

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 27 年 6 月 4 日現在

機関番号：34310

研究種目：研究活動スタート支援

研究期間：2013～2014

課題番号：25885099

研究課題名(和文)「国際協力」をどう見せるか - 先進国社会を動員するNGOのメッセージ

研究課題名(英文) Representation of "International Cooperation": NGOs' Communication Messages in Mobilizing the Donor Society

研究代表者

岡田 彩 (Okada, Aya)

同志社大学・政策学部・助教

研究者番号：30707360

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 2,100,000円

研究成果の概要(和文)：国際協力NGOは、募金集めや会員・ボランティアの募集、アドボカシー・キャンペーンなどを通じて、先進国で暮らす人々を、途上国における貧困問題の解決に向けた活動へと動員している。その際、より多くの人々の心に響くメッセージを発信するべく、戦略的に情報を取捨選択し、国際協力の「見せ方」を定めている。本研究では、日本、イギリス、台湾に共通して事務所を構えているNGO団体を事例に、そのウェブサイトが発信されている「見せ方」の特徴を比較分析から明らかにした。また「見せ方」による動員の効果を検証する作業にも着手した。関連分野から利用可能な指標を検証したほか、NGOによる実際の評価過程や困難を検討、整理した。

研究成果の概要(英文)：Through efforts such as fundraising, volunteer recruitment, and advocacy campaigns, non-governmental organizations (NGOs) attempt mobilize the public towards international cooperation (or development) in industrialized, donor societies. In doing so, nonprofits strategically select what information to show and how to present them. This study examined how NGOs framed and represented "international cooperation" in information disseminated through mobilization efforts. To reveal the characteristics of representations in diverse contexts, the study conducted a comparative content analysis of websites of "NGO families" or those with offices in Japan, the United Kingdom, and Taiwan under the same name. The study also identified possible indicators to evaluate the effectiveness of framed representations in mobilizing the donor public. The project also documented the actual evaluation processes in NGO practice as well as difficulties faced.

研究分野：国際開発学、NPO・NGO論、ソーシャル・マーケティング

キーワード：国際協力NGO 情報発信 フレーミング ファンドレイジング アドボカシー 国際情報交換(イギリス)
国際情報交換(台湾) 国際情報交換(米国)

1. 研究開始当初の背景

国際協力は、ドナーとなる先進国で暮らす人々の支持が不可欠な営みである。日々の暮らしに直結する諸問題に利用可能な経済的資源や人材を、遠く離れた開発途上国の諸問題に用いることへの理解を得るべく、政府組織、国際機関、NGOをはじめ、先進国に基盤を持ちながら国際協力に従事する諸機関は、途上国でプロジェクトを実施する傍ら、募金活動や会員・ボランティア募集、アドボカシー・キャンペーンなど、先進国の人々を国際協力活動へと動員する「国内活動」を多数行っている。

国際協力に従事する機関の中でも、先進国に基盤を持つ非政府組織（NGO）にとって、ドナー国である先進国市民の動員は非常に重要である。運営資金を確保するために募金活動が不可欠であり、会員や賛同者を募らなければ、組織を維持していくことは不可能となる。さらに非政府という立場から政策提言を行うアドボカシー活動を展開する際、国際社会が注目すべき政策課題の正当性を強化するためには、一人でも多くの先進国市民の支持が求められる。先進国で暮らす人々の理解、支援を請う「国内活動」の重要性は、特に90年代以降、研究、実践の両面で強調されるようになってきている（例えば Edwards, 1999）。

「国内活動」を通して、NGOは途上国の諸問題に関する様々な情報を、先進国社会に向けて発信する。研究代表者である岡田は、ある国際協力NGOでの実践を通じて、その過程が決してニュートラルなものではなく、何を、どのように伝えるか、NGOによる情報の取捨選択を伴うものとなっている点に着目するようになった。途上国の貧困問題という複雑な問題を、どのように分かりやすく咀嚼し、より多くの人々の心に響く形で説明をするのか。NGOは、動員への有効性、効率性のみならず、ネガティブなイメージばかりを強調してステレオタイプを創り上げることのないよう、倫理的考慮をしながら、また組織のブランドイメージを維持する形で情報を提示しようとする。

その結果、国際協力のある一側面を強調する形で発信される情報は、先進国社会で暮らす人々が国際協力に対する知識を得て、何らかの行動を起こす鍵を握るだけでなく、人々が貧困問題や開発の問題をどのように理解、認知するかという点にも影響を及ぼす。NGOは、途上国の貧困問題や国際開発の必要性に対する人々の理解、認知を左右する discourse-maker としての役割も果たしているのである。

