

NPO マーケティングプログラム 2014

「最高の成果」を生み出す組織へ

主催：(特活)NPO サポートセンター 共催：パナソニック株式会社、多摩大学総合研究所

協力：日本財団 CANPAN、法政大学・連合協働研究所

プログラムの趣旨

NPO マーケティングプログラム (Panasonic NPO サポート マーケティング プログラム) は、2008 年より NPO サポートセンターとパナソニックが協働で実施しています。NPO にとってマーケティングは、寄付や会員・ボランティアなどの支援を獲得するため、またサービスなどを提供して対価を得るため、そして組織のミッションを達成するために重要な活動です。

本プログラムは、NPO がマーケティング力を身につけ、そのノウハウを個人のスキルに留まらず組織全体で共有して活用し、組織が抱える様々な課題を自力で解決できるようになることを目指しています。活動の持続的な発展と組織の自己変革に挑戦する NPO からのご応募をお待ちしています。

NPO マーケティングプログラム: <http://www.npo-sc.org/npomap/>
パナソニック「NPO の組織基盤強化」: <http://panasonic.co.jp/citizenship/pnsf/>

こんな団体に最適です

- 安定した運営をめざし、本気で事業の見直しを検討している
 - 会員・ボランティアなど、事業を支える支援者を増やしたい
 - 寄付金のプロモーションやメニューの見直しを検討している
 - 利用者の拡大をどのようにしたらよいか悩んでいる
- etc.

1. 本プログラムの特徴

参加団体は、自団体の課題解決に向けて「研修」＋「実践」を通じて、事業展開力を強化する「マーケティング志向」と「チームビルディング」を体得し、最高の成果を生み出します。6ヶ月間のプログラム期間中、「多彩なサポート体制」で支援します。

■ 多彩なサポート体制 —— 講師＋多彩な人材によるサポート

1. 「講師」によるマーケティング研修の実施

NPO へのマーケティング支援実績を持つ講師が、マーケティングの基本をテーマに講義・ワークショップをし、研修を通じて各団体のマーケティング施策案の具体化をサポートします。

2. 「NPO マーケティング・コンサルタント」による個別サポート

NPO サポートセンターのスタッフや、NPO の組織運営や事業に理解のある社会人サポーターが、各団体を個別サポート。得意分野・スキルを活かして、施策の成功率を上げていきます。

3. 「専門家」による個別アドバイス

プログラム後半の「個別支援」では、団体のニーズに合った専門家によるサポートによって、施策の実行を加速させます。(専門家によるサポート例: ソーシャルメディア / 支援者管理データベースの導入 / アクセス解析/リサーチ実施支援 など)

4. 「先輩団体」との交流・NPO マーケティング先行事例の共有

組織を巻き込み企画を実施するコツや、課題となっていた壁を突破した成功例など、過去の「NPO マーケティングプログラム」参加団体のリーダーや担当スタッフによる「体験事例紹介」によって、より施策・導入イメージ具現化します。

2. プログラムスケジュール

■ プログラムの流れ

1. 参加検討団体向け研修：NPOマーケティングの理解を深める内容、自団体の課題を明確に捉えたい団体向けの入門研修。
2. 一次選考（書類）：自団体の解決したい課題をもとに応募書類を提出。
（応募多数の場合は、書類選考を行います。）
3. 二次選考（面談）：応募書類をもとに面談を実施し、参加団体を決定します。
4. 研修：集合研修による基本理論習得。企画の実行計画策定と、実行チームの体制強化を目的に、合宿、テストマーケティング、個別相談、中間発表会を実施。
5. 個別支援：団体内で施策を実行し、PDCAサイクルを回します。
NPOマーケティング・コンサルタントや、専門家による個別支援によって、事業展開力の強化を実現。

