

2022年度活動報告（案）

2022年度を振り返って

2022年度、WE21ジャパンは近年最大の財政危機のなかで新年度をスタートした。

財政基盤を整えるため、寄付品販売などの収益事業や寄付キャンペーンなどによる収入向上に力を入れるとともに、様々な経費の見直しを行い、財務改善に取り組み、赤字の解消につとめてきた。今年度策定した次期三か年計画でも、この財務・組織改善は当面の主要課題となることが提案されている。

また、布から紙へのリサイクルを進めるサーキュラーコットンファクトリーの開始など新たな仕組みも提案してきた。

9月に実施した寄付キャンペーンでは、「森育ちのしょうがパウダー」の生産地の人々との20年にわたる交流に多くの方から共感と応援のメッセージをもらい、また、毎月の「倉庫deバザー」では、準備、当日のボランティアも徐々に増え、近隣の事業所や住民にも定着してきた。

また3年半ぶりの会場開催の「着物・リメイクフェア」では、2日間で500名の来場があり、目標を上回る結果となった。何よりも延べ180名近くのWE21ジャパン・グループ（以下WE21グループ）のメンバーが準備から当日の設営、来場者対応など力を発揮し、改めてそのパワーを実感することとなった。

しかし、この間も私たちを取り巻く日本の状況は公正で平和な社会から遠のいていく一方である。核廃絶や、武力増強による安全保障戦略など、WE21ジャパンが目指す武力に頼らない平和な社会づくりとは反対の政策に対し、多くのネットワーク団体とともに、問題提起してきた。

組織、財政改革とともにこれらの事業を実施できたのは、多くのネットワーク団体との連携・協力の広がりのおかげであり、今後もさらに充実させていきたい。

I 特定非営利活動に係る事業

1. 社会を変えるための市民力を高める活動

全体総括

・日本の核廃絶や、軍事力強化に向けた動きに対し、平和政策チームと協力し、講座や、政党へのアンケートなど、地域から平和を考える活動を中心に行うことができたが、WE21グループ全体での広がりを持つには至らなかった。

・KNOW NUKES TOKYOや、関東学院大学との連携、再開したNGO非戦ネットへの参加など、市民団体や大学との連携が広がってきている。今後さらに強めていきたい。

1-1 社会を変えるための情報発信

WE21ジャパンのミッションである、環境、貧困、人権、平和などの問題についてWE講座を開催し、ともに考え行動する機会を提供した。

・5/28 「サーキュラーエコノミー～世界の最新事例から考える、循環する地域の未来～」

講師 加藤佑氏 参加44名

・1/9 「核兵器のない世界は夢じゃない～最初の一步を私たちでつくろう～」

講師 湯浅一郎氏 ・ 高橋悠太氏 参加52名

統一地方選挙に合わせ、神奈川県内の政党や、政治団体に平和政策アンケートを実施した。8つの団体に送ったが、回答は2団体にとどまり、地方からの平和政策に対する関心の薄さがかげがえた。

また、NGOや市民団体とともに声明等を発信し、懸念される社会状況に対し、WE21ジャパンの姿勢を示した。

- ・ 8月 ウクライナ停戦に関する国連事務総長宛の公開書簡
- ・ 10月 「開発協力大綱」改定に対するNGO要請書
- ・ 12月 要請書日本政府の対ミャンマーODAの停止を求めます
- ・ 1月 「JVC・安保3文書に対する反対声明」
- ・ 1月 『開発協力大綱』見直しにおける開発教育に関する要望書

1-2 「今日はフェアトレードの日!？」を活用した共育活動

- ・ 関東学院大学にて、「今日はフェアトレードの日!？」ワークショップを開催した。久しぶりの実会場での開催となり、学生の反応も良いワークショップとなった。森育ちのしょうがパウダー版のワークショップも、WE21グループを対象に5回開催することができた。「森育ちのしょうがパウダー」がフェアトレードであることの価値を改めて理解し、製品への共感を高めることができた。講座の実施と並行して、教材の販売も進んだが、WE21グループ以外での販売があまり進んでいないため、教材の活用について再考する。
- ・ 開発教材「カップめんから世界が見える」同教材の内容を元にした記事が、書籍「ほんとうのサステナビリティってなに？ 食と農のSDGs」に掲載された。

1-3 サーキュラーコットンファクトリー（以下CCF）

- ・ CCFの活動を共有し、白コットンの回収を開始するにとどまり、繊維くずを溶解して紙を作る自然循環の活動のアピールや、出来上がった紙をどう活用するか「100人のプロジェクト」への参加などの、実施ができなかった。
参加WEショップ 18店 回収実績：220Kg（51袋）
製紙工場見学は、CCP（サーキュラーコットンペーパー）の製造拠点が高知県に主軸を移したため、今年度は見合わせた。

