

ワシントン DC 開発フォーラム BBL 議事録

「日本の非営利セクターの課題と可能性」

(講師プレゼン)

かねてから非営利セクターと資金の関係について考え、なぜ日本では非営利セクターに資金が集まらないのか疑問視してきた。米国での個人年間寄付額 22 兆円に対し、日本の個人の年間寄付額は 2,000 億円と 100 分の 1 以下の規模。アメリカは逆の極端という見方もできるが、英仏でも 2~3 兆円は集まり、日本の低さが突出している。このような状況を正確に把握できるように、「寄付白書」を作成することも考えているところ。

まず本日の参加者の間で、なぜ日本の寄付がこれほど低いのかを議論したい。(以下、参加者がグループに分かれて考えた要因を発表。矢印以下は講師コメント。)

- 税控除制度が日本では弱い。 日本には約 3.8 万の NPO があるが、このうち税控除が認定された組織は 90 機関のみ。一般的に個人は確定申告をしない日本の場合、税控除でどれだけ効果があるか確たることは言えないが、大口寄付者には影響しようし、また日本政府が税控除を認めた団体ということで、国民の見る目、空気が変わる可能性はある。
- 大口寄付ができる富裕層の少なさ。
- NGO の業務内容への信頼の低さ、逆に見れば公的目的は「官」が行うべきとの根本的認識。
特に地方部で高齢者が大口寄付を行う場合、最初にアプローチするのは行政であるケースが多い。そもそも NPO への接点が少ない。
- どの NGO に出せばいいのかわからない。また寄付した資金の使われ方がわからない。 会社四季報等の情報提供媒体がなかったら、日本でも個人株式投資がここまで発展したとは思えない。NPO についても、潜在的な寄付者に十分な情報を提示する媒体が必要。米国の場合、BBB Wise Giving Alliance や Charity Navigator といったメディアにより、情報公開が行われ、各 NPO のレーティングまで行われている。
- 宗教観の違い。 日本では賽銭などの小口の寄付は多い。アンケートによると日本人の 7 割は寄付を行っていると答えるが、その大半は賽銭。これを超える寄付に発展していない。
- 寄付を容易にさせるシステムがない。 日本の場合、NPO への寄付金送金のためには郵便局まで出向く必要あるケースが多い。本来、インターネットでクレジットカードを用いて寄付金の受入れができれば望ましいが、規正法上の問題でクレジットカード会社が寄付金決済に使うことを嫌がる。このため関連する議員立法を働きかけているところ。
- 社会・歴史的背景の差。 米国では学校教育で社会奉仕の必要性を叩き込まれる。米国にはボランティアや寄付は「社会への投資」という考え方が根付いている。フィランソロフィー教育の重要性は、我々も認識しているところ。

- 日本の場合、自分の見返りにならないものに支出する意識が低い。賽銭も現世利益のために行っている。 日本人は極めてプラグマティックな意思決定を行うとの研究結果。小さなコミュニティ内では、メンバーを助けることが将来的に自身に返ってくるのが確実に期待でき、昔の日本には助け合いの精神があり。「コミュニティ」の範囲がより広い対象に拡大されるよう、認識を変える必要あり。

日本で寄付が進まない理由として、自分たちは3つの階層に分けて考えている。第一の階層が「政策上の課題」。先ほどから話の出ている税控除の問題、NPOを経由した政策的支出の少なさ等が事例として挙げられる。第二の階層が「情報・資金の仲介の課題」。日本でも、日本財団やチャリティー・プラットフォームのような新たな団体が出てきてはいるが、まだ不十分。第三の階層が「NPO自身の課題」。米国のNPOは支援者に対し、極めて懇切丁寧なサービスを行っている一方、日本のNPOは支援者を満足させるコミュニケーション能力に欠けている。このような各階層の課題の結果、「社会が共有する成功・体験がない」という結果につながる。日本には寄付文化がないという言い方がよくされるが、これは正確ではない。このような課題を背景としているもの。

日本では寄付を行った動機を調査すると、「毎年のことだから」「頼まれたから」という受動的な動機が上位を占める。一方、米国等では日本では下位にある「自分の信仰心を高められる」「正しいこと、倫理的なことをしたい」という主体的な動機が上位を占めている。しかし日本のこのような状況も、今後は変わってくることが期待される。高齢者アンケートによると、その中でも比較的若い層になるほど、NPO活動への関心がある度合いが増え、60歳代前半では過半数を占める。日本の個人預金の大きな部分を占める高齢者層がNPO活動に参加することで、NPOへの資金の流れも変わってくるのではないかと。

