織）の資金源を豊かにし、民間非営利セクターの自立した発展と活発化を図ることを目的に、日本NPOセンターの実績の一部を継承・発展するかたちで設立。

事業

1. 基盤強化プログラム：自主的な資金調達によって各地域のNPO支援組織の基盤強化のために助成
2. 特定目的プログラム：個人、企業、財団等からの特定の目的を指定した寄付・助成金を財源として、個別NPOが行う特定テーマの活動に助成
3. 協力プログラム：企業や財団に協力し、個別NPOの特定テーマの活動に助成するプログラム開発や公募・選考などの助成業務を受託により実施

地域

限定なし

助成の状況

特定目的プログラム

	プログラム数	助成件数	助成総額
2001年*	1	12件	1500万円
2002年*	2	31件	6312万円
2003年	3	49件	7898万円
2004年	3	72件	9774万円
2005年	3	78件	1億0050万円
2006年	4	76件	1億0791万円
2007年	6	89件	8228万円
2008年	6	110件	1億0915万円
2009年	8	123件	1億2495万円
2010年	8	135件	1億2501万円
合計	(実数)10	775件	9億0464万円

*2001年、2002年は日本NPOセンターにおいて実施

組織構成

運営委員会（運営委員長1名、副運営委員長2名、運営委員5名）監事2名

※選考委員会はプログラム毎に設置

スタッフ

事務局長兼プログラム・オフィサー（PO）1名／PO 2名、アシスタントPO 1名、経理担当1名

取材先：2011年2月1日 事務局長・PO 坂本憲治 氏 / PO 神山邦子 氏

close
up

- ▶ 多様な寄付や助成の受け皿となる専門的な「コンサルテーション」機能を備えた「資金仲介組織」。
- ▶ 「人も育ち、組織も育つ助成」を追求。
- ▶ 新しい価値の創造に向けて、NPOのニーズに立脚しつつ、資金提供者の意向にあわせて助成プログラムをカスタマイズ。

NPOを発展させる「資金循環」の必要性

NPO法施行後3年が経過した頃、税制優遇のしくみもできたが、活動を発展させるための資金源は限られており、多くのNPOは対価の得られる自主事業に専念するか、行政からの委託や補助金に頼らざるを得ない状況になっていた。そこで、日本NPOセンターでは、**NPOが自立して先駆的・独創的な活動を大胆に展開していくために必要な自由度の高い多様な資金源を仲介する組織**として、市民社会創造ファンドの構想を発表した。ファンドは、**フローの資金を有効かつ適切に活用するための資金の受け皿としての機能と、助成に関する「コンサルテーション」機能**を備えた専門的な資金仲介組織であり、前述した①基盤強化、②特定目的、③協力の3種類のプログラムを実施する。

ファンドは特定の分野や社会課題に特化することなく、多様な助成テーマと多様な助成のしくみを構想している。それは、**多様な価値観を社会に提起し、なおかつそれが実現されている「市民社会」を創造**することに重きを置いているからである。

助成プログラムを設計する時のこだわり

ファンドでは助成プログラムを設計する際に、「**人も育ち、組織も育つ助成**」を追求している。NPOのプロジェクトに対する助成だけでなく、NPOの人材育成や組織基盤強化のための助成を設けており、人件費、家賃等の間接経費も助成対象としている。また、全プログラムで継続助成を可能にしている。

そのため、助成プログラムの成果を、個々の助成プロジェクトの成功だけでなく、プロジェクトに関わったスタッフがどう成長したのか、そのことが組織をどう成長させているのか、という視点でも見る必要がある。人件費をつければ人が育つ可能性は高いが、組織がどう担当者を位置づけているか、育成するようなしくみや働きかけができているか、ということは現場に行き、育成対象者や育成責任者をインタビューすると見えてくる。

助成プログラムで扱うテーマを絞り込んでいく際には、既存のプログラムと重複しないようにしている。むしろ、**新しい社会課題を掘り起こし、ある種のコミュニティをつくって広く社会に認知させていく**という機能を意識している。たとえば、心とからだのヘルスケア、“いのち”に取り組むNPO、博物館・美術館等を拠点とした市民活動、長期療養の子どもたちに“生きる力”など、新たな視点で社会課題を可視化し、助成する意図を社会に伝えられるように設計していく。特に、「計画助成」というアイデアを入れた瞬間に、その分野の議論を巻き起こすようなプログラムになる。

また、助成先同士が情報交換できる場を計画するなど、**コミュニティ内のレベルアップや質的転換**も図る。

プログラム・オフィサーの質が助成プログラムの質を左右するという覚悟

POは、助成プログラムを開発する時点から、そのテーマに関する見識、知識、情報を総動員することが求められる。**研究・調査を行い、現場を見て、専門家にインタビュー**をしてプログラムを開発する。しかし、出遅れたとしても挽回するチャンスは多数あり、助成先のインタビュー、資料の収集や読み込み、現場からの学び、選考委員会をはじめ組織内外での議論などを通じて情報を蓄積して、プログラムに反映させていく。

ファンドでのPO育成はOJTで、アシスタントPOは、必ずPOと一緒に団体インタビューに行き、距離感の取り方や質問の仕方を学ぶ。POとして経験豊かな山岡義典運営委員長の、ドナーと直接対話しながら助成計画をつくりあげていく提案力、展開力に少しでも近づくことがPOの目標となっている。

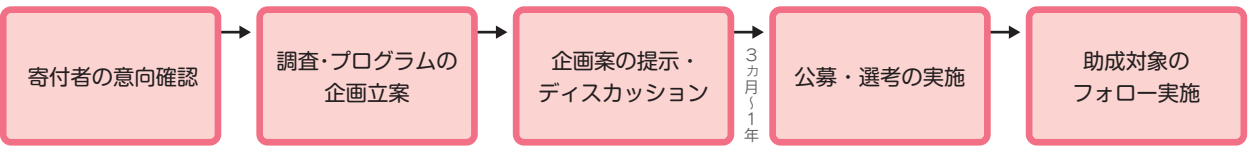
特定目的プログラム・協力プログラムをカスタマイズ

ファンドでは、ドナーとなる企業からの打診を受け、企業の問題意識に沿って助成プログラムを立ち上げている。企業側のテーマが漠然としている場合でも、コミュニケーションをとる中で、社会貢献の方針や社内文化、「これはやりたくない」というものが次第にはっきりしてくる。企業の意向、NPOのニーズ、今後求められる新しい社会的価値の接点を探りだして、それを助成プログラムとして企画立案していく。POとしては、社会全体にどのような変化を起していきたいのかという立ち位置から、まず社会的な動向やNPOの取り組みを見て現状を把握し、テーマやしくみが固まってきてから企業に提案することになっている。

企業によっては既存の社会貢献活動があり、その見直しや再構築という視点で相談が持ち込まれるケースも増えている。

ファンドと一緒にプログラムを実施している企業は、自社の社会的な役割に関する社内議論の蓄積、担当者の社会課題や非営利セクターに対する勉強熱心な姿勢や見識の高さなどの共通点があると言う。助成対象のヒアリングに同行してもらうなど企業担当者にかかる負担も多い。しかし、企業の担当者がPOと一緒にインタビューに行くことで、質問の勘所やNPOに対する判断を学ぶことができる。現場を見て、さらに情報を集めて勉強し、プログラム・オフィサー的な志向性とアクションをとる企業担当者も出てきている。たとえば、助成プログラムの関係者を一堂に集めてステークホルダー・ダイアログを行い、分野に共通する課題のすり合わせを行ったり、それに対してどんな可能性があるのかということの土壌づくりをしたり、プログラムに対する意見をもらってより良いものにしていくという一歩を踏み出した活動も出てきている。

特定目的プログラム・協力プログラムの主な流れ



特定目的プログラム・協力プログラムの一覧

ファイザー・プログラム (2000 年開始)
心とからだのヘルスケアに関する市民活動・市民研究支援

「心とからだのヘルスケア」の領域で、未来に向けての長期的な展望のある独自の活動や研究への取り組みを支援します。

- 対象団体：日本国内で活動するNPOなど
- 応募時期：毎年6月頃
- 実施企業：ファイザー株式会社

中央ろうきん助成プログラム (2002 年開始)
個性が輝く“ひと・まち・くらし”づくり

「ひと」がそれぞれの地域で喜びと誇りを持って共に生き、人間味ゆたかな社会としての「まち」をつくり、多様な生き方を認め合う「くらし」の実現をめざす活動を応援します。

- 対象団体：関東1都7県で活動する市民団体など
- 応募時期：毎年1月頃
- 実施企業：中央労働金庫(中央ろうきん社会貢献基金)

「ダイワSRIファンド」助成プログラム(2006 年開始)
“いのち”に取り組むNPOスタッフの育成

ひとの“いのち”(生命、生活、尊厳)に取り組むNPOの専門性と活動の質の向上をめざして、スタッフと組織の育成を支援します。

- 対象団体：日本国内で活動するNPOなど
- 応募時期：現在は継続助成のみ対象
- 寄付企業：大和証券グループ3社

Panasonic NPO サポート ファンド (2006 年開始)
子どもたちの健やかな育ちを応援するNPOの基盤強化

子どもたちに関わるNPOが安定的で継続的に活動できるよう、そのようなNPOに関わる「ひと」「場所」「サービス」などの基盤強化を応援します。

- 対象団体：子どもたちの健やかな育ちを応援するNPO
- 応募時期：毎年7月頃
- 実施企業：パナソニック株式会社

花王・コミュニティミュージアム・プログラム(2007 年開始)
博物館・美術館等を拠点とした市民活動の応援

地域に根付いたミュージアムを拠点とした市民活動が活発化し、地域の文化が発展することを期待して、活動および団体間の交流を応援します。

- 対象団体：ミュージアムを拠点に活動する市民団体等
- 応募時期：毎年5月頃
- 実施企業：花王株式会社

スミセイ コミュニティスポーツ推進助成プログラム(2010 年開始)
コミュニティスポーツによる健やかなひと・社会づくりに向けた調査・研究助成

地域に根差した市民と専門家が協力し、スポーツを通じて、一人ひとりの健康にかかわる課題を発見・共有・解決していく取り組みを応援します。

- 対象団体：健康・スポーツに関わる専門家や市民グループ
- 応募時期：毎年5月頃
- 実施企業：財団法人住友生命健康財団

タケダ・ウェルビーイング・プログラム(2009 年開始)
長期療養の子どもたちに“生きる力”を

病気と闘う子どもとその家族の心理的・文化的・社会的な生活の質を向上させ、生きるちからにつながるよう、長期にわたり病氣療養する子どもとその家族を支援する市民活動を支援します。

- 対象団体：日本国内で活動するNPOなど
- 応募時期：非公募(Request for Proposal 型助成)
- 寄付企業：武田薬品工業株式会社

ハマダ基金プログラム (2009 年開始)
生活上の困難をもつ人々の救援

民間非営利団体を通じて、生活上の困難をもつ人々の救援に取り組みます。

- 対象団体：日本国内で活動するNPOなど
- 応募時期：非公募(Request for Proposal 型助成)
- 寄付者：個人(海外在住)

取材者からひとこと

市民社会創造ファンドでは、プログラム・オフィサーの企画・提案力に対する信頼性がファンドレイジングの源となっている。ドナーからの相談を受けて、提供する資金が社会課題の解決に繋がっているという実感をドナーが持てるような助成プログラムを組み立てていく。ファンドの助成プログラムや助成先を見ると、社会課題に新たな光をあてて可視化していることがよくわかる。そこがこのファンドの個性であり、価値である。

公益財団法人

京都地域創造基金

<http://www.plus-social.com/>

設立

2009年3月（2009年8月公益財団法人として認定）

所在地

京都府京都市下京区五条通高倉西入万寿寺町143 いづつビル3階

設立経緯

きょうとNPOセンター 10周年記念事業として、本格的な資金仲介機能をもった財団の設立が提唱され、2009年3月設立。「市民活動を支えるのは市民社会」というコンセプトのもと、市民や企業からの“意思ある寄付”を“真摯なNPO”に助成することで、その活動を支援。

目的

社会の課題解決や地域の活性化などの公益活動を支援したい人々と、公益活動を推進する団体等の双方の想いを具現し、資源の仲介を行い、社会を構成するすべての主体が公益を支えるしくみを構築することにより、持続可能で豊かな地域社会の創造と発展に資することを目的とする。（定款）

事業

1. 助成事業（冠助成・冠褒賞、事業指定助成、テーマ等提案型プログラム）
2. 金融機関との連携事業（融資制度等）
3. 情報公開・認証制度の活用
4. 不動産等利活用事業

地域

京都府内

助成事業の状況

2010年3月1日時点での実施分
冠助成：1プログラム（1団体／3年間で総額150万円）
事業指定助成：28事業／寄付金総額18,845,599円／寄付者数349人（2010年6月1日～2011年3月1日）
テーマ等提案型プログラム：6プログラム

組織構成

評議員12名、理事14名、監事4名
※プログラム毎の選考委員会

スタッフ

常勤7名、非常勤2名、インターン2名

取材先：2011年2月8日 事務局長 戸田幸典 氏

close
up

- ▶ 300人以上の市民の寄付によって基本財産が構成された「市民立」の財団。
- ▶ 市民活動を支えるために必要な資金の流れ、寄付文化の基盤を整備。
- ▶ 情報公開の徹底と社会的認証の活用により、「真摯なNPO」を可視化。

市民活動を支えるのは市民社会

きょうとNPOセンターは、1998年の設立以来、分野を越えたNPOのネットワークの拠点となり、市民活動の社会的基盤の整備と充実のために活動してきた。10周年を迎える頃、多くのNPOが地域社会に貢献し、成果を上げるようになっていた。一方、行政との「協働」が「下請け化」し、NPO自身が行政依存体質に陥るなど、NPOの自立的発展を妨げているのではないかという問題意識を持っていた。

そこで、「ほっとけない」と課題解決に立ちあがり行動する市民を、地域の人々が応援するという資金の流れを新たに創りだすため、2009年3月に京都地域創造基金を設立。

財団設立に必要な基本財産300万円は、300人以上の市民からの寄付を集めた。「市民立」の財団にすることにこだわったのは、次の4つの理由がある。①当事者性（NPOにもファンドレイジングしてもらうことを通じ、支援されるという関係を打破する）、②財団の必要性の確認、③ファンドレイジングの実践、④ミッションの体現。

多種多様な資金の流れを生み出す

基金では、資金の流れに関して、以下のような多種多様な取り組みを実施しており、公益財団法人である財団への寄付金は税制上の優遇措置の対象になる。全てのプログラムについて、寄付募集目標額、直近の寄付総額をホームページ上で公開している。

