

寄付白書プラス 2024

～2022-23年の日本の寄付市場を概観する～

「寄付白書プラス」とは

本資料「寄付白書プラス」は、日本で唯一の寄付市場調査レポート『寄付白書』が刊行されない期間に、寄付の価値や市場の成長・変化を伝えるための補完的な資料集として企画され、発行しています。

ファンドレイザーや研究者をはじめとした寄付に関心のある方々に活用してもらうことで、これまでは寄付に馴染みが薄かった、個人や企業・団体等の方々に、寄付の価値や成長を感じてもらい、社会において寄付が促進されその役割がよく実感される寄付社会の実現につながることを期待しています。

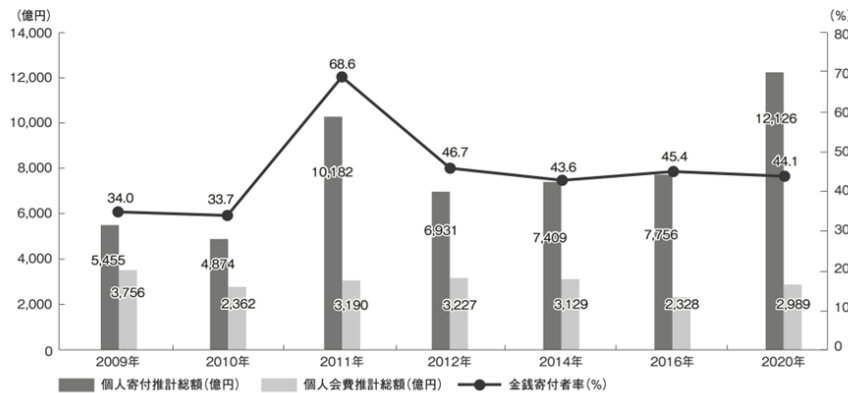
<最新のトレンドとハイライト>

1. 日本の個人寄付推計総額は**約1兆2,000億円**と10年前の**2.5倍**（※ふるさと納税を含む）ふるさと納税の影響を除外しても、**最新の寄付市場は拡大**している
2. 2022年の**最新の寄付市場は18.5%成長**
3. **国立科学博物館のクラウドファンディング企画が9億円超**を達成
4. **ふるさと納税**の利用率は**3割超**、きっかけは**税控除と返礼品**
5. 23年の寄付関連ニューストピックは、能登半島地震寄付・寄付規制法施行・ふるさと納税制度改正
6. **応援消費**や**押し活**など、寄付概念の拡大する消費の潮流も出現
7. 第一回日本ファンドレイジングリサーチ大賞（研究者部門・学生部門）が発表
8. 次回『寄付白書2025』（2025年12月・予定）刊行予告

1. 2020年の寄付の市場規模：成長する日本の寄付市場（寄付者の視点）

2020年の個人寄付は**1兆2,126億円**、10年前の約**2.5倍**

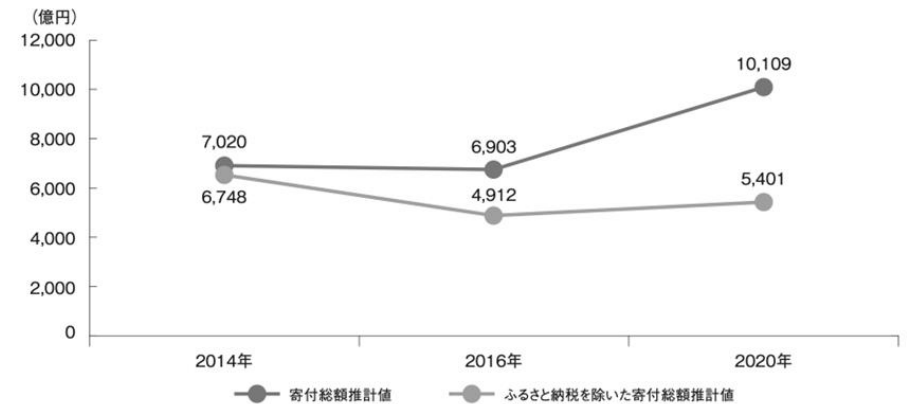
図1-5 個人寄付推計総額・個人会費推計総額・金銭寄付者率の推移



注：2011年は震災関係の寄付(5,000億円)を含み、金銭寄付者率も震災関係以外の寄付者率(29.4%)を含む。
2012年以降、本調査は隔年実施、また2016年以降は4年に一度実施へと変更になった。

