

新しい公共支援事業構成事業「寄附促進に向けたNPO認知度向上事業」  
事業企画提案書

平成24年 2月29日

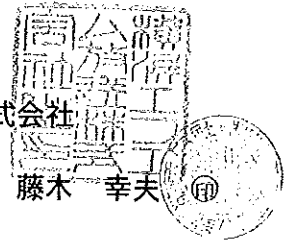
神奈川県知事 殿

住 所 神奈川県横浜市西区みなとみらい2-2-1

郵便番号 220-8110

団 体 名 横浜エフエム放送株式会社

代表者職・氏名 代表取締役社長 藤木 幸夫



寄附促進に向けたNPO認知度向上事業について、次のとおり関係書類を添えて提案します。

<p>提案する 事業の別</p>	<p>①～④のいずれかに○を付けてください。 [A：神奈川県内NPO認知度向上事業の普及] ① 各種メディアを活用した広報活動 ② 双方向Webサイトの運営 [B：かながわ寄付をすすめる委員会企画] ③ 寄付の仕組みの充実 ④ 次世代に寄付への理解を広める学習プログラムの開発・普及</p>
<p>事業計画の 概要</p>	<p>FMヨコハマの放送を中心に、下記2つの事業を融合して展開する。 1) NPOの活動紹介番組のラジオ放送 2) 「寄付の歌」楽曲募集とコンテスト その目的は、下記の3点である。 ① 神奈川県内にNPOの認知度を上げること。 ② NPOへの協力は「寄付」と「参加」でなされるという理解を広げること。 ③ 恒常的な「寄付」意識の浸透と共に、寄付に対する誤解の取り払い。</p>
<p>委託料 見積金額</p>	<p>21,800,000円</p>

応募理由	<p>東日本大震災を経験し、多くの人々が「寄付」を体験した。その目的・用途が、「被災者支援」と明確で、誰しものが少なからず地震を経験したことがあるという共感性が「寄付」の敷居を低くしたと思われる。一方、NPOへの寄付については「信用できる団体なのだろうか？寄付がどう使われるのか？」等の疑問があり、理解と共感が不十分で、活動の推進力に繋がっていない。</p> <p>欧米諸国では、正に市民権を得ている「寄付」。これにより、人々の交流の場が生まれ、そこから人々の輪が広がり、人々の生活を豊かにしてきた。この一連の動きは、本キャンペーンのキャッチコピー「寄付はわたしの社会貢献」がめざす姿でもある。</p> <p>この度の寄付優遇税制の拡大をバネに、地域社会の人々の豊かな生活のために活動するNPOへの理解と共感を県内に広げるよう、神奈川県在地元媒体として尽力したいと願っての立案である。</p>
------	--

## 団 体 調 書

団 体 名	★ 横浜エフエム放送株式会社		
連 絡 責任者	氏 名	中村 馨	
	住 所	〒220-8110 横浜市西区みなとみらい2-2-1	
	電話・ファクス	電話：045-224-1003	ファクス：045-224-1013
	e-mail	nakamura@fmyokohama.co.jp	
(日常的に連絡が取れる方の連絡先を記入してください。)			
発足・設立年月日	★ 1985年4月22日		
団体設立の経緯			
団体の目的 (定款、会則等に記載された目的を記載してください。)			
会員数	個人会員	名	団体会員 団体
役員数	理事・監事・世話人・運営委員等 名		
主な活動地域			
主な活動内容・業務内容 (定款、会則等に記載された目的を記載してください。)			
会報等の発行	有	タイトル： 発行時期：(定期 回/年 ・ 不定期)	無
ホームページ	有	URL	無
財政規模	【今年度予算】(平成 年 月～平成 年 月) 千円		
	【前年度決算】(平成 年 月～平成 年 月)(見込み・確定)		
	※前年度決算については、見込み・確定のいずれかに○をしてください。	[収入]	[支出]
		会費収入 千円	事業費 千円
	寄付収入 千円	管理運営費 千円	
	事業収入 千円	その他支出 千円	
	その他収入 千円		
	計 千円	計 千円	
※前年度、前々年度については、原則として団体の活動全体にかかる年間の収支予算等を「収入の部」「支出の部」に分けて更に簡単な項目毎に記入してください。	【前々年度決算】(平成 年 月～平成 年 月)		
	[収入]	[支出]	
	会費収入 千円	事業費 千円	
	寄付収入 千円	管理運営費 千円	
	事業収入 千円	その他支出 千円	
	その他収入 千円		
	計 千円	計 千円	
助成及び委託の主な実績	例) ○○年度 ○○財団(○○事業) ○○円		
(実施期間中に、国や地方自治体から助成等を受ける予定があれば、必ず記入してください。)			

