



冬らしい景観が広がる明治神宮外苑で開催

寄付金額は、コロナ禍の影響で20・21年は大幅に落ち込んだものの、その後は22年が5480万円、23年が5370万円、24年が5740万円と、ほぼコロナ禍前の水

FITチャリティ・ランがスポンサー企業募集

助けるキーワードに保険業界へ参加呼び掛ける

20年の歴史の中で11億円超を寄付

さまざまな社会課題解決への貢献を目的に、東京に拠点を置く金融サービスやその関連事業を展開する企業で働く有志が設立し、運営するFITチャリティ・ラン (Financial Industry in Tokyo For Charity Run) は、「FITチャリティ・ラン2025」の開催に向けて企業スポンサーを募集している。同イベントでは、スポンサーからの寄付金50万円／社およびイベント参加費を主な寄付金源とし、認知度等の問題から十分な活動資金を確保できない団体への寄付を実施している。2005年の開催以来、20年間で152の支援先団体に対して合計11億円超の寄付を行っている。FITチャリティ・ラン2025共同実行委員長の仲矢裕氏 (三菱UFJフィナンシャル・グループ) は同イベントについて、「観客席とランナーとの距離が非常に近く、手を伸ばせば駆け抜けるランナーをタッチできるのではないかと思えるほどの距離から観覧できる。応援の声もランナーにしっかり届くので、ぜひ会場に足を運んでいただき、その迫力と会場の一体感を楽しんでもらいたい」と呼び掛ける。

FITチャリティ・ランを他者と共有できるアップは2005年に東京で「Strava (ストラボ)」を活用したオンラインのランイベントと、国立競技場での実開催を実施し、実開催当日は470人以上のボランティアと4000人を超える参加者が集まった。

20周年大会を記念して、同イベントに継続的に後援を行っている東京都を代表して小池百合子都知事から祝辞が寄せられた他、ランニング以外にも例年好評のプレミアムホテル宿泊券などが当たるチャリティくじ (1枚500円) などが実施され、イベントは大盛況となった。

体への寄付に特化していることだ。毎年、児童福祉や障がい者支援、ジェンダー問題などに取り組む団体を企業スポンサー等が推薦し、独自の選定ガイドラインに基づく審査、スクリーニングを経て、投票により寄付先団体を7～8団体選定している。

通常、団体が活動資金を確保するために申請する助成金では、使用目的が限定されていたり、報告義務が課されたりする場合が多いが、FITチャリティ・ランでは、寄付金使途についてかなりの自由度を与えている。1団体当たりが受け取る500～600万円という高額の寄付金が比較的自由に使用できることは、寄付先団体にとって大きなメリットとなる。

仲矢氏とともに同イベントの共同実行委員長を務める田辺建二氏 (UBSグループ) は、昨年寄付を受けたNPO法人とりのかいこを例に挙げ、「この団体は高齢者等介護の支援を行っている団体だが、寄付金を使って一般企業向けの研修動画を作成した。25年4月施行の改正育児・介護休業法への具体的な対応に関する動画で、重要な取り組みの着手に500万円規模の支援は大きな後押しとなった。こうした動画コンテンツは、一度作成すれば何度でも活用できる再現性のある資産になり、また、これまで個人が現場で一つ一つ対応してきたような情報提供や支援も、コンテンツの共有を通じて広く届けられるようになる。サステナビリティの観点から見ても非常に意義のある支援になったのではないかと話す。

高額の寄付を実現できる理由の一つに、経費率の低さがある。運営は全体的にランティアで行われている上、イベント運営に必要な水やバナナといった飲食物やサービスを無償で提供する企業からの支援もあり、集まった寄付金に占める寄付先団体への寄付の割合は、05年の初回からの累計で90%近くとなっている。

スポンサー企業にとつては、プロスポーツイベントへの協賛などはまだ違う形で個社では出せないインパクトのある社会貢献ができるだけでなく、あまりなじみのない社会課題や、その支援を行う団体とのつながりが得られるというメリットもある。また、実開催当日は企業対抗リレーやキッズランといったプログラムも行われ、従業員のエンゲージメント向上も期待できる。

さらに、スポンサー企業の従業員は、当日イベントに参加できるだけでなく、イベントを運営する実行委員会の一員として参加することもできる。実行委員会も全てボランティアで運営されており、総務担当チーム、IT担当チーム、企業スポンサー担当チーム、広報担当チーム、寄付先団体担当チームなど役割ごとにチームがあり、さらには小さな会社の様相を呈している。

仲矢氏はFITの活動について、「金融業界の社員を中心とした70人ほどのボランティアによって運営されており、慎重なプロセスとスクリーニングを経て決定する支援先団体の選定や寄付金の管理といった、活動の透明性において高い信頼性を有していることが大きな強みだ。また、保険業界の使命とも重なるが、われわれには『困っている人を支えたい』『社会の中で助け合いの輪を広げたい』という活動理念があり、『助ける』というキーワードを大切にしながら、業界の垣根を越えて力を結集し、さまざまなチャレンジに取り組んでいきたい」と語る。

現在、FITチャリティ・ラン実行委員会ではスポンサー企業、および同実行委員会の新メンバーを募集しており、今年の企業スポンサーの申し込みは7月25日まで受け付ける。また、実開催予定当日の12月7日まではイベントに参加するランナーも募集している。参加費は一人6000円で、支払いは㈱ベネフィット・ワンが提供する福利厚生サービス「ベネフィット・ステーション」のポイントも利用できる仕組みも導入予定だ。問い合わせはcommunications@fitforcharity.org まで。