

協働事業のガイドライン更新に係るポイントの整理（市民活動団体と事業者の連携）

○ 全体的な事項

★ガイドライン作成の注意点

- ・ 市民活動団体と協働するメリットを明記する。
- ・ 市民活動団体の探し方を明記する。
- ・ 具体的な連携事例を紹介する。（業種により連携のしやすさが異なると考えられるが、多くの事業者等の参考になるよう、幅広いパターンの事例収集に努める。）
- ・ キーワードや関係性を視覚でイメージできるレイアウトを意識する。
- ・ コミュニティビジネスについても説明する。

★ガイドラインやメリット、UMECOの周知

- ・ 市やUMECOホームページの中で、事業者の目に留まりやすそうな箇所（納税、補助金、許可申請等）にPRページへのリンクを配置する。
- ・ 事業者が出入りする市窓口を確認し、チラシ等を配架する。（産業政策課等）
- ・ 広報小田原やUMECOだよりにPR記事を掲載する。
- ・ 事業者と市民活動団体の連携を目的とした説明会兼交流会を開催する。
- ・ 商工会議所に協力を打診する。（チラシの会報への同封、セミナー会場等への配架、交流会への後援等）
- ・ 多くの事業者は地域のつながりや情報を重視するため、回覧やミニコミ誌等による地域への周知と併せたPRも有効な可能性がある。
- ・ アイデアを持った事業者からの相談が寄せられる信用金庫に対しUMECOを周知できると、支援が必要な事業者へのPRにつながる可能性がある。

1 事業者の特性等

- ・ 営利を目的とした経済活動を中心に行う。また、地域と連携した社会貢献活動を併せて行っている場合もある。専門性、機動性、先駆性などの特性を持つ。
- ・ 事業者の例：会社、個人事業主 等

2-1 市民活動団体にとって事業者と協働するメリット

- ・ 事業者のネットワークを活用することで、知名度・信用度が向上する。
- ・ 事業者の支援を得られれば、活動の充実につながる。
- ・ 事業者との交流により、自組織や事業のあり方を見直すきっかけになる。

2-2 事業者にとって市民活動団体と協働するメリット

- ・ 社会貢献活動への取組をPRすることにより、イメージアップにつながる。
- ・ 市民活動団体のノウハウやネットワークを活用することで、新たな顧客獲得につながる。
- ・ 従業員にとって、ボランティア活動への参加は気分転換や余暇の充実に、組織として社会貢献活動に取り組むことはプライドの醸成につながり、生産性や組織への愛着が向上する可能性がある。

- ・様々な連携方法があるので、事業者の内情に合わせ無理のない範囲で取り組める。
- ・市民活動団体との交流により、自組織や事業のあり方を見直すきっかけになる。

【参考】 メリットのPRにおける留意事項（事業者の視点）

- ・例えば小田原Lエール（小田原市女性活躍推進優良企業認定制度）は、認定を受けられれば人材募集面等で事業者側にメリットがあることが分かりやすい。社会貢献活動に取り組むことのメリットを伝える必要がある。
- ・実際にイメージアップにつながった協働事例を示す等、メリットに説得力を持たせられると良い。

2-3 市民にとって市民活動団体と事業者が協働するメリット

- ・身近な活動の存在により、社会貢献活動に参加しやすくなる。
- ・環境に配慮したサービスの選択など、より気軽に社会貢献に関われる。

3 市民活動団体と事業者の協働の形態

- ・寄附金、協賛（スポンサー）、後援、共催、実行委員会・協議会、事業協力、委託 等
- ※具体的な事例を挙げる等により、それぞれの形態がどのような事業に適しているか示す。

【コラム候補：指定・認定NPO法人への寄附金のメリット】

指定・認定NPO法人への寄附金には、税制上のメリットがあることを記載する。

4 協働事業の進め方

[実施前]

(1) 方向性の検討

- ・メリット等を踏まえ、どのような形で社会貢献活動を取り入れるか、方向性を検討する。

【ケース別の取組例】

No	方向性	取組例
①	本業とは別に、社会貢献活動を取り入れたい。	寄附、地域清掃への参加、CSR研修
②	本業の中で、社会貢献の要素を強めたい。	福祉施設への発注、職業体験・見学
③	本業として、地域課題の解決に取り組みたい。	コミュニティビジネス

※③に近づく、と、目的の設定と、それを達成するための事業計画が必要となる。

【コラム候補：コミュニティビジネスとは】

事例を交えて紹介する。[コミュニティビジネス＝地域の課題を地域住民が主体的に、ビジネスの手法を用いて解決する取り組み（経済産業省関東経済産業局HPより）]

