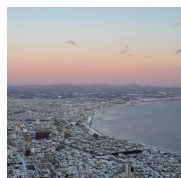
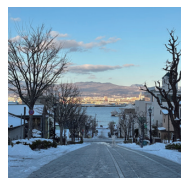
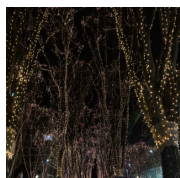
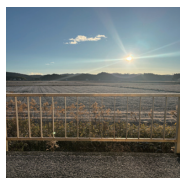


季刊 ゆるる



認定特定非営利活動法人
杜の伝言板ゆるる

2026年・冬号



可視化は何のため？

石田 祐（杜の伝言板ゆるる代表理事／関西学院大学人間福祉学部）

20世紀終わり頃から「見える化」や「可視化」といった言葉がよく使われるようになり、21世紀になってもそれは変わらないようです。「可視」は見ることができる＝visibilityを意味します。「化」を考慮すると、「make it visible」（それを見るようにする）ということになります。ここで考えたいことは、「it」に何が入るかです。そもそも見えない・見えにくいから見えるようにしたいというわけですので、見えていないモノやコトが入ります。

例えば、中学校や高校で習う面積カルトグラムという地図で人口や生産高を示すと、パッと見ただけで、人がどこに多く住んでいるかということがわかります。同じ地図でも、「地震が来たら、大雨が降ったらこのあたりはどんな影響を受けるのだろうか」ということに回答する主題図として、想定される被害を示すハザードマップがあります。

前者は学校で習うものの各家庭に配布されたりしますが、後者は多くの方がご存知のように各

戸配布していたり、自治体のホームページに掲載されています。もっと言えば、注意喚起や備えのためにそのような対応が取られています。

地図に限らず、団体が日頃行っている事業や組織の運営にはさまざまな要素があるし、複雑に絡み合っています。一緒に働く仲間みんなが理解しにくいということであれば、「そのプロセスや要素を見えるようにしましょう」と思うわけですし、そのために業務の要素とスケジュールを共有するためのガントチャートを作ったりします。

我々の世界には見えないものがたくさんあります。そして時々それを「見たい!」と思い、捉えるチャレンジをします。最近だとウェルビーイングが流行っていますし、NPOの運営のことを考えると「協働」や「信頼」も可視化されると嬉しいところです。ただし、「何のために捉えるんだっけ?」ということのをそれを共有したい人たちと検討しておくことが必要です。

目次

可視化は何のため？

どこもかしこも、お会計時に切り上げ寄付！アメリカのCheckout Charityに学ぶ

NPOを取り巻く経営環境18 レジリエンス：絶望からの回復

人と経営 第19回 ～迷惑かけたり、かけられたり～

みやぎNPOプラザ2025 秋冬の近況

お酒上手 第20回 「行動酒」

石田 祐 (1)

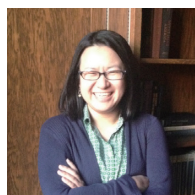
岡田 彩 (2-3)

高浦 康有 (4-5)

波多野 卓司 (6)

堀川 晴代 (7)

真壁 さおり (8)



どこもかしこも、お会計時に切り上げ寄付！ アメリカの Checkout Charity に学ぶ

岡田 彩（東北大学大学院情報科学研究科／杜の伝言板ゆるる副代表理事）

昨年 10 月から、米国中西部のインディアナポリスに滞在しています。日本に比べて、NPO が日常生活の身近にあることを体感する毎日です。NPO のサービスを受ける側にとっても、NPO を支援する側にとっても、手に届くところに様々な NPO があるように感じます。

毎日のように NPO を感じられるのが、レジで「お会計」する瞬間です。スーパーマーケット、レストラン、ファストフード、デパート、オンラインショッピング、配車サービスの利用時まで、必ずといっていいほど、「お会計に上乗せして寄付しませんか？」というお尋ねがあるのです。今回は、Checkout Charity と呼ばれるこの仕組みを取り上げます。

日本にも、スーパーやコンビニのレジ横に募金箱があったり、会計時に NPO への寄付を一緒にできる仕組みがあります。それに比べると、アメリカで経験する Checkout Charity は、より広範に普及していると同時に、店舗でのレジシステムの中に上手く組み込まれているように見えます。消費者の 53% が、会計時に寄付した経験を有するそうです（文献 1）。

