

経済財政諮問会議  
選択する未来委員会

**地域の成長と資金循環**

～ 持続可能な地域社会の実現へ～

深尾 昌峰

# “課題先進国日本”～成長や持続可能性を高める契機に

「地域の成長」を考える上で、地域の特性やポテンシャルを活かした持続可能な地域社会を基軸に捉える事が必要。「地元力」や「地域力」によって、「これまで」を越えていき、しなやかな地域社会を。

- ・ 「ある」ものを活かす

→B級グルメ、グリーンツーリズムなど →地域づくり、資金、人のチカラ、文化

- ・ 高齢化社会を越えていく「人のチカラ」

→「やっかいもの」から地域の資源に 社会保障財源の議論

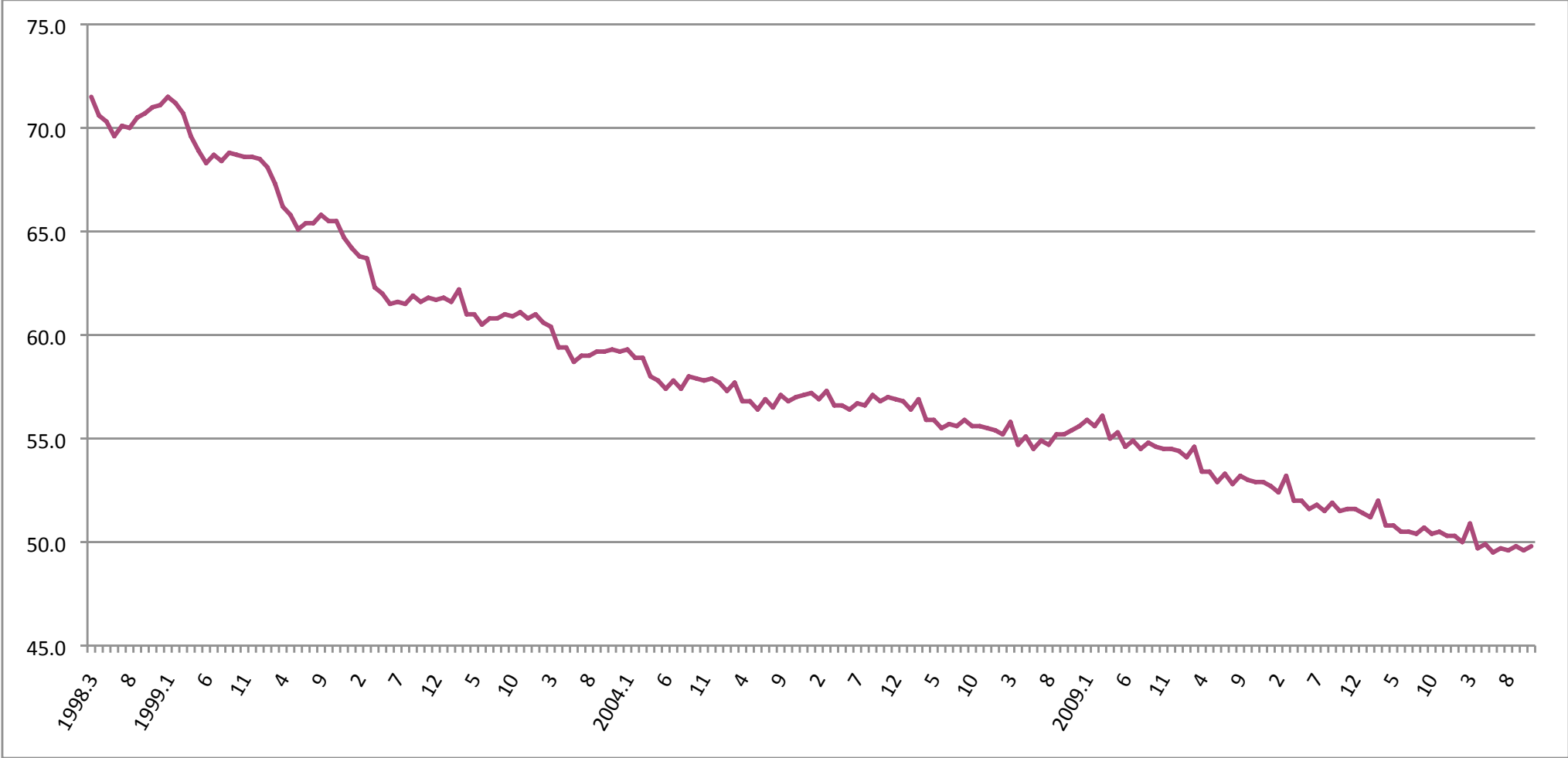
- ・ 「帰業」をうながすトントンな事業モデル

→ソーシャルな領域を中小企業に取り込み「成長」

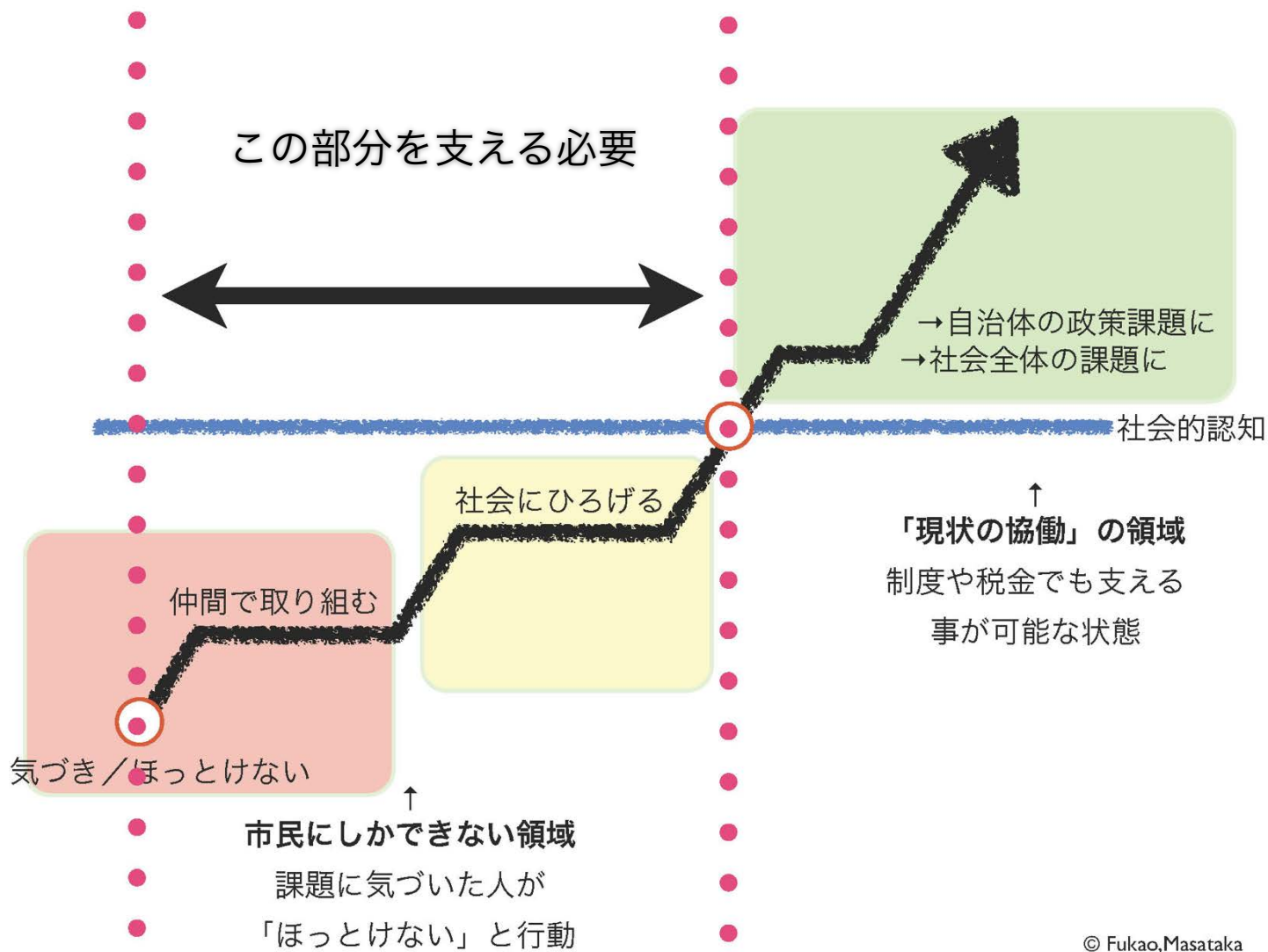
- ・ 課題解決に関わるソフトは今後、世界のモデルに 日本新たな貢献

**住民の自治力を引き出し、豊かな未来の地域をつくる必要性**

# 信用金庫の預貸率(1998-2013)



信金中金統計資料から作成



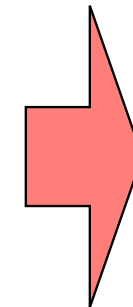
© Fukao, Masataka

# 現状

「公共の新たな担い手」と言われるNPO・ソーシャルビジネス活動は活発・多岐にわたり社会にとって欠かせないものに

## NPO・市民活動が抱える課題

- ・依然抱える活動基盤の弱さ（資金、人材、制度）
- ・下請け的な行政との協働によるNPOの疲弊  
