

NPO法人ステップアップセミナー
資金調達のために共感メッセージ
力を身につけよう！

2018年11月20日(火)

認定NPO法人 しみん基金・KOBE

事務局長 江口 聡

(日本ファンドレイジング協会関西チャプター共同代表)

目次

1. 自己紹介／しみん基金・KOBEの活動紹介
2. 「ファンドレイジングとは」
3. 共感メッセージ力
4. ファンドレイジングにおける心理的効果

共感力を身につけることが、ファンドレイジングの第1歩

1-1 自己紹介

- 1963年 大阪市天王寺区出身
- 1986年 同志社大学経済学部卒
- 1986～2001年 ミサワホーム勤務
- 2002年ころ～ ボランティア活動 鵜殿ヨシ原研究所・・・
NPO研究 大阪NPOセンター・NPO大学院講座 →日本NPO学会会員
- 2004年ころ～ CS神戸起業研究員
「白いリボン運動」事務局 →非営利組織への寄付に関心を持つ
- 2006年 「日本のNPO史」(今田忠氏編著、ぎょうせい)に執筆者として参画
- 2006年～ しみん基金KOBÉ事務局勤務 (2007年から事務局長)
- 2008年 「ファンドレイジングを考える集い」@大阪 → 鵜尾雅隆氏との出会い
パブリックリソースセンター主催の「NPOマネジメント支援コンサルタント養成入門講座」を受講
- 2009年～ 日本ファンドレイジング協会発足
- 2010年～ 2012年 「NPOマネジメント支援コンサルタント養成入門講座・西日本地区版」をパナソニック社・パブリックリソースセンターと協働実施
- 2012年 日本ファンドレイジング協会・認定ファンドレイザー取得
- 2013年～ NPOマネジメント講座「中期計画をつくろう」を開始(ハンズオン型NPO支援)
- 2015年～ 日本ファンドレイジング協会・関西チャプター共同代表

1-2. しみん基金・KOBEの活動紹介

(1) ミッション



しみん基金・KOBEは、
阪神・淡路大震災をきっかけに設立した**コミュニティ・ファンド**で、
阪神・淡路大震災の被災地を中心に活動する**草の根市民活動**に対する支援を通じて、
震災に学んだ「**市民主役の市民社会形成**」を目指します。

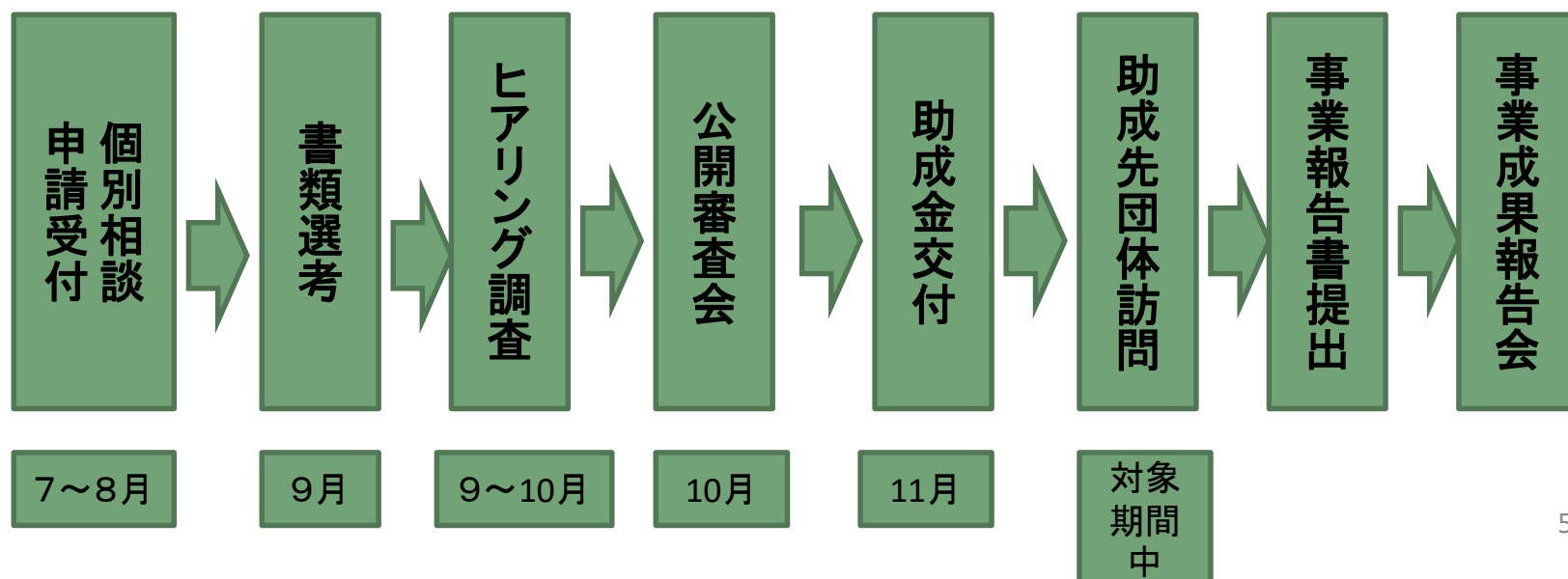
1-2. しみん基金・KOBEの活動紹介

(2) 実施している事業



① 助成事業 「草の根支援」

- ・応募：毎年7～8月、審査：9～10月、交付：11月、
- ・助成期間：1年間
- ・助成総額：250万円／年（1団体当りの助成上限額50万円までかつ申請事業費の3/4以内）
- ・一般枠／特定枠
- ・助成の流れ

