

東大－野村 大学経営ディスカッションペーパー
No. 02

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－

2007年11月

片山 英治
小林 雅之
両角 亜希子

本ペーパーは、国立大学法人東京大学と野村證券株式会社による共同研究「わが国大学の財務基盤強化に関する共同研究」の一環として発刊するものである。

東大－野村大学経営ディスカッションペーパー
No. 02

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－

2007年11月

片山 英治¹
小林 雅之²
両角 亜希子³

本ペーパーは、国立大学法人東京大学と野村証券株式会社による共同研究「わが国大学の財務基盤強化に関する共同研究」の一環として発刊するものである。

¹東京大学大学総合教育研究センター共同研究員／野村証券法人企画部主任研究員

²東京大学大学総合教育研究センター 教授

³東京大学大学総合教育研究センター 助教

目次

| | |
|----------------------------------|----|
| 第0章 本報告書の要約..... | 3 |
| 第1章 調査概要..... | 15 |
| (1) 調査の目的..... | 15 |
| (2) 調査対象..... | 15 |
| (3) 調査方法..... | 15 |
| (4) 調査期間..... | 15 |
| (5) 回収率..... | 15 |
| (6) 回答大学の属性..... | 16 |
| 第2章 日本における寄付募集の実態..... | 20 |
| 1. 寄付募集の実施経験の有無..... | 20 |
| 2. 寄付募集を実施したことの無い大学の現状..... | 22 |
| (1) 寄付募集未実施の理由..... | 22 |
| (2) 今後の取り組み予定..... | 25 |
| 3. 寄付募集を実施したことの無い大学の現状..... | 27 |
| (1) 募集の実施方法..... | 27 |
| (2) 寄付募集・寄付の受入担当..... | 29 |
| (3) 寄付募集担当職員の設置状況..... | 31 |
| (4) 寄付者に対するフォローアップの方法..... | 36 |
| (5) 同窓会・後援会の単位..... | 39 |
| (6) 寄付募集に対する大学・同窓会・後援会の役割分担..... | 40 |
| (7) 寄付獲得で効果的であった要素/解決すべき課題..... | 41 |
| (8) 寄付募集の特徴的な点・課題..... | 47 |
| 4. 他大学の寄付募集の取り組みについて知りたい点..... | 49 |
| 5. 中長期計画の策定状況..... | 51 |
| 第3章 寄付募集の実施状況の詳細..... | 55 |
| (1) 直近のキャンペーン開始時期・募集期間..... | 55 |
| (2) 募集の全体目標..... | 57 |
| (3) 募集の実績（達成度合い）..... | 60 |
| (4) 活動に要した費用..... | 61 |
| (5) 卒業生と教職員の寄付募集参加率..... | 63 |
| (6) 寄付実施の目的（用途）..... | 66 |
| (7) 受入寄付ー用途指定の有無別構成比..... | 69 |
| (8) 受入寄付ー形態別構成比..... | 72 |
| (9) 受入寄付ー寄付主体別構成比..... | 78 |
| 付 調査票..... | 85 |

はじめに

日本の大学では、安定的かつ永続的な発展という観点から、財務基盤の強化がますます重要な課題になりつつある。とりわけ、寄付金は、施設設備の整備や、大学の基金を充実化し、さまざまな経営行動を可能とする財源として極めて重要である。実際に一部の大学では、寄付募集に積極的に取り組むようになってきている。

こうした実態面での取組が進む一方で、日本の大学の寄付募集についての包括的調査はこれまでほとんどなされておらず、その基本的な実態さえも明らかになっていない状況にある。

こうした問題意識から、われわれは、日本の大学の寄付募集に対する取り組みの現状と課題を明らかにするとともに、大学が募集活動に取り組む上での参考情報を提供することを目的として全国の国公立・私立大学を対象に寄付募集に関するアンケート調査を実施した。本ペーパーは、その集計結果をとりまとめたものである。

集計結果に関しては解釈の難しい箇所も散見された。また今後より立ち入った分析をすべき点も数多く残されている。これらの課題に関しては、ヒアリング調査も併用しつつ、本共同研究プロジェクトを通じて明らかにしていきたいと考えている。

最後に、ペーパーのとりまとめに際しては、株式会社リベルタス・コンサルティングの野口修一氏と菊池雄一郎氏にアンケートの集計やフォーマット、図表の作成等で大変お世話になった。この場を借りて厚く御礼申し上げたい。

2007年11月

片山 英治
小林 雅之
両角 亜希子

第0章 本報告書の要約

1. 調査目的と方法

日本の大学では、安定的かつ永続的な発展という観点から、財務基盤の強化がますます重要な課題になりつつある。とりわけ、寄付金は、施設設備の整備や、大学の基金を充実化し、さまざまな経営行動を可能とする財源としてとても重要である。実際に一部の大学では、寄付募集に積極的に取り組むようになってきている。

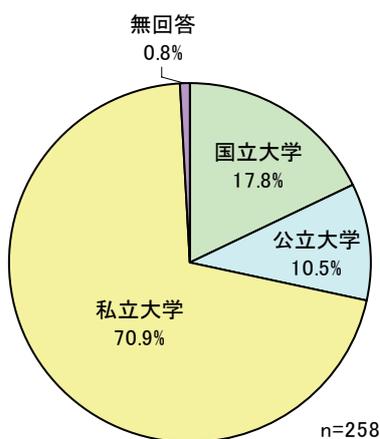
こうした実態面での取り組みが進む一方で、日本の大学の寄付募集についての包括的調査はこれまでほとんどなされておらず、その基本的な実態さえも明らかになっていない状況にある。

このような問題意識から、われわれは、日本の大学の寄付募集に対する取り組みの現状と課題を明らかにするとともに、大学が募集活動に取り組む上での参考情報を提供することを目的として全国の国公立・私立大学を対象に寄付募集に関するアンケート調査を実施した。本ペーパーは、その集計結果をとりまとめたものである。

対象は日本国内の全ての国立大学法人、公立大学・公立大学法人、学校法人で、2007年3～4月にかけてアンケート用紙を郵送、郵送・電子メール・ファクスにより回収した。アンケートは、寄付募集全体の取り組みに関する設問を含む本文と募集実績に関する設問を含む別紙で構成され、送付数は691、有効回答数は本文258（回答率37.3%）、別紙162（回答率23.4%）となっている。

大学の設置者については、「私立大学」（70.9%）が多数を占め、「国立大学」は17.8%、「公立大学」は10.5%となっている。（図表0-1）文部科学省「学校基本調査」（2006年度）では、国立大学・公立大学数はともに約12%となっている。今回の回答に関しては、国立大学がやや多くなっている点に注意する必要がある。

図表 0-1 設置者（全体）

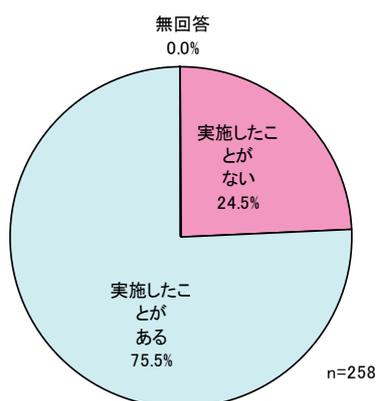


2. アンケート調査結果の概要

1) 寄付募集の実施経験の有無

寄付募集の実施経験についてみると、「実施したことがある（実施中を含む）」が75.5%、「実施したことがない」が24.5%と、調査対象大学の4分の3が寄付募集の経験がある。国立・私立大学において全体の8割で実施経験があるのに比べ、公立大学では全体の27%にとどまっている。

図表 0-2 寄付募集の実施経験の有無（全体）



規模別では、規模が大きいほど実施経験の割合が高くなる。また、設立年代別では1940年代以前に設立された大学が100%実施しているのをはじめ、創設が古い大学ほど寄付募集を実施しているとの結果が得られている。

2) 寄付募集を実施したことの無い大学の現状

寄付募集を「実施したことがない」と回答した大学にその理由を尋ねたところ、最も多かったのは、「募集方法や運営体制の構築等をどうしたらよいか分からない」（41.3%）であり、以下、「寄付の文化や寄付の重要性に対する社会の理解が醸成されていない」（22.2%）、「同窓会や後援会等との連携が適切に図られていない」、「住所や属性等、寄付候補者に関する基本情報を得られない」（いずれも20.6%）が続いている。寄付文化や寄付に対する社会の理解という理由を除き、いずれも、寄付募集の体制が整っていないことが募集活動を実施していない要因としてあげられている。

また、今後の取り組み予定をたずねたところ、「募集の実施を検討中」（46.0%）と「募集を実施する予定」（3.2%）を合わせ、半数近くが寄付募集に前向きな姿勢をみせる一方、「実施するつもりはない」（39.7%）とする回答も4割近くあった。

図表 0-3 寄付募集未実施の理由

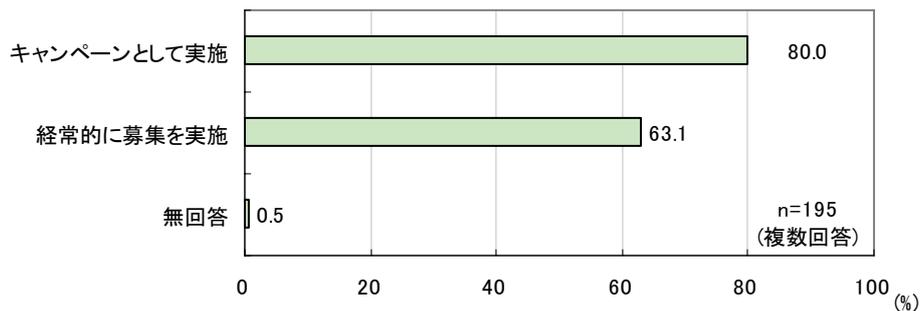
| | n | 募集活動にあててる予算がない | 学内が募集活動に非協力的 | 募集方法や運営体制の構築等をどうしたらよいか分からない | 同窓会や後援会等との連携が適切に図られていない | 住所や属性等、寄付候補者に関する基本情報を得られない | 寄付候補者とのコミュニケーションが十分に図られていない | 寄付候補者に大学の教育研究活動や寄付の必要性に対する理解がない | 寄付の税制優遇が不十分 | 寄付の文化や寄付の重要性に対する社会の理解が醸成されていない | その他 | 無回答 | |
|-------|-------------|----------------|--------------|-----------------------------|-------------------------|----------------------------|-----------------------------|---------------------------------|-------------|--------------------------------|-------|-------|-------|
| 全体 | 63 | 17.5 | 4.8 | 41.3 | 20.6 | 20.6 | 17.5 | 4.8 | 7.9 | 22.2 | 28.6 | 7.9 | |
| 設置者別 | 国立大学 | 7 | 28.6 | 14.3 | 42.9 | 28.6 | 14.3 | 42.9 | 14.3 | — | 14.3 | 42.9 | 14.3 |
| | 公立大学 | 23 | 34.8 | — | 60.9 | 13.0 | 26.1 | 21.7 | 4.3 | 8.7 | 17.4 | 26.1 | — |
| | 私立大学 | 32 | 3.1 | 6.3 | 28.1 | 25.0 | 18.8 | 9.4 | 3.1 | 9.4 | 28.1 | 25.0 | 12.5 |
| | 無回答 | 1 | — | — | — | — | — | — | — | — | 100.0 | — | — |
| 大学規模別 | ～1千人 | 21 | 19.0 | 4.8 | 38.1 | 14.3 | 19.0 | — | — | 4.8 | 14.3 | 38.1 | 9.5 |
| | 1～3千人 | 27 | 14.8 | 3.7 | 51.9 | 22.2 | 22.2 | 25.9 | 0.0 | 7.4 | 33.3 | 18.5 | — |
| | 3～5千人 | 8 | 25.0 | 12.5 | 25.0 | 37.5 | 12.5 | 25.0 | 25.0 | 12.5 | 12.5 | 12.5 | 37.5 |
| | 5～10千人 | 4 | 25.0 | — | 50.0 | 25.0 | 25.0 | 50.0 | 25.0 | 25.0 | 25.0 | 25.0 | — |
| | 10千人～ | 2 | — | — | — | — | 50.0 | — | — | — | — | 100.0 | — |
| | 無回答 | 1 | — | — | — | — | — | — | — | — | — | 100.0 | — |
| 設立年代別 | ～1940年 | — | — | — | — | — | — | — | — | — | — | — | — |
| | 1941年～1960年 | 17 | 23.5 | 5.9 | 52.9 | 29.4 | 23.5 | 35.3 | 11.8 | 11.8 | 11.8 | 35.3 | 5.9 |
| | 1961年～1980年 | 14 | — | — | 14.3 | 35.7 | 14.3 | — | — | — | 21.4 | 28.6 | 14.3 |
| | 1981年～2000年 | 22 | 27.3 | 9.1 | 50.0 | 13.6 | 27.3 | 22.7 | 4.5 | 4.5 | 27.3 | 22.7 | — |
| | 2001年～ | 9 | 11.1 | — | 44.4 | — | 11.1 | — | — | 22.2 | 33.3 | 33.3 | 11.1 |
| | 無回答 | 1 | — | — | — | — | — | — | — | — | — | — | 100.0 |

3) 寄付募集を実施したことの大学の現状

(1) 寄付募集の実施方法

寄付募集を「実施したことがある」と回答した大学に寄付募集の実施方法を尋ねたところ、「キャンペーンとして実施（周年事業等、複数年度にかけて実施）」が 80.0%で最も多く、「経常的に募集を実施（新入生や在校生、父兄、企業等に対し毎年実施）」が 63.1%である。

図表 0-4 募集の実施方法（全体）



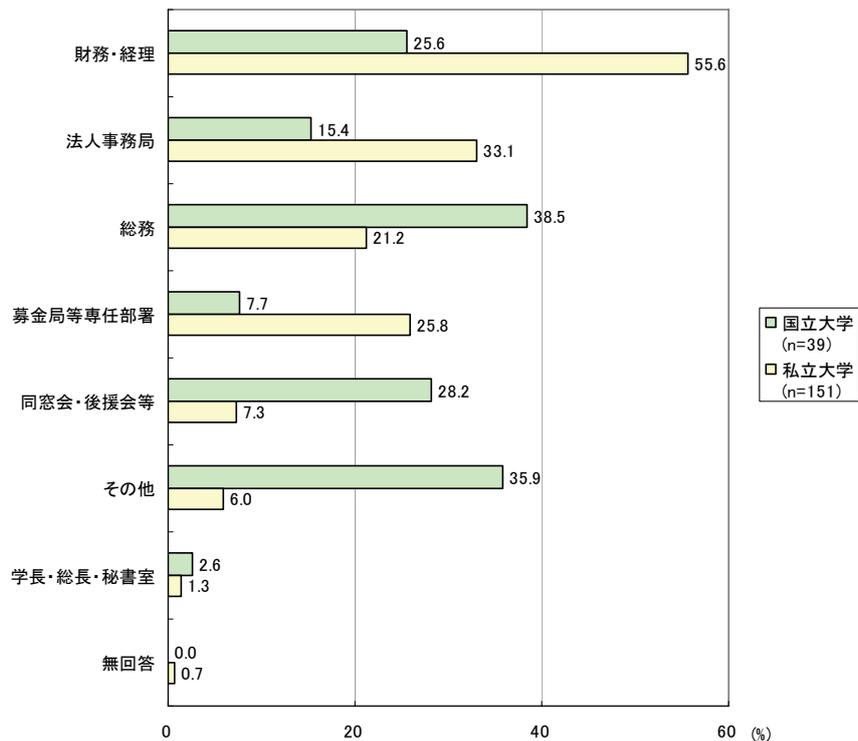
(2) 寄付募集の実施体制

(a) 寄付の募集・受入の担当：寄付の募集・受入の担当部署を尋ねたところ、国立大学では「総務」(38.5%)、と「同窓会・後援会等」(28.2%)が多くなっているのに対し、私立大学では「財務・経理」(55.6%)が最も多く、次いで、「法人事務局」(33.1%)の順に多い。

(b) 担当職員の設置状況：寄付募集を「実施したことがある」と回答した大学に、寄付の募集の担当職員を置いているか尋ねたところ、「恒常的に兼任の職員を置いている」(35.4%)が最も多く、次いで、「全く置いていない」(32.8%)、「周年事業等のたびに兼任の職員を置いている」(17.4%)、「恒常的に専任の職員を置いている」(14.4%)、「周年事業等のたびに専任の職員を置いている」(9.2%)の順となっている。

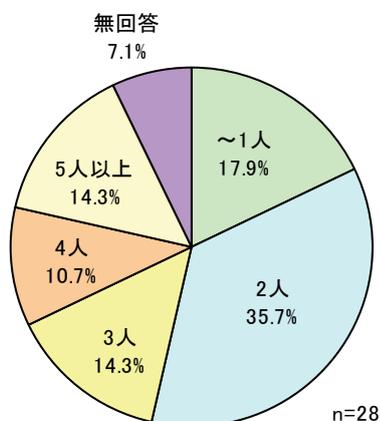
このうち、恒常的に担当職員を置いている場合の担当職員数をみると、「恒常的に専任の職員を置いている」と答えた大学では「2人」(35.7%)が最も多く、次いで、「～1人」(17.9%)、「3人」、「5人以上」(いずれも14.3%)、「4人」(10.7%)の順となっている。一方、「恒常的に兼任の職員を置いている」と答えた大学では「～1人」(36.2%)が最も多く、次いで、「2人」(29.0%)、「3人」(11.6%)、「5人以上」(8.7%)、「4人」(2.9%)の順となっている。

図表 0-5 寄付募集・寄付の受入担当（設置者別）

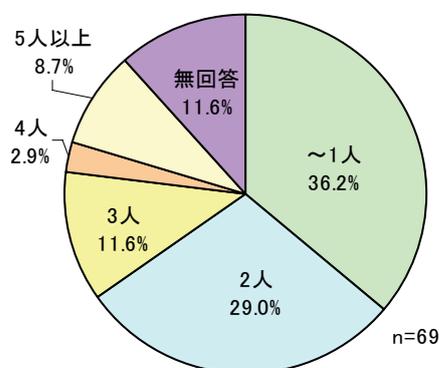


※公立大学は n=4 のため省略

図表 0-6 寄付募集担当職員数
【恒常的・専任】(全体)



図表 0-7 寄付募集担当職員数
【恒常的・兼任】(全体)

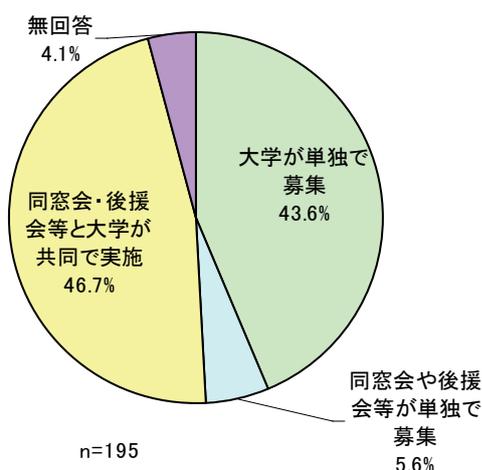


(c) 寄付者に対するフォローアップの方法: 寄付者に対してどのようなフォローアップを行っているかを尋ねたところ、「感謝状や記念品の贈呈・送付や挨拶に行ったりしている」(57.4%)が最も多く、他の項目を大きく上回っている。次いで、「施設設備に寄付者名を冠したり寄付者名を記した芳名板を設置したりしている」(39.5%)、「記念行事や会食等の場に招待している」(27.2%)の順で続いている。「その他」の内容としては、礼状や芳名録の作成・送付、大学報・広報誌などによる紹介、送付といった回答が多くみられた。

(d) 同窓会・後援会の単位: 同窓会・後援会の単位は設置者別で大きく異なる。私立大学では「全体単位のみ」が7割以上を占めているのに対し、国立大学では「全学単位・学部学科単位の双方がある」が3割を占めている。

(e) 寄付募集に対する大学・同窓会・後援会の役割分担: 寄付募集に際して大学が同窓会や後援会等とどのような役割分担を行っているか尋ねた結果を示す。「同窓会・後援会等と大学が共同で実施」(46.7%)と「大学が単独で募集」(43.6%)と回答した大学の割合がほぼ並んでいる。「同窓会や後援会等が単独で募集」は少ない。規模別にみると、「概ね大学の規模が大きい程「同窓会・後援会等と大学が共同で実施」と回答する大学の比率が高まる傾向がみられ、「10千人～」では6割を超える結果となっている。

図表 0-8 寄付募集に対する大学・同窓会・後援会の役割分担（全体）



（3）寄付獲得に効果的であった要素／解決すべき課題

寄付募集を「実施したことがある」と回答した大学に、寄付を獲得する上で効果的だったと思われる要素を尋ねたところ、「寄付の税制優遇措置」（55.4%）が最も多く、以下、「同窓会や後援会等との連携」（42.1%）、「理事や学長、教職員等の募集活動への理解と協力」（40.0%）、「寄付者に対する記念品の贈呈、礼状や挨拶等のフォローアップ」（27.7%）、「募集方法や趣意書の作成、運営体制の構築等に関するノウハウ」（27.2%）等が続いている。（図表 2-48）寄付の税制優遇措置と回答した大学の割合が多くなっている理由の詳細は不明であるものの、これらの大学の間で募集の際にメリットとして税制面を強調していることによるものと推察される。

図表 0-9 寄付獲得で効果的であった要素

| | n | 寄付の税制優遇措置 | 同窓会や後援会等との連携 | 理事や学長、教職員等の募集活動への理解と協力 | 寄付者に対する記念品の贈呈、礼状や挨拶等のフォローアップ | 募集方法や趣意書の作成、運営体制の構築等に関するノウハウ | 住所や属性等、寄付候補者に関する基本情報データベースの充実 | 寄付候補者との十分なコミュニケーション | 募集活動に必要とされる予算 | 寄付の文化や寄付の重要性に対する社会の理解 | その他 | |
|-------|--------|-----------|--------------|------------------------|------------------------------|------------------------------|-------------------------------|---------------------|---------------|-----------------------|-----|------|
| 全体 | 195 | 55.4 | 42.1 | 40.0 | 27.7 | 27.2 | 25.1 | 13.3 | 12.3 | 4.1 | 7.2 | |
| 設置者別 | 国立大学 | 39 | 53.8 | 46.2 | 35.9 | 23.1 | 17.9 | 17.9 | — | 7.7 | 2.6 | |
| | 公立大学 | 4 | 25.0 | 25.0 | 25.0 | 25.0 | 25.0 | 25.0 | — | — | — | |
| | 私立大学 | 151 | 56.3 | 41.1 | 41.7 | 29.1 | 29.8 | 26.5 | 11.9 | 15.9 | 3.3 | 8.6 |
| | 無回答 | 1 | 100.0 | 100.0 | — | — | — | 100.0 | — | — | — | — |
| 大学規模別 | ～1千人 | 27 | 59.3 | 44.4 | 44.4 | 37.0 | 37.0 | 33.3 | 14.8 | 14.8 | 3.7 | 7.4 |
| | 1～3千人 | 46 | 54.3 | 43.5 | 43.5 | 28.3 | 26.1 | 23.9 | 13.0 | 8.7 | 4.3 | 6.5 |
| | 3～5千人 | 37 | 45.9 | 45.9 | 48.6 | 16.2 | 27.0 | 21.6 | 10.8 | 8.1 | 2.7 | 5.4 |
| | 5～10千人 | 46 | 52.2 | 43.5 | 37.0 | 28.3 | 21.7 | 28.3 | 19.6 | 13 | 4.3 | 10.9 |
| | 10千人～ | 37 | 64.9 | 32.4 | 29.7 | 32.4 | 29.7 | 18.9 | 8.1 | 18.9 | 5.4 | 5.4 |
| | 無回答 | 2 | 100.0 | 50.0 | — | — | — | 50.0 | — | — | — | — |

今後募集活動を強化する上で解決すべき課題を尋ねたところ、「寄付の文化や寄付の重要性に対する社会の理解」(60.0%)が最も多く、次いで、「寄付候補者との十分なコミュニケーション」(52.3%)、「同窓会や後援会等との連携」(40.5%)、「住所や属性等、寄付候補者に関する基本情報データベースの充実」(37.9%)等が続いている。その他の内容を具体的にみると、多くは、大学内や関連組織(同窓会や後援会)における課題をあげている。また、少数であるが、経済情勢等の外的要因をあげる回答もみられた。

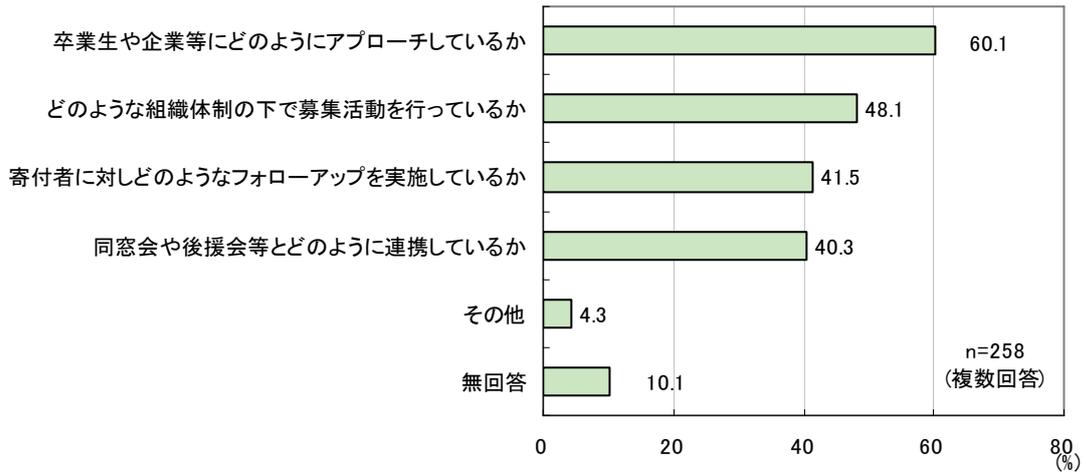
図表 0-10 寄付獲得について解決すべき課題

| | n | 寄付の文化や寄付の重要性に対する社会の理解 | 寄付候補者との十分なコミュニケーション | 同窓会や後援会等との連携 | 住所や属性等、寄付候補者に関する基本情報データベースの充実 | 理事や学長、教職員等の募集活動への理解と協力 | 募集方法や趣意書の作成、運営体制の構築等に関するノウハウ | 寄付者に対する記念品の贈呈、礼状や挨拶等のフォローアップ | 募集活動に必要なとされる予算 | 寄付の税制優遇措置 | その他 | 無回答 |
|-------|--------|-----------------------|---------------------|--------------|-------------------------------|------------------------|------------------------------|------------------------------|----------------|-----------|------|------|
| 全体 | 195 | 60.0 | 52.3 | 40.5 | 37.9 | 33.8 | 33.3 | 28.7 | 22.1 | 13.8 | 8.7 | 12.8 |
| 設置者別 | 国立大学 | 39 | 53.8 | 48.7 | 25.6 | 43.6 | 30.8 | 38.5 | 30.8 | 10.3 | — | 17.9 |
| | 公立大学 | 4 | 50.0 | — | 25.0 | 25.0 | — | — | 25.0 | — | — | 50.0 |
| | 私立大学 | 151 | 61.6 | 55.0 | 45.0 | 37.1 | 35.1 | 33.1 | 29.1 | 15.2 | 11.3 | 10.6 |
| | 無回答 | 1 | 100.0 | — | — | — | — | — | — | — | — | — |
| 大学規模別 | ～1千人 | 27 | 63.0 | 48.1 | 44.4 | 18.5 | 14.8 | 22.2 | 25.9 | 22.2 | 11.1 | 18.5 |
| | 1～3千人 | 46 | 50.0 | 37.0 | 23.9 | 28.3 | 26.1 | 28.3 | 10.9 | 19.6 | 17.4 | 23.9 |
| | 3～5千人 | 37 | 64.9 | 51.4 | 48.6 | 40.5 | 40.5 | 32.4 | 40.5 | 21.6 | 2.7 | 10.8 |
| | 5～10千人 | 46 | 67.4 | 63.0 | 41.3 | 47.8 | 39.1 | 50.0 | 43.5 | 28.3 | 17.4 | 2.2 |
| | 10千人～ | 37 | 56.8 | 64.9 | 51.4 | 51.4 | 43.2 | 29.7 | 24.3 | 18.9 | 5.4 | 10.8 |
| | 無回答 | 2 | 50.0 | — | — | — | 50.0 | — | — | — | — | — |

4) 寄付募集について知りたい点・中長期計画との関係

寄付募集の経験がある大学、ない大学の双方に対し他大学の寄付募集の取り組みについて知りたい点を尋ねたところ、「卒業生や企業等にどのようにアプローチしているか」(60.1%)が最も多く、次いで、「どのような組織体制の下で募集活動を行っているか」(48.1%)、「寄付者に対しどのようなフォローアップを実施しているか」(41.5%)、「同窓会や後援会等とどのように連携しているか」(40.3%)の順となっている。

図表 0-11 他大学の寄付募集の取り組みについて知りたい点（全体）

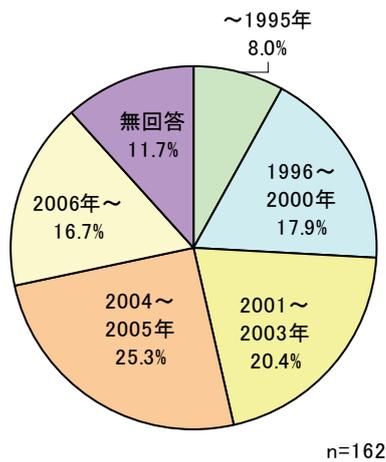


5) 寄付募集の実施状況の詳細⁴

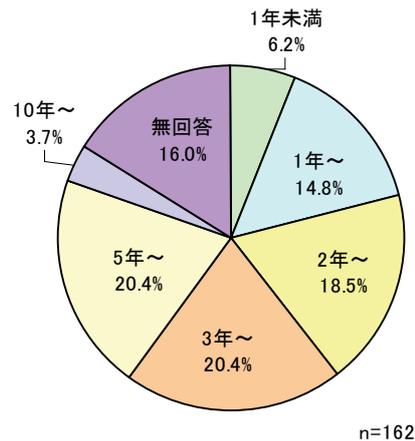
(1) キャンペーンの募集開始時期と募集期間

直近のキャンペーンの募集開始時期は、「2004～2005年」(25.3%)が最も高く、次いで「2001～2003年」(20.4%)、「1996～2000年」(17.9%)、「2006年～」(16.7%)の順となっている。また、直近のキャンペーンの募集期間をみると、「3年～」、「5年～」がいずれも(20.4%)と最も高く、次いで「2年～」(18.5%)、「1年～」(14.8%)の順となっている。また「1年未満」、「1年～」、「2年～」を合わせた3年未満では、全体の4割を占めている。

図表 0-12 キャンペーン開始時期（全体）



図表 0-13 募集期間（全体）

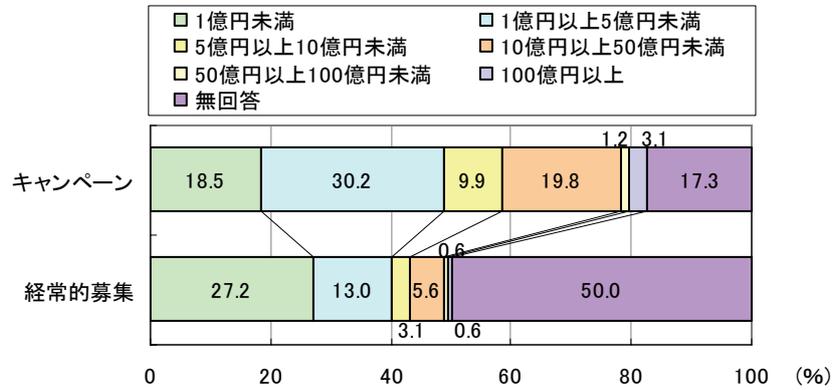


⁴ (5) 以下はキャンペーンの調査結果のみを掲載している。経常的募集については本文を参照されたい。

(2) 募集の全体目標

寄付募集の全体目標をキャンペーンと経常的募集別に尋ねたところ、キャンペーンでは、「1億円以上5億円未満」(30.2%)に最も多く、次いで「10億円以上50億円未満」(19.8%)、「1億円未満」(18.5%)の順である。経常的募集では「1億円未満」(27.2%)に最も多い。

図表 0-14 募集の全体目標 (全体)

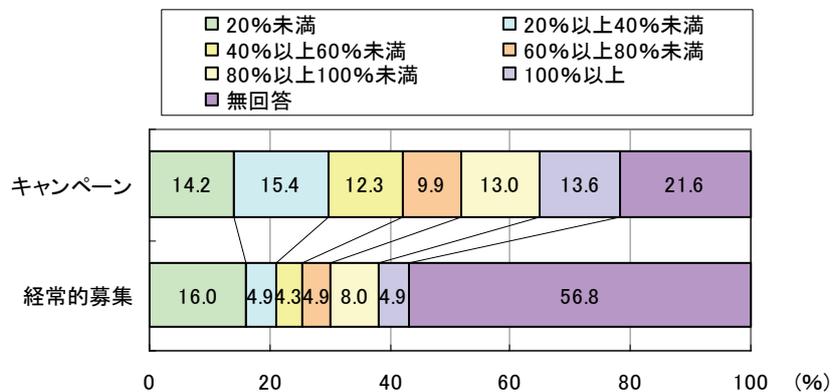


(n=162)

(3) 募集の実績 (達成度合い)

寄付募集の募集目標に対する達成度合いを尋ねたところ、キャンペーンでは、「20%以上 40%未満」(15.4%)に最も多く、次いで「20%未満」(14.2%)、「100%以上」(13.6%)の順である。経常的募集では「20%未満」(16.0%)に最も多く、「100%以上」は(4.9%)である。

図表 0-15 募集の実績 (達成度合い) (全体)

