

プログラムの概要

団体名称	代表団体: 一般社団法人シェア・ザ・プラネット 協力団体: 株式会社ジャングル・コア
実施規模	□地域限定のプログラム: 1,000 万円未満/3 年以内に完了するもの ■全国展開のプログラム: 1,500 万円未満/3 年以内に完了するもの
実施期間	2017 年 10 月 ~ 2019 年 12 月 (2 年 3 カ月間)
実施場所	東日本・西日本
タイトル	「現場活動」と「広報・ファンドレイジング活動」その両輪を駆動させるための研修 -二つの活動の連動が NGO を強くする-
目的	NGO 団体の活動効果および社会的波及力の向上を目的として研修を行います。海外事業活動とそれを国内で伝える社会発信活動を一環して捉えることにより、NGO 団体の経営基盤が強化され、それによって NGO 団体が日本と現地の社会に与える影響力を強めることができると考えます。
概要	<p>NGO 団体のトータルブランディングを可能にする研修を行う</p> <p>「ブランディング」とは単なる広報施策ではなく、事業活動を計画、実施、社会への発信・評価などを実施する一連の経営戦略である。今までの NGO のブランディング研修では、海外事業活動、国内の社会発信事業を一貫した経営戦略として捉えることが出来なかった。一方受講する NGO においては、国内の広報ファンドレイジング施策として「ブランディング」研修を受けることはあっても海外事業活動が海外事業地及び国内でどう理解されるかまた将来への方向性までを含んだ視点で表現し発信する事までを視野に入れた本来の「ブランディング活動」は行われてこなかったと思われる。</p> <p>NGO の経営基盤の向上を考える時、①現地社会にとって意味ある海外事業を②わかりやすい言葉で伝えること、すなわち NGO の活動をトータルブランディングする事で経営力を高めるのが本研修の主旨である。</p> <p>今回海外事業活動で長年実践経験を積んだシェア・ザ・プラネットと、NGO へのブランディングをアドバイスしてきたジャングル・コアが、共同し「NGO 団体のトータルブランディング」研修を企画した。</p> <p>シェア・ザ・プラネットは海外での海外活動事業実施をプロジェクト単体としてではなく、社会課題に中長期にわたってどう介入するか、その活動ビジョンを「グランドデザインを描く」と題した研修として行い、中期的な海外事業活動計画の工程案作成研修を行う。このことで 3~5 年で繰り返されるプロジェクトの見通しが明らかになり、関係するステークホルダーとの連携などより高次的な活動計画作りが可能になる。この海外事業活動の「グランドデザイン」をブランディングの基盤としジャングル・コアは団体活動全体をトータルブランドとして社会へ伝える力をつくりブランディング活動を推進する研修を行う。</p> <p>海外ではプロジェクトの事例として実際に成果を得ている案件を選定、研修参加者が身近に感じられるように配慮する。また、現場を直接確認し、問題点・課題を比較することで現実的な検討を行う。</p> <p>海外研修は事前に研修の進捗と参考事例のマッチングを行い視察先の候補を複数選定する。また、海外研修参加者の有する課題、現地プロジェクトの内容を加味し、日程、金額等において適切な場所を選考する。この場合、必ずしも研修参加者所属団体のプロジェクトを選定するとは限らない。なお、研修先の選定、研修日程、研修内容については別途 JICA と協議、合意を得て決定する。</p> <p>団体活動を一貫したブランド視点によって捉える当該研修によって NGO 団体が「自分たちは何者であるか、誰のために何をやっているのか、社会に提供している物は何か」を端的に語る事が出来、様々なステークホルダー・社会からの理解を得、現地および国内双方の活動の発展が期待される、と考える。</p>

