

第2部

目標設定から実際の配信まで 情報発信 「はじめの一步」

NPO法人北海道エンブリッジ 代表理事
浜中 裕之

第2部

情報発信初心者対象

はじめて情報発信をはじめようとするNPO関係者、SNSの書き込み程度から本格的に情報発信をはじめたいNPO関係者向け

目標設定から実際の配信まで 情報発信「はじめの一步」

情報発信はそれぞれもNPOの目的に合わせた効果的な方法を検討する必要があります。NPO代表の立場から情報発信における目的、目標、効果的なツールを設定するワークショップを、自身の体験談を交えながら開催します。

作成者プロフィール

第2部

目標設定から実際の配信まで 情報発信「はじめの一步」



浜中 裕之 はまなか ひろゆき

NPO法人
北海道エンブリッジ
代表理事

- 1985年 北海道留萌市生まれ
- 1996年 札幌に移り住み、琴似小・琴似中・手稲高校を卒業
- 2004年 北海学園大学経済学部に入学生
1年：バイト、サークル、遊び歩く日々
2年：社会に出るイメージがわからず、札幌のベンチャー企業でインターンシップに参加。広告営業を担当する。
3年：長期インターンシップのコーディネートを開始。
4年：NPOを設立。
チャレンジコミュニティプロジェクト（経済産業省：後援）特別研究員に認定
長期実践型インターンシップの事業化を目指す。
- 2008年 大学卒業（就職活動⇒東京大手広告会社に内定、悩んだ末辞退）
- 2012年 NPOを法人化、NPO法人北海道エンブリッジの代表理事に就任。
- 2018年 中小企業庁 アントレプレナージャパンキャンペーン「創業機運醸成賞」受賞

NPO法人における情報発信の目的

一般企業：顧客の獲得

NPO法人：発信すべき対象は **誰か** いる

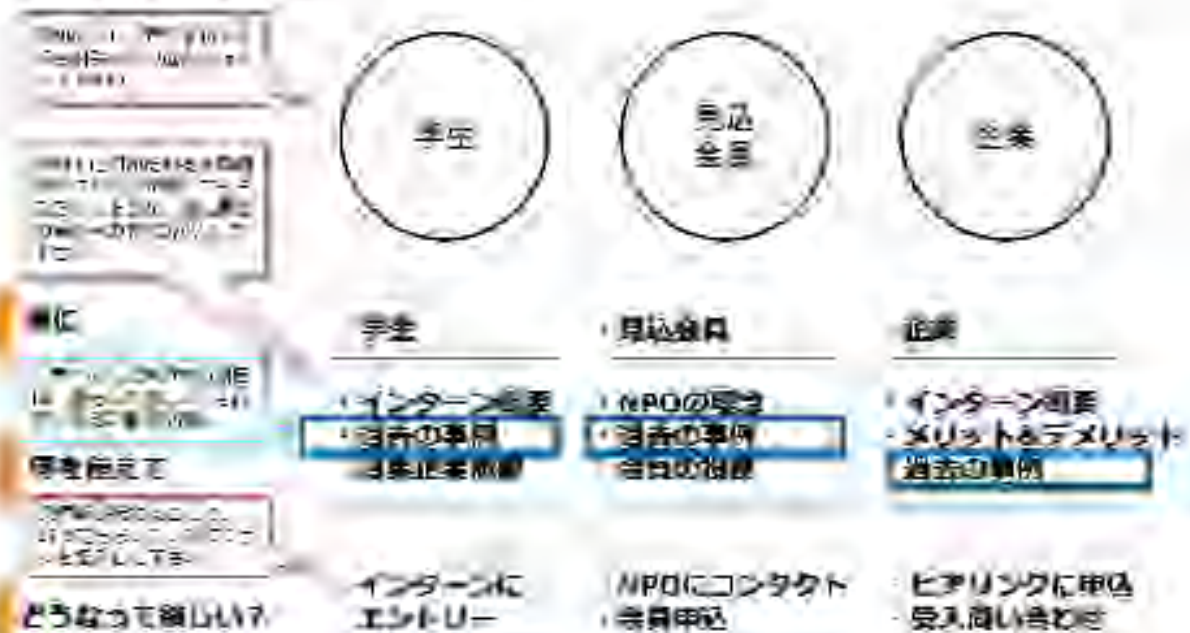


誰に伝えるための「情報発信」が計る

目的設定（記入例）

目的を3つに絞る

「情報発信の目的を絞り、目的を3つに絞る。その結果を100%達成したと見做す。達成していない場合は、その結果に応じて調整して進みますか？」
 ※目的を絞るべきです。





