

# 韓国社会における個人や企業の社会貢献活動の現状



生活研究部門 研究員 金 明中

kim@nli-research.co.jp

## 1—韓国における寄付の現状

最近、日本では新しい公共という言葉がよく使われている。新しい公共の考え方は、これまでの行政により独占的に担われてきた「公共」を、これからは市民・事業者・行政の協働によって「公共」を実現することである。すなわち、政府としては政府の役割を代わってやってくれるNPOなどの社会団体が必要になったのである。このようなNPOなどの活動は大体が市民や企業などの寄付金によって財源がまかなわれている。1997年の経済危機以降、韓国政府は政府としての役割を縮小する傾向が強く、企業やNPO団体などの寄付や社会貢献活動が以前より要求されているところである。

韓国の寄付文化は1970年代と1980年代には非自発的で準租税的性格が強かったが、1990年代以降、政府主導の募金活動が民間機構に委譲されたことを背景に自発的な寄付文化が拡散・多様化することになった。特に、2000年代に入ってから企業や個人の社会貢献活動や個人の寄付文化が活性化することになった。韓国における民間寄付は、過去には企業の寄付が全民間寄付の大部分を占めていたが、2000年以降個人の寄付活動が増加しており、2005年の民間寄付の寄付金総額の割合は個人が60.9%で企業の39.1%を大きく上回っている。

このように民間の寄付活動が増加した理由としては企業の寄付が株主に対する利益侵害であるという学問的批判があり、企業の寄付よりは個人の寄付を積極的に奨励した政策の効果や個人寄付の必要性を強調したマスコミなどの広報活動が挙げられる<sup>(注1)</sup>。

【図表-1】民間寄付の寄付金総額や構成比の動向

年度	1999	2000	2001	2003	2004	2005	
寄付金総額 (兆ウォン)	2.9	4.5	4.7	5.9	6.6	7.1	
内訳	個人	0.9	2.2	3.0	3.7	4.2	4.3
	企業	2.1	2.2	1.7	2.2	2.5	2.8
構成比 (単位：%)	個人	29.3	50.1	63.8	63.4	62.8	60.9
	企業	70.7	49.9	36.2	36.6	37.2	39.1

(注) 日本：個人が36.4% (2,593億円)、法人が63.6%(4,533億円)→(資料) 山田英二(2008)「諸外国における寄付の状況と税制の役割」

(資料) ソンウォンイク(2007)「寄付文化活性化のための政策課題」

## 2—寄付と関連した税制改正

最近の寄付と関連した税制改正は主に指定寄付金<sup>(注2)</sup>に対する所得控除の拡大と寄付インフラを拡大するための制度的補完装置の導入を中心に行われた。寄付金に対する所得控除は1999年までには雇

ユーザーのみを適用対象者とし、稼働所得の最大5%までが適用されたが、2000年からは適用対象者が居住者まで広がり、所得控除率も総合所得の最大10%まで拡大された。さらにその後の税制改正によって2008年からは所得控除率が最大15%までに、2010年からは20%までに拡大・適用されることになった。

また、韓国政府が寄付金を奨励するための制度的補完装置として導入しているのが「社会還元寄付信託」である。「社会還元寄付信託」とは、寄付者が財産を寄付した後、死亡するまでに信託から発生した利子などを利用して生活を維持し、亡くなった後に残った財産が社会に還元される仕組みである。「社会還元寄付信託」は2008年から導入・実施されているが、まだ制度の利用はそれほど普及していない。

### 3—社会貢献活動のグローバル化

企業の社会貢献活動も継続的に拡大・多様化している。最近の社会貢献活動が以前と比べて大きく異なる点は「社会貢献活動」のグローバル化であると言えるだろう。グローバルな社会貢献活動を実施している企業は、社会貢献活動を行う地域の状況や企業のビジョンにより、多様な方法で社会貢献活動を実施しており、その地域は中国、インド、ベトナムのアジア国家を含め、最近ではアフリカや南米まで広がっている。社会貢献活動は、現地の事業所を中心として学校を設立するあるいは技術を移転すること以外にも、大学生などで構成されたボランティア団を派遣し、パソコンの教育や文化交流などのプログラムも実施されている。グローバル化とともに最近の社会貢献活動の特徴としては、企業が展開している事業や保有しているインフラを活用する「戦略的社会貢献」が挙げられる。但し、「戦略的社会貢献活動」は、企業のマーケティング戦略として認識されやすく、場合によっては企業のイメージをより悪化させる可能性があるため、元の社会貢献活動の趣旨を忘れないように注意する必要がある。

### 4—結論

韓国の社会貢献活動に関する関心度や実績は毎年少しずつ増加しているが、寄付水準は先進国に比べてまだ初歩段階であるのが現実である<sup>(注3)</sup>。韓国ではまだ寄付活動や企業の社会貢献活動が、企業や経済的に余裕がある人のみが行う行動として認識されている可能性が高く、今後このような意識を変える必要がある。最近では経済的な支援以外にも自分が持っている知識や時間を提供する人も増えているので、政府は、国民の意識を改善するための広報活動とともに多様な支援策を工夫し、個人や企業の参加を促す必要がある。それこそが政府・民間・個人の役割分担を最大限活かし、最近のブローケンソサイアティー (Broken Society)<sup>(注4)</sup>の問題を解決する近道になるだろう。

(注1) ソンウォンイク (2009) 「企業寄付の所得弾力性推定と関連変数に対する研究」『韓国非営利研究』第8巻第1号。

(注2) 社会福祉法人、文化芸術団体、環境保護運動団体、宗教団体などに寄付した寄付金。日本の場合は特定寄付金が控除の対象（次のいずれか低い金額 - 2千円 = 寄附金控除額、①その年に支出した特定寄附金の額の合計額、②その年の総所得金額等の40%相当額）。

(注3) 統計庁の「2009年社会調査報告書」によると、1年間寄付を経験したことがあると回答した人の割合は32.3%で、2006年の31.6%より若干増加した。寄付金額の対GDP比：アメリカ1.85%、韓国0.18%、日本0.22%（資料：山田英二 (2008) 「諸外国における寄付の状況と税制の役割」）

(注4) 崩壊された社会という意味で、2010年10月にコリンズ・コウビルド英語辞典に新語として登録。