

# 麻生区地域課題対応事業 小さな組織のSNS情報発信戦略 概論



加藤 たけし

Facebook : [takeshi.kato1204](https://www.facebook.com/takeshi.kato1204)

Twitter : [@takeshi\\_kato](https://twitter.com/takeshi_kato)

# <3回連続講座>

1月20日（日）10時～12時

小さな組織のSNS情報発信戦略

2月17日（日）14時～16時

効果的なSNS情報発信のためのPDCAサイクルのまわし方

3月17日（日）14時～16時

持続可能な情報発信チームに向けて

# ＜本日のテーマ＞

## 小さな組織のSNS情報発信戦略

1. Webマーケティングの施策を整理する
2. 各ソーシャルメディアの特徴と活用事例
3. 先進NPOのWebマーケティング事例

# <本日のスライドについて>

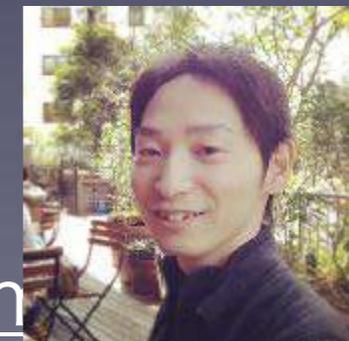
- ・ 計100枚以上のスライドがあり、1枚1枚の説明は短めになります。
- ・ 以下連絡先までご連絡いただいた方には、配布資料のPDFデータを後日お渡しします。（団体内利用のみでお願いします）



Facebook : [takeshi.kato1204](https://www.facebook.com/takeshi.kato1204)

Twitter : [@takeshi\\_kato](https://twitter.com/@takeshi_kato)

メール : [takeshi.kato1204@gmail.com](mailto:takeshi.kato1204@gmail.com)



# Webマーケティングの施策例

# Webマーケティング、4つの特徴

## 1. コストをかけずにスタートできる

人手は必要だが、それ以外はほぼコスト0でも取り組むことも可能。

## 2. 効果測定がしやすい

Webサイト上でのユーザーのアクションは数値化されるので、施策の成果や費用対効果が検証しやすい。

## 3. PDCAサイクルを回しやすい

効果測定を踏まえて次の施策を考えることができるので、PDCAサイクルをまわしやすい。

## 4. 取り組み全てが資産になる

Webサイトは基本的には閉鎖する必要がないため、その取り組み全てが資産になる。（主にSEO、詳細は後述します）

# SEO（検索エンジン最適化）・リスティング広告

Google NPO 求人

ウェブ ニュース 動画 画像 地図 もっと見る 検索ツール

約 995,000 件 (0.21 秒)

**東京付近 Npo関連の求人 - indeed.com**  
広告 [jp.indeed.com/東京-Npo](http://jp.indeed.com/東京-Npo)  
あらゆる仕事 まとめて検索 お仕事探しなら Indeed  
求人情報を検索 東京の求人情報を検索  
履歴書を登録 新着求人をメールで受信

**NPO関係の求人ならリクルート - r-agent.com**  
広告 [www.r-agent.com/](http://www.r-agent.com/)  
あなたの経験を活かしてキャリアアップ。完全無料！NPO関係の求人はリクルート  
【転職成功実績No.1】・次の私は、プロと始める。・プロが転職をフルサポート  
勤務地から探す - エグゼクティブ転職 - 職種から探す - キーワードから探す

**認定NPO法人で正職員の採用開始 - katariba.net**  
広告 [www.katariba.net/](http://www.katariba.net/)  
事業規模3億円超、職員約50人、全国4拠点 国内有数の教育NPOで、エントリー受付  
仕事内容 - はじめての方へ - 職員の声  
東京都杉並区 高円寺南3-66-3 高円寺コモンズ2F

他のキーワード: 環境npo求人 npo 給料 npo 求人 東京 npo とは npo 求人 福岡

**DRIVE | ソーシャル・NPO・ベンチャー 求人情報 - NPO法人...**  
[www.etic.or.jp/drive/](http://www.etic.or.jp/drive/)  
アフタースクール、全国で！現場・本部スタッフ募集です！特定非営利法人 放課後  
NPOアフタースクール、「子どもたちの放課後を救え！」アフタースクールニーズの拡  
大を受け、本部組織を強化します。また、現場責任者、スタッフも同時に募集します。

**特定非営利活動法人エティック**  
[www.etic.or.jp/drive/](http://www.etic.or.jp/drive/)  
地域の本気に挑む仕事  
地域活性を実現する事務局スタッフを募集

**ジョブセンスリンク/NPO転職**  
[job.j-ser.jp/](http://job.j-ser.jp/)  
【ジョブセンスリンク】35万件もの求人！  
スカウトメールで手間少なく年収アップ

**NPO関連の正社員求人情報**  
[next.rikunabi.com/](http://next.rikunabi.com/)  
日本最大級の求人・転職情報サイト！  
NPO関連の求人はリクナビNEXT。

**NPO法人の求人情報なら**  
[next.riku.nahi.com/](http://next.riku.nahi.com/)  
日本最大級の転職・求人情報サイト！  
NPO法人の求人情報はリクナビNEXT

**NPOの正職員になりたい方へ**  
[www.npo-sc.org/](http://www.npo-sc.org/)  
03-3547-3206  
NPO就・転職コース第5期がスタート  
応募締切は2015年4月29日必着です

# SEO（検索エンジン最適化） ・ リスティング広告

## ■SEO（検索エンジン最適化）

- ・コスト：★★★★
- ・即時性：★★
- ・資産：★★★★★

GoogleやYahoo!からの検索流入を増やすための施策。  
長期的にユーザーの自然流入が増やすことができる。

## ■リスティング広告

- ・コスト：★★★
- ・即時性：★★★★★
- ・資産：★★

GoogleやYahoo!の検索結果に表示する広告。  
Google Ad Grantsでも活用できる。

# ソーシャルメディアマーケティング

## ■ソーシャルメディアマーケティング

- ・コスト：★
- ・即時性：★★
- ・資産：★★

TwitterやFacebookなどのソーシャルメディアを運用する。

DRIVE by ETIC. @Drive\_etlc · 5月7日

「生きる」と「働く」と「学ぶ」をつなげる仕事。実践型インターンシップのコーディネーターを担いつつ、新たな分野を開拓する仲間を募集！—NPO法人JAE [goo.gl/YRu1Ti](http://goo.gl/YRu1Ti)  
[@jae\\_students](https://twitter.com/jae_students)



DRIVE Drive / ドライブ by ETIC.  
作成者: 塚田 恵蔵 (Y) · 5月20日 19:36 · 編集済み · 非公開

【第一希望日は25日(月) 11:00! DRIVEラボでライター募集中】  
DRIVEラボでは、一緒に「はたらく」のワクワクするような未来を描いてくれるライターさんを募集中です!  
先日は「ボランティアライター」さんとして募集しておりましたが、僅少ですが記事1本につき謝礼が出るというアピールのもと、ライターさんとして再度募集の告知をさせていただきます。... もっと見る



DRIVEラボで執筆してみませんか? 「はたらく」の未来を描くライター募集!—NPO法人エディック  
DRIVE | DRIVE

ETIC ORJIF (非営利) NPO法人ETIC.

# ソーシャルメディア広告

## ■ソーシャルメディア広告

- ・コスト：★★
- ・即時性：★★★★
- ・資産：★

TwitterやFacebookなどのソーシャルメディアに配信する広告。



Amazon.co.jp [アマゾン] @AmazonJP · 6時間  
【すべて半額以下&配送料無料】  
人気の一眼レフやコンデジなど、お得な「デジタルカメラ」をこちらからチェック！ → [amzn.to/1Ko5oP1](https://amzn.to/1Ko5oP1)  
#デジカメ

プロモーション

27 39 画像を表示する

This is a screenshot of an Amazon Japan advertisement on Twitter. It features four digital cameras: a Canon DSLR, a Nikon DSLR, a white compact camera, and a pink compact camera. The text promotes a sale where all items are at least 50% off with free shipping. A red circle highlights the word 'プロモーション' (Promotion) in the bottom left corner.



NPOカタリバ  
【「私は、価値のある人間だと思わない」52.7%】  
高校生が「未来はつくれる」と信じて歩めるように。  
高校生が将来について考えるきっかけを寄付を通じて届けていただけませんか。

生き抜く力を、子ども・若者へ  
NPOカタリバ

いいね! 24件 再生1,220回

いいね! コメントする シェア

This is a screenshot of a Facebook advertisement for NPO Katariba. The ad features a survey result: 52.7% of respondents do not think they are a person of value. The text asks for donations to help high school students believe in their future. A red circle highlights the word '広告' (Advertisement) in the top left corner.

# LPO（ランディングページ最適化）

改善率 **107%**（当初比）、応募数 **1,000** 件超/月に相当

Before

DDA 前回の検索履歴 一時保存リスト

詳細 一時保存

（掲載予定期間:2016/2/29(月)～2016/5/29(日) 求人コード 9001204990)

正社員 未経験歓迎

### 株式会社インテリジェンス

インテリジェンスを牽引する総合職(採用支援に関する法人営業・キャリアコンサルタント)

**【実行力を備えたコンサルティング】**  
シニアの力で経営課題を解決に導く。

今後大きく成長していくマーケットを創造していく醍醐味を、私たちとともに味わいませんか？

#### 募集要項

見据えるのは、この先の時代。  
個人と企業が共に成長できる社会をつくる仕事。  
私たちをとりまく環境は、常に変化し続けています。

After

DDA 前回の検索履歴 一時保存リスト

（掲載期間:2016/2/29(月)～2016/5/29(日)

### 株式会社インテリジェンス

インテリジェンスを牽引する総合職(採用支援に関する法人営業・キャリアコンサルタント)

正社員 未経験歓迎

募集要項 会社概要 応募方法

**【実行力を備えたコンサルティング】**  
シニアの力で経営課題を解決に導く。

今後大きく成長していくマーケットを創造していく醍醐味を、私たちとともに味わいませんか？



# EFO (エントリーフォーム最適化)

## お見積り条件

### • 屋根の種類

和瓦       洋瓦       その他

### • お支払い予算について

~100万     ~500万     500万~

}

## お客様情報の入力

お名前

フリガナ

mail

}

## お客様情報の入力

お名前

フリガナ

mail

}

## お見積り条件

### • 屋根の種類

和瓦       洋瓦       その他

### • お支払い予算について

~100万     ~500万     500万~

}

# LPO・EFO

## ■LPO（ランディングページ最適化）

- ・コスト：★★★★
- ・即時性：★★★★
- ・資産：★★★★

Webサイトの入り口となるページ（ランディングページ）を最適化する施策。ユーザーのアクションを意識した導線設計が重要。

## ■EFO（エントリーフォーム最適化）

- ・コスト：★★
- ・即時性：★★★★★★
- ・資産：★★★★

「購買」「資料請求」「イベント申し込み」などのフォームにおいて入力の手間を減らすなど、途中離脱を最小限に抑える施策。

# Webマーケティング施策の整理

# Webマーケティング施策を3つに大別する

## 1. 集客施策

Webサイトにユーザーを集めるための施策

## 2. 接客施策

Webサイト上で購買・資料請求・問い合わせ・イベントの申し込みなど、ユーザーに特定のアクションをしてもらうための施策

## 3. 再来訪施策（リピート率やLTV：顧客生涯価値の向上）

Webサイトを一度訪れたユーザーにもう一度来てもらうなど、ユーザーとの関係を保つための施策

# Webマーケティング施策の整理

3つの「目的」で整理してみる

## 1. 集客施策

SEO  
(検索エンジン最適化)

リスティング広告

ソーシャルメディア  
マーケティング

ソーシャルメディア広告

コンテンツ  
マーケティング

## 2. 接客施策

サイト最適化

LPO (ランディング  
ページ最適化)

EFO (エントリー  
フォーム最適化)

グロースハック

## 3. 再来訪施策

メールマーケティング

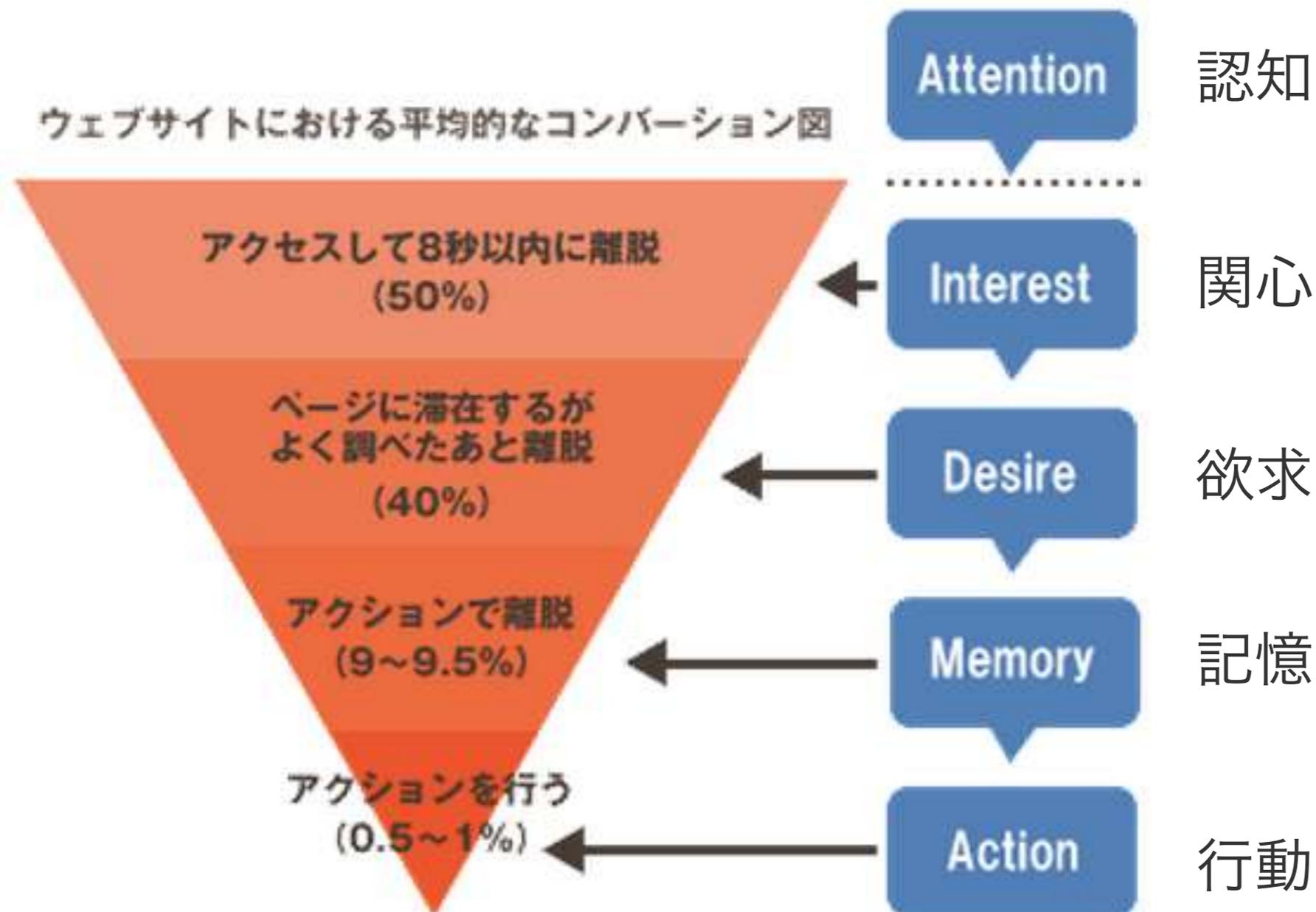
リターゲティング広告

CRM  
(顧客関係管理)

「目的」によって「施策（打ち手）」が変わってくる。  
がむしゃらに取り組むのではなく、  
目的を意識してWebマーケティングに取り組むことが重要。

# 購買ファネルを考える

「ユーザーの状態」を考えることを忘れない



(元データ : <http://www.pressure-point.info/marketing/> )