目的設定

情報を伝える相手の解像度を上げよう



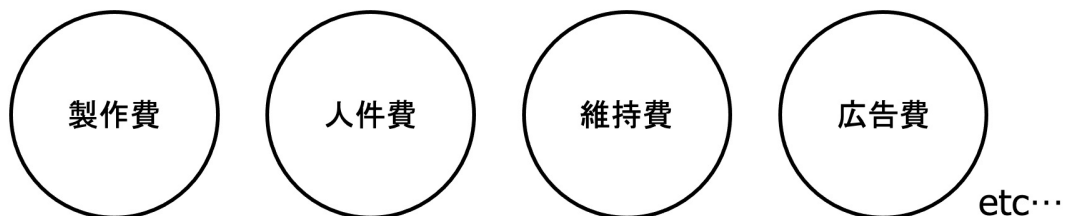
② 情報発信の目標を設定しよう

活動目標から情報発信目標を導出する。

「情報発信をしようとする」という目的に何を目標として持つことが多岐にわたります。その中でも最も大切に行えることには、目的の情報発信の「量」を適切に目標を設定することです。目的は様々な活動が達成されることですが、必ずしも「情報発信量」を増やそうとする必要は必ずしもありません。むしろ、必要以上に情報発信をしてしまうと、認知度が下がったり、逆に目標設定が達成されず、活動が停滞してしまう可能性があります。

