

## チャレンジ！！オープンガバナンス 2016 市民／学生応募用紙

| 地域課題タイトル<br>(注) | No.            | タイトル                                         | 自治体名 |
|-----------------|----------------|----------------------------------------------|------|
|                 | 46             | 市民活動団体の情報開示を進め信頼度を上げて、多くの方に参加・応援してもらえるようにしたい | 大阪市  |
| アイデア名<br>(公開)   | Gift Challenge |                                              |      |

(注) 地域課題タイトルは、COG2016 サイトの中に記載してある応募自治体の地域課題名を記入してください。

### 1. 応募者情報

|            |         |       |
|------------|---------|-------|
| チーム名 (公開)  | Gift    |       |
| チーム属性 (公開) | 任意団体    |       |
| 代表者情報      | 氏名 (公開) | 喜田 泰幸 |

#### ※ 公開条件について

次ページ以降の「2. アイデアの説明」でご記入いただく内容は、内容を確認した上で、クリエイティブ・コモンズの CC BY (表示) 4.0 国際ライセンスで、公開します。ただし、申請者からの要請がある場合には、CC BY-NC (表示—非営利) 4.0 国際ライセンスで公開しますので、申請の際にその旨をお知らせください。いずれの場合もクレジットの付与対象は応募したチームの名称とします。

(具体的なライセンスの条件につきましては、<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode.ja>、および、<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode.ja> をご参照ください。また、クリエイティブ・コモンズの解説もあります。<https://creativecommons.jp/licenses/>)

(注意書き)

<応募の際のファイル名と送付先>

1. 応募の際は、ファイル名を COG2016\_応募用紙\_具体的チーム名\_該当自治体名にして、以下まで送付してください。東京大学公共政策大学院の COG2016 サイトにある応募受付欄からもアクセスできます。 admin\_padit\_cog2016@pp.u-tokyo.ac.jp

<公開非公開など>

2. アイデア名、チーム名、チーム属性、代表者氏名、「アイデアの説明」は公開されます。
3. 上記の公開は、内容を確認した上で行います。（例えば公序良俗に違反するもの、剽窃があるものなどは公表いたしません）
4. この応募内容のうち、「審査項目自己評価」は、非公開です。なお、内容に優れ今後の参考になりうると判断したものは、公開審査後アドバイスの段階で相談の上公開することがあり得ます。
5. 「アイデアの説明」中に、文章、写真、図画などで応募したチーム以外に知的所有権が属する箇所がある場合には、法令に従った引用や知的所有権者の許諾を得るなどをした旨をそれぞれ注として書いてください。「審査項目自己評価」中も同様をお願いします。

<チームメンバー名簿>

チームメンバーは別紙のエクセルファイルに記載して提出してください。（2. の扱いによる代表者氏名を除き、他のメンバーに関する情報は COG 事務局からは非公開です。詳細は別紙をご覧ください。）

6.

## 2. アイデアの説明（公開）

データや資料を活用して課題の具体化とその解決につながるアイデア（公共サービス）のストーリーを語ってください。

### (1) アイデアの内容（公開）

アイデアは、だれがする、何をする、どこでする、いつする、どのようにするものなのかを考えて、各要素を入れて内容を描きストーリーを整理していくとよいでしょう。以下の欄内でご記入ください。（必要に応じて図表を入れても構いません）

**【事業名称】**

Gift Challenge

**【事業概要】**

地域（A区）の市民活動団体（NPO）が地域（A区）から広く寄付を募ることにチャレンジする活動です。

具体的には、地域を限定し、その地域にある市民活動団体（NPO）が「誰かのために何かしたい」という気持ちを形にするチャレンジプロジェクトを募ります。そのチャレンジプロジェクトを実行するために必要な資金を期間限定の Gift box（募金箱）を通して、その地域の人から寄付を募りチャレンジを実行（気持ちを形に）してもらいます。実行されたチャレンジは、報告書と報告会を通して、その地域の市民や設置店舗に報告されます。

