

### （6）情報公開・情報発信

（6）情報公開・情報発信では、ホームページ・SNSの活用、ディスクロージャー、意見・主張の発信など情報公開・情報発信に関する質問を行った。

#### Q18 ホームページ・SNSの活用

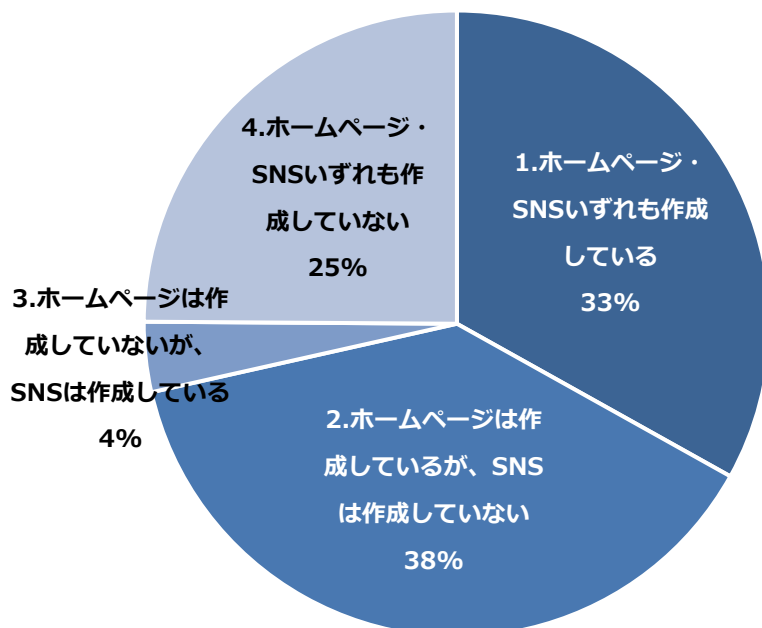
Q18は、ホームページ・SNSの活用を問うものである。4つの選択肢の中から回答を求めた（単一選択回答）。

#### □ 集計結果

「2.ホームページを作成しているが、SNSは作成していない」の回答が、38%で最多となった（図表18参照）。「ホームページ」を作成しているとの回答は、計71%（=33%+38%）、「SNS」を作成しているとの回答は、計37%（=33%+4%）となった。「4.ホームページ・SNSいずれも作成していない」の回答は、25%となった。

図表18：ホームページ・SNSの活用

(n=719)



単一回答

□ **クロス集計結果**

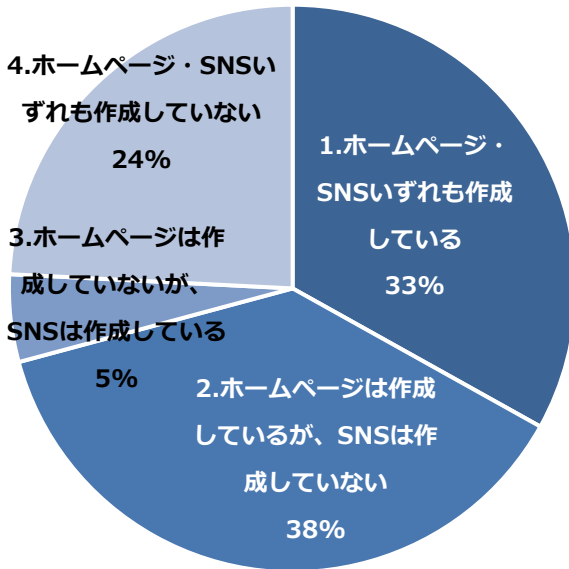
ホームページやSNSの活用状況について、税法区分別・利益区分別に分析を行った（図表18-A1、18-A2参照）。

- 税法区分別：税法区分3類型を比較検討した結果、回答の構成割合に特段の差異はみられなかった。
- 利益区分別：利益区分3類型を比較検討した結果、「公益型」は「共益型」「私益型」に比べて、ホームページまたはSNSのいずれかを活用している割合が多くなった。

