

特集 社会活動を地域のしごととして続けるには…

02

お金の地産地消を目指して

志金<sup>シ</sup>金<sup>シ</sup>を通じた地域の課題解決

下門 直人 (京都大学大学院経済学研究科博士後期課程)



コミュニティ・ユース・バンク momo の木村真樹代表理事

## はじめに

現在の日本社会は少子高齢化や人口減少により、財政面やコミュニティ維持の面などから持続可能な社会を構築するために多様な課題を抱えている。こうした社会的な課題に直面しているのは実際にその地域に暮らしている人々である。

課題を抱えている地域において、自分たちが暮らしている地域をよくしていきたいと本気で考えている人たちはたくさん存在する。

自分たちが暮らす地域に存在する社会的な課題を解決していく一つ的手段として地域金融が挙げられる。地域金融とは地域にあるお金をその地域内で循環させることで持続可能な社会を目指す金融の一つのあり方である。では地域金融はどのようにして地域の課題解決に貢献し、持続可能な社会を目指しているのだろうか。

本稿では、愛知県を中心に東海地方で地域金融の役割を担っている NPO バンクの「コミュニティ・ユース・バンク momo」の木村真樹代表理事へのインタビューを通じて上述の問いに答えていく。

## 地域のお金を地域のために使う NPO バンクの広がり

NPO バンクと聞いても具体的なイメージをすぐに思い浮かべることは難しいかもしれない。全国 NPO バンク連絡会によると、NPO バンクとは「市民が自発的に出資した資金により、地域社会や福祉、環境保全のための活動を行う NPO や個人などに融資することを目的に設立された『市民の非営利バンク』」を指す<sup>1)</sup>。また、「NPO バンクの運営の特徴は、趣旨に賛同する市民や NPO が組合員となり、1 口数万円単位の出資を行い、それを原資に NPO や個人に低利 (1 ~ 5 % 程度) で融資する」ことである<sup>2)</sup>。出資者にとっては自分のお金が目に見える形で運営されていることが

魅力となっている。

これらの特徴をもつ NPO バンクが 1994 年に東京で初めて未来バンク事業組合という名で設立された。未来バンク事業組合の事業が成功したことで、市民が自分たちの手で金融の役割を担えることができることが証明された。

さらに、地元に着し地域経済の発展に貢献してきた地方銀行や信用金庫などの金融機関は預貸率（預金残高に対する貸出残高の割合）が長期的に低下傾向にある。つまり、景気後退や低成長が続く中で地域経済を支えてきた中小企業や零細企業といった従来の融資先が新たな融資先となることは難しく、今までと同じ融資のやり方では地域内で資金を循環させることが困難になってきている。

また地域やコミュニティの課題を解決する取り組みを事業としているような NPO 法人やコミュニティビジネスの組織は、小規模であることが多く、また担保となり得るような資産を所持していない。そうした理由で銀行などの金融機関から融資を受けることが非常に困難な状況におかれている。

こうした状況も手伝い、NPO バンクという金融の一つのシステムが地域にとって必要だと認識されるようになり、2000 年代に入ると徐々に注目を集め、設立の動きが活発になってきている。

## momomomo の概要

コミュニティ・ユース・バンク momomomo（以後、momomomo とする）は、東海地方初の NPO バンクとして木村真樹代表理事（以後、木村代表とする）を中心として 2005 年 10 月 23 日に設立された。名前にユースとつけられているように若い世代を中心に

表1 NPOバンク設立の広がり

名称	設立年
未来バンク事業組合	1994
女性・市民コミュニティバンク	1998
北海道NPOバンク	2002
NPO夢バンク	2003
東京コミュニティパワーバンク	2003
一般社団法人APバンク	2003
コミュニティ・ユース・バンクmomomomo	2005
天然住宅バンク	2008
一般社団法人ムトス飯田市民ファンド	2008
もやいバンク福岡	2009
公益財団法人信頼資本財団	2009
ピースバンクいしかわ	2010
公益社団法人難民企業サポートファンド	2010
はちどりBANK@とやま	2011

