

テーマ：広報戦略・WEB を活用した情報発信

## 環境 NPO の情熱を伝える WEB・SNS 活用プログラム イベント集客・支援者獲得につながる情報発信

### 1. 目的・ねらい

環境 NGO・NPO スタッフの「広報力強化」を目的にしたプログラムを実施しました。広報戦略の立案、WEB を活用した情報発信手法の獲得をテーマに新しいノウハウ、先行事例の知見を体感できるカリキュラムを提供。人が集まる WEB・SNS の活用や、信頼性が高まる情報発信の実践、情報が拡散する PR 手法を獲得できる人材、ロールモデルの輩出をねらいます。

### 2. 実施概要

本研修では、環境 NGO・NPO のスタッフが、WEB・SNS を活用したイベント集客、支援者獲得、啓発キャンペーン等の「戦略立案と実行」まで取り組むプログラムです。5 回の研修期間中は、効果的な WEB 情報発信の方法を学び、広報戦略を立案。受講者が取り組む事業に合わせて、集客、寄付者獲得、啓発キャンペーン等のスタートを目指しました。

#### （1）開催日時

研修 1 日目：2017 年 5 月 30 日（火）13：00-18：00

研修 2 日目：2017 年 5 月 31 日（水）13：00-18：00

研修 3 日目：2017 年 6 月 27 日（火）10：00-18：00

研修 4 日目：2017 年 7 月 25 日（火）13：00-18：00

研修 5 日目：2017 年 9 月 19 日（火）13：00-18：00

先行事例の視察：2017 年 8 月 9 日（水）、8 月 30 日（水）、9 月 1 日（金）

#### （2）開催場所

研修 1 日目、2 日目：NPO サポートセンター 研修室（東京都中央区銀座 8-12-11 第 2 サンビル 5 階）

研修 3 日目-研修 5 日目：NPO サポートセンター 田町研修室（東京都港区芝 4-7-1 西山ビル 4 階）

#### （3）各回参加人数

研修 1 日目：18 名

研修 2 日目：16 名

研修 3 日目：17 名

研修 4 日目：13 名

研修 5 日目：11 名

(4) プログラム

1日目：5月30日（火）	
13:00~18:00	効果的なWEB・SNS活用（概論）
	講師：加藤 たけし 氏（株式会社ループス・コミュニケーションズ コンサルタント / NPO 法人 SVP 東京） ファシリテーター：笠原 孝弘 氏（NPO サポートセンター）
13:00~13:30	オリエンテーション
	ファシリテーター：笠原 孝弘 氏（NPO サポートセンター）
13:30~15:00	講義&ワークショップ「Web マーケティング施策概論」
	講師：加藤 たけし 氏（ループス・コミュニケーションズ）
15:00~16:30	講義「マーケティング戦略フレームワーク / 先進事例の紹介」
	講師：加藤 たけし 氏（ループス・コミュニケーションズ）
16:30~17:30	ワークショップ「マーケティング戦略フレームワークの作成」
	講師：加藤 たけし 氏（NPO サポートセンター）
17:30~17:50	全体発表「本日の振り返り、ワークショップの成果」
	講師：加藤 たけし 氏（ループス・コミュニケーションズ）
17:50~18:00	研修1日目のまとめ、次回研修への準備・事務連絡
	ファシリテーター：笠原 孝弘 氏（NPO サポートセンター）
2日目：5月31日（水）	
13:00~18:00	WEB 広報の改善と広告活用
	講師：石田 智裕 氏（snuggle 代表 リスティング広告家）、 講師：田中 清隆 氏、大山 尚輝 氏（グーグル合同会社 Google for Nonprofits 日本担当）※TV 会議システムによる遠隔授業 ファシリテーター：笠原 孝弘 氏（NPO サポートセンター）
13:00~14:15	講座「Google for Nonprofits 概要、活用事例の紹介」
	講師：田中 清隆 氏、大山 尚輝 氏（グーグル合同会社）
14:15~14:40	講義「リスティング広告概論」
	講師：石田 智裕 氏（snuggle 代表 リスティング広告家）
14:40~15:15	講座「Google Ad Grants の長所、短所」
	講師：石田 智裕 氏（snuggle 代表 リスティング広告家）
15:15~16:00	講座「Facebook 広告の長所、短所」
	講師：石田 智裕 氏（snuggle 代表 リスティング広告家）
16:00~16:30	ワークショップ「Google Ad Grants と Facebook 広告の使い分け」
	講師：石田 智裕 氏（snuggle 代表 リスティング広告家）
16:30~17:50	ワークショップ「Google Ad Grants と Facebook 広告の考え方」
	講師：石田 智裕 氏（snuggle 代表 リスティング広告家）
17:50~18:00	研修2日目のまとめ、次回研修までの課題（宿題）連絡
	ファシリテーター：笠原 孝弘 氏（NPO サポートセンター）

