

平成 27 年度 第三回 京都市市民活動総合センター運営委員会
議事摘録

日 時：平成 28 年 3 月 4 日（金）18：30～20：30

場 所：京都市市民活動総合センター ミーティングルーム 1

出 席：有川真理子(認定 NPO 法人環境市民コーディネーター)

小谷 智恵(NPO 法人アレルギーネットワークぴいちゃんネット事務局長)

河西 実 (NPO 法人フェア・プラス事務局長)

可児 卓馬(公益財団法人京都地域創造基金事務局長)

小暮 宣雄(京都橘大学教授)

小嶋 進 (公益財団法人京都オムロン地域協力基金事務局長)

杉本 星子(京都文教大学教授)

菱川 貞義(株式会社大広 275 研究所所長)

平井 嘉人(平井株式会社代表)

福島 重典(税理士)

森野 茂 (アルファトラベル株式会社代表)

欠 席：大石 尚子(龍谷大学准教授)

鈴木 康久(京都府庁府民力推進課課長)

高嶋加代子(NPO 法人 NPO 法人京都コミュニティ放送企画室長)

日下田貴政(株式会社京都新聞社編集局報道部次長)

牧村 雅史(京都市地域自治推進室市民活動支援課長)

宮川 知子(公益財団法人京都市ユースサービス協会チーフユースワーカー)

事務局：平尾剛之・内田香奈・久留宮共樹・西保彦(京都市市民活動総合センター)

議 題：

1. 事案Ⅰ 平成 27 年度事業の概要報告
2. 事案Ⅱ 平成 28 年度事業の方向性について

1. 事案Ⅰ 平成 27 年度事業の概要報告

2. 事業Ⅱ 平成 28 年度事業の方向性について

事務局：本年度は第 3 期の指定管理の 1 年目として進めてきた。第 3 期指定管理期間には大きな 3 つの事業を掲げている。

1 つ目が NPO 市民活動のパブリックリレーションの向上、2 つ目が活動団体自体のエンパワーメント（キャンペーンビルディングにおける評価、情報公開、透明性の確保も含めたパワーアップ）、3 つ目として NPO 市民活動を支える仕組みの構築として寄付文化への挑戦など潜在的関心層、無関心層へのアプローチです。

まず 1 つ目は HP（ホームページ）の改訂を進めてきた。市民活動総合センター（以下、しみ

セン)のHPは、ひとまち交流館の4つのセンターが統一したインターフェースを持つことを開館当初から大切にしてきた。しかし、この仕組みではしみセンとしての発信には不都合が増えたため、4つのセンター共通のインターフェースを保ちながら、しみセン独自の発信をする仕組みで改訂作業を進めている

基本的に、現在のHPはしみセンについての固定的な情報を中心に載せ、新しいサイトでは「しみセンの講座情報」、団体のイベント情報、ボランティア情報、助成金情報など日々更新されていく情報を中心に掲載する。

もう1つの特徴は検索機能を強化することにより、NPOに関する情報を見つけやすく、使い良さを実現していくことであり、団体登録について従来よりも手間を簡略した形で提供する。

3月中に一部の公開ができる。寄付ラボ・ボランティアスイッチ等、他のブログを活用して展開していた情報もしみセンのHP内で一括して載せていく。その他、助成金情報等もボランティア情報、イベント情報など一部3月中に検索が出来るように進めている。団体への利用の案内、新しい情報投稿は来年度事業になる。今後、コンテンツの整理と充実を重視し、オープン時には案内をする。

事務局： 「市縁堂」は、来客者数120人、プレゼンテーション出場団体8団体、寄付総額67,952円(延べ70人から寄付)という結果であった。人数的には会場の収容一杯程度の人数であったが、寄付金額は伸びなかった。団体のプレゼンテーション力は向上しているが、寄付促進するという側面から考えた場合まだ弱いと感じる。市縁堂事業は今年度3回目を終え、平成28年度も開催したい。今までの形を基にしながら、更に寄付が集められるような事業に育てていきたい。

「講座」について、「法人格の選び方」では一般社団/一般財団とNPO法人との比較相談が非常に増えてきた。このため定員20人/回で2回の講座を開催したところ、定員オーバーの回もあった。新設講座として開催した「理事会総会の役割」は、団体によって総会・理事会の運営状況には差があり、意思決定の在り方等を改めて整えていく必要性から開催した。