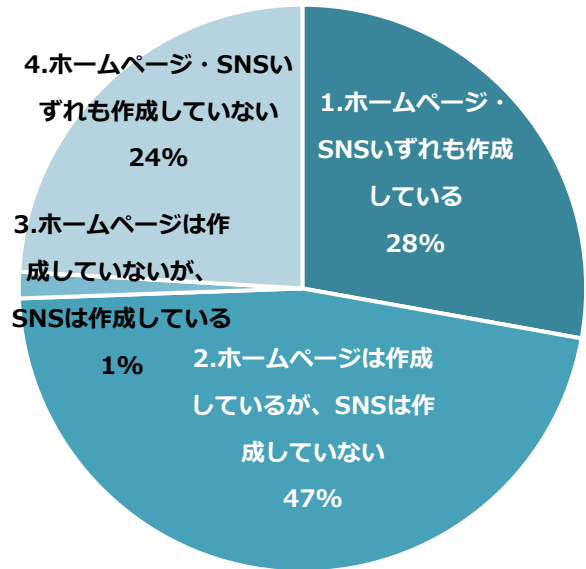
2. 調査結果（6）情報公開・情報発信 Q18

図表18-A1：ホームページ・SNSの活用（税法区分別）

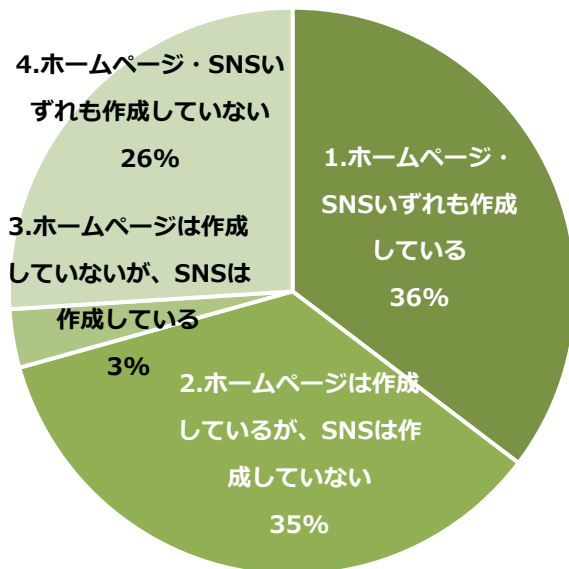
(n=281) 非営利性徹底型法人



(n=133) 共益的活動目的法人



(n=300) 普通法人

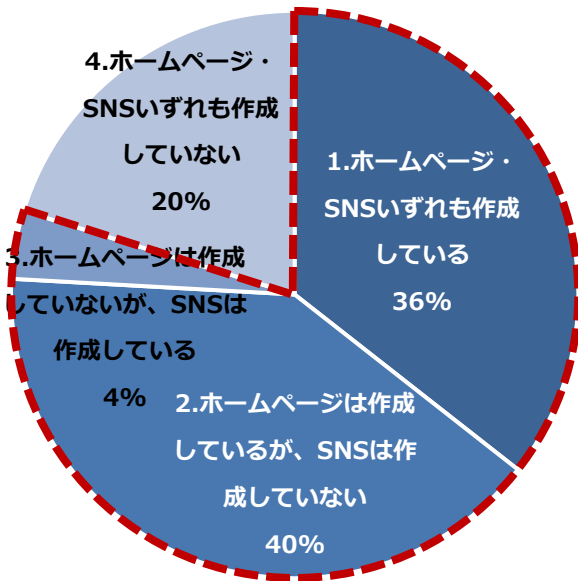


2. 調査結果（6）情報公開・情報発信 Q18

図表18-A2：ホームページ・SNSの活用（利益区分別）

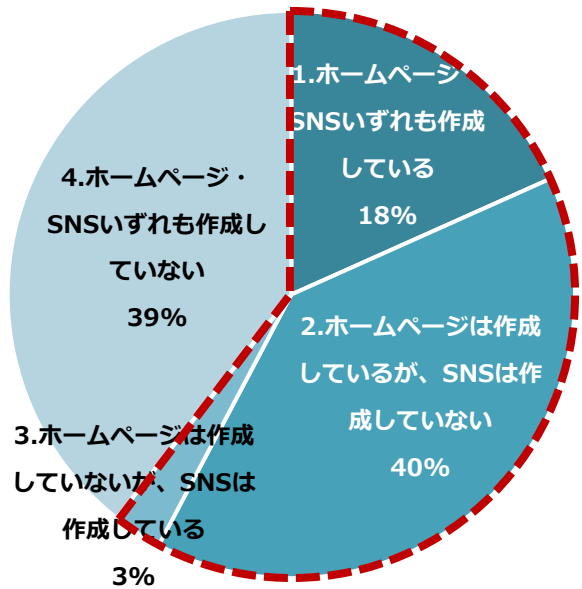
(n=593)

公益型



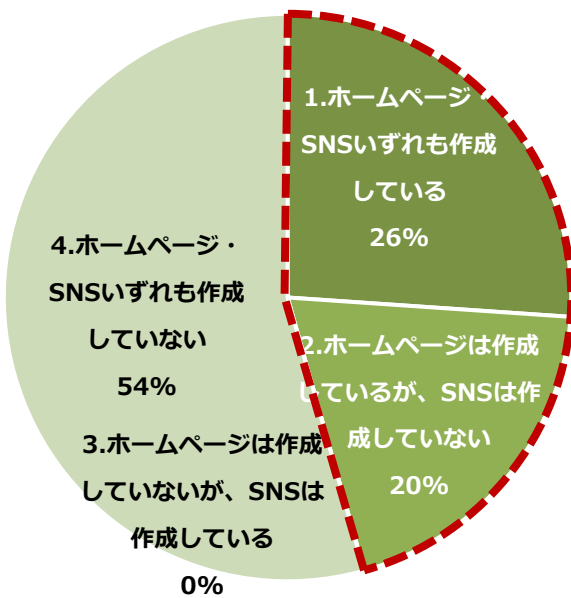
(n=71)

共益型



(n=46)

私益型



### □ 考察

Q18の質問の意図は、ホームページ・SNSの活用を問うものであった。

ホームページまたはSNSのいずれかを作成している法人は計75%に達しており、インターネットメディアは、法人のプロフィール紹介、ステークホルダーへの情報公開、活動紹介のツールとして浸透していることがわかる。

クロス集計結果からは、税法区分や利益区分の違いによって、ホームページ・SNSの活用状況に差異が生じることが確認できた。利益区分3類型の違いが顕著に現れた。法人の活動を広く周知する必要性の有無が要因と推測されることから、妥当な結果と考えられる。

なお、法人の情報をインターネット上で公開する場合、ホームページにすべきか、SNSがよいのかについては、検討の余地がある。

ホームページ・SNSともに情報公開機能を有しているが、ホームページはサイトの位置が通常固定化しているのに対し、SNSの場合は必ずしもそうではない。

法人の財務内容や業務内容等の情報開示（ディスクロージャー）については、外部関係者が、いつでも容易に必要な情報を探索できるようにサイトの位置を固定しておくべきとの観点から、JCNEでは、ディスクロージャーについては、ホームページの活用が望ましいと考えている。一方、SNSは、その性質上、団体の活動報告や意見発表等の情報を不特定多数に拡散するのに適したインターネットサービスであり、主に活動紹介・告知案内等の情報公開に適していると考ええる。

