

2) (特活) 国際協力NGOセンター (JANIC) 富野岳士氏

自律的なネットワークNGO・NPOの経営
～ファンドレイジング×『共感』～

自己財源拡大に向けた
JANICの取り組み紹介

2011年2月24日
国際協力NGOセンター (JANIC)
事務局次長 富野岳士



地球×未来、あなたと今できること。
NGOを支援するNGO
国際協力NGOセンター(JANIC)
Japan NGO Center for International Cooperation

1

目次

- ・ JANIC活動紹介
- ・ JANICの経営課題と自己財源拡大の重要性
- ・ 自己財源拡大への取り組み
～JICAアドバイザー派遣制度の活用～
- ・ 今後の展開と課題

JANIC活動紹介

3

JANIC団体概要

団体名	特定非営利活動法人 国際協力NGOセンター(JANIC) (英文名称) Japan NGO Center for International Cooperation
事務所	所在地: 〒169-0051 東京都新宿区西早稲田2-3-18 アパコビル5F TEL: 03-5292-2911 FAX: 03-5292-2912 開所時間 月～金: 9:30～17:30 (NGO市民情報センター開館時間は13:00～17:00) ※土日・祝祭日休み
理念	平和で公正な地球市民社会の実現に寄与する
目的	人々の貧困からの脱却、自立的発展、基本的人権の擁護、対立・紛争の解決、地球環境の保全等に向けて国際協力を行う日本の市民組織(NGO)の活動の促進および強化を図る
事業内容	1. グローバルイシューと日本政府およびODAへの調査・提言活動 2. NGOの理解促進と他セクターとの連携 3. NGOの能力強化と社会的責任の向上 その他
運営	設立: 1987年10月 法人格取得年月: 2001年3月(特定非営利活動法人、所轄庁: 東京都) 理事長: 大橋正明 事務局長: 山口誠史 役員・顧問数: 役員21名(理事17名/監事2名/顧問2名) 事務局員数: 23名(有給専従職員15名/有給非専従職員1名/インターン7名) ボランティア数: 約10名
支出入	総収入 116,350,333円 総支出 121,056,017円 (2009年度決算)

4

日本有数のネットワーク型NGO

JANICはNGOと市民・他セクターをネットワークすることで、

- もっとNGOの活動を活発にします
- もっとNGOの声を大きくしていきます
- もっとNGOのことをわかりやすく伝えます
- もっとNGOと市民が出会う場をつくります



日本最大級の会員ネットワーク

JANIC正会員(96団体、2011年2月現在)

- | | | | |
|---------------------------|-----------------------------|----------------------|--------------------------------|
| (特活)ICA文化事業協会 | (特活)カラ=西アフリカ農村自立協力会 | (社)セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン | (特活)ノアドインターナショナル |
| (特活)ACTION | (特活)環境修復保全機構 | (財)世界宗教者平和会議日本委員会 | (特活)ハビタット・フォー・ヒューマニティ・ジャパン |
| (特活)アクセス—共生社会をめざす地球市民の会 | (特活)グッドネーバース・ジャパン | (特活)地球市民の会 | (特活)ハーベストタイム |
| (財)アジア・アフリカ国際奉仕財団 | (財)ケア・インターナショナル ジャパン | (特活)地球市民ACTかながわ/TPAK | (特活)バレスチナ子どものキャンペーン |
| (学)アジア学院 | (特活)ケアリングフォーザフューチャーファンデーション | (特活)地球の木 | (特活)ハンガーフリー・ワールド |
| (特活)アジア・コミュニティ・センター21 | | (特活)地球の友と歩む会/LIFE | (特活)ピースウィンズ・ジャパン |
| (特活)アジア日本相互交流センター | | (特活)地球緑化センター | (特活)ヒューマンライツ・ナウ |
| (特活)ADRA Japan | (財)国際開発支援財団 | (特活)チャイルド・ファンド・ジャパン | (特活)ヒマラヤ保全協会 |
| (特活)IESAアジア教育支援の会 | (特活)国際子ども権利センター | (特活)難民(アフガン)支援協力会 | BAC仏教支援センター |
| (社)アジア協会アジア友の会 | (特活)国際協力NGO-IV-JAPAN | (特活)東方科学技術協力会 | (特活)フレズ・ウィズアウト・ア・ボーダー-JAPAN |
| (特活)アジアキリスト教教育基金 | (特活)国際ボランティアセンター-山形 (IVY) | (特活)難民支援協会 | (特活)フェアトレード・ラベル・ジャパン |
| (特活)アーンシャ=アジアの農民と歩む会 | 国際民間援助協議会「メコン基金」 | (特活)難民を助ける会 | (特活)ブリッジ エーシア ジャパン |
| (特活)APEX | (特活)環境なき子どもたち | (特活)2050 | (特活)フリー・ザ・チルドレン・ジャパン 緑のサヘル |
| (特活)アフリカ日本協議会 | (特活)金光教平和活動センター | (特活)日本・雲南華誼協会 | (特活)緑の地球ネットワーク |
| (特活)アフリカ地域開発市民の会 (Can Do) | (特活)C.P.I.教育文化交流推進委員会 | 日本カトリック信託宣教会 | (特活)ミレニアム・プロミス・ジャパン |
| (特活)アムダ | (特活)ジェエルエム・インスティテュート | (特活)日本国際ボランティアセンター | (財)民衆センター |
| (特活)アーンユス仏教国際協力ネットワーク | (特活)シェア=国際保健協力市民の会 | (特活)日本ヒアリングインターナショナル | (特活)パドゥサン・デュ・モンド ジャパン (世界の医療団) |
| (特活)WE21ジャパン | (特活)聖地のこどもを支える会 | (特活)日本フリンギンボランティア協会 | (特活)ラオスのこども |
| (特活)ACE | (特活)JHP・学校をつくる会 | (財)日本オースター・プラン協会 | (特活)れんげ国際ボランティア会 |
| (特活)エファジャパン | (特活)JEN | (特活)日本紛争予防センター | (特活)ワールド・ビジョン・ジャパン |
| エイズ孤児支援NGO・PLAS | (特活)JISDE | (特活)日本リザルツ | ワールド・ファミリー・ファンド |
| (財)オイスカ | (特活)産科医学教育国際支援機構 (OISDE) | (特活)熱帯森林保護団体 | ワールドランナーズ・ジャパン |
| (特活)幼い難民を考える会 | (財)ジョイセフ(家族計画国際協力財団) | | |
| (特活)オックスファム・ジャパン | (社)シャンティ国際ボランティア会 | | |
| (特活)開発教育協会 | (財)ジョイセフ(家族計画国際協力財団) | | |
| (特活)かものはしプロジェクト | | | |

- 正会員の条件
1. 開発、人権、環境などの分野において国際協力および地球市民学習・開発教育などに入学後、継続して関わる団体であること。
 2. 市民により設立された 非営利団体で、本部組織等の活動拠点が日本にあること。
 3. 原則として、3分の1以上の財源が自己資金であること。
 4. 民主的な意思決定機関を置き、会則等によって運営されていること。
 5. 団体の役員および決裁者が公表されていること。
 6. 2年以上の活動実績があること。
 7. 運営可能な事務管理体制がとられていること。

