つな環（かん）

つ★な★ぐ★環境パートナーシップ

地球環境パートナーシッププラザ（GEIC=Global Environment Information Centre）
環境パートナーシップオフィス（EPO=Environmental Partnership Office）

私たちは、持続可能な社会を構築するために、行政・NPO・企業など
多様な主体のパートナーシップによる取り組みを促進します。

web「つな環」はこちら ▶ http://www.geic.or.jp/geic/info/tsuna/

第7号

市民出資で建てた風車の電気を利用した自然エネルギーコンサート。
自分のお金が地域と地球環境に貢献していることを実感できる瞬間だ（提供:北海道グリーンファンド、7ページ参照）

特集 地域の「思い」をつなぐ資金循環の仕組み

ミッションを実現するには「思い」だけでなく資金も必要。個人金融資産1,400兆円という社会にあっても、NPOや市民団体の最大の課題の1つは資金不足だ。多くの団体が各種の寄付金や助成金に頼っているのが現状だろう。

一方で、全国各地で地域に根ざしたNPOバンクが立ち上がるなど、これまで「プロ」に任せておいた金融の世界に、市民が自発的に取り組もうという動きが盛んだ。NPOを取り巻くお金の現状と、「思い」をつなぐ資金循環の仕組みを考えたい。

CONTENTS

対談
■「人と地域をつくる、新しい価値を生むお金をつくる」…… 2
■誌上ワークショップ
市民活動助成のねらいを読み解く…… 4

特集
民間の取り組み事例
■地域の資金循環の鍵をにぎる地方銀行とNPOの協働 …… 6
■「エネルギーをつくる」という夢への投資 …… 7
市民出資で回る風車
行政の取り組み事例
■多様化する行政によるNPO資金支援の施策 …… 8
金融システムを見直す
■ローカルガバナンスを目指すローカルファイナンス …… 10
■投資→起業→市場→雇用の循環で地域がよみがえる! …… 11
■マイクロファイナンスをめぐる世界の潮流 …… 12

■本の紹介 …… 13
■（お悩み相談室）どうしよう!? パートナーシップ …… 14
■パートナーシップ・トーク …… 15
■掲示板 …… 16

対談 人と地域をつくる、新しい価値を生むお金をつくる

富沢泰夫：損保ジャパン環境財団事務局長
坪井眞里：東京コミュニティパワーバンク理事長

企業財団をはじめとした各種助成団体の助成は、経済基盤の脆弱なNPOや市民団体のよきパートナーだ。環境分野に特化し、人材育成支援など市民活動を支える損保ジャパン環境財団もそうした財団の1つ。またそうした助成以外にも、市民やNPOを支える新しい仕組みとして注目されているのが、東京コミュニティパワーバンクのような「手づくりの銀行」による融資だ。暮らしやすい地域、よりよい社会をつくるために、どのような資金循環の仕組みが求められているのだろうか。損保ジャパン環境財団の富沢さん、東京コミュニティパワーバンクの坪井さんをお招きし、取り組みの中で培われた経験、思いを語っていただいた。

<構成：小島和子（EPO）・平英子（GEIC）>

「お金の自治」を取り戻す

―東京コミュニティパワーバンク（以下東京CPB）はどのようにできたのですか。

坪井　生活クラブ生協を母体に生まれました。牛乳の共同購入をきっかけに始まった生活クラブ生協は、食の問題を基盤に40年活動を続ける中で、80年代前半にワーカーズコレクティブという運動を生み出しました。一度家庭に入った女性の再就職口が今よりずっと狭かったころに、女性が生き生きと働ける場をつくろうという運動です。

―今でいうコミュニティビジネスですね。そうした事業に融資する金融機関はありませんでしたよね。

坪井　ええ、なんとか自己資本を工面しました。経済的には苦しくても頑張れたのは、地域の課題は地域に住む自分たちで解決したいという強い思いがあったからなんですね。今でこそ市民活動とかNPOがコミュニティビジネスを手がけたりしてますけど、私たちは以前からそうした活動を続けていて、その蓄積の延長線上で、ずっと悩んできたお金の問題に、NPOバンクという形でやっと今着手したところなんです。

―全国にも同じような動きが広まっていますが、どうご覧になりますか。

坪井　以前は女性が相手にされなかったように、活動の歴史が浅く、社会的な認知度の低いNPOに既存の金融機関は今でもなかなかお金を貸しません。だったら自分たちでつくろうじゃないかという動きですね。必要に迫られてという背景もありましたけど、暮らしの自治を基本に据えた活動をしてきた私たちは、東京CPBの活動を通してお金の自治を実践し、広げていきたいんです。自分のお金がいったいどのように使われているのか、ちゃんと分かるように暮らしたいという人が少しずつ増えているのではないでしょうか。

人づくり・ネットワークづくり

―富沢さんの損保ジャパンでは、また別の視点から長らく市民活動をサポートなさってきていますね。

富沢　損保ジャパン環境財団は、損保ジャパンの前身である安田火災環境財団として1999年の4月に設立された、企業財団としては新しい財団です。もともとは安田火災が1992年に地球環境室をつくり、地球環境問題に企業として取り組んできたという背景があり、社会への具体的な窓口として、さらに広く貢献するために環境財団ができました。

―大学生・大学院生向けのプログラムに力を入れてらっしゃるようですが。

富沢　私たちは「木を植えるより、木を植える人を育てよう」をモットーにしています。限られたお金を一番有効に使うにはどうしたらいいだろうと考えると、1本ずつ木を植えるのも良いのですが、それではいくらお金があっても足りません。同じお金を使うのであれば、木を植える人を育てようというねらいです。人というのは、特に若い人は非常に大きな可能性を秘めていますから。

―その柱の1つが「CSOラーニング制度」ですね。

富沢　ええ。環境NPO ― 私たちはCSO（Civil Society Organization：市民社会組織）と呼んでいますが ― に大学生・院生を8カ月間インターンとして派遣しています。若い世代にCSOの活動を通して広い視野を見につけてほしいという意味と、CSOに対しては資金ではなく学生というマンパワーでの支援を行うというねらいで2000年から始めました。

当初は関東だけでしたが、今は関西、愛知、仙台でも募集しています。おかげさまで応募者がどんどん増えて、徐々に枠を広げてきました。しかも優秀な学生ばかりなので選考が難しく、今年は83名もの学生を受け入れました。

―プロジェクト単位のNPO、市民活動支援から、人づくりへシフトしたのはどのようなお考えからですか。

富沢　財団の設立当時はNPO法が施行された直後で、毎年多くのNPOが生まれていました。時代の流れもあって、当時は新しいNPO法人の成長を支えることも必要でしたが、その時期はもう一段落したかなと思っています。ラーニング修了生がマスコミやシンクタンクなどいろいろな業界で働き始めていますが、環境マインドを持った人が社会で活躍していけば、長い目で見るとCSOを支えることにもなると思いますしね。

坪井　人材育成はほんとうに大切ですね。実は、東京CPBには（特活）コミュニティファンド・まち未来という兄弟団体があって、そちらでは草の根で活動する市民活動に年に1度助成をする草の根市民助成事業と、市民起業家を応援する講座などを開催する人材育成事業を行っているんです。個人の夢や思いを、融資を受けられるような事業に高められるといいと思いまして、この2つの団体を両輪として活動しています。

―まずはNPOや市民団体のエンパワーメントも大切だということですね。

坪井　法人化が簡単になったことは喜ばしい反面、活動の蓄積がないままにとりあえず立ち上げるというNPOも増えているんじゃないでしょうか。きちんとした活動をする団体なのかどうかの見極めが、なおさら難しくなっていると感じます。融資先は、団体のミッションは何かと、地域のネットワークを持っているか、自己資金がどれだけあるかという判断基準で選定しています。私たちは協同組合から始まっていて、1人ではできないことも仲間と力を合わせて実現していこうという気持ちを大切にしていますので、ネットワークは重視しています。

富沢　ネットワークという意味では、CSOラーニング制度の学生同士のつながりがずいぶん密になってきています。私どもの専従スタッフは4名だけなので、全国4カ所83名全員のフォローはできません。そこでチューター制を設けました。前年のラーニング修了生の中から各地域に1人ずつ、チューター、つまり相談役として、われわれと学生を結ぶ役を担ってもらっています。また、去年からは同窓会もやるようになって、年度を越えた縦のつながりも生まれています。

コミュニティを支える資金循環の仕組みを

―最近では、コミュニティビジネスに官が資金の支援をしたり、官設の支援センターでNPOの人材育成を行う事例が増えていますね。それでもあえて、民が民の人材や資金を支えていくということに関して、どのような思い入れをお持ちですか。

坪井　もちろん行政の支援もどんどん行ってほしいと思います。ただ行政が考えるより、地域ではきめ細かいニーズがあります。直接的な資金援助だけでなく、福祉をはじめとして、地域づくりに役立つお金が循環するような制度面での支援がもっと必要ですね。

―民は民でも、企業とNPOでは役割が違うと思いますが。

坪井　大きな企業とNPOとでは、活動の視野がまず違うでしょうね。NPOの場合、ある部分では自分が仕掛ける立場になったり、一方でその逆になったりと、すぐに主客転倒する立場にあります。その分、融資や助成を受ける側と常に同じ目線にいられるというのが一番の強みでしょうね。

富沢　やはり小回りの利くNPOは、市民社会のニーズをいち早くキャッチできると思います。もちろん財団もニーズを先取りして、いかにお金を役立てていくかを常に考えています。最近はコミュニティ重視のニーズがとても高まってきていると感じます。環境以外にも、福祉とかいろいろな要素が絡んできています。たとえばある団体が環境分野ではこの助成を受けて、ほかの分野では別の融資を受けて、コミュニティづくりに貢献していくという場合、助成や融資をする側も連携して、情報交換しながら協働していく仕組みも必要かもしれません。

