

【図表3】日本の個人寄付の税制上優遇制度

種類	控除の方法	優遇のしかた	例	備考
所得税	所得控除	寄付により、課税対象の所得額を減額	給与収入700万円の方が1万円寄付した場合、所得税額が1600円減少	いずれかを 選択する
	税額控除	寄付により、所得税額を減額	給与収入700万円の方が1万円寄付した場合、所得税額が3200円減少	
住民税		寄付により、住民税額を減額	地方公共団体が指定した法人に10万円寄付した場合、住民税額が9800円減少	所得税と住民税は両方控除を受けることが可能

\*文部科学省「寄付金関係の税制について」を参考に作成

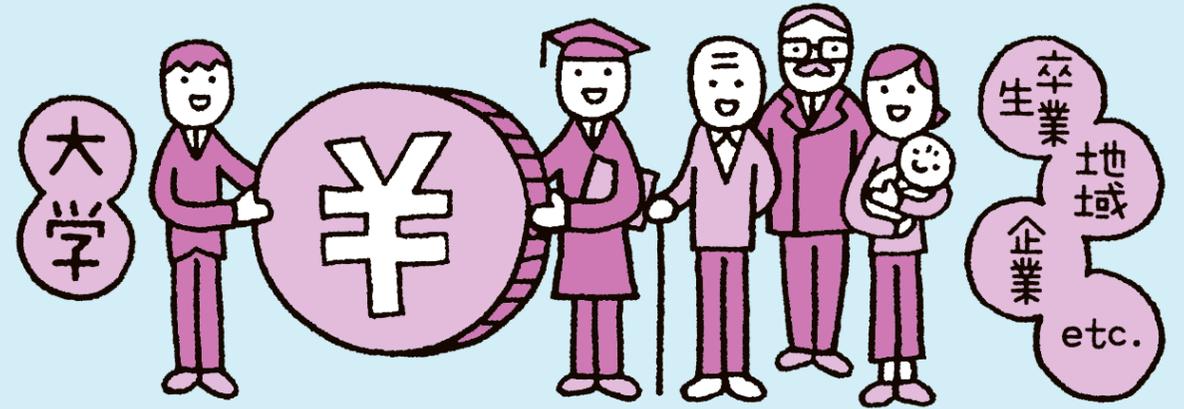
【図表2】国立大学法人等における評価性資産寄附の非課税要件緩和

法人種別	従来	新制度
国立大学	2年以上、公益目的事業に直接供された後に、同種の資産に限り買換可能	評価性資産に関わる基金の資産として管理することで公益目的事業の他種資産に買換可能
国立研究開発法人		
公立大学		
国立高等専門学校		
私立大学等	基本金の資産として管理することで公益目的事業の他種資産に買換可能(ただし株式除く)	基本金の資産として管理することで公益目的事業の他種資産に買換可能(株式含む)

\*内閣府「大学改革の検討状況について」資料より(2018年4月)

## ステークホルダーからの期待

# 寄付金



国からの支援拡大の見通しが立たない状況の中で、大学の財務基盤強化の方策の一つとして注目される寄付金。これから強化しようとする大学向けに寄付募集のポイントを紹介する

**誰が、なぜ寄付をするのか 動機分析が鍵**

今後、日本の大学が寄付募集活動を行ううえで、押さえておきたいポイントを考えてみます。特にまず、寄付者を知ること。特に

大いに注目すべきでしょう。一方、現金寄付に関しては、日本の税制は米国と比べても遜色ありませんし、原則所得控除である米国に対して、所得控除、税額控除のいずれかを選べるため【図表3】、日本のほうがむしろ寄付を集めやすいとも言えます。

また、米国で大学への寄付が拡大した背景には、大学自身の努力があったことも忘れてはなりません。1970年代の米国では、高等教育機関への政府からの支出額が停滞し、多くの大学が財政上、厳しい状況に陥りました。そこで、新たな財源を確保するため、寄付募集部門を拡大させるなど、積極的に活動をした結果、寄付が拡大したのです。見落とされがちですが、「寄付募集活動は投資であり、それなりのコスト（人件費や広告費、イベント開催費等）をかけるなければ成功しない」という認識をしっかりと持つておくべきでしょう。

寄付者の動機を整理することが重要です。寄付者が大学に寄付をする理由はさまざまあり、例えば「満足する大学生活を送ることができたいから」「在学中に奨学金を受けたいから」といった理由で寄付をする人もいます。しかし、「大学への寄付を通じて、社会全体をよくしたい」という期待から寄付をする人もいます。あるいは、「母校の発展は自分のキャリアにとって重要な要素だ」と考えて、寄付をする人もいます。あるいは、「どのようになりたいか」という目的で寄付をしているのか」といった調査・分析は、寄付募集の計画を立てるにあたって欠かせないものです。

