

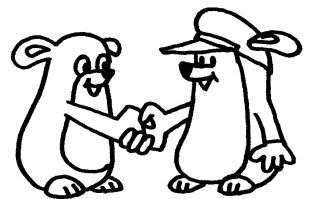
夢サラダ Vol.63

2019.4.1 発行

市民活動の拠点を目指しています。
「今治市民活動センター」
指定管理者：(特非) 今治NPOサポートセンター
【お問合せ】TEL/FAX 0898-25-8234
E-mail imanpo@nifty.com

市民社会をつくる原動力

今治市民活動センター 20年の歩みとこれから



つながよう、キュ!

2018 年「西日本豪雨」発生。災害ボランティア機能の大切さを実感。

2005 年市町村合併。広域エリアの拠点として期待。

2001 年「芸予地震」発生時にはボランティアを受入。

2000 年「今治市ボランティアサロン」設置
市民が共におこすまちづくり事業費補助金制度創設

2002 「市民が共におこすまちづくり条例」施行
「今治市民活動センター」と改称

2003 市民活動団体用の事務室提供の開始

2004 「市民活動推進委員会」の設置

2005 「協働の指針」策定

協働推進委員
配置

基金・補助金
設立

20

未来へ
向かって

経験・アイデア
できることから
つながって!

新しい
価値・しくみ
づくりへ!

2019 年「今治市民活動センター」はオープン 20 年目を迎えます。「市民活動の拠点」として、活動の課題解決の支援、団体同士の交流の促進に取り組んできました。これからより一層、ネットワークを拡げていくことを目指します。あなたに合ったそれぞれの形で、ご利用ください。

★協働の担い手講座

「こんな地域こしたい」
「こんなサービスがあれば…」
事業を推進には「人・モノ・資金・情報etc」が必要です。地域が抱える大きな課題には、他の組織と連携して立ち向かうチカラも必要です。協働できる信頼性ある運営力獲得を目指して、講座を開講しています。



■今治市民活動センター プログラム

協働の担い手育成講座

行政などとパートナーシップを組める団体育成を目指して、4 回の講座を開講します。

4 月：企画書の書き方

5 月：プレゼンテーションの技術

2 月：広報力のブラッシュアップ

3 月：会計の基本・税務の入門 * 予定です。

団体協議会・交流会

団体同士が情報交換を行う場です。運営上のヒントを共有できる機会にお役立てください。

5 月：センター使用者団体協議会

10 月：センター使用者団体交流会

12 月：センター使用者団体協議 * 予定です。

NPO 法人になることを検討中!
相談に乗ってもらえますか?

助成金申請や広報の相談、
団体の内部研修も
請け負っていますよ。

★相談・コーディネーション

NPO の基礎知識、組織運営や広報等、市民活動に関する相談に応じています。また、ボランティアとボランティアを求めている人のコーディネートもしています。お気軽にお問い合わせください。

利用について

使用にあたっては登録が必要です。講座等とはどなたでもご参加いただけます。是非、お立ち寄りください。

ボランティア・NPO 交流会 パワーを生み出す人の関わり方

市民活動を支える原動力は“人”。自発的に動く活動家の多くは、「こうすればもっと暮らしやすいまちになる」「困っている人をほっておけない」、そんな思いで動き始めています。一人ではできないことも、多くの“人”が集まると大きな取り組みを成し遂げていくことができます。気になるのは、そんな活動を助け、続けるバロメーターである“人”が育っていないこと。異口同音に聞こえてくる現場の共有の悩みです。交流会では、今治市内で活動する3つの団体が現状を報告。互いに悩みを打ち明け、団体運営に向けての工夫を意見交換しました。

子育て、防災、まちづくり etc よりよいまちづくりを目指す市民主体の活動があります。多様な担い手が活躍する中、情報交換の機会は希薄。まずは人々がつながりあい、顔が見える関係を構築したい！そんな思いで開催した交流会のレポートです。



今治おやこ劇場
事例発表者
来栖裕美子理事長
八塚伊代里副理事長
越智広美事務局長



★多様な運営スタイル
“運営委員会”
“GKT=中高生の自主企画”
キャッチフレーズは「そうだ！おやこ劇場に行こう！」プロの舞台鑑賞は“心”育て！アウトドア&交流会等のプログラムづくりを、会員の子も達に任せる等、主体的関わりが魅力。

★月会費 1,000 円で運営
平成元年に 300 名いた会員は右肩下がり減少。現在 90 名。「100 名を切ったらやめよう」と思ったという役員の声は重い。



今治市防災士会
事例発表者
砂田ひとみ企画部長
地域防災力の核になることが期待される防災士。有資格者の有志が会員として参加する受け皿として、会を組織。会員の学びの提供、つながりづくり等の活動を進めている。



