

効果的な広報のポイント

NPOが、活動を継続し発展させ、社会に貢献していくためには、いろいろな関係者との連携や、ボランティア、寄付、助成金、情報などの支援が必要です。

NPOが社会や地域において認知され、支援や連携を果たすために、広報は大切な手段です。日々の活動に追われ、広報は後回しになりがちですが、計画性をもって取り組みましょう。

1. 広報の目的

広報とは、「団体自身や団体活動を『他人』に説明し、理解してもらい、共感や協力を得ること」、そして、実際に行動をしてもらうための手段です。

団体には、自分たちが実現したい社会をもっと知らせたい、会員を増やしたいなど、いろいろな運営上の課題があります。その課題の中には、広報で解決できるものがあります。広報によって解決できる課題が、あなたの団体の広報の目的になります。

広報活動の目的は大きく分けて3つあります。あなたの団体の広報の目的を明確にしましょう。

(1) 社会に活動を発信し、理解者を増やす

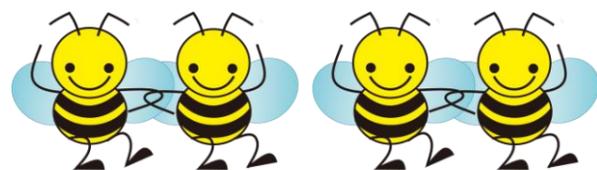
団体が目指すミッション、実現したい社会は共感してくれる人がいないと成り立ちません。団体が広く社会からも信頼され、目指す社会を実現していくためには、利害関係者や会員だけではなく、社会に向けて、情報を発信し続ける必要があります。

(2) 活動の資源「ひと・もの・金・情報」を集める

NPOにとって、「ひと・もの・金・情報」といった資源を集め活用することは、効率的な活動を進めるうえでとても大切です。こうした資源を得るためには、自身の団体の情報を広報によって発信し、自分たちの団体がどういう団体でどういうものを求めているのかを、より多くの人に知ってもらい、理解者を増やす必要があります。

(3) 会員に活動を知らせる

NPOの会員は、その団体の活動に賛同し、参加するために会員になります。会員に対して、常に情報を発信し、一方的ではない関係性を築いていく必要があります。



第3者に伝えるNPOの3つの困難を克服しましょう

- NPOは活動の内容が複雑で説明が難しい 短く、わかりやすい言葉で説明しましょう
- 思い入れが強すぎる 相手の立場にたった広報をしましょう
- 団体のブランド力がない わかりやすい団体紹介を作り、信頼を得ましょう

2. わかりやすい広報

広報の良し悪しは、文章やデザインなどのテクニックを真っ先に思い浮かべるかもしれませんが、大切なことは、広報の目的を果たすために、「誰が」「誰に」「何を」「何のために」伝えたいのかを明確にすることです。また、広報をする対象を明確にすれば、広報の方法が選択でき、効果は上がります。

自分たちが何者で、何の目的で、誰を対象に、広報によって何がしたいのかを、団体に整理しましょう。

(1) 団体紹介文を作る

広報を届けるには、まず自分たちがどんな団体なのかを知ってもらうことが大切です。広報を受け取る側は、発信者が何者かを知ること、安心して受け取ることができます。

そこで、団体紹介文を作ってみましょう。①名称、②活動場所、③設立した年、④メンバー（どんな人が何人）、⑤ミッション（目指しているもの、何のために）、⑥行っている活動、これらできるだけ簡潔に、わかりやすく書きます。この団体紹介文は、パンフレットや広報紙、チラシに入れたり、プレスリリースに使うなど、全ての広報のツールにおいて活用することができます。

団体紹介文

(2) 「誰に」、「何を」、「何のために」伝えるかを明確にする

誰に何を伝え、その結果何をしてほしいのか、「市民に高尾山の現状を伝え、一緒に環境を守るための活動に参加して欲しい」「お母さんたちに、子どもたちが泥んこになって遊ぶ場所を作りたいので、寄付を集めたい」など、広報によって団体が「何をしたいのか」という目的をはっきりさせましょう。

