

日本 NPO 学会第 26 会研究大会でのパネル報告

意識調査から見る NPO の信頼度と信頼性要素

はじめに

NPO 法が施行されて 25 年が経ち、日本において NPO の活動は顕著にみられ、その名称はマスメディアでは普通に用いられるワードとなり、市民においても認知されていることがうかがえる。NPO における世代交代、事業承継も課題となり、NPO ネイティブ世代が活躍する団体も出てきている。一方で、NPO についてはその信頼性に疑問があるといった声も聞かれる。災害時の救援活動や、地域の課題解決、国際協力支援など多岐にわたり市民が行う社会貢献活動の主体として社会において躍如する NPO ではあるが、その信頼性についての評価はどの程度なのであろうか。

そこで、公益財団法人日本非営利組織評価センター(以下、JCNE)は、NPO への認知・意識状況、信頼を感じる方法、信頼意識と寄付意向の関係性を明らかにするために、2023 年 12 月、NPO の信頼性についてのインターネット調査を実施した。全国 3000 名のアンケート回答からみる市民に選ばれる信頼性の要素を紐解いた。

本稿では、意識調査の報告書の中からいくつかの主要項目を選んで紹介するとともに、2024 年 6 月に開催された日本 NPO 学会での調査発表と、パネリスト・参加者による質疑応答から論点を整理してお伝えすることとしたい。なお、調査結果の詳細は JCNE ホームページに掲載している報告書全文をご参照いただければ幸いである。

1. 意識調査について

(1) 調査の背景と目的

2024 年 1 月元日の夕刻に能登半島地震が発生し、いち早く災害救援活動や寄付による支援が行われている(2024 年 1 月 15 日現在)。過去には、2011 年 3 月 11 日に発生した東日本大震災においても、多くのボランティアが被災地に駆けつけ、活発な支援活動が行われた。NPO(以下で「NPO」との表現を用いる場合、NPO 法人に限らず、非営利組織、公益活動団体、NGO、市民団体、ボランティア団体などの総称として用い、法人格の有無を問わない)によりネットワークが構築され、NPO 同士が連携して被災者に寄り添う息の長い救援・復興支援活動が行われた(「平成 24 年版 防災白書」)。NPO によるこうした活動は、1995 年の阪神・淡路大震災が契機となった。日本国内ではボランティア団体等へ法人格を付与して機動的な活動ができるようになることへの期待が高まり、超党派の議員立法により特定非営利活動促進法(通称 NPO 法)が 1998 年に成立・施行された。NPO 法人は、公益法人制度改革関連法の 1 つとして成立した一般社団法人・一般財団法人の影響もあり、ピーク時(2017 年)に比べると減少傾向にあるが、50,021 団体(2024 年 1 月末時点)が存在する。内閣府の調査によれば、NPO 法人を「信頼できる」とする人の割合は 71.5%(「信頼できる」17.1%+「どちらかといえば信頼できる」54.3%)、「信頼できない」とする者の割合が 14.4%(「どちらかといえば信頼できない」11.4%+「信頼できない」3.0%)となっており(「わからない」と答えた者の割合が 14.2%)、7割以上の方が NPO 法人を信頼できると考えているとの結果である(「平成30年度 NPO 法人に関する世論調査」)。この結果は、NPO 一般についても妥当するのだろうか。またこの信頼という点については、こういった要素が影響しているのだろうか。

こうした問題意識の下で、JCNE は、支援者が適切な「信用ある NPO」を判断する際の指標が必要であるとの考えから、NPO への認知・意識状況、信頼を感じる方法、信頼意識と寄付意向の関係性を明らかにするために、NPO の信頼性についての WEB 調査を実施した。JCNE は、民間公益団体の信頼性向上を図ることをもって、より良い市民社会の創造に寄与することを団体の目的としている。先の内閣府の調査は NPO 法人に関する調査であり、NPO 全般の信頼に関する調査ではないことから、広く NPO に関する信頼性を今回の調査では問うた。また NPO に関わる実践者・研究者に「NPO の信頼性についてのデータ」として活用してもらえよう、今後も定期的に本調査を実施することを予定している。

