



平成 26 年度中央区地域活動協議会活性化セミナー

# 地域の輪を広げましょう！

『企業との交流』『広報の充実』（記録集）

平成26年8月25日（月）主催／中央区まちづくりセンター 大阪市中央区役所



この度、去る3月の「地域とマンションとの豊かなコミュニティづくりに向けて」につづく、地域活動協議会の課題について考えるセミナーの第2弾として、「地域の輪を広げましょう！～『企業との交流』『広報の充実』～」を開催しました。今回は、各地域活動協議会でお聞きしている課題をもとに、「企業との交流」と「広報の充実」の2部構成とし、区内企業、地域役員、他区企業等、約40名にご参加いただきました。当日のアンケートでは、「地域活動について考えるよいきっかけとなった」「企業の中に社会貢献を望んでいる企業があることにまず驚いた」などの意見もあり、地域の輪を広げるヒントになったのではないのでしょうか。当日の概要について、以下にご紹介します。

## 第1部 企業と地域との交流、連携の輪を広げよう！

### 1. 社会貢献に積極的な区内企業からの取組み紹介

富士ゼロックス大阪株式会社 CS 向上推進課 石黒修さん

- 社会貢献活動に関心のある企業はたくさん

企業で働く人の中には、「社会のために何かをしたい」と思っている方がたくさんいます。しかし、社会貢献のやり方がわからない方が多いのです。

- 船場地域での多様なメンバーが参加するイベント「マルシェ」

大阪市は授産施設工賃が低いということを知り、船場地域のビルの公開空地で、授産品を販売するイベント“マルシェ”を企画。その後、コンサートを取り入れたり、夏の夕方に、ビアガーデンのようなふんいきも加え、季節感を取り入れるなど拡大し、近隣企業の社員、地域の方々が参加し、地域のイベントとして定着しつつあります。

- 社会貢献活動に取り組む「中央区フィランソロピー懇談会」

企業単独の活動ではなく、学校や NPO を巻き込みながら、区の社会福祉協議会が事務局の「中央区フ



イランソロピー懇談会（CFK）」の活動を行っています。CFK は地域密着型の活動について考え、実施することを主な目的としている団体で、東日本大震災の復興支援事業などを行い、次世代の中高生も巻き込んで活動しています。助け合いながらお互いの顔を知り、話をしてつながりをつむぐことが大切です。

## 2. 企業と地域をマッチングする取組みの紹介

NPO 法人サービスグラント 事務局 堀久仁子さん

### ● 気軽に取り入れられる「プロボノ」

“プロボノ”という言葉をご存じですか？企業や企業で働く人が、その技術を活かし、社会貢献を行うことです。

サービスグラントでは、より気軽に社会貢献ができるように、「今日だけ」「1ヶ月だけ」と個人でも企業単位でも参加しやすいしくみづくりを行っています。プロジェクトに携わった方は20～30代が多く、これまで17件のプロジェクトが解決、2年間で約100名が関わりました。それぞれが企業で培ったノウハウやスキルを活用して取組んでいます。1人では参加しにくいという方に、ぜひプロボノを取り入れていただきたいと考えています。

### ● 地域活動協議会によるプロボノの活用事例

#### ① 「広報」

東成区、宝栄地域活動協議会では、フェイスブック（ホームページ）を立ち上げるプロジェクトを実施。インターネットで営業やマーケティングを行っている4名が参加。ブログとフェイスブックのどちらかを更新すれば連動するしくみで、情報が届きにくかった30～40代に情報が届くようになりました。

#### ② 「会館の活性化」

港区、磯路地域活動協議会では、老人憩いの家の活性化のため、新しい活用方法を考えるプロジェクトを実施。地域内で活動の整理ができたとの意見も。会館名をやわらかく印象を変えるため、「イソップ」という愛称が生まれました。その他にも、1日だけでも何かお手伝いできるしくみをと、「プロボノワンデイチャレンジ」として、地活協の新しいロゴマークを作成するなどの活動も行われました。

