

埼玉県鴻巣市

令和6年度第1回自治会長研修会

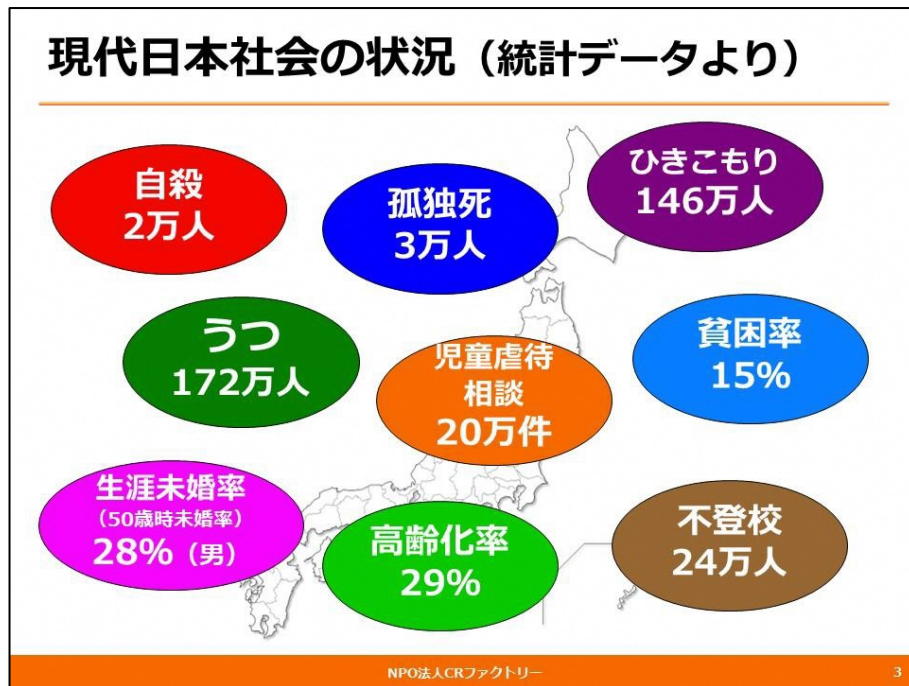
地域における コミュニティマネジメント



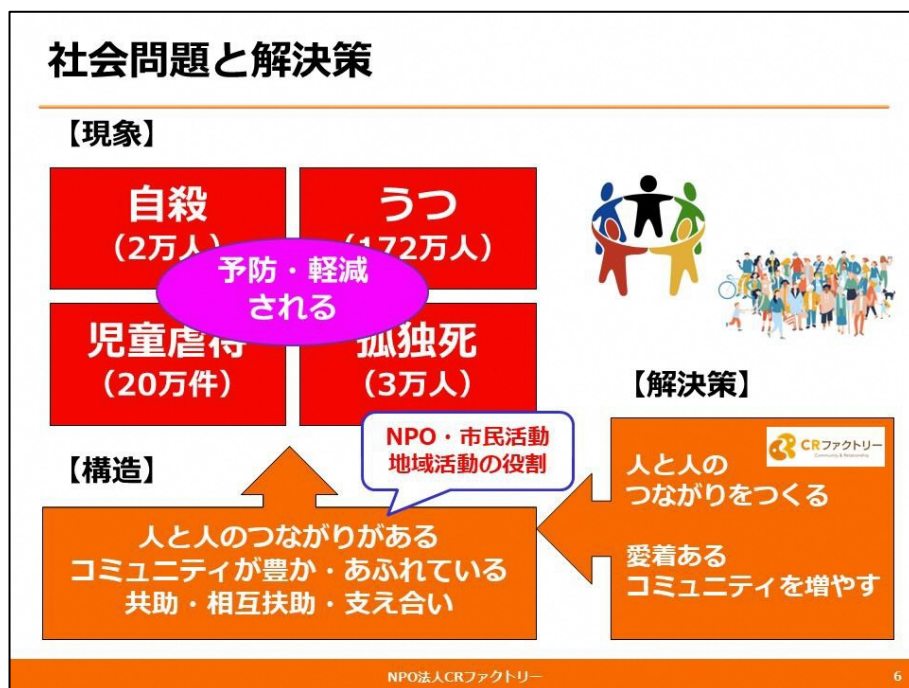
年 月 日

氏名：

【現代日本社会の状況】



【社会問題と解決策】



【私たちのビジョン・ミッション】

団体紹介

【ビジョン（目指す姿）】

すべての人が
自分の「居場所」と「仲間」
を持って心豊かに生きる社会



【ミッション（使命）】

居場所と仲間を感じる
あたたかいコミュニティを
世の中にあふれさせること



【非営利組織のマネジメント支援】

団体紹介

私たちの事業・サービスを一言で言うと、

**NPO・市民活動・サークル活動の
組織運営・マネジメント支援**

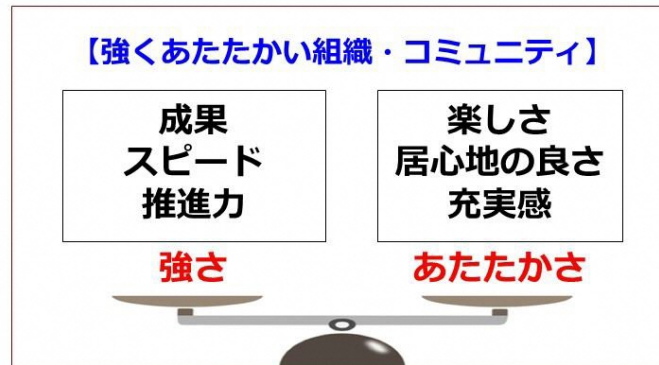


です。

【強くあたたかい組織・コミュニティ】

強くあたたかい組織・コミュニティ

私たちの長年の研究と実践から、目指すべき組織の要件として「強くあたたかい組織・コミュニティ」というコンセプトを提唱しています。



【強くあたたかい組織をつくるための3つの要素】

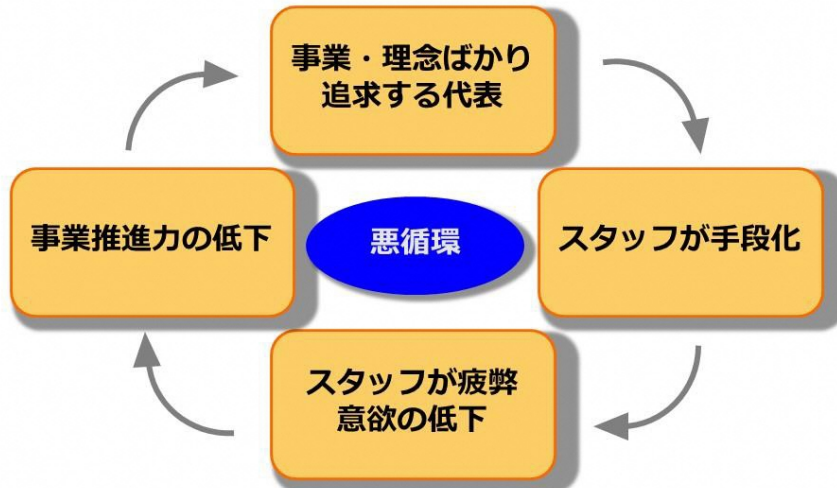
強くあたたかい組織をつくるための3つの要素

コミュニティを良くするための観点は、主に以下の3つです。

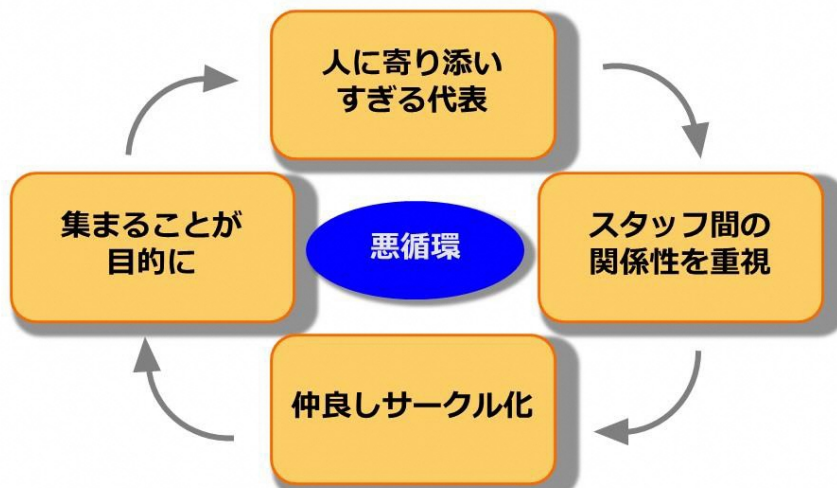


【「事業・活動」と「組織」のジレンマ】

