

Monthly

a-con

まんすりー・えーこん

大特集：

環境ボランティア見本市2010

2010年7月号

Smile Park design project 第二弾

sugiX in Laos

灼熱の国ラオス、気温は日中40度近い。?外を歩いていると10分くらいで水が欲しくなる。Smile Park design project 二カ国目 ラオス。私がこの国を選んだ理由は二つある。

- ①ラオス人に好感をもっている
- ②社会主義なのに、中国、ラオスで全く雰囲気が違う

① ラオス人に好感をもっている

実は私はラオスを訪れるのが二回目である。以前訪れた時に持ったイメージ。それは、ラオス人は繊細でとても穏やかだということ。例えば、店員が飲み物をおく時でも音を立てないようにゆっくりおいたり、品物、商品の並べ方がとても綺麗だったりする。(路上で売っている物も綺麗)路上でのクラクションはほぼ皆無である。?

一番驚いたのがリサイクルだ。ペットボトルをきれいに洗って回収していた。発展途上国だから出来ない。そんな僕の考え方は一蹴された。ラオス人の性質にとっても興味がある。

②社会主義ラオスと中国の違い

ラオスと中国はおなじ体制。社会主義市場経済。しかしまったくといっていいほど雰囲気が違う。これは上記にも述べたラオス人の性格に起因しているものと思われるが、焦りや、がっつきを一切感じない。毎日を自然とともにリラックスして生きている感じがある。上昇志向を表面的に出すか出さないかの違いもあるが、中国人の強さとは全く違う穏やかさがある。ゆったりリラックスしながら『サバディー(こんにちは)』と。これぞ社会主義という感じだ。この感覚は日本にもあまりないような気がする。とにかく私が住んでいた東京にはなかなか見ることが出来ない雰囲気がここにはある。そんなギャップが何とも言えない。

以上二つがラオスを選んだ理由である。ラオスには二ヶ月の滞在を予定している。

さてさて、何をつくりましょうかね。

sugiX プロフィール

1982年生まれ。静岡県浜松市出身。日産自動車デザインセンターを経て、2009年5月よりSmile Parkの活動を開始する。『人との出会いこそが最大の勉強』と考える体育会系。(小～高バスケットボール部、インターハイ出場。大学ボクシング部、京都府Fe級新人王)

Topics

colum X	P1
Topics	P2
a-conとは・・・	P2
特集 環境ボランティア見本市2010	P3
環境ボランティア見本市2010 当日レポート	P5
「環境ボランティア見本市2010」の舞台ウラ	P7
・プランニングの流れ	P8
・コミュニケーションツール	P11
・今回のプランニング成果	P13
・STAFFコメント	P14
a-con NEWS HEADLINE 特別編	P15
不定期連載:「その人に、フォーカス」	P16
江戸っ娘秋田こまち化計画	P17
a-con活動報告	P17
海外NPOレポート	P18
編集後記	P18
事務局だよりa-con	P19
WEBサイト	P19

a-conとは・・・

正式名称は“特定非営利活動法人NPOコミュニケーション支援機構”。
“action unit for communicative NPO”、略してa-con(えーこん)。

「NPOの活動を、どう世の中に伝えていったらいいか」
ということ、そのNPOの方たちと一緒に、
同じくらい真剣に考えて、
「コミュニケーション」という切り口でお手伝いするユニットです。

特集!

この夏、新しいこと始めてみませんか?

♡ 環境 ♡

ボランティア

見本市2010

“ちょっと”も“本気”も大集合!

