

大学法人における寄付募集の 現状と今後の発展に向けて

八木 晶代 ● 日本私立学校振興・共済事業団私学経営情報センター 経営支援室

一 はじめに

「寄付金収入」は、「学納金収入」や「補助金収入」などと並び、学校法人の収入の重要な柱の一つと位置づけられるべきものである。

日本私立学校振興・共済事業団（以下、本事業団）発行の「平成二十三年度版今日の私学財政 大学・短期大学編」^{*1}によると、平成二十二年度の大学法人の寄付金比率（帰属収入に占める寄付金の割合）は平均で二・三％であり、柱としてはまだ細いが、今後の伸びしろに期待できる部分も大きく、近年、寄付募集の重要性を改めて認識する大学が増えてきている。

平成二十三年は、日本の寄付文化において大きな転換期となった年とされ、「寄付元年」とも言われている。三月十一日の東日本大震災を契機に、民間の寄付意識が大いに高まったこと、また、六月の新寄付税制関連法案成立により、学校法

人を含む公益社団法人等に対する寄付が新たに所得税の税額控除制度の対象となったことなどで、制度的側面でも大きな進展があったことがその理由として挙げられる。実際に、国税庁が本年六月に公表した「平成二十三年分の所得税、消費税及び贈与税の確定申告状況等について」^{*2}によると、二十三年の寄付金控除利用者は約百四十万人であり、前年の約六十万人と比べ二倍以上に拡大している。数値の面からも個人による寄付拡大へ向けた大きな前進となったことがうかがえる。

寄付意識が高まり、寄付の土壌が整いつつあることは、寄付募集活動の追い風になることは間違いないが、一方で、寄付者は、明確な目的意識をもつて、より「意味のある寄付」をしたいと考えるようになってきている。今後、寄付募集に取り組むにあたっては、寄付者にとって、その寄付がどのような意味があるのかを明確に伝えることが必要であり、そのために、学校法人という組織全体で、より計画的・戦略的に

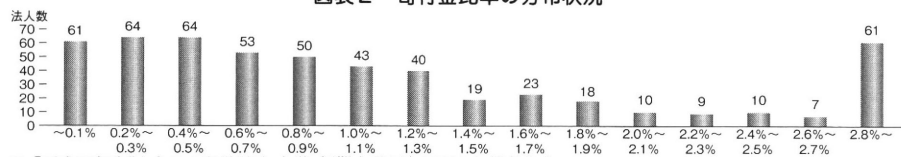


図表 1 大学法人の寄付金の規模（合計額）

年度	法人数	寄付金計	寄付の種類							寄付者別				
			特別 寄付金	一般寄付金					現物 寄付金	個人	企業	後援会	その他	
				①施設設 備拡充 寄付金	②経費 寄付金	③借入金 返済等 寄付金	④基金へ の寄付金	⑤その他 の寄付金						
H5	360 法人	120,293	55,059	34,313	8,299	1,681	8,950	1,817	48,500	16,734	51,873	25,300	15,537	27,582
H10	407 法人	111,950	54,956	28,975	14,697	1,639	5,233	4,412	46,730	10,264	44,501	28,514	19,600	19,334
H15	482 法人	114,776	52,915	22,108	21,297	407	5,094	4,008	40,667	21,194	38,392	27,682	21,126	27,575
H20	531 法人	188,714	80,772	16,616	47,219	602	6,598	9,737	39,120	68,823	36,393	35,555	20,212	96,554
H22	532 法人	131,105	86,825	34,854	31,503	642	5,991	13,835	31,737	12,542	29,208	65,039	18,199	18,658

※学校法人基礎調査(H5～H22) 寄付金内訳表データより

図表 2 寄付金比率の分布状況



※「平成23年度版 今日の私学財政 大学・短期大学編」80頁より筆者作成

図表 3 大学法人の寄付金对学生等数の分布状況



※学校法人基礎調査(H22) 消費収支計算書データより

二 大学はどのくらい寄付を集めているのか

寄付募集活動を推進していくことが求められているのである。

大学はどのくらい寄付を集めているのか、これまでの大学の寄付募集の状況について、本事業団が実施している学校法人基礎調査のデータから分析する。

図表 1 は、寄付金内訳表に基づく大学法人の寄付金の規模（合計額）を示したデータである。平成五年度と比べ、二十二年度（二十三年度のデータについては現在集計中）は大学法人の数が一・五倍程度に拡大しているのに対し、寄付の総額は大きくは変わっていない。このデータからは、大学法人の数は増えたものの、寄付を集めている法人の数についてはあまり変化していないということが読み取れる。寄付の種類別に見ると、一般寄付金の額が若干減少する中、特別寄付金、とりわけ経費寄付金が大きく拡大してきており、施設設備拡充寄付金と同程度の規模となってきたことがわかる。