1. 助成事業

<冠助成・冠褒賞>

寄付者が独自に助成金プログラムをつくれる制度。プログラムの名称、助成対象、分野、金額に関して寄付者の意思を反映。

<事業指定助成>

一定の要件を満たした団体の事業から、寄付者が支援したい事業を選んで寄付。

<テーマ等提案型プログラム>

一定の要件を満たした団体からの提案に基づいて設置され、提案者が助成に必要な資金を主体的に集める。

城陽みどりのまちづくり基金

木津川右岸運動公園（仮称）の自然再生をすすめる活動や、城陽市内での緑化を推進し自然を愛する活動など、市民が主体となった「みどりのまちづくり」活動を支援

母なる川・保津川基金

保津川及びその上流域において行う水辺を活用した活動、水をテーマとした市民活動を支援

京都ユースアクションファンド

若者が学校で得た知識を活かしながら地域社会の課題解決に関わることで、真に社会で通用する力を手に入れる機会を創出する

京都こどもファンド

子どもと子育てに関わる市民の主体的な活動を支援
初年度重点テーマ：【脱・孤立】子どもたち、親たちが、楽しく笑える社会を！

京都音楽家ボランティア基金

プロの音楽家の演奏等によるボランティア活動を資金的に支援

京都環境フロンティア基金

「京都の、地球の環境のため」に活動するNPO・市民活動団体を支援
第1回重点課題：生物多様性の保全

2. 金融機関と連携し融資制度を創設

京都地域創造基金、京都府、京都信用金庫、京都北都信用金庫が協定を締結し、「きょうとふNPO活動支援融資制度」を創設。100万円を限度に実質無利子でNPOが融資を受けることができる。（信用金庫では、500万円以内の融資制度の一部として実施。）基金は、融資の相談窓口、融資申請事業の公益性の審査や支払利子分の助成を担当。

助成実績：2009年度 11事業（借入金額100万円にかかる利子相当額）
2010年度 11事業（借入金額100万円にかかる利子相当額）
1事業（借入金額 80万円にかかる利子相当額） ※2011年1月13日現在

3. 不動産の有効活用

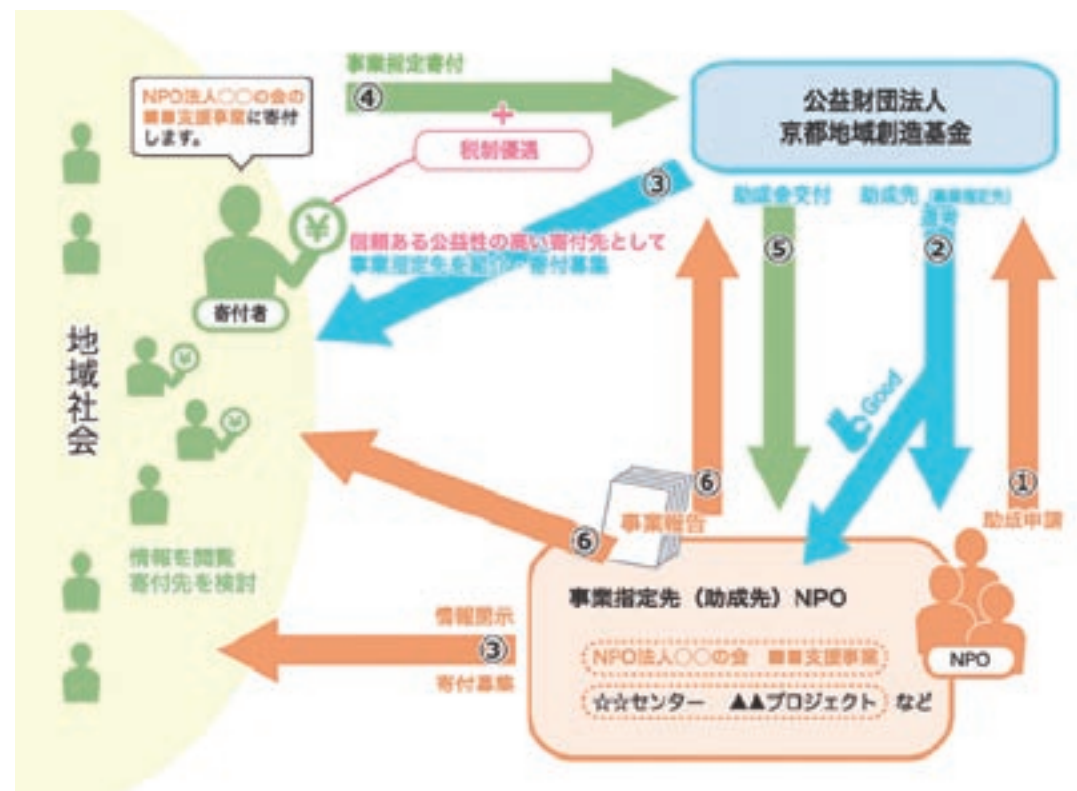
寄付や遺贈による土地や建物を様々な手法やしくみにより活用し、市民による公益活動に必要な資源として提供（2011年度に取り組みを開始する予定）。

NPOと寄付者をつなぐ

基金のミッションが最も具現化されているのは「**事業指定助成**」。年2回（3月と9月）NPOからの助成申請を受け付け、NPOの社会的認証（きょうえん…後述）の取得、情報公開度、NPOとしての運営の健全性、信頼性、事業の公益性等の審査・選考を経て選ばれた事業を紹介して、寄付を募る。

寄付者は基金が「**信頼性**」と「**公益性**」の高い事業として紹介する事業の中から、自分が支援したいと思う事業に取り組んでいる団体に対して、寄付できる。

ホームページでの紹介だけでなく、「**事業指定寄付カタログ**」を作成し、寄付募集中の事業を紹介している。カタログでは、寄付先を選ぶ際の着眼点を3つ設けて、それぞれのマーク（絵文字）を各事業に表示している。3種類の選択ポイントは、①テーマや内容を示す**活動分野**、②活動の目的を示す**取り組みの方法**、③事業の成熟度を示す**事業の発展段階**。



また、事業終了後の報告だけでなく、**寄付・助成状況（金額含む）、事業の内容や進捗状況を、各事業の専用サイトでタイムリーに報告**している。さらに、各団体は募集の段階から「**寄付者のみなさまへの約束**」を提示するとともに、寄付者が希望すれば、寄付先から直接報告書や事業案内が届けられる。**事業を行いながら、寄付を集める努力もしている**団体は、伝えたい情報が豊富であることから、さらに寄付を惹きつけている。

また、「**冠助成**」では、企業の担当者と一緒に助成プログラムをゼロからつくり、NPOを知ってもらう、社会に目をむけてもらう機会としている。企業側で助成先を取材に行き、顧客向けの広報誌に掲載するなど、独自の動きも生まれている。

真摯なNPOに助成する

寄付者からの信頼を確保するには、支援を受ける側の正確な情報公開が必要である。財団では、すべての市民活動団体に対して、積極的な情報開示を推奨している。

さらに、助成事業への申請団体には、きょうとNPOセンターが運営するポータルサイト「きょうえん」(<http://kyo-en.canpan.info/>) に登録することを求め、また、各助成プログラムに定められたNPOの社会的認証を取得していることを条件にしている。

＜社会的認証のスキーム＞

ステップ1：ガイダンス認証（組織的情報開示の推進）

- ・情報開示レベル★3つ取得（第三者の確認なし）
- ・情報開示に積極的に取り組んでいる団体として認証
- ・無料、1年毎に更新

ステップ2：事務局確認による認証（開示情報と組織状況の確認）

- ・情報開示レベル★3つ以上取得、登録情報の原本提出と事務局による確認
- ・開示された情報が正確な情報であるということを第三者確認済みの信頼性の高い情報として認証
- ・無料、1年後に更新

ステップ3：第三者評価による認証（第三者の訪問調査に基づく開示と組織状況と評価）

※2011年3月から開始予定

- ・情報開示レベル★5つ、ステップ2認証取得済みであることが条件、専門調査員による訪問調査とヒアリング、第三者審査委員会での審査等
- ・第三者評価による認証
- ・有料（認証料等として5万円程度を予定）、2年毎に更新

取材者からひとこと

「新しい公共」の担い手としてNPOが注目され、各地に地域ファンドが立ちあがりつつあるが、京都地域創造基金はその先駆けとして注目されている。ミッションやこだわりが各事業に反映されており、寄付に新たな風を吹き込んでいる。ホームページにおいて寄付金額と寄付者数が日々報告されていることで、その事業への共感の集まり方、団体自身の募金活動への積極さも垣間見ることができる。基金自身の積極的な情報公開の姿勢や「真摯なNPO」を可視化する助成プログラムの作り方は、市民活動全体への信頼性を高めることにも役立つだろう。

認定特定非営利活動法人

神奈川子ども未来ファンド

<http://www.kodomofund.com/>

設立

2003年4月（認定取得：2007年4月）

所在地

神奈川県横浜市中区新港2-2-1 横浜ワールドポーターズ6F NPOスクエア内

設立経緯

2003年4月、神奈川県内で子ども・若者・子育てに関わる活動実績を持つNPOと、NPO支援組織が共同で、子どもの育ちを社会で支えるための資金循環のしくみとして設立。2007年4月認定取得。

目的

個人・企業・団体等から多様な寄付を募り、子ども・若者・子育てに関わる人を支える民間非営利組織の財政基盤を確立するための助成等の支援を行うことにより、子ども・若者・子育てに関わる人に心を寄せる人々をつなぎ、子どもたちが生きていることに誇りと喜びをもてる地域社会を創ることを目的とする。（定款より）

事業

1. 寄付・募金の受入れ、寄付プログラムの開発・実施
2. NPOへの活動資金助成・運営支援
3. 神奈川県内の子ども・若者や子育てを支える活動に関する情報提供
4. 子ども・若者の育ちを支えるための啓発事業

地域

神奈川県内

助成の状況

（表1参照）

支援者の内訳

（表2参照）

組織体制

（P25 図1参照）

表1 助成の状況

	応募		助成	
2004年	26件	802万円	6件	165万円
2005年	15件	310万円	8件	200万円
2006年	12件	510万円	6件	239万円
2007年	14件	599万円	6件	224万円
2008年	17件	1016万円	7件	350万円
2009年	21件	1446万円	9件	450万円
2010年	18件	1222万円	8件	450万円
合計	のべ123件	5904万円	のべ50件	2078万円

表2 支援者の内訳

支援者数	2009年度
会員	正会員 60名、子ども応援会員 123名
寄付金・協賛金提供	76組織(実数)、119個人(述べ)／424万円

取材先：2011年1月24日 米田佐知子 事務局長

close
up

- ▶ 神奈川県内の多種多様な子どもの支援活動に対して現場からの求めに応じた助成ができる市民ファンド。
- ▶ ファンドレイジングを通じて、子どもたちの状況と子どもたちを支えるNPOの状況や活動の姿を伝達。
- ▶ 助成申請時の事前相談、運営支援など、現場団体からの「相談にのってくれるファンド」。

支援現場の団体にとって使い勝手の良いファンド

神奈川県内で子ども・若者・子育てに関わる活動実績を持つNPOと、NPO支援組織が協力して設立したため、ファンドは、**当事者性を重視**しており、現場が必要とする資金が提供できるよう、**事業に対する助成比率にも、使途にも制限を設けていない**。

ファンドが助成するのは、**子ども・若者や子育てに関わる人が地域の中で育ちあう「場」**であり、その活動は場所と人があって質が担保されることから、申請事業に必要であれば**人件費や家賃などの管理費も対象**にしている。ただし、助成選考の際には、助成金終了後の財源確保の見込みも確認している。

ファンドが優先的に支援するのは、先駆的・実験的な取り組み、活動の展開や充実・改善、組織運営の課題解決や活動基盤の強化、複数のNPOが連携して取り組もうとする新たな事業など、**団体のステップアップ**や、子どもの健やかで豊かな成長支援に必要な**変化を生み出そうとする取り組み**。

ファンドレイジングを通じて「子どもたちの応援の輪を広げる運動」を展開

多くの人が子どもの応援をしたい時に思い浮かべるのは、学校、幼稚園、保育園、施設であり、NPOはイメージできない存在になっている。そのため、ファンドレイジングの前提として、神奈川の子どもたちの状況を伝えるだけではなく、子どもたちを支えるNPOの状況や活動の姿も伝える必要がある。

子どもを支える活動は多様で、**年齢層×テーマ×活動形態のバリエーション**がある。それをまるごと応援していくのが子ども未来ファンドであることを、企業などには説明している。その上で、過去に助成した団体の状況を伝え、現場からの求めに応じて、今この時代、この状況で、ここに届けるのが効果的であろうということを、第三者の選考委員会で判断して届けていることを伝えている。

単なる資金循環のしくみではなく、市民や企業に働きかけて、子どもたちの応援の気持ちを預かる。その気持ちを、悩んでいる親子や悩みの中にいる子どもたちに届けていくという「**子どもたちの応援の輪を広げる運動**」として、ファンドレイジングを考えている。企業との連携も広がってきているが、企業連携の多くは、企業側の提案に拠る。今後は、これまでの実績をアピールしながら、連携先を広げる働きかけを進めていく。

団体のステップアップを支援する「相談にのってくれるファンド」

小さな団体など、助成を申請したことがない団体もあるため、**助成説明会を開催**し、その上で、**任意の事前相談**を受けている。事務局は選考に関わらないため、事前相談は、**漠としたアイデアを、プランとして実行可能性あるかどうか判断できるものにまで持っていくことを支援**している。

県域でテーマが子どもと絞り込んでいるため、対象となる団体はある程度母数が決まっている。選考結果を伝える際には、対象外となった団体に、**助成できなかった理由をフィードバック**するよう心がけている。以前、団体から「何でダメだったのかわからないと再応募できない」という指摘を受けたことから、神経を使って言葉を選びながら文章で伝えている。その文書送付の際には、**メモ書きを一筆入れる**心遣いを忘れない。

助成対象団体には、助成金を有効に活用できるよう、会計、税務、労務管理、事務局のマネジメント、広報、

会議の方法など、さまざまな**運営支援**を行っている。運営支援は、助成対象団体からの依頼内容を判断の上、**事務局スタッフが専門家と一緒に訪問して対応**している。

ファンドの仲間づくり

年に1回、**贈呈式と報告会を合わせて開催**し、助成を受ける側、寄付を出す側、ファンドの三者が一堂に会している。これは、**応援の気持ちが現場に届く瞬間**でもある。

寄付者から目録が贈呈され、助成決定団体からの挨拶の後、前年度に助成を受けた団体から成果報告をしている。成果報告に対して活発な質疑応答があり、お互いの活動から学び合い、支援のバトンを繋いでいくなどの進展もある。団体からは、ファンドの仲間になれたことは助け合いにつながるだけでなく、精神的な支えにもなる、という評価を受けている。

