



公益財団法人

国際文化フォーラム
THE JAPAN FORUM

国際文化フォーラム通信

2012年4月

no. 94

新しい公共を担う

◎TJFは今年で設立25年、公益財団法人に移行してこの4月で1年を迎えました。新しい公共の担い手が数多く生まれ、その活動はますます活発になり、大きな役割を果たしています。◎どういったミッションを掲げ、どのように活動を行っているのかをいろいろな方にうかがい、公益を担うとはどういうことなのか、公共のためにどうあるべきなのかを改めて考えました。

インドネシア・バリ島の葬儀。地域住民みんなで棺を担ぐ。牛など聖なるものが死者を天上へ導くといわれている。



【特集】

新しい公共を担う……………2

- 大切なのはミッション
- 1人の300万円より
300人の1万円
- NPOと人をつなぐ
- 寄付は新しい社会への
「志」金提供
- ミッションの達成に向けて
TJFコラボレーター制度ができました!

TJFニュース……………11

- 2012年度の事業が決定しました
- 日本の外国語教育を変える
- 自分たちのつながりをCMで表現
- 日本語教師研修を実施しました
- ……ほか

お知らせ……………16

大切なのは ミッション

今、NPOが大きな注目を集めています。しかし、NPO = NPO法人(特定非営利活動法人)と誤解している人が多いのが現実です。NPOはNon Profit Organizationの略称で、非営利セクター全体を指しますから、NPO法人だけでなく、公益法人に含まれる非営利型の一般財団法人、社団法人、公益財団法人や公益社団法人(以下、公益財団・社団)、社会福祉法人、学校法人なども含まれます。ですからさまざまな場面で話題となっている「NPOの活動」はNPO法人だけがやっているものではないのです。

NPO法人と公益法人のはじまり

そもそもNPO法人は1995年の阪神淡路大震災をきっかけに誕生しました。被災者へのいろいろな支援や復旧、復興作業などに500万人以上のボランティアが関わりましたが、ボランティア団体の多くが法人格をもっていないがために、組織運営にさまざまな不便があったり、自治体からの委託が受けられないなど、十分な活動ができないという声が随所であがりました。しかし当時の法律では、公益を担う法人になるには時間がかかり、厳しい基準をクリアしなければなりません。それでは公益活動が広がっていかないと、超党派の議員立法で「特定非営利活動促進法」(以下、NPO法)が成立したのです。したがって、公益法人から見れば、公益を担う組織の兄弟といえるかもしれません。

一方、1896年(明治29)年に誕生して以後、民間の公益活動を担ってきた唯一の組織である公益法人は「元祖NPO」です。ところが、「元祖NPO」の規定は、100年以上経ってもならならず、古色蒼然としていました。

立法当時の帝国議会議事録を見ると、なぜ株式会社は準則主義(一定の要件を満たせば、官庁の許可や認可を受けなくても設立できる)で、なぜ公益法人は許可主義なのかという質問に対して、公益というのは本来国が行うべきことだ、これをみだりに国民がやると社会をびん乱する恐れがあると答弁しています。ですから主務官庁による許可制をとるわけです。許可主義というのは、本来、市民がやってはいけないものだが、あなただから禁止を解いて許しましょうというものです。これは今の「新しい公共」の考え方とは全く逆のものです。

また、主務官庁が許可権限をもっているため、官庁が自らの目的のために財団や社団をつくるという非常にいびつな動きもありました。

公益財団法人公益法人協会
理事長

太田達男



[おおた・たつお]

三井信託銀行をはじめクレディスイス信託銀行、富士信託銀行、第一勧業富士信託銀行の役職員を務めた後、2000年より現職。公益社団法人日本サードセクター経営者協会代表理事、公益社団法人日本フィランソロビー協会理事、特定非営利活動法人国際協力NGOセンター(JANIC)顧問など多くの非営利組織の役員を兼務する。

広がる民の非営利活動

2008年の公益法人法制度改革で最も大きいのは、法人設立と公益性を切り離し、法人設立自体は従来の許可制が準則主義になり、公益性の付与は認定制度に変わったことです。明確な基準を設けて、これを満たしていれば国は認定しなければならない。根本的な考え方が百八十度、転換したわけです。NPO法の施行後、4万ものNPO法人ができましたが、今度の法改正で、小さくても素晴らしい活動をしている公益法人やその予備軍の一般法人もどんどん誕生しています。公益法人を設立することのハードルは非常に低くなったのです。

また、公益法人はこれまで、何かをするときには主務官庁にお伺いをたて、その代わり監督責任も主務官庁が負うことが多かったと思います。それが今回の法改正では、団体の自治を尊重するという大きな理念が打ち出されました。例えば、公益法人の骨格を定める定款を変える場合、たとえ一字一句であっても主務大臣の認可が必要でしたが、今は自由にできます。また基本財産を崩す場合も認可が必要で、自分のお金でありながら自由に使えませんでした。解散や合併も同じ扱いでしたが、今は各団体が決め、届出をすればできるように変わりました。自己責任が大きくなったのです。

では公益財団・社団とNPO法人は何が違うのか。認定を取得していないNPO法人と公益認定を取得していない一般財団・社団法人は、ガバナンスや情報公開に関する規定が比較的緩やかで、税法上も似たりよったりの扱いです。どちらも「新しい公共」の担い手として、幅広く市民が活動できる裾野を広げる役割を担っています。ただ、一般法人は公益活動だけではなく、同窓会のような共益目的の事業展開もできます。それに対し、事業活動の公益性をより高め、しっかりしたガバナンスや徹底した透明性が要求されるのが公益財団・社団であり、認定NPO法人であるといえるでしょう。

