

2024(令和6)年度

岡山県内の非営利団体における組織マネジメント
企業と NPO との連携に関する調査

～ 報告書 ～

2025(令和7)年 3 月 31 日

岡山県ボランティア・NPO 活動支援センター「ゆうあいセンター」

目次

ーはじめに	1
1. 調査の概要	
1-1. 調査について	4
1-2. 調査団体の属性	5
2. 調査からみた非営利組織における企業と NPO の連携について	
2-1. 現在の団体の状況	7
2-2. 企業との連携の有無	9
2-3. 企業との連携のきっかけと効果	11
2-4. 企業との連携の課題	14
2-5. 企業との連携への関心	15
2-6. 企業との連携に関する抵抗感	16
2-7. ゆうあいセンター等の中間支援に求められること	17
3. 調査結果からの考察	18
4. ゆうあいセンターが考える今後の支援	18
ーおわりに	19

はじめに

近年、社会の課題が多様化・複雑化しているなか、地域の課題解決に柔軟に取り組むボランティア団体や NPO 団体等の活動は、ますます重要となっている。しかし、「後継者不足」や「人材育成」などの組織マネジメントに関する課題を抱える団体も少なくない。

本センターでは、令和4・5年度に「世代交代」や「事業継承」をテーマに調査を実施し、団体内部でのリーダーシップや、人材育成のプロセスについて明らかにした。一方、リーダーが外部資源をどのように団体の活動に活かしているのか、特に企業とどのように連携・協働をしているのかについては未だ把握できていない。

以上のことから、今年度は、「企業と NPO との連携」をテーマに、登録団体が抱える課題やニーズを把握し、ゆうあいセンターとして今後どのような支援を行うか明らかにすることを目的にアンケート調査を実施した。

1. 調査の概要

1-1. 調査について

目的:岡山県内の活動している非営利組織の組織マネジメントについて要点整理をすることで、非営利組織の活動継続の一助にする。

調査主体:岡山県ボランティア・NPO 活動支援センター「ゆうあいセンター」

調査対象:2024年度ゆうあいセンター利用登録団体459団体

調査期間:2024年 11月1日～2024 年11月 30日

調査方法:ゆうあいセンター登録団体に調査票を郵送。調査票用紙への記入または WEBフォームへの入力にて回答を回収。

回答数:143 団体(回収率31.1%)

1-2. 調査団体の属性

回答団体の属性は、活動分野は「子ども」が最も多く「障害者」、「高齢者」の順にある。ゆうあいセンター登録団体全体と回答団体の属性は、近い傾向を確認した。また、参考として全国の特定非営利活動法人における活動分野数とも近いと考える。活動人数は「20-50人」が最も多く「6-10人」、「11-20人」と続き、法人格は、「任意団体」56%、「NPO法人」26%、「その他」18%となっている。

図1. 回答団体の活動分野(複数回答)

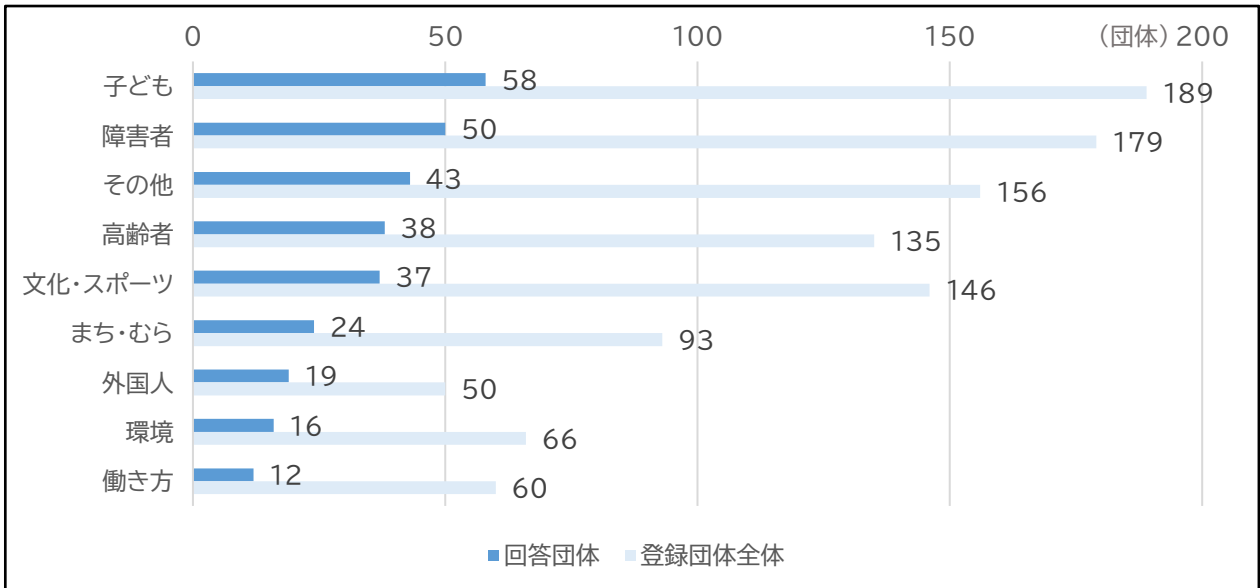
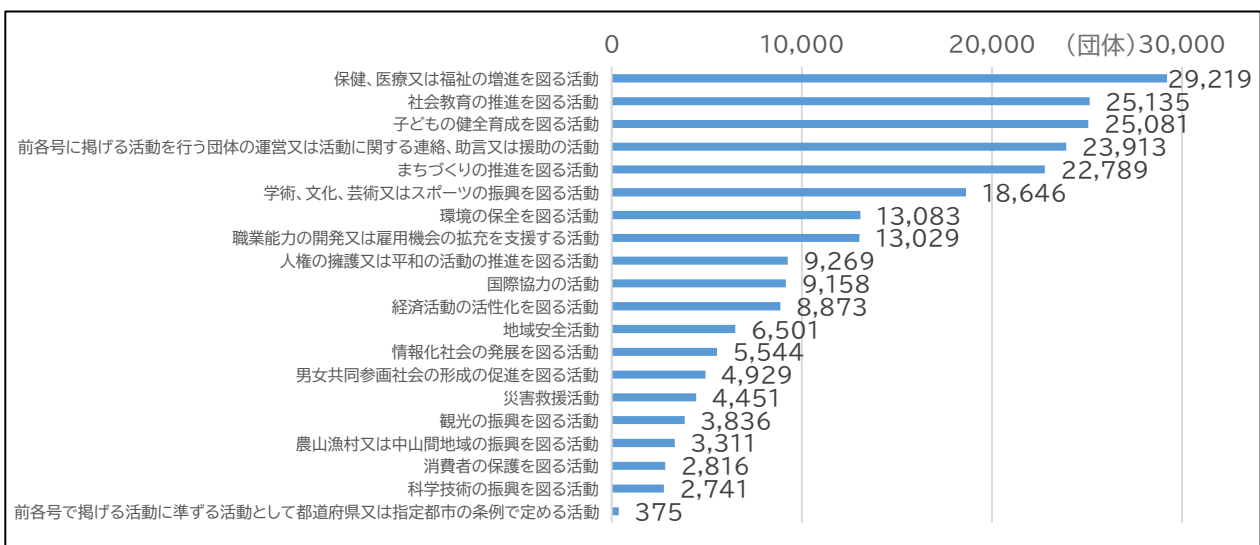


