

令和元年5月27日現在

機関番号：13301

研究種目：若手研究(B)

研究期間：2016～2018

課題番号：16K17247

研究課題名(和文) NPOによる戦略的情報発信に関する研究

研究課題名(英文) Strategic Information Transmission of Nonprofit Organizations

研究代表者

岡田 彩 (Okada, Aya)

金沢大学・国際基幹教育院・准教授

研究者番号：30707360

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 2,900,000円

研究成果の概要(和文)：「情報の発信者」としてNPO(非営利組織)を捉える本研究では、利用されている媒体(ウェブサイト、ニュースレター、Eメールなど)を体系的に把握すると同時に、発信されている内容と、これらがNPOの活動やマネジメントに及ぼす影響を検証した。近年その可能性が注目を集めているソーシャルメディア(FacebookやTwitterなど)に着目した分析では、これらを通じて情報を発信しているNPOの方が、結果として集めた寄付額が多くなっていることを実証的に明らかにした。また、ソーシャルメディアを通じた情報発信は、個人が同一団体に複数回寄付を行う行動を一定程度促す作用があることも明らかとなった。

研究成果の学術的意義や社会的意義

<学術的意義> 第一に、NPOに関する多くの研究が、これを社会問題の解決や公共サービスを提供する主体として注目する中で、「情報の発信者」として捉える視点を提示した。第二に、NPOによる情報発信を「媒体」と「内容」の両面からアプローチし、その実態を把握した。第三に、関連研究の多くが欧米の文脈であることに對し、日本の文脈を取り上げた。

<社会的意義> 第一に、何らかのサービスを提供する主体として理解されることが多い中で、NPOを「情報の発信者」として捉えることの重要性を指摘した。第二に、NPOによる情報発信の実態と寄付集めへの影響を検証す

研究成果の概要(英文)：This research understands nonprofit organizations not as service providers but as those sending out information to the society. The project sheds light to both the media used (such as websites, newsletters, and Emails) as well as contents of information that nonprofits send out. In addition to documenting how nonprofits in Japan transmit information to the public, the study examined its impact on nonprofits' performance and operations. In series of analyses that focused on social media, the study found nonprofits that sent out information via Facebook and/or Twitter collected larger amount of donations than those that did not, and that using social media encouraged individuals to give again to the same nonprofit.

研究分野：社会学、市民社会論、NPO・NGO論、戦略的コミュニケーション論

キーワード：NPO・NGO 情報発信 戦略的コミュニケーション ソーシャルメディア 寄付 アカウンタビリティ

1. 研究開始当初の背景

現代社会において、NPO（非営利組織）は、社会問題の解決や公共サービスを提供する主体として注目されている。政府や行政、市場の手が届かない問題や層への支援を行うなど、見過ごされてきたニーズを満たす存在として台頭してきたのである。本研究では、NPO の多様な側面の中でも、これまで十分論じられて来なかった、一般市民に向けて行われている情報発信に着目する。NPO は、パンフレット等の紙媒体から、ウェブサイトやブログ、また近年では Facebook や Twitter などのソーシャルメディアを通じて、日々様々な情報を発信しているほか、新聞やテレビ等のマスコミにも度々登場している。以下 3 つの理由から、今日の NPO は、こうした情報発信をより戦略性を持って行うことを求められている。第一に、NPO にとって、市民からの支持獲得は持続的運営に関わる重要なタスクである。「広く一般に支持されていること」が税制優遇を受けるための認定条件ともなっているように、NPO にとって市民の支持は不可欠な要素であり、その尺度となる寄付やボランティアの拡大を目指し、人々に訴えていく必要がある。ただし、情報が溢れる現代社会において、NPO が取り組む問題の重要性を淡々と述べるだけでは、その問題がいかに重要であろうとも、人々の関心を獲得することは難しい。そのため、その活動内容や特徴を、人々の心に響く形で説明し、目に触れる場所に届けることが求められている。第二に、NPO は、寄付やボランティアといった自発的な行動を通じて、人々が社会問題の解決過程に参加する機会を提供するという役割が期待される存在である。より多くの人々にアクションを起こしてもらうためには、自身の限られた時間や資源を NPO が取り上げている問題に投じてもらえるよう、説得力のある情報を発信する必要がある。第三に、NPO がその存在感を増す中で求められるようになった、情報公開への対応およびアカウンタビリティの達成である。このように、NPO による戦略的な情報発信が重視される一方で、その実態の体系的な把握は十分なされておらず、またその戦略的なコミュニケーションが NPO の活動に及ぼし得る影響についても、十分な検証が行われていない。

