公益活動への社会的投資 (ローカルファイナンス) 考察



NPO法人 いよココロザシ大学 理事長・学長 泉谷 昇

[要 旨]

- 1. 休眠預金の活用について、愛媛の現状について
- 2. 公益活動へ活用・循環できる資金調達方法について
- 3. 資金調達のポイントについて
- 4. ローカルファイナンスの検討にNGなポイント
- 5. ローカルファイナンスが抱える課題
- 6. ローカルファイナンスの導入、公益活動の持続に必要なこと

1. 〈休眠預金の活用について〉

2020年11月14日、休眠預金コロナ支援活用検討会(代表:松原明氏、以下:検討会)は「休眠預金等活用法の暫定措置に関する要望活動の成果評価」の最終報告をオンラインで行いました。これは「新型コロナウイルス対応緊急支援助成」について検討会が、2020年5月11日に暫定措置として7つの要望事項【※文末に7つの要望事項照会】を関係者へ提言した内容への評価・振り返り機会となりました。

そして、休眠預金コロナ支援活用検討会は2020 年12月28日をもって活動を終了しました。

休眠預金とは何か?そして、暫定措置を要望した背景は何か?ですが、休眠預金とは2009年1月1日以降に取引が10年以上ない預金などで、民間の公益活動に活用されています。

2014年度から2016年度までを参考にすると、休眠預金は約1,200億円/年平均が発生し、うち約500億円/年が払い戻しされました。しかし、約700億円/年が放置されており、この活用を定めたのが「民間公益活動を促進するための休眠預金等に係る資金の活用に関する法律(休眠預金活用

法、公布日:2016年12月9日)」です。

*10年以上取引がなく、休眠預金となった預金でも、取引のあった金融機関から引き出すことができます。

【金融庁サイト休眠預金紹介サイト】

https://www.fsa.go.jp/policy/kyuminyokin/ kyuminyokin.html

その休眠預金の活用を特に求めたのが新型コロナウイルスの影響で、NPOをはじめ多くの公益活動が中止や中断、縮小や延期などを余儀なくされたためでした。これまで公益活動の多くは個人や企業などからの寄付金や会費などに頼って事業を持続していましたが、コロナウイルスの影響で寄付金や会費収入は激減し、約76%のNPO法人が「経営に影響が出ている・今後影響が出る」と回答しました(日本NPOセンター理事調査)。

【NHKおはよう日本「新型コロナウイルス感染拡大による経営への影響」】

https://www.nhk.or.jp/ohayou/digest/2020/

06/0629.html

そこで国(内閣府)と一般財団法人日本民間公益活動連携機構(以下:JANPIA)は、休眠預金等活用による新型コロナウイルス対応緊急支援助成を決定し、計50億円の助成枠をつくりました。この決定に対し、検討会は7つの要望事項を提言したのです。

その結果、「資金分配団体・実行団体ともに事業費の20%自己負担条件が撤廃された」「緊急支援の特性から、事業評価がアウトカム重視からアウトプット中心に代替可能となった」の2つが実現したと報告しました。

【一般財団法人日本民間公益活動連携機構(JANPIA)】 https://www.janpia.or.jp/

〈愛媛県の現状について〉

私は検討会の趣旨に賛同した885の個人・団体の一人として愛媛県から見守っていました。愛媛県では2017年度から休眠預金の活用について本格的な検討が始まりましたが、2021年3月現在まで活用は始まっていません。

愛媛県での活用が始まらない理由を私なりに考えると、「公益活動を行う・支援する体制や環境が整っていない」ことが大きな要因と思います。愛媛県内には休眠預金を実行団体へ助成する「資金分配団体」が存在しませんし、休眠預金を活用して「公益活動」を実行する民間団体もありません。

休眠預金は10年以上過ぎた預金といえども国民の財産であり、扱う責任と透明性は担保されなければならず、事業内容や運営体制などに理解と明確さがないと扱うのは難しいのが現実です。

とはいえ、76%のNPO法人や公益活動が新型コロナウイルスの影響で深刻な事態に陥っているのは事実であり、このままではNPO活動や公益活動の背景や動機となっている「地域の課題」は改善・解決されないままとなり、衰退や疲弊など