表1. 回答団体の活動分野(複数回答)

子ども	障害者	その他	高齢者	文化・スポーツ	まち・むら	外国人	環境	働き方
58	50	43	38	37	24	19	16	12

図2. 特定非営利活動法人の活動分野について(2024年09月30日現在)



(参考)全国における内閣府 NPO ホームページ: <https://www.npo-homepage.go.jp/about/toukei-info/ninshou-bunyabetsu>

図 3.回答団体の活動人数

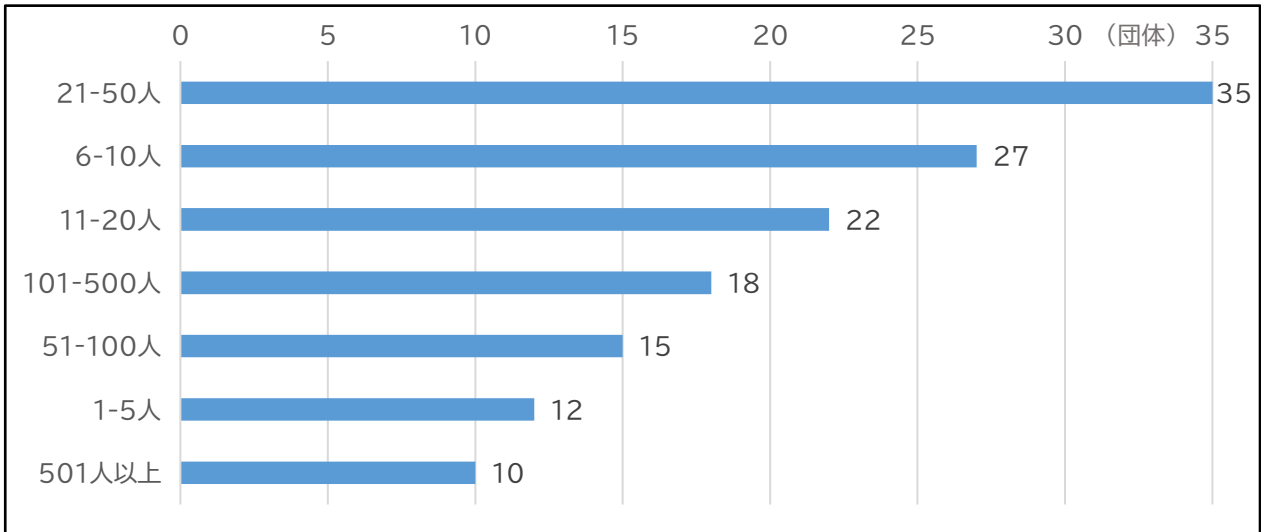


表 2.回答団体の活動人数

21-50人	6-10人	11-20人	101-500人	51-100人	1-5人	501人以上
35	27	22	18	15	12	10

図 4.回答団体の法人格

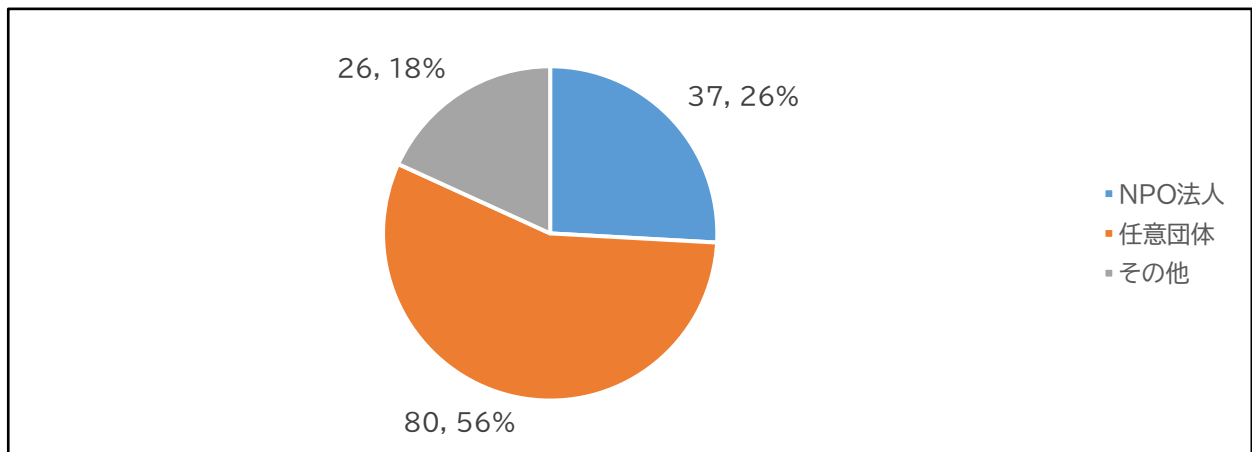


表 3.回答団体の法人格

NPO 法人	任意団体	その他
37	80	26

2. 登録団体から見た企業との連携について

2-1. 団体の現状

活動状況について団体自身の主観評価として74%は「非常に順調」「まあまあ順調」と回答し、企業との連携が「あり」の団体と「なし」の団体を比較すると「あり」の団体は16%順調であると考えられる。

団体の課題に関して「あり」の回答は61%あった。団体の課題として最も上がったのは、「会員になってくれる人がいない(又は集まらない)」、続いて、「ボランティアが集まらない(又は不足している)」、同数の3番目として「寄付金が集まらない」「広報誌やホームページ等での活動紹介が出来ていない」となっている。