日本最大級の会員ネットワーク

団体協力会員（54団体）

(特活)アジア磁業ネットワーク
あしなが育英会
(特活)アムルトジャパン
ACA-AQUA
(特活)NPO事業サポートセンター
(財)MRAハウス
(財)大竹財団
神奈川海外ボランティア歯科医療団
(特活)環境アリーナ研究機構
技能ボランティア海外派遣協会
(財)キープ協会
(財)国際開発センター
(財)国際協力推進協会
(財)国際緑化推進センター
(特活)国連支援交流協会
コンサベーションインターナショナル・ジャパン
(財)笹川平和財団
CSOネットワーク
宗教法人 真知苑
(特活)JIPPO
(財)自治体国際化協会
(社)シビックフォース(緊急即応チーム)
(特活)じゃっど
(特活)ジャパン・プラットフォーム
(特活)シャンティ山口
(社)青年海外協力協会
(特活)世界の子どもにワケンを日本委員会
(財)横浜ジャパン環境財団
(財)ダイバーシティ研究所

タンザニア・ボレレクラブ
(特活)チャリティ・プラットフォーム
天理教国際たすけあいネット
(財)トヨタ財団
日本イラク医療支援ネットワーク
(特活)日本カンボジア交流協会
(財)日本国際協力システム
(財)日本国際協力センター
(特活)日本地雷処理・復興支援センター
日本生活協同組合連合会国際部
日本大学国際関係学部 国際機関資料室
日本ファイバーリサイクル連帯協議会
日本福音ルーテル社団
(財)日本ユニセフ協会
(社)日本ユネスコ協会連盟
日本労働組合総連合会
ハイチ友の会
(特活)ハート・オブ・ゴールド
(特活)HANDS
(特活)BHNテレコム支援協議会
ピースボートUPA国際協力プロジェクト
(特活)ビランの医療と自立を支える会
(財)福岡県国際交流センター
UIゼンセン同盟
(財)ゆうちょう財団 国際ボランティア貯金センター

(敬称略・50音順)

企業協力会員（33社）

アクセンチュア(株)
味の素(株)
沖電気工業(株)
花王(株)
キッコーマン(株)
京セラコミュニケーションシステム(株)
(株)ジェイアイズ
(株)資生堂
住友化学(株)
ソニー(株)
(株)大和証券グループ本社
武田薬品工業(株)
(有)テトルククリエイティブ
デベックス日本支社
(株)電通
東京海上日動火災保険(株)
(株)トクヤマ
(株)日本開発サービス
日本郵船(株)
野村ホールディングス(株)
(株)ノルコーポレーション
(株)博報堂
(株)ビデオエイベックス
ファイザー(株)
富士通(株)
(株)プリDESTIN
(株)ベルモ

ミズノ(株)
(有)松田興業
三井住友海上火災保険(株)
三菱商事(株)
三菱地所(株)
(株)リコー

(敬称略・50音順)

7

JANICの経営課題と自己財源拡大の重要性

8

JANICの経営課題

- ・ 広く日本社会にNGOを認知させる機動力となり得るか
- ・ 組織を柔軟かつ運動的に運営するための自己財源を高めることができるか

JANIC第2期3カ年計画(2010年～2012年)より抜粋

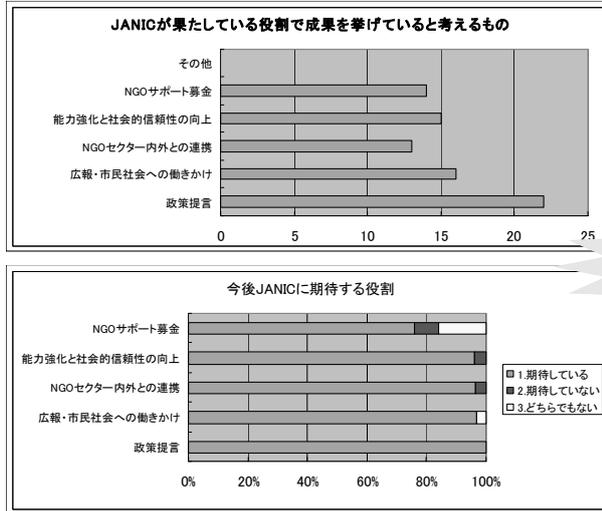
9

自己財源の重要性

- ・ ネットワークNGOとしての運動体の意義を広く発信し続けるためにも、安定した自己財源を確保しなくてはならず、そのためにはより多くの人々にJANICを支援してもらうことが重要。
- ・ 政府と対等かつ自律的な関係を構築し、維持しつつ、草の根の視点に立った提言活動を継続的に行っていく上でも、多くの市民に支えられることが必要不可欠。

10

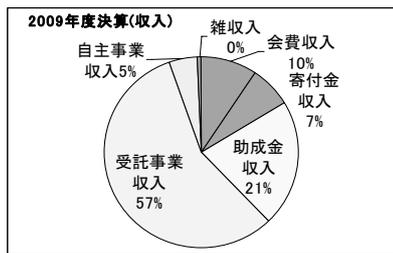
正会員が期待するJANICの役割



成果・期待ともに
政策提言が一番

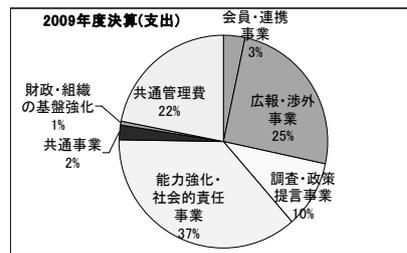
JANICの役割および会費区分改定に関するアンケート結果より

JANICの収支決算(自己財源の現状)



科目	決算額
1. 会費収入	11,044,800
2. 寄付金収入	8,074,280
3. 助成金収入	24,904,978
4. 受託事業収入	65,837,066
5. 自主事業収入	5,782,139
6. 雑収入	827,572
当期収入合計	116,380,333

(単位: 円)



科目	決算額
1. 会員・連携事業	4,164,701
2. 広報・渉外事業	20,985,491
3. 調査・政策提言事業	12,518,221
4. 能力強化・社会的責任事業	44,458,291
5. 共通事業	2,594,807
6. 財政・組織の基盤強化	673,494
7. 共通管理費	2,692,812
当期支出合計	121,058,017

(単位: 円)

自己財源拡大の目標値

費目	2009年度		2012年度(目標)		2009年比
	金額(円)	比率(%)	金額(円)	比率(%)	
自己財源	45,947,409	33%	76,185,000	46%	166%
会費	11,044,500	8%	17,000,000	10%	154%
寄付金	29,179,174	21%	49,600,000	30%	170%
事業収入	5,723,735	4%	9,585,000	6%	167%
助成金	21,517,787	16%	21,000,000	13%	98%
受託事業	67,509,086	49%	67,000,000	40%	99%
その他	3,703,626	3%	2,000,000	1%	54%
合計	138,677,908	100%	166,185,000	100%	120%

