

2012年度事業報告書

一般社団法人プロジェクトデザインセンター

1. 北海道新しい公共支援事業 NPO等寄付募集支援事業

北海道からの委託事業である「北海道新しい公共支援事業 NPO等寄付募集支援事業」をNPO法人北海道NPOファンド及び公益財団法人北海道環境財団とコンソーシアムを構成し実施した。詳細は以下のホームページに掲載している。

<http://prodec.jp/partner/>

(ア) 寄附相談窓口の設置運営

(イ) イコールパートナー型寄付事業の開拓

- ① 企業向けセミナーの開催、企業とNPO等とのミニ研修会の開催
- ② 企業とNPO等とのマッチング支援

(ウ) 寄附社会創造セミナーの開催

(エ) 寄附付商品&協働事例見本市の開催

(オ) 企業の社会貢献活動連携プラットフォームの構築

(カ) 相談窓口のPR、寄附結果や各種セミナー等の広報活動

<成果及び自己評価>

企業とNPO等とのマッチングを行うことに注力して行動した。その結果、16プロジェクトのマッチングを実現した。中でもAction for HOKKAIDOでは、4つのNPOと50社の企業・商店をマッチングすることで、個別のマッチングではなく、Action for HOKKAIDOというマッチングの仕組みを構築した。

Action for HOKKAIDOは、日本で初めての地域循環型コーズマーケティングであり、マスコミの注目度は極めて高かった。新聞、テレビ、雑誌等で度々、取り上げていただくことになった。Action for HOKKAIDOで特筆すべきことは、商品や飲食を通じて寄付に参加した人の総数が延272,748名もの人であった点である。このことは、コーズマーケティングの活用が普及啓発に大きく寄与する可能性があることを示している。

本事業を行ったことで、多くの企業に社会貢献活動のパートナーとしてNPO等の存在を理解してもらえた。さらにNPO等が取り組んでいる社会課題を広く北海道民に認知してもらうことにもつながった。

今後も本事業の受託コンソーシアムの3団体はそれぞれの得意を活かしながら北海道におけるNPO等への寄附文化の醸成に寄与していきたい。

<Action for HOKKAIDOとは>

北海道には様々な社会的課題に取り組んでいる団体が存在するが、道民の理解は進んでおらず、単純な寄附募集では資金が集まらないのが実情である。そこで、もっと広く社会の課題を道民へ伝えるとともに、企業のチカラを寄附募集活動に活用し、地域の課題に取り組む団体を地域全体で支えたいとの思いから寄附付き商品の企画・開発を行った。

買い物や食事をすると、その売り上げの一部が、企業から、北海道で頑張っている様々な団体に寄附されるプロジェクトである。

毎年、異なる社会課題に焦点を当て、それらの社会課題に取り組んでいる団体を支援する。道民と、北海道にゆかりのある企業と、普段なかなか関わることのないNPOを結ぶ、地域循環型コース・レティット・マーケティングによる新しい取組である。

●実施期間：平成24年9月8日から10月31日まで

●参加企業等：

チャリティ商品での参加企業14社、チャリティメニューでの参加飲食店36店。

●寄附金額・参加者：

寄附金額の合計は、708,761円。寄附に参加した人の数は、延272,748名。

《寄附先NPO等》

○NPO法人iCareほっかいどう

・サポートされていない重度の障がい者の問題に取り組んでいる。

○NPO法人のこたべ

・働きながら子どもを産み育てられる環境づくりに取り組んでいる。

○北海道フリースクール等ネットワーク

・公教育にのらないこどもたちの問題に取り組んでいる。

○環境NGO ezorock

・地域を担う若手人材が不足している問題に取り組んでいる。



北海道新聞

2012年
8月26日 日

発行所：北海道新聞社
札幌市中央区大通西3丁目6
〒060-8711 電話：011-221-2111
www.hokkaido-np.co.jp

読者センター
011-210-5888

ご購入申し込み
0120-464-104
ダイヤル 104

2012
北海道マラソン
きょう
午前9時スタート

Switch! HBC 8/27(月)・9/1(火) 8/27(月)・9/1(火) 8/27(月)・9/1(火) 8/27(月)・9/1(火)

豪華スイニドルームに泊まっちゃうぞ!!

