

社会的事業を行う非営利・ 営利法人の実態調査レポート2025

Research on NPO and Social Purpose Organization 2025



目次

1 はじめに

ICHI COMMONSについて
本実態調査の実施背景について

2 調査準備

調査対象について
調査方法について

3 調査実施

調査協力依頼の送付数・回答数

4 実態調査結果 概要

5 実態調査結果

【Section 01】 基本情報について

要点 / 集計結果 / pick up! クロス集計

【Section 02】 組織・人材について

要点 / 集計結果 / pick up! クロス集計

【Section 03】 広報・事業報告書について

要点 / 集計結果 / pick up! クロス集計

【Section 04】 特定非営利活動法人の認定制度について

要点 / 集計結果 / pick up! クロス集計

【Section 05】 資金・財政・会員制度について

要点 / 集計結果 / pick up! クロス集計

【Section 06】 企業との連携について

要点 / 集計結果 / pick up! クロス集計

【Section 07】 今後の展望について

要点 / 集計結果

6 おわりに

ICHI COMMONSについて



ICHI COMMONSは、『社会課題の解決に取り組むすべての人や組織の共助共創を支える』というミッションのもと、社会課題解決を目的としたヒト・モノ・カネの循環を支える共助共創プラットフォーム『サステナNet』を、企業・自治体・社会的事業者（社会課題解決を担う非営利/営利法人・団体）の皆様に提供しております。

代表・伏見は創業前の経験から、組織やセクター間に存在する分断、社会課題解決に必要なリソースが効果的に循環していないことを課題に感じ、2020年1月にICHI COMMONSを創業。オンライン・オフラインでさまざまなソリューションを提供し『共助共創』によって、社会課題解決の取り組みの波及効果を最大化することを目指しています。

本実態調査の実施背景について



ICHI COMMONSの前身である一般社団法人C4では、2018年に『全国非営利組織実態調査』を実施しました。調査結果から、活動におけるコミュニケーションとパートナーシップの不足、活動の認知向上が大きな課題であることが明らかになり、セクターを超えたパートナーシップ機会の創出とエコシステムの実現をめざして、ICHI COMMONSを創業しました。

その後、初回調査を引き継ぐ形で『社会的事業を行う非営利・営利法人の実態調査レポート2023』を発行し、社会課題解決の中心的役割を担われている組織の現状と課題を分析しました。

この度の『社会的事業を行う非営利・営利法人の実態調査レポート2025』では、「社会課題解決を阻害するさまざまな課題を可視化し、セクター間の連携を促すアクションに繋げ、社会的インパクトの増大を図ること」を目的に、クロス集計や課題/効果の5段階評価などを取り入れたより深い分析を行っています。本調査結果が、内閣府をはじめとした公的機関、民間企業、業界団体、中間支援機関などのステークホルダーに広く共有され、社会課題解決をめざすセクター間の共助共創が促進されることを期待しております。

調査対象について



2024年末現在、日本にはおよそ50,000もの特定非営利活動法人が存在しますが、本調査では前回(2023年)と同様、営利・非営利に限らず、「地域社会の現場で社会課題解決の中心的役割を担う組織」を「社会的事業者」と定義しております。

上記定義に当てはまる調査対象団体を選出する上では、弊社「サステナNet」、「CANPAN FIELDS」(*1)、「休眠預金の資金分配団体・実行団体」(*2)の3つを参照元データベースとしました。

なお、「CANPAN FIELDS」については、2024年5月の選出時点で、最終更新3年以内であることを条件としています。

また、メールアドレス・問い合わせフォームのいずれも不明な団体は、ご依頼が困難であることから、調査対象外といたしました。

*1: [CANPAN FIELDS](#)

日本財団が提供する公益活動団体データベースであり、NPOなどの市民活動団体の情報発信支援、ファンドレイジング支援、団体情報データベースの提供、市民、NPO、企業、地域、行政など様々な団体がセクターを超えてつながる目的で運営。団体登録は各団体が主体的に行うものである。またデータベースの中で最も更新頻度が高い。

*2: [休眠預金の資金分配団体・実行団体](#)

一般財団法人 日本民間公益活動連携機構 (JANPIA) が運営する「休眠預金等活用」とは、2019年度から始まった「民間公益活動を促進するための休眠預金等に係る資金の活用に関する法律」(休眠預金等活用法)に基づき、2009年1月1日以降の取引から10年以上、その後の取引のない預金等(休眠預金等)を社会課題の解決や民間公益活動の促進のために活用する制度。選定団体には国民、ステークホルダーへの事業の透明性や説明責任、事業の成果(社会インパクト)などが求められている。

調査方法について



実施期間：2024年8月20日～10月20日

調査手法：インターネット上でのアンケート調査

調査内容：

1. 組織情報
2. 組織・人材について
3. 広報・年次報告書について
4. 特定非営利活動法人の認定制度について
5. 資金・財政・会員制度について
6. 企業との連携について
7. 今後の展望について

調査協力依頼の送付数・回答数

452

4237

調査対象となった4,237組織に対して、『回答フォーム』へのリンクを記載した調査のご依頼をメールまたは問い合わせフォームより送付しました。

受信を確認できた組織は4,187組織で、このうち回答があった組織は452団体、送付数に対する回答率は11%*でした。



※ 本レポートでは、小数点第一位を四捨五入して割合(%)を算出しております。

企業と連携して活動したことがある団体は

65% で過去最高

「企業と連携して活動したことがある」と回答した団体は、295団体で65%となり、初回（2018年）調査結果の約4割、前回(2023年)調査結果の約6割から増加し、過去最高となりました。

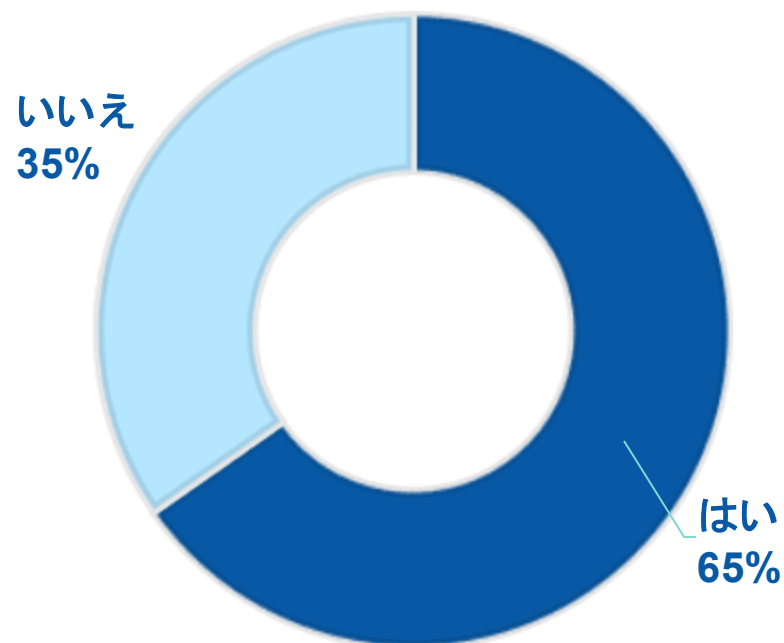
さらに、連携実績がない157団体においても、およそ半数が「連携に向け具体的に調整中」「連携先企業を募集中」「前向きに検討中」のいずれかを回答しており、社会課題の解決に向けたソーシャルセクターと企業間の協働は着実に進展していると考えられます。

企業との連携経験を有する割合は、団体の年間事業規模が大きいほど高くなる傾向が見られ、年間事業規模が100万円以下の団体で49%、1億円以上の団体では平均して84%となりました。連携企業数としては「1～5社」が62%で最多ですが、「31社以上」と答えた団体も11%に上りました。

また、企業との協働実績がない団体に連携を希望する理由を聞いた設問では、最多の68%が「法人寄付の増加につなげたい」と回答しており、「団体の認知度を高めたい」「団体の信頼度を高めたい」「社会的インパクトを増大させたい」も上位に挙げられました。

Q. これまでに、企業と連携して活動したことがありますか？

回答団体数：452



企業との協働による最も大きな効果は

「団体の信頼度の向上」 「団体の認知度の向上」
「社会的インパクトの増大」 が上位

企業との連携経験を有する団体に最も大きな効果を聞いた設問では、「団体の信頼度が高まった」(26%)、「団体の認知度が高まった」(24%)、「社会的インパクトが増大した」(16%)の3つが上位を占めました。これらの項目は、5段階評価(5:そう思う~1:そう思わない)においていずれも中央値が4と高く、多くの団体が企業との協働による効果を実感し評価していることがうかがえます。

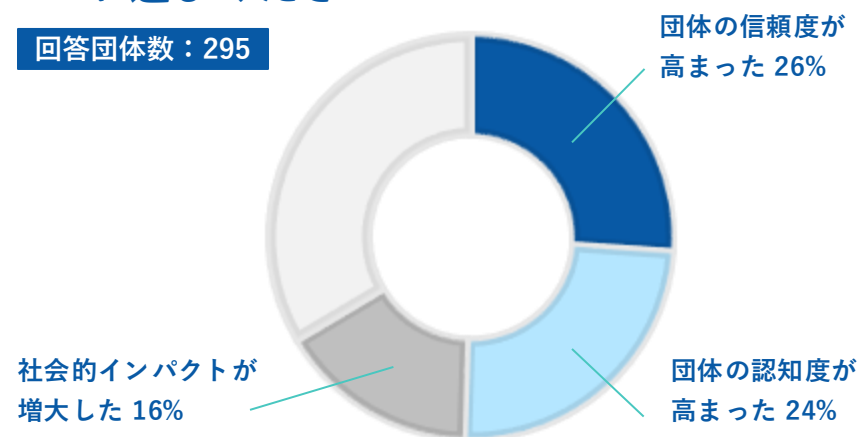
特に社会課題の解決促進という点においては、“企業の社員有志が以前よりも積極的に社会課題に関わるようになる効果があった”、“キャリア教育を提供できた子ども達の人数を増大させることができた”といった声がありました。

さらに、最も大きな効果として「組織内人材の責任感や運営意識の醸成につながった」を選択した団体も7%に上りました。“組織内人材にノウハウが蓄積され、運営意識が向上した”、“普段の活動に対する責任感がより生まれるようになった”といった具体的な回答が見られ、人材育成や組織運営といった面も含めた、企業との協働による多層的な効果が明らかになりました。

また、協働企業へのインパクトとしては、“自社の取り組みが社会にどのように貢献しているかについて、若手社員の方が学ぶ機会を提供できた”、“社員の方にボランティア活動や社内交流の場としても活用してもらい、会社を誇りに思う気持ちが生まれたという感想をいただいた”など、ソーシャルセクターとの協働が組織活性化や人材育成、従業員エンゲージメントに繋がった例が挙げられ、企業にとっての有益性についても示唆が得られました。

Q. 「最も効果大きい」と感じているものを、1つお選びください

回答団体数：295



企業との協働における課題感は

「継続的・持続的な連携を保つこと」が1位

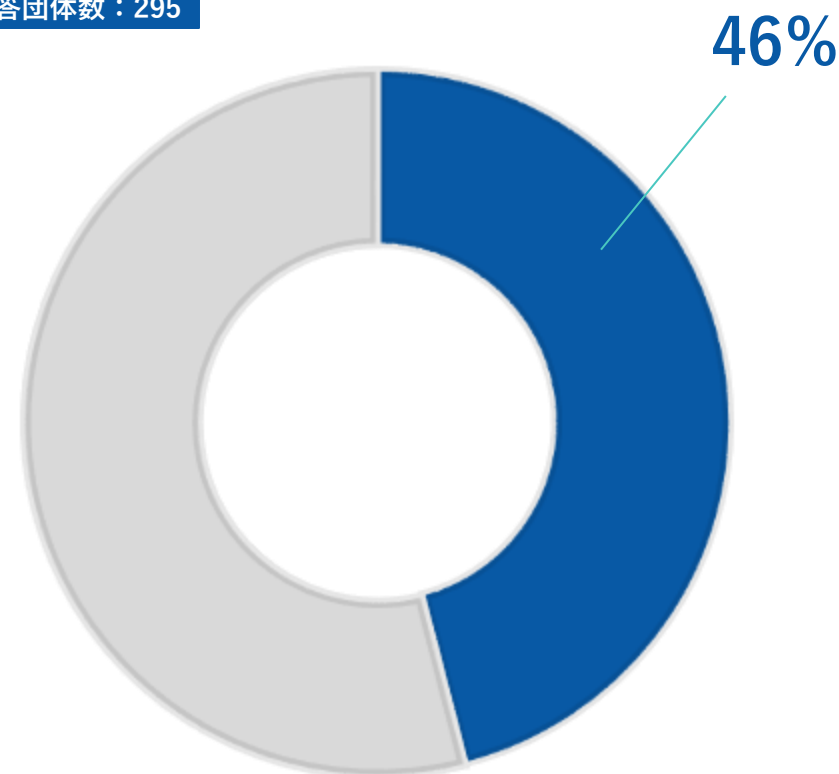
企業と連携している団体のうち、協働する上での課題感として当てはまるものをすべて選択する設問では、「継続的・持続的な連携を保つのが難しい」を選んだ団体が最も多く46%に上りました。このほか、「団体内に企業との連携を担当できる専門的な人材がない」「連携にかけられる時間が少ない」「連携にかけられる予算が少ない」が上位に挙げられましたが、「課題だと感じたことはあまりない」と答えた団体も2割ほどいました。

「企業との連携はあまり望んでいない」あるいは「よく分からない」とした69団体においては、その理由として、57%が「知識が十分ではなくどんな価値や効果が生まれるのかよく分からない」を挙げ、3割以上が「そもそも団体内で話し合ったことがない」と回答しました。セクター間の連携が着実に進んでいる一方で、協働プロセスや多層的な効果に関しては、まだ広く共有されていない現状が見受けられます。裏を返すと、協働経験のある企業・団体との交流会や勉強会など、事例や効果・ノウハウについて、整理したり学んだりできる機会が増えれば、さらに多くの社会的事業者/NPOが、企業との協働に関心を持つ可能性は十分あると換言できるでしょう。

企業と連携する上での課題感として

「継続的・持続的な連携を保つのが難しい」を選んだ団体の割合

回答団体数：295



取り組んでいるSDGsでは

「SDGs 3：すべての人に健康と福祉を」が

3割超で最多

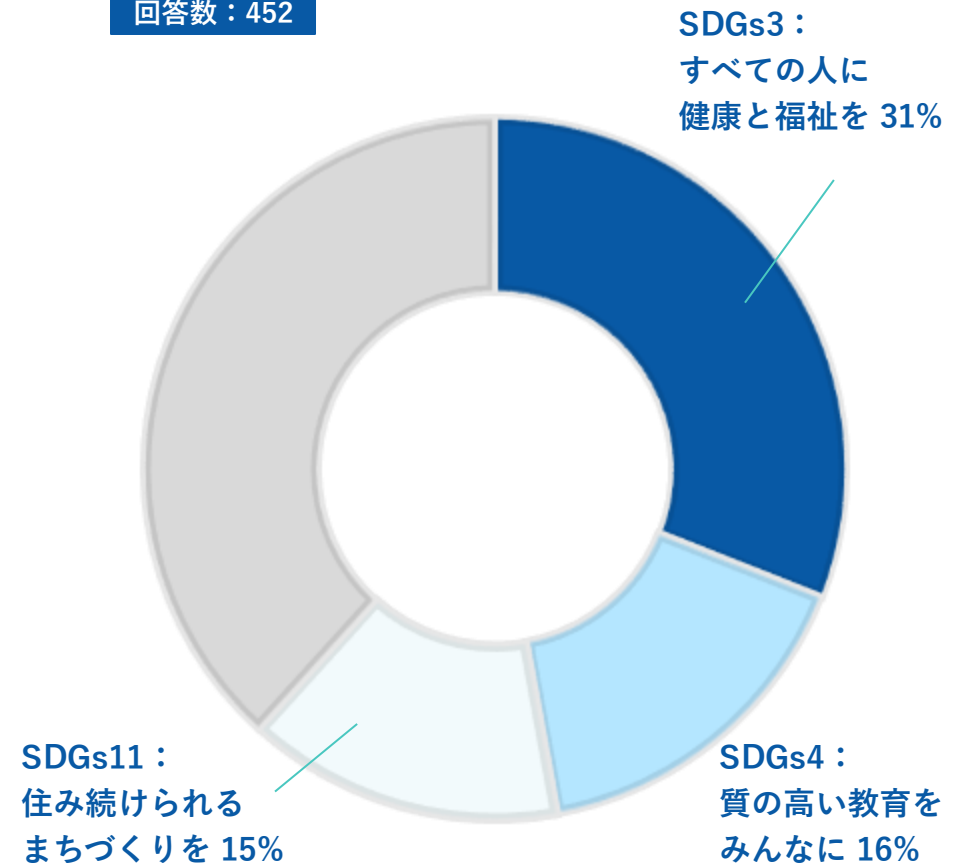
団体の活動の目的に最も合致するSDGsとしては、「3：すべての人に健康と福祉を」を選んだ団体が31%で最多となりました。これに「4：質の高い教育をみんなに」「11：住み続けられるまちづくりを」が続き、一部で順位の入れ替わりがあったものの、前回調査(2023年)結果と同じ3つのSDGsが上位に選ばれています。

団体として解決をめざす社会課題を最大3つ選ぶ設問では、回答数が多かった順に「多様な教育機会の拡充」「居場所/サードプレイス」「持続可能なまちづくり」となり、上位SDGsとの関連性が見られました。

一方、特に回答が少なかったSDGsは「2：飢餓をなくそう」「6：安全な水とトイレを」「7：エネルギーをみんなに」で、いずれも1%を下回りました。また、社会課題では「公共交通の維持」「社会インフラの老朽化」「エネルギー自給率」を選んだ団体が0または1団体に留まり、上位課題と下位課題の団体数差は最大で100と、大きなギャップが見受けられました。

Q. 団体の活動目的として最も合致するSDGsを1つお選びください

回答数：452



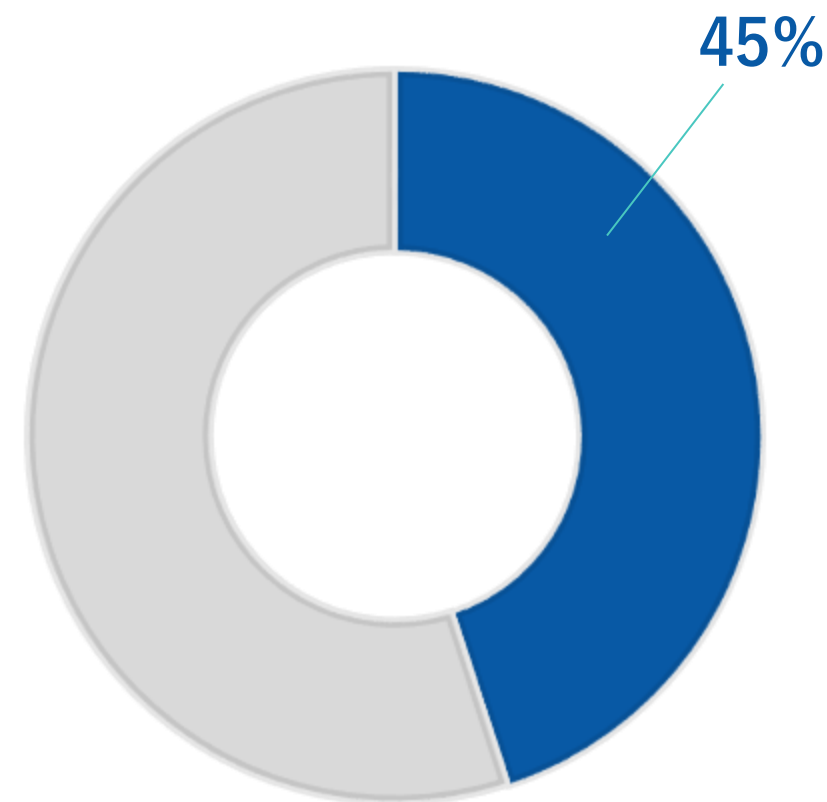
業務の主な担当者は全設問で「代表」が1位、 「時間・お金・人材」の不足が浮き彫りに

広報、年次報告書の制作、寄付、助成金業務の4つに関して、業務を主に担当している人を聞いた設問で、すべて「代表」が1位となり、
前回調査(2023年)結果と同様、組織の代表者が複数の業務を主として担っている現状が見受けられました。

また、回答団体の9割以上が取り組んでいる広報業務の課題として、「時間が少なくて困っている」「予算が少なくて困っている」「団体内に専門的な知識・技術を持っている人がおらず困っている」「年次報告書の制作にかけられる時間がなくて困っている」の4項目で、いずれも5段階評価の中央値が4と高く、課題感が見られました。広報に取り組むことができていない団体においても、その理由の上位に「時間的余裕がない」(76%)、「広報を担当できる人材がない」(57%)、「金銭的余裕がない」(43%)が挙げられています。ファンレイジング業務では、寄付を集めることができていない要因として、「寄付集めにかけられる時間が少ない」「寄付集めにかけられる予算が少ない」「団体内に専門的な人材がない」が上位の項目となり、同様の傾向が見られました。業務に取り組む上での課題感としては、総じて「時間・お金・人材」の3つの不足が浮き彫りになる結果となりました。

「広報を主に担当している人」として「代表」と回答した団体の割合

回答団体数：431



スタッフ、ボランティア、連携先企業の募集は 「直接的な繋がりを活用」が最多

採用や連携先企業の募集においては、団体が持つ直接的な繋がりをベースとした“自力”での方法に偏っている傾向が見られました。

回答団体のうち、新規有償スタッフ、ボランティア、連携先企業の募集を行っている団体にその方法についてたずねた設問では、最も多かったのが「代表や理事、スタッフなどの直接的な繋がりを活用している」で、それぞれ約8割の団体が回答しています。このほか「自団体の広報媒体を通じての募集」や「他団体・中間組織などからの紹介」を活用している団体が比較的多く見られました。

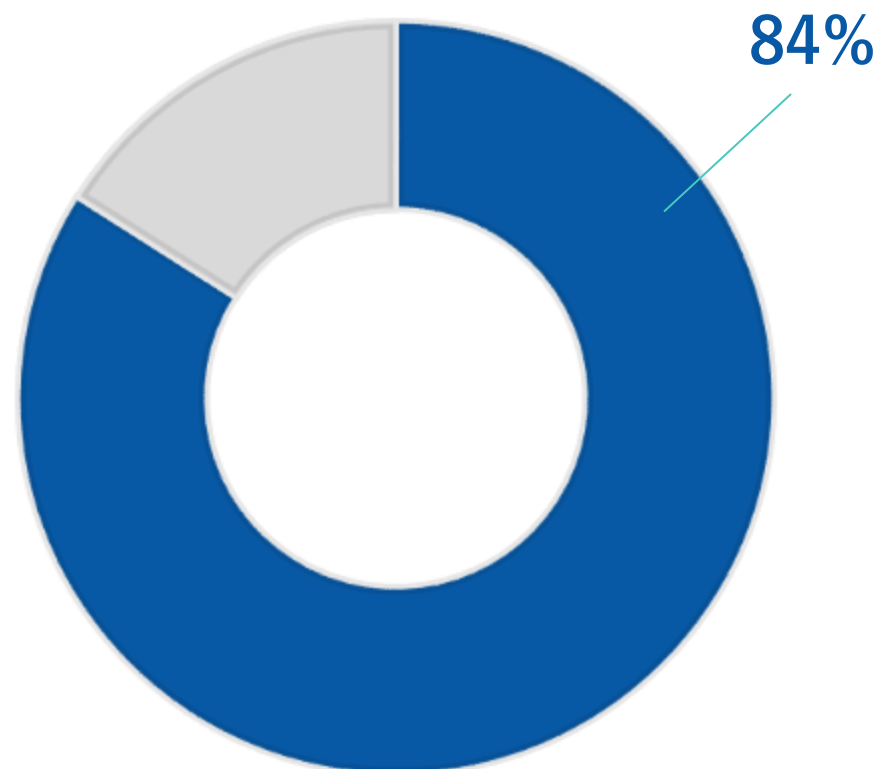
一方で「採用関連サービス」の活用は、新規有償スタッフ募集で約4割、ボランティア募集で約2割、「企業とのマッチングを支援するサービス」に至ってはわずか2%程度の活用にとどまっています。

繋がりがご縁を中心とした募集活動は、「共感」「信頼」「社会貢献」といったキーワードが大切にされているソーシャルセクターならではの特徴として捉えることもできますが、セクター外人材の流入を阻んでいる可能性があるとも言えそうです。

人材募集における課題感では、新規有償スタッフの採用において「応募数が少なくて困っている」と「採用予算が少なくて困っている」の2項目で、5段階評価が中央値4と最も高くなりました。

「連携先企業を募集するために活用している手段」で「直接的な繋がりを活用」と回答した団体の割合

回答団体数：295



NPO法人の認定取得による最も大きな効果は

「団体の信頼度が高まった」が43%で最多

今回調査から新たに追加された「NPO法人の認定認証制度に関するセクション」では、認定の取得状況や認証による効果などについてお聞きしました。

認定または特例認定を認証された経験がある団体は合わせて141団体で、全体の約3割に上りました。このうちの43%が認定取得による最も大きな効果として「団体の信頼度が高まった」を、13%が「団体内人材の責任感や運営意識の醸成に繋がった」を選び、いずれも5段階評価においても中央値が4と最も高くなっています。一方、「認定の取得をめざしていない」と回答した団体は116団体で、全体の25%を占め、「認定認証に向け準備を行っている」「前向きに検討している」を合わせた82団体を上回りました。取得をめざしていない理由としては「認定を取得することによるメリットや効果を感じない」(56%)が最多です。

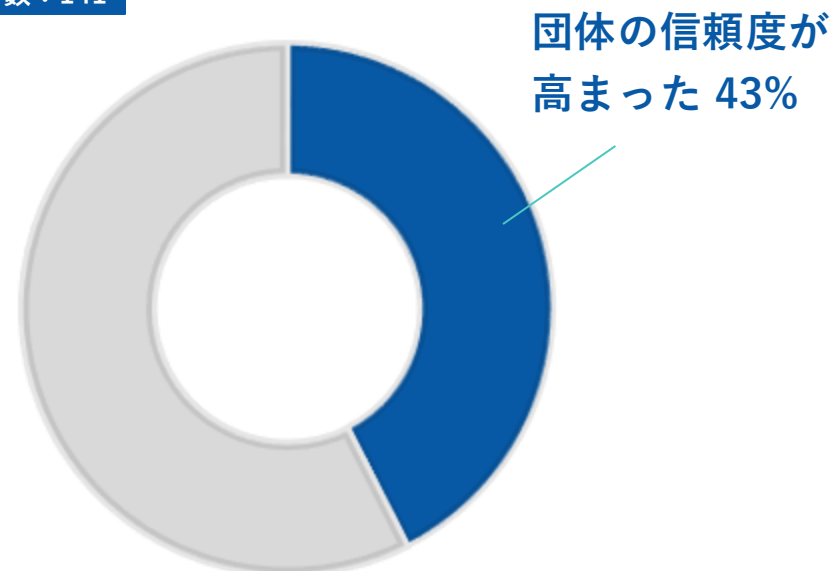
認定基準要件の達成困難度に関する5段階評価では、「パブリック・サポート・テスト (PST) に適合すること」と「運営組織および経理が適切であること」の2項目で中央値3、そのほかの項目は中央値2または1で、目立った課題感は見られませんでした。

しかしながら、申請手続き上の課題に関しては、“リモートワークやペーパーレス化を実施しているため、紙での書類整理や管理状

況の把握に苦労した”、“大量の書類を毎年紙ベースで出さないといけなかったことが大変だった”などの回答も、僅かながら見受けられました。今後は、申請手続きのデジタル化やペーパーレス化の対応が進むことで、こうした負荷が軽減されれば、より多くのNPOに認定認証制度の活用が広がる可能性があると言えます。

Q. 認定取得による効果のうち「最も効果大きい」と感じているものを1つお選びください

回答数：141



【Section 01】基本情報について

本セクションでは、法人格や本所所在地、事業規模など団体の基本情報についてお聞きしています。

また、活動の対象地域や活動目的に該当すると思われるSDGs、事業を通じて解決に取り組んでおられる社会課題についてもご回答いただきました。

要点

- 1) 法人格は割合の高い順に、「特定非営利活動法人」(52%)、「認定特定非営利活動法人」(26%)、「一般社団法人」(16%)で、いわゆるNPO法人が全体の約8割を占めた。
- 2) 全体の半数以上が2013年1月1日以降に設立された団体で、本所所在地では都市部を中心に延べ45都道府県から回答があり、上位3つは「東京」「神奈川」「大阪」である。都市部：地方*の割合は、おおよそ3：1となった。
- 3) 年間の事業規模では、100万円未満から5億円以上の団体まで幅広く回答があり、中央値は「1001～3000万円」(26%)で、割合としても最大となった。
- 4) 活動の目的として最も合致するSDGsでは、上位から順に「3:全ての人に健康と福祉を」(31%)、「4:質の高い教育をみんなに」(16%)、「11:住み続けられるまちづくりを」(15%)で、2023年調査と同じ3つのSDGsが選ばれた。下位は、「2:飢餓をゼロに」「7:エネルギーをみんなにそしてクリーンに」「6:安全な水とトイレを世界中に」で、それぞれ約1%となった。
- 5) 2024年8月時点で『サステナNet』に公開されている55個の社会課題から、団体として解決をめざす課題を最大3つ選ぶ設問では、「多様な教育機会の拡充」を選んだのが100団体と最も多く、続く「居場所/サードプレイス」「持続可能なまちづくり」と合わせて、前述の上位SDGsとの関連性が見られた。
- 6) 解決をめざす社会課題についての回答を、12テーマに分類して集計したところ、上位のテーマは「教育」(18%)、「平等と平和」(17%)、「コミュニティと社会関係資本」(12%)の3つとなった。
- 7) 「事業規模」と「本所所在地」(都市部：地方)とのクロス集計では、事業規模が「5億円以上」の団体は全て都市部に集中しており、分布に地域的な偏りが見られた。
- 8) 「団体の目的に最も合致したSDGs」と「本所所在地」(都市部：地方)とのクロス集計においても地域的な偏りが見られ、「SDGs 2・6・7・9」を選んだ団体はすべてが都市部に集中している。また、「SDGs 10・16」は都市部：地方が16：1となり、比率に大きな差が開いた。

*「都市部」と「地方」の定義については、p19をご参照ください

5. 実態調査結果

【Section 01】

基本情報について



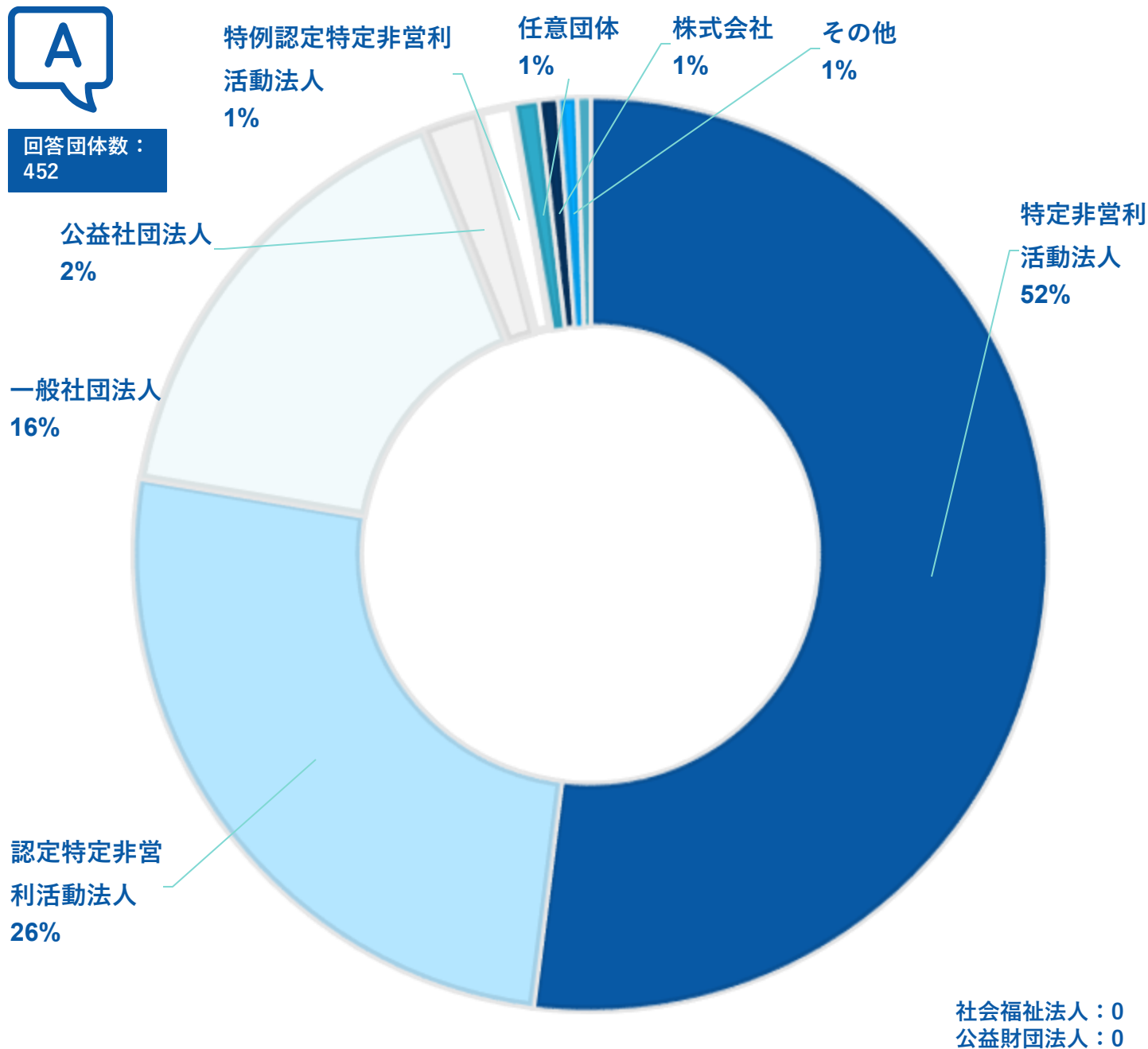
法人格

全回答のうち最も多かったのは「特定非営利活動法人」で、全体の約半数を占めた。これに「認定特定非営利法人」「一般社団法人」が続き、上位3つは前回調査と同じ結果となった。

また、「特例認定特定非営利活動法人」を含めると、全体の8割程度をいわゆるNPO法人が占めた。



回答団体数：
452



5. 実態調査結果

[Section 01]

基本情報について



設立年

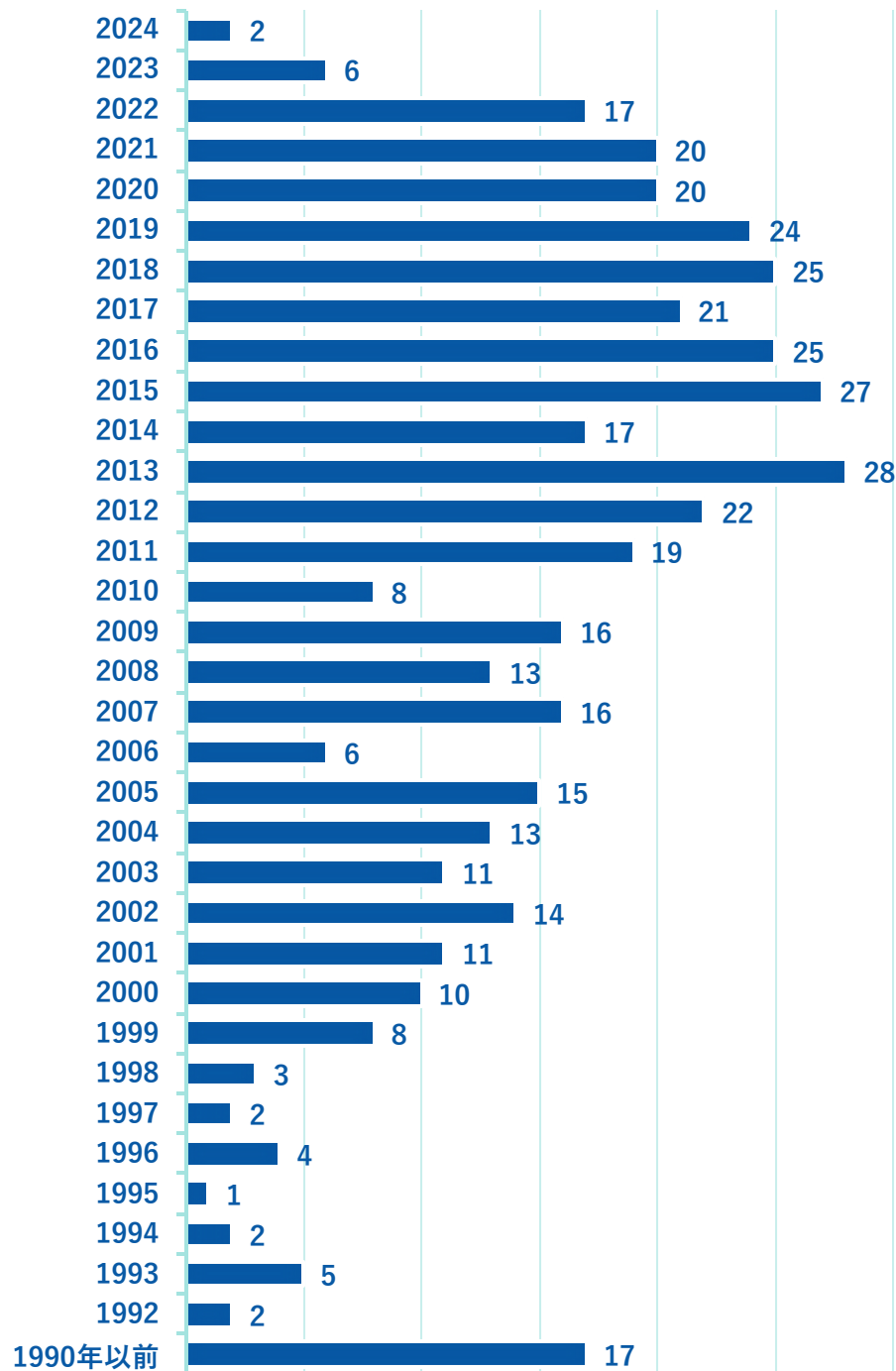
全回答のうち、設立年が最も古い団体は1886年、最も新しい団体は2024年となり、幅広い層の団体から回答があった。

このうち、2010年以降設立の団体は281団体と、全体の62%を占めた。



回答団体数：
452

無効回答：2



5. 実態調査結果

[Section 01]

基本情報について



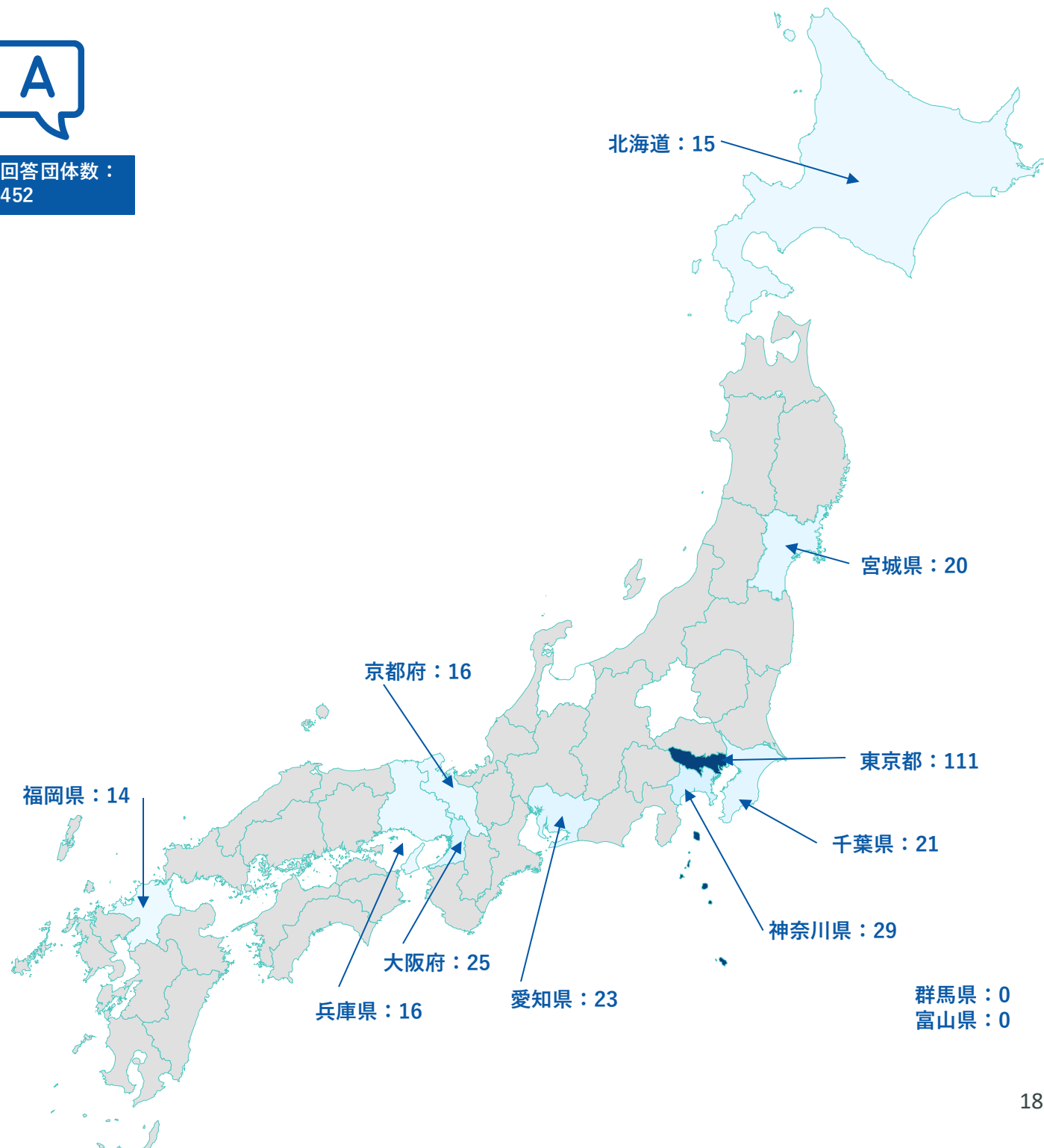
本所所在地 (都道府県)

本所所在地としては東京都の111団体が最多で、全体のおよそ4分の1を占めた。これに神奈川県、大阪府が続き、上位三地域は前回調査と同じ結果となった。

次いで4位の愛知県、5位の千葉県までをいわゆる大都市圏の地域が占めた。



回答団体数：
452



5. 実態調査結果

【Section 01】

基本情報について

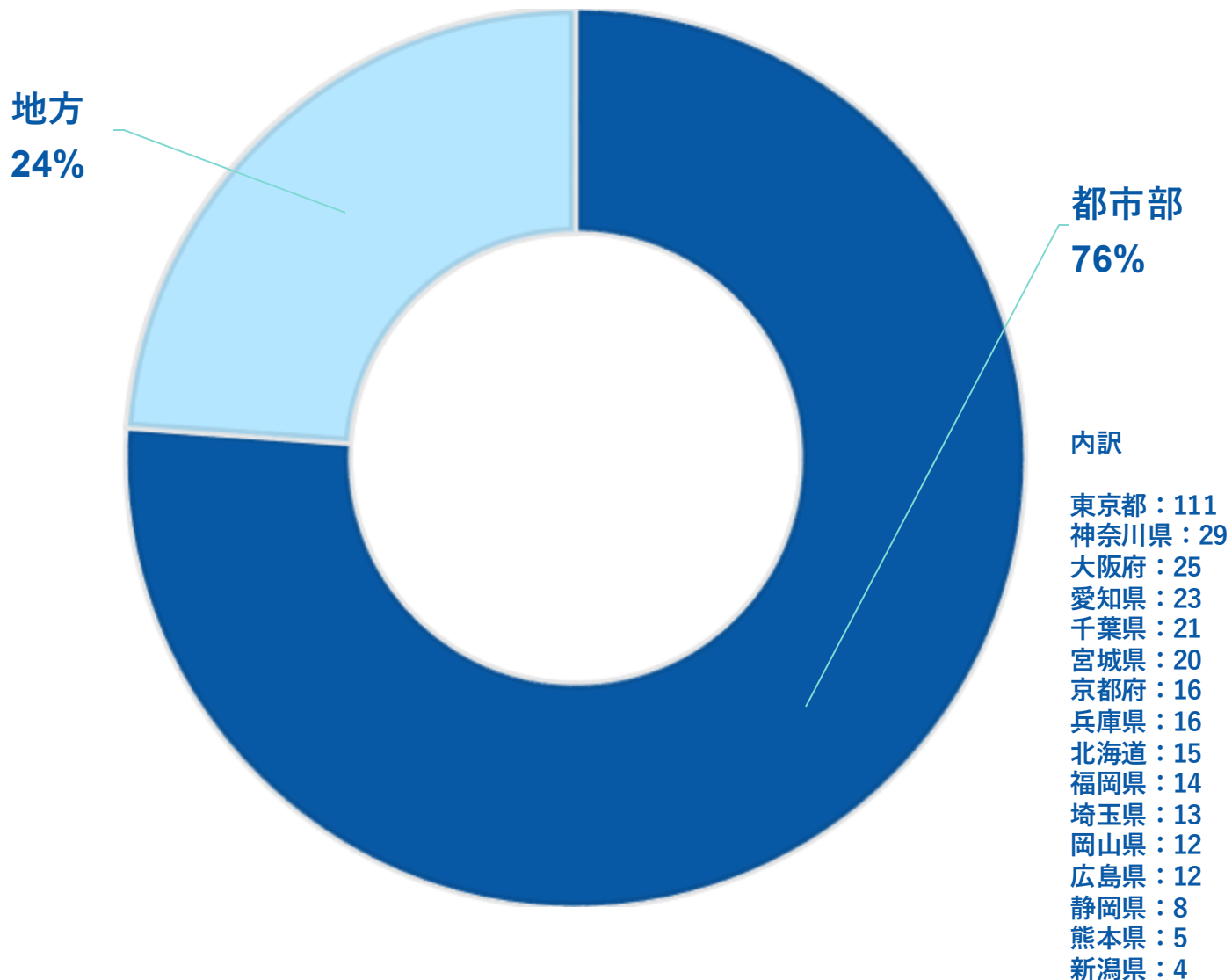


本所所在地 都市部：地方

前項の本所所在地をもとに、その地域分布を「都市部」と「地方」に分けて集計したところ、都市部：地方の割合はおよそ3：1となった。

なお、後述の各クロス集計において、本所所在地とほかの設問をクロスさせる際には、本項目の結果を用いて分析を行った。

「都市部」を「東京都」および「全国20の政令指定都市が含まれる道府県」の合計16都道府県、「地方」を「上記以外の県」の合計31県と定義し、本所所在地の都道府県をもとに割合を算出。