→先駆性、自立性などの市民活動らしさが損なわれつつある
- ・依然としてNPOへの寄付が広がらない現状



「制度」 「仕組み」

**回収**

されてしまう

## 担い手／語り方の変化

- ・地域の「成長」の担い手
- ・中小企業の「第二の創業」としてのソーシャルな領域
- ・課題先進国のなかで「いきがい」から成果を中軸に評価、位置づける必要

## ソーシャルインパクト評価とアカウントビリティ

### ソーシャルインパクト評価

(事例)

Social Return on Investment(SROI)社会投資収益率

が有名。社会的活動に対して、アウトカム(成果)レベルでの定量的評価を行う。アウトカムの貨幣価値換算による投資対効果評価を行う。

IRIS (Impact Reporting and Investment Standards)

世界2400の投資機関で利用。英国等の社会的証券取引所で報告基準として採用。アウトプットレベルでのKPI (指標)評価

※社会的価値評価では、定量的評価(無形のものでも、意識や行動の定量的把握も含む)を重視。

社会的な成果の価値基準は団体のステークホルダーによって主観的に決められるものであるが、その事前に設定された成果指標の決定プロセスが参加型であるか、その指標の達成状況はどうかといったことが重要とされる。

### アカウントビリティ

(事例)

アカウントビリティ・セルフチェック

国際協力NGOセンターが主導。60以上のNGOが取得  
1.組織運営基準 2.事業実施基準 3.会計基準 4.情報公開  
について統一基準に合致している団体に認証マーク付与

