

平成 22 ( 2010 ) 年度「NGO 長期スタディ・プログラム」最終報告書記載項目

提出日： 2011 年 3 月 15 日

氏名： 米山 幸代

所属団体： 特定非営利活動法人 チャイルド・ファンド・ジャパン

受け入れ先機関名 ( 所在国 ) : ChildFund Australia ( オーストラリア )

ChildFund Vietnam ( ベトナム )

BORNEfonden ( デンマーク )

研修期間(全体)： 2011 年 2 月 5 日 ~ 2011 年 2 月 26 日

研修テーマ： 寄付者サービスの充実を目指して

### 1 . 全体研修目標 :

1. 寄付者サービスの充実を目指した提言書および職務マニュアルの策定
2. 寄付者と支援団体スタッフ間の信頼関係を構築する上でのデータベースの活用について学ぶ
3. 限られた人数・時間で効率的に作業を進めるための分業体制の取り方とボランティアの活用法
4. 限定された資金の中で効果的な広報活動を行うためのインターネットの活用法

### 2 . 具体的な研修内容 :

主な研修内容は、寄付者サービスの概要とアプローチを担当者へのインタビューにより理解すること、さらにはサービス内容を充実させる方策について知識を得ることである。

インタビューの内容は、下記の通りである。

寄付者の満足度を高めるため、寄付者と団体との信頼関係、寄付者と被支援者の交流を充実させる方策

寄付者と支援団体スタッフ間の良好な人間関係を構築するための寄付者データベースの活用法

ボランティアの参加のあり方

寄付者に向けた情報の内容、発信のあり方

寄付者サービスの職務マニュアルの編集方法

支援国と被支援国事務所間での分業体制について

寄付者サービスの評価方法

研修期間中は、所属団体と同じアライアンス加盟国である 3 団体を訪問し、寄付者サービスの担当者だけでなく、広報、IT、支援プログラム、ファンドレイジング担当者にイ

インタビューをし、寄付者サービスを多角的な視点から検分し、寄付者の信頼を獲得し、さらに支援の継続に繋げていく方法の知識を得た。

### 3. 研修の成果：

全体研修目標の項目に沿って、スタディ員が研修の中から学んだことの中から、寄付者サービスの充実に貢献すると思われる事柄を記載する。

#### 1. 寄付者の満足度を高めるため、寄付者と団体との信頼関係、寄付者と被支援者の交流を充実させる方策

寄付者の満足度を高め、寄付の継続に繋げていくためには、寄付者と支援団体の信頼関係を深め、寄付して良かった、と思えるような寄付者と被支援者の交流を支えることが大切だと考える。

##### 寄付者と支援団体との信頼関係を深める：

信頼関係を築くためには、寄付金がどう使われるか、寄付の効果はあるのか、という2点に答えることが重要な課題である。研修先でのインタビューで、次の取り組みが参考になった。

ChildFund Australia が行ったエチオピア支援の呼びかけでは、アピール文で一人の子どもに焦点を当て、やせ衰えた子どもと父親の写真を添えて募金を呼びかけた。一年後、この支援の成果として、体重が増え血色もよくなった子どもと父親の画像を掲載した報告チラシを作成し、寄付者に配布したところ、大きな反響があった。一人の子どもに焦点をあてた「パーソナル・チャイルド・ストーリー」で具体例を示し、支援の成果を明白な形で確実に寄付者にフィードバックすることが、信頼関係を深める上で有効だと感じた。

デンマークの BORNEfonden はテレビコマーシャルで、支援地域で井戸を掘り、新鮮な水が飲めるようになった結果、支援地域の子どもたちの下痢が止まったことをアピール。病気の子どもたちのための寄付であることを強調するよりも、寄付により子どもたちが健康になり、具体的な成果を生むことを強調している。支援の課題よりも成果をアピールすることが、寄付者への呼びかけでは有効であることを学んだ。

##### 交流を充実させる：

研修先およびスタディ員の団体は、世界各国の貧しい子どもの教育、健全な成長を目標に活動し、寄付者と支援地域の子どもとの文通による交流を実施している。頻繁に文通をする寄付者ほど支援継続年数が高い傾向にあるため、文通を奨励し交流を促進することは、寄付者の滞在年数を延ばすことに繋がる。交流を充実させる方策として、以下の取り組みが参考になった。

寄付者による支援が楽しく感じられる工夫として、マンネリ化を防ぐために研修先の団体では、

定期刊行物を定期的に刷新する、

新しい広報ツールを導入する、

などの方策がとられている。ChildFund Vietnam では、寄付者に配布する支援結果の報告書のレイアウトを、BORNEfonden では、毎年デンマーク全国 8,000 か所に配布するパンフレットとそのスタンドの色(紙製)を変えている。新しい広報ツールとして、ChildFund Australia はオーストラリア国内で実施した、発展途上国の子どもたちと貧困に関するアンケート調査結果の報告書、BORNEfonden は、支援地域の子どもたち 1,000 人にインタビューした結果と、支援を受けている子どもたちの絵画集を小冊子にしたものを発行し、寄付者に配布していた。