1-4 その他

- ・ 関東学院大学石坂ゼミに於いて「WEショップを通じた人や物、想いがつながる循環社会へ」と題して講義し、その後WEショップかなざわとの交流に繋がっている。
- ・ 日比NGOネットワーク（JPN）と連携し、フィリピンでの国際協力を学生たちに紹介する連続講座に講師、ファシリテーターとして参加した。

【日時】 通年

【場所】 神奈川県内、及び近隣都県

【従事者人員】 30人（理事、事務局、開発教材チーム、平和政策チーム、）

【受益対象者】 市民、WE21グループのメンバー

【支出】 1,294,290円

2. 資源のリユース・リサイクルを推進する環境事業

全体総括

リアルショップとは異なる形態のWE21ジャパンオンラインショップ(以下オンラインショップ)の運営を進めた。徐々に閲覧者が増え、中間点検で修正した目標48万円を達成することができた。「倉庫deバザー」は理事を中心に、エコものワーキングチームや地域のボランティアの参加を得ながら毎月開催した。近隣へのチラシまきやロコミの成果で目標はほぼ達成した。

3年間開催できなかった大きなイベントとして「着物・リメイクフェア～“着る つくる”和の広がり～(以下着物・リメイクフェア)」を開催した。

WE21ジャパン地域NPO(以下地域NPO)間の交流が途絶えていた中での開催は、参加協力を得られるか危惧していたが、地域NPOメンバーの協力で、大きな成果を上げることができた。

今後は現イベントの整理をし、別の形のイベントも模索する。

2-1 寄付品の有効活用

- ・全国から届けられる寄付品を「オンラインショップ」「イベント」「お助けゲット」等に振り分け、最大限生かすことができるよう管理していく。

1) オンラインショップ

- ・寄付品の有効活用とWE21ジャパンの環境に配慮した取り組みを実践しているチャリティショップの存在を、他のリユースネットショップとの差別化をしてアピールするため、Facebook、Instagram、等のSNSとホームページ(以下HP)を活用し、広報の強化に努めた。
- ・QRコードの付いた名刺を作成し、WE21グループや「倉庫deバザー」の来場者に配布し、周知を図った。オンラインショップのお客様に対し、WE21ジャパンの紹介チラシ、冊子を入れ、環境・人権・平和を考える「チャリティオンラインショップ」だということをアピールし、他のオンラインショップとの差別化を図った。
- ・Googleアナリティクスを参考にお客様データを分析し、12月にウィンターセール、2月に「春のウキウキキャンペーン」を企画、実施したが、顧客や売上げの増加にはつながらなかった
- ・中間点検で売り上げ目標を修正し、その目標は達成できた。
売上529,340円(目標460,000円)
- ・地域NPO参加は、7月に専任スタッフの交代があり、安定的な運営が図れず延期した。

2) イベント

- ・毎月第3水曜日に物流倉庫(以下エコものセンター)で開催する「倉庫deバザー」は、近隣へのチラシまきの効果があり、来場者が増え、定着しつつある。
バザー：売上 1,937,615円 来場者 約780名 ボランティア延べ 170名
- ・3年ぶりとなる対面イベント「着物・リメイクフェア」を2023年2月にかながわ県民センターで実施し、多くの地域NPOメンバーの協力により、目標を大きく上回る結果となり、新たな客層の開拓にもつながった。
フェア売上：1,075,960円 来場者 約500名 ボランティア延べ 180名

3) お助けゲット

- ・お助けゲットを希望するWEショップに全国からの寄付品を分配し、寄付品の有効活用を進めた。(全国からの寄付品：1,064件、お助けゲット：313箱)

2-2 資源循環への取り組み

- ・WEショップという拠点のメリットを最大限生かした環境活動として、羽毛製品、廃食油、めくりケータイの回収、古本のリサイクルを実施した。（羽毛製品／29店舗：羽毛布団341枚、ダウンジャケット573枚 127,336円）（廃食油：20店舗 3,530Kg）（めくりケータイ／9地域+WE21：160台）（古本のリサイクル／51件 176,317円）。新たに白コットンの回収活動に参加したが、受け入れ先の工場が徳島のみとなり、運送コストを考慮し、活動を一時休止とした。今後さらに各種資源の循環活動に関する情報を共有し、参加ショップを増やしていくことが必要である。