また、寄付者別に見た場合には、企業からの寄付が大きく拡大している。この理由としては、特定の学校に対する著しく大口の寄付が含まれていることや、学校法人が出資した収益事業法人の収益を寄付という形式で学校法人に還元していることが影響していると考えられる。個人からの寄付については縮小してきているが、今後、税額控除制度導入等による拡大が期待される。

寄付金と帰属収入との関係について、寄付金比率の平均が二・三％であるということは冒頭で紹介したとおりであるが、その寄付金比率の分布状況を示したのが図表2である。これを見ると、平均の二・三％を超える法人は全体の一割強にすぎず、ほとんどの法人が平均以下であることがわかる。極端に数値の大きい法人によって平均値が引き上げられており、実際には五割を超える法人が一％に満たない水準となっているのである。

また、学生一人ひとりがどの程度寄付によって支えられているかという観点から、大学法人の寄付金対学生等数（寄付金総額÷学生等現員）の分布状況（図表3）を見てみると、学生等一人当たりに対する寄付金額が十万円を超える法人がある一方で、四割以上が学生等一人当たり一万円未満という水準となっており、ここからも、多くの大学法人がわずかな額の寄付しか集められておらず、思うように寄付の実績を上げられていないという実態がうかがえる。

三 今後の寄付募集へ向けた意識の転換

これから寄付実績を増やしていくためにも、「一 はじめに」で述べたような、法人としての戦略的・計画的な取り組みは不可欠である。そしてそれを実行するにあたっては、学校法人の寄付募集に対する意識や姿勢について、いくつかの転換が必要ではないかと考える。

（一）「待つ」姿勢から「お願いする」姿勢へ

欧米の寄付募集では、「Never Ask, Never In」（お願いしないかぎり、寄付は入ってこない）という原則があるという。これまでの学校法人の寄付募集では、「待つ」という姿勢が強かったために、寄付が入ってくる機会を逸してきたのではないだろうか。今後は、「適切な人（チーム）が、適切な金額を、適切なプロジェクトに、適切なタイミングで」しっかりとお願いをすることが重要である。

（二）寄付者が求める情報を提供する

潜在的な寄付者に提供されている主な情報としては、募金趣意書やパンフレット、ウェブサイトで公開情報などが挙げられるが、はたしてそれらは寄付者が求める情報に合致しているだろうか。

寄付者がどのような情報を求めているかを知る一つの手がかりとして、日本ファンドレイジング協会が発行した『寄付白書二〇一〇^{*4}』に、寄付者が「寄付先を選ぶ際に重視すること」というアンケート結果がある。

割合の高い順に、「寄付金の使い道が明確で、有効に使ってもらえること」（五一・五％）、「活動の趣旨や目的に賛同・共感・期待できること」（四七・八％）、「寄付の方法がすぐわかり簡便であること」（二五・四％）、「信用できる役員やスタッフがいること」（二七・四％）、「団体の知名度があること」（二六・五％）、「団体や活動に関する情報が多いこと」（一五・

三%、「多くの人たちが寄付していること」(二一・二%)、「報道などで社会的な評価がされていること」(二〇・二%)、「経営基盤がしっかりしていること」(七・九%)、「領収書が発行されること」(三・七%) などとなっている。

寄付を受ける側である学校法人は、このような内容をきちんと証明できるような資料やデータを準備し、パンフレットやウェブサイト等を通じて寄付者に提供していかなければならない。また、さらなる共感・信頼を得るために、寄付の後にも、活動報告や決算報告など、継続的に情報を提供し続けることが重要である。

(三) 企業から個人へ

企業からの寄付は一口が大きいものも多いが、一方で、企業の方針や経済状況によって大きく左右される。特に近年は、株主への説明責任を強く求められることから、企業としても学校法人等への寄付について、慎重な姿勢をとる傾向も強くなっており、企業のみ頼る募集戦略には限界がある。

今後は、個人寄付の開拓により裾野を広くもつことで、将来にわたって継続・安定的に寄付金を確保するための基盤をつくっていくことが重要である。

学校法人の場合、卒業生をはじめとした個人との結び付きが強く、他の寄付募集を行う団体と比べても、個人の潜在寄付者の層は厚いと言える。そのネットワークを最大限に生かした個人への募集活動をより積極的に行う必要がある。

(四) 小口の寄付を広く集める戦略へ

税額控除制度の対象法人となる要件として、実績判定期間において、①三千元以上の寄付金を支出した者が平均して年に百人以上いること、もしくは、②経常収入金額に占める寄付金収入金額の割合が五分の一以上であること、のいずれかを満たすことが求められている。

