

②得られた知識・情報を社会に対する積極的な発信

- みらいラボが調査、分析した結果については、専用のウェブサイト（仮称：みらいラボweb）に掲載し、積極的に情報を外部に発信していく。
- 発信する調査、分析結果については以下に挙げた項目を想定している。

事業横断分析による成功要因

- 蓄積した評価データを活用し、課題や事業を横断的に分析することで、社会的インパクトを出すための成功要因についての示唆を導出し、それを発信していくことで各団体が効果的・効率的に事業運営できるようにしていく

多様な実践事例

- 助成プログラムについて、社会的インパクトが出せなかった、運営がうまくできなかったなど、様々な原因で失敗した・課題に直面した事例についての詳細情報とその原因についての示唆を公開し、次の新しいチャレンジにつなげていく

ベスト・プラクティス

- 助成プログラムの中で特に成果を挙げたものをベストプラクティスとして取り上げ、要件や実行の詳細に関する情報をまとめて、他団体、他地域で展開できるようにする

ツールキット・メソッド

- 評価ガイドライン、案件形成ガイドライン、課題調査のツールセットなど社会課題解決促進に役立つガイドライン、ツールセットを発信することで、効果的な社会課題解決を促進していく



IV 基本方針を踏まえた業務実施計画



i) 基本的業務

⑥ 民間公益活動の促進に資するための啓発活動及び広報活動

- a) 戦略的・効果的な啓発活動及び広報活動
- b) シンボルマークの策定・活用

まとめ

実施方針

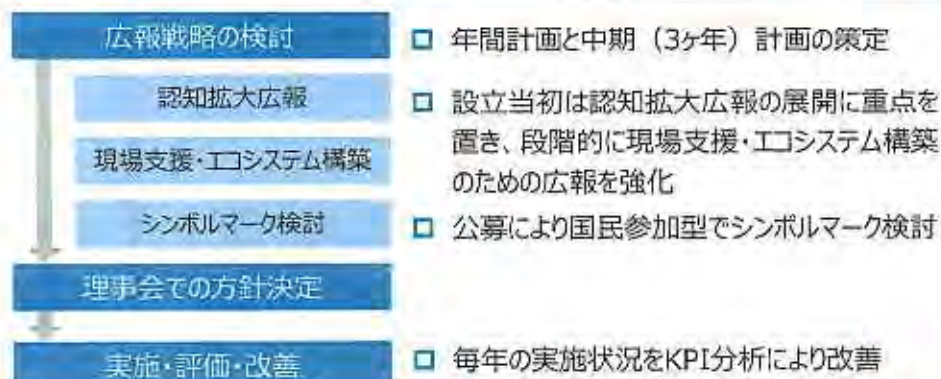
国民一人一人が本取組みを理解し、応援すると共に、各主体がそれぞれの立場から役割を発揮し得る環境をつくる。

- 「認知拡大、啓蒙のための広報」と「現場団体支援・エコシステム構築のための広報」の2軸で展開
 - 休眠預金の活用の成果の発信や社会課題の認知による「ひとりひとりの参加」の促進。活動団体や新規起業にとっても参考になる情報発信
- 活動の可視化を進めるシンボルマーク活用
 - 事業の可視化、受益団体の可視化を実現。公募による国民参加型選考

提案のポイント

- 「社会課題の解決が進む」広報
 - 単純な活動の発信や理解促進を超えた、「国民一人一人が社会に役割を果たすきっかけとなる広報」を重視
 - 「休眠預金の資金支援を受けていない法人」が参考にしたいと思う情報や、新規に社会課題解決に入ってきたと感じる広報を重視
- 「社会的インパクトレポート」の発行
 - 数値化、グラフ等により可視化や受益者のストーリーなども含めた包括的なインパクトレポートを発行することで、国民目線から見た、「成果が出ている」という共感の獲得

