

Panasonic

NPO

Internship

Collaboration

Project

2008

Report

# 報告書



Panasonic NPO インターン・  
コラボ・プロジェクト 2008

2009年3月

Produced by  
(特活)NPO サポートセンター  
(特活)NPO 支援センターちば  
特別協賛: パナソニック株式会社

## はじめに

2009年3月現在、全国で約37,000を超えるNPO法人が誕生し、各地で様々な活動を展開しています。新聞やテレビ等のメディアを通じて目にする機会も増え、NPOへの社会的認知度も高くなってきました。

大学では、NPO関連学部・学科の増設やインターンシップの単位化も増え、学生は卒業後の方向性、働き方・生き方を見出すきっかけとして、NPOのインターンシップに大きな可能性や期待感をもって一步踏み出しています。

NPOにおけるインターンシップ事業は、2000年度にNPOサポートセンターが「NPOインターンシップのニーズ実態調査」を実施し、2001年度から団体とインターン生のマッチングを開始しました。2003年度からは「NPOインターン・コラボ・プロジェクト」と改称し、NPOサポートセンターとNPO支援センターちばのコラボレーションによる総合的なコーディネートを実施してきました。2つの中間支援組織の特徴を最大限活かし、インターン生はじめ受け入れNPOのみなさまに満足度の高いプログラムを提供してきました。

2004年度より、松下電器産業株式会社（現：パナソニック株式会社）からご支援をいただき、NPO、企業、大学の協働プロジェクトとしてさらに充実した内容にすることができました。

プロジェクトの参加者数として、2001年から2008年の8年間で228人のインターン生をのべ128団体に、2008年度は、6大学の学生11名を11団体にコーディネートしました。

このプロジェクトでは、当初より、中間支援組織としての役割でもあるNPOの人材マネジメント力向上を目的の一つとし、NPO法人に対する支援プログラムも行うことでも、高い評価をいただけてきました。今年度からは、NPO経営資源開発研修「マーケティング研修」という団体への支援プログラムを組み込むことで、より団体の組織基盤強化に力を入れたプログラムへと発展しています。

今後も、みなさまからのご意見を頂戴しながら、これまでの実績にさらに磨きをかけ、より充実したプログラムを提供していきたいと考えています。

NPOインターン・コラボ・プロジェクト2008にご参加、ご協力いただきました多くのみなさまに心より感謝申し上げます。

### Panasonic NPOインターン・コラボ・プロジェクト2008

コーディネーター

（特活）NPOサポートセンター 田邊 健史

（特活）NPO支援センターちば 宮奈由貴子



# Contents

## はじめに

プログラム概要	4
・目的、特徴	4
・NPO 経営資源開発研修とは	
インターンシップのコンセプト	5
・プログラムスケジュール	6
・受入 NPO 団体一覧	8
・インターン生一覧	10
・インターン修了生ネットワーク	11
関係者からのコメント	12
インターン生体験レポート	13
受入NPO団体コーディネーター感想 & NPO組織基盤強化研修発表資料	37
編集後記	82



## 目的

### 1. 受け入れ NPO 団体に対する組織基盤強化

#### (1) インターン・マネジメント研修

NPO の自立・事業化支援の観点から、インターンを受け入れることで“人のマネジメント力”の強化。中間支援組織の強みを活かし、インターン生の受け入れ方のノウハウを学び、人のマネジメント力強化を目指します。また、NPO が次世代の人材の育成を積極的に担うことで、NPO 活動への理解者を増やし、NPO における就労の可能性にもつなげることを目的としています。

#### (2) NPO 経営資源開発研修「マーケティング研修」

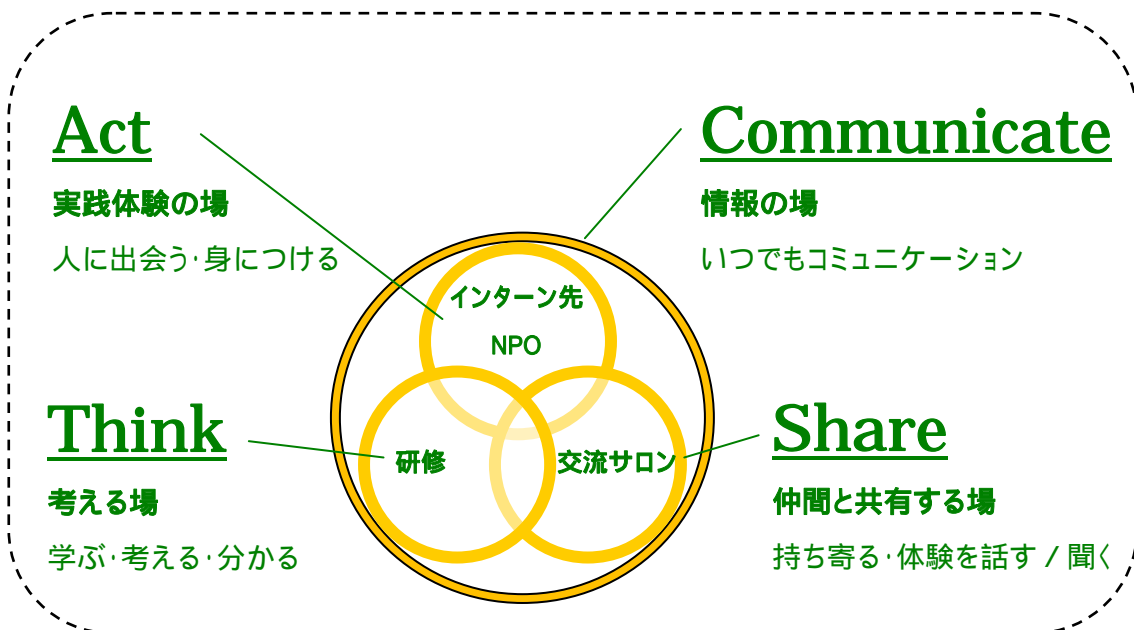
企業では当たり前とされているマーケティングのノウハウを、NPO 向けにアレンジし、実践的な研修による NPO の組織基盤強化を支援します。

### 2. インターン生に対する社会全体でつくる、“学びの場”の創出

インターン生には、教育 = 学校といった既存の教育の枠を超え、NPO の教育力・実践力を活用した「学びの場」を提供します。NPO は、社会課題に取り組んでいる組織であり、学生にとっては自分と社会との接点を再確認するチャンスがより多く備わっています。プログラムでは、「      が      を教育する」というアプローチではなく、「      が      によって      を学ぶ」といった、自発的な学びに焦点をおき、学生がより多くのインセンティブが得られるようなプログラムづくりを目指しています。

## NPOインターン・コラボ・プロジェクトのコンセプト

NPOICP は、常にコミュニケーションをとりながら、より多くの自発的な気づきや学びが得られるプログラムづくりを目指し、4つの場を用意しています。



## 特徴

### 1. 企業ではなく、NPO でインターンするから見える

NPOICP (NPO インターン・コラボ・プロジェクトの略)に参加すると、自分のこれからの働き方・生き方について、とっっても考えます。NPO だからこそ取り組んでいる、「あたりまえ」の裏側に触れながら、社会には何が必要で、自分は何がしたいのかが見えてくるはずです。

### 2. NPO と企業が一緒につくっている

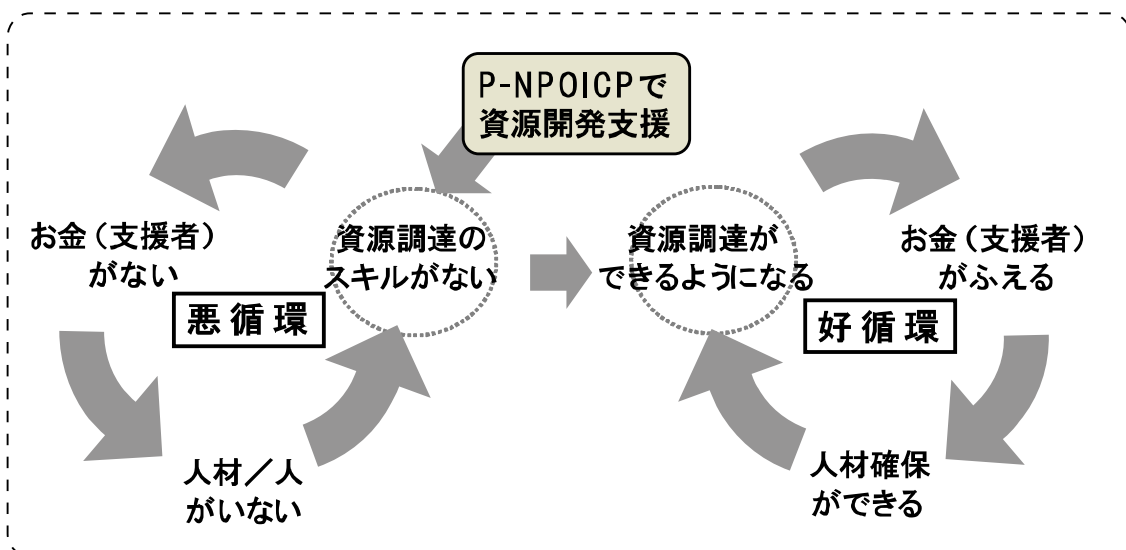
NPOICP では、NPO の活動や機能について現場で学ぶだけでなく、CSR (企業の社会的責任) についても学ぶと同時に、社会全体から、自分を見つめ直すことができます。

### 3. NPO 経営資源開発研修

今年度は、これまで実施してきた「インターン・マネジメント研修」に加え、NPO 資源開発研修「マーケティング研修」を行うことで、団体の組織基盤強化に力を入れたプログラムとしてパワーアップしました。研修を通じて、組織にとって必要な資源(支援者・資金・情報など)の開発・調達するノウハウを組織に蓄積し、組織基盤強化を支援します。

## NPO経営資源開発研修「NPOに役立つマーケティング」とは

NPO 経営資源開発研修では、組織に必要な経営資源を開発・調達するノウハウを組織に提供することで、NPO の組織基盤整備を支援します。なかでも、民間企業で実践されているマーケティングの基礎を理解し、より効率的・効果的に組織のミッションを達成できるようになることを目的とします。



## プログラムスケジュール

7月

### 受け入れ NPO 団体 インターンコーディネーター研修

7月19日(土) 於:品川パナソニックタワー

1. P-NPOICP プログラム概要説明
2. インターンコーディネーター研修
3. NPO 経営資源開発研修概要説明

インターン生の受け入れ前に、団体コーディネーターのオリエンテーションを行いました。プログラムへの理解とインターン生の受け入れ方法や様々な注意点をレクチャー。また、新しく始まる NPO 経営資源開発研修の概略について説明を行いました。



8月

### インターン生オリエンテーション

8月2日(土) 於:品川パナソニックタワー

1. ワークショップ 「他己紹介」
2. 昨年度の修了生体験報告・アドバイス
3. ワークショップ 「NPOの運営のしくみ」
4. 知っておこう! マナー研修
5. 企業の社会貢献について  
講師: 金村俊治さん  
(パナソニック株式会社 社会文化グループ)



### インターンシップ スタート

8月4日(月) ~

学生 11 名が 11 団体でインターン 200 ~ 250 時間以上



9月

### 合宿研修

9月19日(金) ~ 20日(土) 於: BumB 東京スポーツ文化館

1. インターン生による団体紹介、課題内容の発表
2. NPO におけるマーケティング概論
3. ステークホルダー分析
4. マーケティング環境分析
5. 情報集数リストの構築
6. 市場細分化とターゲット選定
7. ポジショニング
8. マーケティングミックス
9. 今後のスケジュールについて

各団体が合宿前に設定した課題解決に向けて、マーケティングのプロセスに沿った研修を実践。ワークを通じてそれぞれの課題に合った手法を探り、深める作業に取り組みました。活動分野ごとに分かれたグループワークを通じて、それぞれが持つ専門性を生かした情報交換など、相互サポートも活発に行われ、団体にとって新たな発見やうれしい情報も飛び交っていました。



10 月

## 中間研修

10 月 17 日(金) 於:東京パナソニックビル

12 月の成果発表まで、あと 2 ヶ月となり、パナソニックの会議室で、各団体のコーディネーターによる中間発表を行いました。それぞれの企画内容に対し、講師の長浜さん、パナソニックの金村さん、事務局から、厳しくもあり暖かいコメントやアドバイス。「けっこうきびしい〜！」という声も聞かれましたが、団体同士もコメントを出し合うことで、相互理解と課題共有し、その後の発表資料作成につなげていくことができました。



11 月

## パナソニック訪問

11 月 14 日(金) 於:東京パナソニックビル

インターン生、団体コーディネーターの方とパナソニック株式会社を訪問。社会文化グループの金村さんから、社会文化グループ、CSR 担当室の取り組みについてご説明いただきました。その後、社員食堂で、社員の方たちに混じっての「企業社食ランチ」も体験。セキュリティが厳しい昨今の企業内で、めったにできない体験となりました。



12 月

## 成果報告発表会

12 月 13 日(土) 於:文京シビックセンター

1. P-NPOICP について説明
2. NPO 経営資源開発研修概要、講師の紹介
3. 11 団体の発表
4. 情報交換・交流 TIME
5. 表彰
6. 修了式

受入団体のスタッフ、外部からの企業・財団の方など、総勢 80 名が参加。各団体のコーディネーターは、日常業務の他に時間を割いて、約半年間の研修に取り組んできた成果発表の場。

合宿前に設定した課題を、団体内で協議する中で、変更した団体もありましたが、この取り組みをきっかけに「団体の課題解決のために話し合いをする機会が持てた事がとても貴重だった。」と振り返った団体もありました。

団体コーディネーターだけでは取り組めない部分を、インターン生の若い視点も活かし、夜遅くまで一緒に資料を作りこみました。その結果、コーディネーターとインターン生の絆は例年以上に強くなったようです。

インターンシッププログラムと NPO 経営資源開発研修の組み合わせは、新しい人材育成の形になることを確信しました。



# 受入 NPO 11 団体

## (特活)WE21 ジャパン

全国の市民から寄付された衣類や雑貨を販売するリサイクルショップ「WE ショップ(神奈川県内に 54 店舗)」を運営する WE21 地域 NPO(35 団体)と連携して、その収益から主にアジア地域の人たちが力を高める活動を支援している。また、世界の現状を広く市民に呼びかけ生活を見直すきっかけをつくっている。

神奈川県横浜市神奈川区栄町 11-5  
栄町第 2 ビル 3 階  
TEL:045-440-0421  
<http://www.we21japan.org/>  
担当者:松澤桂子



## (特活)かながわ外国人すまいサポートセンター

外国人の賃貸住宅入居支援(部屋探しのお手伝い及び入居に至るまでの通訳サポート)を主に行い、外国人と日本人がともに生きるよりよい地域社会作りを目指して活動しています。

神奈川県横浜市中区常盤町 1-7  
横浜 YMCA 2 階  
TEL:045-228-1752  
<http://www.sumasen.com>  
担当者:藤中祐子



## (特活)セカンドハーベスト・ジャパン

わたしたちセカンドハーベスト・ジャパンは、まだ充分食べられるにも関わらず、包装の不備や印字ミスなどにより、市場性がなくなってしまった食品を食品メーカーなどから引き取り、それらを経済的に困窮状態にある方たちに再配分する「フードバンク活動」を始めた日本で最初の団体です。

東京都台東区浅草橋 4-5-1 水田ビル1F  
TEL:03-3838-3827  
<http://www.2hj.org>  
担当者:秋元健二



## (特活)市民セクターよこはま

横浜市内のさまざまな地域(現場)で自ら福祉などの活動を実践している人々・団体のネットワークとして生まれた中間支援組織。市民一人ひとりが主人公として、幸せと豊さを実感できる社会の実現を目指し、市民福祉団体の連絡会 地域福祉に関わる人材育成 市民活動共同オフィス管理運営、コミュニティビジネス支援、地域支援 福祉サービス第三者評価、などを行っています。

神奈川県横浜市中区住吉町 2-26 洋服会館 2 階  
TEL:045-222-6501  
<http://www.shimin-sector.jp/>  
担当者:川崎修



## 地球環境パートナーシッププラザ(GEIC)

持続可能な社会を構築するために、行政・NPO・企業など多様な主体のパートナーシップによる取り組みを促進することを目的に環境省と国連大学が共同で設置し、NPO と共に運営しています。人や組織が出会い、対話し、課題解決するための機会や仕組みをつくることによって、多様な主体の参加による市民力の創出を目指します。

東京都渋谷区神宮前 5-53-70 国連大学 1F  
TEL:03-3407-8107  
<http://www.geic.or.jp/geic/>  
担当者:須藤美智子





## (特活)地球と未来の環境基金(EFF)

様々な環境問題の解決に向けて、「市民」と「企業」のパートナーシップによる社会貢献活動を推進している。国内の植樹・緑化活動や海外のNGOと連携した環境保全活動、非木材紙の普及・啓発、助成金プログラムのマネジメントやコンサルテーションなど企業のCSR・社会貢献活動をサポートし、協働する企業やNPO/NGOと共に実践的な活動を行っています。

東京都千代田区神田須田町 1-5  
新須田町共同ビル2F  
TEL:03-5298-6644  
<http://www.eco-future.net>  
担当者:美濃部真光



## (特活)ちば MD エコネット

ちば MD エコネットの「MD」は知的障害を表す英語 Mental Disabilities の M と D です。1997 年夏に、障害のある人もない人も共に生きる社会の実現を目指して、知的障害のある若者たちと共にグラウンドワーク(地域の環境改善)活動の取り組みを開始。現在は、障害のある人もない人も共に働くコミュニティカフェ ひなたぼっこ の運営や、県との協働で「ノーマライゼーション学校支援事業」を行っています。

千葉県船橋市本町 4-31-23  
TEL:047-426-8825  
<http://mdeconet.jp/>  
担当者:山本佳美



## (特活)NICE (日本国際ワークキャンプセンター)

若者が共に 2~3 週間生活しながら、地域の住民と環境保護・福祉・農村開発などに取り組む国際ワークキャンプを主催する若者主体の NGO。日本・東アジアを中心としたワークキャンプを多数主催する一方、様々なボランティア活動の企画・運営も行っている。

東京都新宿区新宿 2-1-14  
エレメント新宿ビル 401  
TEL:03-3358-7140  
<http://nice1.gr.jp/>  
担当者:矢野淑恵



## (特活)ハンガー・フリー・ワールド

ハンガー・フリー・ワールドは、飢餓・貧困のない世界を創るために活動する国際協力 NGO です。どの国で暮らしていても「飢餓のある世界」に暮らす一員として、世界の人々と共に行動することを呼びかけ、協力して働くという「共創協働」の理念のもと、開発と啓発、政策提言や青少年の支援などの活動をおこなっています。日本に本部を置き、パングラデシュ、ベナン、ブルキナファソ、ウガンダで活動しています。

東京都千代田区飯田橋 4-8-13 山商ビル7階  
TEL:03-3261-4700  
<http://www.hungerfree.net> 担当者:小川玲子



## (特活)ファミリーハウス

地方から治療のために上京する小児がん等難病の子どもと家族が、治療の間、安心して安く、安全に滞在できる「ファミリーハウス」を運営。個人の篤志家などからの提供を受けて施設を開設し、現在では、企業が建設した施設の運営受託を含め、都内に 7 施設 52 部屋運営している。また、同種の施設が全国に約 100 施設以上 70 団体によって運営されるようになっている。

東京都千代田区東神田 2-4-19  
TEL:03-5825-2931  
<http://www.familyhouse.or.jp>  
担当者:植田洋子



## (特活)ブリッジ エーシア ジャパン

社会的に弱い立場にある人たち、とくに女性・貧困層・障害児者・難民・戦争被災民など困難を抱えている人たちを対象に、技術習得の機会を設け、収入に結びつける場の提供、生活環境の基盤整備を進め地域経済の活性化を目指した自立支援活動を行っている。地域経済活性化のために井戸の掘削、橋・港・学校・公共施設の建設等のインフラ整備も行う。

東京都渋谷区本町 3-39-3 ビジネスタワー4階  
TEL:03-3372-9777  
<http://www.baj-npo.org/>  
担当者:宗野永枝



# インターン生 11人

1. **笠原 孝弘** 法政大学法学部法律学科 4年  
(特活)WE21 ジャパン
2. **堀内 愛彩** 法政大学法学部国際政治学科 3年  
(特活)かながわ外国人すまいサポートセンター
3. **梅田 恵** 日本女子大学家政学部家政経済学科 2年  
(特活)市民セクターよこはま
4. **辻本 有沙** 法政大学社会学部社会学科 3年  
(特活)セカンドハーベスト・ジャパン
5. **阿部 弘佑** 法政大学法学部法律学科 3年  
地球環境パートナーシッププラザ
6. **佐藤 美紗子** 早稲田大学第二文学部社会・人間系専修 4年  
(特活)地球と未来の環境基金 (EFF)
7. **富村 美帆** 明治学院大学法学部政治学科 3年  
(特活)ちばMDエコネット
8. **市川 恭子** 法政大学法学部国際政治学科 3年  
(特活)NICE(日本国際ワークキャンプセンター)
9. **平波 貴子** 明星大学人文学部国際コミュニケーション学科 3年  
(特活)ハンガー・フリー・ワールド
10. **本田 和也** 法政大学法学部法律学科 2年  
(特活)ファミリーハウス
11. **高橋 明佳** 桜美林大学ビジネスマネジメント学群 1年  
(特活)ブリッジ エーシア ジャパン



# NPO交流サロン

P-NPOICP2008 では、インターン先 NPO 団体のコーディネーターのみなさんと、そして 2007 年以前にインターンを修了した先輩たちとの交流を深める場が多くありました。

## オリエンテーション 8/2 P-NPOICP 初日！

和やかな雰囲気の中、おいしいパンを片手に自己紹介やインターンへの思いなど、楽しく歓談しました。(佐藤)



## P-NPOICP 修了式 12/13 最終報告おつかれさまでした！



## 修了生ネットワーク 8/16 先輩たちとの出会い



修了生の方々の声を聞くことができ、有意義な時間でした。(梅田)



インターン生とコーディネーターが、お互いに5ヶ月間の思いを感謝の言葉で表した瞬間です。そして最終報告の緊張から解放されたこともあり、思わず笑みや涙がこぼれました。(笠原)

## 経営資源開発研修 9/19 合宿夜の宴!?

脳みそに汗をかいたあとは、アルコールとソフトドリンクで水分補給。研修内容は勿論、それぞれの団体の意外な一面も知ることができました。(市川)



## 修了生ネットワーク 1/11 新年会！

インターンを終えてからも集まって、思えば出話をネタに、ワイワイとご飯を食べました！(高橋)