5. 実態調査結果

【Section 01】

基本情報について



活動の 対象地域

活動の対象地域としては、「全国」および「全国・海外」を選んだ団体が149団体で最多となり、全体の約3割を占めた。

特定の都道府県を対象としている団体の中では、「東京都」が最多で18団体となった。

一方、石川県、富山県、群馬県を対象地域とする団体は、いずれも0団体である。



回答団体数：
452



栃木県：2
青森県：2
岐阜県：2
鹿児島県：2

山形県：1
福井県：1
山梨県：1
奈良県：1
徳島県：1
香川県：1
愛媛県：1
高知県：1
鳥取県：1
山口県：1
長崎県：1
大分県：1
宮崎県：1

石川県：0
富山県：0
群馬県：0

5. 実態調査結果

【Section 01】

基本情報について



事業規模

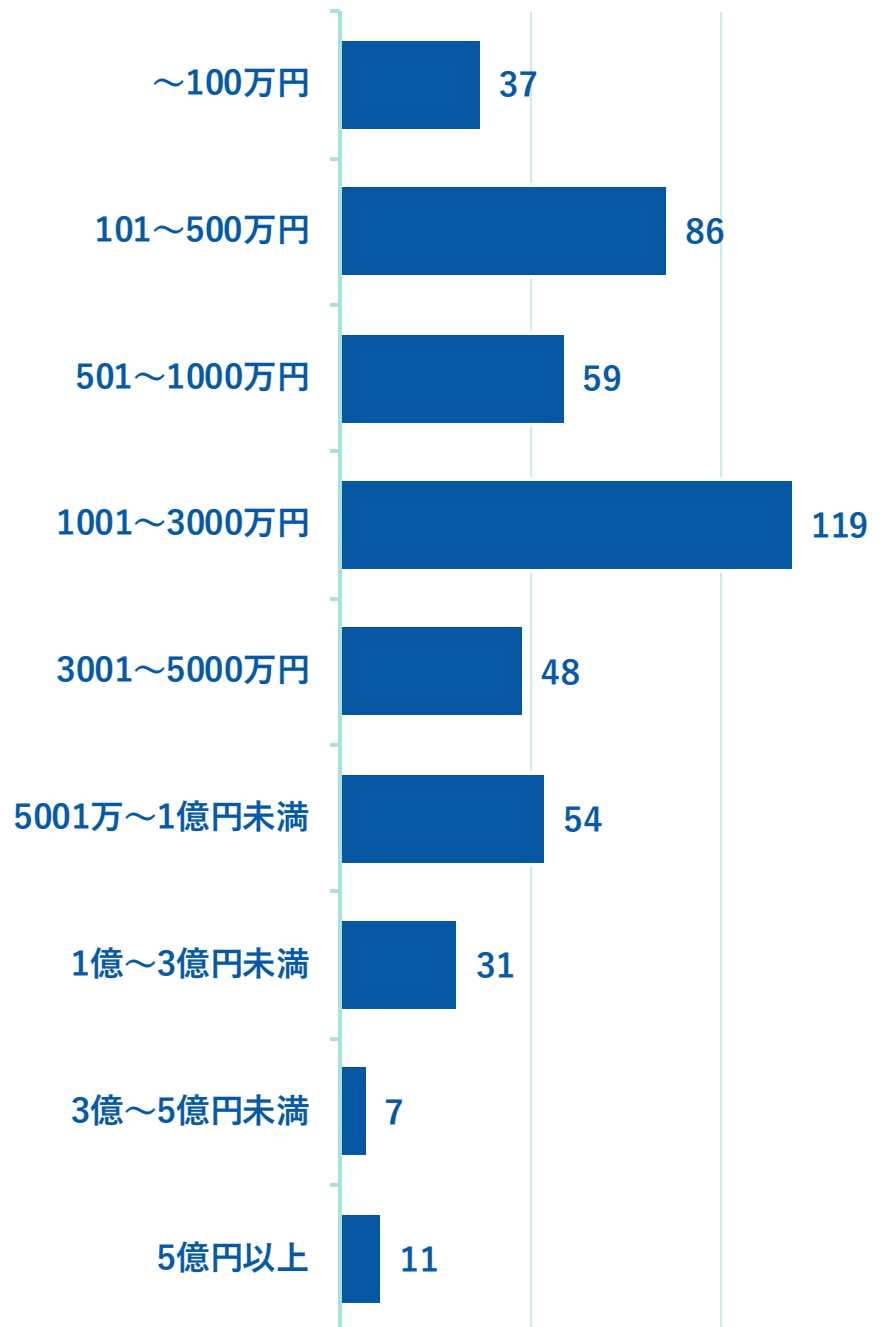
調査前年（2023年）における
年間事業規模は、

「1001~3000万円」と回答し
た団体が119団体（26%）で最
も多かった。

また、年間事業規模が「1億円
以上」と回答したのは合わせ
て49団体で、全体の1割以上を
占めた。



回答団体数：
452



5. 実態調査結果

【Section 01】

基本情報について



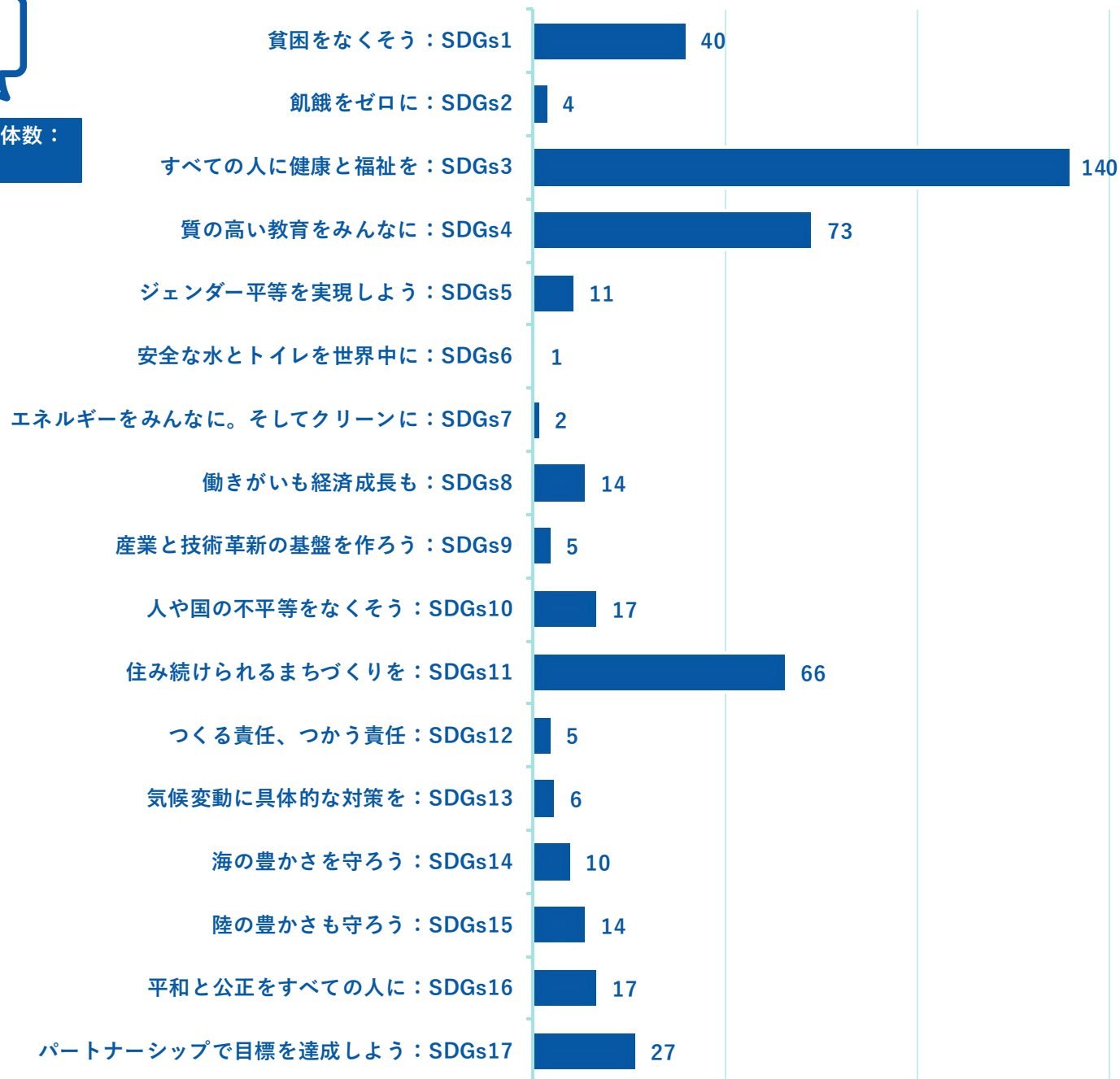
団体の活動目的として最も合致するSDGsを1つお選びください

上位3つは順に、「SDGs 3」「SDGs 4」「SDGs 11」で、前回調査(2023年)結果と2位と3位が入れ替わったものの、同じものが選ばれた。

一方、特に回答が少なかったのは「SDGs 6」「SDGs 7」「SDGs 2」であった。



回答団体数：
452



5. 実態調査結果

【Section 01】

基本情報について



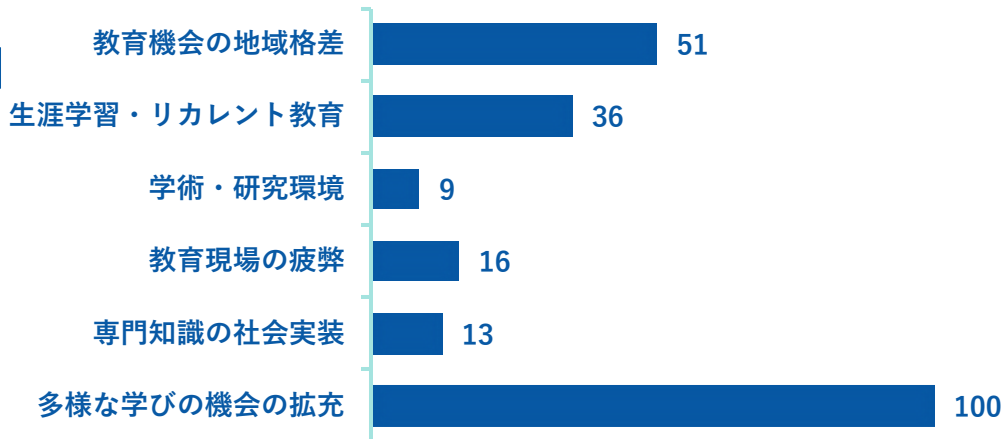
活動を通じて解決をめざす社会課題を、次のうちから3つまでお選びください

本設問は、調査実施時点で、サステナNetに公開されている12テーマ・全55種の社会課題（各テーマ4～6種）から、解決をめざす課題を最大で3つ選んでいただいた。
テーマとしては『教育』が最多となり、社会課題では、「多様な学びの機会の拡充」が100団体で全体の1位、「持続可能なまちづくり」が89団体で、3位となった。



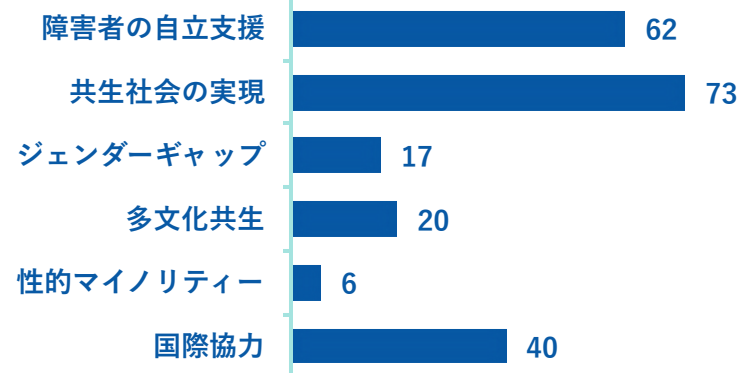
教育

回答数：225



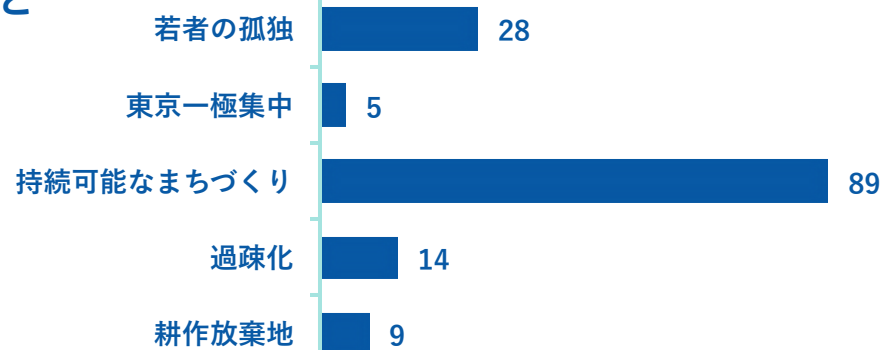
平等と平和

回答数：218



コミュニティと社会関係資本

回答数：145



5. 実態調査結果

[Section 01]

基本情報について



活動を通じて解決をめざす社会課題を、次のうちから3つまでお選びください

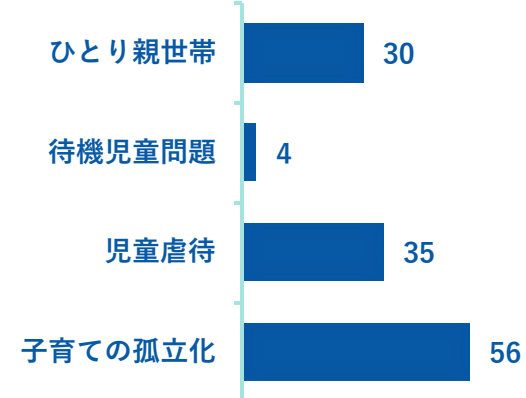
『健康とWELLBEING』のテーマに含まれる「居場所/サードプレイス」は94団体が選択し、社会課題全体で2位の多さとなった。

また、『家族と子育て』においては「子育ての孤立化」、『貧困と格差』においては「子どもの貧困」が、それぞれテーマ内での社会課題として最多となっている。



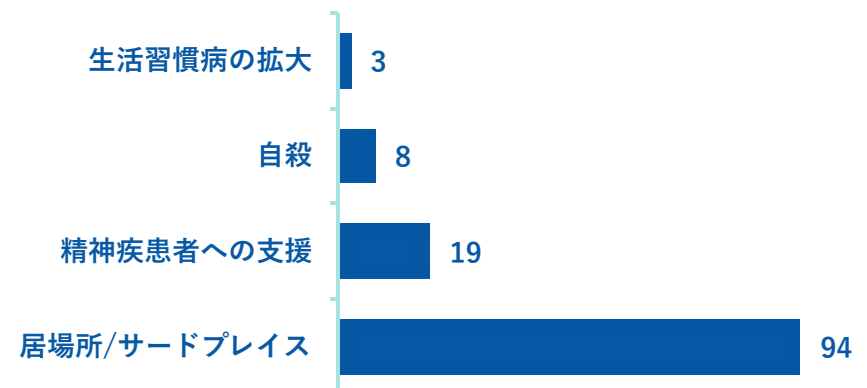
家族と子育て

回答数：125



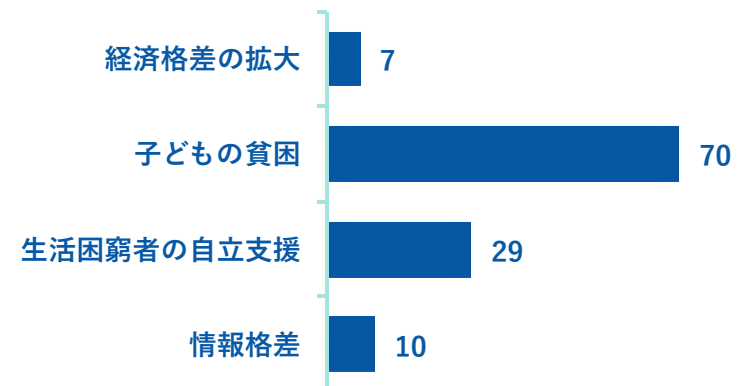
健康とWELLBEING

回答数：124



貧困と格差

回答数：116



5. 実態調査結果

[Section 01]

基本情報について



活動を通じて解決をめざす社会課題を、次のうちから3つまでお選びください

『自然環境と生態系』では、「自然資源の持続的利活用」が28団体で最も多かった。

また、『介護と福祉』では「医療・介護福祉の偏在」、『文化・芸術・スポーツ』においては「文化芸術の支援」が最多となった。



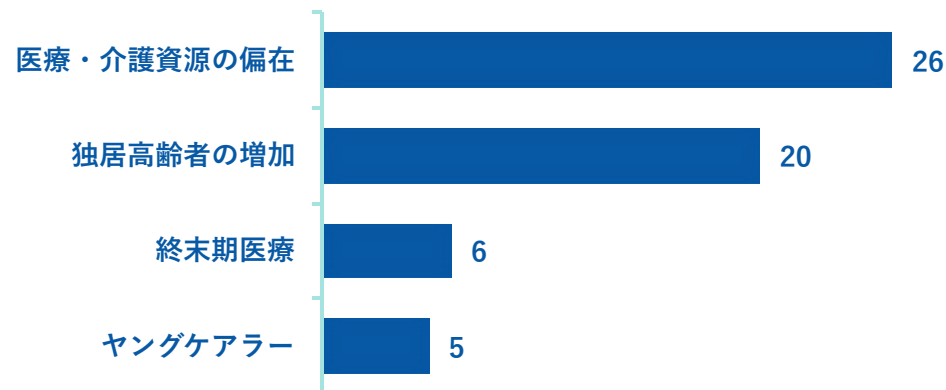
自然環境と生態系

回答数：83



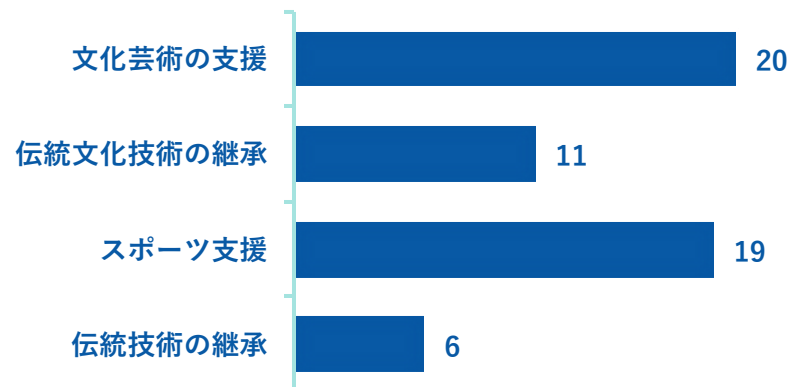
介護と福祉

回答数：57



文化・芸術・スポーツ

回答数：56



5. 実態調査結果

[Section 01]

基本情報について



活動を通じて解決をめざす社会課題を、次のうちから3つまでお選びください

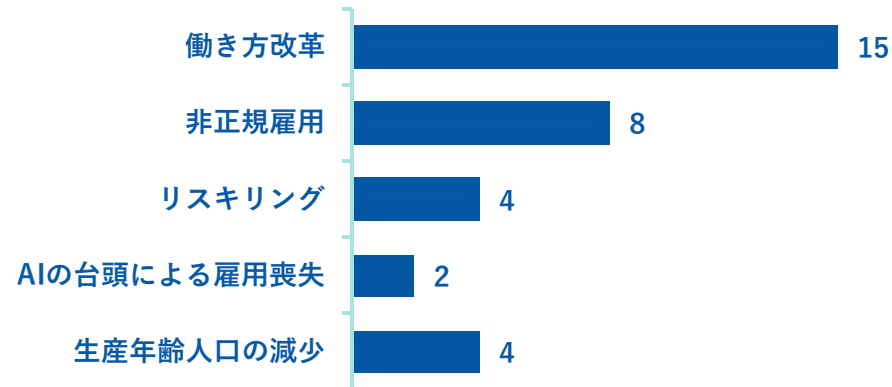
テーマとしての下位3つは、少ないものから順に『食と農林水産業』『防災と社会インフラ』『働き方改革』となった。

このうち『防災の社会インフラ』においては、「災害対策と復興支援」が19団体となったものの、ほか4課題は1または0団体となり、テーマの中でも大きな差異が見られた。



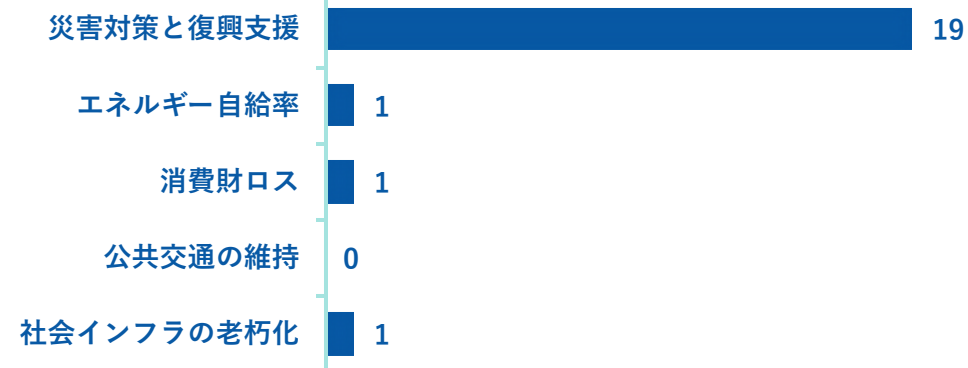
働き方改革

回答数：33



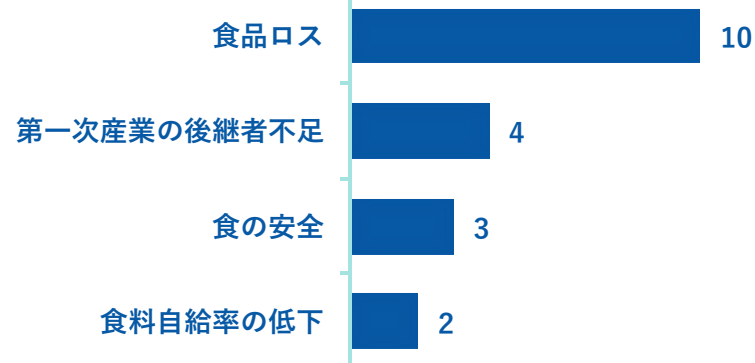
防災と社会インフラ

回答数：22



食と農林水産業

回答数：19



その他：28

5. 実態調査結果

【Section 01】

基本情報について

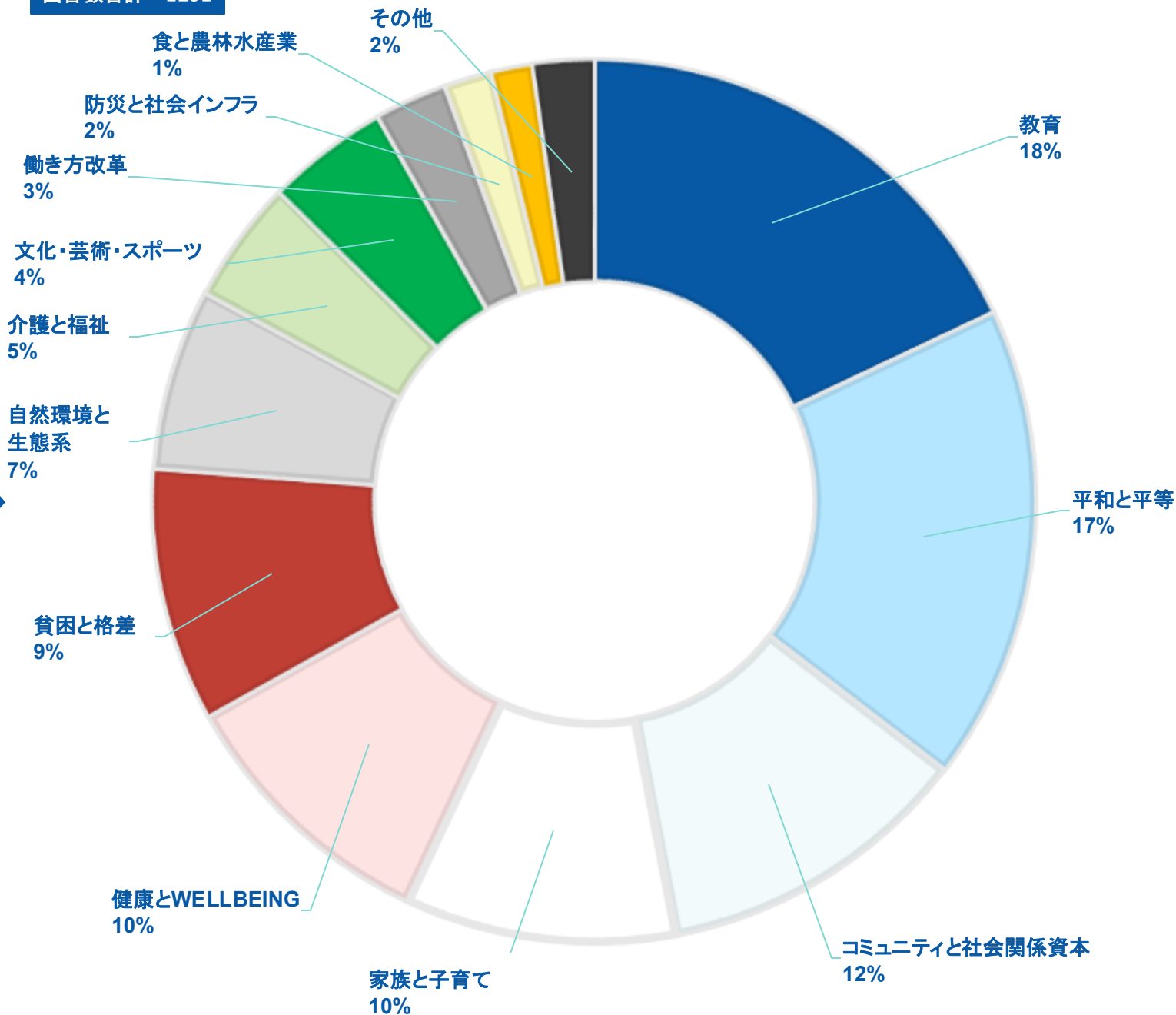


社会課題 12分類別

解決をめざす社会課題に関する回答を、テーマ別に集計したところ、最多の『教育』が18%を占めた。

なお、テーマに含まれる社会課題数には差があるが、テーマ別に求めた1課題あたりの平均回答数(式: [テーマに含まれる社会課題を選んだ団体数合計] ÷ [テーマに含まれる社会課題数])でも、『教育』が $225 \div 6 = 37.5$ で最多となった。

回答数合計：1251



5. 実態調査結果

【Section 01】

基本情報について

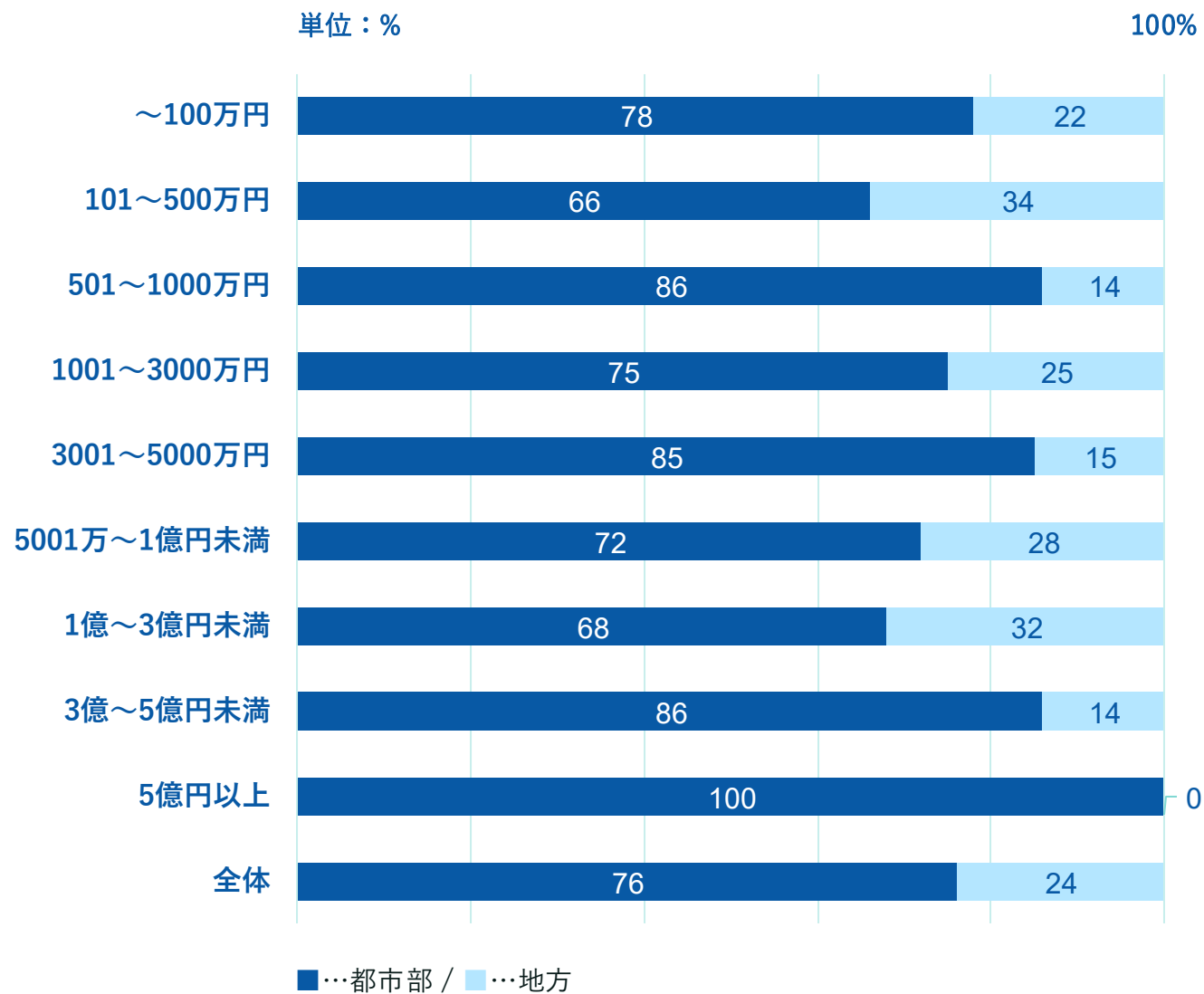
✕ Pick up! クロス集計

事業規模 × 本所所在地 (都市部：地方)

クロス集計の結果、事業規模が「100万～500万円」および「1億～3億円未満」の団体で、都市部：地方の比率がおよそ2:1となり、地方の割合が比較的高くなった。

また、「5億円以上」の団体はすべて都市部に所在しており、事業規模によっては分布に大きな偏りが見られた。

総計：452



5. 実態調査結果

【Section 01】

基本情報について

✕ Pick up! クロス集計

団体の活動目的に最も合致したSDGs × 本所所在地 (都市部：地方)

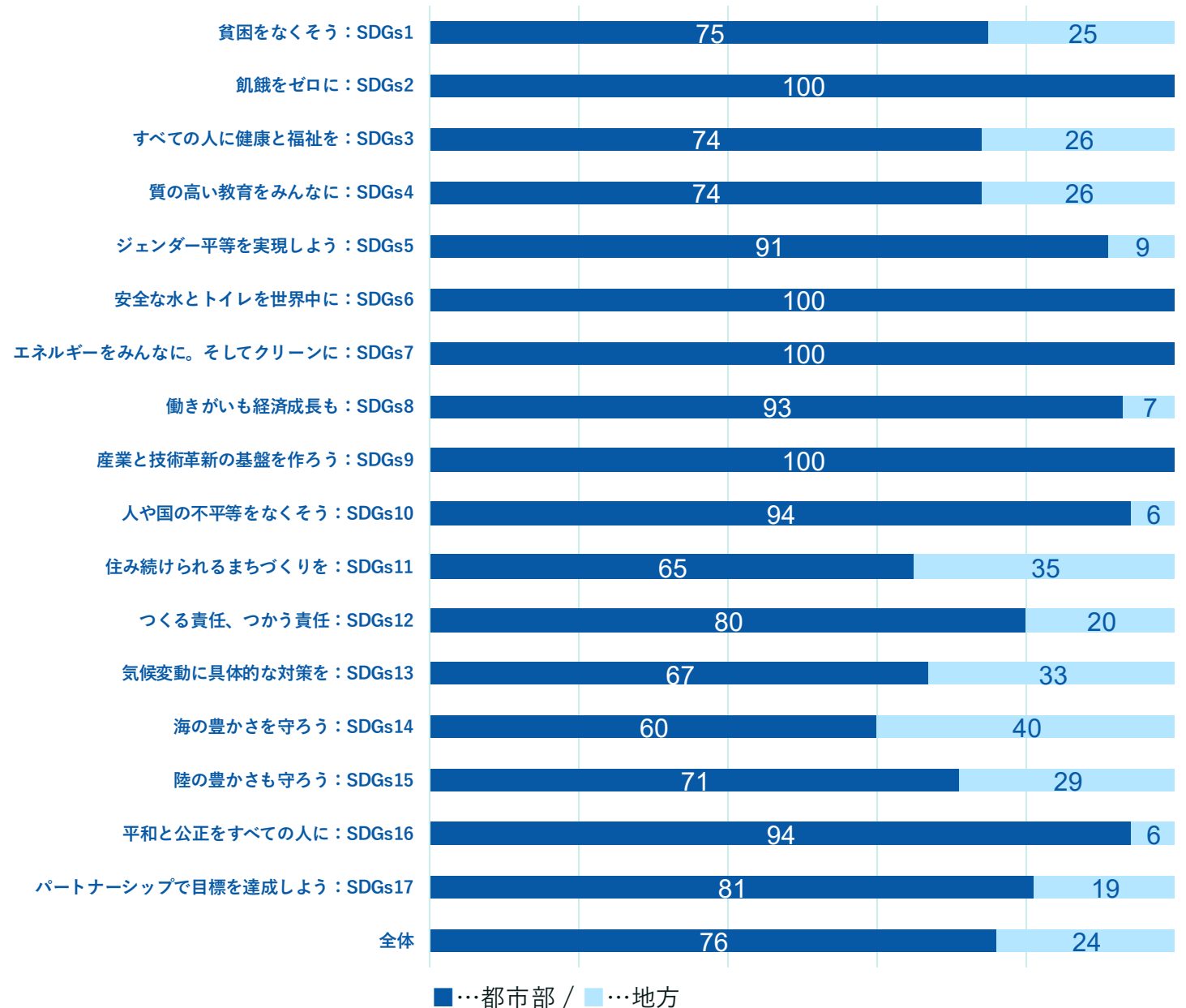
クロス集計の結果、SDGsによって都市部と地方の分布に偏りが見られた。

特に、「SDGs 2・6・7・9」は、回答数が少ないものの、すべての団体都市部に位置している。また、「SDGs 10・16」でも都市部：地方が16：1となり、比率に大きな差が開いた。

総計：452

単位：%

100%



【Section 02】組織・人材について

本セクションでは、「団体スタッフ」と「ボランティア・プロボノ」について、その雇用状況や人数、人材募集の際の方法、募集に係る課題感などを中心にお聞きしています。

要点

- 1) 代表および理事を除き「雇用関係のもと有償で働くスタッフ」がいる団体は全体の約65%で、人数の中央値は「6~10人」。一方、「雇用関係を結ばずに有償で働くスタッフ」がいる団体は全体の約4割で、中央値は「2~5人」となった。
- 2) 回答時点で新規有償スタッフの採用を行っていた136団体に、活用している手段について聞いた設問*では、「代表や理事、スタッフなどの直接的な繋がり」(77%)が最も多く、次いで「団体ウェブサイトやSNS、広報誌など」(71%)、「団体外の人による紹介」(57%)となった。「採用関連サービス」の利用は43%に留まった。
- 3) 新規有償スタッフ採用中の団体に対して、採用における課題感について5段階（5:そう思う~1:そう思わない）で評価を聞いた設問では、4つの項目のうち「募集にかけられる予算が少なくて困っている」「求人への応募数が少なくて困っている」で中央値が4となり、課題を感じている団体が比較的多く見られた。
- 4) 「ボランティアやプロボノなど団体の活動に無償に関わっている人」がいると答えた団体は全体の約8割で、人数は「1~5人」(28%)が最多、中央値は「6-10人」となった。また、100人より多いと答えた団体は合わせて6%に上った。
- 5) ボランティアがいる団体に対し、活用している募集手段について聞いた設問*では、「代表や理事、スタッフなどの直接的な繋がり」(81%)、「団体ウェブサイトやSNS、広報誌など」(66%)、「団体外の人による紹介」(52%)の3つが上位を占め、2)と同様の順位となった。
- 6) ボランティアがいる団体における、ボランティア募集に係る課題感の5段階評価では、4つ全ての項目で中央値が3となったが、その中で平均値が最も高かったのは「募集にかけられる予算が少なくて困っている」の3.2であった。
- 7) 「事業規模」と、新規有償スタッフの募集にかかる課題感のうち「募集にかけられる予算が少なくて困っている」の項目とのクロス集計では、事業規模が3000万円未満の団体で中央値が5となる頻度が高くなり、「1~3億円未満」の団体で中央値が2と最も低くなった。
- 8) 「事業規模」と、新規有償スタッフの募集にかかる課題感のうち「求人への応募が少なくて困っている」の項目とのクロス集計でも、事業規模が3000万円未満の団体では中央値が5となる頻度が高くなり、中央値が2と最も低かったのは「3~5億円未満」の団体だった。

*該当するものを全て選ぶ複数回答設問

5. 実態調査結果

[Section 02]

組織・人材について



代表および理事を除き、現在、貴団体と雇用関係にある有償スタッフはいますか？

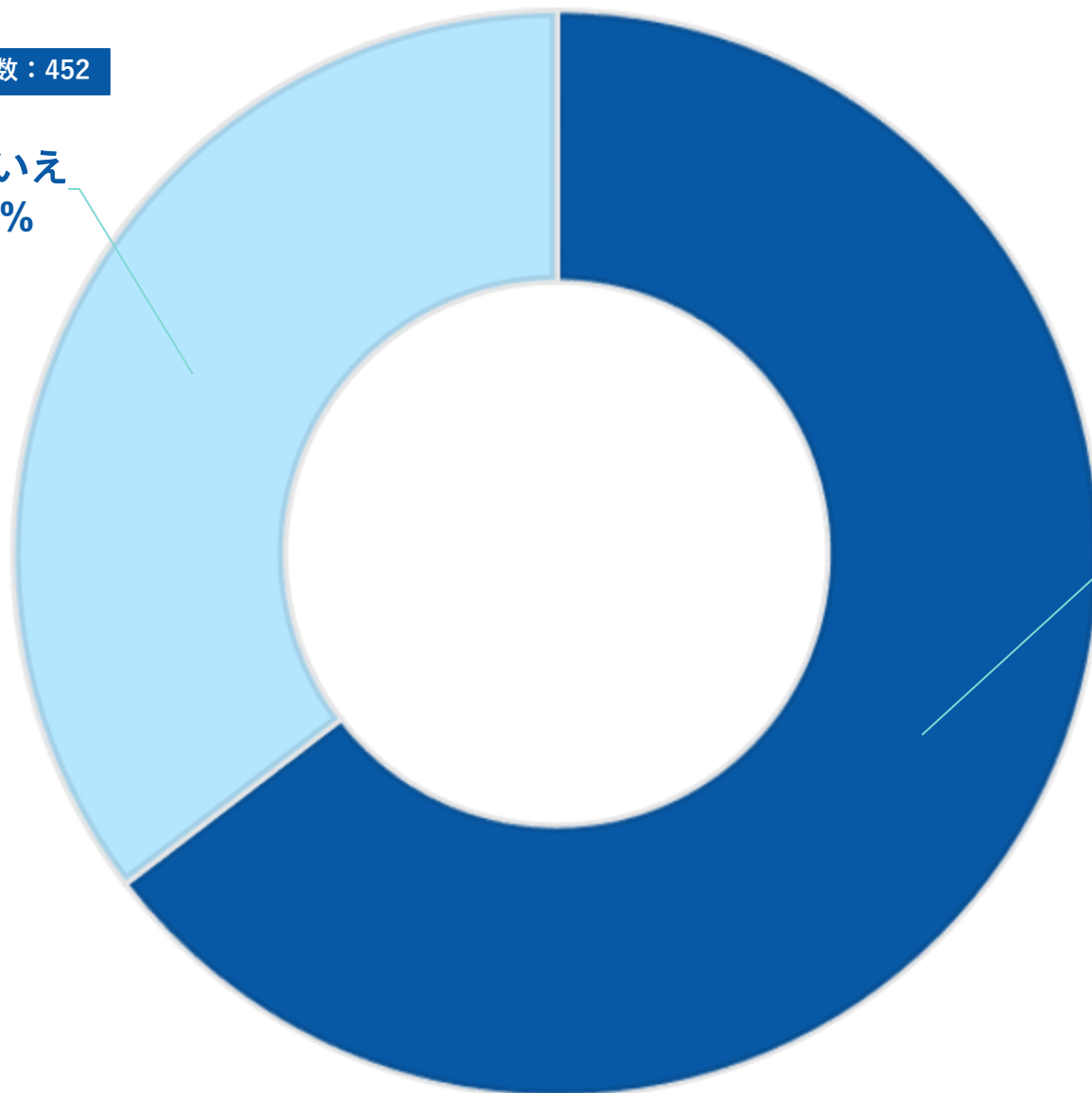
「はい」と答えた団体は292団体で65%を占め、「いいえ」と答えた160団体(35%)を大きく上回った。



回答団体数：452

いいえ
35%

はい
65%



5. 実態調査結果

[Section 02]

組織・人材について



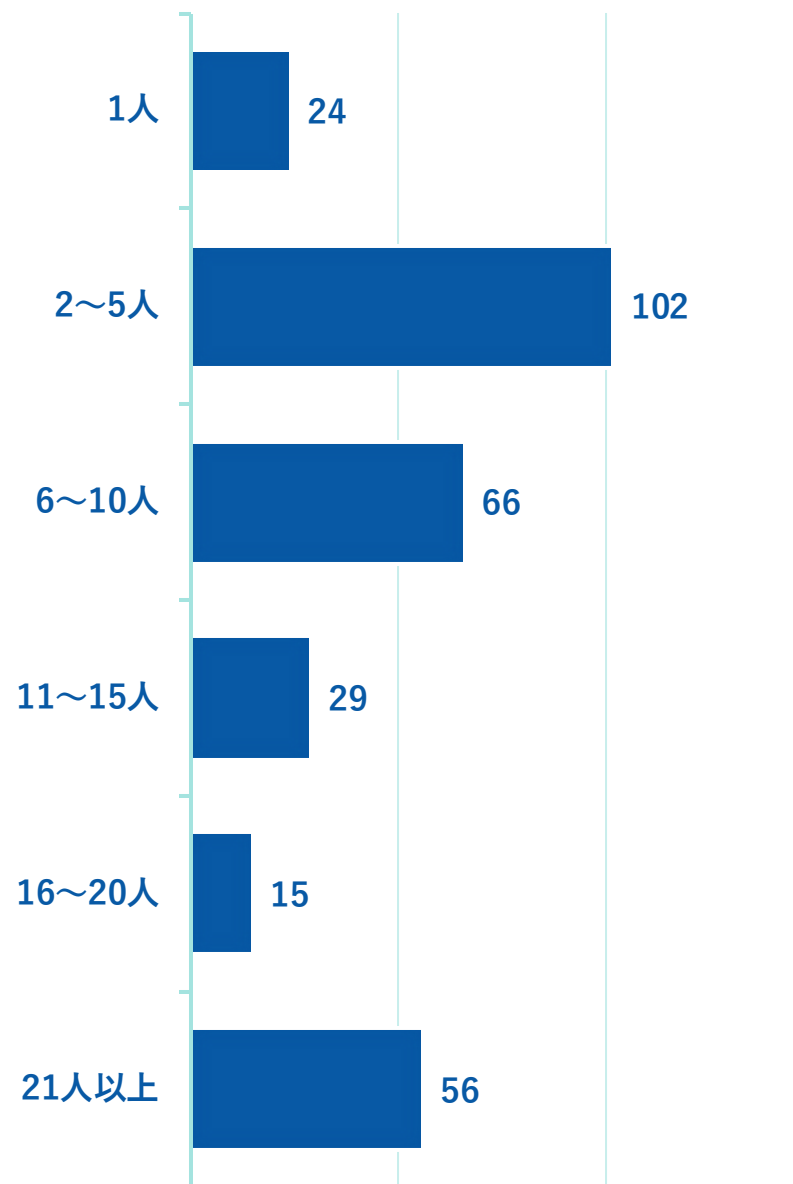
「はい」の場合

雇用関係のもと有償で働いている人の人数について教えてください

雇用関係にある有償スタッフが
いる団体において、その人数は「2~5人」が最も多く、割合としては35%を占めた。中央値は「6-10人」となった。
また、「21人以上」と答えた団体も19%に上った。



回答団体数：292



5. 実態調査結果

[Section 02]

組織・人材について

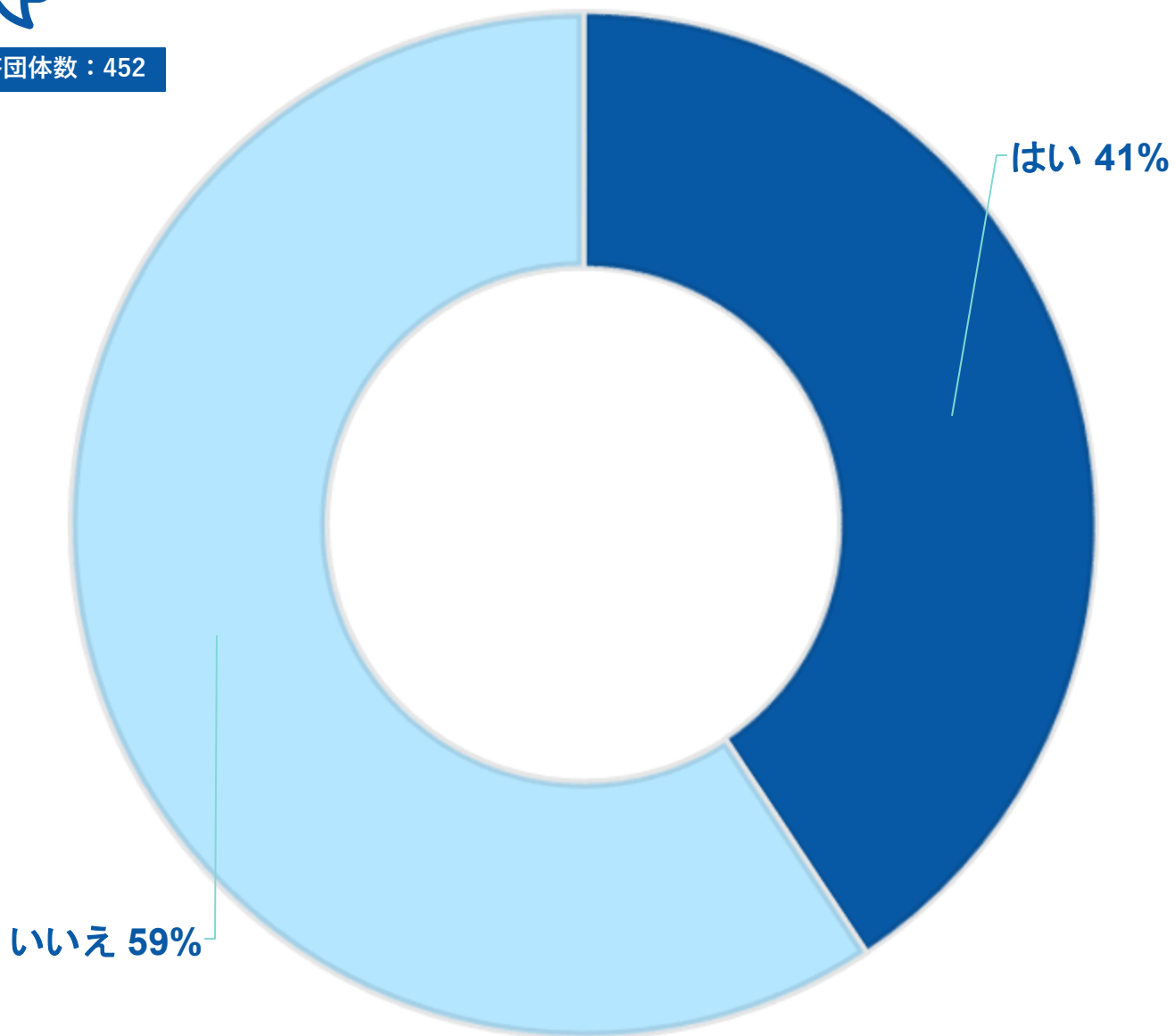


現在、貴団体と雇用関係を結ばずに有償で働いている人はいますか？

「いいえ」と回答したのは、268団体(59%)で、「はい」の184団体(41%)を上回った。



回答団体数：452



5. 実態調査結果

[Section 02]

組織・人材について



「はい」の場合

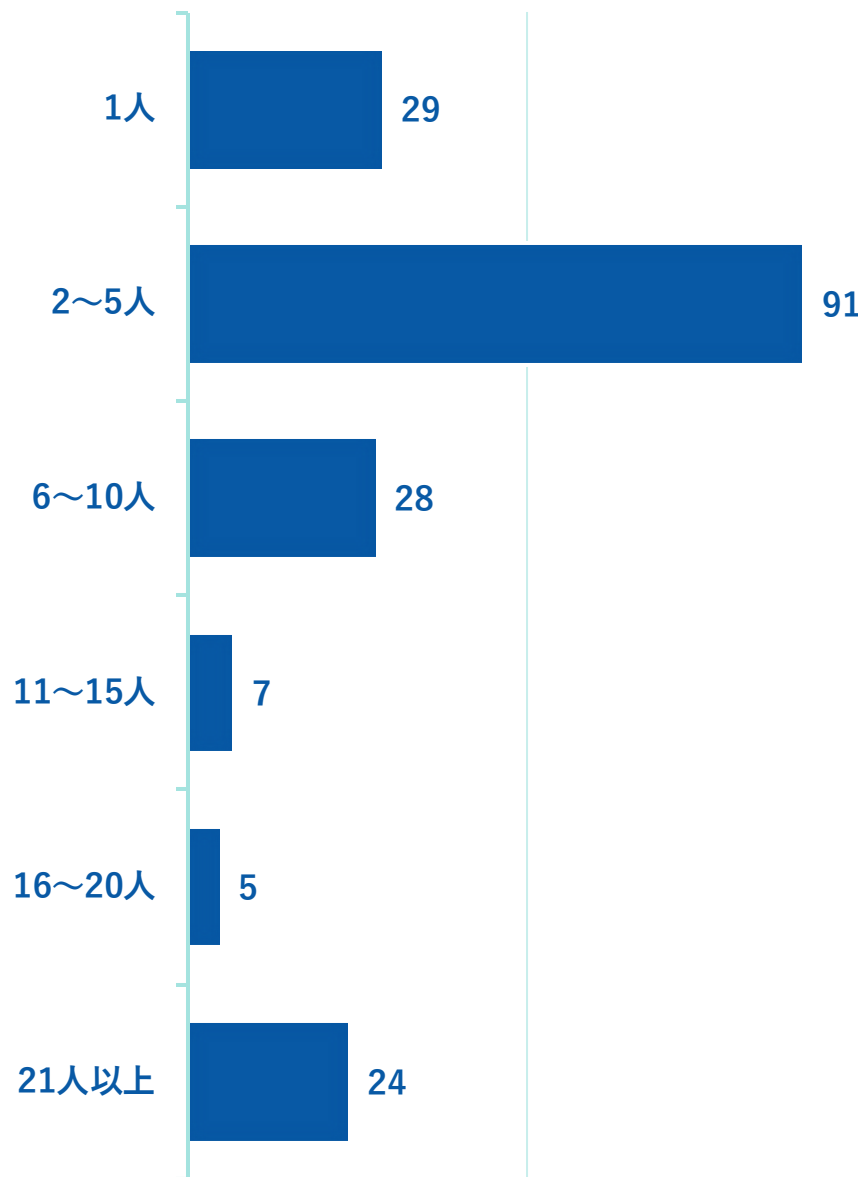
雇用関係を結ばずに有償で働いている人の人数を教えてください

雇用関係を結ばずに有償で働いている人数は「2～5人」が最多で、約半分を占めた。

また、「21人以上」とした団体も24団体(13%)あった。



回答団体数：184



5. 実態調査結果

[Section 02]