―あるべきコミュニティの姿というのはどのようなイメージでしょうか。

坪井　理想をいえば、それぞれの人がその人らしくいられるような地域、でしょうか。大人も子どもも、障がいのある人もない人も、生き生きと暮らし、助け合えるような地域がいいですね。

富沢　保険会社としては、やはり安心して暮らせる社会を目指しています。個人的な思いとしては、おせっかいにならない程度の思いやりができる社会でしょうか。つまり、きちんとコミュニケーションがあって、相手のことを理解し合える社会がいいと思いますね。当たり前かもしれませんが、それぞれの主張があっても、相手を理解しようとすることが大切ですね。

―そういった社会の実現のために、今後どのような資金循環の仕組みが必要でしょうか。

富沢　意味あるお金の出し方を、個人レベルでできる仕組みがあればいいですね。個人投資家が増えれば、企業や社会への関心が高くなると思います。エコファンドもありますが、残念ながら大きなマーケットにはなっていません。寄付金税制の改正でも優遇措置が取られるという話も出ているようですが、それで解決できるかというとちょっと疑問ですし。いかに個人のお金を引き出していくのか、というのが今後の課題でしょうか。

坪井　「金は天下の回り物」というけれど、実はぜんぜん回ってないんですね。ある人のところにはずっと貯まっていて、ない人のところにはいつまでたってもない。本来のお金の価値が理解できれば、もっと出す人が増えてくると思います。そのためには、実際に自分のお金がどういうふうに生きているかを見せていく必要があるでしょうね。東京CPBでも出資者の方には、たとえば「あなたの5万円がどこそこの施設に使われて、地域がすごく豊かになっていますよ」とお伝えするよう心がけています。そうやって、お金を出した人と受け取った人がつながれば、生きたお金になって人を育てることにもつながるんじゃないでしょうかね。

富沢　やはり最終的には人に行き着きますね。企業も地域も人の集合体ですから、人が育ってこそいい社会が生まれるんだと思います。

坪井 眞里（つぼい まり）さん

1952年、山形県鶴岡市生まれ。1990年、生活クラブ生協加入、1995年より生活クラブの役員、1998年より多摩南生活クラブ生協理事を務める。
2000～2004年、多摩南生活クラブ生協理事長を務めるかたわら、2003年からは東京コミュニティパワーバンク理事長を兼務し、現在に至る。

東京コミュニティパワーバンク／（特活）コミュニティファンド・まち未来
http://www.h7.dion.ne.jp/~fund/

富沢 泰夫（とみざわ やすお）さん

1953年、東京生まれ。1978年、安田火災に入社。1994年、安田総合研究所に主任研究員として出向し、1999年より安田火災地球環境部課長。2002年、損保ジャパン環境財団事務局長に就任（出向）、2003年より損保ジャパン記念財団事務局長を兼務し、現在に至る。
損保ジャパン環境財団　http://www.sjef.org/

誌上ワークショップ

<構成:須藤美智子(GEIC)>

市民活動助成のねらいを読み解く

Activity 1

応募要項、応募用紙から、各市民活動助成の特徴を読み取ってみよう。

1.市民活動助成プログラムを選び、応募要項、応募用紙を読み、プログラムの特徴を書き出してみよう。
(*特徴の違いをつかむために、複数のプログラムを選ぶとよい。)
2.それぞれの特徴の背景や理由を考えてみよう。

EPO/GEICのスタッフからは、次のような特徴が挙げられた。

Aプログラム

特　徴	考えられる理由・背景
・選考基準と応募用紙がやたらあっさり	初めての人にも応募してほしいから
・支援分野が明確	
・波及効果のあるものを対象としている	1つの団体にとどまらず、助成金の価値以上のものを地域に生み出すため
・有償の事業に取り組む団体が対象	活動が経済的に自立するように
・事業立ち上げ時への助成もある	初めての人でも応募ができるように
・人件費が出る	人件費を確保することが、事業の継続性につながる
・公募エリアが限定されている	本体事業の営業エリアに絞っている?
・地域に密着、草の根的	

Bプログラム

特　徴	考えられる理由・背景
・応募用紙の枚数が多い	メリットとして考えられること:①不採用の場合も、応募用紙を書くことを通して、自分たちの活動を分析する機会になりそう。②ある程度の実績がある団体だけが応募してくる。一種のスクリーニングの役割?
・選考基準の明記	応募要項を作った人の意図が見える
・寄付文化の普及をめざしている	寄付をする側も同時に育てたい
・基盤強化(事務局運営費、人件費)にも助成している	
・選考結果を詳細に公表	受け手(ステークホルダー)とコミュニケーションをとり、寄付文化をつくろうとしている

EPO/GEICスタッフの分析

Aの助成プログラムは、地域の課題を見つけて取り組む、小さな草の根の団体が生まれ、ステップアップしながら地域に広がっていけるような助成プログラムを組み立てているのではないか。だから、応募用紙は比較的あっさりと簡潔で、初めて応募する団体にも書き込みやすい内容になっている。今後の成長を重視した選考基準になっているように思う。さらに、立ち上げから自立まで、段階を踏んだ資金を用意することで、地域活動を支えようとしているように感じる。

一方、Bの助成プログラムは、事業の質的向上と組織基盤強化を目的としている。すでにある程度の実績を持つ団体が対象だろう。応募時から事業の遂行、報告の過程で、相当のコミュニケーション能力が求められそうだ。この助成を受けることによって、さらに大きな社会的影響力を持つNPOが生まれると予想できる。この企業がこうしたプログラムをつくった背景には、CSR、ステークホルダーダイアログなど、企業がNPOとのパートナーシップを必要とする機会が増えていることも関係しているのかもしれない。持続可能な社会に向けて、企業や社会とコミュニケーションを図りながら、社会を変える力のあるNPOが増えることが、企業にとってもメリットになる、と考えているように思われる。

NPOの活動を資金面から支える市民活動助成。応募するNPOは資金獲得だけに目を奪われがちだが、応募要項・応募用紙などをじっくり読み解くと、財団・企業・自治体など助成をする側が、どのような価値を社会に生み出そうとしているかが表現されていることに気づく。よりよい社会を実現するため、助成をする側と受ける側双方にとっての、有効な資金の使い方を考えてみたい。

EPO/GEICでは、パートナーシップ事業開発に向けたスタッフ研修の一部で「市民活動助成金プログラムを読む」ワークショップを実施し、サンプルとして2つの企業による市民活動助成プログラムを取り上げ検討した。その模様の一部を誌上で再現する。助成金への応募を考えている市民活動団体の皆さんも、応募前に各応募要項を一度じっくり読み解いてはいかがでしょうか。

Activity 2

市民活動助成金の目指す価値を探ってみよう。

助成金プログラムが、どのような価値を社会に生み出そうとしているか、想像して書き出してみよう。

EPO/GEICのスタッフが考えた価値は以下の通り。

Aプログラム

- 人間味豊かな社会
- 持続可能な住みよいまちづくり
- 市民活動のすそ野の拡大
- 住民参加、すそ野が広い
- 生きる喜び、価値
- 助成の受け手の自立
- 地域の自立
- 地域経済の発展
- 地域づくり、地域振興（を始める、続ける）
- 団体間の連携
- 地域資源の活用
- 助成する企業のミッションとの一体性

など

ABプログラム共通

- 営業エリアへの貢献
- NPOの自立
- 人材育成
- 環境問題解決
- 産業振興
- 市民社会
- NPO間の競争→能力向上
- 支援分野（環境問題）の認知向上

など

Bプログラム

- エコライフ
- 市民参加型社会の実現
- 持続可能な社会
- 寄付集めを通して寄付者とのコミュニケーション
- 寄付文化の創造
- 寄付者を育てる
- 民が民を育てる
- NPO強化、アカウンタビリティ
- NPO・企業の対等なコミュニケーション
- 企業と対等に活動できるNPOの育成
- 一段階進んだNPOの育成
- 事業の質向上を目指す

など

EPO/GEICスタッフが学んだこと

市民活動助成プログラムにはそれぞれ目的があり、応募する側はその意図を理解することが重要。よく練られた助成プログラムであれば、応募要項と応募用紙に助成団体の意図が表れている。

それぞれの助成金には、生み出そうとする固有の価値観と目指す社会像があることも見えてきた。2つの助成プログラムには、共通した価値観もあるが異なる点も見られる。その価値観を見極めることが重要。助成団体と応募団体の目指す価値が一致することで、助成プログラムという仕組みを利用したパートナーシップが実現するのだろう。

多くの市民活動助成プログラムを読み込んでいくと、環境、福祉、教育などの分野によって、十分なプログラムがある分野とそうでない分野のばらつきも見えてくる。資金的な支援を直接行わない中間支援組織の役割としては、市民活動への資金支援が不足している分野を知り、助成団体に対して提案を行うことも、重要なことではないかとの気づきもあった。

スタッフ研修講師からのコメント

浜本由里子（特定非営利活動法人 市民社会創造ファンド プログラム・オフィサー）

応募を検討している団体の皆さんへ

助成プログラムは、個性的で、それぞれ目的や使命を持っていますが、これまで応募の締切り日ばかりに目が奪われていなかったでしょうか？ この研修では、応募要項・用紙をじっくり読んでもらいました。スタートはまず読むことです。応募の際は、団体と事業の成長にプログラムが役に立つかどうかをしっかり判断してください。

助成プログラムにとっては、助成金が出されることがすべてではないと思います。事業や団体の充実や発展のため、またプログラムの目的や使命に向けて、助成を受ける側と助成をする側のパートナーシップも大切でしょう。

