



神奈川県

KANAGAWA

未定稿

NPO自立化支援マニュアル



神奈川県立かながわ県民活動サポートセンター

平成28年3月

神奈川県は平成13年度に「かながわボランティア活動推進基金21」（以下、「基金21」という。）を設置し、以来、協働事業負担金やボランティア活動補助金など、基金を活用した4つのメニューにより、地域課題の解決に取り組むボランティア団体の活動を支援してまいりました。こうした基金21による支援は、助成を受けていた団体が助成期間終了後も、自立して活動していただくことをねらいとしておりますが、自立に向けては、事業収入や会費の拡充、寄付金の拡充など、自主財源を確保し、財政的な自立を図ることが何よりも重要となります。

自立化に向けては、クラウドファンディング、既存制度の活用など様々な手法がありますが、こうした自立化に役立つ情報を1冊にまとめたら、中間支援組織やNPO等の皆様のお役に立つのではと思い、「NPO自立化支援マニュアル」を作成することとしました。

各章は、それぞれの分野で活躍されている方々に、今知ってほしい最新の知識を図や表を活用し平易な言葉で解説していただいております。また、更に詳しく学びたい、あるいは、執筆者の団体からサポートを受けたいという方々のために文中にウェブサイトへのリンクやメールアドレスを多数記載しております。「NPO自立化支援マニュアル」のPDFファイルをダウンロードしタブレットやパソコンでお読みいただくとより便利ですので、グーグル等の検索エンジンを使用し、PDF版を入手することをお勧めします。

この「NPO自立化支援マニュアル」を、中間支援組織の皆様には、日常のNPO支援業務に活用していただくことを、NPOの皆様には、団体運営の一助にさせていただくことを願っております。

平成28年4月

神奈川県立かながわ県民活動サポートセンター
所長 坂井 雅幸

目 次

1	NPO運営モデル分析(中島智人)	P. 1
2	NPO運営モデル事例(中島智人)	P. 10
3	事業計画(治田友香)	P. 14
4	神奈川県内自治体のボランティア活動を応援する助成金制度一覧	P. 19
5	助成金の申請書類を書くための考え方	P. 26
6	自治体との協働事業	P. 30
7	社会福祉制度を活用して自立した事業展開を進めるには	P. 36
8	ファンドレイジング(鵜尾雅隆)	P. 38
9	クラウドファンディング(治田友香)	P. 40
10	指定・認定NPO法人の制度	P. 44
11	指定・認定取得後の寄附活動(鈴木雅之)	P. 50
12	日本政策金融公庫のNPO法人向け融資制度	P. 53
13	広報戦略(富川万美)	P. 55
14	フェイスブックでネットワークを広げる(伊藤朋子)	P. 59
15	ツイッターで新しい支援者を開拓する(伊藤朋子)	P. 65
16	無料で活用できるITのサービス(イノウエヨシオ)	P. 70
17	若者の受け入れ(伊吾田善行)	P. 73
18	大学のボランティアセンター情報	P. 80
19	プロボノ(嗟峨生馬)	P. 81
20	かながわの公設ボランティア活動支援施設一覧	P. 85

※ () の記載のない章は県が執筆

NPO 運営モデル分析

産業能率大学経営学部
准教授 中島 智人

1 NPO の特徴

NPO (Non-profit Organization: 非営利組織) の運営は、一般の企業のように営利を主な目的とした組織とは異なる、と感じている方も多いのではないでしょうか。NPO は、営利を目的としない代わりに、その団体が達成しようとしている使命 (ミッション) を持ち、そのための活動を行っています。

NPO の成果は、企業のように営業利益や当期純利益などの「利益」によって、活動年度ごとに明確に数字によって表される訳ではありません。そこに集うさまざまな人たちの参加の目的もまちまちです。企業の成果が「シングルボトムライン」、つまり決算書の最後の行を見れば判断できるのに対して、NPO の成果は、参加者それぞれが評価指標を持っていることから「マルチボトムライン」などと表されることもあるほどです。

NPO の企業にない特徴は、どのように表させるのでしょうか。日本における NPO のための代表的な法律として、特定非営利活動促進法 (いわゆる NPO 法) があります。そこでは、この法律で規定される NPO、すなわち特定非営利活動法人 (NPO 法人) の特徴として、「公益性」「非営利性」「市民による自発性」が示されています。

- 公益性：** 不特定かつ多数のものの利益の増進に寄与することを目的とする
- 非営利性：** 営利を目的としない、事業で生じた利益は団体の活動のために使用する、解散時の残余財産は他の同様な団体に帰属する
- 市民による自発性：** 市民が行う自由な社会貢献活動を促進する、会員資格に不当な条件をつけない、活動にかかわる情報公開と市民によるチェック

このように NPO は、一般企業にはない特徴を持っています。企業の運営とは異なる複雑さ、困難さを抱えているため、NPO の運営は企業とは異なると感じるのではないでしょうか。

2 組織としての NPO

NPO の運営は、確かに営利企業とは異なるものです。しかし、NPO（非営利組織）も「組織」に他なりません。組織とは、一般に「明確な目的に向かって二人以上の人たちが協力して働くこと」を実現するためのもの、として捉えることができます。このような視点から組織を見ると、営利企業や NPO など異なる組織の特徴は、その「目的」や、組織にかかわる「人たち」、あるいはその「協力して働く（協働）」その方法などが異なることから生じるものと考えることができます。

例えば、営利企業の目的は「営利」、すなわちなるべく多くの利益をあげてそれを株主や経営者など利害関係者に分配することとなり、利益をあげることにそのものが重要となります。一方 NPO の目的は、それぞれの団体が掲げる使命（ミッション）の遂行、社会的課題の解決です。しかし、それぞれの目的を遂行することそれ自体は、営利企業も NPO も組織として共通に持っている特徴となります。

また、組織に参加する「二人以上の人たち」も、企業と NPO とでは異なります。企業の場合、そこにかかわる人たちは経営者（役員）、従業員、あるいは投資家など、企業と明確な契約を結んだ人たちがほとんどです。企業に参加するひととそうではない人との区別は明確で、その関係も基本的には長期間安定したものです。一方で NPO の場合は、役員や常勤スタッフのような比較的安定的に組織に参加する人たちの他、ボランティアや寄付者などの支援者のように短期的な関係が中心に人たちなど、多様な人たちによって支えられています。しかしながら、少し逆説的ではあるものの、企業も NPO も組織としてそこに参加する人たちの協働を実現するためのものであることには変わりありません。そこにかかわる人たちやその関わり方が異なるだけなのです。

営利・非営利、あるいは官民にかかわらず、私たちの身の回りの組織を考える場合に重要な視点は、組織が「オープンシステム」であるということです。オープンシステムの反対は、「クローズドシステム」です。クローズドシステムは、閉じたシステム、即ち外部との関係にかかわりなく組織内部の自給自足により存続できるシステムですが、オープンシステムである組織は、その外部環境との相互作用の中でしか存続ができません。環境から必要な資源をインプットし、それを価値のあるものに変換し、再び環境に対してアウトプットすることを繰り返すことで、組織としての生存や存続が可能になるのです。

NPO の運営を考えるということは、組織運営、つまり「価値の変換プロセス」をいかに効果的・効率的に行うことを考えること、と捉えることもでき

ます。しかし、NPO というオープン組織としての組織の生存・存続に注目すると、「必要な資源のインプット」や「成果のアウトプット」をどのように構築するかも重要となります。このように、NPO の運営モデルを考えるということは、組織としての NPO が外部環境との関係をいかに構築するかを考えることに他ならないのです。

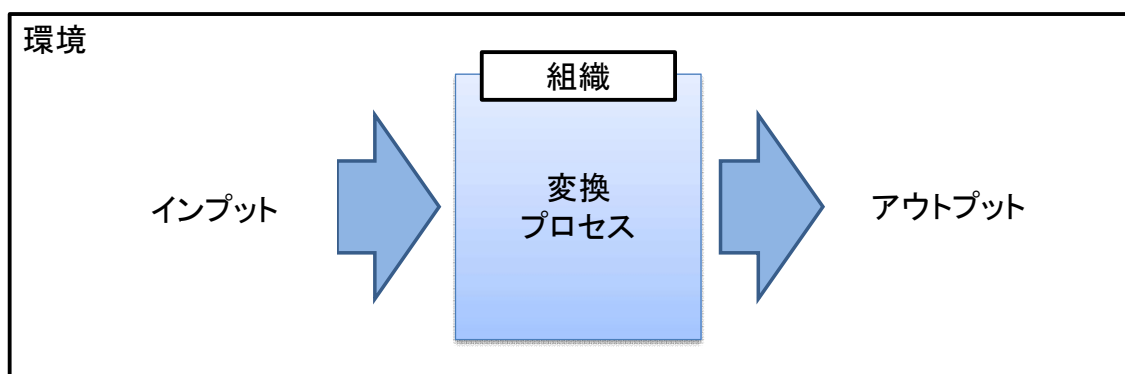


図1 オープンシステムとしての組織

3 NPO と利害関係者（ステークホルダー）

組織の存続にとって、必要な資源、つまりヒト、モノ、カネ、情報といった経営資源をいかに調達するかが重要となります。私たちの生活する社会では、このような経営資源は、ヒト以外のモノ、カネ、情報であっても、個人や他の組織によってもたらされます。このような個人・組織を、利害関係者（ステークホルダー）と呼びます。つまり、組織の存続は、利害関係者どのように持続的な関係を築くかにかかっているのです。

利害関係者は、広義には「組織の活動によって影響を与えるか影響を受けるグループや個人」ということができます。しかし、より狭義には「組織の成功と存続にとって必要不可欠なグループや個人」（R. E. フリーマン）と捉えることもできます。つまり、組織は、利害関係者の支持がなければ成功も存続もおぼつかないのです。ここでいう成功とは、その目的を達成することに他なりません。つまり、組織が存在し続けるためには、必要な経営資源を提供してくれる利害関係者との関係を維持し続けることが必要であるということです。

これらの利害関係者には、組織と直接経営資源の受け渡しをするようなもの、例えば、顧客、取引業者、従業員、投資家などの資金提供者などがあります。また、より広くは政府・自治体、地域社会、市民団体、同業者団体、競合企業、労働組合、国際社会なども、その活動に対して影響を与えたり影

響を受けたりするものとして考えられます。組織運営に必要な経営資源を調達する、という視点では、狭義の利害関係者との関係をいかに維持するかが重要となります。

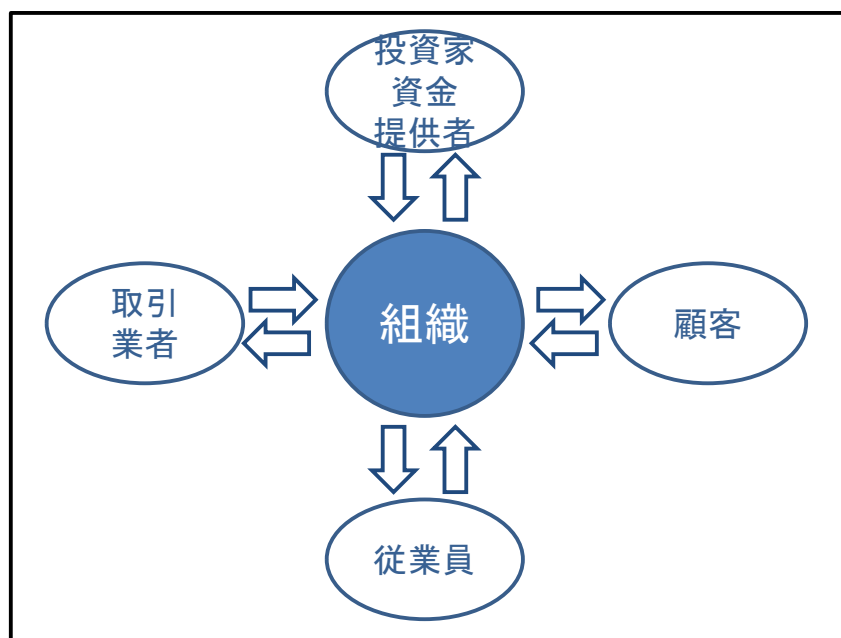


図2 利害関係者の例（ステークホルダーマップ）

図2は、組織と利害関係者との関係を、概念的に示したものです。重要な点は、この関係は双方向の関係、つまり互恵的な関係であるということです。利害関係者は組織に対して経営資源を提供し、組織からはその貢献に対する見返りがあります。例えば、取引業者は、組織の活動に必要な原材料を提供する見返りとして、組織からその価値に見合った代金を受け取ります。従業員は、労働を提供する見返りとして、対価としての報酬を得ます。また顧客は、組織から必要な商品・サービスの提供を受けその代金を支払います。組織は、それぞれの利害関係者との互恵関係を維持することで、組織は存在し続けることができます。

NPOの持続可能な運営モデルを構築するうえでの困難さは、この図からも読み取ることができます。まず、NPOでは、それぞれの利害関係者が組織との関係を維持する理由、つまりNPOに対して貢献し続ける動機が多様であり、利害関係者ごとに異なります。例えば、従業員だけを取り上げてみても、専門的な資格を有し必要な技能を提供することにより世間並の報酬を得るものから、ボランティアとして金銭的な報酬以外の「何か」を得ようとするもの

が、ひとつの組織に混在していることはよくあることです。営利企業が、基本的には利害関係者は適切な対価を得るといった経済的な動機で結ばれているのとは異なるのです。

さらに、営利企業では、顧客から得る対価が、その他の利害関係者への見返りの源泉となります。そのため、多くの企業では、いかに顧客満足度を高め、顧客との関係を維持し、そこから得られる利益を最大化できるかが、組織運営上の重要な意思決定となります。しかし、NPO の場合は、顧客、つまり NPO の受益者から提供した商品やサービスに見合うだけの対価を得ることができない場合が多々あります。にもかかわらず、その受益者に対しての活動をしなければ NPO の存在価値がなくなってしまうことから、その受益者に対して何とかサービスを提供できる方法を考えることとなります。営利企業にとっては、自分たちの目的、すなわち利益を最大化して分配することを最もよく達成できる顧客を探すことが合理的な意思決定であるのに対して、企業から見れば不合理でも NPO の目的、すなわち使命の達成という観点からは合理的な受益者に対してサービスを提供するのが NPO なのです。

4 NPO の運営モデル

NPO の運営モデルは、経営資源の獲得という視点から捉えると、営利企業とは異なる工夫が必要となります。それは、NPO がその目的である使命、つまり社会的価値の遂行を行うことが、必ずしも経済的価値の遂行に結び付かないからです。要するに、NPO はその目的の達成のためには対価を期待できない受益者も対象とする必要があります（それを辞めたら、NPO としての存在意義がなくなる）、必要な経営資源を獲得して組織を存続させるためには、経済的な関係だけによらない利害関係者との関係を築く必要がある、ということです。NPO といえども霞を食って生きていく訳にはいかないのです。

社会的企業（ソーシャルエンタープライズ／ソーシャルビジネス）は、社会的目的と経済的目的とを併せ持つものとして、定義される場合があります。しかし、実際には、社会的企業の受益者が公共サービスや市場から排除され、必要なサービスを受けられない人たちであることがしばしばです。その場合、社会的目的と経済的目的とを単純に両立することは難しく、両者はしばしばトレードオフの関係、つまり社会的目的を追求すれば経済性が損なわれ、経済的目的を求めれば本来持つ社会的目的を達成することができない（必要な受益者を対象とできない）ような関係にあります。

また、社会的目的と経済的目的とを両立できるような領域を特定した場合も、注意が必要です。なぜならば、その事業が経済性を求めることによって、意図しないトレードオフが発生している可能性があるからです。例えば、社

会的な領域で、受益者が支払い可能な価格を設定することにより、事業としてなりたつようなモデルを構築した場合、その価格が一般的には十分低価格であったとしても、潜在的な受益者を疎外する要因となるからです。

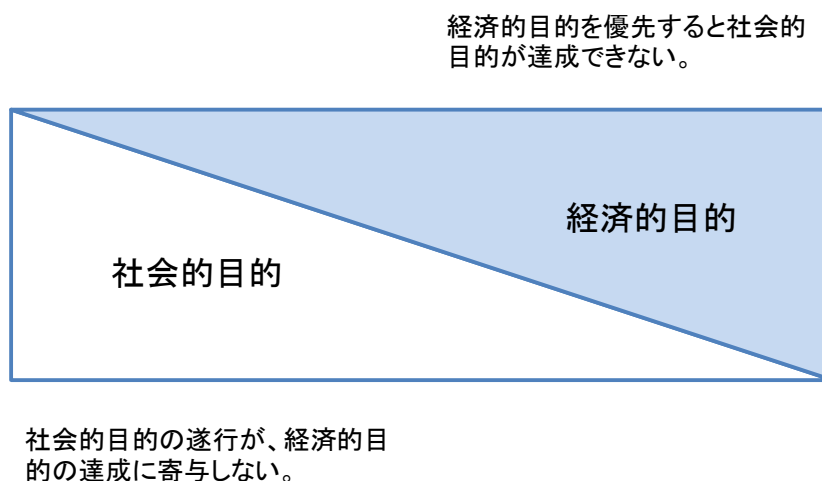


図3 NPOにおける社会的目的と経済的目的とのトレードオフ

NPOの運営モデルを考えるにあたって、営利企業を含めた一般的なビジネスモデルについての考え方を紹介しましょう。

「ビジネスモデルとは（１）誰にどんな価値を提供するのか、（２）その価値をどのように提供するのか、（３）提供するにあたって必要な経営資源をいかなる誘因のもとに集めるのか、（４）提供した価値に対してどのような収益モデルで対価を得るのか、という四つの課題に対するビジネスの設計思想である」（國領二郎『オープン・アーキテクチャ戦略』1999年）

これは、

- （１）は、NPOにとっての「受益者」は誰であり、どんな「価値」を提供することがその使命にとって重要となるのかという視点
 - （２）は、その価値の提供、すなわち目的をどのような手段によって達成するのかという視点
 - （３）は、必要な「経営資源」が何でありどのように調達するのかという視点
 - （４）は、事業を継続して行うための「収益モデル」、つまり資金獲得の視点
- にかかわるものです。

NPO は、その使命の達成と、それに必要な経営資源の獲得、そしてそれを可能にする収益モデルの構築が求められているのです。

5 NPO による多様な経営資源の獲得

NPO は、使命としての社会的目的を遂行するために、経済性を確保するためには、不利な状況にあります。しかしながら、社会的目的を遂行するからこそ得られる多様な経営資源もあるのです。

公共サービスの提供

NPO の行う活動は、本来、国や自治体が行うべき公共サービスの提供である場合があります。現在、これまで「官」の独占物とみなされていた「公（おおよけ）」が、NPO や企業からなる「民」に対しても開かれてきています。私たちの生活におけるニーズが多様化、複雑化してきたことにより、もはや「官」だけでは公共サービスを担えなくなってきたからです。企業も「民」の一員として公共サービスの担い手となりますが、営利を目的とする企業にはモラルハザードなど公共サービスを担ううえでの懸念が付きまといまいます。その点、営利を目的としない NPO は、公共サービスの担い手として、国・自治体から期待されているのです。

新たな市場の開拓

社会性を、市場での競争力を活かすことも考えられます。例えば、自分たちの消費行動の結果に責任をもつ「エシカルコンシューマリズム（倫理的消費）」の進展は、社会性をもつ NPO の商品・サービスの市場での価値を高めることにつながります。さらに、NPO のもつ社会貢献という価値を、企業活動と組み合わせることも行われています。企業が、自分たちのブランド価値の向上のために NPO と組んだり、企業がその活動に経済性を取り入れる際に NPO を支援したりする活動が行われるようになりました。NPO の社会性が、企業を通して市場からの資源獲得に結びつくようになってきています。

社会関係資本（ソーシャルキャピタル）の獲得

NPO の活動は、市民による自発性に支えられています。そこには、本来的に市民による参加が組み込まれているのです。さまざまな人たちが NPO の活動に参加することを通して、地域コミュニティや特定の関心を持つ人たちの中での社会的なつながりや信頼、すなわち社会関係資本が醸成されます。この社会関係資本は、「資本」と呼ばれるように、NPO が何かを達成しようとする場合に、モノやカネと同じようにその活動の原資、つまり経営資源とな

ります。そこでは、本来、相応の対価を支払って市場で調達しなければならない経営資源を市場価格よりも安価、あるいは無償で調達することができます。例えばボランティア、プロフェッショナルなスキルを持つ人材によるプロボノ、寄附、低利あるいは無利子の融資、現物寄附などです。これらを原資にすることにより、必要な商品やサービスを提供したり、提供する商品・サービスの市場での競争力を高めたりすることができます。

NPO の運営モデルを構築するためには、多様な経営資源の調達方法を考える必要があります。

6 使命（ミッション）にもとづく経営

組織として NPO を捉えた場合、必要な経営資源の獲得のためには多様な利害関係者との関係構築が求められます。また、NPO の社会的価値の追求は、必ずしも経済的な価値とは結びつく訳ではなく、むしろ社会的目的と経済的目的とは相反する（トレードオフ）の関係にあり、受益者への商品・サービスの提供が NPO の経済的な経営基盤を危うくすることも考えられます。一方で、経営資源の獲得という点から見た場合、NPO が社会的価値を追求しているからこそ、手にすることができる経営資源があることも事実です。NPO の運営モデルを考えるうえでは、多様な利害関係者それぞれがどのようにすれば NPO と関係を持ち続けてくれるのか、を明確にする必要があります。

多様な利害関係者を惹きつけ、継続的に多様な経営資源を獲得するうえで重要となるのが、NPO の使命（ミッション）に他なりません。組織としての NPO が、「明確な目的に向かって二人以上の人たちが協力して働くこと」を実現するための体系である以上、その組織目的を社会と共有し、様々な立場でその目的を共有してくれる利害関係者を得て初めて、NPO の運営モデルを構築することができます。

使命を明確にすることは、自分たちの活動領域、すなわち「何を行って、何を行わないか」を明確にすることです。自分たちの活動の意味を明確に意識することにより、事業のポートフォリオマネジメントも有効となります。つまり、使命への貢献度と財政への貢献度とを比較し、使命への貢献度が高い活動をいかにして守るか、ということを考えるものです。場合によっては、使命への貢献度が高く組織として絶対に守らなければならない活動のために、使命への貢献度は低いものの財政的な貢献度の高い事業を行い、そこから得られる利益を使命の遂行に結び付く活動に投資する、などの活動の組み合わせを考えることもできます。NPO が、事業化する場合のひとつの視点を提供してくれます。

また、使命を明確にすることは、国・自治体や企業からの補助金・助成金を活用する場合も有効です。NPO は、自分たちよりも影響力の強い団体と協働することにより、自分たちだけでは達成することができない社会的価値を生み出すことができます。反面、資源を過度に依存することにより、自分たちの自律性・自立性を失い、相手に吸収されてしまう危険性もはらんでいます。これは、活動により使命がゆがめられることから起こるのです。

最後に、NPO の運営モデルを考えるうえでの視点を整理しておきましょう。

- ・ 組織の目的、つまり使命（ミッション）は何か、それをどう共有するか
- ・ 目的を達成するために必要な経営資源は何か
- ・ 必要な経営資源をもたらす利害関係者（ステークホルダー）は誰か
- ・ その利害関係者との関係をどのように構築し維持するか、つまり利害関係者が自分たちの組織に貢献し続ける理由は何か
- ・ 必要な収益をどのようにあげるか
- ・ それぞれの事業は使命にどのように貢献しているか（あるいは、貢献していないか）

ここまで NPO の運営モデルについて考えてきました。しかし、いくら必要な経営資源を獲得しても、NPO が必要な成果を達成するためには、図 1 にあげた組織としての変換プロセスが適切に機能する必要があります。つまり、組織の力量形成が重要となります。NPO における組織の力量形成は、このマニュアルにもさまざまな具体的な方法が示されているように、NPO が新しい資源の獲得に挑戦したり、事業の遂行を通して必要な実力をつけたり、あるいはさまざまな支援機関を活用したりすることにより、達成できるものです。ここでも、自らが掲げた使命を、より効率的・効果的に達成するために自分たちはどうあるべきか、を考えることが重要となります。

NPO 運営モデル事例

産業能率大学経営学部
准教授 中島 智人

ここでは、NPO 運営モデルの事例を、かながわボランティア活動推進基金 21 による事業を経験した団体から紹介したいと思います。基金 21 では、協働事業負担金については 5 年、ボランティア活動補助金については 3 年と、事業期間に制限があります。そのため基金 21 終了後、どのように事業（あるいは、組織の活動）を継続していくかが、重要な課題となっています。そこで、ここでは「成功」を基金 21 終了後の事業の継続としてとらえ、さまざまな方法により事業を継続した取り組みを事例として紹介します。

A 県が施策・予算化

事業名	実施団体	基金 21 終了後の状況
引きこもり青少年支援の協働ネットワーク事業	(特非) リロード (楠木学園)	引きこもり青少年向けの「コミュニケーション・人間関係講座」を委託
犯罪や災害の被害者等に対する支援事業	(特非) 神奈川被害者支援センター	「かながわ犯罪被害者サポートステーション」の運営、総合相談、犯罪被害者等に対する付添い、ボランティアの育成事業等を委託
女性のための緊急一時保護施設と外国人に対する相談事業	(特非) 女性の家 サラー	多言語による相談事業の委託
アレルギー児を学校・園、保育所、救急隊との連携で支える研修事業	(特非) アレルギーを考える母の会	アレルギー疾患対策事業及び食物アレルギー緊急時対応研修会事業の委託
外国につながりを持つ子どもへの教育・進路サポート事業	多文化共生教育ネットワークかながわ	外国につながりを持つ子どもへの教育・進路サポート事業を協働で実施 (一部県費負担)
医療通訳派遣システム構築事業	(特非) 多言語社会リソースかながわ	日本語を母語としない外国籍患者が安心して医療を受けられるよう、協定医療機関に医療通訳スタッフを派遣する事業を委託

