

参考資料4. NPO法人を取り巻く支援の概況

NPO法人に対する支援は、大きく「資金」、「物品」、「役務」の3つに分類でき、「資金」については「会費」、「寄付」、「助成」、「融資」の4つに分類できる。ここでは、NPO法人に対する「資金」の支援の概況について、その整理を行った。

図表 参考4-1 NPO法人に対する支援の形

分類	性格	留意点
資金	会費 NPO法人の活動理念等に賛同する個人、団体が、そのNPO法人に会員として入会し提供する資金で、返済義務がないもの	会員が期待する活動意義、活動成果が実現できなかった場合、継続的に確保することはできない
	寄付 NPO法人の活動理念等に賛同する個人、団体が提供する資金で、返済義務はないもの 寄付にはNPO法人の一般的な活動に対して行われるものと、特定のプログラムに対して寄付されるものがある 但し、原則、不定期性が高い	寄付行為指向型の場合、一般的な知名度等が大きく影響する 目的指向型の場合、寄付者が期待する活動成果が実現できなかった場合、継続的に確保することはできない
	助成 企業、財団等からある目的をもって提供される資金で、返済義務はないもの 一般的にその資金の使途などが特定されている	助成者が期待する活動以外のものや、その成果が実現できなかった場合、継続的に確保することはできない
	融資 金融機関等から調達する資金で、返済義務があるもの	NPO法人等といえども、融資に際し、返済能力、経営能力等が厳しく問われる。
物品	NPO法人そのもの、若しくはNPO法人が実施する事業に対して、資金以外で提供されるもの	提供者が期待する活動意義、活動成果が実現できなかった場合、継続的に確保することはできない
役務	NPO法人が実施する作業等にボランティアで提供される労力	提供者の満足度や会員が期待する活動意義、活動成果が実現できなかった場合、継続的に確保することはできない

資料：各種資料により作成

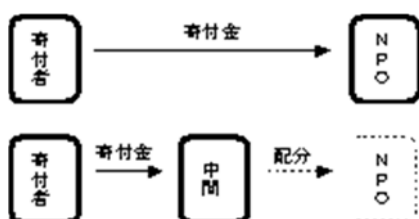
1. 寄付

1. 寄付の方法

寄付者が寄付を行う方法は、大きく「直接寄付」と「間接寄付」に分類できる。

「直接寄付」は、寄付者が個々のNPO法人に対して、直接、寄付を行うもので、「間接寄付」とは、共同募金など寄付をプールし配分する中間団体を通じて、個々のNPO法人に配分される形といえる。

図表 参考4-2 寄付の方法



資料：各種資料により作成

直接寄付

個々のNPO法人に対して、直接行われる寄付。

間接寄付

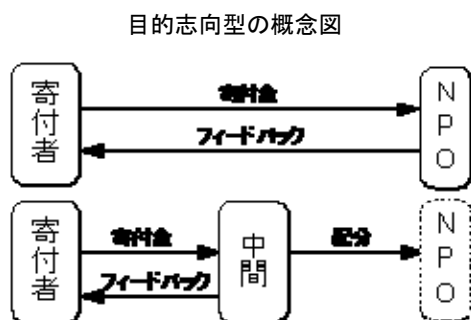
共同募金やユニセフなど、寄付をプールし配分する中間団体を通じての寄付。

2. 寄付者の意識

寄付者の意識としては、「目的志向型」と「寄付行為志向型」に分類できる。

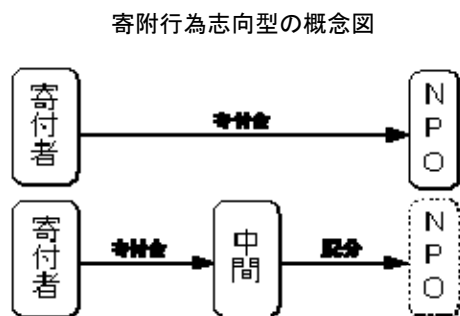
1. 目的志向型

「目的志向型」とは、自身が行った寄付の使われ方や、その成果等に関心が高い支援者を想定したものである。寄付の使われ方や成果などに関する情報について欲している、若しくは重視している支援者である。



2. 寄付行為志向型

寄付行為志向型とは、自治会を通しての付き合いや共同募金など一般に知名度が高い団体に対する寄付、マスコミの報道に一時的に共感しての寄付など、寄付をするという行為そのもので満足(精神的な満足)し、個々の寄付の使われ方や効果、そのフィードバックに対して必ずしも十分な関心を示さない支援者を想定したものである。