※営利団体である場合は、★の項目のみを記入し、会社概要を添付してください。

## 会社概要

社名 横浜エフエム放送株式会社  
【本社】〒220-8110  
横浜市西区みなとみらい 2-2-1 ランドマークタワー10F  
TEL:045-224-1000 (代表)  
FAX:045-224-1011

所在地 【東京支社】  
〒104-0061  
東京都中央区銀座 6-11-4 ニックス銀座ビル 2F  
TEL:03-3574-0847  
FAX:03-3574-5522

発信所 【円海山送信所】横浜市磯子区氷取沢町  
【小田原中継所】小田原市曾我谷津宇風越

創立 1985年4月22日

放送開始 1985年12月20日

代表取締役 藤木 幸夫

資本金 8億円

社員数 35名

コールサイン JOTU-FM

周波数 【円海山送信所】84.7MHz・出力5kW  
【小田原中継所】80.4MHz・出力100W

放送区域 神奈川県・東京都・千葉県全域  
埼玉県・茨城県・静岡県・栃木県・群馬県・山梨県一部

## 実施計画書

### 1 現状認識と課題認識

#### 現状認識

NPOに対する寄付に関しては、その使途が不明瞭で、効果が見えづらいといった現状があり、寄付者がNPOの情報を得づらい環境にある。ただ、税制改正によって、認定NPOへの寄付の税制控除の拡大や県指定NPOの導入等によって、寄付税制優遇措置のしくみは整いつつある。

#### 課題認識

様々なNPOに関する情報の可視化や、寄付の使途等に関する情報公開・可視化が必要であると考えられる。また、NPOに対する正しい理解や社会における存在意義、寄付の重要性を訴求する必要もある。そのためには、NPOについてよく知らない多くの県民に、NPOの活動内容、その活動に携わる人々の思い、受益者の生の声などを具体的に伝える必要がある。

### 2 事業の具体的内容

#### (1) 提案に生かした提案者の特性や専門性

##### ●神奈川県全域をカバーしていること

当社は、神奈川県を可聴域とするラジオメディアであり、1985年に開局して以来、神奈川県内で親しまれてきた歴史がある。

##### ●浸透力・双方向性・機動力が高いこと

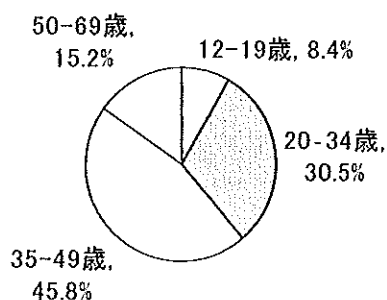
一人ひとりのリスナーに直接語りかけることができるパーソナルメディアであるため、親しみやすく、より深い情報の浸透が可能である。また、聴いている人からメッセージが送られてくる、双方向性の高いメディアである。毎日生で放送しており、機動力が高いことも強みである。

##### ●多様なクロスメディア展開が可能であること

ラジオの電波のみでなく、毎回5万部発行している季刊フリーペーパーや毎月1万部発行しているタイムテーブルなどの紙媒体もあり、また毎日随時更新しているホームページやブログ、ツイッター、facebookなどのWeb媒体を放送と相互にリンクさせることが可能である。Webサイトへのアクセスは、番組HPからのリンク、メールマガジン、電子書籍、CMとDJによる呼びかけからつなげる。

●コアリスナーは20代～40代（働き、子育てをする世代）で活発な世代である。また、地域に定着する世代でもあり、地域情報に対するニーズが高い。

リスナー年齢層別構成比



リスナー居住地

神奈川県	76%
東京都	8%
千葉県	3%
静岡県	2%
埼玉県	1%
その他・未回答	10%

## (2) 提案の内容

NPOの活動内容の周知と、NPOへの寄付の促進のために、神奈川県域のラジオ放送をメインに、Webや紙媒体も利用して県民へのアプローチを進める。

事業の効果を高めるため、専門性を持ったNPOと下記のように密に連携する予定である。このようなNPO等の連携による事業展開が、本提案の特色の一つである。

### 1) NPOの紹介番組の放送（一般社団法人ソーシャルコーディネートかながわと連携）

(7月16日～8月31日/12月3日～12月28日の平日毎日、1回3分程度。計55回)

