

# 「地域企業による「地域NPO支援」プロジェクト」

事業の実施内容及び実績に関する報告書

### 3 事業の実施内容及び実績に関する報告書

- 3-1 地域の課題
- 3-2 モデル事業の概要
- 3-3 マルチステークホルダーの概要
  - (ア) 協議体における役割分担
  - (イ) 定例会について
- 3-4 実施事業の詳細な内容
  - (ア) 調査事業（NPO、企業へのアンケート）
  - (イ) 広報事業
  - (ウ) 講座、交流会事業
  - (エ) マッチング事業
  - (オ) 簡易データベース作成、運用
- 3-5 事業実施上の課題
- 3-6 モデルとして他のNPO・行政等に紹介する仕組み
- 3-7 平成25年度以降の予定

## 3-1 地域の課題

私たちが本事業「地域企業による「地域 NPO 支援」プロジェクト」を実施するうえで、以下の3つの課題をあげました。

### ① NPO の認知度の低さからくる活動の難しさ

NPO の課題は「活動費」「人材」「会員」が不足しています。

NPO の活動自体が地域活動を支える一つの大きなパワーであるにもかかわらず、「知られていない」ことにより、活動が難しいケースが多数見受けられます。

### ② 中小企業と NPO のつながりが少ない

杉並区の企業の 95%以上を中小企業が占めています。地域貢献活動を考える企業は少なくないが、ネットワークやノウハウが不足しています。また NPO との繋がりがなく、地域貢献活動の一環として NPO 支援を重要と認識していない。また、NPO 自体が何なのか？という認識不足も多く存在します。

### ③ 効果的なマッチングを促す「中間支援組織」がない

NPO と企業の双方にメリットのある、効果的なマッチングの出来る中間支援組織は少ない。NPO と企業の交流や協働は、杉並区でもまだ取り組めていない。

NPO と町会・自治会・商店会など地縁団体との「地域活動団体交流会」は実施されていますが、企業は含まれていません。

これらの課題解決の方法を確立する事が、今回の事業を進める上で重要な指針となります。

## 3-2 モデル事業の概要

### ① 理念

「杉並区において「NPOと企業の協働」を推進することで、NPOの課題を解決し地域の活性化を目指す」という理念のもと本事業を進めていきました。

### ② 事業概要

#### ● 区内NPOの活動PR

NPOの活動を「市民」「企業」に知ってもらう事が重要と考え、本事業に関わっていただいたNPOの活動を随時ホームページ等でアップしていきました。また「杉並区NPO支援基金」の企業へのPR促進も随時行なって行きました。

#### ● NPOのスキルアップ講座の開催

まずは各々のNPO自体のスキルアップを促す事が重要と考えました。企業へのプレゼンテーション力のアップのための講座やNPOとしての「ビジネス力」を磨くヒントになるような講座を開催しました。

また、講座以外にもパワーポイントの作成支援、プレゼンテーションのお手伝いなど、独自の支援を行いました。

#### ● マッチング支援

地域のNPOを地域の中小企業が寄付金または社員によるボランティアやプロボノ（仕事上の専門知識や経験を提供するボランティア活動）などで支援する事ができ、また企業側もメリットを感じる「マッチング」の仕組みを作りました。

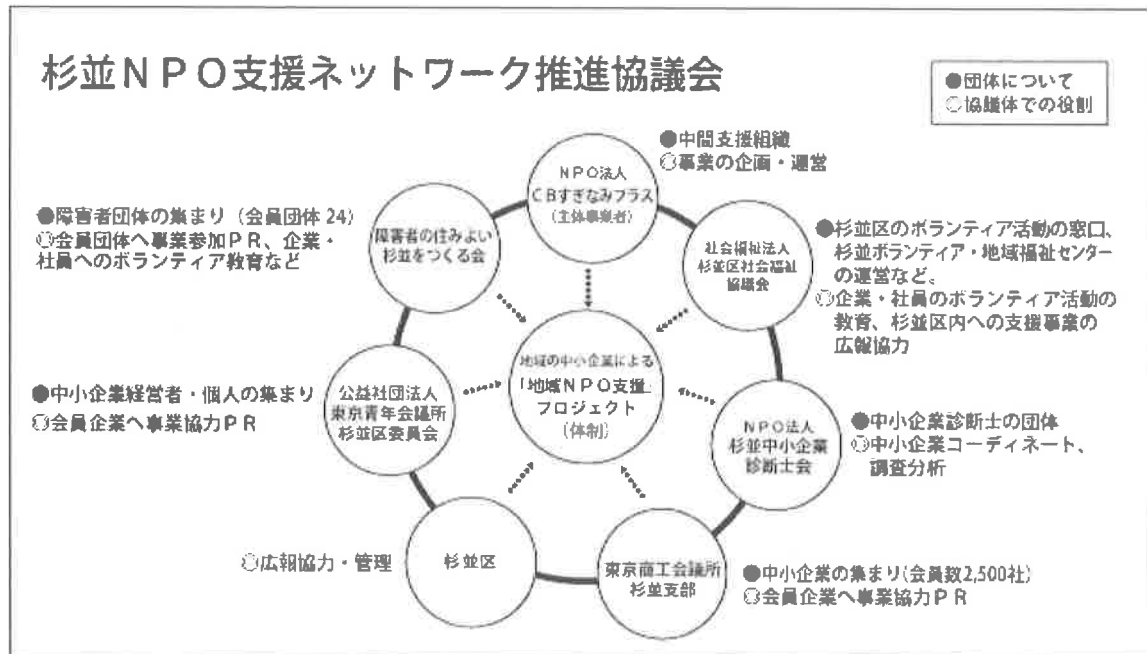
#### ● モデル事業の進展や成果発信

冊子やホームページなどで情報発信することで、他地域への波及効果を目指しました。また、事業を継続するためのデータベース作りに注力しました。

### 3-3 マルチステークホルダーの概要（役割分担等）

#### ① 役割分担

本協議体は以下の7団体で構成されています。各団体の役割を記します。



- NPO 法人 CB すぎなみプラス  
主体となるNPO法人。事務局、その他モデル事業の企画・運営など
- 杉並区  
モデル事業の広報協力、管理など
- NPO法人杉並中小企業診断士会  
調査分析（促進）・まとめ、中小企業コーディネート
- 東京商工会議所杉並支部  
会員（2500社）への協力PR
- 公益社団法人 東京青年会議所杉並区委員会  
会員（566人）への協力PR
- 社会福祉法人 杉並区社会福祉協議会  
企業・社員のボランティア活動の教育、杉並区内の支援事業の広報協力
- 障害者の住みよい杉並をつくる会  
会員団体への事業参加PR、企業・社員へのボランティア教育、「高円寺阿波踊り」（障害者が参加しています）への企業社員ボランティア参加の協力など

## ② 定例会について

協議体では、重要と思われるタイミングで定例会を実施しました。  
各定例会にて情報共有をすることで、事業の実施がスムーズになりました。

- 第1回 2012年6月7日 18:30～20:30  
場 所：すぎなみ NPO 支援センター研修室

### 【議題】

- ・ 協議会の初顔合わせ
- ・ 今後の対象調査について
- ・ 講座について
- ・ 人事について
- ・ 確認事項

- 第2回 2012年7月20日 18:30～19:45  
場 所：すぎなみ NPO 支援センター研修室

### 【議題】

- ・ 広報について
- ・ アンケート開始
- ・ 協議会パンフレット作成
- ・ 8月4日開催講座について
- ・ 9月28日開催講座について
- ・ 杉並区80周年まつりへの出展について

■ 第3回 2012年8月31日 18:30～19:30

場 所：西武信金コミュニティオフィス会議室

【議題】

- ・ アンケートについて
- ・ 企業対象講座について
- ・ マッチングの進捗について
- ・ 企業とNPOの意見交流会について

■ 第4回 2012年11月8日 18:30～20:00

場 所：インテグラルタワー2F 東京商工会議所 杉並支部会議室

【議題】

- ・ 企業、NPO対象アンケートについて
- ・ マッチングの進捗について
- ・ 今後の予定について

■ 第5回 2013年2月28日 18:30～20:00

場 所：西武信金コミュニティオフィス会議室

【議題】

- ・ マッチングの進捗、結果について
- ・ 今後の交流会について

定例会にて、事業実施における課題の共有や、開催予定の交流会への参加協力等をお願いし、定例会が開催されない月においても、メーリングリストにて情報共有を行ないました。

### 3-4 実施事業の詳細な内容

地域の課題を明確にするための実態調査を行い、その情報と実際の活動を基に、課題解決を図る交流会の開催やマッチングを進めました。また事業実施において関連した方々（NPO等任意団体及び企業、一部個人）の一覧をもとにデータベースを作成し、本事業を継続的に運用できます体制を整えました。

#### ① 実態調査

地域の課題を明確にするために、企業、NPO双方に「協働に関するアンケート」を実施しました。得られた回答を詳しく分析することで、課題が明確になると共に、新たな課題、NPO・企業それぞれの考え方などが見つかりました。

