

日本の財界の寄付活動と社会貢献：
地震災害の復興支援を中心に

櫻井 秀子
篠木 幹子

Donation activities and social contributions of the Japanese business
community: focusing on reconstruction activities
after earthquake disasters in Japan

Hideko SAKURAI
Mikiko SHINOKI

Abstract

This study aims to examine how business communities contribute toward society through donations, and it focuses on cases of reconstruction activities after earthquake disasters in Japan. “Donation” has not been the main theme of research on business management so far in Japan because, in the modern era, the nation-state system has replaced donation with tax, and it is managed in the public sector. However, as neoliberal policy has progressed globally, in Japan as well, the welfare budget has been reduced with the aim of fostering small government. In addition, tax revenue itself is decreasing due to a sharp decline in the population and a super-aging society. Moreover, successive natural disasters over the past 30 years have imposed a heavy fiscal burden on the Japanese government. Due to reductions in the national budget, donations by both individuals and business corporations, along with social impact investments, are now considered indispensable in Japan.

Therefore, in this paper, we will first examine the trend of donations in Japan, followed by the trend of donations towards natural disasters by business corporations, and then the donation acts of the 1% Club in the 2011 Tohoku Earthquake and Tsunami. The paper concludes by presenting that corporate donations serve to involve the companies in public social relations beyond economically rational exchanges, playing a role in embedding these acts in society.

Key Words

Corporate donation, social contribution, Japanese corporation, disaster reconstruction

目 次

はじめに

1. 日本における寄付の動向
2. 法人企業の寄付動向
3. 日本における自然災害における寄付状況
4. 経団連1%クラブの調査の概要
5. 経団連1%クラブの企業の社会貢献活動費の支出傾向

おわりに

はじめに

本論文は、日本における自然災害復興、中でも地震災害の際の企業の寄付行動に焦点をあてながら、財界の寄付による社会貢献およびその社会的合理性について検討することを主な目的とする。日本においては、個人も企業も寄付の動機はさまざまだが、寄付は年々増大する傾向にあり、現在では日本の寄付市場は1兆円規模と推定されている（日本ファンドレイジング協会 2017）。寄付は実際に財貨の移動があるにもかかわらず、経済学や経営学研究の領域において研究テーマとして扱われないのが一般的であった。その主な理由として、以下の3つがあげられる。

まず、明治以降の近代国家システムにおいては、それまで寄付によってまかなわれていた領域が、国家の公共事業や福祉政策に組み込まれ、国家の税金のシステムによって公的部門によって運営されたことによる。たとえば近代化以前においては、豪商たちが寄付を行き道、橋梁、行灯の整備を行うなど（末永 2011）、共同体内のインフラ整備を自律的に行う事例もあったが、それらは国家の公共事業に吸収されていく。近代化以降、豪商たちは企業経営者となり、企業経営の側面から国家の経済成長に貢献する一方、社会に対しては納税を通じて間接的に貢献することとなる。個人も同様で、収入から徴収される税金が社会に再配分されることにより、公共事業や社会福祉政策に貢献するかたちを取るのが一般的となった。日本において近代化が完成に向かう1970年代から80年代経済成長期には、寄付市場の存在そのものが明らか

かではないほど、寄付金額とその社会的還元が目立った動きは見られなかったのである。

第2の理由は、日本に限らず、近代における経営主体の企業は、経済合理性の観点から経営を行うことから、その研究対象はもっぱら経済的交換であり、寄付のような社会的交換は、その対象外であった。中でも成長第一主義の経営環境においては、企業が経済合理性の追求のみに向う傾向は加速され、その結果、ビジネスによって環境汚染や貧困、その他の社会問題が引き起こされようとも、それは外部経済として放置された。そのような見えない不経済は拡大の一途をたどる一方、近代的経営とは無縁のものとされたことから、当然のこととして経営学の研究対象とはみなされなかったのである。さらに企業と社会、ないしは社会のためのビジネスというテーマ設定は、マルクス主義を連想させたことから、資本主義と社会主義の対立のもとでは、企業は社会的交換に関わらないことが前提とされ、近代経済や近代経営の研究領域に組み入れられることはなかった。

上述したように、年々、企業による寄付額が上昇している昨今においても、寄付を経営学的観点から研究することには困難が付きまとう。なぜならば社会的交換は、「一般的に将来的な報酬を期待するが、その内容については事前に明かされることはない。」（Blau, 1986）という類のもので報酬の事前予測や数値的把握が困難であるがゆえに、実証的な考察の対象とならない傾向がある。個人の寄付についても同様で、寄付によって得る対価は、満足や栄誉という精神的利益や、来世におけるリターンという宗教的利益があるとされるものの、それらは心理学、社会学、宗教学の分野で扱われるにとどまっている。よって寄付がもたらす購買力や、それによって2次的に向上する学力や、健康、安全が経営環境に与える影響について論じられることは稀である。とりわけ自助努力と自己責任論が鼓舞される新自由主義においては、税金や寄付による保護や援助に対してはネガティブな評価しかない。さらに個人の寄付については、寄付はひけらかすものではないという美德観念が、

