

第2回市民活動の拠点について学ぶ講座 拠点の機能「情報の収集・提供・発信」について学ぶ 記録

平成28年6月26日 13:30～
市役所3階第1会議室

1 開会（進行：小諸市社会福祉協議会 五十嵐次長）

2 前回振り返り

担当より第1回講座の概要を説明する。

3 講話

拠点の機能「情報の収集・提供・発信」について

講師：特定非営利活動法人長野県NPOセンターコーディネーター 寺澤順子さん

・拠点の機能「情報の収集・提供・発信」というテーマは難しいですが、広報とは何か、色々な団体やセンターがどうやって活動やイベント等を広報していったらいいのか、その基礎を学びたいと思っています。広報の基本の基本です。前回若い人達を呼びたいという意見があったので、若い人達には、どうアピールしなければならないのか、そういうところもご説明したいと思っています。

・NPO・市民活動の広報は共感してもらうために対話をすること、共感して信じてもらうことです。自分たちは目的のためにこんなことをしている、一緒にやりませんかという時に、感動してその人の考えに賛同し、信じて、活動に加わる訳です。共感して信じてもらうまでは、広報活動以外にない訳です。それがなければ活動には加わってもらえないので、広報がとても大事なことになります。

・まず、広報のシステムを皆さんにお見せしたいと思います。NPOがあり、会員がいます。あと、会員でない一般の人たちがいます。NPOは具体的な事業をやって、社会の課題、自分たちの目的のために活動します。会員はお金をNPOに出し、それによって具体的な事業ができて、自然に社会活動の課題が解決できる。NPOの活動が会員に成り代わって、目的を達成してくれるわけです。また、ボランティアとして一緒に事業を進めることも、参加をするということも可能です。つまり、会員はNPOにボランティアやお金を出して、できる人は一緒に活動して社会の目的を変えていくわけです。

・一般の人たちには知らないなので、まず、社会課題の啓発と活動のストーリーを伝えなければなりません。こんなことをやりたいという感動のストーリーを伝えることで、一般の人たちが感嘆して、自分達もこの事業に参加しよう、あるいは、会員になってみようと思ってくれて、間接的にこの社会の目的が達成されていくわけです。このNPOに参加することで、自分ではできないことを、NPOにお願いして社会の課題を解決してもらおうということになると思います。広報してもらったおかげで、気がついて、共感して、会員になって、活動に参加することができるということです。会員には、NPOはこんな活動しましたよという、フィードバックする広報も必要です。それが、一般への広報と会員への広報ということで、一括りで広報と呼ばれているところです。

・事例として、広報誌、会報を例にとってみると、NPOが会報を作りたいけれど、お金がない、それをどこから持ってくるかということ、会員がお金を出してくれて、広報誌を作ります。そして市民や読者、会員に配ります。その結果、一般市民が会員になって、参加するという風に戻ってきます。会員を募りたいので、会報や広報誌を作ることによって、NPOの会員になってもらえるということです。目的のためにやるのが自然に行動が変わった時に、会員にもなってくれるし、こういうことを通して世の中が変えられる。少なくとも目的の一部に自分の力が出せるということです。会員、一般市民は、地域は変えられないし、一人ではやりたいこともできないけれど、NPOに出資すること、会費を寄付することで、世の中を変えることが間接的に出来ることになると思います。

・広報の必要性は、「人・物・金・知恵などの資源を集めるため」「社会の環境整備と協働の創出のため」「会員とのコンセンサスの確立」です。資源がないと活動していけないので、社会自体に情報発信を行う事で、同じ目的を持つ人や企業や行政、周りの人たちに社会問題やそういうNPOがいるんだと知ってもらい、社会整備ができる。そして一緒に手を結んで、イベントを手伝ってもらう、協働することができます。あとは、会員へフィードバックすることで、この会員として役に立っているということを実感しながら、お金も出してもらい、活動も一緒にしてもらおうということです。今までが広報の全体像というものです。

・先ほど話した若者向けというところに入っていきます。コンピューター、PCが広報を変えました。これは、20年以上前からありましたが、中身が変わりました。フェイスブック、インスタグラム、ツイッター、ラインなどをSNS（ソーシャルネットワークサービス）と言います。SNSはメディア的な要素を持っているということを皆さんに今日は知っていただきたいと思います。