**【受益者】**

チャレンジする市民活動団体、NPO 団体

（背景）

NPO や市民活動団体などでは専門スキルや資金、人材不足といった課題があります。これを改善していくためには市民活動団体（NPO）の情報がもっとオープンになり、市民活動団体（NPO）のことを多くの人や企業に知ってもらい、その活動を応援したいという人を増やすことで、NPO や市民活動団体では、資金不足の課題を解決できます。

**【顧客】**

地域の住民（寄付者）

( 背景 )

寄付をしたことがある人は 47.6%います。「設問 2 図 1」( 高齢者ほど寄付をしています。「設問 2 図 2」

) しかし寄付をしない理由として一番多いのが、「どのように社会に役に立ったのか分からない」という団体の情報不足である。「設問 2 図 3」

このアンケート結果より、仮説として、気軽に寄付ができ、どう使われたかわかり、支援先の団体を知る機会があれば、地域の団体を支援したい人がいるのではないか。

#### 【実施場所】

大阪市の 24 区のいずれか 1 区つつプロジェクトを実行します。

最終的には大阪市 24 区全域での実施を目指します。

#### 【プロジェクト実施計画】

1 年目 2 地区

2 年目 4 地区

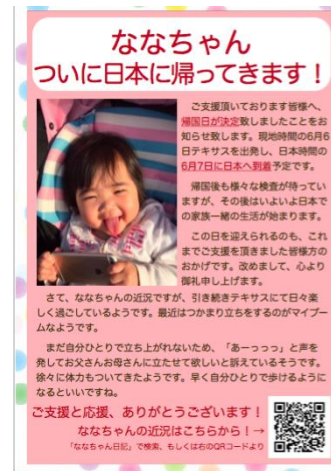
3 年目 8 地区

4 年目 16 地区

5 年目 24 地区

#### 【どのようにするのか】

チャレンジャーである市民活動団体 ( NPO ) が、募金箱を通して地域の人に知ってもらい応援される仕組みを作ります。



1 つは、募金の使途や対象、目標金額を明示した募金箱を作成し、期間限定で設置する点です。期間を決め目標金額を明記することで、いつ誰にどのような社会的インパクトを与えられるかが明確になります。それにより、寄付しない理由の「どのように社会に役に立ったかわからない」を解決し、従来の募金箱よりも集中的に多く募金が集まります。市民活動団体（NPO）を公募する際に、短い期間で実現できるプロジェクトで公募してもらうことで、結果がすぐにわかるため、募金をした人も、何に使われたのかがするに分かる仕組みとなっています。

もう1 つは、募金期間の終了後、募金によって実際に行われた活動や成果を「報告書」にまとめ、募金箱を設置した場所に掲示する点です。この報告書によって、募金した地域の人には募金が役に立ったことを実感します。「例：設問2 図4」

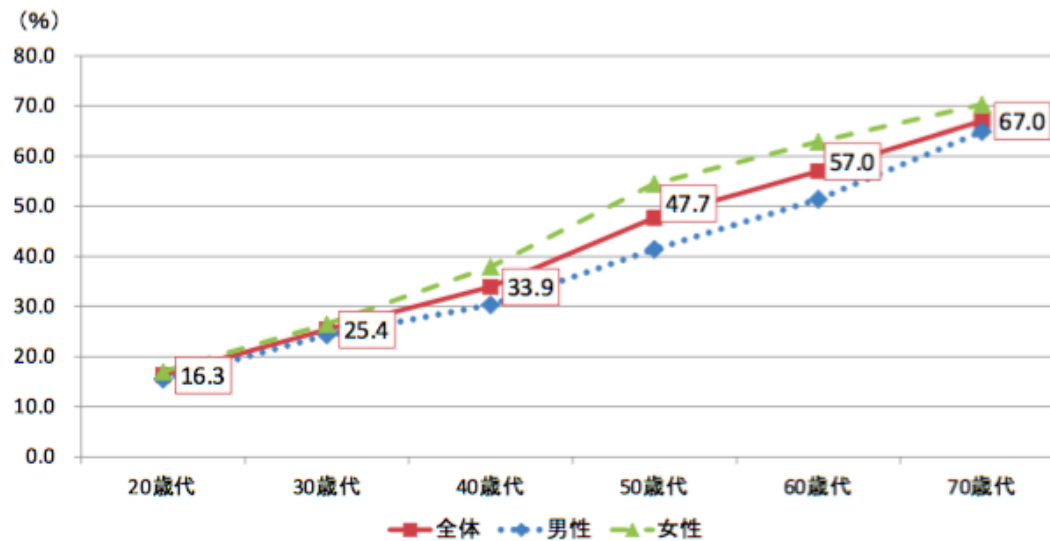
さらにもう1 つ、その応援された地域の市民活動団体（NPO）が報告会をその地域で開きます。

