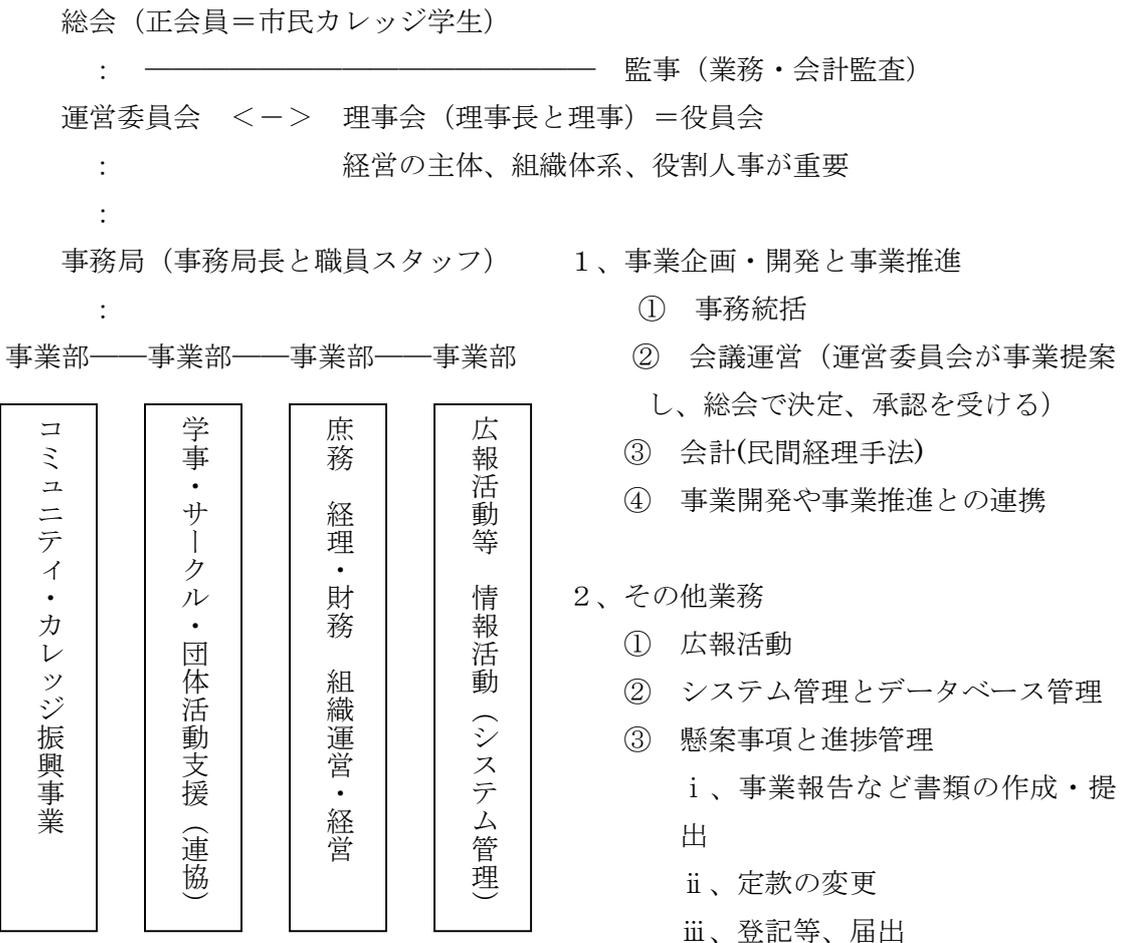


これから、どう仕事をすすめたらよいか、提案します。

(行政事務局指導による展開で、民間主体の手法ではない。育成を考慮する)

法人体系化に向けて



組織運営について考えておくこと

- 1 ガバナンス (マネジメントの樹立)
- 2 効率性 (IT の活用、インターネット、LAN の活用)
- 3 健全性 (財務基盤の確立、安定した経営化)
- 4 透明性 (情報公開・開示)
経営委員会の設置 (運営委員会を経営委員会に昇格させる)

進捗管理表の作成（事務局）

役員・スタッフの報酬（いずれ必要な課題となる。当面は事務局、ボランティアで）
事業プロジェクトに参加する会員との契約方法と報酬等（委員会に部会をおくなど）
業務対価としての報酬ルール化（役員、スタッフ、会員、業務委託）

