

## ファンドレイジングと寄付文化に関する考察

大 橋 美 幸

### I. はじめに

ファンドレイジングは特に NPO 等非営利組織の資金調達を言う。非営利組織が「資金を集めることに留まらず、寄付者の意識を変革させることで社会変革を促していく」（駒崎：2010）手段である。

2011年6月、NPO 法が改正され、新寄付税制が成立した。寄付に税額控除を受けられる認定 NPO 法人になるハードルが下がると共に、インターネットを通じた情報公開が進められる<sup>1)</sup>。NPO は幅広い人たちの理解を得て資金調達を行う時代に入った。

日本は欧米に比べて寄付の文化がないと言われるが、東日本大震災の復興支援には多額の義援金が寄せられた。寄付白書(2010)によれば2009年の1年間に15才以上の34%が寄付を行っており、企業の寄付と個人寄付を合わせると日本の寄付総額は1兆円を超える。少額の寄付でできる社会貢献を紹介した書籍（山本：2004）が出版され、JustGiving<sup>2)</sup>、チャリティプラットフォーム<sup>3)</sup>などのオンライン寄付サイトも登場している。

寄付に関する市民の意識調査、チャリティイベント参加者に対する調査を行い、ファンドレイジングと寄付文化の可能性と課題を明らかにする。

## II. 寄付に関する市民の意識調査

### 1. 調査概要

2011年5月、高齢者福祉に関する講演会参加者を対象にアンケート調査を行った。講演会のテーマは「認知症の人の思い」であり、寄付とは直接関連のない内容であるが、認知症ケアに関心を持つ人たちが参加しており、ボランティアなどに対する親和性が比較的高いことが推測される。

また、2011年5月は東日本大震災から約2ヶ月が経過し、集まった義援金の配分が遅れていることがニュースなどで報じられていた頃であり、東日本大震災の復興支援に寄付を行ったり、寄付に対する意識が高まったりすると共に、寄付金の使われ方にこれまでにない関心がよせられるようになっていたことが推測される。

アンケートは講演会資料と共に配布し、講演会終了後、出口で回収した。アンケート項目は回答者基本属性（年齢、性別）、寄付経験と寄付先、過去1年間の寄付金額、現金以外の寄付やボランティア経験とその内容、日本の寄付の文化に対する意見などである [資料 2-1]。

### 2. 回答者基本属性

アンケート配布数300、回収数239、回収率79.7%。

男性47人(20.4%)、女性183人(79.6%)。女性が8割近い。

年齢は18～87才、平均年齢60.2±15.9才。19才以下11人(4.7%)、20代7人(3.0%)、30代11人(4.7%)、40代19人(8.2%)、50代33人(14.2%)、60代74人(31.7%)、70代65人(27.9%)、80才以上13人(5.6%)。60才以上が6割以上を占める [表 2-1、図 2-1]。

社会貢献やボランティアに関心がある207人(96.3%)、関心がない8人(3.7%)であった。社会貢献などへの関心は、性別や年代によって差は見られなかった。

表 2-1 市民意識調査：回答者基本属性（性別・年代）

|        | 男性   | 女性    | 計     |
|--------|------|-------|-------|
| 19 才以下 | 4 人  | 6 人   | 10 人  |
| 20 代   | 3 人  | 4 人   | 7 人   |
| 30 代   | 4 人  | 7 人   | 11 人  |
| 40 代   | 3 人  | 16 人  | 19 人  |
| 50 代   | 5 人  | 27 人  | 32 人  |
| 60 代   | 8 人  | 63 人  | 71 人  |
| 70 代   | 15 人 | 47 人  | 63 人  |
| 80 才以上 | 5 人  | 8 人   | 13 人  |
| 計      | 47 人 | 178 人 | 225 人 |

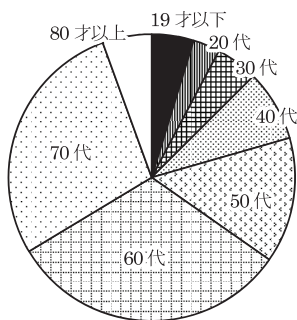


図 2-1 市民意識調査：回答者基本属性（年代）

### 3. 現金での寄付について

1 人を除いて全員238人が現金で寄付をしたことがあった。寄付をしたことがない人の理由は「自分の経済状態が大変だから」であった。

「赤い羽根共同募金、災害支援募金など、広く公募している募金に寄付をしたことがある」232人(97.1%)、「町内会や子供会など地元の活動に寄付をしたことがある(イベントの時の寄付をふくむ)」173人(72.4%)、「出身学校、子どもが通っている学校に寄付をしたことがある」115人(48.1%)、「教会や寺院に寄付をしたことがある」107人(44.8%)、「高齢者施設やNPOなどに

寄付をしたことがある」99人(41.4%)、「ふるさと納税をしたことがある」15人(6.3%)、「その他」1人(1.7%)であった。共同募金や災害支援募金などにほとんどの人が寄付をした経験があり、町内会などの地元の活動への寄付も7割を超えている。学校、教会・寺院、高齢者施設・NPOへの寄付もそれぞれ4割を超える。「その他」は政党への寄付であった〔図2-2〕。

「町内会など地元の活動への寄付」経験は40代以降、「学校への寄付」「高齢者施設やNPOなどへの寄付」経験は50代以降で比較的多くなる〔表2-2〕。性別による差は見られなかった。

社会貢献などに関心がある207人中154人(74.4%)が「町内会など地元の活動」に寄付をし、89人(43.0%)が「高齢者施設やNPOなど」に寄付をしていたが、関心がない8人のうち「町内会など地元の活動」に寄付をしていたのは2人、「高齢者施設やNPOなど」に寄付をしていたのは1人であった。「学校への寄付」は社会貢献への関心によって差は見られなかった。「町内会など地元の活動」「高齢者やNPOなど」への寄付は社会貢献などへの関心が影響するが、「学校への寄付」は関連がないことが推測される。

