

えぬぽつぶん

VOL.150

◆X(旧Twitter) ◆Instagram ◆HP



NPO POP NEWS=(略して)『Npop'n』

新宿NPO協働推進センターから、社会貢献活動に関連したPOPなNEWS(話題)をお伝えします！

『支援者・寄付者を増やすためのマーケティングを学ぼう！』

企業活動のみならず社会貢献活動においても、社会や地域などのニーズを把握し、支援者を獲得して、的確に活動を進めていく上でマーケティングのアプローチを取り入れることが必要です。しかし、社会貢献活動においては、このアプローチはビジネスマーケティングのものとは少し異なります。今号では、11月7日（木）に開催した『非営利組織のマーケティング入門』から、NPO活動に特化したソーシャルマーケティングの考え方や手法についてご紹介します。

『非営利組織のマーケティング入門』

講師：小谷 恵子 氏（東海大学観光学部 准教授）

1. マーケティングとは？

商品（価値）を届けるプロセス全体を考えるのがマーケティングです。「作った商品をどうやって売るのか」ではなく、「商品はどう考えて作っていけば売れるモノになるのか」の方法です。これを寄付に当てはめると、どう行動していくべきかを考えていくことです。

通常、企業は価値（商品やサービス）を提供し、顧客（受益者）はそれを購入（費用負担）して利用します。非営利組織の場合は、受益者に費用負担を求める事は難しいので、代わって寄付者の方などから得る資金で経費を賄います。このため、非営利組織のマーケティングでは、企業の場合の「会社（組織）」「従業員」「顧客（受益者）」のトライアングルに、「組織」「ボランティア」「寄付者」のトライアングルを重ねて考えます。



小谷氏

2. 非営利組織のマーケティング

活動の継続には、①プランニング、②マーケティング、③人、④資金が必要です。この4つを使って、マーケット（社会課題と受益者）と寄付者のことを理解して資金を獲得し、受益者と寄付者などに価値を届けます。

①プランニング

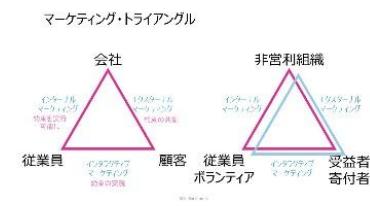
ビジョンからミッションを設定し、成果を出すための事業計画を作成します。ビジョンとは「その活動が必要なくなる社会とはどういう社会か」ということで、ミッションは「のために自分たちの団体が行うことは何か」ということです。良いミッションは関係者の心を一つにまとめ、自分たちがやること、やらないことを明確にすることができます。

②マーケティング

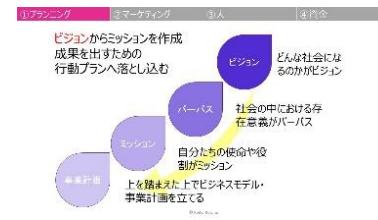
寄付者は誰か、寄付者が価値と思うものは何かを考えます。

一般の商品やサービスの場合、顧客は価格と手間（時間的コスト、心理的コストなど多様なコスト）で比較し、購入の可否を決めます。非営利組織の場合、サービスの受益者とコストの負担者（寄付者）が異なるので、この比較がNPOと寄付者の間でも行われます。NPOと寄付者の間では、寄付者にNPOの活動に対する共感があることが必須で、活動の実績や成果などを示して共感を得るようにします。

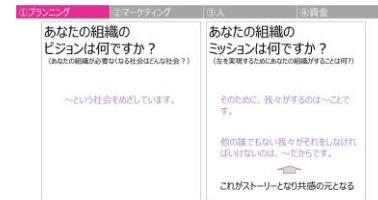
多くの人が共感すれば多くの資金が集まります。しかし、対象者が増えると関心等が多様化し、組織として対応が困難になります。このため、どのような人（性別、年収、生活スタイル等々）が寄付者になってくれるかを考えます。既存の寄付者のデータを分析することもいいでしょう。



マーケティング・トライアングル



ビジョンから事業計画へ

ワークシート
(ビジョンとミッション)