また、ファンドは**みんなで集めてみんなで使うしくみ**であり、助成先団体には、贈呈式直前のオリエンテーションで、「ここから仲間なので、翌年も助成を出せるように一緒にファンドレイズしていきましょう」と伝えている。助成団体とファンドのボランティアを含めたメーリングリストを用意している。

ホームページで提供しているNPOデータベース登録団体のメーリングリストもあり、各団体で実施するイベント案内などに使われている。これらの情報は、**ファンド側でホームページとメルマガに掲載**し、支援者や地元の神奈川新聞にも届けられている。

成果やエピソードに焦点をあてた報告

助成の選考結果が出たときに、選考委員による各助成対象団体への講評と、前年度の助成先からの報告を印刷物にしている。**報告は成果に焦点をあてて**、各団体に200字でまとめてもらい、報告会では5分で発表してもらっている。支援者に全体像を掴んでもらう上でも、**報告を要約することは必要だ**と考えている。

数量的なデータも報告してもらうが、数字の大小でなく、背景にある変化を重視している。そのため、ファンドのスタッフは、**日常的なやりとりでエピソードを拾ってストック**し、支援者ごとに機会をみつけて報告できるようにしている。スタッフは、ニュースレターの取材や運営支援として現場を見せてもらい、雑談しながら、こぼれ話を聞く。日常の他の活動で同席した際の待ち時間で話をするなど、わざわざ構えてヒアリングしなくともいい。同じ目線のやりとりだからこそ、ざっくばらんな話も出てくる。

地域で「子どもたちの支援の輪」を拡大

ファンドでは、2007年から毎年11月の児童虐待防止推進月間に、**朗読劇「ハッピーバースデー」のチャリティ公演**を開催している。この朗読劇は児童虐待といじめをテーマにして、「あんたなんか生まなきゃよかった」とお母さんに言われて声が出なくなる女の子の実話を物語にしており、**ファンドの良きメッセンジャー**にもなっている。

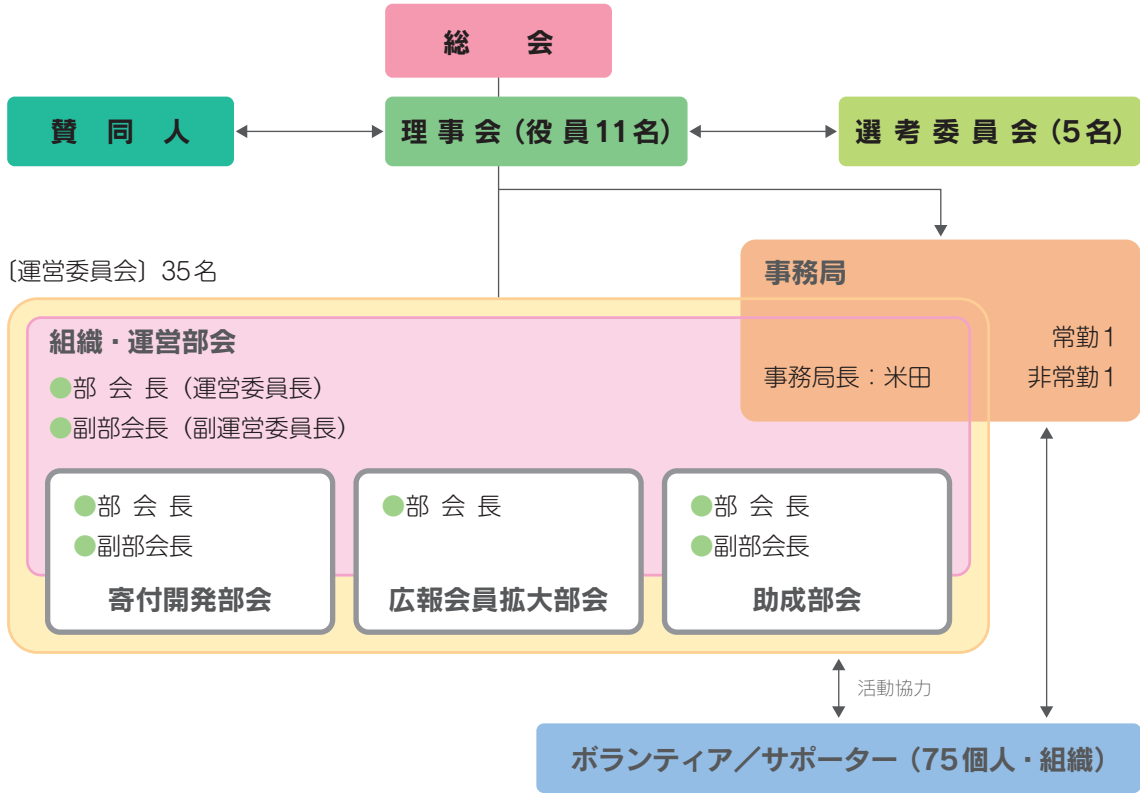
原作者である青木和雄氏、吉富多美氏は神奈川在住。著作のアニメ化をサポートする市民団体が「1コマサポート券を1000円で販売して、うち100円を子ども未来ファンドに寄付」という取り組みをした。その縁から、青木氏にファンド理事長、吉富氏に理事就任を依頼し、ファンドは「ハッピーバースデー」上演権の寄付を受けている。

朗読劇は、横浜、相模原、川崎でも実施されてきた。各地域の親子数百名の招待を、企業や組合にスポンサーしてもらっている。横浜以外の開催を決めたのは、「自分が今いじめられていて、勇気をもらった。でも今自分が住んでいるまちのみんながこれを見てくれたら少しやさしくなってくれたかも」と書いてくれた子のメッセージ。ファンドが地域にでかけていき、その地域の人たちと一緒に活動しながら「地域の子どもたちのことをみんなで考える機会をつくろうよ」と種を蒔いてこそ、子どもたちの応援と気づく。**地域で子どもたちを応援する人の繋がりをつくり広げていく**ツールとしても、朗読劇が大きな役割を果たしており、2007年以降、寄付金額も増えている。

組織体制

●運営委員会「組織・運営部会」は、運営委員長・副委員長の他に、他の3つの部会の部会長（副部会長）、事務局長によって構成される。

図1 組織体制図



取材者からひとこと

地域限定、分野限定だからこそ、活動現場の人々と顔の見える関係をつくることができ、丁寧な相談やきめ細かい対応が活きてくる。ファンドが、現場で起こっている変化やこぼれ話を編集・翻訳して寄付者に伝えることで、現場と寄付者の距離はぐっと縮まる。そのことが、寄付者が意識せずにいる「当事者性」を呼び起し、誰かが誰かを支援するという関係ではなく、みんなで支え合うという意識へとつながっていく。朗読劇「ハッピーバースデー」との出会いが、ファンドのターニングポイントと言える。朗読劇が子どもたちの生きる力、大人たちの気づきにつながり、子どもたちを応援する輪がさらに広がっていくことを期待したい。

特定非営利活動法人

北海道グリーンファンド

<http://www.h-greenfund.jp/>

設立

1997年7月

所在地

北海道札幌市中央区南1条西7丁目16番2 岩倉ビル3階

設立経緯

生活クラブ生活協同組合・北海道の有志が、市民の手によるエネルギーづくりの実践のために設立。

目的

環境負荷の少ない、持続可能なエネルギー未来を目指して、市民や地域が主体となった省エネルギー活動の推進と、再生可能な自然エネルギーの普及、促進、及びそのために必要な社会的制度、政策の提言と実現をもって社会全体の利益の増進に寄与することを目的とする。(定款より)

事業

1. グリーン電気料金制度(会員が、月々の電気料金に一定率の「グリーンファンド」を加えた額を支払い、グリーンファンド分を自然エネルギー普及のための基金とする。)
2. 市民共同発電所づくり
3. 自然エネルギー・省エネルギー普及啓発活動
4. エネルギー政策提案
5. ネットワークづくり
6. グリーン電力証書など環境価値の仲介

地域

主として北海道

グリーンファンド基金の状況

	2010年度	累計
収入	850万円	7320万円
市民風車建設費として拠出	1000万円	6447万円

※収入はグリーン電気料金制度及び一般寄付等より年度毎に拠出金額を確定

会員

グリーン電気料金制度参加者1100名(うち定率会員800名強、定額会員300名・団体)*正会員は登録制

組織構成

役員10名(もしくは理事8名、監事2名)

関連組織

株式会社市民風力発電

市民風車の建設と保守運転管理を行うために設立された「市民がつくる」風力発電事業者

株式会社自然エネルギー市民ファンド

- ・各地の市民風車プロジェクトに係る匿名組合出資の募集・運営及び管理、事業計画・資金計画のサポート
- ・自然エネルギー普及に資するファイナンスに係る新たなビジネスモデルの開発

スタッフ

常勤7名

取材先: 2011年1月26日 小林ユミ 事務局次長

close
up

- ▶ 会員が月々の電気料金に5%のグリーンファンド分を加えた額を支払い、グリーンファンド分を自然エネルギーによる「市民共同発電所」設置のための基金として積み立てて運用。
- ▶ 「市民共同発電所(市民風車)」建設のため、風力発電事業者、出資の募集を行う会社を設立して実現。
- ▶ 太陽光発電の設置支援、グリーン電力証明の発行、カーボンオフセット制度への参加などを通じて、省エネライフや自然エネルギーの普及を促進。

市民の力で持続可能なエネルギー未来をつくる

「生活クラブ生活協同組合・北海道」の中に、エネルギー問題を扱う組合員の活動グループがあり、チェルノブイリ原子力発電所事故をきっかけに、自分たちが使っているエネルギーについて考えるようになった。国の政策の変更や企業の方針転換を待つのではなく、できるだけ省エネをして、自分たちが使う電力を再生可能なエネルギーに転換できないかと考えた。海外事例を調べ、専門家から話を聞き、市民の力で再生可能なエネルギーをつくっていくことができると知る。

自分たちが電気を使って豊かで楽しく快適な生活をするのであれば、それに対する**応分の負担**をして、それを積み立てて、再生可能なエネルギーづくりに役立てようという、**消費者・生活者の立場からの活動**がスタートした。生協の組合員活動から一歩踏み出し、より幅広い生活者層、地域に広げていくため、NPO法人を立ち上げて活動することとした。

誰でも無理なく地球環境の保全に貢献できる「グリーン電気料金制度」

「グリーン電気料金制度」は、月々の電気料金に5%のグリーンファンド分を加えた額を支払い、グリーンファンド分を自然エネルギーによる「市民共同発電所」を建設するための基金として積み立て、運用する制度。北海道電力への電気料金の支払いを第三者が代行するしくみを活用している。

1ヵ月の電気料金が8千円だとしたら、4百円が基金となる。電気代の5%をさらに負担するのではなく、省エネ、節電して電気代を5%浮かせて、その分を基金にしようと呼びかけている。「定率会員」の他に、「定額会員」(個人: 月5千円、法人: 月1万円)も設け、北海道電力の管轄外の賛同者も参加できるようにしている。

グリーン電気料金制度仕組み図



「市民風車」に集まる共感

事業としての実現可能性、採算性の高さから、共同発電所として「市民風車」を建設・運営することが決定された。風車を1基建設するには、当時(2000年)約2億円の資金が必要だった。積み立てていたグリーンファンド基金では賅うことができないが、電力会社による風力発電事業からの電力の買取枠も2000年度末で閉じられようとしており、事業化は待ったなしの状態。金融機関からの融資の目途も立たず厳しい状況の中、専門家等の力を借りて、市民出資のしくみを検討した結果、事業会社を設立し出資を募るとともに、金融機関からの融資をえる道を切り拓いた。一口50万円で出資を募ったところ、会員だけでなく、全国各地の賛同者から、217件、1億4150万円が集まった。

出資は寄付とは性格が異なるが、資金を提供する側にとっては、自分が一生懸命働いて稼いだお金であり、**出資者が頑張った証が風車という形で残ることが価値**につながる。風車には、グリーンファンドの会員、出資者の名前が刻まれたプレートが設置されており、オープニングセレモニーや見学会で風車を訪れた寄付者・出資者の方々に喜ばれている。

その後「株式会社自然エネルギー市民ファンド」を立ち上げ、各地の市民風車事業の事業スキーム作りに貢献している。これまでに全国に建設された市民風車は12基あり、のべ約3600名が出資に参加し、出資総額は約23億円。そのうち、グリーンファンド基金を拠出した市民風車は5基、基金からの拠出額は事業目的会社の設立資金を含め6447万円となっている。

自然エネルギーの普及を促進する多様なしかけ

グリーンファンド基金を活用する新たな取り組みとして、2010年9月にスタートしたのが「**みんなでソーラー発電所（通称みんソラ）**」。家庭などでの導入の拡大を支援するため、設置者に対する直接補助として運営費を拠出。基金で支援した太陽光発電は「市民ソーラー発電所」として登録し、設備の容量や発電実績、売電実績を集計し、全体としてのCO²削減効果などの成果、課題や問題点を共有していく。さらに、「**グリーン電力証書**」を活用し、電気を選び、使うことによって、自然エネルギー事業への支援につなげている。

また、2010年度は、札幌市からの委託事業として「**さっぽろ薪プロジェクト**」を実施。北海道は暖房期間が長いことから灯油の使用量が多く、家庭からのCO²発出量が全国平均の1.3倍ある。北海道には間伐材や倒木などから作ったチップや木質ペレット、薪などの木質バイオ燃料が豊富にあるため、灯油から切り替えていくことを推進している。いわゆるエネルギーの地産地消を推進するための実証実験。さらに、ペレットストーブの導入を推進するため、「**カーボンオフセット（国内）**」も活用。カーボンオフセットでは、ペレットストーブ使用によって削減したCO²の削減分を地域企業等に販売し、家庭の収入とすることができる。



地域とのコミュニケーション

市民風車の建設地を決定する際には、地元の方々にも風力発電の価値を説明して理解を得たり、地元の子どもたちに風車の名前を募集したりしている。地元住民や学校からの見学の受け入れも行っている。

また、体験型の環境教育、保温調理講習会など、ファンドの方から地域に足を運び、様々な啓発活動を実施している。たとえば、高校の家政科と協力してエコ調理実習を行い、地域住民に気づきを発表する機会もつくっている。

取材者からひとこと

当初のスタッフは、生活クラブ生協出身の職員で、エネルギーの素人だったが、必要に応じて、エネルギー政策、電力会社の買電制度、出資を募るしくみ、風力発電建設に関する知識などを、専門家の力も借りながら学び、画期的なプロジェクトを提案し、実現してきた。たとえ困難な道であっても、情熱を持ち、切り拓いていこうとする強い意思が感じられる。行政や企業に要望するだけでなく、自らが求めるものを実現するために応分の負担をし、行動する消費者・生活者は持続可能な社会づくりの大きな推進力となるだろう。