（１）短期・単発・少人数業務

（２）長期業務

企業との一定期間の業務契約

ホームページ作成の基本契約

講座・講習会等の謝礼基準

企業との年間業務契約など

課題と対策

会員の新規事業提案制度（準備会——>プロジェクト部会——>運営委員会）

仲間との交流事業（同窓会、OB会、教授会）

広報活動の樹立（ITの活用）

- ① 情報の製作方法と加工方法
- ② 保存方法と再利用・再加工の多様化
- ③ 伝達方法と手段の多様化
- ④ 転送と再発信の簡便化と加工の多様化
- ⑤ 伝達方向の多様化
- ⑥ 伝達量の増大と伝達速度の上昇
- ⑦ 伝達費用の低減・無料化等

戦略的事業計画

- ① 市場や環境調査を分析し対応策を示唆する
（余暇・リカレント、環境、情報・技術、マネジメント、伝統技術、まちづくり）
- ② 情報を取りにいく（取材を第一義とする）
- ③ 組織を確かにする
- ④ 事業活動の速度をあげる
- ⑤ 事業コストの低減化
- ⑥ メンバーの創造性をはぐくむ（スタッフ研修）

IT導入の考察

- ① 事業目的と事業内容と事業運営に適したITを知る（インターネット、HP、ブログ、メーリングリスト、ほか）

- ② 体力に見合った IT 投資
- ③ メンバーの IT 活用能力を熟知する
- ④ 目標と計画を設けて、メンバーの IT 能力を育成する
- ⑤ 自前サーバーを保有する（目標だが当面はレンタルで、安全管理を優先）

IT 導入計画の策定

- ① どのような情報を発信し、交換し、共有したいのか
会員のグループワーク、事務管理・広報（事業公開）
- ② 情報の発信方向（会員、市民）
- ③ 情報の容量（HP）
- ④ 情報を瞬時に送る必要性（インターネット）
- ⑤ 情報発信や情報交換に時間差があっても良い場合（メール）
- ⑥ ウェブアクセシビリティ
- ⑦ 機器とソフトウェア（パソコン、OS、ブラウザ、アプリケーション）
- ⑧ プロジェクトに参加する人（ある程度の専門家）
- ⑨ メール確立
- ⑩ 世話人の必要性
- ⑪ データベース
- ⑫ システム管理者
- ⑬ 費用の見積もりと負担

事業型 NPO に役立つ IT の導入

- 1、電子メール使用の留意事項
 - ① 添付ファイル
 - ② メーリングリスト
 - ③ セキュリティ対策
 - ④ 暗号化ソフトの利用
- 2、ホームページ製作の留意事項
 - ① 設計にあたって
 - ② ホームページ制作のソフトウェア
 - ③ ホームページは誰が管理するか
 - ④ ブログは簡単なウェブサイト
 - ⑤ 電子アンケートの活用
- 3、その他役立つソフトの活用
- 4、IT を機能させる

マーケティング活動

使 命（顧客満足にいたるミッション、情報提供）

：

具現化（①——>⑩）

- ① 事業ミッションの設定
- ② 事業領域の決定・確定
- ③ 顧客「受益者」満足の創造
- ④ 経営資源、サービス資源の調達
- ⑤ 事業組織の活性化
- ⑥ 財務効率の充実改善
- ⑦ 貢献意欲の増進
- ⑧ マーケティング的成果
- ⑨ マーケティング評価
- ⑩ 改善活動

マーケティング活動の評価

- ① 事業活動達成に関する評価、事業目標は達成されたか
- ② 受益者・利用者に関する評価、受益者満足は達成されたか
- ③ 支援者に対する評価、支援者の満足は達成されたか
- ④ 活動者に関する評価、仕事振り
- ⑤ マーケティングに関する評価、どのような成果をあげたか

顧客の価値（満足度・サービスの向上）

- ① 顧客とは誰か
- ② 顧客は何を価値と考えるか
 - ・マーケットリサーチ
 - ・顧客満足度改善活動・サービス過程の改善
 - 1 テーマ
 - 2 テーマ選定の理由
 - 3 現状の把握
 - 4 目標の設定
 - 5 要因の解析

- 6 対策の検討実施
 - 7 効果の把握
 - 8 標準化と管理の定着
 - 9 反省と今後
- ・ アフターマーケティングの重要性（改善活動を継続）

現状での改革なら、別添レポートを参照されたい。