・SNSは双方向にいろいろな情報を発信できるということです。テレビやラジオはいっぺんに大勢の人に広報しています。ところが、SNSは個人個人に直接、NPOやボランティアの一人が働きかけることができるのが特徴かと思えます。今までの広報は、広報誌作るのに、印刷代がかかります。さらに、テレビや新聞に広告を出すことは、NPOやボランティアグループには難しいです。また今までは、キャッチコピーがあって、こんなことしています、イベントやります、来てください、という広報しかできないですが、SNSは気持ちや感情までも広報できます。例えば、イベントに関わって嬉しかった、感動したとか、感情をソーシャルメディアで直接個人に訴えることができます。それもSNSの最も大きな特徴かと思えます。伝えるということが個人でできる時代になってきました。

・今の話をちょっと簡単にまとめます。まず、今の広報は複雑化しています。企業、NPOが一般の人たちにマスメディアを使って広報していた時代がありました。紙で広報する時代も長くありました。これも大事ですから今も続けています。さらに今は、インターネットにより、会員とか、一般の人に直接働きかけます。しかも、フィードバックがあります。楽しかったよと言えば、この次僕も誘ってとなります。そういう時代になってきました。しかも無料です。NPOやボランティアはこれを使わない手はないです。そうはいっても自分の個人情報やSNSの会社に売ること、その代償として、無料でサービスを受けさせてもらうということになっていきますので、私の所属するセンターとしては、ルールを決めていて、SNSコードをやりながらセキュリティもきちりと設定する形で講座を行っています。そこは、専門的なIT関係のNPOとか、企業にやってもらえばいいのかなと思います。

・紙媒体の種類と特製は、皆さん知っていると思います。パンフレット、会報、チラシ、ポスター、ステッカー等はみなさんどんどんやっつけていらっしやるので、読んでいただければと思います。

・ウェブ媒体の種類はホームページ、ブログ、SNS、メッセージ、メールがあります。ホームページは全体のデータ、計画から始まり、そういったものを提供することは、とてもNPOにとって大事なことで、一番の信用性にもなります。ブログは、特に会員へのフィードバックも含めて、どんどん更新していくことで、イベントのお知らせや報告等は、写真がたくさん掲載できるので向いていると思います。SNSは即効性が必要です。その日あったことをすぐに、アップするので、写真は少なめに文章は短めに掲載していくのよいと思います。メッセージはグループを作って、会員同士、プロジェクトのメンバー同士が、情報共有できるということです。メールは添付ファイルをつけやすいので、イベントの申込を送り返してもらい、チラシ等を手に持って、他の友達を誘ってもらい、添付ファイルをつけて情報発信することもやってください。

・外部媒体の種類と特製は、小諸市のことがわからないですが、信濃毎日新聞等、外部媒体も無料で掲載できる所があります。こういったものを整理して、長野市のセンターは担当者の名前、FAX番号等を整理して一枚の書類にして提供もしています。センターはそういうことをしていただいて、各団体がセンターを通してでなく、直接やっていただけるといいと思います。あと、市報にもセンターの情報を載せています。関心のある方が活用していただければいいかと思います。

・拠点が実践する広報ツールの活用法ということで、長野市協働サポートセンターが同広報活動しているかを説明させていただきます。まず、会報、パンフレットを作る。パンフレットは名刺代わりに配るだけでなく、印刷前のデータをPDF等にして残していただいて、SNSやホームページ、ブログなどに必ず表示していただく。ネットでも見られるような状態を作っておくことが大事だと思います。そして、会員は手持ちで持って渡してもらおうということが大事だと思います。

・会報は簡単で読みやすく継続が大事です。会報というのは続けることが大事です。フィードバックが必要ですので、いかに簡単に手早く作って、少ないページ数で継続できるか、定期的に出すということです。これもPDF等にして、必ずネットなどにアップするということが大事です。チラシはデザインはカラーで作ってください。ホームページとか、SNSやブログにアップするためにです。

・長野市のセンターもブログ風のホームページを作成しています。このようにいろいろなページに飛ぶように作っていて、フェイスブックにもつながるようになっています。フェイスブックはNPOカフェまんまるというタイトルで作っています。NPOのカフェだよ、皆さん見てくださいというタイトルをつけて、センターの情報を日々ものすごい勢いで挙げています。イベントの情報、イベントに招待するとか、そういうことがフェイスブック上でできるようになっています。

・新聞へのアプローチということで、センターが中心になって、NPO等が集まり、月に1回市民新聞のページを作成しています。ラジオ、善光寺FMに枠を設けてもらって、利用しているNPOにどんどん出ていただくシステムもやっています。

