

CAUSE

#01 2010.autumn

みらいファンド沖縄 広報誌「コース」第1号 2010年秋

特集

コース・リレーテッド・マーケティング

企業の社会貢献の手法としての寄付付き商品

column

新たな視点から公共私を考える

NPOとお金の話

みらいファンド沖縄 infomation

事業の報告
イベントのお知らせ

みらいのたね通信から1枚。

みらいファンド沖縄web siteには、NPOなどの活動を紹介する「みらいのたね通信」があります。ここでは、地域情報ポータルサイト「まちのたね通信」に、フォトレポーターと呼ばれるボランティアスタッフが投稿した写真の中から、公益活動を紹介したものを抽出しています。このコーナーでは、「まちのたね通信」編集部がセレクトした1枚をご紹介します。

「かあさん弁当」からのメッセージ

「まちのたね通信」と「しまのたね通信」は、その地域在勤在住のフォトレポーターと呼ばれるボランティアスタッフが、地域をフィールドにした様々な情報を携帯で撮影した写真とともに投稿する「地域情報ポータルサイト」です。投稿されてくる写真の内容としては、住民に愛されているお店、注目されているイベント、まちの変容などがフォトレポーター(住民)目線で投稿されてきます。

今回ご紹介する印象的な一枚は高齢者自立支援を目的としたNPO「沖縄シニアの会」の食材調達シーンを撮影したものです。

彼女達は那覇を拠点に高齢者のつくったお弁当販売を展開しているのですが、沢山の弁当屋が軒を連ねる中、シニアの会の「かあさん弁当」が持つメッセージ(高齢者自立支援/地産地消/安全・安心/懐かしいおふくろの味)を、消費者に伝えることは、なかなか大変なことだと思います。

そこで「まちのたね通信」では、お弁当が消費者に届くまでのプロセス(ストーリー)を、彼女達が投稿した写真等を通して発信して頂いています。その結果、投稿された写真をサイトで見て共感した方々が、お弁当を購入するという事例も出て来ました。

もちろん「まちのたね通信」は、公益活動を行っている方々だけを対象とした情報発信ツールではありませんが、NPO(非営利活動)やCSR(企業の社会的責任)という単語に触れたことのない生活者にも、活動を伝えることが出来るツールでもあります。

あなたのまちで起きる出来事を一風景として投稿したことが、NPOの情報発信の助けとなるかもしれません。そして、それに対するユーザーからのレスポンスを通して、さまざまな人たちが公益活動や社会貢献に関心を持つキッカケとなる…、そんな地域コミュニケーションを起こすことをめざして、新しいチャレンジをはじめた「まちのたね通信」と「みらいのたね通信」を、どうぞよろしくお願いいたします。(まちのたね編集室/新開育恵)

まちのたね通信ネットワーク <http://machitane.net/>
まちのたね通信のお問い合わせ info@machitane.net



沖縄シニアの会で作るかあさん弁当は、できる限り旬の地元の食材を使います。
直売所での大量の買い出し風景!
これが結構楽しいのね。

投稿日時:2010-03-13 16:28:31

投稿したフォトレポーター:originさん
タグ:沖縄シニアの会、かあさん弁当、旬の食材、買い出し

CAUSE #01

みらいファンド沖縄 広報誌「コース」
第1号 2010年秋

発行日:2010年11月30日
発行:一般財団法人みらいファンド沖縄
編集:一般財団法人みらいファンド沖縄
取材執筆協力:オフィスSaniya-mari
デザイン:DIGICOOL

- 『CAUSE』は、那覇市「地域づくり・公益活動支援事業」の一環として、NPO等公益活動団体の資源循環の支援となる情報を発信するため発行いたします。
- 本誌は、およそ3か月に1度の発行を予定しており、合わせてみらいファンド沖縄が提案する公益活動を支援する基金等の情報を紹介しております。
- 掲載情報は、11/15現在のもので、イベント情報等は、都合により変更となる場合もありますので、最新情報はみらいファンド沖縄 web site にてご確認ください。
- お問い合わせ



903-0812 沖縄県那覇市首里当蔵町1-11-20 新垣ビル1F
TEL:098-884-1123 FAX:098-884-1124
e-mail:office@miraiFund.org