3. 個人寄付の概況とNPO法人等の認知度

過去1年間に寄付をした人の割合は、内閣府の「国民生活選考度調査－ボランティアと国民生活－平成12年度」によると68%となっており、また、中央共同募金会の「共同募金とボランティア活動に関する意識調査、2000年調査実施」では87%に達している等、国民の7割以上が何がしかの形で寄付を行っている。(図表 参考4-3)

また、国民生活選好度調査によると、年齢が高くなるほど寄付をした人の割合は増加し、60代では約8割の人が寄付をしている。(図表 参考4-4)

寄付をした場所としては、「町内会」が55%と最も多く、この「町内会」を通じての寄付は加齢とともに上昇している。次いで多い場所としては「街頭募金」で45%となっている(図表 参考4-5)。

また、中央共同募金会の調査では、「赤い羽根募金(個別募金)」が56%、「お寺、神社での寄付(お賽銭、祭礼等)」が42%、「赤い羽根募金(街頭募金)30%と続いている(図表 参考4-6)。

これに対し、ボランティア団体などNPOへ寄付した人は、平成12年度国民生活選好度調査では3.9%、中央共同募金会調査では1.5%とごく少ない(図表 参考4-5、4-6)。

これらを見ると、個人寄付は自治会などの各人に関わりのある地域の団体や、街頭募金などの機会との遭遇、または共同募金会やユニセフ等の知名度の高い団体に行く傾向が窺われ、イメージとして“大規模”、“有名”、“実績”のある団体に寄付する傾向が高いといえよう。

寄付をした動機は、若い世代ほど「困っている人の役に立ちたいと思ったから」をあげる人が多いが、加齢に伴い「町内会の付き合いの一環として」の割合が高くなっている(図表 参考4-7)。

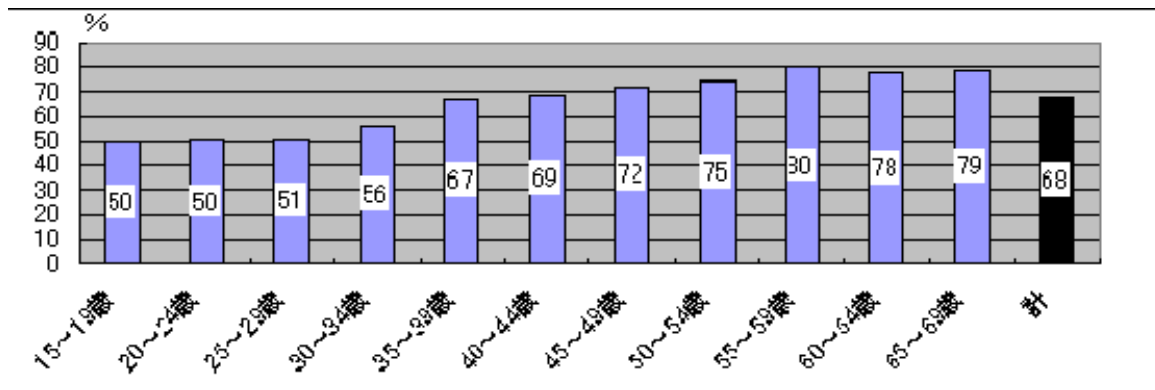
寄付をする際、寄付の趣旨や用途を理解しているかどうかについては、「理解している」が77%で、また、寄付の趣旨や用途を理解してから寄付すべきかどうかについては、「そう思う」が88%に達している。

寄付した額についてみると、国民生活選好度調査の資料では、寄付をしている世帯の約半数は月の寄付金額が500円以下となっており、また中央共同募金会調査でも月額約480円(年平均寄付額5,771円)となっている。高額寄付世帯は高年齢世帯主の割合が高く、年間収入が多い世帯数が高い(図表 参考4-8、4-9)。

図表 参考4-3 過去1年間で寄付をした人の割合

調査名	実施年	有効回答者数	この1年間に寄付をした人の割合	その他
国民生活選好度調査	2000年	3,976人	68%	
中央共同募金会調査	2000年	2,136人	87%	うち赤い羽根募金に寄付した割合は75%