公益財団・社団と認定NPO法人は税制、特に寄附税制がほぼ同じ扱いであり、必然的に法人としてのガバナンスなどの規律を含む認定基準はそんなに変わらない形になりつつあります。特に2011年4月から施行されたNPO法の大改正により、法人としてかなり同質的なものになってきたといえるでしょう。

財団の役割

NPOというとNPO法人を思い浮かべる人が多いのと同じで、財団

法人というと、お金を出してくれるところ＝助成財団と
思っている人が多いようです。財団法人には事業型
と助成型の二つのタイプがあります。制度改革が行
われる前、2008年11月30日現在、約12,000の財
団法人のうち、奨学基金を除く助成型は2,000ぐら
いしかありません。TJFのような事業型のほうが多い
のです。新しい公共という文脈でいえば、お金を出す
という役割も大切ですが、それ以上に事業活動その
ものが問われています。

例えば、ある市が音楽ホールをつくった場合、市
が直接運営することはできないので、財団法人をつ
くってそこに運営を任せる。そのときに、私たちは市か
ら委託された管理・運営だけをやりますというのでは、株式会社と
どこが違うんですか、ということになります。駐車場の管理まで財団法
人が行っているケースがありますが、なぜかという駅前美化は
立派な公益だということで始まったのだと思います。

しかし、ここにとどまっている限り、本当の公益法人、新しい公共
の担い手とはいえません。独自の活動、例えば音楽ホールであ
れば、芸術文化活動を発信していくような活動をやっていけば、本当
の公益法人だといえるでしょう。子育て支援をやっていく財団もた
くさんありますし、生涯学習をやっていく、環境を守ろうというところ
もあります。そのなかで、TJFのように、相互理解、異文化の理解を
児童段階から始めていくというのも立派な新しい公共なのです。

見方を変えて誰が財団にお金を出したのかで分類すると、財団
法人は、三菱財団のような企業財団、本田宗一郎・弁二郎氏が設
立した本田財団に代表されるファミリー財団、コミュニティ財団の三
つに分けられます。コミュニティ財団は最初の基本財産の一部は誰
かが出すのですが、ほかの人たちがそれに共鳴して積み上げてい
くことからマンション型といわれ、それぞれ独立したいくつかの事業棟
がひとつの大きな屋根の下にある構造です。その先駆けは大阪コ
ミュニティ財団です。京都地域創造基金も同じですが、これからは
このタイプがどんどん増えてくるでしょう。

これからのNPOのあり方

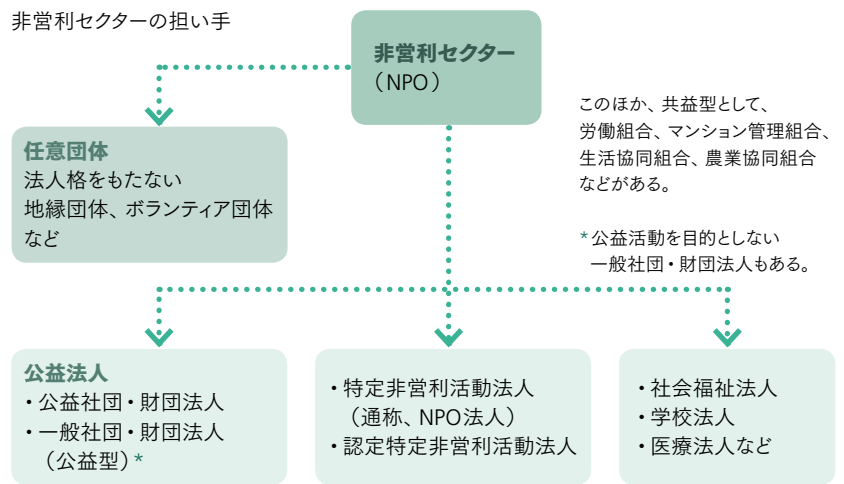
認定NPO法人と公益財団・社団の違いがあまりなくなってくると、こ
れから何を訴えていくべきか。それはミッションにほかなりません。

私は1974年に米国の民間公益活動を調査する使節団に参加し
ました。当時、銀行で法律と関係の深い仕事をしていたこともあり、
団体の法人格にいちばん関心がありました。日本風にいえば、
NPO法人か、公益法人か、社会福祉法人か、公益信託かというこ
とです。どの団体を訪ねても、同じ質問を投げかけるのですが、先
方は専務理事クラスであっても答えはいつも同じでした。「いやあ、
どうだったかなあ」。

米国では501(C)(3)という税法上の公益認定の基準を満たして
いれば公益を担っていて、どんな法人格かは関係ないのです。要
するに、何をやっているか、ミッションが大切なのです。

日本もだんだんそうなるだろうと思います。そうすると、NPO

非営利セクターの担い手



法人と公益法人の法律がそれぞれある、一国の中に2制度あるとい
うのはおかしいと感じるようになると思います。どんな法人かではなく、
どんなミッションをもっているかを重要視するようにみんなの意識が
変わっていくでしょう。

自立した財政をめざす

同時に、非営利セクターには資金調達という長年抱えている課題が
あります。現在、日本のNPO法人の収入に寄付金が占める割合は
6%になるかどうか、公益法人だと2%以下です。会費を含めても
NPO法人の場合は12%弱、公益法人で7%弱といったところです。