出所：全国NPOバンク連絡会「全国のNPOバンクの現況（2014年3月）」より作成

組織が構成されており、20代～30代が運営の主体となっている。活動地域は愛知県を中心に岐阜県と三重県の東海3県となっている。事業内容は市民から出資金を募り、融資を通じて NPO やコミュニティビジネスなどの地域課題を解決する事業を支援していくことである。木村代表は「地域で持続可能に暮していけることは、その地域に継続して働く場があること」との思いで事業を運営している。2015年2月の時点で、出資者は531名（個人502、団体29）、出資総額は5191万1300円となっている。また融資先は52件、融資累計は1億2634万円である。

木村代表は静岡で大学生時代を過ごし、世の中の疑問や問題を発信したいという思いからジャーナリストを志望していた。しかし出身地である愛知県へ戻り、自分が生まれ育った地域に貢献したいとの思いから地元の銀行に一度就職している。銀行では融資担当として働いていたが、就職当時はバブル崩壊の影響もあり、地元から集めた

お金を地元で必要としている人たちのために使えないというジレンマが発生していた。そうした状況にいた木村代表は銀行を辞め、東京で活動している NPO に入り、そこで NPO で働いている人々や NPO に関係する人たちと交わりながら、社会との関わり方の一つとして NPO というあり方があることを実感したという。

木村代表はこのような経験を積み、銀行で働いていたスキルを生かしながら、身近な人々の役に立てる活動ができるという理由で NPO バンク momo を設立した。

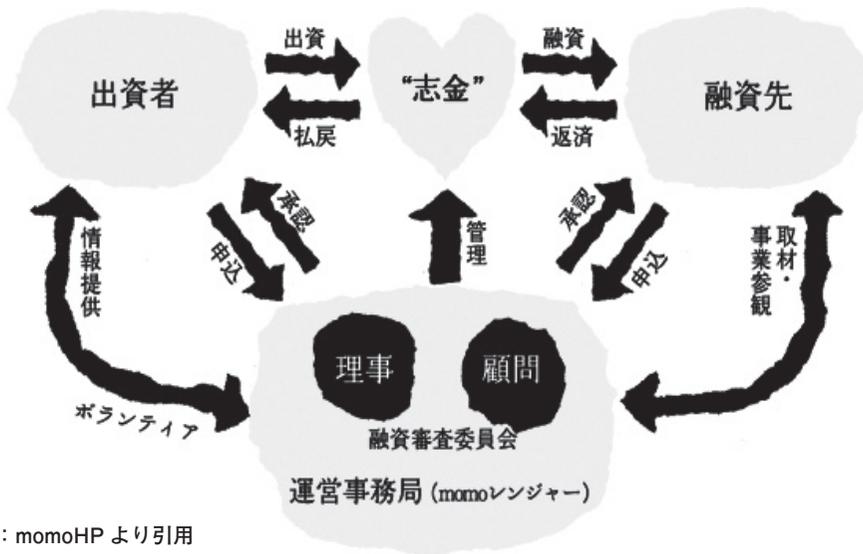
momo では、お金を通して出資者と地域の志をつなぐとの思いから出資者から集めた資金のことを“志金”と呼んでいる。momo の仕組みは momo の理念に共感し賛同してくれる出資者から志金を集め、地域の課題を解決する事業に融資している。例えば、間伐材割り箸生産事業をしている企業や、精神・発達障がいを持つ方の地域支援を行っている一般社団法人、不耕起栽培による有機野菜の生産と販売を行う個人、障がい福祉サービス事業を行う NPO

法人などに融資を実施している。

融資対象は個人や NPO 法人、株式会社など法人形態は問われないが、正会員（出資者）であることが条件となっている。このような条件が設定されているのは、返済が完了した後も様々なかたちで協力し合える関係を築き、維持していきたいとの思いからである。

融資の決定に際して、momo 独自の 7 つの観点から審査を行っている。①地域性（地域の問題を解決する事業）、②市民性（市民参加を促進する事業）、③独自性（他に先駆けて挑戦する事業）、④継続性（融資実行後も継続する事業）、⑤成長性（人や組織が成長する事業）、⑥発展性（他のモデルとなる事業）、⑦浸透性（人びとの暮らしに浸透する事業）、以上の点から momo の理念に合致するかを融資審査委員会でチェックし、最終的に理事会が融資の判断を行う。