出典：日本ファンドレイジング協会編（2021）『寄付白書2021』

図1-30 ふるさと納税総額の修正を踏まえた年間寄付総額推計の推移



出所：総務省（2021）および本調査、日本ファンドレイジング協会（2015）、日本ファンドレイジング協会（2017）をもとに筆者作成

出典：日本ファンドレイジング協会編（2021）『寄付白書2021』

2011年の東日本大震災を契機として、寄付を行う人の割合も総額も増加しました。

2011年は、**7割弱**の人が寄付を行い、**1兆円**を超える寄付が行われました。

震災後は、震災以前と比べて、割合・総額とも**1割・2,000億円**増加する傾向が継続しています。

寄付総額には、ふるさと納税も含んでいますが、

ふるさと納税の影響を除外してみても、2016年に比べて2020年の寄付総額は増加していると見られます。

1. 2022年の寄付の市場規模：寄付市場は前年比15.7%成長（寄付先の視点）

2022年の寄付の前年比**成長率は18.5%**、2021年の3.1%に比べて大きく上昇

2022年の寄付は、前年対比で18.5%の成長

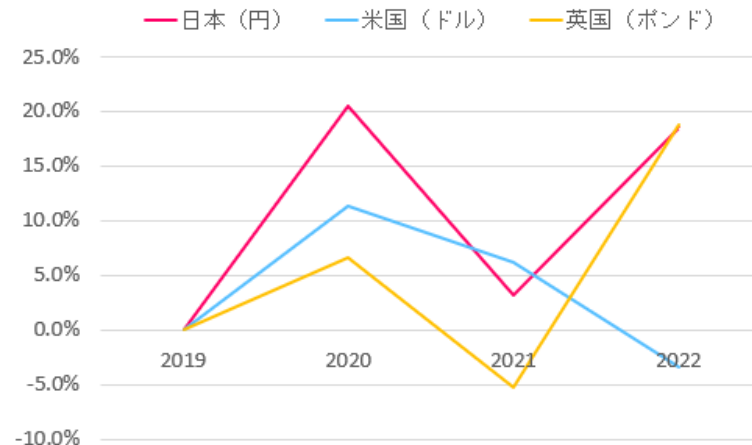
| | | |
|--------------|-------------------|--|
| 寄付の成長率 ※1 | (参考) 2021年の成長率 | 2022年の寄付の成長率は前年対比18.5%で、2021年に比べて大きく上昇した。特に特定非営利活動法人（認定）が58.2%と高く、日本赤十字社の21.1%、ふるさと納税の16.3%が続いた。一方で、赤い羽根共同募金がわずかながら低下した。 |
| 18.5% | 3.1% | 非営利活動法人（認定）、日本赤十字社、公益法人（財団/社団）の上昇の背景には、2022年2月のロシアによるウクライナ侵攻に関する寄付が影響しているものと推察される。 |

| 寄付の成長率 | (参考) 前年対比 | 寄付先 | 金額 |
|--------------|--------------|-----------------------------|---------|
| 58.2% | -1.5% | 特定非営利活動法人（認定） [対象：130法人] | 656億円 |
| 9.2% | 8.5% | 大学（国公立/私立） [対象：69法人] | 1,928億円 |
| 7.1% | -25.9% | 公益法人（財団/社団） [対象：94法人 ※2] | 862億円 |
| 21.1% | 13.8% | 日本赤十字社 ※3 | 415億円 |
| -0.9% | 0.4% | 赤い羽根共同募金 | 168億円 |
| 16.3% | 23.5% | ふるさと納税 | 9,654億円 |

レポートの内容を引用・転載する場合は出典明記をお願いします

※1 寄付成長率は、法人格ごとの成長率を平均して算出。法人格ごとの成長率は、(該当年度の寄付総額 - 前年度の寄付総額) ÷ 前年度の寄付総額 × 100で算出。
※2 2019年度・2020年度・2021年度・2022年度の4か年の正味財産増減計算書を公表している法人。または四半期毎に毎年寄付を計上している法人。に限定した。
※3 日本赤十字社の寄付総額の報告書に基づき算出。

日英米3か国における対前年の成長率（2019年を起点）



| | | | |
|------|-------|-------|-------|
| 日本 | 20.4% | 3.1% | 18.5% |
| アメリカ | 11.3% | 6.2% | -3.4% |
| イギリス | 6.6% | -5.3% | 18.7% |