寄付をお願いすることは、その金額で入手できる自分の楽しみや喜びをあきらめてもらうことです。寄付は多くの商品やサービスと競合し、他の非営利組織とも競合しています。したがって、競合相手が持っていない価値を示すことが大事です。競合相手がないストーリーが価値になります。

共感を得るために活動を知らせる必要があります。工夫が必要です。ターゲットとする人々のことをよく考え、その人々に応じて、客観的なデータをわかりやすく提示し、記憶に残る、誰かに話せるストーリーを作り、ユーモアなどで共感を呼び、反復することで覚えてもらいます。SNSを通しての情報は、SNSの仕組上、まだ関心を持っていない人にはなかなか届きません。

寄付を頂いたら寄付者との関係を維持し、深めましょう。その際には寄付者の立場で考えることが大切です。寄付者はお金の使途や成果を知りたいです。寄付した人はその組織と緊密であると感じています。よくある不満は寄付後、何の音沙汰もないということです。不満を持たれず、緊密と思っている気持ちを維持するため、適切なタイミングと方法でお礼などをするようにしましょう。最近の研究では、寄付をする気持ちになる要因があると言われています。また、寄付者が金額と使途を選べると寄付が増える、ある問題を自分事としてとらえると寄付が増える、ゲーム性を追加すると行動が変容すると言われています。

③人

非営利組織のまわりには、受益者や寄付者・ボランティアの他に、政府・自治体・企業・NPOがいます。寄付者の背後には一般の方々がいます。

多様な人の関わりにおいてトップの役割は非常に重要です。人を巻き込むリーダーシップ、メンバーの成長を促すリーダーシップ、加えて場面に応じて誰かがリーダーとなることが求められます。

④資金

日本の個人寄付はふるさと納税などの影響を除外しても拡大しています。応援消費や推し活など、寄付概念を拡大する消費のトレンドも出現しています。個人の寄付の最大の動機は「社会の役に立ちたいと思った」です。企業の場合はブランド価値の向上もあります。寄付を妨げている要因に、「寄付先のNPO等に不信感がある、信頼度に欠ける」「寄付しても実際に役立つとは思えない」「十分な情報がない」などがあり、改善する必要があります。どんな情報が返ってきたら嬉しいかを寄付者の立場に立って精査し、受益者に何が届いているのか、何が変わったのかなどを数字で表していきましょう。

3. 非営利組織のためのデジタルマーケティング

どんな組織でもデジタルを活用しないで済ますことは出来ない時代になっています。

コミュニケーションをとる時にメディアは欠かせません。メディアの種類として、①ペイドメディア（広告枠を買うメディアで、テレビ、新聞、インターネット広告等）②オウンドメディア（自社が持っているメディアで、ウェブサイト、広報誌等）③アーンドメディア（信頼や評判を得て顧客を獲得するためのメディアで、SNS、ブログ、報道等）があります。

メディアにはそれぞれ長所・短所があります。ペイドメディアは伝わる範囲が広い反面、高コストです。アーンドメディアは低コストで、ユーザーの拡散も見込めるのでSNSやブログをやらない手はないと思います。しかし、アルゴリズムを使うため関心を持っていない層に届きにくい、ソフトによってターゲット層が違うなど届く範囲が限定的です。自前でウェブサイトを持つことは、低コストであり、情報が常時公開になっているので信頼の確保につながります。

これらの3つのメディアを組み合わせて使うことが適切です。自社のウェブサイトを作り情報出し、それとSNSを絡め、状況によって広告を使うなどして発信することがよいでしょう。

4. ファンドレイジング投資の必要性と効果

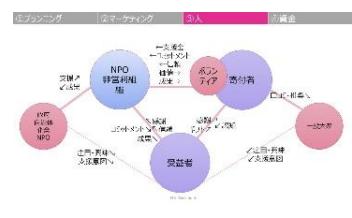
ファンドレイジング投資は重要です。資金不足になると、人材不足、力不足、信頼不足、そして更なる資金不足という負のスパイラルに陥ります。継続的に活動を行うにはファンドレイジング投資というプロモーションを行う必要性とその効果を認識する必要があります。



