

まつやまNPO サポセン だより

2012

秋



P2~7
特集 NPOのファンドレイジング②～会員をどうやって増やすのか

P8~9
お知らせ NPO交流会「、まつやまリーダーズサミット」開催！

P10~11
コラム 「NPO会計基準」導入のコツ②

P12
お知らせコーナー

【発行】
まつやまNPO
サポートセンター

前号では、NPOのファンドレイジングとして概要や収支のバランス、まず何をすればよいかという点について述べました。今回は、会費の源泉となる会員を増やす方法について考えます。

❖ 1 ファンドレイジングの大原則！ 「お金は人の行動から生まれる」

会員を増やすには、どのようにすればよいでしょうか？

前号では、会費を増やすコツとして3つの方法を紹介しました(会員を増やす、会費の額を上げる、会費の回収忘れを無くす)。しかし、それはテクニック、小手先の方法でしかありません。本当に大切なことは、「お金は人の行動から生まれる」という原則を理解することなのです。

● 寄付金はどこから来るの？

「会費収入を増やしたいなあ…」と思ったとき、あなたは何をするでしょうか？会費を埋めて、水や肥料を与えれば大きく育てくれるのでしょうか？もちろん、そんなわけはありませんね。会費収入を増やすためには、あなた以外のお財布からお金がやってくるようにしなければなりません。

● じゃあどうするの？

他人のお財布からお金を頂くには、どうすればよいでしょう。「ちょうだい」といったら、みんな素直にお金を差し出すでしょうか？あるいは、何かよからぬ方法でお金を騙し取ったり、力づくで奪い取ったりするのでしょうか？どちらも、賢い方法とはいえません。

マーケティングの専門家である小阪裕司氏は、「ストックングが1000足売れたとしても、それは単にお金と商品が交換されたのではなく、人間が1000足分ストックングを求める行動があった結果だ」としています。

会費収入も同様です。人々が「会員になりたい」と思い、実際に行動するように働きかけることが唯一の方法なのです。つまりファンドレイジングを行うとは「お金を生むには、人に行動させる」という原則に基づいた方法を練らなければならないのです。



● アピール力を磨こう！

今、世の中では「女子会」というものが盛んに行われています。女性だけの集まり(飲み会でもお茶会でもなんでもよい)をさして言う言葉なのですが、この言葉は、ある広告代理店が生み出した発想だといわれています。

お財布の紐をしっかり握っている女性に、女子会というものがとてもステキで楽しいものだとアピールをすることで、実際にお金を使う行動をしてもらおう、というねらいです。

このねらいは見事に成功し、今ではごく当たり前になっています。人に行動させるためには、「〇〇したい！」と思わせることが大切で、そのためにはわたしたちNPOもアピールする力を磨く必要があります。

❖ 2 悪用厳禁！アピールするための5ステップ！

では、行動を促すためのアピールは、どうすればいいのでしょうか？

ただやみくもに「こうしたらいいよ」「これはこんなにステキだよ」といっても、人はなかなか行動してくれません。たいていの人は、指示されたり、売り込まれたりすることを嫌います。「この人は私を操作しようとしている」と警戒してしまうからです。そこで、心理的なテクニックを重視する販売法として、次のようなステップを踏むことが奨励されています。

- ① 注意を引く
- ② 共感させる
- ③ 「苦痛」か「快感」のショックを与える
- ④ ショックを解決する具体的手段を提示する
- ⑤ 提示した具体的手段を実施して問題を解決する



① 注意を引く

まず何よりも、人々の注意をひきつけます。今は情報に溢れた時代で、ちょっとやそっとのことでは目立ちません。できる限り目立つことで、世間の人たちの注目を集めます。このとき、社会のすべての人を対象にアピールするのは避けましょう。焦点がぼやけてしまうからです。「未就学児の子どもがいるワーキングマザー」とか「結婚せず、おひとりさまで過ごしているシニア層」という明確な対象を絞り込む必要があります。