- * 寄附金はJANICへ入るNGOサポート募金全額を計上
- * 目標の%は受託事業等の増減で流動的なため、指標としない

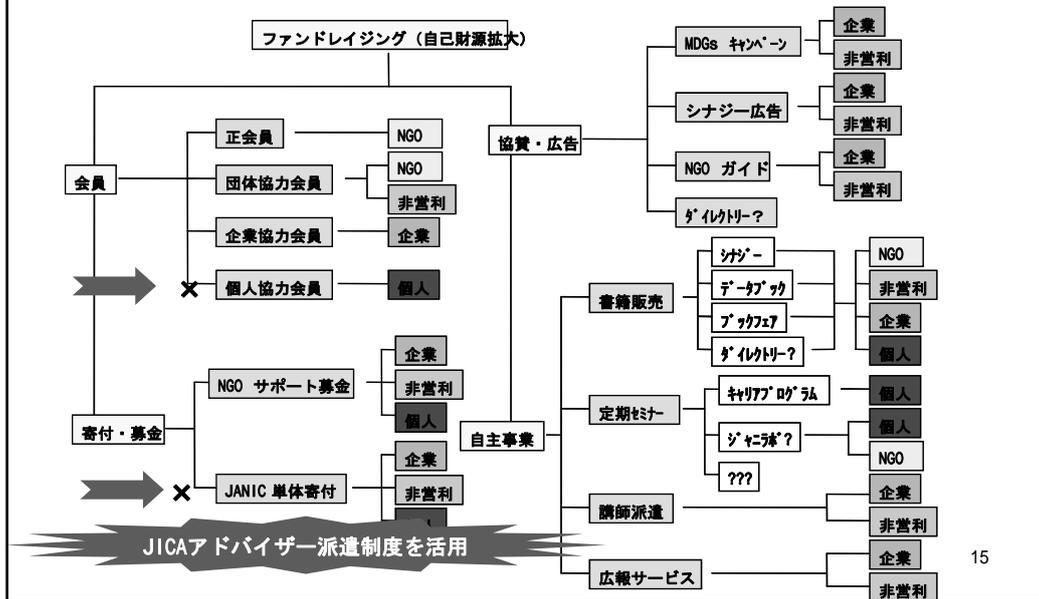
JANIC第2期3ヵ年計画（2010年～2012年）より抜粋

13

自己財源拡大への取り組み ～JICAアドバイザー派遣制度の活用～

14

自己財源拡大に向けて



JICAアドバイザー派遣制度の活用

- これまで取り組んで来なかった「個人協力会員拡大」と「JANIC単体寄付拡大」のためには、これまでとは違った斬新な広報・支援者獲得戦略の立案とその実行が不可欠。



- NGO独自の広報や資金調達を深く理解し、新しいIT技術やソーシャル・メディアを活用したファンドレイジングにも詳しいコース・アクション代表の菅文彦氏をファンドレイジング・アドバイザーに。
- JICAアドバイザー派遣制度に申請、採用され、菅氏のアドバイスのもと、JANICの自己財源拡大に向けた取り組みが始まった。

自己財源拡大に向けた目標

<長期的目標>

- ・ ネットワークNGOとしてJANICを応援する人が今よりも飛躍的に増える。
- ・ 主体的・戦略的な広報・支援者獲得活動ができるだけの人材をJANIC内部で育成する。

<短期的目標>

- ・ 個人会員拡大やJANIC単体寄付獲得を実現するために必須となる潜在支援者とのコミュニケーション基盤の確立。
- ・ JANIC単体寄付の受け皿の確立と新たな支援スキームの立ち上げ。

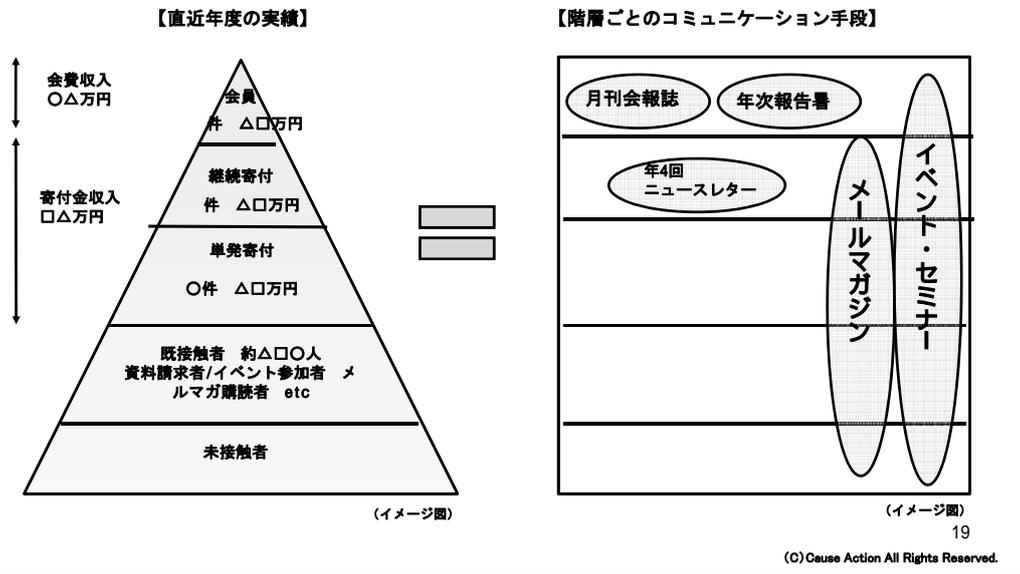
17

JICAアドバイザー派遣制度の実施項目

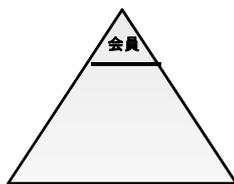
- ・ 現状把握・データ分析
- ・ ニーズ分析
- ・ 全体計画・個別タスク計画表の作成
- ・ 潜在支援層の掘り起こし・ネットワーク化
- ・ 既存会員との棲み分け可能な新支援スキームの確立
- ・ JANIC公式サイトへのアクセス数向上・ドロップ防止改善
- ・ リアルとインターネットの相乗効果施策
- ・ 特定キャンペーン・サイト(MDGsキャンペーン)の改善
- ・ 外部のインターネット・メディア活用
- ・ 支援企業のウェブサイト活用
- ・ 認定NPO法人化に伴う対応
- ・ 遺産寄付(遺贈)の対応
- ・ 全体点検・評価
- ・ 業務・運用体制の確立

18

支援者ピラミッド × コミュニケーション手段



現状把握：個人協力会員



【特性】

件数・会費収入額 過去数年間の増減トレンド
メイン属性 入会動機 入会経路 平均継続年数 退会件数(率)・相当額

【ポイント】

- ・種別：一般会員95% > 学生会員5%。
- ・入退会：退会件数 > 入会件数
- ・2層構造 ①長年支援の中老年男性
②入会するも定着継続乏しい若者・女性
- ・地域：東京・神奈川多い。人口分布に沿った件数比率。
- ・入会手段：郵便/オンライン/来館(インターン生など)がほぼ均等割合。

「認識している課題」

- ・WEBと紙の入会申し込みで、入力項目が異なる → 統一化
- ・入力項目案：
氏名・〒・住所・電話・メールアドレス・性別・生年月日・入会ルート・メルマガ購読登録
- ・個人会員との「顔の見える関係」が築けていない。
- ・学生会員：本人が本当に学生かは性善説で。継続依頼時、入会申し込み用紙で一般・個人を選択できる。
- ・「退会 > 入会」というマイナス構造の解消。退会を食い止める「止血」措置を。

20

(C) Cause Action All Rights Reserved.