多くの非営利セクターでは、収入の大部分が事業活動による収
入で、そのなかには政府や自治体の委託事業も含まれます。その
他民間助成金や公共団体からの補助金も重要な資金源です。つ
まり相手の都合や意思に左右される資金に頼らざるを得ないわけ
ですから、事業は不安定になりがちです。そのために、独自の活動
には手を出さず、委託、管理だけにしておこうとする発想が生まれ
てしまうのかもしれませんが、自立的な財政基盤を確立することが大事
であり、ミッションに賛同する団体や人たちの会費と寄付金によ
って基盤を構築していくのが理想だといわれていますが、なかなか難
しいのが現状です。

非営利セクターや寄付制度の先進国である米国を見ても、非営
利セクター全体の総収入に占める寄付の割合は20%を切ってい
ます。最も大きな収入源は、各団体が企画・実施する事業の収益が
50%、政府からの委託事業費が30%となっています。米国でもこの
レベルですが、それにしても日本の割合は低すぎます。もっと寄付の
比率を上げていかなくてははいけません。

そのためにも、私たち非営利セクターで働く一人ひとりが、自分
たちがどんな活動をしているのか、どんな役割を果たしているのかとい
うことをアピールしていく必要があります。まずは理解してもらう。そし
て次に参加してもらう。ある人はボランティアとして、時間がない人は
寄付という形で資金面で参加してもらう。いろいろなスタイルの市民
参加ができる雰囲気をつくっていくよう心がけることが大切ではない
でしょうか。

※本稿はインタビューをもとにTJFが作成しました。



1人の300万円より 300人の1万円

公益財団法人京都地域創造基金
理事長

深尾昌峰



[ふかお・まさたか]

1998年特定非営利活動法人きょうとNPOセンター設立、2010年より同センター常務理事を務める。2010年より龍谷大学准教授。

公益財団法人京都地域創造基金 (<http://plus-social.jp>) は2009年3月に一般財団として設立し、同年8月に公益財団として認定された、まだまだ駆け出しの法人です。私たちが一番こだわったのは、財団の設立に多くの市民に参画してもらうことでした。

財団設立に必要な基本財産を、自治体や企業に単体で拠出してもらうのではなく、市民の寄付によって賄うことにこだわりました。つまり、1人の300万円より、300人の1万円の道を選択したのです。市民による市民のための財団にしたかったからです。

これは、一見まどろっこしいように見えるかもしれませんが、この財団が本当に社会に必要とされているかどうかを肌で感じる重要な「マーケティング活動」でもありました。期間を半年と設定し、半年で300万円(つまり300人の賛同)が集まらなければ、寄付金をお返しして、財団設立という構想を白紙に戻そうと私は心に決めていました。

結果的には杞憂でした。予想を超えるペースで多くの方が貴重なお金を私たちに託してくださいました。どれだけ励まされたかわかりません。京都の「民力」の高さを改めて実感することができました。

そういう状況を背景に、私たちは現場に依拠しながら「市民活動ができること」から「市民活動だからこそできること」をより多くプロデュースしていきたいと考えていくようになりました。

しかし、そこには「資金繰り」という大きな課題が横たわっていました。これは、中小企業であろうが、大企業であろうが、公益法人であろうが同じことで、一定規模の事業を行うには資金が必要です。この資金を自ら調達できればそれにこしたことはありませんが、規模がある一定ラインを越えると、市民によるボランティア活動で事業を行うには限界があります。こうなると、多くの事業体が行うように、金融機関に融資を申し込むことになります。私が経験した事例でいうと、ラジオ局の開局がそれにあたるわけですが、ラジオ局というある意味で非常にわかりやすいビジネスモデルであるにもかかわらず、10年ほど前は金融機関に融資はできないと断られました。ことばとしてNPOの社会的な認知は進んだものの、融資などに象徴されるように、社会の信用や仕組みに組み込まれるまでにはいっていませんでした。当時は、事業をボランティアが支えるということや寄付、会費が財源になるということを理解してもらうのは非常に困難でした。資本金がないということも理解を阻む要因でした。

特集 1 新しい公共を担う

1 「悔しい」をエネルギーに

財団の設立にあたっては現場での幾つかの「悔しさ」が強いエネルギーになっています。ここでは特にお金に関する悔しさから設立動機を振り返ってみたいと思います。

1998年、私は仲間と一緒に特定非営利活動法人きょうとNPOセンターを設立しました。きょうとNPOセンターは当初から、ソーシャルビジネスを内包して事業を展開していくことに少々こだわってきました。例えば、きょうとNPOセンターが設立した、コミュニティFM局「ラジオカフェ」(FM79.7MHz)は日本で初めてのNPO法人放送局として注目を集めました。

きょうとNPOセンターは「NPOの社会的認知」や「質の向上」に取り組んできましたが、2003年以降は、協働型社会への移行に向けた動きをつくり出す仕事が多くなってきました。協働型社会というのは、行政だけが公共の仕事を行うのではなく、市民も自分たちでできることを積極的にやり、豊かな社会を創っていくとする考え方です。多くの自治体が現在、その方向で取り組みを進めています。私たちが自治体の政策についてアドバイスや提言を求められることが多くなり、社会全体にも多様な主体がパートナーシップを構築していく「協働」ということばがすっかり定着しました。

2 多様な資金の流れをつくる

私たちが必ずしも「いい」と思いませんが、「公益を展開する資金」が自治体に税金という形で集中する今の社会において、資金の配分については、自治体の権限と差配に大きく依拠せざるを得ません。その結果、NPOと行政の同質化が進行してしまう可能性、つまりNPOの官僚組織化や自治体のほうばかり見してしまう風見鶏型のNPOが発生してしまう危険性があります。一般によく指摘される自治体の「下請け」に成り下がってしまう危険性です。この危険性を孕んでいることに対して、現場でも大きな危機感をもっています。このような協働型社会への過渡期的な矛盾を解決する方策として、地方分権へ向けた取り組みとともに、この現象をきちんと制度やシステムの問題として捉えなければなりません。それと同時に私たちが今できることとして「新たな公共の担い手」を支える多様な資金の流れを創出していく必要があります。そのため私たちは、きょうとNPOセンターを設立した当初から掲げてきたコンセプト「市民活動を支えるのは市民社会」を具現化する仕組みとして「京都地域創造基金」を設立したのです。

