

民間企業の公益活動

——日本の現状と展望——

山内直人

I はじめに

民間非営利セクターが経済社会のなかで果たす役割は、先進国においても、また発展途上国においても非常に大きくなっている。日本においても、企業の社会貢献活動や個人のボランティアなど、民間セクターによる公益活動（しばしばフィランソロピーと呼ばれる）が広がりを見せており、その必要性が一般にも認知されるようになってきた。Salamon (1994) は、こうした非営利セクターの台頭を“associational revolution”と呼び、19世紀後半の国民国家の成立に匹敵するインパクトをもつと主張している。

アメリカやヨーロッパの民間公益活動と比較すると、日本の特徴は、法人企業が圧倒的に重要な役割を果たしているということである。より正確には、日本だけの特徴というよりも、アジア諸国の非営利セクターに共通の特徴というべきかもしれない¹⁾。

しかしながら、日本の企業フィランソロピーは、今大きな転換期にさしかかっているように思われる。企業の社会貢献活動は1980年代後半の長期好況の時代にブームを経験したが、それに続く1990年代前半の長期不況期には、ブームはしぼんでしまったかにみえる。民間公益活動が企業中心に行われているということは、公益活動の水準が企業業績の変動に対応してかなり敏感に変動する可能性があるということを意味している。しかし、そうした不況下にあっても、意識の高い企業は地道な活動を続けており、企業の取り組み方にも大き

な違いがみられる。

この小論では、以上のような現状をふまえて、民間企業の公益活動がさまざまな利害関係者への成果配分のなかでどのように位置づけられているか(第II節)、企業の公益活動は経済成長や景気変動に伴ってどのように変化しているか(第III節)、企業財団はどのような役割を果たしているか(第IV節)、といった論点を検討する。最後の第V節では、民間企業の公益活動の基盤となる税制や公益法人制度をどのように改革すべきかといった政策的論点について議論する。

II 企業の成果配分と公益活動

1. 企業フィランソロピーの現状

芸術・文化、学術研究、社会福祉、国際協力など、さまざまな分野での民間公益活動に対する需要を満たすため、多数の民間非営利組織(non-profit organizations)が活動している。民間企業の役割のひとつは、そうした活動に資金、人材、ノウハウなどを供給することである。もうひとつは、企業独自の社会貢献プログラムを実施することによって、直接需要に応えることである。

日本における民間公益活動のなかで企業の占める位置を正確に把握することは簡単ではない。民間企業の公益活動を把握するのに有益な資料として、経済団体連合会(1994)がある。これは、調査対象が経団連会員企業等に限定されているものの、企業の寄付支出と自主プログラムに対する支出の双方を含む包括的なデータを提供している。

これによると、1993年度(各企業の会計年度)

の社会貢献支出は、回答 369 社の合計金額が 1494 億円であり、1 社平均では 4 億 500 万円となっている。このうち、自主プログラムに対する支出額は、420 億円であり、寄付金支出額は 1074 億円であった。寄付金支出のうち、損金算入額は 873 億円である。

寄付金支出額に限るならば、税務統計からもデータが得られる。国税庁が会社標本調査のサンプル・データから母集団推計を行ったところによれば、1993 年に法人企業が支出した寄付金額は、5236 億円とされている。このうち、税法上公益目的の寄付金とみなされる「指定寄付金」と「特定公益増進法人に対する寄付金」の合計は 1802 億円であり、残りの 3434 億円のなかには政治献金など公益目的以外の寄付金がかなり含まれていると考えられる（表 1）。

2. 日本型成果配分と民間公益活動

労働分配率や配当性向の低さ、労働時間の長さなどからみると、日本企業は、従業員や投資家への現在の分配を手厚くすることよりも、将来にわたる企業成長とそのための内部留保を重視し、長期的な成果配分を手厚くしようとしているようにみえる。実際、日本の労働分配率や配当性向は、主要先進国との比較でも低いということが確認されている²⁾。

ここで、日本の法人企業が利益をどのように分配しているか概観しておこう。具体的には、国税庁の会社標本調査に基づき、利益処分の現状をみる。ここで分配の対象となる利益は、税法上の益金に交際費と寄付金の損金算入部分も含めたやや広い概念としての企業利益を考える。表 2 によると、1992 年の黒字法人においては、上記の意味での広義利益のうち、29.5%が法人税の支払いに充

