

4.2.4 認定 NPO 法人 Homedoor（大阪府）

(1) 年度ごとの経常収益および経常収益源の割合

年度ごとの経常収益を表 4-8 および図 4-21 に示す。2015 年度に多額の助成金により経営規模は大きくなり、2016 年度からは寄付金が 2,000 万円以上で推移している。

表 4-8 認定 NPO 法人 Homedoor における収益の変遷

	受取会費	受取寄付金	受取助成金等	事業収益	その他	(単位：円) 経常収益計
2018年度	0	22,523,427	13,954,790	20,408,675	18,035	56,904,927
2017年度	0	21,509,405	870,497	27,019,262	332	49,399,496
2016年度	5,000	26,899,149	11,519,740	18,990,915	261	57,415,065
2015年度	52,340	3,421,830	20,771,500	52,424,117	1,498,806	78,168,593
2014年度	0	5,866,723	6,667,000	22,111,543	113,717	34,758,983

出典) 各年度の活動計算書をもとに作成

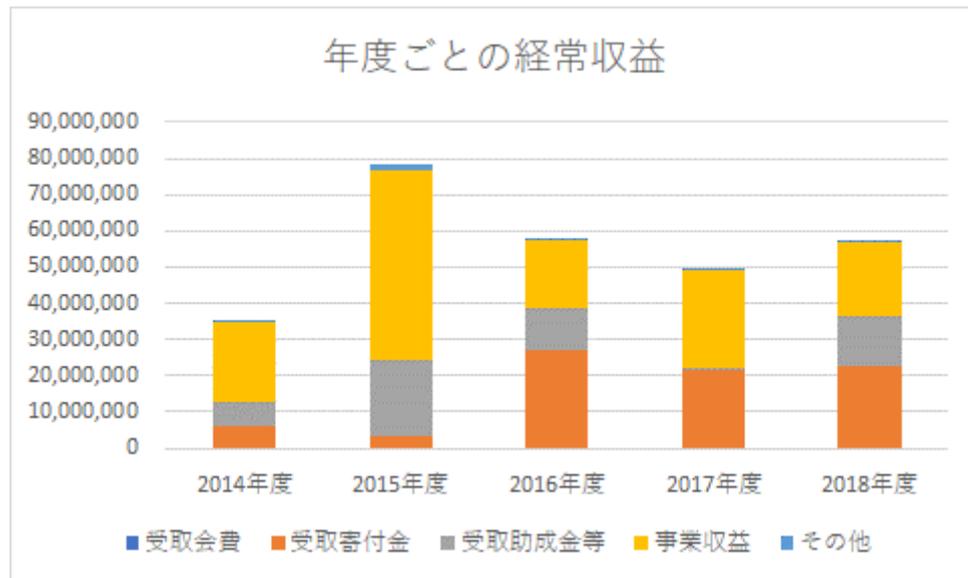


図 4-21 年度ごとの経常収益（認定 NPO 法人 Homedoor）

出典) 各年度の活動計算書をもとに作成

また、年度ごとの経常収益源の割合を図 4-22 に示す。寄付金の割合が高く、2016 年度には 4 割前後を占めている。

