

ボランティア情報

[volunteer_information]

2012
JUNE

6

VOL.421

平成24年6月1日発行 毎月1回1日発行



「ふみだす生活サポートセンター」相談員の水嶋いづみさん

特集

手がるに広がる繋がる ネット広報活用術

02

Contents

ホントは身近なボランティア 千葉県千葉市若葉区 加曾利地区部会	06
突撃訪問! 隣のコーディネーター (翻訳コーディネーター)	
帰ってきた! あるある質問コーナー	07
保険の広場 つながって広げ続けよう! 事務局だより	08



ふくしまけん ふくしまし
福島県福島市

今月の鼓動

福島県福島市

「ふみだす生活サポートセンター」

明日への一歩をふみだす県民を 広範に支える相談窓口

「福島県で被災した方々の、明日への一歩をふみだすお手伝いをしたい」と話すのは、福島市内で「ふみだす生活サポートセンター」の相談員として活躍する、水嶋いづみさん。

東日本大震災から一年以上が過ぎ、避難している方のお悩みも徐々に変わってきているとか。一見、日常生活が戻ってきているように見える一方、放射能の不安を払しょくできず、これからでも避難したいと考えている人、支援したいが福島の情報がないと問い合わせにくる支援団体、避難先で新たなつながりを求めるグループ、など多様です。

「福島の相談窓口を求める様々な立場の方からの情報ニーズに丁寧に対応してきている」と水嶋さん。

「福島で生活を続ける方も避難した方も、自分で選んだ生き方に自信を持って前を向いて生きていけるように応援したい」と力強く語っていました。

●取材日/2012年6月14日

一般社団法人
ふくしま連携復興センター
「ふみだす生活サポートセンター」
<http://fis.f-renpuku.org/>

震災後の生活全般、福島県内外への避難、保養、原発事故損害賠償、福島への帰還など、様々な相談を受け付けている。
●相談電話 024-573-2731
(水・日・祝日を除く10:00~18:00受付)

●ファックス 024-573-2733 (24時間受付)
●メール info@fis.f-renpuku.com (24時間受付)

特集

手がるに 広がる繋がる

～ネット広報活用術～



社協職員やボランティア団体
スタッフが自分の顔と言葉で
伝えることが大切です

認定特定非営利活動法人 よしだけんじ
日本NPOセンター 企画主任 **吉田 建治さん**

Q

フェイスブックとか
ツイッターとか、
よく分かりません。
簡単におしえてください。

A まず、フェイスブック、ツイッター、
ブログ、ホームページ、ユーチューブ、ソー
シャルネットワーキングサービスなどの
特徴について、整理してみましょう。
これらは全て、インターネットでの情報発
信手段です。いわゆる「ホームページ」が普
及した後、大きな転機となったのがブログ
の登場です。ブログを無料で提供する
サービスがたくさんできて、専門的な知識
がなくてもウェブサイトを持てるようにな
りました。また、「コメント機能」によって、
こちらから発信した情報に対し、全く知ら
ない人からも反応をもらえるようになりました。
それを文章ではなく動画でできるのが
ユーチューブ YouTubeです。これまでマスメディア中

心だった情報発信が、個人でもできるよ
うになった大転換でした。

ここ数年、注目を集めているのがSNS
(ソーシャルネットワーキングサービス)
です。代表的なものは、Facebook、mixiフェイスブック ミクシイで
す。従来のインターネット上の情報発信
手段と比べて、SNSは会員制であること
が多く、より「人と人とのつながり」を意識
したサービスになっています。SNSに参
加するには、それぞれが名前などの個人
情報を登録します。特定された「個人」と
して考えを書き込んだり、メッセージを
送ったりするので、対面しているときに
近いコミュニケーションがしやすい環境
になっています。

社協・ボランティアグル
ープの活動の広報に、SNS
は有効だと思えますか？

A 社協やNPO、ボランティアグル
ープなどの市民活動団体の情報は、往々に
して地域内限定であったり、その活動テ
ーマに直接関係がある人にしか関心を持っ
てもらえない情報であることが多いです。
必然的に、マスメディアでとり上げてもら
える機会が少なくなるため、自前のメデ
ィアを持つことには大きな意味があります。
自分たちの言葉で直接活動への思いや意
義を発信することは、市民活動団体とっ
てすごく重要なのではないのでしょうか。

さらに、社会福祉に関する現場の奮闘
や課題を発信することで、これまで自分
たちと接点がなかった福祉関係者や、関心
を持たれていなかった方に対して、そうし
た議論や活動に参加する機会を作ること
ができる、そんな可能性も秘めていると思
います。実際に使ってみたら、時には厳し
いコメントをもらうかもしれません。しか
し、厳しい言葉というのは期待の裏返しな
ので、それが表面化することは有意義です

セミナーやイベントの周知をしたい、ボランティアの募集をしたい、社協・ボラセンを知ってもらいたい、そんな時、どうしていますか。あなたの事務所にあるパソコンは、ただの事務処理の道具ではありません。インターネットを通じて、世界につながっています。ツイッターやフェイスブック、「難しそう…」と敬遠していませんか。うまく使えば、手軽に生の声を集め、こちらの顔を知ってもらう窓口になります。

