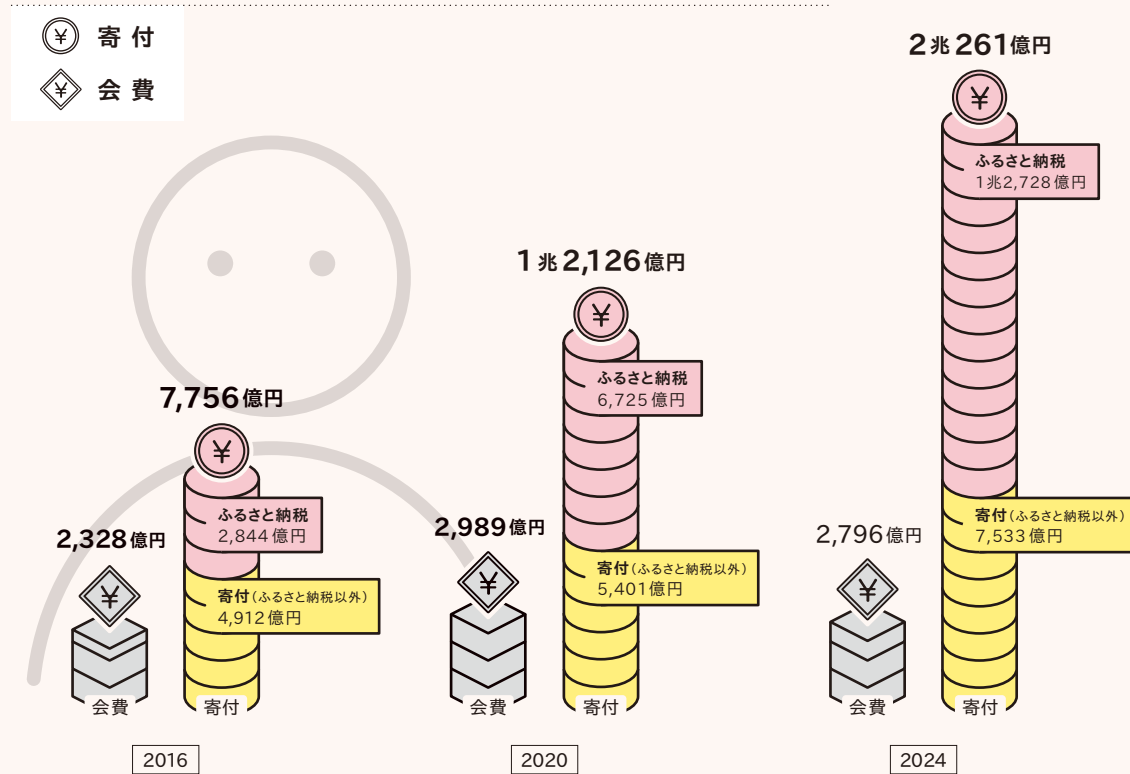


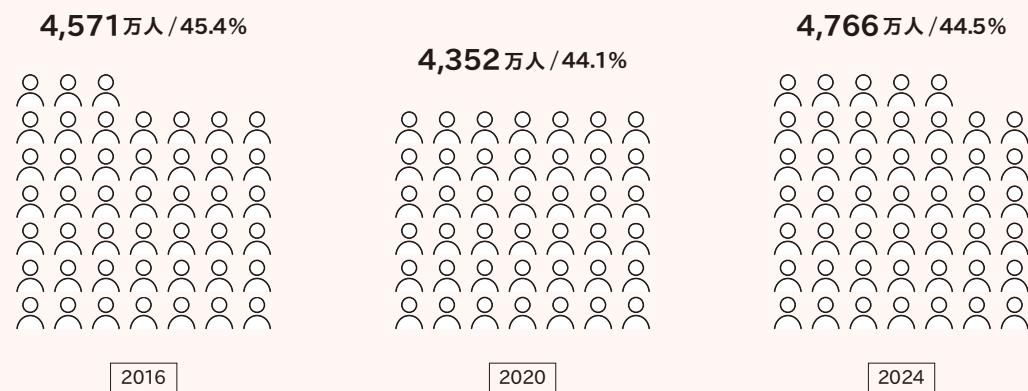
01. 寄付市場の推移と動向



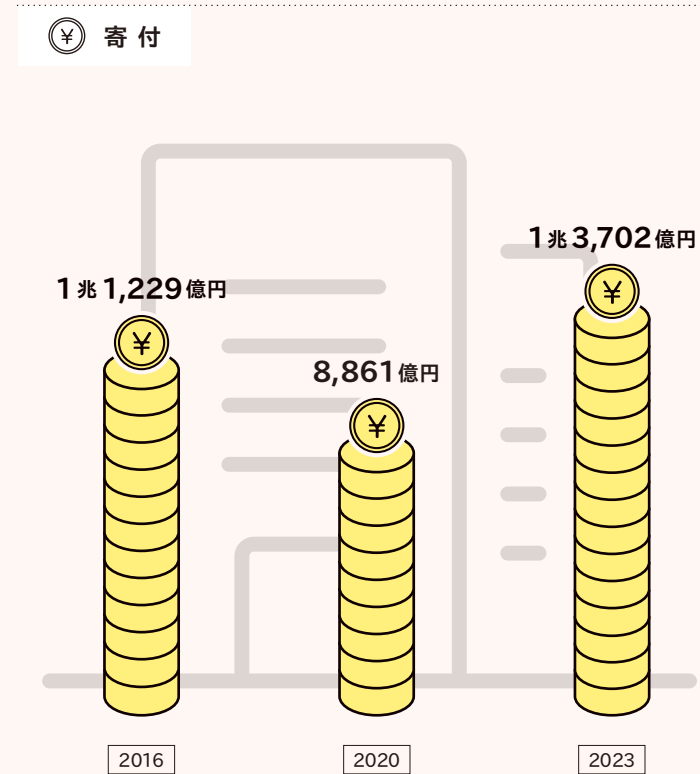
個人寄付の推移



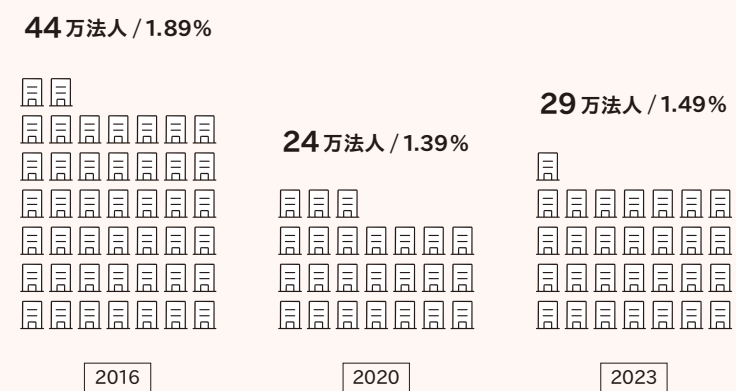
寄付者数/寄付者率の推移



法人寄付の推移

