

## おしらせコーナー

【サポートセンターの講座・イベント情報】

日 時・会 場	講 座・イベント名	内 容
1/31(土) 13時～15時 コムズ4F創作室	【コムズフェスティバル】 スマートな女になろう。	自分の人生は自分で切り開く！ ステキな女性になるための目標設定・プロジェクト管理を学ぶ、女性の活躍推進セミナーです。 【参加費】500円 【定員】12名
2/14(土) 18時～20時半 まつやま経営交流プラザ	【NPOの基礎講座】 NPOのはじめかた～ 社会起業家になる！	社会起業家って、こうやってなるんだ…！ 社会の課題を事業化によって解決する、社会起業家が今注目されています。ゲストに学習塾affetti 塾長の孕石修也さんをお迎えして、リアルな話を伺います。 【参加費】無料 【定員】20名
2/25(水) 13時半～16時半 コムズ3F 会議室2	【NPOの実務講座】 決算事務手続き説明会	NPO法人が決算時にすべきことをご存じですか？ 年度末にNPO法人がやっておかなくてはならない様々な事務作業を、この講座で安心して処理できるようサポートいたします。 【参加費】無料 【定員】21名 ※帳簿等を持参
3/7(土) 13時半～15時半 コムズ3F 会議室2	【NPOの実務講座】 NPOの資金獲得講座	色々な資金調達方法を、担当者から直接聞けます 助成事業、共同物販、クラウドファンディングの担当者等をお招きし、直接お話する機会を設けます。ぜひ、来年度からの活動資金づくりに活かしてください。 【参加費】無料 【定員】24名

【交流イベントのお知らせ】

☆「NPO・企業・地域のリーダー大交流会2014」を開催します！

NPOや社会をよくする活動、社会貢献活動に興味のある市民の皆さんと、  
NPOや地域、企業で活躍する皆さんをお引き合わせするイベントを行います。

日 時： 3月21日(土)13:00～16:30

会 場： 松山市男女共同参画推進センター5F大会議室

参加費： おひとり様300円

対 象： NPOや市民活動、社会起業などに興味のある方

内 容： NPOによる活動紹介、名刺交換会、フリースタイルタイム



お問い合わせは まつやまNPOサポートセンターまで

☎ 790-0003 松山市三番町6丁目4-20 コムズ内

Tel: 089-943-5790

Fax: 089-943-5796

E-mail: pico@npo.coms.or.jp



まつやまNPO 検索

まつやまNPOサポートセンターの情報誌

## サポセンだより



特 集 小さな会社でもできる！地域(社会)貢献のはじめかた

小さな会社が地域(社会)貢献をするためにするとよいことをご説明します。

コラム 企業と仲良くなるためにNPOが守るべきルール

NPOが企業と協働するためのルールをご説明します。

松山市還暦交流集会2014を開催しました！

11/23(日)に開催した松山市還暦交流集会2014のご報告をします。

P R おしらせコーナー



【発行】  
まつやまNPO  
サポートセンター

## 小さな会社でもできる！ 地域（社会）貢献のはじめかた



今、地域経済は、人口減少や産業の国外移転などにより、厳しさが増しているといわれています。このような環境にあって、地域経済を支える中小企業、零細企業では、「いかに地域とのつながりを生み出すか」が注目されるようになっていきます。今回の特集では、地域（社会）貢献を通じて、小さな会社が行えるつながり作りを紹介いたします。

### ❖ 1. 「商品」と「いいこと支援」を結びつける社会貢献

2000年代に入り、大手企業などが次々と「売上げの〇%を××に寄付します」というキャンペーンを打ち出しました。これは「コース・リレーテッド・マーケティング（CRM）」と呼ばれる手法です。コースとは、「大義」という意味ですが、「良いことなので、援助をしたくなるような対象」（東京電機大学准教授世良耕一氏のことば）と考えるとわかりやすくなります。

世良准教授によれば、こうした活動は1983年に展開された「自由の女神修復キャンペーン」で、CRMが良く知られるようになったきっかけであるといえます。アメリカ人にとっての精神的シンボルである自由の女神は、当時、修復が必要な状態にまで痛んでおり、それをクレジットカード会社が何とかしようとしたことがきっかけです。