よくある構造①



よくある構造②



【「事業・活動」と「組織」のジレンマ】

問題提起

目的・事業成果のために
人が手段になりすぎていないか？

問題提起

人に寄り添いすぎて
活動の成果やスピードが
鈍っていないか？

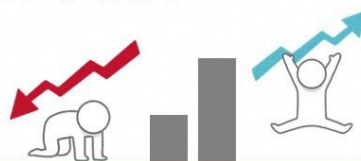
【非営利組織に共通の悩み】

非営利組織に共通の悩み

どこの団体にも共通する悩み、それは、

「温度差」 です。

理念への共感の差、成果に対するこだわりの差、
主体性やモチベーションの差、などスタッフ間の
「温度差」と「多様性」をどうするか、
が大きな課題となります。



「温度差」と「多様性」が広がると・・・

よく起こる現象・状態としては・・・

ミーティングに集まらない
ドタキャンする

ミーティングでの
姿勢や発言が消極的

お客さん・受け身なので
マネジメントが大変

タスクをやってこない

連絡を返してくれない
返事がない・遅い

イベント・行事の
集まりが悪い

【非営利組織に共通の悩み】

コミュニティマネジメント“あるある”

そしてリーダー・幹部は、いつの間にか、

孤独



を感じはじめる。

非営利組織運営で着眼すべきポイント

団体・サークルがそのような状態になる原因は、

- メンバーが **主体的** でないから
- メンバーの **コミットメント** が低いから
- メンバー間の **目線** がずれているから
- メンバーの **愛着** がないから
- メンバー間の **関係性** が希薄だから



