



NPOが資金調達していくためには、さまざまな努力が必要であることを前回までにお伝えしました。

具体的な手法として、寄付をお願いする時には、誕生日や記念日にメッセージカードも添えて送ったりすることなども有効な手段のひとつだと言えます。また、今日の問題点として、あらゆるNPOが同じようなパンフレットをつくる傾向があり、受け取る側からすると、どのNPOもみんな同じに見えるようです。日本においてもNPO法人の数は4万を超え、さらに増

かがポイントになります。

NPOも組織ですので入会していただける会員もいれば退会する会員もいます。特に退会する方の辞める理由をしっかりと把握し、これらをマーケティングのデータとして活用することが必要です。

少し大きめの規模の団体であれば、団体の会員や役員に有名人を活用したり、有名人にイベントへの参加をお願いしたり、また、直接参加してもらうことができなくても、活動やイベントへの応援メッセージを頂いてホームページに掲載することも有効な手段

んろう)されているだけでなく、常に事業に追われ、さらにその事業報告書作成に忙殺されるなど、業務が「できる人」に偏ってしまい、結局、「できる人」もいつかは疲れて、そうなる組織が機能しなくなるというのが日本の典型的なNPOの姿といっても過言ではありません。

他国と違い、日本にはNPOにお金が流れるシステムがないのが大きな原因です。私は、「まちづくり」や「環境」等の分野のいくつかのNPO法人の理事を務めています。大和まほろばNPOセンターというNPOを支援していくことを目的としたNPO法人の事務局長も務めており、現在、奈良県の協働推進

NPOの資金調達④

独創性で他団体と競争

え続けています。NPO間の競争もある中で会員を獲得していくためには、いかにその団体にしかない独創性を強調し、団体の魅力をPRできる

のひとつだそうです。

高額寄付者をどう獲得するかについては、ロータリークラブやライオンズクラブなどの社会貢献を目的に掲げている団体とコネクションを持つことも大事で、手紙を添えて、活動報告書やイベントへの招待状などをこまめに送付したりしながら関係を構築していく努力を惜しまないことが大切です。

そうはいっても、組織の中で誰がこういう役割を担っているのかも日本のNPOの課題です。主要な構成メンバーは活動資金確保に翻弄(ほん

課と協働で奈良県内すべてのNPO法人(約420団体)のヒアリングによる活動実態調査なども進めています。調査で見えてきたことを生かしながらNPOの基盤強化のための指標を作り、コンサルティングしていくことがこの調査の大きな目的のひとつです。

現在、国の政策においても、「あたらしい公共支援事業」として約86億円が予算計上されています。この予算は全国の都道府県に配分され、NPOの基盤強化に使われます。今、まさに「公共」の担い手の主体がようやく変わり始めようとしています。

(社団法人まちづくり国際交流センター理事長)

|| 毎月第2、第4、第5水

曜日掲載 ||



ごみ袋を無償配布するコーナーには、NPOの情報が用意されている

行政や