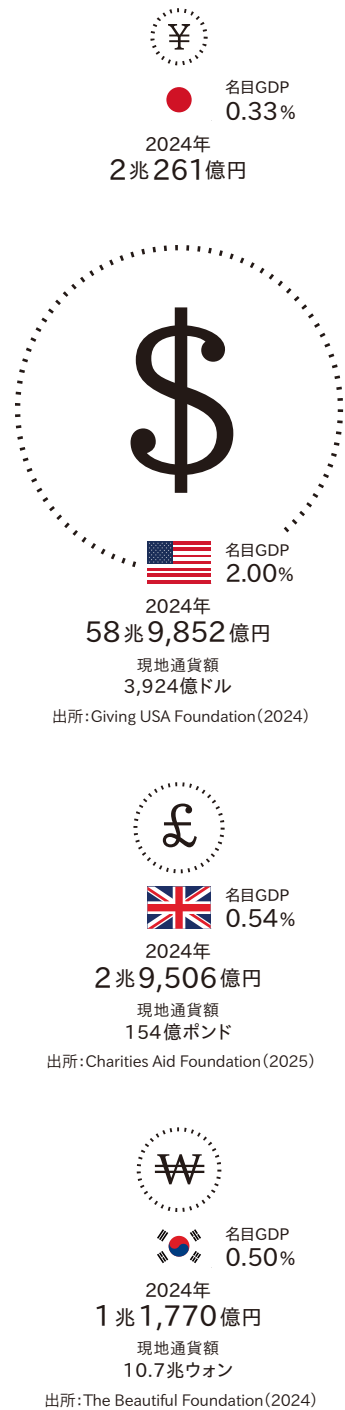


寄付支出法人/経常所得比



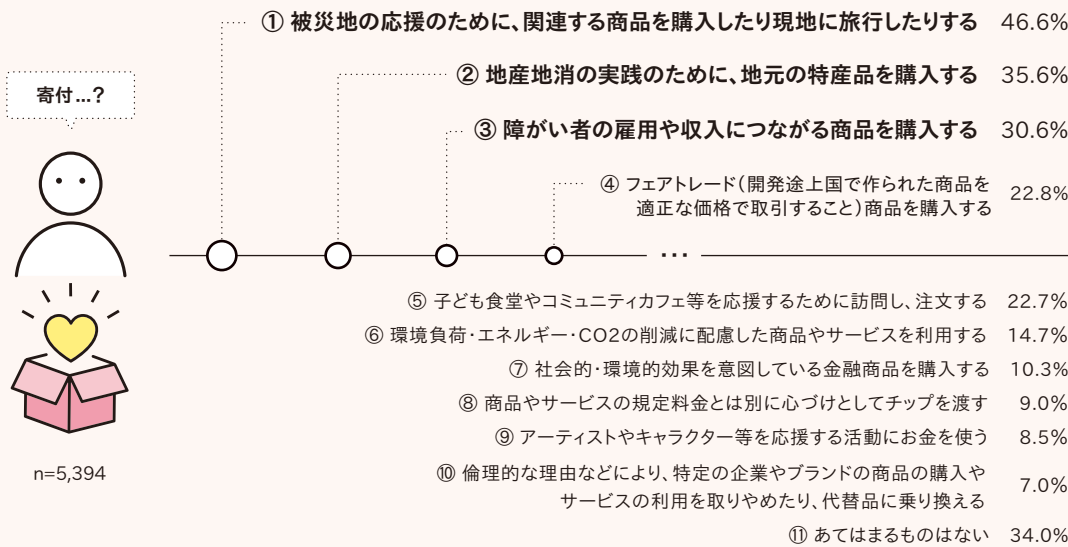
日米英韓の個人寄付総額比較

個人寄付総額と
名目GDPに占める
割合

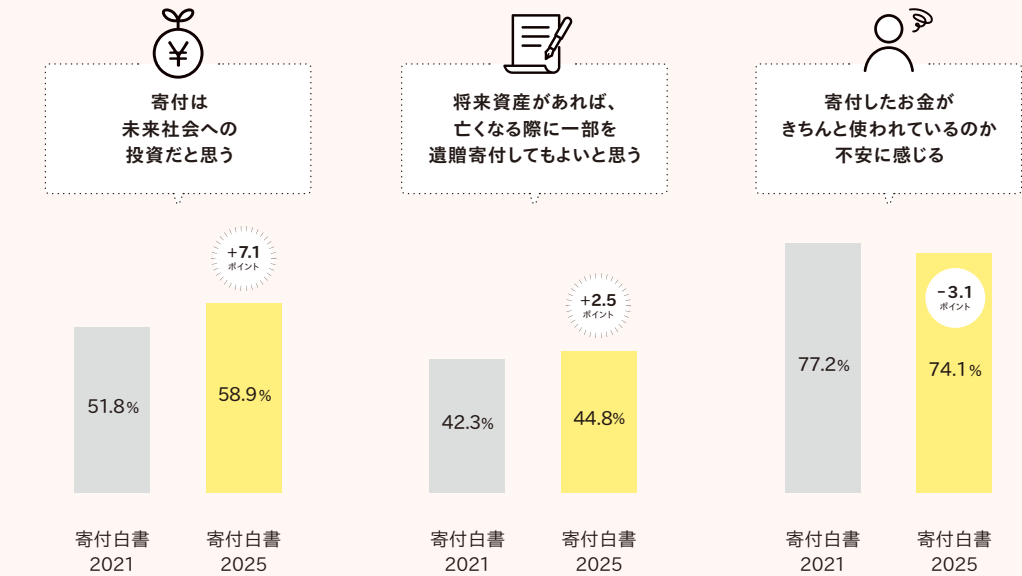


02. 寄付を問い直す

「寄付に近い」「寄付と似ている」と考える活動（複数回答）



