

生活支援コーディネーターのための

明日からできる
「プロボノ」
活用ハンドブック

本書の目的

本格的な超高齢社会に向けて「地域包括ケアシステム」の構築が求められています。住民が主体となって介護予防や生活支援を行う「互助」の取り組みを強化すること、つまり「地域づくり」を進めることの重要性が、日に日に高まっています。

全国各地に配置された生活支援コーディネーターは、地域づくりにおいて成果を上げることが期待されています。一方で、複雑で多岐にわたる課題を前に、どのように行動してよいか分からない、といった声も聞こえてきます。特に、長年にわたって企業等に勤めてきた人が多い都市部においては、地域活動やコミュニティのつながりが比較的希薄なことが多く、地域づくりはたやすいことではないでしょう。

この報告書は、企業に勤める人などがもつ仕事の経験やスキルを活かしたボランティア活動「プロボノ」という考え方を紹介しながら、生活支援コーディネーターが地域の課題を解決するための実践的な手法を提供することを目的としています。

「ひとりで抱え込まず、できる人を探す」

それが、この報告書のメインメッセージです。

ビジネススキルを地域づくりに取り入れることで、地域の課題を解決する選択肢が広がります。同時に、企業で仕事をしてきた経験を持つ人にとっては社会参加の機会にもつながります。

この報告書では、主に都市部の地域で活動する生活支援コーディネーターが、自身が担当する地域において「プロボノ」を実際に動かすための手法を、できるだけ具体的にお伝えすることを目指しています。

みなさんの地域の実際の活動の中で、この報告書の内容が、微力ながらもお力になればと願っています。また、この報告書の内容をバージョンアップするようなご意見やコメント、お問い合わせなどがありましたら、ご連絡をお待ちしています。

特定非営利活動法人 サービスグラント

目次

I	地域づくりの課題を知る	4
II	プロボノする人のニーズを知る	12
III	明日からできるプロボノ実践法 (1) [プロボノコーディネートの全体像]	24
IV	明日からできるプロボノ実践法 (2) [プロボノプロジェクトの進め方]	32
V	明日からできるプロボノ実践法 (3) [事例紹介]	48

I 地域づくりの課題を知る

**“地域づくり”という大きな期待。
生活支援コーディネーターは試行錯誤の連続。**

**生活支援コーディネーターの仕事内容が多岐にわたり、
対応しきれない。そんなことはありませんか？**

来るべき超高齢社会に向けて、地域における支え合いのしくみをつくること。
目指す地域の姿について関係者の意識を統一し、協働関係をつくるよう働きかけを
行うなど、生活支援コーディネーターには大きな役割が期待されています。
生活支援コーディネーターの多くは、多岐にわたる難しい課題を前に、ひとりの力
で解決する時間と労力を確保することが困難な状況に置かれています。

求められる「6つの機能」をテーマに 生活支援コーディネーターの生の声を集めてみました

来るべき本格的な超高齢社会の足音が間近に聞こえるようになってくる中で、「可能な限り住み慣れた地域で、自分らしい暮らしを人生の最期まで続けることができる」ことをめざす地域包括ケアシステムの構築が急務となっています。

こうした中、それぞれの地域において、住民主体の介護予防や生活支援サービスや高齢者の社会参加の機会を創出し、地域づくりを推進していくという大きな役割が、生活支援コーディネーターに期待されています。

生活支援コーディネーターに 求められる「6つの機能」

生活支援コーディネーターには、地域の支え合いを創出するために、6つの機能を果たすことが求められています。しかし、地域の支え合いづくりは新しい事業です。多岐にわたる機能を実現するために、慣れない仕事に試行錯誤を繰り返し、多くの課題を抱えながら孤軍奮闘する生活支援コーディネーターも多いのではないのでしょうか。

- 1 地域のニーズと資源の状況の見える化、問題提起
- 2 地縁組織等多様な主体への協力依頼などの働きかけ
- 3 関係者のネットワーク化
- 4 目指す地域の姿・方針の共有、意識の統一
- 5 生活支援の担い手の養成やサービスの開発
- 6 ニーズとサービスのマッチング

いま、生活支援コーディネーターはどんな課題や悩みを抱えているのか？

そこで、生活支援コーディネーターに期待されている「6つの役割」を中心に、東京都内・大阪府内の区市町村で活躍する生活支援コーディネーター計13人に、個別に1時間～1時間30分程度のインタビュー調査を実施し、皆さんが感じている生の声をお伺いしてみました。

【インタビューにご協力いただいた生活支援コーディネーターの皆さま】

都府	分類	日常生活圏域数	1層/2層	兼任/専任	所属
東京都	生活支援CD	10	1層	専任	社会福祉協議会
	生活支援CD	4	1層	専任	社会福祉協議会
	生活支援CD	10	2層	兼任	社会福祉法人
	生活支援CD	10	2層	兼任	社会福祉法人
	生活支援CD	2	2層	専任	社会福祉協議会
	生活支援CD	21	2層	専任	社会福祉協議会
	地域福祉CD	4	—	専任	社会福祉協議会
大阪府	生活支援CD	21	1層	専任	社会福祉協議会
	生活支援CD	24	1層	専任	社会福祉協議会
	生活支援CD	6	1層	専任	社会福祉協議会
	生活支援CD	2	1層	専任	社会福祉協議会
	生活支援CD	5	1層	専任	社会福祉協議会
	生活支援CD	21	2層	専任	社会福祉協議会

インタビューから見えてきた 生活支援コーディネーターの多岐にわたる悩み

インタビューを行う中から、各地の生活支援コーディネーターは、求められる「6つの機能」それぞれをめぐって、多岐にわたる悩みを抱えながら、地域づくりという大きなテーマに日々挑戦していることがわかってきました。

ある人は、地域のニーズ把握や課題整理でつまづき、またある人は、慣れない業務にかかる負荷の前に悪戦苦闘していました。ある人は、地域住民や地縁組織との関係構築の糸口を見いだせず、またある人は、新しいサービスの開発という命題の前に途方に暮れていました。

生活支援コーディネーターが自信を持って活躍し、地域づくりの現場で成果を上げることは、超高齢社会に向けた備えとして重要です。そのためにも、まずは、現場の声に耳を傾けることが求められています。

どうしても個別ケースが優先
地域づくりに時間を割けない



生活支援コーディネーター
Aさんの悩み（2層 兼任）

- ▶ ケース対応が入れば優先せざるを得ない。地域づくりの重要性はわかっているが対応する時間がない。
- ▶ 個別のケースを解決することは慣れている。でも、地域課題を解決する仕組みをどうやって作ればよいか分からない。
- ▶ 「坂道が多い」「スーパーが近くにない」など、地域ごとに特徴があり、住民のニーズは様々。

調査や資料作成などに試行錯誤
これでいいのか自信が持てない



生活支援コーディネーター
Bさんの悩み（2層 専任）

- ▶ 広報資料の作成やアンケートの分析は慣れない仕事だし、とても時間がかかる。
- ▶ 住民の課題をとらえたニーズ調査ができていないのか、客観的な根拠がなく、これでいいのか自信がもてない。
- ▶ フォーラムやワークショップの運営など、支え合いの機運をつくるための場づくりに試行錯誤している。
- ▶ 事業自体が新しい考え方で、地域住民に理解してもらうため、分かりやすい説明の仕方や資料づくりに工夫が必要。

既存組織の高齢化が進んでいる
新しい担い手の活動が広がらない



生活支援コーディネーター
Cさんの悩み（1層 専任）

- ▶ 既存の地域の関係者の意識を変えることが難しい。新しい風を入れるためにはどうしたらいいだろうか…。
- ▶ 地域団体のリーダーは、何でも抱え込んで大変そうだ。なんとかしたいが…。
- ▶ 担い手を養成しても、活動につながらない。新しい担い手が地域活動に入っていきやすくするにはどうしたらいいだろうか…。

次ページ以降で、インタビューに基づく生活支援コーディネーターの課題まとめをご紹介します

① 地域のニーズと資源の状況の見える化、問題提起

生活支援コーディネーターの声

個別の支援計画をたてることはできるが、課題を分類し整理して地域課題化する作業が難しい。

アンケートの分析や、質問の設定など、専門家の意見がほしい。データも統計だって提供したい。妥当か不安である。

地域住民の課題と、職員の課題が一致しないので、説得力の高いデータによる根拠がほしい。

デザインや印刷など専門知識を持っている人が近く人いないので探している。どうやって頼めば良いかが難しい。

課題まとめ

調査・分析・評価など日常業務とは異なる専門性が求められる業務が多く、これまでの経験やスキルでは対応が難しい。

② 地縁組織等多様な主体への協力依頼などの働きかけ

生活支援コーディネーターの声

既存の地縁組織と新しい組織で衝突が発生している。

高齢者相談センター側は、誰が有力者など、働きかけの順序がわからない。

地域特性や過去の経緯などの情報が整備されていない。

専門職でも地域のことを知らないし、知ろうという人も多くはない。地域づくりが巡って、自分の仕事を助けるものになる。という意識がない。

オートロック付きのマンションでは孤独死が多い。訪問しても、中に入れない。コンシェルジュは、ガードが固く、リーチできないということもある。

スーパーのイベントスペースを集いの場として提供することで、集客の機能を果たせるが、このような企業側のメリットを考えることが難しい。

民間企業を巻き込む場合に、行政や地域住民から公平性が求められ、説得に手間を要する。

企業へのアプローチがわからない

課題まとめ

住民や専門職にそれぞれの想いや立場があり、同じゴールに向かって主体的に進むのが難しい。

誰に、どのように、働きかけをしたらよいのかわからず、躊躇してしまう。

本来は、高齢者担当だけでなく、都市整備局など適切な連携をとれば進むものもあるが、実態としては訪問自体が難航している。

企業との取り組みの進め方や住民への説明が難しく、民間企業と連携が進んでいない

③関係者のネットワーク化

生活支援コーディネーターの声

地域団体同士の交流の場があると意見交換が生まれ、活動が活発になる。

地域団体の活動を発表する場があると、モチベーションの向上につながる。

課題まとめ

地域団体をまたいだ交流が求められている。

④目指す地域の姿・方針の共有、意識の統一

生活支援コーディネーターの声

既存の会議体メンバーで構成しても今までと変わらないため、協議体は設置していない。形からはいると機能不全になる。

グループワークやファシリテーションのスキル不足。

地縁組織に加え、学識経験者（大学教授など）をメンバーに入れて構成した事例では、協議体内で、議論が生まれている。

ケアマネージャなど福祉関係者の意識が統一できていない。

他事業を含む関係者の位置づけ・役割が明確になっていないので説明が難しいし、住民も混乱する。

健康に関心がある人は多いが、支え合いや地域社会という意識までは結びついていない。

多様性に富む地域では、意識の統一が難しい。

健康な若年層(50~60代)は、介護予防に関するということを意識していない、一方で、説明すれば理解が早いことが多い。

平地と山間部、交通の利便性良し悪し、繁華街と住宅地など、多様性に富む地域では、広域で目指す地域の姿を統一することが困難。

課題まとめ

他事業の活動との住み分けもできず、関係者の意識・活動内容ともに変化がない。報告中心の打合せとなり、受け身の意識が強いため、議論がうまくいかない。

既存の地縁組織とは距離をおいて協議体を構成した場合、新しいものを生み出そうという議論は活発になるが、地縁組織と連携できていないため、ニーズを捉えきれない。

必要な情報が必要な人たちに届いていない・発信が弱いという可能性がある。

地域課題を調査する必要があるが、人口流入の多い都心部などは統一すること自体が難しい。

⑤生活支援の担い手の養成やサービスの開発

生活支援コーディネーターの声

企業や学生など高齢者以外のリソースの集め方がわからず、どこにいるのかもわからない。

ボランティアに参加したいが、活動内容がよくわからないので魅力的にみえない。という声をよく耳にする。

一部の熱心な人だけ頑張り過ぎてしまう、リーダーに全ての責任や負担が集中してしまう、など。一切切切やらされそうだからという理由で、ボランティア参加に躊躇する人は少なくない。

サロンの活動内容がマンネリ化していて、利用者、運営スタッフともに新しい人がこない。

ボランティアの有償／無償の考え方が地域によって異なる。無償労働しなければならないという地域もあれば、印刷代など自腹をきってボランティアをする人もいる。そんなに頑張らないと行けないのか、という印象があり、周囲の人がこの足をふむこともある。

身体介護など制約事項が多い場合、ボランティアの内容が狭すぎて、モチベーションの向上につながらないという意見もあった。

養成講座を実施して人が育っても、初回のボランティア受入先を訪問する際にコーディネーターと一緒に立ち会うなどサポートが必要。受入先施設とボランティアの信頼関係の構築に時間を要するので、適切にケアをしないと人が定着しない。

古くから活動している地域団体は、同じメンバーで活動していることが多く、第三者から見ると排他的に見えることもあり、新しい人が入りにくい。

既存の介護予防活動に序列ができてしまい、古参の人の意見が強くなってしまっている。

無料の場合、利用する側が申し訳ないという気持ちになってしまい使いにくい。有償化する、適切な肩書をもった人間がサービスを提供するなど、支援を受ける側の心理障壁を下げる仕組みが必要。