<http://miraiFund.org>

446

沖縄県で認証されたNPO法人の数

沖縄県県民生活課 発表(2010年9月末時点)

沖縄県では、1999年に8団体が認証を受けて以降、毎年
の認証数は増加傾向にあり、ここ数年は50団体前後で推移
している。2006年に73団体が法人化しているが、これは
障害者自立支援法が施行され、通所施設の形態での支援
にNPO法人が一部参入可能になったことが影響している、
と県の担当者は言う。そして、昨年と今年では農業関連の申請
が以前に比べて増加している感があるとも、昨年、農地法が
改正されたことに関連して、食糧自給率の問題が取りざた
されることが増えたが、ここでも制度が変わることをきっかけ
に、市民社会の担い手が顕在化していることが伺える。

特定非営利活動促進法、いわゆるNPO法が施行されて
から今年で12年。職場に干支が同じという新入社員が入って
きたときに、そんなに時間が経ったんだと驚くと同時に、この
間にどのくらい自分は成長しただろう、と思わず振り返って
しまった方もいることと思う。NPO(法人)の概念は、その
くらいの成熟度と未知の可能性の狭間にある。

コース・リレーテッド・マーケティング

企業の社会貢献の手法としての寄付付き商品

ここ数年、「社会貢献」をテーマにしたことが増えている。同時に、企業の社会的責任(CSR)に対する関心も高まっており、新たな時代のキーワードとして、CSRやCRMが盛んに取り上げられている。そんな中、いち早くCRMを実践している沖縄の企業2社にお話を伺った。

県内企業も注目

企業の社会的責任(CSR)とコース・リレーテッド・マーケティング(CRM)

注目されるコース・リレーテッド・マーケティング

最近、売上金の一部を福祉や環境保護などの活動に寄付する「寄付付き商品」をよく目にするようになった。

厳しい経済不況の下、モノが売れないと多くの企業が悩む中で、いくつもの寄付付き商品が驚異的な売上げを記録している。

また、企業はこのような取り組みを通して、社会問題や環境問題解決への積極的な姿勢をアピールすることができ、企業や商品のイメージアップにもなる。

近年、このようなCRM(Cause Related Marketing)と呼ばれるマーケティングの手法が注目されている。

Cause Related Marketing(コース・リレーテッド・マーケティング)の「Cause」とは、直訳すると「大義」や「理由」であるが、東京電機大学の世良耕一准教授は、ここでのCauseを「良いことなので支援したくなるような対象」と定義している。また、CRMとは企業の社会的貢献とビジネスの目標を達成するための戦略で、1983年、米国のアメリカン・エキスプレス社が、世界で初めて、社会貢献型のマーケティング・プログラムを実施したのが始まりとされる。同社は、カードの発行1枚につき1ドル、カード利用1回ごとに1セントを、自由の女神の修復基金として寄付を行い、その総額は170万ドルにも上った。

その後、CRMは世界各国でも活用され、ここ数年、日本でも急速に増加。県内でもオリオンビール(株)が、アサヒビール(株)と共同で1本につき1円をサンゴ礁の保護活動などに寄付するプロジェクトを実施するなど話題は多い。

日本におけるCSRの始まりと社会貢献

このようにCRMが急速に普及した背景には、消費者の社会貢献に対する意識の高まりがあげられる。今や企業の社会的責任(Corporate Social Responsibility)、いわゆるCSRを念頭に置いた経営を実践することは、企業価値を高める上で非常に重要であり、企業内に専門の担当者や部署を置いて推進を図っているところも少なくない。

CSRは欧米で発達した概念であり、日本では、ISO(国際標準化機構)が「企業の社会的責任」に関する規格の整備に着手したことをきっかけに2003年頃から注目されるようになった。しかし、2008年のリーマンショックにより、企業の社会貢献に対する寄付金額が大きく減少し、従業員の派遣という

形にシフトする企業が増加(表1)。それでも「社会貢献活動の見直しは考えていない」「充実する方向で見直し」という企業は多く(表2)、社会貢献という付加価値を商品に与える手法に注目が集まった。

