

おかやま
寄付白書

2018

OKAYAMA
KIFU

HAKUSHO

PRODUCED BY MINTUKU



公益財団法人
みんなでつくる財団おかやま
OKAYAMA Share Foundation

みんなの何とかしたいを カタチにする仕組み。

公益財団法人みんなでつくる財団おかやま、通称「みんつく」は、530 名以上の方からの寄付 4,133 千円をもとに設立した「みんなの何とかしたいをカタチにする」市民コミュニティ財団です。

「つなぐ、つたえる、シェアをする」をキーワードに、広く多くの人に知ってもらいながら資金を集める地域版クラウドファンディング「割り勘」、個人でも少額から基金を設置できる「冠基金」などの仕組みを提供しています。ヒト・モノ・カネ・情報の資源循環を通じて、社会課題の解決を進め「安心で持続可能な地域社会の実現」を目指しています。

おかやま 寄付白書 2018 OKAYAMA KIFU HAKUSHO

PRODUCED BY MINTUKU

第 1 章 おかやま寄付白書の概要

1. おかやま寄付白書とは	1
2. 本書作成の背景	1
3. 寄付分析・アンケート調査の方法	2
4. 用語解説	2

第 2 章 NPO 法人の寄付と会費の状況

1. NPO 法人の概要と岡山県の NPO 法人数	3
2. NPO 法人への寄付・会費	5
3. 岡山県内 NPO 法人の寄付総額と会費総額の推移	6
4. 岡山県内 NPO 法人の寄付の状況	7
5. 岡山県内 NPO 法人の会費の状況	9

第 3 章 近年の寄付トレンドと寄付への意識調査

1. 近年の寄付トレンド	11
2. 寄付への意識調査（アンケート）	13

第 4 章 みんなでつくる財団おかやまの取り組みについて

1. 寄付型のクラウドファンディング「割り勘事業」の分析	17
2. みんつくの取り組み（お金と寄付の教室）	19
3. 今後のみんつくの取り組みと白書の取り組み	20
4. あとがき	20

おかやま寄付白書の 概要と作成背景

1. おかやま寄付白書とは

本書は、岡山県をはじめ日本の地方において寄付文化を育てていくために、岡山県内のNPO法人の寄付や会費に関する情報をまとめたレポートです。第2弾となる本書では、前作(2014年発行)に引き続きNPO法人の寄付・会費の状況をお伝えするとともに、独自に実施した寄付の意識アンケート調査の結果を掲載しています。NPO法人や公益セ

2. 本書作成の背景

日本は課題先進国と言われ、また価値観の多様化する現在、市民公益活動の重要性はますます高まっています。しかし、多くの市民公益団体が資金不足や資金難に困っており、中には継続して活動を行えないところもあります。また一方では、預金額は年々増加しており、岡山県内の金融機関への預金額は2011年1月から2018年1月までに約1兆8,000億円増えている状況です(参考：日本銀行岡山支店「金融経済統計長期時系列データ」)。地域内での公益活動を充実させていくためには、活動への資金を確保するとともに、関わる人(担い手)を増やし多様化していく必要があります。時間をかけず、気軽にできる参加方法の一つとして、また「社会的な投資」という新たな資産の活用方法として「寄付の提案」「寄付文化の醸成」をしていくことが重要となっています。

発行者である公益財団法人みんなでつくる財団おかやま、通称「みんなつくる」は、岡山県内を中心とした530名以上の方からの寄付4,133千円をもとに設立した岡山県初の市民コミュニティ財団です(一般財団法人として2012年9月に設立し、2014年8月に公益財団法人に移行しました)。(市民)コミュニティ財団とは、行政など特定の組織の意思による運営でなく、市民により構成される役員会で運営され、個人、企業、団体などから寄せられた複数の寄付や設立した基金を、一括して管理、助成、運用をする仕組みを持った組織のことです。その地域で起きている相互に関係している課題に対して、広範に関心をもって支援を行うことで、地域の暮らし全体の底上げを図る視野を持っているケースが多くあります。助成先の決定などを代行するため、個人でも気軽

クターに関わっている方には「自分たちの組織を俯瞰して見る材料」として、行政やメディア関係者の方には「数値で岡山県の現状を把握する資料」としてご活用いただき、個人の方には「寄付というものを身近に感じるきっかけ」となれば幸いです。

に基金を持てる、NPO活動をしている団体は広く多くの方から資金を集めることができるなどの利点があります。

コミュニティ財団という言葉が本書で初めて知る方も多いかもしれませんが、コミュニティ財団の第1号は1914年、米国クリーブランドに設立されており、100年以上の歴史を持っている仕組みです。近年、日本でもコミュニティ財団の認知度は高まってきており、みんなつくる設立当時(2012年9月)の日本でのコミュニティ財団はまだ数えるほど(中国四国地方ではみんなつくるだけ)でしたが、本書作成時点では、全国各地に設立もしくは設立準備組織が出来ています。東日本大震災以降、寄付をすることへの意識が高まっているにも関わらず、「どのようなところに寄付したらいいのか」「どのように活用されているのか」ということに疑問を感じている方が多くおり、また、多くの市民公益団体でも寄付を集めたいという意識は高いながらも、どのように取り組んでいいのか分からない状況にあります。このような背景から、国内においてもコミュニティ財団の必要性が高まっていると言えます。

コミュニティ財団としての機能を高めていくために、寄付の権利を保障し、意志を持って寄付や社会的な投資が出来る環境をつくっていく必要があります。しかし、岡山県における寄付の実態を示した文献、書籍は充実しているとは言えない状況であり、岡山県のコミュニティ財団である当財団が岡山県における寄付の状況や事例を数年ごとにまとめた「おかやま寄付白書」を発行していくこととなりました。

3. 寄付分析・アンケート調査の方法

寄付分析については、内閣府が運営する「内閣府NPOホームページ」、岡山市が運営する「つながる協働ひろば」に掲載されている決算書等のデータを使用しています。団体によっては未提出(未公開)の団体もあり、また遅れて掲載されている団体もあり、調査時点(2017年8月)時点での公開団体を対象にした調査であることを予めご了承ください。

アンケート調査は、2017年12月1日～12月25日に実施し、必要数に足りなかったため、追加で2018年1月6日～1月31日の期間で岡山県内の大学生、社会人それぞれ合計100名(回収数が100となるように実施)を対象に実施しました。

4. 用語解説

NPO

「Non-Profit Organization」又は「Not-for-Profit Organization」の略称で、様々な社会貢献活動を行い、団体の構成員に対し、収益を分配することを目的としない団体の総称です。したがって、収益を目的とする事業を行うこと自体は認められますが、事業で得た収益は、様々な社会貢献活動に充てることになります。NPOは法人格の有無を問わず、様々な分野(福祉、教育・文化、まちづくり、環境、国際協力など)で、社会の多様化したニーズに応える重要な役割を果たすことが期待されています。(注)法人格：個人以外で権利や義務の主体となり得るもの(内閣府NPOホームページより)

コミュニティ財団

コミュニティ財団とは、地域社会に対する知識を持ち、公共的関心を代表する者として選ばれた、市民により構成される役員会が運営する公共的な社会貢献機関であり、個人、企業、団体その他から寄付され、遺贈された多数の個別基金を管理します。(全国コミュニティ財団協会ホームページより)

ファンドレイジング

ファンドレイジング(Fundraising)とは、民間非営利団体(Non-Profit Organizations：日本では公益法人、特定非営利活動法人、大学法人、社会福祉法人などを含む)が、活動のための資金を個人、法人、政府などから集める行為の総称。主に民間非営利組織の資金集めについて使われる用語であるが、投資家や民間企業に関連する資金集めに使われる場合もある。(Wikipediaより)

ソーシャルインパクトボンド(SIB)

官民連携の社会的インパクト投資の手法の一つである。行政サービスを民間のNPOや企業に委託し、民間の資金提供者から調達した資金を基に事業を行い、事業が予め合意した成果を達成した場合にのみ行政から資金提供者に報酬が支払われる。民間資金によって社会的コストを削減する事業が実施できれば、行政コストも削減されるうえ、資金提供者がリターンを受けることができるという仕組みであり、事前に設定された目標が達成されない場合、行政から資金提供者への支払いは発生しない。対象とする社会課題の性質、施策を行う事業者、目標の設定、評価機関、そしてそれらを管理する中間支援組織のいずれもが重要な要素となる。(Wikipediaより)

第2章 NPO 法人の 寄付と会費の状況

まず NPO 法人の概要や法人数の推移をお伝えし、
岡山県内の NPO 法人の寄付状況について明らかにしていきます。

1. NPO 法人の概要と岡山県の NPO 法人数

NPO 法人とは、1998 年 12 月に施行された日本の特定非
営利活動促進法に基づいて特定非営利活動を行うことを主
たる目的とし、同法の定めるところにより設立された法人
のことです。特定非営利活動法人と同意であり、本書では
NPO 法人で表記を統一しています。一般的に NPO 法人は
「事業で利益を出してはいけない」「無償で働いている(＝
ボランティア活動の一種)」と認識されている方が多いよう