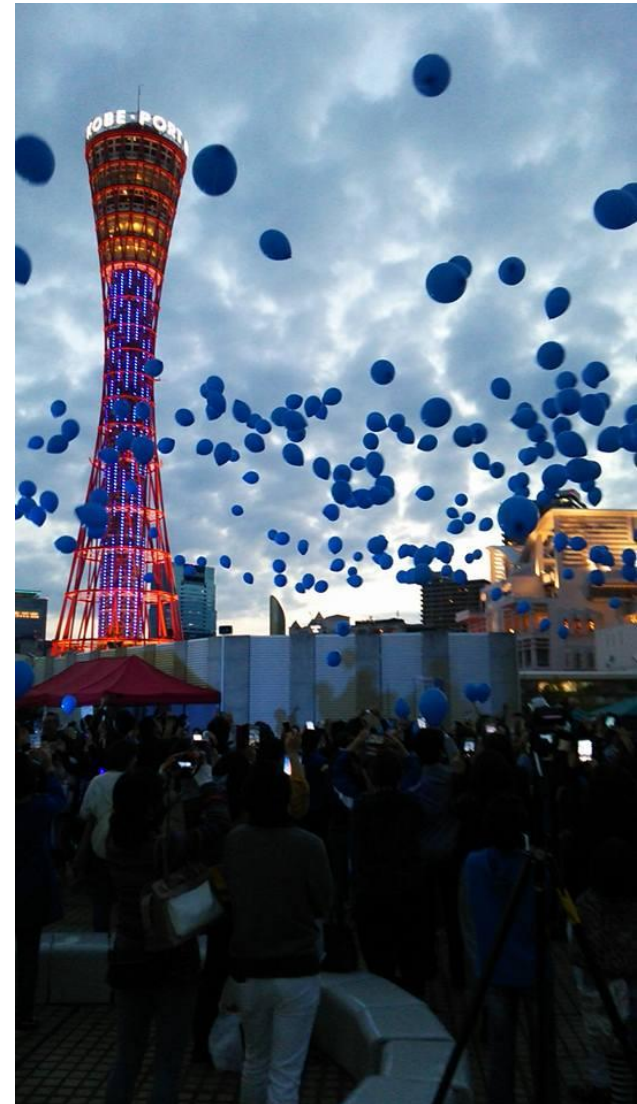
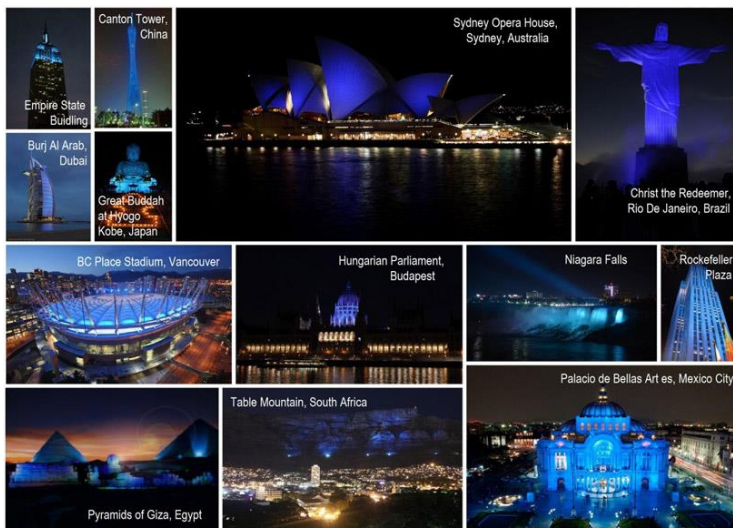


※助成先団体の活動紹介(1)



NPO法人あっとオーティズム

Light it up Blueは、オーティズム(自閉症)への理解を広げるための、世界がつながる青い光のリレーです。



※助成先団体の活動紹介(2)



東灘こどもカフェ

食文化をテーマに、こどもを中心に多世代の交流・助け合い・の居場所づくり。



※助成先団体の活動紹介(3)



