

第一回 共助社会づくり懇談会メンバーによる意見交換会議事要旨

日時：平成 26 年 5 月 15 日（木）14:00～16:00

場所：中央合同庁舎第 4 号館 5 階 545 会議室

議 事

1. 寄附文化の醸成、ファンドレイジングの課題について
2. 「共助社会づくり」の推進について

1. 寄附文化の醸成、ファンドレイジングの課題について、内閣府より資料（参考資料 1）を説明した後、特定非営利活動法人日本ファンドレイジング協会 鵜尾雅隆代表理事よりプレゼンテーション。主な発言は次のとおり。

（1）特定非営利活動法人日本ファンドレイジング協会 鵜尾雅隆代表理事

寄附文化の醸成は NPO のために行うのではなく、NPO が支援をしている現場、社会課題の解決のために行うもの。

寄附文化の醸成には、社会の課題が増えている中で、次の世代の子供たちのために、財政赤字ではなく、夢、期待、希望、安心といったものを伝えていくという重要な役割がある。その意味では、寄附文化の醸成は社会の構造の 1 つの転換なのではないか。

行政と NPO の関係、社会との関係を見ていると、他国と比べて日本は行政に対して過度に依存し過ぎている。バランスを取るべき。

経済的なりターンだけではなく、社会的なりターンを期待して、共感型で寄附や出資、融資をすることが重要。それらの中では、共感型出資からの入りやすい人が多いのではないか。

例えば、学校を建てるのに最初からいきなり寄附はできないけれど、疑似私募債で 50 万円を出資するのであれば、貸付のようなものだから出資する。しかし、関わっているうちに共感して、5 年後の償還時期になったら「償還は必要ありません、寄附します」となる。まさにそのようなライフサイクルはある。子供からお年寄りまでのライフサイクルで寄附者を育てていくという発想が必要。

日本で善意のカネが巡るためには、3 つの切り口の課題がある。1 つ目は税制等の政策上の課題。2 つ目はマーケットの育成や透明化の仕組みの構築という点。3 つ目は寄附を受ける側のコミュニケーション能力の向上。これらの課題を解決することで、日本社会の寄附文化を変えていくことになる。

日本社会は実体験型社会なので理念だけでは、なかなか社会は動かない。だが、逆に実体験が積み重なると空気が一変することがある。このため、いかに個人が寄附の成功体験を持つような環境を作るか。日本人の 51%（過半数）が成功体験をすると、ターニングポイントが来るのではないか。

ファンドレイザーの育成では、ファンドレイジング・日本というイベントを年に 1 回、東京で開催。成功体験、成功事例を共有することが目的。「やりなさい」と説教されるより、「このようにしてみたい」という気づきを得て、心からやりたいと思う瞬間を味わった人を増やしたい。

認定ファンドレイザーという体系的にファンドレイジングを理解するための資格制度を作った。この 2 年間で、約 1,200 人が必修研修を受講し、379 名が資格を得た。また、CFRE という国際的な認定ファンドレイザー資格との間で相互認定の仕組みも平成 26 年 1 月に出来上がった。さらに、「寄付白書」も作成しているところ。

若い世代には、社会貢献に関心がある人が多いが、寄附行動は 60 代、70 代が多いという状況。どの国でも、基本的に寄付をするのは高齢者の方が多いという傾向はあるのだが、日本では若者と高齢者の差が大きい。

若い世代の寄附行動が低い理由として、子供の時の寄附教育が良くないことが挙げられる。学校での寄附やボランティアには「やらされ感」がある。ファンドレイジング協会が取り組んでいる「寄附の教室」プログラムでは、自分が能動的に支援先を考えていくという一つの経験を与えている。個人の価値観に基づいて社会のために役割を果たそうと思うことについて考え、実践し、その経験を周りと話すことが重要。

相続の寄附について、毎年約 40～50 兆円の相続がある。ある調査では「一部でもいいから、亡くなる時に資産があったら遺産寄附をしますか」という質問に対して、20%から 25%の人が肯定的な回答をしており、これだけのポテンシャルがあるということは大きい。

遺贈寄附促進のネットワークを全国的にムーブメントとして作っていくことも大事ではないか。日本ではそもそも遺言を書かない人が多い。

遺言に関するキャンペーンは行政でも可能ではないか。まず「遺言を書く」というところは行政、「寄附につなげる」というところは NPO が頑張るという住み分けもあるのではないか。

1,000 万人単位で市民と接点を有する業界との連携メカニズムを作って、それをうまく活かしていくことが大事ではないか。

例えば、平成 26 年 3 月にできたソフトバンクの「かざして募金」は携帯電話のカメラでロゴなどを撮ると、いきなり決裁の寄附になるという仕組み。新しいシステムを作ったら、他の同業他社でも使えるといった横軸の展開を