##### ■ 調査対象

①NPO等	「すぎなみNPOガイドブック2011」（すぎなみNPO支援センター発行）の掲載団体（158団体）の全て
②企業	「荻窪法人会」（会員数約1,900名）、「杉並法人会」（会員数1,700社）の会員企業から無作為抽出

##### ■ 調査の実施方法・期間

調査対象のNPO等および企業に対して、アンケート調査票を郵送にて配布し、回答を得ました。また、アンケート送付先のNPO等と企業に対して、回収率を高めるため、個別に電話連絡により回答を依頼する活動も行いました。回収の方法は、FAX、電子メールのほか、本協議会のホームページからも回答を得ました。

##### ■ アンケート回収の状況

	配布数	有効回収数	有効回収率
①NPO等	158件	31件	19.6%
②企業	600件	100件	16.6%

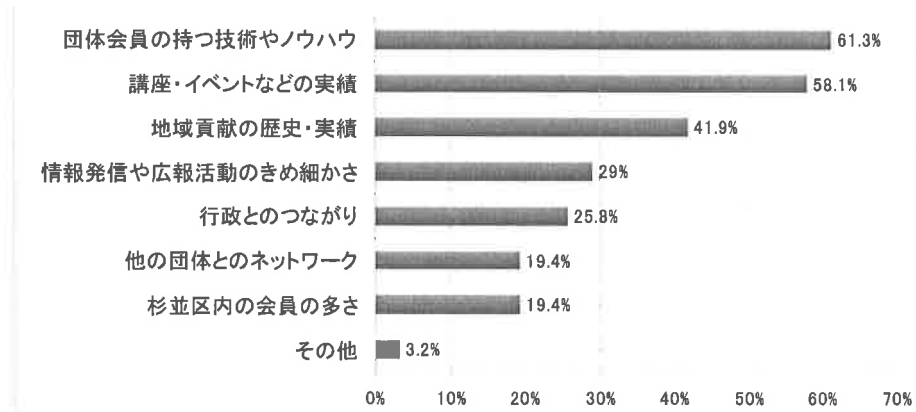


■ 調査結果<要約>

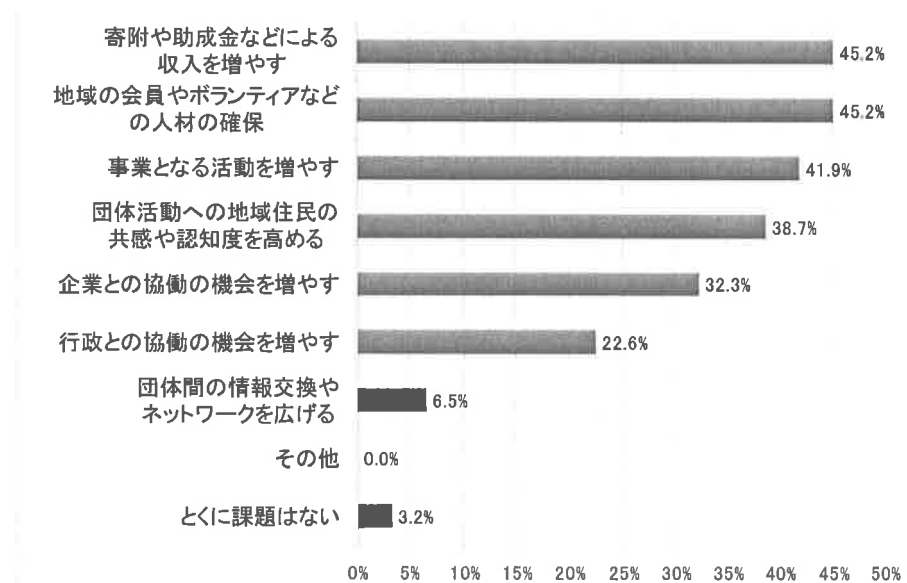
【NPO への調査結果から】

「NPO の強みは、技術やノウハウ。課題は活動費と人材」

- ・ NPO 等が自ら認識する特徴・強みは、「団体会員が持つ技術やノウハウ」(61.3%) が最も多く、次いで「講座・イベントなどの実績」(58.1%)、「地域貢献の歴史・実績」(41.9%) 等です。

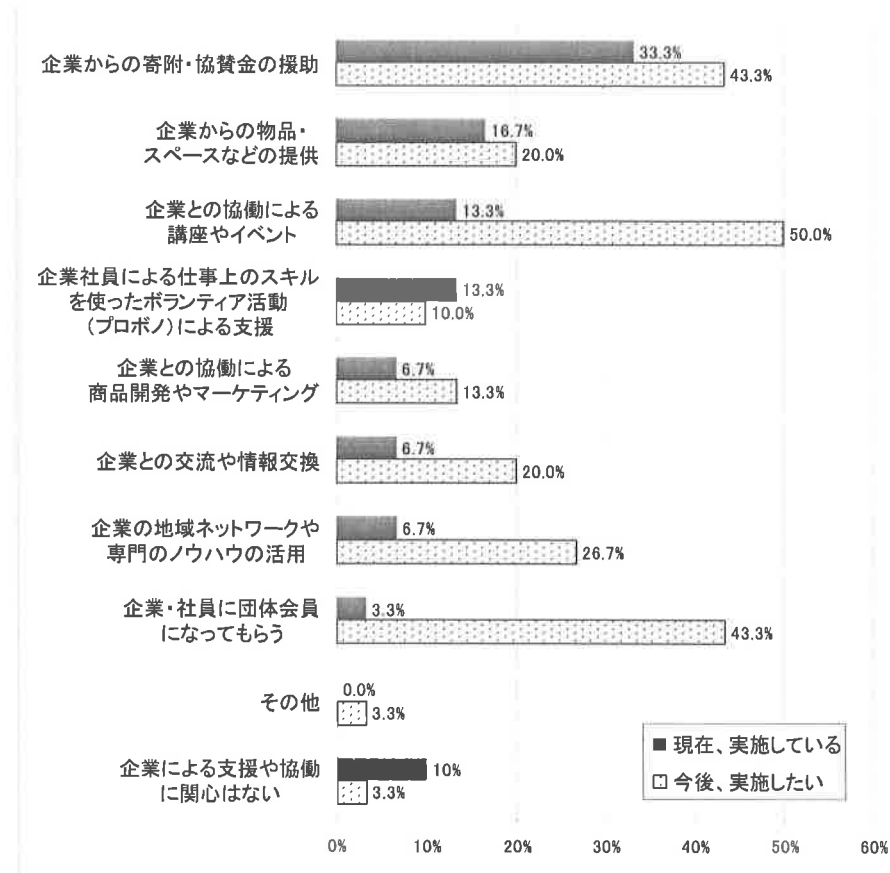


- ・ NPO 等が活動していく上での課題について、「寄付や助成金などによる収入を増やす」と、「地域の会員やボランティアなどの人材の確保」の2つがそれぞれ 45.2% と最も多く、「収入」と「人材」の2つが最も大きな課題となっています。



- ・ 企業との協働の状況について、「現在」の活動は、寄付金・協賛金といった、いわゆる「カネ」の面と、物品・スペースなどの「モノ」の面が中心となっ

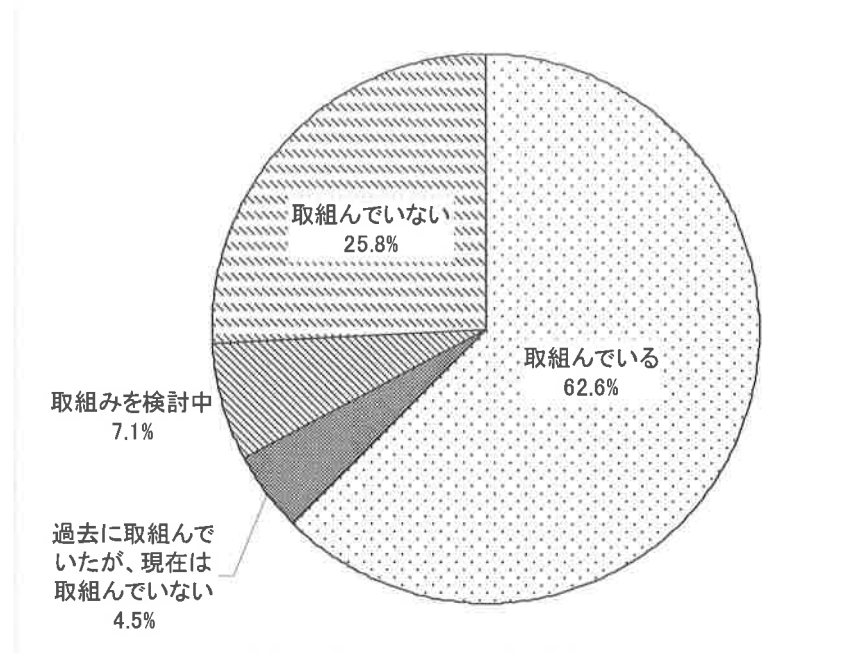
ています。「今後」期待されています活動は、「講座やイベント」が最も多く、特に、「企業との協働による講座やイベント」と「企業・社員に団体会員になってもらう」の2つについては、「現在」と「今後」のギャップが大きくなっています。