入門編「市民活動、ボランティアって何？」を今年度は「市民活動って何?」「ボランティアって何?」の二講座に分けた。より具体的に充実した内容で実施を考えたが目的対象が細分化され過ぎて、具体的な目的を持った人たちが参加したため集客は少数であった。この点を来年度は改善をしていく予定である。

講座は、次年度は年間30回~35回程度の実施を予定している。実施ではセンター開催と出張講座を考えている。出張講座の派遣講師はしみセン職員のみならず、団体のスタッフ、及びいきいき市民活動センターのスタッフに話す機会を設けたい。

「寄付ラボ」では、2014年度にもブログ連載したものを冊子として発行した。2015年度も発行予定である。2014年度版は、各施設・全国支援センター・NPO所管課などに発送し、昨年度は多賀城市、沖縄から反応があり、各センターHP紹介でも反響があった。

「いきいき市民活動センター(以下、いきセン)との連携」である。市内に13カ所あるいきセンとしみセンとの連携は、裾野を広げるという意味では地域で身近に使えるセンターが各地にあることが市民活動に触れる機会が増え大切である。今回合同研修会を初めて開催した。東山いきセンにて総勢50数名の職員が集まり、情報交換、職員間の交流を基本的に実施した。今年度、各いきセンの実施事業に参加したことから、事業コーディネーターやボランティアをコー

ディネートするなどの関係性が生まれ、そのコーディネートから副次的な効果も生み出されており、引き続きこの関係性を構築して行きたい。各いきセン HP でも活動紹介ページの仕組みも作っていく。

委員：ウェブサイトの件で参考に。神戸市役所のウェブサイトがリニューアルしており、結構評判が良い。基本的に検索による情報抽出システムであり、希望するページにすぐたどりつくために好評である。クリックで進んでいっても、目的とする情報になかなか行き当たらない、探すのが難しいというクレームが多かったようだ。デザインの評判も良い。市職員として初めて「クリエイティブディレクター」を置いたとも聞いている。

座長：Google や Yahoo で「しみセン」を検索した場合、新旧どちらのサイトが一番上に来るか、また利用率はどうか。

委員：現在のしみセンのトップページと何が違うのか。ポータルサイトならば何かの入口があり、そこから入って行くというイメージを持っているが、今わざわざポータルサイトとうたう理由は何か。

事務局：従来のページからの違いという点では、お知らせ欄などで発信できる情報量の制約がなくなること、団体情報登録が困難で手間が必要なところが簡便化され、情報更新がスムーズにできるようになること。現在未完成だが、検索機能が強化をされることでイベント情報・データ情報・助成金情報・ボランティア情報等の各ページに、ユーザーがアクセスしやすくなることを目指している。

委員：「情報共有ポータルサイト」というネーミングを再考するとよいのではないかと。参考資料を掲載しているだけでも一応情報共有にはなるが、一方通行の印象になる。新しいサイトで目指しているのはもう少し双方向性の高いものだと思うので、もっと動的な感じがでるとよい。

委員：助成金情報・寄付金情報などは、団体が活動される中での困りごととして大きな部分だ。利用者のメリットを考えるのであるからこそ、助成金情報の部分はとくに、従来よりもキーワードなどでの検索がしやすいように変更して欲しい。現在のホームページの助成金情報の検索機能では、助成財団名を入れても検索で上がってこないことがある。その他府県の全国版助成が活用できるなら、そのような情報も載せるようにコンテンツの工夫・改善をして頂きたい。

事務局：全国の助成金情報は、現在のセンターのホームページから見られるようになっている。しかし、検索でうまく上がってこないところが、現在の機能の限界なので、新しいサイトでそこを改善したいと思っている

座長：情報サイトを変更した場合、2つのサイト運営で作業も2倍になる点を注意してほしい。

事務局：新しいサイトはイベント情報や助成金情報などの変化する情報に集約させ、既存のページにはしみセンの情報や利用の仕方などを紹介して、役割を分けて運用することで、作業が重複しないように工夫したい。

