

Fundraising



子どもが売られない世界をつくる

認定NPO法人 **かものはしプロジェクト**

山元 圭太

PRESENTER:

NPO法人かものはしプロジェクト 日本事業統括ディレクター 山元 圭太



- 日本部門の事業全般（ファンドレイジング・広報・経営管理）の統括を担当
- NPO法人国際協力NGOセンター 理事
- NPOマネジメントラボ 代表
- 日本ファンドレイジング協会 認定ファンドレイザー
- 1982年滋賀県生まれ 同志社大学商学部卒
- 卒業後、経営コンサルティングファームで主に組織人事分野のコンサルタントとして、5年間勤務の後、2009年4月にかものはしプロジェクトに入社
- 「社会起業塾イニシアティブ（NEC社会起業塾）コーディネーター」
- 「内閣府復興支援型地域社会雇用創造事業 みちのく起業 コーディネーター」
として、日本各地のソーシャルベンチャーやNPOの支援も行なっている
- 専門分野は、ファンドレイジング、ボランティアマネジメント、組織基盤強化など
- NPOマネジメント・ファンドレイジング・キャリアをテーマにした、Blog「ヤマゲンメモ」を執筆中。



かものはしについて

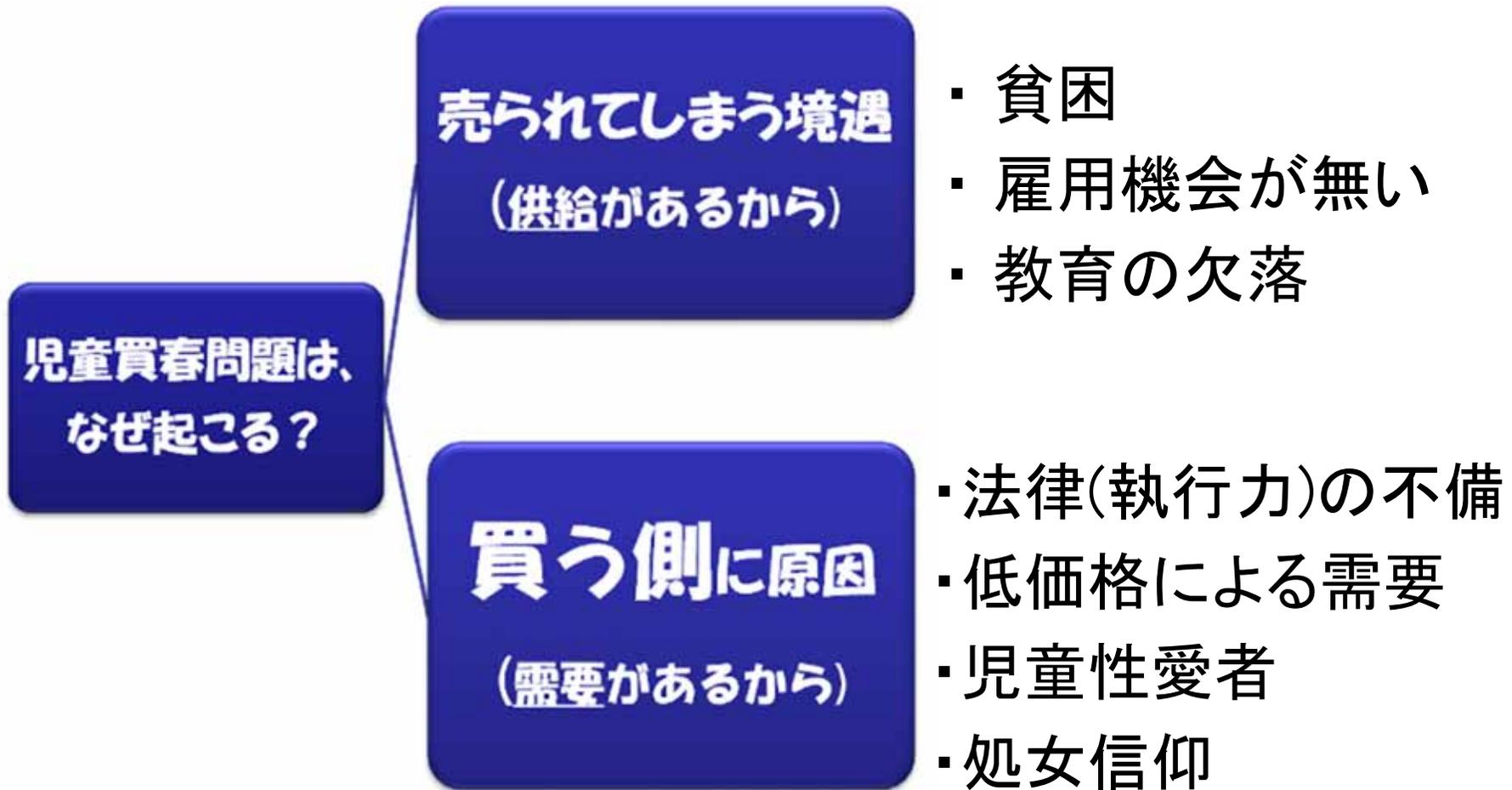
子どもが売られない
世界をつくる



NPO法人かものはしプロジェクト

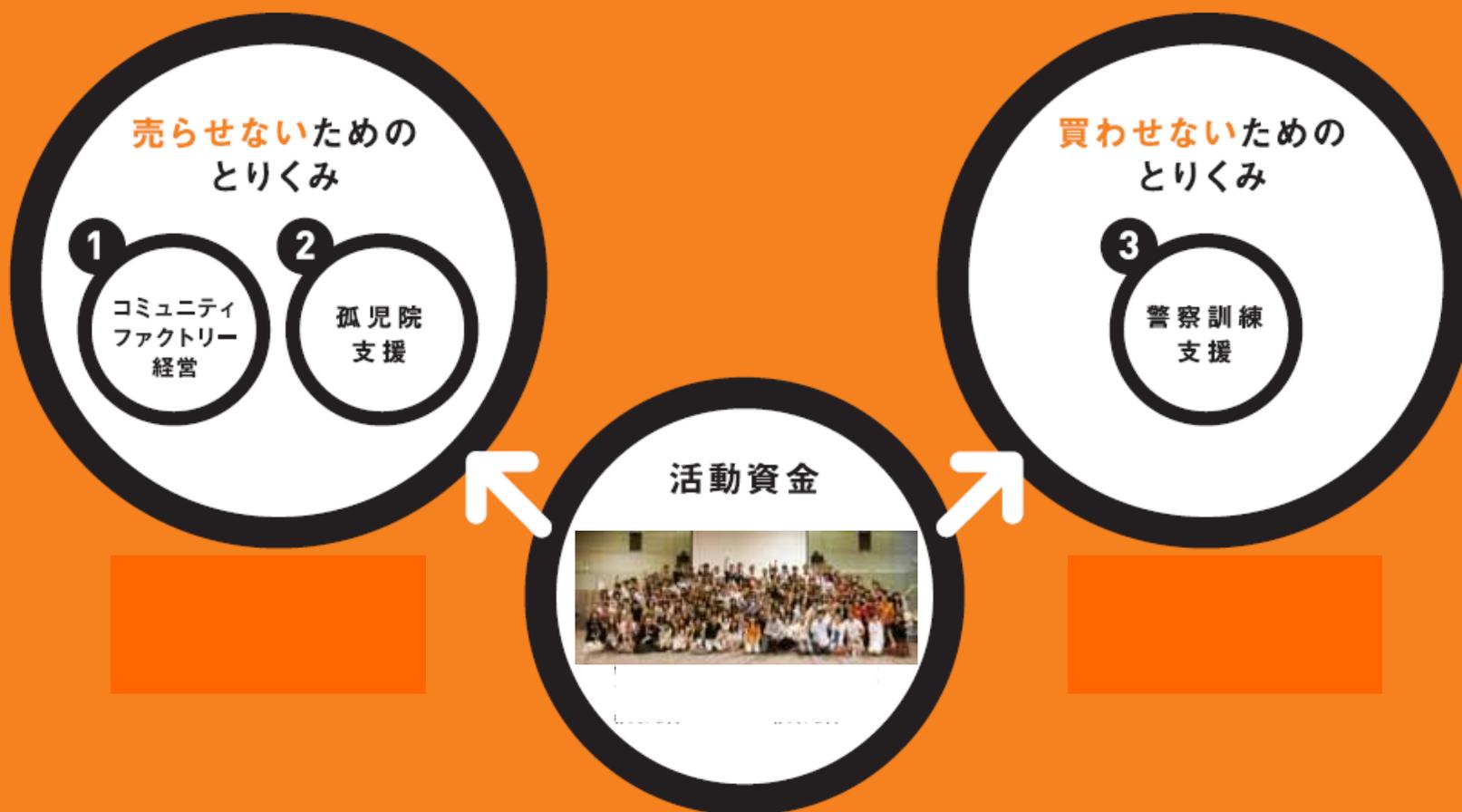


児童買春がおこってしまう背景



かものはしプロジェクトの取り組み

「かものはし」は、子どもを
売らせない、買わせない。



大人に仕事を、子どもに教育を

コミュニティ ファクトリー経営



頼る人がいない子どもを、孤児院で保護

孤児院支援



絶対に買わせない、警察支援

法執行 (警察支援)



ひとりでも多くの子どもを守る

かものはしの取り組み

India



被害を今すぐ食い止める

- 救出・摘発支援
- 法執行(警察支援)

