

enocoのそうだん [eno so done!]

相談シート02 ボランティアを再定義することで、新たな協力者と関心を集める

[トップ](#) >> [enocoのそうだん \[eno so done!\]](#) >> 相談シート02

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

大阪府こころの健康総合センター 企画調整部

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

自殺予防に取り組む団体との協働事業に関する企画について良いアイデアが浮かばないため困っている。各団体で活動するボランティア発掘を目的とすると限界があるため、例えば、各団体の取組みについて関心を持ってもらう、側面から団体を支える人を増やすなど、違った視点で、多くの府民に興味をもってもらえるようなテーマや場の設定、働きかける対象や方法などについてヒントをいただきたい。

Q 1

応援者、共感者を増やしていく方法は。

A 1

一つの方法として、企業にとってハテナ？な言葉をあえて使うことによって、ブレイクスルーをすることも必要。「自殺」というと、言葉のインパクトが非常に強いので、言葉のコミュニケーションをデザインすることによって共感や応援してくれるきっかけになりうる。

例えば、自身が関わっている就労支援事業では、企業にニートや引きこもりの支援をお願いしても「ニート支援」という言葉によって「自己責任では？」といわれることが多々ある。

しかし、「レイブル＝遅咲きの若者たち」という言葉を作ることで、状況を理解・共有してもらい、ニートは決して自己責任ではなく、現在の社会状況の変化の中で生み出されている現象であるということを、社会に理解してもらえる。

Q 2

人が共感するコミュニケーションデザインとは？

A 2

ボランティアを「良いことをしよう」ではなく「面白いからやってみよう」という言い方に変えてみることも必要。人が行動するためには、自身のメリット、判りやすくいうと、面白いかっこいいモチベーションなどが原動力になる。
そのための、コミュニケーションデザインと広告を洗練させていく必要があるが、それはプロに頼んだ方が効果的かもしれない。

Q3

最近のボランティアについて

A3

最近、経理・デザインなど、自分たちの持っているスキルを活用してボランティア活動を行うプロボノ（プロフェッショナルボランティア）が増えている。その人たちは、“ライスワーク”と“ライフワーク”に分けている。“ライスワーク”は自分のスキルを生かしてお金を稼ぎ、“ライフワーク”はスキルを活かして生きる喜びを実感する。そのライフワークの充実を実感させるのがプロボノ活動の趣旨。

このためには、ボランティアと団体をつなぎ、それぞれ持っているスキルを、適材適所に配置するコーディネーターが必要。コーディネーターの業務は、かなり高度であり、ボランティアではなく専従にしていく必要が絶対にある。

相談者の声

従来のわれわれが持っているネットワークや資源の活用だけでは解決が難しいことを痛感していたため、新たな発想やスキル、資源についての情報やマッチングについて支援いただけたことは、大変ありがたかった。

今回プロボノに関わるNPO法人とともに事業を進めるとのご提案をいただき、各団体が抱える課題とわれわれが抱える課題に新たな角度から光を当てる機会をいただけたように思う。今後この取り組みを足がかりに、次の展開を検討していきたい。

その後の動き

アドバイザーがプロボノを運営するNPO法人を相談者に紹介し、各団体とプロボノが出会う場を設定した。

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

> enocol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