## 関係者からのコメント



講師

長浜 洋二

NPOサポートセンター アドバイザー  
富士通株式会社 パーソナルビジネス本部

一般的にNPOは、「想いや情熱が先行し、自分を客観化するのが苦手」といわれることが多いです。現在の社会に不足しがちな想いや情熱など、大事な部分はそのまま残しながら、限られたリソース（人・モノ・金）をより戦略的に活用する手法を組織内に蓄積し、ミッションを達成していく必要があります。経営資源開発研修の狙いは、民間企業で実践されているマーケティングをNPOに取り入れながら、こういった点を解決することにあります。民間企業で製品やサービスを提供しているのと同様、NPOでも、提供しているサービスやミッションそのものを媒介とした寄付金や会員の獲得など、マーケティング実務が適用できる部分が多くあります。環境分析、ターゲティング、ポジショニング、4P分析など、マーケティングの基本を習得する過程で、参加団体の皆さまには、情報収集、問題を掘り下げる力、ロジカルに物事を考えることの重要性を体験していただきました。身近に感じられない点もあったかと思いますが、是非、自分の団体独自のマーケティング手法を確立していただければ幸いです。また、これから社会で活躍される学生の皆さまも、NPOという組織で働くことの楽しさも辛さも今回の研修で経験されたことと思います。これからのご活躍を楽しみにしております。



協賛企業・担当者

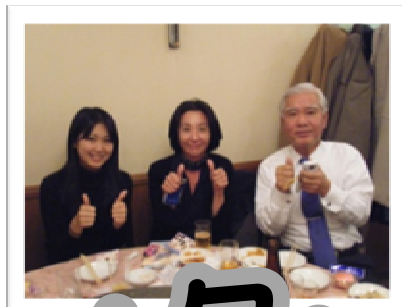
金村 俊治

パナソニック株式会社 社会文化グループ

パナソニックは「企業は社会の公器」という経営理念に基づき、事業を通じて社会に貢献するとともに、企業市民として様々な社会貢献活動「企業市民活動」を行っています。

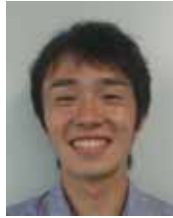
本プログラムは、今回より、「NPOインターンシップ」という大学生向けの次世代育成プログラムから、「NPO経営資源開発研修」というNPO向けの組織基盤強化支援プログラムに軸足を移しました。手探りで始めた新規プログラムではありますが、12月の成果報告会に参加した皆さんから生き活きとしたお話を伺い、インターン生にもNPOにも従来以上にお役に立ったのではないかと感じています。

今後、NPOの皆さんには、発表した計画を実行に移し、目に見える成果を上げられることを期待いたします。（確認させていただきます）インターン生の皆さんには、大学を卒業してすぐにNPO・NGOに就職することを期待してはおりません。民間企業においても仕事を通じて社会に貢献することができます。また、企業で何かスキルを身に付けてからNPOに転職しても遅くはないでしょう。ただ、さまざまな社会的課題や課題解決への取り組みに関心を持ち、何らかの形で市民活動に関わり続けられることを祈っています。



# インターン生 体験レポート





**笠原 孝弘** 法政大学 法学部 法律学科 4年

インターン先: WE21 ジャパン

インターン日数: 50 日 インターン時間: 336 時間

## ★自己評価

### 仕事内容

- ・ WE21 ジャパンのブランディング業務補助
- ・ 持続的運営・活動のための業務補助
- ・ イベント・講座の準備、運営
- ・ WE21 ジャパンの他のインターン生との協働

### 獲得目標

- ・ 日々の業務の環境改善、提案
- ・ WE21 ジャパンへのブランディング提案
- ・ WE21 ジャパン本部、地域 NPO、ショップのパートナーシップから生まれる、社会との関わり方、経営を学ぶ
- ・ 「補助者」から「パートナー」として活動する
- ・ NPO の現場に触れ、大学卒業後の将来を考えるターニングポイントにする

### 獲得目標の達成についての評価

- ・ 経営資源開発研修を通じて、競合とのポジションニング、今後の経営方針を一緒に考えた事で WE21 ジャパンのブランディング、他団体との差別化のための戦略の第一歩をお手伝いすることができた。
- ・ グローバルフェスタ 2008 で、WE21 ジャパン内のボランティアのコーディネーター役を担わせていただき、活躍することができた。

### 学んだこと

#### インターンシップについて

NPO 経営を事業収入メインで行なう上での、数多くの現状課題を、5 ヶ月間間近で見聞きすることができ、不安になってしまう場面もありました。しかしそれと同時に、課題に対して解決していこうとする逞しさも学ばせてもらいました。

リサイクルショップ WE ショップでのボランティアや、故繊維工場見学でリユース・リサイクルの現場を学びながら、WE21 ジャパンが支援している国を中心に海外の現状を共有させていただいたことで、私たちの恵まれた生活の多くが、海外の貧困や、環境問題につながっていることを知り、私自身の日々の生活の着眼点が確実に変化しました。

### NPO 経営資源開発研修について

マーケティングを使い WE21 ジャパンの内部分析、外部分析を調べれば調べるほど、確認すれば確認するほど課題が明確になり、ロジカルに考える面白さを味わうことができました。その反面、調査を、分析を深めていくたびに、提出するはずであった報告書を二転三転書き直さなければならなくなったときは、思いつきや理屈のこじつけがいかにか根拠が無いものかを痛感しました。そして、どんなにマーケティング施策が素晴らしくとも、団体の持っているノウハウでまかなえないものや、ミッション・ビジョン・ゴールからぶれてしまう展開は迷走してしまうということも、経営資源開発研修と WE21 ジャパンでのインターンの往復を通して肌で感じることができました。

### 反省点および自分の課題として見出したこと

- ・単純業務を素早く、なおかつ正確に行う難しさに苦戦。
- ・データ収集は目的を明確にしてからでないと、無駄が多くなることを痛感。
- ・事前学習（例えば参考書を読む、データ収集）をしてから行動に移すパターンが多く、取りかかりが遅い。

### 今後、この経験をどのようにつなげていくか

- ・ボランティアをできるチャンスがあったら積極的に参加したい。インターン中は、ボランティアさんの存在に何度もありがたくなりました。仕事量だけでなく、事務所内の雰囲気も少し変化し、刺激をいただけ、そんな存在に自分もなりたい。
- ・NPO で働くという事を選択肢のひとつにする。

## ★プログラム全体の感想

P-NPOICP の魅力は、ひとつの団体でインターンをしたタテの経験では終わらず、同じように 11 の団体で仲間が頑張っており、11 の団体のコーディネーターさんが学生を応援し、背中を後押ししてくれる、11 団体の経験を共有できるヨコの関係も得るところです。そして事務局、経営資源開発研修の先生、パナソニックからのナナメからのサポートがなければ、長いインターンシップを有意義に過ごせなかったことでしょう。インターンの最後には成果報告をする場を設けてもらい、関係者の皆さんにはもちろん、NPO に興味がある外部の方々にも、数多くのフィードバックをいただくことができました。

タテ・ヨコ・ナナメの関係に支えられ、鍛えられる 5 ヶ月間。学生にもかかわらず、NPO の経営の実態に間近まで飛び込ませてもらい、インターン先の団体にマーケティング手法を取り入れる提案まで一緒にさせてもらえた、非常に恵まれた環境のインターンシップでした。想像以上に学び、成長することができ、なおかつ社会をより良くする活動のお手伝いができる。これは日本一のインターンシッププログラムといっても過言ではありません。





**堀内 愛彩** 法政大学 法学部 国際政治科 3年

インターン先: かながわ外国人すまいサポートセンター

インターン日数: 59 日 インターン時間: 218.5 時間

## ★自己評価

### 仕事内容

清掃/業務準備/資料整理、看板/ポスター作り、相談業務補佐、業務日誌やデータ入力/グラフ作り  
あんしん賃貸支援事業研修参加、国際交流ラウンジにおける行政窓口多言語マニュアルの講習参加・補佐

### 獲得目標と達成についての評価

- ・外国人がすまいを借りることが難しい理由を知ること
- ・日本社会の問題点
- ・コミュニケーション能力
- ・社会人としての礼儀作法・マナー

### 学んだこと

#### インターンシップについて

インターンを初めたころの自分は、外国人がすまい探しだけ相談に来ると思っていましたが、実際にやってみて外国人の抱える問題はすまい探しの背景にある対人関係や文化や習慣の違いからくる生活上のトラブル、そして言語が通じないための誤解などから発生するすまい探しの問題であり、すまセンの役割がただ外国人のすまい探しを手伝うだけではなく、その背景にある個人的な事情にも踏み入り、解決の手助けを担っていることを知りました。

そして、日本に住む外国人の抱える問題全般の原因には日本人の差別・偏見といったものがあることもわかり、その差別・偏見を取り除く必要があると感じました。それでは差別・偏見は何からくるのか。それは異文化を持ち、他言語を話す外国人に日本人は不安を抱くことが原因であり、それが差別・偏見となるということがわかりました。そのため、差別や偏見を解消するためには異文化理解や通訳や翻訳を通じた言語に関する問題の解消などがあげられると考えられます。

このようにすまセンでインターンを初めてから終了に至るまでの間で、外国人の持つ悩みと日本人の持つ不安が一致しその解決法が見出せました。また、目標として挙げていたコミュニケーション能力、社会人としての礼儀作法・マナーが身に付いたかどうかについてですが、すまセンのスタッフは年齢も60代以上の人も多く、言葉遣いや礼儀作法について何度も注意を受けたりして日々気をつけておりました。その結果、最初は言葉づかいや目上の人との接し方で常に遠慮をして自分の意見をはっきりいえなかったり、声が小さかったり、極端に敬った言葉づかいをしたりすることが徐々に減ってきました。また、コミュニケーション能力といっても非常に抽象的すぎて具体的に何かといわれると困りますが、毎日毎日違うスタッフに会うことでもコミュニケーション能力を身につけられたのではないかと考えております。



### NPO 経営資源開発研修について

今までマーケティングという横文字だけをなんとなく知っていただけでしたが、経営資源開発研修ではマーケティングについてわかりやすく説明していただき、自分達で作業することによって、理解することができました。また、当団体（すまセン）の経営面を見直す機会となりました。しかし、実際考えてみると難しいと思いました。まず、会費や助成金が年々減ってきている現状からも来年にはもっと資金面が厳しくなってくるのが予想され、マーケティングを取り入れる段階まで進んでいないということ。また、当団体（すまセン）では、サービスが直接的に会員（不動産店や企業）に行き渡るとは限りません。そのため、会費を払うメリットや今までなんとなく行っていた会員に提供するサービスを改めて考え直す必要があったことなどが理由として挙げられます。よって、NPO 経営資源開発研修を通して、マーケティングの重要性を実感し、それをすまセンにも取り入れる必要があると感じられました。しかし、実現可能な目標設定と施策スケジュールの設定をすることが難しかったです。しかしやはり、最終報告日にどの団体も経営面での問題を抱えていることが共通しており、当団体に限らず NPO 全体においてマーケティングを取り入れることが、日本の NPO 団体を存続させる方法のひとつであると思いました。

### 反省点および自分の課題として見出したこと

反省点として、5ヶ月間のインターンシップのうちに頼まれた仕事を完全に終わらせられず今後を持ち越したことがあげられます。今後もすまセンでインターンかボランティアとしてお手伝いさせていただくのでその間にやりたいと思います。また今後も継続してすまセンでお世話になりますが、すまセンの中に入りこむのではなく、自分が常にすまセンのことを外部から見る目として常に新しい見方ができればいいと考えております。そして個人的な反省点として日々の生活に余裕をもったスケジュールを組めるようにしたいと思いました。これらには、インターンの仕事とアルバイト、学校やゼミの課題や発表などとの両立をする際に非常に重要で、うまくいかない私の場合体調を壊してしまうため、体調管理とスケジュール管理が今後の課題としてあげられます。

### 今後、この経験をどのようにつなげていくか

この経験を通して、今後は自分が社会人として生活していく中でもスケジュール管理や体調管理は重要になってくると思います。少しでも改善していき、今後は自分の生活に余裕をもって物事に取り組みたいと思いました。

## ★プログラム全体の感想

今回のインターンシップで私が一番難しかったことは、自分の中の自分に負けそうになることでした。私には自信がなく、自分を甘やかしてしまう傾向もあり、人と接する時にもうまく自分の意見を言えず、自分を必至に取り繕うことに精一杯でした。そのため、今回のインターンシップでは毎日違うスタッフに会い、相談者と対面し、またコーディネーターである藤中さんと話す中で密かに自分の中で葛藤をしては負けて、自分がだめな人間だと思い卑下しすぎてやる気が苛まれることがありました。しかし、すまセンはスタッフさんが皆私に対して正直に思ったことをぶつけてくれたので、私も自分の意見を言いやすい環境でした。また、自分がやった仕事に対してちゃんと評価をいただき、徐々に自信を持つことに繋がっていきました。そのうちに私はすまセンに行くことはひとつの楽しみとなりました。結果的に、インターンシップが終了する頃には自分がありのままの自分で他人と接せる喜びを感じることができました。このような感想は、インターンシップの業務と直接関係のないように感じますが、私としてはすまセンでのインターンシップを通して一番得られたものは自信なのではないかと思っています。このような機会を与えてくださった NPO サポートセンターの皆様、そしてすまセンスタッフの皆さん、及び斐(ペイ)さんと藤中さんには本当に感謝しきれません。





**梅田 恵** 日本女子大学 家政学部 家政経済学科 2年

インターン先:市民セクターよこはま

インターン日数:40日間 インターン時間:250時間

## ★自己評価

### 仕事内容

- ・各種アンケート結果のPCへの入力・グラフ作成など
- ・横浜市のコミュニティビジネスの実態調査(インターネット検索、訪問など)
- ・各種イベント等準備の手伝い・横浜市市民活動共同オフィス管理・運営の補助 等

### 獲得目標

- 1、様々な世代、様々な想いをを持った人との交流を通じて、自分の視野を広げ、社会に出ても通用するようなコミュニケーション能力やプレゼン能力を身につける。
- 2、NPOをはじめとした団体や個人の抱える課題、必要とする支援、事業への想いや魅力などに触れる。
- 3、市民セクターよこはまが行う事業について知る(どんな手順を経ながら事業が進められるのか、どれほどの人が関わっているのか、資金調達の方法など)

### 獲得目標の達成についての評価

- 1、人前に立つと頭が真っ白になる位緊張しやすい性格だったが、やっと、それほどの緊張はしなくなった。そのため自分の発表の仕方を少し客観的に見られるようになってきた。また、以前は人見知りしがちだったが、それも改善されてきた。
- 2、現場に伺う機会を何回か与えて頂き、たくさんの想いに触れることができた。課題はやはり私が述べるまでも無く、お金の面で課題が多いということを実感した。長期安定的に運営するための資金調達には多くのNPOが苦勞しているようだった。
- 3、行政との協働・委託による事業が中心であり、そういった形態は行政による様々な制約がある一方で、行政との接点が多いという事を、政策提案に生かそうとしていることがわかった。現場のネットワークが発展していった成り立ちから、福祉系を中心としたNPO等との関わりがとても多い組織であることがわかった。

### 学んだこと

#### インターンシップについて

子育て、障がい児・障がい者、高齢者の介護などの生活に身近な問題は、地域という枠組みの中で支えあっていくべき問題だとわかった。これらの分野は収益を第一目的に運営するのは難しく、利潤を目的とする企業にはなじまない。一方の行政でも住民の個別のニーズに応えていくというのも難しい。そのような中で、NPOが地域の中で果たす役割というのはたいへん大きいものだわかった。地域の課題解決を支えるまたは地域をよりよくするようなNPOが継続的に活動できるように、コミュニティビジネスという考え方や、合宿で学んだマーケティングの考え方も非営利セクターの中にもっと浸透していくべきだと思う。

### NPO 経営資源開発研修について

マーケティングの基本的な理屈は理解できて、それを実際の NPO の運営に生かしていくのは時間・労力がいる難しいことだと思った。当事者がよいと思ったことを、不特定多数の人にも納得させるための有効な手段なのだと思う。

### 反省点および自分の課題

今思うと、市民セクターよこはまにインターンした当初から「ここは何も知らないいち学生の学びの場というよりも、やはり『職場』であるのだ」という印象を強く持ち、なるべく役に立てるようにあるいは足を引っ張らないように...との気持ちばかりが先行してしまっていた。職場の中のわからないことをいちいち聞いたりするのに躊躇してしまった。でももっと積極的に、学びたい！という姿勢を持って良かったのかもしれない。もっと自分から学びの場を作り出せるようなきっかけを工夫して作り出すべきだったのかもしれない。そういった点からはまだまだコミュニケーション能力や貪欲に学ぼうとする積極性などが不足していると思われる。

### 今後、この経験をどのようにつなげていくか

- ・大学の授業のワークショップや今後始まるゼミなどで積極的に発言をし、表現力や伝達力をより高める。
- ・所属しているボランティアサークルの活動を活性化させる。また、今までまったく興味の無かった自分の住む地域の NPO 法人や自治会等の動きにも興味関心を持ってみる。
- ・人との出会いを大切に、お互いが高めあえるような人間関係をたくさんつくり、つながりを広げる。
- ・中間支援という手法についてももう少し自主的に学ぶ。

## ★プログラム全体の感想

今回のインターンで、身に付いた事は、今自分を取り巻く環境に甘んじるのではなく、常にその現状に「問題意識」を持つという態度だと思っています。市内の様々な分野の NPO に伺う機会を与えて頂き、地域を良くしたいという想いに触れさせて頂いた事に加え、セクター職員の方々は事務局会議や運営理事会などで、自分たちの日ごろの働き方・協働事業・中間支援のあり方から横浜市の福祉政策にいたるまで「本当にこれでいいの!？」「もっとよくなるんじゃないの!？」と予定の時間を過ぎて問いかけを行い、熱い議論が止まないという現場に数多く遭遇したからだと思います。私は圧倒されながらもそういう場に常に置かれてきたことで、自分たちで自分が暮らす環境にもっと責任を持って考え行動するべきだ、と思わずにいらませんでした。ただ、モノやサービスの「受け手」や当事者の側だけからの主張ばかりするのではなく、行政などの「担い手」の立場も最大限理解することが必要なのだとも学べました。加えて、経営資源開発研修の参加により、会議などのチーム作業の進め方も勉強になったので、こういう技術はさらに実践を重ね、自分のものとしていきたいです。

素晴らしい機会を与えてくださった全ての方へ、本当にありがとうございました。この経験を今自分のできる事からきちんと生かして参りたいと思います。





**辻本 有沙** 法政大学 社会学部 社会学科 3年

インターン先: セカンドハーベスト・ジャパン

インターン日数: 23 日 インターン時間: 208 時間

## ★自己評価

### 仕事内容

- ・ 配送/事務局
- ・ パントリー
- ・ 炊き出しボランティア
- ・ 食品企業の調査

### 獲得目標

- ・ 活動を通じて NPO の運営について学ぶ
- ・ 活動を通じて社会や企業の見方を学ぶ

### 獲得目標の達成についての評価

研修合宿や最終報告会に向けた準備などで、「フードバンクの理解を深めること」と、「NPO の運営について学ぶ」という目標期待以上によくできたと思う。「より多くの人に活動を知ってもらおう」ことは、なかなか出来なかった。自分から広げていこう、という意識が欠けていた。「活動を通じて社会や企業の見方を学ぶ」という点に関しては、もちろんインターンシップをする前と後ではだいぶ進歩があるが、もう少し意識して活動できていればよかった。

### 学んだこと

#### インターンシップについて

人から学ぶことはたくさんある。だから一つ一つの出会いを大切にすること。私はこのインターンを通じて本当にたくさんの素敵な人と出会えたと思っている。色々な年代、職種、価値観を持つ人と会うことで、新たな発見が生まれる。だから色々な人と積極的に関わっていく姿勢が大切だと思った。

そして「働き方や生き方にルールなどない」ということも学んだ。多様な働き方に触れることで、自分の中での可能性が広がった。やりたいことを、自分らしく。それが大切なのだと気づいた。

#### NPO 経営資源開発研修について

念入りに計画されたスケジュールかつ、一つずつステップを踏んでいける内容だったので、インターン生としては団体のことをより深く学べる貴重な場であったと思う。「現場で学ぶ・NPO の運営を学ぶ」にはもってこいの機会だった。他団体の方との接点があることもよかったと思う。

### 反省点および自分の課題として見出したこと

予想はしていたものの、夏休み後に授業が始まってから、両立が厳しかった。週一回しか通えなかったため、仕事の流れが速い2HJでは、毎週毎週その時必要な仕事を把握するのが難しく、あまり業務に貢献できなかった。素早い切り替えやタイムマネジメントの必要性を感じたし、自分のキャパシティを考えながら、やりたいことを行っていくべきだと思った。

### 今後、この経験をどのようにつなげていくか

最終報告会で発表した認定ボランティア制度や、調査チームのプロジェクトに今後も関わっていかたいと思う。また自分がキャリアを積んでいく中で、いつになるかわからないが、NPOとの関わりは持っていたい、と思っているので、色々な情報にアンテナを張っていたい。

## ★プログラム全体の感想

3年生の夏は何かドカンと大きいことやりたいな、と思っていた頃から早半年。6月の書類審査から面接、研修合宿や中間発表会...などなど、今振り返ると嵐のような早さでしたが、本当に色々なことがありました。学校の勉強、就職活動、サークル、アルバイト...とやたら掛け持ち過ぎていた私は、インターンとの両立に悩まされましたが（お陰でますます強くなりました。）アットホームで和やかな2HJでの時間は息抜きにもなっていたのかなと思います。最初に掲げた目標が「人との出会いを大切にすること」「一日ひとつ成長すること」でした。

は予想以上にこのインターンを通じてたくさんの人に出会うことができ、自分の幅を広げることができて本当に良かったと思っています。この出会いがインターンでの一番の財産です。同世代のインターン生はもちろん、NPOICP関係者の方々、団体の方々など、様々な年齢、職種の方々と出会えるチャンスにこんなに恵まれている環境は他にあまりないのではないのでしょうか。に関しては、忙殺されるうちに見失っていたので、今後もこれは続けていきたい目標です。

経営資源開発研修では、まさかマーケティングの勉強をするなんて思ってもいませんでした。しかしそのお陰で、最終報告会でのプレゼンテーションのために準備を共に進めていくうちに、団体の深いところまで理解ができるようになり、まさに「現場で学ぶ」ことが実現できたと思っています。

### 【来年のインターン生へ】

この報告書を読んで「楽しそう」「ちょっとやってみようかな」と思ったらもう決まりです。動いてみることから始めましょう。楽しいことも大変なことも全部あなたを成長させる貴重な経験になります。自分の知らなかった世界や、多くの人たちとの出会いが待っています。自分の人生は自分で楽しくしてください！





阿部 弘佑 法政大学 法学部 法律学科 3年

インターン先:地球環境パートナーシッププラザ(GEIC)

インターン日数:35日 インターン時間:258.5時間

## ★自己評価

### 仕事内容

備品チェック/電話対応/郵便物の仕分け、ライブラリー業務と来館者対応、スタッフミーティングの参加、セミナー・イベントの実施補助&参加、えこたまの参加、CSR調査

### 獲得目標

1. 環境問題とCSRの知識を人に説明できるレベルまで身につける
2. パソコンのスキルを高める
3. 時間意識を持ちながら仕事をする習慣を身につける
4. インターン期間中に環境NPO100団体のファイル作成を完成させる