★年会費 1,000 円で運営
今治市に 746 名いる防災士の内、189 名が会員として参加。資格取得後の受け皿だが、その存在、意義の浸透が課題。行政との連携に期待。



★「地域」デビューの場

先進地視察、定例研修会等、資格取得後の学び合い、地域を超えたつながり合いに取り組む自主組織の存在。個々の課題やアイデアを交換したり、最新の情報・スキルを得たりできる場で、「もしも」の時に防災士の資格をいかす取り組みとして必須だ。



今治タオル体操愛好会
事例発表者
渡辺小百合会長
女性目線のまちづくりとしてスタート。地場産品のタオルを使った体操を考案。「タオル1本で健康づくり」を合言葉に多様な年齢層の市民に親しんでもらっている。



★生活目線のアイデア企画
ユニフォームは赤いタオルのジャケット！今でこそ、タオル製品は多彩だが、発足当初、「タオルの洋服」の提案は斬新だったと振り返る。気づきを形にしていって推進力は、そのまま“人”を巻き込む力だ。



会員制度が時代に合わない
親子関係変化

祖父母を巻き込んで？
子どもは忙しい“塾”

異年齢交流
の機会
意義
を諦めない

会員だった
子どもの声
育ちを繋ぎたい

島しょ部の会員への手当て
試行錯誤のしくみづくり

行政との連携
個人情報
がネックに。

NPOとしての
自立性担保

「あなたの
好きにしてい」
前会長の言葉。
“任せる”ことが世代交代

「やりたい」人ではなく
「推薦される」人がリーダー
では！？

●会員になってもらう●

ここが第一歩。一人でも多くの人に会員として参加いただくことが、団体の活動の発展と大きく結びついています。「好き」「楽しい」との思いでメンバーになる会員同士の“つながり”が魅力です。

会員獲得の工夫①活動の価値を伝える！

情報に溢れ、余暇の過ごし方も多彩になる現代。手軽で気楽な時間の過ごし方に流されがち。市民活動は対極にある活動と言っても過言ではありません。効率化が求められる今だからこそ、非効率でも人とのつながりを実感できる現場の価値を伝えたいものです。

会員獲得の工夫②フラットでオープンな参加の機会をつくる！

いつでも・どこでも・だれでも関われる！それが市民活動の魅力です。習い事で忙しい子ども達。介護や子育てに時間をとられがちな女性 etc それでも「やりたい」と思ったその瞬間、思いをくみとることが必要です。多様な状況を踏まえ、人が関われるしくみ、それを受け入れるマネジメントを構築したいものです。



●会員を育てる●

今、関わっている“人”を大切にすること。会員減少に悩む団体運営に特効薬はありませんが、“人”が関わり続けることができる組織には底力があります。

人材育成の工夫①満足度を高める

身近な課題に気づき、動いてみる！苦労もありますが、何かを生み出す経験は魅力です。会員には当事者として、成果を生み出す経験をつくるのが大切です。「楽しいな」「うれしいな」と会員自らが感じたことをアイデアとして、団体で実施するチャンス！それが団体のオリジナリティにもつながります。

人材育成の工夫②リーダーを育てる

会員として関わる人は、団体に何を求めているのでしょうか。会員の立場にたって知りたい情報や参加の機会をつくるのが大切です。リーダーは個別にケアし、「任せる」こと、「デビューの機会をつくる」ことが大切。個々の人が伸びていけば、結果、チームである団体は育ちます。世代交代の秘訣にも。



●会員が会員を呼ぶ●

会報、チラシやポスター、WEBサイトなど、活動の広報の手段はいろいろあります。目的を伝え、活動を知ってもらうことの難しさに直面している団体は多いもの。現場で起こっていることを発信することを基本に、他団体やメディアも活用したいものです。

情報発信の工夫 会員全員が広報マン

「連携先のWEBサイトが発信源」、「メディアで取り上げられて…」、目の前の活動に追われ、自らが発信できていないところを、外部のサポートに助けられたという事例も…。動いていれば、必要な時に必要な支援がやってくるものかもしれません。

参加者の声



- ・同じような会員制度で運営。悩みを共有できた。
- ・会員減少の中、プログラム等を工夫していて、参考になった。
- ・「今、いる会員を大切にしたい」という言葉は大切だと思った。
- ・今、関わっている人が、関わり甲斐を感じられる組織にしたい。
- ・自治会の加入率が下がる等、人の関わり方の変化を感じた。
- ・とても有意義だった。少人数で聞くのはもったいない。
- ・2回目、3回目のこうした交流会をして欲しい。

“人”をテーマに事例を共有し、団体運営のヒントを持ち帰っていただくことができました。集まったメンバーは、団体のコアメンバー。日々、現場を動かしながら、支援者を集める努力をしています。時には自らが目的を見失ったり、疲れたり…。責任や仕事に集中し、「燃え尽き」では意味がありません。団体に関わり始めた関心や意欲を大事にし、ライフワークの充実につないで欲しいと願います。