日時: 2010年7月10日(土) 19:00 - 17:00

会場: 緑学環境パートナーシッププラザ (SECC), 国造大学体育場, 三信

主催: 緑学環境パートナーシッププラザ (SECC) 環境ボランティア見本市 2010 実行委員会

協力: (特選) MPO コミュニケーション支援機構, ツイメンズショップ, パチワーク

(注) 日本メディアアート協会 (JMAA), dth P=4 Studio (学生芸術グループ)





環境ボランティア見本市って？

地球環境パートナーシッププラザ（GEOC）が毎年夏に主催しているイベントです。青山の国連大学1階広場と地球環境パートナーシッププラザを会場として、環境分野のNPOがブースを出し、活動や各種ボランティアプログラムに対する求人の説明等をするものです。今年も41団体が出展し、ワークショップコーナーやトークショー、ドネーションカフェ等も併設されました。

環境分野、と言っても41団体もあればテーマは様々。山や海等の自然を扱うものもあれば、街中でのゴミ拾いや都内での自転車利用を促進するためのマップ作りをしているもの、環境教育や政策提言をするものをするもの等、幅広い団体が集まっています。

これだけ多くの団体が出展する理由の一つとしては、ボランティアに特化してNPOと参加者とのマッチングをテーマに掲げたイベントは珍しいことが挙げられるようです。

この見本市ですが、これまではGEOCがすべて企画・運営しましたが、今年も7団体からメンバーが実行委員として企画から参加するようになりました。

a-conはこの実行委員をサポートするかたちで、会場の設計や各種制作物の企画・制作のお手伝い、その他もろもろに対するコメント等をさせていただきました。

今回はそんな「見本市」の当日の様子と、a-conの挑戦についてお伝えします。

見本市当日は快晴にめぐまれ、41団体と500名近い市民が参加し、開場前の広場で開催されていたファーマーズマーケットと合わせて、とても賑やかな見本市となりました。開始は13時からでしたが、13時にはすでに来場者と出展者の交流が始まっているブースもありました。

それぞれ特徴的な展示をしている団体も多く、NICEのブースでは、タイなどで行っているフェアトレードへの理解を深めてもらうため、フェアトレードの商品として販売しているアクリルタワシの簡単なものを来場者と作る、ということを行っており、絶えず来場者が訪れていました。

また、アイサーチジャパン(イルカやクジラの保護活動をしている団体)では環境教育で行っているプログラムの一部をブースで体験できるようになっており、来場した子供に対しての啓蒙活動と、大人への活動紹介を上手く両立してアピールしていました。

その他、会場内ではTシャツに絵を描くストリートアートなどが開催され、各所で盛んに交流が行われていました。

見本市終了後の懇親会では、GEOCの方の踊りが披露されたほか、出展団体の方々にa-conを紹介していただいたりと、とても楽しく有意義なひと時を過ごすことができました。



「イルカ救いゲーム」

海を汚しているゴミを掏って
イルカを救おう！

～アイサーチジャパン



「アクリルたわし体験」

つくってみよう、フェアトレード商品
～NICE (日本国際ワークキャンプセンター)

環境ボランティア
あれこれPHOTO



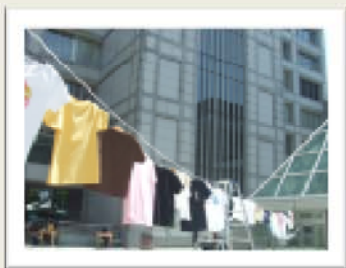
出展者の事前ミーティング



タダの古本市。
貴重な資料がいっぱい！



疲れたら、
ドネーションカフェへ
どうぞ♪



Tシャツアートが気持ち良さそうに
風に揺られていました。



ファーマーズ
マーケットにも
見本市のフライヤーを
置かせて頂きました。



会場となった
国際連合大学



体験型企画にも
沢山の参加者が。
実際に体験できる
貴重な機会です。



a-con
メンバーも
頑張ってます★



イベントプランニングのポイントは、【コミュニケーション設計】

「環境ボランティア見本市2010」 の舞台ウラ

今回の環境ボランティア見本市では、主催者のGEOCおよび出展団体の一部で構成される実行委員会より依頼を受け、a-conが企画サポートを実施しました。そのサポート内容は表面的に見れば主に「印刷物の作成」になるのですが、そのウラには「来場者とのコミュニケーションを緻密に計算する」という考え方がありました。このレポートでは、その考え方の一端をご紹介します。

