

第 19 回環境 NPO リーダー海外研修 報告書

NPO 法人かいろう基山 出口容子

<① 訪問団体の活動やマネジメントなど、どの部分を日本の NPO として生かせるか? >

『組織運営』

1. 組織のポジショニング、ミッションを明確にし、共通認識とする。

組織の強みは、会員の誰もがミッションや目的、目標を明確に語れること。それが組織の説得力につながります。

自団体はどういう特徴を持つ組織であるのか、社会にどういった貢献が出来るのか、どう社会貢献をしていくのかという社会的なポジショニングとミッション、目的、目標を明確にすることは、組織の信頼性を高め、広報、会員拡大、資金調達の際にも要となります。特に自団体にしか出来ないこと、特性をはっきり打ち出しておくことが重要です。

「かいろう基山」は、定年退職後の高齢者が多く「楽しいからやっている」と皆言います。それは素晴らしいことです。

循環型社会の構築に、里山生活のスタイルは欠かせません。地域の里山を地域の人の手で、しかも定年後の高齢者が整備し守っていくという「かいろう基山」の活動は、十分に全国的なモデルになり得ると思いますので、ポジショニングやミッションの明確化により、ぜひ私の大好きな会員の皆様に誇りを持ち、モチベーションを維持していただきたいと思います。

2. 会員データの見直し

自団体の会員情報を詳細に網羅し、データベース化する必要があります。「顧客とは何か？」を考えた場合、「会員も顧客である」ということがわかります。会員情報を見直しにより、次のようなことが期待されると思います。

① 会員拡大

現会員からの人脈、家族会員も出来ます。家族会員の子供が成人して個人会員になる仕組みも作ります。

② 会費拡大

会員は会費獲得につながり、安定した資金源として重要です。

③ 専門性の導入

会員の職業や経歴などの専門分野からの積極的なアドバイスや、プロジェクト参加により、活動に専門性を導入することが出来ます。専門性を持つということは自団体の信頼となります。

一見、会の活動には関係のなさそうな専門分野でも、視点を変えればユニークなコラボレーションが生まれるかもしれません。大いに想像力を働かせてみたいところです。

3. コミュニケーションの重要性

人と人、組織と組織、コミュニケーションがよくとれていることは、組織運営を円滑に迅速にすることを学びました。

また地域の住民、ボランティアの方々とのコミュニケーションも、もちろん大切です。ボランティアのモチベーションをあげるのも、コミュニケーションによるところが大きいです。

『広報』

1. 広報とは日常から行うもの

広報は「告知」ではない。広報の機会は常に存在し、日常から発信していくものである。それを NABU ラインナウアー自然保護センターでは、目の当たりにしました。帰り際には講師のエーゲリング氏が私たちに NABU のロゴ入りのエコバックをお土産に下さいました。中には NABU のスポンサー企業の商品やマスコット。それらを持った私たちと一緒に写真を撮りました。この写真を広報に使用すれば、NABU には日本から視察が来るという宣伝になり、スポンサー企業の宣伝にもなります。

このように、広報のチャンスはいつでもどこにでもあるということを見せていただきました。なおかつ、団体、企業、訪問者にとって win-win-win であることが魅力的です。

2. 広報物にとって大切なこと

① 目的の明確化

会の活動紹介、会員募集、寄付のお願い、イベント案内など、何を伝えたいのか、目的を明確にしたパンフレットは有力なツール。見た人がやりたいことを簡単な手続きで済ませられるしくみが必要。

② 迅速性

来年、再来年のイベントの年間スケジュール作成が出来ている団体が多かったです。それだけで団体の信頼度は増しますし、団体にとっても参加者にとっても計画を立てやすく、参加者増加につながります。

③ 美しさ、わかりやすさ

美しい自然や動物の写真のパンフレットは、思わず手にとって見たいくなります。NABU ラインヘッセン地域のパンフレットの写真はとても美しく、全て会員さんが撮ったものだそうです。

④ 印刷数

環境 NPO として、紙のムダ使いをしないためにも、印刷数には気を配ったほうが良いと思います。NABU ラインヘッセン地域では、大体 8 月頃には全てのパンフレットがなくなるような数にしているということでした。

3. メディアの活用

① 新聞

新聞に載るということは、地域に認められていること。イベントの記事であれば、5W1H と参加者の感想をこちらから用意し記事を書くこと。その際、掲載枠なども調べておくこと。編集者と会い、環境に対する考え方を知るのも大切。掲載されなくても何度もアプローチすること。

まずは、私のドイツ研修記事をプレスしてみたいと思います。

② ラジオ

「私が森林インストラクターになったら、ラジオで情報発信する」という計画もそろそろ実現化させたいところです

『資金調達』

「知らないどこかのお金持ちに会いに行ったり、企業のオフィスに行ったりして、お金を寄付して下さい、なんてお願いするのは絶対に嫌！絶対に絶対にしたくない！！」

研修を受ける前の私はそんな私でした。資金調達をするならば、自分が変わらなければなりません。研修を受けて、資金調達への認識がガラリと変わりました。

1. テクニックではなく、いかに「感情」に訴えることができるか。

「ファンドレイジングはフレンドレイジング」。寄付者に対して、親しい友人に接するのと同じ気持ちでコミュニケーションすること。「共感」し、「感謝」をはっきり伝える。疎遠になった場合には「どうして連絡がないのでしょうか？」と理由を聞くなど、どうしていいかわからなくなった時には、親しい友人に接するように対応すること。