プロセス

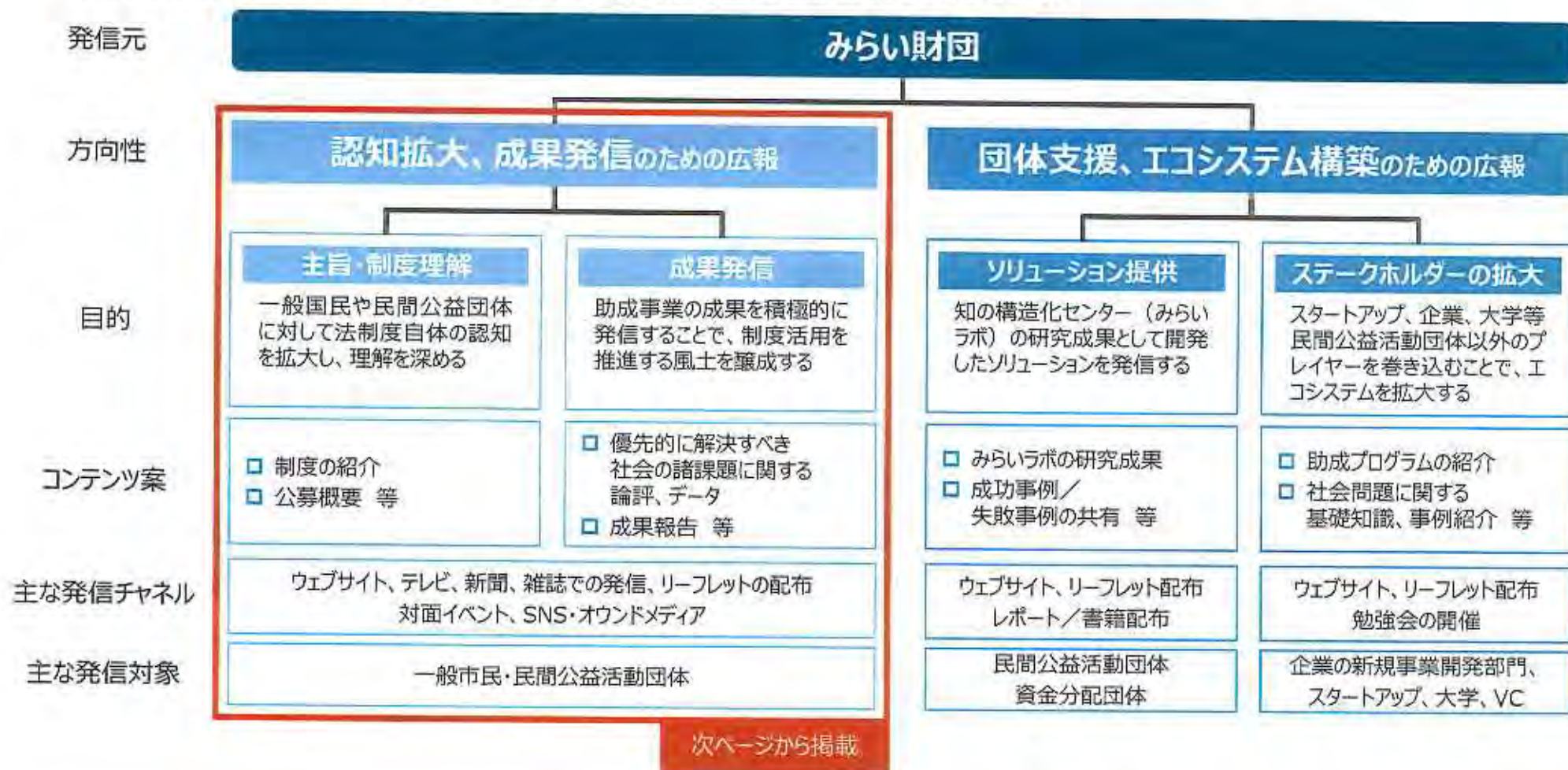


達成目標（KPI）

- 休眠預金活用の成果・透明性についての国民意識調査結果で50%以上の好意的評価
- 公益セクター、企業の社会貢献セクター全体の中での休眠預金活用の制度趣旨理解
- ウェブサイトのアクセス数、記事の閲覧数を毎年20%向上させる
- シンボルマーク認知度