に陥ることが予測できます。

そこで、これまでのような「特定の人が特定の活動に特定の資源を」ではなく、一人一人の誰もが地域や課題を「自分たちごと化」して、当事者意識で資源を活用・循環させようという考えをローカルファイナンスの一つと位置付けて私は考えています。

そこで本稿では、愛媛県内での休眠預金活用に 期待しつつも、休眠預金以外にも地域や市民を巻 き込み、公益活動へ活用・循環できる資金調達に ついて、私が実践した事例から紹介します。

2.【事例1】寄付付き商品

寄付付き商品とは、商品価格や提供サービスに「(数円〜数百円の)寄付金」が含まれおり、購入者は寄付金が含まれていることを「付加価値」と認識して購入します。これにより自分自身も商品やサービスを入手できる他、購入によって寄付されたお金が公益活動に活用されるという仕組みです。

2017年11月8日に愛媛県庁で披露したのは「薄墨羊羹こざくら」という寄付付き商品でした。これは株式会社薄墨羊羹の「お土産を開発したい」という相談に応えるために取り組んだもので、薄墨羊羹のファンを中心に市民参加による商品パッケージの検討ワークショップを計6回行い、のべ110名がアイデアを考え薄墨羊羹へ提案しました。

その結果、製造へGOサインが出てパッケージデザインに採択された唐草模様をオリジナルで作成するために梅野製陶所に相談すると、新しい取り組みに快諾してくださり「薄墨羊羹こざくら」は誕生しました。価格は170円/本で3万本を販売し、寄付金は公益事業に活用されました。

この事例を当事者視点の成果でみると以下になります。

- (1) 事業者にとって→抱える課題を改善できた。 改善できる手法がわかった。
- (2) 市民にとって→好きな商品を応援できた。商 品開発という非日常に参加できた。

(3) 私たちにとって→共感によるプロデュース事業を確立した。

お土産の購入者は人です。商品開発に市民参画をプロデュースしたことで、商品の魅力を自分ごと化できた市民は、自ら情報を発信したり購入したり、協力してくれました。共感による自分が持つリソース(お金、知識、技術、経験、時間など)の投資が結実した事例でした。



薄墨羊羹こざくら

【事例2】 クラウドファンディング支援

主旨に賛同した不特定多数の方が開発などに必要な資金を投じ、達成や完成の際は見返りとして商品やサービスを受け取るという「クラウドファンディング」。2011年にサービスが始まったと言われ、種類には「寄付型(金銭的対価がない)」「投資型(金銭的対価がある)」「購入型(何らかを購入して支援)」の3種類がある他、クラウドファンディングを運営する事業社によって得意分野が異なっているのが特徴の一つです(例:商品開発系、プロジェクト系、復興系など)。

2019年、私は街中の遊休屋上の活用策として「屋上農園」に着目し、賛同してくださった富士教材さんが自社ビル屋上で屋上農園を始めるために立ち上げたクラウドファンディング「街中の屋上交流農園プロジェクト」をプロデュースしました。

具体的にはクラウドファンディングを行う理由

や背景、紹介内容の構成、ゴールの設定やアウトカム (創出する価値)の描き方、目標金額、返礼品の内容など細部まで関わりました。

この支援に携わりとても勉強になったのは、クラウドファンディングは通常「日本各地の不特定多数からお金を集めることができるウェブサービス」ですが、この屋上交流農園プロジェクトは「ごく狭い地域(街中)」が舞台だったので見知らぬ誰かへの発信ではなく、富士教材を知っていたり、地域で同じ課題を抱えている事業者だったり、これまでの繋がりに絞った発信が効果的と学んだことです。

クラウドファンディングが始まるとSNSを積極的活用し、賛同してくださる方々に協力を依頼しました。すると目標金額の50万円はすぐに達成し、その後も支援金は増え続け、最後は74万円(目標額の148%)で終了しました。余談ですがウェブサービスを使えず支援金を持参した方もいたので150%超でした。これも一つの学びでした。この事例を当事者視点の成果でみると以下になります。