安全性や過失時の責任、利益など民間企業を巻き込むために必要な情報が整理できていない。

サロン立上げ時のちょっとした費用の捻出ができていない、場合によっては、印刷費用など、コーディネーターが一時的に建て替えることもある。

イベントやサロンなどの新サービスの成果を可視化することが難しく、行政や支援者の理解を得にくい。

課題まとめ

生活支援の担い手の養成

ボランティアの活動内容や、時間や期間、経費負担や報酬の考え方などを明確にしないと、人が集まりにくい。

古くから活動している地域の団体は、メンバーが固定化しがちで、新しい人がはりにくい雰囲気に見える。

ボランティア当人と受入先の間に関係をつくり、人を定着させるためには、コーディネーターのサポートが必要。

サービスの開発

地域活動の方向性や、活動運営の仕組みやルールが曖昧な場合、活動を大きく展開するときに苦労を伴う。

地域の関係者からの協力を得やすくするために、地域づくり・地域活動の内容や効果を可視化して伝える必要がある。

⑥ ニーズとサービスのマッチング

生活支援コーディネーターの声

個別ケースを適切な人につなぐということは、本来の業務なので、問題ない。より大きく地域でつなげていく、という考え方が抽象的で、どのように実現していけばよいのか、具体的な方法をイメージしにくいし、わからない。

地域で活動している団体は、大小あわせると膨大な数に及ぶので、全てを把握することが難しい。

また、サービスや支援を欲している人に、どこまでそれらの情報を開示するかが難しい。情報を受け取った人も、情報が多すぎると迷ってしまうので、適切な人に適切な情報を届けるためにどうしたらよいか、ということと常に考えている。

新しい団体が立ち上がったり、地域の活動は常に変化している。最新の情報を捉えきれていないこともあるし、それを発信できる状態にすることも時間を要する、データの更新とその情報をどのようにして届けるかが課題。ネット上で常に最新の情報を参照できるようなものがあるとよい。

高齢者が、イベントを知りたがっている。自治会だよりなど、さまざまな広報資料があるが、介護予防のイベントなどを周知できていない。

課題まとめ

個別ケースをつなげる、ということは分かりやすいが、地域をつなぐということが抽象的で、人により解釈が異なり、具体化することが難しい。

情報を必要としている人に、タイムリーに適切な量で情報を届けることが、作業負荷が高いうえ、実現手段も限られている。

II プロボノする人のニーズを知る

仕事で培った経験・スキルを活かしたボランティア活動を「プロボノ」といいます。

「プロボノ」とは、企業にお勤めの人や個人事業者、会社をリタイアした人などが、仕事で培った経験・スキルを活かして行うボランティア活動のことです。地域にはさまざまなボランティア活動がある中で、「プロボノ」は、ビジネススキルを活かして、地域団体の運営を支援する点が大きな特徴です。

「プロボノ」は、地域団体と一緒に課題に向き合い、考え、団体がより広く力強い活動を展開できるようサポートする新しいボランティアのかたちです。

主なボランティア活動のタイプ

お手伝い型	ゴミ出し、見守りなどちょっとした日常生活支援のお手伝い
講師型	体操や歌の講習など、習ったことを活かした活動
拠点づくり型	居場所や外出支援など、地域を支える活動拠点を運営
プロボノ型	仕事で培った経験・スキルを活かした地域団体を支える

Pro	For	～のために
Bono	Good	善・いいこと
Publico	Public	公共的な

語源はラテン語のPro Bono Publico
(公共善のために)という言葉です

ひとりで抱え込まず、できる人を探すこと。 それがコーディネーターの役割。

すべての課題を自分で解決するのではなく、課題を解決することが得意な人を見つけてお願いします。そんなやり方を、試してみませんか？

例えば、生活支援コーディネーターが、地域のサロンや認知症についての語り場の立ち上げを支援した場合を考えてみましょう。住民にその場を知ってもらうためのチラシ作成をはじめ、活動の担い手となるボランティアの確保、運営を地元を引き継いでいくためのマニュアルづくりなど、取り組むべき課題がたくさんあります。こんなとき、課題の解決につながる得意分野をもつ人の力を借りることを考えてみましょう。企業の広報活動を担当している人であれば、効果的なチラシや、SNSを活用して、多くの人に興味をひく情報を届けることができるかもしれません。デザイナーや、コピーライターであれば、興味をそそるメッセージを散りばめた広報資料を作成することができます。業務の手順書やマニュアルを書く仕事をしている人なら、地域活動の運営マニュアルづくりに力を発揮できそうです。



SNSを使って
発信したい



効果的なチラシを
作りたい



担い手・ボランティアを
集めたい



運営を引き継ぐための
マニュアルを作りたい

実は身近に存在する。 経験やスキルを活かしたボランティア参加ニーズ。

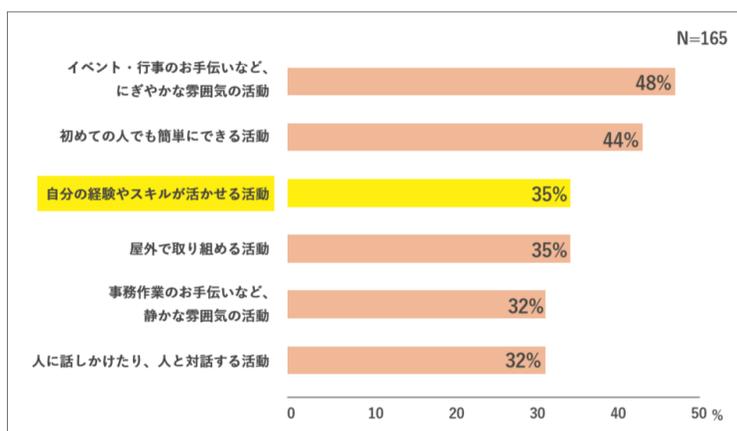
地域活動を進めていくうえで直面する課題はさまざまです。多岐にわたるニーズに応え、住民主体の支え合いを推進していくためには、いま以上に幅広い担い手の参加が求められています。

そこで、東京・大阪をはじめとする国内の都市部7都府県の20代～60代の男女551人を対象に、地域活動へのボランティア参加意向に関するアンケート調査を行いました。

その結果、一般的なお手伝い型のボランティアとならんで、経験やスキルを活かせるボランティア活動をしたい、というニーズがあることがわかりました。

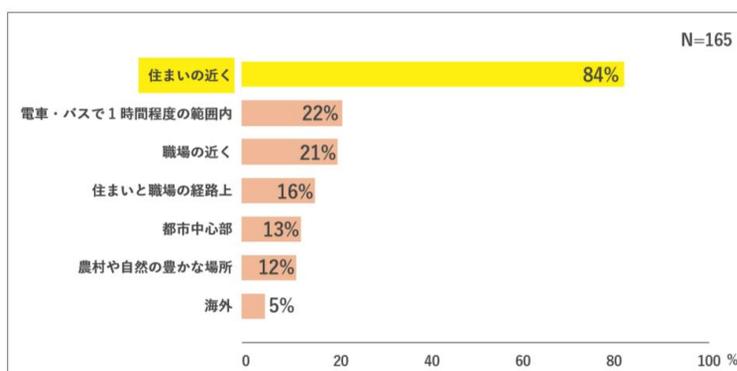
「経験やスキルを活かせる」 ボランティアを希望する人は35%

ボランティアに関する興味・関心があると回答した165人のうち、「自分の経験やスキルを活かせる活動」に興味を持った人は全体の3位となる35%に上りました。



関心のある人の84%が 「住まいの近くで」活動したいと回答

ボランティアに興味・関心がある人に、希望する活動場所を尋ねた質問では、84%の人が「住まいの近く」と回答しました。



「住まいの近くで」「経験やスキルを活かせる」機会を生み出すことで、新しいボランティアの層を地域に取り込める可能性があります。

都市住民のボランティアニーズ調査 調査実施概要

調査対象： 都市部7都府県の20代～60代の男女 551人

調査方法： インターネットリサーチ

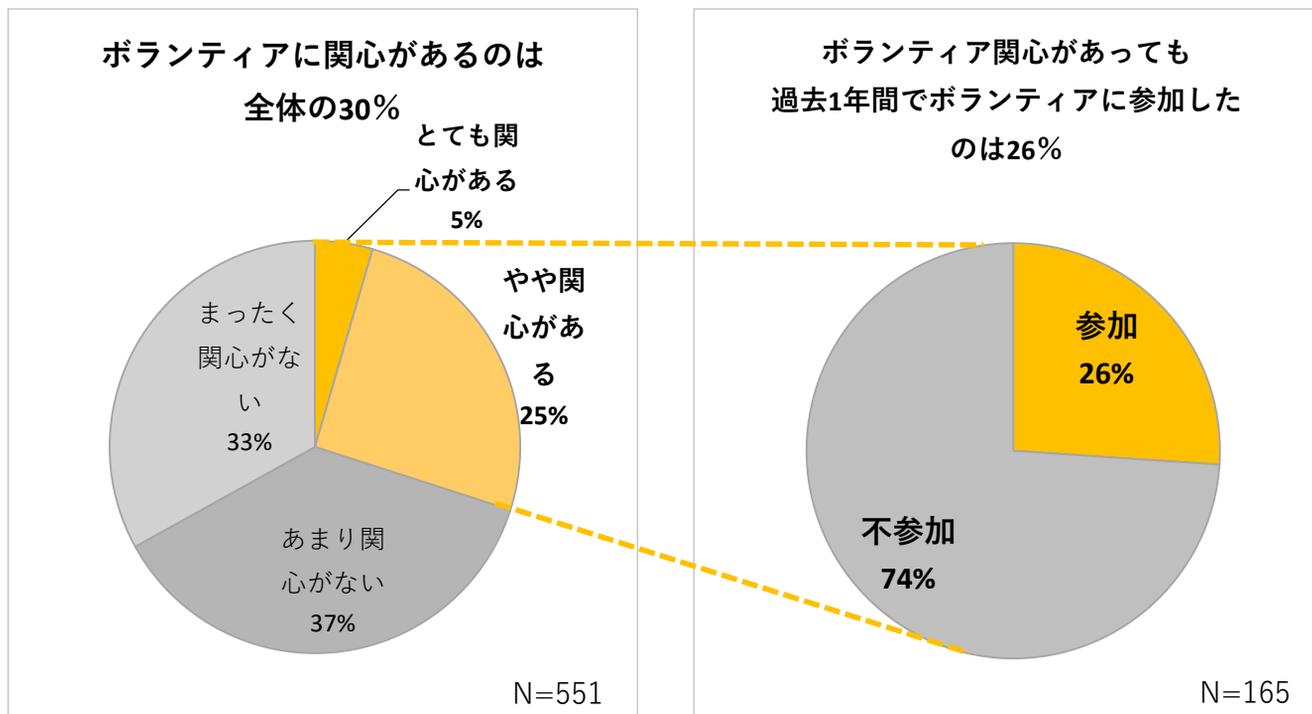
調査時期： 2018年1月12日（金）～1月13日（土）

有効回答数：551サンプル

<回答者属性>

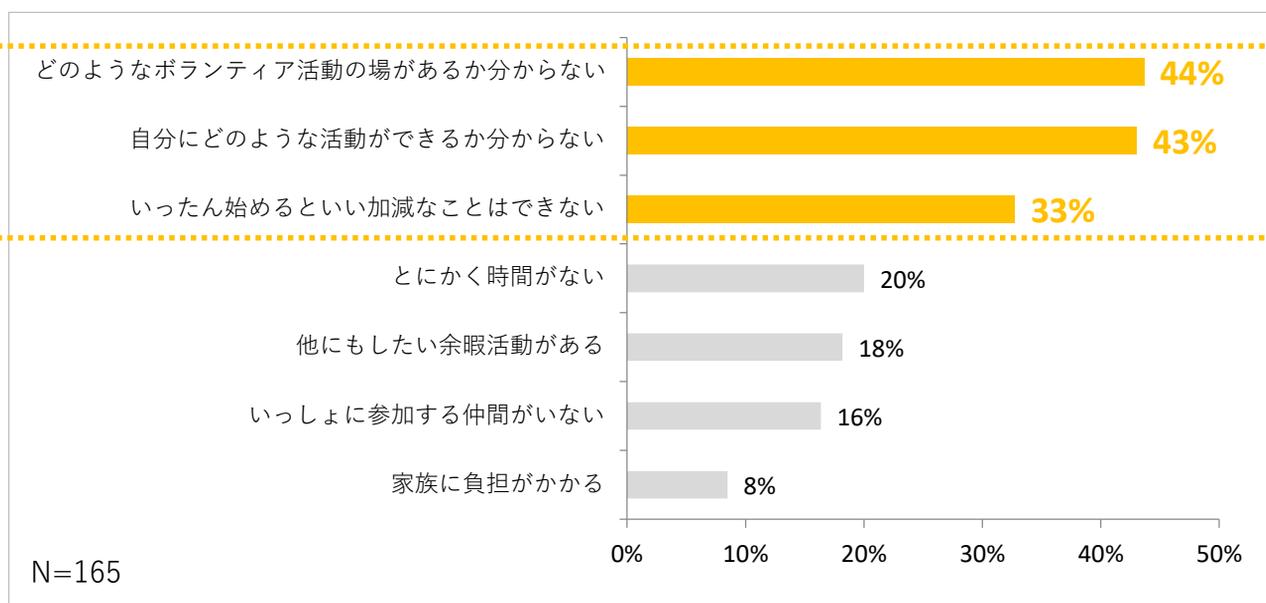
	20代	30代	40代	50代	60代	合計
男	15	49	101	68	43	276
女	43	58	64	72	38	275
合計	58	107	165	140	81	551