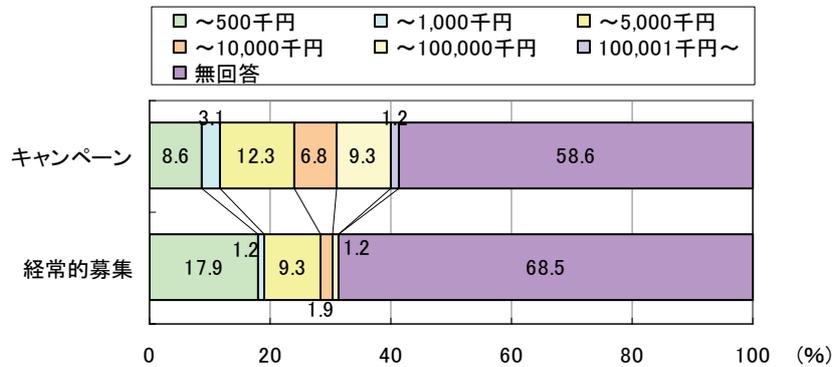


(n=162)

(4) 活動に要した費用

募集活動に要した費用について尋ねたところ、キャンペーンでは、「～5,000 千円」(12.3%) に最も多く、次いで、「～100,000 千円」(9.3%)、「～500 千円」(8.6%) の順である。経常的募集では、「～500 千円」(17.9%) に最も多く、次いで「～5,000 千円」(9.3%) の順である。

図表 0-16 活動に要した費用 (全体)

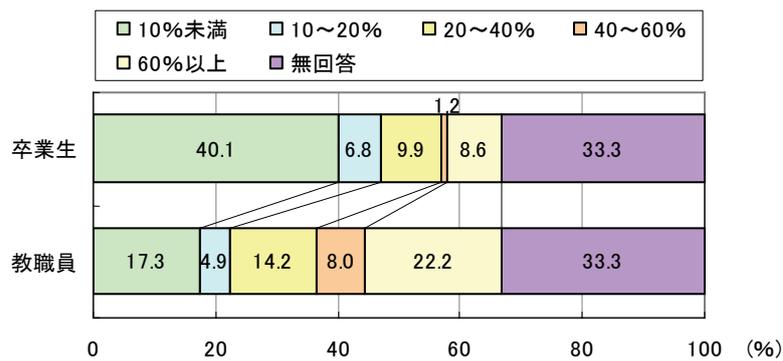


(n=162)

(5) 卒業生と教職員の寄付募集参加率

卒業生と教職員の寄付募集参加率を尋ねたところ、キャンペーンについては、「卒業生」では、「10%未満」(40.1%) に最も高く、次いで「20～40%」(9.9%)、「60%以上」(8.6%)、「10～20%」(6.8%) の順である。教職員では、「60%以上」(22.2%) に最も高く、次いで「10%未満」(17.3%)、「20～40%」(14.2%) の順であり、「卒業生」に比べ「教職員」の寄付募集参加率の高さが伺える。

図表 0-17 卒業生と教職員の寄付募集参加率【キャンペーン】(全体)

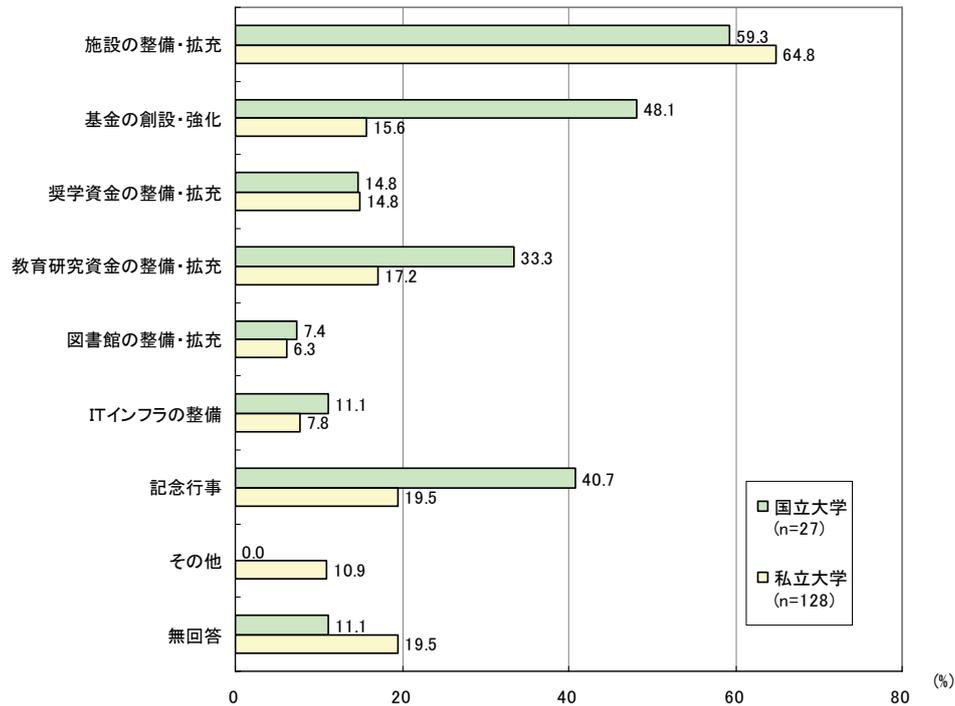


(n=162)

(6) 寄付募集の目的 (用途)

寄付募集のうちキャンペーンについて実施目的を設置者別にみると、国立大学では「施設の整備・拡充」(59.3%)に最も多く、次いで「基金の創設・強化」(48.1%)、「記念行事」(40.7%)、「教育研究資金の整備・拡充」(33.3%)の順である。これに対し、私立大学では、「施設の整備・拡充」(64.8%)に最も高く、他の実施目的を大きく上回っている。次いで、「記念行事」(19.5%)、「教育研究資金の整備・拡充」(17.2%)、「基金の創設・強化」(15.6%)、「奨学資金の整備・拡充」(14.8%)の順である。

図表 0-18 寄付実施の目的（用途）【キャンペーン】（設置者別）

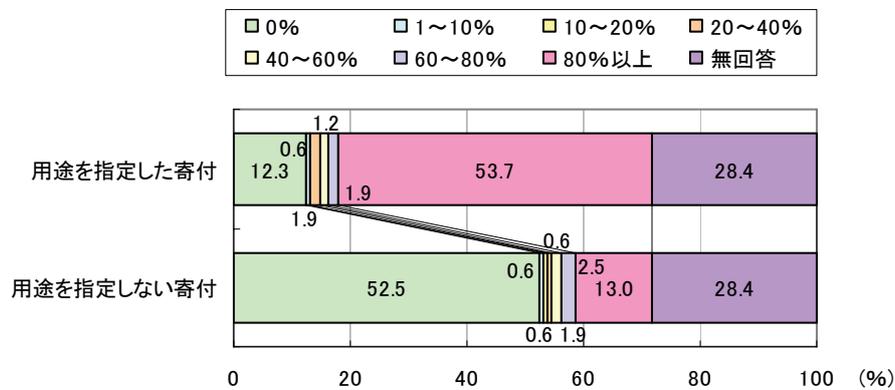


※公立大学は n=3 のため省略

(7) 受入寄付－用途指定の有無別構成比

受入寄付のうち、寄付の構成比について尋ねたところ、キャンペーンは、「用途を指定した寄付」では、「80%以上」(53.7%)に最も多く、次いで「0%」(12.3%)の順である。「用途を指定しない寄付」では、反対に「0%」(52.5%)に最も多く、次いで「80%以上」(13.0%)の順である。

図表 0-19 受入寄付－用途指定の有無別構成比【キャンペーン】（全体）

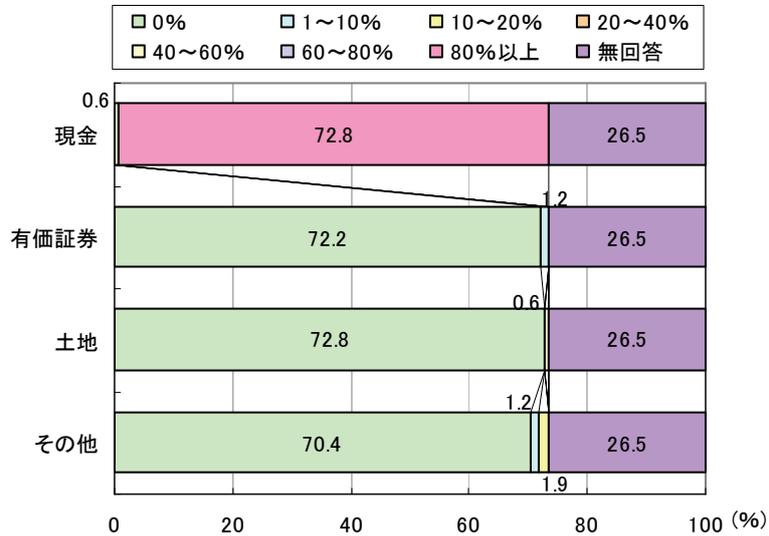


(n=162)

(8) 受入寄付—形態別構成比

受入寄付の形態の構成比を尋ねたところ、キャンペーンでは「現金」が「80%以上」(72.8%)であり、「有価証券」、「土地」、「その他」は、いずれも「0%」が7割程度を占めている。

図表 0-20 受入寄付—形態別構成比【キャンペーン】(全体)

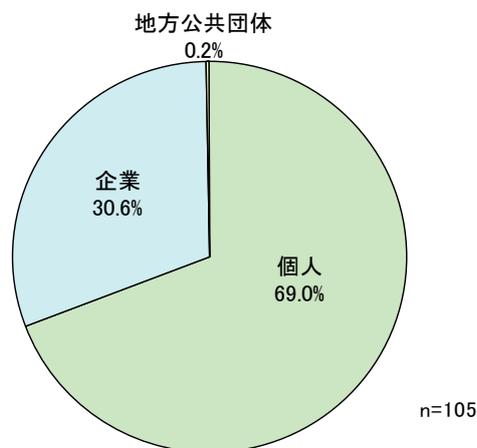


(n=162)

(9) 受入寄付—寄付主体別構成比

キャンペーンの受入寄付について、その寄付主体をみると、「個人」が69.0%、「企業」が30.6%、「地方公共団体」が0.2%となっている。

図表 0-21 受入寄付—寄付主体別構成比【キャンペーン】(全体)



第1章 調査概要

(1) 調査の目的

少子高齢化の進展や国・地方公共団体の厳しい財政状況といった環境変化の中で、日本の大学にとって財務基盤の強化がますます重要な課題になりつつある。こうした観点から寄付の活用に対する期待も高まっている。まずは、現在の日本の大学における寄付募集の取り組みの実態を把握し、現状と課題を明らかにすることによって、寄付をより効果的に活用するための方策について探ることが本調査の目的である。

(2) 調査対象

日本国内の全ての国立大学法人、公立大学・公立大学法人、学校法人

(3) 調査方法

アンケート用紙を郵送、郵送・電子メール・ファクスにより回収。アンケートは「寄付募集の取り組みに関するアンケート調査」と題した寄付募集全体の取り組みに関する設問を含む両面印刷のA3用紙1枚（以下、本文と略称）と、「[別紙] 寄付募集の実績に関するご質問」と題した、寄付募集の実績値に関する設問を含む両面印刷・色刷りのA4用紙1枚（以下、別紙と略称）の二種類の質問票で構成され、別紙の回答を任意とした。

(4) 調査期間

2007年3月15日～4月15日

※アンケート期間の延長について

当初は、2007年3月31日締め切りでアンケートを送付したが、アンケートの発送後、別に一部表記ミス（実績年度について平成17年度を平成15年度と誤表記）があったことが明らかになった。このため、別紙のみ訂正発送するとともに、アンケート期間を4月15日まで延長した。なお、修正にあたっての留意点は、20ページの脚注を参照されたい。

(5) 回収率

送付数 691 本文の有効回答数が 258(回答率 37.3%)、別紙の有効回答数が 162(回答率 23.4%)

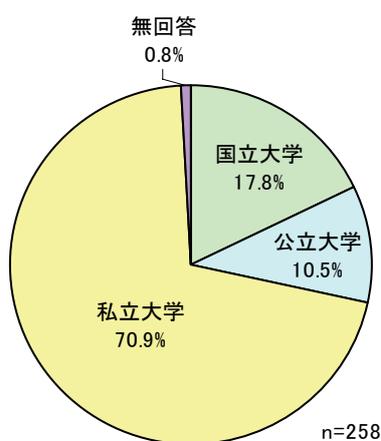
(6) 回答大学の属性

① 設置者

大学の設置者については、「私立大学」(70.9%)が多数を占め、「国立大学」は17.8%、「公立大学」は10.5%となっている。(図表 1-1)

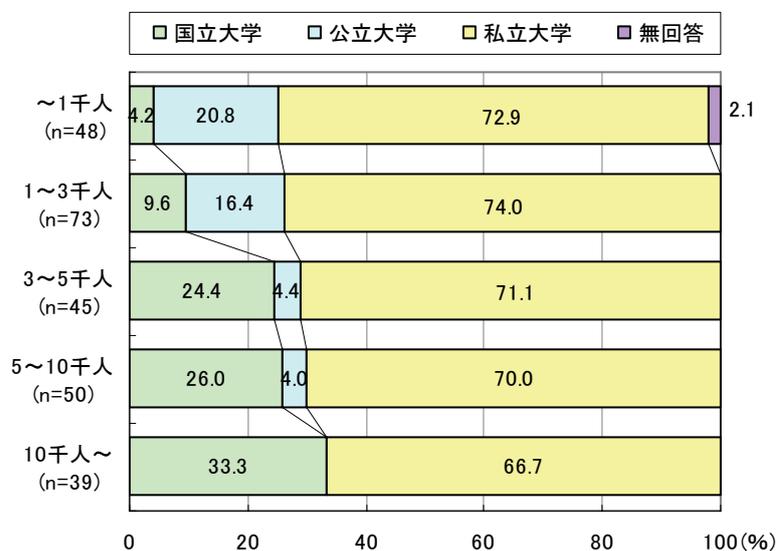
平成18年の「学校基本調査」によると、国立大学は87校(全体の11.7%)、公立大学は89校(12.0%)、私立大学は568校(76.3%)であり、回答大学の偏りという観点からいえば、国立大学の回答が多い。このため、以下の分析は、基本的には国立・私立別に行う。

図表 1-1 設置者 (全体)



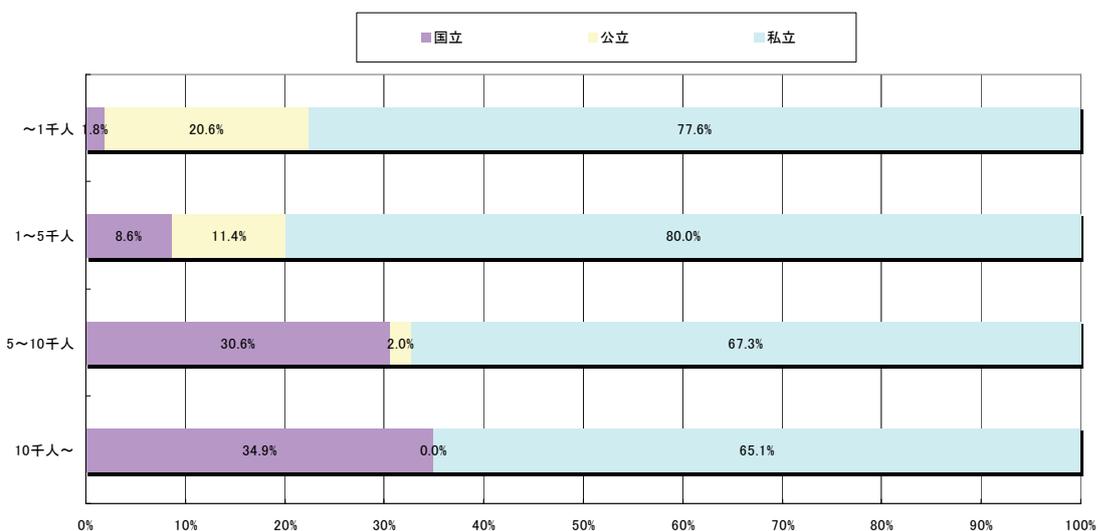
大学規模別にみると、「国立大学」は規模が大きくなるにつれて比率が高くなり、「10千人～」において33.3%と最も高くなっている。一方、「公立大学」は「～1千人」の2割を占め、大規模な大学はほとんど無い。(図表 1-2)

図表 1-2 設置者 (大学規模別)



これを 2006 年度の文部科学省「学校基本調査」(図表 1-3)と比較すると、規模の区切り方が若干異なっているため厳密な比較は出来ないものの、ほぼ母集団と等しいと言ってよいだろう。先に、サンプルに国立大学が多いため設置者別に分析すると述べたが、設置者別規模別に分析するには、サンプル数が少なすぎる。このように、規模別に関しては大きな偏りが無いとみられるので、設置者別・規模別の分析は行わなかった。

図表 1-3 「学校基本調査」における設置者(大学規模別)

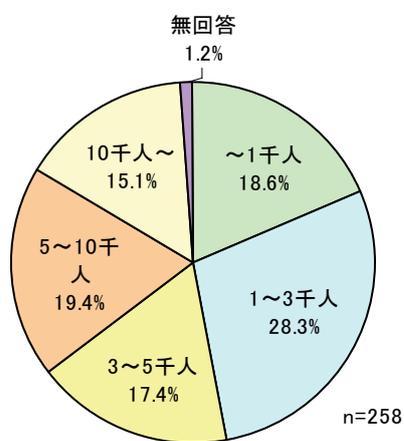


出所: 文部科学省「学校基本調査」2006年度

②学生数

学部生及び大学院生数は、「1~3千人」(28.3%)と最も高く、次いで「5~10千人」(19.4%)、「~1千人」(18.6%)、「3~5千人」(17.4%)、「10千人~」(15.1%)の順となっている。(図表 1-4)

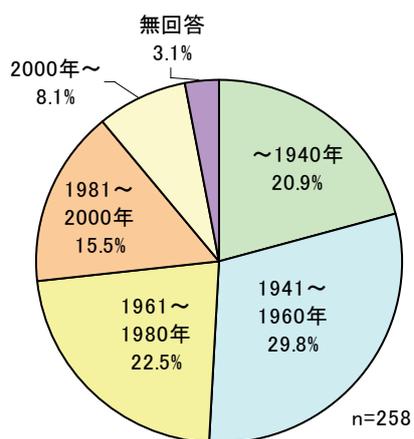
図表 1-4 大学規模(全体)



③設置年

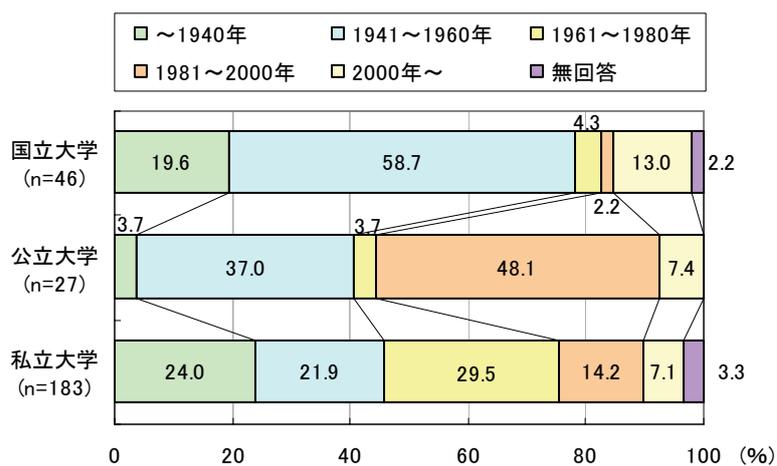
大学の設置年については、「1941～1960年」（29.8%）と最も高く、次いで「1961～1980年」（22.5%）、「～1940年」（20.9%）、「1981～2000年」（15.5%）、「2000年～」（8.1%）の順となっている。（図表 1-5）

図表 1-5 設置年（全体）



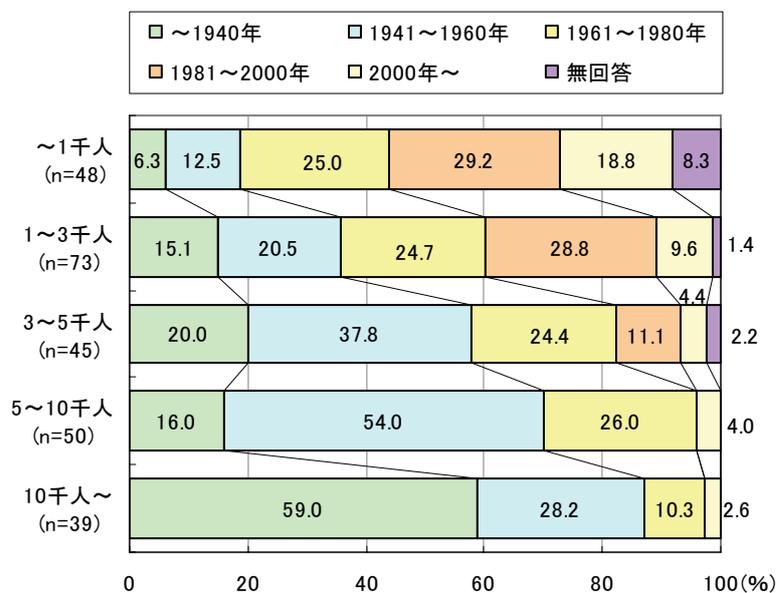
設置者別にみると、「国立大学」では「1941～1960年」、「公立大学」では「1981～2000年」、「私立大学」では「1961～1980年」の比率がそれぞれ最も高くなっている。（図表 1-6）

図表 1-6 設置年（設置者別）



大学規模別にみると、「10千人～」の6割近くが1940年以前に設置されているのに対して、他の規模では2割以下にとどまっており、1961年以前に設置された大学の割合は、大学の規模が大きいくほど高くなっている。一方、「1981～2000年」及び「2000年～」については、規模が小さくなるにつれて比率が高くなっている。（図表1-7）

図表 1-7 設置年（大学規模別）



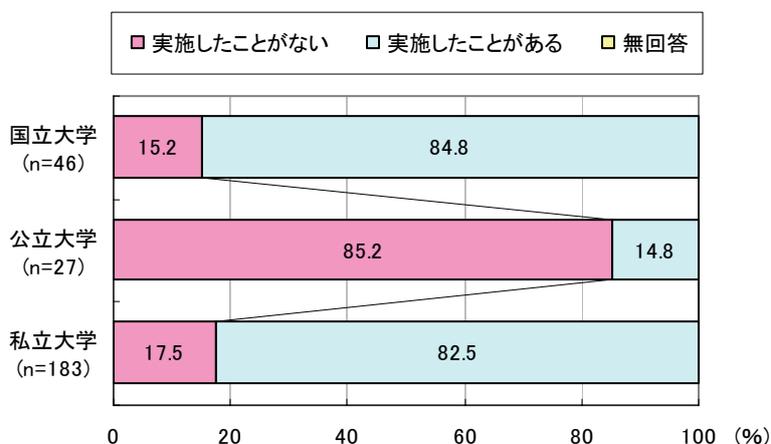
以下、第2章では、調査票の本体「寄付募集の取り組みに関するアンケート調査」（85-88頁の質問紙）の結果の概要を、第3章では、調査票の別紙「寄付募集の実績に関するご質問」部分（89-90頁）の結果をみていこう。

第2章 日本における寄付募集の実態⁵

1. 寄付募集の実施経験の有無

寄付募集の実施経験についてみると、国立大学と私立大学では「実施したことがある」が8割台を占めているのに対して、公立大学では「実施したことがない」が85.2%となっている。国立大学と私立大学に比べ、公立大学の寄付募集活動に対する消極性が目立っている。(図表 2-1)

図表 2-1 寄付募集の実施経験の有無 (設置者別)

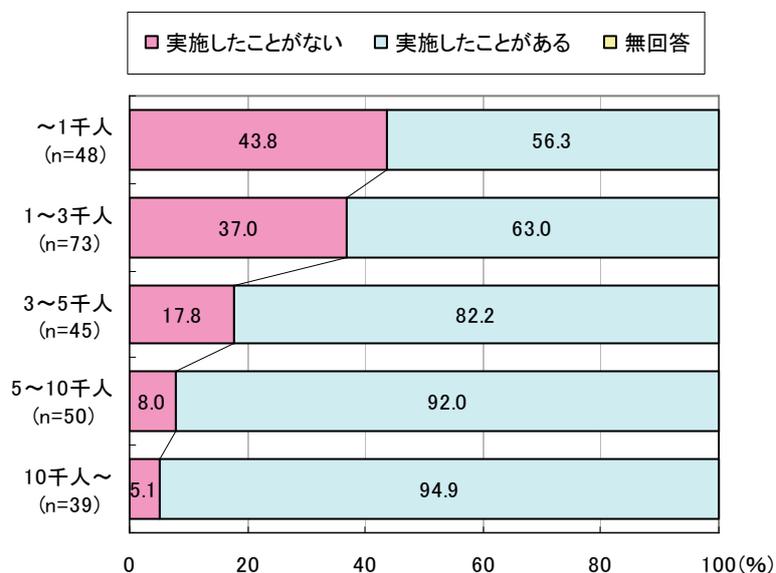


⁵ アンケート票の一部不備について

アンケートの発送後、質問票のうち実施状況に関する質問(別紙)に一部表記ミス(実績年度について平成17年度を平成15年度と誤表記)があったことが明らかになったことから別紙のみ訂正発送した。このため、実績に関する回答につき、平成15年度と平成17年度が混在する結果となった。この点に関しては双方の年度の実績を回答した大学を対象に数値を比較したところ、ほぼ同一であることが認められたため、本集計にあたっては双方を合算し集計を行った。両年度の数値が得られた場合は平成17年度の数値を採用した。

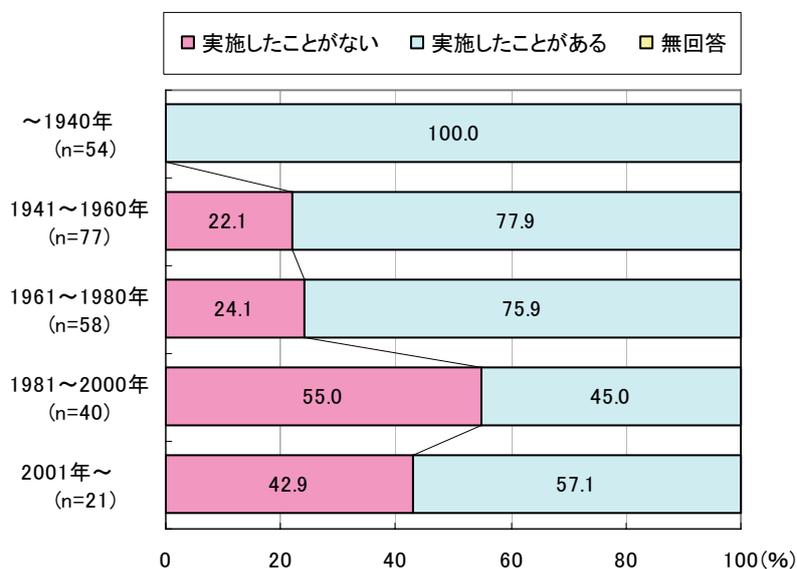
大学規模別にみると、「実施したことがある」の割合は、学生数（学部生・大学院生）が「10千人～」の大学で94.9%と最も高く、大学規模が大きくなるにつれて、寄付募集の実施経験の割合が高くなっている。（図表 2-2）

図表 2-2 寄付募集の実施経験の有無（大学規模別）



設立年代別にみると、「実施したことがある」の割合は「～1940年」で100%、「1941～1960年」及び「1961～1980年」で7割以上を占めているが、「1981～2000年」、「2001年～」では4～5割台にとどまっている。このように国立と私立が、規模別では大規模、創設年別では創設年が古い大学ほど寄付募集を実施している。（図表 2-3）

図表 2-3 寄付募集の実施経験の有無（設立年代別）



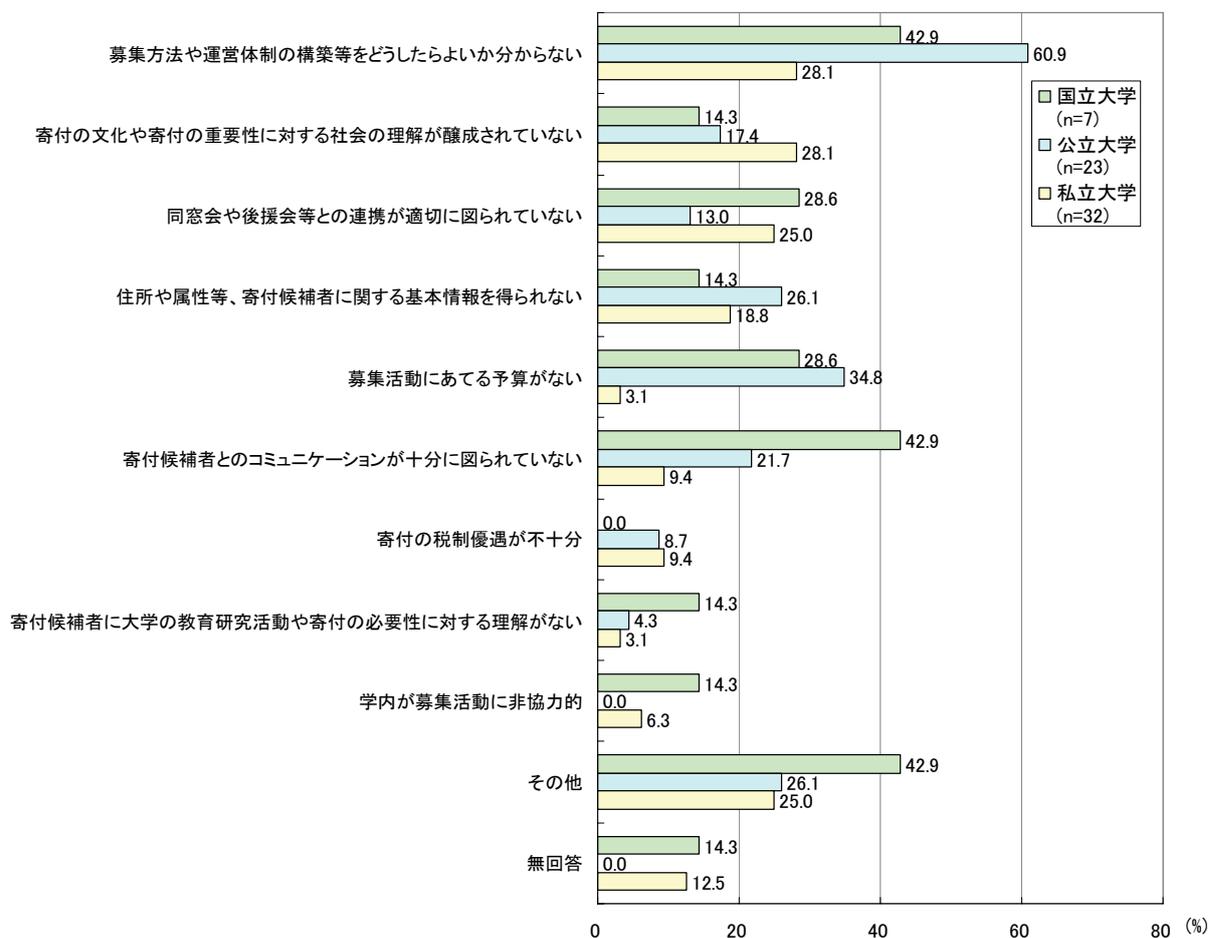
2. 寄付募集を実施したことがない大学の現状

(1) 寄付募集未実施の理由

寄付募集を「実施したことがない」と回答した大学にその理由を尋ねたところ、最も多かったのは、「募集方法や運営体制の構築等をどうしたらよいか分からない」であり、以下、「寄付の文化や寄付の重要性に対する社会の理解が醸成されていない」、「同窓会や後援会等との連携が適切に図られていない」、「住所や属性等、寄付候補者に関する基本情報を得られない」が多くなっている。寄付文化や寄付に対する社会の理解という理由を除くと、いずれも、寄付募集の体制が整っていないことが募集活動を実施していない要因となっている。