- (1) 事業者にとって→抱える課題の改善策に足が かりをつけた。潜在的新規顧客を見つけた。
- (2) 市民にとって→街中に畑や実りなどの新しい 価値を知った。都市型農園に参加できた。
- (3) 私たちにとって→共感によるプロデュース事業を確立した。



屋上交流農園

【事例3】クラウドファンディング参加

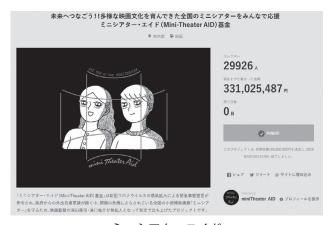
クラウドファンディングに一人の支援者として参加したこともあります。2020年5月16日、新型コロナウイルスの影響で窮地に追い込まれた全国のミニシアターを救おうと立ち上がったクラウドファンディング「ミニシアター・エイド基金」の終了報告メールが届きました。

4月13日に「集まった金額は全国各地のミニシアターへを分配しよう!」と始まった取り組みは、わずか3日で当初目標額の1億円を達成し、4月28日に2億円、5月14日に3億円を達成するという国内クラウドファンディングの史上最高額を打ち立てました。

最終報告では、支援者数は2万9,926人。支援 総額は3億3,102万5,487円となり、118劇場103団 体が受け取りました(1団体の平均分配額は約 303万円)。この取り組みはメディアにも取り上げ られるほど大きな成果でした。

この事例を当事者視点の成果でみると以下になります。

- (1) ミニシアターにとって→映画文化を絶やして はいけないと思う約3万人の応援団がいること を知った。ちなみに松山市にある「シネマルナ ティック」も対象でした。
- (2) 支援者にとって→自分たちの地域に根付いて いる映画文化の未来を自分たちで良い方向へ変 えることができた。
- (3) 私にとって→映画に携わる身(私は、いよコ



ミニシアターエイド

コロザシ大学以外に「フィルム・コミッショナー」という役割もある)として、支援という 具体的な手段で関わることができた。

【事例4】アクセラレータープログラム

3年ほど前からでしょうか? 大手企業などがベンチャーやスタートアップとの協業や出資などを目的に新規事業を募ったり、個人とは将来を見据えた課題改善アイデアなどの検討が積極的に行われています。これらはオープンイノベーション(自社だけでなく、産官学民の多様な異業種との協業による革新的事業の創出)の一環で、特徴の一つに協業者をパートナーとし「下請けとして扱わない」があります。また、インキュベーションと異なる点として事業を生み出す "孵化"ではなく、"事業成長を促す加速"が挙げられます。

2019年、日本初となる植物性アイス・ソフトクリームの事業展開についてアクセラレータープログラムに応募しました。すると商社が興味を示し、担当者と加速できる事業を検討し、社長など大勢の前でプレゼンをすると採択となりました。そして、実証実験まで行い良い結果を出すことができました。利益も従業員数も1,000倍以上も異なる企業によるリソース(ヒト、モノ、カネ、ノウハウなど)の投入と事業について共に過ごした時間は事業の加速に大きな自信となりました。

この事例を当事者視点の成果でみると以下になります。

- (1) アクセラレータープログラムで採択した事業 社にとって→自社のリソースを生かせる新規事 業の立案、既存事業を加速・展開することがで きた。
- (2) 植物性アイスクリームを求める消費者→アレルギーなどで食べられない窮屈さから解放される。
- (3) 私たちにとって→自分たちが持つリソースでは加速や展開に限界があったが、アクセラレータープログラムにて新しい展開や加速を得ることができた。



NICECREAM

【事例5】助成金・補助金

助成金や補助金を申請した経験のある方は多いでしょう。助成金と補助金の違いは「助成金は自ら企画立案した成果の実現・実行へ助成されるもの」「補助金は予め決められた成果の実現・実行へ補助されるもの」という感じでしょうか。金額も10万円から1億円までと大差があり、どの助成金や補助金に申請するかはこれまでの事業実績や事業規模などによって変わります。