※団体の財務情報や定款・役員、事業報告などのHP上での情報公開を必須とすることで市民目線でのチェック機能とする。

★支援事業のソーシャル  
インパクト評価の実施と  
★支援先団体のアカウント  
ビリティ確保

の2点を資金の受け皿団体の  
必須実施事項とすることで、  
本スキームの透明性と  
成果アピールにつなげる





# 人材面の課題に関するWG報告書の提案概要

## (主な課題)

### 人材育成

- ① 世論調査等によれば、NPO法人自身が人材不足を認識しているのみならず、市民の側においても、NPO法人には人材面の課題があると認識
- ② 特に、明確で共感を得られるビジョンの提示、現実的な事業計画の策定など、専門的なノウハウを持つマネジメント人材が不足
- ③ 地域のニーズやNPO等の活動分野が多岐に渡るため、一律の内容の経営セミナー等では人材育成の効果は小さい。また、人材育成支援事業を行った際には、その成果の評価が重要
- ④ 共助社会づくりの新たな担い手となる社会起業家や、NPO等のスタッフなど、マネジメント人材以外の人材育成も重要



## (WGで提示された主な方向性)

- ① NPO等のマネジメントを担う人材に対し、的確な事業計画等の策定に必要な知識を身に付け、実効的な計画の策定ができるよう、各専門分野に特化した内容の専門講座を実施
- ② 既に実効的な事業計画を有している組織に対しては、計画の実行段階で直面する様々な課題に対処できるよう、マネジメント人材への伴走型支援を実施
- ③ 先進的な評価に関する取組事例を参考として、支援事業の成果評価を行い、発表する公開セミナーのような場を設定
- ④ 学生時代からNPO等に対する理解が進むよう、大学教育の中で、NPO等について座学やOJTを実施している先進事例を積極的に発信

### 人材の流動化等

- ① 共助社会づくりでは、既にNPO等で活躍している人材だけでなく、企業をはじめとする他セクターからの担い手の参画も重要
- ② 大学や行政との人材交流、別々の地域に存在するNPO等間の人材交流、又は地域内の地縁団体との連携などもNPO等の成長にとって必要
- ③ 地域に密着した中小企業にとっては、NPO等と連携することにより、NPO等の人材を活用しつつ、ソーシャルビジネスへ参入するなど、自ら競争力を高めることが重要



- ① NPO等と企業との人材交流の成功事例を収集し、企業のニーズに応えるような事例集を作成するとともに、人材交流を通じて成長・活躍している者のキャリアモデルを発信
- ② NPO等間の人材交流や自治体といった企業以外のセクターとの人材交流についても、成功事例を発信
- ③ 中小企業支援策が中小企業のソーシャル化に向けた取組に適用されることで、地域との関係性の構築に強みを持つNPO等との連携を促進

共助社会づくり懇談会資料（平成25年12月24日）

## 資金面の課題に関するWG報告書の提案概要

### (主な課題)

#### 寄附・会費の拡大

- ① 世論調査によれば、NPO法人の活動に対して寄附をしたいと思うと回答した人は約23%にとどまっており、寄附文化の醸成が重要
- ② 新たな寄附拡大の仕組みとして広がりつつある市民ファンドであるが、市民から十分な寄附を集めることができていない団体も相当数存在
- ③ 市民ファンドは、地域を巻き込む窓口機能によって支援者の参加が容易になることで、支援総量の拡大に貢献することが期待されるが、現状では、地域に一定の影響を持つ団体は限られている

#### NPO等への融資の拡大

- ① NPO法人に対する実態調査によれば、NPO法人の借入先の内訳について、個人からの借入が7割を超えているのに対し、銀行、政府系金融機関、信用金庫はいずれも1割程度にとどまっている
- ② 金融機関はNPO等に対する理解が不十分であり、NPO等に対する融資に積極的でない
- ③ NPO等への融資は営利企業向け融資よりもデフォルト率が低いにも関わらず、一般には、リスクが高いと誤解されているとの指摘もある
- ④ NPO等は金融機関、地方自治体、民間のコンサルタント等の支援機関から個別に経営支援を受けている例はあるが、面的な支援の仕組みが構築されていない地域が多い

### (WGで提示された主な方向性)

- ① 事業が軌道に乗っていない市民ファンドに対し、市民ファンドの運営に要する基礎的な知識や地域からの支援を得るためのノウハウ等に関する研修を行い、中長期的なビジョンの策定や当面の事業計画の策定を支援
- ② ビジョン等を既に有している市民ファンドに対しては、団体運営に係る伴走型支援を実施
- ③ 1県に1つ程度市民ファンドが創設されることを期待
- ④ 寄附文化を醸成するために、金融機関や、公認会計士、税理士等の専門家とも連携しながら、公開シンポジウムといったキャンペーンを実施し、その内容を地方にも展開

- ① 行政、地域金融機関、商工会議所・商工会、税理士、公認会計士、大学・専門学校等の学術機関、NPO等、市民ファンド、NPOバンクなどが相互交流及び連携し、地域の課題の共有及び解決の実現を図る場として共助社会の場を設置
- ② 共助社会の場は、地域とのネットワークを既に有している地元の地域金融機関が主導する場合や、行政がコーディネート役となってより広域的な場を設置する場合など、各地域の実情に対応
- ③ NPO等と地域金融機関が連携しながら地域課題を発見・解決していく動きを全国各地に普及していくため、共助社会の場の成功事例を各地に紹介
- ④ 地域金融機関のNPO等に対する理解促進として、NPO等に係る制度や会計基準などに関する勉強会を開催

