

1. ■ NGOの可能性、広報の力

日本のNGOは数百あるといわれ、
それぞれ、理念も活動内容も組織の形も多彩です。
とはいえ、一つ共通点があります。
日本の人々と海外の人々との接点にいる、
という事実です。

人々に支持されなければ、存在できない。
人々に呼びかけ続けなければ、存在する意味がない。
それが私たちNGOではないでしょうか。

NGOと社会とをつなぐ広報活動から、
NGOの可能性を探っていきます。
そして、広報活動を変えていくことから、
NGOの力を強め、信頼性を上げ、発言力を高めていく。
『広報から変えていく』に込めたメッセージです。

1-1 広報を変える。広報から変えていく

ギャップを埋める。力をもらう

2001年、アフガン難民問題でNGOに期待が寄せられました。2002年、政治家と外務省によるNGO排除問題から、NGOという言葉が日本中に響き渡りました。

そんなNGOですが、NGO自身が意図するように世の中に知られているのでしょうか。

国際協力の担い手として専門性と運営能力向上に奮闘しているにもかかわらず、いまだに「無報酬で汗を流して奉仕をするえらい人」とか「怪しげな危ない団体」といったイメージだったり、「NGOは経費を取らず、寄付金は100%貧しい子どもに届く」と思われていませんか。

こうしたギャップを埋め、共感と信頼によって人々に大きな力をもらうのが広報活動です。さらに広報は、資金と人材の確保、ネットワーク作り、社会への提言、支援者や社会の信頼性確保と、NGO活動全体に関わっています。

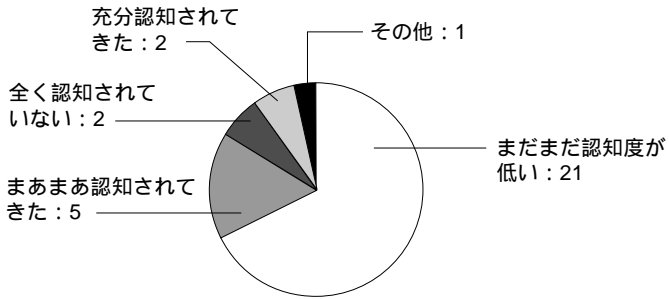
今まで広報が見過ごしていたこと

NGO研究会のメンバーには、「広報に積極的」という団体もあれば、「後回しにしてきた」団体もあります。

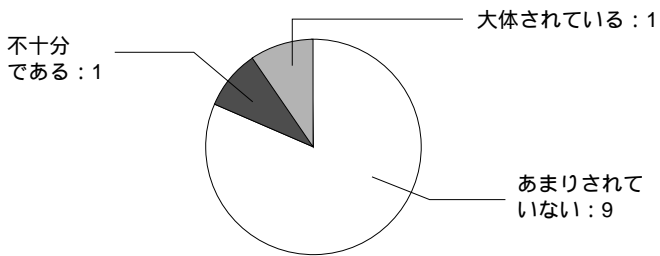
広報活動といえば、支援者への呼びかけ、と考えられがちですが、「広報は後回し」という団体が強調するのは、むしろプロジェクト地の人々との情報共有や、経験をフィードバックすることの重要性です。この指摘はプロジェクトの質、団体の姿勢への真摯な問いかけといえます。

このように広報を通じて活動と団体運営を見つめながら、NGOの能力強化を考えていきましょう。

日本のNGOは社会に認知されている？



NGOから十分な広報がなされていると思いますか



NGO研究会調べ。NGOスタッフ、一般の人の声より。

1-2 NGOへの声を聞く

NGOはどう思われているのか。

一般の人々、企業、マスコミ、NGOなどに、NGO研究会のメンバーが北海道から沖縄まで、それぞれの地域でアンケートをとり、声を集めました。

NGOの認知度は？

- 「低い。文字だけは新聞で見るが、全然わからない」
- 「NGO = ボランティアとしかイメージがない」
- 「NPOは町内会の話題に登場する。NGOはかけ離れた感じ」
- 「言葉や知識不足から、海外のことは敷居が高い」
- 「限られた、特異な人たちの活動」
- 「テロ事件に関して、国の動きは話題に上ったが、NGOの動きはよくわからなかった」
- 「企業はNPO / NGOを“多様な市民社会構築の担い手”と考え、期待は高い」
- 「国際協力より、国際交流に関心が集まる」

