

## 第2回かながわ寄付をすすめる委員会 結果概要

日時 平成23年6月9日(木) 10時～12時

場所 かながわ県民センターコミュニティカレッジ講義室2

出席者 全委員(傍聴者なし)

### 1 開会

### 2 協議

#### (1) 寄附促進に向けたNPO認知度向上事業について

○事業企画の提案者に期待される事柄や、選考にあたって留意すべき点などの意見が交わされた。

##### ～主な発言～

- ・鉄道を利用した広告には、駅舎を活用すると、待ち時間にじっくり見たり、QRコードを利用しやすくてより効果的だ。
- ・シンボル制作の予算額が低い。
- ・シンボルに所有感を持ってもらうには、制作プロセスのストーリーを見せることが大事だ。
- ・若い層は新聞を読まなくなっているので、1日しか掲載されない新聞広告は、Webなど他の媒体に活用して生かすとよい。記事の連載なども考えられる。
- ・審査においては、効果の継続性を重視してほしい。
- ・審査の必須項目は、一定以上の評価があることを要件とするのがよい。

#### (2) 委員会による企画について

○寄附促進に係る課題認識や議論の方向性について協議した。

○個々のNPOが寄附を集めることに対する支援は県が計画していることから、委員会においては認知度の向上を担う方向で議論を進めることとした。

##### ～主な発言～

##### <課題認識>

- ・なぜNPOへの寄附が伸びないか。前提にNPOが期待されていないことが上げられる。日赤などに集まる義援金が被災者になかなか届かない中で、それに代わるものとしてNPOがクローズアップされていない。NPOが日ごろ培ってきたリソースを提供して被災地で成果を上げたことに思いを致し、身近にそのような存在があることに気付いてもらうべきではないか。
- ・寄附に関する課題の全てを委員会が扱う必要があるだろうか。県など行政が対応する部分もあるだろう。

##### <イベントに関する意見>

- ・イベントは、肌で感じてもらう大切な機会提供であるが、いつもの顔ぶれとは違う人々に来てもらうことも重要だ。イベントが目的になって、本来目的を忘れてはいけない。
- ・イベントの集客ノウハウなどを普及する取組みが考えられる。例えば、既存のイベントをテコ入れするなど。
- ・イベントはプロに任せる部分もあり、ノウハウ普及がかならずしもNPOの財産になる

とは限らない。

#### <アドバイザーに関する意見>

- ・企画の具体化にあたっては、アドバイザーに助言をもらいたいところ。
- ・委員会の協議の内容によって、求めたいアドバイザーは異なってくるので、予め確定させる必要はないだろう。

#### <寄付者に対する働きかけ>

- ・寄付した結果（果実）が目に見えることが重要だ。（例：ぐらす・かわさきの「遊友ひろば」、日本財団の福祉車両など）
- ・各国・各地域に、寄付者に成果が見える（感じられる）ような寄付募集の事例がある。
- ・スーパーで、レシートによる投票に基づきNPOを支援するキャンペーンがある。身近な小さい団体も含まれており、表彰式が大々的に行われる。このような見せ方はよい。また、コース・リレイテッド・マーケティング（寄付つき商品等）も見せ方が上手であり、NPOが学ぶところがある。
- ・活動報告会などの場で、投票やコンテストのようなことを行う。そのような要素が無いとなかなかNPOに力がつかない。

#### <ターゲットについて>

- ・杉並区の中学校が、生徒自ら寄付先を決めて募金活動を行っている。こうした活動が重要ではないか。
- ・シニアをターゲットとするなら遺贈を組み込むことが考えられる。
- ・今、子どもを対象に、寄付意識を芽生えさせる取組みをすることは重要だ。一方で、時間、金、体力があり社会的意識が高いが何をしてもよいかわからないシニア層もターゲットにしたいと思う。
- ・若い人がNPOで働いていける社会を築いていきたい。そうした視点からは、将来どういう生き方をするかを考えている20歳代～30歳代の人びとが寄付につながるようなキャンペーンがよい。
- ・寄付の増強を短いスパンで考えればシニア、長いスパンで考えれば子どもがターゲットになる。
- ・ターゲットとして企業（規模にかかわらず）をどう考えるかであるが、今はCSR部署だけでなく、会社全体で取り組む方向に向いており、協働相手となるNPOを求めているようだ。
- ・企業の震災関係の取組みは色々あり、そのリストだけでもアイディアの元になる。
- ・“双方向Webサイト”（キャンペーンサイト）で若い世代がカバーできるなら、委員会シニア世代を扱うのがよい。
- ・子どもには対面的なものがよい。例えばNPO見本市、NPOによる授業、生徒によるレポートなど。高校生なら、県教育委員会が行っていたボランティアパスポートの（私学も含めた）再生も考えられる。
- ・寄付どこに託せばよいのかの物差しを育てるような内容はどうか。寄付のきっかけとなるプログラムを検討したい。
- ・若い人は、聞くことと体験することから学ぶ。寄付で世の中がどう変わるか、インパクトのある基調講演を導入として、体験的な内容に入るのがよい。

- ・応援の気持ちを投票という形で表し、春に投票したNPOが秋にはどのような成果をあげているか見せるなど、ストーリーが見えるようにするとよい。

#### <NPO側への支援>

- ・もらう側（NPO）の工夫も大事である。例として、100万円あったらどうするかポスターセッションを行う。何のためにどれぐらいいつまでに寄付を集める必要があるかのシミュレーションになる。
- ・NPOをターゲットとする場合、活動規模もエリアも様々あるなかで、セクターを先導するNPOを励ますのか、身近なNPOを育てるのか、整理する必要がある。
- ・小さい団体は余力が無いので、寄付集めは中間支援NPOが行うのが効果的であるから、ここに注力することも考えられる。
- ・寄付金税制優遇の対象となる認定NPO法人を増やすため、申請をサポートすることも考えられる。
- ・震災支援の基金を認定NPO法人にする方策も考えられる。
- ・そうした場合、既存の認定NPO法人への寄付を奪うことにならないか懸念する。中間支援NPOが認定NPO法人になり、基金を担うのであれば、それもよいかもかもしれない。
- ・NPOへの期待値を上げる切り口として、震災を取り上げることには意味がある。寄付の成功体験となりやすい。

#### <自治体の施策>

- ・まとまった助成金は、寄付金を集める民間の努力をかすめさせる。寄付金とのマッチング助成に切り替えるなどしたほうがよい。
- ・自治体が立てた基金に寄付が集まりやすく、他にまわらない傾向がある。
- ・寄付金控除が拡大したが、震災に関する寄付に限られている。これも、寄付を特定のところにシフトさせる要因になるのではないか。

#### <委員会が扱う主題>

- ・委員会では、認知度の向上を担い、NPOが力を付けることについては、県の企画で行うのがよい。
- ・NPO側への支援は現に中間支援機関が行っているし、県の企画に専門家の派遣が含まれている。認知度の向上の方を委員会が担うのがよい。

### (3) その他

○次回以降の開催時期と各回の主題を確認した。