被支援者である子どもたちから寄付者へ文通を促す工夫として、ChildFund Vietnam では、手紙が書きやすいように、クイズに答える方式の文面や、便せんのデザインを毎年変える、あるいは支援地域の学校に投函ポストを設ける等の工夫をこらしている。

寄付者と被支援者の交流を側面からサポートするために団体としてできることは、支援国と被支援国の間にある生活環境や文化の違いを発信し、寄付者の理解を深めることである。BORNEfonden では、支援を受けている 21 歳のアフリカの青年が、教育支援を受けているにもかかわらず小学生並みの素朴な絵しか描けない、という批判が寄付者から寄せられ、メディアにも取り上げられていた。このことについて BORNEfonden では、青年の住むアフリカの国では絵を描く機会、習慣がほとんどないことを寄付者に訴え、寄付者の理解を得ることに努めていた。

既存広報ツールの定期的刷新、新しいツールの導入、さらには被支援国との文化、社会、生活環境、歴史の違いがあることへの理解を求めていくことは、寄付者と被支援者のつながりを維持し、強める手立てとなることを学んだ。

## 2. 寄付者と支援団体スタッフ間の良好な人間関係を構築するための寄付者データベースの活用法

寄付者からの問い合わせにデータベースを使って迅速に対応することは、寄付者と支援団体の良好な関係を築くための重要な要素である。BORNEfonden の寄付者データベースでは、寄付者からの問い合わせがあった場合に迅速に対応できるように、最初の検索画面で問合せの多い情報項目の約 80%が表示され、別画面で寄付者からの過去の問い合わせが時系列の一覧として表示されるように設計されており、今後データベース導入を検討する際の参考になった。

BORNEfonden ではデータベースに蓄積された寄付者データを使って 2008 年にアンケート調査を行い、寄付者のニーズ、特徴、行動様式に基づきグループ分けした結果、都市居住者が多いこと、社会貢献に関心があること、ものの考え方に革新的傾向があること等から、支援の成果など情報の提供を求める傾向にあることが示された。寄付者データベースを使って寄付者の傾向を調査することは、今後限られた資金を有効に活かして新しい寄付者獲

得あるいは寄付金増額をお願いする際に、ファンドレイジングの必要不可欠なステップとなっていくと感じた。しかし、本格的なアンケート調査はコストがかかるため、自前で実施できる調査を研究する必要性を感じた。

研修先3団体では、新しいデータベースシステムに移行する最中で、サービス向上のための実際の運用例、応用例を十分検証することができなかったことは残念である。

### 3. ボランティアの参加のあり方

支援国の ChildFund Australia と BORNEfonden では、ほぼ一日一人の割合で、郵便物の仕分けなどを一般ボランティアに依頼し、データベースの取り扱いについては、アクセス制限を設けて、主にデータ入力を大学生ボランティアに依頼していた。ChildFund Vietnam では、大学生ボランティアに無償で翻訳作業を、一般ボランティアには支援地域のソーシャルワーカーとしての働きを託している。研修先におけるボランティアの働きは、所属団体のボランティアとは重なる部分もあり、アクセス制限を設けることでデータ入力をボランティアにも依頼できうことは参考になった。しかし、所属団体の支援地域で一般ボランティアにソーシャルワーカーとしての働きを求めるには文化的・社会的背景が異なることもあって限界があり、またボランティアによるデータ入力の作業量は限定的で、職員の大幅な作業軽減となるまでにはいたらない。

### 4. 寄付者に向けた情報の内容、発信のあり方

寄付者サービスでは、サービスのマンネリ化を防ぐための情報発信のあり方が課題であるが、ウェブサイトや SNS を使った新しい情報発信の方法を学んだ。

BORNEfonden では、SNS の一つである facebook を利用して、寄付者間で被支援者である子どもたちのストーリーを分かち合うことを通じて寄付者同士の交流を図ることが検討されており、今後の参考になった。なお、facebook は、趣味、年代層などに的を絞って安い費用で広告を出すことが可能であるため、ファンドレイジングのツールとしても可能性を秘めている。しかし、日本国内では、facebook 以上に若者層には利用頻度の高いと思われる SNS として mixi がある。Mixi は、寄付者同士の交流を図るサイトとして日本国内では facebook より有望かもしれない。

ChildFund Australia では、オーストラリアの小学校2校の5,6年生と、ベトナムとラオスの小学校各2校(10才から12才位)の子どもたちの合計200人が参加する、自分たちのことをお互いに学びあうことを目指したプログラムを実施している。コンセプトは 'child led'(子どもたちのことは子どもたちの手で) というもので、子どもたちが「お互いを知り、つながる」ことがテーマである。各国の子どもたちに、相手国の子どもたちに答えてほしい質問を考えさせ、その質問を相手側に送る。それを読んだ子どもたちに、それぞれ携帯電話サイズのビデオカメラを持たせ、生活のこと、好きな食べ物、好きなスポーツ、遊びなど自分たちの言葉で質問に答える様子を、子どもたちの手で撮影させ、ビデ

