

第10回かながわ寄付をすすめる委員会 結果概要

日時 平成24年7月27日（金） 10時～11時30分

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1

出席者 委員6名（欠席：渡邊委員）

1 開会

2 協議

(1) NPOのための共感獲得実践セミナーについて

- 「寄付集めのはじめの一步」については、各会場の地域に縁のある委員に講師となっただき、中間支援的な立場から、寄付を集める前提として整理すべき事項を話してもらったこととした。
- 横浜コミュニティデザイン・ラボに担当していただく時間については、SNSの実践や最新情報というよりは、情報発信の基本を話してもらったこととなった。
- 最新ファンドレイジング事情については、広域的な手法になりがちなので、狭い地域で活動するNPOにとって参考になる工夫も話してもらったこととした。

(2) 冬季キャンペーン等について

■鉄道広告について

- 鉄道広告といっても車内だけでなく、デジタルサイネージ（電子看板）を使うという方法もある。
- サイネージもいいが拠点に限られてしまうので、コンビニなども含めて多くの人の目にふれることが大事だ。
- ポップなポスターがあふれている中で、シンプルで固いポスターにしてみるという方法もある。
- ターゲットやゴールイメージのとおり、今まで寄付になじみのなかった電車通勤するビジネスマンなどに、寄付はイケてると思わせるようなビジュアルを作ってもらえばいい。
- ポスターでは、細かい文字は見ないので、キャッチな言葉が必要だ。
- 今年の雰囲気をつかえて、神奈川にも寄付すべきNPOがある、寄付するというライフスタイルがいいよねということをねらえばいいのではないかな。

■DVDorパンフレットについて

- パンフレットを学校に配布するのであれば、各校1枚ではなく、全児童配布にしないと意味がない。そうすると相当な枚数が必要になる。
- 小中高校生をターゲットにしたので、マンガという発想だろうが、最近の子どもはマンガを読まない。
- DVDの15分は長すぎる。関心のないものを見せるのだから、5分とか、3分ぐらいだ。
- 以前、行政の事業としてNPOに関するほぼ同構成のDVDを作成した。短い動画を企画したが、結局行政の公平性から15分ものDVDになった。こういうものを作るのは非常に難しい。
- 活用先が難しい。

- 団体のPR動画にしないためには、団体の名前を出さずに年代層別に活動している事例を紹介するぐらいだ。
- どうしても学校からの配布や公共機関を通じての配布という発想になってしまうが、Jリーグを通しての配布といった今までにないやり方にトライしてみた方がいいのでは。
- わかってもらうというよりは、リボンマグネットやホワイトバンドのように、かっこいいから持っているみたいなものであってもいいし、防犯のステッカーとかのように実用性を兼ねるツールを作ってみるのもいい。

(3) 新しい公共支援事業終了後に関する検討について

- 「かなチャリ」は、少し情報が多い。もっと寄付促進に特化した方がいい。
- これから認定・指定NPO法人が増えていく中で、そういった寄付先となるNPOを紹介するポータルサイトになればいい。
- 最低限、入り口となる固定ページがあればよく、認定・指定NPO法人や中間支援組織などのリンクを貼って、そのリンク先で情報更新されればよい。
- 「かなチャリ」のトップページだけ残してもらって、その中身は別のコンテンツでいい。
- 中長期的には、認定・指定の法人のポータルサイトになると考えられるので、運営費がないのであれば、認定・指定の法人から参加費を徴収するという手もある。

(4) その他

- 次回の委員会は、10月25日に、認定・指定NPO法人が、一堂に会して懇談会をすることとした。

3 閉会

～主な発言～

(1) NPOのための共感獲得実践セミナーについて

- ・「寄付集めのはじめの一步」については、せっかく各地域で開催することもあるし、団体にとって基本的な事でもあるので、この場でとりあえず聞いてもらって、具体的にどうすればいいんだというときには、地域の支援センターの窓口で相談してもらおうといったようにすると、連続性が生まれるのではないか。
- ・中間支援的な立場で少しリアルなことを話していただいた方がいいのでは。
- ・横浜コミュニティデザイン・ラボさんに担当していただく時間については、やっとメーリングリストを使い出したようなNPOが多い中で、フェイスブックなど最新のSNSの活用法ばかりだと消化しきれないのではないか。情報発信の「基本のき」のところを話していただいた方がよい。情報発信の手段や方法を示して、その一つとして「かなチャリ」というものがあるよという見せ方をしていただければと思う。
- ・SNSの使い方をその場でやっていただいても、ほとんど理解できないと思うので、このような形で世の中に情報が出ているんだということや、SNSの活用の成功事例の紹介ぐらいにとどめておいた方がよいのではないか。
- ・おそらく対象にもよるのだと思うが、前回の感じからすると、実践までは難しいかもしれない。
- ・「最新ファンドレイジング事情」についてだが、地域で活動するNPOにとって、ファンドレイズするエリアは非常に狭く、どぶ板的な活動が基本となるので、クラウドファンディングやコーズリレイテッドマーケティングといった広域的な手法は、距離がある場合もある。よって、こういう手法もあるのでいずれ活用してみたいかというように示し方がよいのでは。
- ・冬季に鉄道を使ったキャンペーンがあるというのも、アナウンスをした方がよい。