### 獲得目標の達成についての評価

1. : 特にCSRについては調査や現場の人からの話を通して、知識を深めることができた。  
: 環境の知識を深めるように、もっと情報収集をすべきであった。
2. : 仕事の中でエクセルやPPの新しい操作を知ることができた。  
x: もっとスピードを上げることが課題。
3. x: 一日のなかでの時間管理がうまくいかなかったのが課題。
4. x: 実施できなかった。

### 学んだこと

#### インターンシップについて

印刷機やパソコンなどで、自分が知らなかった操作を知ることができました。また、来館者や電話の対応などを通して、相手に分かりやすく話すことの難しさを知りました。また、仕事を進めていくうえで、「報・連・相」の重要性についても学びました。仕事の一つとして行ったCSR調査では、ステークホルダーの概念や企業のCSR活動の動向、CSR報告書構成の傾向などを知ることができて良かったです。

今回のインターンを通して、特に頑張れたと思えるものの一つに、CSR調査の最終報告があります。特に分析の部分はどのようにやればいいのか分からない中、いろいろと自分で調べてみました。スタッフの方に相談しながら試行錯誤の状態での分析作業、パワーポイントの作成作業では、見せ方の工夫も考えました。それまでは、パワーポイントは苦手だったのですが、作業を進めていくうちに操作に慣れていきました。

正直に言えば、今回の報告準備の段階で何度も投げ出したいと思いましたが、しかし、これだけは、自分が担当している仕事だから何が何でもやり遂げようと思いつけました。スタッフの方からの支えもあり、続けることができました。結果として、報告会を無事行うことができ、スタッフの方からもお褒めの言葉を頂きました。最後まであきらめずにやり続けて良かったと、この時本当に思いました。

#### NPO経営資源開発研修について

今回の研修を通して、マーケティングの考え方が学べて良かったです。また、マーケティングの概念をNPOに当てはめて考えるという作業は難しかったですが、非常に新鮮な試みであり、勉強になりました。また、物事を分析するというのが、どういうことなのか実践を通して知ることができました。

## 反省点および自分の課題として見出したこと

まず、反省として私生活とインターンの両立が上手くできませんでした。私生活とは、学校やバイト（新聞配達）他の活動などです。この問題の原因はやはりタイムマネジメントが上手くできなかったところにあると思います。また、常に問題意識や目的意識を持って行動することも十分にはできてなかったなと思います。さらに、「報・連・相」も徹底することができませんでした。これらは、自分の課題であり、今後改善しなくてはならないと考えています。スキル面では、パソコンのスキルを上げるのが、まず課題です。また、分析力や論理的思考力も鍛えていかななくてはならないと思いました。

一方で、今回のインターンを通して、頑張れたと思う点は、CSR調査の最終報告でした。調査という作業をとおして、物事を分析するというのが、どういうことなのかを勉強させてもらいました。また、分析から導き出された結果をどのようにまとめるか。それらを、何も知らない相手に分かりやすく伝えるには、どうすればいいのか。実際自分が報告する立場になってみて、その難しさをはじめて知りました。今振り返ってみると、情報収集と整理がうまくできてなかったと思います。しかし、今回の調査と報告をとおして、自分の課題がはっきり見え、多少なりとも、調査作業のノウハウを身に付けることができたと思います。本当に良い経験ができたと思います。

## 今後、この経験をどのようにつなげていくか

1. 手帳などを活用してタイムマネジメントをしっかりできるようにする。
2. 授業を受ける時や書物を読むときなどに論理的に考える習慣をつける。
3. 日常から「報・連・相」を実践するようにする。

## ★プログラム全体の感想

私がICP2008をとおして学んだことは、社会人として必要とされるビジネススキルだと思います。このプロジェクトのインターン先は、NPO・NGOが中心ですが、結局NPO・NGOだからといって、行う活動は、民間の企業の仕事と変わりはなく、同じように責任と結果が求められます。だから求められるスキルも民間のそれと変わらないのです。インターンをとおして、私が必要だと思ったスキルは3つあります。

1つ目が、「コミュニケーション力」。2つ目が、「情報収集・整理力」。そして、3つ目が「論理的思考力」。最初に、仕事場での「コミュニケーション力」とは、相手に分かりやすく、正確に伝えることです。これがうまくいかないと、仕事場の人たちと協力して仕事を進めるときに、支障をきたしてしまいます。それを防ぐためには、相手に伝える時に、分かりやすさと、正確さを、心がけなくてはなりません。「情報収集・整理力」は、仕事を進めていく上で、必要な情報を短時間で、且つ適切なものを集める能力です。これは、日頃から自分の仕事に関連あるものや、自分の興味・関心のあるものについて、その情報を集める習慣をつけておくと、自分の引き出しを増やしていけます。また、その集めた情報を必要なときに、すぐに使えるように工夫することも大事だとインターンの中で感じました。そして、何より大事なスキルは、「論理的思考力」だと思いました。なぜなら、仕事とは、何のために、何をするのかを常に考え、そこから何かを創り出す作業だからです。自分の中のものを整理して、それを外部に放出する。その作業を支える力が、論理的に物事を考えていく力です。考えることで、自分の考えが整理され、はじめて外部に“見える”かたちになるのであります。仕事とは、この作業の連続だと、私はインターンの中で思いました。

今回のICP2008をとおして、仕事とはどういうものなのか、働くとはどういうことなのかを、知ることができました。それは、これから社会に出る私にとって、貴重な経験になりました。私はこのプロジェクトに参加する前は、自分が何をしたいのかが曖昧でした。しかし、このプロジェクトをとおして、自分の課題が明確になり、やりたいことははっきり見えてきました。だから、このICPに参加させてもらったことを心から感謝しています。





## 佐藤 美紗子

早稲田大学 第二文学部 社会・人間系専修 4年

インターン先:地球と未来の環境基金

インターン日数:31日 インターン時間:206時間

### ★自己評価

#### 仕事内容

- ・助成金運営の事務局業務補助（助成応募書類の整理、分類、資料作成、助成選考委員会の運営補助、助成先への訪問ヒアリング報告書のとりまとめ）
- ・森林整備活動の準備（千葉、奈良の森作り活動の当日運営補助）

#### 獲得目標

- ・環境 NPO が抱える運営基盤の問題を把握することで、組織が継続して事業を実施するための必要な要素とサポートと、NPO 側のニーズについて考える機会にする。
- ・企業 CSR 活動の現場を見ることで、企業からどのような形でサポートや参加が可能か、また自分が社会人になったときにできそうな NPO との関わり方について考える機会にする。
- ・助成団体の審査側の視点、分析的な思考や伝える力を養うことで、自身の資金調達スキルを身に付けて今後の活動につなげる。
- ・森林整備活動を通じて、活動に参加する人々の思いなどを聞くとともに、自らの環境問題に関する知識を蓄える機会にする。

#### 獲得目標の達成についての評価

助成金運営事務局と森林整備活動関連の業務を通じて、非営利組織に対して単なるボランティア参加では決して抱かなかった疑問が数多く生じた点、環境問題に対する知識や情報へのアンテナが広がった点において、目標は十分達成できたと思います。非営利組織や企業の課題について垣間見たことで、明確な解決策は見出せなくとも、自分なりの課題解決への糸口を掴んだことは確かです。しかし、今後、この経験をどう活かすかどうにかかっていることを考慮し、現時点でのインターン評価は手厳しく（?!）60点としておきます！

#### 学んだこと

##### インターンシップについて

社会学者デビット・コーテンによると、社会には、行政の力（行政）、経済の力（企業）、価値の力（市民セクター）の3つの力が存在するとのこと。本インターンを振り返ると、非営利組織のもつ価値の力や、NPOの存在意義をじっくり考えて行動する日々であったと思います。助成金事務局業務を通じて、組織基盤に課題を抱える多くのNPOと出会いました。現時点では、NPOが本来生みだすべき変化や社会への影響力は十分とはいえないと痛感する一方、市民の力を束ねて“地道に”力を発揮している姿を見たのも事実です。



また、経済の力をもった企業との協働の場も見たことは、来春から社会人となる私にとって、企業の社会貢献の真の意義を見出すための良い刺激を受けました。改めて、社会課題解決のために自分を含めたすべての市民ひとりひとりの行動の大切さ、NPO が個の力を集結させること生み出す力を学びました。

#### NPO 経営資源開発研修について

「社会課題を解決し、社会をよりよく変えるためにすべきこと」。ごくシンプルで当たり前の NPO 活動の存在意義に辿り着いた研修でした。行政や企業ではなく、なぜ NPO が介入する必要があるのか、NPO 活動の根源に関する疑問と向き合うきっかけとなりました。

#### 反省点および自分の課題として見出したこと

反省点として、せっかくのインターンの機会をもっとフル活用して、日本の森の現状や環境配慮製品に関する情報を集め、きちんとした知識を蓄えて、活動に挑むべきであったことが挙げられます。今後、自分自身が感じる社会課題とどう向き合い、解決に向けて何をすべきか、自分のレベルに落として再考する契機にもなりました。

#### 今後、この経験をどのようにつなげていくか

来春より社会人となることで、自分とNPOや社会との関わり方も変わっていくことと思います。週5日の企業での仕事を通じて社会に貢献することのみならず、マクロ・ミクロの視点をもって市民セクターでの実際の活動も大事にしたいと思っています。今後、EFFをはじめ、本研修で出会った方々と繋がって、日常生活で感じた社会課題への気付き、考えに対して、きちんと疑問を抱いてエネルギーを注いでいきたいと思っています。身近なところから、自分の目指す社会作りのために行動するスタンスを大切にこの経験をつなげていきたいと思っています。本当にありがとうございました。

## ★プログラム全体の感想

「社会課題を解決し、社会をよりよく変えるために我々は何をすべきか」。

文字に起こすとごくシンプルで当たり前の NPO 活動の存在意義に辿り着いたインターン研修の日々でした。助成金事務局業務を通じて、組織基盤に課題を抱える多くの NPO と出会いました。現時点では NPO が本来生みだすべき変化や社会への影響力は十分とはいえないのではないかと痛感する一方、市民の力を束ねて“地道に”力を発揮している姿を見たのも事実です。NPO の活動は、人に共感してもらい、賛同してもらうことが起点であると思いますが、難解なテーマゆえに市民の興味や理解を得られない団体も少なくないと思います。市民にとって、少しでも身近な問題として可視化できるように、市民の力を巻き込んでいけるように、地道に社会へ発信していく力が今の NPO には求められており、存在意義のひとつであると思いました。

また、NPO と様々な企業の協働の場を垣間見たことは、来春から社会人となる私にとって良い刺激を受けました。改めて、今後、自分の感じる社会課題とどう向き合い、解決に向けて何をすべきかを再考する契機となりました。ありがとうございました。





**富村 美帆** 明治学院大学 法学部 政治学科 3年

インターン先: ちば MD エコネット

インターン日数: 27 日 インターン時間: 222 時間

## ★自己評価

### 仕事内容

- ・カフェ「ひなたぼっこ」の店員
- ・行政と協働事業のセミナー、フォーラムの会議係、記録係
- ・公園清掃

### 獲得目標

- ・報告・連絡・相談をしっかりとる
- ・多くのコミュニケーション（笑顔、思いやりを持って）を大切にする
- ・障害のある方をよく知る。そして必要な支援を考える。
- ・目的意識を忘れず、最後までしっかりやりぬく！！

### 獲得目標の達成についての評価

目標のひとつに「障害のある方をよく知り、必要な支援を考える」を立てました。〈ひなたぼっこ〉と一緒にコミュニケーションをとりながら活動するなか、また学校支援事業の研修やフォーラムに参加させていただくことで、障害のある方の抱えている問題や、その解決を阻む社会の問題を知ることが出来ました。必要な支援については、そこまで考えが到達出来ませんでした。しかし、日常生活においてちょっとした声かけや手助けがあるだけで、障害のある方の生活が充実し、その範囲は広がると感じました。今後も一緒にコミュニケーションをとりながら考えて行きたいです。

### 学んだこと

#### インターンシップについて

ちばMDエコネットの活動中、数え切れないほど多くの出会いがありました。カフェでは障害のあるスタッフが働いています。みなさん私より年上なのに元気満々、やさしく、まっすぐでみなさんとの会話が〈ひなたぼっこ〉に行く楽しみになりました。またボランティアのみなさんや、お客さんと多くのコミュニケーションを通して知らなかったことや、様々な意見交換が出来たことがとても貴重でした。

#### NPO 経営資源開発研修について

マーケティングを学ぶのは初めてでしたが、団体の方と一緒に事業内容をマーケティングに落とし込んでいくことで、団体のミッションや強み・弱み、現状と課題をより理解する機会となり、団体への思い入れがさらに強く、そして活動のモチベーションが上がりました。最初は団体のミッションのやさしさ、ソフトな部分がマーケティングでは伝わらないのではと不安でしたが、ミッションをぶらさず軸にしてマーケティングを行えばそのようなことはなく、団体の現状理解や今後の継続・発展のためにはとても有効だと感じました。

### 反省点および自分の課題として見出したこと

<ひなたぼっこ>のスタッフのみなさんとのおしゃべりに夢中になり、作業が滞ることが何度かありました。コミュニケーションと仕事のめりはりをつけ、活動すべきだったと思います。また、マーケティングを学ぶなかで、自分が論理的に順序立てて物事を考えることが苦手なことが分かりました。思いつきや予想で考え、行動するのではなく、今後は正確な情報収集、そして行動に移せるようになりたいです。

### 今後、この経験をどのようにつなげていくか

ちばMDエコネットで多くの方と出会い、様々な話を聞いたことがとても貴重でした。知らなかったことを教えて頂いたことで、インターンをする以前は気づかなかっただろう内容の新聞記事、テレビ番組や電車内の広告に目をとめるようになりました。これは私の家族にも影響を与え、父が会社から新聞記事を持ち帰ってきたこともありました。私の視野、そして家族の視野までもが広くなりました。今後も、多くの方とのコミュニケーションを大切に、未知な世界や様々な意見・価値観に触れていきたいです。

## ★プログラム全体の感想

私はこのプログラムを大学のボランティアセンターのメールマガジンで知りました。知ったのが申し込み締め切りの一週間前だったので、「ぜひ参加したい!」と慌てて申込書を書きました。インターンが始まる前は期待と不安でいっぱいでしたが、インターン生のみんな、各団体の方々、事務局のみなさんの気さくな人柄に触れ、不安はすぐになりました。インターン生は期間中、お互いの活動状況を話すことで活動のモチベーションアップにつながり、また他の団体のコーディネーターさんは、夏合宿や中間報告など、お話する機会も多くありとても貴重な時間を過ごすことが出来ました。

そして、インターン先の「ちばMDエコネット」ではさらなる出会いがありました。障害のあるスタッフ、ボランティアのみなさん、そしてカフェのお客さんと多くの人に出会いました。様々な話を聞き新たなことを知ったことで、興味・関心が増え、視野が少し広がったように思います。

「プログラムを通して多くの人に出会い、多くのコミュニケーションがとれたこと」

私にとってとても有意義でした。ギリギリに申込書が間に合ってよかったと思います。これからもこの出会いを大切に、常にコミュニケーションをとることを忘れずに歩んでいきたいです。





市川 恭子 法政大学 法学部 国際政治学科 3年

インターン先:NICE(日本国際ワークキャンプセンター)

インターン日数:41日 インターン時間:220時間

## ★自己評価

### 仕事内容

- ・ イベント(グローバルフェスタ、横浜国際フェスタ、NICE ただいま会)の出展企画、当日運営
- ・ 隔週発行メールマガジンの原稿作成
- ・ 資料発送業務
- ・ Web 上広報活動
- ・ 説明会アンケート処理、ゲストスピーカー確保
- ・ 説明会、ワークキャンプへの参加、等

### 獲得目標

- ・ NICE について、具体的且つ魅力的に自分の言葉で表現し、広報活動を行う。
- ・ 多くのカラフルな人との出会いを大切にし、自分自身、強いては相手の成長につなげる。
- ・ PCスキル、コミュニケーションスキル等を高め、働きやすい環境を作る。
- ・ 学校、アルバイト、インターンの両立を徹底する。

### 獲得目標の達成についての評価

「NICE の魅力をもっと多くの人に知ってもらおう！」という一番の目標は、経営資源開発研修を行うにつれて意識が高まった。メールマガジンの発行を中心に「楽しい広報」を心がけた。イベントの企画・運営を中心に、多くのカラフルな方々と出会い、常に前向きに考えられるようになった。エクセル、ショートカットキーなどの PC スキルを身に付けることが出来た。「報・連・相」の重要性を知り、後半は報告を密に行うことが出来た。学校、アルバイト、就職活動、インターン、の両立を図り、辛い時期もあったが、乗り越えタフになれたと思う。

### 学んだこと

#### インターンシップについて

- ・ 「報・連・相」は簡単のようで難しい。円滑な業務遂行の為にもしつこいと思う以上に心がける必要がある！
- ・ どんな地味な業務でも、アツい気持ちを忘れてはならない。自分の業務を通じて、人生が変わる人も居るかも知れない・・・NICE の活動はそれほど魅力的！(たまにはうまく力を抜く時もあります。笑)
- ・ 人脈を積極的に広げるべき！ 価値観、自分の可能性が広がる。

### NPO 経営資源開発研修について

団体の理念の大切さ。基盤を固めることは本当に大切だと改めて実感しました。現状分析、競合分析などのマーケティング調査を行う上では、厳しい視点から自分の団体につきこみを入れる！ 他団体など第三者に見てもらうことが効果的。NICE はボランティアの情報を提供するサービスがあるが、他団体は寄付を元に団体が社会に貢献する活動が出来る形であり、NICE の会員獲得増は比較的簡単であると感じた。法政もターゲットにします！

### 反省点および自分の課題として見出したこと

PC スキルが未発達 PC を使った業務が中心となるインターンでは、強い PC スキルがあればもっと業務が円滑に進んだと思う。(ショートカットキーなどの使用方法を早くから学んでおけばよかった。)

マーケティング施策を考える際に、ワンパターンなアイデアに偏ってしまった。もっと多様な視点から考え、もっとバラエティーのあるアイデアを考えられたら、より面白い発表やより具体的な施策に繋がったかもしれない。そしてコーディネーターの方にマーケティング調査の大半をまかせっきりになってしまった。単に事務業務を淡々とこなしてしまい、経営資源開発のことを考えられない時もあった。

### 今後、この経験をどのようにつなげていくか

NICE でのインターン・経営資源開発で学んだ、自分の理念(軸)を持ち、向上心・疑心を持って、現状を打破していくスタイルを活用したい！(就職活動など…)NICE の活動(イベントやワークキャンプ)に参加し、もっと NICE な人間になりたいです。また、自分の大学での NICE 会員増も目指したいと思います。

## ★プログラム全体の感想

5 ヶ月間の長期間のインターンシップ、学生にとっては貴重な体験だった経営資源開発研修を通して、学んだことは限りないです。かなりタフな内容でしたが、インターンシップと経営資源開発研修の 2 本立てプログラムにより、インターン生と団体との繋がりが強くなれたと思います。またインターン同士、団体同士の繋がりが深くなりました。このような貴重な出逢いや経験が出来た自分は、本当にラッキーだったと思います。Panasonic、NPO サポートセンターの方々、団体の方々に本当に感謝しています。インターンシップの業務においては、責任のある業務を任されることで、タイムマネジメント能力や向上心を持つことを学びました。向上心の高い団体の方のフィードバックがあったから、自分は業務を遂行し、成長できたと感じられます。経営資源開発研修は、中間報告、最後の成果報告会の機会という目標の設定があったから充実したものになったと思います。

NPO に対する意識が変わり、もっと多くの人に NICE をはじめ諸 NPO の活動と魅力、アツさを知って欲しいと思います！これで終わりということが無く、これからも NPO、NICE の活動に関わっていきたいです。





## 平波 貴子

明星大学 人文学部 国際コミュニケーション学科 3年

インターン先: ハンガー・フリー・ワールド

インターン日数: 30 日 インターン時間: 202 時間

### ★自己評価

#### 仕事内容

- ・ 資金調達活動
- ・ CSR 推進 NGO ネットワークの活動

#### 獲得目標

- ・ NPO 団体が、どのように資金調達をしているか理解する
- ・ NPO 団体と企業がどのように関わっているか理解する。
- ・ ビジネスマナーを身につける。

#### 獲得目標の達成についての評価

最初にコーディネーターさんと設定した目標である、「資金調達の一連の流れを把握する」、「NGO が企業とどのように関わっているか知る」、「ビジネスマナーを身につける」といった 3 項目を達成できてよかったと思います。

#### 学んだこと

##### インターンシップについて

NGO の大事な資金分野に携わり、お金をかけずに資金を集めるには“地道に”“手間をかけて”やらなくてはいけないと実感しました。

##### NPO 経営資源開発研修について

研修当日は、ワークがたくさん組み込まれており、自分の団体を知り、課題を見つめなおすことが出来ました。NPO も企業さんと同じように、魅力的なキャッチフレーズ、募金内容、サービスなどにしなければ、支援者を増やすことは難しいのだとわかりました。

##### 反省点および自分の課題として見出したこと

PC のエクセルの表等が上手に作れず、当初 3 度手間ほどかけてしまったので、これから社会に出る前に習得しておくべき課題だと感じました。

##### 今後、この経験をどのようにつなげていくか

HFW の研修で、当団体が過去に行なったアドボカシー活動を知りました。私はアドボカシー活動について偏見的な意見を持っていましたが、国民の意見を国や世界に表すことは重要であり、政府を動かす力となることを知りました。今後、自分の意志を表せる人になりたいです。

## ★プログラム全体の感想

私は、高校時代から「国際協力」というものに興味を持っていたのですが、自発的に NGO を探し、関係を持つという所まで出来ていませんでした。そこにきっかけをくれたのが P-NPOICP でした。大学でこれを知った私は大学 3 年生で、一般にインターンシップを行う学年でしたし、就職先を決める前に是非そのフィールドを知りたいと強く思うようになりました。

実際にインターン先である HFW では、初めての体験ばかりで、毎週行くのが楽しみでした。任務作業が随時異なり、初体験で楽しかったこともあるのですが、回収作業では特に、カウント作業で成果が目に見え、換金することにより資金となって団体の手元に戻ってくるため、成果を実感しやすく楽しかったです。単純な資料作りでも、これを見て団体の方が回収キャンペーンに参加してくれるきっかけになるかも、と思うとワクワクし、あて名書きや袋とじも苦になりませんでした。

また、HFW のインターン生は、通常週 2 日出勤が義務だったのですが、私は大学授業期間中、それが不可能だったため、HFW でインターンをするには、このプログラムしかありませんでした。