・広報の1点大事なところは、意図的にセンターで交流を生むことをしています。例えば、テーマ別交流会とか、NPOカフェまんまるとか、働く世代のSCCとかです。ネットワークづくりもしました。ながの協働ネットがそうです。こういうことも常に開いている状態です。これが広報の大事なところです。それから外部に飛び出すことも大事です。センター内だけではなく、他の会場でのイベントなどにも参加させていただいています。他の団体がイベントをやる時は、スタッフは必ず行きます。自分が企画していなくてもスタッフは参加しています。つまり、スタッフが参加してコーディネーターとしての顔を売っています。これも広報活動です。

・最後のまとめに入ります。NPO広報の5つの鉄則を頭に入れていただければ結構です。出会い、聞き、つながる、交流会、取材です。イベントには必ず出てください。応援する、それが広報の基本です。出会ってまずつながったら、一番大事なことは、人の話を聞いて、人の事を応援することです。イベントには自分も行く、手伝う、全然違う分野でも応援しに行くことです。そうすると、自分の所を応援してくれたので、今度は何かやる時は、応援するという関係作りができます。これは、すごく、効果の高い広報活動です。プレゼンテーションができるのもとても大事なことです。自分の団体の活動を、どこで声がかかってもすぐアピール出来る状態にしておく、チラシを持って、発表できるスキルも大事だと思います。そして誘うことです。宣伝しただけではなく、メールかSNSで、自分たちのイベント等の案内や、活動のお手伝いのお誘いをピンポイントでやる事によって、人は応援してくれるし、会員にもなってくれます。

・NPOの広報は、共感してもらうために対話することであって、共感して信じてもらう事、これがNPOの基本ということで、これからの広報活動に役立てていただければと思います。

4 意見交換会

コーディネーター 山室秀俊さん(特定非営利活動法人長野県NPOセンター事務局長)
寺澤順子さん

・前回NPOの活動には共感が必要、そして、そのあと、どういう風に行動してもらうかが原点だとお話ししました。そして今日は、広報という視点で、そのやり方と本質をお話しさせていただきました。これから先は、そこをもう少し、深堀するという意味で、グループワークと、どうなっているのというところをみんなで共有しながら、質疑応答でやりとりが十分できたらと思います。

自己紹介&自分のしたい活動

- ・広報を意識して自分のしたい活動を書いてもらい自己紹介をする。
- ・名前と所属(団体があれば書く)と自分のしたい活動、今している活動もあるけれど、これからしたい活動を想定して書く。
- ・書く視点は、だれに対してしたいか/どこでしたい活動か/なにを、活動の内容そのものを書く。
- ・アピールをして応援をしていただく準備をするのが、自己紹介になります。
- ・同じような視点で伝える場面があると、共有をしやすい。広報も、項目を立てて、どういう風に、誰を対象にして、どんな手段を選ぶかということです。

意見交換

- ・活動の広報として「やっていること」、広報で「困っていること」を自分なりに書く。
- ・模造紙に、発言をしたことを付箋に書いて貼って、共有をする。
- ・この段階のワークショップは、皆さんが様々なことを出し合うことが基本。議論する場ではなく、対話する場、結論を出すことは目当てにしていない。ワークショップの後、私が議論を集約して、一つ残す時がやってきます。その時に、ここで出た様々な対話が役に立ってきます。この場では、様々な意見を出して、あまり批判的にならない、整理しようとしなない、無理をしない、それを念頭に置いて対話してほしい。

グループ発表

・4グループ:

紙ベース、電子ベース、様々な形ですでに発信している。問題は、やはり、関心を持ってなかなか読んでもらえない。発信はしているけれど、実際に届いているか、非常に発信側で疑問を持っている。さらには、個人情報等の問題もあって、なかなか難しい状況にある。発信する側の立場として、常に考えていかなければいけないのは、よりわかりやすい発信形態を求めるのが必要。紙と電子を結びつける、紙から電子に流す、常に発信側が受け手の立場に立った情報を考えていくことが必要ではないか。

・1グループ:

広報としてやっている一番大きなポイントは、口コミです。今日の広報講座について、高齢者にはあっていない。高齢者が多く中で、3世代で交流しているという、特徴的な団体がありました。困っていることは、いかに回覧していても読まない、関心がない人が小諸市にはほとんどいるのではないかと、回覧できたものでさえ丸めているような、税金の無駄使いがおきている。市にも協力しなければいけないけれど、市役所行政の方も努力してもらって、がんばってください。