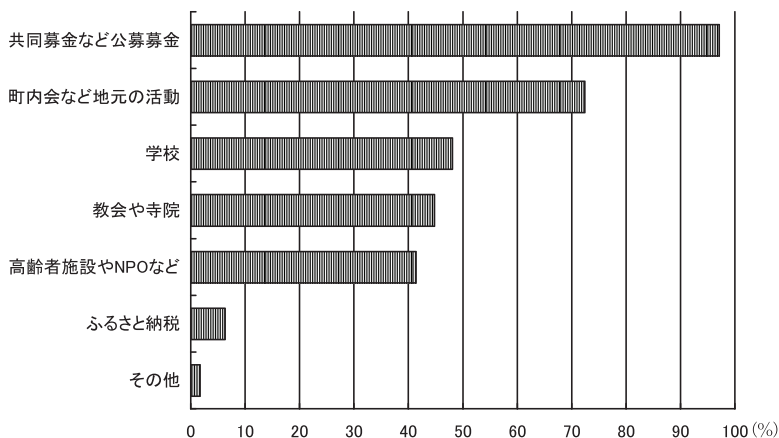


図 2-2 市民意識調査：現金での寄付先

表 2-2 市民意識調査：現金での寄付先（年代別）

|       | 町内会など<br>地元の活動への寄付 | 学校への寄付       | 高齢者施設やNPO<br>などへの寄付 | 計    |
|-------|--------------------|--------------|---------------------|------|
| 19才以下 | 2人 (18.2%)         | 3人 (27.3%)   | 2人 (18.2%)          | 11人  |
| 20代   | 3人                 | 4人           | 2人                  | 7人   |
| 30代   | 1人 (9.1%)          | 4人 (36.4%)   | 2人 (18.2%)          | 11人  |
| 40代   | 14人 (73.7%)        | 5人 (26.3%)   | 2人 (10.5%)          | 19人  |
| 50代   | 26人 (78.8%)        | 18人 (54.5%)  | 15人 (45.5%)         | 33人  |
| 60代   | 58人 (78.4%)        | 36人 (48.6%)  | 30人 (40.5%)         | 74人  |
| 70代   | 53人 (81.5%)        | 35人 (53.8%)  | 35人 (53.8%)         | 65人  |
| 80才以上 | 11人 (84.6%)        | 7人 (53.8%)   | 8人 (61.5%)          | 13人  |
| 計     | 168人 (72.1%)       | 112人 (48.1%) | 96人 (41.2%)         | 233人 |

過去1年間の寄付金額は0～30万円、平均20,796.4±38,037.7円。寄付をしなかった人は2人であった。寄付白書(2010)の2009年データと比較すると寄付をした人の割合、平均寄付額は高い。回答者の寄付に対する親和性が高いことに加えて、東日本大震災の復興支援に対する寄付の影響が考えられる。寄付をした人の金額は1000円未満9人(4.7%)、1000円以上5000円未満41人(21.4%)、5000円以上1万円未満50人(26.0%)、1万円以上5万円未満70人(36.5%)、5万円以上22人(11.5%)。1万円以上5万円未満の人が多いがばらつきがある [図 2-3]。

男性の方がやや高額であり [表 2-3]、60代以降で高額な人が増える [表 2-4]。社会貢献などへの関心は、寄付をしなかった2人はいずれも「社会貢献などに関心がある」人であり、逆に「関心がない」人も1万円を超える寄付を行っている。

過去1年間の寄付のうち、東日本大震災の復興支援に寄付をした金額は0～10万円、平均9,797.1±15,441.9円。寄付をしなかった人は6人であった。東日本大震災の復興支援に寄付をした人の金額は1000円未満11人(5.7%)、1000円以上5000円未満77人(39.9%)、5000円以上1万円未満42人(21.8%)、1万円以上5万円未満54人(28.0%)、5万円以上9人(4.7%)。1000円以上

5000円未満が多いがばらつきがある [図 2-3]。

性別による差は見られなかった[表 2-5]。60代以降で高額な人が増える[表 2-6]。社会貢献などへの関心は、寄付をしなかった6人のうち4人は「社会貢献などに関心がある」人であり、逆に「関心がない」人も1万円を超える寄付を行っている。

過去1年間に寄付をした人のうち、東日本大震災の復興支援に対する寄付だけを行った人は173人中37人(21.4%)。男性35人中8人(22.9%)、女性138人中29人(21.0%)で性別による差は見られない。年代は19才未満6人中2人、20代5人中3人、30代10人6人(60.6%)、40代12人中5人(41.7%)、50代28人中7人(25.0%)、60代59人中9人(15.3%)、70代44人中6人(13.6%)、80才以上0人であった。40代までで東日本大震災の復興支援に対する寄付だけを行った人がやや多い。社会貢献などへの関心は、「社会貢献などに関心がある」159人中31人(19.5%)であり、「関心がない」5人中2人であった。日頃あまり寄付をしない人が、東日本大震災の復興支援に寄付を行ったことが推測される。

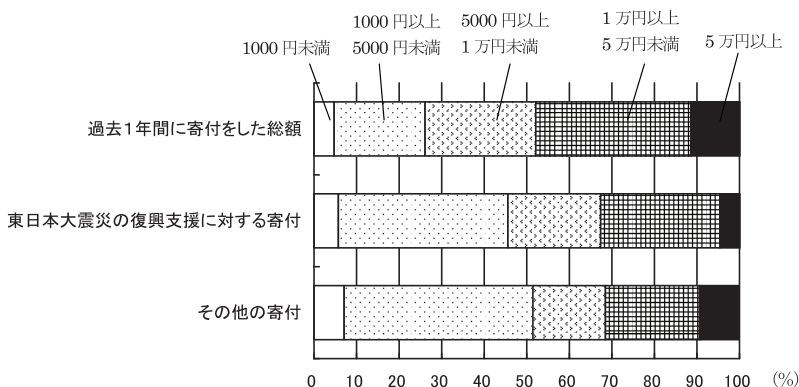


図 2-3 市民意識調査：過去1年間の寄付金額

表 2-3 市民意識調査：過去 1 年間の寄付総額（男女別）

|    | 1000 円未満       | 1000 円以上<br>5000 円未満 | 5000 円以上<br>1 万円未満 | 1 万円以上<br>5 万円未満 | 5 万円以上          | 計               |
|----|----------------|----------------------|--------------------|------------------|-----------------|-----------------|
| 男性 | 4 人<br>(10.3%) | 6 人<br>(15.4%)       | 5 人<br>(12.8%)     | 16 人<br>(41.0%)  | 8 人<br>(20.5%)  | 39 人<br>(100%)  |
| 女性 | 4 人<br>(2.8%)  | 34 人<br>(23.3%)      | 44 人<br>(30.1%)    | 51 人<br>(34.9%)  | 13 人<br>(8.9%)  | 146 人<br>(100%) |
| 計  | 8 人<br>(4.3%)  | 40 人<br>(21.6%)      | 49 人<br>(26.5%)    | 67 人<br>(36.2%)  | 21 人<br>(11.4%) | 185 人<br>(100%) |