図 5.現在の団体の活動状況

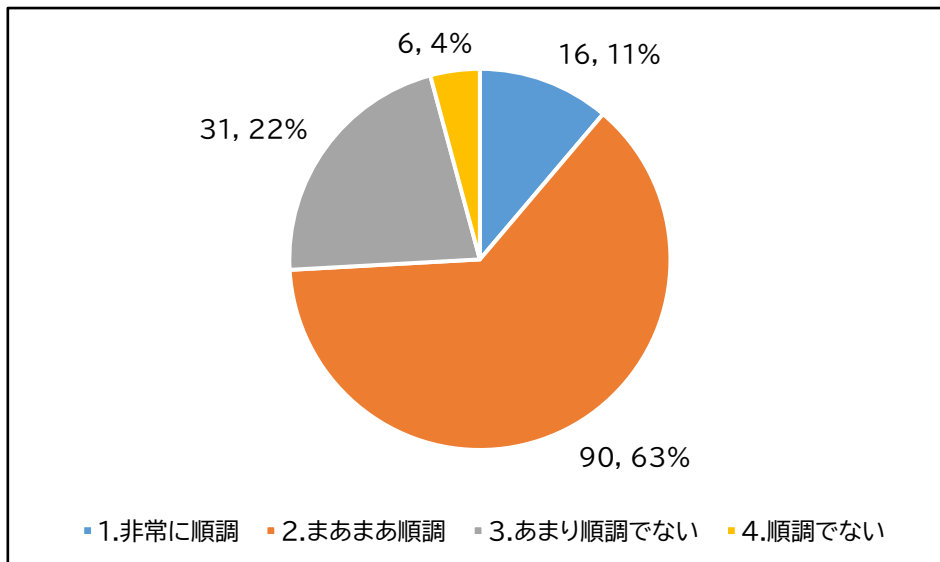


図 6.企業との連携活動状況

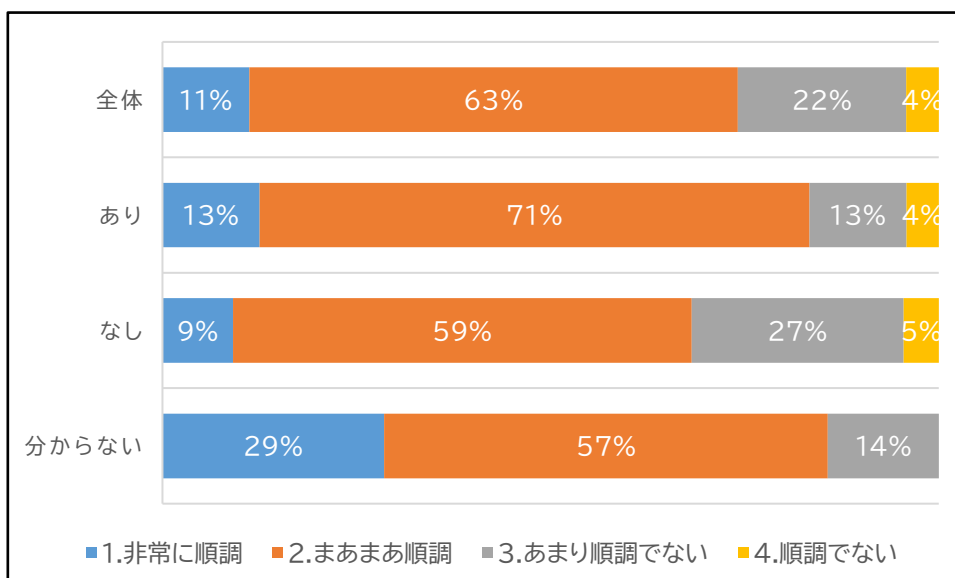
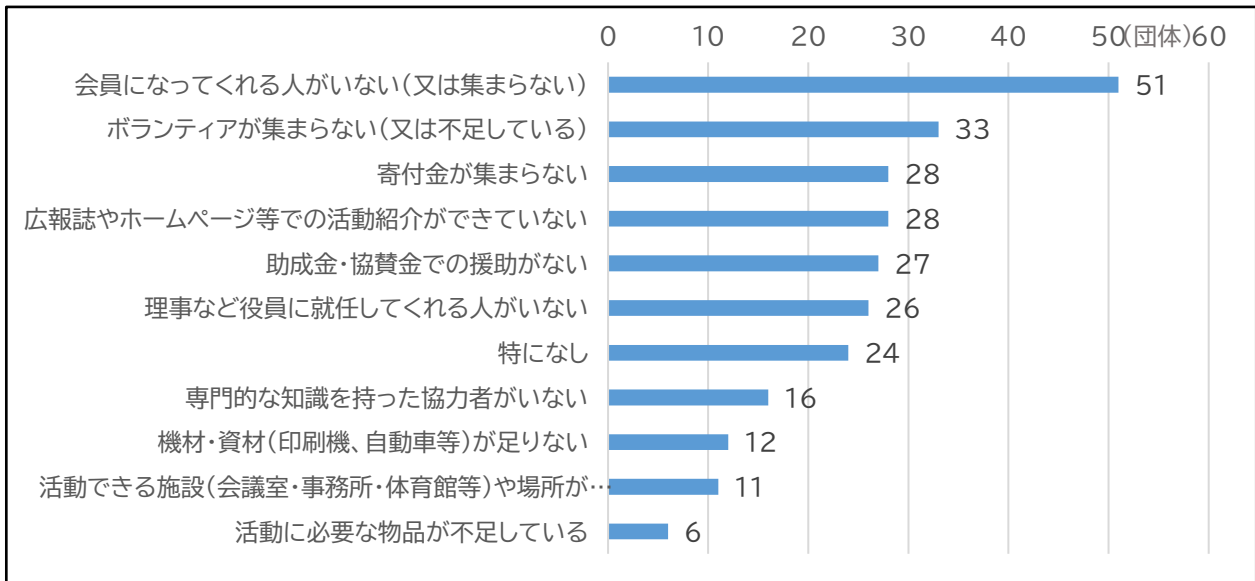


図 7. 団体の課題



2-2. 企業との連携の有無

企業との連携は「あり」34%、「なし」61%、「わからない」5%であった。法人格別では、「あり」と回答した NPO 法人は17, 任意団体は 18 であるが、割合として NPO 法人内の内訳は「あり」46%、「なし」49%、任意団体は「あり」23%、「なし」74%であり NPO 法人は、任意団体より企業と関わりを持ちやすい傾向にあると考える。「あり」と回答した中で具体的な企業名には SDGs や CSR 活動に取り組み発信している企業が多数見られた。