ファシリテートしていくことが大事なのではないか。

他にも東京・大阪のマラソンのように、全ての自治体主体のものがチャリティ化していくなど、業界を巻き込んだ横展開というのが今後一層重要になってくるのではないか。

寄附の話ではないが、休眠預金の活用という話がいよいよ動きつつある。休眠預金化しているお金が社会のために活かされるということはとても大事なこと。これをうまくテコにしていくことで社会に新しいお金の流れを生む触媒、誘発剤になるのではないか。

最終的には、日本型の社会投資市場が創設できないか。また、米国や英国で導入されているソーシャル・インパクト・ボンドの日本での導入実現に向けて、行政が行う事業の社会的インパクトについて、きちんと可視化していくという流れを作ることが重要。

(2) 意見交換

認定ファンドレイザーの有資格者は、NPO、公益法人、社会福祉法人等で働いている方が多い。また、准認定ファンドレイザーは実務経験がなくても取れるため、銀行や企業で働いている方や弁護士も多い。大学関係者でも、既に准ファンドレイザーを取っている方も出てきている。米国でもファンドレイザーの専門家は大学関係者が非常に多い。

ファンドレイジング・日本においても、ほぼ毎年のように大学関係者に講師になっていただいている。NPO側も大学の経験に学ぶことがあり、大学側もNPOがやっている新しいチャレンジは非常に参考になるとのこと。

持続可能な社会を作るための、子どもたちが主役になる学習について、寄附教育という部分がもっと重なるようにした方が、自発性・多様性を活かし、教育が再生できる。環境省や文科省等との連携で、そこに「寄附」という言葉が入るようにした方が良い。

日本の寄附は、地域の自治会・町内会の個人の募金が多いが、あとは会社の法人としての募金であり、職場で働いている方々が個人で払う職域募金の割合が低い。普通に働いている方が日常的に職場から寄附をするという仕組みをもう少し検討できないか。職場で話し合いながら、社会貢献について考えていくという時間にはとても意味があると思う。

米国では職域募金、給与から天引きができる寄附のようなことを、連邦政府や州政府も行っており、日本でも内閣府が先頭を切っていけば、一つの流れができると思う。以前、総務省の勉強会でも言ったことがあるが、総務省が先頭を切ったら、全国の自治体も行うのではないかと思う。

職域募金に関して米国の企業は、その制度が日本の経団連のワンパーセントクラブのように、従業員へのサービスのひとつの形だと言っている。米国は人口の8割が寄附する社会であり、従業員が日々振り込んだり、チェックをしなくても、給料でできる方が手間が少ない。日本の場合、まだ寄附をする者の割合が5割に満たないので、1つの課題かもしれない。

米国では、職域募金に協力している企業の方が従業員のロイヤリティが高い傾向があるという調査結果がある。

あとは、テーブル・フォー・ツーのような、社員食堂のような職場で別の形で売り上げの一部から寄附を行ったりするところも出てきているので、そのような部分ももう少し多様化させられないか。

ストック寄附減税について、例えば、特定寄附信託などでは、キャピタルゲイン非課税といって、土地を寄附した場合に1,000円の価値のものが市場価値1億円になっている時に、日本だと1,000万円分の価値の減税しか受けられないが、米国だと1億円分に対して減税を受けることができるというものがある。

NPOは出資を受けることはできないが、法令上の根拠がない形で、疑似私募債というものを発行することができる。債券はある意味、借入だと思う。英国の社会投資市場では、元々上場している企業が社会貢献的な事業を行う際に、その部分だけ別に上場させるイヤマーク上場というものがある。その会社が上場に当たるかどうかという点は前もって上場審査されており、社会的な事業を行う時にだけ別のマーケットでお金を集められるというようなもの。一方、シンガポールでは、ソーシャルビジネス向けの上場市場がある。もし日本で社会投資市場を作るとすれば、上場企業が特定の社会的な事業を行うことを目的として債券を発行する際に、社会的な事業と認定されたものについては、別のNPO債を対象とした市場にも同時上場できるといったハイブリッド型のものになるのではないかという気がしている。

現在、日本証券取引所が、シンガポールの上場システムの視察として職員を派遣しているが、日本で導入するとすれば、シンガポール型と英国型とを組み合わせた形で作ったら面白いのではないか。こういう仕組みが2018年ぐらいまでにできると良いのではないか。

内閣府が「新しい公共」で主導した事業で、全国で多くのコミュニティファンドや地域の中間支援機関ができている。受け皿ができたことは素晴らしいが、まだまだ資金量としては流れていない状況にある。

寄附文化を考える上では、全国区でという発想よりも、地域で寄附を回す仕組みきちんとつくることが非常に大事だと思う。有名な団体に寄附をしても、その団体の活動現場が見えないことが良くある。それよりも地域の団体に寄