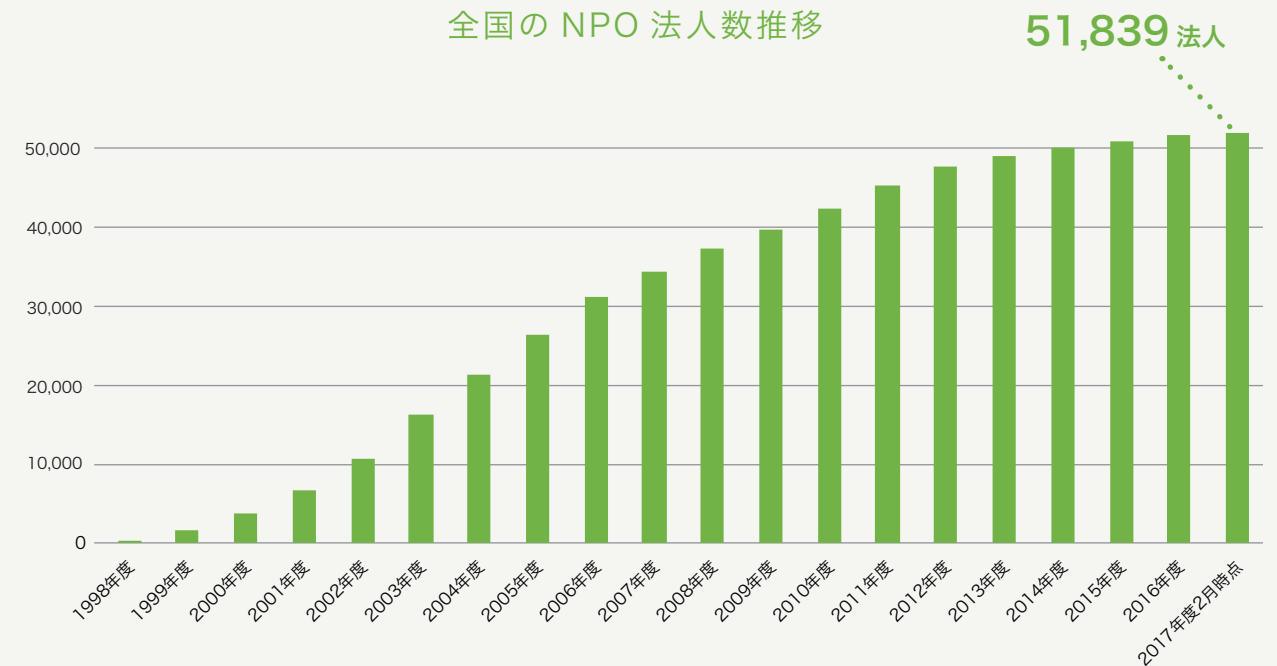
ですが、これは正しい理解ではありません。事業の性質上、
利益を出しにくかったり、思いに共感した人が集まり無償
で働いていたりするケースも多くありますが、団体の活動
を継続していくためには利益を出す必要があり、スタッフ
に給与を払うことも可能です。企業との大きな違いは、出
た利益を分配(配当)できず次の事業(ミッションの為)に
使う必要があるということです。

2017 年岡山県の NPO 法人数は 814 法人 2009 年から約 300 法人増えている。

内閣府の発表によれば、2017 年度 2 月末時点で全国の認
証 NPO 法人数は、51,839 法人でした。NPO 法人数の伸
び率は近年は緩やかになって来ていますが、特定非営利活
動促進法の施行以来 19 年間連続で伸び続けています。
岡山県内の NPO 法人数においても右肩上がり伸びてお
り、2017 年は前年比 0.6% 増となる 814 法人でした。

2009 年から 293 法人増えており(1 年あたりの平均増加
率 5.7%)、岡山市、倉敷市を中心とした県南に所在地を置
く NPO 法人が多い状況です。地域コミュニティが法人化
するケースや NPO 法人が身近となり、公益活動の法人＝
NPO 法人という意識をしている人も多いことから、今後も
法人数は伸びていくと推察されます。

全国の NPO 法人数推移



内閣府ホームページをもとに作成

注意：上記データは年度集計となっています

(4 月 1 日から 3 月 31 日までの集計、2014 年度のみ 2 月時点までの集計)

岡山県内の NPO 法人数推移



2. NPO 法人への寄付・会費

株式会社等の企業と同様に、NPO 法人においても事業収入による法人運営を目指している法人はたくさんあります。しかし、NPO 法人の事業内容は、企業が十分な利益を得ることができないため参入しない（または、参入できない）が、地域の人たちにとっては必要なものであることも多く、顧客からの直接の収入（対価）のみで法人運営や事業実施ができないことも多く、その事業目的の性質上、行政などからの事業委託や助成金によって活動が行われていることも多いです。しかし、活動を継続させ、発展させていくためには、寄付や会費といった事業への賛同者からの資金を集めることがとても重要になっています。この項目では、NPO 法人への寄付、会費についてみていきます。

寄付は「寄付者が自由に額を定め、その都度行う贈与的なもの」

会費は「団体の趣旨に賛同し、会員になった方が定められた額を支払うもの」

まずは、寄付と会費の違いを説明します。

寄付は、団体の運営や活動を支えるために、寄付者の裁量で自由に額を定め、その都度行う贈与的な資金のことを言います。寄付は、資金を出す側に「任意性」があり、「非対価性」を持っていないといけません。非対価性とは、ギブ&テイクではなく、何らかの直接的な便益を得る条件となっていないということです。

一方、NPO 法人の会費は、団体の趣旨に賛同し自らの意思で団体を支えようとする者が、その団体に了承され会員に

※「岡山県内 NPO 法人の寄付の状況」は、内閣府が運営する「内閣府 NPO ホームページ」、岡山市が運営する「つながる協働ひろば」に掲載されている決算書等のデータ（2017 年 8 月時点）を元に集計・分析しています。原則として決算書で寄付と書かれたものを集計していますが、寄付と書かれていても明らかに助成金と思われるものや、違う費目であると思われるものは除外しています。また、今回の調査においてはボランティア等の人的資源の寄付は含んでおりません。

なって定められた額を支払うものです。そのため、NPO 法人への寄付と NPO 法人の会費はイコールではありません。会費の中でも、賛助会員のように議決権もなく会員特典がないものである場合、寄付と同様に「贈与（活動の応援）」の意味合いが強いものも多く、その会費の内容（主旨）によって取り扱いを判断する必要があります。本書では、会費を「贈与（活動の応援）」の意味合いが強く寄付に近い位置づけであるとして、寄付分析に組み込み、寄付と会費にわけて分析をしています。

寄付と会費の違い

	金額	タイミング	対価性
寄 付	任意	随時（自由）	なし （社会的価値）
会 費	規約等で規定	月額や年額などが決まっている	ある場合もある（議決権等） ※ない場合は、税法上も寄付と同様の扱い

3. 岡山県内 NPO 法人の寄付総額と会費総額の推移

2016 年度の岡山県内 NPO 法人への寄付総額は 5 億 8,094 万円。

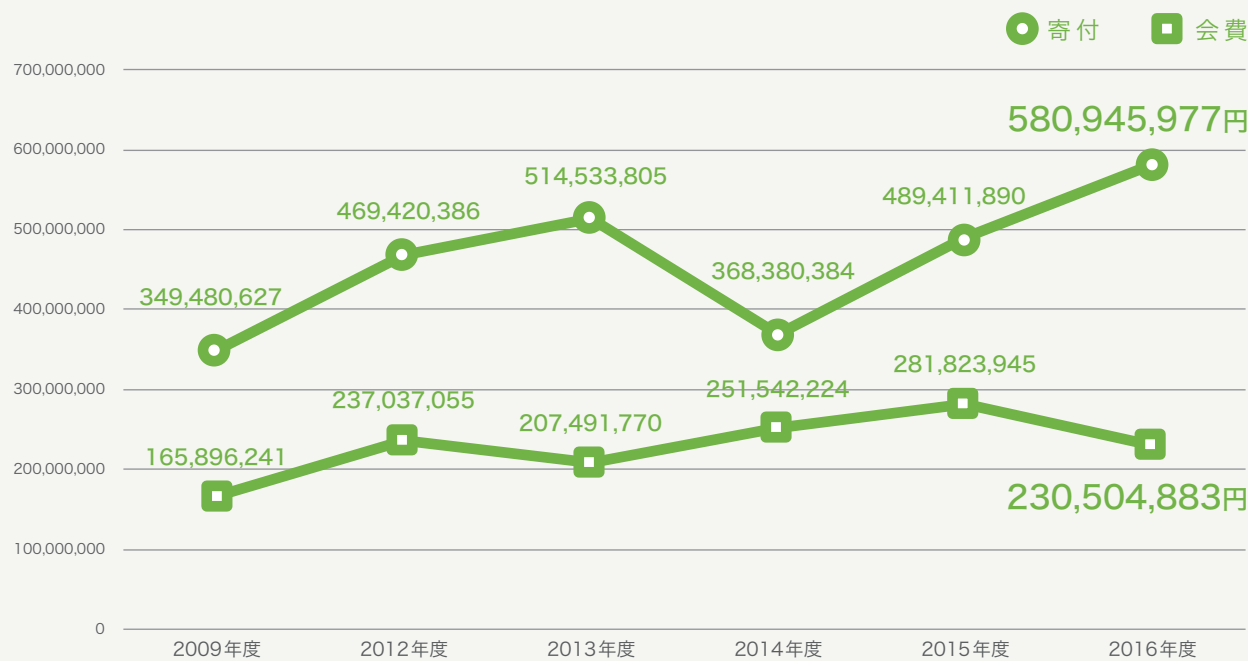
2009 年度に比べて約 1.7 倍増加。

2016 年の日本国内個人寄付総額は、7,756 億円でした。2009 年の 5,455 億円に比べて約 1.4 倍増加しており、東日本大震災により寄付への関心が高まったことが大きな要因となっています。（参考：寄付白書 2017（日本ファンドレイジング協会））

