

Npop'n

えぬぽっぶん

◆HPはこちらから
<https://snponet.net>



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、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活動に的を絞っ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？

マーケティングとは、「作った商品をどのように販売するのか？」ということではなく、「商品はどのように考えれば、売れる商品になるのか？」という方法を考える。」ことです。つまり、売り込まなくてもいい商品づくりを考案する方法であり、これを寄付に置き換えればどのように考えて行動していけば寄付に繋がる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ことはできないので、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、一般の企業の場合の「会社(組織)」「従業員」「顧客(受益者)」のトライアングルに加えて、「組織」「ボランティア」「寄付者」のもう一つのトライアングルを重ねて考えることが必要です。

2. 非営利組織のマーケティング

非営利組織の活動の継続には、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)を知り、寄付者を知って必要な資金を獲得し、受益者と寄付者などに価値を届けます。

①プランニング

プランニングでは、ミッションの設定、経営資源やサービス資源の調達などを行い、成果を出していきます。ミッションは、自分たちの団体の使命や役割を体現しています。団体のビジョンを作成し、成果を出すための行動プランへ落とし込みます。ミッションを掲げることで、自分たちがやるべきこと、やらないことを明確にすることができます。

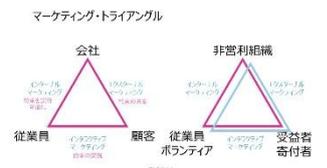
②マーケティング

寄付者は誰なのか？寄付者が価値を感じる理由は何か？を考えます。

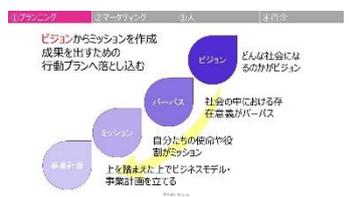
一般の商品やサービスの場合、会社と顧客の間で商品・サービスの価値と代金等のコストの比較が行われ、購入の可否が決まります。非営利組織の場合、この比較がNPOと受益者の間で行われる他に、NPOと寄付者の間でも行われます。NPOと寄付者の間では、寄付者にNPOの活動に対する共感があることが必須で、NPOからは活動の実績や成果などを示して共感を得るようにします。



小谷氏



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

①プランニング	②マーケティング	③人	④資金
あなたの組織のビジョンは何ですか？ (自分たちの使命や役割を体現した)	あなたの組織のミッションは何ですか？ (成功するための具体的な行動計画)	あなたの組織のビジョンを達成するために必要な人材は？	あなたの組織の活動に必要な資金は？
～という社会課題を解決します。	～という社会課題を解決するために、自分たちの使命や役割を掲げます。	～という社会課題を解決するために、自分たちの使命や役割を掲げます。	～という社会課題を解決するために、自分たちの使命や役割を掲げます。

ワークシート (ビジョンとミッション)

多くの人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。そのため、どのような人が寄付者になってくれるのかを考え、ターゲットを設定します。

寄付をするという行為は、その金額で手に入るモノなどの代わりに寄付をしていることなのです。商品やサービスと同様に、寄付も多くのモノやコトと競合しているのです。したがって、競合相手にはない価値を示すことが重要です。競合相手にないストーリーこそが、価値になるのです。

共感を得るためには、活動を知ってもらう必要があります。また、寄付者は、寄付したお金が、どのように使われたのかを知りたいのです。一般的には、寄付者が金額と用途を主体的に選べるようにすると、寄付金額が増えると言われています。そういった場合、寄付した人は、その組織からの親近感を感じることでしょう。また、よくある不満としては、せっかく寄付したにも関わらず、その組織から連絡がないということです。これでは気持ちが離れて行ってしまうので、避けなければなりません。

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あります。こういう人をNPOは見えていく必要があります。受益者には受益者満足、寄付者・ボランティアには組織との同一化など、これらの人たちといろいろな形関係を構築していきます。組織のトップは人を巻き込むリーダーシップ、成果を出すマネジメントが求められます。

④資金

日本の個人寄付は、「応援消費」や「推し活」など寄付概念を拡大する消費の潮流も出現しています。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」という理由です。逆に「寄付先のNPO等に不信感、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」などの理由が寄付の妨げになっています。

寄付につなげるには、活動の実態がどのようなものであるのかを、活動している人たちと活動を知ってもらいたい人たち（寄付の予備軍）の認識を一致させることや、受益者に何が届いているのかなどをできるだけ数字で示すことが必要です。