Japan



仲間を募り活動を支える

- 広報活動
- ファンドレイジング活動

Cambodia



継続した支援を

- コミュニティファクトリー経営
- 法執行(警察支援)
- 孤児院支援

売られる子どもを守る、仲間をふやす

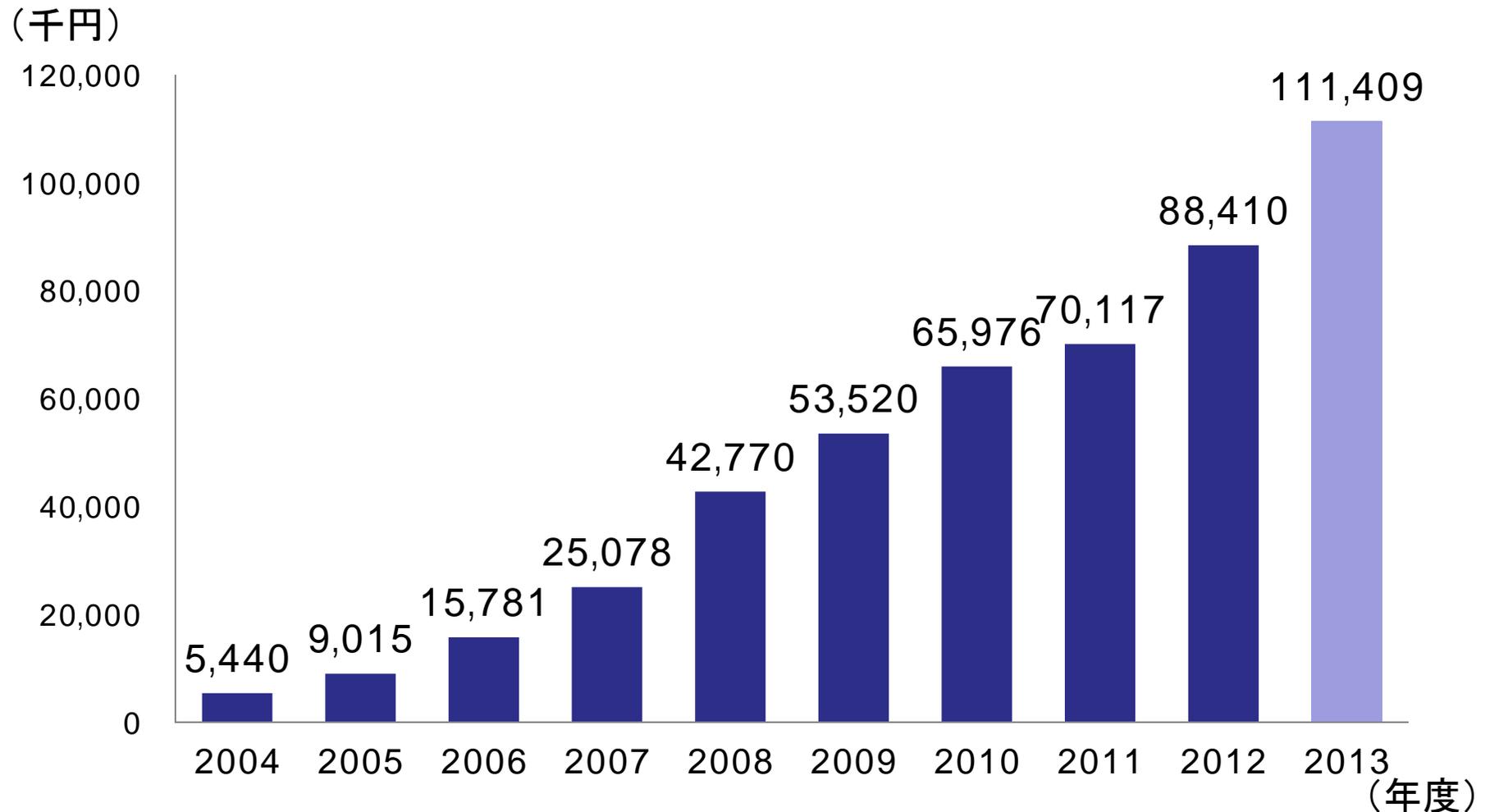
