

「持続可能な地域づくり」ワーキンググループ第2回会議 議事要旨

8月19日(木)10時~12時開催

於: CANPANセンター(海洋船舶ビル8階) セミナールームにて

持続可能な地域づくり事例紹介 「地域のカネを生かす戦略に向けて」事例紹介

■ 京都地域創造基金の取り組み (公益財団法人京都地域創造基金 理事長 深尾昌峰様)

公益財団としての基本資産(300万円)を全て市民の寄付で設立。(2009年3月設立)
「税制優遇のしくみを草の根のNPOに届ける」ことが使命。

NPO側も情報開示を通じて社会に共感と信頼を得る努力が必要。

→公益ポータルサイト「きょうえん」による情報開示の促進。(http://kyo-en.canpan.info)

社会的信頼のあるNPOを可視化して社会からの支援につなげるために、NPOの社会的認証の仕組みを活用

ステップ1: ガイダンス認証 (組織的情報開示の推進)

ステップ2: 開示情報と組織状況の確認認証

ステップ3: 第三者評価による認証

地域にお金の流れをつくるための3つのプログラム

「事業指定助成」

特定の事業に対して助成を受けたり、寄付をすることができる。

助成決定してから、寄付を団体と一緒に集める。NPOをお客さんにしない。

自分たちで寄付を集める、その道具(税制優遇、広報支援等)を提供する。

財団が事業指定助成をまとめて見せることで、まだ寄付をしたことのない人に、どんな事業があるのかを面で伝える。

「冠助成」

50万円以上の寄付預かりで寄付者が独自に助成金・表彰プログラムをつくることができる。

例: 企業の創立記念等。

寄付者のニーズに合わせられる。「一緒にお金を作りましょう」というスタンス。

「テーマ等提案型プログラム」

独自のテーマ・地域設定で地域社会の活動を応援できる。

その地域に必要なとされるテーマで支援プログラムを財団に提案可能

例: 城陽みどりのまちづくり基金 (山砂利採取跡地の自然再生)

アライアンスによるプログラム実施

日本一お金のない財団と自負している。

みんなのお金を集めて吐き出す機能だから自財団には資産がない。

その分、アライアンスの関係をつくってプログラムを実施する。

例)京都信用金庫、京都府とともにNPO向け融資を実施(100万円までの融資は利子相当額を財団から補填)
京都信用金庫さんとともに、遺贈や寄付等の土地の引取りができないか、不動産利活用について模索中。
その土地を使って公共の場をつくる。新しい公共の場は民の力でつくれる、ということを実証したい。

これからは地域の中小企業との連携強化へ。

金融機関と企業とNPOの関係の活性化が、地域の活性化へつながる。

質疑応答

Q: 京都地域創造基金のしくみあることでどれくらいの効果が出ているのか？寄付が集まらないという現実も？

A: 寄付しようと思っていなかったけどしてしまった、という人がでてきている。寄付プログラムを面で見せることの成果は出てきている。

Q: 情報開示によって何か変わったか？

A: NPOの活動、まだ理解されていない部分もある。社会的認証は寄付者の判断が第一義。冒険志向の人も安定志向の人も判断できる情報を開示していかないと、NPOにとっても情報開示がメリットにつながっていかないといけない。認証の相互利用の事例も少しずつ出てきている。

Q: 事業指定助成ではそれぞれの団体の資金の使い道をどうやってチェックしているのか？

A: メール・ブログ等での寄付者への進捗報告、成果報告書の送付を寄付者への約束ごととして。財団からの簡単な監査はやりたいと考えているがまだ走りながら考えている状態。

Q: 「第三者評価による認証」のしくみは？

A: STEP2までは書類上の確認。STEP3の「第三者評価」の基本はピアレビュー評価。同じようにNPOの運営をやっている人が同じ目線でチェック。「第三者評価」＝「みんなで信用創造しよう」というしくみ。誰かに認めてもらうのではなく、みんなでお互いに評価し合う。専門家にも議論に入ってもらいながら、ゆるやかに、的確に、信用創造するしくみにしていきたいと考えている。

コメント(主査川北): ここで言う「第三者評価」は2.5者評価、というようなもの。この基金の運営は共同組合的なもので、出資者、運用者を分けず、同じコミュニティの中で運用もやろうとしていることが特徴。

Q: 基金自身の収支構造は？

A: 2年間は、緊急雇用対策の事業を受託している。2年後に運営費をどう賄うかが重要。財団の運営経費2000万～3000万円。そのためにも寄付を広げることが重要。しかし寄付によって財団が受け取る手数料は1%という設定にしている。手数料が財団の収入源にはならないしくみ。イベント等のプログラムづくり、プロスポーツとコラボしたイベントや、京都の伝統芸能とのコラボレーション等を実施していく中で運営費を賄えるような構造にしていきたい。

