

WAM助成フォーラム開催報告

「事業継続・自立化に向けた事業運営のヒント」

日時 平成 29 年 9 月 26 日 (火) 14:15~16:50

会場 品川フロントビル会議室

主催 独立行政法人福祉医療機構



去る平成 29 年 9 月 26 日 (火)、品川フロントビル会議室にて、WAM助成フォーラム「事業継続・自立化に向けた事業運営のヒント」を開催し、144 名の方にご参加をいただきました。

本フォーラムでは、地域の福祉課題に取り組む助成先 4 団体を講師として迎え、「資金調達」や「人材確保」、「効果的な連携・成果の可視化」や「地域ニーズに基づく事業展開」等の事業運営のヒントについて報告をいただきました。

ここでは事例報告のポイントを抜粋して紹介します。

テーマⅠ 資金調達のコツ

認定NPO法人 難民支援協会 田中志穂さん

「やることは比較的シンプル。地道なことをとことんやる」



■ 活動内容とWAM助成の成果

難民支援協会では、難民が安心して暮らし、ともに生きることのできる社会の実現に向けて、難民認定を得るための法的支援や医食住の確保等、来日直後の厳しい時期から自立への道のを支える取組を行っています。

支援対象である難民の方に出会ったことのある人が少なく、共感や理解がされにくい状況の中で、いかに共感を広げて支援者や理解者を増やしていけるかということを日頃から考えて取り組んでいます。

難民をとりまく状況は日々変化しており、平成 28 年には難民申請者数が急増、1 万件を超える申請のうち、28 名しか認定が取れていない状況です。難民申請にかかる書類は日本語で書く必要があり、また、法律の知識も必要です。当団体では弁護士等の専門家に協力を仰ぎながら対応する個別の相談業務が活動の中心となっています。

平成 22 年度から継続してWAM助成を得て活動しており、その成果は2つに大別されます。まず1つ目には「難民申請者の貧困対応」で、生活相談やシェルター提供、医療機関へのアクセスの確保に取り組んできました。2つ目には「包括的支援体制の構築」として、首都圏外の団体と難民支援ネットワークを構築したほか、弁護士事務所との連携を図り、社会資源を開拓したことがあげられます。当団体としては、政府への政策提言や、民間の強みを活かし、企業と連携した就労支援等も事業として行っていますが、その中で助成金を活用して取り組んでいるのは、本来のセーフティネットに開いている穴を埋めるものです。

■ 目指す収入構造

私たちの活動は、難民の方への相談サービスであり、支援対象者からは相談料をいただくことはできません。そのため事業化は難しく、また、活動の一部である難民のセーフティネットの確保は、本来は行政が取り組む分野であると認識していますが、現時点では十分な理解が得られていません。事業収入としては、講座やイベント（合計年4回）の開催、書籍の販売、講演による謝金収入等さまざまな事業に取り組んでいますが、費用対効果を考えると、事業を広げるのではなく、寄付集めを第一優先の収入源として考えています。ファンドレイジングの手段として、さまざまなチャリティイベント（パーティやランニング等）を行ってきましたが、自団体の支援者層を想定し、見合うやり方を選ぶことが大切だと実感しています。

また、助成金に依存せず、助成金を受けている間に並行して一般寄付拡大に向けた取組を進めることや、助成金を適材適所（新規事業立上げ時等）に活用するという視点も重要となります。

当団体では、資金調達の観点におけるSWOT分析（環境分析）を取り入れることで客観的な状況把握に努めています。外部環境は常に変化しています。その変化に応じて資金調達の戦略や支援者へのアプローチを変えていくことが重要ではないかと思っています。

■ なぜ寄付が増えたのか

基本的なことですが、「助成金を取る」から「寄付をいただく」へマインドを変えるための社内営業を継続的に行ってきました。「寄付をいただくにはどのような発信やコミュニケーションが大切になるだろうか」ということを社内の一人ひとりが考えるよう促すこと。それは長い目で見たときにとても大切になります。

また、なぜ寄付が必要となるのか、そのニーズを理解してもらうための発信が必要です。例えば、当団体は相談業務が中心であり多くの人件費を要します。それをただ「人件費が必要」と伝えるのではなく、「〇〇の理由により相談員が多く必要です」と丁寧かつ具体的に伝えることが大切です。

そして、関心を持っていただいた方の声を聞き続けること。どんな思いで寄付していただいたのか、あるいは、なぜ寄付先に難民支援を選ばなかったのか、私たちもペルソナ分析（注：具体的な支援者像を描きながら、情報発信の計画を立てる）という方法を用いて取り組んでいます。このような地道な活動が寄付の増加につながったと思っています。