非営利組織・ボランティア組織のマネジメントにおいては、主体性や愛着を高めていくような働きかけが重要になります

【コミュニティマネジメントの基本原則】

サービスではなくて「コミュニティ」

- 誰か（リーダー）が一生懸命がんばればがんばるほど「サービス」になる
- 運営側もお客さんとして楽しみ、お客さん側も運営を手伝う。そうやって「主体」と「客体」が**主客交代・主客融合**するのが「コミュニティ」



舞台と役割・出番をコーディネートする

- 多くの人活躍できる**舞台**（=組織）をつくる
- リーダーは**コーディネーター**（世話人、調整役）
（リーダーが脚本・監督・主演など全部やってはいけない）
- それぞれのメンバーはお客さんではなく、舞台を一緒につくるキャストとして**役割・出番**をつくる



【コミュニティマネジメントの基本原則】

人はコストをかけた分だけ愛着がわく

- 人は大切な時間を費やしたもののほど愛着がわきやすいもの
- 費やす時間**や**かかる苦勞**も愛着やコミットメントの材料・要因になる
- メンバーに時間を使ってもらい、苦勞してもらい
(ただし、バーンアウト(燃え尽きる)しない程度に・笑)
一人で抱えず、**共に時間を使い、共に苦勞する**



お金以外の報酬に着目する

- ボランティア人材は金銭的報酬を得ないことが多いがゆえに「**お金以外の報酬**」が重要になる
- 「成長」「出逢い」「居場所」「仲間」「やりがい」など、**メンバーが関わる理由**に着目しましょう
- そして、みんなが関わりたい・関わって良かったと思えるような「**お金以外の報酬があふれる組織**」を目指しましょう



