

京都市市民活動総合センター平成28年度第3回 運営委員会 摘録

日 時：2017年3月17日（金）19：00～21：00

場 所：京都市市民活動総合センター ミーティングルーム

出 席：大石 尚子（龍谷大学政策学部 准教授） *五十音順、敬称略

河西 実（NPO法人フェア・プラス 事務局長）

神田 浩之（京都府府民生活部府民力推進課 課長）

小暮 宜雄（京都橘大学現代ビジネス学部 教授・学生部長）

杉本 星子（京都文教大学総合社会学部 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）

日下田貴政（京都新聞社 人事・法務部 部長代理）

福島 重典（京都御池税理士法人 代表・税理士）

森野 茂（アルファトラベル株式会社 代表）

欠席：有川 真理子（NPO法人環境市民 元事務局スタッフ）

可児 卓馬（公益財団法人京都地域創造基金 事務局長）

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）

高嶋 加代子（NPO法人京都コミュニティ放送 企画室長）

牧村 雅史（京都市文化市民局 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

京都市山科青少年活動センター チーフユースワーカー）

■次第

(1) 主催挨拶

(2) 座長挨拶

(3) 事 案

① 平成28年度 事業報告概要について

・事業全体

・市縁堂 2016 実施からの課題と展望

② 平成29年度 事業計画について

・平成29年度事業方針と事業計画（案）

③ 「ほっとかない」環境づくりのために必要な視点や取り組みについての意見
交換

(4) その他

・委員任期について

<市縁堂の実施報告について>

事務局より、資料2および「市縁堂報告書」にもとづき、実行委員会での振り返りも踏まえて、実施概要と結果について報告した。

(委員から)

- ・ 来場者の属性は、やはり関係者が多かったようだ。広報の期間や方法の課題もあると思うが、関係者以外が来やすいように、中身を工夫する必要もあるのでは？
- ・ 各 NPO の応援者が来場する場合、自団体の発表が終わったら帰ってしまう。仕方ないとはいえ、何とか工夫できれば・・・。
- ・ 自分自身 NPO を運営する中で、NPO とはなにかという最初の段階を乗り越えて、さらに寄付という段階に進むのは現実的になかなか難しいと感じている。ポスターが目に入っても「関係ないわ」と思ってしまうこともある。
- ・ 中年女性を対象としたイベント企画をしている企業と団体の活動紹介スタイルについて話したところ、「勉強という感じを出すと人は来ない」と言っていた。一緒に食事をするとか、カジュアルな方法を考えたほうがよいそうだ。
- ・ どのような内容や見せ方が、自分に関係している、行ってみようという印象になるのだろうか。
- ・ 学生ボランティアの呼びかけは具体的にどのようにしたのか。学生の学びとしても取り入れられると思うので、来年度からより積極的によびかけをしてほしい。
- ・ クラウドファンディングとも連動させて、寄付に敏感な人たちに呼びかけるような工夫はあるか。寄付を集めるという視点だけでなく、市縁堂というものを広めるための方法としてクラウドファンディングを使うという試みをしてよいのではないか。
- ・ 市縁堂は、会場ですっと聞く&見ることのしんどさもある。プレゼン以外の時間をどう過ごしてもらうかの提案も必要。
- ・ 昨年の市縁堂出場の天若湖のプロジェクトと連動して、寄付つきツアー実施を検討している。2017年7月の実施にむけて準備中。
- ・ 来場者はプレゼン団体の関係者であっても、他の団体への関心が高まったり、プレゼンの仕方が参考になったというコメントもあり、出場団体同士の学びにもなっている。
- ・ 市縁堂は NPO にとってもよい場になっている。
- ・ 市縁堂に来た人が、そのあと NPO のイベントに参加するといったつながりがうまれていく可能性もある。
- ・ イベントでの集客は、魅力的なコンテンツでその先の見込み客をいかに作るかということも大切。
- ・ 講座や市縁堂の機会を通じたマーケティングを実践できると面白いのでは？

(事務局)