昨年度行った「東日本大震災の支援活動に取り組む人を支えるプロジェクト」に対する寄付を募集するウェブページ。目標金額や達成金額のほか、いくらで何ができるのかを具体的に示している。一年で目標を達成できた。

この事業への
寄付金総額(寄付者数)
 -3月23日現在-

11,045,680円(8人)

募集総額
10,000,000円

受付金額	受付期間
100円～	2011年4月25日～ 2012年3月31日

あなたの寄付でできること

● 7千円	専門スタッフ1人が1日現地で活動・宿泊することができます
○ 3万円	
○ 5万円	
○ 10万円	

3 市民の思いを形に

京都地域創造基金は大きくって三つの事業を展開しています。財団設立当初から構想し、現在実施しているのが、「事業指定寄付制度」です。公益活動を行う団体の申請に対し、公益性があり、一定の要件をクリアしていれば財団は助成を決定します。一般的な財団では、「助成決定＝助成金交付」ですが、私たちの財団には資金がありません。申請団体に対して、寄付集めの計画や戦略などに関するサポート、コンサルティングを行うと同時に寄付を募ります。

寄付者がオリジナルの助成プログラムをつくることのできる「冠ファンド」にも力を入れています。これは、企業や個人などが自分かと思うよりよい地域社会づくりに貢献できるようにする制度です。財団の職員が寄付者と丁寧に向き合い、寄付者の意向に沿った形で助成プログラムや褒賞プログラムをつくっています。資金提供者のニーズをきちんと的確にプログラムに反映させることで、資金提供者の満足度を高めるようにしています。

そのほかに「融資制度」も設けています。現在、公益活動を行うNPO法人などに対し、京都府、京都信用金庫、京都北都信用金庫とともに、「きょうとふNPO活動支援融資」(小口無利子融資)を実施しています。

4 市民としてできること

昨年3月11日に起こった東日本大震災は多くの尊いものを一瞬にして奪ってしまいましたが、被災地にあふれる「頑張ろう」「一つになろう」というメッセージが強く発信されすぎると被災者不在の空気が形成されるのではないかと、違和感を感じていました。

そのようななか訪れた宮城県のあるボランティアセンターに、造花でつくったブーケが置かれていました。ブーケに添えられた紙には「避難所で生活では生花を供えて、ご供養することが困難だと思います。(中略)ご自由にお持ち帰りください」と書かれていました。私たちは、1万9,000人に及ぶ死者・行方不明者をもたらした大震災を「未曾有の大災害」と「面」で捉えてしまいがちですが、このブーケを制作された方の「弔い」の気持ち、かつ「面」でなく大切な人をなくされた一人ひとりの痛みを思う想像力に大きな気づきをもらいました。被災された皆さんが「日常」を取り戻し、一息つける瞬間が来たときに、大きな喪失感に寄り添う支援が必要になってきます。個々の深い悲しみに真に寄り添えるのは、想像力や共感をもち得る市民だと思うのです。

京都地域創造基金もそういう市民を支えるために、災害ボランティアとして京都から被災地で活動している団体を財政面で支援しています。被災地でのボランティア活動は、行政などには手の届かない、しかし被災地の人びとにはなくてはならない支援活動です。例えば、若者が避難所を一所一所まわり、困っていることはないかと聞き取りを行い、それ以上状況を悪化させないよう活動している団体もあります。そういった団体へは赤十字などの義援金はまわりません。市民に寄り添った市民活動を支えていくことが、私たちのような財団の大切な仕事なのです。

べています。40歳以上のラグビークラブ「不惑」、ティディベアを通じて社会福祉や環境保全などをめざす「日本ティディベア協会」、子どもたちに働く体験を提供し職労意識を高めることをめざす「こども盆栽」等々、それぞれが自分たちが抱いた問題意識から出発して、それを公共のこととして捉え、その解決のために活動しているNPO法人です。4万以上あるNPO法人が取り組んでいる分野で最も多いのは「保健・医療・福祉」で半数を超えています。次いで「社会教育」「子どもの健全育成」「まちづくり」と続きます。この5年を見てみると、「職業能力の開発又は雇用機会の拡充を支援する活動」と「経済活動の活性化を図る活動」がほかの分野と比べて大きく増えています。長引く不況が背景にあると考えられます。非営利セクターの活動は時代、社会のニーズも反映しているのです。

身近にある公共

非営利セクターが取り組む分野は実に幅広い。例えば、公益財団法人日本ユニフォームセンター。「安心、安全、快適で、かつ環境に配慮したユニフォームづくりに関わる調査研究開発に努め」「ユニフォームの普及、勤労者の福祉向上、並びに学生及びスポーツをする者の心身の健全な発達に寄与すること」をミッションとしています。

NPO法人トイレ研究所は、「トイレから、環境、文化、教育、健康について考え、すべての人が安心してトイレを利用でき、ともに暮らせる社会づくりをめざし」しています。

NPO法人雨水リサイクル研究会は、雨水を有効資源と考え、活用する道を探ることを目的に設立されました。雨水だけで野菜を育てることも試みています。

NPO法人NBAパレエ団は、「NPOにしかできないパレエ活動を通じて、地域・社会をより豊かに変えていく責務を担っています」とその使命を述

NPOと 人をつなぐ

特集 1 新しい公共を担う

NPO法人サービスグラント
代表理事

嵯峨生馬



[さが・いくま]

