



21 世紀ルネッサンス
青年リーダー招へい 2005 年

NPO マネジメントコース

NPO マネジメント
ハンドブック

NPO 運営のためのハンドブック

ねらい：

このハンドブックは、Alumni Association(以下 AA=各国事後活動組織)/非営利団体(NPO 法人)を活性化させ、社会貢献活動を行う際の実践的な手引書として作成されたものである。

ビジョン=展望

NPO としてのすべての AA を活性化させ、社会貢献活動を行うこと。

目次：

1. NPO の定義
2. AA/NPO の目的
3. このハンドブックの使い方
4. 5つの要素
 - A. 使命=ミッション
 - B. 人材育成=ヒューマンリソース
 - C. 広報戦略=PR
 - D. 資金調達=Funding
 - E. 戦略立案
個人として~グループとして~他の NPO やコミュニティーと連携して
5. まとめ
6. 提案
7. 参考資料
8. NPO マネジメントコースメンバーリスト

導入

1. NPO の定義

ジョン・ホプキンス大学の国際非営利産業分類(ICNPO=International Classification of Non Profit Organization)によると、NPOとは、以下の5つの特徴を持っている。

- 運営されていること：ある程度組織化されていること
- 公的でないこと：制度として政府から独立していること
- 自営であること：独自の内部的な手続きをもって管理されていること
- 利益を分配しないこと
- 自発的であること：メンバーは自分の意志でその組織に所属すること

NPOは、「第3セクター」や「チャリティ」と呼ばれることもある。

2. AA (NPO) の目的

「世界青年の船」と「東南アジア青年の船」の同窓会組織は、上に述べたNPOとしての5つの定義に当てはまる。

SWYAA: 「世界青年の船」事後活動組織は、日本政府の内閣府主催による同事業において培われた異文化理解、国際協調、世界平和を目的として、リーダーシップ精神を養い、その精神を推進している。

SSEAYP: 東南アジア青年の船の目的は以下である。

1. 既参加青年が集う機会をつくり、事業後も続いている友情や理解、親善への重要性を再認識する。
2. 定期的に情報交換をすることによって、同窓会組織の活動を活性化させる。
3. 地域社会に応じた共同プロジェクトを企画、実行し、社会に貢献する。
4. これらの目的を達成するために必要な資金を生み出すための活動を行う。
5. SSEAYPの二次的目的は、他の団体からのメンバーを招待し、選択して受け入れることで、他の団体との協調関係を育む。

理想的な AA とは :

- 明確な使命(ミッション)を持っている
- 対象者を特定している
- メンバー間と関係者との良いコミュニケーションを保っている

理想的な AA は、スポーツ、福祉、芸術、啓蒙活動などの社会活動に参加し、以下のような方法を使って、その理想を達成することができる。

- ロゴやスローガンの作成
- メンバーの連絡先の更新やメーリングリストなどのネットワーク
- ウェブサイト
- 活動報告
- 定期的なお知らせやニュースレター
- 年次会議

3. このハンドブックの使い方

このハンドブックは各 NPO の構成によってさまざまな使い方ができます。

例えば :

- A. このハンドブックを各 AA に持ち帰って、ワークショップなどを通じて内容を伝える。
- B. 役員メンバー (又は活発な会員) に 1 つの要素について調べ、情報を集めてもらい、役員会において報告してもらう。
- C. このハンドブックにある要素に基づいて、定期的に (年に 1 回程度) 各 AA を評価する機会を設ける。

4. 5 つの要素

A. 使命 = ミッション

MISSION-VISION-VALUES (ミッション-ビジョン-バリュー)

ビジョンは、組織の目的および目指す方向性であり、ミッションがなければ、その組織は存在する理由がなくなる。

1. ミッション: なぜここにいるのか? 目的 明確に簡潔で、幅を持たせる。
2. ビジョン: どこを目指すか? 展望、未来像、将来図。
3. バリュー: 活動を行うときに、大切にすること (団体の主義、価値観、文化)。

“スローガンは、人に分かりやすく伝わりやすいものに”

以下の設問は、ミッションステートメント(使命を文章化したもの)を作成するのに、役立つものです。あなたの AA や NPO の主要なステークホルダー(あなたの AA/NPO に影響を与え/与えられる人)と一緒に、この設問に答えてみましょう。

1. 私たちは誰であるか？
2. 一般的に、私たちが働きかけるべき、社会的もしくは政治的な基本的な要求/問題とは何か？
3. 一般的に、私たちは、そのような要求/問題に対して、どのように認識し、どのようなことを予想し、どのように対応するか？
4. 私たちは主要なステークホルダーにどのように接するべきか？
5. 私たちの団体の理念、価値観、文化とは何か？
6. 私たちの独自性とは？(他と異なる特異性とは？)

B. 人材育成=ヒューマンリソース・デベロップメント

健全な NPO は 2 つの重要な構成要素を必要としている。1 つには NPO の方向性に責任を持つ役員会。2 つ目は幅広い人材やスキル、時間や情熱などを持って NPO の使命(ミッション)を満たすことができる強固な会員基盤である。また、その使命(ミッション)に貢献すべく外部の関係者も考慮する必要があるでしょう。

1. 求められる各領域に対してどのような人材、スキル、可能性、興味が現在あるかを認識する。
 - A. 役員会
 - B. 会員
 - C. 外部ステークホルダー
2. 会員は、どのような役割、仕事を持っているか？
3. 会員は、団体のミッションにどのように関係しているか？
4. 何人の人が団体に関連しているか？
5. 会員の求めているものは何か？
6. 会員はあなたの AA/NPO に対してどのような貢献をすることができるか？
7. どのようなリソース(資源)を、会員と主要なステークホルダーをつなぐために使うことができるか？