誰に

何を

何のために

(3) 伝える相手を理解する

伝える相手は、団体内部の仲間をはじめ、会員、寄付者、他団体など、さまざまです。読み手は、自分たちをよく知っている人や、内部の仲間だけではないことを意識し、相手が「どのような人」で、「どのような考え方」をし、「どのくらいの知識」をもっているのかを想像してください。例えば、団体の活動分野のことをあまり知らない人たちに広報するのであれば、専門用語は避け、相手が理解できる言葉を使うなど、一方的にこちらの言いたいことを伝えるのではなく、理解してもらえるように伝えることが大切です。読み手に伝わる広報を行うことで、理解、共感、参加、協力してもらうことができます。

3. さまざまなツールの特徴を理解し使いこなす

広報する内容が決まったら、発信する内容に適したツールを選びましょう。

ツールの特徴を理解し、それぞれにあった工夫をすることで、広報の効果をあげることができます。そしてどのツールにおいても共通していることは、“伝えた＝伝わる”ではないということを理解してください。団体が伝えたいことをあれもこれも詰め込んでも、相手を読みたくならなければ、何も伝わらず、逆効果です。情報は少なめにまとめて、メリハリをつけ、相手を読みたくなる広報を心がけましょう。

ツールにかかわらず、公に発信するので、著作権などに触れるものや表現などは、細心の注意が必要です。

(1) パンフレット

特徴 団体の紹介や活動の説明などを掲載し、団体を知ってもらうためのツールです。初対面の人や、団体をあまり知らない人たちに、団体のことを知ってもらうために有効です。パンフレットは、ページの制限がありませんので、団体の状況に合わせ、情報量を調整することができます。

工夫 「誰に」「何を」伝えたいのかを意識して、パンフレットの紙面を作ります。対象者を明確にすることで、パンフレットによって、理解、共感から行動へとつなげることができます。イベントで配布する、市民センターなどの施設に設置するなど、どのような状況で渡すのかによって、サイズや紙の厚さなども考慮するとよいでしょう。

(2) 会報・広報紙

特徴 定期的な情報発信に適しています。会員や関係者に定期的に発信することで、団体の活動の紹介や報告などの情報を伝えることができます。パンフレットと同じように、団体を知ってもらう時にも使うことができます。広報紙は郵送することもできますが、施設などに設置することができるので、団体を知らない人が手に取る機会もあります。

工夫 多くの方に手に取ってもらい、読んでもらうためには、読者が関心をもつ工夫が必要です。読者は、まずはタイトル、リード（本文の前に、タイトルを補足説明している部分）、写真、写真のキャプション（写真の紹介文）などに興味関心をもち、本文へと読み進めていくといわれます。興味関心の湧くタイトル、本文の内容を簡潔に表すリード文など、本文を読みたくなるような工夫が大切です。内容に即したわかりやすいタイトルを心がけましょう。

(3) ホームページ

特徴 最近ではホームページの作成ソフトが無料で使えるものもあり、手軽に情報を配信することができます。団体の理念やミッションなど、どのような団体でどのような活動をしているなど、団体の基礎的な情報を常に知らせる場として適しています。他のツールと違い、文章や画像だけではなく、音声、動画を配信することができるので、活動報告などを映像で配信することで、よりリアルに活動を伝えることができます。また世界中のサイトにリンクができたり、メールや掲示板を通し、双方向のやり取りもできます。

工夫 不特定多数に配信できることが、メリットとデメリットの両面をもっています。閲覧者が不特定多数で、発信者が閲覧者を制限することはできません。

(4) ブログ

特徴 日記のようにタイムリーに日々の活動を多くの人に知らせることができます。例えばイベントを行ったらその日のうちに記事を書き載せることで、団体の活動をリアルタイムで報告することができます。最近では、パスワードを共有することでメンバーが気軽に誰でも更新ができるので、ホームページとして使っている団体もあります。