寄付額を明らかにすることを阻んでいることも、数値的把握を困難とする一因ともなっている。しかし最近の10年間に於いて、寄付市場の規模を統計的に把握し、実証的にその全体像を明らかにしようとする試みがNPOを中心になされ（日本ファンドレイジング協会 2011, 2012, 2013, 2015, 2017）、徐々に実証的な研究が可能な状況が整いつつある。

このような現状における本論文は、入手可能な統計資料を利用して、日本の企業の寄付活動の現状を把握し、企業の社会的交換への参画状況に関する実証的研究のための布石と位置付けられる。これまでは日本的経営とイスラームの経営に共通な社会合理的な経営に焦点を当て、経営と寄付の関係の合理性を商倫理、商慣習の中に見出したが（Sakurai & Sendo 2017）、このような研究は、実証性に乏しいという批判を免れない。したがって本論文においては、企業の寄付が社会合理的な経営の一要因となっている点を明らかにするために実証的検証のチャレンジを行った。

ただし、企業の寄付に関する統計資料は限定的であり、組織により寄付の集計時点や集計方法が異なるため、完全なクロスセクションデータの入手は不可能であることから、本論文では、今後の私たち独自の社会統計調査への展開も視野にいれながら、入手可能なデータを用いながら分析を進める。事例としては、日本経済団体連合（以下、経団連）の「1%（ワンパーセント）クラブ」の寄付活動に焦点を当てる。

経団連は、2019年4月1日時点において、日本の代表的な企業1,412社、主要な業種別全国団体109団体、地方別経済団体47団体などから構成されているが、1990年に1%クラブを立ち上げ、災害復興を目的とする寄付を所属企業から募り、20年以上にわたって災害復興に特化した支援を行っている。2018年8月現在の1%クラブの法人会員数は226社である。それは単なるイメージアップではなく、経営の行動様式がCSRからESGに展開するにおよび、企業による寄付行為がしだいに経営の一部を占め、それと不可分となりつつ

あることを示している。

以下においては、まず日本における寄付の動向、第2に法人企業による自然災害、特に地震災害への寄付の動向、第3に1%クラブの東日本大震災における寄付行為の考察を行う。最後に、企業の寄付行為が、企業を経済合理的な交換関係を越えた公的な社会的関係に参画させ、それを社会に埋めこむ役割を担っている点を明らかにする。

1. 日本における寄付の動向

日本において寄付市場に注目が集まり始めた背景には、1991年に始まった日本のバブル経済の崩壊以降、経済低迷による国家の税収の悪化、高齢化による福祉予算の増大により、財政状況が悪化し、さらに相次ぐ自然災害がそれに追い打ちをかけたことがある。そして現在の日本では、社会福祉予算の削減、環境汚染や貧困などの外部不経済の拡大、相次ぐ自然災害とその復興事業の遅れなど、個人や企業による寄付を再び必要とする状況が浮上している。グローバルなビジネスにおいても同じような状況がみられ、世界各地で企業は、環境改善のためのビジネスやBOPビジネスに参入する一方、社会問題解決に特化しさらに利益を上げる社会的企業が登場し、ソーシャル・ビジネスという領域がつくられた。さらにNGOやNPOが機動力を発揮し、さまざまな社会問題の解決に従事している。

ただしここには、政府が国民の福祉に責任をもち、NGO/NPOにその対応を押し付ける状況が生じる可能性が潜んでいることも忘れてはならない。同様に社会問題の解決を目指す組織や企業があることをいいことに、外部不経済を発生する企業の経営方針がまったく改善されないばかりか、いつの間にか、問題の発生源の企業とそれを解決する企業が、互いに補完関係を築いてしまうこともある。その結果、汚染や貧困、治安の悪化は一向に改善されぬままにそれらは固定化され、社会的企業のための新たな需要の源となって外部不経済の状況が強化される可能性さえある。

これは『ショック・ドクトリン』（Klein, 2008）

においてクライスが指摘した惨事便業型をさらに進めた、惨事誘発型の新自由主義のスキームに陥ることを意味している。また寄付についても、同様の落とし穴がある。それは寄付が、非倫理的なビジネスを行っている企業の免罪符になる場合である。たとえば環境汚染を発生させている企業が、他方では、貧困対策に多大な寄付を行うような場合である。したがって、ソーシャル・ビジネス、社会的投資、寄付のいずれであれ、社会問題を解決するためのビジネスが非倫理的なビジネスを補完することのないように、慎重にマネジメントする必要がある。

最近の日本における寄付の動向については、個人、企業のいずれによるものについても増加傾向にある（日本ファンドレイジング協会 2017）。たとえば 2016 年の企業による寄付は 2014 年より約 13% 増えている。他方、2016 年の個人による寄付も順調に増加し 2014 年より約 12% 増加している。2016 年の個人による寄付総額は、約 7,756 億円（約 71 億 US ドル）で、名目 GDP 比は 0.14% である。米国がそれぞれ 2,819 億 U.S. ドルで名目 GDP 比が 1.44%、英国が 97 億ポンド（約 137 億 US ドル）で名目 GDP 比 0.54% であることに比べるといまだ低い水準にとどまっている。

