

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

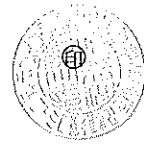
神奈川県知事 殿

住 所 横浜市中区相生町 3-61 泰生ビル 2F

郵便番号 231-0012

団 体 名 特定非営利活動法人横浜コミュニティデザイン・ラボ

代表者職・氏名 代表理事 杉浦 裕樹



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。

提案する 事業の別	<p>①～④のいずれかに○を付けてください。</p> <p>[A：神奈川県チャリティアクション・キャンペーンの普及]</p> <p>① 各種メディアを活用した広報活動</p> <p>② 双方向Webサイトの運営</p> <p>[B：かながわ寄付をすすめる委員会企画]</p> <p>③ 寄付の仕組みの充実</p> <p>④ 次世代に寄付への理解を広げる学習プログラムの開発・普及</p>
事業計画の 概要	<p>「寄付はわたしの社会貢献」。</p> <p>23 年度に構築したメディア機能と SNS 機能を持つキャンペーン WEB サイト「http://kanachari.jp/」を軸に、ソーシャルメディアを活用して、より多くの県民に、このコンセプトを伝え、価値ある公益的な非営利活動＝「新しい公共」を担う NPO を、社会で支える機運を醸成する。特に、時間はないが地域の活性化・暮らしの充実に関心ある方達の一つの社会貢献の形としての「寄付」について、ソーシャルメディアを活用し、さまざま活動や人を紹介することを通して、関心を高める。</p> <p>具体的には、特徴的な活動をしている団体・企業などの情報を掲載。非営利活動に関心ある人たちに対し、地域課題解決を担う「公益的人材」の存在を明示することで、共感→寄付を意識した内容とする。これらの情報をウェブにアップし、twitter やフェイスブック等のソーシャルメディアをフルに活用して毎日スピーディーに伝えていく。</p> <p>また、「新しい公共」を担う NPO 団体に対しては、社会貢献意識を持った県民にリーチするため、さまざまな場面で「寄付・参加につながる情報発信の重要性」を啓発する。</p> <p>また、活動主体は情報発信面での課題を抱えている。よい活動をしながらも効果的に「伝える」手段を持たない場合が多い。地域生活者をつなぐ双方向のオンライン上のコミュニケーション基盤「神奈川まちのたね」を 24 年度は本格的に活用するため、キャンペーン期間などに講習などを実施。フェイスブック講座などとともに、軽やかな情報発信できる団体を増やすことに努めたい。</p>
委託料 見積金額	4640,000 円

応募理由	<p>当 NPO は、まちづくりにおいて ICT（情報コミュニケーション技術）を活用して、価値ある活動主体の所在情報を地域社会に「つなぐ」事業を活動の軸としている。</p> <p>2004 年から継続運営をしているヨコハマ経済新聞をはじめとする Web メディアの運営で培ったノウハウと社会関係資本を本事業にフルに活かしていきたい。</p> <p>地域情報化の担い手、及び、地域で価値ある活動をするさまざまな主体との関係構築にこれらの技術や関係を、社会的な課題の改善のために金銭や時間等を提供できる市民層が、地域社会への貢献に対する関心を引き起こして、NPO 等に対する支援・参加を促す本事業に活かせると考え、応募します。</p>
------	---

