

移行期間終了後における公益事業の課題と展望(4) —自治体出捐法人を中心に—

X 補完性の原理

—「自助」「共助」「公助」社会—

XI 「自民党政府」の「共助社会」の概念

XII 企業のCSR・社会貢献・フィラソロ

ピー・メセナ

東北公益文科大学大学院教授

山形県公益認定等審議会委員 出井信夫

(承前)

X 補完性の原理—「自助」「共助」「公助」社会—

近年、「補完性の原理」についての概念が、「自助」「共助」「公助」社会の形成の観点より、注目されている。本章では、公共サービスの提供に関して、境界領域のサービスの位置づけの観点より、「自助」「共助」「公助」の概念及び、「補完性の原理」の原則、概念について、概観する。

(1) 「自助」「共助」「公助」社会の概念

「自助」「共助」「公助」の概念及び公共サービスと民間サービスとの境界領域のサービスの位置づけについては、これまでも多々議論されてきた。

公共サービスの提供について、公共部門によるサービスの提供と民間部門によるサービスの提供との間には、本来明確な区別があるわけではない。それは自治体業務の歴史を見ても明らかである。

例えばイギリスでは、産業革命以降の工業化、都市化と同時にそれに起因する社会問題、労働問題などが表面化したことに伴い、警察、救貧、公衆衛生、街路、住宅、上下水道、清掃、教育等、政府としての機能・役割が限りなく拡大された。

同様に、わが国でも、かつてはゴミ処理や

自宅前の町村道の道路改修などは、一般家庭や町内会等の自助努力による共同処理作業として行われた時期もあったが、現在ではゴミ収集処理や廃棄物処理は自治体の固有業務として位置づけられている。

このように、自治体や政府の機能・役割は、近年増大化する傾向にある。つまり、公共サービスの内容やサービスの提供水準などは、時代とともに変化すると同時に、地域の状況によりそれぞれ異なる。

このような「公的領域」「共的領域」「私的領域」の3つの概念について、「採算性」と「公共性」の2つの軸の視点から、公共サービスとその供給主体との関係性について、公共サービス領域の変化・変容を捉え、50頁に示す図はその時代的変遷をモデル化して整理した図である。

図表の中で【abcd】で囲まれた領域は、サービスの需要を示している。また、サービスの性質から次の3つに分類される。

- ① 公的領域のサービス：【aeht】：不可分性、非排除性、非競合性
- ② 私的領域のサービス：【bcgf】：可分性、排除性、競合性
- ③ 共的領域のサービス：【efgh】：公と私の中間領域、グレイゾーン

図1は、「公」「共」「私」の領域分類を示した概念図である。

図2は、サービスの供給領域を行政や民間(企業)の事業主体別に示したものである。これら2つの図を組合せた図3は、サービスがいかなる事業主体及び領域によって供給されているかを概念的に示したものである。このモデルにより公共サービス需要の歴史的変遷を、①高度成長期前、②高度成長期、③安定成長期の3期に分けてみる。

① 高度成長期前

高度成長期(1955年頃)前までは、わが国では従来から続く大家族制に基づく血縁コミュニティが存在していた。戦後の高度成長期前はこの大家族制が存続し、地域でも相互扶助の役目を果たしていた。図4に示すように、共的領域の多くは家族および地域で担われていた。

② 高度成長期

高度成長期(1955年～1974年頃)には、都市に人口が集中した結果、公害、福祉、交通などの「都市問題」が激化した。経済成長がもたらされた反面、都市社会ではコミュニティが崩壊し、それに伴い身障者、交通事故被害者、老人、貧困家庭など、弱者対策として社会福祉に対する行政需要が増大した。また、経済成長に伴い、住民の行政サービスへの欲求は生活の様々な基礎的サービスから文化スポーツなど多様化、高質化した。一時は、松戸市の「すぐやる課」に見られたように、住民のあらゆる注文・苦情の解決をすべて行政サービスがやると考えられた時期もある(図5参照)。

③ 安定成長期以降

安定成長期以降(1975年～)は、1973年のオイルショックにより社会経済環境は大きく変化した。「福祉ただ乗り論」が台頭し、財政難を理由に行政改革や福祉見直し論が勢を得てきた。行政サービ

スは増大するもので、それ自体が「善」であるという神話は揺らぎ始めた。このような状況で行政領域の拡大には限界が生じる一方、家族や地域の役割が質的な変化を遂げる過程の中で、図6に示されるように行政・民間(企業)家族・地域の中間に、そのいずれの主体的にも解決されない「すき間」が生じてきた。このすき間は、生活様式の変化に伴う共的領域サービス【efgh】需要の増大によって、一層増大する傾向がある(例：一人暮らし老人の介護サービス需要、夜間保育サービス需要など)。

このすき間の部分のサービス需要を満たすために、誰がどのような形で供給し、また費用をどのように負担すべきか、また行政の責任範囲と限界はどこにあるのかということが大きな問題となっている。とりわけ、行政と民間との役割分担と行政・民間の両者が相互に関わり合っている「共的領域」(グレイ・ゾーン)に対するサービスの対応のあり方が問われている。

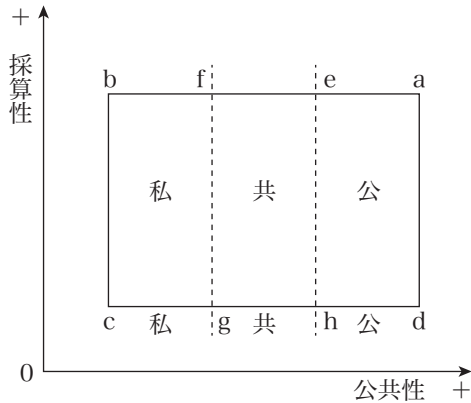
この「共的領域」(グレイ・ゾーン)に対するサービスの対応のあり方の変容については、バブル経済期以降の現在に至るまで基本的には続いていることは周知のとおりである。