【コミュニティマネジメントの基本原則】

自動的に運営される仕組みをつくる

- スタッフが熱く燃えられるのはイベント3回ぐらいまで（笑）
- みんな忙しく時間が少ない中で、毎回時間をかけて熱心に運営するには限界がある（毎回事務に忙殺されるのはやめましょう）
- 逐一人がパワーをかけなくても**動いていく仕組み**をつくりましょう
※具体的には「年間計画」「テンプレート」「業務マニュアル」「各種フォーマット」等



コミュニティマネジメントの基本原則

1. サービスではなくてコミュニティ
2. 舞台と役割・出番をコーディネートする
3. 人はコストをかけた分だけ愛着がわく
4. お金以外の報酬に着目する
5. 自動的に運営される仕組みをつくる

【お金以外の報酬に着目する】

はじめに

人のやる気を上げ、高い成果を上げてもらうには、その人の「**動機づけ**」について理解をすることが重要になります。

- Q. なぜこの団体に関わっているのか？
- Q. 活動を通して得たいものは何なのか？
- Q. 何に喜びや充実を感じるのか？

「動機づけ」要因（＝報酬）をしっかりと把握し、それを満たすことができるような**配属・経験デザイン・機会提供**を心がけましょう。



報酬とは何か？

「お金以外の報酬（非金銭的報酬）」には、様々なものがあります

【主な「報酬」例】

成長	出逢い	楽しさ
学び	貢献感 (役に立っている)	居場所
充実感	感謝	仲間 (つながり)



