

支え人。

版

～企業・事業者×NPO寄附つき商品のつくり方～

平成26年1月

特定非営利活動法人山口せわやきネットワーク

はじめに

地域社会の中には、環境、高齢化社会、格差社会、人権、エネルギー、災害対策、地域コミュニティのつながりの希薄など解決の糸口のみつからない課題がたくさんあります。NPOは、そんな現状を「放っておけない！」と活動を始めています。しかし、それらの多くは、対象者から対価を得ることが難しい現状で、運営が行き詰まるNPOは少なくありません。

昨年、特定非営利活動法が改正され、認定NPO法人への道が要件緩和されました。しかしながら、山口県内の400あまりのNPO法人のうち、認定NPO法人は1つ、仮認定は2つに留まっています。

平成25年度の県民活動白書によると、対象となる県民活動団体のうち回答のあった379団体のうち「寄附金収入がある団体」の割合は44.8%、そのうち「50万円以上の寄附を受けている団体」は、12.4%となっています。寄附募集の方法については、「特に行っていない」が68.1%（H25年度）を占めています。

山口市のNPO法人のうち、平成24年度の決算の中から平成25年11月時点で確認できた68法人のうちの寄附金収入のある団体は39法人（50%）、寄附金合計1400万円のうち100万円を超える寄附金のある4団体の合計が千万円を超え、3/4以上を占め、残りの35法人の合計が約400万円弱となっています。

一方、山口県の寄附の現状（6P参照）の「一人あたりの寄附金額」は全国で堂々の1位です。

これらのことから、NPO法人への寄附金収入は、寄附金募集の努力をしている団体とそうでない団体とで寄附金額に大きく差があることがうかがえ、今後寄附金募集のアプローチをしていけば、まだまだNPO法人への寄附の伸び代は大きいと考えられます。NPO法人の意識をもっと「寄附金」へシフトさせることにより、「志」を込めた多様な寄附文化が拓けていく可能性があると考えます。

企業の寄附つき商品を通じて、市民が社会課題を知り、それに取り組むNPOの活動を知り共感していくことにより、企業は本来業務の中で社会貢献ができ、企業イメージがアップし、まだまだ知られていないNPOの社会的意義も理解され、NPO側も認定NPO法人に向けての可能性がみえ、県民の寄附文化醸成につながると考えます。

NPO法人山口せわやきネットワークでは、地域のNPOと企業・事業者がコラボした寄附つき商品づくりを通じてビジネス領域に社会課題解決を取り入れることで、誰もが気軽に社会貢献できるしくみを創り、寄附文化醸成につなげたいと、『企業・事業者×NPO寄附つき商品プロジェクト「支え人。」』をスタートさせました。

今回、「支え人。」を立ち上げるに当たり、寄附つき商品づくりのノウハウをご提供いただき、ご指導いただいた久津摩和弘氏〈地域ファンドレイジング・ネットワーク共同代表／山口県共同募金会〉、NPO法人のミッション・ビジョンのご指導をいただいたマーケティングプランナー中村伸一氏〈やまぐち総合研究所有限会社〉のお二人に心より感謝を申し上げます。

20年後に市民が主体的に社会を支えている豊かな山口を願って・・・

NPO法人山口せわやきネットワーク 渡邊洋子

「支え人。」版

企業・事業者×NPOの寄附つき商品のつくり方

【目次】

- 1 今なぜ寄附つき商品なの？
 - (1) 一般生活者の企業に対する社会貢献意識……………4P
 - (2) 寄 附 の 現 状……………5P
- 2 寄附つき商品って何？
 - (1) 寄附つき商品（コーズ・リレーテッド・マーケティング）…6P
 - (2) 寄附つき商品をつくるポイント……………6P
- 3 「支え人。」版 寄附つき商品のつくり方
 - (1) 「支え人。」プロジェクト概要……………8P
 - (2) 「支え人。」版 寄附つき商品のつくり方……………9P
- 4 寄附つき商品事例
 - (1) 「支え人。」エントリーNPO法人紹介……………13P
 - (2) 寄附つきプロジェクト例……………14P

『「支え人。」版 寄附つき商品のつくり方』は、NPO法人山口せわやきネットワークが受託した山口県寄附文化醸成事業（平成25年8月～12月）の中でのコーディネーター久津摩和弘氏＜地域ファンドレイジング・ネットワーク共同代表／山口県共同募金会＞、マーケティングプランナー中村伸一氏＜やまぐち総合研究所有限会社＞の資料、ワークの内容を基に作成したものです。