2020年はコロナウイルスの影響で、事業の継続が危ぶまれたので複数の助成金や補助金を活用しました。その結果、事業が継続できたり、また新しい取り組みができました。私自身は積極的な助成金や補助金の活用を薦めており、その理由は「事業に勢いがつく」「原資が少なくて済む」の2点と思っています。掲げた成果は一日でも早く成し遂げた方が良いと思っており、そのためには手持ちの資金が貯まってからでは遅い時もある他、総事業費が300万円で、補助率が2/3の場合、補助金額が200万円、自己資金は100万円となります。100万円で掲げた成果を実現できるなら、勢いも含め活用するのがよいと思っています。

この事例を当事者視点の成果でみると以下になります。

- (1) 助成金や補助金を募集する側→自分たちだけ では改善できないことが改善できたり、気づか なかった課題に気づくことができたり、世の中 が確実に良くなる機会となった。
- (2) 助成金や補助金に応募する側→自分たちが気

づいた地域や社会の課題の改善に勢いや認知度 を高めることができた。

(3) 地域(社会)にとって→地域や社会の課題が 改善されることで、地域への愛着や活動団体へ の理解や共感が生まれた。



ごごにゃんファーム

5つの事例は内容や手段、得られる金額も異なりますので検討すべき要点を整理します。

3.◆支援金額は少額か?多額か?

→10万円も1,000万円も同じ "お金" ですが、金額は大きく異なります。仮に1万円を一口とした場合、10万円なら10人、1,000万円なら1,000人が必要です。必要とする金額や規模を検討する必要があります。

◆資金の出所は行政か?民間か?

→仮に行政が出す100万円と民間が出す100万円では金額は同じでも性質は異なります。そもそも資金提供者が100万円を出す背景や狙いは何か?行政なら広い成果や効果かもしれないですし、民間なら特定の成果や効果かもしれません。資金提供者の意図を知る必要があります。

◆定期的か?年に1回か?

→会費の場合、翌月や翌年など定期的な収入を期待できますが、クラウドファンディングの場合、 大抵は1回のみです。資金を求める場合、持続を 求めるのか?1回でいいのか?自分たちの状況か ら判断する必要があります。

◆資金提供者の顔は見えるか?見えないか?

→資金提供者はどこにいるのか?愛媛県内なのか?それとも県外か?また、その人たちの顔(年齢、性別、職業など)は分かるか?分からないか?で、資金の求め方は異なります。また採択に審査がある場合は審査員の狙いも知る必要があります。

◆求められている成果は何か?

→資金提供者が定めた成果のモノサシ(指標)は何か?アウトプット(出力/単発)なのか?アウトカム(創出できる価値)なのか?それとも持続や循環の仕組みなどビジネスモデルまで求めるのか?的確に知る必要があります。

整理をしたつもりですが、それぞれが異なる中でもっと本質的で横串として貫けるキーワードを探すなら、それは【共感の有無】です。ローカルファイナンスには、これまでの金銭的な意味合いの他に共感も求められます。これは冒頭に記した「自分たちごと化」と同意語で"ローカル"なわけですから、地域や当事者、関係者などからの理解・賛同がなければ行動にはつながりません。

公益活動をどうやって「自分たちごと化」し共 感へ変換するのか?一つの考え方として的確な ニーズの把握と効果的なウォンツの実現と私は思 います。

◆当事者のニーズを的確に把握する。

ニーズとは現状からの改善願望です。現状には 当事者が抱える課題(問題意識や鬱憤など)が含 まれており、当事者がニーズの先に思い描いてい るのは課題が改善された後のイメージです。

しかし、このイメージは抽象的で壮大、はるか 彼方を見ている場合も多いので、最終的なイメー ジを描いたら1年後、3年後、5年後、10年後と 通過点を作ることで、例えば1年後は全体の中で コレとアレを改善するなど、各通過点のイメージ を明確にすることで今後のニーズとこれまでの振 り返りの両方を把握できます。