2-3 エコものセンターの管理運営

- ・労働協同組合ワーカーズ・コレクティブ・キャリーと引き続き委託契約を結び、全ショップの寄付品の管理、全国からの寄付品の受取等、エコものセンターの管理運営を行った。
- ・オンラインショップ事業開始により、水曜日のキャリー委託に加え、火・金のスタッフ常駐を目指したが、スタッフの常駐には至っていない。
- ・WEショップ閉店やコロナ禍による売り上げ減少から、物流事業の利用が減る傾向にあり、何らかの対策を講じる必要がある。
- ・エコものセンターの活用方法として、他団体と空きスペースの賃貸契約を結んだ。
- ・エコものセンターでの活動が増えてきたことを踏まえ、ボランティアの募集を進める。

【日時】 通年

【場所】 神奈川県内、及び近隣都県

【従事者人員】 25人（理事、事務局、エコものワーキングチーム、）

【受益対象者】 市民、WE21グループのメンバー

【支出】 19,741,252円

3. アジアの市民の力を高める民際協力事業

全体総括

森育ちのしょうがパウダー（以下しょうがパウダー）フェアトレード事業では、生産地への世界的な物価高騰の影響が判明した事から、寄付キャンペーンを実施し、頂いた寄付で物価高騰による搬送費等への補填を行った。フェアトレードを通して、生産地の地域保健事業への支援を継続した。現在の価格では赤字となることから、来年度以降新たなフェアトレード価格の構築が必要である。今年度から対面でのイベントが再開したことで、昨年度よりもWE21ジャパンとしての販売個数を伸ばすことができた。

3-1. 「森育ちのしょうがパウダー」フェアトレード事業

- ・しょうがパウダーを2,045個販売し、フィリピンベンゲット州カパンガン郡の生産者の地域保健事業、生産向上を支援した。世界的な物価高騰の影響により、現在の価格では赤字となってしまうことから、9月に寄付キャンペーン「“フレンドシップトレード”」を来年の25周年につなげるために！森育ちのしょうがパウダーフェアトレード事業への寄付をお願いします」を実施して、仕入れ原価への補填、しょうがパウダー事業への共感を高めるための活動に拠出した。今後の課題として、生産地の状況を調査し、フェアトレード価格の再構築を行なっていく必要がある。

- ・オンラインイベントを開催し、しょうがパウダーの魅力、「レシピ紹介、生産地バーチャルスタディツアー、フェアトレードワークショップ、活動紹介展示等」の方法で、購入者に対しアピールし、しょうがパウダーの共感を高めた。
(ジンジャーティ・パーティ3回、オンラインスタディツアー1回、SDGsよこはまCITY 2回)
- ・森育ちのしょうがクッキーと並行して、まどか工房へしょうがパウダーを販売したほか、昨年続き、(株)大川印刷でも展示販売を行った。さらに、2社での連携が検討されており、企業のCSRとして、しょうがパウダー販売の機会を提供していきたい。今後は、セールスフォースを活用し、関心層へ共感を高める情報を提供したい。

3-2 慶南地域自活センター交流事業

- ・慶南地域自活センターとの友好協定に基づき、ハプチョン地域自活センター・チャンニョン地域自活センターとWE21ジャパン藤沢、コソン地域自活センター・ジンジュ地域自活センターとことぶき協働スペースとの地域間交流のコーディネートを行った。10月の慶南地域自活センターからの来日視察に際して、2023年度の直接交流に向けた協議を行うこともできた。課題として、WE21グループの地域間交流の輪を少しずつ拡大していけるように、今年度の二つの地域間交流の事例を共有していきたい。

3-3 WE21グループの民際協力一覧の発行

- ・2021年度民際協力一覧を発行した。発行した内容を元に、WE21グループの支援先マップや、しょうがパウダー、フェアトレード品販売地域マップを作成し、各種イベントでの活動紹介に役立てることができた。
- ・「東日本大震災復興支援・ネットワーク神奈川」の幹事団体として連携し、東日本大震災・復興まつり2022に参加し、被災地への連帯を強めることができた。

【日時】 通年

【場所】 神奈川県内、及び近隣都県

【従事者人員】 13人（理事、事務局）

【受益対象者】 市民、WE21グループのメンバー

【支出】 4,274,976円

4. 市民発の情報機能を高める事業、及び前項1, 2, 3に関する広報活動

全体総括

・計画より大幅に遅れたが、11月にHPの改訂が終了し新HPに移行した。WE21ジャパンの活動内容・目的がわかりやすいようこれまでの情報発信の整理、強化をするとともにWE21グループ全体の発信力を高めていく体制を整えた。かわら版の発行や広報基礎研修の実施により、WE21グループ内のコミュニケーション強化とSNSの利用促進をサポートすることができた。年次報告書や、リーフレットのオレンジ（団体紹介）・白（WEショップ紹介）等の制作物については、活用方法の再点検を行い、改訂の方向性を掲げるにとどまったため、次年度以降に改訂を実施していく。