NGOの広報から知りたいことは？

- 「組織形態、資金生成」
- 「活動目的、誰が何をどのようにするのかという活動内容、活動実績、資金生成方法。設立の歴史、組織形態。活動に賛同する人が判断できる材料」
- 「何を信じて、何を目指して活動するのか、を明確にし、活動内容や組織形態、資金生成など詳細な説明を」
- 「失敗例」
- 「取材時、職員が専従か否か、などから団体の実力を判断」

- 「年次報告は、役所に提出するような無機質なものではなく、魅力的に」
- 「一般庶民がほんの少し関わるには、どんな関わり方があるかを示すこと」

NGOへの疑問、課題は？

- 「寄付しても何に使われているかわからない、だから出すのは難しい」
- 「社会的責任を担える団体がどれくらいあるか」
- 「今後に期待できるが、誰がどのような資金で発展させるか疑問」
- 「プロジェクトの広報だけでなく、アドボカシー（政策や社会への提言）としてのアピールを」
- 「大手国際NGOのダイレクトメールが自宅に届き、どうしてうちに来たのかと思った」
- 「地域の連携が弱く、個別に頑張っているだけの感じ」
- 「NGOの中には、企業 = 悪と見ていながら資金確保のために、その姿勢を隠して、企業への支援を依頼する。それでは何も変わらない」

市民の参加を高めるためのアドバイスを

- 「社会参加への意欲が増えている中年・初老の人たちへのアプローチを」
- 「マスコミを使った活動報告は説得力がある」
- 「チェルノブイリの会は細かにお便りをくれる」
- 「ニュースレターは、読んだ相手が反応してくれる仕掛けが必要」
- 「バザーなどは参加しやすい活動」
- 「“どこが何のために”を、わかり易く口伝えできること」
- 「顔になる人がいる団体は強い」
- 「参加したいが、色々な団体があり、よく分からない。」

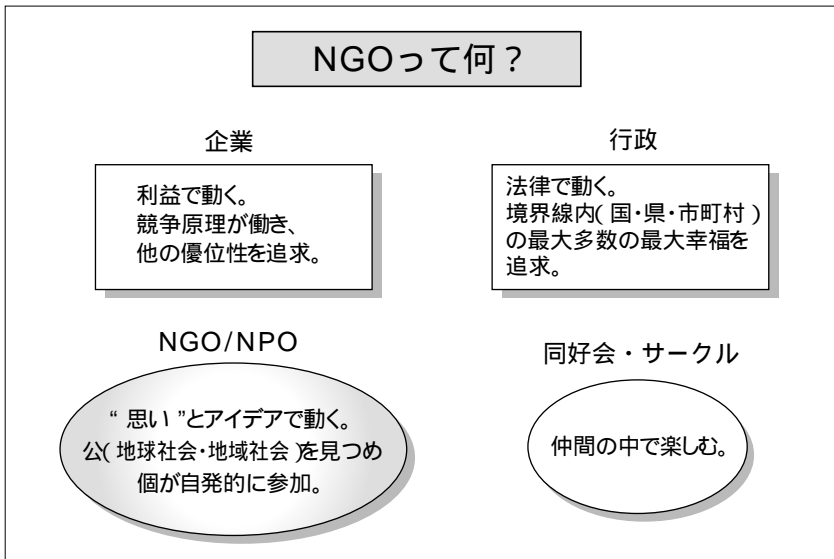
他団体との違いを明確に、方針、人を強く打ち出して」
「NGOという言葉は日本語にならないか」
「きれいなポスターの政府のキャンペーンより、地元のだれさんがどこへ行ってどんなことをして、どう思ったということを手紙に聞けることが、効果があると感じた」
「報告は、学生やボランティア初心者の方が説得力あり」
「ネット募金は丁寧なフォローをしないと、活動趣旨を支援者に伝達する好機を失う」
「私がNGOを見る基準は2つ。できていないことを正直に言っているか。素朴な質問に丁寧に答えているか」
「情報提供の仕方が同じパターン。相手に応じた対応を」
「どの層が対象か。主婦、学生など相手を把握して」
「会員には信頼され、支援事業に生きがいを感じるような情報の提供を」
「もっと行政やマスコミを活用すべき」
「マスコミには正確な情報を。お知らせは1か月前が常識」
「学校や公民館などとの連携を」