それぞれの状態におけるユーザーに対して、どう働きかけるか。

# 購買ファネルを考える

ソーシャルメディア時代は「ダブルファネル」

① ソーシャルメディアと連動  
広告、店舗、イベントでの仕掛け

② ソーシャルメディアで交流  
傾聴、対話、活性化を促進

③ 全ての顧客接点でおもてなし  
期待を上回る顧客体験を提供

A I D M A

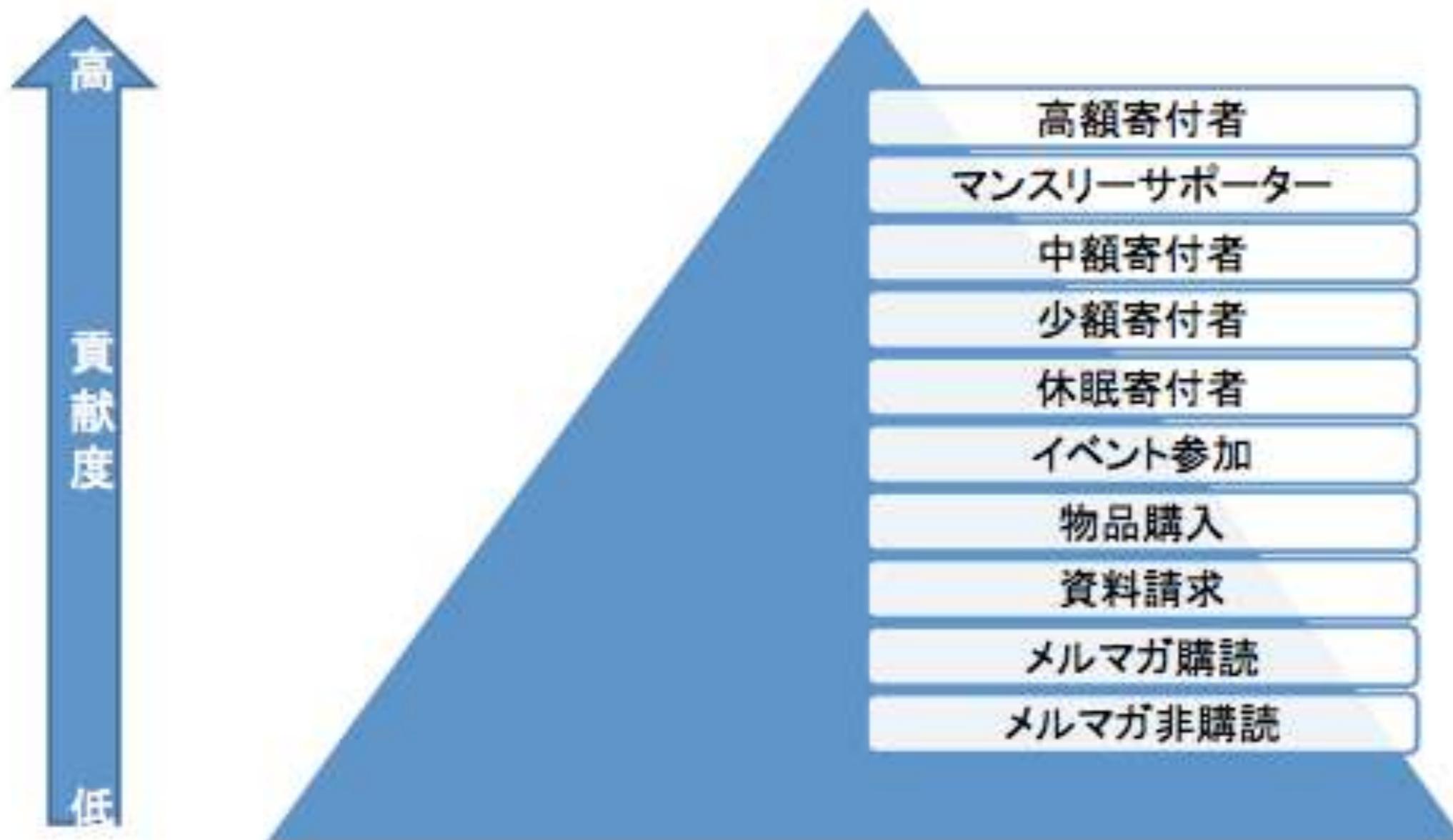
購買前に伝える

S I P S

購買後に伝わる

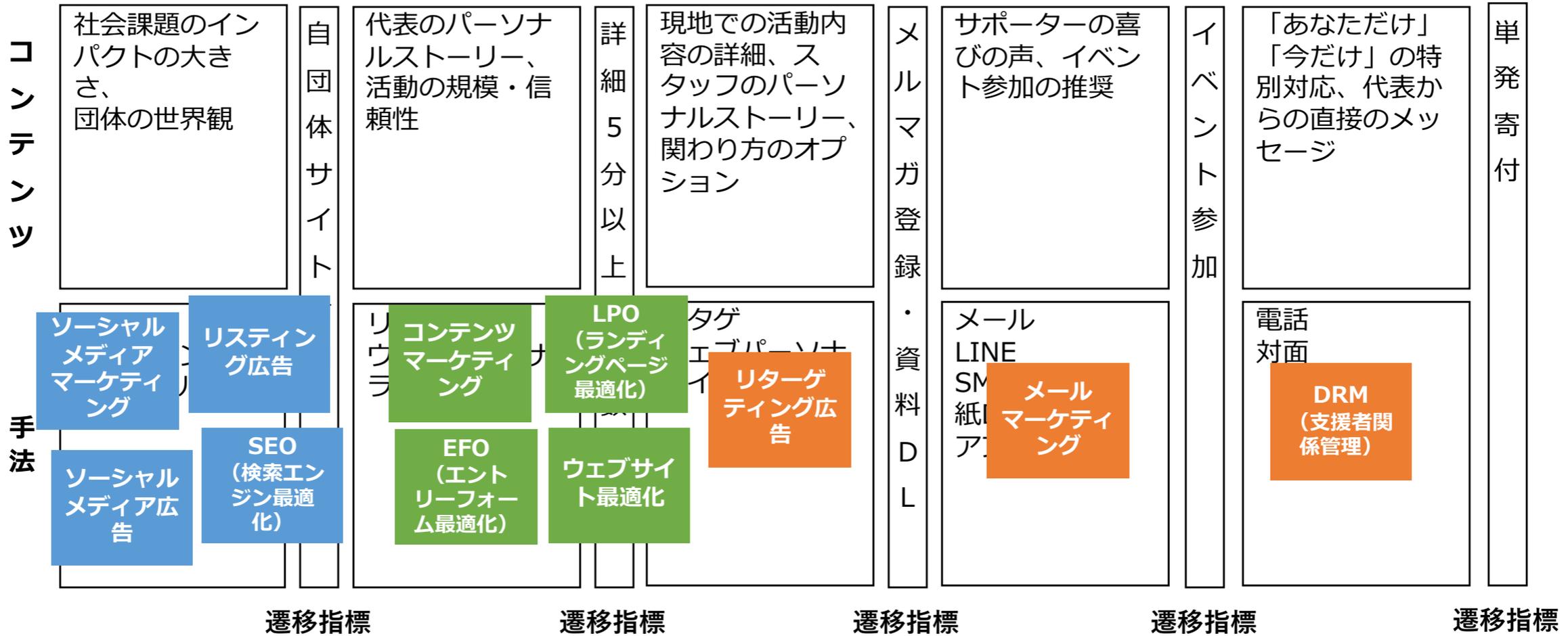
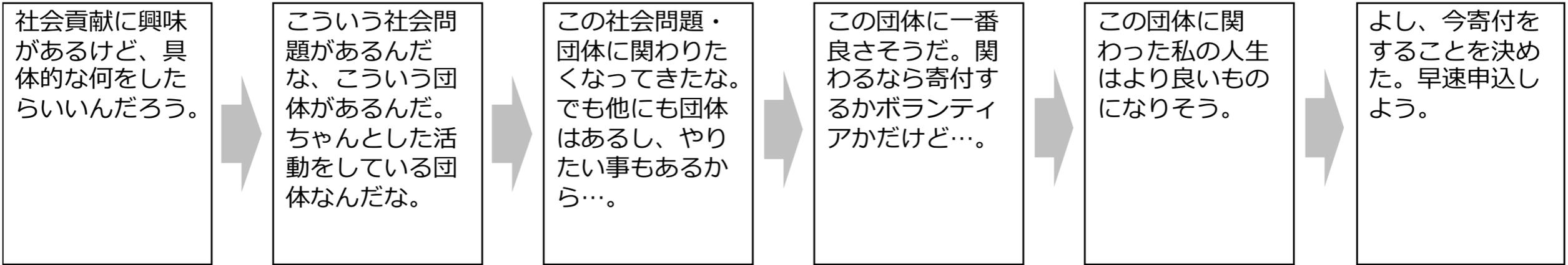
# ドナー・ピラミッド

- 支援者の貢献度によって、10段階の支援フェーズに分ける。最新情報に自動で更新。



# ドナージャーニーに施策をプロットする

パーセプション



# Webマーケティング施策の整理

3つの「目的」で整理してみる

## 1. 集客施策

SEO  
(検索エンジン最適化)

リスティング広告

ソーシャルメディア  
マーケティング

ソーシャルメディア広告

コンテンツ  
マーケティング

## 2. 接客施策

サイト最適化

LPO (ランディング  
ページ最適化)

EFO (エントリー  
フォーム最適化)

グロースハック

## 3. 再来訪施策

メールマーケティング

リターゲティング広告

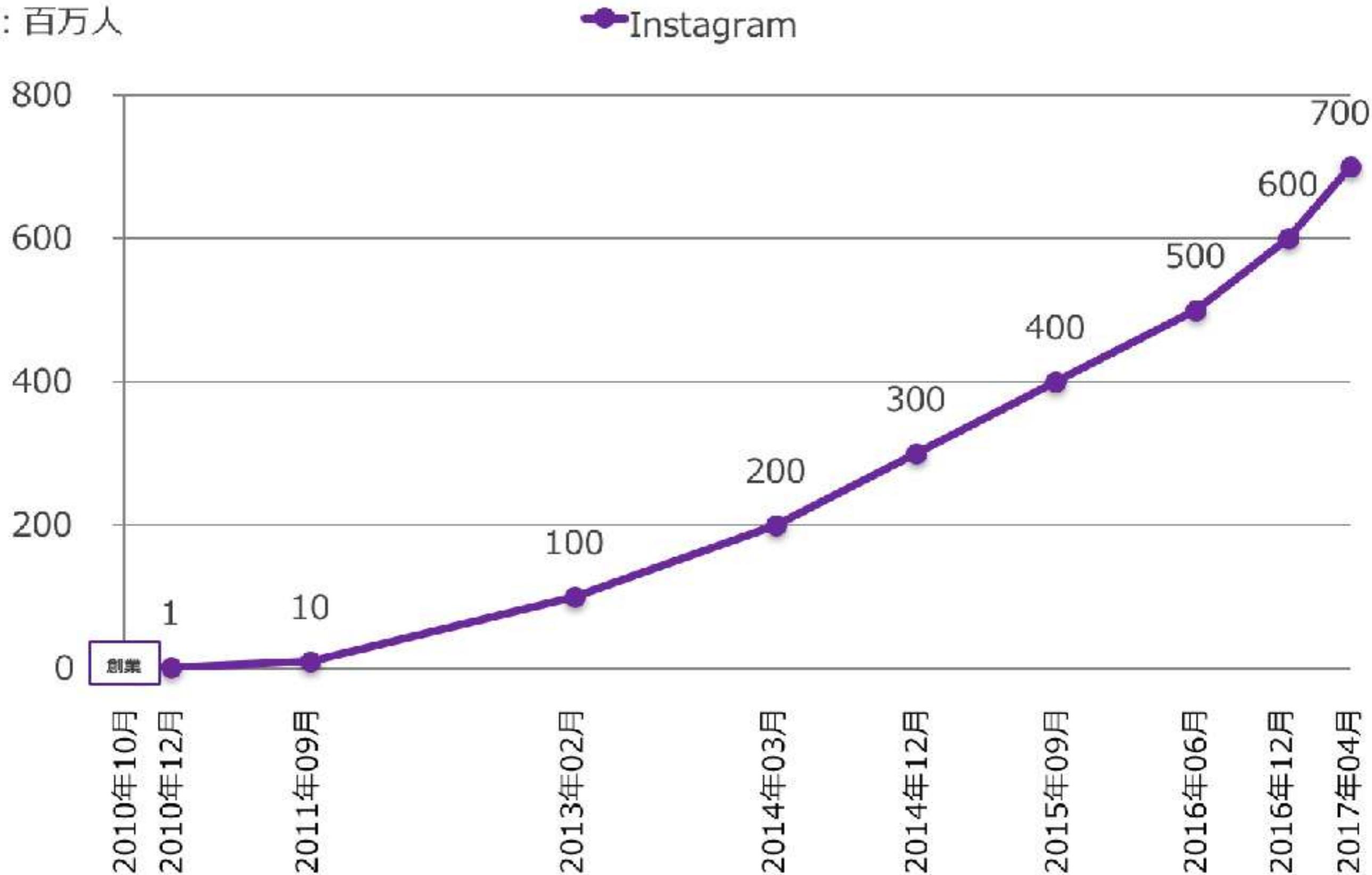
CRM  
(顧客関係管理)

「目的」によって「施策（打ち手）」が変わってくる。  
がむしゃらに取り組むのではなく、  
目的を意識してWebマーケティングに取り組むことが重要。

# 各ソーシャルメディアの特徴

# MAU増加ペースが加速するInstagram

単位：百万人



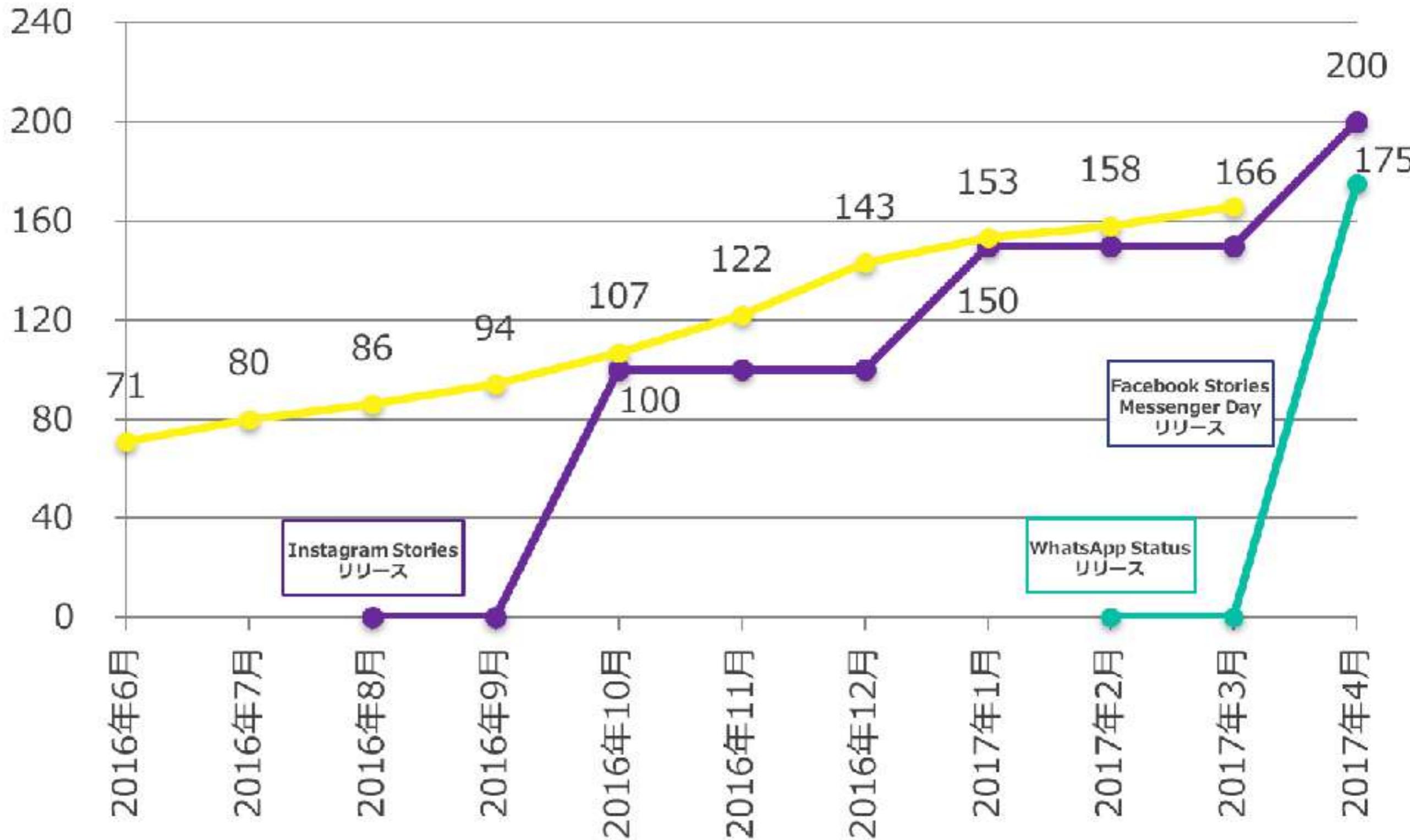
# 投稿が「消える」サービスの壮絶な戦い

単位：百万人

Instagram Stories

WhatsApp Status

Snapchat



# ソーシャルメディアの国内における利用者数

				
国内ユーザー数	2,800万人	4,500万人	2,000万人	7,500万人
コンテンツの種類	<ul style="list-style-type: none"> <li>・テキスト</li> <li>・カルーセル</li> <li>・リンク・画像</li> <li>・動画・LIVE対応</li> <li>・ストーリー (24時間限定)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・テキスト(英数字は最大280文字)</li> <li>・リンク</li> <li>・画像</li> <li>・動画</li> <li>・LIVE対応</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・画像・カルーセル</li> <li>・動画</li> <li>・ストーリーズ</li> <li>・ストーリーズでLIVE配信可能</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・テキスト</li> <li>・画像</li> <li>・リンク</li> <li>・LINE LIVEでLIVE配信可能</li> </ul>
特徴	<ul style="list-style-type: none"> <li>・コンテンツの豊富さ</li> <li>・フォーマルな場</li> <li>・ターゲットの精度</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・リアルタイム性</li> <li>・拡散性の期待</li> <li>・ハッシュタグ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・写真や動画がメイン</li> <li>・世界観の重要性</li> <li>・アクティブユーザーが多い</li> <li>・ハッシュタグ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・メッセージとタイムラインの二つをもつ</li> <li>・スタンプが豊富</li> <li>・トークや通話などモバイルでのアクティブユーザーが多い</li> </ul>

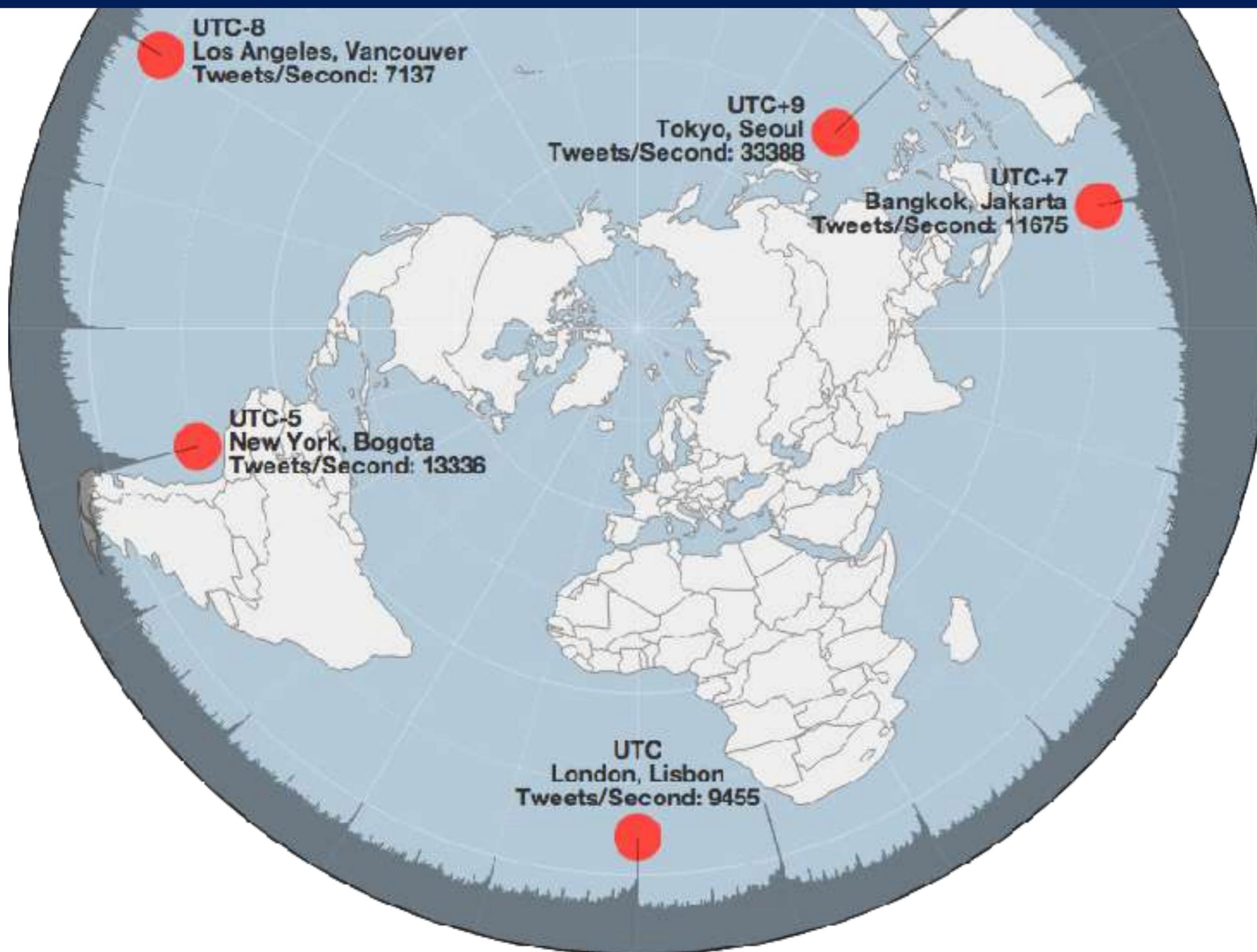
<https://blog.comnico.jp/we-love-social>

※2018年6月時点

<https://blog.comnico.jp/we-love-social/sns-users> より

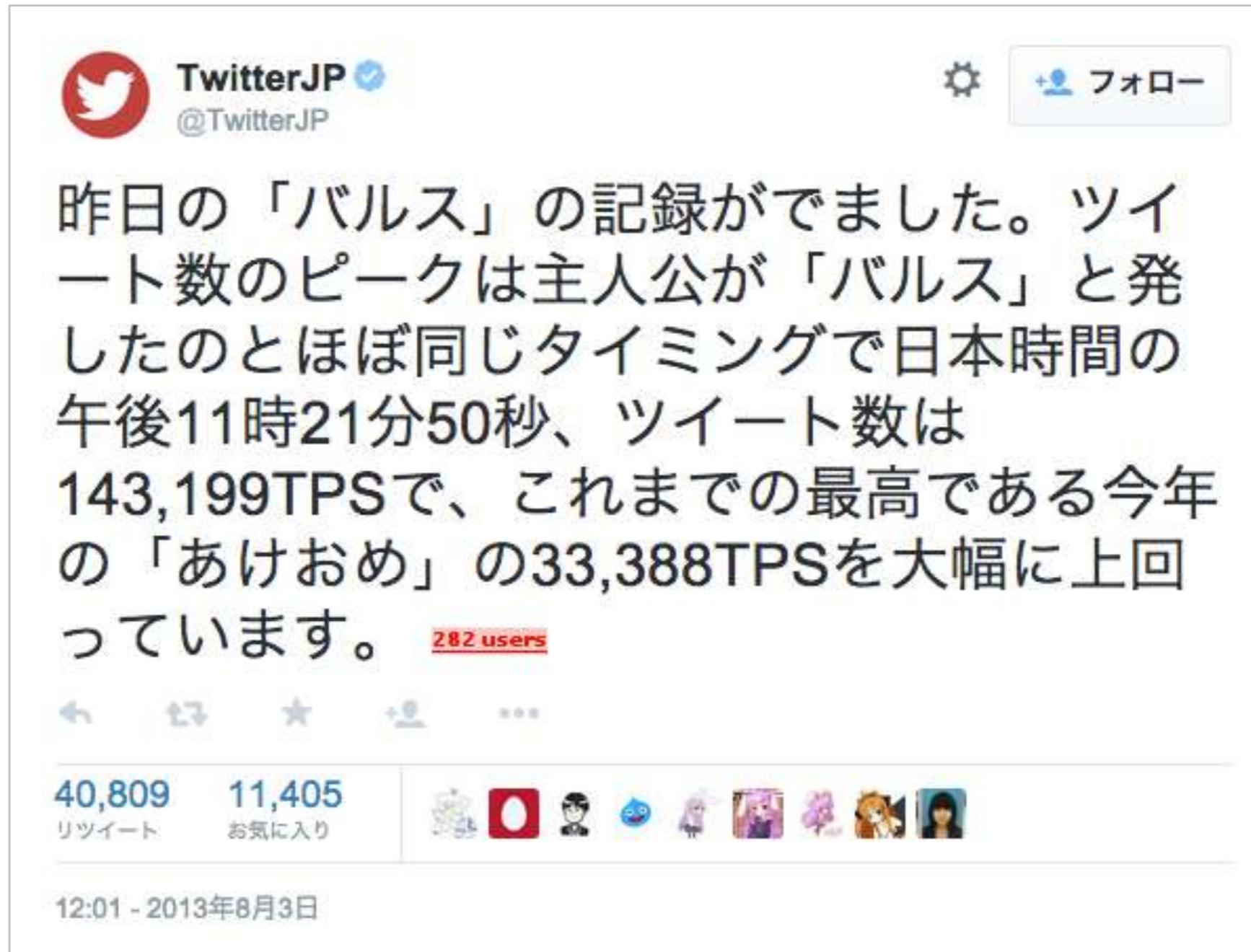
Twitterの「リアルタイム性」「拡散性」

# 世界記録を塗り変えた2013年の「あけおめ」



1秒あたりのツイート数は **33,388** を記録、  
それまでの世界記録だった25,088から大幅に更新

# バルス祭り再び！「あけおめ」の4倍以上



TwitterJP   
@TwitterJP

昨日の「バルス」の記録ができました。ツイート数のピークは主人公が「バルス」と発したのとほぼ同じタイミングで日本時間の午後11時21分50秒、ツイート数は143,199TPSで、これまでの最高である今年の「あけおめ」の33,388TPSを大幅に上回っています。 282 users