## 2. 調査結果（6）情報公開・情報発信 Q19

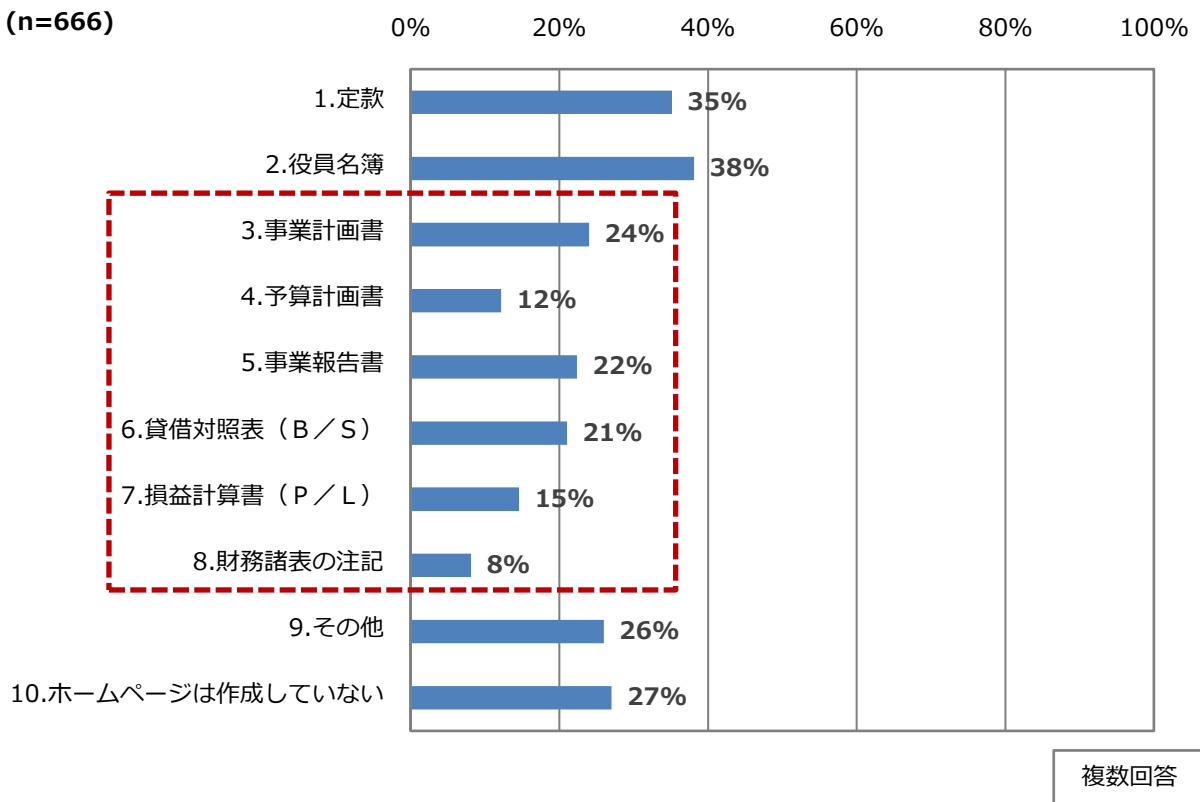
### Q19 ディスクロージャー

Q19は、ディスクロージャー（情報開示）の取組みを問うものである。10の選択肢の中から複数で回答を求めた（複数選択回答）。「その他」を選択した場合には、具体的な内容について回答を求めた（記述回答）。

#### □ 集計結果

「2.役員名簿」の回答が、38%と最多となり、「1.定款」の回答が、35%と続く（図表19a参照）。計算書類のうち、「3.事業計画書」「5.事業報告書」「6.貸借対照表」の回答は20%強、「4.予算計画書」「7.損益計算書」の回答は15%以下の状況となった。また「8.財務諸表の注記」の回答は、8%に留まった。

