

特集

ボランティアの多様な参加のカタチを考える

ボランティア活動への参加をいかに広げるか？



社会福祉法人 杉並区社会福祉協議会
杉並ボランティア・地域福祉推進センター
所長
ひきた けいこ
足田 恵子 さん



ボランティア希望者の変化について

ボランティアコーディネートの業務に携わって16年目になる。当時、地域のボランティア活動を立ち上げてリードしていたのは主婦層が中心だったが、最近では参加者層も多様化し、ボランティア活動への参加スタイルも変わってきた。感覚的だが、たとえば、ボランティア活動をする際に、まったく損得抜きで、やり続けられる信条をもった人は、昔に比べると減ったという印象をもっている。

たとえば主婦（夫）の方。かつてボランティア活動に参加していた方は専業主婦が多く、家計は夫が支え、純粋に社

会参加の機会を求めて参加していたと思う。いまは、家族内の役割分担も変わり、活動希望者の生活パターンが変わってきていて、短期で働いているとか、パートをしている人などが増えてきて、完全な専業主婦が減ってきている傾向にある。

そして、会社を退職したシニア世代。当時は「社会への恩返しのため」という言葉でボランティア活動探しにお見えになっていた。いまは何か地域にかかわりたいという気持ちがあっても、ボランティア活動への参加を希望しているかという、そうではないケースが増えているように感じる。仕事という雇用形態ではなく、社会のために何かをやってみたいという人は、一般的に減ってはいないと思うが、活動をする際の選択肢が増えていて、従来のボランティア活動ではなく、「対価をもらえる活動はないか？」ということを考えて相談に来る方がいる。

また、働いている世代、30～40歳台。働くことでは得られないことや住んでいる地域にかかわるきっかけとしてボランティアをしたいというニーズは一定量あるが、活動に参加できるのは夜間や土日になりがちである。講座を夜間開くことはできるが、なかなか夜間の活動や短期の募集はなく、土日の活動を探すことになる。そういった状況もあって窓口を訪れる勤労者の割合は少ない。

また、社会の課題そのものが複雑化し、障害者や高齢者福祉の領域にも、制度が整ってきたり、対処のしくみができてきたりしているが、その反面、制度では対応できない細かい隙間が増えてきている。そのため、個々人の課題を周囲と共有しづらくなり、運動を拡げていきにくくなったことも、ボランティア活動への参加者が減ってきた原因として考えられる。

ボランティア募集の効果的な方法は？

ボランティア活動へのきっかけはさまざまであるが、あまり大上段に構えずに、人から誘われて気軽にかかわった人のほうが長続きするように思う。たとえば、障害者の作業所が運営する喫茶店のボランティア活動も、「精神障害者にかかわろう」と思って始めるのではなく、「喫茶店のボランティアへ行かない？」と言われ、結局、誘われた人だけが残っているというパターンも少なくない。

また、きっかけの一つとして、「引っ越して来たばかりで、子どもも大きくなったので、ボランティアをしたい」と、地域とのつながりを求めている人も多い。そういう方に対しては、家の近くの施設で、「曜日にかかわらず、いつでも受け入れられるところ」をすすめている。



ボランティア募集にあたり「長期」と呼び掛ける例を多く見かけるが、実際のところ専業主婦の場合でも、自分で自由に使える時間のなかで長期的な見通しをつけ、最初から「長期の活動をやります」という人は少ない。

そこで注目しているのが、参加する人の生活スタイルにあわせてプログラムを提案している大阪ボランティア協会の「ボランティアスタイル」。週末3時間だけのボランティアプログラムをメニュー化し、ボランティアへの参加を促している。

募集をする団体や施設側が、「長期」のボランティアを求めている場合でも、見せ方として「短期」+「短期」+「短期」=「長期」というように、一定の期間的な区切りを設け、それを繰り返すことで継続してもらおうような工夫ができると、参加する側の気持ちは楽になると思う。ボランティア活動者にとっては、「まずは、ここまでがんばろう」、次は「ここまでがんばろう」というゴールが短く見えたほうが望ましいし、その機会が自分自身の活動に対する見直しになり、振り返りになるしくみにできるとよい。

ボランティア活動先の掘り起こしに向けて

ボランティア活動の希望者が参加したい活動が明確であれば「区域内的のグループは歳上のメンバーばかりで敷居が高い」という相談を受けたときには、「では隣の地区も見てみましょうか？」と、探す地域を広げて探すことができる。

また、単純に参加する側がいいのか、推進者の一人とし

て主体的にかかわるほうがいいのかということ、活動希望者のモチベーション等によるので、参加の動機について相談等を通じて見極めつつ、できる限り選択肢を広げてから、整理して情報を提供している。

情報提供の仕方にも今後さらに工夫が求められるかもしれない。すでに行っているセンターも多いと思うが、活動の分野別の切り口だけでなく、活動条件で見せる。土日の活動かどうか、実費弁償があるのかどうか、といったボランティア希望者のニーズに沿った提示も探す切り口として考えていく必要がある。