【お金以外の報酬に着目する】

報酬とは何か？

【問い】

あなたの団体は、メンバー／スタッフの
「報酬」を理解・把握していますか？

あなたの団体は、メンバー／スタッフに
「報酬」を支払っていますか？



【人をうまく巻き込めない】

はじめに

多くのNPO・市民活動・サークルの課題として、よくあがってくる課題の一つは、

「人をうまく巻き込めない」

というものです。



はじめに

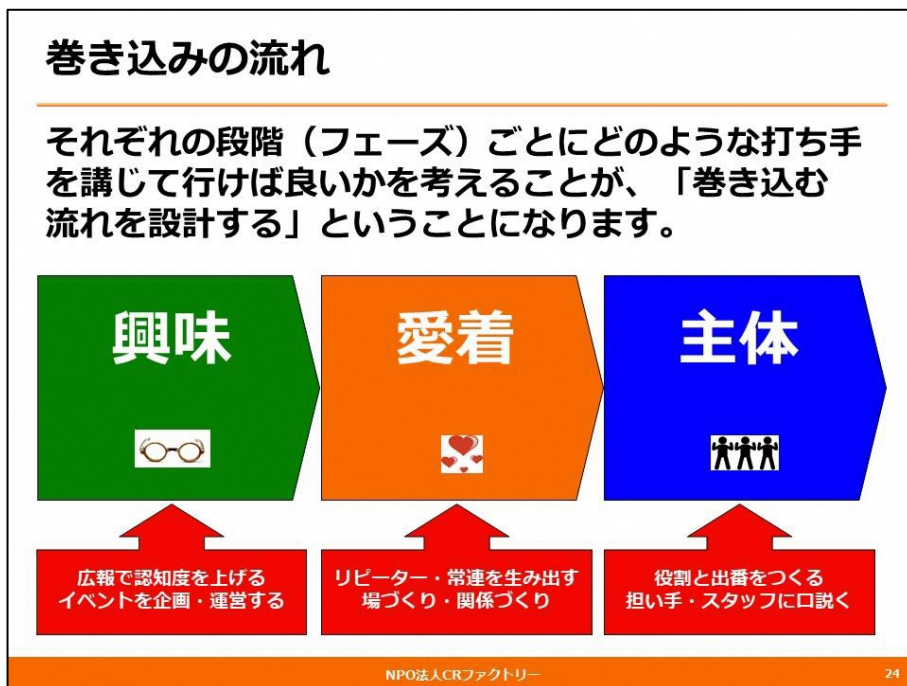
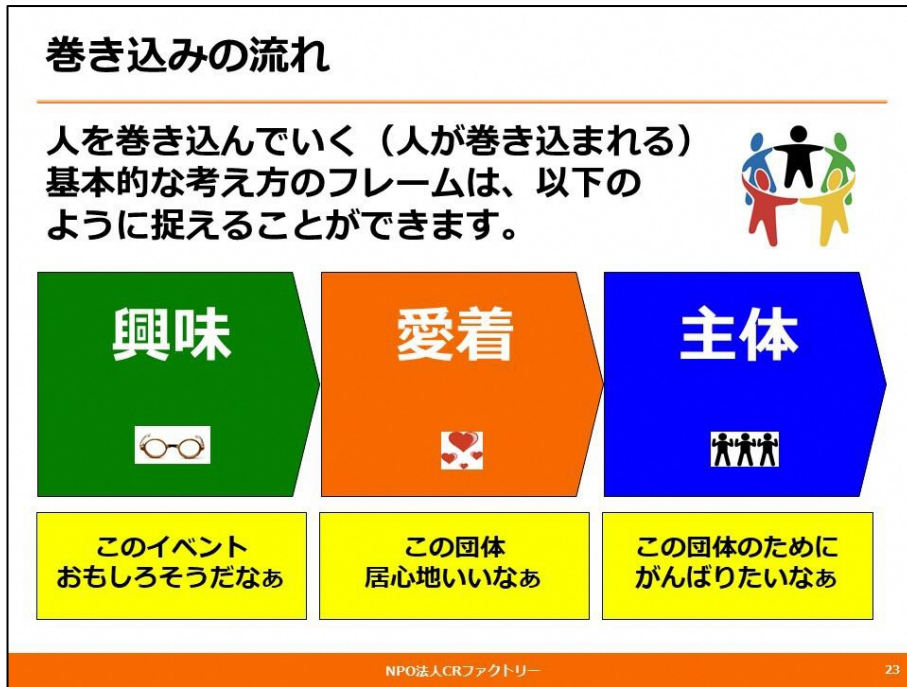
人をうまく巻き込めないと・・・

- 活動が**盛り上がり**がない
 - 担い手**がどんどん減って行ってしんどくなる
 - 最後は**代表一人**でがんばっている
- というような状態に陥ります。

人を**巻き込み**、**定着**してもらい、**担い手**になってもらうためのポイントを一緒に学んでいきましょう。



【巻き込みの流れ】



【「興味」を持ってもらうために】

「興味」を持ってもらうために

新たな仲間を巻き込んでいくためには、いきなり巻き込むことは難しく、まずは「知ってもらう」ことや「気に入ってもらう」ことが必要になってきます。

興味



「新たな接点」とその「母集団」が多ければ、その分「ファン」や「担い手」になってくれる人の確率は上がってきます。

まずは「興味を持ってもらえる人を増やす」という視点で、入り口として**広報活動**や**イベント企画**について考えてみましょう。



「興味」層を増やすための具体的観点

新しい人たちと出会うためのポイントとしては、

① 広報力・イベント集客力の強化

- ▶ 告知文章（タイトル・惹きつける文章）
- ▶ ウェブサイト（ホームページ／ブログ／SNS）
- ▶ チラシ（キャッチコピー・デザイン）

② 魅力的なイベントづくり

- ▶ 参加したくなる内容
- ▶ 参加したくなるゲスト・講師
- ▶ 参加したくなるワーク・交流



【「愛着」を感じてもらうために】

「愛着」を感じてもらうために

一度参加して、興味・関心を持った人が二度三度と参加してリピーターになれば、そこからスタッフ・担い手になっていく確率も上がります。



いかに「居心地がよく」「また来たい」と思ってもらえるような場づくりができるか。

「つながり」と言えるような、個別に声をかけられる「関係性」をどうつくっていくのか。

愛着を感じてファンになってもらえるような施策・仕組みを考えましょう。



「愛着」層を増やすための具体的観点

リピーター・常連を増やすためのポイントとしては、

- **どういう場づくりをするか**
(受付の迎え入れ方・参加者自己紹介・声掛け)
- **マメなコミュニケーション** (参加前・参加後)
- **懇親会・交流** (お茶・食事・飲みに行く)

