

資金調達支援で大事なこと

～持続化戦略・出口戦略～

2024年2月28日

MOJO
Consulting

プロフィール

MOJO Consulting 代表) 長浜 洋二

米国CTI認定コーチ (CPCC)
GCI認定プロセスワークコーチ
CRR Global認定システムコーチ (ORSCC)
リーダーシップ・サークル・プロファイル認定プラクティショナー

日本ファンドレイジング協会 ファンドレイジング・スクール講師
町田市地域活動サポートオフィス 事業統括ディレクター
日光CSR推進連絡会 アドバイザー

1969年山口県生まれ／横浜市在住。米国ピッツバーグ大学公共政策大学院卒。NTT、マツダ、富士通で約15年にわたりマーケティング業務に従事。2018年にモジョコンサルティング合同会社を設立し、社会課題の解決と新しい価値の創造に取り組む人や組織、地域に対し、人材開発をはじめ、事業開発（事業計画/戦略の策定と実行）と組織開発（コーチング/ファシリテーション）のコンサルティング支援、及び地域開発における多様な主体の協働推進（エコシステムづくり）を行っている。

【著書】

『NPOのためのマーケティング講座』

『学びの見える化の理論と実践：教育イノベーションにむけて』（寄稿）



 <https://mojo.co.jp/>

 nagahama@mojo.co.jp

 [yohji.nagahama](https://www.facebook.com/yohji.nagahama)

 [@yonst2](https://twitter.com/yonst2)



資金分配団体POに求められる7つの力

資金分配団体POに求められる7つの力		参考：睡眠預金等交付金に係る資金の活用に関する基本方針 2021年度内定団体説明会 PO研修について
課題発見力・調査力	課題分析と案件の発掘・形成	睡眠預金等活用制度が優先的に解決すべき社会の諸課題を踏まえ、地域・分野等ごとの実情と課題を俯瞰的かつ具体的に把握・分析し、案件の発掘・形成を積極的に行う。
プログラム開発力・選定力	プログラム開発・公募実施・伴走支援	社会の諸課題の効果的・効率的な解決に向け、取り組む課題を特定し、包括的な支援プログラムを企画・設計する。 実行団体を公募により選定し、資金支援・非資金的支援を伴走型で実施する。
伴走支援力	資金の助成等を通じ、自立した担い手の育成	実行団体の事業の特性及び発展段階を踏まえつつ、資金支援・非資金的支援の両方を通じて、民間公益活動の自立した担い手の育成を図る。
事務能力	監督・事業管理	民間公益活動が適切かつ確実に遂行されるように、実行団体に対する必要かつ適切な監督を行う。
コーディネート力	社会の諸課題を解決するための革新的な手法を開発	様々な立場の民間の参加・創意・工夫の発揮を促すように支援を行うことで、社会の諸課題を解決するための革新的な手法を開発し、実装する。
評価分析力	進捗管理及び成果評価を点検・検証	実行団体および資金分配団体に対して継続的な進捗管理・成果評価の点検・検証を実施し、その評価結果等の有効活用（PDCAサイクル）を促す。
資源開発力	民間の資金の呼び込み	民間企業や行政に対して、資金・人材など多様な資源の獲得に向けて適切な提案を行い、実施する。

