

地域・社会貢献フォーラム 2021

# カワサキコネクト

KAWASAKI CONNECT

開催報告

2021年12月11日(土)14:00~17:15 | 川崎市総合自治会館 大会議室



2022年3月

川崎市

## ■ 第1部:活動のヒントがゴロゴロ 活動事例紹介



### NPO 法人幸区盛り上げ隊 隊長(理事長) 倉林 智美さん

#### 立ち上げの経緯

倉林さんが個人で活動され始めたときに、幸区が他の区と比べて、子育てママ向けのイベントやセミナー、またそれらを開催できる場所やサークルが少なかったと感じたこと、そして地元である幸区を盛り上げたいという思いから「幸区盛り上げ隊」を設立された。

#### 幸区盛り上げ隊の5つの事業

大きく「ママへの発信」と「区内外への発信」という2つを柱としながら、5つの事業に取り組まれている。

- ・子連れで参加できるイベントの企画運営: ママがリフレッシュできる場として、ベビーマッサージやおねんねフォト、お誕生日撮影会など様々なイベントを開催。コロナ禍では対面のイベントに加えて、オンラインも活用していた。
- ・ハンドメイドマルシェの開催: ハンドメイドのママ作家による商品販売やワークショップなどを実施。活躍するママさんへ場所の提供をしている。
- ・幸区にゃんだふる通信の発行: 幸区の魅力を発信する情報誌。現在は2万8千部発行し、区内外で配布。
- ・地元飲食店とのコラボ商品の販売: 新岩城菓子舗さんと「さいわいにゃんどら」、T.T BREWERYさんと「幸盛ビール」、カフェデニムさんと「カフェインレスにゃんコーヒー」を販売。地元のお店とのつながりを活かしながら幸区を盛り上げている。
- ・kirakira 親子カフェ幸盛 HOUSEの経営: 2021年5月にオープンしたママたちの居場所。地域のコミュニティスペースとして、キッズスペース付きカフェとイベントレンタルスペースがある。

#### 幸区にゃんだふる通信発行への思いと継続

幸区にゃんだふる通信では、幸区の楽しい情報やためになる情報を掲載。「幸区見所案内」「今昔物語」「4コマ漫画」など

様々なコーナーを設け、掲載内容に応じて幅広い読者層からの人気を得ている。そして、毎号誌面には盛り上げ隊の広報部長の「さいわいにゃん」を掲載。幸区の形から生まれたオリジナルキャラクターで、老若男女を問わず愛される団体でありたいという思いも込められている。また、「にゃんだふる通信を一家に一冊置いておいて欲しいという思いから、少し厚めの紙質にしている特徴がある。

にゃんだふる通信発行の大変なこととして、「発信し続ける継続の難しさ」がある。発信する内容は魅力がたくさんあるためアイデアは豊富に浮かぶが、紙質とデザインを維持するための資金が必要で、協賛枠を設けながら、毎回ギリギリで発行している。企業の他にも個人の方や団体からも協力があり、発行できている。

#### kirakira 親子カフェ幸盛 HOUSE という場の運営

みんなの笑顔が溢れる温かい家として、ママと子どもが一緒に気軽に来られるカフェであり、地域の方が集うコミュニティスペースとしての場所を運営。幸区内唯一の親子カフェを引き継ぎ、幸区盛り上げ隊の拠点としてもイベントを実施するなど発信をしている。家賃や光熱費など継続資金が課題だが、メンバーの協力や地域の方の声で運営できている。

#### 今後の活動と大切にしたいこと

今ある事業の継続とともに、たくさんの方に団体を知ってもらい、幸区を皆さんと一緒に盛り上げたい。行政、企業、地域の施設や飲食店、地域団体などいろんな方たちとつながることによって今以上の発信ができたり、イベントができたり、楽しさも倍増する。幸区がたくさんの人たちに愛される街になるように、そして心から楽しめる、笑顔になれる場所になるように、いろいろな活動を通してみなさんが笑顔になれる場所をつくって行きたい。

## ■ 第2部:効果的なメッセージの発信についてのコーチング



### 日本ファンドレイジング協会 認定講師 浅井美絵さん

#### ファンドレイジングとはなにか

NPO や非営利団体などの公益的な事業をしている活動団体のためのお金を集める「資金調達」。また、お金だけではなく、仲間を集める、支援を集める、共感を集めるということも大切になっている。日本ではファン(楽しさ・応援)の度合いを上げるという「ファン度」という表現も、ファンを増やすことの大切さも合わせて伝えて活動している。

#### ファンドレイジング(資金調達)を行う前に考えること・整理すること

社会課題を解決したり、新しい価値を創造したりなど、団体のミッションを達成するためには、個人や家族単位ではなく、**たくさんの人を巻き込んで解決していく**必要がある。目指す未来へ向かうための団体が車とするならば、車輪は寄付をはじめとするお金とボランティアや会員などの人になる。そして前に進むためのエンジンとなるのが、社会課題の解決(ミッション)、車の向かう先である理想の未来(団体のビジョン)。同じ車に乗りたくなるように、**関心のある人、企業、地域の人、連携したい団体など相手に合わせて情報を伝え、共感や仲間を増やしていくことが大切**である。

#### 共感力のメッセージを高めて発信するポイント

- ①アテンション:共感を得るための発信の工夫としては、キャッチコピーや写真、アイキャッチなど
- ②チェンジ:団体がもつ解決策や過去に起こした変化など
- ③トラスト:信頼を得られるような専門性や活動歴など
- ④イマジネーション:活動に参加した人、受益を受けた人がどう変化したのか、そのストーリーなど
- ⑤オンリーワン:自分たちの団体だけの強みや特徴など。単体ではなく掛け合わせによるものでも良い。
- ⑥ネットワーク:同じ思いを持つ人たちとのつながりなど

#### 支援者との関係構築へ

**ドナーピラミッド**という図は支援者との関係を表し、ピラミッド(寄付や支援のレベル、ファン度)の階段をいかに上がってもらうかを検討する際に用いる。支援者の人はこの階段を勝手に上がるわけではなく、上がるための以下の**仕掛けをする必要**がある。一度ではなく**毎回発信**する。

- ①知ってもらうこと:まずは団体や活動・社会課題を知ってもらう
- ②関わってもらうこと:資料請求やイベント、動画、事務所見学など、どんな人がどんな思いで活動しているのかを触れてもらう機会をつくる
- ③頼むこと:会員募集や寄付などのお願いをする

#### 継続した支援者へ

寄付をして良かったと思える瞬間をつくるためには、感謝を伝えることが大切。折に触れて連絡をすることで、団体を思い出してもらったり、活動の報告や成果を共有できたり、合わせて寄付のお願いをすることができる。感謝と報告を絶やさないようにする。支援者の存在が大切であることを伝え続けることで、何かをつなげたり、相談しあえる関係性をつくっていくことが重要。

#### 団体の活動を発信するときに

支援者とのコミュニケーションの機会を増やすために、SNSやHPなどのオンラインツールや紙媒体があるが、支援者の年代などを考慮しながらつくっていくことも大切になってくる。他にもイベント開催など、参加できるものもあれば良い。

団体の活動を発信するときには、言葉以外でもデザインやイメージを味方につけながら、非言語であるカラー、カタチ、雰囲気なども統一していくことで印象に残りやすい発信をすることができる。

## プロジェクトサイトの作り方

# ■ ウィッシュツリーにお寄せいただいた、ご意見のまとめ

これからのアクション（イマの活動への思い、あなたの望むミライ）やイベントの意見・感想などを付箋に書いて貼り出そう！



## ■ 集合写真



登壇者および参加者との記念撮影