<b>3日目：6月27日（火）</b>	
10:00~18:00	<b>広報に生きるコンテンツの作り方</b>
	講師：植原 正太郎 氏（NPO 法人グリーンズ people 事業部マネージャー） ファシリテーター：笠原 孝弘 氏（NPO サポートセンター）
10:00~12:00	講座「広報コンテンツの作り方」
	講師：植原 正太郎 氏（NPO 法人グリーンズ）
13:00~16:00	講義&ワークショップ「広報コンテンツの作り方」
	講師：植原 正太郎 氏（NPO 法人グリーンズ）
16:00~17:50	講義「WEB を活用した支援者獲得と信頼関係の構築」
	講師：植原 正太郎 氏（NPO 法人グリーンズ）
17:50~18:00	研修3日目のまとめ、次回研修への準備・事務連絡
	ファシリテーター：笠原 孝弘 氏（NPO サポートセンター）
<b>4日目：7月25日（火）</b>	
13:00~18:00	<b>コンテンツ制作実践アドバイス</b>
	講師：加藤 たけし 氏（株式会社ループス・コミュニケーションズ コンサルタント / NPO 法人 SVP 東京） ファシリテーター：笠原 孝弘 氏（NPO サポートセンター）
13:00~15:30	受講者による発表「コンテンツ制作実践」
	講師：加藤 たけし 氏（ループス・コミュニケーションズ）
15:30~17:00	「コンテンツ企画練り直し」ワークショップ&個別相談
	講師：加藤 たけし 氏（ループス・コミュニケーションズ）
17:00~17:50	発表「研修第5回までのアクションプランの発表」
	講師：加藤 たけし 氏（ループス・コミュニケーションズ）
17:50~18:00	研修4日目のまとめ、次回研修までの課題（宿題）連絡
	ファシリテーター：笠原 孝弘 氏（NPO サポートセンター）
<b>5日目：9月19日（火）</b>	
13:00~18:00	<b>WEB 戦略実践アドバイス（成果報告会）</b>
	講師：加藤 たけし 氏（株式会社ループス・コミュニケーションズ コンサルタント / NPO 法人 SVP 東京） ファシリテーター：笠原 孝弘 氏（NPO サポートセンター）
13:00~15:30	受講者による発表「成果報告会」
	講師：加藤 たけし 氏（ループス・コミュニケーションズ）
15:30~16:30	「コンテンツ企画練り直し」ワークショップ&個別相談
	講師：加藤 たけし 氏（ループス・コミュニケーションズ）
16:30~17:00	全研修終了後 調査票の記入
	ファシリテーター：笠原 孝弘 氏（NPO サポートセンター）
17:00~18:00	全研修終了「振り返り・交流会」
	ファシリテーター：笠原 孝弘 氏（NPO サポートセンター）

## ■当日の様子（1日目）■



〈研修1日目〉加藤氏から直接フィードバックを受ける受講者

株式会社ループス・コミュニケーションズコンサルタント / NPO 法人 SVP 東京・加藤氏による、効果的な WEB・SNS 活用(概論)と題した講義とワークショップを実施。

