

enocoのそうだん [eno so done!]

相談シート03 イメージを共感できるキーワードをつくり、参加者のモチベーションを高める工夫を

[トップ](#) >> [enocoのそうだん \[eno so done!\]](#) >> 相談シート03

アドバイザー

塩山 諒 (NPO法人スマイルスタイル代表)

1984年兵庫県生まれ。2007年、社会的課題解決に向けたクリエイティブチーム「スマスタ」を結成。不登校・ひきこもりの自身の経験が常に動力となり、市民・企業・行政協働型の様々なソーシャルプロジェクトを手がける。主な活動として、レイブル（働く意志をもつニート）の就労支援プロジェクト「大阪一丸」を経て、既存の職業安定所の概念を覆すワークサポート施設「ハローライフ」を開設。新しい就労モデル創出のための実践と研究に取り組む。

→ <http://smilestyle.jp/>



相談者

大阪市人権啓発・相談センター

相談分野 (キーワード)

地域活性

市民協働

観光

まちづくり

文化

広報・PR

その他

主な相談内容

人権に関する作品募集事業の表彰式を行うにあたって、受賞者のみならず一般参加も想定したイベント形式での実施を想定しているが、受賞者である小中高校生の思い出に刻まれるような仕掛けと、当日参加の一般市民が興味を持つ工夫について、アドバイスをいただきたい。

「人権」というと堅くて難しいイメージが先行するが、実は「人と人とのつながり」なんだよというようなメッセージを与えるにはどうしたら良いか…と考えている。

Q 1

募集にあたっては、ポスターやウェブ、新聞広告などに加え、小学校・中学校・高校単位で告知を依頼しているが、効果があるのか疑問に感じている。

A 1

広報物に、人々が共感出来るビジョンを共有できるキーワードがないので、求心力がないのでは。

「人権啓発」という言葉はあくまでも言葉なのでそれだけでは伝わらない。正しいことは伝わらない・響かないということが広告の原則。共感させるには、この事業を行なうことによって自分の利益が得られると具体的にイメージできることが重要。

人が共感できるキーワードが出来ると、企業を巻き込めるようになる。日本最大級のコンペという仕掛けができ、人材の出向や賞金の提供も可能になるのではないかと。

Q 2

応募者の満足度と受賞者の満足度を上げていくには、表彰式や展示場所にどのような仕掛けをするべきか。

A 2

もしこの事業が日本最大級のコンペになれば、表彰式がテレビにとりあげられる。協賛企業を通じて有名人に表彰してもらうなど、応募者のモチベーションを高める方法が考えられるのではないか。

展示場所については、子どもたちが応募したくなるような場所を考え、企業と連携して会場提供をいただくなど、機会の発想を変えることも重要。

Q 3

応募件数とアンケートの感想で、事業効果を図っているが、他に効果的な方法があれば教えてほしい。

A 3

SROI（社会的投資利益率）によるアンケートを導入してはどうか。数字では測れない、事業前後でのピフォアアフターを測定するとよりいいと思う。心の変化を記録していくのも意味がある。また、一つの学校と連携して総合学習に組み込んで、データを集めてはどうか。学校側も単位化できるからメリットがあるので、協力関係が結びやすい。

相談者の声

本事業の予算が少なくなってきたことを、本事業への応募数の減少の理由として説明した際に、「本事業に協賛してくれる企業と繋がって協賛金を賞金に」という主旨のアドバイスや、展示に対する市民の関心を惹くためには「有名人とのコラボレーションを仕掛ける」とのアドバイスもいただきました。こうしたアドバイスは、予算に基づいて事業実施を図っている行政職員には苦手な分野であるけれど、マルチパートナーシップを進めていき、行政だけでなく民の力で新しい公共を担っていく時代に、行政もそうしたことに挑戦していくことの意義を改めて感じる事が出来ました。

その後の動き

今回いただいたアドバイスのひとつである『本事業以外も含めて繋がれる"人"や"物"には積極的に繋がっていくこと』を少しでも活かすことを念頭に置きながら事業に取り組んでいる。さらに、企業との包括連携協定の活用を試みるなど、さらにこうした流れを次年度以降の企画立案に繋げていくこととしたい。

サイトポリシー・
プライバシーポリシー

指定管理者

バナー広告募集

> enocoについて

> 事業紹介

> フロアガイド

> レンタルスペース

> お知らせ・プレスリリース

> メルマガ登録

> ニュースレター

> お問い合わせ

> アクセス

いいね! 0

ツイート