2001年NPO法人アースデイマネーを設立。2005年任意団体サービスグラントを設立、2009年にNPO法人化。現在、嘉悦大学などで非常勤講師を務める。著書に『プロボノ——新しい社会貢献新しい働き方』（勤草書房、2011年）、『地域通貨』（日本放送出版協会生活人新書、2004年）がある。

NPO法人サービスグラントは、社会的・公共的な目的をもって活動しているNPOに対して、お金ではなくプロボノサービスを助成(グラント)しています。プロボノは、ラテン語pro bono publicoを略したことで「公共善のために」という意味です。プロボノはボランティアの形態ですが、社会人がふだんの仕事で培ったスキルや経験を生かすという点で新しい形のボランティアです。高いスキルをもち、社会貢献活動を行うビジネスパーソンを、私は敬意を込めてプロボノワーカーと呼んでいます。

サービスグラントは、NPOの申請を受け、そのニーズに合わせて、登録しているプロボノワーカーから5、6人でチームをつくって派遣し、6ヵ月で必要なものを具体的な形にしてNPOに提供しています。

1 NPOが直面する課題

年々、NPOへの期待や注目が高まっていますが、NPOは“分母は大きく分子が小さい課題”に取り組んでいるといえます。例えば、夫や交際中の男性から執拗な暴力を受けた経験をもつ女性は10人に1人、小児がんにかかる子どもは1万人に1人というように、当事者となる人の割合が少ないのです。分母が大きく分子も大きければ、どんな人にも「自分事」として理解しやすいのですが、NPOはそもそも多くの人に理解してもらいにくいテーマを取り扱っています。そのようななかで、アイデアもやる気もあるのに、お金とマンパワーがないというNPOが多く存在します。あれができていないと課題を挙げたり、こうしたらいいとアドバイスをしたりするのもいいのですが、NPOがほしいのは、それが形になることです。



私自身、以前日本総研に勤めるかたわら2001年に設立したNPO法人アースデイマネー(渋谷区の地域通貨の仕組みを提供)で、まさにそのことで悩んでいました。設立した当初は、地域通貨が新鮮であり、お金のあり方を問い直すという点で注目されました。しかし、設立することよりも持続することのほうが大変だということに気づいたのは1年経ってからでした。次々に問題が浮上してきたり、ボランティアも減ってきたりするなかで、こうしたい、ああしたいというアイデアはあるのに実行することができないというもどかしい状況に陥っていました。

その頃、日本総研の仕事で、NPOの資金調達を調査するために米国に行く機会がありました。2004年のことです。そのときにプロボノワーカーを束ねて、NPOをサポートしているタプルルートファウンデーションというNPOのことを知ったのです。スタイリッシュなウェブサイト、サポートするNPOに与える非常に大きなインパクト、ボランティアなのにプロ並みの成果。私がそれまでNPOに抱いていたイメージを払拭するものでした。こんなサービスが日本にあったらアースデイマネーもサポートをしてもらいたい、というのが率直な感想でした。

タプルルートの仕事に魅了された私は、2005年に任意団体サービスグラントを設立し、現在のようなサービスを試験的に始めました。2年ほど経って、初期に手がけたNPOのウェブサイトが専門家から評価されたり、私たちが作ったウェブサイトがきっかけで寄付が増えるなどNPOに新しい変化が起こっているのを知って、やはりサービスグラントは必要なことだと確信するようになっていきました。そして2009年、基盤をしっかりとさせるためにNPO法人格を取得しました。

2 プロボノが生むインパクト

サービスグラントでいちばん大事なことは、NPOが次の日から使えるような具体的なものを作ることです。それがあってNPOの活動が楽になる、次の活動に進める、そういうものを作るということです。そして、その後、NPOに何か変化が起こることがいちばんいいし、それがプロボノの評価となります。

これまでに手がけたプロジェクトの一つに、不妊当事者を支援するNPO法人Fineのウェブサイトがあります。マーケティング専門家、デザイナー、コピーライター、ウェブサイト構築のスキルをもったプロボ

助成先のスタッフから話を聞き、社会的課題が「自分事」となる。

ノワーカーでチームを組み、まずウェブサイトで何をしたいかをFineのスタッフに聞き取り調査をしたうえで、働きかける対象に聞き取り調査、「マーケティング」を行い、それを6ヵ月間で新たなウェブサイトという形にしました。こうしたことが寄与して、Fineさんの会員数が約1.5倍になったという嬉しい知らせを聞きました。

3 プロボノ——新しいボランティアの形

企業じゃなくて、NPOにあるもの、それはボランティアです。ボランティアにはいろいろな形態があったほうが良いと思っています。従来のボランティア、例えば会報誌の発送作業といった大切ではあるけれど強い専門性を必要としない仕事に携わるボランティアももちろん必要です。いろいろな形があったほうが、選択の幅が広がり、参画しやすくなります。

サービスグラントに登録しているプロボノワーカーは年々増えていきます。2012年3月現在の登録者は1,100人を超えており、毎月30～40人の登録があります。

内閣府の調査「社会生活基本調査」(平成18年)では、「過去一年間で何らかのボランティア活動を行ったことがある」10歳以上の人は約26%です。このなかで、20代、30代は他世代と比べてボランティアの参加率は低いという結果が出ています。