ここにあげられた事例は、NPO が公共サービスの担い手として活動している事例と言えるでしょう。しかもそのサービスは、それまで公的サービスとしては提供されておらず、NPO が社会的課題を発見したものです。その対象者・受益者は、ともすれば社会から疎外された人たちであり、公共サービスの対象とされないばかりか、そのサービスの必要性も認識されなかったような人たちです。ここにあげられた事例には、例えば、ひきこもりの青少年、DV 被害にあった外国人女性、犯罪被害者、医療サービスが必要な外国人、外国につながりを持つ子どもたち、アレルギー児などがあります。

このように、これらは NPO がその専門性を活かし、また受益者に寄り添うことによりそのニーズを明らかにし必要なサービスを提供した実績が、県の施策や予算化につながったものです。NPO の活動が新しい公的なサービスへの創出へとつながる、NPO の政策起業家としての側面が発揮されたものではないでしょうか。

B NPO と県とが役割分担を再調整し協働として継続

事業名	実施団体（現在） 協働部署（現在）	基金 21 終了後の状況（4 事業は県事業として継続）
こども医療センター患者・家族滞在施設運営事業	(特非) スマイルオブキッズ 【県】 県立病院課	(事業名) こども医療センター患者家族滞在施設運営事業 (事業概要) こども医療センターに長期入院する子どものために患者家族滞在施設を運営 (県の支援) 団体に対し土地を無償で提供
湘南みかんの木パートナーシップ事業	(特非) 湘南スタイル 【県】 農業技術センター	(事業名) 地域資源「ひと・もの・こと」を活用し、持続可能な社会づくりを目指す、湘南みかんの木パートナーシップ事業 (事業概要) みかんの木のオーナーとなる市民を募集し、商品として還元する仕組みを進めることで湘南地域のみかん農家の衰退を防ぐ。 (県の支援) JTB を取り込むなどの支援を継続

野生動物救護に関する支援事業	(特非) 野生動物救護獣医師協会神奈川支部 【県】自然環境保全課	(事業名) 野生動物救護に関する支援事業 (事業概要) 野生動物リハビリテーター養成・資格認定、総合学習支援、普及啓発活動 (県の支援) 養成講習の講師や後援名義の使用承認をしている。
地域生活交通創出・再構築事業	(特非) かながわ福祉サービスネットワーク 【県】地域福祉課	(事業名) 地域生活交通創出・再構築事業 (事業概要) 福祉有償運送の普及啓発 (県の支援) 団体と共催で研修会を開催

ここにあげられた事例は、NPO が行ってきた活動に対して、さまざまなかたちで県が引き続き支援するものです。例えば、県が覚書を締結して NPO の活動をオーソライズしたり、必要な情報提供や活動場所の提供、あるいは広報活動を支援したり、などです。NPO が必要とする経営資源は、資金だけではありません。自治体の財政が厳しい状況で予算化が難しい状況にあって、資金提供以外の支援が事業の継続に役立つ事例と言えるでしょう。

C 国・県・市町村等の制度に移行

事業名	実施団体（現在）	基金 21 終了後の状況
子どものシェルター運営事業ほか	(特非) 子どもセンターてんぼ	自立援助ホームの一類型として国に認められ、児童自立援助事業として（国 5/10, 県 2/10, 横浜市 2/10, (川崎市 1/10)）のスキームで継続
高次脳機能障害ピアサポートセンター運営事業	(特非) 脳外傷友の会ナナ	就労継続支援 B 型の指定事業所として厚木市が認定。自立支援費（障害者総合支援法）の対象事業として継続実施。

これらの事例は、基金 21 の事業が、さまざまな公的制度へと移行したものです。児童福祉法や障害者総合支援法など法律・制度にもとづいた事業、あるいは国や自治体を実施する事業などを活用し、資金を得たものです。これら公的制度にもとづく事業に NPO の事業が以降できたのは、基金 21 の事

業を通して NPO が必要な力量形成を行い、また、その実績が公的に認められたからです。事業を実施する NPO が、公的な資金を活用することにより財政的に安定し、受益者に対して継続的にサービスを提供することが可能となります。反面、制度上の制約により、本来 NPO として自由に行えた事業を行えなくなる可能性も否定できません。制度の活用は、NPO の使命と照らし合わせて判断する必要があるでしょう。

D NPO が県との協力関係を維持しつつ自己財源を拡充し主体的に事業を継続

事業名	実施団体（現在）	基金 21 終了後の状況
県営いちょう団地在住の外国籍住民に対する包括的入居サポート事業ほか 【H20～24】	多文化まちづくり工房	（財）国際交流財団の民際協力基金の助成等を受け、引き続き、（一社）県土地建物保全協会の協力の下、当該団地で母国語による生活相談や、県営団地の入居説明会等を実施。現在も、自主事業として継続実施。
デートDV（恋人間の暴力）防止のためのシステム構築事業 【H21～25】	（特非）エンパワメントかながわ	平成 26 年 2 月に認定 NPO 法人となり、デートDV 防止教育を県内の学校において広く展開するほか、電話相談による被害者支援を自主事業として実施。
がん体験者による、がん患者・家族のためのピアサポート事業 【H22～26】	（特非）がんネットジャパン	がん体験者による医療情報の提供等を通じて、がんと向き合う患者及びその家族らの相談支援を、かながわ福祉推進センターにおいて、自主事業として実施。
映像・メディアコンテンツ制作による青少年育成支援事業 【H22～26】	（特非）湘南市民メディアネットワーク	県内の引きこもり等青少年支援団体と連携し、不登校・引きこもりの青少年を対象とした映像制作ワークショップを、事業規模を縮小し、自主事業として実施。

これらの事例は、基金 21 の経験を活用して、NPO が自主事業として事業を継続したものです。公的な資金ではなく、民間財団の協力を得て資金を獲得したり、事業性を高めることにより事業収入を確保したりすることにより、事業の継続が可能になっています。

事業計画

関内イノベーションイニシアティブ株式会社

代表取締役 治田友香

1 事業計画とは

事業計画とは、団体の目標を実現するための手引書です。NPO法人に限らず団体にとって事業計画は、法的に必要なだからつくるものではなく、「どこで、なにを、いつ、どのように行うのか」を役員やスタッフ間で共有したり、会員や寄附者などの支援者に説明する場面で使用したりと団体の関係者からの理解を深めたり、コミュニケーションの一つのツールとしてといてもいいでしょう。

また、事業計画は、助成金申請や金融機関からお金を借りるときの審査資料として提出書類の一つとされていることも多いです。その場合は、提案する事業の実現可能性をはかったり、団体の運営状況を判断する材料の一つとして使用されます。

2 事業計画をつくる目的

団体が活動を開始してから数年経つと、立ち上げスタッフと新規スタッフのずれが生じてトラブルが起きたり、外部環境の変化に対応できていないことからサービスの利用者が減少するなど運営上の課題が生まれてくるものです。そうなったら（そうなる前に手を打つのが理想的ですが）、改めて事業計画や中長期計画（5年間くらいが一般的）を作成することで、団体が進むべき方向性を明らかにするのも一考です。事業内容やスタッフ体制の見直しにつながることもあります。

魅力的で実現可能な事業計画を作成することにより、必要な経営資源（ヒト、モノ、カネ、情報）を調達することができるようになるかもしれません。

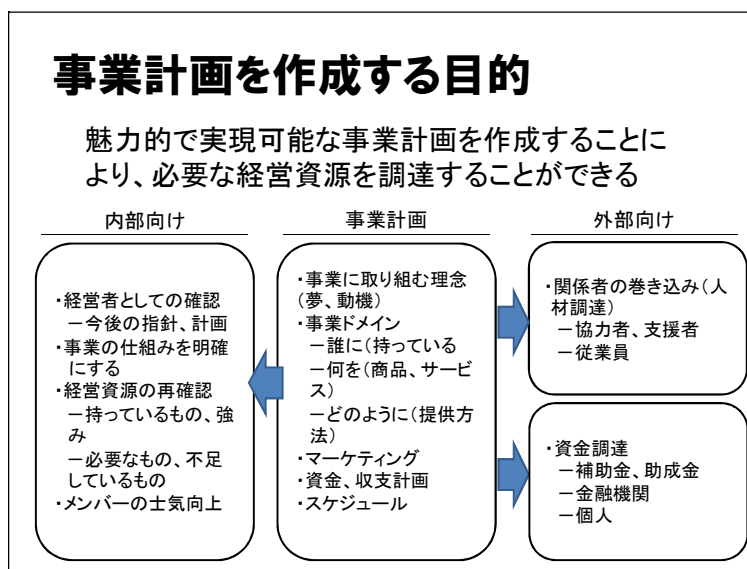


図1) 事業計画を作成する目的

3 事業計画の構成

事業計画の構成は、下記の項目が一般的です。

1. 事業名
2. 解決したい社会的課題
3. 対象となる顧客
 - －ターゲット、市場規模
4. 事業内容
 - －概要
 - －商品・サービスメニュー
 - －キャッシュポイント（どうやって収益をあげるか？）
5. セールスポイント（差別化、優位性、新規性）
6. 販売方法
7. プロフィール
 - －動機、理念
 - －自身の経験、スキル、ノウハウ、技術、人脈など
8. 資金計画
 - 事業をはじめるのにどれだけのお金が必要か？
 - それをどのように準備するか？
9. 収支計画
 - どれだけの売上があがる見込みか？
 - どれだけの費用がかかる見込みか？
 - ちゃんと利益があがるのか？

それでは、事業計画の作成の手順について説明します。

まずは想いの確認です。NPOの多くは経済的な動機というよりは、やむにやまらず社会的な課題解決に取り組むものですから、特に団体の創設者の動機や原体験が重要なカギとなります。ただし、団体の成長過程で活動の担い手が多様化してくると当初の想いを貫くだけでは団体を統率しつづけるのが難しくなることが多々あります。その時は、代表の交代、団体の暖簾分けといった事態となるかもしれません。

次に、アイデア出しです。役員だけ、スタッフだけ、事業部門ごとにというやり方もありますし、役職や部門を超えた場を設定して行うこともあるでしょう。できるだけたくさん出して、関わる人たちが何を考えているかを認識しあう機会としてもいいかもしれません。

そして、たくさん出されたアイデアを絞ります。内部環境（経営資源、経験・スキル・ノウハウ、ネットワークなど）、外部環境（社会的課題・市場の変化・競合他社など）を検証したうえで、より実現性の高いもの、よりニーズがあるもの、その事業やってみたいという希望者が多いものなど、それはその時の団体を取り巻く環境を鑑みて優先順位がつくでしょう。

アイデアが絞られたら、その次はリサーチです。インターネットで調べたり、書籍を読んだり、セミナーに足を運んだり、同種のサービスを提供しているNPOを研究したりすることがとても重要です。自らが考え出したアイデアは、実はすでにそうしたアイデアを実現している人がいたり、理由があって成立しない事業だったりすることが常です。NPOのサービス提供範囲は狭いことが多いため、類似の事業があったからといって採用しないという判断が必ずなされる必要はなく、逆に類似事業を研究してその地域にあった形で事業化することも考えうると思います。

その段階で明確にすべきことは、事業領域（事業ドメイン）です。誰に、何を、どのように提供するかということです。そのベースには、

- ・必要とされること（外部環境、ニーズのあること、困っていること）
- ・できること（内部環境、経験、スキル、ノウハウを持っていること）
- ・やりたいこと（理念、想い）

があり、この3つが重なる事業が理想的な事業といえるでしょう。ですが、「必要とされることでなければ売上が上がらない」「できることでなければ実現が難しい」「やりたいことでなければ継続が難しい」というのも世の常ですし、それでも「やる！」というのもNPOの真骨頂というのも考え方です。「やる」にしても「やらない」にしても、しっかりした議論を重ねることが重要です。

事業計画作成ステップ

1. 想いの確認
2. アイデア出し
3. アイデアの絞り込み
4. リサーチ
5. 事業領域(事業ドメイン)を明確にする
誰に、何を、どのように提供するか
6. どこで収益をあげるか(キャッシュポイント)を明確にする
7. マーケティングを考える
何を、いくらで、どこで、どのように提供するか
8. お金の計算をする(資金計画、収支計画)

図2) 事業領域を考える際のポイント

事業領域を考える際のポイント

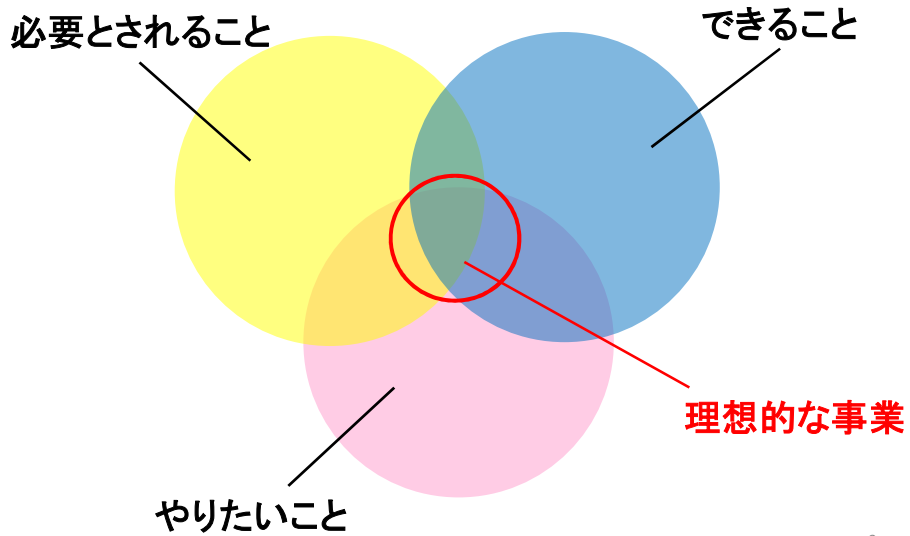


図3) 事業ドメインを明確にするポイント

事業ドメインを明確にするポイント

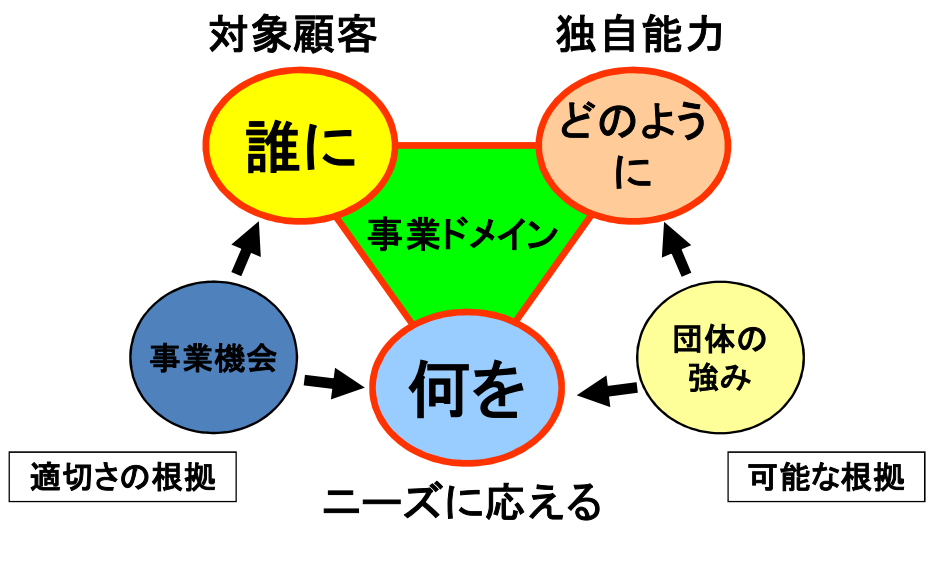


図4) 事業ドメイン (例)

最後に、どこで収益をあげるか（キャッシュポイント）を明確していきます。何を、いくらで、どこで、どのように提供するかを検討し、資金計画、収支計画を立てます。「活動を継続する、活動を拡大するには資金が必要」というベクトルと、「社会的課題を解決する、困っている人を助ける」というベクトルは必ずしも一致しないものです。資金の有無だけが事業の成功要因ではなく、資金が不足したことが事業継続できるモデルを創出することにもつながることがあります。ピンチはチャンスということばもあるように、今起きている運営上の課題を一つ一つ乗り越えていくことが団体の成長につながります。

4 事業計画を作成したら

事業計画を作成したら、第三者にチェックしてもらいましょう。多くの場合、団体の代表や事業担当者が事業計画をつくるものですが、代表であれば他の役員やスタッフに、事業担当者であれば同僚などに見てもらい、率直な意見をもらいましょう。もらった意見は、真摯に受け止め、できるだけ反論や言い訳をせず、冷静に受け止めましょう。事業計画を練り直すには、身近に時間を割いてくれる協力者がいることも大事な資源と理解してください。その時のポイントは下記の通りです。

- ① 全体の構成が矛盾なく分かりやすくなっているか
- ② 他人が見て説得力のある構成になっているか
- ③ ニーズに対応したものになっているか

想いと理屈を練り込んで作成することが大切ですし、一度書き上げて終わりではなく、ブラッシュアップの作業を重ねることで、新たな気づきも得られることが少なくありません。できるところから実行に移して、仮説を検証、それをもとに事業計画の修正を行っていく。この作業の繰り返しによりよい事業計画づくりにつながります。

皆さんが社会にとって必要なサービスを提供し続ける限り、支援者は必ず出てくるものです。あきらめずにごがんばってください！

私ども関内イノベーションイニシアティブ株式会社では、これまでに神奈川県、横浜市などの委託を受けソーシャルビジネススタートアップ講座を展開し、850名を超える受講生を輩出してきました。ソーシャルビジネス相談事業も予約制で受け付けています。講座の受講生や相談に来られる人の中には、NPOの運営者も多数います。なお、文中の図は、この講座の事業計画の講義で使用しているものです。

27年度は活動3年を経たボランティア団体を対象に「かながわボランティアエースプログラム」を行い、県内12団体が参加し、それぞれが中長期計画の策定に取り組みました。

参加団体の成果報告を当社ホームページにあげています。またソーシャルビジネス相談事業のエントリーもホームページでご案内しています。

当社ホームページ <http://massmass.jp>

神奈川県内自治体のボランティア活動を応援する助成金制度 一覧

団体名・助成金名	助成額	内容・対象	募集時期 又は締切	TEL・FAX
横浜市市民局市民活動支援課 市民活動推進ファンド事業	審査を経て決定	公益的活動に賛同する市民や企業等の寄附により、NPO法人が活動を行う上で課題となる活動資金に関し、支援を行う。	平成26年 2、4、9 月	TEL 045-227- 7965 FAX 045-223- 2032
	案内HPアドレス	http://www.city.yokohama.lg.jp/shimin/tishin/shiminkatsudou/fund/		
横浜市鶴見区区政推進課地域力推進担当 つるみ・元気アップ事業	1年目：上限8万円 2年目：上限6万円（補助対象経費の4/5以内） 3年目：上限5万円（補助対象経費の2/3以内）	地域の課題解決に向けて、区民が自主的に取り組む活動の立上げを支援する。	平成26年 1月20日 ～2月28 日	TEL 045-510- 1678 FAX 045-504- 7102
	案内HPアドレス	http://www.city.yokohama.lg.jp/tsurumi/life/chiiki/chiikidukuri/26genkiup.html		
神奈川区区政推進課 かながわ地域支援補助金区民力発揮コース	1年目30万円、2年目20万円、3年目10万円、9/10を上限	地域の課題解決を地域の方々が自ら目指して活動する事業に対して、補助金等の支援を行う。	平成26年 12月～	TEL 045-411- 7026 FAX 045-314- 8890
	案内HPアドレス	http://www.city.yokohama.lg.jp/kanagawa/kusei/tilki-hoiyokin/		
横浜市保土ケ谷区地域振興課 保土ケ谷区地域・まちづくり活動補助金	活動形態や活動回数・参加対象者数により、補助金申請限度額を設定。	地域社会やまちづくりにつながり、社会的公共性を持つ団体活動を活動費の一部を補助することにより支援を行う。	平成26年 3月	TEL 045-334- 6307 FAX 045-332- 7409
	案内HPアドレス	http://www.city.yokohama.lg.jp/hodogaya/bunyabetu/chiiki-kumin/chiikimachi-hoijo/		
横浜市旭区区政推進課 横浜市旭区福祉保健課 旭区きらっとあさひ地域支援補助金	1年目:30万円 2年目:20万円 3年目:10万円	旭区内における地域福祉の推進等地域課題解決に向けた事業に取り組む団体に対して活動に必要な経費を補助する。平成26年度より、高齢者の多い旭区の特性を踏まえ、高齢者が気軽に立ち寄り交流できる居場所づくりに関する事業については、補助金交付に加え居場所づくり促進のための支援（相談・視察等）を充実している。	平成26年 3月24日 ～5月30 日	横浜市旭区 区政推進課 地域力推進 担当 045-954- 6028 横浜市旭区 福祉保健課 事業企画担 当 045-954- 6144
	案内HPアドレス	http://www.city.yokohama.lg.jp/asahi/madoguchi/kusei/kikaku/kirattoasahichiikishienijgyou/		
横浜市金沢区地域振興課 金沢区市民活動サポート補助金	補助率は補助対象経費の2/3 「生涯学習講座」 上限15万円 「青少年健全育成、国際交流、文化芸術、環境保全、子育て支援」 上限30万円	市民活動団体が行う公益性の高い事業に対して補助金を交付する。	平成26年 7月、平成 27年1月	TEL 045-788- 7804 FAX 045-788- 1937
	案内HPアドレス	http://www.city.yokohama.lg.jp/kanazawa/chishin/shogaku/8-10.html		

団体名・助成金名	助成額	内容・対象	募集時期 又は締切	TEL・FAX
横浜市港北区地域振興課 地域のチカラ応援事業	チャレンジコース ：上限30万円 スタートアップ コース ：上限5万円	地域住民が地域課題の解決に向けて主体的に取り組むことができるよう「福祉保健」「文化芸術」「地域まちづくり」をテーマにして活動する団体に対して補助金を交付する。	平成26年 3月	TEL 045-540- 2247 FAX 045-540- 2245
	案内HPアドレス	http://www.city.yokohama.lg.jp/kohoku/sinkou/chikara/		
横浜市緑区地域振興課 緑区チャレンジ提案事業	チャレンジコース：30万円以内 スタートアップ コース：10万円以内	緑区が提示するテーマ(福祉、環境、防災・防犯、地域まちづくり)に沿った協働提案事業。	平成26年 11月	TEL 045-930- 2237 FAX 045-930- 2242
	案内HPアドレス	http://www.city.yokohama.lg.jp/midori/50info/55kyoudou/teian/		
横浜市都筑区地域振興課 都筑区区民活動補助事業	対象となる事業経費の1/2（上限25万円）	区内の市民活動団体が実施する公益的で地域の課題解決につながる事業に対し補助金を交付する。	平成26年 4月	TEL 045-948- 2238 FAX 045-948- 2239
	案内HPアドレス			
横浜市戸塚区地域振興課 とつか夢結び応援事業	上限30万円 団体発足後3年以内の団体は補助対象経費の2/3以内 団体発足後3年が経過した団体は補助対象経費の1/2以内を交付	まちの資源や人材の発掘とその活性化を図り、魅力あふれる地域づくりを推進するために行われる活動に対して補助金を交付する。	平成26年 3月17日 ～4月9日	TEL 045-866- 8413 FAX 045-864- 1933
	案内HPアドレス	http://www.city.yokohama.lg.jp/totsuka/chishin/bunka/		
横浜市栄区地域振興課 栄区みんなが主役のまちづくり協働推進事業	【補助対象経費の2/3または1/2の範囲内】 アドバンスコース ：20万円上限 ベーシックコース ：5万円上限 スタートコース 8万円上限	だれもが暮らしやすく、活力あるまち栄区を実現するため、地域課題の解決や地域のまちづくり等、区民が主体的に実施する活動に対する事業補助制度。	平成26年 1月～2月	TEL 045-894- 8936 FAX 045-894- 3099
	案内HPアドレス	http://www.city.yokohama.lg.jp/sakae/guide/machi/minna/		

横浜市の助成金情報は、次のサイトを参考に作成しています。

<http://www.city.yokohama.lg.jp/shimin/tishin/bank/seido/>

団体名・助成金名	助成額	内容・対象	募集時期 又は締切	TEL・FAX
(公財)かわさき市民活動センター かわさき市民公益活動助成金	①上限10万円 ②上限30万円 ③上限100万円 ④上限200万円 ②③は経費の80%以内 ④は経費の70%以内	団体活動の推進と将来の運営の自立・発展を図るため、川崎市内で公益的な活動するボランティア・市民活動団体が行う「事業」を資金面から支援する。①スタートアップ、②ステップアップ30、③ステップアップ100、④ステップアップ助成200	新規事業の募集開始は年内、締め切りは1月中	TEL 044-430-5566 FAX 044-430-5577
	案内HPアドレス	http://www1.kawasaki-shiminkatsudo.or.jp/		
特定非営利活動法人 市民ファンドゆめの芽 相模原市 市民局 市民協働推進課 相模原市 市民・行政協働運営型市民ファンド「ゆめの芽」	ファーストステップコース 総事業費の90%以内(学生主体の場合は100%以内)で上限10万円 ステップアップコース 総事業費の80%以内で上限50万円	市民一人ひとりの想いを皆の想いへという観点から、市民や企業からの寄付金で、相模原市内で社会貢献活動を行う市民活動団体を財政的に支援し、活動の活性化を図る。	8月～10月(平成27年度は時期未定)	TEL 042-752-0885 FAX 042-756-0973
	案内HPアドレス	http://www.yumenome.com/		
横須賀市市民部市民生活課 市民協働推進補助金	上限50万円(事業費の80%以内)	横須賀市内に活動拠点を有する市民公益活動団体によって、ボランティアを適切に活用したうえで行われる公益的な事業	12月～2月	TEL 046-822-9699 FAX 046-821-1522
	案内HPアドレス	http://www.city.yokosuka.kanagawa.jp/2405/g_info/1100050061.html		
横須賀市市民部市民生活課 特定非営利活動法人補助金	市民からの寄付を原資とした助成であるため、年度ごとの寄付の総額と登録団体数を基に、審査を経て決定する。	①NPO法人であること②主たる事務所の所在地が横須賀市内にあること③横須賀市内で特定非営利活動を行っていること④事業費の総額のうち、非営利活動に係る事業の占める割合が100分の50以上であること。など(対象団体としての登録が必要)	4月(予定)	TEL 046-822-9699 FAX 046-821-1522
	案内HPアドレス	http://www.city.yokosuka.kanagawa.jp/2405/npofund/tokutei_hieirikatudouhoujinnhoiyokin.html		
平塚市 市民部 協働推進課 公益信託ひらつか市民活動ファンド	①助成総額50万円(1団体10万円まで) ②助成総額150万円(1団体50万円まで)	より多くの市民活動(市民が自らの意志で社会の様々な課題に主体的に取り組む活動)が活発に展開され、平塚市を魅力と活力ある都市としていくために、助成金の支給により支援する。 ①入門コース ②発展コース	1～2月	TEL 0463-21-7534 FAX 0463-22-3037
	案内HPアドレス	http://www.city.hiratsuka.kanagawa.jp/katsudou/fundtop.htm		