図 8. 今まで(または現在)企業との連携の有無

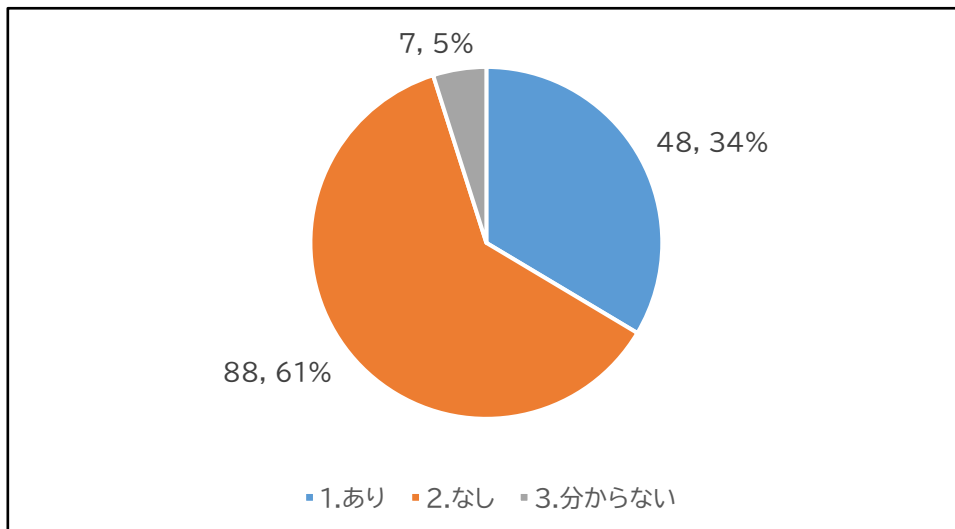


図 9. 法人格別の企業との連携の有無

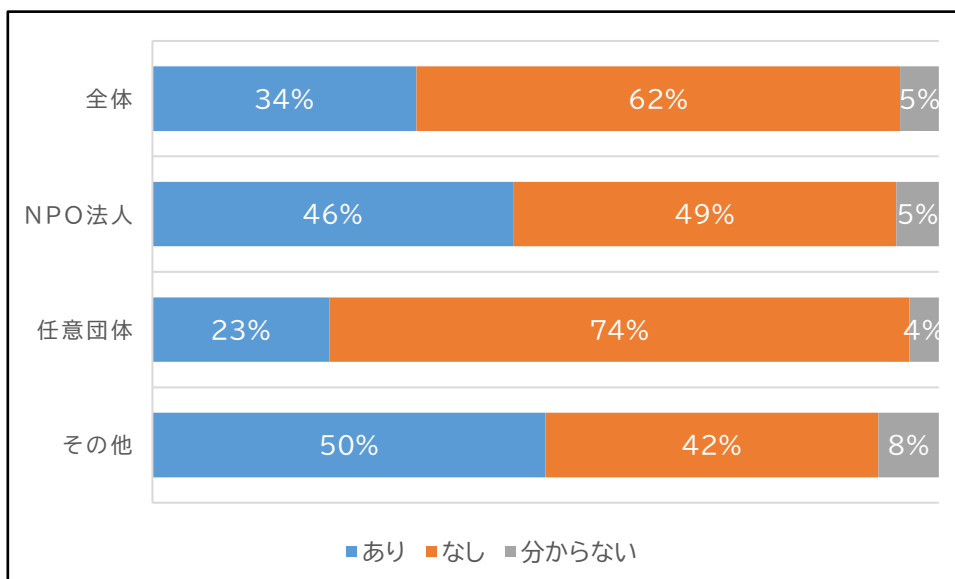


表 4.法人格別企業との連携の有無

	全体		NPO 法人		任意団体		その他	
全体	143		37		80		26	
あり	48	34%	17	46%	18	23%	13	50%
なし	88	62%	18	49%	59	74%	11	42%
分からない	7	5%	2	5%	3	4%	2	8%

図 10.活動人数別の企業との連携の有無

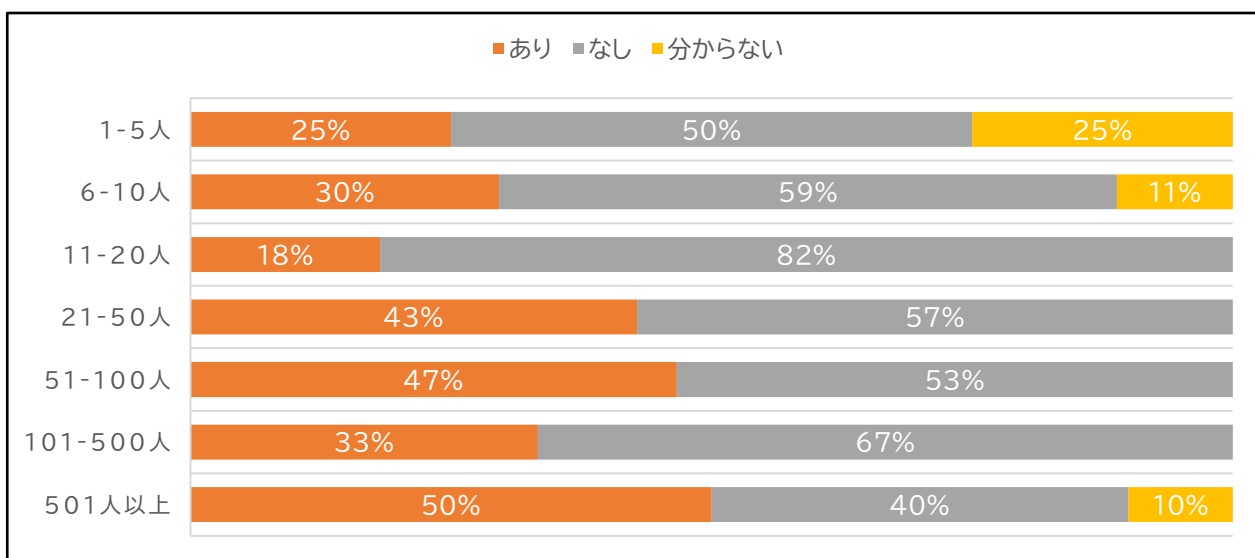
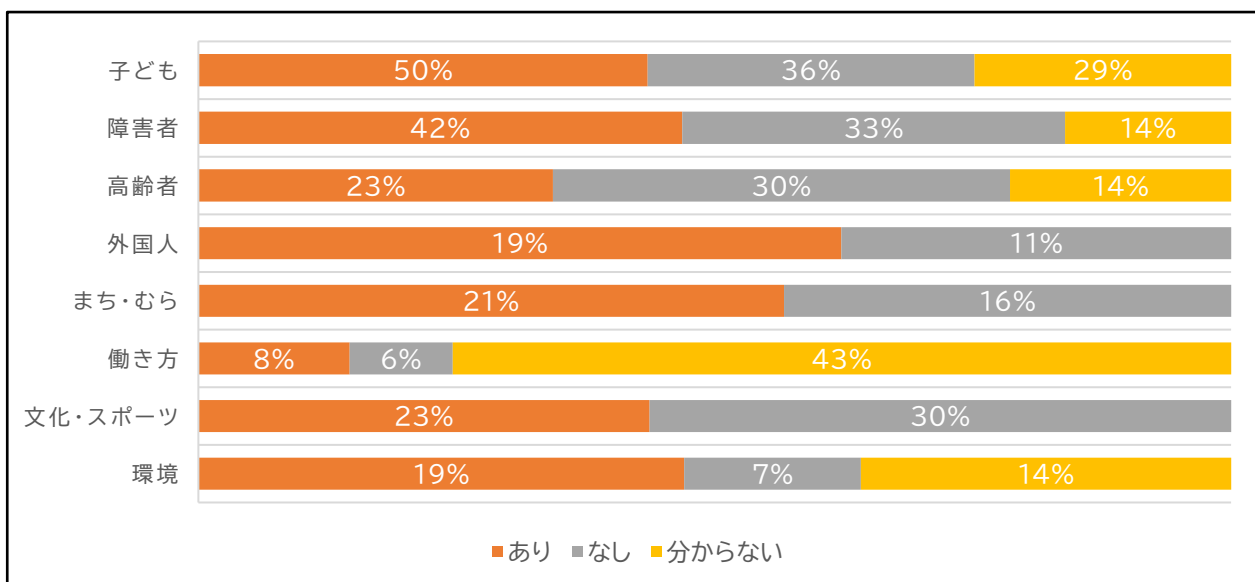