しかし今後、寄付は増加傾向をたどると見込まれている。たとえば 2016 年に制定（2018 年 1 月 1 日施行）された「休眠預金活用法」により、2009 年 1 月 1 日以降、10 年以上放置され預金者と連絡の取れない銀行口座預金が民間公益活動に活用されることが可能となった（金融庁）。休眠預金口座の活用によって 600 億円（日本ファンドレイジング協会 2017）が民間公益活動に寄付されると試算されている。さらに現在、多大な所得税が発生する遺贈寄付に対する課税制度が改善されれば、将来的には個人による寄付は約 8 兆円規模になるとの試算もある（大西 2017）。

ただしこの寄付が有効に活用される仕組みも形成しなければならない。その試みの一つとしてジャパン・プラットフォーム（JPF）の活動があげられる。JPF は「国内外における自然災害による

被災者、紛争による難民に対し、NGO・経済界・政府のほか、学識界、メディアなどがパートナーシップのもとに集い、それぞれの特徴や資源を活かして連携・協力をしながら、迅速で効果的な緊急人道支援を実施する。」（ジャパン・プラットフォーム）ことを目的として、2000 年に設立された。JPF に対しては、後述する経団連 1% クラブも財界の立場から協力している。

2. 法人企業の寄付動向

次に、法人企業の寄付動向についてみてみよう。まず企業の寄付の位置づけであるが、本稿で扱う自然災害等の緊急支援を中心とする社会サービスに対する寄付は、社会問題と財務収益の両立を目指す社会的投資と一線を画すものである。ただし平時になされている環境、文化、教育の分野に対する寄付は、社会的投資とも共通の性質を有することから、ベンチャー・フィランソピーとして分類されている（社会的投資促進フォーラム 2016:5）。したがって、長期的な復興支援においては、ベンチャー・フィランソピーや社会的投資への移行が予測される。

2015 年度の法人寄付総額は、7,909 億円で経常所得比は 1.38% であり、過去 20 年間に於いて、一部の例外を除き、1.1% から 1.6% の間を推移している（日本ファンドレイジング協会 2017）。その寄付の内訳は、公益性の高い (1) 指定寄付、(2) 特定公益増進法人等への寄付と (3) その他、一般寄付に分かれる。2015 年度の金額と比率は、(1) 1,033 億円（13.1%）、(2) 936 億円（11.8%）、(3) 5,940 億円（75.1%）、2013 年度には、それぞれ (1) 1,874 億円（26.8%）、(2) 966 億円（13.8%）、(3) 4,146 億円（59.3%）である。過去 20 年間の変動を見る限り、(1) の比率は 25% から 35% の間、(2) の比率は 11% から 15%、(3) の比率は 50% から 55% の間を推移している。(2) の金額は徐々に増加しているが、1,000 億円を超えたことはない（日本ファンドレイジング協会 2017）。ただし (1) と (3) の比率は、2015 年に劇的に変化する。2013 年と 2015 年の間の変化に明らかなように、(1) の比率

の大幅減少と、それに代わって(3)の比率の大幅増加の傾向にある。その理由は今のところ明らかではない。

ちなみに(3)には政治献金が含まれている。政治献金としての寄付は1990年の748億円を最高に、減少傾向をたどり、2011年79億円にまで減少した(日本ファンドレイジング協会2013)。その背景には2010年に経団連が政治献金を自ら主導することを中止したことがあり、2011年以降は災害復興に対して、より一層の寄付を行う傾向がみられると指摘されている(日本ファンドレイジング協会2013)。ただし2012年以降は、徐々にではあるが、政治献金が再び増加傾向を示している。上述の(3)の比率急増との関連も含め、公益性の高い寄付の減少の原因を明らかにするために、それ以外への寄付状況の変化の背景も把握する必要がある。

法人寄付の分野別構成の推計では、2013年は、教育・研究が34%と最も高く、次いで、文化・レクリエーション18.8%、社会サービス14.2%、保健医療11.7%、環境6.5%と続く(日本ファンドレイジング協会2015)。他方、東日本大震災のあった2011年度の推計では、災害被災地支援を含む社会サービスが、42.6%と最も高くなっている(日本ファンドレイジング協会2013)。さらに2013年と比較すると、2011年の推計では、環境7.7%(2013年:6.0%)、開発・住宅4.4%(2013年:1%)であり、企業が人々の生活インフラの復興にも寄付をしたことがうかがえる。これは災害支援の側面ばかりではなく、経営環境を整える一歩としてもとらえることができる。東日本大震災においては、サプライチェーンが甚大な被害を受けたことにより、支援物資の運搬路の確保は、そのまま企業の生産・供給地のネットワークの復旧へとつながっていたといえる。

それまでの日本のサプライチェーンは、高度な集中とネットワーク化によって効率化を図ってきたが、東日本大震災においては、輸送網が断たれたことにより、そのネットワークはほとんど機能しなくなった。したがって輸送網の復旧は、人々

の生活ばかりでなく、企業の供給体制の観点からも重要であった。東北地方に生産拠点を集中させていた企業は壊滅的な被害を受けたことから、生産拠点の復旧という観点からも輸送路の確保は重要であった。東北以外の企業が被災地の企業と取引している割合は3%未満に過ぎないが、取引先の取引先まで含めると5~6割、さらなる取引先まで含めると9割近くなり、被災地の企業と関係を持たない企業はほとんどいないことが確認されている(齊藤, 2012)。さらに日本の企業が関わるサプライチェーンは海外にまで広がりをもつ。震災後、分散化の方向に進んでいるとはいえ、災害の多い日本では、災害時には企業が供給システムの早期復旧を目指すことは必至であり、それと災害支援支出との関係も今後、検証する必要がある。