工夫 ブログを書いても見てくれる人がいないと意味がありません。無限にあるブログの中から読まれるための工夫が必要です。できるだけ頻繁に、定期的に更新をする、ユーザーが多い地域性のあるブログのサイトを使うというのも方法です。

(5) メールマガジン

特徴 広報紙と比べ発送費などのコストがかからないので、手軽に発信することができます。定期的に支援者に活動を報告したり、イベントの集客などにも効果があり、主に支援者に対するコミュニケーションツールとして有効です。その反面、パソコンや携帯、スマートフォンなどの媒体で読まれるので、長い文章には適しません。手軽に配信ができる反面、団体の寄付などのお願いには効果はあまり期待できません。

工夫 日々多くのメールが配信され、メールマガジンも、受け取る相手にとっては、たくさんのメールの一通でしかありません。読んでもらうには、まず相手の興味を引くような件名をつけ、定期的に発信しているのであれば、曜日や時間などを一定にするなどの工夫も効果があります。メールマガジンは、前にも触れたように長い文章には不向きなため、A4の紙にして、2から3枚程度を目安にするとよいでしょう。限られた中で、「何のために」、「何を」、「誰に」、「どのように」伝えるのかを整理し、簡潔に伝える必要があります。

(6) SNS (social networking service)

特徴 Twitter や Facebook、LINE などが知られていますが、コミュニティ型のWebサイトとして、個人だけでなく、NPOもアカウントをもって情報を発信したり、グループページを作って、団体内の情報交換に活用したりとさまざまな使われ方が広がっています。それぞれの特徴を知ったうえで使いましょう。イベントの告知、意見交換や情報交換の場として活用することができます。

①Twitter 実名である必要がありません。一方的フォローで情報が得られるのでリアルタイムな情報収集の手段として使えます。イベントの告知や、ホームページ、ブログへの誘因としても使うことができます。

②Facebook 基本は実名、双方向でリンクを張ることで情報を得ることができます。グループやイベントページを作ることができるので、団体内の情報交換や特定のテーマでのグループを作成することもできます。NPOがページをもって、情報発信に使っている場合もあります。

③LINE 実名である必要がなく、基本的には双方向でリンクを作る必要があります。グループを作ることができます。

工夫 個人として使う場合は、情報が漏えいすることも問題になっていますので、公開の制限をきちんとするなど、注意が必要です。団体として使う場合には、団体の活動やイベントをPRするツールとして利用できますが、結果的にはHPに誘引して、その先のアクション、寄付や会員獲得につながることを目的だということを忘れずに利用しましょう。

