

令和7年度第1回 福岡市市民公益活動推進審議会

- 1 **開催日時** 令和8年1月29日（木）10：30～12：00
- 2 **場 所** NPO・ボランティア交流センター「あすみん」 セミナールーム BC
- 3 **議 題**
 - (1) 基本方針に基づく施策の実施状況について（令和6年度）
 - (2) 基本方針に基づく施策の実施について（令和7年度～令和10年度）
- 4 **出席者** （出席委員7名）
今井委員、曾我部委員、辻委員、寺島委員、
萩沢委員、藤本委員、吉村委員
- 5 **傍聴者** なし
- 6 **議事概要**

【審議】基本方針に基づく施策の実施状況について（令和6年度）

資料に基づき説明

- 【会 長】 事務局からの説明についてご意見、ご質問を。
- 【委 員】 3ページ「1事業の進捗状況 ③テーマ性を持った公益活動の支援」について、災害をテーマにしているが、災害だけに絞った意図は何か。むしろテーマを複数にした方が参加者の関心や事情に合わせた参加がしやすくなるのではと感じる。テーマだけでなくエリアなど別の切り口でも参加しやすい環境整備ができたのではないか、という点について伺いたい。
- 【事務局】 市民公益活動推進課（以下、公益課という。）は、市地域防災計画上、災害ボランティア支援を行う部署となっている。近年、各地で災害被害が相次ぎ、市としても平時からの備えが重要であり、そのための体制整備に取り組むとともに、災害ボランティア団体同士の連携を促す意見交換会などを実施している。今回の施策では、こうした背景から災害分野を重点化する旨を記載している。
- 【委 員】 ボランティア活動にはさまざまなテーマがある。幅広いテーマ設定を行えば、参加の入り口を増やせると思う。管理は大変になるが、参加しやすさを高め

るという観点では、次の具体策に反映できるとよいと感じた。

【事務局】 NPO・ボランティアは分野が非常に広範である。公益課（あすみん）としては、直接支援は各施策所管が強みを持つ一方、ボランティア・市民・行政・企業をつなぐ役割が重要だと考えている。そのため、活動を知って参加のきっかけにしてもらうべく、情報の集約と発信（ポータルサイト等）に取り組んでいる。テーマだけではなく、エリア（自宅近く／通いやすさ）や曜日など、実際に参加しやすい条件で探せるよう情報発信を強化することが、参加しやすい環境づくりに直結すると考えている。

【委員】 3ページ「ハジメのイッポ」について、周知の方法として、学校や企業・団体へ情報を届ける取組みは実施されているか。

【事務局】 大学連携会議等で案内を行うほか、市ホームページや共働促進ポータルサイト、SNSでも周知している。

【委員】 若年層への浸透は課題だと感じる。「ハジメのイッポ」の参加者数は伸びているが、出前講座（小中高・大学向け）は回数・人数ともに横ばいか減少気味である。学校側はカリキュラムが逼迫しており、取り入れが難しい面があるのではないか。ボランティアをキャリア教育の一環として位置づけるアプローチが有効だと思う。大学生だけでなく高校・中学、さらには親子ボランティア（小学生）へと広げ、暮らしや将来設計の中に自然にある活動として根づかせる視点が必要だと考える。

【委員】 ボランティアの範囲は広いが、一番必要としているのは地域である。地域はボランティアを受け入れやすい分野でもある。「あすみん」と地域の連携強化は非常に重要で、地域側にも連携する姿勢が求められる。そのことで、参加の場（受け皿）が広がり、経験の共有も進むと思う。また、資料を見て気づいたのは、公民館への言及が少ない。公民館は地域活動の拠点として重要で、講演会や講座などを通じて人が集まる。行政がより積極的に関与し、公民館を活用して地域に広げていく仕組みが必要ではないか。

【委員】 14ページ「多様な主体の連携・共働の促進」について、地域との連携をどう測るかが気になる。指標としてNPOの出前講座や新任公民館職員研修などが考えられる。回数の推移も含め、何をもって連携強化とみなすかの明確化が

重要であると思う。

【委員】 新任公民館職員研修はよいと思う。同時に、NPO や「あすみん」側が公民館や地域について学ぶ機会も必要だと思う。相互理解が進まないと、つなぐ役割が十分に果たせないと思う。

【委員】 NPO 側からの提案など双方向の働きかけが重要だと思う。公民館職員の研修参加が減っている点は気がかりであるが、行政内でも関心を高め、経験のある職員が地域支援に関わることが大切だと感じる。