◆効果的なウォンツを実行する。

ウォンツとはニーズを叶える手段です。手段と 一言で表してもニーズをどうやって叶えるのか? 相手が想像できるモノコトでないと納得されませ んし、現実的でないと実行もできません。ニーズ を叶える手段は一つだけではないので、色々と比 較や検討がされて、さらに共感まで意識したウォ ンツを考えるのは大変です。そんな中で以前より も顕著になっているのが「多様な主体者の巻き込 み」です。これは当事者以外に直接的、間接的協 力者を手段の実現=ニーズの実現へ巻き込み、自 分たちごと化してもらう手段として有効です。

ニーズとウォンツを上手に活用していた事例に「地域通貨」という手法がありました。各地で導入され、時の経過と共に低迷してしまったようですが、愛媛県西条市ではZENと呼ぶ共感による寄付を地域の活性に活かすオンラインファンディグという新しい動きも始まりました。

ニーズを的確に捉え、使いやすい手段で実現すれば、これまでの手段をバージョンアップさせることでローカルファイナンスは成立します。

ZEN arigato funding

https://arigato.ze-n.tech/

では、ローカルファイナンスを検討する際に 「これはNG」という例を4つ挙げます。

4.【NG例1】主語が違う

公益活動を「私が」「自分が」と、一人称で説明する人がいますが、一人活動の成果や効果は限定的です。直接の協力がなくとも気づかぬ間接的な協力があったり、金銭的な支援でなくともボランティアなどの支援があったりと、参加への間口

が広く敷居が低いのも公益活動の特徴の一つです。きっかけは気づいた一人による「自分ごと化」から始まりますが、「自分たちごと化」へと当事者意識を広めるには「私たち」「自分たち」と主語を改めた方がよいでしょう。

【NG例2】成果を勘違い

例えばゴミの削減・リサイクルの意識啓発イベントがあったとします。イベントでは多くの人に主旨が伝わるよう大勢の参加を求めます。その際1,000人という参加人数を"成果"と捉えることもできますが、1,000人は単なる数字でしかなく本来の目的に沿った成果ではありません。

本当の成果とは1,000人の参加者がイベントに参加して、どう意識が変わり行動に移したか?です。この場合、イベントや参加人数はアウトプット、一人一人の行動変容がアウトカム(創出された成果)となります。更に踏み込めばアウトカムが近隣にも影響し、イベントに参加していない人々の行動が変わればインパクト(波及効果)となります。

【NG例3】本末転倒になる

ローカルファイナンスはあくまでも手段の一つですが、いつの間にかの勘違いで目的となってしまう時があります。例えば緊急避難用のシェルターを確保しようと各方面に協力を依頼すると賛同していただきました。シェルターの確保には初期費用と運営費用に多額のお金が必要なことから、本来は利用者の社会復帰支援などに必要なお金が、いつの間にかシェルターの維持管理へ比重が傾き、お金を集めることが目的となり、利用者不在の名ばかりのローカルファイナンスでは本末転倒です。一生懸命に頑張れば頑張るほど、分かっていながらも陥りやすいワナなので自戒をこめます。

【NG例4】活動が見にくい・分かりにくい

公益活動に関わっている人たちは、自分たちの

活動を十分に理解していますが、第三者には活動や成果が伝わっていないことがよくあります。これは"発信していない"が理由ですが、当事者たちは"発信している"と必ず言います。このズレは"イエス"ですが、発信内容や発信方法に問題があります。自分たちの活動は主観的には言えますが、客観的に表現できなかったり、アウトカムが求められているのにアウトプットを発信したり……。活動の持続には実績だけでなく、編集力と発信力も必要となります。

その他にも「発案者と実行者を分けてはいけない」や「目的と目標を混同してはいけない」などのNGがありますが、いよココロザシ大学が特に気をつけているのが「日々の情報発信」です。公益活動は1回のイベントや1回の講演、1回の研修で掲げた目的は成し遂げられません。

また公益活動は劇的な変化をもたらさず、ジワリと気づかないほどの小さな変化です。そのためには何かを実行した時だけ発信し意識してもらうのではなく、日々の発信を通した多面的な意識の積み重ねを期待しています。そのために、毎日のブログなどSNSが欠かせません。すると活動の編集力と発信力の大切さと強さに必要性を感じずにはいられません。