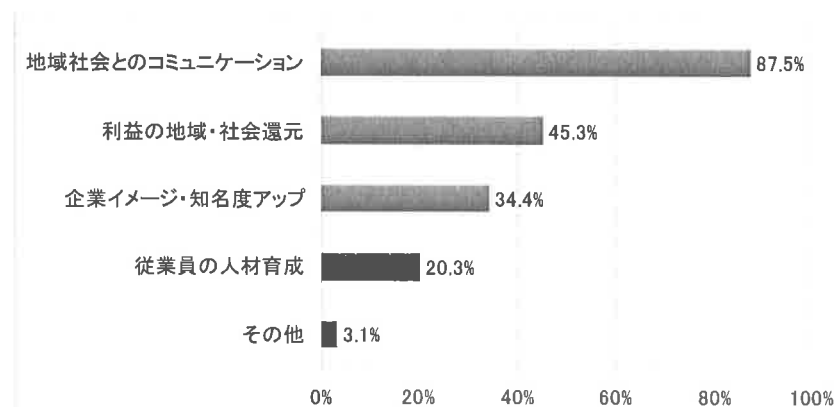
【企業への調査結果から】

「6割の企業が地域・社会貢献活動中！ だが「人材に余裕がない」のが課題」

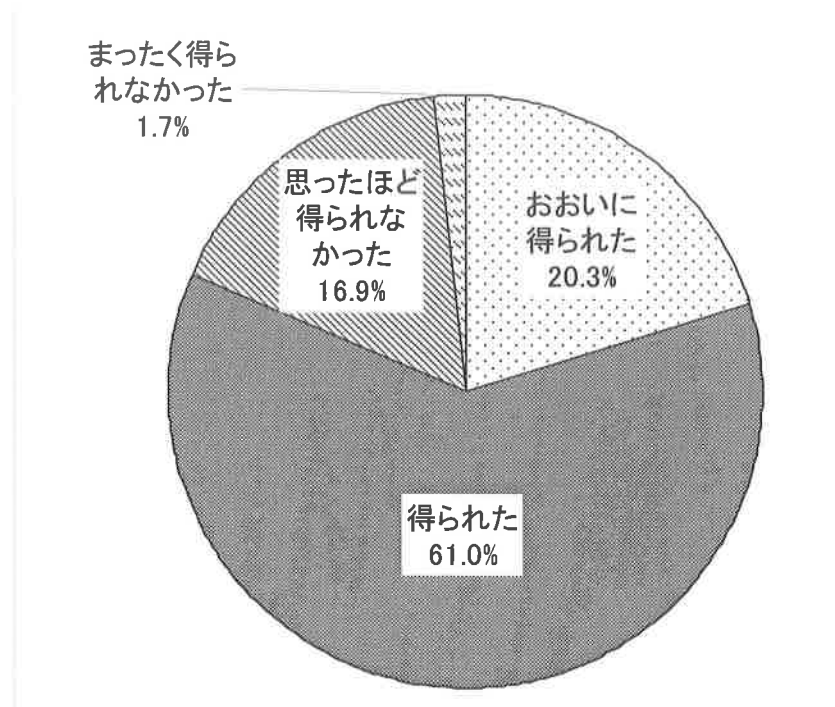
- 調査対象企業のうち、全体の 62.6%の企業が、地域・社会貢献活動に取り組んでいると回答していますが、これは、杉並区が“住宅都市”としての性格を持ち、生活関連サービス、医療、教育等の比率が高く、地域に密着した事業を行う業種が多いという地域特性も関係していると推察できます。



- 企業が地域・社会貢献活動に取り組む理由として、「地域社会とのコミュニケーション」が 87.5%と最も多く挙げられた。地域・社会貢献活動に取り組む企業の多くが、杉並区で事業を展開する上で、地域社会とのコミュニケーションを重要視しています。

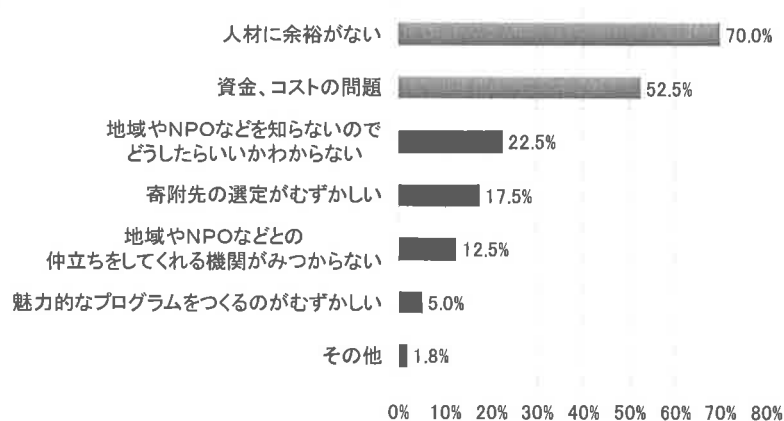


- 企業の地域・社会貢献活動の成果について、「おおいに得られた」が 20.3%、「得られた」が 61.0%となっており、合わせて 81.3%の企業が、「地域・社会貢献活動の成果が得られた」と評価しています。具体的な成果としては、①地域とのコミュニケーション面での成果、②地域の安心・安全面での成果、③企業活動面での成果が挙げられています。

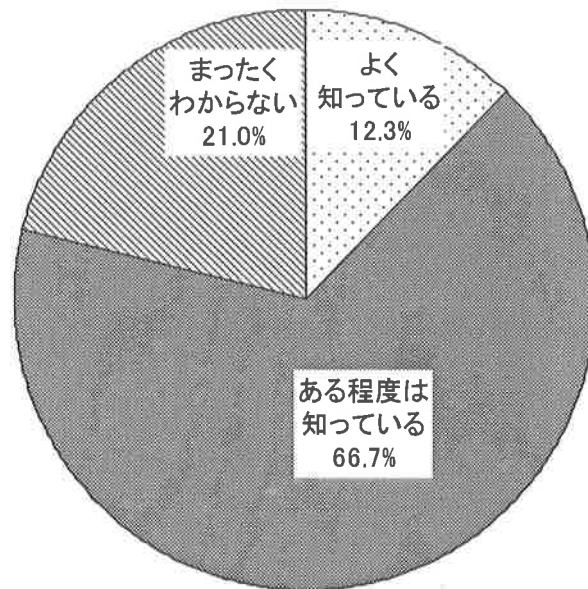


「企業はNPOのことを知らない、寄付したくても選定がむずかしい」

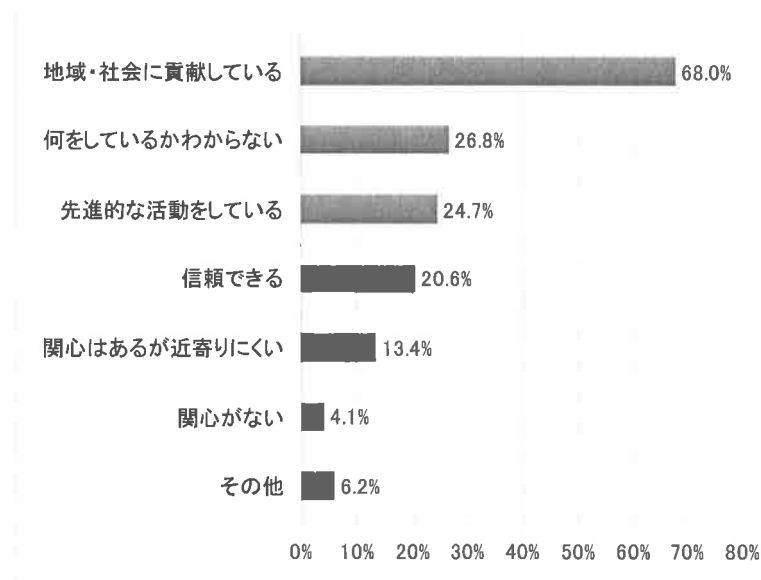
- ・ 地域・社会貢献活動に取り組む上での課題については、70.0%の企業が「人材に余裕がない」と回答しており、次いで「資金、コストの問題」が52.5%と続いています。これらは早急な解決は困難であるが、「地域やNPO等を知らないのでどうしたらいいかわからない」(22.5%)、「寄付先の選定がむずかしい」(17.5%)、「地域やNPO等との仲立ちをしてくれる機関が見つからない」(12.5%)といった課題については、企業に対する適切な情報提供や、マッチング機会の提供により解決可能であり、支援策による協働の促進が期待できます。