図表19a：ディスクロージャーの状況

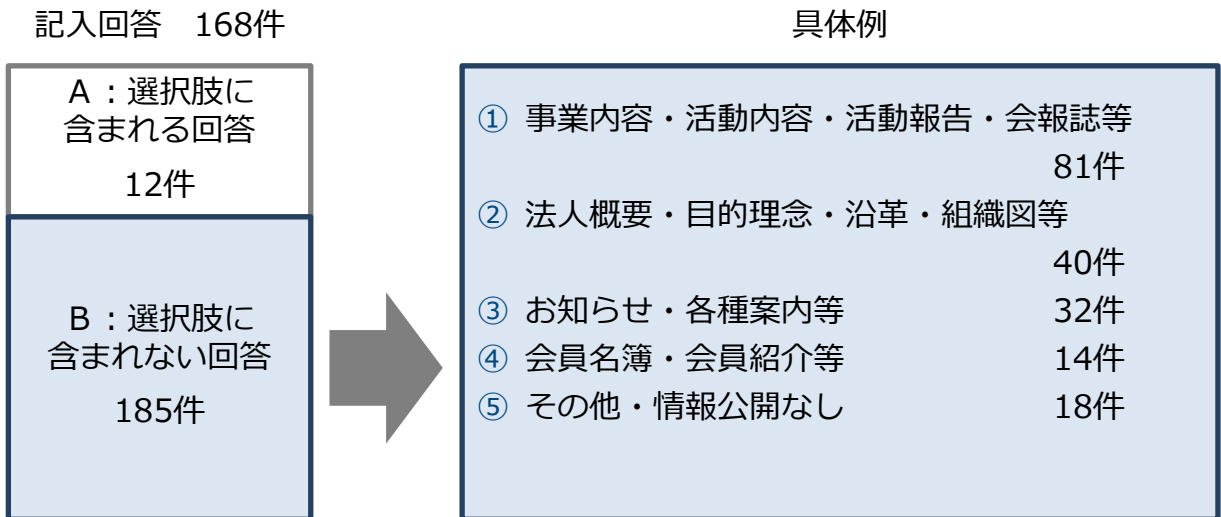


## 2. 調査結果（6）情報公開・情報発信 Q19

### □ その他回答結果

「その他」の回答は168件である（図表19b参照）。回答が多かった順に、事業内容・活動内容、法人概要（理念・沿革など）、法人からのお知らせ・各種案内、活動報告・会報誌、会員名簿など会員の紹介と続く。財務内容に関する情報では、財産目録などがみられる（記述回答は、p306以下参照）。

図表19b：Q19「9.その他」回答（分類回答数は重複カウント）



### □ クロス集計結果

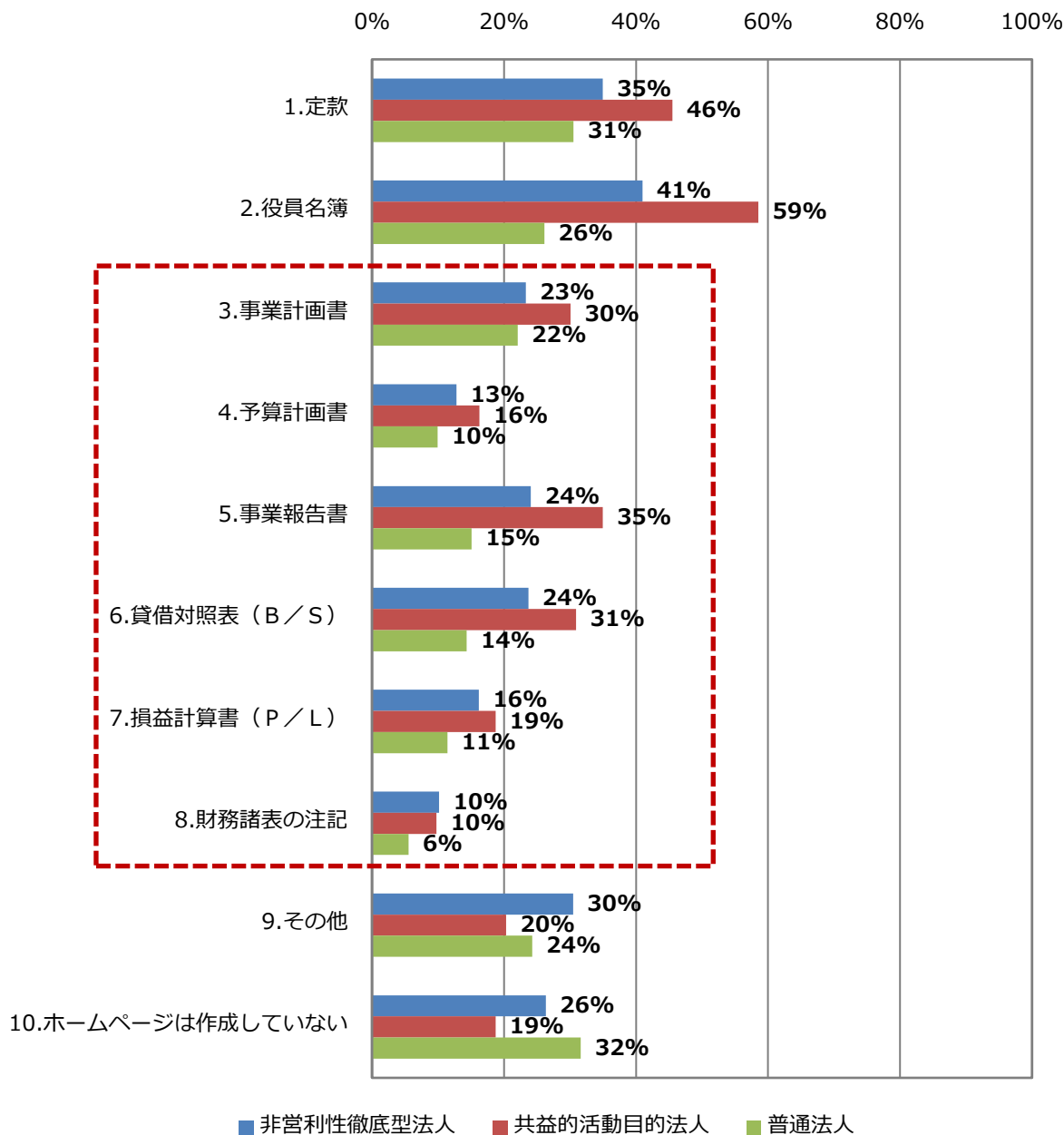
ディスクロージャーの取組状況について、税法区分別・利益区分別に分析を行った（図表19-A1、19-A2参照）。

- 税法区分別：税法区分3類型を比較検討した結果、「共益的活動目的法人」が、多くの項目について情報公開の割合が高くなった。「非営利性徹底型法人」が続き、「普通法人」は多くの項目において最も割合が低くなった。
- 利益区分別：利益区分3類型を比較検討した結果、「公益型」と「共益型」が概ね同じ割合となった。「私益型」は「公益型」や「共益型」に比べて、情報公開の割合が少なく、特に計算書類については、ほとんど開示が見られなかった。また、「10.ホームページは作成していない」もかなり高い割合となった。

## 2. 調査結果（6）情報公開・情報発信 Q19

図表19-A1：ディスクロージャーの状況（税法区分別）

(n=661)

