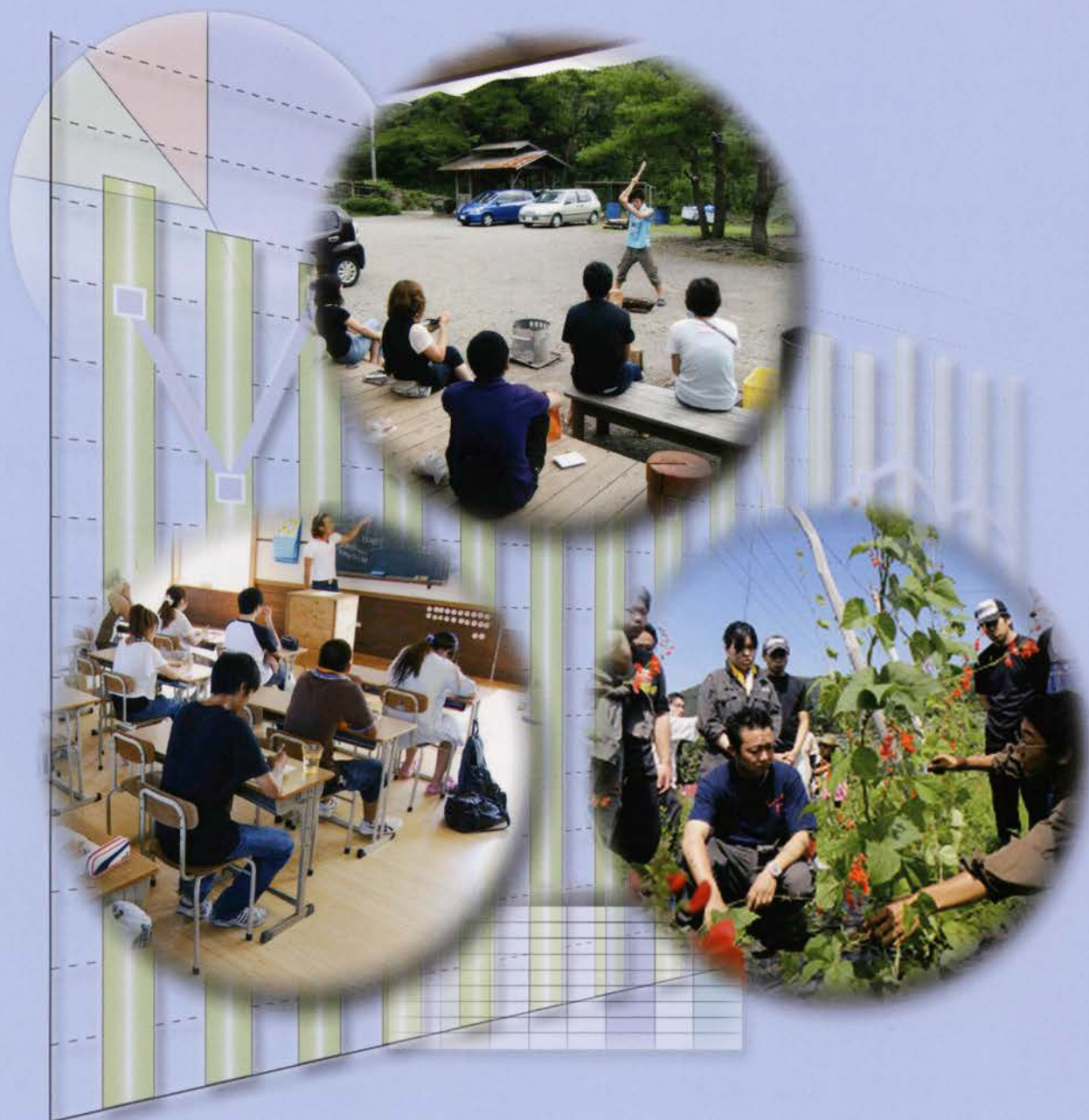


地域づくり団体の

資金調達事例集



地域づくり団体全国協議会

本誌は、宝くじの普及宣伝事業として助成を受け作成されたものです。

はじめに

「地域づくり団体全国協議会」は、自主的・主体的な地域づくりのための活動、研修等を行う地域づくり団体相互の情報交換等を促進することを目的として、平成6年5月に設立され、これまでに地域づくり団体に関する様々な情報の提供や研修交流のための事業を行ってまいりました。

近年、地域住民が求める公的なサービスが高度化・多様化しているなか、行政のみがこれら地域課題に対応することは、質的にも量的にも限界があります。地域課題には地方公共団体が取り組むべきものから、地域住民、地域コミュニティ、民間企業や地域づくり活動を行う組織が取り組むことにより、より細やかな対応ができるもの等さまざまであり、行政、住民が協働して地域課題に対応し、地域の活性化を図っていくことが求められています。

このため、全国各地の地域づくり団体は「新しい公共」の担い手としての役割がますます重要となっていますが、地域づくり団体が継続的かつ活発な活動を推進するための課題の一つとして、活動資金の調達が挙げられます。

そこで、当全国協議会では、地域づくり団体の皆様に参考となる情報を提供する事業の一環として、地域づくり活動を行う組織への資金面等での支援、また地域づくり活動を行う組織が取り組む資金調達方法について、『地域づくり団体の資金調達事例集』を発行することといたしました。

本書は、「概要」、「基調論文」、特徴的な資金支援・調達の「事例紹介」、今後の資金調達の潮流を記した「トピック記事」からなります。

このうち「基調論文」につきましては、法政大学法学部教授の名和田是彦先生に、「トピック記事」につきましては、日本ファンドレイジング協会常務理事の鶴尾雅隆氏にそれぞれご執筆いただきました。また、「資金支援・調達の事例」につきましては、地域づくり団体にとって参考になる全国7の自治体、団体の特徴的・先進的な取り組みを紹介しています。

ご多忙にもかかわらず、多大なご協力をいただきました名和田是彦先生、鶴尾雅隆氏、また、取材にご協力いただきました自治体、団体の皆様に心から感謝申し上げます。

本書が地域づくりにかかわる方々にご活用いただき、地域づくり団体の発展に少しでもお役にたてば幸いに存じます。

平成 23 年 2 月

地域づくり団体全国協議会
会 長 岡 崎 昌 之

善意の資金が循環する社会を創るため
～日本社会と寄付、そしてNPO等

ファンドレイジングのこれから～

日本ファンドレイジング協会 常務理事 鶴尾 雅隆

72

目次

『地域づくり団体の資金調達事例集』の概要

4

基調論文

「新しい公共」のための資金調達

法政大学法学部教授

名和田 是彦

8

会館新聞全報社ついで新聞
会館新聞全報社ついで新聞

資金調達事例

行政による資金提供・支援

市川市市民活動団体支援事業（1%支援事業）	16
一社一村しずおか運動	24
池田市公益活動促進基金（マッチング・ギフト方式）	32

NPOバンクからの融資・支援

コミュニティ・ユース・バンクmomo	40
--------------------	----

コミュニティビジネス

特定非営利活動法人えがおつなげて	48
------------------	----

寄付等

NPO法人侍学園スクオーラ・今人	56
財団法人奈良の鹿愛護会	62

トピック記事

善意の資金が循環する社会を創るために

～日本社会と寄付、そしてNPO等の

ファンドレイジングのこれから～

日本ファンドレイジング協会 常務理事 鵜尾 雅隆	72
--------------------------	----

『地域づくり団体の資金調達事例集』の概要

1 基調論文

地域づくりに携わる団体の運営に関して数々の研究をされている法政大学法学部教授の名和田是彦氏の基調論文を掲載している。

この論文では、地域づくり団体に必要な資金の在り方を踏まえ、協働事業提案制度、指定管理者制度等を活用しての行政側からの資金提供、民間ファンドや寄付といった民間資金の活用、コミュニティビジネスによる資金調達等の観点から、地域づくり団体の資金調達手法に係る取り組みや課題について論じていただいている。

2 事例

今回事例集では、次の4つの手法ごとに、特徴的・先進的な取り組みを7事例取り上げることとした。

- 1 行政による活動資金提供・支援
- 2 NPOバンクからの融資・支援
- 3 コミュニティビジネス
- 4 寄付等

それぞれの事例の概要は、以下のとおりである。

1 行政による活動資金提供・支援

「市川市市民活動団体支援制度(1%支援制度)」は、市民の納税に対する意欲、ボランティア活動に対する関心の向上や市民活動団体の活動の支援・促進を図ることを目的として、市川市で平成17年度より実施している制度である。市川市内で公共性・公益性の高い活動等を行う団体の事業に対し、市民が支援したい団体の事業を選択し、その個人の市民税の1%相当額が補助金として交付される。

制度実施から6年を経過し、その間、地元ケーブルテレビ等のメディア媒体を活用したPR、地域ポイント導入による納税者以外への参加機会の拡充、納税通知書送付時期に合わせた届出期間の変更等の制度改善によりその普及に努め、市民活動団体への財政支援による活動の活性化、支援を受けたことによる団体の意識変革、市民の市民活動への理解促進や協働の広がり等の効果が見られる。

「一社一村しずおか運動」は、農山村地域での人手の確保、都市地域との交流等といった要望と、企業・大学側の特産品開発、社会貢献活動、研究調査場所の確保等の要望をマッチングさせ、都市一農山村地域の交流促進、農山村地域の活性化を目的として、平成17年度より静岡県で実施している事業である。

当該制度は、農山村地域で活動を行う団体、企業や大学側それぞれの希望する活動内容等を、仲介機関である県交通基盤部農地局農地保全課に申込を行い、県側によるマッチング作業及び三者協議を経て、認定を行う取り組みであり、これまでに19地区22組が認定されている。

これらの取り組みの中には、静岡県内農山村地域の棚田保全、棚田で生産された米を使った焼酎等の地域ブランド商品の開発・販売、商品販売による売上の棚田保全への寄付といった、農山村地域と企業側とのwin-winの関係が構築されるといった効果が現れている。

「池田市公益活動促進基金」は、「池田市公益活動促進に関する条例」に基づき、市民による公益活動の促進に要する経費に充てることを目的として、池田市で平成13年度に創設された制度である。また、池田市では、平成14年度よりこの基金を原資とした「池田市公益活動助成事業」を実施している。

当該事業の特徴は、市や、市が指定した公益活動団体に対する寄付金額と同額を、市が一般財源から支出し、寄付金額に上乗せして基金に積み立てる、いわゆる「マッチング・ギフト方式」を導入している点にある。「マッチング・ギフト方式」は、①個人の寄付の効果を高める ②基金とその運用益について、中間支援組織である、池田市公益活動促進協議会の審査を経て公益活動団体へ助成金として流れることにより、市民が税金の使途に関与できる制度といえる。

2 NPOバンクからの融資・支援

「コミュニティ・ユース・バンクmomomo」は、地域の出資者からの出資金を、地域活動に携わる団体等へ融資（いわゆる「お金の地産地消」）するために、平成17年に設立されたNPOバンクである。

この団体では、東海地方（愛知、岐阜、三重）で活動する市民団体に対し融資すべく、平成 21 年度現在までに 379 の個人・団体より出資総額 4,064 万円を受け、11 の企業、団体への融資実績がある。特徴として、融資を実行するにあたり、融資を希望する企業・団体に対し、財政面のほかに団体の理念や信頼性といった面を考慮する点、また出資者融資先双方の情報交換の場を提供するといった、融資先に対する非資金面で支援する点が挙げられる。

これらの取り組みにより、出資金の地域での資金循環が明確となること、また出資側、融資先双方が地域課題を共有し活動できるという効果も期待されている。

3 コミュニティビジネス

「特定非営利活動法人えがおつなげて」は、農村が抱える地域課題の解決に向けて、都市と農村の交流体験プログラム等を実施することにより、都市と農村の共生社会を創ることを目的として、平成 13 年に設立された法人である。山梨県北杜市を拠点に活動している。

当法人では、「農村ボランティアによる農地開墾」「企業ファーム」「えがおの学校」「千代田区商工業連合会との連携」などといった特色ある事業を展開し、移住者や農山村等で事業展開する人材の輩出、また休耕地で栽培した農作物を活用し商品開発を行う等、具体的成果を上げている。

当法人の収入は、国、県の補助金や民間団体からの助成金などが約半分を占めているが、現在の活動に合致する補助金を得られるよう、情報収集や事業の見直しなどを行う等の工夫をしている。また、当法人が実施する各種事業を通じて関わりを持ったことがきっかけとなり、企業との委託契約による委託事業収入が大幅に増加している。

4 寄付等

「NPO 法人侍学園スクオーラ・今人」は、平成 16 年、長野県上田市に設立された日本最小規模のフリースクールである。当法人は①学園事業 ②若者サポートステーション・シナノ事業 ③若者自立塾事業 の 3 つの事業を展開している。

当法人は、インターネット上で個人から寄付を集める仲介サイトである「ジャスト・ギビング・ジャパン」の活用を図っている。「寄付をする側」とし

てではなく、誰もが、気軽にチャリティプロジェクトを立ち上げ、何かに挑戦することで「寄付を集める側」にもなれる点が、このシステムの最大の特徴である。「ジャスト・ギビング・ジャパン」を活用し、元プロ野球選手である古田敦也氏の協力等により、サイトに登録している支援先団体の中で最も寄付金を集めている。

当法人の資金調達に係る今後の展開として、団体の運営を「経営」という視点でとらえ、活動を恒久的に持続していくため、ジャスト・ギビング・ジャパンの活用など寄付に向けたプロジェクトを積極的に展開していくとしている。

「財団法人奈良の鹿愛護会」は、国の天然記念物として指定されている奈良公園とその周辺部に生息する鹿（「奈良のシカ」）の保護を目的として、昭和 22 年に設立された団体である。

