

**2024年 第79回国民体育大会・
第24回全国障害者スポーツ大会
に向けた募金の方策**

滋賀県において策定する要綱等

- | | |
|-------------------|--------------------------------|
| 1 推進要綱 | 募金に係る基本的な事項 |
| 2 推進計画 | 募金を推進するためのアクションプラン |
| 3 謝意表明実施要領 | 募金額に応じた感謝の意を示す基準（要綱の謝意表明に係る細則） |
| 4 募金趣意書 | 県民等に向けて募金を呼びかける文書 |

1の推進要綱において規定する項目

- | | | | |
|----------|-------|---------|-----------|
| ① 名称（愛称） | ② 用途 | ③ 実施期間 | ④ 募金の種類 |
| ⑤ 対象者 | ⑥ 目標額 | ⑦ 受入れ方法 | ⑧ 謝意表明の実施 |

※⑧謝意表明の詳細は別途、謝意表明実施要領で規定



審議スケジュール

- 第1回会議 … 「1 推進要綱」の②用途、③実施期間（⑤対象者）、④募金の種類 および「2 推進計画」の内容（プラン）を中心に検討
- 第2回会議 … 上記以外も含め検討。論点や課題、様々なプランを整理
- 第3回会議 … 「1 推進要綱」～「3 謝意表明実施要領」の素案（骨格部分）を審議
- 第4回会議 … 「1 推進要綱」～「4 募金趣意書」の案を審議