(2) 補完性の原則とは

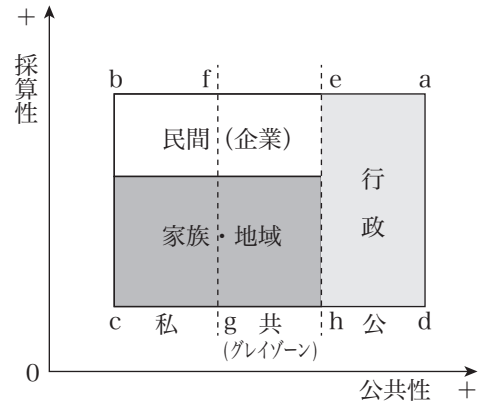
補完性の原理・原則とは、決定や自治などができるかぎり小さい単位で行い、できないことのみをより大きな単位の団体で補完していくという概念であり、サブシディアリティ(subsidiarity)とヨーロッパでは言われている。

まず初めは、個々人(家族を含む)において解決し、決定する。それで解決が困難な事象や事項については、基礎的な自治体の単位で解決し、決定を試みる。それでも、解決困難な事項に関しては、州や国が解決し、決定

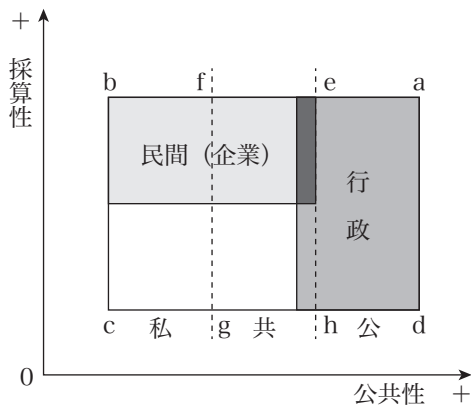
【図1 「公」「共」「私」の領域分類（概念図）】



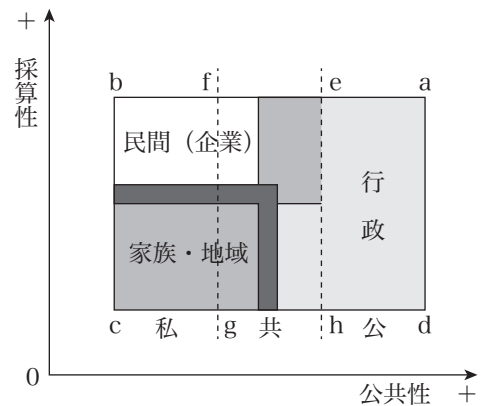
【図4 高度成長期前】



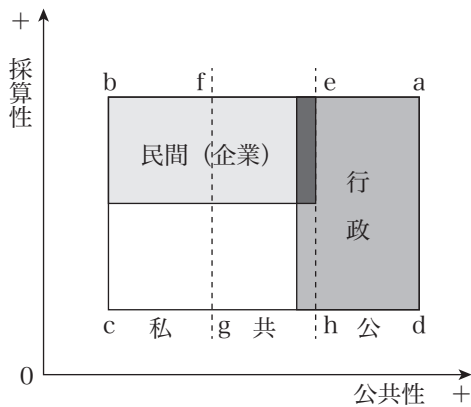
【図2 供給の主体（概念図）】



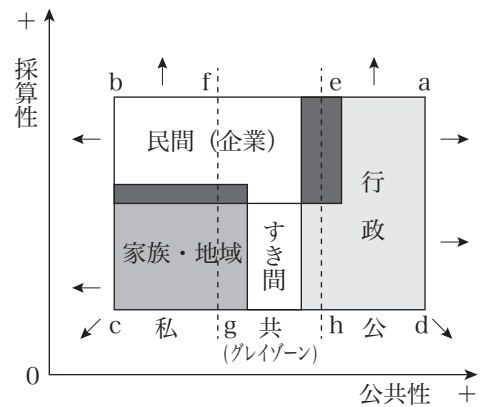
【図5 高度成長期】



【図3 供給主体と領域の分類】



【図6 安定成長期以降】



出典：出井信夫『都市地域政策と公民連携・協働』（地域計画研究所、平成14年3月）
 神奈川県自治総合研究センター『新しい公共サービスの供給方式』5～7頁より作成

する、というように、最小単位の解決を基本にして、順次、解決の範囲を拡大していくというわけである。

「補完性の原理」の仕組みを分かりやすく言えば、次のようになる。

＜自助＞

① 個人でできることは個人で解決する。

＜互助＞

② ひとりでできないときは、まず家庭がサポートする。

＜共助＞

③ 家庭で解決できないときは、地域あるいはNPO（民間非営利団体）がサポートする。

＜公助＞

④ ①～③で、どうしても解決できない問題について、はじめて政府が問題解決に乗り出す。

(3) 補完性原理の起源

補完性原理というのは、基本的には個人や小規模グループのできないことだけを政府がカバーするという考え方に基づくものである。この考えの基本には「個人の尊厳」があり、国家や政府が個人に奉仕するという考え方がある。補完性原理は個人および個人からなる小グループ（家族、教会、ボランティアグループ）のイニシアティブを重視する。

補完性原理の起源をたどるとカトリック教会の社会教説、具体的には1891年の教皇レオ13世の回勅『レールム・ノヴァールム』（『新しきことども』）にたどりつく。この回勅はカトリック教会が社会問題・労働問題に正式に言及した最初のものである。『レールム・ノヴァールム』は政府がすべてをコントロールするのではなく、かといって個人にすべてが任されるのではない、その中道の政府を理想とした。以降、この教説がカトリック教会の国家観の基本姿勢となり、ピウス11世の『クアドラジェジモ・アンノ』（『四十周年に』、

1931年）でさらに発展させられ、アメリカ合衆国司教団による声明『万人のための経済的正義』（1985年）で具体化されることになる。

「補完性の原理」また「自助」「共助」「公助」社会に関する詳述については、関連の文献を参照されたい。紙幅の関係で割愛する。

XI 「自民党政府」の「共助社会」の概念

自民党においては、平成22年に、新綱領である「新しい綱領 新たな出発 夢と希望と誇りを持てる国・愛する日本をめざして」が発表された。この新綱領は、現在の政権運営の指針となっている。その中でも特に、「共助」社会形成の観点より詳解する。