表 1 法人の寄付金支出の推移

暦年	指定 寄付金	特定公益 増進法人 への寄付	その他 一般の 寄付金	法人 寄付金 合計	法人所得 うち損金 不算入分	法人所得	寄付金 対所得比
	億円	億円	億円	億円	億円	億円	%
1974	470	163	1,044	1,677	408	149,237	1.12
1975	372	115	876	1,364	383	113,319	1.20
1976	366	158	962	1,486	393	129,013	1.15
1977	386	203	1,002	1,591	366	144,289	1.10
1978	394	212	1,039	1,646	388	158,477	1.04
1979	388	257	1,509	2,154	524	194,228	1.11
1980	596	276	1,434	2,305	502	223,300	1.03
1981	681	316	1,447	2,444	515	233,637	1.05
1982	460	336	1,311	2,106	402	238,349	0.88
1983	505	352	1,679	2,535	635	244,949	1.03
1984	563	438	1,674	2,675	583	272,469	0.98
1985	531	454	1,864	2,850	634	302,859	0.94
1986	603	411	2,049	3,064	671	302,949	1.01
1987	641	550	2,368	3,559	901	347,460	1.02
1988	782	578	2,577	3,937	810	408,625	0.96
1989	884	666	2,673	4,223	841	474,123	0.89
1990	1,276	697	3,518	5,491	1,334	503,812	1.09
1991	1,215	856	3,563	5,634	1,254	495,215	1.14
1992	1,052	779	3,507	5,338	1,414	429,188	1.24
1993	1,010	792	3,434	5,236		364,077	1.44

データ：国税庁企画課編「税務統計から見た法人企業の実態」による。

注：法人所得は、黒字法人のみの計数、それ以外の項目は全法人の計数である。

表2 法人企業の利益分配（構成比，％）

暦年	対象 企業	役員 賞与	支払 配当	法人 税額	交際 費	寄付 金	社内 留保	その 他	合計
1980	全企業	2.8	10.1	31.7	13.0	1.0	27.2	14.3	100.0
	黒字法人	2.5	9.2	30.4	9.9	0.8	34.1	13.1	100.0
1985	全企業	2.1	10.0	36.4	12.7	0.9	21.2	16.6	100.0
	黒字法人	1.8	9.2	34.0	9.0	0.8	31.2	14.0	100.0
1990	全企業	2.0	8.9	34.9	11.1	1.1	27.5	14.6	100.0
	黒字法人	1.7	8.4	32.4	8.3	0.9	35.6	12.7	100.0
1992	全企業	2.7	12.2	36.8	16.4	1.4	9.3	21.1	100.0
	黒字法人	2.0	9.5	29.5	10.0	1.0	33.1	14.9	100.0

データ：国税庁企画課編「税務統計から見た法人企業の実態」。

てられているが、それ以外では、支払配当に9.5%、交際費に10.0%が充当され、33.1%が社内留保となっている。こうしたなかで、寄付金支出には1.0%が振り向けられているにすぎない。しかもこのなかには政治献金など公益目的以外の寄付金がかかなり含まれている。赤字法人を含めた全企業の平均をみても、寄付金支出の広義純利益（黒字法人の利益から赤字企業の欠損を差し引いたもの）に対する比率は1.4%にすぎない。

こうした日本型成果分配の特徴は、フィランソロピー実践の方法にも反映している。たとえば、アメリカでは、企業は株主としての個人に最大限の成果分配を行おうとする。フィランソロピーに関しても、企業は、配当や賃金の形で個人に最大限の成果分配を行い、個人は受け取った所得を用いて、寄付をはじめとする公益活動を行うのが一般的である。これに対して、日本では、これまでのところ、企業自身が主体的にさまざまな公益活動を行っており、個人はいわば脇役にとどまっている。

これが端的に現れているのが寄付金の支出者別構成である。アメリカでは、寄付金支出全体の9割近くは個人（遺産からの寄付を含む）によるものである[Kaplan, 1994]。これに対し、日本では、税務統計の数値でみる限り、寄付金支出の9割以上は企業によるものである。

日本企業の特徴的な成果配分様式は、個人と企業の税制の違いをふまえた合理的な行動であると理解することも可能であろう。すなわち、日本で

は、個人所得税はかなりきつい累進構造になっており、課税所得に対する限界税率は、最高で65%（国税50%、地方税15%）であるのに対し、法人税は、基本的にフラット税率で、約50%（うち国税としての法人税は37.5%）である。したがって、高額所得者にとっては、個人所得として受け取って、所得のなかから寄付を行うよりも、所得としては受け取らず、企業にフィランソロピー活動を代行してもらうほうが、節税の観点からは有利ということになる。こうした個人と法人の税率構造の違いが日本において個人よりも企業のフィランソロピーが栄える要因のひとつになっている可能性がある。