現状把握：JANIC単体寄付



詳細結果は
付録資料参照

【特性】

- ・2009年度寄付額
 - 企業寄付 約60万 個人 約25万円
 - WEB(サポート募金手数料+JANIC直接オンライン寄付)約316万円
- ・個人寄付ルート
 - ①会費納入の際、寄付も上乗せして入金。
継続性:「1回のみ」18件(55%／全体で33件)。単価:1万円以下が20件(60%)
 - ②NGOサポート募金サイト上で。
 - ③募金箱(イベント会場設置)
 - ④回収モノ(書き損じハガキ・切手・プリカ)約3万円／年
 - ⑤外部サイト(チャリティプラットフォーム・イーココロ等)

「認識している課題」

- ・JANIC全体の収入額にしろる寄付金の割合が相当に低い。→開拓の余地大。
- 「JANICに寄付できる」機会をとにかく増やす(オンライン/オフライン)。
- ・NGOサポート募金(おまとめ募金)の露出が大で、JANIC直接オンライン寄付目立っていない。
→別の動線確保。JANICトップページから寄付入力フォームページへ(NGOサポート募金と別に)。
- ・定期的に募金箱を置いている場所はない。
- ・ブックオフ、チャリティオークションなど他団体が寄付集めで成功している事例、着手はしていない。

21

(C) Cause Action All Rights Reserved.

現状把握：既接触者



【特性】人数ボリューム 全体把握:

- 【対面接触アリ】 約5,000人／年
- ボランティア:50人／年(グロフェス含) インターン:7人／年 JANICユース:20人／年
- セミナー・シンポジウム参加者:
 - ①入門セミナー/就職ガイダンス参加:544人／年
 - ②JANIC主催イベント
企業連携シンポ・調査提言系イベント・MDGs関連イベント:500人／年
 - ③他主催イベント
JANICブース出展・JANICスタッフがゲストスピーカー参加:680人／年
 - ④JANICスタッフ講師派遣(学校など) 参加聴衆:3,000人／年
- 【対面接触ナシ】 約121万人／年
- アルバイト募集 応募者:40人／年
- 職員採用募集 応募者:100人／年
- メルマガ登録者:4,200人(累計)
- ツイッターフォロワー:880人(累計)
- 書籍購入:360人／年 ※対面販売のケースもあり。
- WEBサイト訪問(JANIC公式サイト):120万人／年
- NGO相談員:840人／年
- WEBサイトからの問い合わせ:360人／年

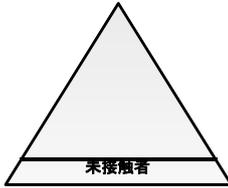
「認識している課題」

- ・上記接触者への入会・寄付アプローチが十分にできていない。
- ・接触者を、接触状況やタイプ別にわけて、適したアプローチ方法をあてはめる。

22

(C) Cause Action All Rights Reserved.

現状把握：未接触者



今後リーチしたいターゲット層 × リーチ手段

●セレブ層

→著名人を介したアプローチなど有効かもしれない。

→JANICは目下、著名人の親善大使・NGOスペシャルサポーター化の具体的な

話はない。

→著名人はスキャンダルリスク有。

●日本に居住する外国人コミュニティ

→アジアなど各国から日本に留学。そのまま日本でビジネスなどで活躍。母国のためにがんばっている日本のNGOを応援したい。

→留学生ネットワーク、各国料理店などを拠点にアプローチできるかも。

●地元(早稲田、高田馬場エリア)

→地元の商店街組合、飲食店などと仲良くなる。

→早稲田大学との連携。

●地方自治体をJANIC会員にできないか。

→姉妹都市交流など、国際協力を熱心な自治体。

→その自治体の地場産業が海外で役に立つ、という展開。

23

(C) Cause Action All Rights Reserved.

現状把握：サマリー

既存の会員の「定着継続策」(退会防止) :

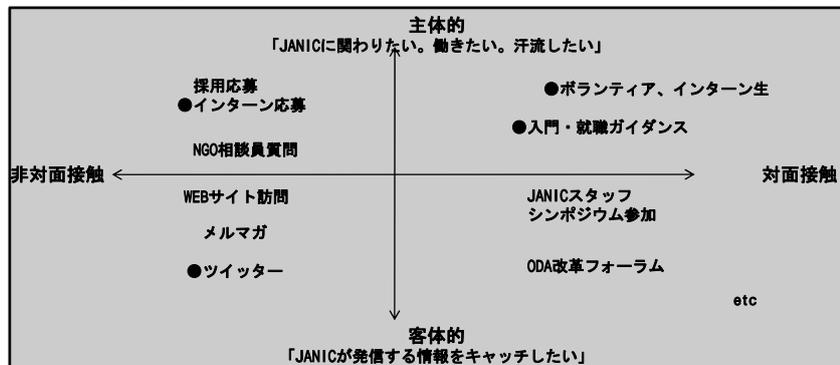
会員向けコミュニケーション 改善の余地検討。

②新規の会員・寄付の獲得 :

膨大なる「接触者」数。この“宝の山”を活かす。

接触状況をマトリクス化(下図イメージ)。

それぞれの特徴に応じた入会・寄付アプローチ方法の考案

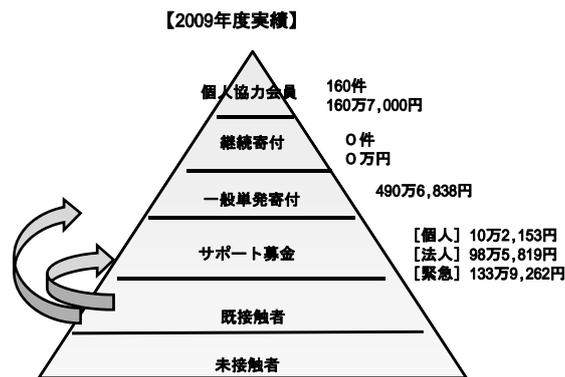


24

(C) Cause Action All Rights Reserved.

