

フィランソロピー組織のための情報化度の指標に関する考察

小松久美子[†] 中野秀男[‡]帝塚山学院大学[†] 帝塚山学院大学

1. はじめに

日本では 2016 年にテレワークや働き方改革が総務省や政府により提唱され、それに続き、2018 年には経済産業省の DX 推進ガイドラインが発表された。

さらに、2020 年以降は、コロナ禍とニューノーマル時代が到来し、DX の重要性がこれまで以上に注目されるようになった。

このような社会背景を受け、本稿ではコミュニティや NPO など多様な組織における情報化度の現状把握について考察する。

組織の現状把握のため、情報化度の指標について既存のモデルを元に考える。その指標を持って情報化度を測ることにより、組織の活性化、業務の効率化の指針が得られると考える。

2. フィランソロピー組織と情報化の必要性

2.1. フィランソロピー

フィランソロピーとは社会貢献活動のことで、寄附・社会的投資等を通して社会的課題解決のために行われる公益活動をいう。

大阪府市の副首都推進局では 2018 年に「民都・大阪」フィランソロピー会議[1]を発足させ、フィランソロピーの促進・非営利セクターの活性化を目的として活動している。非営利団体の力で大阪の民間公益活動を活性化させようというものである。

社会貢献活動を行う NPO 法人やコミュニティなどの非営利組織・団体のことを本稿では非営利のフィランソロピー組織と呼ぶことにする。

2.2. フィランソロピーと情報化

非営利の組織は有志のボランティアによる活動に支えられていて、活動資金と活動場所が安定していないことが多い。従って、既存のソーシャルメディア、SNS、クラウドストレージなど、無料ないしは安価なサービスが利用される。ま

た、オフィスを持たない組織も多く、インターネット上の各種ウェブサービスやソーシャルメディアが業務の拠点となるプラットフォームとして利用され、活動基盤となっている。

つまり、NPO やコミュニティなど非営利のフィランソロピー組織にとって、インターネット利用、デジタル化、情報化は必須であると言える。

3. 情報化度の指標

3.1. フィランソロピー組織の情報化の現状把握

前述の「民都・大阪」フィランソロピー会議の情報分科会[2]では、フィランソロピー組織である NPO やコミュニティがどの程度情報化できているのか現状を把握するべく予備アンケートを行った。なお、この分科会は著者らがリーダー及びメンバーとして参加している。

その際、コアな運営メンバーのコミュニケーション力と、ユーザとして参加しているメンバーのコミュニケーション力に分けてアンケートを取った。

3.2. 情報化度の数値化

著者らは組織の情報化度の指標を検討する中で、同じような概念がないか探していたところ「成熟度」という指標があることがわかった。

ソフトウェアの分野に CMM[3]、CMMI[4]という成熟度のモデルがある。このモデルはソフトウェア能力だけでなく、組織の能力成熟度も表すものである。そのほかにも COBIT[5]と呼ばれる管理プロセスの成熟度がある。

これらのモデルを参考にし、前述の先行して行った予備アンケートをベースとして、フィランソロピー組織の情報化の成熟度を次の3つのカテゴリーに分類する。

- ・コミュニケーション力
- ・情報の整理力
- ・情報の発信力

それぞれのカテゴリーに対応する情報ツールがある。例えば、コミュニケーション力なら電子メールや LINE、情報の整理力ならデータベースやフォルダ、情報の発信力なら Web ページや

Study of the informatization indexes for philanthropy organizations

[†] Kumiko Komatsu · Tezukayama Gakuin University

[‡] Hideo Nakano · Tezukayama Gakuin University

YouTube などである。また、それぞれの情報ツールやシステムに対する各個人の習熟度がある。

また、情報化度を向上させ、組織に見合ったものに適正化するには、専門家である IT ボランティアの参加が必要であると考える。

3.3. 組織の情報化度

前節の CMM, CMMI という成熟度モデルのレベル 0 から 5 を使って、組織としての情報化度のレベルを提案する。わかりやすいようにコミュニケーション力を例にして説明する。コミュニケーションのツールとして電子メールがあるが、電子メールには個別のメール以外にメーリングリストもある。LINE も同じように 1 対 1 のトーク以外にグループトークがある。SNS の一種である Facebook, Instagram, Twitter などにもメッセージャーやダイレクトメッセージという名称でコミュニケーションツールがある。