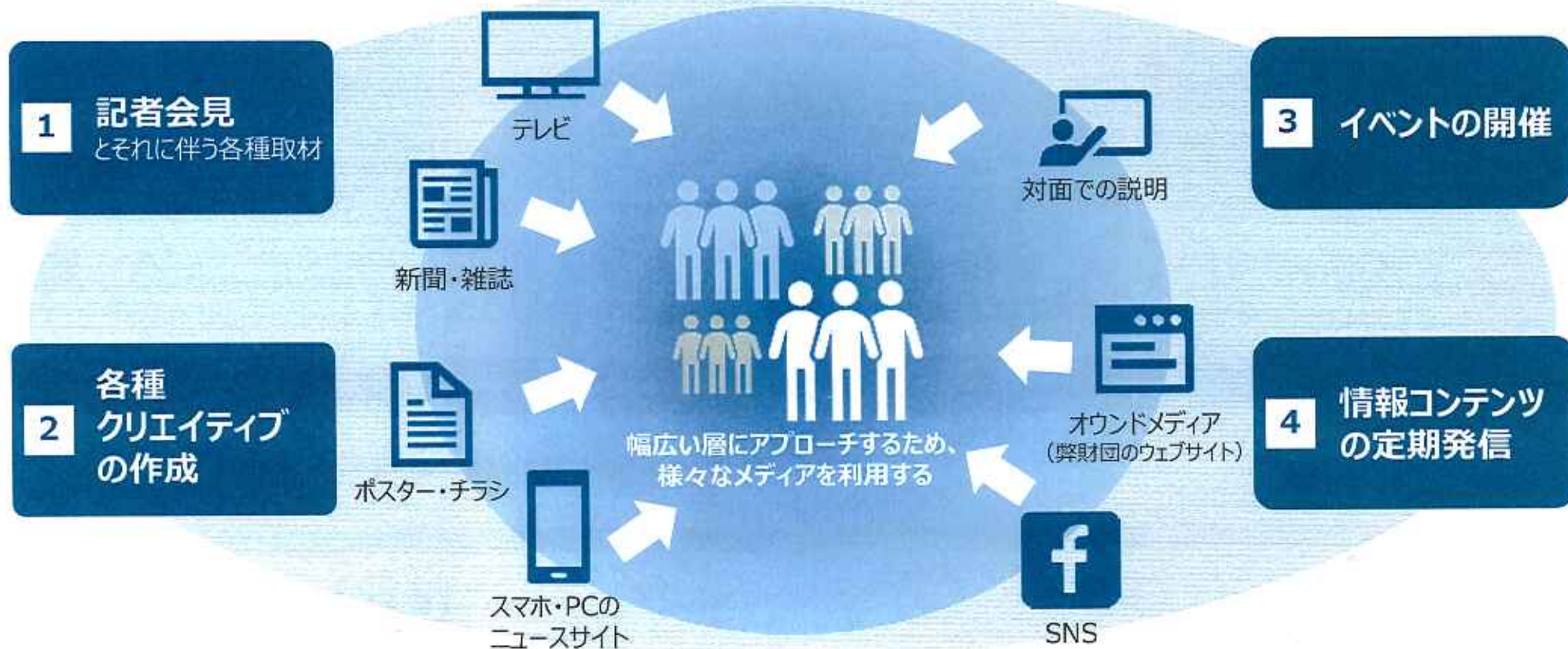
基本的な考え方

- 弊財団においては、「認知拡大、啓蒙のための広報」と「現場団体支援のための広報」の2つの方向性にわけ、発信対象者を明確にした上で、目的や期待する効果に応じて適切な施策を立案し、実行していく。



主旨・制度理解 (1/2)

- 主旨・制度理解のために、一般市民や民間公益活動団体向けに、ウェブサイトやテレビ、雑誌等幅広いメディアを活用して情報を発信していく。
- 具体的には、記者会見とそれに伴う各種取材、各種クリエイティブの作成、情報コンテンツの定期発信、イベントの開催の4つの視点で広報活動を進めていく。



主旨・制度理解 (2/2)