社会貢献に対する市民の意識

(株)インテージによる「募金・寄付に関する意識調査」では、募金をしたことのある人の約半数が、「趣旨に賛同したから」と答えており、市民自らが選好して寄付を行っているのが分かる(表3)。

また、(株)電通の電通総研による「社会貢献に関する生活者意識調査」では、社会貢献の具体的な行動について、電話やクリック募金、街頭募金と答えた人が圧倒的に多く、次いで寄付付き商品の購入となっている(表4)。さらに、寄付付き商品を「知っている」人が59%、購入経験者は39%おり、意向については「購入したい」とする肯定層が56%と、社会貢献に対する市民の意識は高く、かつ気軽にできる社会貢献の形として寄付を捉えていることがわかる。(表5)

しかし、自身が共感できることを望んでおり、寄付付き商品のコースをどう設定するかは重要なポイントになりそうだ。

環境、福祉、教育など地域を支援！CRMを実践する地元企業

沖縄ハム総合食品株式会社

ハムやベーコン、ソーセージに惣菜やレトルト食品などでお馴染みの「沖縄ハム総合食品株式会社」。読谷村にある本社・工場では、年間6100トンもの「沖縄の味」が製造されている。

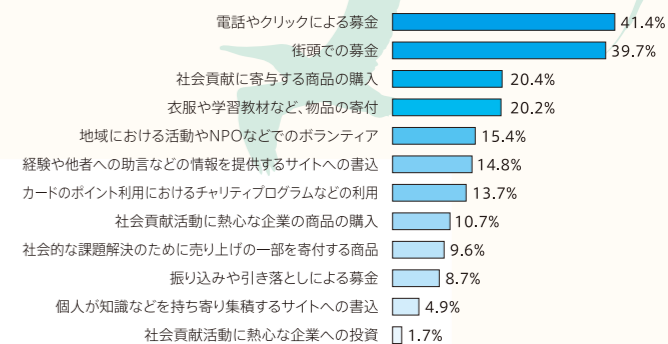
同社では、地域振興や地域貢献などを目的に行政や生産者、小売店、消費者と一緒に共同開発した商品も多数あり、そのうち、「南大東島の海鮮タコライス」「もずくコロちゃん」「カレーになりたいたウガンくん」が寄付付き商品である。

これら商品の開発すべてに関わってきたのが、企画部の比嘉勝子さん。「社会貢献商品の開発に携われることはうれしく、誇りに思う」と目を輝かせる。

2009年4月に発売された「南大東島の海鮮タコライス」は、島の漁師が獲ったイカやマグロを使用。島の水産業発展に貢献するほか、売上金の一部を島へ寄付し、子ども達のための書籍購入費用に活用される仕組みを構築。教育貢献にもつながっている。「島の子ども達は図書室にある本を読み切ってしまうほど読書好き。しかし島が図書を購入するための予算が少なく、本屋もない。これまで商品の売上から8万円の寄付ができ、書籍などの購入ができた」と報告があった」と喜ぶ。

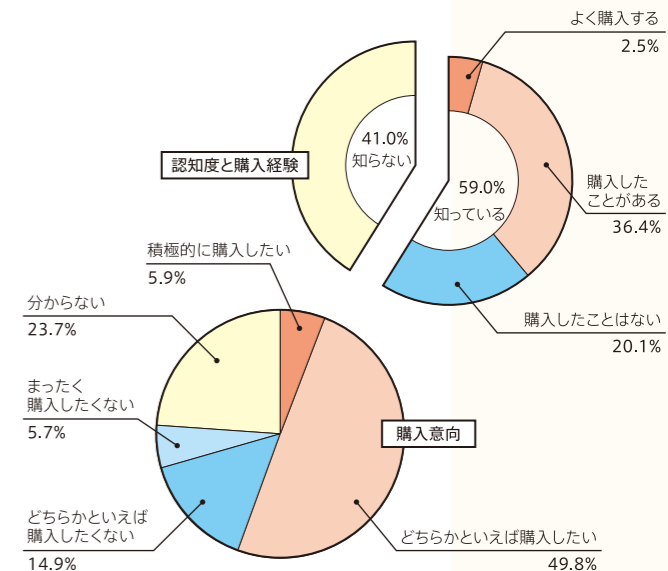
09年6月には、恩納村のサンゴ保全活動をコースにした「もずくコロちゃん」、10年6月には読谷村の高齢者支援に

