

企画提案書（特定非営利活動法人 Mブリッジ ②）

実施地域 (提案する管内に、○を付けてください。複数管内で実施する場合は、主として取り組む管内に◎、他の管内に○を付けてください。)		桑名管内	四日市管内	鈴鹿管内
		津管内	◎ 松阪管内	志摩管内
		伊賀管内	尾鷲管内	熊野管内
事業内容	①課題把握 実施地域におけるNPO等に対する資源循環に関する現状と課題について記入してください。	<p>(現状)いまだに「企業はNPOのことを知らず、NPOは企業へのアプローチ方法を知らない」という状況があります。お互いがお互いを「知らない」という現状に対し、その溝を埋めるための「魅力的なコミュニケーション・ツール」が三重県にあったでしょうか？</p> <p>(課題)NPOに対して、よく聞こえてくるイメージとして「何をしているのか解らない」、「何をしてくれるのか解らない」があります。「伝えるべきこと」はあるものの、その多くが伝わっていないというのが悲しい現実です。これは「伝わるしくみ」がないことが課題と言えます。企業やNPOに限らず、クラスメイトでも、ビジネスパートナーでも、地域コミュニティでも、「よく解らない相手とは仲良くなれない」ということは、ごく普通のことです。まずは情報という資源の循環から始めるべきと考えます。</p>		
	②事業の具体性 ①で挙げられた課題を解決するための事業として、提案する事業内容を具体的に記載してください。	<p>解り合えるために広報紙を作ります。その広報紙は「NPOから企業へ」や、「企業からNPOへ」という想いがあるとともに、「NPOと企業から社会へ」という、多様な主体が一緒になって社会に向けて発信する、という新しい考え方も取り入れます。これを「社会広報紙(ソーシャルパブリシティ)」と名付けました。参考にACジャパン(旧・公共広告機構)を例に出します。ACのホームページで次のように書かれています。</p> <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px; margin: 10px 0;"> <p>「環境汚染、公共マナーの悪化、人間関係の希薄化など、景気上昇の陰で出はじめた社会のひずみに光をあて、みんなで考えるきっかけをつくりたい。そんな思いが、『企業が少しずつお金を出し合い、世の中のためになるメッセージを、広告という形で発信しよう』という呼びかけになりました。広告の仕組みを社会貢献に生かそうという考え方です」 (ACジャパンホームページより抜粋)</p> </div> <p>今は「景気上昇」の時代ではなくなりましたが、経済が疲弊した現代ならではの新たな地域課題も登場しています。それを解決する取り組みとして、企業には社会貢献活動があるでしょうし、NPOにはそもそものNPOミッションがあります。コミュニティビジネスやソーシャルレジャーなどは、今以上に注目が集まってほしい取り組みです。これらの今こそ広げ伝えなければならない情報を「広告」ではなく「社会広報」、「公共広報」と捕え、裾野を広げます。今まで、NPO活動もCSRもCBもそれぞれがバラバラで伝えられており、結果的に一般県民、サラリーマン層、主婦層、学生層などに伝わりにくかった状況があります。これを踏まえた目標として「社会のための活動」を取りまとめ、伝わりやすくします。同時にそれぞれの活動全体の認知度を向上させます。また、このような広報物は「チラシラックに設置したあとは興味がある人だけが持っていく…」という「待ち」のものがほとんどでした。今回は一歩進んで「ポスティング」にまで着手することを具体的な計画として組み入れます。そのポスティングの協力者の参画を呼びかけ、地域コミュニティの活性化、健康増進などの二次的効果とからめ、展開します。協力者が得られないエリアについては、やむを得ず折込みなどで対応することもあります。認知度アップと財源の有効活用のバランスで判断していきます。A4サイズ・4ページという仕様予定からスタートしますが、情報量と運営費のバランスさえ整えば、拡大していく可能性も十分にあり、拡がりに夢を持てるプランでもあります。この紙面には多様な立場の方々(企業、NPO、学校、行政、個人など)が登場しますが、目指す方向が同じであることが特徴的です。このような今までにあるようではなかった社会広報物を作成し、「攻め」の広報をマルチステークホルダーで協力しながら展開していきます。</p>		