岡山県内 NPO 法人への寄付についても同様に増加傾向にあり、2009 年度では 3 億 4,948 万円であった寄付額は、2016 年度では 5 億 8,094 万円と約 1.7 倍になりました。※日本国内個人寄付総額は 1～12 月の年集計、岡山県内 NPO 法人への寄付総額および当財団への寄付総額は、4～3 月の年度集計となっております。なお、岡山県内 NPO 法人への寄付総額の 2014 年度が落ち込んでいるのは、2012 年度、2013 年度に数千万円規模の突発的な寄付があった団体があることと、2014 年に岡山湯

郷 Belle が NPO 法人から一般社団法人になり本書の集計から外れたことが理由だと推測されます。また、2014 年度から岡山市の「つながる協働ひろば」の運営がはじまっており、提出先（諸官庁）の変更に伴い、団体によっては、費目の変更等があった可能性もあります（2013 年度以前寄付として計上されていたものが、実際は寄付でなかった可能性があります、検証できておりません）。ただし、前述のとおり 2013 年以前は、突発的な寄付の影響が顕著にみられますが、2014 年以降は、毎年継続して 100 万円以上集めている団体が増えてきており、平均的に寄付ニーズが高まり、増加傾向にあることは間違いないと考えられます。会費も増加傾向にあり、2009 年度の 1 億 6,589 万円から約 1.4 倍増加し、2016 年度には 2 億 3,050 万円になりました。

岡山県内 NPO 法人への寄付金額合計と会費金額合計



2012～2016 年度の寄付・会費金額は内閣府ホームページ掲載の活動報告書から作成（2012 年度 687 法人中 615 法人の累計、2013 年度 760 法人中 571 法人の累計、2014 年度 746 法人中 625 法人の累計、2015 年度 775 法人中 625 法人の累計、2016 年度 804 法人中 615 法人の累計）2009 年度は岡山県（2011）「NPO 法人経営実態把握事業報告書」のデータを元に作成

4. 岡山県内 NPO 法人の寄付の状況

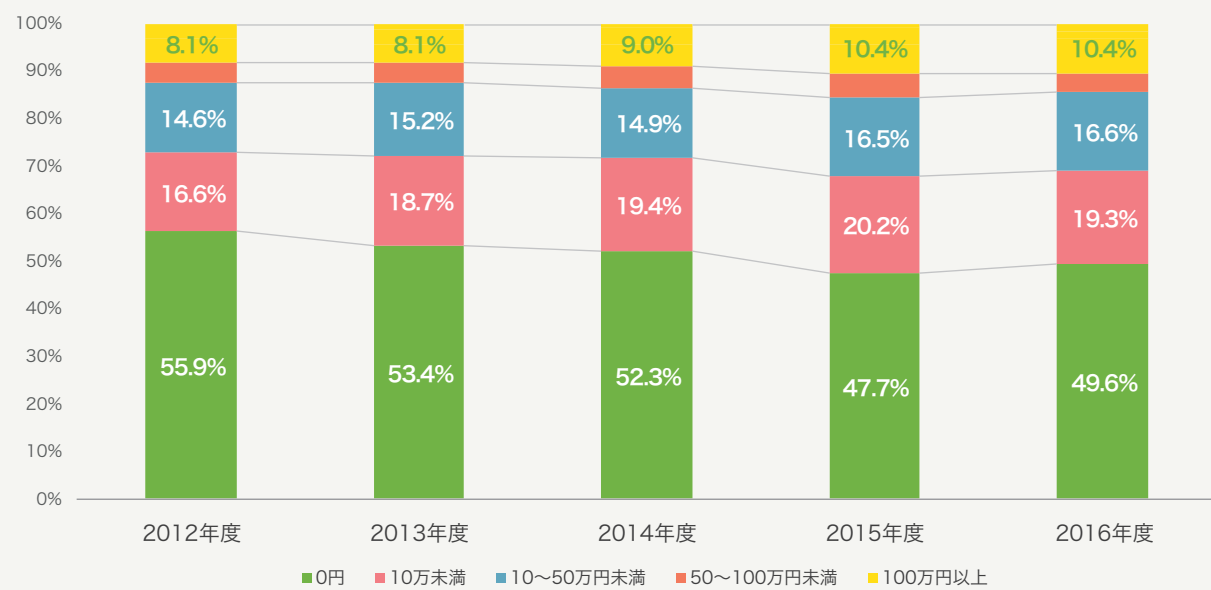
岡山県内 NPO 法人の半数は寄付金が 0 円。

寄付を 100 万円以上集めている法人は 1 割のみ。ただし増加傾向にあり。

寄付総額の規模を団体で比較すると、2016 年度は岡山県内の NPO 法人の半数 (49.6%) で寄付金は全く集まっておらず、2012 年度の 55.9% よりも改善されてきてはいますが、依然として多くの法人が寄付を集めることができて

いない状況です。一方、100 万円以上の寄付金を集めている団体は、2012 年度の 8.1% に対して、2016 年度では全体の 10.4% となりました。

寄付総額別団体数集計の推移



	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度
1000万円以上	3 (0.5%)	7 (1.2%)	6 (1.0%)	6 (1.0%)	9 (1.5%)
300～1000万円未満	16 (2.6%)	17 (3.0%)	20 (3.2%)	22 (3.5%)	10 (1.6%)
100～300万円未満	31 (5.0%)	22 (3.9%)	30 (4.8%)	37 (5.9%)	45 (7.3%)
50～100万円未満	25 (4.1%)	26 (4.6%)	28 (4.5%)	33 (5.3%)	25 (4.1%)
10～50万円未満	90 (14.6%)	87 (15.2%)	93 (14.9%)	103 (16.5%)	102 (16.6%)
10万未満	102 (16.6%)	107 (18.7%)	121 (19.4%)	126 (20.2%)	119 (19.3%)
0円	344 (55.9%)	305 (53.4%)	327 (52.3%)	298 (47.7%)	305 (49.6%)
総計	615	571	625	625	615

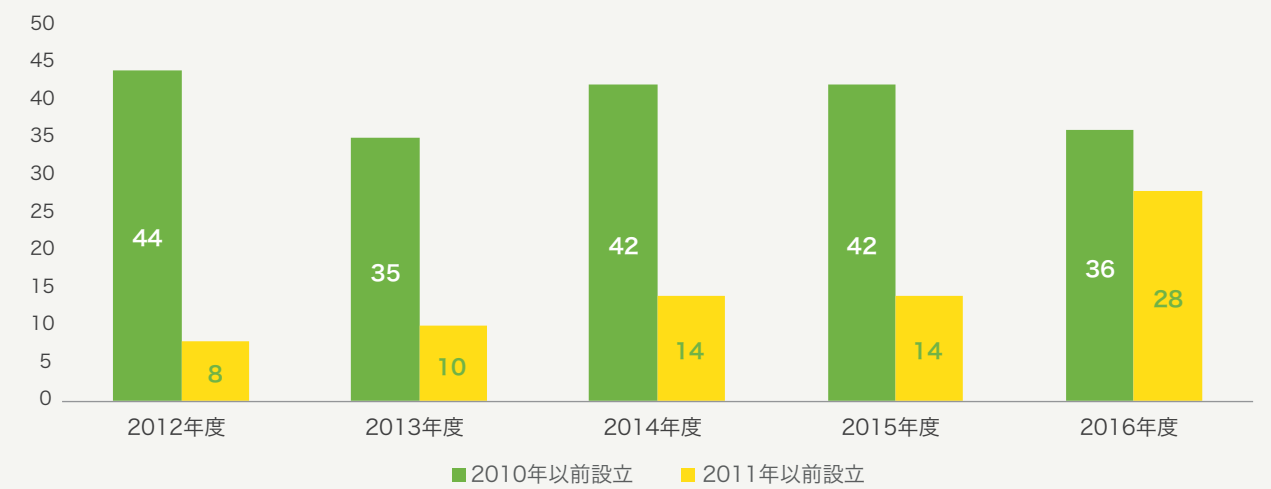
100 万円以上の寄付を集めている法人は増加傾向にある。

2011 年度以降設立の団体は 8 団体に 1 団体が 100 万以上を集めている。

NPO 法人の寄付は、支援者が亡くなった時や企業の周年記念など特別な時の寄付もたくさんありますが、近年は、継続して寄付を集める団体が増えてきています。特に 2011 年度以降設立の団体は当初から寄付を運営資源と考え経営をしている団体が多く、100 万円以上を継続している団体も多くあります。2012 年度から 2016 年度の寄付の傾向

をみると、2010 年度以前に設立の団体のうち、100 円万以上を集めている団体は 6 ～ 8% くらいですが、2011 年度以降設立の団体は、1 割以上の団体が 100 万円以上を集めており、2016 年度時点では、2011 年度以降に設立した団体のうち 8 団体に 1 団体程度が 100 万円以上の寄付を集めています。

設立年数別 寄付総額 100 万円以上の団体数推移



寄付総額上位 10 とそれ以外の推移

	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度
寄付TOP10	310,746,104 (66.2%)	374,979,768 (72.9%)	197,953,391 (53.7%)	291,173,424 (59.5%)	411,006,562 (70.7%)
11位～	158,674,282 (33.8%)	139,554,037 (27.1%)	170,426,993 (46.3%)	198,238,466 (40.5%)	169,939,415 (29.3%)
総計	469,420,386	514,533,805	368,380,384	489,411,890	580,945,977

