

## 《学会震災特別プロジェクト企画》

### ■東日本大震災と NPO 広報・マーケティング

#### 【セッションのねらいと論点】

NPO が果たす社会的役割の一つに、「何かをしたい」という市民の想いを拾い上げ、具体的なアクションに動員していくというものがある。本パネルは、東日本大震災を事例に、NPO がこうした市民の声にどのように応え、またこうした市民の想いをどのように促し、寄付やボランティアなどのアクションへと誘っていったのかを総括、検討するものである。

東日本大震災は、NPO の広報・マーケティングにとって、一つの転換点とも捉えられる出来事であった。未曾有の大震災は、「何かをしたい」という想いを持つ潜在的支援者層の広がり、自発的な行動に対する機運の高まりをもたらした。NPO の存在もこれまで以上に広く知られるところとなり、市民の関心を高める契機となったのである。こうした状況は、その専門分野に関わらず、NPO にとって新たな寄付者や会員、ボランティアを獲得するチャンスであると同時に、団体の活動を広く周知する好機ともなった。本パネルの第一の目的は、震災によりもたらされた、こうしたチャンスに対する NPO の対応を検証することである。震災に際し、NPO はどのような広報・マーケティングのアプローチを行ったのか。潜在的支援者層に働きかける上での戦略を、震災特別プロジェクト・情報班による調査の中間報告、および二団体の実践例から総括する。

チャンスを生み出した一方、東日本大震災は、NPO の広報・マーケティングに新たな課題を突きつける出来事でもあった。特に、救援期から復興期へと移行する中で、震災を機に裾野が広がった潜在的支援者層の関心を、どのように NPO 本来の活動へと向けていくのかという課題が浮上したのである。例えば、海外での国際協力活動に取り組む団体が、震災に際して、その中心的な活動ではない日本国内での緊急支援活動を行ったケースでは、震災を機に新たにつながりを得た寄付者や支援者の関心を、海外での活動にどのように誘導していくのが大きな課題となった。NPO は、これまで以上に自分たちの活動をどのように支援者に伝え、訴えていくのかを戦略的に考える必要に迫られているのである。本パネルの第二の目的は、東日本大震災という転換点を経て、広報・マーケティングの観点から NPO が直面する課題を明らかにすることである。

こうした震災後の NPO 広報・マーケティングは、『広報会議』などで取り上げられてはいるものの、包括的な実態調査や学術的な総括は依然として行われていない。本パネルは、そのギャップを埋めることを目指すものである。

以上の背景・問題関心から、本パネルでは、NPO 広報・マーケティングの実践家、専門家をパネリストに迎え、震災直後から現在に至るまでの実態と成果、課題を明らかにしていく。なお、本パネルは日本 NPO 学会・震災特別プロジェクト情報班による活動の一環として位置づけるものである。

#### 【パネリスト】

鎌倉 幸子 (かまくら さちこ)  
シャンティ国際ボランティア協会 (SVA) 広報課長兼東日本大震災図書館事業アドバイザー。

山元 圭太 (やまもと けいた)  
NPO 法人かものはしプロジェクト 日本事業統括ディレクター。NPO 法人国際協力 NGO センター (JANIC) 理事。

長浜 洋二 (ながはま ようじ)  
NPO マーケティング研究所・代表。日本の NPO に向けてマーケティング研修プログラム「草莽塾」等を展開中。

岡田 彩 (おかだ あや)  
同志社大学政策学部・助教。日本 NPO 学会・震災特別プロジェクト、情報班メンバー。

山内 直人 (やまうち なおと) =モデレーター  
大阪大学大学院国際公共政策研究科・教授。日本 NPO 学会・震災特別プロジェクト代表、情報班・班長。

#### 【参考文献】

「青山広報会議 震災復興支援でクローズアップ：NPO・NGO の広報活動」(2011)『広報会議』31, 73-79.