② 共感させる

注意を引いた後は、共感してもらうためのストーリーを提案します。ストーリーといっても、こちら側の一方的な言い分を述べても相手は共感してくれません。私たちの活動がいかに人々と関係しているのか、いかに人々の暮らしに影響があるのか、対象とする人たちと共通している点は何かを訴えます。共感してもらうために、共通項探しを行うのです。

③ 「苦痛」か「快感」のショックを与える

そして共感させるストーリーの中で、何か対象にショックを与えます。ショックとは、「苦痛」か「快感」どちらかの刺激をいいます。苦痛とは「いやだなあ」と思わせること、快感とは「いいなあ」と思わせることです。動物は、この2つの刺激に基づいて行動するといわれています。ですから、このいずれかのショックを与えなければ、人は行動してくれません。



④ ショックを解決する具体的手段を提示する

対象にショックを与えた後、具体的にどうすればそれを解決できるかを説明します。「おひとりさまのシニア層」に、例えば「孤独死の現実」という苦痛のショックを与え、それから「くらしの見守り隊を派遣します」という手段を提示すると、対象は「見守ってほしい！」と思います。ここでは、実力以上に見せかけるようなアピールは不要です。淡々と、できることを説明するくらいの方が、説得力があります。

⑤ 提示した具体的手段を実施して、問題を解決する

最後に、こちらが提示した手段を対象に提供して、問題を解決します。前のステップで大風呂敷を広げると、このとき自分の首を絞める結果になります。確実に問題を解決することは、信頼性の向上につながります。あなたがきちんと約束を果たすにつれ、対象はますます信頼してあなたのファンになってくれるでしょう。

❖ 3 会員を集める仕組み作り

アピールの方法を把握したら、次は会員を集める仕組みづくりです。会員を集めるためには、いくつかのステップを用意し、人々が気軽にあなたの団体と関われるようにしておく必要があります。だれだって、いきなり「会員になって！」と言われると警戒してしまいます。そこで、関わりやすい方法を少しずつ提供することで、徐々にあなたの団体との接点を増やしていくことがカギになります。

● 第1段階:一般参加者層

まずは、イベントの参加者や情報誌の定期購読者など、お客さんとしての関係を作ることには専念します。あなたの団体とはうっすらと関わりがあるものの、それは「内部の人」「外部の人」という明確な区分がなされた関係で、この時点ではいわゆる「常連」になってもらうことを目標にします。

● 第2段階:単発ボランティア層

一般参加者が「常連」になった頃、こちらから1回限りの簡単なボランティアを要請してみましょう。この層では、いままで「外部の人」だった対象を「内部の人」にすることを目標にします。単発のボランティアを何回か繰り返してお願いすることで、徐々に対象の参加意識は高まっていきます。

● 第3段階:継続ボランティア層

単発ボランティアを継続的にしてもらえるようになったら、次はイベント等の企画から参加してもらうなど、継続ボランティア層になってもらうよう働きかけます。企画から参加することで団体内部の状況を見てもらうことになり、そこで居心地の良さを感じてもらうことができれば、対象は団体のメンバーとして関わっている、という気持ちがかかなり高くなります。



● 第4段階:賛助会員層

継続的なボランティアになって頂いたのち、会費を払っていただける賛助会員への要請を行います。今までは労働力の提供だけだったのですが、これからは悪く言えば「お金を払ってただ働き」という状況に変わりますから、対象は心理的にプレッシャーがかかるでしょう。ですから、こちらから無理強いしたり、返事を急がせたりすると、急速に対象の気持ちが離れてしまうことがあります。

また賛助会員には「活動には参加しないものの資金的援助を行いたい」という人を集める力があります。ですからボランティア層を経由せずに、直接賛助会員になって頂ける方も少なからず存在しています。

● 第5段階:正会員層

そして、いよいよ最後は正会員層です。賛助会員として団体に参加し、団体のミッションや文化をよく把握して頂いた方のうち、これぞという人に役員から声をかけるようにします。正会員への勧誘は慎重にすべきです。なぜなら正会員は総会に参加し、団体の意思決定に影響を与える権限があるためです。