NPO という多くの人が体験したことのないフィールドに携われ、貴重な経験ができた嬉しく思います。今後とも、2008 年度、P-NPOICP インターン生としてよろしくお願ひします。何かあった時は、声をかけて下さい。





**本田 和也** 法政大学 法学部 法律学科 2年

インターン先:ファミリーハウス

インターン日数: 日 インターン時間: 時間

## ★自己評価

### 仕事内容

- ・ファミリーハウスが運営している全ハウスへの訪問
- ・ハウスマネージャー体験（日勤・夜勤）
- ・外部の方に対して使用する活動紹介ファイルのリニューアル
- ・Web ページの英訳作業

### 獲得目標

- ・ファミリーハウスへの理解を深める
- ・より多くの人にファミリーハウスを知ってもらう
- ・NPO の運営について学ぶ
- ・スケジュールマネジメントスキルを身につける

### 学んだこと

#### インターンシップについて

ファミリーハウスをはじめとする患者家族滞在施設は高い意識を持って活動している多くのボランティアによって支えられています。私がファミリーハウスでインターンをしていて一番感動したのは、ボランティアの方々が、自らの満足より患者家族の幸せを強く願っている事でした。

ファミリーハウスの作業はとても地味かつ患者さんや家族と触れ合う機会等皆無に近く、そのうえファミリーハウスではボランティアさんを表彰とかすることは一切していません。それにも関わらずファミリーハウスで継続してボランティアをしてくださるのはボランティアの方々の意識が高いことの一言に尽きると思います。頻繁に活動されているボランティアの方と話した際に「できることをできる範囲でやる」という現実的な目標を持って活動していると聞かされ、自分の中でもっていたボランティアのイメージを払拭することができました。



### NPO 経営資源開発研修について

ファミリーハウスでは特に弱い経営という観点から活動を見る機会として事務局長に送り出され、参加した経営資源開発研修でした。研修内容自体はわかりやすく工夫されており、理解することに困難は感じませんでしたが、それをファミリーハウスの活動に結びつけるのに水村さんと一緒に悩みました。水村さんは競合という概念がファミリーハウスの活動と結びつかないのではないかと問題提起をし、話し合ったりもしました。

研修後に事務局長に報告書を出せといわれていたので提出したところ、多々考えさせられる所があるとおっしゃり、研修に参加した二人だけではなく事務局全体でも研修内容を享有し合いました。その後、研修内容を生かした事例としてはイベントでの参加者のアンケート集計の細かさ等があります。

### ★プログラム全体の感想

私がファミリーハウスでインターンシップをしたいと思ったのは、子どもの幸せに直結している団体でインターンシップをしたいと言う、漠然とした考えの結果でしたが、最終的にはファミリーハウスのことを非常に好きになってしまいました。

そもそもファミリーハウスに興味を持つことになったきっかけは活動内容でしたが、好きになったのはスタッフやボランティアさんの温かみに触れてからでした。

ボランティアの方々と関ることができて私が特別うれしかったことは、以前から苦手意識のあったボランティアをしている方々の心構えを直接聞くことができたことでした。ボランティアの皆さんは自分ができることをやるという、無理の無い意識で、以前私が持っていた「なんだかボランティアしている人って無理してそう」という偏見が払拭できました。

ボランティアと混ざって作業をしたときの作業が「滞在施設のベッドのためにパッチワークカバーを縫おう」という作業だったのですが、当初その作業をしると言われたときは「なんの意味があるのだろうか?」と思いつつ、ワイワイ数名のボランティアと針仕事をしたのですが、色々話を聞くうちにこのパッチワークには地方からお子さんの治療のために上京した方が少しでも押し付けがましくない形で人の温かみを感じることができるようにしているのだなということがわかり、また、「一人じゃないんだよ。支えてくれる人もいるんだよ。」ということ伝えるのにも効果的だと感じました。





**高橋 明佳** 桜美林大学 ビジネスマネジメント学群 1年

インターン先:ブリッジ エーシア ジャパン

インターン日数:29日 インターン時間:222時間

## ★自己評価

### 仕事内容

- ・ イベント(料理会、グローバルフェスタ、交流会)企画・運営
- ・ BAJ 通信発送手伝い
- ・ 資料作り
- ・ データ入力など

### 獲得目標

- ・ 時間管理(期限を守るなど)体調管理をきちんとする
- ・ たくさんの方とお話(特に活動している内容や、NPO についてなど)をする(目標、1ヶ月に10人以上)
- ・ 助けてもらったときや、アドバイスを頂いたときに必ずお礼を言う。そしてそれを次の仕事で生かせるようにする。

### 獲得目標の達成についての評価

時間管理、感謝すること、たくさんの人と話す(30人/1ヶ月)

時間の管理は、なかなか大変で、風邪をひいて体調を崩すことができなかったこともありました。

感謝することは、忙しいときに忘れがちになってしまうことを今度から気をつけたいと思います。

たくさんの人と話をすることは、毎月、イベントに参加させていただいたので、話せたと思います。これからも続けていきたいです。

### 学んだこと

#### インターンシップについて

NPO に対してや、難民についてなどの知識に多くの誤解や知らないことがたくさんあったことがよくわかりました。スタッフの皆さんは膨大な仕事を毎日やると共に、現地の方のこともしっかり考えて援助をしたりしていて、人を助けるために仕事をしているのを見て、自分もしっかりがんばらなくてはならないな、と思いました。

### NPO 経営資源開発研修について

いろいろな地域でいろいろな団体さんが活動していることがわかりました。NPO でもやはりいろいろな人に知ってもらうために、自分たちの団体のしていることを、わかりやすく伝える必要があり、そのためにマーケティングは欠かせないものなのだとわかりました。

### 反省点および自分の課題として見出したこと

自分の中の常識にとらわれ、全体が見えていないと思いました。そのために、もっとたくさんの人と話をしているいろいろな知識や考え方に触れていきたいと思いました。NPO で活躍している方々は、とても活動的で行動力があるので見習いたいと思います。

### 今後、この経験をどのようにつなげていくか

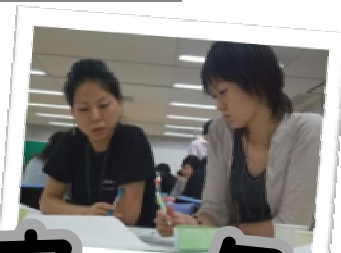
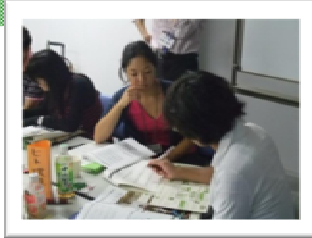
これから、NPO の会社の経営の仕組みを考えてみたいと思いました。そのために一般の企業と比べてどのような点において違うのかを、会計学や経営学などを通して学びたいと思いました。

## ★プログラム全体の感想

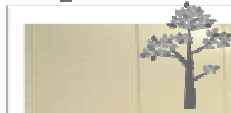
入る前はNPO団体がどのような活動をしているか、具体的にはわかりませんでした。しかし、実際にインターンをしてみてBAJでもほかの団体さんでも自分達の信念がありそのために自分達ができることを一生懸命考えていて、自分の思いを形にするための行動力があり何かのためにがんばれて素敵だと思いました。普段は聞けないようなお話をたくさんしてくれる方が多く、貴重な経験をして感謝すると同時に自分達の経験をオープンに人に伝えて素直に意見を求め、良い点を他に生かそうという精神が普通にあり、積極的に活動しているのだと圧倒されました。

ここで学んだことは私の視野を広げてくれました。これまでNPOはどのように成り立っているかなどの知らなかったことや誤解していたことなどをインターンの中で沢山学びました。このことは将来、私が進路を決める上でも生活面でも影響を及ぼすことだろうと思います。実際にもっとNPOを知るためにこれから少しNPOの授業を履修しようと考えています。そしてここで出会った縁を大切に、これからもNPOの仕事に携わっていききたいと思います。本当に半年間、沢山面倒をみてもらいありがとうございました。

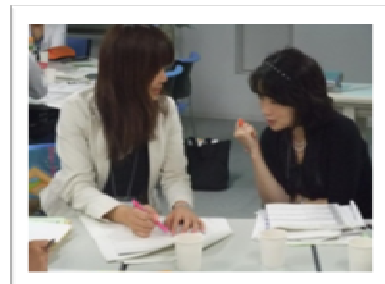
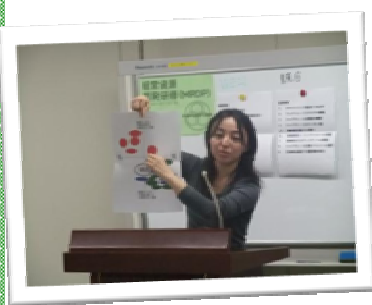




# コーディネーター感想 NPO組織基盤強化研修



発表資料





## WE21 ジャパン

コーディネーター: 松澤 桂子

### ★自己評価

#### 受け入れカリキュラム内容の良かった点

長期間だったので、団体が持つ様々な現場を体験してもらうことができ、団体のことをよく知った上でインターンをしてもらうことができた。

#### 受け入れカリキュラム内容の課題・問題点と解決策

##### < コーディネーターとして感じた課題 >

インターン生担当業務が、秋のイベントの関連業務以外で一貫したものが少なかった。

MRDP で忙しくなる前にルーティーンワークを積極的に振る。単発の仕事では背景や関連を丁寧に説明する。

##### < 振り返り時にインターン生より出た課題 >

もう少し難しいものを与えてもらってもよかった。

早めに言って欲しかった。普段から、指摘も含めて割りとフランクに話してくれていると思っていたが、本当に言いたいことを言える雰囲気作りに工夫する。事務局間メールに終止はいつてもらい、自分で仕事を見つけてもらうようにする。また、振り返りをもう少し頻繁に持つ、など。

#### コーディネーターとしての課題と改善策

- ・途中から日誌の返信が遅れ、コミュニケーションツールとしての役割が十分に果たせなかった。

仕事に余力を持てるようにする。自分で毎回返信しようとせず、積極的に他のスタッフにも依頼する。

### 団体にとってのメリットとデメリット

#### ・メリット

女性の多い職場で、国際協力・環境という WE21 が取り組む分野とは違うバックグラウンドを持ったインターン生が参加し発言をしたことで、コーディネーターと事務局スタッフにとって+になった。

#### ・デメリット

インターン生を受け入れた大きな理由の1つが、団体に別の視点を見せてもらうことだったが、会議や報告会に参加してもらう以外でももう少し視点の共有の機会を作るべきだった。

### 今後に向けてのフィードバック

とても良いプログラムですので、継続する団体がステップアップできるような内容が今後も組み立てていくと良いかと思います。

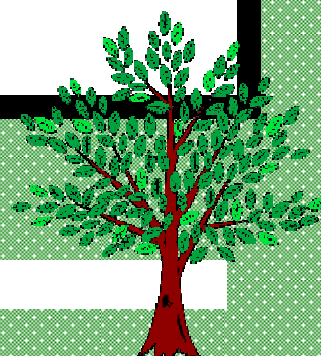
## ★プログラム全体の感想

今回初めてNPOスタッフとしてインターンシップのコーディネートをする機会をいただき、団体について、また自分自身について考え直す良いきっかけになりました。

経営資源開発研修でNPOでのマーケティングを座学・実践を通して学び、転職した頃の感じたけれどいつの間にか忘れていた課題に、ほぼ初めて挑戦することができました。講師の長浜さんを始め、スタッフ皆様のサポート無しでは決して取り組めなかったです。

また、イギリスでのインターンシップで学んだボランティアコーディネート術を試行錯誤してみても、WE21ジャパンに合うインターンシップを自分なりに探すことができたと思います。笠原さんと向き合う中で、人をコーディネートする以前に自分が仕事を一人前にこなさなければ話にならないことも痛感し、仕事への気持ちが少し変わりました。また日々の仕事に埋まるのではなく、NPOだからこそ“思い”が大切であることを、最終発表で他団体の発表を見て再確認させてもらいました。

これからが本当の勝負です。理想は高く、でも地に足をつけながら周りの人たちを巻き込んでいきたいと思っています。皆様、どうもありがとうございました。



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の活動を知るきっかけを増やす。
  - 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

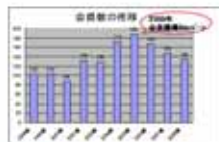
【現状分析】  
持続的な発展のために



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

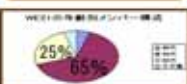
会員サービスの見直し及び広報の強化により、既存会員の維持・確保、新規会員を開拓する。

【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**  
97.5万人 (602万人×15%)

- 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% (神奈川県産業調査センターによる調査結果)



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



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 会員を維持・獲得するための告知手段や量が少ない
- ③ 会員登録方法 支払方法の選択幅がない
- 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

参考  
シャフアニューム有用  
による海外協力会の例

- 【会員特典】
- 1 クラフトドリンク代金を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 海外駐在員からの便り
  - 6 メールマガジンの登録
  - 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 メールマガジンの登録
  - 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
  - 8 各チームのニュース
  - 9 会員変更なし

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
- ホームページでの掲載

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
  - 国民サポートセンター
- ② web上での広報
  - 活動紹介ブログ
  - 会員手帳家のためのメルマガ
  - 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**

会費納入方法の再検討と導入

- ・銀行振込
- ・自動引落
- ・月払い

web登録ページ設置

・他の多くはNPONNGOは銀行振り込みが選択できる  
・協賛協会NPONNGOはクレジット払いが主流  
⇒パンフレットワークシート

### 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

### マーケティング施策全体像

【期待される成果】

**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**

**現在**

- ① 会員向けニュース発行  
2期会での議決権  
個人会員  
年会費10,000円
- ② 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
- ③ 年会費制
- ④ 会費未納入者への催促

↓

**改善後**

- ① 会員特典増加  
会費変更なし
- ② 適切な場所での紙媒体広報  
・web上での広報
- ③ 会費納入方法の再検討と導入  
・web登録ページ設置
- ④ 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  
→ インターン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。







## かながわ外国人すまいサポートセンター

コーディネーター：藤中 祐子

### ★自己評価

#### 受け入れカリキュラム内容の課題・問題点と解決策

##### <課題>

カリキュラム内容は良かったと思う反面、NPO としてのミッションは何か？についても一度考える…ということはあまりなかったのかな？と思います。

##### <問題点>

団体中心のカリキュラム（受入団体にはよかったのですが…）で、研修生にあまり考えて行動させるということはなかったかもしれません。

##### <改善策>

インターン生にもそれなりの責任感を持たせ、最終発表の場を設けたほうがやる気が出、また共にミッションとは何かをもっと考えるきっかけになると思いました。

#### コーディネーターとしての課題と改善策

##### <課題>

他の企業勤務だった為、インターン生に直接指導する時間がすくなかった気がします。他のスタッフばかりに反面負担を掛けてしまいました。

##### <改善策>

出来るだけ、インターン生が出勤できる日に少しでもあわせて話ができる時間を持ちたいと思います。

#### 団体にとってのメリットとデメリット

##### <メリット>

インターン生によって活気が生まれ、新たな団体のアイデアが生まれるようになった。また漠然とした資金繰りを本気でどうにかしないといけないということも気付くキッカケになった。

##### <デメリット>

インターン生が長時間業務できないことが少なからずあったため、中途半端な指導をおこなってしまうこともあった。出来るだけ出勤日は2時間以上業務に従事してもらえたらと思った。

#### 今後に向けてのフィードバック

今後、インターン生にはどの業務を担当してもらえるかを話し合い、忙しくない時間を有効に使ってもらえるよう工夫したい。

## ★プログラム全体の感想

初めて、インターン生を受け入れたのですが、まずは面接で悩まされました。一人しか選べないのか...と。面接に来た二人が二人とも素晴らしく見え、難しかったのをよく覚えています。そこで私が選んだ、堀内さん。おとなしそうですが、ここで鍛えたらどんな子に成長するのだろうか？と親のような気持ちで受入を決めました。

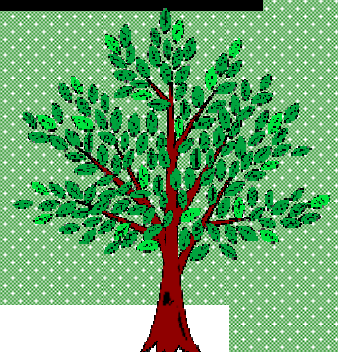
8月。堀内さんの初インターン。私よりも彼女のほうが緊張していたかもしれません。でも、それから彼女は見事期待どおり、成長してくれました。私の周りのスタッフも特に仲のいい方は皆さんきっちりしており、一つ一つの業務に毎日厳しい目を注いでいます。大人としての振る舞い、マナー...彼女は涙さえ出さず頑張ってくれました。

私は他でも仕事をしている関係上、毎週火曜日と木曜日、月1回の土曜日半日出勤しか出来ず、堀内さんと会えるのは火曜日の午前中だけ...そのほかの曜日は他のスタッフが交互に業務内で面倒を見てくれていました。大変でしたがそこでスタッフにも共通の仕事としてインターン生の業務観察交換日記なるものをはじめつけることになり、曜日ごとに担当を決めて最後まで行いました。堀内さんが何時～何時までシフトに入った...とかもちろん簡単なものもありましたが、やっと何だかスタッフも一つになる方向になったかな？と思いました。

外国人相談者からの相談が多い日、少ない日...様々ですがそれを堀内さんは実際に観察し、最後には英語の分かる相談者と少し会話をするようになったことは本当に彼女にとっていい経験になりました。それを見たスタッフも目を丸くしてほめていました。彼女の希望はいつしか中国語を話せ、スペイン語も日常会話ができるようになりたい...といってくれるように...それはまだまだですが、私がスペイン語で相談者と話をしている姿をよく見ていたので、そう思ってくれるようになったのは本当にうれしいことでした。

私達すまいサポートセンターの相談内容は本当に悲惨を極めています。そこで堀内さんがきてくださったことでやんわりとしたよい雰囲気スタッフ一同にも与えてくれたように感じています。殺伐としたオフィスをキレイにしてくれたことで私も少し明るく自分のフラワー作品でも飾ってみようかな？と思えるようになったことは自分も気分が和らいできた証拠かな？と今更ながら思う次第です。

本当に私たちにとっても今回のインターン生受入は大変良い経験となりました。今後もいい体験をしていきたいというのが切なる希望です。





## 新規法人会員の獲得に向けて

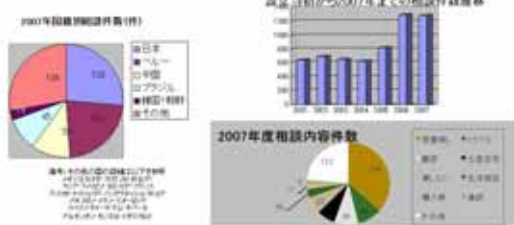
12月13日(土)  
かながわ外国人すまいサポートセンター  
発表者: 藤中 祐子  
インターン生: 堀内 愛彩

## 課題解決に向けた マーケティング施策の概要

- 課題: 団体運営資金の減少により、常勤スタッフの雇用やスタッフの研修費用を賄えず、また、広報費用も捻出できない
- 解決策: 新規法人会員の獲得により安定した運営資金を確保。具体的な施策としては、会員となるメリットを伝える広報ツールの開発、訪問や電話による営業活動、及び、イベントを活用した活動紹介を実施する
- 期待される効果: 有料雑誌や広報誌等を活用した広報の強化、及び、常勤スタッフの配置・電話による長時間の相談対応により、外国人のニーズにこたえたきめ細やかな対応が可能!

### 概要(1)

- 外国人の賃貸住宅入居から退去時における生活全般の相談や支援を行う団体。



### 概要(2)

- 最近の新しい取り組み

- ・行政窓口他言語マニュアルの作成・普及  
(ベトナム語・中国語・ハンガール語・スペイン語・英語・ポルトガル語・タガログ語・タイ語)  
※マニュアルHPアドレス [http://www.sumasen.com/manual\\_index.html](http://www.sumasen.com/manual_index.html)
- ・すまいに関わらず生活相談に対応する必要性に応じて、インターネットや文献で調べたことを全体で共有

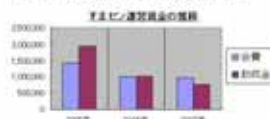
### 概要(3)



### 課題の設定背景(1)

#### 課題: 新規法人会員の獲得による団体運営資金の確保

- 理由1: 常勤スタッフを雇えない(きめ細かなサービスができない)
- 理由2: スタッフの知識強化としての研修会を開くことができない
- 理由3: 宣伝・広報に費やす費用が捻出できない  
助成金などは限られた目的にしか使えない……  
また、継続して得られるとは限らない……



法人会員の新規獲得(及び会費200万円)によりこれらの問題点を解決!

