大会実施報告

開催：2020年9月5日～12日(イベントハブ閲覧は9月30日まで)
主催：認定NPO法人日本ファンドレイジング協会

開催概要

会期：セッション等の開催：2020年9月5日（土）～12日（土）
　　Eventhub 公開期間：2020年9月5日（土）～30日（水）

場所：Eventhub（オンラインプラットフォーム）

参加者：1,539人

セッション：80セッション
- ライブセッション：11
- ダイアログセッション：31
- ギャザリングセッション：21
- オンデマンドセッション：17

スピーカー数：155名

<Zoomを使ったダイアログセッション>

のべ視聴者数：9,069人 (9/5~9/12)
　　11,536人（9/5～9/30）

資料ダウンロード：11,207人（9/5～9/30）

メッセージ交流数：4,312人

後援：内閣府、外務省、独立行政法人国際協力機構、日本NPO学会、
ほか計14法人

ご協賛企業・団体(全24社)

- スペシャルパートナー（ゴールド）
  チームGOEN
  株式会社トラストバンク
  株式会社ファンドレックス
  リタワークス株式会社

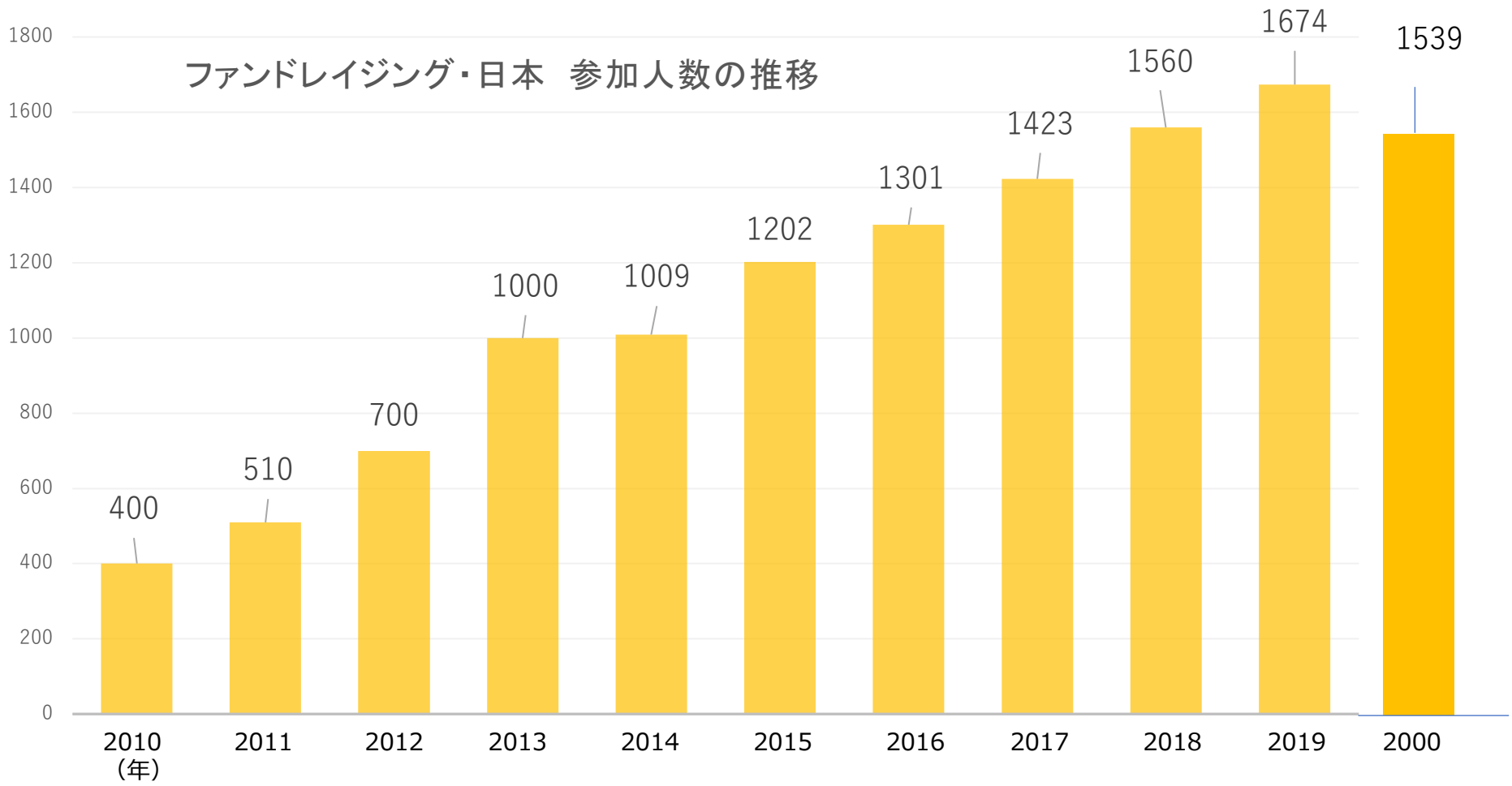
・スペシャルパートナー(シルバー)
  日本マイクロソフト株式会社

・協賛パートナー
  株式会社セールスフォース・ドットコム
  一般財団法人社会変革推進財団
  公益財団法人ベネッセこども基金
  一般財団法人非営利組織評価センター
  READYFOR株式会社
  DO DASH JAPAN株式会社
  ワークスモバイルジャパン株式会社
  株式会社ワンチーム

<スタジオからのオープニング>

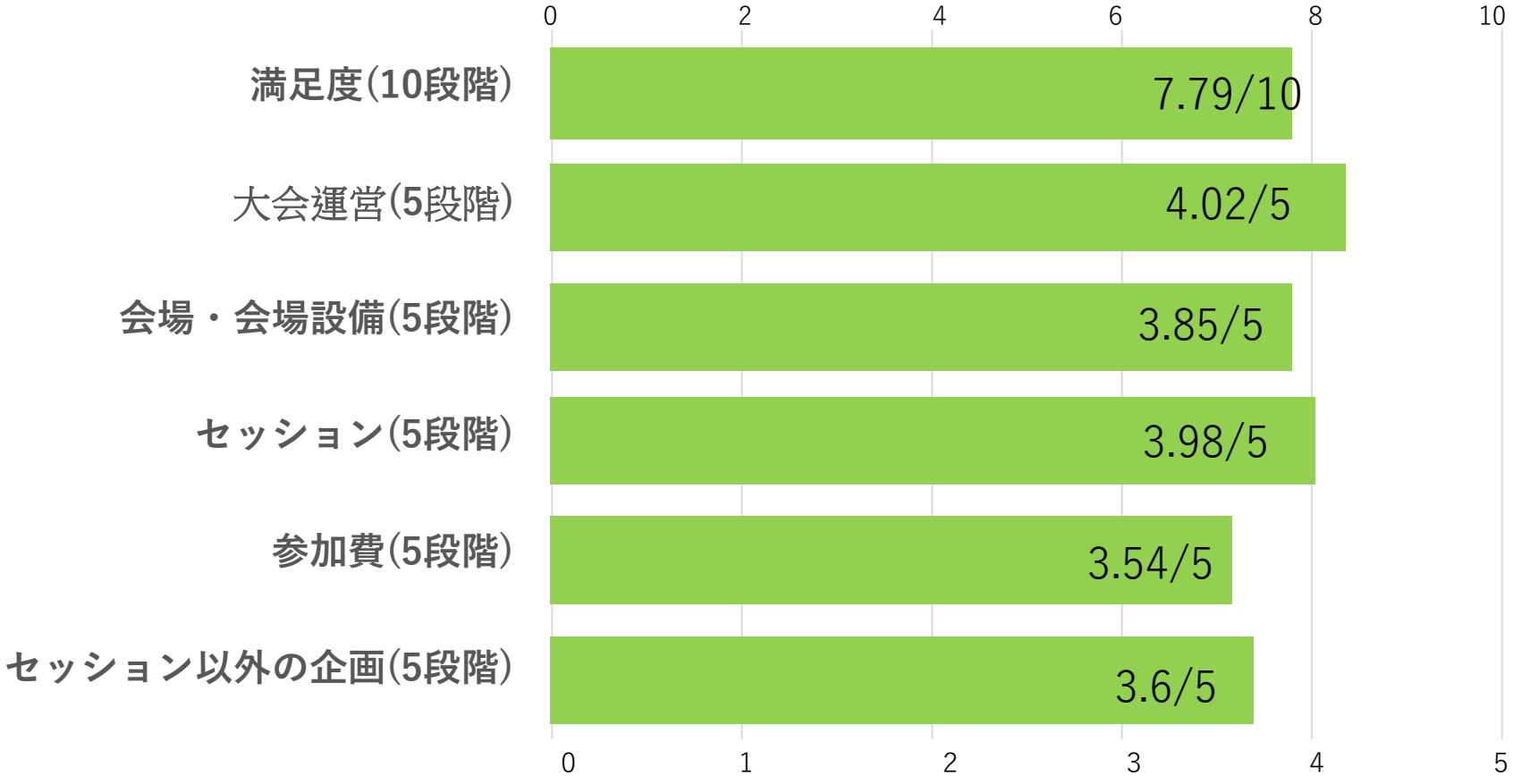
ソーシャルアクションカンパニー株式会社
gooddo株式会社
株式会社ガハハ
全国レガシーギフト協会
ソフトバンク株式会社
リネットジャパングループ株式会社
株式会社バリューブックス
ポッカサッポロフード＆ビバレッジ株式会社
佐賀県
嵯峨野株式会社
TMコミュニケーションサービス株式会社