■ 認知から寄付へ

当団体は、活動の広報と支援者サービス、ファンドレイジングを全て広報部内の4名で行っています。人手に限りがあるため、個人法人を対象とした個別営業より、マス（大多数）への発信に力を入れて取り組んでいます。いきなり寄付を集めることを考える前に、私たちが取り組んでいる課題を、どうしたら認知してもらえ、理解してもらえるのかを考えることが最優先となります。

まず、関心のある層を広く生み出すために、マスメディアやインフルエンサー（発信力のある個人）の活用、SNS（広告含む）での発信を積極的に行います。次に、「特集記事」を強化する等、ウェブコンテンツの充実を図り、寄付のニーズ（現状の支援の限界を含む）を伝えていきます。その際気をつけているのは、ニーズのみを伝えるのではなく、難民をとりまく環境や世界の難民問題の紹介、難民を受け入れている諸外国ではどうなっているか等、専門家からも話を聞いて掲載しています。読み物としても面白く充実したものを発信することを心掛けています。



こうした取組をしても、認知しておしまいとなるケースもありますが、続けていくことで、何かのきっかけで寄付につながることもあります。

ウェブ媒体の活用の際には、「メディア別目的（右スライド）」のように、メディア別の目的を整理して設定しておくことも大切です。

ウェブマーケティングにはさまざまなテクニックがありますが、手法に惑わされずに支援者のニーズに丁寧に伝えていく。伝えたい内容がしっかりしていれば、必要性は伝わると感じています。

メディア別目的

メディア	目的	認知or資金	特徴	リーチ数
JARメルマガ	よき理解者&寄付者を作る	資金認知	いざという時に頼りになる・意識高い系?	1万
JAR Facebook	難民をウエルカムできる社会の土壌開拓を作る	認知	外野で盛り上げる・ムードメーカー/アライ	1.3万
JAR ウェブ	難民を取り巻く課題と取り組みを深く伝える	認知資金	関心の入り口に立っている	24万uu/年
マスコミ	難民を支え、難民を受け入れられる社会を作る	認知	関心を刺激された	

近 ↑ JARとの距離 ↓ 遠

■ 既存の寄付者を大切に続ける

引越し寄付の事例では、2週間で約1,300万円の寄付をいただきました。そのうち、400万円の大口寄付を除く900万円は既存の支援者からの少額の寄付でした。これは既存の支援者のニーズに丁寧に対応してきた、これまでの成果だと思っています。資金調達の取り組みは、私自身は比較的シンプルだと感じています。それぞれの団体で規模やステージに合わせた形で地道なことをとことんやる。それが成果を生み出すきっかけにつながるのだと思います。

【資金調達のポイント】

1. 寄付のニーズを伝えること

–なぜ、寄付が必要なのか、丁寧かつ具体的に

2. 共感を呼ぶメッセージになっているか

–現場から、伝わりやすい言葉を見つけて発信する

3. 情報は届けたい人に届く方法か

–支援者層に合わせた発信とコミュニケーションを

■ 認定NPO法人 難民支援協会

<https://www.refugee.or.jp/>

テーマⅡ 人材確保・役割分担のコツ

まんまるママいわて 佐藤美代子さん

「同志とは、困難に一番向き合っている人」



■ 活動内容とWAM助成の成果

まんまるママいわてでは、被災地等で不安や孤独を抱え、鬱や虐待のリスクが高まる産前産後・子育て中の母親を対象に、助産師等の専門職が継続して関わり、母親が安心して子育てに向き合える居場所づくりに取り組んでいます。

岩手県は核家族化が進んでいるほか、産婦人科が相次いで閉院し、場所によっては車を1時間走らせないと病院に通えない厳しい環境です。また近年では入院日数が減少しており、その上、県内には開業助産師が5人しかおらず、母親が育児等について気軽に相談できる環境が整っていません。その結果、虐待や産後の夫婦の不仲によるシングルマザーの増加、育児放棄等の事態を招き、元気のない地域社会に陥るリスクが高い状況です。

WAM助成で取り組んだ「まんまるサロン」や「滞在型産前産後ケアデイサービス」事業は、そうした産前産後の母親たちが安心して通え、さまざまな悩みを気軽に話すことのできる環境を作ることを目的に実施され、目標を上回る成果をあげることができました。翌年には、「滞在型産前産後ケアデイサービス事業」が花巻市の委託事業となりました。さらには近隣の宮古市では開業した助産師からの協力を得て地元のママサークルに助産師が参加し相談できる体制が整いました。また、釜石市では今年度からサロン事業が市の後援事業となりました。