40,809 リツイート    11,405 お気に入り

12:01 - 2013年8月3日

1秒あたりのツイート数はなんと **143,199** を記録！

世界記録だったあけおめのTPS (33,888) を大幅更新

1日10億ツイートのうち、約20%が日本語

瞬間最多ツイートの世界記録は、日本

「バルス」 / 天空の城ラピユタ

143,199ツイート/秒

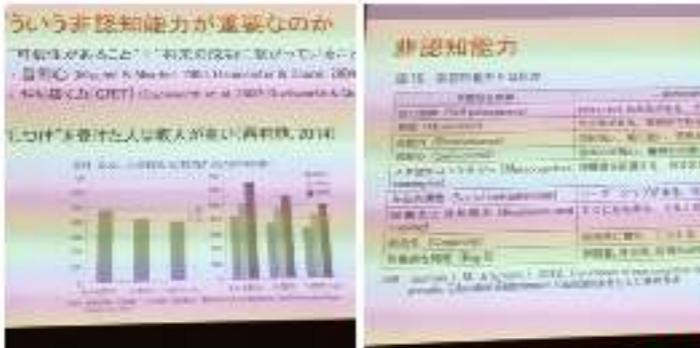
(2013/8/2)

# フローレンス代表・駒崎氏のTwitter活用

## 幼児期の保育教育

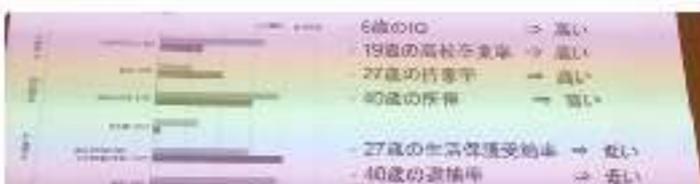
駒崎弘樹: Hiroki Komazaki @Hiroki\_Komazaki · 5月27日

中室准教授「質の高い幼児教育は子どもの何に影響したのか。IQではない。非認知能力だ。非認知能力とは、自制心ややり抜く力等。」



5月27日

中室准教授「これを主張したのが、ノーベル経済学賞を取ったヘックマン。大人になった後の所得が高く、生活保護率や逮捕率が低い。4歳の時に投資した100円が、65歳になって、6000円から3万円になって返ってくる計算。」



5月27日

## 内閣府「子ども子育て会議」

駒崎弘樹: Hiroki Komazaki @Hiroki\_Komazaki · 5月21日

内閣府「また、安倍総理より夏までに子どもの貧困対策を取りまとめと指示もあった。そこに一時保育所の問題も盛り込んで盛りたい。以上、第24回子ども子育て会議の実況を終了します。タイムラインの占拠、失礼致しました。」

#子ども子育て会議

posted at 11:57:56

5月21日

駒崎弘樹: Hiroki Komazaki @Hiroki\_Komazaki · 5月21日

内閣府「約稿委員より指摘があった一時保護所の件。ご指摘の背景に、都市部において一時保護所が劣化していることもある。区からは、人権尊重の指導、個室化の補助等を行っている。引き続き、不断に努力していきたい。」

#子ども子育て会議

posted at 11:54:00

5月21日

駒崎弘樹: Hiroki Komazaki @Hiroki\_Komazaki · 5月21日

無藤会長「追加の0.4超というのは、もっと賛成したい、ということではなく、最低限を積み上げていったら1兆超の財源が必要だった、ということなので、これは何としても要望しなくてはならない。」

内閣府「自治体の混乱に対しては、通知等発出し努力している」

#子ども子育て会議

posted at 11:50:16

5月21日

駒崎弘樹: Hiroki Komazaki @Hiroki\_Komazaki · 5月21日

佐藤副会長「ちなみに駒崎委員が指摘してくれた里親の育休問題は、結論はどうなるか分からないが、省内でも検討が迫まっている。」

無藤会長「自治体に温度差がある、というのも自治体の人材がダメ、というより情報格差があるからではないだろうか。」

#子ども子育て会議

posted at 11:47:16

自団体が活動に取り組む分野に関する情報を連続ツイート。社会問題の認知獲得、活動理解につなげている。

# #このsoar記事が好き

工藤 瑞穂 / soar編集長 @mimimizuh0 · 8月10日  
2年半のsoarの歴史から好きなものをひとつ！は絶対無理なんだけど、soarが一番最初に出した筋電義手「handiii」は特に思い出がいっぱい🥰

握手をするだけで、障害のある人がぐっと身近になる。みんなが笑顔になる！そんなsoarな瞬間が生まれるんです🌟

#このsoar記事が好き



「握手をした瞬間に、相手が笑顔になるんです」——筋電義手「handiii... 近未来的で洗練されたデザイン、一人一人の個性に合わせてカスタマイズできる筋電義手として話題の「handiii」を知っていますか？事故で腕をな...  
soar-world.com

1 11 42

ほんざん @honzansan · 9月13日  
「孤独とは、人生の登場人物が少ないということ。生徒たちの人生に手を差し伸べてくれる登場人物を増やしたいんです。」

びっかりカフェの石井さん、良いこと言うなあ。  
学校という社会は世界が狭すぎて、孤立しやすい構造なんだよな。  
#このsoar記事が好き



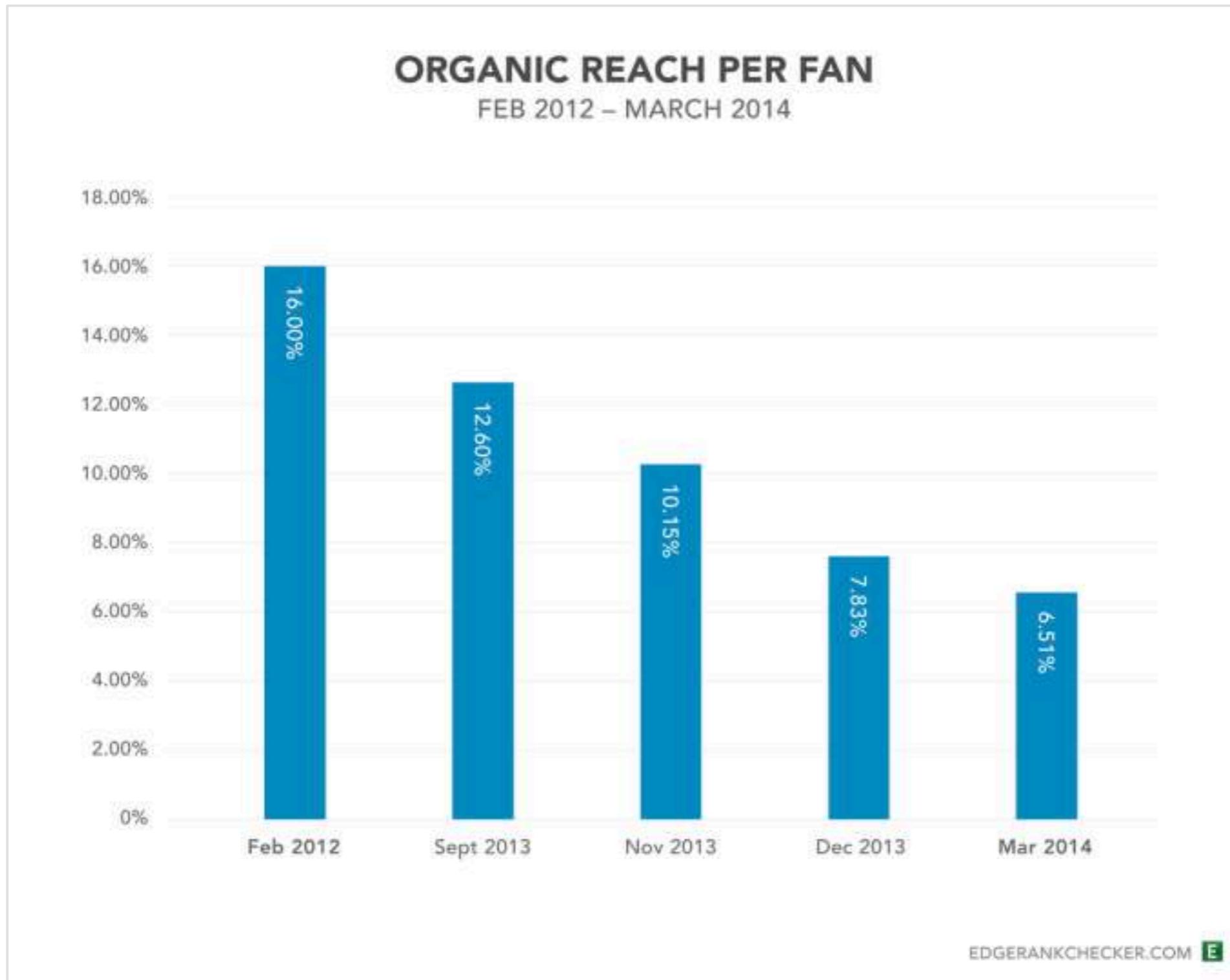
教室に居場所がないなら、図書館カフェにおいて。田奈高校にある「びっ...  
左から、学校司書の松山さん、パノラマ代表の石井さん、パノラマ職員の小川さん。とある木曜日の午前中。私たちは、神奈川県立田奈高校の...  
soar-world.com

1 16 60

#このsoar記事が好き というハッシュタグを設定することにより、自団体のコアなファンのポジティブな声を可視化

# Facebookの「エッジランク」

# ほとんどのファンに情報は届いていない！？



## リーチ率の推移

2012/02 : 16.00%

2013/09 : 12.60%

2013/11 : 10.15%

2013/12 : 7.83%

2014/03 : 6.51%

参照 : Why is Facebook Page Reach Decreasing? More competition and limited attention  
<http://techcrunch.com/2014/04/03/the-filtered-feed-problem/>

# 最大の特徴 “Edge Rank (エッジランク)”

## How Does Facebook Choose What To Show In News Feed?

$$\text{News Feed Visibility} = * I \times P \times C \times T \times R$$

Interest      Post      Creator      Type      Recency

**「アルゴリズム」は約10万の様々な構成要素でできており、頻繁にメンテナンスや不定期でアップデートが行なわれている**

Interest	Post	Creator	Type	Recency
Interest of the user in the creator	This post's performance amongst other users	Performance of past posts by the content creator amongst other users	Type of post (status, photo, link) user prefers	How new is the post

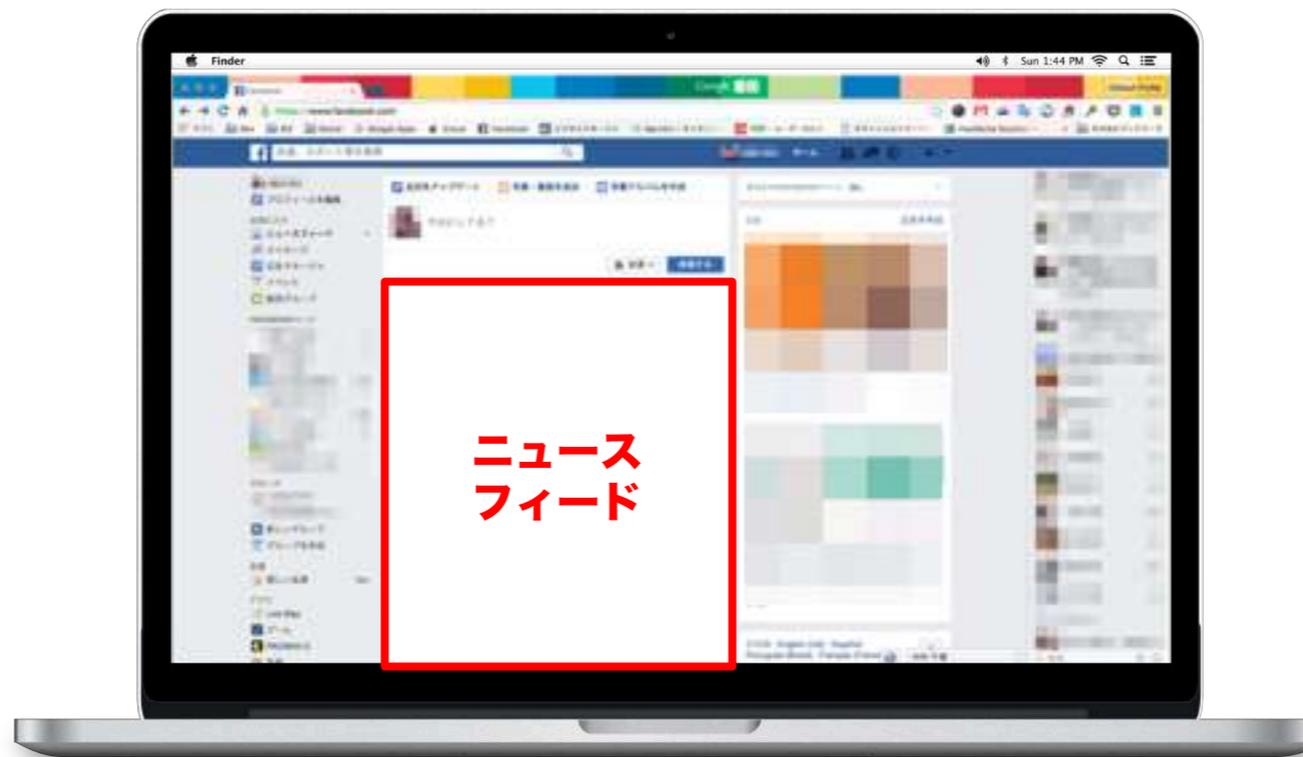
\* This is a simplified equation. Facebook also looks at roughly 100,000 other high-personalized factors when determining what's shown.

# エッジランクの構成要素は？



モバイル

- 関心** : ユーザーがコンテンツの作者にどれほど関心を持っているか
- 投稿記事への反応** : 記事が他のユーザーからどう見られているか
- 投稿者の過去実績** : 投稿者の過去の記事がどれほど強力だったか
- 投稿形式** : コンテンツのタイプは何か
- 投稿の新しさ** : 投稿されてからどのくらい時間が経過したか



デスクトップ

# エッジランクの主な指標は？

**関心** : 既存ファンとの**エンゲージメント**

**投稿記事への反応** : **記事へ**の各種アクション（いいね！、コメント、シェアなど）や相対的な表示時間などの**様々な反応**

**投稿者の過去実績** : **過去の投稿記事**の上記パフォーマンス

**投稿形式** : **リンク投稿、画像投稿、動画投稿**など

**投稿の新しさ** : **投稿時間**（日時）

※反応には、いいね！、コメント、シェア、画像表示、動画視聴、リンククリック、その他クリックなどのアクションだけではなく、よく読まれる記事（相対的な記事の表示時間やリンク先サイトから戻ってくる時間、など）も含まれる

# バングラデシュからFacebookライブ配信

 e-Education  
5月27日 20:00 · 🌐

【三輪開人がバングラデシュから生中継！】

いつもe-Educationを応援してくださり、ありがとうございます。

明日夜8時は、5月から拠点をバングラデシュに移した三輪開人が、「バングラから熱い想いを届ける三輪Live」を行います！

Facebookのe-Educationページで現地からのライブ配信を毎月1回行うことが決定しました。明日がその記念すべき第1回目となります！

三輪Live配信：5/28（日）日本時間20:00～  
e-Education facebookページにて配信！

企画したこちら側もどんな展開になるのか全く想像できておりませんが、ライブ配信中にどんどんコメントやご質問等を三輪開人にぶつけてください！是非、明日の20時はFacebookを開いて、三輪Liveへのご参加をお願いします^^

今、一番熱い代表コラムはこちら！  
[http://eedu.jp/blog/2017/05/26/presen\\_icc\\_movie33/](http://eedu.jp/blog/2017/05/26/presen_icc_movie33/)



 e-Educationさんがライブ動画を作成しました。  
17時間前 · 🌐



再生1,113回

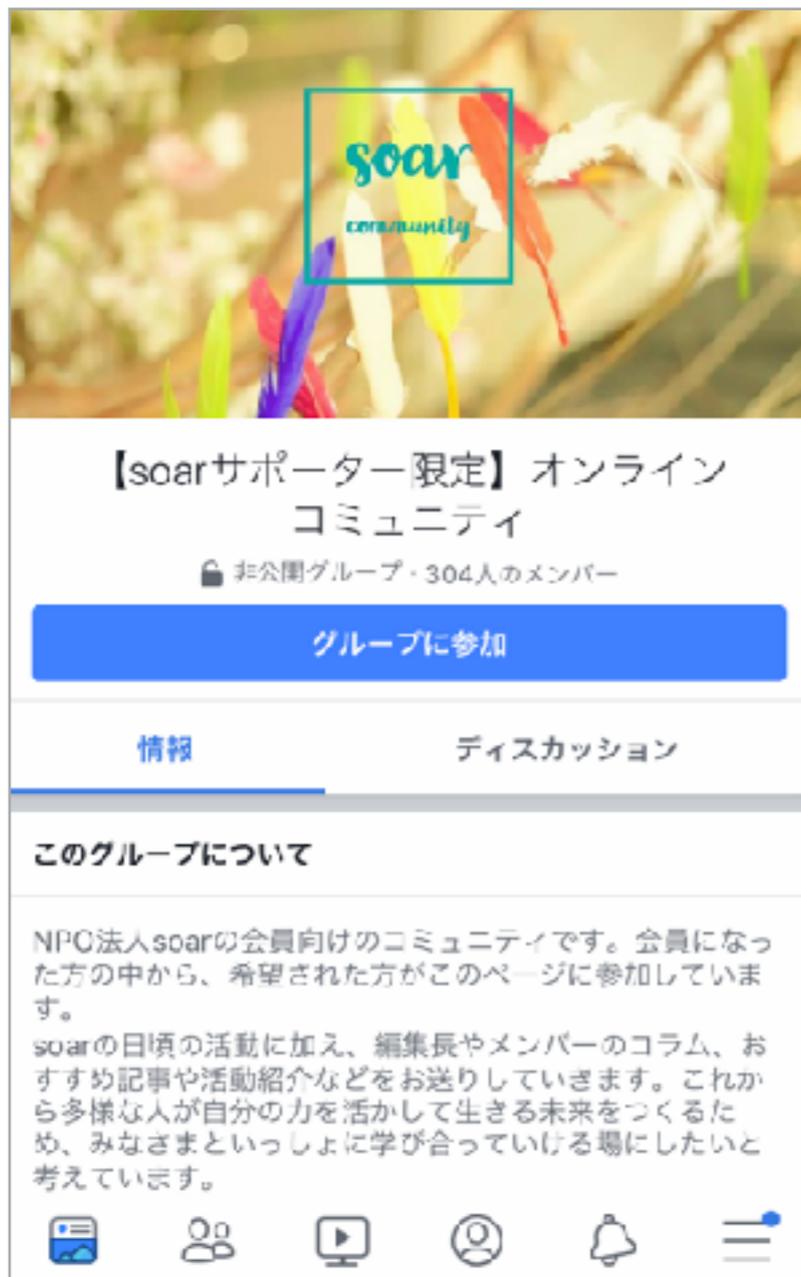
👍 いいね!    💬 コメントする    ➦ シェアする

👍 🍷 🙄 他60人    🗨️ トップコメント

自団体に関する取り組みを定期的に紹介。

日本国内にいるファンとコミュニケーションを深めている。

# サポーター向けクローズドコミュニティ運営



The screenshot shows the Facebook group page for 'soar community'. At the top, there is a cover image with the 'soar community' logo. Below the cover, the group name is displayed as '【soarサポーター限定】オンラインコミュニティ' (soar supporter limited online community), with a lock icon indicating it is a private group and '304人のメンバー' (304 members). A blue button labeled 'グループに参加' (Join group) is visible. Below the button are tabs for '情報' (Info) and 'ディスカッション' (Discussion). The 'Info' tab is selected, showing a section titled 'このグループについて' (About this group). The text describes it as a community for soar members, where they can share activities, news, and support each other. At the bottom, there are icons for messages, members, video, profile, notifications, and a menu.



