

NPOワンポイントアドバイス!!

~団体のやるべきことを知るコツ~

NPOは、様々な原因で動きが鈍くなりますが、中でも、「何をすべきか?」を団体自身が知らなかつたり、メンバーや支援者で共有できていない場合、団体の活動は停滞してしまいます。そこで、団体のやるべきことを知るためのコツをお伝えします。

●ニーズを絞り込んで、活動につなげよう!

NPOの基本は、「対象とする課題(ニーズ)」に対して「改善された状態(目標)」を設定し、それに向けて活動していくことです。これが、「ニーズの絞り込み」です。しかし、多くの団体は「ニーズの絞り込み」ができていないため、ニーズに応じることができず、結果、市民から支持を得られなくなったりメンバー自身のモチベーションが低下したりします。

自分達の団体が解決したい課題と解決後の理想の姿を知ることで、ニーズを絞り込み、それを常に確認しながら活動していくことが必要です。

●「使用前」—「使用後」を書いてみる。

よく雑誌などで見る、「使用前—使用後」広告を真似てみましょう。

「使用前」の悩める姿と、商品やサービスを使用することで素晴らしい効果があった後の姿が並んでいるお馴染みのあの広告です。

広告に登場する方は、氏名・年齢・職業等の個人情報が詳しく紹介され、例えばダイエット商品なら「写真に写るのが嫌だった体重〇〇…時代の私(〇歳〇ヶ月)」といった様に具体的な課題が、商品情報とともに記されています。

そこで「使用前」として、あなたの団体も、団体自身のことや取り組んでいる課題について、できるだけ具体的に書き出してみてください。そして、そのうえで、「使用後」として、団体が活動した結果どのような成果が上がるのかを書き出してみます。

その時、ただ文章だけで書くのではなく、商品広告風にイラストや写真、魅力的なキャッチコピー等も取り入れ、誰が見ても分かりやすいものを創ることがポイントです。A1くらいの大きさにして、会議の時や団体の活動の際に見えやすいところに掲示しておくと、支援者やメンバー内の意識共有も進みます。

参考

◆IIHOE【人と組織と地球のための国際研究所】発行
◆『NPOマネジメント』

相談希望の方は、
まちセンへ。



センター長のつぶやき

まちづくりセンター センター長 丸藤 競

「あなたのこれまでの人生で、最も『琴線にふれた』ことはなんですか?」
とある講座の席上、講師からこんな質問が出されました。48年も生きているのだから、それなりに色んなこともあります。しかしあとの前で話すとなるとかなり照れくさく、困るものですね。

そもそも、人はどんな時に『琴線にふれる』のでしょうか?文化庁のホームページによると、「心の奥に秘められた感

じやすい心情を刺激して、感動や共感を与えること」となってます。実は、「感動と共感」というのはまちづくりにとって大切なキーワード。多くの人が、「感動と共感」を切っ掛けに活動を始めているからです。

ところが最近、『琴線にふれる』を「怒りを買ってしまうこと」と誤って解釈している人が増えているそうです。「逆鱗にふれる」と混同している人も多いのだそうです。

「感動や共感」と「怒り」。どちらが多くある街に住みたいですか?

もちろん、答えは決まっています。

本来の意味通りの『琴線にふれること』を、皆さんと一緒にたくさんつくっていくことができれば、一番の幸せです。

ところで、私の『琴線にふれた』ことは何?それは…またの機会にでも。(やはり、照れくさいので)