4-1 市民に向けたタイムリーな情報発信とグループに対する広報活動

- ・HP、SNS(Facebook、Instagram)で告知や報告記事などを発信し、週1~3回更新した。
- ・みんなのかわら版を毎月発行した。WEショップがそれぞれ工夫や課題を報告共有する「みんなのヒント」コーナーを9月号より開始した。聞き取り調査を実施しながらWEショップのスタッフ・ボランティア同士がショップ活動に有益な情報を交換し合える形とした。
- ・Webによる広報が重要になっている世の中の状況や、よりタイムリーかつ高い頻度で市民に情報発信ができるメールマガジンの重要性を見直し、再開に向け検討を行った。
- ・広報基礎研修を開催した。地域NPOの関心が高いSNSをテーマにし、基本的な知識の共有や、課題、悩みを考えることを目的とした。
- ・毎月第2週にスタッフ広報企画会議を開催し、広報に関連する議題を話し合った。

4-2 HPの改訂と運用

- ・新HPを11月に公開した。WE21ジャパンの活動を分かりやすく伝えられるよう情報を整理し、今伝えたいことを記事として発信するコーナーを作成した。数年前からアクセスの多いスマートフォンでの表示に対応できるようにした。各WEショップのHP・SNSへ到達しやすい設計とし、地域NPOの発信をサポートする形とした。

4-3 広報誌「めぐりめぐる」の発行

- ・コロナ禍で貧困の拡大や人とのつながりが希薄になり社会情勢が不安定な時代となっている中、ますます共助が大切になる社会状況から、「人と人とのつながりが地域をつくる」ことをテーマに“人”に焦点を当てためぐりめぐる82号を12月に発行した。12月末~1月にかけて会員・寄付者・関係者等に配布した。その他イベントでも配布した。
「めぐりめぐる」はWE21ジャパンの活動と共にビジョン・ミッションを伝えるために年1度発行してきた。しかし、Webを活用した広報に集中していくこととし、人員体制の不足から今年度で休刊することとした。

4-4 年次報告書の改善点の整理と検討

- ・年次報告書を8月に発行した。9月以降に会員・寄付者・関係者等に配布、その他企業や外部団体への渉外に活用した。前年度のアンケート結果を踏まえ、民際協力実績の一覧ページを中心に、課題であった見づらさを改善した。一方で情報量不足やその他にも課題点が見つかり、さらに次年度の改訂にて改善していく。

4-5 WEフェスタ

- ・新型コロナウイルス感染症の状況の不透明さと、実施体制などから従来型の実施は難しく、規模を縮小し、リユース着物と、地域NPOによるリメイク品の販売をする「着物・リメイクフェア」をかながわ県民センターで開催した。WE21ジャパンのミッションを紹介するイベントについては、今後どのように取り組んでいくのか、再検討していく。

4-6 その他

- ・年次報告書、リーフレットなどの広報ツールについて、その利用目的や内容について、整理し、改訂をする必要があるため、次年度の検討とする。
- ・9月の寄付キャンペーンでのクラウドファンディングの実施に合わせ、活動報告を集中的に発信した。

【日時】 通年

【場所】 神奈川県内、及び近隣都県

【従事者人員】 15人（理事、事務局、アドバイザー）

【受益対象者】 市民、WE21グループのメンバー

【支出】 7,729,624円

5. その他、定款第3条の目的達成に必要な事業

全体総括

・WE21ジャパンのビジョン達成のため、三か年計画を策定した。特に資金調達会議を通じて、事務局の会計に関する能力向上のため、自主研修を実践した。今年度は、理事会・スタッフとも組織基盤に重点を置いて、会議・打ち合わせを頻繁に行い、共に策定することができた。関東学院大学をはじめとした、さまざまな大学や企業との連携が進んだ。

5-1 次期三か年計画の策定

・理事・事務局を構成メンバーとする三か年計画策定会議を設置し、ワークショップを通して10年後のビジョン設定を行い、組織基盤強化に重点を置いた次期三か年計画を策定した。