日本においてバブル経済崩壊以降の1990年代以降、寄付の重要性が増した点はすでに述べたが、日本における寄付の慣行は今に始まったことではない。それは18世紀中期の江戸時代から今に続くものである(Najida, 2009)。中でも江戸時代の商人たちは、個人として、かつ経営者として、災害復興のみならず、寄付を通じて災害時のための食糧備蓄、橋や道路の整備、治安のための灯籠の整備、寺子屋の設立による民衆教育への関与を行った。商人たちは経済的交換ばかりではなく、社会的交換に関わっており、それは、売り手と買い手と世間が利益を分有することから、「三方よし」と言われた。三方よしのビジネスは商人の倫理性をアピールするにとどまるものではなく、実際に人々の購買力を向上させ、治安の安定、識字と算術の民衆への広まりに寄与し、結果的に商売の安定につながる循環を形成した(Sakurai & Sendo 2017)。

この三方よしビジネスは、商売というものは自分の利益だけではなく、絶えず世の中全体という視点を欠いてはならないというビジネス倫理に支えられていた。ここから導かれる日本型経営の特徴は、まず自社の成長ありきではなく、生態系全体の持続的な進化を実現する「共進化」型の経営といえる(名和, 2015)。さらに、事業収益を社

会に還元し、それが回りまわって自社の利益となって戻ってくるという好循環の経営の実践は、長寿企業といわれる日本の企業に今も受け継がれている。

日本における長寿企業を調査した研究（田久保，2014）によれば，2013年の時点で，創業200年以上の日本企業が1191社，300年企業は605社，500年以上は39社ある。この研究では，そのような長寿企業をサステナブル企業と呼んでいる。日本においてサステナブル企業となるためには，以下の3つの条件を満たす必要がある。(1)時代の変化に翻弄されず，平時も有事も事業継続のために「身の丈経営」を行う。(2)自らの事業のコア・コンピテンスを自己認識し，それを顧客価値の創造につなげるだけの組織能力を有する。(3)自社の価値観を，時代を超えて垂直的につなぐとともに，社外のステークホルダー（顧客，サプライヤー，地域）と水平的につなぐ。

このようなサステナブル企業が創造する価値とは，有形無形の無数のつながりを構築し，事業の存続がコミュニティの存続にもなる「共存価値」である。このような価値創造の経営をCCV（Community Coexistence Value）と呼んでいる（グロービス大学院，2014）。これは，Porter（2011）の提唱したCSV経営が，社会の諸問題の解決をビジネス化し，自社の収益に取り込むという前提で社会と企業が共通価値を創造し，社会的価値と経済的価値の両輪を回して企業の成長戦略を組み立てるのとは対照的である。CCV経営は，企業の存続とそれが直接的につながるコミュニティの存続という関係のもと，コミュニティの一部として企業が相互性の観点から戦略を立てることが特徴的である。

日本の大型自然災害の援助の動機がCSVなのか，CCVなのかについては，今後の研究の課題であるので，ここでは20世紀末から21世紀に日本で相次いだ，生存そのものを脅かす自然災害が，共存価値を実現するための寄付の伝統を，企業に再び呼び起こす契機となったと指摘するにとどめる。

3. 日本における自然災害における寄付状況

近年の日本において自然災害における寄付の力が大きな注目を集めたのは，1993年の北海道南西沖地震における義援金であった。その地震は日本海観測史上最大級のマグニチュード7.8の震度に加え，異例の速さと高さの津波，その後の火災という3重の大惨事をとまなうものであった。その被害の甚大さに，「復興は不可能」とまで言われた。しかし実際には，全国からの義援金が約256億円にのぼり，大津波により甚大な被害を受けた奥尻町には187.6億円が配分された（内閣府（1））。一世帯当たり1,000万円以上が配分され，奥尻島の復興は義援金によってなされたといってもよい状況であった（中外日報2011）。他方，1995年の阪神淡路大震災における義援金は，奥尻島地震の約10倍の約1,793億円が集まり，それまでの寄付金の最高額を記録した（内閣府（2））。しかし，人口密集地帯の大規模都市における復興においては，すべての世帯に義援金が配分されることはなく，配分された場合でも，一世帯あたり30万円という少額にとどまり，その効果は実感されるものとはならなかった。これ以降，世帯別の被害の迅速な判定，寄付金の効果的配分や活用が課題となった（中外日報2011）。以上は，直接的に世帯に配分される義援金のみであるが，都市中心部の産業インフラが大被害を受けた阪神淡路大震災を機に，経済界も自らの経営環境の復興も考慮した復興支援や他のNPOなどの関連組織との連携もふまえた支援の方向性を模索した。

2011年の東日本大震災においては，個人による寄付は飛躍的に増大して5,000億円に達し，個人による寄付総額は1兆182億円となり，過去最高額を更新した。東日本大震災への寄付は，日本の15歳以上人口の76.9%の人々が寄付をしており，震災以外の通常の寄付の2倍に相当することから，これを機に初めて寄付をした人の数が多く含まれると推察される（日本ファンディング協会2017）。寄付の集め方，配分方法，活用方法