3. 利潤追求との整合性

個人の行動の背後に他人を思いやる心が多少とも存在するというのは、その深層心理がどうであれ、否定しがたいであろう。これに対して、営利企業の本質が利潤を追求することであるとすると、その企業が直接的な見返りを求めないフィランソロピー活動を行うということは、どのように説明したらよいだろうか。

これは、「企業の目的は何か」、あるいは「誰の利害を代表しているか」、「利潤の最大化だけなのか」、「仮に利潤最大化だとしてどのくらいの時間的視野で利潤を考えているのか」といった問題と密接に関連している。

現代企業は、さまざまな利害関係者の上に成り立つ組織である。したがって、最も自然な解釈は、企業の利害関係者がフィランソロピー活動を行うことを望んでいる、そうして、彼らの意思を反映して、企業はエージェント（代理人）として活動しているというものである。

まず、従業員。社会貢献に熱心な企業で働くことにより従業員の満足が高まるとしたら、従業員自身がフィランソロピー活動に社会的な意義をみいだしているということだろう。企業が従業員を募集する場合にも、フィランソロピーに熱心な企業であれば、より優秀な人材を集めることができるかもしれない。こうした意識が組織化されて、労働組合として社会貢献を行っている例も珍しく

ない。

消費者はどうか。もし、消費者が社会貢献に熱心な企業の製品を好んで買うとすると、企業はフィランソロピー活動を軽視できないだろう。企業フィランソロピーは、消費者の支持を取り付けるための合理的な企業行動と解釈できる。

企業の活動の場となるコミュニティはどうか。コミュニティが企業の社会的責任としてフィランソロピーを求めるなら、それを無視して企業が地域社会で操業し続けることは難しいだろう。この場合、フィランソロピー活動は、企業の長期的な利益基盤を保証するために必要なコストということになる。

次に経営者はどうか。いわゆるサラリーマン経営者の場合は、従業員と同様に、彼らがフィランソロピー活動に意義をみだし、積極的に活動すべきだと考え、それを企業に所属することを通じて実現していると考えることができるだろう。

一方、オーナー経営者の場合、経営者自身がフィランソロピー活動に情熱を燃やすケースはよくみられる。これは、個人としてのフィランソロピーの評価が、企業フィランソロピーの実践という形で、経営方針にも反映されているものと考えられる。

最後に、株式会社の最も直接的な利害関係者である株主の観点から考えてみよう。フィランソロピー活動にはコストがかかるから、活発な活動を行うほど、配当の原資となる利潤を圧迫する。しかし、フィランソロピー活動が短期的な利潤を減らしても長期的な利潤につながるなら、株主はおそらく反対しないだろう。現在の配当は抑制されるかもしれないが、将来の配当増加が見込まれれば、株価が上昇し、キャピタルゲインが得られるからである。

なぜ、長期的には利益なのか。それは、フィランソロピー活動を行うことによって、すでにみたように、利害関係者がそれを評価し、その結果、需要が増加したり、製品・サービスが高く売れる(収入の増加)、優秀な従業員を雇い入れることができる、コミュニティのなかで協調していける(費用の節約)といった効果がもたらされ、それが

長い目でみれば利潤の増加につながるからであると考えられる。しばしば“enlightened self-interest”(「見識ある自己利益」)といわれるのはこのことである。山田(1991)、塩澤(1991)などは、民間企業の公益活動について、長期的な視野の下での利潤最大化行動として理解しうることを理論モデルに基づき説明している。

III 企業公益活動の時系列変動

1. 経済成長と企業公益活動

法人企業は、企業活動の規模が拡大し、所得規模が大きくなるにつれて、寄付金支出をどのように増加させているだろうか。これをみるため、以下のような回帰式を計測することによって寄付金支出の所得弾力性を計測してみる。

$$\ln G = \text{constant} + a \ln Y + e$$

ただし、 G は法人企業の寄付金支出額、 Y は法人所得(黒字法人のみ)、 $\ln(\)$ は自然対数を示す。

1965年から93年のデータを用いて a を推定することにより弾力性を計算すると、0.98という結果が得られた。これは、法人企業が所得(利潤)の拡大ペースとほぼ同じスピードで寄付金支出を拡大させてきたこと、換言すれば、意図したかどうかは別として、寄付金支出の所得比率を一定に維持するように寄付金支出額を調整してきたことを意味している。

これは、寄付金支出の法人所得に対する比率がこの期間を通じて1%前後とほぼ一定であることをみても確認される(表1を参照)。

2. 景気変動と企業公益活動

それでは、景気変動に伴う企業業績の短期的な変動に対しては、企業は公益活動の水準をどのように変化させているだろうか。これをみるため、法人所得の対前年変化率と寄付金支出の対前年変化率を比較してみた。それをまとめた表3によると、1965年から93年までの法人所得変化率の標準偏差は14.1であるのに対し、寄付金支出のそれは17.2となっている。これは、企業が、法人所得すなわち利潤の毎年の変動以上に寄付金支出を増

