2017/8/5

寄付ファンドレイジング社長・プロボノチーム（議事録①）

・参加者７人…岡田（建設会社・社長）、竹之木進（デザイン会社・社長）、滝口（事務機器・営業プロボノ）、矢野・並木・千葉（とちぎVネット）、塩澤（ＹＭＣＡ総主事）

・記録：塩澤達俊

・議題　①FRチームのミッション、位置づけ、方向性について

②10/15の暫定報告会でおこなう内容

**（議事）**

〇 子どもの貧困の情報共有…新参加者の岡田さん、竹之進さん、滝口さんへ矢野事務局長より「子供の貧困撃退の骨組み」をもとに、子どもの貧困の基本情報の説明があり、それぞれから意見交換と自己紹介があった。

①FRチームの役割と位置づけ、方向性について

・このFRチームは、子ども食堂、学習支援、就労支援など各チームへの支援者の輪の拡大

・各チームの寄付集めのため、戦略を立て、ツールを整える。

**（意見）**

・企業や中小企業オーナー、職域募金＝サラリーマンなどの寄付＝支援者を多数集め、寄付額のボリューム感(量)を支援する。

・FR展開のためのツールを開発する。（ブランド・コンセプト、ブランド表出のロゴ、スローガン、ストーリーなどブランディング各種ツール）

・子どもの貧困について、知らない・分からない人が支援者になるための工夫をする。

・「分かり易く伝わる」ために何が必要か？　⇒見えにくい子どもの貧困を「見える化」する

・協働（寄付）の前に、共感をいかに生むか。⇒明快なデータが必要。

⇒各チームがリサーチ中。…「提示できる分かり易い事実」が必要

⇒「ストーリー」が有効。と当時に、誰でも同じ趣旨理解とFRの説明ができる「ロジックモデル」が必要（ミッ

ション、アウトカム、寄付目標額など）

・着手する突破口をどこに設定するか？　⇒「見えにくい」と「分かり易い」「共感」にこだわって、

『学習支援』（体験格差、非認知能力、グリット力、社会経験）

『家計支援』（食べ物）を入り口とし、各チームの支援領域への理解と寄付FRにつなげるのはどうか？

・FR企業、企業のオーナーやトップマネジメントのできるターゲットに、より広く多量にアクセスするにはどうしたらよいか？

⇒各種の企業団体（経済同友会、ロータリー、ライオンズ、各種賛助会など）を活用する。

　⇒CSR企業リストの活用　など

**（決定事項）**

**FRチームのミッション：**

FRチームの使命は、寄付がたくさん広く集まるための戦略とFRコンセプトをたて、ブランディング手法の展開でFR活動が誰でも、広くできるように支援する。

**FRチームの今後の展開：**

寄付者の知と情に働きかけ、《興味→共感→協働》という行動を広く、たくさん引き出す。そのために、

**●「分かり易くする」**…子どもの貧困についての情報、現状、寄付による成果・効果、円卓のミッション、寄付目標額とその根拠などが分かり易く表出できるようにブランディングをデザインする。

**●「アプローチ方法を確立する」**…CSR、各種企業団体、賛助会等へアプローチ。営業アプローチ

**●「寄付者のモチベーションを支援する」**…企業と市民が寄付する気持ちと行動を継続できるための支援アプローチをデザインする。（何のために？成果は？などに継続的に答えられるようなもの。Q＆A形式もOK。）

**例１「学習支援」アプローチ**：単なる宿題・学習の支援という理解を、体験格差・非認知能力・グリット力・社会的損失・就労などへ、関心や興味、理解が広がるもの。

**例２「家計支援」アプローチ：**フードバンクチームからの情報。奨学米プロジェクトで米の支援をすることが家計支援になるなど。（冷凍食品活用も有効であるため、冷蔵倉庫という支援展開も検討）

②10/15の暫定報告会でおこなう内容

・「分かり易い・ブランディング」展開(情と知に訴える　興味→共感→協働)のサンプルを提示する。

**宿題**

**1、 各自、新たなトップセールスできる人（営業マンのプロボノ）、トップマネジメント・リーダーなどを連れてくる。次回 は8/16。**

**2 、「分かり易い」伝え方、表出のためのあれこれについて考えてくる。**