(2) 冬季キャンペーン等について

■鉄道広告について

- ・冬季に作成するポスターについては、どこかにこのカエルを入れるようなことを考えてみてはどうか。同じ図柄を継続して、一般の人々の目にふれてもらうことも大事だ。
- ・せっかく鉄道広告をやるのであれば、現場のNPOとも連動させたい。前回の金魚のポスターのときは、当のNPOが知らないといったことがあったので、こういう機会があるのなら、自分たちも関連付けて何かやろうといった、アクションが出てくるといい。
- ・鉄道広告といっても電車内だけに限らないのでは。今、駅には広告の空きスペースがたくさんあるので、企業のCSRで提供をしてもらうという方法もあるかもしれない。
- ・現在、電車内や駅、商店街などで、デジタルサイネージ（電子看板）が設置されているが、コンテンツがないと言われている。コンテンツを作るのに金をかけるのは大変なので、例えばワークショップ的に、映像が得意なNPOに協力してもらいながら、コンテンツを作るという方法もある。ストーリーを作るのではなくコラージュ的に写真を貼り付けるといった単純なものにして、メッセージを出すという方法もある。実験的なことをやった方がよい。
- ・FMヨコハマで取り上げるNPOの中にも面白い活動をしているところがある。そうい

ったところをうまく使って、発信すると面白いことができるのではないか。

- ・前回、コンビニにパンフレットが置けたという実績を大事にしたい。同じ図柄のものが、たくさん世に出て行ったというのは意味がある。サイネージの話も出たが、サイネージは限られた拠点でしか目にふれないもの。車内広告は限られてはいるが、列車がたくさん走っているので、拠点がたくさんあるとも言える。NPOもたくさんあるし、コンビニもたくさんある。つまり、多くの人の目にふれるということが大事なのだと思う。
- ・ステージを分けて考えるとすると、鉄道広告は一般の人でNPOを全く知らない人向けであり、もっと知りたい人向けなのがDVDやマンガのパンフレットになるのかなと思う。その誘導経路を考える必要がある。
- ・鉄道広告のポスターは、去年の金魚のポスターを振り返ると、あまりポップな形にしてしまうと、他のポスターに埋没してしまうのではないか。むしろ、キャッチフレーズのほかは、県内のNPOの名前を全部掲載するぐらいのシンプルで固いポスターにした方がよいのでは。
- ・ポスターのデザインは、コンセプトやゴールイメージにあるように、通勤・通学する人に「寄付はイケてるね」と思わせるようなデザインをしてもらえればよいのではないか。
- ・去年の金魚のポスターの検証として、金魚のデザインがわかりにくかったのだろうか、それとも鉄道広告の限界があったのだろうか。
- ・金魚のポスターは、メッセージが伝わらなかった。まずキャッチな言葉があって、もっと知りたいと思わせるべきなのだが、そういうものがなかった。ポスターであの細かい文字は読めないので、キャッチな言葉を大きく出した方がよい。
- ・一両に一枚だけ掲示してあっても、偶然がかなり重ならないと、見ることはできない。
- ・去年と今年では、ずいぶん世の中の雰囲気は変わってきている。去年、ポスターを作るのに代理店とずいぶんやりとりをしなければならなかったが、そのプロセス自体はよかった。ただ今年は、寄付に関する情報がだいぶ世の中に出てきているので、その流れに乗って、ポスターとしてはできるだけ細かい文字は取っ払って、神奈川にも寄付ができるところがあるんだとか、寄付をするライフスタイルがいいよねという形で、次のアクションにつながることをねらった方がよいのではないか。
- ・この時期から冬に向けて、キャンペーンをネタにフェンドレイズできるようなコンテンツを自分たちで仕込もうというようなことを支援センターから各NPOに発信してもらおうとよい。そして「かなチャリ」がその受け皿になればいい。
- ・金魚のポスターも、いっそのこと全車両に掲示されていれば、金魚が並んでいたことぐらいは記憶に残ったはず。加えてどこかにNPOと書いていてくれれば、金魚とNPOがあったなぐらいのことは残るのでは。東海道でも小田急でも、全車両が無理なら、間引きでもいいから、この際、一車両内に全部ポスターが掲示されているぐらいの方が見る確率が高い。
- ・一車両内をすべて貸し切る場合、すべて同じポスターにするのではなく、少しずつデザインを変えろという方法もある。