2つのパターン

Checkout Charity として、大きく二つのパターンがあります。

一つ目は、合計金額の端数を切り上げるパターンです。例えば、先日ファストフードでメキシカンフードを注文したときのこと。合計金額は 11.88 ドルでしたが、「12 セントの NPO への寄付を上乗せして、12 ドルに切り上げませんか」という選択肢が出てきました。The Farmland Project という NPO への寄付になるようです。クレジットカードで決済するつもりでしたので、小銭が増え

The screenshot shows a checkout screen with two main sections. The first section, 'Tip the Crew', prompts the user to 'Show some love to the team that prepares your order.' and offers four button options: '\$2.00', '\$3.00', '\$5.00', and a 'Custom \$0.00' button. The second section, 'Round Up & Donate', features the logo for 'the farmlink project' and the text 'Fight hunger by sending produce from farms to food banks.' with a 'Learn More' link. Below this, there is a checkbox labeled 'Yes, I want to round up' which is checked, and a corresponding amount of '\$0.12'. At the bottom, a 'TOTAL' of '\$12.00' is displayed.

▲注文のシステムに組み込まれています

るなどのわずらわしさはまったく関係ないはずなのですが、それでも切りの良い数字はなんとなく魅力的です。「はい、切り上げます」という選択肢を選びました。このパターンは、Checkout Charity で寄付をした人の 85% が経験した方法だそうです（文献 1）。

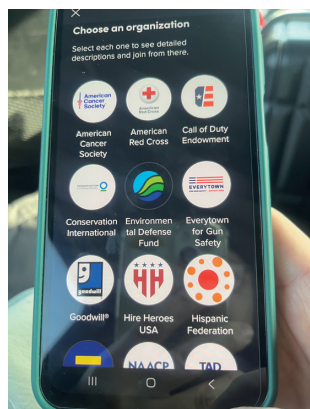
二つ目は、合計金額に定額を上乗せするパターンです。1 ドルや 5 ドル、10 ドルといった数字が提案され、それを消費者が選びます。洋服を購入する際に、店員さんに「地域の子どもたちのために、1 ドルか 5 ドル寄付してくれませんか？」と尋ねられると、反射的に「もちろん」という言葉が口から出てきますし、金額も「1 ドルは恥ずかしいかな」なんて考えてしまう自分がいます。このパターンは、Checkout Charity で寄付をした人の 69% が経験した方法だそうです（文献 1）。

寄付先の NPO は、複数の候補が提示されて消費者自らが選べる場合と、すでに決められた一団体のみの場合とがあります。

■ NPO のメリット

一件一件はかなり少額の Checkout Charity ですが、「塵も積もれば山となる」もので、2022 年には年間 7 億 4900 万ドル、日本円で約 1,160 億円が NPO に寄付されました（文献 2）。私個人で考えても、この年末年始に Checkout Charity で寄付した金額だけで、合計 100 ドルに達したのではないかと思います。毎回 10 円、100 円を寄付していた感覚ですが、気が付けば約 15500 円ぐらいた寄付していたようです。NPO にとっては、資金を調達する方法の一つとして検討の余地があると言えるかもしれません。

Checkout Charity は、人々の日常生活の中で、団体名や活動の内容を周知する手段としても有効です。レジでの会計時のことになりますので、詳しい内容や込み入った説明はできませんが、団体名などは消費者の目に入ることになります。関心を持った消費者には、団体名から検索してもらえ



▲配車サービス Lyft では、寄付先候補として複数の NPO を提示されました

■ 店舗や消費者のデメリット

もちろん、良いことばかりではありません。

Checkout Charity は、NPO に代わって店舗が寄付を集める仕組みです。店舗としては「NPO に協力している店舗」としてイメージアップが期待できる一方、「本当に集めた寄付を NPO に届けているのか」「企業の税金対策の一環なのではないか」という疑念を持たれることもあるようです。仕組みとしてそのような不正が行われることはないようですが、疑いの目で見られる可能性はゼロではありません。

消費者にもプレッシャーのかかる仕組みです。寄付するか否かを 10 秒程度の非常に短い時間で決断しなければなりません（文献 3）。実際に出し

た寄付金がどのような使われ方をしたのかは、自ら探さないとフォローできませんし、寄付控除の対象とできるものの、自らレシートで記録を残していかなければならないことから、少額すぎて申請の対象としない人が多いようです。