日本事業





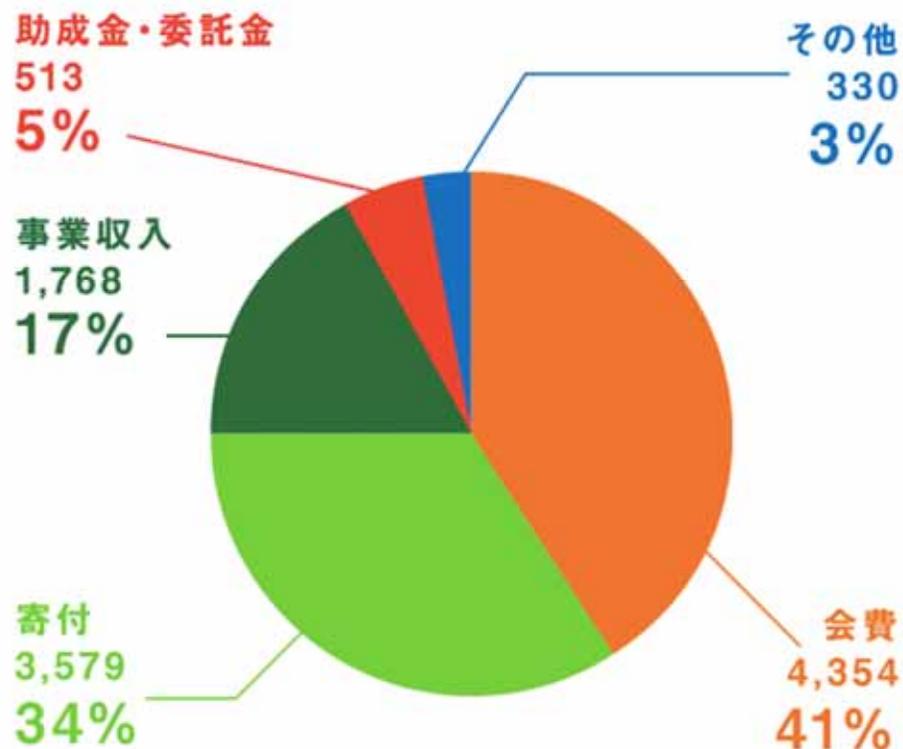
かものはしの ファンドレイジング

【かものはしプロジェクト】 ファンドレイジング事業収入推移



財源構成と支援者

2012年度収入構成比(単位:万円)