寄付総額上位 100 とそれ以外の推移

	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度
寄付TOP100	452,655,081 (96.4%)	501,356,662 (97.4%)	348,735,461 (94.7%)	462,055,507 (94.4%)	558,511,607 (96.1%)
101位～	16,765,305 (3.6%)	13,177,143 (2.6%)	19,644,923 (5.3%)	27,356,383 (5.6%)	22,434,370 (3.9%)
総計	469,420,386	514,533,805	368,380,384	489,411,890	580,945,977

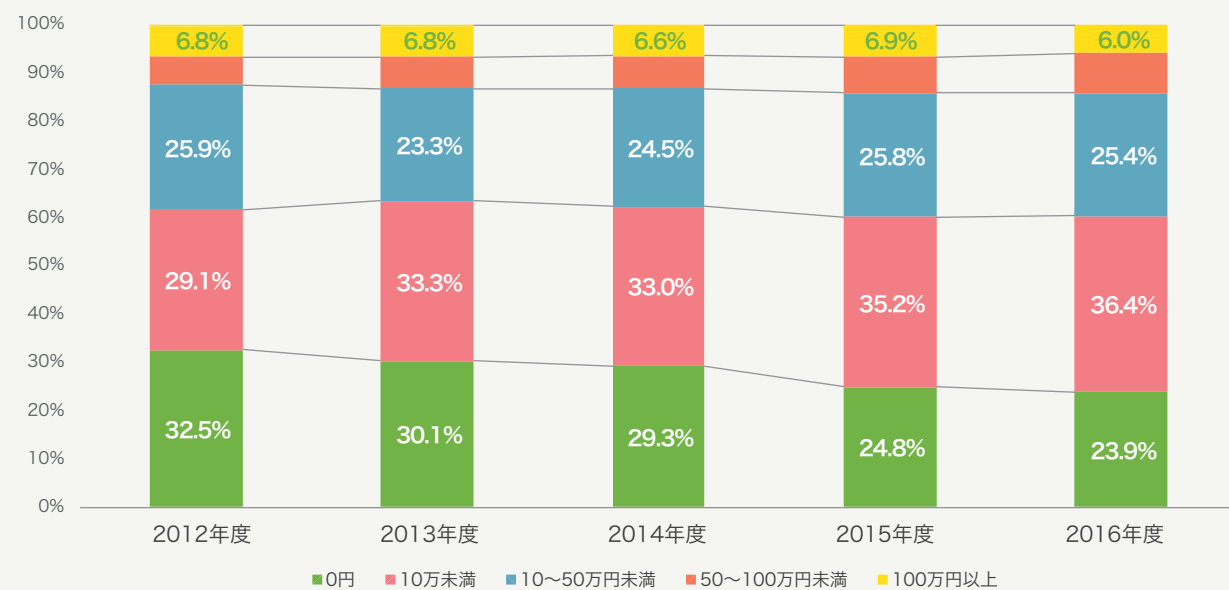
5. 岡山県内 NPO 法人の会費の状況

**全く会費を集めることができていない団体が減り、
少額ではあるが会費を集めることができる団体が増えている。**

会費が全く集まっていない岡山県内の NPO 法人は、2012 年度では 32.5% でしたが、2016 年度に 8.6% 減の 23.9% となりました。また、会費が 100 万円未満の団体は、2012 年度では 60.7% でしたが、2016 年度では 70.1% に増えています。一方、100 万円以上の会費を集めることができている団体は、2012 年度の 6.8% に対して、2016 年度には 6.0% となっており、大きな変化はありませんでした。

NPO 法人数は年々増えている中で、会費 0 円の団体が減り 100 万円未満の団体が増えていることは、従来は、数名の人物が中心となり設立のために会員を募り、入会してもらったものの、活動に積極的にかかわっておらず、会費納入にはつなげていないケースもあったのではないかと推察しますが、近年では、共通の思いを持ったメンバーで組織上げを行っているケースも増えてきており、会員の関わりが以前より主体的になってきているのではないかと推

会費総額別団体数集計の推移



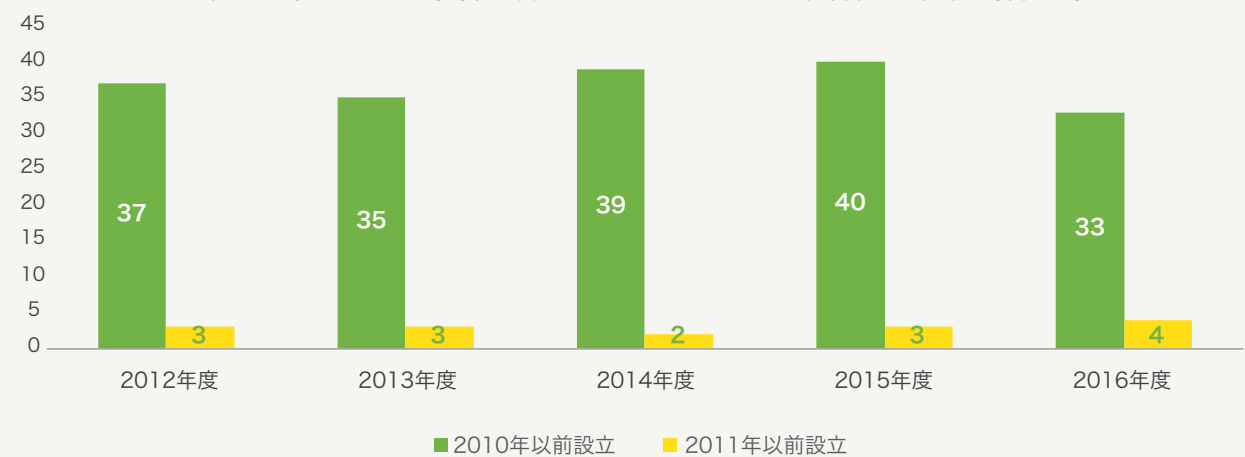
	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度
1000万円以上	3 (0.5%)	2 (0.4%)	2 (0.3%)	2 (0.3%)	2 (0.3%)
300～1000万円未満	12 (2.0%)	12 (2.1%)	11 (1.8%)	13 (2.1%)	12 (2.0%)
100～300万円未満	27 (4.4%)	25 (4.4%)	28 (4.5%)	28 (4.5%)	23 (3.7%)
50～100万円未満	35 (5.7%)	37 (6.5%)	42 (6.7%)	46 (7.4%)	51 (8.3%)
10～50万円未満	159 (25.9%)	133 (23.3%)	153 (24.5%)	161 (25.8%)	156 (25.4%)
10万未満	179 (29.1%)	190 (33.3%)	206 (33.0%)	220 (35.2%)	224 (36.4%)
0円	200 (32.5%)	172 (30.1%)	183 (29.3%)	155 (24.8%)	147 (23.9%)
総計	615	571	625	625	615

100 万円以上の会費を集めている法人数は横ばい。

寄付と違い、100 万円以上会費を集めている団体は横ばい傾向にあります。子ども関係の団体など互助の延長から設立した団体は、従来から会費を資金の中心としており、継続して一定額以上の会費を集めています。

2011 年度以降設立の団体でも会費 100 万円以上の団体数は横ばい傾向にあり、「団体の活動をともにする人は会員となり、活動を外から応援する人は寄付する」という関わり方が明確になってきているのではないかと推察します。

設立年数別 会費総額 100 万円以上の団体数推移 (件数)



会費総額上位 10 とそれ以外の推移

	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度
会費TOP10	108,421,286 (45.7%)	93,489,849 (45.1%)	120,667,857 (48.0%)	141,305,353 (50.1%)	102,939,515 (44.7%)
11位～	128,615,769 (54.3%)	114,001,921 (54.9%)	130,874,367 (52.0%)	140,518,592 (49.9%)	127,565,368 (55.3%)
総計	237,037,055	207,491,770	251,542,224	281,823,945	230,504,883

会費総額上位 100 とそれ以外の推移

	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度
会費TOP100	205,685,860 (86.8%)	180,898,022 (87.2%)	216,569,523 (86.1%)	243,330,707 (86.3%)	195,992,816 (85.0%)
101位～	31,351,195 (13.2%)	26,593,748 (12.8%)	34,972,701 (13.9%)	38,493,238 (13.7%)	34,512,067 (15.0%)
総計	237,037,055	207,491,770	251,542,224	281,823,945	230,504,883

近年の寄付トレンドと 寄付への意識調査

1. 近年の寄付トレンド

TREND
1

遺贈寄付「2割の人が相続財産の一部を寄付することに関心を持つ時代」

一般には、お亡くなりになる方が、遺言によって、財産の全部または一部を法定相続人または法定相続人以外の人（自然人または法人）に無償で譲渡（贈与）することを「遺贈」といいます。遺言による寄付（遺贈）に加えて、相続財産の寄付、信託による寄付、の3つを総称して「遺贈寄付」と言います。遺贈寄付について、40歳以上の男女の21%が相続財産の一部を寄付することに関心があるという調査結果があります。しかしながら、遺贈寄付の意思のある人のうち、実際に遺言を作成している人は3.9%にとどまります。この「思い」と「実現」のギャップをどう埋めることができるのかということが、今、遺贈寄付を考える必要がある第一の理由です。