団体名・助成金名	助成額	内容・対象	募集時期 又は締切	TEL・FAX
藤沢市 市民自治部市民自治推進課 公益的市民活動助成事業	上限40万円 (原則、団体年間予算の50%以内。ただし、設立3年未満の団体で初めて助成を受けようとする場合は団体予算の80%以内。)	・藤沢市民を対象とした公益的な市民活動を行う団体の組織基盤を強化するための取り組みを対象として助成 ・次のいずれかに該当する団体が申請対象 (1)市内に主たる事務所等を有する特定非営利活動法人や一般社団・財団法人(非営利型)、公益社団・財団法人 (2)次に掲げる要件の全てに該当する任意団体 ①藤沢市内に活動拠点有していること ②5人以上によって構成されていること ③藤沢市民が5人以上いること ④団体の設立目的、組織、代表者等に関する定めがあること ⑤助成を受けようとする年度の直前の1月1日時点で団体として設立されていること ※ただし、自治会・町内会、地域団体等は申請対象外	12月	TEL 0466-25-1111(内線2514) FAX 0466-50-8407
	案内HPアドレス	http://www.city.fujisawa.kanagawa.jp/iti-s2/kurashi/shimin/shimin/koekiteki.html		
小田原市市民部地域政策課 市民活動応援補助金	①上限10万円 ②上限20万円 ③上限30万円	地域社会が抱える課題の解決に向け市民が自発的に行なう市民活動を市が財政的に支援することで、市民活動の活性化と自立を図る。 ①スタートアップコース、②ステップアップコースプランA、③ステップアップコースプランB	前年度11月～1月	TEL 0465-33-1458 FAX 0465-34-3822
	案内HPアドレス	http://www.city.odawara.kanagawa.jp/field/international/volunteer/ouenhoiyokin.html		
茅ヶ崎市 総務部 市民自治推進課 市民活動げんき基金助成制度	①上限10万円 ②上限60万円	茅ヶ崎市内で活動し、3人以上で構成され、かつ、構成員の1/2以上が市民(在勤、在学を含む)である団体が行う、茅ヶ崎市民が受益者となり得る公益的な事業 ①スタート支援(本制度による助成を受けたことがない団体を対象) ②ステップアップ支援(市民活動スタート支援を受けたことがある団体、または設立後2年以上の団体を対象)	1月	TEL 0467-82-1111 FAX 0467-82-1164
	案内HPアドレス	http://www.city.chigasaki.kanagawa.jp/shiminsanka/hoio/1010772/1010777.html		
逗子市市民協働部市民協働課 市民活動支援補助金	①ステップ1 上限5万円 ②ステップ2 上限20万円	市民活動を行う団体の公益的な活動に対し、団体を育てていくとともに、様々な地域課題の解決を図ることを目的に市民活動支援補助金を交付します。 ステップ1：市民活動を立ち上げ、又は市民活動を軌道に乗せるために要する初期的経費が対象です。 ステップ2：団体等の活動を更に発展させるために必要な経費とし、事業実施に必要な経費の2分の1以内の額を対象とします。	1月中旬～2月中旬	TEL 046-873-1111(内線7824) FAX 046-872-3003
	案内HPアドレス	http://www.city.zushi.kanagawa.jp/syokan/simin/hoiokin/		
はだの市民活動団体連絡協議会 市民活動サポート事業	1団体10万円以内(予定)	「はだの市民活動いきいき基金」を活用し、市民活動の活性化を図り、将来にわたり個性豊かな地域社会を実現するとともに、市民活動団体による活動を通じて基金を地域へ還元していくことを目的に、自主的に公益的な活動を行う市民活動団体に対して、資金面での支援を行う。	11月中旬～1月中旬	TEL 0463-82-5118 FAX 0463-82-6793
	案内HPアドレス	http://www.saposen.org/		

団体名・助成金名	助成額	内容・対象	募集時期 又は締切	TEL・FAX
厚木市市民協働推進課 市民活動推進補助金	上限20万円（補助対象事業費の2分の1以内）	厚木市内に主たる事務所等を置き、市民が自発的・自立的に活動をしている、ボランティアをはじめとする公益的な市民活動を行う団体	5月から6月まで	TEL 046-225-2141 FAX 046-225-4612
	案内HPアドレス	http://www.city.atsugi.kanagawa.jp/index.html		
大和市市民経済部市民活動課 市民活動推進補助金 ①「めばえ」、②「はぐくみ」	①上限5万円（現金支出内） ②上限20万円（対象経費の2分の1以内且つ現金支出額内）	新しい公共の創造に参加する意志のある市民、市民団体、事業者が行うボランティア活動など非営利の活動であって、主な活動場所が大和市内であるか、活動の拠点が市内にある活動や事業	平成27年1月～2月（平成27年度分）	TEL 046-260-5103 FAX 046-260-5138
	案内HPアドレス	http://www.city.yamato.lg.jp/web/katudo/katudohoio.html		
海老名市 市民活動推進課 市民活動推進補助金	(1)入門編 上限10万円 (2)発展編 上限30万円	・3人以上で構成されており、市民の自主的な参加によって行われる公益性のある事業に対して財政的支援を行う。 (1)団体の自立を促進し、活動を軌道に乗せるための事業 (2)団体がこれまで行ってきた活動の拡充を図る事業、又は活動の発展を目的に次の一歩として新たに行う事業	平成27年1月5日～平成27年1月30日	TEL 046-235-4794 TEL 046-231-2670
	案内HPアドレス	http://www.city.ebina.kanagawa.jp/www/contents/1383805910849/index.html		
南足柄市市民活動課 地域づくり交付金助成事業（公益的の市民活動助成事業）	1)上限10万円 2)上限5万円 3)上限5万円	市内を主な活動拠点とし、3人以上の市民によって構成される団体が行う、市民を対象とした公益的な市民活動。 1)初期コース、2)育成コース、3)継続コース	11月～12月	TEL 0465-73-8071 FAX 0465-70-1832
	案内HPアドレス	http://www.city.minamiashigara.kanagawa.jp/kurashi/soudan/katudou/shiminkatudouokonau.html		
綾瀬市市民こども部市民協働課 市民活動応援補助金（きらめき補助金）	①上限10万円 ②上限20万円 ③上限50万円	真に豊かで魅力と活力あふれる地域社会の実現を目指し、社会的課題に取り組む市民活動に対し、その事業費用の一部について補助金を交付し、財政的に支援する。①いぶき ②はぐくみ ③はばたき	2月～3月	TEL 0467-70-5640 FAX 0467-70-5701
	案内HPアドレス	http://www.city.avase.kanagawa.jp/hp/menu000019300/hpg000019280.htm		
大磯町町民福祉部町民課 公募型補助金事業	設立時期及び申請回数により異なる	町内で、様々な分野において意欲的に活動する団体等を対象に、町で定めた一定の交付基準を満たす事業を行う場合に補助金を交付する。	4月～5月（予定）	TEL 0463-61-4100 FAX 0463-61-1991
	案内HPアドレス	http://www.town.oiso.kanagawa.jp/soshiki/chomin/chomin/tanto/koubo_hojo/1396327225291.html		

団体名・助成金名	助成額	内容・対象	募集時期 又は締切	TEL・FAX
二宮町町民生活部町民課 町民活動推進補助金	①上限10万円 ②上限30万円（対象経費の5分の4以内）	町民が自らの意志で社会的なさまざまな課題に主体的に取り組む「町民活動」に対して、財政的に支援する。 ①町民活動スタート支援、②町民活動ステップアップ支援	1月～2月上旬	TEL 0463-71-3311 FAX 0463-73-0134
	案内HPアドレス	http://www.town.ninomiya.kanagawa.jp		
中井町地域支援課 まちづくり活動支援補助金	①上限5万円 ②上限10万円 ③上限30万円	地域で活動する様々な団体を対象として、地域の活性化やまちづくり活動への取り組みに対して、資金面での支援を行う。 ①自立支援コース、②活動支援コース、③発展支援コース	2月～11月 （予定）	TEL 0465-81-3907 FAX 0465-81-1443
	案内HPアドレス	http://www.town.nakai.kanagawa.jp/forms/info/info.aspx?info_id=32404		
大井町企画財政課 補助金公募制度	「大井町補助金等交付審査委員会」の提言に基づき町が決定	町民の活動に補助金を助成し、町と町民のパートナーシップを深める。	8月～9月中旬	TEL 0465-85-5003 FAX 0465-82-9965
	案内HPアドレス	http://www.town.oi.kanagawa.jp/chosei/hoiyokin/		
開成町町民サービス部 自治活動応援課 開成町民活動応援事業	平成26年度は上限10万円 （平成27年度は額等未定）	町民が自発的・自主的に行う、公共の利益に寄与する活動の活性化を図り、協働のまちづくりを一層進めていくことを目的に、企画・立案し実施する事業に対して資金的な支援を行う。	4月～5月 （平成27年度は時期未定）	TEL 0465-84-0315 FAX 0465-82-5234
	案内HPアドレス	http://www.town.kaisei.kanagawa.jp/forms/info/info.aspx?info_id=29898		
愛川町総務部行政推進課 あいかわ町民活動応援事業	30万円以内かつ補助対象経費の10分の8以内	町民公益活動を行う団体が、新たに行う、自主的かつ自立的で、町民等の利益に寄与する活動に対し、町が資金的なバックアップを行う。	4月	TEL 046-285-6925 FAX 046-286-5021
	案内HPアドレス	http://www.town.aikawa.kanagawa.jp		
清川村総務課 村地域コミュニティ活動促進助成事業	予算の範囲内	地域の特性を活かした自主性、共同性、開放性にあふれたコミュニティの充実をめざすため、地域住民の団体のコミュニティの諸活動を支援。	詳細は右記のTELまで	TEL 046-288-1212
	案内HPアドレス	http://www.town.kiyokawa.kanagawa.jp/guide/chiiki/comunity.html		
かながわ県民活動サポートセンター かながわボランティア活動推進基金21協働事業負担金	上限1,000万円 最長5年間	ボランティア団体等と県とが協働することで、一層効果が高まると期待される事業 ①一般部門（分野を問わず） ②課題部門（年度ごとに分野を設定）	平成26年6月中旬～7月末	TEL 045-312-1121 FAX 045-312-4810
	案内HPアドレス	http://www.pref.kanagawa.jp/cnt/f5258/		

団体名・助成金名	助成額	内容・対象	募集時期 又は締切	TEL・FAX
かながわ県民活動サ ポートセンター かながわボランティア 活動推進基金21 ボラ ンタリー活動補助金	上限200万円（事 業経費の2分の 1） 最長3年間	地域社会が抱える課題の解決に向けての取り組 みや、社会システムの改革を目指してチャレン ジする事業	平成26年 9月～10 月中旬	TEL 045-312- 1121 FAX 045-312- 4810
	案内HPアドレス	http://www.pref.kanagawa.jp/cnt/f5258/		
かながわ県民活動サ ポートセンター かながわボランティア 活動推進基金21 ボラ ンタリー活動奨励賞	副賞 団体100万 円、個人 50万円 を限度	ボランティア活動のモデルとなる地域社会への 貢献度が高い活動に取り組んでいる団体や個人 を表彰。副賞として賞金を贈呈	平成26年 6月中旬～ 8月中旬	TEL 045-312- 1121 FAX 045-312- 4810
	案内HPアドレス	http://www.pref.kanagawa.jp/cnt/f5258/		
かながわ県民活動サ ポートセンター かながわボランティア 活動推進基金21 ボラ ンタリー団体成長支援 事業	26年度上限720 万円 （25年度は360 万円）	ボランティア団体が自立的かつ安定的に活動で きるよう、県が中間支援組織等にその支援を委 託する。	平成26年 6月中旬～ 7月末	TEL 045-312- 1121 FAX 045-312- 4810
	案内HPアドレス	http://www.pref.kanagawa.jp/cnt/f5258/		

助成金の申請書類を書くための考え方

かながわ県民活動サポートセンター
基金事業課

はじめに

助成金の申請書類で、一番大切なのは、助成金を出す側が知りたい内容を、分かりやすく書くことです。

助成金を出す行政や民間財団が知りたいのは二つの内容です。一つ目は、あなたの団体に助成することで、どのような効果が期待できるのか。二つ目は、助成金が効率的に使われるか。

そのため、助成金の申請書類には、事業を実施した結果、どのような成果が生まれるのかが描かれている必要があります。この事業の成果を描いたものを、ここでは「ビジョン」と表現します。

さらに、事業の実施に向けて、無駄なく着実に実施していく工程が描かれている必要もあります。この事業の工程を描いたものを、ここでは「アクション・プラン」と表現します。

このビジョンとアクション・プランを描くための考え方に、「ロジックモデル」があります。

ここでは、ロジックモデルを使って助成金の申請書類を作成するための、考え方を学んでいきます。

ロジックモデルとは

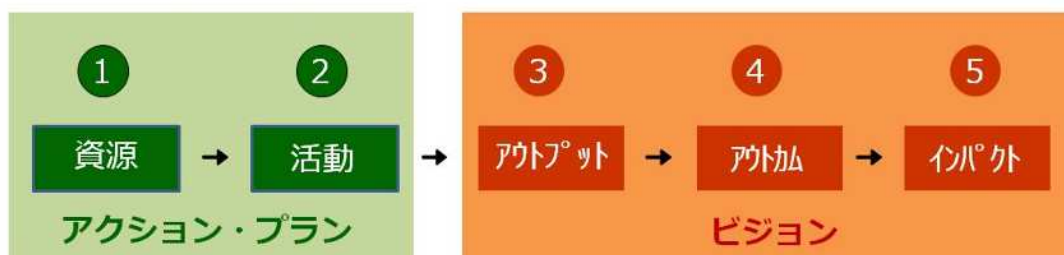
ロジックモデルは、「資源」、「活動」、「アウトプット」、「アウトカム」、「インパクト」の5つの要素で構成されています（図1）。

5つの要素は、大きく二つのグループに分かれます。ひとつ目は、アウトプット、アウトカム、インパクトからなるグループで、これはビジョンを描くために必要な要素となります。二つ目は、資源、活動からなるグループで、これは「アクション・プラン」を描くために必要な要素となります。

ビジョンを描く

ビジョンを構成する、アウトプット、アウトカム、インパクトのそれぞれについて説明します。

図1 ロジックモデルとは



ロジックモデルとは、事業を計画する上で必要な要素を、「資源」、「活動」、「アウトプット（対象者に提供する社会サービスなど）」、「アウトカム（対象者に与える変化）」、「インパクト（地域社会に与える変化）」の5つに分けて体系的に整理したもの

[参考]

W.K KELLOGG FOUNDATION (2004) *Logic Model Development Guide*

W.K.ケロッグ財団ホームページ

<http://www.wkkf.org/~media/36693510092544928C454B5778180D75/LogicModel.pdf> (2013年10月現在)

まず、アウトプットです。アウトプットには、対象者に提供する社会サービスなどの内容を描きます。例えば、子どもたちに勉強を教えるといった内容です。それを分かりやすく伝えるには、いつ、どこで、だれが、なにを、相手にどのくらい費用を負担してもらって実施するのかを描く必要があります。

次に、アウトカムです。アウトカムには、社会サービスなどを通じて、対象者に与える変化を描きます。それを分かりやすく伝えるには、先ほどの例で言えば、勉強を教える子どもたちが抱えている課題を描く必要があります。例えば、あなたが勉強を教えた子どもたちが、不登校の子どもたちであれば、こうした子どもたちは、学校以外で、勉強を教わったり、友達と交流する居場所が無く、不安を抱えています。こうした不安を取り除き、安心して過ごすことができるようになるという効果がアウトカムになります。

最後に、インパクトです。地域社会に与える変化を描きます。それを分かりやすく伝えるには、先ほどの例で言えば、子どもたちが不登校になってしまう地域社会の課題を描く必要があります。学校が変わる必要があるのかもしれませんが、家庭が問題を抱えていて、それを支える地域活動や行政の取組が必要なのかもしれません。何よりもまず、地域の人たちが、不登校について正しく理解することが大切なのかもしれません。事業を実施することで、子どもの不登校の背景にある問題解決に向けて与える影響がインパクトになります。

以上をまとめますと、事業の内容、事業の対象者に与える効果、さらに事業を通じて地域社会に与える影響を描いたものが、ビジョンとなります。

ビジョンを描くことにより、あなたの団体に助成することで、どのような効果が期待できるのかを、助成金を出す側に分かりやすく伝えることができます。

アクション・プランを描く

次に、アクション・プランを構成する、資源と活動のそれぞれについて説明します。

まず、資源です。資源とは、事業を実施するために必要な、ヒト・モノ・カネ・情報・時間のことを指します。次に、活動とは、事業を実施するうえで発生する作業のことを指します。

アクション・プランとは、事業を実施するうえで発生する作業を時間軸で並べ、その作業に必要な、ヒト・モノ・カネ・情報・時間を描いたものです。

例えば、事業を企画する作業で、どのようなヒトに担当してもらい、企画の打合せをどこで行うのか、必要な備品や消耗品は何か、どのような情報が必要か、企画するためにかかる費用の予算はどのくらいか、そして、そのためにどのくらいの時間をかけるのか、これを描いたものがアクション・プランになります（図2）。

さらに、個々の作業を時間軸で並べることで、事業全体の作業工程を俯瞰できる表をつくることができます（図3）。

アクション・プランを描くことで、あなたの団体が無駄なく着実に事業を実施できることを、助成金を出す側に分かりやすく伝えることができます。

図2 アクション・プランを描く（作業別）

区分	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3
作業内容1：企画	→											
<担当者>												
<実施場所>												
<備品・消耗品>												
<必要な情報>												
<予算>												

※以下、企画→準備→広報→実施→記録→評価→報告のような順で作業工程を描く。

図3 アクション・プランを描く (全体)

区分	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3
作業内容 1 : 企画	→											
作業内容 2 : 準備		→										
作業内容 3 : 広報			→									
作業内容 4 : 実施				→								
作業内容 5 : 記録					→							
作業内容 6 : 評価										→		
作業内容 7 : 報告											→	

おわりに

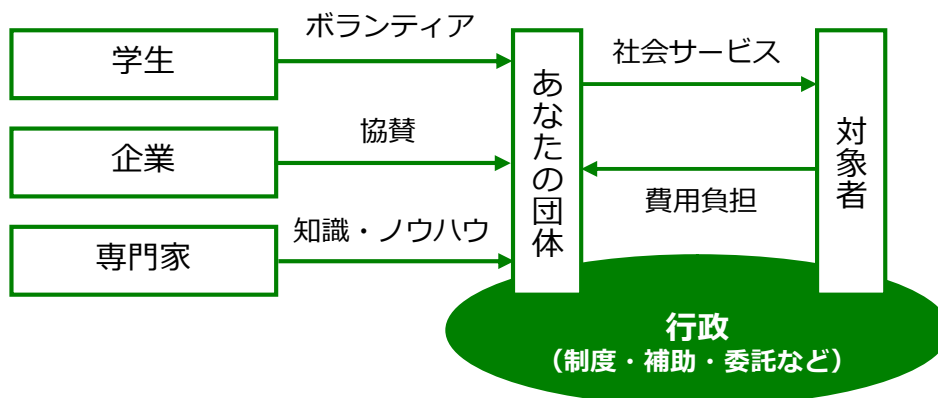
本稿では、ロジックモデルを使って、助成金の申請書類を書く考え方をお伝えしました。

最後に、ビジョンとアクション・プランとは別に、助成金を出す側が知りたい内容をお伝えします。それは、助成が終わった後も事業を続けていくことができるか、さらに成長していくことができるかです。

これを分かりやすく伝えるためには、助成された事業を通じて、どのような事業モデルを築くのかを描く必要があります。

それは、必要な資源を調達するための関係図を書くことで伝えることができます (図4)。

図4 事業モデル図の例



自治体との協働事業

かながわ県民活動サポートセンター
基金事業課

一般に社会的課題を解決するため、自治体とNPOが対等な立場で事業を行うことを協働事業といますが、県では、「ボランティア団体等と県との協働の推進に関する条例」を定めており、条例では「地域の課題に対する共通の認識の下に、企画立案及び実施の各段階において対等な立場で協議することを合意したもの」を協働事業と定義しています。

一方、神奈川県助成制度である「かながわボランティア活動推進基金21」では、協働事業を以下のとおり定義しています。

『ボランティア団体等と県とが対等な立場でパートナーシップを組んで行えば一層の効果が期待できると考えられる事業』

「かながわボランティア活動推進基金21」は、過去36事業（平成26年度時点）を協働事業として採択していますが、課題と手法の視点で見ると採択される事業提案には次の2つの傾向があります。

- 県が気付かなかった社会的課題を解決するNPOの取り組み
- 従来からある社会的課題を新たな手法で解決するNPOの取り組み

逆に言えば、団体の既存の活動の事業資金、団体の運営資金が不足しているため、補助してほしいという提案は採択の対象外です。

基金21の協働事業の特徴

- ・ 助成額が多い。（年1,000万円が上限）
- ・ 事業費なら人件費に充てられる。（団体の運営費の人件費は対象外）
- ・ 助成期間が長い。（最長5年間継続可能）

基金21の協働事業が目指すもの

助成額が大きい、事業費の人件費に使える、助成期間が長いという仕組みがあるのは、基金21の助成期間終了後も対象事業が社会的課題を解決する社会基盤として継続させるためです。

協働事業実施期間にすべきこと

・人材育成

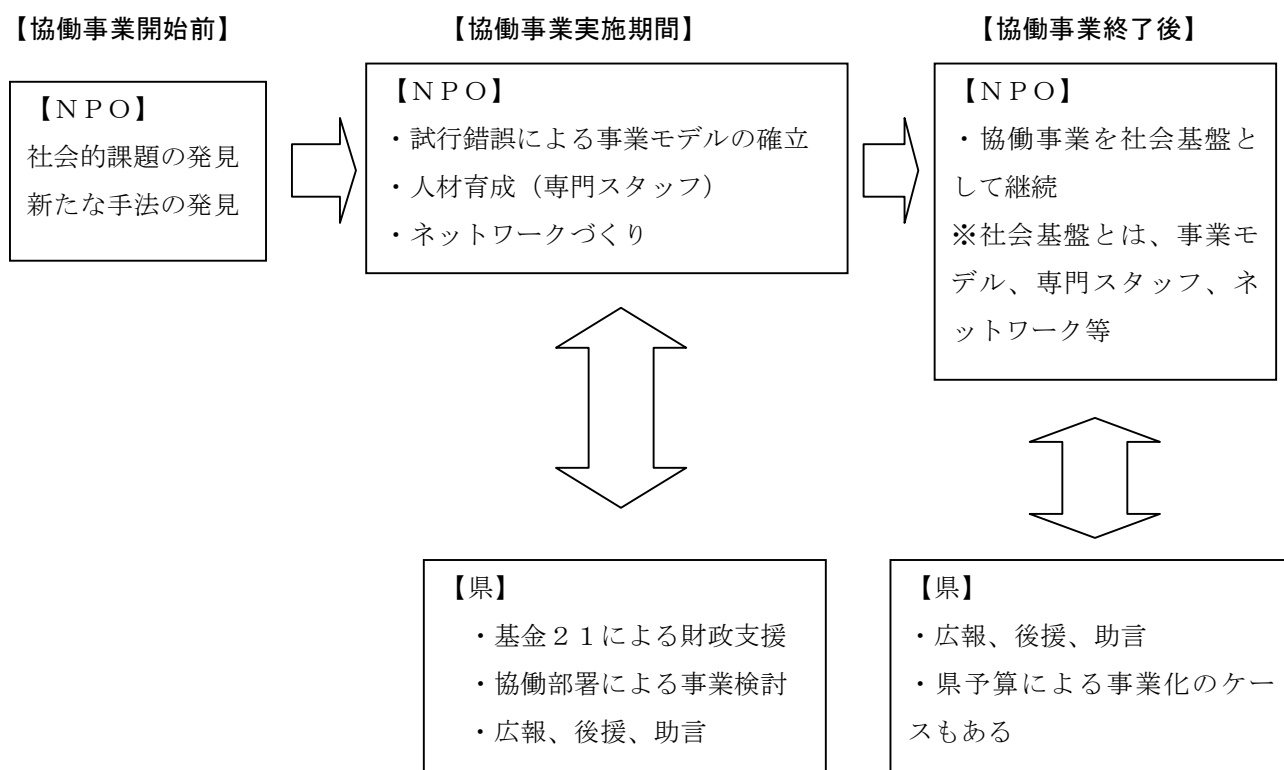
助成期間は最長5年あります。事業に必要な人材をこの期間で育成してください。

・事業モデルの確立

仮説を立て試行錯誤を繰り返して事業モデルを確立してください。基金21は新たな事業やステップアップへのチャレンジを期待しています。

・ネットワークづくり

自治体、他のNPO、企業等とのネットワークを形成してください。協働事業実施団体という信用力をフルに活用して築いたネットワークが団体の強みになります。



基金 2 1 協働事業の事例

【医療通訳派遣システム構築事業】



MIC かながわ



医療通訳派遣システムご案内

MIC かながわは、日本語を母語としない外国籍住民などが安心して医療が受けられるよう、医療通訳ボランティアの養成・派遣を行っています。

これは神奈川県医療通訳派遣システムに準じたシステムです。
医療機関もしくは患者が医療通訳を必要とした場合、医療機関からの依頼を受けて、見守りを併せた医療機関にMIC かながわが医療通訳ボランティアを派遣しています。
在住外国人や外国人観光客の増加に伴い、日本語会話が不十分な外国人が訪れる医療機関が増えています。医療通訳スタッフを受け入れてくださる機関がひとつでもふえることを私たちは願っています。