■ 広がっていく組織をどうつくる

当団体は、被災後、仲間4名で立ち上げた団体です。当時は「孤独に子育てする母親を助けたい」「気軽に休めて助けを求められる場所がほしい」と漠然と思っていました。また、活動が広がっていく中で不安を抱えていました。その時、出会ったのが『コミュニティ・オーガナイズイング（以下CO）』の手法です。

COについて簡単に説明すると、「市民の力で世の中を変えていく」ための方法のことです。また、COで大切にされている考え方に、「スノーフレイク・リーダーシップ」というものがあります。これは、特別な人がリーダーとして引っ張るのではなく、市民一人ひとりがリーダーとなって活動を広げていこうというもの。私たちも1:1で関係構築をすることと、小さなスノーフレイクを作っていく取組を進めていきながら、少しずつ活動のニーズに合わせて組織を拡大していきました。

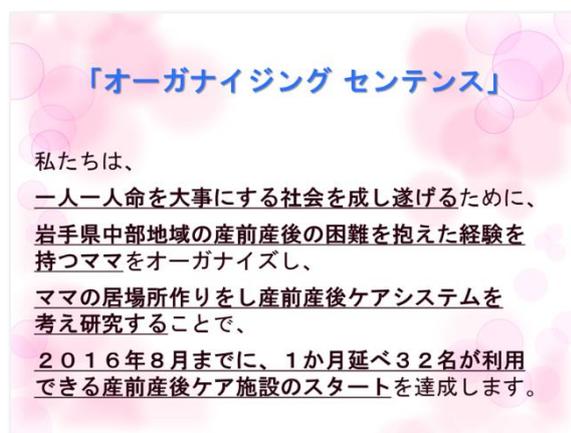


■ COを学び、具体的に取り組んだこと

COを学んだ後、月1回2時間の会議で取り組んだことを紹介しますと、平成26年11月、まず当初メンバー（4名）との1対1の話し合いを行いました。そして、話し合いを通じて把握したニーズに合わせる形でチームを構築していきました。その間、次年度の事業計画立てや事業の問題点は何かということについてもメンバーと議論しました。

翌年5月には新メンバーが加わったことで、再度1:1の話し合いを全員と実施し、新しいチームを構築していきました。同年7月には代表の私から「産後ケア計画」を発表。関係者からメンバーに加わってくれそうな人への声かけを行い、実施体制を整え、同年9月に「産後ケアチーム」立上げ、12月より本格的に活動を始動しました。その後も、定期的な1:1の話し合いを続け、チーム構築により一人ひとりに新たな役割を設定していくことで、平成28年度には、チーム数も3つから5つに広がりました。

チームを構築した後は、事業の目的(ミッション)に、具体的な「数値目標」や「期限」を定めた「オーガナイズ・センテンス」の作成に取り組んだことで、目標の達成を実現することができたと思っています。



■ 同志は誰か

COの研修の中で「同志は誰か」と尋ねられた際、私たちはいわゆるリソース(PCや会計、医師等)を持つ人(=「支援員」)を想定していました。しかし、COの定義の中での「同志」とは、「困難に一番向き合っている人」。つまり、被災した母親たちこそ「同志」になるということです。この研修を受けてからは、支援対象者である母親をスカウトし、スタッフに起用していく方針に改めました。さらに、「同志」であるママの強みを生かす戦略を考えました。例えば、議員さん一人ひとりに手紙を出して「議員と語る会」を開催したり、行政へ提出するエビデンスを作るために大学と共同研究に取り組んだり。ママの強みを生かすことを意識していく中で、それまでは気づかなかった母親たちのスキル(建築やアロマの資格保有等々)に目を向けることもできるようになりました。

【人材確保・役割分担のポイント】

1 同志は誰か

-同志とは、いちばん困難な状況にいる当事者

2 自分はなぜこの活動をしているか

-自らの価値観を語ることで共感を生み、仲間を増やす

3 今のチームメンバーと定期的な1:1を

-現状の課題や互いの価値観を相互に確認する

■ まんまるママいわて

<http://manmaru.org/>

テーマⅢ 効果的な連携・成果の可視化のコツ

NPO法人 しまねコーチズ 溝部俊也さん

「事業に必要な資源を持つ団体・個人とつながり、見える成果を作り出す」



■ 活動内容とWAM助成の成果

しまねコーチズでは、過疎化が進み買い物難民や独居高齢者が増えている地域において、健康生活を安心して送ることのできる環境づくりを目的に、平成28年度WAM助成では、地域と団体と企業が一体で出張コンビニや健康カフェ等を開催しています。

島根県は数年前まで高齢化日本一の県であり、住民の半数近くが高齢者という地域が多数ある状況です。本事業の対象地は江津市の山間部にある「有福温泉」地区で、20年程前までは賑わいのある温泉地でしたが、現在では旅館が2、3軒という閑散とした状況に移り変わっています。

