

普段の事業内容&災害時の対応がセンターの価値を高める！

市民活動支援センターが地域の「おへそ」になるには？

千葉県内には20の官設の市民活動支援センターがあり、多くは会議室や印刷機の貸出業務を行っています。中には、「ボランティアに参加してみたい」「団体を立ち上げたい」といった市民からの相談、団体からの運営相談を行ったり、講座等の企画を積極的に実施したりしているセンターもあります。地域にとって有用なセンターの役割と機能、具体的な事業内容について学び、実践するための連続講座を開催しました。

セミナーⅠ 市民活動支援センターの7つ道具をそろえる

京都市市民活動総合センターや千葉県内の事例をもとに、センターの事業内容や情報収集・発信力について考えました。



講師 野池雅人さん
(NPO法人きょうとNPOセンター事務局長)

ポイント

- ★センターの職員がセンターの必要性をきちんと伝えなければ、センターはなくなってしまふ。
- ★センターの対象は誰か？対象と事業が合致しているか検証し、整理し、絞り込むこと。
- ★他のセンターでうまくいっているものを参考にす。いいと思ったものはどんどんマネをする。
- ★すぐ諦めない。団体と同じで、自分たちも地域を良くしていくんだという思いでやっていると、相談を受けられない。

セミナーⅡ 市民活動支援センターの機能と役割を考える

テーマは「災害時に、市民活動支援センターは何ができるのか？」「地域連携を育む中期計画と年間事業計画を作る」。



講師 川北秀人さん
(I I H O E[人と組織と地球のための国際研究所]代表)

ポイント ○まずは、自団体&施設の安全確保&再開

○そして、団体として提供できるものは…



市民活動支援センターに限らず、どの団体でも考えておく必要があるのでは？



- 起きない前提から、起きる前提へ
- 団体の可能性(平時の分野以外での活躍)
- 意思決定の遅さ・鈍さは、日常の現場感・機動力の裏返し
- 平時にできていないことは、非常時にできるはずがない
- 地縁組織との接点→「情報を持つこと」と「連携できる関係」

ITで拓くファンドレイジング こう使えば増える あなたの団体のファン・寄付者

あなたの団体のホームページ、きちんと働いていますか？

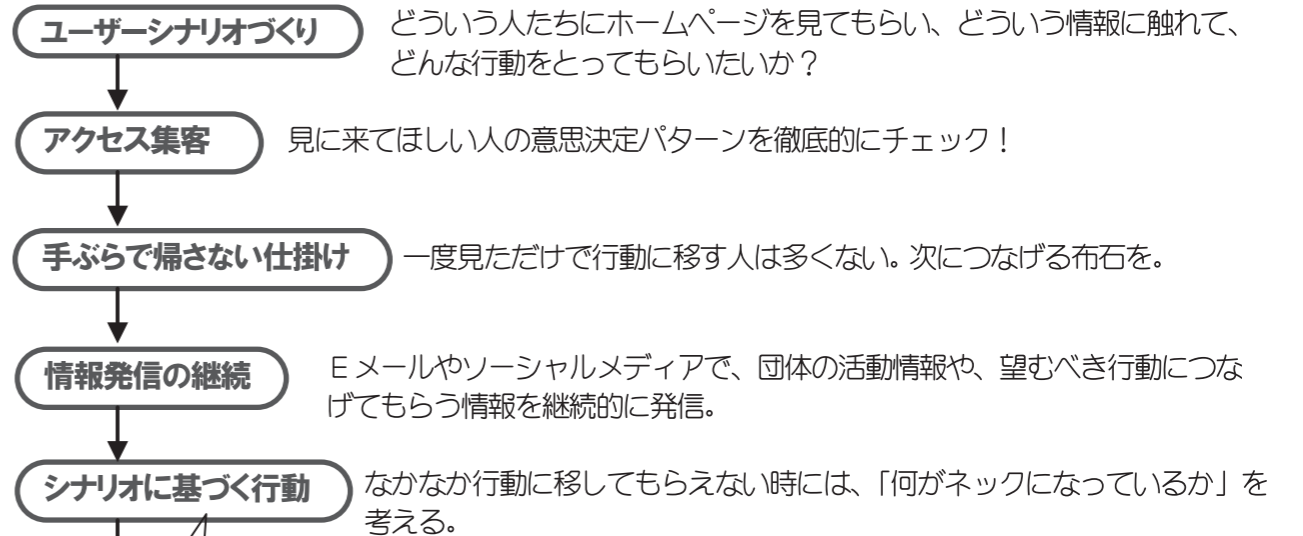
おおぜいの人に自分たちの活動を知ってもらい、ファンを増やしていくために、ホームページ、ブログ、ソーシャルメディアをもっと活用しませんか。合同会社コーズ・アクション代表の菅文彦さんを講師に迎え、ITを活用したファンドレイジングのための講座を開催しました。



講師 菅文彦さん

団体のホームページを作ったきりになっていませんか。シナリオを見直すことで人材や寄付獲得につながる有効な仕掛けになります。関係性を積み重ねてファンを増やすホームページを目指しましょう。

「ホームページ閲覧」からファン獲得へ



千葉から発信する地域づくり情報サイト

Chiba Kara 10月下旬にサイトオープン！

千葉で暮らし続けたい。千葉の良さをもっと知りたい。地域でがんばっている人を応援したい。困っている人の助けになりたい。…そんな思いに応えるための情報サイト「Chiba Kara (チバカラ)」を開設します。県内で助成事業を行っている市民運営ファンドが集まって、地域の状況をわかりやすく紹介し、課題解決のために活動している人たち、団体を紹介します。「なんとかしたい」と思った時に役立つサイトです。



チバカラ
Chiba Karaで
紹介する
市民運営ファンド

- 子どもアートステージファンド
- まるごと松戸ファンド
- DV 被害者支援活動促進のための基金
- ちばのWA 地域づくり基金
- ちばのWA! 東葛本舗
- ぐるぐる京葉