(1) 平成22年綱領の主な内容

新綱領は、1、日本らしい保守主義を理念に再出発、2、党運営と政策の基本的な考え方、3、自民党の目指す国家像、の事項よりなる。

とりわけ、自民党の目指す国家像では、「誇り・活力・絆・公正。進歩する日本」と題して、以下のとおり記載されている。

現状認識を前提に、我が党が「党の性格と党風」を大切に党運営を行い、「党の政策の基本的考え方」に基づいて政策を企画・立案・実施できれば、どのような日本になるのかを述べたのが、「我が党は誇りと活力ある日本像を目指す」です。自民党の国家ビジョン・理想とする国家像です。

1 家族、地域社会、国の一員であるという帰属意識をしっかりと持って、まず、一人ひとりの国民が自立し、地域が特色を発揮する。しかし、努力しても無理な人たちはお互いに温かく助け合っていく国民・地域社会がある。

2 美しい自然と温かい人間関係の下で、その国民は、家族、地域社会の中で「和と絆」を大切に、日々を暮らす。

3 政府と自治体は、独断専行ではなく、合意形成を怠らず民主的に運営される。

4 努力するものが報われ、努力する機会と能力に恵まれぬものを皆で支えていく。その条件は政府がつくる。

5 全ての人に公正な政策を実行する政府。一部の団体、地域、人たちにみんなの負担をばらまく政策はやらない。次の世代が納める税金を、今の世代が勝手に使い道を決めてしまうような国際発行依存の財政からの脱却に努力する。

立党50周年時の綱領にある「小さな政府」という考え方・精神は変わっていませんが、「小さな」、「大きな」の基準が何なのかは、人口構成、国内総生産（GDP）の大きさにより変わってくるので、むしろ不必要なことはしない政府という感覚でしょうか。

6 世界平和への責務・義務を果たし、人類共通の価値観に貢献し、世界から敬愛される有徳の国・日本を目指す。

1～6に一貫して流れる政治理念は、私たちが大切に、誇りにしてきた日本人の生き方、自立、和と絆、公德心を保守し、長寿少子化社会でも温かく生き甲斐のある日本社会に進化することです。

ちなみに、「自民党政治活動用パンフレット」には、8つの重点政策、すなわち、「災害対策」「地方・雇用」「成長戦略」「社会保障」「農業」「教育」「領土」「社会の絆」が掲げられている。

この重点政策のうち、「社会の絆」については、「家族、地域社会、国との絆を守ります」と題して、以下の通り記載されている。

家族、地域社会、国との“絆”を大切に、自立し共助する社会、誇りを持って、公への貢献や義務を果たす社会をめざします。また、「絆ポイント」を創設します。

この「絆ポイント制度の創設」とは、現役を勇退された65歳以上の方々が、特定の社会貢献をされた場合にポイントが加算され、一定の水準になると本人に還元される「絆ポイント」、ボランティア介護に頑張る人への「介護マイル」、医療保険の利用が少ない人ご長寿さんへの「健康ポイント」など、地域のアイデアを生かしたポイント制度を創設します。

(2) 共助社会づくり懇談会

内閣府は、「地域の活性化を図るとともに、全ての人々がその能力を社会で発揮できるよう下支えを進める共助社会をつくっていくためには、特定非営利活動法人等による地域の絆を活かした共助の活動が重要となってくる。このような活動の推進に必要な政策課題の分析と支援策の検討を行う」との趣旨から、平成25年4月25日から、共助社会づくりの実現をめざし、甘利大臣主催の会議として、有識者による「共助社会づくり懇談会」を開催している。以降、4回にわたり開催され、5月27日に一定のとりまとめが行われた。

(3) 共助社会づくり懇談会の報告書

内閣府は、「共助社会づくり懇談会」における議論については、次のように、「共助社会づくりの推進に向けて～論点の整理と今後の議論の進め方について～」（平成25年5月27日、共助社会づくり懇談会）と題して、内閣府

より発表された。次の内容である。

1. 共助社会づくりの推進について

(1) 共助社会づくりの重要性

我が国経済を再生し、成長を持続的なものとするためには、「すべての人材が、それぞれの持ち場で、持てる限りの能力を活かすことができる」「全員参加」が重要であり、自助・自立を第一としつつも、自助・共助・公助のバランスのとれた政策を検討していく必要がある。公助について財政上の制約がある中で、地域の課題に対応し活性化を図っていくためには、共助の精神によって、人々が主体的に支え合う活動を促進することで、活力ある社会にしていくことが必要である。

こうした活力と共助の精神にあふれる社会をつくっていく上で、その担い手は多様化しており、これまで地域社会において重要な意味を持っていた自治会、消防団、商店街等のみならず、現在は特定非営利活動法人、公益法人、企業等様々な主体が参加している。こうした多様な担い手の更なる参加や活動の活発化を促す仕組みを検討していくことは、以下の2点から極めて重要である。

① 人や組織のつながりがしなやかな強さを持つ安定した社会の構築に寄与すること

② 地域を活性化するために、新たな市場の創出・拡大、雇用の拡大、寄附文化の醸成に寄与すること

(2) 安定した社会を構築する役割

共助社会づくりを進めていく上で、多様な担い手による専門的なノウハウの活用やきめ細かな支援により、地域の様々な課題が解決されることが期待される。

市民からの寄附などの意思のある資金

に支えられて、社会的に弱い立場にある人たちに寄り添いながら、課題解決に取り組んでいる特定非営利活動法人等も多く見られる。また、まだ社会全体の課題として認知されていない課題についても、支えを必要としている人々の存在に早めに気づき、支えることで、将来その能力を社会で発揮し、支える側に回るよう下支えする活動に取り組んでいる例もみられる。

このように、地域の実情を把握している特定非営利活動法人や地縁組織、さらには中小企業などの機動的に対応できる担い手が、地域の課題解決のためにきめ細かな活動を実施することが、しなやかな強さを持つ安定した社会を構築する上で、非常に重要な意義を持っている。

