

社会にイノベーションを起こすNPOの広報を支援 「プロボノ・ボランティア」が活躍

日本のNPO・NGOの「自分たちの活動を伝えたい」を支援するプロボノ・ボランティア集団がある。NPO法人NPOコミュニケーション支援機構(a-con、以下a-con)は、株式会社損保ジャパンが行う環境NPO・NGOへの大学生インターン派遣制度に参加したOBが「NPOのコミュニケーションについて考えよう」と2007年に始めた勉強会がきっかけだ。「どうしたらNPOの活動がもつと社会に伝わっていくのか」を議論していく中で、実際にアクションを起こそうとなり、

付き合いのあったJUN(樹恩) NETWORKに打診。08年にWEBサイト作成のサポートをした。「団体の顔となるロゴのリニューアルには、約200人に印象調査を実施。外部の視点を取り入れたことが、NPOの世界ではまだ珍しく話題になりました」と、設立メンバーの一人である加形(かがた) 拓也代表は當時を振り返る。

シャンティ国際ボランティア会やキズキ、CFE Japanなどこれまでの支援団体は30団体に上る。WEBサイト作成やイベント企画、D

M発送など広報領域の全てをカバーする。支援を受けたい団体から相談があると、まず広報プランニングの専門家と、団体が抱える課題やその解決のためにすべき広報を1カ月かけて話し合う。「誰に何をどう伝えるのか」を明確にした後、実際に制作する広報ツールを決め、ボランティアを募り、サポートが始まる。実施期間は約半年、ツール制作のコスト以外はかからない。「NGO・NPOからの依頼で一番多いのが、自主財源を増やしたいというもの。いくら増やすのか、その数を達成するた

めに何人にどんなアプローチをするのか、そもそもターゲットは誰なのかまでブレイクダウンしている団体は少ない」と加形さんは指摘する。

2012年に支援を行ったシエラ「国際保健協力市民の会(以下、シエラ)」の場合、まず台東区で国際協力を行う老舗NGOという組織像を設定。こういう地道な活動を粋に感じる同区シニア層に協力を呼び掛けていく方針を出した。その「場」は直接話ができる地元でのイベント。シニア層が興味を持ちそうなサテライトイベントから、代表の本田徹さんの講演会などのコアイベントへ誘導

し会員へ入会というステップを用意。それぞれにKPI(目標の達成度合いを計る定量的な指標)を設置し、PDCAで回す戦略をつくった。シエラの広報担当の飯澤幸世さんは、「これまで接点のなかった人とのつながりやチームでつくり上げる充実感、現状から課題を解決していく手法など、出会いと学びが多く非常に楽しかった。ノウハウはシエアなりの形に変えて引き継がれている。ビジネスライクなサポートと違うのがa-conさんのよさ。NPOの肌感に合うところがあるのでは」と評価する。

a-conのボランティアメンバーは現在約300名。同時並行で行われる4〜5つの支援に、それぞれ3〜8名のメンバーが参加する。参加者の約8割は社会人。WEB制作やデザイン、広告知識など専門技術を

持つ人も多いが、「大事なのは姿勢」と加形さん。普段ビジネスで仕事をしている社会人が非営利団体をボランティアでサポートすることは簡単なことではない。「メンバーと団体が共に課題を解決していく経験の蓄積が、業界の広報の向上につながる。メンバーには、対話して一緒に考えらいたい。そこに社会課題があればすぐに着手できるNPO・NGOは社会にイノベーションを起こす存在。そういう方々とお仕事をさせていただく中で生まれるものは必ずある」。では、NPO・NGOは何をすべきか? 「社会にどういう価値を提供しようとしているのかを教えてください。現場での活動の先に何があるのか。これがないと、今さまざまな社会課題解決を行う人びとがいる中で、伝わっていかない」。



加形拓也さん。損保ジャパンの学生インターン派遣制度では、地球の友と歩む会/LIFEで広報を担当。普段は、広告会社で企業の広告を担当する