

# インナー大会プレゼン部門 2016 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

## 大学・学部・所属ゼミナール名（フリガナ）

フリガナ) トウヨウ	フリガナ) ケイエイ	フリガナ) キクチ
東洋大学	経営学部	菊池 ゼミナール

※チーム名は参加申込書に記入した名称を記入してください。

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数 （代表者含む）	PPT 動画 （有・無）
フリガナ) チーム テツコン	フリガナ) ヨネヤマレオ	5	無
Team. 鉄紺	米山 玲男		

## 研究テーマ（発表タイトル）

NPO 法人の認知度向上に向けて！ ゼロワンプロジェクト

※必ず<企画シート作成上の注意>を確認してから、ご記入をお願いいたします。

### 1. 研究概要（目的・狙いなど）

現在所属しているゼミナールにおいて、マーケティングの理論や事例を学び、学んだことを適切に相手に伝える実践の場として、他大学とのディベート大会やプレゼン大会に参加している。そのため、今回のインナー大会は、研究結果をどのように伝えるかを実践する場として参加する。

今日において、マーケティングが重視され、社会背景の変化から特に社会全体に配慮した取り組みが実施されている。ゼミナールの活動を行っていく際に、社会貢献活動を行う確固とした意志を持つ団体に NPO 法人が挙げられることを学んだ。しかし、NPO 法人は多くの課題を抱えている現状がある。私達は今後の日本の社会において必要とされる NPO 法人に着目し、課題を解決することを研究目的とする。

### 2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

現状を分析していくと、企業はもちろん、消費者も社会貢献活動への意識の高まりが見受けられた。そのような中で社会貢献活動を継続的に行う主な団体に NPO 法人が挙げられる。NPO 法人は、社会貢献活動への意識の高まりなどから団体数が増加傾向である。政府も法改正などから NPO 法人を支援する姿勢が見受けられ、融資額の増加に繋がっていることが分析できる。社会において NPO 法人は今後も必要とされていくことが考えられる。

しかし、NPO 法人が抱える大きな課題として認知度不足があるのではないかと私達は考えた。十分な広報活動を行えないと、認知度が不足し、活動を支え活動の発展を担うヒトとカネが集まらないという循環が生まれてしまうことが考えられる。NPO 法人が活動を行うにあたり、重要となるヒトとカネを支えていく手段として、まずは NPO 法人を知ってもらい取り組みを進んで行う必要があるのではないだろうか。

そのため、私達は NPO 法人がまず解決すべき課題を認知度不足とする。

### 3. 研究テーマの課題

NPO 法人の認知度不足をどのように解決していくか。

### 4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

課題解決策は、電車広告の空きスペースを活用し、NPO 法人の広告を掲載する案である。理由は、認知度不足が課題である NPO 法人に適した広報活動の場に、多くの人に認知してもらえらる電車広告が考えられたためである。

現在、社会貢献のために活動しているNPO法人団体数が増加傾向であると言われていた中で、私達の実施したアンケート調査において、NPO法人の団体名を知り活動内容まで知っている人は全体の7%と低い割合であることが見受けられた。NPO法人の主な広報活動は、活動内容をパンフレットなどの冊子にまとめ、公共施設等に置いてもらう活動である。このような広報活動やヒアリング調査から考えられる課題点が、2点挙げられる。1点めは、広告費をあまり割くことが出来ない点、2点めは、多くの人を知ってもらいたい点が挙げられる。NPO法人の課題点を今後NPO法人を発展させていくニーズとして捉え、「あまりお金をかけずに多くの人を知ってもらいたい」とした。

そこで私達は、交通広告の空きスペースにNPO法人の広告を掲載することで、電車広告のメリットとNPO法人の広報活動のニーズが一致するのではないかと考えた。電車広告を活用することのメリットは、一定の利用者がいるため多くの人に知ってもらえることが挙げられ、空きスペースでの無償広告掲載により、費用を削減できることである。このことから、NPO法人の広報活動のニーズに一致し、適した場所であることが考えられる。

一方の媒体社は、NPO法人の広告を載せることで空きスペースに価値を持たせることができる。ここでいう価値とは、CSR向上である。社会貢献活動への意識の高まりを今後の取り組みに活用することで、利用者さらに良い印象を抱かせることが可能になる。

電車広告の空きスペースにNPO法人の広告を掲載することでNPO法人の広報活動の課題を解決し、媒体社にも空きスペースの価値を見出せることが出来ると考えた。NPO法人の活動を多くの人々に認知してもらうことで、社会貢献活動への理解度が高まり、より良い社会を築けるのではないだろうか。