当団体は、この有福町で数年前から健康指導の運動教室を行ってきましたが、運動指導だけでは、住民の課題（買い物環境が乏しい、移動できない人への宅配サービスがない、簡素化されがちな食生活の改善等）は解決されず、より包括的な環境づくりの必要性を感じ、この事業の実施に至りました。

事業として実施したことは、スライドの通りです。これらの事業を6つの団体（企業や地域の協議会、行政等）と連携しながら取り組みました。

WAM助成の成果としては、各事業で予定通りの実施回数を行い、全事業で予想を上回る参加者数を確保できました。健康カフェでは、運動以外にもオリジナルの脳トレ問題やさまざまなレクリエーションを取り入れることで、参加者に楽しみを持っていただけるよう配慮をしたことが参加者の増加につながったと思っています。また、訪問支援では、「困りごとはありませんか？」と地域団体とともに継続的な声かけを実施したことで、不安の解消につながっていききました。

平成28年度社会福祉振興助成事業について
～主な活動内容～

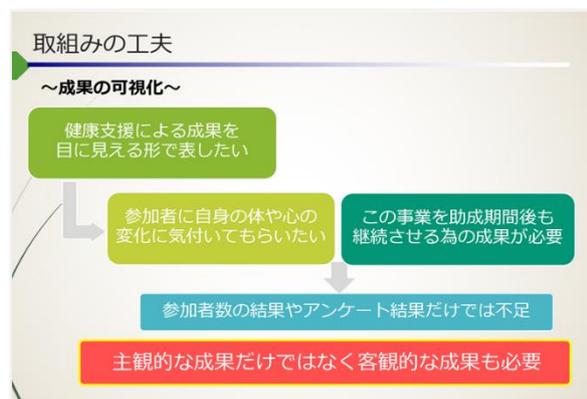
- 1. 連携委員会の開催（計5回）**
連携団体同士の関係性を深め、事業の円滑な遂行と効果的な実施を図るために開催。
- 2. 出張コンビニ&健康カフェの開催（毎週木曜・計34回）**
地域の高齢者と施設入居者への出張コンビニによる買い物環境の提供に加え、地域交流と居場所づくり、そして総合的な健康づくり支援を目的とした健康カフェの開催による孤立の防止を図る。
- 3. 訪問見守り買い物支援の実施（毎週木曜・計34回）**
独居高齢者や移動困難な高齢者を中心に、生活用品の宅配を中心とした定期訪問を実施することで見守り支援を行い、孤独死の防止を図る。
- 4. 食改※×セブンイレブンによるコロナ料理教室の開催（計3回）**
コンビニで手軽に入手できる食材と季節の食材などを使用し、食生活改善推進協議会考案によるレシピで料理教室を開催することで、高齢者の独居により簡素化しがちな食生活の改善を図ると共に、料理を通じた地域交流を図る。
※食改＝食生活改善推進協議会

■ 客観的に成果を可視化するには

健康支援による成果を目に見える形で表すことについては、大きく2つの目的がありました。

まず1つ目には、「楽しく運動や買い物ができるようになった」というだけでなく、参加者自身に身体や心の変化に気づいていただきたかったことが挙げられます。そのため、体力測定や意欲の変化を図る評価を行いました。

2つ目としては、この事業を助成期間後も継続させるために成果の可視化が必要になるということです。私は、成果の可視化について、参加者数やアンケート結果の報告では不十分という認識を持っています。それはアンケートを継続的に実施する場合、質問者と回答者の関係性が深まるにつれ、回



答者が気づかって答えるようになり、主観的な結果に近づいてしまうからです。

そこで、客観的にみられるデータとして、体力測定（握力や柔軟性、歩行力等）や大学の研究室が開発した「やる気スコア」を用いた意欲の評価測定を行いました。その結果、新しいことへの興味の高まりや、将来の目標を持つ人が増える等、意欲の向上が大きく見られたことを分かりやすく伝えることができました。