a-conイベントサポートチーム
ポッター

=====

プランニングの流れ

- ①目的・コンセプトの設定／確認
 - ②コミュニケーション目標の整理
 - ③コミュニケーションの流れを設計
- =====

参加団体の期待値はバラバラ。来場者像もバラバラ。 イベント全体の目指すところは……

まず最初にやったことは、「目的・コンセプトの設定／確認」です。環境ボランティア見本市は、今回で6回目。新しく目的・コンセプトを作るというよりも、これまでの実績を振り返り改めてその意義や方向性を確認する作業になりました。

最初に基礎情報を集めるため、出展予定団体向けのアンケートを実施しました。それぞれの団体がどのような期待を抱いてこのイベントに参加するのかという内容です。

アンケートの結果を集計すると、参加団体の期待は見事にバラバラなことがわかりました。とにかく本気で取り組んでくれる事務局ボランティアが欲しい！という団体もあれば、自分たちのイベントに気軽に参加してくれればいいという団体、はたまた企業のCSR担当者と出会いたい、という団体もありました。

40もの参加団体がいれば、それぞれの目的が異なっていて当然です。とはいえ、イベントのプランニングをするには何かしらの「軸」を設定する必要があります。

参加団体の期待に加えて、もう1つ考えなくてはいけないのは来場者の期待です。どのような人がどのような情報を期待して来場しているのか。昨年

度の来場者アンケート結果を参考にしたり、実行委員会のメンバーからこれまでの様子をヒアリングした結果、こちらはかなり幅があることがわかりました。「環境活動に興味はあるけれど、具体的にどんな活動があるのかわからない」という初心者から、「過去に環境ボランティアをやっていた」という経験者まで。

バラバラな期待を抱く参加団体と来場者。主催者としては、このイベントの目的をどこに置くべきでしょうか。

今回のプロジェクトでは最終的に、以下のように目的とコンセプトを整理しました。

目的「より多くの人に、環境ボランティアとしての活動をスタートしてもらうこと」

コンセプト「バラバラな期待を抱く参加団体と来場者を、適切にマッチングする」

「当たり前のことしか言っているんじゃないか」と思われる方もいるかもしれませんが。確かに今回のイベントでは、ターゲットの絞り込みをしなかったため、全体的にかなり漠然とした目的・コンセプトとなってしまいました。しかし、当たり前のように思えることでも、言語化しておくことがプランニングの次のステップに進むにあたって重要になってきます。

「目的」と「コンセプト」を来場者目線に置き換える。

次に「コミュニケーション目標の整理」を行いました。コミュニケーション目標とは、来場者にどのような心境／行動の変化を起こしたいのか、そのためにはどのような体験が必要なのか、を示すものです。

コミュニケーション目標は、目的とコンセプトが決まっていれば自ずと決まります。なぜなら、コミュニケーション目標は、主催者目線の「目的」と「コンセプト」を来場者目線に置き換えたものとも言えるからです。

「言い換え」だけなので一見するとあまり意味のないステップのように思えますが、イベントのプランニングにおいて実は重要な作業です。次のステップである「コミュニケーションの流れを設計」するにあたって、大前提となります。

今回のイベントのコミュニケーション目標は、以下のように整理されました。

「初心者から経験者まで多様な来場者」に、
「なるべく多くの参加団体と話をしてもらう」ことで、
「自分に合った環境ボランティアを見つけてもらう」

ポイントは、「なるべく多くの参加団体と話をしてもらう」という箇所です。来場者と参加団体の「適切なマッチング」を行うためには、とにかく接触数を最大化することが重要です。来場者がボランティア活動をスタートするにあたり比較検討に必要な材料を提供することに重点を置くことにしました。

