

# 季刊 ゆるる



認定特定非営利活動法人  
社の伝言板ゆるる

2020年・冬号

## これからの中間支援を考えながら(2)

### ～力の集合から信頼される組織へ～

石田 祐 (宮城大学事業構想学群 / ゆるる副代表理事)



「私には何ができるのだろうか?」とよく悩みます。結論はいつも同じで、「できるようになったことはもっとできるし、できるかどうか判らなければやってみる」、です。楽観的な性格でもあるのですが、ここは格好良く、ストレスマネジメントに長けていて、前向きな思考を展開できる、と言っておきたいと思います。

とはいえ、自分ひとりで、どんなことでも「仕事」として取り組むことはできそうにありません。学ぶのも作業してみるのも時間がかかりますし、やってみただけ苦手なままのものもあります。組織のメリットは、ひとりでないところです。それぞれに苦手はあるものの、それぞれに特技があります。その「力の集合」を「信頼される組織」へと押し上げるものはなんでしょうか。

社の伝言板ゆるるにも力の集合があり、長年の積み重ねと社会関係の構築もあります。この基礎のうえで「よい仕事」をし、信頼される仕事に力を尽くせる組織のあり方を追求したいと思います。

さて、今号もすべてゆるるの理事が執筆しました。みんなそれぞれのフィールドで「よい仕事」をしている人ばかりです。各々が学んだことを、一人でも多くみなさんと、生き方、組織、市民社会について一緒に考えたいと考え、「伝えたい」にまとめています。それでは、『季刊ゆるる』第2号をお届けします。

#### 目次

- これからの中間支援を考えながら～力の集合から信頼される組織へ～ 石田祐 (1)
- 市民活動を考える～NPOとつながるとき～ 渡邊桂子 (2)
- みやぎNPO情報ネットから、NPOの情報発信! 堀川晴代 (3)
- NPO広告を科学する「悲しい表情の写真」 岡田彩 (4-5)
- 人と経営: 厳しさはどこから生まれるか? 波多野卓司 (6)
- セルフケア: 褒め称えあうと自分も相手もハッピーな気分! 熊谷智美 (7)
- お酒上手: 「健康酒」 真壁さおり (8)

## 市民活動を考える(2)

### ～NPOとつながるとき～

渡邊 桂子 (フレーム・ラボ代表理事 / ゆるる理事)



NPOに関心がある方の多くは、社会貢献がしたい、地域の課題を解決したいなどの思いがあるのではないのでしょうか。

現在、全国のNPO数は、5万団体を超え、活動分野も子育てや高齢者、障害者支援、環境保全やまちづくりなど多岐にわたります。またNPOが取り組む活動は、地域に密着し、創造性や柔軟性を特徴とし、現場でのニーズをよく把握していることからアクションも速く、大変重要な存在となっています。

社会のニーズは年々多様化しており、行政サービスだけでは、速さ、細やかさ、柔軟さをもって対応することが困難な状態です。一方で、市民の社会課題に対する意識は高くなっており、自主的な参加も増加しています。特に災害が起こった時のボランティア参加は顕著です(内閣府:「特定非営利活動法人に関する実態調査」及び「市民の社会貢献に関する実態調査」より)。

関心があるNPOに対して応援したいと思ったとき、どう関わったらいいのでしょうか。その手段として、①ボランティアとして参加、②寄付をする、③会員となって参加などがあげられると思います。①については直接参加することになるので労力として、②や③については資金面での支援をする形となります。

ボランティアなど直接参加する時間がなくても、資金面での支援ができることで参加する方法があり、またITの発展によって寄付もしやすい環境になりつつあります。

NPOの財源には、会費・寄付金・助成金/補助金・事業収入などありますが、NPOにとって寄付金は大変重要な財源です。

どのNPOにするか選択するとき、活動分野や内容で判断したり、認定NPO法人制度を活用

して税制優遇を受けることで判断したり、理由はさまざまだと思います。

では、NPO側ではどのような体制を整えておくことが必要なのでしょうか。認定NPO法人を目指すこともひとつだと思いますが、その活動に共感できること、その団体を信頼できると思えることが大切でしょう。素晴らしい活動を行なっても伝わらなければ「共感」も「信頼」もできません。

「でも、どこから始めたらいいの?」「寄付金を受けたときにどのようなアクションをしたらいい?」と思われた方は、ガバナンスなど組織体制を見直すところから始めてみるのもひとつだと思います。