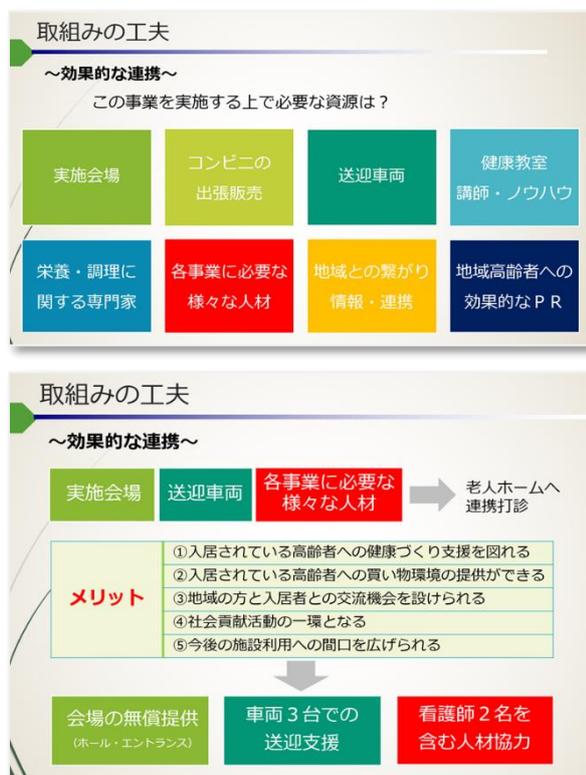
■ 連携 ～事業実施に必要な資源とは～

本事業を行う上でさまざまな資源が必要でした。しかし、事業を実施する際に当団体が持っていた資源は「健康教室の講師・ノウハウ」の1つだけであり、また団体の拠点も対象地域から離れていたことから、地域とのつながりも乏しい状況でした。

そうした難しい状況下でどのように事業を進めていったのかといいますと、まず、「健康カフェ」事業を進める上で最も重要となる「会場」、「送迎」、「人材」のリソースを確保するために、老人ホームに連携の打診を行いました。その際、気をつけたのが企業（老人ホーム）側のメリットを考え、提示することです。連携に対する老人ホームを経営する企業上層部は「利益にならない」と難色を示されることもありましたが、理解者である施設長を通じ、時間をかけて交渉した結果、「会場提供」、「送迎支援」、「看護師協力」について、全て無償での協力を得ることができました。

次に、「出張コンビニ」事業では、連携先の企業（コンビニ）から、「冷蔵環境が整っていない場所での出張販売は許可が出ない」と言われていました。また、「採算ベースに乗せるには最低月5万円は売り上げないと継続は難しい」という反応でした。その後、店長や老人ホーム施設長と調整を重ね、冷凍保存されたアイスノンを活用するなど環境を整えることで受け入れを実現。採算の条件に関しては「助成期間中に地域へPRして集客を増やすことで月5万円以上の売上を目指す」といい、半ば強引に事業をスタートさせました。幸いなことに参加者の満足度も高く、6万円以上の採算ベースに乗せることができ、現在も企業が自主的に事業化する形で継続しています。当初は想定していませんでしたが、老人ホームで大量発注が必要な牛乳や、地域サロン開催時のお弁当発注など、企業（コンビニ）への副産物的な売上にもつながったことも事業継続を後押ししていたように思います。

その他の事業における平成29年度の実施状況では、健康カフェ事業は「成果の可視化」+「効果的連携」を行ったことで、江津市の委託事業に結びつく形で継続されています。また、コラボ料理教室は「効果的連携」+「行政の巻き込み」により、行政と食生活改善推進協議会の予算で継続的な実施がなされています。その他の効果として、他町のデイサービスにおいて「健康カフェ」事業がスタートしたことや、江津市内の別の老人ホームで「出張コンビニ」事業がスタートする等、他団体や他地域への波及効果も大きい取組となりました。



【効果的な連携・成果の可視化のポイント】

1. 餅は餅屋

－強みをもつ企業や団体と連携して任せる

2. 見える成果を作り出す

－支援対象者のために 事業を継続するために

3. 団体としての連携 < 個の連携

－個の理解者・協力者の関係を育てる

■ 特定非営利活動法人 しまねコーチズ

<http://s-coaches.org/>

テーマⅣ 地域ニーズに基づく事業展開のコツ

NPO法人 楽笑 小田泰久さん

「地域ニーズに基づく事業展開には、地域合意と組織合意が必要」



■ 活動内容とWAM助成の成果

楽笑では、高齢化が進む地域において、住民同士の支え合いにより永続的に暮らすことのできる地域づくりを目的に、新たな担い手の養成や交流サロンの運営を行っています。

活動地域の愛知県蒲郡市三谷町は、人口1万2千人・高齢化率31.6%の地域で織物の町として発展し、温泉や港もあり、以前は観光地として栄えていましたが、現在では観光客や人口が年々減少している状況です。

当団体は、平成19年に設立し、障がいのある方の地域生活を支援することを目的に、これまで4つの事業所（パン工房、干物屋、重度障がい者のアート活動センター、繊維工場を改修した子どもを預かる施設）を開設してきました。福祉事業とともに、まちづくり事業に取り組んでいます（右スライド）。