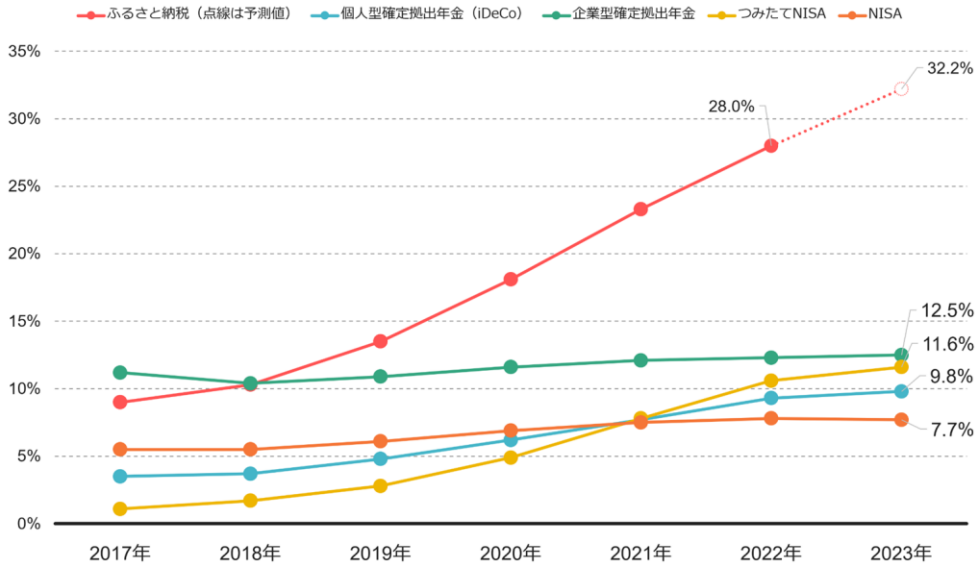
※1 Giving USA Foundation (2023) "Giving USA 2022", Charities Aid Foundation (2023) "UK Giving Report 2023" を参照

出典：株式会社ファンドレックス（2023）『ファンドレイジングDATEBOOK 2023』
<https://fundrex.co.jp/news/5114/>

内訳で見ますと、**特定非営利活動法人（認定）**が**58.2%**と高く、日本赤十字社の21.1%、ふるさと納税の16.3%が続きました。日米英の3か国について、2019年を起点に3か年での推移を比較しますと、2022年は**日英がともに18%超のプラス成長**、**米国は-3.4%とマイナス成長**となりました。

2. ふるさと納税：利用率は3割超・きっかけは税控除と返礼品

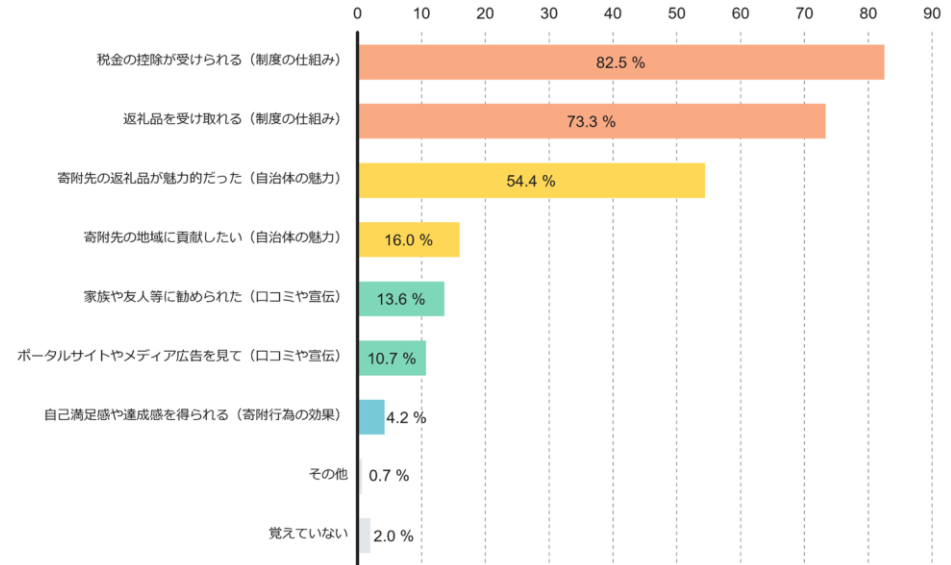
ふるさと納税等の税制優遇制度の利用率の推移



対象者：有職・年収300万円以上の20～64歳男女
サンプルサイズ n=50,788

出典：インテージ（2023）『これからどうなる？ふるさと納税～ふるさと納税実態調査④～』
<https://gallery.intage.co.jp/furusato-nozei2023/>