「寄付しなかった」という罪悪感を残しやすい仕組みという指摘もあります。確かに、レジで店員さんに「寄付しませんか」と呼びかけられたときに、「ノー」と言いにくいような気がします。わずかな寄付額だったとしても、「はい、寄付します」「ありがとう」というやり取りの方が、気持ち良く買い物を終えられそうです。

■ 「お会計寄付」の可能性

Checkout Charity をあえて日本語にすると、「お会計寄付」になるでしょうか。もっと魅力的な日本語名が付けば、企業やレジシステム開発の協力を得やすくなるかもしれませんし、消費者の認識も高まるかもしれません。特に一つ目のパターンである「切り上げ寄付」には、まだまだ可能性があるように感じます。

■ 参考文献

- 1) Dula, L. and Hansen, R.K. (2024). Who Will Spare a Dime? Impulse Giving Decisions at the Checkout. *Journal of Public and Nonprofit Affairs*, 10(1): 7-26.
- 2) Engage for Good (2023). 2023 America's charity checkout champions. Retrieved from <https://engageforgood.com/meet-americas-charity-checkout-champions-2023/>
- 3) Dula, L. and Hansen, R.K. (2025). What to Know about Checkout Charity. <https://candid.org/blogs/what-is-checkout-charity-impulse-giving-benefits-nonprofits/>



NPOを取り巻く経営環境⑱

レジリエンス：絶望からの回復

高浦 康有（東北大学大学院経済学研究科／杜の伝言板ゆるる理事）

最近とある経営学系の学術誌に掲載された論文に目を通す機会がありました。その中で紹介された個人的エピソードに、私は研究者としての冷静な分析眼を保つことができず、胸を締め付けられるような思いに包まれました。それは、絶望的な淵から這い上がろうとする一人の人間の記録であり、同時に、私たちがいかにして自身の経験を意味づけ、組織の推進力に変えていけるかという、リーダーシップの本質を問うものでもありました。

この論文とは、松井亮太先生（山梨県立大学）の「人生の危機のマネジメント：意思決定研究者が絶望から回復するまでのオートエスノグラフィー」です。オートエスノグラフィー（自伝的民族史）とは研究者が自分自身を研究対象として扱い叙述する手法を指します。私は先生の研究仲間の一人という立場にありますが、本稿を読み進める中で、単なる学術論文として接することはできませんでした。知人である先生の身に降り掛かったあまりに過酷な現実、言葉を失うほどの鮮烈な衝撃と深い悲しみを共有することになりました。

まず、松井先生を襲った悲劇について触れなければなりません。それはあまりに突然で、理不尽な出来事でした。2022年9月、先生とご家族は新型コロナウイルスに感染してしまいます。先生ご自身は軽症でしたが、次に感染したと見られる奥様の容態が急変します。深夜に救急搬送されたものの、当時の状況下では入院には至らず、深夜3時に「迎えに来てほしい」と夫である先生に連絡が入ります。当時3歳の娘さんも高熱を出しており、動けない先生に代わり、奥様は保健所の車で送り返されました。先生が家の外に出ると、奥様は車の後部座席でぐったりと横たわり、嘔吐しているというあまりに悲惨な状況でした。

その後、奥様は再び救急搬送され、心臓に異常が見つかり入院となります。数時間後には心肺停止状態となり、ECMO（体外式膜型人工肺）に繋がれる事態となりました。さらに翌日には娘さんも入院。相次ぐ悲劇に、松井先生は「適応障害」と診断され、思考力や感情を喪失し、深い絶望の淵に立たされました。奥様は一命を取り留めたものの重い障害が残り、先生は自分を責め、かつての平穏な日々は失われてしまいました。

松井先生は、この絶望的な状況（負のループ）から、ある偶然の出会い——学外での健康診断で出くわした同じ大学の全盲の教員に、障害に屈せず生きる力を感じたこと——をきっかけに、「自分にもできるはずだ」という「根拠ある希望」を見出し、システム思考を活用することで劇的に回復していったのです。

しかし、私はここで、松井先生ご自身が論文中で分析されている要因に加え、もう一つの視点を提示したいと思います。それは、先生が「研究者としての眼差し」によりリフレーミング（別の観点からのとらえ直し）ができたこと自体が、最大の回復要因だったのではないかとということです。

松井先生は、ご自身の筆舌に尽くしがたい苦悩を、あえて「システム思考」や「プロスペクト理論」といった意思決定論のフレームワークを用いて客観的に分析しました。自分の内側にあるドロドロとした絶望や悲しみを、一度自分の外に出し、学術的な対象として観察し、構造化する——この「客観的な意味づけ」のプロセスこそが、カオスの中に秩序を見出し、崩壊しかけたアイデンティティを再構築する手立てとなったのではないのでしょうか。先生が論文執筆を通じて、ご自身の表現を借りるなら「研究馬鹿」としての自分を取り戻して