団 体 調 書

団 体 名	★ 特定非営利活動法人横浜コミュニティデザイン・ラボ																									
連 絡 責 任 者	氏 名	杉浦裕樹																								
	住 所	〒231-0012 横浜市中区相生町3-61 泰生ビル2F																								
	電話・ファクス	電話：045-664-9009 ファクス：020-4666-6061																								
	e-mail	info@yokohamalab.jp																								
(日常的に連絡 が取れる方の連 絡先を記入して 下さい。)																										
発足・設立年月日	★ 2003 年 11 月 13 日																									
団体設立の経緯	2002年に、横浜市内の民間による公益的な活動を活性化していくため、すでに活動している市民団体を可視化し、活動を有機的につなげていくためのメディアを実践的に運営していく目的で活動を開始した。																									
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。)	横浜市域を軸とした地域を対象に、面白く楽しい街づくりの研究・実践を通じて地域コミュニティを新しくデザインする事業を行い、横浜市をはじめとした一般市民の公共の利益の増進に寄与すること																									
会員数	個人会員118名 ・ 団体会員31団体																									
役員数	理事 監事 世話人・運営委員等 14 名																									
主な活動地域	横浜市内・神奈川県内																									
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。)	まちづくりに関する調査研究・コンサルティング事業/コミュニティビジネスの研究・開発に関する事業/まちづくり推進にあたって必要となる産官学民横断型のコミュニティ・プラットフォームの組織整備に関する調査研究/市民・パブリックメディアに関する調査研究・実践/まちづくりに関するセミナー・イベント・Webやメールマガジン等の企画・制作・運営事業																									
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 http://yokohamalab.jp																									
財政規模	【今年度予算】(平成23年4月～平成24年3月) 35,701,000千円 【前年度決算】(平成22年4月～平成23年3月)(見込み・確定)																									
	<table border="0"> <tr> <td>[収入]</td> <td></td> <td>[支出]</td> <td></td> </tr> <tr> <td>会費収入</td> <td>145,919 千円</td> <td>事業費</td> <td>91,401,008 千円</td> </tr> <tr> <td>寄付収入</td> <td>0 千円</td> <td>管理運営費</td> <td>2,793,499 千円</td> </tr> <tr> <td>事業収入</td> <td>93,412,031 千円</td> <td>その他支出</td> <td>0 千円</td> </tr> <tr> <td>その他収入</td> <td>734,032 千円</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>計</td> <td>94,291,982 千円</td> <td>計</td> <td>94,194,507 千円</td> </tr> </table>		[収入]		[支出]		会費収入	145,919 千円	事業費	91,401,008 千円	寄付収入	0 千円	管理運営費	2,793,499 千円	事業収入	93,412,031 千円	その他支出	0 千円	その他収入	734,032 千円			計	94,291,982 千円	計	94,194,507 千円
[収入]		[支出]																								
会費収入	145,919 千円	事業費	91,401,008 千円																							
寄付収入	0 千円	管理運営費	2,793,499 千円																							
事業収入	93,412,031 千円	その他支出	0 千円																							
その他収入	734,032 千円																									
計	94,291,982 千円	計	94,194,507 千円																							
	【前々年度決算】(平成21年4月～平成22年3月)																									
	<table border="0"> <tr> <td>[収入]</td> <td></td> <td>[支出]</td> <td></td> </tr> <tr> <td>会費収入</td> <td>0 千円</td> <td>事業費</td> <td>14,587,392 千円</td> </tr> <tr> <td>寄付収入</td> <td>0 千円</td> <td>管理運営費</td> <td>4,941,377 千円</td> </tr> <tr> <td>事業収入</td> <td>18,879,997 千円</td> <td>その他支出</td> <td>95,238 千円</td> </tr> <tr> <td>その他収入</td> <td>63,911 千円</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>計</td> <td>18,943,908 千円</td> <td>計</td> <td>19,624,007 千円</td> </tr> </table>		[収入]		[支出]		会費収入	0 千円	事業費	14,587,392 千円	寄付収入	0 千円	管理運営費	4,941,377 千円	事業収入	18,879,997 千円	その他支出	95,238 千円	その他収入	63,911 千円			計	18,943,908 千円	計	19,624,007 千円
[収入]		[支出]																								
会費収入	0 千円	事業費	14,587,392 千円																							
寄付収入	0 千円	管理運営費	4,941,377 千円																							
事業収入	18,879,997 千円	その他支出	95,238 千円																							
その他収入	63,911 千円																									
計	18,943,908 千円	計	19,624,007 千円																							
助成及び委託の主な実績	平成22年度 総務省 (ICTふるさと元気事業) 71,348千円 平成23年度 神奈川県 (かながわの個性と魅力PR事業) 5,787千円																									

※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。

実施計画書

1 現状認識と課題認識

【現状認識】

2011年3月11日に発生した東日本大震災からもうすぐ1年が経つ。広範囲にわたる深刻な被害をもたらした震災から復興は、「官の力」だけでは到底実現することはできない。企業・NPO（法人）・NGO・地域団体・個人ボランティアなど、無数の「民」の力が、被災地の現場・後方支援を担う首都圏などを中心にネットワークされ、復興に向けたアクションを生み出しつつある。