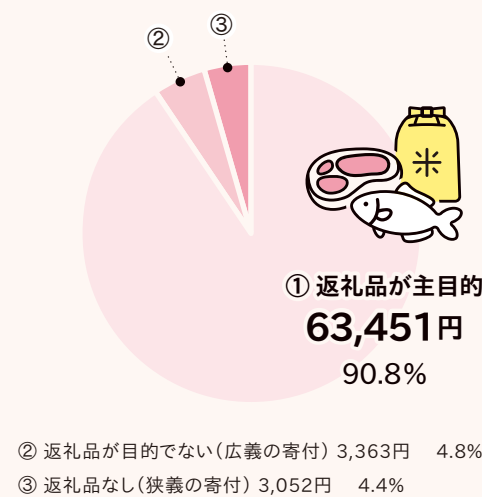
寄付についての考えの変化



※「そう思う」「どちらかといえばそう思う」のどちらかを選んだ回答者の割合を表示。

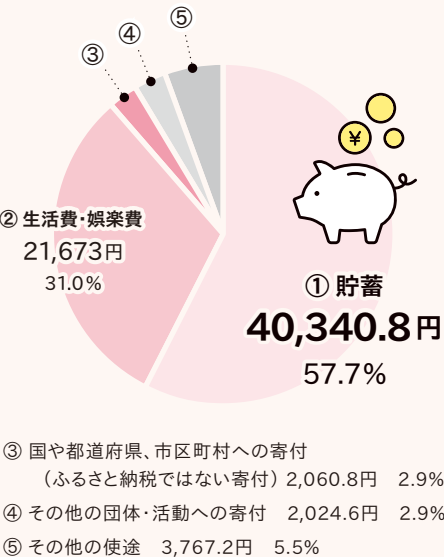
ふるさと納税に占める「寄付」的要素の内訳

（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）