(表4) 他人や社会のために役立つ行動【経験】具体的な方法について



(株)電通 電通総研[2010]「社会貢献に関する生活者意識調査」より

(表5) 売上の一部が寄付される商品の認知度と購入経験・購入意向について



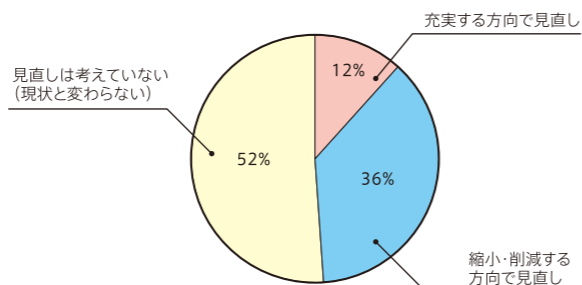
(株)電通 電通総研[2010]「社会貢献に関する生活者意識調査」より

(表1) 社会貢献活動支出の有無

	2007年	2008年
回答企業数	385社	391社
現金寄付	96%	97%
現物寄付	35%	35%
施設開放	33%	35%
従業員派遣	38%	43%
その他	11%	13%
自主プログラムに関する支出	51%	52%
災害被災地支援関連支出	64%	80%
支出なし	0%	0%

(社)日本経済団体連合会、社会貢献推進委員会・1%クラブ[2009]「2008年度 社会貢献活動実績調査結果(社会貢献活動支出と社会貢献に関する意識の調査)」より

(表2) 2008年秋以降の経済危機のなか、社会貢献活動への取り組み見直しをしたかの問いに対する答え



(社)日本経済団体連合会、社会貢献推進委員会・1%クラブ[2009]「2008年度 社会貢献活動実績調査結果(社会貢献活動支出と社会貢献に関する意識の調査)」より

(表3) 募金・寄付に協力した理由について

社会に貢献したいと思ったから	217	37.2%
募金・寄付の趣旨に賛同したから	302	51.9%
知名度のある団体だったから	42	7.2%
友人・知人が協力をしたから	20	3.3%
協力を求められて断れなかったから	85	14.6%
店頭の募金箱に気がついたから	127	21.8%
購入したものが寄付つき商品だったから	31	5.4%
テレビや雑誌等のメディアで紹介されていたから	12	2.1%
小銭が余っていたから	83	14.3%
定期的に行うようにしているから	67	11.5%
大きな災害などがあったから	88	15.1%
税金の控除対象になるから	5	0.8%
自分も助けてもらったことがあり、恩返しをしたかった	19	3.2%
その他	25	4.3%
合計	583	100.0%

(株)インテージ[2009]インターネット調査「募金・寄付に関する意識調査」より(最近1年間に募金・寄付した人に質問)より



沖縄ハム総合食品(株)が行政、生産者、小売店、消費者などと共同開発、同社で製造している社会貢献商品。手前の3商品は寄付付き商品になっている。



沖縄ハム総合食品(株)で社会貢献商品の開発などを担当する企画部の比嘉勝子さん。

特集 コーズ・リレーテッド・マーケティング

企業の社会貢献の手法としての寄付付き商品

つなげた「カレーになりたいトウガンくん」を次々と発売。「社会貢献商品は、誰のために役立っているか、誰が賛同して買ってくれているかを意識しながら、関わる者が思いを共有できることが大切。今後は飲料製品などでも展開できれば」と豊富を語った。

那覇青果物卸商業協同組合

輸入青果物の検疫や通関から共同保管、共同加工処理を一元的に行うことができる県内唯一の事業所として、15カ国の生産地から50余種類の青果物を取り扱う那覇青果物卸商業協同組合。

同組合は(株)ドールと提携し、2009年3月より「社会貢献バナナ」の販売を開始。売上の一部を県内の環境保護、希少生物の保護育成、児童生徒の食育活動を行う団体へ寄付・助成している。