当法人は「奈良のシカ」の保護についてさまざまな啓発活動を実施しており、それを受け諸団体からも様々な形で寄付が行われている。

寄付に関する当法人の新たな試みとして、支援飲料自動販売機の設置を実施している。この自動販売機による方法では、飲料売上の一部の寄付、一台につき一定の月額寄付といった種類があるが、中でも特徴的なのが「寄付ボタン付き自動販売機」であり、飲料とは別に、一定額の寄付をすることができるボタンが設置されている。これら支援飲料自動販売機は平成 22 年末現在 13 台設置されており、寄付総額も平成 21 年度は約 50 万円となっている。

3 トピック記事

巻末では、日本ファンドレイジング協会常務理事 鶴尾雅隆氏のトピック記事を掲載している。

この記事では、今後のファンドレイジングのカギになるであろう「寄付」を中心に、わが国の寄付市場形成上の課題、NPO 等組織自身のファンドレイジング力向上の課題、NPO 活動の財源的成長を促進する上での助成金・補助金に関する課題について取り上げ、今後の地域づくり団体の資金調達の在り方について論じていただいている。

■ 基 調 論 文



基調論文

「新しい公共」のための資金調達

法政大学法学部教授 名和田 是彦

はじめに

今年度は地域づくり団体の資金調達をテーマとしている。2009年の政権交代後、鳩山前首相が演説の中で「新しい公共」による国民生活の支援の考え方を表明し、「新しい公共」を担う地縁型の諸団体やテーマ型の市民活動団体などの役割が大きくクローズアップされたが、「新しい公共」の考え方は今に始まったことではない。1990年代にバブル崩壊後の不況と財政危機という背景のもとで、とりわけ各自治体のレベルで、「協働」という政策理念が唱えられ、「協働」のパートナーである民間側（「市民社会」）の諸主体（ここでいう地域づくり団体である）も公共サービスを担うものとの意味で「新しい公共」と言われたのである。

何らかの活動をするために資金が必要であることは論を俟たない。しかし、最近まで、財政危機という背景から、地域づくり団体にボランティアで活動してもらうことが強調されてきた。そして必要とされる資金についても、寄付や会費などで充てるのが基本であるとされることが多かった。

しかしこれでは本格的な活動を展開するには大きな限界がある上に、昨今の不況等の社会背景からボランティアの担い手にも大きな限界がある。例えば、団塊の世代のリタイアした人たちへの期待が大きい、なかなか地域づくり活動に参加してもらえない。これにはいろいろな原因があると思われるが、一つには生活不安のため、もう少し就労したいという意欲が高い人が多く、地域でのボランティア活動になかなか参加しないということがあるであろう。ま

た、高齢者とともに日本の地域づくり活動を担ってきた主婦層も、女性の就労の増大により、縮小してきている。さらには、若年層の雇用情勢からしても、地域づくりの中で所得と雇用をも生んでいくような取組みが求められている。

もちろんボランティアの意義が消失したわけではなく、むしろこれからますます重要になるのであるが、その力を生かすためにも、やはり活動資金は必要であるし、またその力をコーディネートして生かす専門機関の力も重要であるとすれば、この専門機関が成り立つための資金（人件費や事務所費など）もまた必要である。よく強調される会費などではとても追いつかないのが実態である。なお、いわゆる賛助会員制度などは、会費といってもどちらかというと寄付の意味合いが強いだろう。寄付については後述している。

ではこれからの地域づくり活動のために、どの程度の資金が必要なのか、それはどのようにして調達するのか、全国にはどのような参考にされるべき事例があるのか、これらを明らかにすることが本論及び本冊子の目的である。もちろんすべての事例を網羅的に調べられるわけではなく、またすべての論点を過不足なく扱っているわけでもないだろう。本基調論文では筆者の知見と能力と紙幅の及ぶ限りで考え方や事例を整理し、読者の参考に供したい。

1 どのような資金が必要とされているか ～事業経費と管理運営経費～

現在でも、地域づくり団体に1件あたり数万円程度の活動助成金が交付されるような補助メニューを行政や支援組織（社会福祉協議会など）が活用しているケースがあり、これはこれで今

後も重要な資金供与のあり方であるが、上記のような状況に鑑みると、より本格的な組織態勢をもった地域づくり団体が必要となり、それに要する資金も桁の違うものになる。人件費や事務所経費といった管理運営経費が必要となるからである。

地域づくり活動はボランティアで、という観念にとらわれていると、こうした経費を出すのはほとんどないという感覚になってしまうが、それでは本格的な「新しい公共」は成立しない。今でもこうした管理的経費は補助対象から除かれている助成事業（行政のにせよ、民間ファンドのにせよ）がたくさんある。それはそれで意味のある補助であるのだが、「新しい公共」の担い手を育成するためには、こうした限定のある資金だけでは不十分である。

このことを考える一助として、外国のケースを瞥見してみよう。筆者が多少なりとも情報をもっているのはドイツのケースである。

現在ドイツでも、財政危機を背景に、日本の協働のような政策が行なわれている。特に、社会問題が蓄積している地区について重点投資をし（「福祉国家の領域化」と称される動きである）、様々なボランティア活動が奨励されている。こうした地区を活性化する取組みは「エリア・マネジメント（Quartiersmanagement）」といわれており、このマネジメントを担う現地の事務所が置かれ、委託を受けたNPOが何人かの職員を雇用して（地元の人も雇用促進の一環として採用されるが、指導的な立場の職員は、社会学や社会福祉、社会教育を学んだ地区外の専門家である）、地区内外の様々なアクターをコーディネートし、地域課題の解決を目指している。

この取組みの特徴として二つ挙げることができる。

一つは、一見するとドイツのこのような「市民活動」（bürgerschaftliches Engagement. 英語では“civic activities”と表記される。）の奨励は無償のボランティア活動の活性化としての様相が前面に出ているのだが、そのために、ボランティア

活動をコーディネートする専門機関がきちんと配置されていることを忘れてはならない。実はこの点は日本でも同様の構造があることに注意すべきである。市町村行政の地域振興課や地域福祉関係の部署などが、自治会・町内会や民生委員、体育指導委員ほか様々な地域の活動を支援している構造、あるいは社会福祉協議会が地域のボランティアを支援している構造と同様なのである。支援しコーディネートしている側には、豊富な資金が投入されて専門的専従職員（行政の場合は税金を原資として公務員）がいる。

行政や既存の専門機関以外にも、裾野に幅広いボランティアを抱えてこれをコーディネートしつつ、高度な専門性を有する地域貢献事業を行なっていく地域づくり団体が求められており、そのために資金的枠組の確立が求められているのである。

さて二番目の点であるが、ドイツの場合こうした資金はほとんどの場合行政からの補助金である。教会や労働組合の行なっている社会的活動（及びそれらの機関がそれに投入している資金）は重要ではあるが、これらの活動とて、多くの場合行政からの資金抜きには成り立たない。日本と同様ドイツも財政危機に見舞われており、この種の資金は縮小しつつある（だからこそ、特定の困難を抱えた地区にだけ重点投資する「領域化」が進行せざるを得ない）のだが、それでも高福祉高負担国家ドイツにおいては、地域課題解決のための資金提供の支柱は行政なのである。

この点、日本とは大いに違っている。日本でも、行政から提供される資金は依然として重要であるが、これだけでは大いに不足しているのである。そこで、現在どのような資金調達の手法があるのかを整理してみなければならない。これが本稿の本題である。

以下においては、有給の専従スタッフと自前の事務所をもった地域づくり団体からボランティア・ベースの（財政的には小規模な）地域づくり団体に至るまでのすべてを念頭に置きつつ要点を述べていこう。

2 行政の資金

税金を原資とする行政から提供される資金は、これだけでは不足ではあるが、やはり依然として頼りになる資金源である。そして、民間の様々な力が引き出され育成されるような制度設計と運用をしていかなければならない。この観点から、三つの仕組みについて簡単に述べておく。

1 協働事業提案制度

近年各自治体で「協働事業提案制度」といった名称で、地域づくり団体からの提案を募り、多くの場合公開のプレゼンテーションを行ない、助成対象団体を決定する、といったやり方がしばしば行なわれる。

地域活性化センターより平成21年2月に発刊された『地域コミュニティの再生』で、筆者が紹介した横浜市の「ヨコハマ市民まち普請事業」も協働事業提案制度の一つといえるだろう。これも含めてこの数年筆者にとっても協働事業提案制度にかかわらせていただくケースが増えてきたが、地域づくりの新しい力を発掘するという意義が大きいと感じている。事業自体は単年度のことが多いようで、それだけに専門的職員を雇用するなどの管理運営経費まで助成対象にするものではないが、これから活動を始めようとする団体の初期投資をカバーする点で大きな効果を持っている。このことは後に見るコミュニティ・ビジネスの場合には特に重要である。

制度の枠組によっては、地域でも知られていなかった貴重な新しい力の発掘に繋がる例はほんのわずかという場合もあるが、おそらくそれなのである。地域の中の隠れたニーズを発見し、地域の中の創意工夫の力を発掘し、チャンスを与え、育成する仕組みとして、一例でも出れば有効に機能していると考えべきである。

2 指定管理者制度

ここで指定管理者制度の説明をしようというのではない。むしろ、指定管理に限らず、例えば学校関連施設の利用のように、(地方自治法にいう「公の施設」ではないために) 指定管理者制度が適用されず、従来の委託の仕組みで行なう場合も、問題の構図は同じである。要するに、既存の外郭団体や社会福祉協議会のような確立された担い手だけではなくより広く民間の中に担い手を求めるような仕組みが、様々な民間の地域づくり団体にとって、安定的な資金調達の意味合いをもつということがここでの論点である。

指定管理者制度及びそれに促迫されて行なわれた施設の管理運営団体の選考も一巡し、そろそろ2期目が始まってきているようである。この種の仕組みのさしあたりの総括が可能な時期である。本格的な総括は多くの関係機関や研究者、当事者が情報を交換し合って議論していくべきであるが、筆者の関わった限りでいえば次のような点が指摘できるように感じている。

指定管理者制度は、民間の「新しい公共」の力を借りて公共サービスを効率的に提供しようという意図を持っており、営利法人もそこに参入できる点に特徴のある仕組みであったが、地域づくりという分野についていえば、従来、株式会社等の営利法人は必ずしも十分なノウハウをもたない観があった(筆者の経験では、プレゼンテーションを担当する者の中に、自治会・町内会の存在さえ知らない者がいて、驚いたことがある)。また、外郭団体は、従来の安定的な地位に安住してか、競争的な指定管理者選定プロセスにおいて思わぬ取りこぼしなどが目についた。しかし、この5年ほどの間に両者とも、地域コミュニティの構造について実践的な研究を深め、地域づくりのノウハウを蓄積したように思われる。

また、従来のコミュニティ関連の施設(各自治体で整備されてきた様々な名称をもつコミュニティ・センターなど)は、地元の自治会・町

内会をはじめとする各種団体の代表からなる管理運営委員会によって「自主管理」される仕組みが行なわれてきたが、近年行政側は管理運営主体となるために法人格を要求するケースが増えており、こうした地元団体が、指定管理者ないし管理運営団体となるためにNPO法人などの法人格を取得して、より本格的な組織態勢を構築する努力をするケースがあり、地域づくり活動のバージョンアップにつながっている。

この場合決定的なのは、指定管理や委託の仕様を提示する自治体行政の基本的な態度であって、そこに地域づくりの理念をしっかりと盛り込むことで、指定管理料が地域づくりのために有効に使われることになる。

3 新しいコミュニティ組織

近年地域コミュニティに求められる機能は質量ともに増大しているのに対して、自治会・町内会等の既存の地縁組織は加入率低下や担い手不足に悩んでいることから、地域づくり活動の裾野を広げるために、小学校区単位などに新しい包括的なコミュニティ組織を設置する取組みが増えている。この種の仕組みは理論的には「自治体内分権」（このほか「都市内分権」とか「地域内分権」といった言葉も見られる）といわれ、実は筆者の研究分野のコアをなしているが、ここではこれ以上述べない。

この仕組みにおいてしばしば、各地区のコミュニティ組織に、あらかじめ用途を定めない一括補助金を交付し、各地区でそれぞれの地域課題に対応した創意工夫を発揮して使ってもらうことが行なわれており、その額も地区あたり数百万円ということさえ少なくない。この交付金を使用する地域の団体が特定されている場合もあり（例えば、宮崎市の地域自治区ごとに組織される「地域まちづくり推進委員会」など）、この場合はこの組織をなるべく幅広く組織し、地区内の力を発掘していくように運用される。他方、各地区で地区内の事業が公募され、各地区

のコミュニティ組織がその審査と採択にあたる、という仕組みのケースもある（例えば、上越市の各地域自治区ではこうした仕組みで運用されている）。いずれの場合も、税金を原資として行政から交付されたものを、各地区の民主的に組織されているコミュニティ組織が決定する権限を持たされ、地域の実情に即して地域づくり活動の資金提供の役割を果たしているといえる。

3 民間の資金

公共を担う資金の源泉は行政だけとは限らない。民間の資金が豊富にNPO等の社会貢献団体に安定して流れ込む仕組みが必要である。特にアメリカのように社会保障が公的制度として行き渡っているわけではない国（いわゆる低福祉低負担国家）においては、こうした資金的仕組みが不可欠である。こうした自覚に基づいて寄付が富裕層や企業の文化になっていて、日本とは桁違いに大きな民間ファンドが多く存在する。

日本は時に「中福祉中負担の国」といわれるが、理念的にそうした道を選択したというよりは、成り行きでそういう結果になったという感があり、現時点では、政府部門も民間部門も地域づくりのための十分な資金を供給する用意がないようにみえる。転換期の現在、企業も「社会的責任」を十分果たす決意をするとともに、余裕のある人々を中心に「寄付の文化」が醸成されなければならない。

1 ファンドづくりと寄付文化の醸成

日本でも「中間（支援）組織」（インターメディアリ）という言葉がかなり市民権を得てきた。しかしこの言葉はアメリカでは本来、民間の公益活動に対して資金提供をする民間組織を指しているという。日本ではまだまだ寄付文化が十分成熟していないため、寄付を集めて、それを、資金を必要とする公益事業団体（地域づくり団

