

札幌市市民活動サポートセンター運営協議会
令和 6 年度第 1 回実施概要

1 日 時

令和 6 年 10 月 21 日（月）18：30～20：00

2 会 場

札幌エルプラザ公共 4 施設 2 階 会議室 3・4

3 出席者

- (1) 委 員：岩本 隆 委員（特定非営利活動法人 猫の手さっぽろ）
熊崎 梨絵 委員（一般社団法人終活マイライフ）
今野 佑一郎 委員（NPO のための弁護士ネットワーク）
都築 仁美 委員（さっぽろパブリックサポートネットワーク）
松田 剛史 委員（藤女子大学人間生活学部）
水口 綾香 委員（特定非営利活動法人防災したっけ）
川村 満 委員（札幌市市民文化局市民自治推進室市民活動促進担当課）
五十嵐 健二 委員（札幌エルプラザ公共 4 施設館長）
- (2) 事務局：高坂 美江 （市民活動担当課長）
上杉 直洋 （札幌市市民活動サポートセンター）
木下 涼美 （札幌市市民活動サポートセンター）

4 会議次第

- (1) 開会
(2) 議事 ・運営および施設利用状況について（令和 5 年度報告）
・令和 6 年度事業計画・中間報告について
(3) 意見交換 「NPO と他団体との協働の可能性について」
(4) 閉会

5 議事概要

- (1) 運営および施設利用状況について（令和 5 年度報告）

令和 5 年度の市民活動サポートセンター（以下センター）の利用人数は 38,297 人だった。

令和 4 年は 32,818 人で増加の要因としては札幌駅前通地下歩行空間（以下チカホ）で実施した「しみさぼマルシェ」の来場者数が多かったことや、令和 5 年 5 月からコロナが 5 類感染症へ移行したことにより各団体の活動が活発化したことが考えられる。

市民活動団体はコロナ前には 1,800 団体あったが、コロナ禍において更新がなかったこともあり、現在の登録団体数は 1,200 団体となっている。

(2) 令和 6 年度事業計画・中間報告について

月に一度実施する市民と市民活動団体の交流事業である「しみさぽフリーサロン」はこれまで、1 年目から 5 年目までの市民活動団体の交流会や事務ブース利用団体の交流会等を行った。

現在は 9 月から 3 回連続事業「7 年後のさっぽろをソウゾウしよう」を実施している。

また、市民活動団体の成果発表の機会とした事業「しみさぽマルシェ」は、一般社団法人 North-Woman に協力いただき、実施している。今年度も偶数月に開催しており 10 月下旬に開催予定であるのと、12 月・2 月にも開催を予定している。

ユース世代が NPO を体験する「NPO インターンシップ」では、NPO 法人 ezorock の草野氏にアドバイザーとして参加いただき、団体の支援としての面、NPO の普及啓発としての面の両方から事業内容の構成を行っている。

また今後実施予定の NPO との共創事業である「N 活」を始め、各種講座を予定している。

委員からの質問・意見

(委員) 「NPO インターンシップ」は長く継続している事業なので、過去の参加者の追跡調査があると良いのではないか。

参加者の中から NPO での活動の継続率や団体設立、起業等をする人が出ると事業の成果としても大きい。

事業の今後に関わる部分だと思うので、追跡できると良いのでは。

(事務局) 若者の市民活動への参画が今課題と感じており、かつ伸びしろでもあるため、支援していくように調査していく。

(委員) 令和 5 年度に開催されていた「N 活」(※)は、今年度は実施されないのか。

(事務局) 計画自体は進んでおり、「学校編」、「児童会館編」それぞれ今後実施する予定である。

※NPO と他主体との連携を目指した事業。令和 5 年度は児童会館編・学校編を実施した。

(委員) 「N 活」、「しみさぽマルシェ (以下マルシェ)」など、講座の内容や講師はどのように決まるのか。

(事務局) 講座の内容は施設利用者からいただいたアンケートの内容や、利用者からの相談対応で出た課題感を講座の内容としている。

講師はテーマに合わせて、関連する活動を専門に行っている NPO 団体の方を中心に選定することが多い。

(委員) マルシェは過去出展した経験があるが、参加者が物販を行うブースに偏っており、相談対応等を行うブースには参加があまりなかった。マルシェは物を売るだけの場ではないと考えるが、改善方法や皆さんの考えを教えてほしい。