図表 参考 4-4 過去 1 年間で寄付をした人の割合 年齢区分別



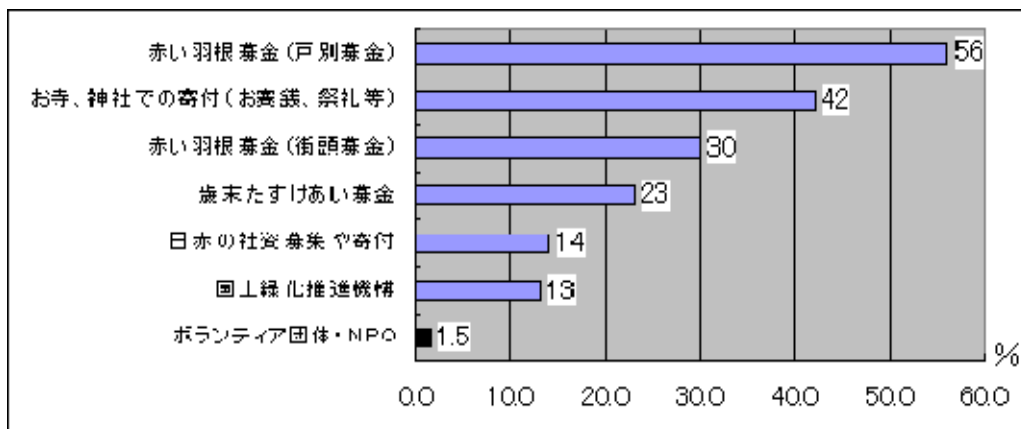
資料：「国民生活選好度調査 平成 12 年度」経済企画庁

図表 参考 4-5 過去 1 年間で寄付した人(2,688 人)の寄付した場所(抜粋)

	町内会	ボランティア団体 などNPO	福祉	教育基金	文化・芸術・ スポーツなどの行 事基金	郵便局や銀行 など金融機関での寄付 の割合
計	55.1	3.9	19.8	45.2	9.8	18.3
15～19歳	10.7	6.1	6.1	47.3	10.7	8.4
20～24歳	14.2	0.7	21.6	61.2	12.7	17.2
25～29歳	24.8	2.5	23.0	52.6	0.2	10.6
30～34歳	40.4	4.8	22.9	43.1	11.2	20.7
35～39歳	51.7	3.0	23.0	41.7	12.2	20.0
40～44歳	53.9	5.9	28.0	45.0	11.4	17.3
45～49歳	58.0	4.4	30.5	44.1	9.5	22.7
50～54歳	67.7	3.0	22.9	40.2	11.9	18.4
55～59歳	67.1	5.3	17.4	44.7	10.3	17.9
60～64歳	72.7	3.0	13.1	44.6	6.7	15.7
65～69歳	73.0	2.7	6.0	48.0	6.0	18.7