その重要性に反し、国際協力NGOが「国内活動」を通じて発するメッセージに関する研究は十分行われていない。ヨーロッパや北アメリカ大陸の文脈で行われてきた研究は、倫理的な視点から、「悲惨者の過度な強調」「先

進国とはまったく関係のない場所で発生している問題としての見せ方」を避けるべきであるという指摘にとどまっている。実践において、NGOが国際協力をどのような見せ方で先進国社会に提示しているかは、体系的に理解されていないという現状がある。

研究代表者である岡田は、これまで主に日本のNGOを対象とし、国際協力の見せ方を分析してきた。例えば博士論文では、国際協力の actionability（行動可能性）が強調されていること、すなわち途上国の貧困問題はNGOなどの組織レベルでの取り組み、および募金やボランティアへの参加など、個々人の行動によって解決可能な問題と表現されていること（を明らかにした。この結果は、イギリスに基盤を持つNGOを対象とした同様の研究から明らかにされた見せ方の傾向とは異なるものであり（Dogra, 2012）日本（あるいはアジア）特有の独自性が示唆された。

岡田によるこれまでの研究には、積み残された課題が二つあった。第一に、独自性が示唆された日本の国際協力NGOによる「国際協力の見せ方」は、どの程度日本に特有なものなのか。博士論文では、特徴の記述的な理解を重視し、その特徴の意義を検討する上で有効な比較という手法を導入しなかったため、研究結果の一般化可能性に関する疑問が課題として残った。このため、日本以外の文脈との体系的な比較分析が求められた。第二の課題は、どのようなメッセージが、先進国社会で暮らす人々を国際協力という営みへの参加に動員していく上で効果的なのか、という実践に直結する問いである。特徴の記述的な理解を重視した博士論文では、その効果は研究の範囲外としていた。しかしながら、実践に携わるNGOが最も関心を寄せるのは、人々を巻き込んでいく上でどのような「国際協力の見せ方」が効果的であるのかという点である。これまでの研究を拡張し、その効果を評価することが求められた。

（参考・引用文献）

Dogra, N. (2012). *Representations of Global Poverty: Aid, Development and International NGOs*. London: Tauris Academic Studies.

Edwards, M. (1999). *Future Positive: International Co-operation in the 21st Century*. London: Earthscan.

Okada, A. (2013). *Mobilizing the Donor Public: Dynamics of Development NGOs' Message Framing*. PhD Dissertation submitted to the University of Pittsburgh.

2. 研究の目的

本研究では、募金集めや会員・ボランティ

ア募集、アドボカシー・キャンペーンなど、先進国社会で暮らす人々を国際協力活動へと巻き込む「国内活動」を通じて情報を発信する際、「国際協力」という複雑な営みの一側面を切り取り、その見せ方を戦略的に形成している主体として NGO を捉える。本研究の目的は、(1) NGO による「国際協力の見せ方」の特徴を、日本、イギリス、台湾の事例を比較分析から明らかにすること、そして(2) どのような「国際協力の見せ方」が実際の動員に効果的であるのか、その評価を行うことである。

3. 研究の方法

本研究では、二つの目的にそれぞれ対応する研究方法を用いる。

(1) 特徴の比較分析

本研究第一の目的に対し、「日本に基盤を持つ国際協力 NGO が、日本で暮らす人々の動員を目的に広報、募金、教育、アドボカシー活動などを通じて発信するメッセージは、他のドナー諸国を基盤とする NGO のそれとどのように類似し、どのように異なっているのか」というリサーチ・クエスチョンを立て、コンテンツ分析を中心としたフレーミング・アナリシスを行った。

比較対象として、日本、イギリス、台湾に基盤を持つ NGO を選定した。イギリスについては、本研究と同様の視点からの体系的な研究が研究協力者である Nandita Dogra 氏により行われているコンテキストであること、台湾については、国際協力 NGO が置かれた環境が日本と似通っていることを根拠に、比較対象として選定した。

日本、イギリス、台湾の NGO による「国際協力の見せ方」の相違点を浮かび上がらせるためには、情報の説明、提示方法以外の変数を可能な限り同等のものとするのが望ましい。本研究では、複数の先進国社会に同一名称の事務所を構え、国際的なパートナーシップとして活動を展開する国際協力 NGO (“NGO families”) を対象団体とした。具体的には、以下 6 つの団体を分析対象とした (World Vision, Child Fund, Medicine Sans Frontiers, Plan International, Save the Children, Oxfam)。