組織における各ツールの情報化度のレベルは次のようなものとする。レベル 0 は「使えない人がいる」で、レベル 1 は使っているツールが人によって異なる状態で、レベル 2 はある程度統一されているか、共有化が考えられている状態である。レベル 3 はツールの使い方が「標準化されている」で、標準化は例えば「件名の書き方にルールがある」などである。レベル 4 は「管理されている」、レベル 5 は「最適化されている」であるが、NPO やコミュニティではレベル 5 は企業ではないのでそこまでの管理や最適化は必要ないと考える。

例えば、ある組織ではレベル 3 までは欲しくて、できればここまで決めて、それを新しく参加した人たちが来ても維持できることが事業の継続には必要である。

3.4. 情報ツール利用者の習熟度のレベル

3 つのカテゴリそれぞれで使っている情報ツール利用者の習熟度をレベル 0 から 5 にして表す。これもコミュニケーション力を例にする。例えば、使えない人がいる、うまく使えない人がいる、教えられるぐらい上手く使える人がいるの比率で考える。

情報の整理と情報の発信については、コアな人がいるか、またそこまできなくとも評価や意見が言える人がいるかどうかのレベルで考える。

4. 情報化度を測る方法の検討

情報化度の数値化の進め方としては、3.1 節で述べた情報分科会に参加している NPO やコミュニ

ティで情報化度を数値的に自己診断し、議論してもらい、情報化度を測るためのアンケートとして使えるように仕上げ、その NPO やコミュニティをハブにし、さらに参加する NPO やコミュニティに広げる。

5. おわりに

フィランソロピー組織の情報化度は CMMI や COBIT のレベルを提案できればよいと考える。ただ、CMMI や COBIT のようにレベル 5 を目指すのではなく、それぞれの組織に応じた適正な情報化度をを目指す必要がある。なぜならば、情報ツールが使えない人や苦手な人がいるところは多く、無理に情報化を進めることが全てではないからである。それぞれに適正な情報化度で業務とのバランスがとれている状態が望まれる。

その組織が目標とする情報化度が決まれば、使う情報ツールを考え、使える人を養成することで、情報化度を更新することが可能になる。また、期待される IT ボランティアの仕事内容も見えてくると考えられる。

参考文献

- [1] 大阪府：「民都・大阪」フィランソロピー会議の開催状況, <https://www.pref.osaka.lg.jp/renkeichosei/fukusyutosuishin/philanthropy3.html> (2023 年 1 月 12 日閲覧)
- [2] 大阪市：情報分科会について（「民都・大阪」フィランソロピー会議）, <https://www.city.osaka.lg.jp/fukushutosuishin/page/0000489936.html> (2023 年 1 月 12 日閲覧)
- [3] Mark C. Paulk et al. : Capability Maturity Model for Software (Version 1.1), <https://resources.sei.cmu.edu/library/asset-view.cfm?assetid=11955> (2023 年 1 月 12 日閲覧)
- [4] CMMI Product Team : CMMI® for Development Version 1.3, <https://resources.sei.cmu.edu/library/asset-view.cfm?assetID=9661> (2023 年 1 月 12 日閲覧)
- [5] ISACA : COBIT | Control Objectives for Information Technologies, <https://www.isaca.org/resources/cobit/> (2023 年 1 月 12 日閲覧)
- [6] 小笠原 秀人, 藤巻 昇, 艸薙 匠, 田原 康之, 大須賀 昭彦 : 大規模組織におけるソフトウェアプロセス改善活動の適用評価—10 年間の実践に基づく考察, 情報処理学会論文誌, Vol. 51, No. 9, pp. 1805-1815 (2010)