

〔特集〕

# NPOの広報

～ 想いを伝えるには ～

「ボランティアを集めたい」

「心の痛みを抱える人にメッセージを届けたい」

広報に悩む活動団体の声は、昔も今もよく聞かれる。

そもそも、市民活動団体にとって、広報は、なぜ大切なのか。

どんな想いをもちながら、広報に臨んでいるのだろうか。

自分たちのミッションを大事にしながら

広報活動に取り組む活動団体をたずね、お話をうかがった。

背景写真: 東京ボランティア・市民活動センターにはさまざまな団体から思いおもしろいチラシやパンフレットが寄せられる。

NPOの広報は、  
共感の輪を広げる

企業からNPOに活動の場

を移してから、NPOと企業の  
広報活動の違いを意識するよう  
になりました。企業の場合、広  
報の目的は、売上や視聴率、つ



広告代理店で仕事をしていた吉田知津子さんは、NPO 法人ハズオン! 埼玉 (以下、ハズオン) の一員となってから、「つながリスト」<sup>\*1</sup>の編集発行、クッキープロジェクト<sup>\*2</sup>など、さまざまな広報活動に携わっています。企業、市民セクターそれぞれの立場で広報に携わってきた吉田さんに、NPO<sup>\*3</sup>と企業の広報との違いを例に、NPO だからこそ大切にしたい広報の視点について、お話をうかがいました。

NPO 法人ハズオン! 埼玉 副代表理事 吉田知津子

市民を  
「お客さまにしない」  
広報って何？

\*1 次々ページ参照。

\*2 障がい者とプロのシェフやデザイナー、学生、主婦、NPO、会社員など、クッキーを通じていろんな人が出会い、共同で福祉作業所の商品開発に取り組むハズオンのプロジェクト。

\*3 この場合のNPOとは、NPO法人格をもつ団体だけではなく、法人格を持たない市民活動団体を含め、広くとらえている。

## ◆ 広報の基本「6つのどん(視点)」◆

### 1、どんな人から(トーン&マナー)

\* トーン=感じ・雰囲気

\* マナー=様式・型 (これらは実際には色やかたち、ロゴマーク、キャラクター、サイズ、折り方などで表す)

### 2、どんな人へ(ターゲット)

### 3、どんな点を(訴求ポイント)

### 4、どんな時に(タイミング)

### 5、どんな手段で(メディア)

### 6、どんな人と

『あなたの児童館にピリッと効く。広報スパイス・ブック』より抜粋  
(発行:財団法人児童健全育成推進財団/制作:NPO法人ハンズオン!埼玉)

まり利益を上げることにある。したがって企業は、マーケティングや広報を打つタイミングなど、より戦略的にとらえて広報を行っています。確かに、広報にはそうした視点も大事ですが、だからと言って、NPOは、企業の広報をそのままマネ

すればいいのかというと、そうではないと思うのです。普通の人がつくる広報物、たとえばチラシやお便りの中には、決してスマートではないけれど、一生懸命さが伝わってくるものがあります。その意味す

るところはいつたい何だろう?と考えると、それは広報の内容を頭で理解するという前に、ハッと感じた、心が動かされたという感覚ではないかと思えます。手にとった広報物から何かを感じたり、共感したり、そして気づけば、読み手が自分の問題としてとらえるようになっていく、NPOがめざすのは、そんな共感の輪を広げる広報なのではないでしょうか。

実は、企業の広報は今、過渡期を迎えています。これまでのようにできるだけ幅広く、大勢に伝える時代は終わり、ひとり一人に対して伝える時代が変わろうとしています。だから、私は、これからは、NPOの広報活動を企業の人々が学びに来る、そんな時が来るかもしれないと思っています。

### 聞きたいと思ってもらうところまでが、広報の役目

今、ネットワークをしているあなたに、私は思わず、「それ素敵ね!どこで買ったの?」と聞きたくなります。こんなふう

に「あつ、聞きたい」と思ってもらう、それが広報の役目です。

そして、大切なのは、自分たちは、何をめざして活動しているのか、それを見失わないことではないでしょうか。身のまわりで困り事が起こったとき、すぐにあの人に相談しようと思える、そんな社会をつくりたいと願って、私たちNPOは活動しています。だから、たとえば、「ボランティア募集」のお知らせは、ボランティアがたくさん集まったら、それで終わりではないはずです。集まってくれた人たちとどうしていくのか、どんな社会をつくっていくのか、広報が役目を果たした先をみすえて活動したいと思うのです。

### 伝える前のプロセスも広報

ハンズオンで活動をはじめた頃、ショックを受けたことがあります。企業では、社内会議の情報を外部の人に見せることは絶対にしません。外部に知られると、他社との競争に負けてしまうと考えているからです。ところが、ハンズオンでは、会