

### 3. 専門委員会からの報告

本大会において、各専門委員会では2回に分けて皆様の真意な話し合いがなされました。

その貴重な話し合いの内容についても発表して頂きました。

その後、各委員会にお願い致しまして、話し合いのまとめ・議事録をお願い致しました。

以下になります。

#### 1. 基本問題検討委員会

##### 基本問題検討委員会会議録

- 日時 平成28年6月17日（金）～18（土）
- 場所 国立オリンピック記念青少年総合センター
- 構成 21名（主催者名簿）

#### 1. 6月17日（金）の会議

予定では60分の配分があったが、全体が押して終わり45分程度の持ち時間出会った。

最初に出席者の自己紹介・・・

- A スマホの問題点を各地のイベントで紙芝居を使って提起している。
- B アド独自の動いている。アド連の情報が届かない。
- C 県としての活動は無く個人の活動にゆだねられている。
- D 県としての活動はない。
- E 青少年育成情報はたくさんある。
- F 学習センターを拠点にして活動している。
- G 23名の会員がいるが大半は80歳を超えている。挨拶運動に取り組んでいる。

県とのパイプが出ばん。

自己紹介後、議案集にある基本問題に関する件につき経過報告の説明を行った。

子・若法との関連については、ユースアドバイザーの資格を取るためにはアドの資格とは

雲泥の差があり、個人の相当の努力が求められること。しかし「困難を抱える若者支援の

現状」はアドとして避けて通れない問題であり、研修会や養成講座においても現状と課題

を取り上げる必要があること。

規約関連では、研修会参加者も総会での意見表明はできる程度の資格があることを規約

に明記すべきであるとの提案を行っている。

組織問題では、九州ブロックの経過を説明し今後どうするかは翌日の議論にゆだねました。

## 2. 6月16日（土）の会議録

本日も60分の時間しかなく、発展的な議論には至っていません。

冒頭、昨年決定した方針（子どもが伸びるチャンスを活かそう 他）をどう実践したかの

報告を求めました。

A 県としてはできていない。各種資金支援があるので今後取り組んでいきたい。

B アドが見える活動が必要ではないか。会として何かやってはという思いがある。

C 会として映画上映会に取り組んでいる。その他は個人の活動になっている。

D 県とのつながりが無い。毎月定例会は行っている。子・若法も知らないともまずい。

E 個人の活動が主だ。7月に研修会を予定している。

F ありがとう運動・子どもが伸びるチャンスを活かそうなどを地域の活動に取り入れ

ている。

### 九州ブロック問題について

① こちらは誠意を尽くして対応しているのだから、もう何もしなくていい。

② 九州とのチャンネルを断ってはまずい。

③ 個々人で知り合いがいるのであれば、その関係を通じて何かできないか。

が意見として有りました。

## 2. 後継者養成専門委員会

### 平成 28 年度後継者養成専門委員会報告

日 時：平成 28 年 6 月 17 日～18 日

場 所：国立オリンピック青少年総合センター

テーマ：青少年育成アドバイザー養成事業の取組について

出席者：磯見（北海道）、菅原、伊藤（宮城）、佐藤（神奈川）、  
福田（栃木）、宮川、高瀬（茨城）、井上、池田（東京）  
稲垣（富山）、宇野、若林（愛知）、澤田（岐阜）、田居（京  
都）

芝、小路（兵庫）、前（和歌山）、西上（鳥取）

委員長 宇野晃（愛知）、副委員長 伊藤順子（宮城）

議事内容：司会は委員長が行った。全体会の発表は前晴夫（和歌山）が行った。17

日は 27 年度の取組についての報告、18 日は 28 年度の養成講習会全日本  
コースの内容の検討を行った。

#### （1）17 日の協議

宇野委員長より資料の P 29～34 の説明を行った。27 年度は 35 名の新人  
が受講した。北海道、宮城、愛媛、鳥取と今まで受講になかった県から受講があ  
り、北海道、宮城、鳥取、東海北陸ブロックが入門コースを実施した。NPO の  
方々も多く受講がありレベルの高い講習会となった。申請書類のあった 22 名を 4  
月 15 日の認定委員会で認定（第 4 期生）した。まだ、13 名の方々が認定されて  
いないので、認定のためのフォローアップしていく。