今では、多くの企業がCRMに取り組んでいます。では、具体的にCRMのキャンペーンを行うには、どうすればいいのでしょうか？

#### ● CRMのテーマを決めよう

まずは、どのようなコースを掲げるのかを決めます。自社のイメージに合ったものがよいでしょう。

例えば、環境保全、子どもの育成、外国への支援などがジャンルとして考えられます。

#### ● 具体的に支援する相手先を決めよう

次に、具体的な支援先を選定します。大手のNPO等を選ぶよりも、地域で活動しているNPOを選ぶ方が、地域密着度が上がります。一つの団体を応援することもできますし、複数団体（ジャンルで選ぶ）を対象にすることもできます。

#### ● CRMに使う商品を決めよう

そして、CRMのキャンペーンに使用する、自社の商品やサービスを決めます。高額な商品よりも、定額で売りやすい商品を選ぶと、キャンペーン自体の展開もやりやすくなると考えられます。



## 松山市還暦交流集会2014を 開催しました！

11/23(日)南海放送本町会館において、「松山市還暦交流集会2014」を開催しました。当日は、竹下景子さんのトークライブをはじめ、様々なステージイベントとブース出展があり、還暦世代のみならず、多くの人でにぎわっていました。

#### ● 竹下景子さん「還暦ライブトーク」

俳優の竹下景子さんをお迎えして、南海放送ラジオ公開生放送「還暦ライブトーク」を行いました。今年も多くの皆様に、竹下さんのお話を聞きたいとお集まりいただきました。



#### ● 還暦応援団によるステージショー

第2の人生を歩み始める人たちを応援する、「還暦応援団」によるステージショーを行いました。愛媛住みます芸人のモストデンジャラスさんやみかん一座さん、チアリーディングのキャサリンラビットさんに加え、「戦争を知らない子供たち」で有名な杉田二郎さんのミニコンサートも開催されました。



#### ● 昔懐かしい「学校給食カフェ」

あの頃の味を思い出して…昔懐かしい「学校給食カフェ」を限定100食で開催。やはり一番人気は「鯨の竜田揚げ」。今となっては貴重品ですが、昔を懐かしんで召し上がられる方が大勢おられました。



#### ● 第2の人生をよりよく過ごすための各種紹介・相談ブース

「生涯現役」を目指す方をサポートしようと、様々な団体、企業がブースを出展しました。





# 企業と仲良くなるために NPOが守るべきルール

「もっと企業と連携したい！」「企業の人から支援を受けたい！」と考えるNPOは少なくありません。企業の力を借りることで、自分たちの活動をもっとインパクトのあるものにしたい…というのは、決して間違ったことではないと思います。ただし、協力してもらえる団体には、それなりのルールがあるのです…。

## ❖ルール1. 「いいことをしているのだから、支援されて当然」と勘違いしない

「自分たちは、社会への奉仕活動をしているのだから、もっと企業は支援して当然だ」という考えの団体には、誰だって支援したくないと思うのが当然です。現実には「NPOの人たちは、生きがいづくりとして社会奉仕をしている」と思われています。

## ❖ルール2. 企業訪問時には、きちんとした身なりで行く

就職活動と同じく、NPO側から企業を訪問する際には、きちんとした身なりで行くことは当然のマナーです。今でこそ少なくなりましたが、かつてはジーパンにスニーカーで会社を訪れ「寄付してください」と言っていた人もいましたが、それはちょっと失礼な話です。

## ❖ルール3. アポ取り、説明資料、名刺なども忘れずに！

会社を訪問する際には、必ずアポイントを取りましょう。これも当然のマナーですね。また、説明用の資料や名刺なども、案外忘れがちですから、気を付けておきましょう。手ぶらで行って話をしたとしても、発展的な話はありません。

## ❖ルール4. 会社はあくまでも「営利事業」が使命です

企業がNPOを応援するのは、自社にメリットがあるときだけです。社長さんの心意気で物事が動くこともありますが、原則として、企業は営利事業をすることが目的ですから、NPOと同じだけの公益活動を担ってもらうことは難しいと考えましょう。