一方、サービスグラントの登録者の社会人としての経験年数を見ると、最も多いのは6～10年の26%、次に、1～5年の20%、そして11～15年が19%、16～20年13%、21～25年12%と続きます。つまり、約8割の人が社会人1年から20年まで、年齢でいうと20代前半から40代前半で、一般的に最もボランティア活動に縁遠いといわれている年齢層です。プロボノという形態ができたことで、NPOとの関わり方の選択肢が増えたのです。

私のこれまでのNPOでの経験、サービスを始めた当初の失敗などを教訓にいくつかルールを決めています。まず、サービスグラントでは、チームで取り組みます。個人でボランティアをやっていると、長続きしなかったり、ひとりに負担がかかってしまって続けられないことがよくあるからです。

次に、ボランティアの仕事をふくませすぎないようにすること。プロジェクトがスムーズに進むように、初めに具体的な目標を設定したら、それに向かって突き進むことです。あれもこれもと欲張ると着地できなくなります。

それから、時間や発想と同じように、善意も有限な資源だと思っているので、善意を早めに出し切ってしまうないように気をつけています。そのためにも、週5時間をめやすに活動するよう勧めています。こうすることで過度な負担に悩むことなく、仕事と両立させることができます。

4 プロボノのすすめ

プロボノはNPOに変化を起しますが、プロボノワーカーにとってもメリットがあります。プロボノワーカーはNPOが取り組んでいる社会的課題に関して、事前に新聞などで間接的な情報をもっています

5、6人のチームで、NPOへのヒアリングからウェブサイトの構築までを6ヵ月で行う。



が、手触りとしてはもっていない。そこにNPOから直接話を聞くことで、知らなかった面が見えてきます。このときに、新鮮な驚き、喜びが、大なり小なり絶対に起こります。これによって視野が広がり、新聞の見方、ものの見方が変わってくるのです。

また、自分の仕事の仕方を見つめ直す人も多くいます。異なる会社に勤めるメンバーでつくったチームで協力して成果を出していくので、自分のマネジメント力、応用力を試すのにとってもいい場です。メンバーから仕事の進め方を学ぶことも多いようです。自分がどういう仕事ができるのか、できないのかということがわかった、という例もあります。

私は企業で働く人はNPOに関わっていたほうが良いと考えています。米国では、社会人がNPOに関わるのは普通のことです。日本でも社会人がふだんの生活にNPOの活動を取り入れれば、NPOにとっても社会全体にとっても、とても大きなインパクトになるはずですよ。

5 これからの広がり

現在、助成しているのは年間約20～30件で、その8割近くはウェブサイトの制作です。今後は、業務フロー設計、事業計画立案といったプログラムを増やしていきたいと考えています。広報はとても重要ですが、それだけでは運営はできない。組織自体を効率よく運営していくことが必要です。登録しているプロボノワーカーも、コンサルタントや経営に関わるスキルをもった人が多いので、そうした方たちの力を生かす機会をつくっていきたくと思っています。

さらに今後は、学校や病院、行政といった公共性の非常に高い分野にも関わっていきたくと思っています。市民参加にもいろいろな形態があります。現在行われているような公聴会やパブリックコメントも一種の市民参加ですが、本当の社会的利益とは何かという観点から、もっとダイナミックな市民参加があってもいいのではないかと、そのなかにプロボノが位置づけられたらと思っています。

特に学校はプロボノの潜在的ニーズの宝庫です。学校が地域とつながるときにボランティアを必要とする場面が多いと思います。ボランティアをマネージするなど、プロボノが役に立つことがあるのではないのでしょうか。

プロボノも含むボランティアがあらゆる分野でもっと活躍していく。これは最も健全な市民参加のスタイルだと思います。私はプロボノに大きな可能性を感じています。

※本稿はインタビューをもとにTJFが作成しました。



寄付は 新しい社会への 「志」金提供

特集 1 新しい公共を担う

1 社会参加としての「寄付」

私たちが暮らす社会には公共性の高い課題がいろいろあり、行政が税金を投じて解決するだけでは間に合わないのが現状です。人びとが自分たちの手で何とかしようと取り組むとき、必要になるのが人手と活動資金です。時間と労力を提供する「ボランティア」と資金を提供する「寄付」は、そういった善意の活動を支える両輪といえます。

日本ファンドレイジング協会は、日本を今よりずっと善意の循環が起り、幸せが連鎖するような社会にすることをめざして2009年に発足しました。私たちの使命は、寄付の意義、言い換えれば公共的な活動を行う民間の非営利団体に寄付をすることは社会的課題の解決に参加することであり、団体の活動を応援する「志」金提供なのだという理解を日本でさらに広めることです。個人が多面的な価値観に基づき、また互いの価値観を尊重しながら、主体的に寄付することで、社会をより豊かにしていくことができるでしょう。

また、そういった団体で寄付を集める担当者が、単に活動資金を調達するだけでなく、寄付を集めることを通じて自分たちが取り組む活動に対する共感者を増やし、より多くの人に社会参加の道を開いていく役割を担っていきけるよう支援しています。

そうしたなかで、他人の役に立つことを誇りに思う人が日本にますます増え、人びとが、寄付をすることは自分にとっても幸せであり、満足をもたらしてくれると実感できるような寄付の文化を育み、次世代の子どもたちに、誇りに思える社会を残していきたいと考えています。具体的には、2020年に日本社会での寄付の総額を現在の約10倍、年間10兆円とすることを目標に、さまざまな事業を展開しています。

2 子ども向けの「寄付の教室」

私たちは2010年度から学校向けの出張授業「寄付の教室」を始めました。海外では、子どもたちが社会参加について学校で学んだり考えたりするときにボランティアだけでなく寄付についても取り上げ、実際に寄付に関するさまざまな活動などを行うといった取り組みも行われています。日本でもボランティアに関する教育