体)に配布していくという組織がなかなか成立しないのであろう。

寄付文化の醸成のため、地方自治体が、次のような仕組みを試みているケースがある。

すなわち、地方公共団体に寄付をすれば個人も法人も税制上の優遇を受けられることを利用して、自治体が寄付を募って基金を造成し、しかしその際寄付者に、あらかじめ登録してある地域づくり団体のどれに助成をしてほしいか希望を述べるができるとするのである。こうすれば、寄付者が直接に援助したい地域づくり団体に寄付をした場合よりも税制上の優遇措置の分だけ得になり、地域づくり団体も寄付者を募りやすい(うちではなく〇〇市に寄付して、その際うちを助成希望団体として指定してくれ、と頼めばよい)ので、寄付がしやすくなる。もちろん地方公共団体が単なるトンネルになるのは脱法行為にほかならないから、寄付者の希望はあくまで希望として聞き置き、なるべくその意思を尊重して基金を運用することになるわけである。その微妙なさじ加減で、寄付者の満足感を得ながら脱法問題もクリアし、結果として寄付文化の醸成につなげようというわけである。

筆者はこうした仕組みの一つである横浜市の「よこはま夢ファンド」(<http://www.city.yokohama.lg.jp/shimin/tishin/shiminkatsudou/fund/gaiyou.html>)に関わっている。2005年発足当初からすると最近、企業からの寄付や、助成対象希望を述べない寄付も増えてきており、寄付文化の醸成に役立っているのではないかと感ずるが、寄付額と助成対象団体なり助成事業なりの公益性とが比例しているのかどうか、悩ましいものを感じている。希望を尊重すると言っている以上、団体への助成額は、助成対象団体を希望している(つまりほとんどの場合、助成対象団体が頼んで集めた)寄付額にどうしても引きずられるのであり、そうなると助成の額は、当該団体なり事業なりの公益性よりは、集めた寄付額に比例することになる。裕福な知り合いが多く寄付を募りやすい団体ないし事業と公益性の高い団体ないし事業と

は、必ずしも関連しないだろう。

それでもこのような仕組みのもとで、基金は確実に増加しており、希望に縛られない助成可能額も増大しており、公益性は高いがなかなか支持者が得られにくい活動にも支援が及ぶ余力が出てきているのは喜ばしい。

もう一つ悩ましい問題は、こうした行政サイドの取組みが、民間のファンドづくりの取組みを阻害ないし圧迫しているのではないかということである。横浜には、「神奈川子ども未来ファンド」(<http://www.kodomofund.com/>)という立派な民間ファンドがあり(設立は2002年)、子ども分野を中心に、年間数百万円の規模で地域づくり団体に助成している実績を、よこはま夢ファンドよりも早くから積み上げてきているのである。現時点では贅沢な悩みかもしれないが、早晚住み分け等を考えていくべきであろう。

2 自治会・町内会

身近な地域で社会的課題の解決に汗を流している貴重な取組みが各地域にたくさんある。多くは小規模な団体である。こうした団体にとって、実は地域の自治会・町内会は時として有力な助けになっている。地域で重要な活動をしているとか、まだ組織的基盤が固まっていないとかいった事情を汲んでくれて、自治会館・町内会館を無料で使用させてくれたり、自治会・町内会費のなかから活動費を出してくれたりといった支援をしているケースがかなりたくさんある。金額などを見れば些細に見えるかもしれないが、地域づくり団体にとっては大きな支援であり、当該地域にとっても重要なサービスが保障される効果がある。緊張関係にあるとよく言われる地縁系とテーマ系が協力している事例でもあり、この種の地道な取組みを地域づくりの上で忘れてはならない。

3 寄付等民間資金についての考え方

最後に、寄付などについての基本的な考え方について一つ触れておきたい論点がある。

寄付へのインセンティブとしてよく税制度上の優遇が話題になる。非常に重要なことであり、寄付を集めるのに有力で効果的な制度的対応である。

この場合において、寄付者は、税金を払うくらいなら、自分の意思と考えで社会貢献的活動をしている団体にお金を出す、というわけである。本来税として集められれば、現代国家においてはどんなに貧しい人でも平等な参政権を与えられて民主的にその使い方が決まるのに、それを免れて当の個人の私的な意思で何が公益にかなうかが判断され資金が流れていくわけである。

同様の構図は、有名な市川市の1%支援制度(<http://www.city.ichikawa.lg.jp/pla06/1111000002.html>)についてもいえる。本来どんな貧しい人でも市民でさえあればその一票でもって政治をコントロールでき、税金の使い方に民主的な影響力を与えられるのに、その範囲が1%減少するわけである。

民主的コントロールを免れて行く先の決まる資金が、公益という観点から見て適切に分配されるのか。上記よこはま夢ファンドについて述べた悩ましい点である。このことをどう考えるべきであろうか。

筆者は、まだ民主的多数者が気のつかない隠れたニーズ、少数者のニーズにチャンスを与えることのできる点で、やはりこうした税制度上の優遇措置等は今の時代に必要な仕組みであると考えている。まさに市民社会の中の先進的開拓的創造的な試みにいち早くチャンスを与え、それが成功すればやがて多数者の認めるところとなる、そうしたダイナミックな社会であるためには、こうした仕組みが必要なのである。そしてそうした趣旨のものとして適切に運用していく責任が関係者にあると考える。

4 コミュニティ・ビジネス

政府からの資金も民間からの資金も不十分であるとする、地域づくり団体は「自ら稼ぐ」努力をせざるを得ない。これが「コミュニティ・ビジネス」とか「ソーシャル・ビジネス」とかわれている取組みである。

コミュニティ・ビジネスないしソーシャル・ビジネスという言葉の示す範囲はそれほど厳密に決まっているわけではないし、その現状認識や将来展望、政策課題などについて十分な解明がなされているともいえないが、有力な一例として経済産業省の「ソーシャルビジネス研究会」の報告書(2008年4月。<http://www.meti.go.jp/press/20080403005/20080403005.html>で取得できる)などを見られたい。

この報告書も述べているように、コミュニティ・ビジネスの社会的認知度はまだかなり低く、また、「ビジネス」とはいいながら委託事業など行政から来るお金が売り上げの大部分を占めているケースも多い。しかし、NPO法人にせよ株式会社にせよ、はたまた社会福祉法人にせよ、上記の指定管理者や、あるいは介護保険事業者として、安定的な財政基盤を得て、その上で工夫をして必ずしも「儲からない」けれども地域が必要としているサービスをも提供していくことで、そのミッション(社会的使命)を果たしていくことができればよいのであり、こうしたケースを「コミュニティ・ビジネス」とよぶかどうかはまったくの言葉の問題にすぎない。

しかし、この数年、行政からのお金が有意義な割合を占めていない、その意味で本当の「ビジネス」として成り立っているソーシャル・ビジネスもかなりの数の例が出てきた。経済産業省がソーシャル・ビジネスの「55選」(<http://www.socialbusiness.jp/case/>)なるものを選定できる程度のボリュームで、ソーシャル・ビジネスが発展してきているのである。筆者が多少なりとも知っているのは、自分で関わっている横浜市港南区の「港南台タウンカ

フェ」(地域活性化センター発刊『地域コミュニティの再生』で紹介した)のほかわずかな事例にすぎないが、それでもフィールドを歩いていると、鹿児島県鹿屋市の柳谷町内会や徳島県上勝町の株式会社いろどり、静岡県浜松市熊地区のNPO法人「夢未来くんま」など超有名どころのほか、仙台市のNPO法人「ほっぷの森」のレストラン「びすた〜り」(<http://www.hop-miyagi.org/restaurant/index.html>)、東京都町田市のNPO法人れんげ舎のカフェ「金魚玉珈琲」(<http://www.rengesha.com/>)、横浜市都筑区のNPO法人五つのパンのコミュニティカフェ「マローンおばさんの部屋」(<http://five-breads.ocnk.net/>)、東京都立川市のNPO法人高齢者の食と職を考えるチャンプルーの会のレストラン「サラ」(<http://members.jcom.home.ne.jp/NPO-sarah/>)、相模原市にある「レストランSHU」(<http://www17.plala.or.jp/shu/home/>)、川崎市のNPO法人川崎市民石けんプラント(<http://kinarikko.kazekusa.jp/index.html>) などなど、それぞれのミッションを追求しながら事業性と両立させている事例が増えてきている。

コミュニティ・ビジネスが「新しい公共」のしかるべき重要な手法となるためには、上記経済産業省の報告書も述べているように、担い手のビジネス等の知識やスキル、その育成の仕組み、投融資のあり方、適切な法人形態などなど多くの課題があり、そのどれもがいつも念頭に置かれるべき重大な問題であることはもちろんであるが、資金調達という面から見たときには、最初のまとまった資金をどうするかという問題が大きいように思う。

例えば、上に挙げた成功事例の多くは、福祉分野等の行政からの委託事業を受けたりして組織的基盤を固めながら、コミュニティ・ビジネスに手を伸ばしている。

また、鹿児島県薩摩川内市の有名な峰山地区コミュニティ協議会が手がけている「柳山アグリランド事業」(<http://yanagiyama-a6.ql.bz/index.html>)

を見ると、明らかにコミュニティ・ビジネスの試みなのだが、行政の補助を受けているほか、「延べ10,000人を超える沢山の地区民のボランティア活動により自然観光公園として整備した」ことを強調されている(筆者が2009年に訪問してご案内いただいた時もこの点を強調されていた)。これは、もちろんコミュニティ・ビジネスの究極目的が地域を活性化することにある以上、地域の人たちがボランティア活動に参加して地域社会の共同性を高めることが有効であるとの判断によるものだろうが、アグリランド開設のための初期投資をボランティア労働で補っているという一面もありそうである。

様々な市民活動が、行政の補助(通常3年程度)が続く間はよいが、そのあとは跡形もなく消滅する、とよくいわれたことがあったが、活動者がコミュニティ・ビジネスによる「自立」を志向している場合には、単年度でも有効であり、その後補助をバネにして自立していけるのである。上記港南台タウンカフェも、最初の2年間は行政からの補助をもらっており、その間にそのあとを見据えた取組みをし、諸方面の理解のもとに各種料金を値上げしたりして現在6年目を迎えることができていたのである。

比較的大きな金額を必要とする初期投資の局面を支援するような仕組みをもっと工夫していく必要がある。

* * *

これからの地域づくりにおける資金調達の方法について、行政からの資金、民間資金の活用、及びコミュニティ・ビジネスという三つの類型に分けて考えてみた。

筆者の見聞した範囲での理論化にすぎないから、不十分な点もあろうが、本冊子の導入にはなったのではないかと思う。以下の事例紹介等とあわせて読者の実践の参考となれば幸いである。

あなたの気持ちを市民活動へ

市川市市民活動団体支援制度（1%支援制度）

1 市川市の概要

市川市は千葉県北西部に位置し、西は東京都、南は東京湾に面する南北に細長い形状の市である。都心から20Km圏内に位置し、鉄道5路線が横断するなど都心からのアクセスも良く、いわゆる首都圏のベッドタウンとして昭和40年代以降に都市化が進み人口が増加した。人口は、昭和40年に20万人を超え、同49年には30万人超、同61年には40万人超、平成22年11月1日時点で47万人超となった。



図1 市川市位置

表1 市川市の概要

市川市（いちかわし）	
面積	56.39Km ²
総人口	475,414人 (平成22年11月1日)
所在地	〒272-0021 千葉県市川市八幡3-4-1
担当課	企画部 ボランティア・NPO担当 (TEL 047-326-1284)
事業名	市川市市民活動団体支援制度
関係条例	市川市納税者等が選択する市民活動団体への支援に関する条例 (H17.4.1施行)
ホームページ	いちかわボランティアNPO Web http://genki365.net/gnki02/pub/index.php

市川市は、急速な都市化で、主要駅周辺にはビルやスーパーが立ち並び、南部地域にはマンションが、また北部地域には一戸建ての住宅が多い。これら地域のコミュニティは、先祖代々この地で暮らす人々より、他地域からの転入者のほうが多い。また、市民の約1/4は東京都区部に通勤・通学していることや、納税者の大多数が給与所得者（所得税・市民税などの納税は源泉徴収）であること等から、自ら住む地域への帰属意識が希薄な面がみられるといわれている。

2 市川市の市民活動の状況とその支援

1 市川市の市民活動の高まり

少子高齢化の進展により、市民のニーズや地域における課題は多様化し、行政だけでは不十分な状況になりつつある。一方で、阪神・淡路大震災を契機にボランティア活動が見直され、社会に広がりを見せてきた。また、国は特定非営利活動促進法（NPO法）を平成10年に制定し、こうした活動の環境整備を図ってきた。

このような背景から市川市においても、自主的・主体的な社会貢献活動に取り組む市民・団体が増えてきており、平成11年4月市民生活部に「ボランティア支援課」（現在は、企画部 ボランティア・NPO担当）が設置され、こうした市民活動の支援を行ってきた。支援は、ボランティア活動の情報収集・提供や活動・交流の場の提供、財政支援、人材育成等が行われているが、特に財政支援では、全国初の取り組みとなった市民の声を基に税の一部を助成する「市川市市民活動団体支援制度」が特徴的な取組である。

2 企画部 ボランティア・NPO担当の実施事業

市川市では、ボランティア・市民活動の具体的な推進、支援策について平成11年度に「ボランティア・市民活動推進懇話会」、平成12年度

に「ボランティア・市民活動推進検討委員会」を設置し検討を行った。会議では、ボランティア活動を始めたいがどうすればよいか分からない。新しい活動を起こしたいが仲間がいない、場所がない等様々な問題が市民から寄せられた。その結果、出会い、交流、情報交換の場の創出が必要とする提言「まちの縁側構想」がまとめられた。その提言を受け平成13年4月にボランティア活動・交流拠点として位置づけた、「ボランティア・NPO活動センター」を開設した。なお、平成17年1月には2箇所目の「ボランティア・NPO活動センター行徳」を、行徳支所2Fに開設した。企画部 ボランティア・NPO担当は、「ボランティア・NPO活動センター」を管理するとともに次の事業を実施している。



