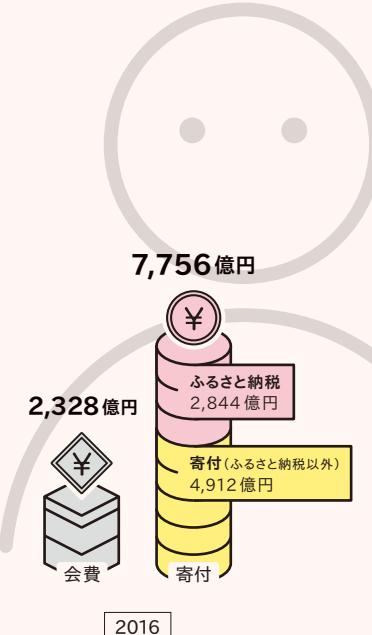


01. 寄付市場の推移と動向



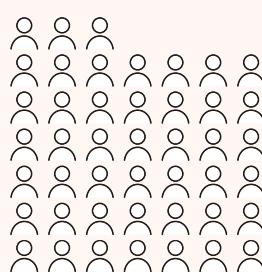
個人寄付の推移

円
寄付
△
会費



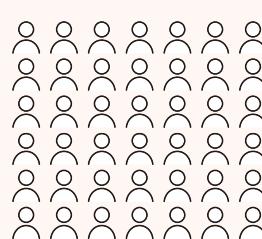
寄付者数/寄付者率の推移

4,571万人 / 45.4%



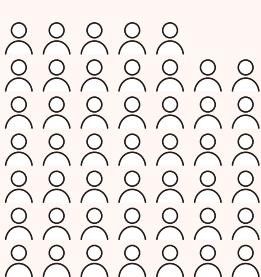
2016

4,352万人 / 44.1%



2020

4,766万人 / 44.5%

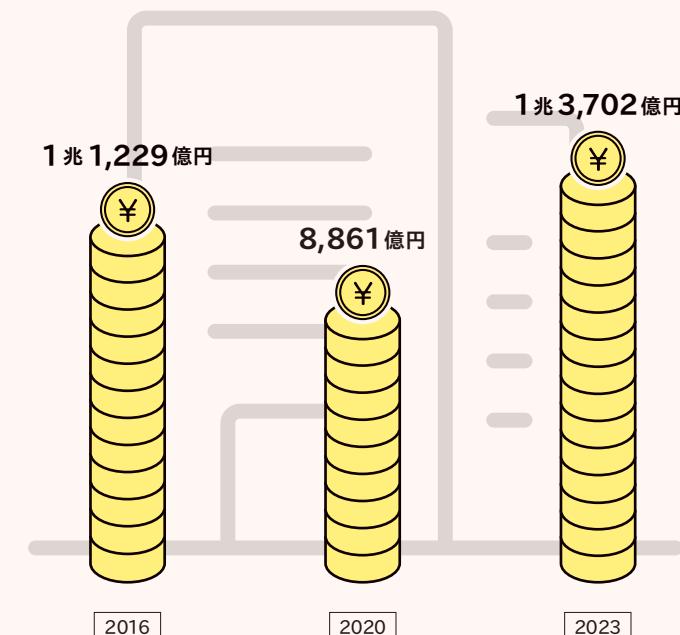


2024



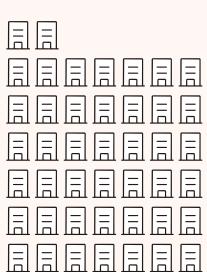
法人寄付の推移

円
寄付



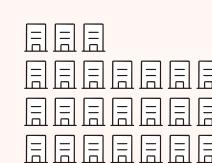
寄付支出法人/経常所得比

44万法人 / 1.89%



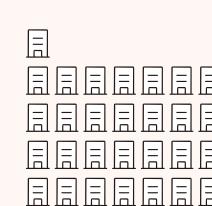
2016

24万法人 / 1.39%



2020

29万法人 / 1.49%



2023

個人寄付総額と
名目GDPに占める
割合



名目GDP
0.33%
2024年
2兆261億円



名目GDP
2.00%
2024年
58兆9,852億円
現地通貨額
3,924億ドル
出所:Giving USA Foundation (2024)



