

みよし協働のまちづくり

2024年12月(年4回発行)

発行//みよし市役所協働推進課 32-8025

NPO法人あいさしNPO市民ネットワークセンター

●サポートセンターへの登録は年中受付けています。

報告

2024年11月11日(月)
9:30~12:00

講師// オフィスおおすび代表
中小企業診断士・二宮 佳代さん

参加// 登録団体10団体・15人

市民活動サポートセンター登録団体研修会 について
テーマ// 集まらない! 伝わらない! をズバッと解決!
市民活動団体のための
広告宣伝お悩み'クリニック'

まず団体紹介と一緒に情報発信の目的と今の課題を発信してもらい、二宮さんがホワイトボードに整理し、共有していただきました。

①「広報」と「広告」の違いを意識してますか?

まず、「伝える」となった時、以下の順番で組み立てることが大事です。

チェック1...「目的」「成果」を決める

チェック2...「誰」と「何を」を決める

チェック3...「どうやって」を設計する

●二宮さんのプロフィール

相談者の絡んだ考えを整理することが得意といわれている方で中小企業診断士として広報、広告のサポートをしておられます。

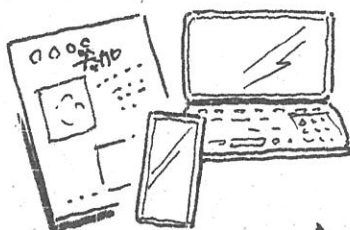
●チェック1の場合「広報」と「広告」の違いは?

広報

目的	- 企業、団体の活動理解 - ファン作り	共感を生み出す効果
成果	浸透度、共感度	(例) 良い口コミ、紹介

広告

目的	商品やサービス、イベントの認知	直接的な行動につなげる
成果	行動結果	※参加人数 利用者数



私たちは、ひとつの情報発信で成果を欲ばっていたようです。

そこに気付いて、なぜ「広報」と「広告」の違いを意識することが大事という研修につながりました。

- ▶ 団体のことを知ってもらい活動に評価を得る「広報」と、
- ▶ 団体メンバーに加わったり、活動に参加してもらう「広告」は

区分する必要があると気付きました。

②「広告」はマーケティング(分析)と戦略が必要です。

- **チェック2** (「誰」と「何を」を決める) • 参加してほしいターゲットの属性や価値観を分析する
• 活動内容として求められる要素を検討する。
• 「誰を」「何を」重きがずかをじっくり考える
- (★参加団体の活動を事例として実践していただきました)

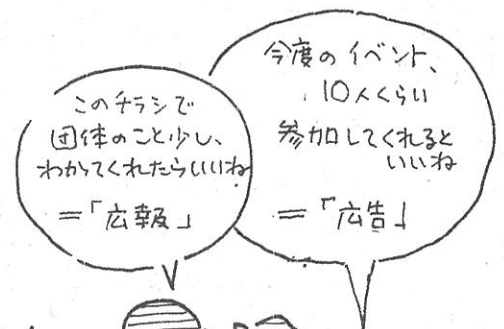
⇒ マーケティングが必要となる。

- **チェック3** (「どうやって」を設計する) • 「広告」においてどうしたら人を動かすことができるか
- ⇒ 戦略が必要です。

③「広報」は定期的に継続的にあきらめずに発信することが大事。

私たち市民活動団体は、団体や活動内容を知ってもらうことが大切なので「広報」は日常的な信頼につながる大事な情報発信です。

人との関係づくりや行動してもらうための2つの情報発信方法「広報」と「広告」の基本的な学びになりました。



④「広報」と「広告」の違いを知って上手に情報発信!

どちらが大事というより「広告」は瞬発力、認知度は上がるが持続しにくく、対する「広報」はじわじわ力ですぐの効果は上がらなくてもその認知度が蓄積されていくというそれぞれの長があります。その長を組み合わせくり返し実践していくことが一番だと思います。



参加者の声



主に、SNS等を利用して「伝える」を発信していますが、気づかしも有効だと実感しています。



市民活動サポートセンター内の
掲示板やラックにあなたの団体の活動情報を
掲示は しませんか?

- ★希望される方は受付スタッフまでお申し出下さい。
- ★困り事、判らない事、気軽に相談下さい。



周辺案内地図