■DVDorパンフレットについて

- ・県内の小中学校等に配布するとなると、数はいくらぐらいになるのだろうか。
- ・フィランソロピー協会が県内の小中高に配った数は、1,400枚だったと思う。

- ・仮に政令市の小中学校の全児童に配布するとなると、横浜市で29万枚、川崎市で10万枚、相模原市で7万枚になる。
- ・各学校に1枚だと使いようがない。学校は、全児童に配布できる数がないと配れませんとなってしまいます。
- ・パンフレットだとそうなる。DVDであれば、各学校に5枚とか10枚とかでいいかもしれないが。小中高校生をターゲットにしたので、マンガという発想だろうが、最近の子どもはマンガを読まない。
- ・DVDの15分というのは長い。せいぜい5分か3分だ。
- ・テレビの「3分クッキング」だって3分だ。なんだかわからないものを15分も見ろというのは無理だ。
- ・以前、行政の事業としてNPOに関するほぼ同構成のDVDを作成した。短い動画を企画したが、結局行政の公平性から15分ものDVDとなった。こういうものを作るのは非常に難しい。
- ・DVDは活用先が難しい。
- ・仮に作成するとすれば、団体名を出さずに、年代層に分けて、高校生や大学生が活動しているシーンや、サラリーマンが活動しているシーン、高齢者が活動しているシーンといったように、こんな人たちが活動していますというのをビジュアルで見せるぐらいになる。
- ・FMヨコハマでは今、音声は録音しているので、その音声を活用するといったことも考えた方がいいし、音声に合わせて55のNPOの顔写真だけを出すという方法もある。
- ・どうしても学校を通じてとか、公共機関を通じて配布する、という発想になりやすいが、横浜チャイルドラインさんは、Jリーグと提携してスタジアムでチャイルドラインのカードを配ったりしている。神奈川にはこれだけJリーグがある中で、ターゲットは限られてくるかもしれないが、そういった未知のやり方に挑戦してみるというのも手だ。学校で上から配布しても、いろいろなものが配られている中で、それだけで終わってしまうので、発想を変えたほうがいい。
- ・「リボンマグネット」というものがある。支援する団体によって色が違ったり、書いてあるメッセージが違ったりとリボンは様々だ。ああいうものをランドセルに貼ってもらったり、トランクやパソコンに貼ってもらうステッカーにしたりといった方法もある。
- ・実用を兼ねて自転車に貼る防犯ステッカーを作るとか。光るものだったら、ランドセルに貼ってもいい。
- ・そういった、なかなかメッセージが届かないようなものでも、言ってみればホワイトバンドのように、「しないとかつこ悪い」といった流れになるとよい。
- ・どうしても「わかる」ということに力点を置きがちだが、わからなくてもよい。もっと気軽に「できる」ことも組み込まないと相変わらずの形になってしまう。「できる」をどう引き出すかが課題。
- ・とりあえず「知る」だけでよいのでは。もしくは「見る」だけ。もっといえば「目に映る」レベル。わかるかどうかはまた別で、わからないがやってしまうという流れを作るという手もある。

