

日本における寄付意識と人道支援への関心

Donation Awareness and Interest in Humanitarian Aid in Japan

学生氏名：ハク ウセキ
指導教員 西向 堅香子

帝京大学 外国語学部 外国語学科 西向 堅香子ゼミ

キーワード：寄付意識、人道支援、国際協力、SDGs

1. はじめに

国際社会において、人道支援や災害援助には多大な資金が必要とされ、日本も経済大国として積極的に貢献する必要がある。しかし、日本国内では寄付への関心が低く、寄付文化が十分に根付いていない現状がある。日本ファンドレイジング協会（2021年）の調査によれば、寄付総額は増加傾向にあるものの、人口比で見ると依然として低水準にとどまっている。また、寄付行動が特定の年齢層や性別に偏っており、社会全体の寄付意識が十分に高まっていないことが課題となっている。

現在、私は日本における寄付意識に関する研究を進めており、人々が寄付に対して抱く考え方を探る中で、寄付に対する不安感や慈善団体への不信感が強いことが明らかになっている。SDGs 目標17「パートナーシップ」のもとで、複数の資金源からの動員が求められているにもかかわらず、日本国内では寄付文化が十分に浸透していない現状が、国際的な人道支援活動の資金不足の一因となっている。本研究では、日本人の寄付意識が低い背景を分析し、寄付文化の促進や人道支援への関心を高めるための具体的な方策を考察する。

2. 目的

本研究の目的は、日本社会における寄付意識の現状を分析し、その改善に向けた具体策を提案することである。国内外の寄付文化の比較を通じて、日本での寄付活動の普及に役立つアプローチを見出し、日本社会が人道支援に対してさらに積極的に貢献できる基盤を築くことを目指す。

3. 現状の分析と考察

日本において、寄付文化は未発達であり、多くの人々が寄付行動に対して不安感や不信感を抱いている。調査によると、およそ7割以上の人々が寄付に対して懐疑的な態度を持っており、また「自己責任」意識が強いため、他者を助ける行動に積極的でない傾向がある。欧米諸国では、寄付が社会的責任の一環として広く認識されている一方、日本の寄付市場は依然として小規模であり、寄付文化の成長が遅れている状況である。

4. 提案

日本社会における寄付意識を高めるためには、以下のような取り組みが有効であると考えられる。

- つながりと返礼を創出
寄付者と受益者の間に感謝やつながりを構築することで、寄付への動機を高めることが可能である。例えば、寄付された書籍に寄付者の名前を記載したり、寄付金の用途や成果を具体的に報告することで、寄付者が「支援が届いている」という実感を得られるようにすることが有効である。
- NPOの透明性向上
NPOの活動内容や成果を積極的に公開することで、寄付者の信頼を高めることが重要である。例えば、活動報告書の定期発行やイベントを通じて情報を公開し、NPOの透明性を確保することで、寄付者が安心して寄付できる環境を整えることが求められる。

- SNS や著名人の影響力の活用
SNS や著名人を通じて寄付活動の意義を訴え、共感を喚起することも効果的である。例えば、「アイスバケツチャレンジ」のような透明性のあるキャンペーンを通じて、寄付の重要性を広く訴えることができる。

5. 結論

日本における寄付意識の向上には、寄付の価値を社会全体で再認識し、寄付が自己責任と切り離された社会貢献行動であると理解することが必要である。つながりや返礼、透明性のある情報公開を通じて、寄付に対する信頼感を構築し、日本における寄付文化がより深く根付くよう努力する必要がある。これにより、日本が国際社会における人道支援への貢献度をさらに高めることが期待される。