また企業サイドでも社会貢献への認識が根付きつつある。自分は2002年を企業の社会貢献活動CSRの元年と見ているが、それから7年経ち、職場での募金、マッチング、NPO連携等を行っている企業が増えてきている。これは時流に乗ってCSR活動に参加した企業で若手職員たちが楽しんで活動したこと、また寄付金つき商品がペイすることが理解されてきたことなどがある。例えば売り上げの一部が寄付金となる丸紅のプラポーバナナ、また1 for 10プログラムを開始したボルヴィックという成功事例が出ている。

日本におけるNPO成長のもうひとつの制約要因が職員給与の問題。事業規模1億円程度のNPOの事務局長の給与は、米国では1,000万円を超えるのに対し、日本では400万円程度にとどまる。理由のひとつに、日本のNPOのキャッシュフローの少なさはあると考えられるが、その後、事業規模が大きくなっても給与には反映されなかった。根本的な問題は、ボランティア=自己犠牲という考え方が根底にあること。オーバーヘッド費用の必要性への理解はなかなか

か得られない。米国でもかつては同様の見方だったが、これが変わってきた。このような問題を解決するために、ファンドレックス及び日本ファンドレイジングズ協会として取り組んでいきたい。

(質疑応答)

Q：日本でのNPO職員給与への厳しい見方、米国での変化の背景について。

A：ひとつには「愛」の定義が宗教間で異なること。キリスト教は「隣人愛」、仏教は「一体愛」であるのに対し、儒教では「自己犠牲」が愛とされる。日本には依然として儒教的価値観が強いものと見られる。

また米国でも50年代にはカリスマ的個人が主導するNPOが主導だったが、この時には個人に自己犠牲を求める風潮が強かった。しかしその後、NPOが組織として定着し、また理事会が機能するに従って、このような見方は後退していった。日本のNPOでは理事会は名誉職と思われており、NPO経営について実質的な貢献をするケースは稀だが、米国では一般企業でマネジメントを勤めた理事が参加することにより、人件費をコストではなく投資として見る考え方が定着してきたところが大きい。

Q：日本でブームとなっている社会企業家について。

A：平成5年頃から学校で社会教育を行うようになり、社会的貢献を行いたいという意識をもった若者が増えてきた。しかし大学を卒業しても、その希望を活かせる就職先がほとんどないのが現実。NPOを起こしたくても、何の人脈もなくは立ち上げ資金も集まらない。社会貢献意識を育てる教育はしたものの、その人材市場を育成しなかった政策のミス。その中で社会企業家のミニ・ヒーローが出てきたことから、自分で小さな会社を立ち上げ、その事業収入で社会貢献を行おうという動きが活発化した。しかしミニ・ヒーローも実際の収入は極めて低く、このままでは持続が危ぶまれるのが現実。

日本で成功しているNPOは、ピースウィンズを例外として、World Vision、Plan Japan、Save the Childrenといった外資系NPOか、あるいはユニセフといった国連組織。日本は個人寄付金額では米国の1%に満たないのに、ユニセフ・ジャパンは世界中のユニセフで最も基金集めに成功している団体。

Q：NPOの定義は何か。日本には社団法人、社会福祉法人等、多くの法人もあり、一方、米国ではシンクタンクや病院もNPO。定義を正確にしないと比較が正確にできない。

A：日本は法人について様々な分類もあり、定義の問題が重要なのは指摘の通り。給与水準比較表では、米国は組織規模10億円以下に限定した。10億円以上になると病院等が入ってきて、日本側の比較対象と大きく外れる懸念があるため。

Q：日本の財団法人は資金と時間に余力のある人が設立しており、このため自身の給与等は気にしない人が事務局長となることも給与を低くする要因。今後、時間と資金のある高齢者がNPO活動に参加する場合、同様にオーバーヘッド費用を否定的に見る流れとなる懸念。

A：指摘に感謝。これまでそのような考え方はしてこなかったが、重要な指摘だと思う。日本のNPOでは、次代を担うと思われていた若手が結婚を契機に辞めてしまう（家族を養えない）ケースが多く、これが成長の障害となっている。

Q：米国のNPOも紆余曲折を経て今日の姿に至っている。様々な社会的背景があって現在の姿が出来上がったものであり、日本の将来のNPOについても、日本の社会的背景を反映した日本モデルであるべき。やはり企業から派生するモデルが最も適しているのでは。

A：日本型モデルの必要性は同感。社会貢献教育についても、その後の就職市場を考えない部分最適の考え方だった。寄付の仕方は、企業が売る商品を買う形であってもよい。米国では「Cause-related marketing」は下火になりつつあるが、日本では電通・博報堂が非常に積極的に研究をしている。

以上