(3) 地域の活性化に果たす役割

地域においては、市民からの寄附や会費に支えられて社会・地域の課題解決に取り組んでいる特定非営利活動法人等のみならず、企業や金融機関など様々な担い手が社会課題の解決に取り組んでいる。こうした担い手の中には、社会的課題を市場としてとらえ、その解決を目的とする事業を行うソーシャルビジネスに取り組む例が広がっている。こうした地域の資金を活用して社会的課題を解決する特定非営利活動法人等や、ソーシャルビジネスによって事業収入を得ながら社会的課題を解決する特定非営利活動法人等や企業の活動は、地域において新たな需要、雇用、資金循環を生み出すなど、地域の活性化においても一定の役割を果たしている。

また、米国においては、2010年時点で約1070万人が非営利セクターの有給職員として雇用されており、米国の全雇用者

数の10.1%を占めており、我が国においても今後更なる成長の可能性があると考えられる。

こうした多様な担い手による活動に支えられた共助社会の形成に当たっては、特定非営利活動法人等やソーシャルビジネスを行う企業（NPO等）が重要な役割を果たしているが、その活動が一層活発になるためには、自らの創意工夫による事業収入の拡大も含め、広く資金を調達することで、経済的に自立して活動ができるようになることが求められてくる。その際、NPO等の信頼を毀損するような団体の存在によって、共助社会づくりで重要な役割を果たしている担い手の信頼まで失われることのないよう、市民の信頼を得ながら活動を実施していく必要がある。

こうした観点から検討を進めるべく、内閣府特命担当大臣（経済財政政策）の懇談会として、共助社会づくり懇談会を開催し、別紙の委員による議論を行ってきた。本懇談会においてこれまで出された意見を踏まえ、論点の整理と今後の議論の進め方について整理したところ、以下のとおりである。

2. 共助社会づくりの現状と課題

(1) 多様な主体への対応に係る課題

共助社会づくりを進めるに当たり、様々な組織形態や活動分野、活動形態を有する多様な主体の参加と連携を促しながら、それぞれの主体の能力が最大限活かされるように施策を設計することが重要となってくる。

その際、こうした主体の全体像を把握することで目標を設定し、施策を遂行していくことが望ましい。共助社会づくりの担い手は、近年、相当程度成長してい

るのではないかと推測されるものの、施策を検討する上で、こうした事業者について正確に把握可能な統計がないことから、現在の活動規模、雇用規模を測ることができていない。大胆な仮定を置いて行った暫定的な試算値では、経費で見た活動規模は、平成23年度において、およそ3.5兆円程度と推計されたが、今後、政策を検討していく上で、正確なデータを把握できるよう検討していく必要がある。

一方、共助社会づくりの担い手には、特定非営利活動法人や公益社団・財団法人、一般社団・財団法人若しくは株式会社など様々な主体があることから、主体の組織形態や活動実態に応じて、体系化して整理した上で施策を講じる必要がある。特に、収益をあげやすい事業（いわゆる事業型若しくは収益型）と、そうでない事業（いわゆる寄附型若しくは非収益型）があり、それぞれの特性に応じて施策を講じるべきである。また、特定非営利活動法人、公益法人、社会福祉法人、中小企業など、法人の形態によって社会的に求められる役割や特徴が異なってくることから、それぞれが活用できる施策も異なることも考えられるが、共通する部分については、法人間で不公平な扱いとならないように配慮する必要がある。

(2) 人材面の課題

共助社会づくりの主体となるNPO、ソーシャルビジネス事業者等が経済的に自立して活動していくためには、安定的な寄附・会費の獲得若しくは事業収入の向上が必要となってくる。そのためには、資金調達やソーシャルビジネスのノウハウを備えた人材が必要であり、また、その他マネジメントのノウハウも必要と

なってくる。

NPO等には、そうしたノウハウを持った人材が少ないが、その理由としては、優秀な人材を確保するために必要な財源を確保することが困難であること、NPO等のマネジメントや資金調達のノウハウを提供できる支援機関が不足していることが挙げられる。また、ボランティアやNPO等での経験がキャリアパスとして評価されない傾向にあることが、NPO等における経験の蓄積や人材の層を厚くすることを困難にする要因となっている。

こうした点から、NPO等の活動が多様化している中で、それぞれの分野に応じた専門性を持ったマネジメント支援が必要であり、ソーシャルビジネスの立ち上げを志す社会起業家に対するマネジメントやビジネスのノウハウ等の教育支援が重要である。民間企業との関係においても、プロボノ人材が活動しやすい環境整備や、NPO等と企業との人材交流の促進が必要である。そのためには、NPO等への支援を行うNPO等（中間支援組織）がその支援を行いやすくなるよう、中間支援組織の育成や体制強化を図るとともに、支援しやすい環境づくりを進めて行くことが必要である。また、民間企業において、NPO等での活動がキャリアパスとして評価される仕組みを構築することを検討することも重要であると考えられる。

例えば、限界集落における耕作放棄地や遊休林の再生・活用に当たって、都会の若者のボランティアを受け入れて開発し、そこから得られる資源を企業とのパートナーシップを組むことで活用するなど、社会的課題についてビジネスと共

助の精神を融合させて解決していく取組について紹介がなされたが、こうした取組を全国に広げていく上でも専門性を持ったマネジメント人材や社会起業家の育成支援が重要となってくる。

また、高齢化が進むとともに、地域によっては過疎化により閉塞感が高まっている地域社会において、新たな方向性を模索している中小企業が、第2の創業としてソーシャルビジネスに新たな需要を見出している例もある。地域に根差して活動している中小企業において、地域の共助とビジネスを結び付けることのできる「地域公共人材」の需要が高まっており、こうした人材育成を進めることが重要である。

(3) 資金面の課題

NPO等が事業を実施するに当たって、事業に要する資金を調達することが必要となってくるが、資金調達を円滑にするためには、寄附の拡大、NPO等向けの融資の拡大、事業収入の拡大が求められてくる。