The screenshot shows a Facebook live video post. The post header indicates it was created by 'soarさん' (soar) on October 1st at 20:56. The text of the post reads: '【soar Facebook LIVE、配信スタートします🌟】 21:00スタートのFacebook LIVE、配信がはじまりました！ みなさんの質問にもお応えするお時間もありますので、コメント欄でお気軽に投稿いただければと思います。 LIVE配信はこちらから👉'. Below the text is a video player showing three women in a live broadcast. The video player has a progress bar at -49:00 and various control icons. At the bottom of the post, there are reaction icons (like, love, wow, haha, sad), a view count of 142, and engagement statistics: 'コメント43件' (43 comments), 'シェア10件' (10 shares), and '再生2,718回' (2,718 views).

定期的なFacebookライブ配信とともに、サポーター限定でFacebookグループによるコミュニティ運営にもチャレンジ。

# LINEの「生活浸透度」

# 圧倒的な国内利用者数、アクティブ率

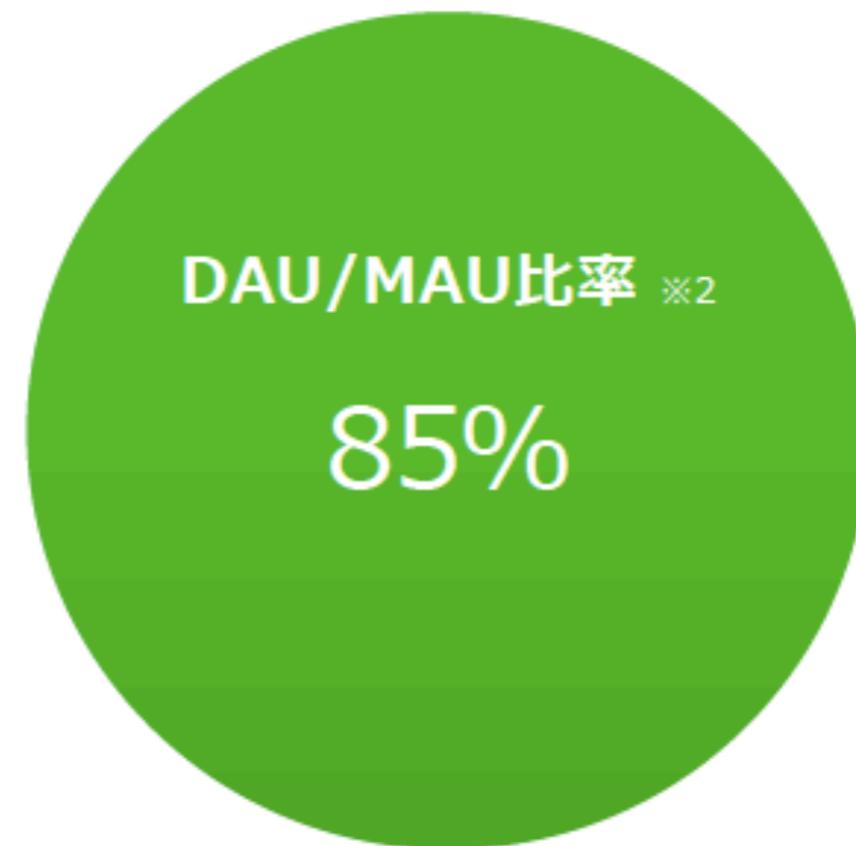
## 日本国内の「生活インフラ」として定着

国内のMAUは7,600万人以上。

日本の人口の59%以上をカバーしています。



日本の人口の59.9% ※3



毎日利用している日本国内のユーザー

(元データ：LINE 媒体資料 <https://linecorp.com/ads>)

# 徳島県警察のLINE@活用

**徳島県警察**

徳島県警察 2/10 AM 10:41

**【特殊詐欺被害防止の声掛け訓練】**  
小松島警察署は、赤石町防犯推進会と協力し、サークルK小松島大林店において、現金が入った小包を宅配便で送ろうとするオレオレ詐欺の被害者役に店員が積極的に声掛けをする訓練を行いました 📸🔥👍👏

共有

徳島県警察 2/10 AM 11:45

**【交通キャンペーン】**  
美馬警察署は、管内の高校生や交通安全母の会会員とともに、バレンタインデーにチョコレートを通行車両のドライバーに配って安全運転を呼びかけました 📸🍫🚗

共有

**徳島県警察**

2/17(水)

徳島県警察

**【不審者注意報】**  
2月12日(木)午後5時30分頃、板野郡藍住町富吉で、女子児童がマンションのエレベーターで乗り合わせた男に服の上からお尻を触られました。  
男は30歳くらい、身長170cmくらいの太めの体型。短髪。  
服装は赤いシャツと灰色のズボンでした。  
AM 10:40

徳島県警察

**【不審者注意報】**  
2月13日(金)午後4時頃、板野郡松茂町世木野字山下で女子児童が徒歩で下校中、男に後をつけられました 📸

男の年齢は不詳。身長は170cmくらい。黒っぽい色のジャージの上下を着て、黒のニット帽を被り、サングラスとマスクを掛けていました。  
PM 3:18

2/20(水)

徳島県警察

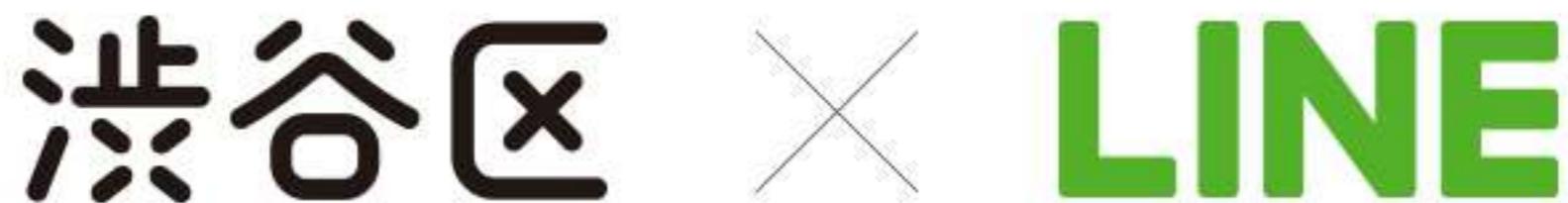
**【犯罪被害者支援講演会のご案内】**  
県警本部等は、「第2回犯罪被害者支援講演会」を開催します 📸🔥

犯罪被害者支援について一緒に考えてみませんか 📸👉

+ 😊 送信

紙ベースのメディアを見ない年齢層に対するお知らせツールとして情報発信している。

# シブヤ・ソーシャルアクション・パートナー協定



## 1) ソーシャルメディアコミュニケーション領域

LINEを使った様々な行政サービスを目指します。

## 2) リテラシー教育領域

区内の小中学校に向けた様々なリテラシー教育の実施を目指します。

## 3) 電子商取引領域

様々なサービスをオンライン上で予約・支払いできるキャッシュレスな環境の実現を目指します。

## 4) シェアリングエコノミーサービス領域

様々なシェアリングサービスの実現を目指します。

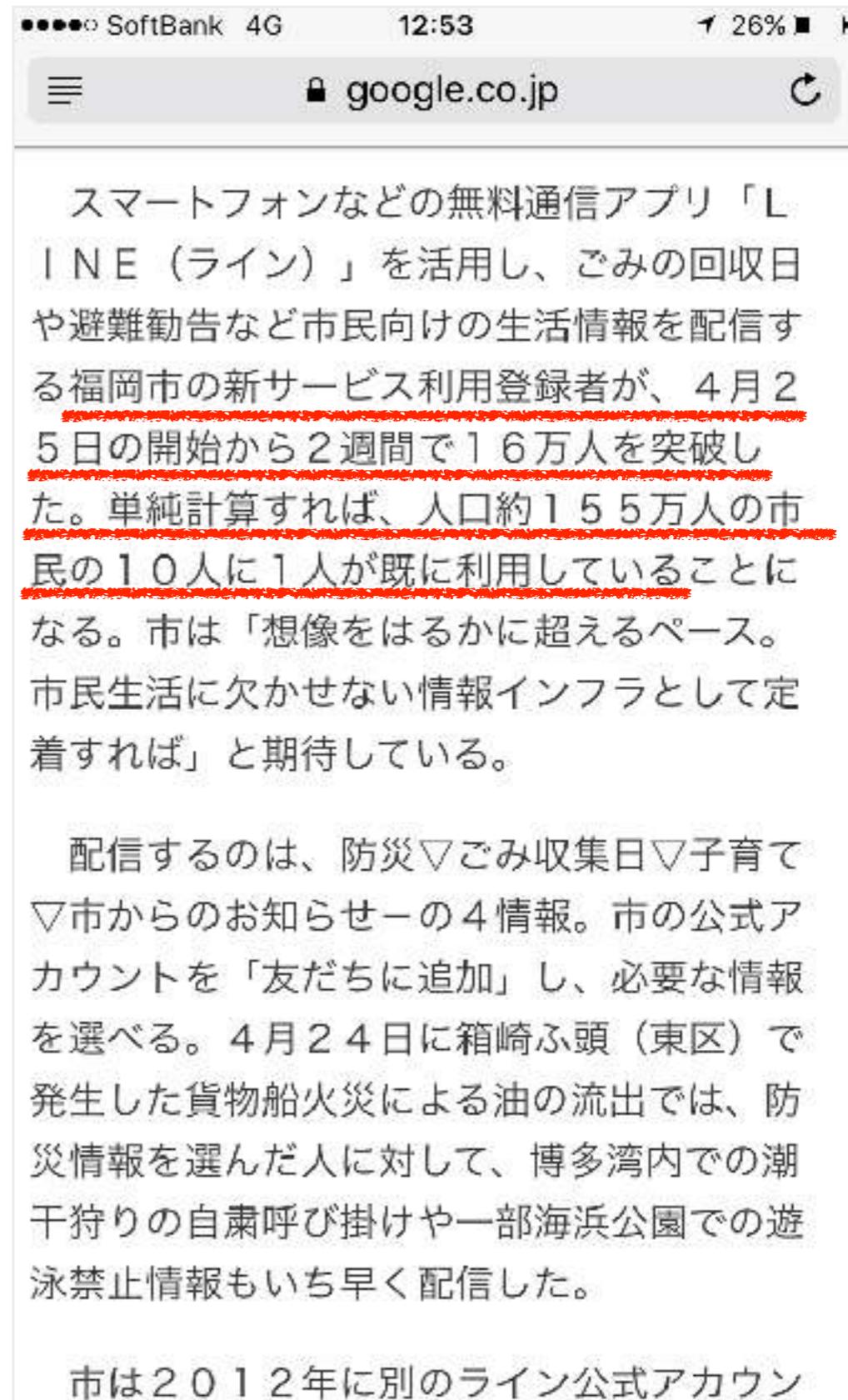
## 5) 区役所職員のワークスタイル

区役所職員のワークスタイルの改革に協力します。

## 6) 人的交流

両者の人材開発や研修プログラムによる交流を目指します。

# 老若男女問わず、多くの市民とつながる福岡市



# アカウント開設から1年半経たずに100万人を突破！



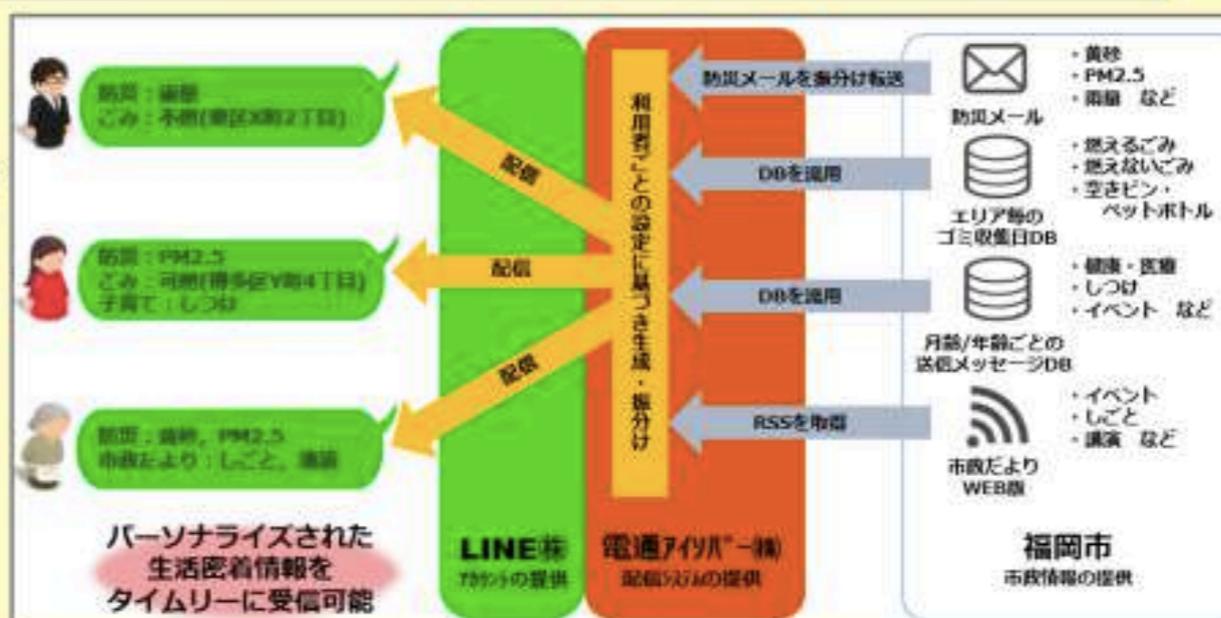
人口約155万人の福岡市で、友だち数100万人を突破している

# One to One コミュニケーションを実現

## LINEを活用した“One to One”の情報配信(福岡県福岡市)

パーソナライズされた生活密着情報をLINEでタイムリーに配信！

- ・ 情報発信力強化に向け、LINE(株)・電通アイソバー(株)とLINEを活用した情報配信サービスを開始 (H29.4.25 福岡市LINE公式アカウント開設)
- ・ 防災やごみ出し・子育て・イベント・しごとなど、様々な生活密着情報の中から、利用者が選択した情報だけをタイムリーに配信

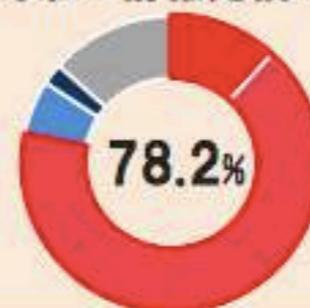


## 【成果】LINEを活用した“One to One”情報配信サービスを官民共働で実現

- ・ 友だち数は自治体トップの約31.3万人 (H30.1.17 時点)
- ・ 情報受信者数 延べ約36.5万人、サービス開始以来 累計約491万通を配信 (H29.12月末時点)
- ・ 利用者アンケートでは約8割が満足と評価

### 【福岡市の情報発信に対する総合的な満足度】

(平成29年度 市政アンケート調査)



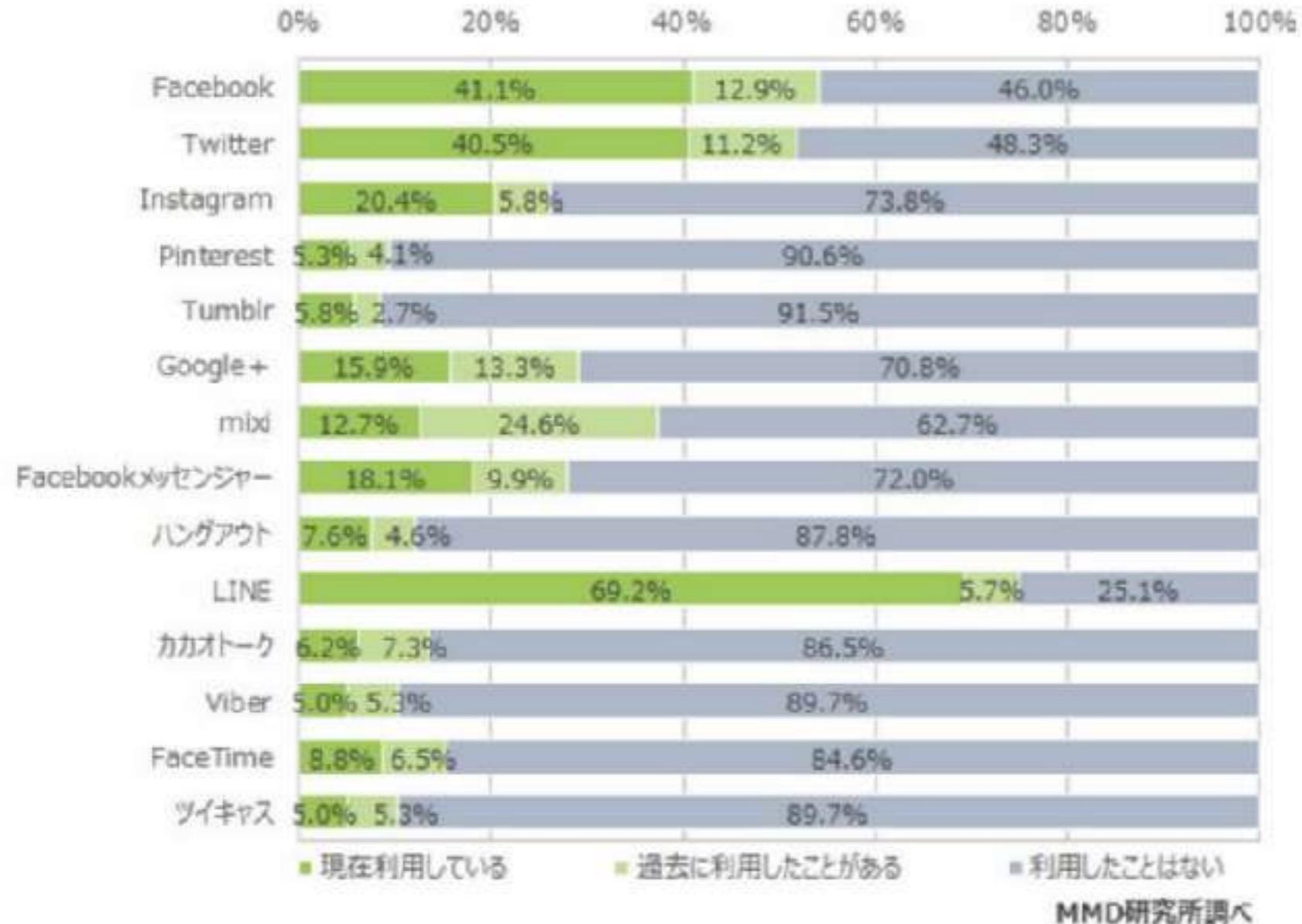
- 満足している
- どちらかといえば満足している
- どちらかといえば満足していない
- 満足していない
- その他