	日時	プログラム	詳細
1 参加検討団体向け研修	4月12日(土) 10:00~18:00	マーケティング・スタート・セッション	講義「NPO マーケティングの基礎」 / NPO マーケティング導入事例紹介 / チームビルディングワークショップ / 課題明確化ワークショップ
2 一次選考 (書類提出)	締切:5月10日(土)、書類審査結果連絡:5月13日(火)		
3 二次選考 (面談)	面談実施日:5月15日(木)、5月20日(火)、5月22日(木) ※面談実施日は個別日程調整も可能。プログラム責任者は必ずご参加ください。複数名の参加も可能です。 面談結果連絡:5月24日(土)【5~6団体 参加決定】		
4 研修	6月	6月7日(土) 10:00~21:00 研修 第1回(合宿) 会場:横浜研修センター 最寄駅:横浜新都市交通シーサイドライン「産業振興センター」駅	マーケティングの基本を習得 / 企画の作成 ・マーケティングの基本、外部/内部環境分析等の学びを通じて、解決したい課題に対する企画を作成 実施体制の構築(チームビルディング) ・企画を実行する組織体制のチームづくり
		6月8日(日) 10:00~21:00	
		6月28日(土) 10:00~17:00 研修 第2回	実施計画への個別フィードバック ・企画ブラッシュアップの場:戦略の見直し、戦術づくり (分析振り返り、戦術確認、数値目標の設定など)
	7月	7月12日(土) 13:00~17:00 研修 第3回 中間発表会	参加 NPO、プログラム関係者向けの企画発表 8月以降の実行計画の確認、ブラッシュアップを行う
5 個別支援	8~11月	・コンサルティング (月1回) ・特別セッション (月1回~2回) 企画実施、効果測定、改善施策の実行	個別サポートの実施 ・事業展開力の強化を実現するNPOマーケティング施策を各NPOが実行 ・個別コンサルティングや、特別セッション「専門分野に特化したマーケティングセミナー」への参加を通じて、企画実現をサポート
成果報告会	11月	11月29日(土) 企画成果発表	NPO マーケティングフォーラムに登壇 毎年100名以上集まるイベント「NPO マーケティングフォーラム」に登壇。NPO マーケティングに関心のある外部の方々に向けてプログラムの成果を発表。 ※参考:昨年開催したNPO マーケティングフォーラム2013の様子 http://panasonic.co.jp/citizenship/pnsf/ar_report/2013_marketing_forum/

3. 応募要項

■対象団体

以下の条件に該当する非営利団体（NPO 法人、任意団体、財団法人、社団法人など）が対象となります。活動分野は問いません。なお、本プログラムの発表資料等の成果物は、原則として、報告書やホームページなどで公表させていただきます。

- (1) 1年以上の活動実績を有する団体
- (2) 6ヵ月間のプログラム期間に代表者/理事/事務局長が関わる組織の協力体制が取れる団体
- (3) プログラムの全てに「本プログラムの事業責任者」（1人以上）が参加し、
毎回2～3人以上で参加できる団体
- (4) 組織として参加しチーム作りを通じて、マーケティングを団体内に浸透させる意欲ある団体
- (5) マーケティング志向を獲得し、組織の基盤強化を目指す団体

■選考基準

1. ミッション性…団体の中期的な成果目標、ミッションの達成に繋がるかどうか
2. 課題設定…解決したい課題が、マーケティング課題として捉えられているか
3. 運営体制…実施に必要な運営体制がとれるかどうか
4. 遂行意欲…目標達成に向けて、関係者の熱意・意欲が高いかどうか
5. 発展・波及効果…活動の発展や社会変革、波及効果が期待できるかどうか

■参加団体数： 5～6 団体

■参加費： 1 団体：5 万円（1 団体あたり 5 名まで参加可能）
※合宿参加費については実費（約 1 万円/1 人）が別途必要となります。

■応募方法

E-mail にて、以下の案内に沿ってご応募ください。24 時間以内に事務局から応募受付確認のご連絡をいたします。

1. 「NPO マーケティングプログラム 2014 応募用紙」を下記からダウンロードして記入
応募用紙：<http://bit.ly/npomap2014>
2. 応募用紙をメールに添付し、以下のフォームを参考にし、npomap@npo-sc.org
まで、お送りください。