共助社会づくり懇談会資料（平成25年12月24日）



# 信頼性の向上に関するWG報告書の提案概要

## (主な課題)

### 情報開示のあり方

- ① 寄附やボランティア、助成団体、融資関係者、行政といったステークホルダーが求めている情報が適切に開示されていないケースが多くみられる
- ② 情報開示が進まないことで、NPO等に対する理解が進まず、寄附の相場観が市民の間で醸成されていない

### NPO等の情報基盤

- ① 各種データベースが共有化されていないため、NPO等にとって、情報の登録が相当程度の重複作業
- ② 行政が有するNPO法人情報へのアクセス環境が不十分であり、情報の利便性が課題

### NPO法人の会計情報

- ① 法人ごとに採用されている会計情報や正確性にバラつきがみられる
- ② NPO法人会計基準の一層の普及と法人の会計処理能力の向上に向け、団体の規模等に応じた支援が必要

### NPO法人への指導・監督

- ① 一部の信頼を毀損するような団体が存在することも事実であり、NPO等全体の信頼まで失われることのないようにすることが必要
- ② いわゆる休眠法人を放置されることにより、行政の管理コストの増加や不正の温床につながる可能性

## (WGで提示された主な方向性)

- ① 寄附者等にとって分かりやすい事業報告書等の作成に向けた様式の改善
- ② 行政に提出する事業報告書等に加え、より詳しく分かりやすい寄附者等向けの年次報告書等の作成の促進
- ③ NPO等に係る各種調査結果を広くNPO等と共有

- ① 内閣府ポータルサイトにおいて、データベースの更新情報を利用者に自動発信する仕組み等を構築
- ② NPO法人と公益法人の基礎情報等に関する横断的な情報提供の充実

- ① 公認会計士や税理士等の専門家に対するNPO法人制度及びNPO会計基準についての理解を促進するとともに、その専門家の活用を図る
- ② 小規模法人等の負担にも配慮しながら、NPO法人会計基準の活用促進に向けた先進的な取組例を共有
- ③ NPO法人会計基準の更なる改善に向けて、民間主導で議論が進められることを期待

- ① 信頼を毀損する団体に対しては厳格に対処することも含めて行政としての監督のあり方を検討
- ② 活動実態がない法人に解散を促すことや、実態の把握を行うとともに、認証取消しも含め、休眠法人への適切な対応を検討
- ③ 改正NPO法の施行後3年を目途とした検討にあわせて運用課題を整理・検討

共助社会づくり懇談会資料（平成25年12月24日）

# 市民コミュニティ財団

「地域課題の解決に向けて、市民が主体的に取り組む市民活動をはじめとする取組みに対し、市民による寄付や投資に基づき資金を仲介する組織」

・ 2009年3月京都地域創造基金の設立以降、全国で設立

○主な市民コミュニティ財団（設立／名称／対象エリア）

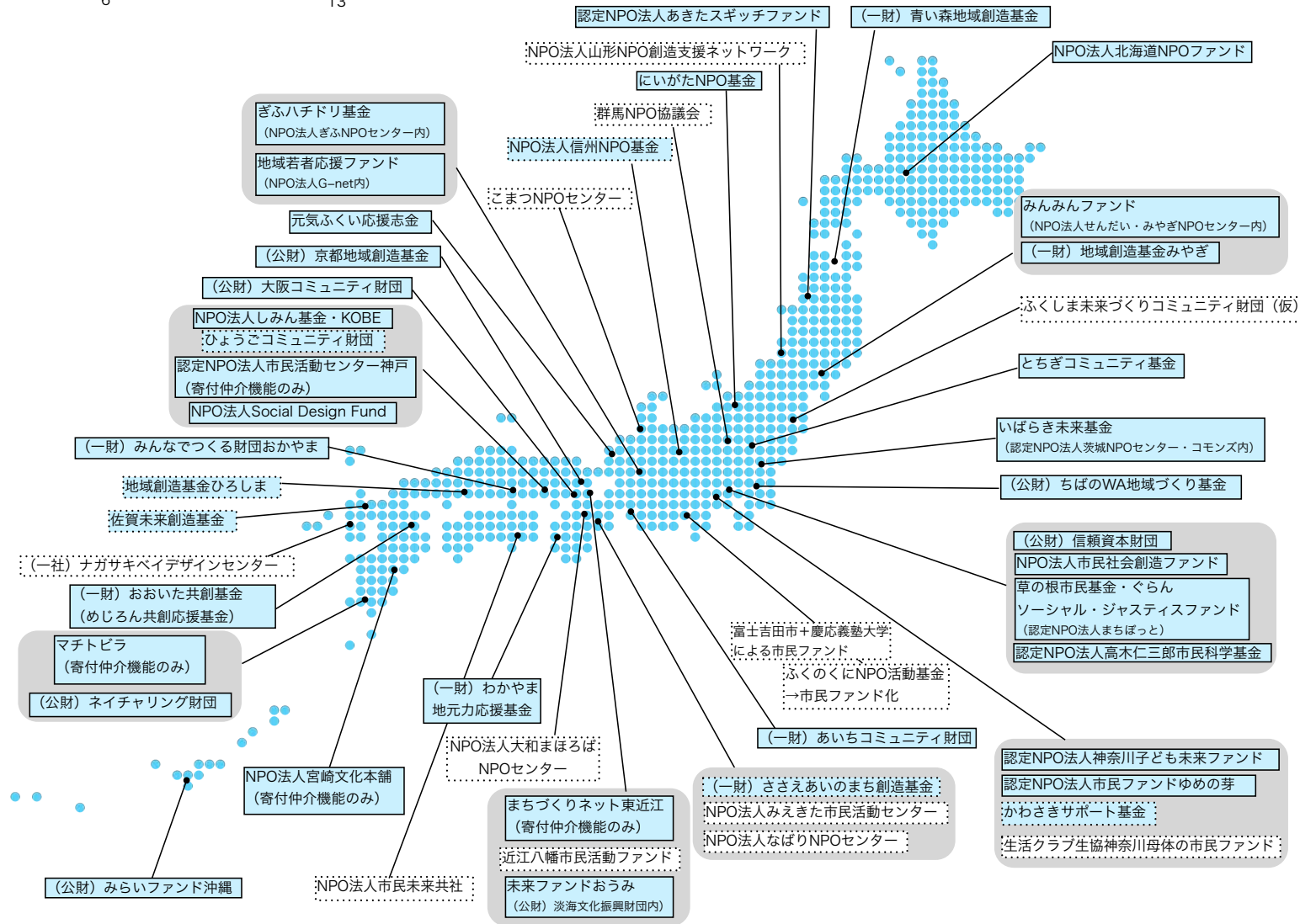
2010年4月	公益財団法人みらいファンド沖縄	(沖縄県)
2011年6月	一般財団法人地域創造基金みやぎ	(東北地域)
2012年5月	公益財団法人ちばのWA地域づくり基金	(千葉県)
2012年9月	一般財団法人みんなでつくる財団おかやま	(岡山県)
2012年9月	いばらき未来基金	(茨城県)
2012年10月	公益財団法人わかやま地元力応援基金	(和歌山県)
2013年4月	一般財団法人あいちコミュニティ財団	(愛知県)
2013年6月	公益財団法人ひょうごコミュニティ財団	(兵庫県)