「みのおん」を視聴して「Toubou@hbc.co.jp」にそのまますてはだけ

日曜ナビ 36

買い物でNPO支援

道は9月8日から、道民が買い物や飲食をした代金の一部を、地域の課題解決に取り組みNPOに寄付してもらう事業を始める。10月31日までの約2カ月間、道内50の企業や飲食店が協力し、指定した商品やメニューの売上を道内のNPOに寄付する仕組みを構築する。道民とNPOの接点を増やし、それぞれのNPOが取り組む地域の課題を広く道民に知ってもらおう。「Action For HOKKAIDO」(北海道のための日常の買い物や飲食の行動)と名付けた。



道が新事業 50企業・飲食店協力 売り上げ一部 4法人に

本年度は食品メーカーなど14社と札幌と旭川の飲食店36店舗が協力する。寄付額は各店舗で異なるが、例えば札幌市中央区の「雪印パラー」は対象の1470円のパフェ1皿につき50円を寄付する。寄付先はいずれも札幌市内に事務局を置くNPO法人で、①重度身体障害者の生活を支援する「NPO法人アイケアほっかいどう」②不登校や引きこもりの子供たちの居場所づくりを進める「北海道フリースクール等ネットワーク」③女性が働

きながら子育てできる環境づくりを目指す「NPO法人のこたへ」④若者の社会参加を促す「環境NGOエソロック」。

事業は来年度以降も継続し、協力企業や店舗も拡大したい考えだ。

道と札幌市によると、7月末時点の道内NPO法人数は1851。10年前と比べて約6倍に増えている。昨年の東日本大震災後は道内からも多くのNPOが被災地に入って活動。国や地方自治体だけでは手が回らない部分で地域を支える「新しい公共」の担い手として、あらためて注目を集めている。一方で、多くのNPOが活動資金不足に悩んでいる。寄付先の選定にかかったNPO関係者は「地域の課題に取り組みNPOを地域全体で支えることが重要だ」と話す。

9月8、9日の午前10時から午後6時まで札幌駅前通地下歩行空間で対象商品の一部が購入できる催しを開く。プロ野球北海道日本ハムや山形県監督やサッカーJリーグ1部のコンサドーレ札幌の中山雅史選手らが賛同し、応援メッセージを寄せている。協力企業と飲食店、寄付先NPOの紹介やメッセージなどはホームページで見られる。アドレスは<http://www.action-for-hokkaido.com>。

豊かさ物より心重視が最多
買い物、飲食でNPOに寄付
北極海の氷 面積最小に
ホースサミット解散決める
大津いじめ 第三者委員会合

37 35 35 3 2

日曜ナビ
100の道
サロマ湖電宮街道

稚内で南中ソーラン交流祭 36

稚内南中の生徒たちが20年前に考案した郷土芸能「南中ソーラン」を踊る全国交流祭が25日、稚内市の北防波堤ドーム公園で開催され、道内外の33チーム約1800人が演舞を披露した。

2. Hokkaidoコミュニティcaféクミアイ事業

Hokkaidoコミュニティcaféクミアイの事務局を担当し、講座事業、地域交流イベント、ネットワーク創りなどを行った。

Hokkaidoコミュニティcaféクミアイのホームページ

<http://www.cafe-kumiai.org/>

北海道新聞 平成24年11月7日(水)

第3種郵便物認可



14日から 市と経営者グループ連携

企画したのは、札幌、ティカフエクミアイ。石狩市内のカフェ29店、加盟店のうち7店舗を、声喫茶、野菜ソムリエによる食の講演会など、舗が加盟する交流グループ「北海道コミュニティ」交流会や高齢者向けの歌を順次開催する。

このグループは昨年、カフェ同士の横のつながりを深める狙いで設立され、若者が参加するイベントを開催してきた。この動きに市が着目、「住民のつながりが希薄になりがちになるなか、カフェを核にした新たな交流の場ができるのでは」として同グループ側と協力を実現し実現した。各地にある市の問い合わせ先はグループの事務局 ☎206・

札幌市内の7店会場

札幌市内のカフェ7店が11月、地域の課題を話し合う討論会や食をテーマにした講演会など、市民参加型のイベントを一堂に開催する。各店の経営者をつくるグループが札幌市の委託を受け企画した。若者に人気のおしゃれな店を会場にすることで、世代を超えた地域住民の交流を活性化させるのが狙いだ。

(古田夏世)

カフェで地域元気に

カフエに地域情報を提供し、各地の事情にふさわしいイベントを立案したという。

市から提案を受けたグループの代表の南ゆきさん(41)は「カフエがまちづくり活動に積極的に関わるいい機会」。また市民自治推進課も「公共施設よりも地域になじみの店に市が着目、「住民のつながりが希薄になりがちになるなか、カフェを核にした新たな交流の場ができるのでは」として同グループ側と協力を実現し実現した。各地にある市の問い合わせ先はグループの事務局 ☎206・

6696.