表 2-4 市民意識調査：過去 1 年間の寄付総額（年代別）

|        | 1000 円未満      | 1000 円以上<br>5000 円未満 | 5000 円以上<br>1 万円未満 | 1 万円以上<br>5 万円未満 | 5 万円以上          | 計               |
|--------|---------------|----------------------|--------------------|------------------|-----------------|-----------------|
| 19 才以下 | 5 人           | 1 人                  | 2 人                |                  |                 | 8 人             |
| 20 代   |               | 4 人                  | 1 人                | 1 人              |                 | 6 人             |
| 30 代   | 1 人<br>(9.1%) | 4 人<br>(36.3%)       | 3 人<br>(27.3%)     | 3 人<br>(27.3%)   |                 | 11 人<br>(100%)  |
| 40 代   | 1 人<br>(8.3%) | 4 人<br>(33.3%)       | 4 人<br>(33.3%)     | 2 人<br>(16.7%)   | 1 人<br>(8.3%)   | 12 人<br>(100%)  |
| 50 代   | 2 人<br>(6.7%) | 12 人<br>(40.0%)      | 10 人<br>(33.3%)    | 3 人<br>(10.0%)   | 3 人<br>(10.0%)  | 30 人<br>(100%)  |
| 60 代   |               | 5 人<br>(8.3%)        | 16 人<br>(26.7%)    | 30 人<br>(50.0%)  | 9 人<br>(15.0%)  | 60 人<br>(100%)  |
| 70 代   |               | 9 人<br>(18.8%)       | 10 人<br>(20.8%)    | 21 人<br>(43.7%)  | 8 人<br>(16.7%)  | 48 人<br>(100%)  |
| 80 才以上 |               | 1 人<br>(8.3%)        | 3 人<br>(25.0%)     | 7 人<br>(58.4%)   | 1 人<br>(8.3%)   | 12 人<br>(100%)  |
| 計      | 9 人<br>(4.8%) | 40 人<br>(21.4%)      | 49 人<br>(26.2%)    | 67 人<br>(35.8%)  | 22 人<br>(11.8%) | 187 人<br>(100%) |

表 2-5 市民意識調査：東日本大震災の復興支援に対する寄付額（男女別）

|    | 1000 円未満       | 1000 円以上<br>5000 円未満 | 5000 円以上<br>1 万円未満 | 1 万円以上<br>5 万円未満 | 5 万円以上         | 計               |
|----|----------------|----------------------|--------------------|------------------|----------------|-----------------|
| 男性 | 4 人<br>(10.8%) | 8 人<br>(21.6%)       | 8 人<br>(21.6%)     | 13 人<br>(35.2%)  | 4 人<br>(10.8%) | 37 人<br>(100%)  |
| 女性 | 7 人<br>(4.6%)  | 68 人<br>(45.1%)      | 34 人<br>(22.5%)    | 37 人<br>(24.5%)  | 5 人<br>(3.3%)  | 151 人<br>(100%) |
| 計  | 11 人<br>(5.9%) | 76 人<br>(40.4%)      | 42 人<br>(22.3%)    | 50 人<br>(26.6%)  | 9 人<br>(4.8%)  | 188 人<br>(100%) |

表 2-6 市民意識調査：東日本大震災の復興支援に対する寄付額（年代別）

|        | 1000 円未満       | 1000 円以上<br>5000 円未満 | 5000 円以上<br>1 万円未満 | 1 万円以上<br>5 万円未満 | 5 万円以上        | 計               |
|--------|----------------|----------------------|--------------------|------------------|---------------|-----------------|
| 19 才以下 | 4 人            | 2 人                  | 1 人                | 1 人              |               | 8 人             |
| 20 代   |                | 3 人                  | 1 人                | 1 人              |               | 5 人             |
| 30 代   | 1 人<br>(9.1%)  | 6 人<br>(54.5%)       | 2 人<br>(18.2%)     | 2 人<br>(18.2%)   |               | 11 人<br>(100%)  |
| 40 代   | 1 人<br>(8.3%)  | 7 人<br>(58.3%)       | 4 人<br>(33.3%)     |                  |               | 12 人<br>(100%)  |
| 50 代   | 3 人<br>(10.3%) | 17 人<br>(58.7%)      | 5 人<br>(17.2%)     | 2 人<br>(6.9%)    | 2 人<br>(6.9%) | 29 人<br>(100%)  |
| 60 代   |                | 21 人<br>(31.8%)      | 15 人<br>(22.7%)    | 25 人<br>(37.9%)  | 5 人<br>(7.6%) | 66 人<br>(100%)  |
| 70 代   | 2 人<br>(4.3%)  | 16 人<br>(34.0%)      | 11 人<br>(23.4%)    | 16 人<br>(34.0%)  | 2 人<br>(4.3%) | 47 人<br>(100%)  |
| 80 才以上 |                | 3 人<br>(27.3%)       | 3 人<br>(27.3%)     | 5 人<br>(45.5%)   |               | 11 人<br>(100%)  |
| 計      | 11 人<br>(5.8%) | 75 人<br>(39.7%)      | 42 人<br>(22.2%)    | 52 人<br>(27.5%)  | 9 人<br>(4.8%) | 189 人<br>(100%) |

過去 1 年間に東日本大震災の復興支援以外に寄付をした人の金額は、1000 円未満10人(7.1%)、1000円以上5000円未満62人(44.3%)、5000円以上 1 万円未満24人(17.1%)、1 万円以上 5 万円未満31人(22.1%)、5 万円以上13人(9.3%)である。1000円以上5000円未満が多いがばらつきがある [図 2-3]。男性の方がやや高額であり、60代以降で高額な人が増える。