同組合総務部長の垣花忠明氏は、「バナナは価格の優等生。年間を通じ安定供給できる。そのバナナを募金感覚で買っていただき、環境保護活動などに役立てるといった新しい販売の形。寄付分は1パック1.5円で、年間の目標総額は100万円」と説明する。

「不況のため売上が落ち込んでいる商品が多い中、社会貢献バナナの売上は順調。今年4月に、第1回の基金贈呈式を行ったが、目標を上回る120万円を寄付・助成することができた」と事業第二部長の井上淳氏も笑顔。

寄付先は、一般募集し、選考委員会で活動状況などを踏まえ決定している。今年には県内の4団体に助成金、寄付金として贈呈することができた。

助成団体の一つ「NPO法人読山原(ユンザンバル)」(代表/武村茂)は、南城市志堅原にある読山原浜辺と周辺の美化および安全確保に関する活動を行っている。「今回の助成金では、読山原浜辺の清掃活動のほかにも、フクギの苗を購入



社会貢献バナナ基金より助成を受け、読山原浜辺の清掃や植樹をする「NPO法人読山原(ユンザンバル)」の皆さん。

して植樹できたという報告があった」と垣花氏も喜ぶ。また、「今回は募集期間が短く、申し込み団体が少なかったが、次は広報にも努め、申し込み期間を長くしたい。多くの団体に活用してほしい」と呼び掛けた。

なお、2010年度における「那覇青果社会貢献基金」の応募要領および助成金申込書は同組合のホームページ(<http://www.nahaseika.or.jp/>)からダウンロードできる。

地域課題への媒介役としての可能性

これらの商品の他にも多くの寄付付き商品が県内企業によって取り組まれている。多くは県内の社会的課題が寄付の対象、すなわち「コース」となっている。全国企業が展開するものとは異なり、地域の社会課題をコースとするのは、やはり地元企業だからこそ関与できるからに相違ない。モノの地産地消と同様に、地域社会の課題に対してその地域の住民が課題解決の一端を担う、そのための橋渡し役を果たす可能性を、寄付付き商品は持っているのではなかろうか。

(取材執筆協力:赤嶺初美)

参考資料:世良耕一[2004]「日本における「企業の社会的責任(CSR)」と「コース・リレーテッド・マーケティング」の関係に関する一考察」北海道大学経営論集1(4) / アメリカン・エクスプレスホームページ <http://www.americanexpress.com/japan/legal/company/philanthropy.shtml> / 市民活動総合情報誌「Vo!o(ヴォロ)」2004年4月号(通巻394号) / (社)日本経済団体連合会[2009]「CSR(企業の社会的責任)に関するアンケート調査結果」 / (社)日本経済団体連合会、社会貢献推進委員会・1%クラブ[2009]「2008年度 社会貢献活動実績調査結果」 / (株)インテージ[2009]「募金・寄付に関する意識調査」 / (株)電通 電通総研[2010]「社会貢献に関する生活者意識調査」



那覇青果物卸商業協同組合総務部長の垣花忠明氏、事業第二部の井上淳部長、東風平朝享課長代理(左から)

「社会貢献バナナ」の売上1パックあたり1.5円が、県内の環境保護、希少生物の保護育成、児童生徒の食育活動を行う団体へ寄付される。

新たな視点から公共私を考える①

大城保

市場経済は経済的富を最大にするが、しかし!

この創刊号から数回にわたってコラムを担当する沖縄国際大学教授の大城保です。専門分野は経済学で、市場(しじょう)経済の原理とその限界について研究しています。

現在、世界の経済はどの国どの地域でも、市場経済が中心的役割を果たしています。しかし、市場経済がどんなにうまく機能しても解決できない経済問題、すなわち市場の失敗や限界がたたく存在しています。市場経済で解決できない問題は、誰がどのように解決していくのでしょうか。市場で解決できない経済問題を解決していく主体と解決方法について考えていくことにしましょう。

なく、損をするのであれば交換を拒否すればいいだけのことです。利益があるから交換するのです。ですから売り手も買い手も、自分の利益が最大になるように行動すればいいのです。もし売り手に売れ残りが出て、売れ残るよりも価格を安くして売って、少しでも利益が上がるようにするでしょう。逆に、買い手が多すぎて買えない人の行列ができたなら、買い手は価格を高く申し出てでも買って、自分の利益を大きくするようにしたいでしょう。ある価格のときに、売り手は全部売り切った利益を最大にし、買い手も買いたいだけ買って利益を最大にし、市場には売れ残りも買いたい行列もない状況になるでしょう。その時に市場参加者の利益総額が最大となります。