先進国社会で暮らす人々を国際協力の活動へと巻き込んでいく上で、NGO は様々なコミュニケーション手段を用いる。本研究では、その中でもウェブサイトを通じて発信される情報およびメッセージに着目した。ウェブサイトに表示されている内容 (文章や写真など) をコード化し、オリジナルのデータセットを構築した。具体的には、2014 年 11 月～12 月に、全対象団体のウェブサイト・データをダウンロードし、そのデータを質的調査ソフトウェア MaxQDA にインポートし、研究補

助者である学部生 4 名とともに、共同でコード化した。複数名が同一データをコード化し、その整合性を確認することで、分析の妥当性と信頼性向上に努めた。

また国際協力 NGO を対象に、半構造インタビューを実施した。研究代表者である岡田は、日本の国際協力 NGO を対象とした聞き取り調査を 2012 年に行っていたことから、本研究では、特にイギリスおよび台湾での専門家インタビュー、NGO 訪問を重視することとした。

(2) 効果の評価

本研究第二の目的に対し、「日本に基盤を持つ国際協力 NGO が、日本で暮らす人々の動員を目的に広報や募金、教育、アドボカシー活動などを通じて発信するメッセージは、国際協力という営みに人々を動員する上で、どの程度効果を上げているのか」というリサーチ・クエスチョンを立てた。

先進国社会で暮らす人々を動員する活動の評価は、少なくとも国際協力 NGO という文脈では十分検討されているものではなく、手法やプロセスが確立されていないのが現状である。

このことから、本研究では第一段階として、ソーシャル・マーケティングなど、関連分野における先行研究を参考としながら、利用可能な指標を検討することにした。同時に、国際協力 NGO が実践でどのような評価を行っているのか (あるいは評価するという視点をどの程度持ち合わせているのか)、またその際に直面している困難や課題を、聞き取り調査などから明らかにしていくこととした。その上で、どのような「国際協力の見せ方」が人々を巻き込んでいく上で効果的であるのかを測る指標と評価手法を提案し、実際に評価を行うこととした。

4. 研究成果

(1) 特徴の比較分析

ウェブサイトに掲載されている情報のコンテンツ分析は、平成 25 年度に完了した。また海外調査として、イギリス (2014 年 2 月 19 日～2 月 27 日) に、台湾 (2014 年 3 月 18 日～25 日) を訪問した。イギリスでは、ロンドンを中心に、NGO およびその関連機関への訪問、滞在中に開催された NGO イベントへの参加・参与観察、3 名の専門家へのインタビューを実施した。また台湾では、NGO・2 団体での聞き取り調査、8 名の専門家インタビューを実施した。

これらのデータを用いて、4 つの論文を執筆した (2 本は執筆継続中)。いずれも、学会での発表を行い、これをステップとして海外のジャーナルに投稿する準備を進めている。

写真に着目したビジュアル分析
先進国社会で暮らす人々を巻き込むため

に発信する情報の中で、世界各国の NGO は、多用する傾向にある。このことに着目し、分析対象とした NGO のウェブサイトに掲載されていた写真を、その登場人物と撮影場所に着目して分析した。

主な結果として、日本とイギリス、いずれにおいても「途上国における NGO 活動の有効性」が強調されていることが明らかとなった。また日本の NGO が「途上国のコミュニティとのつながりを強調する」傾向にある一方、イギリスの NGO は「イギリス国内におけるボランティアの肯定的な経験を強調する」傾向があるという差異も明らかとなった。

この論文は、2014年3月に国内学会にて(学会発表) 2014年7月に国際学会にて発表した(学会発表)。また現在、Journal of Nonprofit and Public Sector Marketing への投稿論文を準備中である。

セクター間の関係性分析

米国の NPO 学会 Association for Research on Nonprofit Organizations and Voluntary Action の年次大会テーマが「セクター間の関係性 (public, private, nonprofit)」であったことに着想を得て、NGO が「国際協力」の説明する上で、他セクターとの関係性をどのように説明、言及しているのかを分析した。分析対象には、平成 25 年度に構築したデータセットおよび岡田が博士論文時に作成したデータセットを用いた。

結果として、公共セクター、民間セクターとの関係性にウェブサイト上で言及した団体は必ずしも多いとは言えないことが明らかとなった。ただし、言及している団体は、当該 NGO の信頼性が高いことをアピールする材料として関係性を説明していること、またその材料として「NGO の専門性」を強調する傾向にあることが明らかとなった。