- ・ 来場者は一般の人をできるだけ呼びたいと思っていたが、なかなか広い集客にはつながらなかった。SNS などをもっと活用したり、ポスター類の掲示場所も公的な場所などではかなり行ったが、会場に足を運んでもらうことにはつながりにくかった。
- ・ 寄付額は、2015 年年度の 6 万 7 千円から 2016 年度は 20 万円超となった。

- ・学生ボランティアは、橘大学と文教大学に呼びかけをしていただいた。スタッフというよりは、参加者として来てもらっていた。今後は、学生にも実行委員会に入ってもらったりして事業を進めていくということも考えたいと思っている。
- ・市縁堂は、寄付を集めることももちろんだが、寄付をする人を育てる、増やすという意味と会場での寄付集めというスタイルから、クラウドファンディングとの接点を見つけることが難しいと感じている。ただ、委員からの意見のように、市縁堂という名前を社会にどう浸透させていくかという観点での活用は考えられるかもしれない。
- ・市縁堂の目的は寄付文化の醸成というもの。その目的に向けて各回どのようなことを目標としてとらえ、目標達成のためにどのような工夫をしていくかを考えていく。一般の人たち、市民活動への寄付という文化に触れてもらう、知ってもらうための工夫を次年度にむけて進めていきたい。
- ・支援者育成事業としての市縁堂は、例えば毎月ゴルフに行っている人が、12月の市縁堂には必ず来て寄付をするというスタイルを作り上げあげていくことも大切。

<平成 28 年度事業の概要報告について>

- ・資料 1 にもとづいて、事務局から報告。
- ・リニューアルした Hotpot64 号を事務局より紹介した。
- ・カフェ等でも置いてもらいやすいようなサイズや内容に変更し、従来の「ちょっと活動している人、関心ある人」という対象層から、これをきっかけに社会課題に関心を持ってもらうような対象に設定しなおした。
- ・ポータルサイトは 9 月に大幅リニューアル。FB での発信、ポータルサイト情報シェア・拡散のためにフロア利用の PC 活用団体に協力を求めている。

(委員から)

- ・冊子タイプではなく、折タイプにしているのは、これが最近のトレンドだからか？また発行部数の変化は？
- ・芸術系では、最近はチラシとポスターを兼ねるような、大きめサイズのものも増えているが・・・
- ・内容は、大学などで話し合いの教材としても使えそう。
- ・毎回ひとつのテーマでつくっていったって、アーカイブ化していくという方法もよいのではないかと。社会課題をひとつずつ扱うのもよい。

(事務局)

- ・発行部数は 7500 部から 1 万部に増刷。
- ・冊子化はよりコストがかかることもあり、現在の折タイプで作成している。

<平成 29 年度事業方針と事業内容について>

- ・資料 5,6 に基づいて事務局より説明。
- ・第 3 期指定管理期間で重点とする 3 点に基づき、29 年度事業方針 5 つを設定している。内容は 28 年度事業から大きくは変わらないが、より充実させる方向になっている。

- ・講座のラインナップを大きくリニューアルした。初歩講座の一部を公開講座として、無関心層を対象とした講座を企画している。市民活動という切り口ではなく、チャリティコンサートといったもので集ってもらい、活動者というよりは市民活動の応援者になってもらうような仕掛けをしたい。
- ・出張講座等は内容を組みなおして、活動を始める人向けではなく支援者開拓になるようなものとして実施予定。
- ・フロア利用形態の変更も検討している。団体の過去のニューズレターやチラシをストックしているコーナーがある。この情報をアーカイブするなどしてスペースをあけ、たとえばギャラリー的な使用など、新しい利用形態を考えたいので、委員の皆さんからの意見やアイデアもいただきたい。

(委員より)

- ・公開講座はどんな人にきてもらうのか？以前は、ジャーナリストをよんだりしたこともあったが。
- ・ポータルサイトへのアクセスは、どういうルートでくるのか？
- ・ポータルサイトの助成金情報はとてもわかりやすい。