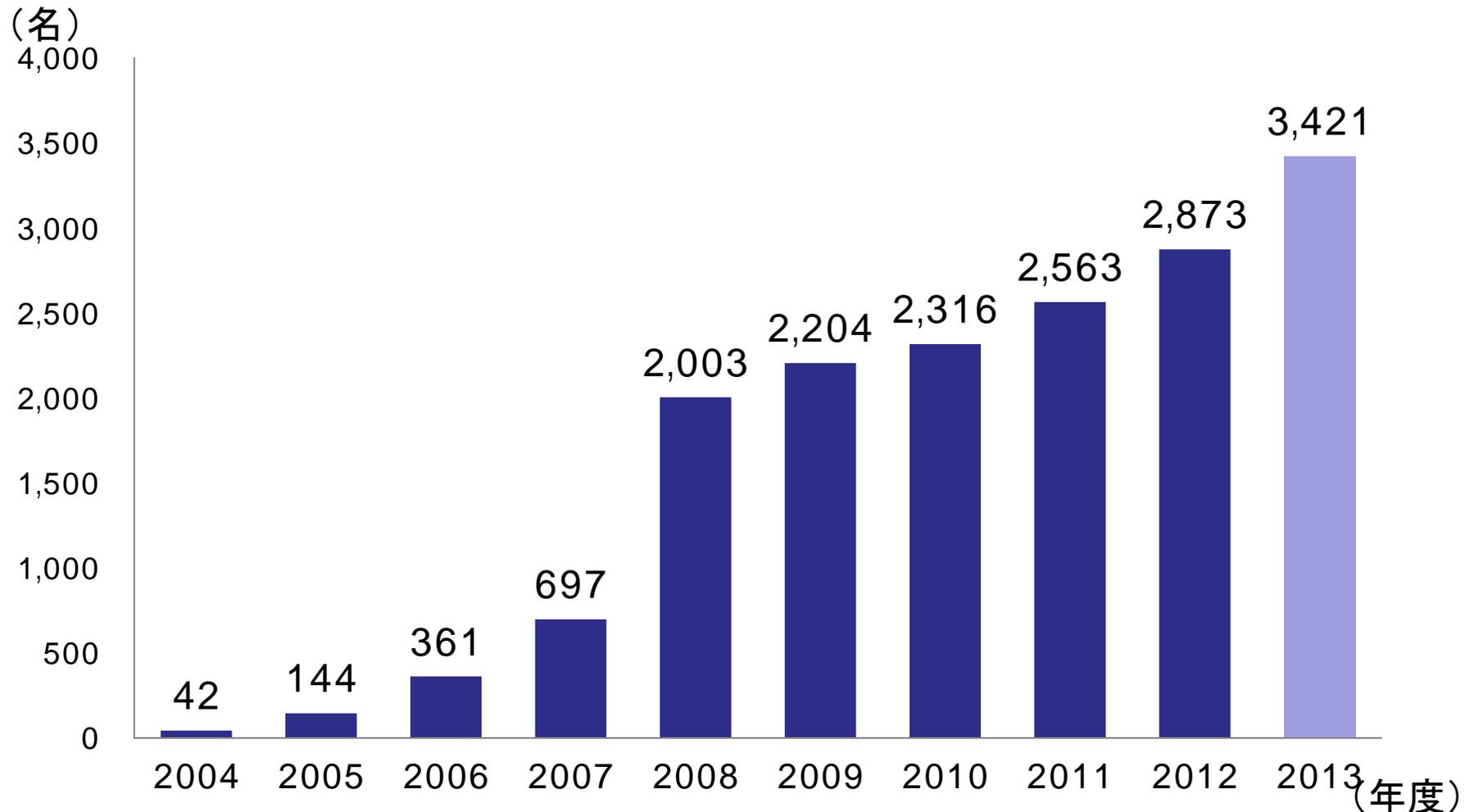
●主な支援者一覧(2013年現在)

- ・個人会員:約3,300名
- ・個人寄付者:約100名
- ・協賛企業:約100社
- ・プロボノ・ボランティア:約550名
- ・インターン生:約10名

【ポイント】

- ・「個人会費」が主な財源である。
- ・他団体に比べて「助成金・委託金」少ない。
- ・「会員・寄付者」の他にボランティア多い。

【かものはしプロジェクト】 会員数推移





ファンドレイジング 「5W1H」理論

Why

(何のために?)