(2) 調査方法

- ・実施時期:2023 年 12 月 13 日～同 12 月 15 日
- ・調査方法:インターネット調査

- ・調査地域:全国 ※国勢調査を基に母集団準拠してサンプル割付
- ・対象者条件:男女 18～79 歳 ※性年代・・・男女2区分×年代6区分(～29 歳/30-39 歳/40-49 歳/50-59 歳/60-69 歳/70-79 歳)
- ・サンプルサイズ:3,000s
- ・質問数:29 問 ※信頼度を相対的に比較するために、エデルマン・トラストバロメーターを参照し、「政府」「民間企業」「NPO」「マスメディア」の4つのセクターについて質問した。
- ・調査協力:株式会社インテージリサーチ

(3) 調査結果概要 ※7 段階評価で聴取

■信頼度

- ・組織の総合的な信頼度では、「信頼できる」側の回答をした人は、回答者全体で「民間企業」24.5%、「NPO」20.2%、「政府」13.2%、「マスメディア」12.4%となっている。
- ・「時事的な問題に対する組織の対応評価」、「組織の信頼度(倫理観)」の質問では、「NPO」「民間企業」が「政府」「マスメディア」よりも信頼度が高く、「NPO」が最も高い結果であった。

■NPO の認知

- ・認定 NPO や公益法人など NPO の法人格については、「知らない」と回答した人は回答者全体で 34.5%であったが、反対に6割強の人は、法人格に関する内容をいずれか認知している。

■信頼できる NPO の要素

- ・「信頼できる NPO」に必要な要素についての質問に対して、「情報が公開されていること」、「問合せ窓口があること」、「反社会的勢力とのつながりがなくないこと」、「活動に伴う人権侵害がないこと」、「適切な会計がなされていること」といった要素が、5 割を超える結果となった。
- ・最も係数が高かったのは「行政機関ではない第三者機関の認証を受けていること」であり、今回聴取した項目において最も「NPO への信頼度」の影響が大きかった。

■寄付に関する意識と行動について

- ・2023 年の 1 年間に「寄付(ふるさと納税を除く)をした経験」がある人は回答者全体の 22.3%であり、NPO を「信頼している(計)」の人では 32.2%となっており、信頼度の高い人の方が寄付経験や、今後の寄付意向が高い傾向がうかがえる。また、寄付経験がある人は今後の寄付意向においても 74.4%となっており、多くの人が継続して寄付意向があった。
- ・寄付を行う場合に第三者機関認証を重視するかでは、「重視する(計)」が回答者全体の5割強であった。一方で「重視しない(計)」は1割程度となっている。また、NPO を信頼していない人でみても「重視する(計)」の回答は 49.1%であり、寄付先選定においては第三者機関認証の有無が重視されている様子が見られる。

2. 日本 NPO 学会第 25 回大会における発表と討論

(1) 一般パネル「意識調査から見る NPO の信頼度と信頼性要素」

日時:2024 年 6 月 16 日(日) 9:00～10:40

会場:高崎経済大学1号館(群馬県)

モデレーター:

山田 泰久 (公財)日本非営利組織評価センター 業務執行理事

パネリスト:

小川 愛 (認定特非)日本ファンドレイジング協会 事務局長

坂本 治也 関西大学法学部 教授

脇坂 誠也 税理士 脇坂税務会計事務所 所長

瀬上 倫弘(公財)日本非営利組織評価センター マネージャー

(2) 登壇者の発言趣旨(以下敬称略)

- ・NPO の信頼度 20.2%、5人に1人という結果を、他のセクターの信頼度と比較しつつ、どう捉えるべきか。

小川： 実態に近いと感じるが、淋しいことである。NPO の活動を、知らない人がいかに多いか調査から分かる。一方で年代別では信頼している率が最も高いのは 70 代、次が 60 代だが、その次が 10～20 代の若い世代になっている。若い世代は NPO や社会課題に関心が高く、『寄付白書 2021』でも高齢者よりも若い世代が、遺贈寄付に肯定的であることもでており、希望を感じている。しかし、NPO セクター全体の認知の底上げが必要と感じる結果である。