先に述べたように、大学法人の寄付金比率は平均でも二%程度であるため、②の要件は相当にハードルが高く、多くの大学法人が目指すところとしては、①の要件ということになると思われる。

しかし、この①の要件を満たすこともなかなか容易ではないと聞く。実際に、文部科学省の発表によれば、平成二十四年六月二十日現在で、大臣所轄学校法人(大学、短期大学、高等専門学校法人)で税額控除の対象となっている法人は、二百三十一法人であり、全体の三割強にとどまっている。

ほとんどの大学法人で、金額にして三十万円を超える寄付を集めているにもかかわらず、要件を満たすことが困難だということとは、多くの法人において、小口の寄付を広く集めるという体制になっていなかったということを表している。経済状況が悪化する中、高額寄付を期待することは難しく、小額の寄付を多数集めるほうがより現実的であると言える。一口当たりの金額を下げたり、簡便に寄付できる仕組みを取り入れるなどして間口を広げ、大学と積極的関わりをもつ人、

大学をサポートしてくれる人を少しでも増やしていくことが重要であり、それが将来にわたる継続的な寄付や大口の寄付につながるっていくのである。

(五) 多様なアプローチ方法を検討する

これまで、個人に対する寄付募集活動は画一的な取り組みが多く、年に一回、卒業生向けに寄付案内を送るのみという大学も少なくないだろう。これでは、郵送での案内に反応のある一部の卒業生しか対象としておらず、反応のない多くの卒業生がなぜ寄付しないのかがいつまでたってもわからないということになる。

寄付者層を拡大していくには、もっと幅広い視野をもつ必要がある。郵送で反応のない卒業生にこそ、潜在的な寄付者がいるはずであり、これからは、そこにどのように働きかけていくかを考えなければならぬ。

ひとりで「寄付者」と言っても、年齢層や生活スタイル、収入はさまざまである。したがって、それぞれに合わせて、働きかけの方法も多様化することが求められている。

郵送による案内に加え、メールやウェブサイト、各種のイベントを通じた呼びかけなどさまざまな手段によって多方向からアプローチをする。特に大学との関係性が深い個人の場合には、内容をカスタマイズした手紙や、個別のメール、電話によるフォローアップも有効であろう。また、申し込み手続きや払い込みの方法も、ライフスタイルに合わせて選択が

できるよう、複数用意をしていくことが重要である。

(六) タイミングを意識する

寄付募集には、前述のようにタイミングという観点も重要となる。

例えば卒業生の場合、ホームカミングデー、各種OB会、さまざまなスポーツイベントなど、愛校心が高まり、母校に貢献したいという思いが特に強まる機会がある。その機会を外さないように寄付の案内をすることで、より効果的に訴求することができる。イベントのパンフレットに寄付の案内を盛り込んだり、会場に寄付募集担当者が直接赴いて案内や依頼をしたりすることにより、新しい寄付者の開拓につながる可能性がある。

東京大学基金では、「Graduation Gift キャンペーン」として、卒業時に母校に寄付しようというキャンペーンを行っている。^{*5} キャンペーン期間中に寄付をすると専用ウェブ掲示板にメッセージを残すこともでき、卒業の記念にもなっている。卒業時は愛校心が高まる機会の一つであり、このようなタイミングでの積極的な呼びかけは寄付者の共感を得やすいのではないかと考えられる。

(七) 寄付は大学の重要な業務であるという意識を共有する

東京大学と野村證券が共同研究の一環として全国の大学を対象に平成十九年度に実施した寄付募集アンケートでは、「募金局等専任部署が寄付の募集・受け入れを行っている」とい

う私立大学は二五・七％であり、また「恒常的に専任の職員を置いている」と回答した私立大学は一六・六％であった。

この結果からは、多くの大学において、兼務の職員で対応したり、別の部署の職員が必要に応じて対応しているという状況がうかがえ、大学法人における寄付募集という業務の位置づけがあいまいになっている可能性があることがわかる。

戦略的な寄付募集を行うにあたっては、具体的な寄付募集計画を策定し、それに向かって取り組むための体制を整備していかなければならない。また寄付募集には、校友会や広報財務、学生支援、産学連携に係る部門など、学内外のさまざまな部署との密接な連携が必要であり、学校法人全体の理解・協力が不可欠である。あいまいな位置づけのままでは、積極的な寄付募集活動を推進していくことは難しいだろう。

大学の人的資源が限られている中で、専門の部署や担当者の配置は容易ではないと思われるが、少なくとも担当者が動きやすい環境づくりをする必要がある。

そのためには、トップマネジメントが寄付募集活動の重要性を認識したうえで、業務としての寄付募集の位置づけを明確にし、全教職員に寄付に対する意識と理解を深めていくことが肝要である。