【委員】 公民館は小学校区毎にあり、徒歩でアクセスできる。自団体が行っている里親普及の取り組みでも、公民館や民生委員との接点を重視している。ただし、公民館ごとに子どもの数や課題が異なるため、きめ細かな対応が必要である。市内に約 150 の公民館があり、1 館あたり約 1 万人の住民がいるイメージだが、SNS に頼りすぎず、顔の見える関係性を大切にしたいと考えている。

【委員】 16 ページ「アウトリーチ・ハンズオン支援による NPO 支援」について、伴走支援を行ったとあるが、具体的な課題はどのようなものがあったか。また「あすみん」の基盤強化講座との連携はどうなっているか。

【事務局】 伴走支援では、広報、資金、運営などの NPO が抱える課題に応じて講師を招き、年 10 回程度の交流会兼講座を実施した。解決に至らない団体には、先行団体とのマッチング等の個別支援を行った。「あすみん」の基盤強化講座では、立ち上げ間もない団体を対象に、仲間の集め方、事業運営、情報発信、資金調達などをテーマに実施し、伴走支援と重複しないよう調整した。

【委員】 事業が単体で終わらず、課題を次につなげる仕組みは大事だと思う。13 ページの事業規模の分析について、「500 万円未満」と「1,000 万円以上」の二分だけでなく、100～1,000 万円（グラフの緑と赤部分）の中堅層を重視すべきだと思う。中堅層は「やる気はあるが自立途上」の団体で、最も伸ばすべき中核だと考える。継続的な活動と質の向上には、概ね 2,000 万円規模の事業費と有給スタッフの確保が必要だと思う。そうやってターゲットを絞って事業を行うことで、市民サービスが向上するのではないかと思う。また、単なる数の増減の評価ではなく、成果の可視化をすることで、次の事業に繋がるのではないか。

前述の中堅層について、私の推測にはなるが、教育・貧困・福祉・文化など補助金が少ない、収益化が難しい分野だと思う。こういったところが自立できるような支援が必要だと考える。行政は、例えばだが、子ども向け事業×企業研修、孤立支援×不動産（企業）との共働など、双方にメリットのある仕組みを作るべきだと思う。そういうのをつなぐのが「共働テーブル」なのではないか。「共働テーブル」の実績だけみると、相談にきたものだけに対応している消極的なものに見える。受け身ではなく、積極的に動いていくことが今後につながるのではないかと。企業側の意見も聞きたい。

【委員】 従業員に地域活動に参加するよう促しているのは、会社のためではなく、地域貢献を考えた時に、従業員が地域で活躍していることが会社としては嬉しいからである。会社として支援している団体は、課題を抱える若者を支援する「NPO 法人あいむ」や食品を必要な人に届けている「特定非営利活動法人フードバンク福岡」への食品提供などがある。企業にとって食品の廃棄回避や社会貢献のメリットがあるので、お互いにメリットがあればとんとん拍子で話は進むと思うが、どちらの団体も人の縁があって成立した話で、マッチング機能が働いたものではないため、もう少し系統的に回るとよいと思う。

【委員】 企業側としても求めているところはたくさんあるか。

【委員】 ニーズはあると思う。

【委員】 NPO はもともとボランティアから始まることも多いので、報酬を求めない活動がベースになっていることも多いが、活動の継続や、関わる人が多くなればお金に目を向けざるを得ないと思う。NPO の収益方法は多様にあるが、複雑で難しいところもあるため、まずはそういったノウハウが提供されるのがよいと思う。ただ、自然に活動していてもお金が降ってくるわけではない。お願いして答えてくれる人がいる、ということの繰り返しになる。具体的にお願ひする中で、寄附や売り上げに繋がっていくことになるが、伸び盛りの団体ほどそこに人を割けず、具体的な依頼やお願いを実行する余力がないため、そこを補う支援があれば、事業を継続するための選択肢が増えると思う。