「壊滅的な被害」と報道された地域でも、こうした「新しい公共」の担い手が再生への道筋をつくりだそうと奮闘しているなか、被災地には直接かかわっていない人たちの意識にも変化が見えている。慶應義塾大学パネルデータ設計・解析センターによる、震災後の家計行動を追跡した「東日本大震災に関する特別調査」（2月15日発表）によると▼災害ボランティア活動に参加した人は、回答者の3%弱と少ないが、震災前のボランティアと違って、労働時間の長い人や賃金の高い人ほど参加率が高い。また、震災関連の募金をした人ほど、震災ボランティアへ多く参加している傾向も。緊急支援が必要な状況では利己主義的な経済合理性ではなく、利他的・慈善的な行動が顕現化しやすい。▼震災後の価値観や意識の変化をみると、利他的な価値観を強めた人や、仕事と生活の調和（ワークライフバランス：WLB）への意識を強くした人が多い。その傾向は関東・東北地方で顕著。また、関東・東北地方を中心に、WLBの意識を高めた人ほど、家事・育児時間の増加や労働時間の減少が観察されており、震災が働き方を変える契機になる可能性が指摘できる。

この傾向は、神奈川県民も例外ではないと思われる。「利他」や「社会貢献」に対するこうした意識が深まった2011年、地域/社会の課題解決をを担う民間非営利団体の力を後押しする大きな制度改革があった。

一つは「市民公益税制改革」であり、もう一つは「新しい公共支援事業実施」だ。「市民公益税制改革」は、認定NPO法人を増やすこと、そしてその法人に対する寄付を促進するための税制改革が両輪になっている。この改革によって「社会に必要な活動を直接市民が支援する」流れが整備されてきた。

さらに「新しい公共支援事業」では都道府県での事業実施を通じて、「新しい公共」の担い手となるNPOの自立的活動を支援する枠組みとなっている。2012年は、この枠組みの定着と拡大を通して、多様な市民のニーズにきめ細かく応える公共・公益的なサービスを提供できる非営利組織が成長のきっかけをつかみ、「多様な市民の居場所と出番がある」参加型の公益社会へシフトしていく年だと認識している。

【課題認識】

上記のように、寄付者にとっても、また、寄付を受ける非営利組織にとっても、メリットがある状況・環境があるにもかかわらず、「煩雑そうな手続き」「市民とつながるための情報発信力の不足」「制度自体の周知不足」などで、十分活用されているとは言い難い。こうした情報がわかりやすく整理され、いつでも見られる「場」が必要とされている。

また、県内各自治体でも市民ファンドや助成金など活用されつつあるが、そのプロセスや成果が、市民にわかりやすく発信・報告されてる状況とはいえない。中間支援組織の方々とともに、非営利組織の活動に県民の共感を得られる情報発信の実践を広げる取り組みも欠かせない。

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

横浜コミュニティデザイン・ラボには、現在約 149 の会員がいる（うち団体 31）、事業型 NPO 法人。会員をはじめとする、多種多様な団体・人材との連携による、地域の魅力や価値の発信や、地域が抱えるさまざまな課題について、主として「取材・編集・配信・現場作り」をソリューションとする事業を展開してきた。

具体的には、2004 年から配信を始めた WEB メディア「ヨコハマ経済新聞」を軸に、「地域をよくしたい/課題を解決したい」という公益的な志向性を持つ人材・団体と数多く接触し、ニュースを作り、イベントを実施してきた。地域 SNS「ハマっち！」（横浜市民 3000 人が登録）運営経験や、NPO 法人としては他に先駆けてソーシャルメディアを使ってきた。特に、居場所のない青少年支援の必要性を PR するビデオの制作（横浜市からの受託）や、主婦やリタイヤ層、市民活動団体リーダーなどを対象とした地域レポーター養成講座（総務省交付金事業）など、公益的活動の PR/広報支援/発信者育成などに力を入れて取り組んでいる。

代表理事の杉浦は総務省・地域情報化アドバイザーを経験したほか、関東 ICT 推進 NPO 連絡協議会神奈川県幹事を務めている。また、「みんなの経済新聞ネットワーク」のネットワーキングを担当し、当法人が運営する WEB メディア「ヨコハマ経済新聞」「港北経済新聞」のほか、「湘南経済新聞」「小田原箱根経済新聞」「横須賀経済新聞」と連携し、現在 FM ヨコハマ「Keep Green & Blue」、県広報課からの委託事業「かなマグ.net」などの WEB サイトをソーシャルメディアを活用して、日々、編集・配信を行っている。また、SNS については 2004 年より NPO の研究テーマとして掲げ、2007 年より横浜で地域 SNS「ハマっち！」の運営などを通じ、オンラインコミュニケーションと地域のリアルな現場を組み合わせ、活性化を促す出会いを創出するノウハウを蓄積してきた。