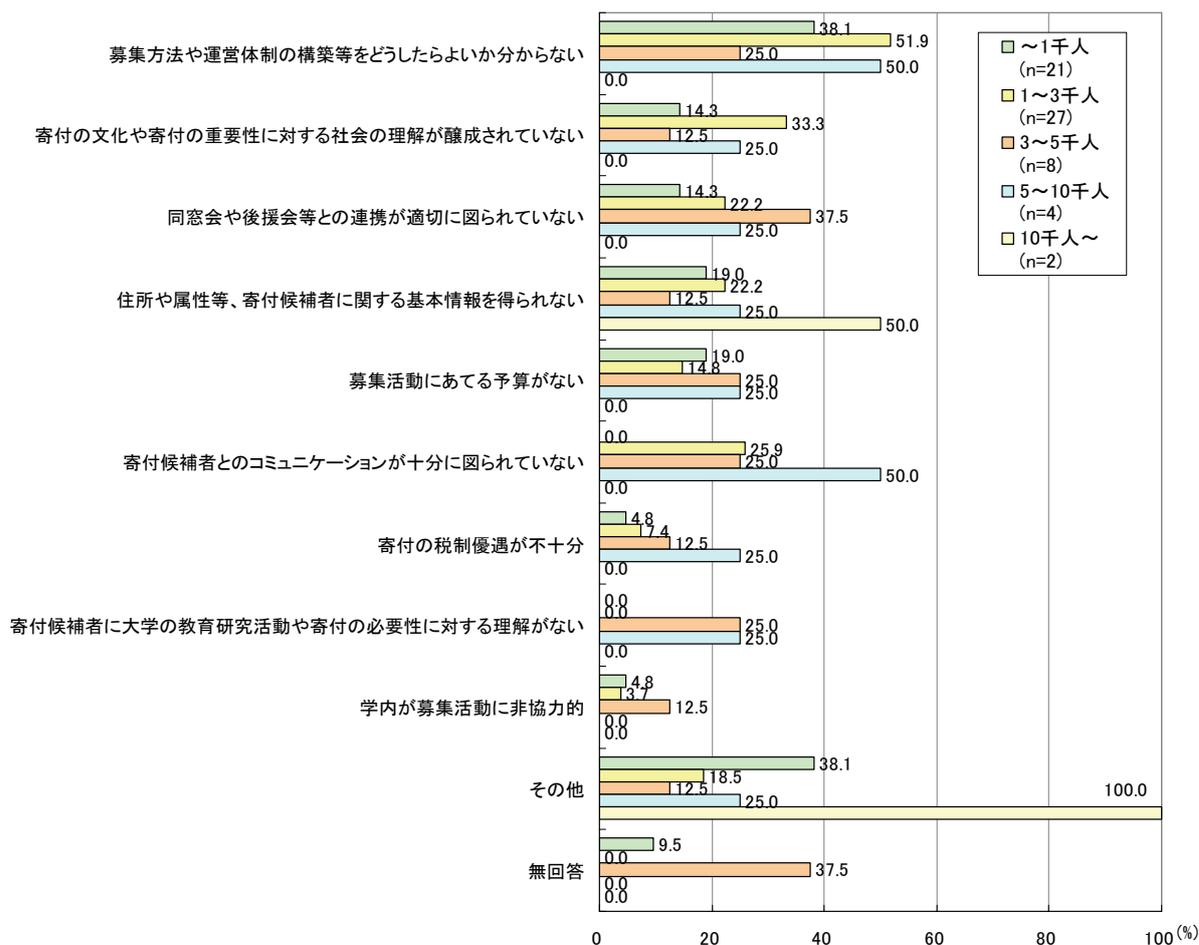
寄付募集を実施していない理由を設置者別にみると、「国立大学」では、「募集方法や運営体制の構築等をどうしたらよいか分からない」、「寄付候補者とのコミュニケーションが十分に図られていない」（いずれも 42.9%）が第一の理由にあげられているのに対して、「公立大学」では「募集方法や運営体制の構築等をどうしたらよいか分からない」（60.9%）、「私立大学」では「募集方法や運営体制の構築等をどうしたらよいか分からない」及び「寄付の文化や寄付の重要性に対する社会の理解が醸成されていない」（いずれも 28.1%）が最も多くなっている。このように、設置者別に、未実施の理由にはやや相違がみられる。（図表 2-4）

図表 2-4 寄付募集未実施の理由（設置者別）



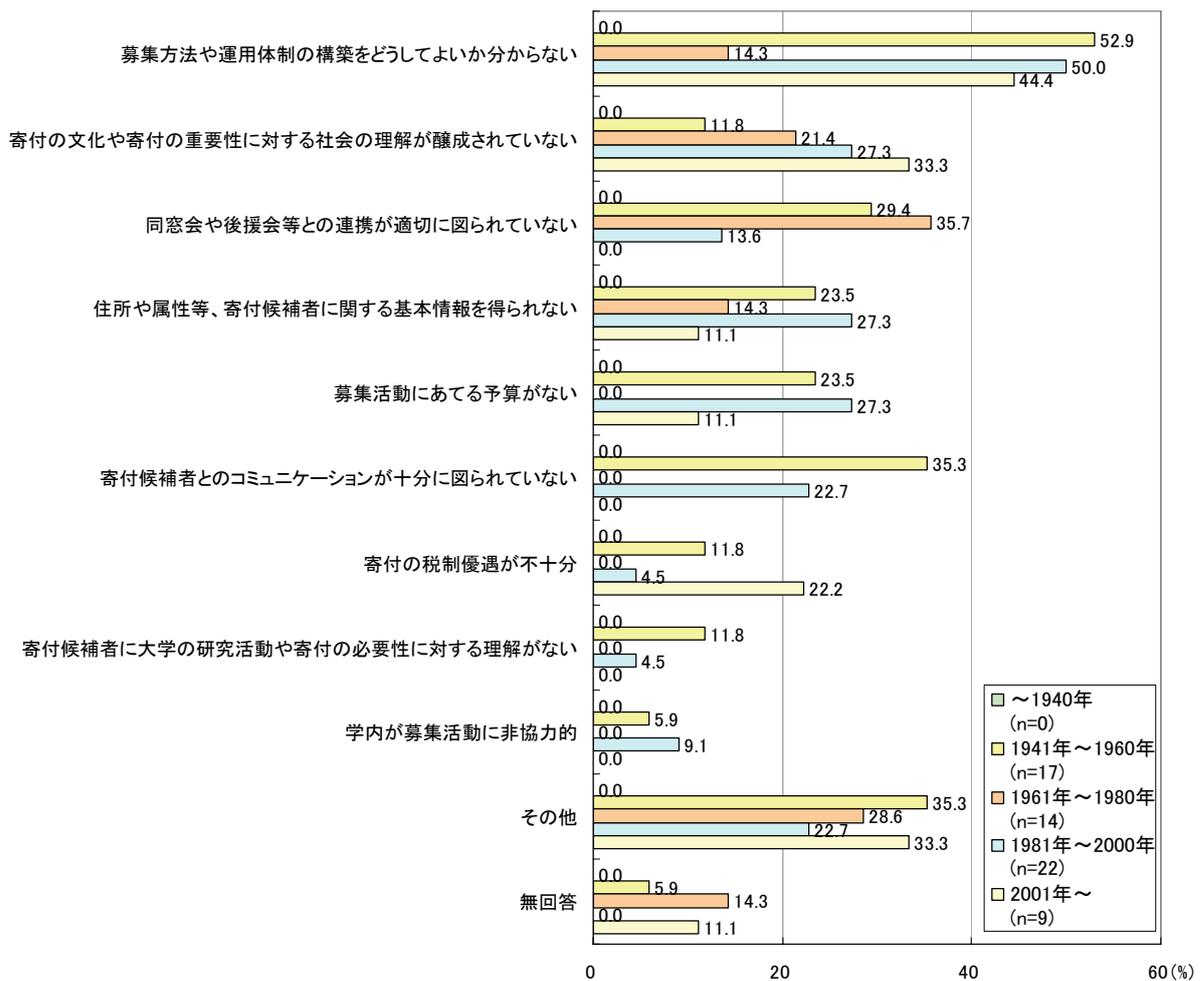
大学の規模別にみると、「募集方法や運営体制の構築等をどうしたらよいか分からない」においては「1～3千人」、「同窓会や後援会等との連携が適切に図られていない」においては「3～5千人」、「住所や属性等、寄付候補者に関する基本情報を得られない」においては「10千人～」、「寄付候補者とのコミュニケーションが十分に図られていない」においては「5～10千人」が、それぞれ他の規模よりも高くなっている。(図表 2-5)

図表 2-5 寄付募集未実施の理由 (大学規模別)



設立年代別にみると、「1941～1960年」では「募集方法や運営体制の構築等をどうしたらよいか分からない」及び「寄付候補者とのコミュニケーションが十分に図られていない」、「1961～1980年」では「同窓会や後援会等との連携が適切に図られていない」、「2001年～」では「寄付の文化や寄付の重要性に対する社会の理解が醸成されていない」、「寄付の税制優遇が不十分」等でそれぞれ他の年代を上回っている。新設の大学で外部要因を強調している点が目立っている。(図表2-6)

図表 2-6 寄付募集未実施の理由（設立年代別）



「その他」としてあげられた内容は以下のとおりとなっている。「公立大学法人であること」「寄付を募る必要が無い」等があげられた。いずれも件数は少なくなっている。(図表 2-7)

図表 2-7 寄付募集未実施の理由－その他内容

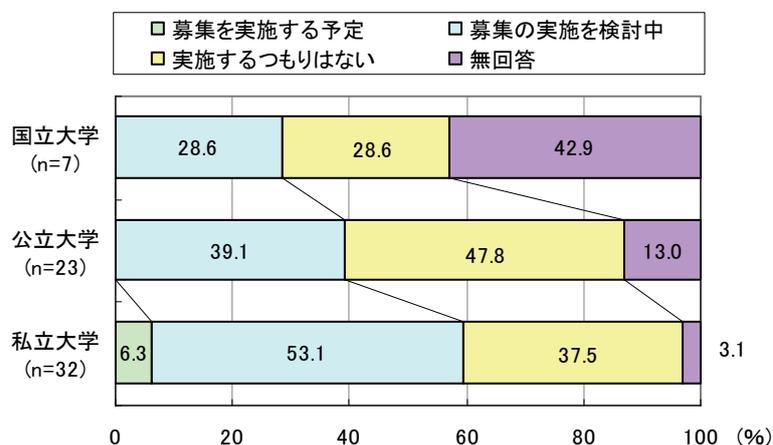
| 内容 | 件数 |
|-------------------------------|----|
| 公立大学法人化されたばかりで、検討が進んでいない | 4 |
| 寄付を募る必要が無い | 2 |
| 寄付に関する議論をこれまでやってきていない | 2 |
| 大学開設からあまり時間が経っておらず、寄付募集の基盤が無い | 2 |
| 文系のみを設置であり、必要度が低い | 2 |
| 自助努力を優先している | 1 |
| 法人全体で寄付募集を実施し、大学独自のものは行っていない | 1 |
| 大学の統合作業等、運営基盤の定着を優先したため | 1 |
| 個別依頼は行っているが、キャンペーン等を行っていない | 1 |
| 寄付でなく、後援会組織を設けているため | 1 |
| 奨学寄附金の受け入れに戸惑っているのが現状 | 1 |

(2) 今後の取り組み予定

寄付募集を「実施したことがない」と回答した大学に、寄付募集についての今後の予定を尋ねた結果を示す。

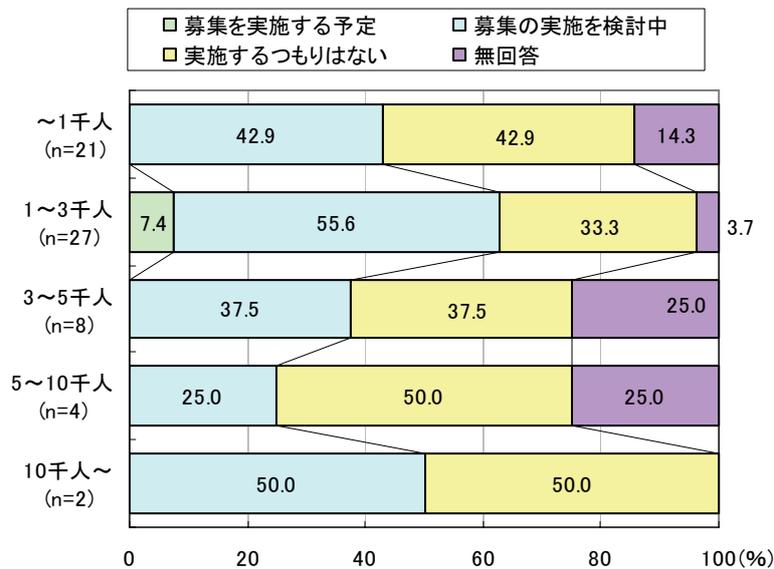
設置者別にみると、「私立大学」では、「募集の実施を検討中」と「募集を実施する予定」を合わせるとほぼ6割が募集に積極的である。これに対して、「国立大学」及び「公立大学」では、「募集を実施する予定」とする回答はなく、「募集の実施を検討中」についても4割未満にとどまっている。国公立大学で無回答が多くなっている理由は不明であるが、寄付募集自体がまだ大学内部で経営課題としてあがっていない可能性もあろう。(図表 2-8)

図表 2-8 今後の取り組み予定 (設置者別)



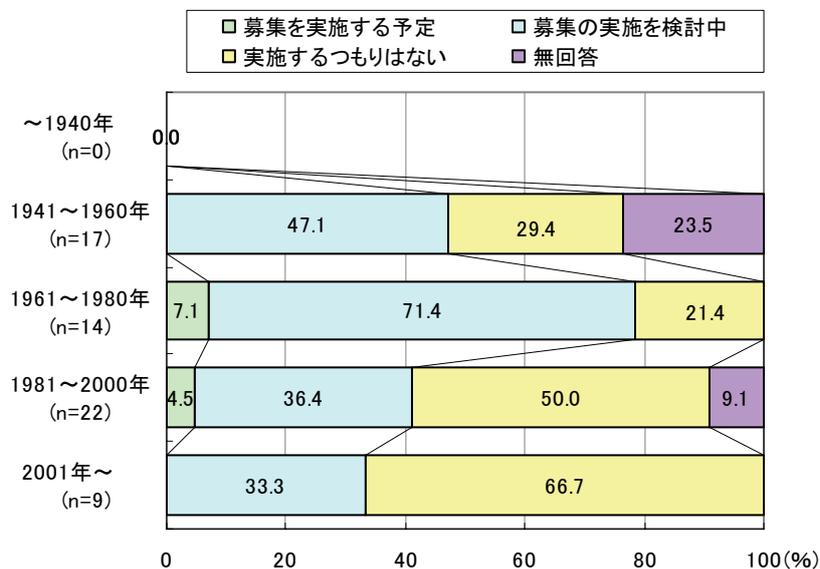
大学規模別にみると、「1～3千人」において、「募集を実施する予定」が7.4%、「募集の実施を検討中」が55.6%と多く、無回答の割合が小さいこととあわせ、他の規模よりも今後の寄付募集に前向きであると言える。(図表 2-9)

図表 2-9 今後の取り組み予定 (大学規模別)



設立年代別にみると、「1961～1980年」では、8割近くが「募集の実施を検討中」若しくは「募集を実施する予定」と前向きな回答が目立つ。これに対して、「1981年～2000年」と「2001年～」では、「実施するつもりはない」がそれぞれ50.0%、66.7%と高くなっている。(図表 2-10)

図表 2-10 今後の取り組み予定 (設立年代別)



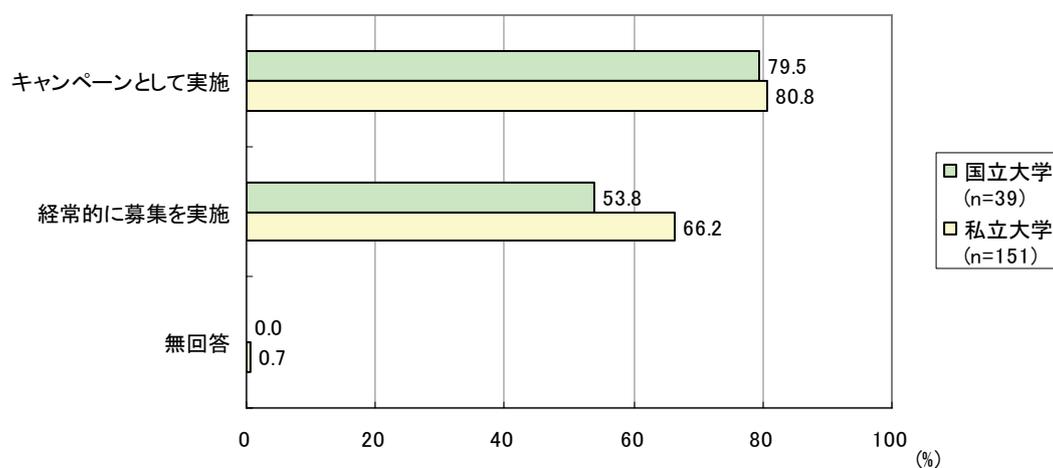
3. 寄付募集を実施したことがある大学の現状

(1) 募集の実施方法

寄付募集を「実施したことがある」と回答した大学に、寄付募集の実施方法を尋ねた。

設置者別にみると、「キャンペーンとして実施」において、「国立大学」、「私立大学」に大きな差はみられず、ともに約8割を占めている。また、「私立大学」では、「経常的に募集を実施」が66.2%と「国立大学」より12ポイント強高くなっている。(図表 2-11)

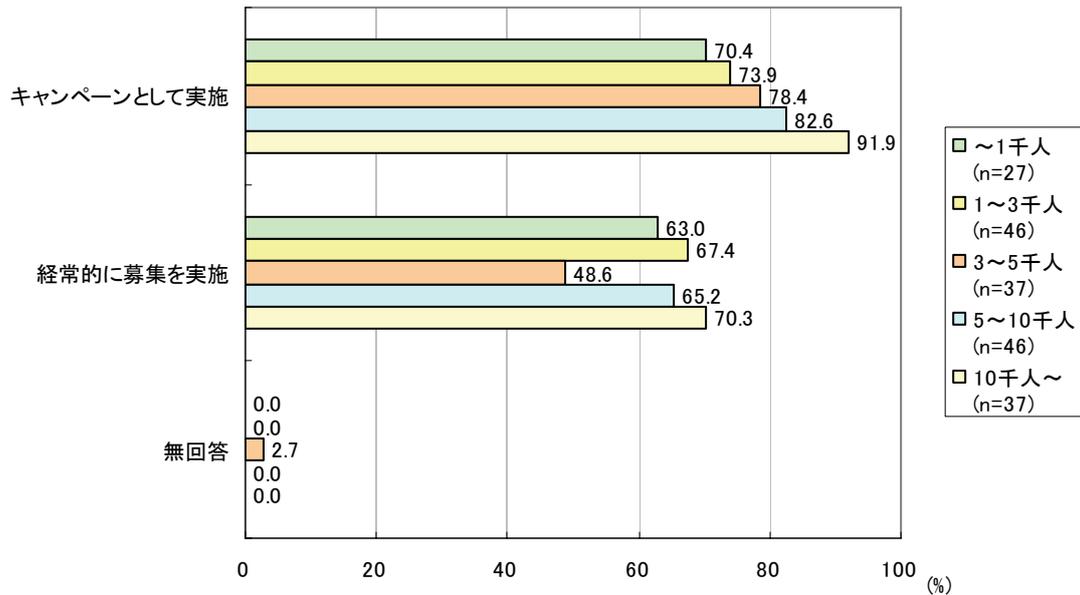
図表 2-11 募集の実施方法（設置者別）



※公立大学は n=4 のため省略

大学規模別にみると、「キャンペーンとして実施」については、学生数が多くなる程比率が高くなり、「10千人～」で91.9%と最も高くなっている。「経常的に募集を実施」についても、「10千人～」で70.3%と最も高いが、「3～5千人」では半数に満たず、他の規模よりも低くなっている。
 (図表 2-12)

図表 2-12 募集の実施方法 (大学規模別)

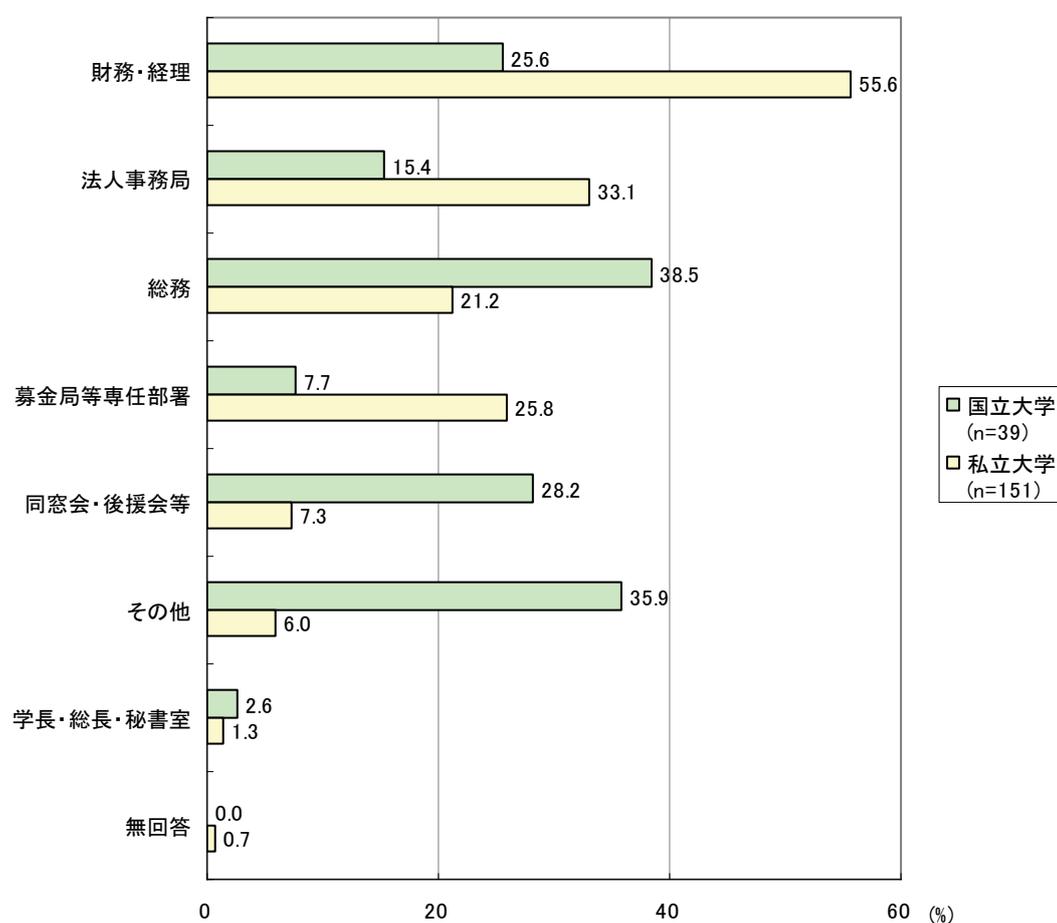


(2) 寄付募集・寄付の受入担当

寄付募集を「実施したことがある」と回答した大学に、寄付の募集・受入の担当部署を尋ねたところ、「財務・経理」が最も多く、次いで、「法人事務局」、「総務」、「募金局等専任部署」、「同窓会・後援会等」が続いている。また、「学長・総長・秘書室」はきわめて少ない。

設置者別にみると、「私立大学」では「財務・経理」が55.6%であり、次いで「法人事務局」が33.1%となっており、「国立大学」を大きく上回っている。これに対して「国立大学」では「総務」(38.5%)と「同窓会・後援会等」(28.2%)が寄付募集・受入担当の上位にあげられている。(図表 2-13)

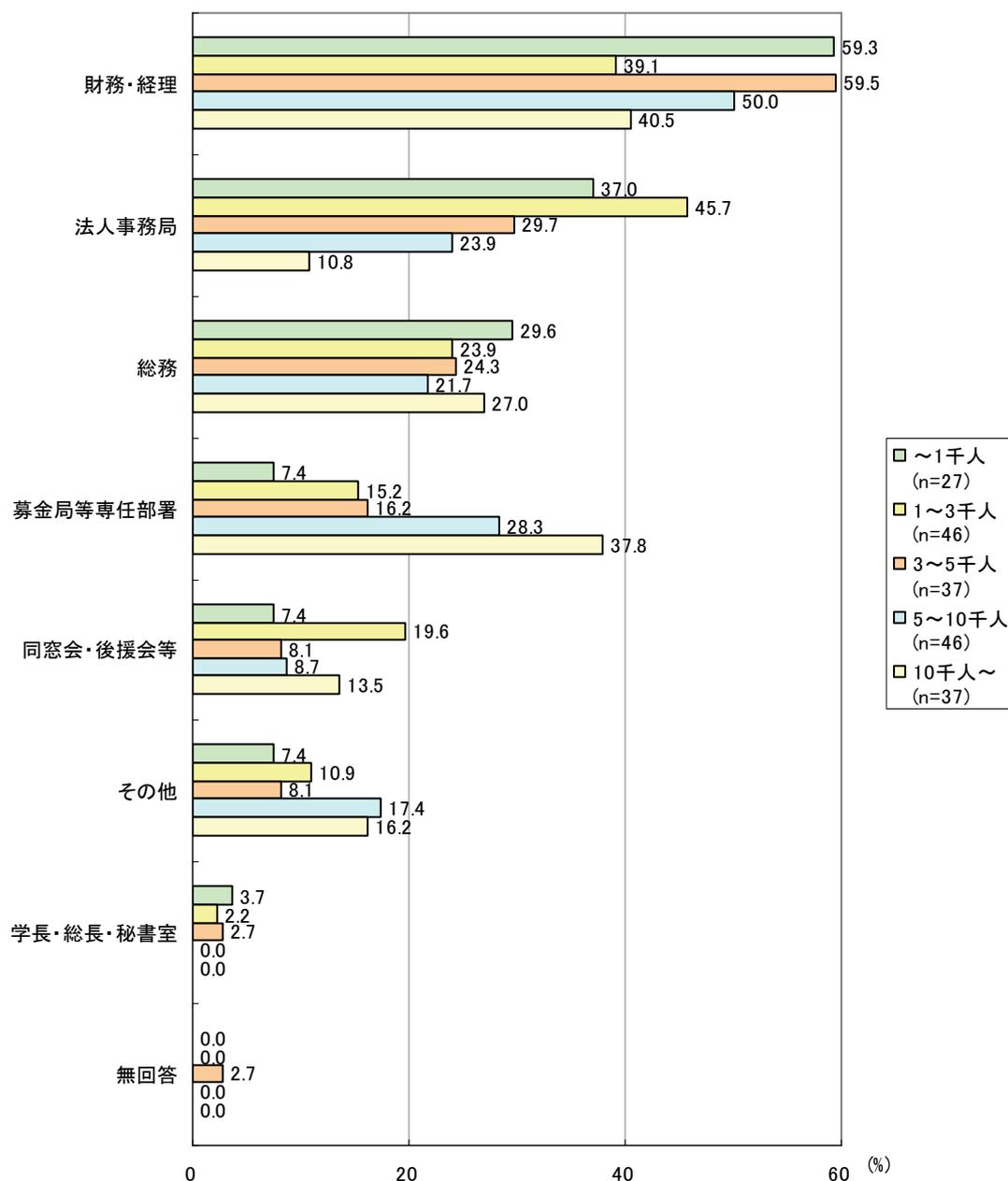
図表 2-13 寄付募集・寄付の受入担当（設置者別）



※公立大学はn=4のため省略

大学規模別にみると、「財務・経理」について、「～1千人」と「3～5千人」がともに6割程度と最も高く、「1～3千人」(39.1%)は最も低い。「募金局等専任部署」については、大学の規模が大きくなるにつれて高くなっており、「10千人～」が37.8%と他規模の大学を大きく上回っている。また、「法人事務局」及び「同窓会・後援会等」については、「1～3千人」が他よりも大きくなっている。(図表 2-14)

図表 2-14 寄付募集・寄付の受入担当 (大学規模別)



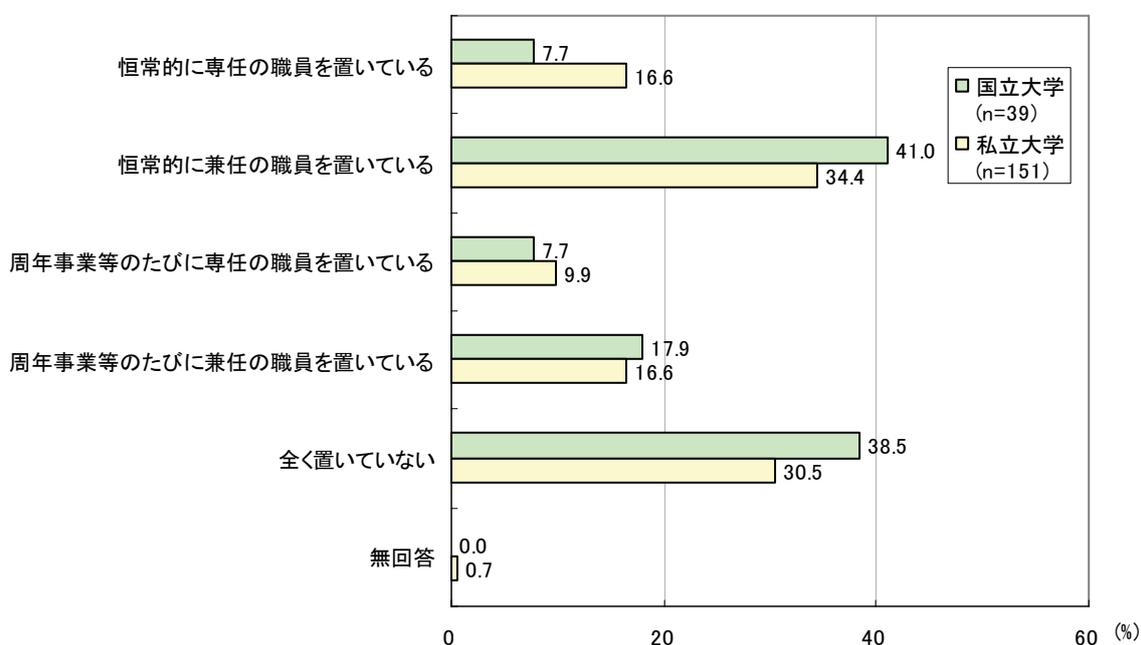
なお、「その他」の具体的な内容を見ると、「学部や部局単位で担当」「広報部門」「対外連携部門」などがあげられた。「外部資金担当部署」のように、対外的な窓口機能を持った部署をあげる回答もみられた。

(3) 寄付募集担当職員の設置状況

寄付募集を「実施したことがある」と回答した大学に、寄付の募集の担当職員を置いているか尋ねたところ、「恒常的に兼任の職員を置いている」が最も多く、次いで、「全く置いていない」、「周年事業等のたびに兼任の職員を置いている」、「恒常的に専任の職員を置いている」、「周年事業等のたびに専任の職員を置いている」の順となっている。専任の職員を置いている大学は少ない。

設置者別にみると、「恒常的に兼任の職員を置いている」については「国立大学」(41.0%)が「私立大学」(34.4%)を上まわっている。「恒常的に専任の職員を置いている」は「私立大学」(16.6%)が「国立大学」(7.7%)を上まわっている。(図表 2-15)

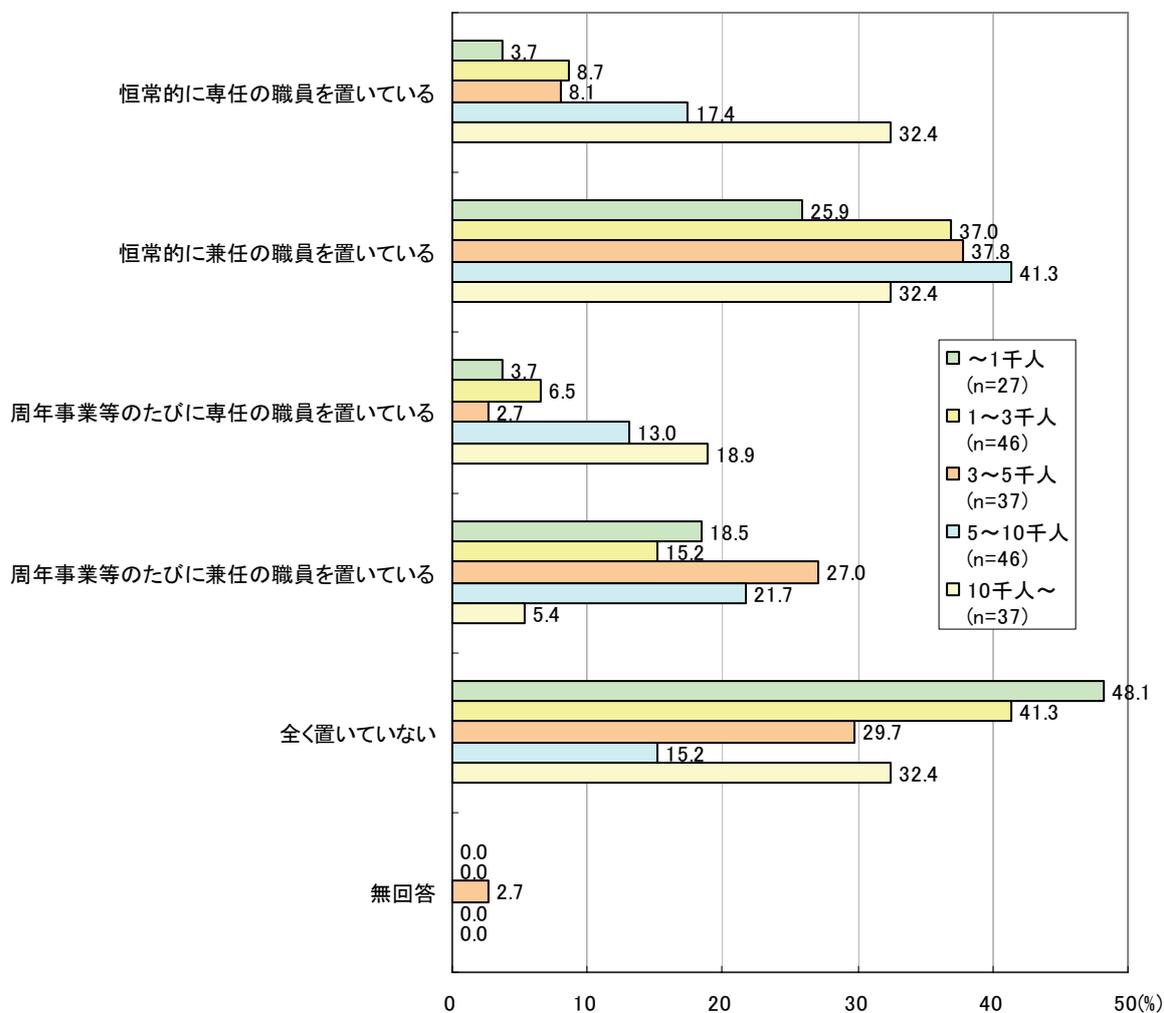
図表 2-15 寄付募集担当職員の設置状況 (設置者別)



※公立大学は n=4 のため省略

大学規模別にみると、「恒常的に専任の職員を置いている」において、概ね大学の規模が大きくなるにつれて回答率も高くなる傾向がみられる。一方、「全く置いていない」については、「～1千人」で48.1%と最も高く、担当職員の設置については、大学の規模によって差がみられる。(図表 2-16)

図表 2-16 寄付募集担当職員の設置状況 (大学規模別)