神戸大学東北ボランティア アバスプロジェクト

神戸大学の学生をボランティアアバスで派遣し、被災者に寄り添い、その自立を支援し、被災地のコミュニティ構築のお手伝いをする。



1-2. しみん基金・KOBEの活動紹介

(2) 実施している事業



② 寄付・募金活動

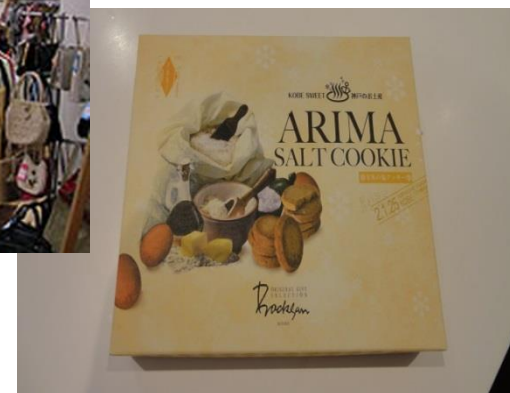
ーイベント募金

ぼたんの会、こうべ・あい
ウォーク、竹下景子詩の朗
読とメモリアルコンサート、
ずっと・こころ・つなぐ基金
上映会・・・



ー協働寄付システム

古着チャリティ事業、あじさ
い基金、寄付つき商品、古
本キフ、Yahooネット募金・・・



※最近始めた寄付・募金活動 地域密着型マッチング・イベント



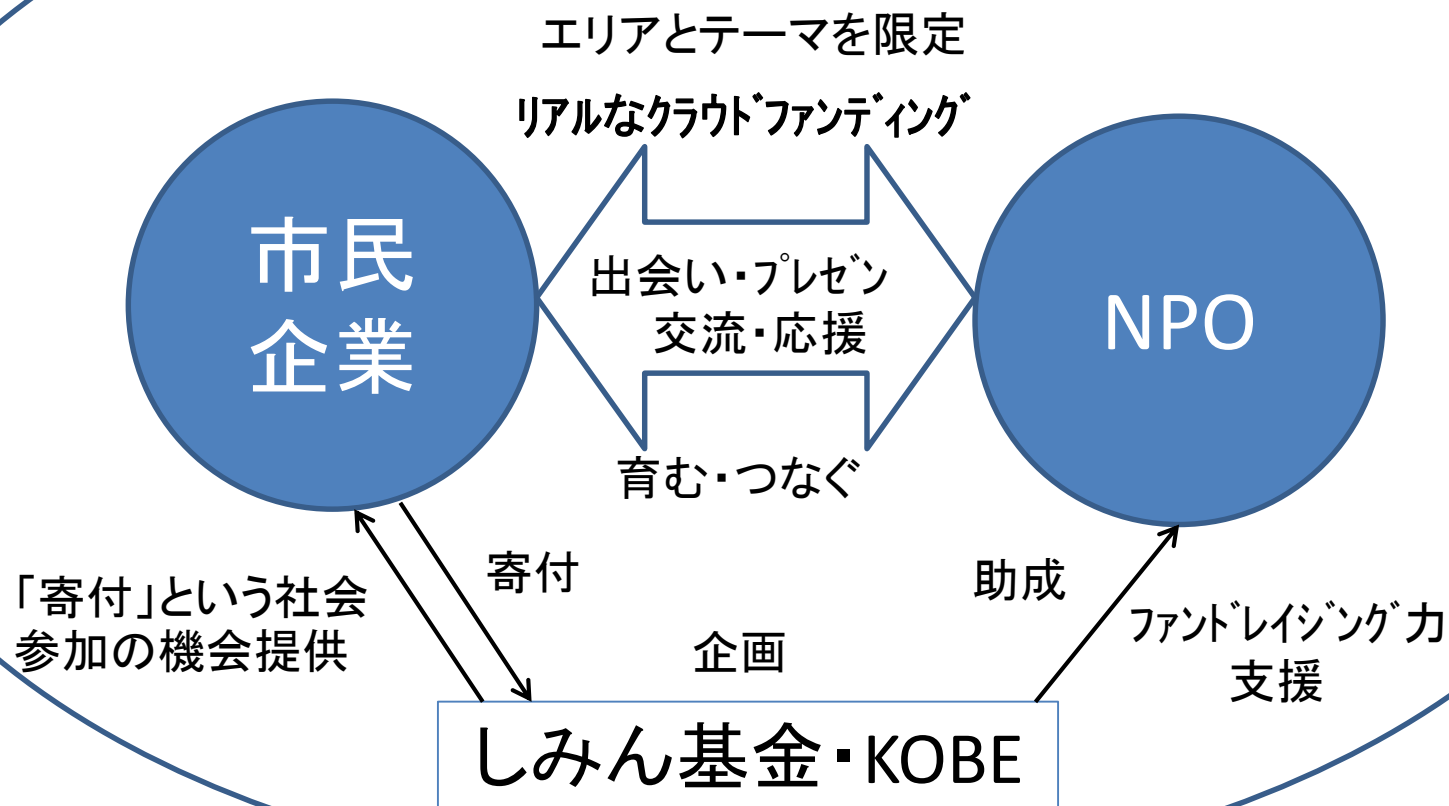
チャリティパーティ「寄付でつながるひと、育てるまちーTanimatching」の開催

- ・「神戸助け合い基金(仮称)」構想研究会から、認定NPO法人CS神戸と認定NPO法人はんしん高齢者くらしの相談室と当基金の協働で企画・実施。
- ・NPOと市民・企業との出会いと交流の場を提供。
- ・地域限定・テーマ限定(神戸東部、くらし生活支援)
- ・市民・企業が直接応援／NPOのファンドレイジング力を支援





応援しあえるコミュニティづくり



1-2. しみん基金・KOBEの活動紹介

(2) 実施している事業



③ 中間支援事業

- はあ〜とふるふあんど支援事業(兵庫県遊技業協同組合、神戸新聞グループとの協働)
- ハンズオン型NPOマネジメント支援講座事業(伴走支援)
- NPO支援活動(講演・研修等)





※最近始めた中間支援事業

- 「つなごう神戸」-市民活動応援ポータルサイト運営



行政との協働

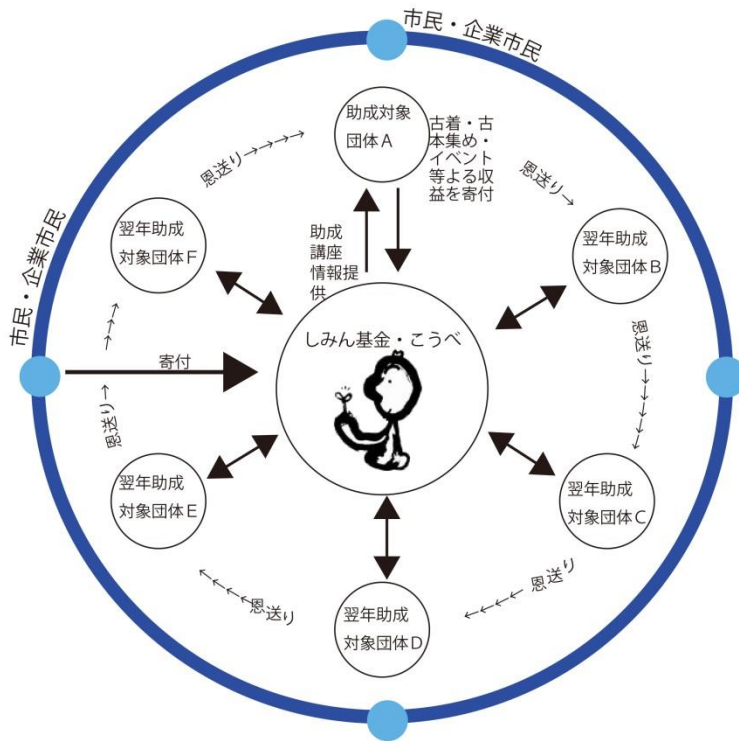
1-2. しみん基金・KOBEの活動紹介

(3) 目指すべき姿



- おたがいさま基金
→ 互助 & 恩送り

- チャリティタウンKOBE
→ 若者に選ばれるまち
誰もが活躍するまち
(神戸2020ビジョン)
→ チャリタブルなところが溢れるまち(お買い物ものでキフ)



2. 「ファンドレイジング」とは (1)

「ファンドレイジング」とは、単にその活動資金を調達することではなく、支援を募る過程を通じて、**より多くの人たちに社会の課題を示し、理解と共感を得て、その課題解決への参加者を増やして社会を良くしていくこと。**