については、震災が広範囲におよび、さらに原発事故も含む未曾有の災害であったため、新たな課題が浮上した。しかし経済界は、1990年代からの積み上げた経験をもとに、阪神淡路大震災当時よりも有効な支援ができたとして自己評価している（日本経済団体連合会1%（ワンパーセント）クラブ2012）。その背景には、阪神淡路大震災以降、1998年にNPO法（「特定非営利活動促進法」）が成立し、2001年には寄付金税制が改定され、企業とNPOのネットワークの構築や企業による公益事業への寄付が促進されたことがある。

4. 経団連1%クラブの調査の概要

経団連では、1%クラブを設立した1990年から毎年、経団連の会員企業及び1%クラブの法人を対象に、「社会貢献活動実績調査」を実施している。この調査は、毎年実施される「社会貢献活動支出調査」と3年ごとに実施される「社会貢献活動に関する制度・意識調査」の2部構成となっている。本研究においては、「2017年度社会貢献活動支出調査」（2018）、ならびに1%クラブが別途2011年に実施した「東日本大震災における被災者・被災地支援に係るアンケート」（2012）の調

査データを使用する。それぞれの調査概要は以下のとおりである。

(1) 社会貢献活動実績調査について

「2017年度社会貢献活動実績調査」は次のように実施された。調査対象は経団連会員企業および1%クラブ法人会員企業に対する全数調査（1,394社）であり、「I. 社会貢献活動支出調査」についてはそのうち337社・グループが回答した。回答率は24.1%である。一般社団法人日本経済団体連合の企業会員数は、2018年11月6日現在で1381社である。また、経団連では1990年に経常利益や可処分所得の1%相当額以上を自主的に社会貢献活動に支出しようと努める企業や個人の有志からなる1%クラブを設立し、2018年8月現在の1%クラブの法人会員数は226社となっている。

この調査において使用している変数である「社会貢献活動支出額」とは、(1)各種寄付（金銭寄付、現物寄付、施設開放、従業員派遣等の各項目を金額換算したもの合計）と(2)自主プログラム（各社が独自に、またはNPO等との協働等により実施した社会貢献プログラム）に関する支出の合計からなる。なお(1)に含まれる金銭寄付につ

表1 使用データの調査概要

調査名	社会貢献活動実績調査	東日本大震災における被災者・被災地支援に係るアンケート
調査期間	2018年6～8月	2011年10～11月
調査実施主体	(社)日本経済団体連合会 企業行動・CSR委員会、1%クラブ	(社)日本経済団体連合会 社会貢献推進委員会
調査対象	経団連会員企業、1%クラブ法人会員企業等	経団連企業会員・団体会員、1%クラブ法人会員
回答数	337社・グループ	企業：458社・グループ 団体：53団体
回収率	24.1%	企業：34.9% 団体：30.3%
作成した変数の構成要素	(1)各種寄付（金銭寄付、現物寄付、施設開放、従業員派遣等の各項目を金額換算したもの合計） (2)自主プログラム（各社が独自に、またはNPO等との協働等により実施した社会貢献プログラム）に関する支出の合計	(1)「企業による支援額（金銭寄付／現物寄付（サービスを含む）／社員募金や店頭募金等に係るマッチング寄付、その他）」(2)「団体がとりまとめた支援額」および「団体独自の支援額」(3)「社員や消費者・顧客等の寄付金」

日本経済団体連合1%（ワンパーセント）クラブ（2018）、同（2012）より著者（篠木）作成

いては、税法上免税とされているか否かにかかわらず、社会貢献を目的とした寄付金を指している。

(2) 東日本大震災における被災者・被災地支援に係るアンケートについて

2011年10月から11月にかけて、経団連の全会員企業・団体、1%クラブの全法人会員を対象に、「東日本大震災における被災者・被災地支援に係るアンケート」を実施した。この調査は、「企業向け調査（①実績調査、②事例調査（各社の特徴的な事例に関する調査）、意識・制度調査（支援活動に係る意識・社内体制に関する調査）」および、「団体向け調査（①実績調査、②事例調査）」の2つによって構成されている。実査は2011年10月～11月にかけて実施された。調査対象は経団連企業会員および団体会員（業界団体、都道府県別の経営者協会等）と、1%クラブ法人会員の1,485社・団体であり、2011年3月11日～9月30日の間にどのような支援を行ったのかを把握している。回答数は企業458社・グループで回答率は34.9%、団体調査のほうは53団体で回答率30.3%となっている。

この研究で使用している変数は、本調査における3つのカテゴリの総和となっている。具体的には、(1)「企業による支援額（金銭寄付／現物寄付（サービスを含む）／社員募金や店頭募金等に係るマッチング寄付、その他）」、(2)「団体がとりまとめた支援額」および「団体独自の支援額」、(3)「社員や消費者・顧客等の寄付金」で構成されて