附して、地域で喜んでいる子供の顔を見て良かったと思う方が、地域の高齢者などにとってはわかりやすい。このサイクルを回さなければいけない。地域で寄附金を循環させるということで見ると、休眠預金の流れとしても、基本的に地域のコミュニティ財団にお金が渡り、そのコミュニティ財団が配分を決めていくという形にするというのが良いのではないか。

また、遺贈など大きな流れとしては、日本の場合は地域への恩返しというのがかなり太い軸になるべき。今、地域の団体を知らないから、東京の団体にとりか、全国の団体という流れになっている。地域のコミュニティ財団が、そのような寄附の受け皿になるということで、財団自身が強化されていくのではないか。

コミュニティ財団の強化という点では、ステージ1から、いよいよステージ3の時代に来たと思っている。ステージ1はお金を集めてばらまいて助成、ステージ2は、複数事業の経営だけでなく、コラボレーションして新しいものを生み出すということをして仕掛けるということ。これができているコミュニティ財団は日本にはまだまだ少ない。ステージ3は、例えば、犬の殺処分ゼロを急激に実現したというモデルで有名であるが、地域である事業に係わっている様々な団体を全部集め、マニフェストを作り、地域のコミュニティ財団がそのような団体と連携して、目標を5年間で実現すると宣言、それに向けてお金を集め、地域全体としてどのような成果があったかといった見せ方ができるというもの。さらに、それを地方政府などにも提案する。コミュニティ財団が社会課題解決プラットフォームとして機能する時代のことであり、日本で起こらなければならないと思っている。全く例がないわけではないが、いよいよ本格的に、広げていくということが大事だと思う。

家計調査の個人寄附額（世帯ベース）が、全体としては、じり貧傾向、微減に見えるが、必ずしもそうは思っていない。家計調査も寄付白書の調査もサンプル数1万前後のサンプル調査である。数字には限界があるが、大きな違いとしては、家計調査には教育分野と宗教分野の寄附は入っていないということがある。寄附額が減少しているという傾向には必ずしもなっていないと考えている。

日本型の寄附文化醸成を進めていくということは、共感に基づく市場を作っていくこと。共感性に基づくお金は、寄附も出資も融資もあり得る。従来の純粹の寄附の部分の寄附教育のような形で進めていくとともに、社会投資市場のような新たな市場も作ることも含めて考えるべきである。

相応の実態調査と税制面での検討が必要となるが、遺贈を動かす時に、不動産の遺贈が一つの切り口となるのではないか。

富裕層の寄附をいかに取り込むかも大事である。日本の富裕層の資産は150

兆円と言われている。

米国は8万の財団のうち、半数近くはファミリー財団で、個人の資産の受け皿となっている。日本においても、もっと個人が公益財団法人の設立がしやすくなると良いのではないかと。法律を何も変える必要はないが、自治体における運用の問題である。

政策として、重点的または早急に取り組んでほしいこととしては、個人の1,500兆円を超えるお金が社会課題のために流れるためのレバレッジを効かせるといふ意味での社会投資減税やストック減税、社会的なインパクトを期待してのお金の流れの誘発とそのための行政コスト当たりの社会的インパクトの分析、行政、金融機関、携帯電話会社、弁護士等を構成員とした寄附推進全国協議会のようなものを設置してファシリテート、文部科学省による社会貢献教育、寄附教育の導入、などではないか。

寄附市場を拡大させていくためにも、寄附がどのように使われたかを可視化することが重要。可視化の軸としては、寄附の使い道について監査を受けていますといった外形的なものと、寄附によりどれだけの効果が生じたかといったソーシャルインパクト評価の主流化の2つがある。

共感に基づいて寄附が集まるということは、資金が集まるだけでなく、共感してくれた様々な人が関わることで、NPO自身の事業の効率性が高まるという効果と、寄附により社会課題が解決するという事を知ること、人生のどこかで自分も社会課題の解決に関わる可能性があると感じるようになるといった効果が期待できる。

2. 「共助社会づくり」の推進について、内閣府より資料2に沿って説明、その後、意見交換

(「共助社会づくり」の推進について)

「共助社会づくり」がなぜ必要かということで、「我が国の経済を再生し、成長を持続可能なものにしていくためには、」という言葉で始まることにはかなりの違和感がある。今、問われていることは、GNPからGNH、ウェルフェアからウェルビーイングへといったように、どれだけ幸福感を持てるか、満足感を持てるか、生きていて良かったと思うか、という状況を作り出すことが前提にあるのではないかと。

市民の関わりについても、「担い手」というのは良い言葉だが、担い手感が強調されていて重荷になっている気がする。自らの意志で選び取り、自らの持てる力で貢献するという参画感というようなものを入れるべきではないかと。