(2) 協働相手（主体）の検討（事業者が市民活動団体を選ぶ場合）

- ・社会貢献活動を取り入れるにあたり、そのノウハウやネットワークが不足している。

(3) 協働相手（団体等）の検討（事業者が市民活動団体を探す場合）

- ・UMECOに相談する。（活動の分野が絞れる場合は、行政の担当部署や社会福祉協議会に相談することもできる。）
- ・UMECOの交流事業に参加する。

事業者

【参考】 市民活動団体を探しやすくするには（事業者の視点）

- ・一般的なビジネスマッチングの団体-事業者版を検討できると良い。その際には、具体性のあるテーマ設定が必要である。
- ・オンライン交流会では情報交換は可能だが、その先のマッチングは初対面では難しく、対面の方が効果的である。
- ・協働事業を公募する際に、今回のアンケート回答者等見込みのある事業者に働きかけたり、気軽な相談会を設けることも有効である。
- ・コーディネーターにおいても、公平性の確保等のため、関わり方を検討・統一しておくことが望ましい。

市民活動団体

(4) 課題の把握と事業目的の設定

(5) 目的達成のための事業概要を検討

(6) 協働事業への適性の確認（協働チェック項目）

(7) 協働相手（主体）の検討（市民活動団体が事業者を選ぶ場合）

- ・活動の拡大にあたり、特に人材面、資金面で不安がある。
- ・活動がビジネスチャンスにも結びつく等、協働相手に経済的なメリットを提供できる可能性がある。

(8) 協働相手（団体等）の検討（市民活動団体が事業者を探す場合）

- ・UMECOに相談する。（活動の分野が絞れる場合は、行政の担当部署や社会福祉協議会に相談することもできる。）
- ・UMECOの交流事業に参加する。

※以下、事業者と市民活動団体で共通

(9) 調整にあたっての留意事項

- ・win-winの関係を意識し、相手にメリットのある提案をする。
- ・互いの違いを認め合い、相乗効果を意識する。
- ・互いの特性を最大限活用できるよう、事前想定からの軌道修正には柔軟に応じる。
- ・相手の意思決定等にかかるスピードを尊重し、日程等には余裕を持たせる。
- ・必要な経費を事前に洗い出し、負担が公平になるよう話し合う。
- ・双方で希望する事業内容（実施回数やテーマ等）に隔たりがある等、調整が難しい場合は、コーディネーターに協力を依頼できると良い。

(10) - 1 適切な役割分担（市民活動団体の役割例）

- ・社会貢献活動に関するノウハウ、ネットワーク、人材等を活かした提案や活動（ボランティアイベントの企画・運営、福祉施設との仲介、エコな商品開発の提案 等）

(10) - 2 適切な役割分担（事業者の役割例）

- ・経済活動に関するノウハウ、ネットワーク、人材、資金等を活かした提案や活動（提案の事業化、自社ホームページ等での広報、活動の場の提供 等）

(11) 評価方法と成果物の確認

- ・ 振り返りやすいよう、評価方法を事前に決めておく。
- ・ 参加者等の客観的な意見を最大限に活かせるような体制を検討しておく。
- ・ 成果物の帰属を明らかにしておく。

(12) 確認事項の明文化

- ・ 協働の内容は明文化することが望ましい。必要に応じ、文書を取り交わす。内容については、目的、役割分担、形態等を記載する。
- ・ 個人情報について、共有する範囲や管理方法等に注意し、情報漏洩を防ぐ。
- ・ 協議が不安な場合は、UMECO等に仲介を依頼する。

[実施中]

(13) 実施時の注意事項

- ① 協働相手とのコミュニケーション
- ② 段階ごとに設定した目標のチェック
- ③ 実施中の振り返り
- ④ 事業の周知

[実施後]

(14) 事業成果・効果の確認

- ① 事業目的・目標の達成
 - ▶ 目的・目標は適切だったか、達成できたか。
 - ▶ 経費に見合う効果があったか。 ▶ 受益者の満足は得られたか。
 - ② 役割分担の適切性
 - ▶ 目的共有・役割分担は適切だったか。 ▶ 互いの特性や立場を活かしたか。
 - ▶ 協議は十分で、対等なパートナーであったか。
 - ③ 協働実施のメリット
 - ▶ 協働の形態は適切だったか。 ▶ 単独実施より相乗・波及効果は得られたか。
 - ④ 課題・改善点
 - ▶ 協働実施の課題・問題点は何か。 ▶ 課題・問題点にどのように対応するか。
- ※互いに反省を持ち寄ったり、コーディネーターが同席できる良い。

(15) 説明責任と透明性の確保

- ・ 関係者への説明責任を意識する。
- ・ 事業者や団体のチラシやホームページ、ミニコミ誌等を活用する。

(16) 今後の事業の進め方

- ・ 事業報告や事業評価を参考に、今後の事業の進め方を検討する。
- ・ 協働関係者の意識向上につなげる。
- ・ 事業の継続、実施形態の見直し、協働事業としての終了等、今後に活かす。