<p>③事業の成果</p> <p>事業を実施することにより期待される成果を記載してください。</p>	<p>人材の循環、資金の循環などを目指す前にまずは「情報を循環」しなければ物事が始まりません。よく解らなかつたことが「よく解るようになる」ことは、簡単なようで なされていなかったことでした。地域の課題を共有し合うことで、それを解決しようという芽が出ます。広報紙の中で情報という資源を循環しながら、この紙面を支える広告費が資金を循環させます。広告費という応援しやすい(応援されやすい)仕組みを用意することも大事と考えます。今回の提案は、主体が異なるだけで同じ方向性の取り組みがまとまっていなかったことを、これでひとつにします。残念ながらNPO、ボランティア、CSR、CBは同じフィールドで紹介されることはほとんどありませんでした。また、関わりやすく手元まで届く定期発行物は皆無です。「明日に希望を感じる社会広報紙」でこれらの活動を広く周知できることは大きな成果と考えます。その広報紙が「出来上がる前」と「出来上がった後」にも、企業や県民が関われる工夫も凝らし、成果とします。「出来上がる前」とは紙面の制作の段階です。この段階の場に企業の広報担当者にプロボノ(プロボノ:各分野の専門家が、職業上持っている知識・スキルや経験を活かして社会貢献するボランティア活動全般)として関われるようにします。「出来上がった後」とは、ポスティング協力者として地域コミュニティに関わる方々と連携します。つまり、この事業は「広報紙」という情報の場をつくるだけでなく、プロボノの参画の場、コミュニティに関わる場の「3つの場づくり」をします。これにより、人材、資金、情報のいずれも循環させ、認知度を上げる取り組みとします。</p>
<p>④事業の継続性・発展性</p> <p>委託事業終了後、どのように事業を展開していく予定か記載してください。</p>	<p>「場」と「仕組み」が機能すれば、「人」も「お金」も動き出すということは、当方の「まちづくり型カルチャースクール・ブンカの交流館」(経済産業省ソーシャルビジネス55選・選定事業)を4年間続けてきた実績で理解しています。この事業は「企業や県民からどのようにNPOをサポートしてもらおうか」という発想に力点を置くのではなく、「地域社会により取り組みを一緒に広報していきましょうよ」とする共感の場づくりなのです。広告費は企業として捻出しやすい支援金です。認め合う、褒め合うという最も継続しやすい「心の循環」を含み入れることで、長く続くことが可能となり、WIN-WINの関係性は共に発展をとげることにも繋がります。モデルづくりの1年半の間に基盤を作り、それ以降は人と資金の循環で必ず軌道に乗せます。</p>
<p>⑤事業の予算の妥当性</p> <p>事業に必要な経費の積算の仕方の方等について記載してください。</p>	<p>平成25年3月を終えた時点で、この仕組みが永続的に残っていることを最大限にイメージしながら、かけるべき費用はかけ、節約すべき費用は節約するプランです。この貴重な機会に、継続できる場づくりを組み立てることが大事です。そのためには人材、資金、情報などの資源が入ってくるよう仕向けるために予算を使うことを大事に考えていきます。多くの資源循環は事務局スタッフの person 費が捻出できず、補助金や委託金が切れると同時に消滅していくケースがほとんどでした。そうならないためにも「三重県にない仕組みを構築すること」、「支援されやすい入口を作っておくこと」、「楽しく広がる可能性がある出口を作っておくこと」を大切にしました。</p>
<p>⑥事業の遂行能力</p> <p>提案する事業に関連して、貴団体が有する組織体制や専門性等について記載してください。</p>	<p>まちづくり型カルチャースクールも、コミュニティカフェも、始めた事業は続いているということが、遂行能力と捕えてもらえる嬉しいことです。また、情報紙の発行についてのMブリッジの特徴は、イラストレーター、フォトショップを使いこなすデザイナーが複数名いること、地元タウン誌出身のスタッフが複数名いること、著作権検定上級を持っているものがあること、(社)日本パブリックリレーションズ協会のPRプランナーを所有しているものがあること、大阪編集教室受講者が複数名いること、自分史アドバイザーがいること、自費出版アドバイザーが複数名いることなどがあります。三重県農水商工部から受託した「三重のCB」の取材、撮影、編集、冊子発行の実績や、松阪市商工観光部から受託した「松阪偉人マップ」の作成など、広報、編集などの専門性を持つ珍しいNPOと自負します。事業実施体制は、地元メディアの方々をアドバイザーに迎え、当法人を中心に制作委員会を設置。そこに企業の広報担当者、配布支援ボランティア、コミュニティビジネス運営者などに加わっていただきます。</p>

