

海外の話題

イギリスにおけるチャリティー文化

農林中央金庫 ロンドン支店長 山宮 隆昭

日本でもランニングブームの高まりから、大きな大会ではチャリティー枠が導入されたと聞かすが、当地のロンドンマラソンへの参加にも、抽選による一般枠に加えて慈善団体が確保しているチャリティー枠を利用する方法がある。チャリティー枠による参加には、一般的に2,000ポンド程度（34万円）を慈善団体に寄付することが期待されている。ロンドンマラソンではこのように参加枠を確保している慈善団体が100近くあり、2012年の大会では計5,280万ポンド（約90億円）が寄付として集まった。興味深いのは、こうしたチャリティー枠による参加者だけではなく一般枠による参加者も寄付を集めている点で、全体では参加者の7割強がこうした形でチャリティーに参加しているとのことだ。

ではなぜ、このようにチャリティーが広く市民一般に根付いているのだろうか。よく言われているのは宗教観（キリスト教の影響）であるが、これに加えてお金の使い道を「税金を通して政府に決めてもらうのではなく、寄付を通じて自分で決めたい」という考え方に基づいているのかもしれない。

次に考えられるのは、税制上のメリットである。イギリスにはギフト・エイドと呼ばれる特殊な制度がある。100ポンドの寄付をする人がこの制度を利用すると、この金額に対する納税相当額（＝本来の還付請求額。基礎税率20%で算出）25ポンドについて、寄付者ではなく慈善団体が受領できる仕組みで、慈善団体は合計125ポンドを受領することになる。さらに寄付者が高所得者で高い税率が適用されている場合には、寄付者も適用税率と基礎税率の差額相当の税還付を受けることができる。1回当たりの寄付金額は、必ずしも所得水準と比例するわけではないにせよ、寄付金額が小さい層ではギフト・エイドの利用が2割にとどまっているのに対して、寄付金額が100ポンド以上の層では、8割がこの制度を利用していることから、税制上の優遇措置がプラスに働いていることが推測できる。

ロンドンマラソンを例にとると、慈善団体は参加者にウェブサイトの立ち上げ方を教えるなど、寄付金集めの活動をサポートしてくれる。チャリティー枠で参加した知人もこうしたウェブサイトを立ち上げて寄付を呼びかけ、賛同した筆者もウェブサイトを通じてオンラインで簡単に寄付することができた。統計によれば、イギリス全体の寄付金額のうち約3割がオンラインによるものである。

こうして2011・12年度に集められた個人による寄付金の総額は93億ポンド（1兆5,800億円）にものぼった。ちなみにこれはGDP比で0.6%程度を占めており、アメリカを下回っているものの、0.1%台にとどまる日本とは大きな開きがある。

以上のように、寄付が社会に根付いていくには、文化・制度・利便性など、それなりの背景があるようだ。ところで話はロンドンマラソンに戻る。機会があればご覧いただきたいが、数多くのランナーが、参加するチャリティーの名前が胸に印刷されたユニフォームを着て走っている点に気づくと思う。