EPO/GEICスタッフへ

市民活動助成プログラムの目的や使命、状況などを丁寧に理解・検討し、パートナーシップの推進に向けた事業の立案・実施を期待します。また個別の市民活動団体に対しては、助成プログラムについての正確な情報提供を行い、団体がパートナーシップの実現に寄与するプログラムを探せるような、支援のあり方が求められていると思います。

地域の資金循環の鍵をにぎる 地方銀行とNPOの協働

筒井真（株式会社三重銀総研 取締役調査部長）

本業と結びついた社会貢献を模索する企業が増えている。NPOとの対話を通じて得た“気づき”から、地方銀行ならではの「地域の中でお金が人とのつながりを橋渡しするツール」となる商品開発を行った事例を取り上げ、その経緯や地域への効果を紹介。NPOと企業の協働によってCSRが育つ過程は示唆に富んでいる。

地域通貨との出会い

三重銀行グループのシンクタンクである当社が初めて地域通貨とかかわったのは2001年で、当社研究員がNPOの活動と地域通貨の可能性をテーマに選んだことに始まる。その後地元NPOの方々との出会いを通して、当社は地域通貨に関心を持つシンクタンクとして次第に認知されるようになった。

そうした中、NPO法人「地域づくり考房みなと」が地域通貨を利用したNPOへの寄付システム「循環者[*1]ファンド」を立ち上げるにあたり、2002年8月、当社にその仕組みづくりの段階からの協働を打診してきた。三重銀行グループはこの事業が地域活性化へのチャレンジになると考え、2人の研究員を参加させることにした。ほかにも三重県の職員や税理士などがサポーターに加わり、2004年10月の本格運用開始までの約2年間、規約作成やシステム構築、ビジネスモデル検討などさまざまな準備活動を行った。

地域社会を応援する仕組み

循環者ファンド（Jファンド）は地域通貨（Jマネー）を活用して市民から寄付を募り、その寄付金で地域社会に貢献するNPOを支援する仕組みである。市民はJファンドを通して、支援したいNPO[*2]を指定して寄付し、NPOはJファンドから資金を、寄付者は寄付額1円に対して1JのJマネーを受け取る。Jマネーは謝礼や感謝を表す際などに用いる「人と人のつながりを橋渡しするツール」であり、Jマネーを使うことで市民相互の交流・コミュニケーションが活発になり、地域の活性化につながることが期待できる。また「円」との換金はできないものの、「Jファンド協力店」で買い物などの代金の一部として使うこともできる協力店数は2005年7月末現在74店に達している。

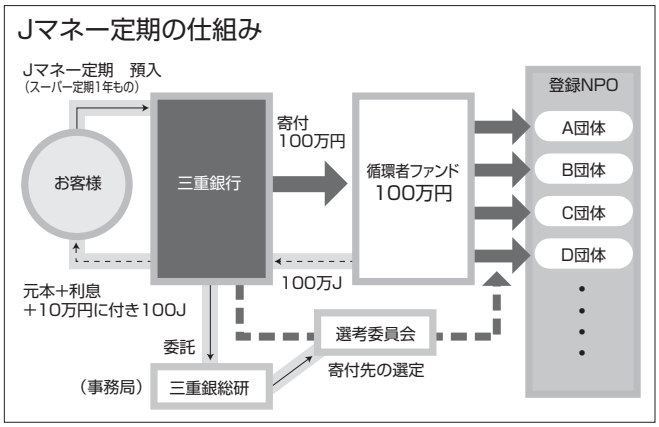
このJマネーを活用した「スチューデント・エコノミー構築事業」も始まった。これは高校生が実習などで作った農作物や商品をJマネーで販売する取り組みで、7月に国の地域再生事業として認定され、地域活性化とともに、若者の人材育成などにも期待が高まっている。

本来業務と融合した「Jマネー定期」

三重銀行はJファンドとJマネーが持つ地域活性化の可能性に着目し、「銀行の本来業務である金融サービスを通して応援できないか」と検討し、2004年11月に「地域貢献活動サポート定期預金（愛称：Jマネー定期）」を発売するに至った。

「Jマネー定期」は、三重銀行がJファンドに寄付（100万円）をして取得したJマネー（100万J）を、定期の預け入れ額に応じて、預金者にプレゼント（預入額10万円につき100J）する特典のついた定期預金である。Jマネーを理解して使うことで、預金者の方々にJマネーの普及に協力していただく仕組みであり、寄付金は三重銀行が指定（選定は選考委員会に委託）するNPOに配分される。販売枠10億円で取り扱いを開始し、翌月の12月末にはほぼ完売することができた。

Jマネー定期の仕組み



地域との交流から生まれる新しいニーズ

「Jマネー定期」のねらいは、本業に深くかかわる預金業務を通して地元で活躍するNPOを経済的にサポートすると同時に、Jマネーを普及させることで「思いやり」や「助け合い」にあふれる地域づくりを応援するところにある。たとえば三重銀行も、Jマネーの流通促進のため振込手数料の一部をJマネーで受け入れるようにし、またNPOサポートの面では寄付だけではなく、選考委員会の評価が高かったNPOと銀行経営陣との交流会を開催し意見交換を行うなどの取り組みをしてきた。

こうした交流や対話の中で、NPOが委託・助成事業を実施する場合の「つなぎ資金」のニーズが高いという事情を感じたことから、つなぎ資金を融資する「みえぎんNPOローン」の取り扱いを2005年6月から始めた。これにより、融資業務を通じたNPOサポートの仕組みが加わることになった。

これからも三重銀行グループでは、「Jマネー定期」「NPOローン」に象徴されるように、本業を通じて地域づくりを応援し、CSR経営を推進したいと考えている。

*1：「循環者」は造語で、人、モノ、情報を循環させて、循環型社会を構築する人たちのこと。
*2：法人格の有無は問わず、支援を希望する団体はJファンドに登録する。2005年7月末現在、26団体が登録されている。

筒井 真（つつい まこと）
1953年生まれ。名古屋大学経済学部卒業後、株式会社三重銀行入行。株式会社三重銀総研設立により三重銀総研に移り、現在取締役調査部長。
国の地域再生計画に認定された「地域通貨Jマネーを使ったスチューデント・エコノミー構築事業」に実行委員会メンバーとして参加するほか、
四日市市市民活動ファンド運営委員など、自治体、商工会議所などの各種委員を歴任。
（株）三重銀総研　http://www.miebank.co.jp/mir/　循環者ファンド　http://j-fund.web.infoseek.co.jp/

「エネルギーをつくる」という夢への投資
～市民出資で回る風車～

鈴木亨（特定非営利活動法人 北海道グリーンファンド事務局長、株式会社自然エネルギー市民ファンド）

グリーン電気料金制度と市民出資で日本初の市民風車を建設した北海道グリーンファンドは、さらに有限責任中間法人自然エネルギー市民基金と（株）自然エネルギー市民ファンドを設立してスキームの転換を図り、ほかの地域にもネットワークを広げている。風車を建設するほどの資金の原動力は、出資者の意識、価値観を投資という形で集めていく仕組みにある。

グリーン電気料金制度と日本初の市民風車

北海道グリーンファンドは、「グリーン電気料金制度」の推進と自然エネルギーによる「市民共同発電所」建設などを行うことで、地球温暖化も原発もない持続可能なエネルギー社会を目指して活動している。

「グリーン電気料金制度」とは、趣旨に賛同する会員が月々の電気料金に5%のグリーンファンド分を加えた額を支払い、それを自然エネルギーによる「市民共同発電所」を建設するための基金として積み立て、運用するというものである。これまでの1カ月の電気料金が8000円だとすると、その5%の400円を上乗せしてグリーンファンド分として支払う。しかし、このグリーンファンドへの寄付分は余分に支払うのではなく、電気の使用量を減らすことで生み出そう（節電した分を基金にしよう）と呼びかけている。この仕組みで積み立てた基金と「市民からの出資」により、2001年9月に北海道浜頓別町に日本で初めての市民風車を建設した。

大きな資本を持つ企業や自治体でもない、自分たちの欲しい電気をつくりたいという市民による風力発電事業への挑戦である。この地域に吹く風を資源に「未来の環境」と「地域の経済」という2つの利益を再び地域に還元していく「市民出資」という新しい試みに対して、当初の予想をはるかに越える反響があった。約2億円の建設費用のうち約1億4000万円の市民出資が集まったのである。その後風車は大きなトラブルもなく順調に発電を続け、1年目から毎年現金分配を実施している。

各地に広がる市民風車の仕組み

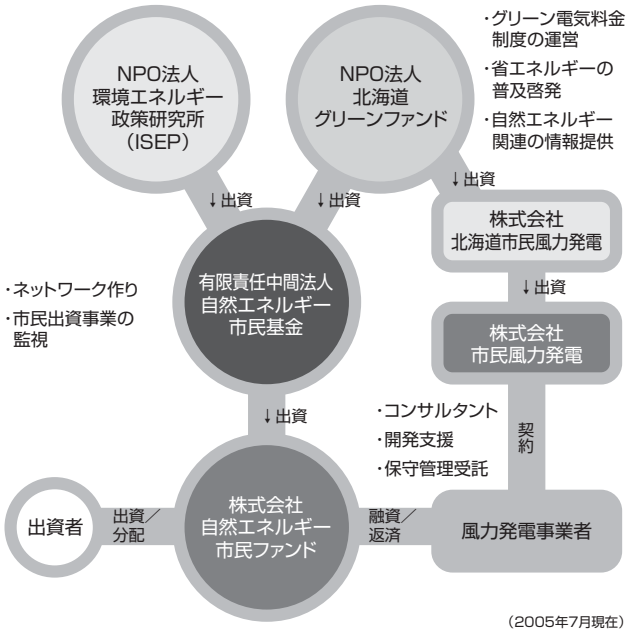
市民風車が回り始め、各地域から市民風車に関する問い合わせが多く寄せられるようになった。そこで当会と内外のエネルギー政策に関する研究、政策提言を行う（特活）環境エネルギー政策研究所（東京）は、地域、未来の環境、エネルギーを考え市民共同発電所づくりを目指す市民団体のネットワーク「有限責任中間法人自然エネルギー市民基金」（以下市民基金）を設立した。また、温暖化のない未来をつくりたい、そんな思いを持つ市民誰もがお金を出し合える市民出資の仕組みを発展させ、全国の市民が参加できる基金を目指し、市民基金の全額出資で「株式会社自然エネルギー市民ファンド」（以下市民ファンド）を設立した。