質問として次の発言があった。

- ①愛知県はどうして参加者を毎回あつめることができたか。
- ②入門コースの内容はどのようなものが統一した基準はあるか。

答えとして

①最初は知り合いに声を掛けある程度集まり、2 回目は苦労し、知り合いブラ  
ス県の事業に参加し、後援をもらっている関係で募集要項を配布した。また、  
関係のある NPO 法人に声を掛けた。昨年度の 3 回目も 2 回と同じように取  
組んだ。市町村からの応募は豊田市のみで他はなかった。知り合いや関係する  
団体、NPO 等に声を掛けることが重要だが、一番は開催地が地元であること  
が大きかった。

②基準は①入門コースで示したもので、これに沿って行ってほしい、全日本ア  
ド連が予算を出してということなら統一基準を要請できるが、そうではないの  
で内容や時間はカリキュラム例に倣って各県やブロックで考え工夫して実施し  
てほしい。



報告する前晴夫さん

①入門コース カリキュラム例

科 目	内 容	時間	単 位
アドバイザーの役割	青少年育成についての基本的な考え方やねらい、青少年育成アドバイザーの役割について学びます	1	1
青少年の理解と育成	人間として成長していくためには、さまざまな発達過程や課題があります。その発達過程や課題を理解し効果的な育成方法を構築できるヒントを学びます。	2	1
青少年行政や関係法規	青少年行政施策の方向や青少年育成に関する法令を理解します。	1,5	1
青少年の相談（カウンセリング）又はコーチング	相談・助言の目的と方法の基本や心構え、カウンセリングとコーチングの違い等。演習を通して基本を学びます。	3	1
地域コーディネーターとして	地域には青少年育成に関わる様々な団体や人がいます。青少年育成環境をつくるためどのような考え方と手法で取組めばよいか学びます。	2	1
情報交換会	参加者の自己紹介と日頃の取組や地域の課題について語り合う。	1,5	1
合 計		11	6
県・市町の育成事業参加	青少年育成関係講習会や指導者研修やスキルアップ研修などに参加した		1

(2) 18日の協議内容

P36の要綱案を示し説明した。協議した結果は

開催日は平成29年2月17日～19日 場所は国立オリンピック記念青少年総合センター

(オリセン)で行う。予算は2万円。

- ①周知を出来るだけ早くしてほしい。都道府県担当課から市町村に配布する依頼をしていく。
- ②全日本コース締め切りは開催日の1か月前とする。
- ③全国の参加者と知り合うことは重要で交流会をカリキュラムに入れる。
- ④昨年と同じように講習会の内容を深めるために分野別グループワークを入れる。  
困難を抱える子ども・若者対応。ネット時代の子育て、情報モラル啓発。地域の育成活動のデザイン。

⑤2月19日の会場が取れなく困っている。対策として

- ・出かけて行って活動の見学、実習や調査、意見交換会をやったらどうか
- ・場所を移動して研修を行ったら
- ・3日目で疲れているので、移動はキツイ
- ・会議室が難しいなら食堂や喫茶室で行ったら
- ・日程を2月16日～18日木・金・土にしたらどうか→働いている人は2日は休みにくい→だから19日を工夫する。空きがでたらすぐ申込む。

等、意見や提案が出たが、今後早急に現地を調査し、対応を検討することとした。

⑥入門コースの例が知りたいので昨年行った要項等を送ってほしいと要望があり（兵庫、茨城都等）、宮城県（1日）、東海北陸ブロック（1泊2日）を専門委員会参加者県に送ることとした。

⑦終わりに、委員長の考えとして関東で開催なので、専門委員会副委員長に関東ブロック長の山崎さんを入れ体制の強化と内閣府や東京都に後援をもらい全国アド養成事業なので内容のあるカリキュラムをつくっていく必要がある。そのためには次回役員会で決めるとしても2月19日オリセン近辺で会場を確保する必要がある。※その後7月初めにオリセンで確認したところ20人部屋5室午前中を確保することができた。

### 3. 広報・財務専門委員会

#### 広報・財務専門委員会 報告

日 時：平成28年6月17日～18日

場 所：国立青少年総合センター（総会&専門委員会）

内 容：全日本青少年育成アドバイザー連合会のNPO法人化について

出席者：阿部、渡部（宮城）、伊澤（栃木）、三好（茨城）、小野、  
間宮（東京）、早坂（富山）、峠、大村、小林、榑野（愛知）、  
飯塚、  
鳥山（兵庫）、新川（鳥取）、高瀬（愛媛）、香川（香川）