図2 ボランティア・NPO 活動センター案内図

ア「活動場所」の支援

「ボランティア・NPO活動センター」は、市川市におけるボランティア・市民活動推進の拠点として、開設した。当該施設では、ボランティア・NPO活動に関する情報が収集できるほか、会議スペースやパソコン、印刷機、紙折り機などの無償貸与などで活動のサポートを実施している。

イ「普及・啓発」事業

ボランティア活動等の普及・啓発を目的として、ボランティア活動を体験する「夏休み体験ボランティア」、市職員対象の「NPO研

修会」、市民対象の「NPO 講座」・「出前講座」等を実施している。

ウ「情報提供」事業

市内のボランティア募集情報を紹介する情報誌「ボランティア・NPO 情報」（年3回、各1,500部）の発行や、インターネットを活用したWebサイト「いちかわボランティア・NPO Web」を運営するほか、関連する書籍・資料を収集し「ボランティア・NPO活動センター」において閲覧公開している。

エ ボランティア・NPO 活動に関する「相談」事業

NPO 法人格取得のための申請、書類作成のアドバイスや、団体の組織管理・運営上の相談対応を実施している。

オ 市民活動への「資金的支援」事業

①ボランティア・NPO 活動支援金制度（平成16年度実施）

市民の自主的な社会貢献活動の一層の発展を促進するため、公共性・公益性の高い活動、地域社会に貢献する活動を行うボランティア団体等が行う活動に対し、事業経費の2分の1、上限10万円の補助を行ったもの。支援実績は、33団体からの事業提案を受け、21団体の事業に支援を行った。

市川市では、本制度に対するボランティア団体等の大きな反響を受け、この種の助成支援制度への強いニーズと継続の必要性から新たな支援制度の検討を行った。

②市川市市民活動団体支援制度（平成17年度～）

市川市市民活動団体支援制度とは、市内で活動するボランティア団体やNPO法人などの市民活動団体に対して、個人（市民納税者）が納めた市民税の1%相当額を、個人が選ぶ市民活動団体の支援に充てるものである。なお、詳細については次章で述べる。

力 その他の事業（平成 18 年度～）

①協働事業提案制度

協働事業提案制度とは、地域の身近な課題について、市民の提案をもとに行政との協働で解決しようとするものである。18 年度は、3 件の提案から 2 件実施した。以降、19 年度は提案 5 件・実施 5 件、20 年度は提案 8 件・実施 5 件、21 年度は提案 4 件・実施 3 件となっている。

②地域ポイント制度「いちかわエコボカード」

地域ポイント制度は、地域への関心を持ってもらい、市民活動への理解と参加を広げながら、市民活動への支援を目的として、平成 18 年 11 月にスタートしたポイントカード制度である。

市民は、市の指定するボランティア活動（1 回 20 ポイント）や市民講座（1 回 10 ポイント）に参加することでエコボポイントを取得し、100 ポイント（満点）で動植物園や市民プール等の市の施設の利用や、市川市市民活動団体支援制度の支援対象団体にポイントで支援（1 ポイント＝1 円）することもできる。

3 市川市市民活動団体支援制度（1%支援制度）

市川市市民活動団体支援制度とは、市川市内で公共性・公益性の高い活動や地域貢献の活動を行っている団体の事業に対し、市民が支援したい団体の事業を選ぶことで、その個人の市民税の 1%相当額が補助金として交付されるものである。ハンガリーで 1997 年から導入された税の一部を市民活動の支援にあてる「1%法」をモデルとして、平成 17 年度から実施された。

制度の目的は、「市民の納税に対する意欲及びボランティア活動等に対する関心を高めるとともに、市民活動団体の活動の支援及び促進を図り、もって市民の福祉の増進に資すること」（市川市納税者等が選択する市民活動団体への支援に関する条例 第 1 条 抜粋）としている。

1 事務の流れ

平成 22 年度「市川市市民活動団体支援制度（1%支援制度）」の運用を例に、事務等の流れを紹介する。（図 3 1%支援制度の仕組み 参照）

ア 1%支援制度に応募（平成 22 年 1 月～2 月）

平成 22 年度に応募しようとする団体は、平成 22 年 1 月 18 日（月）から 2 月 12 日（金）の間に必要書類を作成し市川市企画部ボランティア・NPO 担当へ提出することとなる。

（対象団体）

応募できる対象団体は、ボランティア活動を行う団体、特定非営利活動法人その他の非営利活動を行う団体であって、福祉、環境、文化、スポーツ、青少年育成その他の社会貢献に係る分野の活動を行うものとしており、ジャンルは広範にわたり緩やかな制限である。一方、活動実績に対しては、次の 6 つの要件を全て満たすこととされている。

- ① 市内に事務所があり、市内で活動していること。
- ② 会則（規約）あるいは定款など、会のきまりがあること。
- ③ 申請書を提出する時に、1 事業年度以上継続的に活動していること。
- ④ 法令、条例などに違反する活動をしていないこと。
- ⑤ 公の秩序又は善良の風俗を害する活動をしていないこと。
- ⑥ 宗教的活動又は政治的活動をしていないこと。

（対象事業）

また、対象となる事業は平成 22 年 4 月から平成 23 年 3 月に実施するもので、次の 6 つの要件（①市内で実施すること。②福祉、環境、文化、スポーツ、青少年育成その他の社会貢献に係る分野のもの。③営利を目的としないこと。④市民を主たる対象とすること。⑤構成員（全員）のみを対象としないこと。⑥支援金の交付を受けようとする年

度に、本市から別の補助金などの交付を受けていないこと。)を全て満たすものとしている。
(支援金の対象経費等)

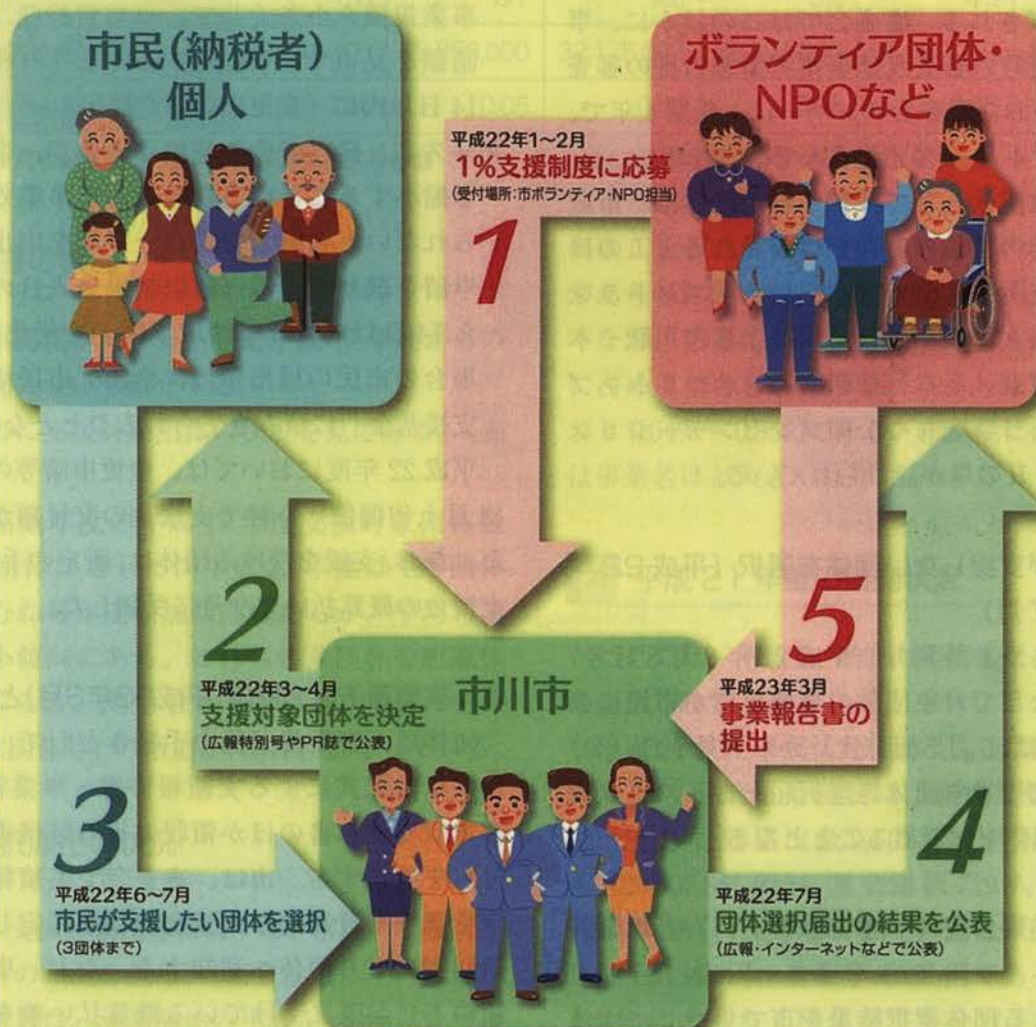
支援金は、団体が申請した事業費総額の1/2が上限となり、事業遂行に要する講師謝金、会場使用料、設営費用、チラシの印刷費

などの直接経費を対象とする。
(応募書類等)

応募書類は、応募関係書類とPR関係書類とがあり、インターネットサイト「いちかわボランティア・NPO Web」から取得できる。

1%支援制度の仕組み

前年度に納めた市民税の1%を市民活動団体の支援に使える制度です。
市民が支援したい団体を選んで支援します。



各団体の実績報告(収支決算含む)の詳細については、市民活動団体支援制度審査会の承認を得たあと、翌年度の5月下旬に市川市ホームページ上に掲載されますのでご覧ください。
また、ボランティア・NPO活動センター(八幡3-4-1アクス本八幡2F)、ボランティア・NPO活動センター行徳(行徳支所2F)で閲覧できます。

図3 1%支援制度の仕組み

イ 支援対象団体の決定（平成 22 年 3 月～4 月）とPR

支援制度に応募した団体については、審査会を設け、要件を満たしているか審査を行い、納税者等の選択の対象となる支援対象団体の選考を行う。

審査会では、提出された書類について①対象となる団体か、②対象となる事業か、③対象となる経費か、について審査するとともに、その事業内容が①市民の利益に寄与するか、②計画に具体性があり見込んだ成果が得られるか、③団体の活動が、次年度以降も継続発展に繋がるか等が審議される。審査会ではこのほかに、事業計画変更時の審査及び事業実績報告書の審査も行う。なお、審査会メンバーは、任期1年で、学識経験者4人、公募市民3人で構成されている。

支援対象団体として採択された団体は、市広報誌等でその活動の内容が紹介される。このほか、行徳支所やメディアパーク1階エントランスホールなどでのパネル展示、J R市川駅・本八幡駅・東京メトロ行徳駅、ニッケコルトンプラザでのチラシ配布や公開プレゼンテーション等によるPRの場が設けられている。

ウ 市民が支援したい団体を選択（平成 22 年 6 月～7 月）

広報いちかわ特別号（平成 22 年 6 月 5 日号）やPR誌などで対象団体の事業を市が市民に公表し、市民は、6 月 5 日（土）から 7 月 9 日（金）の間に「支援対象団体等選択届出書」により支援したい団体を届け出ることとなる。

エ ウの結果公表（平成 22 年 7 月）と事業計画変更

市民による団体選択結果を市で集計し、団体ごとの支援金予定額を各団体へ通知するとともに、広報誌やインターネットでその結果を公表する。当然だが、個人の選択結果は公表しない。

交付申請額に対して市民の届出額（支援額）が上回った場合は、上回った全額が「市民活動

団体支援基金」に積み立てられる。

市民の届出額（支援額）が交付申請額に達しなかった場合は、次の3通りの選択が出来る。

A 団体の場合

団体が申請した 事業費総額 A	交付申請額 B (Aの1/2以内)	市民の届出額 C（支援額）	不足額 D B－C
40 万円	20 万円	10 万円	10 万円

ケース 1 不足額 D は自己資金で充当し、当初計画規模の事業を実施する。（変更申請は不要）

ケース 2 自己資金での補填が困難な場合は、事業規模を小さくして、事業費総額、交付申請額を見直す。（選択結果公表日の翌日から 14 日以内に「変更申請」を提出）

ケース 3 自己資金の補填が困難で、事業規模を縮小することは当初見込んだ事業効果が得られないと判断した場合、事業を中止し交付申請を取り下げる（選択結果公表日の翌日から 14 日以内に「申請取下届」を提出）。この場合の市民の届出額は、全額「市民活動団体支援基金」に積み立てられることとなる。

平成 22 年度においては、変更申請等の審査会（8 月上旬開催）を経て支援金の交付額が決定した。なお、支援を受ける団体は、所定の手続き後、支援金の概算払いを 9 月に受領した。

オ 事業報告書の提出（平成 23 年 3 月）と精算

団体は、事業終了後の手続きとして、実績報告（指定様式による実績報告書・事業報告書・事業収支決算書のほか領収書等の証拠書類の添付）を提出する。市は、審査会で実績報告の内容を審査し最終的な支援金の額を確定し、確定通知書により団体へ通知する。なお、事業費総額の 1/2 が既に受けている概算払い額を下回った団体は、その差額を市へ返還することとなる。また、その返還金は、全額「市民活動団体支援基金」に積み立てられる。基金は、市民活動団体の活動支援及び促進を図るための事業費などに充てられる。

表2 市川市市民活動団体支援制度 支援対象団体数・届出数の推移

年 度	H17	H18	H19	H20	H21	H22
支援対象団体数	81	98	85	104	130	136
平均申請希望額（円）	332,656	253,143	234,644	224,122	208,586	198,000
届出総数（人） A	6,266	6,996	5,633	9,256	10,164	10,061
有効届出数（人） B	5,557	6,344	5,136	8,278	9,110	8,893
団体選択金額（円） C <基金選択金額を除く>	12,427,815	14,168,225	13,003,271	17,369,120	20,136,741	18,411,927
内 地域ポイント（円） D	0	0	37,968	105,323	128,880	158,075
個人市民税納税者数 E	223,000	225,600	226,600	236,500	238,400	238,800
A/E % F	2.8	3.1	2.5	3.9	4.3	4.2
個人市民税総額（千円） G	29,242,000	29,653,000	32,175,000	38,291,000	38,030,000	37,852,000
C/G % H	0.04	0.05	0.04	0.05	0.05	0.05