#### ③ 「翻訳」

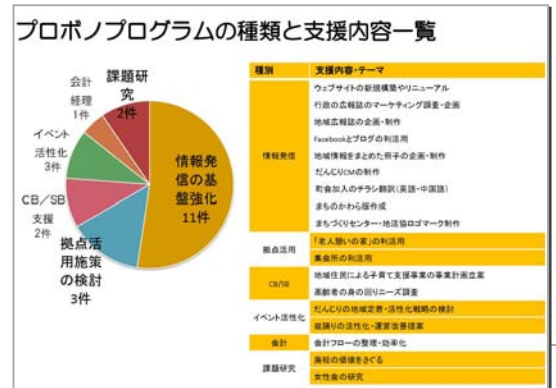
城東区・森之宮では、外国籍の方が多い地域事情から、自治会の加入案内を中国語、英語に翻訳する、「1日外国語翻訳」を実施。

### Q 情報やつながりがあるのは中央区内の企業だけでしょうか？

石黒さん 対象は中央区内としていますが、区外でも一緒にやっていきたいと考えています。

### Q 石黒さんの個人的なネットワークが強いと感じたのですが。

石黒さん 「こんなことをやってみたい」と思うと、トイレで社長に会ったときこっそりつぶやいてみる。社会貢献したいと思っても、方法がわからない方も多く、気持ちが表に現れない場合もあります。そんな熱い思いをもった方といかに仲間になるかが大切です。



### 東成区・宝栄「Facebookとブログを最大活用！」プロジェクト



### Q 地域活動を若い方に伝える方法、担い手不足が課題です。企業が参加することで地域活動に新しい視点が加わるとよいと考えます。具体的にプロボノを進めるにはどうすればよいですか？



堀さん プロボノは年間3回の申請時期を設けていて、イベント的に地域のチラシを1日で作るといった簡単なプログラムもあります。地域と関わるきっかけのなかった方がふらっと入ってくる場合もあると思います。

### Q 中央区内でプロボノに参画する企業は多いのですか？

堀さん 監査法人や、運輸系の企業でマッチングできている事例があります。中央区は本社が集まっていて、自分を生かしたいという人が多いですね。

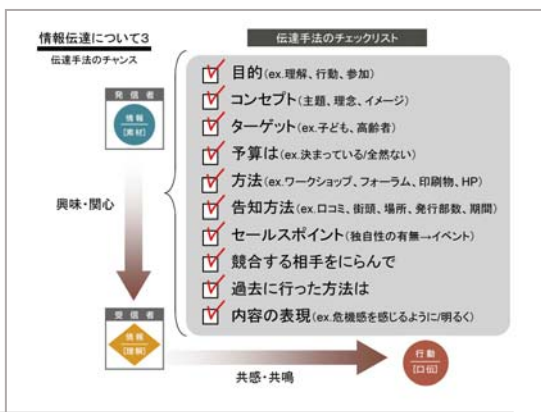
## 第2部 効果的、効率的な広報で地域活動への参加者を増やそう！

### 3. デザイナーが教える“情報伝達”のコツ！

株式会社バード・デザインハウス 鳥山大樹さん

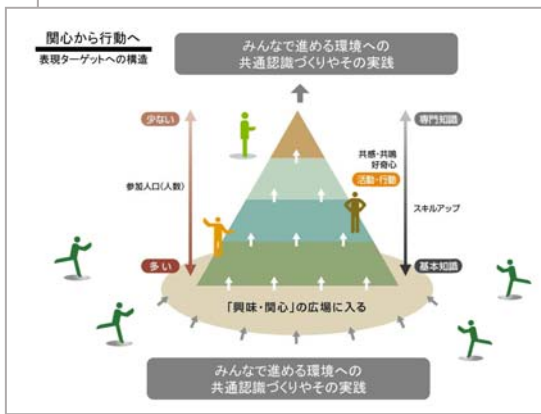
#### ● 受け止められてはじめて「情報」に

情報は受け止めてもらってはじめて情報になります。届けたい相手をよく考えて、ターゲットを設定し、デザインをしなければいけません。情報を受け止めてもらうには興味と関心が大切です。