「防災」「ゴミの日」「子育て」「イベント」「仕事」など、市民が求める情報「のみ」がLINEで届く仕組みを構築

日本国内における  
各ソーシャルメディアの使い方

# ソーシャルメディアの利用状況調査

## ● SNS/ コミュニケーションサービス利用状況 (n=565)

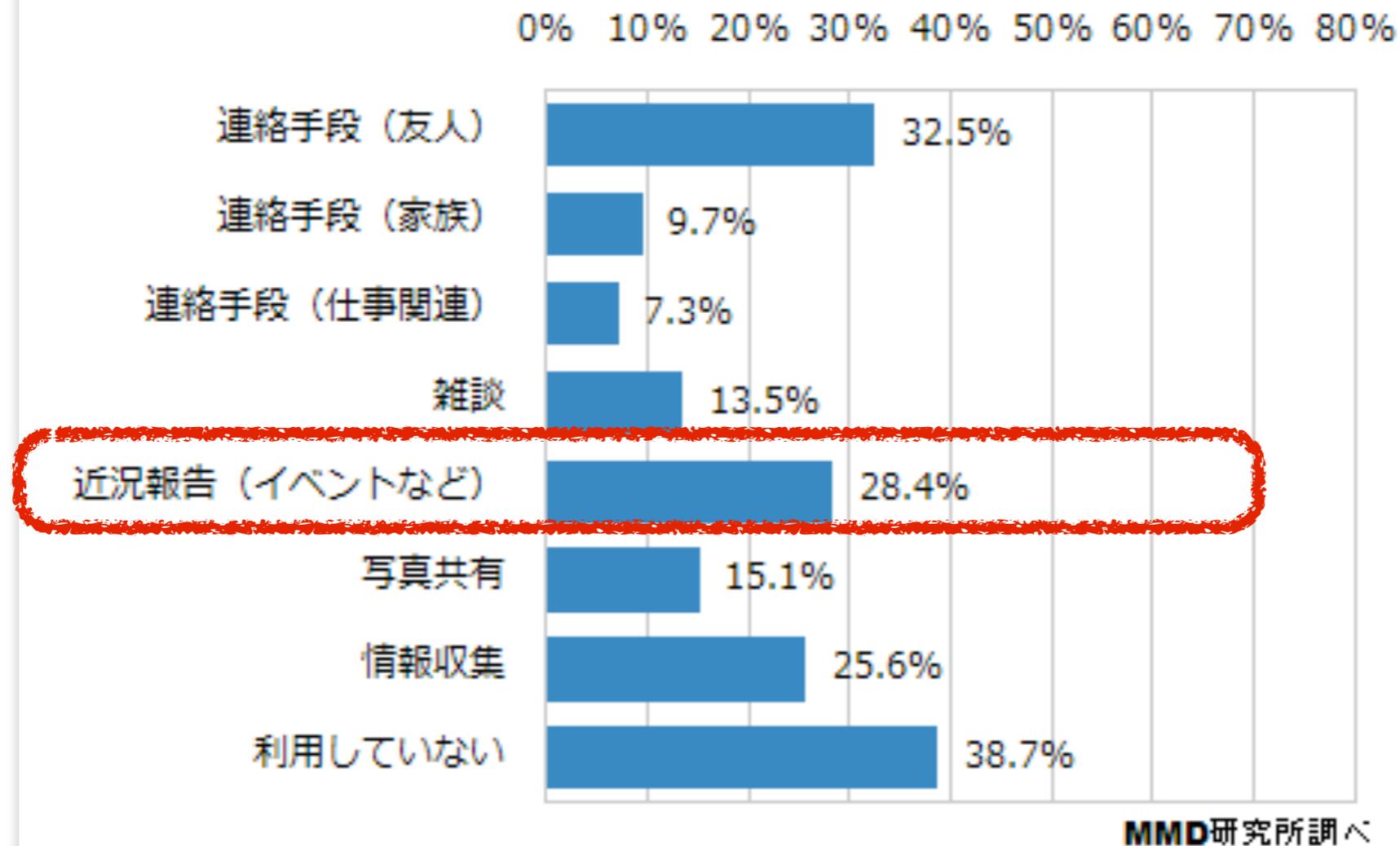


スマートフォンアプリ/コンテンツに関する調査

対象者：スマートフォンを所有している20歳以上の男女565人

# ソーシャルメディアの利用状況調査

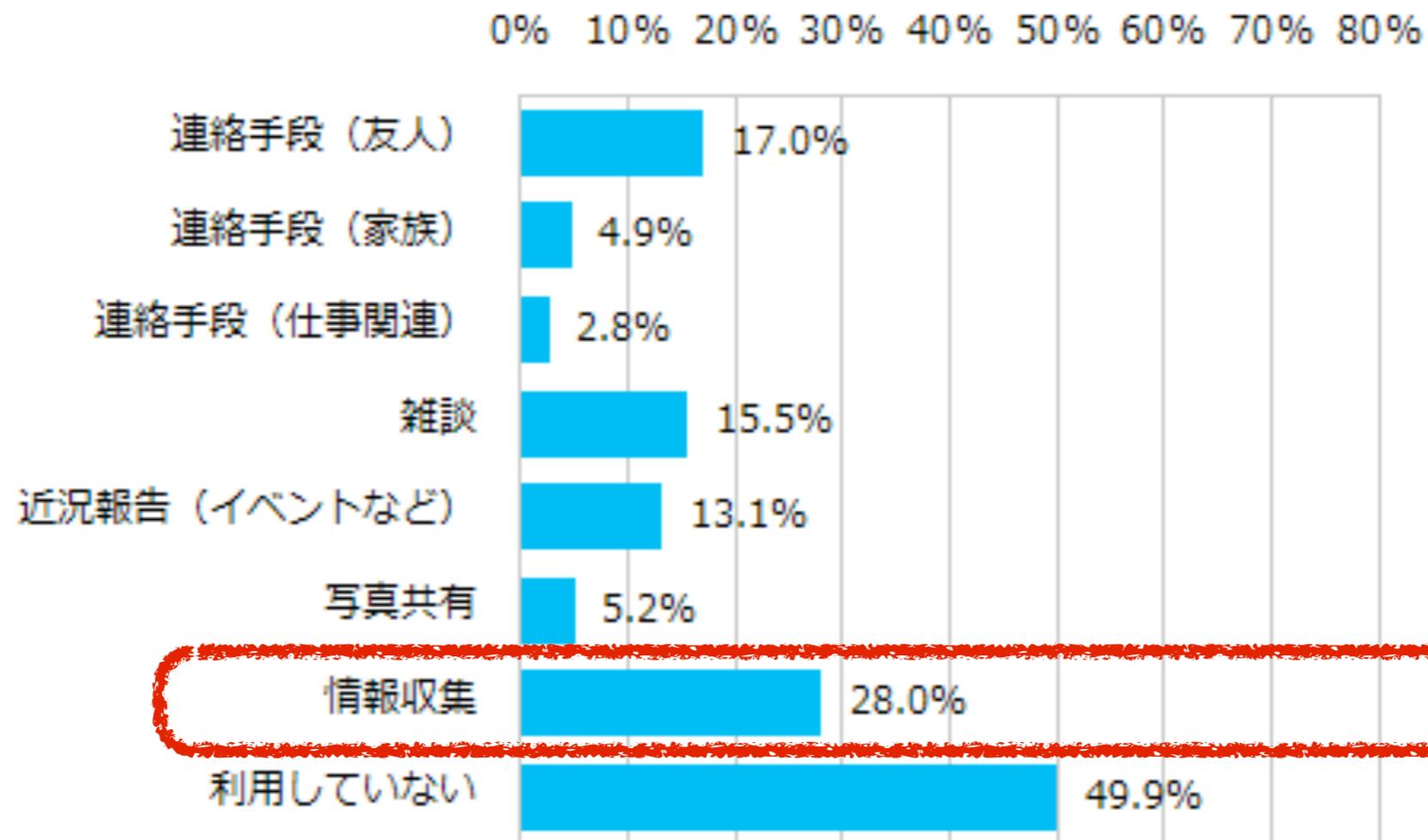
## ● Facebook の利用目的 (N=465)



連絡手段としての利用も目立つが、Facebookは「近況報告」

# ソーシャルメディアの利用状況調査

## ● Twitter の利用目的 (N=465)

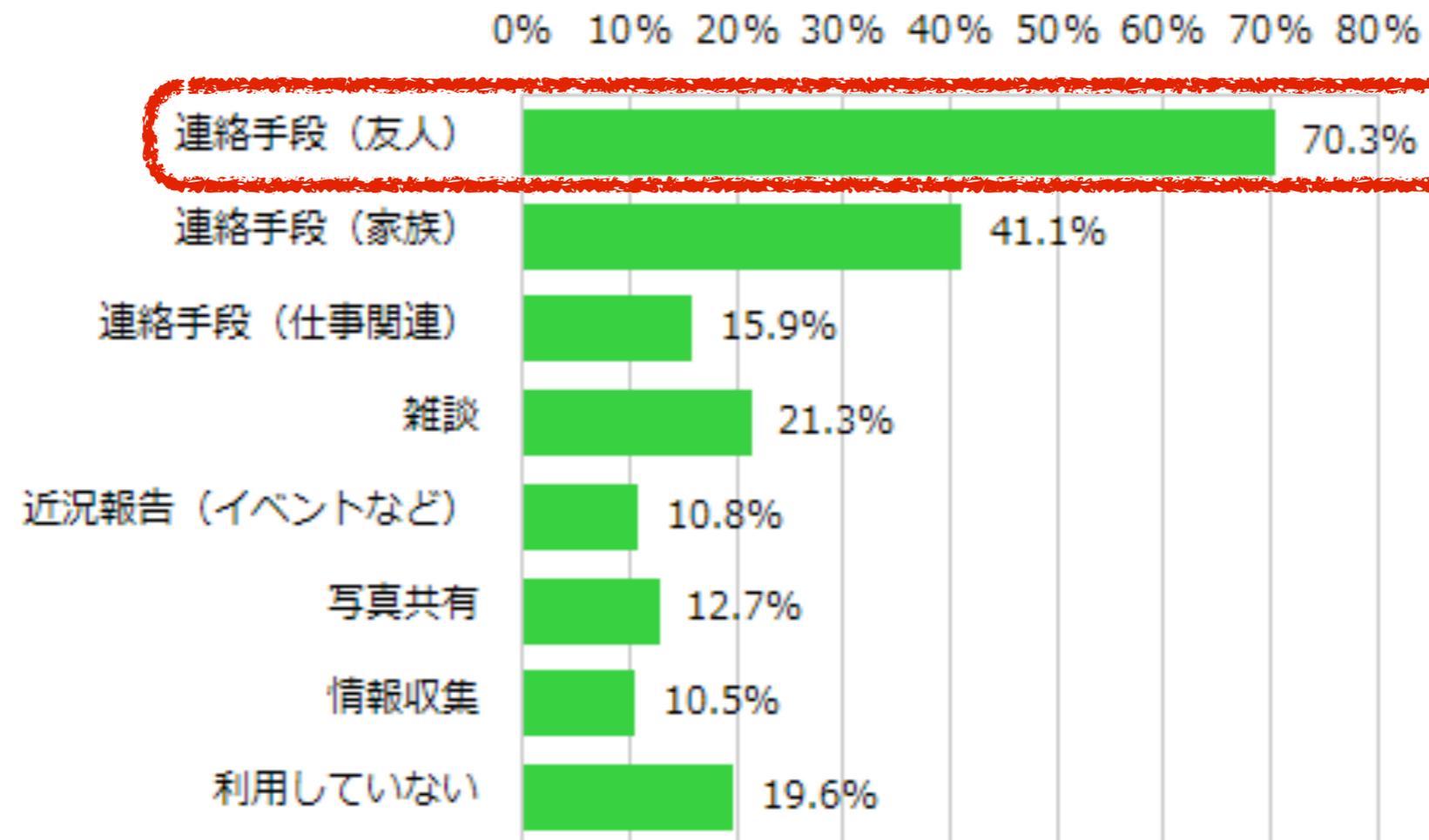


MMD研究所調べ

雑談をする人も多いが、Twitterで最も多いのは「情報収集」

# ソーシャルメディアの利用状況調査

## ● LINE の利用目的 (N=465)



MMD研究所調べ

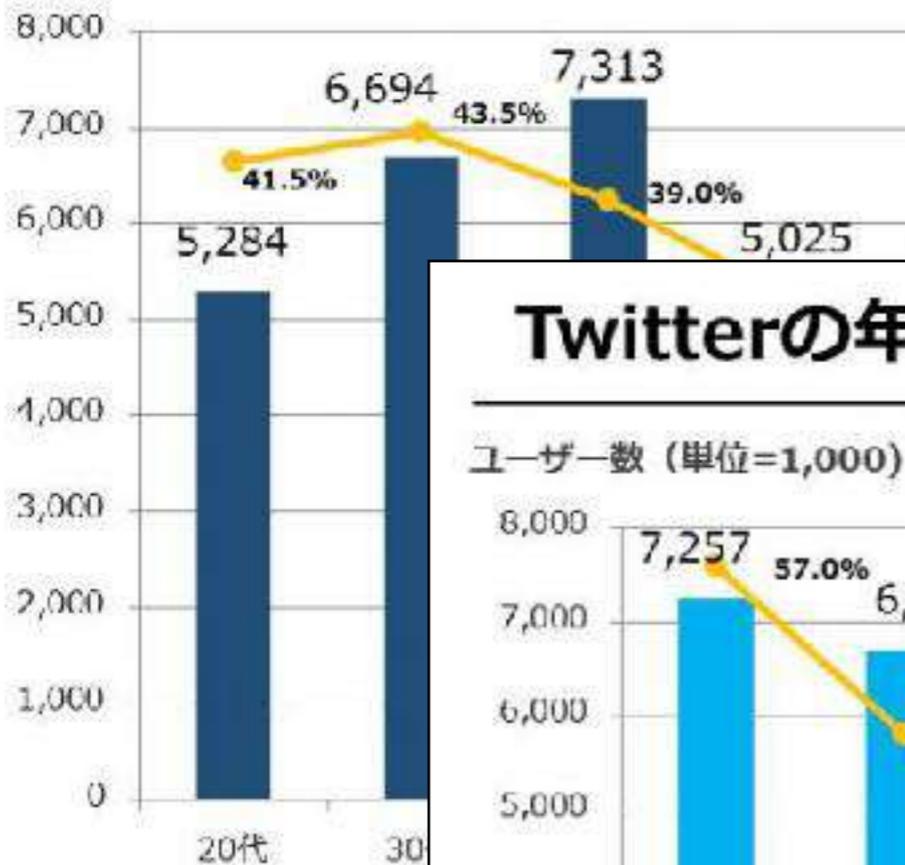
国内で圧倒的なユーザー数を誇るLINEは「友人との連絡手段」

# 各サービスの年齢別ユーザー数

## Facebookの年齢別ユーザー数（日本）

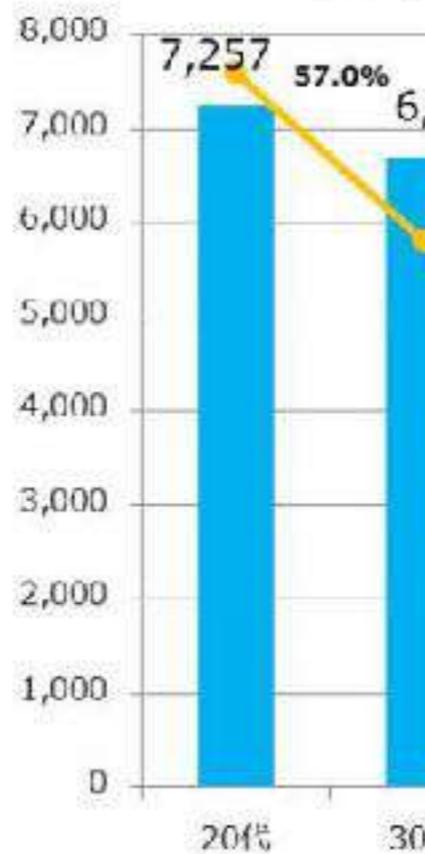


ユーザー数（単位=1,000）



## Twitterの年齢別ユーザー数

ユーザー数（単位=1,000）



## Instagramの年齢別ユーザー数（日本）



ユーザー数（単位=1,000）

利用者割合



■ ユーザー数推定値  
● 利用者割合

▼ 下図データより推定値

総務省統計局  
「人口統計 - 平成29年11月現在」  
<http://www.stat.go.jp/data/innai/pdf/201811.pdf>

株式会社ジャストシステム  
「モバイル&ソーシャルメディア  
同次調査報告書（2018年6月版）」  
[https://www.just-systems.com/jstb/analyze/contents/instak/biz/repod/biz\\_report\\_monthly\\_20180505.pdf?\\_ga=1.157282815465579.11148178626](https://www.just-systems.com/jstb/analyze/contents/instak/biz/repod/biz_report_monthly_20180505.pdf?_ga=1.157282815465579.11148178626)

Copyright © Ceax Co., Ltd. All rights reserved.

株式会社ジャストシステム  
「モバイル&ソーシャルメディア  
同次調査報告書（2018年6月版）」  
[https://www.just-systems.com/jstb/analyze/contents/instak/biz/repod/biz\\_report\\_monthly\\_20180505.pdf?\\_ga=1.157282815465579.11148178626](https://www.just-systems.com/jstb/analyze/contents/instak/biz/repod/biz_report_monthly_20180505.pdf?_ga=1.157282815465579.11148178626)

Copyright © Ceax Co., Ltd. All rights reserved.

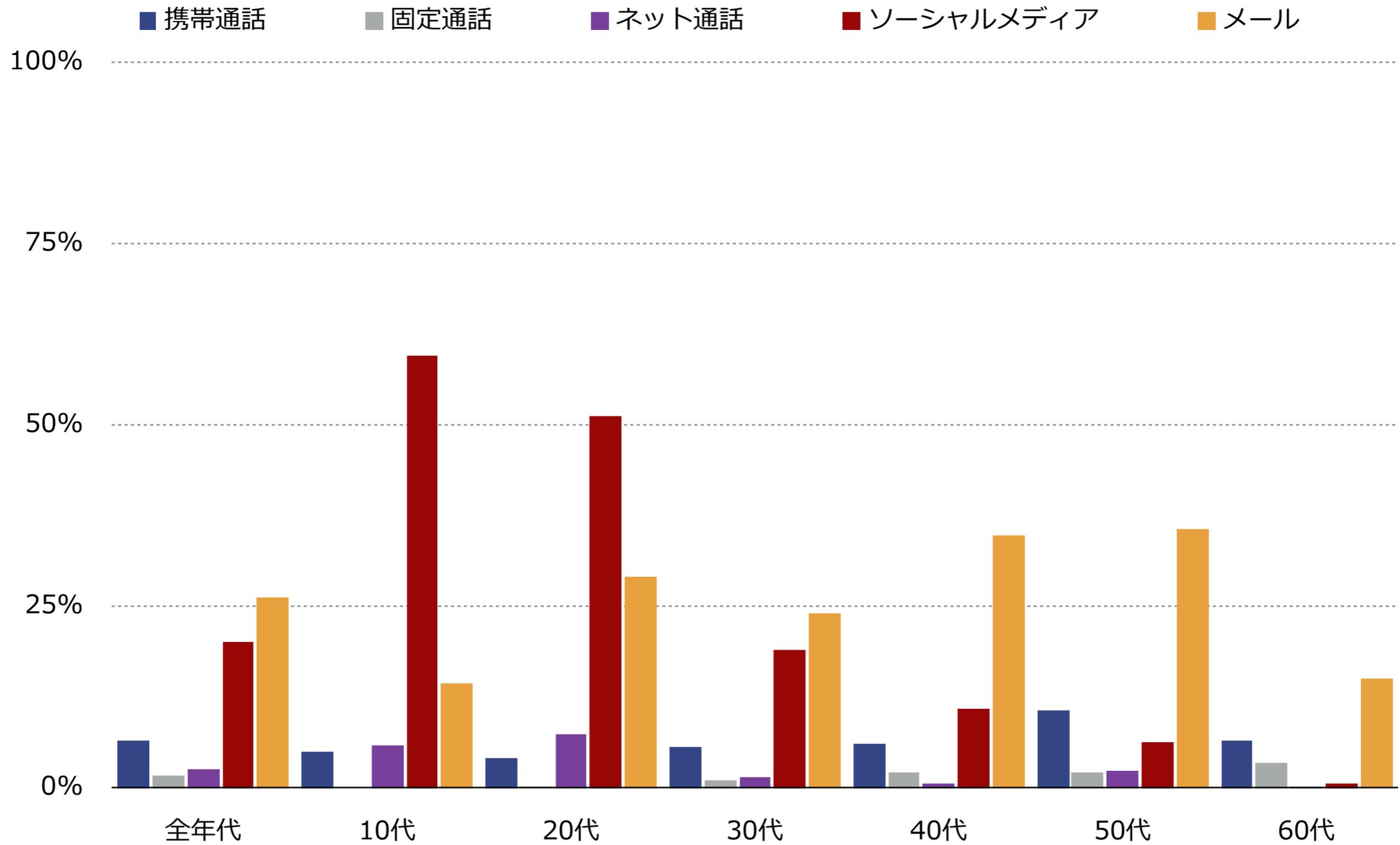
# (参考) 日本人のSNS利用について

図表 1-1-1-13 主なSNSの利用率 (2016年 全体・性年代別)