## 5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

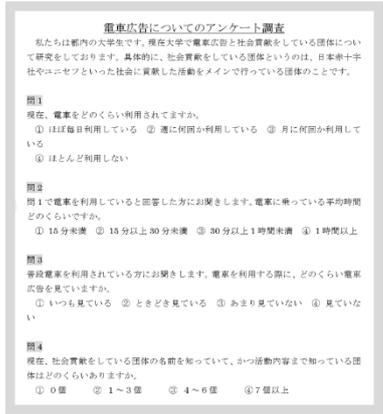
広告空きスペースの現地調査、NPO法人と媒体社へヒアリング調査、日本財団様への訪問、消費者のアンケート調査を行い、私達のプランが価値あるものであるのかどうかを研究していった。

現地調査は、関東圏の媒体社のスペースに対して行い、複数社において空きスペースが存在していることが確認できた。

ヒアリング調査は、NPO法人61団体に、媒体社関東全域11社に行った。NPO法人からは、認知度不足に繋がる回答を頂いた。媒体社からは、実際に広告空きスペースが存在することや私達のプランに対しての好意的な意見を頂いた。

日本財団様への訪問では、NPO法人を支援する立場としてのご意見を頂き、NPO法人全体に当てはまる課題を教えて頂いた。

アンケート調査は、116人に行い、交通広告やNPO法人に関しての意見を収集し、私達のプランに対しての効果を図ることもできた。



## 6. 結果や今後の取り組み

研究・活動内容を通して、NPO法人の課題として挙げた認知度不足は、電車広告の空きスペースにNPO法人の広報活動を掲載することにより、解決することができると見込まれる。

今後の取り組みとしては、私達のプランを媒体社に提案をしていく。プランの提案時に頂いた意見などを参考にし、更なるプランの検討をしていく。プランに協力してくださるNPO法人を集めていくためにも、引き続きヒアリング調査を行う。消費者にも複数回アンケート調査を行い、プランの効果の質を高めていく。

## 7. 参考文献

『敵か味方か NPO ビジネス - 官よさらば、覚醒する夕張』

日経ビジネス 2007年11月27日号、p.30～35、日経BP社

『敵か味方か NPO ビジネス - 融合する企業とNPO』

日経ビジネス 2007年11月27日号、p.44～46、日経BP社

『NPOの力 底上げ』日本経済新聞 2016年6月18日、地方経済面 長野

『今こそ明るい未来予想 - 人の行く裏に道あり花の山』

日経ビジネス 2016年8月29日号、p.40～41、日経BP社

『なぜ非営利の活動、団体が増えているのか。』（アクセス日 2016年9月28日）

<https://shogonakazato.com/2012/05/13/%E3%81%AA%E3%81%9C%E9%9D%9E%E5%96%B6%E5%88%A9%E3%81%AE%E6%B4%B%E5%8B%95%E3%80%81%E5%9B%A3%E4%BD%93%E3%81%8C%E5%A2%97%E3%81%88%E3%81%A6%E3%81%84%E3%82%8B%E3%81%A%E3%81%8B%E3%80%82/>

『内閣府 NPO ホームページ 特定非営利活動法人の認定数の推移』（アクセス日 2016年9月28日）

<https://www.npo-homepage.go.jp/about/toukei-info/ninshou-seni>

『NPOWEB NPO 法とは』（アクセス日 2016年9月28日）

[http://www.npoweb.jp/modules/faq/index.php?content\\_id=14](http://www.npoweb.jp/modules/faq/index.php?content_id=14)

『株式会社日本政策金融公庫 ソーシャルビジネス関連融資 過去最高の実績』（アクセス日 2016年9月28日）

[https://www.jfc.go.jp/n/release/pdf/topics\\_160428a.pdf](https://www.jfc.go.jp/n/release/pdf/topics_160428a.pdf)

『現代マーケティング入門』菊池宏之著・同文館出版・2013年

『移動者マーケティング』加藤肇、中里栄悠、松本阿礼著・日経BPマーケティング・2012年

## インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項

### <企画シート作成上の注意>

※本企画シートは審査の対象となります。

※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1チーム・1点提出してください。

※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1～7以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。

※本企画シートは、インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項と企画シート作成上の注意を含め、3ページ以内に収めてください。実行委員会から審査員に渡す際は、A4サイズでプリントし、3ページ目までをお渡しします。

※大会参加申込み時点から、「参加メンバー」の変更があった場合、上記「インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項」に記入してください。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。

※企画内容は、未発表の（過去に他誌・HPなどに発表されていない）ものに限り、ただし、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。

※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日本学生経済ゼミナール関東部会・日経BP社・日経BPマーケティング社は一切の責任を負いません。

※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先（使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など）を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Webサイト上の資料を利用した場合は、URLとアクセスした日付を明記してください。

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。