いく過程そのものが、魂の救済であったように私には思えてなりません。

また本論文があえて採用したオートエスノグラフィーという手法は、NPO のマネジメントに携わる方たちにとっても重要な示唆を与えるものです。この手法は研究者自身の個人的な経験を分析対象とするものです。従来の科学的アプローチでは、個人的な単一事例は普遍性に欠け、厳密性が乏しいとして敬遠されがちです。しかし、松井先生が指摘するように、愛や死、深い悲しみといった人間的な経験は、統計データだけでは捉えきれません。

NPO のリーダーシップにおいて、この「一人語り」の視点は極めて重要です。なぜなら、NPO は「共感」を原動力とする組織だからです。企業経営が利益という客観的な指標で動くのに対し、NPO は「なぜ私たちがこの問題に取り組むのか」という固有の物語（ナラティブ）が求心力となります。

経営者やマネージャーが、自身の過去の原体験、時には失敗や挫折、個人的な喪失といった「個人的経験」を深く振り返り、それを組織のビジョンやミッションと結びつけて語るとき、そこには他者を巻き込む強力な磁場が生まれます。松井先生がご自身の絶望を赤裸々に記述することで、読者である私たちが深い共感を覚えたように、リーダーが自らの弱さや苦悩を含めた人間性をさらけ出すことは、他者との信頼関係を深める上で不可欠です。さらにそれらの経験を「意味ある物語」へと

昇華させることで、多くのステークホルダーの共感を呼ぶことにつながります。

オートエスノグラフィー的アプローチは、単なる自分語りではありません。それは、自分自身の経験を社会的な文脈の中に位置づけ直し、個人的な「小さな物語」を、組織や社会の「大きな物語」へと接続する試みでもあるのです。松井先生は、個人的な悲劇を「人生の危機のマネジメント」という普遍的な知見へと昇華させました。

日々、困難な社会課題と向き合う NPO の方々もまた、多くの葛藤や無力感を抱えていらっしゃることでしょう。しかし、その個人的な葛藤の中にこそ、組織を動かし、社会を変えるための「レバレッジポイント（てこの支点）」が隠されているかもしれません。自身の経験を振り返り、それを客観的に見つめ直し、新たな意味を与えること——そのプロセスは、個人としての回復力（レジリエンス）に繋がるだけでなく、組織全体にとっても新たなビジョンの獲得につながるはずです。

あなたの中に疼くパーソナルな感情や想いをぜひ大切になさってください。

■ 参考文献

松井 亮太（2025）「人生の危機のマネジメント：意思決定研究者が絶望から回復するまでのオートエスノグラフィー」『組織科学』58 巻 3 号, pp. 55-69.

<https://doi.org/10.11207/soshikikagaku.20240601-2>

Books

『寄付白書 2025』

— 認定 NPO 法人日本ファンドレイジング協会

2024 年における日本の寄付市場の実態を明らかにした最新レポートです。本書は、寄付市場の最新動向を把握したい方や、「日本の寄付文化」を考えるすべての方にとって、寄付市場への理解を深め、これからのあり方を考える手がかりとなる一冊です。





～迷惑かけたり、かけられたり～

波多野 卓司（経営コンサルティング波多野事務所／杜の伝言板ゆるる理事）

生きていくなかでは、社会全体を揺るがす厄災がときに起こります。（東日本大震災がそうでした）

そのなかで、獅子奮迅の役割を果たす人たちがいました。

それは社会を鼓舞しました。そんな素晴らしい人たちは多いでしょう。

いっぼう、そんな時に、その場に立ち尽くし、何もできない自分に苛立ち、固まりながら、それでもかろうじて、我が身と近しく関わる人たちとの日々の暮らしだけは、いつも通りに大切に生きてようとする人がいました（私の周りにいる人たちの多くは、そんなふうです）。

時には我が身の不甲斐なさに落ち込んだり、鼓舞する人を押し付けがましいと怒り出したり。…そんな情けない姿を見せつつも、それでも時々、「大丈夫？」と小さく声を掛け合ったり、「ぼちぼちやろうや」とさりげなく励ましあったり、「少しなんだけど、これ」とお裾分けをしたり…。