「ミッション」は何か？
「問題解決シナリオ」は明確か？
「成果(ソーシャルインパクト)」を追求する覚悟があるか？

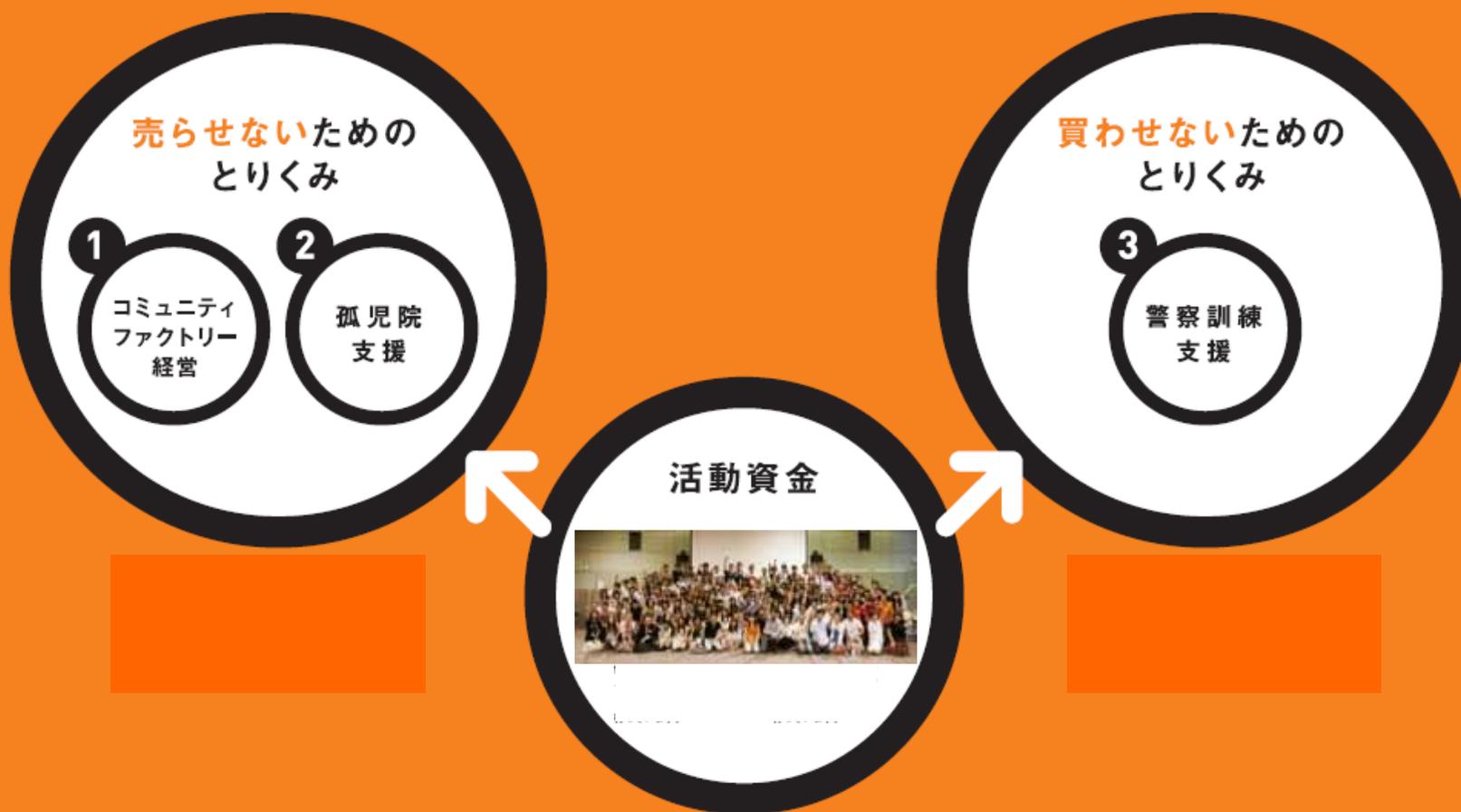
子どもが売られる問題

かものはしプロジェクトの取り組み



子どもが売られない世界をつくる
認定NPO法人 かものはしプロジェクト

「かものはし」は、子どもを
売らせない、買わせない。



What

(何を集めるのか?)

ミッション達成に向けて必要な「経営資源」は何か？

「ヒト」は？

「モノ」は？

「カネ」は？

「情報(ネットワーク)」は？

ファンド・レイジング
(資金調達)



フレンド・レイジング
(仲間づくり)