※ 個人市民税納税者数 E 及び個人市民税総額（千円） F は、前年度当初予算ベース。

2 応募の状況

次に本制度がスタートした平成 17 年度からの実施状況について紹介する。

はじめに支援対象団体の状況を見てみる。（表 2 参照）

事業開始年度の平成 17 年度支援対象団体数は、81 団体に対して、平成 22 年度は 136 団体とおおむね毎年度増加傾向にあるが、平均希望額は縮小傾向にある。これら応募団体を組織体系別にみると、NPO 法人やスポーツ団体、その他（任意団体等）の増加が、全体に寄与している。

3 選択届出の状況

次に、支援対象団体に対する、市民の支援（選択届出）の状況を見る。（表 2 参照）

届出総数は、事業開始の平成 17 年度に比べ平成 22 年度は 60% 増と概ね増加傾向にある。ちなみに、納税者総数に対する届出総数の割合（表 2F 欄）からもこの傾向は伺える。

地域ポイントでの支援は、本制度の市民の理解と参加の促進を目的として、平成 19 年度に条

例改正を行い実施しているもので、徐々に成果があらわれている。

なお、参考に団体選択金額が個人市民税総額に占める割合を試算してみたが、表 2 H 欄のとおり 0.04%～0.05%であり、市民税に占める割合は事業名ほど大きくはない。

4 平成 21 年度の実施状況

ここでは、平成 21 年度の実施結果をいくつかの面からみる。

平成 21 年度市民活動団体支援制度（1%支援制度）の事業結果概要は、届出総数 10,164 件で、うち有効届出数 9,110 件（団体選択 8,391 人（20,007,861 円）・基金選択 719 人（1,323,353 円））であった。地域ポイントでの支援は、団体分 128,880 円、基金分 3,629 円であった。応募 130 団体のうち 1 団体が事業を取下げ、129 団体に対し交付決定額 16,008,680 円が交付された。なお、交付決定額を超えた届出金額との差額及び基金積み立てを選択した届出金額との合算額（5,455,043 円）を、市民活動団体支援基金として積み立てた。団体の事業完了後の精算により、

表3 平成21年度 総事業費別申請率

総事業費	応募 団体数	構成比	平均 申請率
100万円以上	15	11.5	37.2
100万円未満	27	20.8	45.0
50万円未満	77	59.2	48.5
10万円未満	11	8.5	48.7
計	130	100.0	46.5

※平均申請率とは、各事業ごとの総事業費に対する交付申請額の比率の単純平均値である。

最終的に15,845,790円が団体の事業に充てられ、返還金162,890円が市民活動団体支援基金へ積み立てられた。

支援対象とした130団体の事業費規模と交付申請額、交付決定額についてみると、100万円未満以下の事業が全体の約9割を占め、その殆どが上限額（事業費の1/2、50%）に近い交付申請である（表3参照）。

次に、交付申請額でみると、当然であるが50万円未満以下の事業が全体の約9割を占めている。また、交付申請額に対する交付決定額の割合では、交付申請額が小さくなるほど希望に近い支援を受けやすくなる結果がみられた（表4参照）。なお、事業終了後の精算によって返納するケースには、特定のパターンは見られなかった。

次に、届出人数からみられたことは、届出人数の上位3団体（約800人～約400人）が少年野球に係る事業を行っており、団体の会員数が700人～400人と非常に多い点であった。それでは会員数が結果に左右するか調べてみると、会員数6千人を超える団体への届出が100人に満たないケースもあり、会員数と届出結果には正の相関関係は見られなかった。上位3団体に限ってみれば、少年野球に関わりを持つ父兄の強い行動力が結果にあらわれたものと推察する。

さらに、会員数と届出数を比べてみると、会員数を上回る届出数が得られた団体は、93団体で全体の72%であった。これを会員数100人以

表4 平成21年度 交付申請額別交付決定率

総事業費	応募 団体数	構成比	平均 申請率
100万円以上	2	1.5	34.2
100万円未満	11	8.5	53.4
50万円未満	77	59.2	67.9
10万円未満	40	30.8	89.4
計	130	100.0	72.8

※交付決定率とは、各事業ごとの交付申請額に対する交付決定額の比率の単純平均値である。

上、100人未満で比較してみると、会員数100人以上の34団体で上回る届出を得られた団体は8団体、24%であったのに対して、100人未満の96団体では85団体、89%であった。会員数＝納税者数では無いので、この2者に強い関係性があるとは言いがたいが、会員数100人未満の団体では、会員数と同程度の応援者・支持者が得られやすいようである。

5 制度の普及に向けて

本制度の実施にあたっての広報は3-1-1でも紹介したが、時系列で行われてきた改正点などを紹介する。

事業開始の平成17年度では、17年2月の広報誌で制度の仕組み等をQ&A方式で紹介する他、ポスターやチラシ等でもPRを行った。4月の広報特集号で、対象団体の紹介を行った。4月下旬にはシンポジウムを開催し、団体のプレゼンテーションは地元ケーブルTV・FMでも紹介した。届出方法は、広報誌添付の封筒郵送（送料無料）及び市役所及び出張所等市内5箇所での窓口受付、電話受付、インターネット受付を行った。そして、6月の広報誌で、届出結果を公表した。

平成18年度では、応募団体の紹介を、市内4カ所での公開プレゼンテーションを追加した。届出の受付期間延長、出前受付、受付窓口の増

設（21ヶ所）を実施した。

平成19年度では、条例改正により制度の充実を図っている。その内容は、より多くの市民の参加を求めて、①団体選択数を1件から3件に拡大、②変更申請を減額分に限定、③納税者以外の支援参加（地域ポイント）での受付を行った。

平成20年度では、届出者の利便性を考慮して、20年度の納税通知書が届く時期（6月）に届出期間を変更するとともに、納税通知書に届出書も同封しPRを行った。結果は、表2に示す通りであり、利用拡大の大きな要因となったものと思われる。

平成21年度では、受付窓口の増設（22ヶ所）が行われた。

平成22年度では、ガイドブック等の充実のほか、大きな改正は行われていない。

6 効果及び課題

本制度を利用する市民活動団体は、法人格の有無や任意団体といった組織形態の違いや組織に参加する人数等の規模の違い、活動目的の違いなど千差万別である。ちなみに、平成21年度の支援対象130団体の会員数は、2名～6,000名超とさまざまであった。これら団体の共通の課題が、活動資金である。当然であるが第1の効果は、市民活動団体への財政支援による活動の活性化である。

第2には、団体の意識変革がある。自分たちの活動を市民に知ってもらえることによる、取り組みへの意識高揚効果が見られる。市民の税金による支援に対して行う事業であることから、事業の結果に対する市民への説明責任などから取り組みへの変化もみられる。

第3には、市民活動への理解促進や市民との協働の広がりがみられた。

企画部ボランティア・NPO担当では、自主的・自発的市民活動への支援を前提としている

ため、あえて市内の市民活動団体数を把握していない。したがって、17年度から22年度で市民活動団体が何団体増えたといった具体的なデータも持っていない。しかしながら、本制度の利用・参加数の変遷や、実施の後のアンケート、日々の相談案件などから前述の3つの点について、変化が感じられるとのことであった。

アンケートでは、市民活動団体への支援そのものを不要とする意見もあれば、支援を受けている側の間でも「あの活動に支援は必要ないのでは」といった意見、また、何時まで続けるのといった声がある。制度の目的「税とボランティア活動の関心を高める」「市民活動の促進と支援」に対して、6年間の実績では応募する団体も支援する市民も年々増加はしている。

今後は、第1に、対象団体、事業の透明性確保に向けた仕組みの必要性、第2に市民活動団体支援基金活用の方針、第3に制度定着化のための検証及び団体への効果的な支援のあり方の検討、を考えていくとのことであった。

4 1%支援制度の波及

ハンガリーの「1%法」をヒントに日本で最初に制度化された「市川市市民活動団体支援制度」は、これからの地域社会の活性化において一層の役割が期待される市民活動への支援策として注目され、恵庭市・奥州市・大分市（H20.4施行）、一宮市（H20.6施行）、八千代市（H21.4施行）などでも同様の制度を施行している。市民の意思を反映させる仕掛けとして、恵庭市では中学生以上の市民による投票が、奥州市では1世帯1票による投票、大分市では20歳以上の市民が投票、一宮市では18歳以上の市民の投票、八千代市では個人市民納税者による投票などそれぞれ特徴が見られる。

農山村地域と企業をつなげる新たな形の地域支援

一社一村しずおか運動

1 静岡県の概要

静岡県は日本のほぼ中央に位置し、太平洋に面して東西 155 キロメートル、南北 118 キロメートル、面積約 7,780 平方キロメートル、人口約 377 万人で政令指定都市である静岡市と浜松市を有している。

2 一社一村しずおか運動の概要

1 一社一村しずおか運動導入の経緯

静岡県では、農山村地域の過疎化・高齢化による担い手不足などにより、農地荒廃や集落機能の低下が懸念されるなか、韓国で取り組まれている「農村愛一社一村運動」の取り組みを知ることとなった。

この運動は、平成 16 年（2004 年）から農業の弱体化を懸念した韓国が国を挙げて実施しており、都市部の企業と農山村地域を結ぶ（マッチング）ことにより、農山村地域を活性化させる取り組みである。「都市部の企業と農山村地域を結ぶ」とは、まったく関係のなかった企業

と農山村地域の関係性を作ることである。大企業を始め、官公署、学校、軍などが企業側として参加している。具体的な取り組みは、農産物の直接売買、農作業の支援、金銭・物品の寄付、農家民泊などである。韓国では既に 1 万組以上の締結がなされ、農山村地域の活性化対策として注目を集めている。

韓国で 1 万組以上のマッチングが進んでいるのは、全国経済人連合会（民間総合経済団体）、韓国農協中央会、文化日報（韓国の新聞社）が協力し大々的に推し進めているからである。しかし、国民に農業や農山村地域に目を向けさせた運動としては成功しているが、農山村地域の恒常的な活性化が図られるケースは稀で、企業に対し支援の依頼のみの地域が大部分であり、企業側も見返りなしに支援しているケースが多い。

静岡県では韓国の「農村愛一社一村運動」の状況に鑑み、一方的な企業の支援にならないよう注意し、平成 17 年度に日本で初めて企業・大学と農山村地域をマッチングさせる一社一村しずおか運動を導入するに至った。一社一村しずおか運動は、農山村地域の要望と、企業の要望をマッチングさせ、協力しながら活動を行うことで、都市と農山村地域の交流を促進し、地域の活性化を促すことを目的としている。

なお、一社一村しずおか運動導入に当たり、県では企業訪問による事業説明やアンケート調査等を行なった。アンケートでは従業員 100 人以上の県内 820 社、県外 180 社に行ない、農山村地域に対する関心度や企業が関心のある活動などを調べた。アンケートからは、農山村地域に対し「社会貢献活動」「景観や農地、農産物を活用したビジネス活動」「研修などの社員教育」「社員交流・福利厚生」等の面での利用に関心を持っている企業の意見が 62% に及ぶことが判明した。また、活動としては「森林保全」「イベントの共同参加」「農山村地域とのビジネス提携」「農業生産活動」に関心が高いことも判明している。このアンケートの結果から、企業が農山村地域に関心を持っていることが分かり、一社一

表 1 静岡県の概要

静岡県（しずおかけん）	
面積	7,780Km ²
総人口	377 万人 (平成 22 年 9 月 1 日現在)
所在地	〒420-8601 静岡県 静岡市葵区追手町 9 番 6 号
担当課	静岡県交通基盤部農地局農地保全課 (TEL: 054-221-2714)
事業名	一社一村しずおか運動
関係条例	—
ホームページ	http://www.pref.shizuoka.jp/kensetsu/ke-630/issyaission/index.html

村しずおか運動導入の後押しとなった。

2 一社一村しずおか運動の申請から認定まで

一社一村しずおか運動の申請は、県のホームページにある「参加申し込みフォーム」により行う。企業側・農山村地域共に希望する活動内容・分類（環境保全活動、農作業等）・地域・特徴などを入力し申請する。県の農地保全課が双方の希望が合うようにし、企業側と農山村地域側の対談の場を設ける。ある程度の話が進むと、認定の前に何度か本当に双方が求めている活動か否か確かめるために、実際に活動する期間等を設ける。この確認期間は平均1年で短いケースでも3カ月と慎重に時間をかけて行われる。

参考としてナカダ産業(株)とNPO法人森づくりS川根・NPOの例を紹介する。

平成 21.7.27：ナカダ産業(株)はHPを通じて「一社一村しずおか運動」に応募
NPO法人森づくりS川根・NPOも「一社一村しずおか運動」に応募

平成 21.7.28：県庁にて、ナカダ産業(株)と希望する活動内容や活動場所について打合せを行う。

平成 21.7.30：ナカダ産業(株)が希望する活動場所を所管する志太榛原農林事務所と打合せ。農林事務所は、管内の「一社一村しずおか運動」を希望する地域を紹介（複数紹介した中で、希望する活動内容と合っているNPO法人森づくりS川根を第1候補として紹介）