NPOに対する正しい理解の促進や社会における存在意義、寄付の重要性を訴求するため、県内各地で注目すべき活動を行っているNPOについて、各回1団体ずつ計55団体を取り上げ、その活動内容、携わる人々の思い、受益者の生の声、協力の呼びかけ等を具体的に紹介する。取り上げたNPOの情報は、双方向Webサイト（かなチャリ）のNPOインタビューページにも掲載し、アーカイブの充実を図る。

#### ●連携予定のNPO：一般社団法人ソーシャルコーディネートかながわ

県内各地にある市民活動センター等のリーダー的な人材が集まって立ち上げたネットワーク組織であり、神奈川県と協働してNPOと企業との連携促進事業等を進めている。

ラジオ番組で紹介するNPOの選定等について密な連携を行う予定である。

### 2) 楽曲「寄付の歌（仮称）」募集とコンテストの実施（NPO法人アークシップと連携）

寄付への意識向上策として、「寄付の歌（仮称）」の一般公募とコンテストを兼ねたライブを実施し、より広い層へのアプローチを図る。

①7月14日から8月31日まで「寄付の歌」楽曲募集コンテストのCM放送150本。

②DJによる生放送中の告知10回

③7月14日発行FMヨコハマフリーペーパー「Station Break」内で1ページの告知  
(神奈川県内で50000部発行。電子書籍対応。)

④FMヨコハマホームページ内、楽曲募集要綱と受付フォームの掲出

⑤チラシの作成及び配布（アークシップ開催の音楽イベント時に配布）

⑥コンテストの観覧者募集（10月中）20秒CM放送100本とDJパブリシティ5回

⑦コンテストの実施（11月25日赤レンガホールを予定。400名収容可）

#### ●連携予定のNPO：NPO法人アークシップ

「人とまちを音楽でつなぐ」をモットーに神奈川県内を中心に数々の実績を上げている。

「寄付の歌（仮称）」の募集において連携する予定である。

3) 上記1)、2)の大枠の融合として、コンテストで優勝した楽曲を12月のNPO紹介番組の際にテーマソングとして利用する。

#### ●多角的なメディア展開

	ラジオ放送(電波)	Web	紙媒体	ライブ(歌)
NPO紹介	○	○	○	△
寄付の促進	○	○	○	○

#### ●平成23年度事業実績の活用について

キャンペーンロゴマーク等を積極的に活用していく。

※記入欄が足りない場合は欄を継ぎ足してかまいません。

### 3 事業の効果

#### 1) NPOの紹介番組の放送による効果

具体的に55のNPOを取り上げて紹介することによって、それぞれのNPOの具体的な活動の情報等を伝えることが出来る。その効果は

(1回の放送に接触する人数) 平均約9.3万人×55回=のべ約511.5万人への伝播となる。さらに番組を聴いたり、番組と連動したブログ・ツイッター・facebookを見たりした人が、ツイッターやfacebookなどで他の人に伝えることによって更なる浸透が期待できる。さらにその放送を通じて、寄付に対する理解が深まることが期待できる。

(根拠となるデータ: 12歳~69歳、6時~24時平均聴取率=1.5%

県内の12~69歳人口約623万人×1.5%=約9.3万人)

#### 2) 楽曲「寄付の歌(仮称)」募集とコンテストの実施による効果

「寄付の歌(仮称)」の募集については、話題性があり、NPOに興味を持たない層への伝播にも効果を発揮すると考えられる。さらに、出来上がった歌が、例えばNPOの募金活動などを通じて人々に歌い継がれていけば、その効果は持続的なものになり得ると思われる。

#### 3) その他の効果

この事業を通じて、55団体の紹介や2つの団体との協力関係によって、多くの関係団体と協力することができる。協力団体の関係者数も膨れ上がり、関係者から草の根活動的に情報が伝わる効果もある。

双方向Webサイト(かなチャリ)との連携としては、現行のNPOインタビューページに番組で取り上げたNPOを掲載することによって、Webのアーカイブ機能を充実させ、番組ブログと相互リンクすることにより相乗効果を発揮する。

