

セオリー・オブ・チェンジ 2030 ver.1.0

私たちが目指す社会像

私たちが、「セオリー・オブ・チェンジ 2030」を通して実現したい寄付・社会的投資が進む社会とは、個人が所得の1%を寄付などの社会貢献を通じて社会参加し、応援し合う社会であり、企業は、事業の1%を寄付などの企業市民活動に投じて社会的責任を積極的に果たそうとする社会であり、株式市場の1%が社会的インパクト投資になり、市場の見えざる心による社会課題解決が促進される社会です。

(参考:2017年度の給与所得総額:約216兆円(1%:約2兆円)、2017年度の日本企業の売上総額:約413兆円(1%:約4兆円)、2019年4月時点の日本株式市場:約634兆円(1%:約6兆円))

ゴール	キーアウトカム	アウトカム	2030目標	指標 (JFRAとして測定、発信していく指標)	パートナー	アクション(事業)		
						既存	新規(実施は2020年度以降でも可)	
私たちが目指す社会の実現	1 想像を超えた新たな資金循環を生み出すチャレンジが誘発され、成長している	チャレンジする人が増える (資金循環を生み出す仕組みや制度づくり)	FRJ参加者4000人(代理指標) *チャレンジ数等の目標設定が難しいため、代理指標としてFRJ参加者を仮置きする(以下同様)	・チャレンジ数、人数	・ファンドレイザー ・JFRA会員、パートナー団体 ・10周年ファウンダー ・ビジョパートナー ・FRJ参加者	FRJ(熱量による参加者の意識変容、行動変容を促すエコシステムをつくる事業としての位置付け)	・チャレンジの可視化、応援の仕組みとしてのサロン(チャレンジの表彰制度、ジャーナルでチャレンジにフォーカスする企画など) ・ビジョパートナーのチャレンジをJFRAと協働で実現するプロジェクト(チャレンジ応援事業の象徴) ・ギビングサークル	
		チャレンジしたことが成長する		・生み出したインパクト(誘発型イノベーションの事例の数) ・成長ストーリー ・FRJの参加者数				
		チャレンジを応援する人が増える	FRJ参加者4000人(代理指標)	・応援プラットフォーム数 ・FRJの参加者数				
	2 寄付者自身が、寄付を「成功体験」や「自身の幸せにつながる」と感じる状態が実現している	寄付者することの価値(自分が幸せになる)が明確化され、多くの人に伝わる		・目指す社会像の実現	・寄付、社会的投資を行った人の人数、割合 ・寄付、社会的投資市場規模	・寄付月間参加団体 ・寄付研究者	・寄付白書 ・寄付月間	・ギビングサークル ・FRJで寄付者が寄付する理由を語るセッションをFRJにつくる
		寄付に対する人々の認識と行動が変わる		・社会貢献意識8割 ・目指す社会像の実現	・社会貢献意識	・社会貢献ファシリテーター ・寄付月間参加団体 ・メディア	・社会貢献教育(教育の効果測定結果の蓄積と発信) ・寄付月間	
		社会貢献教育が全ての学校やコミュニティで当たり前化している		・社会貢献教育が学習指導要領に入り、全国化	・社会貢献教育のカバー率 ・社会貢献教育の参加人数	・社会貢献ファシリテーター ・全国の学校等教育機関 ・文科省など政府、自治体	社会貢献教育の全国化	
	3 次元の異なるスケールの資金循環が生み出せている	これまでの寄付・社会的投資のインフラが桁違いに成長する		・目指す社会像の実現	・各インフラの規模と成長率	・新公益連盟 ・全国レガシーギフト協会 ・SIMI、GSG国内諮問委員会	・政策提言 ・遺贈寄付推進 ・SIセンター事業	
		多様で新しいプレーヤーが資金循環を生み出す事業に参加するようになる		・全国のスポーツイベントのチャリティ化が推進されている ・新たに生まれたファミリー財団が100を超える	・新たに参加したプレーヤーの分野と人数 ・スポーツチャリティイベントの数の規模 ・ファミリー財団の数、基金規模	・プロスポーツリーグなど ・ファミリー財団ネットワーク		・スポーツチャリティの推進 ・ファミリー財団ネットワーク
	4 寄付・社会的投資の成長のためのエコシステムが枠を超えて構築されている	SDGsの促進との連携、支援ができています		・目指す社会像の実現	・SDGs達成のための資金ギャップと日本の貢献度	・SDGs推進ネットワークなど		・SDGsとFRの関係性の明確化(資金ギャップを埋めるのがFRの役割) ・SDGsが既存および新規事業に組み込まれている
		NPOやソーシャルビジネスの成長のための支援ができています		・資金循環に必要な政策制度が変わる(寄付金税制拡充、社会的投資減税、社会貢献型ICO制度など)	・アドボカシーを通じて実現したこと	・新公益連盟 ・政府	新公益連盟を通じたアドボカシーや仕組みづくり	
		企業の社会貢献との連携、成長への支援が増えていく		・目指す社会像の実現	・アドボカシーを通じて実現したこと ・仕組みの数とインパクト	・経済団体(経団連、同友会、新経連) ・政府		経済団体(経団連、同友会、新経連)と協調アドボカシーや仕組みづくり
		グローバルネットワークが構築され、日本がリーダーシップをとっている		・グローバルネットワークの中で課題「解決」先進国として日本がリーダーシップをとっている	・ネットワーク数、規模、日本のポジション	・グローバルネットワーク(各国FR協会、社会的インパクト投資の国際ネットワークなど)		グローバルネットワークとのアライアンス(各国FR協会、社会的インパクト投資の国際ネットワークなど)
5 社会のお金の流れを生み出すプロフェッショナルが活躍できている	人々の社会貢献意識が向上している		・社会貢献8割 ・目指す社会像の実現	・社会貢献意識 ・寄付、ボランティア参加人数、規模	・寄付研究者 ・寄付月間参加団体	・寄付白書 ・寄付月間		
	プロフェッショナル(ファンドレイザー、社会貢献ファシリテーター)が増える		・ファンドレイジングの本質を知り、基本スキルを理解する人が全てのNPO、公益法人等に在る状態	・プロフェッショナル人数(団体、分野カバー率)		・FR育成事業(資格制度、研修、スクール) ・社会貢献ファシリテーター育成事業	イノベーション人材育成事業(プログラム・オファナー、インパクトマネージャー)	
	プロフェッショナルが活躍できる機会が増える		・市場規模(何かのプロフェッショナルをベンチマーク)	・プロフェッショナル人材市場規模		FRJ	人材マッチング事業	
	プロフェッショナルを目指す人が増える(裾野が広がる)	プロフェッショナルの価値(人々を幸せにする存在)が広く社会に伝わる プロフェッショナルの認知度と人気が高まる		・FRJ:稼働NPOの51%以上から1人以上がFRJに参加している ・なりたい職業ランキングのTOP30に入る	・FRJ参加人数 ・FR認知度、職業ランキング	・ファンドレイザー ・社会貢献ファシリテーター ・チャプター ・大学 ・メディア	FRJ	・裾野を広げるための新たな事業 ・大学のカリキュラムにファンドレイジングが入る ・ファンドレイザーオブサイヤー ・ファンドレイザーリブランディング
チャプターが増える(地域、テーマ)		・チャプターは全都道府県をカバー ・20程度の分野別チャプターがアクティブに稼働 ・チャプターが地域や分野のインパクトハブになっている(認識されている)	・チャプター数、地域、分野カバー率		チャプター化の推進			