平成 21.8月～9月：ナカダ産業(株)とNPO法人森づくりS川根・NPOが、まずは協働作業を実施することで合意。日程調整等を行う。

平成 21.9.19：ナカダ産業(株)社員4名と地元6名が農作物収穫作業を行う。また、お互いに今後の活動等について話し合いをし、すり合わせを行なう。

平成 21.11.14：ナカダ産業(株)社員4名と地元6名がそばの刈取り作業を行う。

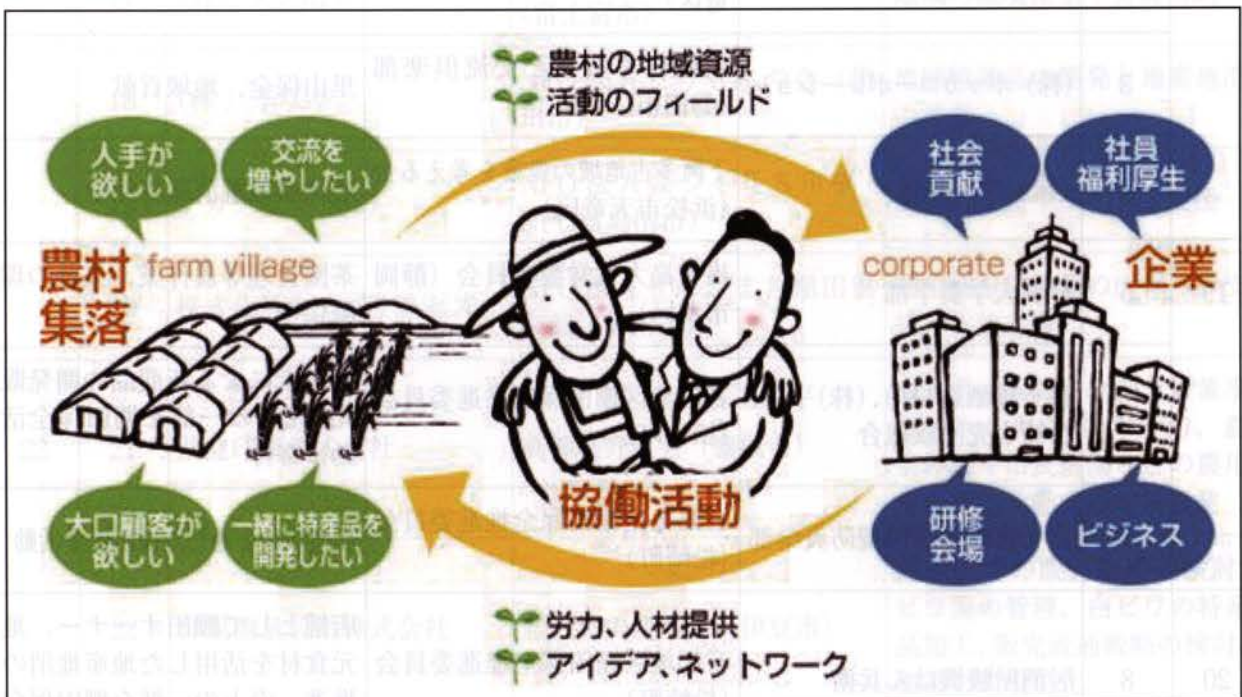


図1 一社一村しずおか運動のイメージ（静岡県ホームページより）

平成 21.11.17：「一社一村しずおか運動」認定

現在ナカダ産業(株)とNPO法人森づくりS川根・NPOは、地域イベントの支援や、ナカダ産業(株)製造の鳥獣害防止ネットを活用し、農作物の保護等の取り組みを行なっている。

3 一社一村しずおか運動認定制度

静岡県では平成 18 年度から一社一村しずおか運動を広く県内外に周知するため、一社一村しずおか運動を認定する制度を始めた。毎年認定件数は増加しており、平成 22 年 12 月現在は 19 地区 22 組が認定されている。

なお、認定を受けるためには、次の 3 つの要件を全て満たす必要がある。

第 1 に、農山村と企業がそれぞれの資源、人材、ネットワーク等を生かし、双方にメリットのある協働活動を目指すものであること。これは、農山村地域と企業や大学の双方にメリットがある関係とすることを求めているものである。例えば農山村地域においては農業の繁忙期の人手不足の解消、安定した顧客確保や特産品の開発等の支援が得られる。企業や大学側においては社会貢献や環境意識の高い企業としてのイメージアップ、地域資源を使った新たなビジネスチャンスの発掘、研修の場の確保等が得られる。どちらかが一方的に利益を得るのではなく、双方が利益を享受する事が大切と考えている。

第 2 に、地域活性化に向けた活動であること。これはただ単に売買契約の締結ではなく、棚田や山林の保全、地産地消の推進、交流による意

表2 一社一村しずおか運動認定団体一覧

年度	NO	企業・団体名	農山村・組織名	活動内容
18	1	アストラゼネカ（株）	石部地区棚田保全推進委員会（松崎町）	棚田保全、地域貢献
	2	〃	大栗安棚田倶楽部（浜松市天竜区）	〃
	3	（株）ポッカコーポレーション	敷地村ふるさと交流倶楽部（磐田市）	里山保全、地域貢献
	4	（株）フジヤマ	下阿多古地域の農業を考える会（浜松市天竜区）	遊休農地解消環境保全
19	5	静岡大学農学部	梅ヶ島大代営農委員会（静岡市葵区）	茶園管理等農作業、集落の環境保全
	6	富士錦酒造（株）、（株）平喜、松崎小売酒販組合	石部地区棚田保全推進委員会（松崎町）	棚田米による新商品の開発販売、売上の一部を棚田保全活動に寄付
	7	富士常葉大学環境防災学部	石部地区棚田保全推進委員会（松崎町）	農業体験を通じた棚田保全活動
20	8	居酒屋賤機はん兵衛	石部地区棚田保全推進委員会（松崎町）	店舗として棚田オーナー、地元食材を活用した地産地消の推進、売上の一部を棚田保全活動に寄付

年度	NO	企業・団体名	農山村・組織名	活動内容
20	9	(株) 遠鉄トラベル	NPO 法人大好き浜川 (浜松市北区)	里山保全、農作業、地域貢献
	10	明治製菓株式会社東海工場	葉梨山水会 (藤枝市)	里山の保全および活性化イベントでの協力 (アーモンドの里づくり)
	11	株式会社季咲亭	玉川振興会 (静岡市葵区)	遊休農地を活用した野菜栽培
	12	(株) エクノスワタナベ	本郷ふる郷普請の会 (藤枝市)	遊休農地を利用した環境保全 (水生生物の保全)、自然観察会の開催
21	13	静甲株式会社	NPO 法人フロンティア清沢 (静岡市葵区)	地域の環境整備活動 地域資源を活用した新商品の開発支援
	14	不二総合コンサルタント (株)	久留女木棚田の会 (浜松市北区)	棚田の保全活動、環境保全活動
	15	藤枝市立総合病院	農事組合法人グリーンファーマーズ藤枝 (藤枝市)	病院での地元産食材による食事の提供
	16	社会福祉法人ハルモニア	農事組合法人いくみ (島田市)	遊休農地を活用したコンニャクイモの栽培観光栗園の栽培管理
	17	(有) フジ化学	いいな故里は、守ろう原睦み会 (富士宮市)	地域の環境保全や営農補助
	18	(株) 季咲亭	NPO 法人とうもんの会 (掛川市)	地域特産品の開発と地産地消の推進
	19	ナカダ産業 (株)	NPO 法人森づくり S 川根・NPO (島田市)	農林業支援やイベント支援
	20	株式会社ウェブサクセス	NPO 法人せんがまち棚田倶楽部 (菊川市)	棚田保全活動等の広報への支援、人的支援
22	21	共立印刷株式会社	高柳美野里会 (藤枝市)	生態系・水質保全向上対策事業 (ホタルの里づくり)、農業体験や市民農園などの農用地の有効活動支援対策事業
	22	伸東測量設計株式会社	恋人岬美農里会 (伊豆市)	直売所での販売戦略の検討、ビワ園の管理、白ビワの特産品加工、販売流通戦略の検討、集落の環境美化

識の変化などにより地域が活性化することが必要と考えられるからである。

第3に、活動が継続して行なわれる見込みがあること（3年間以上）。これは一過性のイベントや体験では農山村地域の活性化に繋がりにくいため、継続による交流の促進が求められるからである。

3 一社一村しずおか運動事例紹介

ここでは、22の認定事例のうち4組認定されている松崎町石部地区と、企業側の特徴が活かされている菊川市上倉沢地区の事例を紹介する。

1 松崎町石部（いしづ）地区の取り組み

松崎町は、静岡県伊豆半島南西部の海岸沿いに位置し、人口約7,500人、面積約85平方キロメートルである。石部地区は伊豆特有の海岸部から伸びる急峻な傾斜地が多く平野部が少ない地形である。

石部地区は「第16回全国棚田（千枚田）サミット」が開催された棚田を有している。江戸時代から続く棚田は昭和30年頃に面積18ヘクタールと最盛期を迎えていた。しかし、過疎化・高齢化が進み全体の90%が耕作放棄地となっていた。平成11年度に「静岡県棚田等十選」に選ばれたことをきっかけに、地域ぐるみで棚田復田に取り組み、4.2ヘクタールまで復田することができた。この復田された棚田の保全には、一社一村しずおか運動として認定されている取り組みが大きく寄与している。

ア アストラゼネカ(株)との取り組み

製薬会社であるアストラゼネカ(株)との取り組みでは、社会貢献活動の一環として年1回「高齢化する村を応援するプロジェクト」と題し、棚田の稲刈りや、高齢者の健康づくりのための体操指導を実施している。普段自然に触れるこ

との少ない社員にとってはリフレッシュの場になっている。また、地元住民と交流を深めていることに加え、社員同士の交流を深める機会にもなっている。

イ 富士錦酒造(株)・(株)平喜・松崎小売酒販売組合との取り組み

酒造所である富士錦酒造(株)、卸売業である(株)平喜、小売酒販組合である松崎小売酒販売組合は、棚田で作られた古代米（黒米・赤米）を使った米焼酎『百笑一喜』が1本売れるごとに、棚田保全に充てるため各社がそれぞれ5円ずつ、計15円支援する取り組みを行なっている。この支援金は年間15～20万円になり、棚田保全に必要な用具費等に充てられる。石部地区としては支援金が入ることと、普通の田で生産するよりもどうしても原価が高くなる米を、卸問屋を介さず直接買ってもらえるため、普通に販売するより利益を確保することが出来ている。企業側としては、社会的貢献はもちろんのこと、棚田で作られた米を使っていることによる商品ブランド化が出来ており、販売促進に繋がっている。

ウ 富士常葉大学環境防災学部との取り組み

富士常葉大学環境防災学部との取り組みは、学生が棚田保全作業への協力として、畦切り・畦塗り・草刈等を手伝っている。ほとんどの棚田は1枚の作付面積が小さく、機器が入りにくく、どうしても手作業中心になってしまう。畦切り等年間で延べ300人余りの学生が手伝うことにより、田んぼの機能を維持できている。今では大学と石部地区が次年度参加する学生が決まる前に、いつどんなことを行なうか話し合い、繁忙期を乗り切っている。また、学生は石部地区の民宿を利用するため、地域が潤っている。大学側としては環境学習の一環として棚田で活動することにより、机上で学べないことを学べるといったメリットがある。体験型学習ができるということ、入学希望者獲得のプラス要因になっている。

エ 居酒屋「賤機（しずはた）はん兵衛」との取り組み

静岡市内に店舗を構える居酒屋「賤機はん兵衛」との取り組みでは、棚田米を使ったメニューや米焼酎『百笑一喜』の販売を行ない、売上金の一部を棚田保全活動に寄付すると共に、店内で棚田保全に関する情報提供も行なっている。また、企業として棚田オーナーになり、スタッフが田植えなどの手伝いを行なっている。居酒屋「賤機はん兵衛」としては安全・安心な食材を購入でき、店舗のイメージアップに繋がっている。

石部地区では一社一村しずおか運動に認定されている取り組みにより、棚田保全が可能となっている。石部地区の住民の方に一社一村しずおか運動を継続する上で大切なことを伺うと、「一社一村しずおか運動を続けて行くには、双方の認識の共有が大切である。棚田を守る意義、そ

れを持続させる意義を共有できなければ活動を継続することは難しい。」とのことであった。

近年は百笑一喜以外に古代米を使用した焼酎ゼリー・まんじゅう・玄米パン・せんべいなどの商品化に成功しており、今後の発展が期待される。

2 菊川市上倉沢の取り組み

NPO法人せんがまち棚田倶楽部は、菊川市上倉沢地区にある「千框（せんがまち）の棚田」と呼ばれる棚田の保全活動を進めている。NPO法人せんがまち棚田倶楽部は、保全活動の資金調達のために棚田オーナー制に取り組んでいる。棚田オーナー制とは一般の方に棚田のオーナーになってもらい、農作業を体験してもらう制度である。オーナーは1区画（0.3～数枚）を35,000円の料金を支払う。特典として農作業体験や収穫米の取得などがある。NPO法人せん



米焼酎『百笑一喜』

がまち棚田倶楽部と一社一村しずおか運動でマッチングしている(株)ウェブサクセスは、静岡市にあるホームページ製作会社である。棚田保全などの人的支援以外にNPO法人せんがまち棚田倶楽部のホームページである「棚田ブログ・静岡県菊川市上倉沢」や「棚田いこうよ.net」の製作や管理の支援を行なっている。棚田オーナー制を広くアピールしたいNPO法人せんがまち棚田倶楽部に、(株)ウェブサクセスがホームページ作成会社としてのノウハウを生かし協力している。実際にNPO法人せんがまち棚田倶楽部のホームページは見やすく、オーナー制の募集なども分かり易くなっている。(株)ウェブサクセスとしては社会貢献や社員のリフレッシュに繋がっている。

3 その他の取り組み

他にも一社一村しずおか運動には、ピオトープづくりなど遊休農地を利用した環境保全活動や、地域の特産品を使用した新たな加工特産品開発、減農薬・減化学肥料で栽培された農産物の地産地消などを行なっている取り組みがある。農山村の利益の方が大きく映るが、企業・大学としては普段は顔を合わすことのない社員同士の親睦を深めることが出来、企業の職場内での雰囲気良くなることや、低コストで農業・林業体験が出来ることは、研修費の削減に繋がっている。

棚田いこうよ.net (NPO法人せんがまち棚田倶楽部ホームページより)