事務局：利用者がキーワードで検索して、たどりつけるというのは大事なことなので、サイト構築に活かしたい。パブリックリレーションの取組みは、まずこの HP の改変からと思っている。こうしたデジタルの取組みとして、どこまで広く浸透していくかはまだこれからであるかもしれないが、しっかりと着手していきたい。

一方で、私たちや団体の発信力を高めるだけでなく、情報を受け取る側の「受信力」の向

上も必要だと考えている。一生懸命発信しても、そのキーワードを受信する能力がない人にはどんなに発信しても届かない。その部分を、どの様な発信をすれば受信力が上がっていくのかという点を課題としてとらえていきたい。

委員：「市縁堂」について、団体のプレゼン力の向上には驚いた。しかし、各団体への寄付を小銭や小額紙幣で複数団体に寄付したいが、高額紙幣しか手持ちがなく寄付が出来ないという状況があった。両替できるコーナーがあれば良かったと思う。

委員：来年度の会場を変更しての実施案では、どのように考えているのか具体的に伺いたい。寄付の仕方と関係するが、クラウドファンディングでは「この企画を成功するために集める」という明確さがある。市縁堂でも、今回この企画を実施するのに、必要な金額を集めていますというアピールの仕方も入ると寄付を出しやすくなると思う。寄付の集め方には、工夫の余地と可能性がある。

事務局：なぜ会場を変更するかという方向性も共有したい。市縁堂はもともと団体のプレゼンテーション能力を向上させることを目的としていた。そこに見た人が寄付をするという側面を第2回（2014年度）から導入した。市縁堂終了後の評価では、この事業に関しては、総合的には落第だという話になった。事業全体を100点満点で考えた時、半分の50点分をプレゼンテーション能力向上という視点でみて満点であっても、寄付を集めるという点に関しては思うように成果が上がっていない。総合的に考えると、事業としては落第だという評価をしている。

庭を見ながら、プレゼンテーションを見ることだけでは事業が目的としている寄付文化の向上、団体の支援というところまでいかないという反省を踏まえ、ミッションが達成できるような側面からアプローチした方が良いと思い、会場を移してでも実施したいと結論づけた。

しみセンだけでこの事業をやりきるには限界がある。来年度は実行委員会形式で、どうやれば参加者が増えるのか、寄付が増えるのか、という側面を議論し、実施したいと思っている。

もう1つはパブリックリレーションの一環だと思うが、会場に訪れた人だけでは、寄付金額にも限界があるため、映像に残してプレゼン団体の動画をアップし、動画を見れば日本に限らず世界中からでもクラウドファンディングできるような実験的施策も実施したい。

座長：市縁堂でプレゼンテーション力はアップするが、寄付を集めることは難しい。今回は延べ70人で1人平均約1000円となっている。少し工夫をして、団体の事業をプロジェクト単位で見せることも必要だろう。またサイトとの連動もある。

事務局：しみセンではターゲット層(無関心層、潜在的関心層、関心層、活動層、先進的活動層)に対して、それぞれの層へのアプローチをしている。市縁堂は特に潜在的関心層の人にアプローチをしたいと考えている。潜在的関心層の人は何かの触媒があれば、関心層にかわる可能性がある。きょうとNPOセンター(KNC)が、しみセンとの連関性・バランスで、それぞれ得意なところを活かしていく。しみセンの非常に得意なところは、財源としては税金を活用しながら、無関心層の人、潜在的関心層の人にアプローチが出来る。しかし、無関心層にきょうとNPOセンターが財源を投入し、何かをするのは中間支援組織でありながら非常にリスク&コストパフォーマンスが悪い。それに反して、しみセンそのものは潜在的関心層、関心層の人たちにもきちんとコストをかけて市場の開拓が出来るのではないかと。

しみセンがやることは全て参加費は無料になる。事業の内容によってはしみセンで頑張ると、

きょうと NPO センターが頑張り難くなる場合もある。きょうと NPO センターとしみセンが、それぞれの層を対象として、各層にどのように働きかけていくのかのバランスを全体的にうまくとっていかないといけない。

年に3回作っている機関紙「hotpot」は、紙ベースで7000部刷り「潜在的関心層や無関心層に思いを届けよう」と配布しているが、実際に関心層、潜在的関心層、無関心層の人が手に取るのかという点では非常に悩む。想いと成果がどうも乖離しているのではないかと。