### ターゲットの設定(2)

- ターゲット: 法人会員
- 1. 今後、政府の法規制整備による他国からの企業研修生増加に伴い、法人会員数拡大の可能性があるため
- 2. 不動産店の場合、全体の80%がまだ非会員であり、今後開拓の余地があるため【参考】法人会費(1万円/口)、個人会費(5千円/口)



- クリアしなくてはいけない課題
- 外国人に対する不安  
- トラブルがあったら面倒だ  
- 外国人とは文化が違う、日本の生活はできないのではないかと不安

### 競合間におけるサービスの比較(3)

	すまセン	登録不動産店	行政	YOKE	国際交流ラウンジ
アドバイス	○	△	×	△	△
言語	○	×	×	△	△
情報	○	○	△	○	○
行政手続き	△	×	○	×	×

## 法人見込み会員に対するアプローチ(4)

アプローチ先	不動産店100社 (過去にセミナーがあったところ)	企業10社 (社長室・総務課等)	その他20団体 (協賛団体・人材団・民間団体)
獲得目標	100社×10,000円＝1,000,000円	10社×20,000円＝200,000円	14団体×10,000円＝140,000円
サービス	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 経営者支援セミナー</li> <li>② マネジメント研修、海外研修派遣</li> <li>③ 法人見込みのセミナー</li> <li>④ 企業向けセミナー(経営者向け)</li> <li>⑤ 企業向けセミナー(社員向け)</li> <li>⑥ 企業向けセミナー(役員向け)</li> <li>⑦ 企業向けセミナー(役員向け)</li> <li>⑧ 企業向けセミナー(役員向け)</li> <li>⑨ 企業向けセミナー(役員向け)</li> <li>⑩ 企業向けセミナー(役員向け)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 経営者支援セミナー</li> <li>② マネジメント研修、海外研修派遣</li> <li>③ 法人見込みのセミナー</li> <li>④ 企業向けセミナー(経営者向け)</li> <li>⑤ 企業向けセミナー(社員向け)</li> <li>⑥ 企業向けセミナー(役員向け)</li> <li>⑦ 企業向けセミナー(役員向け)</li> <li>⑧ 企業向けセミナー(役員向け)</li> <li>⑨ 企業向けセミナー(役員向け)</li> <li>⑩ 企業向けセミナー(役員向け)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 経営者支援セミナー</li> <li>② マネジメント研修、海外研修派遣</li> <li>③ 法人見込みのセミナー</li> <li>④ 企業向けセミナー(経営者向け)</li> <li>⑤ 企業向けセミナー(社員向け)</li> <li>⑥ 企業向けセミナー(役員向け)</li> <li>⑦ 企業向けセミナー(役員向け)</li> <li>⑧ 企業向けセミナー(役員向け)</li> <li>⑨ 企業向けセミナー(役員向け)</li> <li>⑩ 企業向けセミナー(役員向け)</li> </ul>
アプローチ方法	電話・訪問・メール・セミナー参加	電話・訪問・メール・セミナー参加	電話・訪問・メール・セミナー参加

初めて外国人研修生を受け入れるところには、抱えている不安などを言い明け、研修生のみならず業入事に安心感を与える。また能力アップや、指導にも集中してもらうことができる。

## 施策の実施スケジュール(5)

2008年	4-6月	7-9月	10-12月	2009年	1-3月	4-6月	7-9月	10-12月
行政定規他定規のシェアも実施								
1. ありふれた生活文化フェスタ開催 2. ありふれた生活文化フェスタ開催								
1. 日給市生涯事業講習 2. メルマガリスト制作・配布								
各不動産店に依頼内容一斉メール →担当者を紹介								

## まとめ(6)

法人会員獲得により、収入の増大が見込まれ、広報活動も活発になれば、事業規模も広がり、優秀な人材を活用し決め細かいサービスを行うことができる！！

## 研修を通しての所感



THANK YOU

- インターン生の堀内さんを受け入れることにあたり、我々の地道な活動を理解してくれ、協力してもらえるか不安でしたが、日々大変な業務を行うスタッフに対しよい刺激を与え、少ない人数の中で抜群のフォローアップしてくれたことは大変有難いことでした。
- またすまセンの参加するフェスタのために素敵なポスターを作製してくれ、手となり足となり、いい雰囲気でも業務を進めるお手伝いをしてくれました。
- 本当にありがとうございました！そしてすまセンのみんなのことをこれからも忘れずに頑張ってください！



# 市民セクターよこはま

コーディネーター: 川崎 修

## ★自己評価

### 受け入れカリキュラム内容の良かった点

本格的なインターン生としては、初めての受け入れだったが、

本人の希望を踏まえて柔軟に考慮したこと

多岐にわたる事業がある中で、メインとなって関わる事業（コミュニティビジネス支援）を設定し、当該事業に関しては、ある程度把握できるようにしたこと

コミュニティビジネス支援に関するミーティングだけではなく、事務局会議や運営委員会にも出席できるようにし、事務局全体、会全体の様子もなんとなく分かるようにしたこと

運営委員会での議論もそうだが、（十分ではなかったかもしれないが）現場に出かけていく機会をつくり、現場の動きや喜び・課題が感じられるようにしたこと

（コミュニティビジネス支援事業の担当者によるものだが）ニュースレターの記事の執筆やイベントチラシの作成など、本人の適性を踏まえ、責任とやりがいがある仕事をある程度任せられたことなどは良かったと思う。

### 受け入れカリキュラム内容の課題・問題点と解決策

インターン開始時に、簡単なオリエンテーションをしたが、団体の説明など足りなかったようだ。最初に話して全部理解できるわけではないが、適宜様子を見ながら、説明・意見交換の機会を再度設定すべきだった。（結果的にインターン期間の最後に職員研修の日があり、団体の成り立ちの説明なども、そこで補うことはできた）コーディネーターが不在だったり他の業務に追われる時間が多かったりし、またインターン生が主として関わる事業が別の担当者の事業であったこともあり、日々の業務において、しっかりした指示出し・管理・フォローがあまりできなかった。また一義的に・最終的に誰が指示を出し、報告を受けるのかもはっきりしなかった。当初、カリキュラムの中では、事務所以外のさまざまな現場も体験できたり、主として関わる事業のほかにもいろいろな事業に顔を出してもらったりすることを考えていたが、インターンの期間は、毎日ではないこともあり、思いのほか短く、それほどたくさんのことはできなかった。また、それを可能とする受け入れ体制でもなかったように思う。

ニュースレターの執筆など例外はあったが、インターン生が主体的にできる仕事が少なかった。インターン期間を通して、大きなテーマ（業務）を設定できるのが理想かと思う。

### コーディネーターとしての課題と改善策

上記に重複する課題のほかに、定期的なフォロー、振り返りが不足していた。「日誌」はある程度活用できたが、最低限中間での振り返りと、最後の振り返りの時間をとるべきだった。やらなくてはと思いつつ、状況がそれを許さなかった。もっと丁寧に要望や感想の聞き取り、問題提起ができればよかったと思う。全体として、あまりインターンのコーディネートに割ける時間や心のゆとりがなく、この機会を活かし切れなかった、また十分なインターンの機会としてもらうことができなかった、との反省点が残る。人材育成の役割も担うべき組織として、課題であると認識している。結果的にインターン生にとっては、いい面も悪い面も見ることができ、（ある）NPOの現状・現実を知ることができたのではないだろうか。

## 団体にとってのメリットとデメリット

### ・メリット

若い人（20代）が少ない（ほとんどいない）ので、新しい風が入った。

アルバイトとも違い、「学び」の意識がはっきりしている人に対して、自分たちをどう説明し、何をどう学んでもらうかの良い機会となった。（まだまだこれからであるが）また、外の人に当会がどう映るかといったモニターとしての役割にもなる。

今回に関しては、資源開発研修が、大きなメリットであった。マーケティングの手法や外部への説明・提案スキルが学べたこと、組織のミッション・課題・解決策について考えられたこと、他の団体の人の様子が見られたこと、はとてよ良かった。

### ・デメリット

今回に関しては、インターンの受け入れには思ったほど手間はかからなかった（かけられなかった）が、きちんと十分にやろうとすれば、それなりの体制を組む必要がある。

今回はそうではなかったが、インターン生との相性がよくなかった場合は、かなり負担となることが予想される。

資源開発研修の準備における時間的・精神的負担（ただしそれにも増して学びがあった）

## 今後に向けてのフィードバック

- ・面接はしっかりやる（本人が当会でいい学びができるかの視点）
- ・日々の決まりごと（報告・連絡または指示すべき事項 および誰にするのか）
- ・最初のオリエンテーション、中間評価・振り返り、最終評価・振り返りをしっかりとやり、インターン生との意見交換を行う。最初だけではなく、途中でまた団体の説明を行う。また、カリキュラムの見直しを行う。
- ・限られた時間の中で、最低限やることを明らかにし、カリキュラムを絞り込む。その中で、現場に行く時間や、会議に出席する時間を確保する。また、本人が主体的に責任を持って行える仕事を共に考え、設定する。

## ★プログラム全体の感想

このプログラムには初めての参加でした。最初の面接のとき、インターン生となる梅田さんの鋭い問題関心“NPOが「働く場」であることと「市民意識」とのバランスをどう保つのか学びたい”に驚いたのが半年前です。「職場」としてのNPOは、良いことも悪いこともあり（その悪い面の1つである「忙しさ」にかまけて「コーディネート」を怠りましたが）でもそんなありのままの姿を学生のうちに体験できるインターンもよいのではないのでしょうか。

そして今回、より印象に残ったのは、経営資源開発研修でした。「マーケティング」に対して、途中までは半信半疑、内心「これやっても意味がないんじゃないか」「なんでこんな研修を受けるのに負担があるんだ」と思うこともありました。ですが苦闘した結果、課題の設定とそこからのストーリーの組み立て・発信を実感することができ、何だか見えないけれどもずっしりとした手ごたえが残りました。

講師ならびに事務局の方々、他団体のコーディネーター・インターン生の方々、良い学びの機会をありがとうございました。今後も、ともに社会の未来を築いていければと思います。

そして梅田さん、お疲れ様でした。「コーディネーター」としては、ほとんど何もできませんでしたが、これからもよろしくお願いします。



P-NPOICP2008 NPO経営資源開発研修

顔の見える  
情報ネットワーク整備事業を遂げた



政策提案発信力の強化

2008年12月13日



市民セクターよこはま  
Citizens Sector Yokohama

発表者：吉原 明香・川崎 伸  
インターン生 梅田 恵



## 当会の大きな課題

そもそもなぜできた団体？

- 病気・高齢など誰かが暮らしにくさを感じることもある。自分らしく暮らせるまちづくりのためには、制度と地域の支えあいの両方が不可欠。
- 課題解決のためには、自分たちがまず地域でできることに取り組み、現場から見えてきたことを政策提案していく必要がある。

★在宅福祉団体のゆるやかなネットワーク★

10年が経ちました・・・

現場を持ち、かつ当会の理念と活動の支柱となる人々をどう確保していくか

## サマリー

政策提案の源は、地域での在宅福祉活動だけでなく、行政や社会に働きかける政策提案も重要と考える人々

その層を開拓していくことは、ミッションと合致（現場団体をより集める必要）

ポータルサイトや政策発信力のある情報誌の取材に力を入れ、信頼関係を築く

## 現状分析

### 抱えている課題

● 団体会員は減少傾向



年	人数
2003年	72
2004年	67
2005年	93
2006年	94
2007年	82
2008年	79

12団体減  
現場力の源  
危うし！

## 現状分析

### 抱えている課題（団体会員からみた場合）

～総会での発言～  
もっと団体活動に役立つ情報発信を！  
連絡会にもっと力を入れるべき！

本当に私たち現場の声を  
事業企画や政策提案に活かしているの？

## 当会の強みは？

現場もわかるし、政策動向もわかる

職員数も比較的多いので、  
現場に行きやすくなってきた

現場に出かけ、取材ができる

## ターゲットとポジショニング

- **ターゲット**  
地域に根ざした団体を中心に幅広く  
(参考：横浜市内のNPO法人は1047団体)
- **競合**  
「福祉」ベースの協議体として競合するのは  
社会福祉協議会
- **強み・弱み**  
当会は民間団体の機動性・柔軟性という強みがあるが、財源については弱い

## マーケティング施策

サービス

- 顔の見える情報ネットワークの整備

量より質重視のデータベースを整備し  
ポータルサイトの形で提供

- ・ブログとも連動
- ・取材に基づく、政策提案視点の情報誌とも連動

★ポイント：顔の見える関係づくり

## マーケティング施策

### プロモーション

キャッチコピー例:生活を政策へ

- 既存告知ツールの活用
  - ・ホームページ(現在月15,000アクセス)
  - ・本体メルマガ再開(現在1,000人へ送信可能)
  - ・ニュースレター(現在1,700部発行)
- 口コミ、支援機関を通して広報
- 取材にいて、いい関係性が築けそうな団体をお誘い

## 目標の設定および効果測定

### 目標の設定

- ポータルサイト:月30,000アクセス
- 2010年までに団体会員25増  
理由:100団体をめざしたい!
- 2009年度より、半期ごとにプロジェクトの進捗状況を数値的に確認・分析し、その後の取り組みに活かす

## 予算(概算)

### マーケティング施策にかかる一連のコスト 年間経費の試算

- 新ポータルサイトの構築にかかる経費
- 情報誌創刊にかかる経費
- 取材や記事執筆にかかる人件費
  - ・デザイン料500,000円
  - ・人件費@15,000×150日=2,250,000円
  - ・編集委員謝金等@5,000×のべ20人=100,000円
  - ・印刷・編集費@100,000×4回=400,000円
  - ・諸経費 250,000円
  - 計350万円(うち自己資金100万円)
  - ★民間助成金などを視野に入れて検討中

## スケジュール

- 09年1~3月  
現会員へのアンケート、ヒアリング・取材の実施(事前調査)
- 09年4~5月  
「新しい情報ネットワーク」企画概要の検討・決定(事業計画への反映)
- 09年6月~  
取材開始
- 09年7月~  
データベースの構築、HPリニューアル開始
- 09年10月~  
情報誌創刊

## ゴールイメージ

市民提案の政策づくりが  
新しい団体も加え  
できるようになっている

- データベース・ポータルサイトの充実  
※政策提案は市民とどれくらいつながっているか問われる
- 情報誌の充実  
※課題を抱える市民の声を聴き続け、社会に発信  
多様な価値観を認め合うメッセージ性のある内容

## 研修を通して

- 想いがいっぱいだけでは伝わらない。
- お客様視点・利用者視点が大事だと、あらためて実感。
- 「なぜやるのか(やっているのか)」ストーリーを考えることで、伝えやすくなる。

そして...

- ほかの団体さんに感謝
- 主催者の方々・長浜さんに感謝  
マーケティングの入り口に入れた。(かな?)
- 若い人たちに感謝  
若い人が社会に目を向けていることが分かり、  
未来に希望が持てた!





## セカンドハーベスト・ジャパン

コーディネーター: 秋元 健二

### ★自己評価

#### 受け入れカリキュラム内容の良かった点

「安心のサポート体制」

初めてこのようなプログラムに参加した者にとっても、NPO サポートセンター担当者によるアドバイス、スケジュール管理等のサポートが受けられ、安心して進めることができた。

#### コーディネーターとしての課題と改善策

- ・課題「熱心に取り組めば取り組むほど孤独感に」

これは参加団体全ての担当者が勘案しているのではと思うが、必要最小限の人員で最大効用の業務を行っている団体にとってプログラム参加の認識はあるが、その取り組みに対する具体策、解決策等を見出すバックアップが得られにくい（申し出にくい）状況が多々あった。

- ・改善策「団体内にプログラムの魅力を伝える広報マンになる」

これはこのプログラムが当団体にとって即効性あるものとしての認識が薄かったためと考える。プログラム趣旨、進捗状況の報告、結果考えるメリットとそのために行動計画等を、担当者独自の解釈で団体全体にアピールし共感力を高める必要があった。

#### 団体にとってのメリットとデメリット

- ・メリット

新入職員への研修機能を補完できる。目的をもった他団体との交流がもてる。

- ・デメリット

短期的にみると担当者個人の仕事量が予想外に増大し、余力時の他業務支援が犠牲になった。

#### 今後に向けてのフィードバック

1. 団体内でのプログラム開発手順として流用する。
2. 担当者が学んだことを、新事業として、その担当者の新たな役割・業務として位置づける。

## ★プログラム全体の感想

「つながる」

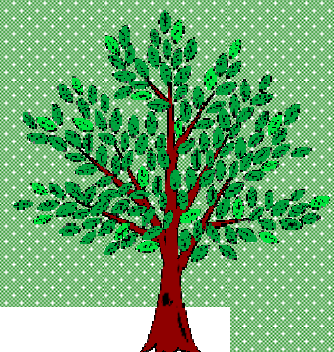
～社会的資源との新たな関係作りに～

昨年に比べると明らかに他団体担当者との交流が増えた。これにより他団体の活動内容や課題も現場担当者から所感を交え直に聞くことができ、自団体のNPO分野の中での“立ち位置”が読み取れ、また他団体との連携の可能性がまったくないわけではないと感じることができた。今後は各団体間でつなげることができるリソースを探し出し、協働の可能性を模索できる機会へとつながっていくことを願いたい。

さらにNPOが社会に対してその活動を説明していく必要性を再確認できるよいプログラムであるとも考える。各団体とも多くの民間企業と連携をしているとは思いますが、今回のプログラムはさらに多くの企業と連携が図れる可能性を見出す機会として有効であったのではないだろうか。これをさらに発展し、このプログラムに参加したNPO団体と関係する支援企業を巻き込み（これは社会参加に積極的な企業を取り合うのではなく）、その企業の社会参加枠を広げる試みになるような「場」にもつながればとも思う。

提案型の連携（つまりNPO団体が提案し企業側が評価するという図式）ではなく、社会的課題に対する協働（共に解決のために何ができるか、または企業からNPOに対し課題解決の提案がある等）を考えることができるNPOと企業との関係性を構築できれば、NPO活動の活性化はもとより企業活動の活性化にもつながると考える。そのためには関心ある企業に対し「NPOが持つ社会的価値」等を伝える機会をよりコーディネートしていく必要があるであろう。

いずれにしる、より多くの社会的リソースとスムーズに連携するために仲介するフィルター役が必要であろう。中間支援団体としてのNPOサポートセンターに期待したい。



P-NPOICP2008  
NPO経営資源開発研修

認定ボランティア制度の立案  
～フードバンク社会化のためにできること～



セカンドハーベスト・ジャパン(2HJ)  
(特定非営利活動法人)  
蜂屋絵里子/インターン 辻本有沙  
2008/12/13

サマリー

- ・全国に廃棄される食品がある
- ・全国に食糧を必要としている人がいる

**現状の課題**

2HJだけでは引き取りきれない・配りきれない・・・


- ・全国展開の必要性
- ・地元の人が活動する重要性

**地元の人が地元ののために！**

- ・共通理解の上立った協力者の育成が必要
- ・認定ボランティア制度確立により、育成が可能

現状の分析(1)

2HJ 現在の活動範囲



全国の社会福祉施設数 51,000施設以上  
配送先施設数 400施設  
全国の食品企業数 18,000社以上  
協賛企業数 400社

食品取扱量の推移  
2004年 125t  
2005年 200t  
2006年 250t  
2007年 350t  
2008年 850t

食品企業からの寄付は増加傾向。  
(2HJの体制の強化も求められている)  
もっと運んでくれる、食品をもっと出せる！

関東中心の活動では、フードバンクの拡大・社会化は難しい！  
地元の人が地元ののために！

現状の分析(2)

「フードバンク格差」を考える

他地域フードバンクとの比較

1)セカンドハーベスト沖縄(2HO)の場合

	2HJ	2HO
年間食品取扱量	800トン(年間)	10トン(年間)
ボランティア人数	1,200名 (2002年からのボランティア登録人数)	20名ノ全体
協賛食品企業	400社(不定期寄) 企業の寄付が中心	13社(不定期寄) 個人の寄付が中心

2)セカンドハーベスト名古屋(2HN)の場合  
・東京から月1回の定期配送を行っている。  
自主運営できない！

現状の分析(3)

「フードバンク格差」を解決するために

地方でフードバンクを始めたい意思があっても

例えば

- ・食 品
- ・資 金
- ・場 所
- ・人 材

設立と、その後の継続が困難！

**最重要課題:食品企業の確保**

認定ボランティア制度を確立することによって

↳ 信頼の担保の1つになる

1)地方在住の個人々のネットワークを繋ぐ  
2)フードバンクを地方で確立しやすくするためのステップアップ  
3)支援企業の紹介・仲介が可能

**解決!**

ターゲット

社会貢献をしたいと考えている人すべて・・・

- ・学生
- ・会社員・自営業
- ・主婦
- ・定年退職後の人
- ・食品関連企業関係者
- ・福祉施設・団体関係者

ボランティアする人それぞれが持つ  
「信頼関係」「ネットワーク」が重要な要素になる。

フードバンクシステムの正しい理解を得ることが必要！

メリット

個人:各地でボランティア人数が増えることにより  
地方でネットワークができあがり、フードバンク団体設立に繋がる。  
施設:食品企業の信頼性が高くなる。食品以外の寄付の可能性の期待。  
企業:安全な取引のノウハウ、廃棄コスト削減等のメリットを知り  
引取量の増加や、CSR活動における訴求力アップの期待。\*

サービスの概要(1)

「認定ボランティア制度講座」

step1 一般ボランティア講習会

● フードバンクって何？

● 内容:フードバンクの基礎知識  
修了後の活動:2HJボランティアとして活動  
● もっと主体的に活動したい！

step2 認定ボランティアリーダー養成講習会

● 内容:フードバンクシステムや実地等、修了テスト有り  
修了後の活動:STEP1よりも単独かつ発展的活動

step3 フードバンク団体専門講習会

● フードバンクを作ろう！

● 内容:フードバンク団体設立に向けて  
修了後の活動:資金援助、協賛企業の紹介・仲介等

サービスの概要(2)

「認定ボランティア制度」受講後のメリット

基本概念:指導・育成・研究・情報の提供

1)フードバンクシステムの知識とスキルアップ  
→利用者から見る差別化=信頼の担保

2)支援企業の紹介  
3)運営の指導  
4)ネットワークづくり  
5)その他活動の場を提供するための様々な援助

### 流通チャンネル・プロモーション

**講習会開催場所 (全国12地域)**

上記12地域にネットワーク有

**プロモーション**

- ・ ホームページ
- ・ メールマガジン
- ・ チラシ
- ・ **新聞、雑誌**
- ・ **テレビ、ラジオ**
- ・ **企業、各種団体での講演**

特に関係性の強い媒体

### マーケティング施策にかかるコスト

・開講に係るコスト

広報費	¥ 200,000	
講師謝礼金	¥ 150,000	合計: ¥ 600,000也
テキスト代	¥ 150,000	
登録費	¥ 100,000	

**目標**

- ・認定ボランティア講座開催数 12地域→1回ずつ(12回)
- ・認定ボランティア登録者数 参加者1地域30名、登録者2名

**効果測定**

第1回東京講習会 2009年5月 講座終了時

- ・講座開講数、参加者、登録者カウント
- ・参加者全員にアンケート実施

※講師は責任者1名、ボランティア20名で構成。活動できているため、始めにほんまじい人数であることがわかる。

※開講後の確認、講習会内容の適正性を確認。

### 2009年のスケジュール

#### 第1回認定ボランティア制度プログラム 東京講座

2008年12月	プログラム作成スタート	講師陣ボランティア依頼スタート
2009年1月	会議の決定	依頼スタート 講師参加者募集スタート
2009年2月	チラシ印刷	石巻企業、個別企業募集スタート
2009年3月	一期生終了後のためのイベント企画	
2009年4月	認定ボランティア講座開講	フードバンク活動の仲間としての情報共有と意見交換
2009年6月	アンケート実施	
2009年6月	終了生のためのイベント - 連絡会(交流イベント) (アフターフォローとして)	

### 研修についてのまとめ

- 研修機能を持ちづらいNPO団体としては、他団体との交流をもち、情報交換等ができ、非常に勉強になった。
- 業務との兼ね合いが難しく大変だったが、認定ボランティア制度について具体的に考える良いきっかけになった。
- 企業向けアンケートを実施するにあたり、辻本さんがいることによりスムーズに行うことができた。
- 大学生のフレッシュな意見が刺激になり、とても勉強になった。



## 地球環境パートナーシッププラザ (GEIC)

コーディネーター: 高橋 真美

### ★自己評価

#### 受け入れカリキュラム内容の良かった点

企業の CSR レポートを 3 年とおして見比べ、ステークホルダー・コミュニケーションの視点においてどのような変化がおこっているかの調査という、独創的で先進的な取り組みをした。

#### 受け入れカリキュラム内容の課題・問題点と解決策

試験的な部分が多々あり、調査をするインターン生が戸惑ってしまった。調査表を作る段階から意見を反映し、使用方法も指導したが、少し難しかったかもしれない。

#### コーディネーターとしての課題と改善策

- ・インターン生に対する期待値が高すぎたので、学生個々の能力や特長にあわせて対応するようにする。
- ・マナーや態度、スケジュール管理などの基本的なことを、もっと意識して伝えるようにしたい。
- ・インターン生が、もっと自主的に学べるような体制やプログラムをつくるようにしたい。