参加人数


ファンドレイジング・日本　参加人数の推移
1800
1600
1400
1200
1000
800
600
400
200
0
400
510
700
1000
1009
1202
1301
1423
1560
1674
1539
2010
(年)
2011
2012
2013
2014
2015
2016
2017
2018
2019
2000

参加者満足度 7.79/10

注）参加者アンケートによる統計

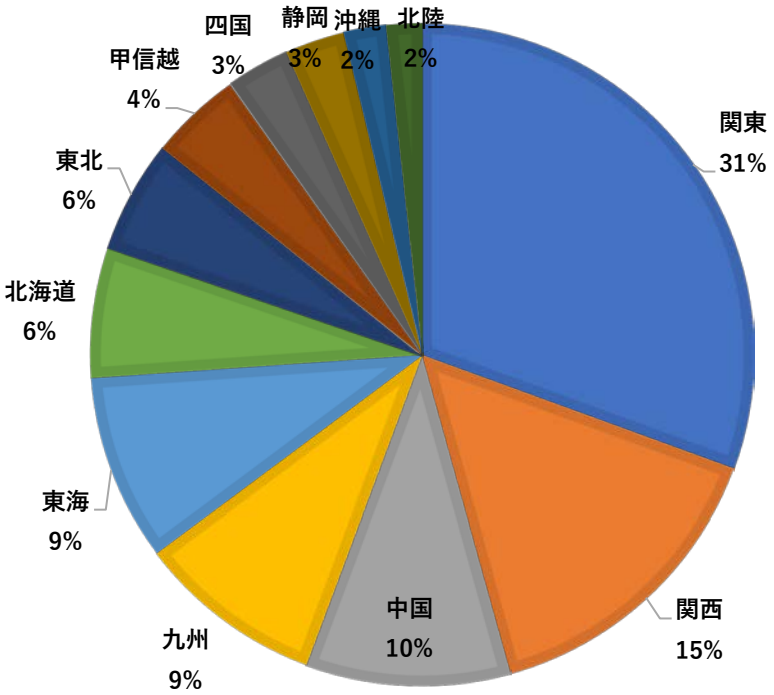


<大懇親会 by REMO>

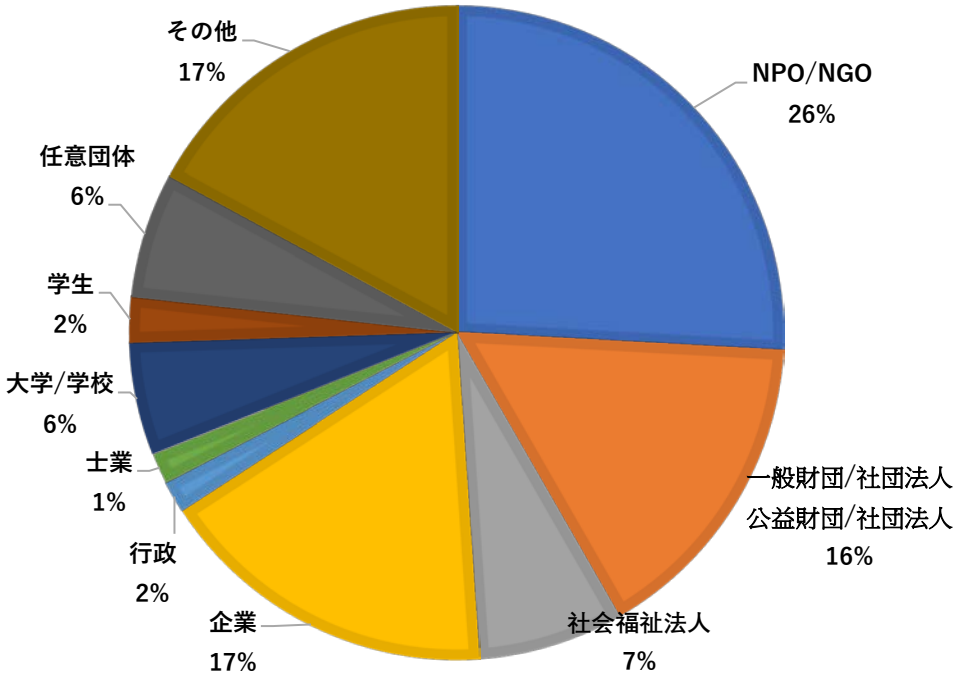
<スタジオからのクロージング>

参加者属性

地域



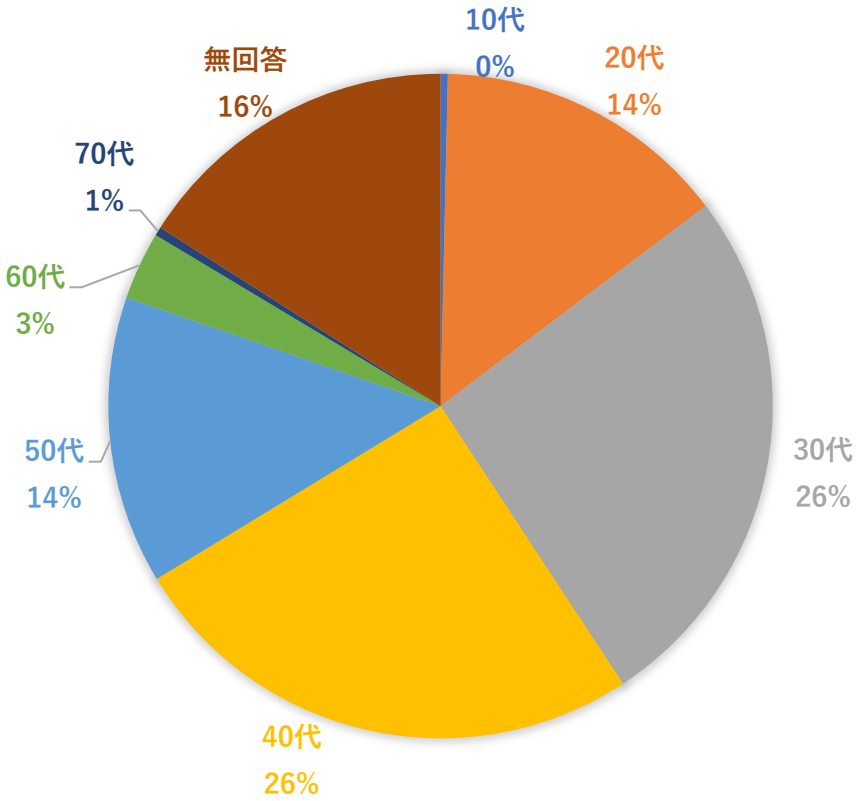
所属



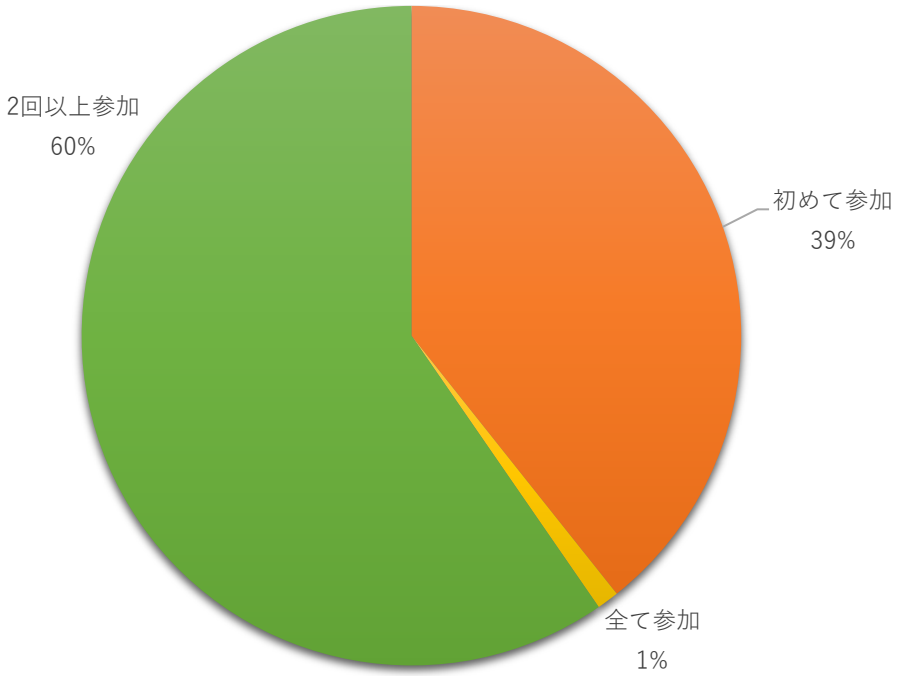
注）イベントハブ登録情報とアンケートによる統計

参加者属性

年代別



参加回数



注）イベントハブ登録情報とアンケートによる統計

セッションに関連するデータ

ライブセッションデータ

	ライブセッション（リアルタイム参加）	ライブセッションアーカイブ視聴数	ライブセッションアーカイブ全編鑑賞数