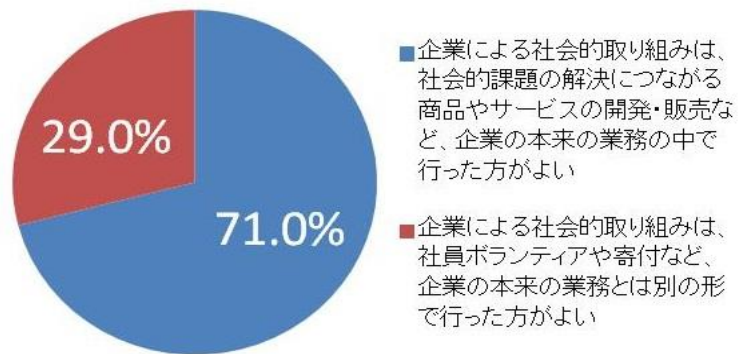
1 今、なぜ寄附つき商品なの？

(1) 一般生活者の企業に対する社会貢献意識

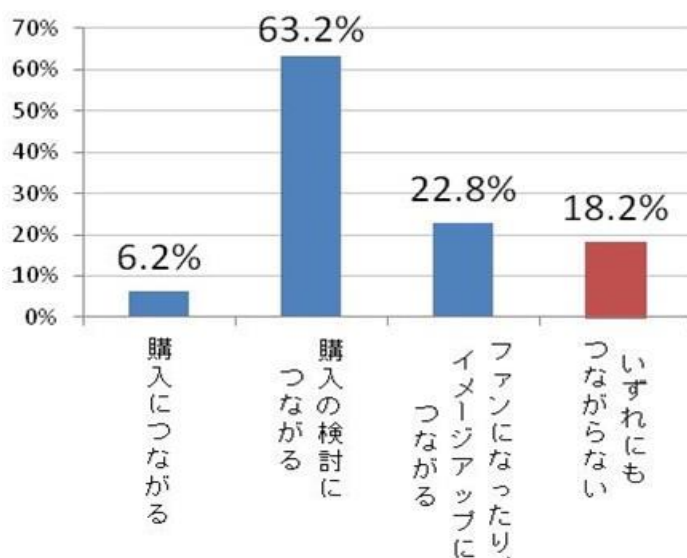
【社会的取り組み or 価格引き下げ？】



【本来業務 or 本来業務外？】



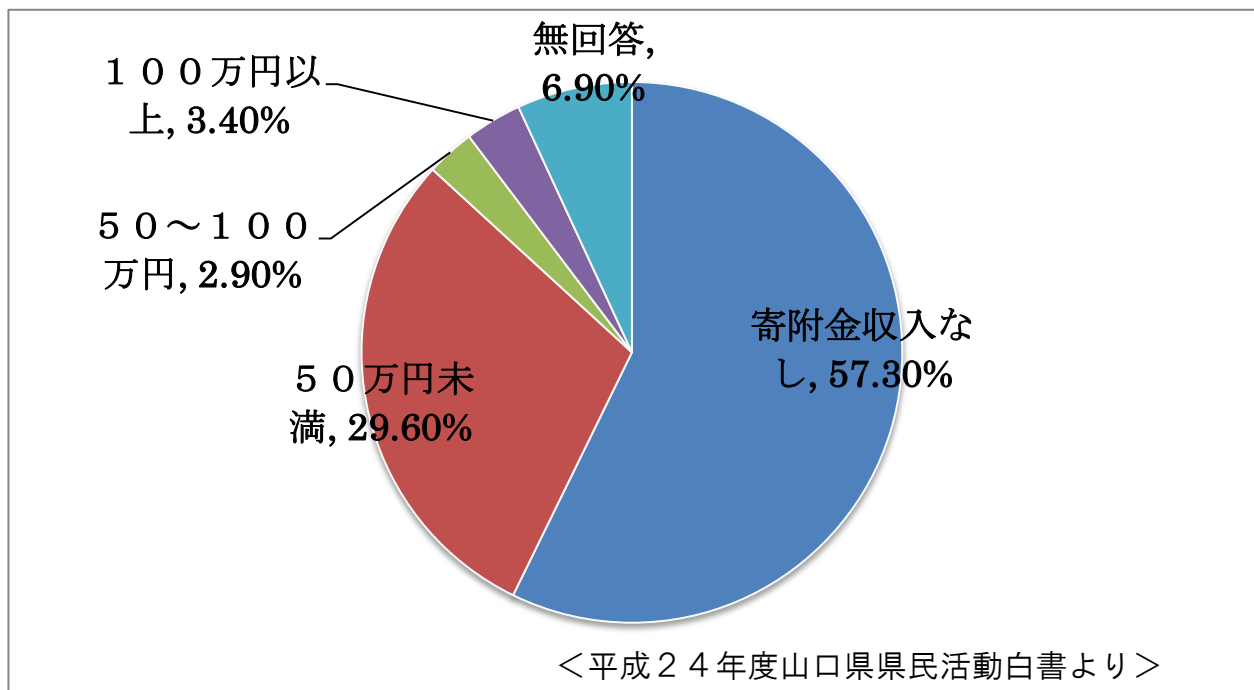
【社会的取り組みと購買意欲の関連？】



※ソーシャルプロダクツ（社会性を持った商品）に関する日本最大級の専門情報サイトを運営する(株)ヤラカス館 SoooooS カンパニー、「マーケティングと社会」研究会アンケート調査より引用

(2) 寄附の現状

【山口県のNPOの寄附の現状】



【2010年度人口一人当たり寄附金上位10都道府県】

順位	都道府県名	金額
1	山口県	3,082.0
2	徳島県	1,691.4
3	富山県	632.4
4	東京都	617.0
5	岩手県	588.5
6	宮崎県	511.0
7	静岡県	428.8
8	福島県	407.2
9	宮城県	388.7
10	青森県	301.6
	全国平均	197.3

<総務省 2012 都道府県決算状況調、寄付白書（日本ファンドレイジング協会編）より引用>

2 寄附つき商品って何？

(1) 寄附つき商品（コース・リレーテッド・マーケティング）

企業とNPOなどの団体がパートナーシップを組み、社会的課題のために企業のマーケティングを活用するという仕組み。企業が製品の売り上げに応じてNPO等に寄付を行い、その際に、「製品が『寄付込み』であること、その製品を買うことによって、消費者は社会問題の解決に貢献できること」をPRし、製品のマーケティングの一環として活用する、という手法。

企業には販売促進に加えて、「社会的貢献を行う企業」としての評判が獲得できるというメリットがあり、NPOには活動資金を獲得できると同時に、自身の活動をより広く世の中に知らせることができるといったメリットがある。