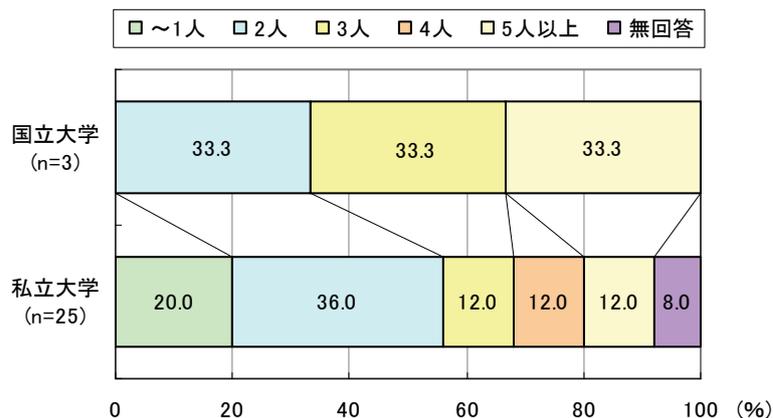


①寄付募集担当職員数【恒常的・専任】

「恒常的に専任の職員を置いている」と答えた大学に対して、担当職員の人数を尋ねたところ、「2人」が最も多く、次いで、「～1人」、「3人」の順となっている。

設置者別にみると、「私立大学」では半数以上が「～1人」若しくは「2人」と答えており、担当職員数の少ない大学の比率が高くなっている。「国立大学」についてはサンプル数が少ないため、一般化することはできない。(図表 2-17)

図表 2-17 寄付募集担当職員数【恒常的・専任】(設置者別)



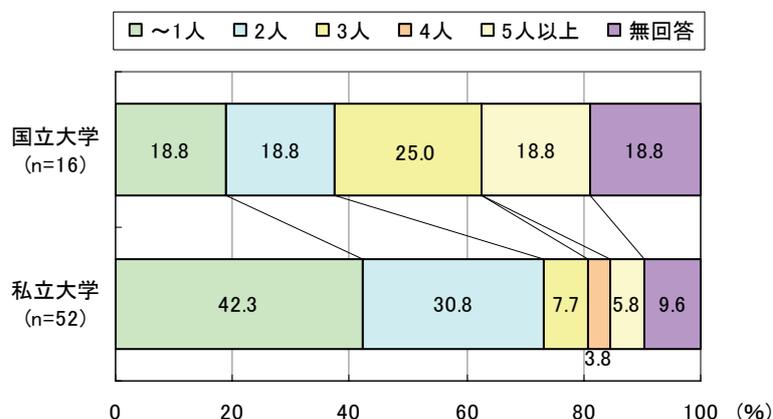
※公立大学は n=0 のため省略

②寄付募集担当職員数【恒常的・兼任】

「恒常的に兼任の職員を置いている」と答えた大学に対して、担当職員の人数を尋ねたところ、「～1人」が最も多く、次いで、「2人」、「3人」、「5人以上」の順となっている。

設置者別にみると、「私立大学」では、担当職員数が「～1人」(42.3%)、「2人」(30.8%)で2人以下の大学が7割を超え、少人数の大学の比率が高い。これに対して、「国立大学」では、「3人」(25.0%)、「4人」(18.8%)で3人以上が43.8%を占めており、比較的担当職員の数が多い傾向がみられる。(図表 2-18)

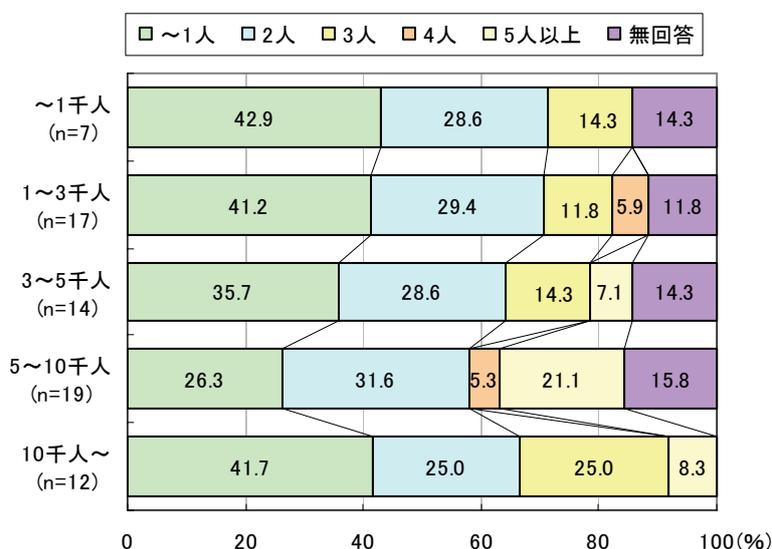
図表 2-18 寄付募集担当職員数【恒常的・兼任】(設置者別)



※公立大学は n=1 のため省略

大学規模別にみると、「～1人」は、「～1千人」と「10千人～」に高く、「2人」では規模による大きな差はみられない。担当職員数3人以上の比率は、大学の規模が大きい程高くなっている。(図表 2-19)

図表 2-19 寄付募集担当職員数【恒常的・兼任】(大学規模別)

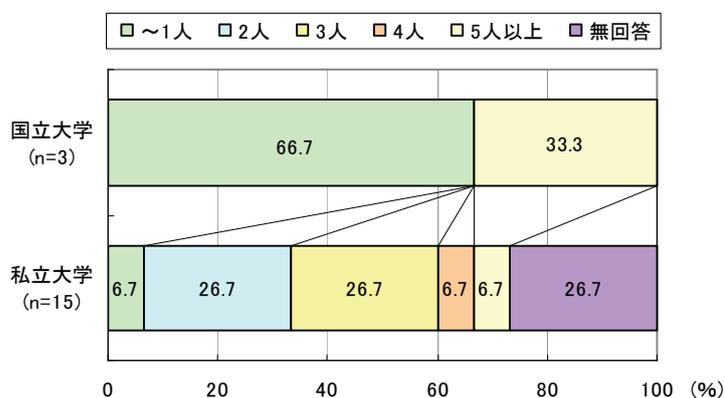


③寄付募集担当職員数【臨時・専任】

「周年事業等のたびに専任の職員を置いている」と答えた大学に対して、担当職員の人数を尋ねたところ、「2人」、「3人」がそれぞれ最も多く、次いで、「～1人」、「5人以上」「4人」の順となっている。

設置者別にみると、「私立大学」では、「2人」、「3人」がそれぞれ26.7%、「～1人」、「4人」、「5人以上」がそれぞれ6.7%である。なお、「国立大学」についてはサンプル数がすくないため、一般化することはできない。(図表 2-20)

図表 2-20 寄付募集担当職員数【臨時・専任】(設置者別)



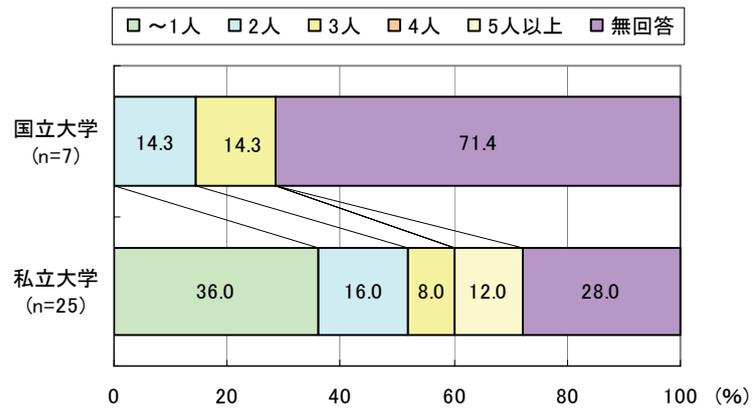
※公立大学は n=1 のため省略

④寄付募集担当職員数【臨時・兼任】

「周年事業等のたびに兼任の職員を置いている」と答えた大学に対して、担当職員の人数を尋ねた。設置者別にみると、「私立大学」では、「～1人」が36.0%、「2人」が16.0%、「5人以上」が12.0%である。「国立大学」についてはサンプル数がすくないため、一般化することはできない。

(図表 2-21)

図表 2-21 寄付募集担当職員数【臨時・兼任】(設置者別)



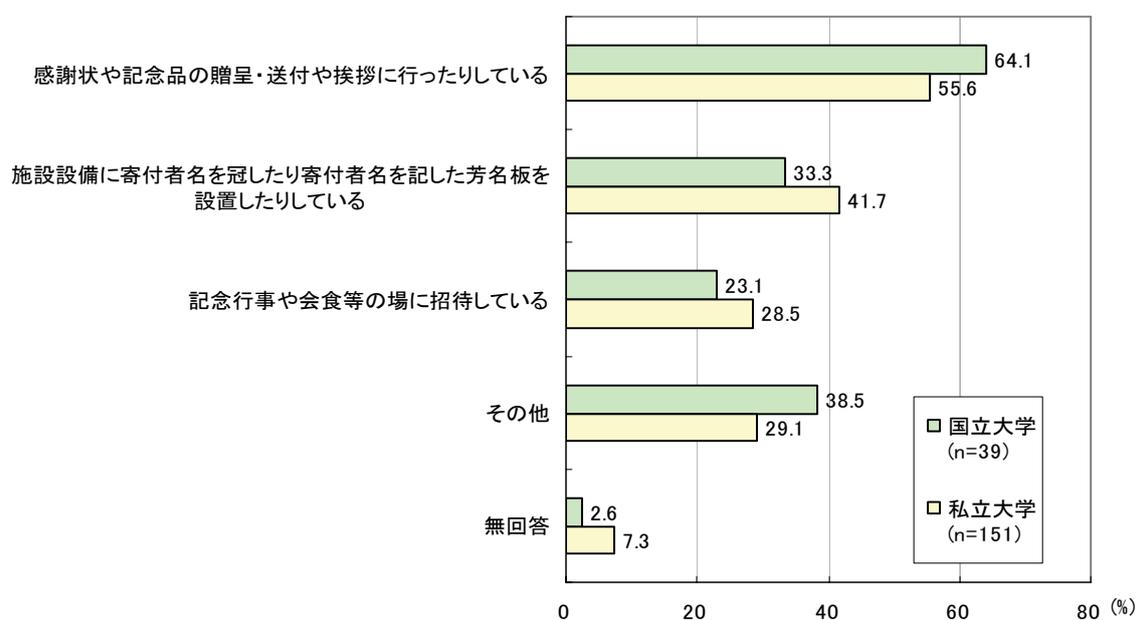
※公立大学は n=2 のため省略

(4) 寄付者に対するフォローアップの方法

寄付募集を「実施したことがある」と回答した大学に、寄付者に対してどのようなフォローアップを行っているかを尋ねたところ、「感謝状や記念品の贈呈・送付や挨拶に行ったりしている」が最も多く、他の項目を大きく上回っている。次いで、「施設設備に寄付者名を冠したり寄付者名を記した芳名板を設置したりしている」、「記念行事や会食等の場に招待している」の順で続いている。

設置者別にみると、「感謝状や記念品の贈呈・送付や挨拶に行ったりしている」は「国立大学」(64.1%)、「私立大学」(55.6%)と「国立大学」が約8ポイント高く、「施設設備に寄付者名を冠したり寄付者名を記した芳名板を設置したりしている」は、「国立大学」(33.3%)に比べ「私立大学」(41.7%)が約8ポイント高くなっている。(図表 2-22)

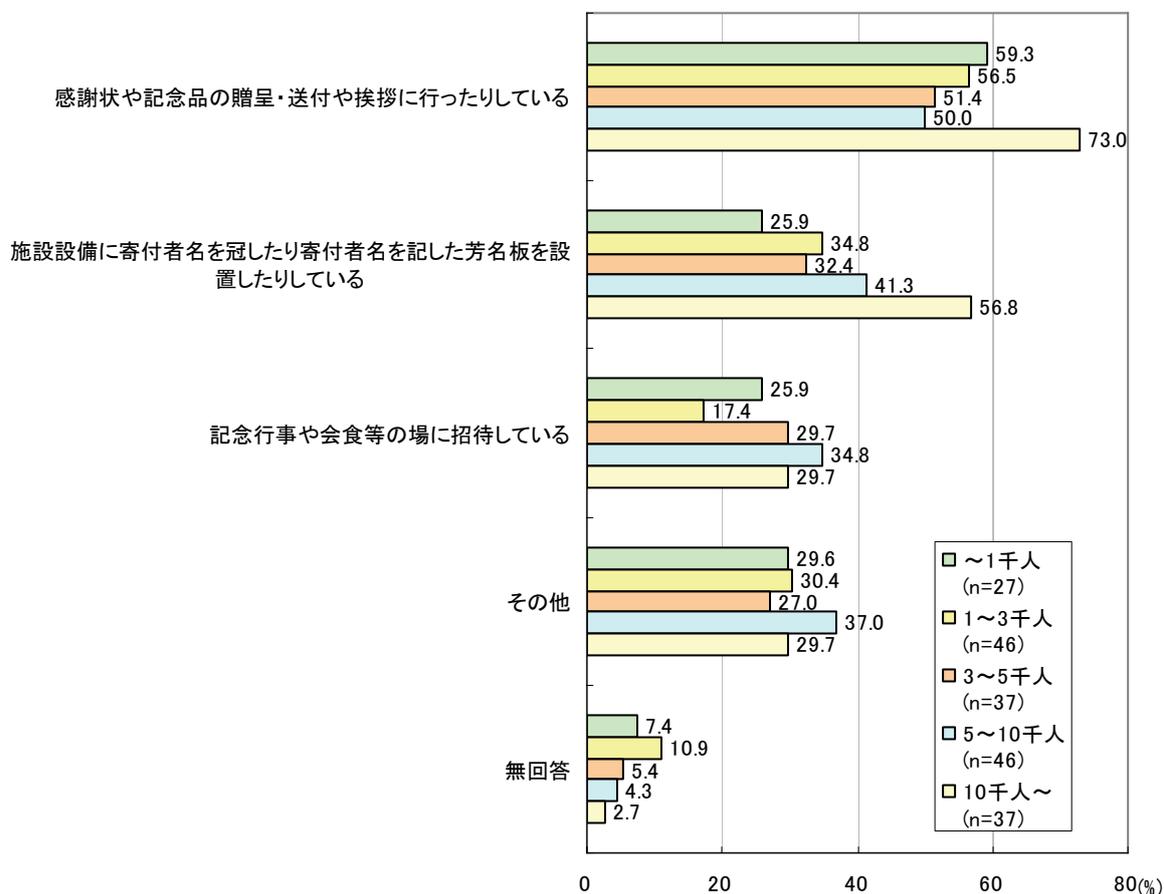
図表 2-22 寄付者に対するフォローアップの方法 (設置者別)



※公立大学は n=4 のため省略

大学規模別にみると、「10 千人～」が「感謝状や記念品の贈呈・送付や挨拶に行ったりしている」、「施設設備に寄付者名を冠したり寄付者名を記した芳名板を設置したりしている」いずれにおいても、他の規模を大きく上回っている。「記念行事や会食等の場に招待している」は差が少ない。(図表 2-23)

図表 2-23 寄付者に対するフォローアップの方法 (大学規模別)



「その他」の回答を具体的にみると、礼状や芳名録、大学報や広報誌などによる紹介、またそれらの送付に関する回答が多くみられた。(図表 2-24)

図表 2-24 寄付者に対するフォローアップの方法 その他の具体的内容

| 内容 | 件数 |
|--|----|
| 礼状や芳名録の作成・送付 | 23 |
| 大学報・広報誌へ氏名掲載 | 12 |
| 大学報・広報誌の送付 | 9 |
| 特に実施せず | 6 |
| 記念品の送付 | 3 |
| 領収書の送付 | 2 |
| 寄付額に応じ、直接お礼の挨拶に伺う | 2 |
| 事業報告書の送付 | 1 |
| ホームページに掲載（希望者のみ） | 1 |
| 大学主催公開講座の無期限無料受講証を贈呈 | 1 |
| 寄付額に応じ、名誉賛助員の称号授与 | 1 |
| 寄付額に応じ、学校行事に招待 | 1 |
| 教育内容及び教育環境の充実をはかり教育の質を充実させることで、寄付者である保護者に理解と支援を得る。 | 1 |

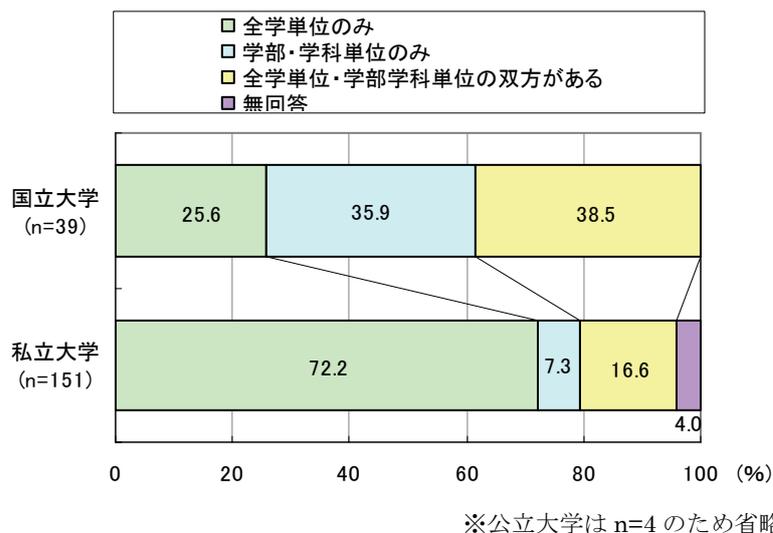
(n=60)

(5) 同窓会・後援会の単位

寄付募集を「実施したことがある」と回答した大学に、同窓会・後援会の設立の単位を尋ねた。

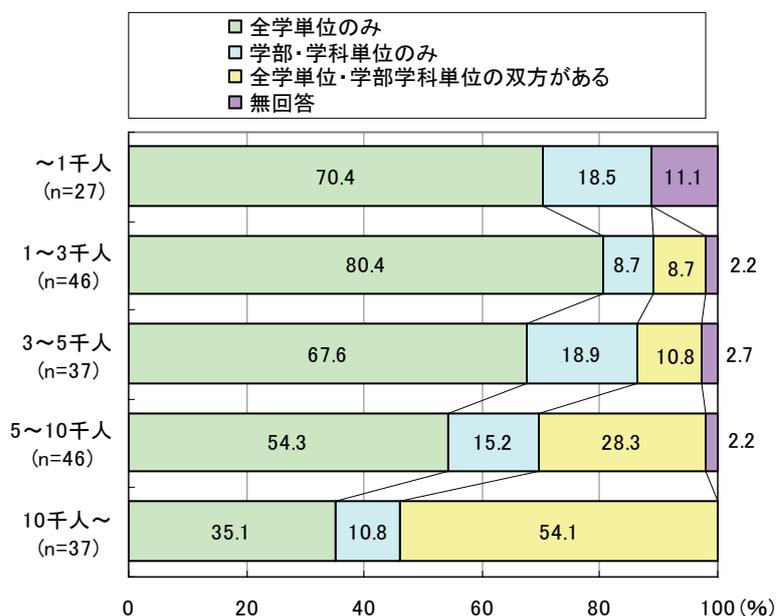
設置者別にみると、「私立大学」では、「全学単位のみ」が7割以上を占めている。これに対して、「国立大学」では「全学単位・学部学科単位の双方がある」が3割を占め、大学の種別によって同窓会・後援会の設立の単位に違いがみられる。(図表 2-25)

図表 2-25 同窓会・後援会の単位 (設置者別)



大学規模別にみると、「～1千人」以外の大学では、学生数が少なくなるにつれて「全学単位のみ」の比率が高くなり、逆に、大学の規模が大きくなるにつれて「全学単位・学部学科単位の双方がある」の割合が高くなっている。(図表 2-26)

図表 2-26 同窓会・後援会の単位 (大学規模別)

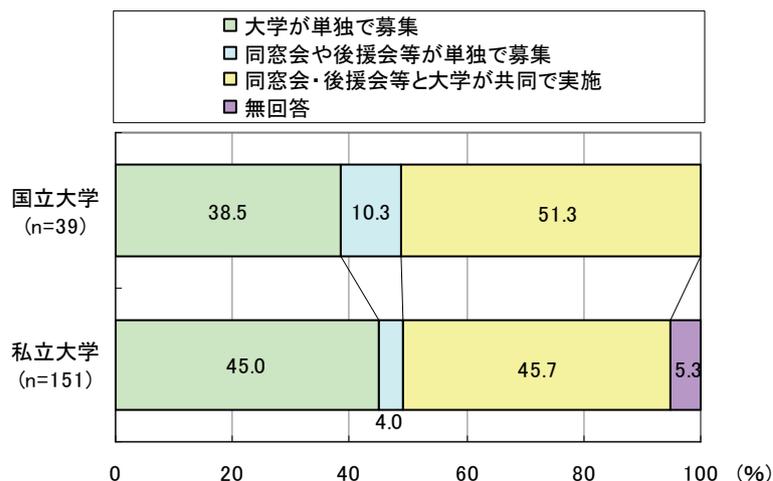


(6) 寄付募集に対する大学・同窓会・後援会の役割分担

寄付募集を「実施したことがある」と回答した大学に、寄付募集に際して大学が同窓会や後援会等とどのような役割分担を行っているか尋ねた。

設置者別にみると、「国立大学」では、「同窓会・後援会等と大学が共同で実施」が 51.3%と最も多いが、「私立大学」では、「大学が単独で募集」(45.0%)、「同窓会・後援会等と大学が共同で実施」(45.7%)と、ほぼ同率で分けあっている。(図表 2-27)

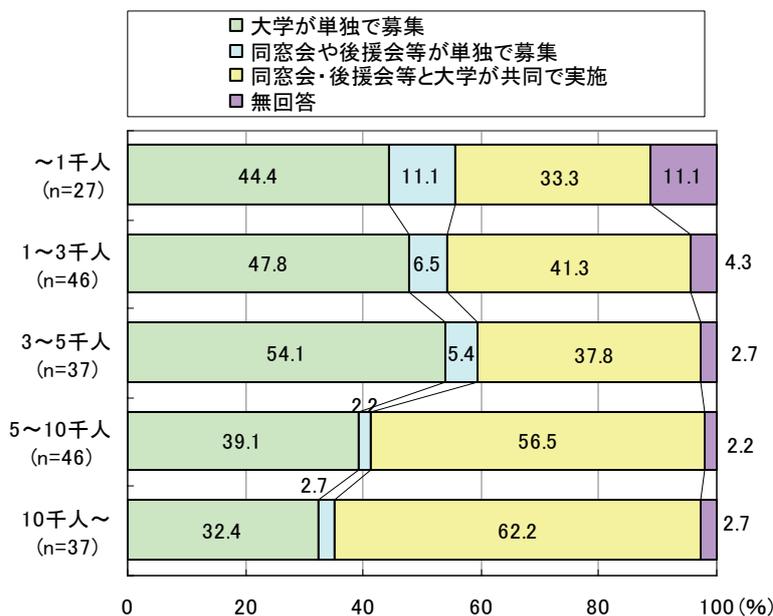
図表 2-27 寄付募集に対する大学・同窓会・後援会の役割分担（設置者別）



※公立大学は n=4 のため省略

大学規模別にみると、「同窓会・後援会等と大学が共同で実施」については、概ね大学の規模が大きい程比率が高まる傾向がみられ、「10 千人～」では 6 割を超え最も多くなっている。(図表 2-28)

図表 2-28 寄付募集に対する大学・同窓会・後援会の役割分担（大学規模別）



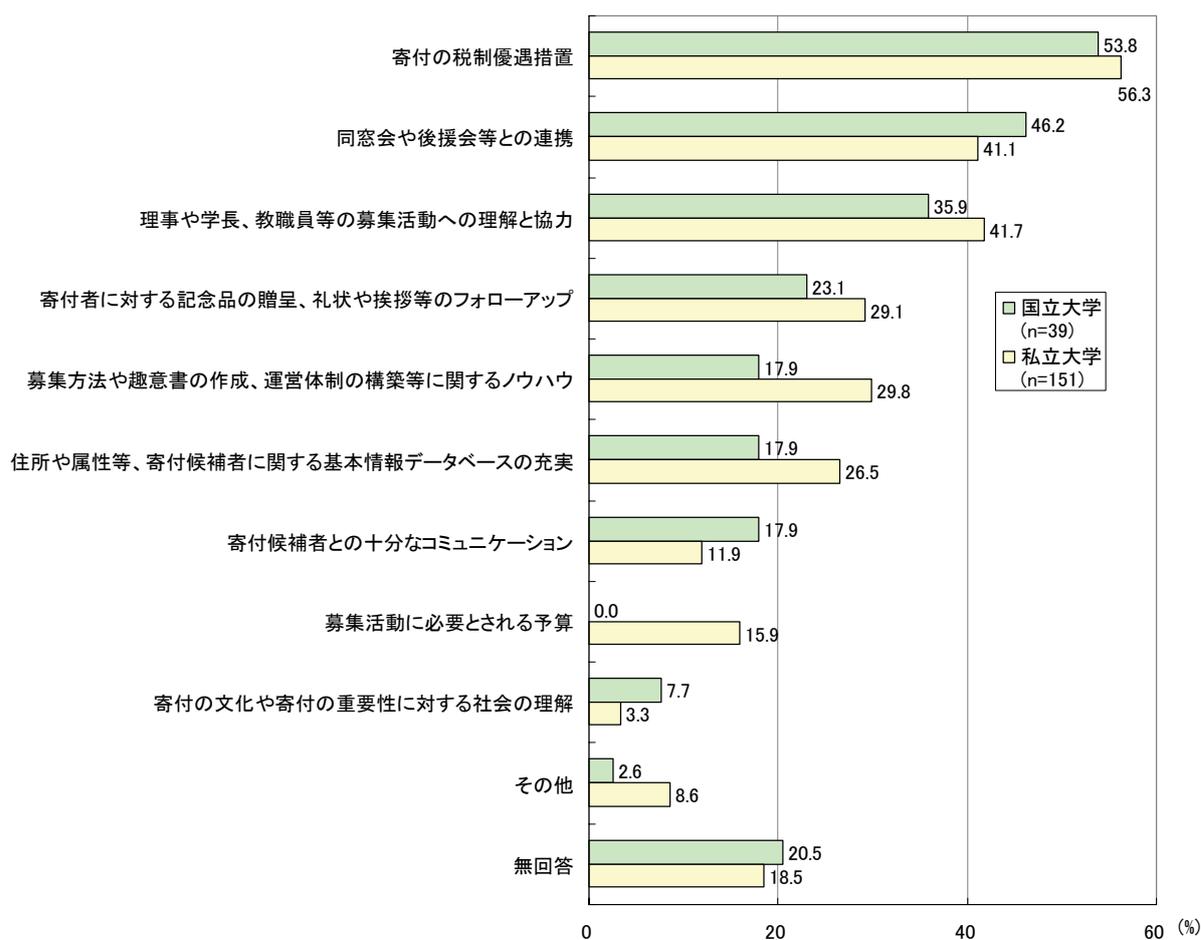
(7) 寄付獲得で効果的であった要素/解決すべき課題

寄付募集を「実施したことがある」と回答した大学に、寄付を獲得する上で効果的だったと思われる要素を尋ねたところ、「寄付の税制優遇措置」が最も多く、以下、「同窓会や後援会等との連携」、「理事や学長、教職員等の募集活動への理解と協力」、「寄付者に対する記念品の贈呈、礼状や挨拶等のフォローアップ」、「募集方法や趣意書の作成、運営体制の構築等に関するノウハウ」等が続いている。寄付の税制優遇措置と回答した大学の割合が多くなっている理由の詳細は不明であるものの、これらの大学の間で募集の際にメリットとして税制面を強調していることによるものと推察される。

設置者別にみると、「国立大学」では「同窓会や後援会等との連携」、「寄付候補者との十分なコミュニケーション」が「私立大学」に比べ高くなっている。「私立大学」では「募集活動に必要なとされる予算」、「募集方法や趣意書の作成、運営体制の構築等に関するノウハウ」、「住所や属性等、寄付候補者に関する基本情報データベースの充実」等が「国立大学」より大きく上まわっている。

(図表 2-29)

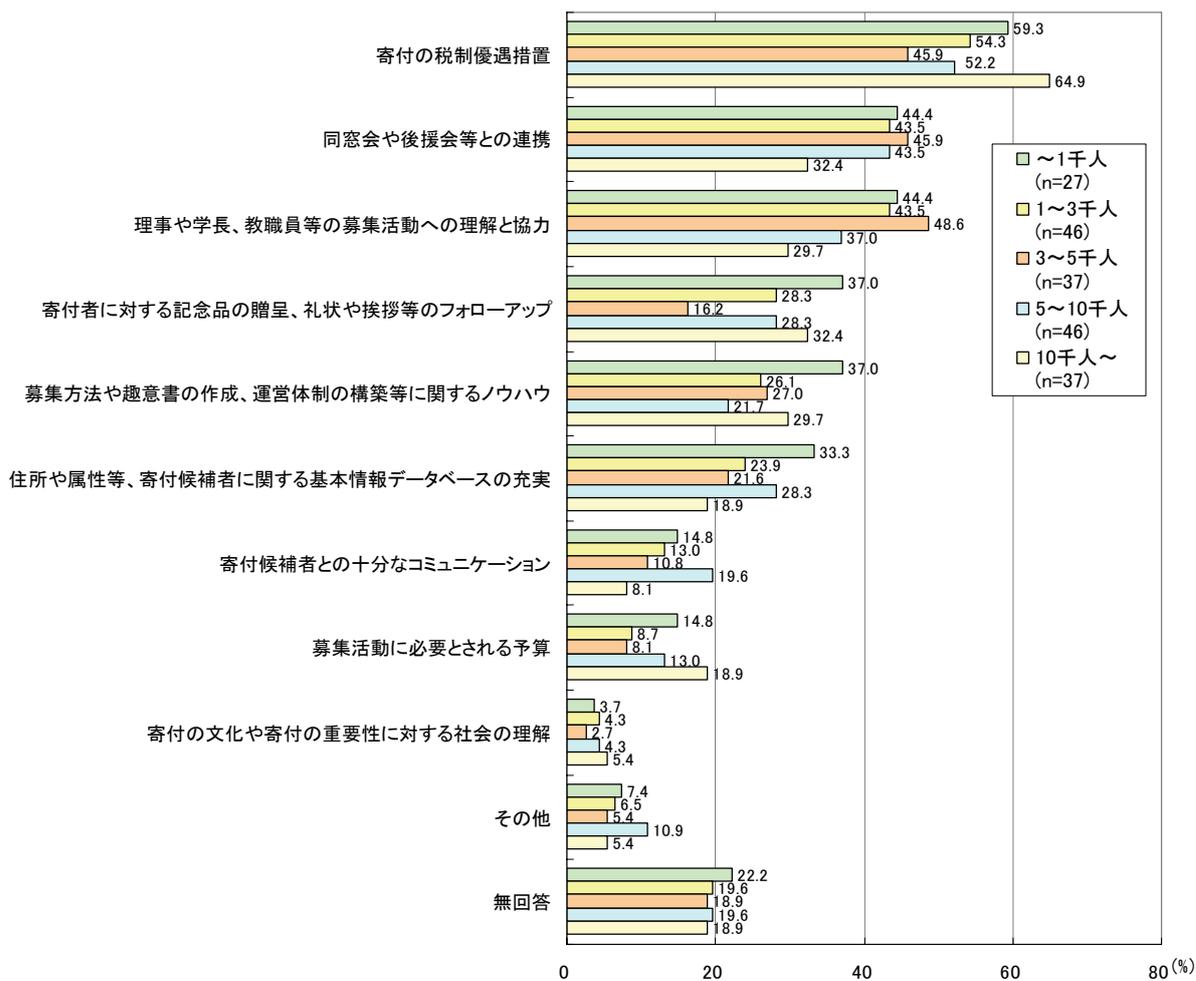
図表 2-29 寄付獲得で効果的であった要素（設置者別）



※公立大学は n=4 のため省略

大学規模別にみると、「募集方法や趣意書の作成、運営体制の構築等に関するノウハウ」、「住所や属性等、寄付候補者に関する基本情報データベースの充実」、「寄付者に対する記念品の贈呈、礼状や挨拶状のフォローアップ」については「～1千人」、「理事や学長、教職員等の募集活動への理解と協力」、「同窓会や後援会等との連携」については「3～5千人」、「寄付候補者との十分なコミュニケーション」については「5～10千人」、「募集活動に必要とされる予算」、「寄付の税制優遇措置」については「10千人～」がそれぞれ他の規模よりも高くなっている。(図表 2-30)

図表 2-30 寄付獲得で効果的であった要素（大学規模別）



「その他」としてあげられた内容をみると、寄付金額の単位を小さくする、募金の申込書や振込用紙を送付するなど、寄付者の利便性を高める寄付のチャネル拡大に関する回答が最も多くみられた。他には寄付需要に関するアピールや他組織との連携、税制優遇制度に関する回答がみられた。(図表 2-31)