ふるさと納税制度を利用した寄附のきっかけ



ベース：2022年1～12月にふるさと納税で寄附をした人
サンプルサイズ n=10,816

ふるさと納税制度の利用率は上昇傾向にあり、2022-23年は**約3割**。

2022年のふるさと納税寄附者の利用のきっかけ（複数回答可）は

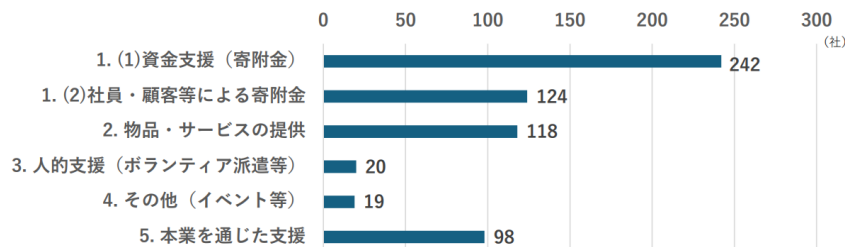
「税金の控除が受けられる」が**82.5%**、「返礼品を受け取れる」が**73.3%**、

「寄附先の返礼品が魅力的だった」が**54.4%**、「寄附先の地域に貢献したい」が**16.0%**でした。

3. 2023年 寄付関連ニュース一覧①

図表①

＜令和6年能登半島地震の被災者・被災地支援活動を実施した企業数＞



出典：「令和6年能登半島地震 経済界における被災者・被災地支援活動〔発災後2か月間の支援状況〕－経団連アンケート結果－」
https://www.keidanren.or.jp/policy/2024/029_kekka.pdf

①能登半島地震への寄付

2024年1月1日16時10分に、石川県の能登半島地下16kmで内陸地殻内地震が発生しました。マグニチュードは7.6、観測された最大震度は輪島市門前町走出と同県羽咋郡志賀町香能の震度7。地震発生後には、支援のためのボランティア活動や、義援金・支援金への協力がいち早く呼びかけられました。

■ 義援金

- ・ **287億4855万円**（2024年4月15日時点）

出典：<https://www.pref.ishikawa.lg.jp/suitou/gienkinr0601.html>

■ 個人寄付（支援金）（2024年4月16日時点）

- ・ Yahoo!ネット募金：**20億5612万円**

出典：<https://donation.yahoo.co.jp/promo/20240101.html>

- ・ ふるさとチョイス：**19億6712万円**

出典：https://www.furusato-tax.jp/saigai/filter?category_id%5B%5D=1303

- ・ 日本財団：寄付件数：**7億2974万円**

出典：<https://www.nippon-foundation.or.jp/what/projects/r6noto/donation>

図表②

＜寄附金（資金支援）実施企業数と寄附総額＞

| | 寄附金の種類 | 実施企業 | 寄附金額 |
|---|---|------|-----------|
| ① | a)義援金 | 220社 | 38億2959万円 |
| | b)支援金 | 55社 | 5億6010万円 |
| | c)自治体復興事業への寄附（企業版ふるさと納税等） | 11社 | 6100万円 |
| | d)その他寄附 | 20社 | 2333万円 |
| | a)～d)合計 | 242社 | 44億7402万円 |
| ② | 社員・顧客が拠出した寄附（社員募金・店頭募金等。義援金、支援金等の区分は不問） | 124社 | 19億2167万円 |
| | 合計 | | 63億9569万円 |

■ 企業寄付

経団連が会員企業1563社に調査した結果によると、被災者やボランティアなどに対する大企業の寄付金は**64億円**ほどに上まわりました。一方で、社員のボランティア派遣などの人的支援を実施したのは20社にとどまりました。（2024年4月3日）

出典：「令和6年能登半島地震 経済界における被災者・被災地支援活動〔発災後2か月間の支援状況〕－経団連アンケート結果－」
https://www.keidanren.or.jp/policy/2024/029_kekka.pdf

3. 2023年 寄付関連ニュース一覧②

<法人等とは>法人又は法人でない社団若しくは財団で代表者若しくは管理人の定めがあるもの

【寄付を勧誘する側】の規制

●法人等の寄付の勧誘に関する規制等

【配慮義務】

寄付の勧誘を行うに当たって、以下の点に十分に配慮しなければなりません。

- ①自由な意思を抑圧し、適切な判断をすることが困難な状況に陥ることがないようにする。
- ②寄附者やその配偶者・親族の生活の維持を困難にすることがないようにする。
- ③勧誘する法人等を明らかにし、寄附される財産の使途を誤認させるおそれがないようにする。