共助社会づくりという言葉をごどれくらいの大きさでとらえるのか。現状を議論してきた印象で言うと、どうしても政府や行政の行き届かないところのサポートをする役割という意味での共助社会というイメージがする。それは大切だが、もっと根本的なところをも据えた言葉としてどうとらえていくのかということをご議論したい。

政府の中で、中長期的なスパンに立った時の社会の在り方について議論する場所はどこかにあるのか。どのポジションでこの共助社会づくりという議論が語られるべきなのか。ともすれば、矮小化された議論になったり、大きすぎて発散しているだけになりかねない。

当面の共助社会づくりを小さな共助社会という部分でとらえられても、30年を考えた時の共助社会の理念とはという世界まで議論していただいてもかまわない。その中で共助社会の教科書になるぐらいのものを作りたい。

社会というのは人のつながりであると考えており、それが戦後の経済成長の中で地方圏でも大都市圏でも壊れてきたので、もう一回再構築という言葉なのか、新しく創るという言葉の方が良いのかということはあるものの、日本社会の良いところに光を当ててみようというのが、共助懇における「共助社会づくり」という言葉の位置づけなのではないか。

現場で共助社会づくり懇談会の報告をしてもうまく伝わらない。わかったような、わからないようなというのが実感。共助社会づくりの具体的なイメージを現場レベルで共有するためにマトリックス分析をしてはどうか。共助社会づくりの側面は、コミュニティ的側面、経済的側面、社会文化的側面がある。社会が抱える課題ごとに、この3つの側面でのあり方としてどのようなものがあるかを具体的に落とし込むとイメージが付きやすい。現場で活動している者も、共助社会づくりという大きなテーブルの上のどの領域で自分が活動しているのかということがわかる。

(寄附文化醸成に関する議論について)

震災の時には寄附は1兆円まで届いたが、その後5,000億円、6,000億円といった水準に落ちてしまう。潜在的には、寄附は1兆円といった形が日本にあっても良いのではないかと、1兆円寄附に向けたムーブメントを起こしていけないものかという声がある。

寄附には宗教、教育、社会福祉などそれぞれの関係省庁が仕組みとして関係してくるところ、関係省庁を巻き込んで寄附文化醸成につなげていくことが必要。そのために、共助懇で寄附文化醸成について議論できればと思う。寄附をもらう側だけでなく、金融機関や税務当局等のつながりも作りつつ、1兆円寄附に向けて国民的ムーブメントを起こすことは必要だと思う。

寄附も資金調達の一環としてとらえている。事業者としては、寄附、事業収入、融資などの資金調達方法について、制度の進化レベルとして、寄附以外の仕組みはこの10年の間にかなり拡充されたと感じる。

寄附文化には、マインド醸成のような文化的なアプローチと、NPO債や社会投資減税のような社会制度的な仕組みによるものがある。寄附文化醸成のキャンペーンを張るならば、これら2つを合わせて考えた方がお金は集まる。マインド醸成だけでは、イベントばかり行われ、お金は集まらない。このため、社会的、制度的な仕組みをキャンペーンの中でも拡充させることが10年後を見据えると有効だ。

国民的ムーブメントとして行政ができることは、例えば、遺言奨励キャンペーン、遺贈促進のネットワークづくりのようなことは行いやすいのではないか。また、本当に寄附を推進しようとするならば、寄附促進の全国協議会を開き、寄附を出すゲートキーパー側をかなり巻き込まないとできない。今の市民ファンドが苦しんでいる理由もここにある。

寄附についてムーブメントを起こしていこうとするならば、昨年の資金ワーキンググループの中でも触れていたように、共募や赤十字などと共存的に一緒に広げていくという議論をどこかでできるよう、次をつくるきっかけとしてどのように押し出していくのかをもう少し詰められるとよい。

寄附文化を醸成しようとした時に、なぜ寄附をしなければいけないかというところの答えがない。漠然と寄附しましょうというのでは、普通の人にはピンとこないのではないか。

100万円以下で活動している団体が25%程度あるが、現場を見ていると、このような団体が地域を支える大きな力になっている。多くの人が共募や日赤に募金をしたと言うが、これら以外に寄附する動きが作られてもよい。NPO等の非営利活動をして社会課題を解決している人達の存在を知らせて、それを選んで寄附するというキャンペーンは行われていない。地域を支える力を自分たちが支えるという機会をつくる必要があるのではないか。

法人調査をすると、法人の規模として5,000万円以上と500万円以下の法人が多く、山が2つできている現状なので、いろいろなお金の集め方があってよい。様々な制度があった方が良いが、500万円以下の法人は、インターネットを用いた広報や営業といった共感を得るための活動を行う余力がないところが多い。このような団体を見放すのではなく、寄附が集まる仕掛けも作っていく必要。顔が見える関係で選んで寄附するという寄附の基本を知るきっかけを作してほしい。

(以 上)