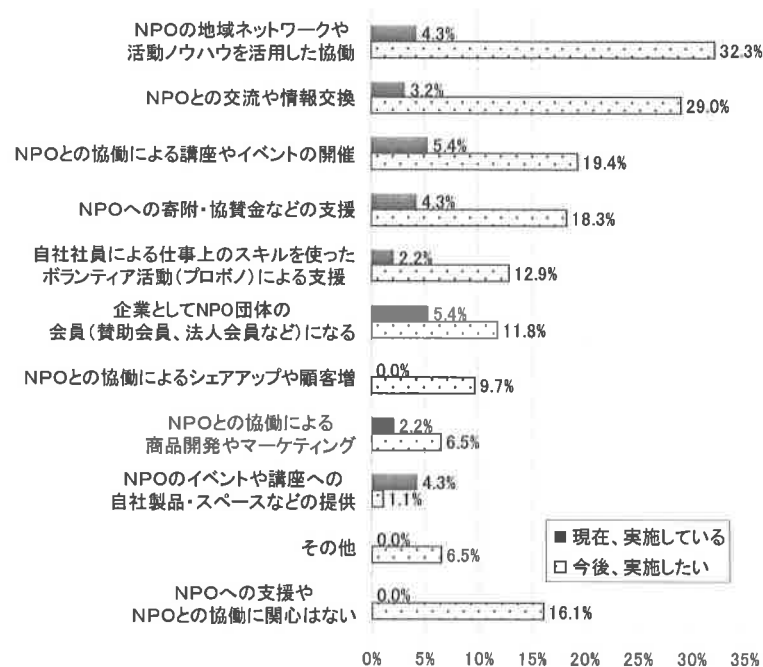
- 杉並区内の企業は、NPO等の活動について、「よく知っています」が12.3%、「ある程度は知っています」が66.7%となっており、合わせて79.0%の企業が、NPO等の活動分野や内容について、「知っています」と認識しています。



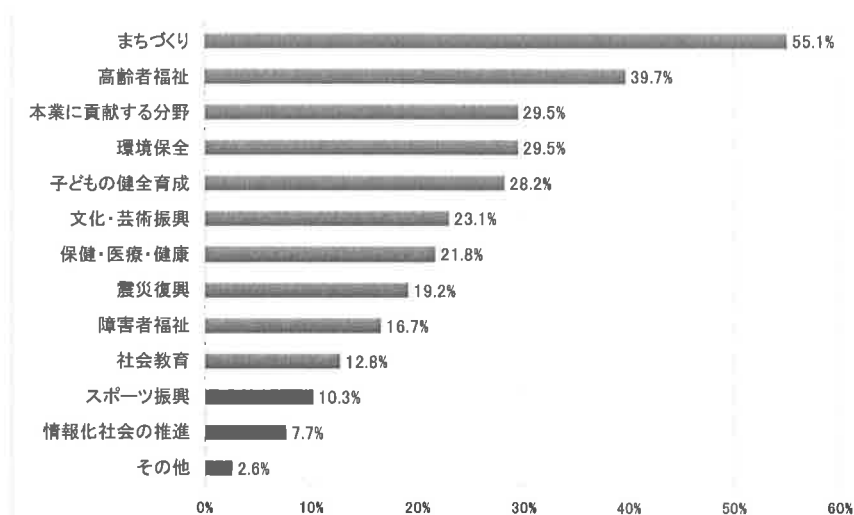
- NPO等に対するイメージについて、「地域・社会に貢献しています」という回答が68.0%と最も多く、「先進的な活動をしています」(24.7%)、「信頼できる」(20.6%)など、プラスのイメージもつ企業が多い。一方で、「何をしていますかわからない」(26.8%)、「関心はあるが近寄りにくい」(13.4%)というマイナスイメージの回答もあります。



- NPO 等との協働の状況について、「現在」実施していますものは、総じて少ない。「今後」実施したいものについては、「NPO の地域ネットワークや活動ノウハウを活用した協働」が 32.3%と最も多く、次いで「NPO との交流や情報交換」が 29.0%となった。殆どの項目について、「現在、実施しています」よりも、「今後、実施したい」が大きく上回っており、NPO 等との協働に対する取組意欲が高い。

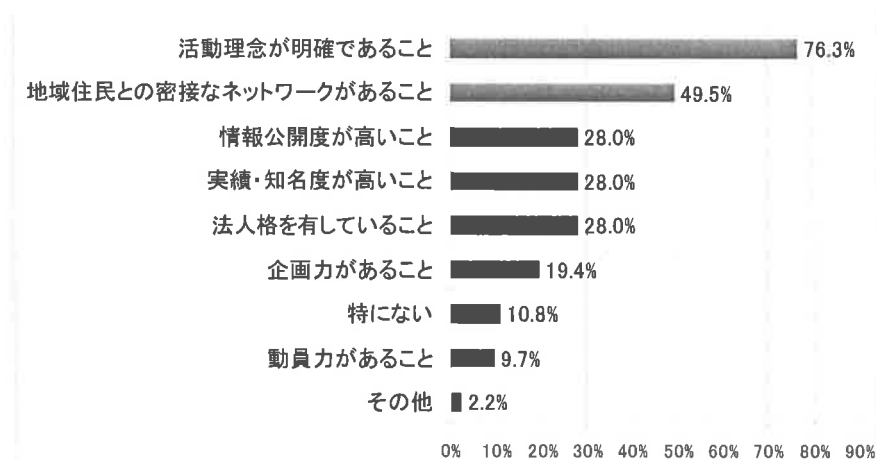


- NPO 等との協働を希望する分野として、「まちづくり」が 55.1%と最も多い。「すぎなみ NPO ガイドブック 2011」掲載団体の比率では「まちづくり」は 9.4%であり、「まちづくり」分野に対する協働希望の高さが特徴的である。

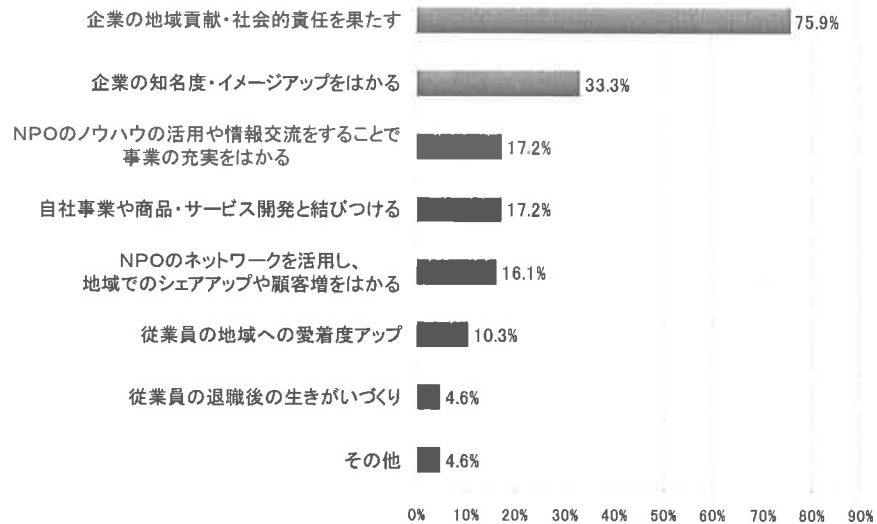


「協働先する NPO を選ぶ視点は、活動理念が明確なこと」

- 協働する NPO 等をどのような視点で選ぶかについて、「活動理念が明確であること」が 76.3%と最も多く、次いで「地域住民との密接なネットワークがあること」が 49.5%となった。協働を目指す NPO 等は、活動理念を明確にしつつ、その活動理念についての情報提供をしていくことが求められる。

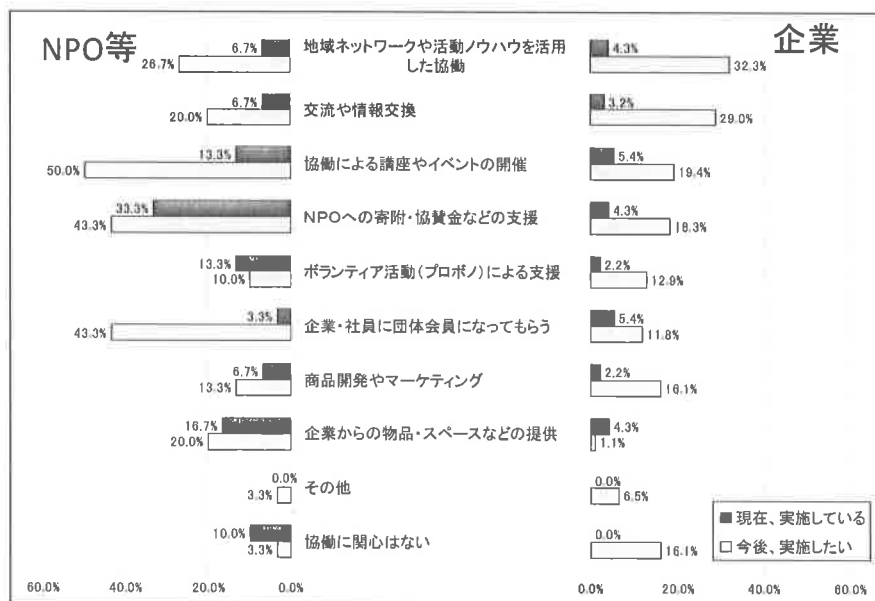


- NPO 等との協働で期待する成果については、「企業の地域貢献・社会的責任を果たす」が 75.9%と最も多く、次いで「企業の知名度・イメージアップをはかる」が 33.3%と多かった。