東日本大震災の復興支援以外の主な寄付先は共同募金、町内会、学校、寺や教会、高齢者施設や NPO などであった。

#### 4. 現金以外の寄付やボランティアなどについて

現金以外の寄付やボランティアをしたことがないものは 5 人であった。理由は「機会がなかった」「暇がない」などであった。

現金以外の寄付やボランティアをしたことがある228人のうち「ベルマークや古切手、ペットボトルの蓋などを、集めている団体に持っていったことが



ある」182人(79.8%)、「無償ボランティアをしたことがある」167人(73.2%)、「物を学校や子供会などのバザーに出したことがある」153人(67.1%)、「寄付のかわりに、団体の会員になって会費を払ったり、作業所の商品を購入したりしたことがある」103人(45.2%)、「物を施設や海外に送る団体などに寄付したことがある」89人(39.0%)、「寄付付き商品（商品を買うと1本木を植えますなど）を買ったことがある」79人(34.6%)、「ワンクリック募金（ボタンをクリックすると企業から寄付される）をしたことがある」27人(11.8%)、「その他」3人(1.3%)であった。「その他」は民生・児童委員をしている、チャリティバザーを主催しているなどであった【図2-4】。

「物品を寄付」「ワンクリック募金」以外は女性の方が比較的多い【表2-7】。「ベルマークなど」「バザーに出品」は50代・60代で比較的多く、「会費支払いや作業所の商品購入」「物品を寄付」70代で比較的多い。「寄付付き商品の購入」は40代・50代で比較的多い。「ワンクリック募金」は比較的多い若い世代が多いが、70代でもしたことのある人がある【表2-8】。

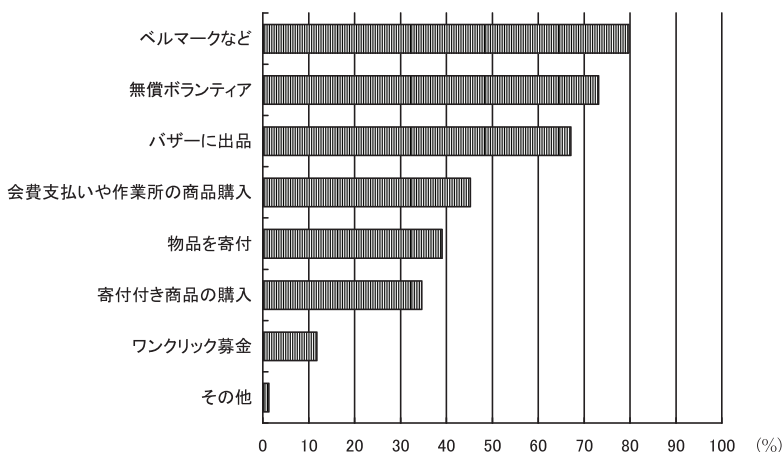


図2-4 市民意識調査：現金以外の寄付やボランティアの内容

表 2-7 市民意識調査：現金以外の寄付（男女別）

|    | ベルマーク<br>など      | バザーに<br>出品       | 会費支払い<br>や作業所の<br>商品購入 | 物品を寄付           | 寄付付き商<br>品の購入   | ワンクリッ<br>ク募金    | 計     |
|----|------------------|------------------|------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-------|
| 男性 | 28 人<br>(62.2%)  | 24 人<br>(53.3%)  | 16 人<br>(35.6%)        | 18 人<br>(40.0%) | 13 人<br>(28.9%) | 6 人<br>(13.3%)  | 45 人  |
| 女性 | 146<br>(83.9%)   | 124 人<br>(71.3%) | 81 人<br>(46.6%)        | 68 人<br>(39.1%) | 63 人<br>(36.2%) | 20 人<br>(11.5%) | 174 人 |
| 計  | 174 人<br>(79.5%) | 148 人<br>(67.6%) | 97 人<br>(44.3%)        | 86 人<br>(39.3%) | 76 人<br>(34.7%) | 26 人<br>(11.9%) | 219 人 |

表 2-8 市民意識調査：現金以外の寄付（年代別）

|           | ベルマーク<br>など      | バザーに<br>出品       | 会費支払い<br>や作業所の<br>商品購入 | 物品を寄付           | 寄付付き商<br>品の購入   | ワンクリッ<br>ク募金    | 計     |
|-----------|------------------|------------------|------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-------|
| 19才<br>以下 | 7 人<br>(63.6%)   | 3 人<br>(27.3%)   | 2 人<br>(18.2%)         | 3 人<br>(27.3%)  | 3 人<br>(27.3%)  | 3 人<br>(27.3%)  | 11 人  |
| 20代       | 2 人              | 4 人              |                        | 1 人             | 3 人             | 3 人             | 6 人   |
| 30代       | 7 人<br>(70.0%)   | 5 人<br>(50.0%)   | 5 人<br>(50.0%)         | 3 人<br>(30.0%)  | 4 人<br>(40.0%)  | 1 人<br>(10.0%)  | 10 人  |
| 40代       | 13 人<br>(68.4%)  | 13 人<br>(68.4%)  | 8 人<br>(42.1%)         | 3 人<br>(15.8%)  | 10 人<br>(52.6%) | 1 人<br>(5.3%)   | 19 人  |
| 50代       | 27 人<br>(90.0%)  | 22 人<br>(73.3%)  | 14 人<br>(46.7%)        | 10 人<br>(33.3%) | 16 人<br>(53.3%) | 3 人<br>(10.0%)  | 30 人  |
| 60代       | 62 人<br>(86.1%)  | 58 人<br>(80.6%)  | 33 人<br>(45.8%)        | 27 人<br>(37.5%) | 26 人<br>(36.1%) | 10 人<br>(13.9%) | 72 人  |
| 70代       | 48 人<br>(78.7%)  | 37 人<br>(60.7%)  | 36 人<br>(59.0%)        | 32 人<br>(52.5%) | 15 人<br>(24.6%) | 4 人<br>(6.6%)   | 61 人  |
| 80才<br>以上 | 10 人<br>(76.9%)  | 7 人<br>(53.8%)   | 2 人<br>(15.4%)         | 7 人<br>(53.8%)  |                 |                 | 13 人  |
| 計         | 176 人<br>(79.3%) | 149 人<br>(67.1%) | 100 人<br>(45.0%)       | 86 人<br>(38.7%) | 77 人<br>(34.7%) | 25 人<br>(11.3%) | 222 人 |