現状分析から見えてきたこと

- ・ JANICは既接触者(=潜在支援者)が非常に多い。→強み
- ・ しかし、十分な既接触者を持ちながらも、JANIC支援者へとつながっていない。→弱み・改善点
- ・ 既接触者の数を増やすよりも、既接触者の掘り起こしが急務。



25

(C) Cause Action All Rights Reserved.

既接触者の掘り起こし施策

1. コミュニケーション基盤の確立 (オンライン/オフライン)
2. 「JANIC応援募金」の立ち上げ&広報・寄付呼びかけ
3. 新支援スキームの検討&立ち上げ

26

実施施策：JANIC単体寄付（＝JANIC応援募金）

＜JANIC応援募金の立ち上げ＞

- ・ 「NGOサポート募金」との棲み分け
- ・ わかりやすいネーミング
- ・ ネットワークの重要性を訴え、ネットワークNGOであるJANICを応援したくなるメッセージ
- ・ 一括＋毎月（マンスリー募金）＋クレジット決済
- ・ ホームページから簡単に寄付ができる（3クリック以内）
- ・ 積極的な広報、寄付のお願い（ツイッター、メルマガ、バナー、DM、年末募金キャンペーン、福袋キャンペーン・・・）

27

実施施策：JANIC単体寄付（＝JANIC応援募金）

【JANICウェブサイト・トップ

ここをクリック！【JANICを応援しようページ

The screenshot displays the JANIC website's support fund page. At the top, there's a navigation bar with 'JANIC' and 'English' options. Below it, a main banner features a group photo and the text 'JANIC応援募金 始まったよ'. The page is organized into several columns:

- Left Column:** 'JANICからのお知らせ' (JANIC News) with a list of recent updates.
- Middle Column:** 'NGOも応援したい' (We also want to support NGOs) and 'NGOの声を後援にとどめます' (We support the voices of NGOs).
- Right Column:** 'NGOとの協働の種をつくります' (We create seeds for collaboration with NGOs) and 'NGOの組織力をたかめます' (We strengthen the organizational capacity of NGOs).

 A large arrow points from the top navigation to the 'JANICを応援しようページ' (Support JANIC page). On the right side, a section titled 'ここからすぐに募金！' (Donate here right now!) provides a direct link to the donation page. At the bottom, there's a 'JANICからのメッセージ' (Message from JANIC) section with a group photo and text.

新支援スキームの検討

▼着眼点

- ・膨大なる「既接触者」に注目。彼・彼女らがJANICのドナー(なんらかの金銭的支援者)になる道筋を考える。
- ・「既接触者」の大多数 = NGOマニア(NGO=研究対象)ではない。
=自分のキャリアプランニングの中で、JANICを出発点にしたい人多数。
=「社会を変える」メッセージに反応する人も多数。

▼3つのターゲット層 特徴づけと提供メリット

- ①マニア層=「JANIC会員」に。
より専門性の高い情報提供/地震の研究成果や論考の発表の場を提供 会員が主役になる場をつくる/パブリックコメント
- ②情報ベネフィット層=「JANICアソシエイト」(仮称)・少額寄付の毎月自動引き落とし NGOスタッフらとのリアル懇談の機会/アソシエイト向けのメールニュース
- ③ソーシャルムーブメント共感層=「マンスリー寄付」・1000円~寄付毎月自動引き落とし シナジー届く/イベント・セミナー割引優待

- 優先度 ②③をメインに(ターゲット対象者の母数大)。①は優先度やや落ちる(母数少)。
- WEB上やパンフでの見せ方:「会員」「アソシエイト」「寄付(単発・毎月継続)」の3本柱を想定?
- ②と③は一緒にできないか?
- 寄付呼びかけでは、DM(ダイレクトメール)も効果的。そのためにも名簿の整理必要。
- ②のアソシエイトは、寄付ではなく、「メルマガの情報購読料」名目で課金できないか?
(→追加調査:有料メルマガ配信サービスの利用は可能。手数料の相場:30%~)



29

(C) Cause Action All Rights Reserved.

新支援スキームの検討

- ・「マニア層」以外の人たちが気軽に入れること。
- ・「マニア層以外の人たち」がJANICに求めていることはナニか?
→情報はネットで無料で手に入るという意識。特に若者。月100円であっても出すのにためらい。
→それ以外のメリットとは?
NGOの人と直に会ってざっくばらんに話せる、一緒に飲める。
NGOの事務所訪問ツアー
(特に東京以外在住の人)セミナーなどの映像、スカイプ中継をみれるなど
- ・そうしたニーズを見極めるために。
→WEBをつかったアンケート実施
→対象層(若者)へのヒアリング
- ・受け皿となる制度
 - ①「アソシエイト(仮)」制度の新設
 - ②「応援募金(とくに毎月募金)」への特典に付与
 - ③「JANIC個人協力会員」の新たなメリットとして付与
→③の線でいったん考え、ニーズ調査の結果もふまえて最終判断。

30

(C) Cause Action All Rights Reserved.

JANICニーズ調査の実施

▼目的

JANIC“取り巻き層”の人たちが、多少のお金を出してでも得ると嬉しいメリットはナニか？

- ニーズ把握
- JANICで実施できる内容・方法に落とし込む
- 実現、実施に要するコスト(金銭コスト&人的リソース、工数など含む)
- 費用対効果の検証
- 具体化スケジュール
- Just do it

▼実施方法

- ・JANICサイト上にアンケートフォームページを用意(フォーム作成無料ツール活用)
- ・同ページへの誘導(JANICサイトTOP、メルマガ、ツイッター、個人脈に声かけ)

▼回答獲得 目標 100

- ・告知アプローチ母数×0.05~0.1

▼実施スケジュール:1/14(金)~1/31(月)

▼アンケート内容

<全体の流れ>

- ①JANICとの距離感(活動参加経験で分類)
- ②JANICに対するイメージ
- ③想起イメージの理由
- ④新規サービスの例示 & 関心度チェック
- ⑤JANICへのコメントご意見
- ⑥属性質問:性別/年齢/居住都道府県/職業(選択式)

詳細結果は
付録資料参照

31

(C) Cause Action All Rights Reserved.