**全国の市民による財団設立・設立準備状況**  
 (公益財団法人京都地域創造基金調べ 2013年4月1日現在)

設立済のもの   
 設立準備中のもの   
 検討段階のもの  
 (設立目処が具体的でない／わからないもの)

33                      6                      13

市民立市民営（もしくは市民営）で市民・企業からの寄付・資源を地域の市民公益的活動に多様な手法で届ける機能を持っているもので、県域レベルを対象とするもの。（市町村レベルのものは網羅しておらず、現在も調査中）  
 ＊市民出資をうけて事業を展開する市民ファンド（自然エネルギー系や被災地産業復興支援系等）は含めていない。



# 日本の寄付市場

「日本には寄付文化が**ない**」と言われるがそうではない

全国の寄付 1兆円市場 (2009、2010)

\*参照：『寄付白書2010』日本ファンドレイジング協会編 2010.12

- ・ 5年前よりも「寄付額変わらない+増えた」 **73.1%** (2011年ベース)
- ・ 「遺産を寄付したい」 **40代以上で2割 (未婚女性で5割)**

\*参照：『寄付白書2011』日本ファンドレイジング協会編 2012.1

- ・ なぜ寄付をしないか？ 「頼まれないから」が1位

- ・ 米国は約23兆3000億円 (2010)

\*参照：Center on Philanthropy at Indiana University, Giving USA(2011)