2. ストーリーの構築

寄付者と自団体とでしか築けないストーリーとゴールを見出し、そこに「感動」を生むこと。そのためには自団体のオンリーワンの長をインフォメーションできるキャッチコピーがあるといい。

3. 寄付をお願いすることは、相手に社会貢献するチャンスを与えること。

自団体に寄付をしていただくことにより、寄付者は社会貢献をすることが出来るという 100%の自信と 100%の透明性を保持していることは大事です。

4. その他

遺産寄付、里親制度的なもの、記念日など、寄付の方法。寄付者のデータベースの仕方、寄付のお金が何に使われたのかの情報公開、寄付者への感謝、アフターフォローの大切さ、寄付が集まらなかった場合の分析、出費を減らす、物や労力の寄付、行動心理学を踏まえた戦略が必要…など、様々なことを学びました。

学んだことを実行するためには、1~3の項目が自分の腑に落ちていることが重要と思いました。

ファンドレイジングアカデミーのリットーショッフエル氏の「ファンドレイザーにとって必要な資質は、信頼性（人から信頼される）」という言葉も忘れないでいたいです。

自団体は 70~80 代の高齢者が週 5 日、ボランティアで山仕事をしています。彼らの魅力や活動などを紹介し、彼らのお誕生日、あるいは敬老の日に寄付をしていただけませんか？と呼びかけるのも一つのアイデアとして良いかもしれません。それにより会員にとっても嬉しいギフトになると思います。団体を特長づける宣伝にもなります。

『人材育成』

人材とは、人であり、人は国の根幹であることを思えば、人材育成とは国が積極的になすべきものであると思います。その意味では、ドイツのFreiwillige Okologislne Jahr 通称FOJ制度はとても意義あるものだと思います。FOJ研修生、研修生の受け入れ側、FOJ事務局の3者から話を聞くことが出来ました。

3者とも、それぞれの立場での責任を持ち、情熱をもって取り組み、またやりがいを感じ、喜びに満ちている様子が伝わり、FOJ制度がいかに有効な人材育成システムであるかがわかりました。

1. 人材育成は国レベルでやるべきこと。

行政ができれば民間で人材育成制度を作ること考える。行政に交渉して作っていくべき日本の課題がある。

2. 人材育成には時間がかかる。

人が育つには時間がかかる。人材育成にあたる人には忍耐が必要。

3. 子供や若者の憧れとなる大人がいること。

「あんな人になりたい」と子供や若者たちの目標となる大人が身近にいること。夢にむかって情熱を持って突き進む姿は、周囲に輝いて見え、人を惹きつけます。「生きる力」を若者に与えられる大人の存在は大切です。研修中に、若者や子供たちに尊敬され、夢を与えている大人たちにたくさん出会いました。

『自団体で取り組みたいこと』

○女性スタッフチームの結成

男性会員が多いので、女性的な発想を活動に活かすためにも、女性会員の連携を図りたいです。一人ひとりとコミュニケーションをとり、女性スタッフチームを作りたいと思います。そのチームでミニイベントをたくさん企画していきたいと思います。その目的としては

- ① 成功体験を積み上げ、スタッフの自信につなげ成長を促す。
- ② スタッフも学べるワークショップを開催し、スキルアップへとつなげる。
- ③ ワークショップの講師、イベント参加者との交流により、新しいファン層、会員獲得のチャンスとなる。
- ④ フットワークを軽くし、内容にあった場所で開催する。その場所

の人たちとのつながりが出来る。

- ⑤ 女性の活躍の場を拡げ、女性が参加しやすくすることで女性会員を増やす。
- ⑥ 子供向けのプロジェクトを増やし、若い世代、家族への普及を目指す。
- ⑦ ミニイベントを多くやることで、広報の機会を増やす。
- ⑧ 企画力を養う。それにより年間スケジュールを立てる時の機動力となる。広報の迅速性を支える。
- ⑨ 最終的には、これらミニイベントの体験を踏まえ、大きなイベントを企画実行出来るプロジェクトチームに成長すること。

○イベントの例として

・手話講座

会員には聴覚障害者もおられます。彼らとのコミュニケーションのためにも手話講座を開催し、会員でなくても手話を学びたい人なら誰でも受けられるようにし、新たなつながりを開拓する。手話で対応出来るスタッフを育成することにより、聴覚障害者の活動を支え、入会の窓口を拡げる。