#### 4 事業成果の把握

##### (1) 成果の把握

●会員数2万人のFMヨコハマメールマガジン「Fヨコじゃん！」でキャンペーン開始前の7月と終了後の1月の2回実施する。

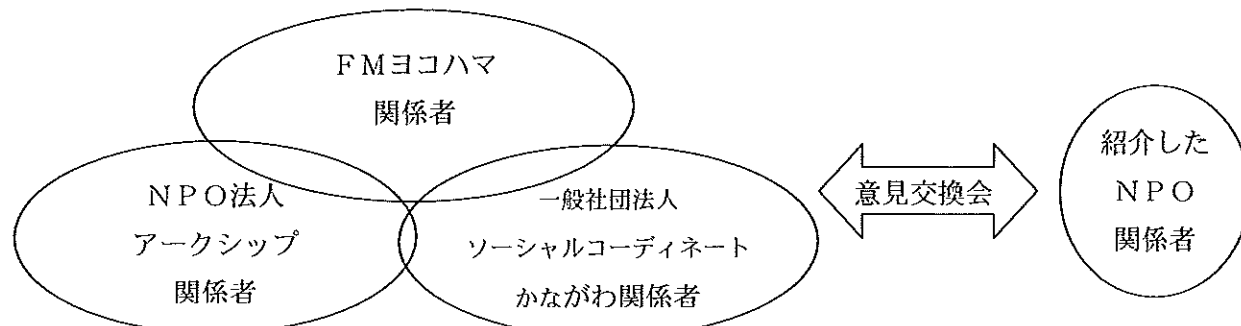
(設問例) 年齢、性別、などの個人情報を省いた一般的事項と、NPOに対する認知度など