結論として、市場経済は、経済的富の最大化に非常に大きな役割を果たしています。

おもしろ たもつ 琉球大学経済学卒業、広島大学大学院経済学修士。沖縄国際大学助手、講師、助教授を経て、現在、経済学部経済学教授、大学院地域産業研究科教授を兼任。教学部長、経済学部長、大学院研究科長を歴任。

column

NPOとお金の話①

NPOと会計・税務の現場から NPOとお金の話題を提供していきます。

大城逸子

はじめまして。税理士の大城逸子です。私がNPOと関わりを始めたのは今から7年前。あるNPO法人の会計をサポートすることになったのがきっかけでした。それまで私は株式会社など営利法人の業務しか経験がなくNPOの知識も全くなかったため、その当時の私にとってNPOの世界は正直いって「???」だらけでよくわからない分野でした。

しかし、そのNPOとのかかわりもきつかけし、那覇市NPO活動支援センターのNPO学校などに通ってNPOについて学び、また会計や税務について仕事をしていくうちに少しずつNPOについて理解し、この分野にハマっていきましました。そして現在はNPOの皆様の会計や税務の相談に乗る機会も増え、多くの団体の会計税務のサポートをさせていただいています。

私はNPOの活動は活動分野が多岐にわたり、組織の規模や運営方法なども様々であること、また、これまで営利企業がビジネスとして行えなかったことや行政がカバーできていないところにNPOが着目し、新しい

発想で活動するところにとっても魅力を感じています。ただ、その一方で、素晴らしい目的をもって活動しているにもかかわらず、活動資金が決して十分でない団体が多く存在している事実もよく理解しているつもりです。またこれまでNPOとかわりがない外側の立場からNPOを見た場合、何をやっているのかよくわからないと思われていたり、誤解されていたりする分も少なからずあるようです。そのため、何らかの支援をしたいと思っながらもなかなか一歩踏み出せない人も多くいらっしゃるのではないかと思うことがよくあります。

そこで、これから私は主に会計や税務と関わりのある視点から、NPOとお金について、特にNPOの収入の大きな柱のひとつである寄付金を中心に、寄付をする側・される側の立場に立っているいろいろな話題を提供していきたいと思っています。

おもしろ いっこ 税理士。浦添市出身。琉球大学卒業。横浜国立大学大学院修了と同時に税理士資格を取得。2000年、宜野湾市にて「大城税理士事務所」を開業。名城大学 非常勤講師。NPO法人NPO会計税務専門家ネットワークメンバー。

じぶん基金

みらいファンド沖縄第1号基金は、沖縄離島バドミントン基金です!

みらいファンド沖縄では、2010年7月に個人創案型基金「じぶん基金」を実験的にスタートしました。「じぶん基金」とは、日々生活する個人だからこそ気付ける身近な社会的課題に着目し、その解決にあたる人材の育成を目的に、寄付によって運営される助成基金です。テーマとなる社会的課題へ意思を持って取り組もうとする個人を「コンダクター(指揮者)」に任命し、自身がアクションを起こしながら、社会に広くこの課題を訴えていく役割を担っていただいています。

その第1号が「沖縄離島バドミントン基金」です。離島では、サッカーや野球などの大人が必要なスポーツは実施が困難なため、多くの小中学校でバドミントンが盛んです。そんな離島に専門の講師を派遣するのが、この基金の目的です。子どもたちがバドミントンに真剣に取り組むことを通じて、自信をもって社会へ出られるよう、どうぞご支援ください。(担当:スミ)