もうひとつの側面では、潜在的関心層の人たちに対して、私たちは活動して欲しいと思っているわけではない。潜在的関心層の人たちには、「活動を応援する人」になって欲しいと思っている。例えば、野球を好きになって欲しい場合、全員に選手になって欲しいわけではなく、むしろスタジアムに行って、ビールを飲んで応援してくれる人になって欲しいというイメージである。どうしたら応援してくれる人たちになるのだろうかというアプローチが、実は弱いのではないかと考えている。この視点を持っていること自体はとても意義があることであるが、実際に成果としては抽出しにくいことでもある。

京都市からは NPO 法人を増やすこと、NPO 法人の支援することについては強い言及があるが、一般財団や一般社団といった法人格への関心はないようだ。私たち（指定管理者としてのきょうと NPO センター）自身は、NPO 法人でも、任意団体・一般法人・財団法人でも、法人格の有無や種類はあまり関係なく、社会的な課題解決の成果をどう考えていくのかという点を課題として認識をしている。

委員：私たちの団体も12年目を迎えるが、これまでの間 NPO の中でもボランティアを中心とする活動形態や事業型の団体など多様な NPO 法人が出てきたということと合わせ、どんな法人格が良いのかと出てきた。私たちもソーシャルビジネス的なことにチャレンジした結果、「自分たちには向いていない」と感じて原点に戻りたいと思い、今活動している。

自分たちは、元来ボランティア団体から始まっているため職員等も雇っているわけではなかった。収入源は、事業の助成金をどこからか集めるかという点で進めてきたが、常勤の職員を雇う状況になると、安定財源というのが必要不可欠になってくる。助成金は事業に対して支払われるものであり、採択・不採択が必ずある。そのため、会員やサポーターをいかに増やし、安定財源を獲得して行くことが大切だと常々言われてきた。

私たちは食物アレルギーの子どもたちを支援している。食物アレルギーのこどもが増えてきたと言われていても、全体の5%である。その5%の当事者の人たちから会員入会や寄付を頂くにも限界がある。ファンレイジングの講座にも参加するが、「ファンド＝お金を頂く」と考えると、自分たちの課題を一般の人からお金を頂いて実施しても良いのか、という感覚が拭いきれない。しかし、自分たちが直面している課題を社会的に知ってもらうことをしていかないと当事者だけではフォローしきれないと考えた時に、食物アレルギーということを知って頂いてこそ、その支援活動をしている団体があるということも知ってもらえる。それでその活動のファンになって頂く、ファンドではなく、ファンの度合いを上げてゆくという考えを聞いた時に、ストーンと胸に落ちたことがあった。

来年度の講座にある「法人格の選び方」という部分も併せて、その団体としてボランティアベースで進むのか事業型に進むのか、その点の迷いもあると思う。また NPO の資金調達では助

成金、寄付金という部分はあるが、やはり安定的にファンを増やし、安定した財源や安定したマンパワーを得るための何かがあるれば良いと思う。特にクラウドファンディングだと私たちも寄付者にはなるのだけれど、いざ自分達がクラウドファンディングで支援を集めるとなると、どのようにしたらいいかというところから始まる。ファンを増やしていかないといけない私たちのような立場のNPOにとって、クラウドファンディングは本当に良いツールだと思うので、やはり取組み方を知りたいと思う。しみセンの講座として実施するのが良いかはわからないが、そういう講座もあれば嬉しいと思い聞いていた。

助成金等をポータルサイトで紹介するという点で、民間の助成金は知りたい情報の1つだけれど、中央関係/各省庁からダイレクトに出ている補助金や事業に関するインフォメーションもあり、これらも知りたい情報である。

事務局：講座では、私たちも支援というところ、ここ数年、お金の側面の部分に力を入れてきた部分があるが、もうひとつ「人」という資源をどう考えるかという視点から、ボランティアマネジメントの講座の実施を考えている。ボランティアを受入れる団体、ボランティアの捉え方、自分たちがボランティアの人たちをどのように団体の力にしていくか、団体が何を発信していくのか、団体がどのように変わっていくかという講座を考えたい。