アドボカシー・キャンペーンのテーマ

平成 25 年度に作成したデータベースを利用し、国際協力 NGO が、アドボカシー・キャンペーンのテーマとしてどのような課題に焦点を当てているのか、また複数の先進国社会間でどのような相違点が見られるのかを研究協力者である Paul Nelson 氏および Chris Belasco 氏と分析する。分析は現在進行中であり、2015 年 11 月に国際学会にて発表予定である(審査合格済)。

テキスト分析

で行ったビジュアル分析に加え、ウェブサイト上で国際協力がどのように説明されているか、テキストに着目した分析を行う。台湾の事例の翻訳は完了しており、現在分析を進めている。2015 年 8 月に国際学会での発表が決定している(審査合格済)。

(2) 効果の評価

当初の計画では、平成 26 年度をすべて本

研究第二の目的である効果の評価に充てる予定であったが、平成 25 年度の特徴分析に時間を要したこと、また分析結果の公表機会が平成 26 年度にも複数回与えられたことから、当初の予定よりも縮小した形で行うこととなった。

第一段階として、ソーシャル・マーケティングなど、関連分野における先行研究を参考としながら、利用可能な指標および評価手法を検討した。国際協力 NGO が実践でどのような評価を行っているのかを、イギリス、台湾での海外調査時に聞き取り調査から情報収集したほか、日本国内で NGO の実践家がそのマーケティング戦略などについて議論する学会や研究会に参加し、情報収集した。具体的には、日本 NPO 学会主催の NPO 研究フォーラム(月例)、市民社会研究フォーラム(月例)、日本ファンドレイジング協会主催の「ファンドレイジング・日本 2015 (2015 年 2 月 14 日~15 日)」にて、有益な情報を効率よく収集することができた。

その過程において、どのような「国際協力の見せ方」が人々を巻き込んでいく上で効果的であるのかを実際に評価するに当たっては、組織内部にのみ存在する情報を含めた検討が望ましいことが明らかとなってきた。具体的な国際協力 NGO と連携した研究の継続が望ましいと判断し、研究者が入手可能なデータのみでの評価を試みるのではなく、今後の連携に向けて、NGO 数団体に打診、調整を進めて行くこととした。

5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

[学会発表](計 5 件)

Nelson, P., Okada, A., and Belasco, C. (forthcoming in 2015). *Global Religions and the Political Voice of Faith-based NGOs*. Association for Research on Nonprofit Organizations and Voluntary Action (ARNOVA) 44th Annual Conference. November 19-21, 2015, Chicago, IL, USA.

Okada, A. (forthcoming in 2015). *Strategic Communication of Nonprofit Organizations: Comparative Study of Information Selection in Mobilizing the Public*. 9th ISTR Asia-Pacific Regional Conference. August 27-28, 2015, 日本大学.

Okada, A. (2014). *The Use of Sectoral Relationships in Nonprofit Marketing: Examining Communication Practices of Development NGOs in Japan*. Association for Research on Nonprofit Organizations and Voluntary Action

(ARNOVA) 43rd Annual Conference,
November 20-22, 2014, Denver, CO.
Okada, A. (2014). *How Nonprofits
Encourage Citizen Participation:
Comparative Study of Development
NGOs' Message Framing Behaviors*. The
11th International Conference of the
International Society for Third
Sector Research, July 22-25, 2014,
Munich, Germany.
岡田彩(2014)『『国際協力』の見せ方 -
NGO の広報・マーケティングにおける情
報発信のフレーム分析 - 』日本 NPO 学会
第 16 回年次大会 (関西大学)

〔その他〕
ホームページ等

岡田彩研究室

<http://aokada.doshisha.ac.jp/>

学会発表論文については、投稿論文としての
掲載有無が判断された後、PDF で公開する予
定。

6. 研究組織

(1) 研究代表者

岡田 彩 (OKADA, Aya)
同志社大学・政策学部・助教
研究者番号：30707360

(2) 研究協力者

NELSON, Paul
University of Pittsburgh (US)
Graduate School of Public and
International Affairs
Associate Professor

BELASCO, Chris
University of Pittsburgh (US)
Ford Institute for Human Security
Staff Associate

DOGRA, Nandita
London School of Economics (UK)
Lecturer

CHEN, Jennifer
Nanhua University (Taiwan)
Graduate Program of Non-Profit
Management
Associate Professor