3. 非営利組織のためのデジタルマーケティング

非営利組織が使えるメディアには、①ペイドメディア:Paid Media（テレビ、新聞、インターネット広告等広告枠を買うメディア）、②オウンドメディア:Owned Media（自社のウェブサイト、広報誌など自社が持っているメディア）、③アーンドメディア:Earned Media（SNS、ブログ、報道など信頼や評判を得て顧客を獲得するためのメディア）があります。これらの3つのメディアを組み合わせる使うことが適切です。それぞれ長所・短所がありますが、SNSは発信だけではなく、コミュニケーションの手段としても有効です。自社のウェブサイトを作り、SNSを絡めて発信するとより効果的でしょう。

4. ファンドレイジング投資の必要性と効果

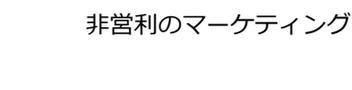
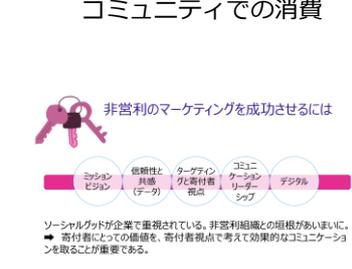
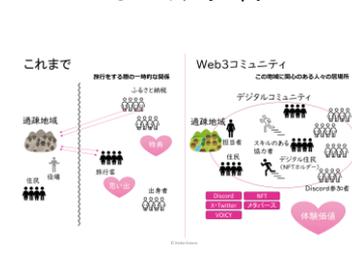
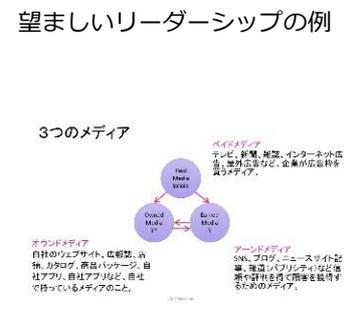
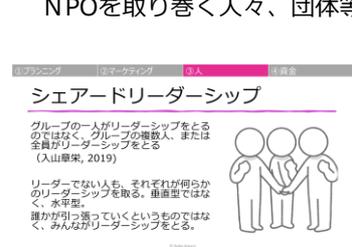
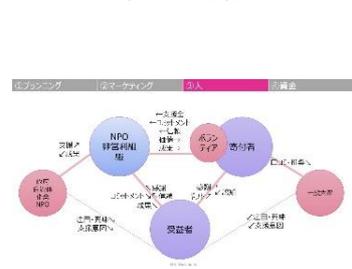
ファンドレイジング投資は重要です。資金不足になると、人材不足、力不足、信頼不足、そして更なる資金不足という負のスパイラルに陥ります。継続的に活動を行うにはファンドレイジング投資というプロモーションを行う必要性とその効果を認識する必要があります。

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にします。現在、社会ではモノ消費、コト消費からイミ消費、ヒト消費が増えていきます。また、コミュニティを形成する消費も見られています。

6. まとめ

非営利のマーケティングを成功させるためには、①ミッションとビジョン、②信頼性と共感（データを見せて納得してもらう）、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デジタルマーケティングを一体的に取り組み、寄付者にとっての価値を、寄付者視点で考えて効果的なコミュニケーションを取るようすることが重要です。



聴かせて
NPO!

✧ちよつと気になるNPO団体を紹介します✧

《 King of Cheerleaders' Association》

～チアリーディングで、地域・世代を越えて笑顔をお届けます!～

チアリーディングの振興を通じて、心身ともに健全な人材育成と社会の発展に寄与するため、「チアリーディングで社会を明るく!」をモットーに、地域・世代を越えて笑顔をお届けするための活動を行っています。

♪当センターで行われる「第186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：2025年1月9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：King of Cheerleaders' Association
参加費：無料