日本の年間相続額は日本総研の試算では37兆円から63兆円です。2015年度予算での国の税収が約60兆円です。

TREND
2

寄付月間「2017年公式認定企画は127件、子どもが発案した企画も増加」

寄付月間は、「欲しい未来へ、寄付を贈ろう。」を合言葉に、NPO、大学、企業、行政などで寄付に係る主な関係者が幅広く集い、寄付が人々の幸せを生み出す社会をつくるために、12月1日から31日の間、協働で行う全国的なキャンペーンです。2015年からスタートしたこの寄付啓発キャンペーンは、初年度から賛同パートナー数、企画数も4倍となり、テレビ、新聞、雑誌などメディアにも取り上げられました。3年目の2017年は、子どもが発案した企画も増え、

ので、ほぼ匹敵する金額です。世界的に先進国が高齢化する中で、諸外国でも遺贈寄付の役割が改めて注目されています。少子高齢化社会において、すべての社会課題の解決を税金と行政だけで担うことが困難になってきています。そうした中で、自分らしい人生の集大成の在り方を叶え、次世代のために、遺贈寄付を通じて社会への「恩返し」をしようとする人たちが少しずつ増えてきているというのが日本においても見られます。寄付白書の調査では、2014年の1年間に70歳代の男女の60.8%が何らかの寄付をしており、全体平均の43.6%よりもかなり大きいことがわかります。年齢を重ねるにつれ、寄付への関心と行動が高まり、その集大成としての遺贈寄付があると言えます。（「遺贈寄付とは」いぞう寄付の窓口（全国レガシーギフト協会）<https://izoukifu.jp/consideration/about/>）

小学生新聞等からの発信もありました。寄付月間」が幅広く認知され、NPOのみならず、企業、自治体、大学などの参加も増え、オール日本での取り組みとなってきました。寄付月間公式認定企画として、127件が立ち上がり、全国で様々なキャンペーンやイベントが実施されました。このキャンペーンには、502の企業、自治体、NPO法人、大学などが寄付月間に賛同しています。（寄付月間2017報告書（寄付月間推進委員会）より）

TREND
3

クラウドファンディング「市場規模が745億円以上に」

寄付白書2014では、寄付集めのひとつの方法として、クラウドファンディングという手法を使ってNPO法人や企業が実際に行った寄付集めや寄付活用の事例を紹介しました。クラウドファンディングには、寄付型以外にも購入型、投資型があります。2014年時点ではクラウドファンディングという言葉を知らない人も多くいましたが、総務省の発表によれば2016年時点で20代～60代の半数（49.8%）が認知するまでに至りました。特に、30代では約7割（66.5%）の人が認知しており、特に関心の高い層だということがわかります。（参考：平成28年版情報通信白書（総務省））

矢野経済研究所が発表した「国内クラウドファンディング市場の調査（2017）」によると、2017年6月末でのクラウドファンディングを扱う企業数等は170社程度、そのうち独自にウェブサイトを開設している企業は70社弱、プラットフォームを利用した自治体や一般企業等のウェブサイトは100社強と推定されています。2016年度の国内クラウドファンディングの市場規模は、新規プロジェクト支援額ベースで、前年比96.6%増の745億5100万円、類型別では、購入型が支援額ベースでは8.4%ではありますが、年間で述べ50万人が支援をしていて、最も支援者が多くなっています。寄付型については年度

により増減はありますが、数億円規模で推移、規模は増加傾向にあります。投資型（ファンド型）については、大型案件が達成されると大幅に増加しますが、ここ数年は減少傾向にあるようです。

2017年には、クラウドファンディングサービスの一つである「Makuake」にて、購入型クラウドファンディングにおける国内資金調達の最高額、約1億2,330万円が集まり話題となりました。また、朝日新聞社の運営するA-portでは、アイドルグループ解散の際、ファンからのメッセージを伝えるプロジェクトが立ち上がり、購入型クラウドファンディングにおける最高支援者数、13,103人を集めました。多くの共感を呼ぶ様々なプロジェクトにより、クラウドファンディングの認知も高まり、一般的に広がりを見せ、定着してきていることがわかります。

また、プロジェクトの内容に特化したもの（スポーツやアスリート、音楽やミュージシャンを応援するもの）や、目標金額が500円から数万円という小規模なサービスなど次々に出てきており、今後もクラウドファンディングの種類は増えていくと思われます。



2. 寄付への意識調査(アンケート)

岡山県内の大学生と社会人の寄付に対する意識調査の為、アンケート調査を実施しました。
アンケート用紙を配布のうえ回収し、社会人、学生それぞれの回収数が100になるまで実施しました。

調査期間	2017年12月1日～12月25日(追加調査2018年1月6日～1月31日)
調査対象	岡山県内の社会人100名、岡山市内の大学生100名
社会人の属性	岡山市内在住、在勤者の社会人(岡山市内の団体へアンケートを配布) ※一部、市外のセミナーやイベント参加者を含む 年 代：20代25%、30代16%、40代28%、50代24%、60代5%、70代2% 男女比：男性44%、女性49%、未回答7%
学生の属性	回答者の所属する大学は、岡山大学、ノートルダム清心女子大、就実大学、中国学園大学。 学 年：大学1年生31%、大学2年生21%、大学3年生40%、大学4年生5%、大学5年生1% 大学院生1%、未回答1% 男女比：男性44%、女性49%、未回答7%
注意点	複数回答でない項目にも複数の回答を記入していた場合には、全ての回答を含め集計しています。

アンケート結果の要点ピックアップ！

●社会人と学生の寄付の共通点

- Point 1 61%の人が寄付先を選ぶのに必要な情報は「団体の活動内容」と考えている。
- Point 2 寄付しない理由は、経済的な理由を除くと、声をかけられたことがないから。
- Point 3 寄付した人の65%は、寄付後に何もアクション(情報収集等)していない。
※割合は、社会人と学生の平均値です。

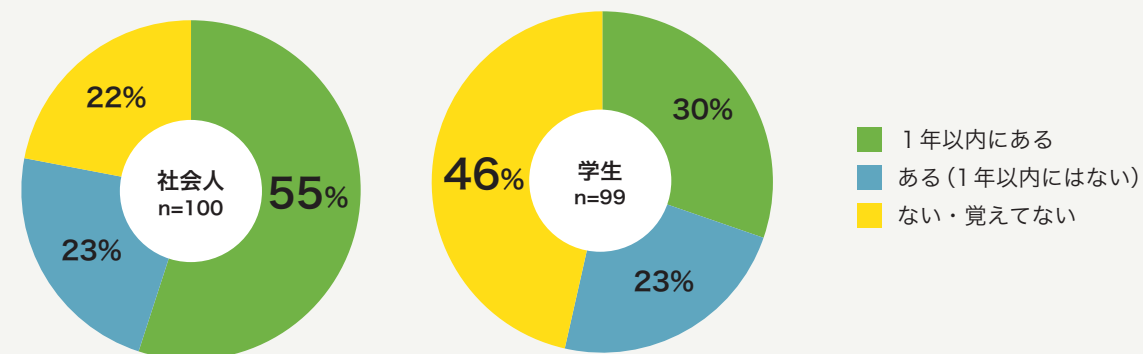
●社会人による寄付の特徴

- Point 1 約8割の人が寄付の経験あり。
- Point 2 募金箱だけでなく、43%の人が団体を指定した寄付をしている。
- Point 3 寄付付き商品の購入意欲が高く、何か社会にいいことをしたいという意識が強い。
- 考 察 社会参画や貢献した意欲をカタチにする情報提供や参加機会提供が必要。

●学生による寄付の特徴

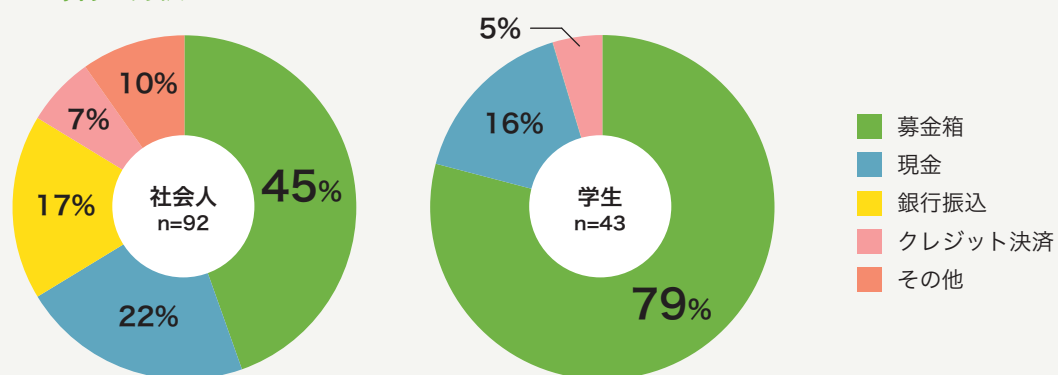
- Point 1 寄付の79%は募金箱。
- Point 2 寄付をした人でも何への寄付が意識していない人が50%以上いる。
- Point 3 社会活動に関心があっても36%の人が何もしていない。
- 考 察 NPO 団体は情報提供やボランティア参加の機会提供をしていく必要あり。

