

# 第4分科会

## 「ファンドレイジングという新潮流」

講師：しみん基金・KOBEL 事務局長 江口 聡氏

「ファンドレイジング」という言葉を最近よく耳にするけど、それってどういう意味なのでしょう？  
最近日本でも、欧米のNGO 実践研究から、より継続的で合理的な戦略をもとにした資金調達方法として、「ファンドレイジング」を紹介される機会が増えてきました。そこでは、「寄付する側」と「寄付される側」の関係性構築や双方向コミュニケーションの重要性が指摘されています。このようなファンドレイジングの新潮流を知ることを通じて、これからの日本において「寄付する側」と「寄付される側」に求められることを皆さんと一緒に考えていきたいとします。（講師 江口 聡）

### 第4分科会 会場の様子



### アンケートより

◎今回のテーマについてのご意見

・各分科会各々に特色があり、他分科会のことにも気になる交流会でした。

◎分科会に参加した感想

・大変良い交流会でした。

#### 第4分科会「ファンドレイジングという新潮流」 まとめ

「寄付」とは、寄付する立場と寄付をもらう立場のお互いの想いが通じた時に成り立つコミュニケーションであり、活動に「共感」してもらい、団体がもつ解決策を理解してもらう行為です。大切なのは、①「寄付は善意」であること、②「使命の表明（社会に対して声を上げていくこと）」、③「未来への投資（社会を変えていきたいという想い）」です。

日本の寄付の実態として、「寄付をしたことがあるのは80%。日本では個人よりも企業の寄付が多く、またユニセフや赤十字などの特定の団体に金額が集中」しています。また、「NPOに寄付したいと思っている人は全体の25%いるが、実際に寄付したことある人は3%に過ぎず」、さらに一般市民が「NPOに寄付する」ということを理解していないのではないか、という意見も出されました。

ではなぜ日本では寄付が集まりにくいのでしょうか。日本では「釣銭寄付が多い。少額で余ったお金を寄付するという感覚があり、どのように使われてもいいと思っている。もらった側も説明責任がなくて気楽」という感覚が一般市民の大勢を占めており、これからは「寄付の使われ方をチェックする（使われ方について話し合いができる環境を作る）ことが大切」であるという意見が出され、さらに「NPOの中には暴力団等もあり、マイナス面も知るべき」であるという話も出ました。またNPO活動にある考え方として、「環境活動はお金をもらってやるものではない。NPO活動をしている人が、行動してお金も出している現状がある。活動する人自身の意識の問題と深く係わって」いる点も挙げられます。NPO側の問題点としては、「大きな組織を作りきれていない。NPO法人の3割は実体がないという現状」もあり、また活動の説明責任を果たしきれていないのではないか、一般向けに分かりやすいものになっていないのではないか、という意見が出ました。

ファンドレイジングの手法として①誰に対して訴えていくのかというテーマでは、「受益者以外の人を巻き込む（変化をもたらす）メッセージ」が重要であり、しかし「その人だけを助けるという人の支援もあってもいいのではないか。対象に多様性があってもいいのではないか」という意見も出されました。また②何を訴えかけていくのかというテーマでは、「企業並みのアニマルレポートに近い情報公開の必要性」が提起され、さらに「寄付の管理費の割合として、日本人の感覚では10%~20%であるが、アメリカでは32~35%であり、いい活動をしているからいい給料をもらっても良いとみられる」ということから、訴える内容が訴える対象に理解されやすければ、寄付が集まる可能性がより大きくなるといえます。③実際にどうやってファンドレイジングを行うのかについては、「法人すら作れないのがNPO活動。ファンドレイジングの手法は、できない人でもやれるように、一緒に考えていかないといけない」という意見や、「レベルの高い活動を行えば、自然と寄付額は上がっていく」という意見、また「TOTO水環境基金の社員参加型の助成金のように対象を活動に巻き込むことで共感を得ることができるのではないか」、さらに「日本には寄付文化がないのではなく、寄付の成功体験と習慣が少なく、広まっていないのだと思われる」という意見が出されました。