#### 団体にとってのメリットとデメリット

- ・メリット  
企業でも受けられないような研修が受けられた。MRDP 研修の課題への取り組みをとおして、スタッフがもっと団体のことを考えるきっかけになった。
- ・デメリット  
インターンプログラムと MRDP 研修の両立。他の業務との両立。

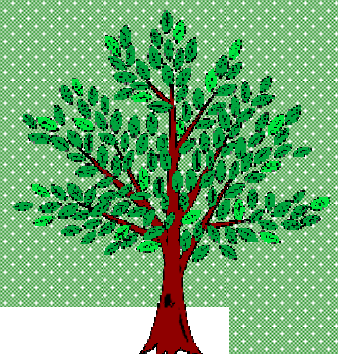
#### 今後に向けてのフィードバック

研修なので、きついのは当然かもしれませんが、担当者の負担はかなり大きかったように思います。主催者側の情熱で動かしていたような部分があるので、もう少し取り組みやすいようなプログラムにしたらいいのではないのでしょうか。

## ★プログラム全体の感想

インターン生、コーディネーター、団体にも負担がありましたが、やりとげられてよかったです。また、研修の少ないNPOスタッフにとってはとても貴重な経験になりましたし、その内容は他の類似プログラムと比べて優れていたのではないかと思います。

GEIC という特殊な運営形態をもつ団体の中で働いているだけではわからなかった、企画や事業をするための資金調達の難しさが、他の参加団体の話をきいていて身にひしひしと迫る危機感とともに感じられました。これは、これから自分が市民セクターでキャリアを積むうえで知っておくべきことであり、知らざるをえないことですので、新人のうちに知ることができてよかったです。また、それと同時に、自分は公僕であり、GEIC は公共の場であることを強く認識したことは、今後の仕事の仕方に大きく影響を与え、常に道を指し示す判断基準になると思います。このように、市民セクターについて知り、自分の仕事や GEIC のあり方について考えることができたのは大きな成果でした。



## エコたまの強化・活性化

若者参画の拡大から  
パートナーシップの裾野を広げる

2008年12月13日(土)

地球環境パートナーシッププラザ

発表者: 高橋真美  
インターン: 阿部弘佑

## マーケティング施策の概要

### 課題

- エコたまの強化・活性化

### 施策

- 特派員
- 学生新聞

### 目標

- 市民社会を支える人材育成

## 地球環境パートナーシッププラザ(GEIC)について

設立時期 → 1996年 10月

運営体制 → 環境省、国連大学、NPO、その他様々なセクター

ミッション → 持続可能な社会の実現

方法 → 多様な主体によるパートナーシップの創出

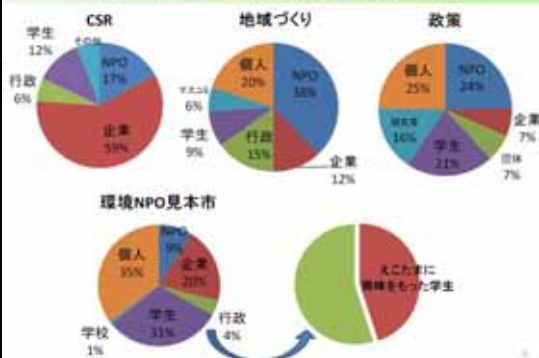
### 5つの事業

1. 地域づくり → 「環境まちづくりフォーラム」
2. みんなでつくる環境政策 → 「環境政策研究会」
3. 企業と他セクターとの連携 → 「パートナーシップの相談対応」
4. 情報共有とコミュニケーション } 情報発信
5. EPOネットワーク } 「場」づくり

## GEICのターゲット層



## GEICセミナー参加者うちわけ



## 「エコたま」とは

GEIC学生ボランティアグループ

- 《活動内容》
- ・月1ミーティング
  - ・イベントお手伝い

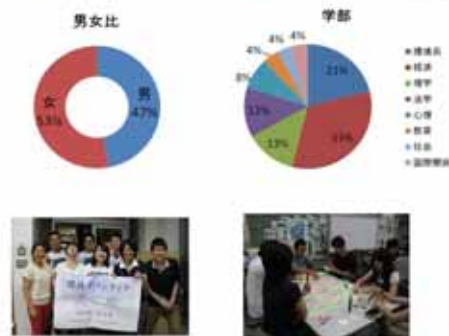
《特長》

- ・やる気・関心がある
- ・GEICと社会のつなぎ役
- ・ネットワークがある
- ・柔軟な思考
- ・トレンドを知っている

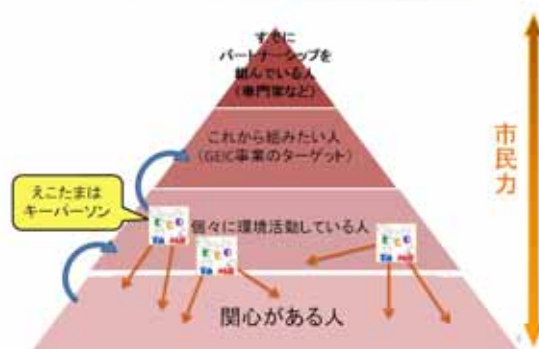
新しい切り口  
ボーダーレス



## エコたまの属性



## 社会での「エコたま」の役割・価値



### 「えこたま」の課題・問題点

《学生特有の問題点》  
 定着に不安、流動的で、入れ替わりが早い。  
 +  
 《えこたまの課題》  
 ・定期Mtgへの参加率にばらつきがある → 参加率Up  
 ・定着率がまばらで、固定メンバーになりがち → 新メンバー獲得  
 ・GEICや他団体、環境についての知識がうまく共有できていない  
 (中心メンバーでもGEIC事業をよく理解していない)  
 →GEICを知る、市民社会で力を発揮できるようにする

↓

前出の特長を活かして課題を解決する

### マーケティング施策

The pyramid consists of three levels:

- Top Level (Red):** えこたま特派員 (Eco-tama Special Correspondent) and 新聞製作 (Newspaper Production). Details: 特派員報告とメンバーの近況や活動をコラムにする (Special Correspondent reports and member status/activities in columns).
- Middle Level (Orange):** プロによる取材・報告講座 新聞製作へのアドバイス (Lecture by professionals on reporting and advice for newspaper production).
- Bottom Level (Green):** スタッフとのパートナーシップ (Partnership with staff).

### ターゲット

●大学1・2年生

- ・東京、埼玉、千葉、神奈川県在住 377万\*2=89万人  
 \*文部科学省「学級基本調査 平成18年度」による
- ・GEICのセミナーに参加した学生
- ・環境に関する学部、社会学部など

【募集方針】  
 インターンとして、スタッフより意識に関わった人が、えこたまの中心メンバーとなっているため

GEICに関わったきっかけ

理由	割合
授業中の教員に促された	9%
インターン	41%
ボランティア	39%
ゼミ活動	11%

### 広報

- 大学の社職課/ボランティア・センター**
  - ・武蔵工大
  - ・明治大学
  - ・東京農大
  - ・麻布大学
  - ・明治学院大
  - ・青山学院大
  - ・立教大
- 環境系サーチサイト**
  - ・Vivaボランティアネット
  - ・NPO/NGO Walker
  - ・東京ボランティア・市民活動センター
  - ・環境goo
  - ・Yahoo!掲示板
- GEICの広報媒体**
  - ・校内での案内
  - ・ホームページ
  - ・メールマガ
  - ・メルマガ
  - ・口コミ
  - ・メーリングリスト

### 効果予測

	えこたま	学生	GEIC
<b>実施前</b>	・定期Mtgの参加率にばらつき ・定着率がまばらで、固定メンバーになりにくい ・他団体や環境に関する知識がスcaffと共有できていない	・GEIC事業の全体を十分に理解できていない ・教材、報告書作成のスキル	・パートナーとしての学生に対する意識が低い ・他団体や環境に関する知識をえこたまと共有できていない
<b>実施直後</b>	・定期Mtgの参加率Up ・固定メンバー獲得 ・他メンバーと共有できる	・環境やGEICの知識、教材、報告書作成のスキル ・対人、対協マナー ・登録会や機会のない人や組織(企業や行政など)との出会いから得る学び ・自身や環境に對け、市民セクターの存在を知る	・パートナーとしての認識向上、関係強化 ・出展したイベントセミナーやイベントの情報が増える ・卒業後1年以内の継続を知ることもできる ・情報共有に対する意識の向上
<b>長期的視点</b>	・事業が定着する ・組織化する	・別の活動や社会に出てから、経験が活かせる ・課外学習が、それからの活動が主体的に実施されること	GEICを伝える人材の育成は、市民社会を支える人材育成につながる

↓

市民力になる/市民社会が育つ

### スケジュール

**8月** (発案)

- ・練り込み
- ・スタッフ担当決定
- ・受入れ体制作り
- ・テスト実施

**9-12月** (特派員)

- ・取材
- ・マニアルフォーマット作り
- ・取材イベントセミナー確定
- ・取材/報告書 講座実施

**1月**

- ・第1-2回実施、報告
- ・マニアルフォーマットの見直し
- ・次月の取材先確定

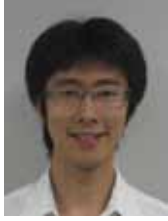
**2月**

- ・第3-4回 実施、報告
- ・ふりかえり、評価
- ・4月以降の予定たて

**3月**

学生新聞 制作 → 発行





## 地球と未来の環境基金 (EFF)

コーディネーター: 美濃部 真光

### ★自己評価

#### 受け入れカリキュラム内容の良かった点

- ・ 経営資源開発研修というプログラム自体

#### 受け入れカリキュラム内容の課題・問題点と解決策

- ・ 課題

インターンプロジェクトである必要性

現状では、経営資源開発プログラムとインターンプロジェクトであることについて一貫性がない。

改善策：大学生インターンを活用した経営資源開発研修とすべき

- ・ 課題

次年度は受ける意味が半減すると思われる点

改善策：別プログラムを立ち上げる？

#### コーディネーターとしての課題と改善策

- ・ 課題

通常業務と、経営資源開発研修に割ける労力分配について

改善策：頑張るしかない？！

#### 団体にとってのメリットとデメリット

- ・ メリット

- ・ マーケティングについて考える機会となる。
- ・ NPO には、なかなかスキルの無い経営について学ぶことができる。
- ・ インターンの力

- ・ デメリット

- ・ 大変

#### 今後に向けてのフィードバック

期間は、適切だと思う。

ただし、年末・年度末は避けた方がいいと思う。

## ★プログラム全体の感想

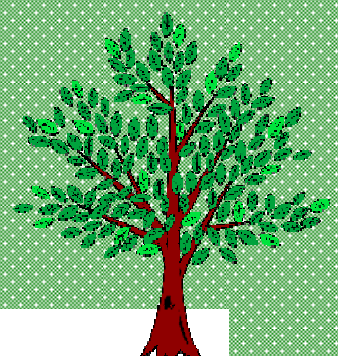
この度の P-NPO インターン・コラボ・プログラム（以下、ICP）に参加することができて、本当に良かったと思います。

私は、コーディネーターとしてこの ICP に関わるのは 4 年目です。この度、様々な視点で取り組むことができたのは、別の運命的な力が働いたのではないかと思えてなりません。

まず、以前のプログラムのコーディネーター経験者の視点で、新しくなった ICP に臨むことができました。第二に、転職した先でもコーディネーターを担うことで、二つの異なる団体という視点で見ることができました。さらに、Panasonic NPO サポートファンドの組織基盤強化助成の事務局として臨むことで、「NPO にとっての本当の組織基盤強化とは何か」を、転職一年目の新人の私が学ぶ機会となりました。

NPO の組織基盤を強化する事業には、広報力強化だったり、経営資源のチャネル開発だったり、中期計画の策定だったり、色々あるのだと思います。しかし、本当の NPO の組織基盤強化事業とは“それを考え抜く力”なのではないでしょうか。自身の組織の課題が何なのか、それを的確に、冷静に分析し、既に持つリソースを活用して、ビジョンに向かって着実な一歩といえる戦略となる一手を、粘り強く考え抜く力にこそあるのだと感じることができた、この ICP2008 だったと思えます。

ICP2008 は、インターンといっしょに様々な業務を乗り越え、自身の経営について考えることで、いつのまにか、その力を手に入れることができる魔法のトレーニングマシンでした。本当にありがとうございました。



P-NPOICP  
NPO経営資源開発研修

## 「ハガス製品普及啓発事業の発展」

～エコ学園祭から突破する“エコ偽装ショック”～

2008. 12. 13  
地球と未来の環境基金（EFF）  
発表者：黄瀬部真光  
インターン生：佐藤美紗子

### 「森林資源の持続的な活用」をめざして!

住宅や紙など、木材から作られている製品は多数あります。  
この森林を持続可能な形で活用するには?

そのひとつの提案が「ハガス」です。

EFFの野望 「ハガス」を用いて  
消費者レベルでの環境配慮製品の  
ブーム再燃やムーブメントをおこす!

### 現状分析

**問題** ハガス商品の市場の伸び悩み

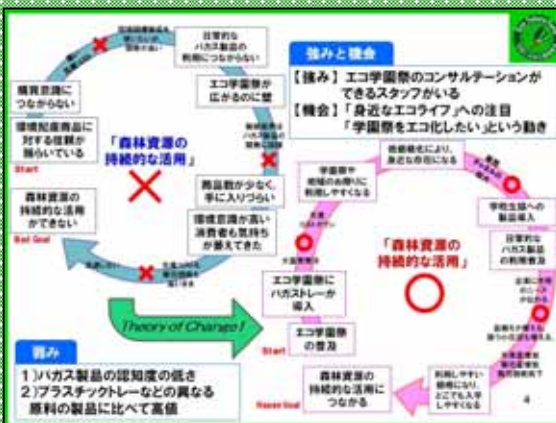
**課題**

- 1) ハガス製品の認知度の低さ
- 2) エコ偽装で環境配慮“紙”商品に不信感
- 3) 異なる原料の製品に比べて高価

**原因**

一日本の製紙メーカー設備が木材チップと古紙に特化しており、あまり多くの製品はなく、ハガスパルプを食うことが高コストにつながる。  
一製紙メーカーや紙製品を扱う企業に働きかけても、消費者のニーズがなければ商品化は難しく、単価は高い。

**ハガスレポリューション!**



### ターゲットの設定

狙っているターゲットは 消費者のニーズ、ムーブメントやブームを創出する火付け役となる突破口

**狙う突破口** **大学生・エコ学園祭**

- 1) 学園祭を足がかりに、各大学の学園祭/購買/売場ターゲットとして販売チャネルを広げる。
- 2) 生徒がハガス製品を扱うようになれば、そのニーズは地域の産物産、産加工企業に伝わる可能性が高くなる。

**ハガストレーを導入した場合の市場規模**

全国719大学の場合、約1億8千万円(単利3,600万円)  
100大学の場合、2,500万円(単利500万円)  
※100大学の既払いマーケティングは、販売促進に期待している学生のネットワークに頼りながら行う予定。

### 環境配慮製品を使って森を守る!

#### 「エコ学園祭」実現のサポート

目標:「ハガスが世間に普及し、木材資源に依存しすぎない社会を創ること」

学園祭実行委員会が **エコ学園祭**を実施するために  
必要な製品、ツールのパッケージを提案します!

狙いは、ハガストレー導入の経路(ハガス、トレー)の普及啓発資料提供、啓発イベント/販促活動/などの実施支援、ハガストレーをはじめとする環境配慮製品/パッケージの提供、エコ学園祭実施に関する総合的なサポート、コンサルティング

**コンセプト** ハガストレー自体を訴求するのではなく、エコ学園祭の実施を訴える。そのための相談、コンサルティングを通じて、エコ学園祭実施のためのツールをパッケージとして提供する。

### マーケティング施策

**学園祭の狙い**

1. 環境配慮製品の調査や手配に手間がかかる。
2. 単年度でその運営ノウハウは継承されていないケースが多い。

**企業のニーズ**

1. 企業のイメージアップと販売促進をはかりたい
2. 新たな販路やチャネルをつくりたい

**EFFが提供するサービス**

「エコ学園祭」パッケージ  
販売チャネル: 環境ツール、地域のエコ学園祭の活動団体ネットワーク

### NPOのマーケティング 5P

**Physical (環境配慮)**

- 環境活動をする学生が多い大学にチャネルを持っている青年の環境活動ネットワーク団体と提携する。自然エコ学園祭をやりたいという大学生も多い。
- 口コミ

**Product (環境配慮)**

- 環境ツールに訴求する普及啓発資料の作成
- 学園祭当日における発注管理/決済、ホスターの作成
- エコ学園祭のネットワークを、各地でイベント/ワークショップ/イベントとする
- 地域の産物分野の中間支援組織と普及啓発に連携拡大について協議

**Price (価格)**

- 全国または地方ごとに共同一括購入を促進し、単価を下げる仕掛けを創る
- 企業の販路のCSRを促進し、販路獲得を創る

**Promotion (宣伝)**

- ハガストレーだけでなく、個性化の創り、オーガニックコンテンツ/ショップ、フェアトレードコーナーなども導入したワンストップサービス
- エコ学園祭の開催のためのコンサルティング/サービスを提供する

**Participation (参加)**

- 環境ツールや学園祭実行委員の学生を交えた商品開発会議
- 販路獲得に対して、環境配慮商品を拡大してほしいという学生の声を創る

### 費用対効果及び効果測定

**目標** 導入大学の増加、普及製品の多様化、  
菓生製品の商品化(パカスコピー用紙、封筒など)

2008年・・・西園の3大学で実施(テストマーケティング)  
2009年・・・全国で100大学+大学生協とのチャネル作り  
2010年・・・全国で150大学+大学生協とのチャネル作り  
大学生協にPPCコピー用紙の招請入が実現!↑

**予算**

**売上増額見込み**  
 (収入) 売上の10%の粗利があると仮定して、500万円  
(100大学×1000名×10%粗利×500円×10%)  
 (支出) 500万円

**新 費** 120万円 (各大学への情報提供のための印刷費など)  
**人件費** 300万円 (役員3名×10ヶ月×10万円、PCC(41名×3万円))  
**運 賃** 30万円 (100大学へ一箱ずつ送る送料費、毎月10万円×30大学)  
**印刷代** 20万円 (複製チラシ4000枚、1000部×2000部×200円)  
**送料代** 30万円 (複製1000部×送料100円×3000部)

**売上増額あり**  
 一社につき30万円弱の粗利増額が実現すれば、PCC用紙を売ったぶんだけ増額する  
 割合、売り手への請求が明確になる。これは、シール製作費を差し引いて、ト  
 レー一箱粗利増額の約2倍になる計算である。つまり、売上増が2倍は、約75%の  
 販売マージンである。

**効果測定** 売定額:2008年11月

- ・導入学園祭数
- ・流通パカス重量(t)  
※1大学あたり約100kgの流通する。
- ・流通パカス重量に対するCO2換算量(t)  
※1大学あたり約20kgのCO2削減が、100大学で約2000kg削減となる。
- ・導入大学生協数
- ・普及パカス製品数



流通用PPC用紙





## ちばMDエコネット

コーディネーター：山本 佳美

### ★自己評価

#### 受け入れカリキュラム内容の良かった点

- ・インターン生の富村さんと話し合い、団体の事業のほぼ全てに関わることを経験してもらいカリキュラムを組んだ。NPOの団体運営について理解が深まったと思う。
- ・障害のある人を良く知り、支援の方法を考えたいという目標にあわせて、障害者の就労現場の見学に一緒に行ったり、相談事業のケース検討会議に出席してもらったり、他団体と連携して行うイベントに参加してもらった。障害のある人の様々な課題を団体外にも目を向けてもらえるような機会を作ることができた。

#### 受け入れカリキュラム内容の課題・問題点と解決策

- ・団体の事業ほぼ全てに関わってもらったが、それぞれの経緯について説明する時間が十分取れたとは言いがたい。担当者も異なる場合があるので、今後は事前により丁寧な説明を行い、担当者が異なる場合にはコーディネーターと担当者、インターン生で話す時間を持つ。
- ・障害のある人を良く知るという点では、一人一人の違いなどが分かってもらえたと思うが、支援の方法については前提となる障害に対する知識を伝える時間が少なかった。今後は、インターン生の障害に対する理解にあわせて、参考図書を読んでもらうなどのことも含めて、障害に対する基礎知識を学べる機会を作りたい。

#### コーディネーターとしての課題と改善策

私たちの団体ではボランティアが多く関わっていて、ボランティアとインターン生に同じような仕事をしてもらう場合もある。団体内で、理事やそれぞれの現場の担当者に対してボランティアとインターン生の位置づけの違いや、インターン生に何をしてもらい、何を得てもらうのかという点をしっかりと理解してもらうのが難しかった。事前に理事と現場の担当者より細かいミーティングを行い、それぞれの現場で関わる目的を具体的にしておくようにしたい。

### 団体にとってのメリットとデメリット

#### ・メリット

インターン生が事業全般に関わり、団体の運営についても考えてもらうことで、理事や現場の担当者の結束力が高まった。また、カフェでは、障害のあるスタッフにとって、ほぼ同世代の障害のない人とある程度の期間一緒に仕事をすることができるということが貴重な機会となっている。外部の視点が入ることが最大のメリット。

#### ・デメリット

受け入れによって事務局の通常業務が滞ったことがあったのがデメリット。

### 今後に向けてのフィードバック

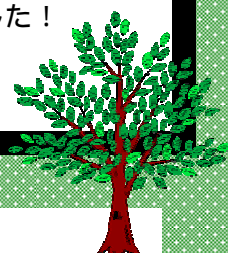
- ・受け入れカリキュラムを作成する際に、理事とそれぞれの事業担当者にインターン生を受け入れる目的と関わり方について一緒に検討してもらう。
- ・インターン生の障害に対する知識に合わせて、それらの知識や障害者の現状について伝える時間を事前に設ける。

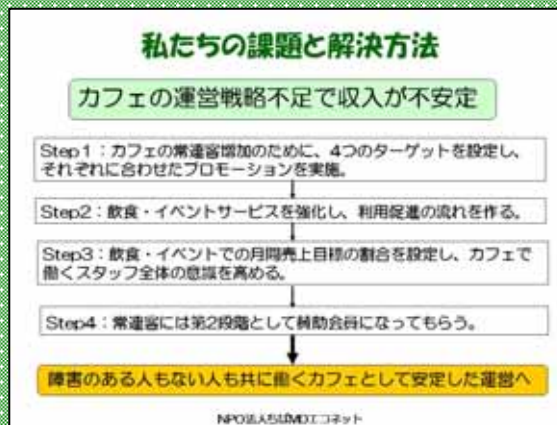
## ★プログラム全体の感想

インターン生の受け入れのコーディネートと、自分の団体の課題を見直すという作業の両方を行うというのは、予想以上にハードな面がありました。しかし、そのことによって見えてきたことがたくさんあります。“コーディネーターとしても、団体としても、鍛えられた！”というのが率直な感想です。