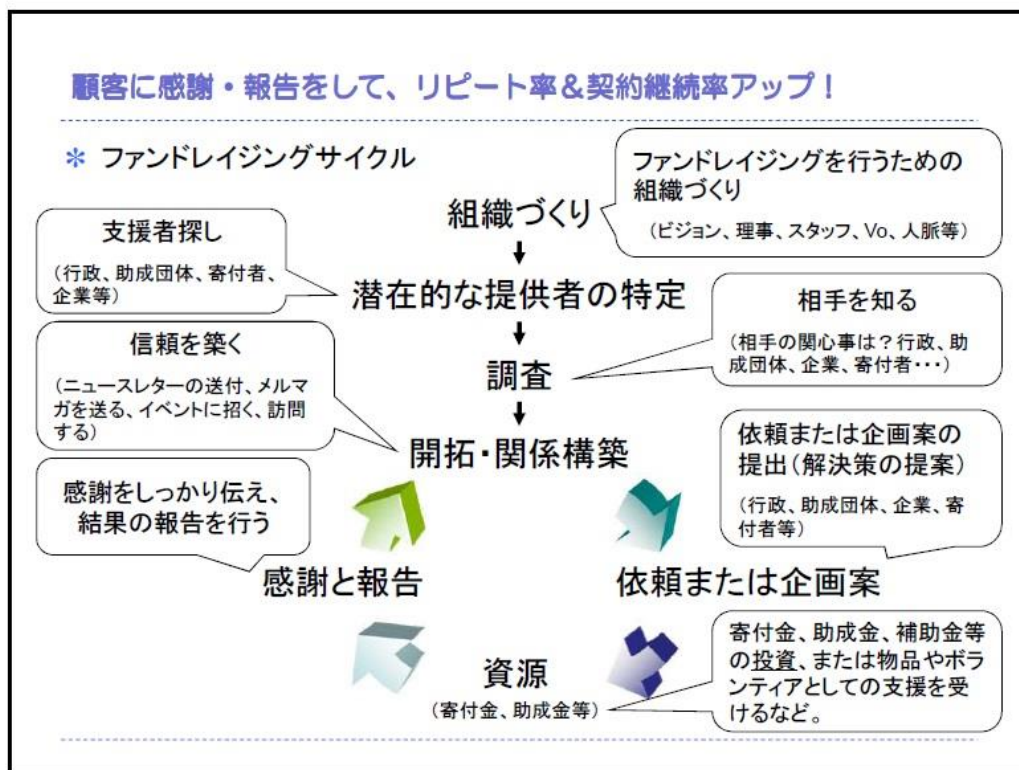
(2) 寄附つき企画をつくるポイント

- ① 儲かる、販促・新規顧客の獲得に繋がる企画（CSR3.0）に
 - ・NPOのネットワークは、企業にとっても魅力的。
 - ・寄附つき商品・企画は顧客のリピート率は高い。
 - ・差別化できない商品も差別化できる。
 - ・売れば売れるほど地域課題が解決するしくみ。
- ② 社会課題が解決されるソーシャルビジネスにしよう
 - ・地域の課題解決へ貢献しているNPOを応援することで、独自に社会貢献のプログラムを開発する手間がかからない！
- ③ 話題性のある企画づくりで、しっかり広報に繋げよう
 - ・地域社会になくってはならない企業のイメージの広がり！
 - ・他企業との差別化によるエシカル消費志向への販路拡大
- ④ 両社にとって無理のない企画にしよう
 - ・新規の企画では、負担やリスクが大きいことが多い。既存の商品やサービス、商流を活用してなるべく負担のない企画から始める。
 - ・寄附額は1～10%など負担を少なくし、その代わり長続きできる企画にしよう。
 - ・すでに売れている商品の場合はプラスマイナスでマイナスになる可能性もある。キーワード式、限定商品式、個数限定式などでリスクを少なくしよう。
 - ・NPOが頑張らないと動かない企画はやめよう！NPOとのコラボの強みを活かしたうえで、企業主体で売上がアップに繋がる企画にした方がスムーズにいきやすい。
- ⑤ 人を巻き込み、社会運動や購買運動を起こせる企画を作ろう