報告する香川勝さ

◎ 第3号議案 平成28年度運動方針及び事業計画について

1、～2、省略

3、重点運動方針（総会資料P16～P17）

4、1）～5）省略

6）広報の徹底並びに〇〇〇を図ると共に財源の確保について検討を継続します。

認知度が低いと云われる我らの運動（活動・事業）を広く理解頂き、育成運動の発展を図る為に、情報を収集して公開し、仲間との共有を行うホームページを積極的に活用すると共に、啓発資料や周知徹底方策を更に検討します。

また、運動（活動・事業）資金をどのように確保するかを継続して検討します。特にNPO法人化について、積極的に研究し、各ブロック・各県の積極的な意思を集約して、その是非を決定します。【本件は、第1号議案平成27年度運動の総括及び事業報告において報告されており、ネット時代に相応しい広報・啓発が期待される。また、財政確保、NPO法人化については、極めて重要な課題であり、その解決に向けた真剣な取り組みが求められている。】とあり、継続審議課題と認識しています。

## 5、省略

## 6、事業計画（総会資料P18～p20）

### 2）広報・啓発活動と組織網の整備

- ①会員バッチとロゴマーク入りの名刺の活用
- ②「ありがとう」運動缶バッチ・シールの作成と活用
- ③のぼり旗の作成と活用
- ④「青少年健全育成基本法」の制定要求運動の継続
- ⑤各県・ブロック研修会への講師・指導者の派遣
- ⑥「全日本アド連たより」の発行
- ⑦全日本アド連ホームページの活用
- ⑧情報連絡網の整備

## ◎専門委員会進行要領（総会資料P24）

### ◎広報・財務専門委員会（総会資料p40～p43）

#### 1 27年度の実績

新しい全日本アド連体制でホームページ（HP）をリニューアルした。HPで全日本アド連の沿革、趣旨、会則、役員名、総会・理事会の議事録、アド養成講習会要項、アドたより8、9、10号等載せてきた。また、アド養成講習会の様子をユーチューブに載せた。各県の活動内容も載せるように努めた（宮城県のアド講習会要項と成果）。  
反省としては、

- ①アドたよりはHPだけではなく、紙面で作って配布してほしい。
- ②HPに多くの各県活動状況の報告を期待したが宮城県のみと低調であった。

③ユーチューブの動画が34回と視聴が少なかった。

今後はもっと視聴と投稿をPRしていく。

投稿受付事務局 事務局次長 近藤 修（愛媛県）Eメール osamu5515@yahoo.co.jp

HP 掲載担当者 事務局次長 香川 勝（香川県）Eメール kagawa@ayauta.net

質問：参加者で全日本アド連のHPを見た人、見た人の感想は？

・見た人：出席者の挙手（5人／16人）

・感想：情報量は十分と思います。シンプルさが際立っている感じがする。

## 2 28年度取組み

(1) アドバイザーたよりの編集体制の充実 ⇒ 了承された。

・編集 全日本アド連事務局

①各県一人通信員を指定し随時活動や全日本アド連の求めに応じた記事をメールで報告

②全日本アド連役員及び専門委員会委員長が編集方針に沿った必要な記事をメールで報告

①+②を全日本アド連事務局集約で編集し会長決済をとって発行する。HPに載せる

号	記事内容	発行日	写真	担当
11	会長挨拶 総会の全体内容 表彰者紹介 総会の議事内容 専門委員会の内容 研究集会の内容 各ブロック・都道府県アド連の事業の報告 国や都道府県民会議連合会の動き その他 編集後記	8月末	あり あり あり あり あり あり あり	会長 編集担当 編集担当 主管県 主管県 主管県 担当通信員 会長 編集担当
12	アド養成講習会の参加呼び掛け 講習会の内容・主な講師の紹介 各県アド連調査アンケートの結果 新人アドの活動紹介 各ブロック・都道府県アド連の事業の報告 国や都道府県民会議連合会の動き その他 編集後記	12月始め	あり あり あり	後継者委員長 後継者委員長 基本問委員長 事務局 担当通信員
13	アド養成講習会特集 新人アドの活動紹介 各ブロック・都道府県アド連の事業の報告	3月末	あり あり	後継者委員長