ボランティア参加への関心を聞いたところ、「とても関心がある」「やや関心がある」と回答したのは全体の30%でした。さらに、ボランティアに関心があっても、過去1年間でボランティアに参加したのは26%でした。
 ボランティアに関心がある人に、もっと参加してもらうにはどうすればよいのでしょうか？



「活動内容」「活動期間」等の明確さが参加を促すカギになる

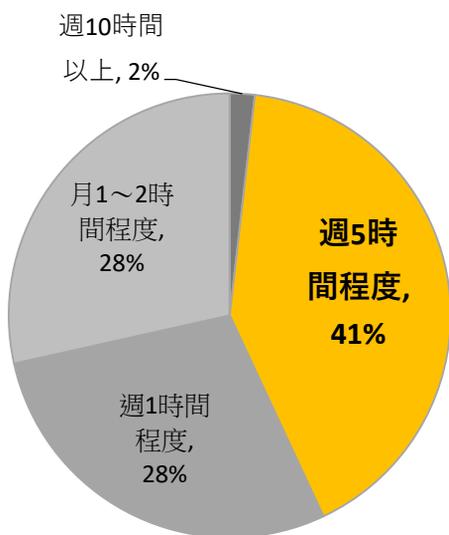
活動への参加をためらう理由として、いつ・どこで・どのように・いつまで活動すればいいのかわからない、などの理由が挙げられています。
 支援する内容や期間をあらかじめ決めておくことによって、関心を持つ人が、はじめの一歩を踏み出しやすくなるといえそうです。



「週5時間」「月1回～週1回程度」「期限付き」
さらに、「交通費は精算可能」にできればボランティアは集まりやすい

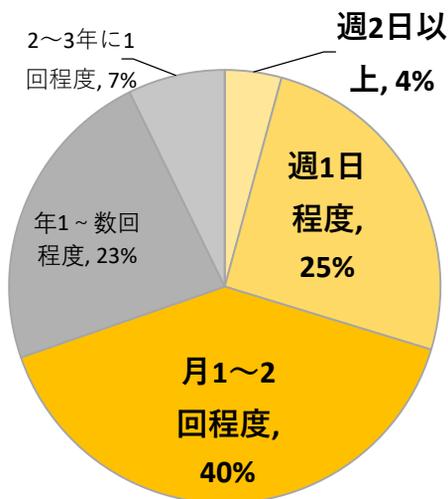
ボランティアに参加する場合には、活動時間として週5時間程度、頻度として月1回から週1回程度、また費用に関しては交通費の負担を求める声が多いです。これらに配慮するとボランティアを集めやすくなりそうです。

41%が「週5時間程度」と回答



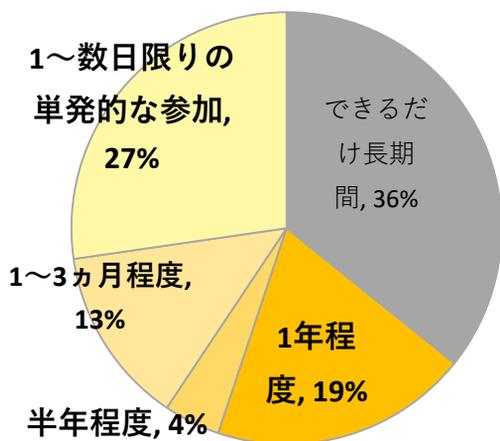
N=165

69%が「月1回以上」の活動を希望している



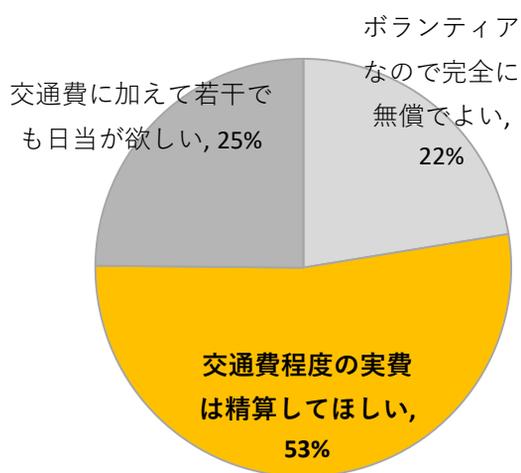
N=165

64%の人が「期限付き」のボランティアを希望している



N=165

53%が「交通費程度の実費精算」を希望している



N=165

「なぜプロボノには課題解決できる味方が集まるのか？」 60代～20代まで プロボノ経験者グループインタビュー



宮崎 悟さん
(みやざき・さとし)
大手メディア系企業で長年活躍。仕事スキルを活かしたプロボノのほか「東京ホームタウンプロジェクト」の伴走支援や、文章の書き方講座の講師など幅広くプロボノに関わる。趣味は登山、スキーとアクティブな60代。



小野 直子さん
(おの・なおこ)
会社員生活に区切りをつけ、現在は地元企業でパートタイムのSE職に就く。長期プロボノに2回参加し、プロジェクトマネージャーなどチームのまとめ役を経験した。地元の町内会と、ほどよいかかわり方を模索する50代。



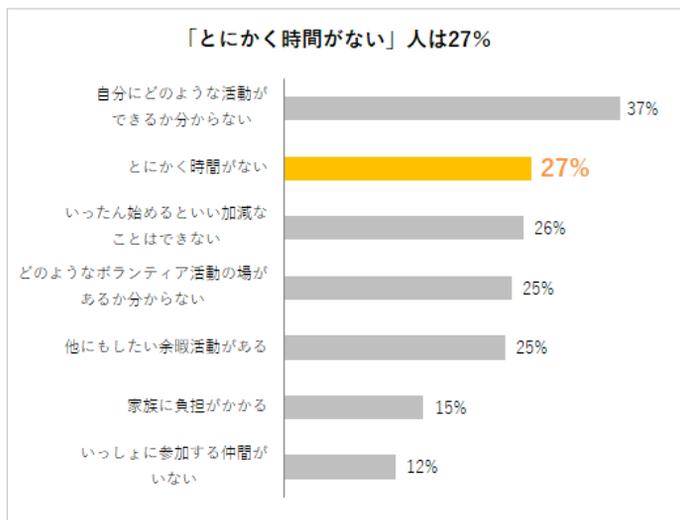
関谷 幸子さん
(せきや・さちこ)
化粧品会社で、理系だからとIT担当に。現在はブランドの1つを担当し、夢が少し実現した。プロボノは友人の誘いで「プロボノ1DAYチャレンジ」に参加。老後や年金問題への不安を、人ごとではないと感じる30代。



舛野 生太さん
(ますの・しょうた)
大手IT系勤務の20代。短期プロジェクトを中心に5回のプロボノ経験がある。趣味はギターと写真、フルマラソン大会にも参加している。ジャズイベントやマラソン大会が縁で、知らなかった町を好きになることがある。

「時間がない」でなく「時間を割きたい内容」かどうか

——ボランティア活動をためらう理由として、「自分にどのような活動ができるかわからない」「時間がない」「いったん始めるといいかげんことはできない」という理由があがってきます。これをふまえて、より多くの人に参加しやすくするにはどうしたらいいでしょうか？
まず「時間がない」についてはいかがですか？



<出典> 社会参加に関する調査 (N=551)
~ボランティア参加をためらう理由~

関谷さん) 私は1回だけ「プロボノ1DAYチャレンジ」に参加しています。短期プロジェクトなので役割を決めなくてチーム編成が行われるため、私はチーム内のじゃんけんで負けてリーダーになってしまいました(笑)。

支援先が自宅近くだったため、何回か事前に伺うなど、ほかのメンバーよりも活動時間は多かったのですが、1DAYチャレンジ当日を迎えるまでに、週に1時間程度でした。私には、このくらいが「ちょうどいい」参加量ですね。

ただ、大好きな趣味だったら、仕事よりも趣味優先にしたくなるでしょう。実は「時間がない」わけではなく、興味が向くかどうかの問題だと思います。そういう意味では、興味のある内容のプロボノだったら、関わる時間ももっと増えてもいいと思うかもしれません。

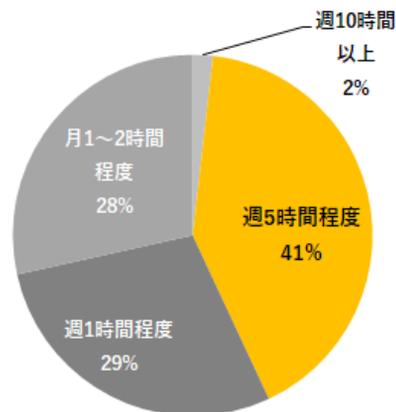
小野さん) 私は長期プロジェクトに2度参加していますが、1回目は、メンバーが体調を崩すなどでフォローしなければならないことが多く、長期プロボノの活動の目安と言われる「週に5時間」よりも時間は多かったんです。正直「これは辛いかも」という感じでした。

2回目は支援先にも近く、役割もAD(アカウントディレクター)という団体との橋渡し役だったので、他のメンバーが大変にならないように気を遣いました。

私はフルタイムの仕事を辞めてからプロボノに参加しましたが、空いている時間を全て充てられるわけではありません。プロジェクトには波があるので、いつも忙しいわけではないのですが、参加してみないと、その感じはつかめません。最初に「週に5時間」と言われてしまうと、ハードルが高いと感じてしまう人はいると思います。

宮崎さん) 時間はあるんだよね。それを使うかどうかの問題です。ADをやっている人の集まりに行くと、みなさん忙しい中で時間を割いています。一方で、会社と家の往復で、仕事帰りに飲みに行くということがルーチンの人もいるわけだから。

ボランティアに関心のある人の41%が週5時間程度の活動時間を希望している



<出典>社会参加に関する調査 (N=551)
~ボランティア関心層 (N=165) の活動できる時間~

「やること」や「時間・期間」がわかれば、ボランティアに参加しやすい

—では「自分にどのような活動ができるかわからない」「いったん始めるといいかげんなことはできない」についてはどうでしょう。そもそも、ボランティアの情報などはどこで得るのでしょうか。

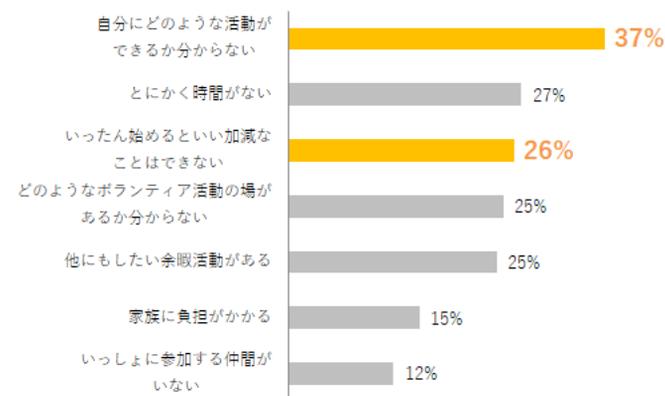
小野さん) ボランティアや、趣味の活動の情報なら、市の広報に載っていますよね。でもあまり面白くない。伝え方だと思うのですが、何ができるのか分からないので、興味をそそられないんです。

「ボランティアで、何でもやりたい」という人は少ないのではないのでしょうか。市の広報を見ても、どんな労働をどのくらいの期間求めているのかが書かれていません。内容の説明があれば「大変でも、自分にはできるかもしれない」という判断材料になります。地域のゴミ拾いのような活動が参加しやすいのは、日時もやることも決まっているからですよね。

宮崎さん) よく聞くのは「ボランティアは、一度始めると、なかなかやめづらい」ということです。プロボノ活動のように、やることと役割が決まっていて、終わりがあるというのが、やりやすい要因になるかもしれません。プロボノのプロジェクトが終わった後、支援先から「理事になってほしい」と頼まれることはありかもしれませんが。

