

募金総額の限界突破を図る～国内外の募金から考える～

社会班: 東 星太朗、佐藤 大輝

要約

本研究の目的は募金活動によって集まる金額を増加させる方法を見つけ、社会問題の解決に貢献することである。国内の募金活動について調べたところ、災害の復興についての募金やテレビやインターネットで広告を掲載している募金などは多くの募金額を集めていた。国外では、宗教の影響により募金文化が根付いている国、募金を支援する仕組みが整備されている国が多く募金額を集めていた。以上より募金活動自体とその目的の知名度を上げること、募金をすることが当たり前の文化を形成すること、政府が募金活動を支援するシステムを用意することが大切だと結論づけた。

1. はじめに

1年生のときのLC I の授業において、SDGsの問題解決の方法を考える機会があり、多くの人が資金面の対策として募金活動を挙げていた。しかし募金活動の現状について調べてみたところ、路上での募金活動をはじめ、テレビ番組、インターネットを利用する募金活動が多くある一方、その多くで募金額が不足していた。現状では募金活動は社会問題を解決する有効な方法ではないと考えたため、募金額を増やし、その効果を上げる方法について研究した。

2. 研究手法

募金活動の現状を知るために国内外の募金活動について調べた。その際、国内では、世間的に知名度があると考えられる3つの募金活動(赤い羽根募金、24時間テレビ募金、日本ユニセフ協会の募金)について調べ、国外では日本より国民1人あたりの募金額の大きい国を募金文化が根付く国として選び、調査した。

《研究1》

国内で知名度があると考えられる3つの募金活動の募金総額、年度ごとの募金総額の移り変わりとその理由、そしてどのような個人、団体が募金を行っているかについてインターネットを使い、情報を集めることによつて調べた。そしてそれらから募金総額の増加につながるヒントを探した。

- ① 赤い羽根募金
- ② 24時間テレビ募金
- ③ 日本ユニセフ協会の募金

《研究2》

日本より国民1人あたりの募金額の大きい国を募金文化が根付く国として選び、それぞれの国の個人からの募金総額と1人あたりの募金額を比較した。また、その募金文化の背景にある宗教観の違いなどについても調べ、日本に募金文化を根付かせる方法を探った。

- ① 海外の募金の特徴
- ② 海外の寄付文化
- ③ 日本と海外の違い

3. 結果

《研究1》

それぞれの募金活動から

- ① 年度ごとに大きな差は無かったため、今回の研究に役立つ情報は得られなかった。
- ② 東日本大震災や大きな自然災害が起こった年に劇的に増加していることから、国民の関心が大きい事柄に関しては募金が集まりやすいと予想できる。

2020	第 43 回	¥866,269,827
2019	第 42 回	¥1,550,158,595
2018	第 41 回	¥893,767,362
2017	第 40 回	¥699,153,512
2016	第 39 回	¥887,482,001
2015	第 38 回	¥856,728,209
2014	第 37 回	¥936,955,640
2013	第 36 回	¥1,545,226,444
2012	第 35 回	¥1,168,471,704
2011	第 34 回	¥1,986,414,252
2010	第 33 回	¥974,028,568
2009	第 32 回	¥951,081,316
2008	第 31 回	¥1,083,666,922
2007	第 30 回	¥1,015,442,574
2006	第 29 回	¥940,682,462

(24時間テレビホームページより)

③ ほとんど個人が募金している。テレビやインターネット上での
広告が個人の関心を高めていると予想できる。

ということがわかった。

《研究2》

日本では個人より法人の方が募金している割合が高いの
に対して、海外では法人より個人の方が募金している割合
が高いことが分かった。また1人あたりの募金額や募金率は
海外の方が高いことがわかった。

	個人寄付総額 (億円/書2017)	名目GDP (IMF統計)	名目GDP比 (個人寄付/名目GDP)	人口 (世界人口/書 2014)	1人あたりの寄付 (個人寄付/人口)
日本 (2015)	7,756億円	49,365億ドル	0.14%	1億2,696万人	27,013円
米国 (2016)	30兆6,664億円 (2,818.6億ドル)	186,244億ドル	1.44%	3億2,330万人	125,664円 (1,155ドル)
英国 (2014)	1兆5,035億円 (97億ポンド)	26,291億ドル	0.54%	6,565万人	74,400円 (480ポンド)
韓国 (2014)	6,736億円 (7兆900億ウォン)	14,110億ドル	0.50%	5,125万人	9,095円 (85,000ウォン)

(寄付白書2017より)

4. 考察

研究1から日本において募金文化は広がりつつあるわけではなく、国民によく知られている災害や事件、事故が起きた時に、よく募金総額が上がっていると考えられる。また、研究2から海外では基督教の「汝、隣人を愛せよ」という博愛主義が発展し、お金を持っている人は、貧しい人に分け与えるべきという考えがある。よって、日本との宗教観の違いにより募金文化が根付いていると考えられる。

5. 結論

研究の結果から日本における募金総額を増やすためには以下の4点が重要であると考えた。

1. 募金活動の目的がどれだけ身近であるか知ってもらう
2. 募金活動の知名度を上げる
3. 日常的に募金に慣れ親しみ、募金を習慣化させる
4. 募金活動を行う人に対して政府がサポートする

4の政府のサポートについてはアメリカなどで行われている、一定額募金すると所得税を減額するなどの方法がある。

今後の研究で具体的な募金活動の知名度を上げる方法が発見されて確立されれば、更なる募金額の向上に繋がり、社会問題の解決策として募金を挙げることも机上の空論ではなくなるだろう。

6. 参考文献ならびに参考Webページ

寄付白書2017 閲覧日2021年12月20日

平成17年内閣府税制調査資料 閲覧日2021年12月21日

赤い羽根募金統計データ

(<https://www.akaihane.or.jp/wp/wp-content/uploads/rekinen-hokin-mokuhyo-S22R2.pdf>)

閲覧日2021年12月25日

読売テレビ 24時間テレビホームページ (<https://www.ytv.co.jp>) 閲覧日2021年12月25日

ユニセフ2020年度収益報告 https://www.unicef.or.jp/about_unicef/about_report.html)

閲覧日2021年12月25日