【禁止規定】

①寄付の勧誘に際し、以下の不当な勧誘行為で寄附者を困惑させてはいけません。

- ①不退去、②退去妨害、③勧誘をすることを告げず退去困難な場所へ同行(★)、④威迫する言動を交え相談の連絡を妨害(★)、⑤恋愛感情等に乘じ関係の破綻を告知、⑥靈感等による知見を用いた告知



②借入れにより、又は現に居住している不動産若しくは生活の維持に欠くことのできない事業用の資産で事業の継続に欠くことのできないもの処分により、寄附のための資金を調達することを要求してはいけません(☆)。



【不当な勧誘により寄附した方や家族】の救済

●寄附の意思表示の取消し

●債権者代位権の行使に関する特例
扶養義務等に係る定期金債権(婚姻費用、養育費等)を有している家族は、本人の寄附の取消権等について、将来債権を保全するために債権者代位権を行使することができます。



違反に対する行政措置・罰則

これらの寄付の勧誘に関する規制に違反した場合には、行政上の措置や罰則の対象となる可能性があります(☆)。



寄附者等に対する支援等

国は、不当な勧誘による寄附者やその家族が上記の権利を適切に行使して被害回復等を図ることができるよう、法テラスと関係機関等の連携を図り、利用しやすい相談体制の整備に努めます。

★令和5年6月1日施行 ☆令和5年4月1日施行

②法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律（寄付の不当勧誘防止法）の施行

寄付の不当勧誘防止法が2022年12月16日に公布され、2023年1月5日に施行、禁止行為の一部や行政措置、罰則に関する規定については同年4月1日、禁止行為及び取消権の一部の規定についても同年6月1日に施行され、同日をもって全ての規定が施行されました。

③ふるさと納税制度の改正

過度な返礼品競争を防ぎ、ふるさと納税制度の健全化を図るために、2023年10月より、ふるさと納税に関してルールが変更され、寄附額に占める経費を5割以内におさめること、熟成肉や精米は都道府県内産に限り返礼品として認められることになりました。

出典：消費者庁「寄付の不当な勧誘による被害の救済、再発防止に向けた法整備について」
https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/donation_solicitation/assets/consumer_policy_cms213_230421_01.pdf

3. 2023年 寄付関連ニュース一覧③ ファンドレイジング事例

READYFOR キーワードで探す Q クラウドファンディングとは プロジェクトを掲載する ログイン・新規登録

#東京都 #チャレンジ #子ども・教育 #歴史 #研究 #文化財 #博物館・美術館

地球の宝を守れ | 国立科学博物館500万点のコレクションを次世代へ

国立科学博物館

支援総額
916,025,000円
目標金額 100,000,000円

支援者 56,584人 募集終了日 2023年11月5日

3336

<https://readyfor.jp/projects/...> コピー

専用URLを使うと、あなたのシェアによってこのプロジェクトに何人訪れているかを確認できます

Facebook X LINE note

出典：CFプロジェクトページ <https://readyfor.jp/projects/kahaku2023cf>



出典：日本ファンドレイジング協会編webサイト <https://jfra.jp/news/50823>

2023年の1年間で、規模・話題ニュース性などで影響の大きかったファンドレイジング実践の取り組みに、独立行政法人国立科学博物館のクラウドファンディング（CF）が上げられます。