舩野さん) 「活動をよく知ってもらったから、理事になってください」というのなら、自然ですよ。

**「どのような活動ができるかわからない」人は37%
「いいかげんなことはできない」人は26%**



<出典>社会参加に関する調査 (N=551)
~ボランティア参加をためらう理由~

プロボノは「今どき」で「カッコいい」

——みなさんが「プロボノ活動」を行う理由は何でしょう。

小野さん) プロボノは「仕事以外に何かないかな」と思って始めました。「人のために」というわけでもなく「何かいいことありそう」だから参加したのです。

慈善家みたいなイメージで、ちょっと面倒くさいので、職場でも「ボランティアやっています」とは言いませんでした。「頼まれて、手伝いをしている」くらいですね。

関谷さん) プロボノ、いいと思います。「今どきっぽい」ことをしている、というイメージがあります。

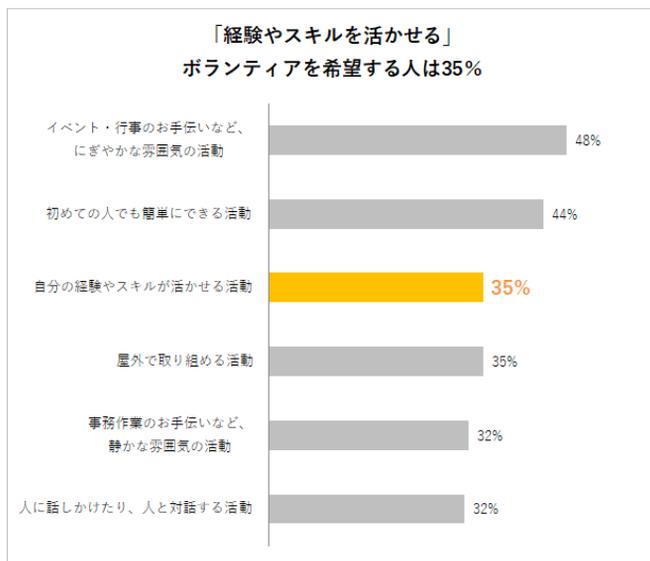
舩野さん) プロボノって「カッコいい」という印象です。プロボノのほうが「自分のために活動している」という気持ちになれますから。人に話すときもプロボノと言いますね。

関谷さん) ボランティアという言葉は広がりすぎていて、自己犠牲とか、独特な思想があるのかな、と感じてしまいます。

小野さん) そういうイメージで広がった方がいいですね。

ボランティアには「やれるだけのことを全部やらなきゃいけない」イメージがあります。地域の活動に「ボランティアで入ってください」と言われると、力を注ぐことを期待されているのだろうなと。

関谷さん) 中身が同じだったとしても「ボランティアです」と言われたら興味がわきません。逆に「3000円払えば、この経験ができます」と言われたら、お金を払うほうを選びます。



<出典> 社会参加に関する調査 (N=551)
~ボランティア関心層 (N=165) が魅力を感じる活動~

プロボノは、スキルを生かすだけではない。 今までの仕事を振り返り、さらにスキルアップができる場

——プロボノ活動は無償ですが、プロボノワーカーにもメリットがあると感じますか？

関谷さん) 通常の仕事ではなかなか自覚できない、自分ができること、自分に足りないことを客観的に見ることができました。チームメンバーと比べて「私ってぬるま湯の中にいたんだな」と反省したり、気づかなかったスキルに気がついたり。

デイサービス、ケアマネジャーといった、高齢者支援についても知ることができました。他の分野も経験したら、スキルアップ、転職のきっかけになるかもしれません。

舩野さん) 自分のいるIT業界外の人の仕事の進め方も参考になりましたし、ふだん上司には聞けないことが、年代の違うメンバーに聞けるので。世代の違う人と話す機会が、普段はありませんから。

宮崎さん) 管理職の立場から言うと、会社だったら業務命令できるところを、プロボノのときは言えませんから、少し気が長くなりましたよ(笑)。でもそれは、重要な学びのポイントでした。

小野さん) 自分の仕事の進め方は他業種の人と違いますし、お互い、チームメンバーそれぞれの忙しさは分かりません。お互いを気遣いながらコミュニケーションをとる、まず自分のスケジュールをオープンにすると相手も楽になる、ということとは学びました。

関谷さん) 仕事を通じての関係はずっと続くので、なかなか冒険ができません。でもプロボノの中でなら、今回は強気のアプローチでいってみて、うまくいかなかったら変える、という変更ができるので、気持ちとして楽になる面があると思います。

地域のプロボノ活動は「信頼関係」の構築から

——地域の課題解決のためにプロボノ活動を根付かせ、成功させる秘訣は何だと思いますか？



小野さん) 支援先の団体とのやりとりの中で、みなさんがわっと喋ってしまって、話が進まないという経験がありました。

そこで、「人の話をさえぎらない」「異論があるときは、相手の話をほめてから自分の意見を言う」といったルールを作りました。それによって、今まで好き勝手に発言していた人たちがまとまり、会議が進みました。ビジネスのスキルが生かされた場面だと思います。

舛野さん) その場から「求められている感」があるかどうかも大切になるのではと思います。

小野さん) プロボノワーカーがいきなり行って、言いたいことを伝えるのは難しいのではないのでしょうか。支援先の方々との信頼関係を築いてからの提案でないと、聞いてもらえないと思います。

地域団体とプロボノワーカーの間の「コーディネート」が必要

——地域社会がプロボノワーカーを募り、自ら地域社会の課題解決をしていくことについては、どう思いますか？

——プロボノワーカーを集める際に気を付けた方がよいことはありますか？

小野さん) 自分のスキルを聞かれて「私は部長ができます」と答えたという笑い話があります。実際、プロボノ活動に入ったら、自分で手を動かさなくてはなりません。

高齢でボランティアに参加してもいいという人には、どういう意識なのか、若いメンバーとフラットな関係で、本当に自ら手を動かしてくれるかどうか、確認したほうがいいと思います。

小野さん) プロボノはチームプレイで期間が決まっていることが重要だと思います。支援先に対して「私たち」という存在になれるし、プロジェクト終了までは誠心誠意がんばる、という区切りも付けられます。

それは、しっかりした事務局、ルールという存在がないと難しい。私たちはサービスグラントのような中間支援団体という後ろ楯があるから動けるんです。



2025年問題、地域の課題解決に参加するには

——いわゆる「2025年問題」などの課題に、地域が向き合うにはまず何をしたらいいでしょう。

宮崎さん) 定年退職した人のパーティーのようなものがある地域も多いと思います。ただ、つながりができてくる人がいる一方で、足を運ばなくなってしまう人もいます。私はそうした人を迎え入れるための集まりにも関わっていますが、その場を仕切れる人の存在が大切だと感じます。

小野さん) 町内会などの地域活動はほとんど男性が仕切っていて、年齢は70代以上、奥様はお手伝いという役割で、とても入れる雰囲気ではありません。

宮崎さん) 担い手がいなくて困っているといいながら、「合わせてくれる人」だけを求めて排他的、これでは担い手がいなくなってしまう。若い世代に権限委譲することを考えていかないと。

関谷さん) 私は親が70代で、「お金もない、制度もない」ということを想像すると、自分自身の老後が恐ろしくてなりません。このままいくと暗い未来になってしまいますから、地域でできることは、危機感をもってやっていかないと。

チラシを配っていただいても、私の世代はまず見ません。地道ですが、口コミ、紹介で、活動してくれる人を確実に増やすことかなと思います。



III 明日からできるプロボノ実践法（1）

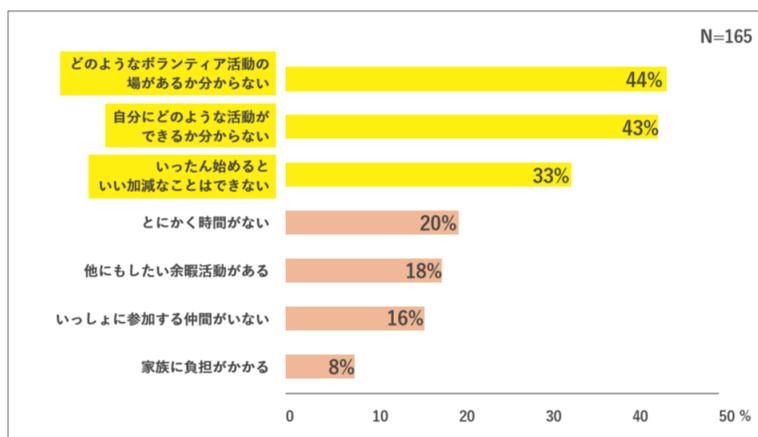
〔プロボノコーディネートの全体像〕

適切なコーディネートがあれば、あなたの地域でも「プロボノ」を動かすことができます。

「活動内容」「活動期間」等の明確さが参加を促すカギになる

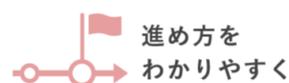
ボランティア関心層が、活動への参加をためらう理由として、いつ・どこで・どのように・いつまで活動すればいいのかわからない、などの理由が挙げられています。

支援する内容や期間をあらかじめ決めておくことによって、関心を持つ人が、はじめの一歩を踏み出しやすくなるのです。



課題を抱えた地域団体とプロボノ活動をしたい人を、ただ紹介して出会わせるというだけでは、プロボノはうまくいきません。

どういう課題を抱えているのか、どのぐらいの期間・時間が必要なのか、どんな人がプロボノしてくれるのか。地域団体とプロボノ活動をする人、お互いの不安を解消するために、適切に「コーディネート」する役割が重要になってきます。



まずは全体像を理解しよう コーディネーターのためのプロボノ実践法

プロボノを実行する5つのステップ

コーディネーターがやること

1

支援内容を
決める

これからもっと活性化していきたい地域づくりの取り組みを思い浮かべながら、支援内容をメニューから選んでみましょう。

- 地域に声をかける
- ニーズに合った支援内容を選ぶ
- 支援先の役割分担を決める

2

プロボノ
ワーカーを
集める

求めるプロボノワーカーの人物像をイメージしながら募集をかけましょう。

- プロボノワーカー募集案内をつくる
- 説明会を開く
- 参加登録を受け付ける

3

プロジェクトを
立ち上げる

必要なチームメンバーを選び、地域の課題やニーズをプロボノワーカーに伝えましょう。

- チームメンバーを選ぶ
- オリエンテーションを開く

4

進行を見守る

プロボノワーカーと地域との連携が、円滑に進んでいるかどうかを見守り、必要に応じて、意思疎通の手助けをしましょう。

- キックオフミーティングを開く
- 進行をモニタリングする

5

プロジェクトを
ふりかえる

プロボノによる成果物を効果的に活用するための次のアクションを考えます。また、活動をふりかえり、次につなげます。

- 成果物の活用法を考える
- 「ふりかえり会」を開催する

1

支援内容を決める

コーディネーターのやること

地域に声をかける

ニーズに合った支援内容を選ぶ

支援先の役割分担を決める

✓ **地域に声をかけ、興味を持ってもらうところから**

プロボノによる支援が成功するためには、地域側が、プロボノに対して前向きな姿勢を持つことが不可欠です。地域づくりの中で、仕事の経験やスキルを持った新しい担い手に関わってほしい、というオープンな気持ちを地域が共有すること。それが、プロボノ活用の第一歩です。

✓ **地域のニーズに合った支援内容をメニューから選ぶ**

プロボノの力を最大限有効に活かすためには、支援を受ける側が、何を支援してほしいのかを明確に絞り込むことが重要です。プロボノのコーディネートに初めて挑戦する場合は、下のメニューからもっとも必要と感じる支援内容を選んでみましょう。このメニューにある支援内容は、地域のニーズとプロボノで支援できることが合致する、一般的なものです。

地域のニーズ		支援内容
関わる人を増やしたい	「利用者・参加者を増やしたい」	パンフレット・チラシ作成
	「ボランティア・担い手を集めたい」	ウェブサイト作成
	「支援者・協力を広げたい」	SNS 活用
運営を改善したい	「運營業務の課題をみんなで共有し、課題を整理したい」	課題整理
	「新しいボランティアのために作業マニュアルを整備したい」	運営マニュアル作成
住民ニーズや活動の効果を知りたい	「地域に対して住民がどんなニーズを持っているか確かめたい」	地域ニーズ調査
	「活動の意義や効果を振り返り、関係者に共有したい」	活動・事業評価

支援先の

✓ **「意思決定者」と「窓口担当者」を決める**

プロボノで何を支援してもらうかを決めたら、プロボノを受け入れる体制を整えましょう。特に重要なのは「意思決定者」と「窓口担当者」です。

役割	役割の説明	決め方
意思決定者	プロボノワーカーが提案する成果物の内容等について、最終的な判断をする人	プロボノによる成果物を活用する際の実務的な責任者。必ずしも、地域のトップや、団体の代表者でなくてもかまいません。
窓口担当者	プロボノワーカーや地域の関係者との日常的なやり取りの窓口となる人	電子メールでのやり取りや、こまめな対応ができる人。生活支援コーディネーターが担当することも可能ですが、地域の団体や住民側で窓口になる人がいればベストです。

