

あしなが学生募金

救世軍の社会綱や共同募金と並んで街頭募金活動として有名なのが「あしなが学生募金」である。交通遺児等の進学支援を目的とする「あしなが運動」については、副田義也(2003)『あしなが運動と玉井義臣』に詳しく、「あしなが学生募金」についても詳細な記載がある。まずこの活動について、同書の内容をもとにまとめてみたい。

「あしなが学生募金」は、青山学院大学と東京理科大学の2人の学生による全国縦断街頭募金(1969年)、秋田大学の大学祭における募金活動(1970年)を源流とする、交通遺児等への支援を目的とした募金活動である。戦後の高度経済成長とモータリゼーションが進む一方で、交通事故による死者や被害者が増加し、それに伴い事故で親を亡くし生活困窮状態にある交通遺児たちが増えていった。こうした交通遺児を支援しようと、青年や学生らによって1967年に「交通事故遺児を励ます会」が、また官界や財界人らによって1969年に「交通遺児育英会」が、さらに1993年に「あしなが育英会」がそれぞれ発足し、遺児の進学のための育英事業が推進されてきた。その事業資金として財界からの寄付とともに国民からの募金が計画されたが、国民からの募金に大きな役割を果たしたのが上述の学生募金である。

当時「交通事故とその防止」を研究課題としていた2人の学生による全国縦断街頭募金は、1969年7月から2カ月間にわたってすべての都道府県を回る形で実施され、約170万円を集めて交通遺児育英会に寄付された。同時期、秋田大学の大学祭実行委員会が大学祭行事の一つとして交通安全のための募金活動を企画、秋田大学だけではなく他の39の大学と連携して1970年5月4日に交通遺児支援のための募金活動を実施、約126万円の寄付が集まった。この活動がもととなりさらに全国展開を図ろうと「全国学生交通遺児育英募金」が実施され、同年10月に全国各地で実施された街頭募金では、475大学・短期大学の学生が参加、寄せられた募金は総額約2,300万円にも及んだ。多くの学生が参加した背景には、同募金事務局役員(学生)が分担して全国各地の大学を訪問して協力依頼をするといったプロセスがあったという。1990年に同募金は「あしなが学生募金」と改称、病気や災害、自死による遺児などにも支援の対象を拡げ、現在も毎年春と秋に募金活動が展開されている。同募金のWebサイトによれば、2015年春の第90回あしなが学生募金では約1億円、これまでの累計募金額は107億円にも及び、これまで遺児約9万5千人の進学を支援している。

副田(2003)は、秋田大学の大学祭募金から全国規模の学生募金へと進展していく経過の特徴として、1960年代後半からのいわゆる大学紛争とは異なる形での学生の社会参加志向があったこと等を挙げているが、こうした「あしなが学生募金」の経緯から、大学紛争といった時代背景、それに対するアンチテーゼ的な社会運動として、高度経済成長が生み出した交通事故の増加という社会問題を、遺児支援のための募金というかたちで社会に発信しようとした学生の視点と姿勢、多くの学生を巻き込んだ組織化行動とそのプロセス、募金活動の担い手の多

くが交通事故等の遺児であるという当事者性等、街頭募金のあり方につながる要素を見出すことができる。

社会への発信

最近でも、新たな団体が街頭募金活動に取り組んでいる。例えば貧困家庭の子どもを支援する目的で2015年6月に設立された「子どもの貧困対策センター 一般財団法人あすのぼ」は、「ここにいるよ。」プロジェクトと題した「入学・新生活応援給付金」のための全国キャンペーンを2015年11月から12月にかけて実施し、北海道から福岡まで20会場で街頭募金等の呼びかけを行った。これまで150万円の寄付が寄せられているが、この募金活動の担い手は、「あしなが学生募金」と同様、当事者を含んだ若い学生たちであり、彼らが子どもの貧困問題の現状を手作りのフリップを掲げながら訴えるその模様は、同団体のWebサイトやFacebookでも積極的に発信され、また新聞等でも取り上げられている。何らかの事由で親を亡くした遺児の進学支援を目的とする「あしなが学生募金」の活動と通底するところがあるが、「あすのぼ」は、子どもたちへの直接的支援にとどまらず、全国各地の実践者をつなぐための交流会やワークショップを開催する等の中間支援、調査研究にもとづく政策提言を活動の柱としている。子どもの貧困問題への対策状況を「見える化」させるために行われた、日本大学との共同研究による都道府県別子どもの貧困対策計画策定状況に関する調査の結果はメディアでも紹介された。こうした調査研究による裏付け、直接的支援と中間支援との連動が、街頭募金が有する社会に対する発信力の向上につながることになるだろう。

「対面型」のファンドレイジング

日本ファンドレイジング協会は、街頭募金を「新規支援者の獲得」が期待できる「対面型」のファンドレイジングと捉えている(日本ファンドレイジング協会『認定ファンドレイザー必修研修テキスト』)。1対1のコミュニケーションによる「対面型」によって、一般市民に対する説明をある程度丁寧に行うことができ、実際の活動を行う側にとって、その活動を理解し応援してくれる新たな支援者の獲得につながるということである。通常街頭募金を実施される場所は駅や商店の前など生活上の通過点であり、そのためコミュニケーションの質と量には限界があるものの、街頭募金が一般市民と社会課題とをつなぐ「接点」となり、一般市民の「気づき」を促す可能性は否定できない。その「接点」が多様な設けられることにより、潜在的寄付者や支援者の掘り起こしにつながることはいうまでもない。街頭募金という「接点」をいかにして創出し運営するのかといった方法論の構築が今後の課題となるだろう。

すでにみたように、「あしなが学生募金」等の街頭募金には社会への発信という役割があるわけだが、ファンドレイジングの考え方に立てば、ただやみくもに「聴衆」に対して現状を訴えるのではなく、一人ひとりに語りかけながら問題に気づいてもらい支援者になっていただくといった考え方が必要だろう。このことはあらゆる街頭啓発活動に共通する。