図 11.活動分野別の企業との連携の有無



2-3. 企業との連携のきっかけと効果

連携のきっかけは「貴団体から企業等に直接話をした」43%、「企業等から打診があった」46%と連携企業・団体同士の直接的なつながりの中から連携が生まれやすいといえる。企業との連携「ある」団体の関わり方として「助成金・協賛金での援助」が最も多く、続いて「物品の提供」、「寄付金の提供」と「カネ・モノ」の関わりが多かった。連携のきっかけとして「貴団体から企業等に直接話をした」と「企業等から打診があった」を比較すると団体から打診した場合は、ボランティアや企業会員による「ヒト」に関する連携が多い傾向にある。一方、企業からの打診の場合は、助成金や寄付金、広報誌やホームページによる活動発信、講師や専門家の派遣など「モノ・カネ・情報」に関する連携が多くあった。

図 12. 企業との連携したきっかけ

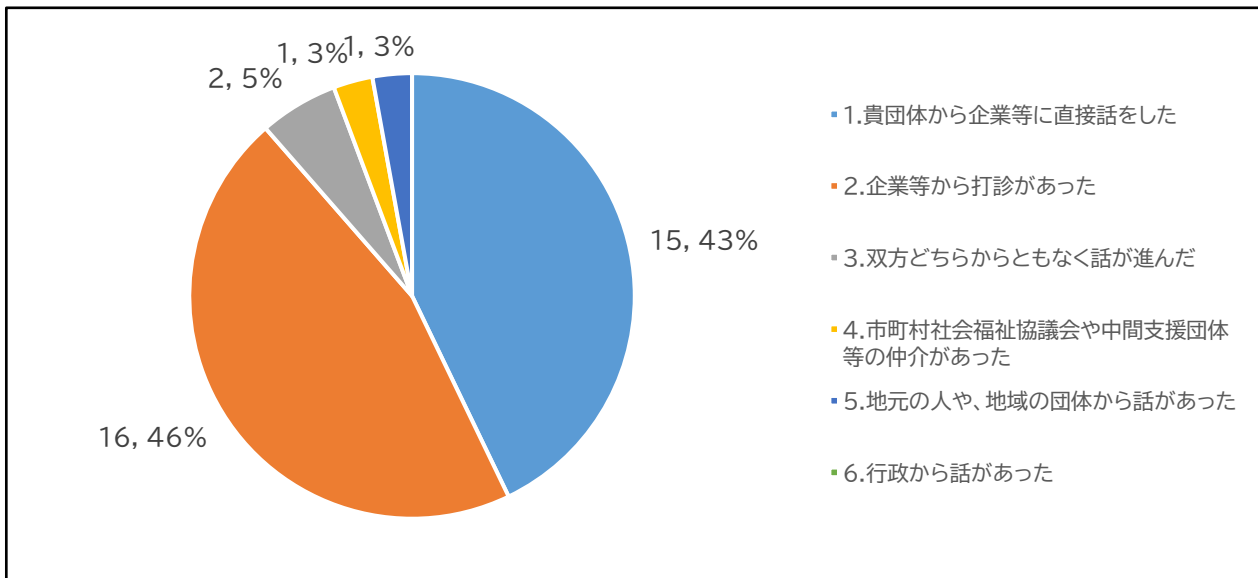


図 13. 企業との関わり方について

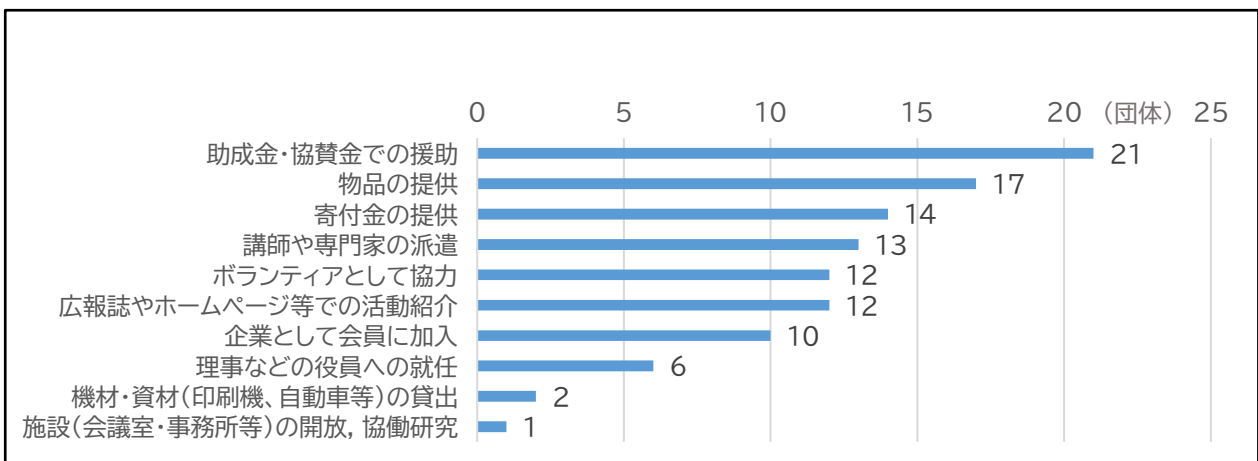


図 14. 団体からの打診と企業からの打診による取り組みの違い

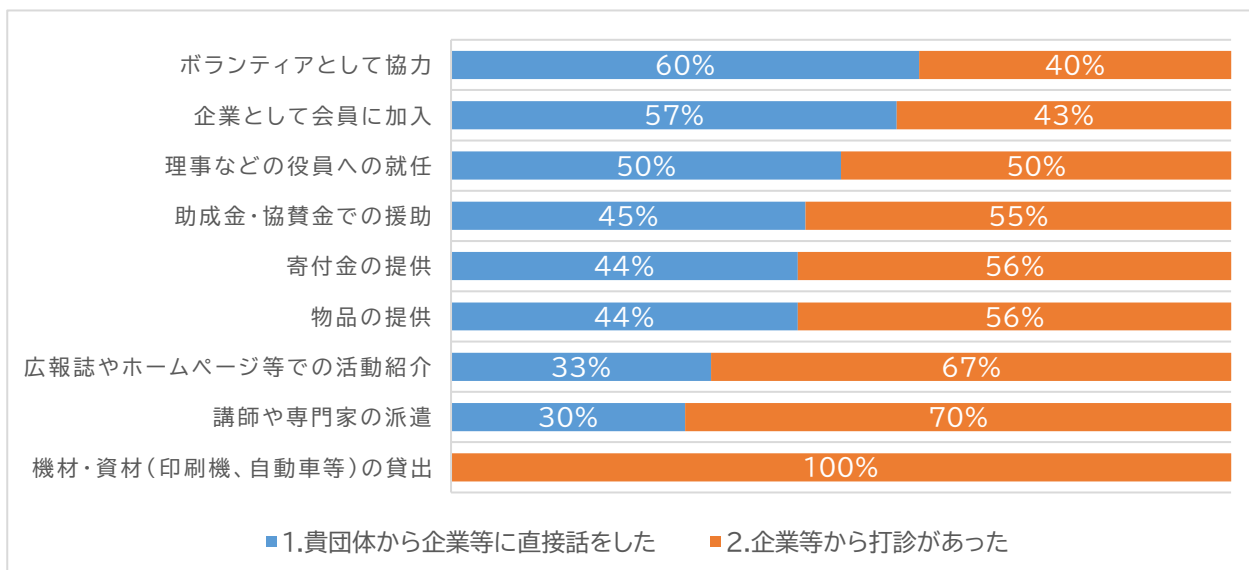


表 5. 団体からの打診と企業からの打診による取り組みの違い

	1.貴団体から企業等に直接話をした		2.企業等から打診があった	
	数	割合 (%)	数	割合 (%)
	15		16	
ボランティアとして協力	3	60%	2	40%
企業として会員に加入	4	57%	3	43%
理事などの役員への就任	1	50%	1	50%
助成金・協賛金での援助	5	45%	6	55%
寄付金の提供	4	44%	5	56%
物品の提供	4	44%	5	56%
広報誌やホームページ等での活動紹介	3	33%	6	67%
講師や専門家の派遣	3	30%	7	70%
施設(会議室・事務所等)の開放、協働研究	0	0%	0	0%
機材・資材(印刷機、自動車等)の貸出	0	0%	1	100%

表 6. 企業と連携してよかったこと・成果(自由記述)

1. 貴団体から企業等に直接話をした

物品の援助や講師の派遣などで、必要な物が入手できたり、専門的な知識を得られたりした。
補助金を得られた
団体の理念に共感いただいての協力であったので、相互に成果が上がった。また、専門学校生との協働で企業の期待感や満足度を上げることができつつある。
NPO 活動への支援をいただいた
多様な主体によるネットワークの形成につながった
研修会等での商品説明で会員相互のつながりが増した
団体の賛助会員として入会してくださる。会場の使用について相談ができる。
企業の名前が表に出ることでイベントに信頼性が生まれる
助成金を受けられた 交流会に参加できた
会費による収入増、専門的知識を活用した事業支援
就労体験先になり相談者の働く希望が見えた

マーケットの先端情報あるいは専門性の交換ができること
自組織だけでは実施できないイベントを開催できる
協賛金をもらえた。イベントに従業員の方が来てくれた。

2.企業等から打診があった

資材の購入
財源の一助となっている。
活動に関わらない多くの人に活動を知らせることができる、マンパワー確保