2. 研究の目的

以上の背景を踏まえ、本研究では、NPO による情報発信の実態を把握し、その戦略性を分析すると同時に、戦略的コミュニケーションがもたらす NPO の活動やマネジメントへの影響を検証する。NPO は、どのような情報を、どのような媒体を通じ、どのような見せ方で市民に発信しているのか。その情報発信は、NPO にどのような影響を及ぼしているのか。NPO が情報発信に際して利用する「媒体」と発信する「内容」に注目しながら、その戦略性を把握・分析することで、「情報の発信者」としての NPO の社会的役割を実証的に探求する。

3. 研究の方法

本研究では、三つのアプローチから NPO による戦略的コミュニケーションに迫る。

第一に、NPO が情報発信に利用している媒体を把握する。NPO は、情報を発信するコミュニケーション・チャンネルとして、ウェブサイト、ブログ、Facebook、Twitter、LINE、テレビ、新聞、ラジオ、市民メディアなど、数多くの選択肢を有している。その中でも、どのような媒体を利用する傾向にあるのか。独自の調査から、体系的にその実態を把握する。また、媒体選択の戦略性に影響を及ぼす要因を、定量的手法およびインタビュー調査より明らかにする。

第二に、NPO が発信している情報の内容を把握する。例えば、近年その可能性に注目が集まっているソーシャルメディアを通じて NPO が発信する情報に限定したり、あるいは「東日本大震災」などのように、ある出来事の前夜などの期間に発信された情報を対象とし、コンテンツ分析および計量テキスト分析を行う。

第三に、NPO が情報発信に用いる媒体およびその内容が、NPO の活動やマネジメントに及ぼす影響を検証する。特に、データとして最も把握しやすい「寄付」に着目し、定量的手法および質的手法を組み合わせることで、寄付を促進する情報発信の媒体や内容を浮かび上がらせる。

4. 研究成果

(1) 情報発信に利用している媒体の把握

二つの調査から、NPO が情報発信に利用している媒体の実態を把握した。一つ目は、東日本大震災からの復興に従事した NPO・389 団体の情報発信に関するデータ、二つ目は、日本で活動している NPO の資金調達に着目した「非営利セクターの資金調達に関するアンケート」に回答を寄せた計 1,754 団体のデータである。いずれの調査においても、情報発信に利用している媒体のみならず、発信の頻度や意識的に取り組んでいる事柄など、その戦略性についても一定程度把握することができた。

(2) ソーシャルメディアを通じた情報発信と寄付額の関係分析

東日本大震災からの復興に従事する NPO を対象に、近年その利用が拡大しているソーシャルメディア（主に Facebook および Twitter）を通じて発信された情報の内容を分析し、各団体が集めた年間寄付額との関係を分析した。その結果、ソーシャルメディアを通じて情報を発信した NPO の方が、また双方向のコミュニケーションを意識した内容の投稿が多い NPO の方が、結果として集めている寄付額が多いことが明らかとなった。

(3) ソーシャルメディアが新規団体にもたらすメリット

東日本大震災後が新しい NPO が立ち上がる契機となったことを鑑み、こうした新規団体が継続的な活動を展開していく上で、安価なソーシャルメディアを通じた情報発信が効果的であることを、集まった寄付額に着目した分析から明らかにした。

(4) オンライン寄付と参照した情報源

国内外での緊急支援に従事する NGO の協力を得て、同団体にオンラインで寄付を行った個人に着目し、寄付に際して参照した情報源を分析した。E メールやソーシャルメディア、オンライン広告など、NPO が積極的に行った情報発信が、初めてその団体に寄付する人の行動を促しやすいこと、また同団体に繰り返し寄付を行った寄付者の中でも、Facebook を参照した寄付者は、行動を直接的に促すような内容の投稿ではなく、活動や団体の状況に関する情報が提供される内容の投稿、またリンクや写真を含む投稿に反応していることが明らかとなった。なお、研究者と NPO 実務家が協働で行った本分析から派生し、研究と実践の融合に関する雑誌論文を発表した。

(5) オンライン広告への反応分析

現代社会において日常的に目に触れやすい媒体であるオンライン広告を取り上げ、これを目にした人々が注目する広告の構成要素（文字情報、数字、写真、色など）を抽出した。内容や見せ方の異なるオンライン広告に対する大学生の反応を自由記述で収集し、これをデータとした計量テキスト分析から、写真の登場人物が誰であるか、その登場人物がカメラ目線であるかどうか、具体的な数字が提示されているかどうか、またその数字が問題を表現しているかどうか、広告の構成要素として重視されていることを明らかにした。