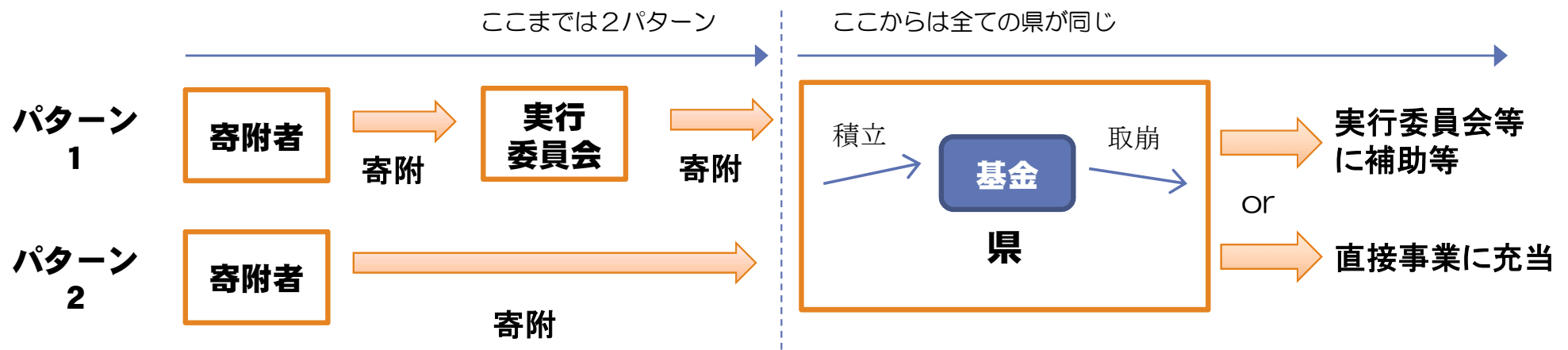
推進要綱

項目	論点・課題	各委員の御意見（第1回会議または後日提出分）	方向性（案）
使途（目的） ・実施期間	◆「大会運営経費」以外の「競技力向上」「施設整備」は、国体・全国障害者スポーツ大会に向けた募金の使途（目的）として適当か。	◆「競技力向上」「施設整備」を使途（目的）とするかは、議論が必要。	◆滋賀県のアスリートが活躍することで、それを応援したいという気持ちが生まれる。応援することで、大会を盛り上げたいという気持ちや、県民の一体感を高めることができる。 ◆滋賀のスポーツ環境を良くしたいという思いを施設という見える形に変えることができ、当該施設に対する愛着も生まれ、大会への機運が醸成できる。 ◆双方とも、募金の使途（目的）とすることは適当と考えられる。
使途（目的） ・実施期間	◆使途（目的）に応じ、実施期間を分けて段階的に実施するか。	◆中だるみしないためにも使途を分けて段階的に実施する方がよいのではないか。 ◆次世代育成であれば、早めに始めることが大事。 ◆大会運営経費については、大会愛称やスローガンが決まらないと、応援しようとする気持ちになりにくい。 ◆企業にとっては、単年度よりも複数年度に分けて寄附をする仕組みの方がよい。	◆使途（目的）に応じて、段階的に実施。 ◆「大会運営経費」に対する募金は、企業協賛の開始と合わせて、開催3年前頃から実施。 ◆「競技力向上」「施設整備」に対する募金は、できるだけ早期から実施するのが適当と考えられる。
使途（目的） ・実施期間	◆募金したいという思いを持っていただくため、使途（目的）について、さらに具体性を持たせるか。	◆単に競技力向上というより、次世代育成というところで賛同していただける部分は大きい。 ◆自分の投じたお金が何に使われるか明確である方が協力いただける。 ◆募金が国体のどの部分に使われるかをはっきり打ち出していくべき。 ◆抽象的な「次世代育成」「競技力向上」だけでは寄附は集まりにくく、個別のストーリーや数値目標、ビジュアルを見せることが必要。例えば、県教育委員会のレイキッズ事業を活用してはどうか。	◆「競技力向上」は、県民の皆さんに分かっていただきやすい表現とするのが適当と考えられる。（例：『次世代アスリートの育成』など） ◆「大会運営経費」は、今後、募金実施前に検討。なお、先催県は、ボランティア・県民運動等。今回の要綱には記載せず、実施時に追加。

項目	論点・課題	各委員の御意見（第1回会議または後日提出分）	方向性（案）
名称（愛称）	◆愛称を付けるか。	◆自分の投じたお金が何に使われるか明確である方が協力いただける。	◆使途を連想していただける分かりやすい愛称を付けるのが適当と考えられる。
目標額	◆目標額を設定するか。また、どのように設定するか。	◆びわこ国体時の実績は、7億5千万円だが、現在の情勢では4、5億円がいいかもしれないし、逆に増やすというのもあるかもしれない。	◆何らかの目標額を設定するのが適当と考えられる。
募金の種類	◆どのような種類の募金を行うか。（個人募金、職場・職域募金、企業・団体募金、募金箱募金など）	—	◆募金を推進する手法であるため、推進要綱でなく、推進計画に記載するのが適当と考えられる。
対象者	◆対象者を実施期間や目的（使途）に応じて、分けるか。	—	◆対象者を実施期間や目的（使途）に応じて分けず、全ての方を対象とするのが適当と考えられる。
謝意表明	◆どのような基準で特典を設定するか。	—	◆先催県と同様に謝意表明を実施することを記載し、詳細は、謝意表明実施要領で規定するのが適当と考えられる。
受入方法	◆準備委員会を經由して、県が受け入れるか。または經由せずに直接県が受け入れるか。	—	◆本県の場合、県が直接受け入れることとする。（大阪国税局確認済） ※次ページ参照

<参考> 「募金の受入れ方法」

- ◆ 先催県は、いったん実行（準備）委員会が受け入れ、県に寄附する方法と、県が直接受け入れる方法の2つ。前者も国税局長の毎年の確認（承認）を得れば、県に寄付した場合と同じ寄附金控除が可能。
- ◆ ただし、和歌山県（H27）が開催5年前から募金を開始する際に、大阪国税局から5年もの長期間にわたるものは確認（承認）が困難との回答を受けたため、県が直接受け入れる方法を採用した例がある。近年では、岐阜県（H24）も同様の方法を採用。
- ◆ 滋賀県においても、最長でH27～H36という長期間の募金となるため、大阪国税局に照会したところ。その結果、国税局の確認（承認）を得ることが困難であると考えられるため、実行（準備）委員会を経由せず、県が直接募金を受け入れることとする。
- ◆ なお、受け入れた募金は、県の「滋賀県国民体育大会・全国障害者スポーツ大会運営等基金」に積立て、必要に応じ取り崩して事業に充当する。