組織・人材について



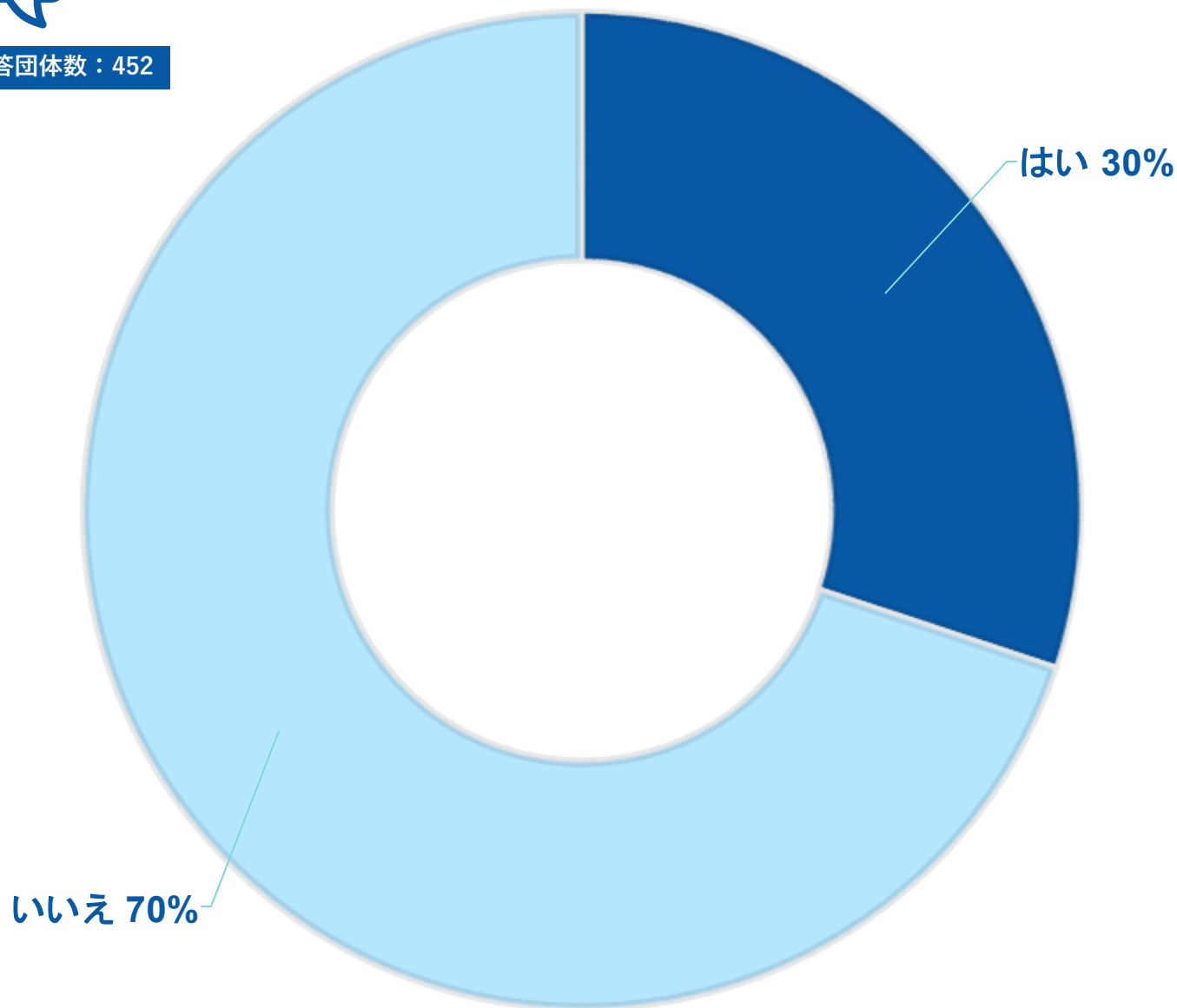
現在、有償スタッフの新規採用を行なっていますか？

回答時点で、有償スタッフの新規採用を行なっている団体は136団体で、全体の3割を占めた。

「いいえ」と回答した団体のほうが多く、316団体(70%)だった。



回答団体数：452



5. 実態調査結果

[Section 02]

組織・人材について



「はい」の場合

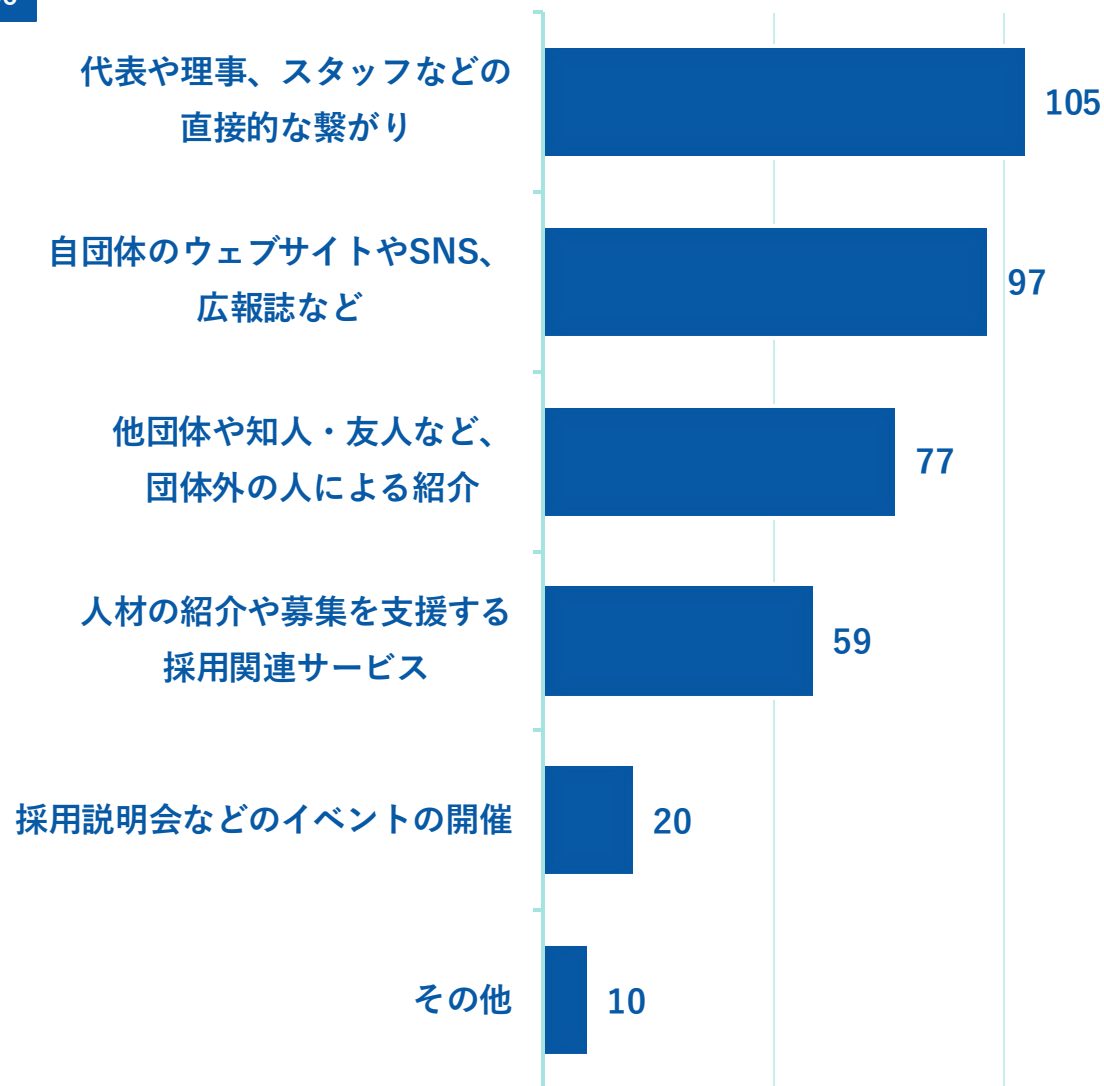
人材を採用する上で、活用しているまたは活用したことがある手段として、当てはまるものをすべてお選びください

「代表や理事、スタッフなどの直接的な繋がり」を活用している団体が最も多く、回答団体の77%を占めた。

次いで「自団体のウェブサイトやSNS、広報誌など」(71%)のメディアや、「他団体や知人・友人など、団体外の人による紹介」(57%)が多かった。



回答団体数：136



5. 実態調査結果

[Section 02]

組織・人材について



「はい」の場合

人材を募集する上での課題感について、各項目を5段階で評価してください

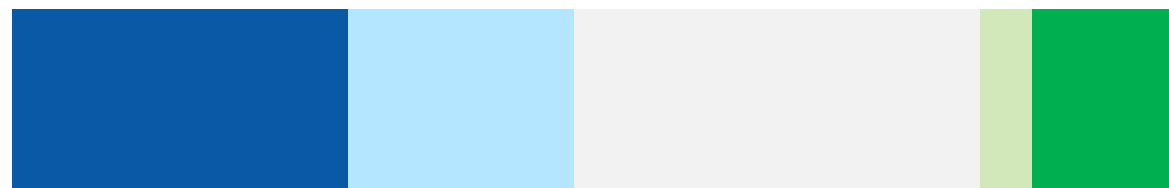
課題感に関する5段階評価では、時間・予算・人材・応募数の4つの項目を聞いた。

「募集にかけられる予算が少なくて困っている」では、「そう思う」と「少しそう思う」を合わせた割合が63%に上り、中央値は4と高くなった。



回答
団体数：
136

① 募集にかけられる時間が少なくて困っている



■ ...29% / ■ ... 19% / ■ ... 35% / ■ ...4% / ■ ...13%

② 募集にかけられる予算が少なくて困っている



■ ...44% / ■ ... 19% / ■ ... 22% / ■ ...4% / ■ ...11%

5. 実態調査結果

[Section 02]

組織・人材について



「はい」の場合

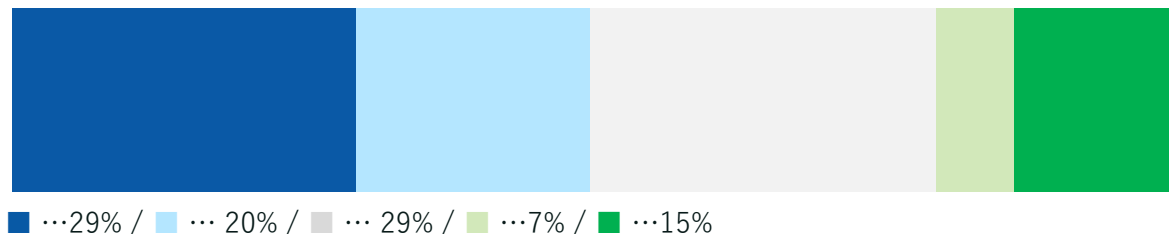
人材を募集する上での課題感について、各項目を5段階で評価してください

「求人への応募数が少なくて困っている」では、「そう思う」と「少しそう思う」を合わせた割合が62%に上り、中央値は4と高くなった。

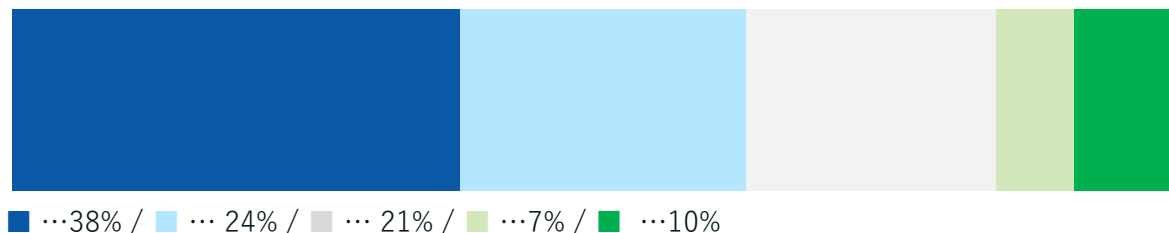


回答
団体数：
136

③ 団体内に人材募集の専門的な知識を持っている人がおらず困っている



④ 求人への応募数が少なくて困っている



5. 実態調査結果

[Section 02]

組織・人材について



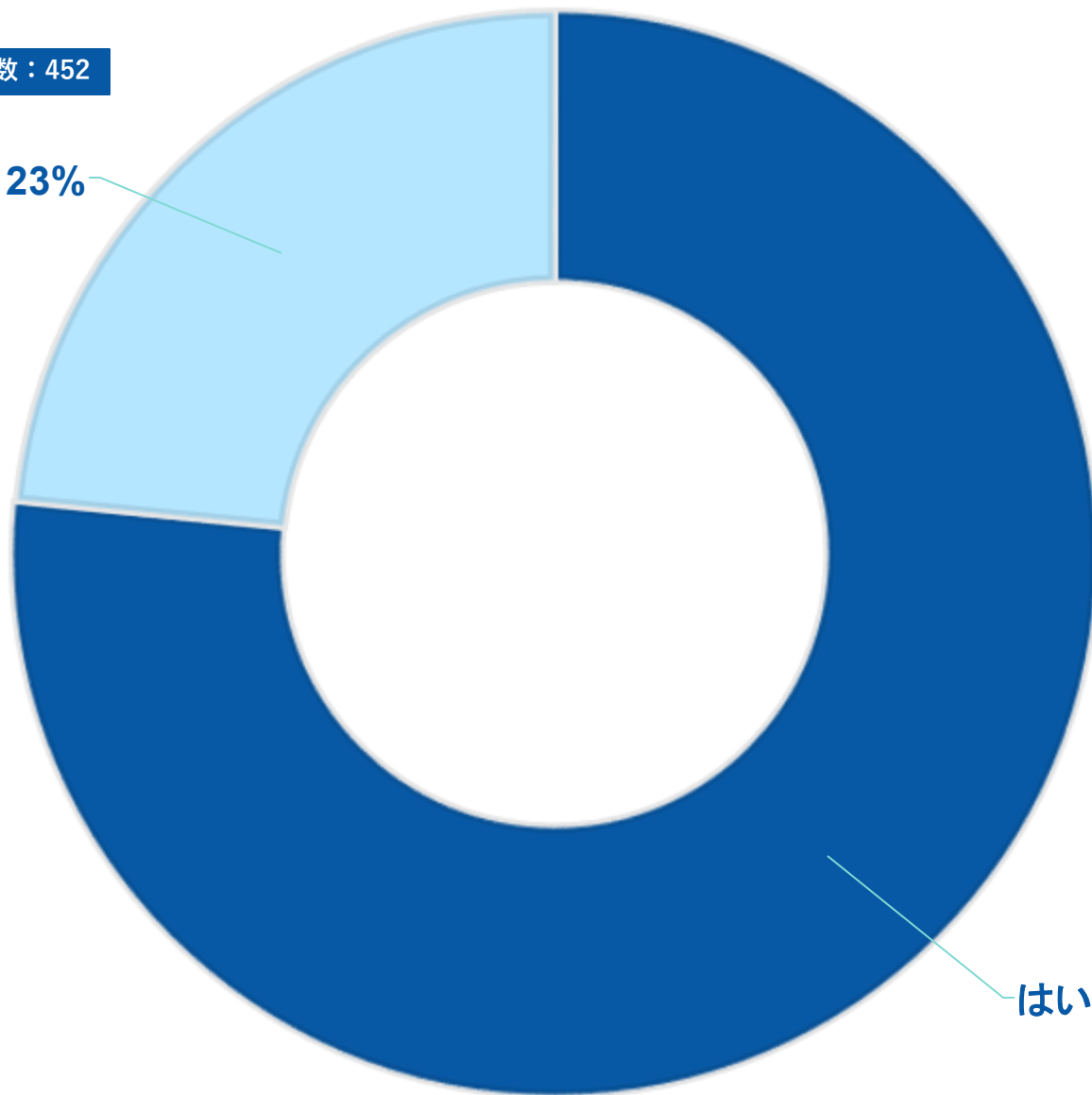
現在、ボランティアやプロボノなど、団体の活動に無償で関わっている人はいますか？

「はい」と回答したのは、346団体(77%)で、「いいえ」と答えた106団体(23%)を大きく上回った。



回答団体数：452

いいえ 23%



はい 77%

5. 実態調査結果

[Section 02]

組織・人材について



「はい」の場合

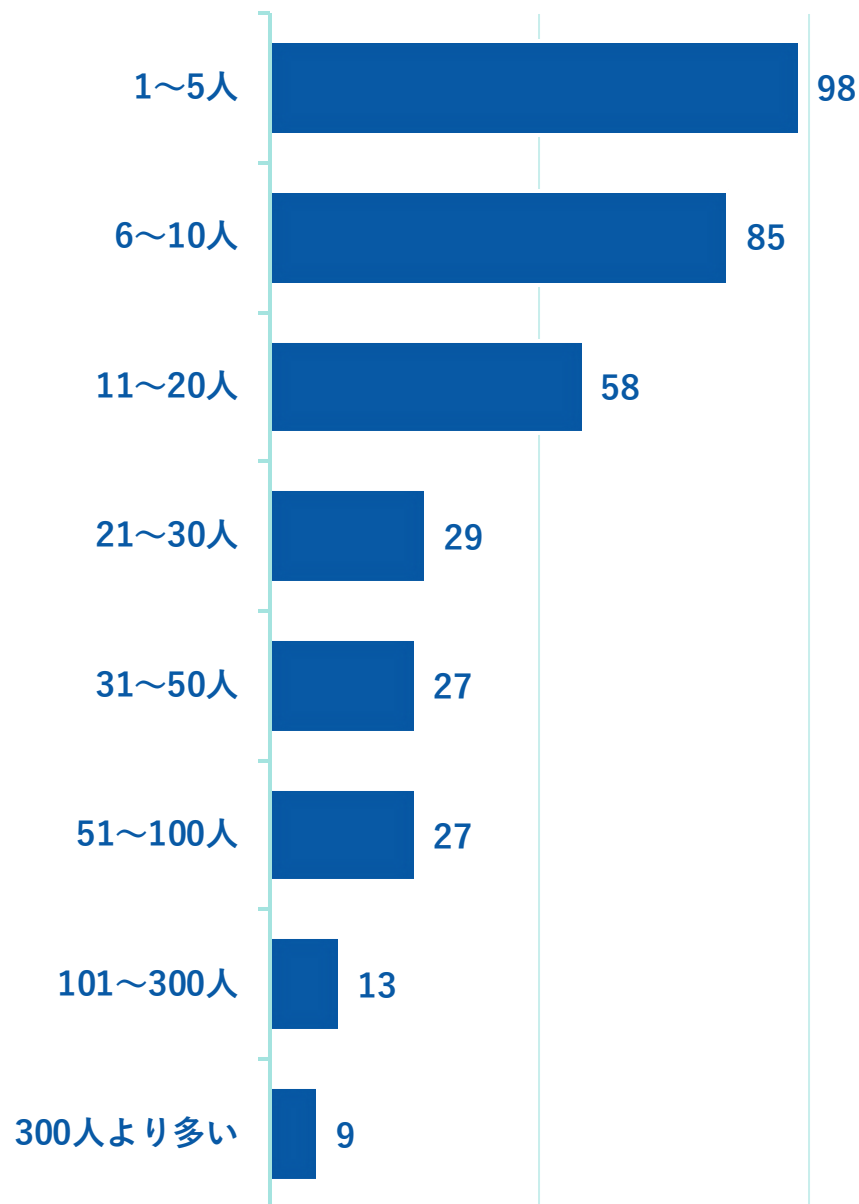
現在、団体の活動
に無償で関わって
いる人の人数を教
えてください

ボランティアやプロボノなど、団体の活動に無償で関わっている人数は「1～5人」が最多で、およそ3割を占めた。人数の中央値は「6～10人」。

また、100人より多いと答えた団体も、合わせて22団体(6%)あった。



回答団体数：346



5. 実態調査結果

[Section 02]

組織・人材について



「はい」の場合

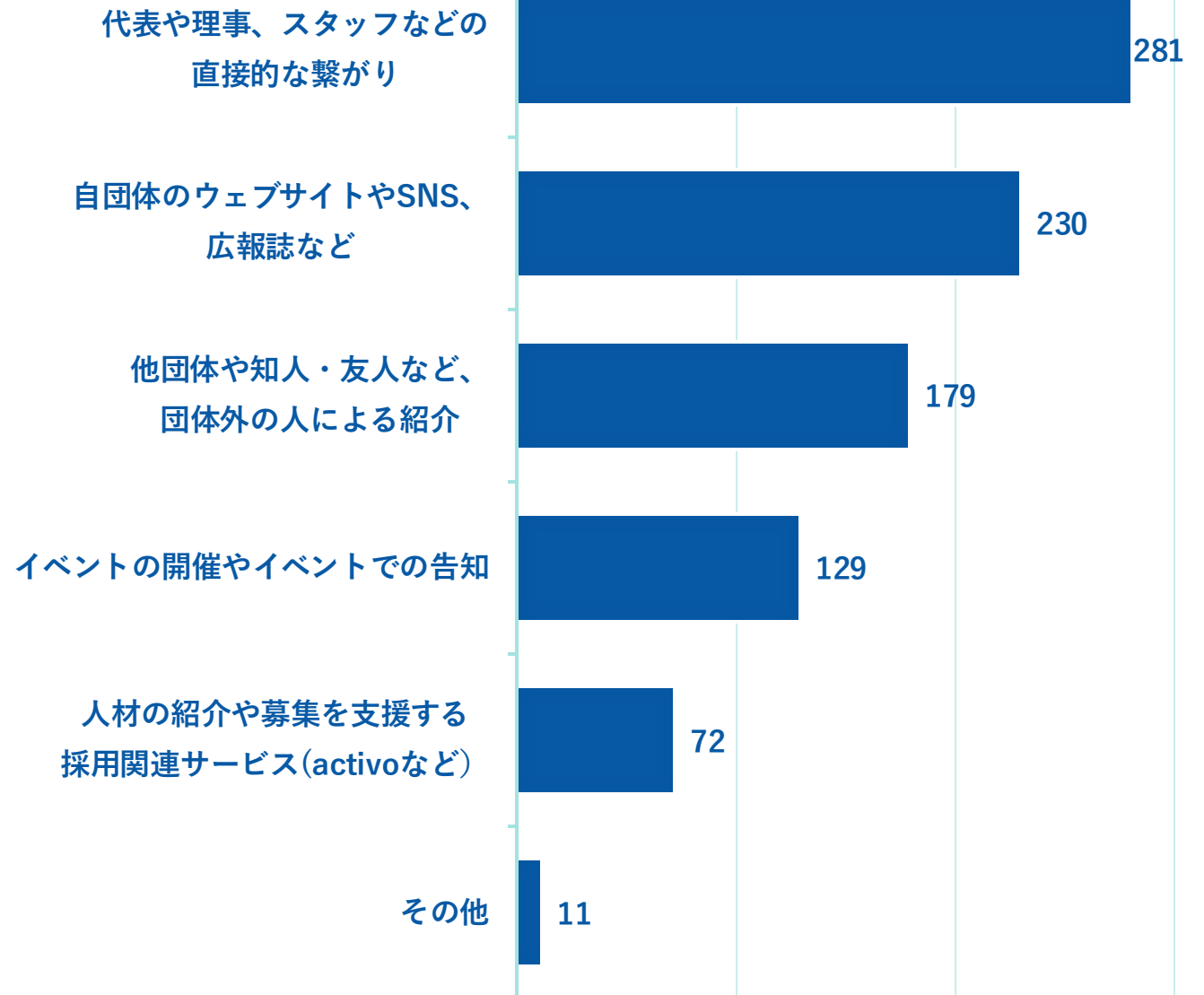
ボランティア人材を募集する上で、活用しているまたは活用したことがある手段として当てはまるものをすべてお選びください

「代表や理事、スタッフなどの直接的な繋がり」が最も多く、81%を占めた。

ついで「自団体のウェブサイトやSNS、広報誌など」(66%)、「他団体や知人・友人など、団体外の人による紹介」(52%)が多く、有償スタッフの募集に活用している手段と同じ3つが上位となった。



回答団体数：346



5. 実態調査結果

[Section 02]

組織・人材について



「はい」の場合

ボランティア人材を募集する上での課題感について、各項目を5段階で評価してください

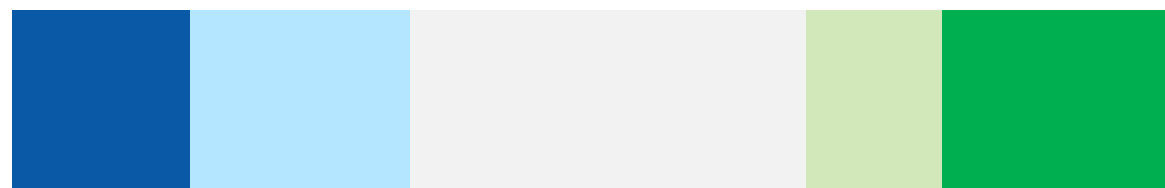
課題感に関する5段階評価では、時間・予算・人材・応募数の4つの項目を聞いた。

「募集にかけられる時間が少なくて困っている」と「募集にかけられる予算が少なくて困っている」はいずれも中央値が3で、課題感を感じていない団体も20%となった。



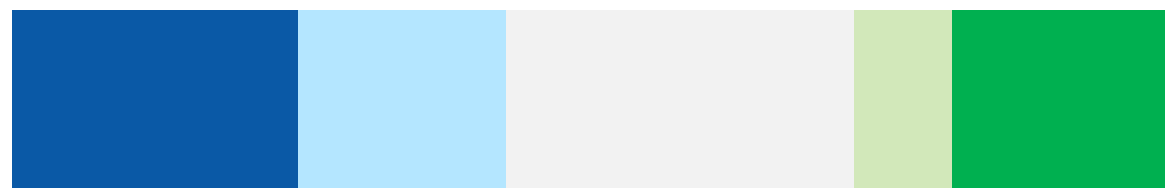
回答
団体数：
346

① 募集にかけられる時間が少なくて困っている



■ …15% / ■ …19% / ■ …34% / ■ …12% / ■ …20%

② 募集にかけられる予算が少なくて困っている



■ …24% / ■ …18% / ■ …30% / ■ …8% / ■ …20%

5. 実態調査結果

[Section 02]

組織・人材について



「はい」の場合

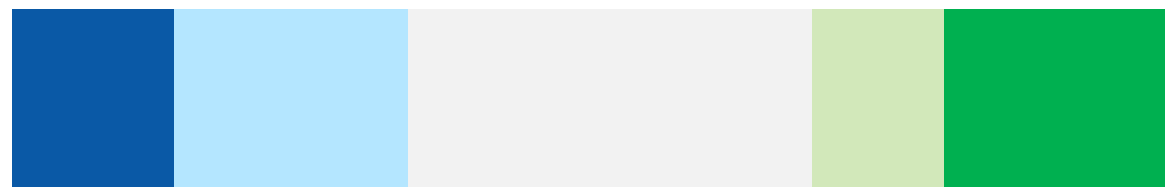
ボランティア人材を募集する上での課題感について、各項目を5段階で評価してください

「団体内に、人材募集の専門的な知識を持っている人がおらず困っている」と「ボランティアへの応募数が少なくて困っている」の2項目においても、中央値はどちらも3となり、目立った課題感は見られなかった。



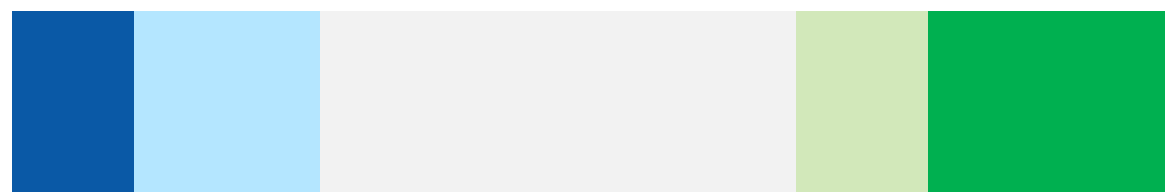
回答
団体数：
346

③団体内に、人材募集の専門的な知識を持っている人がおらず困っている



■ …14% / ■ … 20% / ■ … 35% / ■ …11% / ■ …20%

④ ボランティアへの応募数が少なくて困っている



■ …10% / ■ … 16% / ■ … 41% / ■ …11% / ■ …22%

5. 実態調査結果

【Section 02】

組織・人材について

✕ Pick up! クロス集計

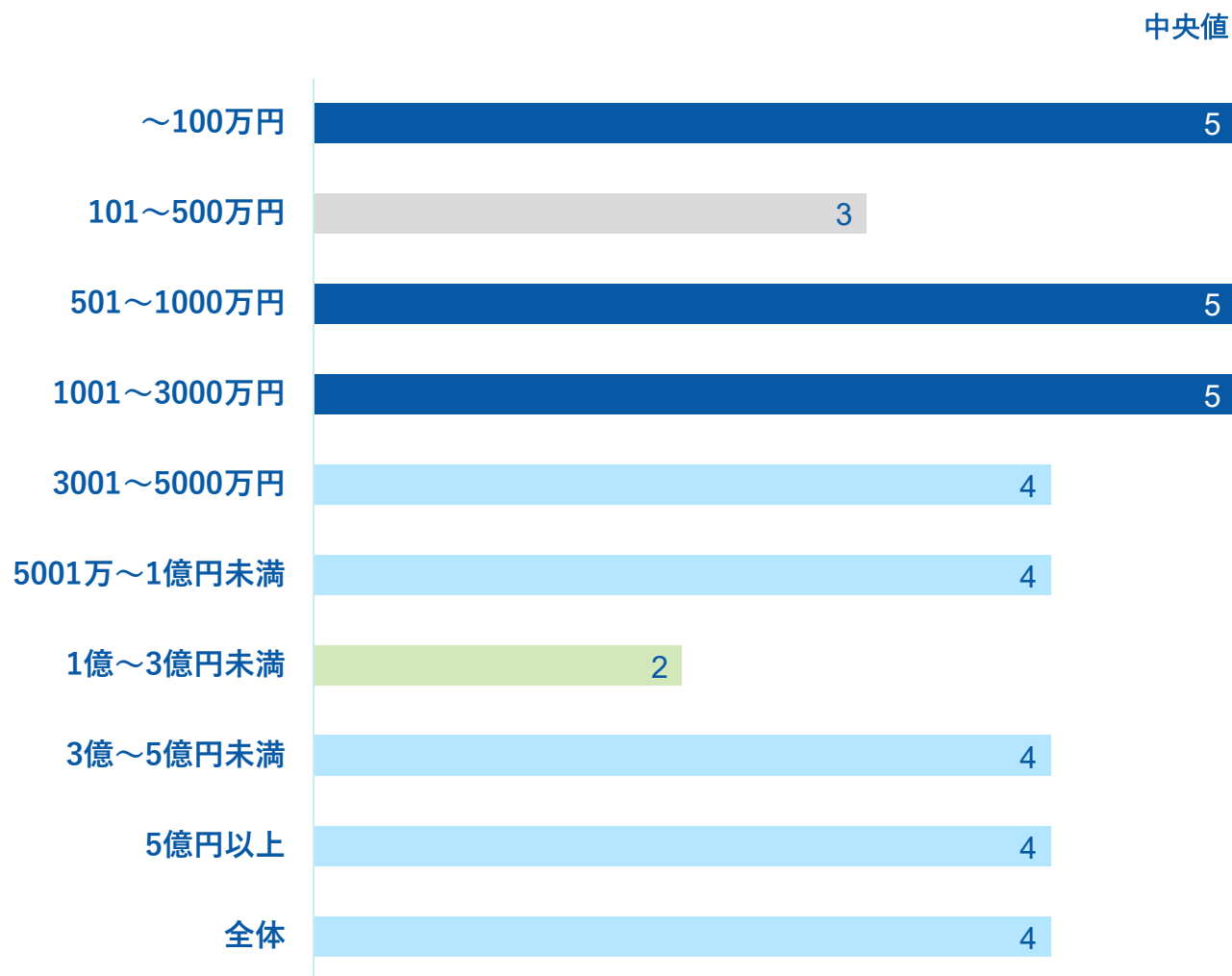
事業規模 ×

(新規有償スタッフ)
募集にかけられる予算
が少なくて困っている

「事業規模」と、新規有償スタッフの募集にかかる課題感の5段階評価のうち、「募集にかけられる予算が少なくて困っている」の項目をクロス集計した。

結果、事業規模が3000万円以下の団体において中央値が5となる頻度が高く、「1億～3億円未満」の団体では中央値が2と最も低くなった。

総計：452



5. 実態調査結果

【Section 02】

組織・人材について

✕ Pick up! クロス集計

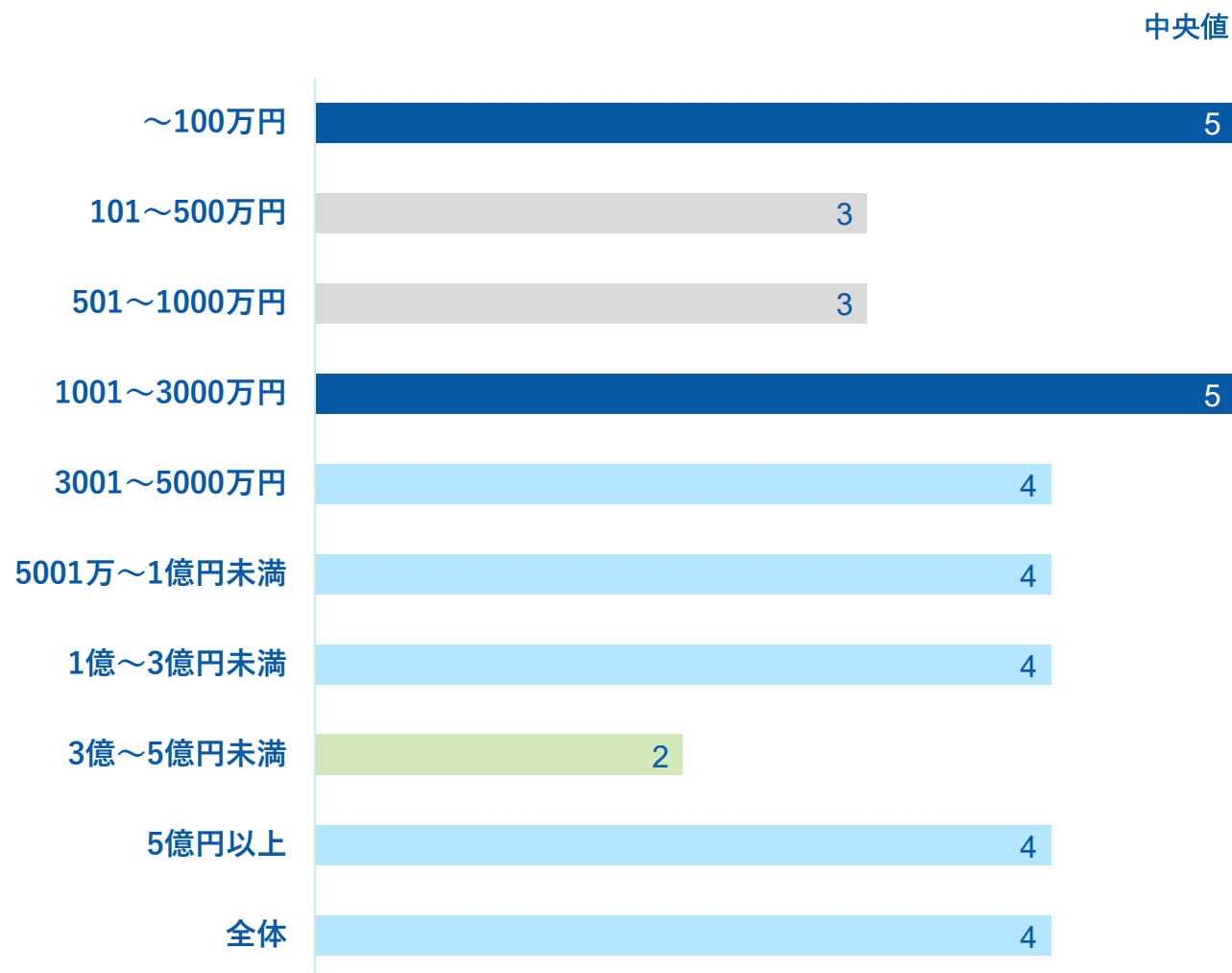
事業規模×

(新規有償スタッフ)
求人への応募数が少なく
困っている

「事業規模」と、新規有償スタッフの募集にかかる課題感の5段階評価のうち、「求人への応募が少なくて困っている」の項目をクロス集計した。

結果、事業規模が3000万円以下の団体において中央値が5となる頻度が高く、「3億～5億円未満」の団体では中央値が2と最も低くなった。

総計：452



【Section 03】 広報・年次報告書について

本セクションでは、団体における広報への取り組み状況に関して、業務の主たるご担当者、情報発信手段、発信頻度などの基本的な設問に加え、課題感の5段階評価や理想・希望についてもお答えいただきました。年次報告書についても、同様に現状や課題感をお聞きしています。

要点

- 1) ほぼ全ての団体が「広報に取り組んでいる」と回答。主な担当者*は「代表(45%)」が最も多く、次いで「広報担当(40%)」「事務局長(20%)」となった。一方、「広報に取り組んでいない」21団体の理由*としては「時間的余裕がない」「担当できる人材がない」「金銭的な余裕がない」の3つが上位に挙げられた。
- 2) 活用している広報手段は「自団体のウェブサイト(95%)」が突出して多く、これに「facebook」「instagram」が続ぎ、上位3つすべてをオンラインツールが占めた。多くの団体が複数のツールを組み合わせしており、約半数の団体が少なくとも週に1回程度の情報発信に取り組んでいることが分かった。
- 3) 広報サービスにかかる年間利用料が「100万円より多い」の団体は全体のわずか2%程度で、最も回答の多かった「いいえ/0円(55%)」と続く「～5万円(23%)」を加えると、約8割の団体が広報にはあまり多くの費用をかけていない現状が明らかになった。
- 4) 広報の課題感に関する5段階評価*では、5つの設問のうち「予算が少なくて困っている」「時間が少なくて困っている」「団体内に広報の専門的な知識・技術を持っている人がおらず困っている」の3つで中央値が4となった。一方、「発信する内容やコンテンツが少なくて困っている」は中央値が2と最も低かった。
- 5) 希望や理想に関して*は、「もっとたくさんの人に情報を届けたい」「もっと頻度を高めて更新したい」「もっと発信内容を分かりやすくしたい」が上位となった。
- 6) 年次報告書を「毎年」または「定期的に制作している」団体は全体の約4分の3で、内9割以上が「自団体で制作」している。主な制作者*は多い順に「代表(51%)」「事務局長(37%)」「広報担当(23%)」となった。一方、「年次報告書を制作していない」165団体の理由としては、「時間的余裕がない」「担当できる人材がない」「金銭的な余裕がない」と上位3つが1)の理由と同じ結果であった。
- 7) 年次報告書制作における課題感の5段階評価では、制作にかけられる「時間が少なくて困っている」が中央値4と最も高くなった。
- 8) 「事業規模」と「年次報告書の制作状況」とのクロス集計では、「3億～5億円未満」の団体は全て、「5億円以上」の団体では90%以上が「毎年制作している」ことが分かった。一方、「～100万円」の団体において、「制作していない」割合が最も高くなり、57%を占めた。

*5段階評価は「5:そう思う～3:どちらでもない～1:そう思わない」

5. 実態調査結果

【Section 03】

広報・年次報告書について



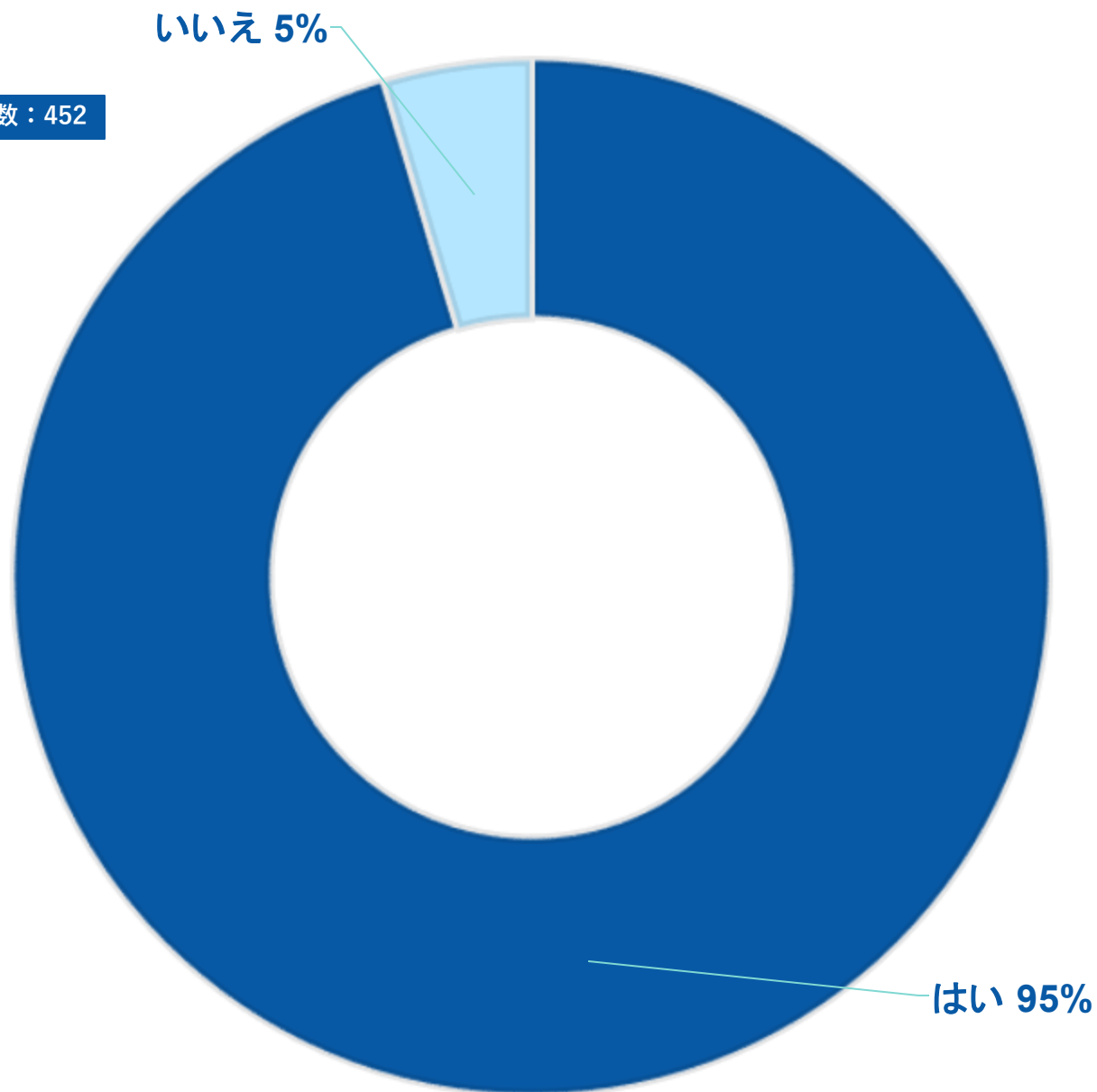
貴団体は、広報* に取り組んでいますか？

*団体のウェブサイトやSNSなどでの情報発信を含みます

「はい」と答えたのは431団体で全体の95%を占め、「いいえ」と答えた21団体(5%)を大きく上回る結果となった。



回答団体数：452



5. 実態調査結果

[Section 03]

広報・年次報告書について



「はい」の場合

広報を主に担当しているのはどなたですか。該当するものを1つ* お選びください

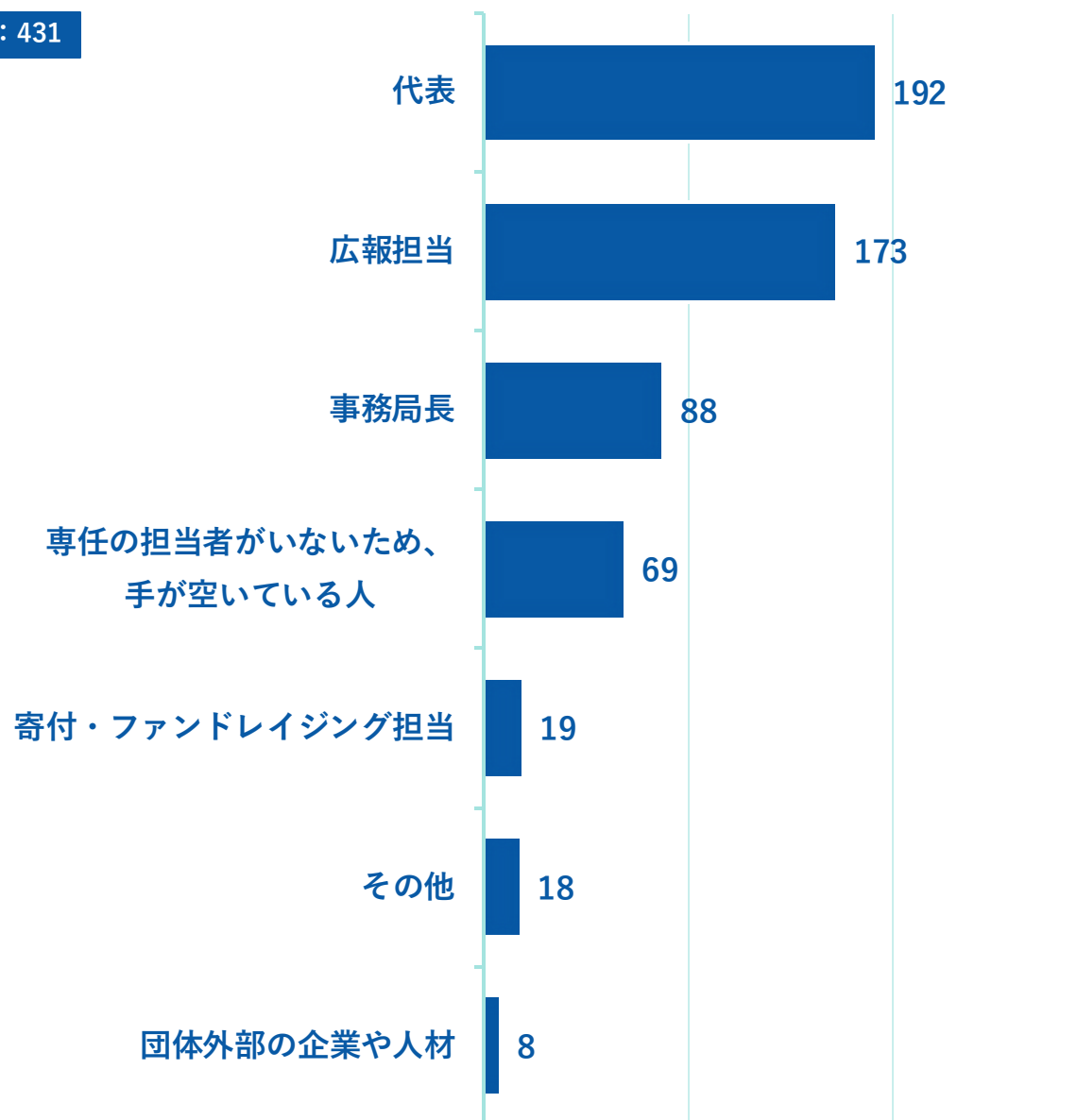
* 兼任している場合は、最大2つまでお選びいただけます

広報の主な担当者としては「代表」が最も多く、192団体(45%)が選んでいる。

次いで多かったのは「広報担当者」(40%)で、「団体外部の企業や人材」を選んだ団体は全体の2%未満に留まった。



回答団体数：431



※~~~~

5. 実態調査結果

[Section 03]

広報・年次報告書について



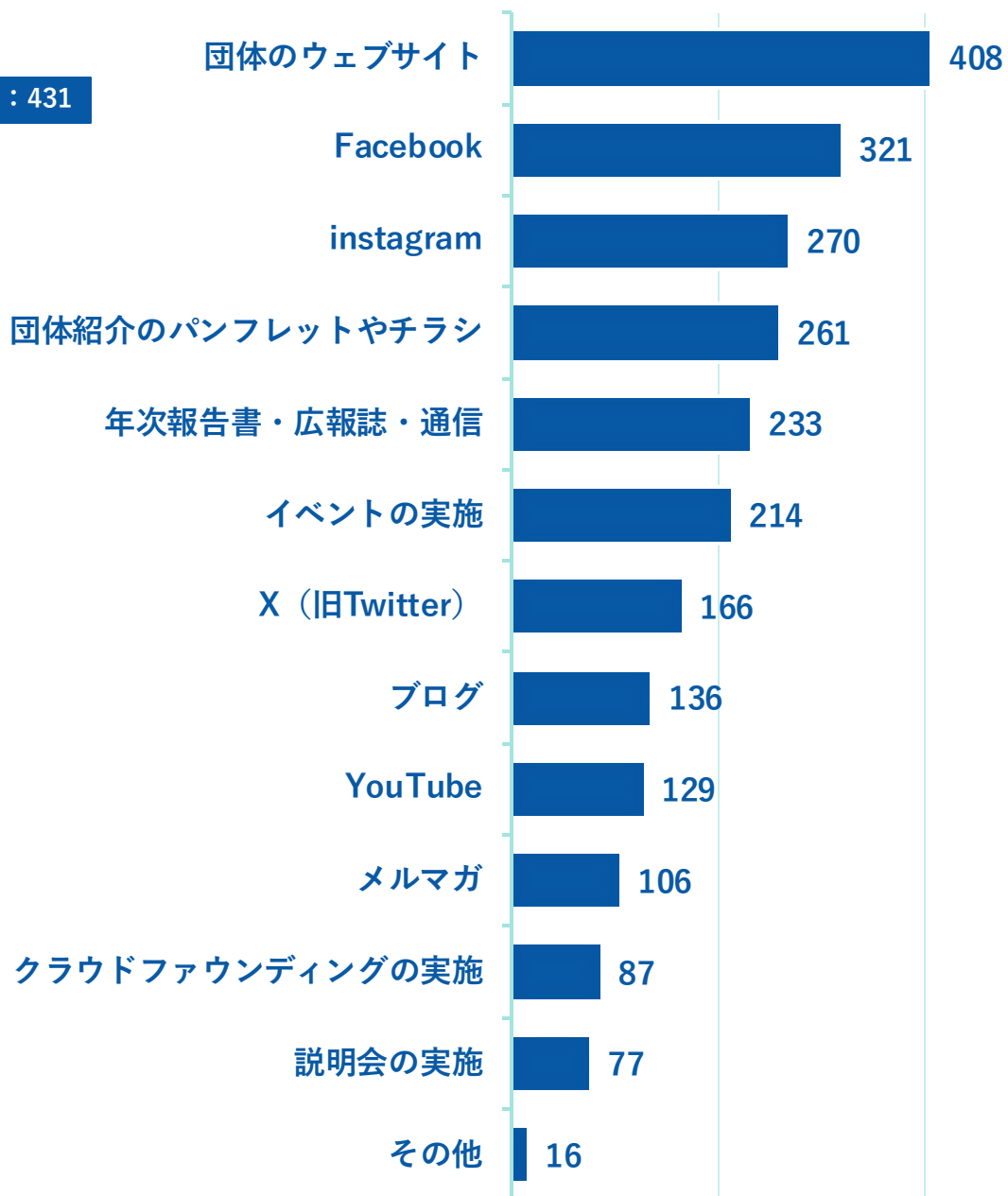
「はい」の場合

活用している広報手段として、当てはまるものをすべてお選びください

「団体のウェブサイト」を活用している団体が最多で408団(95%)に上った。これに、次いで多かった「Facebook」と「instagram」を合わせると、上位3つはすべてオンラインツールが占めた。回答団体数に対し、回答数の合計は2424で、平均して5~6つの広報手段を組み合わせていることが分かった。