また、寄付者は「そのお金がどのように使われるのか」に関心を持っており、できれば自分で使いたい道を選択したいと考えています。したがって、「国際化のための基金」や「学生支援のための基金」など、複数の寄付プログラムを用意するのもよいでしょう。日本では今のところ、周年事業など一過性の寄付募集を行う大学が多いようですが、本来は自学的な中期計画と結び付けて、恒常的な寄付募集活動を展開すべきでしょう。大学にとって、大口寄付者の存

## 寄付募集の課題と可能性



### 寄付募集をめぐる環境が整いつつある日本

米国の研究大学が毎年、巨額の寄付金を獲得していることは広く知られています。2017年度の寄付獲得額の中央値を見ると、私立の博士号授与機関で年間4930万ドル(約54・2億円)、州立の博士号授与機関の場合は、3730万ドル(約41億円)もの寄付金を集めています【図表1】。

とはいえ、米国の大学も昔から巨額の寄付を集めてきたわけではありません。寄付金額は1980年代から徐々に拡大し、1990年代中頃に急激に増加しました。

この背景には、まず株価の高騰という経済的要因と、税制上の優遇という政策的要因があったと考えられます。日本の場合、現金寄付が一般的ですが、米国では税制

【図表1】大学タイプ別米国の寄付総額の分布(2017年度)

	州立			私立		
	学士号授与機関	修士号授与機関	博士号授与機関	学士号授与機関	修士号授与機関	博士号授与機関
最大値	5210万ドル	3830万ドル	5億5380万ドル	9740万ドル	6230万ドル	12億8370万ドル
中央値	150万ドル	410万ドル	3730万ドル	1040万ドル	640万ドル	4930万ドル
最小値	20万ドル	30万ドル	170万ドル	90万ドル	80万ドル	110万ドル

\*Council For Aid to Education, VSE Survey のデータを利用し作成

在は重要ですが、最初から大口の寄付をする寄付者はまれです。小口寄付者が何度か寄付を経験するうちに、大口寄付者になっていくケースが多いと考えられます。その意味でも、大学は魅力的なビジョンと小口寄付者が関心を持つような多様な具体的なプログラムを設けておくことが重要です。そして、寄付を重ねてもらえるように「集まったお金がどのように使われ、どんな成果を生んでいるのか」を、社会に見える形で常に発信していくことが求められます。

**寄付募集活動は「コミュニケーション」**

寄付というと単に「お金の話」と捉えられがちですが、寄付募集活動は社会や卒業生とのコミュニケーションの場の一つです。大学の現状や今後に向けたビジョンを多くの人たちに知ってもらう機会になりますし、寄付募集がきっかけで新たなコミュニケーションが生まれる可能性もあります。寄付募集計画の立案や活動は、「自学が社会に対して何を提示しているのか」「どのような価値を生み出しているのか」を改めて考え、改革を行うきっかけにもなるのではないのでしょうか。

上、株式形態での寄付の控除額が大きく、株式で寄付するケースが多く見られます。そのため、IT革命などによって株価が高騰した1990年代以降に、大学への寄付が拡大しました。日本の大学では従来、株式による寄付はあまりなされておらず、むしろ抑制されてきました。しかし、政府は今、税制改正をするなど【図表2】、評価性資産による大学への寄付を促進する方針をとっているため、

\*1: 1ドル=110円で換算

取材・文/本間学 撮影/坂井公秋

## 私学事業団寄付金課に聞く!



日本私立学校振興・共済事業団  
助成部寄付金課長  
**新倉 健二**  
にいくらけんじ ● 1992年に私学事業団に入職後、寄付金課、補助金課、私学経営情報センター等を経て、2014年4月から2016年3月まで文部科学省高等教育局私学部に出身し、参事官付専門官を務める。2016年4月より現職。

撮影 / 御堂義典

### 大学への寄付者が少ないだけで日本にも寄付文化の土壌はある

#### —近年の私立大学の寄付募集の状況は?

私学事業団が設けている受配者指定寄付金制度<sup>\*1</sup>の利用状況を見ると、ここ5年間で件数が急激に伸びています。一方で、大学の収入における寄付金の割合は20年以上変わっていません。その理由は、「以前から寄付募集に積極的だった大学がさらに寄付件数を増やし、それ以外の大学はそれほど集められていない」からだと考えます。ただし、この制度を利用する大学は10年前と比べ倍増しており、寄付募集に対する意識は高まっていると感じます。

「日本には寄付文化がない」という声も耳にしますが、内閣府の調査によれば、「過去1年間に寄付をしたことがある」と答えた人は約4割。世帯収入別に見ても、さほど差がありません【図表1】。さらに寄付をした理由として約6割の人が「社会の役に立ちたいから」と答えています。しかし、学校法人への寄付経験は6.9%という結果でした。つまり、大学に寄付をする人が少ないというだけで、日本にも寄付の文化はあるのです。

#### —なぜ大学に寄付が集まらないのでしょうか。

同調査の経済的理由以外の「寄付を妨げる要因」では「寄付先に対する信頼度に欠ける」「寄付を

大学に寄付金が集まらないのは日本に寄付文化がないからでは?