いる。

5. 経団連1%クラブの企業の社会貢献活動費の支出傾向

1%クラブでは、クラブが創設された1990年から毎年、1%クラブに加入している企業および調査に協力した企業が毎年どの程度、社会貢献活動に対して支出したのかを調査している。その総額および1社あたりの金額を示したのが図1である。ただし、総額は調査に回答した企業数によって影響を受け、正確な傾向を述べることは難しいという問題があるため、ここでは1社あたりの社会貢献活動支出費を中心に検討する。全体的な傾向としては、1991年のバブル経済時に増加した後に減少し、2006年以降に次第に増加する傾向がみられる。特に2011年に発生した東日本大震災の時には、5億7100万円が社会貢献活動支出費として提供された。その後、全体の総額および1社当たりの寄付額は減少しているかに見えるものの、2016年および2017年には1社当たりの平均は、2011年の5億7100万円を超える金額が寄付されている。

次に災害との関係を見ると、5億2500万円が寄付された1991年には、雲仙岳の大規模火砕流による災害があった。他方、阪神淡路大震災が起こった1995年の寄付額は、前年度の1994年よりは多いものの、3億9600万円にとどまっている。これに対して、東日本大震災が発生した2011年は、それまでの金額（とりわけ前年度の3億5500万円）

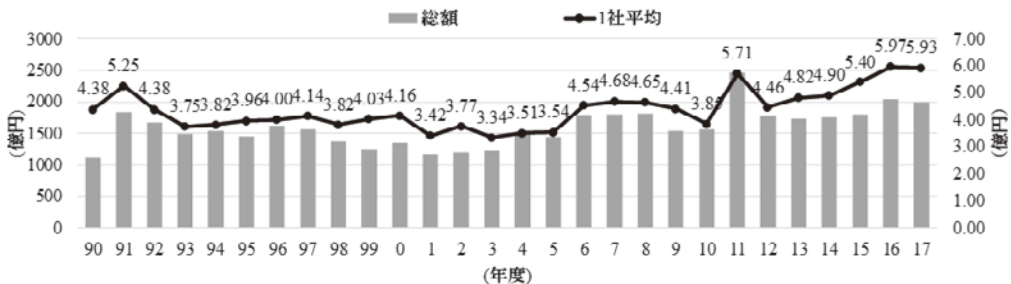


図1 社会貢献活動支出額の推移

経団連1%（ワンパーセント）クラブ（2018）より著者（篠木）作成

と比較するとかなり多額の5億7100万円の寄付がなされている。全体的な総額も、1990年から2017年の中で最高額を記録した。また2016年には熊本地震が発生しているが、その際には1社当たりの寄付額は2011年を超えた。このように東日本大震災以降、甚大な災害時には企業の社会貢献活動支出費は増加傾向にある。このように東日本大震災は社会に大きな影響を与えたと同時に、企業の社会における貢献にも影響を与えたと考えることができる。

図2は企業経常利益に対する社会貢献活動額支出の比率を示している。図1では1社当たりの活動額支出は近年増えている傾向を確認したが、図2によれば、近年は経常利益の増加のため、経常利益比は下がっていることがわかる。

上記の傾向をふまえ、東日本大震災時の社会貢献活動についてみると、東日本大震災における被害額の総計は、約16.9兆円と推計されている（内閣府、2012）。被害が人々に与えた衝撃はすさまじく、すでに述べた通り、日本における個人の寄付行動に大きな影響を与えた。東日本大震災は企業の社会貢献活動に関しても転換をもたらした。日本の企業は、当時、高度な集中化によるサプライチェーン・システムを運用していたが、大地震によってそのシステムは寸断された。その結果、企業は本業の復興と地域社会の復興の二つの領域に同時に関わることとなり、社会貢献活動も資金援助ばかりでなく多岐にわたった。

それでは、企業の社会貢献活動支出費の転換期

となった2011年の企業の寄付行動について、詳細に検討していこう。1%クラブでは、2011年10月から11月にかけて、経団連の全会員企業・団体、1%クラブの全法人会員を対象に、「東日本大震災における被災者・被災地支援に係るアンケート」を実施した。その結果は表1のとおりだが、企業による支援額は904億円であり、そのうち金銭寄付が715億円を占めることがわかった。団体を取りまとめた支援額が90億円、団体独自の支援額が16億円で、企業および団体による支援額が1,011億円であった。それに加えて、社員や消費者・顧客等の寄付金213億円を合わせて1,224億円が経済界全体からの支援額であるとしている。

1%クラブが東日本大震災における支援としてあげているものは、次の5つの分野がある。(1)資金の提供、(2)物資の提供、(3)専門人材・サービス・ノウハウの提供、(4)被災地の物産品の購入、(5)企業保有の土地、施設の提供。さらに、被災地の早期復興を念頭に、本業のビジネスにおいても、インフラの早期復旧、商業施設の早期再開、被災地における雇用増などを通じて行っている。

特に、資金提供について詳細をみてみると、企業として一定の金額を地方自治体、NPO／NGO、基金、被災者・被災企業等に寄付する単純寄付、店頭募金等の募集、チャリティイベント収益寄付、寄付金付商品の販売、インターネット募金等の募集、ポイント換算募金の提供などがその方法として使用されていた。