減させていることを示唆している。

株主への利潤分配である支払配当の変動については、同じ期間の標準偏差は9.1、また税制上の取り扱いが寄付金と類似している交際費のそれは6.2であり、寄付金支出よりもはるかに安定している。これらは、企業は、寄付金よりも配当や交

際費の支出の安定化を重視していることを示していると考えられる。

ただし、以上の傾向は時代とともに変わりつつあるようにもみえる。上記の期間を1965～74年の第Ⅰ期（高度成長期）、75～84年の第Ⅱ期（調整期）、85～93年の第Ⅲ期（安定成長期）の3期間に分けてみると、高度成長期には、企業の寄付金支出の変動は法人所得の変動よりも大きい、安定成長期には、法人所得の変動を下回るようになっている。

比較のために、アメリカにおける法人所得と公益寄付金支出の年間変化率の標準偏差を同様の方法で計算してみた。データは、Kaplan (1994) による推計データを用いた。それによると、1975年から93年の期間について、法人所得の変化率の標準偏差が13.2であるのに対し、寄付金支出のそれは7.4とかなり小さくなっている。これらのデータから判断する限り、日本企業と比較すると、アメリカの企業は所得変動にかかわらず寄付金支出を安定化させようとする傾向がより強いと考えられる。

3. 長期不況下の企業公益活動

上記の期間区分のうち、最も最近の第Ⅲ期について、やや詳しくみておこう。日本の1980年代後半以降の景気循環は、経済企画庁の基準日付によれば、86年11月～91年4月が好況期、91年4月～93年10月が不況期とされている。したがって、この第Ⅲ期は、戦後有数の長期好況期、長期不況期を含む時期であったといえる。また、俗に「フィランソロピー元年」といわれる1990年は、回顧してみればちょうど長期好況期の末期に位置していたことになる。

こうした最近の景気循環局面で、企業のフィランソロピー活動はどのような影響を受けたのだろうか。図1には、法人所得、寄付金支出、それに比較のために交際費支出のそれぞれの対前年変化率の推移が示されている。この図においても、景気変動による法人所得の変動に伴って企業の寄付金支出も変動しており、企業フィランソロピーの活動水準は景気変動に敏感に反応していることがみ

表3 法人所得、配当、交際費、寄付金支出の時系列変動

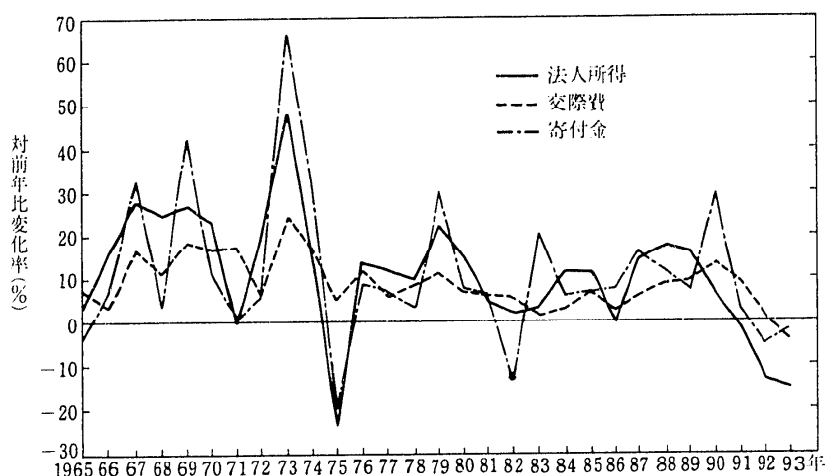
	暦年	法人所得	純法人所得	支払配当額	交際費支出	寄付金支出
対前年変化率%	1965	3.1	-1.7	1.7	7.2	-4.2
	1966	15.7	21.2	2.7	3.1	7.0
	1967	27.8	36.2	16.9	17.0	33.0
	1968	24.9	29.6	15.0	11.6	3.5
	1969	26.7	30.0	18.1	18.4	42.8
	1970	23.2	24.1	15.4	16.9	11.6
	1971	-0.4	-6.4	8.4	17.4	1.1
	1972	18.9	19.4	1.6	5.6	6.6
	1973	47.9	57.7	29.6	24.2	66.8
	1974	13.6	9.8	4.4	16.9	32.5
	1975	-24.1	-42.7	-20.7	5.6	-18.7
	1976	13.8	22.3	21.4	12.0	8.9
	1977	11.8	12.9	8.8	6.0	7.1
	1978	9.8	19.4	0.4	8.5	3.5
	1979	22.6	33.4	14.8	11.2	30.9
	1980	15.0	15.8	2.6	7.2	7.0
	1981	4.6	0.3	4.2	6.1	6.0
	1982	2.0	0.5	8.7	5.4	-13.8
	1983	2.8	2.9	3.7	1.1	20.4
	1984	11.2	13.0	5.6	2.8	5.5
	1985	11.2	13.5	5.7	6.4	6.5
標準偏差	1986	0.0	-0.6	7.0	2.5	7.5
	1987	14.7	17.0	0.7	6.1	16.2
	1988	17.6	19.6	14.3	8.7	10.6
	1989	16.0	19.7	9.7	9.4	7.3
	1990	6.3	2.7	11.5	13.1	30.0
	1991	-1.7	-9.8	3.1	9.1	2.6
	1992	-13.3	-23.3	-4.2	1.1	-5.3
	1993	-15.2			-4.2	-1.9
	65-93	14.1	18.9	9.1	6.2	17.2
	65-74	13.0	17.7	8.7	6.3	21.6
偏差	75-84	11.9	19.5	10.4	3.2	13.6
	85-93*	11.6	14.6	5.6	4.9	9.8