寄付の効果を高めるマッチング・ギフト ～市民による公益活動の促進にむけて

池田市公益活動促進基金（マッチング・ギフト方式）

1 池田市の公益活動促進にむけた取り組み

1 経緯

池田市は、大阪市中心部からほど近い大阪府北摂（豊能）地域に位置する人口約 10 万人の自治体である（表 1）。

池田市では、第 5 次池田市総合計画を踏まえ、早くから、ボランティア活動の促進を図ることが今後のまちづくりの大きな課題になると位置付けていた。そこで、池田市のボランティア施策のあり方を、市民の目線に立って検討するため、平成 11 年 11 月に、企業や団体、市民の代表からなるボランティア市民会議を立ち上げた。

ボランティア市民会議では、行政による公益活動団体への支援のあり方や、市民による公益活動の活性化に向けた環境整備についての検討が重ねられ、その集大成として、平成 12 年 10 月に「市民公益活動促進に関する提言」（以下「提言」という。）がとりまとめられた。

表 1 池田市の概要

池田市（いけだし）	
面 積	22.09Km ²
総 人 口	103,948 人 (平成 22 年 9 月 30 日現在)
所 在 地	〒 563-8666 大阪府池田市城南 1 丁目 1 番 1 号
担 当 課	市民生活部 観光・ふれあい課 (TEL: 072-754 - 6244)
事 業 名	池田市公益活動促進基金 (マッチング・ギフト方式) 他
関係条例	池田市公益活動促進に関する条例 池田市条例第 14 号 平成 13 年 3 月制定
ホ ー ム ペ ー ジ	http://www.city.ikeda.osaka.jp/

2 池田市公益活動促進に関する条例

この提言を受けて、池田市は、自主的かつ主体的な公益活動の促進を図り、公益活動団体と対等協力の関係で協働を進めていくことが、市民社会の実現や活力ある豊かな地域づくりに寄与するとの認識により、平成 13 年 3 月、「池田市公益活動促進に関する条例」（以下「条例」という。）を制定した。条例には、次のような内容が規定されている。

第 1 章 総則（第 1 条－第 8 条）

第 2 章 公益活動団体の登録制度（第 9 条－第 13 条）

第 3 章 協働事業提案制度（第 14 条・第 15 条）

第 4 章 池田市公益活動促進協議会の設置（第 16 条－第 19 条）

第 5 章 池田市立公益活動促進センターの設置（第 20 条－第 32 条）

第 6 章 池田市公益活動促進基金の設置（第 33 条－第 40 条）

第 7 章 雑則（第 41 条）

また、池田市は、この条例に基づき、公益活動の促進に関する施策を総合的かつ計画的に実施するために「池田市公益活動促進のための基本的方針」（以下「方針」という。）の策定に着手し、平成 14 年 3 月に公表した。

市民による公益活動は、少子高齢化、高度情報化、国際化の進展など、近年の社会経済の構造が大きく変化するに伴い、市民の意識が物質的な豊かさから心の豊かさを追求する傾向が強まる中で、新しい社会システムを構築するために重要な役割を果たすものと期待されている。

前述の方針の中で、池田市が、このような公益活動を促進していくことには、次のような意義があるとしている。

①市民の自治意識の高まりへの対応

市民社会の成熟に伴い、選挙における投票行為を代表とする従来の社会参加では満たされない、市民の自治意識が高まってきている。この

ような市民の意識に対応し、多様な社会参加を実現する場としての公益活動を促進することにより、活力あるまちづくりの実現が期待される。

②多様なニーズへの対応

社会経済構造が大きく変化するとともに、市民からの行政に対するニーズが多様化し、既存のシステムでは十分な機能を発揮しえなくなっているのが現状である。公益活動は、その柔軟性、迅速性、多様性に伴う個別性などの特長により、行政や企業では十分に対応しきれない分野でその力を効果的に発揮することができる。また、公益活動の発展により、市民・企業・行政の役割分担が再認識され、行政が真に責任を持つべき領域が明らかになることから、行政運営の効率化にも資することが期待されている。

③地域における新たな社会経済活動の主体

公益活動は、上記①及び②のような特性から、今後、量的にも質的にも発展していくことが大いに見込まれる。このことは、地域における新たな経済活動の主体として、雇用の創出等により地域の活性化をもたらし、いきいきとしたまちづくりにつながるものと期待されている。

3 池田市公益活動促進協議会

平成13年3月の条例制定後、同年5月に、自主的かつ主体的な公益活動の促進及び公益活動団体の健全な発展を図るため、池田市公益活動促進協議会（以下「公益活動促進協議会」という。）が設置された。

公益活動促進協議会は、市の附属機関という位置づけではない。行政が関与することにより、市民の行う公益活動の自主性・独立性が損なわれる危険性を回避するため、行政から独立した自主的な中間支援団体として設置されたものである。また、公益活動促進協議会の運営は、条例の範囲内で自主的に決めることができる。

公益活動促進協議会の主な業務は、市の公益

活動の促進に関する支援及び協働の施策について提言を行うこと、公益活動促進のための人材の育成及び普及啓発に関すること、公益活動に係る情報提供、調査研究及び需給調整に関すること等で、具体的には、次のような事業を実施している。

- ア. 池田市立公益活動促進センターの管理運営
- イ. ボランティア広報誌「つながり」発行・配布（池田商工会議所と共同）
- ウ. 助成事業（公益活動促進支援事業）
- エ. 補助事業「池田NPO人材育成講座」の実施（基礎講座～実務講座）
- オ. その他自主事業（公益活動に関する相談受付や貸しロッカー、調査研究等）

以上の取り組みを通して、公益活動促進協議会は、情報提供機能、人材育成機能、マネジメント能力の向上支援機能、ネットワーク・コーディネート機能、NPOの評価機能を担っている。

このことから、公益活動促進協議会は、他の公益活動団体と行政や市民との間に立って支援を行う中間支援団体であるとともに、自らも公益活動を実践する機能を有するのがその特性と言える。

また、市から、公益活動団体に関する業務（団体登録事務、助成金申請事務、団体登録事項変更事務、登録団体活動内容報告事務等）を受託していることから、公益活動促進協議会は、常に市民の代表としての中立性・公平性が求められている。



池田NPO人材育成講座

4 池田市立公益活動促進センター(いけだNPOセンター)

池田市立公益活動促進センター（以下「いけだNPOセンター」という。）は、前述でもふれた「市民公益活動促進に関する提言」において、各団体の活動場所が必要とされたことを受け、平成13年7月に、池田市の公益活動を促進する活動拠点として設置された。

いけだNPOセンターは、現在、池田市立コミュニティセンターの2階に事務所を構え、建物は市が提供し、管理運営は民間が行うという、いわゆる「公設民営」の施設である。



池田市立コミュニティセンター

この施設は、「ふれあいの場を通して協働のまちづくり」を基本コンセプトに、公益活動を行う団体の活動スペースとして無料で開放しており、団体活動、交流、学習、作業、懇談、ネットワーク促進、公益団体同士の情報交換など、様々な用途に利用されている。

池田市では、いけだNPOセンターの管理運営について、公益活動促進協議会を指定管理者

としている。当該団体は、中間支援団体として位置づけられ、かつ、各公益活動団体のコーディネート機能が期待されることから指定されたものである。したがって、いけだNPOセンターの管理運営には民意が活かされ、利用者の立場に立った弾力的なものになるとともに、当該施設が公益活動団体間の相互交流の場所としても活用されることが大いに期待されているとのことである。

平成13年の開設以来、市民の公益活動に関する関心の高まりにより、利用団体数や利用者数、会員数など増加傾向にあると言えるが、平成21年4月の事務所の移転に伴い、施設のスペースが縮小している（表2参照）。

2 池田市公益活動促進基金（マッチング・ギフト方式）の概要

本来、市民による公益活動は、補助金に頼ることなくその活動が継続されることが望ましいといえるが、団体にとって補助金は、会費に次ぐ重要な資金源となっているのが現状である。しかしながら、補助金の中には、その活動内容に対してではなく、単に組織の維持のためと思われる慣例的なものもあり、かえって不公平感を招いているのも事実である。

これらの理由から、平成12年の市民公益活動促進に関する提言において、補助金に代わるものとして、行政、企業、市民有志による寄付の受け皿として基金を設置し、そこから市民による公益活動に対し、一定のルールに基づき、公平に財政支援していく方法なども有効であるとされた。

表2 いけだNPOセンターの活動実績

年度 事項	H13	H14	H15	H16	H17	H18	H19	H20	H21
利用団体数	793	1,010	1,356	1,938	2,877	2,901	3,019	2,865	2,268
利用者数	2,477	4,168	6,446	9,429	13,398	12,971	12,974	11,034	8,387
会員数	55	70	78	84	107	116	123	113	116

このことを受け、池田市は、条例に基づき、市民による公益活動の促進に要する経費に充ててを目的とした「池田市公益活動促進基金」を平成13年に創設し、池田市の1,000万円の初期投資により運用が開始された。

ここでは、この基金の運用に係る、①池田市公益活動団体登録制度、②公益活動助成事業、③マッチング・ギフト方式について説明する。

1 池田市公益活動団体登録制度（池田版NPO）

平成13年、市と公益活動団体との協働を推進するために、「池田市公益活動団体登録制度」（以下「登録制度」という。）が創設された。

この登録制度は、NPO法人はもちろんのこと、活動は活発に行っているが、法人化には至らない公益活動団体も登録可能な、「池田版NPO」と言われる仕組みである。この団体登録事務には、公益活動促進協議会が市から委託を受けて業務にあたっており、登録までの流れを整理すると、次のとおりとなる。

- ①池田市公益活動促進協議会で受付後、市へ提出（記載に不備等があれば再提出）
- ②池田市で確認後、池田市公益活動促進協議会へ意見を依頼
- ③同協議会から市へ意見報告⇒報告を受けて市が登録または保留を判断
- ④登録完了（団体に通知）※保留の場合、再申請となる。
- ⑤池田市ホームページ等に掲載

この登録制度によるメリットは、市の業務の受託が可能となること、コミュニティセンター

等の公共施設の利用に関し、使用料の免除を受けられること、インターネット等で団体の活動情報が紹介されること、市に対して助成金交付の申請ができることなど4点があげられる。

ただし、登録団体となるためには、①公益活動を行っていること、②公益活動を継続的に行う法人その他の団体であること、③市と協働するにふさわしい団体であることが要件となる。③の要件については、抽象的な表現となっているが、具体的には、5人以上の構成員がいるか、規則又は会則があるか、多数決の原則が行われているか、代表者の権限が明らかであるか、会計の適正な処理が行われているかなどの事項について問われる。そのほか、毎年活動内容の報告を行う必要があることから、事務上の負担も増える。

しかしながら、これらの要件が登録団体の拡大への妨げとならないように、公益活動促進協議会では「NPO人材育成講座」を定期的に開催し、人材育成を進めるとともに、登録にむけての支援も積極的に行い、登録団体数の拡大に力を入れているとのことである。

NPO人材育成講座では、専門的なことや広報関係など、毎回異なるテーマを設定し、年に複数回講座を開催しており、NPOに限らず、一般、企業、学生も参加しているとのことである。

これらの公益活動促進協議会の献身的なフォローアップもあり、市民公益活動団体の登録状況（表3）をみると、毎年約6団体が新規に登録団体となっており、平成22年12月現在、69団体が登録している。

表3 市民公益活動団体の登録状況

区分 \ 年度	H13	H14	H15	H16	H17	H18	H19	H20	H21	H22 現在	合計
新規登録団体数	13	15	6	5	6	4	8	9	6	5	77
解散団体数	0	0	0	0	3	0	0	1	2	2	8
登録団体数累計	13	28	34	39	42	46	54	62	66	69	

2 公益活動助成事業

以上の手続きを経て、登録団体になると、公益活動に対しての助成金交付申請が可能になる。池田市では、「池田市公益活動促進基金」を原資とした「公益活動助成事業」を平成14年から実施している。

助成の対象となる活動については、行政が公益活動を促進しその活性化を図るという観点から、①自由なテーマで募集するものと②そのテーマを設定して募集するものとに分けられている。①は市長が指定する登録団体（以下「指定団体」という。）が行う公益活動を促進する活動に対する助成で、②は一般の登録団体が行う公益活動に対する助成である。なお、ここで言う指定団体とは、池田市社会福祉協議会及び公益活動促進協議会を指しており、この2団体が市と同様に公益活動を促進していることによるものである。

また、助成金の交付手続き等は、「池田市公益活動助成金交付要綱」で規定されており、その概要は、市に登録された公益活動団体が、対象となる活動に対しての助成を申請し、市がこれを審査し、公益活動促進協議会の意見を聞いて交付するというものである。

助成金の交付までの一連の流れを整理すると、次のとおりとなる。

- ①公益活動促進協議会で申請受付後、市へ提出（1月～2月）
- ②市で確認後、公益活動促進協議会へ意見を依頼（3月上旬）
- ③公益活動促進協議会（検討委員会）で審査（～3月下旬）

④公益活動促進協議会（検討委員会）から市へ報告（4月上旬）

⑤市で各申請団体の金額を決定・通知（4月下旬）

⑥申請団体名と活動内容、決定金額を市のホームページで公表（5月下旬）

※概算払い（前払い）を希望の場合は、決定額の1/2まで請求可

⑦助成対象活動終了後、実績報告を公益活動促進協議会に提出（～3/31）

⑧助成金交付（報告受付後、約20日後）

審査にあたる検討委員会のメンバーは学識経験者3名に、公益活動団体関係者10名を加えた13名で構成されており、活動内容の公益性（広く一般の利益となるものであるか）等に着目し、審査を行っている。検討委員会による審査は、第1次審査と第2次審査の2回行われる。この一連の流れの中で、池田市との協働性、池田市民性、自発性・自立性、活動の公益性、助成対象経費の妥当性、活動の計画性・実現性、活動の波及効果、活動場所の適正等について厳正に審査される。

また、検討委員会の委員は、採択に係る審査のほか、助成対象事業の実施の際に、実地確認も行っている。

助成金の額（表4）は、団体設立から5年目までの団体が行う事業に対しては、助成対象額の5分の4、団体設立から6年目以上の団体が行う事業に対しては助成対象額の2分の1としており、いずれも上限は20万円までとされている。なお、指定団体が行う公益活動を促進する活動に対する助成金の額は、助成対象額の全額としている。