目標設定

情報発信はコストである

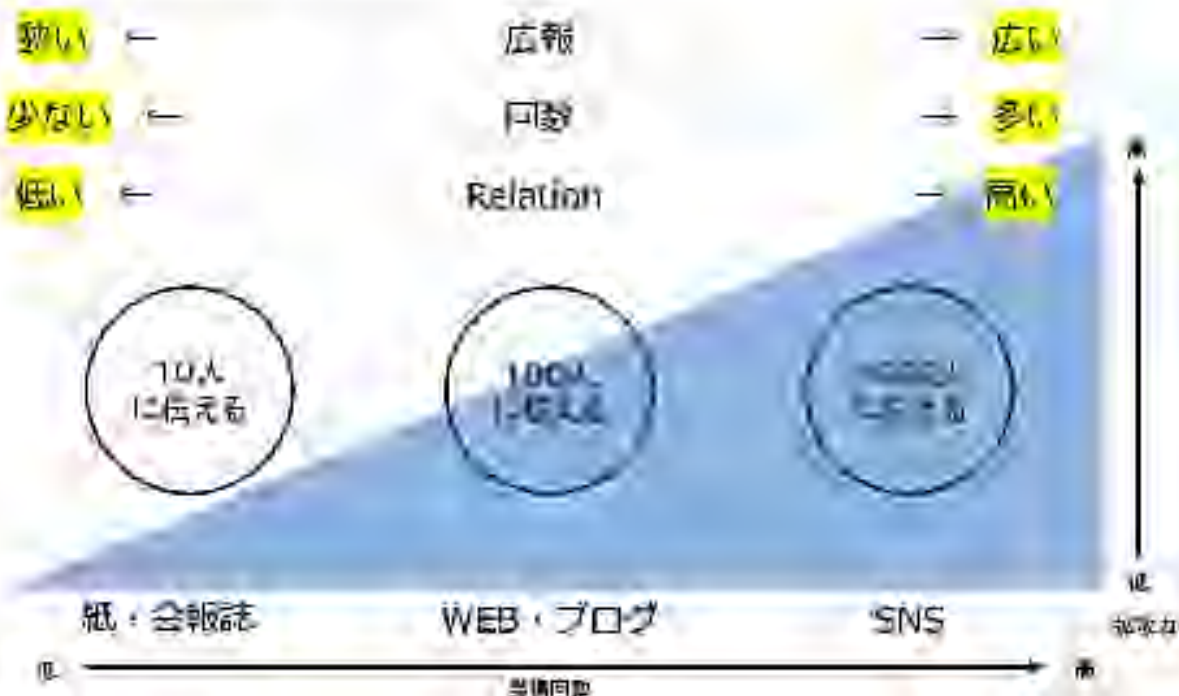


何人集めたいか？ / いくら集めたいか？

同じ成果なら、発信量は少ない方が良い
「とりあえず情報発信！」をやめる

目標設定

年間の活動目標から考える



目標設定

目標を書き出してみる

Work sheet 上で記入した「目標」をとり替えて、自分にとって必要と思われる項目を絞りこみ、活動の方向性を定める。以下には、年間の目標に対して情報発信活動を通じてどのような成果を期待しているかを、3つの中期には、年間の達成する前に掲げたい目標が記載してある。

<p>「Web」の活用により、Webサイトの更新を定期的に行う。</p> <p>Webサイトの更新を定期的に行う。また、Webサイトの更新を定期的に行う。</p>	<p>50人</p>	<p>600万円</p>	<p>25社</p>
<p>年間目標</p>	<p>WEB Project Inter</p>	<p>WEB Campaign</p>	<p>Facebook WEB</p>
<p>想定媒体</p> <p>Twitter Facebook LINE YouTube Instagram</p>	<p>10%</p>	<p>150%</p>	<p>10%</p>
<p>割合</p>			

目録を書き出してみよう



- 目録の書き出し
- 目録の書き出し
- 目録の書き出し

目録設定

目録に合った適切な情報発信をこころがける
 —やらない判断も大切—



目録の書き出しに合わせて
 適切な情報発信を設定する。
 適切な情報が目録に反映する
 ことで、目録の書き出し
 効果を最大化させる。



目録の書き出しに合わせて
 適切な情報発信を設定する。
 適切な情報が目録に反映する
 ことで、目録の書き出し
 効果を最大化させる。



目録の書き出しに合わせて
 適切な情報発信を設定する。
 適切な情報が目録に反映する
 ことで、目録の書き出し
 効果を最大化させる。

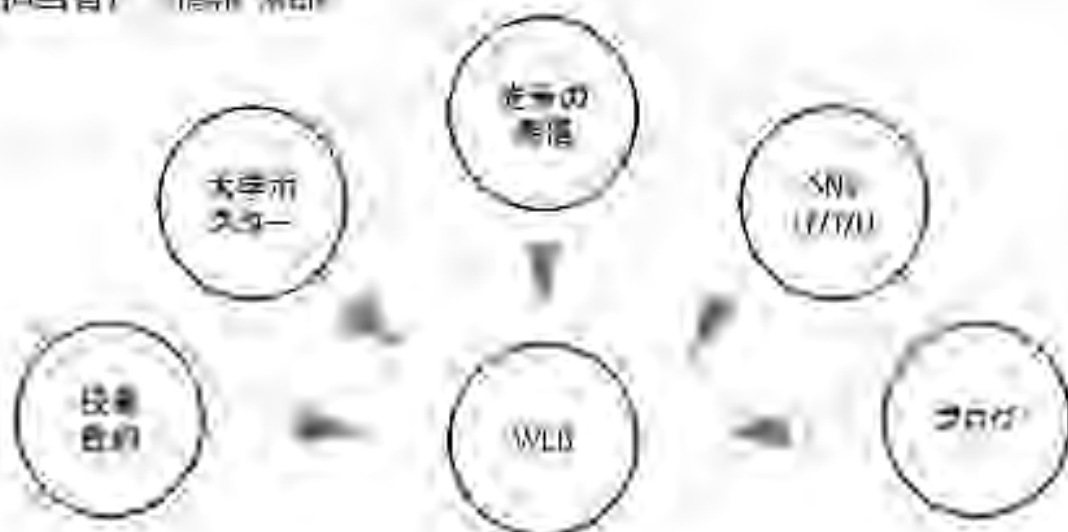
はじめ方

記入例①

情報発信の戦略づくり

情報発信者が発信したい情報を誰に、どのように伝えたいかを、目的・対象/手段・回数/頻度・回数/頻度・回数/頻度に基づいて整理し、適切なメディアやチャネルの選択を可能にする可能性が高まります。