 - ・非営利活動組織は、人を巻き込んでナンボ、商品を通じて新たな人材の巻き込みに。

- ・企業は顧客と売る、買うのみのつながりではなく、社会をよくするつながりへ。
- ⑥ 顧客も関係者も楽しい、ワクワクする企画を作ろう
- ・企業の本来業務を販売やサービスの提供を行いながら、地域社会の課題が解決できるストーリーが他の職員やお客様にわかりやすい企画にしよう。
- ⑦ ストーリーを作って、魂を入れよう
- ・企業理念とNPO理念がつながるストーリーを見つけて、相乗効果を確認。
- ⑧ 顧客に感謝&報告をして、リピート率&契約継続率アップ
- ・NPOの内部でファンドレイジングサイクル（※図1）をつくる。
 - ・感謝と報告を繰り返す。
 - ・寄附金によって達成できたことの親になってもらう。

<引用：久津摩和弘（2013）寄附でつながるプロジェクト講義資料「寄附付き商品づくり概要説明」>

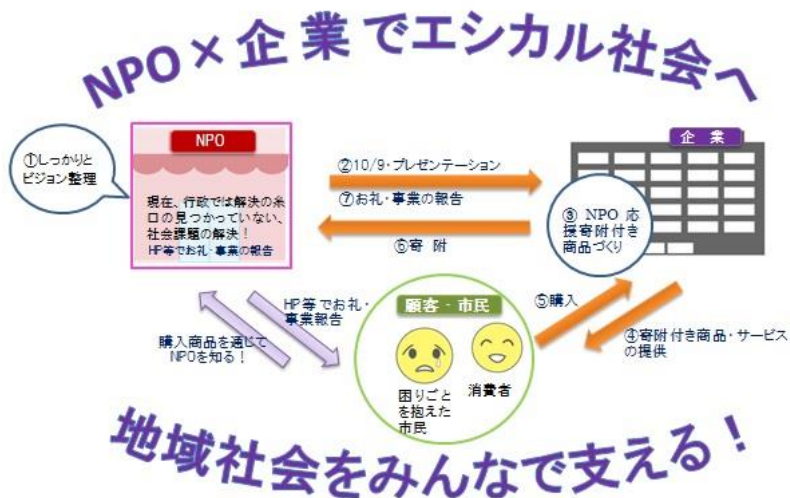
<図1 ファンドレイジングサイクル>



「参考文献：平成 17 年内閣府政府広報室NPO(非営利組織)に関する世論調査」

3 「支え人。」版 寄附つき商品のつくり方

(1) 「支え人。」プロジェクト概要



【プロジェクトミッション】
企業・事業者×NPOでエシカル社会を創る！
～地域社会をみんなで支える～

地域お企業・事業者とNPOがコラボした寄附つき商品づくりを通じて、ビジネス領域に社会課題を取り入れ、住民全てが社会貢献に関われるしくみを創り、寄附文化醸成につなげ地域社会をエシカル社会にしていく。