(事務局)

- ・公開講座のゲストは、みんなが知っていて社会のことを語っている若い世代の人などを考えている。
- ・チャリティコンサートは市縁堂とも連動した仕掛けにしたいと思っている。演奏する楽団に募金を集めてもらって、市縁堂出場団体に分配することも考えられる。
- ・ポータルサイトへは検索サイトで来られる方も多い。「しみセン」という言葉を知らない人がどういう言葉で検索をしているかを含めた検証も実施中。

(委員より)

- ・JCなども有名人をよんだ講演会を実施していて、それは300人くらいのお客さんが来ている。
- ・名古屋では、フェアトレードのファッションショーなどがある。初歩講座として、そうした「講座」でないものの用意するとよいのでは。
- ・出張講座は、企業向けにも実施したらどうか？社内向けの研修のネタを探している。企業としてもCSRを進めていく必要があり、「社員も社会貢献をしましょう」、その連携としてNPOが最適という言い方もできる。NPOとの連携で評価を上げている企業の事例も紹介したりするとよいのではないか。企業のニーズに合わせた団体のコーディネートを実施したり、社員の社会貢献の第一歩を市縁堂に設定するなどできるのでは？企業は研修にも結構な費用をあてているので、その費用を市縁堂で寄付してもらいなどもできるかもしれない。
- ・ある企業では、40歳以上になると仕事以外の活動について考えるクラブに強制的に入らされる。
- ・定年退職者を社会で活用し、活躍してもらうために、地域に出ていくためのコーディネートをしてほしいというニーズは企業から聞いたことがある。

<「ほっとかない」環境づくりのために必要な視点や取り組みについての意見交換>

(事務局)

- ・今後の NPO/市民活動支援のために、どのような視点や機能が必要か、また、平成 30 年にある次期指定管理の申請にむけた仕様提案という視点から、公設の施設としてどのようなあり方が望ましいかを検討するにあたって、意見交換を行いたい。

(意見交換)

- ・農村地域で活動しているが、人材育成の観点からマネジメント力の向上や強化を図ろうとするが、担い手が高齢者しているなど、リソースが限られているなかで現実的には難しい。日本では、NPO にマネジメント機能を持たせることに苦労している。思い切って、個々の NPO がマネジメント機能を持つことを期待せず、その機能をしみセンのようなところに集中させるということで、市民活動を支えるというあり方も考えられるのかもしれない。もちろん本来的には、各団体が担うべきところではあるが、活動の部分に集中して他が回らない状況はある。ボランティアコーディネーター一つとってもむずかしさを感じる団体もある。助成金や補助金を受けて、特産品を作ることはできても、その普及拡大や補助金等以外のマネタイズを考えたりということができない。企業ですら、市場化には大変な苦労をしているのに、NPO が単独でそうしたことを担うのは非常に難しい。
- ・こども食堂の運営の背景の一部には、食べ物屋さんが生き残りをかけてやっているというケースもあったりする。社会的なことをするのに、NPO だけでやるのではなく、地域の企業のいろんな事情も組み合わせて実施してもよいはず。
- ・農村と流通をやっている中小企業を組み合わせ、共同ビジネスとしてのアライアンスで行うことも考えられる。NPO と中小企業のつなぎ方が大切。
- ・「インパクトハブ」という考え方があり、コンサルティング、インキュベーション、シンクタンク機能を合わせてもつ、イギリス発祥のソーシャル機能。かならずキッチンがあって、集まった人たちが食べたり飲んだりする場面が設定されている。しみセンでの飲食が可能であれば、そうした場面の試みもしてみてもどうか。
- ・食があることは大事。獣害対策のお肉のステーキや NPO がつくった日本酒なども取り入れた交流は、社会課題や NPO につながっていく可能性があるのでは。

(事務局)

- ・この 20 年は市民活動のプレーヤーを育てることに注力してきたが、これからはそれに加えて、プレーヤーを支える仕組みをつくる取り組みにもウイェイトを置いていきたい。

以上