また、宮城県内の団体でも、ファンドレイジングに取り組んだり、クラウドファンディングにチャレンジしたりする団体も増えてきました。「そんなこと言っても、大変だよ」と思ってしまうこともあるかもしれません。そんなときには、団体の健康診断として「認定NPO法人制度」で公開されている団体に求められる要件や第三者評価を行なっている団体の簡易チェックシートなど公開されているものを活用して、自己チェックから現状を確認することができます。

団体の応援者を増やすために、「共感」と「信頼」を得るために、そして皆さんの素晴らしい活動を伝えるために、市民とのコミュニケーションについて考えてみませんか。

## みやぎNPO情報ネットから、NPOの情報発信！

堀川 晴代（みやぎNPOプラザ館長 / ゆるる理事）

皆さんは、「みやぎNPO情報ネット」をご覧になったことはありますか？

みやぎNPO情報ネットは、宮城県が平成13年のみやぎNPOプラザの開館と同時にインターネット上に開設したNPO支援拠点で、当初から杜の伝言板ゆるるが運営を担っている、県内のNPOの情報収集・発信を網羅的にサポートしている唯一のサイトです。



画像：カラーユニバーサルデザインを意識したトップページ

宮城県民間非営利活動促進基本計画では、みやぎNPOプラザの機能のトップに「情報収集・提供機能」としてみやぎNPO情報ネットの運用が掲げられ、また、杜の伝言板ゆるるのミッションでも情報収集及び提供を主軸にした市民活動団体が活動しやすくボランティアが参加しやすい環境づくりを謳っているの、私たちにとって外せない重要な支援事業であること肝に銘じながら、みやぎNPO情報ネットを運用してきました。

サイト開設から間もなく20年。開設当初と比べ、NPOとインターネットの関係もかなり変わりました。ほとんどの人がパソコンやスマホ、タブレットを使いこなす今、NPOにとっても、活動に欠かせない情報の収集や、活動紹介やボランティア募集などの情報発信の手段としてインターネットを利用することが当たり前です。それどころか、検索してもそのNPOの情報が見つからないと、胡散臭がられてしまうほどです。

しかし、活動に追われて、ホームページやSNSの更新まで手がまわらず、後手になりがちなものも痛いほどわかります。

そういうNPOにこそ、このみやぎNPO情報ネットを活用してほしいのです。

みやぎNPO情報ネットでは、NPOから寄せられた情報を「イベント&講座」「ボランティア募集」「有給スタッフ募集」「会員・利用者募集」などのコンテンツに掲載します。サイトへのアクセスは月におよそ27,000件。なかでもボランティア募集は閲覧者から最も人気のコンテンツで、情報を掲載したNPOから、「情報ネットを見たという方の参加が増えました」という嬉しい声が届くこともしばしばです。

掲載するには、情報のデータを送ってもらうか、チラシなどの紙媒体を提供してもらえれば、情報入力ボランティアやプラザスタッフが掲載用に体裁を整えて順次アップしていく仕組みなので、NPOにとって手間のかかる準備も必要なく、手軽に利用することができます。

このほか、行政のNPO支援施策や、NPOの運営や会計のスキルアップのための講座や相談会の開催情報、助成金情報なども毎日更新しているので、このサイトのなかで運営に必要な情報の多くを見つけることができるはずです。

さまざまな人に支えられ、毎日コツコツ入力しながらこれまで運用してきた、みやぎNPO情報ネット。「NPOのことなら、みやぎNPO情報ネット」と言われるように、更に価値のあるサイトづくりに取り組んでいきたいと思えます。

### みやぎNPO情報ネット

URL : <https://www.miyagi-npo.gr.jp/>

TEL/FAX : 022-256-0511 Mail : [info@miyagi-npo.gr.jp](mailto:info@miyagi-npo.gr.jp)

宮城県仙台市宮城野区榴ヶ岡5番地 みやぎNPOプラザ内

## NPO広告を科学する(2)

### 「悲しい表情の写真」

岡田 彩 (東北大学大学院情報科学研究科/ゆるる理事)

団体の応援者を増やすために、あるいは「共感」と「信頼」を得るために、NPOはどのような呼びかけをすることができるのでしょうか。渡邊さん(P.2)のバトンを受けて、その具体的な方法について考えてみます。

多くのNPOは、すでに創意工夫を凝らしながら、様々な情報発信を行っています。次の一手を考えるヒントとなることを目指して、今回は、呼びかけの素材として頻繁に用いられる「写真」について、研究の世界で考えられてきたことをご紹介します。