日本ファンドレイジング協会
プログラムオフィサー

大石 俊輔



[おおいし・しゅんすけ]

2010年に日本ファンドレイジング協会のプログラムオフィサーとなる。現在、「寄付の教室」を担当している。

は広まってきましたが、学校の授業で寄付を正面から取り上げることにはまだ一般的にはなっていません。そこで、子どもたちが寄付を模擬体験しながら、さまざまな社会的課題に取り組む団体の活動についても学べるプログラムをつくりたいと思ったのです。

寄付の教室には初年度は7教室219名、2年度めは26教室797名の子どもたちが参加し、自分が社会の一員であり、寄付を通じて社会的課題の解決に参加できるということを学びました。

◆基本プログラム(45分授業2コマ)

NPOということばはもちろん、社会の抱える課題自体になじみのない子どもも多いので、まずはクラス全員で、実在する団体のロゴマークをいくつか見て何をする組織なのか当てるクイズなどをします。その答えを聞くなかで、社会にはさまざまな課題があり、それを解決しようとして活動している団体があることを知ります。

寄付の教室の一つめのポイントとなるのは、子どもたちがいくつかの団体の取り組みについて説明を聞き、自分なりに考えてそのなかから寄付先を選ぶことです。子どもたちは三つの実在の団体について、それぞれ2分半程度の紹介ビデオ(日本ファンドレイジング協会が各団体と協力して制作したもの)を見たり、講師から説明を聞いたりします。これまでに取り上げたのは、親を亡くした子どもたちの進学を支援する「あしなが育英会」、野鳥の保護を通じて野生動物や環境を守る「日本

野鳥の会」、まだ十分食べられるにもかかわらずさまざまな理由で廃棄される食品を引き取り、食料を必要としている人びとに贈る活動をしている「セカンド・ハーベスト・ジャパン」、ラオス、カンボジア、タイで子どもたちの就学を支援している「民際センター」などです。そのほかに、子どもたちが暮らす地域で活動している団体を取り上げることもあります。寄付の教室で実在の団体を取り上げるのは、子どもたちが授業で感じたことを実際の行動に移すことができるようにするためでもあります。

2010年度に開始して以来、多くの学校から申し込みが寄せられている。

グループワークで人の意見に耳を傾けたり、異なる意見を調整したりすることもよい体験になる。



これらの団体を支援するかどうか考えるときに、寄付したお金でどんなことができるのか具体的にイメージすることができるように、例えばボードに100個の穴を開けた壁掛け式の募金箱をみんなで見て、この穴に一つひとつ百円玉を入れて1万円にすれば、支援先の国の子どもが1年間学校へ行く資金にすることができるといった、いくらの寄付で何ができるかといった例を学びます。また、具体的な寄付の方法について、月々定額を継続的に支援するなど、さまざまな方法があることを学びます。

寄付の教室の二つめのポイントは、こういった情報をもとに子どもたちが自分なりに寄付先を選んだあと、グループワークを行うところにあります。各グループでどの団体にどれだけ寄付したいのか、それはなぜか、お互いに意見を出し合って決めます。その後、各班が全体に向けてどうしてその寄付先を選んだのか理由を発表します。司会役は「一人ひとりの意見をきくこと」「みんなの意見の同じところと違うところについてなぜなのか話し合うこと」など、「司会の心得」のワークシートを参考に話し合いを進めます。多くの子どもたちはここで意見を調整する難しさを体験することになります。そして、議論するなかでほかの人の意見を聞いて、さまざまな視点や価値観があることに気づくことができます。

3 調べ学習や募金活動と組み合わせる

寄付の教室で子どもたちが選んだ団体への寄付に、授業後も自発的に取り組んだ例がこの2年間にいくつか出てきており、大きな手ごたえを感じています。より多くの子どもたちが社会との関わりを実際に体験できるように、上記の基本プログラムに、調べ学習や募金活動の実践を組み合わせたプログラムに取り組む学校を増やし、全国に展開していくことが今後の課題です。授業をあと2コマ分加えて、紹介した3団体以外のさまざまな団体への寄付や支援の方法を子どもたちが自分で調べたり、身近で行える寄付の方法について考えたり、そのなかで関心をもった団体について学校内でほかの子どもたちに紹介し、実際に寄付を集めてみるといった活動を体験できるプログラムを用意しています。

4 社会との接点を子どもたちに

家庭と学校だけでなく、外の社会との接点が広がっていく段階にある子どもたちにとって、寄付の教室は自らが社会にとってかけがえのない存在であることを実感するよい機会になっていることが参加者の感想からも伝わってきます。寄付とは、お金を渡すだけのことではなく、

社会を変革するためのアクションであり、社会に貢献したいという自分の思いを多くの人に伝え、共有する方法でもあるのだと思います。寄付についての理解を広め、誰もが自分が起こす社会変化の可能性を信じ、やりたいことに思い切りチャレンジできる社会、そして誰も「ひとり」にならず、助け合える仲間がいて、分かち合えるコミュニティをもっている社会の担い手を育てていきたいと願っています。

※本稿はインタビューをもとにTJFが作成しました。



参加した子どもたちの感想

- ・日本から世界に協力できることに、なるほどと思いました。
- ・NPOそれぞれの意見にとても共感できるところがありました。
- ・僕たちは当たり前で暮らしていますが、その裏側では貧しい人が困っていて、その人びとを助けるのは僕たちの仕事でもあると思いました。
- ・身近でがんばっている人がいることがわかり、どこに寄付したらいいのか考えが変わりました。
- ・機会があれば寄付だけでなくボランティアもしてみたいと思いました。
- ・すべての団体に寄付してあげたくて、そのなかから一つを選ぶときすごく悩みました。
- ・自分以外の友だちと話すことで、自分が気づかなかったこと(生きるために応援するなど)を知ることができたので良かったです。生きることの大切さを感じました。