社会貢献に関心のない7人のうち5人が「ベルマークなど」「バザーに出品」。2人が「寄付付き商品の購入」、1人が「会費支払いや作業所の商品購入」「ワンクリック募金」をしていた。社会貢献に関心のない人も現金以外の寄付をした経験があることが分かる。

「無償ボランティアをしたことがある」ものは男性45人中32人(71.1%)、女性174人中127人(73.0%)で性別による差は見られなかった。年代別では19才以下11人中8人(72.7%)、20代6人中5人、30代10人中8人(80.0%)、40代19人中8人(42.1%)、50代30人中18人(60.0%)、60代72人中59人(81.9%)、70代61人中47人(77.0%)、80才以上13人中9人(69.2%)。40代で少ないもののその他の年代で差は見られなかった。社会貢献などへの関心は「関心がある」200人中152人(76.0%)が無償ボランティアをしていた。逆に「関心がない」7人中4人も無償ボランティアをしたことがあり、社会貢献などに関心がなくても無償ボランティアの経験があることが分かる。

## 5. 日本の寄付文化について

日本で寄付の文化が広まっていると思う人は133人(62.4%)、広まっていないと思う人は42人(19.7%)、分からないと答えた人は38人(17.8%)であった[図2-5]。東日本大震災で多くの義援金が集まったことなどを背景として、日本で寄付の文化が広まっていると答えた人が6割を超える。性別、年代、社会貢献への関心による差は見られなかった。

日本に寄付の文化は広がらないと思うものは1人であった。

日本に寄付の文化を広めるために必要だと思うものは、「寄付が何に使われているかをもっと広報する」183人(88.0%)、「寄付を募集している情報をもっと広報する」103人(49.5%)、「寄付金控除の範囲を広げるように税制を変更する」68人(32.7%)、「身近なところに募金箱を置くなど、もっと寄付をしやすくする」46人(22.1%)、「その他」6人(2.6%)であった。「その他」は教育、寄付によって喜ばれている様子を報告するなどであった[図2-6]。寄付金の使途の広報が9割近かった。

寄付をする時、自分の寄付金がどのように使われたか不安に思う人は220人中80人(36.4%)であった。性別、年代、社会貢献への関心による差は見られなかった。

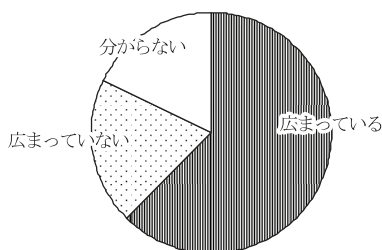


図 2-5 市民意識調査：日本で寄付の文化は広がっていると思うか

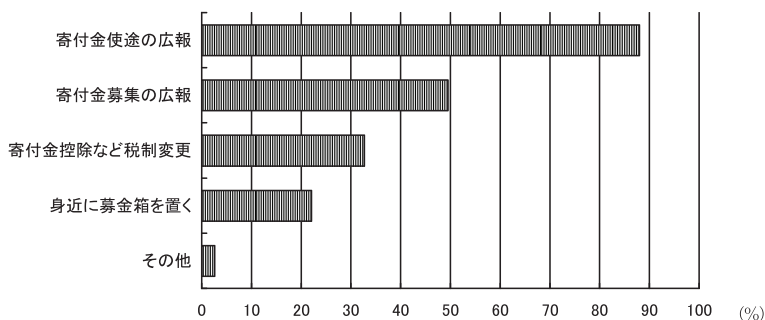


図 2-6 市民意識調査：日本に寄付の文化を広めるために必要だと思うもの

東日本大震災の復興支援に対する寄付について「被災者に早く寄付がわたるようにして欲しい」「どのようなことに使われているという報道があれば納得できる」などの意見があった。寄付を行った動機として「大変な震災なので少しでも支援したいと思う」などの意見があり、今後も「長期間続けたいと思っています」「寄付する精神も風化するので、そうならないように工夫していく」などの意見があった〔資料 2-2〕。寄付やボランティア全般についても同様に「街頭に立っている募金箱に不信を覚えることがある」などの意見があった。日本の寄付の文化について「身近なところで寄付、ボランティアが普通に行われることが理想か」「今後どんどんこの輪が広がっていくと思い

ます」という意見がある一方で「ご近所付き合いがなくなりつつあるのが心配です」「各自の生活、考えなどをしっかり見直すべきと思う」などの意見が見られた〔資料 2-3〕。

**資料 2-2 市民意識調査：東日本大震災の復興支援に対する寄付やボランティアに関する意見（抜粋）**

- 寄付をした動機
  - 「大変な震災なので少しでも支援したいと思う」（80代女性）
  - 「ボランティアをしたい意欲はあるが仕事を休むことはできない。何か別の形で支援したいと思っている」（50代女性）
  - 「ボランティアは年齢的に無理。現地に行けない分を金銭面で支える」（70代女性）
- 今後の寄付
  - 「長期間続けたいと思っています」（70代女性）
  - 「長期にわたっての支援が必要と思う。年金生活者です。少ない額でも息長く協力していこうと思っています」（70代女性）
  - 「長い支援になると思う。自分にできることは時々少々のお金を出すことくらい」（50代女性）
  - 「一時期のものではなく長い目で見なければならぬと思う」（60代女性）
  - 「寄付する精神も風化するので、そうならないように工夫していく」（40代女性）
- 寄付金の使い方
  - 「被災者に早く寄付がわたるようにして欲しい」（70代女性）
  - 「現金寄付をしてもただちに被災者に届いていないと感じる」（60代女性）
  - 「2ヶ月たっても寄付が活かされていないことに納得いかない」（60代女性）
  - 「どのようなことに使われているという報道があれば納得できる」（50代女性）
- 物品の寄付、ボランティア
  - 「ボランティアの長期的な計画を流し、ボランティアの人が時と場所を選択しやすくして欲しい」（60代女性）
  - 「ボランティアについては関西広域連合のように、支援が重複しないように考えて行動するのが望ましい」（30代男性）
  - 「必要な物は何なのかをしっかりと発信できるシステム作り」（30代男性）
- チャリティイベント
  - 「チャリティコンサートなどが頻回に行われて良いと思います」（20代男性）