し、そうした声に耳を傾けるのも重要だと思えます。

Q SNSを広報に使う際に、どんなことに注意すべきでしょうか？

A コミュニケーションはあくまでも個人と個人、人のつながりで成り立っています。組織としてアカウント(利用するときの名前)を持つと、発信者個人の「顔」が見えなくなりがちですが、「顔の見える発信」を心がけることで、コミュニケーションツールとしてのSNSの特徴が活きてきます。

そのためには組織としてガイドラインを設けるとともに、担当者個人の裁量がある程度認めることも大切になると思います。

組織のガイドラインは「これは発信してもいいが、これはダメ」等のルールですね。これまでのニュースレターや機関紙であれば上司にチェックしてもらえば、情報の線引きは保証されます。しかし、SNSの魅力は即時性と手軽さです。稟議に何日もかけていたら、情報の旬は過ぎてしまい、場合によっては、その話題はもう不要、なんてこともあるかもしれません。そのために事前にルールを作り、担当者の判断で自由に発信できる範囲を定めるのがいいでしょう。

担当者にとってもモラルが問われることになります。密なコミュニケーションが可能なので、目の前にあるのはパソコン

だとしても、相手への配慮が必要です。でも、実際の間人関係で、むやみに人を誹謗中傷したり、言葉をかけられて無視したり、個人情報や組織の機密情報を漏らしたりはしませんよね。それと同じことだと思います。

Q さまざまなツールを使いこなすコツで何でしょうか？

A 「赤い羽根『災害ボランティア・NPO活動サポート基金』(ボラサポ)」のFacebookページは参考になるのではないのでしょうか。担当者的名前や顔が公表されているわけではないのに、それぞれが自分の言葉で発信しているため、人間味が感じられます。寄せられたコメントに真摯に対応されていますし、問い合わせが多い事柄を

Q&Aとしてまとめられるなど、読み手とのコミュニケーションの中でプログラムが工夫されていくことが感じられます。

他には、各ツールを使い分けるのも大切だと思います。SNSやブログなどは双方向性や即時性、伝播力といった強みがありますが、構造上、時間とともに流れてしまうので、フローな発信に向くメディアと言えます。それに対して団体としての公式情報や議論の中でまとまった見解、実績などをストックしておくためのウェブサイトを持つことも重要だと思います。組織としての信頼を得るためには過去の情報を分かりやすく蓄積・公開することも大切です。

個人の発信と組織の発信、フロー情報の発信とストック情報の発信等、数多くある方法の中から、適切に組み合わせ、広報に活かしたいですね。

アナログな人のための用語解説

◎SNS=ソーシャル ネットワーキング サービス

…名前を登録して、インターネット上で人とコミュニケーションできるもの。団体でも登録可能。

代表的な例
 ☆Face book(フェイスブック)…近況を書いたり、メッセージをやりとりしたりできる。「フェイス」ブックというだけあって、多くの利用者が実名と顔写真を公開している。
 ☆Twitter(ツイッター)…140字以内で日常の何気ない出来事や思いを発信できる。いわゆる「つぶやき」。
 ☆その他のSNS…mixi(ミクシィ)、google+(グーグルプラス)、GREE(グリー)、モバゲータウン

◎ウェブサイト

…一般にホームページといわれるもの。

◎ブログ

…インターネット上の日記のようなもの。設定次第でコメントももらえる。

◎YouTube(ユーチューブ)

…誰でも動画を投稿できるウェブサイト。売り込みたい動画を載せたり、お気に入りのアイドルの動画を見たりできる。

HOME

プロフィール

友人リスト

日記

写真

コンテンツ

メッセージ



特集

手がるに広がる

自分のパーソナリティに
共感してもらえると
チャンスが広がります

高知県香美市社会福祉協議会
事務局長

とくひろ ひろくに
徳弘 博国さん

小さな発信から、大きな反響



住民座談会の様子

私がFacebookを使い始めたきっかけは、県内の社協間の日常的な活動を共有し合おうと高知県社協職員から誘われたことでした。そんな中、ある小さなケースへの対応を発信したことがSNSの持つ力を実感させてくれたのです。

地域の保健師から「山間部のひとり暮らし障害者の方が入院し、飼い犬が置き去りにされている。誰か飼ってくれる人に心当たりない？」と連絡がきました。私はその犬を旧知のボランティアに2か月間の約束で預かってもらうよう頼み、同時にFacebookで「子犬を飼っていただける方はいませんか？」と呼びかけたのです。

藁をも掴む思いで発信したやり取りに対し、一般の方から「社協ってそこまでしてくれるの？」「いい話だなあ。感動した！」「いいね！」等の反応を数多くいただきました。SNSは社協やボランティアセンターの活動を知ってもらい、共感を得るのに有効な手段ではないかとの思いを持ったのです。