名目GDP
0.54%
2024年
2兆9,506億円
現地通貨額
154億ポンド
出所:Charities Aid Foundation (2025)



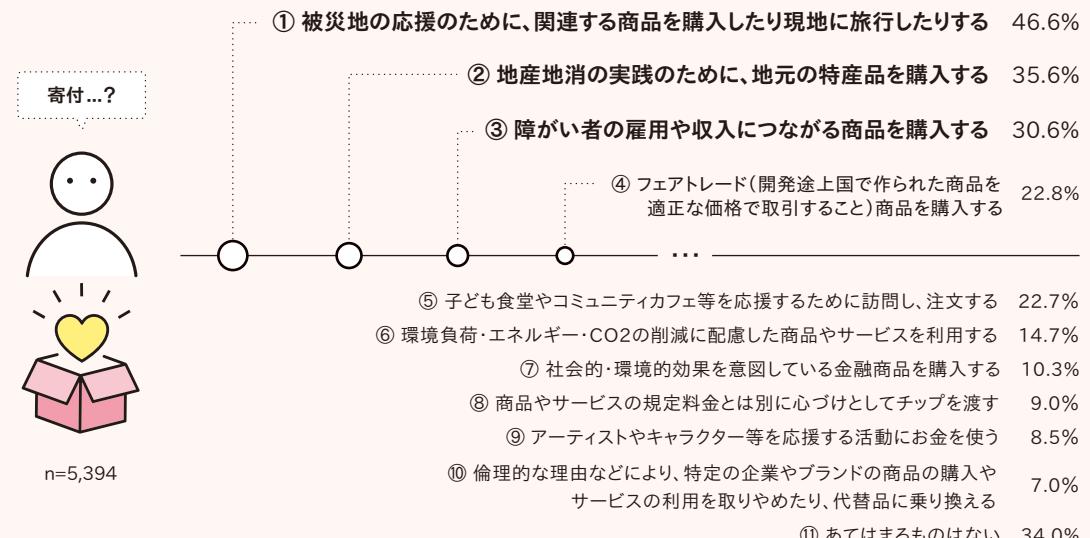
名目GDP
0.50%
2024年
1兆1,770億円
現地通貨額
10.7兆ウォン
出所:The Beautiful Foundation (2024)

2016、2020、2024年の1~12月の期間、20歳以上79歳以下の男女を対象とした。

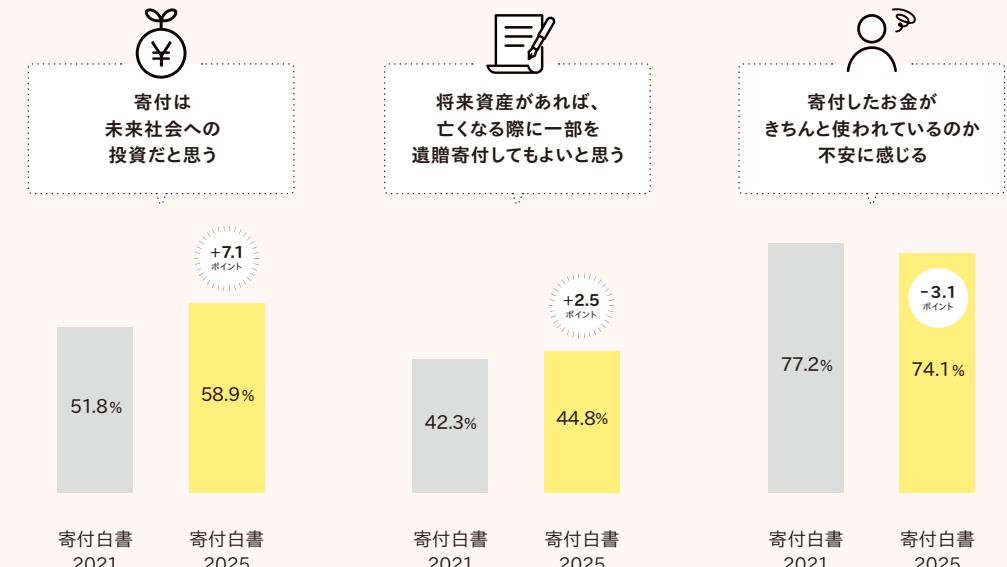
出所:国税庁『会社標本調査』(4~3月決算ベース)による。2023年度調査が最新。