データ：国税庁企画課編『税務統計から見た法人企業の実態』による。

注：「法人所得」は黒字法人のみの所得である。

「純法人所得」は黒字法人の所得から赤字法人の欠損を差し引いたもの。

*純法人所得および支払配当額については、1985-1992年の数値である。



データ：国税庁企画課編『税務統計から見た法人企業の実態』。

図1 法人所得，寄付金支出，交際費支出の変動

てとれる。

しかし、1991年からの不況期においては、法人所得の減少率に比較すると、寄付金支出の減少率は小さく、結果として寄付金支出の対法人所得比は、1990年から93年にかけて顕著に上昇している。これは、好意的に解釈すれば、社会貢献活動の重要性を企業自身強く認識するようになってきており、不況下においても可能な限り活動水準を維持しようとしていることを反映しているのかもしれない。なお、この不況期には交際費支出も法人所得の減少ほどには減少していない。

先述の経団連の調査でも同様の傾向が確認される。すなわち、1社平均の社会貢献活動支出額は、1991年度から93年度にかけての2年間で23%減少したが、税引前利益に占める社会貢献活動支出の比率は、2.92%から4.25%へと上昇している³⁾。

4. 景気変動への対応

以上にみたように、民間企業の公益活動は、総じて景気変動に影響されやすい面がある。このことをもって、日本企業のフィランソロピーには思想がないとか、企業は身勝手とか批判することはたやすい。しかし、営利企業にそこまで高い利他主義的理想を求めるのはそもそも無理であろう。通常の民間企業は利潤を追求するのが本来の目的

であるから、不況期に業績が落ち込むと、公益活動を縮小して、少しでも経費削減を図ろうとするのは、ごく自然な防衛策であるといえる。割り切っていえば、不況期のコスト削減は企業の合理的な選択というほかない。

そうはいっても、企業から資金提供を受ける民間非営利団体は、急に企業の支援を断ち切られると、安定的な活動に支障をきたすこともまた事実である。そこで、企業をただ批判するのではなく、景気変動の影響を受けにくい制度や仕組みを作ることができないか検討することのほうが建設的であるように思われる。

たとえば、不況期には資金面では大きな公益活動を実施することが困難でも、企業の人的資源を活用することは可能である。一般的にいつて、不況期には、企業は人的資源を本来業務以外の社会貢献活動に振り向けることが人手不足の好況期より容易であろう。企業には、その本業に関連した膨大なノウハウが蓄積されており、それがフィランソロピー活動にも役立つことが少なくない。最近、ボランティア休暇制度を導入する企業が増えているが、こうした制度をうまく使うことによって、従業員の主体性を尊重しながら、企業がフィランソロピーを側面支援することが可能となる。

また、マッチング・ギフトを活用することもで

きる。マッチング・ギフトとは、従業員の自主的な寄付活動に企業が上乗せして寄付を行うものである。たとえば、従業員の1万円の寄付に対して企業が1万円を上乗せして合計2万円を寄付するという具合である。こうした制度の導入により、従業員の社会貢献活動にインセンティブを与え、同時に、企業にとっては、従業員の自主性を尊重しつつ、より少ないコストで社会貢献活動を実施することが可能となる。