パーソナリティを明かすことが コミュニケーション密度を高める

Facebookは簡単に投稿やコメントのやりとりができますので、私たちの活動の一端を情報発信し、意見交換するのにとても有効だと感じています。

私は、ボランティアセンターの地域での取り組みをはじめ、社協ゆえに寄せられる深刻な相談対応ケースなども積極的に投稿しています（もちろん個人情報等は伏せた上ですが）。徳弘博国が家庭人としてこんなことがあった、あるいはプライベートでも友人とあんなことがあったという出来事を発信しつつ、一方で大変な仕事の一端を明かすことで「共感」を得られるのだと思っています。

今回の特集が決まった際も、「私のこれまでの投稿を漢字一字で表すと？」という投稿を試してみたところ、「繋」「暖」「情」「知」「発」などのコメントをいただきました。私個人を暖かく支えてもらっていることや、私の投稿から社協やボランティアセンターの活動に共感をもって受け止めていただいていることが実感できました。

ソーシャルワーカーとしての徳弘博国や社協活動をご理解いただくためにFacebookはいまや不可欠な存在です。

「共感」から広がるネットワーク

社協やボランティアセンターの業務は、つながりやネットワークが強みになります。つながればつながるほど地域福祉力が高まるとも言えるでしょう。そういう意味では、ボランティアセンターは社協の「ソーシャルワーク機能のフロント」です。Facebookはメッセージ機能があるので、思いがけない相談やメッセージが来ることもあります。私の活動をFacebookで知ったファイナンシャル・プランナーの方から「あなたに協力したい」という申し出をいただいて、「障害児のライフプラン設計」というかたちで結実したこともあるんですよ。

情報発信だけではなく、「共感」から広がるネットワークはどこまで広がるのだろうかとうとワクワクしています。



徳弘さんのFacebook投稿より。

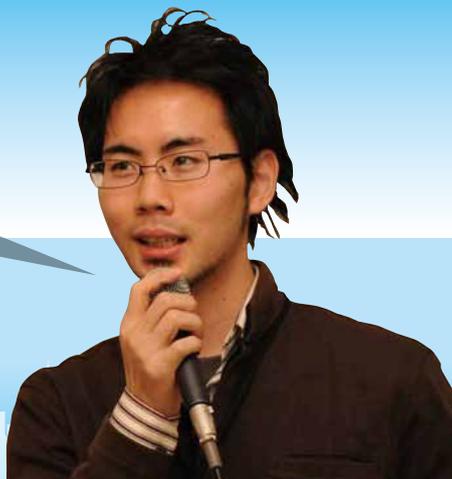
「高知の方、限定ですが……。緊急のお知らせ！SさんがいまからNHKの夕方の情報番組に出演されます。」

繋がる ～ネット広報活用術～

ソーシャルメディアを 組み合わせメッセージを 幅広く発信しています

特定非営利活動法人 ACE(エース)
啓発・広報担当

めす だ やす ひろ
召田 安宏さん



HOME

プロフィール

友人リスト

日記

写真

コンテンツ

メッセージ

対象者・目的に合わせた広報手段

「世界の子どもを児童労働から守りたい」。これが国際NGO ACE (エース)の活動目的です。子どもの権利が保障され、すべての子どもが希望を持って安心して暮らせる社会を実現するために児童労働の撤廃と予防に取り組んでいます。

ACEでは、児童労働問題の啓発のために、ソーシャルメディアの特性を活かした様々な情報発信をしています。

まず瞬間的な伝播力強いTwitter。これは2種類のアカウントを活用しています。1つは団体アカウントとしてイベントの開催やお知らせ、報告などを発信、もう1つでは、チョコレートの原料となるカカオ生産地における児童労働の問題を提起しています。

そして、文章ではなく動画で伝えられるYoutube。動画の扱いやすさに優れ、関連キーワードから同傾向の動画を自動的に紹介してくれるため、直接関心を持った人以外にも広がります。

また、mixiではコミュニティ(興味・関心別の利用者のグループ)を運営して、主に告知用に活用しています。Facebookページも同じように使用しています。

個人が発信する際は ガイドラインを意識

SNSは意外と固くなくて、とっつきやすいという利点があります。やる/やらないは個人の意思に委ねていますし、素性を明らかにして発信したい人も、仲間内だけで意見交



ACEが支援する地域の子どもたち ©ACE

換したい人も、その選択は自由です。

ただし、ACEという看板を背負って発言する際には、当組織のガイドラインに沿って使用してもらうようにしています。

ガイドラインといっても、厳密なものではありません。挑発的な発言をしない、団体を代表した発言をせず一個人としての意見を述べるなど、ごくあたりまえのことを明文化することによって共通の行動規範としています。

個人を信頼することで、 SNSを活性化

SNSは広報に大きな可能性を与えています。特にFacebookは実名で登録されている方が多いので、古くからの友人と再会することもあるでしょう。

そのような中で情報は伝播していきますので、すべての情報を管理できるわけではありません。スタッフを信頼し、ガイドラインに即した使い方をしてもらえればと思っています。

SNSと言えば個人の情報発信に目が行きがちですが、団体を代表するFacebookページや、団体アカウントで運営するTwitter等は、目的、テーマ、ターゲット、期待する効果、返信のルール、フォロー対応の基準等の項目を定めた運用ルール(ソーシャルメディアポリシー)をもとに責任者が運用しています。



ACEツイッター画面