社会福祉法人

広島県共同募金会

<http://220.110.217.42/h-kenkyobo/index.shtml>

経緯

赤い羽根のシンボルで知られる共同募金は、戦後間もない昭和22（1947）年に始まり、平成22年で64回目を数える。「国民たすけあい運動」として開始された共同募金は赤い羽根募金として広く定着し、地域福祉を推進する地元の社会福祉協議会の事業をはじめ、さまざまな地域で活動する市民・団体による福祉活動・各種福祉サービス事業及び社会福祉施設の整備事業など、福祉コミュニティを実現する資金として幅広く役立てられてきている。

平成21年度に、全国一斉に行われる10月から12月までの共同募金運動の期間に加えて、厚生労働省の承認のもと、広島県共同募金会は、全国で初めて1月から3月までの3ヵ月間を共同募金運動の期間拡大をし、「テーマ募金」を実施した。

目的

国民たすけあいの精神を基調として、広島県における社会福祉事業その他の社会福祉を目的とする事業の健全な発達及び社会福祉に関する活動の活性化により、地域福祉の推進を図るために、共同募金事業を行うことを目的とする。

事業

1. 共同募金に関する広報活動の実施と世論の醸成
2. 受配者の範囲及び配分予定額の決定
3. 募金目標額の決定
4. 募金及び配分の実施並びに寄付金の管理
5. 受配者に対する配分使途の監査
6. 受配者指定寄付金の受入れ及び審査
7. 中央共同募金会において議決した事項の実施
8. 社会福祉協議会との連絡調整
9. 民間社会福祉資金の総合的調整
10. その他この法人の目的達成のため必要な事業

地域

広島県

募金実績

年 度	募金実績額
平成19年度	359,712千円
平成20年度	353,065千円
平成21年度	370,782千円

組織体制

- 評議員31名、理事15名、監事3名
- 会長、副会長3名、常務理事・事務局長、スタッフ5名

取材先：2011年2月7日 常務理事・事務局長 吉実 正博 氏

close up

- ▶ 新しい寄付者、寄付を募る人の開拓のため、募金者による使途選択募金（ドナーチョイス方式）を活用した2種類のテーマ募金を期間延長（1月～3月）して推進。
- ▶ 「広域テーマ募金」として、広島県内のNPO団体との協働による「社会課題解決プロジェクト」を推進。
- ▶ 「地域テーマ募金」として、各地の市町社会福祉協議会との連携のもと、身近に起こっている課題に立ち向かう地域住民の活動を支援する「地域活動支援プロジェクト」を推進。

「市民の力を引き出す」共同募金のあり方を模索

共同募金は法律（社会福祉法）に定められた募金として、長年、地域福祉の活動を支える民間の財源となってきた。しかし、1995年をピークに募金総額は減少しており、予め必要とされる目標額を下回るようになってきている。

広島県共同募金会には、伝統や権威、これまで培った信頼に胡坐をかき、**従来の枠組みの中での発想に囚われていては生き残れない、という強い危機感**がある。そこで、共同募金を通じて、市民の力を引き出し、今の時代に求められる**「新しい支え合い」を実現**するために、寄付者が使い道を指定できる**使途選択募金（ドナーチョイス方式）**を活用した、これまでにない新しいプロジェクトを開発し実施することとした。

社会課題解決のためのNPOとの連携

従来の共同募金は、申請のあった団体やその活動内容を審査して募金計画を立てて助成金を出すというアプローチ。「社会課題解決プロジェクト」では、実行委員会を立ち上げ、社会課題解決という共通のテーマのもと、**参加団体と協働して共同募金運動**を行って各団体の活動を支援する。

この事業のきっかけとなったのは、2006年度に実施した、**障害をもった子どもたちの療育を支援するための募金**。「制度改革により保護者の負担が増えて子どもたちが通えなくなり、施設もつぶれてしまう」との悲痛な訴えを受けて実施した。当時、行政が行うべき事業の補填ではないか、との批判もあったが、「**今まさに溺れている人々を見逃すことができない**」と募金に踏み切った。

「社会課題解決プロジェクト」では、自殺や虐待の防止活動、ニート、路上生活者、多重債務者、難病者、被災者、犯罪被害者の支援など、喫緊に解決しなければならない課題の解決に取り組むNPOを、新聞などを通じて公募。書類選考と個別面接を経て参加団体を確定している。共同募金会では振込用紙付チラシやポスターなどを準備し、社会課題に対する県民の認知度向上につながるような情報発信をしている。参加団体には、寄付者と直接顔をあわせて説明しながら募金運動を展開してもらい、集まった募金に共同募金からマッチングギフトを加えて助成する。

	参加団体数	募金実績
2009年度	▶ 10団体	▶ 26,055,849円
2010年度	▶ 15団体(継続8、新規7)	▶

column ひろしまチャイルドライン子どもステーション 上野和子 理事長インタビュー

子どもたちからの電話を受けるという現場を持ちながら、精力的に募金活動をするのは現実的には難しい面があります。今回、共同募金からのマッチングギフトがあるということが、私たちのやる気に火をつけました。家族や友人、関係する団体をはじめとする知り合いに、口コミで寄付をお願いしました。共同募金の振込手数料免除の振込用紙を使って募金すると必ずチャイルドラインに入り、しかも上乘せがあるというのは説得力があります。2009年度は目標70万円に対して200万円の寄付が集まりました。2010年度は、

ひろしまが受信する電話代相当の100万円を目標にしています。チャイルドラインは、全国统一フリーダイヤル（0120-99-7777）で、月～土曜日の16時～21時まで全国の子どもから電話を受けています。その電話代の総額は約1800万円。共同募金のブランド力を使って、全国ベースでも社会課題解決という目的を持った募金を展開して支援していただけることを願っています。



身近に起こっている課題に立ち向かう地域住民の活動を支援

もう1つのドナーチョイス方式を活用した募金として「地域テーマ募金」を実施。市町レベルで共同募金の窓口となっている社会福祉協議会（以下、社協）に、共同募金を活用して、地域を原点とした多様な活動をこれまで以上に育成し活性化することを促すためのプロジェクトである。社協の持っている機能・能力・情報を総動員して、その地域の生活に密着した社会課題を見極め、その課題に果敢に立ち向かう地域住民の活動を発掘して応援することは、地域福祉の戦略においても重要になる。

「社会課題解決プロジェクト」と同様に、共同募金会では振込用紙付チラシなどを準備するとともに、集まった募金に共同募金からマッチングギフト等を加えて助成する。

	参加団体数	募金実績
2009年度	5事業	3,071,519円
2010年度	10事業(継続3、新規7)	

《地域テーマ募金の事例：大君まちづくり協議会》

小学校の閉校が地域住民の結束を強くする

江田島市の陸の玄関口、大君地区では人口が年々減少を続け、過疎化するとともに、高齢化率は45%に及んでいる。2009年、地域の核であった小学校・保育園が統合により閉鎖され、地域力の低下が懸念された。そのため、前年度から「大君まちづくり協議会」を発足させ、地域住民主導型のまちづくり事業に取り組んでいる。

閉校になった大君小学校は、2006年から3年間、社会福祉協議会の地域まるごと福祉教育の指定校になっており、地域の人たちが頻繁に出入りしていた。閉校を成功させようと地域住民が一丸となり、小学校跡地を地域センターとするまちづくりが本格的に動き出した。

まちづくり協議会には、自治会、女性会、長寿会、子ども会、まちづくりの実践部隊となる空山会など地域の団体が集まって、みんなでまちづくりに取り組んでいる。ただし、協議会と自治会のコミュニケーションが円滑でないと進めづらいため、大君ではまちづくり協議会の会長は自治会長をあて職にしている。

元気で賑やかな生き生きとしたまちづくり

大君地区では、協議会全体だけでなく、空山会や自治会単独も含めて、毎月何らかのイベントが催されている。1月の新年互例会、美術作品展、とんど祭り、2月の雪遊びツアー、4月のお花見会、5月の校庭でのこいのぼり掲揚、8月の盆行事、9月の敬老会、旧小学校の環境整備、10月の区民運動会など、笑顔あふれる大君にしていくための様々な活動を展開している。12月には友愛活動を実施。子どもたちがサンタの衣装を着て80歳以上の方や一人暮らしの高齢者を、プレゼントに手紙を添えて訪問している。その時、自治会・空山会員が同行して安否確認を行っている。家に帰った子どもたちを、サンタの衣装を着た空山会員が訪ね、お礼とともにプレゼントを届けている。

郷土愛をくすぐる募金活動

大君地区では、まちづくり協議会や空山会の活動を支えるため、さまざまな募金活動を行っている。

2009年度、2010年度には、江田島市社会福祉協議会からの紹介で、共同募金の「地域テーマ募金」の事業に選ばれ、大君地区に在住する人々だけでなく、同窓会名簿を活用して協力を呼びかけた。2009年度は、「輝け大君！創造事業」

として、振込用紙付のチラシだけでなく、手紙をつけて地域の現状を説明し、募金をお願いした。小学校や保育園が廃校になったことにショックを受けた人が多く、90万円以上の募金が集まった。そのうち約50万円は市外の地区出身者からだった。募金者には、活動報告を送り、募金が活きたことを伝えるようにした。2年目は、前年に使わなかった名簿を使って、協力を呼びかけている。

その他にも、とんど祭りの際には、子どもたちの雪遊びツアーのために、空山会が樽募金を行い、毎回、20万円前後の募金が集まる。樽募金は、終戦後に広島に市民球場を作る際に、大きい酒樽を置いて募金したことが起源。

諦めの中に希望を

まちづくり協議会の眞谷宏美会長は、活動拠点である旧大君小学校に常駐し、地域住民や各団体関係者が気軽に相談に立ち寄れる状況をつくっている。また、広報紙「輝け大君」を隔月で発行し、地域の中心である学校跡地をできるだけ多くの人に使用してもらえよう啓発している。

自治会役員たちは、大君地区に新しい住民が増えることはないと考えている。だから、今いる人で大君を活性化して盛り上げていくしかない、と、覚悟している。自分の子どもや孫に、「お盆には大君のおじいちゃんのところに行こう」と思ってもらえるような魅力あるまちづくりを、空山会の若い年代層を後継者として育成しながら推進することを意識している。

取材者からひとこと

広島県共同募金会では、元広島東洋カープ投手、池谷公二郎氏という広島県民にとってヒーロー的存在の人を会長に迎え、身近な仕組みとしての共同募金をアピールすることに成功している。募金額の減少という八方塞がりの状況を打破するために、型破りの募金運動を展開。その理由の一つは、共同募金の伴侶である社協が、地域の新たな支え合いを実現するために発憤興起することを期待しているからと、吉実常務理事は語る。大君地区の取り組みが示すように、高齢化・過疎化が急速に進む中山間では地域活性化の担い手は住民が中心となる。そこを支えていくには、社協がその機能・能力を総動員して、地域福祉の戦略に位置づけて取り組む必要がある。既成概念に囚われて思考停止するのではなく、自分がやらなければという思いを持って知恵を出し、オンラインを作りだしていく。そこに、共同募金や社協のスタッフとしてのおもしろさがある、という吉実常務理事の姿勢に惹かれて、大勢の応援団が集まり、新しい活動の実効性の向上に寄与している。

富山県共同募金会 黒部市共同募金委員会

設立経緯

赤い羽根共同募金運動は、47の各都道府県にそれぞれ共同募金会が組織され運動を展開しているが、都道府県共同募金会はさらに市区町村に共同募金委員会をおいている。

目的

共同募金運動要綱「共同募金会は、地域住民に、より身近な実践機関の役割を果たすため、市区町村の区域などに、共同募金委員会を置く。共同募金委員会は、共同募金会が定める諸計画に基づき、募金・助成・広報・共同募金ボランティアの研修等の活動を区域ごとに分担して実施する。」

事業

- 募金活動
戸別募金、イベント募金、街頭募金、法人募金、職域募金等
- 啓発活動
市内一斉募金、ありがとう運動、資材開発、福祉教育・ボランティアとの連携
- 委員会の運営
運営委員会、助成審査会
- 募金運動推進会議
助成団体、ボランティア等で共同募金について考える会
- パートナーミーティング
地域のイベントに参加し共同募金のPRやありがとう運動を行う
- 赤い羽根共同募金プロジェクトチーム会議
近隣2市2町で協働し、共同募金推進について考える会

地域

富山県黒部市

募金実績

	黒部市
平成20年度	6,146,253円
平成21年度	6,580,058円
平成22年度	6,755,307円

助成事業

平成20年度 件数：9件 ／ 金額：2,785,000円（広域助成を含まない）
平成21年度 件数：9件 ／ 金額：3,580,000円（広域助成を含まない）
平成22年度 件数：11件 ／ 金額：4,005,000円（広域助成を含まない）

組織体制

委員16名、監事2名
会長、副会長2名、事務局長、スタッフ1名（社協職員が全体協力）
・委員選出区分
社会福祉協議会、民生委員児童委員協議会、地区分会長、福祉団体、行政、助成団体、NPO法人等

取材先：2011年1月25日 富山県黒部市社会福祉協議会 地域福祉課主任 小柴徳明 氏

close
up

- ▶ 共同募金改革における取り組み（募金額の増強、新規助成先団体の開拓等）を市町村レベルの担い手である社会福祉協議会で具体化して実施。
- ▶ 寄付者が助成先とつながることによって「イメージできる共募」を目指す。
- ▶ 募金箱＋パンフレット＋ポスターの営業ツールを作成し、共同募金のしくみに対する地域住民の理解促進。
- ▶ 他の地域と協働で募金運動に取り組む意識の醸成など、社会福祉協議会職員の意識改革。

イメージできる共同募金へ

誰もが知っている赤い羽根、だけど知らない赤い羽根の仕組み、見えない助成先。赤い羽根というブランド力にもかわらず、その実態はあまり地域住民に知られていない。

富山県共同募金会黒部市共同募金委員会（黒部市社会福祉協議会が担当）では、共同募金への理解を促進するため、2008年11月に「赤い羽根パートナーミーティング」を実施。県内初のミーティングには、地区会長や他市町村の代表など150名が集まったが、担当者には地域住民に伝わったという実感がなかった。そこで、寄付してくれる地域の人々に直接お礼を言いたいと考え、「**ありがとう運動**」を展開した。