愚かなのか立派なのかわからない（きっと、そんなふうに分けられるものではないのでしょう）。厄災の時も、平時の時も、それは変わらない。

そこには変革だとかイノベーションだとかの話も、大きな夢の話も、呆れるほどに出てきません。「なぜあなたは、勇気を出して行動しないんですか？」と問うこともないし、問われたりもしません。

「小さいつながり」でいい。

それは例えば、誰かの中で大切にしている何か剥がれ落ちてしまいそうなときの、「大丈夫ですか？」という他の誰かの、そっと聴こえてくる穏やかな声。

それは、誰かの背中にそっと触れる、他の誰かの手のひらの温もり。

それは、ふと目を開けると、心配そうにみつめてくれていた目の前の人のまなこ。

それは、何も言わず、ただ歩幅を合わせて歩いてくれていた人の静かな足音。

真摯に生きていたなら、傷を受けることは避けられないし、だから身を寄せ合うことが、どうしたって必要になります。

そんな関係が、目に見えないほど細い糸の網の目となり、あちらでもこちらでも交差して、その人を縦横に支えていたなら、嬉しいことばかりでもないこの世界を、それでも投げやりにならず、自分を大切なものとして、生きていけるのではないのでしょうか。

情報量も移動距離も、社会を生きていくごとに速度を増し、世界は不特定多数で成り立ち、一つ一つの景色を見つめることなど、許されなくなっています。それが大人の世界だ、それが経営の世界だ、という声がします。でもそれは、本当に許されないことなのか（思い込んでいるだけではないのか）。

弱さを支え合う、異質を受け入れる、ほんの少しの同じ思いを分け合う。

喧嘩したり、なのに慰め合ったり。

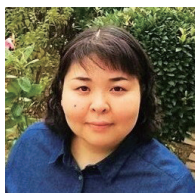
絶交したり、なのに仲直りしたり。

迷惑かけたり、かけられたり。

呆れたり、呆れられたり。

…それらの振る舞いが、そこかしこに、小さく咲いている。

そんな人が多いほど、そこには多様な居場所が生まれる。（多様性とは、立派すぎる人たちの集まりの中では、生まれないのかもしれない）。



みやぎ NPO プラザ 2025 秋冬の近況

堀川 晴代（みやぎ NPO プラザ館長／杜の伝言板ゆるる常務理事）

フォーラム「令和時代の NPO の情報発信」

平成 13 年の開設以降、県内の NPO の情報発信を支えてきたウェブサイト「みやぎ NPO 情報ネット」。システムの老朽化に伴うリニューアルを機に、12 月 14 日（日）にフォーラム「信頼を得て共感の輪を広げる『令和時代の NPO の情報発信』」を開催しました。

本フォーラムは、SNS の普及により情報発信の手法が大きく変化するなかで、NPO にとって本質的な情報発信のあり方をあらためて考える機会となりました。当日は、公益財団法人日本非営利組織評価センターの山田泰久さんを講師に迎え、活動の「可視化」と「価値化」の重要性についてご講演いただきました。団体にとっては日常的な活動であっても、支援を必要とする人にとっては価値ある情報となることから、活動の背景や想いを丁寧に言葉にして伝えることの大切さが共有されました。

また、「誰に、何を届けるのか」を意識し、地域名や分野名、検索されやすい言葉を用いることで、必要な人に情報が届きやすくなることも学びました。

プラザスタッフからは、みやぎ NPO 情報ネットの活用方法や登録方法を説明。「早速登録して活用したい」といった前向きな声が多く聞かれ、山田さんからは「みやぎ NPO 情報ネットは、宮城の NPO 情報が集まる“地域の電話帳”のような存在。ぜひ今後も積極的に活用して欲しい」とのエールをいただきました。

ボランティアチャレンジキャンペーン 2025

ボランティアチャレンジキャンペーンは、人材不足に悩む NPO・市民活動団体のボランティア募集を支援し、市民との新たな出会いを創出することを目的に毎年夏から秋にかけて実施しています。

今年度は県内の 36 団体から寄せられた募集情報を、みやぎ NPO 情報ネットや SNS、館内掲示を通じて発信した結果、学生や社会人など多様な層の参加につながりました。

参加者からは「得意なことを生かして関わられた」「人とのつながりや活動の楽しさを感じた」といった声が寄せられ、参加団体からも、周知効果や受入体制を見直す良い機会になったとの評価がありました。