NPO経営資源開発研修を受けられたことは、本当に私たちの団体にとって絶好のタイミングだったと思います。インターン生とカフェの店長と時間をかけて課題の話し合いをしてカフェの具体的なマーケティング施策をまとめる作業は、今回の研修がなければ実現出来なかったでしょう。インターン生と一緒に頑張ってくれることが大きな励みになっていました。また、ほぼ半年に渡る研修を他団体の方々と共に受けられたことは非常に貴重な経験となりました。NPOの多様な分野の活躍の様子わかり、さらにはお互いに自分の団体の弱みを出して、アドバイスをし合うという機会が得られたのはこのプログラムが初めてでした。

なかなかスケジュール通りに進められない私に対して、事務局から叱咤激励をいただけたことも、本当にありがたかったです。このきめ細かい事務局のサポートなくしては、この研修での成果は上げられなかったと思っております。ありがとうございました！





- ### 現状分析 ② 団体の強み・弱み
- 強み**
- ①障害のあるスタッフが働く
  - ②商品は手づくり
  - ③無償のボランティアに支えられている
  - ④千葉県内の福祉・NPO情報がある
- 弱み**
- ①障害のあるスタッフの“働く”という意識不足
  - ②広報戦略不足
  - ③イベント企画・運営スタッフの不足
  - ④町内会・商店会とのつながりが薄い
- カフェの利用者が少ない理由は・・・
- ・飲食・イベントの周知が出来ていない
  - ・何をしているのかわかりづらく、入りづらい
  - ・リピーター獲得のための工夫不足
- NPO法人ちばMPエコネット

### 現状分析 ③ 外部環境

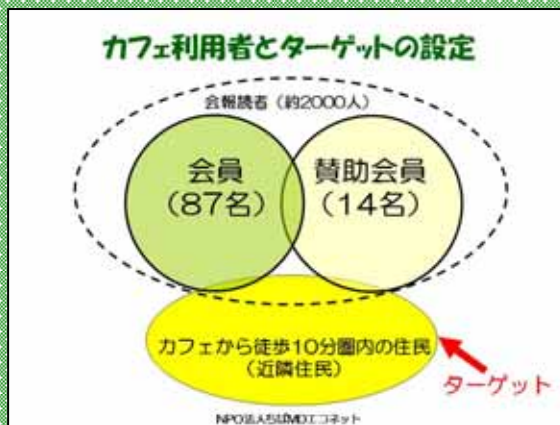
機会	政治	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「障害のある人もない人も共に暮らしやすい千葉県づくり条例」（平成19年7月1日施行）</li> <li>・行政のNPO関係の支援</li> </ul>
	社会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・障害のある人を雇用する企業や社会の動き</li> <li>・個人の社会貢献に対する意識の向上</li> <li>・近隣のマンション増加による人口増加</li> </ul>
脅威	経済	<ul style="list-style-type: none"> <li>・原材料の高騰（バター、小麦粉など） ⇒値上げへ</li> <li>・不景気による消費の低下</li> </ul>

NPO法人ちばMPエコネット

### 現状分析 ④ 競合とポジショニングの特徴

		障害のあるスタッフの有無	
		無	有
コミュニケーションの有無	無	一般コーヒーチェーン店 ↳ 価格競争/手打ちスピード ↳ スピーディー	他の障害者雇用をしているカフェ ↳ 障害者雇用制度 ↳ 価格競争
	有	〈ひなたぼっこ〉 近くの個人経営のカフェ ↳ 個性的な店構え ↳ こだわりのメニュー	ひなたぼっこ ↳ ボックスショップ/貸切イベントの開催

NPO法人ちばMPエコネット



### マーケティング施策：サービス

新規	50円割引券（チラシに添付）	・年4回の案内ハガキ送付 ・会員、賛助会員感謝デー		
	ポイントカード (飲食1回につき1ポイント。5ポイントで50円引き)			
既存	イベント 貸切割引	10（千円） につき飲み物 1杯無料	カフェの報告と案内	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・飲食</li> <li>・イベントや貸切での利用（1,000円/時間）</li> </ul>			
	近隣住民	会員	賛助会員	会報読者

NPO法人ちばMPエコネット

## マーケティング施策：プロモーション

4つのターゲットごとにプロモーションを実施

飲食	・チラシ配布 (50円割引券付)	・会員、賛助会員感謝 デーを設け、案内送付	
イベント	・イベント案内チラシ 配布 ・商店街の他店、公共 施設等でのポスター掲 示、チラシ設置 ・町内掲示板での掲示	・イベント案内ハガキ送付 (年4回)	・イベント の詳細報告 と案内掲載
イベント企画の募集			
	近隣住民	会員	賛助会員 会報読者

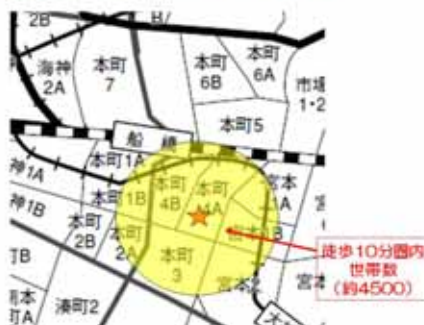
NPO法人SLMDエコネット

## カフェ周辺エリア



NPO法人SLMDエコネット

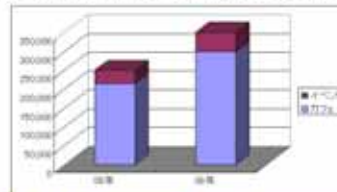
## 近隣住民へのプロモーション



NPO法人SLMDエコネット

## 費用対効果及び効果測定

■売上目標35万円/月(経費25万円+家賃10万円分)



費用(予算:140,000円)	効果測定
・ポイントカード作成 40,000円	・毎月の売上をデータで管理
・チラシ作成 40,000円	・ポイントカード利用数
・ハガキ作成 24,000円	・チラシの50円割引券利用枚数
・イベントチラシ作成 36,000円	

NPO法人SLMDエコネット

## 実施スケジュール

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
チラシ準備												
近隣チラシ配布												
ポイントカード準備												
ポイントカード導入												
イベント案内送付												
イベント実施												
感謝デー												
会報発行												

NPO法人SLMDエコネット

## この研修について

- 団体の意識改革  
カフェ運営の具体的な分析をすることにより、弱点の発見と今後の方針を団体内で共有できた。
- 団体の結束強化  
課題についてどのように取り組んでいくのか、若手の育成も含めて、理事と現場スタッフの距離が近くなった。
- インターン生と共に成長  
これまで手が付けられなかったことを、インターン生と共に形にすることができた。

Panasonic株式会社の金村さま、長浜さま、事務局の皆さま、たくさんのおアドバイスをありがとうございました！！

NPO法人SLMDエコネット





## NICE(日本国際ワークキャンプセンター)

コーディネーター: 矢野 淑恵

### ★自己評価

#### 受け入れカリキュラム内容の良かった点

- ・「グローバルフェスタ」APAN、「横浜国際フェスタ」や「国際ボランティア報告会」などのイベント企画・運営に携わってくれ、企画自体も成功した。
- ・仕事をやる理由(なぜその仕事が任されているのか、どんな意味があるのか等)の確認を常にしていたので、お互いにすれ違うことなく活動に取り組めた。

#### 受け入れカリキュラム内容の課題・問題点と解決策

募集要項の仕事内容で、「本人の希望や適性により、以下の企画・運営を行います」と書いてしまったので、市川さんは自分で仕事を選べると解釈をしてしまった。来年度は、書き方を工夫する。

10月はイベントのコーディネートで忙しく、広報の通常業務(メルマガ発行、WEB広報、SNS広報など)ができず、個々の活動だけでなく、全体のタイムマネジメントをしっかりと来年は立ててもらおう。11月以降は、市川さんにいつまでに何をすべきか、業務内容を月初めに提出してもらったのでスムーズに業務が遂行できた。

#### コーディネーターとしての課題と改善策

私自身が1年目の新米ということもあり、仕事の流れが把握できていなかったため、サポートがうまくできなかった。すべての広報業務をこの1年で経験したので、来年はもっとスムーズに仕事をふり、サポートしていきたい。

成果報告会へ向けてのデータ収集に後半終われ、NICEの広報業務を怠ってしまったので、来年はバランスをとりながら、また早め早めの行動で完成させていきたい。団体全体を巻き込んで、研修に臨めなかった。

#### 団体にとってのメリットとデメリット

- ・メリット
  - ・仕事に対して真剣に取り組み、他の職員やボランティアに刺激になった。
  - ・事務・発送作業を手伝ってくれ、事務局職員の負担が軽減された。
- ・デメリット
  - ・特になし

### 今後に向けてのフィードバック

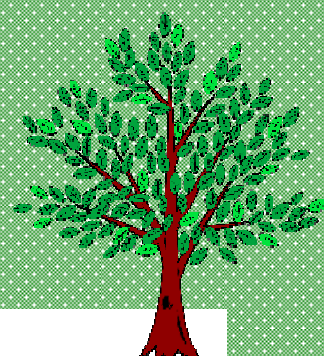
- ・ 募集を大学とパートナーシップを組んで行ってくれるので、優秀かつ意欲あふれる人材が集まる。
- ・ 他団体でもインターンを行う学生がいるので、ともに頑張る仲間意識が働く。
- ・ 今回はコーディネーターの研修も兼ねているため、コーディネーター同士の親睦も深まった。
- ・ 開始から終了までのシステムを講じてくれているので、取り組みやすい。
- ・ 理論だけでなく、実践ができるような研修を。

### ★プログラム全体の感想

NICE では、普段からインターン生（NICE では、事務局ボランティアスタッフ）の受け入れを行っています。期間が 3 か月のことが多く、どうしても目標設定や仕事内容が曖昧になり、事務作業のサポートで終わってしまうことが多いです。もちろん、すべての事務作業が大切で、団体を運営していく中で欠くことのできない要素ですが、彼・彼女らが「ボランティアスタッフをしてよかった、こんなスキルが身についた」と思える、プログラム作りをしていく必要があると P-NPOICP を通じて感じました。

この相手の立場になって考える。広報活動を行う中で、最も大切な考え方です。日々の業務に追われてしまうと、どうしても相手の気持ち、立場ではなく、自分の気持ち、立場で物事を考え判断してしまいます。それでは、伝えたいことも伝わらない。独りよがり、団体よがりの広報になってしまいます。成果発表会後のコメントでも、NICE の活動に共感を持っていないとはっきり書かれていましたので、団体全体で NICE の見せ方、伝え方を再考したいと思います。

新米スタッフの私が、歳の近い大学生をコーディネートする役割を得、また団体を代表して、団体の課題にマーケティングという手法を使って取り組めたことは、私の自信に繋がりました。ただ今年は、仕事をこなしている感が否めなかったもので、ボランティアコーディネーターとしてのプロ意識をしっかりと持ち、今年度作成した施策を遂行していきたいと思えます。



P-NPOICP  
経営資源開発研修(MRDP)  
最終報告

国際ワークキャンプ(派遣)参加者数を、20%増にする  
～カラフルでヘルシーな世の中を～

2008年12月13日(土)12:30-17:00



特定非営利活動法人NICE(日本国際ワークキャンプセンター)  
発行者: 矢野深恵(やのとしえ)  
インター生: 市川恭子(いちかわきょうこ)

サマリー

■現状の課題

- 国際ワークキャンプ(派遣)参加者数の伸び悩み
- 提携大学の少なさ

提携大学に対する広報強化

↓

国際ワークキャンプ(派遣)参加者数を20%増にする!

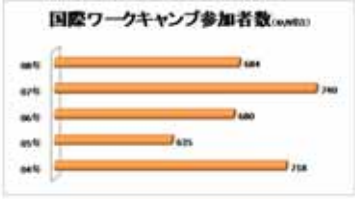
サービスの概要

参加費 : 37,000円(初参加者)  
+ 渡航費  
+ 海外旅行傷害保険  
+ (追加登録費)  
+ 個人約費用

宿泊・食費 : 無料(現地団体が提供)

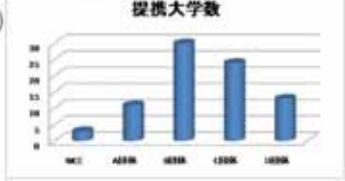
運営団体 : 国連・CCIVSに加盟する各国のNGO  
(NICEはCCIVSの副代表)

現状分析①



国際ワークキャンプ(派遣)参加者数の伸び悩み。

現状分析②



- NICEは提携大学への営業はゼロに近い。  
→年2回「提携のご案内」を送付
- A団体やC団体は、提携大学での公式説明会や、非公式説明会を12月だけで10回以上開催。NICEは、事務局主催の説明会を2回のみ開催。
- A団体は参加者の90%(約500人)をヨーロッパ圏に派遣！NICEは同じヨーロッパ圏に252人しか派遣できていない。

現状分析③ (完全競合分析)

NICE	A団体
派遣数: 684人	派遣数: 約650人
紹介: 98カ国 約3,000	紹介: 31カ国 約900
参加費: 37,000	参加費: 44,000
締切: なし	締切: あり
提携大学数: 3大学	提携大学数: 11以上
大学説明会12月: 1回のみ	大学説明会12月: 10回以上
動画配信: ×	動画配信: ◎ (Youtubeにも)
ターゲット別広報: △	ターゲット別広報: ◎

整理をすると・・・


弱み: 大学提携に向けた、営業ができていない！  
ターゲットに届く形の適切な広報ができていない！

↓


提携大学に対する広報強化

国際ワークキャンプ(派遣)の参加者数増加!

ターゲットの設定① なぜ「大学」を狙う？

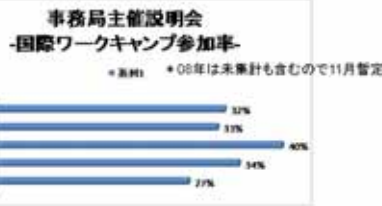


19年間の実績を活かし、参加者の85%を占める学生を継続して今回は狙う。



学生の学年別割合(08年)

## ターゲットの設定② なぜ「提携大学」UP?

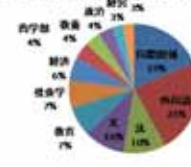


事務局主催の参加率は、約32% (04-08年平均)  
⇒提携大学の参加率は、約70% (国土社については100%)

9

## ターゲットの設定③ 狙う大学は?

08年参加者(大学のみ)の所属学部



国際ワークキャンプに参加する大学生の4割が、「国際関係・外国語学部」に所属。

10

## ターゲットの設定③ 狙う大学は?

全国学部数(関東)

国際関係41(20)	教育・福祉74(27)
外国語33(16)	社会情報系68(30)
	人文・教養75(34)

ボランティアセンター  
サービスラーニング  
国際センター等

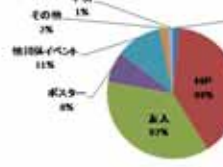
教授(講師など)

大学生経験者

11

## マーケティング施策

NICE知り方(派遣)



約4割を占めるHP情報の充実と口コミの誘発。

12

## マーケティング施策

提携大学・参加者数が多い大学

- 実績・成果集の更新
1. の情報発信 (HP, ポラセメルマガ, 他大学等)
- 大学NICE(経験者メンバー)のケア, 大学NICEによる報告会の実施
- 経験者とともに大学説明会の開催  
→口コミの誘発を狙う

未開拓・参加者が少ない大学

- 大学・ボランティアセンター等のプロファイリング
- 実績・成果集(営業資料)の作成
- 営業
- 大学説明会の開催  
→まずは、合同説明会を開催し、その後「単位認定」提携へ

◎クリエイティブボランティア&アドバイザーと・・・  
・PRツールの充実  
・広報戦略(クロスメディアデザイン)

13

## 費用対効果及び効果測定

約1,450,000円

過去5年間の広報費用平均:約1,298,357

過去5年間の参加者数平均:691人

1人獲得するのに、1,877円

約1,450,000円÷1,877円=

09年は、772人獲得(見込)

14

## 実施スケジュール

担当職員	1・2月	4・5月	7・8月	10・12月
大野	事務局HP クリエイティブボランティア アドバイザー募集 広帯ネット設立, 募集告知	ポラポスター作成!		印刷
大野	HP WEB分析	ターゲット別のページ作成 体験レポート入力フォーム作成		写真, 体験の動画 体験レポートの執筆
大野・吉野	参加者ケア ポリアライジング&営業	関係11大学11種の説明会開催 他が11大学で10種の説明会開催	営業	関係11大学11種の説明会開催 他が11大学で10種の説明会開催
大野・吉野	事務局HP 大学NICE, NICE	コア 報告会・説明会の実施, 集積 作業	調査 オンラインアンケート	調査 調査 調査

15

## この研修について

- 市川さんの責任感、「本気で取り組む姿勢」があったからこそ業務を任せることができた。

メルマガ, WEB広報, 各種イベントなど。

- 本来業務とのバランス

データ収集に時間がとられた・・・

- マーケティングに関する知識は増えたが・・・

実際の業務には活かすしきれなかった。先週末の理事会で、細粒・目標が議論され、来週の本年度総会で承認されれば来年度の方向が定まるので、その時に「実施計画」を再考し具体的なものにした。

16



# ハンガー・フリー・ワールド

コーディネーター: 小川 玲子

## ★自己評価

### 受け入れカリキュラム内容の良かった点

インターン受入れだけでなく、コーディネーターのスキルアップにつながる経営資源開発研修により、団体の課題に対してインターン生と一緒に取り組むことができ、団体の課題を共有できたことで、インターン生の団体への理解も深まったと感じました。

### 受け入れカリキュラム内容の課題・問題点と解決策

通常業務の他にインターンマネジメントとマーケティング施策を担うことは負担過多ではありました。

インターン生の作業として予定していた団体内の業務を一部消化できなかったの  
で、今後は事前に研修に関する作業のボリュームをお知らせいただくと業務の消化不良を防ぐことができると思います。

### コーディネーターとしての課題と改善策

インターン生と団体の職員との交流が少なく、他の職員と関わるようなプログラム構成を組むことができませんでした。今後はイベントなどコーディネーター以外の職員も関わるような仕事も含めたプログラム構成を検討します。

### 団体にとってのメリットとデメリット

#### ・メリット

- ・ 団体の資金獲得に繋がるマーケティングスキルを学ぶことができた。
- ・ 他団体の持つそれぞれの課題を共有することにより、新しいネットワークを築くことができた。

#### ・デメリット

- ・ 研修に関わる作業に予想以上の時間を費やし、負担過多となった。

### 今後に向けてのフィードバック

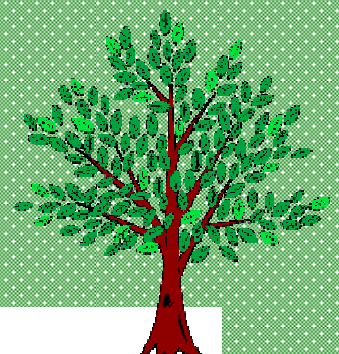
マーケティング施策については、実行し効果測定を行うまでが研修の一環であるので来年は更に力を入れて本施策の実現に取り組んでいきます。また、本研修で他団体の方々とそれぞれの課題を共有するよい機会を得ることができたので、今後も情報交換の場としてこの交流を続けていきたいと思えます。

## ★プログラム全体の感想

Panasonic NPO インターン・コラボ・プロジェクトに参加して、企業が実践しているマーケティングをNPOが習得する重要性を強く感じました。NPOはミッションに対する熱い思いはありますが、思いが先行し、いかに共感してもらうか、伝えたいメッセージをどのように伝えるかという分析が弱い傾向にあります。今回の研修では、団体の現状分析を始め、マーケティングの基礎を学ぶことができ、今後の資金獲得に関わる施策やサービスの見直しに大変役立つスキルを学ぶことができました。

また、インターン生と一緒に研修に取り組み、団体の課題を共有したことで客観的な視点を取り入れることができ、インターン生の団体への深い理解にも繋がったことは大変有意義でした。インターンマネージとマーケティング施策の両立は大変なときもありましたが、事務局の方々の手厚いサポートとインターン生平波さんの助けによりやり遂げることができ、そしてマーケティング賞を受賞できたことは団体にとっての大きな成果です。

パナソニック金村様をはじめ、長浜様、富永様、NPOサポートセンター山岸様、吉川様、田邊様、NPO支援センターちば宮奈様には大変お世話になりありがとうございました。このプログラムへの参加の機会を頂いたことに感謝し、この経験を今後の団体のミッションの達成に役立てたいと思います。



P-NPO ICP2008  
NPO経営資源開発研修

hunger free world.

## ひとつぶ募金寄付者拡大



2008年12月13日(土)  
特定非営利活動法人 ハンガー・フリー・ワールド  
資金調達担当 小川 玲子  
インターン 平波 貴子

### ■ サマリー

## ひとつぶ募金

### 課題

広報強化により「ひとつぶ募金」寄付者を拡大する

### 背景

2006年度に「食べる大切さ」を分かち合う「1食10円」の「ひとつぶ募金」プログラムを開始

マーケティングスキル不足のため  
有料広告への投資はゼロ

## 有料広告の活用

### ■ 現状分析(1)

【参考】

団体名	広告費	寄付金額	投資による効果
save the children	148,502	413,029	2.8
World Vision Japan	237,425	2,250,815	9.5
Plan Japan	333,251	3,501,383	10.5
WFP	20,663	372,152	18.0
OXFAM	2,817	9,219	3.3
シャブワニール	2,965	59,192	19.9
幼い難民を支える会	2,900	28,000	10.4
HFW	2,177	40,683	18.8

● HFWは有料広告には投資していない  
● WFPは広告費にHFWの10倍の資金を投資、寄付金額も10倍

### ■ 現状分析(2)

### HFWの弱み

マーケティングスキルの不足により  
有料広告に投資ができていない

適切なマーケティング施策を時間をかけて行い、  
ターゲットがアクセスする媒体に有料広告をうつ!!!

## 新規寄付者の獲得!!!

### ■ サービスの概要(1)

ひとつぶ募金とは・・・

## 「食べる大切さ」を分かち合う 1食10円の募金プログラム

【募金額】1口1000円/月  
毎食10円の募金(1日3食×30日=1000円)  
【申込方法】電話・インターネット  
【支払方法】口座振替・クレジットカード

世界では十分な食べ物が生産されているのに、  
5秒に1人の子どもが、飢餓が原因でなくなっています。  
世界中の食卓を笑顔で満たすために・・・  
お米ひとつぶを大切に、あなたの気持ちを届けます。

### ■ サービスの概要(2)

ひとつぶ募金の寄付者・受益者へのサービス

#### 寄付者

- 入会特典・募金の使い道を報告
- ひとつぶマグネット
- 年次報告書
- ポストカード「写真で伝えるハンガー・フリー・ニュース」
- ホームページでの支援レポート

#### 受益者

開発途上国の栄養改善事業を支援

- バングラデシュ…学校給食、有機農業etc
- ウガンダ…養鶏、有機果樹栽培etc
- ベナン…栄養基礎調査etc
- ブルキナファソ…赤ちゃんとお母さんのケアetc

### ■ ひとつぶ募金のターゲット

## ・30代～50代の主婦

「食べる大切さ」に共感を得やすいと思われるターゲット


「お米ひとつぶ」という言葉を知っていますか?