## 資料 2-3 市民意識調査：寄付やボランティア全般に関する意見（抜粋）

- 寄付やボランティアと地域づくり  
「身近なところで寄付、ボランティアが普通に行われることが理想か」（50代女性）  
「子どもが疑問を持つことなく、自然に手伝い（ボランティア）ができるような地域づくりが必要だと思う」（50代女性）  
「ご近所付き合いがなくなりつつあるのが心配です」（50代女性）
- 今後の寄付やボランティア  
「機に応じての寄付、ボランティア」（70代女性）  
「ボランティアは一生ものです。私は肩をはらず、身近なことから一步一步できればと思います」（60代女性）  
「ボランティアのアンテナをたてておく支援できることはたくさんある。その中で時間と体力の許す限り、何か関わっていききたいと考えている」（50代女性）  
「必要であれば寄付もするし、身近なところで関わる」（60代女性）
- ボランティアの意義  
「介護している現在だが、それだけで終わらず、やはり外に目を向けたい。今できるささやかなボランティア、人のためにできる手助けをしていきたい」（50代女性）  
「高齢になるとゴミを拾ったり近隣に声をかけたり、小さなボランティアをすることが生きるすべとなっている」（60代女性）
- 暮らしの見直し  
「各自の生活、考えなどをしっかり見直すべきと思う」（80代女性）  
「一部の団体やグループでは収入の数パーセントを公的なものとして寄付している」（70代女性）
- 東日本大震災の復興支援からの広がり  
「後進国（東南アジア、アフリカなど）で医療や教育などが十分できていません。もっと情報を伝えて少しでも支えていくことが必要と思う」（70代女性）  
「現在は東日本大震災の復興への寄付などが目立っているが、それ以外の寄付やボランティアも大切だと思う」（19才以下女性）  
「今後どんどんこの輪が広がっていくと思います」（70代女性）
- 寄付やボランティアをするために  
「街頭に立っている募金箱に不信を覚えることがある」（60代女性）  
「目的通り使われているのか疑わしいものもある」（60代女性）  
「ボランティアが気持ちよく働けるような方式をとって欲しい」（80代女性）  
「ボランティアにはいろいろありますが、コーディネーターがいるとしやすいと思います」（20代女性）

### Ⅲ. チャリティイベント参加者に対する調査

#### 1. 調査概要

2011年6月、NPO 法人主催のチャリティイベント参加者を対象にアンケート調査を行った。NPO 法人は設立から約10年が経過している。NPO 法人の主な活動は、ウガンダで孤児や母子家庭の児童施設を運営し教育支援を行っている現地 NGO 団体のファンドレイジングであり、函館市内のチャリティイベントなどで募金を集めて年間 10 万円程度を送金している。

チャリティイベントは函館山ハイキングで、参加料から保険代などを差し引いた収益が NPO 法人の活動に役立てられる。チャリティイベントは 1 ヶ月前から広報をはじめ、NPO 法人のブログ、web 上のイベント情報に掲載し、函館市のボランティア情報センターである函館地域交流まちづくりセンターにチラシをおいた。地元新聞の北海道新聞のイベント欄に掲載されている。加えて、NPO 法人の活動に協力している函館大学の掲示板に掲示し、学生に呼びかけを行った。

アンケートはチャリティイベント当日、参加受付場所でハイキングをはじめめる前に参加者全員に記入を依頼した。アンケート項目は回答者基本属性(年代、性別)、参加理由、主催者の認知度、これまでのチャリティイベントの参加経験などである [資料 3-1]。

なお、2011年6月は、1 月頃から続く北アフリカ・中東のデモなどの報道は少なくなり、4 月頃から干ばつが起こり食料危機が生じているもののそれらの報道はさほど多くない時期である。

#### 2. 調査結果及び考察

アンケートはチャリティイベント参加者全員から回答が得られた。男性14人(56.0%)、女性11人(44.0%)、計25人。NPO 法人に協力する大学からの参加者が 9 人、10代・20代が12人(48.0%) であった。

チャリティウォークの参加理由は「函館山を歩きたかったから」10人

(40.0%)、「健康のため」9人(36.0%)というイベント内容に関するものが一番多く、「アフリカの子どもたちの教育支援のため」8人(32.0%)というチャリティイベントの目的に関するものがそれに続く。「その他」6人(24.0%)には知人に誘われたなどがあった〔図 3-1〕。

社会貢献のためだけでなく、イベントそのものを楽しむためにチャリティイベントに参加していることが分かる。

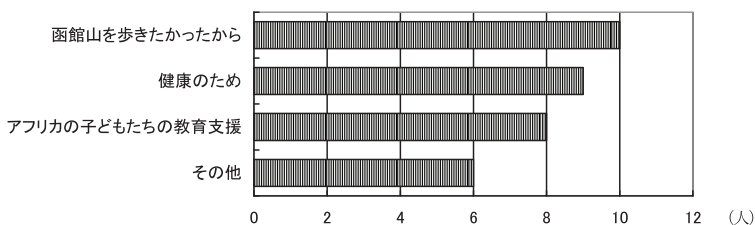


図 3-1 イベント参加者調査：イベント参加理由

チャリティイベントの収益が活かされる先であるアフリカについて関心を持っている分野は「貧困・飢饉」19人(76.0%)が突出して多く、「砂漠化・森林破壊などの環境」9人(36.0%)、「教育」8人(32.0%)が続く。「アフリカ経済・ビジネス」6人(24.0%)、「テロ・紛争」5人(20.0%)、「デモ・革命・政治」4人(16.0%)、「医療・感染症」4人(16.0%)であった〔図 3-2〕。「その他」3人(12.0%)はナイルパーチ（大型の外来魚で産業創出につながっているものの生態系を破壊していると言われる）、アフリカ音楽などであった。「関心はない」も1人(4.0%)あった。

チャリティイベントの収益が活かされるアフリカについては関心を持っている人が多いものの、収益が活かされる分野である「教育」への関心は低く、アフリカに「関心がない」人もチャリティイベントに参加していることが分かる。前述したチャリティイベントの参加目的と考え合わせると、社会貢献のためだけでなく、イベントそのものを楽しむためにチャリティイベントに参加しており、収益が活かされる分野について必ずしも関心があるとは限ら