一方で、地域や活動時期によっては参加につながりにくいケースもあり、募集期間や情報発信方法に工夫の余地があることも明らかになりました。より多くの参加につながるように、ブラッシュアップしていきたいと思います。

生成 AI 研修

「生成 AI を NPO・市民活動支援にどのように活かすか」をテーマに、12 月に支援を担う職員を対象としたオンライン研修を開催しました。生成 AI の基礎に加え、支援現場で想定される業務を例に、議事録やメール文の作成、スプレッドシートの活用、企画アイデア出しなど、日常的に役立つ具体的な活用事例を学びました。

実際に ChatGPT を操作する時間も設け、「使ってみて理解できた」「業務での活用イメージが持てた」といった声が聞かれました。さらに個々の業務に即した形で活用するために、より応用的な内容を求める意見もあり、今後も継続的な学びの必要性を感じました。

このほかにも NPO や市民活動団体の組織基盤強化のための講座や相談会等、さまざまな事業を企画・実施しています。みやぎ NPO 情報ネットでご案内していますので、ぜひご活用ください！

「行動酒」

お酒上手
第 20 回

真壁 さおり（社会福祉士・コーディネーター／杜の伝言板ゆるる副代表理事）

年末、両親と私の3人がコロナウイルスに感染し、家の掃除やお正月料理の準備などはもちろん、休みに執筆しようと思っていた原稿や資料作成などもまったくできませんでした。年明けの仕事にも影響し、なんとも残念な1年のスタートになりました。

風邪などの体調不良に陥ると、あらためて思い知ることがあります。それは、身体の不調は心の不調に直結するということ。病床に臥せっていると家事や仕事などで身体を動かす機会が減ります。さまざまな研究で、運動しないことが不安やうつ病などのメンタルヘルスの問題を引き起こすだけでなく、認知スキルの発達とも関連していることが示されています。やっぱり身体を動かすことは大事で、だからこそ動ける健康な状態を保っておくことがより重要なことだと感じます。

熱や咳に苦しみながら、上記のようなことをぼんやりと考えていた時、ふと組織も同じなのかもしれない、と思いました。「行動」「活動」しないと、組織の理念や文化の健全化が損なわれるのかもしれないと。

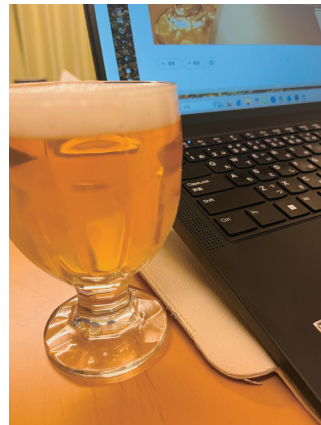
組織にとっての「行動」とは、例えば、メンバー同士の対話や情報共有などがあるかもしれません。また、地域課題解決のために行うさまざまな「活動」もその一つ。いつまでも本当にニーズに合致しているのだろうかなどと考えてばかりで足踏みしていると、何も生まれないし、気づきにつながりません。「活動」が問題課題に見える化し、次への改善につなげられるという循環が健全な組織への第一歩なのかもしれません。

しかも、まずは「行動」し「活動」すると、意見を言ってもいい、動いてもいいんだという雰囲気生まれて、心理的安全性を高めることになります。動いて失敗したとしても、そこから学び、次に活かせばいいんだと考えられる組織は健康で

す。行動すれば、組織の停滞を破る突破口になります。

組織は、理念があって行動があるというのが通常の順番かもしれませんが、「行動」や「活動」が理念や文化をつくり、心理的安全性を生み、課題を可視化し、信頼を育て、停滞を打ち破ることにつながるとも言えるのではないのでしょうか。人間も組織も、動けば変わる。動かなければ何も変わらない。シンプルですが原理なのかもしれません。

おかげさまで、年末年始に崩した体調はすっかり回復しました。お正月のために買い溜めておいたお酒類にも手を付けず、10日程度「休酒」したこともよかったのかもしれません。でもさすがに10日も飲まないで調子が出ない。必要に応じて休むのは大切ですが、やはり「行動」しないと始まらないな。



◀元気な証拠
原稿書くパソコンの
隣にビール
ありがたき哉

■編集・発行

認定特定非営利活動法人 杜の伝言板ゆるる

〒983-0852

宮城県仙台市宮城野区榴岡 3-11-6 コーポラス島田 B6

TEL 022-791-9323

FAX 022-791-9327

MAIL npo@yururu.com



HP



Facebook