資料：「国民生活選好度調査 平成 12 年度」経済企画庁

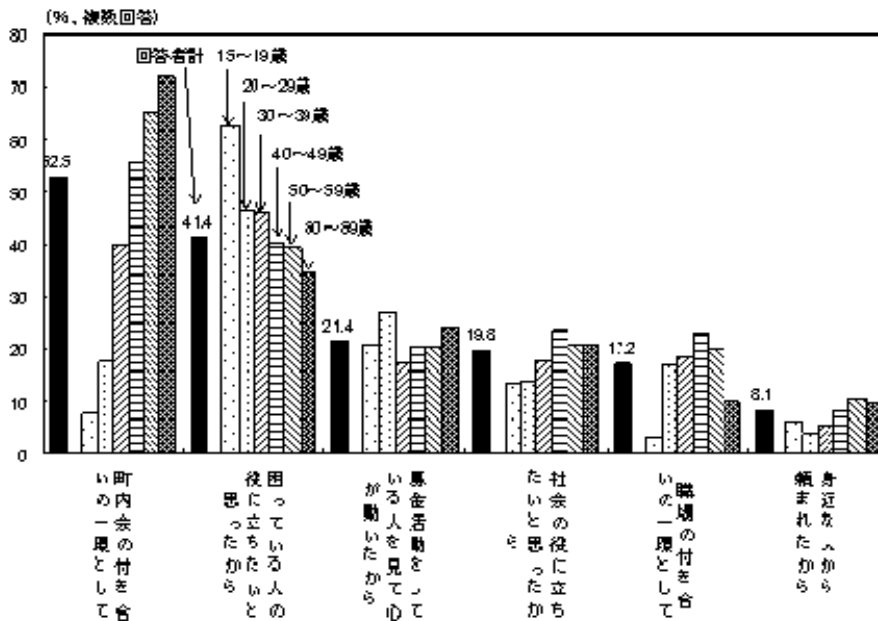
図表 参考 4-6 過去 1 年間で寄付した人の寄付先



資料：「国民生活選好度調査 平成 12 年度」経済企画庁

図表 参考4-7 寄付(募金)をした動機や背景

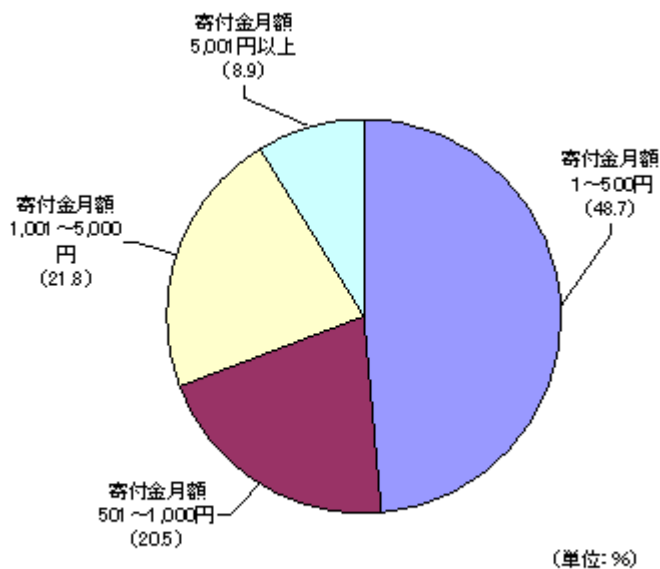
「寄付(募金)を行った動機や背景はどのようなものですか。次のうち、またはまるものすべてお答えください。(〇はいくつでも)。



(備考) 回答者は、1999年5月~2000年5月の間に寄付をした2,688人

資料: 「国民生活選好度調査 平成12年度」経済企画庁

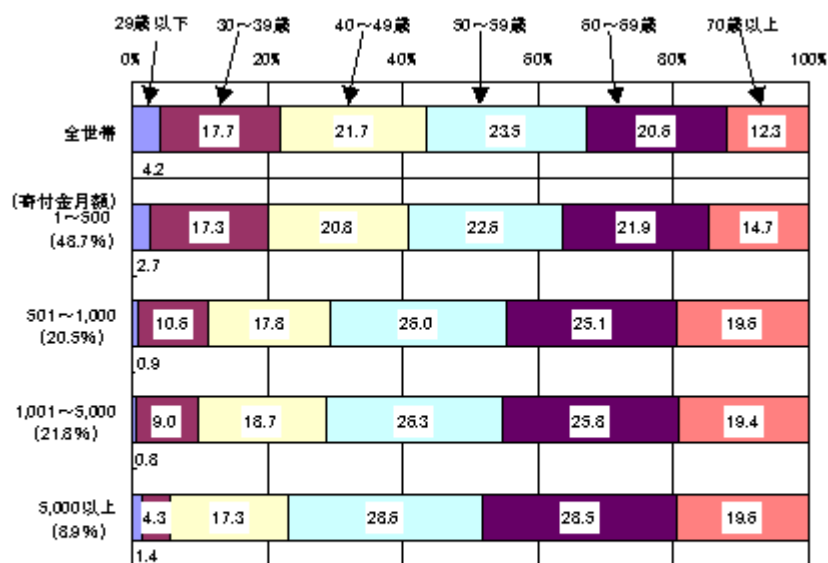
図表 参考4-8 過去1年間に寄付した世帯の寄付金月額



備考1. 総務庁「家計調査」(1999年)個票集計により作成。
2. 集計の対象は、寄付金を支出した8,662データ

資料: 「国民生活選好度調査 平成12年度」経済企画庁

図表 参考4-9 過去1年で寄付金支出のある世帯の世帯主の年齢と寄付金月額



(備考) 1. 総務庁「家計調査」(1999年)個票集計により作成。
 2. 集計の対象は、寄付金を支出した3,662データ。
 3. ()内は、寄付金支出のある世帯数に占める寄付金の支出額ごとの構成比。
 4. 全世帯の構成比は、99年の個票総数(94,807データ、寄付をしていない世帯を含む)における構成比である。