	LINE	Facebook	Twitter	mixi	Mobage	GREE	Google+	YouTube	ニコニコ動画	Vine	Instagram
全体 (N=1500)	67.0%	37.3%	77.5%	6.8%	5.6%	3.5%	26.3%	68.7%	17.5%	2.9%	20.5%
10代 (N=140)	79.3%	18.5%	61.4%	2.9%	6.4%	3.6%	28.6%	84.3%	27.9%	5.7%	30.7%
20代 (N=217)	96.3%	54.8%	59.9%	13.4%	9.2%	6.9%	29.5%	92.2%	36.4%	7.4%	45.2%
30代 (N=267)	90.3%	51.7%	30.0%	9.4%	9.7%	4.5%	37.5%	88.4%	19.5%	3.7%	30.3%
40代 (N=313)	74.1%	34.5%	20.8%	8.3%	4.8%	3.2%	30.0%	77.3%	15.3%	1.6%	16.0%
50代 (N=260)	53.8%	23.5%	14.2%	5.8%	4.2%	2.7%	25.4%	55.4%	9.2%	1.2%	12.3%
60代 (N=303)	23.8%	10.5%	4.6%	1.0%	1.0%	1.0%	10.2%	29.7%	6.6%	0.3%	1.3%
男性 (N=756)	63.6%	32.0%	25.7%	6.5%	7.5%	4.2%	25.4%	72.0%	19.8%	2.1%	13.9%
男性10代 (N=72)	70.8%	16.7%	54.2%	2.8%	9.7%	5.6%	23.6%	81.9%	27.8%	4.2%	20.8%
男性20代 (N=111)	94.6%	50.5%	53.2%	14.4%	14.4%	9.0%	33.3%	91.0%	46.8%	4.5%	34.2%
男性30代 (N=136)	86.0%	46.3%	30.1%	5.1%	11.8%	5.1%	34.6%	90.4%	20.6%	2.9%	18.4%
男性40代 (N=159)	68.6%	36.5%	21.4%	8.8%	6.3%	5.7%	25.2%	78.0%	17.6%	1.9%	11.3%
男性50代 (N=130)	49.2%	24.5%	11.5%	6.2%	4.5%	0.0%	23.8%	59.2%	6.9%	0.8%	6.9%
男性60代 (N=148)	23.6%	14.2%	4.1%	1.4%	1.4%	1.4%	13.5%	40.5%	8.8%	0.0%	0.0%
女性 (N=744)	70.4%	32.5%	29.3%	7.1%	3.5%	2.7%	27.3%	65.3%	15.1%	3.6%	27.3%
女性10代 (N=68)	88.2%	20.5%	69.1%	2.9%	2.9%	1.5%	33.8%	86.8%	27.9%	7.4%	41.2%
女性20代 (N=106)	98.1%	59.4%	67.0%	12.3%	3.8%	4.7%	25.5%	93.4%	25.5%	10.4%	56.6%
女性30代 (N=131)	94.7%	57.3%	29.8%	13.7%	7.6%	3.8%	40.5%	86.3%	18.3%	4.6%	42.7%
女性40代 (N=154)	79.9%	32.5%	20.1%	7.8%	3.2%	0.6%	35.1%	76.6%	13.0%	1.3%	20.8%
女性50代 (N=130)	58.5%	22.3%	16.9%	5.4%	3.8%	5.4%	26.9%	51.5%	11.5%	1.5%	17.7%
女性60代 (N=155)	23.9%	7.1%	5.2%	0.6%	0.6%	0.6%	7.1%	19.4%	4.5%	0.6%	2.6%

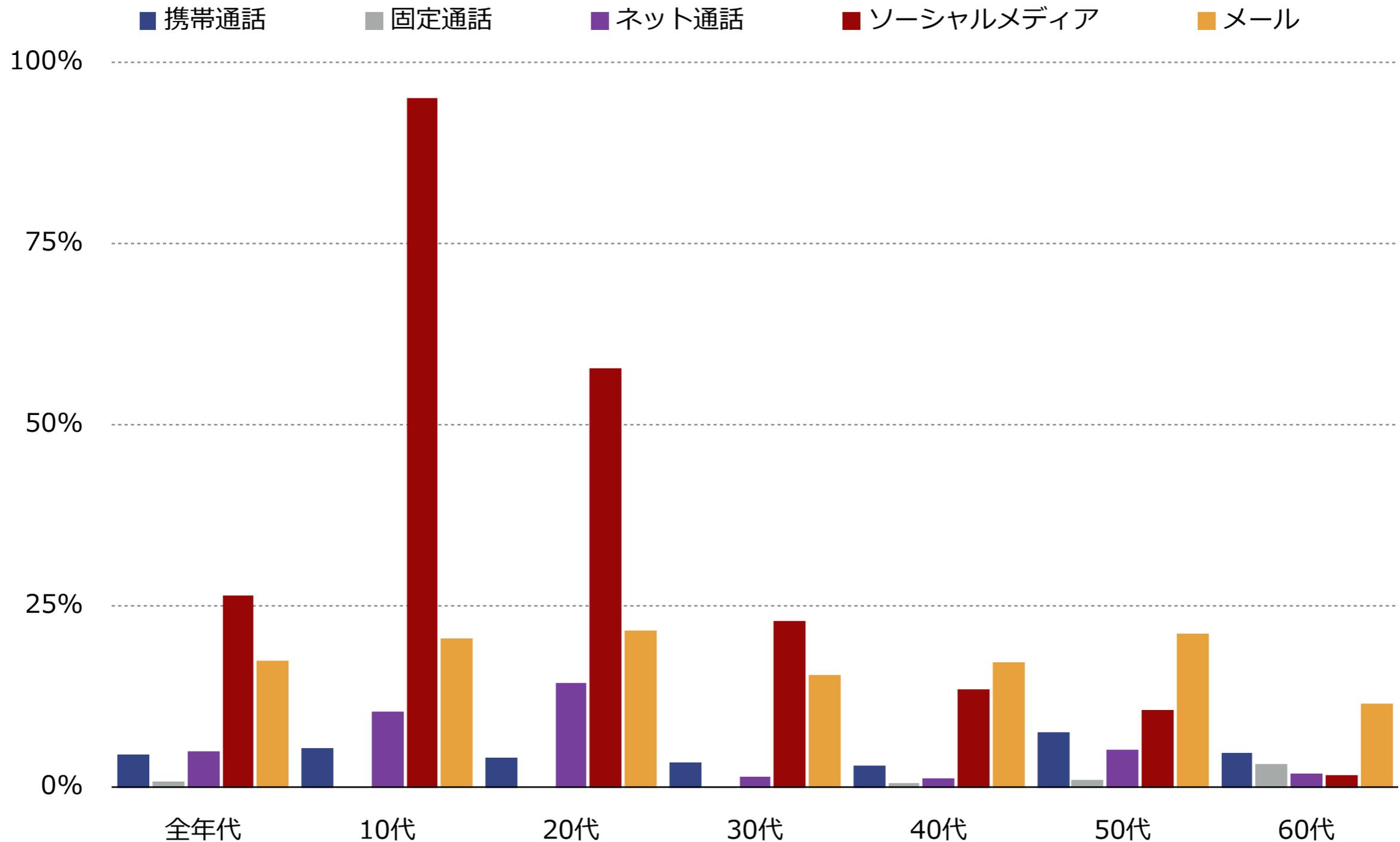
(出典) 総務省情報通信政策研究所「情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」

# 主なコミュニケーションの利用手段（平日）



(出典) 総務省情報通信政策研究所「平成26年情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」

# 主なコミュニケーションの利用手段（休日）



(出典) 総務省情報通信政策研究所「平成26年情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」

# (参考) 日本人のSNS利用について

図表1-1-3-5 ヒアリングから得られたミレニアル世代（20代）のネット利用傾向

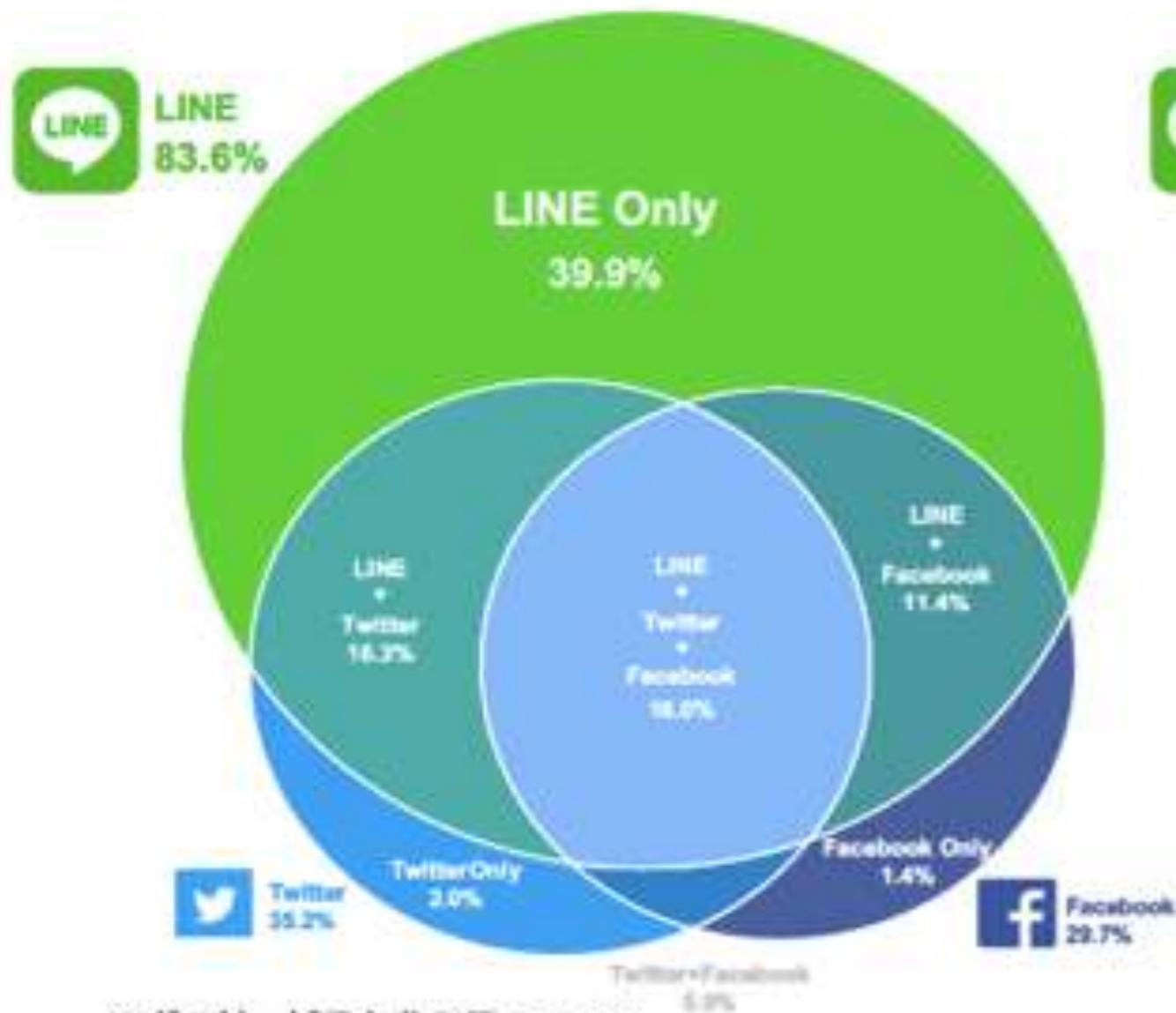
SNS	<b>Facebook</b> ・リアルな友人・司僚等の近況（特に人生の節目となるような大きなイベント）を知らせあうツールとして利用 ・TwitterやInstagramは自分より上の年代はあまり使っていないので、上の年代の人とやり取りするときに利用	<b>Twitter/Instagram</b> ・リアルな友人・同僚等と、口常のつぶやきや些細な出来事をやり取りするのに利用している ・ネット上で知り合った人（会ったことない人）と、自分の趣味や好きなものの情報交換をするのに利用している	<b>LINE</b> ・リアルな友人・同僚等との会話やメールの代わりとして利用している
動画	<b>発信側</b> ・部活動の試合の実況中継に利用している ・ツイキャスで友人とテレビ電話のようなやり取りをしている	<b>受信側</b> ・料理をこれまで全くしてこなかったため、作り方を動画で見ながら勉強している ・YouTubeやニコニコ動画で面白い動画や自分の興味のあるジャンルの動画を検索して視聴している	
ネットショッピング	・お米や洗剤など、重くて自分で持ち運べない物をネットで購入している ・まとめ買いで安くなる物をネットで購入している ・平日にショッピングサイトで調べて、休日に実際にその店舗に行って購入している		
情報収集・検索	<b>検索サイト</b> ・公式情報等、信頼できる情報を得たいときに利用している。	<b>検索サイトとSNS併用</b> ・まず、SNSの投稿を検索して最新情報を得た後、検索サイトから公式ページを見てより詳しい情報を得ている	<b>SNS</b> ・人の意見を知りたいときに利用している ・花見情報や今何が流行っているかなどオンタイムの情報が知りたいときに利用している

(出典) 総務省「スマートフォン経済の現在と将来に関する調査研究」(平成29年)

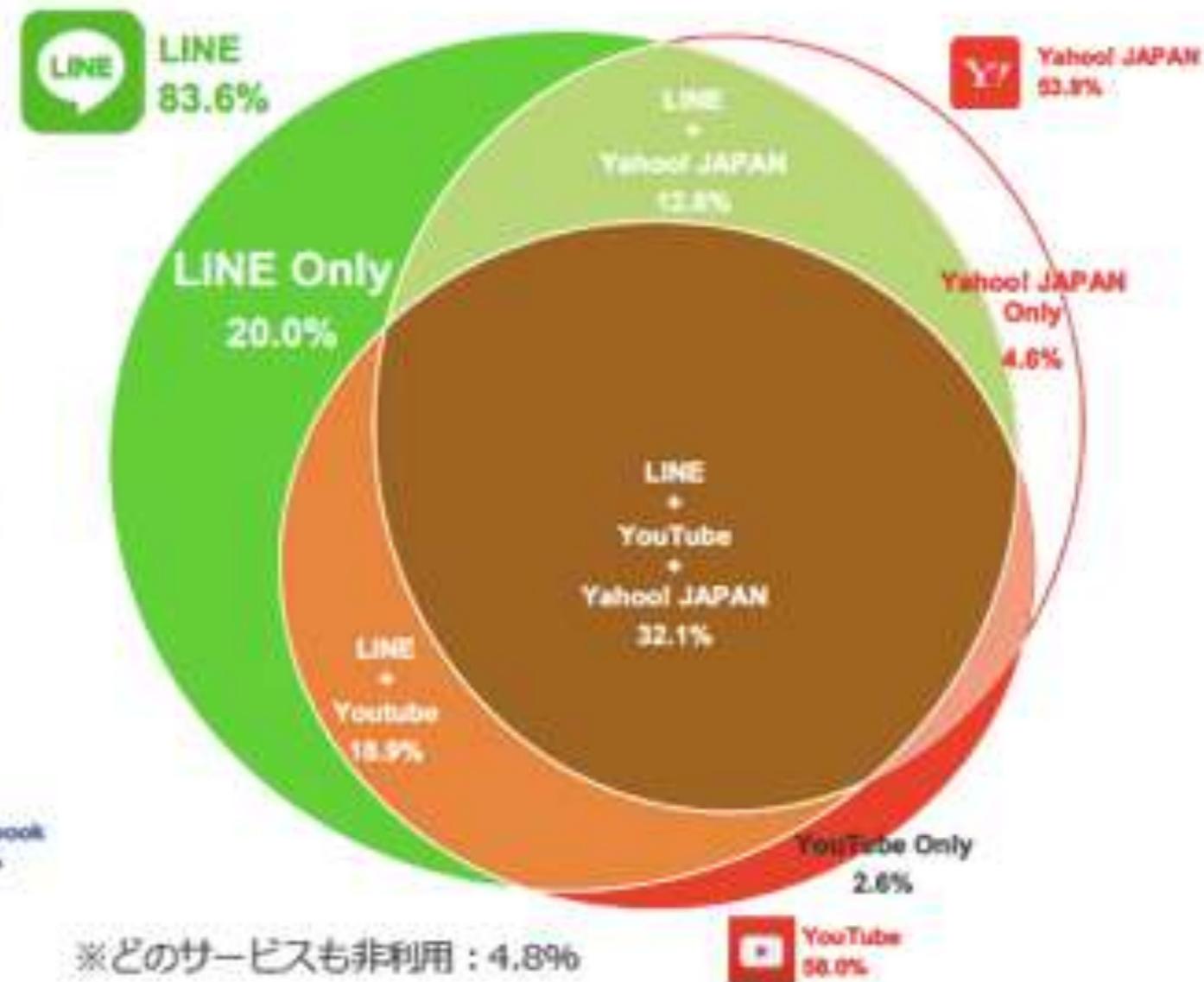
- ・ **スマホが当たり前、PCを使わない**若者が増えている
- ・ インターネットではなく「アプリ」という考え方
- ・ 10代20代はインターネット利用時間がテレビ視聴時間より長い
- ・ **「インスタ映え」はもう古い**という意見も多い
- ・ Instagramの**「ストーリー」しか見ない**若者も増えている

# Twitter、Facebook、LINEそれぞれのユーザー

普段スマートフォンで利用しているSNS

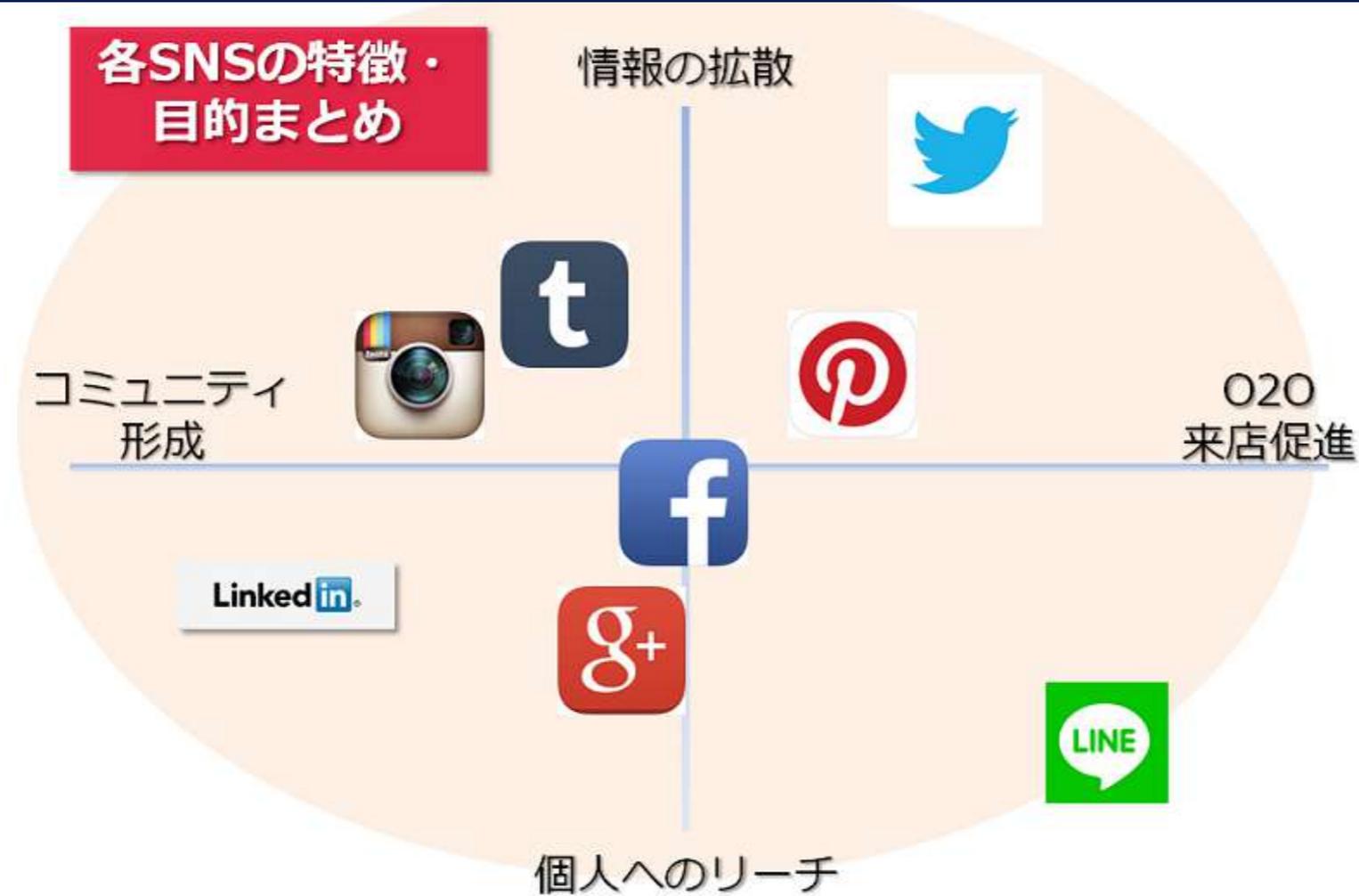


普段スマートフォンで利用しているサービス



調査機関：マクロミル社・インターネット調査(2018年7月実施/全国15~69歳のスマートフォンユーザーを対象 サンプル数20,000)