新支援スキームの検討 (逆三角形戦略)

全体像

【JANIC応援募金】

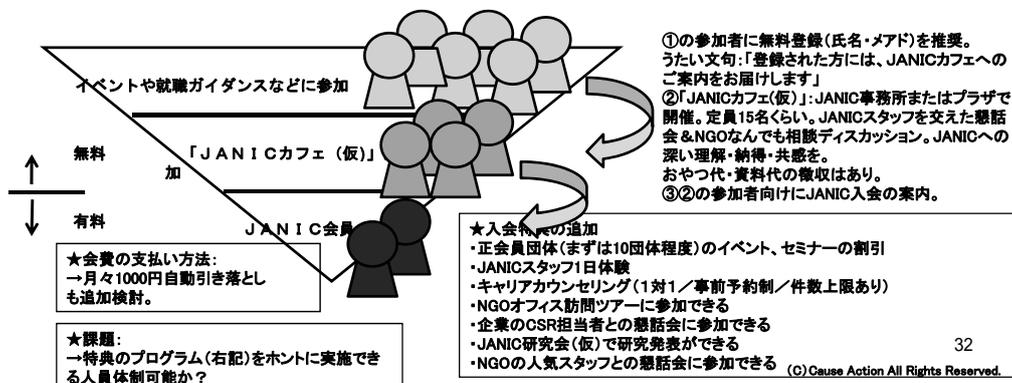
用途:一般管理費に充当 募集期間:通年 支払い方法:単発/月々引き落とし 同募金への道筋:年2回強化キャンペーン

【〇〇募金】

用途:指定寄付 募集期間:期間限定 支払い方法:単発一括 例:「25周年募金」(用途:記念誌の発行・寄付者のお名前を巻末掲載など) 募金への道筋:WEB、メルマガ、関係者DMなど各種ルートを通じて告知。

【会員】

用途:一般管理費に充当 / 募集期間:通年 / コース:1万円(一般)・7千円(学生) 支払い方法:一括(月々支払いも追加検討) / 入金への道筋(下図)



これまでの取り組み成果(数値の推移)

項目名	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	累計/最新値	目標値	達成率	
【オンライン・コミュニケーション基盤の確立】														
ウェブサイト・アクセス数(Visit数)	100,014	107,842	95,400	97,541	91,817	96,274	99,733	107,906	110,835	121,382	121,382	最新	150,000	81%
JANICサイト	97,893	104,982	92,755	94,514	88,859	93,847	96,623	104,803	107,412	117,340	117,340	最新	-	-
事務局長ブログ	2,121	2,860	2,645	3,027	2,958	2,627	3,110	3,103	3,423	4,022	4,022	最新	6,000	67%
ウェブサイト・ページ・ビュー数(PV数)	398,088	427,274	415,706	477,731	493,436	461,507	527,339	490,672	545,282	610,815	610,815	最新	-	-
JANICサイト	395,270	423,517	411,897	473,457	489,225	457,584	522,685	486,328	540,969	605,665	605,665	最新	-	-
事務局長ブログ	2,798	3,757	3,809	4,274	4,211	3,923	4,654	4,344	4,313	5,150	5,150	最新	-	-
メールマガジン配信数	3,911	4,082	4,161	4,296	4,359	4,415	4,626	4,739	4,739	4,810	4,810	最新	6,000	80%
ツイッターフォロワー数	495	653	841	982	1,247	1,441	1,639	1,861	2,058	2,282	2,282	最新	3,000	76%
【個人協力会員の拡大】														
個人協力会員数	165	163	164	160	162	160	161	162	166	160	160	-	200	80%
【JANIC単体寄付の拡大】														
JANIC応援募金額	¥43,579	¥0	¥5,000	¥100,000	¥31,000	¥44,221	¥103,000	¥70,000	¥198,150	¥371,083	¥968,033	累計	¥3,500,000	28%
一般(個人)	¥3,800	¥0	¥5,000	¥100,000	¥20,000	¥6,000	¥103,000	¥45,000	¥198,150	¥200,000	¥680,950	累計	¥2,000,000	34%
法人(企業・団体)	¥39,779	¥0	¥0	¥0	¥11,000	¥38,221	¥0	¥25,000	¥0	¥171,083	¥285,083	累計	¥1,500,000	19%

まだまだ道半ば。ゴールは遠いが、着実に前進あるのみ



33

今後の展開と課題

34

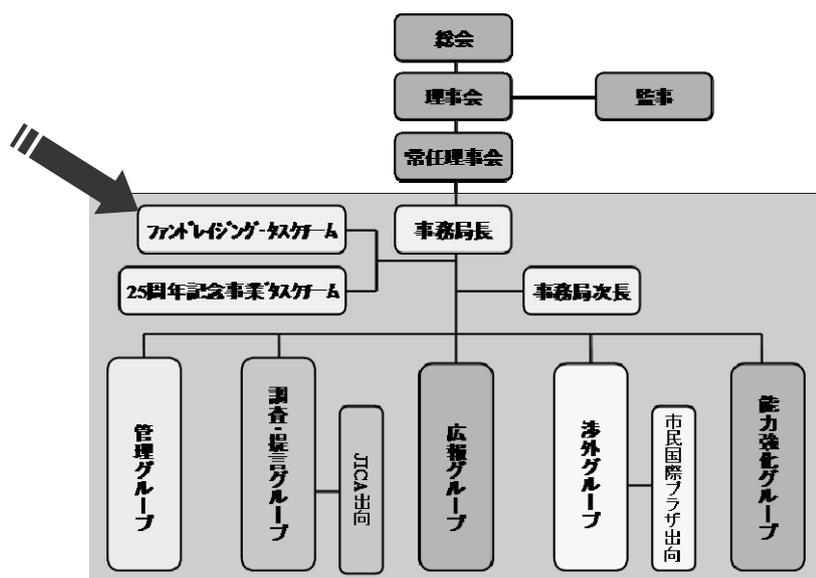
今後の展開

- ・ 現状分析とニーズ把握、基盤づくり・インフラ整備は一通りできたので、あとはそれらを活用して成果を上げていく。
- ・ 会員データベースを導入し、潜在支援者層に戦略的に働きかける。
- ・ 事業別のグループ編成に加えて「ファンドレイジング・タスクチーム」を立ち上げ、自己財源拡大に注力する。
- ・ とにかく、PDCA(Plan→Do→Check→Action)。小さく始め、走りながら考え、成果を見ながら微調整を繰り返す。



35

来年度の体制



36

課題

- ・ 目に見える成果 (before & after) をどれだけ伝えられるか。
- ・ そして、どれだけ共感して貰えるか
- ・ 内部的には、どれだけマンパワーを投入できるか。