### ■ マーケティング施策(1)

## プロモーション方法 1

ホームページへのWEB広告 (バナー/キーワード)



賞味期限管理サイト「シムシカン」  
・対象：30～50代主婦層  
・料金：80,000円/月

### ■ マーケティング施策(2)

#### プロモーション方法 2

【Q】あなたは定期寄付の地域生活情報誌「つばき」のフリーペーパーを刊行したいと考えていますか？

調査対象：定期寄付者(100名) 調査期間：平成20年

● フリーペーパーへの広告

ポスティングフリーペーパー「つばき」  
 ・対象：30～50代主婦層  
 ・料金：51,000円(首都圏1エリア最大 243,000部 6cm×2段)

### ■ マーケティング施策(3)

#### プロモーション方法 3

【Q】雑誌広告への登録  
 調査対象：定期寄付者 100名

● 雑誌への広告

正倉院会月刊誌「むすび」(マ30代向け)関連  
 ・対象：30～50代主婦層  
 ・料金：51,000円(縦1/SP 223～50mm)  
 ・発行部数：12,000部

### ■ 目標および効果測定

**目標** 250口増加 (今年度250口見込として2倍)  
 →目標獲得金額 3,000,000円  
 (一口1,2000円/年×250口)

**コスト** 広告掲載費 1,000,000円 ※目標獲得金額の3割  
 (経費より控出)

**効果測定** ひとつぶ基金申込者数をカウント

**測定指標**  
 ・WEB広告 → ひとつぶ基金HPへのアクセス数  
 (Google Analyticsによる)  
 ・フリーペーパー・雑誌 → 問合せ数

11

### ■ 2009年スケジュール

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
広告先リスト作成 キーワード調査	→											
予算調整			→									
掲載先決定			→									
広告掲載				→								
効果測定												●

12

### ■ 研修についてのまとめ

- NPOのマーケティングの必要性を強く実感した
- インターンとの連携で作業負荷が軽減された
- インターンの事務局内の業務が消化できなかった
- リマーケティングにより長期的な寄付者の拡大を目指す

13





## ファミリーハウス

コーディネーター: 水村 裕美子

### ★自己評価

#### 受け入れカリキュラム内容の良かった点

インターンシップ前半にハウス見学やハウスマネージャ研修など、活動を知るための時間があつたことが後の作業のために有効だった。

ハウス紹介ファイルやホームページの英訳ページなど、普段使用している広報ツールのリニューアルを実施できたことがよかった。

#### 受け入れカリキュラム内容の課題・問題点と解決策

当初、実施内容が明確でなかったため、どれくらいの作業量になるのかを見込むことが難しい。どのような能力をもつたインターン生と出会えるかによって実施可能な内容が変わるので初めから実施内容を明確にできないので、初めから、作業量のマックスとミニマムを想定しておくようにしたい。

#### コーディネーターとしての課題と改善策

作業のタイムマネジメントができなかった。納期を守ることができなかった。

仕事量の見積もりをインターン生としっかり確認すること、予備時間をもっと多くとるようにしたい。

作業内容をインターン生と作ること・共有が不十分だった。

インターン生との相談が不十分だった。質問・相談を待つだけでなく、こまめに自らとるようにしたい。

他の業務とのバランスが取れず、中途半端になってしまった。

自分の仕事のタイムマネジメントをしっかりし、対応したい。

団体全体（事務局・現場）へのフィードバックが足りなかった。

作業の進捗など、密に報告するようにしたい。

#### 団体にとってのメリットとデメリット

##### ・メリット

インターン生の新鮮な目で団体を見てもらい、意見をフィードバックしてもらうことで強み弱みの新たな気づきを得られたり、再確認ができる。具体的には、当団体に年齢で、バックグラウンドが多様な人が集まっていることを強みとしていることを再確認することができた。

新しい力を得ることで、新たな分野に取り組むことができる。今回は英語に強いインターン生と出会うことができ、それまで手を着けられずにいた英訳 HP のリニューアルを実施することができた。

#### ・デメリット

機会を活かすことができれば、デメリットは無いと思います。

#### 今後に向けてのフィードバック

インターン受入れにどれくらいの力を注ぐのか、他の業務とのバランスを確認しながら進めることが大切。

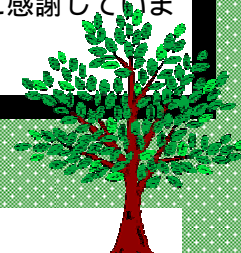
インターン生の関心に沿って、力を発揮してもらえるよう意識することが大切(だけれど、難しい...)

学びの機会をいただいたが、それを現実に落とししていく作業が難しかった。プログラムを通して仕事をマネジメントするためには自分ひとりではできないことを前に進めること、そのためにどんな人の力をどうやって得ていくかが大切なのだと気付くことができた。

## ★プログラム全体の感想

春、どんなインターン生と出会えるのか、まだ分からないままインターンカリキュラムを提出、夏、インターンとのマッチング、暑さの中でインターン開始、秋、研修合宿やハウス紹介ファイル・英訳ホームページ作成作業を経て、冬、NPO 経営資源開発研修の修了証を頂戴し、英訳ホームページもリリースすることができました。5 か月間は長いと感じていましたが、振り返ってみるとあっという間だったようにも感じます。

経営資源開発研修を通してマーケティングの概念を学ぶことができ、根拠をもつこと、説得性を持たせることの大切さを学ぶことができました。プレゼンテーションにおいて、論理立てて、ストーリーとして受け入れられるよう伝えることの大切さを学びました。実際には、マーケティングも、プレゼンテーションもわたしにとって難しく、現場で感じていることを論理に当てはめようと思うと、実感と乖離してしまうし、論理から考えようと思うと混乱してしまうし、とても一人では取り組むことができませんでした。P-NPOICP への取り組みと本来業務とのバランスを取ることがなかなかできず、内外問わず、みなさんにご迷惑をおかけいたしました。仕事をマネジメントするためには、自分だけではできないことを、前に進めていくこと、そのためにどんな人の力をどうやって得ていくのが大切なのだと気付くことができました。このような機会をいただけたことに感謝しています。ありがとうございました。



P-NPOICP2008  
NPO経営資源開発研修

## 特定非営利活動法人ファミリーハウス 「ファミリーハウス活動の 認知度向上に向けて」

2008年12月13日

事務局スタッフ：水村 裕美子  
インターン生：本田 和也



### サマリー

認知度を高めて、ハウスを必要とする人に  
利用してもらいたい！


認知度調査を実施  
結果：一般の認知度が低いことがわかった

一般の人に広く正しく理解していただくには  
既存の広報ツールでは不十分

HPの検討・リニューアルの実施


### 広報活動の現状

- 紙媒体『ファミリーハウス通信』の作成と配布
  - 約1800部 ×年3回
- 助成事業の報告書等の配布
  - 小児高度医療を行う病院、保健所、医療系大学等
- 学会等での展示参加
  - 小児の医学会、看護学会等
- メディア掲載(新聞、TV、ラジオ等)
- ホームページ



### 現状分析① 現状の認知度について

- 認知度調査
  - 全国約3000人にWEBアンケートを実施(昨年)
  - 滞在施設の認知度は低い
    - 具体的な内容まで把握している人は3%のみ。
  - しかし、情報を伝えることで、活動への理解が得られることもわかった
    - 96%が活動の必要性に賛成



### 現状分析② 認知度が低いために起こっている問題

- 経済的負担
  - ホテルやマンズリーマンションの利用により、高額な滞在費が必要となってしまう。
- 精神的負担
  - ホテル等では気軽に話せる相手がいない、孤独感、孤立感が大きくなる。

その結果

家族崩壊につながってしまうこともある。

認知度を高めて、ハウスを必要とする人に  
利用してもらいたい！

### 現状分析③ 認知度を高めるターゲット

- 社会一般
  - 子ども(孫)が病気になることは、誰にでも起こりうる事なので、社会一般の人に知ってほしい。
  - 「火事になったら119番!」のように、「子どもが自宅を離れて東京で治療するなら、ファミリーハウス!」
- 医療従事者
  - 病児が自宅を離れた病院に行く場合は、地元の病院から転院というケースがほとんど。
  - 全国の小児科関係の医師・看護師・ソーシャルワーカー等の認知度向上を図りたい

### 現状分析④ 認知度向上の方向性

- 社会一般への認知向上
  - 紙媒体では、社会一般への認知度向上に量的に限界がある。
  - メディア掲載は、一時的には認知度は高まるものの、正しい理解に直結しないことが多い。
- 医療従事者への認知向上
  - 医療従事者は、自ら積極的に患者家族にファミリーハウスを紹介することは難しい。結局、社会一般への認知度向上が不可欠。
  - 紙媒体だけでは、担当医師の平元に届くかどうか不確定であり、仮に届いたとしても問題意識を持っていないと、目に留まらない可能性が高い。また、学会等でも詳しく説明できるのは極少数の医療従事者。
  - 医療従事者が問題意識をもったときに、インターネットで調べて、詳しく情報を知ることができる基盤が必要。

社会一般の認知度を向上させる取り組みが不可欠。

ホームページの活用！

### 現状分析⑤ 現状のホームページ

- HP更新体制
  - 現在はスタッフ1名が担当しており、ほかのハウス運営業務の合間の時間でやっているのが、更新が不十分になりがち。
  - 守秘義務のこともあり、利用者さんのメッセージを広報媒体にそのまま掲載することは避けている。
  - 利用者さんの状況をスタッフが「代弁」するように努めているが、そのためには、メッセージを表現するのに手間と時間がかかってしまう。

スタッフに過度の負担をかけない  
HP管理の体制を作ることが必要

## 実施内容



- ・「HPリニューアル委員会」を発足
  - メンバー
    - ・ 広報担当理事、看護師、IT関係企業社会貢献担当者、ハウスパソコンボランティア
  - 委員会での評価
    - ・ 現状のHPに大きな問題があるわけではないが、情報更新の頻度を上げるなど、団体の活動内容への信頼度をより高められる余地はある。
- ・ HPリニューアルの方向性
  - ハウス写真・設備内容などの情報を最新のものにする。
  - 活動スケジュール、活動報告の掲載頻度を高める。
  - そのための更新体制をつくる
- ・ 英語ページ
  - 日本語ページと同レベルの新しい情報にリニューアル（2008年度インターンシップで実施）

9  
HP07×02-1103

## スケジュール



- ・ HP検討委員会によるリニューアル内容の検討
  - 第1回 10/5(日) 課題の共有、ブレインストーミング
  - 第2回 12/14(日) HPの具体案を絞る  
(コンテンツ・更新の方法など)
  - 第3回 2/7(日) HPの具体案を提案
- ・ 具体的なリニューアルは、2009年4月以降

10  
HP07×02-1103

## 効果の測定



- ・ 目標の設定
  - HPアクセスの増加(閲覧者数、閲覧時間)
- ・ 効果測定の方法
  - 測定対象
    - ・ HPアクセス数(無料のGoogle analyticsの導入済)
  - 測定時期
    - ・ リニューアル実施後6ヶ月間の平均データを、リニューアル前の6ヶ月間と比較する。

11  
HP07×02-1103

## 研修を終えての感想



- ・ マーケティングの概念を学ぶことができた
  - 根拠をもって説得性をもたせることの大切さ
- ・ プレゼンテーションの概念を学ぶことができた
  - 論理立て筋道を立てて説明することの大切さ
- ・ 仕事をマネジメントすることの難しさと大切さ学ぶことができた

12  
HP07×02-1103



# ブリッジ エーシア ジャパン

コーディネーター：宗野 永枝

## ★自己評価

### 受け入れカリキュラム内容の良かった点

- ・ 広報ツールの作成や、イベントの企画について大部分を任せたとこ、新鮮な内容のパンフレットができ、またイベントではいつもと違った客層が集まり、団体として新しい発見が多かった。
- ・ インターン生が他のインターンのまとめ役としてとても活躍しネットワークを広げたり、じょじょに自身の意見を積極的に表現するようになっていたり、何度か同じサイクルの仕事をこなすことで効率よく仕事が進むようになっていたり、成長が見られた。

### 受け入れカリキュラム内容の課題・問題点と解決策

- ・ 夏休み期間と授業期間でインターンの出勤ペースが大きく異なったため、後半部分にインターン内容の管理が十分できなかった部分がある。
- ・ 団体のゴール設定をしていなかったため、中間の振り返りがインターン中心のものに偏った。また受け入れ期間終了後の団体の自己評価が難しかった。

### コーディネーターとしての課題と改善策

- ・ 学生が夏休みの期間はまとまった時間で業務が比較的余裕を持ってスムーズに行えたが、授業期間になり出勤が週1回になると滞る場合もあるため、インターンの担当する業務のペース配分や内容をさらに吟味して調整する必要がある。
- ・ 業務日報を業務全体や組織全体に還元できるような形でやりとりできるとよい。

### 団体にとってのメリットとデメリット

- ・ メリット  
200時間と時間が長かったことで、団体内部の立場として内部の状況や、外部との関係が共有できた。
- ・ デメリット  
インターン生の体調が悪いときが重なり、業務が予定通り進まないことがあった。

### 今後に向けてのフィードバック

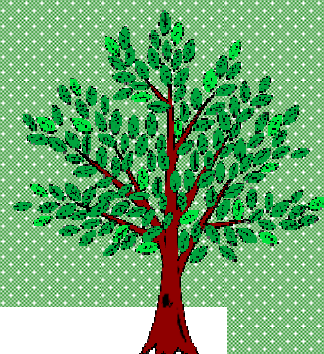
- ・ マッチングの際、団体の課題や、具体的な作業内容をしっかりおたがい共有できると進めやすい。
- ・ 団体の仕事をやってもらう以外に、コーディネーターの研修の作業に対してある程度協力してもらうことも確認したい

## ★プログラム全体の感想

多くの人に関わるインターンシップと研修のプログラムで、予想以上に知見が広がった5ヶ月間でした。組織としては、データ集積と分析の必要性、また問題を団体内で共有する重要性をあらためて認識しました。特に講師の方や事務局の手厚いフォロー、最終報告会での外部の方のご意見で、「何を知るべきかを知らない」という閉塞的な状況から、組織内で客観的な意見が不足しているということを確認したことが今回のいちばん大きい成果だと思います。

インターンシップでは、インターン生の高橋さんの人を巻き込む力を活かし、イベントや広報の業務を通じて団体内のインターンや外部との関係が築けたという手ごたえがありました。インターン生は自身の長所を社会でどう生かしていくかを考えるひとつのステップになったのではないかと思います。

研修ではマーケティングの基本を学んだおかげで、資金調達や組織強化への施策を以前より具体的にイメージするようになりました。ただ今回は上司や他のスタッフ、インターン生を思うように巻き込めなかった反省があり、今後は適所に組織の内外の客観的な意見を取り入れながら、課題解決およびそれにむけた分析や効果測定に取り組むことが課題です。



P-NPOICP2008 NPO経営資源開発研修最終報告

## BAJベトナム事業への寄付者の拡大

30代～40代の女性を対象として

ベトナムのこどもたち

ベトナム

2008年12月13日  
認定NPO法人 ブリッジ エーシア ジャパン  
宗野永柱  
高橋明徳

## 今日のポイント

課題: 新規寄付者ののびなやみ

- ① 多くの人に知ってもらおう  
→ 日本への潜在寄付者への広報
- ② アクセスした人の共感を強めるコミュニケーション
- ③ より寄付しやすい仕組みをつくる  
→ ネット募金のシステム強化

結果: 前年比120%の寄付者増加

## 現状分析1: 広報+PRの不足

BAJ	競合
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ウェブサイト</li> <li>・駐在員ブログ</li> <li>・広報誌</li> <li>・報告会</li> <li>・イベント (グローバルフェスタなど)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ウェブサイト</li> <li>・現地ブログ</li> <li>・広報誌</li> <li>・新聞</li> <li>・ウェブ広告</li> <li>・電車の中吊り広告</li> </ul>

露出度が少ない  
広報先が限られている

## 現状分析2: 寄付者・参加者とのコミュニケーション不足

- ・イベント参加者へのフォロー  
(定期的な情報発信)が定着していない。
- ・「何をしているか」は説明するが  
**「なぜそれが必要か」**  
を伝えられていない。

支援に結びつきづらい

## 現状分析3: 寄付するまでが不便

### 競合との比較

団体名	ゆうちょう	銀行	コンビニ	クレジット	インターネット	電話受付	自動引落
カープサテライト(ベトナム)	○	○		○		○	○
日本国際ボランティアセンター	○	○		○		○	○
プランジャパン	○			○	○	○	○
ワールドビジョンジャパン	○		○	○		○	○
<b>BAJ</b>	○	○			○	○	○

## 現状分析4: BAJの強み

- ① 認定NPO法人である
- ② 現地を身近に感じられる情報提供が可能

## BAJの支援者

- ・ベトナム寄付者の割合 男:女 = 4:6
- ・輝けアジアの子ども基金サポーター 41名  
うち女性の**新規加入者**平均年齢**48.8歳**

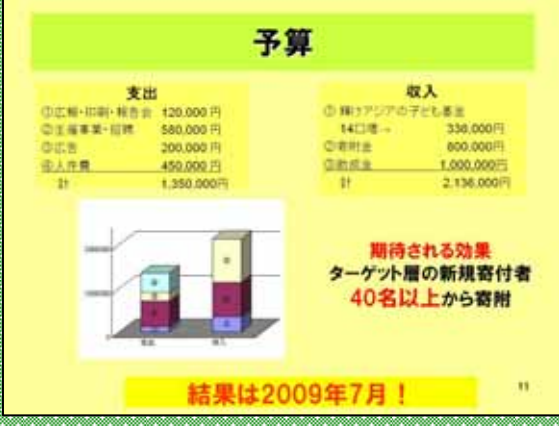
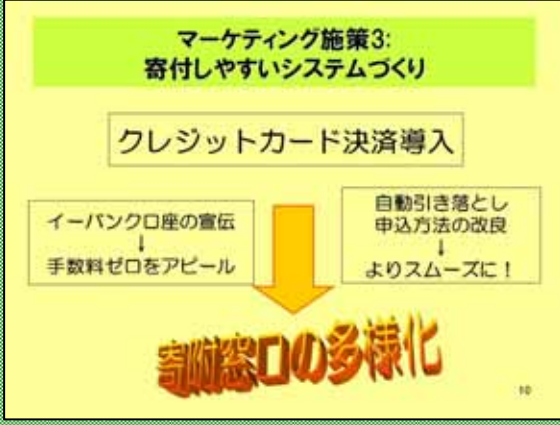
そして...  
30-40代の女性の国際協力に対する関心が比較的高い

## マーケティング施策1: 露出度 (情報アクセス数) をあげる

PR

- プレスリリース  
↓  
知り合いの記者に連絡  
その他マスコミ各社へ
- 新聞・テレビ・情報各社 (社)へ
- チラシ配布  
↓  
都内レストラン、学校へ
- 広告  
↓  
30-50代女性が多く見る  
ウェブサイト、メールマガジン
- メールマガジン、日報メルマガ、Fe-MAIL、購入記録メルマガ など

露出度アップ



- ### P-NPOICP2008振り返って
- <組織としての気づき>
    - ・ データ集積と分析の必要性、また問題を団体内で共有する重要性
  - <インターンのマネジメントに関する気づき>
    - ・ インターン・団体・外部のネットワーク  
→ 学生の力を借りて、1-1以上の関係が築けました
  - <研修に関して>
    - ・ 1名で人材育成とマーケティング施策を担うのは、負担過多  
→ 来期は2名以上の体制にします
- BAJ**



## 編集後記



編集後記なるものを初めて書くくらい、冊子づくり初心者ならぬ初体験者でしたが、的確に指示をいただいた編集長の田邊さんと、頼んだ仕事はこちらがひいてしまうくらいの予想以上の仕事をしてくれた、同じインターン生でデザイン担当の梅田さんのおかげで、無事2008年度版の報告書を完成することが出来ました。

僕は主に膨大な数の写真を毎日毎日整理&編集する担当でしたので、報告書作成中の一ヶ月間は、インターン生、団体コーディネーター、関係者の方々の顔、顔、顔で頭がいっぱいでした。毎日みなさんの笑顔を眺めていると、だんだんみなさんのことが前よりも好きになってしまい、もはやこれって恋愛感情かしら、ヤバイヤバイヤババだぞと動揺してしまう日もありました(キモい)。

しかしそのくらい!このインターンで出会った仲間と、お世話になった皆様との関係は、ながく大切にしていきたいという気持ちが強くなっています。この報告書を読むことで、同じように2008年のインターンシッププログラムを振り返っていただけたら嬉しいです。

そして、この報告書がまた新たな人のつながりを作ることができるよう願っています。

P-NPOICP2008 インターン生 笠原 孝弘



5ヶ月間のインターンと、今回の報告書作成作業の参加を通じ、私は、パソコンを使っただけのデザインを考える作業が好き、という今まで自分で意識したことのない一面を引き出してもらえたように思います。また、ページレイアウトを考える作業を通じ、細かい部分に気を取られるばかりで、全体をとらえる意識を見失いがちである自分にも気付くことができました。今後違う場面でも、気をつけたいことです。

このように様々な気付きを得たのも、作業の大部分を私達インターン生に任せて頂けたからだだと思います。ただ担当になってからの1ヶ月は、思うようにいかない苦勞もありました。作業のことが(旅行中でも気になるくらいに)自分の頭の中を占めていました…。ですが、自分で責任を持って取り組めた分、得るものも大きかったのではないかと思います。

しかし「任せてもらった」とはいえ、作業を進めるにあたっては編集長田邊さんと笠原さんの頼れるお二人にはとーっても助けられました。また、吉川さん(NPOサポートセンター)からのアドバイスもとても参考になりました。たいへんお世話になりました。

そして、デザインにあたっては、P-NPOICPに携わる方々の元気の良さを意識したつもりです。このパワー溢れるプログラムに、これからも多くの人に関わり、P-NPOICPの輪が益々広がっていくことを修了生として願っています。

P-NPOICP2008 インターン生 梅田 恵



Panasonic NPO インターン・コラボ・プロジェクト 2008 報告書

発行日  
2009年3月

発行者  
Panasonic NPO インターン・コラボ・プロジェクト 2008

(特活)NPO サポートセンター  
理事長：山岸秀雄  
〒104-0061 東京都中央区銀座 8-12-11 第2 サンビル  
Tel : 03-3547-3206 URL : <http://www.npo-sc.org>

(特活)NPO 支援センターちば  
代表理事：恵 小百合  
〒277-0005 千葉県柏市柏 2-5-9 岡田屋ビル 5F  
Tel : 04-7168-8600 URL : <http://www.npo-scc.org>

特別協賛：パナソニック株式会社