四 おおむねの状況

寄付は、大学への満足度や、これからの期待度を如実に表

す指標でもある。在学中にどれだけ学生が納得できる教育活動を提供できたか、地域社会にどれだけ貢献してきているかなど、大学がこれまでに実施してきた全ての活動が評価され、それに対する感謝の思いや、大学の将来へ向けた希望といったものの一つ一つが、明日の寄付という形で大学に還元されるということをお忘れてはならない。

- * 1 日本私立学校振興・共済事業団（平成二十三年）「平成二十三年度版今日の私学財政 大学・短期大学編」、42ページ
- * 2 国税庁「平成二十三年分の所得税、消費税及び贈与税の確定申告状況等について」

<http://www.nta.go.jp/kohyo/press/press/2011/kakutei-jokyo/index.htm>

- * 3 伊藤美歩「戦略的なファンドレイジングを行うための基本的な考え方」『芸術情報アートエクスプレス』vol.32
- * 4 日本ファンドレイジング協会（平成二十四年）『寄付白書 二〇一』経団連出版、64ページ
- * 5 東京大学基金「Graduation Gift 2012 東京大学基金卒業時寄付キャンペーン」

<http://utfu-tokyo.ac.jp/gradgift.html>

- * 6 片山英治、小林雅之、両角亜希子（平成十九年）「わが国の大学の寄付募集の現状―全国大学アンケート結果―」『東大―野村大学経営デイスカッションペーパー』No.02.

学生支援のための恒常的募金活動

野本 繁 ●福岡大学募金事務室長

一 はじめに

平成二十四年一月二十四日付で、文部科学副大臣から各都道府県知事及び文部科学大臣所轄各学校法人理事長あてに「税額控除制度を活用した私立学校への寄附促進アクションプラン」について（通知）が発信された。平成二十四年度学校法人福岡大学事業計画の経営基盤の項においても「恒常的募金活動の実施」が策定されている。

福岡大学の寄付金募集活動のこれまでの経緯や恒常的募金活動の取り組みについて簡単に紹介したい。

二 経緯

福岡大学の組織的な寄付金募集活動は、大学の財政基盤の安定化の方策としての外部資金の導入の一つとして実施した創立六十周年記念事業（平成七年五月～平成十一年三月）の寄付金募集から始まる。その後、募金活動を恒常的に行うことを視野に、今後の「募金事務室」のあり方が検討された。その結果、平成十二年四月に卒業生名簿のデータ管理やホームカミングデーの実施など募金業務のみならず、在学生、卒業

生及び職員との連携を図るため、これまでの「募金事務室」を改編して「校友室」を設置した。さらに業務を見直し、平成十五年四月には「校友室」と「募金事務室」に分離した。

当面は恒常的募金の名称や使途等活動の具体化を検討しつつ、福岡大学創立七十周年記念薬学部棟建設募金（平成十五年六月～平成十七年二月）を経て、創立七十五周年記念事業募金（平成十九年六月～平成二十二年四月）を実施した。

これまでは、周年募金として期間を限定した建物に関する募金活動であったが、創立七十五周年記念事業募金が終了したところで恒常的募金活動が具体化した。募金の名称は「福大生サポート募金」とし、その趣旨は、「学生のために」という視点を基本とし、本学の学生の教育、学習及び生活に関する支援に必要な資金を募ることに特化して行うこととした。また、募金対象の中心となる卒業生が学生を「支援する」「育てる」募金制度にしたいとの願いであった。

三 背景

昨今、長引く景気低迷のため、家計の収入が悪化し、大学の授業料が払いたくても払えず、未納除籍あるいは退学する



学生が増加している。

本学が公表している「福岡大学の現状と課題（二〇〇七年）——福岡大学自己点検・評価報告書——」によると、在学生数約二万人のうち、退学者数と未納除籍者数の合計は、平成十六、十七及び十八年度において、それぞれ五百六十三人、六百十人、五百十三人である。直近の三年間でも同様の調査を行い、退学者の理由の欄を見てみると、「単位不足」「専門学校入学」「就職」「経済的理由」が上位を占める。これらの理由のうち「就職」「経済的理由」や、その他記載されている「家庭の事情」「家業を継ぐ」「成績不振」なども一部経済的な困窮に類するものと思われる。