●寄付の歌の応募者数とコンテストの観覧申込者数の検証

●ブログのアクセス数解析

##### (2) 提案者の自己評価

番組で紹介するNPO、NPO法人アーキシップ、一般社団法人ソーシャルコーディネートかながわ、FMヨコハマスタッフおよび紹介したNPO関係者等による意見交換会



#### 5 事業の実施体制

##### (1) 総括責任者

横浜エフエム放送株式会社 取締役 開発営業統括部長 中村 馨

##### (2) 個別事業の責任者

横浜エフエム放送株式会社 編成制作部長 加藤 直祐

##### (2) (1), (2) 以外の従事者

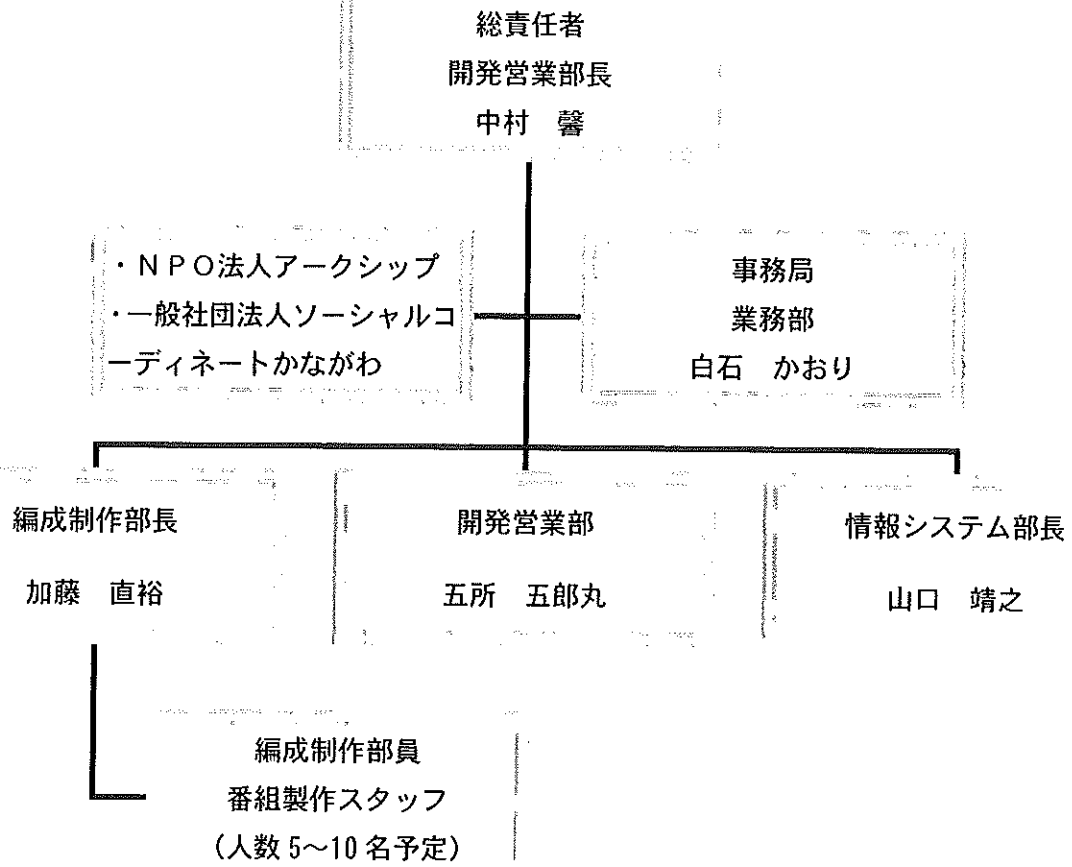
横浜エフエム放送株式会社 開発営業統括部 五所 五郎丸

横浜エフエム放送株式会社 業務部 白石 かおり

横浜エフエム放送株式会社 情報システム部長 山口 靖之



(4) 実施体制図



従事者 5 名とその他の協力者にて実行する

(5) 個人情報の取扱いに関する方針及び体制

当社の個人情報保護方針（抜粋）

1. 個人情報の取得については、利用の目的及び提供の有無を明確にし、目的外利用については禁止している
2. 法令、国が定める指針その他の規範の遵守に努める。
3. 個人情報の漏洩、滅失または毀損に対し防止及び是正を講じる。
4. 苦情及び相談への対応として窓口を設置している。
5. 個人情報保護マネジメントシステムの継続的改善に努める。
6. 個人情報保護方針に関して、当社従業員に周知させるとともに、ホームページに掲載し、いつでも一般の方が入手可能な状態である。

個人情報管理責任者の配置

取締役 柳 浩一郎を個人情報の管理責任者として配し、個人情報の保護と適正利用に努めている。

プライバシーマークの取得

当社は JIS Q 15001 の定める個人情報保護の体制を整備している事業者を認定する制度であるプライバシーマークについて、2010年3月30日に取得し、認定を受けている。

6 再委託 <再委託する予定がある場合のみ記入>

(再委託を予定している場合は、委託する内容と委託先の想定を記入してください。)

7 事業のスケジュール

<24年度>	事業実施内容
平成24年5月	「かながわ寄付をすすめる委員会」との意見交換
平成24年7月	14日～8月31日 14日発行のフリーペーパーに「寄付の歌」募集告知1ページ掲載 「寄付の歌」募集の告知スポットCMオンエア DJによる寄付の歌募集の生パブリシティ Webでの寄付の歌募集告知と応募受付 16日～8月31日 NPOの紹介番組開始
9月	応募作品の選定（5～6曲）
10月	1日～11月5日 横浜赤レンガホールで実施する寄付の歌ライブへの来場者募集 （スポットCM、パブリシティ、Web、チラシ）
11月	6日来場者の抽選 25日横浜赤レンガ倉庫でのライブコンテスト実施
12月	3日からNPO法人の紹介番組放送（優勝した寄付の歌をテーマソング採用） （日程調整中）11月25日実施のコンテストの様態をオンエアで発表
平成25年2月	自己評価（意見交換会の開催）

## 収支予算書&lt;24年度&gt;

科 目	金 額 (円)	備 考 (積算基礎等)
(収入の部)		
	21,800,000	
収入合計 (A)	21,800,000	
(支出の部)		
7月～8月番組制作費	2,700,000	制作費 600,000 電波料 1,500,000 取材協力費 600,000
7月～8月スポットCMオンエア	4,800,000	電波料 4,500,000 CM制作費 300,000
7月～8月DJによる「寄付の歌」 募集の生パブリシティ	1,200,000	電波料 600,000 制作費 600,000
7月14日発行フリーペーパー広告	1,300,000	広告制作費 100,000 フリーペーパー広告費 1,200,000
7月～8月寄付の歌募集HP	200,000	Web制作費 200,000
10月～11月赤レンガホールでの コンサート告知スポット	2,800,000	電波料 2,500,000 CM制作費 300,000
10月～11月赤レンガホールでの コンサート告知パブ	600,000	電波料 300,000 制作費 300,000
11月25日の赤レンガでのライブ	5,000,000	事前制作費(チラシ・パンフレット・ 発送費等) 1,000,000 当日制作費(会場使用料・音響< 収録含む>・照明・装飾費用) 2,000,000 運営人件費 500,000 スペシャルゲストブッキング費用 一式 1,000,000 楽器・機材等運搬費 400,000 ケータリング費用一式 100,000
12月の番組制作費	1,900,000	制作費 500,000 電波料 1,000,000 取材協力費 400,000
12月特別番組制作費	1,300,000	制作費 500,000 電波料 800,000
支出合計 (B)	21,800,000	
収支差額 (A-B)	0	