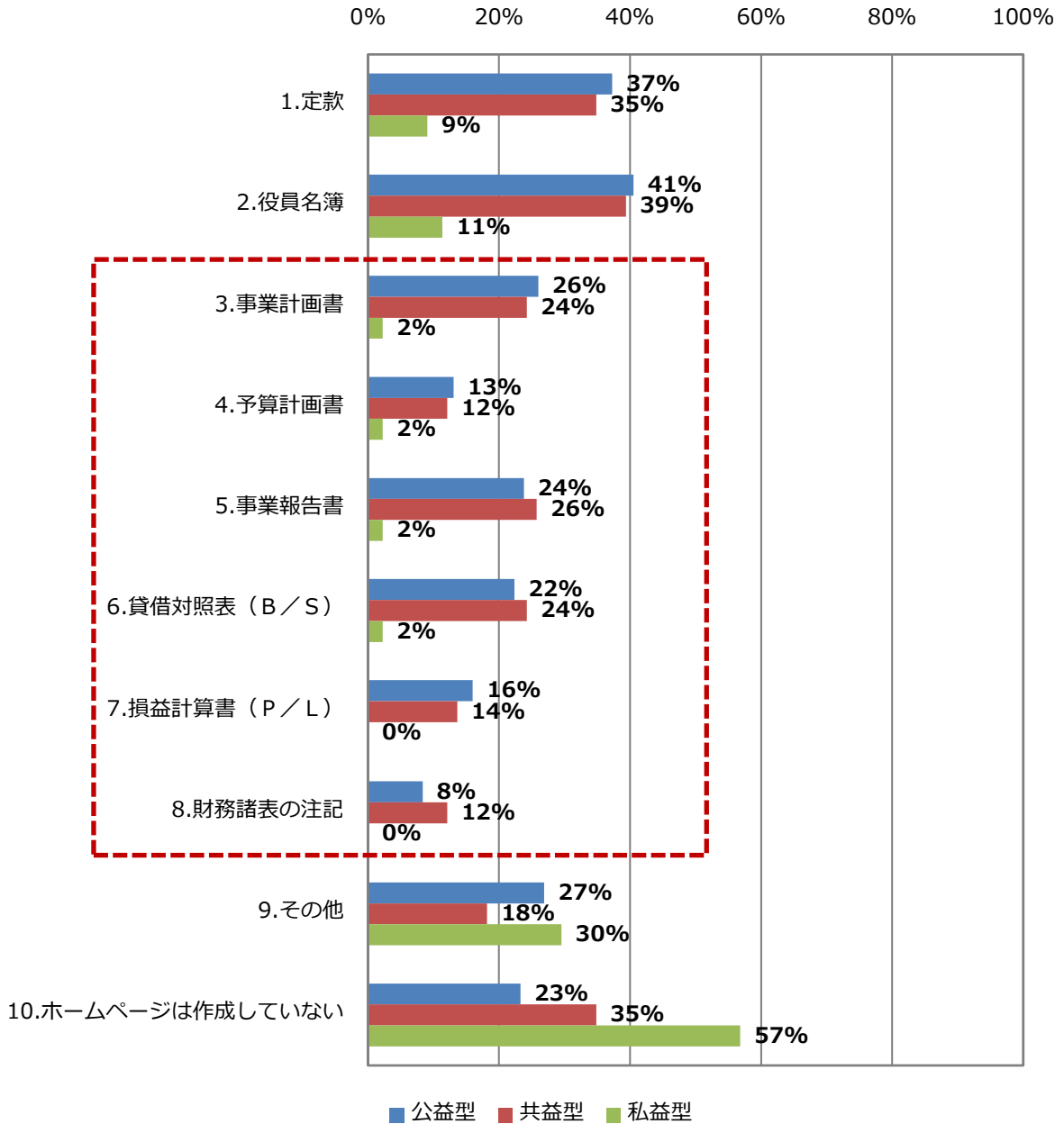




2. 調査結果（6）情報公開・情報発信 Q19

図表19-A2：ディスクロージャーの状況（利益区分別）

(n=660)



## 2. 調査結果（6）情報公開・情報発信 Q19

### □ 考察

Q19の質問の意図は、ディスクロージャー（情報開示）の取組みを問うものであった。

回答割合が50%を超えた項目が一つもみられなかったことは残念である。非営利法人の一類型である一般法人にとって、「1.定款」や「2.役員名簿」の情報公開などは必須であろう。

また、Q13において、70%を超える法人が行政機関と連携・協働を希望していることに鑑みると、一般法人は行政機関を始めとするステークホルダーからみられている意識を強くもって、より積極的に情報を公開していくことが望まれよう。特に、寄附金や助成金など支援性資金を収入の重要な財源と位置付けている法人は、計算書類の情報開示は必須と考えるべきではないだろうか。

クロス集計結果からは、税法区分や利益区分の違いによって、ディスクロージャーの取組みに差異が生じることが確認できた。税法区分別の「共益的活動目的法人」の情報公開の積極性が目立った。ただし、回答割合が50%を超えたのは「2.役員名簿」のみであり、計算書類も「5.事業報告書」「3.事業計画書」「6.貸借対照表」については30%を超えているものの、「4.予算計画書」「7.損益計算書」などは少なくなっており、全ての項目にわたって情報公開がなされているわけではない。