上記のようなステップを押さえることで、比較的無理なく対象を会員として育てていくことができます。根気のいる仕事ですが、きちんとした手順を踏むことで、団体の人的な基盤はしっかりしたものになるでしょう。

❖ 4 会員へのケアを忘れずに

さて、このような仕組みを作った後は、それぞれに必要なと思われるプログラムや資料を作っていきます。プログラムとしては研修・講座、現場見学、体験活動、代表者との懇談会、親睦会などがそれにあたります。また資料としてはパンフレットや読み物、入会申込書などの事務的な様式などがあります。

このとき、会員やボランティアをしてくれた人に対して、団体としてできるだけケアすることが大切です。ケアを怠ると、せっかく参加の意思を見せてくれた人も、ある日突然離れて行ってしまいます。

● 代表はつねに感謝しよう

会員やボランティアを動かすのは「気持ち」だけです。それは「役に立っている」「仲間になっている」「ほめられることをしている」という感情で、人がよりよい社会を築こうとする本能だと言われています。ですから、代表をはじめとした役員は、会員やボランティアに対して感謝の気持ちを表現し続けるべきです。何も毎回贈り物をしろというわけではありません。感謝の気持ちを言葉や態度で表わすことが肝心です。

● 疎遠になり始めたら連絡を

どの会員やボランティアが、どれくらいイベントに参加したり、事務所に来てくれたりしたかをチェックしておきましょう。そうすると、最近急に来なくなった人がいることに気がつくと思います。

その時、その人にはメールや電話、お手紙などで連絡を取ってみることをお勧めします。単に忙しくて来られなかったり、場合によっては病気になっていたりしています。このとき、あなたがほったらかしにしていると、その人もだんだんと団体のことを忘れてしまいます。継続的にコミュニケーションをとるためには、日頃のチェックが効果を発揮します。

● まじめさと楽しさを提供する

皆さんは、日々まじめに活動を行っていると思います。会員やボランティアの方々も、その姿に感銘を受けて、一緒に仕事に取り組んでいます。しかし、それだけでは物足りなさを感じるのが人間です。ですから時には(年1～2回で十分です)、みんなで何か楽しいことをやるようにしてみましょう。どの団体にも、こういう楽しいことを企画するのが得意な人が1人はいるものです。

● 離れていく人はあきらめよう

このようにケアをしても、どうしても団体から離れていく人は出てきてしまいます。そのとき、無理に引きとめようとする必要はありません。引きとめても、その人の中ではすでに決心がついていることが多いからです。引きとめれば返って、お互いの関係にしこりができてしまうこともあります。

ただ、離れる人がいた場合、いつでも戻ってこられるように間口だけは広げておきましょう。

NPO交流会「まつやまリーダーズサミット」開催！

NPOや市民活動にかかわる人たちが一堂に会する交流会「まつやまリーダーズサミット」を今年も開催いたします！昨年は多くの方にお越しいただき、好評を頂きました。

震災や「新しい公共」、ソーシャルメディアの発達などにより、市民活動の世界も大きな変革が必要と感じられるようになってきました。そこで、まつやまの市民活動をみんなで考え、楽しく交流を深めたいと思います。ぜひ皆様、お誘いあわせの上お越しください！



●基調講演「これからのNPOに必要なこと」

日本のNPO業界の第一線におられる方をゲストスピーカー(現在調整中)にお招きして、基調講演を行います。今、日本のNPOはどうなっているのか？これから私たちはどうすればいいのか？今後私たちのあり方を考える機会をご提供します。

●ワークショップ「まつやまリーダーズサミット」

これからのNPOのあり方をゲーム的に考えるワークショップを行います。私たちがチャンスに出会った時、どうすればみんなが幸せになれるのか？元気なNPOとして活動が続けていけるのか？コミュニケーションしながら楽しく考えましょう！

●交流の場「コンフォートカフェ」

お菓子を食べながら、楽しいおしゃべりや名刺交換が行える時間です。前回は「ちょっと短い」ということでしたので、今回はたっぷりとお楽しみいただけるよう時間を設定しています。