## ❖ルール5. 小さな約束事を丁寧に守り続ける

小さな約束事ほど、注意して守りましょう。約束を果たさなかったり、決められた期日や時間に間に合わなかったりすると、企業側からの信頼は大きく損なわれます。こつこつと信頼性を貯金していくことで、何かあったときには、きっと協力してもらえることでしょう。

考えてみれば、どれも当たり前のことです。ですが、それを守るのがなかなか難しいのです。もし、あなたの団体が、企業と協力できる関係になりたいのであれば、大きなビジョンを語る前に、こうしたことから改善してみてもいいでしょうか？

## ● CRMをPRしよう

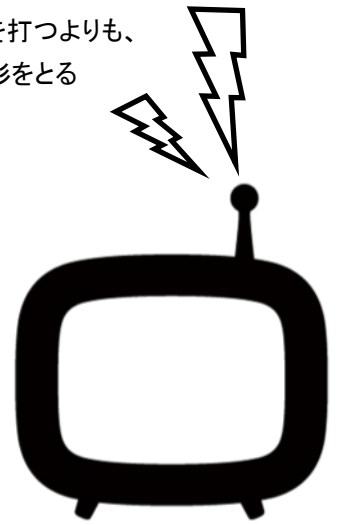
ここまでできれば、CRMキャンペーンをPRする段階になります。広告を打つよりも、新聞やテレビなどのマスメディアにプレスリリースを送り、取材してもらう形をとることに力を入れてみてください。

## ● 一定期間ごとに成果報告をしよう

CRMキャンペーンは、定期的に店頭や自社ウェブサイトなどで成果報告をすることで、「少しずつでも進んでいる」「目標に向かって頑張っている」感を演出することができます。こまめに成果報告を行い、キャンペーンにはずみをつけましょう。

## ● 寄付はきちんと形に残そう

キャンペーンが終了し、当初約束した寄付を行うときには、簡単なセレモニーを行ったり、寄付したことを証するような書面（表彰状のようなもの）を用意したりして、形に残るようにします。少し照れくさいですが、それをするすることで、協力してくださったお客様にもわかるような証明をすることができます。



## ❖2. 従業員の力をちょっと貸し出す社会貢献

企業や自営業者、弁護士などの専門家が、自分たちが持つ仕事の能力を、NPOに提供する社会貢献も、少しずつですが始まっています。これは、「プロボノ」と呼ばれるもので、単純労働力を提供するボランティアとは違い、専門性（デザイン、会計、法務、セールス…）を無償または安価で提供するものです。

これを行うことにより、企業側は自分たちの得意なこと＝負荷のかからないことで社会貢献をすることができるうえ、そのことを自社のPRに使うことができるようになります。NPO側は、専門的な能力をもった支援者により、効果的な運営が行えるようになるというメリットがあります。

プロボノの進め方は、次のような段取りになります。



## ● やれそうなことを明確化しよう

まずは、自社が行えそうなプロボノの内容は何かを考えます。また、社内で協力してくれそうな人材がいなかったかを検討します。新入社員の研修の一環として計画してもよいでしょう。

## ● 業務の負担にならない範囲を決めよう

次に、どの程度エネルギーを入れて取り組むのかを考えます。自社の職員が担当する場合、業務の一環なのか、それとも業務外なのかを明確にしておくことが肝心です。業務外にする場合は、会社側から強制力を働かせることはできません（嫌々ながらやってもらうと、支援してもらう側のNPOも受け入れづらくなります）。

### ● 支援先を探そう

担当してもらう人の希望を考慮しながら、支援先となるNPOを探します。場合によっては、NPO側からお願いされてプロボノを行うケースもありますので、この工程は順不同で行われる場合もあります。

### ● 協定書を取り交わそう

プロボノは、口約束で行うべきではありません。何をどの程度、いつまで行うのか、責任の負担はどうなのかといった、様々な要素を考慮した協定書を取り交わしておくといよいでしょう。

### ● 終わりのタイミングを考えよう

最後に、プロボノを行う時間の区切りをいつまでにするのか、支援先とともに決定します。一般的には1年間(または年度末まで)ぐらいで、一区切りをつけて、それ以降も継続するかどうかを話し合うといよいでしょう。