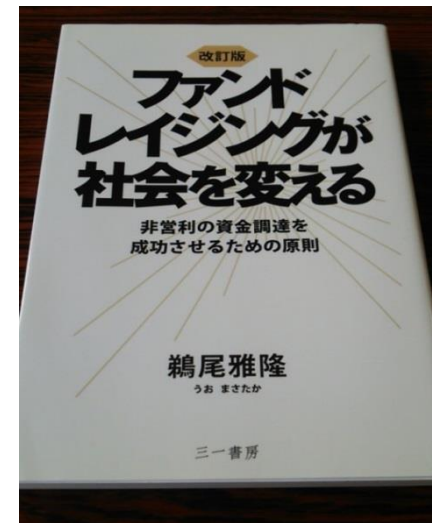
※寄付は未来への投資

「欲しい未来へ寄付を贈ろう。」



2. 「ファンドレイジング」とは (2)

- ① ファンドレイジングを「単なる資金集めの手段」ではなく、「社会を変えていく手段」として捉え直す。
- ② ファンドレイジングは、「施しをお願いする行為」ではなく、社会に「共感」してもらい(右脳)、自らの団体の持つ「解決策」を理解してもらう(左脳)行為である。
- ③ 「よい活動をしているのに寄付が集まらないのは、社会が成熟していないからだ」という発想を捨てる。



2. 「ファンドレイジング」とは (3)

- 日本ファンドレイジング協会の事業
「民から民への資金」10兆円時代実現へ

ファンドレイザーの育成

×

寄付市場の拡大



ファンドレイジング・日本



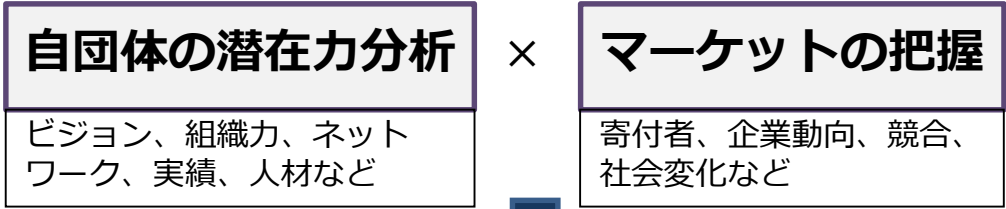
寄付白書の刊行



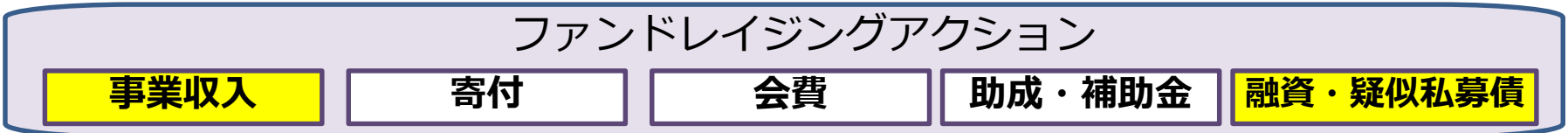
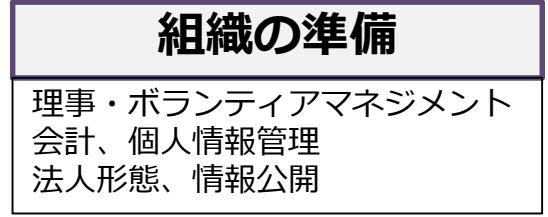
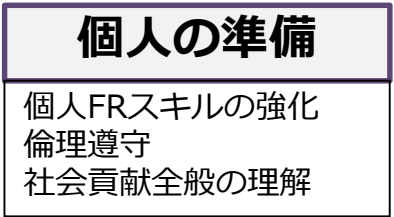
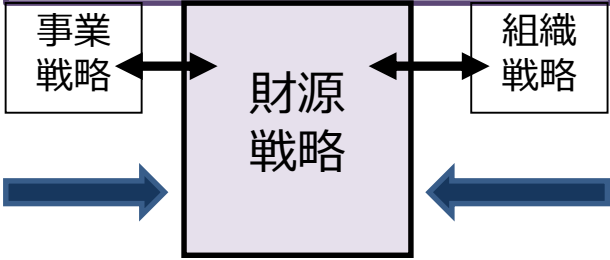
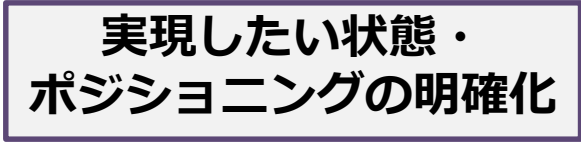
認定ファンドレイザー資格制度