●懇親会もあります！

イベント終了後は、料理とお酒を楽しめる懇親会も開催します！（4000円前後を予定）みんなで楽しく盛り上がりましょう！

★イベント概要★

日 時 : 9月29日(土) 13:30～16:30
場 所 : 愛媛県生活文化センター大ホール
(松山市北持田町139-2)

参加費 : 600円

定 員 : 80名

対 象 : NPO、市民活動実践者、市民活動に関わる企業、行政、
専門家等

参加お申し込みはサポートセンターまで！

NPO会計基準を今回の決算から導入するためには、これからどのような処理を行っていく必要があるのでしょうか。今号からNPO会計基準導入にあたって気を付けることについて、ポイントを絞って学んでいくことにしましょう。

● 収益や費用の内容によって、表記する場所が変わってくる

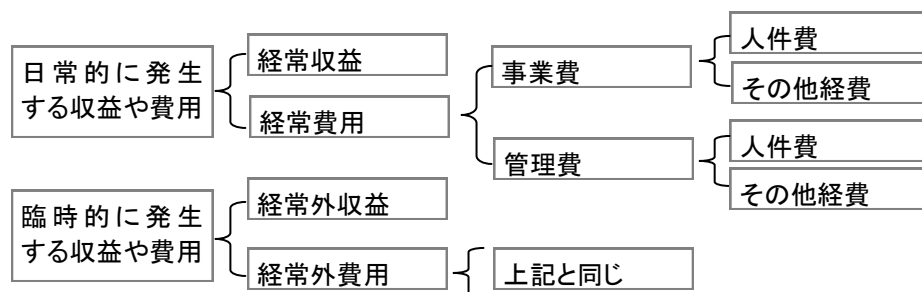
NPO会計基準とは何かについては、前号で述べました。それを通じて、NPO特有の会計処理があるということが分かりました。さらに、①法律で定められていること、②会計書類を見やすくするための内容、③活動を理解してもらいやすくするための内容の3つの改良点がありました。

特に法律で定められている下記の点については、注意を払わなければなりません。

(1) 「収支計算書」から「活動計算書」へ名称が変更となったこと

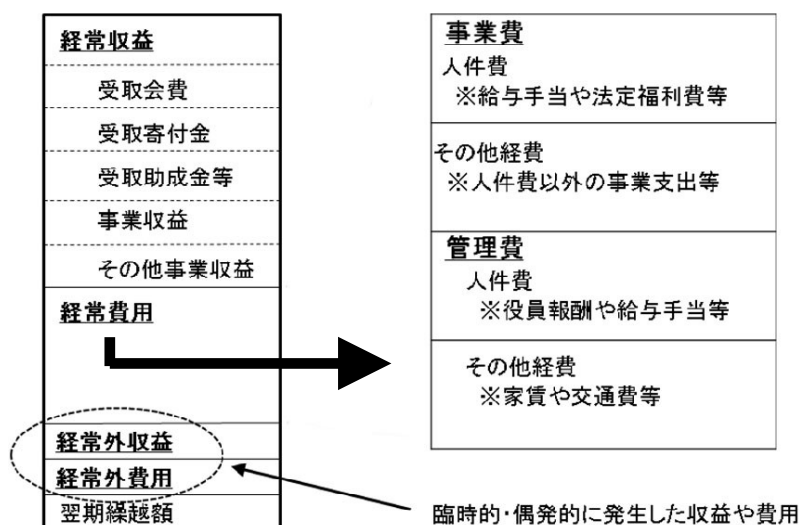
(2) 「特定非営利活動」と「その他収益事業」を分けて表記すること

これに加えNPO会計基準では、活動計算書は各種の収入や支出を、どのような区分をすべきかについても明記しています。



つまり、支出した経費を大別すると、1. 事業費のうちの人件費、2. 事業費のその他経費、3. 管理費の人件費、4. 管理費のその他経費のいずれかに当てはまることになります。整理すると下の図のようになります。

図1: 特定非営利活動に係る活動計算書の表記例



● 事業を複数行っている場合は、注記を活用して見やすくする

仮にA事業とB事業の複数の事業を行っている団体があるとして、この場合、先ほどの内容に沿って表記を行うと図2のように縦長になってしまいます。そのため、事業費としてまとめて表記をしたうえで、補足資料として注記を活用することができます。注記はほかにも記載できる事項がありますので、次回以降でも説明をしていきます。