## (2) アイデアの論拠（公開）

アイデアの論拠（なぜこのアイデアにするのか）を、それをサポートする数値データ（実績、統計やアンケートなど数字であらわされるもの）や証拠（資料や計画、既存の施策など）（以下：総称して「データ類」といいます）などを含めつつご記入ください。数値データや証拠は出所を明らかにしてください。以下の 2 ページの欄内におさまるようお願いします。

## 性別・年齢別寄附者の割合(個人寄附)

●個人寄附について、性別・年齢別の寄附者割合を見ると、男女ともに年齢が高いほど寄附を行う割合が高くなっている(全体では、20歳代:約16% ⇒ 70歳代:約67%)。また、いずれの年代も女性が男性を上回っている。



(備考) 日本ファンドレイジング協会『寄付白書2013』により作成。数字は、全体の割合。

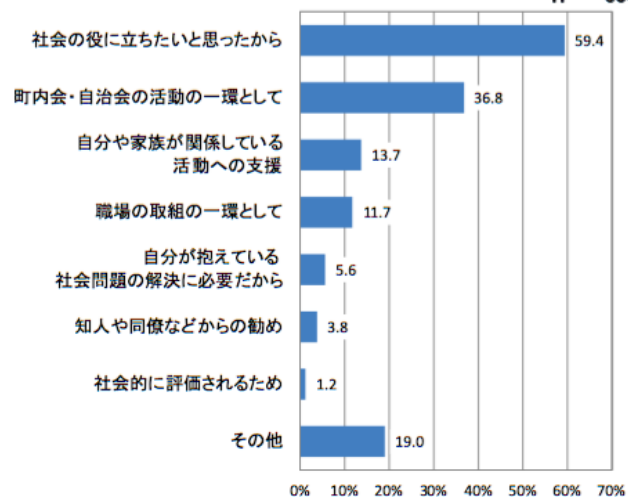
16

図1 内閣府 平成27年度 特定非営利活動法人及び市民の社会貢献に関する実態調査



### 【寄附理由(複数回答)】

※対象: 過去3年間に寄附を「したことがある」と回答した人  
n = 606



### 【寄附の妨げとなる要因(複数回答)】

n = 1,612

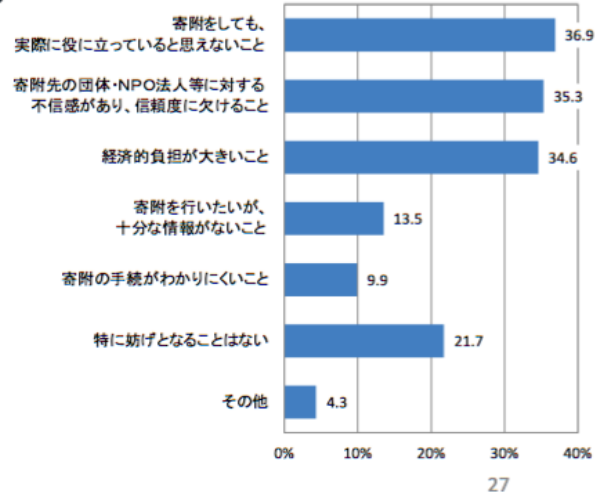


図3 内閣府 平成27年度 特定非営利活動法人及び市民の社会貢献に関する実態調査

### (3) アイデア実現までの流れ（公開）

アイデアを実現する主体、アイデアの実現にいたるプロセスとマイルストーン等、アイデア実現までの大まかな流れについて、以下の欄内におさまるよう、簡潔にご記入ください。  
（必要に応じて図表を入れても構いません）