資料：「国民生活選好度調査 平成12年度」経済企画庁

4. 企業寄付とNPO法人の認知度

経済団体連合会が会員企業ならびに1%クラブ法人会員企業の1,084社に対してアンケート調査を実施した「1999年度、社会貢献活動実績調査結果(2000年7月)」(回答総数324社、回答率30.9%)によれば、99年度に企業が社会貢献活動に支出した額は1,246億円(一社平均4.03億円)となっている。

このうち寄付金額は、787億円(一社平均2.57億円)となっているが、寄付先別の一社平均寄付金件数、金額を見ると、「NPO法人への寄付」は一社平均2,900万円、「法人格を持たないNPO、NGOへの寄付」は一社平均1,500万円と、一社平均の寄付金額2.57億円に比較するとその金額は小さい。

ただし、企業はNPO法人等(NGOを含む、以下同じ)を「市民社会構築の担い手」、「社会貢献活動推進のパートナー」と捉えており、NPO法人等に対する期待は大きい。

また、NPO法人等への支援、連携については、3分の2以上の企業が「重要である」、「今後重要になる」と回答し、その重要性を認識している。

一方で、企業がNPO法人等への支援、連携を決める際のポイントとしては、「運営の透明性」(53.4%)、「活動実績」(45.4%)が半数近くとなっている。また、企業が支援、連携先のNPO法人等を知るルートとしては、「NPO自身からのアプローチ」(38.3%)、「マスコミ報道、雑誌の紹介記事等」(29.6%)、「NPO、NGOのニュースレター、機関誌等」(26.9%)が上位3項目となっている。

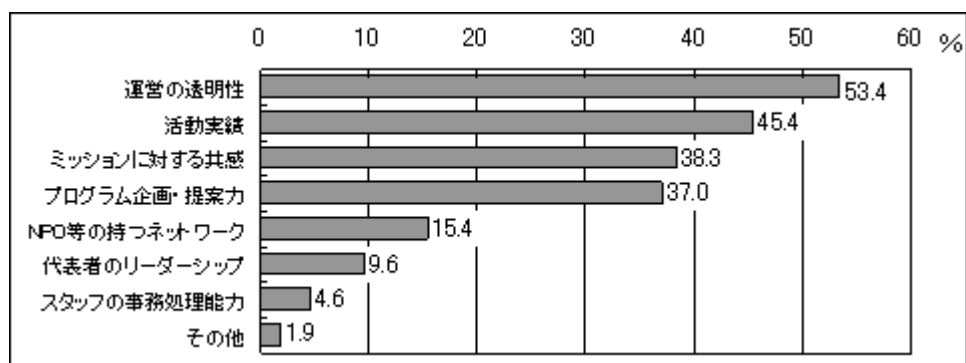
さらに、NPO法人等が活動を推進するために社会的に不十分な点として、企業は「一般社会の認識、サポート」(46.0%)、「寄付金税制の緩和」(31.8%)、「政府、自治体の支援」(30.9%)が必要であるとの回答が多い。

図表 参考4-10 NPO法人等への寄付(1社平均)

	1997年度	1998年度	1999年度
NPO法人への寄付	32.5件	40.2件	7.3件 29.0
法人格を持たないNPOへの寄付	8	9.6	24.5件 15.0
特定公益増進法人への寄付	44.3件 93.0	43.4件 80.0	48.6件 82.0
特増でない公益法人への寄付	28.9件 59.0	34.6件 55.0	25.5件 49.0

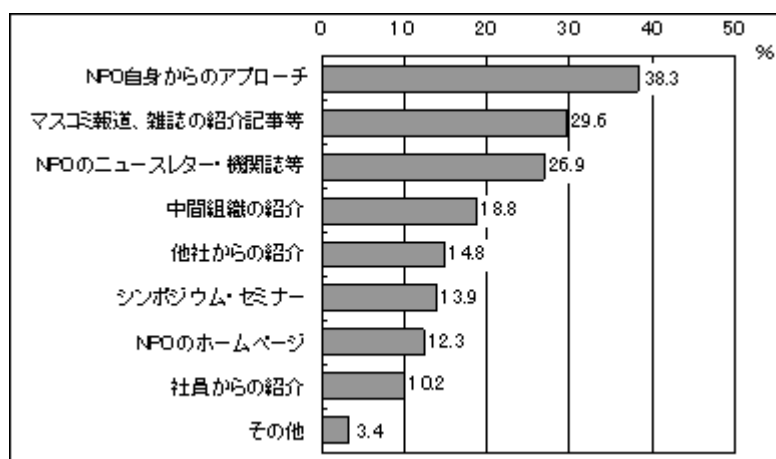
資料：「1999年度社会貢献活動実績調査結果」経団連、社会本部

図表 参考4-11 NPO法人等に対する認識(複数回答)