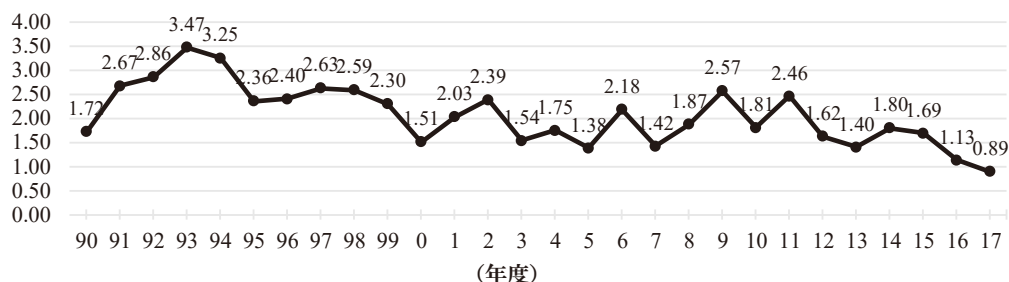


図2 経常利益比推移（1社あたり）

出典：経団連1%（ワンパーセント）クラブ（2018：9）

表2 経済界全体からの支援額

項 目	支援額	
	(億円)	構成比
1. 企業による支援額	904	73.6%
(a) 金銭寄付	715	58%
(b) 現物寄付（サービスを含む）	148	12%
(c) 社員募金や店頭募金に係るマッチング寄付	27	2%
(d) その他	14	1%
2. (1) 団体が取りまとめた支援額	90	7%
(2) 団体独自の支援額	16	1%
小計〈企業・団体による支援額〉	1,011	83%
3. 社員や消費者・顧客等の寄付額	213	17%
合計〈経済界全体からの支援額〉	1,224	100%

出典：経団連1%（ワンパーセント）クラブ（2012：I-3）

中嶋（2014）は東日本大震災の民間寄付のフローの現状を詳細に検討しているが、それによれば民間組織の寄付組織として、(1)日本赤十字社・中央共同募金会、(2)助成機関・中間組織、(3)支援活動組織（NPO・NGO）、(4)経済界（企業・団体）、(5)報道機関・事業団・組合、(6)募金サイト（認知度及び信頼性が高いと考えられる一部のサイトのみを対象）、(7)宗教団体に焦点を当て、寄付額を集計した。上記の7つのタイプの組織の寄付額合計はおよそ6,759億円であると推計された。最も多額の寄付を行ったのは日本赤十字社・中央共同募金会であり、およそ4,654億円であった。次に多かったのが経済界からの寄付であり、1,224億円となる。経済界における寄付は全体の18%（2割）を占め、それなりに大きな影響を与えたと考えられる。またすでに述べたJPFに対しては、企業から39億円の寄付がなされたと算出されている（中嶋，2014）。

復興関係予算との関係のみてみると（復興庁2011）、23年度（2011年）第1次～第3次の補正予算の合計が150,697億円、24年度予算が37,754億円となっている。経済界からの寄付額1,224億円は、2011年度の補正予算では0.8%（約1%）、2012年度の予算であれば3%を占める。このことから、企業による寄付は、復興の経済面に対して大きな影響をもったのではないかと推測す

ることができる。

おわりに

本研究においては、日本における経済界の寄付が、日本において頻繁におこる自然災害からの復興において重要な役割を果たしていることが明らかとなった。また、災害時の企業の社会貢献は、資金提供ばかりでなく、物資の提供、人材・サービスの提供などによっても大きく寄与している。このような企業による災害復興への尽力は、その後のビジネス早期復旧の観点からもとらえる必要がある。これは社会的交換と経済的交換が相互補完関係にあることを明らかにするうえでも重要である。しかし、東日本大震災の復興に関して言えば、震災から8年経ても仮設住宅に取り残されている人々がいるのが現状であり、企業は自らの経営環境が整った後は、このような被災者に対してまったく無関心なのかも含めて長期的観点から調べる必要がある。今後の研究では、企業の寄付行為の動機を詳細に調査することによって、この点を明らかにしていきたい。

また自然災害における企業がかかわった寄付に関しては、その財源が企業の経常利益からの支出による寄付のみならず、社員や顧客、消費者からも寄付を集めるなど、その社会的な影響力や資金調達力が大きいことも明らかとなった。さらに、

自社による商品やサービスの提供による支援活動だけでなく、NPO や JPF への支援など他の組織と連携する支援が行われており、集めた寄付を多様な組織に配分する仲介組織であることも明らかになり今後もその多様性と規模の拡大が期待される。さらに経済界からの寄付額が、2011 年度の補正予算では約 1%、2012 年度の予算であれば 3% を占めることが明らかとなったが、今後はその推移について継続的に把握する必要がある。

本研究は、十分な統計資料がないことによる限界があるが、日本の企業の社会貢献活動の動向に焦点をあて、その一端を明らかにした点において重要である。この結果は、今後のわれわれ独自の社会統計調査に大いに参考になるものである。