2

プロボノワーカーを集める

コーディネーターのやること

プロボノワーカー募集案内をつくる

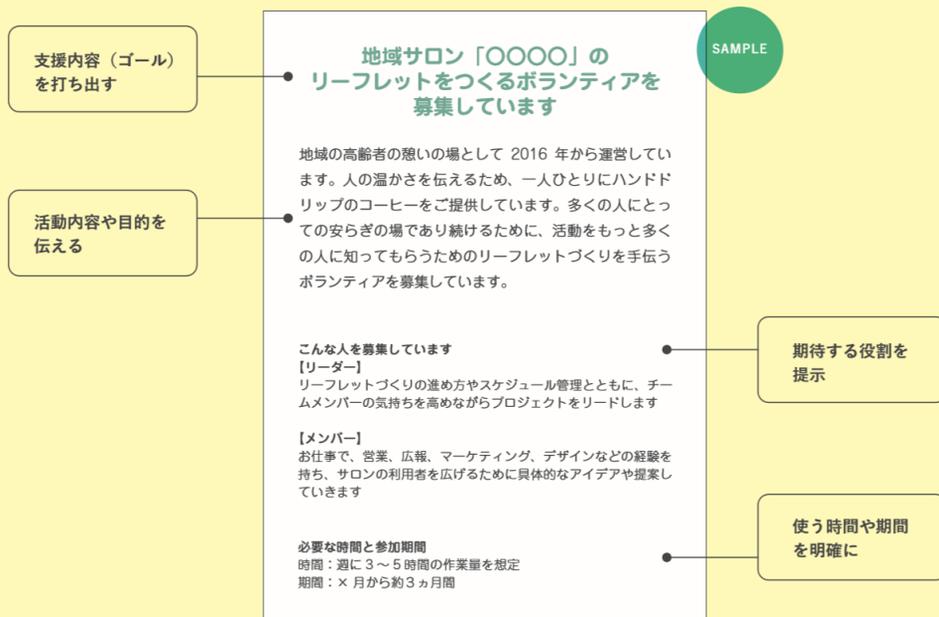
説明会を開く

参加登録を受け付ける



プロボノワーカー募集案内を作成する

支援内容を決めたら、プロボノワーカーの募集を始めます。募集する際は、支援内容や地域活動の概要に加え、プロボノワーカーとして「期待する役割」「必要な時間」「参加期間」などを明確にすることがポイントです。



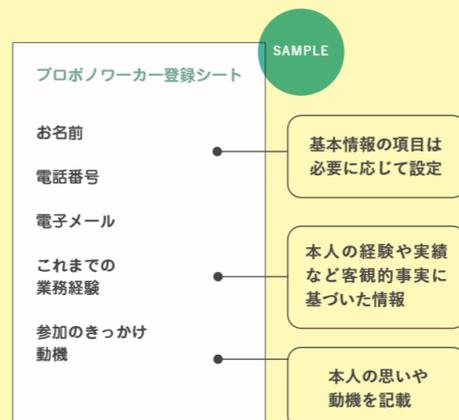
「説明会」を開き、関心ある人と直接話してみる

プロボノワーカーを集めるための、地道で最も確実な方法は「説明会」を開くことです。説明会では、地域活動の魅力や、現状の課題・ニーズ、プロボノワーカーへの期待などを伝え、地域活動についての基本的な理解を共有します。同時に、説明会は、プロボノワーカー希望者と直接話をする貴重な機会です。一人ひとりに個別に話しかけたりしながら、それぞれの人となりに触れていきましょう。



「参加登録」を受け付ける

説明会参加者には、参加登録用の書式（またはオンライン上のフォーム）を配布し、希望者から記入・提出を受けます。ここでの最重要ポイントは「得意なこと」など本人の主観ではなく「業務で経験したこと」など客観的事実をできる限り詳細に記載してもらうことです。



3

プロジェクトを立ち上げる

コーディネーターのやること

チームメンバーを選ぶ

オリエンテーションを開く

✓ チームメンバーを選ぶ

登録したプロボノワーカーから、地域との相性や、支援内容などをもとに、参加するチームメンバーを選びます。支援内容や期間によって、3～6人程度のメンバーで構成するとよいでしょう。なお、事情により、プロボノ参加希望者の中で、参加をお断りする方には、適宜、その旨の連絡を行います。

プロボノの適正人数は？



✓ 「オリエンテーション」で課題やニーズを共有する

支援に参加するチームメンバーが決まったら、メンバーを集めた理解共有の場「オリエンテーション」を開きます。オリエンテーションは、通常2時間程度で、その中で、参加するプロボノワーカーの理解を整え、プロジェクトを始める準備を行います。プロボノワーカーの大半は、「地域包括ケアシステム」「生活支援体制整備事業」などについて詳しく知っているわけではない、という前提を持ち、基礎的な理解を共有するところからスタートしましょう。

■オリエンテーションの進め方(例)	目安時間	内容
自己紹介・アイスブレイク	10分	初対面でも硬くなりすぎない雰囲気づくりを。
地域の現状と現在の取り組み	30分	地域の概要や課題の背景を説明し、プロボノワーカーとの間で基礎的な理解を共有します。地域の高齢化の現状、解決すべき課題、生活支援コーディネーターの取り組みなどを、できるだけわかりやすく説明するようにしましょう。
プロボノに対する期待・要望	10分	プロボノワーカーに対して、地域やコーディネーターが期待していることを明確に伝えます。
質疑応答	30分	ここまでの説明に対する質疑応答を受け付け、まずは、基礎的事実の共有が確実にできていることを確認します。
目指すゴールと進め方	30分	目指すべきゴールが何か、ゴールに向けてどのような進め方をするかについて議論を通じて合意を図ります。
まとめ	10分	この次のステップ(キックオフミーティング)に向けて、チームメンバーそれぞれの準備を確認して解散します。

4

進行を見守る

コーディネーターのやること

キックオフミーティングを開く

進行をモニタリングする



地域の関係者を集めて「キックオフミーティング」を開く

コーディネーターが間に入り、地域の関係者とプロボノチームとが初顔合わせする場「キックオフミーティング」を開きます。ここから、いよいよプロジェクトの本番です。「キックオフミーティング」では、プロボノの支援を受けるにあたっての「目的」「成果物」「進め方」の3点について、その場に集まる全員が理解を共有することを目指します。

ポイント	理解を共有するために有効な問いかけ
目的	「解決したい地域の課題は何ですか？」 「具体的にどんな変化や効果が生まれていることを期待していますか？」
成果物	「目標とする成果物は何ですか？」 「その成果物は、どのような形・量・イメージ・印象のものですか？」 「出来上がった成果物は、誰が、どのように活用しますか？」
進め方	「いつまでに、誰が、何をしますか？」（プロボノチーム） 「提案された内容を、誰がどのように判断しますか？」（地域）



進行を「モニタリング」する

プロジェクト期間中、コーディネーターは、地域とプロボノチームとの間で行われるやり取りをできる限り把握するようにします。ただし、プロジェクトの主体はあくまで地域とプロボノチームです。両者の連携が、キックオフミーティングで合意された進め方に沿って、順調に進んでいる間は、コーディネーターは介入せず、静かに見守ります。合意された進め方から外れたときに、地域側・プロボノチーム側それぞれの関係する人に確認を取り、進行に問題がないかを把握します。

一般的なプロボノプロジェクトの進め方



1 活動現場体験・見学
現場に足を運び、実際の様子に触れてみる。街歩きなども◎



2 ヒアリング
地域活動の参加者・利用者・ボランティアなどにお話を伺う



3 中間提案
成果物の方向性についてプロボノチームから提案する



4 最終提案・納品
プロボノチームが作成した成果物について最終的な提案を行う

プロボノの代表的なリスク
～ 介入が必要なのはこういうとき～

頭でっかちな提案をしてしまう
▶ ヒアリングや現場見学をしっかりと

実際の運用に落とし込めない
▶ 成果物を利用する人をイメージして

おたがいの期待が一致しない
▶ 両者の成果物イメージを具体的に

計画から脱線してしまう
▶ 最初の合意に立ち返って

スケジュールが守られない
▶ ボランティアだからこそ時間管理が大事

5

プロジェクトをふりかえる

コーディネーターのやること

成果物の活用法を考える

「ふりかえり会」を開催する

✓ 地域の皆さんと 成果物の活用法を考え、 実行に移す

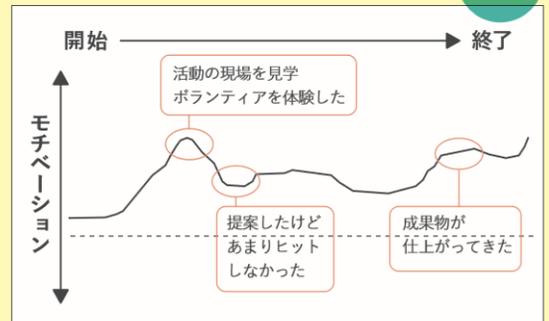
成果物が出来上がったら、ここから先は、地域の皆さんが成果物を使いこなす番です。成果物を活用するためにできることを積極的に考えていきましょう。例えば、パンフレットやチラシであれば、「いつまでに印刷をするか」「誰が、どこに配布をするか」「配布できるイベントや会議はないか」というように、成果物を使いこなす具体的な活用法を決めて、実行に移していけるようにサポートします。

✓ プロボノワーカーと 「ふりかえり会」を 開催する

プロジェクト終了後、プロボノワーカーと「ふりかえり会」を開くことで、感謝の気持ちを伝えたり、次につながる改善点を洗い出すことができます。ここでは、「ふりかえり会」の際に活用できるプログラムを2つご紹介します。

モチベーショングラフ

一人ひとりのプロボノワーカーが、プロジェクトの開始から終了に至るまで、どのような気持ちで参加したかを「グラフ」にあらわします。苦労した点や、がんばった点を共有することで、それぞれの貢献を認めたり、労をねぎらったりします。



相互フィードバック

一緒に参加したプロボノワーカーどうしが、お互いに対して感じたこと（主にポジティブな内容）を言葉にして表現します。お互いの活躍を言語化することで、感謝の気持ちを伝えるとともに、受け取った側は自身のスキルやプロボノ活動や本業での仕事の進め方への気づきを得るきっかけとなります。

SAMPLE

〇〇さんへ

素晴らしいと思ったこと・
価値ある行動

強みや持ち味だと
感じたこと（その理由）

メッセージ

〇〇より

IV 明日からできるプロボノ実践法（2）

〔プロボノプロジェクトの進め方〕

具体的な事例とともに、さらに理解を深めよう プロボノプロジェクトの進め方

地域活動の担い手と、企業等で活躍するプロボノワーカーという、日ごろあまり出会う機会がない両者が協働し、地域づくりの課題を解決するような具体的な成果物を生み出す「プロボノプロジェクト」。その具体的な進め方とは…？

そこで、東京都文京区千石地域を舞台に、コミュニティカフェの運営や有償ボランティアによる生活支援サービスを提供する「風のやすみば」に対して、プロボノによりパンフレットの制作を支援した実際のプロジェクトを事例として取り上げながら、プロボノプロジェクトの進め方を解説していきます。

事例 | NPO法人 風のやすみば [東京都文京区]

常連さんが集うだけではなく、
新しい利用者や問い合わせが増えた。



<団体の活動概要>

設立 2013年6月 (2014年1月NPO法人格取得)

地域の人たちが協力して、住みやすい地域を創るべく活動を行う。現在は「どなたでも立ち寄れるカフェ」「ちょっとした困りごとを解決する、なんでも屋さん」を中心に活動。2015年度の「東京ホームタウンプロジェクト」では活動内容を紹介する印刷物（パンフレット）を作成するプロボノ支援を受けた。

団体が悩んでいたこと

「コミュニティカフェ」「集会場」「学習支援の場」などの活動ごとにチラシを作ってきたが、全体像を伝えるのが難しい。地域の人たちへ活動を伝えるためにはどうしたらいいのか誰かと一緒に考えたい。

プロボノワーカーの活躍

さまざまな活動内容が一目でわかり、カフェの温かみが伝わるパンフレットを制作しました。



プロボノの効果

新しいパンフレットがきっかけとなって、常連さんに加えて、新しい利用者や問い合わせが増えました。また、パンフレットを渡せば一通り読んで理解してもらえるので、口頭で説明するよりも活動内容を伝えやすくなりました。

大事なのは感覚的な“センス”ではなく、活動に対する地に足の着いた理解。

パンフレットやチラシなどをつくるとき、しばしば「デザインセンス」が必要だと思われがちです。

でも、本当に必要なのは「センス」といった感覚的なものではなく、活動現場を目で見ることで、そして、住民など関係者の生の声を聴いたうえで、提案を考えることです。

プロボノプロジェクトでは、プロボノチームからいきなりデザインやキャッチコピーを提案するという事はしません。

提案をする前に、活動現場に見学に行ったり、さまざまな立場の地域関係者にヒアリングに行くことで、地域活動への理解を深めています。

「風のやすみば」を応援したプロボノチームも、活動現場見学やヒアリングなどを通じて、カフェやスタッフの皆さんのことをよく知っているからこそ、デザインやキャッチコピーにも、その明るく温かい雰囲気が反映され、最終的に、地域側も納得のいく成果物につながりました。