9月14日に開催された、粟国島での助成講習会のようす。指導にあたったのは、本基金のコンダクター大見謝恒章さん。

寄付先口座番号や現在の基金の状況など詳しくは、<http://miraifund.org/?p=385>をごらんください。

じぶん基金002 沖縄学生SIFEワールドカップ派遣支援基金

世界大会への視察を助成しました

学生自身の社会的ビジネスの成果を発表・評価する「SIFEワールドカップ」への参加を支援し、沖縄の次代を担う人材の輩出をめざす「沖縄学生SIFEワールドカップ派遣支援基金」では、寄せられた寄付金をもとに、10月10～12日にアメリカのロサンゼルスで開催された2010年世界大会に、コンダクター含む学生4名を派遣することができました。

10月8日に沖縄を発った一行は、予選大会を勝ち抜いた各国代表のプレゼンを視察。高いレベルで社会課題に向き合い、アピールする世界中の学生に多くの刺激を受けたようです。各国の学生や現地県人会との交流によって人の輪も広げ、一行は10月15日に帰国しました。本基金のコンダクターである牧志朝英氏(琉球大学3年次)は、SIFE世界大会の沖縄誘致を目指しており、この高い目標に向けて、多くのヒントを得ることができたようです。

本基金では次年度のSIFE国内大会、世界大会への派遣支援のため、引き続き寄付を募ってまいります。応援をお願いいたします。(担当:佐脇)

寄付先口座番号や現在の基金の状況など詳しくは、<http://miraifund.org/?p=537>をごらんください。

ラジオ番組「CSRヒトワク」

第2・4木曜日14:30～、タイフーンfmにて放送中!

2010年7月8日より、ラジオ番組「CSRヒトワク」がスタートしました。番組では、企業とNPOの様々な形での協働事例を対話形式で紹介しています。

放送開始から3ヵ月で6組の県内企業とNPOにご出演いただき、協働事例をご紹介しましたが、どの事例でも企業は自社の事業に合った強みを活かして行っていること、NPOも今までに培った知識を活かして企業からの援助を最大限に活用していることが共通しています。自社にとってヒト・モノ・カネ・情報の経営資源の中でどれがCSRに適切なのか、またNPOにはどのような情報発信をしていけば支援の獲得につながりやすいのかを考える上で、この番組を参考にいただければと思います。(担当:宮里)



CSRヒトワクの第一回放送のようす。ゲストは、(株)なかむら食品の仲村正雄社長(右)とフードバンクセカンドハーベスト沖縄事務局の仲村一真さん

event

おきなわCSRフォーラム2010 戦略的なCSRが紡ぐ、地域企業×NPOの協働

戦略的にCSRを進め、地域社会の持続可能な発展を築く上で、一つの鍵となるのは、地域の社会的課題への専門性を持つNPOとの協働です。このフォーラムでは、国内の動向や県内の事例を共有し、これからのCSRを企業がどう捉え、どう進めるのかを考える機会としたいと思います。

日時 2010年12月4日(土)13:00～17:00(開場12:30)

場所 ホテルロイヤルオリオン 2F 旭の間 (那覇市安里1-2-21 / ゆいレール牧志駅から徒歩3分)

参加費 無料

*定員180名。事前申込みの方を優先しますので、所属、役職、住所、氏名、電話番号、E-mailを明記して、メールにてみらいファンド沖縄までお申込みください。

プログラム

基調講演

『地域企業によるCSR活動の重要性とNPOとの連携について』

関正雄氏((株)損害保険ジャパン 理事 CSR統括部長)

講演

『地域の現場から始まるCSR～CSR活動に協力する際のNPOの責任～』

金森康氏((特活)ソーシャル・デザイン・ファンド 代表)

県内事例発表

『NPOと協働した、自動販売機によるヤンバルクイナ生態調査』

嘉手苧修氏(沖縄ココ・コーポレーション(株) 広報環境室広報環境課長)

『フードバンク沖縄と連携した食のリサイクル』

仲村正雄氏((株)なかむら食品 社長)

パネルディスカッション

共同主催:一般財団法人みらいファンド沖縄、那覇市(地域づくり・公益活動支援事業)

後援:沖縄県、(社)那覇青年会議所、(社)沖縄県経営者協会、沖縄県中小企業家同友会、沖縄タイムス社、琉球新報社、タイフーンfm (順不同)

information

企業とNPOのパートナーシップ事例を知るラジオ番組

CSRヒトワク

www.fmnaha.jp 78.0MHz (周波数 78.0MHz)