Q1 寄付したことがありますか？

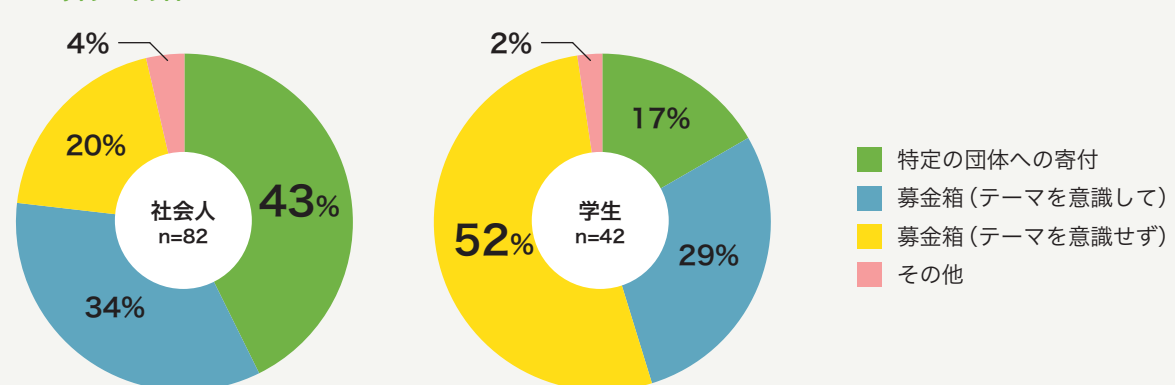


Q2 Q1で「1年以内にある」と回答された方はその方法と内容は何ですか？

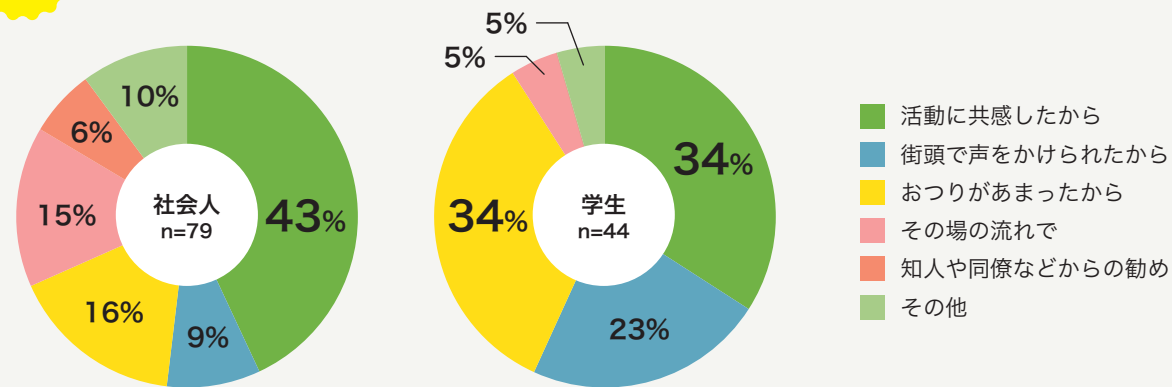
＜寄付の方法について＞



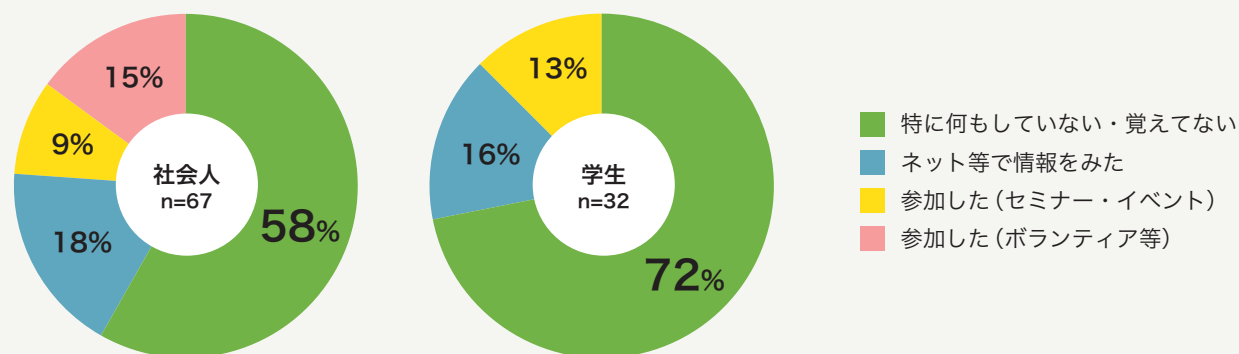
＜寄付の内容について＞



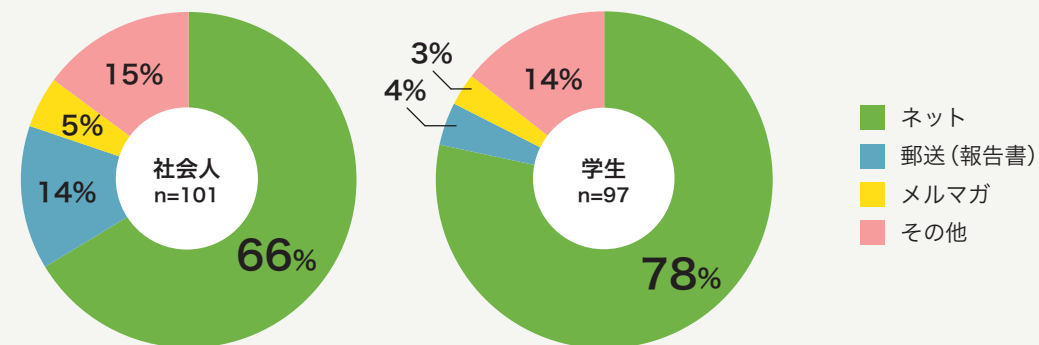
Q3 Q1で「1年以内にある」と回答した方は、寄付したきっかけは何ですか？



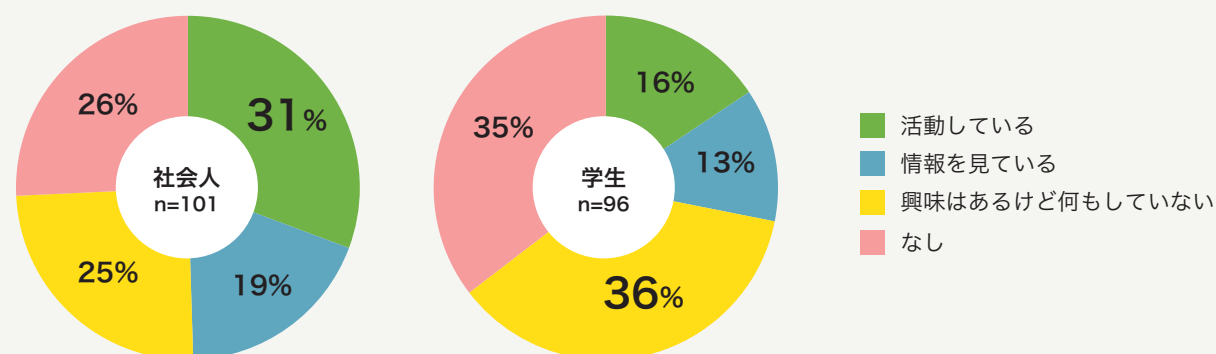
Q4 Q1で「1年以内にある」と回答した方は、その後に寄付先の活動に参加したり、調べたりしましたか？