【実施主体】 NPO等：特定非営利活動法人多言語社会リソースかながわ（MIC かながわ）

県：国際課

【団体の概要】

団体名：特定非営利活動法人多言語社会リソースかながわ（MIC かながわ）

住 所：横浜市神奈川区鶴屋町 3-30-1 農機会館 503 TEL: 045-314-3368 FAX: 045-342-7918

E-mail: mickanagawa@network.email.ne.jp URL: <http://mickanagawa.web.fc2.com/>

【実施期間】 平成 15～19 年度(5 年間)

【負担金交付額】 48,400,000 円

【事業概要】 日本語を母語としない外国籍患者が、安心してスムーズに診察を受けられるような医療通訳派遣システムの構築を行い、制度として活用できるようにする。

- | | |
|----------------------------------|--------------------|
| 事業 1 医療通訳派遣システム構築事業 | (H15 年度～19 年度まで実施) |
| 事業 2 養成研修事業(医療通訳ボランティア・コーディネーター) | (H15 年度～19 年度まで実施) |
| 事業 3 多文化共生社会推進事業 | (H15 年度～19 年度まで実施) |
| 事業 4 人材育成事業 | (H17 年度～19 年度まで実施) |
| 事業 5 医療通訳派遣システム検討協議会 ・部会等 | (H16 年度～19 年度まで実施) |

詳細は、こちらをご覧ください。

<http://www.pref.kanagawa.jp/uploaded/attachment/49409.pdf>

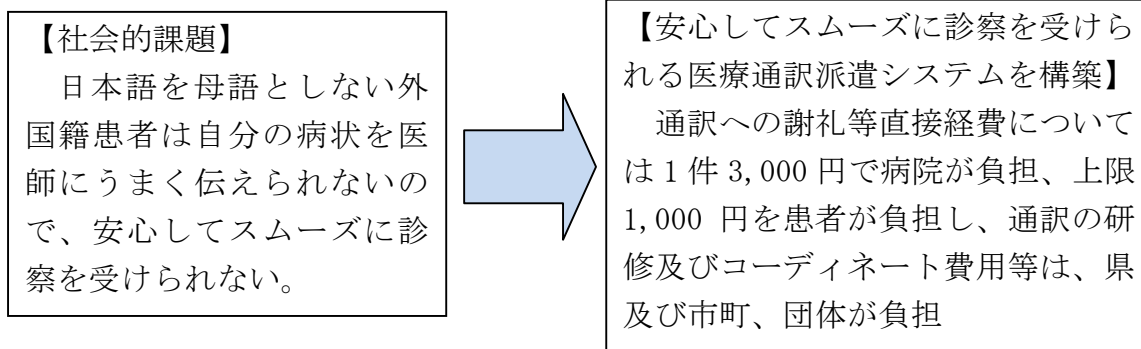
【県・NPO等の役割分担】

【初年度(H15 年度)ベース】

事業	役割分担表	
事業 1 医療通訳派遣システム構築事業		
実施要領・事業協定	MICかながわ	○実施要領作成における協議 ○協定締結における協議 ○確認書手交における協議
	国際課	○実施要領の作成 ○協定の締結(医療関係団体、NPO、県の 6 者間) ○確認書の手交(協力病院、NPO、県の 3 者間)
関係機関との連絡調整	MICかながわ	○医療通訳スタッフ、コーディネーター、民族コミュニティ、 外国籍県民、関連のボランティア団体等との連絡調整 ○協力病院の勧誘・調整
	国際課	○医療関係団体、医療機関、市町村等との連絡調整 ○協力病院の勧誘・調整
医療通訳スタッフの派遣	MICかながわ	○医療通訳スタッフの派遣 ○実績報告とりまとめ
	国際課	—
コーディネート業務	MICかながわ	○コーディネート業務 (通訳スタッフ、協力病院スタッフとの連絡調整)
	国際課	○コーディネーターの委嘱 ○場の提供 ○実績報告集計
検討協議会(仮称)	MICかながわ	○検討協議会の協働設置 ○事務局(会議の協働企画運営)
	国際課	○検討協議会の協働設置・招集

			○市町村、医療関係団体等への参画依頼及び招集 ○事務局(会議の協働企画運営)
事業 2 養成研修事業(医療通訳ボランティア・コーディネーター)			
医療通訳スタッフの公募	MICかながわ		○応募用紙の配布 ○応募受付
	国際課		○公募要領の作成 ○応募用紙の作成、広報、配布
医療通訳スタッフの登録	MICかながわ		○登録簿の作成
	国際課		○登録結果通知 ○身分証明書の作成
医療通訳スタッフ・ コーディネーターの研修	MICかながわ		○研修の企画 ○研修の協働実施
	国際課		○研修の協働実施
カリキュラムの開発	MICかながわ		○カリキュラム開発委員会の開催 ○カリキュラムの検討・開発
	国際課		—
事業 3 多文化共生社会推進事業			
医療通訳パンフレットの作成	MICかながわ		○パンフレットの企画・作成・配布
	国際課		○パンフレットの配布(県機関、市町村窓口等)
医療通訳セミナーの開催	MICかながわ		○セミナーの企画実施 ○関係機関との調整 ○広報 ○報告書作成
	国際課		○セミナーの企画実施 ○関係機関との調整 ○広報(県広報紙等)
その他			
調整会議	MICかながわ		○事業の企画・立案・進行管理
	国際課		○事業の企画・立案・進行管理

事業の成果



基金21協働事業で採択されなかった提案の事例を最後にご紹介しますので、事業提案の参考にしてください。

- ・ 県と協働する理由が不明なもの。
なぜ、県と協働したいのか。なぜ、今回の提案に至ったのか。
(市との協働や企業協賛、ファンドレイジングで実施したほうが良いと思われるもの)
- ・ 従来の団体活動の延長であり、そこからの発展性やモデル性が認められないもの。
- ・ 新規性がないもの。
- ・ モデル構築後に県内の他地域に波及させる意図がないもの。
- ・ 5年間の事業計画の中で、基金21の負担額が減らず、自立化が見えないもの。
- ・ 提案事業が団体運営の大部分を占めてしまい、基金21に頼りすぎているもの。
- ・ 事業成果が県民に提供されにくいもの。
- ・ 特定の手法により、普及効果が見込まれないもの。
- ・ 同様の活動を行っている団体が数多くあるもの。
- ・ 過去に基金21で同様の事業を実施しているもの。
- ・ 予算積算根拠が曖昧で、上限金額に合わせて積算したと思われるもの。
- ・ これまでの実績、予算、人員が少なく、提案が実施できるか曖昧なもの。
- ・ 団体単独の活動で、他団体との連携やネットワーク構築などが無いもの。
- ・ 備品購入や事務所改装など不足する設備資金だけを基金21で活用しようとするもの。
- ・ 提案は社会的課題解決の手段でいいのだが、ニーズがないと思われるもの。

NPO法人が社会福祉制度を活用して自立した事業展開を進めるには かながわ県民活動サポートセンター 基金事業課

NPO法人が社会福祉制度を活用して自立した事業展開を進める事例には、小規模のグループホーム、デイサービス（通所介護）、障害福祉サービス事業所（生活介護・就労継続支援等）などがあります。

基金21の対象事業も助成終了後、社会福祉制度を活用して事業展開している事例があります。

小規模のグループホーム、デイサービス（通所介護）

介護保険法に基づく介護サービスを提供する事業者は、介護事業所の指定を受ける必要があります。

「神奈川県で介護サービスの事業者として指定を受けるには」のWEBサイトを参考にしてください。

<http://www.pref.kanagawa.jp/cnt/f211/p3166.html>

The screenshot shows the official website of the Kanagawa Prefectural Government. The page title is "介護サービスの事業者として指定を受けるには" (How to be designated as a provider of nursing services). The page includes a navigation menu with categories like "暮らし・安全・環境", "健康・福祉・子育て", "教育・文化・スポーツ", "観光・名産", "産業・働く", and "電子県庁・県政運営". The main content area lists contact information for various departments: "介護保険課 在宅サービスグループ", "高齢施設課 福祉施設グループ", "高齢施設課 保健・居住施設グループ", and "市町村 介護保険担当課". It also provides details about the designation process, including the requirement for approval from the prefecture and the need to meet specific criteria. A sidebar on the right contains a menu with categories like "子育て、介護、福祉、保健", "子ども", "青少年", "障害者", "高齢者", "生活・福祉", "保健・医療", "教育、文化", and "教育".

障害福祉サービス事業所

障害者の日常生活及び社会生活を総合的に支援するための法律（障害者総合支援法）に基づく障害福祉サービスを提供する事業者は、障害者総合支援法に基づく県の指定を受ける必要があります。

ただし、指定都市（横浜市、川崎市、相模原市）及び中核市（横須賀市）に所在する事業所については、それぞれの市の指定を受ける必要があります。詳しくは、県または該当市へお問い合わせください。

なお、指定基準や指定申請必要書類等については、「障害福祉情報サービス かながわ」の WEB サイトを参考にしてください。

<http://www.rakuraku.or.jp/shienhi/>

神奈川県内の障害福祉サービス総合情報サイト

事業所名、運営法人名、事業所番号から検索

障害福祉情報サービスかながわ

例:かながわ 例:1401234567

 **障害福祉サービスガイド**

 **事業所をさがす**

 **書式ライブラリ**

お知らせ

[＜神奈川県からのお知らせ＞ \[2016/02/19\]](#)
[遊具による子供の事故に御注意！](#)

[＜神奈川県からのお知らせ＞ \[2016/02/19\]](#)
[第13回足柄上地区権利擁護ネットワーク連絡会のご案内](#)

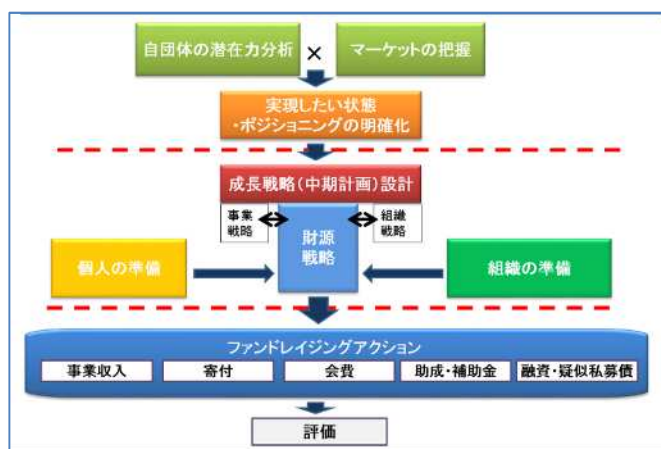
[＜相模原市からのお知らせ＞ \[2016/02/12\]](#)
[平成28年度中に指定有効期間満了日を迎える指](#)
[お知らせの一覧はこちら](#)

ファンドレイジング

株式会社ファンドレックス
代表取締役 鶴尾雅隆

NPOの自立化を考えるうえで、忘れてはならないものがあります。

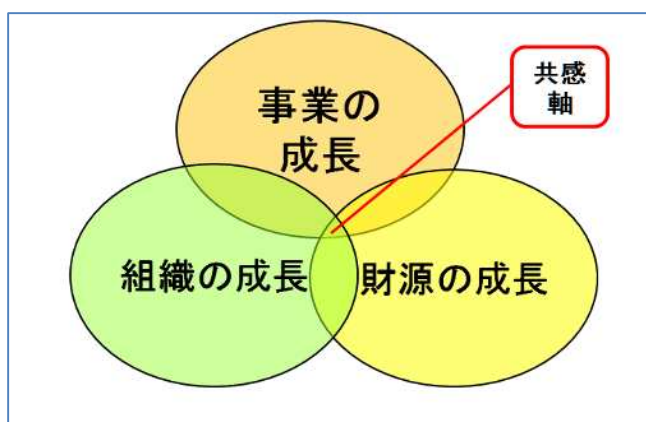
それは、事業や組織を成長させていくことと同時に、そのための「資金調達」も成長させていくことです。「ファンドレイジング」には団体が活動するために必要な資金源を得るためのすべての方法が含まれています。しかし、やみくもに知り合いにお願いに行ってもなかなかうまくいかないものです。段階を経て計画していく、実行に移していくのには、3つの段階が存在しています。まずは、自分たちの団体にはどのような経営資源(人・金・物・ネ



ットワーク・ノウハウ等)が存在しているかを冷静に見つめます。そして、内部環境の強みや弱み、外部環境の追い風や脅威などを見極めた上で、どのように伸ばしていくか、何を実現したいか、言い換えればどんなふうに「社会を変えていくかを」明確にイメージすること。これができれば次の第2段階として、中長期に達成することを目指しての組織運営・事業運営・財源獲得を連携させながらの成長計画づくりを行っ

ていきます。第3段階では実際に、寄付や支援メニューづくり、自主事業による財源、助成金獲得、会員制度、などをどう進めていくのかのアクションプランをつくります。計画があるから、それを基にして評価ができ、うまくいったこともうまくいかないことも全て次の成長への手がかりにすることができます。

その中で最も大切なことは何でしょうか？



「夢」は最大の経営資源です。

それは「あなたの夢」「あなたの団体の夢」です。「こんなことが実現できるといいよね」とまずは自分の周りの方と「夢」を語ってください。その夢に共感した人がいるからこそ、資金や労力も提供していただけるのです。しかも「いいことに参加させてくれてありがとう」と逆に感謝さえ受けることも。そして、夢に共感する人々の思いはやがてNPOの持っている「枠を超えるチカラ」に変わっていきます。いわばNPOにとって、

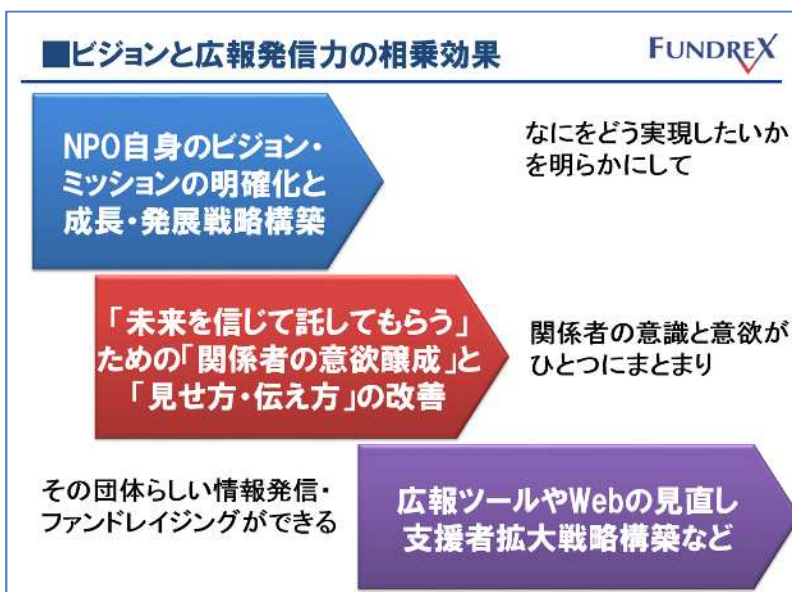
[神奈川県 NPO 成長支援事業の概要]

株式会社ファンドレックスでは、神奈川県内のNPOのパワーアップに寄与するために「成長支援事業」を展開しました。

○ボランティア活動やNPO等への活動への社会の関心は高まっているものの、現時点では、神奈川県内においても活動資金確保に悩む団体は多く、活動の実績や社会の関心に比して、実際の支援が十分に獲得できていない現状があります。NPO等が自立的な活動を展開していくためには、その活動の理念が、NPO等に関わる人々の間で共有され、社会から共感と信頼を持って受け入れられ、さらに参加や支援が広まっていくことが望まれます。

○そのためには、各団体のビジョン（望ましい将来像）やミッション（使命・目的）を明確にして、周囲に発信して共感を軸にして巻き込んでいくことが必要ですが、多くのNPO等ではそうしたスキルを団体に備えることが十分に行われず、対応が困難な状態にあります。

○そこで、NPO等が有する潜在力を最大限発信するための支援を通じて、各団体の主要な



関係者も深く共感するようなビジョン・ミッションの構築、外部にも広がるメッセージの作成、団体の組織基盤の強化を目的に事業を実施することとした。エレベータートーク、共感CMづくり、コンパクトダイアログ等の研修を重ねて、発信がうまくいっていない「ボトルネック」を特定し、最優先課題に絞った改善をすることで、共感の輪が広がり、支援者が増えるための具体的ステップを踏み出せるよう支援することを目的に事業を実施しました。

[エレベータートーク]短時間で伝えたい内容をまとめるトレーニング方法

[共感CM]自身のパソコンをつかって自団体のCMづくり(見る・読む・聞くが同時に進むCMという限られた尺数の中で伝えたいことをまとめる)を通じて、言葉の発信力を磨く

[コンパクトダイアログ]説明資料をファイルに、コンパクトにまとめることを通じて、話の組み立て方と相手に応じての対応力を磨く

ファンドレイジングに役立つ最新情報や、ファンドレイジング事例への徹底解説などをお届けさせていただくメールマガジン『ファンドレイジング道場～黒帯への道』へのご登録はこちらから、お願いします。 <http://fundrex.co.jp/mailmagazine/>

クラウドファンディング

関内イノベーションイニシアティブ株式会社
代表取締役 治田友香

1 クラウドファンディングとは

クラウドファンディングとは、ある志を持った人や組織が行うプロジェクトに対する資金を集めるために、インターネットを活用して呼びかけ、多数の支援者から収集し実現する手法です。クラウドとは、「群衆(crowd)」、ファンディングは「資金調達(funding)」の意味です。



図表 1) クラウドファンディングのしくみ (FAAVO の場合)

2 クラウドファンディングの種類

クラウドファンディングは資金提供者に対するリターン（見返り）によって大きく3つに分けられます。「寄附型」は金銭的リターンのないもの、「投資型」は金銭的リターンが伴うもの、「購入型」はプロジェクトが提供する何らかの権利や物品を購入することで支援するもの、とされています。

クラウドファンディングは米国から始まったしくみですが、近年では日本におけるプラットフォームも数多くでてきています。NPO が活用するクラウドファンディングは購入型と寄附型ですので、以降はそれらに絞って紹介します。図表 2 ではプラットフォームのサイト名を紹介しています。

寄附型クラウドファンディングとして、全国版には一般財団法人ジャパングビングが運営する「JAPANGIVING」、横浜版には NPO 法人横浜コミュニティデザイン・ラボが運営する「Local Good Yokohama」などがあります。

購入型クラウドファンディングとしては、老舗の「READYFOR?」「CAMPFIRE」、ものづくりやマーケティングに強い「Makuake」「kibidango」、映像制作やアートプロジェクトに強い「MotionGallery」、地域特化型には「FAAVO 横浜（当社が運営事務局を担っています）」「FAAVO 湘南」「FAAVO 小田原箱根」、カマコンパレーが運営する鎌倉市に特化した「iikuni」があります。

購入型、寄附型ともに、集まった支援金に対しては、5%から20%の手数料を差し引いて、挑戦者に渡されることとなります。手数料の違いに関心が行きがちですが、挑戦するプロジェクトの特性を勘案し、各プラットフォームが持っているコミュニティと親和性が高いところを選ぶのが良いと思います。クラウドファンディング自体が黎明期であることから、手数料やしくみはこれからどんどん変化していくと思われま

なお、目標金額に達成した場合のみ支援金が挑戦者に渡るもの（All or Nothing 型）と、目標金額に達しなくても集まった金額が渡るものがあります。後者は目標達成した場合よりも手数料が多く差し引かれる場合が多いです。予め取り決めがありますので、そちらを確認してください。

クラウドファンディング比較サイト「ランクラウド」<http://runcrowd.jp> では、主要なクラウドファンディングプラットフォームの特徴を知ることができます。参考に見てみてください。

図表2) 主なクラウドファンディングプラットフォーム

購入型クラウドファンディング		寄附型クラウドファンディング
Makuake	kibidango	ふるさとチョイス
READYFOR?	CAMPFIRE	JAPANGIVING
MotionGallery	FAAVO	Local Good Yokohama
A-port	WYSEM	...
iikuni	...	

3 クラウドファンディングのメリット

クラウドファンディングが注目される理由の一つは、「資金回収コストが下がる」ことにあります。プラットフォーム運営会社からの一括入金は小さな団体にとっては大きなメリットといえるでしょう。もちろん、会員や寄附者とやりとりはNPOの重要な価値なので、その分、お礼や報告に力をより注ぐことができると認識したほうがいいかもしれません。カード決済による出資となるため支援者は個人が中心となります。法人からの支援は得にくくなると考えた方がいいでしょう。

もう一つは、「ファンの顕在化とファン層の拡大に効果的である」ことです。クラウドファンディングによる支援は、目標金額の半数は既存の支援者であるということが多いのですが、プラットフォームを通じて支援を呼びかけることによって、これまでリーチできなかった層を開拓することができます。こうして得た支援者層の属性を分析することで、新たなニーズを引き出したり、アプローチの方法を考えるきっかけにもなります。クラウドファンディングへの挑戦をキャンペーンととらえ、マスコミや地元紙などに取り上げてられるよう働きかけ、活動を多くの人に知らせましょう。

さらには、「行政機関、金融機関等へのアピールにつながる」かもしれません。行政機関等の助成金の多くは活動実績が2年以上ないと応募できないことが多いですが、実施

体制を万全にした上で、プロジェクト内容に共感が多く集まるものであれば、クラウドファンディングによって市場に訴えかけることも可能です。目標達成することにより、市場からの期待を数値化すれば、金融機関の融資を受けることも可能になるかもしれません。

4 クラウドファンディングの始め方、進め方

クラウドファンディングで資金調達をする場合、次のような手順となります。プロジェクトがサイトにアップされるまでには、おおよそ2週間から1か月を要します。余裕をもって進めましょう。

(1) プラットフォームを選ぶ

寄附型なのか購入型なのか。地域特化型か全国版か。起案の内容がイベント費用、施設改修費用、報告書やWEBサイトの制作費なのかなど。さまざまな角度から分析し、適切なプラットフォームを選出してください。

(2) 起案書の作成

プラットフォームそれぞれにフォーマットが異なります。起案を開始する時期を意識しながら、マニュアルやフォーマットにそって、プロジェクトの内容を整理していただきます。挑戦するプロジェクトの名称、起案期間（30日、60日、90日など）、適切な目標金額などの項目を埋めていくことになります。

よく見かける起案の文言ですが、「〇〇事業を行うのに、〇円が不足しています！」があります。「だったら、やらなければいいじゃない」という声が聞こえてきそうですね。自分だったらどういうプロジェクトを応援したいか、思わず支援してしまうような魅力的な起案書にすることが何よりも大切なことと思います。

(3) 支援者がどのくらい集まるかを予測する（票読み）

クラウドファンディングを選挙活動になぞらえれば、設定した目標金額を達成させるために、事前の票読み、つまり誰からどのくらい支援してもらえるのかを予測しておくことが不可欠です。事前準備をしておけば、思うように支援が集まらない場合にも次の打つ手が見えてくるからです。

購入型の場合は、支援金額にともなってリターンを設定していきます。魅力的なリターンを設定できるかが、目標達成の鍵を握るといっても過言ではありません。票読みをすることによって、設定した目標金額やリターン品が妥当かどうかを再確認することができます。

(4) 起案書の内容確定後の情報発信

起案書の内容が確定し、プラットフォームに掲載されたら、そのことを自らの団体や関係者のWEBサイトやFACEBOOKなどで情報拡散していきましょう。プラットフォームに記事掲載されただけでは、多くの人の知るところにはなりません。

起案後は、一定の期間ごとに、FACEBOOK・WEB サイト・ブログ・YouTube・twitter...などを活用しながら、挑戦中のプロジェクトをより広い層に知っていただくように努めてください。各種ソーシャルメディアの掛け合わせが効果的です。また、リアルなイベントの開催、チラシ配布などもスケジュールに組み込んで実施してください。マスコミ等への働きかけも不可欠です。

日々のちょっとした報告が、思いがけない支援者の獲得につながりますので、起案をスタートさせたら、目標達成するまで全力で走り抜けてください。

(5) 目標達成しても、しなくても支援者にきちんと報告する

プロジェクトが目標金額を達成したら、きちんとお礼のメッセージをあげてください。目標達成しなくても、それまで応援してくれた方はいるはずですので、同様にありがとうございますの気持ちを伝えてください。

クラウドファンディングはコミュニケーションツールの一つととらえ、次の活動にぜひいかしてほしいと願っています。

以上、大きな流れを記しました。

クラウドファンディングは、挑戦する人や組織の見直しや棚卸しの機会となることが多いです。当社が関わったプロジェクトは、それぞれにドラマがありました。クラウドファンディングは、個人からの思いをお金のかたちで受け取ることになりますので、相当に覚悟が要る作業になりますし、だからこそ目標達成した時の達成感は何事にも代えられない体験になり、組織力を高めることになります（その逆もありますが…）。ぜひ、多くのNPOに挑戦していただきたいと思っています。