	<p>またトータルブランディングにより団体活動が一貫して捉えられ将来への方向性が明らかになることによって、さまざまなステークホルダーと課題・目標を共有、連携を視野に入れた、より大きな課題解決、成果拡大が目指せるようになると思う。</p> <p>また、研修後半に現地視察研修を設け、国内で研修に参加した団体から 2~4 団体に対して、国内研修で作成された「海外事業活動計画」の作業工程について、現地の事例と各々の現行の事業と比較検討し現実的な目標、成果を再検討するほか、海外現場でのリアルな状況を日本国内の支援者に対してどう伝えるかについて、団体のコアコンピタンス(中核となる活動)を踏まえ「心を動かす情報の目の付け所」についての視察や WS をつうじた研修を実施する。その上で日本と現地社会に何を伝えなければならないか、何を伝える事が活動の成果に繋がるのか、情報の目の付け所を研修し、グッドプラクティスを抽出し最終報告会で発表する。なお、海外研修においては参加団体の希望と予算執行状況を鑑み海外研修への一部旅費の補助も検討する。</p> <p>現地研修に参加した研修参加者からは現地研修に参加しなかった研修参加者に対して研修成果を共有する機会も含めて研修の構成を行う。</p> <p>【3つの研修の柱】</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 海外事業活動: 中長期グランドデザインを描き継続性・波及力ある成果を生む「海外事業活動計画立案研修」をおこなう。 ② 国内社会発信: 理解者・支援協力者を得るため、ブランディングに基づく表現発信技術を学ぶ。自団体をブランドとして表現する為に、特徴性格・社会機能を見極め、団体コンセプトとして集約するワークショップ(WS)を行い、さらに「団体スローガン(再確認の場合有り)」とそれに基づく「団体案内(モデル・リメイクの場合有り)」を作成、社会発信ツール化する。 ③ 個別コンサルティング: 各々の団体によって多様な状況があり、定着化の為には個別対応が必要と考えられる為、①②作成上個別相談(専門家含)を実施。 <p>研修成果の団体内共有のため、団体内の意思決定プロセスに係るコンサルティングなど、団体組織の状況にも対応する。</p>
<p>受講対象者及び定員</p>	<p>日本国内に事務所を置く NGO の役員・職員(各団体から 2 名の参加を推奨) 東日本(30 名)、西日本(20 名)</p>
<p>到達目標</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 団体活動の中長期グランドデザインが描かれ、それに基づいた「海外事業活動計画」が立案される。 ■ 中長期グランドデザインを土台とした、ブランディングの要素(団体の性格特徴・社会機能等)が明らかになり、団体コンセプトが確定し「団体スローガン」が設定(再確認)される。 (団体が「私たちは何者であるか」を的確に社会発信できるようになる) ■ 上記(ブランディング)に基づいた「団体案内(モデル)」が作成される。 (自団体の表現が分かり易く統一、すべての広報ツールに活用され、団体の活動を社会に伝える事が出来るようになる) ■ 海外での活動を俯瞰できるようになることで、現状の活動に対するオルタナティブな活動を想起し、現地社会の問題解決により効果をもたらせるこれまでとは違った方法への道を検討する事が出来るようになる。 ■ 研修後、社会発信の為の情報戦略が立案されるとともに、広報ツールが整備され、戦略的な社会発信が可能になる。
<p>到達目標を測る指標</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 全ての参加団体にとって活動の基盤となるビジョン・ミッションが確認(策定もしくは再設定)される人材数(研修参加者 50 名)。 ■ 参加者は、持続的な成果が期待できる海外事業計画の立案方法を理解し、

	<p>事業活動計画が立案できる人材数(研修参加者 50 名)。</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 社会発信とはどういう事か、団体と社会との双方向のコミュニケーションがなぜ必要を理解できる。社会から見た団体の輪郭を知ることが出来、団体スローガンの策定、それを基盤とした具体的な発信計画の策定や社会発信の為にツール(団体案内モデル)が作成できる人材数(研修参加者所属団体 25 団体)。 ■ 活動に関連するステークホルダー分析を行い、一団体だけではなく、様々なステークホルダーと協働する事で、より大きな課題解決、成果拡大の可能性について検討・理解される(各団体につき、3 団体以上)。 ■ 研修から 1~2 年後、HP アクセス数、賛同者(参加者・会員・募金者)が研修前に比べて 10%以上、増える。
--	---