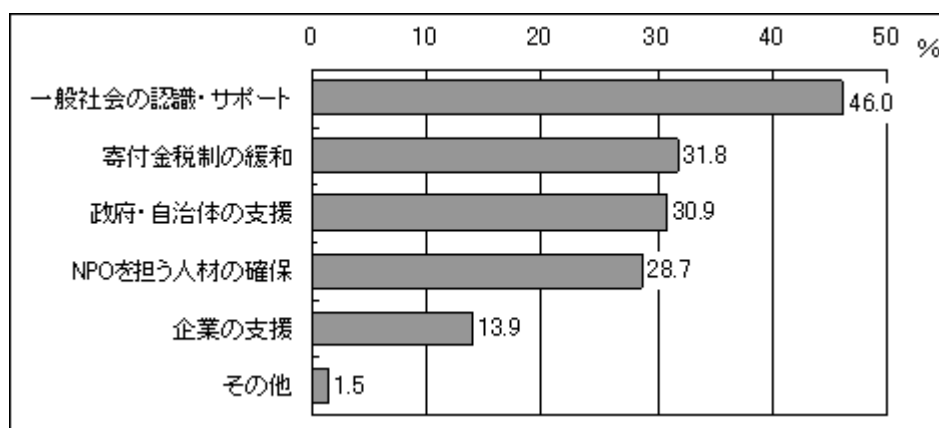
資料：「1999年度社会貢献活動実績調査結果」経団連、社会本部

図表 参考4-12 企業が支援、連携するNPO法人等を知るルート(複数回答)



資料：「1999年度社会貢献活動実績調査結果」経団連、社会本部

図表 参考 4-13 NPO法人等が活動を推進する上で社会的に不十分な点(複数回答)



資料：「1999 年度社会貢献活動実績調査結果」経団連、社会本部

2. 助成

現在、財団をはじめ、民間企業などから様々な目的で多くの助成が存在している。

助成の方法としては、概ね、助成主体が助成先を予め選定している「助成先限定型」、助成先を広く一般から募る「一般公募型」、助成先に一定のスキルや実績、資格を求める「要件型」に分類できる。

助成を申請する場合、ほとんどの助成主体では、様式を定めた申請書類や添付書類を求めており、書類による審査等を通じて交付が決定される。

また、多くの場合、事業終了後、助成期間終了後など、一定の段階において報告書の提出などの形で報告を義務付けている。

3. 融資

近年、NPO法人等を対象にした融資が見られるようになっている。

一般的に融資資金の用途は、融資者との交渉により決まるため、助成に比べ、自由度の高い資金と言える。また、助成のように申込み期限が定められていないため、時間的自由度も高い。ただし、融資は元本の返済義務と金利負担があるため、その審査には、一定の時間が必要になる。

助成の場合、その審査は事業の企画力、遂行力、公益性等が主たる視点となるが、融資の場合は、当然のことながら返済能力が主な視点となるため、キャッシュフロー、返済年、NPO法人等の安定性、発展性等の経営面、財務面に重きがおかれる。

図表 参考 4-16 日本で実施されているNPO法人に対する融資制度(例)

区分	実施機関	事業名(商品名)
労働金庫	▪ 中央労働金庫	ろうきんNPO事業サポートローン
	▪ 近畿労働金庫	
信用金庫	▪ 金沢信用金庫	きんしんNPO支援ローン
	▪ 奈良中央信用金庫	ちゅうしんNPOローン
信用組合	▪ 東京都信用組合協会	東京市民バンク

(資料：新聞記事等より作成)

4. 会費

会費は、NPO法人の活動理念等に賛同し入会した個人、団体が定期的に支払う資金で、NPO法人の主たる収入源になっている。また、助成金や特定目的の寄付とは異なり、使途の自由度も高い。

しかしながら、会費を一定規模確保するためには、会員の量的確保が必要であるとともに、継続的な確保が求められる。

この会員をつなぎとめておくためには、NPO法人は、社会的使命の実現性、事業等の継続性や効果性、運営の透明性等、会員の期待に応える活動を実施し、成果をあげることが求められる。

(資料：新聞記事等より作成)