IV 企業財団の役割

1. 企業財団の現状

公益活動に熱心な企業のなかには、企業財団を設立し、財団を通じて公益活動を行うものがある。企業財団の定義として確定的なものはないが、ここでは、企業や企業グループの拠出によって設立された財団、または企業のオーナーによって設立され企業が運営に参加している財団を企業財団と考える。公益法人協会の調査によれば、1991年時点で460の企業財団がある。このなかで資産規模の大きな企業財団は、稲盛財団、放送文化基金、石橋財団、日本生命財団、トヨタ財団などである。

企業財団は、自主事業が中心の「事業型財団」と、他の個人や団体の事業に資金助成を行う「助

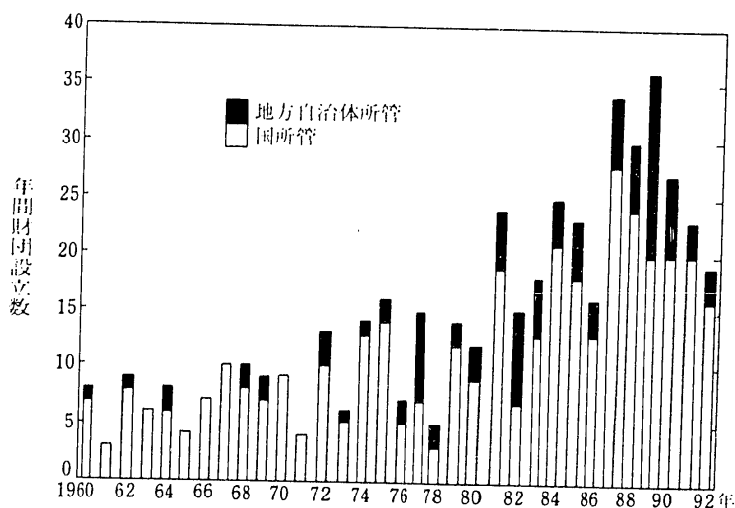
成型財団」に大きく二分することができる。日本の企業財団の場合、半数以上は助成型財団であり、助成事業費の大きな財団としては、日本生命財団、トヨタ財団などがある。

一方、助成財団資料センター(1994)には、日本の助成財団に関する調査結果が紹介されているが、これによると、調査財団のなかで、1企業単独で設立した財団が全体の27%、複数企業が設立した財団が10%、企業と個人(オーナーなど)が共同で設立した財団が14%で、これらを合計すると、助成財団の約半数に企業が何らかの形で関わっていることがわかる。

図2はこれを設立年代別にみたものであるが、これによると、1980年代以降、毎年設立される財団の数が70年代までと比較して顕著に増加している。しかし、企業の寄付支出の推移と同様、景気変動の影響が認められ、87~89年の好況期をピークとして90年以降設立数が減少してきていることがわかる。

2. 財団のメリット・デメリット

フィランソロピー活動に積極的な企業のなかでも、財団を設立している企業はごく一部にすぎない。これは日本に限ったことではない。たとえば、Webb(1994)によれば、アメリカでも企業財団を



データ：助成財団資料センター「日本の助成財団の現状」(1994)。

図2 日本の助成財団設立数の推移

もっているのは、1300 企業にすぎないという。

経済団体連合会 (1994) に紹介されている意識調査結果によれば、企業財団を設立することのメリットは、安定した事業規模が確保できることだとする企業が最も多く、ついで長期的観点から計画できる、財団独自の意思決定ができる、支援依頼に専門的・合理的に対応できる、といった点が挙げられている。

また、デメリットとしては、財団の設立維持に必要な資産額が大きい、毎年の事業規模が限定される、事業内容が硬直的になる、緊急案件に対応できない、事務管理費の割合が大きい、といった点が挙げられている。

企業は、このようなメリット、デメリットを比較考量しながら、企業財団をもつべきかどうか意思決定することになる。ただし、現実には十分な検討が行われることもなく企業の周年記念の事業の一環として安易に企業財団が設立されることも少なくない。そうした場合には、数年を経ずして活動が休眠状態になることさえある。

3. 景気変動と企業財団

ここでは、企業フィランソピーの景気変動に対する脆弱性の克服という観点から、企業財団のメリットとされている「安定した事業活動の確保」ということが現実的に可能かどうか、吟味しておきたい。

今、企業財団の事業支出 (E) を収入源からみると、財団の保有する土地、株式、定期預金などの資産 (W) の運用益 (年利回りを r とすると rW となる)、毎年のスポンサー企業などからの拠出や寄付 (D)、それに資産の純取り崩し (ΔW) の 3 つに分解できる。すなわち、次の関係が成り立っているはずである。

$$E = rW + D + \Delta W$$

一般に、 D は毎期の企業業績に依存しているから、利益の割合が多いほど景気後退時の抵抗力が弱いといえる。一方、企業収益に左右されない資産運用益の部分は、景気変動に対しては抵抗力があるといえるが、逆に市中金利の変動には弱い。景気変動と金利変動がうまく相殺されてくればよい