※エシカル・・・「倫理的」「道徳的」という意味の形容詞、「倫理的＝環境保全や社会貢献」という意味合いで使われる。

【企業・事業者のメリット】


- ① NPOを応援することで、独自に社会貢献のプログラムを開発する手間がかからない。
- ② 地元密着のアピール、営業トークに活用できる。
- ③ 顧客と売る、買うのつながりのみでなく、社会をよくするつながりができる。
- ④ 創業時の思いの発信の機会ができる。

【社会課題解決の可能性】

- ① 社会課題を「ほうっておけない」と活動を始めたNPOは、思いや専門性あるけれど、人材・財源不足の悩みは常。
↓
- ② 寄附つき商品を通じて、企業からの安定した寄附金収入の道ができ、行政では解決が難しい社会課題を消費者に知ってもらえる、個人寄附が集まりやすくなる。
↓
- ③ 応援者や寄附者が増えることで、NPOの運営課題解決の道筋が見え、関わる人が元気になる。
寄附が増えて、財源が安定すれば、市民による柔軟なサービスで新たな公共課題に対応できる。
柔軟なサービス提供するために新たな市民を巻き込むことにより、当事者意識を持ち公共を支える市民が増える
↓
- ④ 誰にでも居場所と出番があり、心豊かに暮らせる、市民とともに公共支える市民社会に一步ずつ前進。

(2)「支え人。」版 寄附つき商品のつくり方


NPOの企業説明会に向けての事前準備



ポイント1 社会的使命が組織内できちんと共有できていることが大切な第一歩です！

- ・自分たちの社会的使命
- ・それを達成するための中期計画
- ・寄附金を活用して行いたい事業は、本当に公共性があるのか検証
- ・寄附つき商品の意義を知る
- ・ファンドレイジングサイクルを行う体制づくり

寄附つき商品企業説明会



ポイント2 まずは、NPO側が自分たちの存在意義が誰にでもわかりやすく伝えられるかどうか！

- ・プロジェクトの意義
- ・寄附つき商品概要
- ・エントリーNPOのプレゼンテーション（※参考1）
- ・企業の自己紹介
- ・企業とNPOの交流会
- ・プロジェクト参加への意向確認

<参考1>

企業に向けてのプレゼンテーション内容例

- ①寄附で行う事業名
- ②活動状況（社会的使命、事業理念など）
- ③団体概要（歴史、会員、収支、事業、情報発信など）
- ④認識している社会課題（具体的数値を入れてリアルに）
- ⑤なぜ今、解決が必要なのか
 - ・解決までのステップ図示
 - ・解決により享受できるメリット
- ⑥具体的事業プラン
- ⑦寄付つき商品を作った際のイメージ
 - ・寄付つき商品の消費者のニーズの状況は？
 - ・NPOのファン層や社会課題について共感してくれる人を考えると、どんな業界や企業が相性がいい？
 - ・誰が商品を買ってくれる可能性がある？
 - ・リピーターに繋がる？
 - ・広報に繋がる？
 - ・参加企業同士の相乗効果は？
 - ・どんな人を巻き込める？
 - ・購買運動を作れる？
 - ・寄付額はいくらくらい？
 - ・税制優遇は？
 - ・社会課題の解決が企業にどんなメリットがある？
 - ・顧客への感謝や成果報告はどうやってする？ など

寄附つき商品づくりワーク



自分の会社の理念や立ち上げの思い、どんな強みがあって、
どんなことができるか、販売したいもの、狙いたい顧客層は
どこかなど、NPOにしっかり伝える



NPOはどんな団体か、支援者、関係が深い団体・企業はどん
なところがあるか、協働してメリットがありそうな事業はある
かなど、販売に関係しそうな情報交換

ポイント3 NPO側
は企業のコンサルティングの
つもりで「マネジメン
トする視点を持つこ
と！」



○ターゲット（顧客）は誰かを想定し、互いのニーズやネットワークに併せ
て、売れる&人を巻き込んだ&ワクワクする企画を考える。

（顧客は地域住民など漠然としたものはNG）

○顧客への販売戦略、広報戦略を考える。

○両者にとって無理のない企画になっているか見直す。

なるべく負担のない企画、寄付額は1～10%で継続できるもの

○顧客にどうやって感謝・報告をし、リピート率

&契約継続率アップをするか考える。



ポイント4 ここで、
お互いが納得いくまで、
話し合う腹がいらいます。
妥協すると楽しくなく
なります！



諸手続き



○登録申請書（資料1）の作成、提出。納税証明書などの提出。

○覚書調印

プロジェクトスタート



企業

○販売チラシなどのツール、店舗レイアウトなどの販売準備



NP

- 店舗に団体紹介のパンフレットなどを置く
- ファンドレイジングサイクル（※図1）の確認
- 企業への感謝を伝える
- ニュースレター等を送る
- 企業のロゴをHPやニュースレターに掲載
- NPO側のHPやSNSでどんどん情報発信を
- イベント等の案内を出す