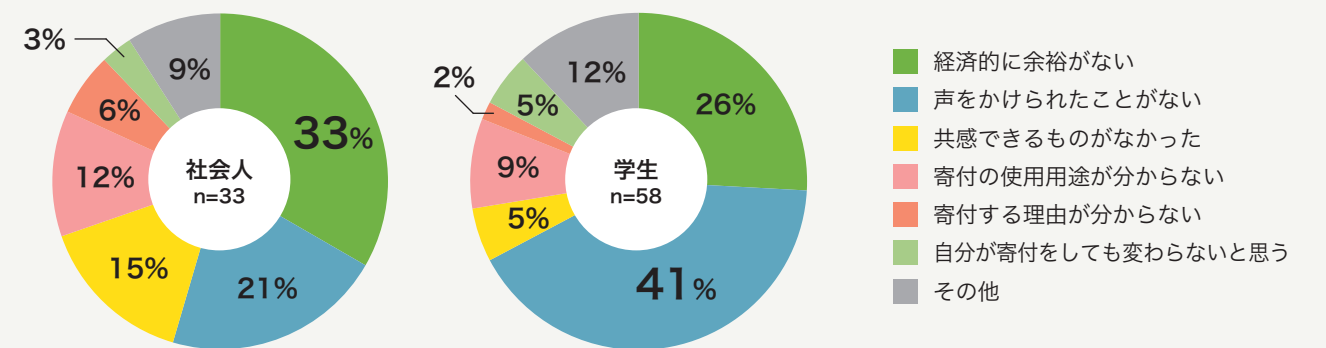
Q5 NPO 活動等の情報収集の方法を教えてください。



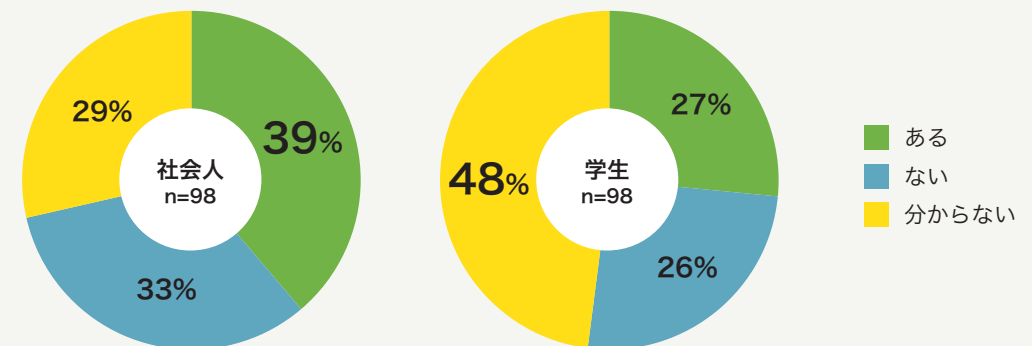
Q6 NPO 法人や社会活動との関わりについて教えてください。



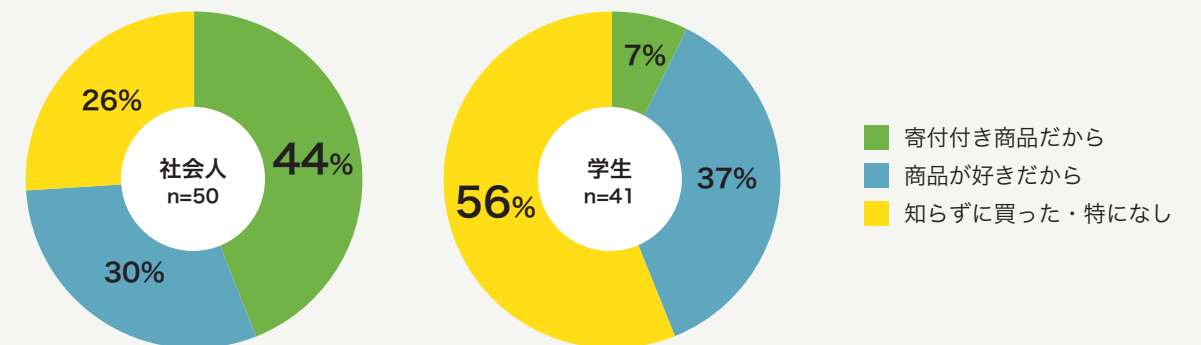
Q7 Q1で「ある(1年以内にはない)」「ない・覚えてない」を選んだ人は寄付しない理由を教えてください。



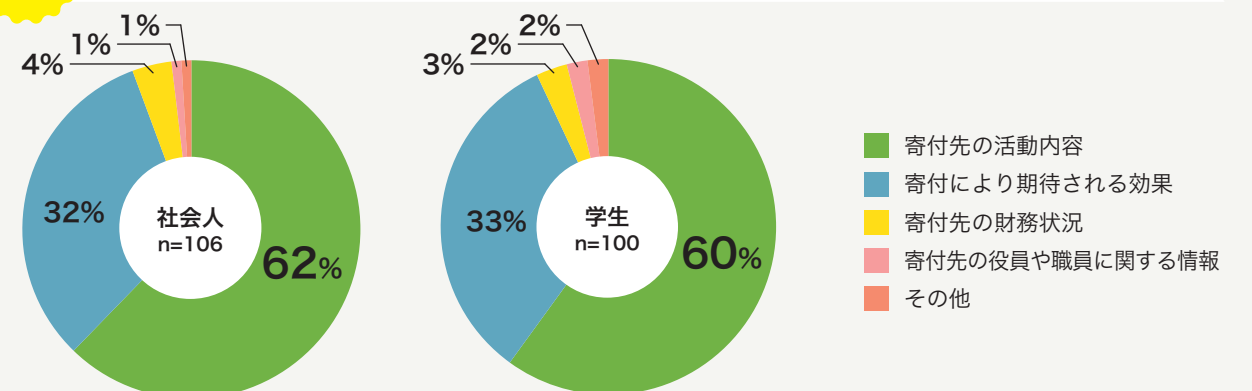
Q8 寄付付き商品を購入したことがありますか？



Q9 寄付付き商品を購入したことがある方は、その理由を教えてください。



Q10 寄付・募金をするために必要な情報は何か？



第4章 みんなでつくる財団おかやまの取り組みについて

1. 寄付型のクラウドファンディング「割り勘事業」の分析

地域版クラウドファンディング「割り勘」。

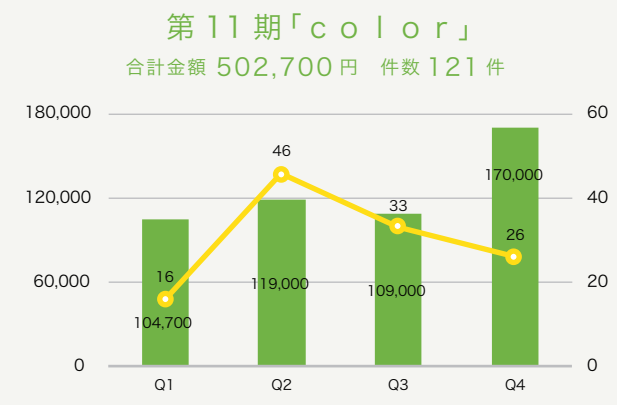
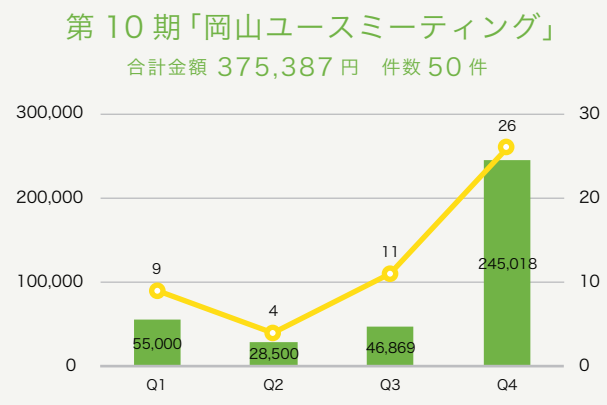
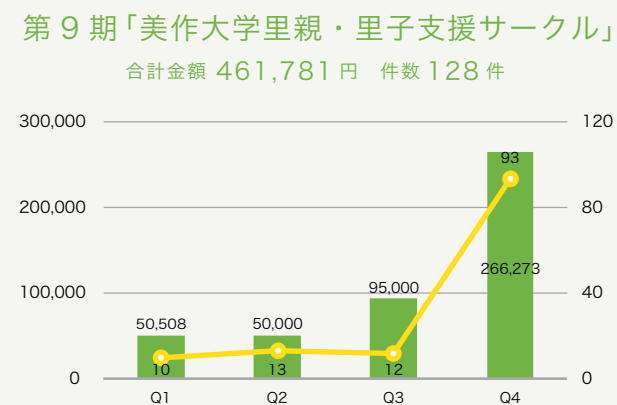
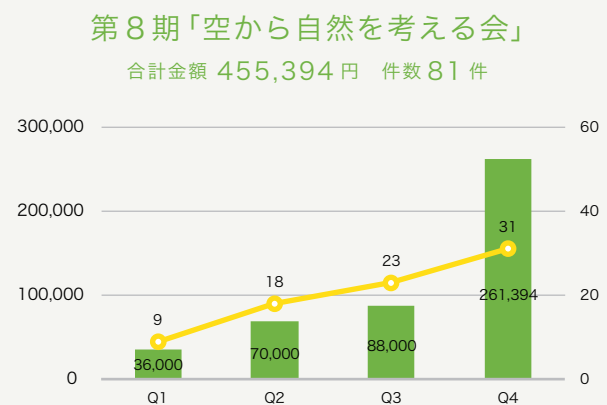
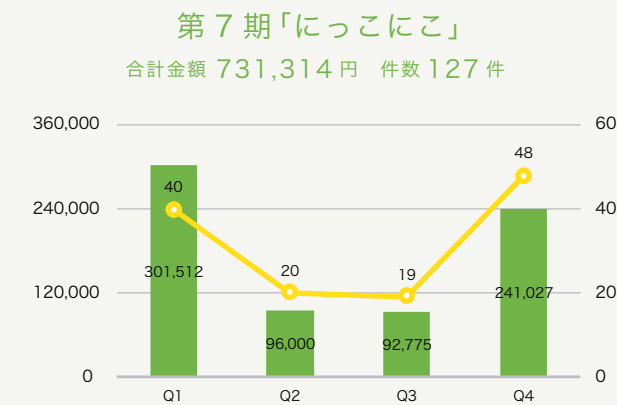
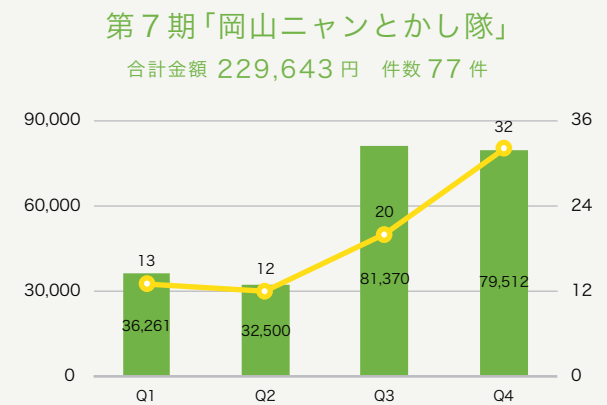
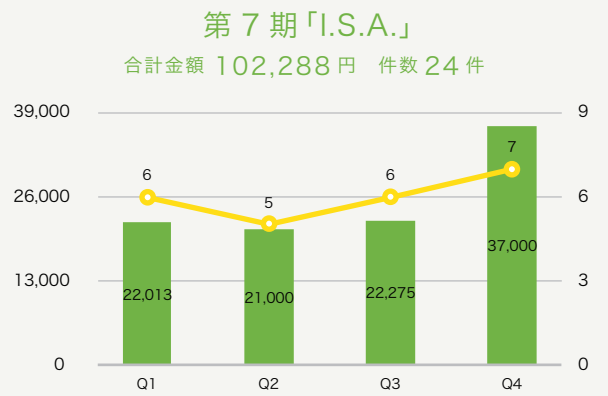
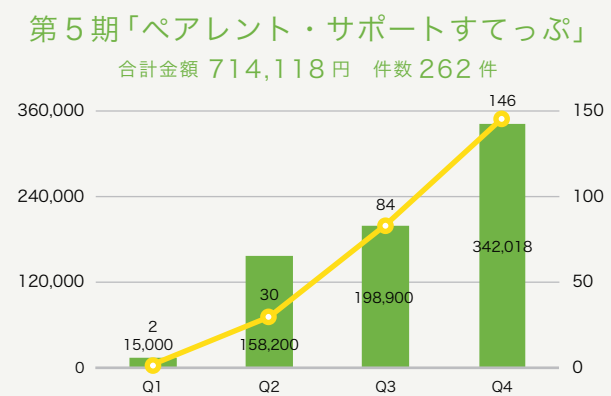
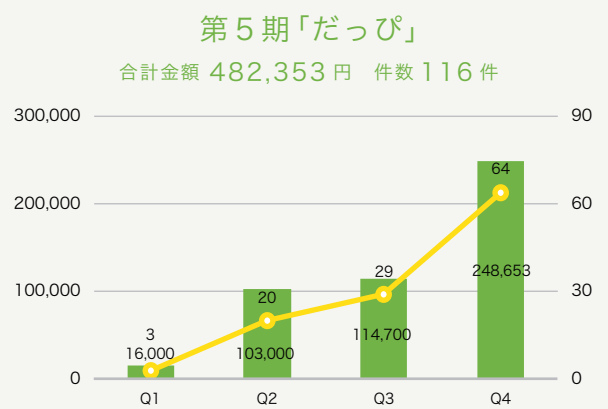
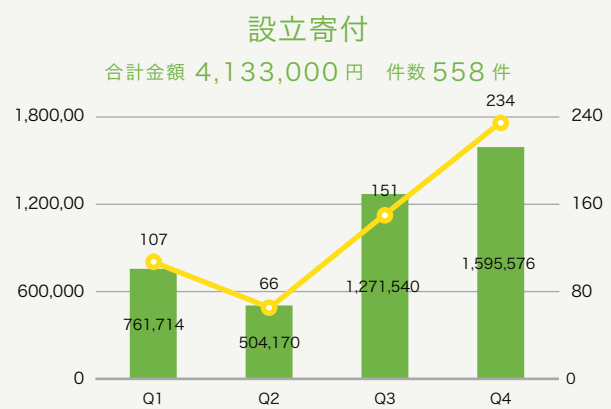
「広く多くの方に知ってもらい、継続支援を増やす」という意識が重要。