国や都道府県民会議連合会の動き			
その他			
編集後記			

※ 提出された原稿は紙面の関係で文意に沿って若干の削除がある場合があります。

(2) 全日本ホームページの充実と活用 ⇒ **了承された。**

昨年と同じように取り組む。特に多くの方が視聴するようPRする。



(3) アドバイザーバッジの作成 ⇒ **了承された。(養成講座受講生に配布)**

会員に自覚と誇りを持って活動していただくために、従来の純銀バッジは在庫がなくなったので新たにつくる。新しく養成したアドバイザーは必携。500個つくと1個1,800円かかるので、各県で希望個数をまとめる。

予算 500個×1,800円=900,000円

販売 各県既アド 250個=450,000円

今後の新人アド認定者250個=450,000円

**財源をどうするか** 寄付金1万円以上×45人=450,000円又は借金,それとも?

(4) ロゴマーク入り名刺を作る ⇒ **了承された。**

HP上に統一した台紙を貼り付けて、アド連幹部や会員に使ってもらう

(5) のぼり旗をつくる ⇒ **了承された。(図案・文字等の作成についても提案可能)**





どのようなスローガンの内容のものか（下記の幟参照）

例 ありがとう100回運動 伸びよう伸ばそう青少年  
 大人が変われば子どもも変わる 地域の子は地域で育てよう  
 子どものチャンスを活かそう 等  
 一旗3,000円×本数

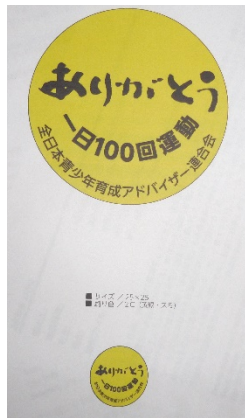
(6) ありがとう運動の缶バッジ ⇒ 了承された。

自覚と啓発活動を推進するツールとして作成する

各県に募集する1個50円×個数（ただし1,000個以上作りたい）  
 サイズ30ミリ、胸につける等。

(7) シールの活用 ⇒ 了承された。（鳥取県は以前から行っている。）

サイズ90ミリ（大） 2色 自動車又は玄関等目につくところ  
 サイズ25ミリ（小） 2色 携帯、ノート、ファイル等に貼る  
 （大） （小）



(8) 情報モラル普及啓発の取組 ⇒ 了承された。（峠会長がPCで、説明）

アドバイザーの活動として子どものネットからの影響は大きく啓発紙芝居を用意し、  
 保護者や子ども達に正しい使い方について要請があれば全国に訪問する。

申込書等の様式

団体名 \_\_\_\_\_

責任者 \_\_\_\_\_ 連絡先 \_\_\_\_\_

広報通信員氏名		連絡先（メールアドレス）	
物 品	□数	1 単価	金 額
アドバイザーバッジ		1800円	
ありがとう缶バッジ		50円	
のぼり旗		3000円（送料込み）	
シール（大）		100円	
シール（小）		5枚組で1シート10円	

※ 広報通信員は7月末日 物品は 8月末日までに報告をお願いいたします。

(9) 全日本青少年育成アドバイザー連合会のNPO法人化の検討について⇒ [内容確認](#)

平成28年度運動方針(案)及び事業計画(案)により、広報・財務専門委員会は、『認知度が低

いと云われるアド連の運動(活動・事業)資金をどのように確保するか。』特にNPO法人化につ

いて、各ブロック・各県の積極的な意思を集約して、その是非を決定する。』ことについて検討する。

◎法人化のメリットについては、以下のとおりです。

1) NPO法人の存在意義について

- ①「新たな起業家」の苗床
- ②「新しい公共」の担い手
- ③「市民の社会参加の促進」
- ④「雇用の創出」

2) NPO法人が評価を活用する目的と意義について

- ① 組織体制や活動、事業がNPO法人の設立目的や理念を確認できる。
- ② 実施する事業や組織の改善を促すことができる。
- ③ 会員や支援者、社会一般へのアカウンタビリティ(説明責任)を行うことができる。
- ④ コミュニケーションツールとして活用することができる。
- ⑤ 意図していなかった成果の確認や気が付かなかった点の発見等ができる。