回答団体数：431



【Section 03】

広報・年次報告書について



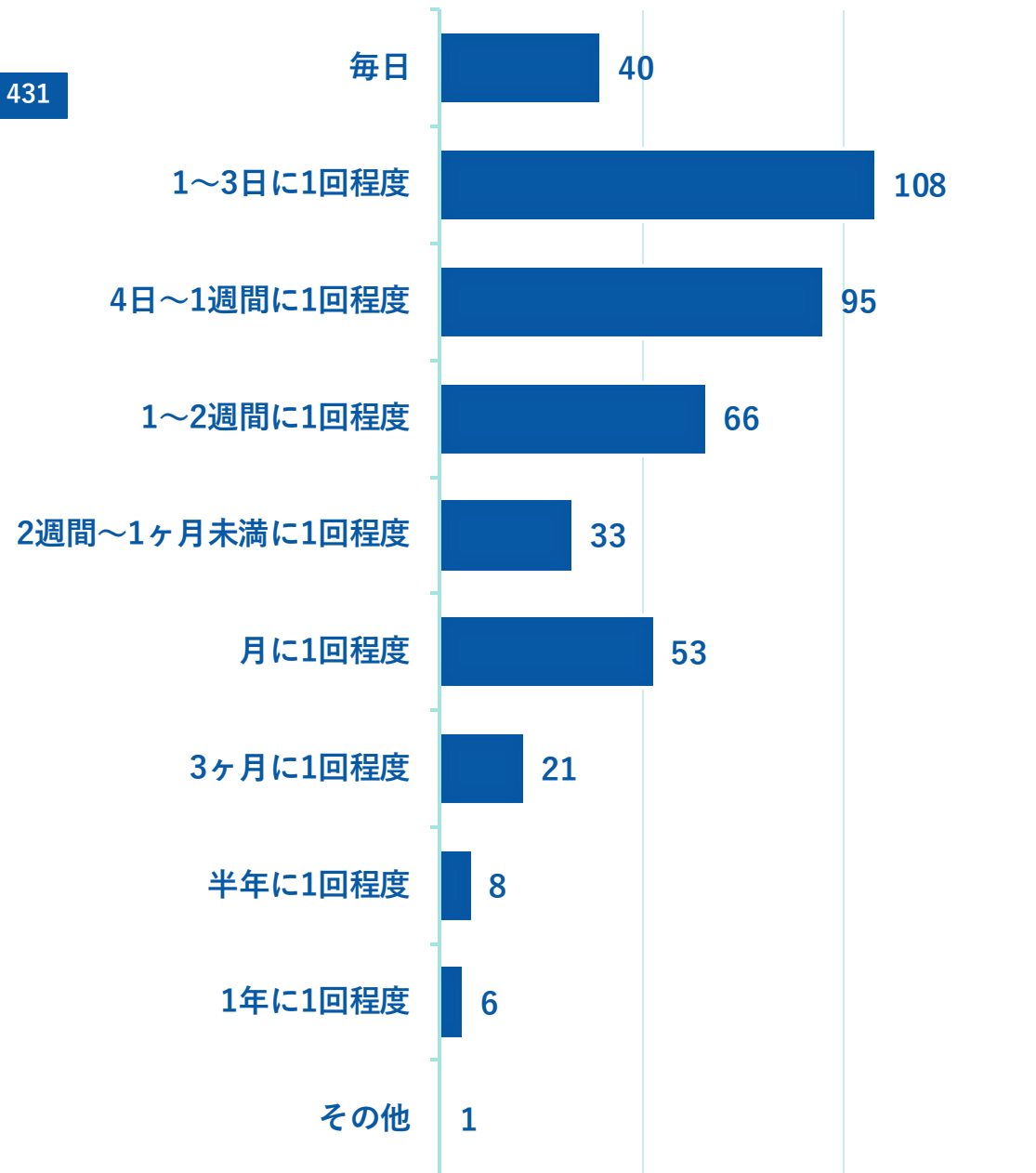
「はい」の場合

前項で選んだ手段のうち、更新頻度が最も高いものについて、その頻度に最も近いものを1つお選びください

更新頻度が最も高い手段の頻度としては、「1～3日に1回程度」が108団体(25%)で一番多かった。次いで多かった、「4日～1週間に1回程度」の95団体(22%)を合わせると、およそ半数の団体が少なくとも週に1回程度の情報発信に取り組んでいることが分かった。



回答団体数：431



5. 実態調査結果

[Section 03]

広報・年次報告書について



「はい」の場合

広報や情報発信のために有料サービスを利用していますか。

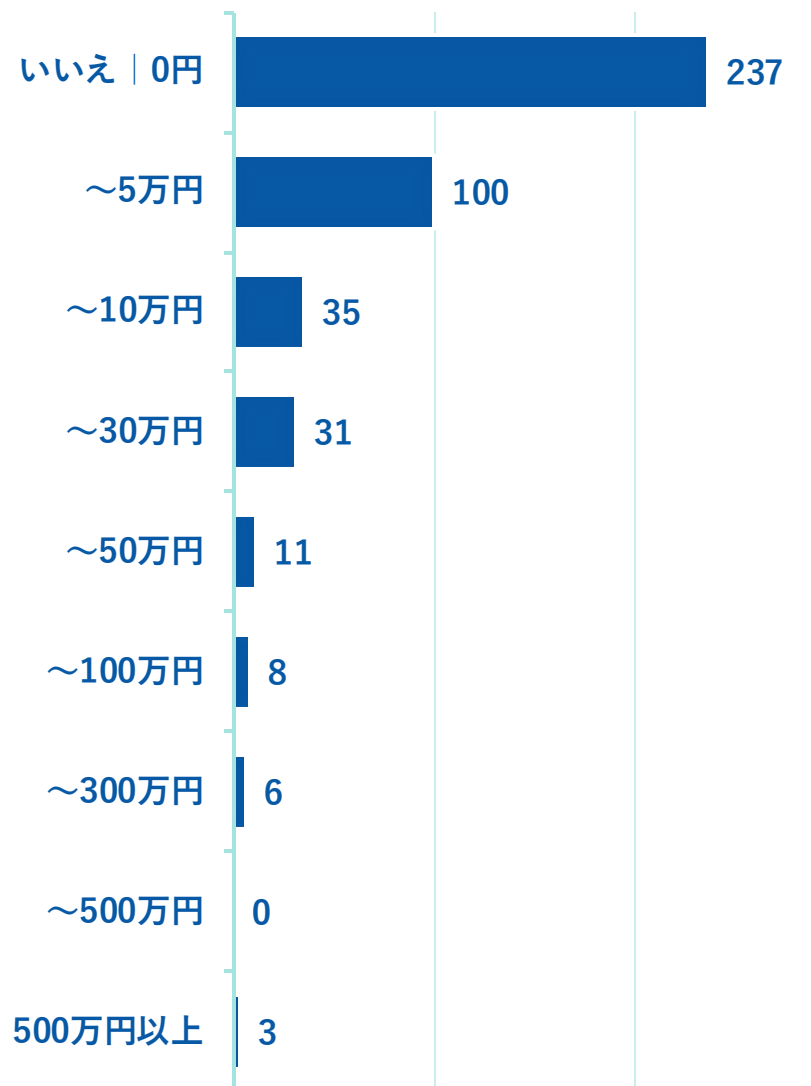
利用している場合は、年間利用料の合計額として該当するものを、**1つ**お選びください

.....
広報の有料サービスを利用していない団体が最も多く、55%を占めた。

次いで回答が多かったのは「～5万円」の100団体(23%)で、総じて広報にはそれほどお金をかけていない状況が明らかになった。



回答団体数：431



5. 実態調査結果

[Section 02]

組織・人材について



「はい」の場合

広報や情報発信を行う
上での課題感について、
各項目を5段階で
評価してください

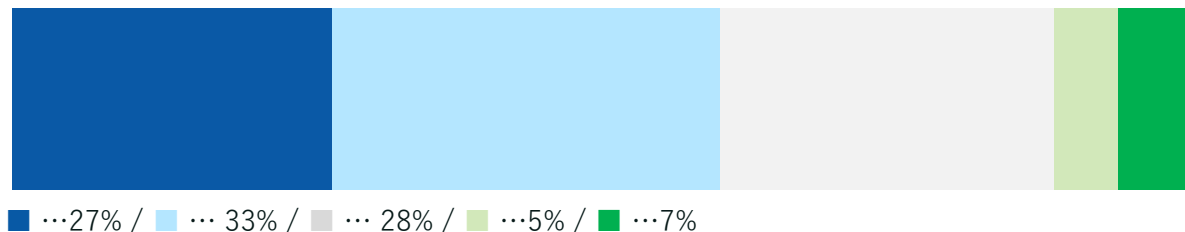
課題感に関する5段階評価では、
時間・予算・人材・内容・受け取り手
に関する5つの項目を聞いた。

「広報にかけられる時間が少なくて困っている」と「広報にかけられる予算が少なくて困っている」はいずれも中央値が4と高く、課題感が見られた。

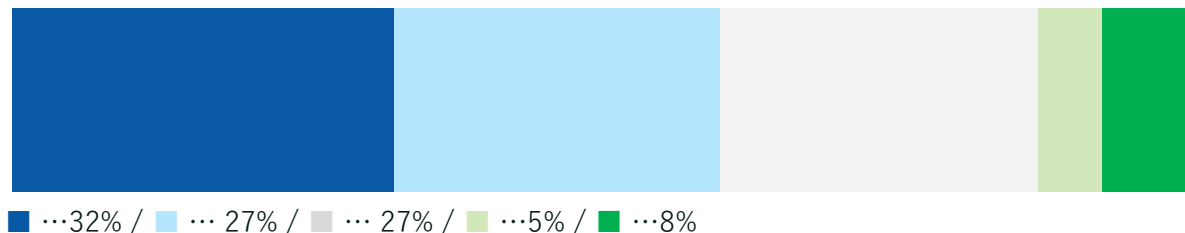


回答
団体数：
431

① 広報にかけられる時間が少なくて困っている



② 広報にかけられる予算が少なくて困っている



5. 実態調査結果

[Section 02]

組織・人材について



「はい」の場合

広報や情報発信を行う
上での課題感について、
各項目を5段階で
評価してください

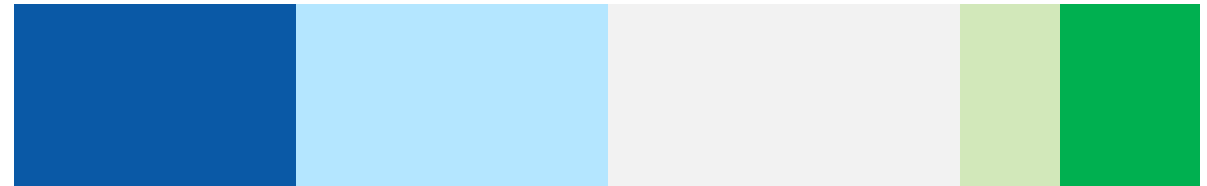
「団体内に、広報の専門的な知識を持っている人がおらず困っている」も中央値が4と高く、課題感が見られた。

また、「発信する内容やコンテンツが少なくて困っている」は、5項目の中で中央値が2と最も低くなり、「情報を発信しても、見てくれる人が少なくて困っている」は「どちらでもない」とした団体が5項目の中で最も多かった。



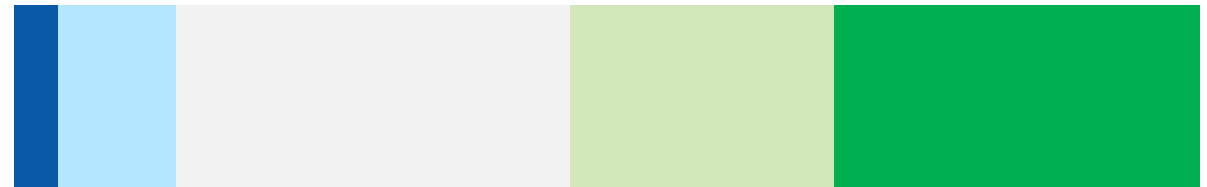
回答
団体数：
431

③団体内に、広報の専門的な知識を持っている人がおらず困っている



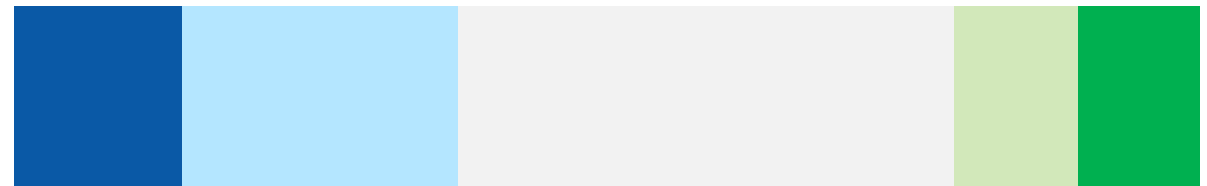
■ …24% / ■ … 26% / ■ … 30% / ■ …8% / ■ …12%

④発信する内容やコンテンツが少なくて困っている



■ …4% / ■ … 10% / ■ … 33% / ■ …22% / ■ …31%

⑤情報を発信しても、見てくれる人が少なくて困っている



■ …14% / ■ … 23% / ■ … 42% / ■ …10% / ■ …10%

5. 実態調査結果

【Section 03】

広報・年次報告書について



「はい」の場合

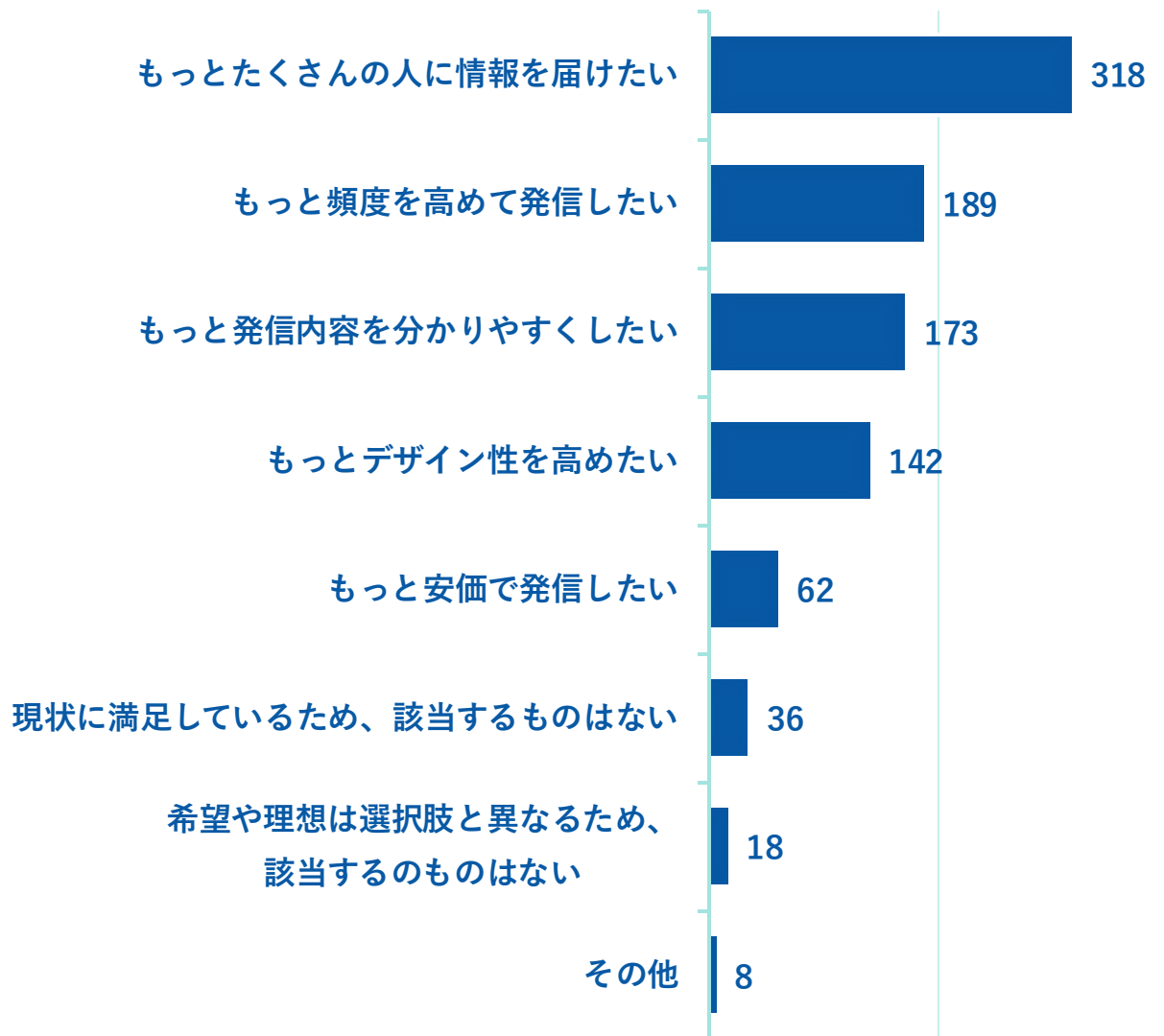
広報や情報発信を行う上での希望や理想について、当てはまるものを、すべてお選びください

広報における希望や理想としては、「もっとたくさんの人に情報を届けたい」とした団体が318団体(74%)で最も多かった。

一方、「現状に満足している」と回答した団体も36団体(8%)あった。



回答団体数：431



5. 実態調査結果

[Section 03]

広報・年次報告書について



「いいえ」の場合

広報に取り組みられていない理由として、当てはまるものをすべてお選びください

広報に取り組んでいないと回答した21団体においては、その理由として「広報に取り組む時間的余裕がない」(76%)、「団体内に広報を担当できる人材がない」(57%)、「広報に取り組む金銭的な余裕がない」(43%)が、上位3つに挙げられた。



回答団体数：21

広報に取り組む時間的余裕がないから

16

団体内に広報を担当できる人材がないから

12

広報に取り組む金銭的余裕がないから

9

何をしたらいいかよく分からないから

5

広報の必要性を感じていないから

2

設立してまだ間もないから

1

活動休止・縮小中、
もしくは解散を予定しているから

1

その他

2

5. 実態調査結果

[Section 03]

広報・年次報告書について



年次報告書*（アニュアル・レポート）の制作状況として当てはまるものを、1つお選びください

* 行政に提出が義務付けられている「事業報告書」とは異なり、団体が独自に発行している報告書を指します

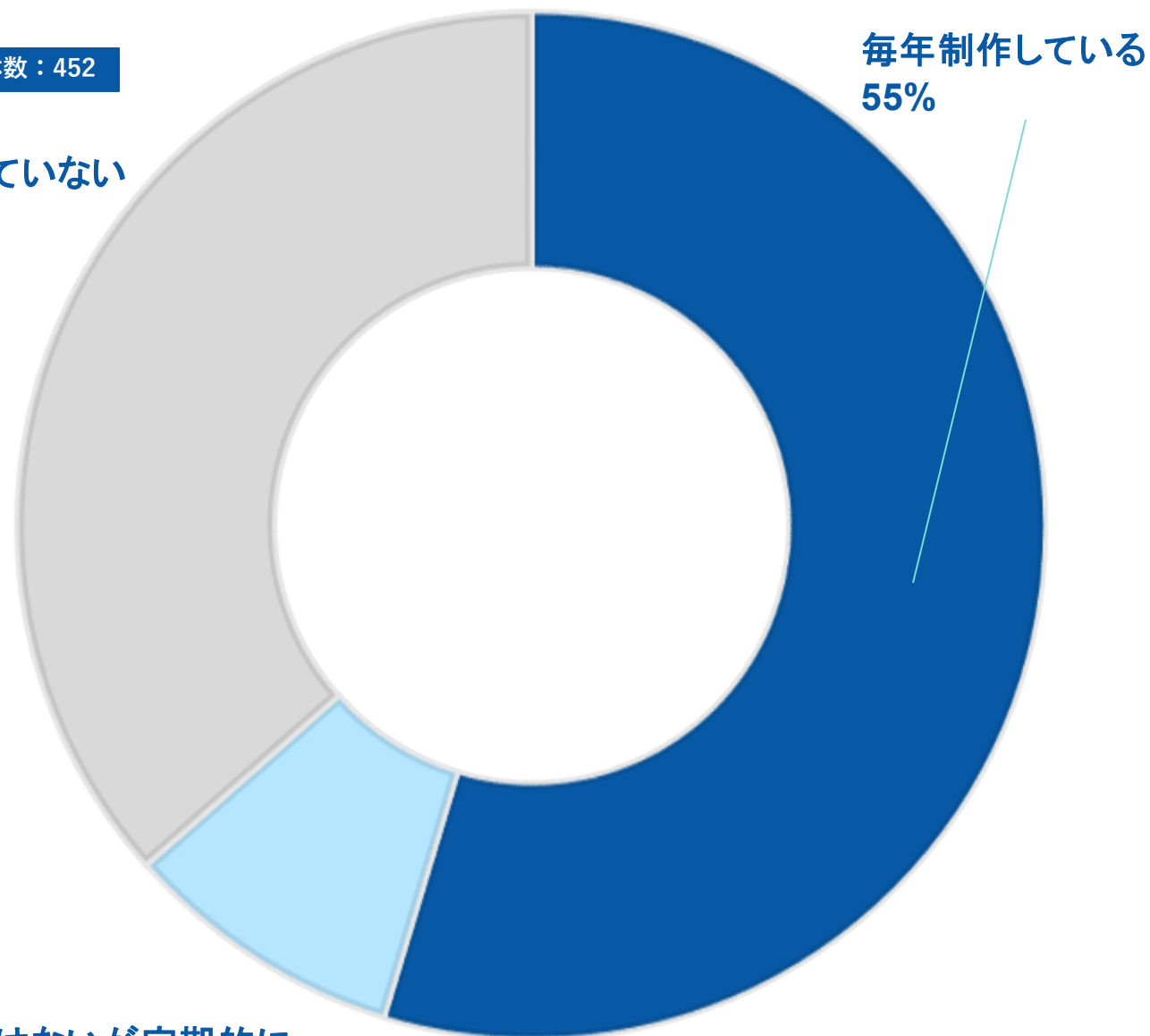
「毎年制作している」と答えたのは247団体(55%)で、これに、「毎年ではないが定期的に制作している」40団体(9%)を合わせると、全体の6割以上が年次報告書を制作していることが分かった。



回答団体数：452

制作していない
36%

毎年ではないが定期的に
制作している 9%



5. 実態調査結果

[Section 03]

広報・年次報告書について



「制作している」場合

年次報告書はどのように制作していますか？

年次報告書を制作している団体のほとんどを占める266団体が「自団体で制作している」と回答した。

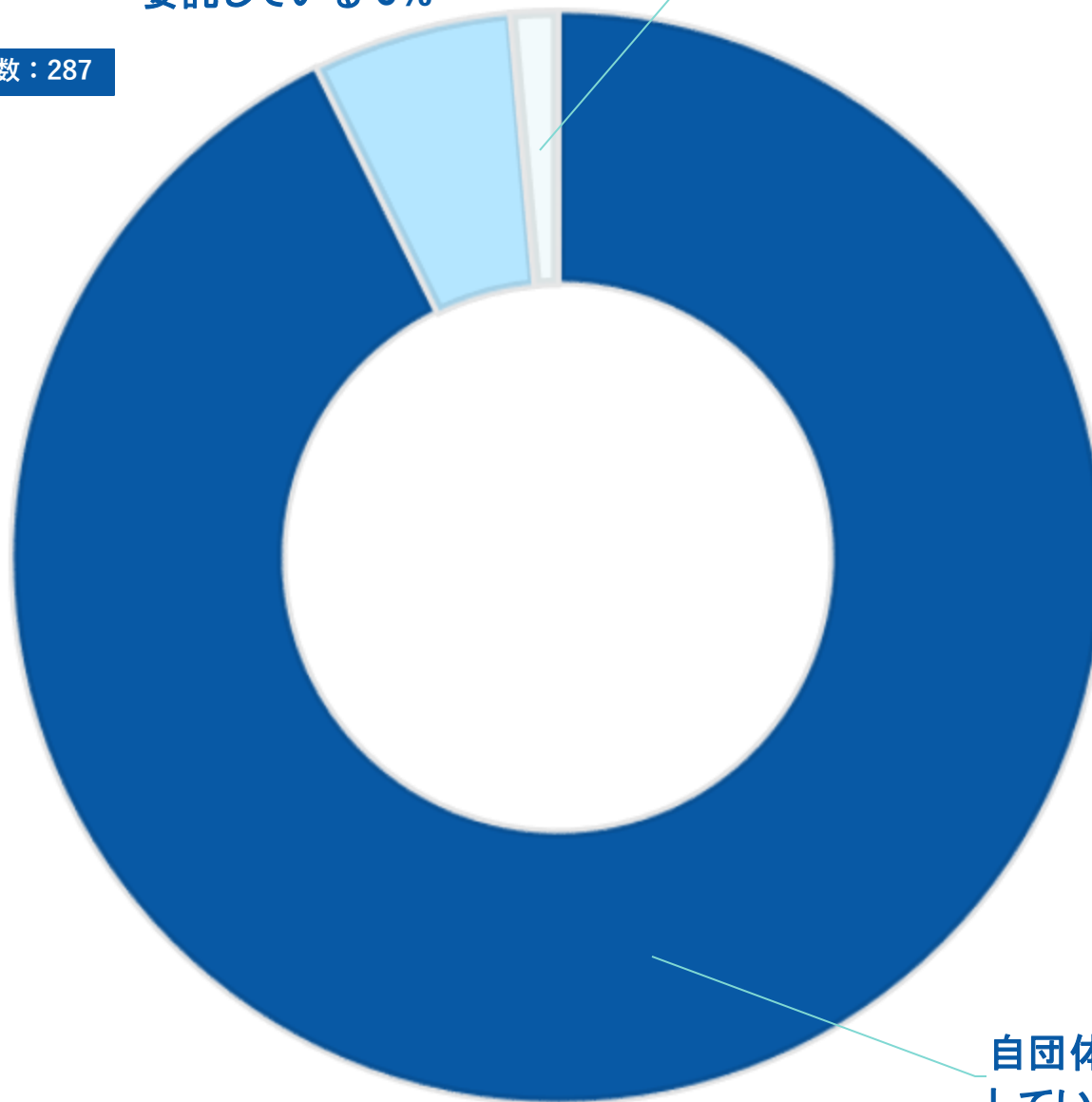
「他社(個人も含む)へ委託している」の団体は17団体で、6%に留まった。



回答団体数：287

他社(個人も含む)へ委託している 6%

その他 1%



自団体で制作している 93%

5. 実態調査結果

[Section 03]

広報・年次報告書について



「制作している」場合

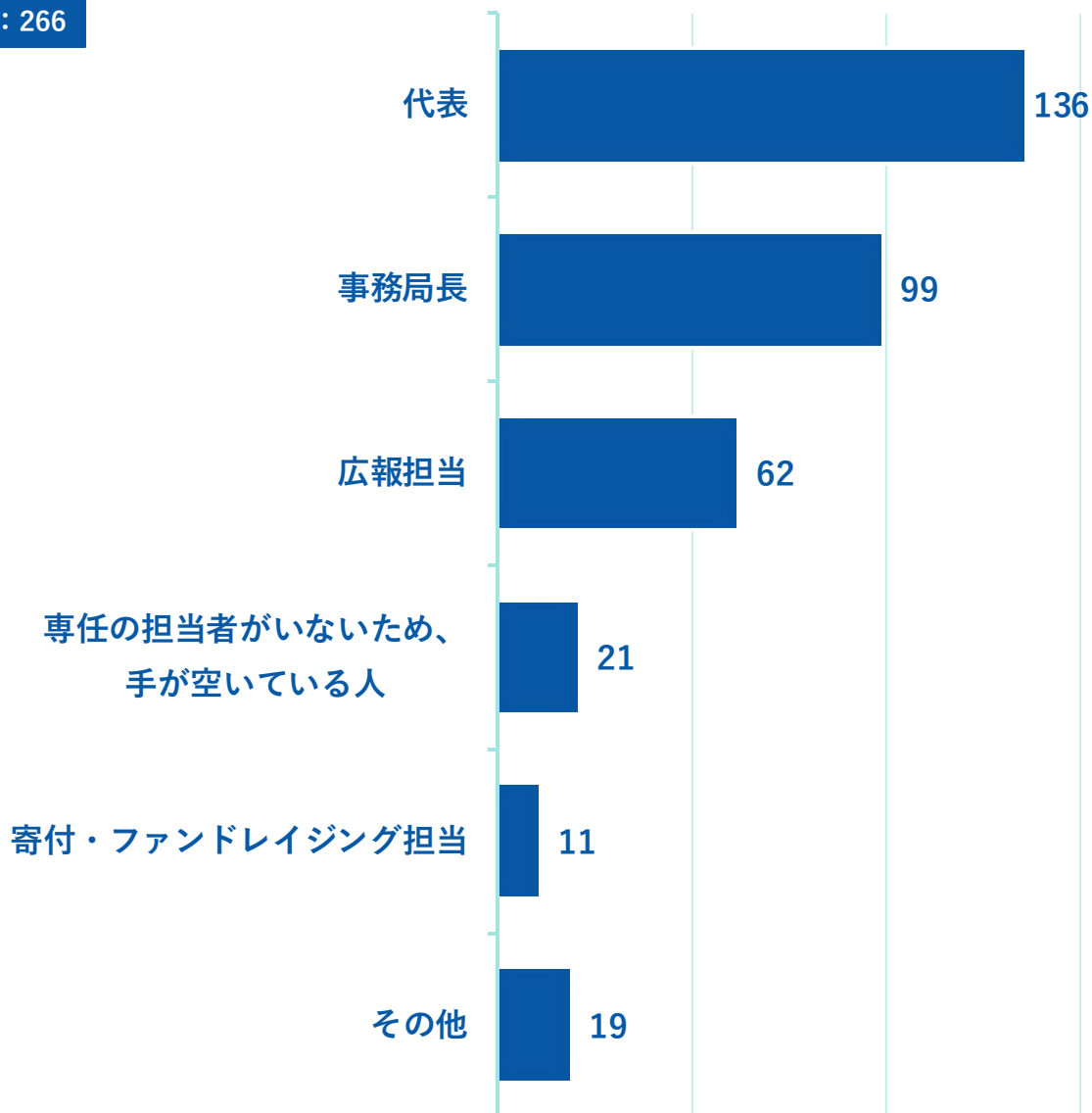
年次報告書の制作を主に担当しているのはどなたですか？該当するものを1つ*お選びください

* 兼任している場合は、最大2つまでお選びいただけます

年次報告書の制作を主に担当しているのは「代表」が最も多く、51%の団体が選んだ。次いで多かったのは、「事務局長」(37%)、「広報担当者」(23%)となった。



回答団体数：266



5. 実態調査結果

[Section 03]

広報・年次報告書について



「制作している」場合

年次報告書を制作する
上での課題感について、
各項目を5段階で
評価してください

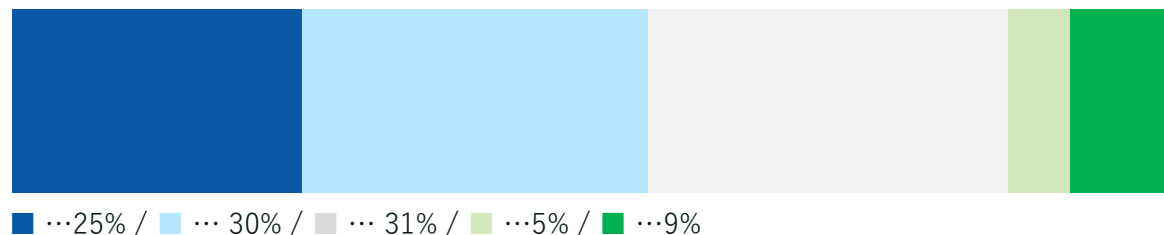
「年次報告書の制作にかけられる時間が少なくて困っている」は中央値が4と高く、課題感が見られた。

「年次報告書の制作にかけられる予算が少なくて困っている」は中央値が3で、4項目の中では「そう思わない」と回答した割合が最も高かった。

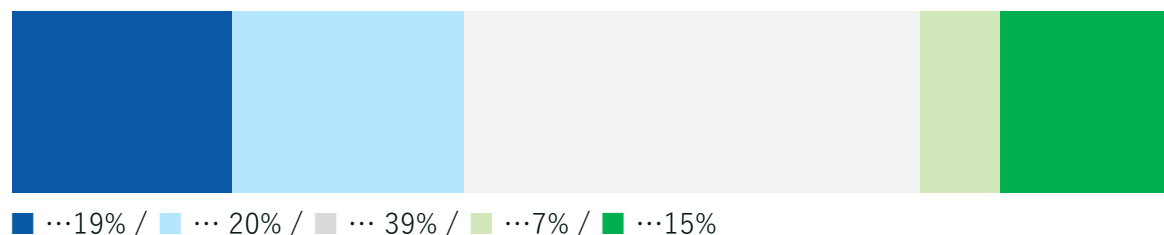


回答団体数：
266

① 年次報告書の制作にかけられる時間が少なくて困っている



② 年次報告書の制作にかけられる予算が少なくて困っている



5. 実態調査結果

[Section 03]

広報・年次報告書について



「制作している」場合

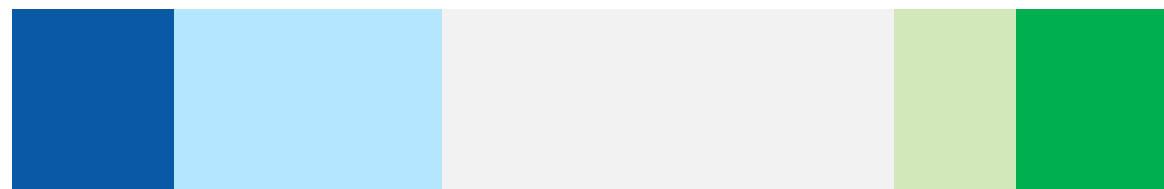
年次報告書を制作する
上での課題感について、
各項目を5段階で
評価してください

「団体内に、年次報告書の制作の専門的な知識を持っている人がおらず困っている」と「掲載内容をまとめるのが難しく困っている」は、いずれも中央値が3で、目立った課題感は見られなかった。



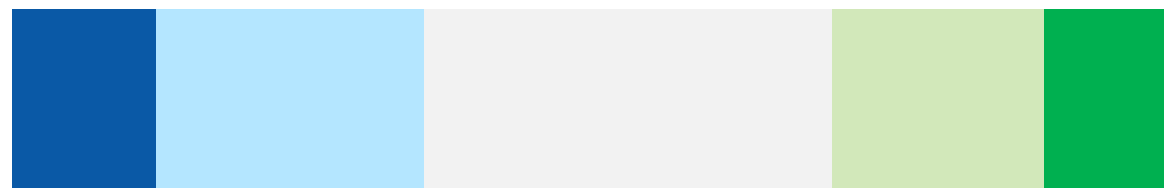
回答団体数：
266

③ 団体内に、年次報告書の制作の専門的な知識を持っている人がおらず困っている



■ …14% / ■ … 23% / ■ … 39% / ■ …11% / ■ …14%

④ 掲載内容をまとめるのが難しく困っている



■ …12% / ■ … 23% / ■ … 35% / ■ …18% / ■ …12%

5. 実態調査結果

[Section 03]

広報・年次報告書について



「制作している」場合

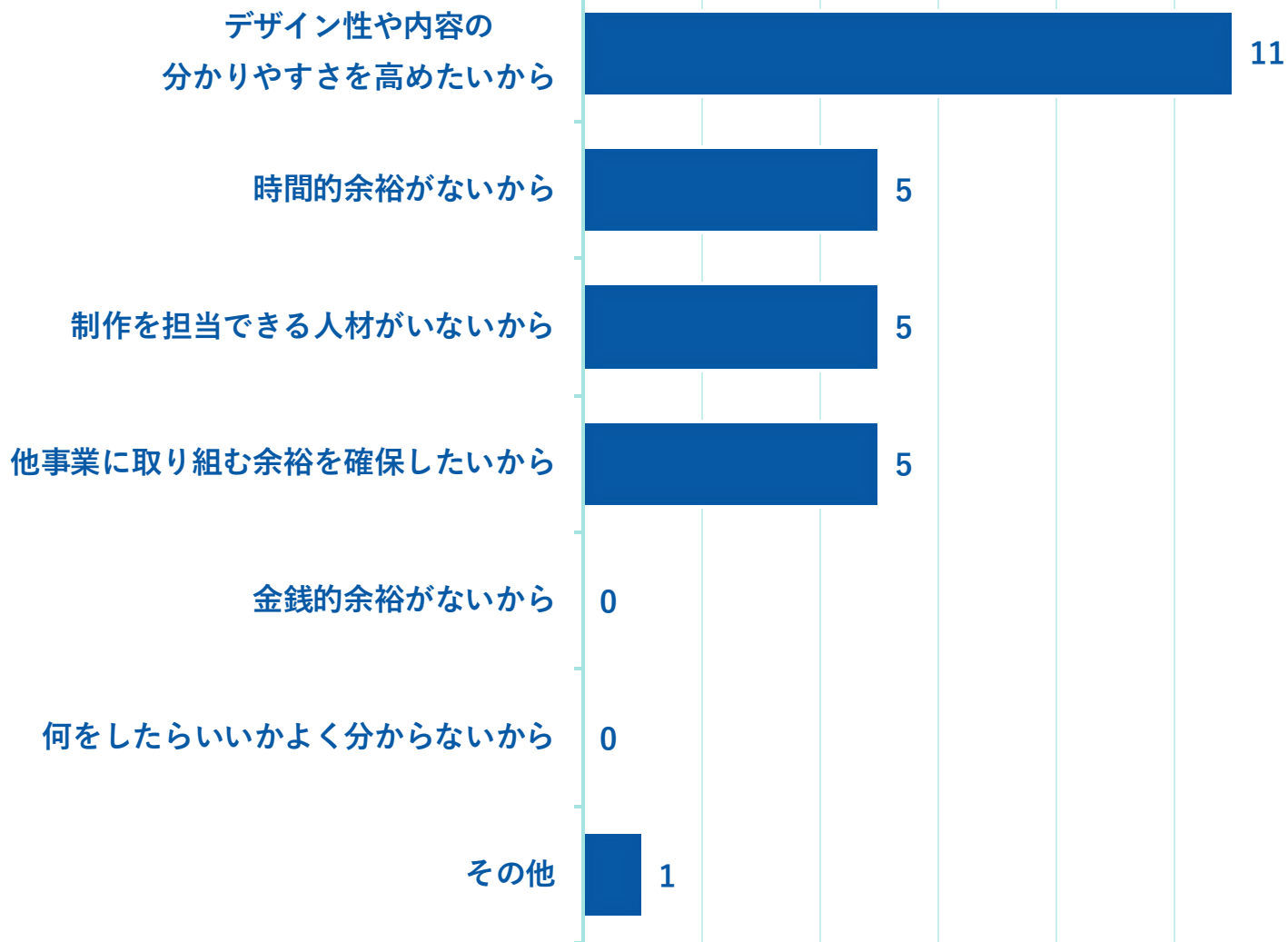
年次報告書の制作を他社へ委託している理由として当てはまるものを、すべてお選びください

年次報告書の制作を他社へ委託している17団体においては、その理由として「デザイン性や内容の分かりやすさを高めたいから」が最も多く選ばれた。

一方、「時間的余裕のなさ」や「人材がない」などを理由に挙げた団体も約3割ずついた。



回答団体数：17



5. 実態調査結果

[Section 03]

広報・年次報告書について



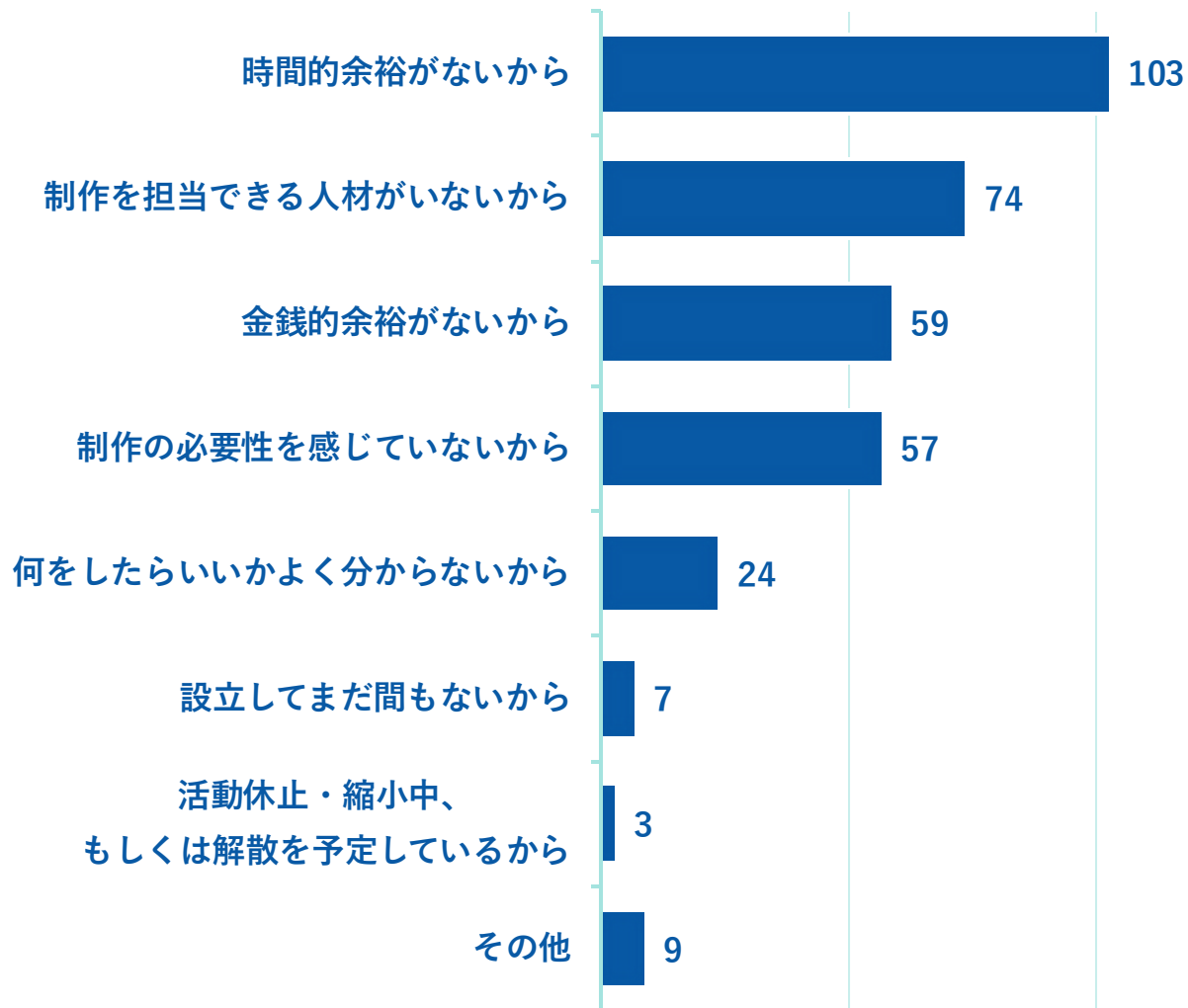
「制作していない」場合

年次報告書の制作に取り組まれていない理由として該当するものを、すべてお選びください

年次報告書を「制作していない」165団体においては、その理由として（年次報告書の制作に取り組む）「時間的余裕がないから」が最も多く、103団体(62%)が選んだ。これに「制作を担当できる人材がないから」(45%)、「金銭的余裕がないから」(36%)が続き、上位は時間・人材・お金の不足となった。



回答団体数：165



5. 実態調査結果

【Section 03】

広報・年次報告書について

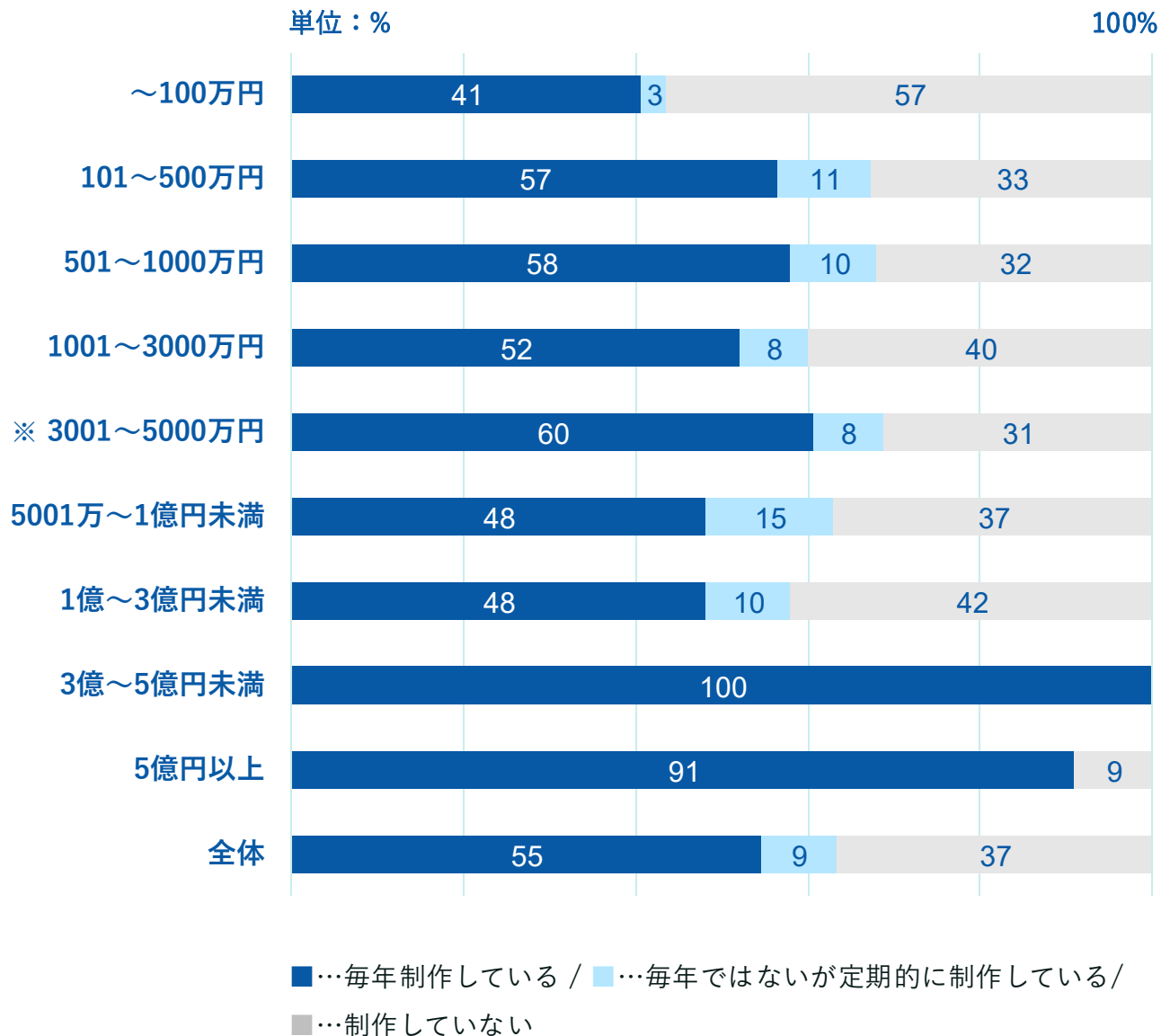
✕ Pick up! クロス集計

事業規模 × 年次報告書の制作状況

「事業規模」と「年次報告書の制作状況」をクロス集計したところ、事業規模が「～100万円」の団体において「制作していない」割合が57%と最も高くなった。

また、「3億～5億円未満」の団体はすべての団体が、「5億円以上」の団体においては91%が「毎年制作している」と回答した。

総計：452



※小数点第一位切り捨て

【Section 04】 特定非営利活動法人の認定制度について

本セクションは今回の調査から新たに加えたセクションで、回答団体のうち「特定非営利活動法人」（NPO法人）の皆さまを対象に、認定認証制度にまつわご状況をお聞きしています。特に認定を取得されるプロセスで持たれた課題感や認証による効果、あるいは認定取得をめざしている団体を感じているハードルや期待される効果などについて、それぞれ5段階評価でご回答いただきました。

要点

- 1) 認定の取得状況としては、「認定を取得済み」と回答した団体が128団体で最も多く、「特例認定を取得済み」と合わせると全体の3割を占めた。一方、「認定の取得は目指していない」とした団体は2番目に多く、116団体(26%)となった。
- 2) 認定または特例認定認証への申請経験があったとした146団体に、認証の基準要件についてそれぞれ達成困難度を5段階（5:非常に困難だった～1:全く困難だと感じなかった）で評価する設問では、「パブリック・サポート・テスト(PST)に適合すること」で中央値が3と最も高くなり、ほかはすべて中央値が1か2で、目立った課題感は見られなかった。
- 3) 認定または特例認定を取得した経験があったとした141団体に、取得による最も大きな効果を聞いた設問では、「団体への信頼度が高まった」（43%）と「団体内人材の責任感や運営意識の醸成につながった」（13%）が上位の2項目となり、各項目の5段階（5:そう思う～1:そう思わない）評価においても、いずれも中央値が4と最も高くなった。
- 4) 最も大きな効果の具体的な内容について聞いた設問では、上位2つの項目について、それぞれ“講演やコラボレーションの依頼が増えた”、“自分たちの活動が認められ、方向性への確信を持ち、法人内の結束が高まった”といった回答が見られた。
- 5) 認定の取得に前向きな85団体は取得したい理由として、「団体の信頼度や信用度を高めたい」「法人寄付の増加に繋げたい」「個人寄付の増加に繋げたい」の3つが上位に挙げられ、いずれも約8割の団体が選んでおり、他の選択肢（理由）と比べて目立って多かった。
- 6) 「認定の取得は目指していない」とした116団体では、その理由として、「認定を取得することによる効果やメリットを感じない」を選んだ団体が65団体(56%)で最多となった。次いで、「組織運営および経理を適切に行う人材や財源が不足している(35%)」「PSTに適合することは困難だと感じる(28%)」が選ばれている。また、「認定の認証制度についてよく知らない」とした団体も1割以上あった。
- 7) 「事業規模」と「認定の取得は目指していない」とのクロス集計では、事業規模が大きくなるにつれて、認定の取得を目指していない団体数が少なくなる傾向が見られた。
- 8) 「事業規模」と認定取得による効果の5段階評価のうち「他団体や企業との連携につながった」とのクロス集計では、「5億円以上」の団体で、「そう思う」と「少しそう思う」が合わせて8割を超え、目立って高かった。

5. 実態調査結果

[Section 04]

