

【 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 】

Key word は信頼性と共感

研修を受け、私の団体と日本の NPO に共通するもので足りないもの(発展を妨げているもの)は何か?…と考えたときに、以前は『資金』だと思っていました。しかし、『資金』はあくまで後付けであり、根本の解決すべき問題点は『NPO の社会的信頼性の低さ』にあることだと気づくことができました。そして、この信頼性はほんの少しの団体メンバーの意識変化とアクションで向上させることができる可能性があるということ学びました。また、人の感動を生むものは何か、と考えた時に『共感』であると気づかせてもらえました。以下に、明日からでもすぐに取り組むことのできる日本の NPO の考え方の変え方を記載していきます。

① 数の力とネットワーク形成 隣の敵は明日の友

日本にも会員数が 10 人にも満たない NPO が数多く存在します。しかし、私の団体のある山形県の地域を見ても、講師としての団体の交流はあっても他団体のターゲットとしている顧客層や行政とのかかわりなどについての情報は団体間で必ずしも共有・把握できているとは言えません。その理由として考えられるのは、類似した活動内容のために会員やイベント参加者などの顧客を取り合うライバルとなってしまうからです。

しかし、今回私がドイツの 2 大環境保護・保全団体 NABU や BUND から学んだものの一つとしては、顧客数が多いほど、理解者の増大により、社会的な信用や寄付金額も増えるということでした。そして、団体の最終目標が『日本の環境を改善したい』というのであれば、団体同士は協力すべき最大の仲間(顧客)であるのではないかと思うようになりました。小さな団体こそ、団体の意識の共有のできる仲間である NPO と積極的に手をつないでいかなければならないのです。もちろん、団体の理念の違いを必ずしも合わせる必要はありません。NABU と BUND でさえ一見同じように見えても、設立経緯や団体理念は異なり、相手団体との違いを一会員も認め合い、各団体の理念に納得して活動をしていました(NABU: 間接的に政治的な働きかけを行う自然保護団体、BUND は直接的に政治的な働きかけを積極的に行う環境保全団体)。しかし、かれらは事業の一部である『プロジェクト』を共有しています。もちろん金銭的な交流もありますが、もっとも重要なことは一時的なプロジェクトであったとしても、『顧客数(プロジェクトの賛同者)の増大』を図れるということです。そして数が多いほどその発言力は社会への説得力になります。普段から互いの違いを認識し、いつでも協力体制を作っておけば、賛同できないプロジェクトを断ったとしても、良

好きな関係を残していく道もあります。『NPO 団体は顧客を取り合う敵ではなく、日本の環境を変えるための同志である』という概念を、小さな団体が意識し共感することで、地域ないし市町村、県、いつかは国の意識や法律を変えることができる可能性があるのではないかと思います。そして、このネットワークのつながりが NPO 間だけではなく、大学や博物館など専門的な知識を持つ組織や企業と共感することで、さらに信頼性を高めていくことができるはずです。活動一つ一つは小さな NPO でも行政と対等の立場となるチャンスはいくらでもあるということを学びました。まあい世の中のために、基本の基本である人と人とのつながりを大切に、そして有効に活用していくことは、日本の NPO が取り組みやすいものではないかと感じました。私も帰国後はプロジェクトを理解してくれる NPO 団体や友人たちにタッグを組む交渉をしに行きます。

② 広告力の向上 顧客に良いことをするチャンスをプレゼントしよう

社会に対して団体の信頼性を向上させるためには情報を、正しく、わかりやすく、良いタイミングで周知する必要があります。一見言葉では簡単で、日本でも多くの団体を実施しているように見えますが、顧客のかゆいところまで手が届くような『丁寧な発信』はしているでしょうか？

広告と一言に言ってもチラシやパンフレットの配布、新聞や雑誌掲載、TV 報道、SNS での周知、イベントでの直接的 PR などなど、その手法は数多くあります。しかし、ドイツの訪問団体のように日本の NPO で丁寧な広報先への気遣いはできているのでしょうか？例えば、取材後の感謝のお手紙は送っているのでしょうか？相手がスケジュールを組みやすいように 1 年先のプログラムの日時や内容まで記載したパンフレットを作っているのでしょうか？タイムリーな時に広告の掲示や記事の寄稿をしているのでしょうか？いつ、どこで、誰が、誰に、どのように、どうやって発信するのかわかりやすく明示しているのでしょうか？私の団体では告知で終了し、取材で来てくださった方への感謝の行動を取っておらず、丁寧に欠けていました。私たち NPO は自然や環境の代弁者として見られています。そして時には文化の発展とは逆行し敵対する関係になることもあります。そのなかで、活動を正しく納得してもらうためには、より多くの労力を広告やそれに携わる方々との交流に費やさねばならないということドイツの NPO から学びました。広告をみてイベントへの参加や寄付が増えたということは賛同者が増えたということ。広告はより多くの方に、環境保全・保護に関わるチャンスを与えることのできる最高のツールだと学ぶことができました。