物品の援助や講師の派遣などで、必要な物が入手できたり、専門的な知識を得られたりした。
活動の啓発につながった
プロの話が聴けて良かった。
当法人のミッションや事業についての理解が広がり且つ深まった。
業務委託として、活動の対価を得ることができる
広報ができ、集客できたこと
会員の活動する場が出来た
イベント広告が非常にスムーズであった
従業員の方にも活動内容を知っていただき社会課題解決につなげるため寄付やボランティア参加など関りが生まれている。
相手が企業だからといって特別なことはないが、自治体や他の NPO からの依頼と同様、収入や実績が増える。
協賛金や協賛物品をいただけた
医学的な事や最新の医療情報の共有が出来、これからの医療福祉に寄与することができる
活動の紹介を頂きましたので、広報活動として成果はあったと思われます。
委託金収入があり、運営が行いやすかった。

2-4. 企業との連携の課題

企業と連携して難しかったことについて自由記述による回答を得た。コミュニケーションや継続性について課題に感じる記述が複数あった。自由記述のなかには、「特になし」との記載が 8 件と複数あったことは、連携が好印象であったことや効果の方が大きいのではないかと推測される。

表 7. 企業と連携して難しかったこと・課題について(自由記述)

1. 貴団体から企業等に直接話をした

こちらの意図を理解していただくための打ち合わせがうまく進まないことがあること。
担当者の変更が生じた時には理解されにくい
新しい協力企業の開拓。複数企業を同時に進行・管理する大変さ。
会員継続
長年にわたり、定期的に継続している活動への助成をいただける団体は限られている
今後、助成金をうけられるかどうか

2. 企業等から打診があった

企業主に理解されたとしても、現場の従業員に理解を得ることが難しかった。
こちらの意図を理解していただくための打ち合わせがうまく進まないことがあること。
かなり以前だったので、連絡方法が電話くらいしかなく、タイムラグが生じ大変だった。
行政の決まりや、グローバルの企業とのコミュニケーション、言語の壁
問題点ができたとき、対応のタイムラグが大きい。
従業員の方がボランティア参加する場合の活動内容(オンライン・リアル)をすり合わせる事。団体として人手が足りていない作業などを棚卸しておくこと。
相手が大きすぎて対応が難しかった。
継続性、同業他社とのバランス
単発になりがち、継続性がない
報告義務 成果物の提出
委託業務を遂行するための人員の確保及び運営体制の確立
スタッフの不足
市民への広報が行き届いてない
任意団体なので法人化すればより連携が進みそうではあるが、いまはメンバーが仕事や子育てで忙しく、団体を大きくしたいわけではないので、保留状態である。

2-5. 企業との連携への関心

「企業と連携したことがない(またはわからない)」と回答した団体には、関心度を質問した。「非常に関心がある・まあまあ関心がある」は46%、「関心がない・あまり関心がない」は54%であった。関心の有無は、団体の取り組み内容や状況により異なるが、団体が課題に感じていることが解決された場合の企業との関わりを検討したいかとの質問に対しては「大いに検討したい・検討してもよい」は、62%となるため連携への関心は好意的に変化する可能性がある。