図 1 momo の運営のしくみ



出所：momoHP より引用

## momo の出資と融資の意味

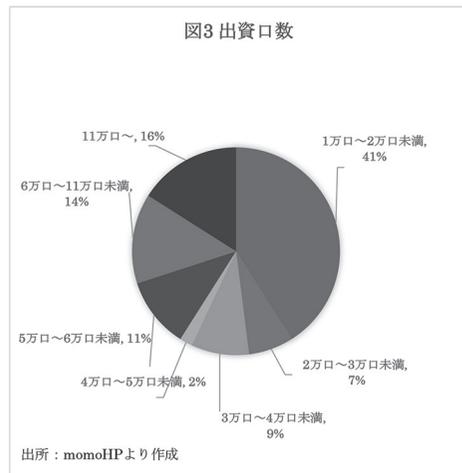
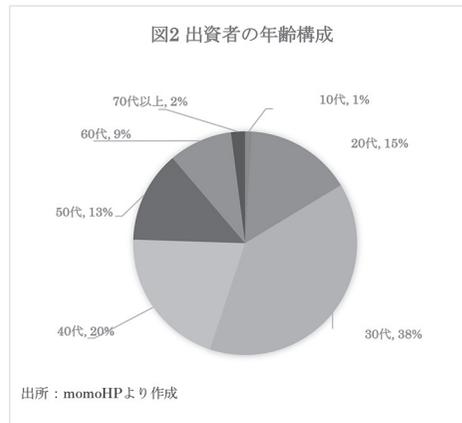
momo の特徴は、第一にお金の循環の地域性が高いために、出資者や融資先との物理的距離が近いことである。出資金の約7割が愛知県、岐阜県、三重県の市民から集められている。momo と出資者と融資先とが近場で活動しているため、一方の出資者は自分の志金の流れが見えやすく、他方の融資先は情報提供や支援が必要なときにすぐに相談でき、すばやい対応をしてもらうことができる。

第二に、momo の活動は単に出資金を集めて必要な融資先に融資しているだけではない。momo の目指す「お金の地産地消」は出資を集め、融資を行うだけでは実現できないと木村代表はいう。出資者からの志金が地域の中で本当に生かされるためには、融資が始まってからも継続的に融資先をつかず離れず見守って、必要な場合に手助けをする必要がある。

momo ではこうした融資という資金的な支援の他に、非資金的な支援として融資開始後に、融資先に関する情報発信や出資者と融資先との対話の場づくりを行っている。融資先が創業期や創設期である場合、実際に事業を始める融資先の方は事業が周りの人々から理解されるだろうかといったことや、事業が軌道に乗るだろうかといった不安を抱えている。そうした不安が少しでも軽減されるように、momo が持つネットワークを使いながら融資先や融資先の事業内容の紹介を行っている。また、出資者と融資先との対話づくりの場を形成する一つとして、出資者や融資先の応援団を招いて融資の開始と終了時にお披露目会や完済パーティを催している。志金だけでなく、出資者と融資先とが目に見える関係で結ば

れることにより、融資先の事業を理解した出資者が融資返済の利息分を寄付するというような動きも生まれてきている。

第三の特徴は、momo の運営や出資が若い世代を中心に担われていることである。momo が融資先の情報発信といった支援活動や、出資者と融資先との対話づくりの場の構築において、若者を中心としたボランティアスタッフである「momo レンジャー」が活躍している。momo レンジャーはmomo の理念に共感し、自分のスキルや時間を地域に役立てたいと考えている20代～30代の若者たちが中心となって約20名で構成されている。またmomo への出資者も若い世代が多い。年齢別出資者をみて



みると、10代～30代の合計が54%を占めている(図2)。さらに出資口数をみると、84%が10万口未満(1口=1円)の出資であり、全体のうち1万口～2万口未満が41%を占めている。つまり、若い世代が自分たちで出せる範囲で出資し、それらがmomoの融資基盤となっている。若い世代の場合、momoレンジャーになるために出資している人たちも多いという。momoレンジャーになるためには正会員(出資者)になる必要があり、momoレンジャーとして関わりたい若者が積極的に出資もしている。

これらの特徴以外にもmomoには大きな強みがある。それはmomoが地域の若者や企業、自治体を巻き込んで課題解決を図ることに長けていることである。この点については次節でみていく。