我が国においては、東日本大震災を契機として多額の寄附がなされたが、寄附の意識を継続的なものとするためにも拡充された寄附税制の活用促進に努める必要がある。一方で、市民の中にある「寄附したいが、どこに寄附をするのが良いか」という潜在的な供給可能性を生かしていくためにも、中間支援組織の強化や市民ファンドの育成が重要である。また、寄附された資金の用途が明確になるよう、その会計や事業報告の透明性も重要となってくる。

例えば、テーブル・フォー・ツーと同様の取組である地元の飲食店と連携した「カンパイチャリティキャンペーン」は、

日常生活の中に「さりげなく寄附の機会をつくること」やスタッフを含めてNPO等の活動への理解を深め、共助社会づくりの担い手の裾野を広げることに成功している。こうした寄附者と支援先及び地域の企業・人材を結びつける市民ファンド等の取組を促進する必要がある。また、信用金庫等の地域金融機関、NPOバンク、市民ファンドの連携の仕組みへの支援やそれを補完する日本政策金融公庫の活用、さらには、非資金的支援を展開している中間支援組織が資金的支援を行えるよう、人材の派遣や研修の充実などによる併走型のハンズオン支援について検討していく必要がある。

NPO等向けの融資については、NPO等が実施する事業に対する理解が浸透されていないことなどにより金融機関等からの借入が困難であるとの指摘があったほか、NPO等の適切な事業計画の重要性についても指摘があった。こうした課題に対応するため、NPO等の活動を理解し、その情報を共有する地域の専門家や中間支援組織等をつなげるネットワークづくりを促進し、そのネットワークによる事業計画の策定支援や事業評価のための共通の基盤が形成されることが重要である。

また、地域活性化への効果がひいては自らの成長につながることで、デフォルトの可能性が低いことなどから、NPO等に積極的に融資を実施していることや、預金者の協力と了解を得た上で、定期預金の金利の一部をNPO等に助成するなど、地域の資金をコミュニティビジネスに活用できるよう、地域において効果的に循環させる取組が紹介された。

このようにNPO等向けの融資等を拡

大するためには、金融機関のNPO等への理解を深めるとともに、NPO法人を中小企業向けの信用保証制度の対象とするなど、融資を受けやすい環境を整えることが重要となってくる。その他諸外国で活用されている新しい資金供給スキームとして、ソーシャル・インパクト・ボンド、クラウド・ファンディング、休眠預金口座の活用、コミュニティ・インタレスト・カンパニーなどがある。

(4) 信頼性の向上

NPO等が寄附や融資を受け入れるためにも、その活動内容や経理を適切に情報開示することで透明性が担保される必要がある。しかし、特定非営利活動法人の中には、閲覧書類の所轄庁への提出をしていない法人や、連絡がつかない法人が存在しており、書類が提出されていたとしても、法人によっては計算書類に不備が見られることもある。また、法人ごとに採用されている会計基準にもバラつきが見られ、最も望ましいとされているNPO法人会計基準を現時点で適切に作成できている法人は全体の2%程度との報告がなされた。

このように基本的な情報の提供が不十分な状況は、特定非営利活動法人の活動内容の評価を困難とし、市民が寄附をするに当たって、信頼できる法人なのか判断が難しくなるだけでなく、特定非営利活動法人全体としての評価も下げることとなる。

NPO等の活動内容に関する中間支援組織による徹底的な情報開示により、NPO等を社会に対して可視化することが、寄附の拡大につながったこと、社会的に信頼のあるNPO等を認証する仕組みを設けることで、社会からの支援を受

けられるようになっている点について紹介があった。

こうした事例を踏まえ、特に資金管理の状況把握の基礎となる経理については、NPO法人会計基準の普及のため研修の場の充実等に努めるとともに、必要に応じて会計基準の更なる改善に向けた取組を進めることが重要である。NPO等の事業活動の評価について、既に一部では社会的認証や様々な民間における組織評価の取組が進んでいるが、こうした取組を促進できるよう、NPO等に関する基礎情報や閲覧情報などへのアクセス環境が改善されることが重要である。

また、特定非営利活動法人については、申請書類や事業報告書、活動予算書等について、より信頼性が高まるよう、様式の改善を図るとともに、休眠法人の整理や、信頼を毀損する団体への実効性ある対処を検討し、社会的信用力を高めていくことが重要である。

(5) その他の課題

その他、NPO等が事業を実施していく上で、地方公共団体、NPOセンター、商工会議所、社会福祉協議会等様々な機関からの支援を受けることとなるが、これらがワンストップで事業者の相談に対応できるような体制を構築すること、その際、体制構築と同時に、コーディネーター（中間支援）、サポーター層（応援、協力者）を育てることが重要である。

また、中小企業が既存の市場で新たな需要を見つけることが困難な中、自然エネルギーの活用や障害者雇用の推進などのソーシャルビジネスへの転換や、企業や公務員のOBの参加により、その経験やノウハウを生かした経営改善など、様々な人や組織のつながりの中で、新た

な成長の可能性を見つける例が生まれはじめており、こうした中小企業のソーシャル化の動きを促進することは、成長と共助社会の実現の両面から重要である。

なお、施策の実行に当たっては、各主体の活動の妨げとならないよう、行政側が柔軟に対応することが求められ、そのためにも、基礎自治体である市町村が事業を担う場合には、それぞれの施策の意図が十分に市町村まで伝わるようにすることが重要である。

3. 今後の対応

(1) WGの開催

共助社会づくり懇談会においては、各主体が抱える多岐に渡る課題が指摘された。これまで提示されてきた論点を整理すると、

- ・人材面の課題として、恒常的な人材不足に加え、マネジメント人材や専門人材の不足
- ・資金面の課題として、寄附の拡大を図る上で、新たな仕組みが立ち上がりつつあるが未成熟であること、一部信金等を除き、金融機関からの融資性の資金が供給されにくいこと
- ・信頼性の向上に関する課題として、資金管理の不透明性に由来する不信任やデータベースの利便性が低いことなどにより、活動情報や財務情報が伝わりにくいこと