- 前ページに記載した4つの広報活動の概要は以下の通り。

実施内容	頻度・時期	目的	備考
1 記者会見	年1回 (4月)	年に1回、事業計画や公募案件、注力課題について記者会見を行い、テレビや新聞等マスメディアへ情報を発信し、幅広い層にリーチする	<ul style="list-style-type: none"> □ 記者会見をきっかけにして、ウェブサイトや雑誌等その他メディアにも情報を拡散していく
2 各種クリエイティブの作成	年1回	休眠預金の活用や公募について、紙媒体とウェブ媒体を使って周知する	<ul style="list-style-type: none"> □ クリエイティブを活用し国民一般にわかりやすく、目に留まるものを作成する □ ウェブサイトについては動画の利用も検討する
3 イベントの開催	年4回 程度	現場団体等、指定活用団体との双方向のコミュニケーションを求める層に対して、イベントを開催して情報を発信する	<ul style="list-style-type: none"> □ 休眠預金活用法の概要 □ 指定活用団体の役割 □ 国内外の活用事例 等
4 情報コンテンツの 定期発信	都度	制度に関する各種説明や最新情報など各種情報をコンテンツとして読みやすい形にまとめ、SNSやオウンドメディアを使って発信する	<ul style="list-style-type: none"> □ 法制度の説明 □ 海外での活用事例 □ 公募の概要（要項、手順等） □ 指定活用団体の役割 等

主旨・制度理解 ① 記者会見

- 弊財団では、定期的に記者会見を実施することで、新聞やテレビなどマスメディアを通じて、幅広い世代の一般市民にリーチする。また、その報道を契機としてウェブメディア等を通じて情報をさらに拡散させていく。

参考事例

文京区のこども宅食事業においては、記者会見を契機として各種メディアの取材に繋げることで、2017年度は85回も各メディアに取り上げられる機会を創出。

財源であったふるさと納税も目標金額の2,000万円をはるかに超える8,225万円の寄付を集める成果に繋がった。



(<https://kodomo-takushoku.jp/archives/964>)

主旨・制度理解 ② 各種クリエイティブの作成

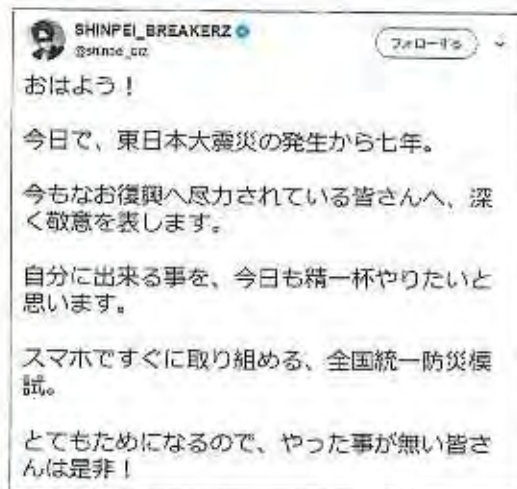
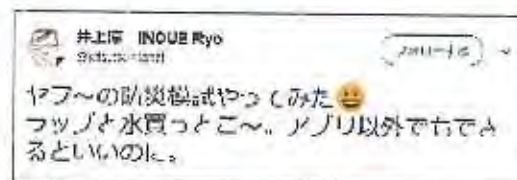
- ポスターやチラシの掲載やウェブサイトでの周知といった従来型アプローチではなく、動画やアプリなどクリエイティブを活用して話題性を生み出すことでSNS上に情報を拡散し、一般市民への情報発信を進め、認知度を獲得していく。

参考事例

Yahoo JAPANでは、3・11を機に実施した防災に関するプロモーションを実施。堅苦しく重たいイメージのある防災模試のイメージを払拭し、可能な限り多くの国民に受験してもらい、全問題を回答してもらうために災疑似体験型模試アプリ。

解答や要した時間からユーザーを33のタイプに診断し、SNSでの拡散にも繋げた。

およそ160万人が受験し、SNSでは、防災意識を強く持つことへの前向きなコメントが多数つぶやかれた。



(<https://www.codeaward.jp/awards/2018/work09.html>)

主旨・制度理解 ③ イベント開催

- 現場団体等、指定活用団体との双方向のコミュニケーションを求める層に対して、イベントを開催して情報を発信する。
- 以下の事例のように、指定活用団体においても対象とする層の特徴に合わせて見せ方を変え、ガイドブック等を使ってよりわかりやすい形で、制度の概要について説明をしていく。

