

PR/POS NPOマーケティング戦略 共存の森

「森の聞き書き甲子園」に対する 運営資金の獲得



2009年11月28日
特定非営利活動法人 共存の森ネットワーク
発表者 中野真由(事務局) / 堀内健吾(インターン)

現状分析 共存の森

森の聞き書き甲子園 のあゆみ



森の聞き書き甲子園

現状分析 共存の森

森の聞き書き甲子園 企業協賛金の変動



協賛金額

- 1,000万以上
- 100万以上-1,000万未満
- 50万以上-100万未満
- 10万以上-50万未満
- 10万未満
- 物品・人的支援

ターゲットの設定 共存の森

新たな業界・企業へのアプローチ

ステップ① 新たな業界の選定 → ステップ② 新たな企業の選定

現在の協賛企業業界

- コンビニ
- 家電
- アウトドア
- 自動車
- ガス
- 飲料
- 健康保健
- 鉄道
- ビール
- 損害保険

「森」の分野
現在の協賛企業の協賛となる業界以外

「海・川」の分野
狩猟・遊船・水産・食品・スーパーなど

■取り込み①
日経BP深講フォーラム加盟
経済団体連合会自然保護協議会会員
(1) CSR/社会貢献活動の内容
→次世代育成、環境保護
(2) 営業利益・経常利益も考慮

■取り込み②
理事、行政、既存の企業の人事

マーケティング戦略 共存の森

協賛のメリット

① 研究資料WEBへの社名・ロゴの掲出
「聞き書き甲子園」編集部スター・チラシ、(全国の高校6200校へ配布)
ホームページ、プレスリリース、研修テキスト、フォーラム・パンフレットなど。

② 企画展覧会への社名・ロゴの掲出
聞き書き祭、フォーラムなど

③ 「聞き書き作品集」への社名・ロゴの掲出
仕様 A4判 450ページ 700部
参加した高校生、成人、各都道府県教育委員会などに配布

④ 森の聞き書き甲子園の冊子の使用
「〇〇株式会社は森の「聞き書き甲子園」を応援しています」など。

マーケティング戦略 共存の森

森の聞き書き甲子園 ならではのメリット ①

FOX子担任室部への参加
行政・NPO・高校生・企業などとの人的交流および情報共有・意見交換会
年に3回は実施、約30社が参加



マーケティング戦略 共存の森

森の聞き書き甲子園 ならではのメリット ②

森の聞き書き研修会への社員参加
高校生の「インタビュー実演」で、高校生からの質問に答える「話し手」役として社員が参加



マーケティング戦略 共存の森

現状の協賛メリットに対する企業の声

協賛金 一口 50万円

企業側の声

- 資金の支援は嬉しい
- 単なる資金支援だけでなく、社員参加型の社会貢献活動や、本業を生かした社会貢献等を希望

企業の声に対して

- 商品提供や広報支援、社員研修など、資金以外の支援から関係を深めていく。
- 本業を生かした社会貢献の在り方を提案
■社員参加の形にも機会を設ける工夫を行う

実施予定と効果測定		共存の森	
日程表	2010年度 第9回開催に向けて		
事業予算案	3,500万（企業協賛：2,700万、助成金：750万、繰越金：50万）		
新規協賛目標額	100万円		
	目標数	現在まで	
協賛企業数	10社以上	8社	
	↓	↓	
資金的支援企業	2社	0社	
資金的以外の支援企業		1社	
予算	人件費 → 20万円（企業リサーチ、ヒアリング、訪問） 交通費 → 5万円（訪問） 印刷費・通信費 → 1万円（資料印刷）		
効果測定	効果測定日 → 2010年4月 測定項目 → 資金的支援が決定した企業の数と金額 資金的以外の支援が決定した企業の数と金額		