私ども関内イノベーションイニシアティブ株式会社はFAAVO 横浜の事務局として、クラウドファンディングに関するイベントなど随時開催しています。クラウドファンディングに挑戦したいなどのお問合せにも対応していますので、当社ホームページからお申し込みください。

当社ホームページ <http://massmass.jp>

FAAVO 横浜 <http://faavo.jp/yokohama>

認定・指定NPO法人の制度

神奈川県県民局くらし県民部
NPO協働推進課

1 NPO法人の税制優遇制度

NPO法人に対する税制優遇制度としては、「認定NPO法人制度」と「指定NPO法人制度」という二つの制度があります。

この制度は、主にNPO法人の寄附者に対して、税制優遇をすることで、NPO法人への寄附を促し、財政基盤が比較的弱いといわれているNPO法人の活動を支援することを目的としています。

2 認定NPO法人制度

(1) 制度の概要

ア 認定NPO法人（認定期間5年間：更新により継続可）

平成13年に創設された制度で、パブリック・サポート・テスト※1（PST）などの基準を満たすことが要件となっています。

認定を受けると、法人への寄附者は、所得税の軽減（寄附金控除）などの税制優遇を受けることができます。

※1 パブリック・サポート・テスト（PST）とは、広く市民からの支援を受けているかどうかを判断する基準です。

イ 仮認定NPO法人（仮認定期間3年間：更新なし）

平成24年に創設された制度で、認定のPST以外の基準を満たすことが要件となっています。

対象が新規設立から5年以内の法人に限定されていることから、一般的に法人のスタートアップ支援制度の一つとも位置づけられています。

(2) 認定・仮認定のメリット（法人アンケート結果（抜粋））

- ・ 税制上の優遇
- ・ 社会的信頼性の向上
- ・ 組織運営面の改善
（適正な会計処理に対する認識の向上、組織運営の見直し、メンバーの意識改革、モチベーションの向上など）
- ・ ゆるネット※2（県内の認定・指定法人のネットワーク）への参加
※2 法人間の情報交換、ファンドレイジング等の学習の機会を提供。

(3) 税制優遇の内容（主なもの※³）

対象者	税目	認定	仮認定
寄附者（個人）	所得税	寄附金の40%を寄附金控除※ ⁴	
認定法人（収益事業法人※ ⁵ ）	法人税	所得金額の50%相当額又は200万円のいずれか多い額までを損金に算入。	

※³ 寄附者（法人）の法人税、寄附者（相続財産）の相続税（認定のみ）に係る税制優遇もあり。

※⁴ 寄附金控除については、所得控除と税額控除のいずれかを選択適用可。なお、適用上限額等あり。

※⁵ 収益事業に属する資産のうちからその収益事業以外の事業で特定非営利活動に係る事業に支出した金額は、その収益事業に係る寄附金の額とみなされる。

(4) 認定・仮認定の基準

	認定	仮認定	基準
1	○		PST（①～③のいずれかに該当）に適合していること ① 経常収入金額に占める寄附金等収入金額の割合が20%以上 ② 3,000円以上の寄附者が年平均100人以上 ③ 指定NPO法人
2	○	○	事業活動において、共益的な活動の占める割合が、50%未満であること
3	○	○	運営組織及び経理が適切であること
4	○	○	事業活動の内容が適正であること
5	○	○	情報公開を適切に行っていること
6	○	○	事業報告書等を期限内に提出していること
7	○	○	法令違反、不正の行為、公益に反する事実等がないこと
8	○	○	設立の日から1年を超える期間が経過していること
9	○	○	欠格事由に該当しないこと

(5) 認定・仮認定法人の状況（平成27年12月31日現在）

	認定	仮認定
神奈川県	30	4
横浜市	40	3
川崎市	8	0
相模原市	7	1
県内(合計)	85	8

(6) 認定・仮認定の申請手続

ア 申請のポイント

まずは、基準の一つであるPSTに適合するか、確認してください。

☆ 直前2事業年度の寄附金の状況を確認（※(4)の基準）

※ 適合 ⇒ 認定申請を検討

※ 不適合 ⇒ 仮認定、指定を検討

イ 事前相談、書類の提出先

法人の所管※6	認定申請（相談・申請先）
神奈川県	神奈川県 県民局 暮らし県民部 NPO協働推進課 横浜駐在事務所（NPO法人担当） [電話] 045-312-1121（内線）2865
藤沢市	[FAX] 045-312-1166 [HP] http://www.pref.kanagawa.jp/cnt/f417661/
横浜市	横浜市 市民局 市民協働推進部 市民活動支援課 [電話] 045-227-7966 [FAX] 045-223-2032 [HP] http://www.city.yokohama.lg.jp/shimin/tishin/ninsyou/
川崎市	川崎市 市民・子ども局 市民生活部 市民活動推進課 [電話] 044-200-2341 [FAX] 044-200-3911 [HP] http://www.city.kawasaki.jp/kurashi/category/32-7-6-13-0-0-0-0-0-0.html
相模原市	相模原市 市民局 市民協働推進課 [電話] 042-769-9225 [FAX] 042-754-7990 [HP] http://www.city.sagamihara.kanagawa.jp/shisei_sanka/np0/023108.html

※6 事業年度終了後の事業報告書等の提出先行政庁（認証の所管）

ウ 申請手続等

(7) 申請書類の作成

県ホームページから様式をダウンロードし、手引書を参照しながら作成してください。

[HP] <http://www.pref.kanagawa.jp/cnt/f417661/>

(4) 認定までの期間等

- ・ 申請をしてから、概ね6ヶ月程度かかります。
- ・ 審査は、書面審査のほかに、法人の事務所に直接お伺いして、帳簿類などを確認しながら審査を行う「実態確認」があります。

【参考】審査の流れ



3 指定NPO法人制度

(1) 制度の概要（指定期間5年間：更新により継続可）

平成23年に新たに創設された制度で、本県では、平成24年2月に全国の都道府県に先駆けて、制度の運用を開始しました。

指定の特徴として、認定とは異なり、寄附金がまだあまり集まっていない法人であっても、事業活動の内容や実績が高い公益性を持つ場合には、指定を受けることができます。

指定を受けると、法人への寄附者は個人住民税の軽減（寄附金控除）を受けることができます。また、指定法人は、認定のPSTが免除されます。

(2) 指定のメリット（法人アンケート結果（抜粋））

- ・ 認定基準の一つであるPSTが免除
- ・ 税制上の優遇
- ・ 社会的信頼性の向上
- ・ 組織運営面の改善
- ・ ゆるネット（県内の認定・指定法人のネットワーク）への参加

(3) 税制優遇の内容

対象者	税目	内容
寄附者（個人）	個人県民税	寄附金の4%（県指定）が税額控除 ^{※7}
	個人市町村民税	寄附金の6%（市町村指定）が税額控除 ^{※7}

※7 適用上限額等あり

(4) 指定（神奈川県）の基準 ※市町村の指定基準は、市町村ごとに異なります。

指定基準（神奈川県）	
1	県内における活動内容が不特定かつ多数の県民の利益に資するもの
2	県内における活動内容が地域の課題の解決に資するもの
3	定款に記載された事業の実績があると同時に、その継続が見込まれること
4	法人以外の者から支持されている実績があること
5	運営組織及び経理が適切であること
6	事業活動の内容が適正であること
7	情報公開を適切に行っていること
8	事業報告書等を期限内に提出していること
9	法令違反、不正の行為、公益に反する事実等がないこと
10	設立の日から1年を超える期間が経過していること
11	欠格事由に該当しないこと

(5) 指定法人の状況（平成 27 年 12 月 31 日現在） ※ 延法人数

自治体名	法人数	自治体名	法人数
神奈川県	45	小田原市	2
横浜市	10	茅ヶ崎市	1
川崎市	6	伊勢原市	1
相模原市	12	海老名市	1
横須賀市	6	座間市	2
平塚市	1	南足柄市	1
鎌倉市	5	湯河原町	1
藤沢市	3	県内(合計)	97

(6) 申請手続（県指定）

ア 指定申請のポイント

まずは、基準の一つである活動の実績について確認してください。

☆ 活動の実績（一例）

- ・ 活動地域の住民等 100 人以上からの署名
- ・ 県や市町村との協働事業の実施、委託事業の実施 など

※ 詳しくは、HP に記載の手引書で確認してください。

[HP] <http://www.pref.kanagawa.jp/cnt/f370165/p755486.html>

イ 事前相談、書類の提出先

神奈川県 県民局 暮らし県民部 NPO 協働推進課 横浜駐在事務所
(NPO 法人担当)

[住所] 横浜市神奈川区鶴屋町 2-24-2 かながわ県民センター 8 階

[電話] 045-312-1121 (内線) 2865 [FAX] 045-312-1166

[HP] <http://www.pref.kanagawa.jp/div/0223/>

ウ 申請手続等

(7) 申請書類の作成

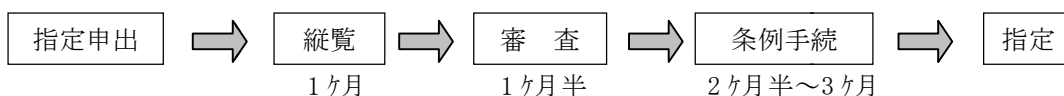
県ホームページから様式をダウンロードし、手引書を参照しながら作成してください。

[HP] <http://www.pref.kanagawa.jp/cnt/f370165/p755486.html>

(4) 指定までの期間等

- ・ 申出をしてから、概ね 5～6 ヶ月程度かかります。
- ・ また、知事から諮問を受けた「指定特定非営利活動法人審査会」で審査を行います。この審査会は、有識者や NPO 関係者等からなる第三者機関です。

【参考】指定の流れ

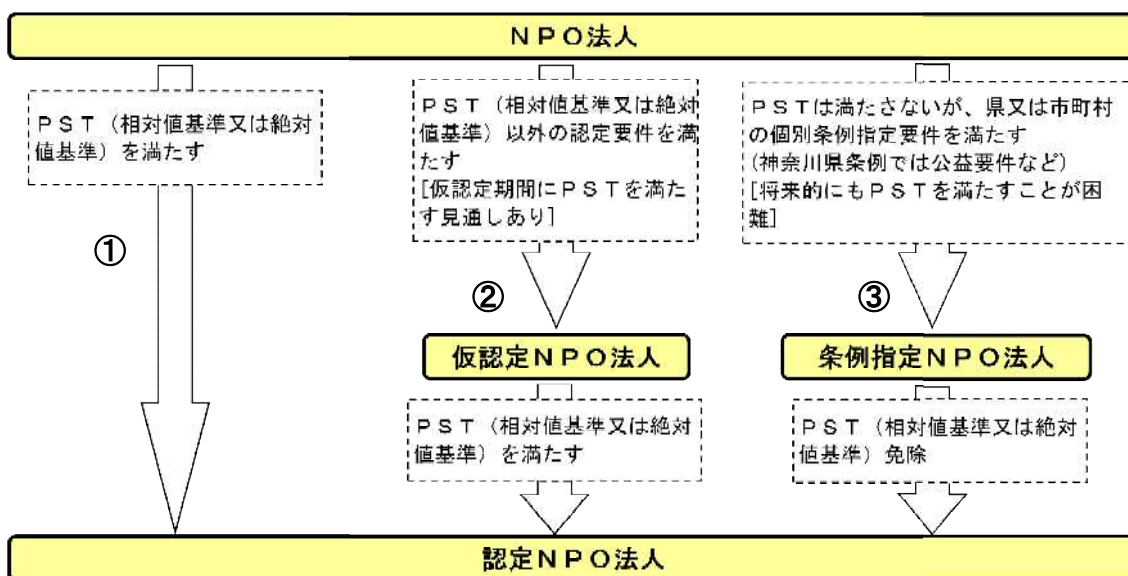


【参考】指定までの日程等（H28年度：予定）

申出の時期	指定の時期	控除対象となる寄附金
平成28年4月末まで	平成28年10月中旬	平成28年1月1日以後
平成28年7月末まで	平成28年12月下旬	
平成28年9月末まで	平成29年3月下旬	平成29年1月1日以後
平成29年2月末まで	平成29年7月中旬	

4 認定取得に向けたルート（3つの道すじ）

- ① 認定申請（すでにPSTを満たしている場合）
- ② 仮認定取得後、仮認定期間中（3年間）にPSTを満たし、認定申請。
- ③ PSTを満たすのは難しいので、指定を取得して、認定申請。



【問い合わせ先】

神奈川県 県民局くらし県民部 NPO協働推進課 横浜駐在事務所（NPO法人担当）
 [電話] 045-312-1121（内線）2865 [FAX] 045-312-1166
 [HP] <http://www.pref.kanagawa.jp/div/0223/>

指定・認定取得後の寄附活動

特定非営利活動法人
湯河原町地域作業所たんぽぽ
所長 鈴木 雅之



(平成 26 年 4 月たんぽぽ新年度式 玄関前にて)

私共の法人が、指定・認定NPOを取得したのは、社会的信用が得られること、寄附金控除の優遇措置があることの二点その理由でした。

昨年からは、運営する障がい福祉サービス事業において、利用者が急増し、スペースが手狭となり、利用希望者の受入れが困難となったために施設拡充の資金を得る目的で寄附活動を行いました。当初、寄附活動は手探りでの出発でしたが、その経験を踏まえて私共が得てきたものをお話したいと思います。

まずは、寄附活動の背景にあるものをご理解していただくために法人設立の経緯などをご説明します。

湯河原町には障がい者が仕事をするための場所がなく、平成 5 年に知的障がい者の保護者が「湯河原町にも作業所が欲しい」と言う強い思いで、空き缶や

新聞紙等の資源回収をして資金を作り、家賃2万円、6畳1間のアパートを借りて活動を始めました。その後、町から運営費として補助金が出るようになり、作業所として活動をして参りました。しかしその後、補助金の削減などからその運営が継続困難となり、平成18年にNPO法人を設立して障がい福祉サービス事業所として歩み始めたのです。

このように湯河原町には、障がい者の作業所が他に無く、近隣地域にも障がい者が仕事をするための社会資源が乏しいのが現状で、「受入れが出来ない状態」はご自宅で過ごされている障がい者が「社会参加できない」ことを意味するのです。

政令指定都市などには障がい者の事業所が数多くあり、障がい者が事業所を選択できるのに、地方には受け入れるための器がないのです。

そのため、自分たちで何とかしようと、国や県の施設建設補助金申請をしながら、補助金対象とならない備品などの資金捻出のため寄附活動を行いました。

具体的には、新聞記事の掲載や知人への働きかけ、かながわ生き生き市民基金「エラベル」寄附活動への参加、チャリティ落語等様々な活動を行いました。共通して言えることは、“共感”を得ること、そして“人と人との繋がり”が大切ということです。

「エラベル」寄附活動では、参加4団体が1冊になったパンフレットを町役場・郵便局・銀行・図書館・観光案内書・旅館など色々な施設に協力依頼してパンフレットを置かせて頂きました。また、通所されている利用者向けにご家族を通じた寄附活動の拡がりを期待し手紙を配布しました。そうしたところ、利用者家族からの寄附金が毎日のようにあり、中には利用者自ら寄附金を持って来られる方もいらっしゃいました。

これは、当事者であるがためにより深く理解された結果であると思います。

また、職員が自分の住んでいるマンションの大浴場(湯河原には温泉付が多いのです)で、顔見知りの住民に寄附活動について話をしたところ、同じマンションから3名の寄附がありました。管理人さんも、入口に寄附のパンフレットを置いてくれるなど、一体となって活動をしていただきました。

これは、「人と人との繋がり、共感」ではないでしょうか。

さらに、縁あって知り合えた新聞記者に「受入れ困難な状況から施設建設のための寄附活動をしている」ことをお話したところ、三面記事の4分の1の大きさの記事を掲載していただき、多くの反響をいただきました。

後になって分かったのですが、この新聞記者も以前、障がい者の作業所で支援員として働いたことがあったそうです。

障がい者のことを身近に感じているからこそ、大きなスペースの記事を掲載していただいたのであり、まさに“共感”であったと思います。

また、その新聞記事をご覧になった方から「私達に寄附をするお金はないが、落語ならできるので、チャリティの落語をしたらどうか」と協力してくれる方もいらっしゃいました。

実際に寄附をしていただくためには、「何とかしてあげよう」と思っていたくことが大切で、自分たちの思いをどのように分かりやすく形にして伝えることが出来るかが重要だと思います。

まずは、身近な関係者に訴えかけて見てはいかがでしょうか。



(平成 27 年 7 月 12 日 湯河原商工会館にてチャリティ落語を開催)

また、当然のことですが、寄附をいただいた時には、誠意の証としてお礼状を忘れてはなりません。ありがたい気持ちを伝えることの他、継続した寄附に繋がることもあります。

今は、ホームページから寄附ができる「かざして募金」も取り入れています。

また、寄附活動を行うに際して、「寄附金控除」の制度は、大きな利点と言えます。今後も、手作りのチラシやパンフレットを作成して、「寄附金控除」の制度を前面にアピールしていきたいと思っています。

最後に、お陰様で施設建設は平成 27 年 9 月に着工となり、翌年 2 月には竣工する予定となりました。多くの方々からご寄附を賜ったことに深く感謝しており、今後の支援を通じて恩返しをしていきたいと思っています。ありがとうございました。

【寄付受入れ実績】

平成 24 年度	534,991 円
平成 25 年度	691,200 円
平成 26 年度	9,843,716 円



日本政策金融公庫 NPO法人のみなさまに

日本政策金融公庫 国民生活事業は、ソーシャルビジネス^(注1)に取り組むNPO法人のみなさまが必要とする事業資金をご融資しています。平成26年度のNPO法人向け融資実績は、件数・金額ともに、過去最高となりました。

(注1)高齢者、障がい者の介護・福祉や子育て支援、まちづくり、環境保護、地域活性化など、地域社会が抱える課題の解決を目的として、ビジネスの手法を用いて取り組む事業のことです。



ソーシャルビジネスマーク

企業、NPO、住民、行政、公的機関など、さまざまな主体が手を取り合って、地域社会が抱える課題の解決に取り組む様子を、ソーシャルビジネス(Social Business)の[SB]を用いて表示しています。

POINT 1

ソーシャルビジネスのための 融資制度です!

- ソーシャルビジネスに取り組むNPO法人のみなさまを資金面からサポートします。

ソーシャルビジネス支援資金(企業活力強化貸付)の概要

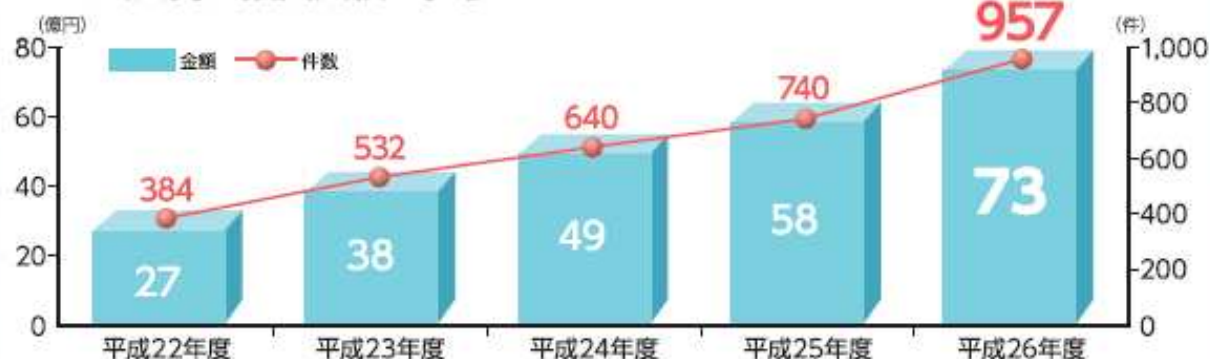
ご融資限度額	担保なし	4,800万円
	詳しくはPOINT2をご覧ください。	3,000万円(うち運転資金1,500万円)
	担保あり	7,200万円(うち運転資金4,800万円)
ご返済期間	設備資金: 15年以内(特に必要な場合20年以内) 運転資金: 5年以内(特に必要な場合7年以内)	
利率 ^(注1)	基準利率、特別利率A、特別利率C	
担保・保証人	お客さまのご希望を伺いながらご相談させていただきます。 NPO法人の特例 NPO法人は利率を上乗せすることで、代表者保証が不要になります ^(注2) 。	

(注1) お使いみち、ご返済期間、担保の有無などによって異なる利率が適用されます。また、最新の金利情報は、日本公庫のホームページでもご覧いただくことができます。

(注2) 新企業融資制度をご利用いただく方は、本特例はご利用いただけません。

国民生活事業には、 ご利用いただける融資制度があります。

NPO法人向け融資実績の推移



POINT 2

担保・保証人を不要に することもできます!

- ソーシャルビジネス支援資金とあわせて、下記の制度をご利用いただけます。

🌸 税務申告を2期以上行っている方

制度名	担保を不要とする融資
担保・保証人	担保不要・代表者の方のみの保証

- (注) 1 これまでの事業実績や事業内容を確認するほか、所得税等を原則として完納していることを確認させていただきます。
2 実質的な経営者である方や事業承継を予定している方などには、保証をお願いする場合があります。

🌱 新たに事業を始める方または 事業開始後で税務申告を2期終えていない方

制度名	新創業融資制度
担保・保証人	担保・保証人不要

- (注) 1 事業開始前または事業開始後で税務申告を終えていない方は、「創業時において、原則創業資金総額の10分の1以上の自己資金を確認できること」等の一定の要件に該当することが必要です。
2 ご利用にあたっては、雇用の創出や勤務経験等、一定の要件に該当することが必要です。

ご利用例

送迎用車両の購入や新たに雇用する従業員に対する人件費の支払い



事業内容：高齢者介護(デイサービス)
ご融資金額：500万円
ご返済期間：5年
毎月のご返済元金：9万円(利息は含みません)

施設の内装工事費やホームページ制作費、広告宣伝費の支払い



事業内容：子育て支援(保育所)
ご融資金額：1,000万円
ご返済期間：6年
毎月のご返済元金：14万円(利息は含みません)

イベント会場の設営費や運営にかかる経路費の支払い



事業内容：地域活性化(イベント企画)
ご融資金額：200万円
ご返済期間：1年
毎月のご返済元金：17万円(利息は含みません)

広 報 戦 略

特定非営利活動法人 MAMA-PLUG
副代表 氏名 富川万美

1 団体活動における広報活動とは

(1) 広報と広告の違い

NPO や市民活動団体などが事業を継続するためには、しっかりとした戦略的な宣伝活動が必要となる。宣伝活動というと、「多額の広告費をだす予算はない」と敬遠しがちであるが、広告に限らず、メディアを巻き込んだ発信を広報戦略として立てていくべきである。

広告

メディア（テレビ・新聞・ウェブサイト・ラジオ・雑誌など）の一部を購入して、情報を発信する。

メリット:多くの人の目につく・伝えたいことを伝えることができる

デメリット:費用がかかる・主観的、一方的な情報に冷静に判断される傾向にある。

広報

メディアの記者・編集者などに、自分たちの情報を伝え、各メディアの立場を通じて発信してもらう。

メリット:費用がかからない（例外:ペイドパブリシティ）・第三者からの発信なので、信頼性が高い。

デメリット:批判的または間違っただ内容が発信される可能性がある・露出日が定まらない。

(2) 広報の必要性

広報は、〈拡大・活性・継続〉のための必要不可欠なツールである。メディアを通じて、活動している内容を発信し続けることで、社会からの関心が高まり、

- 優秀な人材や資金調達に繋がる。
- 社会からの情報を得やすくなる。

また、社内報や会員誌などを充実させることで

○社内や会員からのコンセンサス（合意形成）が取りやすくなる。

メディアに紹介されるには、大きな組織である必要はなく、どんなに小さなNPOなどでも、〈公益性・革新性・時事性〉が際立っていれば、取り上げられ、話題になる場合も多い。（当団体は、理事3名で活動しているが、2015年のメディア掲載実績は220件ほどに及ぶ。）

2 広報活動を始めるとして

(1) 広報担当、窓口の設置

小さな団体の場合でも、担当を定めることで、取材などの受動的な対応がスムーズになるだけでなく、ウェブサイトやSNSなどを活用した能動的かつ継続的情報発信が可能になる。

(2) 発信したい情報の精査

広報活動の主として、情報発信がある。そのためには、

① 〈いつ・誰が・誰に対して・何を・どのように〉の明確化

② 情報発信のタイミング

→雑誌は約2ヶ月前にすでに掲載情報は決定している。メディア掲載を希望する場合は、約2ヶ月前には発信する準備を。

(3) 情報発信先の精査

情報発信の主として、リリース配信・ホームページやSNSでのお知らせ・メルマガ発行・会員誌や会報誌などに加え、積極的なメディアとのコミュニケーションが必須である。

いずれも、ただやみくもに情報発信するだけでなく、情報の種類に合ったコンタクト先を事前に分析し、選択する必要がある。

例:子どものための慈善活動→新聞社会面の記者、テレビなどの社会的トピックスコーナー制作スタッフ宛、育児誌・主婦誌記者またはライター宛など。

※最近では、SNSやインターネット記事が多く出回っているため、「キュレーター」という誰にでも比較的簡単に記事が書ける状況が増えているが、ネット上への情報配信は、その信ぴょう性もこちらで判断し、十分に注意を払わなければならない。

(4) リリース配信

効果的なプレスリリースを作成・配信するには、いくつか抑えておきたいポイントがある。

報道関係各位 2015年8月17日

press release NPO法人ママブラグ
川崎市多摩区登録2130-2-407

神奈川県との協働事業で、2015年11月8日に新規事業「防災コミュニケーター®」の説明会&登録会を開催します。
「防災コミュニケーター®」の認知度拡大にご協力をお願いします。

特定非営利活動法人ママブラグ（川崎市多摩区登録 代表：ロー・紀子 www.active-bousai.com）は、2015年11月8日に、神奈川県川崎市との協力を得て、川崎市民プラザにて「防災コミュニケーター®」説明会・セミナー（登録）を開催します。イベント開催後より、川崎市各避難所に「防災コミュニケーター®」を設置すべく、事業を運営開始いたします。川崎市を地域導火線としてスタートし、全国各地の避難所への設置を目標としています。

それには、まず「防災コミュニケーター®」とは何かを皆様に知っていただく必要があります。是非、合わせて「防災コミュニケーター®」の認知度拡大へのご協力も賜りたく存じます。

「防災コミュニケーター®説明会&登録会」

日時：2015年11月8日
説明会 10:00-11:00
登録会 11:15-（登録が定員になり次第終了）

会場：川崎市民プラザ <http://www.kawasaki-shiminplaza.jp/access/>

対象：どなたでもご参加できます。
（地域の防災活動・要援護者支援・被災地支援などの活動をしている方歓迎）

登録費：1,000円（防災コミュニケーター® バスケース付込み※下記参照）

主催：NPO法人ママブラグ 協力：川崎市・神奈川県

◎防災コミュニケーター®とは？
☆災害時要援護者に対する具体的な支援方法と、問題を解決していくために必要なファシリテーション方法の研修を受け、事前登録した市民。

お問い合わせ
NPO法人ママブラグ 広報担当 高川
mami@npo-mplug.com/070-5555-6615（直通）

①情報の重要度が逆三角形になるように、リード部分から順に伝えたい情報を入れる。

②ヘッダーには、「プレスリリース」と会社名を明記する。

③リリース日を明記する。

④タイトルは2-3行で簡潔に。インパクトのある表現を。

⑤リード部分は5W1Hをはっきりさせる。

⑥「公益性・革新性・時事性」をキーワードに分かりやすい表現を。

⑦キービジュアルを入れる。
（写真、シンボルマークなど）

⑧フッターには、連絡先を明記する。

これはNG！

○専門用語多用

○一方的なお願い

○文字だらけの読みにくい内容
受け取る側の立場になって、分かりやすい内容を！想いを込め、ラブレターだと思って書くとよい。

3 より効果的な広報をするために

(1) 広報計画を立てる

リリース配信や、メディアへのコンタクトなどは、予め社内で年間計画を練ると、タイミングなどを逃すことなく情報発信ができる。

活動計画と合わせて広報計画を立てることも重要である。

(2) 情報配信のための「ネタ」作りを心がける

どんなに些細な情報でも、広報の仕方によってメディアに大きく取り上げられることもある。「これくらいの事は無理だろう」と消極的にならず、創意工夫を加えることで、より魅力的な情報に見せることができる。

① 3つの事例がムーブメントに

自分達の情報だけでなく、あえて他の団体や企業が取り組んでいる「似ている」事例を列挙し、「世間では〇〇ムーブメント」が起きつつある、とアピールする。新しいことを常に探しているメディアにはとても響きやすい。3つ集まると取り上げられやすいと言われている。

② 他との差別化

例え小さな活動でも、他では例のない事例であればニュースになりやすい。「〇〇初!」「～ではこれまでできなかった試み」などのインパクトを与える 情報配信は非常に効果的である。

これは NG!