ないと考えられる。

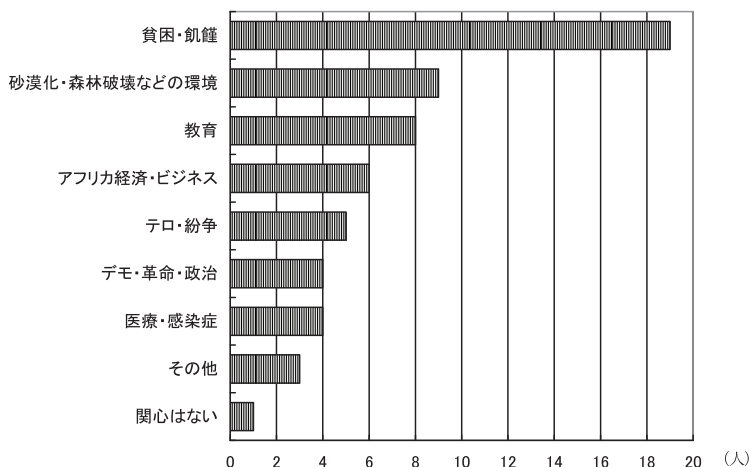


図 3-2 イベント参加者調査：寄付が活かされる先への関心分野

チャリティイベントをどこで知ったかについては、協力している大学で知ったものが13人(52.0%)と半数を超える。函館市のボランティア情報センターである「函館地域交流まちづくりセンター」に置かれているチラシ1人(4.0%)、地元新聞1人(4.0%)、インターネットのイベント情報で知った1人(4.0%)ものは少ない [図 3-3]。これらの違いは、チャリティイベントについて直接説明されたかどうかであり、自らチャリティイベントについて情報を集めて参加するハードルが高いことが分かる。

「知人から」9人(36.0%)はチャリティイベントを知った人が友人を誘ってイベントに参加していることを示している。クチコミであり、チャリティイベントへの参加にクチコミが一定の影響を持っていることが分かる。

チャリティイベントの主催者について「活動内容を知っていた」8人(32.0%)、「名前を聞いたことがあった」3人(12.0%)、「知らなかった」14人(56.0%)であった [図 3-4]。知らなかったものが半数を超えている。参

加者が主催者を知っていてイベントに参加したのではなく、イベントだけの情報を得てイベントに参加していることが分かる。

チャリティイベントの参加経験については「これまでも参加したことがある」3人(12.0%)、「参加したことはなかった」22人(88.0%) [図3-5]。

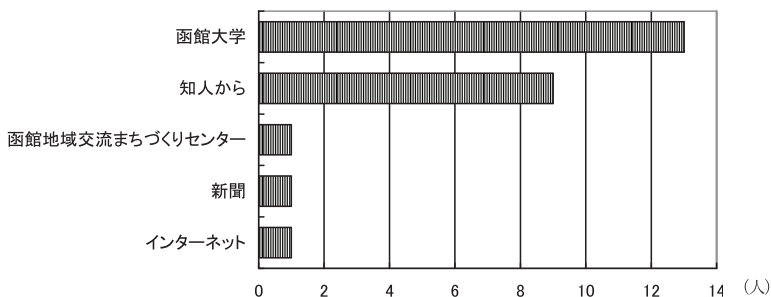


図 3-3 イベント参加者調査：イベントを知った情報元

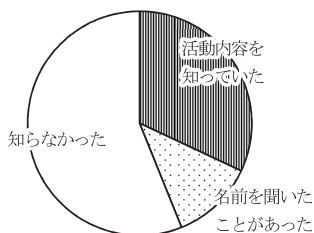


図 3-4 イベント参加者調査：イベント主催者の認知度

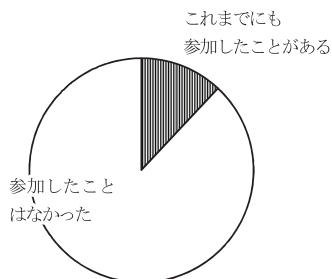


図 3-5 イベント参加者調査：チャリティイベントへの参加経験

9割近くの人がこれまでにチャリティイベントに参加したことがなかった。多くの人にとってチャリティイベントが新しい体験であることが分かる。

これまでに他のチャリティイベントに参加したことがある人の内容は「チャリティリレー」「バザー」などがあった。

今後、このようなチャリティイベントがあれば参加するかを尋ねたところ、25人全員が「はい」と答えていた。多くの人にとってチャリティイベントは新しい体験だったのだが、今後あれば参加する意向を示している。

その他、チャリティイベントについて「もっと楽しいチャリティ内容にすべきだ」「何らかの形で収支報告をすべきだ」という意見があった。チャリティイベントの2つの参加理由にそれぞれ対応した意見であり、イベントそのものを楽しむためにイベント内容の娯楽性を高める要望があり、社会貢献のために収支の透明性を求める要望があがっている。

#### IV. まとめ

市民意識調査から、ほとんどの人が共同募金や災害支援募金などに寄付した経験があり、町内会などの地元の活動への寄付、バルマーク、無料ボランティアは7割を超えていた。今回のNPO法改正に関わる高齢者施設・NPOへの寄付、会費支払いや作業所の商品の購入も4割を超えていた。

これらは社会貢献に関心のない人も同様であり、現金及び現金以外の寄付をし、無償ボランティアを行っていた。

なお、過去1年間に東日本大震災の復興支援だけに現金で寄付を行ったものが2割程度おり、日頃あまり寄付をしない人が、東日本大震災の復興支援に寄付を行ったことが推測される。そして今後の寄付について「長期間続けたい」「この輪が広がっていくと思います」などの意見があった。

そして、日本で寄付の文化が広まっていると答えた人が6割を超える。東日本大震災の復興支援に対する寄付を機に、日本で寄付に対する意識の高まりが感じられる。

日本で寄付の文化を広めるために必要なものは、寄付金の使途の広報が9割近かった。寄付をする時、自分の寄付金がどのように使われたか不安に思う人も1/3を超えていた。

チャリティイベントの参加者調査から、社会貢献のためだけでなく、イベントそのものを楽しむためにチャリティイベントに参加していることが分かる。9割近くの人がこれまでにチャリティイベントに参加したことがなく、チャリティイベント自体が新しい体験である。参加者は全員、今後あれば参加する意向を示していた。イベント内容の娯楽性を高め、収支の透明性を求める意見があった。

東日本大震災の復興支援に対する寄付、チャリティイベントは、日頃あまり寄付をしない人やチャリティイベントに参加したことがない人たちを巻き込んで新たな寄付者を創出していた。日本の寄付の文化の広がりが感じられると共に、寄付を続けたり、チャリティイベントにまた参加したいという意向が示されており、今後が期待される。NPOのファンドレイジングに向けて社会的土壌が醸成されていると考える。