(6) 媒体選択の戦略性分析

NPO の資金調達活動に関する調査データを用いて、NPO による情報発信の戦略性に影響を及ぼす要因として、ファンドレイザーの認定制度や研修の存在、法人格など、組織外部の影響が大きく作用していることを明らかにした。

(7) 情報発信に対する NPO 経営者の方針分析

NPO が重視している利害関係者へのアカウントビリティを検討した。NPO 経営者へのインタビューから、活動の成果を高める上で協働の可能性のある他団体とのパートナーシップ構築、地域住民とのビジョンの共有、市民の積極的な社会参加促進を目指した情報発信が重視されていることを明らかにした。

(8) その他

臓器移植意思表示を推進する市民団体のアクションリサーチに参加し、イベントでの情報発信による行動変容結果を分析した。また日本における NPO 研究を概観した論文において、NPO による情報発信について、特にソーシャルメディアの重要性が増している点を指摘しつつ、本研究の成果に言及した。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕(計4件)

中嶋貴子、岡田彩（採択済・2019年出版予定）「NPO 経営者における説明責任の質的データ分析：マルチステークホルダー理論に基づく考察」非営利法人研究学会誌、査読有。

Okada, A., Ishida, Y., and Yamamoto, M. (2019). In Search of an Optimal Intersection: Reflections on Academic-Practitioner Collaboration in Japan. *Journal of Nonprofit Education and Leadership*, Vol. 9(2), pp. 165-177. 査読有。
DOI: 10.18666/JNEL-2019-V9-I2-9741

Okada, A., Ishida, Y., Nakajima, T., and Kotagiri, Y. (2017). The State of Nonprofit Sector Research in Japan: A Literature Review. *Voluntaristics Review*, Vol. 2(3), pp.1-68. 査読有。2018年度日本 NPO 学会賞受賞委員会特別賞受賞。
DOI: 10.1163/24054933-12340017

Okada, A., Ishida, Y., and Yamauchi, N. (2017). Effectiveness of Social Media in Disaster Fundraising: Mobilizing the Public towards Voluntary Actions. *International Journal of Public Administration in the Digital Age*, Vol.4(1), pp.49-68. 査読有 .
DOI: 10.4018/IJPADA.2017010104

〔学会発表〕(計 21 件)

Okada, A., Ishida, Y., and Yamamoto, M. (2019). Communicating to Bring Back the Donors: Case of a Nonprofit in Japan. The 11th International Society for Third Sector Research (ISTR) Asia Pacific Regional Conference, July 15-16, 2019, Bangkok.

岡田彩・石田祐・山本匡浩(2019)「寄付者を呼び戻す情報発信 - ソーシャルメディアの可能性」日本 NPO 学会第 21 回年次大会(龍谷大学瀬田キャンパス)。

Okada, A., Ishida, Y., and Yamamoto, M. (2018). Role of Social Media in Retaining Disaster Relief Donors to Future Giving: A Case Study from Japan. Paper presented at Association for Research on Nonprofit Organizations and Voluntary Action (ARNOVA) 47th Annual Conference, November 15-17, 2018, Austin, Texas.

Okada, A., Ishida, Y., and Yamamoto, M. (2018). In Search of an Optimal Crossing: Reflection on Academic-Practitioner Collaboration in Japan. Paper presented at Association for Research on Nonprofit Organizations and Voluntary Action (ARNOVA) 47th Annual Conference, November 15-17, 2018, Austin, Texas.

Okada, A. (2018). Civil Society in Japan: Challenges of Newly Established Organizations. International Conference on Constructing Civil Society: Innovation and Transition. The National Open University, October 19, 2019, Taipei, Taiwan.

Okada, A. and Nakajima, T. (2018). Towards an Organization Worthy to Give: Impact of Legal Status on Nonprofits' Strategic Communication in Japan. The 13th International Conference of the International Society for Third Sector Research (ISTR), July 10-13, 2018, Amsterdam, Netherlands.

Ishida, Y., Okada, A., and Nakajima, T. (2018). Impact of Financial Structure on Social Media Use: Japanese Nonprofits in Disaster Relief. The 13th International Conference of the International Society for Third Sector Research (ISTR), July 10-13, 2018, Amsterdam, Netherlands.

Kikuchi, R., Okada, A., and Ishida, Y. (2018). Overcoming Liabilities of Newness: Use of Social Media among Newly Established Nonprofits. 2018 ARNOVA-Asia Conference, June 27-28, 2018, Hong Kong, China.