- 事実とは異なる情報
- 虚偽または誇大表現
- 曖昧な情報

③ データや数字で説得力を持たせる

市場アンケートなどを有効に使い、世間で求められている情報であることを裏付ける。

以上、広報力はその団体の活動推進、事業拡大に必要不可欠である。メディアと上手く付き合うことで、広聴力（世間の声を聞くこと）も成長し、リスクマネジメントもスムーズに行うことができる。

まずは広報に向けて発信したい情報の洗い出しをしてみたいだろうか。

>> 広報戦略についての詳しいアドバイスは、特定非営利活動法人 MAMA-PLUG まで（広報担当：富川 mami@npo-mplug.com）

フェイスブックでネットワークを広げる

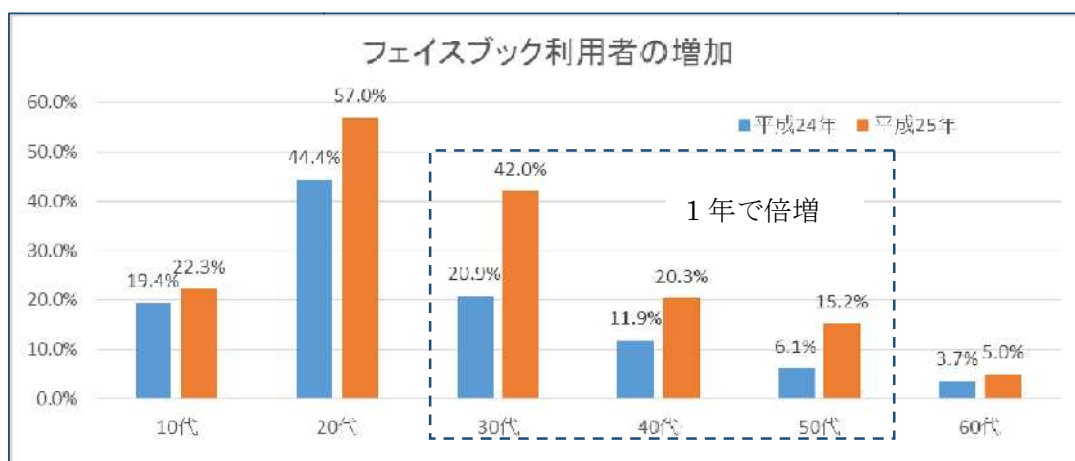
NPO 法人かながわ 311 ネットワーク

代表理事 伊藤朋子

ウェブサイト（ホームページ）とフェイスブック、ツイッターは、団体のデジタル広報の柱です。全て**無料**で利用できる、市民活動の強い味方です。

スマートフォンやタブレットの普及によって、インターネット接続の仕方が変わり、情報流通におけるフェイスブックやツイッターなどのSNS（ソーシャルネットワークサービス）の力が大変強くなってきました。ウェブサイトがデジタル広報の基本であることは変わっていませんが、ウェブサイトは、待ちの広報です。ユーザーが見に来てくれないと読んでもらえません。フェイスブックやツイッターを使うことで、相手に届ける広報ができるようになりました。

全世界のSNSユーザー数は、2014年に18.2億人になり、今後2017年までに23.3億人になると推計されています。代表的なSNSであるツイッターとフェイスブックのユーザー数も毎年1割ずつ増加しています。平成26年度の情報通信白書によれば、国内のフェイスブックの利用者は、30代以上の層では、平成24年から25年への1年間で倍増しています。

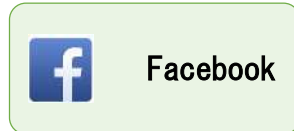


(出典) 総務省情報通信政策研究所「平成25年 情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査<速報>」より

フェイスブック、ツイッターを上手に使って、支援者、参加者を増やしましょう。この項では個人としてフェイスブックアカウント利用をしている方向けに、団体広報のためのフェイスブックの使い方を説明します。



- ウェブサイトは固定店舗 **待ち**の発信（団体情報、実績、正式告知）
- フェイスブック、ツイッターは**届ける**発信
フェイスブック：口コミ広報、特定ターゲット広報
ツイッター：不特定多数に届ける拡声器広報



ウェブサイト（情報基地）



フェイスブックは、知り合い同士が日頃の交流を深められるように、という目的で作られ、個人と個人の交流をベースに発展してきました。この特性を活かして、発信した情報は、受け手が気に入れば、「シェア」という形で拡散されていきます。シェアは口コミですが、オリジナル情報が常にたどれるので変質の心配は少ないです。不特定多数に情報が届けやすいツイッターと口コミパワーのフェイスブックを上手に使い分けてください。

フェイスブックで団体の広報を行う場合は、団体の公式ページが基本です。個人の発言、友達の人脈を上手く組み合わせて使っていくことが重要です。もちろん、情報基地となるウェブサイトとの連携も重要です。

フェイスブックの利点を活かし、不得手な部分はウェブサイトに誘導することでカバーします。



- #### フェイスブックの特徴
- いいね！で簡単にコミュニケーション
 - 伝搬のスピードが速い
 - 共有（シェア）しやすい（ので伝わりやすい）
 - 気軽に更新できる
-
- ×過去の情報を探しにくい ⇒ホームページ
 - ×時系列を追いきにくい ⇒ホームページ
 - ×定番の情報を表示しにくい ⇒ホームページ

Facebook ページ例



私たちの団体では、ウェブサイトを中心に広報を組み立てています。フェイスブックページには、まず、ウェブサイトの記事をすべて掲載します。その他に、イベントの様子や、関連団体の記事の紹介などの軽い紹介も逐次掲載しています。フェイスブックの記事は、ツイッターに連動させています。

フェイスブックの3つの機能、ページ、イベント、グループについて説明します。

1 フェイスブックページ

フェイスブックを団体の広報に利用する場合、まずフェイスブックページを作成します。

フェイスブックページと個人で使うフェイスブックの違いを、下表にまとめました。

個人ページ	フェイスブックページ
無料	無料
フェイスブックにログインしている人しか見られない	誰でも見られる⇒(a)
本名でのみ登録可能	団体名やサービス名などでも登録可能
友達申請ができる(5,000人まで)	イイねしてくれた人がファンになる(人数無制限) 友達申請はできない
友達になった人の個人ページに「いいね!」や書き込みができる	フェイスブックページに「いいね!」してくれた人は「ファン」。「友達」に近いが個人ページに「いいね!」や書き込みはできない。
投稿は即時、のみ	投稿の下書き保存、予約投稿、有効期限付投稿ができる
自分が「いいね!」をしたフェイスブックページに書き込みができる	フェイスブックページに投稿した内容は、ファンのニュースフィード(お知らせ欄)に表示される
広告は出せない	広告が出せる⇒
インサイト(アクセス数やいいね!数を調べる機能)は使えない	インサイト(アクセス数やいいね!数を調べる機能)で広報戦略情報が得られる⇒<c>
投稿した内容は、YahooやGoogle検索の対象にはならない(SEO効果はない)	投稿した内容は、YahooやGoogle等の検索エンジンの検索対象になる(SEO効果あり)

SEO【Search Engine Optimization】検索結果でより上位に現れるようにウェブページを書き換えること

(1) フェイスブックページは誰でも見られる

関心のある人々に変化のある情報をリアルタイムに届けるのに向いています。ホームページの更新を最低限にして、フェイスブックページをメインに広報している団体も多いです。フェイスブック利用者以外でも見ることができます。

例) 2015年の北関東豪雨災害では、多くの災害ボランティアセンターが、日々の情報発信をフェイスブックで行っていました。

(2) フェイスブック広告

フェイスブックページでは、広告が利用できます。有料ですが、チラシの印刷に比べて大変安価に使える機能です。フェイスブックページ、ウェブサイト、投稿、イベントなどを単位に、広告対象（男女、年代、地域）、期間、予算を細かく指定できるので、ターゲットを絞った広報ができます。新しい支援者の獲得に有効です。



1日100円から様子を見ながら広告を出せます。素人にも試しやすい広告システムです。

(3) インサイト

フェイスブックページには、個人のページとは違い、「インサイト」という機能があり、次のような情報が得られます。

- いいね数、リーチ数、記事を読んだ人のアクションの数などの情報
- ページへのアクセス数
- 競合するページとの比較
- ファンの人数や年代、性別、住所



これらのデータを見ることで、自分たちの団体がどのような人たちに支持されているのか、投稿が届けたいと思う層に響いているのか、を簡単にリアルタイムに知ることができます。

2 フェイスブックイベント

フェイスブックには、「イベント」機能があります。「イベント」は個人でも作成できますが、団体としてイベントを作ることで、「ファン」を中心に広く広報できます。招待した人、あるいは参加表明した人に一斉にメッセージを送る機能もあり、効率よくお知らせできます。有料イベントの場合、直接支払サイトに連携することもできます。



Facebookは過去記事が探しにくいのが欠点。行事のお知らせは「イベント」機能で！

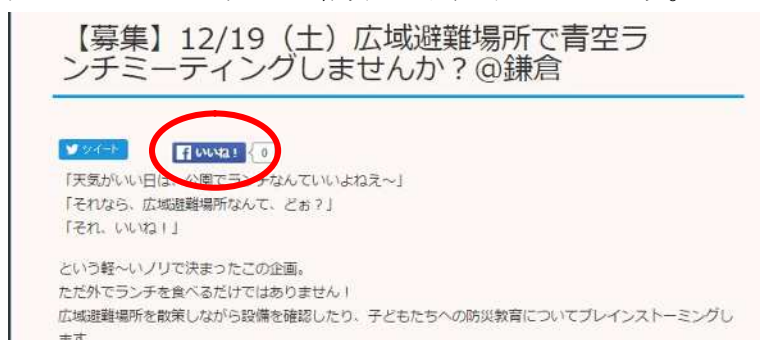
3 フェイスブックグループ

フェイスブックのもう1つの機能が、「グループ」です。ページが団体発信主体なのに比べて、グループは、メンバーどうしの交流の場です。「秘密のグループ」にして内部の打合せに利用する、「公開グループ」にして広く交流、あるいはテーマを決めて情報交換に利用するなど目的に応じた使い方ができます。

グループ種別	機能
公開グループ	発言はメンバーのみだが、メンバー外に全て公開
非公開グループ	投稿と閲覧はメンバーのみだが、グループの名前とメンバーは公開
秘密のグループ	メンバーに招待された人だけが参加できる グループ名、メンバーは非公開

4 いいねボタン

ウェブサイトに掲載する記事やページに、いいねボタンをつけて、読者が記事をフェイスブックで紹介しやすくしましょう。



⇒いいねボタンなど、SNSへのリンクボタンの設置方法は、ブログ作成ソフト、ホームページ作成ソフト等の説明をご覧ください。一般的な設置方法については、ウェブ制作会社の説明サイトが色々あります。

例：<https://syncer.jp/how-to-setting-share-button>

5 アナログの広報

名刺やチラシには、必ずフェイスブックページのurlを記載し、できればQRコードも掲載しましょう。増えているスマホユーザーには、QRコードが有効です。

6 参考情報

Facebookを使いこなしてみたい方のために参考となるページを紹介します。

- Facebookヘルプセンター

https://www.facebook.com/help/?ref=facebar_dropdown_help

- Facebookの使い方
<http://f-navigation.jp/manual/>
- Facebook.biz
<http://xn--facebook-u33gz07yld8b.biz/>
- 【2014年版】Facebookページ運営者が必ず知っておきたい10の基礎知識
<http://smmlab.jp/?p=33142>
- Facebookページ管理者必読！必ず目を通しておきたいFacebook規約関連 & お役立ちページリンク集【2014年URLアップデート版】
<http://smmlab.jp/?p=36056>
- 広告管理者ヘルプセンター
<https://www.facebook.com/business/help/>

NPO法人かながわ311ネットワークでは、団体の広報や事務の効率化のアドバイス相談、ICT出張講座などを行っています。

詳しくはウェブサイトをご覧ください。<http://kanagawa311.net/>

ツイッターで新しい支援者を開拓する

NPO 法人かながわ 311 ネットワーク
代表理事 伊藤朋子

前項でも述べたように、ウェブサイト（ホームページ）とフェイスブック、ツイッターは、団体のデジタル広報の柱です。すべて無料で利用できる、市民活動の強い味方です。

ツイッターはSNS（ソーシャルネットワークサービス）の中でも拡散の広さと速さは群を抜いています。短文であることと、ハッシュタグ（#）の利用で、検索しやすいことが特徴です。

また、実生活での付き合いに基づいた関係を活かすフェイスブックより、匿名性が高く、純粹に情報で繋がる関係が築かれる傾向があります。このような特徴が新しい支援者の開拓に向いています。10代、20代の若年層の利用が多いことも特徴です。

ツイッター	フェイスブック	ライン
2006 年誕生	2004 年誕生	2011 年誕生
超開放的 匿名	中間的 実名	閉鎖的 直接の知り合い同士
誰でも読める*1	Facebook 利用者または「友達」のみ（自分のみも可）	登録した相手だけ 個人対個人、またはグループ内のみ*2
「拡散力とスピード」がすごい 検索性が高い ねずみ算式	Twitter ほどの拡散スピードはないが、有益な情報は確実に拡散される	繋がる範囲は、元々の友人が中心 拡散力は低い
国内で約 2000 万人	国内で約 2000 万人	国内で約 5000 万人
情報入手、発信、拡散手段 不特定多数の人と簡単に繋がれる	人と深く繋がる手段 昔の知人とも繋がれる	連絡手段 日常会話 実際の友人知人との交流
ミニブログ 140 文字 画像の添付が可能	文字数の上限は「約 6 万文字」 画像以外のファイルも添付できる	1 メッセージ 500 文字 写真の添付 アルバム作成が可能

*1：フォロワーのみ、の設定も可能

*2：登録者全員へのお知らせ機能（広告）も可能

ツイッターの特徴

- 発信した情報は、**すぐにだれでも読める**
- 通信が集中してもつながりやすい
つながりやすさ
ツイッター >> メール >>>> 電話
- 検索が早い

情報収集

- 画像の添付が容易
- 位置情報の添付ができる

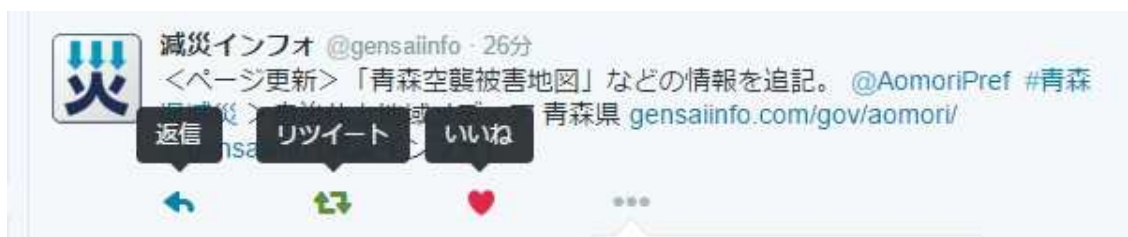
情報発信

ツイッターの基本用語

ツイッターの広報について説明する前に、ツイッターの基本用語を知っておきましょう。

用語	説明
つぶやく	ツイッターでメッセージ（140文字まで）を発信すること 誰でも読める
フォロー	Twitterのタイムラインに他のユーザーのツイートを表示すること。フォローすると、読みたい人のつぶやきが自分の画面に表示される。フォロー先では、フォロワーとして登録される
フォロワー	自分をフォローしている人 自分のつぶやきはフォロワーの画面に表示される
返信	[返信]ボタンをクリックして投稿すると、@[相手のユーザー名]が、つぶやきの文頭に付与される。返信された人にとっては、[通知]の[@ツイート]タブに表示されるので目に付きやすくなる。
リツイート	リツイートすると、他のユーザーの投稿をあなたのフォロワー全員と共有できる もとのツイートが削除されるとリツイートも削除される
いいね	クリックすることで、つぶやきに賛意を示す。相手にお知らせが届く
ダイレクトメッセージ	メールのように、特定の1人にだけ届くつぶやき
ユーザー名	半角英数字およびアンダーバー()計15文字以内で作る、あなただけの名前。「http://twitter.com/あなたのユーザー名」が、インターネット上のアドレスになる。@ (アット) [あなたのユーザー名] と呼ばれる場合もある。ユーザー名の他に、「氏名」として日本語の名前を付けられる
ハッシュタグ #	#記号と、文字列で構成される。発言内に「#〇〇」と入れて投稿すると、その記号付きの発言が検索画面などで一覧できるようになり、同じ経験、同じ興味を持つ人のさまざまな意見が閲覧しやすくなる。#〇〇の前後に、半角スペースを入れるのを忘れずに！

実際のツイッターの例とボタン



ツイッターの拡散力

ツイッターではフォロワー数が拡散力を示します。平均で200人くらいとされていますが、個人では100人以下の人が大多数ですが、情報や団体のツイッター、芸能人などの著名人では多くのフォロワー、中には何十万人、何百万人のフォロワーを抱えるアカウントもあります。ちなみに、ソフトバンクの孫正義氏 (@masason) はフォロワー約260万人、地震速報 (@earthquake_jp) はフォロワー約217万人をかかえている有名アカウントです。

ツイッターの場合、一方的にフォロワーとなることができますから、どんどんネットワークが拡大します。情報が欲しい、と思う人がいて、「そこに情報がある」とわかると、短時間の間に多くの人にフォローされ、簡単にネットワークが大きくなっていくという性質があります。

1 ツイッター広報の始め方

ツイッターを団体の広報に使うには、ツイッターの検索性、即時性を活かします。

(1) 公式アカウントを作成する

個人用のアカウントの作成と手順は同じですが、を持っていなくても作成できます

The image shows a Twitter profile page for 'NPO法人かながわ311ネットワーク' (@311net). The profile header features a banner image of a group of people at an outdoor event, with the text 'Walk with 東北' overlaid. Below the banner is the profile picture, which is a logo consisting of two interlocking loops in blue and red. The profile name and handle '@311net' are visible. A tweet is shown below the profile information, mentioning a disaster education program. Callout boxes with arrows point to specific parts of the page: 'ヘッダー画像' (Header image) points to the banner; 'プロフィール画像' (Profile picture) points to the logo; '自己紹介' (Self-introduction) points to the bio area; and '氏名とユーザー名' (Name and user name) points to the profile name and handle.

ヘッダー画像
団体の様子が分かる画像を用意します。

プロフィール画像
団体のロゴなどを応用して作成します。「顔」となる画像です。

自己紹介
団体の紹介を書きます。活動エリア、ウェブサイトの url は必ず掲載します。

氏名とユーザー名

ユーザー名 (@311net) は世界で1つ
氏名 (NPO 法人かながわ 311 ネットワーク) は、
同じ物も使えますので、作成前に類似名称を確認しましょう。

ツイッターアカウントの詳しい作り方は、
<https://support.twitter.com/articles/230266> を参照してください。

① つぶやく

目的1 イベントの広報

情報の本体はウェブサイト (ホームページやブログ) に置き、ツイッターでは簡単な説明と本体情報へのリンクで紹介します

目的2 フォロワーを増やす

イベントや日々の活動を、写真と共に紹介します。団体の雰囲気を知って貰うのに役立ちます。

つぶやくときのコツ

文頭にキーワードを書く

短文なので目的をはっきりと

イベント告知などの場合は必ず元情報へのリンクを載せる

② 広める

名刺やチラシには、必ずツイッターアカウントを記載して、まずは知って貰いましょう。フォローすることで、フォロワー（フォローしてくれる人）が増えます。

また同じ分野で情報を発信している、フォロワーの多いアカウントをフォローすることで、関心のある人に届きやすくなります。

団体の活動に添うようなつぶやきは、積極的にリツイートしましょう。

2 フェイスブックと連携する

本来、フェイスブックに最適のコンテンツと、ツイッターに最適のコンテンツは違いますが、それぞれを全く独立に更新し続けることは、かなりの負担となります。そのために両者を連携して運用することができます。

どちらのSNSに軸足を置くかは、随意です。フェイスブックに書いたことをツイッターにコピーするにはフェイスブックで、ツイッターに書いたことをフェイスブックにコピーするにはツイッターで設定します。フェイスブックユーザー、ツイッターユーザーの両方に効率よく情報を届けましょう。

3 繰り返し情報を流す

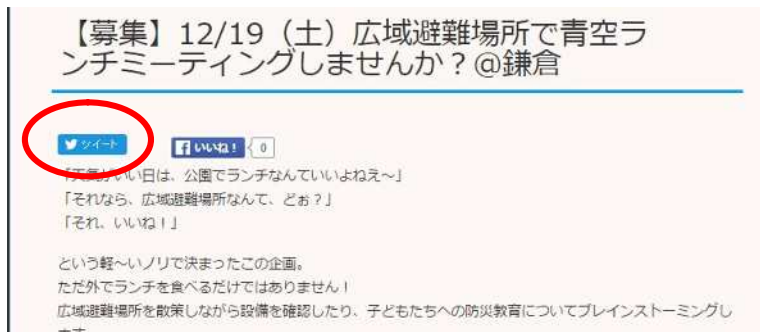
ツイッターは情報件数の多く、流れていくメディアです。また人によって、ツイッターを読む時間帯が異なります。重要なお知らせ、定番のお知らせは、繰り返し、時間帯を変えて出しましょう。

ツイッター連携アプリを利用すると、登録しておいたメッセージを発信してくれます。初心者が使いやすいアプリに、楽ボッツがあります。あらかじめ登録しておいたツイートを、決まった時間にツイートしたり、一定時間間隔でツイートしたりを自動的に行ってくれます。イベントのお知らせなどに活用できます。

楽ボッツ⇒ <http://rakubots.kissa.jp/>

4 ツイートボタン

ウェブサイトに掲載する記事やページに、ツイートボタンをつけて、読者が記事をついッターで紹介しやすくしましょう。



⇒ツイートボタンの設置方法は、ブログ作成ソフト、ホームページ作成ソフト等の説明をご覧ください。一般的な設置方法については、ウェブ制作会社の説明サイトが色々あります。

例：<https://syncer.jp/how-to-setting-share-button>

5 参考情報

- ・ツイッターヘルプセンター ⇒ <https://support.twitter.com/>
- ・ツイナビ ツイッターの使い方ガイド⇒ <http://twinavi.jp/guide>
- ・無料で Twitter bot (ツイッターボット) を作れるサービスまとめ
⇒ <http://matome.naver.jp/odai/2133695904966289401>
- ・イベント広報のときには必見！イベント告知を twitter で行うときにチェックすべき 10 の項目

少し古い記事で、ツイッターの仕様が変更になっている部分もありますが参考になります⇒ <http://gakusei-susume.com/event-tweet/>