## ❖ 3. NPOの声を生かして、商品を作ろう

NPOの声を活かした商品作りも、社会貢献活動の一つとして有効であるといわれています。例えば、飲食店やホテルなどが、車いすの人でも楽に利用できるよう、身体障害者団体と協力して店舗づくりを行うなどがその例です。

NPOは一般に、何らかのニーズを抱えた人たちのコミュニティを形成しています。ですから、そこにはビジネス上、セールスポイントを作ったり、新たな市場を開拓したりできるチャンスが存在しています。それを活かして、自社の業務にも役立てながら、NPO側もコミュニティに集まってくる人たちの役に立つ働きができることが、ここで双方が得ることのできるメリットになると考えることができるのです。

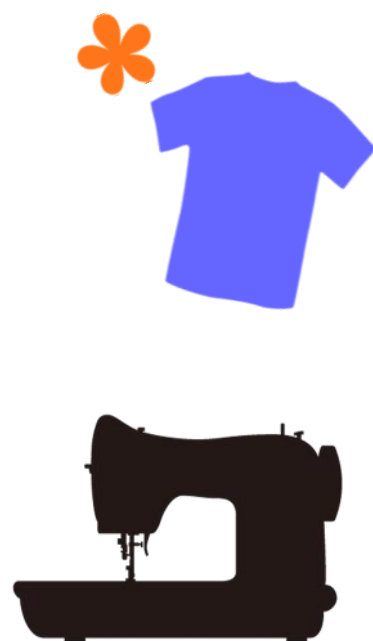
共同での商品開発の進め方は、以下のとおりです。

### ● 改善したり、新規開発したりする商品を決める

具体的に、どんな商品を開発したいのか、素案を用意します。可能ならば、ある程度形作られたものを用意できた方が、今後の話も進めやすくなるでしょう。

### ● 協力してもらいたい内容を考える

その商品について、具体的に何をしてもらいたいのか(アンケート、助言、商品テスト…)を考えます。そして、その結果をどのように活かすのかも、あらかじめ考えておいた方がよいでしょう。



### ● 声掛けをする

やってもらいたいことが決まれば、関連しそうなNPOに声掛けを行います。内容、時期、必要な人数、報酬の有無などを明確にしておくことが大切です。

### ● 具体的な共同作業を始める

NPOからの協力を仰ぐことができるようになれば、具体的に共同作業を始めましょう。このときに気を付ける点は、NPOは、生産者ではなく消費者側の視点で物事を見る傾向が多いということです。そのため、意見がかみ合わないこともあります。そうなることもあるというゆとりをもって行うといよいでしょう。

### ● 成果を共有する

共同作業を終え、具体的な成果が出た場合、それを共有する(金銭的なものに限りません)ことをしてください。NPO側も、自分たちが社会の役に立ったことを、多くの人に知ってもらいたいと考えています。例えばNPOのPRに役立つよう、商品の表示に「この××はNPO〇〇と共同で開発しました」といった文言をいれることが望ましいといえます。

今回は、小さな会社でもできる、NPOと連携した社会貢献活動をご紹介します。サポートセンターでは、こうした連携の仲介を行っておりますので、ぜひ一度お問い合わせください。

## ひとものプラットフォームでプロボノ仲介を実施します。

### ● ひとものプラットフォームとは？

「ひとものプラットフォーム」は、まつやまNPOサポートセンターが提供しているNPOの資源共有システムです。物の「貸し借り」「あげますください」を仲介する場を設け、NPOが相互に助け合ったり、市民からの支援を受けたりすることを目的としています。

従来は物に限定されてきたこの制度に、ひとの仲介のための「プロボノ制度」を設けました。

### ● プロボノ制度とは？

この制度では、NPOから「団体が抱える問題解決に向けた人材」の募集情報を集め、その情報を広く市民に発信し、NPOと市民の仲介をサポートセンターが行うものです。NPOが依頼の条件をきちんと定め、双方が面談をした上で相性や能力について合意をし、支援中のトラブルを防ぐために協定書を取り交わすところまでをサポートセンターが担当します。

