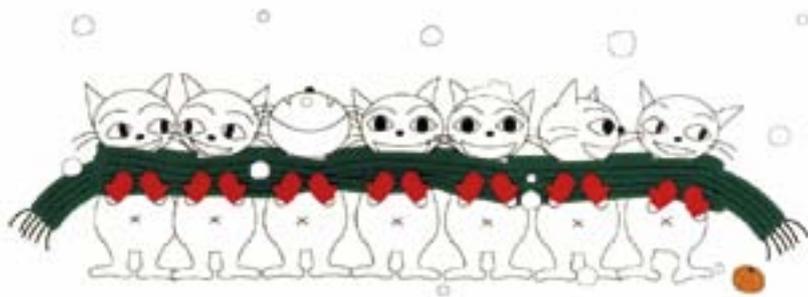


ボランティアの なかまを増やそう!



総論

ボランティア活動を始めた時の 想いを思い出しては

東京ボランティア・市民活動センターアドバイザー

安藤 雄太 さん



全 国各地にお邪魔すると、よく「会員を増やすにはどうしたらいいですか?」「会員が高齢化していて、若い人が入ってこないのですが、どうしたらいいですか?」と聞かれることがあります。誰もが簡単に答えが出せないのではないのでしょうか。

そ こで、もう一度よく考えてください。ボランティア活動を何のために始めたのか。誰もが先輩がやっているのを見たり、誘われたりしたりして、その活動が大切なことに共感したり、社会ニーズに疑問を感じながら活動を始めたかしてきているのではないのでしょうか。それがいつの間に組織を守ることに四苦八苦し、本来、活動をしてきたことの目的を見失っていないのでしょうか。会員を増やすことに目的化してはいないのでしょうか。今、活動をしていることの意義を多くの人に知ってもらうことは大切なことで

す。そのための工夫はしなければなりません。

事 例からも、広報やグループ運営についての工夫が見られます。親子会のように「子どものために」の活動を会員全体で行うことが楽しく、会員全体で企画することで連帯感を醸し出すなど、グループ運営での工夫は重要なことだといえます。

神栖市社会福祉協議会の事例では、窓口に来た相談からテーマを見つけることで地域課題と合致します。また職員みずから勉強会を楽しむことで負担がなく続けることができ、勉強会の後の食事会などをとおして地域のなかまを増やしていくことも大切だと思います。

ハンズオン!埼玉の事例では、父親にも理解してもらうために対象を明確にして「おとうさんのヤキイモタイム」を企画化する、それも身近な人

から声を掛ける、いわゆる口コミで大事な目的を伝えていくことではないのでしょうか。

な かが増えない、会員が高齢化しているという背景に、もしかしたら活動が重荷になっているのではないのでしょうか。活動が重荷になっているように見られたら、誰も共感してメンバーになることは、ないのではないのでしょうか。その場合は、一度、活動を振り返り、総括することも大事なことだと思います。また、今の活動と同じような活動が周辺が増えてきていけば、それはボランティア活動として広がりをもっていることであり、何も自分たちのグループが大きくなるのが目的ではないと思います。むしろ、同じような活動をする人たちやグループがたくさん増えていくことが、そもそもボランティア活動を始めた時の気持ちだったのではないのでしょうか。

事例 1

子育ての楽しさを伝え、 なかまを増やし継続して活動

碑文谷親子会 [東京都目黒区]

代表 ^{おおい さきこ} 大井 佐貴子 さん



碑文谷親子会は、昭和56(1981)年に発足した子育てサークルです。対象者は未就園児(自分で歩けるようになった乳幼児)とその保護者で、現在の会員は13組です。

毎週木曜日の午前10時30分から11時30分まで、住区センターを使用した室内遊び(工作、お絵描き)や、親子の料理教室、公園などでの外遊び、専門の講師によるリトミック(年6回)を行っており、対象の方であればどなたでも入っていただけます。

子どもが楽しむ姿を見るのが原動力

親子会の発足以来、30年になりますが、自然体で、負担がなく参加できることがこの会の魅力だと思います。私自身も、この会を見学した時に、すぐに入会したいと思う空気が、会のなかに流れていたのです。

会の対象が、入園までの短い子育て期間となるので、毎年人が入れ替わり、代表も1年で次に引き継いでしまうことが多く、ゆっくりと伝統を受け継ぐようなことはできません。しかし、会員のほとんどが育児前に仕事をしていることもあり、それぞれの得意分野で運動会係やパソコン係といった、誰もが何らかの役割を少しずつもち、「子どものために何ができるか?」「子どもが楽しんでいる姿を見たい」という目的のもと、会員同士の自然な連携が生まれ、それがこの会の活動の原動力になっています。母親たちが自分の子



