

寄付者中心の ファイランソロピアーへ

米国の新しい寄付の動向

きしもとさちこ
特定非営利活動法人パブリック
リソースセンター理事・事務局長

米国では2006年に、マイクロソフットのビル・ゲイツ会長夫妻による「ビル・アンド・メリンダ・ゲイツ財団」の創設、著名投資家で世界第2位の富豪として知られるウォーレン・バフェット氏による同財団への史上最大の寄付（約370億ドル、約4兆円）など、大型寄付が耳目を引いた。米国の年間寄付総額は2002年で2410億ドル（約23兆円）で、その9割は個人からの寄付である。

現在、米国ではベビー・ブーマーの高齢化により、今後50年間で、連続して41兆ドル以上の資産移動が起こり、そのうち6兆ドルが非営利セクターに寄付されるとみられている。またIT産業などの起業家や女性などの新しいタイプの寄付者が登場し、寄付市

場の変化に伴って新しい寄付の仕組みや金融商品などが生まれている。バフェット氏のような超資産家（メガ・ウェルシー）の行動も耳目を引くが、同時に中の上以上の安定的な資産家層を中心に、新しいファイランソロピアーのツールが生まれている。本稿では、寄付大国米国で起きている新たなファイランソロピアーの動向について報告してみたい。

積極的な関与を求める ベンチャー・ファイランソロピアー

ベンチャー・ファイランソロピアーは、営利セクターにおけるベンチャーキャピタルの手法と、非営利セクターにおける公益やミッションを大切にする姿勢を結合した、新しい寄付傾向である。ベンチャーキャピタルと同様にNPO

や非営利事業に資金を「投資」し、資金提供先のキャパシティビルディング（組織運営力の強化）を重視して、経営の技術的サポートを積極的に行なう。

ベンチャー・ファイランソロピアーの代表事例であるNEST（Nonprofit Enterprise and Self-sustainability Team）は、ベンチャー・ファイランソロピアーと伝統的なファイランソロピアーとの相違として、以下を挙げている。①複数年度、あるいは長期にわたる資金的支援、②単に助成金額を定めるのではなく、その組織の課題に最も適した資金提供の形（融資、出資、助成など）を工夫、③理事会への参画、コーチング・メンタリング、マネジメント支援などを通じて運営に関わる、④イノベーションや新しいアイデアを重視し

きしもと さちこ ●民間企業を経て、New School for Social Research（米国）で非営利マネジメント修士課程修了。1999年1月から6月まで、日米センターNPOフェローとして、ニューヨークの非営利団体（United Way of New York City、およびNew York Community Trust）で実務研修。2000年にNPO法人パブリックリソースセンター創設に参画。寄付文化創造、SRI（社会的責任投資）のための企業の社会的責任評価、ミッションベースド・マネジメント支援などに取り組んでいる。立教大学大学院でも教鞭をとる



て、リスクをとる、⑤測定可能な目標指標を設定、⑥最終成果報告書ではなく、定期的な進捗レポートの提出を求める、などである。

ベンチャー・フィランソロピーの支援には、事業収入の増加や社会的不利層のための雇用機会の増大を目指し社会的事業に投資（例：ロバート・エンタープライズ・デベロプメント・ファンズ）、NPOの組織拡大を応援（例：ニュー・プロフィット・インク）や、社会的問題に革新的な方法で取り組みようとしているソーシャルアントレプレナー（社会起業家）個人を支援（例：アショカ）など、いくつもの類型がある。

ベンチャー・フィランソロピーに対しては、短期的成果を求めすぎず、NPOの商業化を加速するなどの批判もある。しかし、財団等の伝統的なフィランソロピーと対峙するのではなく、新たな地平を切り開くものという見方も多い。伝統的なフィランソロピーに満足しない、IT企業の成功者などの新しいタイプの寄付者を開拓している点や、これまでは十分に支援の対象とされてこなかった社会的事業支援をカバーする役割を担っていることなどは注目すべき功績といえるだろう。

潜在層に寄付をうながす 金融商品の登場

90年代後半以降、金融機関がフィランソロピーの世界に関与して、寄付者の潜在的な寄付能力を広げるような商品を提供する動きが加速している。これらの金融商品は税制優遇などを効果的に使い、資産家が超富裕層でなくても、これまで以上の寄付を実践することを可能にした。

その代表例が営利機関の取り扱う「寄付者助言基金（ドナー・アドバイズド・ファンズ）」である。寄付者助言基金は、従来コミュニティ財団が個人の基金を受け入れるのに使われてきたもので、信託財産の利息を寄付者の意見を尊重しつつNPOに配分するものである。92年にフィデリティ・チャリタブル・ギフト・ファンズが開始されるから、商業的な金融機関の取り扱いが急増した。01年には寄付者助言基金の寄付者総数は5万人を超え、資産残高が123億ドルに達した。フィデリティのファンズは02年に寄付者数3万12人、残高23億8900万ドルに達し、財団を押しさえ「全米一の助成組織」になった。