＜参考＞ 第1回会議後に各委員から提出いただいたアイデア、意見等

【A委員】

項目	内容
寄付者の名前をモニュメントとして残せる仕掛け	<ul style="list-style-type: none"> ・一定金額の寄付につき、寄付者の名前のプレート(材質やデザインが滋賀県らしいもの)等を作成し、会場施設にプレートを埋め込むことができるモニュメントを設置する。(郷土に記念に名前を残したい、それを見に行きたいという思いをくすぐる) ・子どもの名前を残し成長を願う親に訴えることもできる。 ・施設周囲のプロムナード部分などでの、植樹イベント(樹に子どもの名前プレートを残す。子どもの成長と、樹の成長を国体開催年に確認する楽しみ。国体開催年に成人を迎える子どもを募集して、彼らの名前を残し、国体周知のスタートイベントとして来年開催するなど)。
レイキッズ事業とのコラボ(次世代育成部分)	<ul style="list-style-type: none"> ・寄付の使途のうち、「次世代育成」については、レイキッズ事業が活用できると思います。抽象的な「次世代育成」、「競技力向上」だけでは寄付は集まりにくく、個別のストーリーや数値目標やビジュアルを見せる必要があります。「レイキッズ生から将来の国体選手を育成する！」とPRすることに問題なければ、レイキッズ生を広報することで、寄付が得やすくなると思います。 ・さらに展開として、「学力」のみでない滋賀らしい次世代育成を、部局連携でブランド化する。 <ul style="list-style-type: none"> (1)スポーツ:レイキッズの挑戦。スポーツを通じたメンタル育成。 (2)芸術・文化:びわ湖ホール事業、びわ湖ホール声楽アンサンブルのアウトリーチ事業、滋賀出身の音楽家のストーリー。 (3)伝統工芸:滋賀らしい伝統工芸の現場での子どもの職業体験など (4)農林水産業:体験事業など ⇒こうしたものを、例えば「スーパーキッズ・しが」の育成というようなブランドでまとめれば、他府県からも共感を得られやすいのではないかと。 <ul style="list-style-type: none"> ※地方回帰、脱・競争志向、多様な生き方という社会的背景

【A委員】

項目	内容
滋賀国体への寄付金つき商品開発(協賛企業の募集)	<ul style="list-style-type: none"> ・県内企業や商店に協賛依頼し、既存商品で寄付金つき商品を選定いただく。その売り上げに応じて、あらかじめ設定した寄付金を、決算時などに国体基金へ企業から寄付いただく。(寄付金つき商品をPRすることで、消費者には新たな負担感なく購買動機となり、企業側からすれば販促となる。) ・新たに寄付金つき商品をつくる方法も考えられる。 ・一方で、中小企業や地域の商店にとっては、既存商品を使用する方がコスト負担が少ない。この場合、パッケージ等の改訂コストもかからないよう、国体開催準備委員会で商品が寄付金付き商品を分かるPOP等のひな形を設けて提供する。 ・大学の地域連携と結び付け、学生に国体寄付金つき「オリジナルご当地商品」を開発してもらう。 ・長浜ちりめん、湖東麻織物、高島ちぢみを活用したシャツ、タオルなどの国体寄付金つき商品。
オークション	<ul style="list-style-type: none"> ・滋賀県ゆかりのスポーツ著名人や、その他著名人の私物、またはその著名人と一緒に何かができる「コト」のオークション。 ※最近では、百貨店の福袋も「モノ」でなく、「コト」(体験の販売)が人気とのこと。
滋賀国体募金箱コンクール	<ul style="list-style-type: none"> ・県内小学生などを対象に、夏休みなどを使って滋賀国体募金箱のコンクールを行う(牛乳パックやペットボトル再利用など、「環境県・滋賀」らしい仕様を決める)。審査の上、入賞したものについては製品化しても良い。これを県下の公共施設や商業施設に設置し、広く滋賀国体のPRをかねる。落選したものについても、各家庭で日々募金を行っていただく。国体のPRイベントやプレイベント会場に、その募金箱で募金を持参した子どもについて、何らかの特典を与える。
大学生の巻き込み	<ul style="list-style-type: none"> ・大学で「滋賀国体を盛り上げる募金推進企画」コンペを実施し、それを実現する。 ⇒企画自体の運営経費を学生がクラウドファンディングしてみる。 結果集まった募金は、学生が国体基金に寄付する。