## 市民コミュニティ財団のチャレンジ～アライアンスで乗り越える

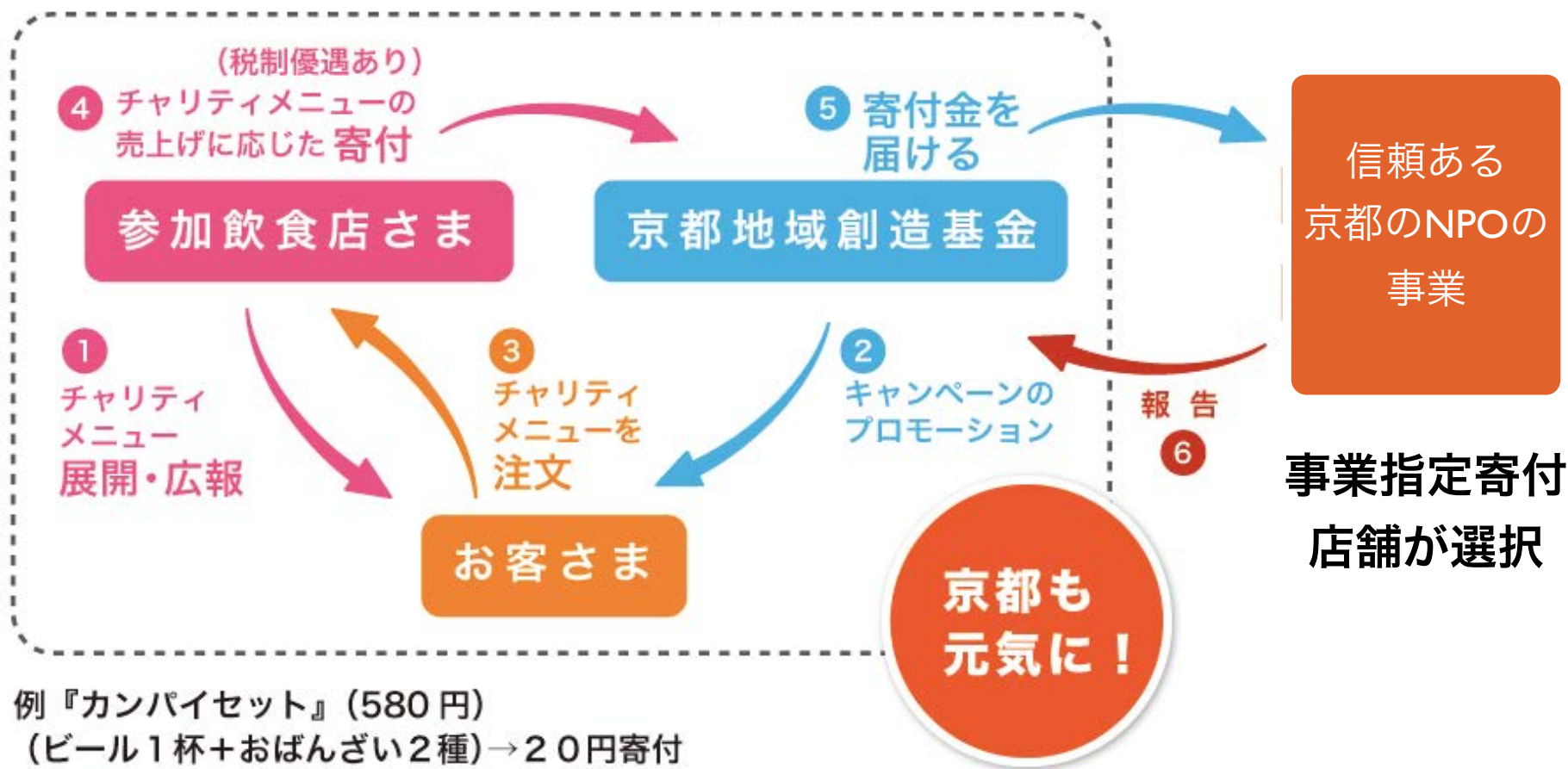
○カンパイチャリティーの取り組み

○非営利型株式会社の取り組み

“KANPAI”for smiles

飲食店様×お客様×京都地域創造基金  
「宴会」「飲み会」「パーティ」で社会貢献

## カンパイチャリティキャンペーン





## カンパチャリティー メニュー展開のパターンと寄付の設定



新ドリンクメニュー

販売価格  
通常設定する売値+〇円



ドリンクと料理などの新セットメニュー

販売価格  
通常設定する売値+〇円



既存ドリンクをキャンペーン期間中  
寄付付きメニューに。

販売価格  
通常価格+〇円

## メニュー例

メニュー	寄付額
A店 生ビール キリン一番搾り (480円)	20円
B店 トリスハイボール (410円) ジョンボール (441円) 黒糖 (410円) 日本酒お銚子 (大) (504円)	1品につき 20円
C店 ランチバイキング	10円
D店 生ビールピッチャー (2,200円)	1,000円
E店 生ビール/ワイン/ウイスキー 焼酎/日本酒の一部商品 オリジナルカクテル (750円~7000円)	商品により 50~500円 +お店から 50円~500円
F店 『カンバイセット』 (580円) (ビール1杯+京おぼんざい2種)	20円

# これまでに2回 (+a) 開催

## 第1弾



2011年3月4日～4月17日

44店舗

## 第2弾 震災復興チャレンジ



2011年8月18日～9月30日

54店舗

亀岡市では亀岡料飲連合会と連携。  
カンパイチャリティと同時に「かめおかfood de チャリティ」展開





## 2回の実施を通して見えた価値

- 1 さりげなく寄付の機会をつくること
- 2 地域経済とのアライアンス
- 3 飲食店スタッフ1人ひとりがファンドレイザーに
- 4 (店員とお客さん) — (地域課題とNPO)
- 5 全国へ広がる可能性  
様々なメディアやイベントで紹介



串だいにんぐ浪漫家にて  
寄付金の授与式



# 沖縄や千葉でも・・・

沖縄



千葉



京都  
第3弾





# 第3弾スタート ムードと認知度を高める



## 1 店舗数100店舗（50万円）を目指す

- ・新たな連携：ぐるなび／FMラジオ局αステーション
- ・ボランティアの活躍
- ・地元メディア、タウン誌



## 2 多面的展開

- ・おうちカンパイチャリティ：丹波ワイン：ワインセット  
佐々木酒造：日本酒「がたる」  
鹿肉ソーセージ
- ・カンパイイベント：ワインお披露目／一斉カンパイ！

一緒にお金を創る

# 地域貢献型メガソーラー

再生可能エネルギーの売電収益（利潤相当額）を市民コミュニティ財団を通じ、地域課題の解決や地域活性化に使用するモデル

事業主体：株式会社PLUS SOCIAL



## 設置場所

和歌山県印南町（町有地及び事業会社取得用地：約22000 平米）

町有地（印南港埋立て地） 約1200 kW

事業会社用地（旧和歌山県畜産試験場・和歌山県から取得） 約600 kW

龍谷大学深草キャンパス 2号館屋上 約50 kW

出力容量 約1850 kW

事業費総額 7億円

稼働 2013年11月

社会的責任投資で3億5000万円調達

**利潤相当額 5 億円（20年／想定）が地域社会へ**

スポンサー



パートナー

発想の転換と手法の開発

「NPO+企業」の発想から脱してみよう

課題の共有/資源の共有から始まる「民」の連携と動き

## 必要なこと

- コミュニティファンドの育成
- 「コミュニティバンク」を促す政策の形成
- 休眠預金の効果的な活用
- 社会投資市場の形成 →アジアのハブに
- 「地域公共人材」の育成