【プロジェクト概要】

地球の宝を守れ | 国立科学博物館500万点のコレクションを次世代へ

実施者：国立科学博物館

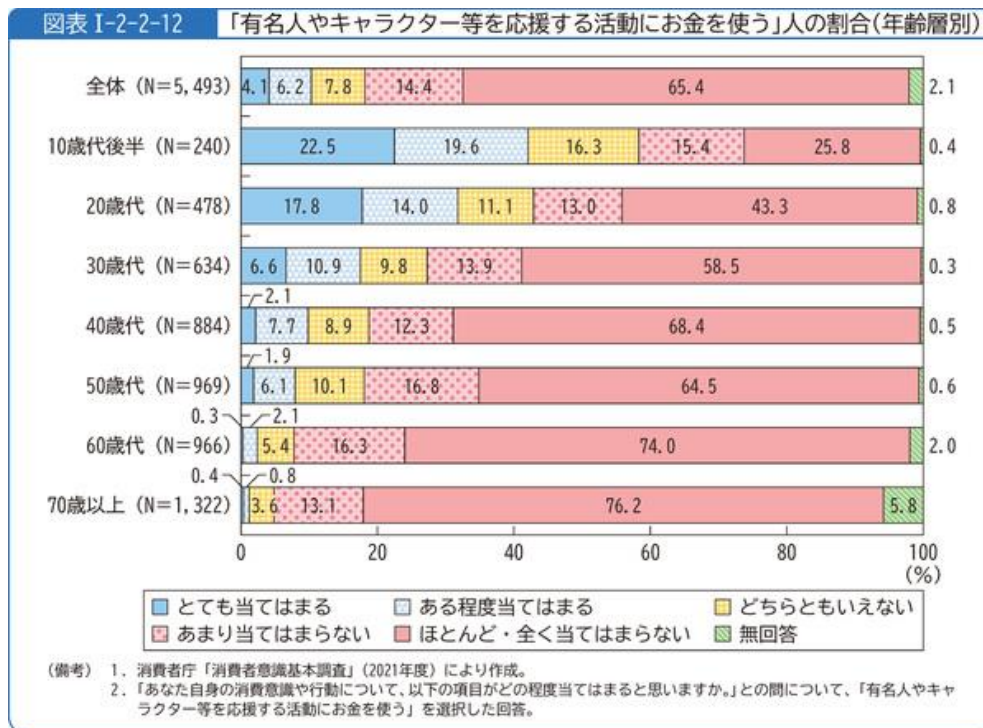
支援総額・支援者数：916,025,000円・56,584人

期間：2023年8月7日～11月5日

同プロジェクト、「当該年で最も印象に残るニュース性のある影響力の大きなファンドレイジングの取り組み」として、第14回日本ファンドレイジング大賞を受賞しました。同賞は、先駆的なファンドレイジングの取り組みを行ったNPOや企業を称え、その活動を広くご紹介することを目的に、2010年から実施しています。

5. 新しい社会的消費の潮流：「寄付」の概念を拡大すべきか？

「寄付」という言葉では捉え切れない社会的消費が増加



出典：令和4年版消費者白書 p.69

辞書でいうところの「寄付」という言葉では捉え切れない、以下のような社会的消費が増加しています。

・ 応援消費：

苦境の地域や業界を消費で支援すること。東日本大震災のあった2011年で広く使われるようになり、2020年からのコロナ禍で再び注目が集まっています。(出典：水越康介(2022)『応援消費 社会を動かす力』)

・ 押し活：

有名人やアニメ、ゲーム等のキャラクターや鉄道等、応援する対象にお金を使う消費形態のこと。特に若年層において多くなっています(上図)。

5. 新しい社会的消費の潮流：「寄付」の概念を拡大すべきか？

また、クリエイターエコノミー関連サービスとしての

- 1) 月額課金型サポート
- 2) コンテンツへの自由選択金額支払
- 3) ライブ配信での投げ銭

などは、倫理性は伴わないものの、他者のための社会的な消費行動です。

出典：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（2022）クリエイターエコノミー関連サービスの利用状況に関するアンケート結果
https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/caution/internet/assets/internet_committee_ce_230330_02.pdf

芸術分野への寄付と、上記のような消費の境界線は曖昧です。
個人で発信ができ、また支援を募ることもできる時代が到来した中で、
改めて「寄付」の定義や在り方が問われています。

5. 日本ファンドレイジング・リサーチ大賞 最優秀賞論文（研究者部門）

◆ Conservation fundraising: Evidence from social media and traditional mail field experiments