などについて問題提起がなされてきた。

これらの3つの課題は、適切な情報開示の徹底が信頼を生み、寄附の拡大を促し、資金調達のためには人材育成が必要であり、適切な経理やマネジメントができる人材がいけないことには適切な情報開示ができないなど、相互に密接に関係している。

しかしながら、各課題を解決するためには、各課題に内包される具体的な検討事項を一つひとつ解決していくことが他の課題の解決にもつながることに鑑み、一つひとつの具体的な検討事項を集中的に議論して解決していく必要がある。このため、当面、人材面の課題に関するWG、資金面の課題に関するWG、信頼性の向上に関するWGの3つのWGをそれぞれ開催し、WGでの集中的な議論により、総花的な方向性の整理に止まらず、具体的な対応策を順次実現していく方向で検討を進めることを念頭において、議論を進めることとする。

(2) WGにおける議論のあり方

各WGには、本懇談会の委員から数名ずつご参加いただくことに加え、必要に応じて専門委員として、当該分野について知見を有する方にご参加いただくこと

も検討する。

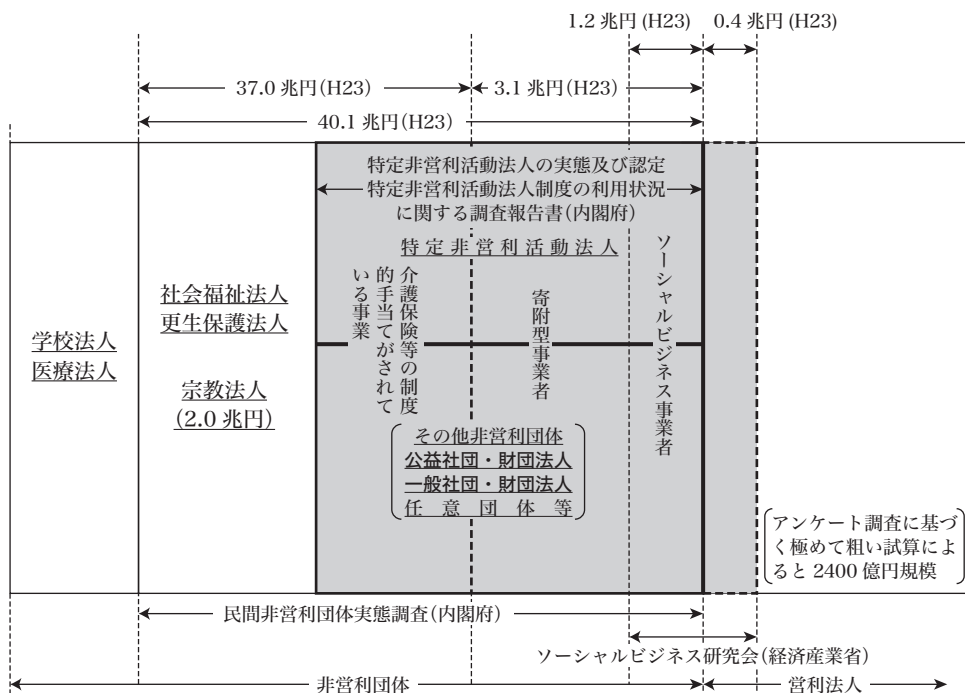
各WGにおいては、これまで指摘されてきた課題に最も効果的に対処できる施策の内容の具体化、施策実施の手法、留意点等について議論した上で、実現できる施策から一つずつでも順次実現していく。

議論を進めるに当たり、各課題は相互に関連することから、適宜本懇談会の場などを通じて、情報を共有し、本懇談会における合意を得つつ進めることとする。(注記略。下線は筆者による。)

なお、図7「非営利団体及びソーシャルビジネスに係る調査について」が参考に公表されている。

「自民党政府」「共助社会」、また内閣府「共助社会づくり懇談会」の内容などの詳細については、関係文書を参照されたい。

【図7 非営利団体及びソーシャルビジネスに係る調査について】



XII 企業のCSR・社会貢献・フィラソロピー・メセナ

近年、企業活動において、「企業の社会貢献活動」やCSR(企業の社会的責任: Corporate Social Responsibility)に関する取組みに対する関心が注目されている。また、企業活動において、企業の社会貢献活動などと合わせて注目されている。近年の「CSR」「社会貢献」「メセナ」の動向について、概観する。

(1) CSR・社会貢献・フィラソロピー・メセナの関係性

CSR「企業の社会的責任」とは、企業が社会や環境と共存し、持続可能な成長を図るため、その活動の影響について責任をとる企業行動であり、企業を取り巻く様々なステークホルダーからの信頼を得るための企業のあり方を指すが、近年では「企業の社会貢献活動」については、CSRの一環として、捉えられ対応する企業が多い傾向にある。

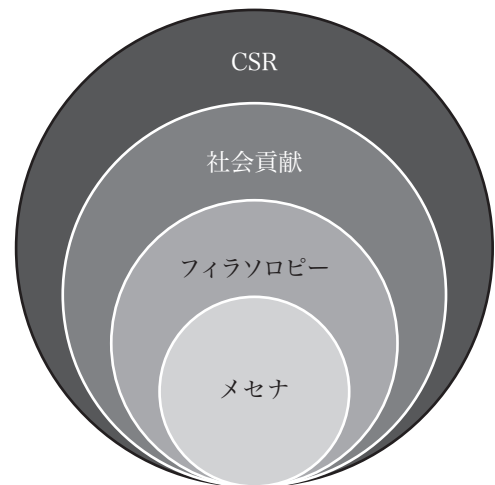
一方それに対して、「企業メセナ」とは、「メセナ」(méénat)とは、芸術文化支援を意味するフランス語で、古代ローマ時代の皇帝アウグストゥスに仕え、詩人や芸術家を手厚く庇護した高官マエケナス(Maecenas)の名に由来している。すなわち、「企業メセナ」とは、「企業の芸術文化支援」活動である。