が、過去の経験に照らしてその保証はない。たとえば、1990 年代前半の日本は、低金利と企業収益の低迷というダブル・ショックに見舞われていたと考えられる。

こうした場合、資産ストックの取り崩しや積み増しによって (つまり、上の式の ΔW を動かすことによって) 事業支出の安定化を図ることはできないだろうか。アメリカの場合、多くの企業財団は「通り抜け財団」であって、毎年の設立母体企業の拠出金をそのまま助成先に流したり、独自事業に支出したりしている⁴⁾。それでも事業規模を安定化できるのは、好況期に企業の拠出が増えるのをそれを資産の積み増しの形で貯蓄し、不況期にはそれを取り崩すことによってフローの拠出の減少を補っているのである⁵⁾。

ところが、日本の場合には、主務官庁の指導により、財団法人の基本財産の取り崩しは、事実上認められていない。このため、財団の資産ストックを活用して事業支出の安定化を図ることはほとんど不可能になっている。基本財産の取り崩しが制限されているために、せっかくの基金がバッファ (緩衝材) として機能していないのである。基本財産の取り崩しを行わせないのは、基本財産が財団法人の活動の源泉であって、財団の活動を永続的なものとするために必要だということであろうが、それが「角を矯めて牛を殺す」リスクをはらんだものであることは容易に理解できよう。

また、日本では、役所の縦割り行政に縛られて、多目的財団を設立するのが非常に難しい。不可能ではないが、多数の官庁の監督を受けるはめになったり、税制上優遇されている「特定公益増進法人」の認定を受けることが難しかったりする。このため、企業財団がニーズの変化に応じて機動的にプログラムを改編することが困難になる。こうした点も安定的にプログラムを継続する上で障害になっているとみられる。なお、London (1990) は日本の主務官庁と企業財団の関係を批判的に論じており、示唆に富む指摘を行っている。

V 制度改革の視点

本稿では、日本企業の公益活動に関してさまざまな角度から検討してきた。最後に、これまでの議論をふまえて、日本の民間公益活動の基盤を一層強化するために必要な制度改革について、いくつかの論点を簡単にまとめておきたい。

1. 寄付税制

現行の寄付税制では、個人が寄付をする場合、目的が限定された「指定寄付」、「特定公益増進法人」(税法で認められた免税適格団体)に対する寄付など、きわめて限定的な公益目的をもたないと寄付の所得控除が認められない。これに対して法人が寄付をする場合は、一定限度までなら公益目的でない寄付でも損金算入ができる。公益目的だと認められるものは、さらに別枠で損金算入できる⁹⁾。

これは、国際的にも例をみない法人優遇税制になっており、個人の場合の寄付税制とのバランスを図る上からも、公益目的でない法人寄付の損金算入は再検討の余地がある。

一方、一部ではあるがすでに損金算入限度を超えて公益寄付を実践している企業がある。経済団体連合会(1994)によると、1993年度の対象企業の寄付金支出のうち22%が損金に算入されておらず、税務統計でみても、92年の法人の寄付金支出のうち26%が損金不算入分となっている。したがって、公益目的の寄付については、何が公益目的に該当するかその範囲を明文化した上で、損金算入限度額を撤廃するか、あるいは大幅に引き上げる必要がある。これは意識の高い企業の公益活動へのインセンティブを減殺しないためである。

2. 公益法人税制

現行税制では、企業がフィランソロピーを実践するために、資金を拠出して財団法人を設立した場合、設立した企業財団が行う公益事業に対しては法人税は課税されない。また、この企業財団は、本来の公益事業以外に収益事業を行うことができ

る。法人税法では、物品販売、出版、興行、駐車場など33業種が収益事業として列挙されており、これについては法人税が課税される。しかし、普通法人の税率37.5%より低い27%の税率が適用される。

しかも、この収益事業の収入を公益事業のために支出した場合、税法上、当期所得の30%まで公益事業に関する寄付金とみなして損金算入することが認められている。したがって、この限度いっぱいまで財団内部でみなし寄付を行えば、収益事業の実効税率は18.9%にすぎないことになる⁷⁾。

このように、公益法人の収益事業に関する課税は、株式会社などの普通法人よりかなり優遇されており、これは企業が節税のために企業財団を設立する誘因を与えることにもなりかねない。収益事業を財団本来の公益活動に関連したものに限定するか、あるいは税率を通常の法人税率まで引き上げるといった見直しが必要であろう。