(3) 新しい公共支援事業終了後に関する検討について

- ・「かなチャリ」サイトは、何らかの方法で残さない。
- ・運営主体がどこであろうと、残るかたちで。
- ・今後、認定・指定のNPO法人が少しずつでも増えていくのであれば、すべてのNPOというよりは認定・指定のNPOを見せて、そこをPRしていくようなサイトになっていけばいい。
- ・今の「かなチャリ」はサラダボウルで、いろいろな情報があるのでありがたい反面、寄付促進という点からするとオーバーインフォメーション。もう少し寄付促進に絞れないだろうか。今後中・長期的には、認定・指定NPO法人が増えていくはずなので、「かなチャリ」にアクセスすると、どんな認定・指定NPO法人があって、どんな活動をしていて、どういう寄付を集めているのか、というポータルサイトの機能が重要だ。逆にこうしたサイトで寄付を打ち出して寄付を集めていかないと、認定・指定をとっても意味がないになってしまう。
- ・例えば、認定・指定NPO法人と中間支援組織が一堂に集まって、冬のキャンペーンに向かって、ワンプロジェクトみたいな形で何かやってみるとか。
- ・そういったときに「かなチャリ」は制度の認知向上と、寄付したいといったときのためのいわばガイドンスページとして、一度作ったらいじらない固定ページにして発信してもらえればいい。あとは、認定・指定NPO法人や中間支援組織のNPOがコンテンツを自らアップして発信できるようになるような作りになっていけば、サイトの運営費もかからない。今は、自ら情報を集めてきて発信しているというスタイルなので、ランニングコストがすごくかかる。そういう形にシフトしていってこれればいいのか。
- ・実はソコカナで、FMヨコハマで取り上げたNPOの詳しい活動内容を紹介するためのサイトを作った。考え方としては、それぞれの団体がどんな活動をしているのか、どうすればアクセスできるのかを知らせるサイトとし、今後さらに寄付をもっと気軽に「できる」ようにするためというコンセプトで作った。このまま同じ形でなくてもいいし、今後は、寄付の投票制度がWEB上で、できないかということも考えている。
- ・投票制度だったら、フェイスブック上に作ってしまえばいい。
- ・考え方としては「知らせる」だけではなく、HPでも寄付できるような寄付に特化したサイトになっていけばいい。
- ・仮に予算がなくても後援だとか県のたよりだとかで紹介や広報という形であれば県は、関わってもらえるのだろうか。
- ・紹介や広報支援であれば、県も関われる。
- ・仮に運営費がどこからも出ないとしたら、このサイトは先々、認定・指定NPO法人のためのポータルサイトになるのだから、認定・指定NPO法人から月々千円でももらって支えてもらえればいい。
- ・「かなチャリ」をどこが運営するかは別にして、どういう機能をもたせるかというのは議論として重要だ。今のようなNPOニュースを中心としたものでいいのか、それとも寄付に特化したものにするのか、将来的には寄付そのものができるようなサイトになってもいい。
- ・ただ、「かなチャリ」をあまりオーバースペックにしてしまうと、ランニングコストが

かかるので、継続するのが無理になる。継続させるのであれば、もっと階層を少なくしてシンプルにしていかないと、お金がなくなったら継続できないということになりかねない。今のネットの流れだと、企業などもHPを作るのではなく、フェイスブックを使うという流れに変わってきている。

- ・ポータルサイトという考え方はとてもよくて、あくまでポータルとして、入り口があればよい。最低限のコンテンツと、あとはリンクが貼ってあれば、情報が変わっていく先はリンク先である各団体のHPでよいし、その先で募金できる機能があればいい。
- ・「かなチャリ」の表紙だけおいていってもらえればいいのか。
- ・認定をとるほどまではという団体もいるなかで、認定以外の団体を探す方法などは「かなチャリ」の中に作ってもらえるといい。
- ・いずれにしろ、「かなチャリ」で最後に必要となるのはトップページだけだ。トップページの後ろにつける部分は、今ソコカナで作っているようなページにするとか、どういう仕組みで運営するのかという課題はあるにせよ、それほど難しくないかもしれない。
- ・そうすると今から、認定・指定NPO法人が顔合わせするなりして、仕掛けていった方がいい。

(4) その他

- ・認定・指定NPO法人は「なんちゃって」NPOというわけにはいかないのだから、みんなで集まって発信力を高めるといったことをやらないといけない。
- ・そうした中で、こういうことをやった方がいい、というアイデアが出てきたら、例えばHPを運営するには参加費はこれくらいかかりますよという風に出したらいい。
- ・まずはキャンペーンに連動して集まろうというのを次回の委員会でやったらいいのでは。
- ・共同で戦線張りませんか？寄付を集めるためにお互いどういう努力をしているのかとか、というのを聞き取る場にしたい。
- ・自らの自主企画として、何かやりませんか？という投げかけをする場にしたい。
- ・認定・指定NPO法人にとって、そういった呼び掛けをしたときに、参加するメリットは何かというのをはっきりさせておく必要があるのでは。
- ・まずは、冬に鉄道広告というようなキャンペーンがあるということを説明する会でもいい。その場に集まってもらって、せっかくだからお互い一緒にできるようなことがありますか、と呼びかける。
- ・指定になったNPOとしては、今後の不安が大きい。領収書はどうすればいいのかなど、先輩に聞ける場がありますというのでもいい。そういった会をすることで、何か困ったことがあったら相談しあえる関係が構築できればいいと思う。
- ・例えば分野がかぶるような競合するNPOが集まったとしても、NPOならそれを乗り越えて知恵の出し合いはできると思う。
- ・NPOの経団連みたいなのができればいいかなと思う。
- ・開催趣旨としては、まずは「ゆるーく、顔合わせをしませんか」ということで、呼び掛ければいいのか。
- ・我々も、認定・指定の団体がどうやって寄付を集めているのか知りたい。