コーディネーター、教員の感想

- ・子どもたちが「ボランティア活動」を考える新しい切り口だと思いました。体験型なのがよいですね。模擬紙幣であっても、自分で寄付先を決めて、お金を動かすという行為を体験することが大切だと感じました。
- ・NPOの映像資料のメッセージ性が高かったです。最初の提起が良かったので、参加型の討議にも移りやすかったと思います。個別に考える部分とグループで考えを共有する部分があったのがよかったです。
- ・寄付という行為を、生徒自らができること(社会参加)のひとつとして意識づけられたと思います。寄付によって具体的に「何ができるか」が理解できたのでは。他の人と価値観を共有できたのもよかったです。
- ・グループワークの手法を取り入れたのはとてもよかったです。日常生活ではわかりづらい市民活動団体の活動を紹介できるよい機会になりました。
- ・外部の方に授業をやってもらうことはそれだけでも生徒の目には新鮮に映り、印象に残るものだったと思います。

「寄付の教室」についてのお問い合わせ

日本ファンドレイジング協会(担当 大石)

Tel: 03-6809-2590 Email: info@jfra.jp

ミッションの達成に向けて

TJFは1987年6月に、講談社、王子製紙、大日本印刷、凸版印刷、十條製紙(現日本製紙)、三菱銀行(現三菱東京UFJ銀行)、計6社の出捐によって、民間の事業型公益法人として活動を始めました。

設立以来、「ことばと文化」をキーワードに事業を行ってきましたが、そもそも財団の事業は、その時々

の社会の状況との対話のなかで行われます。設立当時、日本は貿易収支の不均衡により海外から「ジャパンバッシング」をうけると同時に、「顔の見えない日本」として批判を浴びていました。こうした状況を背景に、TJFは日本語と日本文化の普及による対日理解の促進に力点を置いたのです。

その後、社会のニーズを見据えながら、対日理解の促進だけでなく、相互理解の促進へと事業の目標を広げていきました。21世紀に

入った今日、人、モノ、情報が国や地域を超えて行き交い、日本国内でも学校、地域、職場などごく身近なところで、グローバル化が加速しています。子どもたちが活躍する舞台は、国内であっても海外であっても多言語・多文化状況にあるに違いありません。このような時代を生きていく子どもたちが自分たちの未来を切りひらいていくためには、他者対話する力、共感できる力、異なることば、異なる文化の人びとと協働し、新しいものを創造する力が求められています。

TJFのミッションは、新しいことばや文化とてあい、人とつながることを通じて、子どもたちが21世紀を生きぬく力を育むことです。公益法人に関する法律で定められている23の基準に照らせば、「児童又は青少年の健全な育成」と「国際相互理解の促進」という公益を担っていることとなります。

今号登場いただいた4名の方々に共通しているのは、「非営利活動への市民の参画」です。TJFもこれまで以上に多くの皆さまとの連携をめざし、コラボレーター制度をつくることにしました。これからの社会を担う子どもたちのために、TJFのミッションに共感し、さまざまな形で私たちをサポート、コラボレートして下さる方を募集しています。



TJFコラボレーター制度

TJFの活動をサポートして下さる方を募集しています。

得意分野やネットワークをもっている方

- ・外国からのお客様のアテンドや交流活動のコーディネート
- ・TJFのウェブサイトや出版物の翻訳
- ・TJFの広報
- ・TJFのウェブサイトの制作、など

時間を提供して下さる方

- ・TJFが開催するイベントの準備や運営
- ・高校生のためのサマーキャンプなどの準備作業、など

時間的に直接事業に関わることが難しいという方

- ・特定の事業あるいはTJFの活動全体に対する寄付

コラボレーターになるには

TJFのウェブサイト link.tjf.or.jp/korabo (登録等の詳細を掲載しています)をお読みのうえ、登録フォームからお申し込みください。

寄付をして下さる方は、振込依頼書または銀行振り込みをご利用ください。

寄付金の振込先

ゆうちょ銀行振替口座(振込取扱票使用)

口座名:公益財団法人国際文化フォーラム 会費口
口座番号:00130-5-414785

※特定の事業への寄付の場合は、振込取扱票の通信欄に事業名をご記入ください。

事業名:「隣語」(高校の中国語・韓国語教育を推進)、「くりっくにっぽん」(日本の文化を発信)、「サマーキャンプ」(互いの言語を学ぶ日中の高校生の交流)、「つながー」(世界の中高校生の交流サイト)、「好朋友」(中国の小中高校の日本語教育を促進)など

三菱東京UFJ銀行

支店名:江戸川橋支店(店番号:060)

口座:普通 4512030

名義:公益財団法人国際文化フォーラム 理事長 渡邊幸治

※銀行振り込みの場合はお手数ですが、お振込後、お名前、ご連絡先、事業名(特定の事業への寄付を希望する場合)をメール kifu@tjf.or.jp までお知らせください。

コラボレーターになると

- ① ご登録いただいたメールアドレスに、TJFからのお知らせやコラボレーターのための企画をいち早くお届けします。
- ② 近日、TJFのFacebookページを開設し、そのなかにコラボレーターだけが参加できるグループ(部屋)をつくり、TJFとコラボレーター間、コラボレーター同士の情報交流ができるようになります。
- ③ TJFの事務所でコラボレーターの集いを開催します。6月に第1回を開催する予定です。

多くの皆さまのお申し込みをお待ちしています!