## 2. 調査結果（6）情報公開・情報発信 Q20

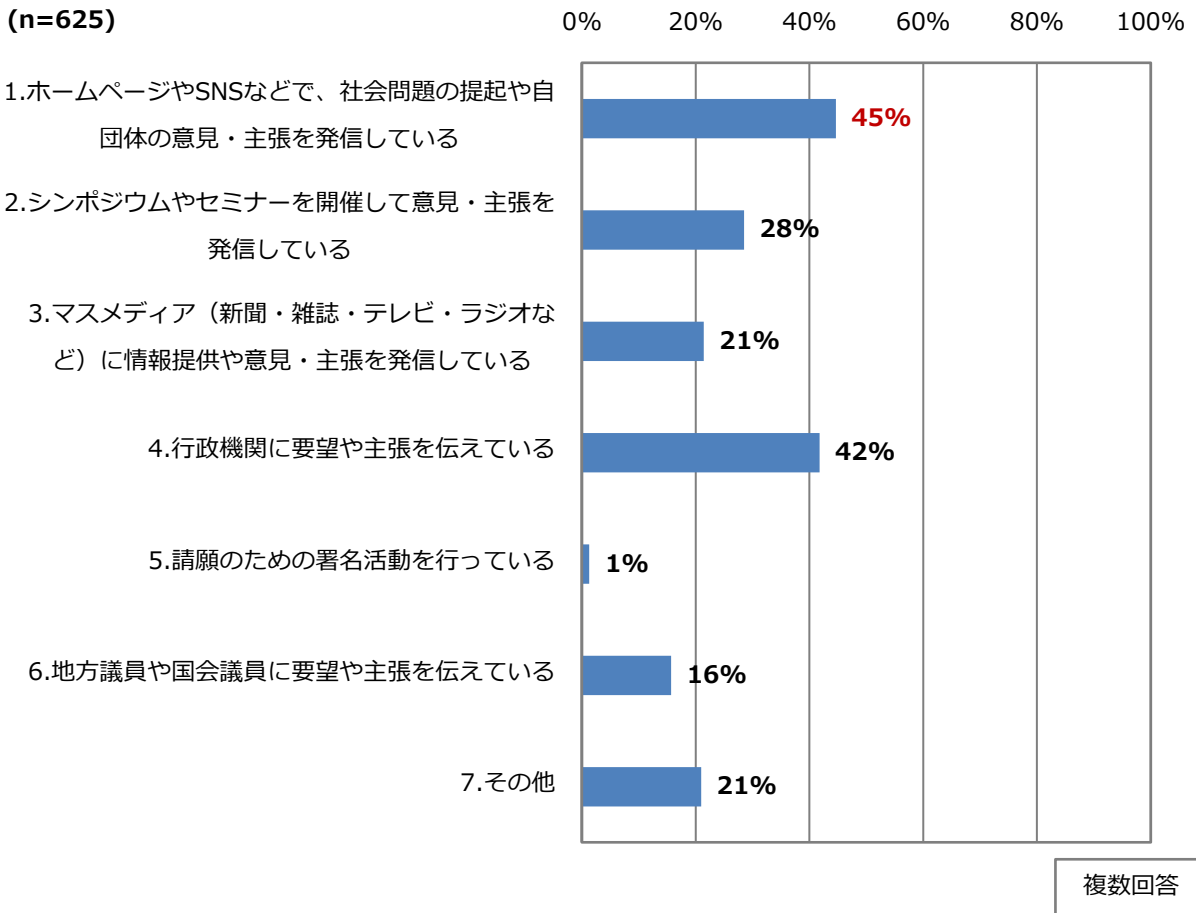
### Q20 意見・主張の発信の取組み

Q20は、法人の意見や主張の発信の取組みを問うものである。7つの選択肢の中から複数で回答を求めた（複数選択回答）。「その他」を選択した場合には、具体的な内容について回答を求めた（記述回答）。

#### □ 集計結果

「1.ホームページやSNSなどで、社会問題の提起や自団体の意見・主張を発信している」の回答が、45%と最多となった（図表20a参照）。「4.行政機関に要望や主張を伝えている」の回答が、42%と続く。