## 休眠口座活用を成功させる欠かせない5つのポイント

2013年11月休眠口座国民会議

### 行政の経営ではなく、民間の新たな独立した経営主体を発足へ

個別の用途の決定、モニタリング、社会インパクトの評価、社会への説明責任を果たす組織は、休眠口座を活用することを目的とした民間専門団体を新設する。(利益相反の排除、透明性の確保)

### 受動的休眠預金者への対応から、能動的な休眠預金者対応へ

休眠預金保有者への「休眠口座探しを推奨するPR」と「休眠口座を活かした社会的成果PR」の2軸を能動的に仕掛ける役割を新設団体は担う。

### 既存の制度の受益者ではなく、制度が救えない人々へ

前例のない取り組み、ニッチなニーズへのモデルケースなど、公平性の観点、財源の観点、確実性の観点から通常の行政の社会保障等の制度では拾えないニーズに新たな社会課題解決モデルを生み出す。

### プロセス管理ではなく、成果重視へ

投資や融資の発想での助成。費目管理や支出管理重視ではなく、ソーシャルインパクトを求めていく支援。分配型ではなく、全支援先に対してSocial Impact とAccountabilityを統一軸で求め、年次報告で可視化する。

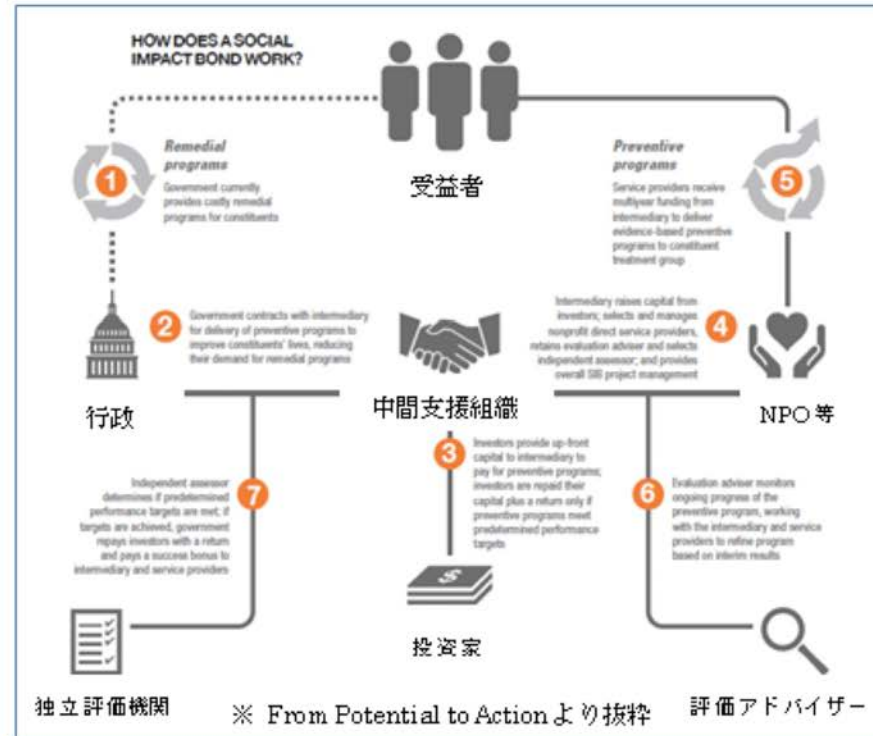
### 単年度支援ではなく、複数年の多元的成長支援へ

地域に既にある資金受け皿(コミュニティファンド、NPOバンクなど)に対する「卸売」を軸とし、助成・融資・出資を組み合わせることで3-5年かけて事業が成長することをアドバイザー派遣を含め多元的に支援