37

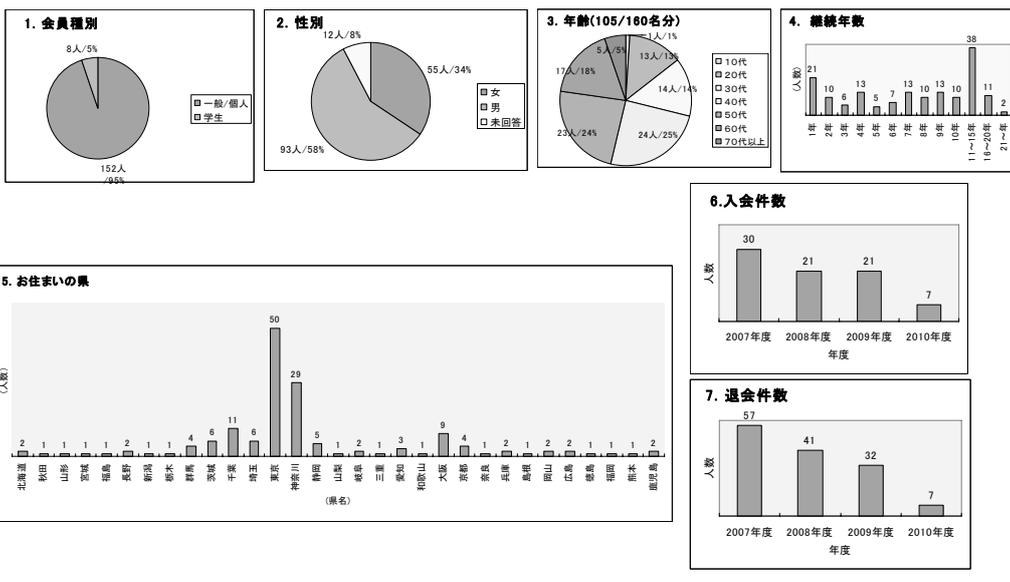
最後に・・・

- ・ 今日個人協力会員とJANIC単体寄付の話に特化したけど、ネットワークNGOであるJANICに最も重要なのは正会員を中心としたネットワークの広がりや質。
- ・ これらの財産があって初めてJANIC単体を支援・応援する価値・意義が生まれる。
- ・ ネットワークが生み出す価値を多くの人に共感して貰えるかどうかで自己財源拡大の鍵を握る。

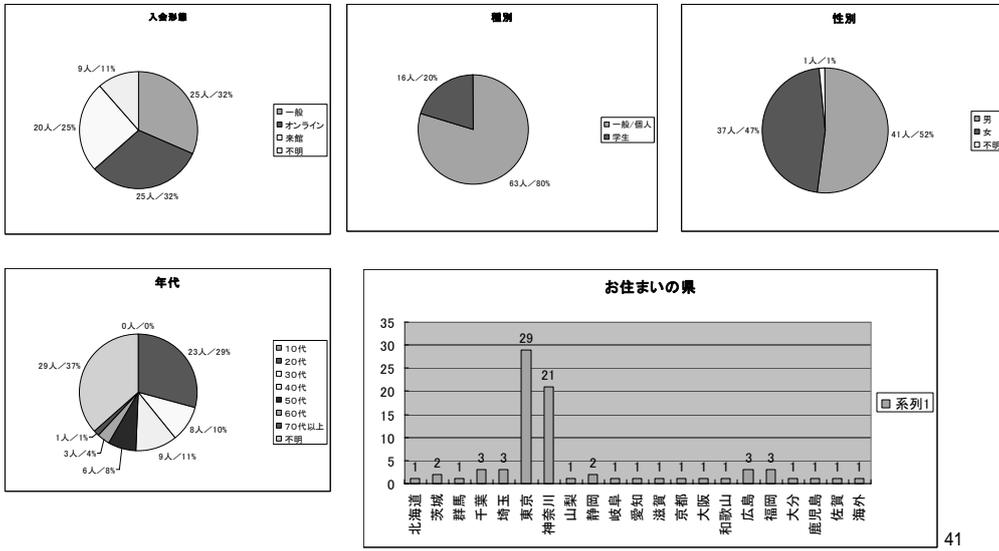
38

地球×未来、あなたと今できること。
www.janic.org

付録1:個人協力会員データ

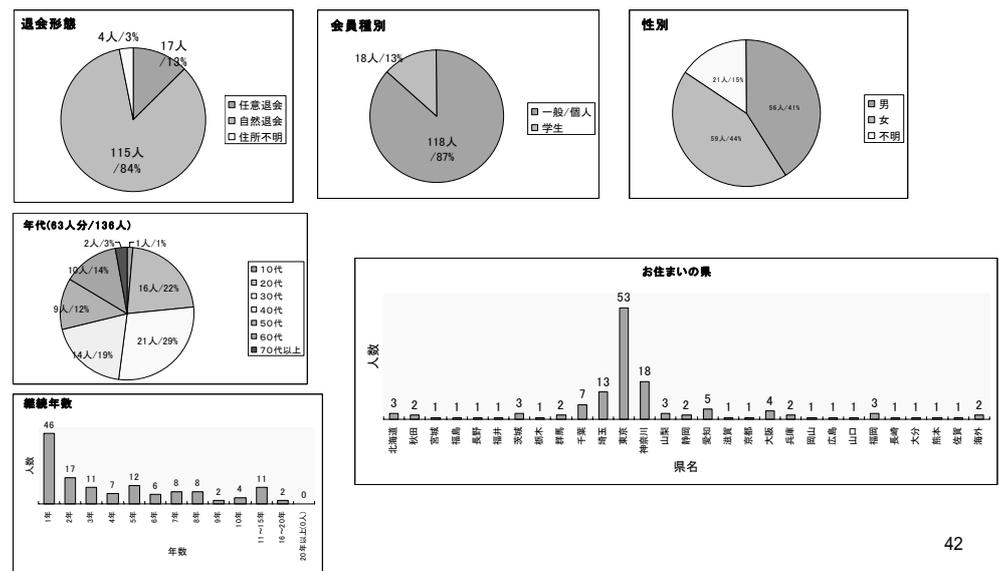


付録2:個人協力会員 入会データ



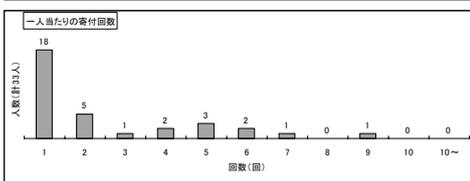
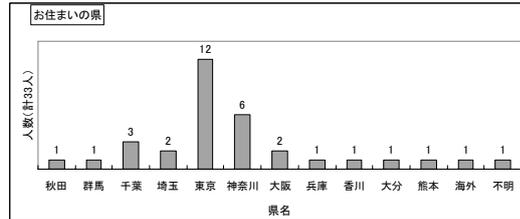
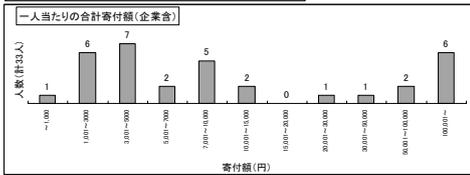
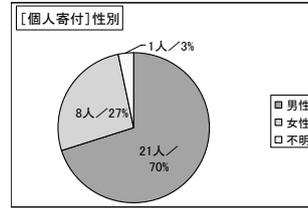
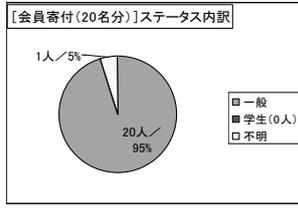
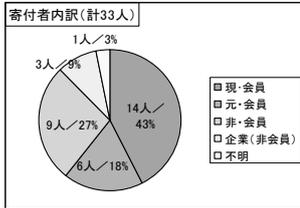
41