平成26年度にはWAM助成を活用し、「市民協働による地域共生型サロンを構築する事業」を実施。この事業は、地域で支え合いながら生き活きと暮らし続けたいという地域住民の想いに寄り添

いながら、共生型サロンの仕組みを区長や老人会会長との話し合いを重ねながらつくっていきました。共生型サロン事業は、3年継続した結果、平成29年度より市の補助事業になりました。市の長寿課と障害福祉課の連携が図られ、共生型として「障害日中支援事業」と「高齢通所サービスB型」を同じ拠点で実施する新たなスタイルが認められ、全国初の新サービスを実現することができました。

NPO法人楽笑 事業紹介(まちづくり事業)

- 水福連携事業**
 - ・干物という地場産業を用い、障害者の就労支援と高齢者の雇用を創出。
 - ・三谷漁港を活用したまちおこしイベントを主婦層を中心に住民参画で開催。
- 障害者芸術文化事業**
 - ・平成29年度障害者芸術文化活動普及支援事業受託。（厚生労働省）
 - ・芸術文化を手法として企業と連携し、障害者の活動を発信。
- 地域啓発支援事業**
 - ・地元のお祭り公式ホームページを障害者が各地域に出向きヒアリングを行い作成。
 - ・障害者との関わりから理解、協力関係を構築。

■ なぜ、地域ニーズに基づく事業展開が必要か

当団体の設立時には、障がいのある方が、地域で共に暮らせる拠点を作っていきたいという想いがありました。そこで、地域をまとめている住民組織の会合に出向き、「障害のある方の施設を作りたい」と伝えたところ、頭から反対されました。その時、住民の方々から伝えられたこと、それは「大変なのは障がい者だけじゃない」という言葉でした。

後になって気がついたのは、よく「私益」「共益」「公益」という言葉がありますが、自分たちの当初の目的は「共益」、つまり障がいのある方を中心に考えていたために、住民の方々が問題と感じていることまで事業の想定が及んでいなかった。そのため、住民にはその必要性が認識していただけなかったのです。

そうした経験から、地域ニーズに基づいた事業展開を意識しています。その際に大切になることが2つあります。それは「地域合意」と「組織合意」をとることです。

■ 地域合意のポイント

地域合意を取る際のポイントは、「地域のニーズをカタチ（事業）に変える」ことです。当団体の最初の事業所は「パン工房」でした。当時は障がいのある方の活動拠点をとにかく増やすことが先決でした。そこで地元の人に相談したところ、「むしろ、俺の嫁を雇ってほしい」といった調子。事情を聞いてみると、地域には働き口がなかったのです。また、相談した方の奥さんはホームベーカリーが得意であることが分かりました。そこで、活動拠点は「パン屋」を開くことにしよう、と提案すると話がまとまったのです。



次にオープンさせた「干物屋」も地域のニーズを踏まえた事業展開の事例です。長年「漁業の振興」と、「次世代の担い手づくり」が地域の課題でした。当団体の課題としても、働く場所の更なる確保と共に、いかに工賃をあげられるかという点や、障害種別が複雑化する中で、さまざまなスタイルで働くことのできる拠点の充足のニーズが高まっており、そうした福祉ニーズと地域ニーズの掛け合わせから事業をつくっています。

■ 組織合意がカギ

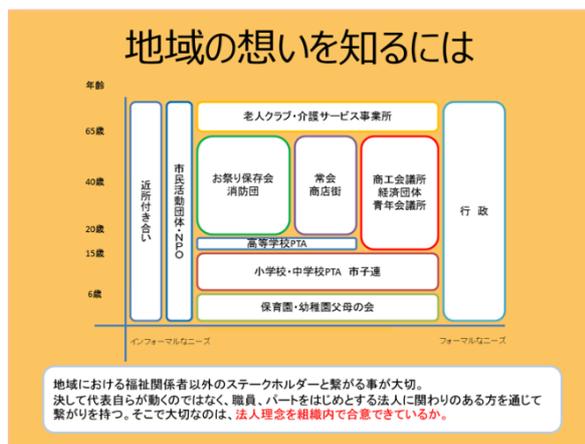
事業を展開していく過程では、組織内の職員の思いの共有が難しくなることがあります。例えば、団体設立当初のミッションは「障がいがある方もそうでない方も共に地域で暮らし続けるまちづくり」というものでしたが、これは何となくやりたいことは分かるのですが、何をどうすればよいのか具体的な形で職員に伝わっていませんでした。ミッションの中にある「共に」とは誰となのか？地域はどこを指すのか？また、まちづくりとは何をすることなのか？そうした曖昧なフレーズの定義について説明を繰り返し行ったことで、「三谷町の住民」と共に、まちづくりとして「人づくり（意識変革）や雇用（役割の明確化を含む）の促進」に取り組むんだな、というように内容について組織内の合意を取ることができました。