■ コミュニティビジネス融資制度のご紹介（西武信用金庫 常勤理事 事業支援部長 高橋一朗様）

地域からお預かりしたお金は地域に還元する

当金庫は、地域の方からの預金が1.3兆円、それをもとに地域への融資が0.9億円と、預貸率70%に達する。地域からお預かりしたお金は地域に還元することを基本として、約3万の地域内事業者へ融資を行っている。大手金融との金利競争では勝てない。新しい事業モデルをつくらなくては、という意識は10年前からある。信用金庫は協同組織。地域から離れることはできない。信用金庫として地域に生き残るために、地域の人が本当に何を望んでいるのか、ということを考えてきた。

地域がよくなることとは、地域の事業者1社1社がよくなること。

中小企業には営業・開発の専門的なセクションを持ってないところも多い。その分、信用金庫が研究機関やマーケットと事業者をつなげる、マッチング機能を持つ、という取り組みを行ってきた。中小企業の足りないものを補填していく役割。

ベンチャーキャピタルによる直接投資やインキュベーションオフィスの提供も行っている。

毎年ビジネスフェアを開催して、マッチングの機会を持っている。

本業の中でのコミュニティビジネス支援

コミュニティビジネスの支援は7年程前から実施している。

その頃から地域の中にコミュニティビジネスを立ち上げたい、という方々が出始めてきた。

コミュニティビジネスへの支援もこれまで支援してきた中小企業への支援と基本はなんら変わらない。

コミュニティビジネスの資金面の支援を行おうと、コミュニティローンを開発した。

コミュニティビジネスは開始後、最初の数年間は運営がとても厳しい。そういう NPO の方々に安価でオフィスを提供しようと、支店の2階の空きスペースを改造して10部屋のコミュニティオフィスを設置している。

eco 定期預金で預金者にも負担を求める

特に環境系NPOの方々への運営資金の支援として eco 定期預金による寄付の仕組みを考えた。

預金をお預け頂いた預金者にも寄付の一部を担って頂くこととし、利息の一部を天引きし、同額を西武信用金庫が拠出して基金を作って環境活動を支援している。

NPOの方々からの活動報告書を取りまとめて、ecoレポートを作成。eco定期預金をお預け頂いたすべてのお客さまを訪問し、寄付金の活用状況を報告している。

発売開始後、東京都の eco 金融プロジェクトにも認定された。

大手金融との単純な金利競争では敵わない、という環境の中で、信用金庫として地域に生き残るためにこれらの事業を実施してきた。

最近ではNPOと地域の中小企業が連携してもらえるようなきっかけづくりも始めている。

質疑応答

Q: 中小企業どうしのマッチングやNPOと企業との連携づくりについて、西武信金さんは一歩踏み込んでいます。具体的にはどんな連携が生まれたのか？

A: 多摩地区の老人福祉サービスをやっている老健(介護老人保健施設)さんや特別養護老人ホームに、福祉サービスNPOや音楽療法を行ってるNPOを紹介した。

10年以上前からビジネスフェアを主に製造業を対象にやってきましたが、3年前から地域産品を作っている食品関連事業者と百貨店バイヤーとのマッチングも実施し、反響を呼んでいる。

Q: コミュニティオフィスという場を持ったことでの効果・影響は？

A: 特別なことをしているのではなく、こういうことを当たり前のことにしていきたい。全て地域をよくすることの手段だと考えているので、ひとつひとつの取り組みの直接の効果よりも、それぞれの事業者が成長し、信用金庫にとっての本業である貸出金が増加するという効果はあるだろう。その連続で地域を活性化していきたい。

コメント(川北): 地域でお金をまわしていくことは信用金庫にとってのミッション。

仮説のつくりかたを金融機関が的確にすればここまでできる。

西武信金さんと同じことがほかの金融機関でもできるようになるためには？

A: 制度上では全部できること。費用や手間もかかるが、やる気になればできる。

NPOよりやはり中小企業のほうが地域経済へのインパクトは大きい。

創業期の中小企業への直接投資も一部行って来たが、さらに新しい方法で企業を支援するかたちをつくっていく必要があるのではないかな。

参加者感想: CSRは本業でやっているところ、社会貢献でやっているとありその線引きは曖昧。信金さんは本業だからやってる、と捉えられる。同じことを他社でできるかどうかは難しいのではないかな。