プロボノチームの取り組み

- 地域住民のニーズを調査するために、利用者、地元企業、行政、さらには、活動をよく知らない地域住民へヒアリング調査を行った。
- スタッフにヒアリングを行い、現状の課題をくわしく把握した。
- 地域の人口や、周辺にある高齢者や子育て支援の団体・行政の対応について調査した。
- 活動見学やヒアリングの結果から、評価されている点や課題点を分析し、パンフレットに必要な要素（読み手のニーズ、読み手に訴えかけるメッセージ等）を発見した。



風のやすみば 代表 加藤良彦さんの声

「制作物まで手が回らないのはもちろんですが、自分たちで作るとプロボノワーカーのみなさんに任せるのは全然違いました。

制作前に、活動内容やどういうパンフレットにしたいかをスタッフに聞き取りしたり、地域のことを調べることで、完成したパンフレットをどういう人に配ったらいいのかということや、活動全体を見てどこが足りないかということまで分析してくれました。パンフレットができたという目の前のうれしさとはまた別に、プロフェッショナルな人たちの仕事ぶりを見るのが非常に勉強になりました」

この資料の使い方

「どんな場面で、どんなことをすればよいか？」 プロボノワーカーが道に迷わないための案内書です。

次のページ以後にご紹介している「プロジェクトの進め方」資料は、生活支援コーディネーター（以下、「コーディネーター」）が、地域づくりに取り組む住民主体の活動を立ち上げたり、支援したりすることを目的として、プロボノワーカーを集めてパンフレットの制作を進めていく場合を想定し、おもにプロボノワーカーに手渡し、プロボノワーカーがどんな場面で、どんなことをすればよいかを伝えるために作成した資料です。

コーディネーターは、プロボノプロジェクト全体を支える役割として、地域とのコミュニケーションや、プロボノワーカーからの質問や要望への対応などを行いながら、プロボノワーカーが主体的に活動するようすを見守るようにします。

プロボノプロジェクトの進め方（パンフレット制作の場合）

0 | オリエンテーション

プロボノプロジェクトの立ち上げ。チーム初のミーティング。まずは、メンバーの顔合わせ。



1 | キックオフミーティング

地域活動の担い手とプロボノチームとの初顔合わせ。新たなコラボレーションの始まりです。



2 | 活動見学・ヒアリング

百聞は一見に如かず。地域活動を知るところが第一歩。さらに、関係者へのヒアリングを通じて理解を深めます。



3 | 中間提案

パンフレットの読み手と伝えるメッセージを提案。プロジェクトの方向性を決める重要ポイント。



4 | 制作作業

「台割」や「デザイン」を提案しながら、作り込むプロセス。パンフレットがどんどん具体化していきます。



5 | 最終提案

いよいよ、最終成果物の納品！
パンフレットの有効な活用方法を検討します。



主な登場人物

分類	役割	説明
地域活動の担い手	代表者	会長・代表などの中心人物
	意思決定者	プロボノチームから受けた提案について最終判断する人。代表者が兼ねることも可。
	窓口担当者	プロボノ支援でメール等のやり取りに対応する人。
	ボランティアスタッフ	団体の運営メンバー。活動歴や作業内容はさまざまなので、どんな人がいるかは詳細に把握が必要。
地域活動の関係者	参加者・利用者	カフェの来店者やサービスの利用者、活動の参加者など。
	支援者	場所の提供や資金的支援をする人など。
	企業	ボランティアや物資の提供、寄付などで協力している企業があれば。
	学校	ボランティアや講師の派遣などで協力している学校等があれば。
行政・支援機関	行政	行政の所管部署の担当者など。
	支援機関	地域包括支援センターや社会福祉協議会など。
プロボノチーム	リーダー	プロボノチームの窓口として連絡・調整を担当。
	メンバー	プロボノチームの一員。ヒアリングはおもにメンバーが担当。
コーディネーター	生活支援コーディネーター	主要なミーティングの日程調整をしたり、プロジェクトの進捗状況のモニタリングなどを通じて、地域とプロボノワーカーとのマッチングを支援。
その他		

0 | オリエンテーション

「**オリエンテーション**」は、プロボノプロジェクトの実施を呼びかけたコーディネーターと、プロジェクトに参加するプロボノワーカーとの顔合わせの場です。参加するプロボノワーカーにとっても、お互い初対面の場となります。このオリエンテーションでは、コーディネーターから、地域活動の抱える課題やプロボノへの期待などを説明します。それを受けて、プロボノワーカーは、プロジェクトの目的について理解を深め、目標とする成果物や進め方について議論をします。なお、この場には、地域活動の関係者は同席しません。地域活動の関係者は、次の「キックオフミーティング」ではじめてプロボノワーカーと対面します。

事前準備

- この資料「プロジェクトの進め方」に目を通しておく
- 地域活動についての疑問・質問などを思い浮かべておく

ミーティング本番

- メンバー同士で自己紹介を行い、お互いの人となりを知る
- 地域活動について理解する
 - 地域活動の内容や現状の課題をコーディネーターに教えてもらう
 - 地域包括ケアなど、必要な基礎情報を教えてもらう
- プロジェクトの進め方を共有する
 - プロジェクトの目的、進め方を確認する
 - 中間提案など主要なプロジェクトのイベントを確認する
 - キックオフミーティングに向けたアクションを確認する
 - プロボノチーム内のコミュニケーション手段を確認する

★ミーティングの進め方（例）は25ページ参照

事後作業

- プロボノチーム内のコミュニケーション手段（メーリングリスト、SNSのグループ等）を設定する（コーディネーターも入ります）
- キックオフミーティングの日程調整に向けて、コーディネーターに協力する（地域との連絡・調整はコーディネーターが行います）

1 | キックオフミーティング

地域活動のメンバー（意思決定者・窓口担当者は必須）と、プロボノチームのメンバー全員とによる初顔合わせとなる打ち合わせが「**キックオフミーティング**」です。

「キックオフミーティング」では、プロボノの支援を進めるにあたっての基本的なポイント「地域活動の現状と課題」「目標とする成果物」「プロジェクトの進め方」の3点について、その場に集まる全員が理解を共有することを目指します。



事前準備

- 地域活動に関する質問を事前に出し合っておく（できれば、一覧などにまとめておく）
- 地域活動の関係者をあらいだしておく
- どんな活動現場を見学してみたいか、どんな人にヒアリングをしたいか、など、地域活動について調査したい内容をまとめておく

★地域活動の関係者の整理（例）は次ページ参照

ミーティング本番

- 地域活動の現状を理解する
 - 地域活動に関する基本的な理解ができている
 - 地域活動の現状の課題を把握している
- 目標とする成果物について合意する
 - 地域からプロボノチームに対する期待・要望を把握している
 - 成果物の大きさ・分量・活用方法などのイメージが共有できている
- プロジェクトの進め方を確認する
 - 成果物を納品するまでの主要な打ち合わせや作業の流れを共有できている
 - 現場見学やヒアリングの進め方について明確になっている

★ミーティングの進め方（例）は次ページ参照

事後作業

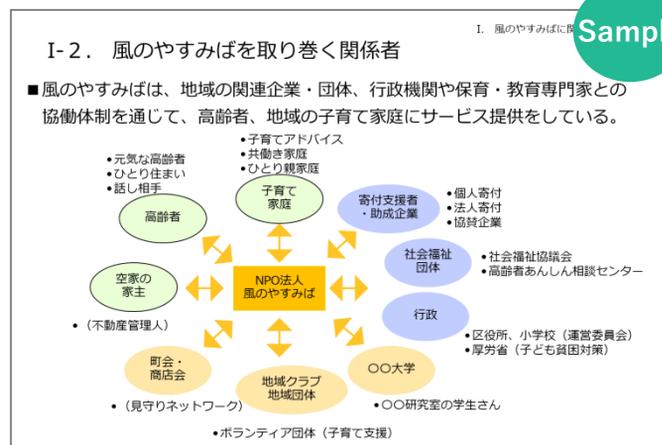
- キックオフミーティングの合意内容について、要点をメモとして記録に残す
- キックオフミーティングで合意した内容にそって、活動現場見学やヒアリングの日程調整を、コーディネーターと連携しながら進める

キックオフミーティングの進め方（例）

Sample

目安時間	項目	進め方のヒント
10分	会合の目的確認 (コーディネーター)	コーディネーターから、ミーティングを開始するにあたってあいさつします。 地域活動に対してプロボノ支援を取り入れた目的・理由などを説明します。
10分	自己紹介 (全員)	なごやかな雰囲気自我介绍しましょう。
40分	地域活動への理解を深める (プロボノチーム)	地域側の出席者に対して、プロボノチームが考えてきた質問を投げかけます。質問へのやり取りを通じて、地域活動に対する理解を深めていきます。
20分	目標とする成果物について合意する (全員)	プロジェクトを通じて目標とする成果物について、より具体的なイメージをすり合わせます。 パンフレット制作の場合であれば、読み手は誰か、読み手にどんな行動を起こしてほしいか、サイズはどうか、どのように配布するか、その他注意事項はないか、などを具体的に確認していきましょう。
30分	今後の進め方について確認する (プロボノチーム)	成果物の完成に至るまでの流れを全員で確認し、主要なポイントがどこかを共有します。 そのうえで、活動現場をいつ見学するか、個別ヒアリングをだれに行うか、その日程の調整方法などを検討し、さっそくプロボノチームが動けるために必要な段取りを整えます。
10分	まとめ (コーディネーター)	合意事項とアクション項目の確認をして、ミーティングを終了します。

地域活動の関係者のあらいだしと整理（例）



地域活動を取りまく登場人物の属性や関係性を整理します。

サービスの利用者、場所や資材を提供してくれる協力者など、立場によって課題意識や要望は異なります。さまざまな関係者に対してバランスよくヒアリングを行うために、全体像を把握・整理することが有効です。

2 | 活動現場見学・個別ヒアリング

地域活動について理解を深めるには、実際の**活動現場を見学**することが最善の方法です。プロジェクトの初期段階で、できるだけ多くのチームメンバーが地域活動の現場に足を運び、活動の一端に直接触れてみましょう。

さらに、成果物となるパンフレットで発信するメッセージを明確にするために、地域活動に係る**さまざまな立場の地域住民にヒアリング**することが有効です。それぞれの住民がもつ、地域活動への期待や要望、提供する価値や魅力などを把握することができます。



事前準備

- ヒアリングの際の質問項目をプロボノチーム内で議論し、整理・共有する
- 活動現場見学やヒアリングの日程調整を行う（コーディネーターが日程調整をする場合は、日程調整が円滑に進むように積極的に協力する）
- ヒアリング対象者ごとに、担当するチームメンバーを決める
- 可能であれば、ヒアリング対象者に質問項目を事前に送付する

ヒアリング本番

- 対象者の地域活動との関わりを把握する
- 対象者の地域活動に対して感じる魅力や価値、ならびに、課題や改善点などについて意見を聞き取る
- 成果物に対する意見を聞き取る

★ヒアリングの進め方（例）は次ページ参照

事後作業

- 活動現場を見学した際は、メモや写真などで記録に残してチーム内で共有する
- ヒアリングを実施した際は、メモを残してチーム内で共有する

ヒアリングの進め方（例）

Sample

目安時間	項目	進め方のヒント
5分	自己紹介	
5分	趣旨説明 (プロボノチーム)	ヒアリングを実施するにあたって趣旨を説明し、ヒアリング対象者から円滑に情報提供いただけるよう、理解を整えます。
45分	ヒアリング	<p>ヒアリング対象者に対する質問を行います。まずは、ヒアリング対象者と地域活動との関わりなどの客観的事実からスタートし、次第に、地域活動の魅力や、現状の課題・ニーズなどへとヒアリングを進めていきます。</p> <p>[ヒアリングにおける質問の例]</p> <p>(1) いつ頃から・どんなきっかけで・どのような立場で・週何日ぐらい・有償・無償で、地域活動に関わっているか？</p> <p>(2) 地域活動のどんなことを価値や魅力だと感じるか？また、現状の課題・不安・不満などはないか？</p> <p>(3) 地域活動の現状のパンフレットをはじめ広報物について、どれぐらい見ており、どう感じているか？</p>
5分	まとめと御礼	ヒアリングした内容についての簡単なまとめを行うとともに、ご協力いただいた対象者の方に、御礼を伝え、ヒアリングを終了します。

ヒアリング結果の整理（例）

	地域活動の種類	
	コミュニティカフェ	街の便利屋さん
子育て家庭	・先輩ママと交流したい	・生活や子育てに関する情報が欲しい
高齢者	・誰かと話をしたい ・健康的な食事をとりたい	・介護に関する情報が欲しい
学生		・ボランティアに参加したい
自治会	・街を活性化したい	
企業	・情報発信の場が欲しい	