参考事例

LGBT支援を行っている認定NPO法人「ReBit」では、自治体や学校、企業など幅広い層に対して、それぞれの特徴に合わせた教育コンテンツを提供することで、LGBTに関する啓蒙を進めている。また、学校の先生向けに教育のためのガイドブックを無料で配布し、現場組織が自立して教育を行う支援もしている。

生徒向け×グループワーク型

10名1組のグループは、ReBitの講師（ファシリテーター）とLGBTの大学生が参加し、グループワークを中心に活動を行います。

- 1. LGBTについて知ろう!**
「男」と「女」の2つしか性別がないと思われているけれど、実は人の数だけ性別があつていいことを伝えます。
- 2. LGBTのファシリテーターとグループワーク**
少人数のグループにLGBTの大学生や若者が加わり、グループワークを行います。
自己紹介ゲームや、LGBTの学生・若者がどんな人生を歩んできたのかを紙芝居形式で演説する「ライフストーリー」などで向き合いながらLGBTについて体感的に知ってもらいます。
- 3. トークセッション**
自分の班のファシリテーター以外のLGBTの人の話も聞くことで、異なる視点から知ってもらえます。

生徒向け×講義型

ReBitの講師（LGBTの大学生や若者）が20～30名程度のクラスを行います。

- 1. LGBTについて知ろう!**
「男」と「女」の2つしか性別がないと思われているけれど、実は人の数だけ性別があつていいことを伝えます。
- 2. ライフストーリー**
講師（LGBTの大学生や若者）がどんな人生を歩んできたのかを紙芝居形式で演説する「ライフストーリー」で体感的にLGBTについて知ってもらいます。
- 3.1. トークセッション**
「カミングアウトについて」「いままでで嬉しかった/悲しかったこと」など、質問のねらいに沿ってReBitの講師がトークセッションを行います。
- 3.2. グループワーク**
生徒たちが授業で知ることになった、「カミングアウト」をテーマとしたグループワークを行います。

教職員向け×講義型

ReBitの講師（LGBTの大学生や若者）が20～30名程度のクラスを行います。

- 1. LGBTについて**
LGBTについて説明すると同時に、なぜLGBTについて学校現場で取り扱う必要があるかについてお伝えします。
- 2. ライフストーリー**
LGBTの子どもが学校現場で困りやすいことや、相談を求めた際の対応についてお話しします。また、「相談しづらい先生」になるために今日からできることをお伝えします。
- 3. LGBTの子どもが学校で困ることと、対応について**
LGBTの子どもが学校現場で困りやすいことや、相談を求めた際の対応についてお話しします。また、「相談しづらい先生」になるために今日からできることをお伝えします。

中学校向け「Ally Teacher's Tool Kit (アライ先生キット)」とは?

セクシュアルマイノリティの子どもにとって過ごしやすい学校をつくる「アライ先生」になり、子どもにやさしい学校づくりのための教材キットを、全国のLGBTの学生・若者と中学校教師が共有できるようになりました。

全ての資料を無料でダウンロードした上で、授業でそのまま使いたい場合は、

中学校の先生には、授業用のハンドブック・授業案などもまとめた教員ガイドブックを無料で送付させていただきます。中学校の先生以外の方も教員ガイドブックをご購入いただけます。お申し込みは無料です。

中学校向け「Ally Teacher's Tool Kit (アライ先生キット)」に入っているもの

先生向け資料	生徒向け教材
① 説明書	⑤ 中学生向け授業教材
② 先生向けハンドブック	⑥ ワークシート
③ レインボーシール	⑦ 配布資料
④ 「アライ先生」シール	⑧ 生徒用アンケート
⑤ 学習指導要領	
⑥ 指導の巻取り	
⑦ 先生向けアンケート	



主旨・制度理解 ④ 情報コンテンツの定期発信

- 以下の事例と同じく、指定活用団体においても、制度に関する各種説明や最新情報等、各種情報をコンテンツとして読みやすい形にまとめ、SNSやオウンドメディアを使って発信する。