「企業は、もっとNPOと交流したい！」

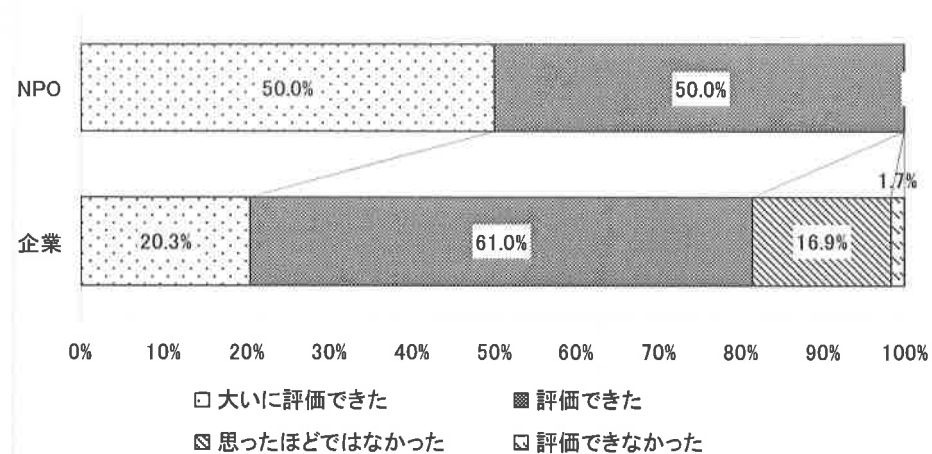
- NPO等と企業の協働の実施状況については、「現在、実施しています」と「今後、実施したい」のどちらについても、総じてNPO等側が高くなっています。「今後、実施したい」というニーズについても全体としてNPO等側が高くなっていますものの、「地域ネットワークや活動ノウハウを活用した協働」や「交流や情報交換」、「商品開発やマーケティング」については、企業側ニーズが高い。



- NPO等側から見た協働に対する企業からの評価については、全ての回答者が「評価できた(評価してもらった)」としていますのに対して、企業側から見て、(協働を含む)地域・社会貢献活動に対する評価は、「評価できた」が



81.3%と高い評価は得ていますものの、「評価できなかった」としていません回答もあり、評価についてのギャップがある。



## ② 講座・講演会、交流会・ワークショップ事業

2回の講座・講演会と5回の交流会を開催しました。

講座・講演会では、NPOのスキルアップ（広報力アップや「自分たちで稼ぐ」事の重要性を認識する）に注力し、交流会では交流することはもちろんのこと、自分たちをアピールする時間を多く作るよう設計しました。

### 【講座・講演会】

#### ■ NPOの広報力アップ講座（2012年8月4日開催）

NPOと企業の協働に必要な、NPOの情報発信のポイントをワークショップをまじえて紹介。

[http://nami-shien.com/event\\_120804html](http://nami-shien.com/event_120804html)



### 【イベント詳細】

- 日時：2012年8月4日（土）午後1時30分～3時30分
- 場所：杉並区産業商工会館
- 講師：渡邊文隆（アマタホールディングス株式会社  
共感資本チーム タスクリーダー）
- 対象：杉並区内で活動中のNPO法人、任意団体、  
社会福祉法人、社団法人などの団体、  
NPO支援に関心のある在住・在勤・在学の方
- 参加者：34名（協議体会員含む）
- 講座の内容
  - 企業とNPOの「協働」の可能性
  - 企業は、協働先NPOに何を「広報」してほしい？
  - 自分の団体との「協働メリット」を考えてみよう
- 参加者アンケート結果（計27）
  - 内容について 参考になった・よかった 27
  - 今後の協働（NPO・企業ともに）を考えたい

NP0 8 企業 8 個人 4

- 当支援事業と今後も関わりたい

NP07 企業 6 個人 1

● 参加者の感想

- ワークショップが楽しく、協働についてわかりやすかった
- 今後も協働について定期的に情報発信してほしい

■ 講演会 NPO も中小企業も” マッチング” で生き残れ！  
(2012年9月28日開催)

[http://nami-shien.com/event\\_120928.html](http://nami-shien.com/event_120928.html)



- 日時：2012年9月28日（金）18時30分～21時
- 場所：産業商工会館 3F 阿佐谷南 3-2-19
- 講師：小出宗昭氏  
株式会社イドム、静岡県富士市産業支援センター f-Biz センター長
- 対象：どなたでも
- 参加者：75名  
(杉並区内を中心に、栃木県や神奈川県からも集まった約80名の参加者は、NPO及び任意団体の方が6割、企業4割という比率でした。)
- 内容  
新規ビジネス立ち上げを支援し、事業成功のためのマッチング支援も多数手がけています小出氏が、数々の事例をあげて解説された。
- 参加者の声
  - 刺激になった。事例にもとづいた話が役に立った。
  - 売上をあげる3つの方法は基本的なことだが、それだけについて忘れがち。基本を再認識できた。
  - 企業とNPOのマッチングには、マッチングさえすればうまくいくということではなく、特にNPOの考え方や実績にもよるところが大きい。それに気づけるNPOが成功していくのではないかと。
  - 「結果を出してきた」という小出氏の自信あふれる話に、「失敗例」も聞いてみたかった 他

## 【交流会】

交流会では参加者が「主体性を持って」参加できますように心がけました。

## 1. 第一回「協働に関心のあるNPOと企業の情報交換&amp;交流会」



[http://nami-shien.com/event\\_120913html](http://nami-shien.com/event_120913html)

- 日時：2012年9月13日（木）18時00分～20時30分
- 場所：西武信用金庫荻窪支店2階
- 対象：協働に関心のあるNPOと企業、区民など
- 参加者：21名 区内の企業5社、NPO(任意団体含む)9団体  
(協議体会員含む)
- 交流会の様様  
ワールド・カフェ形式のワークショップを行い、「企業とNPOの協働で解決したい課題」と、「(企業として・NPOとして)自分たちにできますこと」を話し合いました。
- 交流会の成果としてのマッチングのきっかけ事例
  - 建築・不動産会社×女性支援団体＝企業のスペースを活用した、地域の女性対象セミナーの開催
  - 建築・不動産会社×シニアのインターネット支援団体＝企業スペースを活用した、地域のシニア対象セミナーの開催
- アンケート結果（計10）
  - よかった・参考になった 7
  - 協働したい相手（企業・NPOがある）5
- 参加者の感想
  - 今までここまで濃い話を企業の人と話す機会が無かったからとても嬉しい
  - もう少し企業の人にもNPOの事を知ってもらいたい。もっとこういう場所に参加して欲しい

- もっともっと沢山の人が知ってもらうことが重要

くわしい当日の内容はホームページに紹介しています。

<http://nami-shien.com/report-120913.html>

## 2. 第二回「協働に関心のあるNPOと企業の情報交換&amp;交流会」



- 日時：2012年10月16日（火）18時00分～20時30分
  - 場所：産業商工会館 杉並区阿佐谷南3丁目2-19
  - 対象：協働に関心のあるNPOと企業、区民などどなたでも
  - 参加者：25名
- 交流会の内容
 

第二回の交流会では、「協働に必要なことは？成功するマッチングとは？」、「NPO、企業が、今後目指す協働のかたちは？」というお題に対して、協働にいろいろな立場から関わってきたパネラーの方にディスカッションして頂きました。

【パネラー】

    - 林 啓史氏（株式会社バスクリン CSR推進グループマネジャー）  
バスクリン社独自のテーマで活動されている地域・社会貢献活動について。CSR活動と、NPOとの協働の可能性やNPOに望むことを伺いました。
    - 小淵 康博氏（西武信用金庫 在籍）  
出向先のETICで得た経験と、現在の金融機関での経験から、NPOに対しての提言を頂きました。「企業との協働」に関するアドバイスを中心に。
    - 谷口 玲子氏（みんなでkids 陶芸）  
みんなでkids 陶芸の活動の中で、沢山の協働してきたコツ、得られたことなどを伺いました。
    - 紙谷 清子（SNN 会長、CBすぎなみプラス副代表）  
この協議体をつくろうとしたきっかけと今後の課題、地域情報紙「なみすく」を通じての地域企業との協働事例などを中心に話をしました。
  - パネリストの意見

2つのお題に対してディスカッションをしていきましたが、共通して出てきた重要なキーワードは「喜びを与える」→「共感を持つ」→「つながる」という流れでした。

谷口、小淵両氏はNPO、任意団体の立場から、そのキーワードはやはり「想い」がもとになる、そしてまずは「出来るところから繋がっていく」ことが重要だというお話を頂きました。