現在は、福祉とまちづくりを掛け合わせて事業を展開する理由も、「趣意書」に加えています。そうした経験から感じることは、「ミッションは、ニュアンスが変わらないのであれば、分かりやすい言葉に置き換えることや、共感を得られる伝え方を心がけることが大切」ということです。

■ 中期ビジョンを職員全員でつくる

さまざまな地域のニーズを把握するためには、代表の私だけでなく各職員が個々に役割を持って地域で動くような仕組みづくりが必要です。その際、重要だと感じたことは、地域のニーズをズレなく拾い上げるために、自団体が目指していること（理念）を、職員やパートスタッフの一人ひとりと分かち合うことでした。そこで導入したのが、中期ビジョンを職員全員でつくるワークでした。

中期ビジョンづくりは通常、事業計画を策定する際にリーダー層の職員のみで行われることが多いと思いますが、組織合意の一手法として全職員



で取り組むと大きな効果があります。

実施の際に気をつけたのは、組織の外からファシリテーターを招き、代表者抜きで環境で意見を出し合えるように配慮すること。ビジョンづくりに慣れないうちは、目の前の課題に意識が行きがちですし、中には不安が湧く場合もあります。職員に対する実施後のフォロー（目標のすり合わせや真摯な対応）も肝心です。

「地域」「利用者」「事業」「スタッフ」等、さまざまな視点を踏まえて中期ビジョンをつくる過程で、組織の強みと弱みが分かったほか、課題（漁港閉鎖に伴う対応や施設間の連携や状況把握不十分、職員の将来（キャリア）が描けていないなど）が浮かび上がりました。そうした課題に対応するための事業展開をこれからも進めていこうと思っています。

【地域に基づく事業展開のポイント】

1 組織合意をとる

－「経営方針書」を全職員と毎年作成する等、ビジョン共有の機会を

2 他分野かつ地元の人を巻き込む

－地元主婦のもつ見えない資本（知識、関係、信頼、評判）の活用を

3 永続的に事業が継続する仕組みをつくる

－まちづくりの視点から「地場産業」等との掛け合わせを

■ 特定非営利活動法人 楽笑

<http://www.rakusho.or.jp/>

参加者の皆さまから頂いたコメントの一部を紹介します

(資金調達)

- ・ウェブ発信は、小さなPDCAのくり返し。「寄付を求める」ことをちゃんとしてないと気付きました。
- ・助成金の収益割合が多い期間を、「寄付金増加へ移行する必要な期間であった」と表現されており、事業を長期的に見据えて育てていくことの必要性を再認識しました。
- ・持続可能な活動には新たな寄付者をどう集めるかということと、既存の寄付者に対する真摯な活動の大切さを実感しました。

(人材確保・役割分担)

- ・「同志とは会計や経験者ではない。困難な当事者をいかに仲間にできるか」今後の活動に繋がります。
- ・「今のチームメンバーと定期的な1：1をしていく」が心に残りました。大勢の中で話し合っただけだと、その人の考えがわかりにくくなるので是非1：1を実践していきたいです。
- ・「当事者こそ立ち向かう力がある」大変印象に残りました。家族でなくても助けられる。私も、保育士や介護士、介護者家族と向き合いたいと思います。

(効果的な連携・成果の可視化)

- ・連携先の企業や団体に対し、メリットや目標を明確に提示することが継続的な活動に繋がるんですね。
- ・「餅は餅屋」心に残りました。何でも自分達でやろうと思ってはいけなないと思い知りました。
- ・「個の連携」忘れないようにしようと思いました。
- ・客観的な評価指標を支援対象者に伝えることの大切さを実感しました。

(地域ニーズに基づく事業展開)

- ・「組織合意」大切ですね。「誰と」「どうしたいか」を職員と作り上げることが重要と認識しました。
- ・「課題ではなく目標を描く」こと。本当に難しいことですが、大事だと思いました。
- ・「組織合意」と「地域合意」を図るために法人理念をしっかりと持ち、福祉と地域のニーズを掛け合わせて事業にする。当団体でも実践していきます。

(全体を通して)

- ・継続して助成金を有効に活用されている事例（事業の財源構成や割合の変化を含む）を知ることができ、単年度では達成が難しい「自立化」や「事業の広域化」についても、より長いスパンで捉えて、期中に取り組むことを設定していけばよいのだと勇気づけられました。

WAM事務局より

「すぐに実践出来る事（SNS・HPの活用等）は早速実践しようと思います」など、参加者アンケートからも、実践につながるヒントを得られた様子が見受けられました。これも短い持ち時間で、登壇者の皆さまが想いを込めながら、要点を分かりやすく伝えていただいたおかげです。