参考文献

- 大西健丞 (2017) 『世界が、それを許さない』岩波書店。
金融庁「休眠預金等活用法について」<https://www.fsa.go.jp/policy/kyuminyokin/kyuminyokin.html> (2019 年 8 月 1 日アクセス)。
- 久保幹雄, 松川弘明 (2015) 『サプライチェーンリスク管理と人道支援ロジスティクス』近代科学社。
- グロービス経営大学院 (2014)。『創業 300 年の長寿企業はなぜ栄え続けるのか』[田久保善彦 (監修)] 東洋経済新報社。
- 日本経済団体連合会 1% (ワンパーセント) クラブ (2012) 「東日本大震災における被災者・被災地支援に係るアンケート」『東日本大震災における経済界の被災者・被災地支援活動に関する報告書—経済界による共助の取り組み—』II : 1:22 <https://www.keidanren.or.jp/japanese/policy/2012/011.html> (2019 年 8 月 1 日アクセス)。
- 日本経済団体連合会 1% (ワンパーセント) クラブ (2018) 「社会貢献活動支出調査」『2017 年度社会貢献活動実績調査結果』http://www.keidanren.or.jp/policy/2018/097_honbun.pdf (2019 年 8 月 1 日アクセス)。
- 国税庁 (2017) 『会社標本調査 2015—税務統計から見た法人企業の実態』117-136 https://www.nta.go.jp/publication/statistics/kokuzei_cho/kaishahyohon2015/pdf/06.pdf (2019 年 9 月 15 日アクセス)。
- 齊藤 梅野 有希子 (2012) 「被災地以外の企業における東日本大震災の影響—サプライチェーンにみる企業間ネットワーク構造とその含意」『日本統計学会誌 (JJSS)』42 (1) : 135-144。
- 末永國紀 (2011) 『近江商人—三方よし経営に学ぶ』ミネルヴァ書房。
- 社会的投資促進フォーラム (2016) 『社会的投資市場形成に向けたロードマップ』日本ファンドレイジング協会出版。
- ジャパン・プラットフォーム (2019) 「JPF 組織概要」https://www.japanplatform.org/lib/data/JPF_jp.pdf?data=0607, (2019 年 9 月 15 日アクセス)。
- 中外日報 (2011) 「反省点を残した震災義援金配分」<https://www.chugainippoh.co.jp/article/editorial/list/> (2018 年 12 月 4 日アクセス)。
- 東洋経済 (2018)。『CSR 企業総覧：データバンクシリーズ』東洋経済新報社。
- 中嶋貴子 (2014) 「東日本大震災における災害寄付の実態と課題：活動支援金を中心に」『大阪大学大学院国際公共政策研究科 (OSIPP) Discussion Paper DP-2014-J-007』1-21。
- 内閣府 (1) 「北海道南西沖地震教訓情報資料集」http://www.bousai.go.jp/kyoiku/kyokun/hokkaido-onaiseioki/dbindex/database/05/03/02/hnj050302_02.htm (2019 年 8 月 1 日アクセス)。
- 内閣府 (2) 「東日本大震災における被害額の推計について」<http://www.bousai.go.jp/2011daishinsai/pdf/110624-1kisya.pdf> (2019 年 8 月 1 日アクセス)。
- 名和高司 (2015) 『CSV 経営戦略—本業での高収益と、社会の課題を同時に解決する』東洋経済新報社。
- 日本ファンドレイジング協会 (2012) 『寄付白書 2011』日本経団連出版。
- 日本ファンドレイジング協会 (2012) 『寄付白書 2012』日本経団連出版。
- 日本ファンドレイジング協会 (2013) 『寄付白書 2013』日本ファンドレイジング協会出版。
- 日本ファンドレイジング協会 (2015) 『寄付白書 2015』日本ファンドレイジング協会出版。
- 日本ファンドレイジング協会 (2017) 『寄付白書 2017』日本ファンドレイジング協会出版。

- 復興庁 (2011) 「2012 年, 2013 年の復興予算」
http://www.reconstruction.go.jp/topics/120611_hukkouyosan (2019 年 8 月 1 日アクセス).
- Blau, P. M. (1996). *Exchange and Power in Social Life* (1967/2nd ed.). New York, NY: Wiley
- Dees, J. G. (2008). "Philanthropy and Enterprise: Harnessing the Power of Business and Social Entrepreneurship for Development". *Innovations*. 3 (3), 119-132.
- Klein, N. (2008). *The Shock Doctrine: The Rise of Disaster Capitalism*. London: Penguin (『ショック・ドクトリン-惨事便業型資本主義』岩波書店).
- Najita, T. (2009). *Ordinary Economies in Japan: A Historical Perspective, 1750-1950*. California: University of California Press. (『相互扶助の経済-無尽講・報徳の民衆思想史』みすず書房).
- Nicolas, A. (2010). "The Institutionalization of Social Investment: The Interplay of Investment Logics and Investor Rationalities", *Journal of Social Entrepreneurship*. 1 (1), 70-100.
- Porter, M. and M.Kramer (2011). "Creating Shared Value: Redefining Capitalism and the Role of the Corporation in Society", *Harvard Business Review*, January and February.
- Sakurai, H. and A. Sendo (2017). "Toward A Socially Rational Management: Insights from Japanese and Islamic business ethics", in S. Alijani and C. Kayrotis (Eds.) *Finance and Economy for Society: Integrating Sustainability*, WA: Emerald.
- Sasaki, S. (2017). "Group Size and Conformity in Charitable Giving: Evidence from a Donation-based Crowdfunding Platform in Japan", Osaka University ISER Discussion Paper, 1004, 1-41.