ポイント5 企業と
双方向の関係づくりを
こころがけ、同志とし
ての関係づくりに努め
ましょう！



振り返り・継続に向けて



企業

- 寄附金贈呈
- 覚書に記載されている振込先に寄附金の振込
- 寄附つき商品の見直し。

寄附つき商品を作るために求められる力

「社会的な課題を解決する力」

「企業の利益につなげる力」

「消費者の満足に貢献する力」

<引用:野村尚克(2009)「CRM 最前線 VOL.1」(ファンドレイジングジャーナル 2009/9 創刊号)

日本ファンドレイジング協会>

<参考資料:久津摩和弘(2013)寄附でつながるプロジェクト講義資料「寄附付き商品づくり概要説明」>

<参考2>

新寄付税制の寄附者の税額控除について

■法人からの寄附（企業の損金算入限度額）

○認定NPO法人

（資本金等の額×3.75/1000+寄附金支出前の所得金額×6.25/1000）×1/2

○NPO法人（一般の寄附金として損金算入）

（資本金等の額×2.5/1000+寄附金支出前の所得金額×2.5/1000）×1/4

■個人からの寄附（所得控除、税額控除）

○認定NPO法人

所得税法上の所得控除と税額控除を選択可能。

地方税と合わせると2,000円を控除して残額の最大50%が税額控除

ポイント6 寄附つき商品を通じて、広く市民に活動を知ってもらうことで、直接寄附の可能性が大きくなります。
新寄附税制により、税制優遇が大きくなった、認定NPO法人への道も模索しましょう！



「支え人。」のムコウ

「支え人。」プロジェクトにより、一般的に解決方法が見当たらない地域社会の課題解決に向けてのビジョンや活動を知ってもらうことにより、NPO法人を応援したいという思いの直接寄附の可能性があります。

新寄附税制の施行により、認定NPO法人への寄附者のメリットが大きくなりました。寄附者のみなさまが「自分が応援したい！」「この課題解決頑張ってもらいたい！」という認定NPO法人を寄附というカタチで応援し、その寄附金の最大50%近くの税額控除が受けられます。「自分が納めた税金が応援したい事業のために使われる」このことが新寄附税制の大きな意義です。

税金の使い道は「基本的にお役人が決めるもの」と思われ、「いったい何に使われているのだろう・・・」と思いながらも、「こういうことに税金を使ってくれ！」と声を上げる人は少数です。

新寄附税制は、「自分が応援したい事業・団体のために税金を使える！」ことができる具体的な手段です。これからの日本は、行政だけでなく、いかに市民が自ら能動的に、地域社会に向き合い、かかわり、それを変えていける「市民が公共を支える（新しい公共の）時代」です。

そんな新しい市民社会への一歩が「支え人。」の向こう側にはあります。

4 「支え人。」寄附つき商品事例

(1) 「支え人。」エントリーNPO法人紹介

■認定特定非営利活動法人 こどもステーション山口

～すべての子どもが「心ゆたかな子ども時代」を過ごせるように。～

目 的：こどもの健全育成

主な事業：舞台鑑賞活動、青少年健全育成支援、子育て支援、指定管理事業

対象課題：子どもたちのネット中毒の予防と防止

寄附を財源に、赤ちゃんアプリについての講演会や啓発リーフレット作成を実施

住 所：山口市道場門前 2-4-20 国近ビル2階

TEL 083-958-1486 http://blog.canpan.info/kodomo_s_y/

■特定非営利活動法人 あっと

～子育てがハンデでなく、アドバンテージになる社会へ～

目 的：子育て支援

主な事業：子育てひろば「ほっとさろん西門前てとてと」の運営、イベントや講座開催における託児支援事業、山口市内5地域の子育てひろば開設支援、やまぐち子育て公益ポータルサイト「あっとほーむ」の運営。