言わずもがな、視覚に訴える「写真」は、NPOが伝えたいメッセージを説得的に伝える上で効果的な手段です。『季刊ゆるる2019年・秋号』でご紹介した、NPOの広告を見た人の視線の動きや、注目の度合いを脳波で計測する研究でも、「写真」は、「文章」と「団体のロゴ」に比べて、視線が向けられた回数が多く、注目度が高い部分となっていました。

多くのNPO広告では、活動に関わる様々な人々が登場する写真が用いられています。スタッフ、ボランティア、サポーターなど、多様な候補の中でも、最もよく登場しているのは、NPOがサービスを提供する対象者でしょうか。

その登場人物の「表情」こそが、寄付集めを目的としたNPO広告を考える上で重要なのではないかと。そう論じたのは、2009年にアメリカで発表された研究です。とてもユニークな、しか



し緻密に計算された複数の実験を積み重ねることで、写真に登

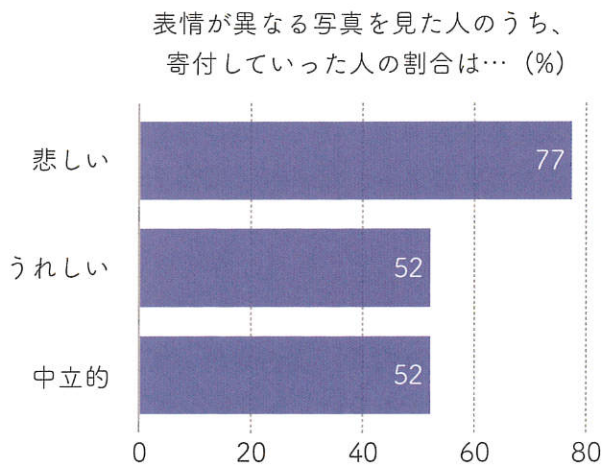
場する人物の「表情」と寄付の関係を初めて実証した研究であると言われています。詳しくご紹介しましょう。

NPO広告とはまったく関係のない目的のために、人々が集まっている部屋があります。そこに研究者が出向き、解散となる前に、その日出席したことへの謝礼として10ドル、封筒、あるNPOのチラシを配布しました。チラシは、子どものがんに関する研究を推進するNPOのもので、子どもの写真が掲載されています。表情(悲しい・うれしい・中立的)とジェンダー(女の子・男の子)の組合せを変えた、6種類のチラシが準備され、参加者には、そのいずれかが配布されました。登場する子どもの写真は、病気を抱えている子どもではなく、とある幼稚園で撮影されたものです。

その後、チラシの活動に賛同する人は、配られた10ドルから、自分で判断した金額を封筒に入れ、帰り際に寄付することができるという案内がなされました。封筒を用いることで、「この状況で1ドルも寄付しないというのはちょっとまずいかな・・・」と考え、意に反して寄付する人が出てくる可能性をできるだけゼロにしようとしています。

回収した封筒から、どの種類のチラシを見た人が、いくら寄付をしたのかが集計されました。そして、その結果から浮かび上がった差が、チラシに登場していた子どもの「表情」に起因するものだということが明らかとなったのです。

下のグラフをご覧ください。表情が異なる写真を見た人の中で、寄付をしていった人の割合を示しています。「悲しい」表情のチラシを見た人の方が、他の表情の写真を見た人に比べて、寄付していった確率が高いことが分かります。（統計的な有意差も確認されています。）



寄付された金額に注目した結果でも、「悲しい」表情を見た人が最も多かったということが分かりました。「悲しい」表情のチラシを見て寄付した人の平均金額は2.49ドル、「うれしい」表情の場合は1.37ドル、中立的な表情の場合は1.38ドルでした。

なぜ、「悲しい」表情の写真を見ることが、寄付行動につながるのでしょうか。この研究では、その背景に「感情の伝播」があると説明しています。「悲しい」表情の写真が掲載されたチラシを見ると、その感情が見た人にも伝わって、見た人も悲しくなる。その悲しさが共感に

つながり、寄付という行動につながるということです。「うれしい」表情の写真を見た場合、そのような共感が生じにくいのだそうです。

もちろん、NPOが写真だけで呼びかけを行うことは、ほとんどありません。多くの場合は、何らかの文章も一緒に提示されることでしょう。この点に考慮し、この研究では追加の実験も行っています。その結果、写真を見た後に、進行がんの診断を受けた子どもの説明を読んだ場合には、「悲しい」という感情の伝播から生じる共感が弱まることが明らかとなりました。