○対象とする市民像

対象 1：支援事業による支援の対象の範囲は、特定非営利活動法人、ボランティア団体、公益法人、社会福祉法人、学校法人、地縁組織、協同組合等の民間非営利組織であり、自発的、主体的に「新しい公共」の趣旨に合致する活動を行う組織、団体等とする。

対象 2：社会的な課題の改善のためなら金銭や時間を提供してもよいと思いながら、実際には NPO の活動に参加したり寄附するなどの行動に踏み込めないでいる市民層、地域の活動に何らかの形で既に関わっている、あるいは、これからかかわりたいと思っている住民とする。

※対象 2 にアプローチしていくことが本事業のメインの目的と認識する。対象 2 に充実した情報をおくためにこれまで以上に、対象 1 との関係構築を図っていきたい。

(2) 提案の内容

【運営のスタンス】

ICT（情報コミュニケーション技術）を活用し、神奈川の地域各地で活動する「価値ある」団体の活動情報を「人」に焦点を当てたコンテンツを「かなチャリ」に月4本、このほか、県内のNPO・社会貢献関連情報を引用してつくる「NPOタイムライン」を引き続き毎日更新する。さらに、これらを、平成23年度に引き続き、twitterとfacebook（ソーシャルメディア）でも情報を発信し、神奈川の社会的な活動に「興味を抱き」、「アクションを起こし」、さらに自らが「情報を発信」というようなサイクルを実現するためのきっかけを創出する。

【新たに力を入れること】

23年度、「神奈川チャリティアクション・キャンペーン」＝「かなチャリ」の構築・運営を担当した事業者として、24年度はその基盤を活用し、安定したコンテンツ発信をするとともに、以下の項目について力を入れたい。

▽システム関連：

- ・県内NPO団体が実施するイベント情報などを受け付ける仕組みを「かなチャリ」Webに設置する。
- ・イベント情報は、県内の中間支援組織、NPO団体等が彼ら独自のWebサイトに表記できるような仕組み（ウィジェット）を導入するとともに、ソーシャルメディアとも連携して、市民が参加できる講座、イベント等の情報を多様に発信する。
- ・NPOデータベースの改善を図る。twitterなどのソーシャルメディアやブログを運営している団体は、その更新情報を団体データベースにも表記できるように改善する。

▽編集部事業

<コンテンツの充実>

- ・取材コンテンツの更新頻度を上げるとともに、記事に掲載する関連情報リンクを充実させる
→人物紹介記事2本、ニュース記事3本/月を最低アップする
- ・twitter、facebookの活用については県内のNPO等の発信の再発信（リツイート等）を積極的に行っていく
- ・「公開インタビュー」を実施する。日時を特定し、ゲストを招きインタビューを行う。内容をWebのコンテンツとする。一般市民の参加も可能。現場の様子は動画で収録するとともにネット中継を実施。年6回実施。
→参考事例：当NPOは市内のNPO「ツブヤ・ユニバーシティ」と連携し毎月公開インタビューを実施している
現場の様子はUSTREAMで生中継するほか、現場終了後にヨコハマ経済新聞で記事として紹介している。

<http://www.hamakei.com/column/251/>

- ・神奈川県「新しい公共支援事業」として進行中の事業を紹介するコーナーを新設する。
- ・月に2回程度のメールマガジンの配信。

かなチャリメルマガを発行し、かなチャリサイトへの誘導のほか、県内NPOのウェブサイトに掲載された情報への誘導も図り、県民に地域のNPO活動への参加のきっかけを提供する。

<学びの場づくりとネットワーキング>

- ・ソーシャルメディアの活用法を、NPO等に周知することと、簡易に市民活動の様子を周知できる「かながわまちのたね通信」（フォトレポーター）の利用者増を図ることと/ために、年に4回のソーシャルメディア活用講座を開催する。うち2回はキャンペーン期間に実施。（5月／8月／11月／02月）。

<NPO等と市民のコミュニケーション>

- ・募集要項にあった「キャンペーンの広告などを見てサイトにアクセスした個人が、他にアクセスした個人やサイトを利用するNPO等とコミュニケーションを図ることができる工夫を盛り込んでください」という仕様に対応し、まず、「①各種メディアを活用した広報活動」の担当事業者との打

・募集要項にあった「キャンペーンの広告などを見てサイトにアクセスした個人が、他にアクセスした個人やサイトを利用するNPO等とコミュニケーションを図ることができる工夫を盛り込んでください」という仕様に対応し、まず、「④各種メディアを活用した広報活動」の担当事業者との打ち合わせ機会が十分に取れることを前提に提案する。