対象課題：働くママへの子育て支援

寄附を財源に、「ほっとさろん西門前てとてと」に企業協賛開館デーを新設

住 所：山口市本町 2-1-3 ほっとさろん西門前てとてと気付

TEL 083-921-0428 <http://www.attohome.org>

■特定非営利活動法人 支えてネットワーク

～ひきこもりから社会復帰へ。大切な一歩を、共に支えよう。～

目 的：ひきこもり者の就労支援

事 業：居場所「和の家」・就労支援「和の郷」・ひきこもり訪問サポート「なごみの風」運営

対象課題：ひきこもりの若者や障がい者の社会参加を応援する「就労支援事業」の実施

寄附を財源に、ひきこもりの若者や障がい者の社会参加を応援する「新たな和の郷事業」をスタート。

住 所：山口市秋穂西 1267

TEL 083-984-3742 <http://blog.canpan.info/sasaetene/>

(2) 寄附つき商品・プロジェクト例

➤ おかげさまプロジェクト

(株)メルシー(洋菓子店) × 認定特定非営利活動法人こどもステーション山口



長年お客様に愛されてきた商品 1 個につき 1 円の寄附で山口のこどもたちの未来が守れる！

商品：おかげさま(マドレーヌ) @180 円、グーテ(冷凍ケーキ) @180 円、苺のショートケーキ @380 円、自然派プリン @200 円、幸せのハト(サブレ) @120 円の全商品につき 1 円の寄附。

【企業の思い】

なるべく添加物を使わず、旬の果物、県内産、生産者の顔の見えるものを使用するなど素材にはこだわっている。素朴で派手さがないところが、子育てと重なるのでこどもの健全育成に関わっている気がした。東日本大災害のときもいち早く、寄附つき商品を作った。創業以来作り続けている「おかげさま(マドレーヌ)」は人気商品。昔からのお客様でどちらかというお客層は高齢ぜひ、子育て世代にも知ってほしい。

【ストーリー】

創業 46 周年という防府市の洋菓子店と NPO の老舗(任意団体から 39 年) 同士がいずれも親子が豊かな時間を応援する、素朴なお菓子と感性を育てる文化活動というツールを提供している。

【難しかった点など】

防府のお客様に山口市の NPO を応援することをどう説明するのかがひっかかった。

→防府には同様の NPO が存在しないので、防府の会員を増やしていくことは、防府の青少年の健全育成の応援にもつながる。

➤ 山口のママから始まるプロジェクト

(株)モリイケ(文具店) × 特定非営利活動法人あっと

創業206年の山口市の商店街にある文具店モリイケの店内に「現役ママおススメコーナー」を設置し、売り上げの1%~3%を子育て支援活動のために寄附。季節ごとのテーマは「入学」「子育ておススメグッズ」「1/2成人式」など。

【企業の思い】

業務の中で事務用品等の外販が占める割合が多くなっても、創業以来の商店街の店舗にはこだわり、地元密着型を貫く社長の方針。

創業時から住込みの従業員を抱えていたこともあり、従業員とは家族のような気持ち。従業員が自ら提案工夫する企業文化、東日本大震災の時は、従業員の提案で募金箱を設置。

【ストーリー】

地域のママたちとコラボすることで、文具知識もあり品ぞろえの多いモリイケをリアルに知ってもらえる。かつ、ベビーカーでもゆっくり見れる位置へのコーナー設置は、気軽に来店できママの文具ファンをつくることにもつながる。店長(男性)も子育て中ということもあり、子育てママとは共通の話題があり、現役ママから次世代ママへの橋渡しもできる。

【難しかった点など】

メーカー機能がないので、こんな寄附つき商品がいいなと思っても、取扱いメーカーでは製造していなかったりして、企業側に無理のない形でストーリーを作るために、相互の思いを共有していくための時間がかかった。



➤ 産後のきれいなママを応援プロジェクト

(有) BAY TOKYO (カットサロン) × 特定非営利活動法人あっと



「産後って髪の毛が抜けるよね～」そんなママ同士の会話から始まり、「産後のカットはママにとっては、一大イベントなんよね。」「お宮参りの時に私は、自宅に着付けに来てもら

って本当に助かった」など、子どもと一緒に外に出るきっかけになればともともと対応していたサービスを寄附付き商品としてリニューアル。

- ①貸切りプレミアム託児プラン7,500円(カット&ヘッドスパ15分&託児・ギフト券あり)の5%を寄附
- ②自宅でプレミアム託児プラン5,500円(カット&託児・山口市内に限る)の5%を寄附
- ③毛根育てて、子育て支援ヘッドスパ1,575円(ヘッドスパ15分)のうち100円を寄附

【企業の思い】

オーナーのUターンで知り合いの居ない山口に来た奥様。子どもと二人きりで辛い時もあったけど、育児サークルに入ってママ友ができたらとても気持ちが楽になったそう。子育ては一人じゃない、孤独じゃないって伝えたいと、子育てママの気持ちに寄り添えるお店。利用者も男性6：女性4で比較的女性客が多く、利用スペースも分離し、キッズスペースもある。