「伝わる」 チラシデザインのコツ



●広報の役割

「広報」(情報発信)が重要な時代に！

- ・スマホの出現＝個人が発信できるメディアを獲得
- ・コミュニティの多様化＝興味・関心で集まる集団

砂の数ほどの情報が世間に溢れている現代。「スマホ」を通じて、急速に発達したSNS等の情報拡散力を目の当たりにしている人も多いはず…。一方、正しい情報を掴んだり、自分に必要な情報を拾い上げたり、情報のキャッチに困っているのが実情です。ここから見えてくるのは…。



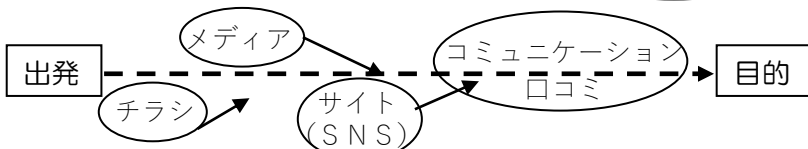
▲やってみよう！行ってみよう！
人が新しいことを始めるキッカケづくり。
情報の伝達だけでなく、心が通い合っ
てこという言葉に納得。

●“行動変容”が「広報」の目的●

情報の旅をコーディネート

- ・人は無意識で生活している
- ・ほとんどのことに無関心である

行動を変えてもらうには…
相手のニーズ・メリットを想像
「自分だったら」
自分ゴト化



「その“チラシ”で情報が一人歩きますか？」

“チラシ”完成がゴールではありません。伝えたいターゲットが存在する場所・伝達方法を検討し、情報を投下。最後は口コミがやはり強いです。日々、人脈を広げて関係性を深めておくことが大切です。

「チラシづくり」ワークショップ

「防災意識を高めるイベント」の企画者となり、チラシづくりにチャレンジです。個人&グループ作業を交え、4種のチラシが完成！

チラシづくりへのプロセス

- 「誰に」「目的は」「何を」「ゴールは」
- チラシのコンセプトは
- チラシのポイント
- 対象者への伝達方法

参加者の声

- ・作って終わりにになりがち。見直したい。
- ・手書きの温かみをいかしていきたい。
- ・団体に共有したい。
- ・コンセプトが大事だと納得した。

活動に「広報」はつきもの。現場から聞こえてくるのは「伝えたい人」に「伝わる」広報がなかなか難しいとの声です。今回は、杉並区で広報専門監を務める等、広報を通じて地域づくりにかかわる谷浩明氏を講師に迎え、広報の手段の一つ「チラシ」づくりについて学びました。「広報は“コミュニケーション”」と説く谷氏。ここに集約される広報の定義を抑え、受け手を意識したチラシづくりにチャレンジです！ご報告します。



▲情報の受け手の立場に立ってみる！
①「誰に向けて」②「なぜ」広報をするのか？
③「何を伝え」、その④「目指すゴール」は？
広報の基本です。



「広報」はコミュニケーション！

- ・広報＝Public(公衆) Relations(関係構築)
- ・広報＝広報(広く報せる) & 広聴(広く聴く)

情報を伝える活動を「広報」と捉えがち…。伝えた情報により、「協力者が増えた」「参加者が集まった」というように、人の行動を変えることが「広報」のゴールです。情報を伝えたい相手(＝ステークホルダー)を把握し、相手の声を聴くプロセスも広報！あなたの広報の先にいる「人」とのよりよい信頼関係づくりの活動です。

レイアウトからはじめるのもOK

必要な情報を効果的に配置する作業

- * キャッチコピー * イラスト
- * 写真 * ロゴマーク etc 視覚的要素

伝わればOK

6つのポイント＋統一感を意識

- ① 色…多くの色は使わない。3色程度。
- ② 文字…いろいろな書体を使わない。
- ③ 目線…縦書き：右上(横) 左下(横)
- ④ 余白…上下・左右の余白を意識
- ⑤ 目立たせ方…太字・下線・色の工夫。
- ⑥ 区切り方…情報整理に“区切り”を

▲目指すゴールは同じでも、アプローチ(企画の中身)は多様。ターゲットにより、キャッチコピーも工夫すべきです。改めて「企画」コンセプトが重要なことも確認。

★谷氏の添削に一同納得★

- ・コンセプトが命
- ・タイトルをゴシックで大きく
- ・テキストボックスを上手に使って
- ・チラシが届くまでが勝負 etc



デザイン・レイアウト等のテクニックに走りがちな広報ですが、見た目がよくても、人に届かなければ意味がありません。広報の先にあるには“人”。そんな原点に立ち返らせてくれた講座でした。シミュレーションで作製したチラシづくりを是非、もう一度、各団体で実践し、実務にいかしてほしいと願います。