生物多様性保全のための資金調達：SNSと郵送DMを用いたフィールド実験 国立環境研究所 久保雄広

【前提】

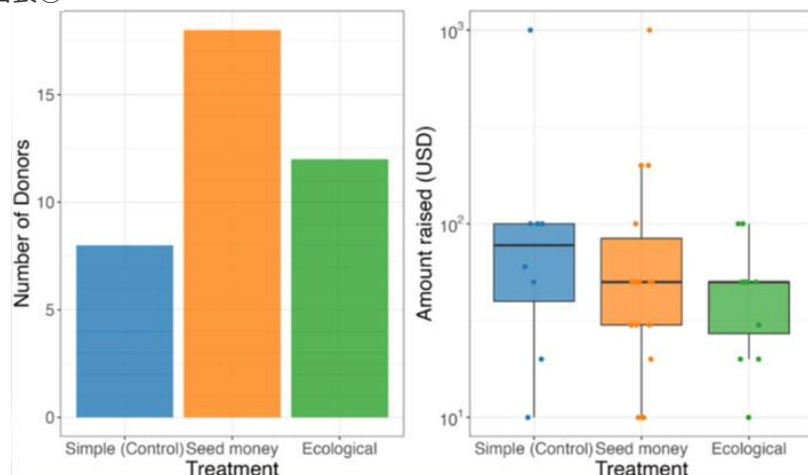
資金不足は生物多様性の損失を引き起こす主要因として知られています。

しかし、これまで保全調達を効果的に獲得するための知見が十分に共有、議論されておらず、その知見不足が資金獲得を妨げてきました。

本研究では環境NGOやプラットフォーム企業と連携し、生物多様性保全に資する資金獲得の効果的な方法を明らかにしました。

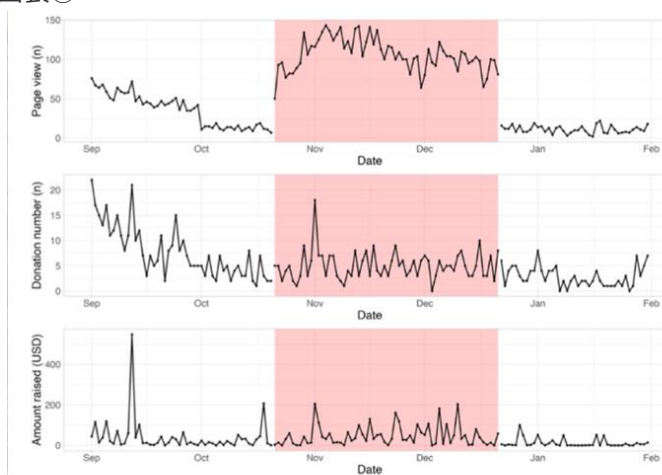
5. 日本ファンドレイジング・リサーチ大賞 最優秀賞論文（研究者部門）

図表①



伝統的DMにおけるメッセージの比較結果

図表②



SNS広告を通じた募金サイトのページ閲覧数, 寄付件数, 寄付額

【本研究のハイライト】

3種類のメッセージ（シンプル、シードマネー、エコロジカル）の効果を伝統的なDMとSNS広告という2つのチャネルで検証しました。

分析の結果、両チャネルにおいて、既に調達した寄付金額をアピールする「シードマネー」メッセージの有効性を確認しました（図表1）。また、寄付に対する意図や関心と実際の寄付行動にはギャップがあることから、行動エビデンスを把握することが今後の実務には不可欠であることを示しました（図表2）。

【詳細】 Kubo et al. 2023. Conservation Letters

<https://conbio.onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/conl.12931>



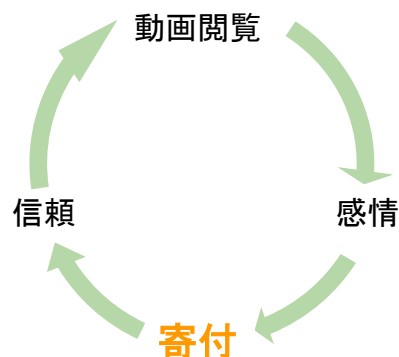
5. 日本ファンドレイジング・リサーチ大賞 最優秀賞論文（学生部門）

◆TikTok を経由した寄付行為の研究：ソーシャルキャピタル理論に基づく中国の若者のインタビュー分析

東北大学 大学院情報科学研究科 陳 秋伊

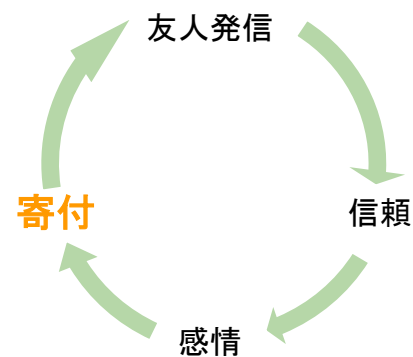
TikTok を経由した寄付の流れ

「感情—寄付—信頼モデル」



その他のSNSを経由した寄付の流れ

「信頼—感情—寄付モデル」



出典：陳秋伊修士論文

SNSのショート動画を契機とした寄付行為の学術研究は、世界的にまだ始まったばかりです。

今回の研究では、TikTokのショート動画を経由して寄付をした経験のある若者8名を対象にインタビューを行い分析することで、「感情とソーシャルキャピタル（特に信頼）が寄付行為に対して作用する順番」を浮かび上がらせました。ショート動画を経由する寄付と動画を経由しない寄付で、その順番は異なるという仮説が導かれ、ショート動画を経由する寄付の順番を「感情—寄付—信頼モデル」、経由しない寄付の順番を「信頼—感情—寄付モデル」と名付けました。