ハロウィーンパーティでの絵本の読み聞かせ

どもも、他の子どもも同じように叱り、同じように可愛がり、子どものことをいちばんに考えて集まっているということで、結束力が固く、活動を継続しており、次の代表を決めることや引き継ぎも困ることがありません。

みんなが何かを手伝うことが普通になっており、例えば、調理実習でピザを作った時に、プロ並みにパンを研究されている方がいて、率先してプランを立ててくださると、他の方たちも各家庭の冷蔵庫のなかにあるものを少しずつ持ち寄って、「これでやりましょう」と意見がまとまります。

活動を手伝っている姿が、家族や周りからは楽しそうに見えるのだと思います。育児をしていると、手伝ってもらった時のありがたさが分かるので、お互いのできることはするという気持ちが芽生えてきます。

会員募集のPRについても主体的に協力

新たななかまを集めるためには、口コミがいちばん効果的で、それが母親たちのネットワーク力の強さだと思っています。会員が「こんなに楽しいのよ」ということをママ友だちに伝えて、その方が一度、見学に来てくださると、大半の方は入会します。

また、会員たちが自分の身近な場所で会員募集のポスターを貼ることのできる掲示板を探してきて、図書館や子どもたちが集まる児童館、スーパーマーケットなどに分担して貼るなど、各会員が主体的に協力しています。ネットの得意な方がいると、子育てネットワークのようところに配信できないかということを検討し、日ごろ目にする広告料無料の雑誌などにも、広報ができる場所には広報しています。

一方、公園などで活動していると、見ず知らずの方が「何の活動ですか?」

と問い掛けてきて、そこでまた、なかまが増えていくこともあります。

会員が減ることを心配して、代表経験者に相談すると、新たな方を紹介してくださる場合も少なくありません。

保護者にとってもリフレッシュの機会

親子会の活動には、毎月のようにイベントを入れており、季節の行事(お節句、運動会、ハロウィーンパーティ、クリスマス会等)や、お誕生会、消防署・警察署の見学など、保護者自身も楽しんでいます。

保護者同士が友達になっていくと、日常のちょっとしたことの相談ができ、母親にとってもリフレッシュの時間になっています。特に、夫の転勤などで、東京に来たばかりの母親は地域のなかの横のつながりががないため、会に入っただけで、一度にたくさんの友達ができることが魅力になっているようです。入会当初は、緊張していた会員が、活動を通して明るく積極的になっていく変化も見られます。



消防署の見学

みんなで子育ての「楽しさ」を伝えていきたい

長年お世話をしてくださる方がいると、どうしてもその方に甘えてしまい、一部の人だけに負担がかかってしまいますが、親子会では、「自分たちでなければ、誰もしてくれない」という共通認識の下で、前向きなつながりができて、主体的な活動になっています。

みんなが参加者となり、子どもたちに笑顔が生まれ、そして、母親たちも喜びを分かち合えるという、子育ての「楽しさ」を伝えることが、碑文谷親子会としての意義だと感じています。

今後も、楽しさを共有できるという呼び掛けによって、新たななかまを見つけ、主体的な参加を促すために、自分たちも楽しむことを大事にしていきたいと考えています。

事例2

勉強会をとおして、住民の意識の変化を促す

社会福祉法人 神栖市社会福祉協議会 [茨城県神栖市]

事務局長 ^{きつた まさる} 橘田 勝 さん



神栖市社会福祉協議会（以下、市社協）では、地域のさまざまな社会資源を活性化させて、生活のしづらさを感じている人たちの問題解決を図っていききたいとの思いから、平成9（1997）年度より毎月1回「地域ネットワーク勉強会」の取り組みを実施しています。

「地域ネットワーク勉強会」のきっかけと経緯

この勉強会は、医療も含めた福祉領域に存在する社会資源が、自分たちの役割を自覚し合いながら、取り組むべき課題にきちんと取り組むことで、解決できる問題はたくさんあるのではないかと。また、課題に取り組む支援者一人ひとりのモチベーションを基礎とする社会資源全体のムードの高まりが、地域福祉を高めていくのではないかとこの思いで実施してきました。