座長：NPO・ボランティア初歩講座が現在苦戦している。ボランティアをマネジメントするのは、講座に来た人たちがどのような形で満足するかという点で繋がると思う。

事務局：初歩講座の参加者が支援者となれるような内容の講座を提供するなかで、実際に団体ではボランティアがどう受け入れられるかという内容も必要だと思う。ボランティアとして参加した人にとって満足感がないのはよくない。その部分は団体とも一緒に考える機会を持ちたい。

座長：多分、初歩講座に来ること自体が、そのNPOや社会活動のファンになってもらうための講座だと思う。逆に言えば、どのようにすれば、お客さんが集まって来るのかというノウハウをNPOに取り入れるというのが重要なかもしれない。潜在的な関心層がどうしたら市縁堂に足を運んでくれるのかという課題とも共通である。

委員：NPO初歩講座は、結構長く開講されているが、大学とか地域での実施をしてはどうか？退職者が増えており、退職数年前から「地域デビュー」の前にお父さん向けの講座を設けたりする企業もある。

NPO初歩講座に参加される人は関心度が高い人だと思う。その人たちはボランティアをするだろうし、ファンにもなるだろう。そのような人たちと関連する団体やグループ、関連企業と連携して出かける機会を設ければ件数も増える。企業もそのようなニーズはあるのではないかな。

委員：ニーズはある。しかし、潜在的関心層はプル型のアプローチで活動に来るかというところ来ないだろう。最初から「市縁堂」や「講座」に行くという人は、やはりほぼ関心層に近い層だ。他にアプローチしやすい方法を考えないと難しい。

事務局：昨年度から入門講座に関して出張講座を用意したが、実績はほぼ0件に近い数字である。呼ばれたら実施するという想定であった。今後は、いきセンのメンバーや関心が高いメンバーに講座で話してもらえよう、少しブラッシュアップして力を入れて取り組みたい。来年度は「呼ばれなくても行く」くらいの勢いで、ニーズがあれば出張講座や職員研修に出る。人を育成しながらの機会も作りたい。

- 委員：企業 CSR へのアプローチでは、府民力推進課の関係者が CSR のネットワークを活用している。この CSR ネットワークと連携するのも良いと思う。
- 事務局：研修の際に企業の方々には、「地雷撤去」・「子育て支援」など具体的な内容の方が、関心は高かった。しかし、「NPO とは何か？」などの概論的なところにもニーズはあると思っている。
- 委員：仕事のことばかり考えるのではなく、社会に目を向けることが大切であり、きっかけとしては良いと思う。
- 委員：NPO だけだと偏りが出るため、いろいろな分野をパッケージ化するとおもしろいのではないかなと思う。
- 事務局：「NPO ・ボランティア」と検索で調べると NPO が「ボランティア」と同列で検索されるようになっていて、1997 年迄の頃に NPO という言葉を聞いた時には、少なくともボランティアではなかった。社会課題を解決し、雇用を持って給料を払いながら営利だけではない活動をする人たちの組織というイメージがあったが、日本の文化に馴染み吸収されてボランティア団体とほぼ同義で使われるようになった。
- NPO 法施行の 1998 年から間もなく 20 年が経過する。なぜ、わざわざ NPO という必要性があったのかという原点回帰が必要だ。どこかの時点で社会の見られ方、見せ方、伝わり方、伝え方が実際は思ったところと違うところに移行した気がする。NPO が同義語でボランティアと言われているような気がしてしかたがないが、皆さんはどう思われるか。我々としては、NPO は社会課題を解決しながらビジネスをするというソーシャルビジネスの担い手という意識が強い。
- 座長：NPO 法人は組織として、理事、スタッフ、ボランティアという構成になってしまう。多くはそのすべてがボランティアとして活動しているのだが、ボランティアに 3 層あるように見えてしまうことが、勘違いの原因にもなるのではないかな。
- 事務局：無関心層や潜在的関心層の人たちに伝えるべき情報が、ボランティア活動的なものだけが伝わってしまうことが本当に良いのか、しみセンのアプローチとしての出し方としても悩むところがある。
- 座長：ファンには「ソーシャルファン」という言葉があるのかどうかかわからないが、ありえるかもしれない。つまりアイドルのファンもいるが NPO のファンもいるわけで、市民活動ファンというか「この活動いいね」というレベルが潜在的関心層のレベルであり、この活動をしなければならないという意見を持つ前段階のレベルだろう。例えば、朝のランニングくらいの感覚で、NPO の人たちの活動に寄付をしてみようと思えるような人たちにどうアプローチするかが大切ではないか。そういう人たちが来てもらえるように、楽しく社会に良いことをしよう、体に良いことをしようという次の段階くらいのレベルで「パーティ」「イベント」などが、市縁堂的な事業と関連づいているといいのかもしれない。良い例かどうかかわからないがスタンプラリーも、そのような感じではないか。商店街をまわって関心を持ってもらおうというような面白いものがあるといいのかもしれない。
- 事務局：市縁堂での組立てに際しては、現在認識している運営上の課題についてしっかり議論して、実施しなければならない。純粹に社会課題を担っている人が一生懸命プレゼンテーションだけをしたらよいのか、聞いて良かったという仕掛けにしたら良いのかなど、これらは議論のところである。

