

サポ通

さばえNPOサポート通信

Vol.13 発行日■2011年6月30日
発行■(特)さばえNPOサポート
編集■広報サポート事務局

サポ通は、(特)さばえNPOサポートが自主発行している機関紙です

市民活動と イメージ戦略

直観的

話題性

親しみ



▲例えば、こんな効果が期待できる「キャラ」戦略。

「広報をどうしよう?」

さばえNPOサポートも含め、多くの団体さんの悩みでよく聞くのがこの言葉。中には、団体そのもののイメージを一種のブランドとして捉え、重要視するところも多いようです。

イメージとは、「印象」「雰囲気」なども含めた、受け取る側の感じる「存在感」のようなもの。

例えば、閉鎖的で暗いイメージの団体だと、新入会員さんは増えづらく…逆に、楽しく活発な団体だというイメージがあれば、新しい仲間がどんどん増えるかもしれません。

そんな、団体に有益なイメージを作り上げるのが「イメージ戦略」で、様々な方法があります。

- ◎ロゴマークや、「ゆるキャラ」等の作成
- ◎ホームページ、ツイッター、フェイスブック等の活用
- ◎広報誌やチラシ・ポスター等の配布や掲示
- ◎イベント開催や後援によるアピール…等々

基本的に、ほぼ一般の企業とも同じで、CMを作ったり、意見広告を出したりと、可能性は無限大に広がります。

「イメージ戦略」を進めることで団体の認知度が上がれば、自分たちの主張する様々な課題も、世間で話し合われるようになるかもしれません。

▶でも…もしかすると、こんな危険性も…(汗)

誇大

売名

ミスリード



また、一般社会で団体の存在意義が認められ、信頼されれば、会員や寄付も集まり、有能な人材も確保でき、安定した未来志向の事業も展開できるでしょう。

これは、これまで「内向きで自己満足に陥りやすい」とも指摘される日本の市民活動にとって、なかなか大きなメリットでもあります。

…が…

「イメージ戦略」の持つ、宿命的な弱点も存在します。

それは、「一人一人の持つイメージと現実の姿との間には、ギャップがある」という部分です。

もし、実際に入った団体が、イメージとかけ離れていて、とても嫌な思いをするハメになったら…

その人が、知り合いや家族に話す団体の「悪いイメージ」は、どんなにお金をかけてCMを打っていたとしても、払拭できるものではありません。

こうなると、現実とイメージのギャップがあればあるほど、「イメージ戦略」は逆効果になります。

団体でもイベントでも「イメージ戦略」は重要です。

しかし、意図的に現実と異なる姿をアピールすることは、外部との信頼感を損なう結果になりかねません。

それを避けるために重要なこと…そのひとつは、イメージだけに頼らない、様々な情報のオープン化。

そして何より、「イメージ戦略」の描く姿に近づこうとする、関係者や仲間たちのふるまいや行動です。

「イメージ戦略」の本当の力は、「現実」とタグを組んでこそ、はじめて発揮されるのだということかもしれません。

みなさんも、自分の所属する団体やグループのイメージ…一度、検証してみてもいいのではないでしょうか?