NGOの認知、信頼性を高めるために

「緊張感ある協働を。東京電力と自然エネルギー推進市民フォーラムによる太陽光発電普及推進プロジェクトはその例。NGOが自らの価値観を企業に伝えていけるように」
「“NGO新聞”のような横断的メディアがあった方がよい」
「JICAを大幅に縮小し途上国での活動はNGOが主体になるような広報活動をすべき」
「日本のNGO活動についての海外向け資料を」

1-3 ところで、NGOって何ですか

「何でもあり」だからこそ共感と信頼を
NGOの広報を語るにあたって、研究会は「NGOとは何か」
を話し合いました。
公権力を持たず（非政府）、利潤追求を目的とせず（非営
利）、地球の問題に自発的に取り組む人々の組織で、
その活動は、例えば、
地球社会の迷惑を被っている人や、社会的に弱い立場
にいる人の代弁者となって提言する。

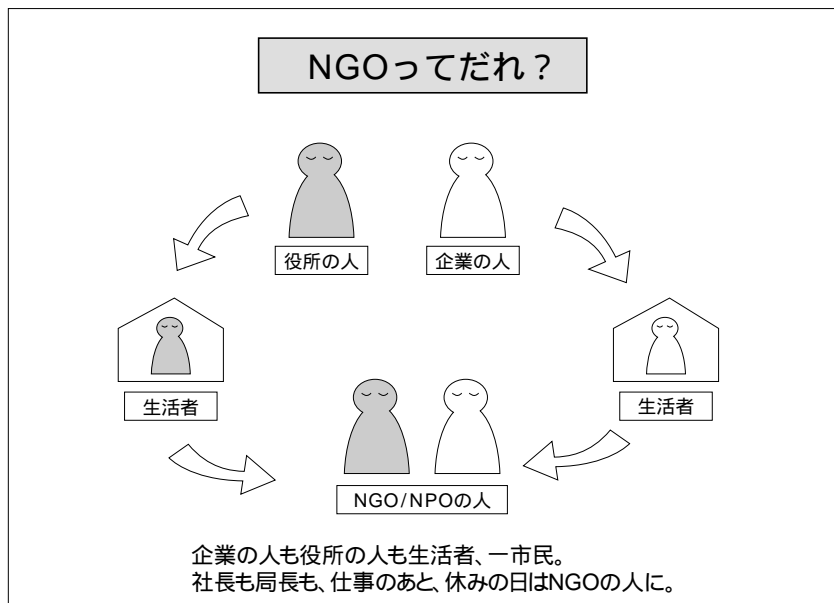


「支援を必要とする人」と「支援する(したい)人」
との間に立ち、双方に有効なサービスを提供する。

「今までなかったけれど、あるといい」、そんな社会的機能を提案、提供する。

など、多様です。

NGOは「思い」とアイデア次第で、ある意味で「何でもあり」といえます。だからこそ、活動内容や組織運営が自分勝手な「善意」に走っていないか、社会の共感と信頼を得られるものになっているかが問われます。この点が、「同好会・サークル」との大きな違いです。



また、NGOの特徴は、平日は公権力を執行したり、企業戦士となっている人も、休日には組織を脱ぎ捨て、生活者の目線で参加できること、プロと普通の人が地球市民同士として一緒になって活動できることです。

活動と組織と運営能力

NGOの組織運営について、立ち上げた当初は「ふつうの人ができることをする」と考えていた団体も、「もっと活動を充実させたい」と思いが膨らむと、ある選択に迫られるのではないのでしょうか。