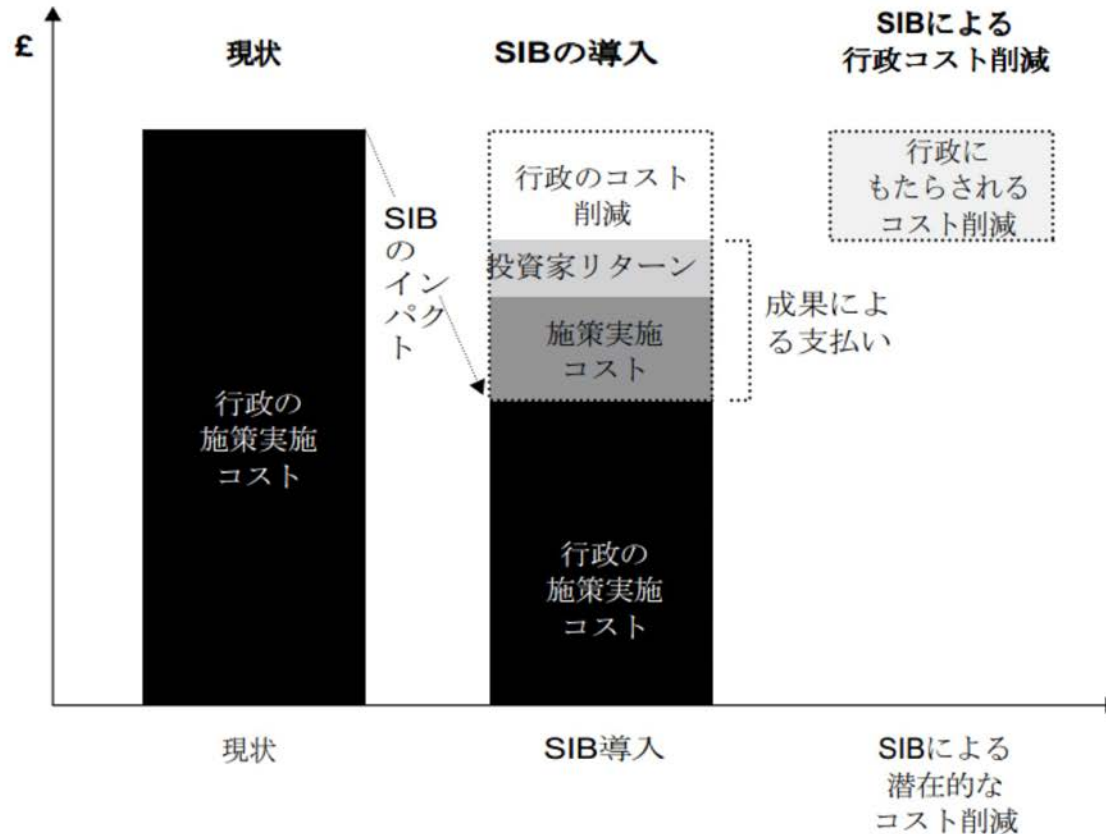
# 社会投資市場の形成を～ソーシャル・インパクト・ボンド

- 2010年から英国で導入が開始された官民連携の社会的投資スキーム
- 元受刑者の社会復帰や児童養護施設等、従来行政が行なってきた社会政策を、NPO等の民間組織が予防的措置で代替、その資金を民間の投資家が一時的に出資する
- 定量化された社会的成果(アウトカム)の算定によって、投資家への報酬を決定
- 第1号プログラムは、元受刑者の社会復帰プログラムに、17の投資家から5百万ポンドが出資された
- 10%以上の再犯率低下があれば、7%のプレミアムを付けて行政が投資家に資金を償還



# 社会投資市場の形成を～ソーシャル・インパクト・ボンド

事業効率の高いNPO等事業者によって予防的措置が実施され、社会的コストが削減された効果を原資として、行政、投資家、実施機関にそれぞれメリットが生み出されることにより、社会的生産性が向上する



出典：  
ソーシャル・インパクト・ボンド組成のためのテクニカルガイド(日本語版)

# 社会投資市場の形成を～ソーシャル・インパクト・ボンド

ステークホルダー	必要条件	期待される成果
行政	成果連動型のファイナンス・スキームの実施に向けての制度的条件整備	限られた予算を有効活用し、これまで以上の効果を上げ、社会的生産性の向上を実現
出資者	社会的成果にリターンが連動し、長期間に渡る償還を前提とする公的領域に対する投資家の募集(助成資金等からの振替も前提に検討)	寄付や通常の事業投資を上回る社会的成果を達成する社会的投資の実現
実施主体	既存の公的サービスを越える生産性を持つ事業主体(NPO等)の特定	優れた効果を上げているプログラムに対する追加的資金やリソースの獲得、多地域展開等の機会
評価機関	予防的措置に対する定量評価モデルの構築	他事業領域へ適用可能なモデルの開発

作成：伊藤 健（慶應大学）

# 社会投資市場の形成を！

## 日本版CRA（Community Reinvestment Act）の実施

全ての金融機関に対し、一定のコミュニティ投資・ソーシャル投資を義務付け、毎年の実績について公表。

※大前提として、対象となるコミュニティ投資・ソーシャル投資の枠組み（対象となる案件や領域）については、国がガイドラインを示す必要がある

一定水準に達しない金融機関に対しては、一定のペナルティや指導を行うなど国が積極関与を行う

制度設計の際は、①金融機関による個別案件への投融資と、②コミュニティ投資・ソーシャル投資を行う他の金融事業者への資金提供、③下に記す基金への資金提供の三者をカウントすることが可能となるよう配慮。これにより、コミュニティ投資・ソーシャル投資を自ら行う主体を増やすと共に、業態や体制から対応が難しい金融機関においても達成が可能となるよう工夫する。

# 社会投資市場の形成を！

## コミュニティ投資・ソーシャル投資推進主体を育成する基金の造成

コミュニティ投資・ソーシャル投資を推進する上で必要な政策支援を行うことを目的として、政府設置の基金を造成  
原資は政府&金融機関からのCRAマネー。他にも財団や篤志家、個人からの投資も呼び込む。投資家からの資金提供  
は投資減税の対象にするなどし、民間からの資金還流を刺激する

造成された基金は、ガバナンスや情報公開、投融資実績など一定の基準を満たすコミュニティ&ソーシャル投融資推  
進主体に対して利用。利用イメージは、利子補給制度やマッチング投融資、リスクマネーの提供、コミュニティ&  
ソーシャル投融資推進主体の力量形成のためのテクニカルアシスタンスなど。

(※この場合の“コミュニティ&ソーシャル投融資推進主体とは、地域金融機関、市民コミュニティ財団、NPOバン  
クやマイクロ投資プラットフォーム実施主体など多様な主体を含む。

法人格等の縛りは無くし、幅広い推進主体がトライできる環境を整備。実際の資金拠出の際は、支援メニュー  
に応じて基金が独自に設けた選考基準をクリアした主体を対象とすることを想定。)

基金から提供された資金については、経済効果・社会的便益の双方から成果を把握し国民に公開  
(積極的な“見える化”を実施)。

基金の管理は国から独立した第三者が行い、毎年の利用実績を公表。