「ありがとう運動」は、**福祉教育の講師として学校を訪れる機会を活用**することから始まった。たとえば、「今日の手話の講師は、共同募金の助成を受けている団体の方です」と紹介し、手話講師には「皆さんからの募金でこういう活動をしています。ありがとうございます」と言ってもらう。予想以上に学校の反応がよく、先生にも喜ばれた。募金受け取りの際には学校や企業に出向き、助成団体の方に受けとってもらい、どんどん顔の見える関係を作っていく。そうすると、赤い羽根を見たときに、具体的な団体や活動を思い描くことができるようになってくる。「ありがとう運動」は、自分たちの活動を地域住民に紹介する機会として助成団体にも歓迎されている。助成先も寄付者も近くにいるため、皆が繋がっていけば、「**ありがとう**」と**寄付の循環**ができ、どんな募金にも負けないものになるという手ごたえを、担当者は感じている。

募金倍增のための営業ツール開発

黒部市共同募金委員会の担当者は、共同募金への理解促進を募金額増加という成果につなげたいと考え、2009年、近隣市町村の共同募金担当者と一緒に「**下新川圏域協働事業赤い羽根募金プロジェクトチーム**」を立ち上げた。市町村の共同募金担当者は1人というところが多く相談相手がいないため、担当者としての思いや課題を共有し、知恵を出し合って共同募金改革に取り組むことにした。

チームには、**黒部市、魚津市、入善町、朝日町の各共同募金委員会**、富山県共同募金会、中央共同募金会アドバイザー、クリエイティブディレクターがメンバーに入り、組織内部の意識改革や募金に対する市民の意識改革等の調査研究・検討を行い、新たな広報資材の開発に取り組むことにした。

当初、委員会担当者は募金を増やすための方法論に関心があったが、アドバイザーとクリエイティブディレクターから「何のための共同募金か？」という根本的な質問を投げかけられ、その解を導き出すために会議を重ねた。その結果、共同募金は、「まちのやさしさを集めること」であり「**地域住民のしあわせのために**」という目標があることが明確になった。共通認識に達したうえで、募金倍增計画という話題に移ったために、前向きな意見が出るようになった。

募金を増やすためには、募金箱を設置し、ポスターを貼り、共同募金の仕組みを伝える、ということが全て繋がる必要がある。地域住民に関心を持ってもらうための広報資材として、「迷子にならない募金箱です。」「募っているのはやさしさなんだと思う。」という**2種類の「語る」募金箱、小冊子パンフレット、ポスター、パネルを制作し、**

「7割が自分のまちに使われている」という使い道をアピールした。

この広報資材を営業ツールとして、地域に出ていき、説明して理解を求めたところ、訪問した95%以上の店舗や場所が賛同して募金箱を置いてくれた。やがて、お店の人がお客さんに共同募金について語りだし、口コミで広がっていくようになった。



家庭で共同募金について語るきっかけとなった「募金箱コンクール」

プロジェクトチームでは、2010年に「**子どもたちの募金箱展**」を実施。募金箱募集のチラシを学校で配付してもらい、夏休みの自由研究として募金箱づくりを呼びかけた。9月1日を応募締切として、学校にとりまとてもらい、各市町の担当者が集めて回った。500個を超えるユニークな募金箱が集まり、10月から12月の3カ月間、**入賞32作品と全作品の写真パネルを巡回展示**した。各市町では、それぞれの地域の子どもたちの作品もあわせて展示した。会場は、人が大勢集まる場所にしようと、スーパーマーケットに依頼し、来場者には最優秀賞を決めるための投票をしてもらった。

募金箱をつくる過程で、子どもたちは親に相談し、親も一緒に共同募金について調べたり、考えたりする。親子だけでなく祖父母も展示会場を訪れ、子どもの作品を探す。子どもは一人でもたくさんの家族に共同募金を理解してもらうきっかけとなる。展示会終了後は、「**家庭に帰る募金箱**」とし、各家庭で共同募金に愛着を感じてもらえるようにしている。

column 優秀作品賞を受賞した小学4年生の言葉

ぼくの作った募金箱が賞をもらい、とてもうれしいです。ありがとうございます。

ぼくには知的障害の兄がいます。今日「きょうだいセミナー」という知的障害者の本人ときょうだい、親の勉強会に参加するので欠席しました。赤い羽根募金にぴったりの、ふくしのセミナーです。

ぼくの作った赤い羽根募金箱は、いろいろ考えて、楽しい思い出を表したくて夏祭りのお店にしました。ふくしと聞くと、くらい感じがしますが、ぼくの募金箱の夏祭りを見て、みんなが元気・勇気を出してもらえると、うれしいです。

共同募金に本気で取り組む社会福祉協議会へ

プロジェクトチームの会合は**2市2町を巡回して開催**。地元社会福祉協議会の上司や他の職員にも出席してもらい、組織内での理解も進む。黒部市社会福祉協議会では、共同募金が始まる10月1日に、全ての職員のパソコンの壁紙を共同募金のものに変え、壁という壁にポスターを貼って、**共同募金の本丸である社会福祉協議会が本気だ**ということを外内に示している。会議や朝礼でも共同募金のことを話題にし、「**ありがとう運動**」をする助成団体に同行してもらうなど、**組織内の意識は確実に変化**している。

助成団体との関係も変化しており、街頭募金にも一緒に立っている。また、社会福祉協議会のボランティアセンターと連携し、登録団体向けの説明会を開催するなど、新たな助成先の開拓にもつながっている。

取材者からひとこと

黒部市共同募金委員会担当者の小柴氏は、共同募金の担当になった当初、共同募金を単なる作業ととらえており、募金額の増減にも、固定した助成先への分配にも関心がなかったと語る。彼の情熱に火をつけたのは、共同募金に熱い思いを持つ人々との出会い。社会福祉協議会にとっても共同募金は役立つツールと気づく。さらに、「**ありがとう運動**」を通じて、「**共同募金是最強の福祉教育のツール**」という意を強くする。社会福祉協議会と共同募金という地域福祉との繋がりが強い組織は、今後、地域の課題解決に向けて多様な組織が協働する「場」となっていく可能性があるだろう。

特定非営利活動法人

アサザ基金

<http://www.kasumigaura.net/asaza/>

設立経緯

1995年、霞ヶ浦・北浦流域のネットワーク組織である「霞ヶ浦・北浦をよくする市民連絡会議」の一事業部門として設立（1999年に特定非営利活動法人化）。湖の環境が悪化したために絶滅に瀕していた水草「アサザ」群落を再生する取り組みは、子どもたちが学ぶ学校から始まり、瞬く間に広大な流域に広がり、市民団体や学校、企業、農林水産業、研究機関、行政が協働で進める持続可能な社会づくりへと発展。

目的

100年後に野生復帰したトキが湖面に舞う。そのような霞ヶ浦・北浦流域の自然と人間の共生の未来がアサザプロジェクトの夢。

- 霞ヶ浦・北浦流域の学校・研究者、事業者、行政が参加する市民主導型の協働プロジェクトによって、流域に循環型の社会システムを実現。
- 環境教育や社会的企業を組み込んだ循環型、ネットワーク型、かつ持続的な市民型公共事業によって、流域の自然・文化・産業を再生・創造。

事業

1. 霞ヶ浦の再生事業と学校ビオトープネットワーク事業
2. 環境教育事業
3. 水源地保全事業
4. 地域循環型社会構築に関わる事業 など

地域

霞ヶ浦・北浦流域を中心に、全国各地

参加状況

流域の170の小学校、企業、一般市民を含む20万人（2010年4月現在）がアサザの里親制度や湖岸植生帯の復元事業などに参加。

2009年度：18277名（環境教育事業 13218名、水源地保全事業3266名、その他1793名）

協働事業を実施している企業・地域組織： 29社・団体

会員

会員 286名・団体

組織体制

理事8名、監事2名、顧問1名、スタッフ9名

close
up

- ▶霞ヶ浦・北浦流域の環境保全と持続型社会の構築をめざす「市民型公共事業」
- ▶アサザプロジェクトは中心に組織のないネットワークであり、中心には「協働の場」「価値創造の場」がある。そうした「場」の創造がNPOの役割。
- ▶環境や福祉、産業、教育などの分野の壁を越えた事業を展開し、個々の事業から始まる付加価値の連鎖をとおして、地域に新しい人、物、金の動きをつくりだす。

縦割り化した取り組みの限界を越える「市民型公共事業」

霞ヶ浦は、面積では日本で2番目に大きな湖沼。流域面積は約2200km²で、28市町村を含み、茨城県、千葉県、栃木県の3県にまたがる。この流域は、工業化や都市化により、水質汚濁、漁業や農業の衰退、森林の減少などの問題を抱えている。これまで行政は個別の施策や事業を行ってきたが、抜本的な改善には至っていない。

そこで、アサザ基金は、**従来からの自己完結的な取り組みを、連鎖的で循環型の取り組みへと転換する**発想に基づき、アサザプロジェクトをスタートさせた。

「アサザプロジェクト」は、湖岸植生帯の復元、水源の山林や水田の保全、外来魚駆除、放棄水田を活かした水質浄化など、大学や企業の先端技術、地域振興、環境教育と一体化しながら流域全体で展開している。

最初に取り組んだのは、コンクリート護岸で破壊された湖岸植生帯を回復すること。アサザなどの在来水草を小中学生や市民が育てて植戻すという「**アサザの里親制度**」は、人の手で実施可能な公共事業。**小学校にビオトープ池を設置**して水草を育てることが、本来の湖を体験し理解すること、学区内から集まってくる生物をしらべることなどの**環境教育の場**となる。さらに、水草を根付かせるために、**森林組合**と連携して流域の木材（粗朶）を使った消波施設を提案し、これが**建設省の公共事業**として採択された。消波施設は漁礁となり、水産資源の保護育成にも役立つことから、**漁業組合**とも連携している。

本来つながっているはずの湖、川、水田、森林などに対してばらばらに行っていた公共事業をNPOが相互に連携させることで、事業の効率化と新たな事業展開を実現している。

ひとつの事業から付加価値の連鎖を創造

「アサザプロジェクト」は、上述した湖岸植生帯の回復への取り組みのように、従来の分野の壁を越えた事業展開を実現している。ひとつの事業を契機に、その波及効果を地域全体に広げる「市民型公共事業」の発想は、少ないコストで最大限の効果を生み出すことができる。個々の事業から始まる付加価値の連鎖により、地域に新しいヒト、モノ、カネの動きをつくりだしている。

たとえば、**魚で湖と地域を活性化するビジネスモデル**では、霞ヶ浦・北浦の外来魚・未利用魚を漁協から買い上げ、魚粉化工場で魚粉化する。魚粉を肥料に使ったエコ農産物を流域で生産し、地元流通業へ出荷し、最終消費者も参加して高付加価値ブランドを創出している。耕作放棄地が進む谷津田で育てた酒米を使った「地酒」づくり、地元漁師から適正価格でエビを買い、魚粉を使って育てたナタネ油を使って揚げた「漁師せんべい」など、**地域ブランド品**の開発にも取り組んでいる。

中心に組織のないネットワークにおけるNPOの役割

「アサザプロジェクト」の中心にあるのは「協働の場」「価値創造の場」「マーケティングの場」であり、組織は存在しない。1つ組織が中心になってしまうと、その組織のプロジェクトになってしまい、多様な組織を巻き込むことができなくなる。「アサザプロジェクト」という場での様々な出会いを促すことで、人々の生活文脈に沿ったネットワークを地域に広げ、行政、企業、農協、漁協など縦割り組織の壁を超えたつながりを組織間に次々と生成させよ

うとしている。ネットワークによって、組織同士を隔てる壁が少しずつ溶けはじめて膜になり、細胞膜でつながる生命体のように、柔軟で新陳代謝の活発な「場」を目指している。

そうしたネットワークでのNPOの役割は、**社会の触媒やホルモンとして機能すること**。離れた組織同士を結び、**社会に潜在する機能や価値を浮上させていく役割**を担うことが期待されている。

そのため、「アサザ基金」というNPOでは、組織力、安定性、規模は事業を進める上での前提条件ではない。むしろ、そこに関わる人が自由な発想で、その人が持つ自分なりのポテンシャルを引き出す「場」であるべきと考えている。しかし、同時に個々人の責任領域を明確にして、資金の流れを管理し、事業を動かすという、いわゆる**縦割りの機能も意識的に必要**となる。スタッフには、農家なら農家、漁師なら漁師ときちんと向き合い、それぞれ相手の世界をしっかりと理解しながら仕事をすすめることを推奨している。それらを横断的に見て、違う分野の人や組織をつなげて波及効果や新しい価値を生み出していく役割は、主に代表理事である飯島博氏が担っている。

飯島氏は、「事業の**成果は、自分の中にかつ起こる変化で判断する**」と明言する。一般的に言えば、成果は想定した目標を達成することを指すが、事業というのは、数値化されたもの、形式化されたもの、マニュアル化されたものをパズルのように組みあわせれば完成というものではない。**現場から触発を受けて、現場で起こる変化を感じ取る**。こういう発想が社会の中で価値創造を引き起こすということを目のあたりにすれば、自分の中に変化が起こり、新しい価値や次の展開が見えてくる。飯島氏だけでなく、それぞれの担当者にも、その人なりの変化が生まれて成長していくことが「アサザプロジェクト」のダイナミックな活動を支えている。

取材者からひとこと

アサザ基金は、既存の枠組みにとらわれない鳥瞰図的発想で異なる組織をつなぎ、新たな価値を生み出している。あるシンクタンクが、アサザプロジェクトの効果測定を試みたが、複雑すぎて算出できなかったそうである。飯島代表は、さまざまな個人や組織の「物語が共有される場」を通して、具体的な物語（事業やビジネスモデル）を語ることが重要と説く。そうした場が増えれば、日本の社会・経済も活性化するだろう。



認定特定非営利活動法人

シャプラニール=市民による海外協力の会

<http://www.shaplaneer.org/>

設立

1972年9月（認定取得：2009年9月）

所在地

東京都新宿区西早稲田2-3-1 早稲田奉仕園内

設立経緯

1972年春、前年に独立したばかりのバングラデシュへ派遣された日本の青年ボランティア「バングラデシュ復興農業奉仕団」の有志が、「バングラデシュの人々にとって本当に役立つ援助とは何か？」を真剣に考え、継続して活動していくための組織として、新宿歩行者天国で街頭募金を集めるなどして資金を作りながら「HBC（ヘルプ・バングラデシュ・コミティ）」を結成。

目的

市民の自発的参加と責任に基づき、南北問題に象徴される現代社会の様々な問題の解決のために必要な海外協力等の諸活動を行い、すべての人が持つ豊かな可能性が開花する社会の実現をめざす。（定款より）

事業

- 海外活動：①貧困層を対象とした生活向上のための活動、②ストリートチルドレン支援活動、③家事使用人として働く少女たちへの支援活動、④災害リスク軽減のためのコミュニティ開発、⑤働く子どもたちへの支援活動、⑥貧困層に配慮した地域防災・開発支援活動、⑦災害緊急支援・復興支援活動、⑧貧困女性の生活向上支援
- 手工芸品販売による生産者の生活向上支援活動（フェアトレード）
- 国内活動：①バングラデシュ・ネパールへのスタディツアー、②講演会や勉強会などの国際協力への理解促進活動、③開発教育および出版活動
- 知的貢献活動