図表 2-31 寄付獲得で効果的であった要素 その他の具体的内容

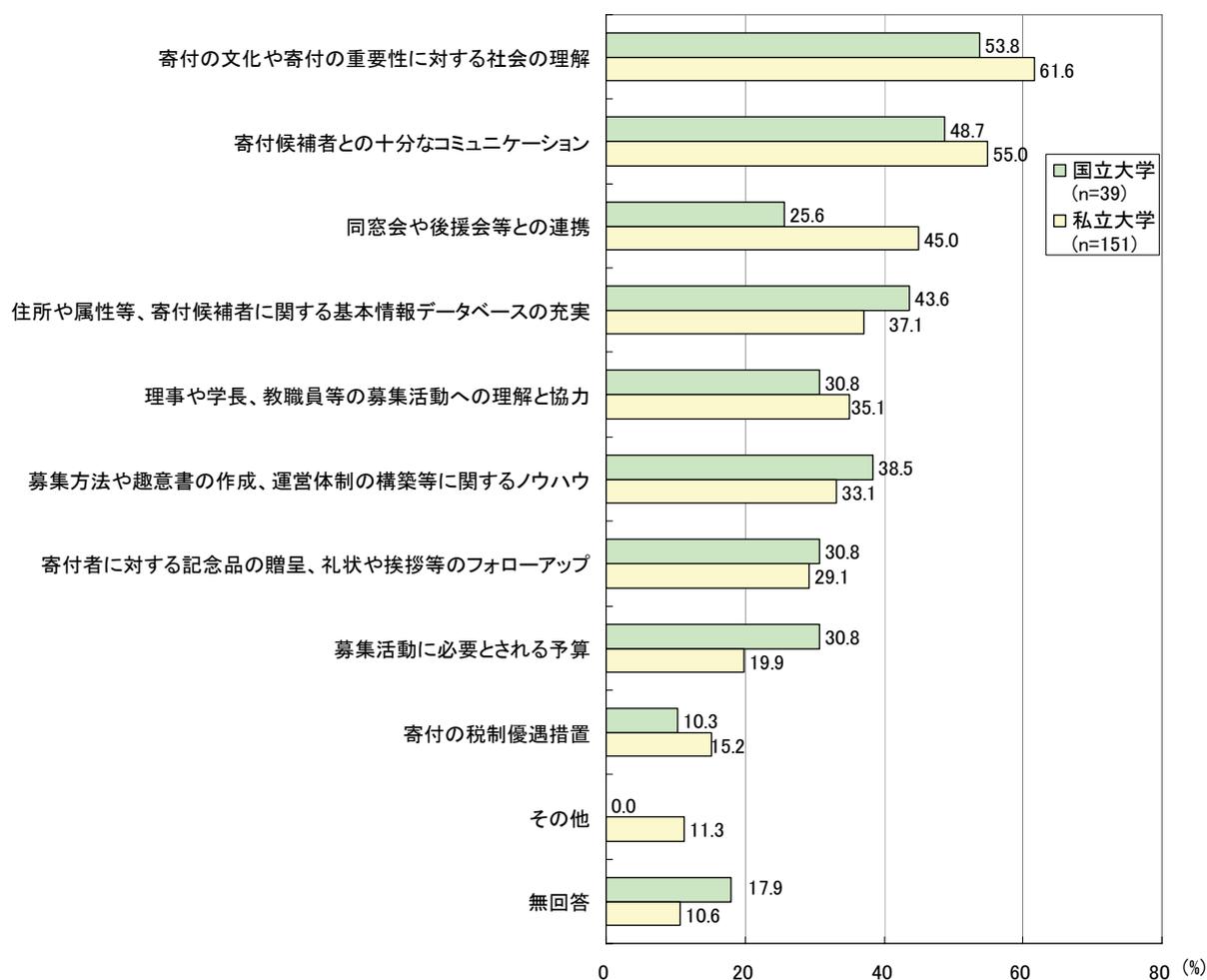
| 回答内容 | 件数 |
|---|----|
| <寄付のチャネル拡大> | |
| 卒業生名簿に基づいて、集金依頼書をもれなく送付できたこと | 5 |
| 年4回発行の募金報告書に申込書、振込用紙を同封することにより、募金者の獲得に寄与 | |
| 1口5万円、2口以上の寄付依頼を、1万円以上の寄付依頼に変更したことで寄付件数が増加した | |
| 日本私立学校振興・共済事業団を通じた授配者指定寄付金制度の利用 | |
| グループ全体での募集活動を行っているため | |
| <寄付需要のアピール> | |
| 目玉となる建設事業等の設定 | 4 |
| 学長、理事等による寄付後補者への個別アプローチ | |
| 寄付候補者(法人)に対し、企業訪問を実施したこと。募金の趣旨と手続き等について | |
| 直接会って説明することにより信頼関係が構築(募金獲得につながった) | |
| 目標額の設定 | |
| <他組織との連携> | |
| 経費の大きな郵送費、郵送手法、名簿管理を最大の業者で組めコストダウン、適格な運営ができた | 3 |
| 卒業生の組織を活用すること | |
| 学内職員の協力、同窓会後援会との協力 | |
| <税制優遇> | |
| 法人の場合、寄付の税制優遇措置 | 3 |
| 日本私立学校振興・共済事業団を通じた授配者指定寄付金制度の利用。 | |
| 受配者指定寄付金の制度を利用することで、企業や民間団体からの寄付金は全額損金算入できることを募集時に申し上げる | |
| <その他> | |
| 寄付に関する知識を得ることができた | 2 |
| 理事長、学長等の上層部が積極的に取り組んでいること | |

(n=14)

今後募集活動を強化する上で解決すべき課題を尋ねたところ、「寄付の文化や寄付の重要性に対する社会の理解」が最も多く、次いで、「寄付候補者との十分なコミュニケーション」、「同窓会や後援会等との連携」、「住所や属性等、寄付候補者に関する基本情報データベースの充実」等が続いている。

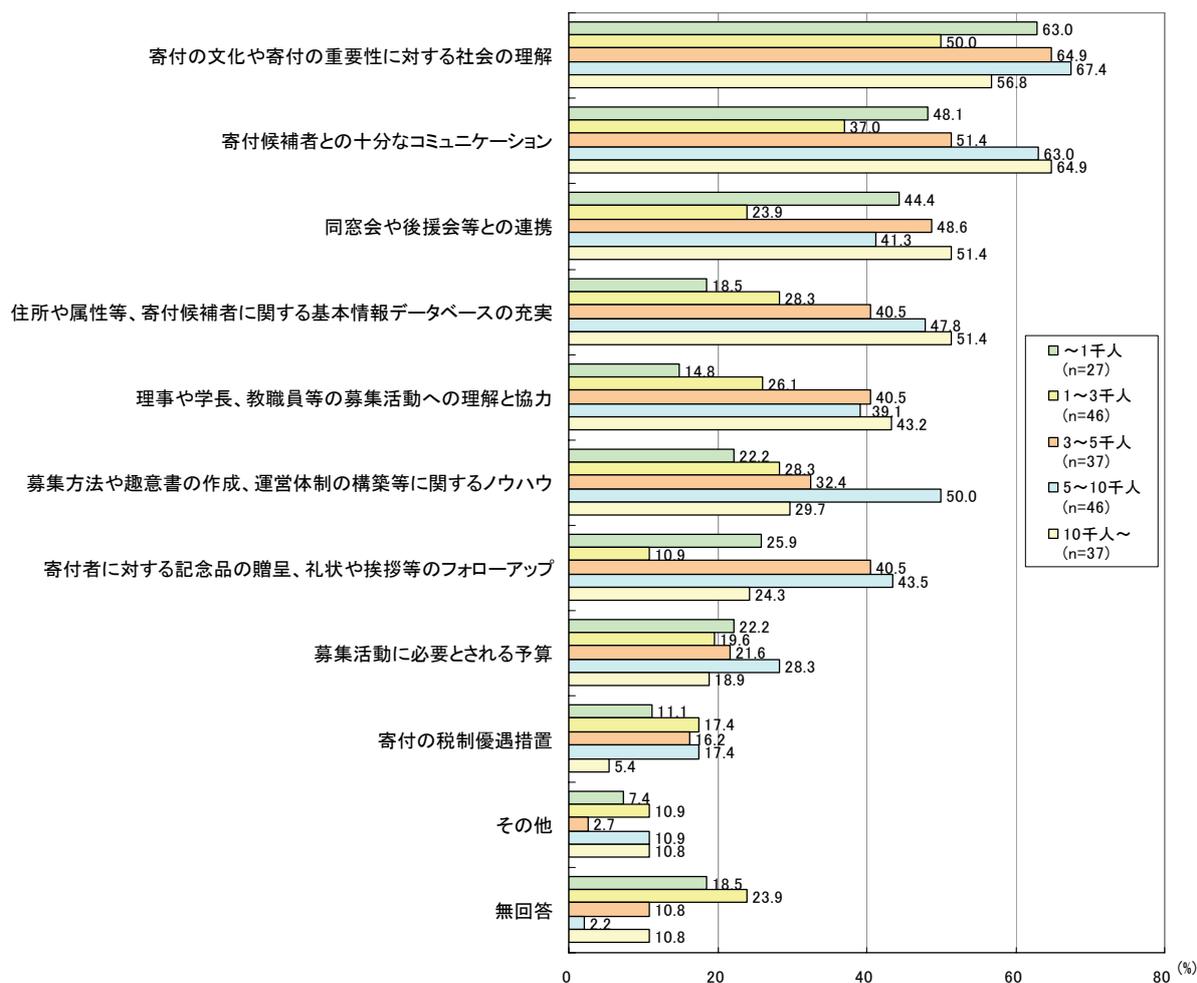
設置者別にみると、「国立大学」では「募集活動に必要とされる予算」、「募集方法や趣意書の作成、運営体制の構築等に関するノウハウ」、「住所や属性等、寄付候補者に関する基本情報データベースの充実」等で「私立大学」に比べ高く、「私立大学」では「理事や学長、教職員等の募集活動への理解と協力」、「同窓会や後援会等との連携」、「寄付の文化や寄付の重要性に対する社会の理解」等が、「国立大学」よりも高くなっている。(図表 2-32)

図表 2-32 寄付獲得について解決すべき課題（設置者別）



大学規模別にみると、「募集活動に必要とされる予算」、「募集方法や趣意書の作成、運営体制の構築等に関するノウハウ」、「寄付者に対する記念品の贈呈、礼状や挨拶等のフォローアップ」、「寄付の文化や寄付の重要性に対する社会の理解」の各項目については「5～10千人」、「理事や学長、教職員等の募集活動への理解と協力」、「同窓会や後援会等との連携」、「住所や属性等、寄付候補所に関する基本情報データベースの充実」、「寄付候補者との十分なコミュニケーション」については「10千人～」の比率が最も高くなっている。(図表 2-33)

図表 2-33 寄付獲得について解決すべき課題（大学規模別）



その他の内容を具体的にみると、その多くは、大学内や関連組織（同窓会や後援会）における課題をあげている。また少数であるが、経済情勢等の外的要因をあげる回答もみられた。（図表 2-34）

図表 2-34 寄付獲得について解決すべき課題 その他の具体的内容

| 回答内容 | 件数 |
|--|----|
| <大学・大学関連組織の課題> | 16 |
| 募集活動の充実を図らなければならない | |
| 学園自体(教職員)の寄付文化の欠如 | |
| 理想としては募金局等専任部署を置くことが効果的だが、実際には難しい | |
| 大口寄付の可能性のある卒業生への個別依頼の必要性 | |
| 寄付候補者(法人)に関する基本情報データの充実や、 学内関係部署(各課、室)との連携、協力体制の充実。 | |
| 企業へのこまかなアプローチ、学内職員の更なる協力 | |
| 大学と卒業生との日常的な関係を一層進めること | |
| 個人からの寄付金受入体制の確立 | |
| 独立した事務組織の設置 | |
| 日常のコミュニケーション | |
| ①設置学校の卒業者の基本情報の管理を学園が行うか、同窓会に委ねるか ②学園からの情報発信を多方面にわたり継続して行う ③講演会、その他支援組織を持つこと | |
| 教職員はじめ同窓会、後援会との連携 | |
| 企業・団体へのアピール | |
| 同窓会幹部の理解と協力の不足 | |
| 多くの方にご協力いただきながらも目標総額を確保できる申し込み金額の設定が課題 | |
| 日常的な地域、経済界、同窓会、保護者等との大学との連携 | |
| <外部要因> | 3 |
| 新入生からの寄付金については、税制上の優遇措置が受けられない点 | |
| 個人情報の関係 | |
| 日本における寄付文化の醸成、社会の経済状況 | |

(n=17)

(8) 寄付募集の特徴的な点・課題

寄付募集の特徴的な点や課題について伺ったところ、寄付候補者へのアプローチに関する回答が最も多く 12 件、次いで同窓会や卒業生の協力に関する回答が 11 件となっている。(図表 2-35)

図表 2-35 寄付募集の特徴的な点・課題

| 回答内容 | 件数 |
|--|----|
| <寄付候補者へのアプローチについて> | 12 |
| 父母に対しては年 2 回の送付と寄付者に対して広報誌に名前、金額の掲載を要望に応じて対応。 | |
| 全学協力体制作り、教育・研究事業の広報活動強化。個人情報保護法を遵守しながら対象者の獲得。 | |
| 同年事業による寄付においては、本学は卒業生に宗教関係の方が多くことから、同関係に対して重点的に募集活動を行った。 | |
| 学園創立●周年記念事業資金として、当該年の 2 年前から、本学と関係のある法人および個人に寄付募集を始めて行った。新入生向けに施設・設備ならびに教育研究募金を行っている。 | |
| 本法人の設立母体は宗教法人である。したがって同関連団体に対し、多少の効果がある。 | |
| 特定目的事業の為の募金と日常的な教育振興一般募集と平行して実施しているが、寄付候補者を組織的に確保することが困難である。 | |
| 個人への寄付募集については、大学の現状を理解していただけるようなニュースを同封したり、じっくりと読んでいただけるようにカラー刷りにしたり、印刷物のデザインにも配慮した。また法人への寄付募集については、教員と事務局員でペアを組んで、比較的業績のよい企業等を選択した上で、直接訪問し依頼を行った。 | |
| 早い段階から寄付募集の専門部署を設け、トップ自ら積極的に取り組んできたこと。 | |
| 県内経済団体に協力願う大学 PR や募金活動のほか、企業訪問にも帯同している。 | |
| 入学式で各学部長から各学部ご父母に寄付金の重要性を説明して寄付金の協力を依頼。 | |
| 昨年末から年始にかけて各同窓会代表者へ学長理事が募金協力の依頼を行った。 | |
| 学外の意見を取り入れるため関係の委員会に学外委員を 2 名入れている。学外の理解を得ること。 | |
| <同窓会・卒業生の多大な協力を得ている> | 11 |
| 医学部については、各県の同窓会支部を通じて同窓生の協力を得ている。 | |
| 同窓会、後援会等の本学への想いは強く、周年事業時等において寄付募集活動にご協力頂いている。 | |
| 同年募金事業において同窓会、学部後援会から多くの支援をうけた。 | |
| 経常的には入学者の保護者及び在校生の保護者から、毎年寄付を受け付けている。法人創立●周年時には、法人として寄付を募集した。学園講堂完成時には、同窓会や保護者の会から寄付を受けた。 | |
| 同窓生個人の寄付と同窓生活動の中での関連企業への依頼 | |
| 卒業生に対しては平成 3 年度から長期にわたり継続して寄付募集を行っている。 | |
| 本学には開学以来、多くの支援者があり、現在では卒業生、保護者、従来の寄付者を区分して管理している。 | |
| 新入生からの寄付は税金控除対象外のため、募集しない | |
| 従来、新入生の父母に対してのみ入学後に案内していたが、平成 19 年度から在学生並びに同窓生に対して案内するように変更する。 | |
| 毎年、新入生父兄宛に寄付の募集を行っているが、「入学に関する寄付」扱いになり、所得税控除の対象外になってしまう。入学年度の寄付についても所得税控除の対象としていただくとありがたい。(入学後に募集しているので、問題ないと考える) | |
| 経常的に募集している寄付については新入生父母に対し行っていない。寄付金控除の対象外であるために敢えて依頼はしない良心的な判断であると考えている。 | |
| <新たな取組> | 7 |
| 大学ホームページに不特定多数のものから常時寄付を受け入れられるように整備を行った。卒業生や企業等からの寄付受入方法の施策について、課題としている。 | |
| ホームページに支援(寄付)のお願いを掲載している。 | |

| | |
|--|----------|
| <p>本年は、新しく寄付金システムを構築中で、さらにきめ細かなサービスを提供できることを目指している。</p> <p>景気回復をうけ法人募金に注力する。個人募金は平成18年より教職員対象に給与自動引き落としによる募金を実施。</p> <p>現在、大きく分けて在学学生父母募金と創立●周年記念事業募金を展開している。2006年度は、父母募金は前年度比で寄付者数、金額とも半減している。家庭の収入の伸びや振り込み詐欺等が影響しているように思う。来年度は、寄付者の振込みの利便性をアップさせる等の対策を講じている。一方、記念事業募金は、卒業生を中心に進めていたが、来年度は会社法人へのアプローチの強化が課題である。</p> <p>「企業後援会奨学基金制度」を設立している。企業からの寄付金は在学学生への奨学金として給付するとともに協賛企業への活動報告を実施している。今後の課題はスポンサーにとってより魅力的な基金となるよう企業名等の公表を検討中である。</p> <p>本学独自の寄附金として、預り金の運用益を寄附頂く仕組みを昨年創設した。運用益は学生の地域貢献事業に充当している。</p> | |
| <今後の課題> | 7 |
| <p>寄付窓口の一元化と本学で実施している寄付事業をすべてとりまとめたリーフレットの作成およびホームページの充実等が課題である。</p> <p>募金対象者（個人）全員に年4回募金報告書を送付。教育内容の改革、工事進展状況、募金状況等を報告し、趣旨の理解と協力を求めている。幼稚園から大学までを擁するので、各学校を寄付先に指定できるようにしている。卒業生の組織化（在学中からの取り組みも含め）が課題。</p> <p>学部在籍学生に対し、6月と12月の2回の寄付依頼を送付しているが、より多くの方にご協力いただけるよう、申し込み金額を低く設定している。また在学中1度でもご協力くださった方に対しては、その後寄付依頼を送付していない。上記は多くの方にご協力いただくという面では効果的であるが、効率的募集活動という面からは課題が残る。</p> <p>前回は周年事業に伴い胸像制作による寄付募集であったが、今後は収入源の一環として寄付の確保に至る体制作りをし、同窓会とも連帯・協同しながら、その推進に取り組むことが喫緊の課題となる。</p> <p>基金設置2年を経過し、現在寄付参加率は徐々に停滞しつつある。学内でも、基金設置の趣旨を再確認してもらい活動への理解と協力が必要である。基金依頼方法についても、第一段階〔教職員、卒業生、企業等へ協力文書の配布〕は終了したものの実際の基金への協力はさほど効果が現れていないので検討中である。</p> <p>大学等の大規模施設整備に対し寄付を求めたが、大学の財政状況も不明で、特に卒業生の理解が得られなかった。</p> <p>大学として、取り組み体制が構築されていない。今後の検討課題である。</p> | |
| <女子大学である(または過去そうであった)などの理由で女性のOBが多く、有力な寄付者が少ない> | 4 |
| <p>本学は女子校であったため、卒業生の中に実社会で活躍しているような大口寄付者が極めて少ない。</p> <p>創立以来女子学園であったため（現在は短大を除き、共学となっている）同窓生個人からの寄付が少ない。</p> <p>本学院は女子教育を進めている学院であり、卒業生の中での極めて有力な経営者層が多くなく、この点で同窓会の寄付の大きな目標設定ができなかった。</p> <p>卒業生がほとんど女性であり、寄付能力が低い。</p> | |
| <文化や社会状況> | 4 |
| <p>税制含め社会規範が異なり、欧米と比べ文化的位置づけがない。</p> <p>通常の募金活動は寄付募集対象者が卒業生や保護者となる場合が多く、募集活動行為程の成果が挙げにくい。企業の税制問題（寄付の）や経済動向の作用が大きくなかなか中小企業の支援が困難である。</p> <p>寄付文化を醸成すること。（卒業生と在学学生との寄付を通じた新たな繋がり、絆）個人（教職員、在学学生のご父母、卒業生）からの寄付率（寄付申し込み者数・寄付依頼者数）を高めること。</p> <p>不況により当分寄付金の募集は中止する。</p> | |
| <特殊な取組> | 1 |
| <p>音楽系を主とする大学のため、法人、個人の通常の寄付に加え、数多くの記念基金演奏会を開催し、収益金をすべて記念募金に繰り入れた。</p> | |
| <特になし> | 6 |

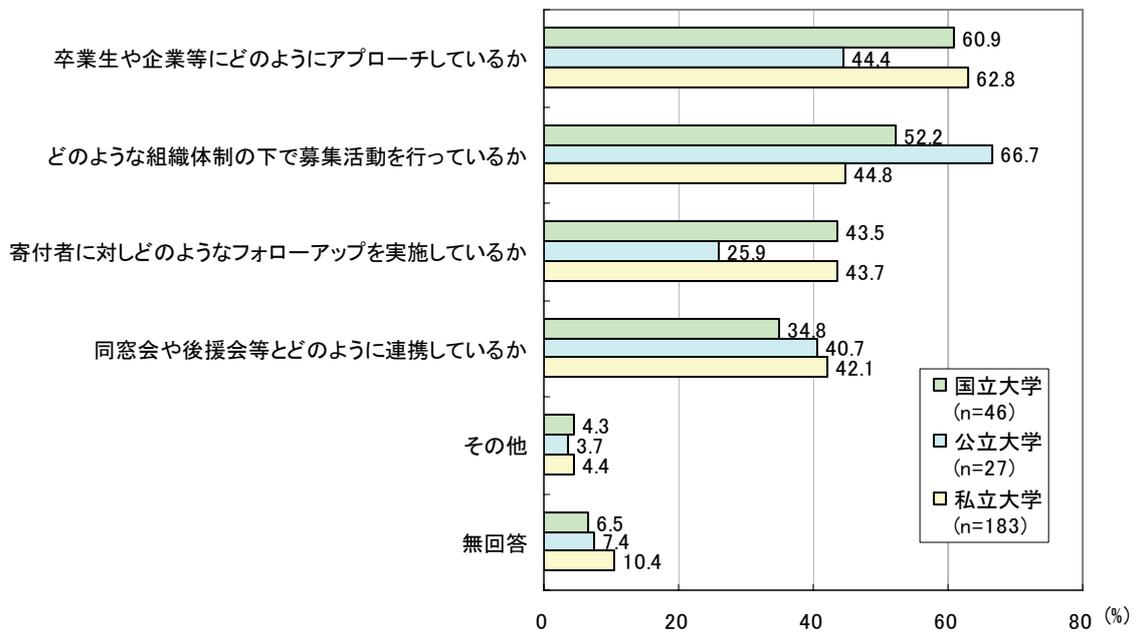
(n=52)

4. 他大学の寄付募集の取り組みについて知りたい点

寄付募集の経験がある大学、ない大学の双方に対し他大学の寄付募集の取り組みについて知りたい点を尋ねたところ、「卒業生や企業等にどのようにアプローチしているか」「どのような組織体制の下で募集活動を行っているか」が多く、以下「寄付者に対しどのようなフォローアップを実施しているか」、「同窓会や後援会等とどのように連携しているか」の順となっている。

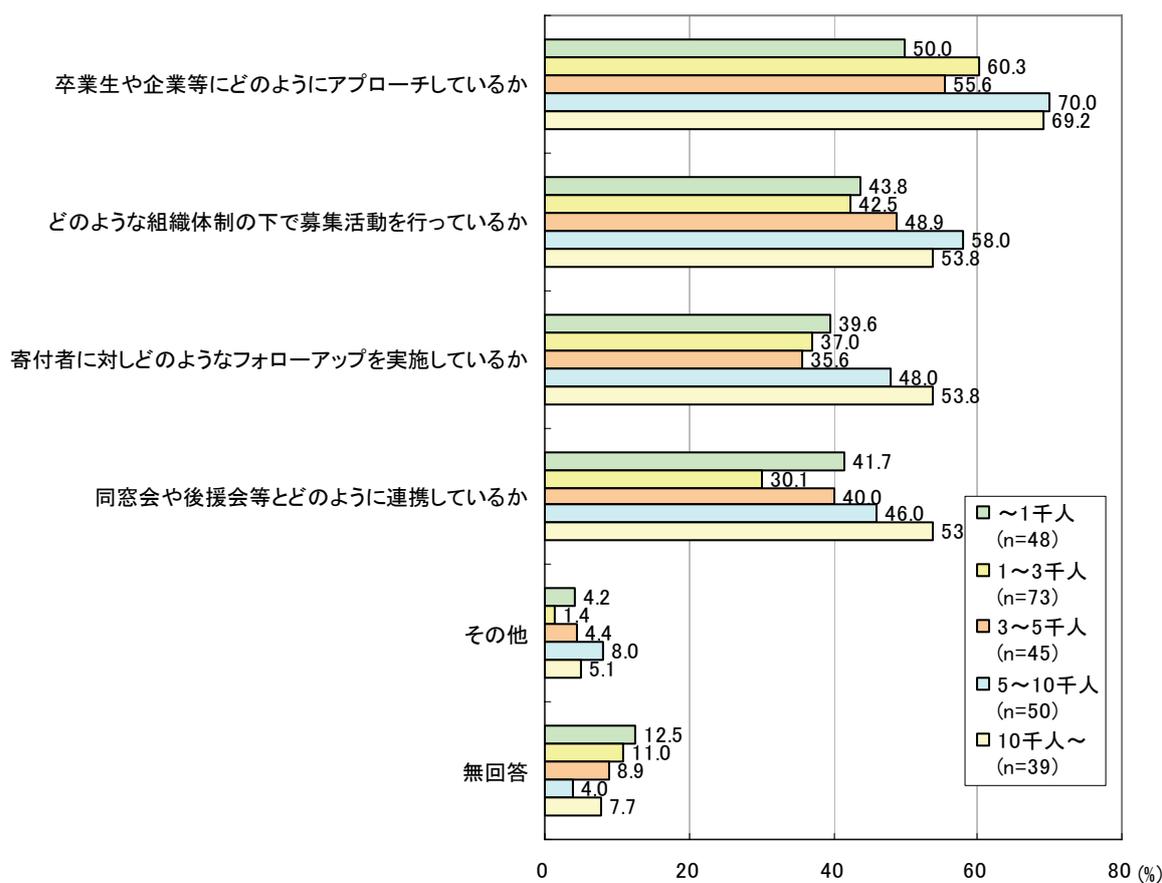
設置者別にみると、「国立大学」と「私立大学」では、「卒業生や企業等にどのようにアプローチしているか」がそれぞれ(60.9%)、(62.8%)と第1位にあげられている。これに対して「同窓会や後援会等とどのように連携しているか」は少ない。「公立大学」では「どのような組織体制の下で募集活動を行っているか」が66.7%を占め、知りたい点の第1位にあげられている。(図表 2-36)

図表 2-36 他大学の寄付募集の取り組みについて知りたい点 (設置者別)



大学規模別にみると、いずれの項目でも大学規模が大きくなるほど知りたいとする大学が増えている傾向がある。すべての項目について「5～10千人」と「10千人～」に最も高く、「5～10千人」では「卒業生や企業等にどのようにアプローチしているか」、「どのような組織体制の下で募集活動を行っているか」に最も高く、「10千人～」では「卒業生や企業等にどのようにアプローチしているか」、「どのような組織体制の下で募集活動を行っているか」、「寄付者に対しどのようなフォローアップを実施しているか」、「同窓会や後援会等とどのように連携しているか」に最も高い。(図表 2-37)

図表 2-37 他大学の寄付募集の取り組みについて知りたい点 (大学規模別)



その他の内容を具体的にみると、学内、学外（企業）へのアプローチや、インターネットでの募集や決済などの新しい取組についてがあげられている。（図表 2-38）

図表 2-38 他大学の寄付募集の取組について知りたい点 その他の具体的な内容

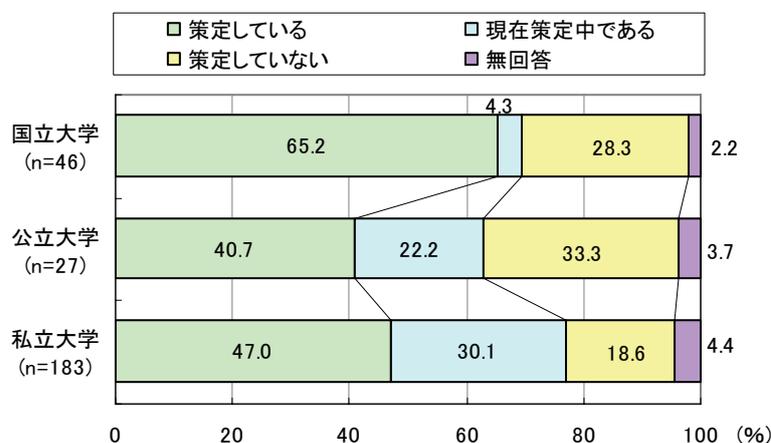
| ＜回答内容＞ | 件数 |
|--|----|
| 学内関係者(役員、教職員)に対し、どのようにアプローチしているか。寄付募集のPR活動(学内向け) | 1 |
| 企業へのアプローチの仕方 | 1 |
| 基金の創設を行っている大学の取組状況。外国の企業に対する取組 | 1 |
| インターネット募集など、寄付金募集の新手段についての情報 | 1 |
| カード決済、ネット決済等の新しい取組 | 1 |
| 経常的に行っている募金事業の内容 | 1 |
| 事務体制はどうなっているか | 1 |
| 特に卒業生を組織化するために、在学中からどのように取り組んでいるのか | 1 |
| (無記入) | 3 |

5. 中長期計画の策定状況

募集定員や収入、支出等の財政見直しを含む中長期計画を策定しているか尋ねたところ、「策定している」がほぼ半数を占め最も多く、次いで、「現在策定中である」、「策定していない」が続いている。

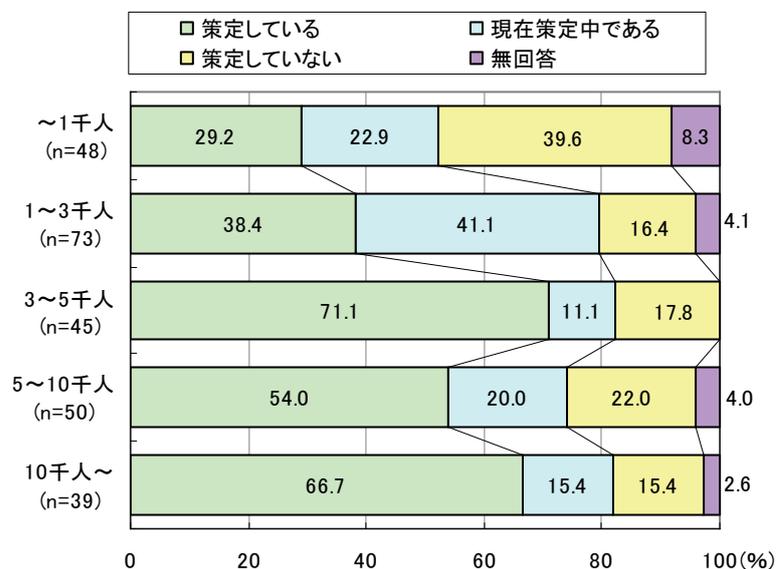
設置者別にみると、「国立大学」では、「策定している」は 65.2%と「公立大学」、「私立大学」を大きく上回っている。これに対して、「私立大学」では「現在策定中である」、「公立大学」では「策定していない」がそれぞれ 3 割以上を占め、他の種別よりも高くなっている。（図表 2-39）

図表 2-39 中長期計画の策定状況（設置者別）



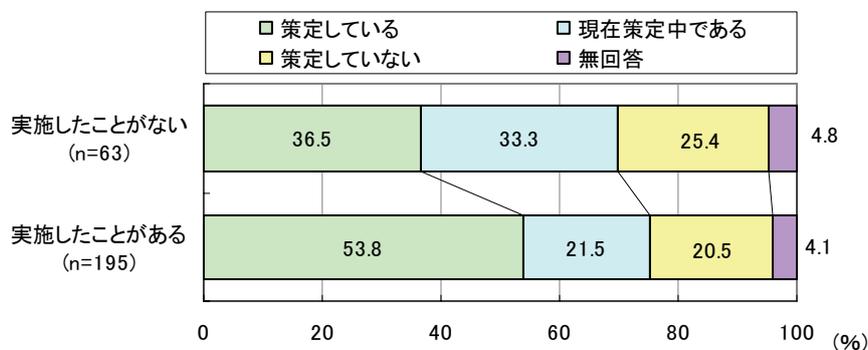
大学規模別にみると、「策定している」については「3～5千人」が71.1%、「現在策定中である」については「1～3千人」が41.1%、「策定していない」については「～1千人」が39.6%で、他の規模に比べて高くなっている。「～1千人」の小規模校で策定していない大学が多い。(図表 2-40)

図表 2-40 中長期計画の策定状況 (大学規模別)



寄付募集の実施経験の有無別にみると、「策定している」の割合は、「寄付募集を「実施したことがある」で53.8%、「実施したことがない」で36.5%となっており、寄付募集の経験がある大学の方が、財政見直しを含む中長期計画を策定している割合が高いと言える。寄付募集を実施したことがない大学で、中長期計画の策定をしている場合には、寄付募集実施を検討中のものを、中長期計画に寄付募集が含まれていない場合があると考えられる。(図表 2-41)

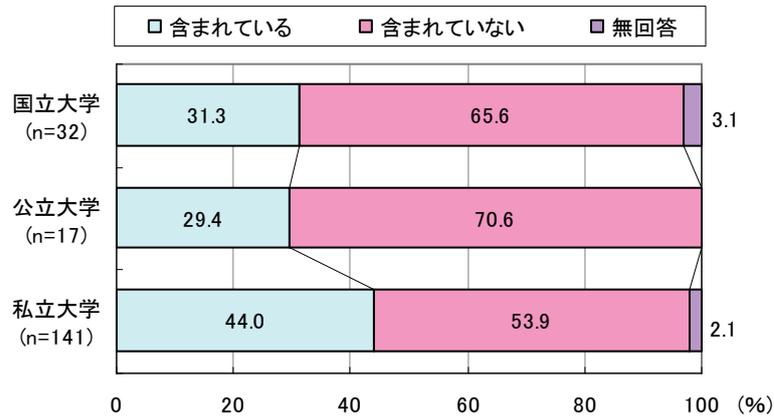
図表 2-41 中長期計画の策定状況 (寄付募集の実施経験の有無別)