当然、本学としても、経済的に困窮する学生を支援するために本学独自の奨学制度として「福岡大学給費奨学金一号・二号」「福岡大学奨学金（貸与）・（緊急貸与）」がある。また、本学以外の制度として、「日本学生支援機構奨学金」や地方自治体、民間育英団体が実施している奨学金があり、広く利用されてはいる。しかしながら、既存の奨学金は、その支給形態が給費や貸与にかかわらず受ける資格は、基本的には人物・学業成績とも優秀でありながら、経済的な理由で学業に支障を来すおそれのある学生のみである。換言すれば、成績が芳しくなければ出願しても選考から漏れることになる。経済的困窮がゆえにアルバイトに従事したり家事の業務を手伝ったりして学業に専念できず、成績不振に陥る学生も少なくないと思われる。そこで既存の制度は残しつつ、新しいサポート（経済的に困窮しており、成績は優秀でなくても学業を継続す

る固い意志をもつ者を支援する）体制を構築する必要がある。恒常的な募金活動として「福大生サポート募金」が設定されたのは、このような背景があったからである。

四 募金の概要

(1) 募金の使途

この募金の寄付金を経済的に困窮する学生を支援することからさらに発展させて、経緯で述べたとおり本学の学生の教育、学習及び生活に関する支援に必要な資金を募ることに特化して行うことにした。最終的には、多様な学生支援の中から次の五つを寄付金の使途として設けた。

・ 経済的な理由から学業継続に支障がある学生を支援する
—— 給費奨学金

・ 海外で学ぶことに積極的な学生を応援する—— 海外大学派遣プログラム

・ 福大生の愛校心を高める—— スポーツ強化

・ 人間性を磨くサポートシステム—— 福大生ステップアッププログラム^{*}

・ その他、学生の教育、学習及び生活に関する支援事業
(2) 募集対象者

募集対象者は、福岡大学の卒業生、在学生のご父母、学校法人福岡大学職員・役員、その他賛同する個人・法人・団体。

(3) 募集開始時期

募集開始時期は、平成二十三年六月一日。

(4) 募金の広報及び募集方法



●HOME ●募金趣意書 ●寄付金の使途 ●募金対象・申込方法 ●免税措置 ●寄付者の顔影 ●寄付の流れ ●お問い合わせ・資料請求

募金趣意書 福大生サポート募金について ご挨拶いたします。	ご寄付の使途について ご寄付の金目についてお知らせ いたします。	募金対象および 申込・申込方法について 寄付のやり方についてお知らせ いたします。	お知らせ 12.8.12 福大生サポート募金 平成22年度実績報告 平成22年6月より開始しました「福大生サポート募金」の受入状況を掲載いたします。 詳しくは左ページをご覧ください。 12.8.17 寄付税制の改正について ご寄付された場合、所得種の税額控除の適用を受けることができます。詳しくは左ページをご覧ください。
免税措置について 税制上の優遇措置について 説明いたします。	寄付者の顔影について 写真は顔の露出についてご説明 いたします。	寄付の流れ 寄付の流れについてご説明 いたします。	

募金初年度は「福大生の支援制度」でもあるこの募金活動を知ってもらうため、募金対象者に「募金趣意書・寄付金募集要項、寄付申込書、払込用紙」等を積極的に郵送することにした。ただし、この年は三月に東日本大震災が発生し甚大な被害があった年である。この悲惨で復興がなかなか進まない状況の中で、「本学の学生のため」とはいえ、募金のお願いをすることへの理解が得られるか懸念された。募集は六月に開始したものの、郵送時期に配慮して募金趣意書等を郵送したのは八月末になった。当然、被災地域のご父母や卒業生に対して郵送は行わなかった。

六月開始から当分の間は、本学公式ウェブの中に新設する募金用ホームページ、本学の広報誌である「学園通信」「学報」、本学の同窓会組織である社団法人有信会の同窓会紙「有信」等の広報媒体を活用して募金の広報活動を行っていった。

特に募金用ホームページの制作にあたっては、寄付者が知りたい必要な情報（寄付の流れや免税措置等）のページへ操作上ワンクリックで到達できるよう心がけた。また、寄付者への利便性を考慮して、ゆうちよ銀行・郵便局や指定の銀行への振り込みや職員の給与天引きのみならず、「インターネット募金」を導入し、募金用ホームページのどこからでも申し込みができるよう設定した。

(5) 免税

平成二十三年度の税制改正に伴い、学校法人に対する個人からの寄付に係る所得税の「税額控除」制度が導入され、寄付税制の拡充が認められた。本学でも寄付者への負担を少し

でも軽減するため、この制度の適用を受けるべく平成二十三年十月に文部科学省に申請し、同年十二月に税額控除対象法人であることの証明を受けた。確定申告の際にこの「税額控除」と既設の「所得控除」のうち、いずれか一方の制度を選択し適用を受けることができる。併せて、寄付者の住居地によるが、個人住民税の寄付金税額控除の適用も受けることができる。