そして、ひとたびセンターとしての形ができ上がると、「待ち」の姿勢になり、窓口に来たボランティア希望者の対応が業務の中心になりがち。これではいけない。新たなボランティアの掘り起こしに向けて、コーディネーターがどんどん外へ出て行き、従来つきあいの少ない分野や業種などの人が集まるイベントなどにも顔を出すなど、ネットワークを広げたり、無関心層だと思っている人たちにもアプローチしたりすることが重要だと思っている。



「特技ボランティア」

目黒区社協さんがはじめたのを見て、4年前から取り組んでいます。その名のとおり、自分の特技を生かしてボランティア活動をしている方々で「特技さん」と呼んでいます。

頼まれたことをするのではなく、自分の特技を生かしてやりたいことなら活動したいという方々です。

「特技さん」の情報を集約した「特技さんラインナップ」という冊子を発行し、施設等に年に1~2回情報提供しています。



短期のボランティア体験プログラムの合同募集

東京ボランティア・市民活動センターが実施している「夏の体験ボランティアキャンペーン」から、大人でも参加してもらいたい活動を、別枠で募集しました。

個々の活動だけでは、選択肢がないので、複数の団体の活動を一緒に紹介するチラシをつくって募集しています。

短期で夜間のプログラムなので比較的参加しやすいようです。

杉並ボランティア・
地域福祉推進センターでの
・工・夫・の・例・



事例1

「プロボノ」という 新たなスタイルで NPOを支援する 取り組み

特定非営利活動法人 サービスグラント【東京都渋谷区】
<http://servicegrant.or.jp/>

「サービスグラント」は、「お金」を支援する助成と異なり、専門的な「スキル」や「ノウハウ」を無償提供する「プロボノ」※活動を、支援を希望するNPOにつなげる活動を行っている団体である。平成17(2005)年1月に任意団体として活動を開始し、平成21(2009)年5月にNPO法人格を取得した。

専門家チームによるプロジェクトを推進

現在の活動メニューは、Webサイトやパンフレットの制作、プレゼンテーション資料の作成がメインで、多くのNPOの弱点とされる広報・マーケティング、特に情報発信にかかわるプロジェクトが全体の約9割を占めている。

「サービスグラント」では、随時、「プロボノワーカー」と呼ばれるボランティアを募集している。マネジメント系、マーケティング・リサーチ系、デザイン・クリエイティブ系、システム・IT系といった分野で活躍するプロフェッショナルたちである。

「プロボノワーカー」には約600名の登録があり(平成22年10月現在)、20歳台後半から40歳台が中心である。専門の技能を生かしつつ、社会貢献活動を行うことができることや、自らのスキルアップ、さらには本業につながる人脈づくりにもつながることから、いままでにないボランティアのスタイルとして注目を集めている。

一つのプロジェクト推進に関しては、プロジェクトマネージャーを中心に4名から6名程度のプロジェクトチームが編成され、制作期間がおよそ6か月間、「プロボノワーカー」一人あたりの作業時間を平均週5時間に設定し、互いに協力しながら成果物を完成させていく。チーム・ミーティングや、NPO側への提案など、6か月に7~8回のミーティングを通して、本業と両立が可能で、最後まで続けていける「プロボノ」スタイルが特徴である。



プロボノワーカーたちによるチーム・ミーティング



キャッチフレーズは「do it pro bono」

プロジェクトの進行に関する留意点と効果

「サービスグラント」が支援している団体は現在約50団体。支援の提供方針としては、NPO法人格を有しているか、あるいは、任意団体の場合でも、明文化された運営規約があること、すでに何らかの活動実績を有していることなど、独自の基準を設けており、年4回のエントリー締切日を設定し、説明会と審査・採択を行っている。

採択決定後は、チーム編成に着手し、プロジェクトがキックオフとなるが、スタートから納品までの進行は、コンセプトやターゲットを決める「マーケティング・フェーズ」、詳細な設計を決める「プランニング・フェーズ」、最後に「制作フェーズ」といった3つのフェーズに分かれる。メール等によって普段からもコミュニケーションを取るが、それぞれの段階で、必ずNPO側の承認をもらい、意思決定を確認するスタイルですすめられる。

中間支援機関として、「プロボノワーカー」とNPOとのマッチングによるプロジェクトの効果について、NPO側にとっては、プロフェッショナル・スキルの提供を、高品質のWebデザインやパンフレットなど、具体的な成果物として得られることが大きく、一方、「プロボノワーカー」にとっては、プロジェクトチームによる作業経験をとおして、「時間の管理がうまくなった」、「本業の仕事の幅や人脈が広がった」という声も聞かれるという。

また、企業にとっても、通常のボランティアよりも、社員がより専門性を生かした社会貢献をすることができ、社員のスキルアップにつながることから、「プロボノ」活動を社員に奨励する動きも見られる。