図表20a：意見・主張の発信の取組み

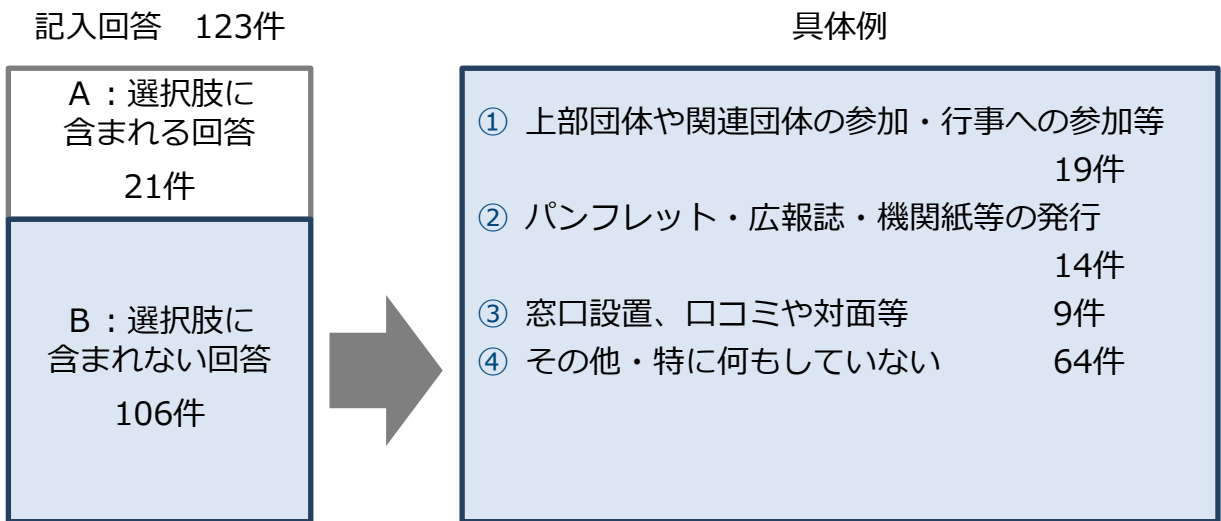


## 2. 調査結果（6）情報公開・情報発信 Q20

### □ その他回答結果

「7.その他」の回答は123件である（図表20b参照）。上部団体・関連団体の参加を通じての発信のほか、パンフレット・機関紙等の発行という取組みがみられた。少数意見ながら、問合せ窓口の設置や口コミ・対面によってという取組みもみられた。ただし、「特に何もしていない」との回答が、数多くみられたことは、非営利組織による社会活動の取組の促進という観点からはやや残念である（回答全体の11%にあたる）（記述回答は、p313以下参照）。

図表20b：Q20「7.その他」回答（分類回答数は重複カウント）



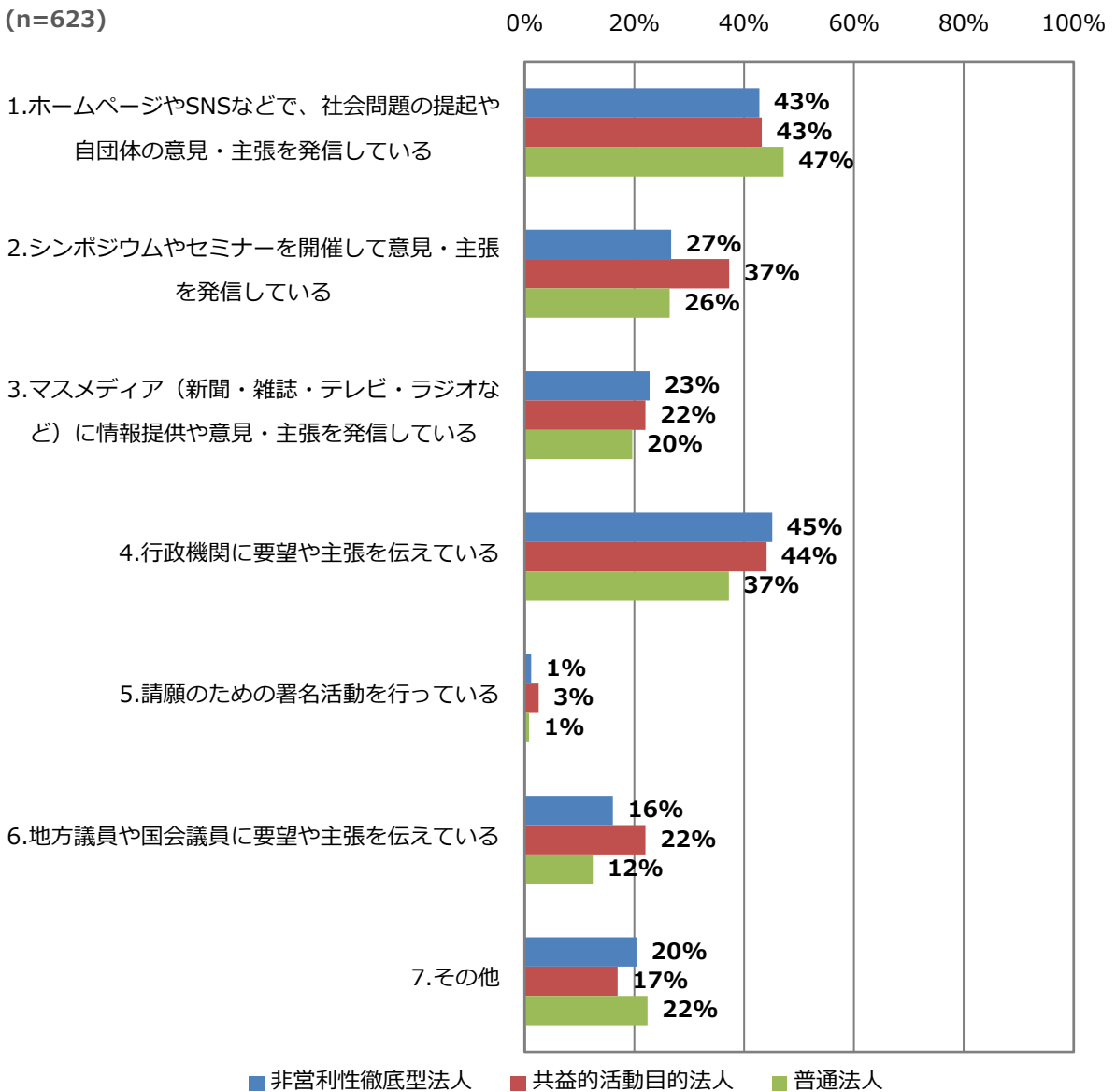
### □ クロス集計結果

意見・主張の発信の取組状況について、税法区分別・利益区分別に分析を行った（図表20-A1、20-A2参照）。

- 税法区分別：税法区分3類型を比較検討した結果、特段の差異は見られなかった。「普通法人」は、多くの項目で、他の2類型を下回ったものの、「1.ホームページやSNSなどで、社会問題の提起や自団体の意見・主張を発信している」は、他の2類型よりも多くなった。
- 利益区分別：利益区分3類型を比較検討した結果、「1.ホームページやSNS」「2.シンポジウムやセミナー」「3.マスメディア」については、「公益型」が「共益型」よりも上回っているが、「4.行政機関」「6.地方議員や国会議員」については、「共益型」が「公益型」を上回った。「私益型」は「その他」項目が最も多くなったものの、ほとんどの項目で、他の2類型よりも少なくなった。特に、「4.行政機関」については、他の2類型よりもかなり下回った。