「日本では、「日仏文化サミット'88〜文化と企業」を契機に企業メセナ協議会が1990年に発足した際、「即効的な販売促進・広告宣伝効果を求めるのではなく、社会貢献の一環として行う芸術文化支援」という意味で「メセナ」という言葉を導入し、一般に知られるようになった。その後、マスコミなどを通じてこの言葉が広まる過程で「企業が行う社会貢献活動」といった広義の解釈で使用されることも増えた」といわれる。

このように、CSR「企業の社会的責任」

「企業の社会貢献活動」「フィラソロピー」(利他的活動や奉仕的活動等のことを指す)「企業メセナ」における相互の関係性については、図8のように概念図化されよう(図8参照)。

【図8 CSR・社会貢献活動・フィラソロピー・メセナの関係性イメージ】



(2) メセナを行う目的

「企業がメセナ活動を行う目的」については、各社様々な背景や理由、目的がある。

企業メセナ協議会が実施している「メセナ活動実態調査」では、「メセナ活動の目的」として最も多い回答が「社会貢献の一環として」ということがあげられている。次いで「地域社会の芸術文化振興のため」、「芸術文化全般の振興のため」、「長期的にみて自社のイメージ向上につながるため」が、いずれも過半数を超えている。また、「自社の企業文化の確立を目指して」という理由も、比較的多い。

(3) 企業の社会貢献度ランキング

東洋経済新報社では、「社会貢献支出額とその対経常利益比率(社会貢献支出比率)のランキングを作成し、企業の社会貢献活動」について、概観し、評価している。参考になる

【表2 社会貢献支出額ランキング上位50社】

順位	社名	社会貢献度支出額（100万円）		
		2011年度	2010年度	2009年度
1	ヤマトホールディングス	14,653	—	—
2	トヨタ自動車	14,400	13,900	12,100
3	NTTドコモ	6,956	8,324	7,442
4	麒麟ホールディングス	5,629	5,180	4,500
5	イオン	5,270	2,400	2,057
6	キャノン	4,680	4,823	4,949
7	日本生命保険	4,662	4,051	4,945
8	武田薬品工業	4,598	3,017	3,772
9	パナソニック	4,556	3,944	3,175
10	ソニー	4,301	4,592	3,584
11	三菱商事	3,900	1,600	1,500
12	JXホールディングス	3,474	1,667	2,212
13	第一三共	3,466	3,686	—
14	JT	3,428	3,891	3,732
15	東芝	3,022	3,002	2,670
16	セブン&アイ・ホールディングス	2,777	2,871	1,718
17	三菱ケミカルホールディングス	2,680	2,256	—
18	三井物産	2,608	1,688	2,325
19	三菱UFJフィナンシャル・グループ	2,576	1,069	1,363
20	ホンダ	2,344	2,894	2,863
21	協和産業	2,311	1,115	755

（注）2011年の社会貢献支出額が多い順に上位50社をランキング。社会貢献支出額には寄付金のほか、社会貢献を目的とした各種事業への支出額も含む。
（出所）『週刊東洋経済増刊 CSR企業総覧2012年』より抜粋。

ので紹介する。

上表は、「社会貢献支出額ランキング上位50社」（社会貢献支出額と社会貢献支出比率トップ50）の企業である。

トップは、ヤマトホールディングスの145億円。震災直後の11年4月から「宅急便1個につき10円の寄付を1年間継続する」ことを決定。140億円を超える巨額の金額となった。2位には、ほぼ同額の144億円でトヨタ自動車が続く。同社は「環境」、「交通安全」、「人材育成」、「社会・文化」の各分野で社会貢献活動を実施する。交通安全イベントなど自動車メーカーならではの活動も多い。

3位は、NTTドコモの69億円。子どもや保護者等への「ケータイ安全教室」、障害者向けの「ドコモ・ケータイお役立ち講座」と

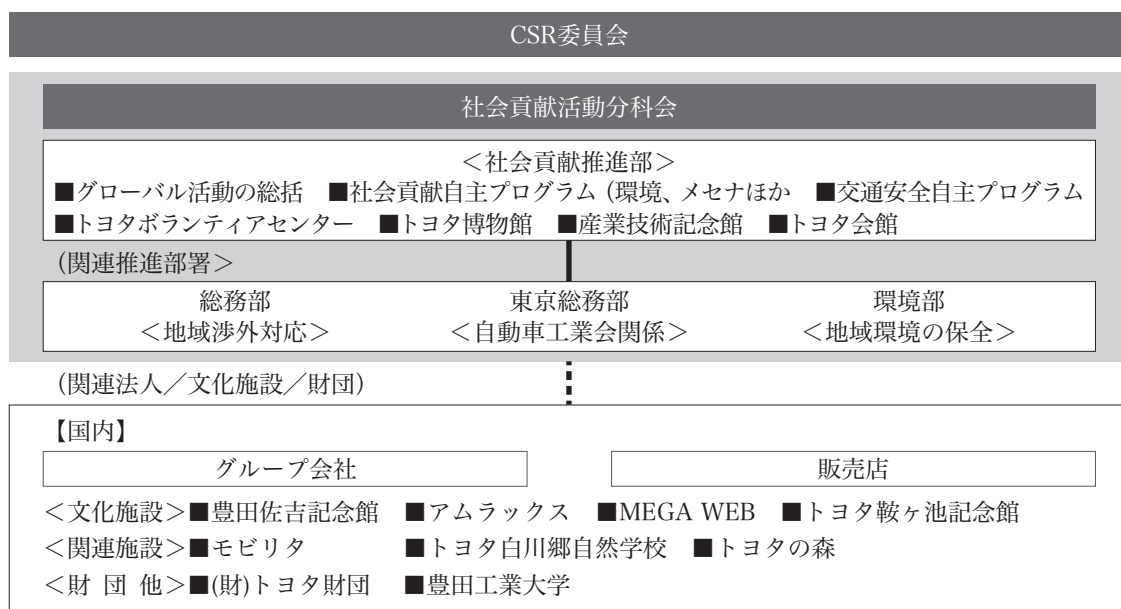
いった携帯電話会社ならではの活動に加え、全国47都道府県49カ所で環境保全活動として「ドコモの森」作りを推進するなど、幅広く社会貢献を行っている。