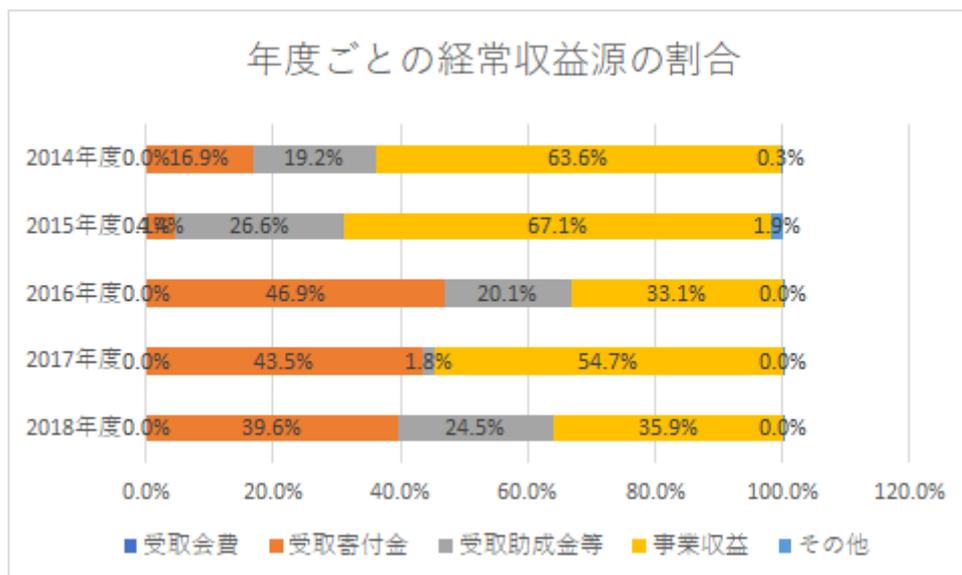


図 4-22 年度ごとの経常収益源の割合（認定 NPO 法人 Homedoor）

出典）各年度の活動計算書をもとに作成

(2) 国等の補助金に依存しない経営（資金調達）についての方針・行動

- 設立した 2010 年からの約 5 年間は、ホームレスのための仕事づくり（シェアサイクル HUBchari（ハブチャリ）など）を展開し、その後は住まいづくりにも着手している。2014 年度より事業収益が高いのはハブチャリの貢献が大きい。
- ハブチャリは、「ホームレス問題と自転車問題」という大阪の 2 大社会問題を同時に解決する仕組みとしても注目され、多くのメディアにも取り上げられた。現在では約 200 か所あり、利用者や雇用機会も増大している（図 4-23 参照）。

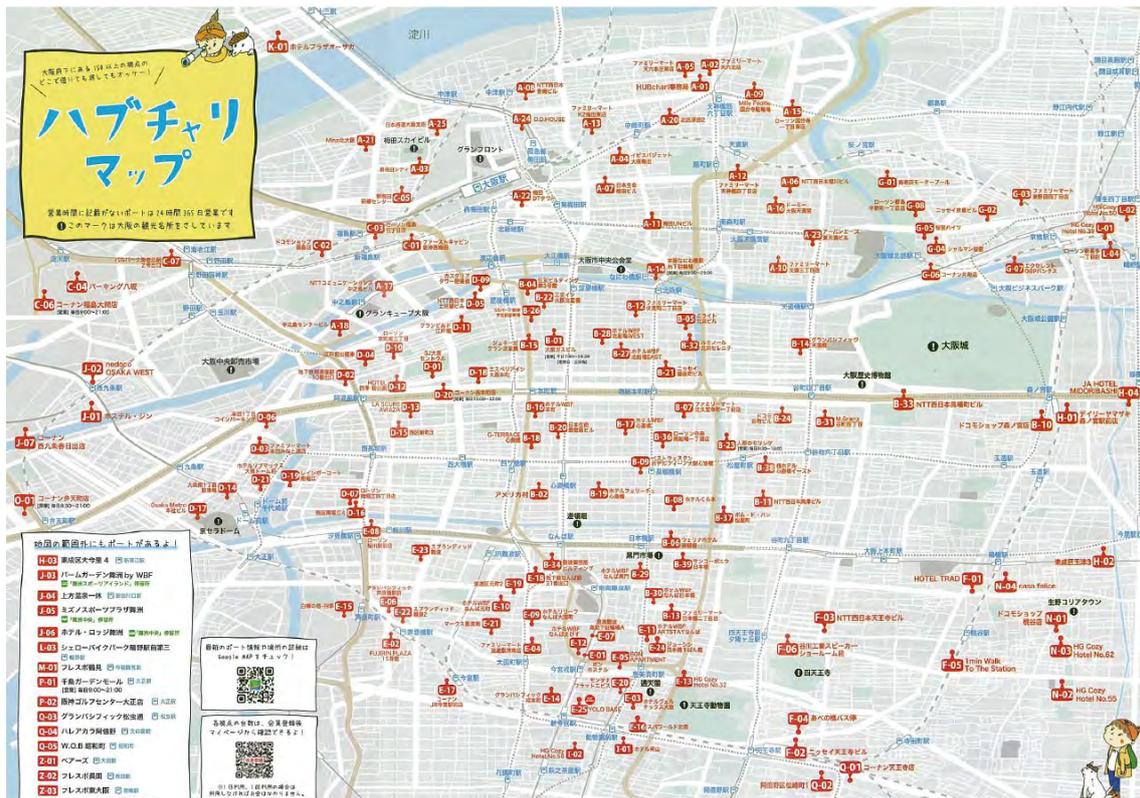


図 4-23 ハブチャリマップ（2019年9月20日現在）

出典）認定 NPO 法人 Homedoor 提供資料

- また、2016 年度から寄付金が多くなっているが、寄付については法人よりも個人からのものが多い。これは、会員が約 6 万人いるメールマガジン配信者の紹介が大きい。
- このように、事業収益に加えて寄付金も増大したことから、取組の内容や成果などについてわかりやすい説明を更に心がけるようになり、図 4-24 に示すようにデータやポンチ絵を使っている。