市民ファンドでは、2003年に青森、秋田、2004年には北海道で2例目の市民風車（2基）への募集を行い、4基総額5億7000万円、地元での募集枠（秋田、青森）も合わせると約7億5000万円の市民からの出資が集まった。風車には出資者の名前が刻まれることから、子どもや孫の名前で出資している市民も多く、将来世代への責任を分配された利益と削減されたCO2、そして風車に刻まれた名前という未来のプレゼントとして表現されている。大事なお金だから、銀行や郵便局など何に使われているかよく分からないところに預けるより、透明性があり、環境や社会に自ら貢献している意義を感じられ、利益も分かち合えるプロジェクトに投資したい、市民風車とともにそういった考えが広がっているようだ。

2005年6月、石狩に今年誕生した風車の下でコンサートを開催（表紙写真参照）。石狩の風車の下で、その風車の電気を利用した自然エネルギーコンサートだ。自転車で駆けつけた地域住民など道内中心に、遠くは九州、四国など約500名の参加があった。見ることも触れることもできない風車の電気だが、流れる風と音楽が風力発電の可能性を表し、初夏ののんびりとした空間を演出した。大勢の市民が参加してできた市民風車ならではの取り組みができたと思う。

2005年度は、青森、秋田、茨城、千葉などで市民風車の建設着工を目指した活動が進められている。各地のNPOなどと連携しながら、市民による取り組みを広げていきたいと考えている。

市民風車・ネットワーク図



（2005年7月現在）

鈴木 亨（すずき とおる）

1957年、北海道生まれ。生活クラブ生協北海道職員を経て、1999年に（特活）北海道グリーンファンドを設立、理事・事務局長に就任。2001年、（株）北海道市民風力発電を設立し、代表取締役を兼務する。2003年、（株）自然エネルギー市民ファンド代表取締役。北海道省エネルギー新エネルギー促進条例制定検討懇話会委員、北海道木質バイオマス資源活用促進協議会委員を務める。現在、北海道地域エネルギー・温暖化対策推進会議委員、北海道工業大学非常勤教員。
（特活）北海道グリーンファンド　http://www.h-greenfund.jp/

多様化する行政によるNPO資金支援の

<取材:川村研治（GEIC）>

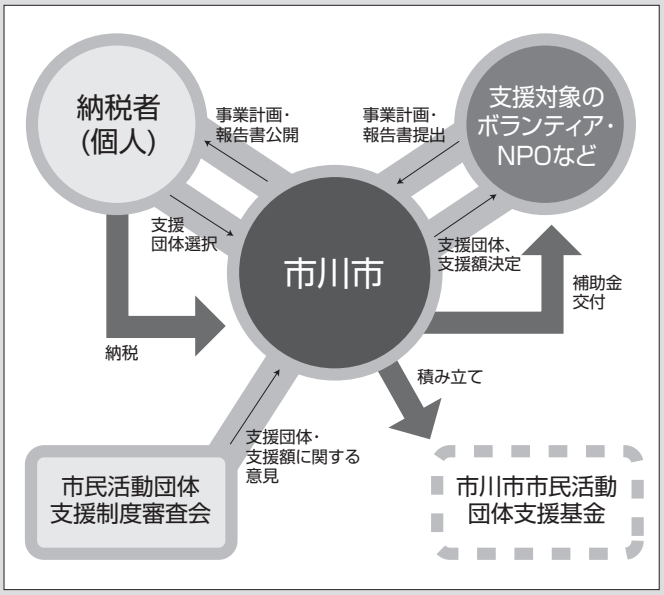
個人市民税の1%を生かす「市民活動団体支援制度」

千葉県市川市

納税者意識高揚と市民活動支援をねらった仕組み

千葉県市川市は典型的なベッドタウン。サラリーマン世帯が多く、約22万人の納税者の8割が給与からの源泉徴収であるため、地域づくりや市民活動への関心が低い傾向があった。税と市民活動への関心を高めるという2つの効果をねらって、市川市が2005年度から導入したのが、個人市民税の納税者が納税額の1%を市民活動支援に充てることを選択できる「1%支援制度」である。

支援を希望する団体は市に補助金交付申請書を提出し、事業計画と必要な資金を明らかにする。納税者は公開された事業計画を見て、支援する1団体を市に届け出る。団体を特定せず「市川市市民活動団体支援基金」に積み立てることも選択できる。市は、指定を参考に、団体に対して補助金を一般会計から交付する。



支援する団体を納税者が選ぶ

初年度にあたる2005年度は、83団体が補助金交付を申請し、市民活動団体支援制度審査会が審査した結果、81団体が支援対象となった。4月から1カ月、納税者からの届け出を受け付け、2.9%にあたる6266人が届け出た。そのうち、有効届出数は5557人、総額は1341万8960円であった。団体指定は、その約9割にあたる5049人からの1242万7815円、基金への積み立て希望は1割弱にあたる508人からの99万1145円である。

市民生活部ボランティア・NPO活動推進課の寺沢和博さんは、「市民は行政にはできないやり方で地域の課題に取り組んでいる。このような活動をできるだけ多く支援することが行政の役割」と話す。行政に求められる姿勢は「市民が市民団体の活動を選べるステージを提供するにとどめる。支援対象を選ぶのはあくまで市民」と語る。行政は市民活動を選別せず、市民自らが共感できる団体を選ぶことが重要、との考え方に立つ。従って、支援の条件は緩やかで、申請した団体のほとんどが対象となった。団体は、直接納税者に支援を呼びかけることもでき、たくさんの人に呼びかければ、より多くの資金を得られる可能性がある。

使いやすい資金源だが課題も

交付額は事業費の2分の1を上限とする。届け出によって得られた資金が2分の1に満たないときは、計画の変更か申請の取り下げのどちらかを選ぶ。計画より多くの支援が得られた場合は、変更申請により事業費を増やすことができるが、変更しない場合は、上回った部分が基金に積み立てられる。使途は直接事業費に限られ、団体の運営費には充てることができない。資金は事業後でなく、前払いされるなど市民活動への支援金として使いやすく、制度的にも画期的であるが課題も多い。

例えば、支援先を指定できる人を納税者に限定せず、より広い市民が参加できる仕組みにすべきだという声がある。市民活動団体支援制度審査会の委員の1人は「資金の集まり具合により事業計画変更が認められるが、提案された事業と大きく計画が変わることへの歯止めが必要」と語る。

また「事業成果を市民が把握し、次回以降の支援額にフィードバックされる仕組みが弱いことも問題」と言う。事業報告の提出は義務であるが、団体の活動を生き生きと伝えるには、事後報告だけでは十分ではない。寺沢さんは「現場を訪問して、レポートの公開も考えている。訪問は市民の活動の実態を知る良い機会となっている」と語るが、その労力が大変なものであるとも認める。

市の負担についていえば、一連の手続きで、担当者にかかる労力はきわめて大きい。次回以降、支援を受ける団体や制度を利用する納税者が増加したとき、増える事務処理をこなしながら、透明性を高めていくのは容易なことではない。前出の市民活動団体支援制度審査委員は「行政だけが背負わずに、民間の力を借りても良いのではないか」と考えている。全国でも初めて生まれた制度であるだけに、課題は多いが、より良い仕組みを目指して試行錯誤が続いていくことだろう。

施策

行政にとって、市民活動団体に対する資金支援は大きな課題である。資金の不足が市民活動が広がらない要因であることは明らかだが、寄付税制の改革は遅々として進まず、国も自治体も財政難から新たな財源を探すことは難しい。そのような状況の中、自治体の中には斬新な手法で資金支援の施策を生み出すところが出てきている。先駆的な2つの事例から、行政によるNPOへの資金支援のあり方を考えてみたい。

税制上の優遇措置を盛り込んだNPO支援基金

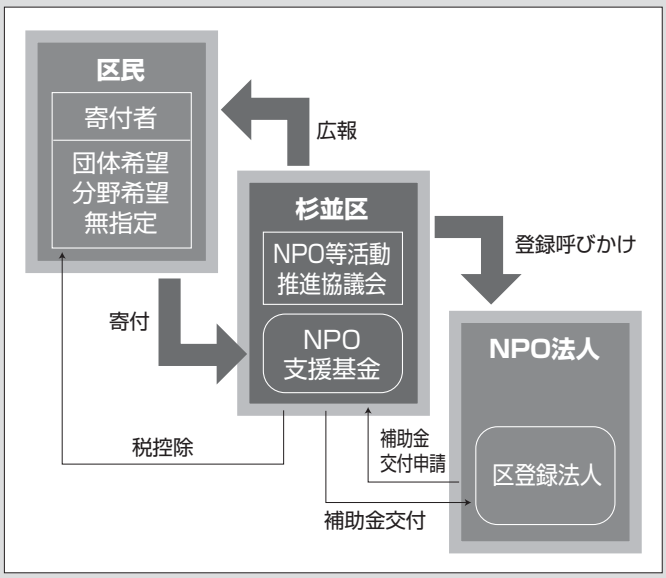
東京都杉並区

NPOへの寄付を税控除する制度

寄付金控除の優遇を受けられる認定NPO法人は、全国約2万団体のうち36団体（2005年8月末）に過ぎない。東京都杉並区は、地方自治体への寄付が税控除される制度を利用して、2002年度に「NPO支援基金」制度を創設した。支援を受けることができるのは、区内に主たる事務所を置き、区内で活動するNPO法人である。