- ・加藤氏から WEB、SNS を活用した情報発信の各施策を網羅的に紹介する講義を実施。広報戦略立案の考え方、NPO の具体的な事例を学び、「マーケティング戦略フレームワーク」の2つのワークシートに取組んだ。2つのワークシートの内容は、「ステイクホルダー ピラミッド」、「マーケティング ファネル」。
- ・研修の最後に、参加団体ごとにワークシートの取り組み内容を受講者全体に向けて発表を実施。次回研修までに、ワークシート内容のブラッシュアップを実施するために、講師から質問、助言を行った。
- ・網羅的に施策を学び、ワークシートを活用したことで、これまで WEB、SNS の情報発信を、戦略無く実践していたと、振り返る受講者が多かったようだ。戦略を立てることで効果的な広報施策を見出すことと、全プログラム終了までに成果を出したいと、受講者は意気込みをみせていた。

## ■当日の様子（2日目）■



〈研修2日目〉石田氏の講義

前半はグーグル合同会社 Google for Nonprofits 日本担当・田中氏、大山氏による、非営利団体向けに特別提供される Google 製品について講義を実施。後半は snuggle 代表 / リスティング広告家・石田氏による、リスティング広告の活用と題した講義とワークショップを実施した。

- ・田中氏、大山氏から、非営利団体向けプログラム「Google for Nonprofits」の各製品の概要、NPO 活用事例の講義を受け、質疑応答を交えながら、各受講者それぞれが IT ツールを活用した集客・認知向上の改善のイメージを膨らませた。紹介した主な製品は、1 か月あたり 10,000 ドル分の広告掲載費が助成される「Ad Grants」、IT コストを削減し、スタッフやボランティアの共同作業の効率を高める「Google Apps」の無償提供など。
- ・石田氏から、集客・認知向上に役立つ WEB を活用したリスティング広告についての講義を行った。無償で活用できる「Google Ad Grants」や、安価にスタートできる「Facebook 広告」について、講義とワークショップで特徴、長所、短所の理解を深めた。
- ・多くの受講者が、広告出稿の経験が無く、「Google Ad Grants」と「Facebook 広告」活用の可能性について期待が高まった研修となった。引き続き、受講者の実践を追うことで、環境 NPO の広告活用の先行事例として紹介していきたい。

## ■当日の様子（3日目）■



〈研修3日目〉活動の魅力的な切り口を意見交換する受講者

NPO 法人グリーンズ people 事業部マネージャー・植原氏による、広報に生きるコンテンツのつくり方と題した講義とワークショップを実施。

- ・植原氏から、広報活動に必須な魅力的なコンテンツ作りの考え方とポイントを紹介する講義を実施。魅力的な記事や写真、動画を活用する NPO の具体的な事例を学び、「コンテンツ制作：鉄板の7つの QUESTIONS」と「コミュニティ運営：5つの問い」の2つのワークシートに取り組んだ。
- ・受講者による、自団体の活動紹介プレゼンテーションを実施し、各発表後は講師、受講者同士でフィードバックを行った。それぞれの活動について、魅力的な切り口を発見するワークショップとなった。
- ・“活動紹介だけだと受け手の反応薄いというのが気になっていた。受け手に対して価値を提供することが大切だということが理解できた。”等、活動報告、イベントレポートだけで終わっていたコンテンツ作りを省みる受講者が多かった。ワークショップを通じて、コンテンツ作りへの考え方を深めた受講者の記事づくり、実践に期待したい。

## ■当日の様子（4日目）■



〈研修4日目〉研修前までに取り組んだ「コンテンツ制作実践」を発表する受講者

株式会社ループス・コミュニケーションズコンサルタント / NPO 法人 SVP 東京・加藤氏を講師に迎え、受講者による、制作したコンテンツの実践内容の発表会を実施。

- ・これまで（1日目～3日目）の研修で学習した内容を研修4日目までに各団体内で実践し、コンテンツの企画、実践結果、反響・効果測定が発表された。「マーケティング戦略フレームワーク」の見直し、コンテンツ制作のポイントの確認、目標設定などを通じて、WEB・SNSを活用した情報発信の改善案を検討した。
- ・受講者は、活動の認知・理解の入口になる記事、新規または既存イベント集客ページのコンテンツ改善、会員募集WEBサイトの新規企画等を発表した。各発表後は、受講者同士での活発な質疑応答、講師からの具体的なフィードバックが行われた。
- ・具体的な制作物に対して、受講者同士からの意見交換が、非常に有意義な時間だったと答える受講者が多かった。他団体の取組み事例が自団体にも結び付き、参考になったようだ。各発表へ講師から個別フィードバックを実施したことによって、受講者は次のステップが見え、次回に向けて準備、すぐに実践したいと意気込みをみせていた。