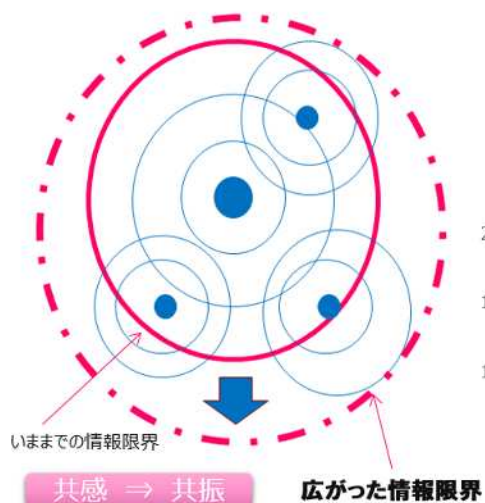
NPO法人かながわ311ネットワークでは、団体の広報や事務の効率化のアドバイス相談、ICT出張講座などを行っています。

詳しくはウェブサイトをご覧ください。 <http://kanagawa311.net/>

無料で活用できる IT サービス

株式会社ファンドレックス
プロデューサー イノウエヨシオ

以前は多額の資金をかけて大規模なプロモーションでないと実現できなかったことが、いまでは NPO でもできるようになってきたことがたくさんあります。インターネットには時間や距離を飛び越えてどんどんつながりが広がっていきませんが、ほかにも「草の根を束ねる」という力があります。小さな書店では取り扱えない本も、ユーザーが世界中にいる大きな本屋ならばその需要に応えられる。同じようなことが寄付でも起こっています。例えば「クラウドファンディング」は実現できる



という力があります。小さな書店では取り扱えない本も、ユーザーが世界中にいる大きな本屋ならばその需要に応えられる。同じようなことが寄付でも起こっています。例えば「クラウドファンディング」は実現できるのですが、これまでだと自分たちの周りに伝えるのが精いっぱい。しかし、ソーシャルメディア (SNS) によって、共感したみんなが拡散するので、共感が共振していままで届かないかったところまで、情報が届くようになりました。

(クラウドファンディング) (ソーシャルメディア)

また、これまでビジネスユーザ向けに開発されてきたソフトやツールを、社会的課題に取り組む NPO に提供することでその活動を後押ししようという動きも生まれてきています。

(セールスフォース・ドットコム) (グーグル・フォー・NPO) (テックスーパ・ジャパン)

そして、NPO に寄せられる最新の助成金などの情報もえることができます。

(CANPAN) (助成金センター) (シーズ NPOWER)

こうした情報源はどんどん新しくなっていくので、定期的にチェックすることが大切です。

[オンラインサービスを使いこなすための最初の3つのポイント]

1) まず、試してみる

使ってみないと有効な使い方はわからない。まずはリスクの少ないところから始めてみる

2) ベンチマークを設定する

上手く使っている団体を探して、どのような使い方を行っているかをまねる。

3) 情報を集める

うまくいかない時は「成功事例」や「活用方法」などを検索してみる。

[情報源]

セールスフォース・ドットコム(クラウド型顧客情報サービス)

<http://www.salesforce.com/jp/company/foundation/product.jsp#contents02>

グーグル・フォー・NPO(ビジネス向けのアプリや、広告無償枠などを提供)

http://www.google.com/intl/ja_jp/nonprofits/

フェースブック(動画や画像の拡散やイベントページの作成、寄付も)

<https://www.facebook.com>

グッドゥ(クリック募金)

<http://gooddo.jp/>

かざして募金(携帯電話が寄付のツールに)

http://www.softbank.jp/corp/csr/donation/instance_01/?adid=snsyt143629

サイボウズ Live(コミュニケーション)

<https://live.cybozu.co.jp/>

テックスープ・ジャパン(ソフトやPCが手数料だけで入手できる)

<https://www.techsoupjapan.org/>

レディー・フォー(資金調達を可能にする)

<https://readyfor.jp/>

公益財団法人助成財団センター(助成金ガイド)

<http://www.jfc.or.jp/>

シーズ・市民活動を支える制度をつくる会NPOWEB(助成金だけでなくNPOの情報源)

<http://www.npoweb.jp/>

東京ボランティア市民活動センター(NPOとボランティアに関する情報を提供)

<http://www.tvac.or.jp>

日本財団 CANPAN 助成制度データベース(過去の助成金も検索可能)

<http://fields.canpan.info/grant/>

Salesforce(セールスフォース・ドットコム)

株式会社ファンドレックスでは、ファンドレイジングの成功の秘訣である「データベース」の構築支援事業を行っています。中でも数多くの団体で導入が進んでいる Salesforce の支援に高い評価を得ています(ファンドレックス社は、株式会社セールスフォース・ドットコムより Partner Award 2012 を受賞しました)。



■Salesforce とは

もともとは、営業管理のために設計されたクラウド型顧客管理サービス。世界で 10 万の企業と 2 万 2,000 の非営利組織が導入(国内では約 450 の非営利組織)しています。

■非営利団体向けの優遇措置

Salesforce 社には、社会貢献プログラム「1/1/1 モデル」があり、株式の 1%、労働時間の 1%、製品の 1%を非営利組織に対して無償提供しています。

(通常 1 ライセンス月額 15,000 円程の製品を、10 ライセンスまで無償提供)

※対象は、特定非営利活動法人、認定特定非営利活動法人、公益財団法人、公益社団法人、社会福祉法人、宗教法人、更生保護法人で、テックスープの認証が必要です。

■非営利団体でよく使われる機能

- 寄付・会費・ボランティアなど、支援履歴の管理
- 領収書・お礼状の差し込み印刷と発行履歴管理
- 一括メール配信
- ダッシュボードによる状況の見える化 など

※一度、設定すると自動化することができ、最新の状況がリアルタイムでしかもビジュアルで把握することができます。



■お勧めの特徴

クラウド型ですから、世界中いたるところから最新状況を把握することができます。また、団体の必要に応じて、好きなアプリを追加することも特徴の一つ。ファンドレックス社が取り扱う「ソーシャル・チェンジャー」は、オンラインでの寄付決済等を可能にするサービスです。<http://fundrex.co.jp/socialchanger/>

【参考サイト】

<http://www.salesforce.com/jp/company/foundation/product.jsp#contents02>

<http://social-force.jp/>

[ファンドレックス DRM 基本パック]

セールスフォースの非営利団体向けパッケージを日本の非営利団体向けに機能を追加したパッケージです。支援者の個人情報だけでなく、寄付・会費情報、イベント参加履歴まで管理できます。さらに、管理しているデータをファンドレイジングに活かせる豊富な機能も、導入したその日から利用できます。 <http://fundrex.co.jp/support/service/database/>



若者の受け入れ

認定 NPO 法人 地球市民 ACT かながわ / TPAK
事務局長 伊吾田善行

そもそも NPO とは？そもそもボランティアとは？

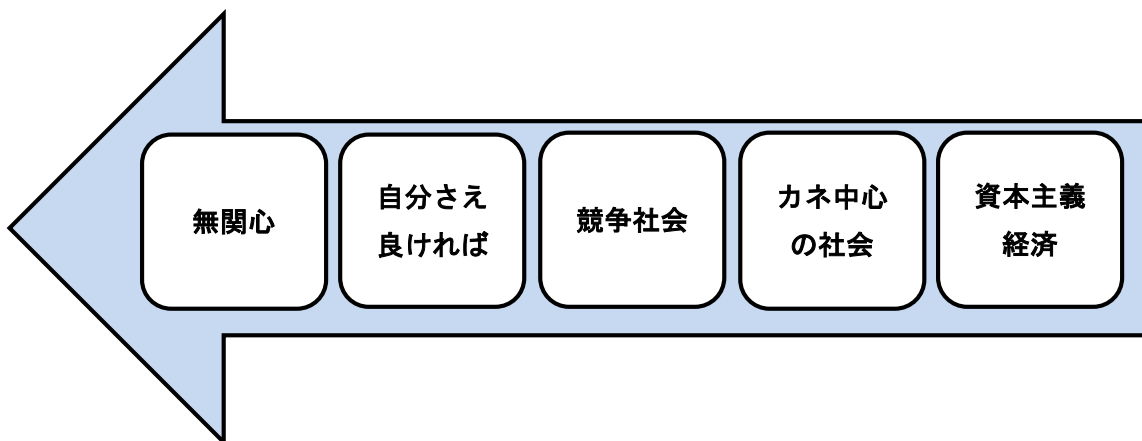
若者を受け入れる際に組織としてまず考えるべきことがあります。

NPO とは？

NPO とは様々な社会問題を解決するために存在しています。では、その社会問題はなぜ発生するのか。その発生原因は様々で、複雑に絡み合っています。しかし、その根本原因は何であるかを分析してみましょう。

日本が抱える社会問題の根本原因は、海外からの輸入品である「資本主義」による「貨幣経済」中心の社会構造にあるのではないのでしょうか。多くの人々の価値観は「カネ」で量られ、「金持ちが偉い」「他人を蹴落としてでも金持ちになりたい」と言った自己中心的な思考となり、その結果「他人を信じられない」、「自分さえよければ良い」という、「他者に無関心」な社会となっています。

この視点で日本の社会問題を振り返ると、「いじめ」「自殺」「環境汚染」「格差」「不平等」「児童虐待」「DV」「孤独死」など、他者に対する「無関心」が多くの社会問題を招いていることが分かります。



この社会問題を根本から解決することのできる一つの方法が「ボランティア」ではないでしょうか。

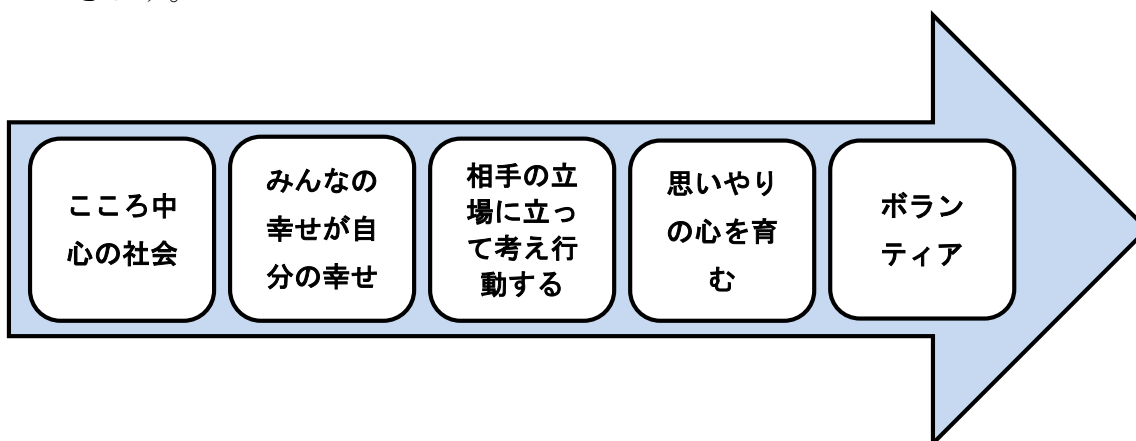
ボランティアとは？

volunteer の原義は「志願兵」、歴史的には騎士団や十字軍などの宗教的意味を持つ団体にまで遡ります。語源はラテン語の Volo(ウォロ、英語の will の語源)です。

さて、私たち日本人はこれまでこの西欧から輸入された言葉を日本社会に照らし合わせて定義したことがあるでしょうか。“なんとなく”「ボランティア」という言葉を使用し、“漠然と”社会が受け入れてきたように感じます。そこで、TPAK では「ボランティア」を「相手の立場に立ち考え行動すること」と定義しています。

「ボランティア」に参加することで、「思いやりの心を育み」、「みんなの幸せが自分の幸せ」と感じることができるようになり、「こころ」中心の社会へと変革する一歩となると考えています。

NPO の活動だけでは社会問題は解決されません。しかし市民一人ひとりがボランティアに参加することによりアクターが増えることで社会問題は解決に向かっていきます。



「ボランティア」とは、団体や組織にとって都合の良い“無料で働く作業員”ではありません。

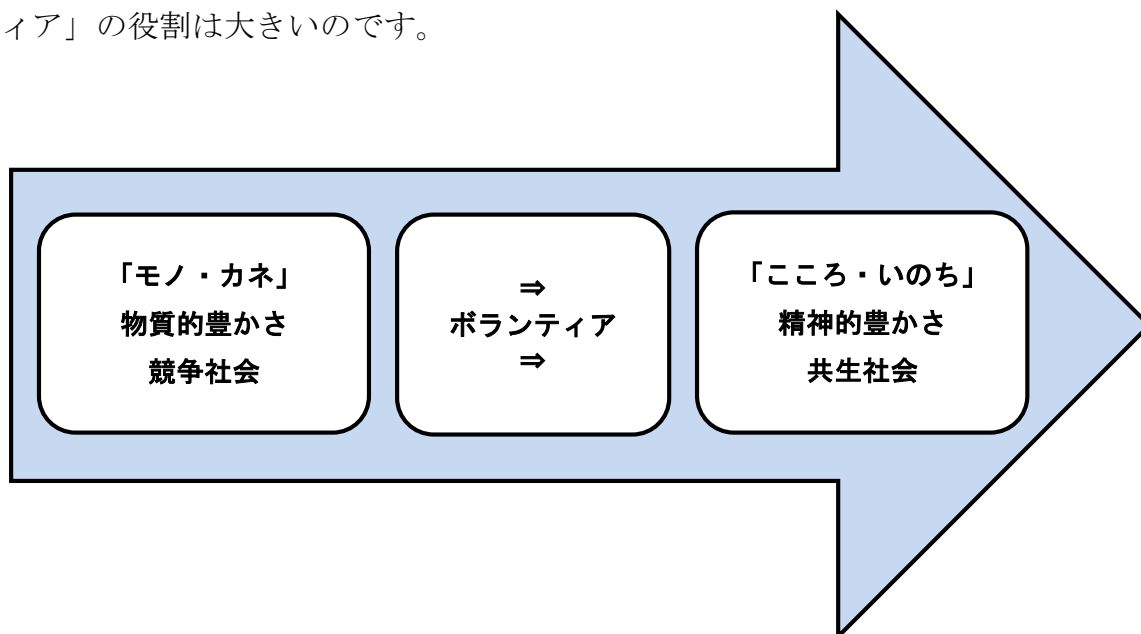
一緒に日本の社会問題を解決するために欠かすことができない“同志”、“仲間”として位置付けなければ「ボランティア」に参加する意義はありません。

価値観の転換「本当の豊かさとは？」

私たち日本人は、戦後「モノ・カネ」を追求するあまり、多くの大切なものを失ってきました。

現在の社会状況をみると、そのツケが回って来ているのではないのでしょうか。

「モノ・カネ」という物質的な豊かさから、私たちの誰もが心の奥底で求めている「こころ・いのち」という精神的な豊かさを取り戻すために「ボランティア」の役割は大きいのです。



日本や世界の課題を解決し平和な社会を実現するために様々な NPO が様々な活動を行っています。

これらのボランティア活動は他者を思いやる「こころ」の豊かさを求める活動です。私たち一人ひとりが、自分自身の足元を見つめ直し、自分の半径 3m 以内にいる家族や友人、隣人に思いやりの心を持って接することが出来たなら、日本や世界の多くの社会問題は解決するのではないのでしょうか。

私たち NPO スタッフは誰もが「こころの豊かな社会」を望んでいるはずです。そのために多くのボランティア＝仲間と共に課題に取り組んでいくことが重要なのではないのでしょうか。

“競争社会” から “共生社会” へ。NPO とは真に豊かな社会の実現に向けて皆で手を取り合っていくことのできる貴重な組織（アクター）なのです。

若者の受け入れと地球市民育成について

それでは具体例を用いながら説明していきましょう。
まずは受け入れ方針を決め、担当者配置や育成プログラム作成など受け入れ体制を整えましょう。

受入れ方針：なぜ人（若者）を受け入れるのか？

Q.なぜ若者のボランティアさんに来てほしいのですか？若者に何を求めていますか？まずは相手の立場になって考えてみましょう！

若者のボランティアの動機を理解する

- 新しいことにチャレンジしたい
 - ボランティアにちょっと興味がある
 - 視野を広げたい、学びたい、成長したい
 - いろんな人と関わりたい
 - 家族、学校、友人に言われた
 - 就職に有利
 - テレビの影響、自分探し？
 - 世のため人のために役に立ちたい
 - 自分の経験、ノウハウ、知識、技術、能力、特技を生かしたい
 - 将来、NPOで働きたい、など
- ★これらのニーズに合わない限り人は来ません。

事例：TPAKの若者受け入れの方針

- 相手の立場に立って考え行動する地球市民を育成する
- 思いやりの心を育む
- 人の役に立てる喜びを感じてもらおう
- ボランティアは楽しいということを知ってもらおう
- ボランティアを通して学び、成長してもらおう
- 社会に関わり参加してもらおう
- 社会/世界の現実を知ってもらおう、視野を広げてもらおう
- 将来のボランティアにつながる受け入れ（他団体でもOK）
- 将来の日本を背負って立つ地球市民を育成する

受入れ体制：最低限必要な準備（TPAKの場合）

- 受け入れ方針、ボランティアの位置付け検討（仲間・同志として）
- ボランティアメニュー・プログラム準備

➤ 受入れ体制の整備

- ボランティアマネジメント担当者配置
- 登録用紙作成
- オリエンテーション資料作成
- 振返りシート作成
- ボランティア修了証作成、他
- 居心地作り（衛生環境、安全、安心、雰囲気作り、人間関係、他）
- 居場所作り（動線、座席定位置、マイカップ制度、他）
- リスクマネジメント（緊急連絡先把握、保険加入、安全・衛生、他）

★ここで初めてボランティアさんの受け入れとなります。

実際の参加シミュレーション：

ステップ0:募集（団体の都合ではなく相手の立場に立って募集しているか）

ステップ1:活動説明会（客観的に分かり易く）

ステップ2:ボランティア登録（基本情報と緊急連絡先、希望する期間・内容等）

ステップ3:ヒヤリング（まずは相手の話（目的）を聞く、目標の設定）

ステップ4:オリエンテーション（活動説明、方針、参加の意義、規約など徹底）

ステップ5:育成プログラムに沿ってボランティア開始（育成するという視点で）

ステップ6:中間振り返り（目標の達成度、改善点等）

ステップ7:定着、きめ細かい対応

ステップ8:修了、修了証授与

ステップ9:修了後、振り返りシート記入

ステップ10:フォローアップ、適度な声掛け

ボランティアマネジメントの悪い例：

- 方針なく団体にとって都合の良い単なる作業員として受け入れている
- 受け入れ体制が整っていない
- 組織の勝手な都合でしか募集しない
- ボランティアワークがない
- 意義の説明不足
- 希薄なコミュニケーション、人間的な関係がない
- 後日フォローない（単発）←単なる作業員
- 組織目線のボランティアマネジメントはNG

Q & A :

Q: 「ボランティアさんが来ない」なぜ？

A: 募集方法が良いからと言っても人は集まらない。正しい活動をしていれば自然と人は集まってくる。忙しいからという理由だけで、単なる作業員としてボランティアさんを求めても続かない。

Q: 「ボランティアさんが思ったように動いてくれない」なぜ？

A: 適材適所？興味のあることとないことをバランスよく。(自分の好きなことで貢献出来たら嬉しい)

Q: 「ボランティアさんが何を考えているか分からない」なぜ？

A: コミュニケーションとっていますか？単なる事務連絡では？

TPAK の場合：ランチタイム、ティータイムは全員でトーク。国際協力の話からいろいろな話を通し新たな発見、学びがある。視野が広がる。考える脳が変わる。成長につながる。

常にミッションの共有をしている。

Q: 「ボランティアワークがない」なぜ？

A: ボランティアワークは作るもの。

Q: ボランティアマネジメントで一番大切なことは？

A: 答えは「愛」

TPAK では、ボランティアさんを共に世界（社会）を良くする同志と位置づけ、若者は世界の将来を担う地球市民となるための育成と捉え、愛情を持って接しています。

世界の未来は若者にかかっています。そして私たち大人が責任を持って次世代を育成することで必ずより良い社会の実現が達成されます。今日から共に実践しましょう。

認定 NPO 法人 地球市民 ACT かながわ / TPAK

アジアの途上地域の子ども達が一人でも多く教育を受け、幸せで明るい未来を開くことができるよう、タイ、ミャンマー、インドにおいて少数民族と農村

部の子ども達と女性たちの教育と健康と自立のための支援活動を 1993 年より行っています。そして、アジアの人々から学ぶ“共に支えあう思いやりの心”を通して、私たち自身も自分の足元を見つめ直し本当の豊かさを取り戻すことができるよう相互に地球市民社会の実現を目指しています。

ボランティアにはどなたでもご参加いただけます。できることから楽しく始めてみませんか？

Email: port@tpak.org URL : www.tpak.org FB : www.facebook.com/tpak.org



タイ北部チェンマイ県：進学支援により大学を卒業し教師になって戻ってきた山岳少数民族の生徒たち



ミャンマー南シャン州：学校寮建設により高校に入学できるようになった少数民族の子ども達



インド北部ウッタラカンド州：自立のためのリーダー研修に集まったアウトカーストの女性たち



日本の事務局の様子：老若男女、年間延べ 2000 名のボランティアが活発に活動に参加している

大学のボランティアセンター情報

かながわ県民活動サポートセンター
基金事業課

大学のボランティアセンターの連絡先を調べるには、このサイトが便利です。

<http://www.daigaku-vc.info/>大学ボラセンリスト/関東/神奈川県/

京都の NPO 法人ユースビジョンが運営しているサイトです。神奈川県以外の大学の情報も掲載されています。

大学ボランティアセンター情報ウェブ



ホーム	学生スタッフ	大学ボランティア全国フォーラム	団体概要	大学ボラセンリスト	発行物・参考図書	講師派遣・相談窓口
お問い合わせ	関連情報					
神奈川県						北海道・東北
東京工芸大学ボランティア支援センター						関東
【住所】〒243-0297 神奈川県厚木市飯山1583 厚木キャンパス学生課 【電話番号】046-242-9625 【大学設立年】1923年						茨城県
						栃木県
						群馬県
						埼玉県
						千葉県
神奈川県立保健福祉大学ボランティアセンター						東京都
【住所】〒238-8522横須賀市平成町1-10-1 【電話番号】046-828-2500 (代表) 【URL】 http://www.kuhs.ac.jp/life/2014032500016/ 【大学設立年】2003年 【センター設立】2009年						神奈川県
						中部
						関西
						中国・四国
						九州・沖縄

プロボノ

特定非営利活動法人 サービスグラント
代表理事 嵯峨 生馬

「プロボノ」とは、仕事で培った経験やスキルを提供するボランティアのことを意味します。その言葉の由来は、「公共善のために」を意味するラテン語の **Pro Bono Publico** にあります。もともとは、弁護士が法律の知識を活かして社会的弱者をサポートする取り組みなどがプロボノ活動として知られてきましたが、ここ最近では、IT、デザイン、マーケティング、経営戦略など、幅広い分野・職種のビジネスパーソンが、その経験・スキルを活かしてNPO等のために活躍する動きが活発になってきました。

一般的に、NPOの多くが、人材や資金の不足という課題を抱えていますが、プロボノを効果的に活用することは、NPOの課題解決に役立つ大きな可能性を持っています。そして、NPOの組織の課題を解決することは、とりもなおさず、必要とされる人に必要なサポートを提供できる強い組織づくりにつながります。NPOの運営においては、資金調達は最重要課題の一つですが、資金調達ができるような組織基盤を強化するうえで、プロボノは有効な力になります。

こうしたなか、サービスグラントでは、プロボノのサポートを必要とするNPO等と、自らの経験・スキルを社会に役立てたいと考える企業人等（「プロボノワーカー」と呼びます）とをマッチングし、両者が連携・協働しながら、NPO等が必要とする具体的な成果物を提供する「プロボノプロジェクト」の運営・コーディネートを行っています。いいかえれば、サービスグラントは、プロボノを通じてNPOを支援する中間支援型NPOです。

サービスグラントでは、日常的に、プロボノワーカーの募集と登録の受付を行っています。また、プロボノによるサポートを必要とするNPOの募集・審査を経たのち、プロボノプロジェクトを立ち上げ、成果物の提供に至るまでのサポートを行っています。

2016年3月現在、サービスグラントに登録するプロボノワーカーの数は、東京・大阪の両地域で合計2,700名以上を数え、毎年70～80件程度のプロジェクトを運営し、NPO等に対する支援実績は400件以上にのぼります。



ここで、サービスグラントによるプロボノ支援の特徴について3点ほどご紹介いたします。

① 「プロジェクト型」支援

サービスグラントによる支援の最大の特徴は「プロジェクト型」の支援、ということができます。プロボノの支援を導入する際に、支援先のNPOとの間で具体的な成果目標を合意し、その成果目標の実現に向けたプロジェクト、という形で、支援を行っていきます。

支援内容には、ウェブサイトやパンフレットをはじめ、営業資料、事業計画立案、運営マニュアルなどがあります。

支援内容を絞り込み、明確な目標を、支援する側もされる側も共有することで、お互いの力が最大限発揮されるようなプロジェクトが実現します。

② 「チーム」で取り組む

これらプロジェクトの実現に「チーム」を編成する点がもうひとつの特徴です。サービスグラントでは、一つのチームを5名前後のメンバーで構成するようにしています。チームにすることによって、1名にかかる負荷を軽減できるだけでなく、多彩なスキル・経験を持った人が集まることでより質の高い成果物を生み出すことができるようになります。また、チームで取り組む際に、お互いの役割分担を明確にすることも重

要です。サービスグラントのプロジェクトには、プロジェクトマネージャーと呼ばれる、チームを引っ張るリーダー的な存在や、マーケッター、ビジネスアナリストといった、調査・分析・戦略提案等を担う役割の人、さらに、デザイナーやコピーライターなどのようにクリエイティブスキルを活かして参加する人など、多様な人が関わることで、それぞれの持ち味を發揮したプロジェクト運営が可能になります。