寄付者は寄付先となる団体、もしくは分野を希望できる。助成先と額は、区の付属機関「NPO等活動推進協議会」が、「ニーズ、現状分析を正確に把握し、需要がある」など11項目の基準に基づいて審査する。審査にあたっては、寄付者の希望を最大限尊重するが、希望どおりに助成されるとは限らない。寄付者の意向を完全に満たすことを条件とすると、税逃れのトンネルとして使われてしまうためである。

これまでの助成額は、1団体につき5～50万円程度であるが、助成率の上限は設けていない。また、食費以外のほとんどの経費が助成対象となる。人件費にも支出できるため、悪用を防ぐ意味からも助成先を寄付者の希望どおりにするのでなく、NPO等活動推進協議会が事業内容を審査している。



所得税では寄付額から1万円を引いた額、地方税は10万円を引いた額が控除対象額となる（上限あり）。区民生活課地域人材NPO担当課の徳嵩（とくだけ）淳一さんは「控除のメリットは大きなものではないが、制度の主旨を理解して寄付いただいている」と語る。

寄付を財源に700万円の助成実績

2002年度から、現在に至る寄付と助成実績を表に示す。2004年度に寄付額が減少したのは、多発した自然災害への募金が多くなったことも要因の1つと考えられる。

4年間で37件、約700万円を区民からの寄付を原資として助成した実績は少ないものではないが、悩みもある。徳嵩さんは「助成を受けるNPOは区に登録してもらわなければならないが、登録団体がまだまだ少ない」と語る。「手続きは簡単で、一度登録すれば良いので、負担は少ないと思うのだが。NPOにしてみれば、寄付金が集まらないと多くの助成ができないし、1件あたりの助成金額がそれほど大きくないので、魅力を感じないのかもしれない」

寄付金が増えれば、助成団体や金額を増やすことができる。登録団体も増える可能性がある。NPO活動の意義や実績を知る区民が増えることで、寄付も増えると期待される。杉並区では、「NPO活動の実態やサービス内容について知ってもらうことが重要」との思いから、今秋にNPOと区民が直接出会う活動見本市のような場を設けていくことを検討している。

NPO自らが寄付文化を育てるために

NPO自身の努力も欠かせない。区民に対して活動の意義や実績を積極的にPRし、寄付を呼びかけることが重要である。区の寄付制度に頼り、独自広報の努力を怠れば、寄付文化が根付くことはない。「大切なのはNPOの数ではない。しっかりとした基盤を持って地域に根をおろす団体が増えてくることを期待する。その土台となる環境づくりを行政ができればいい。そのためには、NPOが自らつながり、具体的な課題に対応するネットワークへと育つことが大事」と徳嵩さんは考えている。その思いに呼応するように、区の登録NPOの中から、広報や、企業への協力依頼を行うネットワークも生まれつつあるという。

地域に根ざした活動を行うNPOが自ら成長し、活動をつなぎながら広げていくために、行政はどのような基盤を用意し、どのように運用していくべきなのか、杉並区の事例は行政のあるべき姿の1つを示しているように感じる。

杉並区 NPO支援基金実績

	NPO支援基金への寄付		NPO法人への事業費補助		
	件数	金額	団体数	金額	申請
2002年度	14	3,799,492円	2	600,000円	2
2003年度	18	2,228,204円	13	2,989,000円	18
2004年度	15	1,409,604円	11	1,918,000円	18
2005年度*	3	530,291円	11	1,535,000円	24
計	50	7,967,591円	37	7,042,000円	62

（*2005年6月末現在）

ローカルガバナンスを目指すローカルファイナンス

杉岡直人（北海道NPOバンク理事長、北星学園大学社会福祉学部教授）

地域住民による地域住民のための金融システムが各地で産声を上げ、金融システム全体から見ても市民金融の役割は増しているといえる。地域に根ざしたより身近な融資機関の登場で、地域社会活性化の一助を担うことが期待できるだろう。中央集権的な金融システムとは別の新しいフレームをつくり、「北の大地」で進む地域を支える取り組み事例を紹介する。

▲生き生きと暮らせる地域をつくる
（提供：札幌アシストセンターマザー）

「脱・公共事業への依存構造」を目指す

地域ビジネスをNPOによって活性化させる取り組みが各地で起こっているが、わが「北海道NPOバンク」は、住民主体の自立した地域経済社会の建設を目指す、サポート機能を重視しているところに特質がある。

「試される北の大地」と称されてきたように、官主導の開発と公共事業に依存する構造から、脱する機会を得ることなく21世紀を迎えようとしていた北海道において、1998年の特定非営利活動促進法によるNPO設立の胎動が大きな転機となった。1999年には「NPO推進北海道会議」がいち早くNPO法人となり、そこが母体となって、全国有数の法人設立数を誇る支援活動をリードしてきた「北海道NPOサポートセンター」が誕生。住民が取り組む、さまざまなまちづくりの活動を応援してきた。2005年8月現在、道内で800を越えるNPO法人が活動するに至り、その3分の1以上が福祉NPO法人である。

NPO法人に特化した初のバンク

北海道NPOバンクは、北海道内のNPO法人のみを支援対象とするわが国最初の組織として誕生した。NPOバンクの必要性を政策に盛り込んだ道庁から1500万円の出資を受け、資金ニーズを調査した上で1500万円を市民に募る形で2002年に設立。法人事務所を北海道NPOサポートセンターに置き、貸金業の資格を持つ担当者を配置している。現在の出資総額は約3800万円で、札幌市からの原資500万円と個人寄付100万円を合わせ、融資のための資金は4400万円となっている。

NPO法人が出資を募ることはできないので、事業組合（民法667条にもとづくNPOバンク）を一方で組織し、出資を募り、希望する団体に北海道NPOバンクが年率2%（限度額200万円、期間は1年間）で融資をしている。年間4回[*1]の融資募集を行い、これまでに56件の事業に融資、総額で9200万円の実績を上げている。主たる融資の内容は、行政からの補助金を受けることが決まっている環境保全系や、小規模作業所などのつなぎ融資、介護保険事業に取り組む団体の事業開始時期の運転資金などである。

2005年2月から、3カ月ローン（金利5%、限度額50万円）の優良返済団体を対象にした即決融資も開始し、小回りの効く事業に着手している。これらの融資審査は、審査委員会を組織して、公認会計士、税理士、金融関係者、企業家、大学の会計学専門家が手弁当で、事前相談と審査を行いリポートを作成、最終的に理事会で決定している。これにより、これまで担保力がないため銀行から融資を受けられなかった団体が、融資を受けて事業の継続と新たな展開を実現している。

地方自治を支えるシステムづくりを

また、地域社会への貢献というミッションをもって活動するNPO法人が、より活動しやすい環境づくりを目指して、昨年の7月に「第1回NPOバンクフォーラム」[*2]を開催し、横断的な情報交換と連携を図る活動を開始している。近年は、労働金庫や国民生活金融公庫あるいは信用金庫なども、NPO法人への融資を充実させる動きを見せている。北海道NPOバンクとしては、道民による道民のための市民活動を、相互に支援する地域に根ざした金融システムとして、当初の目的であるローカルガバナンスの担い手としてのNPO法人が、大きく羽ばたく条件づくりを今後も重視してきたいと考えている。

*1：1回の募集につき、相談、審査、決定まで約2カ月を要する。
*2：第2回は、今年12月に東京で開催予定。詳細は、実行委員会事務局（malaika@rose.odn.ne.jp）へ。

杉岡 直人（すぎおか なおと）
北海道NPOバンク理事長、北星学園大学社会福祉学部長。社会調査士資格認定機構評議員、日本社会学会理事・研究活動委員会副委員長、日本地域福祉学会理事など。専門分野とテーマは、地域福祉学「地方分権時代の住民参加型福祉社会の建設とNPO活動」、家族社会学「日本の家族はどう変わるのか」、農村社会学「生産者・消費者のネットワークと田園社会の建設」。北海道NPOバンク　http://npo-hokkaido.org/bank_hp/

投資▶起業▶市場▶雇用の循環で地域はよみがえる！

▲融資を受けて起業した手づくり&リサイクルショップ
（提供：市民バンク）

片岡勝（市民バンク代表）

市民バンクは「社会起業家」という言葉もなかったころから、地域社会を担う市民の事業を応援してきた。最近でこそ市民が金融を手づくりする例が増えているが、その先がけといえるだろう。15年以上の活動の中から見えてきた、地域を活性化する金融機関のあり方、市民金融の今後の方向性を考える。

金融の常識を覆す無担保融資

イギリスのロスチャイルド[*1]は銀行の設立にあたって「BANKはBAND（結びつけるもの）だ」という創業の言葉を残した。金融機関はもともと、人々の夢や想い、そして社会のニーズを結びつける大切な役割を持つものだった。ところが、日本の金融機関は自らの役割を問いかけることもなく、戦後一貫して利潤の追求と規模の拡大に向けて突き進んできた。そのツケが今、経営の破綻を招き、不良債権問題を生じさせている。社会が本当に必要としている金融機関の役割とはいったい何なのだろうか。