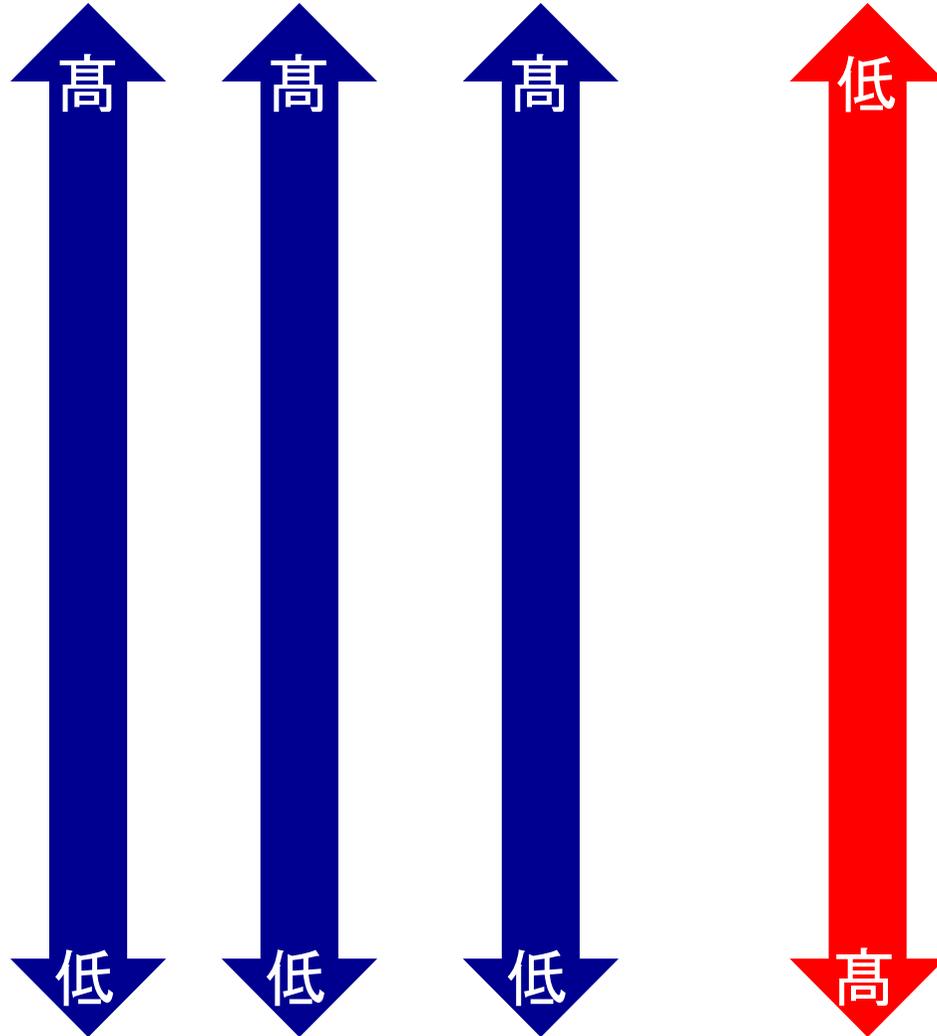
When

(いつ集めるのか?)

ミッション達成に向けた「中長期計画」は明確か？
必要な「支出」は？
必要な「収入」は？

NPOの5つの資金源

成長性 安定性 自由度 資金調達効率



会費

寄付

事業収入

助成金

委託

Who

(誰から集めるのか?)

各財源別の「ターゲット」は明確か?

「ペルソナマーケティング」というのは...

「ペルソナ」と呼ばれる、データを基に作られた架空のユーザーが満足するように、商品やサービスを設計するマーケティング手法のこと。

この「ペルソナ」には、氏名や年齢、性別、住所、職業、年収に加えて、価値観やライフスタイル、身体的特徴にいたるまで、細かなデータが織り込まれる。



例: 飲料メーカーの企業ペルソナ

Where

(どこから集めるのか?)

ターゲットにアプローチできる「マーケット」はどこか?

How

(どうやって集めるのか?)

具体的な調達施策は何か?



ファンドレイジングの 課題





「強いNPO」とは、

社会を変える計画と
事業を進める計画が
融合した、
NPO経営戦略が
立案・実践できる団体。

NPO経営戦略フレームワーク





「賢い寄付者」とは、

本質的でない事象に惑わされず、
寄付の成功体験を積み、
自身の価値観に合った、
社会貢献活動への参加が
できている寄付者。

問：あなたはどちらの団体に寄付しますか？

A団体

管理費 300万円

人件費：

200万円

事業費 700万円

プログラム費：

500万円

社会的成果

750万円

B団体

管理費 500万円

人件費：

400万円

事業費 500万円

プログラム費：

300万円

社会的成果

1000万円

お・ま・け

完全私的ブログ

ヤマゲンメモ

～NPOマネジメント×ファンドレイジング×キャリア～



記事例:

【No5】NPO職員になりたい人はまず企業に入ること薦める『3つの理由』

【No8】『NPO支援』の心構え

【No14】社会起業家が向き合うべき『5つの大切な問い』

【No19】ファンドレイジングの『7つの未来』

Fundraising



子どもが売られない世界をつくる

認定NPO法人 **かものはしプロジェクト**