特定非営利活動法人の 認定制度について



特定非営利活動法人における認定の取得状況について、当てはまるものを1つ*お選びください

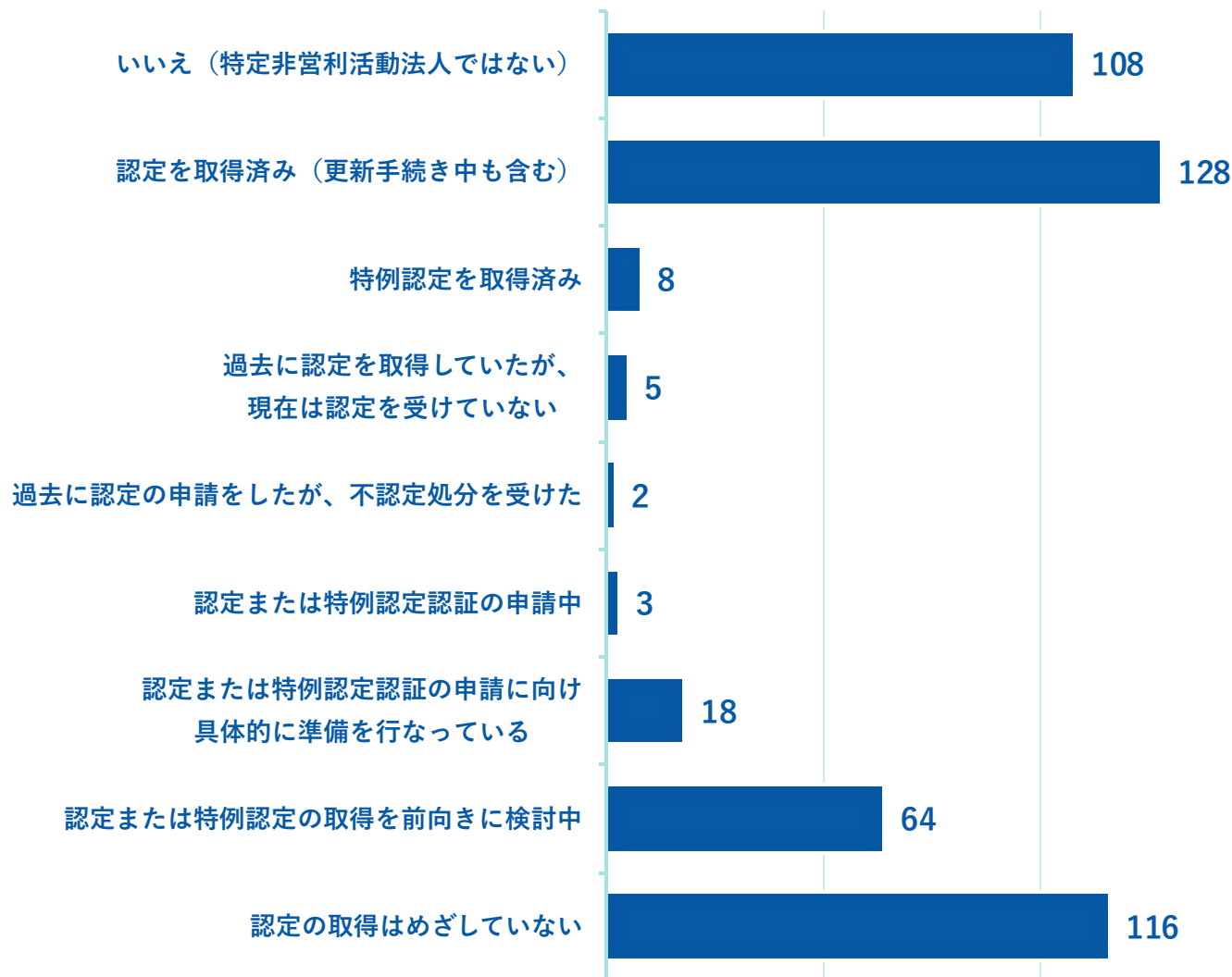
* NPO法人ではない場合は、「いいえ」（特定非営利活動法人ではない）をお選びください

「認定を取得済み（更新手続き中も含む）」と回答した団体が最も多く128団体で、「特例認定を取得済み」の8団体と合わせると、全体の30%を占めた。

一方で、「認定の取得は目指していない」とした団体は116団体(26%)に達した。



回答団体数：452



5. 実態調査結果

[Section 04]

特定非営利活動法人の 認定制度について



認証制度に申請した
ことがある場合

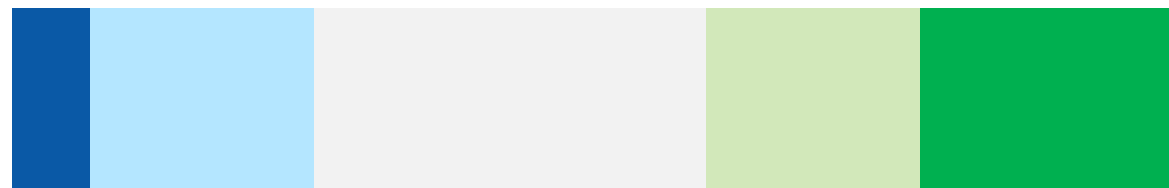
認証制度の基準要件について、達成するのがどのくらい難しいと感じたか、各項目をそれぞれ5段階で評価してください。

基準要件の達成困難度について聞いた8つの項目の中では、「パブリック・サポート・テスト(PST)に適合すること」において、「そう思う」と「少しそう思う」を合わせた割合が26%と最も高く、唯一、中央値が3となった。



回答
団体数：
120

① パブリック・サポート・テスト (PST) に適合すること*

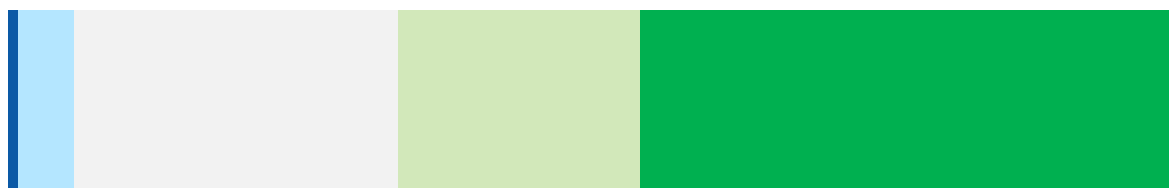


■ … 7% / ■ … 19% / ■ … 33% / ■ … 18% / ■ … 23%

* PSTへの適合を要件としない「特例認定」に該当する団体を考慮し、便宜上、選択肢に「0」を追加。「0」を選択した26団体を母数から除外し、5段階で評価を行った120団体を回答数として割合を算出。

② 事業活動において、共益的な活動の占める割合が50%未満であること

回答
団体数：
146



■ …1%未満 / ■ … 5% / ■ … 27%/ ■ …21% / ■ …47%

■ 5…非常に困難だった / ■ 4…少し困難だと感じた / ■ 3…どちらでもない / ■ 2…あまり困難だと感じなかった / ■ 1…全く困難だと感じなかった

5. 実態調査結果

[Section 04]

特定非営利活動法人の 認定制度について



認証制度に申請した
ことがある場合

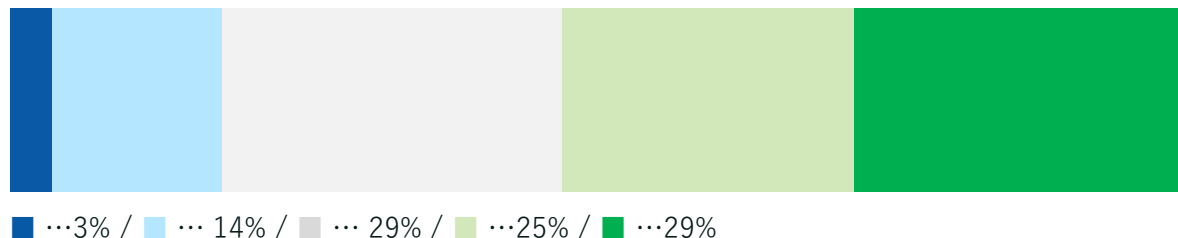
認証制度の基準要件について、達成するのがどのくらい難しいと感じたか、各項目をそれぞれ5段階で評価してください。

右記3項目における中央値はそれぞれ③が2、④が1、⑤が2となり、達成する上で目立った難しさは見られなかった。

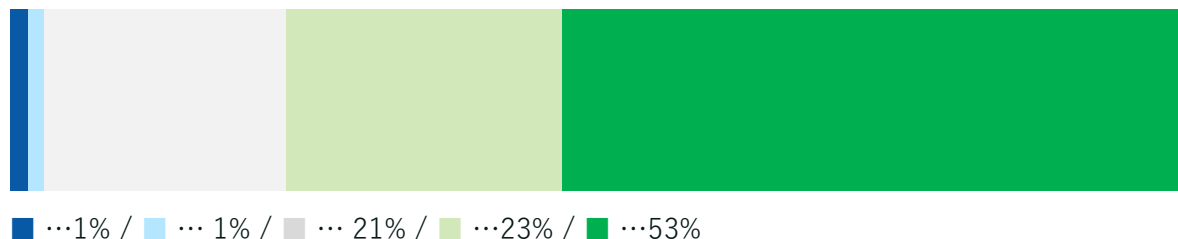


回答
団体数：
146

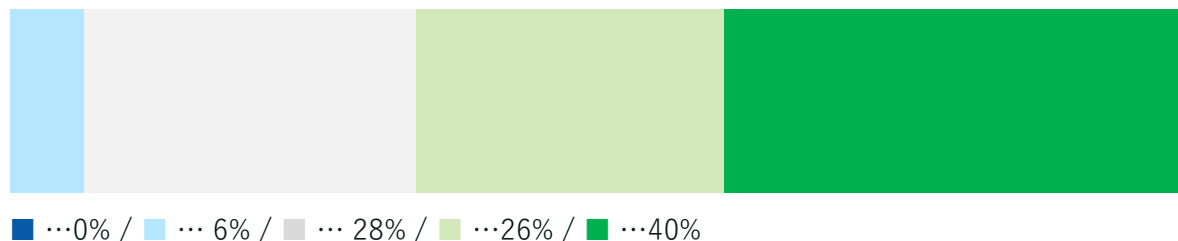
③ 運営組織及び経理が適切であること



④ 事業活動の内容が適正であること



⑤ 情報公開を適切に行っていること



■ 5…非常に困難だった / ■ 4…少し困難だと感じた / ■ 3…どちらでもない / ■ 2…あまり困難だと感じなかった / ■ 1…全く困難だと感じなかった

5. 実態調査結果

[Section 04]

特定非営利活動法人の 認定制度について



認証制度に申請した
ことがある場合

認証制度の基準要件について、達成するのがどのくらい難しいと感じたか、各項目をそれぞれ5段階で評価してください。

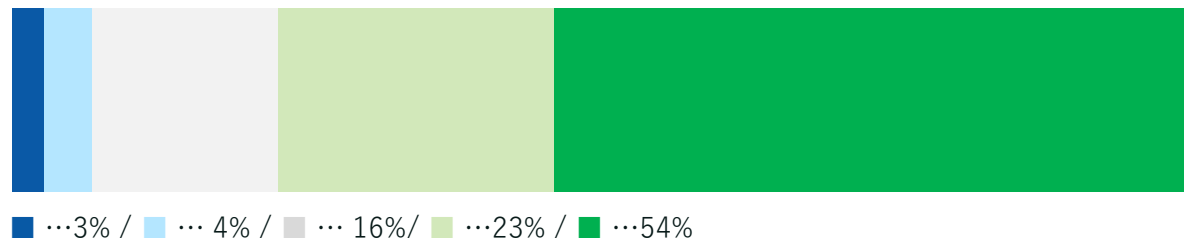
.....

右記の3項目はすべて中央値1となり、達成する上で目立った難しさは見られなかった。



回答
団体数：
146

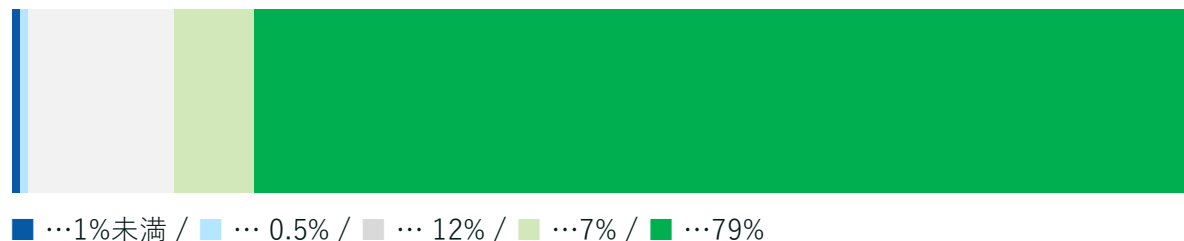
⑥ 事業報告書等を所轄庁に提出していること



⑦ 法令違反、不正の行為、公益に反する事実等がないこと



⑧ 設立の日から1年を超える期間が経過していること



■ 5…非常に困難だった / ■ 4…少し困難だと感じた / ■ 3…どちらでもない /
■ 2…あまり困難だと感じなかった / ■ 1…全く困難だと感じなかった

5. 実態調査結果

【Section 04】

特定非営利活動法人の 認定制度について



認証制度に申請した
ことがある場合

前設問において5段階
評価した基準要件のうち、「5：非常に困難
だった」と評価したものがあれば、その理由
を教えてください*

* 任意回答

任意でのテキスト回答とした
本設問は、13団体から回答が
あった。

紙幅の都合上、すべての回答
を掲載することは難しく、
また、団体が特定されうる内
容の回答が複数あったため、
一部の回答の抜粋に留めた。



回答団体数：13

リモートワーク、ペーパーレス化を実施しているため、紙での書類整備や管理状況の把握に苦労した。

国、府、市へ、全く同じ形式のものを各様式に落とし込み、200枚程度の書類を毎年紙ベースで出さないといけなかったことが大変でした。

提出する書類の作成が非常に煩雑で難しいから。

一回報告書の提出を失念したため、3年間申請ができなかった。

絶対値に関する基準（PST）での認定取得が難しいこと。100人以上のハードルが高い。

5. 実態調査結果

[Section 04]

特定非営利活動法人の 認定制度について



認証制度に申請した
ことがある場合

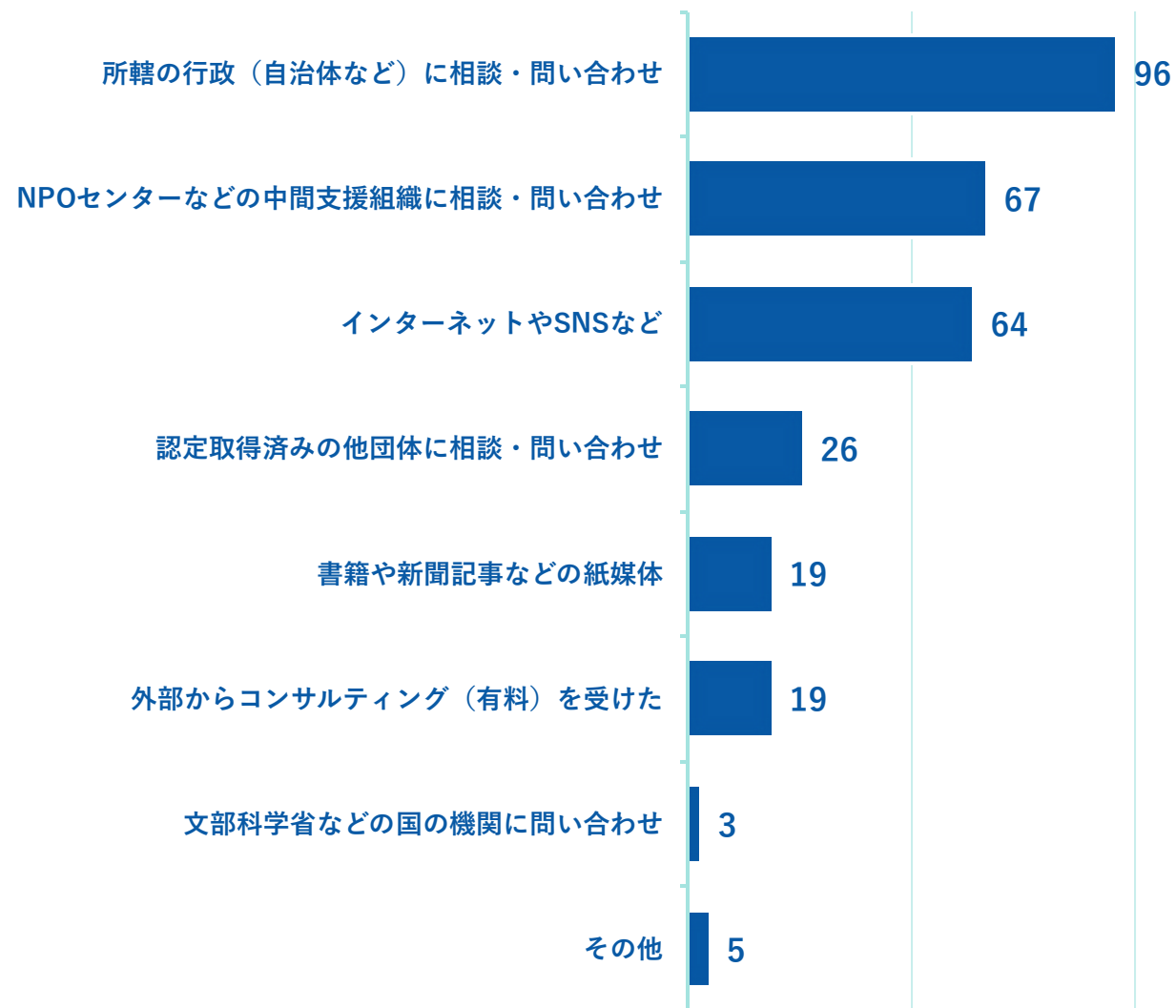
認定を取得する上で行
なった情報収集手段と
して、該当するものを
すべてお選びください

情報収集手段としては、「所
轄の行政(自治体など)に相談・
問い合わせ」を選んだ団体が
最も多く、66%に上った。

また、「外部からコンサル
ティング(有料)を受けた」こと
のある団体も1%以上いること
がわかった。



回答団体数：146



5. 実態調査結果

[Section 04]

特定非営利活動法人の 認定制度について



認定または特例認定を
取得したことがある場合

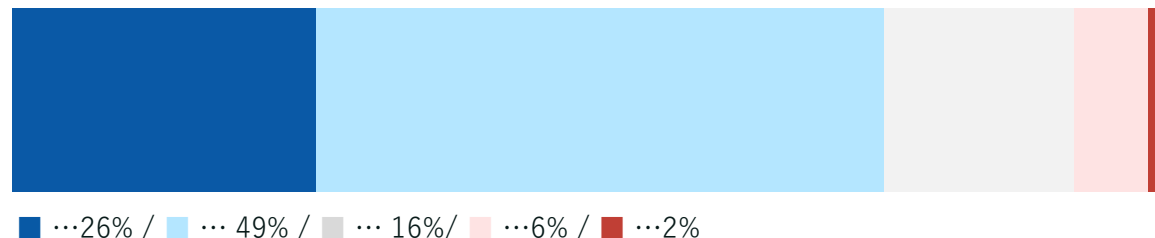
認定を取得したことによる効果について、次の項目をそれぞれ5段階で評価してください

認定取得による効果について聞いた全11項目中、「そう思う」と「少しそう思う」を合わせた割合が最も高かったのは、「団体への信頼度が高まった」の75%で、多くの団体が評価していることがわかった。「団体の認知度が高まった」と「社会的インパクトを増大させることができた」はいずれも中央値が3となった。

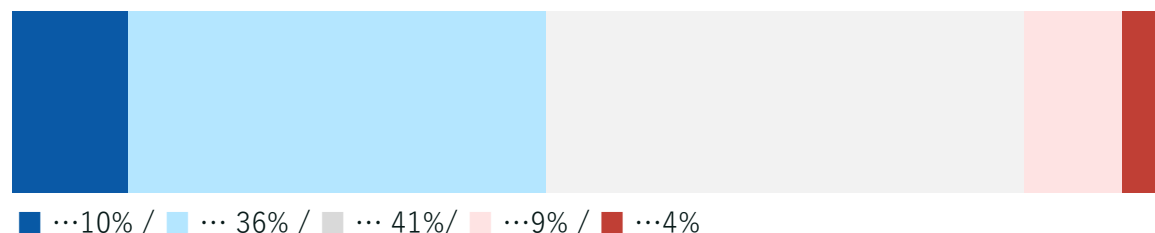


回答
団体数：
141

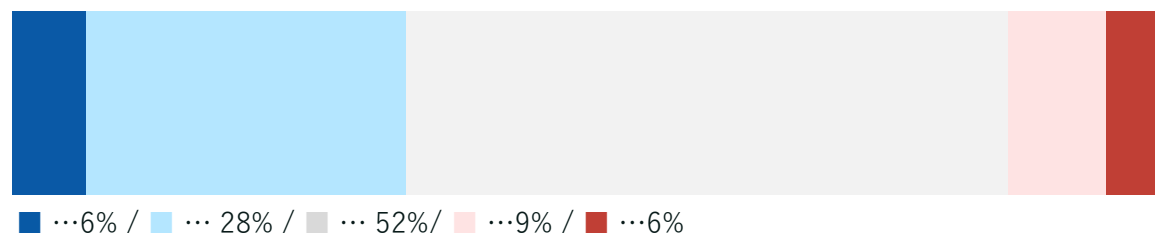
① 団体への信頼度が高まった



② 団体の認知度が高まった



③ 社会的インパクトを増大させることができた



■ 5...そう思う / ■ 4...少しそう思う / ■ 3...どちらでもない / ■ 2...あまりそう思わない / ■ 1...そう思わない

5. 実態調査結果

[Section 04]

特定非営利活動法人の 認定制度について



認定または特例認定を
取得したことがある場合

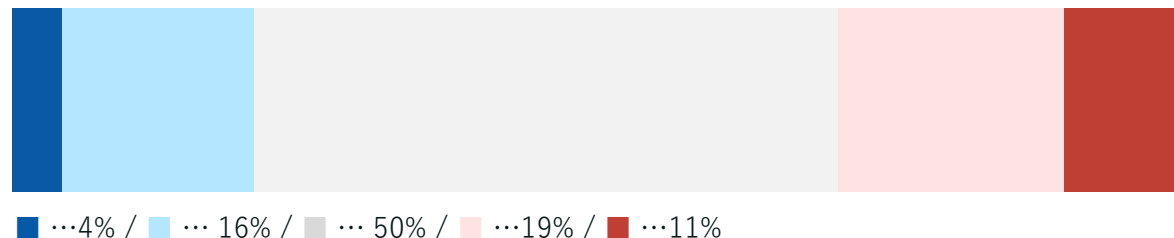
認定を取得したことによる効果について、次の項目をそれぞれ5段階で評価してください

右記の各項目は、いずれも中央値が3となったが、「会員の増加につながった」においては、「そう思う」と「少しそう思う」を合わせた割合が20%で、比較的低くなった。

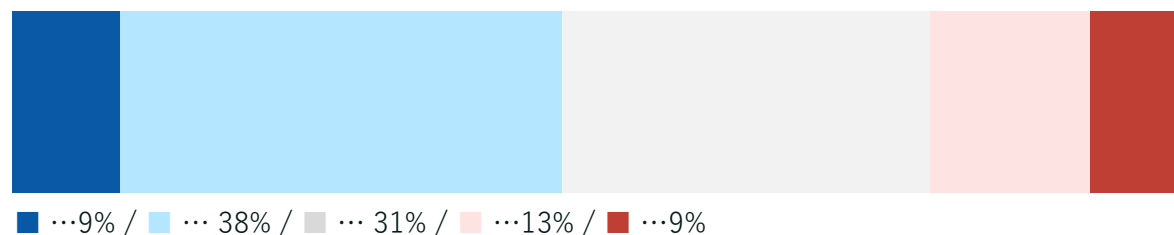


回答
団体数：
141

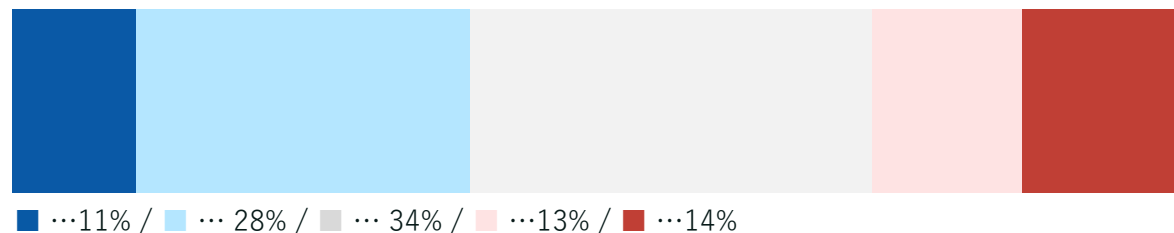
④ 会員の増加につながった



⑤ 個人寄付の増加につながった



⑥ 法人寄付の増加につながった



5. 実態調査結果

[Section 04]

特定非営利活動法人の 認定制度について



認定または特例認定を
取得したことがある場合

認定を取得したことによる効果について、次の項目をそれぞれ5段階で評価してください

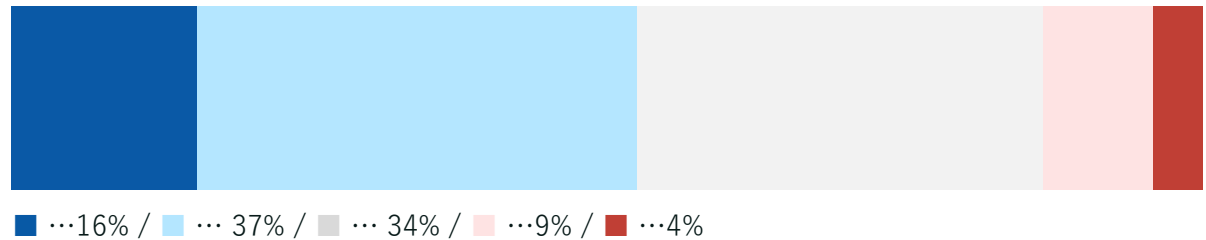
右記の項目のうち、「団体内人材の責任感や運営意識の醸成につながった」は、①と同じく中央値が4となり、全11項目で最も高かった。

一方、「新しい人材の獲得につながった」では、「そう思う」と「少しそう思う」を合わせた割合は最低の12%、かつ「そう思わない」の割合は17%で最も高く、全項目の中での評価が一番低かった。

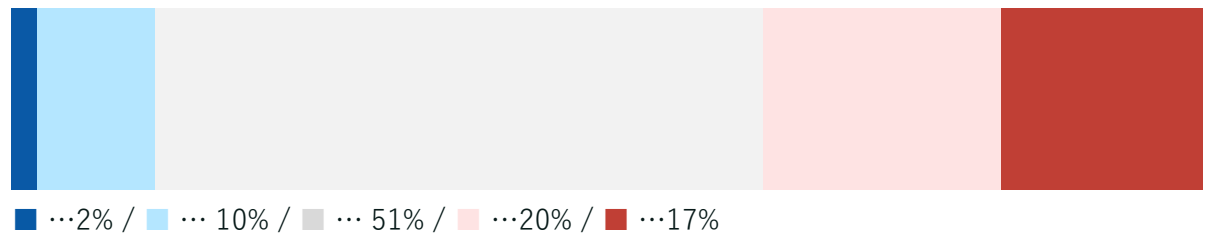


回答
団体数：
141

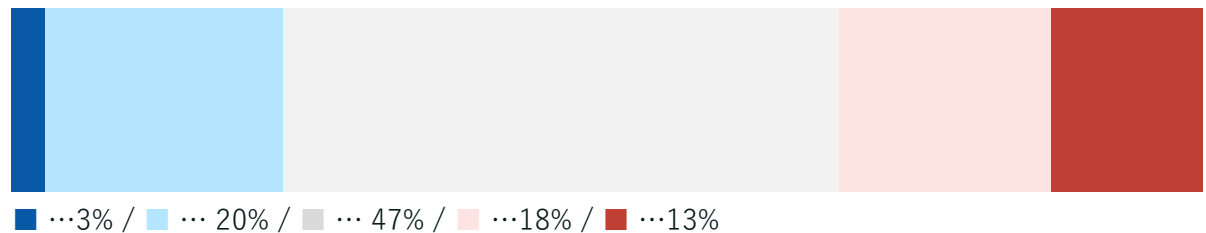
⑦ 団体内人材の責任感や運営意識の醸成につながった



⑧ 新しい人材の獲得につながった



⑨ メディアへの露出など広報機会の拡大につながった



■ 5...そう思う / ■ 4...少しそう思う / ■ 3...どちらでもない / ■ 2...あまりそう思わない / ■ 1...そう思わない

5. 実態調査結果

[Section 04]

特定非営利活動法人の 認定制度について



認定または特例認定を
取得したことがある場合

認定を取得したことによる効果について、次の項目をそれぞれ5段階で評価してください

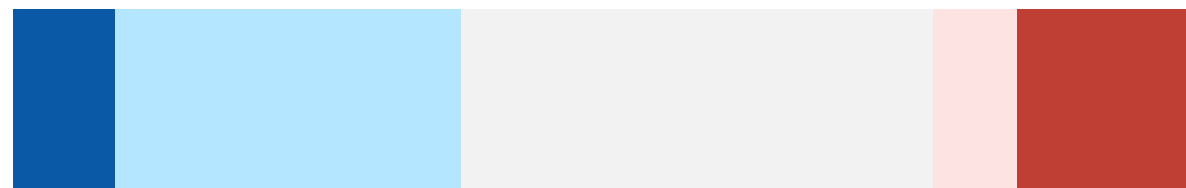
右記の2項目は、いずれも中央値が3となった。

「自治体との連携や事業受託につながった」においては、「そう思う」と「少しそう思う」を合わせた割合が38%となった。



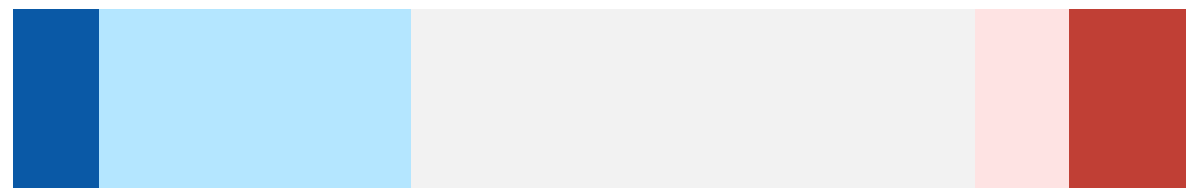
回答
団体数：
141

⑩ 自治体との連携や事業受託につながった



■ ...9% / ■ ... 29% / ■ ... 40% / ■ ...7% / ■ ...16%

⑪ 他団体や企業との連携につながった



■ ...7% / ■ ... 26% / ■ ... 48% / ■ ...8% / ■ ...11%

5. 実態調査結果

[Section 04]

特定非営利活動法人の 認定制度について



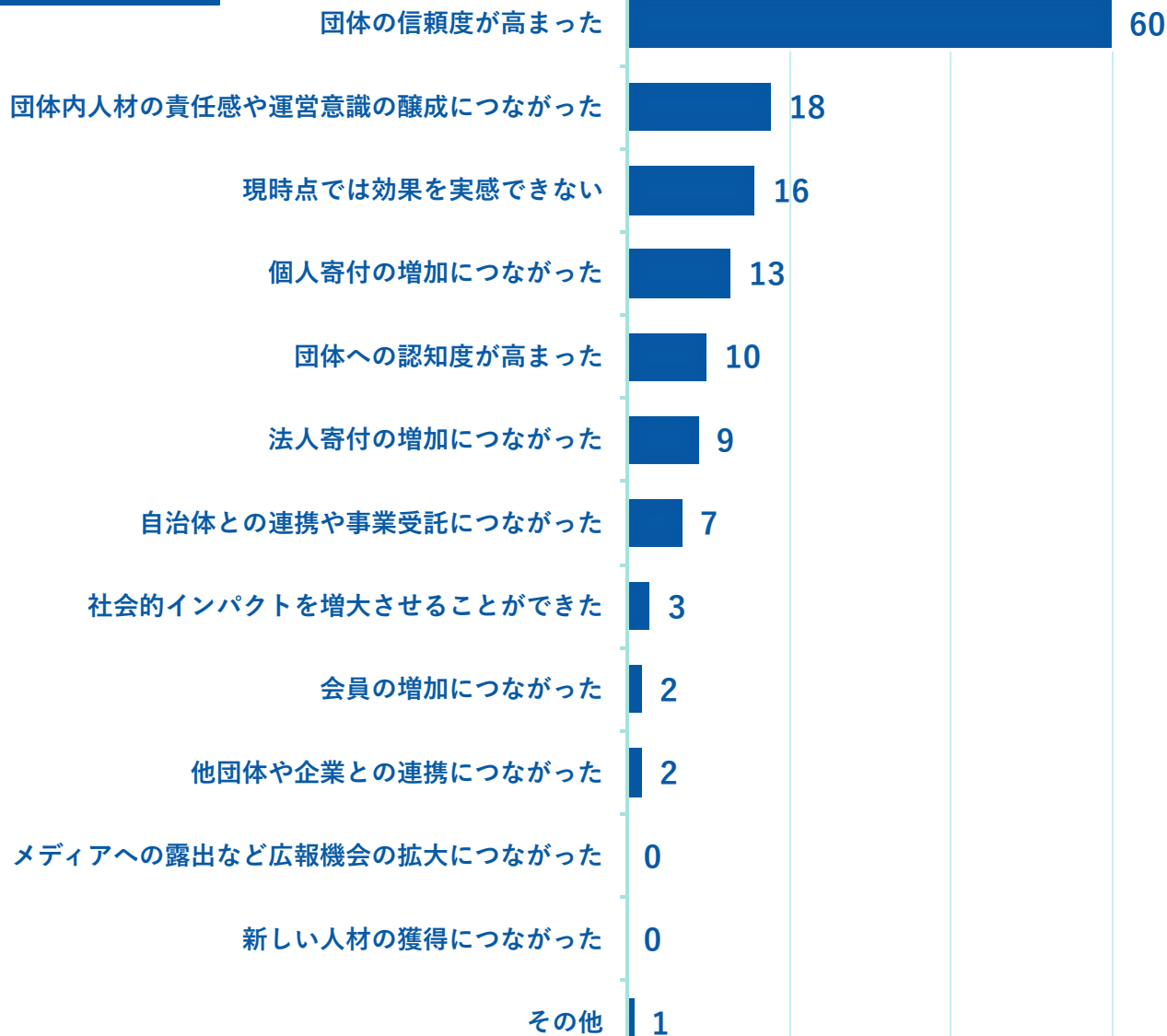
認定または特例認定を
取得したことがある場合

前設問で評価した認定
取得による効果のうち
「最も効果が大きい」
と感じているものを、
1つお選びください

認定取得による最も大きい効果として、「団体の信頼度が高まった」を選んだ団体が突出して多く、43%を占めた。次いで多かったのは、「団体内人材の責任感や運営意識の醸成につながった」の18団体(13%)だった。



回答団体数：141



5. 実態調査結果

【Section 04】

特定非営利活動法人の 認定制度について



前設問で選んだ「最も効果大きい」と感じている項目について、どれくらいの・どのような効果があったのか、できるだけ具体的にご教示ください

.....
本設問は紙幅の都合上、すべての回答を掲載することは困難なため、「認定取得による効果」の中で、前設問において「最も効果大きい」項目として上位に選ばれた2項目について、それぞれ一部の回答を抜粋した。



回答数：60

団体の信頼度が高まった

自治体からの様々な問い合わせなどが増えた。

講演やコラボレーションの依頼が増えた。

海外プログラム参加者が同業者と比較する際、認定NPOという安心感で当団体を選ぶ者がいた。

法人が寄付先として選ぶ際の最優先事項になっていることを感じる。とくに海外の企業はより認定の有無を重視している。

認定を取得したことがきっかけで、劇的に変化したわけではないが、数あるNPOの中から選んでもらった時に、認定であること、税制優遇が受けられることが選んだ要因であったとコメントをもらう事が増えた。

認定であることにより、寄付先に選んでもらう機会が増えた。

5. 実態調査結果

[Section 04]

特定非営利活動法人の 認定制度について



前設問で選んだ「最も効果大きい」と感じている項目について、どれくらいの・どのような効果があったのか、できるだけ具体的に
ご教示ください

.....
本設問は紙幅の都合上、すべての回答を掲載することは困難なため、「認定取得による効果」の中で、前設問において「最も効果大きい」項目として上位に選ばれた2項目について、それぞれ一部の回答を抜粋した。



回答数：18

組織内人材の責任感や運営意識の醸成につながった

イベント運営や団体運営において「社会的責任」や「持続可能な組織としてどうすべきか」を、より一層意識するようになった。

自分たちの活動が認められ、方向性への確信を持ち、法人内の結束が強まった。活動拠点のある*****役所や、*****協議会といった関係各機関との間に信頼感を得たことで一層の意識向上が図れた。

職員・関係者の自団体に対する意識が向上した。

一つ一つの業務に対しての意識が変わった。

認定を取得するためには、事務局だけでなくスタッフ全体として適切な組織運営が求められており、その責任があると感じています。このような話をスタッフと可能になっていることが、大きな効果と考えます。

認定NPO法人は、毎年の報告の種類も多く、寄付者管理や法人関係者への報酬についても常に把握しておく必要があります。それに対応するために、法人ガバナンスは役員、スタッフ共に意識するようになりました。

※ 回答団体の特定を避けるため、地域名・組織名の箇所の一部伏字を使用いたしました

5. 実態調査結果

[Section 04]

特定非営利活動法人の 認定制度について



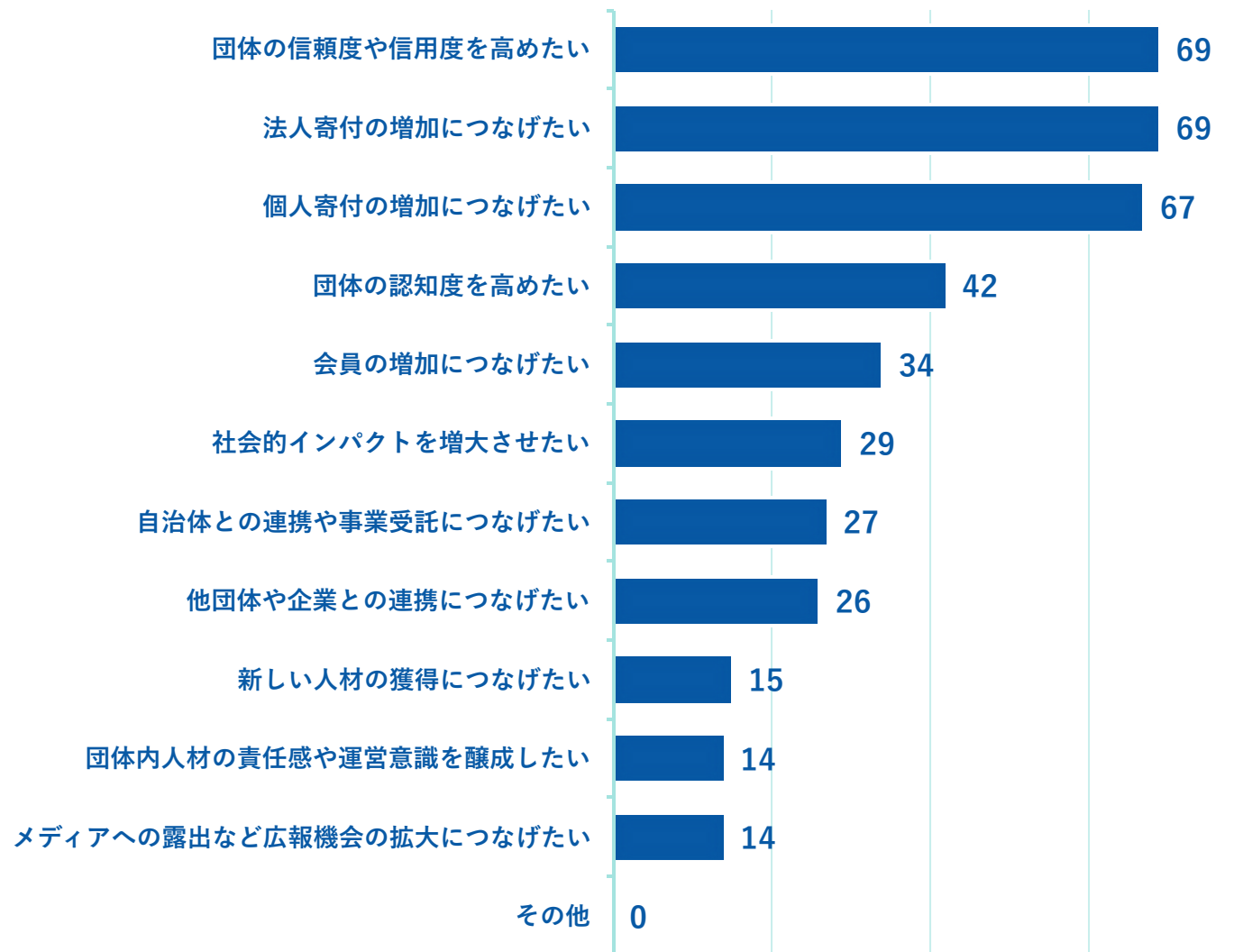
認定を取得したい理由として、当てはまるものをすべてお選びください

.....
認定(または特例認定)認証について、「現在、申請中である」「申請に向け具体的に準備を行なっている」「認定の取得を前向きに検討中」と回答した合計85団体に、認定を取得したい理由を聞いた。

「団体の信頼度や信用度を高めたい」と「法人寄付の増加につなげたい」が最も多く挙げられ、いずれも69団体(81%)となった。



回答団体数：85



5. 実態調査結果

[Section 04]

特定非営利活動法人の 認定制度について



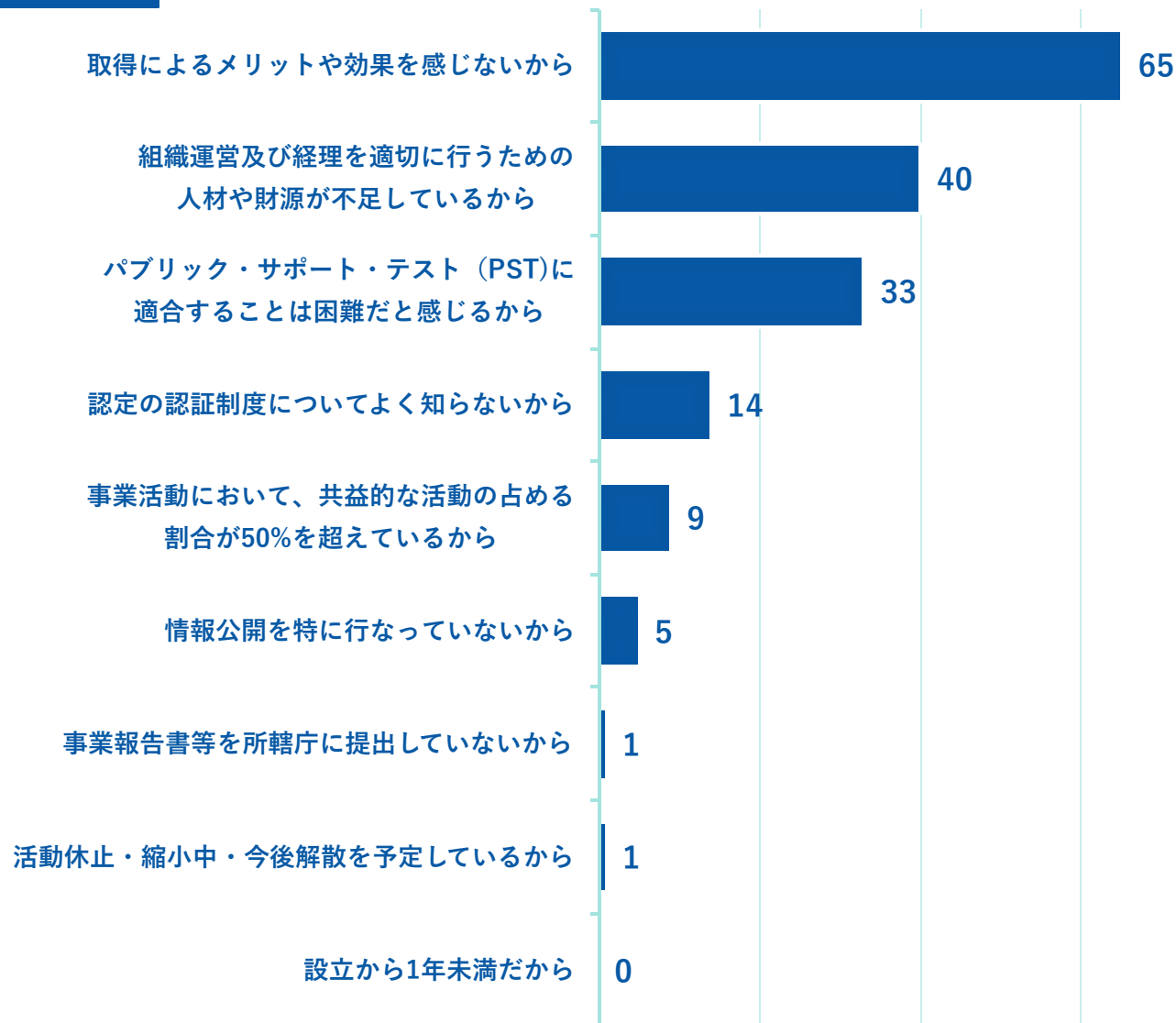
認定の取得をめざして
いない理由として当て
はまるものを、すべて
お選びください

「認定の取得をめざしていない」と回答した116団体においては、その理由として、56%が「認定を取得することによるメリットや効果を感じない」を挙げている。

次いで多かったのは、「組織運営及び経理を適切に行うための人材や財源が不足している」で、3割以上の団体が選んだ。



回答団体数：116



5. 実態調査結果

【Section 04】

特定非営利活動法人の 認定制度について

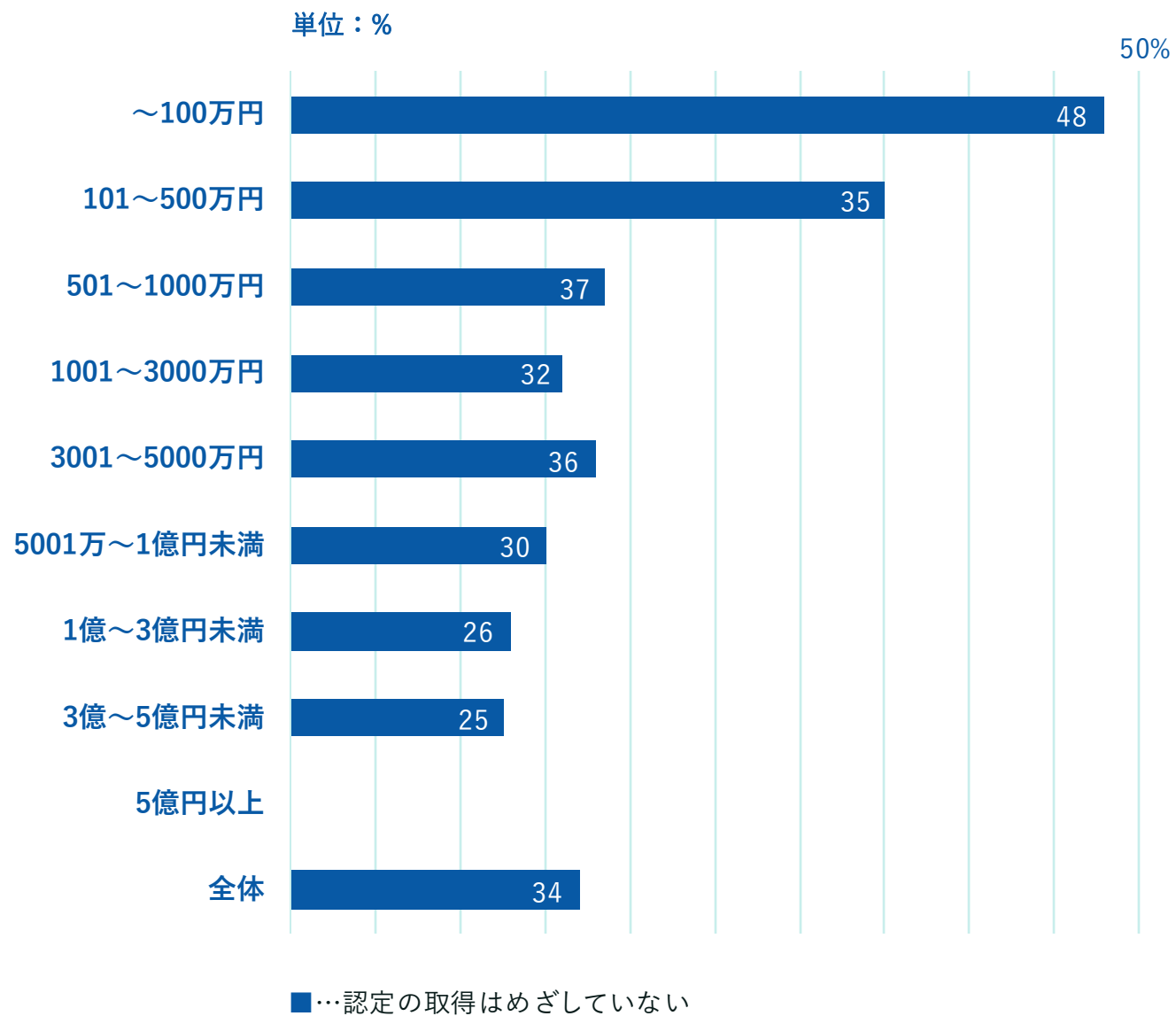
✕ Pick up! クロス集計

事業規模 × 認定の取得状況

「事業規模」と認定の取得状況において「認定の取得はめざしていない」を選んだ団体とのクロス集計では、事業規模が大きくなるほど、その割合が低くなる傾向が見られた。

事業規模が「～100万円」の団体では、めざしていない団体の割合が48%と最も高くなり、一方、「5億円以上」の団体では0%と最も低かった。

総計：452



5. 実態調査結果

【Section 04】

特定非営利活動法人の 認定制度について

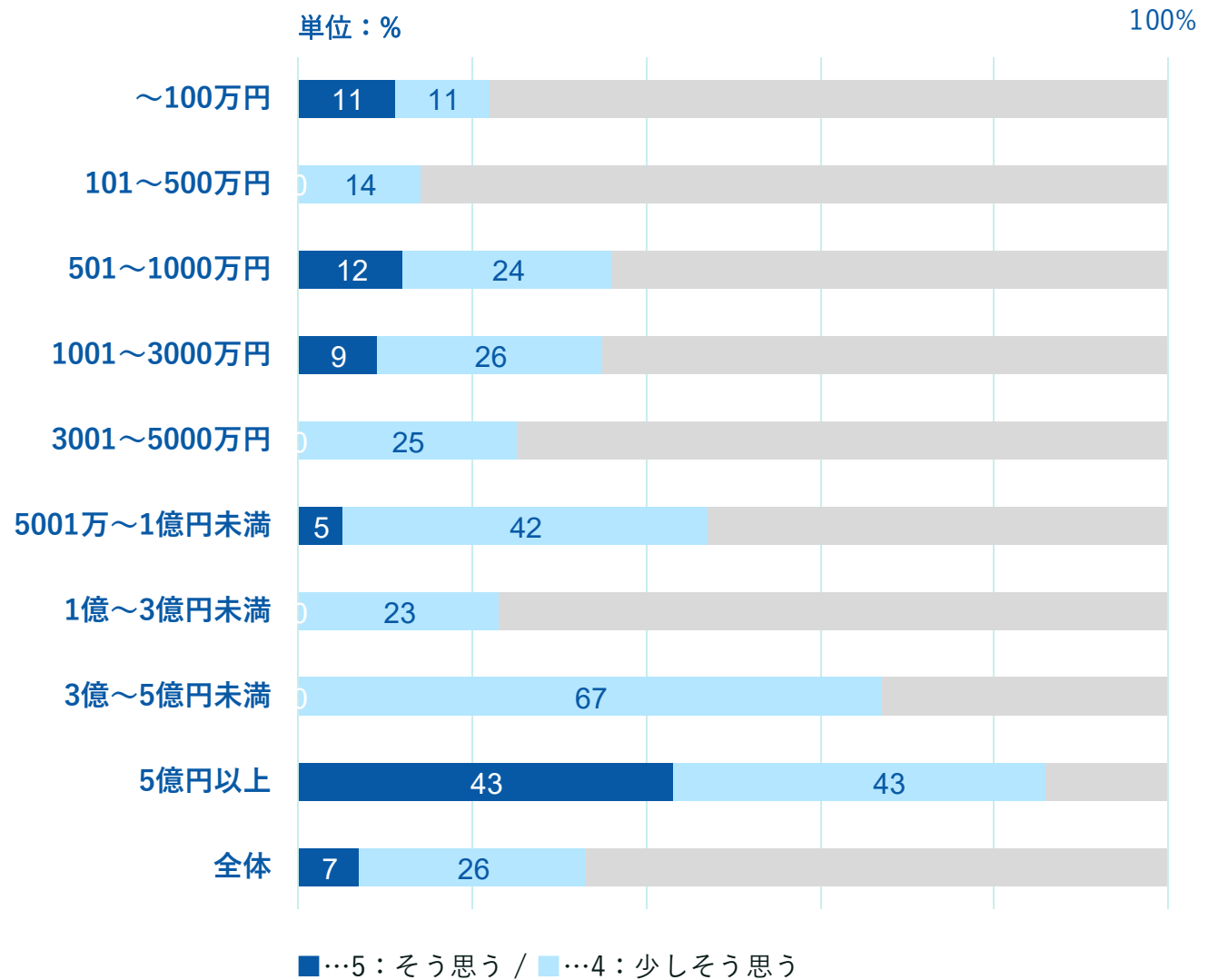
✕ Pick up! クロス集計

事業規模 × 認定の取得による効果 「他団体や企業との 連携につながった」

「事業規模」と、認定取得による効果の5段階評価のうち、「他団体や企業との連携につながった」という項目をクロス集計した。

結果、事業規模が「5億円以上」の団体において、「そう思う」と「少しそう思う」を合わせた団体の割合が最も高く、86%に上った。

総計：452



【Section 05】 資金・財政・会員制度について

本セクションでは、各団体における2023年度の事業収入に関して、寄付金の受け入れ状況や助成金の取得状況などの基本的な設問をはじめ、寄付の募集や助成金の申請・報告に係る課題感などをお聞きしています。