他方で、寄付の使途の公表を求める声があり対策が必要である。加えて、社会貢献への関心と寄付やボランティア、チャリティイベントへの参加は必ずしもむすびついていない。チャリティイベントでイベントの娯楽性を求める意見があるように、これまで関心のなかった寄付者とながらるための工夫が必要である。

## 注記

- 1) 特徴は 3K × 100 と呼ばれるパブリックサポートテストであり、認定 NPO 法人になるために 3000 円以上の寄付を年間平均 100 人以上から受けることが条件とされる。
- 2) イギリスではじめられ、2010 年、日本に導入された。チャレンジ（例：「マラソン完走」「禁煙」など）を登録して、NPO などへの募金を呼びかける寄付サイト。
- 3) NPO の情報提供を行いオンライン寄付を呼びかけるサイト。

## 文献

- 駒崎弘樹（2010）「社会を変える」お金の使い方、英治出版  
 日本ファンドレイジング協会（2010）寄付白書2010、日本経団連出版  
 山本良一（2004）世界を変えるお金の使い方、ダイヤモンド社

## 資料 2-1 市民意識調査：アンケート用紙

## 寄附に関するアンケート

問 1 あなたの性別に○をつけて年齢をお書きください

男性・女性 ( ) 歳

問 2 寄附（現金で）をしたことがありますか。あてはまるもの全てに○をつけてください。

1. 赤い羽根共同募金、災害支援募金など、広く公募している募金に寄附をしたことがある
2. 教会や寺院に寄附をしたことがある
3. 町内会や子供会など地元の活動に寄附をしたことがある（イベントの時の寄附をふくむ）
4. 出身学校、子どもが通っている学校に寄附をしたことがある
5. 高齢者施設やNPOなどに寄附をしたことがある
6. ふるさと納税をしたことがある
7. その他 ( )
8. 寄附をしたことはない → それはなぜですか ( )

問 3 あなたが過去1年間に現金で寄附をした金額は合計いくらですか

過去1年間に現金で寄附をした金額は合計 約 ( ) 円

そのうち東日本大震災の復興支援に寄附をした金額は合計 約 ( ) 円

東日本大震災の復興支援以外の主な寄附先は（例：共同募金など） ( )

問 4 寄附をするとき、自分の寄付金がどのように使われたか不安に思いますか。

どちらかに○をつけてください。

1. 不安に思う → どうすべきだと思いますか ( )
2. 思わない

問 5 現金以外の寄附やボランティアなどをしたことがありますか。

あてはまるもの全てに○をつけてください。

1. 物を施設や海外に送る団体などに寄附したことがある
2. 物を学校や子供会などのバザーに出したことがある
3. ペルマークや古切手、ペットボトルの蓋などを、集めている団体に持っていたことがある
4. 寄附付き商品（「商品を買うと1本木を植えます」など）を買ったことがある
5. ワンクリック募金（ボタンをクリックすると企業から寄附される）をしたことがある

- 6. 寄附のかわりに、団体の会員になって会費を払ったり、作業所の商品を購入したりしたことがある
- 7. 無償ボランティアをしたことがある
- 8. その他 ( )
- 9. そのようなことをしたことはない → それはなぜですか ( )

問6 日本の寄附の文化の現状について、あてはまるもの1つに○をつけてください。

- 1. 日本で寄附の文化は広まっている
- 2. 広がっていない
- 3. わからない

問7 日本に寄附の文化を広めるために何が必要だと思いますか。

あてはまるもの全てに○をつけてください。

- 1. 寄附金控除の範囲を広げるように税制を変更する
- 2. 寄附を募集している情報をもっと広報する
- 3. 寄附が何に使われているかをもっと広報する
- 4. 身近なところに募金箱を置くなど、もっと寄附をしやすくする
- 5. その他 ( )
- 6. 日本に寄附の文化は広がらないと思う

問8 社会貢献やボランティアに関心がありますか。どちらかに○をつけてください。

- 1. ある
- 2. ない

問9 東日本大震災の復興支援に対する寄附、ボランティアについて、ご意見をお書きください。

( )

問10 東日本大震災以外の寄附、ボランティアについて、ご意見をお書きください。

( )

ご協力ありがとうございました

## 資料 3-1 イベント参加者調査：アンケート用紙

## 函館チャリティウォークアンケート

問1 あなたの性別に○をつけて、年齢をお書きください。

男性・女性      年齢（      ）歳

問2 このチャリティウォークに参加した理由は何ですか。あてはまるものに全て○をつけてください。

1. アフリカの子どもたちの教育支援のため
2. 函館山を歩きたかったから
3. 健康のため
4. その他（      ）

問3 アフリカに関心を持っていることはありますか。あてはまるものに全て○をつけてください。

- |                 |                |           |
|-----------------|----------------|-----------|
| 1. アフリカ経済・ビジネス  | 2. 貧困・飢饉       | 3. 医療・感染症 |
| 4. 砂漠化・森林破壊など環境 | 5. デモ・革命・政治    | 6. テロ・紛争  |
| 7. 教育           | 8. その他（      ） |           |
| 9. 関心はない        |                |           |

問4 このチャリティウォークをどこで知りましたか。あてはまるものに全て○をつけてください。

- |                    |                |
|--------------------|----------------|
| 1. 函館地域交流まちづくりセンター | 2. 函館大学        |
| 3. 新聞              | 4. 知人から        |
| 5. インターネット         | 6. その他（      ） |

問5 函館アフリカ支援協会についてご存知でしたか。あてはまるもの1つに○をつけてください。

1. 活動内容を知っていた
2. 活動内容は知らないが、名前を聞いたことがあった
3. 知らなかった

問6 これまでに、このイベントのような参加費が寄附になるチャリティイベントに参加したことがありますか。あてはまるほうに○をつけてください。

1. はい → どのようなイベントですか（      ）
2. いいえ

問7 今後、このイベントのような参加費が寄附になるチャリティイベントがあった場合、参加したいと思いますか。あてはまるほうに○をつけてください。

1. はい
2. いいえ

問8 その他、寄附やチャリティについてご自由にお書きください。

（      ）

ご回答ありがとうございました。