「実践できている」「ある程度実践できている」割合が、
【19年度】**39%** ⇨ 【20年度】**41%** ⇨ 【21年度】**25%**

資金の種類

種 類	概 要
事業収入	<ul style="list-style-type: none"> □ 独自に事業を行い収入を得ることができるため、その使途も自由であるが、継続的に収益をあげるための製品・サービスの開発や経営ノウハウが必要となる □ サービスの受益者と対価を支払う人が同じケースが多い □ 対価性のあるサービスの提供により直接収入をあげる場合や、ノウハウをまとめた書籍等の販売や研修・コンサルティング、グッズの販売や賃貸料・広告収入を得る場合等、幅広く展開できる
会費	<ul style="list-style-type: none"> □ 毎月(年)、継続的・定期的に支払われる安定した資金源の1つで、使途の自由度も高い □ 割引での購入や待遇等、会員が得られるメリットを訴求したものと、対価の負担が困難な受益者(国際協力や環境等)に対する支援を訴求したものに大別される □ 正会員や賛助会員、個人会員や法人会員、学生会員などの種別があり、通常は機関誌をはじめとする各種特典が会員限定サービスとして提供される
寄付	<ul style="list-style-type: none"> □ 募金箱や遺贈寄付等、継続性のない単発のものと、クレジットカードや口座振替等により継続的に提供されるマンスリー寄付等到大別される □ ①個人から直接、②企業等の法人から直接、③法人が提供する仕組み経由の個人(クラウドファンディング等)に分類でき、団体の活動の特徴や成長段階を考慮に入れた戦略が求められる □ 金銭寄付に限らず、古本や書き損じハガキ等の物品、会議室等の場所、時間や専門性等を提供するボランティアまで支援の幅を拡大して検討する
助成金・補助金	<ul style="list-style-type: none"> □ 助成金は民間助成財団等から、補助金は国や地方自治体から提供される □ スタートアップ助成等、団体の立ち上げ期に活用できる財源である □ 1件当たりの金額は大きいが使途は限定されている、実施報告が必要、人件費に充当できないものが多い、単年度で支給されることが多い等の制約がある
委託金	<ul style="list-style-type: none"> □ 国や地方自治体、企業等から、特定の事業や調査・研究などを受託して得られる資金 □ 1件当たりの金額は大きいが使途が限定されている □ 助成金・補助金と違い、成果物は委託元に帰属する
融資	<ul style="list-style-type: none"> □ 地方自治体や民間金融機関(地銀、信用金庫、労働金庫等)からの融資や、団体や事業の趣旨に賛同した個人から借り入れる私募債等がある

各資金の特徴

活動分野、団体の成長ステージ、地域特性等によって異なります

視点	①金額	②コスト	③自由度	④継続性	⑤獲得効率	⑥スピード
	獲得できる金額が大きい か？	費用をかけず に実施できる か？	用途の自由度 が高いか？	継続的に獲得 が可能か？	獲得に手間や 時間がかから ないか？	すぐに開始 できるか？
事業収入	○	×	◎	○	×	×
会費	△	△	○	◎	△	△
寄付	△	△	○	△	△	○
助成金・ 補助金	○	○	×	×	◎	△
委託金	○	○	×	×	◎	×
融資	○	○	○	×	○	×

資金調達の基本ステップ

誰に？

■ 財源に応じて個人か法人かターゲットを設定し、その特性を明確にする

【個人】ペルソナの設定を行い、ターゲットの解像度を高める

【法人】業界、CSR/SDGsへの取り組み、過去の助成実績、委員の顔ぶれ等を分析する

何を？

■ 資金獲得に向け、ターゲットにとって必要となる各種情報を整理する

① ビジョンとミッション（団体が目指す社会の姿、社会的役割を明確にする）

② 実施する事業と成果（ロジックモデル等を活用し、具体的な事業と成果を明確にする）

③ 提供価値（ターゲットにとって資金提供をする意義や価値を明確にする）

どうやって？

■ 情報を伝えるためのコミュニケーション手段と表現内容を考える

・ターゲットに応じたコミュニケーション手段（ツールやメディア）を選定する

・ターゲットに響くクリエイティブ（メッセージ、ビジュアル等の表現内容）を考案する



事業収入

会費

寄付

助成金/補助金

委託金

融資

資金調達支援における⑤つのポイント

- ① 実行団体にそもそも必要なのは資金なのか、それともそれ以外の**経営資源**（人・モノなど）なのか？

5	4	3	2	1
---	---	---	---	---

- ② 実行団体が資金を得られるだけの事業の**価値(成果)**を創出できているか？

5	4	3	2	1
---	---	---	---	---

- ③ 実行団体の**成長段階**や**活動分野の特性**などに合わせ、どの資金が適切なのか？

5	4	3	2	1
---	---	---	---	---

- ④ 1つの資金源に依存するのではなく、最適な資金の**構成比率**が検討されているか？

5	4	3	2	1
---	---	---	---	---

- ⑤ 利益は「収入－コスト」であるため、収入拡大だけでなく、**コスト削減**にも取り組んでいるか？

5	4	3	2	1
---	---	---	---	---

資金調達支援のあり方

- 資金調達の支援は後回しにせず、**初年度から意識づけと戦略/計画づくり**をしなければ手遅れになる
- 最終年度でもできることは**資金調達の基本ステップ**の確認&トライアル。単発の**チャリティ・イベント**や**クラウドファンディング**など実践しやすいことにチャレンジして感触を掴み、助成終了後の自走に向けた**自信**と**勢い**をつける
- 資金調達に向けて実効力のある支援ができるように、適宜、**外部専門家**の力を借りつつ、**自ら**も力をつける