要点

- 1) 団体の前事業年度における収入のうち、最も割合が高い収入源は、「事業収入」とした団体が最多で、全体の約半数を占めた。
- 2) 「寄付を受け取ったことがある団体」は合わせて410団体(91%)で、これらの団体が2023年度中に受け取った寄付金の合計額としては「～10万円」が最多の90団体(22%)、中央値は「51～100万円」となった。
- 3) 寄付を受け入れている414団体において、その業務の主な担当者は「代表」が211団体(51%)と突出しており、「担当者がいないため、その時手が空いている人などが担当」と答えた団体は68団体(16%)だった。この414団体のうち、「団体のホームページ等で寄付を受け付けている」割合は69%で、「ふるさと納税の寄付先団体として自治体に登録されている」割合は13%だった。
- 4) 寄付の決済手段としては、「銀行口座振り込み」に対応している団体が382団体(92%)で最多となった。また、近年普及の進む「モバイル決済・電子マネー」や「コンビニ決済」に対応している団体の割合は合わせて15%と、前回調査結果の5%未満から大きく増加している。
- 5) 「寄付を募るために行っていること」では、最多回答は「直接的に寄付を依頼」の286団体(69%)で、上位3つは"自力"で行うものが占めた。回答団体数414団体に対し回答数の合計は約4倍で、複数の方法を組み合わせて寄付を募っている状況が見受けられた。
- 6) 「寄付を募っているがまだ集められていない」とした7団体においては、その理由として、「寄付集めにかける時間が少ない」「寄付集めにかける予算が少ない」「団体内に専門的な人材がない」が上位に挙げられた。
- 7) 助成金業務を行う424団体において、その業務の主な担当者としては「代表」が259団体で突出して多く、6割以上を占めた。「団体外部に業務を委託」している団体はおらず、回答したすべての団体が"自力"で助成金業務を行っていることが分かった。
- 8) 助成金への申請・報告経験を有する団体に聞いた課題感の5段階評価で中央値が4と最も高くなったのは「申請に必要な事務作業が多くて大変だった」と「報告に必要な事務作業が多くて大変だった」の2つで、いずれも「そう思う」と「少しそう思う」を合わせると75%に上った。
- 9) 「団体の目的に最も合致したSDGs」と「受取寄付金の合計額(中央値)」とをクロス集計したところ、「SDGs 2」で中央値が「501～1000万円」と最も高く、「SDGs 7・8・9」はいずれも中央値が「～10万円」で、SDGsによって金額中央値に大きな差が見られた。
- 10) 「事業規模」と「ふるさと納税の寄付先団体として自治体に登録されている」割合とのクロス集計では、事業規模が「5億円以上」の団体において、登録されている割合が60%と突出して高かった。

5. 実態調査結果

[Section 05]

資金・財政・会員制度 について



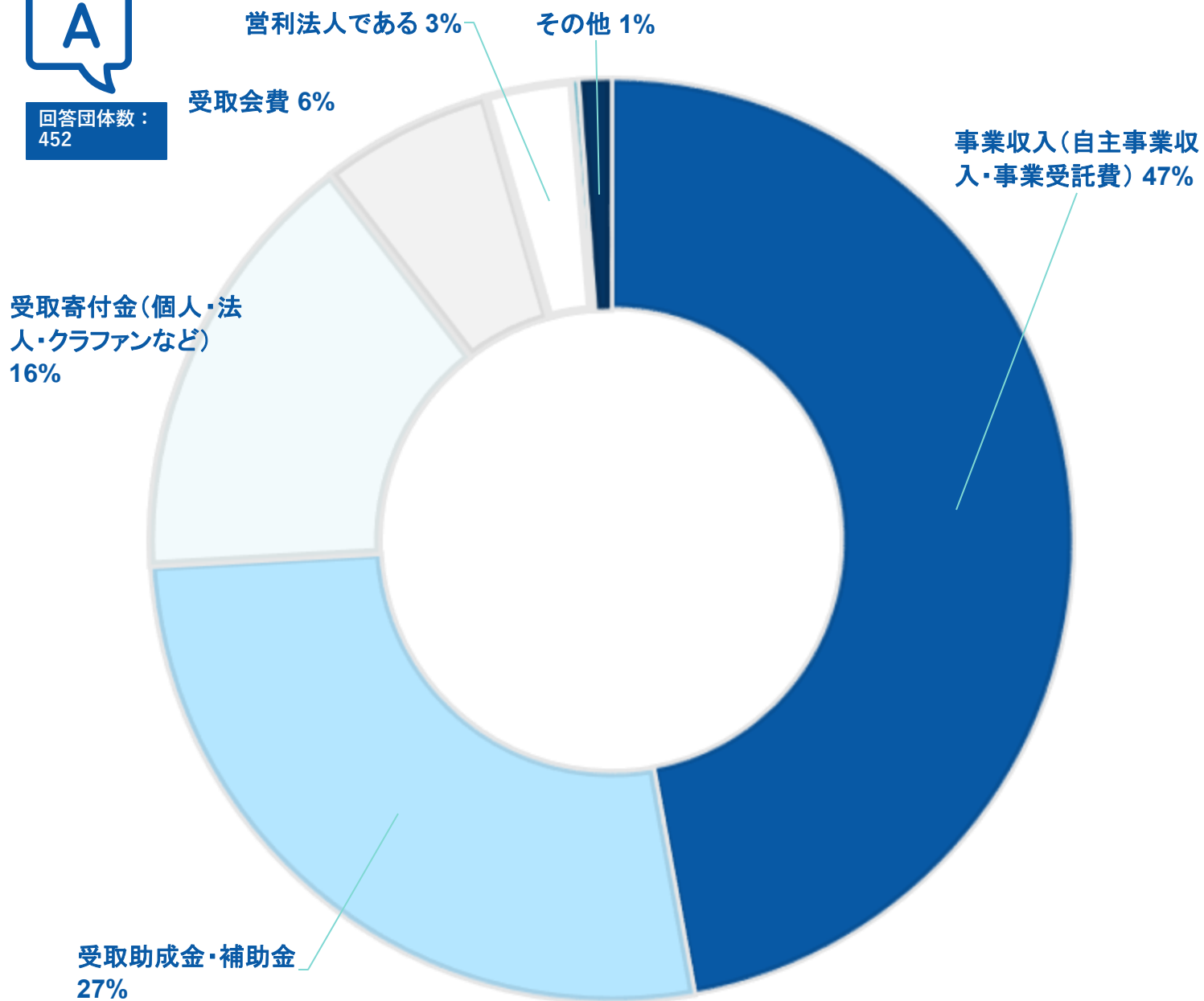
前事業年度の決算書
(活動計算書)における「収入(経常収入)」のうち、最も割合の高い収入源として当てはまるものを*を1つお選びください

* 株式会社などの営利法人の場合は、「営利法人である」をお選びください。

最も割合の高い収入源は、「事業収入(自主事業収入・事業受託費)」と答えた団体が213団体と最多で、全体の約半数を占めた。



回答団体数：
452



5. 実態調査結果

[Section 05]

資金・財政・会員制度 について



寄付金の受け取り状況
について当てはまるものを、すべてお選びください

「寄付を受け取ったことがある」と答えた団体は合わせて410団体で、全体の9割以上を占めた。一方で、「寄付を必要としていない、受け付けてない」団体も27団体いた。個別の選択肢としては「個人と法人からの寄付を受け取ったことがある」が308団体(68%)で、最多となった。



回答団体数：
452

個人からのみ寄付を受け取ったことがある

88

法人からのみ寄付を受け取ったことがある

14

個人と法人の両方から
寄付を受け取ったことがある

308

寄付を募っているが、
これまで一度も得られていない

4

これから寄付を募る予定である

11

寄付を必要としていない、
あるいは寄付を受け付けていない

27

5. 実態調査結果

【Section 05】

資金・財政・会員制度 について



2023年度中に受け取った寄付金の合計額として当てはまるものを、1つお選びください

「寄付を受け取ったことがある」と答えた410団体において、受取寄付金の前年度合計額は

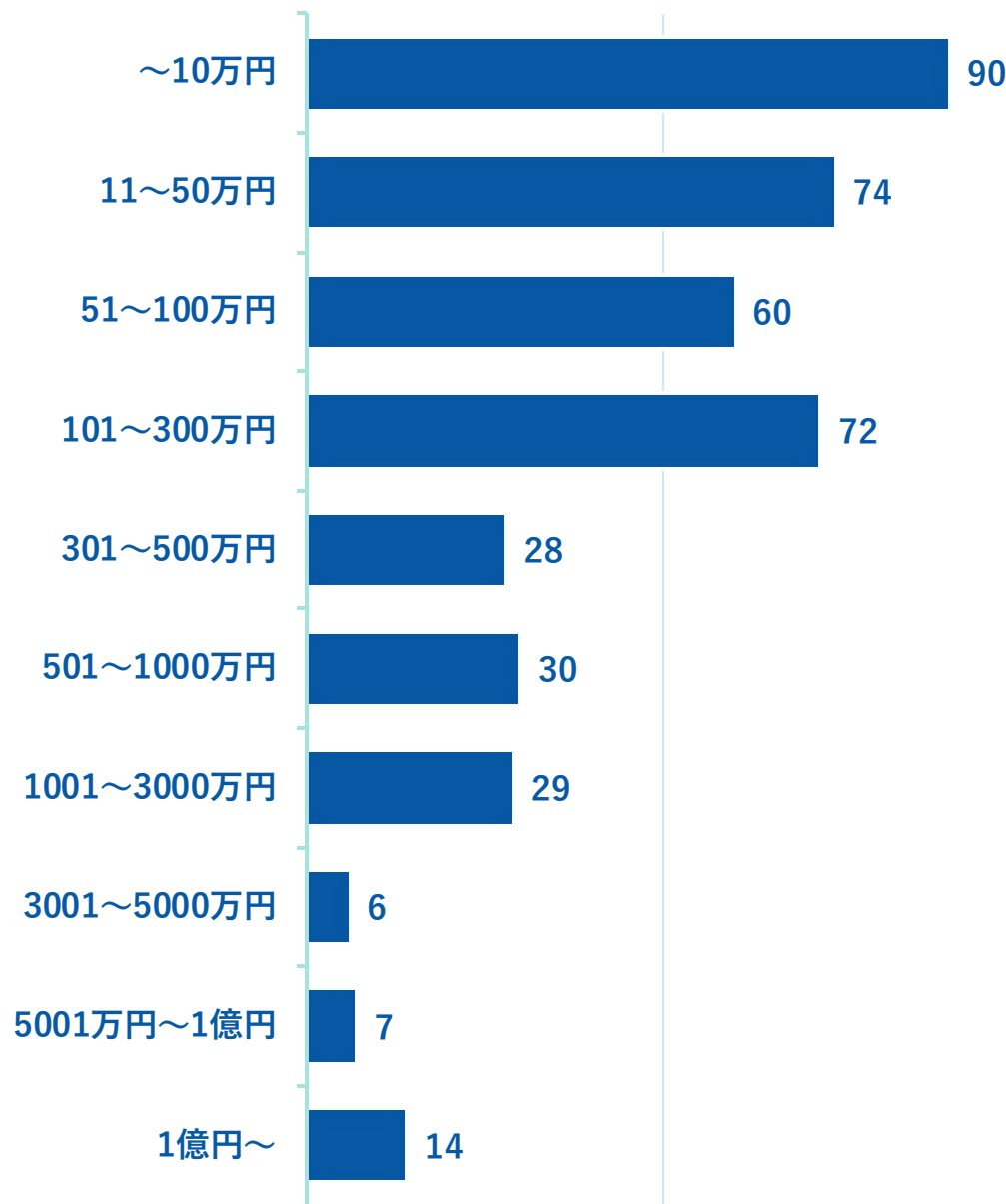
「～10万円」が最多で、90団体(22%)だった。

中央値は「51～100万円」で、

「1億円～」と答えた団体は3%に留まった。



回答団体数：
410



5. 実態調査結果

【Section 05】

資金・財政・会員制度 について



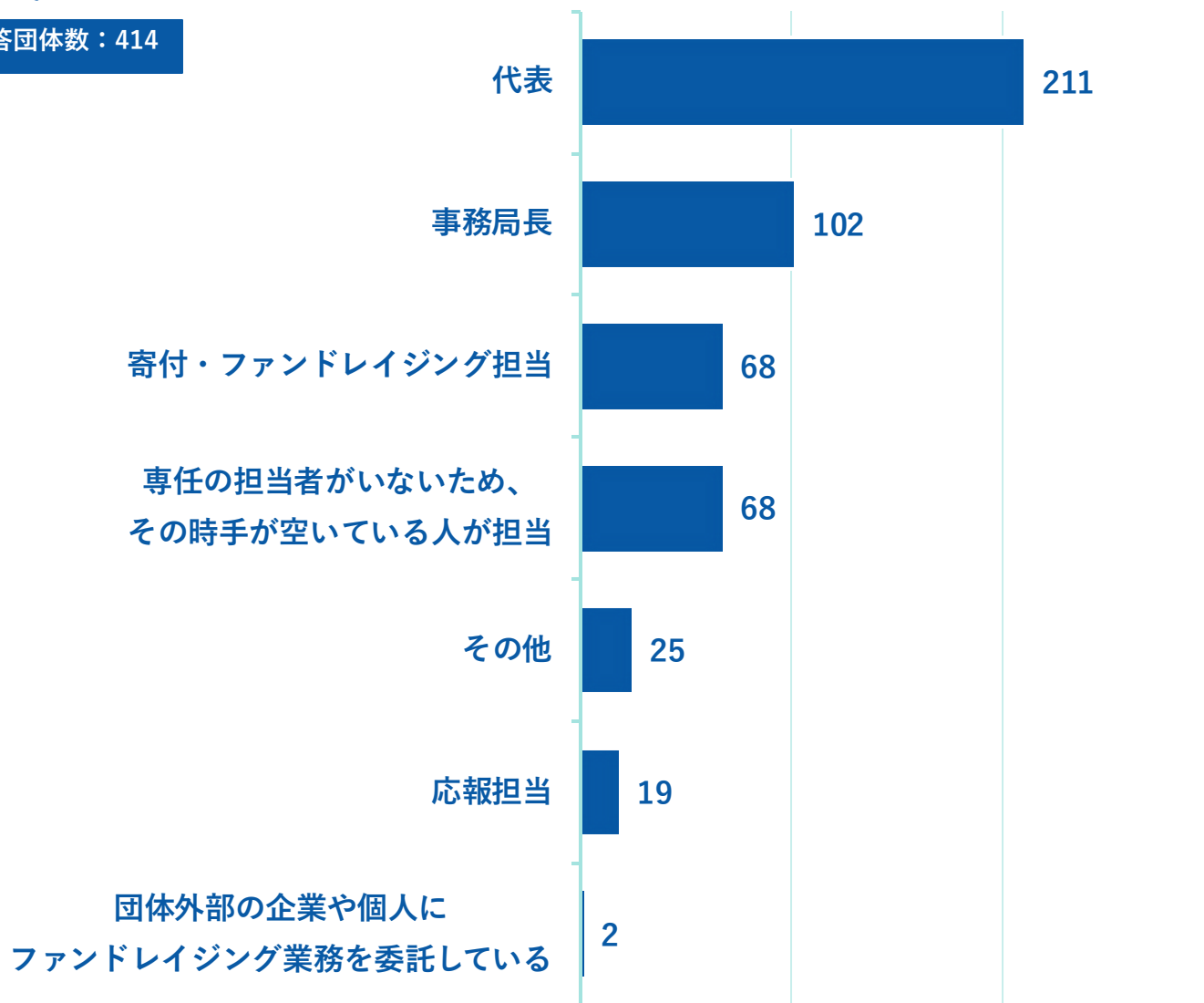
寄付業務（ファンドレイジング業務）を主に担当しているのはどなたですか？ 次の中から1つ*お選びください

* 兼任している場合は、最大2つまでお選びいただけます

寄付業務を行っている414団体において、その主な業務担当者は「代表」を選んだ団体が突出して多く、過半数(51%)となっている。これに「事務局長」「寄付・ファンドレイジング担当」が続き、「担当者がいないため、その時手が空いている人が担当」とした団体も68団体に上った。



回答団体数：414



5. 実態調査結果

【Section 05】

資金・財政・会員制度 について



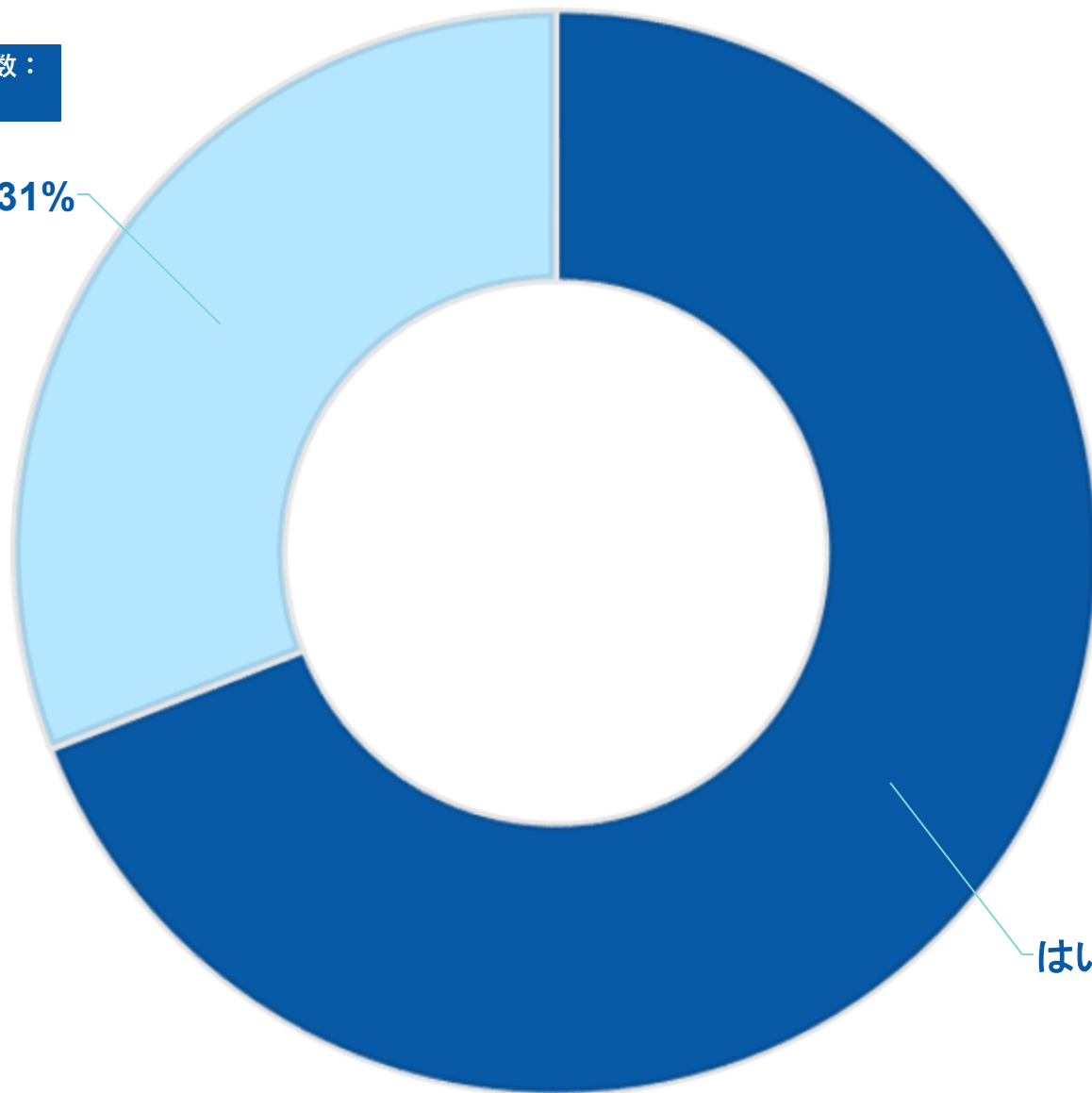
団体のウェブサイト （ホームページ 等）で寄付を受け 付けていますか？

寄付を受け付けている団体のうち、団体のウェブサイト等において寄付を受け付けている団体286団体で、約7割を占めた。



回答団体数：
414

いいえ 31%



はい 69%

5. 実態調査結果

[Section 05]

資金・財政・会員制度 について



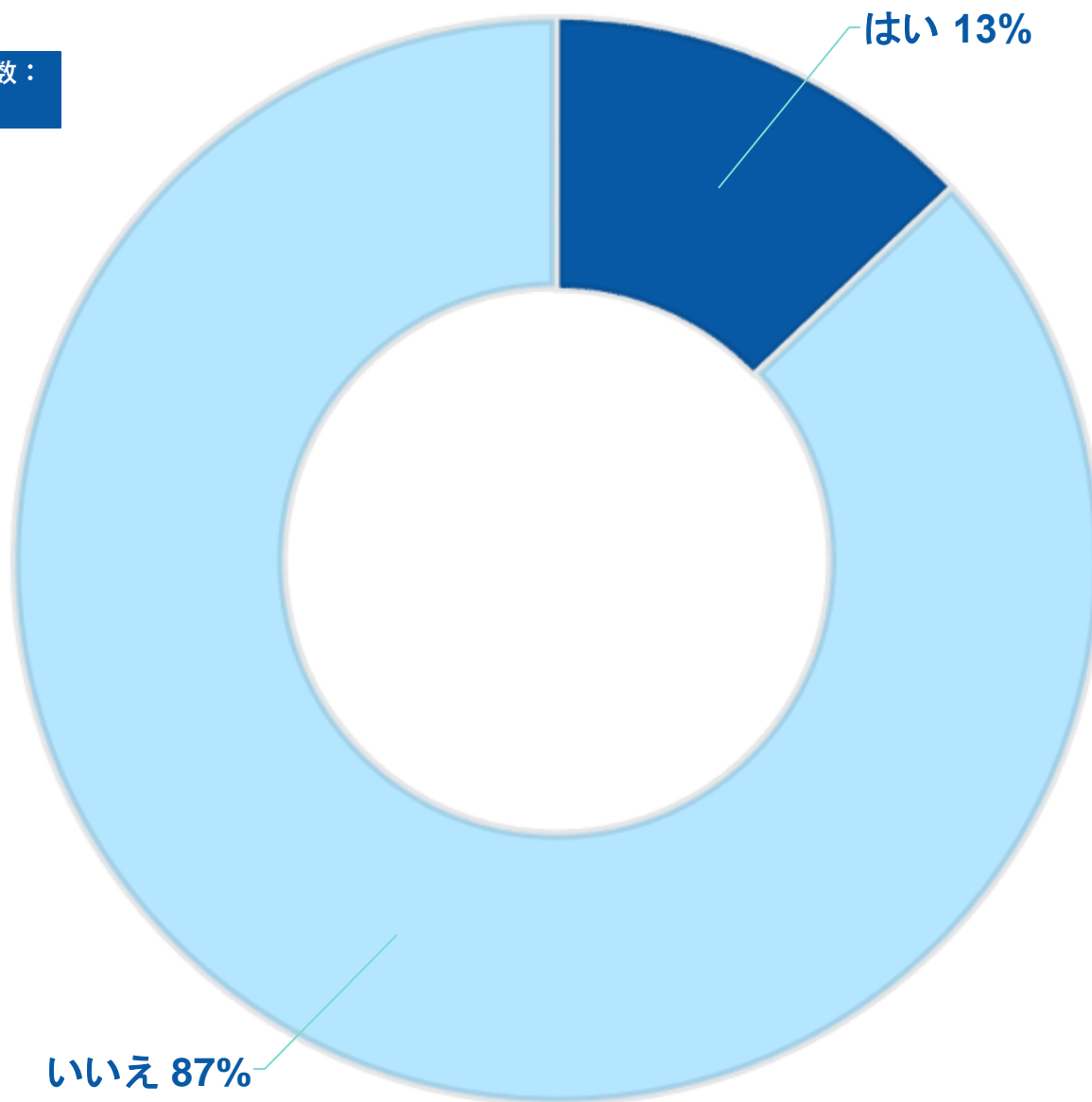
貴団体は、ふるさと納税の支援先団体として自治体に登録されていますか？

.....

回答団体のうち、「ふるさと納税の支援先団体として自治体に登録されている」のは53団体(13%)に留まり、ほとんどの団体が未登録であることが分かった。



回答団体数：
410



5. 実態調査結果

【Section 05】

資金・財政・会員制度 について



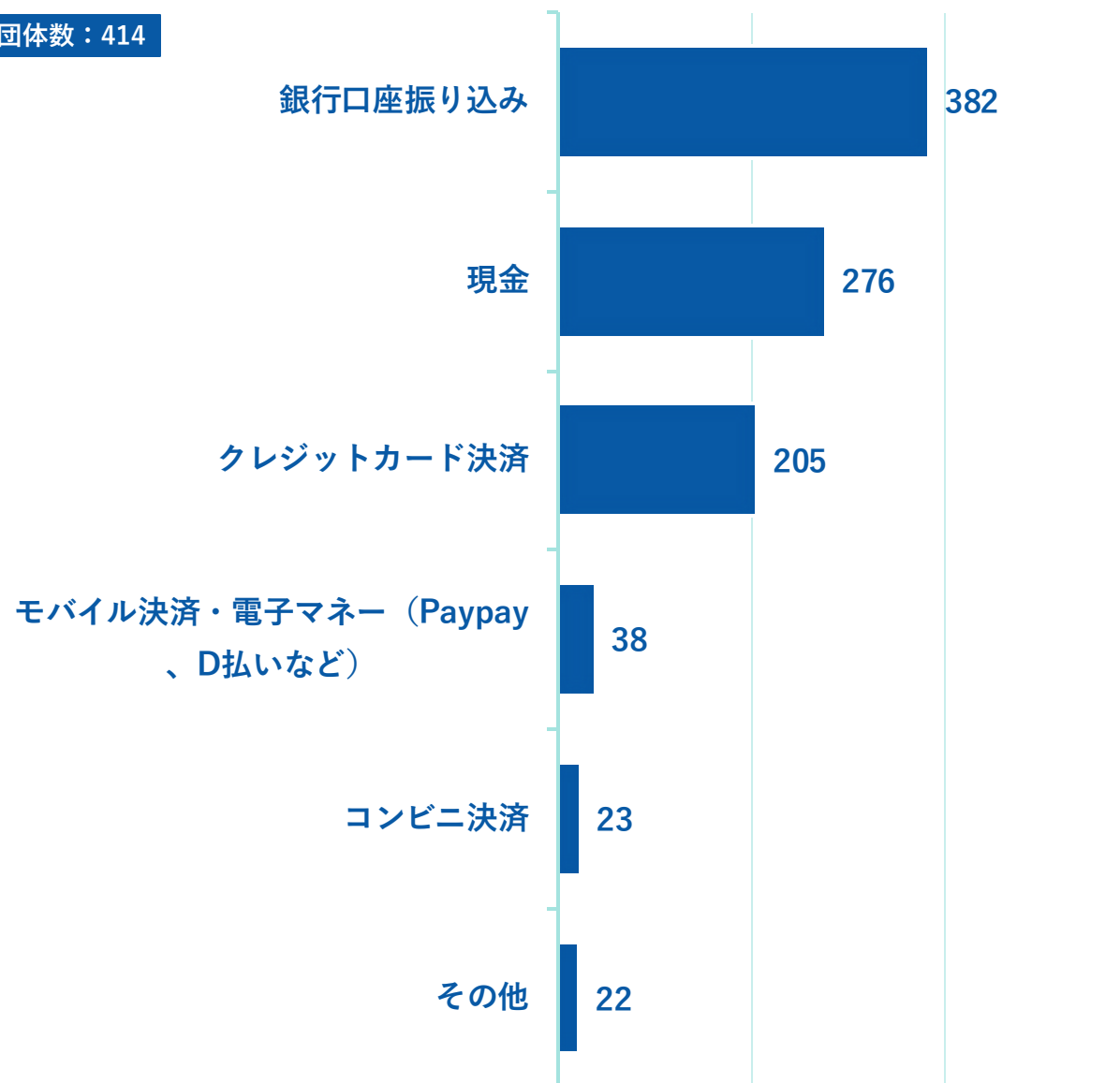
貴団体への寄付の決算
手段として対応してい
るものを、すべてお選
びください

.....
寄付決済手段としては、「銀
行口座振り込み」に対応して
いる団体が382団体で、回答団
体の9割を超えた。

また、近年普及の進む「モバ
イル決済・電子マネー」や
「コンビニ決済」に対応して
いる団体は合わせて15%と、
前回調査結果の5%未満から大
きく増加した。



回答団体数：414



5. 実態調査結果

[Section 05]

資金・財政・会員制度 について



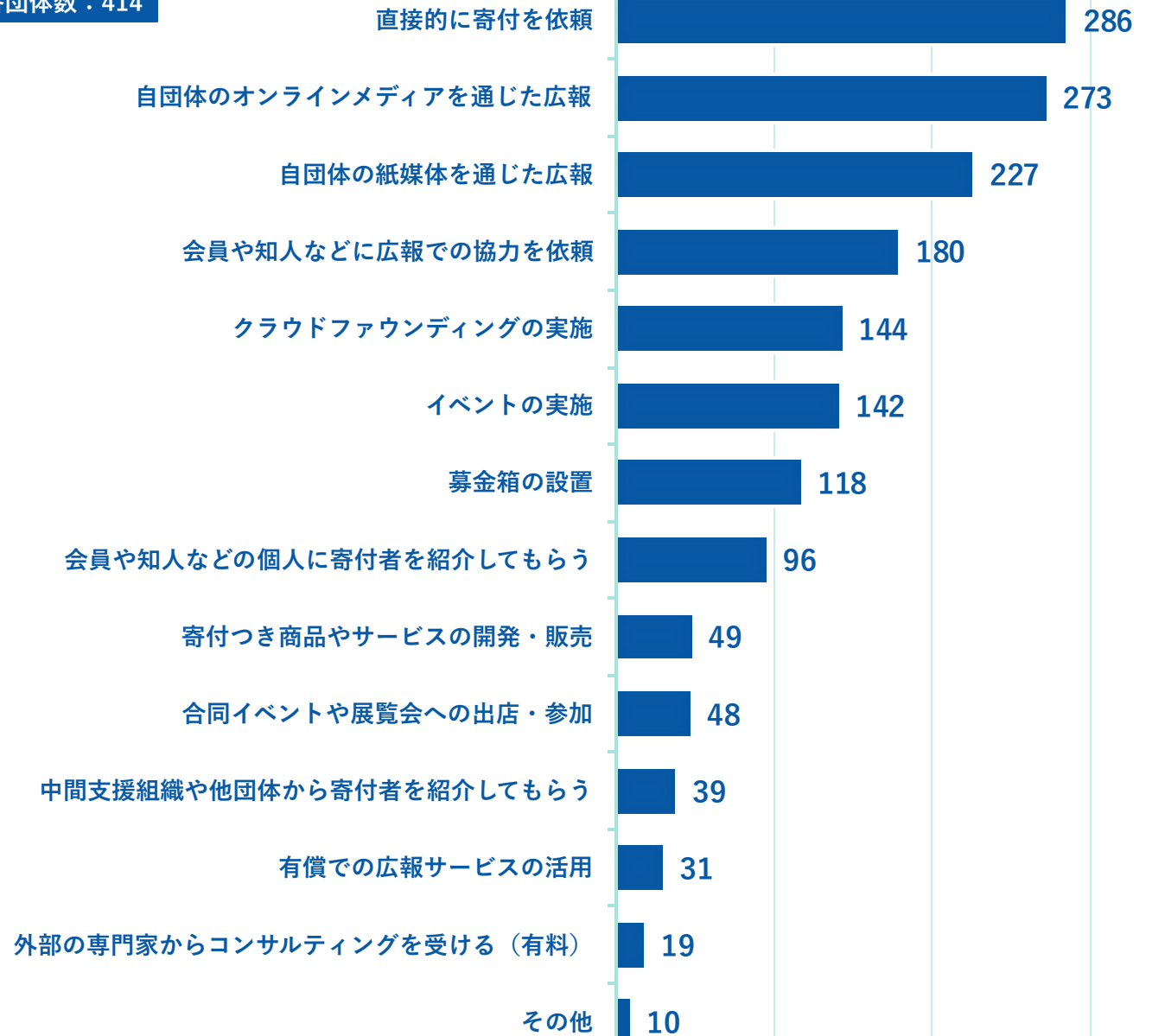
寄付を募る上で行った
こととして該当するもの
があれば、すべてお
選びください

寄付を募る方法では、回答団体数414団体に対し、回答数の合計が1662となっており、平均すると4つ程度の方法を組み合わせることで寄付を募集していることが明らかになった。

個別の選択肢では「直接的に寄付を依頼」が286団体(69%)で最も多く、団体が"自力"で行うものが上位3つを占めた。



回答団体数：414



5. 実態調査結果

【Section 05】

資金・財政・会員制度 について

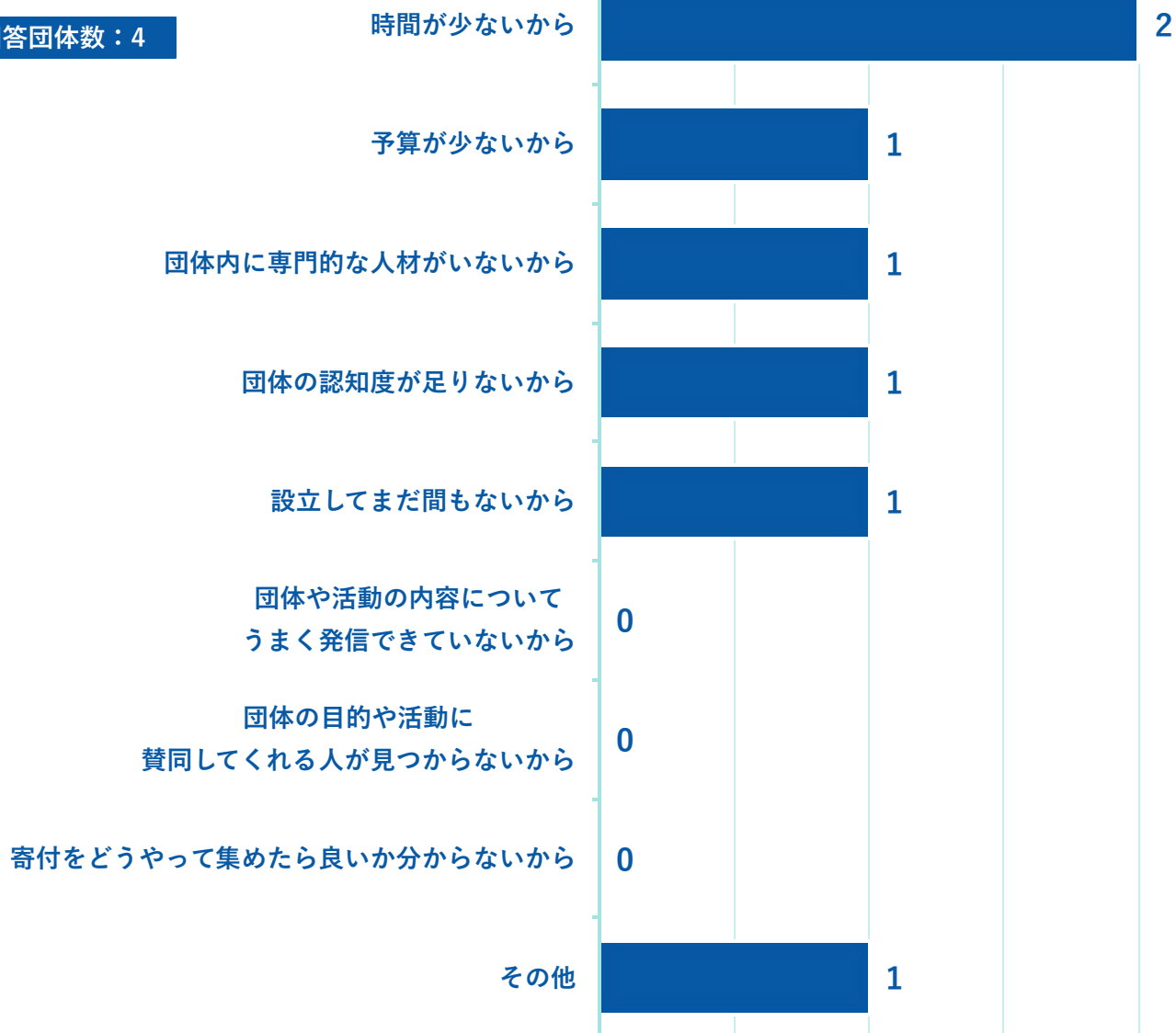


なぜ今はまだ寄付を集められていないのか、考えられる理由として該当するものを、すべてお選びください。

寄付金の受け取り状況に関する設問において、「寄付を募っているが、これまで一度も得られていない」と回答した4団体は、その理由として、半数が、（寄付集めにかける）「時間が少ないから」と考えていることがわかった。



回答団体数：4



5. 実態調査結果

[Section 05]

資金・財政・会員制度 について

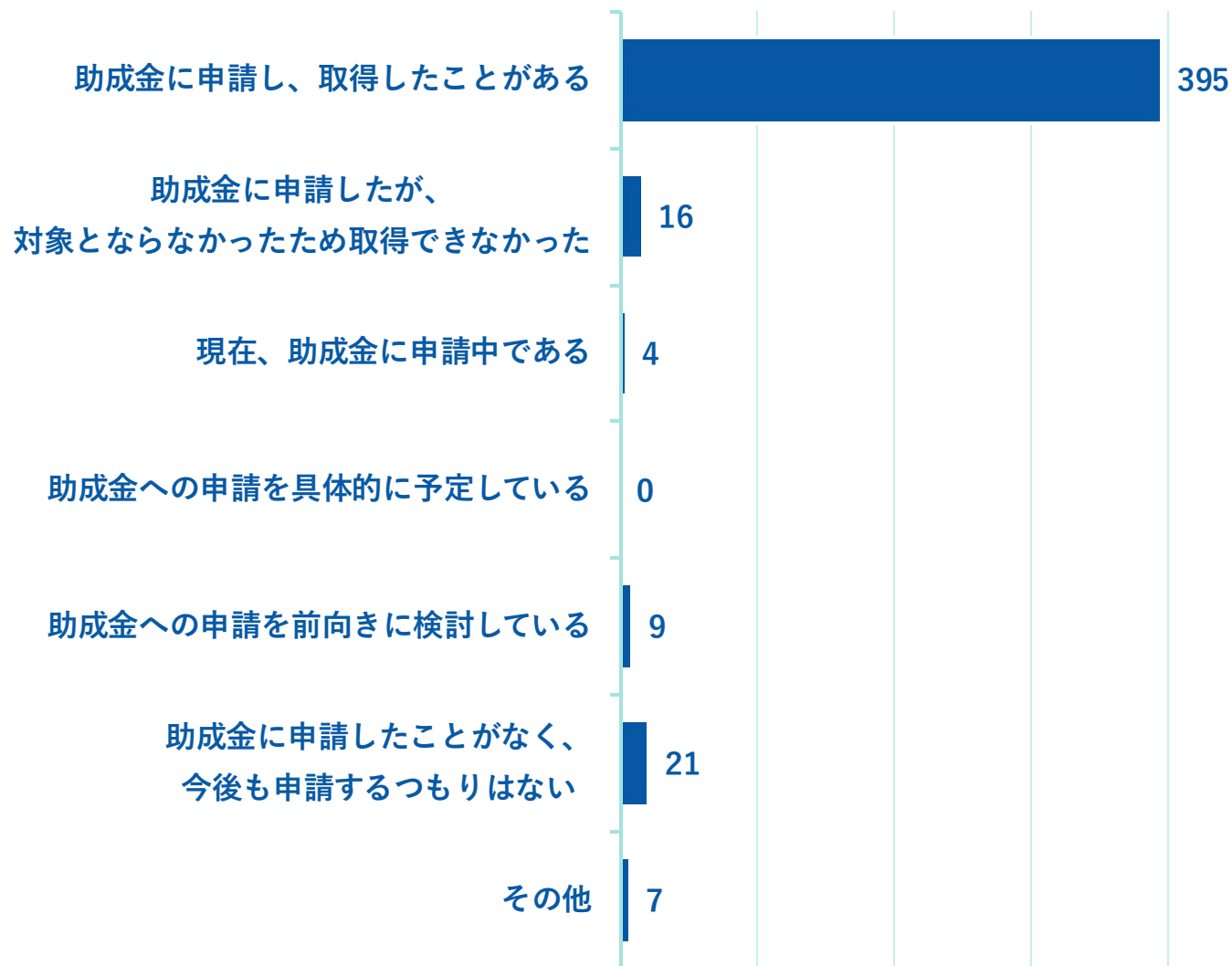


これまで助成金に申請したことがありますか？
助成金の取得状況についてお答えください

「助成金に申請し、取得したことがある」と答えたのは395団体(87%)で、最多となった。これに、「助成金に申請したが、対象とならなかったため取得できなかった」「現在、助成金に申請中」「申請を前向きに検討している」とした計29団体合わせると、94%の団体が助成金の活用に前向きであることが明らかになった。



回答団体数：452



5. 実態調査結果

[Section 05]

資金・財政・会員制度 について



助成金業務を主に担当
しているのはどなたで
すか？ 次の中から1つ*
お選びください

* 兼任している場合は、最大2つまでお選び
いただけます

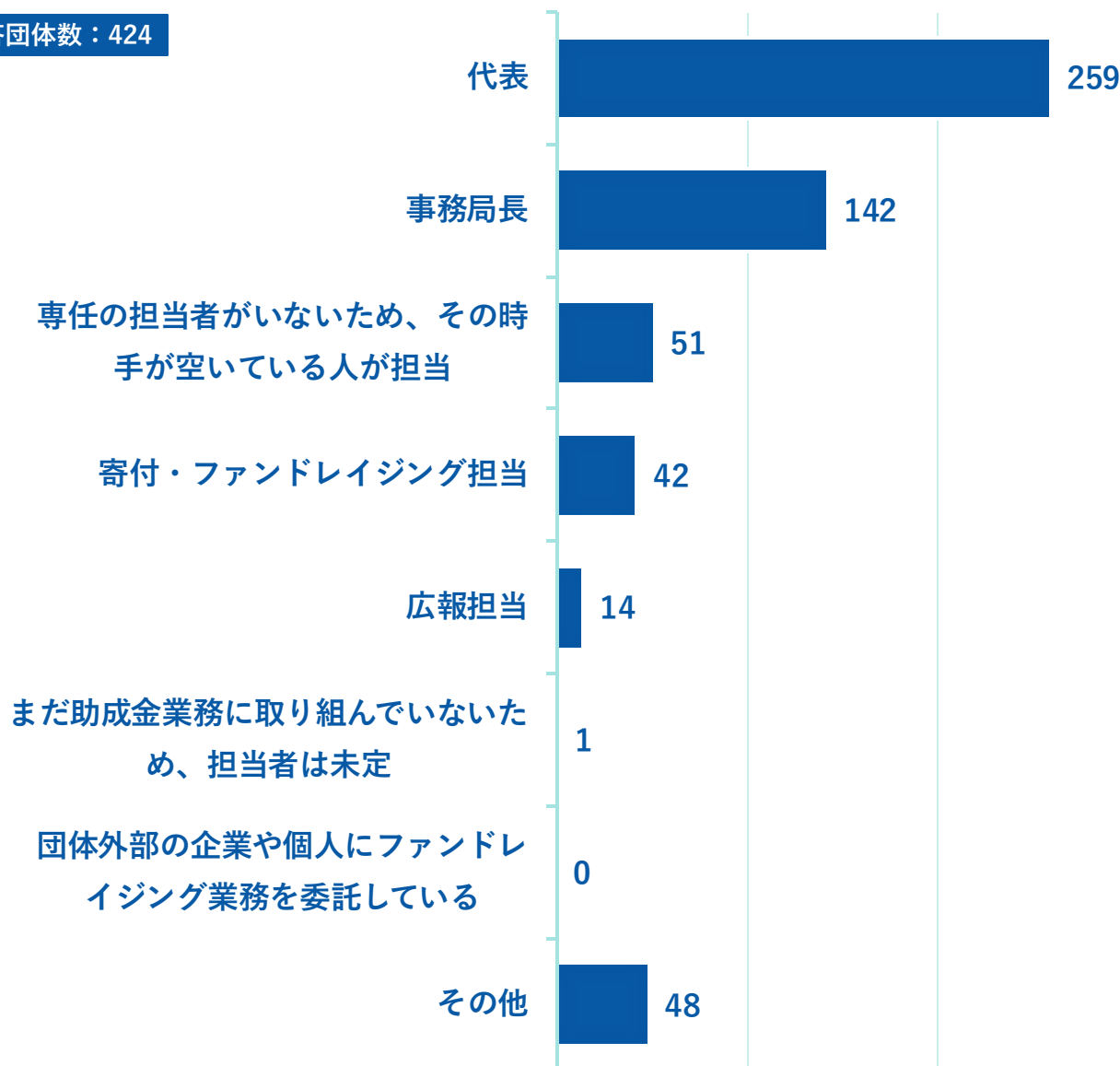
助成金業務の主な担当者として「代表」を挙げた団体が突出して多く、259団体で6割以上を占めた。

次いで多かったのは「事務局長」で、「寄付・ファンドレイジング担当」や「広報担当」は比較的少数に留まった。

また、回答したすべての団体が、「自力」で助成金業務を
行っていることが分かった。



回答団体数：424



5. 実態調査結果

[Section 05]

資金・財政・会員制度 について



助成金の申請・報告を行う上での課題感について、各項目を5段階で評価してください。

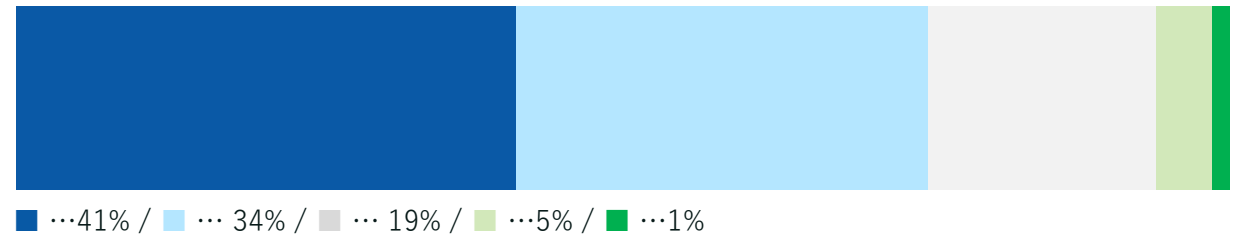
.....
助成金への申請経験を有する415団体に、6つの項目について課題感の評価を聞いた。

右記3項目の中では、「申請に必要な事務作業が多くて大変だった」が中央値4と最も高くなり、「そう思う」と「少しそう思う」を選んだ割合を合わせると75%に上った。

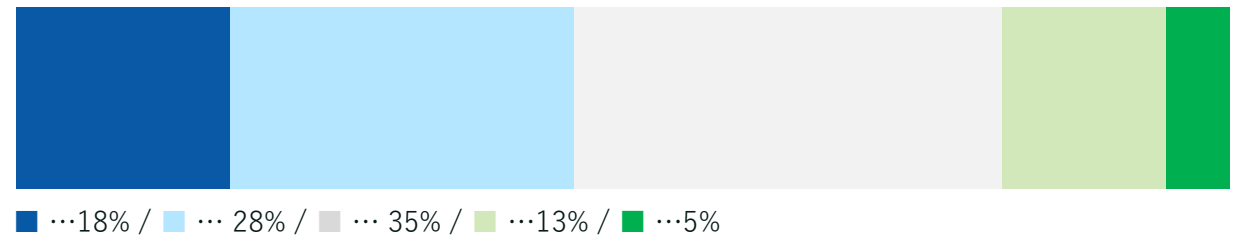


回答
団体数：
415

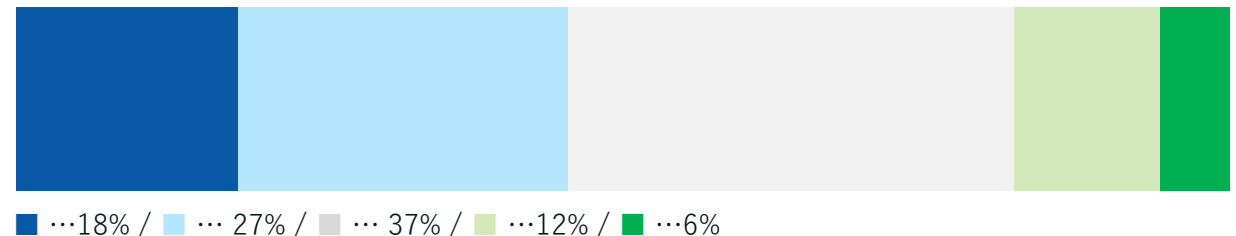
① 申請に必要な事務作業が多くて大変だった



② 申請に必要な手続きが分かりづらい



③ 団体の活動を対象としている助成金が少ない



5. 実態調査結果

[Section 05]

資金・財政・会員制度 について



申請・報告時にどのような課題に直面しましたか？当てはまる選択肢をお選びください

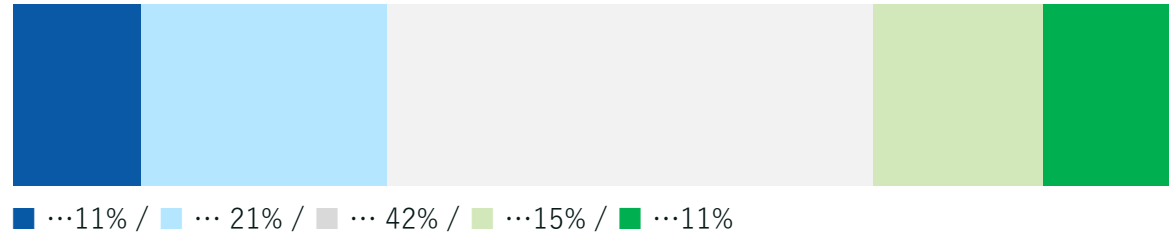
.....