しても実際に役に立っているとは思えない」「十分な情報がない」といったことが挙げられていました【図表2】。つまり、社会に対し「何をやっているのか」を伝えなければ、寄付は集まらないのです。ちなみに、いまだウェブサイトに寄付金コーナーがない私立大学も少なくありません。

### まずは社会や地域に大学がもっと近づくこと

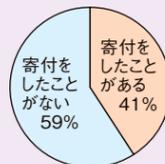
#### —寄付募集を成功させるために重要なことは?

まず、自学の教育や研究、その他さまざまな活動の価値を、誰が評価してくれるのか、正確に理解してくれているのかを検証することです。そのうえで相手に「お金を出してもらおう理由」を明確に説明する。自学の存在価値を改めて見つめ直し、それをステークホルダーに伝える必要があります。それにはステークホルダーを誰に設定するかが重要です。最近では「地域」に期待する大学も多いのですが、その地域とはどこを指しますか? 県なのか、市なのか、地元の商店街なのか? どの誰に役立つ存在になるのか、社会における存在価値を明らかにしましょう。

そうして定めた対象に向けて、「期待してもらい支援を受ける」ためのプレゼンをしていく、それが寄付募集活動です。コミュニケーションしていく中で、さまざまな声が返ってくるでしょう。それは自学の課題や強み、つまり大学自身が社会からどう見られているか、己を知ることになりますし、それが大学改革のきっかけにもなります。取り組みの成果は金額で表れますから、改革のPDCAサイクルは回しやすいでしょう。

補助金と比べて寄付金は、大学の裁量が大いなお金です。私学事業団としてもSD研修への協力や寄付金ポータルサイト<sup>\*2</sup>を通じた支援も行っていますので、ぜひ積極的に取り組んでもらいたいと思います。

【図表1】過去1年間に寄付をしたことがありますか?



#### ◆世帯収入別

300万円未満	300万円以上 500万円未満	500万円以上 600万円未満	600万円以上 800万円未満	800万円以上 1000万円未満	1000万円以上
35%	40%	41%	43%	47%	53%

\*内閣府「市民の社会貢献に関する実態調査」(2016年度実施)より作成

【図表2】寄付をするにあたり妨げとなることは?



# 寄付募集7つのポイント

- 1 社会やステークホルダーとのコミュニケーションとして捉える**  
単なる資金集め的手段ではなく、「ステークホルダーに自学の現状を知ってもらおう機会」として捉え直す
- 2 ターゲット(寄付者像)を明確にする**  
寄付者によって、寄付する理由は異なる。調査・分析し、データベースづくりを
- 3 寄付する理由をふまえ寄付制度を棚卸しする**  
「ステークホルダーが大学に期待すること=自学の社会的役割」から今の制度を見直してみる
- 4 恒常的、中長期的な寄付戦略を立てる**  
大学が魅力的な中長期ビジョンを持っていれば、寄付者の期待は高まる
- 5 担当部署を設置し、募集要項をつくる**  
募集するにはまず要項づくりから。税制のしくみ等を含めた、丁寧な説明が欠かせない
- 6 社会への提供価値を成果と共に発信する**  
ビジョンや取り組みだけでなく、それによって生み出された成果もあわせて広報しよう
- 7 データを基に改善のPDCAを回す**



寄付金総額以外のKPI(新規寄付者の数、大口寄付の数、卒業生寄付率など)も用いてPDCAを回したい。企業訪問などで得られた大学への期待・評価の声も重要

前ページで福井文威准教授は「寄付募集はステークホルダーとのコミュニケーションの一つ」と指摘している。寄付募集活動を通してステークホルダーに自学の現状を知ってもらおうことは、継続的な寄付にもつながるだろう。学部や関連機関の生産物、研修プログラムなどの「成果物」を返礼品とすることは、立派な広報活動になる。

また、実務的なポイントとしては「担当部署の設置」「募集要項づくり」「情報の公表(自学の社会的な役割の紹介、寄付金の活用報告)」などが挙げられる。大学への寄付に慣れている人や企業は少ない。募集要項や特設サイトをつくり、募集内容や手続きを丁寧に説明するなど、寄付をしやすくし、寄付をつくることは必須だ。

寄付募集に力を入れる大学は増えつつある。立命館アジア太平洋大学は、出口新学長の指示の下、財務基盤の強化を進め、寄付メニューなども大きく変える予定だという。P.28では特色ある寄付金募集の例をまとめている。見直しの参考にされたい。

編集部より  
寄付金集めのコツとは

\*1:私学事業団が企業等から寄付金を受け入れ、寄付者が指定する学校法人に配付する事業。法人税制上この制度を利用した寄付金は全額が損金の額に算入可能な税の優遇制度。2016年度時点での大学・短大法人の利用実績は306法人  
\*2:私立学校寄付金ポータルサイト <http://kifu-portal.shigaku.go.jp/>