地域

バングラデシュ、ネパール、インド、日本各地

組織体制

代表理事1名、理事9名、監事2名、評議員29名

支援者

会員：2258名（2010年5月末現在）
マンスリーサポーター：1039名（2010年5月末現在）

スタッフ

有給専従：国内13名、海外駐在員4名、現地スタッフ22名
その他：嘱託2名、アルバイト2名、インターン3名

（部門）	（業務分担）	日本人スタッフ数
海外活動グループ	▶ 海外活動（現地事務所を含む）、ODA等の公的資金の管理	▶ 5名（うち3名は海外駐在）
国内活動グループ		
広報	▶ 広報全般、開発教育、ウェブサイト運営、プリントメディア制作、企業・団体との連携	▶ 2名
ステナイ生活		▶ 1名
支援企画	▶ 支援者拡大、支援者へのサービス	▶ 1名
クラフトリンク	▶ フェアトレード商品の販売、開発、管理、営業	▶ 3名
総務・会計グループ		▶ 2名（うち1名は海外駐在）

取材先：2011年2月17日 事務局長 筒井哲朗 氏 / 国内活動グループ支援企画 京井杏奈 氏

close
up

- ▶ 南アジアで社会的・経済的に「取り残された人々」の支援活動を現地のNGOをパートナーに実施。
- ▶ 市民に支えられる民間団体としての独立性を保つため、収入に対する自己財源比率を定めて、会費収入や寄付を増やしていくことを目指す。
- ▶ 日本の生活や社会を見直し、問い直していくことも重視し、多くの方が気軽に海外協力に参加できる活動を展開。

すべての人々が豊かに共生できる地球社会の実現

シャプラニールは、1972年の創設以来、「市民による海外協力」を旗印に、南アジアの貧しい人々の生活向上のために活動を展開してきた。シャプラニールは、過去の失敗から学び、「直接支援」から「パートナーシップ」へ、「協力」から「共生」へと、そのアプローチを変化させてきた。

当初は、日本人が駐在生活をしながら、青空識字学級と戦争で夫を失った寡婦たちにジュート（黄麻）を使って手工芸品を作ってもらう仕事を展開。女性たちの暮らしは向上したが、1977年、駐在事務所が強盗団に襲われる事件が起こった。日本人が主役の支援活動になっていなかったか、それが村に新たな軋轢を生んでしまったのではないかと猛省を強いられる。

1980年代は、現地の住民組織や若い人たちが自分たちで始めた村おこしの活動を支援する活動に移行し、1987年には、村のグループをシャプラニールの傘下に置く直接支援に転換。それによって、組織運営や現地活動がスムーズになったものの、しだいにスタッフがサラリーマン化し、1997年にストライキが勃発するなど、紆余曲折があった。

1999年～2005年にかけて、村の事務所を3つの現地NGOにのれん分けして独立させ、現地のスタッフや村人がより積極的に地域の問題に関われる体制を整えた。あわせて、日本のNGOとして何をすべきかを改めて問い直し、都市化の進展、経済発展によってバングラデシュやネパールに生まれてきた新たな課題に目を向けて活動することを決めた。

2005年以降は、ストリートチルドレンや働く子どもたち、寡婦や老人、障がい者など社会的・経済的に「取り残された人々」の支援活動を、現地のNGOをパートナーにして実施している。現地での活動は「当事者自身の生活向上への主体的な参加」が基本であり、日本人の関わり方によって、住民の依存心を生むことのないよう、細心の注意を払っている。さらに、地域住民や雇用主など周囲の人々に働きかけ、現地の人々がストリートチルドレンや働く子どもたちを支援する流れを作り出すための啓発活動に力を入れ始めている。また、「取り残された人々」を生み出すグローバルな社会経済構造の一端を担っている日本をはじめとする援助する側の人々も当事者であるとの視点に立って、「あげる支援」ではなく「ともに歩む支援」を呼びかけながら、日本国内での支援を募っている。

「市民による海外協力」を貫くための自己財源比率

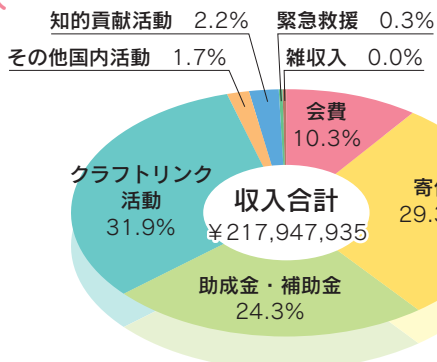
シャプラニールでは、市民に支えられる民間団体としての独立性を保つため、収入に対する自己財源比率を7割以上にするのを組織の掟としてきた。自己財源には、会費、寄付、クラフトリンク（フェアトレード）の売上のほか、組織が蓄積してきた知見を役立てた調査などの「知的貢献」も入れている。2009年度の自己財源比率は75.7%。

国際協力の分野では、1990年代以降、NGOと外務省やJICAとの間に定期協議の場が設けられるようになり、NGOに出される補助金・助成金のしくみは大幅に拡大していった。しかし、しくみができ始めた時期に、シャプラニールは自己財源比率にこだわり、政府資金を活用する流れに意図的に乗らなかった。そのため、予算規模は1991年から2億円前後で推移している。

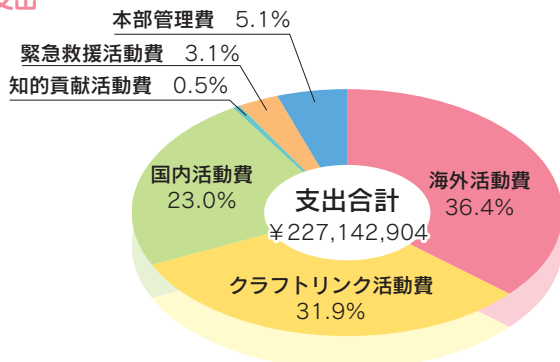
2007年に策定した5カ年計画では、自己財源比率が下回っても予算規模を1.5倍にする目標を掲げたが、外務省側のODA予算の縮小やNGO間の競争などもあり、目標は達成できていない。

2009年度 収入構成比率

◆収入



◆支出



「遠い」を「近い」に。

シャプラニールにとって自己財源獲得のための活動は、単なる資金集めではなく、団体の考え方を伝え、**寄付を通じて活動に参加するモチベーションを持ってもらう機会**。そのため、全ての事業に対して、**スタッフ一人ひとりがファンドレイジングの意識**を持って取り組んでいる。たとえば、支援の現場にいるスタッフも、単なる報告ではなく、**寄付者へのメッセージという視点を持って情報発信**している。

また、『**「遠い」を「近い」に。**』をブランド・ステートメントとして、統一感のあるファンドレイジングを展開している。それは、南アジアの人々が直面する課題を「遠い」ものではなく、自分たちの課題として受けとめ、同じ地球に生きる、一人ひとりの「身近」な取り組みによって世界を変えるきっかけをつくるという、シャプラニールの約束であり、多様なファンドレイジングのためのプログラムを展開している。

ファンドレイジングのためのプログラム

会費・寄付	・会員やマンスリーサポーター拡大キャンペーンの実施（毎年10月～12月の3ヵ月間）
その他の寄付・募金	・定期的寄付の依頼（夏期と年末年始） ・インターネット募金 ・プロジェクト指定寄付：支援対象の情報提供とわかりやすい活動報告
クラフトリンク	・買い物を通じて南アジアの生産者を支えるフェアトレード活動 ・手工芸品の生産販売を通じて「作る人」と「使う人」をつなげる役割を担う ・通信販売、常設・委託販売、イベントでの販売などの運動性を持った販売ルートのほか、楽天市場や生協でのネット販売、企業・団体からの特別注文など事業性の高いチャンネルも開拓
ステナイ生活	・身近にあるものを捨てずに活かす海外協力 ・古本、CD、DVD等はブックオフの協力を得て実施 ・書き損じはがきや使用済み切手、商品券なども収集して換金
知的貢献	・ファンドレイズの一部と意識して取り組む ・これまでの経験・ネットワークを活かした大学での講義、ODA・社会福祉関係の委員就任等 ・助成財団のプログラムづくりへの助言、JICA研修プログラムの開発・受入れの委託等

ストーリー性を持った支援者拡大アプローチ

シャプラニールでは、1990年に800人だった支援者を、**会員とマンスリーサポーター**あわせて3300人に拡大してきた。マンスリーサポーターは、ストリートチルドレンや働く子どもたちがいない社会を目指して、「**毎月の寄付**（1ヵ月1000円以上）」という行動をはじめた人たちのこと。

支援者拡大キャンペーンでは、緊急救援活動への寄付者、クラフトリンク商品の購入者をはじめとする名簿を活用して、毎年約8000通の**ダイレクトメールを発送**している。1990年代は、封を開けてもらえるようゴロゴロ感の

あるものに工夫していた。たとえば、封筒にカレースパイスを入れて「カレーパーティを開いてシャプラニールの仲間づくりをしてください」と呼びかける、ボールペンを入れて「これは識字教室で使っているボールペンです」と伝えるなど、ストーリー性をもったメッセージを発信してきた。2009年には、**ストリートチルドレンが職業訓練として作った新聞紙の封筒を使って発送**したところ、200人が新たにマンスリーサポーターとなった。2010年には300人増を目標に、チラシをリサイクルした封筒で発送し、ホームページとの連動を図ったが、効果があがらなかった。支援企画担当者は、**団体自体が商品**という意識を持って支援者拡大に取り組んでいる。南アジアの人々と共に歩むことを大切にしている団体では、子どもたちの窮状を前面に出して情緒に訴える呼びかけはしたくないという自己規制も働くため、試行錯誤は今でも続く。

強い会員のオーナーシップ意識

シャプラニールは、**強い思いを持った人たちが議論しながら手弁当で作ってきた団体**であり、創立当時から**の会員も多い**。そのため、総会では、シャプラニールについて「私たち」と一人称で話したり、根本的な問いかけなどの厳しい質問も飛んだりする。総会資料は3週間前までに会員に発送することになっており、多くの会員は資料を読み込んだうえで参加する。会員同士が車座になって意見交換する場も設けるなど、**会員が発言できる機会**もつくっている。

また、**徹底的な情報公開や会員の合意形成**を重視していることもあり、団体の哲学や民主的な運営に共感して、**長期間、会員であり続ける人が多い**。退会はこの20年ずっと1割程度に留まっている。

また、発言する会員だけでなく、自ら**行動する会員**も多い。1990年代には、宿泊型のイベント「夏のつどい」をきっかけに、同窓会的に**全国26カ所に地域連絡会**が立ちあがった。地域連絡会では、帰任した駐在員や来日した現地スタッフが講演して回る全国キャラバンの受入れ、バザーでの手工芸品販売、学生と一緒に勉強会を行うなど、各々趣向を凝らした企画を行っている。大学生を中心とした**ユース・チーム**は、学生向けのイベント企画・運営や自主企画の講演会、イベントでのクラフトリンク販売などを行っている。**シャプラニール劇団**として、バングラデシュの村で行われている村芝居を再現し、演じることでバングラデシュの生活文化を知る活動を展開しているグループもある。さらに、2010年の「つどい」の実行委員の有志は「**クシクシ倶楽部**」を新たに立ち上げ、今後活動していくことになっている。

カリスマのいない組織

シャプラニールは**意識的に世代交代**を図ってきたため、カリスマはいない。理事の任期は1期2年で再選2回までの最長6年間となっているため、代表理事も交代してきている。事務局長の任期はないが、前任者は6年目で交代している。

また、**スタッフの採用時には、専門性よりもミッションへの共感を重視**しており、専門職ではなく、**総合職として採用**している。ファンドレイジングのプログラム開発はマーケティングの要素が強く、実際の寄付集めは営業活動に近いことから、企業出身者はその経験を活用しやすい面はある。**大いなる素人**という意識を大切にしており、**支援者の側に立った情報発信**を心がけている。特別な研修はしておらず、OJTと自己啓発によってスタッフを育成している。ただし、国内活動の担当者であっても、現場を見る機会をつくり、「**現地のことを伝えたい**」という思いを育てている。

取材者からひとこと

シャプラニールは、「市民による海外協力」と「当事者性の原則」に徹底的にこだわって活動しており、あるべき論に忠実な団体と言える。割り切りができない分、組織の規模拡大が難しい面もある。ともすると閉鎖的な組織になりがちだが、より多くの市民に参画して欲しいという思いも会員に共有されているため、新しい人々を受入れる土壌もある。海外協力の団体でありながら、現地スタッフをのぞけば、海外活動に携わっている人数よりも国内活動に携わる人数が多いことが、この団体の特徴をあらわしている。

FITチャリティ・ラン実行委員会

<http://fitforcharity.org/ja/>

■ 設立経緯

外資系金融サービス企業の広報担当者の集まりにおいて、2004年12月に発生したスマトラ沖地震への支援状況について情報交換したことをきっかけに、金融サービス業界一体となって地域貢献活動を行うことが提案され、2005年9月に第1回のチャリティ・ラン（走ってファンドレイジング）を開催。FITは東京で事業を展開する金融サービス企業を意味する英文“Financial Industry in Tokyo”の頭文字をとって名づけられた。

■ 目的

地域に根ざした、社会的に意義ある活動をしているものの、認知度等の問題により十分な活動資金を確保できていない団体への寄付を通じて、社会貢献を行う。

■ 実績

	開催年	参加者(団体数)	寄付金	寄付金の対全収入割合	支援団体数
第1回	▶ 2005年	▶ 1561人(41団体)	▶ 1670万円	▶ 86.5%	▶ 5団体
第2回	▶ 2006年	▶ 2845人(54団体)	▶ 3350万円	▶ 89.8%	▶ 6団体
第3回	▶ 2007年	▶ 4811人(66団体)	▶ 5990万円	▶ 91.4%	▶ 6団体
第4回	▶ 2008年	▶ 4761人(77団体)	▶ 5475万円	▶ 93.4%	▶ 10団体
第5回	▶ 2009年	▶ 5182人(97団体)	▶ 5463万円	▶ 92.7%	▶ 6団体
第6回	▶ 2010年	▶ 6717人(101団体)	▶ 6800万円	▶ 90.0%*	▶ 10団体