委員：寄付とあわせるなら、ある程度意識があり、どんな活動をしている人たちを応援しようかという意識のある関心層が対象である。市縁堂が寄付と繋ぐためのターゲットは関心層であり、潜在的な関心層はそれ以前だと思う。

たとえば退職して本当は何かやりたいと思いながら社会に出ていけない、社会の問題を大変気にはなっているが何のつてもなくという層が実はいて、そこを引っ張り出すのがむずかしい。特に男性が多く、女性はお付き合いで出てきてくれる。しかし、そのお付き合いのないのが定年後の男性だ。本当はそれらの人たちはいろいろな意味で力のある人たちであり、会社経験も活かせる人たちである。市縁堂とは違う仕組みで巻き込む必要があるのではないか。

委員：企業では、定年前に定年後のライフプランを考えるような研修を実施している。退職者も増加しているため、企業にむけては様々なことを働きかけると良いと思う。彼らと上手にリンクすればよい。退職後も働く道はあるが、退職して今後何をするのかと聞いたら、特に何も考えてないという人は結構いる。ある程度のスキル(専門能力)を持っているために上手に活用でき、彼らと上手に繋がればよいと思う。

委員：東京に本社がある企業から、50歳から55歳を過ぎた団塊世代を対象として、退職後の社会とのかかわり方を考えられるような企画の依頼をうけた。単に講座を受けるだけでなく、会社からの出向のような形で週何日・何か月の期間でNPOでの活動をという希望だった。その「出向先」について、日本NPOセンターに相談したところ、シニアの人たちがNPO等でのボランティア活動で戦力になり、その後、人によっては自分で団体を設立、他の団体に入るなど多様なケースが出てきたと聞いた。

もうひとつ、大阪に在住時にシニアということで某芸能人の前座で1,000人以上の人たちの前で、自分の活動などについて話したことがある。そこに集まった人たちは私の話を聞きに来たわけではないが、話を聞く機会を作ったというか、「こんな生き方もある」ということを伝えたいという主催者側の意図があった。そのような場所で内容も割り切ってみれば、無関心層などに伝える機会はあるのではないか。

委員：サラリーマンはアルバイト不可と就業規則で決まっており、兼業禁止が原則である。最近、某会社がNPOで仕事をして兼業でも良いと割り切った制度を導入したと聞いた。そのように世の中の企業は変化している。この例を踏まえて、上手に手を組むと企業側も渡りに船である。Give & Takeで結びつけないと市民ばかりの力では個人アプローチは限界という気がする。

座長：若者、大学生、高校生たちはどう思っているのか。NPO的な活動をし、社会起業的な動きはどのような感じなのか。

事務局：正直関心は高い。NPOを学ぶとか、PBL(プロジェクト・ベースド・ラーニング)などで、社会課題を学びながら活動しようという人はいる。実際にNPOで働こうとすると、特に社会福祉・介護などの対人援助の部分はどこも人材募集をしている。しかし行かない…。なかなか理解が少なく仕事として選ばれない。

座長：学生の動向も気になるが、寄付も含めて「しみセン」が働きかける対象としては、シニア層の方が重要かもしれない。それらを出前講座にできたらよいのではないか。

事務局：「しみセン」の話から少し外れるが、日本の予算は年間100兆円位ある。その40%以上は65歳以上の高齢者に使われて、若者には、その10分の1しかない。なかなかうまく若者が成長で