コミュニケーション目標までの道のりを、細かく分解する

「コミュニケーション目標」を設定したら、次に行うのは来場者とのコミュニケーションの流れを設計することです。これは、コミュニケーション目標までの道のりを、細かくいくつかの段階にわける作業でもあります。具体的には、

- ①会場に来てから帰るまでの流れを想定し、
- ②どのタイミングで、どのような情報を提供し、
その結果、どのような心境の変化を起こすのか。
- ③また、そのためにはどのような「コミュニケーションツール」が最適か。

という流れで考えていきます。

◆ステップ①

タイミング：入口

提供する情報：出展団体のリストと活動概要（キャッチコピー）。

加えて初心者向けには、ボランティア選びのガイドラインを示す。

心境の変化：「興味・関心に近いNPOは、どこかな……？」

→「興味のある団体はここらへんかな」

コミュニケーションツール：ガイドマップ・コンシェルジュ

◆ステップ②

タイミング：場内回遊

提供する情報：出展団体名、活動分野、ボランティア募集種別

心境の変化：→「この団体の、このボランティアなら詳しく話を聞いてみよう！」

コミュニケーションツール：団体紹介パネル

◆ステップ③

タイミング：団体ブース

提供する情報：団体の活動紹介、ボランティア募集種別ごとの詳細情報

（日時、頻度、場所、スキル、待遇／報酬等）

心境の変化：→「どんなボランティアなのかよくわかった！じっくり検討しよう」

コミュニケーションツール：ボランティア求人票

ここまで来てようやく、具体的な「印刷物」まで辿りつきます。（上述の「コミュニケーションツール」とは、「印刷物」に加えて、「案内サイン」やその他ナビゲーション施策を包括する概念です。来場者に何らかの情報を提供するためのものを総合してコミュニケーションツールと呼んでいます。）

では、今回実際に制作したコミュニケーションツールを2つほどご紹介しましょう。

ツール 来場者全員に配布する

① 「環境ボランティア見本市2010 ガイドマップ」

「環境ボランティア見本市2010 ガイドマップ」

[画像:オモテ][画像:ウラ]

仕様:A3両面2つ折り、フルカラー



これまでの見本市では、全団体の情報を記入した「冊子」を配っていました。今回は、最初に来場者全員に配布するツールには掲載情報を限定し、一覧性を優先することにしました。各団体の詳細やボランティア募集情報はあえて省き、会場内を歩き回り積極的に各ブースで話を聞いて情報収集してもらうということです。また、ガイドマップだけでもおおよそどのような団体なのかわかるよう、団体名に加えて活動分野、団体のキャッチコピーも付け加えました。

※a-conは企画の仕様およびレイアウトの策定までを担当し、
実制作はGEOCの担当者さんとデザイナーさんにお任せしました。



ツール ブースでもらえる ② 「ボランティア求人票」

「ボランティア求人票」

[画像: サンプル求人票]

仕様: A4両面、モノクロ

参加団体のブースで来場者に配布したのが、この「ボランティア求人票」です。各団体のボランティア募集情報が詳しく載っています。各ブースで共通フォーマットの書類を配布することで、来場者にとっては比較検討が容易になること、求人票を「集める」という目的で多くのブースを回ってもらうことを想定しました。

ポイントは、参加団体に求人票を記入してもらうにあたり、ボランティアの募集情報それぞれに名前を付けてもらったことです。同じボランティアでも「事務局ボランティア」と「イベント当日ボランティア」では大きくその内容が異なります。これまで、団体の活動紹介とボランティアの活動内容が混在していたものを明確に分離し、それをいわば「職種別」にすることで、来場者が自分に適したボランティアの情報を素早く得られるようにしました。

また、上記以外にも「事前配布チラシ」の企画案作成やレイアウト原案の作成、来場者アンケートの企画・実施なども行いました。このレポートでは詳細の説明は省きますが、これらのサポートも「コミュニケーション設計」の一環として行いました。

The image shows a sample form titled "ボランティア求人票" (Volunteer Recruitment Form). It includes a header with a logo, several input fields for text, and a small photograph of a group of people. The form is designed to be filled out by a group to provide details about their volunteer opportunities.