坂本： 人々の認知バイアスと戦っていくのが NPO セクターの課題であり、「多くの人は、見たいと欲する現実しか見ていない」と言える。内閣府の調査を用いて信頼度が 7 割と高く出ていることがよく参照されるが、かなり肯定的回答に誘導するような設問設定でミスリードな調査になっており、今回の調査の方が正確と感じた。社会心理学者の山岸俊男によれば、信頼には 3 つある。(1) 能力に対する期待としての信頼 (2) 意図に対する期待としての信頼 (3) 自然秩序に対する期待としての信頼がある。NPO は、活動分野(国際協力、災害)によっては、(1)能力に対する期待としての信頼はされている可能性がある。一方で、不正をしているのではないかと、「中抜き」があるのではないかと(2)意図に対する期待としての信頼が低いのかもかもしれない。

脇坂： 興味があるポイントとして、信頼できるNPOの要素があった。情報の公開が重要な要素と結果にも表れていたが、具体的にどのような情報の公開が求められているのかが重要になってくる。今回の調査では、財政の透明性について、民間企業に比べてNPOは低い結果となっているが、人々が思う民間企業は上場企業のことだろう。NPOも上場企業に勝るとも劣らないような情報公開をしていくことが大事なのかもしれない。ただし実体として、NPO法人は財務諸表の公開をしており、これは上場企業と同様にやっていることだが、知られていない。NPOも民間企業並みに情報公開していることを示していけばよい。財政の透明性を高めるにはどうすればいいのかについては、(1) 事業に使ったお金と管理に使ったお金の分け。 (2) 約束をした寄付について約束が果たされているか？その実施状況は？ (3) 事業ごとのお金の流れを明確にする。 (4) 事業ごとの財産、債務等を明示する。

(5) ファンドレイジングのための費用を明確にする。 (6) 役員や役員関係会社、親族等へのお金の流れをオープンにする。 (7) 会計監査の導入などが考えられるが、これらのうちどのような点を支援者や世間が求めているのかを検討する必要がある。

山田： NPOの信頼は定義を含めて難しいことがわかる。それぞれの視点から見ると様々である。本調査結果では、NPOを信頼できると答えている人でも、具体的なNPOの団体名称を思い浮かぶ人が 3 割程度であり、身近でないため、「信頼できない」となっていると感じた。もう少し信頼をどういった視点でとらえなおしていくのか考えていくことが重要なだろう。

・ NPO の信頼度を上げるためには、ガバナンスやコンプライアンスの向上を含め、どういった要素が必要か。

脇坂： アメリカだとNPOの透明性は重視されており、Form990 を国税庁に提出しており、誰もが見ることができる。Form990 は、法人概要、活動計算書、貸借対照表、事業ごとの内容及び費用の額、役員等への報酬、その他の情報、一定以上の給与や業務委託費を支払っている先の支払いの内訳も公開されている。公共的な機関であれば、一定以上の給与や業務委託費を支払っている先の支払いや役員報酬まで公開するのはアメリカでは当然である。しっかり情報公開しているイメージかと思うが、日本でも認定NPO法人については、かなり情報公開は求められており、「役員、社員、寄付者及びその親族へ支払った報酬、給与の内訳」「役員、社員、寄付者及びその親族との取引の内訳」「役員及びその親族等で 20 万円以上の寄付をしている者を記載」は記載項目となっている。関係者以外であっても、誰でも所轄庁によってはネット上で公開もされている。しかし、認定NPO法人がそこまで情報公開していることは日本では知られていない。情報公開、透明性が担保されている認定NPO法人の制度をもっと活用すべきと考えている。

坂本： 今回の調査で興味深かったのが、認定NPO法人の方がNPO法人より信頼度が低いという点である。いくら情報公開しても見ても見えず、偏見があるのだろう。認定NPO法人については、説明として「税制優遇を受けている」と記載があったことによりバイアスがかかっているのではないかと。税制優遇しているのが「ずるいことをしている」と感じる人が多いことの表れだと思う。寄付者やボランティアはイメージが良いが、団体や組織になると信頼されないイメージになっている。NPO は「中抜き」をしていると批判しが

ちな人は、男性、若年層、低学歴層、無党派層、シニズム態度が強い、となっており、この層を変えるには大きなショックを与えていかないと変わらない。教育の段階でNPOや市民活動の重要性を教え、体験させることでショックを与え、若年層を変えていく必要がある。

