

ファンドレイジング・リサーチ大賞（研究者部門） 選評

2024年2月5日

選考委員会：

委員長・佐々木周作

相澤 順也

岡田 彩

瀬上 倫弘

渡邊 文隆

最優秀賞：

久保雄広氏（国立環境研究所）「Conservation fundraising: Evidence from social media and traditional mail field experiments」

生物多様性分野におけるファンドレイジング・プロジェクトへの寄付勧奨において、3種類のメッセージ（シンプル版、シードマネー版、エコロジカル版）の効果を、伝統的なダイレクトメールと現代的な SNS 広告のチャンネルそれぞれで検証した論文である。両方のチャンネルで、すでに調達した寄付金額をアピールするシードマネー版メッセージの有効性が確認された。研究者・非営利組織・プラットフォーム企業の3者協働によって実現した研究で、研究者と実務者が連携する際のモデルケースの一つになりうる。実社会の中で実験を行うフィールド実験の例は日本ではまだ少なく、さらに、複数のチャンネルでそれぞれ効果検証してその結果を比較検討するフィールド実験研究は世界的にも稀で、学術的な価値が大きい。

実務的には、これまでファンドレイザー個人や非営利組織内で経験則的に蓄積されてきたダイレクトメールや SNS 広告の効果に関する知見について、科学的なエビデンスを踏まえて再検討する機会を提供してくれる。本研究の結果を一見すると、SNS 広告よりもダイレクトメールの費用対効果が優れて感じられるが、ダイレクトメールが送付可能な状

態になるまでに投入されている費用を考慮すると実際の費用対効果は変わりうる等、実務者だからこそ深掘りできる解釈などが豊富にあることにも気づかされる。研究者と実務者の双方向コミュニケーションが活発になることで、寄付研究の学術的貢献・実務的貢献が増幅していく可能性を実感できる論文であり、ファンドレイジング・リサーチ大賞の最優秀賞として最も相応しい研究と評価された。

優秀賞：

河村悠太氏（大阪公立大学）「Altruism does not always lead to a good reputation: A normative explanation」

自分と他者との間でお金を分け合うときに、他者に全額を配分する行為よりも、自分と他者で半分ずつ配分する行為の方が日本の人々の間では好意的に評価されることを、簡潔なデザインの心理学実験で明らかにしている。全額配分が好意的に評価されにくいという発見は、日本の寄付と海外の寄付の違いを根幹的に説明する要因になりうるもので、学術的な価値は大きい。例えば、著名人や大企業が高額寄付をしたときに一部の人たちの間で批判されるという現象やそのために寄付を公開したくないという現象も、上記の要因で説明可能かもしれない。

実務的には、ファンドレイザーが大口寄付を受けたときに、その取扱いや公開の有無・方法について慎重な配慮が必要であるという示唆を提供する。NPO セクター全体には、このような日本の寄付の特徴にどのように対処すべきか、という大きな問いを突きつける。著者ら自身にも、NPO セクターの向き合い方に直接的な示唆を提供できる将来研究の実施を期待したい。

入賞：

山本琢俣（早稲田大学）「学級の社会的目標構造とクラスメイトへの自律的な向社会的行動との関連－小中学生の差異に着目して－」

小学校の児童・中学校の生徒を対象にした独自調査のデータを使用して、思いやりや互恵性が強調された学級目標の認知が自律的な向社会的行動と相関していること、その一方で規律や秩序が強調された学級目標の認知が自律的でない向社会的行動と相関していることを明らかにしている。さらに、小学生と中学生の媒介分析の結果を比較しながら、小学生は思いや

りや互惠性についての学級目標を完全に内在化した上で向社会行動を行っているのではなく、自律的ではあるが被統制感も残したままで向社会行動を行っている可能性を議論している。

既存の寄付研究には成人を対象にしたものが多い中で、本研究論文は、将来の寄付者となりうる子どもたちの向社会行動が小学校・中学校教育の中でどのように形成されていくかについて実証エビデンスに基づく知見を提供してくれる。日本の寄付市場をどのように充実させていくかを検討していくにあたって、長期的な視座の重要性を改めて実感させてくれる研究である。