3) 法人格を持つということについて

「銀行での口座を開設」や「事務所を借る」等の法律行為を行うことができ、国、県、市の各種「公共事業への競争入札へ参加」することができます。これらの団体が法人格を取得することによって、このような不利益・不都合を解消し、本会の活動の健全な発展を促進し、もって公益の増進に寄与することを目的とする。」ことが可能となることと思いません。

◎ 懸念されることについては、以下のとおりです。

1) 申請に時間かかる

- ・多くの団体が所属しているので、全体を取りまとめる為に時間が必要
- ・アド連の組織として、実際に活動できる人材・事業を育てることが重要
- ・アド連の財政事情や活動事情等を理解されている会員の賛同が必要

2) ワーキンググループ(NPOの人的支援・協働事業の企画立案)の設立が必要

3) 組織維持のための人的要因の確保

- ・社労士や税理士・会計士などの協力が必要

- ・国、県、市等で社会福祉又は青少年育成関連部署の経験者が必要
  - ・NPO職員（専従職員）が必要
- 4) 全日本アド連がNPO 法人となると加盟県は、例えば、NPO 法人全日本アド連〇〇ブロック、〇〇県支部、と名乗ることが考えられるが、今後の検討課題となりました。
- 以上、(1)～(8)については、了承され、(9)については、提案内容が確認された。については、各県の注文及び意見等の取り纏めについて2ヶ月後(8月末頃)までに、事務局次長 香川 勝(香川県) [連絡先Eメール kagawa@ayauta.net](mailto:kagawa@ayauta.net) さんに報告することとなった。

## 【NPO法人化についての参考資料】

### 1、NPOの意義と役割

#### 1 NPOの定義

「NPO活動」については、「社会的な使命の達成を目的に、市民が連携し、自発的かつ非営利で行う社会的、公益的活動」であり、このような民間の組織、団体を「NPO」と定義する。

#### 2 NPOの特性

NPOは、「自主性」、「個別性」、「迅速性」など種々の特性を持っており、

- (1) 行政の持つ公平性や企業の持つ利潤追求という社会的価値にとらわれず、社会的課題に対して、迅速で先駆的な取り組みができる。
- (2) 多様な価値観と人間性に基づく自由な意思により、個別的で柔軟な社会サービスの提供が可能。
- (3) 行政や企業に対して市民の立場からチェックし、独自の提言を行うことができる。
- (4) 自己の能力や行動を生かし、社会的な意義を見出したい市民の自己実現の場や新たな価値観を表現する場ともなる。
- (5) 行政、企業と並ぶ第3のセクターとして期待。

今後、これらがバランスよく機能していくことで、豊かで活力のある社会の構築が進むものと考えられる。

#### 3 NPOの役割

##### (1) 新たな公共サービスの供給主体

地域に密着し、様々な価値観に基づいて多様で迅速に行動できるNPOは、個別的で柔軟なサービスを提供することが可能であり、公平性や平等性を重視すべき行政では提供が難しい新たな公共サービスの供給主体として、その役割が期待される。

##### (2) 自己実現や社会貢献の場の提供主体

一人ひとりの経験や能力を生かし、新たな生きがいを求めてボランティア活動を行いた

いとすると人々が増えつつあり、NPOには、このようなニーズに応え、自己実現を図る機会を提供する主体として、また、社会貢献を行いたいとする意欲を社会的成果に結びつける場の提供主体としての役割が期待される。

### (3) 自己責任型社会を実現するための原動力

少子・高齢社会の進展や環境問題の深刻化などにもない、新たな行政需要が増大し、その処理のために膨大な行政コストが必要になっている。このような状況から、市民の自助を基調とした市民主体の社会の実現が望まれるようになってきており、NPOには、このような社会の構築に向けた新たな流れを生み出す原動力としての役割が期待される。

### (4) 新たな地域社会づくりと分権型社会を促進する主体

活動を通じて個人の自己実現と社会的課題の解決を同時に進めることを目指すNPOは、従来の地域社会におけるコミュニティが弱体化しつつある中で、新たな地域社会づくりの主体として、また、地方分権が進む中で、地域の個性や主体性を発揮し、分権型社会の形成を促進する主体として期待される。