地域活動の関係者の属性や、活動が提供するサービスの種別など、ヒアリング結果を分類し、偏りのない公正な調査結果であることを確認します。

【ヒアリング結果の分類例】

- ✓ 地域活動の種類
- ✓ 関係者の属性
- ✓ ヒアリング項目の種別
 - ・ 課題
 - ・ ニーズ、要望
 - ・ 長所や強み

3 | 中間提案ミーティング

ここまでのプロボノチームによる活動をまとめ、今後のプロジェクトの方向性を決める重要なポイントとなるのが「**中間提案**」です。中間提案の打ち合わせは、地域活動のメンバー（意思決定者・窓口担当者は必須）と、プロボノチームのメンバー全員とにより行います。

この場では、成果物を、誰に向けて・どんな目的で・どのような情報・メッセージを打ち出すのか、ヒアリング調査などから得た内容をもとに、具体的に提案し、成果物のイメージをすり合わせていくことが、プロジェクト全体の成功のカギとなります。



事前準備

- ヒアリングなどから得た情報をまとめ、中間提案資料を作成する
- 中間提案資料を、必要な人数分、印刷・配布する

ミーティング本番

- 地域活動の要望やニーズを再確認する
- ヒアリングなどの結果を報告し、成果物（パンフレット）の読み手となる地域活動の関係者について、ニーズや要望等を整理する
- 成果物（パンフレット）に盛り込むべき情報・メッセージなどを提案する
- 今後のスケジュールと役割分担を明確にし、必要な依頼事項（写真素材の提供や文章の寄稿等）を窓口担当者をお願いする

★ミーティングの進め方（例）は次ページ参照

★中間提案のサンプル（例）は次々ページ参照

事後作業

- 提案の内容にもとづき、この先の制作作業を進めてよいか、を確認するため、地域活動の窓口担当者から、メールや文書など、書面で意思確認ができるような回答を受け取る

中間提案ミーティングの進め方（例）

Sample

目安時間	項目	進め方のヒント
10分	会合の目的確認 (コーディネーター)	このミーティングの目的を確認します。 中間提案で合意した後は、パンフレット制作の方向性に関する大幅な変更はできないことを説明します。
50分	提案資料説明 (プロボノチーム)	中間提案資料の内容にそって説明をします。 【例】 例えば、「近隣の高齢者」に向けて、「有償ボランティアによる生活支援サービスの利用を呼び掛ける」という目的のパンフレットをつくる場合を考えてみましょう。地域住民の皆さんへのヒアリングを通じて「具体的なサービス提供事例」や「利用者の声」などを紹介すること、「利用料金」をわかりやすく記載すること、「町会長の推薦メッセージ」を掲載し信頼感を打ち出すこと、といった点が求められることがわかってきたとします。その場合、これらの情報が、成果物となるパンフレットを構成する要素となっていきます。
40分	質疑応答・意見交換 (全員)	提案内容に関する質疑応答を行い、地域側・プロボノチーム側双方の理解を深めるとともに、コメントや要望などをもとに、この先のプロジェクト進行に反映していきます。
10分	スケジュール調整 (リーダー)	パンフレット納品までの主要なスケジュールを提示し、それぞれの日程について、できる限り、この場で設定します。
10分	まとめ (コーディネーター)	窓口担当者からの本日の提案に対する回答期限を設定します。 最後に、合意事項とアクションの確認をして終了します。

中間提案の内容（例）

ニーズや特徴の整理

Sample ヒアリング結果 - 評価点 -

- 「風のやすみば」を利用する人、活動を支える人、地域住民。すべての人が、「風のやすみば」の活動を、高く評価しています。

■ 活動ごとの評価ポイント

「風のやすみば」全体 <ul style="list-style-type: none"> ● 地域の人を支え、支え合う関係 ● ここに来れば、誰かに会える場 ● 商店街、学校、企業、大学、社協、地域包括支援センターとの連携 ● 地域ニーズに応えたさまざまな活動 	カフェ <ul style="list-style-type: none"> ● 手作りランチは、栄養バランスがよい ● ランチは、毎日利用しやすい価格 ● 同世代の人と、気軽に会話ができる ● なんでも屋さんで活動する人の「顔」が見える
なんでも屋さん <ul style="list-style-type: none"> ● 地域に住む顔なじみが作業 ● 公共サービスよりも気軽に利用できる ● 利用しやすい価格 ● 作業も丁寧で安心できる 	見守りネットワーク、その他 <ul style="list-style-type: none"> ● 種を通じた地域の交流（見守りネット） ● 世代を超えた交流（見守りネットなど） ● 子供と大学生との交流（学習支援など） ● 活動に気づききっかけ（場所貸し）

個別ヒアリングやその他の調査の結果にもとづいて、活動へのニーズ、活動の強みや特徴を提供するサービス・事業ごとに整理します。

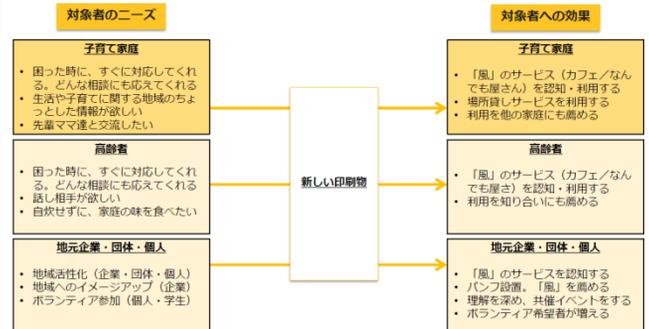
【整理すること】

- ✓ 活動に対する要望・ニーズ
- ✓ 活動が抱える課題
- ✓ 活動の強みや特徴

パンフレットの効果を設定

Sample 成果物の対象者

- これまでの調査分析の結果、対象者を子育て家庭と高齢者に設定し、「風のやすみば」の利用や参画を促すとともに、連携する団体やボランティア参加者にも、共感を与える成果物とすることが重要であると考えます。



パンフレットの読み手となる地域の関係者の対象を絞ります。

パンフレットを手にしたあとの効果を、対象となる地域の関係者ごとに設定します。

関係者それぞれの要望やニーズに、地域活動がどのように応えるかを明確にすることがポイントです。

パンフレットの基本メッセージ

Sample 成果物のコンセプトの提案 - コンセプト -

■ 成果物の目的

「風のやすみば」のビジョン
子どもからお年寄りまで地域住民が安心して楽しく生活できる地域の実現

「風のやすみば」のビジョンを、千石地域に暮らす子育て家庭や高齢者、地元企業・団体・個人に伝えることで、共感を増やし、活動への参加や支援を促す。

■ 成果物の基本メッセージ

心のやすみば = ゆるやかにつながることで、お互いに安心できる関係を作る

■ 成果物のアピールポイント

- 栄養バランスの良い手作りランチを提供するにぎやかなカフェ
- 生活する中で起こる困ったことに、気軽に相談、依頼できる窓口
- 相談者に寄り添い、地域密着型の事業で、楽しい地域交流を推進する身近さ、親しみやすさ
- 協力者の多い共感を呼ぶ雰囲気

地域活動を取りまく環境が整理できたら、基本メッセージを定義します。

パンフレットをとおして何を伝えるべきか中核となるメッセージにもとづいて、関係者の要望やニーズを満たすことのできるアピールポイントをリストアップします。

4 | 制作作業

中間提案で確認した方向性にもとづいて、パンフレットのページ構成・レイアウトを表現する資料「**台割**」について、プロボノチームで検討し、提案します。

台割の内容が、中間提案で合意した方向性に合っているかどうか、パンフレットに必要な要素が過不足なく盛り込まれているかどうか、などを確認していきます。

台割について合意が得られたら、いよいよ「**デザイン**」の制作に取り掛かります。デザインについて合意が得られたら、あとは、必要な文章・画像などをもとに成果物の作り込みを進め、完成へと近づけていきます。

なお、各作業が進むごとに、地域とプロボノチームとが連絡を取り合い、確認しながら進めていきます。



主な作業内容

□ 台割を作成する

- パンフレットの構成やページ数が明確になっている
- 見出しにどのような内容が入るか明確になっている
- どのようなテキストを作成し、文字量がどれくらいか、明確になっている
- どのような画像を使用し、何点くらい使用するか、明確になっている
- 全体として見たいときに、読み手にとって分かりやすい・伝わりやすい構成になっている

★パンフレットの「台割」（例）は次ページ参照

□ デザインを提案する

- 色の使い方やデザインの雰囲気などが、地域活動に見合っている
- 合意した台割にある要素がきちんと網羅されている
- その他、地域活動が必要とする特別な要望・ニーズ等を満たしている

□ 成果物（パンフレット）を最終化する

- 地域活動の窓口担当者に、必要な素材（文章・画像等）を提供してもらう
- 素材をもとに成果物を制作・最終化する

★最終成果物のイメージは次々ページ参照

パンフレット「台割」(例)

風のやすみば プロジェクトの成果物は、A4サイズの三つ折りパンフレットです。このステップの提案では、下記のように折り込み時の見え方(構成)が分かるように台割を作成しています。また、それぞれの折り込みページにどのようなメッセージをいれるか、見出しやテキストの配置を明確にしていきました。

表紙と扉ページ

Sample B. 風のやすみばを知っている人から手渡しすることを想定した案 表紙-扉ページ

ページの表示箇所

外面

表紙	裏表紙	扉
----	-----	---

中面

--	--	--

三つ折りを開いた中面のページ

Sample B. 風のやすみばを知っている人から手渡しすることを想定した案 中面

ページの表示箇所

外面

表紙	裏表紙	扉
----	-----	---

中面

--	--	--

裏表紙

Sample 表4(裏表紙)共通

表4

ページの表示箇所

外面

表紙	裏表紙	扉
----	-----	---

中面

--	--	--

5 | 最終提案ミーティング

パンフレットの最終化にめどがついた段階で、プロジェクトの締めくくりとなる打ち合わせの場「**最終提案**」を実施します。地域活動のメンバー（意思決定者・窓口担当者は必須）と、プロボノチームのメンバー全員により行います。

出来上がったパンフレットについて説明するとともに、「いつまでに印刷をするか」「誰が、どこに配布をするか」「配布できるイベントや会議はないか」というように、成果物を使いこなす具体的な活用法を決めて、実行に移していけるようにサポートします。



事前準備

- パンフレットの活用方法や、修正・更新に関するヒント・注意事項等をまとめておく
- パンフレットの効果的な配布方法などについてアイデアを出し合っておく

ミーティング本番

- 最終成果物を納品する
 - プロジェクト開始当初からの地域の課題やニーズに応える成果物となっている
 - 成果物（パンフレット）の修正・更新の方法をはじめ、取り扱い方法について地域側が十分理解できている
 - データの受け渡し方法について明確になっている
- パンフレットの活用方法を検討する
 - 配布場所・配布方法など具体的な計画を立てる
 - 印刷部数の決定、印刷会社の選定、価格や納期など、発行に向けた作業手順・スケジュールが明確になっている

事後作業

- コーディネーターは、パンフレットの納品データを受領し、地域と相談しながら、印刷・配布等をサポートする

V 明日からできるプロボノ実践法 (3)

[事例紹介]

もう始まっている、 地域と「プロボノ」のコラボレーション



地域活動の担い手を応援するプロボノの取り組みは、すでに各地で広がりを見せてつつあります。そのなかから、「事業評価」と「SNS活用」に取り組んだ2件の事例をご紹介します。

介護予防・生活支援をテーマとした行政との協働実績

東京都	東京ホームタウンプロジェクト (2015～2017年度) 地域団体 74 件・プロボノワーカー 389 名
大阪府	大阪ええまちプロジェクト (2017年度) 地域団体 17 件・プロボノワーカー 87 名
千葉県	わがまちシニア応援事業 (2017年度) 地域団体 4 件・プロボノワーカー 16 名
千葉県松戸市	都市型介護予防モデル 松戸プロジェクト (2017年度) 地域団体 5 件・プロボノワーカー 19 名

2018年3月現在

地域がつながる事業評価プロジェクト

自主的に長年やってきた活動の、
意義を改めて知ることができた。

東京都稲城市 矢野口地区介護予防ラジオ体操会



<団体の活動概要>

2006年頃から、市の呼びかけに応じて、介護予防を目的とした転倒骨折予防教室やストレッチ教室など、地域で自主グループを結成。室内が中心の教室の活動では男性の参加者が伸び悩んでおり、男性が参加しやすい、公園や小学校の校庭などの屋外に活動の場を広げ、ラジオ体操を開始。2015年からはじめたラジオ体操の参加者は、またたく間に200人を超え、拠点も4箇所。これまでなかなか顔を出さなかった男性の参加者や、人工透析を受けている人の姿など、より多様な参加者が集まるようになってきている。さらに夏休みは地元の小学生たちも一緒に参加するなど、世代を超えて、ラジオ体操の輪が広がっている。