02. 寄付を問い合わせる

「寄付に近い」「寄付と似ている」と考える活動(複数回答)

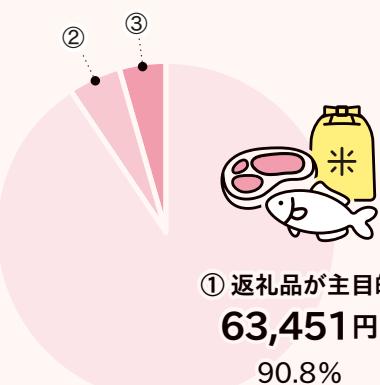


寄付についての考え方の変化



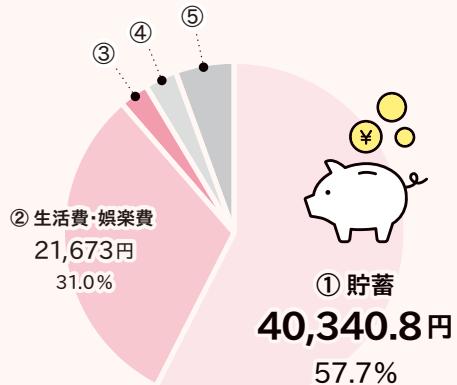
ふるさと納税に占める「寄付」的要素の内訳

(一人あたり平均69,866.4円)



ふるさと納税がなかった場合のふるさと納税分のお金の行き先

(一人あたりの平均額 69,866.4円)



② 収益性
③ その他の寄付

③ 国や都道府県、市区町村への寄付
(ふるさと納税ではない寄付) 2,060.8円 2.9%
④ その他の団体・活動への寄付 2,024.6円 2.9%
⑤ その他の使途 3,767.2円 5.5%