【A委員】

項目	内容
国体サポーター	<ul style="list-style-type: none"> ・募金箱設置、広報協力、利用料の一部に国体寄付を含める、イベント開催時のチャリティ実施など、県内各地域のスポーツクラブ等から協力者を募り、登録する。登録施設には、サポーター証(ステッカーやのぼりなど)を提供し、随時、県でもサポーター登録施設を広報する。
チャリティイベントの開催	<ul style="list-style-type: none"> ・マラソン、ビワイチ(自転車)等のスポーツイベントの参加費等
プレイベントの開催	<ul style="list-style-type: none"> ・定期的に、著名なスポーツ人を招いて、子どもや保護者対象とした講習会や講演会を行う。こうしたイベント会場で着実に寄付を募る。
企業の協力	<ul style="list-style-type: none"> ・包括的連携協定先に、国体を活用して、以下のような企業PRや販促につながる事業を提案し、国体PR協力を依頼。また、企業としての寄付も検討いただく。 (1) 宅配業関係の会社 <ul style="list-style-type: none"> ・「国体・おいしがギフト」のようにして、国体寄付金につながる滋賀産品のパッケージギフトを作り、県内外の方々に広く買ってもらう(ふるさと納税の返礼品のイメージ)。パッケージや発送作業は、宅配会社のサービスを利用する。 ・また、国体開催時の選手、観客の手荷物の発送業務の斡旋。 (2) 小売業関係の会社 <ul style="list-style-type: none"> ・店舗への募金箱設置と広報協力。 ・催事広場を活用した国体PRイベントの協力。プレイベント協力。 ・プライベートブランド商品の一部に国体寄付金を含めてもらう。 【以下は、(2)のうち特定の会社】 <ul style="list-style-type: none"> ・寄付者の記念植樹に関する樹木の提供と植樹式の運営(当該会社が実施している森づくりのスキル活用) ・県内店舗での、「幸せの黄色いレシートキャンペーン」の寄付先に国体準備委員会を含めていただく。

【A委員】

項目	内容
企業の協力	(3)鉄道会社 ・国体ラッピング電車による、琵琶湖一周特別列車の運行(イベント)。乗車券(権)に寄付金を含める。 ・国体寄付金つき記念切符の販売(三陸鉄道に、震災復興寄付をふくめた応援切符の例あり⇒鉄道ファン狙い) (4)金融機関 ・国体プレイベント(プロスポーツ選手による子どもの指導)の開催や、定期預金獲得キャンペーンなどにおける金利の一部を寄付など。
対談権の設定	・大口スポンサーに対し、協賛特典のひとつとして、知事や滋賀県ゆかりのスポーツ選手との対談権(協賛企業側が自社の広報媒体に掲載することを許可)のようなものを設定できないか。

【B委員】

項目	内容
記念になる募金	大会会場周辺に植え込み等をされると思いますが、それに記念植樹の権利をつける。
募金の仕組みのひとつ	インターネットを通じての募金、電話をかけることによる募金もあっていいのでは。
中だるみしないように	次世代育成基金、選手育成基金、強化種目別基金等分けて募集する。

【C委員】

項 目	内 容
みんなでつくりあげる国体	木の苗を購入してもらい、その代金を募金に充てる。 購入してもらった木の苗は、開会式会場の一部に名前のタグをつけて植え、募金者がいつでも見に来られるようにする。
みんなでつくりあげる国体	タイル(名前や想いの書き込めるもの)を購入してもらい、その代金を募金に充てる。購入してもらったタイルに、メッセージを書き込んでもらい、開会式会場の壁の一部に貼り付け、募金者がいつでも見に来られるようにする。
応援したくなる仕組みづくり	歴代の県内の国体出場者が日々練習に取り組む様子等取り上げ、ドキュメント番組(ショートストーリー)を作成し、動画配信する。(TVで放映してもらえればなおよい) もしくは広報誌にコーナーを作って、連載する。
応援したくなる仕組みづくり	上記の映像を使って、CMを作成する。
応援したくなる仕組みづくり	国体出場者に広告塔となってもらい、ゆるキャラができあがるまでの間のPR(ポスター等)を行う。 スポーツ教室等を行い、実際に県民と触れ合う機会を設ける。
—	募金についていろいろ考えてみましたが、『自分も何かしたい!!!』と県民に感じてもらえる仕組みづくりが、まだまだ不足しているように感じます。 いかにして国体を出場選手だけのものではなく、県民全員のものにとらえてもらうかという部分について、まず取り掛からなければならない課題であると考えます。 計画の最初の2年程度は、募金をお願いするだけでなく、自主的に募金をしたくなる雰囲気醸成することに重点を置いてもいいのではないかと思います。