募集定員や収入、支出等の財政見直しを含む中長期計画を「策定している」または「現在策定中である」と答えた大学に、当該計画に寄付募集の計画が含まれているかを尋ねた。

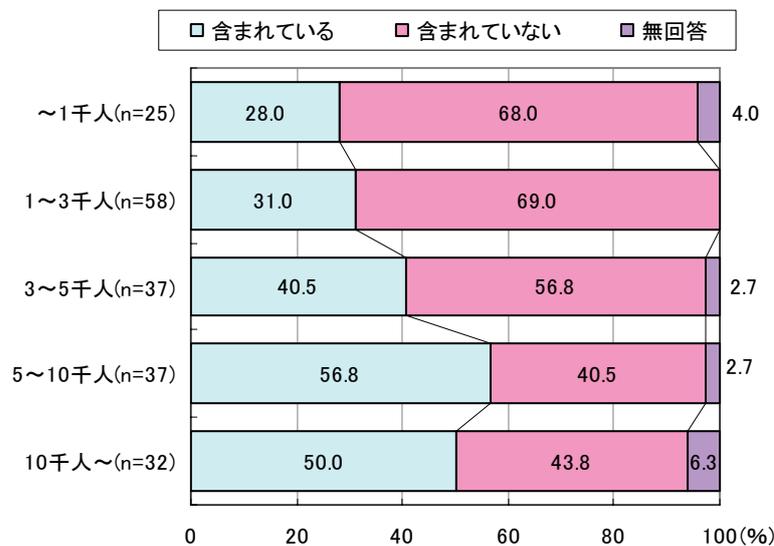
設置者別にみると、「私立大学」では「含まれている」が44.0%を占め、「国立大学」及び「公立大学」よりもやや多くなっている。(図表 2-42)

図表 2-42 寄付募集の計画（設置者別）



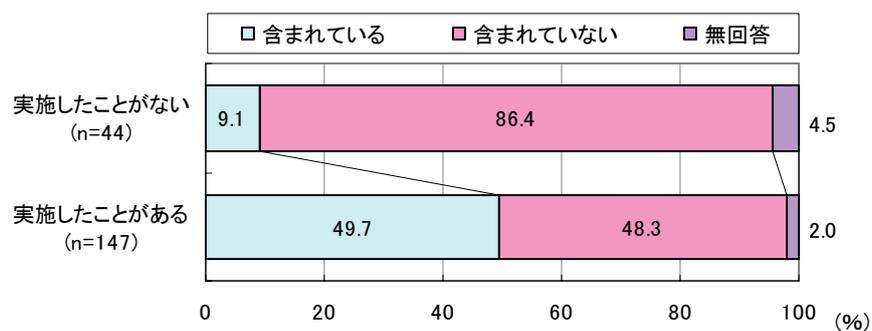
大学規模別にみると、全体としては、大規模が大学ほど、寄付募集が含まれている傾向がみられる。「含まれている」については「5～10千人」が56.8%で最も多く、次いで「10千人～」(50.0%)と規模が大きくなる程、寄付募集の計画に含まれる割合が高い。「含まれていない」については「1～3千人」69.0%と他の規模よりも高くなっている。(図表 2-43)

図表 2-43 寄付募集の計画（大学規模別）



寄付募集の実施経験の有無別にみると、寄付募集の計画が「含まれている」の割合は、寄付募集を「実施したことがある」のほぼ半数を占めているのに対して、「実施したことがない」では1割に満たず、寄付募集の経験がある大学の方が、寄付募集の計画により積極的であると言える。しかし、寄付募集を実施した大学でも半数は計画的に実施していない。(図表 2-44)

図表 2-44 寄付募集の計画（寄付募集の実施経験の有無別）

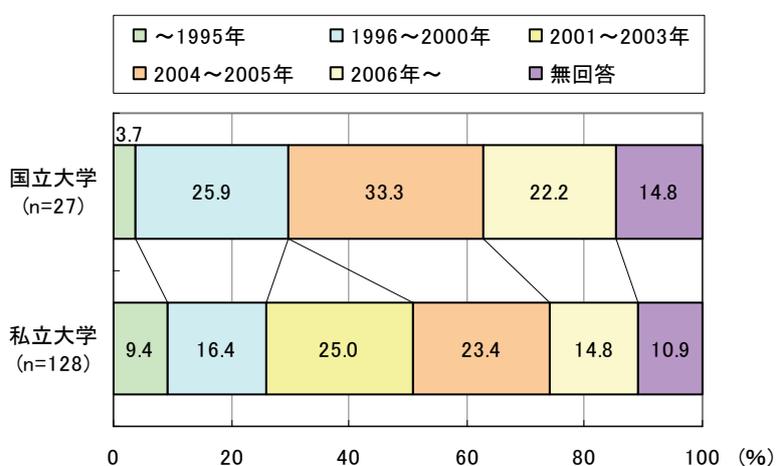


第3章 寄付募集の実施状況の詳細

(1) 直近のキャンペーン開始時期・募集期間

直近のキャンペーンの募集開始時期について設置者別にキャンペーンの募集開始時期をみると、「国立大学」では「2004～2005年」(33.3%)、「1996～2000年」(25.9%)、「私立大学」では「2001～2003年」(25.0%)、「2004～2005年」(23.4%)の順となっている。私立大学に比べ国立大学の方が開始時期は直近に多い。(図表3-1)

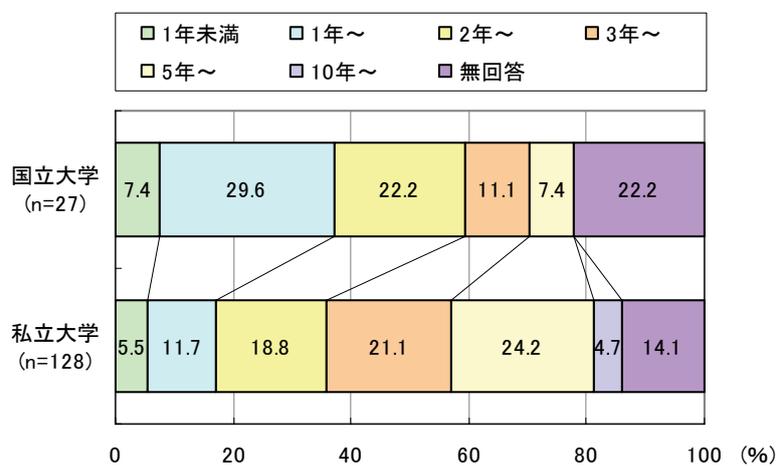
図表 3-1 キャンペーン開始時期（設置者別）



※公立大学は n=3 のため省略

直近のキャンペーンの募集期間をみると、「国立大学」では「1年～」(29.6%)、「2年～」(22.2%)と短期間に高く、「私立大学」では「5年～」(24.2%)、「3年～」(21.1%)と比較的長期間に高い。(図表 3-2)

図表 3-2 募集期間 (設置者別)

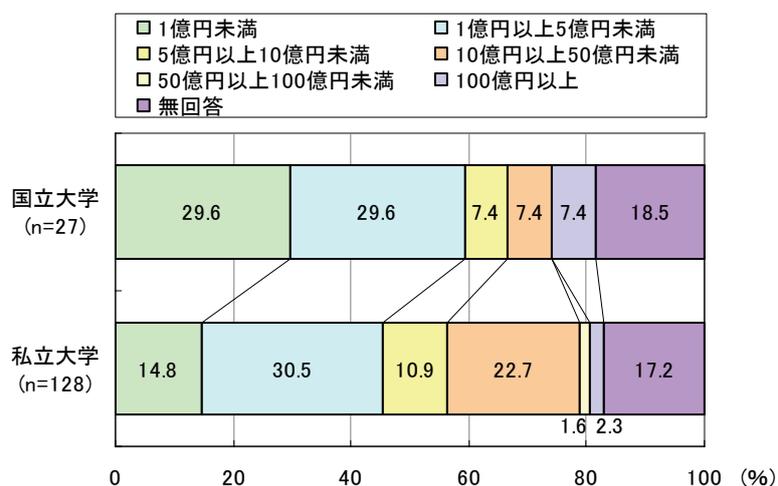


※公立大学は n=3 のため省略

(2) 募集の全体目標

設置者別にキャンペーンの全体目標をみると、「国立大学」では、「1億円未満」と「1億円以上5億円未満」がいずれも(29.6%)と最も多い。「私立大学」では、「1億円以上5億円未満」(30.5%)、に最も多く、次いで「10億円以上50億円未満」(22.7%)、「1億円未満」(14.8%)の順である。(図表 3-3)

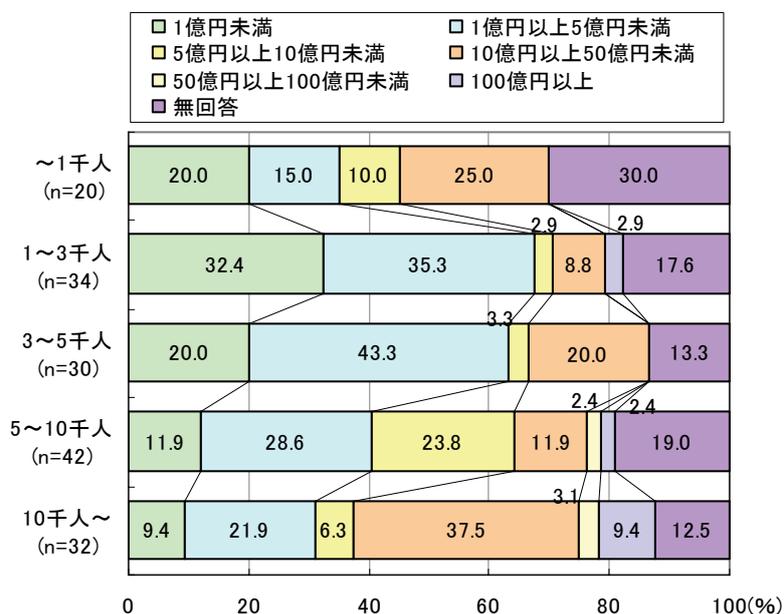
図表 3-3 募集の全体目標【キャンペーン】(設置者別)



※公立大学は n=3 のため省略

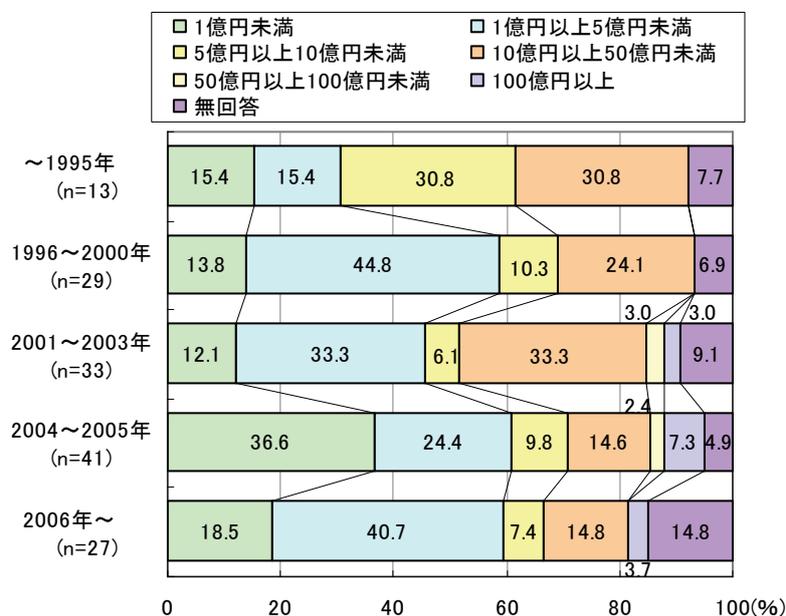
大学規模別にみると、「～1千人」を除き、規模が大きくなるほど全体目標は高くなる傾向がみられ、「10千人～」では、「10億円以上50億円未満」が(37.5%)と最も多く、他の規模に比べ特に高い。また「～1千人」では、「10億円以上50億円未満」(25.0%)に高く、「3～5千人」では、「1億円以上5億円未満」(43.3%)に最も多い。(図表 3-4)

図表 3-4 募集の全体目標【キャンペーン】(大学規模別)



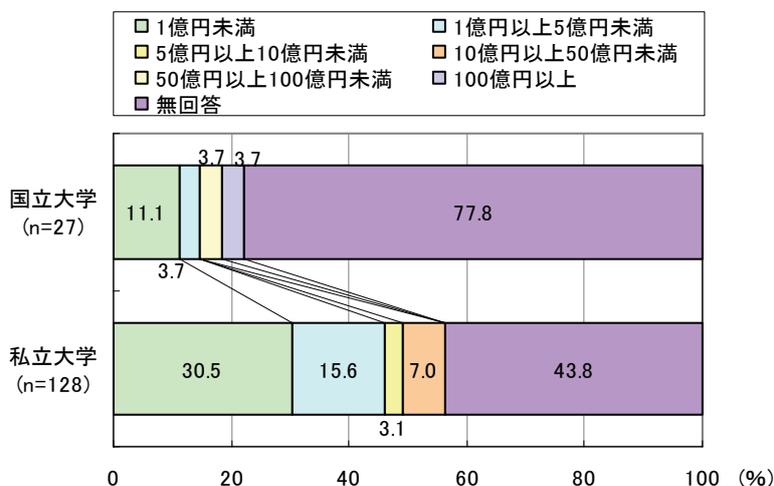
キャンペーン開始時期別にみると、開始時期が古いほど目標額が高い傾向がみられ、「～1995年」では、「5億円以上10億円未満」と、「10億円以上50億円未満」を合わせて6割強となっている。(図表3-5)

図表 3-5 募集の全体目標【キャンペーン】(キャンペーン開始時期別)



設置者別に経常的募集の全体目標をみると、無回答が多いため参考数値であるが、「国立大学」では、「1億円未満」(11.1%)である。「私立大学」では、「1億円未満」(30.5%)、に最も多く、次いで「1億円以上5億円未満」(15.6%)の順である。(図表3-6)

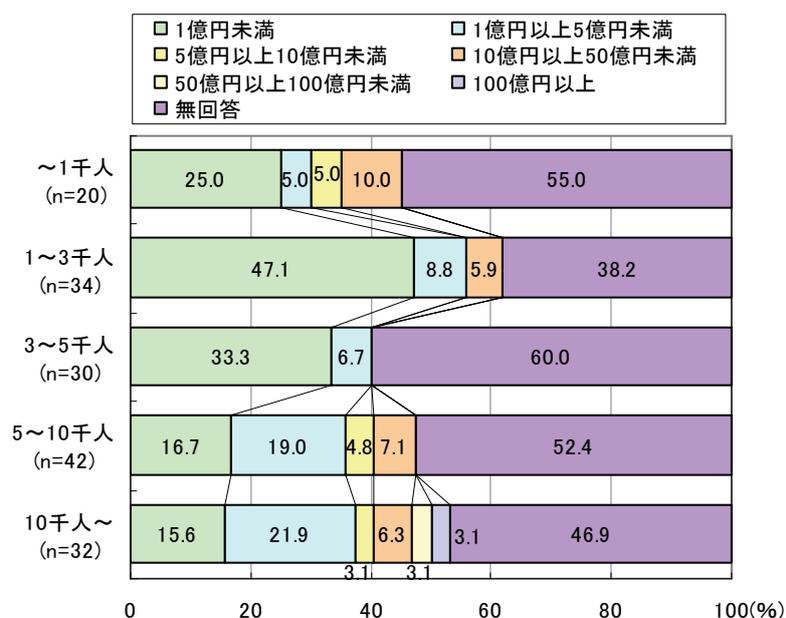
図表 3-6 募集の全体目標【経常的募集】(設置者別)



※公立大学は n=3 のため省略

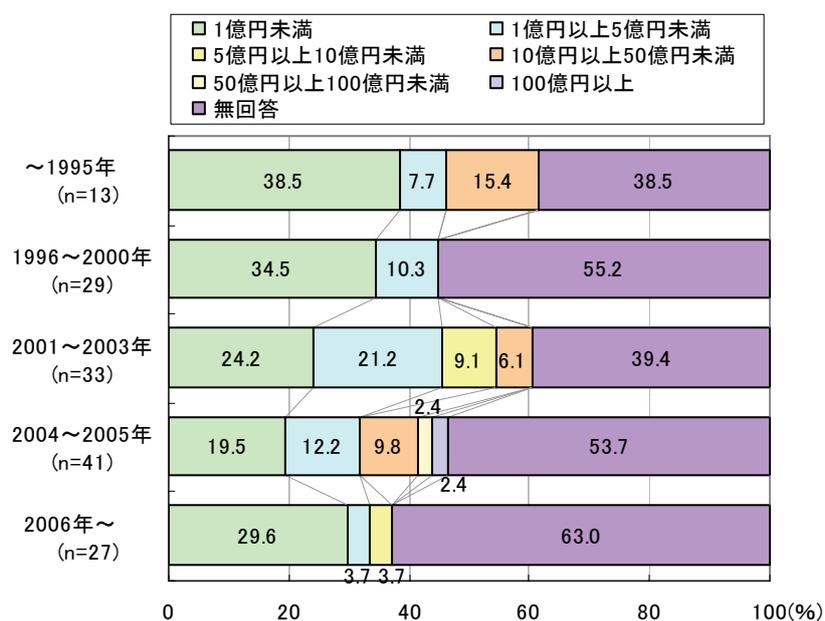
大学規模別にみると、規模が小さくなるほど全体目標は低く、「5千人未満」の小規模をみると、「1億円未満」は「～1千人」(25.0%)、「1～3千人」(47.1%)、「3～5千人」(33.3%)とそれぞれ最も高い。「10千人～」は、「1億円以上5億円未満」(21.9%)に最も多い。また、いずれの規模においても無回答が半数前後を占めている。(図表 3-7)

図表 3-7 募集の全体目標【経常的募集】(大学規模別)



キャンペーン開始時期別にみると、開始時期が古いほど目標額が低い傾向がみられ、「1億円未満」は、「～1995年」(38.5%)、「1996～2000年」(34.5%)である。(図表 3-8)

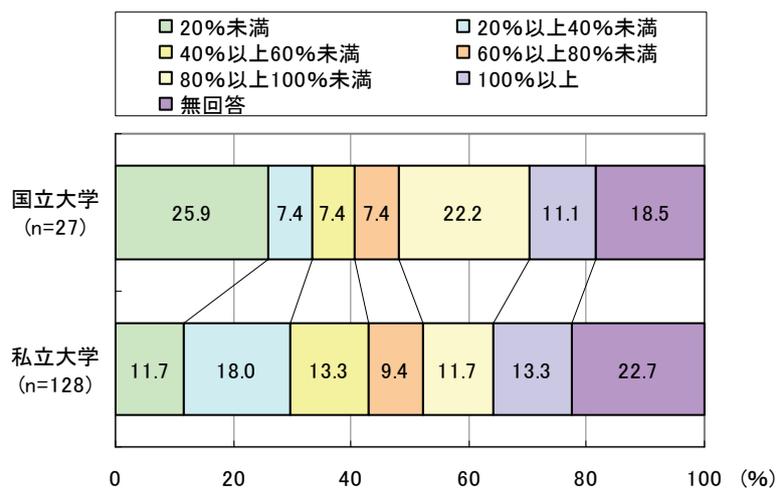
図表 3-8 募集の全体目標【経常的募集】(キャンペーン開始時期別)



(3) 募集の実績（達成度合い）

寄付募集の募集目標に対する達成度合いを尋ねた。設置者別にキャンペーンをみると、「国立大学」では、「20%未満」（25.9%）に最も多く、次いで「80%以上 100%未満」（22.2%）、「100%以上」（11.1%）の順である。私立大学では「20%以上 40%未満」（18.0%）に最も多く、次いで、「40%以上 60%未満」と、「100%以上」が同率（13.3%）である。（図表 3-9）

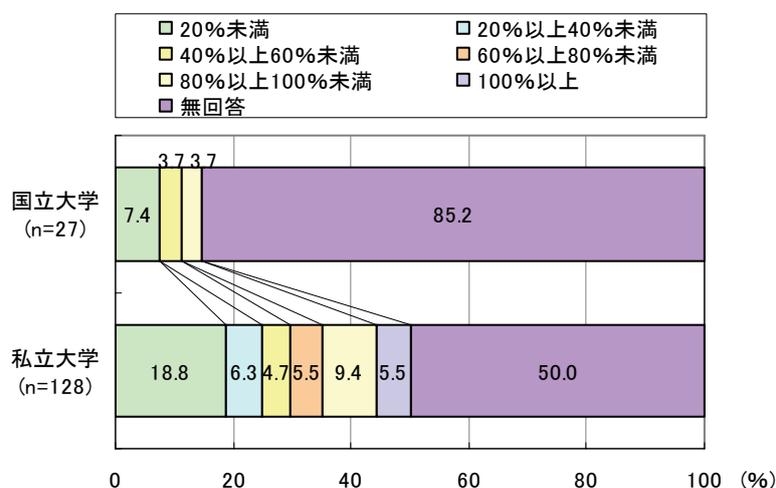
図表 3-9 募集の実績（達成度合い）【キャンペーン】（設置者別）



※公立大学は n=3 のため省略

設置者別に経常的募集をみると、「国立大学」では、「20%未満」（7.4%）に最も多く、「私立大学」では、「20%未満」（18.8%）、次いで「80%以上 100%未満」（9.4%）、「20%以上 40%未満」（6.3%）の順である。（図表 3-10）

図表 3-10 募集の実績（達成度合い）【経常的募集】（設置者別）

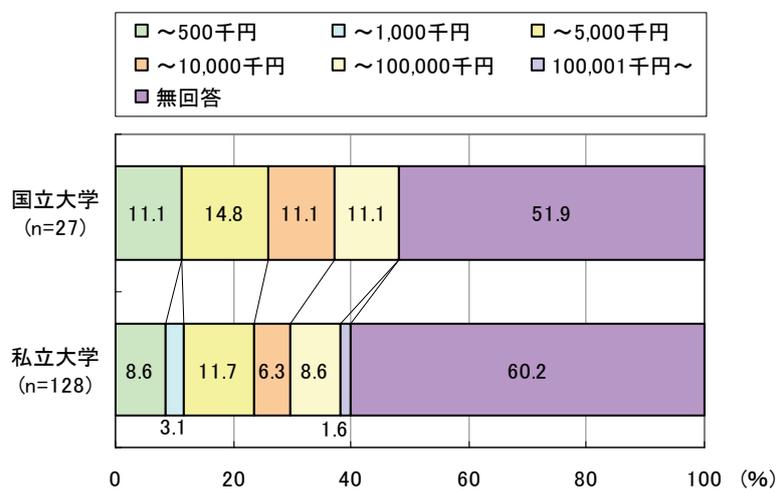


※公立大学は n=3 のため省略

(4)活動に要した費用

募集活動に要した費用を設置者別にみると、キャンペーンでは、「国立大学」、「私立大学」共に、「～5,000千円」に最も多く、それぞれ(14.8%)、(11.7%)である。(図表 3-11)

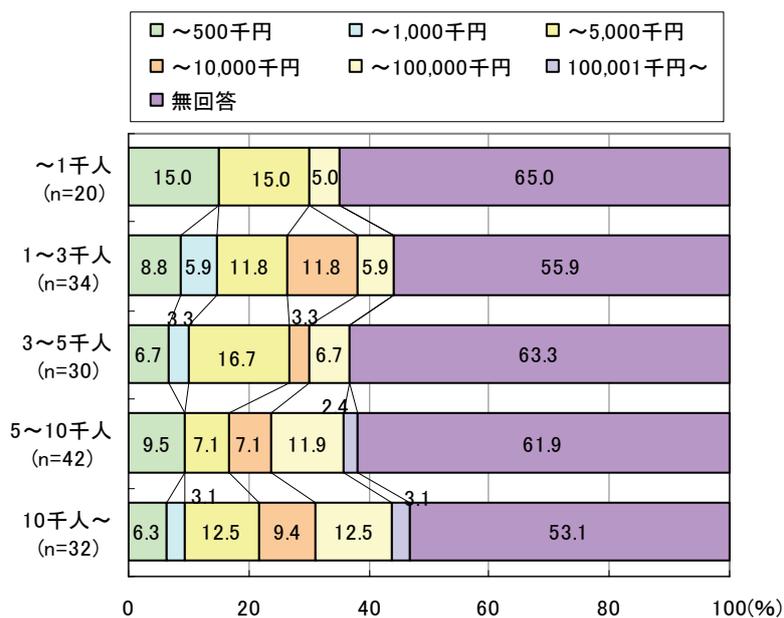
図表 3-11 活動に要した費用【キャンペーン】(設置者別)



※公立大学は n=3 のため省略

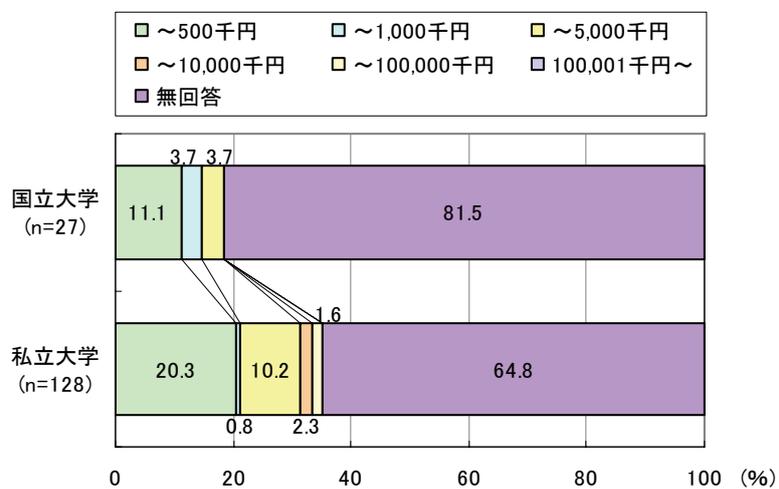
大学規模別にみると、キャンペーンでは、いずれの規模も「～5,000千円」に高い傾向がみられる。「10千人～」では、「～100,000千円」(12.5%)、「100,001千円～」(3.1%)と高い費用が掛かっていることがうかがえる。(図表 3-12)

図表 3-12 活動に要した費用【キャンペーン】(大学規模別)



設置者別にみると、経常的募集では、「国立大学」では、「～500 千円」（11.1%）、「私立大学」では、「～500 千円」（20.3%）、「～5,000 千円」（10.2%）である。（図表 3-13）

図表 3-13 活動に要した費用【経常的募集】（設置者別）

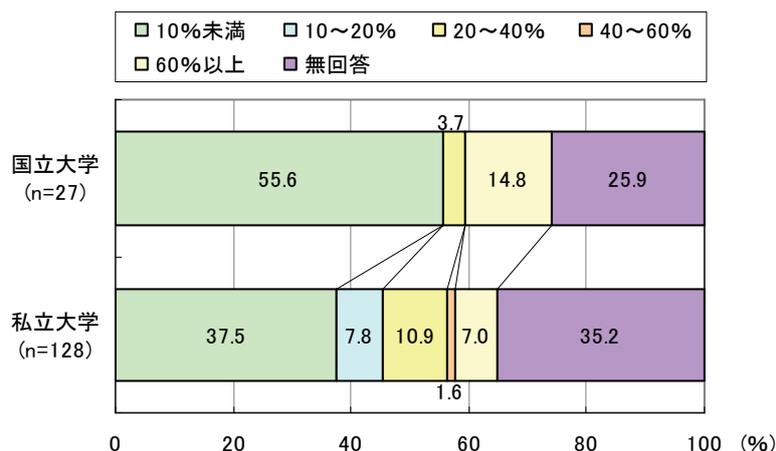


※公立大学は n=3 のため省略

(5) 卒業生と教職員の寄付募集参加率

卒業生と教職員の寄付募集参加率について尋ねた。卒業生の寄付募集参加率について、キャンペーン時は、「国立大学」では、「10%未満」(55.6%) が最も多く半数を占めている。次いで「60%以上」(14.8%) の順である。「私立大学」では、「10%未満」(37.5%) が最も多く、次いで「20~40%」(10.9%) の順である。(図表 3-14)

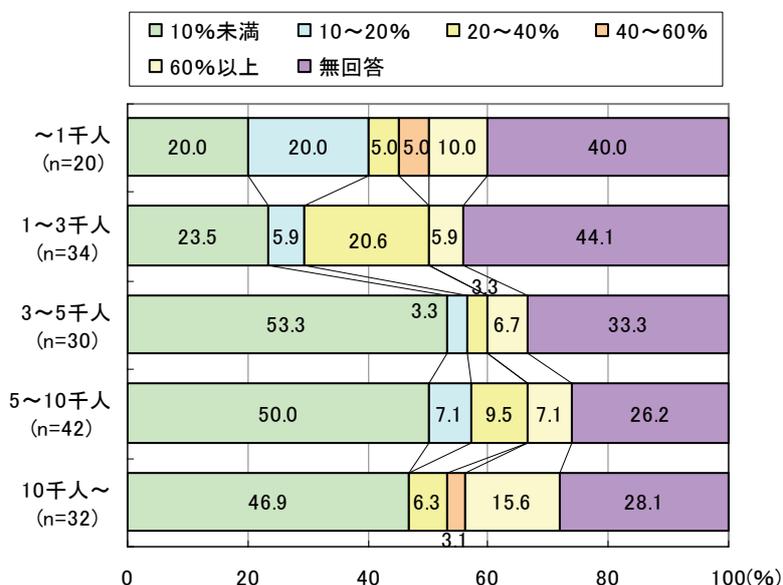
図表 3-14 卒業生の寄付募集参加率【キャンペーン】(設置者別)



※公立大学は n=3 のため省略

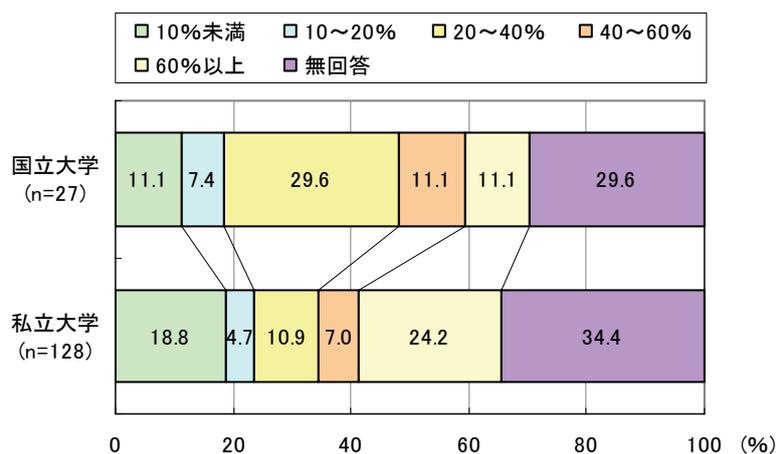
大学規模別にみると、大規模になるほど「10%未満」が多く、3千人以上の規模では、いずれも半数程度を占めている。「~1千人」では、「10%未満」と「10~20%」がそれぞれ(20.0%)と最も多く、「1~3千人」では、「10%未満」(23.5%)、「20~40%」(20.6%) の順である。(図表 3-15)

図表 3-15 卒業生の寄付募集参加率【キャンペーン】(大学規模別)



教職員の寄付募集参加率について設置者別にみると、キャンペーン時は、「国立大学」では、「20～40%」(29.6%)が最も多く、次いで「10%未満」、「40～60%」、「60%以上」がそれぞれ同率(11.1%)の順である。「私立大学」では、「60%以上」(24.2%)が最も多く、次いで「10%未満」(18.8%)、「20～40%」(10.9%)の順である。(図表 3-16)

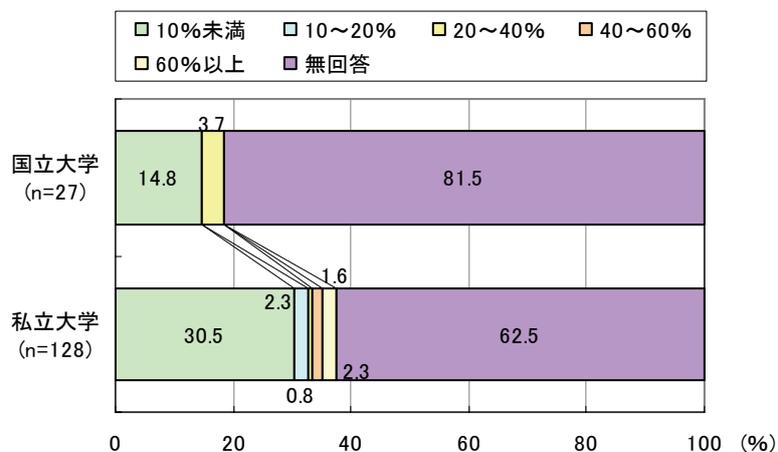
図表 3-16 教職員の寄付募集参加率【キャンペーン】(設置者別)



※公立大学は n=3 のため省略

卒業生の寄付募集参加率を設置者別にみると、経常的募集時は、「国立大学」では、「10%未満」(14.8%)であり、「私立大学」では、「10%未満」(30.5%)である。(図表 3-17)

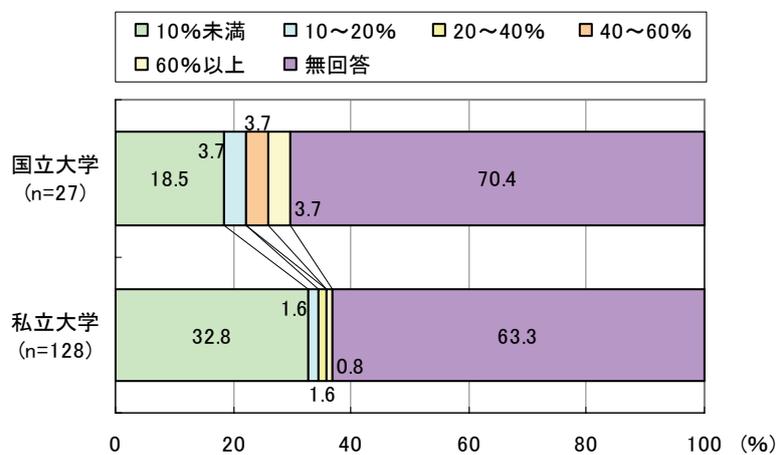
図表 3-17 卒業生の寄付募集参加率【経常的募集】(設置者別)



※公立大学は n=3 のため省略

教職員の寄付募集参加率を設置者別にみると、経常的募集時は、「国立大学」では、「10%未満」(18.5%)であり、「私立大学」では、「10%未満」(32.8%)である。(図表 3-18)

図表 3-18 教職員の寄付募集参加率【経常的募集】(設置者別)