ななくさ(南区川沿18の23西10) 歌声喫茶、20日

▽あじとカフエ日ひの 1) 食の出前講座、20日 午後2時▽ロワソニア (中央区南16西4) 意見 午前11時▽カフエ自休自 (中央区南16西4) 意見 午前11時▽カフエ自休自 (北14東4) ドルフィン(東区) まちづくりワークショップ、14日午後8時▽ライ 外国人の交流イベント、17日午前11時▽豊平 フカフエトーン(北14北

3. サッポロ5リボンズ事業

サッポロ5リボンズの事務局を担当し、サッポロ5リボンズの広報及び寄附募集活動を実施した。詳細は、ホームページ (<http://sapporo5ribbons.com/>) に掲載。

Sapporo 5リボンズは、女性とこどもの「自分らしく生きる」を応援する5色のリボンたちが、一緒に活動の輪を広げていくことを目的に集まったネットワークです。

2008年12月に設立し、不定期ですが5色のリボンたちが一緒に広報イベントを行うことや、それぞれが広報し合っています。お互いさまの活動です。

全国的にとっても珍しいリボン運動のネットワーク活動です。サッポロから支え合いの活動を広げて行ければと思います。

2013年(平成25年)1月30日(水曜日)

北海道新聞

5リボンズ支援の自販機 中央区に4台設置

児童虐待防止や乳が「シ」や、乳がん早期治療の啓発など、療を啓発する「ピンク」のネットワーク「Sapporo 5リボンズ」を活動の象徴と「ズ」を支援する清涼飲料水の自動販売機4台が、札幌市中央区の明治安田生命札幌支社(栗田博之社長)が支援を広く5リボンズは子供を虐待から守る「オレンジ」

昨年5月から活動に協力している明治安田生命札幌支社(栗田博之社長)が支援を広く5リボンズは子供を虐待から守る「オレンジ」



北海道支社(栗原史支社長)と協力し、5リボンズの活動を紹介するパネルを取り付けた自販機を導入。毎月売上げの一部を5リボンズに寄付する。28日には自販機の前で5リボンズの木原くみこ代表が栗田、栗原両支社長に感謝状を渡した。木原代表は「支援の輪が広がりが、とてもうれし。一生懸命活動したい」と話した。(藤本卓郎)

自販機の前で感謝状を贈った木原代表と栗田支社長、栗原支社長(右から)

4. 省エネコンサルティング事業

企業に省エネ提案を行い、設計、施工等にアドバイスを実施した。関心のある企業は多いが、日常業務が多忙であることや機器の入れ替えによる省エネが先入観としてあるため、投資額が大きくなるなど実施に向けてハードルが高いイメージが強い。当社が提案する省エネは、機器入れ替え型ではなく、既存設備のメンテナンス型であり、投資対効果が極めて優れているので、事例を見せて説明していくことが重要である。

また、省エネ提案でき人材育成も重要な課題であり、今後は、企業や行政とのネットワークを構築し、新たな仕組み作りに重点を置きながら省エネ事業を推進する。

5. その他

以下の活動に取り組んだ。

- (1) 企業の社会貢献活動の提案、サポート
- (2) 北海道 エネルギーチェンジ100プロジェクトの中心メンバーとして活動
- (3) 各種講座の講師

6. 総括

「北海道新しい公共支援事業」では、企業にNPOへの理解を深めてもらい、イコールパートナーとして企業とNPOのマッチングを図ることを中心にNPO等寄附募集支援事業を企画・運営した。両者のマッチングのきっかけとなる企業とのネットワークをつくりつつ、CSRに関する企業の関心を高めたが、企業とNPOのマッチングに当たり、以下のような問題認識を持っていた。

日本では企業や市民のNPO等への寄附が拡大していない。寄附する側は「どこに寄附すれば良いかわからない。」と悩み、寄附される側は、「ほとんど何も努力しないで寄附が増えない」と嘆いている。

寄附が進まない最大の理由は、NPO等が企業や市民から正しく理解されていない＝信頼されていないことである。この社会状況において、単純に企業や市民への広報活動、寄附募集活動に注力しても寄附は拡大しない。企業や市民が寄附するためには「説明責任」や「納得」が必要である。寄附をしてもらえるだけの合理性を示す必要がある。

寄附意向のある企業の寄附ニーズを具体的に把握し、そのニーズに応えることのできるNPO等を発掘し、両者が寄附を通して、イコールパートナーとしての実感を共有できる個別の事例を生み出すことから始めることが必要である。

そこで、成功事例を生み出し、企業とNPO等がイコールパートナーとして新し

い公共の担い手となれることを社会に伝え、さらなる拡がりを生み、寄附文化の醸成を実現する「イコールパートナーから生まれる寄附社会」をめざす姿として事業に取り組んだ。

2012年度全体としては、社会貢献活動と省エネの二本柱で企業への提案活動を開始した一年であった。潜在的な市場は存在するが、その市場を顕在化させ、持続可能な社会を構築していくためには、継続した社会的なアプローチが重要であることを実感した1年であった。

2012年度に構築した企業との信頼関係をベースに2013年度は、モデル事例と仕組み作りに注力していく。

以上