【D委員】

項目	内容
ファンクラブホームページ クリック募金	ファンクラブホームページを立ち上げ。競技予定、結果を知らせる「頑張ってるね」ボタンをクリック
歩いて健康行事(寄付付き)	ゴルフ場を歩く有料イベント。山口県赤い羽根募金で実施中
有料サイン会、講演会	人気選手によるサイン会、講演会。有料で

【E委員】

項目	内容
共感できるストーリー	国体と言っても抽象的。より具体的な選手・競技が見える仕組みがあってよい。「10年後に期待される〇〇君をサポート」「優勝を狙うボートに熱い応援」といったアピールを同時に行う方法はどうか。
寄付者へのフィードバック	自分たちの寄付が何に使われた(使われる)かがはっきりわかるとよい。いくら集まるとこんなことができる、皆さんの寄付はこう使いましたというレポートが必要だと思う。(ふるさと納税でもこの手法あり)
手渡し手段の確保	参考資料によれば小口寄付の手段は「手渡し」が圧倒的。定期的な街頭募金などの地道な取組が必要。募金名やスローガン、マスコットなどは早めに決めるとよい。また、高校生や大学生に募金を手伝うサポーターになってもらうのもよい。
特典、グッズ	寄付者に県ゆかりのアスリートのサイングッズなどの特典を用意するのも一つの方法か。また、長続きさせる観点からは、ロイヤルコペンハーゲンのイヤープレートのように毎年1グッズを新発売する方法もある。信楽焼きなどの県内産品と組み合わせれば文化・スポーツの祭典であることもアピールできるのでは。
集中期間の設定	10年近く継続するとなると、メリハリが必要。特に初期は、緑の募金や赤い羽根のように集中期間を設定するのがよいのではないか。(たとえば「国体まであと〇〇日」と区切りのよい日から1か月間とか)
運動施設等利用に伴う募金	運動施設等に協力をいただき、利用料金に一定額を任意の協力金(募金)として追加していただくのはどうか。

【F委員】

項目	内容
お買い物時国体応援募金	百貨店、スーパー等での買い物時に募金意思表示し、購入額の何%（例0.1%=1,000円につき1円）を募金。売り手側も購入者と同額を寄付。（例：店舗のレジに「海洋深層水協力」意思表示カードがあった。）
次世代アスリート育成募金	次世代アスリート発掘育成プロジェクトを応援するため寄付金の募集を平成27年度から開始する。（方法、内容は三重県の例に準じる。）
施設整備文化化等寄付金	施設の外形デザインや外構の修景、文化化の向上を図るため、寄付を募る。例えば、煉瓦・タイルに寄付者の氏名を記入するなどして、寄付者の参加意欲を向上させる。（単価は一口5千円以上に設定）
びわこ国体”いいね”募金	滋賀県出身の現在（以前）活躍しているアスリートに応援者になってもらい、彼らからびわ湖国体メッセージを発信し、それにスマホ、PCから”いいね”をクリックすることにより、定額（500円）寄付を求める。
—	広報計画とリンクした募金・協賛スケジュールを設定する。
—	早期より必要とする支援に対する寄付・協賛と、直前に募集する寄付・協賛を明確にする
—	寄付税制のメリット、具体例（何円寄付の場合の税控除後の実質負担額）を示し、寄付単価を高める。
—	県外の滋賀県出身者、関係者、企業に呼びかける手法を検討する。
—	主会場地彦根市のユルキャラ”ひこにゃん”人気を活用し、使用規制を緩和して、国体ひこにゃんグッズを販売し、その一部を協賛金に充てる
—	県出身の有名人、アスリートを国体大使に任命し、広報啓発の強化を図るとともに、寄付・協賛への呼びかけをお願いする。
—	市町の盛り上げがないと、県だけでは困難。早く開催競技種目を決定し、地元からの寄付・協賛運動を展開する。