- 【委員】 13 ページの資料から見ると認証 NPO 法人数は減少傾向にある。やはり、活動の継続が難しいといった課題もあると思う。「あすみん」で実施する専門相談は税理士や社労士に相談できるといったものだと思うが、その中に経営についても相談はできるのか。
- 【事務局】 団体の事情に応じて相談に応じている。
- 【委員】 基盤強化講座や「先輩 NPO に聞いてみよう」の講座の受講者数が増えていることから、活動継続のヒントが欲しい団体が多い表れだと思う。広報する際には、経営の相談ができることをもっと前に出した方がよいと感じた。また、多様な主体の連携について、私自身が NPO と企業の 2 つの顔をもつが、企業側としては、企業目線での経営支援として入っている。一緒に運営について話し合う壁打ち相手のような、経営的な視点で整理することができる。「共働テーブル」に企業を入れて、運営について支援をしてもらえるようにすればよいのではないか。そこに貢献したいという企業も出てきていると思う。
- 【委員】 NPO は、いいことをして、とりあえず運営できていることで安心している団体もあると思う。それを継続し、質を上げるには経営基盤がないといけない。まずは、自分たちが自立するという意識を持たないといけない。現状で満足している状況が、NPO の一番弱い部分だと思う。マーケティングや営業の細かいやり方が分かっていないところもあるのではと実感するので、そのような講座を効果的に行っていくと、もっと伸びる NPO が増えていくと思う。
- 【委員】 委員になって初めて「あすみん」を知った。自治活動をしている人は「あすみん」や NPO をほとんど知らない。NPO がどんな活動をしているか把握できてない。NPO 法人の数が減っていることも驚いた。NPO の基盤強化が必要なことなど、地域としても NPO が苦勞していることなど現状を知る必要があると感じた。地域で講演会や講師を依頼する時には、わずかであるが謝礼をお支払いしている。やはり、NPO と地域が結びつく場があればいいと思う。地域としては、企業に対して人を出してほしいと言っているつもりはない。協力する環境づくりをしてもらえるとありがたい。今、地域活動をした方にポイントが貯まる制度として「ふくおかポイント」があるが、企業版も同様

なものがあればと思うがどうか。

【事務局】 企業の地域活動への貢献についての制度としては、コミュニティ推進課が取り組んでいるものがあり、1つは「ふくおか共創パートナー企業」で、地域活動で協力できることを登録してもらうもので、経済的なメリットはないが、そういう団体をホームページ等でPRするというもの。もう1つは、実際に自治会活動に人を派遣したり、活動場所を提供したりした実績のある企業を「地域活動貢献企業」に認定するというもので、市が発注する契約における優遇措置が受けられるものがある。

【委員】 浸透しているのか。

【事務局】 少しずつ数は増えている。前の話を聞いて思ったのが、地域・NPO・企業であれ、何を求めているのか、どんな支援が出来るのかをはっきりさせ、把握していないと、現実的にマッチングは難しいと感じた。福岡市としては、成功事例を分析して、他のマッチングに繋げていかなければいけないと感じた。

【委員】 公民館でも講座などを実施するが、企業やNPOに入って協力していただくことがある。公民館とNPO等との繋がりを生む場、コーディネートする場があれば、お互いにとってプラスになるのではないかと感じる。

【事務局】 ボランティアの最初の一步を生み出す場として公民館はよいと思う。昨年度から、市民局では公民館長会と定期的に意見交換を行い、立ち寄りたくなる公民館づくりを進めている。ふらっと来て情報に触れ、会話が生まれ、健康にもつながる場所を目指している。お互いを知り、繋がり、情報を共有して知り合うきっかけを作ることは非常に大事である。公民館の所管もコミュニティ推進部にあるので、情報共有して取り組んでいく。

【委員】 公民館や企業、NPOなど多様な主体のチーム形成が充分ではないと感じた。チーム形成の始めの一步として、目標(ビジョン)を共有しないといけない。5年に1回でもいいので、地域・NPO・企業が地域課題やビジョンを語り合う場を設ければよいのではないか。公民館の事業が前年踏襲で進んでおり、変化が必要だと感じる。

【事務局】 公民館で実施する講座の内容など画一的な部分はあるが、公民館館長会の中

でも同じような話があっている。委員の指摘と現場の課題感是一緒であると思う。福岡市には公民館が 150 館あり全ての足並みを揃えることは難しいかと思うが、明確に方向性を示さないと向かっていけない。公民館として何ができるか、制度上の制約があるなら福岡市は見直していく必要があると考える。

【委員】 南区ではコロナが流行して以降、地域活動の見直しを行い、運動会などの参加型から、マルシェや祭りのような交流の場を作る方向性に変えている。従来の取り組みを繰り返すだけでなく、新しい企画を生み出し、人を呼び込まないと成り立たない流れになっている。