事業計画書

提案する事業について、いつごろ、どんなことを実施するのか、想定していることを記載してください。
平成23年10月1日～平成24年3月31日

年月	平成23年度取組内容
23年10～12月	企業の広報担当者、CB事業者などを集め説明会、勉強会など
23年10～12月	市民ライターの養成やデジカメ撮影のための講習を実施
23年11～1月	模擬取材、模擬撮影などを繰り返し、スキルアップ
23年12～2月	ダミー紙の作成、広告営業の段取り
24年1～2月	配布ルートのお知らせとポスティングスタッフ募集
24年2～3月	メディアへの記事提供、告知スタート
24年3月	23年度のふりかえりと、24年度以降の展開の再構築
達成目標	
<p>■平成23年度に達成しようとする成果を具体的に記載してください。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・社会広報紙という新しいスタイルの理解者、参画者を増加 ・多様な主体が関わり合える仕組みを構築 <p>■達成しようとする成果を測る具体的な指標</p> <p>項目①(社外参画者数) 目標値(15) / 現状(0)</p> <p>項目②(社会広報紙印刷数) 目標値(0) / 現状(0)</p>	

平成24年4月1日～平成25年3月31日

年月	平成24年度取組内容(予定)
24年4月	ダミー紙(その1)発行、発行後の検証
24年4月～	取材作業と同時に広報マンや市民ライターの勉強会は継続的に実施
24年4～6月	広告営業の本格化、ダミー紙(その2)の準備
24年6月	ダミー紙(その2)発行、発行後の検証、最終調整
24年10月～	正規版発行(その1)。以後、隔月で発行
25年1～3月	事業終了後の安定的運営に向けての準備、段取りなど
成果目標	
<p>■平成24年度に達成しようとする成果を具体的に記載してください。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・印刷数を松阪市の世帯数から、近隣の町も含み入れた数に増加 ・ダミー紙を発行し、見える形を取りながら、短期間で信頼を獲得 <p>■達成しようとする成果を測る具体的な指標</p> <p>項目①(社外参画者数) 目標値(25) / 現状(15)</p> <p>項目②(社会広報紙印刷数) 目標値(69,647) / 現状(0)</p>	

委託事業終了後の計画

今回の委託事業での成果を踏まえて、平成 25 年度以降にどのような事業展開をしていくのか。具体的な取組内容等を記載してください。

① 取組内容

「企業とNPOが共に創る「社会広報紙（ソーシャルパブリシティ）」を継続的に発行することによって、NPOやCSRに興味に興味を持ち、参画する県民を増やしていきます。NPOやCB、CSRを再評価しなくてはならない今、それらをきっちり広報していく役割を担います。その制作プロセスは、誰もが関わり合うことができるようマルチステークホルダーで展開していきます。「NPOがメディアを持つ」。これは非常に大切なことと考えております。現在も地元のケーブルテレビと連携し、「だから、市民活動！」という番組を制作しています。制作は当NPOの協力団体です。このようにメディアを持つことで広がりを出す役割を担わせてください。大阪ボランティア協会には「ウォロ」という定期刊行物があります。このような紙面という「場」をつくることで、各方面の発信する力も養われます。同時に情報や資金の循環が始まります。また蓄積したデータの二次利用で収益を得て、その財源が新しい資金循環に使える可能性も高まります。小学生6年生に解る社会広報を改めて考える時期が来ているはずです。