主催・問合せ：新宿NPOネットワーク協議会
【電話】03-5206-6527
【E-mail】hiroba@s-nponet.net
後援：新宿区

申し込みは
こちらから



NPOのためのホットな助成金情報報

分野	助成金名	団体名	概要	助成金額	申請時期	QRコード
国際協力	国際協力NGO助成	(公信)今井記念海外協力基金	指定する開発途上国において援助・協力活動を行う非営利の民間団体が行う、①教育・人材育成、②保健衛生、③医療に係る事業	50～100万	1月16日(必着)	
福祉	①一般助成 ②石川県復興支援助成	(公財)洲崎福祉財団	①、②とも障害児・者の自立と福祉向上を目的とした各種活動または障害児・者に対する自助・自立の支援事業。	200～400万円	①1月6日～2月15日(消印有効) ②12月1日～1月31日(消印有効)	
子ども	経済的困難を抱える子どもの学び支援活動助成	(公財)ベネッセ子ども基金	複雑化する子どもの課題に対して、中長期的視点で取り組む団体の活動を助成	最大3か年総額900万円以内	1月6日(必着)	
コミュニティ/まちづくり	①コミュニティ活動助成 ②住まい活動助成	(一財)ハウジングアンドコミュニティ財団	①地域づくりやコミュニティを基軸にした広範な市民活動に対する助成 ②住宅や歴史的建造物などの建物を活動対象にして、多様な住まいまちづくりの活動に対する助成	120万円	1月10日(必着)	
総合	ゆめ応援ファンド助成	東京ボランティア・市民活動センター	ボランティア・市民活動団体またはボランティア・市民活動を推進している民間非営利団体が行う、学習会・研修会・当事者会の開催、調査・研究の実施、器具・器材の開発・購入、市民への啓発、先駆的・モデル的活動他に助成	50万円	1月7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(木)18:45～20:45 ②2月6日(木)18:45～20:45

【内容】 広報活動をする上で、Public Relations(パブリック・リレーションズ)はとても重要です。PRの基礎的な知識はもちろん、実践する際の具体的なポイント等を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

認知症 1000万人時代到来！

『認知症になっても安心してまちに出られ、自分らしくしあわせに暮らせる地域をつくるには！』

【日時】 1月25日(土)13:30～16:30

【内容】 認知症1000万人時代！認知症とともに生きることが、ごく当たり前になってくる時代の中で、認知症になっても自分らしくしあわせに暮らしていくことができる社会をどうつくるのか？今回のシンポジウムでは認知症にやさしい地域社会のあり方とは何かを考えていきます。

【申込フォーム】

《オンライン参加用》 《会場参加用》

【会場】 当センター 1階多目的室

【対象者】 認知症のことをもっと知りたい、他人事ではなく自分事として考えている方

【定員】 会場25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)

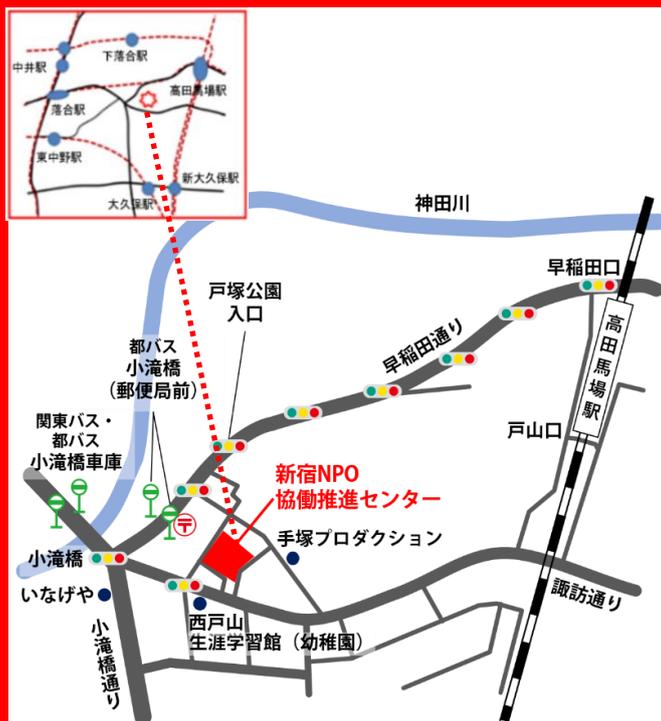
- ・各線 新宿駅 西口より関東バスで「小滝橋」下車(乗車時間10分前後)
西口地下より標柱番号12・14を上がった乗場から出るバス(すべて)
- ・各線 高田馬場駅 早稲田口より都バスで「小滝橋(郵便局前)」下車
(乗車時間5分前後) 早稲田口を出て目の前、高架下の乗場

〈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 新宿NPOネットワーク協議会
(〒169-0075 新宿区高田馬場4-36-12)
編集：嶺村 富士雄 林 幸靖 月岡 英人 國府田 明子



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。