小川：信頼できるNPOの要素として、行政機関ではない第三者機関の認証というのが高かった。認証のある団体はどんどんアピールしていくべき。また、行政やメディアより、企業やNPOの信頼性が高いのであれば、NPO×企業の取り組みが一つあるのではと思う。社会課題の現場を一番知っているのはNPO 法人であるため、調査の実施や発表、白書を発行するなどを企業と一緒にやっていく、企業価値もあがる。事例として、公益社団法人チャンス・フォー・チルドレン代表の今井悠介氏著書の『体験格差』があるが、こちらは、まずは去年調査をして、発表し、クラウドファンディングをして、本を出している。様々なタッチポイントで体験格差を社会に知らせた。白書については、若年無業者についてNPOと企業で連携して調査をし、白書を発行した事例がある。白書になることによって、知的コンテンツになり、行政委託に繋がったり、ファンドレイジングにも繋がっていく。人々に知ってもらうには、やはりメディア露出が一つの手である。知らない人が興味を持っていくようになる。面白いのが、料理番組のテキスト本に寄付の広告特集が掲載された。読者は50～60代アクティブシニアの方で、再度の取材では遺贈寄付についても語る事ができた。

山田：お三方からそれぞれ、脇坂先生からは財務の公開、坂本先生からは組織嫌いをどうするか、小川さんからはメディアに出ていくことといった提言があった。また、財務の透明性を高めていくことは大事だが、それにより人件費など中抜き指摘がされたりなどある。

脇坂：NPO法人会計基準を作った際に、それまでは人件費が不明だったため、人件費を明確に示すようにした。当時は、人件費が明確に公開されていると、寄付が集まらないのではという意見もあった。アメリカではあたりまえのことだが、日本ではなかなか理解されない。

坂本：大学も学校法人で非営利組織だが、大学教授が多額の報酬をもらっても何も言われない。NPOも学校法人に寄せていくのも一案である。NPOがやっていることを考えれば、給与を十分にもらって良いという風潮を広めていく。

小川：どんな有名な方でも、寄付をする際に「人件費に使われませんよね」と心配したりする。寄付を活用して活動するにしても人が動いており、必要なこととして捉えてほしい。そのために、どんなことをしているのか、そのためにどれだけ人が動いているのかをNPOは説明していくことが大事である。

・ NPO の信頼度と寄付の関係をどう考えるべきか。

坂本：本日の話は信頼があると寄付されるという方向性だったが、寄付をすることによって信頼が高まっていくということもある。継続的に同じ人に調査するパネル調査を行うことによって、寄付と信頼の発展過程は連続的に見ていくといいのではないか。寄付を集めるだけなら、信頼性を高めなくても著名人を使うなど色々方法はある。しかしNPOに対する信頼を向上させていくことが大事であり、認知バイアスを超えるのは難しいがチャレンジしていく必要がある。NPOだけではうまくいかないため、企業や著名人と連携して集めていくのが良い。最初から信頼性をあげなくても、まずは最初の寄付のきっかけをどう作るか。それで説得して信頼性を高めていくことも大事である。

脇坂：今回の調査で認定NPO法人の信頼度が低いというのは衝撃だった。情報公開の度合いでいくと一番公開している認定NPO法人が低く、決算書が公開されているNPO 法人が次、情報公開がほとんどされていない一般社団法人の方が認定NPO 法人やNPO 法人よりも信頼性が高い。それぞれの法人の情報公開がどのように行われているのか、皆何も知らないのが問題である。JCNEのサイトで所轄庁の情報に直接アクセスできるような仕組みができるとよい。認定NPO法人の書類をきちんと見る人は少ないと思うが、閲覧できる状態にしておく、アクセスできる状態にしておくのが大事。周知していくことが大事であり、それがJCNEの役割だと思う。

小川: NPOを知ってもらいたい。寄付のことや自分の支援がどう社会を変えていくのか、知ってもらう。自分ごと化できるきっかけとして、学校教育も大事であり、キャリア教育やシチズンシップ教育をしていく。どのように世の中が動いていて、NPOがどう社会を変えているのか知ってもらう機会を作っていくのが大事と考え、社会貢献教育の一環として『From Me』というカードゲームを作った。自分の関わりがどう社会を変えていくのか、どう自分、そして社会のウェルビーイングの向上に寄与していくのか、が体験できる内容で、学校だけでなく社会福祉協議会や企業でも活用してもらっている。

