


P-NPOICP2008  
NPO経営資源開発研修

**持続的な発展に向けた会員の維持・拡大**

2008年12月13日  
特定非営利活動法人WE21ジャパン  
松澤桂子  
インターン 笠原孝弘



【サマリー】  
会員(支援者)増加により、  
持続可能なNPOに



**現状の課題**

- 持続的な発展を続ける上での不安
  - WE21ジャパンの事業の共感者、支援者が伸び悩んでいる
- 会員の増加
  - 広報、会員サービスを強化し、WE21の活動を知りきっかけを増やす。
  - 会員化を見込んだ支援者の増加を狙う。
- 新規個人会員獲得
  - 理念に共感してくれる人
  - 積極的に活動に参加してくれる人

【現状分析】  
持続的な発展のために



**会員の減少**

【理由】会員の維持・獲得のための施策やフォローが不十分。

→今年、会員の減少により事業の継続・拡大の担い手が不足する。



持続的な発展に向けた会員の維持・獲得が必要

会員サービスの見直し及び広報の強化により、既存会員の維持・確保、新規会員を開拓する。

【ターゲットの設定】  
ターゲットは50～65歳の男女



**市場規模予想**

- 神奈川県 50～65歳の人口 650万人
- 60歳を過ぎてからNPOで活動したい 15% (神奈川県産業調査局(社)による調査)

WE21の年齢別メンバー構成



WE21メンバーは同年代であり、ニーズが把握しやすい

**求める人物像**

- 環境問題、国際協力に興味関心があり、行動を起こしたい人
- 積極的に活動に参加してくれる人

【マーケティング施策】  
現在の会員サービス



**会員特典**

- ① 会員向けニュース送付
- ② 総会での議決権

個人会員：年会費 10,000円

**会員化フロー**



**募集告知**

- 団体紹介パンフレットに郵便局払い込み用紙を挿入
- イベント、講座にて配布
- 寄付品提供者に年1回配布
- ホームページでの掲載

**登録**

- 年会費制 (郵便払込または手渡し)

**フォロー**

- 会費未納入者への催告

現在の会員サービスの問題点



- ① 会員特典 会費に比べ、特典が少ない。
- ② 広告・広報 会員の維持・獲得するための告知手段や量が少ない
- ③ 会員登録方法 支払方法の選択肢がない
- ④ コミュニケーション
  - イベント、講座参加者、名刺交換者のフォローが十分でない
  - 既存会員のニーズ読み取りが十分でない

改善施策①  
会員特典の改善



**現在**

- 1 広報誌送付
- 2 総会での議決権

年会費 10,000円

**改善後**

- 1 広報誌送付
- 2 総会での議決権
- 3 スタディツアーへの参加
- 4 メーリングリストの登録
- 5 会員向けメルマガ

**新特典**

- 6 WE21主催イベントのご招待
- 7 WE21主催講座のご招待
- ※ 各チームのニュース

会費変更なし


**参考**

シャフアンコール有償による海外協力会

【会員特典】

- 1 クラフトショップ商品を10%OFF
- 2 カタログ送付
- 3 会報誌送付
- 4 オビニオン誌送付
- 5 海外駐在員からの送り
- 6 メーリングリストの登録
- 7 スタディツアーへの参加
- 8 イベントへのご招待
- 9 総会での議決権

改善施策②  
広告、広報の改善



**現在**

- ・団体紹介パンフレットに郵便局払い込み用紙を挿入
- ・イベント、講座にて配布
- ・寄付品提供者に年1回配布
- ・ホームページでの情報

**改善後**

- ① 紙媒体
  - ・50～65歳が訪れる公共施設、ボランティアセンター等でのチラシ設置
  - ・市民サポートセンター
- ② web上での広報
  - ・活動紹介ブログ
  - ・会員手続のためのメルマガ
  - ・50～65歳がチェックするwebサイトでの広報

### 改善施策③ 会員登録方法の改善

**現在**  
年会費制  
(郵便払または手渡し)

↓

**改善後**  
年会費制の再検討と導入  
・銀行振込  
・自動引落  
・月払い  
web登録ページ設置

・他の多くのNPONGOは銀行振り込みが選択できる  
・協賛協がNPONGOはクレジット払いが主流  
⇒パンローリーワークス

### 改善施策④ コミュニケーションの改善

**現在**  
会費未納入者への催促

↓

**改善後**  
会員対象アンケート実施  
・会員のニーズにあった講座を開催  
・既存会員の大半を占めるWE21メンバーの講座参加率の上昇も狙う  
・次回の講座等参加につながる施策検討、内容の再構成  
会員予備軍のフォロー実施

### 【期待される成果】 マーケティング施策全体像

①会員特典	②広告・広報	③会員登録	④コミュニケーション
<b>現在</b> 1.会員向けニュース 送付 2.年会での講演権 個人会員 年会費10,000円	・団体紹介パンフ レットに郵便局払 い込み用紙を導入 ・ホームページで の掲載	<b>現在</b> 年会費制	<b>現在</b> 会費未納入者 への催促
<b>改善後</b> 会員特典増加 会費変更なし	・適切な場所での 紙媒体広報 ・web上での広報	・年会費制の再 検討と導入 ・web登録ページ 設置	・会員対象 アンケート実施 ・会員予備軍の フォロー

### 実施スケジュール

2009.1	2009.3	2009.5	2009.7	2009.9	2009.11
①会員特典	理事会審議			web「会員募集」ページリニューアル	
②広告・広報	媒体別広報の手法検討・実施			活動紹介ブログ開始	会員予備軍向けメルマガ開始
③会員登録方法	納入方法の再検討	理事会審議	定款変更	変更手続き	導入
④コミュニケーション			フォローの実施		会員向けアンケート実施・評価

### この研修について

- 通常業務と研修の両立  
→ インター生笠原さんの貢献により可能に。
- 課題解決の機会  
→ 漠然と取り組みたいと思っていたことを形にする後押しをしていただいた。
- 「資源」として  
→ WE21メンバーにマーケティング視点の定着を図る。