団体が悩んでいたこと

- ラジオ体操に限らず、矢野口地区で取り組んできた長年の自主的な健康づくりの活動は、この地域の人々の健康づくりにどのように役立っているのだろうか？

プロボノワーカーが やったこと

- 数字や具体的なエピソードをつかって、活動が見える化
- ラジオ体操への参加が、健康づくりはもちろん他の地域活動への参加につながっていることがわかりました

プロボノの効果

- 団体の活動意義を改めて知ることができた
- 稲城市役所の担当者からは「今回示された結果を他団体支援のための参考にしたい」という感想も

●地域活動 × プロボノワーカー対談

ラジオ体操が地域にもたらした好影響をプロボノはどう評価していったのか？

行政の理解を得たり、ほかの地域へすすめるためには、
客観的な評価が必要だった

――2015年10月開始の東京ホームタウンプロジェクトでは、ラジオ体操会の活動結果を主観的・客観的尺度から評価するプロジェクトが始まりました。客観的な評価が必要だと感じていたのでしょうか。

安西さん) 市から見たとき、活動がなかなか定着しない地域もあったようです。「何となく気持ちがいい」「健康になった気がする」は、個人レベルの感想です。ほかの地域へすすめるときの参考にもなるので、客観的な評価があったほうがいい、と議論していたとき、運よく東京ホームタウンプロジェクトの話が舞いこんできたのです。

はじめは「本当に無償で引き受けてくれるの？」と半信半疑でした。プロボノワーカーのみなさんは何度も足を運んでくださり、ヒアリングでは思いのたけをぶつけてしまいましたが、きちんと受け止めてもらいました。鎌田さんも、朝6時にガード下の開催場所まで来てくださいましたよね。

鎌田さん) 30～40人の高齢者の方々が集まっている様子は圧巻でした。その日は、たまたまラジオがかからなかったんです。「今日は中止」とも言えるのに、なんとバックアップのCDまで用意されていました(笑)。



(写真・左から)

鎌田麻以子(かまた・まいこ)さん
2015年度の東京ホームタウンプロジェクト「稲城市矢野口地区ラジオ体操会の活動」(定性・定量評価)にプロボノワーカーとして参加。

安西ハツエ(あんざい・はつえ)さん
「稲城市矢野口地区ラジオ体操会」の代表を務める。2015年度の東京ホームタウンプロジェクトでプロボノによる支援を受けた。

小林深雪(こばやし・みゆき)さん
市からの委託を受け、さまざまな面での高齢者支援を行うための総合相談機関「地域包括支援センター やのくち」職員。2層生活支援コーディネーター。

プロボノワーカーのビジネススキルに感動

——地域包括支援センターの立場から、プロボノ流の仕事の進め方はいかがでしたか？

小林さん) 私たちは、立場として、つい「傾聴」してしまいます。話したいのに適切な言葉にならない人がいるとき、プロボノワーカーの方々は話の引き出し方、効率よくまとめて次の人に振ることが上手でした。

たくさんの方から話を聞くときは、まず付せんを書いてもらって絞り込んでから進めるなど、効率的な進め方は、その後の仕事にも役立っています。アンケートの取り方も、参考にさせていただきました。

安西さん) プロボノワーカーのみなさんが作ったアンケートは「回数が増えた」「友達が増えた」と具体的に選ぶので、回答しやすいのです。「感想を書いてください」「変化がありましたか」といった記述式にしないで、出しづらくなります。ラジオ体操が終わってから大急ぎで書いてもらい、アンケートは100%回収しました。

効果が目に見えることで、地域をまき込みやすくなった！

——翌年3月に「稲城市矢野口地区ラジオ体操会の活動」（定性・定量評価）としてまとめました。

安西さん) 40ページ以上の報告書を見たときはびっくりしました。事業評価を受けたということは、私たちの活動を事業として見てもらったということです。報告書は各方面に配布しましたが、定数、定量評価を経て目に見える形になることで、説得力が大きく増すことを実感しました。

事業評価を経て、活動について稲城市から表彰されるなど、周囲の反応も大きく変わってきました。

新たに「我がこと・地域まるごとの街づくりを推進する会」を立ち上げ、地域の高齢者だけではなく、NPOや商工会をはじめ、矢野口のさまざまな関係者をまきこんで、ゆるくつながっていくことを目指しています。

自主グループをつなぎ、地域の介護予防活動を活性化させる試み

——事業評価プロジェクト後、矢野口の成功事例を他の地域でも活かすための試みをされたと聞きましたが、どういったことをしたのですか？

鎌田さん) 稲城市役所のご協力のもと、稲城市の他の自主グループを集め、意見交換・情報共有のワークショップを開催したのですが、ワークショップには、24の団体が参加してくれました。

参加者からは「今日のような会は、初めての体験で楽しかった」「これからも自主グループ同士の交流をしていきたい」「今日の皆さんの話を聞いて、大変だけど私達も頑張ろうと思った」といった参加者の皆さんからの嬉しいコメントをもらいました。

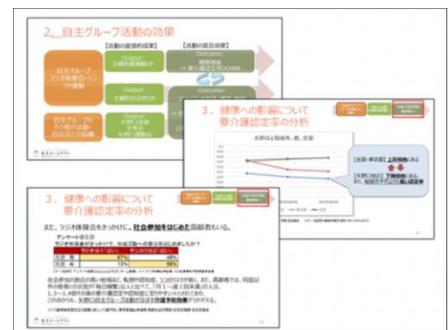
ワークショップ後のアンケートでも、参加したグループリーダー全員が「他のグループの話を聞いて参考になった」と回答し、当初の目的通り、前向きな機会として捉えていただいたことがわかりました。

<ヒアリングの様子>



私達が色々聞かれることに耐えられるかしら、とか不安はたくさんあったのですが、プロボノさんが上手に聞いて下さいました。(安西さん談)

<プロボノの成果物>



「地域の中で元気を作っていることの証明」と「古くからの地縁型コミュニティと、体操などのテーマ型コミュニティが上手に相まって、地域包括支援センターの細かいサポートも受けながら新しいコミュニティができあがっている」との評価。

<住民主体のフォーラムの様子>



ラジオ体操をきっかけに、住民主体のまちづくりフォーラムを開催。「市民活動サポートセンターいなぎ」にて、矢野口の特集記事が組まれる程に地域の注目を浴びています。

知る機会を増やす！SNS活用プロジェクト

Facebookのいいね!数は2,000を突破。
より広く・はやく情報発信できるようになった。

東京都豊島区 要町あさやけ子ども食堂



<団体の活動概要>

「子どもにワイワイがやがや賑やかに食卓を囲んでもらいたい」「日頃忙しいお母さんに一食分でもゆっくりすごしてもらいたい」という思いから2013年3月に豊島区要町で始まった子ども食堂。団体の代表：山田和夫さんの亡くなった奥さまが営んでいたパン店のスタッフが調理ボランティアとして参加。子どもだけでなく、高齢者がご飯を食べに来ることもある。第1、第3水曜日の17:30~19:30の間オープンし、大人1食300円、子ども1食100円で栄養バランスのいい食事が楽しめる。

団体が悩んでいたこと

- 同じ志を持つ人に、各地で「子ども食堂」を開いてほしい。
- そのためにも自分たちの活動を多くの人に臨場感をもって伝えるツールが欲しい。
- SNSを使うとよさそうだが、スマホの使い方すらわからない。

プロボノワーカーがやったこと

- スマホからすばやく更新ができるFacebookページを立ち上げました
- スマホを使うのがはじめての人でも簡単に更新できるようにマニュアルもつくりました

プロボノの効果

- 高い更新頻度で活発にページ運営を実現しています。
- 「いいね!」数が2,000を超え、数多くの人に活動の情報を届けられるようになりました。
- その後実施したクラウドファンディングの成功にも寄与しました。

●プロボノワーカーインタビュー

Facebookページを立ち上げるプロボノプロジェクトへ参加。
地域活動をしている人は自分のロールモデル。今後も関わっていきたい。

プロボノプロジェクトでは、まず信頼関係づくりが大切

――2015年の東京ホームタウンプロジェクト「プロボノ1DAYチャレンジ」でプロボノに初挑戦した多田さん。どのようにプロジェクトを進めていったのでしょうか？

多田さん) プロボノチームメンバーの3人はそれぞれIT系企業勤務でしたが、その中でも得意分野がありました。普段の仕事の内容、プロジェクトへの想いを共有することで、細かい役割分担をしなくても、自然に役割が決まっていきました。

その後、チームメンバー数名で「あさやけ子ども食堂」の現場見学に行ったのですが、会話する中で、山田さんから「当日、一緒にパンも作らない？」という提案がありました。

びっくりしましたが(笑)、当日はエプロンに三角巾というパン屋のスタイルでFacebookページの仕上げを行いました。

山田さんと一緒にパンを焼くことで、山田さんとプロボノチームとの距離がぐっと縮まったように感じました。

<1DAYチャレンジ当日の様子>



(写真中央左)

山田 和夫 (やまだ・かずお) さん
要町あさやけ子ども食堂の店主。60歳でおもちゃの製造販売会社を退職。年金を受け取りながら、魚屋さんでパートもしている。

(写真中央右)

多田 祐太 (ただ・ゆうた) さん
プロボノワーカー。大手IT通信企業勤務。プロボノプロジェクト終了後も子ども食堂の運営に継続的に関わっている。

Facebookのいいね！数は2,000を突破。

ープロボノで作成したFacebookページは現在も活用されているのでしょうか？

多田さん) はい。山田さんは、継続的にFacebookへ投稿をしていて、現在ではいいね！数は2,000を超えています。これは、「記事を投稿すると、2,000人の読者が見てくれる」ということです。Facebookページは「要町あさやけ子ども食堂」の情報発信ツールの中でもっとも更新頻度が高く・読者の多い情報発信ツールに育ってきていると思います。

プロジェクト当時、山田さんはガラケーからスマートフォンに買い替えたばかりで写真の撮り方もわからない状態でした。そこで、スマホを使うのがはじめての山田さんが困ることのないよう「使い方マニュアル」を作成し、プロボノ1DAYチャレンジ当日も山田さんにスマホを使ってFacebookに画像やテキストを投稿してもらいました。その後も、読者からの反応をみながら試行錯誤されていて、僕たちではもう敵わないぐらい山田さんの投稿が進化している！と感じます。

地域活動で表に立っている人は自分のロールモデル。活動に参加することで近づいていける。

ープロジェクト終了後も、困っていることはないか、子ども食堂に足を運んでサポートを続けてらっしゃると聞きました。なぜサポートを続けているのでしょうか？

多田さん) 一言でいうと、「山田さんに関わり続けたい」からです。地域で自ら表に立って周りを巻き込んでいく山田さんの姿は、自分のロールモデルだと思いました。

そこで、もっと活動に関わっていこうと、2016年の春にはチームメンバーだったウェブデザイナーを中心にウェブサイトを作成しました。また、2017年に久しぶりに山田さん宅を訪ねた後に、山田さんから「クラウドファンディングで資金集めをしたいので、手伝ってほしい」とメールが来ました。内容は、全国の50カ所の子ども食堂に競技用けん玉をプレゼントするというもので、僕はその実務を全面的に協力しました。クラウドファンディングは目標額の35万円を達成し、無事終了しました。

実は山田さんは僕の父と同年齢なんです。実家で山田さんの話をすると、父が刺激を受けて地域活動をするようにもなりました。

知る機会さえあれば、地域活動へ参加したい人はいる。プロボノはその貴重なきっかけになる。

ー多田さんのように地域活動への参加に興味があるビジネスパーソンはいると思いますか？

多田さん) 若いビジネスパーソンは自治会、地域社会に興味がないというよりも、知る機会がないだけだと思います。会社と住まいの往復だけをしていたら、僕も山田さんには出会えませんでした。地域参加の第1歩として、プロボノは貴重なきっかけになると感じます。

プロボノで作成したFacebookページ



Facebookページ立ち上げ後も、山田さんは定期的に投稿を続け、いいね！数は、2,000を超えた。記事を投稿するたびに100件以上のいいね！がつく。

プロボノプロジェクト終了後に作成したウェブサイト



ウェブサイトには問い合わせのコーナーがあり、見学や取材の申込みが入ってくる。

多世代交流の場でもある子ども食堂



スタッフが約15人、食事する人が約50人集まる。高齢者が一人でごはんを食べに来ることも。「地域が期待するならそれもいい。型を決めないで、変わっていくのがいいと思う。」と山田さんは言う。

平成29年度 老人保健健康増進等事業（老人保健事業推進費補助金）
「都市部における高齢者を中心としたプロボノ活動の促進に関する調査研究事業」

委員長 堀田 聡子氏 慶應義塾大学 大学院健康マネジメント研究科 教授

委員（50音順）

岩名 礼介氏 三菱UFJリサーチ & コンサルティング 社会政策部部长 上席主任研究員
服部 真治氏 医療経済研究機構 研究員 千葉大学予防医学センター 客員研究員
菱谷 文彦氏 大阪府福祉部高齢介護室介護支援課長
町田 直樹氏 東京都福祉保健局高齢社会対策部在宅支援課 課長代理

事務局 特定非営利活動法人 サービスグラント

東京事務局 〒150-0002 東京都渋谷区渋谷1-2-10

電話 03-6419-4021

関西事務局 〒541-0055 大阪府中央区船場中央1-3-2-302

電話 06-6210-4832

電子メール info@servicegrant.or.jp