メールの題名： NPO マーケティングプログラム 2014 応募書類送付

メールの本文：

- (1) 団体名：
- (2) 担当者名（役職）：
- (3) 連絡先
住所：〒
Tel：
Fax：
E-mail：

● **応募締切：2014年5月10日（土）24：00必着**

※申し込み方法やプログラムの詳細など、ご不明な点については、お気軽にご連絡ください。

4. 講師・アドバイザー体制

【プログラム講師】

松本 祐一氏 多摩大学総合研究所 教授

1972年生まれ。慶応義塾大学大学院政策・メディア研究修士課程終了。多摩大学大学院経営情報学研究科修士課程修了。マーケティング会社で、食品、飲料メーカーの商品開発のためのリサーチ、IT企業の市場開発などに従事。2006年より現職。現在、多摩大学、多摩大学院にて教鞭を振る。学問のバックグラウンドは、社会学、戦略論、消費者行動論、マーケティング。

【NPOマーケティング・コンサルタント】 ※他4名のコンサルタントを調整中

田邊 健史 特定非営利活動法人 NPOサポートセンター 事務局次長

2005年からNPOサポートセンターに入職。NPO・行政・企業社会貢献担当者向けの様々な実務研修の企画・運営を担当。NPOスタッフのキャリア形成に必要な支援を行う。2010年4月から東京都中央区の協働推進施設「協働ステーション中央」チーフコーディネーターを兼務。年間200件程の相談から、行政とNPOをはじめ、協働に関するコーディネートを手掛ける。

小堀 悠 特定非営利活動法人 NPOサポートセンター 事務局長代行

学生時代より、環境団体、まちづくり団体の設立や運営、資金調達などに携わる。卒業後、民間企業のSEとして中小規模の組織を対象に約60のシステム設計・構築案件に従事。2009年より(特活)NPOサポートセンターに入職し、主にNPOのマネジメントや資金調達をテーマとした研修・セミナーの企画および講師、支援者管理データベースの普及などに取り組む。日本ファンドレイジング協会設立発起人。中小企業診断士。

【プログラム・ディレクター】

笠原 孝弘 特定非営利活動法人 NPOサポートセンター

2009年よりNPOマーケティングプログラムの企画・運営を担当。主にNPOを対象としたインターネットツールの活用、ソーシャルメディアの導入支援や研修講師などを務める。「NPO」×「IT」をキーワードにした海外トレンドをNPO/NGOスタッフや日本のビジネスパーソン、社会イノベーターに紹介することに取り組む。

5. プログラム卒業団体の「NPOマーケティング導入事例」



私たちには、担当する活動については熱く語るのに「FoE Japanは何を目指しているの」と問われると口ごもってしまう、また、イベント参加者が支援者になっていかない、という悩みがありました。まず「顧客リサーチ」として支援者のデータを分析し、支援者やイベント参加者4000人へのアンケートで「顧客価値」を導き出しました。そしてその結果やスタッフの意見から、支援者を得るには「FoE Japanで何ができるか」を知ってもらうことが必要と考え、「団体のミッションとFoE流の解決アプローチ」「その上に展開される個々の活動」の位置づけをわかりやすく示す「活動概念図」を作成しました。さらに、より丁寧に継続的なコミュニケーションが不可欠と、スタッフ全員が意識して実践していく体制作りにも取り組んでいます。(2013年参加：FoE Japan 運営・総務、広報 篠原ゆり子氏)

詳細レポート

支援者、イベント参加者の声を活かし、徹底した顧客視点に立った「活動概念図」を作成

<http://panasonic.co.jp/citizenship/pnsf/report/foejapan/index.html>



「見えない顧客価値を発見するための リサーチとマーケティング」

NPO 法人 エーピーエスディ (APSD)