寄付金の使い道が明確で、有効に使ってもらえそうなこと

37.7%

活動の趣旨や目的に賛同できること

27.2%

③ 寄付の方法がインターネットなどで簡便であること
19.8%

④ 税の優遇措置が受けられること
19.7%

⑤ 寄付者に対する特典があること
16.9%

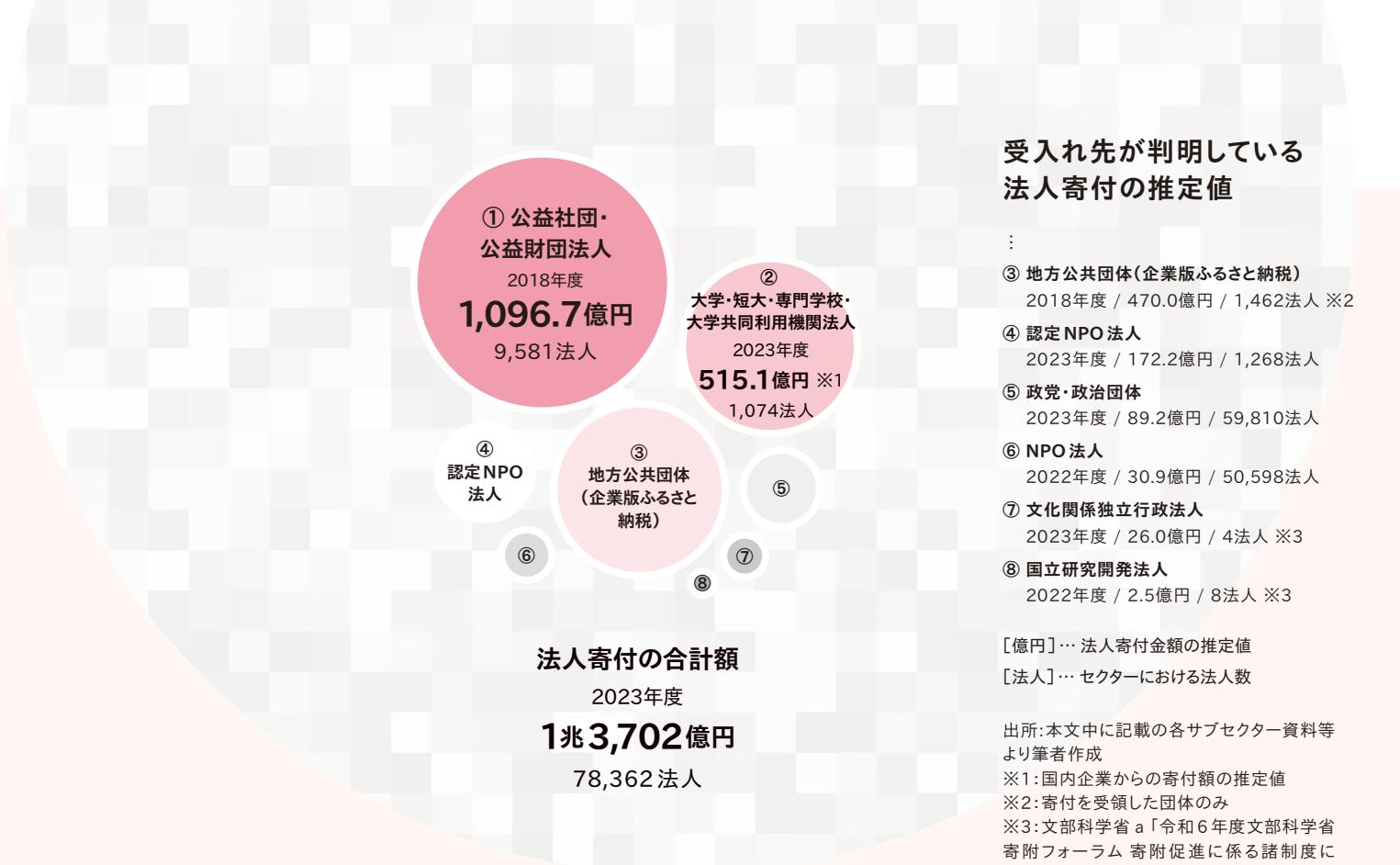
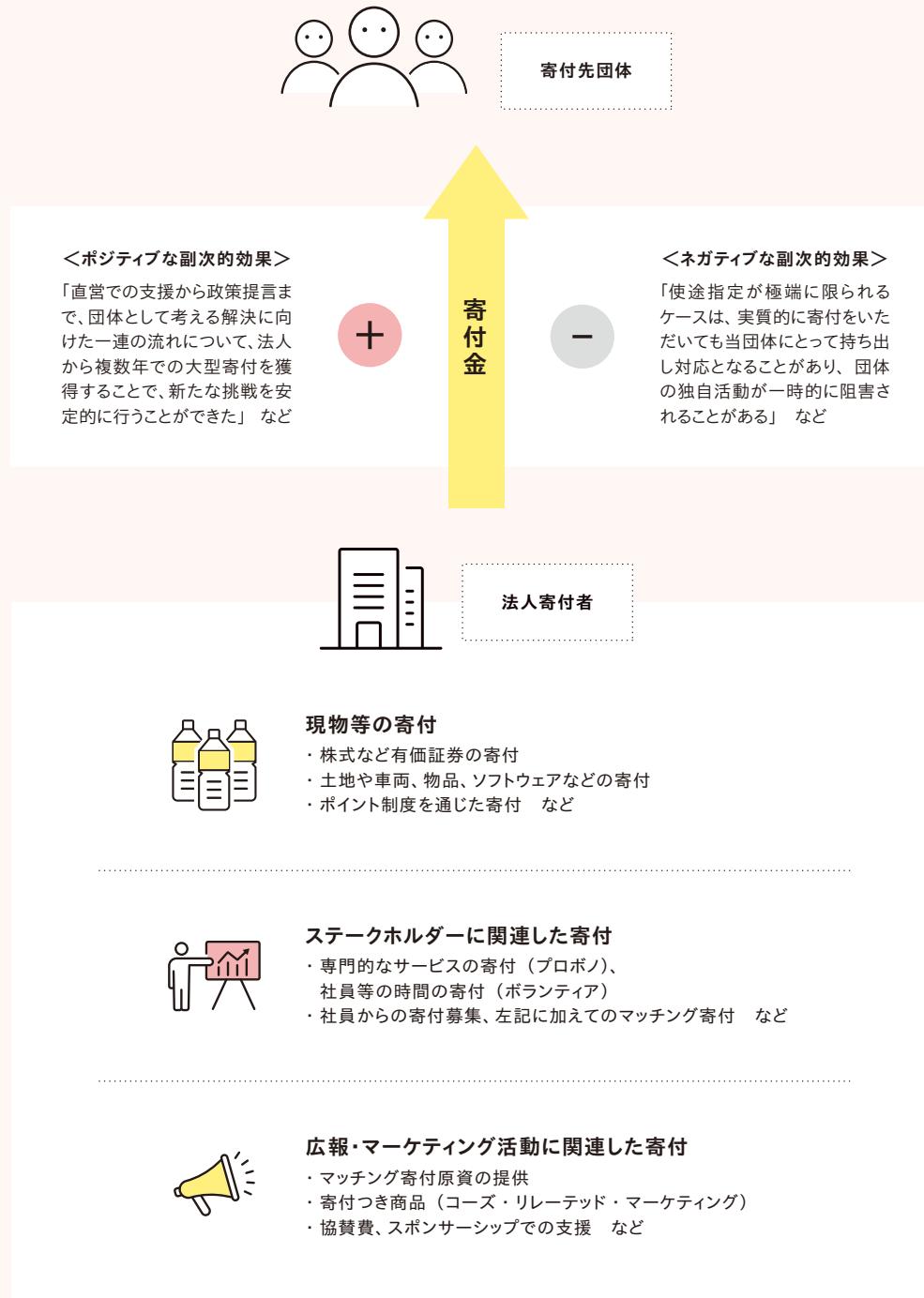
寄付先を選ぶ際に重視したこと