(事務局) 施設としては、市民活動団体の成果発表の場として機能させていきたいとの思いから、物販に限らず、さまざまな形式でのご出展をいただき、多くの市民活動団体と市民の交流にしたいと考えている。ただ物販は、市民が足を止めやすいため、集客に差が出てしまう。その偏りは解消したいと考えている。

(委員) マルシェは物販以外の形で出展したい団体も多いのではないかな。ただ、参加者に物販以外の出展を行う団体にも足をのばしてもらう仕組みがあったら良い。

(委員) マルシェと他の事業がどうクロスされるのかがポイントではないかな。

例えば事業で取り上げたテーマに則ってマルシェの方針を決めてみるのはどうか。

定めたテーマに向かっていく市民の方向性とは何かを考えたときに、物販だけではないマルシェの作りが実現できると考える。より市民の意見を反映した方向性で内容を作っているのではないかな。

(委員) マルシェでの相談ブース出展には難しさを感じているが、出展団体同士で雑談レベルのお話ができるのもメリットだと感じる。

団体同士で短時間のトークセッションを開催し、団体の会員等に参加してもらいネットワーク構築に繋がれば、意味のあるものになるのでは。

(委員) (トークセッションは)とても良いアイデアだと思う。話を聞いた参加者が出展ブースを訪れるかもしれないし、団体同士の横のつながりも深めることができる。オンライン配信やオンデマンド配信ができるとかなりリーチものび、周知につながるのではないかな。

(委員) 現状、マルシェで団体同士の横のつながりが生まれていることは評価できることだと思う。出展団体の会員が来場し、他の団体と接点を持つことは、ネットワーク構築のきっかけとなるので、活用次第で重要なものになる。

(委員) マルシェの中で来場者数が最も多いのはチカホでの開催回なのか。

(事務局) やはりチカホは通行人が多いこともあり、来場者数・出展団体数ともに最も多い。

(委員) マルシェの会場選びはとても大切ではないかな。

(委員) 新さっぽろはどうか。人の集まる場所も多くある。

(委員) 創成スクエアもよいのではないかな。

(委員) マルシェは市民団体が集まって自分たちの活動を紹介する場になっていると思うが、その中で販売や相談、レクチャーみたいなことをやっているのか。

(事務局) 出展内容にも様々あり、団体によって異なる。物販や相談ブースの他、体験型のワークショップを提供し、参加者と会話をしながら体験を提供する団体や、活動紹介のみを行う団体もいる。

(委員) 参加者が足を止めるのに少し勇気がいるのではないかな。防災や終活等市民にとって重要な相談も受け付けているせっかくの機会なので、勇気を出してもらわずとも気軽に参加してもらえる仕組みが必要だと考える。

(委員) マルシェは事前の PR にもう少し注力してもよいのではないか。

出展団体や内容を HP 等で PR できれば、集まり方が変わってくるのではないか。

(委員) 参加する団体に広報の一部を任せてもよいのではないか。自団体を紹介してください、と投げかけて返ってきたものを掲載していくことで広報のスピードを上げていけるのでは。

(委員) 市民団体に向けた各種講座では、知識のない団体の参加を想定して、素朴な疑問を講座の中で意見交換できるような状態にすると、参加者が実践を考えた際にゼロからイチにするところのイメージが付きやすくなる。参加者目線の人が講演者側にいると良いのではないか。

(委員) 質疑応答だけではなく、プログラムの中で一緒に作っていける体感が市民活動団体の具体的な取り組みに落ちてくるのではないか。

(3) 意見交換 <NPO と他団体との協働の可能性について>

学校や児童会館のように NPO の協働対象となり得る団体・施設についてご意見をいただきたい。また、他団体と協働する上で難しさについてセンターが一助となれる点があれば教えていただきたい。

委員からの意見

(委員) 他団体というのは基本的には NPO 活動、市民活動に近いようなところを想定しているか。

(事務局) NPO にかぎらず、社会課題の解決を目指して活動する企業や組織は多いため、目的がマッチするのであれば、非営利に限らず検討していきたい。

(委員) アートに取り組む学生のサポートを行う市民活動団体がおり、たまたま知り合いの飲食店にその団体の話をしたら、マッチングしたいと希望があった。繋がった結果、そのお店に学生の作品を飾るコラボイベントを開催することとなった。