8. 会員の興味を維持するための活動をしているか？
9. 実際、会員の全員とどのくらいの頻度で会っているか？

人材活用を促進させるために AA は、以下のことを行う必要がある。

- 会員と主要なステークホルダーのデータベースを更新する。
- AA/NPO 内の多様なスキルを維持する。
- 人々の使える時間を認識する。
- 人々に参加させるためのモチベーションを与える。
- 明確で分かりやすいコミュニケーションを心がける。
- ウェブサイトやニュースレターの作成
- 貢献することができるような定期的な活動
- 共通の目標設定

C. 広報戦略=PR

PR とは、あなたの団体が、ある一定のイメージを持ち、世間一般やターゲットとしているグループ、さらに潜在的な支援者からの信頼や信用を得るために、あなたの団体が目指すイメージである。

1. PR の目的とは？何を目指していて、私たちのプロジェクトについて何を伝えたいのか？
2. 誰を対象にしているか？
3. どのようなメッセージや印象を伝えたいのか？
4. 広報活動のためのどのようなリソース(資源)を持っているか？(時間、コンタクト先となる窓口、時間、他の企業や NPO 等との関係 etc.)
5. 対象となる人々が何を求めているか？
6. 持っているリソース(資源)の中で、対象となる人々にもっとも適しているものは何か？

D. 資金調達=Funding

資金を得るためには、AA としての法人格が必要になってくる場合もあります。資金とは、AA や NPO にとって活動を維持し、社会貢献活動を行うために重要なものである。

以下、資金を得る可能性がある対象

- 政府

- 国際機関
- 寄付
- 企業
- 事業活動
- 自己資金調達
- 会費

資金を得るために

1. 組織が明確な使命(ミッション)を持つこと。使命(ミッション)を持つことによって、資金提供を依頼する対象に対して、その資金で何を達成したいかを説明することができる。
2. 資金(予算)の目標額を明確に認識すること。
 - その団体が目指す社会活動を行うために必要な資金とは？
 - 事務経費は？(給与、賃貸、通信費など)
3. すでに持っている資源は？
4. 目標を達成するために必要な資源とは？
5. 新しい資金を得るために使用できるすでに存在するネットワークは？
6. NPOは、信用と透明性を明確に示す必要があり、資金集めのために行った活動についての定期的な報告をする必要がある。

資金集めに必要な資料

- AA/NPOが今までに行ってきたことを簡単にまとめた資料。
- これから何らかの社会貢献活動を行おうとしている場合は、予算明細を含めた戦略的計画が必要となる。

E. 戦略的計画の立て方

～個人として

～グループとして

～他のNPOやコミュニティーと協力において

戦略的計画を立てるために重要な項目

1. 私達の使命(ミッション)とは？

2. ターゲットは誰か？

つまり、結果が出たときに満足する人とは？第一次ターゲットと支援的ターゲットの2種類がある

3. その対象グループの求めているものは？

長期的に望まれる結果とは？何を求めているのか？結果として以下のどのような観点から変化をもたらしたいのか？

行動、状況、健康、希望、能力、可能性など。

注：評価基準と結果を関連つけること。

4. 計画によって生み出される結果は何か？

その企画から何を達成しようとしているのか？

5. 私達の計画は？

到達地点を設定し、どのように到達するかということ。戦略的計画は、SMARTであるべき：Specific=特定、Measurable=測定可能、Achievable=到達可能、Realistic=現実的、Timeframe=時間的な段階があること。

ミッション、ビジョン、目標、目的、行動、期間、予算、ある一定期間ごとの評価方法のすべてが必要である。

5. まとめ

このハンドブックは、各AAが活動する際に簡潔かつ具体的に役立つために作成されたものである。AA組織を強化するために、このハンドブックを活用してください。

6. 提案

メディアについて：メディアと関係を築くことは、あなたの団体の使命(ミッション)を伝え、PRを進めるために、大切なことです。メディアとの対応の仕方について以下を参照してください。

メディアの人々の特徴
締め切りがある
情報を編集する
ストーリーを所有する
視覚的な影響力がある

あなたがすべきこと
締め切りを守る
情報を簡潔に分かりやすくする
ヘッドラインを与える
目立たせること

地理的に距離のある既参加青年のネット上でのネットワーク構築には、以下のような手段がある。

Yahoo メールグループ（メーリングリスト）・電子ニュースレター・チャット・地域ごとの会議、プロジェクトの地域化（地域で行う活動）・組織の代表からの定期的な電子ネットワークによる最新情報の共有など。

7. 参考資料

ウェブサイト

- Catholic Institute for International Relations
<http://www.ciir.org/>
Capacity building manual: Capacity building for local NGOs: A guidance manual for good practice.
- Center for Public Resources Development <http://www.public.or.jp/>
- IYEO <http://www.iyeo.or.jp/>

本

- John M Bryson ‘Strategic Planning for Public and Non Profit Organizations’
- Hall, Michael and Banting, Keith. 2000. ‘The non profit sector in Canada’ Introduction McGill-Queen University Press
- Kadansha 1994 ‘Tricks of forming Public Opinion’

活用できる場所

- 地域の図書館
- 他の NPO
- 必要なスキル習得のためのトレーニングを提供している大学
- 地方自治体の支援ネットワーク