付録3:個人協力会員 退会データ



42

付録4：寄付データ

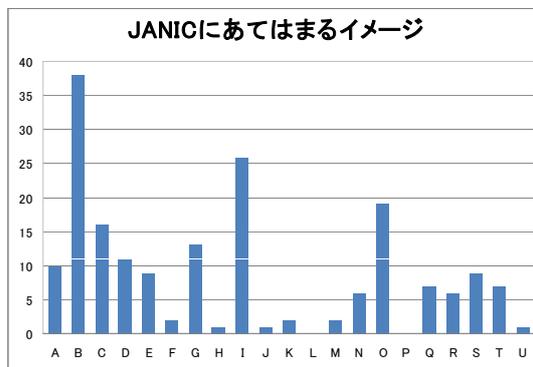


43

付録5：JANICニーズ調査

Q1. JANICにあてはまるイメージを以下の中からお選びください(複数回答可)。「必須」

A	楽しそう	10
B	まじめ	38
C	親しみやすい	16
D	とっつきにくい	11
E	明るい	9
F	暖かい	2
G	あたたかい	13
H	冷たい	1
I	信頼できる	26
J	信頼できない	1
K	かっこいい	2
L	おしゃれ	0
M	かわいい	2
N	大人っぽい	6
O	落ち着いている	19
P	やんちゃ	0
Q	チャレンジング	7
R	資金をたくさん持っているそう	6
S	資金をあまり持っていないさそう	9
T	イメージがわからない	7
U	その他	1



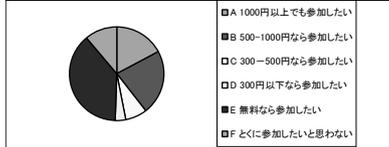
44

付録6: JANICニーズ調査

Q8. JANICで下記のようなメニューがあるとしたら、どう思われますか？

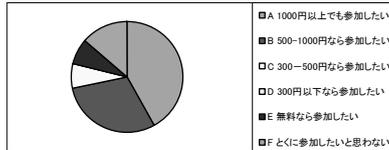
a) NGO事務所の訪問ツアー

A 1000円以上でも参加したい	14
B 500-1000円なら参加したい	18
C 300-500円なら参加したい	6
D 300円以下なら参加したい	3
E 無料なら参加したい	31
F とくに参加したいと思わない	9



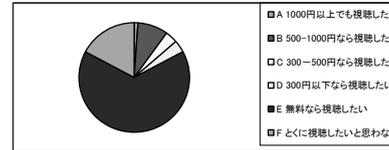
b) NGOスタッフとの懇話会（軽食やアルコールを交えて）

A 1000円以上でも参加したい	34
B 500-1000円なら参加したい	24
C 300-500円なら参加したい	6
D 300円以下なら参加したい	0
E 無料なら参加したい	6
F とくに参加したいと思わない	11



c) 「NGO就職ガイダンス」のインターネット動画配信

A 1000円以上でも視聴したい	1
B 500-1000円なら視聴したい	7
C 300-500円なら視聴したい	3
D 300円以下なら視聴したい	3
E 無料なら視聴したい	53
F とくに視聴したいと思わない	14

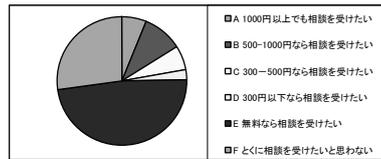


45

付録7: JANICニーズ調査

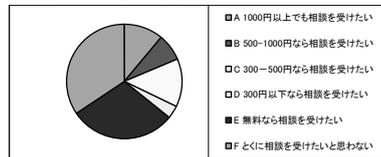
d) NGOについてなんでも個別相談会（スカイプによる遠隔相談あり）

A 1000円以上でも相談を受けたい	5
B 500-1000円なら相談を受けたい	8
C 300-500円なら相談を受けたい	5
D 300円以下なら相談を受けたい	2
E 無料なら相談を受けたい	39
F とくに相談を受けたいと思わない	22



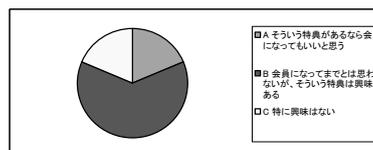
e) NGOへの就職について個別相談会（スカイプによる遠隔相談あり）

A 1000円以上でも相談を受けたい	9
B 500-1000円なら相談を受けたい	6
C 300-500円なら相談を受けたい	11
D 300円以下なら相談を受けたい	3
E 無料なら相談を受けたい	24
F とくに相談を受けたいと思わない	28



f) JANICの会員になると、メンバーNGOのイベント・セミナーなどに割引価格（2割引き前後）で参加できる。
※JANIC個人協会員：年会費1万円・学生7千円

A そういった特典があるなら会員になってもいいと思う	15
B 会員になってまでとは思わないが、そういった特典は興味がある	51
C 特に興味はない	15

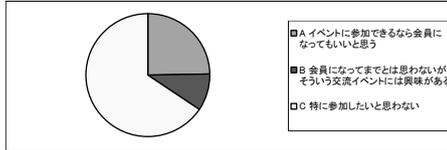


46

付録8: JANICニーズ調査

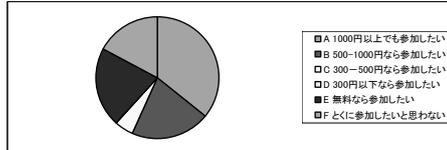
g) 会員同士の交流イベント
 (東京及び地方開催/年3回前後/JANICスタッフからの活動報告・意見交換ディスカッション・懇親会など)
 ※JANIC個人協会員:年会費1万円・学生7千円

A イベントに参加できるなら会員になってもいいと思う	20
B 有料にならなくてもいいけど興味がある、そういう交流イベントには興味がある	8
C 特に参加したいと思わない	53



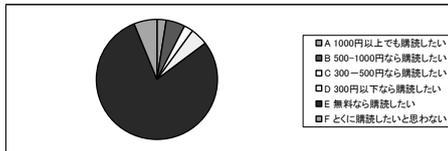
h) 国際協力活動に賛同している有名人(タレント、スポーツ選手など)と話せる会合への参加

A 1000円以上でも参加したい	29
B 500-1000円なら参加したい	17
C 300-500円なら参加したい	4
D 300円以下なら参加したい	0
E 無料なら参加したい	17
F とくに参加したいと思わない	14



i) 最新のNGOニュース(現地活動のリアルな様子・NGOスタッフの横顔など)のEメール配信

A 1000円以上でも購読したい	2
B 500-1000円なら購読したい	4
C 300-500円なら購読したい	2
D 300円以下なら購読したい	4
E 無料なら購読したい	64
F とくに購読したいと思わない	5

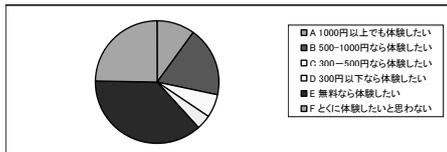


47

付録9: JANICニーズ調査

j) JANICの事務所(東京・早稲田)でスタッフ一日体験

A 1000円以上でも体験したい	8
B 500-1000円なら体験したい	15
C 300-500円なら体験したい	5
D 300円以下なら体験したい	3
E 無料なら体験したい	30
F とくに体験したいと思わない	20



48