## 2、NPO 法人の存在意義と経営課題

1998年の特定非営利活動促進法（NPO法）の施行以来、認証を受けたNPO法人は増加を続け、2010年には累計4万法人を超えた。株式会社や有限会社など、営利企業が数を減らしているなかで、その動きは注目に値する。

しかしながら、20年あまりの歴史しかないNPO法人の実態は、いまだ十分に把握されているとは言い難い。本稿では、日本政策金融公庫総合研究所が実施した「NPO法人の経営状況に関する実態調査」のデータを用いて、NPO法人の存在意義や経営課題を明らかにした。

NPO法人の存在意義として挙げられるのは、次の4点である。

第1は、「新たな起業家の苗床」である。

NPO法人の代表者には、営利企業に比べてシニア層や女性が多く、その活動開始の動機も「社会の役に立つ仕事がしたかったから」や「社会や地域と関わりをもちたかったから」など、一般の営利企業とは異なる。

第2は、「新しい公共」の担い手である。

NPO法人は、「民間の自由で柔軟な発想を活かして社会的課題の解決を図る主体として期待」されている。

第3は、「市民の社会参加の促進」である。

NPO法人は、「寄附やボランティアといった自発的な経済活動を通じて、市民の社会参加を促す機能」をもつ。

第4は、「雇用の創出」である。

NPO法人は、法人設立当初から現在に至るまでに職員数、とりわけ有給職員数を増やしており、日本経済における雇用創出効果は小さくないと評価できる。

その一方で、NPO 法人は、経営課題も抱える。

その最大の項目は、「収入の確保」である。NPO 法人の収入総額の中央値は 1,430 万円、500 万円未満の法人が約 25%を占めるなど、総じて収入規模は小さい。そのため、大半の法人で、いかに収入を確保するかに頭を悩ませている。

また、収入総額の規模の大きい法人では、この収入の確保に加えて、「人材の育成や組織のマネジメントなど、活動の質をいかに高めるかといった、新たな次元の課題」も抱えることになる。

このように、NPO 法人には一般の営利企業とは異なる存在意義がある一方で、さまざまな経営上の課題を抱えている。NPO 法人を支援するうえでは、現在の課題を克服したその次をも見すえた対応が求められる。

### 3、NPO法人が評価を活用する目的と意義について（総理府NPOホームページ）

- 1) 組織体制や活動、事業がNPO法人の設立目的や理念を達成する上で有効に機能しているかどうかを確認できる
- 2) 実施する事業や組織の改善、さらなる発展を促すことができる
- 3) ある根拠をもって会員や支援者、社会一般へのアカウンタビリティ(説明責任)を行うことができ、また、理解を促すことができる
- 4) コミュニケーションツールとして活用することができる
- 5) 意図していなかった成果の確認や気が付かなかった点の発見等ができる

#### 1) 組織体制や活動、事業がNPO法人の設立目的や理念を達成する上で有効に機能しているかどうかを確認できる

NPO法人に限らず、多くのNPO法人等には、その団体の設立目的や理念を有し、その目的達成のために、組織を整え、また、様々な事業、活動を展開している。

しかし、前述のとおり、NPOの非営利活動の世界には、企業と市場との関係のように、その活動の成果を測る、もしくは、その成果のフィードバックが明確に得られるメカニズムが今のところ存在しない。

このため、NPO法人等そのものや活動の価値判断は、個々のNPO法人の判断に委ねられることとなる。これは、ある面、活動の一人よがりにつながる危険性をはらんでいるといえる。

特に非営利活動の場合は、ある目的や目標をもった活動に対して、まったく反対の価値観が存在する場合が往々にして見られ、「善意が効果につながる」という以前に、まったく異なった評価が生じてしまう場合も十分に考えられる。また、知らず知らずのうちにNPO法人の設立目的や理念と活動とが齟齬をきたしてしまう可能性も十分に考えられる。

このため、NPO法人が評価を活用することは、設立目的や理念と事業等とのミスマッチ

の防止や、その見直しに繋げるための判断材料として役立つものと考えられる。

## 2) 実施する事業や組織の改善、さらなる発展を促すことができる

多くの場合、物事には「草創期」、「発展期」、「成熟期」がある。

NPO法人の活動も然りである。その過程には、失敗もあるだろうし、マンネリ化も生じることとなるだろう。

このようなことを極力防ぎ、より良い活動を進めていくためには、定期的に自身の活動を振り返る必要があるだろう。振り返ることにより、問題点、課題が明らかになり、そして、うまくいかなかった部分を改善し、不足している部分を強化することができる。