1989年、私が東京の信用組合と提携して始めた市民バンクは、既存の金融機関とは性質を大きく異にした。何よりもまず、融資をする際に土地や建物などの担保を必要としない。そのかわりに、その事業が利潤の追求を第一とするのではなく、「社会の問題を解決したい」という志をもって行われるかどうかが厳しくチェックされる。逆にどんなに多くの担保を持っていようと、事業に社会性がなければ融資できない仕組みだ。もちろん日本で初めての試みだった。

顔の見える信頼関係が鍵

市民バンクがこれまでに融資した件数は142件、総額6億円になるが、貸し倒れは1件もない。その理由は、市民バンクが単に金を貸すだけではなく、融資先を「育てる」ことに力を入れているからである。融資をする際には、減点主義ではなく加点主義で、そして事業計画書のつくり方などの相談に応じ、姉妹団体であるWWB/ジャパン[*2]のビジネススクールで経営のノウハウを学んでもらう。社会性、経済性、個性という3つの条件をクリアする事業を一緒につくっていくプロセスの中で、貸し手と借り手が互いに顔の見える関係になっていく。また、融資先の人材を探したり、互いの事業を紹介するカタログや、求人を呼びかける情報誌を発行し、継続的に支援もする。貸し倒れがないのは、顔の見える関係になる私たちの間に嘘がなく、融資した起業家たちが一所懸命、信頼に応えてくれるからだ。効率化を追求し、返済が続いているかぎり小口の取引先を訪ねることはほとんどない既存の金融機関とは対照的だ。

ここ数年、NPOバンクと呼ばれる、多くは組合型のファンドがつくられ始め、行政もコミュニティファンドづくりに関心を示し始めている。私も、市民バンクをつくって10年がたった1999年にコミュニティファンドを設立した。最初は若者対象のファンド、次は女性、最近設立した7番目のファンドは、日本に来ている留学生を対象にした起業支援ファンドだ。

時代を変革する連鎖を

金融機関は本来、リスクをかけて融資をする対価としてお金を得るものであり、リスクをかけるからこそ、その報酬としての金利を得ることができた。翻って現在の日本の金融を見ると、リスクを取ることなく、保護行政に甘んじ、護送船団方式の上にあぐらをかいてきた。行政が、リスクをかけるという経営に不可欠の感性を銀行から奪ってきたともいえる。

市民バンクの設立にあたって、私は10億円の融資枠の半分を保証したのだが、自らリスクをとったことに対し、驚きを持って「なぜ」と聞かれた。社会のためにリスクをかけることが不思議だと思われる時代になってしまったことが、残念に思えて仕方がなかった。ここ数年の社会の動きを見ると、金を預ける市民側の意識に変化が芽生えている。市民が直接、地域の事業に投資しようという芽生えを感じる。

地域を甦らせる鍵は、投資→起業→市場→雇用の循環をつくることにある。地域にそんな連鎖をつくり、時代の変革を草の根から実現したい。

*1：イギリス・フランスで金融業を中心に活動しているユダヤ系の財閥。
*2：1975年の国際婦人年会議において、女性の経済活動に対するさまざまな不平等が指摘され、この解決策として女性起業家への世界的な支援ネットワークの形成が提案された。その後、国連、世界銀行などのバックアップを受け、1980年にWomen's World Banking（女性のための世界銀行）が発足。現在、40カ国以上に広がる世界組織として活動中。

片岡 勝（かたおか まさる）

三菱信託銀行で組合委員長などを歴任。退職後、ビジネスを通じた社会問題の解決を行うため、(株)プレスオールターナティブを設立。南北問題の解決を進める第3世界ショップなどのほか、市民事業を支援するため東京の信用組合との提携による市民バンクをスタートさせる。市民事業の旗手として国際的に活躍中。
（株）プレスオールターナティブ　http://www.p-alt.co.jp/

国沢利奈子（マイクロクレジット・コンサルタント）

マイクロファイナンスをめぐる世界の潮流

貧困層や弱者に対する小額の金融サービスとして、途上国で始まり、開発援助の手法として支援を集めてきたマイクロファイナンス。貧困者への金融といえば、高利貸ししかなく、金利を払うために働かねばならなかった状況を変革してきた今、マイクロファイナンスを取り巻く状況はどうなっているのだろうか。

▲中国の中でも貧困層の多い甘粛省定西地区。融資を受けて広々とした教室で学ぶ服飾学校の子どもたち（提供:国沢）

金融政策の転換と制度の整備

1970年代後半から広まったといわれる貧困者への無担保小額融資は、主にNGOが活動の中心となり、南アジアや中南米を中心に90年代には世界中に広まった。現在では、融資だけではなく、貯蓄、保険、年金などの金融商品がある。援助ツールとしてのマイクロファイナンス（以下MF）[*1]の画期的な点は、NGOだけではなく、グラミン銀行をはじめとする商業ベースの銀行や政府系銀行が、それを通じて貧困削減や人々のエンパワーメントに貢献している点だ。現在では、直接的であれ間接的であれ、中央・地方政府、あらゆる業種の企業・団体がMFをめぐる活動に参加している。

MFを実施する団体（以下MFI）が金融機関であろうと非金融機関であろうと、金融活動を行う限り、国の金融制度やMF制度に従わなければならない。以前は市場が小さく、MFの活動自体が金融規制から外れていても、この点は厳格ではなかった。しかし、市場が成熟するにつれて、MFIの破産、プロジェクトの失敗などが発生。そのため、MFをめぐる金融制度の整備が求められ、MFIもしくは活動の規制[*2]が厳格になってきている。逆にいえば、MFの台頭、市場の成熟化のおかげで、国や地域の金融の多角化が進み、政府の金融政策の見直しのチャンスを作った、といえるだろう。

多様化する資金調達

規制の強化と共に、MFIが法人格を取得するようになってきた。もともとMFの開始段階では、プロジェクトベースがほとんどで、プロジェクト終了後、解散または団体への移行の道をたどる。プロジェクトの多くは、90年代半ばから始まった国連機関、世界銀行などの国際機関、USAID（米国国際開発庁）やAusAID（オーストラリア国際開発庁）などの二国間援助機構の資金投入ラッシュで開始された。プロジェクトの期間は3～5年で、国際機関はプロジェクト終了後撤退、その後プロジェクトは資金的そして管理上の自立を求められる。優れたプロジェクトは法人格を持つ団体、さらに商業銀行へと転換。アジアでは、モンゴルのXacBank（ハスバンク）がその代表的な成功例だ。商業化することで、資金需要をドナーに頼らず、株式化や債券の発行などにより市場から調達することができるようになる。

ただし、より多くの資金を広範囲から調達するには、企業並みの会計を含む情報の透明性が求められる。年度末の会計監査は当然のことながら、MF市場の競争が激化する地域では、MFIの格付けの取得を義務付けられているところもある。また、無名ながら地域で活躍するMFIが格付け取得後、一気に世界的に知名度が上がり、多くの投資家が押し寄せた例もある。[*3]

商業銀行との歩み寄り

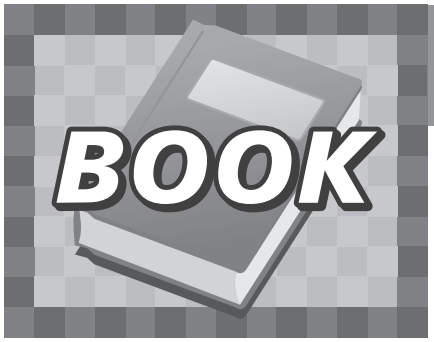
MFIが力をつけるのに伴い、その資金調達先にも変化が見られるようになった。国際機関からの助成頼りであったのが、商業金融機関をはじめとする一般企業がMF原資融資を始め、トレーニング、ITシステムの構築、MFネットワークの設立など、MFをめぐるあらゆる方面に資金を導入するようになったのである。その背景には、規制下に置かれたMFIの資金使途の透明性の向上や法人格の取得によって、企業が資金投入できる安心感・安定感が構築されたことがある。たとえば中国では、次のような企業がMFに資金投入している。

フォード財団	中国初のMFNGOである中国社会科学院下の扶貧社に初期から資金を投入。
シティ・グループ財団	04年設立の中国マイクロファイナンス協会およびシティ・中国マイクロファイナンストレーニングセンターの設立資金。グラミン財団USAを通じ、130万ドルを中国のマイクロファイナンス団体の原資融資とトレーニング費用として投入。
JPモルガン財団	国際NGOプラネットファイナンスを通じ、寧夏省のMFIの管理情報システム構築のための資金を投入。

MFIが商業銀行化するだけでなく、一般の商業銀行がMFを始める例もすでにあり、双方が歩み寄って、途上国ではMFが一般化してきている。おかげで、貧困者、女性や少数民族など、従来の金融サービスを受けにくかった人々が、より多くのチャンネルから普通に金融サービスを受けられるようになってきた。MFは女性や貧困者の社会的地位の平等に貢献しただけではなく、金融界における平等にも大きく貢献している。MFが特殊な金融形態ではなく、ごく普通の金融形態として扱われる時期はそう遠くないだろう。

*1：小額金融については、従来型の小口信用貸付を指す「マイクロクレジット」に加えて、貯蓄「マイクロセイビング」や保険「マイクロインシュアランス」などを広く含めた「マイクロファイナンス」という表現が使われることが多い。
*2：ここでいう規制とは、制限することではなく、法もしくは条例下に置くことによって、適正なMFIが税制面などで恩恵を受けながら活動できることを指す。
*3：詳しい格付けの内容については、フランス系マイクロファイナンス格付け機関プラネットレイティング（www.planetrating.org）を参照。

国沢 利奈子（くにさわ りなこ）
1994年よりマイクロファイナンスに携わる。大阪大学国際公共政策研究科修士号取得後、米国系金融情報サービス会社で債券・ローンの分析を担当。同時にマイクロクレジットサミットを開始したRESULTSに1997年より参加。2002年より3年間中国在住。フランス系NGOプラネットファイナンスや国連機関、世銀、JICAなどでコンサルタントを務める。現在は東京在住。E-mail: rkunisawa@planetfinance.org