TikTokの寄付行為は、動画閲覧によって生じる同情や共感などの感情から行われており、**信頼よりも感情が優位に作用**していることが分かりました。一方、TikTok以外のソーシャルメディアに行う寄付行為では、**情報を伝えてきた友人・知人への信頼が優位に作用**していることが分かりました。

<予告> 『寄付白書2025』 出版



『寄付白書2025』プロジェクト応援登録

このフォームは、『寄付白書2025』出版を応援して頂いた方に、関連する情報をご提供するためのものです。出版までの間に、関連する様々な情報をご提供を予定しています。また、寄付白書についてのご意見もお聞かせください。

寄付白書に期待している内容・ページを教えてください。*

- 個人寄付の動向
- 法人寄付の動向
- 国際比較
- 特集ページ（例：新型コロナウイルス感染症と日本の寄付など）
- その年の寄付に関するトピック
- その他: _____

日本ファンドレイジング協会では、日本の寄付市場を概観し市場規模や傾向を明らかにするため、2010年から寄付白書を出版しています。趣旨に賛同頂いたご寄付者の方々からのご支援を元に、2010～2013までは毎年、2013～2017までは隔年、2017以降は4年ごと出版をしてきました。前号は、『寄付白書2021』として、2021年11月30日に出版をしました。

次号『寄付白書2025』は、2025年12月頃の出版予定しています。2024年から寄付白書発行研究会を立ち上げて準備を進めていきます。

次号白書の出版に向けて、情報発信など行っていく予定です。ご関心のある方は、下記QRコードからご登録下さい。



<資料> 寄付関連の用語集

- **寄付**：自らの意思で、誰かのために、金銭や品物などを無償で、提供すること。公的文書などでは「寄附」が使用される。なお、義援金は寄付のひとつで、特に災害などの被害にあった人への応援として、直接金銭を送ることを指す。
- **寄付金控除**：個人が認定NPO法人等に対して寄付をした場合、所得税(国税)の計算において、寄附金控除(所得控除)又は税額控除のいずれかを選択して確定申告を行うことにより、所得税の控除を受けることができる。また、都道府県又は市区町村が条例で指定した認定NPO法人等に寄付した場合、個人住民税(地方税)の計算において、寄附金税額控除が適用される。
- **遺贈寄付**：個人が遺言によって、遺産の全部または一部を、NPO法人等の団体などに寄付すること。遺産の具体的な内容を特定せずに全部あるいは遺産全体の何分の何というように割合によって与える「包括遺贈」と、あらかじめ遺産のうち特定のものを指定する「特定遺贈」の2種類がある。亡くなった方からではなく、遺産を受け取った人が寄付する「相続財産からの寄付」もある。
- **ESG投資**：ESGは環境(Environment)・社会(Social)・ガバナンス(Governance)の英語の頭文字を合わせた言葉。投資家が企業の株式などに投資するとき、これまでは投資先の価値を測る材料として、主にキャッシュフローや利益率などの定量的な財務情報が使われてきたが、それに加え、非財務情報であるESGの要素を考慮する投資がESG投資。

<資料> 寄付関連の用語集

- **インパクト投資**：財務的リターンと並行して、ポジティブで測定可能な社会的及び環境的インパクトを同時に生み出すことを意図する投資行動を指す。従来、投資は「リスク」と「リターン」という2つの軸により価値判断が下されてきたが、これに「インパクト」という第3の軸を取り入れた投資かつ事業や活動の成果として生じる社会的・環境的な変化や効果を把握し、社会的なリターンと財務的なリターンの双方を両立させることを意図した投資。
- **ふるさと納税**：自分の選んだ自治体に寄付（ふるさと納税）を行った場合に、寄付額のうち2000円を越える部分について、所得税と住民税から原則として全額が控除される制度。また、自分の生まれ故郷だけでなく、お世話になった自治体や応援したい自治体等、どの自治体でもふるさと納税の対象となる。「納税」という言葉がついているが、実際には都道府県、市区町村への寄付。
- **プライベートファンデーション（基金）**：複数年にわたって団体の活動を支援するために創設する私設基金。一定期間に寄付を使い切る使い「使い切り型」と、元本を永遠に残し運用益のみ支援活動に使う「永続型」がある。また一人だけの個人基金、複数の寄付者を募り一つの基金をつくる共同基金もある。
- **ガバメントクラウドファンディング**：自治体が行うクラウドファンディングで、自治体が抱える問題解決のため、ふるさと納税の寄附金の使い道を具体的にプロジェクト化し、寄附を募る仕組み。複数自治体が連携して寄付を募る仕組みもある。



企画・制作：寄付研究促進委員会
発行：2024年5月15日