【ストーリー】

実際の子育てママの声に対応して時に対応していたが、メニューにはあげていないサービスをNPO法人あっとの託児とコラボして商品化。産後のママにとってはのお宮参りやカットは一大イベント。貸切りで安心できて、託児のプロと接することで、つどいの広場デビューもスムーズに。カットサロンにとっては、これを機会に平日の昼間の顧客増がねらえる。

【難しかった点など】

かなり対象を絞ったサービスなので、NPOからの個別の声掛けなど誰にどのように知らせていくかがポイント。貸切り日は閉店の月曜日限定となる。①②は子育てママのニーズから生まれたが、利用頻度としては数は限定されるメニュー。そこでお店の利用者どなたでも利用できるサービスヘッドスパを商品にすることで、どなたでも寄附付き商品を利用できるようにした。

➤ じぶんにご褒美あげてますか？癒され社会貢献プロジェクト

Natural Therapy Bru' (ボディセラピー) × NPO法人支えてネットワーク



自分自身が癒されることで、地域社会のひきこもりの現状を知り、応援をすることができる企画。

- ① イベント等でのチャリティワンコイン企画「10分足つぼセラピー」500円全額寄附
- ② 提供する全てのセラピー(整体)のうち100円を寄附
- ③ ボディセラピー40分ギフト券3,000円の内500円を寄附

【事業者の思い】

自身の大病をきっかけに、自分がしてもらいたいことをして一生を終えたいと3年前に疲れをとるセラピーの癒しの空間を起業。心と体のコリをとり、疲れにくい人を増やしていきたい。

【ストーリー】

社会で働く男性がストレスを抱えている現状、ひきこもりや自死も男性が2/3を占める。NPOと連携した「チャリティ10分足つぼマッサージ」をイベント等で行うことにより気軽にセラピーを受けてもらい。体を癒す体験をしてもらうことで、事業のPRもできる。また、セラピーとは違い興味のある人なら教えてあげられる技術なので、ひきこもりの方の就労につながる可能性もある。自分や家族を癒しながら社会貢献できるしくみ。



【難しかった点など】

チャリティ「10分足つぼセラピー」は、お客様に大変喜ばれる企画だが、全額寄附なので、頻度は多くできない。今後ボランティアスタッフなどを育成したくさん対応できるようにしたい。



➤ ハタラクを応援するブレンドティープロジェクト

オリジナルフラワーブレンドティ - RingLink × NPO法人支えてネットワーク



ハタラク（仕事も家事も含め）ために自分自身のケアのためのブレンドティーを飲むことで、ひきこもりの人のハタラクも応援できる、あなたのハタラク、地域社会のハタラク双方を応援できる企画。
○ハタラクケアオリジナルブレンドティー Solas 1セット（4種）1,000 円のうち 100 円を寄附

≪4 種の内訳・各 250 円≫

- ①陽の光「仕事で集中したいとき」
- ②月の光「心地よい眠りのために」
- ③蝶「ハタラクママのストレスケア」
- ④虹「デトックス」

【事業者の思い】

潜在意識のトラウマを感じないままにストレスを抱え体調不良になっていることが多い。カウンセリングをし、その人に必要な効果のあるお茶をブレンドし、寄り添うことで、本来の自分を取り戻して元気になってもらいたいと起業。

【ストーリー】

ティーセラピストとして、寄り添うカウンセリングが本業。一般的には知られていなかったり、誤解されたり。治療を西洋医学のみに頼るのでなく、中国茶を中心とした一般的な効果の 4 種のお茶をブレンドし、飲んでもらうことで、まずは自身の体質をケアしていくことも大切な方法であることを知ってほしい。ひきこもりの回復段階に応じた寄り添い支援として、鬱っぽくなって、話してもできない人にお茶を勧めるのも支援の一つかも。

【難しかった点など】

ブレンドティーのみどんどん販売をしていくことを仕事として望んでいるわけでない、あくまでもスピリチュアルヒーラーを知ってもらうための限定商品。販売数が増加するようになったら、NPOと連携してパッケージ作業など就労の場としていくことを共有。



社会課題を放っておけない企業と、
課題解決に取り組むNPO。
していることは違っても、
めざす社会への「おもい」はおなじ。
ふたつの心がかさなってできた
「寄附つき商品」というカタチ。
社会を支えるNPOを、
企業と消費者が支える、新しいしくみ。
企業も、NPOも、私たちも、たがいの「支え人」。

<編集・発行>

特定非営利活動法人山口せわやきネットワーク

山口市市民活動支援センターさぼらんて気付

〒753-0047 山口市道場門前1-2-19

TEL 083-901-1166 FAX 083-901-1165

Email saporant@c-able.ne.jp

「支え人。」<http://blog.canpan.info/sapolog/archive/539>