* 現在最終報告を準備中

■ 2010年の開催概要

開催日時：2010年11月7日（日）午前9時～午後1時30分

コース：国立霞ヶ丘競技場および明治神宮外苑周辺道路周回コース

プログラム：10kmラン、5kmラン、2.5kmウォーク、企業対抗リレー、キッズ・スプリント

参加費：5,000円（16歳未満は無料）

主催：FITチャリティ・ラン2010実行委員会

後援：朝日新聞社、日本経済新聞社

特別支援：財団法人日本サイクリング協会、独立行政法人日本スポーツ振興センター国立競技場

■ 企業からの協力

協賛企業（寄付金50万円以上）47社

企業サポーター（寄付金35万円以上）2社

物的協力企業 57社

■ 組織体制（P48 組織体制図参照）

close
up

- ▶ 金融サービスおよび関連事業を展開する企業で働く有志が、毎年新たに実行委員会を構成し、企画・運営・実施するチャリティ・イベント。
- ▶ 支援対象となる団体は、実行委員会に参画する企業の推薦により募集し、支援先団体担当による精査のうえ、実行委員会参画企業による投票で選定。
- ▶ 収入の9割以上を支援団体に寄付できるよう、協賛企業や物資提供企業を募って運営。

金融サービス産業の地域へのコミットメント

2004年12月に発生したスマトラ沖地震の際、外資系金融サービス企業の広報担当者の集まりにおいて、各社の支援状況について情報交換した。その際、自分たちが働く東京にも社会課題はあり、そのために何かできないかという話になった。“Charity starts at home（社会貢献は家庭から、足元から）”という言葉を実践しようと、企業の枠を超えた金融サービス業界による地域貢献活動として、2005年9月、第1回の「FITチャリティ・ラン（以下、FIT）」が実施された。

FITは、金融サービスおよび関連事業を展開する企業で働く有志が、毎年新たに実行委員会を構成し、企画・運営・実施するチャリティ・イベント。FITで集めた寄付金は、**地域に根づいた、社会的に意義ある活動をしているものの、認知度等の問題により十分な資金を確保できない非営利団体に寄付される**。FITを通じて、支援団体の認知向上を図るとともに、より多くの人が社会課題に取り組む団体と出会い、社会貢献活動に参加できる機会を提供する。

1円でも多く寄付するための組織運営

FIT実行委員会の組織体制は、その年の実行委員会によって決定されるが、2010年は協賛企業を中心とするボランティア有志40～50名によって、**新たに構成され（4月頃）、寄付金の贈呈終了後（2月頃）に解散する**。その間、10月まで毎月1回、それ以降、開催日まで隔週で会合を開催し、FITの企画・運営に係る業務を行っている。

2人の共同委員長のもと、書記、総務、経理、協賛、広報、寄付先団体の各担当に分かれて、チームごとに準備をすすめる。初期段階で、その年の**参加者数や寄付金額の目標を設定し、支援団体の数、選定基準、プロセスを決定**している。

実行委員会の仕事量は多く、持続可能な形で運営するためにNPO法人化する話もあるが、1円でも多く団体に寄付することを最優先にしている。**組織を固定せず、ボランティアとしての運営を徹底しているゆえに求心力がある**という面もある。企業に対する説明会や企業訪問を行い、一社でも多く協賛企業や物品協賛企業を増やすことで、**収入に対する寄付金比率を約9割に保っている**。

「おせっかい」で「大切にしてくれる」寄付

FITでは、支援先団体の公募は行っておらず、**実行委員会に参画する企業からの推薦により募集**している。各企業が、推薦したい団体をインタビューして、寄付金の使途、効果、影響などを指定の推薦用紙に記入する。実行委員会企業に売り込みに来る団体もあるが、アピール力がなくとも意義ある活動をしている団体を支援したいため、企業側による団体の発掘を重視している。

推薦があがってきた団体を「支援先団体担当チーム」において精査したうえで、**実行委員会参画企業による投票で選定**している。

寄付金額は、**1団体あたり550～650万円**を目途としている。NPOの置かれた状況や予算規模を分析し、年間予算を超えず、かつある程度のことを実現できるような規模を模索。また、他の助成金制度と競合しないよう配慮した。その年に集まった収入を均等割りて各団体に寄付している。

取材先：2011年2月16日 FITチャリティ・ラン共同実行委員長 堀 久美子 氏（UBSグループ）

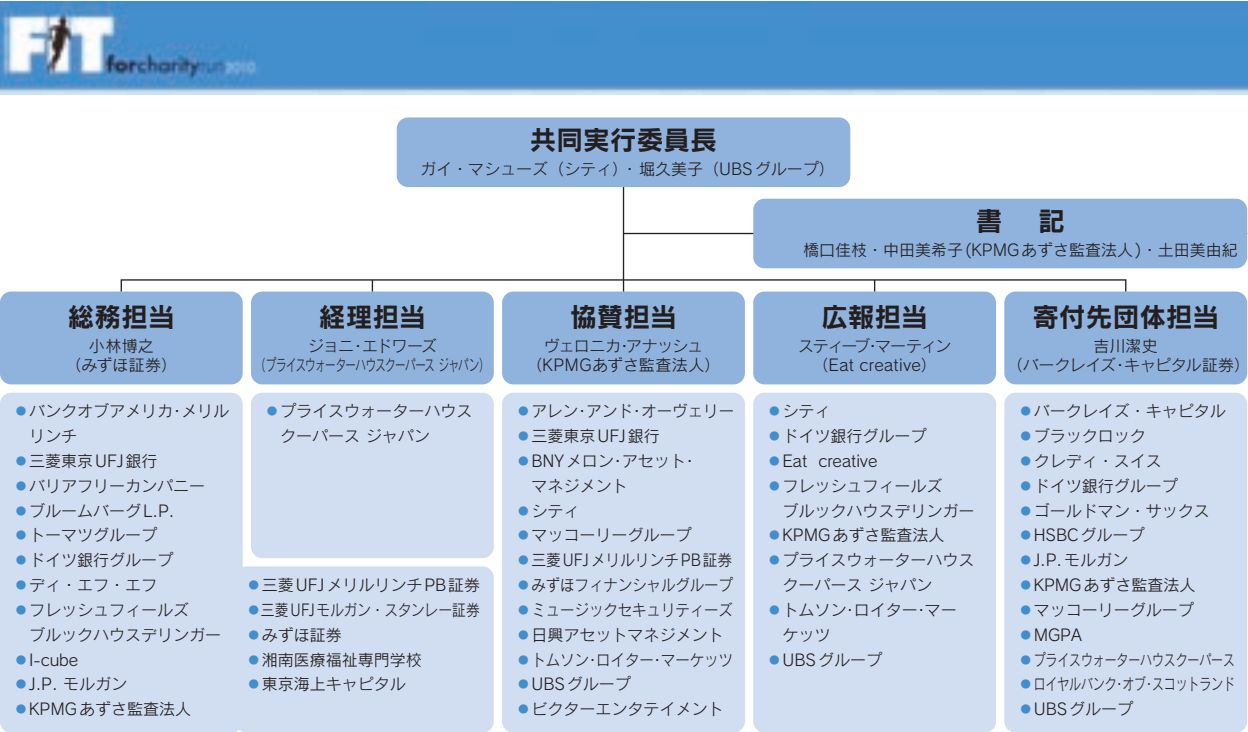
FIT チャリティ・ラン実行委員会

団体にとっては予期せぬ寄付であり、支援先に決まった時点から使途の検討が始まる。寄付を使って**団体の成長**や**飛躍的進展に繋がる活動**をして欲しいというFITからの申し出に沿った活動を計画することが求められる。

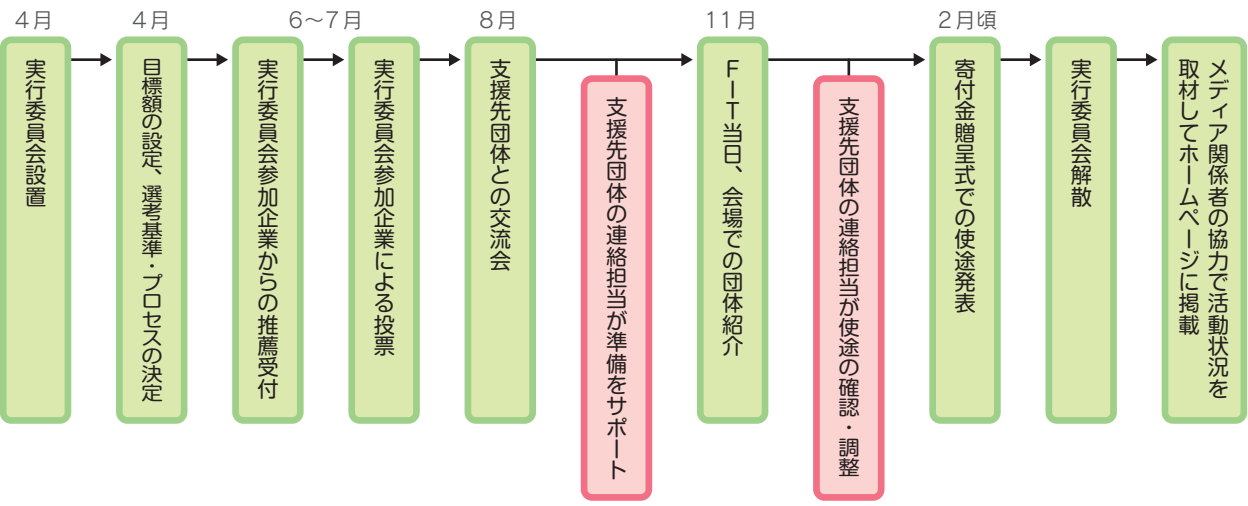
支援団体決定後、実行委員会では支援先団体との交流会を開催し、「支援先団体のためにファインドレイズする」と誓っている。各団体には「支援先団体担当チーム」のメンバーが担当制でサポートし、大会当日の団体紹介ブースに関する打合せ、当日のアテンド、寄付を使って実施する事業の起案支援、寄付贈呈式におけるプレゼンテーションの準備に至るまで、丁寧に支援する。

支援団体からは「FITは大切にもらった感覚が残るイベント」「プレゼンテーションの仕方やパーティ会場などスタイリッシュでカッコいい」「これだけ大勢の人が自分たちを応援してくれているという圧倒感がある」などの声が寄せられている。

FITチャリティ・ラン2010 実行委員会組織図



実行委員会の主な動き（支援先との関係を中心に）



年々成長するFIT

FITの第1回は皇居で開催され、1561人（41団体）が参加し、1670万円を集めた。第1回の成功が大きな反響を呼び、続く第2回、第3回では規模・参加者数ともに前年に比べ倍増した。**2008年以降は会場を国立霞ヶ丘競技場および神宮外苑周回コースに移して開催**。それを機に、企業対抗リレー、キッズ・スプリントなど競技メニューも増え、支援団体ブースの設置、支援先団体と各社CEOとの交流会なども充実した。

第6回（2010年）では、参加団体が101団体、ボランティア含めての参加登録者が6717名、寄付金総額は約6800万円となり、それぞれ過去最高となった。

知名度が高まるにつれて、他の業界からも参加したいとの声が寄せられるようになった。多くの企業や団体から物的支援の協力は得ているものの、基本的に参加は金融サービス業界と関連のある企業に勤める人々とその家族・友人に限っている。

その理由は、FITのアイデンティティ、推進力を強化することによって、FITが明確な目的意識を持って、有意義な活動にも関わらず社会的認知が低いために支援が受けにくい非営利団体をより効果的にサポートできると考えているためである。

金融サービス業界におけるフレンドリーな競争

金融サービス業界は、競争が熾烈であり、人材の流動も激しい。金融サービス業界が一体となって活動することで、業界全体としてのイメージ向上にも貢献している。

さらに、協賛企業では、社内コミュニケーションの促進、チーム精神の醸成、従業員のやる気の向上、ブランドイメージ強化、企業文化の構築、社会貢献精神の育成、CSRの促進など、幅広い効果を実感している。

また、企業対抗リレー、企業ロゴTシャツ、参加人数や寄付金額の競争などを通じて、会社としての一体感を意識できる機会にもなっている。

取材者からひとこと

FITという大規模なイベントを企画・運営できる実行委員会メンバーの情熱と能力の高さには感銘を受ける。自らの責任と自由意思で参加する「ボランティア」の力が遺憾なく発揮される。また、金融サービス業界で働く人々だからこそ、お金の大切さがわかっており、「1円でも多く寄付する」ことにこだわっている。さらに、今、NPOに必要とされる寄付のあり方や選考基準を考え、目利きをしてNPOを発掘するというプログラム・オフィサー的な役割も果たしている。これも、普段からお金を扱う人々として、「預かったお金を有効に使う」という考え方が身についているからかもしれない。ファンドレイジングをする際に見習いたい姿勢である。

認定特定非営利活動法人

子どもの村福岡

<http://cv-f.org/>

設立

2006年7月（認定取得：2009年6月）

所在地

事務局：福岡県福岡市中央区今川2-14-3 サンビル3F

子どもの村：福岡県福岡市西区今津2017-2

設立経緯

2005年度から福岡市の委託で始まった「市民参加型里親普及事業」（委託先：子どもNPOセンター福岡（大谷順子代表））を通じて、「家族と暮らせない子どもたち」の現状を知り、家庭的環境の必要性について認識が深まる。国際NGO「SOSキンダードルフ（子どもの村）」の優れたプログラムを知ったことがきっかけになり、「子どもの村福岡を設立する会」を2006年7月に設立（2009年6月に名称変更）。2010年4月、福岡市西区今津に「子どもの村」を開村。

目的

SOSキンダードルフの理念に基づき、社会的養護を必要とする子どもたちへの援助システムの研究開発を行い、子どもの村福岡を建設し、運営することを通して、日本における子どもたちの社会的養護の発展に寄与する（定款より）

事業

1. 子どもの村の建設・運営事業
2. 社会的養護の子どもと家庭への支援・システムの研究開発事業
3. 子どもの社会的養護に関する情報提供・啓発事業
4. 子どもに関わる個人・団体・企業・その他関係機関などとの連携
5. SOSキンダードルフ国際本部との連携

地域

福岡県中心

資金調達

「子どもの村」建設費総額 235,579千円

＜資金調達の内訳＞

建設協力	47,559千円
資機材協力	29,581千円
寄付	148,439千円

組織体制

理事17名、監事1名、顧問6名、常勤スタッフ3名 ボランティア登録120名

＜支援組織＞

「子どもの村福岡後援会」（理事16名）／「子どもの村福岡を支援する小児科医の会」（世話人20名）

会員

正会員：56個人、27企業・団体

支援会員：1300個人、300企業・団体

close
up

- ▶ 家族と暮らせなくなった子どもたちのために、里親の家庭的環境と専門家によるサポートの両方を取り入れ、地域とつながって子どもたちを育てる、新しい社会的養護のしくみとして「子どもの村」を建設・運営。
- ▶ 子どもに関わる各分野の専門家や行政・企業に多くの人脈を持つ経験豊かな人材が集まり、人材育成、村の設計・建設、資金調達、地域住民との対話など多岐にわたる活動を同時並行で推進し、準備から4年間で「子どもの村」の開村に漕ぎつけた。
- ▶ 総建設費約2億円は、1000名を超える個人と250の企業・団体からの寄付や協力によって拠出された。地元企業を中心とする後援会や小児科医の会もあり、支援の輪はさらに広がっている。