This image shows another sample form, also titled "ボランティア求人票". It has a different layout, featuring a large text area at the top, a smaller input field, and a photograph. The form is intended to collect specific information about volunteer roles and group details.

今回のプランニング成果は？

さて、「コミュニケーション設計」に重きを置いてプランニングを行った今回の環境ボランティア見本市。7月10日の本番では、その狙い通り成果をあげることができたのでしょうか。

今のところの暫定的な評価としては、参加団体への周知不足もあり、せっかくのコミュニケーションツールを十分に活用しきれなかった面もありましたが、a-conメンバーで行ったヒアリングの感触からは、概ね「コミュニケーション設計」の狙いが達成されたといえるのではないのでしょうか。

最終的な評価は、今後予定されている参加団体からのフィードバックやボランティアの追跡調査の結果が出てからになるでしょう。今回のイベントを通して実際にどれだけのマッチングが発生し、どれだけの参加者が具体的なアクションをとったのか。それがわかってはじめて、正式な評価が下せるでしょう。



STAFF コメント

a-con初の本格的なイベントサポート案件ということで、プロジェクトがなかなかスムーズに進まないこともありましたが、最終的にかなり細かいところまで気を配ったイベントプランニングが出来たと思ってます！当日は来場者ヒアリングの調査員をしていたんですが、お客さんの反応も上々でした。また、今回のイベントを通して多くのNPOの方々からも意見をもらい、「NPOのイベント」に対する考えを深めることができました！



NPOイベントのサポートします！と豪語したはいいものの、さて幅広い作業の中から「なに」をサポートすべきか・・・

まずはそこを模索しながらスタートしたプロジェクトでした。

時には10人近くで集まって話し合い、イベントに対する意見を聴けたのは貴重だったと思います。実際の制作物サポートでは毎週、誰かしらが締め切りを抱えている、なんてことも今やいい思い出(苦笑)それでもそれだけ根底の「枠組み」に関われたことで、当日お客さんがうま〜く回遊している姿を見れると、達成感もひとしおでした。



a-conイベントサポートチームへのご相談はこちら ⇒ irai@a-conweb.net

夏だ！海だ！2010年ビーチイベント紹介

2007年より、ビーチ相撲の普及と、地域活性化、海辺環境の保護をメインに活動しているNPO、日本ビーチ相撲協会。

この団体が主催する夏の大会が、今年も開かれます。

相撲を愛するメンバーが、地域の人と一体となって運営する手作りのイベント。毎年各地で大盛況を納めています。

今年はどうなドラマが待っているのか、夏の思い出づくりに足を運んでみませんか。

7月31日(土) 鎌倉由比ヶ浜大会

日本で一番盛り上がる夏のビーチ「鎌倉由比ヶ浜」でのビーチ相撲大会！

8月29日(日) 猿島大会

昨年の伝説が再び！東京湾に浮かぶ無人島「猿島」でのビーチ相撲大会！

9月19日(日) 三宅島大会

東京都心から船でぐっすり寝てれば一晩で着いちやう南の島！

今年はなんと三宅島でも島を挙げてのビーチ相撲大会を開催します！



由比ヶ浜ビーチ



2009年大会の様子



特定非営利活動法人

日本ビーチ相撲協会

<http://blog.beachsumo.org/>

「砂浜で相撲をとる」。
古来から日本人が砂浜において半ば自然に行ってきたその振る舞いを、『日本固有の文化の伝承』、『地域社会のコミュニケーション機能』という大きな意味を持つものと捉え、ビーチ相撲をさらに啓蒙・普及しているNPO。