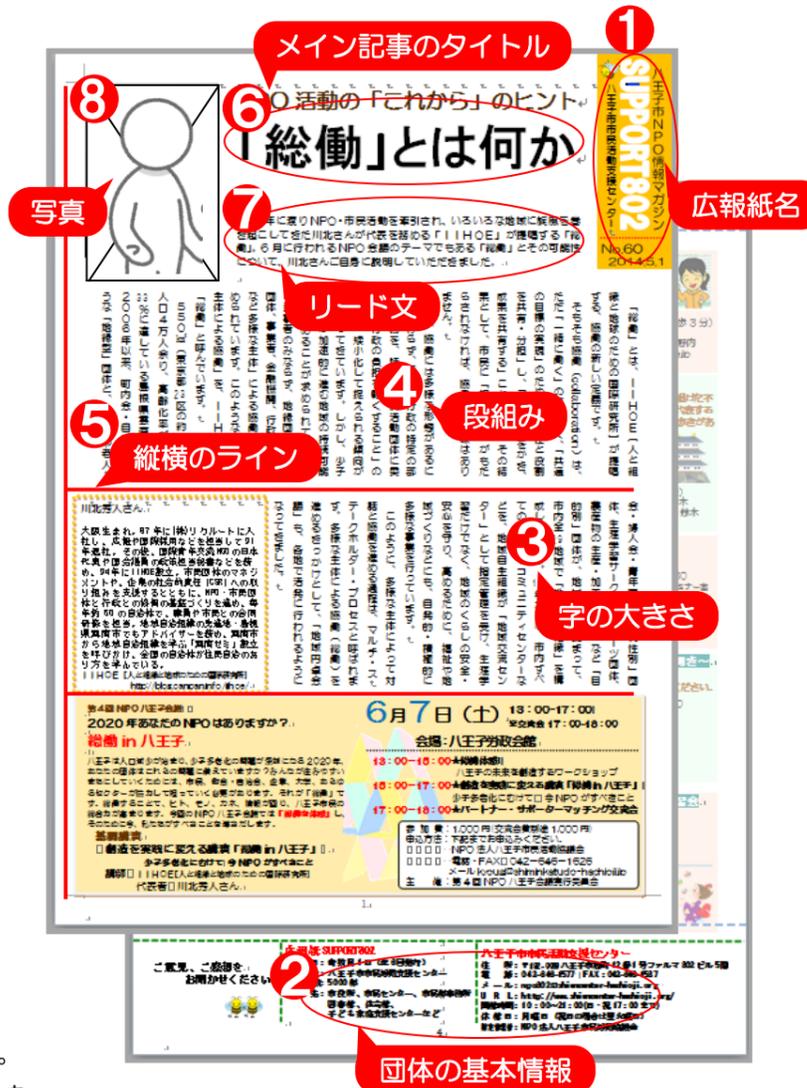
4. 広報紙を作る

(1) 広報紙を作る前に

- ① 広報紙の目的を確認し、その号のテーマを決めます。
- ② 広報紙のできあがりから遡り、タイムスケジュールを立てます。

(2) 紙面を作る

- ① 広報紙の名前、発行日、発行元を掲載します。
- ② 発行元の連絡先や発行部数、設置場所などの情報を掲載します。
- ③ 字の大きさは、対象とする読み手を想定して決めます。高齢の方が多き場合には、小さくなり過ぎないように気を付けます。
- ④ 本文は、2段から4段の段組みにしましょう。文章が読みやすくなります。
- ⑤ 写真、文中のテキストボックスは、本文の段組みの縦や横のラインに合わせて、紙面がすっきりします。
- ⑥ 目を引くタイトルを付けましょう。
- ⑦ リード文では、本文の内容の要約を載せましょう。
- ⑧ 人物の写真は、左右両方から撮っておきます。紙面の左右どちらに配置するかで、写真の向きも変わります。右の例のように紙面左側に配置する場合は、人物は正面、またはやや右向きの写真を使います。右側に配置する場合には逆になります。



(3) 原稿ができあがったら、みんなで確認する

- ① 原稿ができあがったら、1人で完成させるのではなく、団体の中で確認しましょう。誤字脱字、表現の誤りなどを減らすことができます。
- ② 取材などをした場合には、必ず取材先に原稿の確認を取りましょう。

5. パンフレットを作る

(1) パンフレットを作る前に

- ① パンフレットをどこで配布するかを考えたうえで、パンフレットのサイズ、ページ数などを決めます。
- ② 全体のデザイン、字体、色などを決めます。
- ③ 誰に何を伝えたいのかを確認します。
- ④ パンフレットに掲載する内容を、具体的にあげてみます。

(2) パンフレットを作る

- ① 連絡先など団体の基本情報を掲載します。事務所がある場合には、地図を掲載しておくも親切です。
- ② 団体の紹介文を作ります。初めての人に、団体を知ってもらうために、簡潔に伝えます。この章の「2. わかりやすい広報」の団体紹介文を参考に、作ってみてください。
- ③ 団体の活動を掲載します。文章ばかりではなく、図や写真などを使い、わかりやすく伝える工夫をしましょう。
- ④ 利用案内など掲載する場合には、詳しく案内します。
- ⑤ パンフレット内に、何年に何部作ったか入れておきましょう。増刷また改訂の際、参考になります。



(3) 原稿ができあがったら、みんなで確認する

- ① 原稿ができあがったら、1人で完成させるのではなく、団体の中で確認しましょう。誤字脱字、表現の誤りなどを減らすことができます。