本の紹介

市民活動に資金が流れにくい現状は、NGO/NPOだけでは打破しにくいのが難しいところですね。企業や行政、あるいは市民1人ひとりが発想を変えてみる必要があるかもしれません。
解決の糸口が見つかりそうな4冊をご紹介します。

『社会変革（イノベーション）に挑むNPOには優れた経営者と志ある資金が必要である ―企業経営者からの提言、企業経営者としての行動計画―』

経済同友会発行（2005年） ㊐Tel. 03-3284-0220

民間主導型社会の実現に向けて、わが国のNPOはどうあるべきかを経営的観点から述べたものである。NPOの必要性、課題などについてデータを示しながら現状を分析。理想的な民間主導型社会への7つの提言を掲げ、実現に向けた行動計画を示し、自らの改革のビジョンを積極的に主張している。社会で成功を収めた企業経営者が率先垂範する必要性など、特徴的な記述も多い。非営利＝無償のボランティア、ととらえがちな人にとっては、大変新鮮に映る内容であろう。動き始めた企業からのNPO変革へのアプローチが簡潔にまとめられた1冊。

（ホームページからもダウンロード可→http://www.doyukai.or.jp/policyproposals/articles/2005/pdf/050706.pdf）

『価値を創造する助成へ―フィランソロピーの新しい課題』

マイケル・E・ポーター、マーク・R・クレーマー著　川北秀人監訳　定価1,000円
IIHOE〔人と組織と地球のための国際研究所〕発行（2000年） ㊐Tel. 03-5283-3220

財団の資金は、その力が十分に生かされれば、大きな社会的成果を実現できる。にもかかわらず、利用可能な資源を元に、社会に対して最大限の価値を生み出そうと考えている財団は多くない。本書では、助成団体には、寄付者と助成先の単なる仲介役を果たすだけでなく、社会の発展を導く能力と義務があることを自覚すべきと警鐘を鳴らしている。その実現方法や戦略とともに、アメリカの具体的な事例を随所に紹介。助成財団だけでなく、NPOやNPO支援センターにとっても、自分たちの組織に当てはめることで、ヒントやアイディアが生まれるのではないか。

『日米の寄附市場とNPO ～NPOのアカウンタビリティモデルの事例を通じた日米比較プロジェクト』

シーズ＝市民活動を支える制度をつくる会発行（2003年） ㊐Tel. 03-5227-2008

寄付収入が少ないことが日本のNPO活動の足かせになっている。日本に寄付文化がないことが理由としてあげられることが多いが、本報告書によれば必ずしもそうとは言えないようだ。米国の企業は寄付の動機や意識がこの10年で激変しており、成果を寄付で購入するという市民の意識が高まっている。NPOが寄付者と受益者のニーズを満たすプログラムを作ることで「寄付市場」が育つのだ。日本に欠けているのは文化ではなく、寄付市場を開拓するプログラム開発である。日本でも寄付収入はまだ増やせるというメッセージが伝わる。

『世界を変えるお金の使い方』

山本良一、Think the Earth Project編　定価1,260円（税込）
ダイヤモンド社発行（2003年） ㊐Tel. 03-5778-7240　ISBN4-478-87103-5

たかが「100円」、されど「100円」。何気なく使ってしまう小額のお金にも、使い道によっては、人の生き方、地球のあり方を変える力がある。お金で「貯金や、物を買う」ことができることは誰でも知っている。しかしそのお金を「何に使うか」、「誰に預け、どう使ってもらうか」を見極めれば、それは地球を変える大きな力となる。本書では、100円から1兆円台まで、環境、福祉などのテーマで50の「使い方」の例を紹介。地球を変える意思決定は、私たち1人ひとりの財布からも始められるというメッセージが込められている。

お悩み相談室 どうしよう!? パートナーシップ

EPO/GEICにはパートナーシップに関するさまざまな相談が日々寄せられます。
このコーナーでは、よくある相談をめぐって3人のEPO/GEICスタッフが
誌上ディスカッションを行います。果たして解決の道は見つかるのでしょうか。

相談 企業の社会貢献担当の者です。エコ商品の売り上げの一部からNPOの活動に寄付をしたいと思っているのですが、寄付先としてどこか良いところはありませんか。

スタッフA NPOとのかかわり方はいろいろあると思うけれど、この担当者はとりあえず金銭的な寄付から始めてみたいということですね。

スタッフB 企業が寄付する場合は、やはり宣伝になるからという理由が大きいのかな。そういう面はあるにしても、寄付金を使って何をしてほしいかはっきりしないと、団体も選びようがないですね。

スタッフC それに、NPOからも、単に「お金を引き出す相手」だと思われてしまうのはまずいですよね。

B そうですよね。寄付先の団体や活動に対して、「こういうところに共感できるから、貢献したい」という面を見つけることが大事だと思います。

A でも、共感できる相手を探す、というのは具体的にはどういうことでしょうか。

B 例えば、海に関係ある事業を行ってるから海の活動を支援したいとか、自社工場がある地域に貢献したいとか、本業と絡むストーリーを明確にして、それに合う活動をしている団体を探すという手はありますよね。

C 全国規模の知名度の高い団体に寄付が集まりがちですけれど、特に地元とのつながりを重視したい企業なら、地域にゆかりのある団体に寄付をするとか、地域の視点は重要になりますよね。

B 社員の「思い」を聞いてみるというのもいいよね。支援したい活動や団体を社員に投票してもらったり…。

C 一度の寄付で終わらずに、継続性や波及効果を生むプログラムに発展させていければ、もっといいですね。

A 社員がボランティアで参加している団体に寄付したり、そういう場合の交通費を支援する例がありますけど、継続的な社会貢献にもなるし、社員の人材育成という効果も期待できる方法だと思います。

B 寄付をきかっけにして、長期的に、一緒に地域をつくるパートナーを育てるという視点に立てば、もっと戦略的に考えられるのではないかな。そういう意味でも1回寄付して終わりじゃなくて、それがどのように活動に生かされたのか、寄付先からのフィードバックを促すことも大事ですね。

A 実際にパートナー団体を探すのに、何かいい方法はありますか。

C 「環境らしんばん」[*1]や「環境NGO総覧」[*2]など、ホームページで公開されているデータベースをあたるのは1つの方法ですね。

B ただデータベース情報だけでは実態は分かりにくいので、NPOサポートセンターやボランティアセンター、NPO関係に詳しい知り合いなど、何人かの話を聞いてみるといいでしょう。もちろん、イベントやボランティアの機会に試しに参加してみれば、生の声や活動状況が分かるので、一番いいですよね。

*1:「環境らしんばん」http://plaza.geic.or.jp/
環境NPOの団体紹介、イベント案内、ボランティア募集などを、インターネットで探せるデータベースです。団体登録していただくと、広報・情報発信ツールとしてご利用いただけます。ぜひご活用ください。

*2:http://www.erca.go.jp/jfge/index.html?main=NGO/html/main.php

パートナーシップ・トーク

環境分野に限らず、大勢の人を巻き込んだキャンペーンを仕掛けるNGOサステナのマエキタミヤコさんと、特集でも取り上げた市民による金融のキャンペーンを展開するA SEED JAPANの甲野藤愛さんからメッセージをいただきました。

マエキタ ミヤコさん

ソーシャル・クリエイティブ・エージェンシー
[サステナ]代表

1994年よりNGOの広告に取り組む。エコ・ライフスタイル・メディア「エココロ」編集主幹。テレビ朝日「素敵な宇宙船地球号」番組内「エココロテレビ」企画監修。グリーンピース・ジャパン「ぬりえピースプラカード」新聞広告で準広告電通賞など広告賞多数。「100万人のキャンドルナイト」よびかけ人代表。「ほっとけない世界のまずしさ」キャンペーン実行委員。

NGOキャンペーンのパートナーシップ最前線

夏至と冬至、年に2回「でんきを消して、スローな夜を」と呼びかける「100万人のキャンドルナイト」。その広報に、環境NGOの広告・広報戦略を手がけるソーシャル・クリエイティブ・チーム、サステナのみんなと取り組んでいます。

最初はたくさんお金を出してくれて新聞広告も出してくれるような企業がいるといいな、と思っていたのですが、なかなか1社に頼るのは難しく（最初の年はNECが新聞広告を出してくれたのですが、2年目はそうもいかずに）方針転換。1社、5万円出してくれたらありがたい、ということにみんなで決めました。そうすると大きな会社も小さな会社も横並びですが、それがまた面白く見えるのでなかなかよい考えではないかと思っています。

大変だったのは1年目の報道。記者会見をしてきちんと説明し資料も配付しているはずなのに、環境省がやっている消灯キャンペーンにNGOも参加、と誤解して書かれることが多かった。そこでこまめに新聞社に電話をし、担当の記者を呼んでもらって、怒るのではなく誠意を持ってニコニコと「記事として取り上げていただいたのは大変ありがたいが、環境省が主導なのではなく、NGOが主導のキャンペーンです。環境省もそれを認めているし、それが今日本に必要な、地球サミットで合意されアジェンダ21に書かれたNGOと政府のパートナーシップなのです。そこが大事なポイント」といちいち説明していきました。2年目、駅の写真ニュース掲示板に「NGO、100万人のキャンドルナイト」と大きく見出しが出ていたのを見たとき、あの苦労は無駄じゃなかったんだなあ、と感慨深かったのを覚えています。