セッション数	11		
平均参加・視聴者数	349	355	65
最大参加・視聴者数	590	454	99
最小参加・視聴者数	178	227	37

- オープニングとクロージングセッションを含む。
- アーカイブのデータは2020年10月1日（eventhubクローズ後のもの）。
- アーカイブ全編鑑賞数はその動画を最初から最後まで鑑賞された人の数を指す。
- リアルタイムで一番参加者数が多かったセッションとアーカイブで一番多くの閲覧数を得たセッションは必ずしも一致していなかった。

ダイアログセッションデータ

	ダイアログセッション（リアルタイム参加）	ダイアログセッションアーカイブ視聴数	ダイアログセッションアーカイブ全編鑑賞数
セッション数	31	30	30
平均参加・視聴者数	66	153	34
最大参加・視聴者数	109	276	58
最小参加・視聴者数	30	86	13

	日	月	火	水	木	金
リアルタイム参加者平均	71	80	58	73	55	51

- アーカイブのデータは2020年10月1日（eventhubクローズ後のもの）。
- アーカイブ全編鑑賞数はその動画を最初から最後まで鑑賞された人の数を指す。
- リアルタイムで一番参加者数が多かったセッションとアーカイブで一番多くの閲覧数を得たセッションは必ずしも一致していなかった。
- アーカイブ視聴数と全編鑑賞数で最大値をとったセッションは同一だった。
- 初の平日を含めた会期となったが、平日でも休日以上の参加者があった（最大参加者数を記録したセッションは平日であった。休日はセッション数も多く、分散した可能性が高い）

オンデマンドセッションデータ

	オンデマンド（9/5-9/14）閲覧数	オンデマンド(9/5-9/30)全鑑賞者数	オンデマンド(9/5-9/30)閲覧数	オンデマンド(9/5-9/30)全鑑賞者数
セッション数	17			
参加・視聴者数（中央値）	159	48	330	81
最大参加・視聴者数	2,958	132	3,097	180
最小参加・視聴者数	63	12	142	38

- 全編鑑賞数はその動画を最初から最後まで鑑賞された人の数を指す。
- 最大値から最小値の開きが非常に大きく、平均値では全体概要が捉えにくいため、中央値を参考値として算出した。
- オンデマンド閲覧数で一番参加者数が多かったセッションと全鑑賞数で一番多くの閲覧数を得たセッションは必ずしも一致していなかった。
- オンデマンドセッションで全鑑賞者数で最大値を得たセッションは、リアルタイムのダイアログセッションの参加者数よりも多かった。