3. 企業財団の設立・運営

企業財団の設立・運営については、現行の公益法人制度が障害になっている。最大の問題は、民法上、財団の設立には主務官庁の許可が必要とされていることである。このため、財団の活動分野を特定の主務官庁の所管分野の範囲内におさめるよう自制することが必要となる。そうしなければ、多数の主務官庁をもつことになり、官庁間の利害調整に巻き込まれることになりかねない。こうして、民間企業の公益活動についても、いわゆる「縦割り行政」の弊害で、自由な活動が制限されているのである。

これを根本的に改善するには、民法上の公益法人の規定を見直すことが不可欠であろう。具体的には、非営利法人としての法人格の取得については、株式会社の設立登記なみに容易にすると同時に、免税適格要件は別に明文化して審査するような制度が必要と思われる。

また、先述のとおり資産運用の制限などに関し、現行の公益法人会計基準は現実にはそぐわなくなっており、その結果、硬直的な財団運営を余儀なくされる場合がある。これについては、たとえば、

基本財産の取り崩しの規制緩和、資産運用（特に基本財産の運用）に関する規制緩和などが必要であろう。

4. ディスクロージャー

さらに、フィランソロピーに関するディスクロージャーの必要性について指摘しておきたい。日本では「陰徳を積む」といわれるように、人目を忍んで善行を行うことに特別の価値があるとされることがある。もちろん、個人の場合は、自ら実践しているフィランソロピーを宣伝するかどうかは個人の自由である。しかし、企業の場合は、これは望ましくないだけでなく、時には危険ですらある。その理由は、企業が社会的な存在であり、その活動内容について、つねに外部から評価できるようにしておかなくてはならないからである。

企業の活動内容のディスクロージャーは、現代企業がすぐれて社会的存在であることを考えると、企業活動全般について必要であるが、フィランソロピー活動については特に重要である。本来、ディスクロージャーは企業が自主的に行うべきものであるが、フィランソロピー活動は税制上の優遇措置を伴うものであるから、どのような項目について、どのような方法で情報開示すべきかについては、税制優遇の程度に応じて何らかのルール化が必要であると思われる。

注

- 1) アジア・太平洋地域の民間公益活動については、Jung (1994) を参照されたい。
- 2) 国際比較を含めた法人企業の付加価値の分配の詳細については、たとえば山内 (1993 a) を参照されたい。
- 3) 詳細は経済団体連合会 (1994) を参照されたい。
- 4) たとえば、Foundation Center (1994) に詳細な実証データが紹介されている。
- 5) 出口 (1994) は、これをダムの水量調整機能にたと

えている。

- 6) 寄付税制の国際比較を含めた詳細は、たとえば山内 (1993 b) を参照されたい。
- 7) なぜなら、 $(100-30) \times 27\% = 18.9\%$ である。

参考文献

- 出口正之 (1994) 「ジレンマを越えて——不況期のフィランソロピーと今後の展開」『ESP』No. 269 (9月号)。
- Foundation Center ed. (1994), *Foundation Giving 1994 edition*.
- Jung, Ku-Hyun ed. (1994), *Evolving Patterns of Asia-Pacific Philanthropy*, Institute of East and West Studies, Yonsei University.
- 助成財団資料センター編 (1994) 『日本の助成財団の現状』。
- Kaplan, Ann E. ed. (1994), *Giving USA: The Annual Report on Philanthropy for the Year 1993*, AAFRC Trust for Philanthropy.
- 経済団体連合会編 (1994) 『1993 年度社会貢献・国際文化交流活動実績調査結果』。
- London, Nancy R. (1990), *Japanese Corporate Philanthropy* (平山真一訳『日本企業のフィランソロピー』, TBS ブリタニカ, 1992年)。
- Salamon, Lester (1994), "The Rise of the Nonprofit Sector," *Foreign Affairs*, Vol. 73, No. 4, pp. 109-122.
- 塩澤修平 (1991) 「公益活動と企業の社会的役割」『フィナンシャル・レビュー』21号, 大蔵省財政金融研究所。
- Webb, Natalie J. (1994), "Tax and Government Policy Implications for Corporate Foundation Giving," *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, Vol. 23, No. 1, pp. 41-67.
- 山内直人 (1993 a) 「日本型企業システム：法人の富と分配」連合総合生活開発研究所編『新時代の経済構造改革』。
- 山内直人 (1993 b) 「フィランソロピーと税制」本間正明編『フィランソロピーの社会経済学』, 東洋経済新報社。
- 山田太門 (1991) 「公益活動の基礎的理論——税制と企業行動モデル」『フィナンシャル・レビュー』21号, 大蔵省財政金融研究所。
- (やまうち・なおと 大阪大学助教授)