神栖市には、精神障害者の支援に関する社会資源が極めて少ないことや、発達障害児の早期発見から早期療育に向けた支援体制をいち早く構築しなければならないということが浮き彫りになったため、勉強会では特に、精神障害者と発達障害児の領域について、意図的に力を入れて取り組んでいます。

障害者（児）支援に関するこれまでの成果

取り組みにおける成果として、市社協で精神障害者のためのデイケア事業を担えることになり、その後、専門相談窓口の開設や障害者相談支援事業の受託につながりました。

また、勉強会に参加した発達障害児の保護者たちが自主的に勉強会やサー

クルを開いたり、精神障害者を抱える家族の代表者が、行政の障害者支援計画



「地域ネットワーク勉強会」

のメンバーとしてきちんと位置づけられるようにもなりました。これは、これまであまり光の当たっていなかった領域にいる人びとの生活課題を、みんなで共有しようとするムードの高まりが生んだ結果だと思っています。

さらには、発達障害児の早期発見・早期療育に関する勉強会をきっかけにつながりができた臨床発達心理士や作業療法士等の専門家に協力をいただき、市内の保育所・幼稚園、児童館、小学校等で発達障害児にかかわる人たちを対象に、発達障害児の療育に関する夜間講座を5年実施し、161名の修了生を輩出することができました。これは「私立・公立問わず、市内すべての児童関係施設に最低でも1人の講座修了生を配置しよう」という当初目標を概ね達成できたものでした。今後は、修了生たちが所属施設の垣根を越えて、お互いにアドバイスし合えるネットワークを太く強くし、すべての児童に関する支援のストライクゾーンを広げていくことを新たな目標としています。

市社協が直接ボランティアや市民活動家を養成するわけではないのですが、勉強会を通じて課題を共有し、お互いに何ができるかを考えていくなかで、住民も一緒に福祉に取り組んでいこうとするムードの高まりを実感しています。

社協によるソーシャルアクションとしての意義

勉強会は、我々が地域ニーズを把握する場でもあり、ニーズを創っていく場でもあります。発達障害や精神障害の課題は、市社協の窓口に来た一つの相談をきっかけに、勉強会を開いてみると、多くのニーズがあったことを気づかせてくれました。

地域の社会資源とつながり合って、誰も手をつけられないでいた領域の小さな問題を社会化し、その取り組みを

市民や行政に評価していただきながら、新しい制度につくり変えていくというソーシャルアクションなどは、どれだけ社会が変化しても、変わらず求められる最も重要な社協機能であり、その実践に社協の存在意義があるのだと思っています。

勉強会を通じて、社会福祉への関心・参加といったムードが高まってくれば、意図的にボランティアや市民活動家を増やそうとしなくても、我々が今まで出会ったことのないような人たちが、自然に市社協の窓口に来てくれることになると思います。

勉強会の継続の秘訣

継続の秘訣としては、負担にならないことだと思います。職員が交代で勉強会の前回の報告と、今回のテーマについてのニュースを作成します。このニュースをFAXで送信したり、ホームページに掲載したりしながら「このテーマで何人くるかな?」、「講師はどんな話をしてくれるか」というように、我々も社協職員としての鎧を脱いで、楽しみながら勉強会に参加しています。

勉強会の後の食事会を講師と一緒にに行い、そこで交流することで、また友達が一人増えたとか、知り合いをつくれたとか、アドバイスをくれる人を増やすくらいの気持ちでやっているので、無理なく続けることができています。

地域ネットワークによる市民の安心感の創出を

社協だからこそ気づいて興せる取り組みを、積極的に進めていくための第一歩が「地域ネットワーク勉強会」です。

この勉強会で、今後も「誰か一人の困った」を拾い上げて、みんなで課題を共有し、自分たちの活動に持ち帰り、生かしていくという地域ネットワークのつながりを強化していきたいと考えています。

勉強会において、市民の生活の不安に直接かかわるさまざまな社会資源の人の意識が少しでも変わって元気になり、それぞれの領域を広く深くしていくことで、市民へのかかわり方も変化し、市民の安心感がより高まってくるのだと信じています。

事例 3

自分のまちを好きな人を増やすための広報活動

特定非営利活動法人 ハンズオン！埼玉 [埼玉県さいたま市]

副代表理事 よしだ りえこ 吉田 理映子 さん



「ハンズオン！埼玉」は、平成 17(2005)年 4 月 10 日に設立した NPO 法人で、一人ひとりの市民が、他者とともに社会や地域の課題を発見・共有し、その解決の担い手になることができる市民参画型のまちづくりをめざしています。