「悲しい」と「うれしい」は、分かりやすく対極的な表情です。分かりやすいからこそ、それに対する反応の違いを際立たせて把握できるとも考えられます。しかし、例えば「真剣な顔」であったり、「怒っている顔」が、活動を上手く表現するのに適しているNPOの活動もあります。多様な表情の人物が登場する写真に対する人々の反応とNPOへの支援の関係性について、今後さらに理解を深めていく必要があります。

最後に余談ですが・・・今回ご紹介した研究の実験の中で、参加者が「寄付する」と判断したお金は、実際にNPOに寄付されたそうです。今日の日本では、なかなか実現できなさそうな、懐の深い研究です！

#### 今回紹介した研究

Small, D. A. and Verrochi, N.M. (2009). The Face of Need: Facial Emotion Expression on Charity Advertisements. *Journal of Marketing Research*, Vol. XLVI, pp.777-787.

## 人と経営 第2回

### 厳しさはどこから生まれるか？

波多野 卓司（経営コンサルティング波多野事務所/  
ゆるる副代表理事）



“人生の転機となった、誰かの言葉がありますか？”

… そんなことを、組織の中で生きる、多くの人に訊いてきました。

Sさんは、会社の屋台骨を支える責任感に溢れた女性中堅リーダーです。

そのSさんがまだ仕事を腰掛け程度にしか考えていなかった頃の話をしてくれました。

ある日の深夜、大得意先の納期に間に合わせるために現場に残っていたSさんに、そのお客様から仕様変更の電話が掛かってきます。あまりに理不尽な変更の要求とそれを当たり前のように押し付ける乱暴な物言いに、カッとなったSさんは、思わずわけのわからない言葉を叫んで、がちゃりと一方的に電話を切ってしまいます。

その翌日は、以前から休暇を申し出ていた、楽しみにしていた歌手のライブイベントに出かける日で、そのことは会社の誰もが知っています。翌朝、会社には当然ながら昨夜のことのお客様から電話が入り、『お前のところにはおかしな奴がいる。一体どんな教育をしてるんだ！』とカンカンで、会社中が大騒ぎになっています。しかしSさんは、昨夜のことが気になりながらも、『もう、なるようになれ。それで何か言われれば、辞めればいいんだから』と、ライブに出かけてしまいます。

そして、ライブが始まる少し前の時間に、社長からSさんの携帯に電話が入ります。

躊躇いながらも電話に出たSさんに社長は、これから始まるライブの話をしただけして、昨日の“事件”の話はいっさいしません。

そして最後に、Sさんに、こう言ったそうです。

『今日は、仕事のことは全部忘れて、思いっきり、楽しんで来いよ』

… もちろん、Sさんのしたことは、叱責され、責任を問われて、当然のことだったでしょう。けれど、社長が何も言わなかったのは、なぜでしょう？

おそらく、いつも理不尽な要求をするそのお客様のことも、それに耐えてがんばり続けてきたSさんのことも、そして彼女なりに反省しているだろうことも、戻ればその分も頑張るだろうということも、よく“知って”いたからでしょう。

そして、Sさんにとって、“仕事とは、腰掛け的な気持ちではなく、責任を持って、みんなと協力しながらやっていくものなんだ”と、仕事というものへの姿勢に、カチリとスイッチが入ったのは、一言も叱るでなく、『今日は、仕事のことは全部忘れて、思いっきり、楽しんで来いよ』という社長の言葉を聞いた、その時からだったと言います。

『甘いことばかり言ってもしょうがない』

… もちろん、そうでしょう。でも、ほんとうにそうでしょうか？

甘いとか厳しいとか、そういうことではなく、“零れ落ちていきそうな その人の日常のがんばりを、掬い取るように、きちんとみて、わかってくれる人がいた”という小さな事実が、すぐ隣から聴こえる小さな認知の言葉が、“自分は一人じゃない”と気づかせ、崩れ落ちそうなその人を、かろうじて支えていく。

… 厳しさとは、そのような気づきからこそ生まれる、ということなのでしょう。



## セルフケア 第2回

自分を大切に幸せの波紋を広げるためのコーナー

### 褒め称えあうと自分も相手もハッピーな気分に

熊谷 智美（フリーランス：ワークショップ講師,ライター,MC, イベントディレクター,  
産業カウンセラー / ゆるる理事）

最近、どのようなことで褒められましたか？  
誰をどのように褒めましたか？

褒め上手はコミュニケーション上手とも言われます。

たくさん褒めたり、褒められたりして、ハッピーな雰囲気を広げていきたいものです。

#### ■褒めビンゴをしてみましょう

あなたは普段どのような褒め言葉を使っていますか。褒め慣れていない人は褒め言葉のボキャブラリーが多くないかもしれません。言葉としては知っていてもいざというときに使えなければもったいない。そこで、褒めボキャブラリーを確認しつつ、ちょっと内面にも迫る「褒めビンゴ」をしてみましょう。