## ■当日の様子（5日目）■



〈研修 5 日目〉 WEB 広報戦略、情報発信実施の「成果報告」をする受講者

受講者による、「研修の成果報告会」を実施。前回（4 日目）の研修で講師からフィードバックを受けて企画内容を改善し、研修 5 日目までに実践を重ねてきた。その結果を成果報告として発表。各団体の実施結果に対して、WEB 広報戦略、制作した広報コンテンツの修正・改善案出し、今後の取り組み方針、継続するための仕組み化などについて、講師、受講者を交えたディスカッションが行われた。

- ・受講者が本プログラム期間中の成果として発表したの、下記のテーマである。
  - (1) 団体情報を掲載した「新ランディングページ」作成
  - (2) 活動を理解してもらい、会員獲得につなげる「ホームページ改善」
  - (3) 大規模「イベント集客ページ」のコンテンツ改善
  - (4) 販売商品の「ストーリーを伝えるコンテンツ」作成
  - (5) ホームページの「新コンテンツ Q&A ページ」企画
  - (6) 夏休み「環境イベント告知ページ」制作
- ・全てのカリキュラムを終了し、振り返りの会では、受講者の多くが、「価値あるコンテンツの考え方と作り方」、「効果測定と改善施策」を今後も継続していくと意気込みをみせた。WEB・SNS を活用した取組みを、受講者それぞれが最後までやり抜き、継続できる自信を獲得できたようだ。本プログラム終了後も、人材獲得、イベント集客、支援者獲得、活動理解等の施策について、WEB・SNS を活用した広報・PR の実践が期待される。



<b>先行事例の視察</b>	
8月9日（水）、8月30日（水）、9月1日（金）	
<b>視察先</b>	NPO 法人 e-Education（8月9日） グリーンピース・ジャパン（8月30日） 認定 NPO 法人 ADRA Japan（9月1日）
<b>視察の目的</b>	WEB コンテンツを制作し、「新規支援者獲得」、「WEB 広告運用」、「WEB キャンペーン」に先行的に取り組む組織の責任者、WEB 担当者と意見交換を通じて、事例の理解を深める。効果的に WEB・SNS を活用する戦略、ノウハウ、知見を獲得する。



〈左〉e-Education、〈右〉グリーンピース・ジャパン

## ■当日の様子（先行事例視察）■

### ◆NPO 法人 e-Education（<http://eedu.jp/>）

e ラーニングで途上国に教育支援を実施する e-Education 事務局長から、WEB マーケティングにおけるコンテンツ作り、組織の運用体制について、5 年間の実践事例を学んだ。新規支援者獲得において、「活動理解」のコンテンツと「認知獲得」のコンテンツを作り分ける必要性や、5 名以下の事務局体制で WEB コンテンツを継続作成・運用する知見を得ることができた。

### ◆グリーンピース・ジャパン（<http://www.greenpeace.org/japan/ja/>）

パブリックエンゲージメント部署のチームリーダーから、キャンペーン戦略の立て方、人が動く広報コンテンツを作成するポイントを学んだ。WEB キャンペーンにおいて、一般の方々が参加したくなる呼びかけや、理解を深めてもらうか。キャンペーン達成イメージを伝え、行動を起こしてもらう戦略の知見を得ることができた。

### ◆認定 NPO 法人 ADRA Japan（<http://www.adrajpn.org/>）

マーケティング部 マネージャーから、デジタルファンドレイジングの取組みを学んだ。特に研修 2 日目で学んだ「Google Ad Grants」活用によって、「8 倍以上に成長した WEB サイト訪問者数 / 緊急災害時の寄付獲得 / 新規支援者獲得」事例から、運用ノウハウの知見を得ることができた。

※ADRA Japan は Google 社から運用実績を評価された、国内 2 団体のみ「Google Ad Grants Pro」認定団体。