# そもそも「目的」は何なのか？



参考) ソーシャルメディアまとめ一覧&SNSの特徴・運用目的を徹底網羅 (in the loop)

ソーシャルメディアを使う場合でも、どういう目的でそのソーシャルメディアを活用したいのか。

ユーザーの使い方、ユーザー属性、集客施策等も踏まえ、そのソーシャルメディアを使うことが本当に良いのか。

# 各SNSの特徴をまとめると...



	Facebook	Twitter	Instagram	LINE
ユーザー数	2,800万人	4,500万人	2,900万人	7,600万人
ユーザー層	ビジネスマン 年齢層高め	匿名多い 年齢層若め	女性 年齢層若め	幅広い世代
投稿形式	長めの文章 +写真 / 動画	短めの文章 +リンク / 写真	写真 / 短い動画 ハッシュタグ	文章+写真 スタンプ
拡散性	○	◎	△	△
運用安全度 (炎上しにくさ)	○	△	○	○
特徴・コメント	丁寧な説明が必要な場合、もっとも適したSNSと言える。データも取りやすく、細かな分析も可能。  投稿頻度は週3~5。	良いコンテンツであれば拡散する。一方、炎上のリスクも。  投稿数の目安は1日1ツイート以上。	素材のクオリティとともに、その統一感が求められる。  ユーザー数が最も伸びているSNSで、相性がよければ◎	ユーザーは幅広く数も多いが、タイムラインを使う層は限られている。  メッセージはメールマガジンと近いイメージ。

# SNS別ターゲット・コンテンツ案



	Facebook	Twitter	Instagram	LINE
ユーザー数	2,800万人	4,500万人	2,900万人	7,600万人
ユーザー層	ビジネスマン 年齢層高め	匿名多い 年齢層若め	女性 年齢層若め	幅広い世代
投稿形式	長めの文章 +写真 / 動画	短めの文章 +リンク / 写真	写真 / 短い動画 ハッシュタグ	文章+写真 スタンプ
ターゲット				
コンテンツ案 コメント				

# 先進NPOのWebマーケティング事例

# NPO法人 エイズ孤児支援NGO・PLAS



**PLAS**  
エイズ孤児支援 NGO・PLAS

HIV/エイズに影響を受ける子どもたちが  
笑顔でいられる社会を実現する

[お問い合わせ](#) [資料請求](#) [English](#)

[寄付する](#) 



検索



小 中 大

[> エイズ孤児とは](#)

[> 団体概要](#)

[> 活動内容](#)

[> 寄付・支援](#)

[> お知らせ](#)

[> 人材募集](#)

[> お問い合わせ](#)

現在、世界には

1780万人のエイズ孤児

エイズ孤児の笑顔を支えるために、  
マンスリーサポーターを募集しています。



[マンスリーサポーターはこちら](#)



**マンスリーサポーター募集中!**

いま、あなたの支援で子どもたちの未来を守る。

月々1,000円から  
はじめる継続支援。

[くわしくはこちら](#)

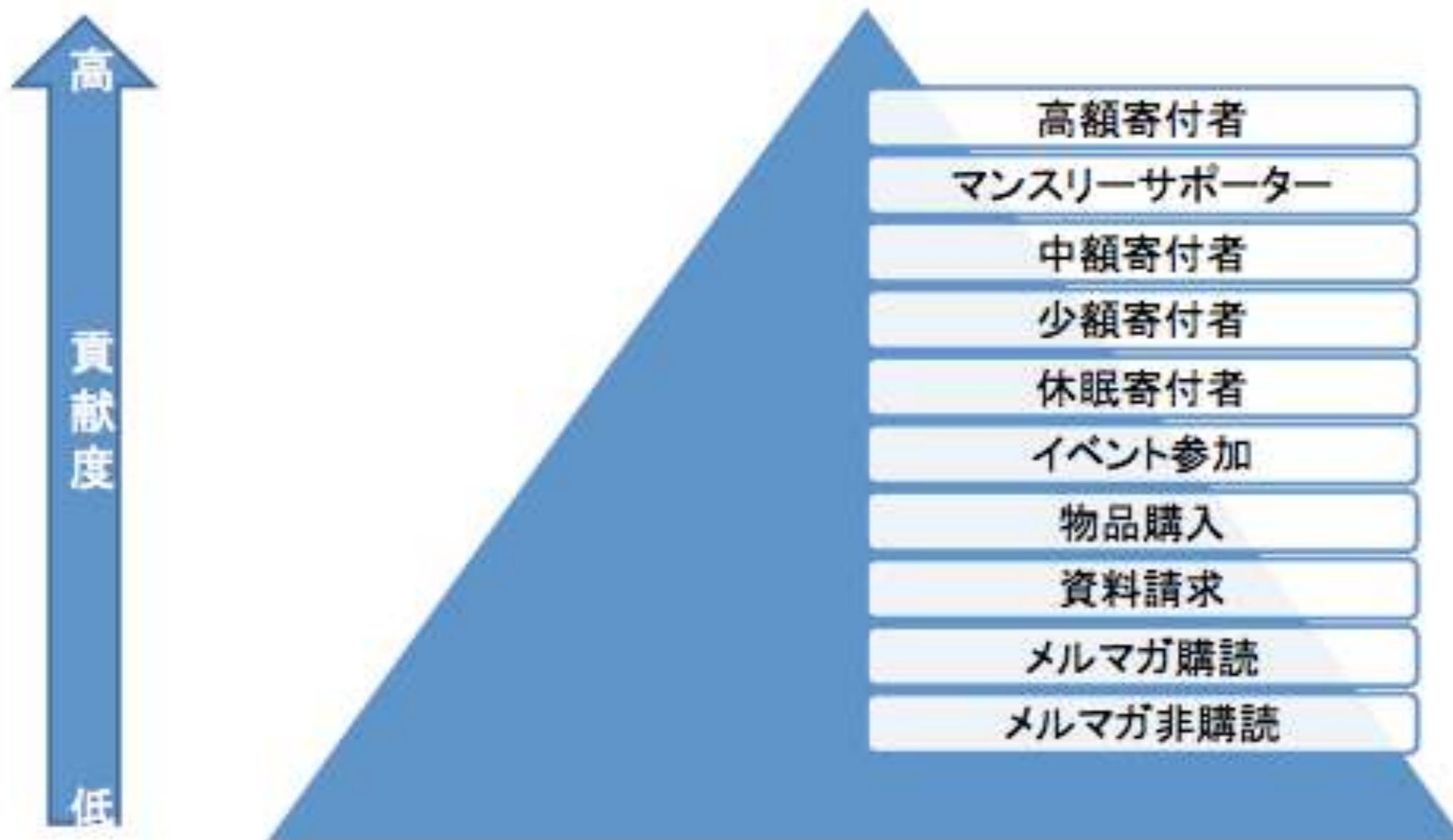
**PLAS**

 **メールマガジン登録**

タイムリーな情報を2週間に1回配信!

# PLASの「Salesforce活用」：ファン化

- 支援者の貢献度によって、10段階の支援フェーズに分ける。最新情報に自動で更新。



# PLASの「Salesforce活用」：ファン化

## • 支援フェーズに合わせたコミュニケーション



活用例)  
寄付のお願いメールをカスタマイズして送付。

支援フェーズ	あいさつ	〇円の寄付でできること	マンスリーの案内
イベント参加	イベントにご参加いただき	1000円で	○
少額	ご支援いただき	1000円で、3000円で、1万円で、	○
マンスリー	継続してご支援いただき、	5000円で、1万円で、3万円で、	×
高額寄付	必ず個別にご連絡	-	×

DRM（ドナー・リレーションシップ・マネジメント）

# PLASの「Salesforce活用」：ファン化



## Salesforce活用が アフリカのエイズ孤児を救う！

---

非営利組織が支援者と関係を深め  
支援者を拡大するためのデータベース活用事例

(特活)エイズ孤児支援NGO・PLAS

門田 瑠衣子



セールスフォース活用自慢チャンピオン大会資料（準優勝）

# PLASの「Salesforce活用」：ファン化

種別	コンテンツ分類	レスポンス数	個人数	寄付CV率	マンスリーCV率	ワンタイム寄付CV率
NGOと企業連携	平均	16.0	29.0	3.1%	3.1%	0.0%
	合計	32	58	-	-	-
NGOのマーケティング	平均	33.3	58.3	8.0%	2.0%	6.0%
	合計	100	175	-	-	-
エイズ啓発支援事業について	平均	29.3	37.3	8.0%	2.3%	5.7%
	合計	88	112	-	-	-
エイズ孤児について	平均	25.6	35.9	3.0%	0.4%	2.6%
	合計	230	323	-	-	-
エンターテイメント	平均	69.0	84.6	5.3%	2.9%	2.4%
	合計	621	761	-	-	-
国際協力のキャリア形成	平均	22.0	37.7	9.1%	4.5%	4.5%
	合計	66	113	-	-	-
団体の設立経緯	平均	23.3	34.0	11.4%	1.4%	10.0%
	合計	70	102	-	-	-
登壇者のライフストーリー と思い	平均	18.0	37.0	13.0%	1.9%	11.1%
	合計	54	111	-	-	-
日本からできる支援活動	平均	19.7	29.0	6.8%	3.4%	3.4%
	合計	59	87	-	-	-

マーケティング活用

# クラウドファンディングでもマーケティング志向

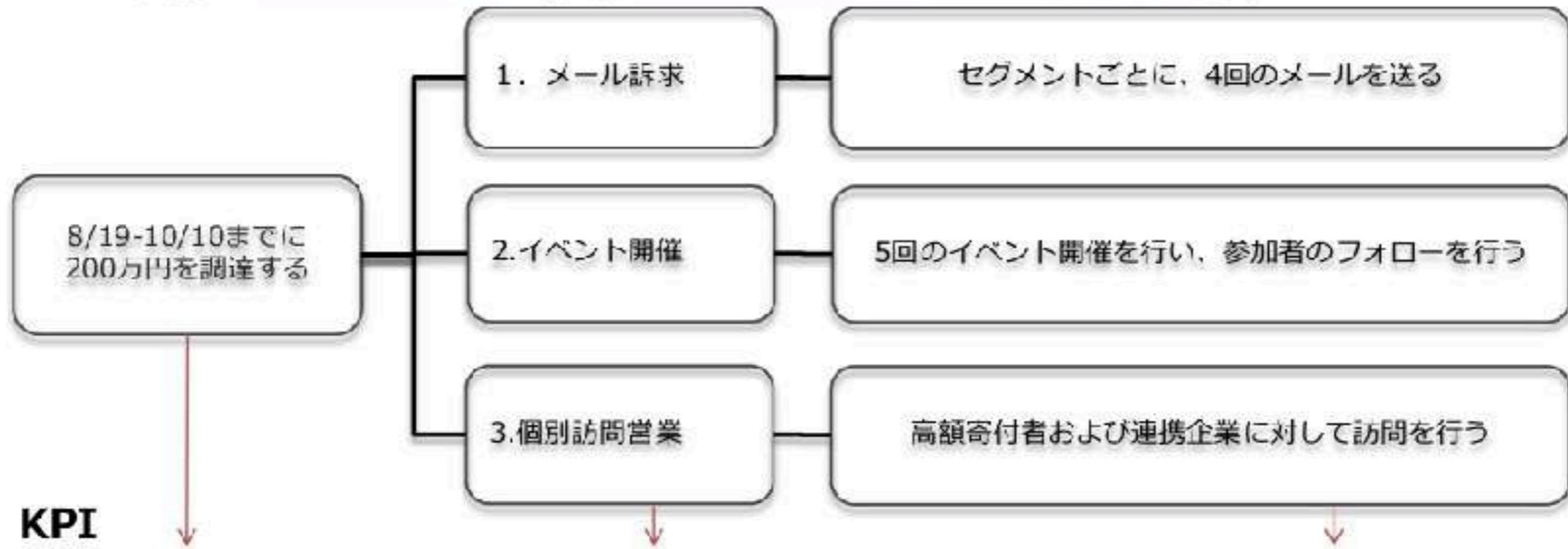
**ゴール** エイズによって影響を受ける子どもたちが小学校を卒業する



**目標**

**戦略**

**施策**



**KPI**

目標	戦略	施策
8/19-10/3で100万円 10/3-10/10で100万円を調達する	1. 56.4万円を獲得。	約5000名を複数のセグメントに分け、開始日、開始から1か月後、終了前1週間、終了直前の4回にわたりメールを送付。
	2. 3回の定例報告会で7.4万円 1回の支援者交流会で10.8万円 1回のセミナーで4.3万円を獲得。	イベントごとに参加者数や寄付CVを定義。 例) 定例報告会の参加者26名、寄付CV率20%。
	3. 個人支援者より25万、 連携企業より40万円を獲得	20件の個人支援者訪問、10件の連携企業訪問を行う。

# クラウドファンディングでもマーケティング志向



## 2-1. メール訴求

### ①開始時

	金額(計)	件数	CV率	平均単価
メルマガ非購読～小額寄付	92,000	11	0.29%	8,364
中額寄付～マンスリー	105,000	11	6.47%	9,545

### ②1か月後

3倍  
寄付された

子どもの状況 > 母親の思い

	金額(計)	件数	CV率	平均単価	目標金額達成率
母親の思い	10,000	1	0.06%	10,000	21.88%
子どもの状況	20,000	3	0.18%	6,666	65.65%

# ホームページリニューアルで寄付が5.8倍

PLAS

[はじめての方へ](#) [支援・参加する](#) [ボランティアについて](#) [活動について](#) [今すぐ寄付する](#)

## エイズ孤児が未来を切り拓けるように

いま、あなたの支援が必要です

[はじめての方へ](#)

わたしたちはエイズ孤児を支援する国際NGOです

【動画】 悪魔と呼ばれたエイズ孤児、デリックの物語

特定非営利活動法人エイズ孤児支援NGO・PLASは2005年に設立され、これまで13年間アフリカのケニアとウガンダで活動を続けてきました。

PLAS エイズ孤児を知っていますか？



デリックは両親を

# ホームページリニューアルで寄付が5.8倍



NGO代表のソーシャルニュース！

ニュース 政治/経済 働き方 学びたい

門田 瑠衣子

1,964

+ フォローする 94

▶ フォローするとどうなる？

配信日時：2月3日 23:00

f シェア

ツイート

サイトリニューアルで寄付が5.8倍！NPOのウェブ戦略

合計 08:29

初めのあいさつ

00:42

🔊 サイトリニューアルで寄付が5.8倍！その戦略をお話しします！

06:57

サイトはプロフィールに載せてます

00:14

<https://voicy.jp/channel/586/13304>

# ホームページリニューアルで寄付が5.8倍



[はじめての方へ](#)

[支援・参加する](#)

[プラスについて](#)

[活動について](#)

[今すぐ寄付する](#)

イベントに参加してみませんか？

2月26日（月）五反田のfree株式会社様で初開催！アフリカとエイズ孤児を知る90分！

[詳細・申し込み](#)

直近に開催予定のイベント情報をトップページに掲載

# ホームページリニューアルで寄付が5.8倍



# ホームページリニューアルで寄付が5.8倍



[はじめての方へ](#)

[支援・参加する](#)

[プラスについて](#)

[活動について](#)

[今すぐ寄付する](#)

## 最新ニュース

[最新イベント情報](#) | [現地レポート](#) | [国内の活動報告](#) | [ボランティア情報](#)



[Share Image](#)

2月26日（月）五反田のfree株式会社様で初開催！  
「アフリカとエイズ孤児を知る90分！」



【2018年4/8（日）】チャリティマラソン大会  
「パラカップ2018」ランナー&ボランティア募



☆☆世界エイズデーキャンペーンチャリティオークション・第9週☆☆

「最新ニュース」をカテゴリ別に選択できるように

# ホームページリニューアルで寄付が5.8倍



「はじめての方へ」と「毎月寄付」のページの使い分け

# ホームページリニューアルで寄付が5.8倍

門田瑠衣子@エイズ孤児支援NGO・PLAS代表  
フォロー中

@Rui\_Plas

ホームページ改定してから、初めましての方からの寄付が毎日あるのです！伝わるホームページになったということだよ。嬉しすぎる！！ご支援ありがとうございます😊



寄付・ボランティアでアフリカに支援を届ける国際NGO | エイズ孤児支援NGO・...  
エイズ孤児支援NGO・PLAS はアフリカのケニアとウガンダで、エイズ孤児を支援する国際NGOです。寄付やボランティアで子どもたちを支援しませんか。  
plas-aids.org

門田瑠衣子@エイズ孤児支援NGO・PLAS代表  
フォロー中

@Rui\_Plas

ホームページ改定して1週間。この1週間のデータのみだけど、過去のサイトの5.8倍も寄付件数が増えている。スマホ対応など、やっぱり必須なのね。たぶん寄付フォーム変えると、もっと良くなる。(だれか〜!) 協力企業さんに寄付フォーム改定を打診してみようかしら。



寄付・ボランティアでアフリカに支援を届ける国際NGO | エイズ孤児支...  
エイズ孤児支援NGO・PLAS はアフリカのケニアとウガンダで、エイズ孤児を支援する国際NGOです。寄付やボランティアで子どもたちを支援...

初めましての方からの寄付が毎日あり、さらなる改善案も

# (参考) NPO向けサービス提供事業者マップ

## NPO向けサービス提供事業者マップ

2018年9月

The map is organized into 20 color-coded boxes, each representing a different service category:

- 寄付決済システム (Red):** BOKIN, han, Square, ROBOT PAYMENT, Another Lane, Inc., SHIN FUNDRAISING PAYMENT, congrant, CANPAN, activo, KIFUKARA, PAY.JP, Syncable.
- 支援者管理 (Light Blue):** kintone, salesforce.org, GOEN, 顧客王, SHANON, Sansan, 2020, Marketo, shikuminet, VINDEX, MOTION BOARD.
- 広報ツール (Light Green):** PRTIMES, gooddo, change.org, innova, Hatena Blog, クローバ PAGE, FOR YOUR IMAGES, ペライチ, Publishers, SHIN FUNDRAISING PARTNERS, PRTable, +tableau, CANPAN.
- 会計・経理・帳簿発行 (Light Orange):** 経理の力, ソリマチ, 会計王, 給料王, SVF Cloud, OPRO, 会計フリー, 人事労務フリー.
- 会計/法務ITソリューション (Light Yellow):** NPOのための弁護士ネットワーク, NPO会計業務専門家ネットワーク, Accountability for Change, 博本法律事務所, ジービーパートナーズ, アイケイ会計事務所, SOCIAL CUSHION, Satellite Office.
- 広告 (Light Green):** Google AdGrants, Twitter Ads for Good, AC JAPAN, NPO Marketing Labo, Draft.
- メールツール (Light Blue):** BENCHMARK, メールワイス, ステディター支援, Study, airbnb, logi.
- 総務 (Light Orange):** techsoup, Bizer, B-SAPO, SmartHR.
- RPA: ロボットによる業務自動化 (Light Orange):** UiPath, RHOULIM.
- クラウドファンディング (Light Blue):** Ready for JAPANGIVING, GoodMorning, FAAVO, GREEN, COUNTDOWN, MotionGallery, セキリテ, moonshot, polca, shooting star, fever, Makuake, Gojo, NICKSTARTER, kizuna.
- 広報ITソリューション (Light Green):** Makaira, COMMON SENSE, Headshu Inc., Co.to.hana, ECCOY.
- 動画制作 (Light Blue):** WORLD FESTIVAL Inc., 物語, Viibar.
- アンケート (Light Blue):** BLOC APPLICATION, MACROMILL, SurveyMonkey.
- メディア (Light Green):** Greenz, NPTech, alterna, DRIVE, 音のナビ, NPO WFM.
- 人材獲得 (Light Green):** 日本仕事百貨, DRIVE, LinkedIn for Good, WANTEDLY, activo, スタンバイ, engage, mania VOLUN, もんじゅ, tovochi.
- 組織運営 / コミュニケーションツール (Light Green):** Google for Nonprofits, Office10, chatwork, コミュニ, aws, Office 365, Garoon, WANTEDLY-CHAT, Workplace, slack, LINE WORKS, Dropbox Business.
- イベント / コミュニティ運営・集客 (Light Green):** Peatix, Reddy.
- オフィス DIY / DIT リノベーション (Light Green):** KUMIKI PROJECT.
- 組織 / 事業評価 (Light Blue):** SOCIAL VALUE, newdea, Public Resource PFI, SOCIAL IMPACT RESEARCH, SEMI.
- IT導入コンサルティング (Light Blue):** Camina, JOYZO, FASTER, ERICER, Make it Better.
- ウェブ・アプリ制作会社 (Light Blue):** sai company, fev, UNPLUG, Smartphone Converter, Webider, MAQ, AIZAWA studio, ARK-Web.
- 事業戦略コンサルティング (Light Blue):** litye, Co-creAction, ETIC, SVP, NPOサポートセフター, TOKYO, 多摩大学総合研究, 認定NPO法人協会の SERVICE GRANT, P.oloone.
- ファンドレイジング戦略コンサルティング (Light Blue):** jfra, SHIN FUNDRAISING PARTNERS, appco, VALIOSA, FUNDREX, アガツキ.