「寄付の教室」の開催

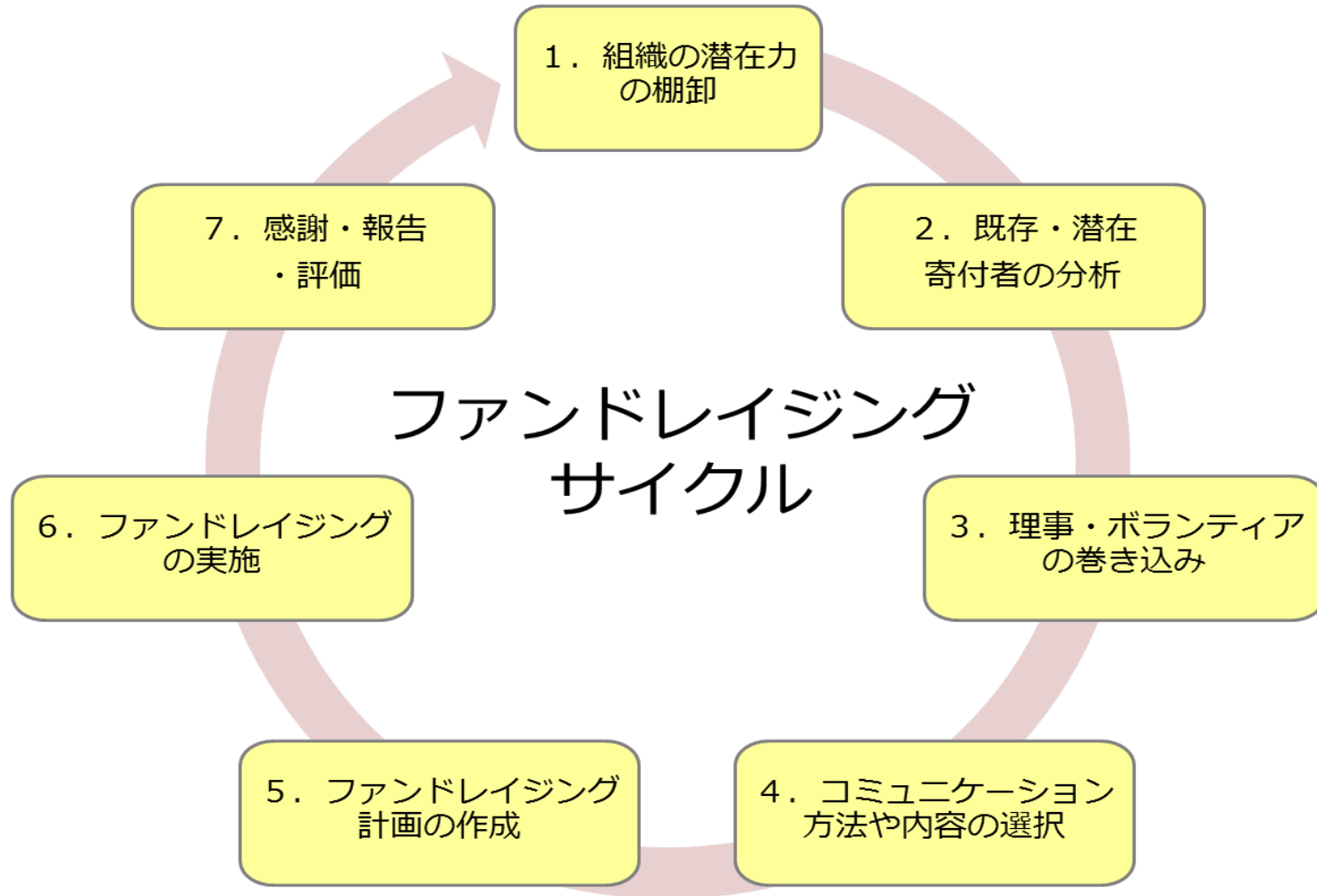


※ファンドレイザー資格制度の体系



（出所：日本ファンドレイジング協会
認定ファンドレイザー® 必修テキスト）

※7つのファンドレイジングサイクル

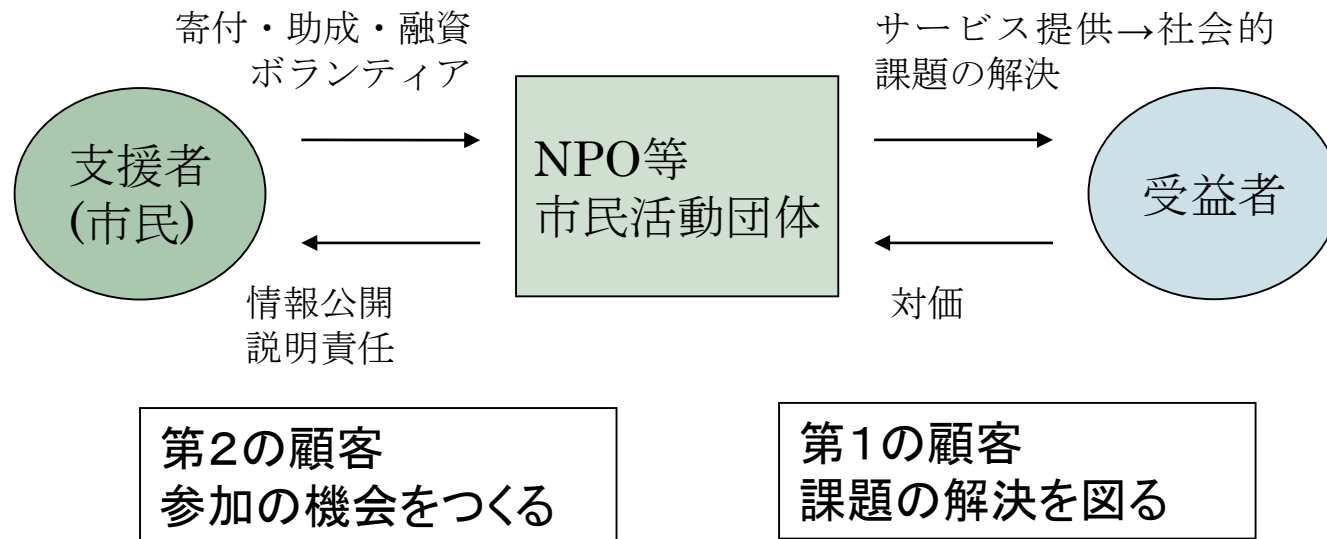


(出所：日本ファンドレイジング協会 認定ファンドレイザー® 必修テキスト)

2. 「ファンドレイジング」とは (4)