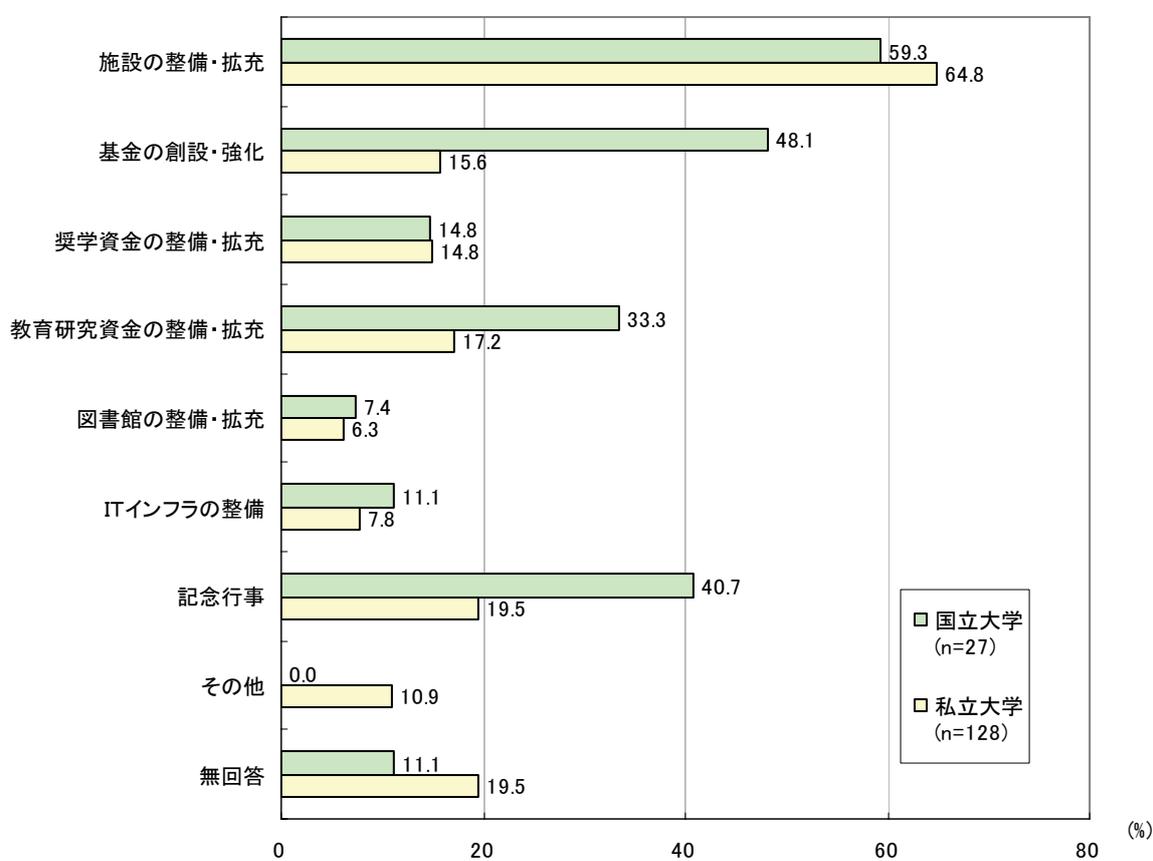
※公立大学は n=3 のため省略

(6) 寄付実施の目的（用途）

寄付募集の実施目的を尋ねたところ、キャンペーン、経常的募集のいずれも、「施設の整備・拡充」に最も多い。

設置者別にみると、キャンペーンは、「国立大学」では、「施設の整備・拡充」(59.3%)に最も多く、次いで「基金の創設・強化」(48.1%)、「記念行事」(40.7%)、「教育研究資金の整備・拡充」(33.3%)の順である。「私立大学」では、「施設の整備・拡充」(64.8%)に最も高く、他の実施目的を大きく上回っている。次いで、「記念行事」(19.5%)、「教育研究資金の整備・拡充」(17.2%)、「基金の創設・強化」(15.6%)、「奨学資金の整備・拡充」(14.8%)の順である。また「国立大学」は、「私立大学」に比べほとんどの実施目的で、回答個数が多い。(図表 3-19)

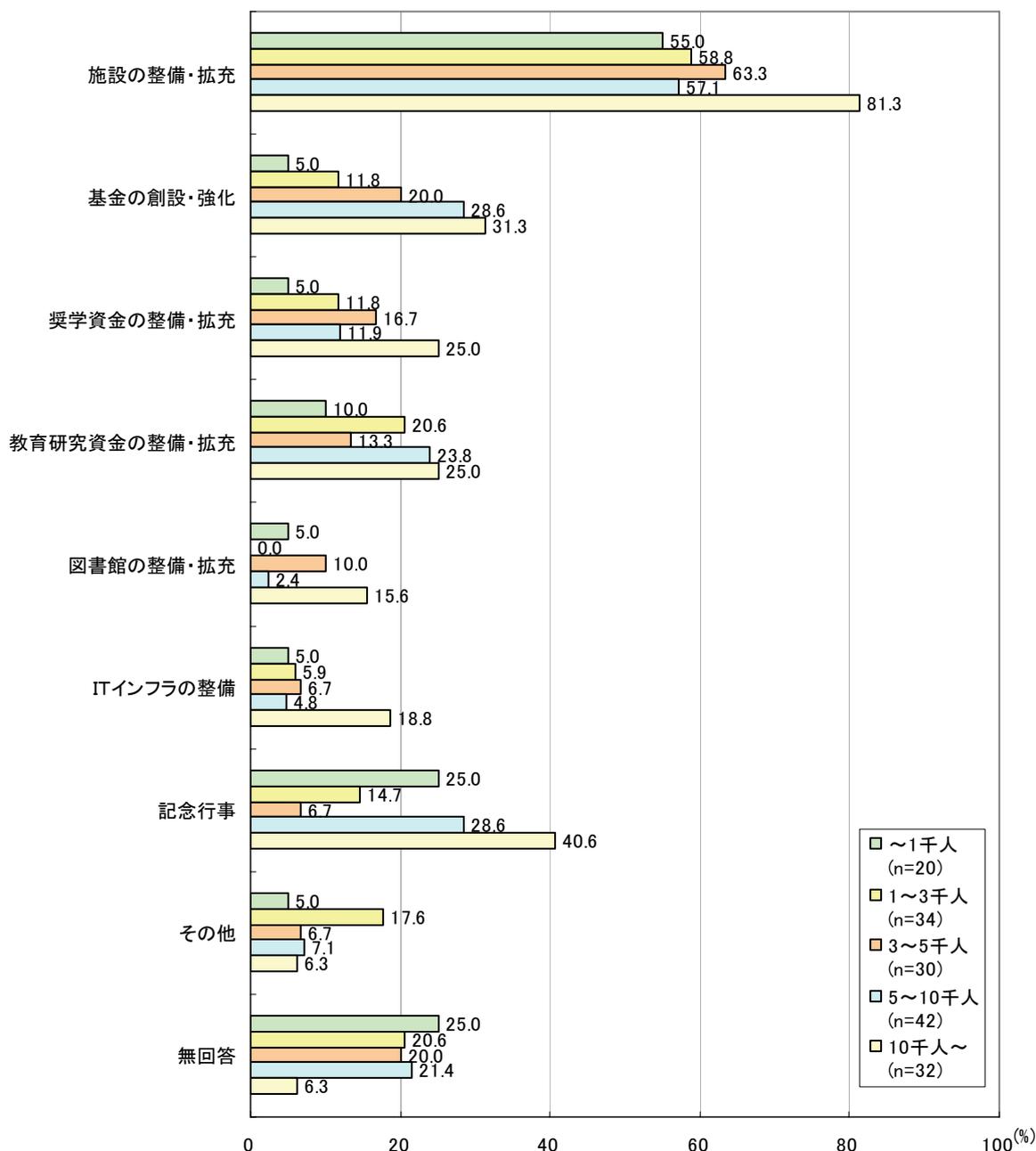
図表 3-19 寄付実施の目的（用途）【キャンペーン】（設置者別）



※公立大学は n=3 のため省略

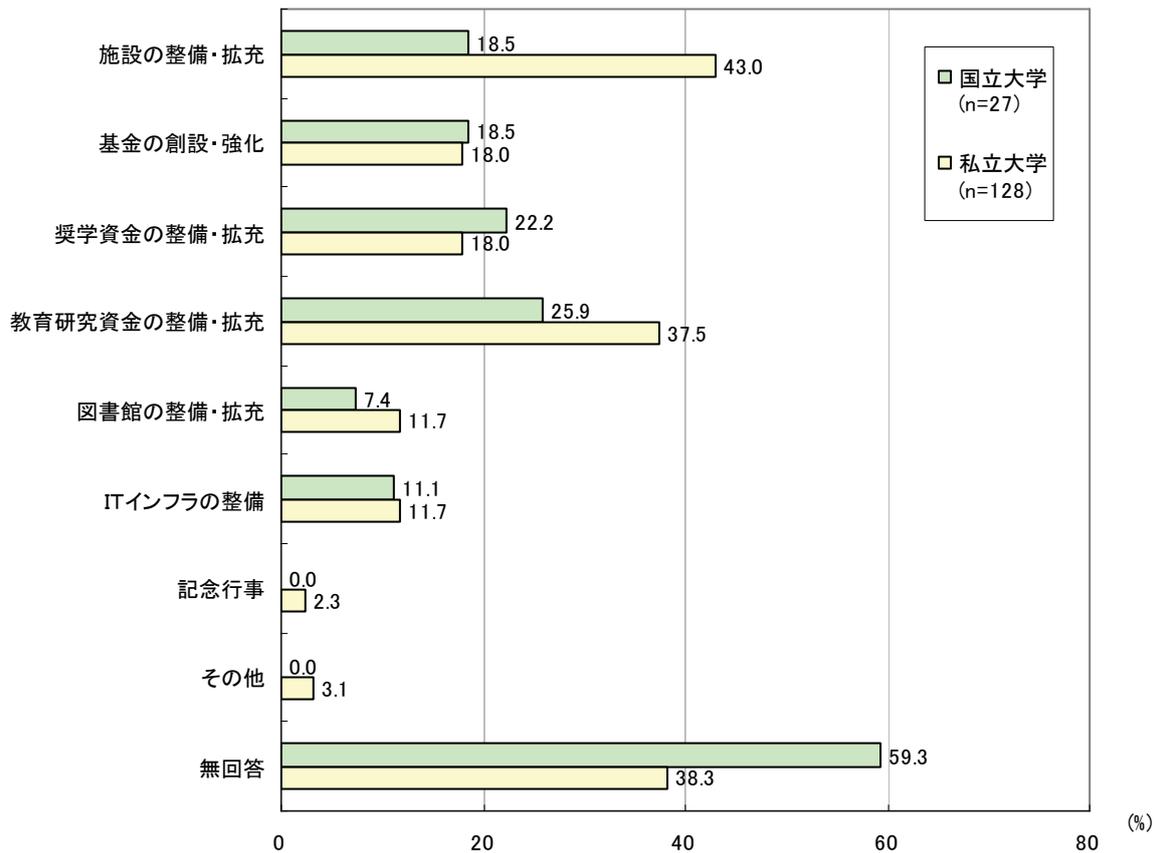
大学規模別にみると、キャンペーンは、いずれの規模も、「施設の整備・拡充」を第1位にあげており、その中で「10千人～」(81.3%)に最も高く、他の実施目的を大きく上回っている。次いで「3～5千人」(63.3%)、「1～3千人」(58.8%)、「5～10千人」(57.1%)、「～1千人」(55.0%)の順である。また、「10千人～」は、他の実施目的において、他の規模をすべて上回っており最も高い。第2位以降にあげられている実施目的は、「～1千人」では、「記念行事」(25.0%)、「1～3千人」では、「教育研究資金の整備・拡充」(20.6%)、「3～5千人」では、「基金の創設・強化」(20.0%)、「5～10千人」では、「基金の創設・強化」と「記念行事」が同率(28.6%)である。(図表3-20)

図表 3-20 寄付実施の目的(用途)【キャンペーン】(大学規模別)



寄付募集の実施目的を設置者別にみると、経常的募集は、「国立大学」では、「教育研究資金の整備・拡充」(25.9%)に最も多く、次いで「奨学資金の整備・拡充」(22.2%)、「施設の整備・拡充」と「基金の創設・強化」が同率(18.5%)の順である。「私立大学」では、「施設の整備・拡充」(43.0%)に最も多く、次いで「教育研究資金の整備・拡充」(37.5%)、「基金の創設・強化」と「奨学資金の整備・拡充」が同率(18.0%)の順である。(図表 3-21)

図表 3-21 寄付実施の目的(用途)【経常的募集】(設置者別)



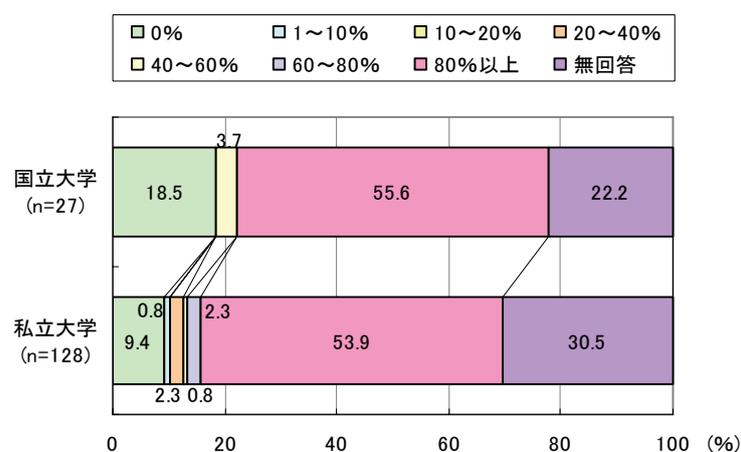
※公立大学は n=3 のため省略

(7) 受入寄付－用途指定の有無別構成比

受入寄付のうち、寄付の構成比について尋ねたところ、キャンペーンは、「用途を指定した寄付」では、「80%以上」に最も多く、次いで「0%」の順である。このことからキャンペーン募集においては「用途を指定した寄付」の割合が高いことが伺える。

設置者別にみると、「用途を指定した寄付」のキャンペーンは、「国立大学」では、「80%以上」(55.6%)に最も多く、次いで「0%」(18.5%)の順である。「私立大学」では、「80%以上」(53.9%)に最も多く、次いで「0%」(9.4%)の順である。(図表 3-22)

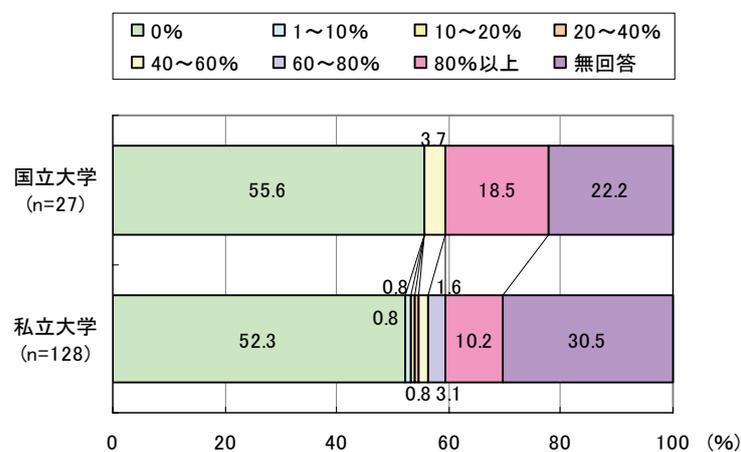
図表 3-22 受入寄付－用途を指定した寄付【キャンペーン】(設置者別)



※公立大学は n=3 のため省略

他方で「用途を指定しない寄付」では、「0%」に最も多く、次いで「80%以上」の順である。設置者別にみると、「用途を指定しない寄付」のキャンペーンは、「国立大学」では、「0%」(55.6%)に最も多く、次いで「80%以上」(18.5%)の順である。「私立大学」では、「0%」(52.3%)に最も多く、次いで「80%以上」(10.2%)の順である。(図表 3-23)

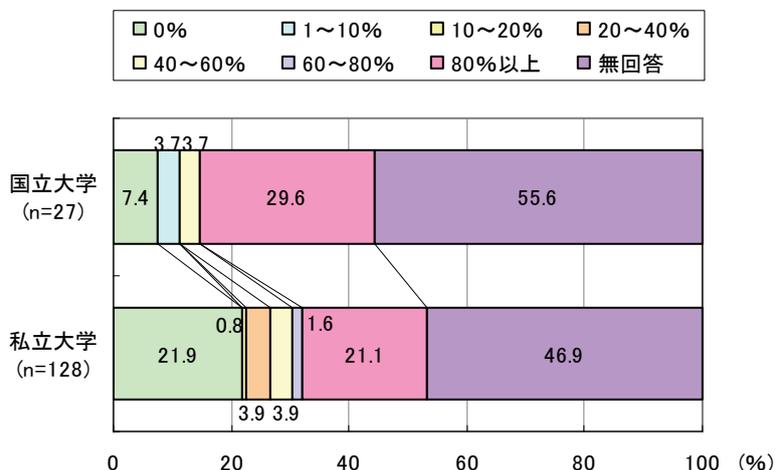
図表 3-23 受入寄付－用途を指定しない寄付【キャンペーン】(設置者別)



※公立大学は n=3 のため省略

設置者別にみると、「用途を指定した寄付」の経常的募集は、「国立大学」では、「80%以上」(29.6%)、次いで「0%」(7.4%)の順である。「私立大学」では、「80%以上」(21.1%)、「0%」(21.9%)とほぼ同率である。(図表 3-24)

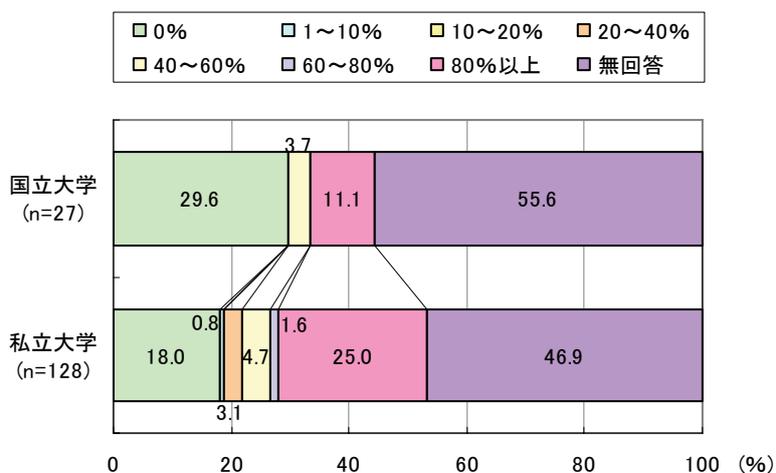
図表 3-24 受入寄付—用途を指定した寄付【経常的募集】(設置者別)



※公立大学は n=3 のため省略

設置者別にみると、「用途を指定しない寄付」の経常的募集は、「国立大学」では、「0%」(29.6%)に最も多く、次いで「80%以上」(11.1%)の順である。「私立大学」では、「80%以上」(25.0%)に最も多く、次いで「0%」(18.0%)の順である。(図表 3-25)

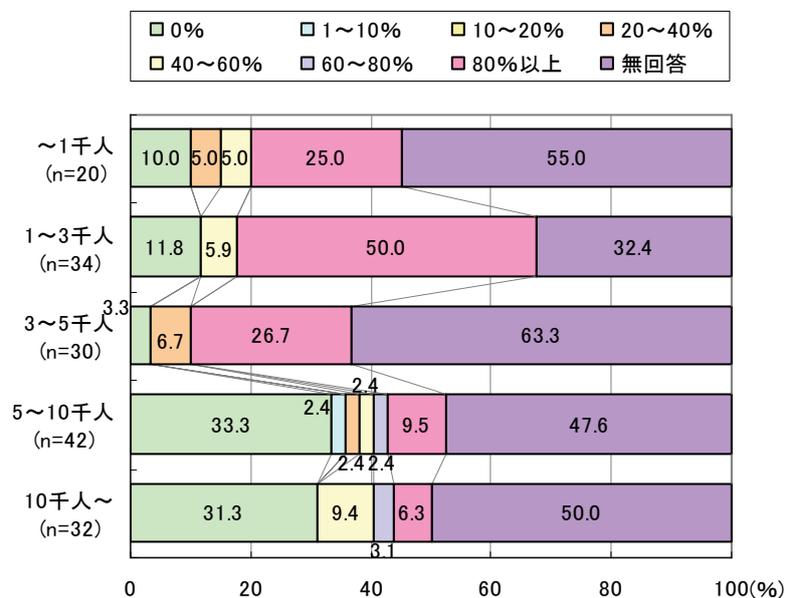
図表 3-25 受入寄付—用途を指定しない寄付【経常的募集】(設置者別)



※公立大学は n=3 のため省略

大学規模別にみると、「用途を指定しない寄付」の経常的募集は、規模が小さくなるほど「80%以上」が多くなる傾向がみられ、その中で、「1～3千人」(50.0%)に最も多い。「0%」は、「5～10千人」(33.3%)、「10千人～」(31.3%)に多い。(図表 3-26)

図表 3-26 受入寄付—用途を指定しない寄付【経常的募集】(大学規模別)

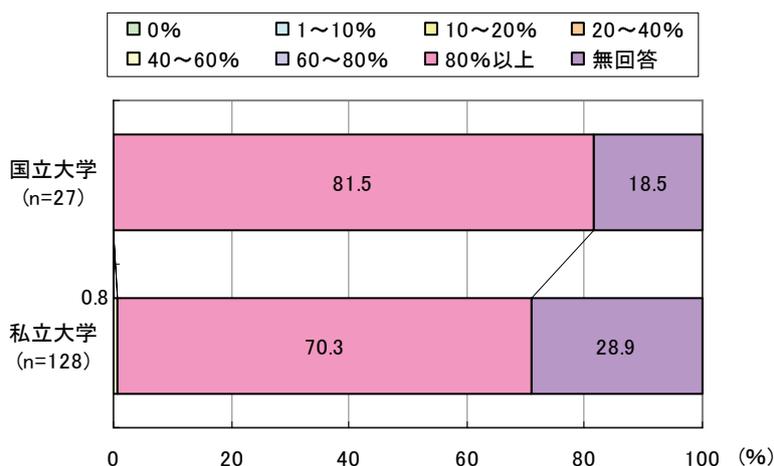


(8) 受入寄付—形態別構成比

受入寄付の形態の構成比を尋ねた。

設置者別に受入寄付の「現金」をみると、キャンペーンは、「国立大学」が「80%以上」(81.5%)で、「私立大学」では、「80%以上」(70.3%)であり、「国立大学」が10ポイント程度高い。(図表 3-27)

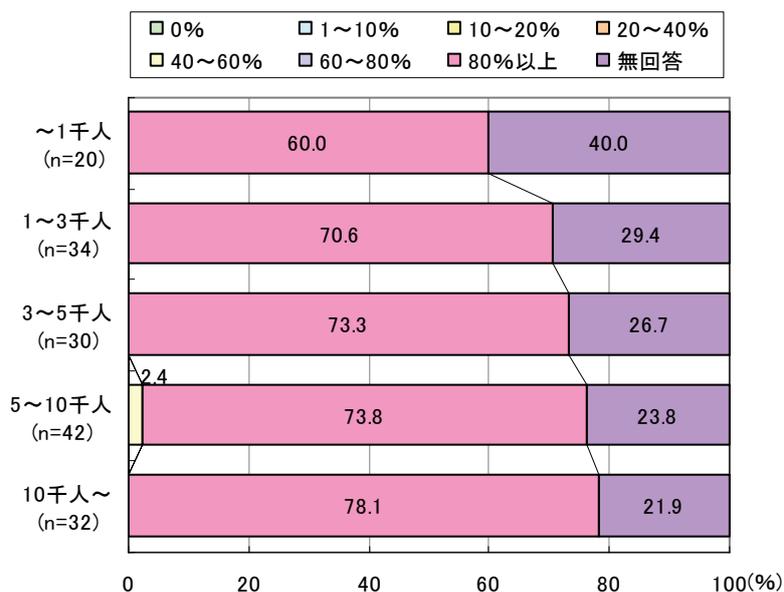
図表 3-27 受入寄付—現金【キャンペーン】(設置者別)



※公立大学は n=3 のため省略

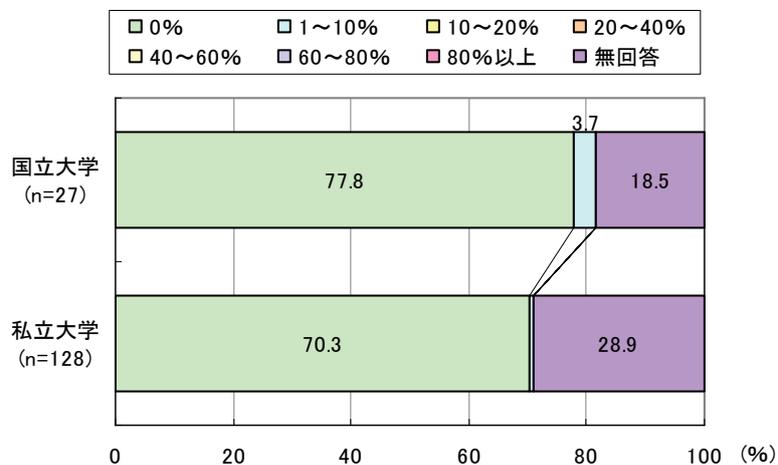
大学規模別に受入寄付の「現金」をみると、キャンペーンは、規模が大きくなるほど「80%以上」が高くなっており、「10千人～」では、「80%以上」(78.1%)と最も高い。反対に「～1千人」では、「80%以上」(60.0%)である。(図表 3-28)

図表 3-28 受入寄付—現金【キャンペーン】(大学規模別)



設置者別に受入寄付の「有価証券」をみると、キャンペーンは、いずれも「0%」がほとんどであり、「国立大学」では「0%」（77.8%）、「私立大学」では、「0%」（70.3%）である。（図表 3-29）

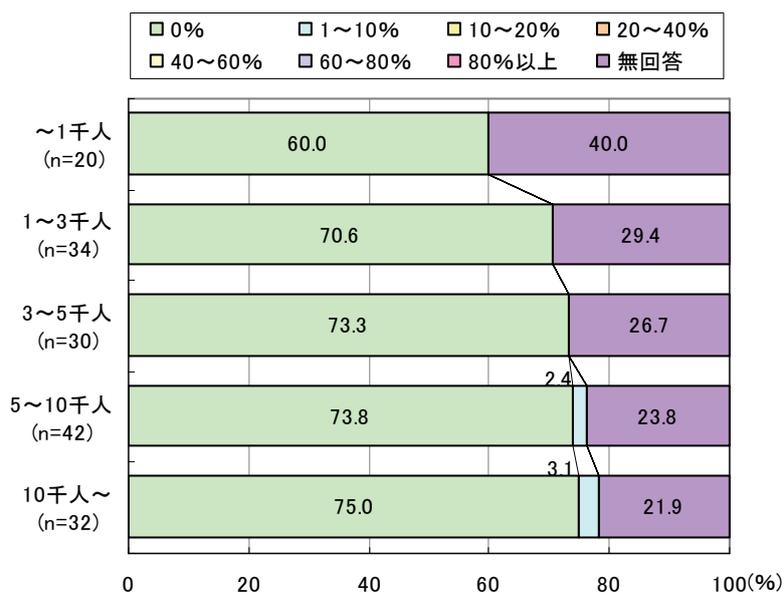
図表 3-29 受入寄付—有価証券【キャンペーン】（設置者別）



※公立大学は n=3 のため省略

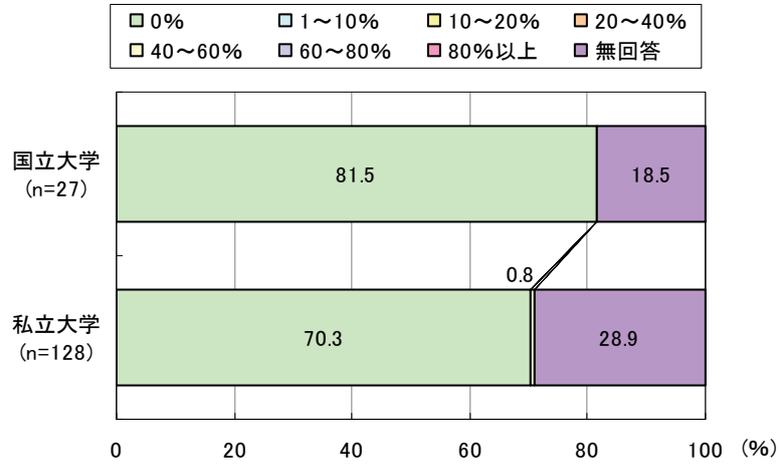
大学規模別にみると、キャンペーンは、規模が大きくなるほど「0%」が高くなっている。「10千人～」では、「0%」（75.0%）と最も高い。反対に「～1千人」では、「0%」（60.0%）である。（図表 3-30）

図表 3-30 受入寄付—有価証券【キャンペーン】（大学規模別）



設置者別に受入寄付の「土地」をみると、キャンペーンは、「国立大学」では「0%」(81.5%)、「私立大学」では、「0%」(70.3%)である。(図表 3-31)

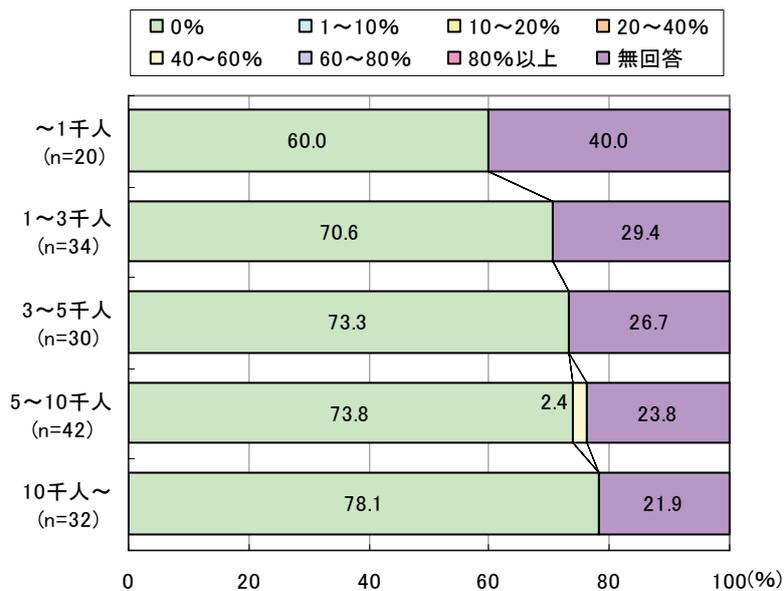
図表 3-31 受入寄付—土地【キャンペーン】(設置者別)



※公立大学は n=3 のため省略

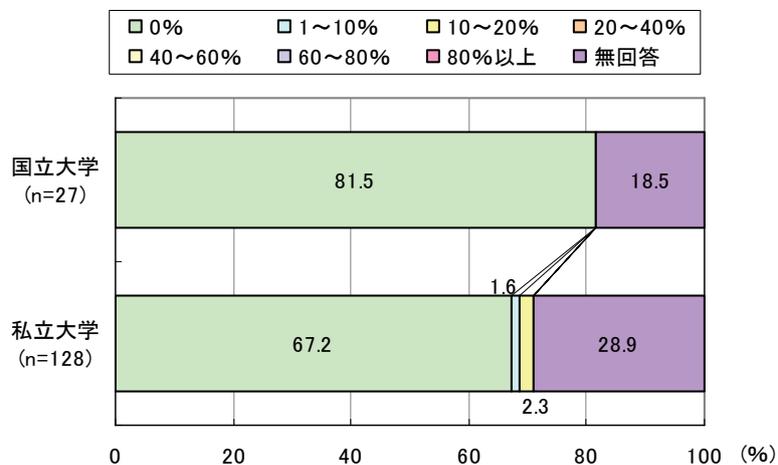
大学規模別にみると、キャンペーンは、規模が大きくなるほど「0%」が高くなっている。「10千人」では、「0%」(78.1%)と最も高い。反対に「~1千人」では、「0%」(60.0%)である。(図表 3-32)

図表 3-32 受入寄付—土地【キャンペーン】(大学規模別)



設置者別に受入寄付の「その他」をみると、キャンペーンは、「国立大学」では「0%」(81.5%)、「私立大学」では、「0%」(67.2%)である。(図表 3-33)

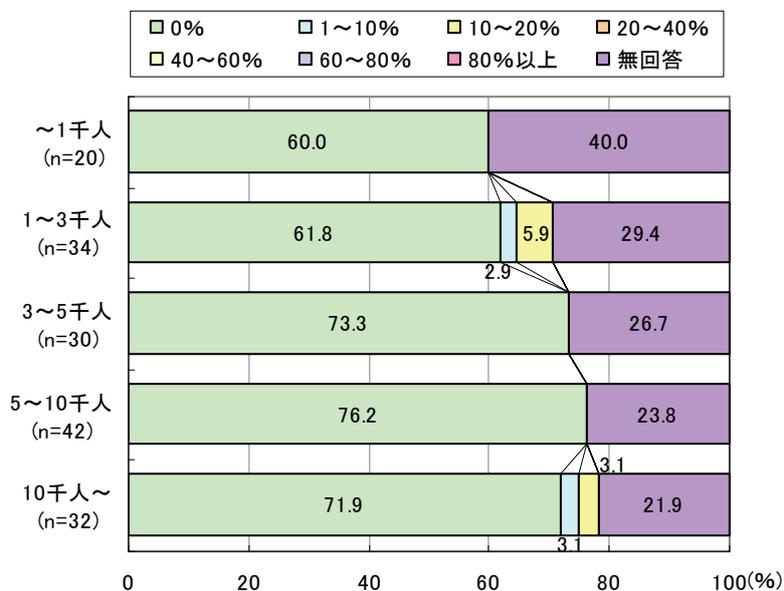
図表 3-33 受入寄付—その他【キャンペーン】(設置者別)