法人からの寄付の場合においては、日本私立学校振興・共済事業団を通じて行う受配者指定寄付金制度を活用し、税制上の優遇措置を利用した。

(6) 寄付者への顕彰

寄付をいただいた方へのお礼状の発送はもちろんだが、「芳名録」を作成し、大学史資料室に展示、保存する予定である。また、定期的に寄付者のご芳名・寄付金額を本学の広報誌である「学園通信」に掲載し公表する。

その他寄付者には、福岡大学のロゴマークの入った金属製のしおりをお贈りして感謝の意を伝えている。

五 課題

この募金は、平成二十三年六月から開始したばかりでまだ誌面で紹介できるほど寄付金が集まってはいない。今後は、同窓会組織である有信会の総会や父母懇談会等の機会を利用して広報を行い、本学の協力業者の方にもご理解いただいて支援をお願いするなど、広報活動の拡大を図る必要がある。ただし、募金の活動にも趣意書等を発送する通信費、印刷費、

募金システムの構築費・メンテナンス費など多額の費用がかかるのが実情である。費用対効果を考慮し、できるだけ費用がかからない方法で実施することが肝要である。

六 おわりに

恒常的募金活動として開始したこの募金は、募集対象者に本学の学生を応援する制度として理解を求め、寄付を募ることが第一の目的である。第二に在学生、卒業生、ご父母、大学の相互の絆をより一層強めるとともに、本学独自の寄付文化の醸成を図ることを目指している。寄付金の金額の多寡にかかわらず、末永く継続的にご支援いただくことを願うものである。したがって、目標金額や一口当たりの金額は特に定めてはいない。この思いを募集対象者に共有していただくことを念頭に、広報活動の充実・強化を図りたい。

この募金によって、本学の校風であり、また建学の精神でもある「質実剛健」「積極進取」の理念をもった若者が育っていくことを期待したい。

*1 福大生ステップアッププログラム(FSP)は、「学びへのステップ」「豊かな人間性へのステップ」「社会へのステップ」という三つのステップからなる教育プログラムである。学生自らの「気づき」の機会を入学から卒業までのさまざまな場面で用意し、専門性を有する教養人(人らしき人)としての人間の成長や社会への円滑な移行を教職員が一体となって支援している。

インターネット寄付金収納システム導入のススメ

——鉄は熱いうちに

キュリオワークス(株)事業推進室

ー インターネット寄付の夜明け

あるクレジットカード決済代行会社^{*1}の西日本担当部長が、いち早くインターネットで寄付受付をスタートした大学の寄付申込みページのプリントアウトを持って弊社に來られたのは、六年前の夏のことであった。

弊社は、システム開発を短期間・低コストで可能にする、インターネットを活用した独自技術^{*2}をいろいろなところで熱く力説していたが、ASPサービスですらまだまだ受け入れられていなかった当時、かなり苦戦をしていた。そんな中、「御社にしか頼めない」と來られたのがその部長であった。

さすが業界最大手、時代の流れにも柔軟なんだと、感激したことを記憶している。

正直なところ、「大学に寄付をしようとする人が、インターネットのページにクレジットカード情報を入力して寄付し

てくれるものなのだろうか」と、あいまいな気持ちで取り組んでいたが、気づけばかなり多くの案件と一緒に成立させていた。全国の大学はもちろん、国立研究機関や社団法人、NPO、病院、博物館……多くの「寄付」を支援してきたのである。

六年がたった今、「インターネットでも寄付できます」という言葉を見るたびに、寄付文化発展の一端に寄与してきたと自負している。とはいえ、海外に目を向けると日本の寄付文化はまだまだである。これからも寄付文化の発展のため、挑戦を続けていくつもりである。

インターネット寄付の優位性や有効性、可能性については、すでにいろいろなところで目にされているかと思うので、ここでは、多くの「寄付」を支援してきた弊社のインターネット寄付金収納ASPサービス「キフフォーム」について紹介させていただく。



二 寄付を集める仕組みに

大きなコストはかけられない

キフフォームはリリース当初、郵便物のあて名ラベル印刷機能や領収書発行機能など、多くの機能を用意していた。寄付申込みページについても、十数項目のアンケートを加えたり、大学ホームページのデザインにそのままはめ込んだりと、リクエストどおりのカスタマイズをしてきた。機能が多いとそれだけ初期費用がかさみ、カスタマイズもリクエストの数だけ追加費用がかかる。たくさんの大学がインターネット寄付を検討するようになり、「寄付を集める仕組みにそれだけの費用はかけられない」という声が増えてきた。

