

大西健丞 作成メモ

日本におけるブランド・ギビング制度の創設について

～信託法(公益信託)の一部改正・税制改正により、

高齢者が安心して寄付し、老後を充実できる社会へ～

1 欧米でシニアの寄付が進む原動力であるブランド・ギビング

欧米でシニア層の寄付が進む要因のひとつが、ブランド・ギビング(遺言などにより
残余財産を寄付をする行為)である。その中でも、チャリタブル・リメインダー・トラ
スト(年金給付型公益信託)制度がシニアの寄付促進を進めている。アメリカでは10
兆円以上の残高のある制度で、過去20年間でも急速に伸びている。

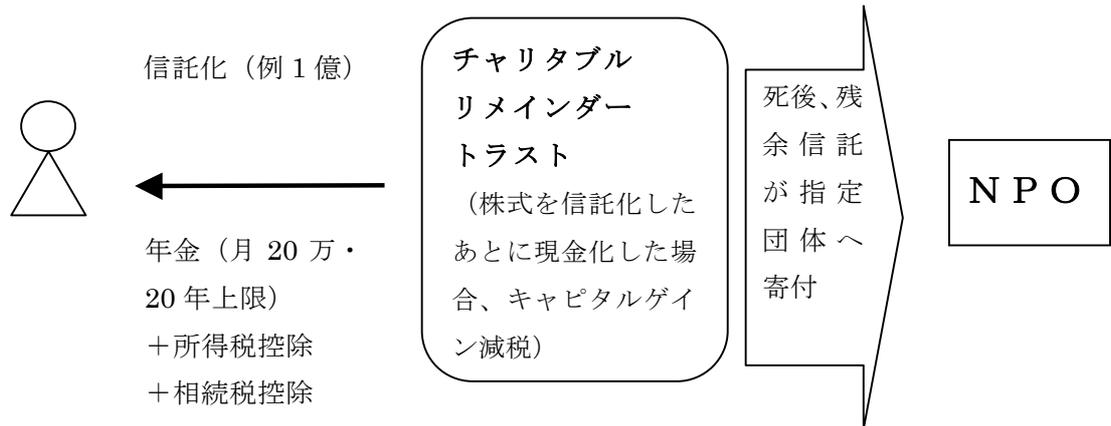
日本では、公益信託制度や税制上の制約から、こうした取り組みが出来ない。

2 ブランド・ギビング制度とは

(1) 定義

- ブランド・ギビング：個人の遺言により、寄付される行為の総称
- チャリタブル・リメインダー・トラスト：年金給付型公益信託。残余財産を寄付す
ることを前提に、資産を信託化した時点で、キャピタルゲイン課税などが大幅減税さ
れるほか、信託の半額・20年を上限に年金が給付される(ブランド・ギビングの一部)。
信託化後の変更不可。

- チャリタブル・リード・トラスト：信託化したのち、寄付者の生前にNPOに寄付を信託から定期支払いし、残余额が法的相続人に渡される。その際に寄付控除が受けられる。信託化後の変更不可。



(2) メリット

ギフトが持つ税制上の恩恵や生前配当収入の仕組みは退職後の生活設計上魅力的であり、特に1980年代以後アメリカなどで信託銀行を中心に、資産運用として積極的にシニア層に勧められた。

- ① 大口寄付により多大な社会貢献をしている満足感と喜びが生前に得られ、老後が充実する(単なる遺言寄付との違い)
- ② チャリタブル・リメインダー・ラストの様にブランド・ギフトの種類によつては寄付後も見込める将来の定期的収入が得られる
- ③税制上の優遇(相続税、所得税、キャピタルゲイン課税等)

3 日本に導入するために

(1) 何故必要か

日本の高齢者は、例え資産があっても老後の不安から寄付行動にでることが少ない。他方で、老後を孤独に過ごす高齢者も多く、寄付行動を通じて社会参加する機会を活かしていない。→年金給付型公益信託は、信託化した時点でNPOに感謝され続け、所得控除も受けられる制度。「安心と社会参加を両立」できる制度。

(2) 何故導入できないか

日本の公益信託関連法では、①公益信託にすると、寄付先の意思決定に関与できない、②公益信託にすると自分への資金還流は認められない。という制約がある。欧米の信託では、上記2点がクリアできる。

以上