- ・赤ちゃんの森デビュー、竹楽器講座、防災・サバイバル講座、竹炭で川の水浄化実験、竹パウダーでエコトイレ、ロープワーク講座…等々

ドイツで得た視点から自団体を見れば、まさに「自団体は玉手箱、山は宝の山」でした。

玉手箱を開けてしまったなら、後は私が年を取ってしまわないうちに、どんどん実行あるのみです。

<研修を通して、日本の環境 NPO 活動を支援するために、どのような仕組みが考えられるか>

1. 日本の自然、生態系マップを作る。

環境保全、自然保護活動は一部の人だけでは出来ません。多くの人の支援を得るためには、今、日本の自然や環境、生態系はどうなっているのか一目でわかるマップを作る。子供が見てもわかる内容にする。あるいは定期的に情報を流すテレビ番組を作る。全国民が日本の自然、環境、生態系の現状について認識を持つ必要があります。

2. マップにより環境 NPO と支援者のマッチングを計る。

マップに示される対象や地域に対して活動をしている環境 NPO を検索できるシステムを作る。それにより支援者は自分が支援したい NPO 団体を見つけることが出来る。

3. 支援のシステムを全国レベルで作る。

寄付、労力などの支援方法を提示し、全国どこでも自分の興味のある団体の活動を支援出来るシステムを作る。そのための事務局は必要。

例えば支援方法が労力ならば、人材育成に絡めるシステムを考える。人材育成には地域の人の協力も受けられるようにし、支援者の衣食住などがまかなえるようにする。

4. 環境学習をひろめる。

生活の中で環境破壊につながることを減らすためには、生活意識を変える必要があります。ドイツで見たいくつかの自然保護センターは、どこも環境学習に工夫が凝らされ、楽しいものでした。大人も子供も環境学習にふれることで、環境意識が高まり、環境 NPO への理解が深まり支援につながると思います。

学べるフィールドがあり、施設があるということは重要だとドイツで思いました。日本でも質の高い環境学習施設が増えるといいと思います。

5. 衣食住の自給力をアップする里山システムの構築。

1~4 を内包し、かつ自給自足的な里山システムの構築。里山コミュニティの中で情報発信、地域の支援システム、人材育成、環境学習が出来るコミュニティを全国に作る。

若者が日本の伝統、知恵、技術を継承していく仕組みを作ること。地域ごと、テーマごとに複数の NPO がまとまり、受け皿を作る。その中に地域の古老や職人を配置する。NPO という枠にこだわらない。

<全体を通しての感想>

私は幸せ者だと思いました。

私の活動経歴は浅く、これから活動していく立場です。そのスタートにこの研修に参加させて頂けたことは、なんとありがたいことかと思いました。遠回りをせず、目標に向かって打ち込める道筋が見えました。

「顧客満足度」。

徹頭徹尾、この考え方を学ばされました。NPOの活動以外にも、人生における全てにおいても顧客満足度を常に意識しながら活動します。

「昔はお金がなくても生きていけた」

これは私が宮崎県のある山村を訪れたときの古老の言葉です。今でも忘れられません。わずか数十年の間に日本の生活は大きく変わりました。経済を追い求めすぎたのではないのでしょうか？その代償として自然も環境も大きく様変わりしてしまいました。

確かにお金も必要ですが、お金に頼らなくても生きていける力を身に着けることが、真の意味の自立なのでは？

これはとても大切なことです。人間がそのように生きるということは、環境や生態系にかかる負荷が少なくなるということです。

このような人間を育てること、自分がそのような人間になることが、人材育成の最終形ではないだろうか。そして環境活動の根幹ではないだろうか？

私の考えは極端かもしれませんが、この20年ほど、真の幸せとは何だろうかと考え続けた結果、「お金に頼らずに生きていけるシステムを作ること」に行き当たりました。

折しもそこへ、ドイツはこれから経済を第一とはしない方向に変わっていくらしいという情報を得て、期待を胸にドイツへ旅立ちました。

実際ドイツでは、なんと多くの人々が自然保護、環境保護のためにボランティアとして活動していることでしょうか？

共に40万人の会員を持つBUNDやNAVUの現場の方々、自然保護センターの方々、皆夢を持ち、生き生きとしていらっしゃいました。その根本には「この活動が好きだから」「自然が好きだから」と私たちと変わらない思いがあることを知りました。

この19期のメンバーで、原体験について話し合った時、皆共通して子供の頃から自然や生き物が大好きだったことや、親の影響で自然に親しんでいたということがわかりました。

ドイツの講師の方にも、同じく子供の頃から自然が大好きだったという方が多く、自然を愛する心は世界共通なのだという事、子供の頃の体験が大切なのだと改めて思えたことは、自己肯定感を支えました。

また、幼い頃からの自然教育の必要性を改めて感じました。

深刻でありながらも大きな環境問題に、一体自分の為すことが何の役に立つのだろうか？と押し潰されそうになった時も多々ありました。

しかし「決してあきらめない」「情熱を持って進む」というドイツのボランティアの方々の姿に勇気づけられました。

これからも情熱を持って突き進むのみ！

これからが本当の活動です。

変わらぬ叱咤激励のほど、よろしくお願いします。