助成金の取得・報告経験を有する395団体においては、右記3項目のうち「報告に必要な事務作業が多くて大変だった」が中央値4と最も高く、「そう思う」と「少しそう思う」割合は合わせて75%だった。全6項目の中で、課題感を持つ割合が最も低かったのは、「申請から助成金が振り込まれるまでの期間が長い」だった。

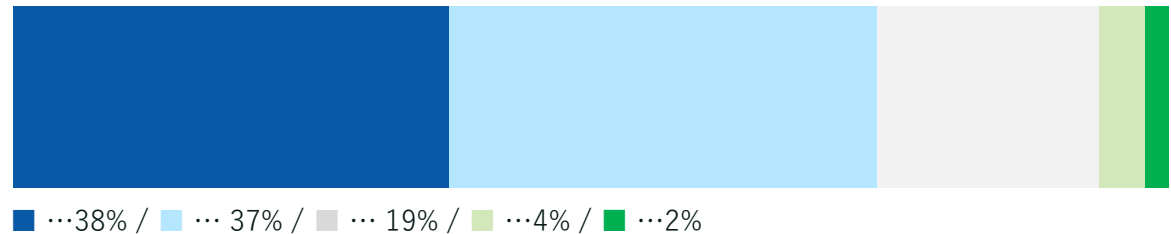


回答
団体数：
395

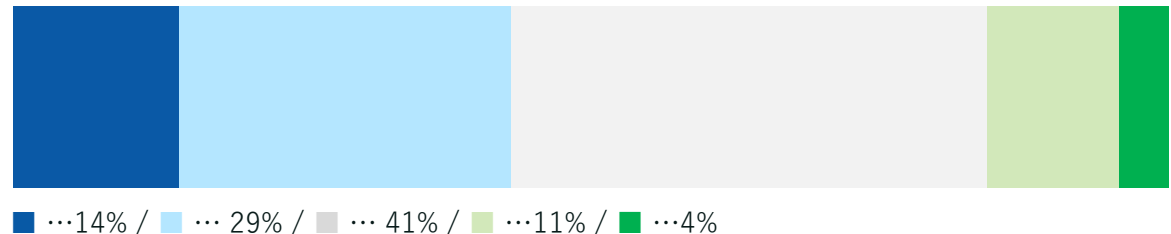
④ 申請から助成金が振り込まれるまでの期間が長い



⑤ 報告に必要な事務作業が多くて大変だった



⑥ 報告に必要な手続きが分かりづらい



■ 5...そう思う / ■ 4...少しそう思う / ■ 3...どちらでもない / ■ 2...あまりそう思わない / ■ 1...そう思わない

5. 実態調査結果

[Section 05]

資金・財政・会員制度 について



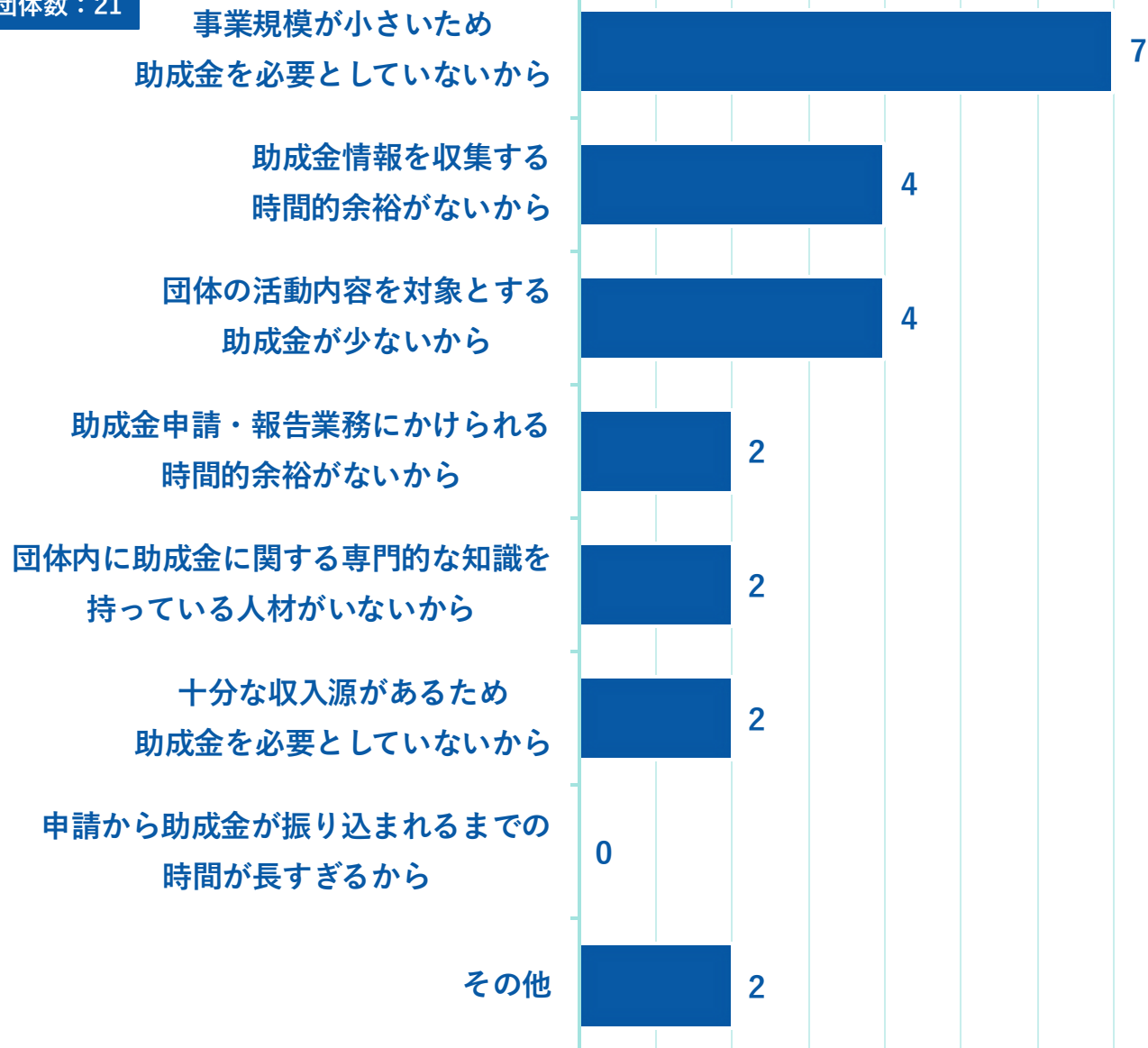
今後も含め、助成金に申請されない理由として当てはまるものを、すべてお選びください

助成金に申請しない理由として最も多かったのは、「事業規模が小さいため、助成金を必要としていない」で、3分の1の団体が選んだ。

次いで、「助成金情報を収集する時間的余裕がない」「団体の活動内容を対象とする助成金が少ない」が上位に挙げられた。



回答団体数：21



5. 実態調査結果

【Section 05】

資金・財政・会員制度 について

✕ Pick up! クロス集計

団体の活動目的に 最も合致するSDGs× 寄付金の合計額(中央値)

「団体の活動目的に最も合致するSDGs」と「2023年度中に受け取った寄付金の合計額(中央値)」とのクロス集計では、SDGsによって中央値に大きな差があることが明らかになった。

「SDGs 2」は全体の中央値を最も大きく上回り、「501～1000万円」となった。反対に、全体中央値を大きく下回ったのは「SDGs 7・8・9」の「～10万円」だった。

総計：452

寄付金の合計額
(中央値)

SDGs1：貧困をなくそう	101～300万円
SDGs2：飢餓をゼロに	501～1000万円
SDGs3：すべての人に健康と福祉を	51～100万円
SDGs4：質の高い教育をみんなに	51～100万円
SDGs5：ジェンダー平等を実現しよう	11～50万円
SDGs6：安全な水とトイレを世界中に	101～300万円
SDGs7：エネルギーをみんなに。そしてクリーンに	～10万円
SDGs8：働きがいも経済成長も	～10万円
SDGs9：産業と技術革新の基盤を作ろう	～10万円
SDGs10：人や国の不平等をなくそう	11～50万円
SDGs11：住み続けられるまちづくりを	11～50万円
SDGs12：つくる責任、つかう責任	101～300万円
SDGs13：気候変動に具体的な対策を	101～300万円
SDGs14：海の豊かさを守ろう	101～300万円
SDGs15：陸の豊かさも守ろう	101～300万円
SDGs16：平和と公正をすべての人に	101～300万円
SDGs17：パートナーシップで目標を達成しよう	51～100万円
全体	51～100万円

5. 実態調査結果

【Section 05】

資金・財政・会員制度 について

✕ Pick up! クロス集計

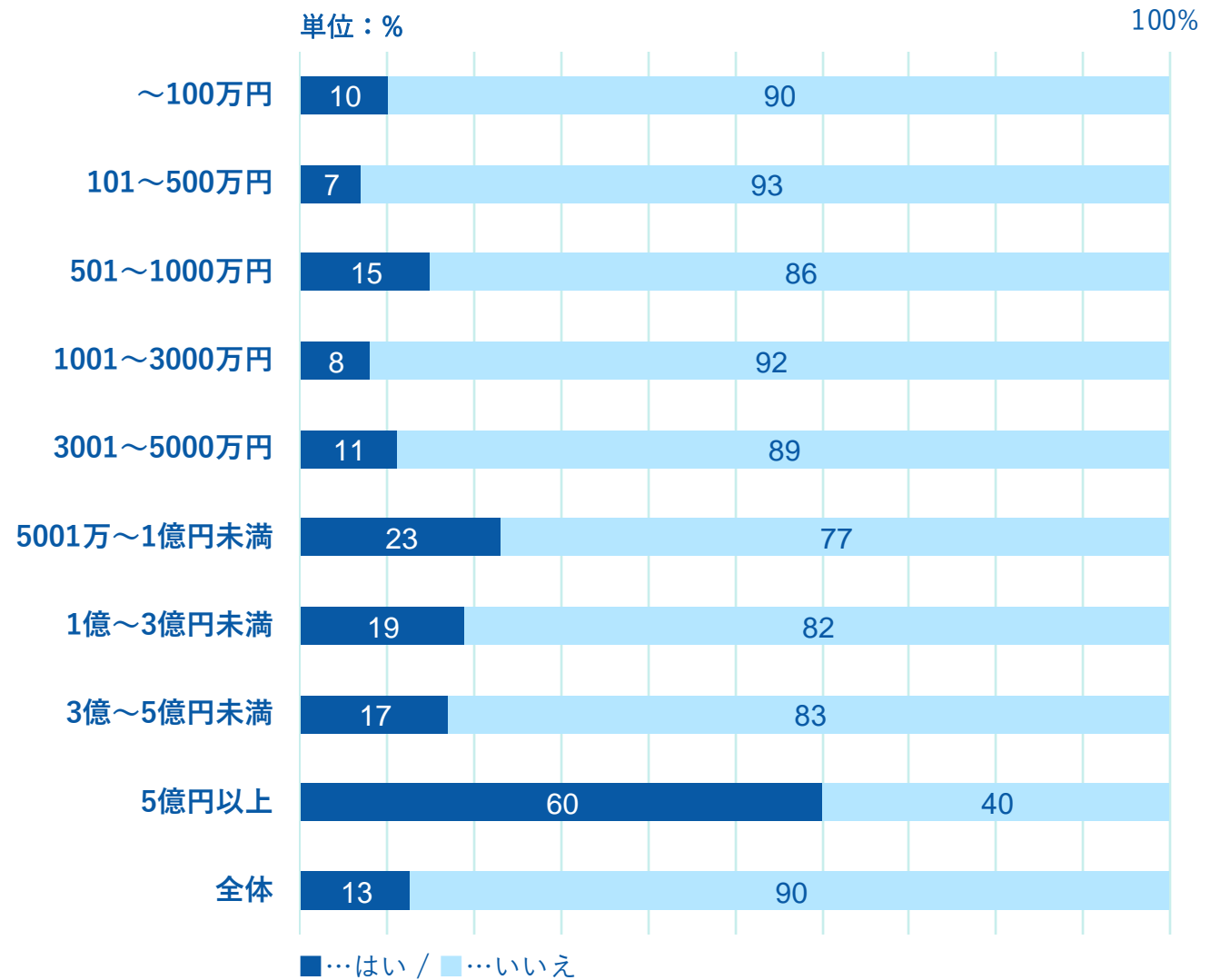
事業規模 ×

ふるさと納税の寄付先
団体として自治体に登
録されている割合

「事業規模」と「ふるさと納税の寄付先として自治体に登録されている」割合とのクロス集計では、事業規模が「5億円以上」の団体において登録されている割合が突出して高く、6割を占めた。

一方、登録されている割合が最も低くなったのは、「101～500万円」の団体で、7%だった。

総計：452



【Section 06】 企業との連携について

本セクションでは、特に企業との連携・協働に関して、実施の有無、具体的な協働の方法や内容、協働によって生まれた効果や連携上の課題感などについて、5段階評価やテキスト回答を用いてお答えいただきました。さらに、調査回答時点で連携実績がない団体においては、連携を希望している団体には期待する効果を、連携に消極的な考えをお持ちの団体にはその理由についても、それぞれお聞きしています。

要点

- 1) 「企業と連携して活動したことがある」と答えた団体は295団体で、調査開始から過去最高の65%を占めた。連携企業数は「1~5社」(62%)が最多で、「31社以上」と答えた団体も11%に上った。
- 2) 連携の内容について「人的な連携」「経済的な連携」「物資の提供」に分けて聞いたところ、最多回答はそれぞれ「特定の企業とイベントを共催」(62%)、「法人会員ではない企業から法人寄付や協賛金などを受け取った」(55%)、「活動にかかる物品を寄付・寄贈された」(62%)となった。
- 3) 連携先企業の募集手段では、「代表やスタッフ、会員など団体の直接的な繋がりを活用している」団体が最多の247団体(84%)となり、「マッチングを支援するサービス」の利用は2%未満に留まった。
- 4) 企業との連携による効果に関する5段階評価では、全11項目のうち「団体の認知度が高まった」「団体への信頼度が高まった」「社会的インパクトを増大させることができた」の3項目で中央値が4と高くなり、「連携による最も大きな効果」でもこの順で上位に挙げられた。また、「組織内人材の責任感や運営組織の醸成に繋がった」ことを最も大きな効果であると回答した団体も21団体(7%)あった。
- 5) 企業と連携する上での課題感としては、「継続的・持続的な連携を保つのが難しい」が136団体(46%)で最多となった。次いで、「団体内に企業との連携を担当できる専門的な人材がない」(45%)、「連携にかけられる時間が少ない」(38%)、「連携にかけられる予算が少ない」(25%)が上位に挙げられた。
- 6) 企業と連携したことがない157団体においては、連携に対して前向きな考えを持っている団体が合わせて82団体で、約半数を占めた。連携したい理由としては、「法人寄付の増加につなげたい」「団体の認知度を高めたい」「団体の信頼度を高めたい」が上位の3つに挙げられた。
- 7) 一方、「連携は(あまり)望んでいない」とした21団体(13%)や「よく分からない」と答えた48団体(31%)では、その理由として、「そもそも企業との連携についての知識が十分ではなく、どんな価値や効果が生まれるのかよく分からない」が最も多く挙げられ、57%を占めた。
- 8) 「事業規模」と「連携経験の有無」とのクロス集計では、事業規模が大きくなるほど連携経験を持つ割合が高くなる傾向が見られた。また、「SDGs」と「連携経験の有無」とのクロス集計では、「SDGs6・7・16」において、連携経験を持たない団体の割合が高かった。

5. 実態調査結果

[Section 06]

企業との連携について



これまでに、企業と
連携して活動*した
ことがありますか？

*「企業と連携した活動」とは、企業から人材的・経済的・物的な支援などを受けることや、共にイベントを開催したりプログラムを実施したりといった活動を指します

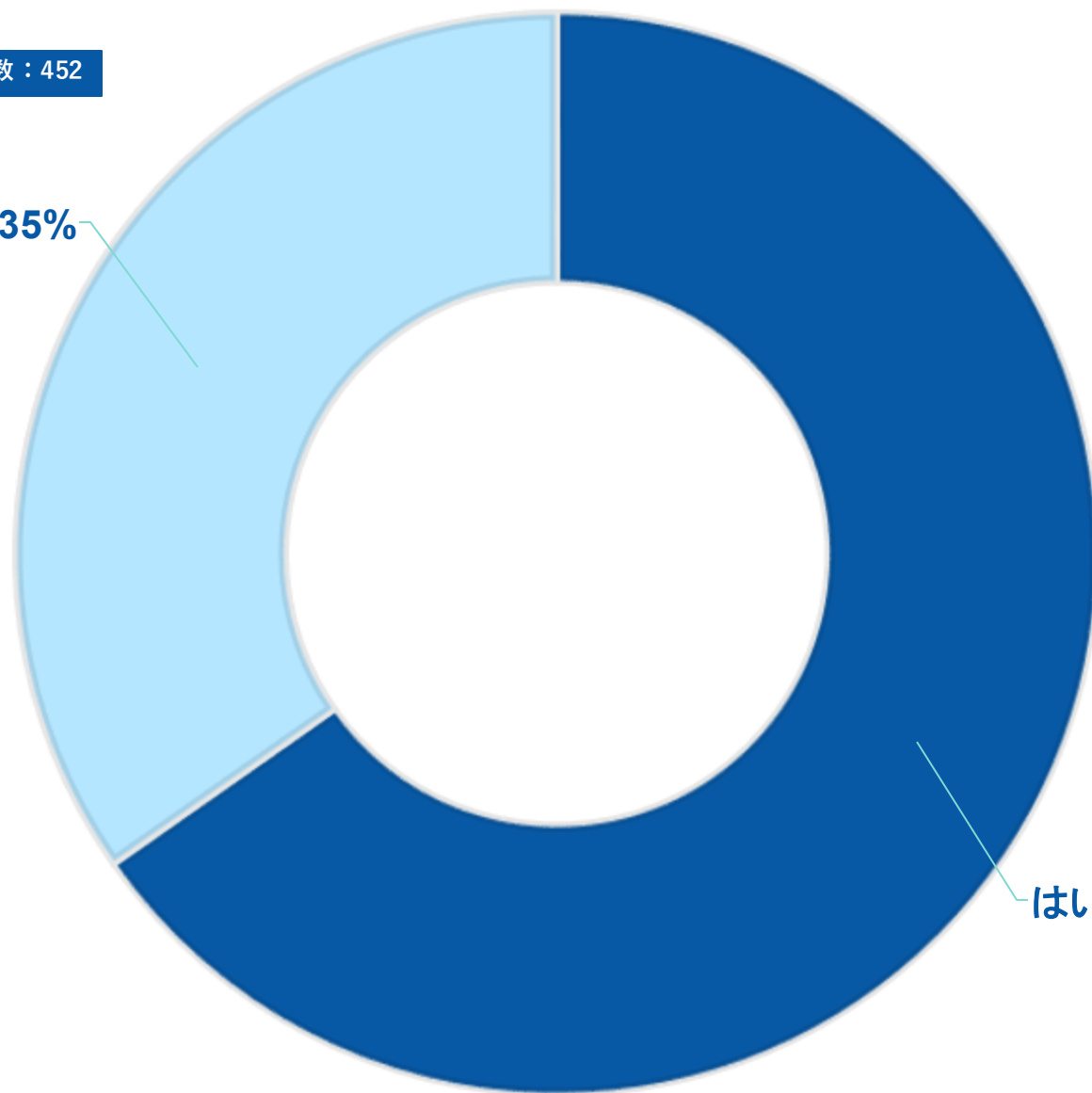
.....

全団体のうち、「はい」と答えたのは295団体（65%）で、初回調査(2018年)の約4割、前回調査(2023年)の約6割と比較し、過去最高となった。



回答団体数：452

いいえ 35%



はい 65%

5. 実態調査結果

[Section 06]

企業との連携について



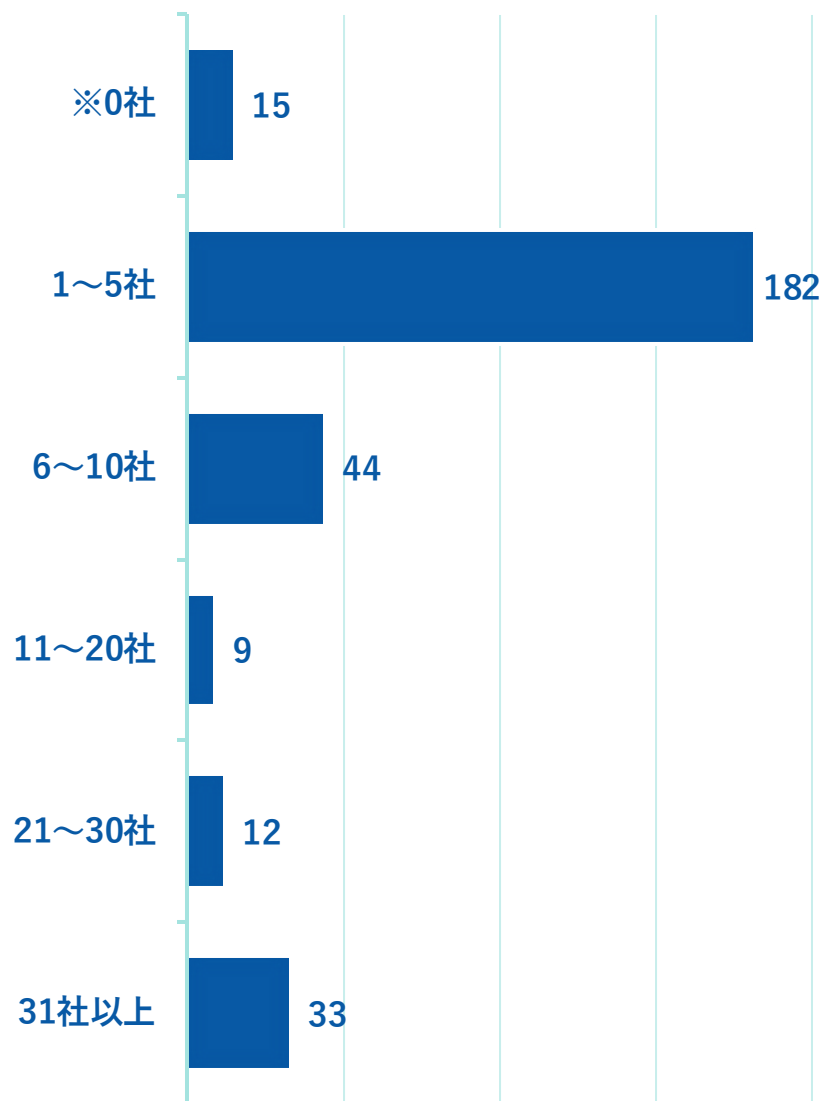
「はい」の場合

回答時点の連携企業数として、該当するものを1つお選びください

企業との連携経験に関する前設問で、「はい」と答えた295団体の連携企業数としては、「1~5社」と回答した団体が182団体（62%）で最も多く、全体の中央値も同じだった。また、「31社以上」と答えた団体も33団体あり、回答団体の1割以上を占めた。



回答団体数：295



※ 過去に連携していたが、現在は連携していない

5. 実態調査結果

【Section 06】

企業との連携について



「はい」の場合

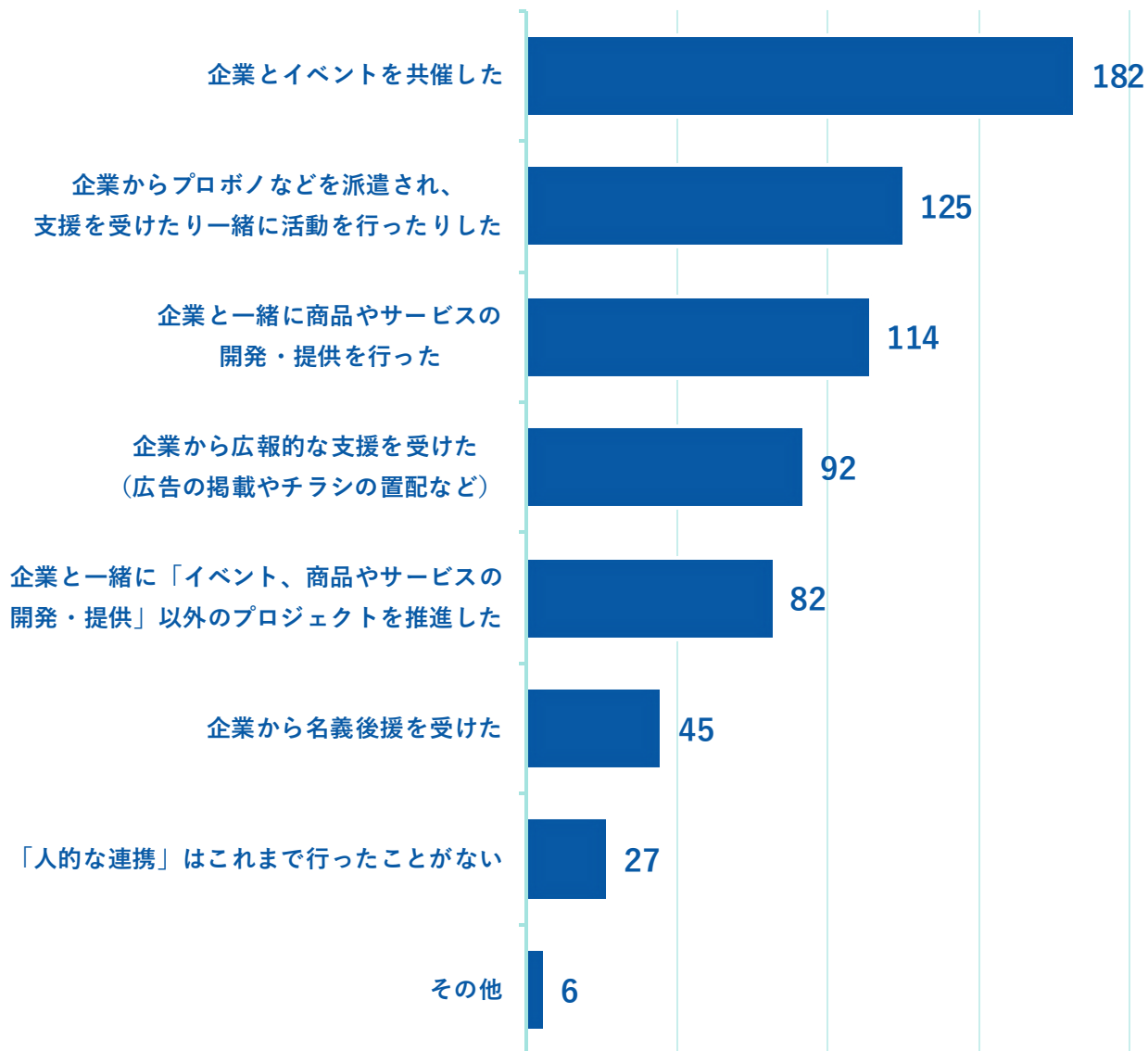
企業との連携のうち「人的な連携」について、その内容として当てはまるものをすべてお選びください

企業との「人的な連携」の内容としては「特定の企業とイベントを共催している」が最も多く、回答団体数に対する割合は62%となった。

また、「企業からプロボノなどの個人を派遣され」たことがある団体も125団体と、回答団体数に対し約4割を占めた。



回答団体数：295



5. 実態調査結果

[Section 06]

企業との連携について



「はい」の場合

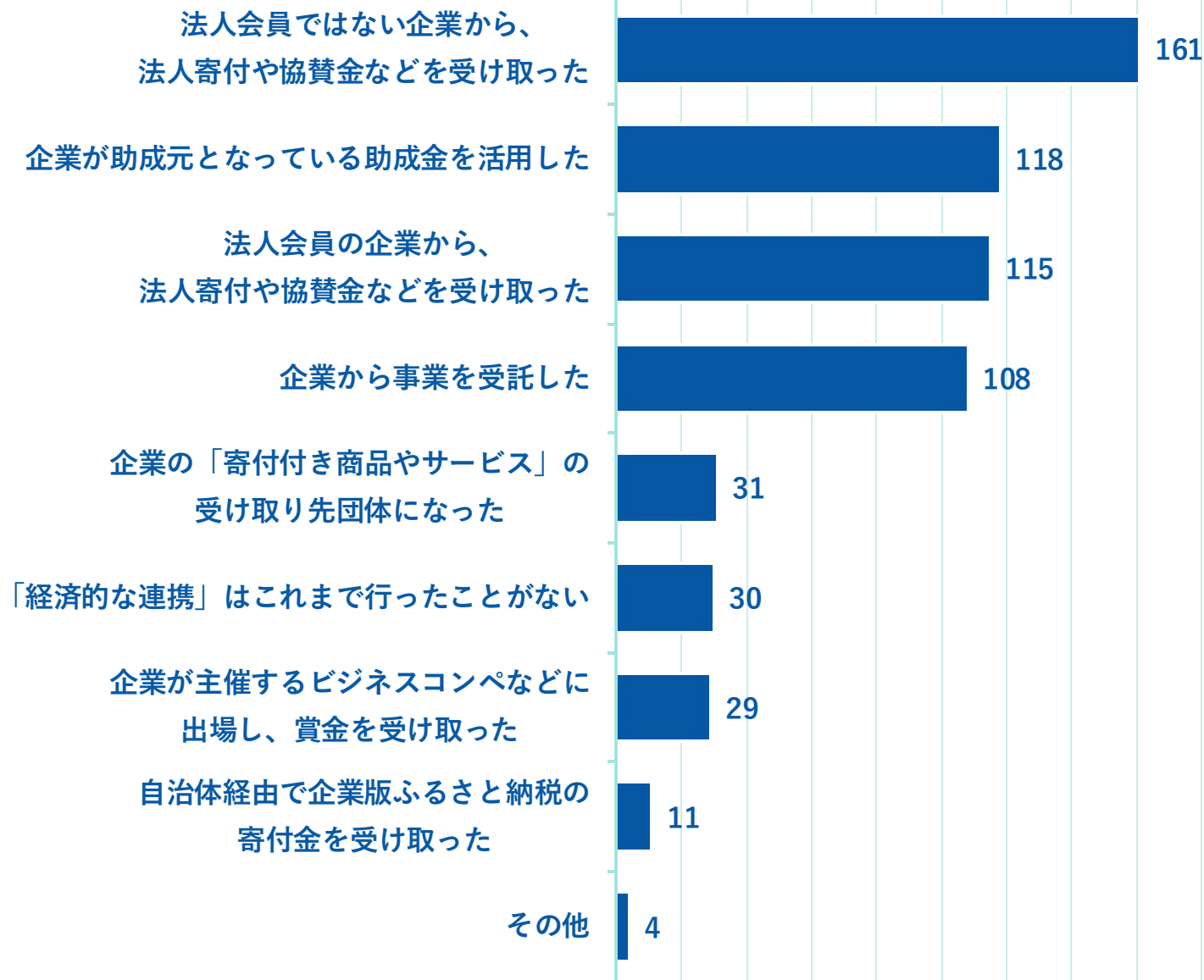
企業との連携のうち「経済的な連携」について、その内容として当てはまるものすべてお選びください

企業との「経済的な連携」の内容としては「法人会員ではない企業から、法人寄付や協賛金を受け取ったことがある」が最も多く、回答団体の55%が選んだ。

一方、「自治体経由で企業版ふるさと納税の寄付金を受け取った」ことがある団体は3%に留まった。



回答団体数：295



5. 実態調査結果

[Section 06]

企業との連携について



「はい」の場合

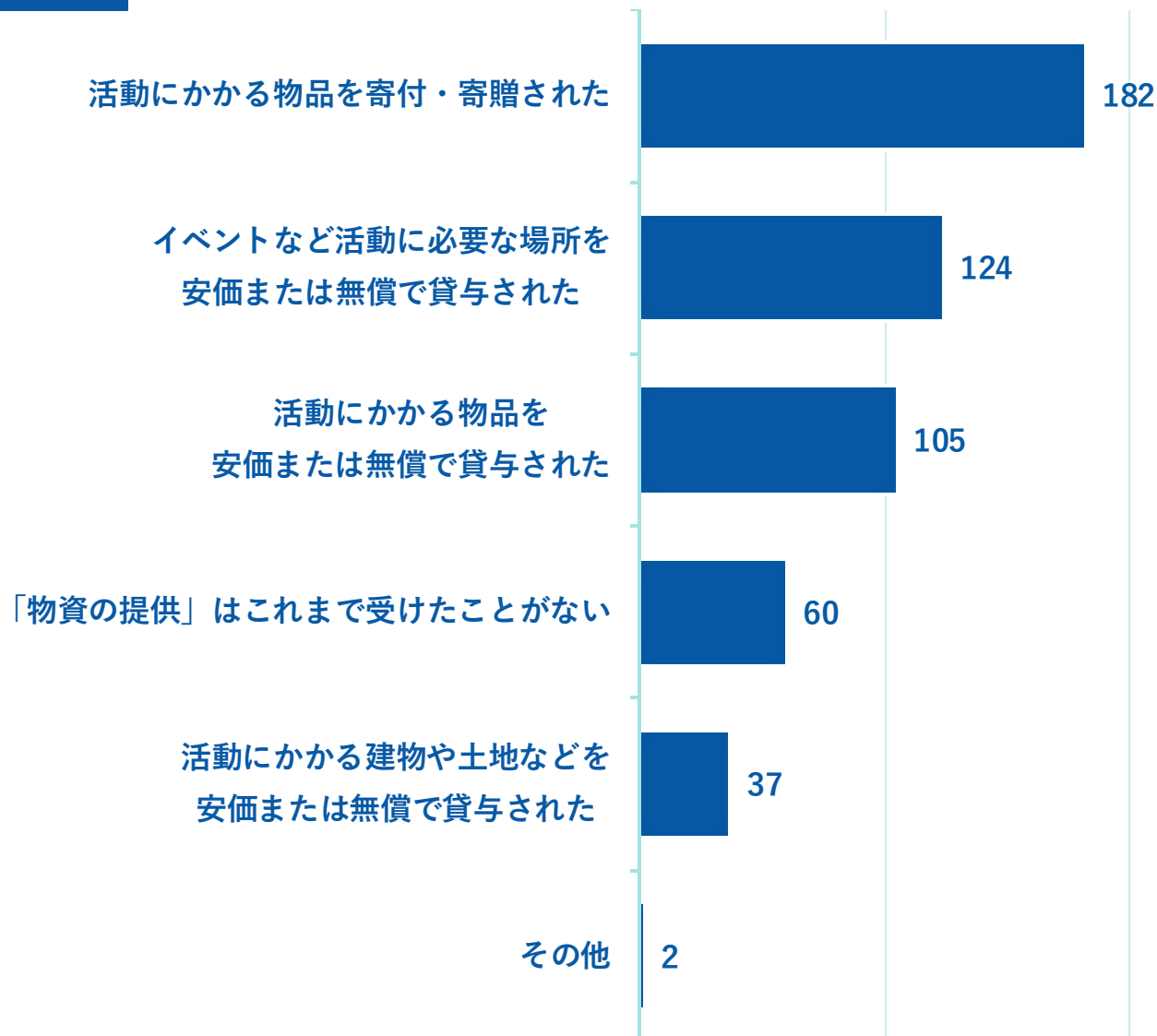
企業との連携のうち「物資の提供」について、その内容として当てはまるものをすべてお選びください

企業からの「物資の提供」の内容としては、「活動にかかる物品を寄付・寄贈されたことがある」が最も多く、回答団体数の62%が選んだ。

一方で、回答団体のうち、「『物資の提供』はこれまで受けたことがない」とした団体も約2割いた。



回答団体数：295



5. 実態調査結果

【Section 06】

企業との連携について



「はい」の場合

連携先企業を募集するために活用している手段として、当てはまるものをすべて選択してください

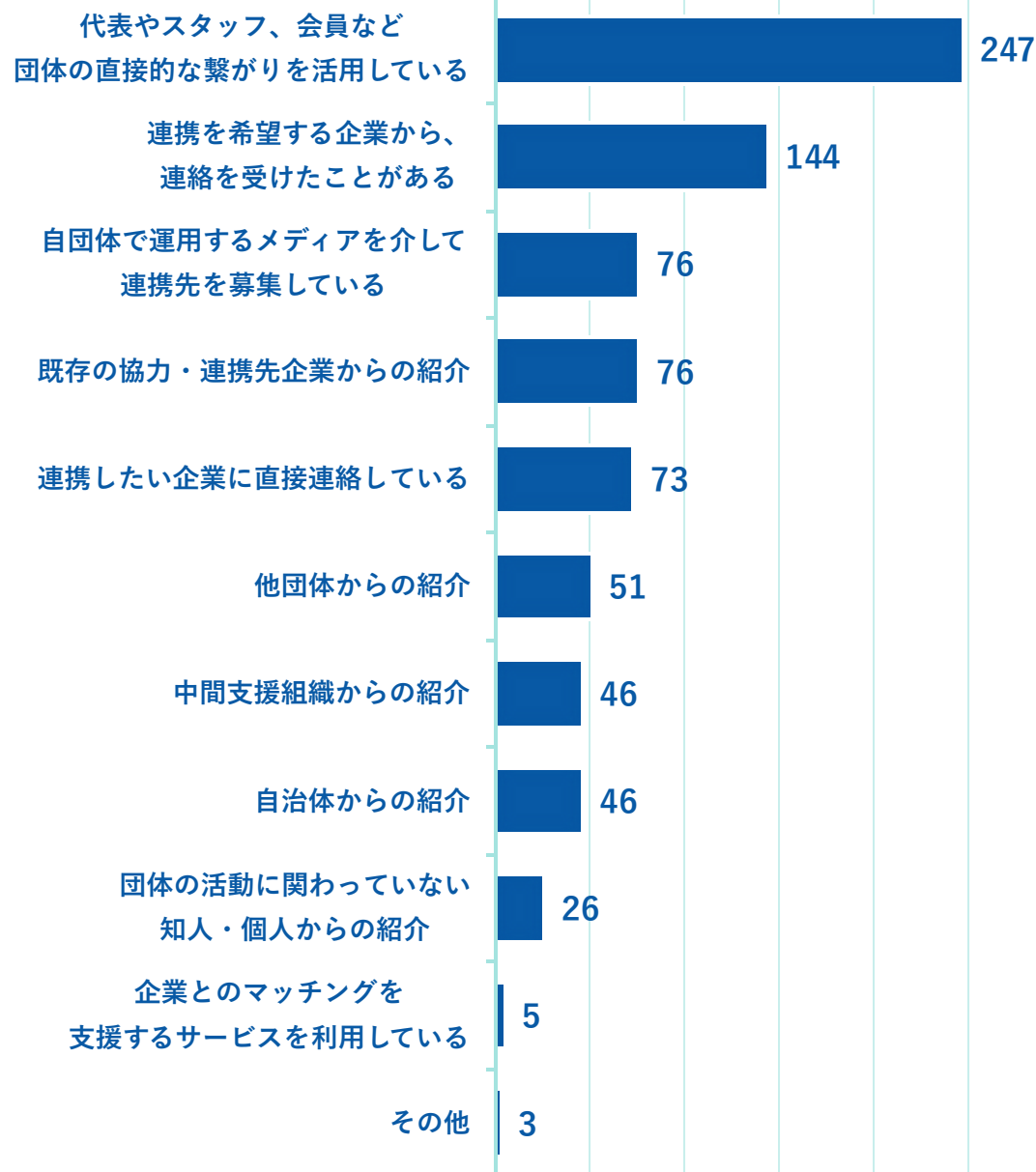
.....

連携先企業の募集方法としては、「代表やスタッフ、会員など団体の直接的な繋がりを利用している」を選んだ団体が突出して多く、回答団体の84%を占めた。

また、「連携を希望する企業から、連絡を受けたことがある」と回答した団体も約半数に上った。



回答団体数：295



5. 実態調査結果

[Section 06]

企業との連携について



「はい」の場合

企業との連携による効果について、各項目を5段階で評価してください

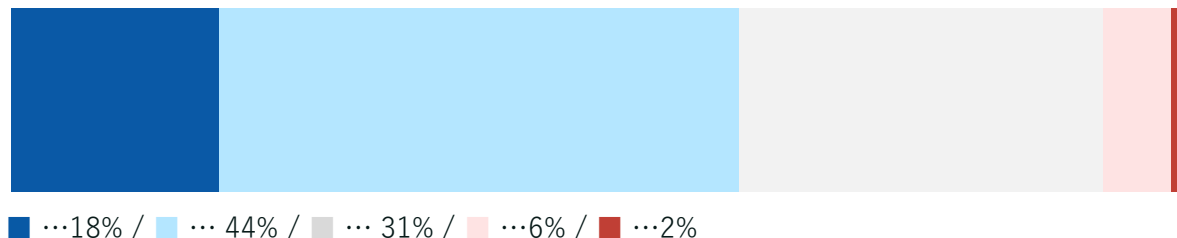
企業との連携による効果について、全11項目を5段階で評価していただいた。

このうち、右記の3項目はいずれも中央値が4と高く、「そう思う」と「少しそう思う」を合わせた割合が最も高くなったのは、「団体の信頼度が高まった」の70%で、多くの団体が高く評価した。

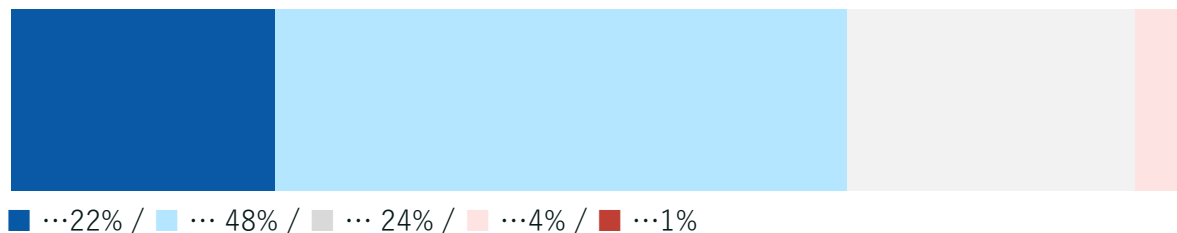


回答
団体数：
295

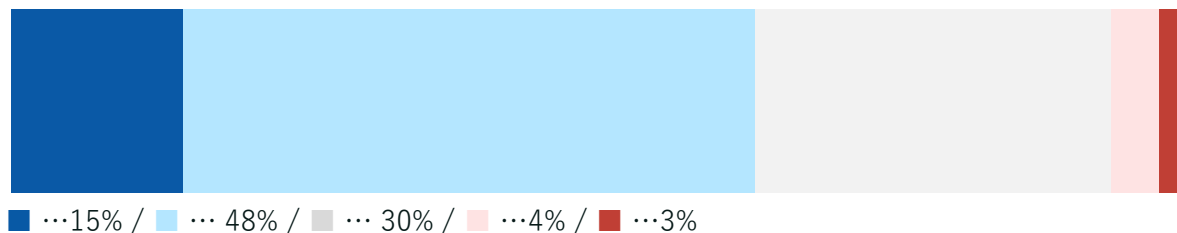
① 団体の認知度が高まった



② 団体の信頼度が高まった



③ 社会的インパクトを増大させることができた



5. 実態調査結果

[Section 06]

企業との連携について



「はい」の場合

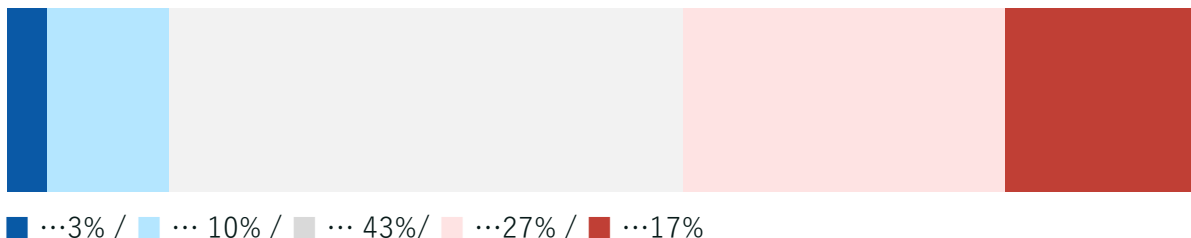
企業との連携による効果について、各項目を5段階で評価してください

右記の3項目はいずれも中央値が3で、「そう思う」と「少しそう思う」を合わせた割合より、「そう思わない」と「あまりそう思わない」を合わせた割合の方が高くなった。



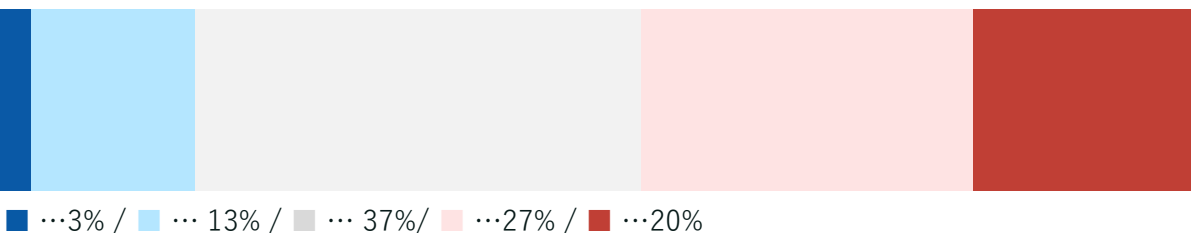
回答
団体数：
245

④ 会員の増加につながった



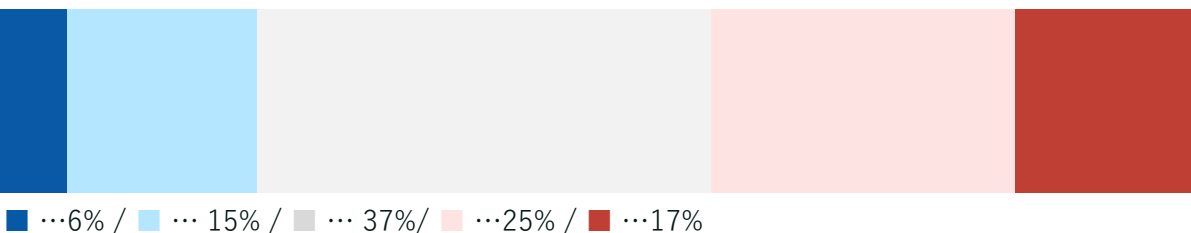
回答
団体数：
230

⑤ 個人寄付の増加につながった



回答
団体数：
233

⑥ 法人寄付の増加につながった



5. 実態調査結果

[Section 06]

企業との連携について



「はい」の場合

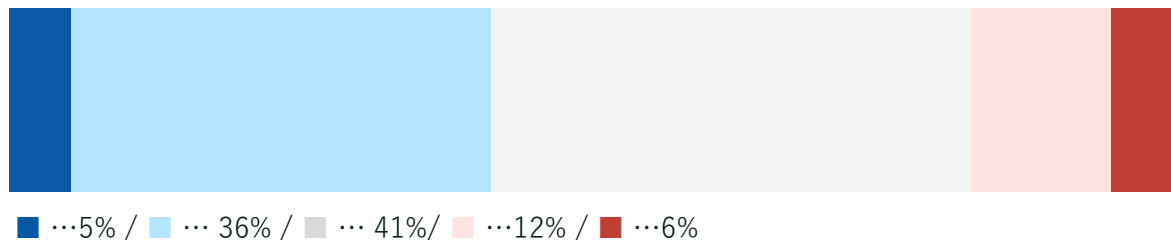
企業との連携による効果について、各項目を5段階で評価してください

右記の3項目はいずれも中央値が3となったが、「新しい人材の獲得につながった」においてのみ、「そう思う」と「少しそう思う」を合わせた割合よりも「そう思わない」とした割合の方が高くなった。

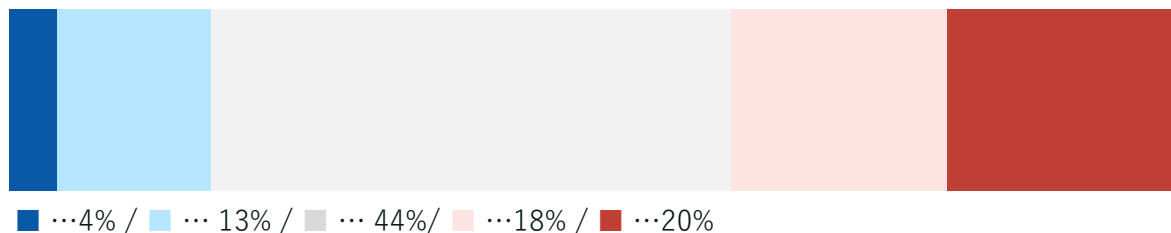


回答
団体数：
295

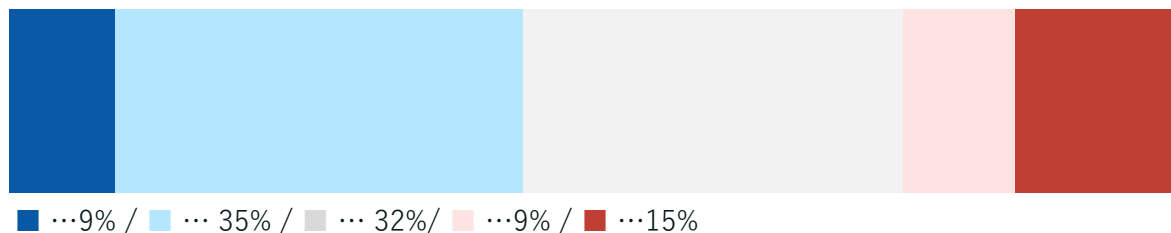
⑦ 組織内人材の責任感や運営意識の醸成につながった



⑧ 新しい人材の獲得につながった



⑨ メディアへの露出など広報機会の拡大につながった



■ 5... 5 / ■ 4... 4 / ■ 3... 3 / ■ 2... 2 / ■ 1... 1

5. 実態調査結果

[Section 06]