・3グループ

実際の活動の広報としてやっていることは、チラシ、広報紙といった紙を使った広報、他には、HP、SNS、その他、新聞の情報板を使った広報、それからイベントや実際の活動、人、口コミも含めた、マンパワーでの広報ということができました。広報で困っていることは、高齢者に対してHP、SNSをしてもなかなか届かない、できない、対象と手段がミスマッチである。更新が少ない、情報が古い、原稿を集めるのが大変という、広報の担い手の問題も出ていました。無関心、他人事という人の問題、そもそもやり方がわからない、どうすればいいかということの問題が出ています。拠点としては、それぞれの情報を細かく出すのではなく、行政が集めて広報をしてもらいたいということと、集まれということではなくて、実際に行くこと、地域に出向くことも大事で、広報ではないかということでした。

・5グループ:

紙とか、メディアの使い方は今迄出ました。問題になったのは、個人でやっている方これから活動しようという方がいた。それは広報の手前で、仲間づくりからで、どうしたら仲間が集まるかということができました。実際に活動している方は、あまり上手につくれない、うまく作りたい、スキルアップの問題と、本当に読んでもらっているのだろうかということ。広報なのか、広告なのかということで全然意味が違うと思う。役場というのは、そこに住んでいる人全部に等しく、同時的に、情報を伝えなければいけないということです。広告というのは、こんないいものがありますという、そういう所なので、どちらかというボランティアは仲間づくりから考えれば、広告的な要素が強いのかという気がしました。

質疑応答

・共通の問題が出てきたように思います。これからの時間、この課題について、もう少し皆さんと会話しながら、その解決のヒントとかを紐解いていきたいと思えます。

・まず聞いていて、私が思うに、なかなか読んでもらえない、反応がわからない、どうも徒勞に終わっているのではないかとということですが、これを強く感じる時はどんなときでしょうか。

・イベントをやった時の参加人数が少ない。

・回覧しても、聞くと、そんなのまわってたっけという反応が返ってくるということ。

- ・アンケートの発信が少ない。感想というか、それに対する意見が返ってこない。
- ・これは広報の宿命というか、やはり見えていない、口コミ以外は見えない相手に広報する訳です。確かに一つ参加者が広報した割には少なかったということがあります。逆に参加した人には聞いていますか。どこで知りましたかを。その時に、どうしますか。次はどこを厚くしようとか考えますか。少ないということは、具体的にどういうことをやったが少ないですか。
- ・地方情報紙に載せたところ、見ている年齢層が若い女性が多かったのではないかとというところで、ターゲットを間違えたのではないかとという発想があった。
- ・ターゲットを選べば、良かったということですね。メディアの選び方については工夫はしているということですね。一番大事だと思っているのは、参加者が、どのメディアを見てきたかということを整理しておかなければなりません。どこから知ったかを聞いて、少しずつ情報を集めて、整理しておく。それに対してどのメディアを選んでいけば反応があるかという、その団体ごとが得意とするメディアを確立しておくのが大事だと思います。
- ・そもそもの問題なのですが、知名度が上がってこない、人はあまり見ないです。年に1回か2回しか出てこない団体名をあまり覚えていません。反応がなくても、ある程度さらされないと、情報の絶対量があると思う。だからやはり、あきらめないことも大事です。そして次はそこに、費用、手間をかけられるかということ。バランスに係ってくる。ベストミックスが必要です。バランスよく、広報を書けるということ。
- ・チラシ等を見てくれないというところで、無駄になるというところ。特に行政の方々からすると、これが税金で賄われているわけですから、もったいないではないかということになります。これは渡し方の問題、配架する場所も一つです。公民館とか、行政の施設など基礎の所に選んでおくことが大事です。どうやってチラシを手にとってもらうか考えたことはありますか。その辺を考えるといいです。例えば、お金はかかりますが、自分たちがやっているのは、人がほしいと思うノベルティと一緒に渡すわけです。それに反応して手にとってくれます。そういう工夫が必要です。チラシ自体に何かお徳感みたいなものを出すという、戦略もあります。やはり、見る工夫をしていくことも大事です。向こうが見てくれる仕掛けも必要です。紙媒体については、特にそこを考えていった方がいいのではと思います。
- ・行政も団体も、必ずアンケートを取ります。そのアンケートに、自分はこう思っている、これをやってもらいたいと書いても、それに対するアンサーがほとんどない。開催する方の人の問題で、自分達にいい方法だけを選んでいる可能性がある。フィードバックすることを考えてやらないと。何のためにアンケートを取っているか、行政は自分たちのやりたいことをやってあとは聞かないケースが多い。
- ・聞いたら返すということは常に考えていかないと。やはりアンケートを取ったら、どうやって反映させたかも含めて、返してほしいということです。そうすると、アンケートを書いた本人は、なるほど、みんなが同じことを考えている、そのように考える可能性があります。
- ・小諸市がセミナーとか勉強会をやって、アンケート、意見を聞きますが、そのアンサーがない。来る人もなくなる、意見も出さなくなる。発信する方のやり方にもかなり課題がある。
- ・紙ベースと電子ベースの融合で、2016年の市町村が発行する広報誌の日本で1位になっ三好町は、紙ベースで、スマートホンをかざすと、電子ベースに飛ぶ。その記載された情報のより深い内容が情報になっています。紙を入口にして、電子ベースに結びつける仕組みにすることです。これは大変有効な方法です。我々でも参考にできるようなことではないかと思います。工夫しているのを感じました。