岡田彩(2018)「NPO が重視すべき広告の構成要素とは? インターネットバナーを用いた実験から」日本 NPO 学会第 20 回年次大会(立教大学)。日本 NPO 学会第 20 回年次大会優秀発表賞受賞。

Okada, A., Ishida, Y. and Yamamoto, M. (2017). Exploring Fundraising Tips for Social Media Updates: Case Study of ADRA Japan. Paper presented at Tenth Asia Pacific Regional Conference of the International Society for Third Sector Research (ISTR), December 4-5, 2017, Jakarta, Indonesia.

Okada, A. and Nakajima, T. (2017). How Do Cultural, Societal and Legal Changes Affect Nonprofits' Fundraising Strategy? An Organizational Approach. Paper presented at Tenth Asia Pacific Regional Conference of the International Society for Third Sector Research (ISTR), December 4-5, 2017, Jakarta, Indonesia.

Okada, A. and Ishida, Y. (2017). Tweets that Work: Bridging Research and Practice on Social Media Use for Nonprofit Fundraising. Paper presented at Association for Research on Nonprofit Organizations and Voluntary Action (ARNOVA) 46th Annual Conference, November 16-18, 2017, Grand Rapids, MI.

Okada, A. and Nakajima, T. on behalf of Japan-US Research Team. (2017). Fundraising in Japan: A Challenge of the Decade. Presentation made at Colloquium "Operationalizing and Theorizing Enabling Conditions of Philanthropy and Fundraising for Cross-National Comparative Research: Challenges and Promise." Association for Research on Nonprofit Organizations and Voluntary Action (ARNOVA) 46th Annual Conference, November 16-18, 2017, Grand Rapids, MI.

Yokota, T., Uryuhara, Y., and Okada, A. (2017). Effectiveness of Stages-of-Change Model on Declaration of Intent for Organ Donation: Action Research in Japan. Paper presented at the 67th Annual Conference of the International Communication Association (ICA), May 25-29, 2017, San Diego, CA.

岡田彩・石田祐 (2017)「ソーシャル・メディアを通じた『対話的』情報発信と寄付戦略」日本 NPO 学会第 19 回年次大会 (東京学芸大学)。

岡田彩 (2017)「情報発信と資金調達(パネル:非営利セクターの資金調達活動に関する調査:資金調達活動の変容と課題)」日本 NPO 学会第 19 回年次大会 (東京学芸大学)。

中嶋貴子・岡田彩・Jeong, B. (2017)「NPO 経営の日韓比較調査:事例研究による経営方針の主観的変容とその要因」日本 NPO 学会第 19 回年次大会 (東京学芸大学)。

Jonathan, J., Nakajima, T., and Okada, A. (2017). Does the Nonprofit Accountability Environment Mirror Societal Differences? Comparison of South Korea and Japan. BK21-Plus 2017 New York Conference (Emerging Governance Issues and Policy Design in Comparative Perspective), January 12-15, 2017, CUNY-Lehman College, New York.

Okada, A., Ishida, Y., and Kikuchi, R. (2016). “Dialogue” in Social Media: Implications for Strategic Communication of Nonprofits. Association for Research on Nonprofit Organizations and Voluntary Action (ARNOVA) 45th Annual Conference, November 17-19, 2016, Washington DC.

Nakajima, T., Okada, A., and Jeong, B. (2016). Does the Nonprofit Accountability Environment Mirror Societal Differences? Comparison of South Korea and Japan. Association for Research on Nonprofit Organizations and Voluntary Action (ARNOVA) 45th Annual Conference, November 17-19, 2016, Washington DC.

②Okada, A., Kikuchi, R., and Ishida, Y. (2016). Leveraging the Power of Innovative Tools? Use of Social Media among Emerging Nonprofits. The 12th International Conference of International Society for Third Sector Research (ISTR), June 28-July 1, 2016, Ersta Skondal University College, Stockholm, Sweden.

〔図書〕(計 1 件)

Okada, A., Ishida, Y., and Yamauchi, N. (2018). In Prosperity Prepare for Adversity. In Manoharan, A.P., and McQuiston, J. (eds.). *Innovative Perspectives on Public Administration in the Digital Age* (Chapter 3, pp.42-64). Hershey, PA: IGI Global.

〔産業財産権〕

- 出願状況 (計 0 件)
- 取得状況 (計 0 件)

〔その他〕

日本ファンドレイジング協会主催「FRJ 2019 ファンドレイジング・日本 (2019 年 9 月)」にて行われるセッション「日本の寄付を科学する 2019」において、本研究の成果を NPO 実務家に向けて発表する。

6 . 研究組織

該当なし