- 1、国技相撲の広範な普及
 - 2、地域コミュニティの活性化
 - 3、海辺環境の再生・保護
- という3つの課題解決に寄与し、さらに、この活動を全国に広範に拡げることとを主たる目的として設立。

ソーシャルメディアが繋げる新しい可能性を追う。

28歳女子、世界の夢を叶えに旅にでる！

NPOという場で、仲間と共に頑張る人がある。

また一方で、NPOで活動をしたのち、一人の人間として、

ソーシャル+ビジネスの融合を目指して、踏み出そうとしている女性がいる。

世界の夢を叶えに旅出そうとしている彼女に、出会った。



ソーシャルメディアを使いながら、
世界一周して日本と世界の架け橋になる。
みんなに手伝ってもらったら、
世界中の夢が叶うんじゃないか！？

そんなことを思い立ったことから始まった
藤沢実果さんの世界一周の旅プロジェクト。
一人で立ち上げた夢に、沢山の人が手を
差し出して大きな力になっていく。

日本を飛び出す彼女が、
twitterを使って、世界中の夢を日本に届けます。
8月から始まる新しい冒険に、乞うご期待。

応援イベント

世界一周ナイト ～28歳女子、世界の夢を叶えに旅にでます～

- 日時： 7月24日 17:30～19:00 (17:15開場)
- 場所： MONSOON CAFE渋谷
- 参加費： 男性4500円 女性4500円
(使用していないコスメを持参した場合4000円)
2ドリンク+buffet
- 内容：
 - ・「twitterで世界一周企画プレゼン」
 - ・「参加者全員世界一周体験」
 - ・「ライブ」
 - ・「フリートーク」
- 申込：<http://ameblo.jp/chuntari-blog/entry-10568963933.html>

江戸っ娘秋田こまち化計画

秋田に来て3ヶ月半。夏の秋田は、森や田んぼの緑がすごくきれいで、毎日癒されながら過ごしています。

さて、今回は、私が今、秋田で一番おもしろいと感じていることをお伝えしたいと思います。それは、『若者』です。秋田には、「秋田を元気にしたい！」と、本気で活動している20代～30代の若者がすごく多いのです！恥ずかしながら浅草や東京についてちゃんと考えたことがなかった私。秋田の同世代の若者の故郷に対する熱い思いに大きな衝撃を受けました。今回は、その中のほんの一例をお伝えします！

あずあず プロフィール

東京都浅草出身。損保ジャパンCSOラーニング生(大学在学時)、茨城県の湖の再生を目指すNPO職員(約2年)を経て、4月に八郎湖のある秋田に来る。主に八郎湖流域の子ども達への環境教育の普及・充実に日々奮闘中。夢は日本の伝統工芸を継ぐ職人になること！

a-con 活動報告

2010年6月19日(土)、特定非営利活動法人「NPOコミュニケーション支援機構(a-con)」は、第2回総会を開催しました。

当日は正会員16名が出席し、2時間かけて行われました。

議題は、定款変更承認、第1期収支報告および第2期収支予算の承認、

●We Love Akita…秋田出身・東京在住の若者の集まり。「秋田が好きだ！」と東京から秋田を変えるべくイベント開催や社会システムづくりなど活動中。

<http://we-love-akita.com/>

●ZERODATE Art Center…秋田の都市・大館の活性化を目指したアートプロジェクト。6月に秋葉原に3331というアートスペースもオープンし、話題を呼んでいます。

<http://www.zero-date.com/>

●アキタ朝大学…朝6:30(!)から開かれる秋田について学び、語り、交流する場。毎回30人くらい集まって、朝から熱い空間になっています。

<http://taroloves2eat.blog70.fc2.com/>

その他、今、秋田県全域でさまざまな動きがあります。その熱い思いは今後、twitterや人のつながりを通して、大きな波になっていきそうです。今後の秋田の若者の動き、注目です！