また、ブランド・ギビングといわれる一連の遺贈のための仕組みも、ベビー・プーマーの引退や遺言書の作成とともに急成長している。ブランド・ギビングには、公益残額信託（チャリタブル・リメインダー・トラスト）、公益先取信託（チャリタブル・リード・トラスト）などの種類がある。

公益残額信託は通常10万ドル以上の資産について、その所有権を生存中は信託銀行において寄付者が運用収益を受け取り、寄付者の死とともに、残余財産は寄付者の指定したNPOに譲渡される仕組みである。信託を設定したときに、税制控除が適用される。また投資有価証券の入れ替えに伴う、値上がり益ゼロの売買には課税されないの、最終的には資産が増加する結果となることもある。この仕組みは寄付者の私的年金と公益寄付の両方を実現するといわれており、現時点ではまだ財産を手放すことのできない人の、将来の寄付を促進するのに貢献している。

公益先取信託は公益残額信託と逆で、信託設定後一定期間、信託銀行から利子所得（一定額または一定率）がチャリティ団体に寄付され、期間の満了によって、元本を相続人に渡す。寄付

者の死去に際して公益寄付に伴う所得
税控除が適用され、相続税は信託期間
の長さや毎年の寄付額に応じて軽減さ
れるので、より資産額の多い層に歓迎
されている。

寄付者への教育的効果が高い ギビング・サークル

2000年代に入り、従来の寄付者
像に含まれてこなかった、女性の寄付
者や40代以下の「若年層」をファイラン
ソロピの世界に誘う工夫が広がって
いる。ギビング・サークルと呼ばれる
仕組みで、社会問題について共通の関
心のある人たちが集まり、通常、10
00ドル、2500ドル、5000ド
ル以上などに設定された会費を毎年収
め、使途について話し合い、自ら金額
や支援先を決める方法である。助成組
織のフォーラムのひとつであるサイト
「ギビング・サークル・ナレッジ・セン
ター」によれば、05年現在、全米に1
88カ所が確認されており、その89%
が99年以降に設立されている。ギビン
グ・サークルは本当に小さなサークル
である場合もあれば、コミュニティ財
団や女性ファンドのような既存の資金
調達組織の一部であることもある。

個人が独自に寄付を行なうより大き
な事業の支援が可能になり、寄付のイ
ンパクトを大きくすることができる。
ギビング・サークルの助成傾向は財団
助成金と似ているが、子ども・青少年
や女性分野の支援の比率が高い。また、
若い組織や小規模組織、強力なリーダ
ーシップで運営されている組織、リス
クのある実験的な事業などを重点領域
とする傾向がある。

ギビング・サークルの大きな特徴は、
参加者に対する教育的効果といわれて
いる。ギビング・サークルの参加者には
超富裕層も含まれているが、中心は
中流から中の上の所得階層とみられて
いる。前述の188ギビング・サーク
ルのうち、84%で40代以下が参画して
おり、44%は女性だけで構成されてい
る。職業的には、弁護士、ハイテクベ
ンチャー創業者などのプロフェッショ
ナルの参加が特徴である。

参加者は、集められたお金で助成す
るために、何が社会的な問題で、どの
ような解決策があり、どのNPOに助
成すべきかを討議して自ら決定してい
く。その過程でファイランソロピにつ
いて経験を深め、社会的責任を学んで
いくといわれている。つまり、ギビン

グ・サークルは若いプロフェッシヨナ
ル層にとって、ファイランソロピストとし
ての入門講座となっているといえよう。

寄付者中心の視点への パラダイム・シフト

ファイランソロピの新傾向は、新た
な寄付者層と資金をファイランソロピ
の世界に引き込みつつある。これらの
仕組みが資金支援を通じて、どのよう
な影響をアメリカのNPOに及ぼして
いくか、今後注視していく必要がある
だろう。同時にこれらの動きは、寄付
者を分析対象とみてきた従来のファン
ドレイジング・マネジメントの視点か
ら、寄付者中心の視点へのファイラン
ソロピのパラダイム・シフトともいえ
る。

日本の個人寄付は米国とは比べもの
にならないくらい未発達であるが、団
塊の世代の引退や公益法人制度をめぐ
る法制の改正などを経緯に、寄付文
化が変わる潜在的な状況は整いつつあ
る。日本の非営利セクターは「後発の
利点」を活かし、寄付者が自らの視点
で対象と手法を選択し提案していく米
国の新傾向を視野に入れる必要がある
だろう。☺