第2・4木曜日 14:30～(約15分)

*放送内容は、ポッドキャスト化され、インターネット上でいつでも聞かれます。

タイフーンfm <http://www.fmnaha.jp/>

みらいファンド沖縄 <http://miraifund.org>

about us

一般財団法人 **みらいファンド沖縄**

沖縄のNPOをはじめとする市民公益活動団体と、公益活動を支えたい企業、団体、個人等とを橋渡すため、2010年4月に設立いたしました。市民活動の社会的基盤の充実を図り、諸資源の循環をもたらすことで、地域のあらゆる主体が公益を担い、沖縄の未来を支え合う社会の実現に寄与することをめざします。

ミッションと事業

情報流通

×

資金循環

公益ポータルサイトの開発/運営などの事業を通じ、市民活動の情報発信を促進し、市民の“共感”を育みます

“共感”による寄付を募る基金の運営事業を通じ、市民活動団体が自律的かつ継続的に活動できる環境づくりをめざします

fund

離島の小中学校に、指導者とチャトルをどけよう 沖縄離島バドミントン基金

バドミントンは、県内の離島の小中学校では人気のあるスポーツです。それは、野球やサッカーなどの人数が必要なスポーツよりも比較的取り組みやすいからです。しかし、本物の技術に触れることや、適切な指導を継続的に受けることが困難な状態にあります。そこで、この基金を設立し、離島でバドミントン競技に取り組む子どもたちやその指導者の方たちを支援します。

目標金額:500万円

使途:指導者の派遣助成、消耗品(シャトル)の寄贈

寄付先口座番号や現在の基金の状況など詳しくは、下記サイトをご覧ください。<http://miraifund.org/?p=385>

fund

沖縄の次代を担うキーマンがここから飛び立つ 沖縄学生SIFEワールドカップ派遣支援基金

SIFE(サイフ)は、ビジネスの手法で社会的課題の解決に取り組む学生のプレゼンテーション大会です。この基金では、沖縄の学生を国内大会出場と世界大会視察へと送り出し、世界的視野を持つ人材の輩出をめざします。

目標金額:毎年150万円

使途:国内大会(東京)への参加渡航費助成、世界大会の視察派遣費

寄付先口座番号や現在の基金の状況など詳しくは、下記サイトをご覧ください。<http://miraifund.org/?p=537>

portal site

沖縄県内のNPOが検索できる、公益情報サイトとしてまもなくリニューアル みらいファンド沖縄 ポータルサイト

みらいファンド沖縄では、ウェブサイトをリニューアルし、県内のNPOデータベースを搭載した公益ポータルサイトとして展開してまいります。データベースの基本情報は、那覇市NPO活動支援センター(指定管理者 NPO法人まちなか研究所わくわく)が収集し『おきなわ市民活動NPO便利帳』として公表してきたものを用いています。さらに、NPOの活動のようすがわかる、さまざまなコンテンツと連携。各NPOのアクティブなようすが伝わるデータベースをめざし、現在、開発を進めております。このデータベースシステムの他、みらいファンド沖縄が運営する、NPO等市民活動を支援する基金とその助成金の情報も随時更新してまいります。支援したいと思えるNPOを探したい方は、ぜひご利用ください。

URL <http://miraifund.org>

リニューアル公開:2010年11月下旬を予定

提携コンテンツ

「CANPAN」…(財)日本財団が運営する 全国版公益ポータルサイト

「まちのたね通信」「しまのたね通信」…地域情報エージェント(株)が運営する地域情報ポータルサイト

「タイフーンfm ポッドキャスト」…トーク番組「ヒトワク」のインターネット・アーカイブ

*このシステムは那覇市「地域づくり・公益活動支援事業」の一環として製作するものです



<http://miraifund.org/>

〒903-0812 沖縄県那覇市首里当蔵町1-11-20 新垣ビル1F

e-mail: office@miraifund.org

TEL. 098-884-1123 FAX. 098-884-1124

*みらいファンド沖縄では、みなさまの思いを寄付金の形で地域へ届けることをお手伝いするため、寄付者の税制優遇(寄付金控除/損金換算)が可能となる公益財団法人の認証をめざしております。