A コストのかかることなので長続きさせるにも経営判断が必要だと思います。

参加者感想: それぞれの地域の商工会に信金がどう関わるか、には問題が多いと聞いている。

保身が強い企業が地域に多いとそういうことも起こるのではないだろうか。

■事例を受けた課題・要因分析、意見交換

地域再投資の手法としてヒト・モノとコト・カネに着目してその戦略づくりをしていきたい。

今回は2つの事例を受けて、「地域のカネを生かす戦略」について意見交換したい。

- ・ 日本の地域にはお金がないわけではなく、回っていないだけ。
ストックがないのではなく、フローがない。地域で眠っているお金を循環させることが必要。
- ・ 地域の持ち味の違う企業が15社くらいで組合をつくり、そこにみなと銀行が融資し、日本政策投資銀行が支援するといった、地域を一帯として支援している例もある。
- ・ 日本にないのは、お金ではなく循環させるしくみと知恵。1000兆円もの預金がありながら、「地域にお金がない」と言っているのは、動かせていないだけ。
- ・ 日本がよりよい社会になっていくための視点を持つことが大切。
例：地域の担保となっている土地の管理。オーナーと使い手を結びつける工夫など
- ・ お金の流れを変えていくことも可能なんだ、という発想そのものがないのが現状。そういうことが必要であるということはある。
- ・ 宮崎の口蹄疫の募金について、全国の生協組合員さんに呼びかけたら、1ヶ月に約1.6億円集まった。自分たちの問題意識についてはお金出してもいい人が多いということ。そういうお金(意志)どう活用していくか。
- ・ 「環境金融」「遺言信託」等、個々の金融機関はいろんなこと考えてメニューはある。品揃えはある。なぜそれが大きくなっていかないのか。そういうしくみをうまく大きく広げるようなしくみが必要なのではないか。
- ・ 自己資本をもっていないと、金融機関にとって様々な取り組みをしても不良資産になってしまう危険がある。そのためファンドを作って1口ずつ資金を集める事例もある。それらをもとにしたコミュニティファンドをつくっていくことがひとつの方法。個々の企業にとってはリスク低減、問題回避にもつながる。
- ・ 「寄付文化」が日本にないと言うが、もともと日本にも寄付文化があり、何か災害があれば義援金が集まる。でも「地域再投資」となるとお金が回らない。
- ・ 日本の企業のCSRとしての寄付には参加意識が薄い。参加意識促すような情報提供、商品開発、どうしたらいいのかが。協働で戦略を考えることは可能かもしれない。寄付をお金の面から考えてみることはできるのではないかと。
- ・ 「トラスト」も金融のひとつのかたち。ナショナル・トラストも、棚田や有機栽培の田んぼのオーナー制度(米の買い手が決まっているため、土づくりも米づくりもちゃんと進む)などの事例もある。有機農業には、製品(米)の販売時点での代金だけでは間に合わず、土づくりに先行投資が不可欠。不作で配当を受け取れない場合もあり、「投資」の色を持ったお金の使い方にする必要がある。しかし、今は単なる頒布会に見える。「先付けして投資」していることが重要。

- ・ これだけ金融資産があるなかでどうして資金がまわらないのか。リスクとらないのか。日本社会にはやはり将来不安が大きいのではないか。自治体・政府が積極的にこうした投資の視点で経済循環をさせていく必要があり、自治体・政府が発火材としての役割を担うことも期待したい。
- ・ 地域の外に出ているものを中に投資することが世の中の的に得なんだ、ということが見えていない。地域の中でお金を使った場合と外に向けてお金使った場合でどう違うのか、ということが見えるようにしていくことで問題も見えやすくなる。(例:電力供給)
- ・ 預金という意味ではどの地域にもお金はある。企業という意味でのお金はないからお金がないように見えるが、「地域にはお金がない」、という画一的な見方は間違っている。
- ・ 寄付・助成金の多くは人件費の計上が認められない。次なる利益につながらない、という見方をされる。投資は人につけてもいいんだ、人件費も利益あげるために必要なんだ、という発想に変えていかないといけない。
 →そこにその人がいることでどういうことが生まれているか、効果として見えるようにしていくことが大事。
 例:京都地域公共人材開発機構。
 →信金では毎日ビジネスマッチングをしている。この話誰に聞けばわかるか、などのネットワークを築くことも大切。そういう関係性があれば担保がなくても貸し出せるようになる。人を見る目を持つには金融の我々自身が成長しなければならない。
- ・ 今日のお二方の共通点は「お金に想いをのせる」ということではないか。
 →西武信用金庫の取り組みを見て、そういう言い方をされることが多いが、基本は地域の方々から1兆3000億円の預金を集めている、という地道な活動。融資や寄付以前に預金を預かっていることを、ひとつひとつ丁寧に積み上げている。どういふふう集めたか、がお金の性格を決めるのであって、どう使っているかではない。
 →そのとおりだと思う。共通点は地域の人とお金をつなぐ「インターフェース」の役割があるということ。お金の集め方、使い方、それを見えるようにすることが重要。