ギャザリングセッションデータ

	協賛ギャザリアルタイム視聴者数	協賛ギャザリングアーカイブ視聴数	協賛ギャザリング全編鑑賞数	協賛以外のギャザリング
セッション数	4			18
平均参加・視聴者数	134	298	30	32
最大参加・視聴者数	156	351	38	66
最小参加・視聴者数	105	226	9	10

- アーカイブのデータは2020年10月1日（eventhubクローズ後のもの）。
- アーカイブ全編鑑賞数はその動画を最初から最後まで鑑賞された人の数を指す。
- 協賛のランチタイムギャザリングの視聴者数は平日のお昼休みにも関わらず、FRJ2019のランチギャザリングとほぼ同等の参加者数であった。
- リアルタイムで一番視聴者数が多かったセッションとアーカイブで一番多くの閲覧数を得たセッションは必ずしも一致していなかった。
- 協賛以外のギャザリングにはチャプターギャザリング、ボランティアによる企画、協会による説明会、認定ファンドレイザーの集い等が含まれる。

参加者からの声

これまで700名を超える参加者の方よりアンケートの回答を頂きました。一部、セッションの全体概要に関わる代表的なご意見をご紹介します。

- 熱量はやはりリアル（会場集約型）の方があったが、オンラインでのカンファレンスの可能性が広がり、多くのインプットを得ることができた。
- リアルタイムでは参加が難しい場合でも、オンデマンドやアーカイブで学ぶことができることができてよかった。
- 地域の参加者や、子育てや介護をしている立場だと対面の大会には参加しにくいため、オンラインでの参加により、学びの機会へアクセスが保証されたのが非常にとても助かったし良かった。
- 自分の都合に合わせて視聴ができるのは良かったが、会場の時のように強制的にその場にいるわけではないので、どうこの機会を活用するかは自分次第だと思った。
- 最初はPC操作や慣れないツールに戸惑うこともあったが、慣れれば問題なく楽しく参加できた。
- アーカイブやオンデマンドがあったことで、同じ時間帯に関心のあるセッションがあっても、それをすべて聞くことができたため、自分の関心軸や優先順に合わせて選択でき、逆に普段は聞けない・聞かないようなセッションを聞く機会も残されていて、良かった。
- 今後検討してほしいこと→開催期間、形式、セッション時間…

セッション担当者による振り返り

- 今回、従来の大会の学びをオンライン化に伴って利用するツールの特性を加味し、インプットベース（オンデマンド、ライブセッション）のものとアウトプットベース（ダイアログセッション、ギャザリング）とで大別し、全体構成を行った。
- 大会を通じて、ダイアログセッションがインプット過多になるものも多くみられたが、新しい情報に断片的に触れ、継続的に学ぶポイントを得ることや、学び・深堀りのためのテーマや実践への気づきを得るという点では、一定の効果があったことが参加者アンケートから認めれた。
- 一方、多くの参加者がそれぞれのライフスタイルや参加している環境、関心に合わせてセッションを選択し、学びの機会に参加されていることがわかり、会場集約型と比較し、セッションをどう聞くか、学ぶかについてはより参加者側に左右される状況があることもわかった（ex:会場だと必然的に島型配置に着席させられるが、オンラインだとグループワークに参加することから拒否できる、関心や集中力が途切れた瞬間に一方的にセッションを退出できる、関心があるところだけ集中的に見るなど→もちろん会場集約型の時からも、個々人の学びの深度には当然違いはあったが、それがより顕著になったといえる）。これによる参加者の「自分が選択できる」満足度の高まりがある一方、今後は集った仲間による知の構築よりも、知の消費に向かうことを避けるような仕掛けも必要であり、ダイアログの場の構築などがより重要になる可能性がある。
- 60分が短いという意見もあるが、集中の観点から60分が適切という意見や、90分に伸ばしたところで、すべての情報を出し切れるのかという点では、伸ばしても同じことが起こる可能性があり、制約の中で上記現象等を加味し、「何を誰にどう伝えていくのか」の設計が、改めて重要になることが分かった大会でもあった。