山田: NPOそのものが知られていないことを改善していく。接点を作って、コミュニケーションにより信頼性を高めていく、情報公開していることを知ってもらう、NPOの活動を市民に知ってってもらうことによって繋がっていくといったことがあげられた。内閣府の調査では、NPOのことをよく知っている人は2割だった。NPOが知られていない＝信頼されていないということが分かる調査であった。

・最後に

小川: 信頼性が高いと寄付や活動のサポートに繋がっていく。毎年調査をするということなので、定点観測として、みなさんと協力して調査していけるとよい。

坂本: 今回、実務者の方がこれほどまでにしっかりとした調査をしたのは画期的であり、一つのお手本のような調査になるのではと感じた。今後は内閣府のNPOが7割信頼されているという調査を皆さんは引用しないように願いたい。NPOは信頼されていない前提で考えていった方がよい。

脇坂: 現在、公益法人会計基準が変わろうとしていて、何のためにやるのだろうかといった内容もある。本当に寄付者が財務諸表を見るときにどこを気にするのかを知らなければならない。情報公開といった時に、どういった情報公開を人々が求めているのか、次の調査の時は深掘りできるとよい。

(3)フロアとの質疑、意見交換で取り上げられた主要な論点

・今回の話で地域の話はあまり出てなかった。今回のNPO学会のテーマにローカルというのがあったが、それぞれの地域で活動しているNPOの実態を知ってもらうにはどうするのか。

瀬上: 地域とファンドレイジングは大事だと考えている。NPOと地域の関わりについては、次回調査で考えていきたい。

・NPOを知らない人達にむけて、啓蒙の内容を調査のなかに盛り込むと良いのではないかな。

瀬上: パネルセッションのなかでも、NPOを知らない人が多いことが課題だと感じた。しかし、質問紙に書いてしまうと思いが強くなり、バイアスがかかってしまうかもしれない。知らないと答えた方へ参考資料を配布するなど、普及の取り組みをすることを考えたい。

・今回の調査のなかでNPOの信頼性がおおむね低いと出ているが、民間やメディアもそもそも全体的に信頼性が低い。一般の人が考えるNPOという意味では、学校法人や医療法人、同窓会なども同義ではないかな。

坂本: 町内会を対象とした調査であれば、結果も変わる。また、聞き方で変わるところもある。テレビと聞くと信頼性は高いが、マスメディアになると低いなどもありえる。学校法人もNPOとして抱き合わせた取り組みの方が、信頼が高まるのではと思う。

瀬上：今回の調査でも指標として参考にしたエデルマンのトラストバロメーターでは、信頼度がもう少し高めに出ていた。NPO の信頼性が低い要因を知りたいというのがこの調査の目的であり、それが分かれば信頼性が向上するのではと思った。自分自身、信頼というものの解像度をあげていく必要があるのではと思った。NPOの信頼要素のトライアングルとしては、①活動・目的＝アカウンタビリティ②能力＝ガバナンス③適正＝コンプライアンスが3つの要素として重要であり、相関があるのではないかと考えている。

・民間企業、NPO、政府、メディアの4つのセクターはお互いをどう見ているのか知りたい。自治体公務員は NPO をどう信頼しているのか、NPO と企業が連携していくという話もあったため、それぞれのセクターが相互にどう見ているのか調査してはどうか。

坂本：10年以上前に自治体職員に対するアンケート調査のなかで NPO や市民活動についても質問をした。公務員は匿名でも本音で答えない傾向があるが、職員でも NPO と接触がある人の方が信頼が高いと答える。政治家がNPOをどうみているかといった調査はみたことはない。海外ではあるかもしれない。企業がどう NPO を見ているかについて調査はあまりないと思うが、今後調査すると良い。

小川：取り組みとしては、経済同友会、インパクトスタートアップ協会、新公益連盟の取り組みとして理解を深めるためのスタディツアーが企画され、経団連の役職関係者の方々がこども食堂を訪問したが、将来子ども食堂をやりたいと考えている方もいらっしゃったと聞いている。トップから自分が経験したものを社内に広げていくなど、企業が NPO を理解していくということもこれから起きていくと期待される。各政党が NPO にヒアリングをしてくれているが、実際に政策に落とされていくのは時間がかかる。

山田：自治体の協働調査としては、岡山 NPO センターが実施した「都道府県、主要市における NPO との協働環境に関する調査」や経団連 1% (ワンパーセント) クラブの社会貢献調査など参考になる調査はある。

以上