● NPOにおける「お金」の流れ

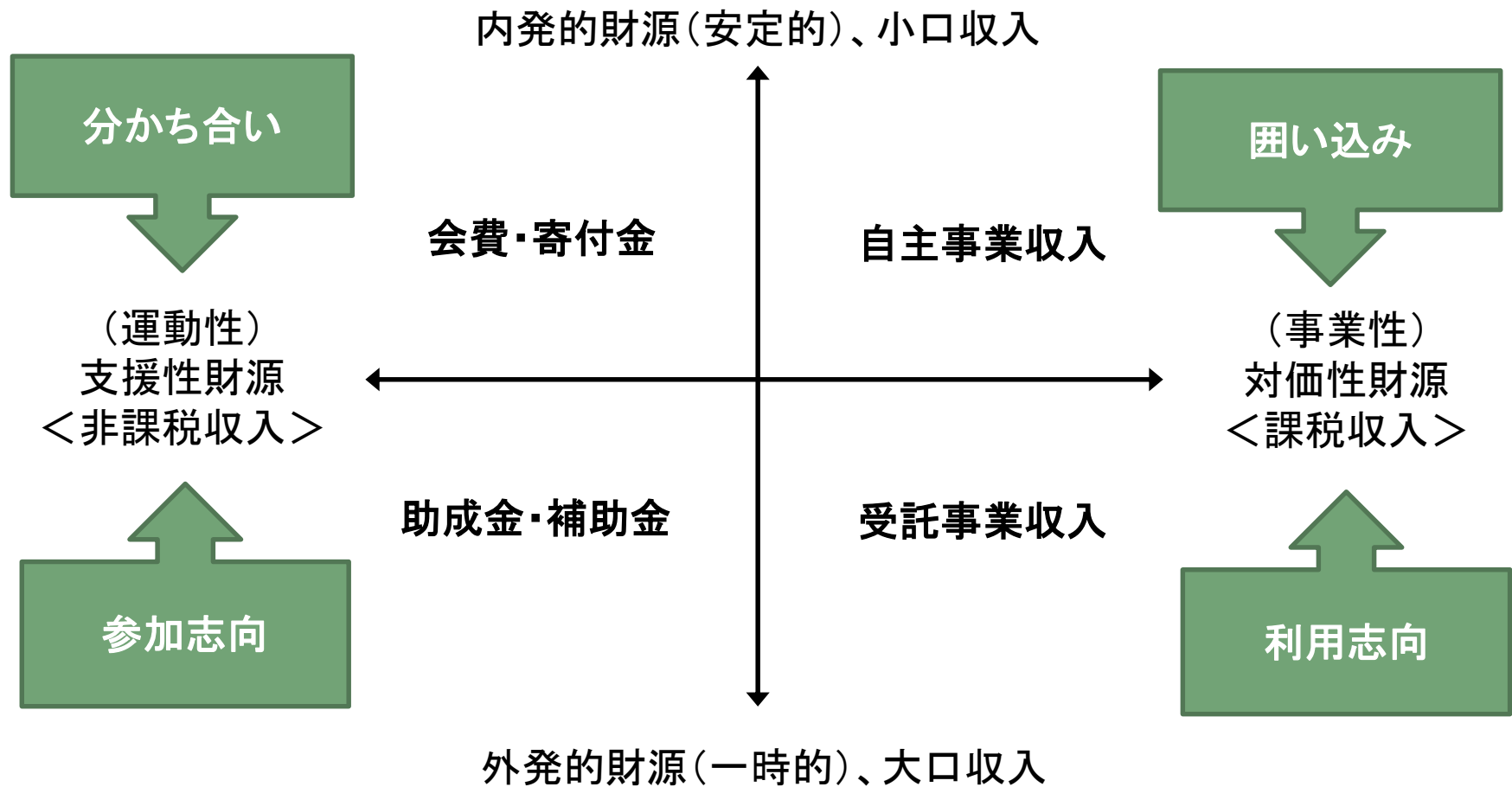
- ・サービス提供に対する十分な対価を得られない。
でも、そこにある社会的な課題を解決しなければならない。(右側)
- ・それを補うために志を同じくする多様な支援を必要とする。(左側)



● バランスのとれたマネジメント力

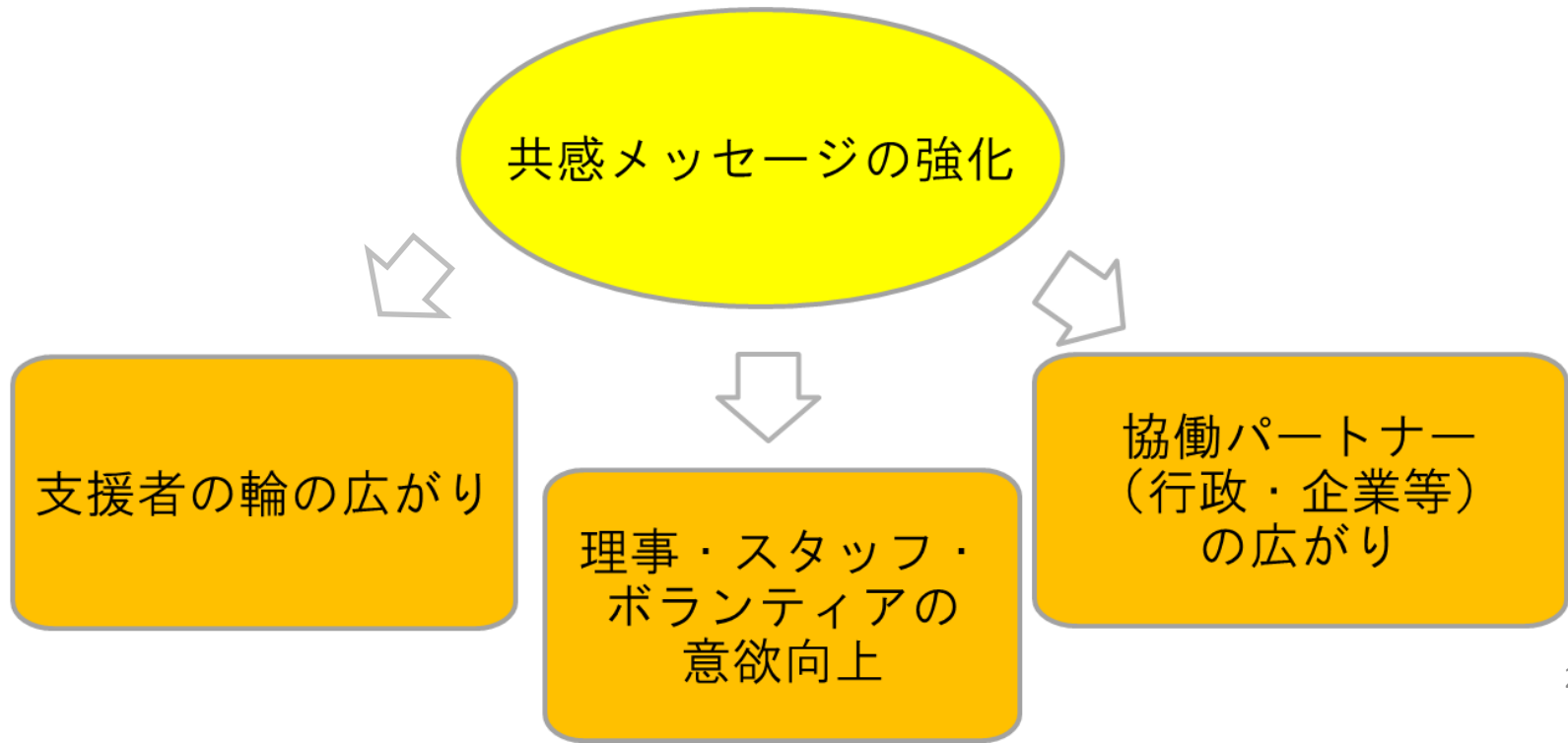
支援者側へ向けてのコミュニケーション活動(左側: 情報公開・説明責任等＝アカウンタビリティ)とのバランスのとれたマネジメント力が求められる。