# < イベントレポート >



ソーシャルメディア活用、Webマーケティング戦略入門

<http://atcafe-media.com/2015/06/07/npo-academy-1/>

ライター：越村 麻里 (NPO法人e-Education インターン生)



## < イベントレポート >



Webマーケティング戦略 ケーススタディ ～行動喚起・ファン化 編

<http://atcafe-media.com/2015/06/30/npo-academy-2/>

ライター：越村 麻里（NPO法人e-Education インターン生）

## < イベントレポート >



Webマーケティング戦略 ケーススタディ ～認知獲得・活動理解 編

<http://atcafe-media.com/2015/08/30/npo-academy-3/>

ライター：越村 麻里（NPO法人e-Education インターン生）

## 3つの「大切なこと」

フレームワークや事例をもとに、自分たちなりの  
「戦略」「戦術」を「全体設計」すること。

やった方がよいことはたくさんある。

全てをできるわけではないので、

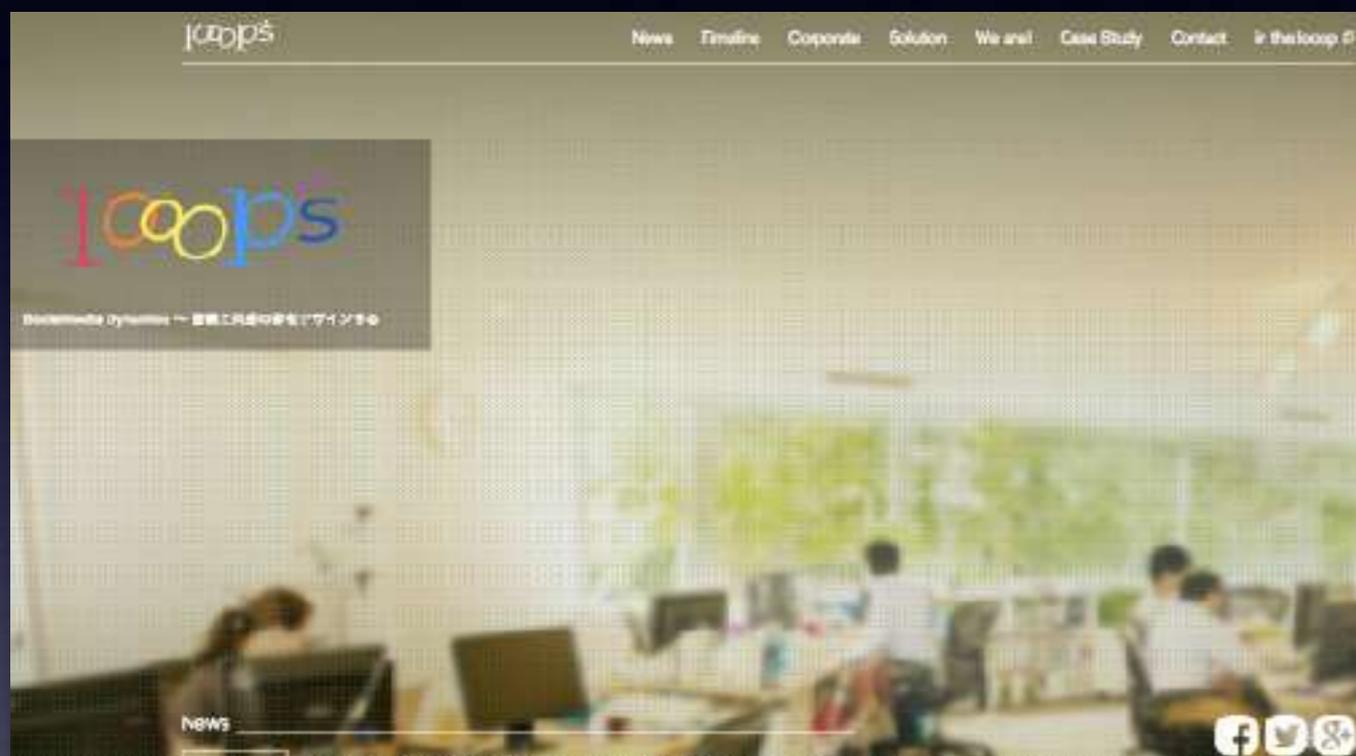
「目的」に応じて「施策」を「取捨選択」すること。

「PDCA」を回し「続ける」こと。

# 自己紹介



# 株式会社ループス・コミュニケーションズ マーケティング・コンサルタント



- ・ ソーシャルメディアのビジネス活用コンサルティング
- ・ デジタルマーケティング全般のコンサルティング
- ・ リーダーシップ、マネジメントなど経営改革支援





# 株式会社ループス・コミュニケーションズ マーケティング コンサルタント

新卒で入社したジャスダック上場の人材紹介（転職支援）会社でWebマーケティング・編集などの募集企画を担当、ITベンチャーを経て現職。ソーシャルメディアを中心としたデジタル・マーケティングや経営改革のコンサルティングを手がける株式会社ループス・コミュニケーションズに所属。

自動車メーカー、旅行会社、総合スーパー、テレビ・ラジオをはじめ、大手企業を中心に担当。デジタル・マーケティング分野における戦略立案、効果測定、改善施策の提案などを行っている。



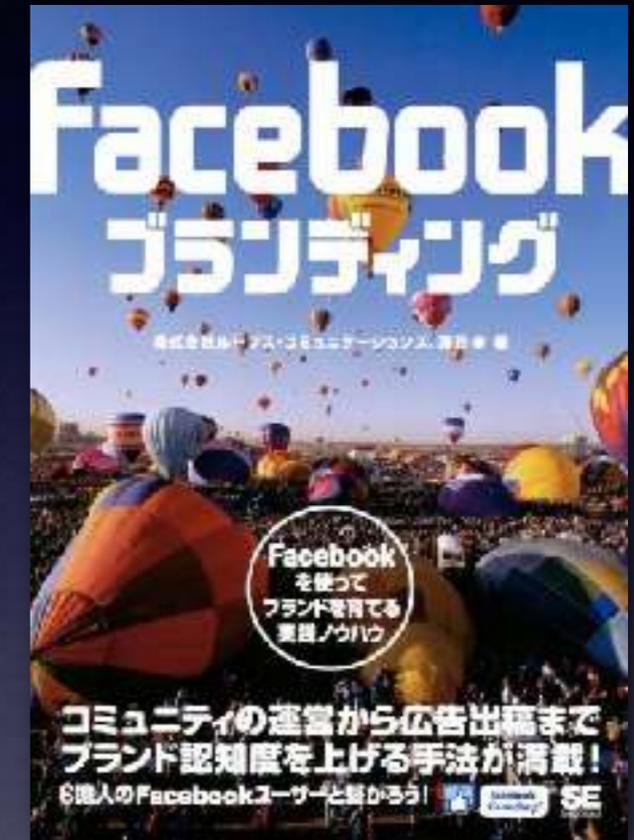
# 担当書籍 Part1



ソーシャルメディアが誘起する  
ビジネスのパラダイムシフト



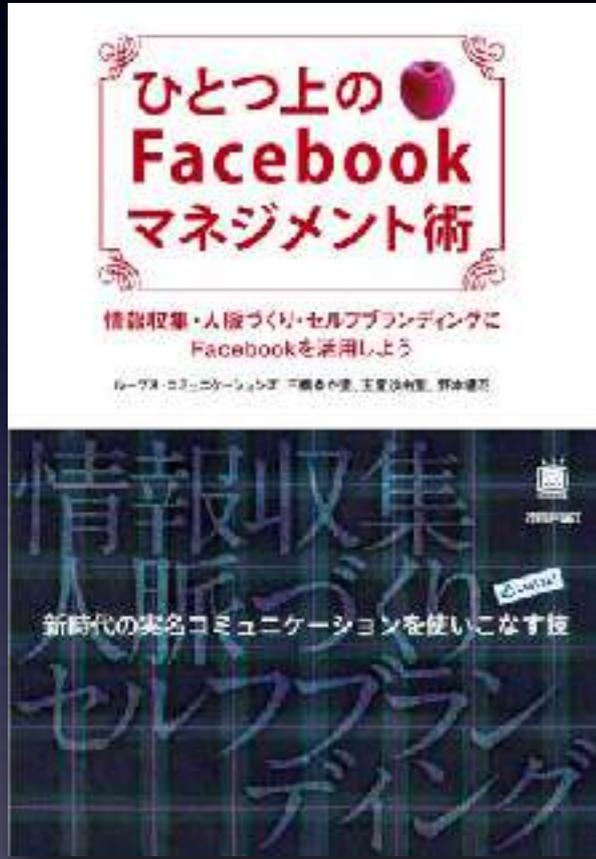
企画～構築～運用まで  
本格的な実用書



Facebookページによる個人/  
企業のブランディング



# 担当書籍 Part2



情報発信・人脈づくり・  
セルフブランディングに活用



個人 / チームや組織で業務効率  
アップ・プロジェクト管理など



活用事例も多数掲載された  
初心者向けのムック本



# 一般社団法人Work Design Lab

## 共同創業者・理事



「働き方と組織の未来」ダイアログセッション



“志あるルール違反が新しい働き方を創造する”がテーマ。「複業（副業）」など新しい働き方を実践・推進する企業側ゲスト、個人側ゲストの2名をお呼びし開催するイベント。後半は参加者同士がワールドカフェ形式で対話を深めています。

地方と都市を繋ぐプロジェクト（ローカル&グローバル）



場所にとられない働き方。地域と地域、人と人を繋ぐ働き方。ローカルに暮らし、グローバルに活動する働き方。場所や組織の枠を超え、ビジネスを創造するためには何が必要なのか？そんなことを探求するプロジェクトです。

サラリーマン・イノベーター・ネットワーク（新規事業担当者コミュニティ）



個人のWhyに基づき活動し、組織の枠を超えより良い社会を次世代に繋ぐビジネスパーソンのネットワークです。「社外リソースにアクセスし、所属組織を動かしていく」をテーマとして、イントレプレナーの方々を中心に勉強会・交流会を開催しています。

- ・「働き方と組織の未来」ダイアログ
- ・サラリーマン・イノベーター・ネットワーク
- ・複業総研、複業ナイト

東京、横浜、名古屋、新潟、広島、名古屋、福岡など、日本各地で展開中



# 一般社団法人ソーシャルシフト・ラボ 創設メンバー・事務局長



アイデアをカタチにするために ...

- ① 米国で生まれた最新のイノベーション手法を学び、
- ② 世界をハッピーにするアイデアを考え、
- ③ 同じ想いをを持ったメンバーとチームを組み、
- ④ インタビューや実験を繰り返す、
- ⑤ 新しいサービスやビジネスモデルを生みだします。



① 学習



② 発見



③ 協力



④ 創造



⑤ 笑顔

- 持続可能な地球・社会・事業を実現するために -



カレッジ

ソーシャルシフトの学びを  
深め、イノベーションを  
促進する場



ラボ

持続可能な新しい資本主義  
を研究する場。コンサル  
ティング機能を有する



コミュニティ

ソーシャルシフトの価値観  
とビジョンを共有する  
メンバーが集う共創の場



# オープンコミュニティ型学生寮 チェルシーハウス メンター





文部科学省

大臣官房 広報室

広報戦略アドバイザー



## <担当している業務>

- Twitter、Facebook、Instagram、LINEなどの公式アカウント立ち上げ・運用サポート
- ホームページ、ブログ、各種ソーシャルメディアを活用した広報戦略立案
- Web、ソーシャル施策に関する効果測定・分析
- SNS活用に関する講演、ワークショップ、研修
- その他、広報に関する企画・制作物に関するアドバイス



# 夫婦の取り組み





# メディア運営



Blog Media by Takeshi & Akane

**@cafe**  
アットカフェ

シビックテックフォーラムで語られた  
スタートアップの育成環境、シビック  
テック大国のエコシステムづくり【イ  
ベントレポート】

夫: @takeshi\_kato 妻: @AkaneSato

「@cafe (アットカフェ)」は、加藤たけしと佐藤あかね2人で運営しているブログメディアです。新しいテクノロジー、マーケティング、海外、NPO、コミュニティ、働き方などのテーマで情報発信しています。

■2人が情報発信しているTwitterアカウント  
@takeshi\_katoさんをフォロー  
@AkaneSatoさんをフォロー

ライター2人のプロフィールやこのブログメディア「@cafe (アットカフェ)」に込めた思いなど、詳細はこちら→ はじめての方へ

■夫婦2人で運営しているFacebookページ  
@cafe (加藤たけし...  
4,223 likes

地域経済分析システム「RESAS (リーサス)」がおもしろい

by 佐藤あかね 2015/05/24 - in ブログ記事, 記事, 記事 (10/7)

夫: @takeshi\_kato 妻: @AkaneSato

「@cafe (アットカフェ)」は、加藤たけしと佐藤あかね2人で運営しているブログメディアです。新しいテクノロジー、マーケティング、海外、NPO、コミュニティ、働き方などのテーマで情報発信しています。

■2人が情報発信しているTwitterアカウント  
@takeshi\_katoさんをフォロー  
@AkaneSatoさんをフォロー

ライター2人のプロフィールやこのブログメディア「@cafe (アットカフェ)」に込めた思いなど、詳細はこちら→ はじめての方へ

■夫婦2人で運営しているFacebookページ  
@cafe (加藤たけし...  
4,223 likes

テクノロジー、マーケティング、NPO、政治・行政、子育て、働き方、海外などのテーマで、夫婦2人でメディア運営しています。



# 「IT×政治」の会



政治・行政分野におけるテクノロジー活用



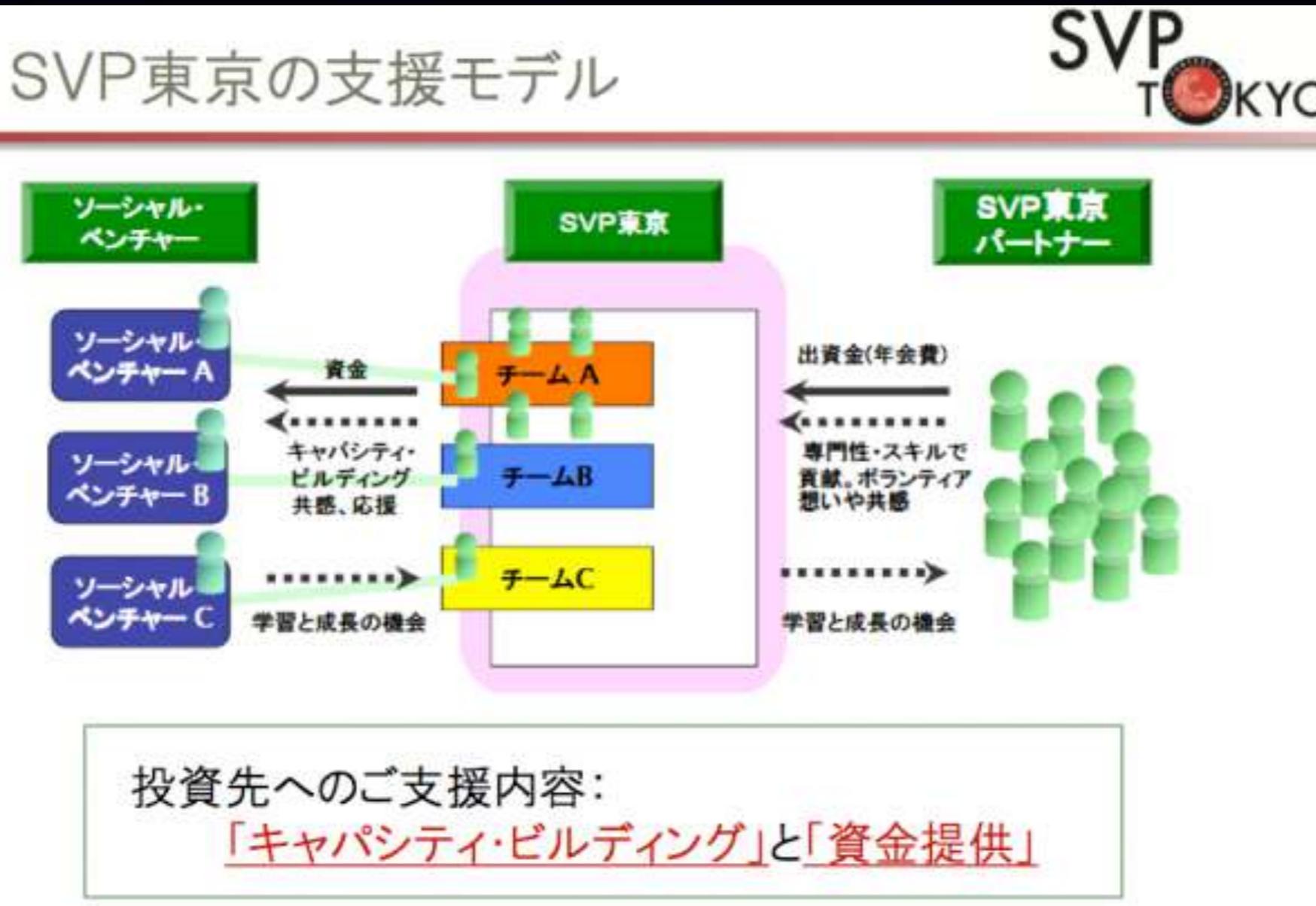
# メディア各社との情報交換



Facebook、Twitter、Google、Yahooなど



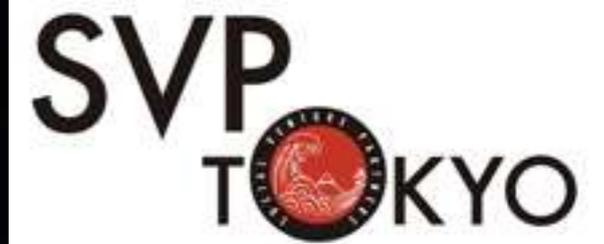
# NPO法人 SVP東京



社会起業に対して資金提供と経営支援を行う  
「ソーシャルベンチャー・パートナーズ東京」夫婦パートナー



# NPO法人 e-Education



最高の授業を世界の果てまで



途上国の子どもたちの教育支援を行い、  
若者の力による教育革命を目指すNGO



# DRIVE



STARTUP

リニューアル記念・特集第1弾

「仕事をつくる」を知りたくなったら

## スタートアップ図鑑

はじめかた、ここがマインドイ、でも楽しい！  
前のめり10人のスタートアップから、これから仕事をつくる人たちへ  
読み終わったら、走り出したくなること間違いなし。

ツクルゼ、ミライ！行動系ウェブマガジン[DRIVE]

# DRIVE

f t G+

興味を持ったなら徹底的に調べると面白いよ

すべて 特集 ワークスタイル スタートアップ ビジネスアイデア ワールドウォッチ IT・テクノロジー・モノ 社会政策 ローカルベンチャー 経営・組織論

NPO法人ETIC.が運営するベンチャー、スタートアップ、NPO、ソーシャルビジネスに特化したメディア

ご連絡はこちらまで。



Facebook : [takeshi.kato1204](#)

Twitter : [@takeshi\\_kato](#)

Mail : [takeshi.kato1204@gmail.com](mailto:takeshi.kato1204@gmail.com)

