

「賛同してくださる方は、ご協力を」。神奈川県葉山町で映画配給会社を経営する汐巻裕子さん(44)は東日本大震災の発生直後から、インターネット上の簡易ブログ「ツイッター」などで寄付を呼びかけた。

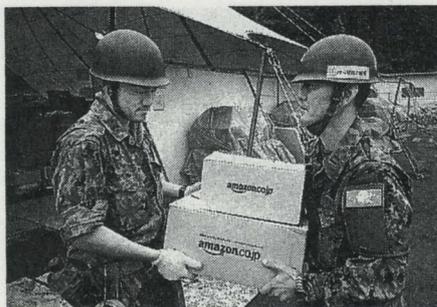
「ジャスト・ギビング・ジャパン」。自分が応援したいと思う非営利団体を指定し、ネットで友人らにその団体への寄付を呼びかける仕組みだ。昨年3月の開設後、同サイトを通じて集まった寄付金総額は1年間で3

### 国に頼らない

を集め、災害時の緊急支援を手がける民間団体に送り届けた。

## 分散の風景

日本では根付きにくいとされてきた寄付文化。日本ファンドレイジング協会(東京・港)によると、日本の国内総生産に



被災地にはネット経由で個人から支援物資が届いた(5月、岩手県大槌町)

神大震災の3倍規模だ。ただ義援金がなかなか被災地に届かない問題も浮上。使道もわかりにくい。ネットですぐに情報をやり取りする世代はもどかしさを感じ

ネットという仮想空間を通じて広がる善意の直送。寄付文化に詳しい大阪大学の山内直人教授は「寄付のルートが多様化してきたのは好ましい傾向」と指摘する。

## ネット活用、寄付で共助

3000万円。ところが震災後、7月までの総額は7億3500万円に膨らんだ。汐巻さんも海外の知人に映画のチャリティ上映会を開いてもらうなどして100万円以上

占める寄付の割合は2009年時点で0.12%。米国の1.6%、英国の0.68%に比べて小さい。

だが震災は意識を変え

都内に住む会社員の川

のサイト「たすけあおう

のが楽しみだ。はがきを

本田幸久、埴和也、川手伊織、鈴木大祐、杉原淳一、仲智美、平野麻理子が担当

(おわり)