飲食店や会社にこのような NPO の話をすると、「寄付をしたいと考えていて、用意もあるが、誰に言ったらいいかわからない」という意見がある。今回の事例ではその会社は NPO の活動を支援することができて、学生からすると作品発表の場があってお互いに利点がある。NPO 同士の協働も良いが、NPO が企業と接点を持つことで、収入にもつながる部分をみつけることも大事なのではないか。意外とどこかに協力したい、寄付したいという考えの民間企業は多いと思う。

(委員) 非営利で活動する NPO だが、運営資金を集めなければ活動できない。企業との関わりから運営スキルを学び、自力で運営資金を集められるような機会があると良い。

また、マーケティングをしっかり行い、繋がるのが大切。

(委員) センターがハブとしての役割を担えれば良い。株式会社が NPO と関わる時に、何をしたいかわからないと感ずることが多いので、センターが NPO とマッチングすることで、こんな利点がある、ということを示すことが実現に繋がる。

例えば NPO 団体を支援している、ということがおしゃれな広告やチラシなどで周知されるように中間支援組織が整える等、パターンを準備しておく、株式会社が感じるマッチングへの抵抗感が少なくなる。まだまだ可能性が大きい。

(委員) マッチングを希望しているところに乗っかる形で良ければ、初期団体としては活動の後押しになると感じた。

(委員) マッチングのため、企業のヒアリングに赴く際は、その企業に合わせた企画を二つほど用意する。企業の CSR のために企画したものを地域とどうつなげるかが重要になってくるため、企業と地域の両方を理解して企画づくりをし、そこにどれだけ団体独自の強みを出せるかが、企業から支援をしてもらうポイントになる。

かつ、マッチングを行う企業は「こんな CSR 活動をしました」と全国にアピールしたいので、そのための写真や報告も必要となる。企業とその企業がつながりたい地域への企画を成功させることで評判を呼び、次年度の継続や他企業からの声掛けに繋がっていく。

(委員) 学校と繋がりたいという話はよくあるが、学校が繋がりたいと思ってくれるかというところが重要。先生方は基本的に自分たちでやりたいという思いがあるが、どうしてもできない部分はやはり頼みたい。だが、頼む術がないし方法がわからない。関連する NPO があることはわかるがどう繋がってよいかわからない。そのため、何かのきっかけで個人的に繋がりができると強い。その先生が他の学校の先生に広めることで、連携が広がっていく。

市立高校ではその勢いがすごい。探究の時間というものがあり、外部団体を誘致して生徒の自主的な活動を行っているため、連携の可能性があるが、小学校中学校は難しい。遠回りだが、個人的なつながりの機会を増やしていくことがマッチングに繋がる。

(委員) (前の発言を受けて) 学校は公的な場だが公募ではないのか。

(委員) 公募はあまりなく、持ち込みの提案は受けてもらうのが難しい。

(委員) 現在の学校の動きとして、個人の努力に頼らずシステムとして連携を行えるように、学校区ごとにコミュニティスクールを作り、学校と地域住民が力を合わせて学校の運営に取り組もうとしている。コミュニティスクールを行うと何ができるかという、NPO やセンターにかぎらず、様々な団体が学校の事業や放課後の活動、土日の活動には関わるチャンスがいくらかでも生まれる。

(委員) 学校との連携を経験して思うのは、小学校の各学年授業内容に関する知識をベースに持ち、かつそれに合わせて 45 分間の専門性のある内容を組み立てられることが必要となる。

それだけではなく PTA に対して教育論を掲げて、地域の高齢化に対して課題が解決できる。全部のスキルがあって初めて連携を達成できるような状況なので、1 つの NPO が専門的な内容一本で学校と繋がれるかというと、正直厳しいと感じた。

問題が複雑化している今だからこそ、市民への解像度を上げ、複数の団体・組織で手を取りあうということが必要ではないか。

(委員) 次回までにどのようなチャンネル（広報ツール）を使って、どのような取り組みをしているのかを教えていただきたい。

以上