【事務局】 地域の課題は何か、どのようなまちにしていきたいか、そのために何が出来るかを考えていく必要があると思う。

【委員】 5年に1回くらいであれば目標を共有する場を作ることは出来るのではないか。

【事務局】 やり方もいろいろあると思う。例えば、公民館は誰もが自由に入出りできるので、「どんな街にしたいか」「困っていることは何か」を来館者が気軽に書いて掲示する仕掛けがあれば、地域の課題が見えてくるかもしれない。すぐに答えは出ずとも、課題を認識すると、目標が見えてくる。そのアプローチとしていろんな人を巻き込むなど、公民館として出来ることをやっていくことで他に広がっていくと思う。そういったアイデアを、公民館の担当課と話し合っていきたい。

【委員】 6ページに企業からの寄付が減少しているとあるが、福岡市のホームページにある「企業版ふるさと納税」がこれに該当するのか。

【事務局】 受け皿としては同じであるが、「企業版ふるさと納税」が始まったのが令和7年度からであるため、資料中の金額には含まれていない。

【委員】 寄付を増やすための企業へのアプローチはもちろんだが、「企業版ふるさと納税」という制度をNPOに対して説明する機会があってもよいと思う。団体内部でも、団体のためにもなるので、この制度を理解して企業に勧めることができないか、といった話が上がったくらいである。

【委員】 寄付について、金額としては十分に足りているのか。

【事務局】 ここ数年では増加傾向にあり、この推移でいけば問題はないと思うが、引き続き、寄付増の取り組みは必要であると感じている。

【委員】 「あすみん」に登録している団体に対して、「あすみん」で実施する講座の案内はどのようにしているのか。

【事務局】 メールマガジンやホームページ、SNS 等を活用して周知している。

【審議】基本方針に基づく施策の実施について（令和7年度～令和10年度）

資料に基づき説明

【会長】 事務局からの説明についてご意見、ご質問を。

【委員】 24 ページの指標として、Facebook 等の閲覧数があり、他の資料から減少傾向にあることが分かるが、社会的にも Facebook の利用者層が固定されてきていることも原因としてあると思う。この指標が本当に妥当なのか検討は必要だと思う。今年度から Instagram を始めたとのことだが、学生に話を聞くと、Facebook を使っている学生は 0 に近く、逆に Instagram を使っていない学生はいなかった。若年層向けということであれば、Instagram の指標を加えるなど精査してもよいのではないかと感じた。

26 ページ「①NPO を対象としたきめ細かな相談支援」について、担い手を増やす指標と、担い手になるためのきっかけの指標とが分かれていないので詳細が分からないという状況になっていると感じた。15 ページの NPO と共働した経験があると回答した職員の割合についても、純粹にボランティアとして参加した方、パイプ役として地域活動に参加した方などあると思う。そういった細かな部分があると、より具体的に見えてくると感じた。

【委員】 指標の作り方について、「基本目標」から「施策」、1 で「事業の進捗状況」という流れになっているが、まずは事業の現状と課題がきて、それに対してどういった事業をするのか、最後に望ましい姿というか、目標がないと、どこに進んでいるのか見えないように感じる。初期値が記載されているが、初期値だけだと、増えた減ったしか分からず、どういった影響があったのかまでは分からない。目標数が何を基準に出したのか分からないことが多いため、目標数を設定してもあまり意味がないと思う。数値目標を入れるのではなく、

施策毎の課題や目標を文章的に流れで示していないと、ただやった、数値が増えた、というだけではないのではないかと思う。また、23 ページの「主要施策の概要」の上に大きな目標（基本方針）があると思うので、掲げておいたほうがよいと感じた。

【委員】 Instagramについては指標に入れていないのか。

【事務局】 指標の見直し時には、Instagram を開設していなかったので入ってはいないが、今後の状況は報告したいと思う。

【委員】 より効果的な情報発信の手法の検討が必要とのことだったので、Instagramを確認した。Xだと相互フォロワーでなくても情報が上がってくるが、Instagramは、投稿だけだとフォロワーにしか届かない。リール（短い動画の作成・閲覧）を使えば、フォロワー以外にも情報が届く可能性があるので併用した方がよいと思う。記事の中にリンクを貼付しているが、リンクから飛ぶこともリンクをコピーすることもできないため、プロフィールに誘導するなどの工夫をしたほうがよいと思う。また、お知らせをよく投稿しているが、インタビュー記事や活動の様子などの方が好まれるし、情報としてあがりやすい。せっかく発信しているので、より情報が届きやすいようにした方がよいと思う。

【委員】 今後の課題として、23 ページ「基本目標 1 施策 2 の②子どもや若者を対象としたボランティアの育成」について、ぜひ強化してほしい。地域の現状として、担い手不足で子ども会がほとんどなくなり、結果的に若年層と地域との関わりが薄くなり問題となっている。

○閉会

以上