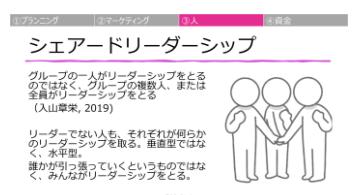
ターゲットを設定する



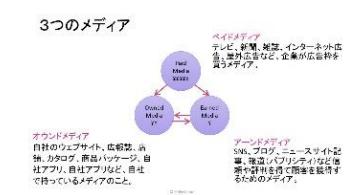
寄付の競合相手は？



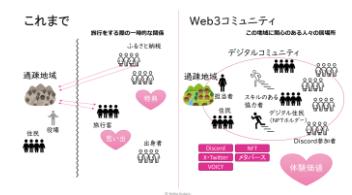
NPOを取り巻く人々、団体等



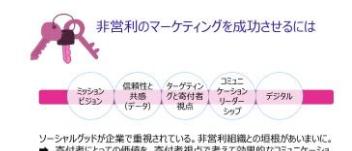
望ましいリーダーシップの例



3つのメディア



コミュニティでの消費



非営利のマーケティング

5.コミュニティの力・社会行動の変化

人は社会的な生き物であり、所属する集団に同一化することで自分のアイデンティティを作り、その集団からの影響を受けます。現在リアルな世界のコミュニティに代わって、デジタルの世界のコミュニティへの参加が増えています。また、モノ消費、コト消費からイミ消費、ヒト消費（人のつながりで消費）が増えています。イミ消費では1人でするより複数、つまりコミュニティでする方が効用が増すと言われています。

6.まとめ

非営利のマーケティングを成功させるには、①ミッションとビジョン、②信頼性と共感（データを見て納得してもらう）、③ターゲティングと寄付者視点、④コミュニケーション、リーダーシップ、⑤デジタルをバラバラに行うのではなく一体的に取り組むことが必要です。

聴かせて
NPO!

✿ちょっと気になるNPO団体を紹介します✿

《NPO法人TABLE FOR TWO》

～世界はひとつの食堂だ、と考える～

TABLE FOR TWO（「二人のための食卓」）は、世界規模で起こっている飢餓や栄養失調と肥満という食の不均衡を解消し、開発途上国と先進国双方の人々の健康を同時に改善することを目指して活動しています。

♪当センターで行われる「第198回市民とNPOの交流サロン」にご登壇いただきます♪

開催日時：2026年1月8日(木)18時45分～20時45分 ※是非ご参加ください。

参加方法：オンライン（詳細は<https://snponet.net>）
語り手：NPO法人TABLE FOR TWO
参加費：無料

主催・問合せ：一般社団法人NPO協働
【電話】03-5206-6527
【E-mail】hiroba@s-nponet.net
後援：新宿区

申込みは
こちらから



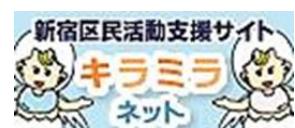
NPOのためのホットな助成金情報

分野	助成金名	団体名	概要	助成金額	申請時期	QRコード
1	福祉	障害者福祉助成金	公益財団法人 ホース未来福祉財団 以下の3つの活動で東京都内で行われているものを助成する。 ①障害者の自立及び社会参加に関する活動 ②障害者による又は障害者を対象とする文化事業 ③障害者対象とするボランティア活動	1件当たり最大40万円	1/31 締切（当日消印有効）	
2	コミュニティ/まちづくり	住まいとコミュニティづくり活動助成	一般財団法人 ハウジングアンドコミュニティ財団 住まいとコミュニティに関する課題に取り組む市民による自発的な地域づくり、住まいづくり活動で、地域住民が主体的に関わるもの助成する。	120万円/件以内	1/9必着	
3	総合	ゆめ応援ファンド（ボランティア・市民活動支援総合基金）助成	東京都内におけるボランティア・市民活動の開発・発展を通じて市民社会の創造をめざすために、地域住民や民間団体のボランティア・市民活動に対し必要な資金の助成を行う。	50万円/件（事業）以内（継続助成は50万円×3年）	1/6締切（当日消印有効）	