2. 「ファンドレイジング」とは（5） NPO財源の特徴



3. 共感メッセージ力(1)

- ファンドレイジングは「百団体百通り」のモデルがある。
- 共感メッセージ力=NPOの「商品化」
- 共感メッセージ強化の視点



3. 共感メッセージ力(2)

1. 共感メッセージ力の基本

- 「**玉突き型**」: 支援者は団体を応援し、団体が受益者を支援する。

- 「**パートナー型**」: 支援者と団体が一緒になって受益者を応援する。

3. 共感メッセージ力(3)

2. 3階層のメッセージ化

第3層のメッセージ

社会全体の価値観や
ライフスタイルに影響
を及ぼす変化

第2層のメッセージ

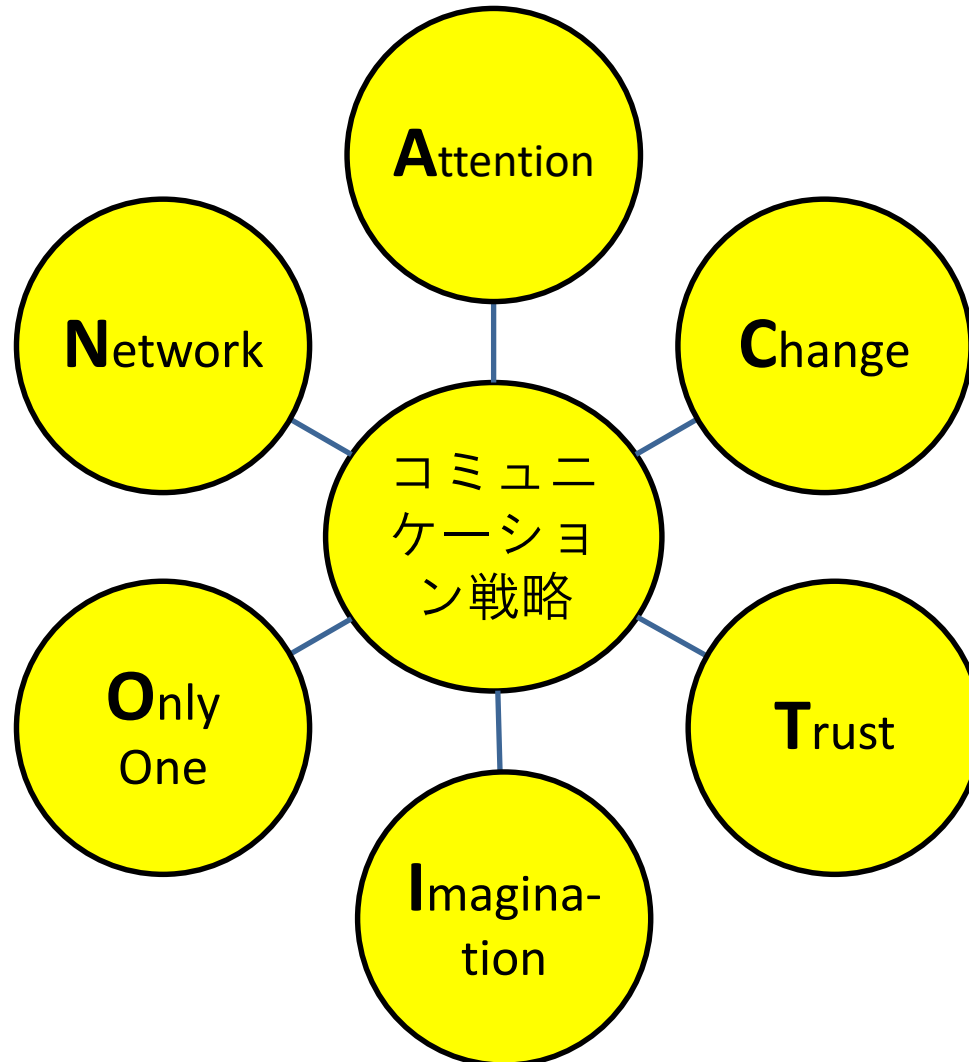
その事業分野や地域
社会に及ぼす変化

第1層のメッセージ

活動対象の受益者
に生じる変化

3. 共感メッセージ力(4)-1

3. ACTIONフレームワーク



3. 共感メッセージ力(4)-2

- **Attention**: キャッチコピー。夢や子どもの写真など
相手が気に掛ける仕掛け。
- **Change**: 自らの団体が持つ解決策は何か。何を変えようとして、何を実現しようとしているか。
- **Trust**: 信頼性を補完すること。協働している企業や行政機関名を列挙したり、理事などに社会的信用のある人を入れることや、お金の使途を徹底的に開示していることなど。

3. 共感メッセージ力(4)-3

- **Imagination**: 受益者やNPO代表者等のストーリー。
実際の事業を通して起きている変化や幸せの連鎖を物語化するとイメージしやすくなる。
- **Only One**: 何かオンリーワンなことを表現する。
- **Network**: 「ひとりで頑張っている」という団体よりも、「つながりや広がり」がイメージできる団体の方が応援されやすい傾向がある。

3. 共感メッセージ力(5)