「困った」を共有することによるなかまづくり

「ハンズオン！埼玉」の活動の一つ「おとうさんのヤキイモタイム」は、育児参加・地域参加をしたいが、きっかけがもてにくい子育て中のお父さんを対象としたキャンペーンです。焼き芋を通じて地域とつながり、子育ての楽しさを味わってもらいながら、暮らしや地域、子育て、家族について考え、話す機会をもつていただくために、当団体の西川正を中心に県内のさまざまな市民団体や埼玉県などと協働してすすめており、今年で 7 年目を迎えました。

チラシや Web、メーリングリスト等で参加を呼び掛け、この「ヤキイモタイム」に来ていただいた時には、できるだけ多くの方に困っていただきたいと考えています。例えば「どうしよう？落ち葉がない」、「火が点かないですよ」と、参加者どうして「困った」を共有し、みんなで相談していただきます。

また、「公園で火を使っていいかどうか」ということで、行政窓口へ相談に行ったりして、行政とは「困った」を相談し合うなかまなのだということを知っていただく入口にし、そうした共に創りあげる「共創」の



地域の公園で「おとうさんのヤキイモタイム」を開催

コミュニケーションを、地域の人々で大事にしていきたいのです。

「ハンズオン！埼玉」では、「大人になってできる友達も良いものだなあ」と、お父さんたちが思ってくれることをいちばんの評価軸にしています。つまり、「ヤキイモタイム」に何人参加したかではなく、「自分たちのまちが好きな人をどれだけ増やすか」ということが目標です。

広報用チラシへのさまざまな工夫と仕掛け

「ヤキイモタイム」の広報チラシの制作においては、必ず切り取り線を入れて、1 枚が 3～4 枚に切れる工夫をしています。これによって、最初に渡すのは 1 人ですが、あとの 2～3 枚は、「どうぞ、お近くの方に」という思いを伝えることができます。

しかも、2～3 人の方は「ハンズオン！埼玉」ではなく、最初にチラシを手にした方からのお誘いになっていきます。「焼き芋大会があるみたいですよ」と、読みながら渡してもらおうと、その時点で、渡した人は気がつく「ヤキイモタイム」のこちら側の人となります。

「ヤキイモタイム」のターゲットは、地域へのかかわり方が分からないお父さんたちですから、できるだけ身近な方から声を掛けていただいたほうが参加しやすいと思っています。

最近では、このチラシの一部を「〇〇ちゃんへ、パパと〇〇へ行こう」という、〇〇の部分空白にして、父親から子どもへの直筆のラブレター形式にしました。お父さんたちが、「〇月〇日、パパとヤキイモタイムへ行こう」と書き、ママが「これは大事ね」と言って、子どもの部屋や冷蔵庫に貼っていただくことを想定しました。この過程で、ママも参加していることになるので、家族のみんなが楽しめます。

「ヤキイモタイム」に来られない方、例えば、ずっと外に出られない子どもがいる家庭にも、「いつか元気になったら、焼き芋に行こうね」と、家族の会話が生まれるきっかけとなり、焼き芋のような温かな時間が灯ってくれたらうれしいというのが、この広報チラシ制作の根本的な考え方です。



切り取って配る工夫が凝らされている「きりきりチラシ」

チラシをつくる過程で、周りの人たちに途中のものを見ていただき、ターゲットの人たちがどう思うか、どこで配るといいかなど、いろいろなことを聴きます。そうすることで、実際にチラシを目にする人にとって共感が得やすく、分かりやすいチラシになります。そして、見ていただいた方も参加している意識が高まり、でき上がったものに納得するのです。

また、「見たい」「知りたい」「何だろう」という気持ちにまでもっていくのがチラシの役割だと思います。「行きたい」は、その次です。チラシもイベントも、すべての広報はラブレターなので、「ハンズオン！埼玉」では、誰に届けるかという対象を明確にしています。市民活動は、チラシを目にするターゲットが目の前にいて、その人に直接会うことができることが最大のメリットです。

「出会えてよかった」というまちづくりを願って

3 月 11 日の震災後、福島原発事故によって、ふるさとへ帰れない人たちが「さいたまアリーナ」に避難して、今でも多くの方が埼玉県に住んでいます。今こそ、「悲しいことがきっかけだったけれども、引越して来てくれてありがとう」、「あなたに出会えてよかった」と思えるようなまちをつくりたいということが、「ハンズオン！埼玉」の願いとなっています。