「専従スタッフをそろえ、組織を強化し、プロ集団となる」という道を選ぶ団体もあるでしょう。一方では、

「メンバーが他に本業を持ってこそ、やりたい活動ができる。組織維持が目的化しては本来の活動から外れていく。だから大きな組織にはいけない」

と判断する団体もあるかもしれません。

組織のとらえ方についても議論があります。

「NGOは雇用の受け皿としても考えるべき。組織維持が団体の目的でよい」と積極的にとらえる人もいます。

NGOの目の前にある現実問題として、資金確保に苦しむ一方で、「資金を政府や企業に依存して独立性が保てるのか」という不安を抱く団体は少なくありません。

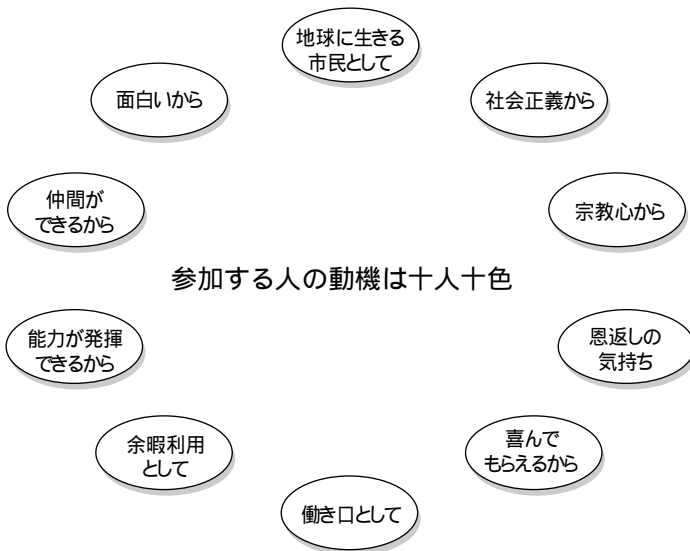
活動を充実させる組織運営能力を身につけることは、NGOの共通の課題です。

NGOが力をつけたとき

「日本のNGOはいい活動をしているが、マネジメント能力が弱い。だからキャパシティ・ビルディング（能力強化）が必要」と、今日、盛んに研修が行われています。

日本のNGO(NPO)が能力を強化し、社会で存在感を増すと、どうなるか、思い浮かべてみます。

なぜNGO？



団体の性格も多様

ふつうの人が
できる範囲の
ことをやる

専門家が
本業とは離れて
専門能力を発揮

専門家が
職業として
携わる

行政の
代行をする

例えば、日本の社会に数多くある 財団、 協会などの公益法人。これらとNGOは、同じ非営利・非政府組織でありながら、天と地ほどにも違います。一方は世間並みの年収を得ることは社会に認知されず、身を粉にして働いて燃え尽きる。もう一方は法外な退職金を手にし、問題にされながらも、放置されたまま。

さて、日本のNGOのお手本にされるのは大抵アメリカの団体（アメリカ国内ではPVO：Private Voluntary Organizationと呼ぶ）です。そのアメリカでは、日本の協会に相当する非営利公益団体を担うのはPVOだそうです。

日本でも、従来の公益法人が、信頼あるNGO/NPOによって高い透明性のもとに運営されるようになれば、世の中変わるのではないのでしょうか。

NGOはだれの「顔の見える援助」をする？

ところで、NGOの能力強化というとき、「欧米のNGOに比べて遅れている。欧米に追いつけ」と語られているように聞こえます。

日本がNGO後進国であることは間違いないにしても、アジアに優れたNGOがたくさんありながら、そこに目が向かないのであれば、今なお「欧米に認められたい」という意識から抜けられないからなのでしょう。アジアなど活動地で学んでいるNGOなら、そういう気持ちは卒業しているでしょう。

政府、企業が強調するのは、国際舞台で日本をアピールする「顔の見える援助」です。

これに対してNGOが強調するのは、「地球市民同士、分かち合う人同士の顔の見える活動」です。

「NGOか？NPOか？」

こう尋ねられたら、恐らく団体ごとに答は違うでしょう。NPO法(特定非営利活動法人法)以前は、公益を目的とする団体・組織で、政府系組織でもない、また民法に定める公益法人でもない、教育、医療、宗教、社会福祉などの法人でもない任意団体の多くがNGOだったりNPOだったり。現時点ではNPO法による認証を受けた団体がNPOと名乗る権利を有するのかもしれませんが。

筆者の団体は「NPO法人格を持ったNGO」と答えています。

そもそもNGOとは、国連を中心とする国際会議の場で国家を代表しないグループが政府と対等の立場の認知を受けた時のことばです。

NPOは主としてアメリカ合衆国における政府・企業以外のすべての団体を指すことばとして流行り始めました。

NGOはNon Governmental OrganizationではなくNew Global Organization、NPOはNon Profit OrganizationではなくNew Profit Organizationと考えてみるのも面白いと思います。

(長谷川聡)

NPOは、New Public Organization という考え方もあります。

(金子康紀)