太平洋のソロモン諸島で、生活の質の向上や人材育成などに取り組んでいます。現地のハチミツを配合したララ・ソロモンという化粧品の販売にあたって、商品の機能性と活動内容のどちらをどれだけ伝えるべきか、A/Bテストを繰り返しました。購入をやめた顧客に送るDMのA/Bテストを繰り返した結果、化粧品の成分よりも蜂蜜や活動の情報を掲載したDMのほうが売り上げやレスポンス率が上回るようになりました。顧客にとっての価値を改めて知る、提供できる価値は何かを突き詰めて考える機会になりました。また、仮説を立てて検証するPDCAサイクルが組織の中に定着したことで、プログラム卒業後の今もスケジュールを立てて実行しています。

(2012年参加：APSD 協働促進グループ 佐藤亮氏、高松美穂氏)



「個人向けファンドレイジングに向けた Webマーケティング」

認定 NPO 法人 NPO カタリバ

高校生を対象としたキャリア教育と、被災地の子どもの放課後学校を運営しています。個人のマンスリーサポーターを増やすために、現場での事例をストーリー化してマスコミ、メルマガ、WEBサイトなどを通して発信しました。テストマーケティングを実施したと、コンバージョン率は上がりましたが、用途を限定した寄付者と継続的なコミュニケーションを取り、マンスリーサポーターにつなげたほうがより有効だと気づきました。プログラムでは自分たちがどこを目指しているのか、本質的なところを問い直されました。(2011年参加：NPOカタリバ 広報・ファンドレイジング部 部長 山内悠太氏)



「施策ストーリーを仕組み化して 普及拡大をめざすマーケティング」

NPO 法人 フェアトレード・ラベル・ジャパン

当団体のマーケティング課題として、「フェアトレード認証へ取り組む企業へのフォロー体制」や「自組織を支える人材ネットワークの整備」が不十分でした。フェアトレードの普及拡大を仕掛けるセミナー・勉強会を開催し、参加者から積極的な反応がありニーズの大きさを実感できました。さらに役員/部課長/各セクションから多数参加することにより、協働キャンペーンのプロモーション実施等の「創発」が起き始めました。情報発信力の強化、エバンジェリストづくりの推進、コラボレーション主導の3つを組織活動の柱として取り組みました。

(2011年参加：フェアトレード・ラベル・ジャパン マーケティングマネージャー 松井謙治氏)



“生き残りをかけた組織”が復活「自分たちは何者かを問い続け、新聞休刊を回避」

NPO 法人 全国不登校新聞社

新聞休刊の危機をマーケティングの手法を活用して、8ヶ月間で購読部数を820部から1570部に伸ばしました。顧客を知ることの大切さを学び、これまでの思いついたことを実行するやり方から、データ分析にもとづき戦略をたてて実行するスタイルに変わりました。またマーケティングの思考、手法を通じて、スタッフのマネジメント力の向上にもつながっています。

(2012年参加：全国不登校新聞社 編集長 石井志昂 氏)

詳細レポート

休刊の危機！日本で唯一の不登校・ひきこもり専門紙『Fonte』元読者との対話深め、発行部数倍増へ

<http://panasonic.co.jp/citizenship/pnsf/report/futoko/>

※他、プログラム卒業団体の声をwebサイトで掲載しています。

<http://www.npo-sc.org/npomap/archives/12>

<申込み・問合せ先>

NPO マーケティングプログラム 2014

事務局：(特活) NPO サポートセンター 担当：笠原、田邊

〒104-0061 東京都中央区銀座 8-12-11 第2サンビル

TEL：03-3547-3206

E-mail：npomap@npo-sc.org

本プログラムは、パナソニックのNPO/NGO組織基盤強化プログラムの一つです。

<http://panasonic.co.jp/citizenship/pnsf/>