図 15.企業との連携への関心

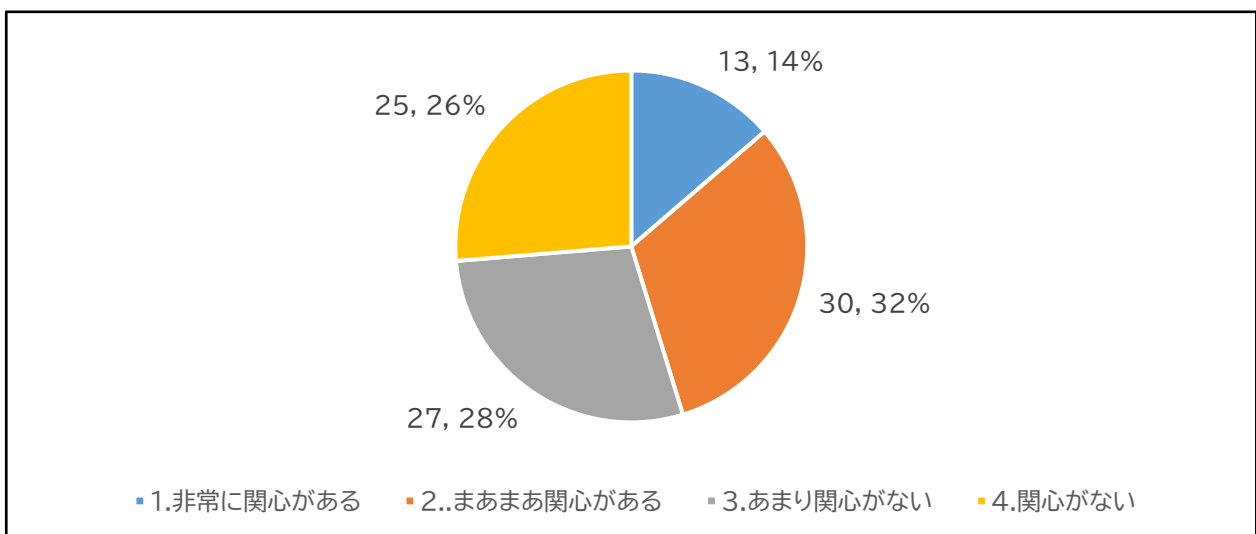
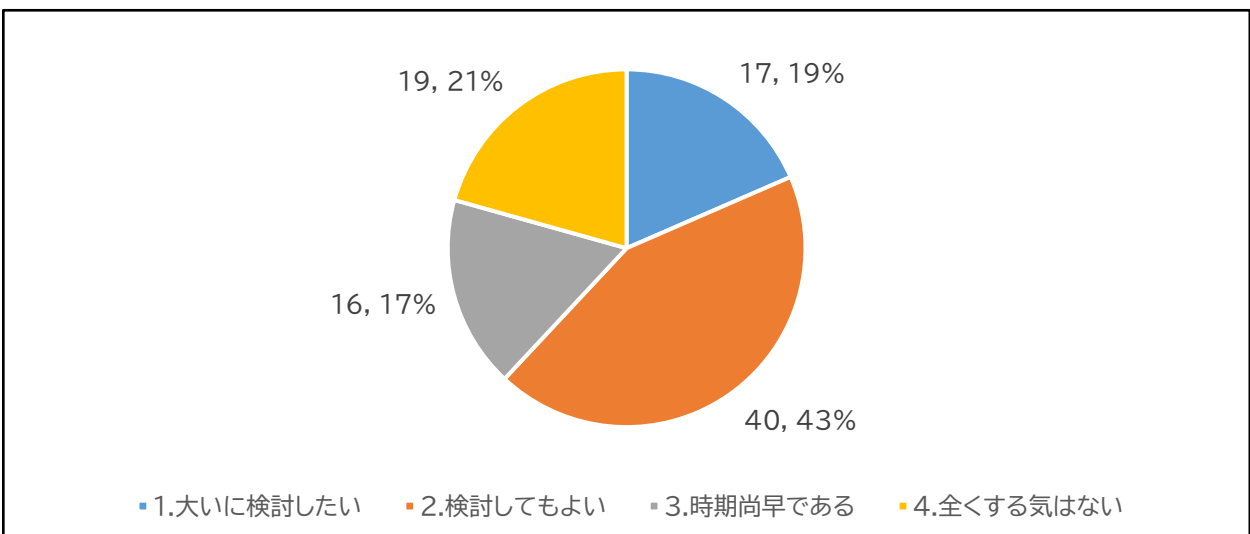


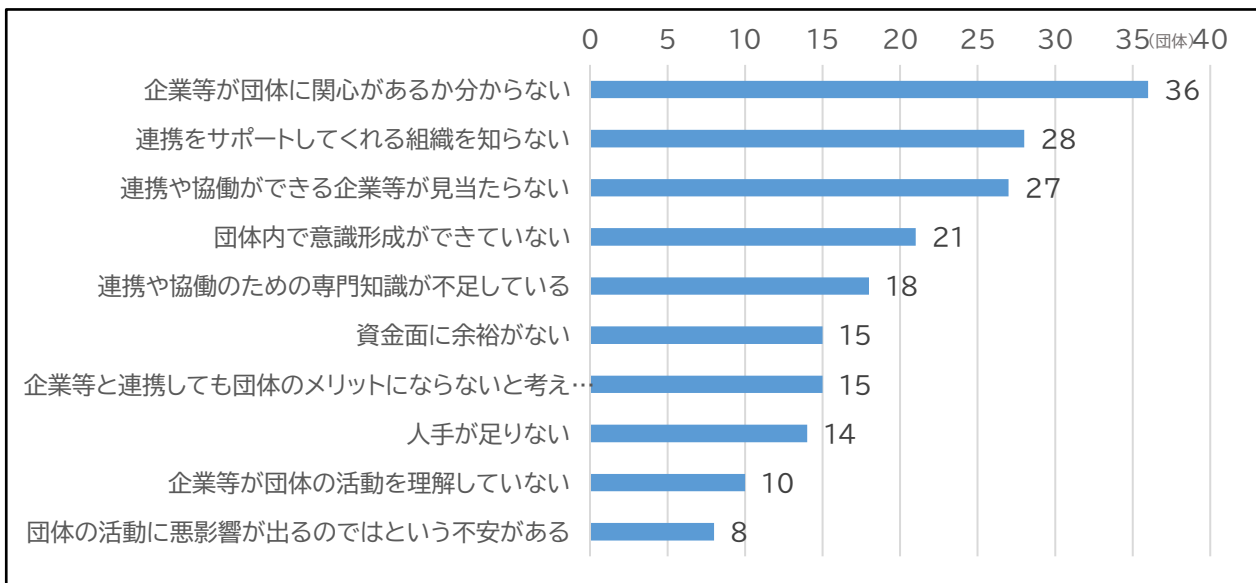
図 16.課題が解決されると企業との関わりを検討したいか



2-6. 企業との連携に関する抵抗感

企業との関わりを持っていないと回答団体の理由として「企業等が団体に関心があるか分からない」が最も多く、「連携サポートしてくれる組織を知らない」「連携や協働ができる企業等が見当たらない」との回答が続いた。「分からない」「知らない」との回答が上位にあり、団体としての団体における環境や物理的・技術的な状態に関わる要因ではなく、精神的や認知的な状態における心理的要因が高いと考えられる。