林氏は、企業の立場から「うまく企業を巻き込む」ことの重要性を感じていますとのことで、今後協働は企業にとってCSRは「投資」という考えが広がっていくのでは？その中に協働のあり方が見えてくるのでは？という内容のお話が印象的でした。

● 参加者の声

- ・ 今回、身近な成功事例や企業の本音などを直接聞くことができたことで、より多くを学んだ。
- ・ 特に谷口氏の行動力などはとても学ぶべき点が多かった！

くわしい当日の内容はホームページに紹介しています。

<http://nami-shien.com/report-121016.html>



### 3. 第三回「協働に関心のあるNPOと企業の情報交換&交流会」 「大プレゼン大会！」



- 日時：2012年11月20日（火）18時30分～20時45分
- 場所：産業商工会館 杉並区阿佐谷南3丁目2-19
- 対象：協働に関心のあるNPOと企業、区民などどなたでも
- 当日の内容
 

第三回の交流会は、各団体のアピールを主眼において「プレゼン大会」を開催しました。

プレゼンに参加頂いた全7団体は、それぞれ自分たちのアピールポイントを15分間（質疑含む）で語って頂きました。

その日のうちにプロボノが決るなど、其々の活動内容を通じて今後協働が生まれて来る予感がする、とても良い会になりました。

参加された自治体の方も「今後につながる試み」だと仰られていたのが印象的でした
- プレゼン参加団体
 

今回のプレゼン参加団体には「こういうことは初めてだ」という団体もあり、そういった団体に関しては、協議体でパワーポイント作成等のお手伝いも行いました。

  - NPO 法人きずなメール・プロジェクト  
<http://www.kizunamail.com>
  - NPO 法人キャリア雇用創出機構  
<http://npo-career.or.jp/>
  - すぎなび  
<https://www.facebook.com/suginabi>
  - NPO 法人 杉並ソシオフットボールクラブ  
<http://www.ab.auone-net.jp/~socio/>
  - 一般社団法人 みなとむすぶ地域コミュニティ協会

<http://www.minamusu.com/>

- ママエステ
- 他企業1社
- プレゼン及び資料の web 閲覧  
今回のプレゼンは、インターネット上の無料サービスを使い、どなたでもすぐに見ることが出来るようにしています。  
<http://nami-shien.com/report-121120.html>
- 参加者の声
  - 今回のプレゼンで、より参加者なの皆様が内容を理解したようで、「次は私もプレゼンしたい」という意見を多数聞く事が出来ました。

くわしい当日の内容はホームページに紹介しています。

<http://nami-shien.com/report-121120.html>

## 4. 第四回「協働に関心のあるNPOと企業の情報交換&amp;交流会」



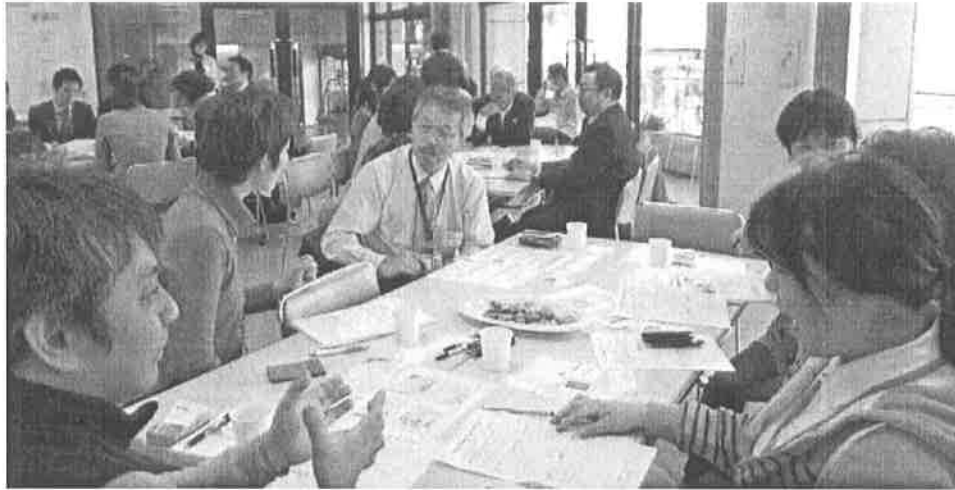
- 日時：2013年1月24日（木）18時30分～20時45分
- 場所：東京商工会議所杉並支部会議室（インテグラルタワー2階）  
東京都杉並区上荻1丁目2-1（地図）
- 対象：協働に関心のあるNPOと企業、区民などどなたでも
- 当日の内容
  - 「新春、協働への抱負書き初め&ミニプレゼン大会」ということで、5つの企業と7つの団体、個人、合計31名の参加者が、書き初めとミニプレゼンを行いました。初参加の方が半分以上いらしたのが、当事業の広がりを感じうれしくなりました。
  - 参加したNPO法人アースの春風香葉さん（書家）の指導もあり、「何十年ぶりに筆を持った」という方も含め、なごやかな書き初めの時間からはじまりました。
  - それぞれが、書き初めの作品を発表し、協働への抱負や課題をみなさんの前で話す時間を設けました。
- 参加団体
  - <企業>
    - キッズ・コーポレーション
    - ギャラップ
    - コムウェル
    - ジャパンスポーツ
    - 西武信用金庫
    -
  - <NPO・任意団体>
    - NPO法人アース
    - NPO法人FDA

- NPO 法人きずなメール・プロジェクト
- 熟年フロンティア
- NPO 法人 TRY 福祉会
- ママエステアシスト協会
- NPO 法人東京メンタルヘルス・スクエア
- プレゼンについて  
当日は自由プレゼンタイムもあり、下記の団体様にプレゼンをして頂きました。
  - ソーシャルビジネス H2  
「女性の力を活かして地域のニーズに答えるソーシャルサポート事業」
  - NPO 法人東京メンタルヘルス・スクエア  
「引きこもり支援セミナー」
  - 株式会社キッズコーポレーション  
「シニアしごと倶楽部」
  - NPO 法人きずなメール・プロジェクト  
「携帯メルマガを活用した孤育て・産後うつ・乳幼児虐待の予防解消事業」

くわしい当日の内容はホームページに紹介しています。

<http://nami-shien.com/report-130124.html>

## 5. 第五回「協働に関心のあるNPOと企業の情報交換&amp;交流会」



- 日時：2013年3月21日（木）10時00分～12時00分
- 場所：産業商工会館1階  
（杉並区阿佐谷南3-2-19 電話：03-3393-1501）
- 対象：協働に関心のある障害者支援団体と企業、区民などどなたでも
- 参加人数：34名
- 当日の様様
 

本協議会として最後の開催となる交流会でした。5回目となりました今回の交流会は、いつもと少し趣を変えて「障害者支援」に関係するNPO及び企業の皆様にお集まり頂きました。

今までの協議体の活動の中で聞こえてきた声として多かったのが「同様な活動をしていますNPO同士、案外横のつながりがない」という意見でした。

その中でも介護団体の方から「ぜひこういった交流会をしてほしい！」との意見が多く上がってきていましたので、今回こういう形での交流会になりました。

お互いの団体が何をやっているのか？という話を沢山の団体同士で話して欲しいということもあり、今回はワールドカフェの変形バージョンでのワークショップを開催しました。
- 参加者の意見
 

全体で34名の参加のうち29名からアンケートの回答がありました。25名の方から「とても良かった」という評価をいただき、以下にこういった交流がなかったかがよく分かる交流会となりました。

**【ご意見】**

- 同じ悩みを持ちながら互いに提供しあえることを模索出来ました。
- こういう機会を継続出来るとありがたい
- 次回はもっと企業の方に来てほしい
- 参加者全員と交流する時間が欲しかった。

くわしい当日の内容はホームページに紹介しています。

<http://nami-shien.com/report-130321.html>

## ③ マッチング

開催講座、交流会・ワークショップ等の「皆に知ってもらう」「皆を知る」という役割とは別に、もっと進んだ形での協働・マッチングも推進して来ました。

以下に、本事業でのマッチングを紹介します。

## 1. NPO 法人すぎなみ環境ネットワーク×いおぎみんなの学校

(2012. 10. 13 開催 手すき紙づくりワークショップ)



	役割	メリット
すぎなみ環境ネットワーク	コンテンツの提供	コンテンツを提供出来る場所を確保
いおぎみんなの学校	場所の提供 生徒募集	コンテンツ提供を受けてイベントを開催することで、認知度をアップさせる。

すぎなみ環境ネットワークは「手すきの紙づくり」など、環境に配慮したもののづくりの「コンテンツ」を持っています。しかし展開がなかなかうまく行かないという悩みを抱えていました。そこで2012年に開校した私設学童クラブ「いおぎみんなの学校」と連携し、人集めと場所の提供を受けました。