ASPサービスらしく、比較的安い初期費用で導入しやすく、長く利用してもらえるようなランニングコストにできないかと、利用状況の分析を始めた。

大学が把握したいとカスタマイズで用意したアンケート項目にはほとんど回答が得られていないことや、必要と言われていた郵便物のあて名ラベル印刷は大学共通のシステムを使っているなど、コストカットできる要素がたくさんあった。

現在、アンケート項目の追加や集計機能の追加には有償オプションサービスとして対応しているが、最近の多くの事例では、これらのオプションサービスが利用されることはほとんどない。標準提供している機能で十分運用ができるためであ

り、多くの事例とノウハウをもとに「すでにブラッシュアップ、コーディネートされた寄付システムになっているから」と評価されている。

リリース当初は数十万円かかっていた初期費用も、現在は無駄な機能をなくし、カスタマイズもほとんど必要ない。

キフフォーム（単回寄付版）は初期費用0円、月額費用五千円（平成二十四年十月からの改訂価格・税別）と、「試しにやってみよう」という感覚で検討いただけるようなものになっている。

三 利用開始のために

キフフォームを利用するために、大学担当者に行っていたことは三つのみである。費用だけではなく、やるべきこともシンプルである。

- (1) インターネットができるパソコンを用意する。
- (2) 寄付金の使途を入力する。

- (3) 大学ホームページにキフフォームへのリンクを貼る。

キフフォームはASPサービスであるため、電算室の担当者にはサーバーを用意してもらい必要もなく、スムーズに利用を開始していただくことができる。

四 寄付受付の流れ

寄付支援者からの寄付があった場合、キフフォームが自動

で感謝とお礼を伝えるサンクスメールを送信する。同時に、大学担当者には通知メールを送信する。通知メールや管理画面をご覧いただくことでいつでも寄付実績を確認することができる。

寄付支援者が寄付申込みページに入力した内容はすべて画面で確認することができ、またエクセルなどで利用できるデータファイルダウンロードすることができる。ダウンロードできるデータファイルは、領収書や礼状の送付に郵便物のあて名ラベルを印刷したり、寄付を管理するシステムをすでに利用している場合はインターネットからの寄付実績を取り込んで一元管理したりすることにも利用できる。

サンクスメールの様式は、管理画面からいつでも自由に編集することができ、季節のあいさつやイベントのお知らせなどを入れることで、機械的で無機質なコンピュータからのメールではなく、有効なコミュニケーションツールとして活用することができる。

五 寄付支援者側もシンプルに

導入しやすいということも大切な条件ではあるが、やはり寄付支援者が寄付してくれるということが最優先事項である。もちろん、寄付申込みページは、初めての方にもマニュアルや説明なしで寄付していただけるようなシンプルなものであればならない。

- (1) 寄付申込みページに入力する。
 - (2) 入力したい内容に間違いがないか確認する。
 - (3) サンクスメールを受け取る。
- この三ステップで寄付ができるのである。

例えば「五千円だったら寄付してもいいのにな」と思った人が、わざわざ銀行やコンビニのATMに行って振り込んでくれるであろうか。まして、大学からの振込依頼書が届くのを待ってから払い込みに行ってくれるであろうか。残念ながら期待はできない。あまり寄付支援者には聞いてほしくない言葉ではあるが、まさしく「鉄は熱いうちに」ということなのである。

六 導入後

キフフォームは月単位で契約ができるし、極端に言えばすぐに解約することもできる。当初、多くの大学が期限付きの周年事業のための導入であった。それらすべての大学が、周年事業の終わる際に通常寄付事業への契約切り替えをして引き続き利用されている。また、寄付事業そのものが廃止になる以外の解約は今のところない。

ヒアリングをすると、一件一件は少額であっても全体として集まる寄付が増えているとのこと。

キフフォームの説明に大学などを訪問すると、必ず「これを導入して本当に寄付は集まりますか」という質問を受ける。

寄付申し込みページの例



寄付山大学基金
kifuyama University Foundation



下記のフォームにご入力の上、「お申込み内容を確認する」をクリックしてください。
ブラウザの[戻る]ボタンは利用しないでください。要求された操作が正常に完了しない場合があります。

※は必ずご入力ください

基本情報の入力

氏名 ※	姓 名
氏名フリガナ ※	姓 名
郵便番号 ※	- 検索
都道府県 ※	▼
市区町村 ※	 市区町村をご入力ください。
市区町村以下 ※	 市区町村以降の住所をご入力ください。
建物名など	 アパート名・建物名とお部屋番号をご入力ください。
電話番号 ※	
メールアドレス ※	 確認のためにもう一度ご入力ください。