③ ボトムアップな情報の流れ

日本の NPO の特徴としてリーダーがワンマンになりやすい傾向があります。私の団体もそうですが、立ち上げ人数や運営人数が少ないとリーダーがすべての仕事を請け負うという状態になってしまいます。しかし、研修で気づいたのは、アイデアや意見はリーダー以外の下のスタッフから突き上げる方がよいということでした。

リーダーが会計や資金獲得のための申請などの仕事を請け負いすぎていると、スタッフはリーダーに任せきりになり、スタッフもアイデアを出せない、もしくは出さなくなってしまう。これでは団体にとってもアイデアの数も少なくなりますし、自分の団体を多角的で客観的な評価ができなくなってしまう。そのためにも、リーダーとスタッフは情報を共有しながらも信頼をしてプロジェクトの分業を行う形式がよいのではないかと思います。特に、下のスタッフ達が現場の問題を解決するために考え出したものは、積極的に団体の議題に挙げるべきなのだと思います。小さな規模の団体であっても大きな規模の団体であっても、リーダーとスタッフが一つの問題に共感し、納得して解決のプロセスを考える…そのような風通しの良いNPOが増えれば、日本のNPOに加わりたい人も増えていくのではないかと思います。

【 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 】

若手人材育成のための中間支援組織 FÖJ の可能性

当団体も他の NPO 団体と同様に大学生などの若者ボランティアの労働力を借りています。しかし彼らは就職活動や卒業研究、アルバイトにサークル活動などで自由にできる時間が限られています。一方で将来に夢を持つことができず進路に迷っている学生も多々います。そんな若者の将来の選択肢を自然環境保全の現場で学ぶことのできる FÖJ 制度は日本でも取り入れることができるのではないかと感じました。

ドイツのように若者人材育成プログラムを国主導で作ることはすぐには実現できないかもしれませんが、NPO 団体や大学同士が共同で育成プログラムを作り、若者が現場で学び、課目や大学によって就職や進学の評価を上げることのできる枠組みは自治体や県ベースなど地域単位であれば作ることができるのではないかと感じました。もちろん地域の税金やスポンサーの支援や納得を得るには多くの課題はあるでしょう。それでも、これからは少子高齢化により若者はさらに少なくなり、多くの業種で若手人材の取り合いになってきます。これは、NPO の運営に専業従事する人数の取り合いということだけではなく、限られたお金や時間、労働力などを協力してもらえる兼業従事者や一時的ボランティアなどの人材も取り合いになるのではないかとということです。これには、NPO の未来の人材確保という点で、強い危機感を感じます。直近の未来の担い手である若者を育てていかなければ NPO の未来はないのではないかと感じずにはいられません。学校の主催する就職や進学セミナーのように学生と NPO をマッチングできるような場を行政を巻き込みながらつくらなければならないでしょう。一団体と学生が提携するインターン制度で終わるのではなく、若者が自然環境に関わる行政や多くの NPO、農家さんなどと多角的に関わることのできる仕組みをドイツに倣って丁寧にする必要があると思います。私の地域でも若者育成プログラムができないか行政や地域団体、大学に働きかけ、めげずに若者育成プログラムを作りたいと思っています。

【 全体を通しての感想 】

今回の研修で申請時に学びたかったことは、団体の資金を得るためにどういうテクニックを学ぶか、また、きちんと学んだことのなかったNPOとは何かを学び直したかったところがありました。しかし、研修に入って、同期の研修生たちとの交流や魅力的な講師の先生方の団体への真摯さと情熱を肌で感じ、申請段階の課題とはすっかり変わってしまいました。テクニックではなく、リーダーの姿勢を学びとりたい、と思ったのです。

私自身、研修前に「このままの団体でいいのか？本当に自分好きな思いをつらぬいてよいのか？」と悩んでいたこともありましたが、講師の方々の熱意に触れながら「良いことをしなさい それを多くの人に伝えなさい」という言葉を聞いて、自分の活動（野生動物と人が棲みやすい世界を作る、という夢）を肯定してあげることができました。言葉や国は違ったとしても、感動は感動を生むことを実感させていただけたことに感謝です（こんなにも涙腺が弱かったかとおもわずにはられない）。そして、情熱だけではなく、戦略的に団体をマネジメントする知恵を学ばせてもらえました。

社会的な問題の解決を夢に変えて未来につながるのがNPOであるのであれば、私は自分の夢を一人でも多くの人に理解してもらえるように『真摯』に多くの人々の共感を生まなければならぬ責任があると感じるようになりました。10年後…100年後、私がいなくなっからの未来にも残したい自然環境のために、立ち上がるのに止まっている時間はないということに気がつくことができた研修でした。私が今回の研修で与えてもらった感動を原動力に明日のNPOのために、野生動物問題という社会的な問題を夢につなげていきたいと思っています。