・各記事につけられるコメント欄の活用促進に力を入れる。取材・掲載した記事を通じた共感のメッセージが寄せられるように工夫をする。

・フェイスブックに「神奈川チャリティアクション・キャンペーンサポーター」（仮称：かなチャリサポーター）の「公開グループ」を設定。かなチャリ編集部が顔を合わせた方、問い合わせがあった方々から同意を得たうえで、次々に招待していき、オンライン上の交流の場を設ける。（紙媒体にFBグループの告知が必要）

さらに、グループに招待した方たちのネットワークから広がるつながりも設け、リアルで会わずとも情報共有ができる仕掛けを育てていく。さらにそこで発信される情報のうち、必要なものはかなチャリサイトに反映していく。

※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

(23年度と継続して実施する部分を再掲し、新たに追加する部分を後半に付記いたします)

【再掲部分】

環境・子育て・まちおこし…ふだん暮らしている地域で展開されている多様な活動について知る機会が増える。活動に対して、さまざまな形の「参加のきっかけ」を提供していくことにより、ボランティア・寄付などの形での参加が増加することが期待されるほか、公益的事業の運営ノウハウが広く広がっていくことにより、新たに事業・組織を立ちあげる起業的な非営利団体が増えていくことが期待される。

社会に対しては、自分たちの地域の課題を自分たちで解決していくことや、地域の活性化のために自らの創造性を発揮していくこと、魅力発信などの実践的な取り組みを行っていくことが、広く一般に広まり「あたりまえ」として認識されるようになっていくためのステップになると考えられる。ソーシャルメディアをNPOがそのネットワーク力を活用して運用していくことで、多くのコストをかけずに、県内の地域資源の活動状況がわかる情報を収集・発信することができる。

【新たな効果】
「かなチャリ」にアクセスし、寄附促進に向けた認知度向上を図っていくためには、単にWEBを更新しているだけでは不十分で、WEBに掲載された内容をtwitter、facebookなどのソーシャルメディアを積極的に活用して、多様な生活スタイルの県民に情報の接触機会を増やし、WEBに誘導することが必要。同時に、本キャンペーンWEBサイトで発信する情報は、RSSなどの仕組みを活用して、市民活動の中間支援組織等のWEBサイトに情報提供できるように設計する。これにより、発信する情報への接触機会を飛躍的に増やすことができる。

また、寄附税制を理解し、自分のくらしに取り入れていくための具体的なコンテンツを企画・公開することで、「市民公益税制改革」の果実を、一人でも多くの県民に体験してもらうきっかけを提供する。

4 事業成果の把握

○成果の把握

(この事業の成果を把握するため、どのような指標を設けるか、記入してください。)

【前提】事業実施前・実施後にNPO法人向けにアンケートを実施する。

【対象】NPO法人17分野から5団体ずつ程度を抽出し、課題などを抽出。

成果指標

- 1) ウェブサイト設置前と設置後で、NPO法人に対する理解が深まった
- 2) 自団体の告知やPRにウェブサイトが役立った(参加者・会員数の増減)
- 3) 自団体のPRツールの幅が広がった
- 4) 寄付・募金を集める手法の多様化が進んだ

5 事業の実施体制

(この事業に関する責任者、それぞれの経験、従事者の人数などについて記入してください。)

(1) 総括責任者

杉浦裕樹：NPO 法人横浜コミュニティデザイン・ラボ 代表理事、ヨコハマ経済新聞 編集長。2002 年にまちづくりや地域情報化を実践する NPO 法人横浜コミュニティデザイン・ラボの活動を開始。「協働・連携」による地域活性化や、地域のメディア・情報デザインを実践している。現在、かながわ東日本大震災ボランティアステーション事務局副代表として東日本団震災復興支援の「情報ボランティア」のコーディネートを担当している。共著に「ネット時代のパブリック・アクセス」世界思想社 (2011/3/31)

(2) 個別事業の責任者

▽システム構築事業：井形信（横浜コミュニティデザイン・ラボ会員、株式会社ルクス 代表取締役）IT 技術者。特にウェブマーケティング・データベース構築など、広い分野について実績を持つ。