そして「運営会制度」の導入についてでした。「運営会」とは、a-conの運営に携わる「運営委員」を正会員から選出し、組織の運営に取り組むインナー組織です。

NPOの活発且つ有益な活動のために、2010年度のa-conは、インナー活性化にも取り組んでまいります。



Opportunity International

Opportunity International(本部 米国)とは、開発途上国の貧困者を支援するために1971年に設立された非営利団体である。同団体のネットワーク(「OIN」)は、43の金融機関や非営利NGOで構成され、マイクロファイナンス銀行の設立・経営・営業や現地の金融機関との連携を行っている。また、2002年からは世界初かつ最大規模のマイクロインシュランス会社で傘下のMicroEnsure社が少額保険事業(5人家族で保険料月々1.50ドル程度)を展開している。

同団体は全世界に11,501人(うち6,000人以上がフィールド)のスタッフを有し、アフリカ、アジア、東欧およびラテンアメリカの27カ国においてマイクロファイナンス(例えば60ドルからの少額融資、融資の平均額は1口283ドル)や財形貯蓄サービスの他、起業のための教育やトレーニングを提供している。

OINの資金は主に寄付金からなるが、オーストラリア、カナダ、オランダ、英国および米国に所在する支部では資産運用や融資保証ファンドの事業が行われている。

2009年中または末現在、融資先数は126万(過去5年間の年間平均成長率13%)、貯蓄者数は557,269人(過去5年間の年間平均成長率60%)、合計貸付額は6億ドル(2002年の15倍)。融資の返済率は97%といい、活動規模は拡大を続けている。日本での求人は今はないようだが、ホームページでは世界各地で人材を募集中である。

<AINA>



<http://www.opportunity.org/>
<http://www.opportunity.net/>

編集後記

豚の丸焼き、皆さんは見たことありますか？エーコン始動から早三年。恒例化したキャンプでは、バーベキューが毎回行われます。正にそこで豚の丸焼きが…！？未だに実現出来ていません。

エーコンのキャンプは遊びあり、勉強あり、prestあり、もちろん飲み食いあり。盛りだくさんです。

豚の丸焼きはさておき、ぜひご参加くださいね。

<白土夏子>

事務局だより

参加者大募集！～今後のスケジュール

◆キャンプ&定例会

： 毎月第3土曜日に開催している定例会が特別版！というか、キャンプで楽しむのがメインです★

【日時】 8月21日(土)～22日(日)

【場所】 未定（決まり次第、メールングリストにてご連絡します）

◆a-conゼミナール： テーマを決めて勉強会。a-conメンバー以外の方も参加いただけます。
只今準備中。次の開講日はWEBでお知らせします。

◆オリエンテーション： a-conってどんな団体なのか？を説明します。

偶数月の第一土曜日に開催しています。 次回は【8月7日】開催予定！

詳細が決まり次第、WEBサイトでお知らせします。

ご希望いただければ、個別にa-conについて説明いたします。

a-conメンバー大募集！

NPO・ボランティア・コミュニケーションに興味がある、社会貢献してみたい、
余暇を何かに使いたい…そんなあなたはぜひ、a-conを覗いてみてください。
a-conには色んな関わり方があります。

お問い合わせは、下記a-con事務局までお気軽にどうぞ！

mail：jimukyoku@a-conweb.net（担当：山田、佐藤）

a-con WEBサイト

a-conの活動や、その他いろいろな情報を発信しています。

WEBサイトへもぜひ遊びにきてください。

URL： <http://blog.a-conweb.net/>

発行元：特定非営利活動法人 NPOコミュニケーション支援機構(a-con)

編集長(代理)：原文子 Writer：太田あずさ sugiX 福田愛奈

編集：秋本康治 石田優 石本貴之 伊藤邦泰 緒方太郎 佐藤美弥子 清水龍生 白土夏子
谷本大樹 浜岡沙織 森山紗也子