- ⑥ 身近な地域で活動していること 15.1%
- ⑦ 団体の知名度があること 13.3%
- ⑧ 多くの人たちが寄付していること 9.6%
- ⑨ 顧客などで社会的評価がされていること 8.3%
- ⑩ 団体や活動に関する情報が多いこと 8.3%
- ⑪ 信用できる(法人やスタッフがしっかりしていること 8.2%
- ⑫ 税金控除があること 8.2%
- ⑬ 領収書が発行されること 6.6%
- ⑭ 法人格があることや法人格の種類であること 3.2%
- ⑮ その他 2.2%
- ⑯ 寄付者(個人)の名前が公表されること 1.6%
- ⑰ 著名人が関わっていること 1.3%

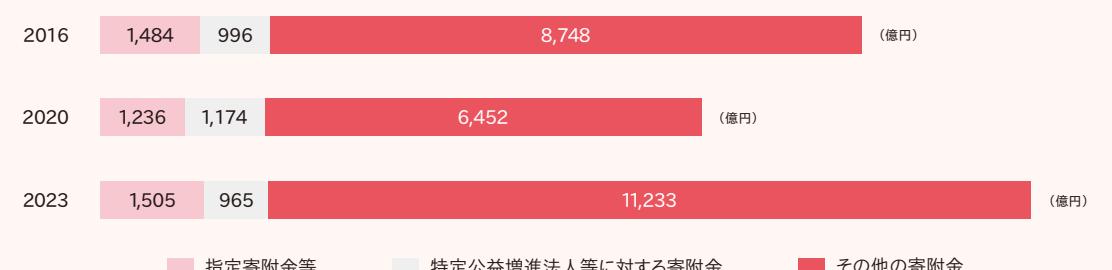
n=2,403

03. 法人寄付のなぞ

法人寄付に伴う副次的效果と
企業・法人による寄付やその周辺領域の支援の多様な形態



法人寄付の種類別の推移 出所:国税庁『会社標本調査』



資本金100万円以下の企業と100億円超の企業による寄付額の推移