5-2 事務局機能の充実

- ・事務局のスキルアップのため、組織基盤強化伴走支援を受け、アドバイスを元にビジョン・ミッション・ゴール実現に向けた中期計画策定、クラウドファンディングを実施することができた。新HPの寄付ページ改定もアドバイスを元に実施していく。
- ・ICTを活用した能力強化研修を受け、森育ちのしょうがパウダーのファン層強化のためのオンラインイベントの開催や、メールマガジンを活用したアピールに向けての、セールスフォース活用戦略を立てることができた。
- ・会員・寄付者のセールスフォースによるデータ管理を統一し、効率よく活用するために、研修を受け、スキルアップに努めた。
- ・大学生のインターン1名、ボランティア2名、社会人ボランティア5名が活動に参加した。他、フィランソロピー協会を通して、2社の企業から3名がボランティアに参加があったほか、企業のCSR学習会・CSRイベントへの登壇もあり、協働が進んだ。

5-3 財政基盤強化

- ・組織基盤強化伴走支援、ファンドレイジングスクールの学びを活かしながら、初めての寄付キャンペーンをSyncableで展開し、目標金額50万円を大きく上回る987,759円の寄付があり、成果を上げることができた。
- ・毎月スタッフミーティングで資金調達会議を行い、主に、寄付対策を立てた。
- ・三か年計画策定にあたり、財務状況の現状分析を行い、収支のアンバランスについて検討し、各契約等の見直しを行った。さらに、次期三か年の中で収支バランスを改善するよう組織・業務の見直しを検討した。
- ・会員確保のための会員・寄付者へのアンケート調査は実施できなかった。既存の会員の会員継続のための呼び掛けは行い、会員数の維持に努めたが、個人会員の納入率は73.3%にとどまり、対策が必要。
- ・裏面を封筒に活用した寄付チラシを作成し、書き損じはがきや切手の寄付が増えた。
- ・古本募金チラシを会員、寄付者、WEショップに定期的に送付した結果、古本募金が昨年に比べ51件と伸びた。

5-4 WE21グループのネットワーク推進

- ・WE21グループとのネットワークを進めるため、WE21グループ会議の事務局を担い、課題を共有した。中長期計画の議論をWE21グループで共有する機会を別途設け、話し合いを進めてきた。今後さらに、WE21ジャパンのネットワークの中での役割について協議を進めていく。
- ・WE21ジャパンのリユース・リサイクル環境事業、広報事業の基礎を学べるようそれぞれの基礎研修を開催した。
- ・リユース着物と地域NPOリメイクチームの作品を販売する「着物・リメイクフェア」を2月1日、2日にかねがわ県民センター展示場で開催した。実施に当たり、地域NPOメンバーにボランティア参加で協力していただき、たくさんのリユース着物を販売することができた。また地域NPOによるリメイクコーナーが大盛況で改めてリメイクへの関心の高さを窺い知ることができた。3年ぶりのフェアだったが、WE21グループのネットワーク力とマンパワーを再確認できたイベントとなった。
- ・遺贈寄付相談・市民ネットの協力で、「相続セミナー（相続の知識と寄付を受ける側の心得）」（（特非）地球の木との共催）を、地域NPOメンバー向けに開催した。

5-5 他セクターや中間支援組織との連携

- ・（特非）横浜NGOネットワーク（以下YNN）、日本チャリティーショップ・ネットワーク（以下JCSN）、（特非）国際協力NGOセンター（JANIC）などに参加し、NGO同士の情報共有と連携を進めた。YNN主催のSDGsよこはまCITY等に参加した。
- ・JCSNに参加し、地域NPOが就労支援で受け入れているWEショップボランティアに焦点を当てた動画作成へ協力した。新たな形態で展開しているチャリティーショップの見学（東京、名古屋）への参加、JCSNに参加する南山大学と愛知淑徳大学の教授によるチャリティーショップの社会における役割や社会的価値の調査研究への協力等を行った。
- ・（特非）参加型システム研究所に参加し、研究フォーラム2022「ケアに満ちた地域社会をつくろう『子ども・若者ケアラー』の現状と課題」を実施した。

- ・（公財）生き生き市民基金、遺贈寄付相談・市民ネット、（公社）フードバンクかながわと寄附社会を広める活動を行なった。
- ・生活クラブエンパワメント連絡会に参加し、生活クラブ運動グループとともに社会的に困難な人々への活動を共有する機会を持った。
- ・関東学院大学との環境やフェアトレードに関する講義実施、大学生による物品寄付、神奈川大学とのSDGsよこはまCITYでの連携等を通し、大学とのつながりが広がった。
- ・東日本大震災・復興まつり2022開催に、実行委員、幹事会として参加した。

【日時】 通年

【場所】 神奈川県内、及び近隣都県

【従事者人員】 13人（理事、事務局）

【受益対象者】 市民、WE21グループのメンバー

【支出】 3,341,858円