一回限りではなく、今後の活動においても協働していく動きが見られるマッチング事例です。

## ● マッチングのポイント

双方の活動における「共通点」から一歩踏み込んだもの（環境教育）を見つけ出し、引き合わせることで相乗効果が現れます。

## 2. Creo×いおぎみんなの学校

(2012.10.20 開催 「思い出のフォトフレーム」講座)



	役割	メリット
Creo	コンテンツの提供	コンテンツを提供できま す場所を確保
いおぎみんなの学校	場所の提供	コンテンツ提供を受けて イベントを開催すること で、認知度をアップさせ る。

Creo は子育て支援を行う任意団体です。

すぎなみ環境ネットワークと同様「コンテンツを持っています」団体が、アピールする場所の提供を受け、場所を貸す側は利用者に対しての認知度を上げることで双方がメリットを持ちます。

## ● マッチングのポイント

コチラも共通点を見つけることがポイントになっています



3. NPO 法人シニアインターネット支援協会×セコム  
(2012. 11. 10 シニアインターネット講座)



	役割	メリット
シニアインターネット支援協会（以下 JSISA） <a href="http://jsisa.org/">http://jsisa.org/</a>	シニアに対してのインターネット利用を推進するプログラムの提供。	自分たちだけではリーチできない方々（今回の場合は会員）に対して、活動を知ってもらうことができます。
セコム	セコムが持っていますリストを利用しての人集め。	会員に対して、新たなサービスを提供できます。

JSISA はシニアの生涯学習を支援する団体です。まだ設立から日が浅く、認知度が低いため、人集めに苦労していました。

セコムではシニア向けのサービスを拡張することが課題であり、そのために必要なコンテンツを提供してもらうというメリットがあり、協働につながりました。

● マッチングのポイント

双方における対象年齢が同じところがポイント。

ただし、共通のポイントが有るだけではなかなか進まないという部分も露呈したマッチングでした。（2-6 事業実施上の課題で後述）

## 4. すぎなび×グループ、ル・クールピュー

(2012. 11. 24 開催 「人気店の話を聞いて街を考える会 in 荻窪」)

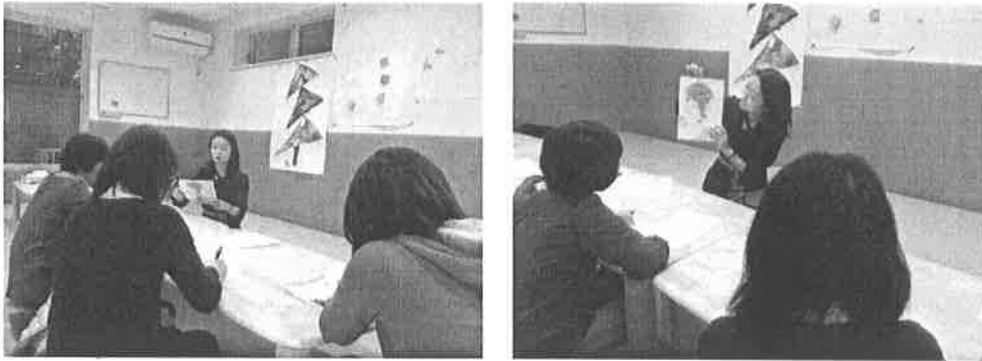


	役割	メリット
すぎなび <a href="https://www.facebook.com/suginabi">https://www.facebook.com/suginabi</a>	みんなで杉並の「いいもの」をつくる、伝える、広める！ 地域活性プロジェクトを主宰しています。	実際まちで活躍しています「いいもの」の話を提供いただく。
グループ ル・クール・ピュー	地域活性化のお手本として、経験を基にした話を提供。	より一層の認知度アップ。

すぎなびはものづくりから地域活性を考えるプロジェクト集団です。まちづくりにおいて、実際活動しています人たちの話に耳を傾ける機会をつくることの一つの活動となります。

グループ、ル・クール・ピューは、ともに杉並区荻窪で長い間営業している人気店で、地域以外からも愛される存在として際立っています。

5. NPO 法人親子コミュニケーションラボ×いおぎみんなの学校  
(2012. 12. 8 開催 子育てトークセッション)



	役割	メリット
親子コミュニケーションラボ	コンテンツの提供	今までと違った地域での活動拠点ができた
いおぎみんなの学校	場所提供及び人集め	コンテンツの拡充

主に杉並区の高井戸を拠点として活動している、親子コミュニケーションラボ。拠点における活動以外にも広げて行きたいという要望に、いおぎみんなの学校が答える形で協働が始まりました。

いおぎみんなの学校も、土日のコンテンツを探していたところだったので、見事 25 年度以降も継続する協働事例となりました。

- マッチングのポイント

双方のニーズが会うだけでなく、今後の展開において金銭的なメリットも含め合致したパターンです。

6. NPO 法人杉並ソシオフットボールクラブ×フログシステム  
(2012年12月 プロボノ事例)



	役割	メリット
ソシオフットボールクラブ		クラブへの愛着心が生まれる
フログシステム	キャラクター作成	ソシオの活動を通して、地域へリーチすることができます。

ソシオフットボールクラブは、杉並区を拠点に活動する NPO です。NPO としての活動はまだ1年ちょっとですが設立は古く、地域に愛されるサッカークラブです。

● マッチングのポイント

ソシオフットボールクラブが第3回の交流会「プレゼン大会」に参加した際に、プロボノが決定しました。自身「プレゼンなどしたことがない」とのことので、協議会にてプレゼン準備（パワーポイントの作成から、プレゼンのレジメ作り）をお手伝いしました。

フログシステム曰く「真摯な活動内容が伝わる良いクラブ」だと思ったとのことでした。

適切な場所で適切な発信をすることで、重要性と、そこにおける中間支援組織の良いあり方が現れた協働事例です。

7. NPO 法人 RAW SKOOL × いおぎみんなの学校  
 (平成 25 年 2 月 2 日開催 ワークショップまつり)



	役割	メリット
RAW SKOOL <a href="http://rawskool.com">http://rawskool.com</a>	コンテンツの提供	杉並区内での活動拠点の拡大
いおぎみんなの学校	場所提供及び人集め	コンテンツの拡充

RAW SKOOL が目指す形は「ストリートカルチャー」を通して、感性を刺激する機会をより多く与えることです。「みんなの学校」では持っていないコンテンツを魅力ある形で提供していました。

● マッチングのポイント

数多く場所の提供をしていただいたいおぎみんなの学校でしたが、今回は初めてお客様から課金する形で、双方にとって金銭的メリットがある協働となりました。

今後もイベントとしてつなげていく流れになっています。

今回のイベントは他 2 つの NPO (特定非営利法人デジタルポケット、任意団体 (コーチング)) を交えて 3 団体で「ワークショップ祭」を開催しました。協議体としてはコーディネートのお手伝いをしました。

中間支援組織として「コーディネート」の重要性を認識できますマッチングとなりました。

8. 区内 NPO×ジェイコム南エリア局

25 年度以降開催予定です。

ジェイコムとの打合せから「NPO を紹介する新しい番組」のアイデアが生まれ、協議体の企画書から番組が決定しました。

今後 CB すぎなみプラスが主体となり、NPO のコーディネートを進めていきます。

9. 区内 NPO ×コムウェル

25 年度以降開催予定です。

コムウェルが進めています事業の一つに「終活」があります。

秋以降にその終活イベントを開催する際に、区内 NPO との協働を検討しています。

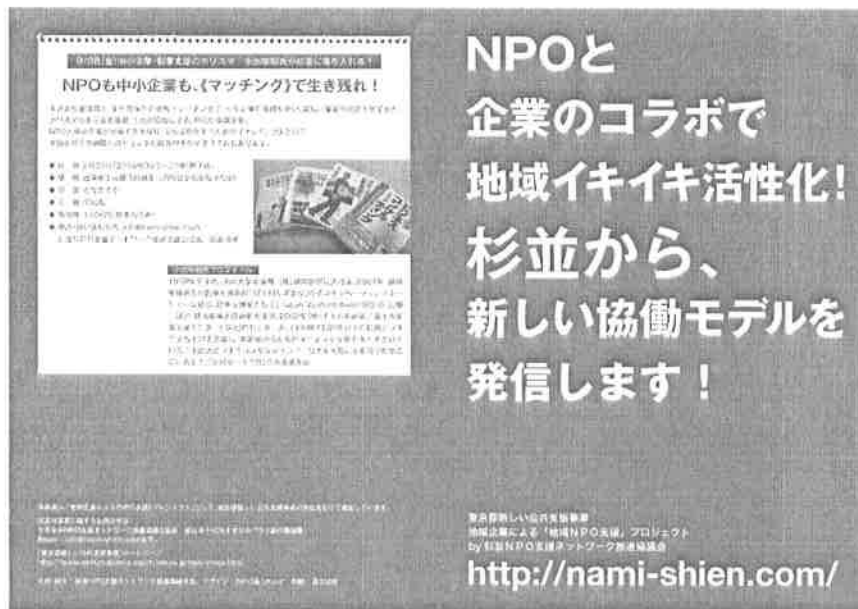
④ モデル事業PR、情報発信

情報発信では、紙、インターネット、区報など、ケースに応じての併用含め活用しました。

● 紙媒体の活用

モデル事業のPR用にパンフレットを3,000部作成し、主に法人会などを通して企業に送付しました。

中小企業の場合、インターネットの環境が整っていない場合がまだ見られるため、紙媒体を使う価値が高い場合がよく見られます。






協議体パンフレット表



協議体パンフレット裏

- インターネットの活用  
「実態調査」、「講座・講演会、交流会」、「マッチング」を実施する上で、インターネットを最大限活用しました。

IT 媒体	ホームページ 2012年7月1日開設	フェイスブック 2012年6月10日開始	ツイッター 2012年7月18日開始
外観			
アドレス	<a href="http://nami-shien.com">http://nami-shien.com</a>	<a href="https://facebook.com/nami.shien">facebook.com/nami.shien</a>	<a href="https://twitter.com/namishien">https://twitter.com/namishien</a>