【誰に】 学生
 【目標】 50人
 【担当者】 情報本部



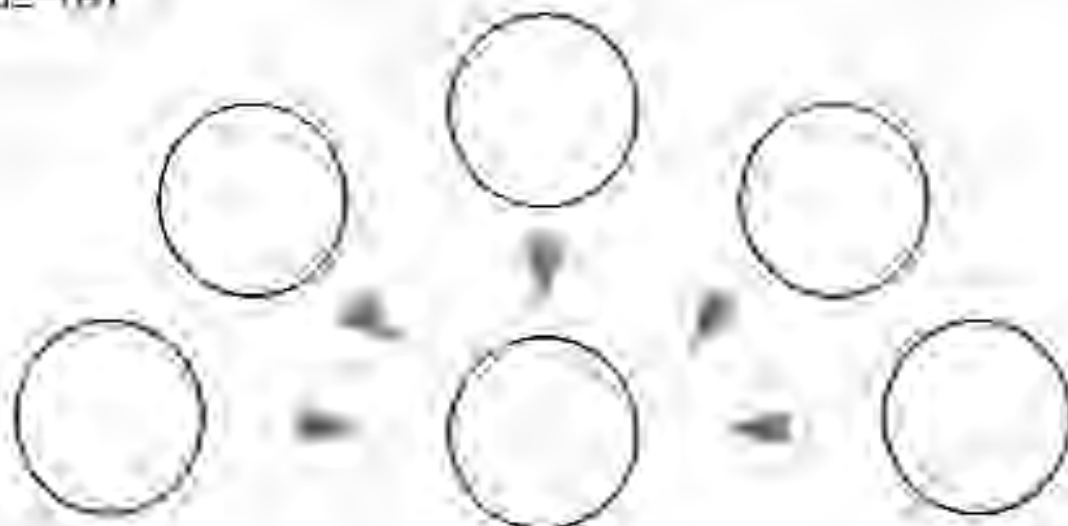
はじめ方

実際に記入してみてください

情報発信の戦略づくり

情報発信者が発信したい情報を誰に、どのように伝えたいかを、目的・対象/手段・回数/頻度・回数/頻度に基づいて整理し、適切なメディアやチャネルの選択を可能にする可能性が高まります。

【誰に】
 【目標】
 【担当者】



(STEP 3)

実際に みる)

総動員はここから始めること!



★ 制作費が安い
● 24時間いつでも
● 世界中からアクセス
● 制作費は1万円から
● 24時間いつでも



● 制作費が安い
● 24時間いつでも
● 世界中からアクセス
● 制作費は1万円から
● 24時間いつでも



● 制作費が安い
● 24時間いつでも
● 世界中からアクセス
● 制作費は1万円から
● 24時間いつでも



情報のベースキャンプで、異業種者が多くて各層級が大切。

- LP (ホームページ) 25万程度から100万程度
● パッケージ
● Web
● Design

※ 費用は別項目
※ 費用は別項目
※ イベントなど集客で費用も別

- ブログフォーマット (デザイナーに依頼)
相場 300~3000万円 (経費金を活用できる場合は、
経費: 100万円に抑えてもらう (お祝い)

＝しめ＝



活動の発表場 - 経験感伝える。全ての対象者に有効。

データベース: (nss), はてなブログ, (in a blog group), アメーブルブログ etc

特徴:

- ①使ってるサービスもある
- ②アカウントをつくる(開帳の障害が少ない)
- ③更新は1回記事更新する(日数は1〜3ヶ月に1回でもOK)

中級: WEBでSNSと連携する。 上級: 自己メインで発信

＝しめ＝



日々の活動の様子を伝える。時々の中身の濃いコトも発信できる。

Twitter

Tumblr

Instagram

年齢層

20代が多い
20~50代が中心層

発信内容が多い
20~30代が多い
写真や動画が中心

発信が中心多い
20~40代が多い
40~50代も増加

発信

企業アカウント
- 業務用

個人生活の発信
- 業務用も活用

女性、主婦など
個人アカウント

発信

多い

少ない

多い

情報発信の心得

①必要な人に、必要なだけ

気負い過ぎず、大切にしなければならない人たち、必要な人に、必要な分だけ丁寧な情報発信を心がける。

②普段、会って話す時の延長上で コミュニケーションを

情報発信は普段人と会って話すコミュニケーションと同様に考える。一話したら、一相手の話を聞くような双方向のコミュニケーションが理想的。普段のコミュニケーションの延長上に、オンラインなどを活用したコミュニケーションを心がける。