オレターとして相手側に送る。この試みは、自分たちの生活の類似点、相違点を発見することをねらいとしている。将来的には、子どもたちが撮影した動画を専用のウェブサイトにアップロードし、交流を深めることを目標としている。

こうした新たな試みは、被支援者たちである子どもたちのよく知られていなかった一面を引き出し寄付者に提示することで、寄付者の関心を引き付け、支援の継続につながるものとして興味深かった。また、被支援者であるチャイルドたちにも、寄付者との交流意欲を刺激するものとしても注目に値すると思う。こうした子ども同士の交流がさらにそれぞれの地域住民に広がることも予想され、今後の展開が期待でき、ビデオを使った交流は可能であると感じた。

#### 5. 寄付者サービスの職務マニュアルの編集方法

今回の研修では、ChildFund Australia で実際に使われている、寄付者サービス職務マニュアルの一部と、支援地域の現地スタッフのトレーニング・マニュアルを入手することができた。前者は寄付者サービスのガイドラインと作業手順が記されており、図解はほとんどない。作業手順に関しては簡単な注意事項と、手順が箇条書きに記されたシンプルなものである。このほかには、子どもの権利を守る取り組みや、支援地域における寄付者サービスのガイドラインなども含まれており、今後の参考にしたい。

#### 6. 支援国と被支援国事務所間での分業体制について

スタディ員の所属団体では、寄付者サービスのうち、寄付者向け報告者を日本国内の本部事務所で作成しているが、ChildFund Vietnam のように国外の被支援国事務所で報告書を作成することを検討したい。ChildFund Vietnam では、支援地域向けの各種プログラムの策定も請け負っていたが、現地スタッフのモチベーションを高めるためには有効である。

支援国事務所が負うべき業務としては、通常の業務に加え、支援プログラムおよび現地スタッフのトレーニング・プログラムの方針と枠組みを示すこと、日本国内の寄付者が求める情報の内容を海外の被支援国事務所に提示することがあげられる。分業体制を確立することで、作業の効率化、円滑化を図ることが期待できると感じた。

#### 7. 寄付者サービスの評価方法

訪問時は研修先 3 団体のうち 2 団体で、寄付者サービスを統括する管理職スタッフが海外出張または療養中のため、寄付者サービスの評価方法について話を十分聞くことができなかった。しかし、マーケティング担当のスタッフから寄付者サービスの評価方法として、次の項目が挙げられ、参考になった。

年間あるいは期間を限定した退会率の変動： 企画したイベント、広報活動の効果を見る上で参考になるが、ホームページや他のウェブ・メディアの要因については、計測しがたいことが指摘された。

退会者の滞在年数： 退会防止のために寄付者にコンタクトを取る際の参考にして  
いた。BORNEfonden の例では、退会者のうち滞在年数が3年未満、30代未満が多  
数を占めているので、この層と重点的にコンタクトを取ることが検討されていた。  
ChildFund Australia では、寄付者と被支援者の文通における発送期日、寄付者か  
らの問い合わせメールへの返信期日に遅れが生じていないかをみることも指標の  
一つとされていた。

#### 4 . 本研修成果の自団体の組織強化や活動の発展への活用方法

研修で得た成果は、寄付者の満足度を高めるような日常的な情報発信のあり方に適用で  
きるもの、資金的な制約を受けるもの、今後時間をかけて検討を要するものがあり、以下  
の方法で還元していくことを目指す。

1. 研修期間中に得た寄付者サービスと、ファンドレイジングなどそれ以外の分野に関する知識、情報を団体内で共有し、今後の活動の参考にしてもらう。
2. 寄付者サービス業務への活用：寄付者との日常的な対応、寄付者の情報管理などの業務にあたる中で、研修中に得た作業効率化あるいは寄付の増額に繋げていくさまざまな工夫や広報活動などを提言としてまとめ、具体化の後、公の場で公表していきたい。
3. 寄付者サービス職務マニュアルの編纂：今後、1,2年をかけて、寄付者サービスにおける団体の方針や具体的な実施体制と方法を明文化し、編纂後、要請があれば他団体にも公開していきたい。
4. 業務委託を2011年5月中に在外の被支援国事務所に打診し、協議を重ねながら、3年計画で業務移管を検討していく。



ChildFund Vietnam の支援地域の一つ、Ha Vi Commune の地域医療センターで。



ChildFund Vietnam の支援地域、Don Phong Commune の学校にあるポスト。被支援者の子どもたちが寄付者にあてた手紙をここに投函し、地域のボランティアが支援センターまで運ぶ。子どもたちに手紙を書くことを楽しんでもらう工夫の一つ。



ChildFund Australia で。



BORNEfonden 事務所で。デンマークの事務机はボタン一つで上下できるようになっており、立って仕事することも頻繁である。