③ 「プロセス」を明確にする

プロボノプロジェクトを推進するチームメンバーは、このサービスグラントをきっかけに知り合う、初対面の人たちばかりで構成される場合が大半です。そしてその本業は、みなそれぞれ異なる業界・職種の人たちです。

こうした人たちの力を結集し、具体的な成果を生み出すために、サービスグラントでは、標準的な進め方を文書化し、参加するプロボノワーカー、そして、支援を受けるNPO等に対して共有しています。こうすることによって、プロボノが初めてという人でも、どのように進めたらよいか分からないという不安を解消し、安心して参加していただけるようになります。

もちろん、支援先の状況や、チームメンバー構成等によって、プロジェクトに見合った進め方を取り入れていただくこともできる自由度は確保しています。

このようないくつかのポイントを押さえることによって、プロボノは、NPOにとって貴重な力を提供するものとなります。

最後に、一つ興味深い数字をご紹介します。

それは、私たちサービスグラントに参加するプロボノワーカーの中で、ボランティア未経験者の割合が46%に達することです。つまり、これまで、ボランティアやNPOに触れたことのなかった社会人が、約半数を占めています。いかえれば、プロボノがその人にとって初めてのボランティア体験でありNPOとの接点であるという人が半数近くに上るのです。

このことは、社会の中で、NPOやボランティアに関心がありながら、まだ行動に移せていない人が相当数いるということ、そして、その人たちのなかにも、非常に大きな潜在的な力が眠っているということを意味しているのではないのでしょうか。

(特非) サービスグラント <http://www.servicegrant.or.jp/>

【参考】プロボノ助成申請の流れ

※団体側にご負担いただく実費経費等の詳細はホームページをご覧ください



申請は、ホームページの申請フォームからお願いします。

申請フォームにご記入いただいた記載事項を拝見し、サービスグラントの採択基準にもとづき一次審査を行います。一次審査の結果は、電子メールでご連絡させていただきます。

一次審査を通過後、サービスグラント事務局または団体の事務局にて1時間～1時間30分程度の二次審査を行い、活動内容やサービスグラントへの要望等について詳しくヒアリングさせていただきます。

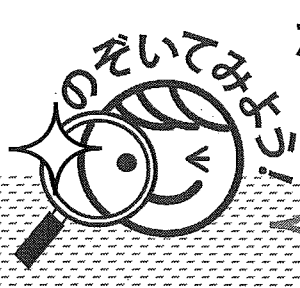
二次審査から2週間以内に電子メールで採択内定のご連絡をさせていただきます。

プロボノやプロジェクト進行についてのご理解を深めていただくための説明会（ラウンドテーブル）を、サービスグラント事務局にて実施します。Skype参加も可能です。

プロジェクトの目標設定を行います。そこで合意した内容を「スコープ設定書」にまとめます。

プロボノワーカーの立候補を受け付け、立候補者の中から必要なスキルを持つメンバーを抽出し、チーム編成を行います。チームメンバー全員が確定するまで、およそ3週間～1ヵ月程度を要する場合があります。

チームメンバーが確定次第プロジェクトを開始します。プロジェクト中は、チームとのスムーズなコミュニケーション、必要情報のご提供等、ご協力をよろしく申し上げます。プロジェクトの開始から納品までの期間は成果物によっても若干異なり、約1～6ヵ月を目安としています。



かながわの

公設ボランティア活動 支援施設一覽

1. 横浜市市民活動支援センター	
所在地	横浜市中区桜木町 1-1-56 みなとみらい 21 クリーンセンタービル 4・5F
交通	JR横浜市営地下鉄線桜木町駅徒歩7分、みなとみらい線みなとみらい駅徒歩10分
電話番号	045(223)2666
FAX番号	045(223)2888
URL	https://opencity.jp/yokohama/
開館日	第4日曜日、12月の第1日曜日、年末年始(12/29~1/3)を除く毎日
開館時間	(月~土) 9:00~21:00 (日・祝) 9:00~17:00
施設案内	

2. つるみ区民活動センター	
所在地	横浜市鶴見区鶴見中央 3-20-1 鶴見区役所 2階
交通	JR 鶴見駅 徒歩9分、京浜急行線 京急鶴見駅 徒歩7分
電話番号	045(510)1694
FAX番号	045(510)1716
URL	http://www.city.yokohama.lg.jp/tsurumi/life/chiiki/shisetsu.html
開館日	①月・火・木・金・土・日 ②水施設点検日、年末年始(12/29~1/3)を除く毎日
開館時間	①8:45~17:00 ②8:45~21:00
施設案内	

3. 神奈川区区民活動支援センター	
所在地	横浜市神奈川区広台太田町 3-8 神奈川区総合庁舎 5階
交通	JR 東神奈川駅、京浜急行線 仲木戸駅、東急東横線 反町駅 徒歩7分
電話番号	045(411)7089
FAX番号	045(323)2502
URL	http://www.city.yokohama.lg.jp/kanagawa/oshirase/shisetsu/kuminkatudou.html
開館日	土・日・祝日・年末年始(12/29~1/3)を除く毎日
開館時間	8:45~17:00
施設案内	

4. にしく市民活動支援センター	
所在地	横浜市西区西前町 2-46 大向ビル1階
交通	京浜急行 戸部駅 徒歩9分、相模鉄道 平沼橋駅 徒歩10分
電話番号	045(620)6624
FAX番号	045(620)6624
URL	http://www.nishitomo.city.yokohama.lg.jp
開館日	水曜日(祝日を含む)、年末年始(12/29~1/3)を除く毎日
開館時間	9:00~17:00
施設案内	

5. なか区民活動センター	
所在地	横浜市中区日本大通 35 中区役所別館
交通	JR・地下鉄 関内駅より徒歩7分、みなとみらい線「日本大通り」駅より徒歩4分
電話番号	045(224)8138
FAX番号	045(224)8343
URL	http://www.city.yokohama.lg.jp/naka/ncac/
開館日	原則第3日曜日、年末年始(12/29~1/3)を除く毎日
開館時間	9:00~21:00
施設案内	

6. みなみ市民活動・多文化共生ラウンジ	
所在地	横浜市南区浦舟町 3-46 浦舟複合福祉施設 10階
交通	横浜市営地下鉄線阪東橋駅徒歩5分、京浜急行線黄金町駅徒歩10分
電話番号	045(232)9544
FAX番号	045(242)0897
URL	http://tabunka.minamilounge.com/
開館日	第3月曜日、年末年始(12/29~1/3)を除く毎日
開館時間	9:00~17:00(平日 18:00~21:00 は自主利用の制度あり)
施設案内	

7. 港南区民活動支援センター	
所在地	横浜市港南区上大岡西 1-6-1 ゆめおおおオフィスタワー5階
交通	京浜急行線、横浜市営地下鉄線 上大岡駅 徒歩3分
電話番号	045(841)9361
FAX番号	045(841)9362
URL	http://www.city.yokohama.lg.jp/konan/activity/siensenta/
開館日	土曜日(第1・3・5)・日・祝日・年末年始(12/29~1/3)を除く毎日
開館時間	(月~金)8:45~17:15 (第2・4土)9:00~12:00
施設案内	

8. ほどがや市民活動センター アワーズ	
所在地	横浜市保土ヶ谷区星川 1-2-1
交通	相模鉄道線 星川駅 徒歩4分
電話番号	045(334)6306
FAX番号	045(339)5120
URL	http://hodogaya-ours.jp
開館日	第3月曜日(祝日の場合は翌日)、年末年始(12/29~1/3)を除く毎日
開館時間	9:00~21:00(日祝は17:00まで)
施設案内	

9. 旭区市民活動支援センター「みなくる」	
所在地	横浜市旭区鶴ヶ峰 2-82-1 ココロット鶴ヶ峰 4階
交通	相模鉄道線 鶴ヶ峰駅 徒歩2分
電話番号	045(382)1000
FAX番号	045(382)1005
URL	http://www.city.yokohama.lg.jp/asahi/guide/shisetsu/koukyou/shi-minakuru.html
開館日	第3水曜日、年末年始(12/29~1/3)を除く毎日
開館時間	(月~土)9:00~21:00 (日・祝)10:00~16:30
施設案内	

マークの説明

- 打合せなどに自由利用できるスペース
- 会議室・研修室など
- 図書・資料コーナー
- 貸出用ロッカー
- 貸出用レターケース
- 小さなお子さんを遊ばせる場所
- 利用者パソコン
- 印刷機(リソグラフ)
- 裁断機
- 紙折り機
- コピー機
- 相談 相談対応

10. いそご区民活動支援センター

所在地	横浜市磯子区磯子 3-5-1 磯子区総合庁舎 7階
交通	JR 磯子駅 徒歩 3分
電話番号 FAX 番号	045(754)2390 045(759)4116
URL	http://www.city.yokohama.lg.jp/isogo/chishin/shien/
開館日	年末年始(12/29~1/3)、祝日を除く毎日
開館時間	10:00~17:00
施設案内	

11. 金沢区民活動センター

所在地	横浜市金沢区泥亀 2-9-1 金沢区役所 1階
交通	京浜急行線 金沢文庫駅・金沢八景駅 徒歩 12分
電話番号 FAX 番号	045(788)7803 045(789)2147
URL	http://www.city.yokohama.lg.jp/kanazawa/chishin/kumincenter/10shougai.html
開館日	第1日曜日、祝日(土・日と重なる場合を除く)、年末年始(12/29~1/3)を除く毎日
開館時間	8:45~17:00
施設案内	

12. 港北区区民活動支援センター

所在地	横浜市港北区大豆戸町 26-1 港北区総合庁舎 4階
交通	東急東横線 大倉山駅 徒歩 7分
電話番号 FAX 番号	045(540)2246 045(540)2246
URL	http://www.city.yokohama.lg.jp/kohoku/sinkou/kuminkatudou/
開館日	土・日・祝、年末年始(12/29~1/3)を除く毎日
開館時間	8:45~17:00
施設案内	

13. 緑区市民活動支援センター

所在地	横浜市緑区中山町 93-1
交通	JR 横浜線、地下鉄グリーンライン中山駅南口 徒歩 7分
電話番号 FAX 番号	045(938)0631 045(939)5401
URL	http://www.city.yokohama.lg.jp/midori/70shisetu/71midream/
開館日	第2月曜日(祝日の場合翌日)、年末年始(12/29~1/3)を除く毎日
開館時間	(月~土) 9:00~21:00 (日・祝) 9:00~17:00
施設案内	

14. 青葉区区民活動支援センター

所在地	横浜市青葉区田奈町 76 東急多摩田園都市まちづくり館 1階 青葉区区民交流センター
交通	東急田園都市線 田奈駅 徒歩 1分
電話番号 FAX 番号	045(989)5265 045(982)0051
URL	http://www.city.yokohama.lg.jp/aoba/00life/15local/shiencenter.html
開館日	第4日曜、年末年始(12/29~1/3)を除く毎日
開館時間	(月~土) 9:00~21:00 (日・祝) 9:00~17:30
施設案内	

15. 都筑区民活動センター

所在地	横浜市都筑区茅ヶ崎中央 32-1
交通	横浜市営地下鉄線 センター南駅 徒歩 5分
電話番号 FAX 番号	045(948)2237 045(943)1349
URL	http://www.city.yokohama.lg.jp/tsuzuki/chiki/kumin/katsudo.html
開館日	第3月曜日、12月28日から1月4日を除く毎日
開館時間	8:45~17:00
施設案内	

16. とつか区民活動センター

所在地	横浜市戸塚区川上町 91-1 モレラ東戸塚 3階
交通	JR 東戸塚駅 徒歩 1分
電話番号 FAX 番号	045(825)6773 045(825)6774
URL	http://totsuka-kumin-center.jp
開館日	月曜日(祝日を含む)、年末年始(12/29~1/3)を除く毎日
開館時間	(火~金) 9:00~21:00 (土・日・祝) 9:00~17:00
施設案内	

17. さかえ区民活動センター

所在地	横浜市栄区小菅ヶ谷 1-4-5 横浜銀行本郷支店 3階
交通	JR 本郷台駅 徒歩 1分
電話番号 FAX 番号	045(894)9900 045(894)9903
URL	http://www.city.yokohama.lg.jp/saka_e/guide/sport/katudou/
開館日	第4日曜日、年末年始(12/29~1/3)を除く毎日
開館時間	(月~土) 9:00~20:30 (日・祝) 9:00~18:00
施設案内	

18. いずみ区民活動支援センター

所在地	横浜市泉区和泉町 4636-2 泉区役所 1階
交通	相模鉄道いずみ野線 いずみ中央駅 徒歩 5分
電話番号 FAX 番号	045(800)2393 045(800)2518
URL	http://www.city.yokohama.lg.jp/izumi/03shinkou/04siencenter/
開館日	第1・3・5土曜日、日・祝日、年末年始(12/29~1/3)を除く毎日
開館時間	(月~金) 8:45~17:00 (第2・4土) 9:00~12:00
施設案内	

19. 瀬谷区民活動センター

所在地	横浜市瀬谷区二ツ橋町 469番地 せやまる・ふれあい館 2階
交通	相模鉄道線 三ツ橋駅 徒歩 12分
電話番号 FAX 番号	045(369)7081 045(366)4670
URL	http://www.city.yokohama.lg.jp/seya/kukatsu
開館日	施設点検日(毎月第3日曜日)、年末年始(12/29~1/3)を除く毎日
開館時間	(月~土) 10:00~20:00 (日・祝) 10:00~17:00
施設案内	

20. かわさき市民活動センター

所在地	川崎市中原区新丸子東 3-1100-12
交通	JR 南武線、東急東横線・目黒線 武蔵小杉駅 徒歩 3分、JR 横須賀線 武蔵小杉駅 徒歩 5分
電話番号 FAX 番号	044(430)5566 044(430)5577
URL	http://www2.kawasaki-shiminkatsudo.or.jp/volunt
開館日	第3月曜日(祝日の場合は翌日)、年末年始(12/29~1/3)を除く毎日
開館時間	9:00~21:00
施設案内	

21. 麻生市民交流館 やまゆり

所在地	川崎市麻生区上麻生 1-11-5
交通	小田急線 新百合ヶ丘駅南口 徒歩 5分
電話番号 FAX 番号	044(951)6321 044(951)6467
URL	http://web-asao.jp/yamayuri/
開館日	原則 月~金 平日夜間、土・日、祝日も予約すれば利用できます。(休館日:年末年始(12/29~1/3)施設点検日)
開館時間	9:30~17:00
施設案内	

22. さがみはら市民活動サポートセンター

所在地	相模原市中央区富士見 6-6-23 けやき会館 3 階
交通	JR相模原駅からバス「市役所前」下車徒歩 3分
電話番号 FAX 番号	042(755)5790 042(755)5790
URL	http://www.sagamaru.org/
開館日	毎月第4日曜日、年末年始(12/29~1/3)、 施設点検日を除く毎日
開館時間	(月~土)9:00~21:00 (日)9:00~17:00
施設案内	

23. 横須賀市立市民活動サポートセンター

所在地	横須賀市本町 3-27 ベイスクエアよこすか一番館 1 階
交通	京浜急行線 汐入駅 徒歩 1 分
電話番号 FAX 番号	046(828)3130 046(828)3132
URL	http://www.yokosuka-supportcenter.jp/hp/support
開館日	年末年始(12/29~1/3)を除く毎日
開館時間	9:00~22:00
施設案内	

24. ひらつか市民活動センター

所在地	平塚市八重咲町 3-3 JAビルかながわ 2 階
交通	JR 平塚駅 徒歩 2 分
電話番号 FAX 番号	0463(21)7517 0463(22)3701
URL	http://www.scn-net.ne.jp/~hira-sc/
開館日	施設点検日、年末年始(12/29~1/3) を除く毎日
開館時間	9:00~22:00
施設案内	

25. 鎌倉市市民活動センター(NPOセンター鎌倉)

所在地	鎌倉市御成町 18-10
交通	JR 鎌倉駅 徒歩 3 分
電話番号 FAX 番号	0467(60)4555 0467(61)3928
URL	http://npo-kama.sakura.ne.jp/ce/index.html
開館日	第2・4・5日曜日、清掃日、点検日、年 末年始(12/29~1/3)を除く毎日
開館時間	9:00~17:00(17:00~21:00までは時間 外利用の制度あり)
施設案内	

26. 鎌倉市市民活動センター(NPOセンター大船)

所在地	鎌倉市台 1-2-25 たまなわ交流センター1階
交通	JR 大船駅 徒歩 3 分
電話番号 FAX 番号	0467(42)0345 0467(42)0345
URL	http://npo-kama.sakura.ne.jp/ce/index.html
開館日	第2・4・5日曜日、清掃日、点検日、年 末年始(12/29~1/3)を除く毎日
開館時間	9:00~17:00(17:00~21:00までは時間 外利用の制度あり)
施設案内	

27. 藤沢市市民活動推進センター

所在地	藤沢市藤沢 1031 小島ビル 2 階
交通	JR 藤沢駅北口 徒歩 7 分
電話番号 FAX 番号	0466(54)4510 0466(54)4516
URL	http://npocafe.f-npon.jp/
開館日	火曜日(祝日の場合は翌日)、年末 年始を除く毎日
開館時間	9:00~22:00
施設案内	

28. 藤沢市湘南台市民活動プラザ

所在地	藤沢市湘南台 1-8 湘南台文化センター2 階
交通	小田急線、相鉄線、市営地下鉄線 湘南台駅東口 徒歩5分
電話番号 FAX 番号	0466(45)0111 0466(45)0111
URL	http://plaza.f-npon.jp
開館日	毎週水・木・金・土曜日(年末年始を 除く)
開館時間	9:00~17:00
施設案内	

29. おだわら市民活動サポートセンター 【平成 27 年秋移転予定】

所在地	小田原市本町 1-5-12 小田原市民会館 4 階
交通	JR 小田原駅 徒歩 10 分
電話番号 FAX 番号	0465(22)8001 0465(22)8001
URL	http://odasapo.net/
開館日	月曜日(祝日の場合は翌日)、年末 年始(12/29~1/3)を除く毎日
開館時間	9:00~21:30
施設案内	

30. ちがさき市民活動サポートセンター

所在地	茅ヶ崎市茅ヶ崎 3-2-7
交通	JR 茅ヶ崎駅 徒歩 10 分
電話番号 FAX 番号	0467(88)7546 0467(88)7546
URL	http://sapocen.net/
開館日	第3水曜日、12月28日~1月3日 を除く毎日
開館時間	9:30~21:30
施設案内	

31. 逗子文化プラザ市民交流センター

所在地	逗子市逗子 4-2-11
交通	京浜急行線 新逗子駅 徒歩 2 分 JR 逗子駅 徒歩 5 分
電話番号 FAX 番号	046(872)3001 046(872)3003
URL	http://www.city.zushi.kanagawa.jp/syokan/kouryu/
開館日	第1・第3火曜日(祝日の場合、その翌日 以後の最初の平日)、年末年始(12/29~ 1/3)を除く毎日
開館時間	9:00~21:00
施設案内	

32. 秦野市市民活動サポートセンター

所在地	秦野市緑町 16-3 保健福祉センター4階
交通	小田急線秦野駅発「土橋經由洪沢駅北口行」 小田急線洪沢駅発「土橋經由秦野駅行」 「保健福祉センター前」下車、徒歩 1 分
電話番号 FAX 番号	0463(83)1760 0463(83)1760
URL	http://www.saposen.org/
開館日	年末年始(12/29~1/3)を除く毎日
開館時間	9:00~18:00
施設案内	

33. 厚木市ボランティアセンター

所在地	厚木市中町 1-4-1 厚木市総合福祉 センター4階
交通	小田急線 本厚木駅 徒歩 5 分
電話番号 FAX 番号	046(225)2949 046(222)7440
URL	http://www.shakyo-atsugi-kanagawa.jp/volunteer.htm
開館日	毎月第3土曜日、施設点検日、年末年始 (12/29~1/3)を除く毎日 〔平成 27 年 10 月 1 日以降の土曜日は閉館〕
開館時間	9:00~21:30
施設案内	

34. 大和市民活動センター

所在地	大和市中心 1-5-1
交通	相模鉄道線、小田急線 大和駅 徒歩 2 分
電話番号 ファックス	046(260)2586 046(205)5788
URL	http://www.kyodounokiyoten.com/
開館日	日曜日、年末年始(12/29~1/3)を除く毎日
開館時間	9:00~18:00
施設案内	

35. いせはら市民活動サポートセンター

所在地	伊勢原市田中 297
交通	小田急線、伊勢原駅北口徒歩 13 分 伊勢原駅南口 4 番線からバス「東海大学病院行き」に乗車し、「行政センター前」下車
電話番号 ファックス	0463(94)5300 0463(94)5333
URL	http://i-saposen.com/
開館日	年末年始(12/29~1/3)、保守点検等 臨時休館日を除く毎日
開館時間	9:30~21:30
施設案内	

36. えびな市民活動センター

所在地	海老名市さつき町 51-2
交通	小田急線、JR 相模線 厚木駅徒歩 10 分 小田急線、相模鉄道線 海老名駅 徒歩 20 分
電話番号 ファックス	046(259)8116 046(235)4110
URL	http://ebina-shimin-act.com/
開館日	臨時休館日、毎月第 2 木曜日、年末年始 (12/29~1/3)を除く毎日
開館時間	9:00~22:00
施設案内	

37. 座間市民活動サポートセンター

所在地	座間市緑ヶ丘 1-1-1 ざまコミュニティプラザ(ふれあい会館)1階
交通	小田急線 相武台前駅 徒歩 15 分 小田急線 座間駅 徒歩 20 分
電話番号 FAX 番号	046(255)0201 046(255)3243
URL	http://zamat.genki365.net/
開館日	火曜日、祝日、年末年始(12/29~1/3)を除く毎日
開館時間	9:00~17:00
施設案内	

38. 南足柄市市民サポートルーム

所在地	南足柄市関本 591-1 ウェルミ 3 南足柄市女性センター内
交通	大雄山線 大雄山駅 徒歩 1 分
電話番号 FAX 番号	0465(73)8071 0465(70)1832
URL	http://www.city.minamiashigara.kanagawa.jp/ kurashi/soudan/katudou/shiminkatouanna oba.html
開館日	水曜日、年末年始(12/29~1/3)を除く毎日
開館時間	8:30~19:00
施設案内	

39. 市民活動センターあやせ

所在地	綾瀬市深谷 3838 綾瀬市立中央公民館内
交通	相模鉄道線 さがみの駅からバス「文化センター前」徒歩 1 分 小田急線長後駅からバス「文化センター前」徒歩 1 分
電話番号 FAX 番号	0467(70)1232 0467(70)1232
URL	http://homepage3.nifty.com/ayaseshiminkatudo/index.html
開館日	毎週火、第 3 水曜日、年末年始(12/28~1/4)を除く毎日
開館時間	9:00~22:00
施設案内	

40. 葉山まちづくり館

所在地	三浦郡葉山町堀内 1874 葉山町立図書館 2 階
交通	JR 横須賀線 逗子駅または京浜急行線 新逗子駅からバスにて「風早橋」バス停下車
電話番号 FAX 番号	046(876)0421 046(876)0421
URL	http://www.hayama-npo.or.jp/
開館日	月曜日、祝日の翌日、年末年始(12/28~1/5)、図書館の館内整理日等の休館日を除く毎日
開館時間	10:00~17:30
施設案内	

41. にのみや町民活動サポートセンター

所在地	中郡二宮町二宮 879-11
交通	JR 二宮駅 徒歩(2分)
電話番号 FAX 番号	0463(70)6255 0463(70)6256
URL	http://www.town.ninomiya.kanagawa.jp/ kurasi/sisetu/supportcentor.html
開館日	月曜日、第 2・第 4 火曜日、祝日の翌日、 年末年始(12/29~1/3)を除く毎日
開館時間	9:00~19:00
施設案内	

42. 真鶴地域情報センター

所在地	足柄下郡真鶴町真鶴 433-1 情報センター真鶴内
交通	JR 真鶴駅 徒歩 5 分
電話番号 FAX 番号	0465(68)1111 0465(68)6327
URL	http://www.town-manazuru.com/info center00.html
開館日	月曜日、月曜日が祝日の場合の翌火曜日、 年末年始(12/28~1/4)を除く毎日
開館時間	9:30~21:00
施設案内	

43. あいかわ町民活動サポートセンター

所在地	愛甲郡愛川町角田 251-1
交通	小田急線 本厚木駅からバス「愛川町 役場前」
電話番号 FAX 番号	046(205)1323 046(205)1324
URL	http://www.town.aikawa.kanagawa.jp/ saposen/index.html
開館日	水曜日、施設点検日、年末年始 (12/29~1/3)を除く毎日
開館時間	(月・金・土・日・祝日) 9:30~17:00 (火・木) 9:30~19:00
施設案内	

44. かながわ県民活動サポートセンター

所在地	横浜市神奈川区鶴屋町 2-24-2 かながわ県民センター内
交通	JR、私鉄各線 横浜駅 徒歩 5 分
電話番号 FAX 番号	045(312)1121(代) 045(312)4810
URL	http://www.pref.kanagawa.jp/div/0051
開館日	施設点検日、年末年始(12/29~1/3)を除く 毎日
開館時間	9:00~22:00
施設案内	



公設ボランティア活動支援施設一覧

平成 27 年 4 月 1 日現在の情報です。詳しい内容は、各施設におたずねください。

【発行者】
かながわ県民活動サポートセンター
ボランティア活動サポート課
TEL045-312-1121(代表)

NPO自立化支援マニュアル

平成 28 年 3 月発行

神奈川県立かながわ県民活動サポートセンター

〒221-0835 横浜市神奈川区鶴屋町 2-24-2

電話 (045) 312-1121 (内線 2831~2832)