## 人や企業を巻き込み、つながり広がる事業

### (1) 若者と一緒に悩んで考えることが融資先への“アドバイス”

融資先が事業のことで不安や課題を抱えているとき、融資先はアドバイスを求めているわけだから、適切な助言やスタッフの紹介などが行われていることを想像するだろう。しかし、momoは融資先の不安や課題に対して直接的な解決策を提示するような支援はしていない。では融資先に対してどのような支援を行っているのか。momoは融資先の人たちが事業を行う際に孤独感を感じないよう配慮しながら、自分たちの頭で考えて直面している課題を解決できるような支援を行っている。

このような支援では主にmomoレンジャーが活躍している。momoレンジャーはmomoの活動を手伝いたいと思っ

れる若者たちが担っているため、モチベーションや熱意が非常に高い。ただ、専門家とは異なるため融資先が求めている解決策をすぐに提示できるわけではない。そこで、融資先の方たちとmomoレンジャーが課題の解決策を一緒になって考える。この過程の中で、若者たちは知識や経験が少ないため謙虚ながらも根本的な質問を出すことが多く、それらの質問に答えるためには一般的な言葉で説明する必要がある。momoレンジャーとのこうした行為を繰り返す中で、自分たちの存在意義や事業について語ることで社会的認知を高めることに役立っている。こうしたプロセスを経ることで、考えることを人に頼らず自分の頭で考えるため、自分で決める力をつけていく。すなわち、組織として自立するための力を蓄積している。

### (2) 社会人の知識を生かす「プロボノ」

momoは預貸率が低下傾向にある地域金融機関と間に「プロボノプロジェクト」を2013年から本格的にスタートしている。プロボノは地域金融機関に、新たな融資対象としてNPOが存在することを認知してもらい、momoとの連携により地域密着型金融が効率的に担ってもらえるようになることを目的としている。

2013年のプロボノでは瀬戸信用金庫(愛知県)と連携し、27名の職員が仕事で培った経験やスキルを生かして勤務時間外にボランティアとして参画し、NPOへのサポートを実践した。2回目となる2014年のプロボノでは前年の評判がよく、若手中心に37名の職員が自発的に参加している。

プロボノに参加している瀬戸信用金庫の職員は普段の業務で扱っているため数字に対するアレルギーがない。一方のNPOの職員は、NPOの理念に共感して働いており地域や社会の役に立ちたいとの思いは強

いが、自分たちの事業内容や評価を数字に落とし込むことが苦手であることが多い。そのため瀬戸信用金庫の職員が「SROI (SocialReturnOnInvestment: 社会的投資収益率)」指標を使ってNPOの活動を測定したり、評価したりすることに取り組んでいる。

プロボノプロジェクトを通じて、一方の瀬戸信用金庫の職員は実際にNPOに関わることで、NPOが地域にとって必要な存在であり、有望な融資対象であると認識が改まった。他方のNPOにとっては自分たちの課題解決のための良きアドバイザーとして地元の金融機関との関係構築がなされている。さらに、momoにとっては両者を結びつけることで、momoだけではできない融資や支援を協力的に行っている関係性の構築につながっている。

## おわりに

本稿ではコミュニティ・ユース・バンク momo の活動を紹介しながら、地域金融が地域の課題解決にどのように貢献することができるのか考えてきた。

momo の活動からわかることは、momo は地域の役に立ちたいが一步目の踏み出し方を迷っている人や組織に対して、一緒に考える仲間やアドバイスしてくれる社会人を結びつける「場」をつくりだしている。木村代表は、「momo がこれまでと同じように年間2000万～3000万円程の融資を一生続けても社会を変えることは難しい。でも課題に応じて地域の金融機関や他の組織、自治体と協力し合うことでもっと早く地域をよくしていくことができる」という。こうした課題解決を目指した人や組織が結びつく「場」が少しずつ自立しながら広がっ

ていくことが、社会を大きく変えていくうねりとなっていくのではないだろうか。



momo の事務所。事務所の一部を間借りしており、机の島の左奥二つの机が momo のスペース。

注

- 1) 全国NPOバンク連絡会HP <<http://www.npobank.net/>> 2015年2月27日閲覧
- 2) 同上