図2：縦長で見づらい活動計算書

Ⅱ 経常費用の部			
事業費			5,330
1. A事業			2,700
(1) 人件費		2,250	
給与手当	1,500		
法定福利費	750		
(2) その他経費		450	
旅費交通費	250		
消耗品費	150		
支払手数料	50		
2. B事業			1,930
(1) 人件費		1,500	
給与手当	1,000		
法定福利費	500		
(2) その他経費		430	
旅費交通費	350		
消耗品費	50		
支払手数料	20		
印刷製本費	10		
3. C事業			700
(1) 人件費		0	
(2) その他経費		700	
消耗品費	500		
印刷製本費	200		
管理費			950
(1) 人件費		750	
給与手当	500		
法定福利費	250		
(2) その他経費		200	
旅費交通費	100		
消耗品費	50		
支払手数料	20		
印刷製本費	30		

図3：注記を活用した場合の活動計算書

経常費用の部			
(1) 人件費		4,500	
給与手当	3,000		
法定福利費	1,500		
(2) その他経費		1,780	
旅費交通費	700		
消耗品費	750		
支払手数料	90		
印刷製本費	240		

図4：注記欄の表記

	A事業	B事業	C事業	管理費	小計
(1) 人件費					
給与手当	1,500	1,000	-	500	3,000
法定福利費	750	500	-	250	1,500
小計	2,250	1,800	0	750	4,800
(2) その他経費					
旅費交通費	250	350	-	100	700
消耗品費	150	50	500	50	750
支払手数料	50	20	-	20	90
印刷製本費	-	10	200	30	240
小計	450	430	700	200	1,780

● 共通してかかる経費については按分(あんぶん)計算が必要

上記の決算書を例に取り説明します。常勤スタッフはA事業とB事業と事務所での日常業務を行っており、C事業についてはボランティアが行っている場合、人件費はA事業とB事業、管理費として表示すべきです。その場合、どのように人件費を計算するかがポイントになってきます。NPO会計基準では、事業に従事した日数や時間、作業面積、作業人数で割合計算(按分)します。集計をした結果、月25日勤務でA事業に10.8日、B事業に10日、管理費に4.1日それぞれかった場合、「人件費」×「算定された従事日数」が、算定される金額となります。

お知らせコーナー

● 講座、イベント情報

【NPOマネジメント実践塾】

NPOの運営を真剣に勉強＋実践しませんか？

自団体の経営力強化を目指した実践型講座を開催しています！

【日 時】10月13日（土） 9：30～12：00 毎月1回開講

【会 場】松山市男女共同参画推進センター

【講 師】レックコンサルティングオフィス

代表：大須賀泰昌 先生

【定 員】8団体

【受講料】5,000円（4回分、1団体3名まで）



【NPO会計基準導入勉強会】

平成24年度より導入された「NPO会計基準」。

どうすれば導入できるのか、実務担当者向け勉強会を開催します。

【日 時】11月6日（火）

【会 場】松山市男女共同参画推進センター

【講 師】まつやまNPOサポートセンター 三好

【定 員】5団体 各団体3名まで

【受講料】500円（資料代として）



● センターからのお知らせ

☆「理事の代表権喪失登記」はお済みですか？

平成24年4月1日より、理事の代表権を代表者に制限しているNPO法人（定款をひな形にそって作成しているところはほぼ該当します！）は、代表者以外の理事の代表権喪失登記手続きが必要です！

猶予期間は9月30日までで、それ以降は科料等が発生するおそれもあります！法務局で手続きをされているかどうか、今一度ご確認ください！

お問い合わせは まつやまNPOサポートセンターまで

〒790-0003 松山市三番町6丁目4-20 コムズ内

Tel: 089-943-5790

Fax: 089-943-5796

E-mail: pico@npo.coms.or.jp

URL: <http://www.npo.coms.or.jp>

まつやまNPO

検索