　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　令和　　年　　月　　日

社会福祉法人群馬県共同募金会　会長　様

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | |  | | | | |
|  | | | | 印 |
|  | |  | |  | | |
| （役職名） | | （氏名） | | |
| 所在地 | 〒 | | | | | |
| ＴＥＬ |  | | ＦＡＸ | |  | |

［申請者］

「つかいみちを選べる赤い羽根募金」エントリー企画書

（企画書①・②をとりまとめて提出する際のフェイスシート）

企画書①・②を最終確認して、１２月２６日（金）までにすべて整えて提出して下さい。

* 提出チェックリスト

|  |  |
| --- | --- |
|  | 企画書①（９月２４日に一旦提出している書類を、修正し、最終確認して提出） |
|  | 企画書②（１１月１４日に一旦提出している書類を、修正し、最終確認して提出） |
|  | その他参考書類 |

* 実施にあたり、不安な点、疑問点等がありましたらご記入下さい。

|  |
| --- |
|  |

* この企画書に関する事務担当者

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  | ＴＥＬ |  |
|  |
| E-Mail |  | ＦＡＸ |  |

企画書①（コミュニケーション）

９月２４日（水）締切

◆エントリー事業の内容を文章化する準備（募金チラシ作成、Ｗｅｂ発信等で活用します。）

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Ａ | 見出し  30字程度 |  |
| Ｂ | 課題認識  ・  解決の目標  これらの内容を参考にして、  チラシ文案を  事務局から提案 | ①困りごと（誰が、どんな状態で、何に困っている（困るかもしれない）か？）  ②目指す社会像（①の困りごとを抱えた人が、どのように暮らす地域・社会…と具体的に表してみる）  ③障壁・問題（②を目指そうとしたときに“障壁”となるものを具体的にイメージする）  ④解決の目標（目指す社会像のために障壁・問題を取り除いて解決していく…という決意表明） |
| Ｃ | 取組内容  １項目あたり  20字程度で  ３項目 |  |
| Ｄ | めざす成果  80字以内 |  |

※上記Ａ～Ｄを参考に「１分間プレゼンテーション」の原稿を作成して下さい。（300～350字程度）

|  |
| --- |
|  |

◆エントリー事業をWeb等で発信する準備

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 発信媒体 | 保有する発信媒体のＵＲＬ 等 | 取り組んでいただきたいこと |
| ホームページ | URL | 左の発信媒体のうちの１つ（以上）で、  次の事項について発信して下さい。  ①「つかいみちを選べる赤い羽根募金」  にエントリーしたこと  ② エントリーした事業について  （必ず写真を入れる） |
| ブログ | URL |
| facebook | ページ名称 |
| Ｘ(Twitter) | アカウント名称 |
| Instagram | アカウント名称 |

企画書②（ファンドレイジング）

１１月１４日（金）締切

◆エントリー事業の概要

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 申請事業名 |  | |
| ［事業内容］※何を、何回、誰を対象に、何人…等 | | ［この事業の特徴（強み）］  ［解決するための工夫］ |

◆エントリー事業にかかる経費積算

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 経費項目 | 金　額（円） | 積　　算　　内　　訳 |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
| 経費合計 |  | ａ（ｇと一致） |

◆財源積算（配分額と募金目標額など）

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 資 金 項 目 | | 金　額 （円） | 備　　考 |
| 共同募金配分金配分額 | |  | ｂ（ａ－ｅ－ｆ） |
| 内訳 | ・募金目標額 |  | ｃ（ｂ÷1.5 又は ｂ－ｄ万円） |
| ・県共募上乗せ配分額 |  | ｄ（ｃ÷2 又は 上乗せ上限額(20万円・15万円・5万円)） |
| 配分金の前年度繰越分 | |  | ｅ |
| 配分金以外の財源 | |  | ｆ（ａ－ｂ－ｅ） |
| 財源合計 | |  | ｇ＝ｂ＋ｅ＋ｆ（ａと一致） |

◆ステークホルダー分析とターゲティング

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 団体との関係性　強   |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  | |  |  |  |  | 非金銭的（ボランティアなど） | | 金銭的（寄付者・会員など） |  |  |  |  | |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  | |  |  |  |  |  |   団体との関係性　弱 | |
| ※上記のうち、特に今回のエントリー内容を「知ってほしい人たち」と「応援してほしい人たち」は？  →「知ってほしい人たち」向けに分かりやすい説明を考え、「応援してほしい人たち」へアプローチする。 | |
| 【知ってほしい人】 | 【応援してほしい人】 |

（記入例）団体と接点のある人たちをリストアップしてプロットする。

※象限ごとにアプローチ方法・伝える内容を変えるなど、募金計画を立てる参考にして下さい。

※寄付依頼リストの作成（提出の必要はありませんが、団体役員・メンバーと一緒に相談しながら作成してください。）

◆募金目標額（「財源積算」欄から転記）

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 募金目標額 | 円 | 目標額の８割 | 円 ……(a) |
| 目標額の２割 | 円 ……(b) |

①目標額の８割は、理事等が呼びかけて集める「大口募金」

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 理事等 | 目標額 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 |
| 理事 |  |  |  |  |  |  |
| 理事 |  |  |  |  |  |  |
| 理事 |  |  |  |  |  |  |
| 理事 |  |  |  |  |  |  |
| 理事 |  |  |  |  |  |  |
| 理事 |  |  |  |  |  |  |
| 理事 |  |  |  |  |  |  |
| 計 (a) |  |  |  |  |  |  |

②目標額の２割は、イベントや募金箱設置など「募金活動」

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 募金活動 | 目標額 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
| 計 (b) |  |  |  |  |  |  |

※募金箱は卓上タイプのものを少なくとも各団体６個支給します。

③ ①大口募金＋②募金活動

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 目標額 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 |
| 合 計 (a)＋(b) |  |  |  |  |  |  |

④ チャレンジすること（企業訪問を強化する、役員全員が活動をＰＲする、ファンドレイジングチームをつくる…など。）

|  |
| --- |
|  |