図17.企業との関わりを持っていない理由

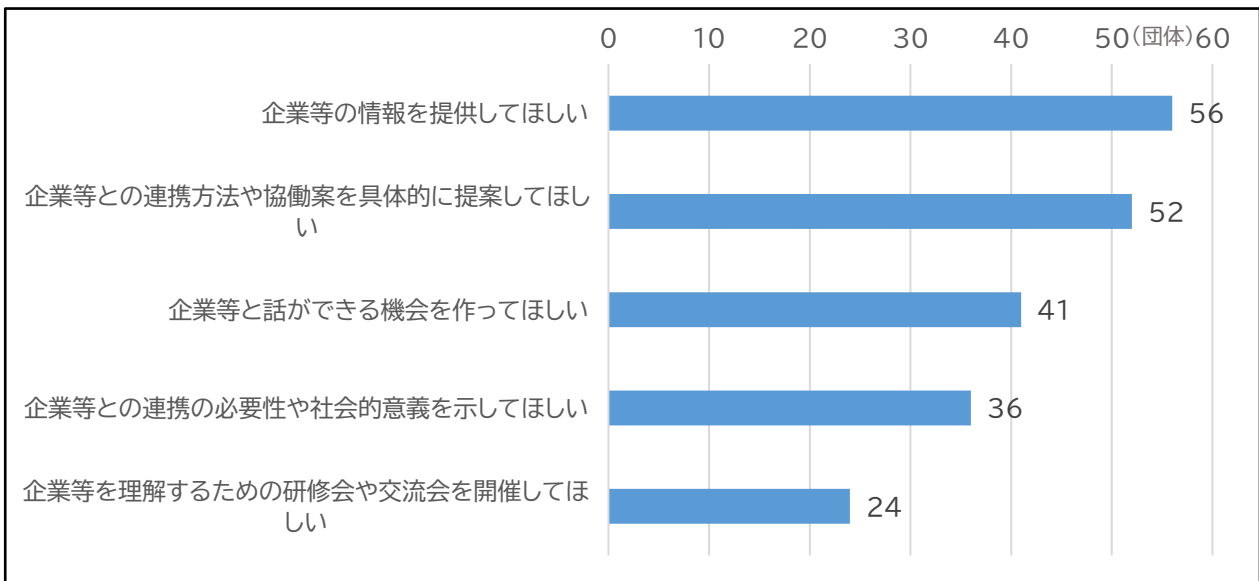


2-7. ゆうあいセンター等の中間支援に求められること

企業等との連携をサポートする機関に期待することに対して、「企業等の情報提供してほしい」は最も多く、続いて「企業等との連携方法や協働案を具体的に提案してほしい」「企業等と話ができる機会をつくってほしい」との回答があった。このことから、必要な情報が十分に無いため、企業との連携を十分に検討するにいたっていないことが明らかになった。換言すれば、NPO 同士で、企業に関する情報交換をしたり、連携方法について企業等と検討したりする場がほしいとのニーズが高く、中間支援団体に求められている役割だと言える。

また、連携を考える際には、団体と企業の共通言語を持つ必要がある。中間支援団体には、企業が NPO の取り組む個別事業・課題に直接関心を持つことができるような機会だけでなく、SDGs に関連する取組から、少しずつ互いの取り組みや関心の共通部分を理解できるような働きかけも必要と考える。

図 18. 企業等との連携をサポートする期間に期待すること(複数回答)



3. 調査結果からの考察

本調査を通じて、企業と連携したことのある NPO は、活動が順調な傾向にあり、連携について効果や成果があると感じていた。特に、NPO 法人格を持つ団体は、任意団体に比べ連携をしやすい傾向にあることが分かった。連携のきっかけは、NPO 又は企業からの直接的な打診によるものが多く、団体から打診した場合は「ヒト」に関する連携、企業からの打診の場合は「モノ・カネ・情報」に関する連携が多い傾向にあった。企業のもつ資源として「ヒト」より「モノ・カネ・情報」が関わりやすいことが考えられる。多様な効果や成果を感じている一方で、課題としてコミュニケーションや継続性が挙げられた。連携・協働する上でコミュニケーションが円滑であれば継続性にもつながるため、事業実施前に取り組みの目的や価値観の共有を十分に重ねることが重要になる。情報発信や場づくりを含めた取り組みによって、「知らない」「分からない」のような抵抗感を下げ、連携への関心を高めることが重要と考える。

4. ゆうあいセンターが今後考える支援

ゆうあいセンターは、SDGs・CSR 相談窓口を設置しており、相談員が SDGs・CSR に取り組む(又は取り組みたい)企業に相談や CSR レポートの制作助言や個人向けの SDGs 講座を実施している。又、館内の図書コーナーに、SDGs や CSR に関する書籍、情報誌、最新の県内・国内の CSR レポート等の配荷、「SOCIAL GOOD OKAYAMA!」による記事投稿により周知・啓発を図っている。さらに昨年度よりテーマを設けて実際に企業訪問するバスツアーにも取り組んでいる。

センターとしては、情報提供の媒体や相談窓口はあるため、より利用者・利用団体が活用しやすいものになるよう周知を高め、具体的な連携事例などを提供し、企業と連携したい団体をつなげていきたい。具体的な取り組みを知る機会として企業訪問の場を令和 6 年度実施したが、非営利活動に関わる世代交代を進める上で新たな担い手につながることも必要である。高校生などの次世代の参加も踏まえた取り組みをしていきたい。今後は、本調査を踏まえて団体と企業の連携している具体的な事例に関してヒアリングを次年度調査したいと考える。

おわりに

今回は、非営利団体組織マネジメントに関する企業と団体の連携について次世代のアンケート調査を行った。今回のアンケートで明らかになった企業と団体が連携をするための仕組みづくりを進めていくことで岡山県内の非営利組織が継続的な活動・組織運営に繋げていきたいと考える。支援を進める上で、ゆうあいセンター利用登録団体にアンケートしたことを元にまとめたため、個々の団体の特性に偏りを持つことは留意しつつ、本結果を活かしゆうあいセンターとして必要な支援を提供していきたい。

なお、本アンケート調査実施にあたり回答にご協力いただいたみなさまには、
この場を借りて、深く感謝申し上げます。

【参考資料】

- (1)愛知県(H23):「NPOと企業の協働事業調査票」
- (2)北九州市(H29):「企業とNPOとの協働事例とポイント解説」

NPOと企業の連携に関する上記の参考資料を元に本調査を実施した。企業とNPOの連携を促進する上で他調査から明らかになったことと本調査から明らかになったことは類似する点が多くあり、企業とNPOの連携の参考資料として併せて活用いただきたい。

岡山県内の非営利団体における組織マネジメント実態調査に係る 企業とNPOとの連携に関する調査報告書

編集・発行：岡山県ボランティア・NPO 活動支援センター「ゆうあいセンター」
岡山市北区南方2丁目 13-1 岡山県総合福祉・ボランティア・NPO 会館2階
発行日：2025(令和7)年3月31日

※ゆうあいセンターは、岡山県が設置、(社福)岡山県社会福祉協議会と
(特非)岡山 NPO センターが指定管理者として民間運営する施設です