▽編集部事業：宮島真希子（横浜コミュニティデザイン・ラボ理事）

2010 年、神奈川新聞に 22 年勤務後退職。2010 年に実施した総務省交付金事業「横浜ストリーム」では、地域の発信者を育成するワークショップを企画し、人材育成を担当。紙媒体の活用、ニュースリリースなどについても助言が可能。さらに、自身も子育て支援 NPO 法人「シャーロックホームズ」理事として、神奈川県「子育てポジティブキャンペーン」において、神奈川県として初めての公式ツイッターアカウントの導入をアドバイス。

(3) (1), (2) 以外の従事者

▽編集部ライター（予定）

阿久津李枝（横浜コミュニティデザイン・ラボ会員）

山根麻衣子（横浜コミュニティデザイン・ラボ会員、契約社員）

(4) 実施体制図

◆「寄附促進に向けた認知度向上事業」事務局=====「神奈川県県民活動部 NPO 協働推進課」

| ▽横浜コミュニティデザイン・ラボ

| ・編集会議の実施、取材、記事の執筆、SNS サイトの管理・ファシリテーション

| ・キャンペーンサイトの構築、管理・運営

| ・地域の活動主体者のデータベース構築

|

◆協力団体等

● 関東 ICT 推進 NPO 連合会、関東 ICT 推進 NPO 連合会参加団体

▽ 地域のメディア運営団体などをメディアパートナーとして連携を図る

● 県担当者とは、毎月 1 回の定例編集会議を実施する

(5) 個人情報の取扱いに関する方針及び体制

(個人情報の取扱いに関する方針等の概要、責任者の配置などについて記入してください。)

個人情報の収集、利用及び提供、管理及び廃棄について、神奈川県個人情報保護条例に基づき、適切に取り扱う。また、「神奈川県情報セキュリティポリシー」の情報セキュリティ基本方針を遵守する。

サイト運営を通じて個人情報を収集するにあたっては、あらかじめ個人情報を取り扱う目的を個人情報事務登録簿において明確にしたうえ、その取扱目的を達成するために必要な範囲内で行う。個人情報は、法令等の規定に基づく場合や本人の同意がある場合など一定の例外にあたる場合を除き、取扱目的以外の目的に利用したり第三者に提供したりしない。

収集した個人情報については、厳重に管理し、漏えい、改ざん等の防止に適切な対策を講じる。取扱目的に関し保存の必要のなくなった個人情報については、確実に、かつ、速やかに消去する。

既に個人情報保護のための講座等を受講している総括責任者を個人情報の扱い責任者とする。また、業務に関わるスタッフにおいては情報セキュリティについての講習を行い、管理体制を整え、役割や手順を定め、県へ必要な報告を行う。

ソーシャルメディアの活用に関しては、専門家の助言を得て、十分な配慮をもって、コンテンツを作成する。

6 再委託 <再委託する予定がある場合のみ記入>

株式会社ルクス (ウェブサイト改修時の専門的な作業部分)

7 事業のスケジュール

<24年度>	事業実施内容
平成24年4月	年間事業内容詳細検討、実施計画の策定 県担当者との編集会議 開始 ※以降、毎月1回定期的に編集会議を実施する WEBサイト改善仕様設計 公開インタビュー-1
平成24年5月	かなチャリサポーター制度の検討、試行 ソーシャルメディア活用講座-1 /中間支援組織との意見交換会 WEBサイト改善ベータ版運営開始
平成24年6月	かなチャリサポーター 公開インタビュー-2 WEBサイト改善完了
平成24年8月	ソーシャルメディア活用講座-2 公開インタビュー-3
平成24年10月	公開インタビュー-4
平成24年11月	ソーシャルメディア活用講座-3 /中間支援組織との意見交換会
平成24年12月	公開インタビュー-5
平成25年1月	WEBサイト仕様の見直し、検討会議
平成25年2月	ソーシャルメディア活用講座-4 公開インタビュー-6
平成25年3月	事業成果のとりまとめ

収支予算書<24年度>

科 目	金 額 (円)	備 考 (積算基礎等)
(収入の部)		
委託料	4,640,000	
収入合計 (A)	4,640,000	
(支出の部)		
人件費-取材記事作成/キュレーション/調査等	3,000,000	25万円×12カ月 ・チーフ1名、サブ2名
-システム維持・管理	1,000,000	
謝金-協力団体、アドバイザー、取材対象者 (コラム執筆者金含む)	450,000	10,000円×45人分
旅費-取材交通費等	50,000	県内交通費
消耗品費	20,000	資料等印刷費など
通信費-サーバ管理費 (4月~3月)	120,000	10,000円×12カ月
支出合計 (B)	4,640,000	
収支差額 (A-B)	0	