

20130423 土業ビジネス研究会\_議事録

テーマ「土業による NPO 等の非営利セクターに対するプロボノ支援」

発表者 岩崎通也氏（弁護士／楠・岩崎法律事務所）

日 時 2013年4月23日 19時00分～20時50分

場 所 東京・竹橋 ちよだプラットフォームスクウェア

参加者 7人（団体役員、会社員、FP、NPO法人理事長、弁護士、司法書士、行政書士など）

目次

1. プロボノとは？
2. なぜ今、プロボノか？
3. 非営利セクターのプレゼンス
4. 弁護士によるケース
5. NPO等のニーズ
6. プロボノのメリット
7. マッチング
8. 協働する上での留意点
9. 市場の創造

発表

※なお、この発表にて「非営利セクター」とはビジネス的な手法で社会問題解決をするNPO等と定義します

1. プロボノとは？

社会人が自らの専門知識や技能を生かして参加する社会貢献活動のこと。語源はラテン語の「**Pro bono publico**」（公共のために）からプロボノ活動の発祥は米国、弁護士による低所得者への無償の法的サービスから始まる。やがて、税理士、会計士、経営コンサルタントから営業職・事務職のホワイトカラーに拡大した（「知恵蔵2013」より）

2. なぜ今、プロボノか？

①非営利セクターのプレゼンスの拡大

しかし、リソースが不足している。非営利セクターは人的サポートを欲している

②専門スキルを持つビジネスマンのキャリア・仕事観の変化

3. 非営利セクターのプレゼンス

- ・非営利セクターの中でも社会的起業（ソーシャルベンチャー）のプレゼンスが高まっている  
日経ソーシャルイニシアチブ大賞 → 2013年、NPO法人フローレンスが受賞  
→ 企業部門 ケアプロ株式会社（ワンコイン診断）  
→ 国際部門 テーブル・フォー・ツー
- ・ビジネススキルのある専門家によるプロボノのニーズ  
社会的起業が現れたことでビジネスのスキルを使ったプロボノをしやすい環境になった。
- ・現時点ではまだ社会的企業に対するプロボノを行っている人は少ないので先行者メリットがある  
弁護士のプロボノは刑事事件、犯罪被害者対策など伝統的な人権活動が中心だったが、最近になってビジネス系の弁護士がビジネスの分野での知見を活かした形でのプロボノをスタートした  
岩崎さんはプロボノの中間支援組織「ソーシャル・ベンチャー・パートナーズ・東京」（SVP東京）に参画
- ・非営利セクターの現在数、推移  
NPO法人が多い、増加傾向が続いている。約45000団体となっており、市場として期待できる
- ・アメリカの就職人気ランキングでは、NPOの存在感が大きい。  
第3位に「ティーチ・フォー・アメリカ」、第7位に「ピースコー」といったNPOが連ねる
- ・日本でも中央省庁に入った人がその後、非営利セクターに入ったり、マッキンゼーなどの戦略コンサル会社から、非営利セクターに入ることも目立っており、いわゆる高学歴エリート層がNPOを目指すという流れもできつつあるように思える

#### 4. 弁護士によるケース（岩崎さんのケース）

##### 内容

- ・法律事務  
内部管理、文書管理ができていなかったり、実態に合っていなかったりすることが多い。
- ・資金調達に関する助言（助成金、ファンドレイジングなど）  
資金調達の際の契約書作成
- ・就業規則、労働条件通知書等のレビュー
- ・インターン採用に関する助言（労働基準法的な観点から）
- ・寄付の受入れに関する規程の作成、寄付者との契約書の作成
- ・公益法人への移行支援
- ・NPO法人設立認証申請への支援
- ・助けになりそうな人の紹介（NPOには人的ネットワークがあまりないところがある）
- ・相談相手  
新規事業に関する消費者目線でのアドバイスを求められることもある

## 手法

- ・ 中間支援団体を通じた支援
- ・ 直接支援

## 5. NPO等のニーズ

### 専門家による支援が求められる例

- ・ 経理・財務・税務（明らかにニーズあり。ただ、税務は普通に有償で税理士にお願いしているケースが目立つ。）
- ・ 法務（ニーズは顕在化していないことが多い）
- ・ 労務・社会保険（ニーズあるが、社会保険労務士によるプロボノは少ない印象）
- ・ マーケティング（大きなニーズあり）
- ・ 知的財産権（ニーズあり、弁理士、知的財産権のできる弁護士など）
- ・ ウェブデザイン関係（ニーズあり、どこの団体でも）

## 6. プロボノのメリット

- ・ 自分のスキルの価値の再認識ができる（士業は業務を遂行できて当然。自分のスキルの価値を感じる機会が少ない）
- ・ 支援先で感謝される喜びを得られる（モチベーション維持）
- ・ スキルアップになる
- ・ 人脈を形成できる（支援者同士で仲良くなれる、仕事ぶりを見ることができる、信頼感）
- ・ 社会のためになるという純粋な喜びを得られる
- ・ 直接間接にビジネスにつながる可能性がある（自分をアピールする場にもなる）

## 7. マッチング

### 自分に合うNPO等をどうやって探すか

- ・ 中間支援団体を利用  
SVP東京、サービスグラント、プロボノネット、二枚目の名刺など中間支援団体はいくつかある
- ・ 直接アプローチ  
たとえば、ウェブサイトでプロボノを募集しているNPOもある  
自分の興味のあるNPOにアプローチを試みる  
ただし、怪しげなNPOもいくつかある。どのような基準でスクリーニングするかが問題となる  
たとえば、中間支援団体から支援を受けているかどうかの一つの基準となる（それでもスクリーニングするにも限界がある）

## 8. 協働する上での留意点

### ○プロボノをする上での留意点

- ・提供できることの明確化

土業もNPOのスキルを、NPOも土業がどのぐらい時間を割いてくれるかわからない

NPOは支援して欲しいことを明確にイメージできていない。土業から具体的にできることを提示する

たとえば、割ける時間を具体的に提示する

- ・有償の仕事と同レベルでの仕事

また、自分のスキルを超える依頼は受けない

- ・過度の期待は禁物

見返りは何もないと思ってやる

### ○プロボノを受ける側をお願いしたいこと

- ・期待することの明確化

- ・スキル、成果に対するシビアな評価が必要。タダだからと大目に見ることはしない

他の優秀な人から得られたかもしれないサポートの機会を失っているかもしれない

- ・支援者への還元

たとえば、成果を報告するなど、もし機会があれば感謝の意が伝わるような還元すること

## 9. 市場の創造

プロボノへのニーズの増加は確実だろう

しかし、NPOにとってどんなプロボノに意味があるのかがまだ不明確

無償から有償へ

世界には大きなNPOがたくさんある

また、国内でも第三者からのファンドレイジングが拡大しており、資金力のあるNPOが増えてくるはず。

本来、専門家は報酬を得て業務を行うというのが望ましい姿である。資金力のないNPO自身からではなく、第三者から専門家への報酬を集めるような仕組みもできると思う。

市場はできていくだろう

社会に役に立つNPOの成長は続く

NPOにはお金はないかもしれないが土業のスキルを必要としている。すなわち、土業のスキルへの需要はある

持続可能的なマッチングの工夫をして、共存共栄の関係を築いていくべきである

以上