「すべての子どもに愛ある家庭を。」

虐待の増加とともに、家族と暮らせない子どもたちが増え続けるなか、福岡市でも、児童相談所の一時保護所も施設も満杯の状況が続いていた。市民参加によって里親を増やそうと2005年度から福岡市の委託で「市民参加型里親普及事業」（委託先：子どもNPOセンター福岡（大谷順子代表））が実施された。テーマに関心を持つNPOや児童相談所関係者が参加する実行委員会「ファミリーシップふくおか」を立ち上げ、5年間で里親委託率を6.7%から20.88%へと全国平均の2倍にするなど成果を上げた。一方、虐待や育児放棄など難しい課題を抱えた子どもたちが増える中、**地域の支えや専門的支援があれば、里親はもっと増える**という認識にいたった。

しかし、日本では、児童福祉法に基づいて施設や里親が制度化され、社会的養護の必要な子どもたちを受け入れてきたが、制度の見直しは子どもたちを取り巻く現状に追いついていない。関係者の間で、「**新しい社会的養護のしくみ**」を**市民の力で創りだそう**という意欲が高まっていたとき、千鳥饅頭総本舗の原田光博社長（故）を通じて、世界132カ国に広がる「SOSキンダードルフ（子どもの村）」の情報を得る。「子どもの権利尊重」を基本として「**愛着の絆**」と「**永続的な支え**」を骨格に据えた養育理念、「マザー」「きょうだい」「家」「村」の4つの原則を持つSOSキンダードルフに学び、**日本初の「子どもの村」**の開村を目指した挑戦が始まった。

「こころざし」を束ねて、社会的な求心力をもつための組織運営

子どもの村福岡では、ミッションに共感し、行動を共にしようとする人たちの「こころざし」を尊重しつつ強い結束力を持って目的に向かって歩む、柔軟で強い組織づくりを心がけた。さらに、絶えず社会に向けて発信し、支援を広げ、協力者を広げるために、**各界に繋がるキーパーソンを得る**ことが必須の課題として意識的に動いてきた。

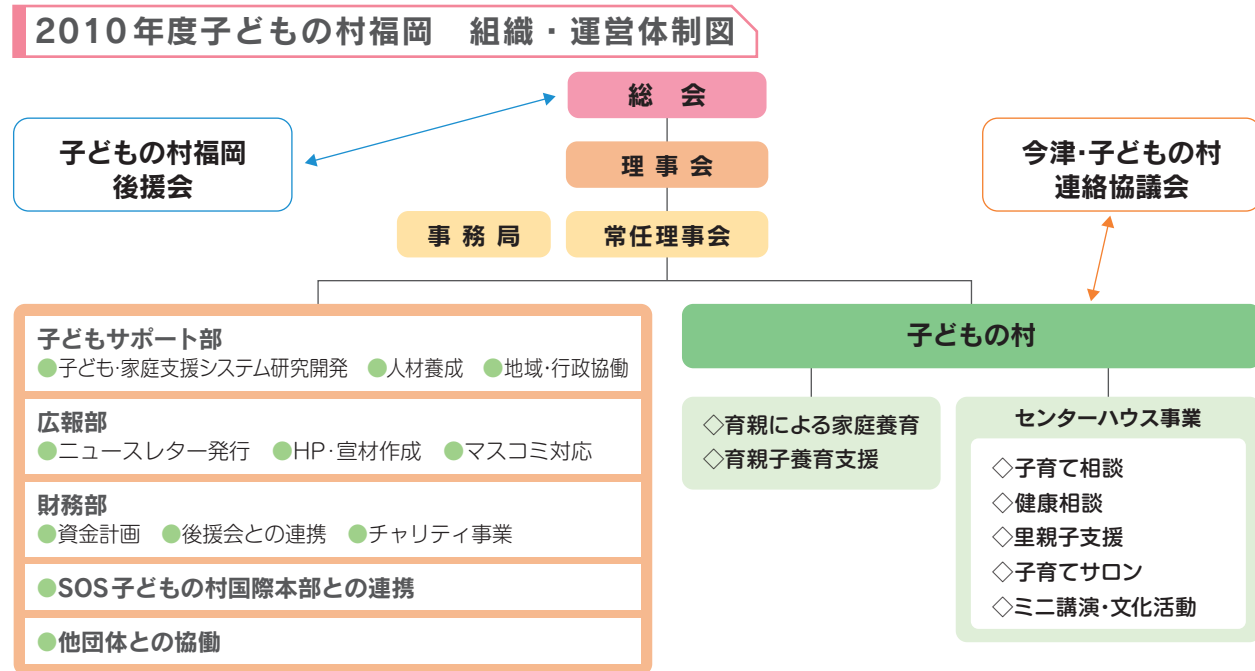
その結果、組織図にあるように、複数の部が設けられ、各部には事務局だけではなく、子どもに関わる専門家や、行政や企業に幅広い人脈を持つ経験豊かな人材が参画して、**理念と行動指針を共有しつつ、自主的に動いている**。

特にファンドレイズを行う部門を組織内に正式に位置づけ、活動の土台を支える資金づくり、財務管理、後援会との連携、支援システムの構築などを専門に行うスタッフを配置していることも特徴的な点である。また、同部門に企業経営の経験者を配置することで企業間のネットワークを活用するなど、戦略的な資金調達を行っている。

さらに、財務部と広報部とのほとんど一体化した連携も、ファンドレイズの力となっている。広報部は、ニュースレター、ホームページの制作管理、メディア関係とのパートナーシップの構築、募金箱、自動販売機の設置、街に打って出るチラシ配り、募金など活発な活動をおこなっており、支援呼びかけのうえで欠かせない役割を担っている。

大谷順子 専務理事・事務局長は、自らの役割を**プロデューサー**と称している。新しいものや事業を創りだすためには、「これだ！」と直感して抱いたイメージを膨らませて**設計図を描き**、それを具体化するための**人材や資源を引っ張ってきて**、目指す方向に向かって進んでいけるように**コーディネート**する。人材が揃ったとしても、プロデューサーがすべてを差配するわけではなく、そこには脚本家や指導役の人もいれば、演じていく役者それぞれに個性もある。

その組み合わせが組織や事業をつくりだしていく。こうしたいと思ったら必ず組織の力を上げないと、そこに行き着かない。どういうレベルのものを目標にしているかが問われる、と語る。



理念を反映した空間づくり

SOSキンダードルフの本拠地があるオーストリアを含む内外の施設を見学するとともに、世界に広がる子どもの村建設に共通するガイドラインを踏まえながら、子どもの村のイメージを膨らませていった。その上で、子どもサポート部の建築担当チームや建築家の理事が中心になって、日本建築家協会九州支部との連携のもとで、ワークショップを重ね、村全体や家の建設のあり方を検討した。

「子どもの村」には、1000坪の敷地に、5軒の「家族の家」、「センターハウス」、「多目的ホール」がある。開かれた村を表現するために、敷地の境目には垣根や塀がなく、各住戸間にもフェンスなどによる仕切りが存在しない。「家族の家」は、家族の絆を育む空間を大切にしており、家族がいつも集まるリビングを中心に置き、子どもがどこにいても互いに気配が感じられるよう設計されている。また、それぞれの家の自立とともに、助け合って育てるための相互の家の向き、距離、縁側などにも配慮されている。

「センターハウス」には、**村長が常駐**し、下の5つの事業を担っている。さらに、独立した「多目的ホール」は、地域交流やイベント、雨天の子どもの遊び場などとして機能している。

センターハウスの機能

- ①子どもたちの心のケア・発達支援**
(専門家による心の相談対応やケア)
- ②育親への支援**
(適切な養育のための研修、育児の悩みへのアドバイス)
- ③実家族との再統合支援**
(実親からの相談対応、交流による関係の調整など)
- ④地域の里親、里子支援**
(地域の里親の研修、心のケアなど専門的な支援)
- ⑤周辺地域の活動支援**
(地域の子どもたちや住民との交流活動など)

地域とともにあゆむ

地域とともに子どもを育てることを目指す子どもの村にとって、**地域住民の合意を得ることは前提条件**だった。しかし、「家族と暮らせなくなった子どもたち」を受け入れることに対して地域で不安や懸念が膨らむなど、社会的養護の子どもたちの施設がいつの時代にも、どこでもぶつかる現実と直面した。

福岡市の西北部、糸島半島の博多湾に面した今津は、3番目の候補地。1000坪の市有地を福岡市が貸与するという方針が示されたのは2008年2月。**今津校区自治協議会**を窓口にして、**町内ごとに対話の集会**を設けてもらい、住民一人ひとりに届くような話し合いを重ねた。その結果、同年11月に、今津校区自治協議会と福岡市、子どもの村福岡との間で覚書が交わされ、その後は「今津・子どもの村福岡連絡協議会」を設置して関係を深めていくことになった。覚書を交わした時の自治協議会会長の「**今津の子どもとして、ともに育てましょう**」という言葉は、子どもの村福岡の関係者を勇気づけた。

今津は、江戸時代後期にはじまった伝統の人形浄瑠璃に子どもたちも参加するなど、文化や祭りが残る地域。公民館を中心に、子育てサロンやボランティア活動、学習会も盛んである。「今津の子ども・子育てを考える学習会」に子どもの村福岡も参加し、『子どもが育つまち 今津 再発見』という子育てハンドブックを共同制作したことにより、一層関係が深まった。

2010年1月に催された今津地域の神事「十一日祭り」では、御輿をかついだ大人や山車を引いた子どもたちが、子どもの村のセンターハウスや各家庭を訪れ、交流を図った。地域の方々が、寄付金や自宅で採れた野菜を抱えて訪ねてくることも珍しくなくなってきている。

市民・団体・企業に広がる支援の輪

子どもの村の建設と運営という多額の資金を必要とする事業の実現のため、関係者は「**社会的養護の子どもたち**」の現状を訴え、「**子どもの村**」の夢を語って支援をよびかけた。企業訪問や諸団体での卓話、メディアを通じたアピール、街頭募金など、組織をあげて資金づくりに取り組み、1000名を超える個人と250の企業・団体からの寄付を得ることができた。

2007年6月には**後援会が発足**し、九州電力㈱代表取締役会長の松尾新吾氏を会長として、地元主要企業のトップが理事に就任した。後援会の支援は、建設費の拠出だけでなく、建設に必要な資機材の提供など、**企業の特性を活かした協力**が行われた。地元名士による「福岡チャリティ歌舞伎」やチャリティゴルフなどからの寄付も行われている。また、「家族の家」4棟の見通ししか持てなかったときには、「支援する小児科医の会」が立ちあがり、県内すべての小児科医に協力をよびかけて、念願の5棟目が実現した。

column 松尾新吾 後援会会長インタビュー

千鳥饅頭総本舗の原田光博さんからはじめてお話を伺ったとき、世界各国に広がっている活動が、なぜ日本にはなかったのかと不思議に思ったくらいです。日本で普及しなかったのは、日本の大家族制の影響かもしれませんね。とくに、親がいる子どもをなぜ部外者が支援しなければいけないのか、という感情がどこかにあるのだろーと思います。「子どもは国の宝」と言いながら、やはり家族という社会システムや制度に縛られている。「子どもたちは社会全体で育てていく」という考え方を、子どもの村福岡には、その事業を通して、全国に伝えてほしい。

企業からの支援は、極論すれば一時凌ぎです。何年も継続するには、

市民が広く支える必要があります。チャリティ歌舞伎も、「子どもの村」を知らない人たちに、子どもたちの状況や必要な支援を知ってもらうことに意義があると思っています。

最初に夢、理念、哲学がないと人は応援する気にはなりません。が、「子どもの村福岡」にはそれがあったからこそ、その実現に力を貸そうと思う人が現れてくる。開村した後の状況が気になり、子どもの村の近くに行った時には、様子を見に立ち寄ることもあります。

国の政策や制度の見直しも必要だと思いますが、自然発生的に福岡で立ち上がった活動が、他の地方にも広がっていくことを願っています。

福岡から全国へ

「子どもの村福岡」の運営資金を継続的に集めることも課題だが、今後の活動は福岡県内に留まらない。「SOSキンダーdorf」の日本支部として、2012年までに国際本部と本協定を結ぶ。他地域の有志と連携して「子どもの村」をつくったり、「子どもの村」での実績を発信することによって、新しい社会的養護のしくみづくりにおいて先導的な役割を果たすことを期待されている。

取材者からひとこと

「子どもの村福岡」に携わる人々には、「引き下がれない」という思いがある。社会的養護の子どもたちが置かれた状況を目の当たりにし、子どもに背中を押されている感覚があるという。子どもたちに愛情を注ぎ育てていく覚悟をした育親さんたちの生きる姿勢にも、心動かされずにはいられない。だから、市民ひとりひとりに「伝えたい」という思いが働く。福岡では市民の間で社会的養護への関心が広がり、子どもたちへの眼差しが変わりつつあるという。ファンドレイジングが社会を変える力になることが実感できる事例である。

平成 23 年 3 月発行

社会福祉法人 中央共同募金会
Central Community Chest of Japan

〒100-0013 東京都千代田区霞が関 3-3-2 新霞が関ビル 5 階
Tel 03-3581-3846 Fax 03-3581-5755
Mail info@c.akaihane.or.jp
Web www.akaihane.or.jp

本冊子は、厚生労働省「平成 22 年度セーフティネット支援対策等事業費補助金（社会福祉推進事業分）」による、「地域における共助のしくみとしてのファンドの確立のための検討事業 ～新たな募金手法の展開及びそれを実践する人材養成に関する検討～」(実施主体：中央共同募金会)の一環として作成しました。

平成22年度 セーフティネット支援対策等事業費補助金 社会福祉推進事業

地域における共助のしくみとしてのファンドの確立のための検討事業

～新たな募金手法の展開及びそれを実践する人材養成に関する検討～



赤い羽根共同募金

社会福祉法人 中央共同募金会 Central Community Chest of Japan

〒100-0013 千代田区霞が関3-3-2 新霞が関ビル5階
TEL : 03-3581-3846 FAX : 03-3581-5755



この印刷物は、印刷用の紙へ
リサイクルできます。



GREEN PRINTING JPP
P-B10064
この印刷製品は、環境に配慮した
原料と工場で製造されています。



この印刷物は、
地産地消・輸送マイレージに
配慮したライスインキを使用して
印刷しています。