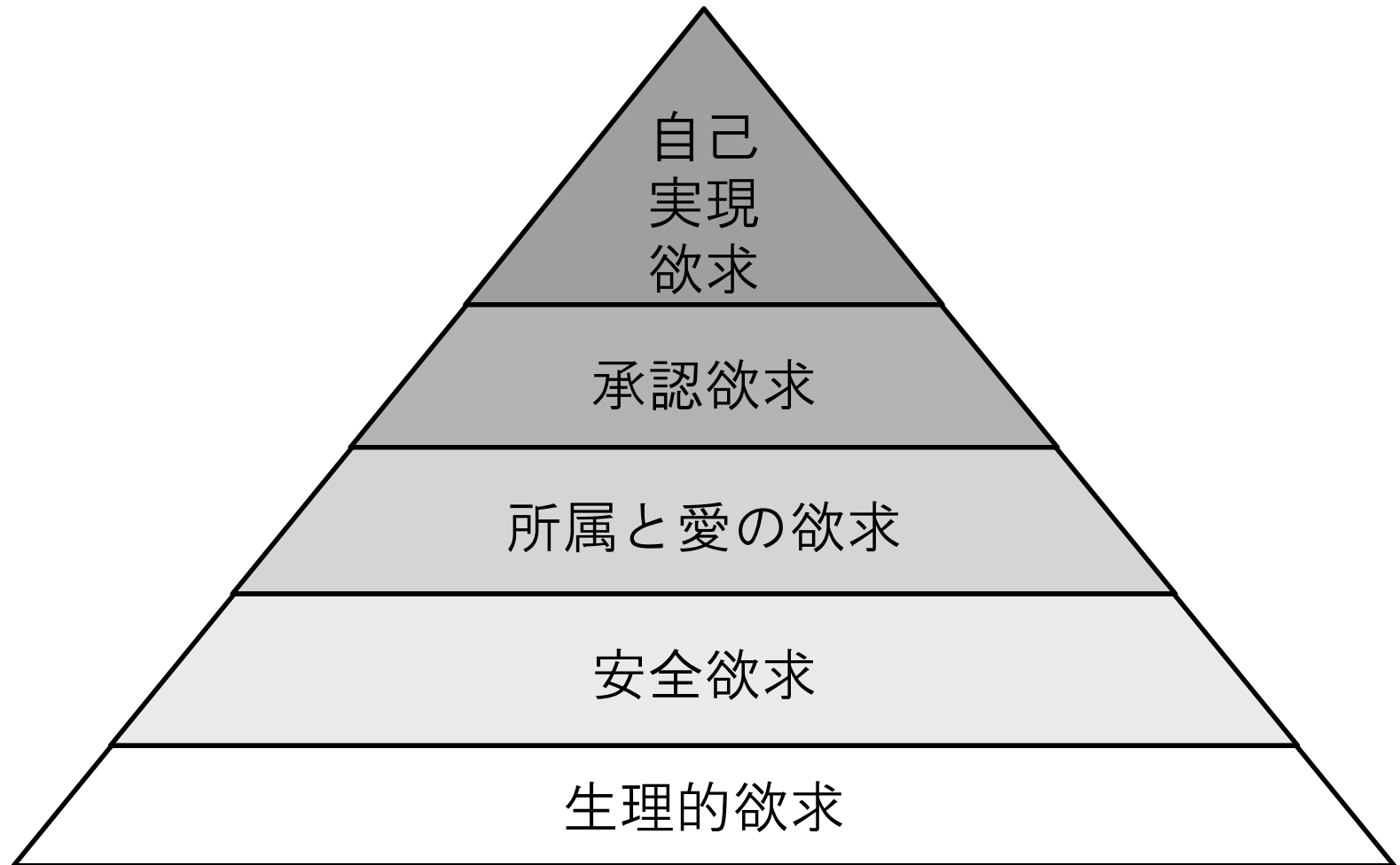
4. ビジョニング・ワークショップ

「5年後、自分たちの活動が新聞の1面を飾りました。さて、その記事の見出しと内容を考えてください。」

- ① 日々の活動の延長線上ではなく、枠を超えた未来像をイメージできる。
- ② みんなが一番共感する記事に投票することを通じて、「みんなの夢」を言語化することができる。
- ③ 記事という形にすることで、社会のために必要性がある活動というメッセージを紡ぎだせる。

4. ファンドレイジングにおける心理的効果

1. マズローの「欲求段階説」



4. ファンドレイジングにおける心理的効果

2. チャルディーニの6つの心理要素

- **返報性**: 恩を受けると。その分お返ししなければならない気分になること。
- **コミットメントと一貫性**: 一度引き受けると、次回から断りにくくなること。(※マンスリーサポーター)
- **社会的証明**: 多くの人がしていることは無批判に正しいと思ってしまう傾向がある。
- **好意**: 相手に好意を示されると頼みを受けてしまう傾向にあること。
- **権威**: 権威ある人の言うことは信じる傾向がある。
- **希少性**: 手に入れにくいものに興奮を引き起こす。

4. ファンドレイジングにおける心理的効果

3. 説得的コミュニケーション

・一面性メッセージと両面性メッセージ:

一面性メッセージ／良い面だけを提示する

両面性メッセージ／良い面と悪い面の両方を提示する

・心理的リアクタンス理論:

人は自分の意見や態度を自由に決定したいと思っていて、それが脅かされると、まずは自由を回復したいと行動する。

・段階的要請法と譲歩的要請法:

段階的要請法／相手が了承しやすいことからオファーして、少しずつお願いのレベルをあげていく手法。

譲歩的要請法／最初に大きなオファーをしておいて、譲歩するように小さなオファーをすることで抵抗感を少なくする手法。

日本ファンドレイジング協会・関西チャプター 今後の予定

①11月25日(日)18:00~21:00@新大阪丸ビル新館602号室
JRFA10周年記念
「2030年の寄付とファンドレイジングを考える」オープンセ
ミナーin大阪

<http://jfra.jp/event/24156>

②12月8日(土)12:30~17:00@ドーンセンター5F大会議室
第7回ファンドレイジングセミナーin関西

「ファンドレイジング入門」「伴走支援」

<https://www.facebook.com/events/2130324573895923/>

※フェイスブックで「日本ファンドレイジング協会関西チャプター」で検索

ご清聴、ありがとうございました。