- ホームページ（公式サイト）の運用  
情報発信のプラットフォームとして活用しました。  
▶ アクセス解析（2012年7月1日～2013年3月31日）

ユーザー数	1,080（人）
訪問数（延ユーザー数）	2,048（回）
↳新宿区	485（回）23.68%
↳杉並区	437（回）21.34%
↳渋谷区	348（回）16.99%
↳港区	132（回）6.45%
↳武蔵野市	106（回）5.18%
訪問時平均滞在時間	2：58（分）
訪問別ページビュー	2.99
新規訪問者の割合	53.98%



- フェイスブック、ツイッターの活用

より顔の見えるコミュニケーションツールとしての活用を行いました。特に Facebook の活用は、ほぼリアルタイムに情報を発信でき、且つ反応を確認しやすいという意味では重宝しました。ホームページへの流入経路としての役割も大きく、更新情報の発信などにも利用しましたが、それ以外にも「公式サイト」では発信しないような内容（日々のちょっとした小話など）も気軽に発信できるので、親近感が湧くという意味でも SNS の活用は成功でした。

- メールングリストの活用

⑤ 簡易データベース作成、運用

参加者、関係者を、関連項目とつなぎあわせることで、名簿を簡易データベース化しました。今回は特にデータベースソフトを使わずにエクセルで管理しました。

いつ誰が参加したか？などをすぐに確認できることで、事業運営における労力を大幅に軽減すると共に、次年度以降の継続的な活動に繋がる資産として価値も大きいものとなりました。

## 3-5 事業実施上の課題

中間支援組織の運営には「継続性、経済性」という視点から、以下の三の課題をあげます。

### ① NPO の活動を把握し、認知度アップにつなげていく

今回のモデル事業を通して「区民（企業）が NPO 自体、及びその活動を知らない」ことがよくわかりましたし、これが本活動における一番の課題と言えます。

そもそも区民が NPO 団体を認識していないため、求めているも見つけれないというのが現状です。

今後 NPO 団体の活動を PR をしていく必要があるのと、協議体のステークホルダーを中心に、NPO への認識を深める努力が必要になります。

### ② NPO と企業の連携不足の解消

連携不足には 2 つ重要な理由があります。

#### 1. 企業にとっての価値の創出

①と同類の課題ですが、やはり NPO が企業から見て「魅力的かどうか?」、要は「利益に繋がるために連携できるか?」が表現されていないために、企業側の参加意識がなかなか上がりません。

#### 2. 「企業文化」と「NPO 文化」の違い

情報のやり取り等の運用面から、意思決定のスピード感などの体質含め、双方の認識にずれがあるため、齟齬が生まれやすくなります。

### ③ 中間支援組織の人員確保、人材育成、活動資金の調達

①の課題は NPO の活動努力によるところが大きく、②の課題は企業 NPO それぞれにとって意識を変えていく必要があります。但し双方の活動において、現状その課題を最優先とすることは現実的に難しいです。

二つの課題を包括的に解決すべく活動するのが中間支援組織の役割ですが、人員の確保、人材の育成が大きな課題となってきます。従事する人材には双方の文化的特徴を把握し、且つビジネス経験も豊富な人材が必要となります。また、そういった人材を確保するために、活動資金の調達も大きな課題となります。

三つの課題は「継続性、経済性」という視点を持つことが重要です。この活動自体が NPO

の活動と同様の課題を抱えています。これらの課題解決は、自治体との連携はもとより、中間支援組織自体が「自立した運営」を目指していく必要があります。

## 3-6 モデルとして他の NPO・行政等に紹介する仕組み

### ① 課題と現状を照らしあわせた施策のフェーズの細分化

実態調査及び事業実施において、当初目標としていた協働事例 10 件を満たすことができませんでした。これは NPO の活動を把握するのに時間を要し、企業と NPO の関係性を上手く作れなかったのが理由です。

今回行った実態調査からマッチングの流れの正当性はある程度証明されましたが、各フェーズにおける時間配分を考慮したものにするすることで、モデルとして評価できるものとなります。

#### (ア) 前提フェーズ：アンケート等による現状調査・分析

アンケートによる現状の調査、分析は必要です。アンケート結果を基に、以下のフェーズにおける課題を仮定していきます。

#### (イ) 初期フェーズ：講座・交流会の開催

交流会を開催することで、各団体における活動の把握がしやすくなります。団体側も「知り合う機会」を強く欲している事もあり、有効な手段となりえますし、最も注力して良い部分です。

交流会の開催において重要点として以下の 3 点が重要です。

#### ・各交流会の目的の明確化

「〇〇に関連する団体交流会」「〇〇の勉強会」など、参加者が「これに参加したい」と思わせる交流会を開催することで、参加者の満足度を上げると共に、ニーズの把握につながります。

#### ・交流会のプログラムの充実

交流会の満足度を上げリピーターを増やすために、プログラムを充実させる必要があります。ワークショップ一つとっても多種多様な方法があります。

#### ・ゴールの設定と、結果の分析

各交流会では、その都度ゴールを明確にします。

決して難しいゴールを設定する必要はなく「今回は深く話すための交流会」であるとか「皆が名刺交換ができるように」など、簡単なもので構いません。

(ウ) 中長期フェーズ：マッチング、協働事業の提案と実施

講座、交流会で得られた情報を基にマッチング、協働事業の提案を行います。その際に、必ず双方のメリットと役割を明確にする必要があります。特に初めてのマッチングの場合は、メリットと役割の設定を軽くするのも重要です。お互いが「必ずできること」を中心に考え、事業を設計することで、継続的な協働につながりやすくなります。

② 情報の管理、データベースの活用

活動内容は必ず電子データとして保存するようにすることで、後々の運用の負担がかなり軽減されます。

ステークホルダーのデータに関しては、アクションがあったタイミング毎にデータベースに記録することが重要です。エクセル等で簡単な表を作るのも良いですし、無料のクラウドサービスを利用することで、効率的な運用が可能です。

③ IT 活用（内部の情報共有と外部への情報開示）

上記でも書きましたが、IT サービスを利用することで運用スピードがアップします。

但し、ある程度の IT リテラシーも必要になってきますので、サービスごとに利用のジャッジが必要になるという注意点もあります。

本事業では、事務局内の情報共有に SNS や web メールを利用することで、物理的な移動等を軽減しました。

外部への情報開示については、ホームページの運用及び SNS を最大限活かすことで、素早い情報開示及び相互コミュニケーションが可能となりました。

### 3-7 平成 25 年度以降の予定

本事業は、協議体の主体である NPO 法人 CB すぎなみプラスが継続して行います。すぎなみ NPO 支援センターと連携し、センターの業務の範疇を超える部分を重点的にフォローしていくことで、中間支援組織としてより専門性の高いサービスを提供して行きます。

活動資金に関しては、今回得た知識経験を基に、NPO と企業双方にメリット（金銭的成功）の有るマッチングを作っていくことで、コンサルティングフィーをいただく形を予定しています。

但し 25 年度すぐに上記のようなコンサルティングが成り立つわけではなく、当初は本事業で一番効果がでた「交流会」の継続開催をメインに、小さくとも「成功」のマッチングを増やしていくのが直近の目標となります。

本事業の協議体主催イベントには、延 226 名の参加があり、イベント自体は有料で行なっていましたので、来年度も有料イベントを開催していきます。

また他団体との協働交流会や、今回得た交流会のノウハウを基に他団体の交流会支援も行なっていきます。

25, 26 年度活動目標（◎ 重点的に行う ○ 様子を見ながら行う）

	H25 1Q	2Q	3Q	4Q	H26 1Q	2Q	3Q	4Q
交流会開催、 他団体交流会支援	◎	◎	◎	◎	○	○	○	○
広報等スキルアップ講座開催	○	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎
マッチング コンサルティング		○	○	○	◎	◎	◎	◎

※Q=クォーター（四半期）です。

平成 25 年度杉並区では「新しい協働提案制度」を施行、実施します。今回のモデル事業を通して得た異業種団体のマッチング支援のスキルを活かした協働提案を考えています。