図 4-24 「Challenge 02 選択肢を広げる」における説明（一部抜粋）

出典) 認定 NPO 法人 Homedoor : 2016 年度 年次報告書

- 2016年には実験的な取組として宿泊施設「ホームハウス」を提供してノウハウを蓄積し、2018年に居住支援施設「アンドセンター」を開設した（図 4-25 参照）。
- 開設にあたり、ホームレス状態脱出を叶える 20 部屋の宿泊施設であるアンドセンター設立 1,000 人キャンペーン（一口 1,000 円／月を負担）を実施し、2019 年 4 月に 1,000 人を超えるサポーターを獲得した。このようにして、寄付金にて運用を可能にするかたちにすることが出来た。
- 企業とのコラボも積極的に展開している。大和リース株式会社からは駐輪管理業務委託を 3 件受託している。また、株式会社電通デジタルからの支援を受け、ストックフォト写真を活用した新たな寄付の仕組み” Snapshot taken by Homeless. “を 2019 年 3 月 22 日に開始した。ホームレスの人たちにカメラマンになってもらい長い間、街・人・時間を見ている感性で撮った写真をストックフォト写真として販売している。その写真の売上をホームレスの人に還元するプロジェクトである。



図 4-25 アンドセンターの概要

出典) 認定 NPO 法人 Homedoor : 2018 年度 年次報告書

(3) 最近の活動状況

- 毎年、改善点を見直し、現場や当事者の声を元に本当に必要なサポートを生み出していき、その挑戦を図 4-26 に示す「6つのチャレンジ」と表現している。「民間でつくる新たなセーフティネット」を構築し、行政と連携することで、将来的に全国でも導入できるモデルケースをつくるのが目標である。

Homedor が取り組む「6つのチャレンジ」



図 4-26 Homedor が取り組む「6つのチャレンジ」

出典) 認定 NPO 法人 Homedor : 2018 年度 年次報告書

- 図 4-26 の「1 届ける」については、スマートフォンの普及により、フリーWiFi を利用した相談が 2017 年頃から増加していた。そこで、2018 年度は新たにコンビニのイートインコーナーや商業施設などにポスターを設置してもらうよう営業活動を行った。その結果、大阪市北区を中心に 13 店舗がポスター設置を承諾いただいた。これを見た人たちから新たに相談があり、コンビニなどでのポスター設置に大きな効果があることを実感している。(2018 年度におけるポスター掲載店舗数は 164。2018 年度の相談者のうち、Homedor を知ったきっかけがネット検索であったケースは全体の過半数を超えている。)
- 「2 選択肢を広げる」については、2018 年度に宿泊施設「アンドセンター」(20 人分の個室を用意)を開設したことで、多くの人から泊まれるか? と連絡がくるようになり、相談傾向にも変化が生まれてきている。これまで本人からの相談が大半だったが、家族

や知人が相談者を連れてくるケースや、行政や他機関からの相談が増えた。相談者の若年化が進むようになった。また、相談者全体の15%を女性が占めるようになった。

- 「3 “暮らし”を支える」については、シャワールームやランドリーなど無料で利用できるメニューを用意しており、1日の平均来所者数は15.2人（2018年度）である。また、健康相談会の参加者はのべ44人（2018年度）である²³。
- 「4 “働く”を支える」については、就労しながら居住支援施設「アンドセンター」に長期滞在し、その間に貯金や家探しのサポートを行っていくステップ型の支援が可能となった。HomedoorではHUBchariや駐輪管理等の仕事を用意しており、就労を希望する人に面談の上、働いてもらっている。2018年度には28人に就労機会が提供された。
- 「5 再出発に寄り添う」については、不動産会社と連携できたことで、身分証や携帯電話、保証人などのハードルがある中、50人が新たに居宅生活を開始できた。（2018年度は不動産会社5社と連携）
- 「6 伝える」については、多様化するホームレス問題を様々な手法で社会に発信していくべきと考えており、メディアに出ることや受賞することなどが当てはまる。2018年度は、ウーマン・オブ・ザ・イヤー受賞をはじめ、これまでホームレス問題と縁がなかった層にも広く情報を届けることができた。

(4) 今後の事業活動の方針や方向性

- コンビニやコインランドリー、ネットカフェなどへのポスター掲載を拡大する。
- アンドセンターの開設により、未成年を含む若年層の相談者が急増している。正規雇用の経験がない人も多く、若年層向けの生活・就労支援を行っていく必要がある。若者支援団体など他機関との連携を強化していく。
- 性別や家族構成に関係なく、相談に来る多くの人が安心できる居場所の提供を進めていく。
- 相談者が増える中、2018年度は5名のスタッフで運営していたが、求人活動を積極的に行い、組織体制の安定を図っていく予定。

²³ 認定NPO法人 Homedoor：2018年度 年次報告書