※公立大学は n=3 のため省略

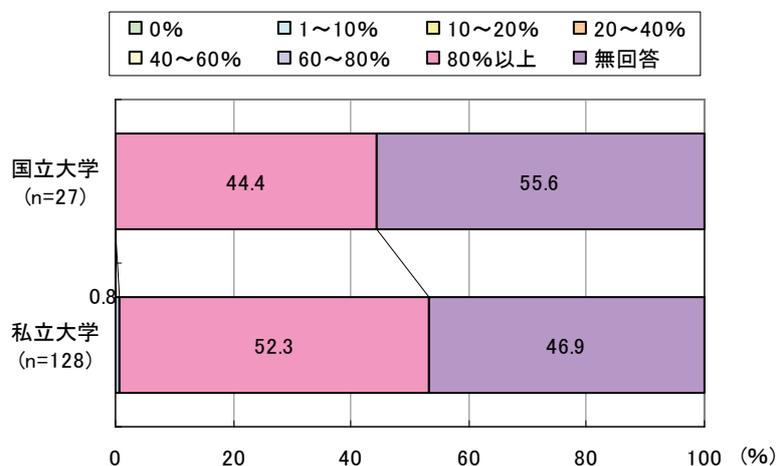
大学規模別にみると、キャンペーンは、「5~10千人」では、「0%」(76.2%)に最も高く、「3~5千人」では、「0%」(73.3%)である。(図表 3-34)

図表 3-34 受入寄付—その他【キャンペーン】(大学規模別)



設置者別に受入寄付の「現金」をみると、経常的募集は、「国立大学」では「80%以上」(44.4%)、「私立大学」では、「80%以上」(52.3%)であり、「国立大学」に比べ12ポイント程度高い。(図表 3-35)

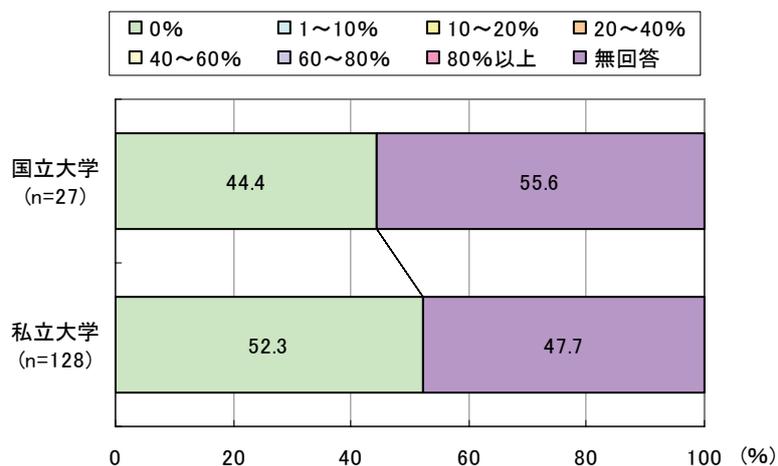
図表 3-35 受入寄付—現金【経常的募集】(設置者別)



※公立大学は n=3 のため省略

設置者別に受入寄付の「有価証券」をみると、経常的募集は、いずれも「0%」がほとんどであり、「国立大学」では「0%」(44.4%)、「私立大学」では、「0%」(52.3%)である。(図表 3-36)

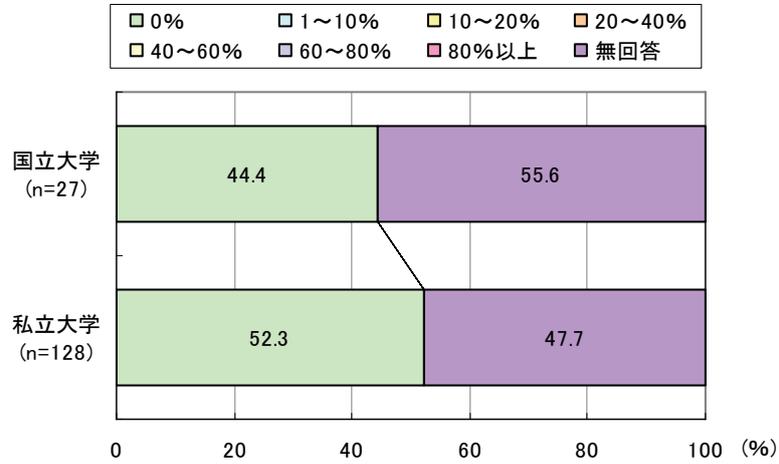
図表 3-36 受入寄付—有価証券【経常的募集】(設置者別)



※公立大学は n=3 のため省略

設置者別に受入寄付の「土地」をみると、経常的募集は、「国立大学」では「0%」(44.4%)、「私立大学」では、「0%」(52.3%)である。(図表 3-37)

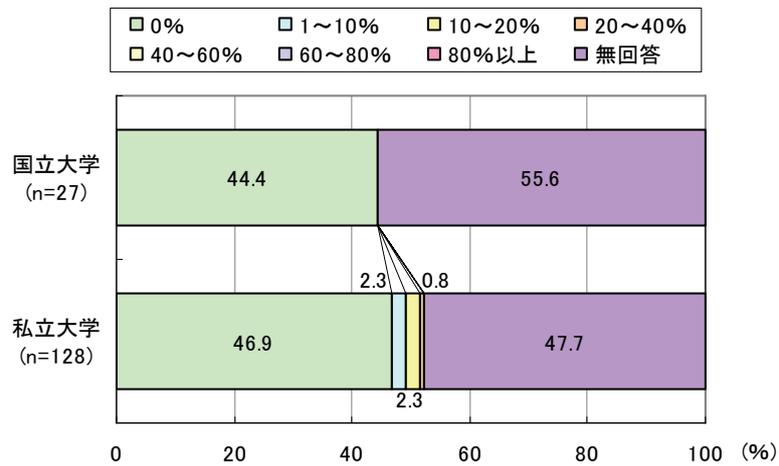
図表 3-37 受入寄付—土地【経常的募集】(設置者別)



※公立大学は n=3 のため省略

設置者別に受入寄付の「その他」をみると、経常的募集は、「国立大学」では「0%」(44.4%)、「私立大学」では、「0%」(46.9%)である。(図表 3-38)

図表 3-38 受入寄付—その他【経常的募集】(設置者別)

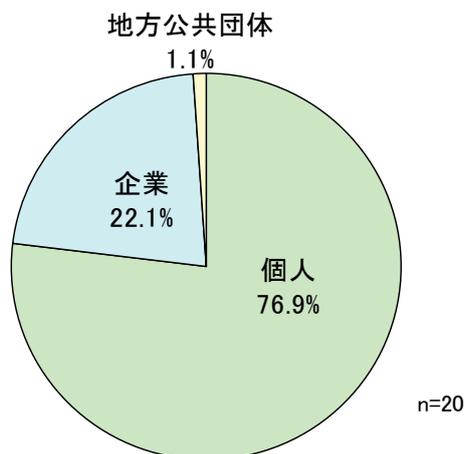


※公立大学は n=3 のため省略

(9) 受入寄付－寄付主体別構成比

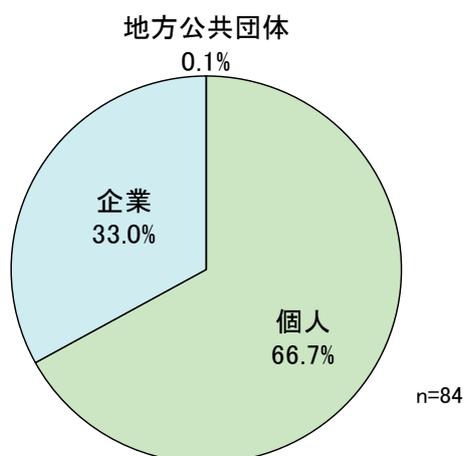
国立大学におけるキャンペーンの受入寄付について、その寄付主体をみると、「個人」が 69.0%、「企業」が 22.1%、「地方公共団体」が 1.1%となっている。(図表 3-39)

図表 3-39 受入寄付－寄付主体別構成比【キャンペーン】(国立大学)



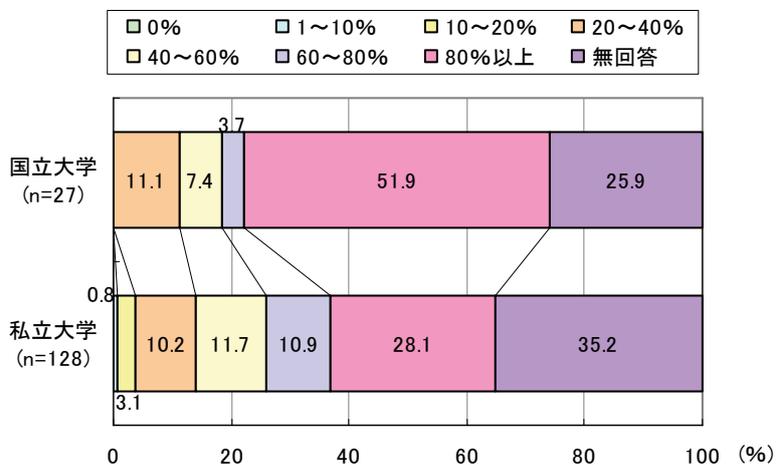
私立大学におけるキャンペーンの受入寄付について、その寄付主体をみると、「個人」が 69.0%、「企業」が 33.1%、「地方公共団体」が 0.1%となっている。(図表 3-40)

図表 3-40 受入寄付－寄付主体別構成比【キャンペーン】(私立大学)



設置者別にみると、個人のキャンペーンで、「国立大学」では、「80%以上」(51.9%)と、半数以上を占めているのに比べ、「私立大学」では、「80%以上」(28.1%)と低い。(図表 3-41)

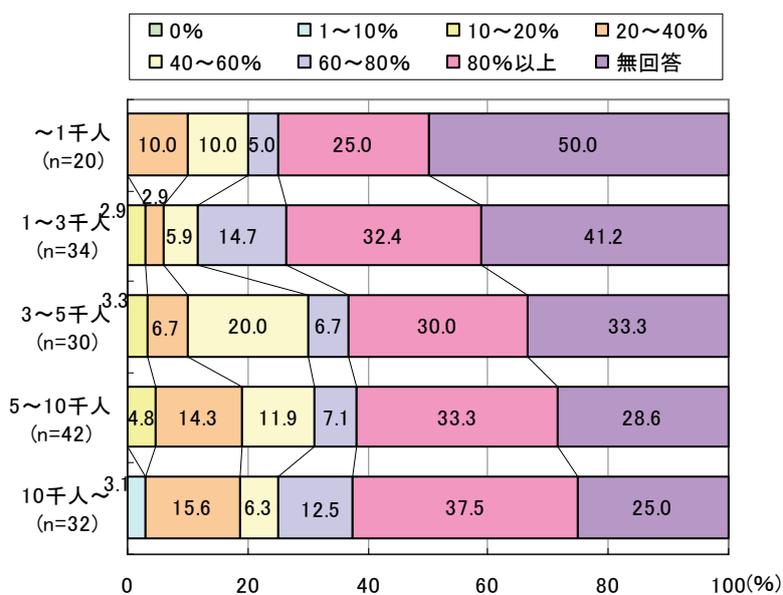
図表 3-41 受入寄付—個人【キャンペーン】(設置者別)



※公立大学は n=3 のため省略。

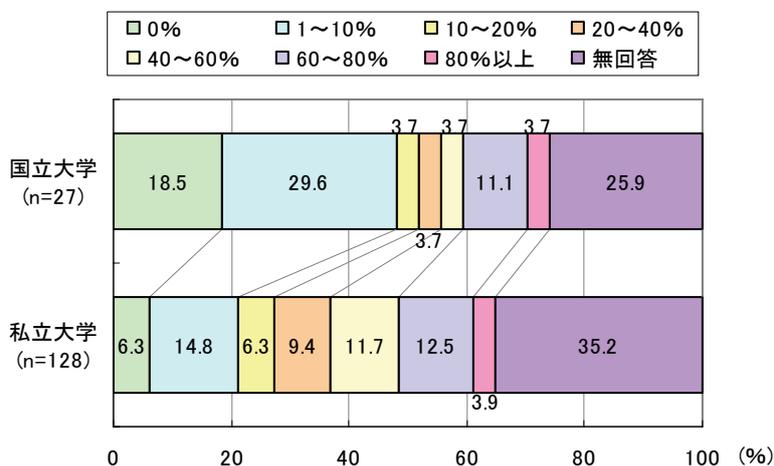
大学規模別にみると、個人のキャンペーンで、規模が大きくなるほど「80%以上」の割合が高くなる傾向がみられ、「10千人～」では、「80%以上」(37.5%)と最も高い。(図表 3-42)

図表 3-42 受入寄付—個人【キャンペーン】(大学規模別)



設置者別にみると、企業等のキャンペーンで、「国立大学」では、「1～10%」(29.6%)に最も多く、次いで「0%」(18.5%)の順である。「私立大学」では、「1～10%」(14.8%)、「60～80%」(12.5%)の順である。(図表 3-43)

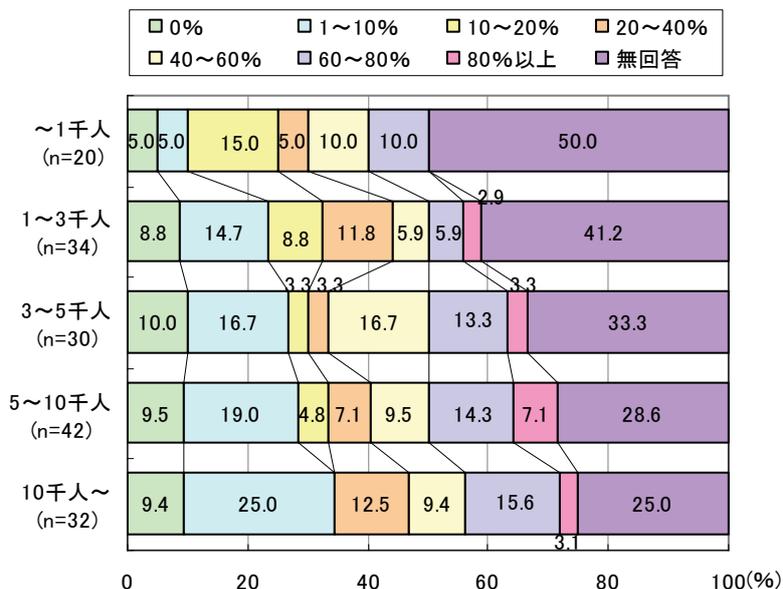
図表 3-43 受入寄付—企業等【キャンペーン】(設置者別)



※公立大学は n=3 のため省略。

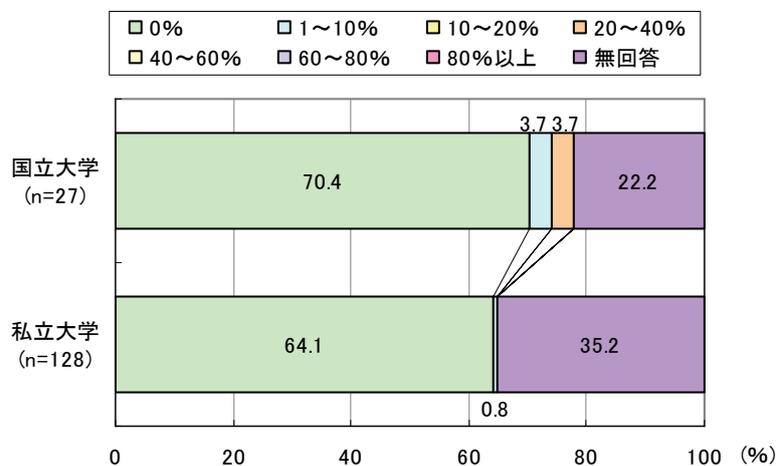
大学規模別にみると、企業等のキャンペーンで、「国立大学」では、規模が大きくなるほど、「1～10%」が高くなり、「10千人」(25.0%)に最も高い。「1千人」では、「10～20%」(15.0%)が他の規模に比べ最も高く、「3～5千人」では、「40～60%」(16.7%)が他の規模に比べ最も高い。(図表 3-44)

図表 3-44 受入寄付—企業等【キャンペーン】(大学規模別)



設置者別にみると、地方公共団体のキャンペーンで、「国立大学」では、「0%」(70.4%)で「私立大学」では「0%」(64.1%)である。(図表 3-45)

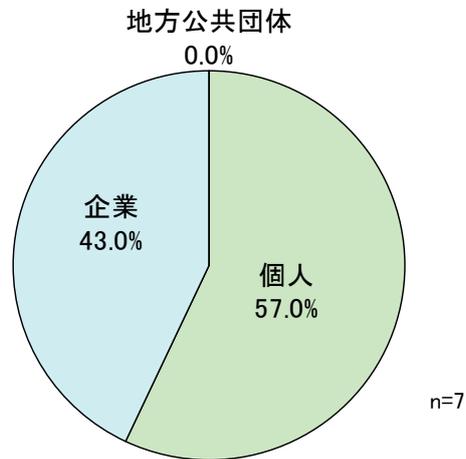
図表 3-45 受入寄付—地方公共団体【キャンペーン】(設置者別)



※公立大学は n=3 のため省略。

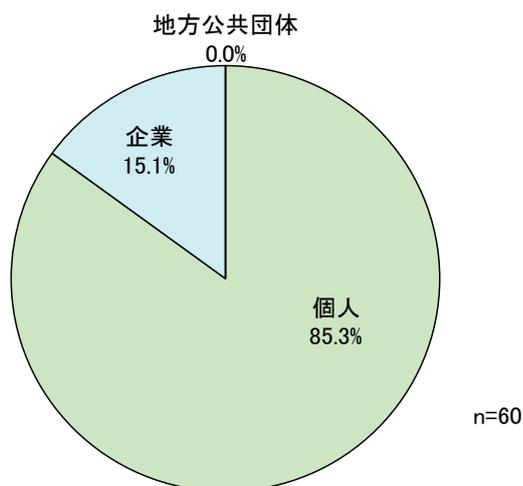
国立大学における経常的募集の受入寄付について、その寄付主体をみると、「個人」が 57.0%、「企業」が 43.0%となっている。(図表 3-46)

図表 3-46 受入寄付【経常的募集】(国立大学)



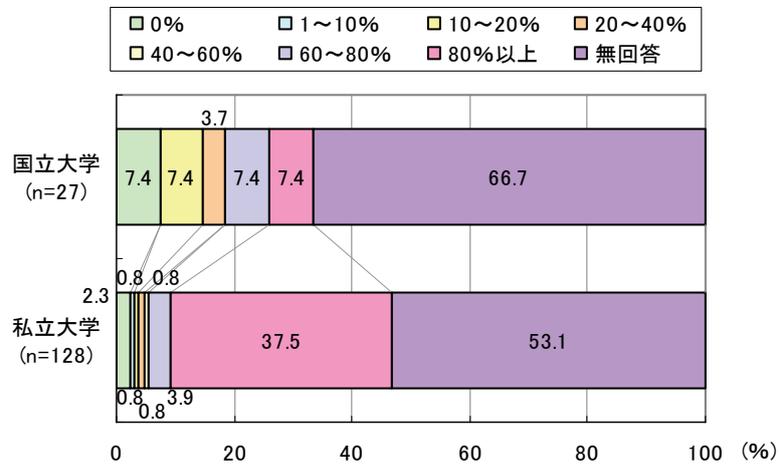
私立大学における経常的募集の受入寄付について、その寄付主体をみると、「個人」が 85.5%、「企業」が 14.8%となっている。(図表 3-47)

図表 3-47 受入寄付【経常的募集】(私立大学)



設置者別にみると、個人の経常的募集で、「私立大学」では、「80%以上」(37.5%)と最も多い。「国立大学」ではいずれの割合においても大きな差はみられない。(図表 3-48)

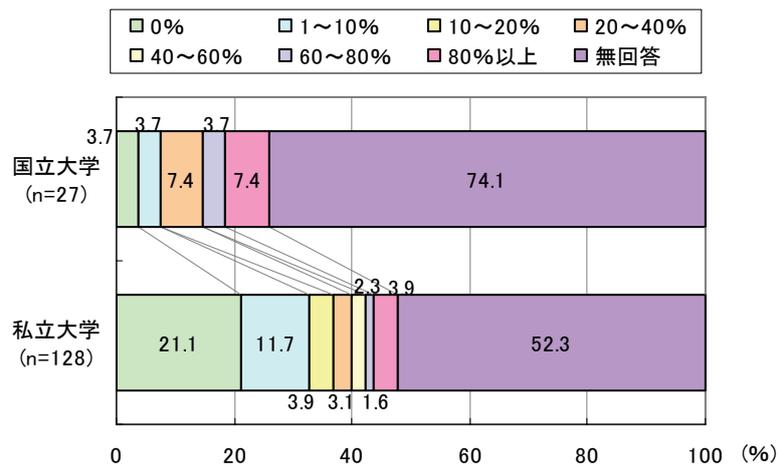
図表 3-48 受入寄付—個人【経常的募集】(設置者別)



※公立大学は n=3 のため省略。

設置者別にみると、企業等の経常的募集で、「私立大学」では、「0%」(21.1%)と最も多く、次いで「1~10%」(11.7%)の順である。「国立大学」では、「20~40%」と「80%以上」がそれぞれ7.4%である。(図表 3-49)

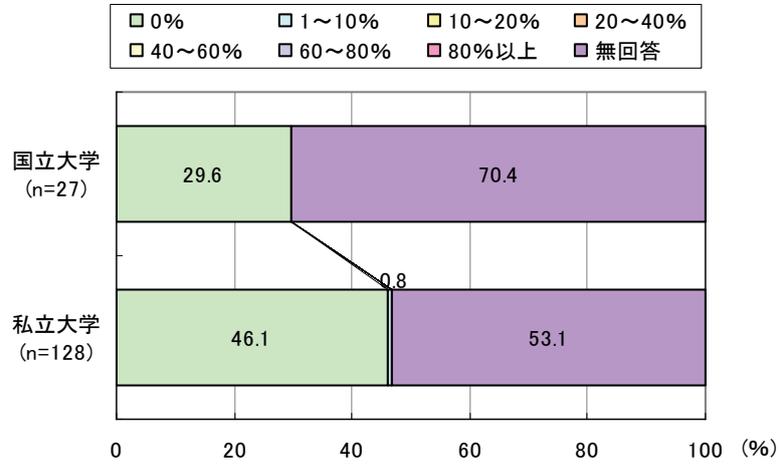
図表 3-49 受入寄付—企業等【経常的募集】(設置者別)



※公立大学は n=3 のため省略。

設置者別にみると、地方公共団体の経常的募集で、「国立大学」、「私立大学」とともに「0%」に最も高く、「国立大学」が29.6%、「私立大学」が46.1%である。（図表3-50）

図表3-50 受入寄付—地方公共団体【経常的募集】（設置者別）



※公立大学は n=3 のため省略。

付：調査票

寄付募集の取り組みに関するアンケート調査

- * 以下の設問に対し、該当する欄に○印を、数値欄には数値を、自由記入欄には自由にご記入下さい。
- * 平成 19 年 3 月時点の大学の状況についてお答え下さい。寄付者からの寄付の申し出分も含みます。
- * 該当する情報がない、もしくは回答が困難な場合は、未記入の箇所があってもかまいません。

I. 寄付募集の実施経験の有無

【設問 1】 これまでに寄付募集を実施したことがありますか。

| | | |
|---|------------------|-----------------------|
| a | 実施したことがない | 〔→Ⅱ. 及びⅣ. の設問にお答え下さい〕 |
| b | 実施したことがある（含む実施中） | 〔→Ⅲ. 及びⅣ. の設問にお答え下さい〕 |

II. 寄付募集を実施したことの無い大学へのご質問

（【設問 1】において寄付募集を「(a) 実施したことがない」と回答された大学に伺います）

【設問 2】 寄付募集を実施したことの無い理由は何ですか（複数回答可）。

| | |
|-------------------------|---------------------------------|
| <大学の募集体制> | |
| a | 募集活動にあてる予算がない |
| b | 学内が募集活動に非協力的 |
| c | 募集方法や運営体制の構築等どうしたらよいか分からない |
| d | 同窓会や後援会等との連携が適切に図られていない |
| <寄付候補者 ^(注) > | |
| e | 住所や属性等、寄付候補者に関する基本情報を得られない |
| f | 寄付候補者とのコミュニケーションが十分に図られていない |
| g | 寄付候補者に大学の教育研究活動や寄付の必要性に対する理解がない |
| <外的要因> | |
| h | 寄付の税制優遇が不十分 |
| i | 寄付の文化や寄付の重要性に対する社会の理解が醸成されていない |
| <その他>（以下の欄にご記入下さい） | |
| | |

（注）「寄付候補者」とは、大学に対し寄付をする可能性のある個人や法人等を指します。

【設問 3】 今後、寄付募集についてどのような取り組みを予定されていますか。

| | |
|---|--|
| a | 募集を実施する予定（実施目標や時期を含む計画があり、かつ学内の承認を得られている） |
| b | 募集の実施を検討中（募集を考えているものの、実施目標や時期を含む計画がまだ策定されていない） |
| c | 実施するつもりはない |

〔→Ⅳ「全ての大学に対するご質問」（4 ページ）にお進み下さい〕

Ⅲ. 寄付募集を実施したことがある大学へのご質問

【設問 1】において寄付募集を「(b) 実施したことがある」と回答された大学に伺います。国立大学におかれましては奨学寄附金を含むベースでお答え下さい。【設問 4】については、複数の大学を抱える学校法人のみお答え下さい]

【設問 4】複数の大学を抱える学校法人に伺います。寄付募集の実施は法人単位ですか、それとも大学単位ですか（複数回答可）。

| | |
|---|------------|
| a | 法人単位で募集を実施 |
| b | 大学単位で募集を実施 |

〔→複数の大学を抱え、かつ「(b)大学単位で募集を実施」の法人につきましては、以下の質問ではもっとも規模の大きい大学の場合についてお答え下さい〕

【設問 5】募集の実施方法についてお聞かせ下さい（複数回答可）。

| | |
|---|---------------------------------|
| a | キャンペーンとして実施（周年事業等、複数年度にかけて実施） |
| b | 経常的に募集を実施（新生や在校生、父兄、企業等に対し毎年実施） |

〔→お差し支えなければ、募集実績に関するご質問〔別紙〕（黄色の用紙）にもお答え下さい〕

【設問 6】寄付募集・寄付の受入をどこで担当されていますか（複数回答可）。

| | |
|---|---------------------|
| a | 財務・経理 |
| b | 学長・総長・秘書室 |
| c | 総務 |
| d | 法人事務局 |
| e | 募金局等専任部署 |
| f | 同窓会・後援会等（別法人の場合を含む） |
| g | その他 *部署名をご記入下さい（ ） |

【設問 7】寄付募集の担当職員を置いていますか。(a)~(d)については担当職員の人数もお答え下さい（フルタイム換算）。

| | | |
|---|----------------------|-------|
| a | 恒常的に専任の職員を置いている | () 人 |
| b | 恒常的に兼任の職員を置いている | () 人 |
| c | 周年事業等のたびに専任の職員を置いている | () 人 |
| d | 周年事業等のたびに兼任の職員を置いている | () 人 |
| e | 全く置いていない | |

【設問 8】大学もしくは同窓会・後援会等は、寄付者に対しどのようなフォローアップを行っていますか（複数回答可）。

| | |
|---|-------------------------------------|
| a | 感謝状や記念品の贈呈・送付や挨拶に行ったりしている |
| b | 施設設備に寄付者名を冠したり寄付者名を記した芳名板を設置したりしている |
| c | 記念行事や会食等の場に招待している |
| d | その他（以下の欄にご記入下さい） |
| | |

【設問 9】同窓会・後援会等は全学単位ですか、それとも学部・学科単位で設立されていますか。

| | |
|---|-------------------|
| a | 全学単位のみ |
| b | 学部・学科単位のみ |
| c | 全学単位・学部学科単位の双方がある |

【設問 10】募集に際して、貴大学は同窓会・後援会等とどのような役割分担を行っていますか。

| | |
|---|--------------------------------|
| a | 同窓会や後援会等は関与せず、大学が単独で募集を行っている |
| b | 同窓会や後援会等が単独で募集活動を行い、大学は関与していない |
| c | 同窓会・後援会等と大学が共同で募集活動を実施している |

【設問 11】これまでの募集活動を振り返って、「寄付を獲得する上で効果的だったと思われる要素」と「今後募集活動を強化する上で解決すべき課題」はそれぞれ次にあげる項目のどれですか、お答え下さい（複数回答可）。

| 効果的だった要素 | 解決すべき課題 | 項目 |
|------------------------|---------|--|
| <大学の募集体制> | | |
| a | a | 募集活動に必要とされる予算 |
| b | b | 理事や学長、教職員等の募集活動への理解と協力 |
| c | c | 募集方法や趣意書の作成、運営体制の構築等に関するノウハウ |
| d | d | 同窓会や後援会等との連携 |
| <寄付候補者> | | |
| e | e | 住所や属性等、寄付候補者に関する基本情報データベースの充実 |
| f | f | 寄付候補者 ^(注) との十分なコミュニケーション |
| g | g | 寄付者 ^(注) に対する記念品の贈呈、礼状や挨拶等のフォローアップ |
| <外的要因> | | |
| h | h | 寄付の税制優遇措置 |
| i | i | 寄付の文化や寄付の重要性に対する社会の理解 |
| <その他>（以下の欄にそれぞれご記入下さい） | | |
| 効果的だった要素： | | |
| 解決すべき課題： | | |

(注)「寄付候補者」とは、大学に対し寄付をする可能性のある個人や法人等、「寄付者」とは大学に対し実際に寄付をした個人や法人等をそれぞれ指します。

【設問 12】貴大学の寄付募集の取り組みにおける特徴的な点と課題について、以下の欄に自由にご記入下さい。

IV. 全ての大学に対するご質問

〔以下の質問には、寄付募集の経験の有無を問わず全ての大学がお答え下さい〕

【設問 13】 他大学の寄付募集の取り組みについて、もっとも知りたい点はどのような点ですか。

| | |
|---|----------------------------|
| a | どのような組織体制の下で募集活動を行っているか |
| b | 同窓会や後援会等とどのように連携しているか |
| c | 卒業生や企業等にどのようにアプローチしているか |
| d | 寄付者に対しどのようなフォローアップを実施しているか |
| e | その他（以下の欄にご記入下さい） |
| | |

【設問 14】 今後3～5年、あるいは10年間における募集定員や収入、支出等の財政見通しを含む中長期計画を策定していますか。(a) (b)と回答された大学につきましては、その中長期計画に寄付募集の計画が含まれているかどうかもお答え下さい。

| | | | | |
|--------|----------|-----|---------------|---------|
| 中長期計画を | | } → | 中長期計画に寄付募集計画が | |
| a | 策定している | | a | 含まれている |
| b | 現在策定中である | | b | 含まれていない |
| c | 策定していない | | | |

【設問 15】 貴大学についてお伺いします。以下の項目についてお答え下さい。設置者別と学生数（法人ベース）は該当に○印、設置年については数字（西暦）をご記入下さい。

| | | | | | | |
|--------|------|-----------------|-------|---|--------|-------|
| <設置者別> | | <学生（学部生・大学院生）数> | | | | <設置年> |
| a | 国立大学 | a | ～1千人 | d | 5～10千人 | ()年 |
| b | 公立大学 | b | 1～3千人 | e | 10千人～ | |
| c | 学校法人 | c | 3～5千人 | | | |

〔お願い〕 アンケートにご協力ありがとうございました。恐れ入りますが、お差し支えなければ以下の点につきましてもご協力を賜れば幸いです。

* 今後の連絡の都合上、下記の欄にご記入いただけますでしょうか。

| | |
|-----------|--|
| 大学名 | |
| 回答者のご所属 | |
| 回答者のご芳名 | |
| お電話 | |
| 電子メールアドレス | |

* 貴大学における寄付募集の取り組みについて、インタビューに応じていただけますでしょうか。

| | |
|---|-----|
| a | はい |
| b | いいえ |

* 貴大学の寄付募集活動に関する参考資料がございましたら、本アンケートに同封の上あわせて返送賜れば幸いです。

【設問 F】 実施目的（用途）についてお聞かせ下さい（該当欄に○印、複数回答可）。

| | キャンペーン | 経常的募集 |
|--------------------------------|--------|-------|
| (a) 施設の整備・拡充 | | |
| (b) 基金（教育研究、奨学等）の創設・強化 | | |
| (c) 奨学資金の整備・拡充 | | |
| (d) 教育研究資金の整備・拡充 | | |
| (e) 図書館の整備・拡充 | | |
| (f) IT インフラの整備 | | |
| (g) 記念行事 | | |
| (h) その他（具体的にご記入下さい） キャンペーン： | | |
| 経常的募集： | | |

【設問 G】 受入寄付のうち、用途を指定した寄付と指定しない寄付の構成比をお答え下さい。

（学校法人におかれましては、特別寄付と一般寄付の構成比を意味します）

| | キャンペーン | 経常的募集 |
|----------------|--------|--------|
| (a) 用途を指定した寄付 | () % | () % |
| (b) 用途を指定しない寄付 | () % | () % |
| 合 計 | 100.0% | 100.0% |

【設問 H】 受入寄付の形態の構成比をお答え下さい。

| | キャンペーン | 経常的募集 |
|----------|--------|--------|
| (a) 現金 | () % | () % |
| (b) 有価証券 | () % | () % |
| (c) 土地 | () % | () % |
| (d) その他 | () % | () % |
| 合 計 | 100.0% | 100.0% |

【設問 I】 寄付主体別の構成比をお答え下さい。

| | キャンペーン | 経常的募集 |
|-----------------------------|--------|--------|
| (1) 個人 | () % | () % |
| (a) 在校生父母 | () % | () % |
| (b) 卒業生 | () % | () % |
| (c) 教職員 | () % | () % |
| (d) 一般有志 | () % | () % |
| (2) 企業等（含む財団・社団、宗教法人等の公益法人） | () % | () % |
| (3) 地方公共団体 | () % | () % |
| 合 計 | 100.0% | 100.0% |

東大－野村大学経営ディスカッションペーパー No. 02

2007年11月発行

発行：東京大学 大学総合教育研究センター

東京都文京区本郷7-3-1

著者に無断で本ペーパーの転写・複製等を行うことを禁じます。