## 2. 調査結果（6）情報公開・情報発信 Q20

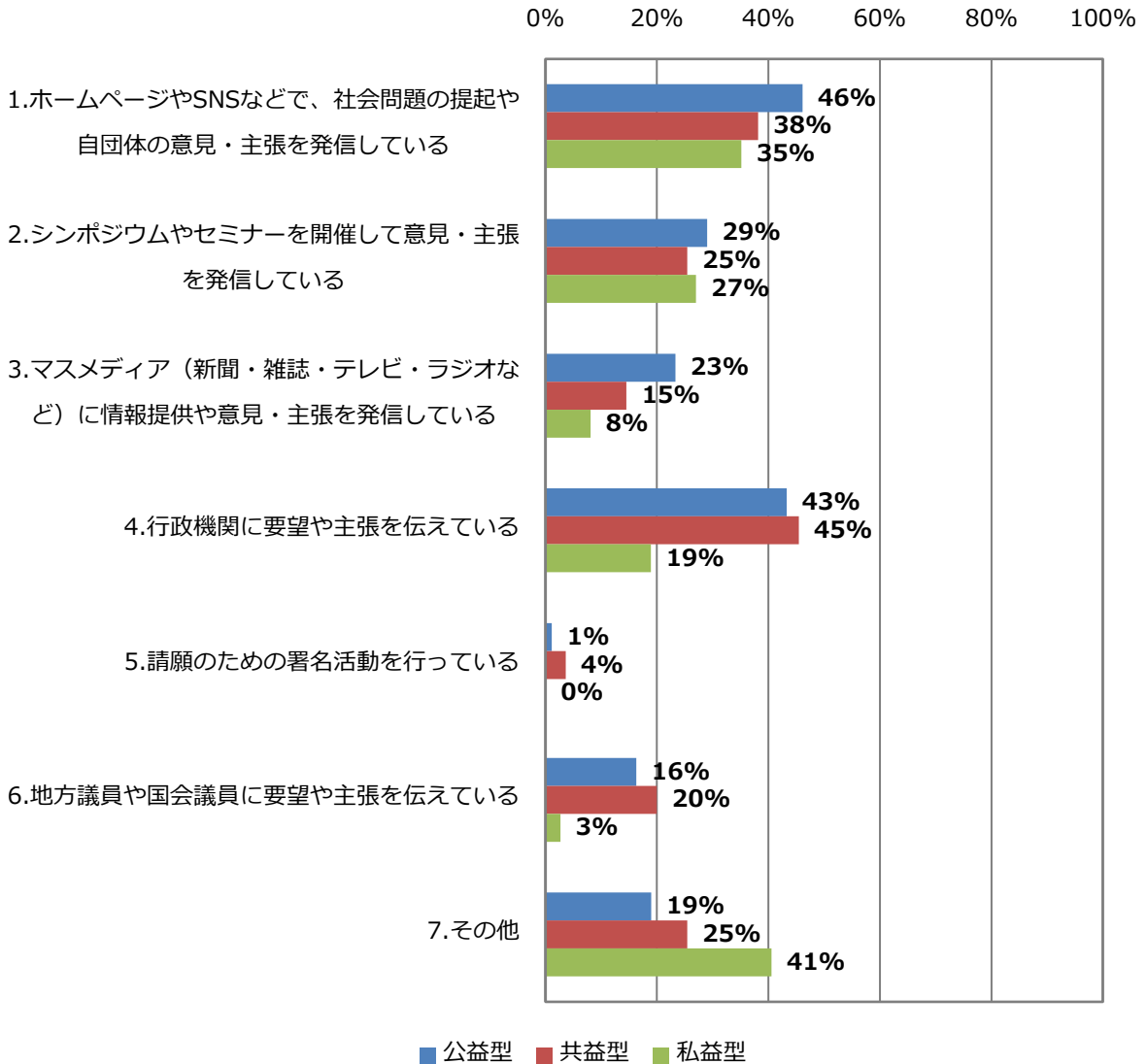
図表20-A1：意見・主張の発信の取組み（税法区分別）



## 2. 調査結果（6）情報公開・情報発信 Q20

図表20-A2：意見・主張の発信の取組み（利益区分別）

(n=619)



## 2. 調査結果（6）情報公開・情報発信 Q20

### □ 考察

Q20の質問の意図は、法人の意見や主張の発信の取組みを問うものであった。

「ホームページやSNS」の活用が、「マスメディア」の活用を大きく上回った。不特定多数に対する意見・主張の発信の容易さという点において、ホームページやSNSの活用が今後もますます重要になると考えられる。ホームページ・SNSのいずれも未作成先の法人（25%・Q18・Q19参照）は、今後ホームページ・SNSを積極的に活用していくことが望まれる。

その他、「4.行政機関に要望や主張を伝えている」の回答数が次に多くなった点を指摘しておきたい。「4.行政機関」への要望・主張の回答数は、「6.地方議員や国会議員」よりも大きく上回っており、Q13他者との連携・協働で、行政機関を挙げる回答が最多となったことから明らかな通り、一般法人にとって、行政機関は身近な相談相手であると言えよう。

クロス集計結果からは、税法区分や利益区分の違いによって、意見・主張の取組みに差異が生じることが確認できた。利益区分別の「私益型」の取組みは、一般的に「公益型」と「共益型」の取組みを下回った。活動タイプ「導管団体タイプ」が含まれている影響が出ていることや、活動目的や業務内容から、行政機関との関係が強くないことが要因となっているものと思われる。