きないのはこれらの点にあるのではないか。勿論、選挙の影響もあるかもしれないというところも課題としてはある。できるだけ若者を上手に使い、良い学びができる環境はここにもある。

しみセンの図書コーナーの NPO 関連書籍は、大学の図書館にないものもそれなりに揃っているので活用してもらいたい。その部分は、なかなか発信ができていないので、若い人たちがここ(NPO)で学べるような仕掛けも必要と思う。

事務局：京都には、この「しみセン」以外に京都市いきいき市民活動センター（いきセン）が13か所ある。これらの情報を「しみセン」の HP で紹介することとなった。まだ準備中でアップしていないが、センターの紹介とセンター長の一言等が掲示され、更には HP までリンクする。

今年度「しみセン」と「いきセン」の合同で何かを行うということを目標にしており、1月中旬に「しみセン」と「13のいきセン」とで合同研修を実施した。京都市は13ヶ所の「いきセン」を市民活動の支援をする施設としているが、具体的地域を見ると「いきセン」がない地域（例：右京区、上京区、西京区、山科区）もある。現在の「いきセン」は、様々な運営主体であるが、ここを一緒に市民活動の連携主体として、今後「いきセン」・「しみセン」にて取り組んでいこうとしている。

横型連携で人材育成しながら、市民活動支援として「しみセン」と地域に根ざしている「いきセン」とが上手につながり、今後色々な展開ができるように頑張っていきたい。

委員：市縁堂、講座のところで感じた点で、我々は京都地域創造基金ですので寄附を集めるということを仕事にしている。だからと言って私たちが支援している団体と寄附者をお金の関係だけにしようとは思ってない。お金の関係が出来るためには、関係性を繋ぐとか、もっと必要な要素がたくさんある。ファンにしたらダメだと思う。それよりも一緒に並び歩いて行けるような人たち、まだ今は一緒に並び歩けない人でも将来的には共に同じような方向を向いて社会を変えていく人たちを増やしていかないといけないなと思っている。もう少し感覚を育てていく様なものがあったら良いと思う。市縁堂のあり方もそういう要素があったら良い。

委員：市縁堂の来場者120人で、とても良いプレゼンを8団体にして頂いたとのことであったが、70名の方が寄附をして頂き、50名の方からは寄附を頂けなかったという点が少し気になる。全員が、少しでも寄附するような環境を作ればよいと思う。単に来ただけという人がいるという点が少し気になった。この根本的な目的を意識して来場して頂けたらと思う。

委員：入場料と同じは難しいかもしれないが、一人最低いくらかはどこかの団体に寄附を入れて欲しいと思っている。

事務局：市縁堂はプレゼンは大成功だった。寄附金については来場者120人が純粋に「ふらっ」と来て、活動紹介を見て、「良い」と思い寄附してくれば金額が少なくても大成功だ。しかし団体の関係者が寄附したというのでは不十分だ。

潜在的関心層の人たちに寄附意識があまり進まない日本文化の現状を踏まえれば、ある意味夢物語ではあるが、やはりその状況を大人が見せていかないと次の子供たちにつながらない。次は来場者を400人集めるとして、その400人はどんな人たちでどう集めるのか、戦略的にアプローチしなければならない。プレゼンした団体の関係者が来て寄附しても、それでは主催者としてのミッションは完遂できない。支援する人と活動する人を明確に分けることも必要なのかと思う。

委員：「お金をもらう」、「寄附をしてもらう」ためには、きちんとその価値があるということを伝えないといけない。しかしもう 1 つ大事な「寄附した人を満足させるコミュニケーション」がないために、まだ寄付への負担感が高いのではないかと思う。寄附はしたけれど、その後は何をしているのか、全く音沙汰なしということも少なくない。寄附した側から見ると NPO だけで報告が難しいのであれば、市縁堂という場を利用して、昨年の成果をきちんと知らせるとかが必要と思う。

委員：一つひとつの HP も新しいものをつくり、市縁堂も工夫をしていることなどとても頑張っており、きょうと NPO センターとの協働を実感した。やはり関心層をどれだけ本当に活動層につなげられるか、無関心層はともかく、潜在的関心層についてはさらに工夫の可能性があるのではないかという点で、皆さんの今日の意見を聞き、次回の報告も楽しみに聞かせていただきたい。

以上