本フォーラムが、全国の活動団体の皆さまの事業運営に少しでも役立つことを願っています。あらためまして登壇者の皆さま、ご参加いただきました皆さま、ありがとうございました。



NPOリソースセンターからのお知らせ

e-ライブラリーをご活用ください！ (「WAM 助成 e-ライブラリー」で検索)



独立行政法人福祉医療機構

WAM助成 (社会福祉振興助成事業)

e-ライブラリー

助成事業電子図書館システム



e-ライブラリー (電子図書館) には、これまでWAMの助成で行われた事業についての概要データが集積されています。地域やキーワード (「虐待防止」, 「移送サービス」 など、調べたい事例に関することば) で検索し、過去の助成事業の概要や成果物 (資料や写真など) を閲覧することができます。

皆さまの活動や助成申請の準備、研究や学習などの参考に、あるいはボランティアしてみたい団体をお探しの際などに、ぜひご利用ください。

▶ 特に優れた助成事業の紹介

▶ 事例紹介

▶ 助成先訪問レポート

▶ 助成事業に役立つヒント集

▶ 現在予定されているイベント一覧

▶ WAM助成

社会福祉振興助成事業 (平成 22 年度以降)

(平成 22 年度以降の助成事業の検索はこちら)

フリーワードで探す

フリーワードで検索
Search

キーワードで探す

キーワードで検索

地域で探す

地域で検索

条件を詳細に指定して検索

助成年度で探す

団体名で探す

事業名で探す

成果物名で探す

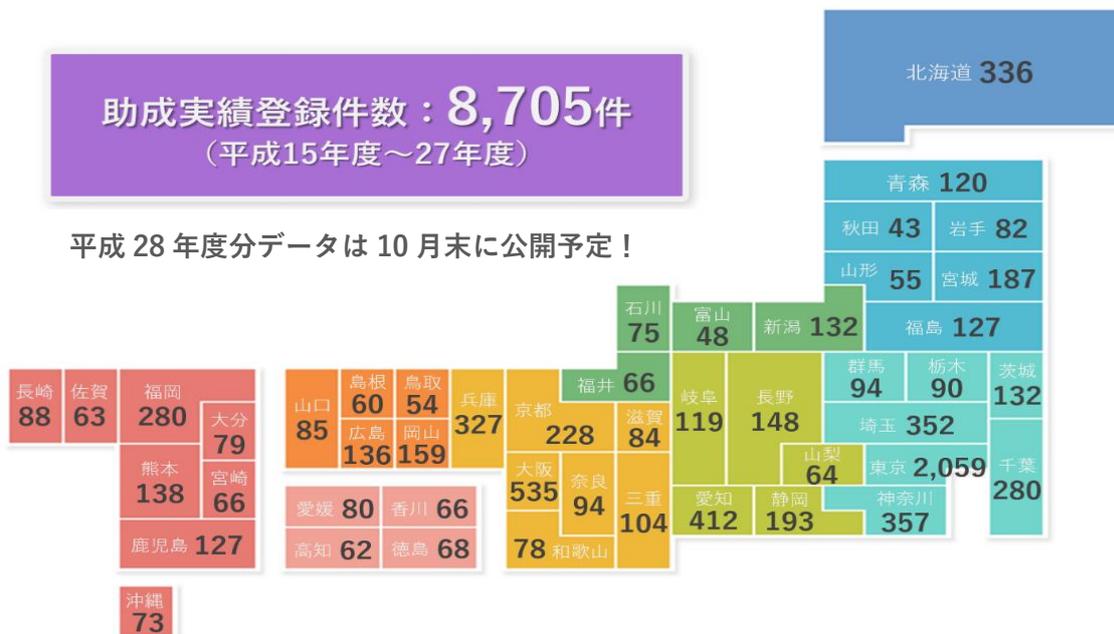
事業区分で探す
平成23年度以降

事業区分で探す
平成22年度のみ

助成実績登録件数 : 8,705件

(平成15年度~27年度)

平成 28 年度分データは 10 月末に公開予定 !



メールマガジン「WAM助成通信」

WAM助成の情報ははじめ、団体の活動に役立つ情報などをお知らせしています。

(WAM助成のホームページから登録できます)

Facebook / Twitter

SNSを活用した情報提供を行っています。

(それぞれ「WAM助成」で検索できます！)

<お問い合わせ先> ●助成事業の広報、募集・助成相談に関する内容 NPO支援課 TEL : 03-3438-4756

●助成事業完了の手続き・事業評価に関する内容 NPO振興課 TEL : 03-3438-9942