などがあります。



【「主体」になってもらうために】

「主体」になってもらうために

「関心」を持って関わってくれるようになり、「愛着」を感じてファン・常連になってくれたら、いよいよ「主体」になることを「口説く」段階に入っていきます。

主体
人々

ポイントは「役割と出番」であり、主体であるスタッフたちの動きに触れてもらうのがコツです。

いよいよ「新たな仲間を巻き込む」本番になりますので、自分たちの団体に合った「巻き込み方」を考えましょう。



「主体」層を増やすための具体的観点

主体に巻き込むための具体的方法としては、

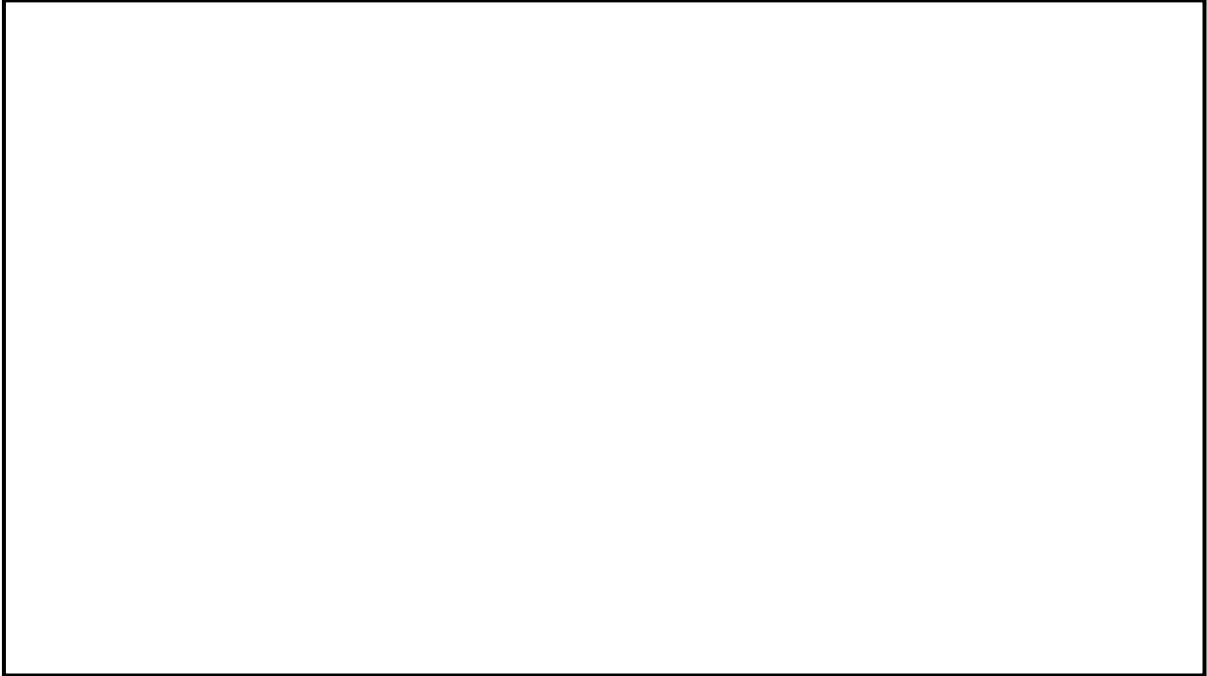
- 仕事（業務）を手伝ってもらう
- ミーティングに誘う
- お茶・食事・飲みに行ってお話

などがあります。



振り返り

本日の学び・気づき



自分たちの団体・組織に導入できること・活用できること