以下、4位麒麟ホールディングス56億円、5位イオン52億円、6位キャノン46億円など大企業が並ぶ。こうした大企業は活動範囲も広く、金額も大きい。規模の面で大きな貢献を果たしている。

（4）【事例1】トヨタにおける社会貢献活動の取組み

ランキング2位であるトヨタにおける社会貢献活動、CSRの取組みについては、同社のHPに詳細に掲載されている。詳細については同社のHPを参照されたい（出所：<http://www.toyota.co.jp/jpn/sustainability/>）。

【図9 国内推進体制】



トヨタの「社会貢献活動への取組みについて」は、次のように明示されている。

＜社会貢献推進部を中心とする国内の推進体制＞

1989年に社長を委員長として関係役員で構成する「社会貢献活動委員会」を最高意思決定機関として設置（2007年10月には他の機能も統合のうえ「CSR委員会」を新設）。社会貢献活動の専門部署である「社会貢献推進部」が中心となって活動を展開している。

国内推進体制は図10に示すとおりである。

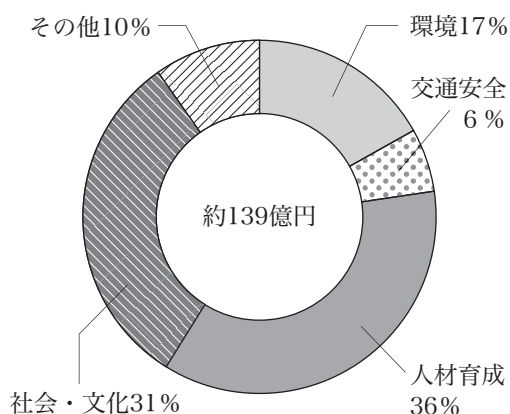
＜社会貢献活動の実績＞

「環境」「交通安全」「人材育成」の3分野をグローバルな重点領域とし、これに各地域の社会ニーズに応じた分野を加えて各事業体が主体的に取り組んでいる。日本では3重点分野に「社会・文化」の領域を加えるとともに、社員のボランティア活動支援にも力を注ぎながら、トヨタの持つノウハウやリソースを最大限に活用したプログラムを推進している。

ちなみに、2010年度分野別実績については、

トヨタ単体と主要連結会社との社会貢献活動実績は図10に示すとおりである。

【図10 2010年度分野別実績】



(5) 【事例2】日本生命保険における社会貢献活動の取組み

日本生命保険における社会貢献活動、CSRの取組みについては、同社のHPに詳細に掲載されている（出所：<http://www.nissay.co.jp/kaisha/csr/chiiki/shakai/>）。詳細については、同社のHPを参照されたい。

CSRの取組みについては、「共存共栄」「相互扶助」という生命保険事業の精神を創業時から連綿と受け継ぎ、CSR(企業の社会的責任)への取組を推進」している。

また、「当社は、コンプライアンス(法令等遵守)とは、狭義の法令にとどまらず、あらゆる社会規範を遵守すること、そして、お客様・社会の信頼に応え、誠実に仕事をしていくことであると考えています。全役員・職員がコンプライアンスの担い手であり、コンプライアンスが業務遂行の前提であるという基本理念のもと、コンプライアンスの推進に向けて取り組む」中で、「コンプライアンス体制図」に図示する体制のもとに、「当社は、経営会議の諮問機関であるコンプライアンス委員会において、コンプライアンス課題に関する対応策の審議、取組状況のモニタリング等を通じ、保険募集管理を含むコンプライアンス体制の全般的統制・管理を行っています」とある。

<日本生命保険が設立した財団>

「環境」「児童・青少年育成」「文化」「高齢・医療」等の分野において、継続・安定的な社会貢献活動に、当社が設立した5つの財団とともに取り組んでいます」とある。

社会活動分野については、次の4つの分野における活動、すなわち、「環境分野」「児童・青少年育成分野」「文化分野」「高齢・医療分野」が、それぞれ「年表」形式により、整理され発表されている。

また、当社が設立した5つの財団、「(公財)ニッセイ緑の財団」「(公財)ニッセイ文化振興財団」「(公財)日本生命財団(ニッセイ財団)」「(財)ニッセイ聖隷健康福祉財団」「(公財)日本生命済生会」について、それぞれの財団のHPとリンクされ、紹介されている。

<都道府県別のニッセイの社会貢献活動>

また、「都道府県別のニッセイの社会貢献活動」が紹介されている。

さらに、「児童・青少年の健全育成への貢献」については、「ニッセイ名作劇場」「青少年のための日生劇場オペラ教室」などの事業、「豊かな文化の発展への貢献」については、「日生劇場」「NISSAY OPERA」などの事業、「高齢・医療分野への貢献」については、「日生病院」「無料・低額診療等の実施」などの事業、「ボランティアによる貢献」については、「ニッセイ未来を育む森づくり」「地域清掃活動」などの事業が紹介されている。

このように、日本生命保険における「社会貢献活動への取組みについて」は、高く評価できる。

企業のCSR・社会貢献・フィラソロピー・メセナの詳細については、「公益社団法人企業メセナ協議会」HP、「公益社団法人フィラソロピー協会」HP、日本経済団体連合会HP「社会貢献活動実績調査結果」、「経団連1% (ワンパーセント) クラブ」HP、奨学金等の助成型財団については「公益財団法人助成財団センター」HP、『企業の社会貢献活動事例集—企業市民としての役割を探る—』などに詳細に詳解されている。それぞれのHPや文献などを参照されたい。これらの詳述については、紙幅の関係で大幅に割愛する。了承されたい。

■執筆者Profile■

出井信夫 (いでい・のぶお)

東北公益文科大学大学院教授。山形県公益認定等審議会委員長代理。経済学博士。第3セクター研究会会長。主著に『自治体の外郭団体・出資法人の公益認定』『基礎からわかる自治体の財政分析』(改訂版)(学陽書房)他、著書、論文多数。