

市民公益活動団体支援広報紙の企画構成について

1 概要

- (1) 自ら横須賀の課題と向き合う市民公益活動団体(以下、「公益団体」と言う。)の中には、悩みを抱える公益団体がいる。
- (2) その悩みの解消につながる広報紙を発行することで、公益団体がイキイキと活動できる環境をつくる。

2 公益団体が抱える悩み と その原因

悩 み	原 因
活動の機会が少ない	① 公益団体の魅力が十分に伝わっていない (そもそも団体のことが知られていないことも含む)
理解者や支援者を集めることが難しい	
活動資金の確保が難しい	
活動の担い手が見つからない	② 市(市民活動サポートセンターも含む)の支援制度の魅力が十分に伝わっていない
P R しても集客ができない	

3 解決策(広報紙の狙い)

原 因	解決策(広報紙の狙い)
公益団体の魅力が十分に伝わっていない (そもそも団体のことが知られていないことも含む)	公益団体の魅力を発信
市(市民活動サポートセンターも含む)の支援制度の魅力が外に伝わっていない	支援制度の魅力を 分かりやすく解説

4 広報する内容

- (1) 公益団体の魅力
- (2) 支援制度の魅力

5 読者ターゲット と ターゲットに期待すること

広報する内容	読者ターゲット	ターゲットに期待すること
公益団体の魅力	① 地域貢献に関心がある企業 ② 協働が期待できる行政機関	公益団体のファンになってもらう ・ 協賛 ・ 活動の場所の提供
	③ 公益活動に関心がある市民	公益団体のファンになってもらう ・ メンバーとなる
支援制度の魅力	④ 支援を求める公益団体	制度を活用してもらう

6 紙面構成(6 ページ(A4))

ページの種類	掲載内容
表 1 (表紙)	公益団体の魅力(インタビュー記事) 1 団体目
表 2	公益団体の魅力(インタビュー記事) 2 団体目
表 3	支援事業の魅力(制度解説)
表 4	
表 5	公益団体の魅力(インタビュー記事) 3 団体目
表 6 (背表紙)	公益団体の魅力(インタビュー記事) 4 団体目

※ 取り上げる公益団体の選定プロセス、
市民協働審議会委員長のコラム も掲載予定

7 インタビュー記事

(1) ポイント

- ・ プロのライターとともに、その公益団体しか語れない魅力をしっかり引き出す。
- ・ 読者が、その公益団体のファン(「一緒に何かをしたい」、「応援したい」、「メンバーになりたい」)と思ってもらうことをゴールとする。
- ・ 視覚的に興味を引くものとする(例：写真を多く掲載)。

(2) インタビューで引き出したいこと

対象者	引き出したいこと
公益団体	活動に対する熱意(使命感、横須賀の課題への想い、困難の克服)
	活動の特徴や強み(他の公益団体にはないサービス)
	更なる可能性(ファンが増えることで生じる可能性)
受益者、支援対象者	課題解決の効果(救われたこと、助かったこと、安心したこと)

(3) インタビューで取り上げる団体数

4 団体 × 年 2 回発行 × 3 年間 = 24 団体

(4) 団体の選定プロセス

プロセス	内容
候補団体の選定 (市と市民活動サポートセンター)	- 過去の審議会での審査内容(市民協働推進補助金、モデル事業、条例指定、NPO補助金等)をふまえて、公益性の確認 - 政治や思想などに関する団体ではない - 反社会的な活動がない ※インタビューを希望する公益団体の募集も検討
インタビュー交渉団体の決定 (市民協働審議会)	審議会委員による助言をもとに決定 ※非公開案件

8 制度解説

(1) ポイント

- 横須賀市の制度特有の強みをしっかり訴求する。
例：市民協働審議会委員に継続的な助言、幅広い支援制度がある
- 支援制度利用団体にインタビューを行い、利用する側から気づいた魅力、成功事例を参考にする。
- 横須賀市以外の制度であっても、公益団体に有益な情報であれば取り上げる。
- 分かりやすさを追求する。
- 号によってコンセプトをしっかりさせる。

(2) 解説する制度や内容(案)

公益団体の悩み	制度や内容(案)
活動の機会が少ない	・ 市民活動サポートセンターでの専門相談
理解者や支援者を集めることが難しい	・ 市民活動サポートセンターでの専門相談
活動資金の確保が難しい	・ 市民協働推進補助金、NPO補助金 ・ 市民公益活動人材育成研修受講奨励金 ・ よこすか元気ファンド
活動の担い手が見つからない	・ 市民活動サポートセンターでの専門相談

9 発行時期

- (1) 9月上旬（制度(市民協働推進金やモデル事業など)の募集期間との整合)
- (2) 3月下旬（制度の採択結果時期との整合）

10 配布部数 12,000部(読者ターゲットを意識して配布場所を慎重に選定)

※SNSでの発信も行う。

11 第1号発行記念イベント(取り上げた団体と読者ターゲットのマッチング)

- ・ 取り上げた団体と読者ターゲット(メディアも含む)が交流できるPRイベントを検討する。

12 編集スケジュール

5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
★	★	審議会で審議		発行	★					発行
9月号	編集(3か月)			★		3月号	編集(3か月)			★

13 名称案 次回の審議会で名称案を発表