企業との連携について



「はい」の場合

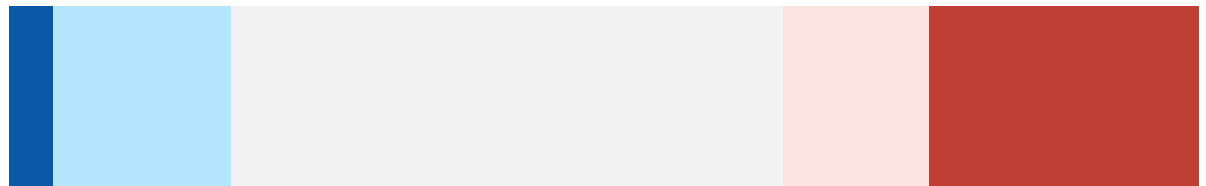
企業との連携による効果について、各項目を5段階で評価してください

右記の2項目はいずれも中央値が3となったが、「自治体との連携や事業受託につながった」では、「そう思わない」と評価した割合が23%で、11項目中最も高くなった。



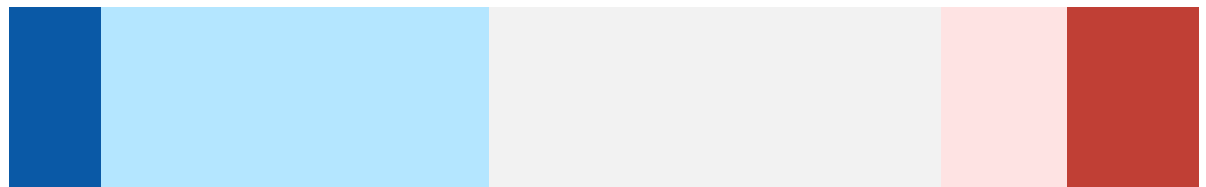
回答
団体数：
295

⑩ 自治体との連携や事業受託につながった



■ …4% / ■ … 15% / ■ … 46% / ■ …12% / ■ …23%

⑪ 他団体や企業等との連携につながった



■ …8% / ■ … 33% / ■ … 38%/ ■ …11% / ■ …11%

5. 実態調査結果

[Section 06]

企業との連携について



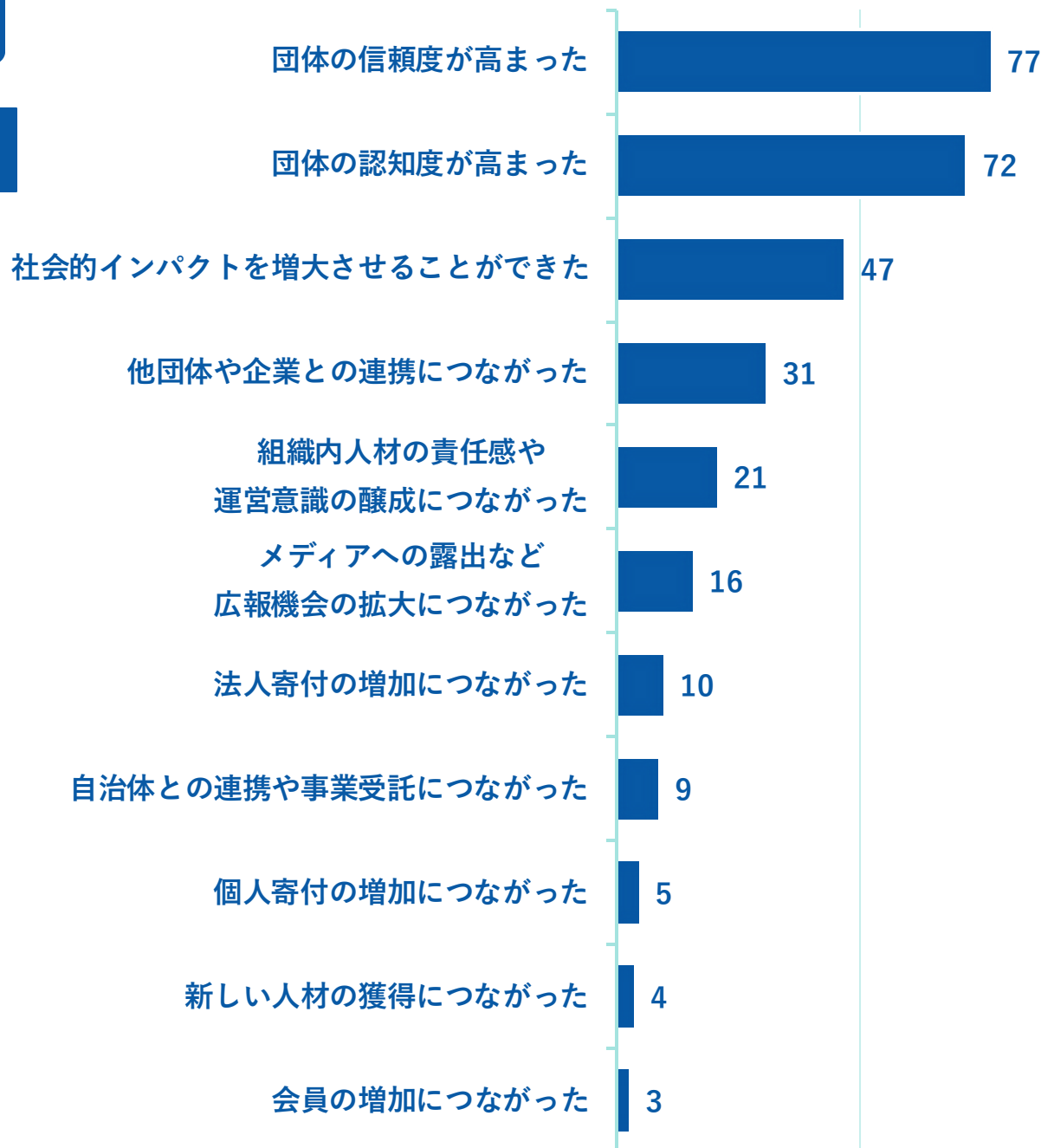
「はい」の場合

前設問で評価した「企業との連携による効果」の各項目のうち、「最も効果大きい」と感じているものを、**1つ**お選びください

企業との連携による最も大きな効果としては、「団体の信頼度が高まった」(26%)、「団体の認知度が高まった」(24%)、「社会的インパクトを増大させることができた」(16%)が上位3つを占めた。



回答
団体数：
295



企業との連携について



「はい」の場合

前設問で選択した「最も効果大きい」項目について、どれくらいの・どのような変化があったのか、できる限り具体的にご教示ください

.....
本設問は紙幅の都合上、すべての回答を掲載することは困難なため、「企業との連携による効果」の中で、前設問において「最も効果大きい」項目として上位に選ばれた5つについて、それぞれ一部の回答を抜粋した。



回答数：77

1) 団体の信頼度が高まった

企業との連携事例を広報することで、同業他社などから協働や寄付の申込をいただく件数が徐々に増えてきたと感じている。

企業とのプロジェクト提案や、イベント出演者への案内などがスムーズにいくことが多くなった。

企業との連携によって活動の選択肢が広がり、学校や他企業からのオファー可能性が広がった。

土地を無償で借りられたことで、地域住民の役にたつことができた。

市内の商業施設や他の団体との協業（コラボレーション）をしてイベントやプロジェクトを実施することで、市民やその周囲からの信頼を得られることができた。その結果、メディア露出をしていただくきっかけになったり、問い合わせが増える結果に。

上場企業からの寄付や協働事業を実施することにより、団体の信頼性が増して個人などへ寄付を依頼する際にも安心していただけるようになった手応えがある。

世界的ホテルグループとの連携や東証プレミアム上場企業との連携は、団体の信頼度の向上につながった。これは、これらとの連携前は連携企業3社5店舗であったが、連携後は、13社70店舗に増加したことで理解できる。

企業が助成元になっている助成金を複数受けたことで、他の企業等との連携が進めやすくなった。

イベント開催時や普段の事業の際に、来場者や受益者から団体の信頼に関して言及されることが増えた。

5. 実態調査結果

[Section 06]

企業との連携について



「はい」の場合

前設問で選択した「最も効果大きい」項目について、どれくらいの・どのような変化があったのか、できる限り具体的にご教示ください

.....
本設問は紙幅の都合上、すべての回答を掲載することは困難なため、「企業との連携による効果」の中で、前設問において「最も効果大きい」項目として上位に選ばれた5つについて、それぞれ一部の回答を抜粋した。



回答数：72

2) 団体の認知度が上がった

コミュニティ・カフェを運営しているが、企業の職員に利用していただいたり、企業に訪問された方がカフェを利用いただくなど、利用者の増加につながった。

それまでに認知されていなかった業界から認知されるようになった。

地域の人だけでなく、地域外の人たちにも団体の活動を知っていただく事が出来た。それにより、個人からのヒアリングや新聞などに掲載される機会も増えた。

企業に伺いゲスト講師として子ども食堂の実情を伝えることができました。ほか、企業の方々と子ども向けイベントの企画を行うなど保護者の方や地域の方に広く知っていただくことができました。

企業会員さまとの記念イベントやオンラインイベント、ライブ配信にて、当団体への当事者からの相談などが多くなった。

企業開催のイベント参加者への認知が深まり、難病の子どもの実態と何が求められているかに関心を持ってもらえる人が増えた。

3) 社会的インパクトを増大させることができた

回答数：47

企業の社員有志が参加するプログラムを実施することで、社員有志が以前よりも積極的に社会課題に関わるようになる効果があった。

共同で親子カフェを開催することで、孤独な子育ての解消につながった。

キャリア教育を提供できた子ども達の人数の増大。

5. 実態調査結果

[Section 06]

企業との連携について



「はい」の場合

前設問で選択した「最も効果大きい」項目について、どれくらいの・どのような変化があったのか、できる限り具体的にご教示ください

.....
本設問は紙幅の都合上、すべての回答を掲載することは困難なため、「企業との連携による効果」の中で、前設問において「最も効果大きい」項目として上位に選ばれた5つについて、それぞれ一部の回答を抜粋した。



回答数：31

4) 他団体や企業等との連携につながった

関係のある団体・企業から当法人の紹介をしていただくことで、1企業につき、1~2社の新規企業との繋がりを得た。

企業との連携により自治体及び他企業からの関心が高まり、その後の連携につながった。

支援企業を通じて地域の他企業の紹介をいただいた。

企業と共同で一般社団法人を設立し、活動の幅を広げることができた。

活動に数年参加していた企業からの紹介で新たな企業が参加するようになった。

5) 組織内人材の責任感や運営意識の醸成につながった

回答数：21

企業との打ち合わせやイベントの共催により、企業のノウハウを吸収でき、組織内人材にノウハウが蓄積され、運営意識が向上した。

他企業・他団体とイベントを一緒にやったり、内部改革に取り組むなどで普段の活動に対する責任感がより生まれるようになったと思う。

法人内の役割や業務の洗い出しや分担の確認になった。

スタッフのモチベーションが上がり、育成にもつながった。

5. 実態調査結果

[Section 06]

企業との連携について



「はい」の場合

企業と連携する上での課題感として当てはまるものがあれば、次のうちからすべてお選び下さい

企業と連携する上での課題感として最も多く挙げられたのは「継続的・持続的な連携を保つのが難しい」で、回答団体の46%を占めた。

次いで、「団体内に企業との連携を担当できる専門的な人材がない」(45%)、「企業との連携にかけられる時間が少ない」(35%)が挙げられた。



回答団体数：295

継続的・持続的な連携を保つのが難しい

136

団体内に企業との連携を担当できる専門的な人材がない

132

企業との連携にかけられる時間が少ない

113

企業との連携にかけられる予算が少ない

74

課題だと感じたことはあまりない

57

連携先の企業と自団体の意見や方向性の食い違い

44

その他

11

5. 実態調査結果

【Section 06】

企業との連携について



「はい」の場合

貴団体はこれまで連携先の企業に対して、どのような価値やインパクトを生み出すことができましたか？
できるだけ具体的にご教示ください。

.....
本設問は紙幅の都合上、すべての回答を掲載することは困難なため、一部の回答を抜粋した。



回答
団体数：
295

協賛企業様から寄付金を受けるだけでなく、その企業の社員さんをボランティアとして受け入れることでボランティア活動や社内交流の場として活用して頂いている。参加した社員さんからは、「会社を誇りに思う気持ちが生まれた」等のご感想をいただいている。

子どもの職場見学・体験を実施したところ、企業側の社員の意識が変化したと報告を受けた。子どもへの機会の提供のほが、大人側も同時に学び受け取るものがあることがわかり、今後は企業研修のプログラムとしても提案できる可能性が見いだせた。

共同イベントを開催することで、集客に貢献したり、企業が地域課題を知らせることができた。その企業と他団体との共同にもつながり、社会課題の解決やコミュニティづくりにつながっている。

A社：派遣先企業の若手人材の育成。特に、自社での取り組みが社会にどのように貢献しているかについて学ぶ機会を提供。

B社：3.11後の社会貢献をしたい人材に対して、被災地支援の機会を提供。

C社：企業の組合員に対する健康づくりを担う人材の育成を約50名実施。

人材や予算、実施地域内での経験値の不足などの都合で、連携先企業だけでは実施しきれなかったイベント、取り組みを弊社と連携することによって実施可能となった。結果として、地域内における連携先企業の企業価値を高めることに寄与できたと考えています。

5. 実態調査結果

[Section 06]

企業との連携について



「いいえ」の場合

企業との連携についてのお考えとして、該当するものを次のうちから1つお選びください

企業と連携したことがない団体に、連携についての考えを聞いたところ、「連携を前向きに検討している」が65団体(41%)で、最も多かった。

これに、今後の企業連携に向けて「具体的な調整を行なっている」とした6団体と「連携先企業を募集している」と答えた11団体を合わせると、52%が連携に前向きな考えを示した。



回答団体数：157

よく分からない
31%

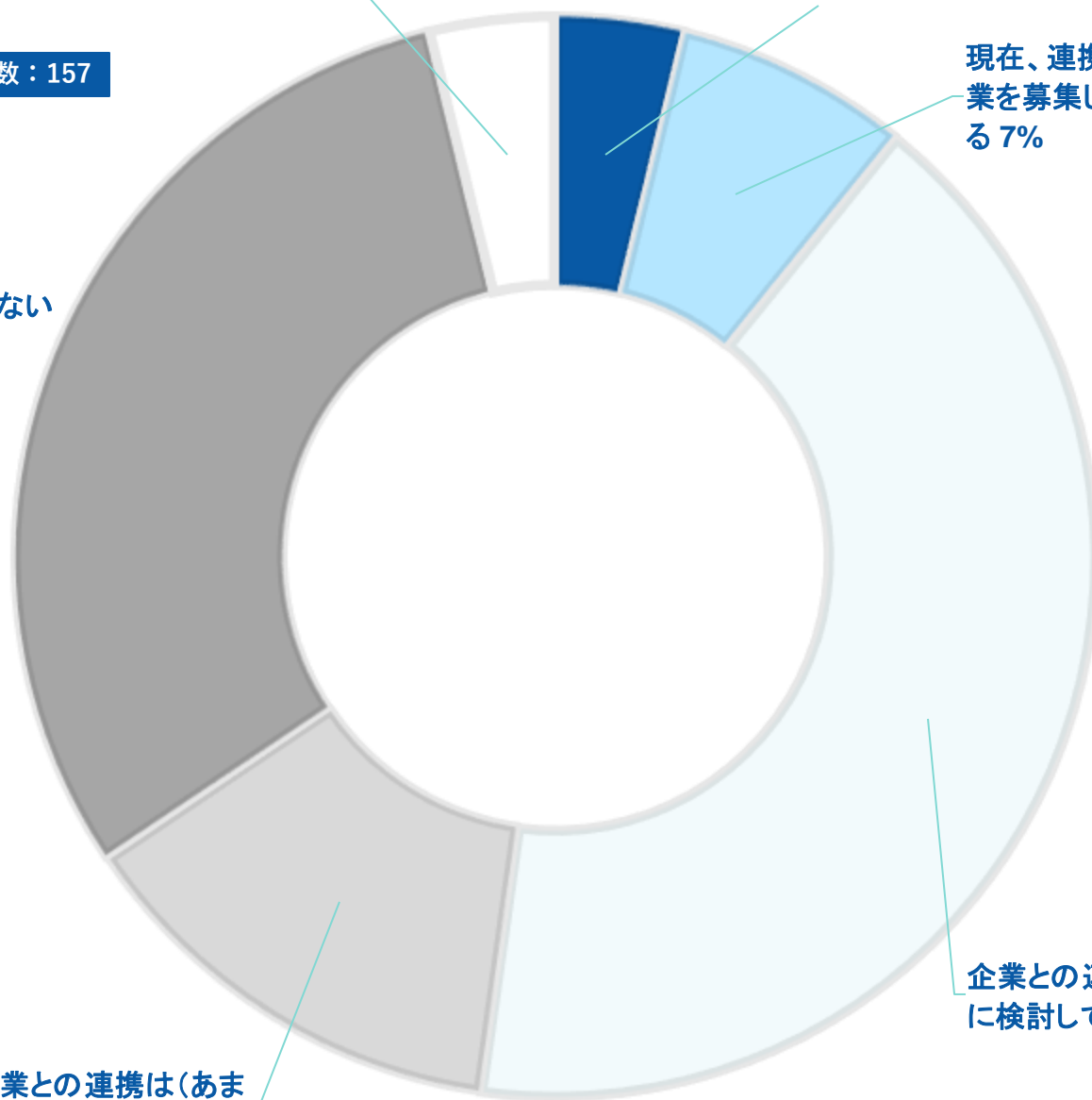
企業との連携は(あまり)望んでいない
13%

その他 4%

今後の連携に向けて、特定の企業と具体的な調整を行なっている
4%

現在、連携先企業を募集している
7%

企業との連携を前向きに検討している
41%



5. 実態調査結果

【Section 06】

企業との連携について



「いいえ」の場合

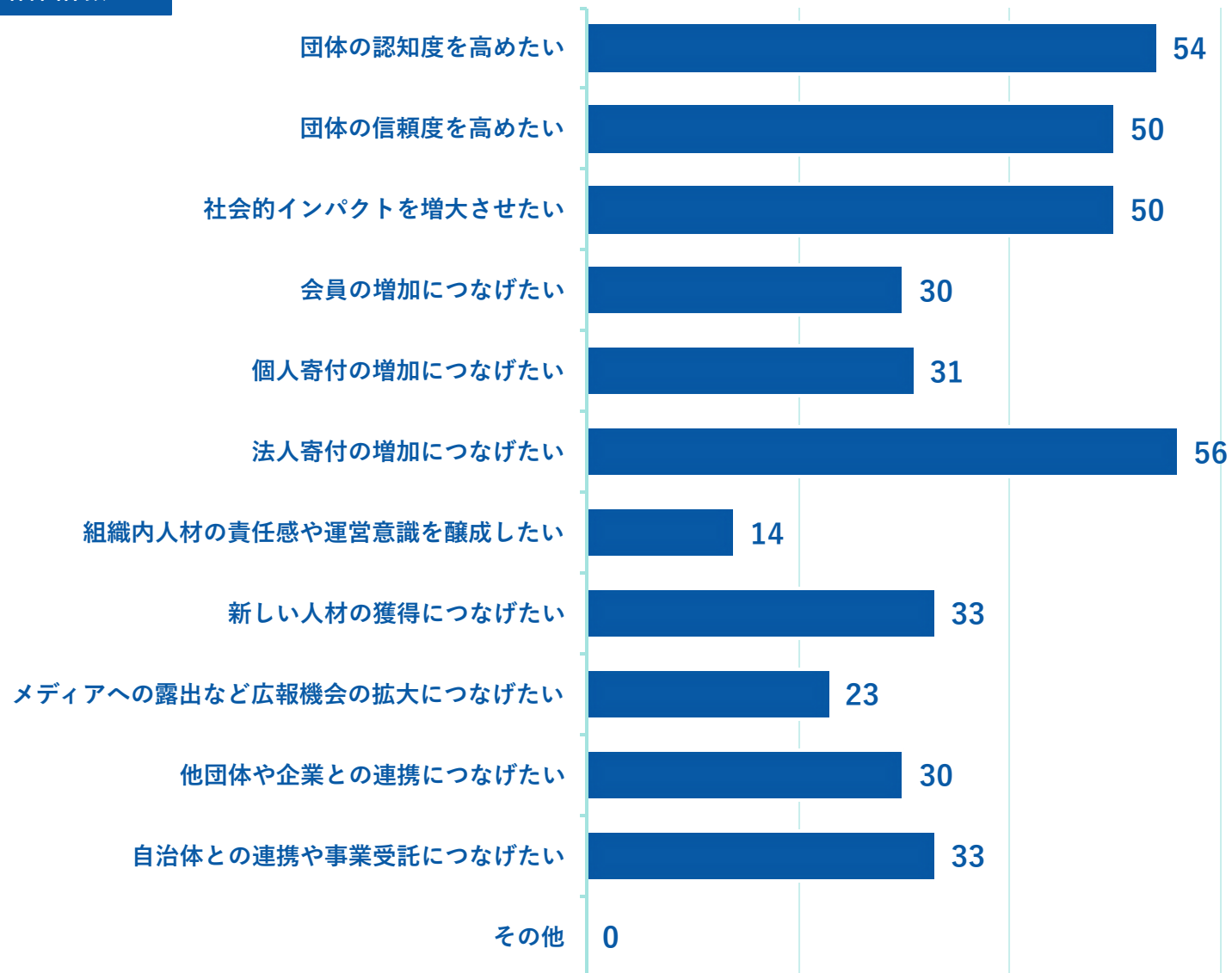
企業と連携したい理由として該当するものがあれば、次のうちからすべてお選びください

前設問において、企業との連携に対して前向きな考えを示した82団体に聞いた、連携したい理由では、「法人寄付の増加につなげたい」が最も多く挙げられ、回答団体の68%を占めた。

次いで、順に「団体の認知度を高めたい」、「団体の信頼度を高めたい」、「社会的インパクトを増大させたい」が上位に挙げられた。



回答団体数：82



5. 実態調査結果

[Section 06]

企業との連携について



「いいえ」の場合

企業との連携を「(あまり)望んでいない」、または、企業と連携したいか「よく分からない」理由として該当するものがあれば、すべてお答えください

最も多く挙げられたのは、「企業連携の知識が十分ではなく、どんな価値や効果が生まれるのかよく分からないから」で、回答団体の57%が選んだ。「団体内で企業連携について話し合ったことがない」とした団体も38%に上った。



回答団体数：69

企業連携の知識が十分ではなく、どんな価値や効果が生まれるのかよく分からないから

団体内で企業連携について話し合ったことがないから

企業と連携する時間的な余裕がないから

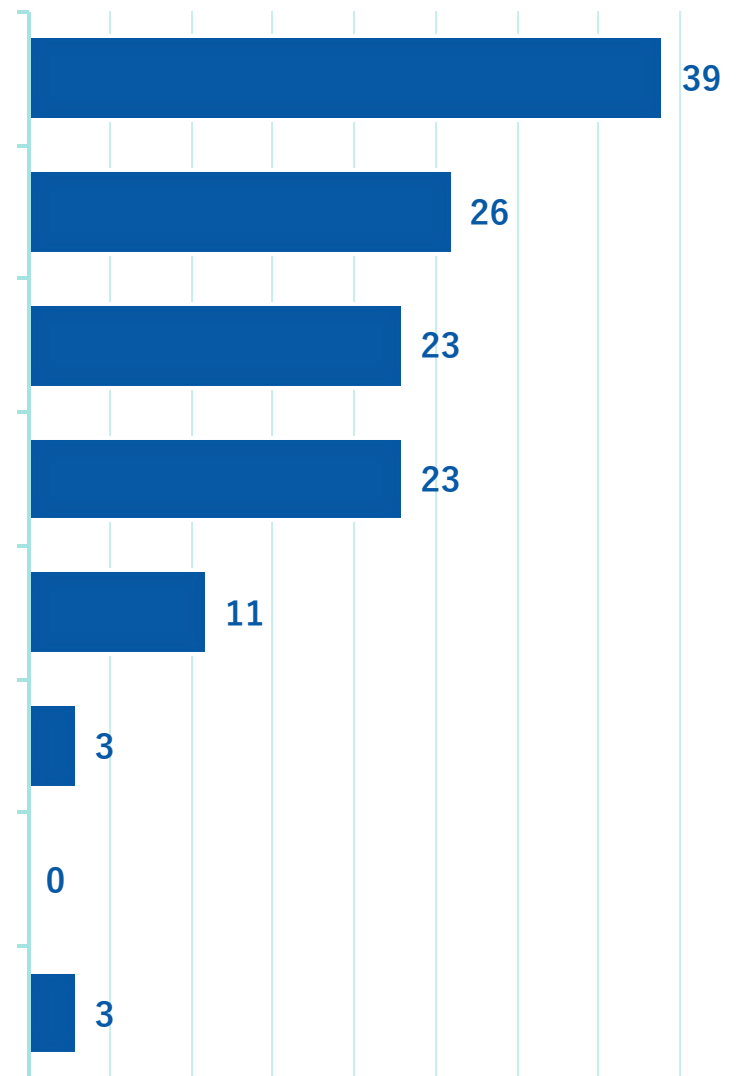
組織内に企業連携を適切に行える人材が少ないから

企業連携を適切に行うための財源が不足しているから

活動休止・縮小中・今後解散を予定しているから

過去の企業連携で、その価値や効果をあまり感じられなかったから

その他



5. 実態調査結果

[Section 06]

企業との連携について

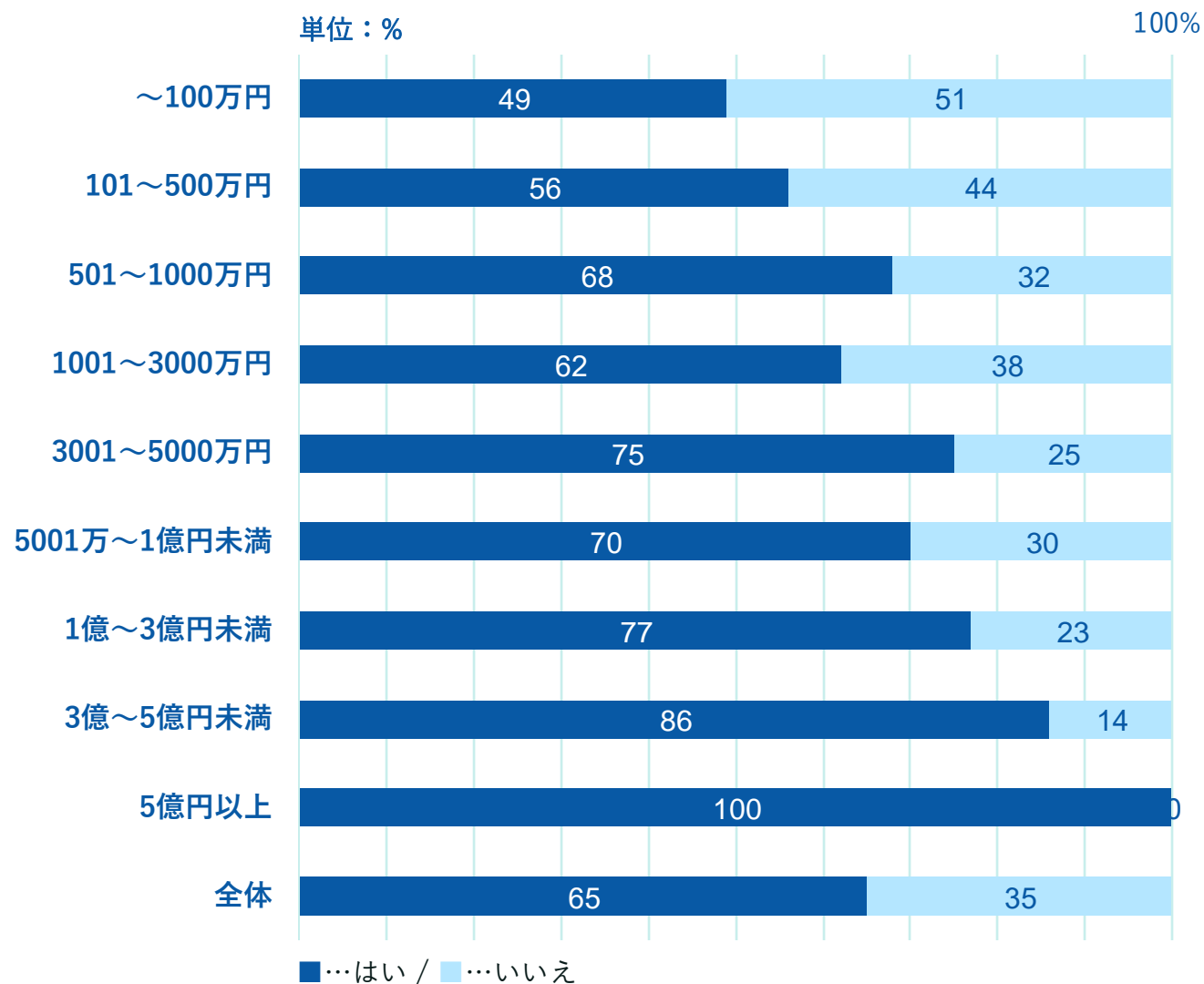
✕ Pick up! クロス集計

事業規模 × 企業連携経験の有無

「事業規模」と「企業と連携して活動したことがある」割合をクロス集計したところ、概ね、事業規模が大きくなるにつれ企業連携を有する割合が高くなる傾向が見られた。

連携経験を有する団体の割合は、事業規模が「～100万円」の団体において49%と最も小さくなり、「5億円以上」の団体においては100%となった。

総計：452



5. 実態調査結果

【Section 06】

企業との連携について

✕ Pick up! クロス集計

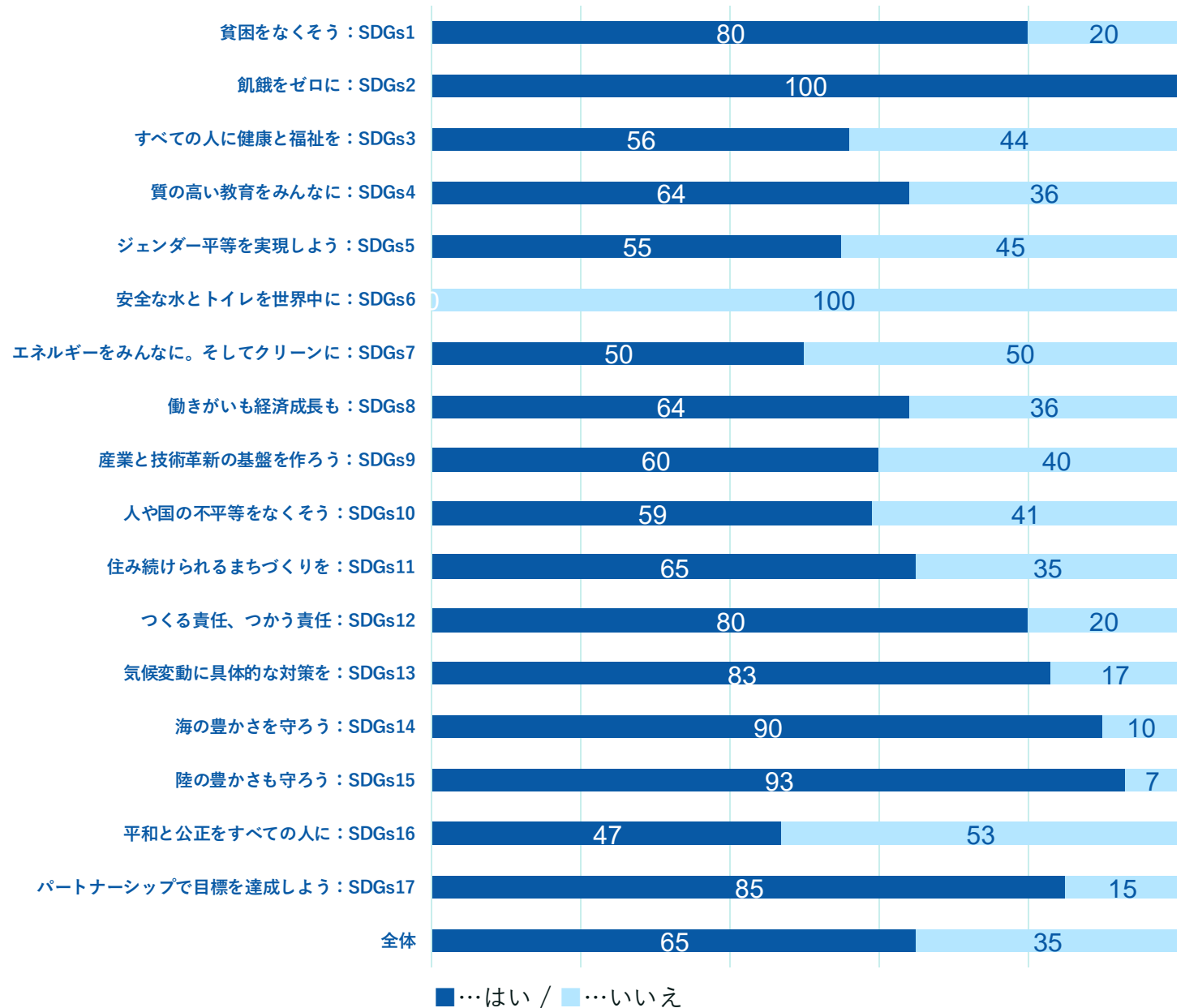
団体の活動目的に最も合致するSDGs×企業連携経験の有無

「団体の目的と最も合致するSDGs」と「企業と連携して活動したことがある」割合をクロス集計したところ、SDGsによって連携経験を有する割合に大きな差が見られた。企業連携経験を有する割合は「SDGs 2」が100%となり、これに「SDGs 15」(93%)、「SDGs14」(90%)が続いた。一方、特に「SDGs6・7・16」において、その割合が低くなった。

総計：452

単位：%

100%



【Section 07】 今後の展望について

本セクションでは、全てのご回答団体さまを対象に、団体を運営していく上で描いている今後の展望として、団体の認知度や信頼度、寄付金や助成金、人材や他セクターとの連携などの14項目について、そのご期待を5段階でご評価いただきました。

要点

- 1) 14個の項目すべてにおいて中央値が5または4となり、多くの団体が今後の団体運営に関して理想や希望を持っていることが分かった。なお、一部、『回答できない団体がいる』と予想された項目（たとえば、『そもそも会員制度を持っておらず、今後も導入する予定がない団体』は会員制度についての展望の設問には回答できない場合）については、選択肢に「0」（＝該当しない）を追加し、注釈を添えた。これらの設問における回答集計は、「0」を選択した団体を除いたものを母数として、中央値および割合を算出した。
- 2) 「5: そう思う」を選んだ団体が半数以上を占めた項目は7つで、その割合が高い順に、「継続寄付を増やしたい」(60%)、「法人寄付を増やしたい」(60%)、「団体への信頼度を高めたい(58%)」「新規個人寄付を増やしたい」(58%)、「団体の認知度を高めたい」(54%)、「社会的インパクトを増大させたい」(54%)、「団体内の人材を育成したい」(53%)であった。
- 3) 一方、中央値は4と高いものの、「1: そう思わない」を選んだ団体の割合が比較的高かった設問は、「自治体との連携や受託事業を増やしたい」「メディアへの露出など広報機会を獲得したい」「自主事業の収入を増やしたい」の3つとなった。

5. 実態調査結果

[Section 07]

今後の展望について



今後の活動についてどのような希望や展望をお持ちか、次の項目にそれぞれ5段階評価でお答えください

今後の活動における希望や展望について、全16項目を5団体で評価していただいた。

16項目中、「そう思う」と「少しそう思う」を合わせた割合が最も高かったのは、

「団体の信頼度を高めたい」の90%だった。次いで、「団体の認知度を高めたい」が85%で、右記はいずれも中央値5となった。



回答
団体数：
452

① 団体の認知度を高めたい



■ …54% / ■ …31% / ■ …13%/ ■ …2% / ■ …1%

② 団体の信頼度を高めたい



■ …58% / ■ …32% / ■ …8%/ ■ …1% / ■ …1%

■ 5…そう思う / ■ 4…少しそう思う / ■ 3…どちらでもない / ■ 2…あまりそう思わない / ■ 1…そう思わない

5. 実態調査結果

[Section 07]

今後の展望について



今後の活動についてどのような希望や展望をお持ちか、次の項目にそれぞれ5段階評価でお答えください

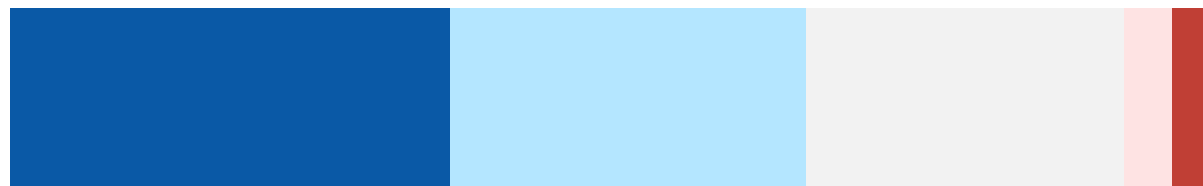
右記の2項目においては、いずれも、「そう思う」と「少しそう思う」を選んだ団体を合わせた割合が約7割、中央値は4となった。

「新規会員を増やしたい」では、「そう思わない」と「あまりそう思わない」を合わせると11%で、全項目で最も高くなった。



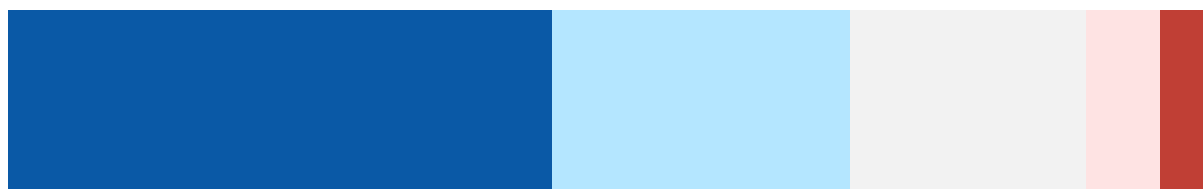
回答
団体数：
452

③ メディア露出など広報機会を拡大したい



■ ...37% / ■ ... 30% / ■ ... 26%/ ■ ...4% / ■ ...4%

④ 新規会員を増やしたい



■ ...45% / ■ ... 25% / ■ ... 19%/ ■ ...6% / ■ ...5%

* 会員制度を持っていない団体を考慮し、便宜上、選択肢に「0（該当なし）」を追加。
「0」を選択した31団体を母数から除外し、5段階で評価を行った421団体を対象として割合を算出。

5. 実態調査結果

[Section 07]

今後の展望について



今後の活動についてどのような希望や展望をお持ちか、次の項目にそれぞれ5段階評価でお答えください

右記の3項目は、いずれも中央値5、「そう思う」を選んだ団体の割合が6割程度となり、全16項目の同割合における上位3つを占めた。

多くの団体が寄付に対して強い希望を持っていることが分かった。



⑤ 新規個人寄付を増やしたい

回答
団体数：
428



■ …58% / ■ … 21% / ■ … 15%/ ■ …5% / ■ …2%

⑥ 新規法人寄付を増やしたい

回答
団体数：
428



■ …60% / ■ … 21% / ■ … 13%/ ■ …5% / ■ …2%

⑦ 継続寄付を増やしたい

回答
団体数：
426



■ …60% / ■ … 22% / ■ … 12%/ ■ …4% / ■ …3%

* ⑤～⑦は寄付を受け付けていない団体を考慮し、便宜上、選択肢に「0（該当なし）」を追加。「0」を選択した団体をそれぞれ母数から除外し、5段階で評価を行った団体を対象として割合を算出。

5. 実態調査結果

[Section 07]

今後の展望について



今後の活動についてどのような希望や展望をお持ちか、次の項目にそれぞれ5段階評価でお答えください

「そう思う」と「少しそう思う」を合わせた割合は、「自主事業の収入を増やしたい」で72%、「助成金を取得したい」が66%となり、中央値はいずれも4であった。



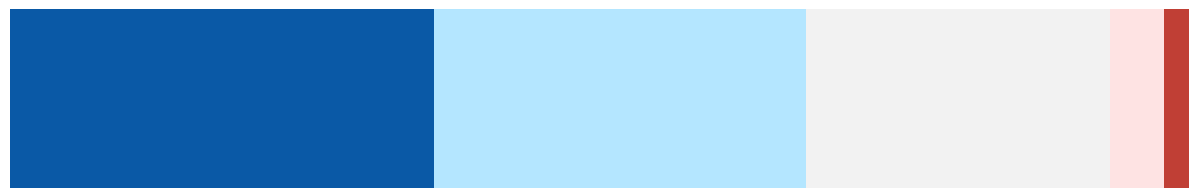
回答
団体数：
452

⑧ 自主事業の収入を増やしたい



■ …49% / ■ … 23% / ■ … 20%/ ■ …4% / ■ …3%

⑨ 助成金を取得したい



■ …35% / ■ … 31% / ■ … 26%/ ■ …4% / ■ …3%

5. 実態調査結果

【Section 07】

今後の展望について



今後の活動についてどのような希望や展望をお持ちか、次の項目にそれぞれ5段階評価でお答えください

「団体内の人材を育成したい」に対して、「そう思う」または「少しそう思う」と回答した割合は合わせて82%で、中央値は5となり、多くの団体が人材育成に対して強い希望を持っていることが分かった。

「新しい人材を獲得したい」における同割合は73%、中央値は4となった。



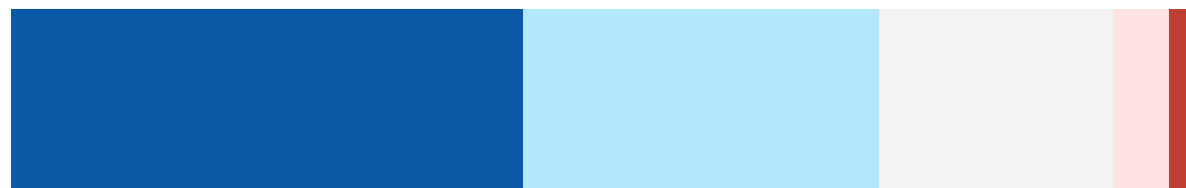
回答
団体数：
452

⑩ 団体内の人材を育成したい



■ …53% / ■ … 29% / ■ … 14%/ ■ …2% / ■ …2%

⑪ 新しい人材を獲得したい



■ …43% / ■ … 30% / ■ … 20%/ ■ …5% / ■ …3%

5. 実態調査結果

[Section 07]

今後の展望について



今後の活動についてどのような希望や展望をお持ちか、次の項目にそれぞれ5段階評価でお答えください

「そう思う」と「少しそう思う」を合わせた割合は、「社会的インパクトを増大させたい」が83%で、全体3位の高さとなった。中央値は5。

一方、「自治体との連携や受託事業を増やしたい」は中央値は4だが、「そう思わない」と「あまりそう思わない」を合わせた割合が10%で、全項目のうち2番目に高くなった。



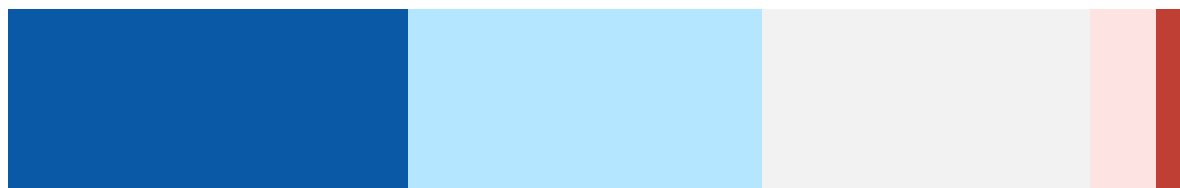
回答
団体数：
452

⑫ 他団体や企業との連携を増やしたい



■ ...42% / ■ ... 34% / ■ ... 19%/ ■ ...3% / ■ ...2%

⑬ 自治体との連携や受託事業を増やしたい



■ ...33% / ■ ... 30% / ■ ... 28%/ ■ ...6% / ■ ...4%

⑭ 社会的インパクトを増大させたい



■ ...54% / ■ ... 29% / ■ ... 15%/ ■ ...2% / ■ ...1%

本実態調査を振り返って

はじめに、社会課題の解決のために奔走し、ご多様な日々をお過ごしの中で、貴重なお時間を割いて本調査にご協力いただきました皆さまに、心より御礼申し上げます。

おかげさまで3回目を迎えた今回の調査では、企業と協働した経験のある団体が過去最高の65%を記録しました。協働によって生まれるインパクトの多層性も少しずつ明らかになり、社会課題の解決をめざした共助共創が着実に前進していると感じます。

しかしながら、実際に企業と協働するNPO/社会的事業者の半数近くがその継続性・持続性を課題として感じており、また、「連携の価値や効果がよく分からない」「団体内で議論したことがない」といった理由から、連携に対して消極的な考えをお持ちの団体も見られました。

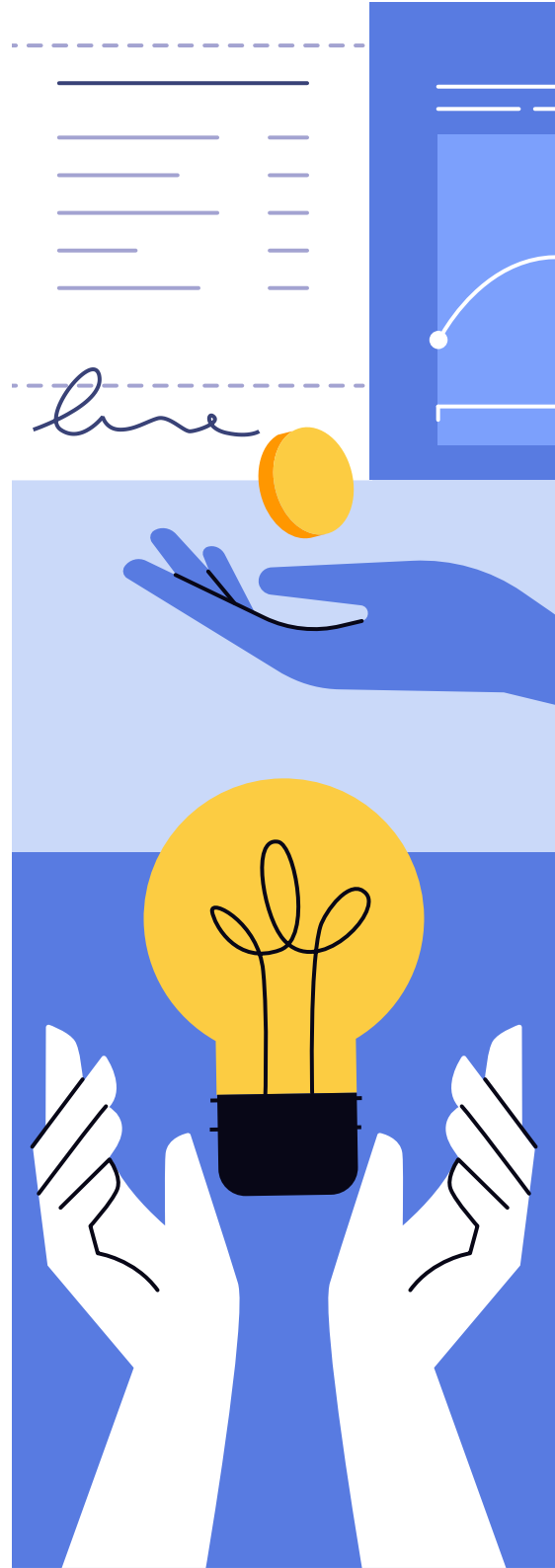
また、2018年の調査開始から、依然としてNPO/社会的事業者が抱える課題に「時間・人材・お金」の不足があります。特に、前回(2023年)調査結果と同様、「代表」が複数の業務において主担当を務めている現状が見受けられました。慢性的な業務負荷の偏りは、図らずも業務の属人性を高め、後進の成長機会を阻んでしまうなどの新たな課題を生み出し、悪循環に陥ってしまうリスクが考えられます。

こうした状況を打開するためにも、社会に多様な共助共創の場が生まれ、具体的な協働プロセスや成果・失敗などについて学び合う機会が創られていくこと、協働実践の蓄積によってその価値を多角的に検証・研究することの重要性が益々高まっています。

人口減少や少子高齢化の進行に伴う深刻な人材不足が想定される未来においては、NPO/社会的事業者と企業の協働に留まらず、大学等の研究機関、地域市民を支える自治体や官公庁など、多様な主体が共助共創する社会の実現が必要不可欠です。

ICHI COMMONSは創業時から、共助共創を支えるプラットフォーム「サステナNet」をはじめ各種サービスの開発・提供を通じて、その基盤かつ最重要である信頼関係の構築や相互理解の促進、社会課題の認知向上、取り組みやインパクトの可視化に取り組んでまいりました。

今後も持続可能な社会の実現に向け、定期的な実態調査を実施することで、さまざまなニーズを丁寧に掬いあげながら、共助共創の“現在地”を明らかにしていくとともに、わたしたち自身が多様なステークホルダーとの共助共創を体現すべく、邁進する所存です。





社会的事業を行う非営利・営利法人の実態調査レポート2025

発行日 2025年 2月 26日

発行者 ICHI COMMONS株式会社

東京都千代田区紀尾井町 4番1号 ニューオータニガーデンコート12階

<https://ichicommons.com>

contact@ichicommons.com

本レポートの著作権は、ICHI COMMONS株式会社に帰属しております。
著作権法及び関係法令等に定められた個人利用の範囲を超えて、当社の許可なく、掲載内容の一部または全部を
転載・複製等の二次利用を行うことを禁止いたします。

転載・複製等を希望される場合は、上記のメールアドレスまたは当社ウェブサイトお問合わせフォーム等より、
事前にご一報いただきますよう、お願いいたします。

ichicommons