今サステナは、100万人のキャンドルナイトに加え、世界の貧困に取り組む「ほっとけない世界のまずしさ」キャンペーンの展開もお手伝いしています。多くの国際協力・開発系NGOが取り組んでいるこのキャンペーン。すでに多くの企業やマスコミに協力してもらって広く伝わってきていますが、今後どのように財務省や外務省の政策の現場とかかわっていくかが課題です。

サステナ **http://www.sustena.org/**

甲野藤 愛（こうのとう あい）さん

A SEED JAPANエコ貯金プロジェクト
ボランティアスタッフ

1991年に設立された国際青年環境NGO、A SEED JAPANで2003年からエコ貯金プロジェクトの活動を始める。2004年度理事。2005年4月から開始した「エコ貯金アクション」の広報を担う。現在大学3年生。学業の傍らNGO活動を続けている。

「貯金」からつくる持続可能な経済

～A SEED JAPANエコ貯金プロジェクトの取り組み～

「あなたは自分の貯金が、何にどのように使われているか考えたことはありますか?」

私はエコ貯金を説明するときに、よくこのような質問をします。2003年の春、私は何か主体的に社会活動がしたいと思い、A SEED JAPANの門を叩きました。そしてこの質問を受けたのです。

それまでは、何となく経済が環境問題などの根源にあると考えてはいたのですが、何をどのように変えればいいのかはわからずにいました。「私たちの貯金を切り口に経済システムを変えられる!」というメッセージは私の心に深く響き、これはみんなにも知ってほしい!と思いました。

私たちの預金・貯金は、金融機関によってさまざまな企業への融資や株・債権購入に使われています。企業が利益を上げて、金融機関に利息をつけて返済し、金融機関はその中の一部を、私たちに利子として支払うわけですが、その企業の中には、私たちが資金提供したくないと思うようなものも残念ながら含まれています。たとえば森林破壊に加担する製紙会社、リサイクルや温暖化対策に積極的でないメーカー。そういった「企業の社会的責任（CSR）」を無視する企業と、CSRを果たす努力をする企業を、現在の金融システムは区別しません。資金循環の源泉に位置する預金者・市民は、金融機関にCSRを求めることで、金融機関の融資を受けるすべての企業を変えることができるかもしれません。

A SEED JAPANエコ貯金プロジェクトでは、「口座を変えれば世界が変わるキャンペーン」という、市民による銀行変革キャンペーンを今年の4月から実施しています。約半年で、3億円分を超える「エコ貯金宣言」が集まりました。このキャンペーンの成果を、「メガバンクへの提言」「地銀・信金・労金への提言」、そして地域に根ざしたNPOや環境ベンチャー、自然エネルギーなどに融資する「NPOバンクの普及」という形で、活かしていきたいと思います。

市民1人ひとりが、エコ商品を選ぶ感覚で銀行やNPOバンクを選ぶこと、そして市民の声に金融機関が応えることで、共に持続可能な経済を創ることができる、そう思っています。

エコ貯金ナビ **http://www.aseed.org/ecocho**

掲示板

環境パートナーシップオフィス（EPO）／地球環境パートナーシッププラザ（GEIC）

2月から始まった環境基本計画の見直しに合わせ、EPO/GEICでは、行政、市民、NPO、企業の参加を得て、シリーズで「環境基本計画意見交換会」を開催しています。この意見交換会は、環境基本計画とその見直しについて理解を深め、意見交換を行い、その結果を政策・活動指針に生かすことを目指しています。第1回（6月）には、環境省の担当者から環境基本計画の現状と見直し過程について説明があり、現在は7月19日に公表された「中間とりまとめ」の主要な横断的項目（8項目）ごとに議論を進めており、来年6月までの長期シリーズです。
＜http://www.geic.or.jp/geic/partnership/kihon/＞

環境省

現在政府では温室効果ガス6％の削減に向け、さまざまな取り組みを行っています。その1つが「我が家の環境大臣」＜http://www.env.go.jp/policy/wagaya/index.html＞です。これは、地球に優しい行動に取り組む家庭（エコファミリー）を募集し、そのリーダーを我が家の環境大臣として登録することで、家庭、仲間単位でできる地球に優しい取り組みを、楽しみながら実行できるようにと考えられたものです。また「チームマイナス6％」＜http://www.team-6.jp/＞も国民的プロジェクトとして少しずつ浸透してきているようです。こちらはやはり“COOL BIZ”という言葉の影響が大きいように思います。すでにご存じかもしれませんが、この秋冬版として“WARM BIZ”という言葉もつくられました。これから訪れる寒い季節も、「寒いときは着る、過度に暖房に頼らない」という、本来当たり前のことを思い出すきっかけになればと思います。

国際連合大学

ユネスコ世界遺産センターや南アジア環境協力プログラム（SACEP）などとの共催で、4月25～29日、スリランカにて「世界遺産指定区域における生物多様性の保全とエコツーリズム」をテーマとした研修を行いました。研修には、南アジア各国で世界遺産やエコツーリズムにかかわる行政官やNGO関係者、研究者が参加し、現地の世界遺産指定区域の見学やディスカッションを通じて、今後のアクションプランを作成しました。アクションプランには、世界遺産、特に自然遺産指定区域におけるエコツーリズムの持つ可能性や、エコツーリズムを効果的に実施するためのマネジメント能力の強化、南アジア地域内での協力関係の強化などが盛り込まれました。詳細はホームページをご参照ください。
＜http://geic.hq.unu.edu/ENV/training1.cfm?type=1&ID=283＞

環境らしんばん 環境パートナーシップのために

NPO、企業、行政の開催するセミナーやイベント、ボランティア募集、書籍紹介などの情報が満載のホームページです。テーマや地域など要件を設定して検索することができ、毎月おすすめの情報もあります。情報の発信を行うには、ホームページから団体登録をしてください。　＜http://plaza.geic.or.jp/＞

メールマガジン [Partnership INFONET]

EPO/GEICでの行事のお知らせを中心に、「環境らしんばん」からのイベントピックアップ、新着書籍のお知らせなど、耳寄りな情報を集めてお送りしています。毎月第3木曜日に定期発行、必要に応じて臨時号も発行し、タイムリーな情報を配信。お申し込みは、下記のホームページよりどうぞ。
＜http://www.geic.or.jp/geic/info/merumaga/＞

ライブラリー

NPO・市民団体の出版物は書店に流通しないことが多く、なかなか手に入りません。NPOが発行するいい書籍を多くの方に知ってもらい、必要なものを入手できるよう、『NPOブックカタログ2005』を発行しました。環境／パートナーシップなど18分野、158団体、約400冊を掲載。来館または、郵送で入手することができます。
A5判・112頁・無料（送料のみ負担）。＜http://www.geic.or.jp/geic/2005/info/catalog/index.html＞

【つな環】第7号

2005年10月発行

編集・発行：

地球環境パートナーシッププラザ（GEIC）

〒150-0001
東京都渋谷区神宮前5-53-70 国連大学1F
Tel.03-3407-8107　Fax.03-3407-8164
http://www.geic.or.jp/geic

●開館時間：午前10時～午後 7時30分（火～金曜）
午前10時～午後 5時（土曜）

●休　館　日：日曜・月曜・祝日・年末年始・第4金曜日

環境パートナーシップオフィス（EPO）

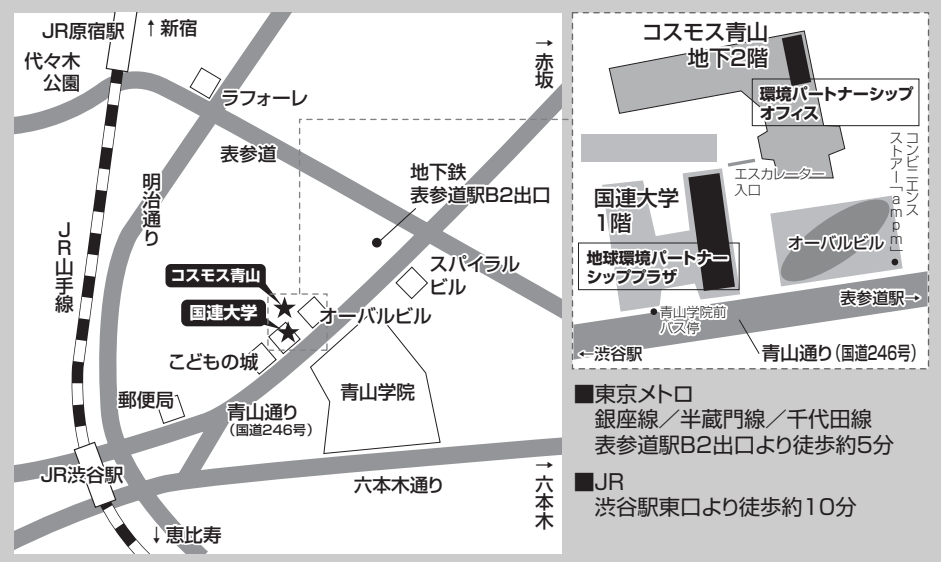
〒150-0001
東京都渋谷区神宮前5-53-67 コスモス青山B2F
Tel.03-3406-5180　Fax.03-3406-5064

●利用時間：午前10時～午後 9時（火～金曜）
午前10時～午後 5時（土曜）

●業務時間：午前9時30分～午後6時

●休　業　日：日曜・月曜・祝日・年末年始

レイアウト・デザイン：株式会社メディアハウス



■東京メトロ
銀座線／半蔵門線／千代田線
表参道駅B2出口より徒歩約5分

■JR
渋谷駅東口より徒歩約10分

GPN Green Purchasing Network 印刷サービス

印刷サービスのグリーン購入に取り組んでいます。
●用　紙：OKプリンス上質エコGホワイト100（古紙配合率100%、白色度71%）　●インキ：大豆油インキを使用