参考事例

内閣府やETIC.では、制度や社会課題についての情報を社会一般に広く発信していくために、質の高いコンテンツを作成し、専用のサイトで情報を公開している。



新制度で増える教育・保育の場

幼稚園・保育所に加えて、〈認定こども園〉の普及を図ります。
〈地域型保育〉を新設し、待機児童の多い3歳未満児の保育を増やします。

小学の就学前の幼児としては、これまで幼稚園と保育所の2つの選択肢では、幼稚園の保育所に加えて、両方の良さをお互いに補い、新たな、少人数の子どもの保育する事業を創出し、待機児童

多く利用されてきました。「認定こども園」を普及していきます。は多い認定こども園が、子どもが通っている地域が近くで自身の保育の場を確保している。



幼稚園
3-5歳

幼稚園は、3歳から5歳までの子どもを保育する施設です。幼稚園には、保育士や教員がいて、子どもたちの成長を支援しています。



保育所
0-5歳

保育所は、0歳から5歳までの子どもを保育する施設です。保育士がいて、子どもたちの成長を支援しています。



認定こども園
0-5歳

認定こども園は、幼稚園と保育所の機能を兼ね備え、地域の子どもを支援する施設です。認定こども園には、幼稚園と保育所の両方の機能を兼ね備えています。



地域型保育
0-2歳

地域型保育は、地域の子どもを支援する施設です。地域型保育には、地域の子どもを支援するための施設があります。



幼児教育
0-3歳

幼児教育は、0歳から3歳までの子どもを支援する施設です。幼児教育には、0歳から3歳までの子どもを支援するための施設があります。



小規模保育
0-2歳

小規模保育は、少人数の子どもを支援する施設です。小規模保育には、少人数の子どもを支援するための施設があります。



内閣府では、「子ども・子育て支援新制度」についての理解、啓発を行うために、一般向けに「子ども・子育て支援新制度 なるほどBOOK」を作成し、制度に関する情報をわかりやすく、見やすいコンテンツにまとめて情報を発信している。

ETIC.では、Social Impact for 2020 and beyondのウェブサイト上で「社会問題解決MAP」というコンテンツを提供。各社会問題についての概要と、その解決に取り組んでいるNPOと活動について情報を紹介している。

成果発信 (1/2)

- 一般市民や民間公益活動団体向けに成果を発信し、制度活用を推進する風土の醸成に繋げていくためには、一般国民の社会の諸課題に関する認知度と理解度を高めた上で、休眠預金を活用した助成事業によって得られた成果について具体的に伝えていく必要がある。

社会問題に関する認知拡大とプログラムの成果報告を両輪で行うことで、
制度活用を推進する風土の醸成に繋げていく。

A 社会の諸課題に対する認知度向上

休眠預金法の助成対象である「優先的に解決すべき社会の諸課題」について、論考やデータ等、様々な形で各種メディアに情報を発信し、国民一般の認知度向上を図る

B 助成事業の成果報告

休眠預金を利用した助成によって、民間公益活動団体が社会の諸課題に取り組んでいることや事業によって課題解決が進んでいることを情報発信をしていく

制度活用を推進する風土の醸成

成果発信 (2/2)

■ 先述した広報活動の概要は以下の通り。

方向性	実施すること	発信手段	概要
A 社会の諸課題に関する認知度向上	1 社会の諸課題の可視化	ウェブサイト	指定活用団体で扱う社会問題についてのデータを活用し、より見やすい、広めやすい形で現状を可視化し、国民一般の社会問題に関する認知、理解を高める。
B 助成事業の成果報告	1 顔の見える情報コンテンツ発信	ウェブサイト	民間公益活動団体の現場の担当者に取材をすることで、団体の活動内容だけでなく、自身の経歴や活動にかける思い、目指す社会の姿など共感性の高いコンテンツを作成、発信する。
	2 社会的インパクトレポートの配布	ウェブサイト、リーフレット	社会的インパクト評価を一般国民が理解しやすい形に再編集しレポートにまとめ、ウェブサイト及び紙媒体で配布する。
	3 各メディアとのタイアップパブリケーション	ウェブサイト、各メディア	各メディアが社会問題を取り上げる際にタイアップ。データや現場団体を紹介しつつ、指定活用団体の活動内容についても宣伝をもらう。