当財団では、地域版クラウドファンディングである「割り勘で夢をかなえよう！事業指定助成プログラム」、通称「割り勘」という寄付を原資とした助成事業を行っています。一般的に、クラウドファンディングによる資金調達には、「開始直後」「終了直前」で資金が集まり、中盤では資金が集まりにくいという傾向があります。第2期から第4期まではQ3での寄付金額が落ち込み、終了直前で寄付金額が伸びるという一般的なクラウドファンディングの資金調達の特徴と同じ傾向がでていました。そこで、みんなの「割り勘」の特徴となる仲間を増やすということを視点に、その成功モデルと考えられる「みんな設立寄付の状況」を分析し、第5期割り勘事業に取り組みました。設立寄付の状況と第5期の割り勘事業のプロセスと結果をもとに、割り勘ワークブックの作成等、研修体制等を整備しました。（詳細は、おかやま寄付白書2014参照）ここでは、設

立寄付や第5期割り勘の状況と、研修体制整備後の第7期から第11期までの各期の実施期間をそれぞれ4分割し（Q1～4）、寄付集めの状況を比較しました。

NPO活動におけるクラウドファンディングでは、イベント性が強いものになってしまうと一時的な資金は得ることが可能でも、継続した実施には繋がりにくくなってしまいます。そのため、「広く多くの方に知ってもらい、継続支援者を増やす」ということを強く意識したクラウドファンディングの実施が必要です。

そのため、割り勘事業では、「広く多くの方に知ってもらう」ということに力を入れて実施しています。具体的には、実施団体が継続して寄付集めができるように「日々の寄付獲得の情報共有・相談対応」「中間地点での計画の見直し」を行うなど、発信体制のサポートを実施しています。



● 件数 ■ 金額

設立時と第5期の2事業は、継続した発信を心がけたことで、認知が高まり、終盤に近づくほどに寄付者が増加しました。

第7期「岡山ニャンとかしたい」は、当初、コアな支援者から単価の大きい寄付が集まりましたが、件数は伸びませんでした。継続して情報発信をした結果、後半に寄付者数を伸ばすことができました。

また、「にっこにこ」は学生団体であったため、年末年始やテスト期間中には情報発信や活動が思うように進みませんでした。そのため、寄付集めの中盤は寄付が減っています。このことから、情報発信が支援者の拡大に繋がるということが、数値からもよく分かります。

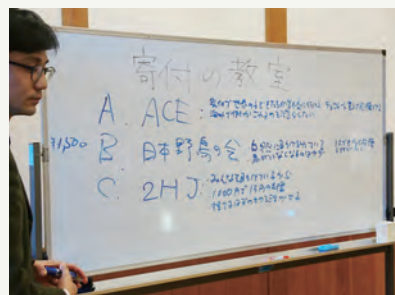
第8～11期はすべてのプログラムで達成率が100%を超えました。第9期、第10期は学生団体の取り組みだったため、やはり授業などの関係で寄付集め中盤には積極的な声掛けが難しい状況がありました。しかし、継続して声を掛けた結果、広がりを見せ、締め切り間際には、それまでに声を掛けていた多くの方が応援してくれました。

第11期の団体は、元々活動実績のある団体であり、説明会等の機会の度に寄付が集まりました。情報を伝える機会をつくれるかどうか寄付集めに大きく影響していることが改めてわかりました。情報提供や説明会等の機会を継続してつくることで、まだまだ寄付の支援者を集められるポテンシャルがあると推察しています。

2. みんなの取り組み(お金と寄付の教室)

みんなでは欲しい未来をつくるため、意思をもって、お金や資源をつかうため、お金と寄付の教室を開催しています。2017年12月には、認定特定非営利活動法人日本ファンドレイジング協会、コモンズ投信株式会社の協力をえて、

倉敷で開催しました。この講座では、おもちゃの一万円が手渡され、欲しいものを買う、貯金をする、誰かを応援するなど、「つかう」「ためる」「ふやす」「ゆずる」といったお金の4つの使い方を勉強してもらいました。



3. 今後のみんなの取り組みと白書の取り組み

今回のおかやま寄付白書は、2014年の改訂版として作成しました。そのため、NPO法人への寄付状況への分析を中心に行っていますが、公益法人制度も定着し、公益財団法人、社団法人でも多くの寄付を集めています。今後NPO法人以外の法人の寄付調査も行うことで、岡山県内の寄付の実態を明らかにしていきたいと思います。

また、NPO団体の多くは寄付を集める意欲はあっても、なかなか取り組みに至っていません。団体が寄付募集を始めるきっかけとして、割り勘事業など支援体制の整備をすすめていきます。あわせて、今回の調査で寄付者と気軽に問われる、情報が繋がる入口が必要であると再認識いたしました。寄付募集のツールとして、コミュニケーションのとれる募金箱の設置を進めていきたいと思っています。

4. あとがき

おかやま寄付白書 2018 の発刊には、就実大学経営学部から長期インターンに来てくれた堀江健太郎君をはじめ、社会人ボランティアや学生の方が参加してくれました。また、アンケート調査では、岡山市内の大学の先生やゆうあいセンタースタッフの方にもご協力いただきました。社会活動にはこうしたボランティアとしての関わりとあわ

せて、寄付での関わりがあります。寄付をひとつのきっかけとして社会に関わりやすい、自分ののぞむ町や未来をつくることに関わる機会の整備をすすめることで、本書製作に協力して下さったみなさんへの恩返しとしていきたいと思っています。多くのみなさまにご協力いただきありがとうございました。

おかやま寄付白書 2018 協力者一覧

制作スタッフ

石田篤史、堀江健太郎、服部祥子、椿貴裕、佐野純子、大島美紀、今井悟史、玉井良子

デザイン

株式会社 LogooDesign

発行日

2018年3月29日

発行者

公益財団法人みんなでつくる財団おかやま

〒700-0026 岡山市北区奉還町三丁目 15-8 奉還町第一ビル第 11 号

TEL : 086-239-0329 FAX : 086-899-6329

E-MAIL : info@mintuku.jp URL : www.mintuku.jp

制作にあたって受けた助成

この寄付白書は、真如苑「寄付文化創造事業」の助成により作成されました。

寄付文化を岡山でも醸成していくために、おかやま寄付白書を活用してまいります。