寄付情報の入力

寄付金額 ※	円 ※10,000円以上をお願いいたします。
寄付の使途	☐ 大学全体のため ☐ 校内の整備 ☐ 新校舎設立資金 ☐ 学生への経済支援 ☐ 学生支援のため ☐ 「明るい未来基金」のため ☐ 研究基金のため ☐ その他
寄付者区分	☐ 卒業生 (年卒業) ☐ 在学生、卒業生の保護者 (生徒名:) ☐ 教職員 ☐ 一般 ☐ その他
ホームページ等における氏名の公表 ※	☐ ご芳名・金額ともに掲載可 ☐ 匿名として金額を掲載可 ☐ ご芳名のみ掲載可 ☐ 掲載は行わない

iPhoneなどのスマートフォンにカードリーダーを取り付けてその場で寄付できる仕組み



さすがに保証することはできないが、先に紹介した「鉄は熱いうちに」に関連して、簡単に千円や五千円や一万円という少額の寄付をしていただくことができるのである。大切な寄付を「塵」とは言えないが、「〇〇も積もれば山となる」ということを実感いただけているようである。

もちろん、大口の寄付もキフフォームで受け取ることにはできるが、少額であっても「寄付したい」という気持ちをしつかりと受け取ることができる仕組みなのである。

七 想定外の寄付

導入数が千件を超えたところ、いくつもの大学から興味深い話をお聞きした。全く想定していなかった人たちから寄付がある——在学生からの寄付である。

ほとんどの場合、その寄付金は保護者の銀行口座から引き落とされているのではあるが、全くの想定外であった。そんな想定外の「寄付したい」の気持ちもしっかり受け取ることができるのである。

八 継続寄付の導入

さらにヒアリングをしていくと、いくつかの大学で「毎月同じ方から寄付をしていただいている」と聞いた。一人ではなく複数いらっしゃるとのこと。早速、一度の寄付申込みで毎月、隔月、年一回など継続して自動寄付される仕組みを用意し、単回寄付と継続寄付を選べる新しい寄付申込みページを試験的に利用していただいた。

継続寄付をお申込みいただける寄付支援者が予想以上にいらつしやることがわかり、弊社ではこれまで導入していたいた大学に、実績とともに継続寄付の仕組みを紹介している。

九 新たな試み

この秋、ある大学の学園祭で「〇〇周年記念事業寄付はコチラ!」と書かれたブースが登場する。そこに立つスタッフの手にはちよつと変わったiPhone（写真参照）が。テクノロジの進歩とともに寄付の形も変わっていくであろう。

今回ご紹介したキフフォームだけではなく、大学寄付事業において有効な寄付の形をこれからも提供していきたいと考

えている。

十 おわりに

弊社が提供しているインターネット寄付金収納ASPサービス「キフフォーム」はこの秋、大きなリニューアルを予定している。前述のとおり、これからのインターネット寄付の形と考えている「継続寄付」の普及や、「二」で紹介した「初期費用0円」といった提供価格の大幅な見直しなどである。

なお、キフフォームのウェブページでは、実際にインターネット寄付を体験できるデモンストレーションも用意しているのでぜひ一度ご覧いただきたい。

・インターネット寄付金収納ASPサービス「キフフォーム」

<http://kifu.fm/>

「鉄は熱いうちに」というわけではないが、インターネット寄付の導入についてご検討いただきたい。

インターネット寄付を導入されて寄付が全く集まらないということはない。集めることができるノウハウを惜しみなく提供していく。

気がつけば、われわれはインターネット寄付だけではなく、大学寄付事業そのものについて詳しくなっている。インターネット寄付に関するお問い合わせはもちろん、寄付事業そのものについて役立つ情報を提供していく。

*1 クレジットカード決済代行会社

クレジットカード決済を利用するには、複数あるクレジットカード会社それぞれの煩雑な加盟店登録手続きが必要である。インターネットでのクレジットカード決済の場合、クレジットカード決済代行会社と契約をするだけで、各クレジットカード会社との加盟店登録手続きを代行してくれる。また、決済金額の集計や入金なども一括して代行してくれるため、大学での入金管理の手間が軽減できることが利点となる。キフフォームではクレジットカード決済代行会社の選定からサポートしている。

*2 ASPサービス

インターネットを通じて主にビジネス用ソフトウェアを提供するサービス。ユーザは、ウェブブラウザからASPサービスのサーバーにインストールされたソフトウェアを利用する。ASPサービスを利用することにより、インターネットにアクセスできる環境さえあればどこからでもすぐにソフトウェアを利用することができる。手元のパソコンにソフトウェアをインストールする必要がなく、バージョンアップやデータのバックアップなどのメンテナンス作業を行う必要がないことも大きな利点となる。キフフォームのサーバーは数多くの大学の評価基準を満たした安心・安全なものである。