ココ大SNS

5. 〈ローカルファイナンスが抱える課題〉

ローカルファイナンスには色々な手段やそれぞれに特性があることをお分かりいただけたでしょう。これまでに様々なローカルファイナンスを実践・活用した経験から「ローカルファイナンスが抱える課題」を一つ挙げるなら、それは「ローカルファイナンスの活用を支援・牽引する人材の不足」です。「愛媛県の現状」でも挙げましたが"中間支援"と呼ぶ「公益活動を支援する体制・環境」が脆弱なので、人財の育成や活用などが期待通りに進まず、ノウハウも蓄積されていません。産官学民による協働でローカルファイナンス活用の支援、牽引する人材の育成を期待しています。

6. 〈最後に〉

ローカルファイナンスの導入、公益活動の持続に必要な要素は何か?と問われたら「まず想像力、そして創造力」と私だったら答えます。ローカルファイナンスには色々な手段があり、またその手段には直接的、間接的など様々な人が関わります。協力者の中には顔も名前も知らない、会ったこともない人もいるでしょう。そのような方々が公益活動へ"社会的投資"をしてくれる理由は"想像"するしかありません。協力したいけれど事情があって直接的な協力はできないが間接的な協力だったらできるなど、一人一人の思いの結実が"社会的投資"の醍醐味の一つです。そして、その思いを公益活動へつなげるために必要なのが"創造力"です。

創造力とは、取り組み方法や手段などに新しい発想や視点を取り入れることです。新しい事案には、これまでの手段や視点では成果が出にくいかもしれないので、創造力を発揮して新しい手段を用いて成果を出すのです。ただし、一度の挑戦で成果が出ることはまずないので、規模や時期、回数などを変えて、成果が出るまで改善し何度でも挑戦することが必要です。

自分たちが置かれている状況を把握し、資金調達をする目的を明確にすることで共感が生まれ、

調達したい金額に適した手法で集め、事業の成果 を広く発信して、更に循環し推し進めることで、 気づかなくとも地域は昨日よりも今日、今日より も明日とより良くなると信じています。

参考:休眠預金コロナ支援活用検討会が要望した7つの 事項

- 1. 地域の草の根団体の持続化支援のため、少なくとも3年間程度は、すでに実施されている分を除き、現行制度の実施を一時停止し、広く、地域の民間公益活動の組織の維持・継続を目的とした給付型の支援金を助成する制度とすること。その場合、活動実績の有無で対象を定めたり、法人格の種類や有無で区別したりしないこと。
- 2. 現行制度の要点である「支援の選択と集中」から、「誰 一人取り残さない支援」へとダイナミックに舵を切り、 助成対象分野等に制限をつけないこと。文化芸術、国 際交流・国際協力なども含め、この制度で広く支援す ること。
- 3. 休眠預金をできるだけ多く、早期に使うこと。
- 4. 助成率は10/10とし、使途に制限を付けず、必要な経費に助成が行えること。
- 5. 評価は、草の根団体や活動が継続して実施されること を重視し、アウトプット評価とすること。
- 6. 伴走支援を必須の条件としないこと。
- 7. 全ての都道府県に募集・配分ができる簡素な仕組みと すること。

Profile 泉谷 昇 (いずみたに のぼる)

1971年生まれ。東京都出身。

高校卒業後、アメリカに留学。帰国後はコンサルティング業務などに従事したのち、2002年から2008年まで、愛媛県観光課(当時)でえひめフィルム・コミッション担当。2008年から2011年まで、松山市観光産業振興課(当時)で撮影誘致・観光誘客・コミッション担当。2011年、NPO法人いよココロザシ大学(愛媛の魅力を学びあう市民大学)設立、学長・理事長就任。2013年から2018年まで、NPO法人えひめリソースセンター(公益活動の中間支援組織)設立し、理事長就任。2015年から2018年まで、愛媛大学非常勤講師就任。2016年から2020年まで西予市まちづくりアドバイザー就任。2019年、NPO法人ジャパン・フィルムコミッション(映画や映像作品の撮影を地域へ誘致・支援するフィルム・コミッションの全国ネットワーク組織)理事長就任。

その他、愛媛国際映画祭プロデューサー、いしづち編集学校 校長、講師や審査員など歴任多数。