## Gift Challenge 具体的な流れ

- 1 地区の選定…地域自治体と連携してプロジェクトを実行するため、一緒に実施、協力してくださる地区を選定します。
- 2 市民活動団体（NPO）の公募、選定…1で選定した地区にある市民活動団体（NPO）に3カ月で実行できるチャレンジプロジェクトを公募します。公募されたプロジェクトより、より共感を生むプランを選定します。公募により選定する団体数は4団体。
- 3 市民活動団体（NPO）との打ち合わせ…採用された団体と地区の行政担当者及びGiftの三者で、目的の設定、目標金額の設定、募金箱の設置プランの検討、募金箱のデザイン、プロジェクトの結果報告について打ち合わせを行う。
- 4 募金箱の設置…地域のイベントとして募金箱設置に協力していただけるお店にアプローチをする（1地区あたり最低約200店舗 目標500店舗）「設問2図5」
- 5 募金箱の回収…設置店舗の住所をもとになるべく効率的なルートを検討し回収する
- 6 プロジェクトの実施…集まった金額（最低でも120万円＝200店舗×3ヶ月×2500円×80%）をもとに市民活動団体（NPO）はプロジェクトを実際に実施する
- 7 プロジェクトの成果報告会…区民ホールなどを利用して、プロジェクトの実施時の様子を市民活動団体（NPO）にプレゼンしてもらい、寄付をしてくださった市民に対して報告と感謝を伝える「報告会」を開催する。また、当日参加できない市民や設置店舗に向けた報告書の作成も同時に行う

8 市民活動団体（NPO）の活動が活発になり、行政の手の行き届かない部分の問題が解決され、地域が活性化する。住みたい町、住みやすい町となり、地域が一丸となって支え合えるようになり、市民もお店（企業）も市民活動団体（NPO）も行政もすべてが良い循環に入っていく

#### (4) その他（公開）

アイデアのアピールポイントや、アイデア実現に当たっての制約があればそれとその当面の解決方法、さらに将来の発展可能性（例えば「将来的に xx という制約をクリアできれば、追加で〇〇ということが実現できる」など）について、以下の欄内におさまるよう、簡潔にご記入ください。

このアイデアのアピールポイントは、市民が抱える問題と、市民活動団体（NPO）が抱える問題を同時に解決できるということです。

それは、お互いがわからないという理由から感じている不信感を、地域密着の公募型事業として行うことで、市民側から見れば、地域で活動する市民活動団体（NPO）について、どのような団体なのか、どんな活動をしているのかなどを知ることができます。また、市民活動団体（NPO）側からも活動を知ってもらえることで、市民から応援されるというメリットがあります。さらに、「報告」に重点を置いているため、今までお互いが問題だと感じていた、情報不足を取り除くことができ、市民は自分たちが行った募金の成果を知ることができます。さらに団体を応援したいという気持ちになり、ボランティアや直接の寄付などと言うかたちでさらに応援される仕組みとなっていくということです。

また、私たち Gift が抱える、この活動を一気に行えないことに対する制約としては、3 つあります。

1 つは Gift という団体では、まだ法人格もないため、募金箱を置いてもらう際に信用力が全く欠けます。そのため、大阪市と共催のプロジェクトとして行うことで、お店に信用してもらうことができ、より多くの募金箱をお店に置くことができます。

もう 1 つは、自己資金の不足です。活動を開始して、資金を回収するまでの間に先行投資として、募金箱の購入や、プロジェクト開始の公募や、募金箱設置、回収等の人的コストがかかります。

そのため、最初は小さな範囲から活動を開始せざるを得ない状況です。

もう一つは人的資源の不足です。活動資金と同様に、このプロジェクトには、設置、回収等に人の手が必要です。資金面と同様に、一度に広い範囲で行うには、現在の人数では難しいとです。

これらの制約がクリアできれば、大阪市全域での実施も不可能ではありません。