新宿区民活動支援サイト“キラミラネット”をご利用ください

新宿区を拠点に行われている地域活動や社会貢献活動、趣味、サークル活動など、身近な地域活動の情報を一堂に集め発信するWEBサイトです。WEB会員を募集しています（登録料は無料です）。

【問合せ】新宿区地域振興部 地域コミュニティ課 【TEL】03-5273-3872 FAX: 03-3209-7455



<https://shinjuku.genki365.net/>

センターからのお知らせ

講 座

『PR視点のコミュニケーション講座』 ～支援者を増やす効果的な広報のしかた～

【日 時】 ①1月16日(金)18:45~20:45 ②2月5日(木)18:45~20:45

【内 容】 支援者や共感を獲得する上で必要なのは、双方向のやりとりを通じて信頼を育むための「Public Relations(パブリック・リレーションズ)」です。本講座では、PRの基礎的な知識と明日から役立つ実践的なポイント等を2回に分けて学びます。

【講 師】 山上 高広 氏(株式会社ライトプロデューサー)

【会 場】 当センター 501会議室

【対象者】 社会貢献活動で広報を担当されている方、関心のある方

【定 員】 会場20名 オンライン(Zoom)40名 ※連続受講をお勧めします

【参加費】 各回1,000円(資料代等)

【申込フォーム】

《オンライン参加用》

《会場参加用》



シンポジウム

誰もひとりにしない安心な都市のコミュニティとは！

『あたらしい支え合いで、都市の暮らしに、やさしいつながりを！』

【日 時】 1月31日(土)13:30~16:30

【内 容】 都市での暮らしは便利で多様性にあふれている一方、困った時に相談が難しく、孤独に陥りやすい構造をもっています。「気軽に相談できる、ゆるやかな関係を育てる！」都市の暮らしのセーフティネットづくりをすすめ、誰もが安心して暮らせる新しいコミュニティのあり方を考えていきます。

【会 場】 当センター 1階多目的室

【申込フォーム】

【対象者】 都市の暮らしに関心や不安を持っている方、よくしたいと思っている方

《オンライン参加用》 《会場参加用》

【定 員】 会場30名 オンライン(Zoom)40名



【参加費】 無料

※詳細はHPにてご確認ください

★参加ご希望の方は、電話、FAX、メールにて、下記お問い合わせ先へご連絡ください。

★講座・イベントは諸事情により、延期又は中止する場合がございます。最新情報につきまして当センターHPをご参照ください。 [URL <https://snponet.net/>]

情報・お問い合わせ

TEL : 03-5386-1315 FAX : 03-5386-1318
E-mail : hiroba@s-nponet.net URL : <https://snponet.net>
Facebook : <https://www.facebook.com/shinjuku.npo.center>
Twitter : https://twitter.com/s_NPOcenter
Instagram : https://www.instagram.com/npo_kyogi/

アクセス

〈バスでお越しになる場合〉(いずれの停留所からも徒歩で4分)

- 各線 新宿駅 西口より関東バスで「小滝橋」下車(乗車時間10分前後)
西口地下より標柱番号12・14を上がった乗場から出るバス(すべて)
 - 各線 高田馬場駅 早稲田口より都バスで「小滝橋(郵便局前)」下車
(乗車時間5分前後) 早稲田口を出て目の前、高架下の乗場
- 〈最寄駅から徒歩でお越しになる場合〉
- 東京メトロ東西線 落合駅、西武新宿線 下落合駅より徒歩12分
 - JR山手線・東京メトロ東西線・西武新宿線 高田馬場駅、JR中央線 東中野駅・大久保駅、都営大江戸線 東中野駅・中井駅より徒歩15分

作成&発行

新宿区立 新宿NPO協働推進センター
指定管理者：一般社団法人NPO協働機構
(〒169-0075 新宿区高田馬場4-36-12)
編集：関根 聰史 林 幸靖 月岡 英人



新宿NPO協働推進センターは、社会貢献活動団体のネットワークづくりの拠点施設です！

センターでは、社会貢献活動団体への施設の貸出しの他、相談や情報提供、講座等、さまざまな事業を実施しています。