① 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%



② 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等で簡便であること
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%

⑥ ...

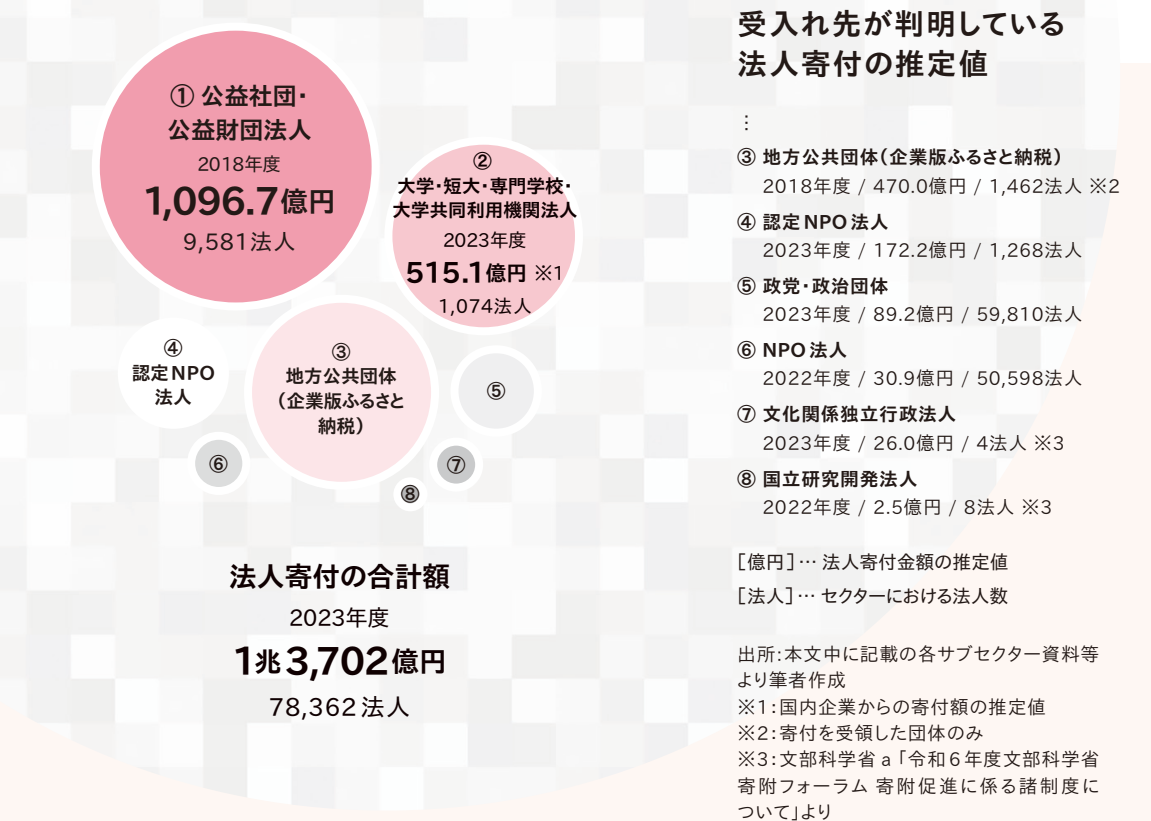
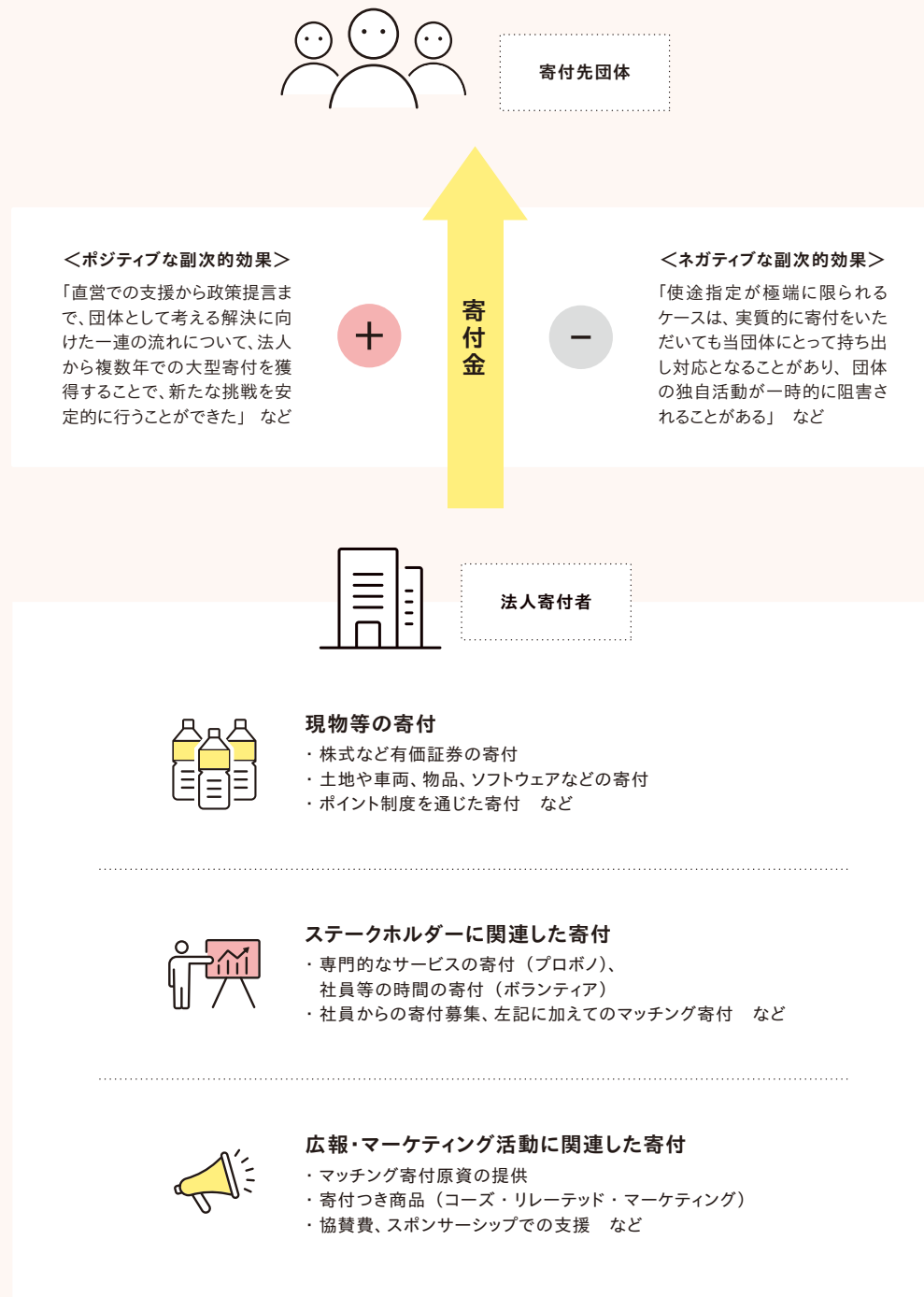
寄付先を選ぶ際に重視したこと

- ：
- 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%

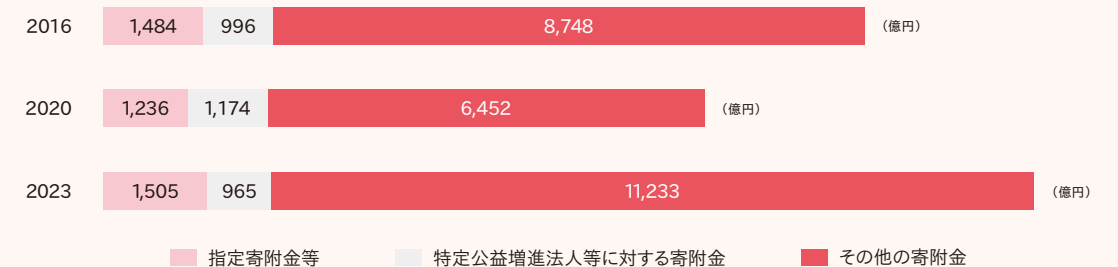
n=2,403

03. 法人寄付のなぞ

法人寄付に伴う副次的効果と 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