#### ★褒めビンゴ★

人数：2名以上

手順：

- ① 3×3マスのカードを人数分用意します。
- ② カードの各マスにあなたが言われた褒め言葉を書き入れます。

(例)

やさしい	やる気がある	声がいい
かわいい	センスがいい	がんばりや
元気	冷静	おだやか

- ③ メンバーがそれぞれ順番に1つずつ褒め言葉を発表します。（注：自分が書いた言葉は発表できません）

④ 他のメンバーから出された褒め言葉が自分のカードにあったら印をつけます。

⑤ タテ、ヨコ、ナナメのいずれかが揃ったらあがりです。

応用：3×3マスでうまくできたら5×5マスに挑戦してみましょう。

ご褒美：ゲームなので1番に上がったメンバーにはご褒美があるといいですね。ご褒美は「3分間ひたすら褒める」をお勧めします。参加者全員が1番に上がったメンバーを褒め称えます。もちろん心を込めて褒め称えましょう。

#### ■ちょっと感じてみましょう

ビンゴゲームを楽しんで終わり、でもかまいません。

でも、自分がカードに書いた「言われた褒め言葉」を観察すると、自分が普段どんなことを頑張っているのか、認めて欲しいと思っているかに気づけることがあります。一緒にゲームをした仲間についても同様です。ゲームを終えてから、ちょっとした振り返りをしてもいいですね。

#### ■おまけ

ブルース・ドブキン教授（UCLA神経リハビリテーション科）らが脳卒中患者を対象に行った研究（Dobkin et al. Neuro Neural Repair. 2010）によると、歩くりハビリをする際に「ほめられた」患者と「ほめられなかった」患者を比べると、「ほめられグループ」のリハビリ開始前からの改善効果は「ほめられないグループ」の1.8倍にもなったそうです。

## お酒上手 第2回

### 「健康酒」

真壁 さおり（宮城県サポートセンター支援事務所 社会福祉士・コーディネーター / 認定NPO法人地星社 副代表理事 / ゆるる理事）

言わずもがな、私はお酒とお酒を飲む場をこよなく愛しています。お酒は私の人生を豊かなものにしてくれました。そんな私が、「今日はお酒はやめとく」なんて何気なく言うと、「何故？どこか調子が悪いのか」と間違いなく聞かれます。飲まない「良い理由」を探さなければなりません。

幸い、体調を理由に飲めなかったことはあまりありません。でも、40代に入り人生の折り返し地点を通過した時、今まで全く意識したことがなかった「老い」というものの足音が聞こえ始めました。膝が痛い、肩が上がらない、コレステロール値が高くなってきたなど、まだ遠い足音だけれど、確実にそれはやってくるのだと感じています。

美味しくお酒を飲むために、今まで以上に体調管理をしなければならぬと考え始めたのはその頃です。食事、運動、睡眠、ストレス対策など自分なりに勉強しています。仲間たちと飲む際にも、健康に関する話題が増えました。お酒の種別ごとのカロリー量、太りにくいお酒の飲み方や肴の選び方、基礎代謝を増やすための身体づくり、そして、物事がうまく運ばない時の心の保ち方などなど。先輩たちには「あなたはまだまだ若いから大丈夫だよ」と言われ、一方で若い人たちからは共感を得られず若干ウザがられています。

最初はお酒を美味しく飲むために始めた体調管理ですが、最近ふと考えます。「心身を整えて、健康で美味しくお酒を飲める状態になったその先に何を拠えるのか」と。健康で美味しいお酒を飲むことが最終目的ではありません。つきつめて考えると、結局私のお酒好きは「人が好きで誰かと一緒に人生を楽しみたい」ということにほかならないのだと感じるようになりました。

今、無類のお酒好きとして生を受けたからには、それを活かして誰かのお役に立ちたいと思い始めています。どんな方法があるのか模索中ですが、限りある生を仲間と目一杯楽しむための「酒場づくり」を、自分なりの方法で実践していきたいなと思っています。



□発行口  
認定特定非営利活動法人  
社の伝言板ゆるる

代表理事 大久保 朝江

〒983-0852

宮城県仙台市宮城野区榴岡3-11-6

コーポラス島田B6

TEL : 022-791-9323

FAX : 022-791-9327

Email : npo@yururu.com

□編集 / 編集協力□

石田 祐 (副代表理事)