・次のテーマに行きます。紙ベースと電子ベースをバランスよく結びつけるにはどうしたらいいかです。あと、高齢者に対してどうするかという、切実な問題があります。これについてはどうですか。

・私は今日の説明が若者を取り込みたいと皆さんがおっしゃっていたので、若者目線が必要かと、そして長野市のセンターは若者が多いので、そういう視点になってしまいました。ターゲットによって、どういうものを選んで、どういう形で発信していくかです。高齢者向けのもは、大きな字でないとダメです。小さい字は読みづらくなってしまいます。また、キャッチコピーの付け方とか、1行で大きな字でアイキャッチになるようなものを、どういう風に、受け手の立場に立って、書くかというところを、これは年齢層関係ないので、拠点で企画をしてもらったらいいいのではないかと思います。

・ターゲットごとの広報の仕方が、はっきりしたことがないというのが難しいところです。やはり手さぐりでやる必要があります。あと、このくらいに届けばいいという目標を掲げておくのが大事かと思います。活動の目標につながるのですが、どのメディアでどのくらい集めてくるのかを目標を立てて、ターゲットごとにある程度目標をイメージして、やってみるのが大事なことです。そうすることによって、アンケートを取った時に、広報は、ある目標値に達したとか、SNSはまだとか、そういう分析が必要です。目標と合わせて、ターゲットと手段を計画的にまずは考えてみる。そしてやってみるのが大事かと思います。

・私は広報をやって、100人いれば、100人来ると期待はしません。今回は何人来ればいいかというところです。参加者がスキルアップしていったら、会全体がパワーアップする所と、一元さんでいいよか、リピーターを欲するのかです。会の内容によって違うので、そこを踏まえてやる。大きな期待値はしないが、絶対値は求めるというやり方はしています。

・やはり目標です。そのとおりです。入ってくる最初の層は分厚いです。反応して、リピーターになってくるのは、上の層です。この上の層には、広報をしなくても、直接口コミができるようになります。

・自分たちの団体との関係性が深いか、浅いかによって、違ってくるということです。会としては底上げをしていきたい、そうなる最初はまずがんばる、その中でかなりヒットした人が、深くコミュニケーションを取ってくるということです。それに対してどういう手段を取るかということ、機関紙でフィードバックするとか、アンケートを取った経過はちゃんとその人に返していくということです。上へ底上げを図っていくのが、NPOの広報です。そこを大事にしなければならぬと思います。

まとめ

・一番皆さんから出されたのが、なかなか反応がないというのをいかにしていくかでした。特に高齢者については、今のメディアについて、ミスマッチが起こっているのではないかと課題があがりました。これを全体の傾向として捉えて、それに対して、拠点としては、いかにベストな方法を選べるようにしていかなければいけないというのがあると思います。広報には絶対的な答えはありません。やはり一般的な話として理解してもらう事は大事だと思っています。その上で、自分たちが必要なものを選び取っていくところが大事です。それを皆さんにお伝えするとともに、拠点の機能としては、それぞれのやり方に対応できるような情報を持っていなければいけないということです。

5. 次回講座について

担当より、次回講座日程等について説明。

6. 閉会