「プロボノ」活動の普及・拡大をめざして

「サービスグラント」では、新しいボランティアスタイルとして注目されつつある「プロボノ」が、日本のインフラとして盛んになることを願っている。単純な人材紹介ではなく、品質面での担保に重点を置いた成果物の提供ということにこだわりながら、今後は、他地域への展開や、多くの企業を巻き込む活動へと広げていく考えである。

※「プロボノ」：語源は「公益善のために」を意味するラテン語「Pro Bono Publico」で、欧米諸国では多くのビジネスパーソンや専門家が活動をしている。



特定非営利活動法人
サービスグラント
事務局 プログラム担当
いりたに さとし
入谷 聡 さん

事例2

つながりづくりを通して理解や協力を得る取り組み

社会福祉法人 黒部市社会福祉協議会 [富山県黒部市]

<http://www.kurobesw.jp/hello.html>

黒部市社会福祉協議会では、さまざまなつながりづくりを通して、共同募金の活性化のための取り組みを展開している。

寄付への感謝を直接伝える「ありがとう運動」

従来、社協では、共同募金は「地域福祉のため」という説明をしてきたが、それでは一般の方には伝わりにくいとの思いがあった。そこで、共同募金の使い途等をイメージしてもらうためには、「顔」の見える関係づくりが必要と考え、寄付をしていただいた方に、共同募金から助成を受けた団体等が直接「ありがとう」を伝える「ありがとう運動」を平成20(2008)年からスタートした。

寄付をした企業、団体、学校などのランチタイム、朝礼、集会、イベントなどの場に、黒部市共同募金委員会と、視覚障害者協会、手話サークルなど、助成を受ける団体とが一緒に出向き、概ね5分程度で、共同募金のしくみの説明と、助成団体から「ありがとう」のメッセージを伝え、文字では伝わらない「生」の声を届ける場をつくっている。この取り組みには、助成団体に募金の重みと責任を感じてもらおうというねらいもある。

助成団体にも、自分たちの活動を地域に紹介したいとの思いがあるため、予想以上に積極的な参加が見られた。その結果、少しずつではあるが、寄付者と助成を受ける団体がつながってきており、寄付者に募金の使い途がイメージされるようになってきたと感じている。

特に学校に出向くことは、子どもたちだけではなく、教職員にも、共同募金のしくみや意義を知ってもらえることにつながり、数多くの募金があるなかで、「黒部のために使われるのなら、共同募金に寄付しよう」という声が出されるようになってきたという。

また、寄付者と助成を受ける団体等が集う、「パートナーミーティング」という取り組みを行っている。初めは関係者中心の集まりだったが、各地の公民館で行われる祭りに出向いて実施するなど、一般の方に伝えることを意識して取



地域の公民館まつりでの「ありがとう運動」

り組みをすすめている。

複数社協の連携による広域のプロジェクト「しもにいかわ 下新川圏 赤い羽根共同募金プロジェクト」の取り組み

平成21(2009)年5月から、黒部市を含む近隣の魚津市、入善町、朝日町の2市2町の共同募金担当者、県の共同募金職員、外部のアドバイザー2名がプロジェクト・チームを組織し、共同募金改革に取り組んでいる。市町村の共同募金の担当者は一人だけの場合が多いため、悩みや想いを共有しつつ、共同募金の方向性を見出すための場がほしい、また外部の客観的な意見やプロの視点がほしいとの思いから立ち上げた。

取り組みの1年目には、募金額を2倍にするという高い目標をあえて掲げ、それを達成するために必要なことを議論した。その結果、共同募金のしくみを知ってもらうことが必要であり、募るためには募金箱やポスターが必要ということで、そうしたツールをつくりながら、「募金の70%はじぶんたちの町で使われている」ことや、「募っているのはやさしさ」であるなどのメッセージを伝えていった。

本年は、子どもたちの自作の募金箱によるコンクールも実施したところ、500作品の応募があったという。また、6月には「第1回じぶんの町を良くする会議 赤い羽根全国ミーティング」を開催した。

2市2町が協力したことで、単独ではできないことが実現



ショッピングセンターに展示された、子どもたちの募金箱

でき、社協や共同募金の枠を越えたアイデアが出たり、めざす目標を明確にできたり、共同募金への意識改革が図れたことなどが大きな成果と感じている。

取り組みから得た今後の抱負

市民一人ひとりが、地域で活動している人びとを直接応援することは難しいが、共同募金への寄付を通して、それらの活動を支援し、間接的に人や地域を幸せにすることができる。子どもでも大人でも参加できるしくみが募金であり、気づきの機会としての意義もある。

寄付や参加を得るうえでは、「募る」という行為を避けてはならない。そして、ただお願いするのではなく、しくみや意義を知ってもらったうえで賛同してもらい、協力してもらうことが大切である。

そのために、募金に協力してもらおう場所や機会を多くつくることや、寄付者や助成を受ける団体などが、いろいろな方向からつながるコミュニケーションを大切にしていきたいと考えている。



社会福祉法人
黒部市社会福祉協議会
地域福祉課主任
こしば のりあき
小柴 徳明さん