また、より良い成果を生み出していくために、現在の事業の質、それを支えるための組織体制等のバランスを検討し、活動を進めていくこともできる。

このように、NPO法人が評価を活用することは、評価により活動の点検を行うことが可能となり、それを活動の改善に繋げることができ、また、より良い成果を生み出すための発展に繋げる判断材料として役立つものと考えられる。

さらに、NPO法人が「評価」を通じて自身の活動を振り返ることにより、そのNPO法人が行ってきた成果や効果も確認することができる。

今まで行ってきた活動の成果や効果を、スタッフがその活動の中で漫然と感じていたかもしれないが、「評価」により、その効果等を改めて確認することは、NPO法人にとって嬉しいものである。それはスタッフの新しい活力や、やる気を生み出す源にもなると思われる。

## 3) ある根拠をもって会員や支援者、社会一般へのアカウンタビリティ(説明責任)を行うことができ、また、理解を促すことができる

多くのNPO法人は、会員や支援者等、多くの“共感”や“志”に支えられている。

このため、NPO法人は、この“共感”や“志”に責任を持って応える必要があるだろう。そして、NPO法人が評価を活用して自身の活動の判定や改善等を進めていくことは、その“志”を“最大限に活かそう”という姿勢の現れともいえる。

また、その結果を示して会員、支援者等に報告することは、その“共感”や“志”に対して責任を果たすことにもつながる。

その一方で、会員や支援者等も、その結果を見ることができれば、自身の“志”が有効に使われているか確認ができ、安心できると思われる。

このため、NPO法人が評価を活用し、その結果を会員や支援者に示すことは、信頼を培うために非常に有効と考えられる。

## 4) コミュニケーションツールとして活用することができる

「評価」は、コミュニケーションツールとしても機能する。

例えば、あるNPO法人があったとしよう。このNPO法人では、会員向けにニュースレターを頻繁に発行し活動内容や状況等の提供を行っているとともに、また、サービス等を利用する人にも、その都度、声をかけている。

しかし、ある時々に会員や利用者に対してアンケートの形で、その評価を聞いてみてはどうであろう。もしかすると、“チョッと気になるが、忙しいスタッフに、わざわざ声をかけていうことでもない”、“一生懸命やっているのに水をかけるようで申し訳ない”という部分もあるかもしれない。“何となく自分からというのは心苦しいが、アンケートのような形だと言いやすい”ということが結構あるかもしれない。

聞く相手も会員やサービスの利用者だけではなく、理事会のメンバーや事務局スタッフ、ボランティアで手伝ってくれているスタッフ、寄付をしてくれている人など、そのNPO法人に関わっている人なども考えられる。

このように関係する人などに「評価」してもらいフィードバックを求めた場合は、恐らく、その人たちの立場や価値観で「評価」され、多様なフィードバックが見られることであろう。

その結果、NPO法人は、その法人に関わる人などが“何を欲しているのか”、“何を求めているのか”、“現在のやり方をどう思っているのか”などを知ることができ、例えば、その結果を踏まえてNPO法人がその改善を検討した場合、スタッフ間の問題意識等の共有ができ、コミュニケーションが深まるものと考えられる。

一方、関わる人たちにとっては、直接、NPO法人の運営等に参画できない立場であっても、自身の考え等を伝える良い機会となると考えられる。

このように「評価」を通じて、そのフィードバックを求めることは、NPO法人に関わる様々な主体のコミュニケーションの一つとして、「評価」は貴重な機会になるといえる。

## 5) 意図していなかった成果の確認や気が付かなかった点の発見等ができる

「評価」は、自身の活動に対するフィードバックで、それを通じて、今まで行ってきた活動の改善点が見つかることとなる。

ただし、「評価」を通じて見つかることは、何も悪い面だけではない。様々な成果や効果を確認することができる。場合によっては、当初、NPO法人が想定していなかった効果等を生みだしていたことを発見できる可能性もある。

さらには、今まで気が付かなかった良い面、見落としていた良い面、または新しい発見も考えられる。

そして、そのフィードバックを通じて、気持ちを新たに活動に取り組むことができる点もNPO法人が評価を活用する一つともいえよう。