#### ● 「伝達手法のチェックリスト」で確認

- ① **目的。** なんのために情報発信をするのかを明確にします。そのため、例えば発行部数から考えるのも要素の1つです。
- ② **コンセプト。** 理念という固い言葉で訳すのではなく、コンセプトを「夢やまなざし」と言い換えてそれが届くよう表現を考えます。
- ③ **ターゲット。** 例えば「ぬれおかき」は、歯が無くなったおじいちゃんにおかきを食べさせたいところから生まれたもの。ターゲットを絞り込むことができれば情報が伝達されます。
- ④ **予算。** 予算はあっても、なくても同一線上の条件です。その中での工夫が情報伝達の基本です。
- ⑤ **告知方法。** 単に印刷物ということだけでなく、口コミ、ホームページなど、どれがターゲットの属性に合っているかを選択することが肝要です。
- ⑥ **競合する相手をにらんで。** 百貨店に勤めていたころ、ライバル百貨店とどこが違うのかを探していました。
- ⑦ **過去に行った方法は。** 気になったもの、成功したものや、逆に失敗したものから方法や表現を見つけます。



⑧ **内容の表現。** 「内容の表現。例えば「危機感をあおる」「若々しいカワイイ表現」など、具体的表現の方向性を考えます。

参加を呼びかけ、実際に活動してもらうためには、まずは興味を持ってもらうことから始まります。それを積み重ね共感を得て行動してもらうことにつながっていきます。そのためには、多面的に興味を持つ表現や企画を考え、受け入れる底辺を広くすることが必要です。

情報素材を料理する場合は、1.目立つこと、2.次に理解できること、3.ファンになる、という順番で人々の関心を得ていきます。よって、いきなり旧来の取扱説明書のような表現をするのではなく、興味をひく表現を心掛けなければなりません。

## ● チラシ、ホームページ、ブログを用いた広報の工夫

情報伝達方法として、ポスターチラシ、グッズ、ホームページやブログ、イベントなどがあります。例えば、手配りのチラシは女性であれば手にとってもらいやすく、カバンに入れやすいサイズにすることを条件に入れて考えます。

最近では、インターネットは情報発信のツールとして必須です。上手に作り込んだものより、頻繁に情報更新をするもののほうがアクセス率は高くなっています。

フェイスブックは口コミの変形ですので、ぜひ活用するツールだと考えます。

## 取組 4. 地活協における広報強化の取組み紹介

大阪市中央区まちづくりセンター 大森淳平さん

### ● 少しの工夫でよりよい広報に

平成 25 年に実施したアンケートによると、地域にお住まいの方で、地域の行事・活動を知らない人が多く、今後できることであれば参加・協力したいという人も多くいらっしゃいます。より多くの方に参加してもらい、担い手を増やしていくために、まずは情報を届けることも大切になります。まちづくりセンターでは、チラシ・ポスター作成などのお手伝いをさせていただいていますが、無料のイラスト素材などを活用して、来てほしい世代に伝わるようにデザインを工夫しています。また、地活協を紹介リーフレットの作成、各町会でマンション組合に働きかけポスター掲示やマンション住民へのチラシ配布、ホームページや Twitter、Facebook の活用、掲示板の増設など、それぞれの地域が広報について地域の状況に応じた取組みが進められつつあります。まちづくりセンターもホームページを開設しましたが、比較的簡単に更新できます。

### ● 広報の体制について考えてみましょう

地域の方から、「だれがするの?」「広報担当に負荷がかかる」といった声がよく聞かれます。他区では広報のスキルアップ講座を開催して人材を増やすといった取り組みをしている地域もあります。地域内の PTA 世代や、企業の広報担当や NPO など、中央区内にいる豊富な人材、さまざまな団体等との連携、協力することも考えられます。また、中央区で毎月発行される「広報ちゅうおう」では地活協のイベント告知欄が設けられています。中央区内の住民等に全戸配布されていますので、ぜひご活用ください。



## 第3部 個別相談会

個別相談会では、企業との連携をめざして、これまでに行ってきた既存の食事会の場に企業によるボランティア活動を取り入れることから徐々に企業との連携をはじめようと、新たなアイデアが生まれました。

### 「まちセン」までご相談ください！

まちづくりセンターでは企業と地域との連携に向けてひきつづき、お手伝いしていきたいと考えています。経過については、まちセンニュース等でご報告します。

他にも、セミナーや企業連携、広報に関する取組みについてお問い合わせがありましたら、

**「中央区まちづくりセンター」までお気軽にご相談ください。**

この記録に関する内容、問合せは中央区まちづくりセンター 中央区役所 6階（電話 / 06-4708-8183）