推進計画（計画本文+工程表で構成）

1 募金の趣旨・意義

◆大会の機運醸成

県民総参加でつくる大会。募金も大会参加の一つであり、誰もができる大会のサポート。

◆大会の広報

募金実施により大会を周知

2 募金の使途（目的）・実施期間等

◆大会に向けては、「大会運営（準備）」「競技力向上」「スポーツ施設整備」が必要。

◆募金の使途としては……。その理由としては……。実施期間は、募金の使途（目的）によって分ける。

3 推進のためのポイント

1 「募金したくなる仕組みづくり」 …… 募金の趣旨に賛同し、「応援したい」と思う気持ちを醸成

2 「募金しやすい仕組みづくり」 …… 募金したいと思った時に、気軽かつ手軽に募金できる環境を整備

3 「2024年まで持続する仕組みづくり」 …… 長期間にわたる募金を持続

4 具体的な取組

開催準備委員会の構成員(県、市町、県内の主要な機関・団体等)は、会員や加盟団体に対する募金の依頼・周知、募金活動の広報、各種取組への参加などに対して積極的に協力。

大会の成功に向けて、全県一丸となって募金活動を推進。

(1) 様々な種類の募金の展開

①個人募金

- ◆個人に対して、多種多様な広報媒体により募金を呼びかけ(職場・職域単位による個人募金を含む)
- ◆各種施設、各種イベント時における募金箱の設置や、街頭募金の実施

②企業・団体募金

- ◆企業・団体に対して、直接訪問や依頼状等により募金を呼びかけ
- ◆上記のほか、多種多様な募金付き商品の販売やカードポイントによる募金、運動施設の利用料金・イベント参加費等への募金分の上乗せ(楽しみながらできる募金)などについて協力を依頼

③その他の募金

- ◆開催準備委員会が、マスコットグッズ等の募金付き商品を販売するほか、滋賀ゆかりの著名人・トップアスリートに協力を依頼し、サイン等の『モノ』や、一緒に何かを行う権利といった『コト』の募金付き商品も販売

(2) 寄附特典の付与

- ◆一定額以上の募金者に礼状等による謝意表明のほか、滋賀らしい特典(県特産品等)、大会にちなんだ特典(記念盾等)、人生の記念になるような特典(植樹、モニュメント、施設壁面タイル等)を付与
※募金付き商品としての販売も可能

(3) 募金結果のフィードバック・公表

- ◆募金による事業成果について、年次レポートを作成し公表
- ◆募金者の氏名等をインターネットや開催準備委員会総会等を通じ公表

(4) 効果的な広報活動の展開

- ◆パンフレット・リーフレット・のぼり、インターネット、広報誌等の様々な手法による広報や、イベント開催による広報
- ◆共感を呼ぶストーリーや具体的な数値等の提示、大会出場選手の動向発信、滋賀ゆかりの著名人・トップアスリートによる応援メッセージなどにより、募金者の「応援したい」という気持ちを醸成

(5) 複数の支払方法の設定

- ◆納付書払いや銀行振込、募金箱による募金のほか、クレジットカード決済等のインターネット等を活用した募金。
募金は県が直接受け入れるため、県において検討

(6) サポーター制度の導入

- ◆個人、企業・団体を問わず、大会の広報のほか、募金活動も応援していただけるサポーター制度の導入
- ◆滋賀ゆかりの著名人・トップアスリートにサポーター就任を依頼

(7) 学校や大学との連携協力

- ◆若い世代による募金活動を盛り上げる取組の実施(例:小学生による募金箱コンクール、中高校生・大学生等によるパンフレット等のデザインコンテストや募金アイデアコンペ)

(8) メリハリをつけた募金活動の推進

- ◆募金の使途(目的)に応じた実施期間の設定
- ◆取組集中期間の設定(例:体育の日(10月の第二月曜日)を含む一週間)
- ◆刺激となる新たな取組の追加

5 推進計画の管理

- ◆毎年の進捗状況等を特別委員会で審議し、新しい取組の追加を含め、必要があるときは推進計画を変更
- ◆PDCAサイクルによる計画管理