表4 助成金の額

	助成金の額	
団体設立から5年目まで	助成対象額の4/5	限度額 20万円
団体設立から6年目以上	助成対象額の1/2	

本事業の平成 21 年度における助成実績は、17 事業に対し、167 万円交付している。運用開始から 9 年目となる平成 22 年度は、20 事業が採択されており、本事業の浸透に伴い、申請件数・助成金交付額ともに、おおむね増加傾向にあるとのことである。

3 マッチング・ギフト方式

池田市の、「池田市公益活動促進基金」を原資とした公益活動助成事業の最大の特徴といえるのが、「マッチング・ギフト方式」を採用している点である。これは、公益活動の促進のために、市または指定団体に贈られた寄付金額と同額を、市が一般財源から支出し、市民からの寄付金額に上乗せして「池田市公益活動促進基金」に積み立てるというもので、平成 14 年度から導入されている。

そもそもマッチング・ギフトは、昭和 29 年に米国の GE 財団で導入されたのが始まりとされ、現在米国では 1,000 以上の企業がこの制度を導入している。日本においては、平成の初め頃に

紹介され、現在ではソニー株式会社や資生堂株式会社など 100 以上の企業で導入されているなど、民間企業で先行した制度である。

例えば、一人の社員が、慈善団体に対して 10,000 円の寄付を行った場合、社員が所属する企業がその寄付金額と同額（10,000 円）を社員の寄付金額に上乗せをし、その慈善団体は合計 20,000 円の寄付金を受け取ることができるというものである。

そのほか、職員のボランティア活動を寄付行為と見なし、企業が金銭の寄付を上乗せするものや、寄付金の代りに資材提供（自社製品の提供）をするなど、各企業の創意工夫により、その形態はさまざまである。しかしながら、いずれの場合においても、個人の寄付に対して企業が上乗せして寄付を行うことで、個人の寄付の効果を高めるという特性を持っている。

池田市では、「池田市公益活動促進基金」の運用に際し、このマッチング・ギフトの考え方を導入することで、図 1 のような、独自のスタイルを確立している。

基本的には、池田市に在住・在学・在勤する

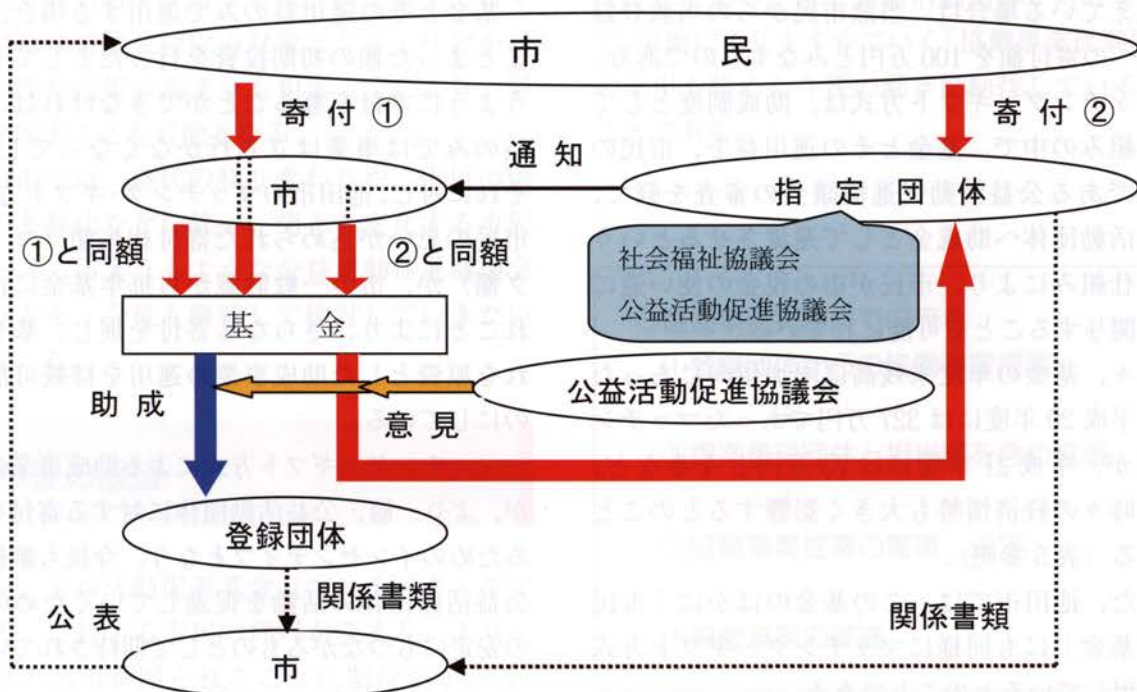


図1 マッチング・ギフト概要図

表5 池田市公益活動促進基金の運用状況

(単位：千円)

区分 \ 年度	H20	H21	H22
前年度末基金残高	16,545	17,543	14,676
マッチング額 (寄付期間：前年 1.1 ～ 12.31)	3,276	733	—
市への寄付額 (寄付期間：当年 4.1 ～翌 3.31)	303	10	—
運用益（利息）	92	57	—
助成金等交付額（支出）	2,673	3,667	—
年度末基金残高	17,543	14,676	—

個人や法人から、市及び指定団体に対して、前年の1月1日から12月31日までに贈られた寄付金額を合算し、その同額を予算化して、マッチング額として基金に繰り入れている。

無論、寄付金が増えれば市の支出も増えることとなるが、それには一定の制限が設けられている。具体的には、市が予算化して繰り入れる金額は1,000万円を上限とするほか、一市民から一指定団体に対し贈られた寄付額が100万円を超えている場合は、当該市民からの当該登録団体への寄付額を100万円とみなすものである。

マッチング・ギフト方式は、助成制度としての骨組みの中で、基金とその運用益を、市民の代表である公益活動促進協議会の審査を経て、公益活動団体へ助成金として還流させるというこの仕組みにより、市民が市の税金の使い道に直接関与することを可能にしている。

年々、基金の年度末残高は増加傾向にあったが、平成20年度には327万円であったマッチング額が、平成21年度には73万円となるなど、その時々を経済情勢も大きく影響するとのことである（表5参照）。

また、池田市では、この基金のほかに「市民安全基金」にも同様にマッチング・ギフト方式を採用しているとのことである。

3 マッチング・ギフト方式の効果

池田市のマッチング・ギフト方式は、単に登録団体にとってメリットがあるだけではなく、寄付者にとっても、自らが寄付を行うだけ、市が同額を予算化して基金に積み上げるため、寄付行為に対するモチベーションの向上につながるという効果がある。

基金とその運用益のみで運用する場合、仮にまとまった額の初期投資を行ったとしても、思うように寄付を募ることができなければ、運用益のみでは事業は立ち行かなくなってしまう。それに対し、池田市のマッチング・ギフト方式は、市民の思いが込められた寄付相当額（マッチング額）が、市の一般財源から毎年基金に投入されることにより、さらなる寄付を促し、基金とそれを原資とした助成事業の運用を持続可能なものになっている。

マッチング・ギフト方式による助成事業の浸透が、より一層、公益活動団体に対する寄付を集めるためのインセンティブとなり、今後も継続して公益活動団体の活動を促進していくための財源の安定にもつながるものとして期待されている。

4 課題及びその解決策

マッチング・ギフト方式を通じて、市や指定団体に対するさらなる寄付を促すためには、公益活動促進協議会のあり方が課題となっている。

池田市は、マッチング・ギフト方式の導入当初から、公益活動促進協議会への寄付の場合も、市や社会福祉協議会と同様に、寄付金控除を受けられるようにしたいと考えていた。

公益活動促進協議会は、中間支援組織として、市からの委託業務や公益活動団体等のコーディネートを行うなど、池田市における公益活動の中核を担っているが、現状は資本金も法人格も持たない組織であるため、それは地方税法上適わなかった。

公益活動促進協議会が、現状の組織体制のまま今後もすすんでいくのか、または特定非営利活動法人や一般社団法人のような法人格を取得し、活動を展開していくのか岐路にたたされているとのことである。

仮に、公益活動促進協議会が、NPO法人への寄付を促す目的で設けられた「認定NPO法人制度」の活用をするならば、同協議会に対する寄付金は寄付金控除の対象となり、社会からの認知度や信用の高まりも相まって、より一層寄付を促すことも可能となる。

池田市では、時代の移り変わりや、市民の価値観の多様化などに伴い、刻々と変化する市民のニーズに応えうるような公益活動促進協議会のあり方を、今後も継続して検討していきたいとしている。

5 今後の展望

今後、公益活動促進基金（マッチング・ギフト方式）に対する市民の理解が深まり、より一層基金の活用が図られることに期待がかかる。そのためには、中間支援組織である公益活動促

進協議会との連携・協力体制の一層の充実を図る必要があり、「NPO人材育成講座」等の取り組みを推進することで、公益活動団体が組織として成熟・自立し、自らPRしていけるような環境の整備が望まれる。

公益活動をめぐる最近の動きを紹介すると、市民自らが社会的課題に意識を持ちはじめ、コミュニティ推進協議会が市内各所（単位は基本的に小学校区）で立ち上がっているとのことである。中でも、細河地域コミュニティ推進協議会と北豊島地域コミュニティ推進協議会の2団体はすでに登録団体として活動している。こうした動きの中で、市職員もサポーターとして加わることで、地域に深く関わってきているとのことである。

また、条例の中には「協働事業提案制度」という制度が設けられている（図2参照）。この制度は、登録団体が、市が実施している（今後実施する）事業の中で、市と協働可能なものについて、提案することができるというものである。このことにより、市の施策に公益活動団体のノウハウを活かすことで、自らの活動の活性化及び市民にニーズにも応えることができるとのことである。市と公益活動団体が対等な立場で、協働によりすすめていく「協働事業提案事業」の活用も絡めた今後の動きに期待しているとのことである。

◎協働事業実施までの流れ

①登録団体からの協働事業提案



②提案登録団体と担当課を含め協議



③協働事業提案の審議、決定



④協働事業の実施

図2 協働事業提案制度 事業フロー

若者が主役、お金を介した地域の つながりづくりに向けた取り組み

コミュニティ・ユース・バンクmomo

1 コミュニティ・ユース・バンク momoの概要

1 NPOバンクについて

NPOバンクとは、主に地域づくり、環境、福祉などといった非営利活動・事業に対し、低利子で融資する非営利金融機関の総称である。非営利活動に関心がある住民から出資を受け、NPOバンクでの書類、面接等の審査の上で、融資先を決定する。

NPOバンクが出現した背景として、①わが国の市民活動・NPO活動が徐々に広がりを見せるなか、組織立ち上げ時の資金等の資金繰りを支援する金融システムが未整備であること②地域での資金循環に関心を持つ市民が増えていることが挙げられる。

そのような状況の中、全国各地にNPOバンク設立の機運がある。平成6年に設立された「未来バンク事業組合」を皮切り、平成23年1月現在、全国に計13のNPOバンクが存在する。

2 コミュニティ・ユース・バンク momo設立の経緯・目的

コミュニティ・ユース・バンクmomo（以下、「momo」という）は、東海三県（愛知県、岐阜県、三重県）の持続可能な地域づくりを行う

表1 組織の概要

コミュニティ・ユース・バンクmomo（任意組合）	
代表者	代表理事 木村 真樹
設立	平成17年10月
会員数	400（個人）20（団体）
スタッフ	30名
住所	〒460-0014 愛知県名古屋市中区富士見町9-16 (TEL: 052-331-5695 ※留守番電話対応)
ホームページ	http://www.momobank.net/

事業に融資を行うため、現在代表理事を務める木村真樹氏を中心に平成17年10月に設立されたNPOバンクである（表1）。

momo設立までの経緯は次のとおりである。代表理事の木村氏は元東海地方の地方銀行員であったが、その後名古屋NGOセンターでのインターン、国際青年環境NGO「A SEED JAPAN」事務局長等を歴任し、その活動の中でNPOバンクの存在を知り、出身地である東海地方でのNPOバンク設立に向け動き出した。まずボランティア募集を行い、主に20～30代の若者15名が集まった。そのボランティアを中心にNPOバンクに関する勉強会、先進団体視察、対象地域内での資金ニーズ調査など約半年間の準備を行い、設立するに至った。

momoは、東海地方での都市部商店街の衰退、中山間地域の人口流出等に伴うコミュニティ機能の低下といった状況の中、地域をよくしたいという出資者からの「志金」を、地域活性化のために活動している人や組織に対し融資する、いわゆる「お金の地産地消」によって、東海地域の持続可能な社会の構築を目指している。また、地域の次世代を担う「若者」が中心となり活動に取り組むことを重視している。

3 コミュニティ・ユース・バンク momoのしくみ

momoの出資及び融資の流れは図1のとおりである。特定非営利活動促進法（以下、「NPO法」という）では出資を募ることは想定され

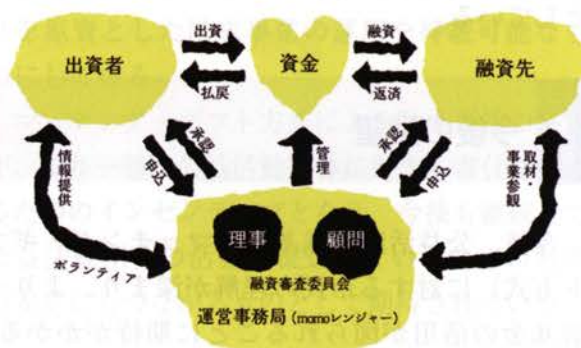


図1 コミュニティ・ユース・バンクmomoのしくみ
(momo資料を掲載)

ていないため、民法 667 条に基づく任意組合として出資を募る。また、融資実務は貸金業法に基づき貸金業登録を行い実施されている。

運営責任は、総会で選出された理事が正会員（出資者）を代表して担う。

融資審査は、金融や N P O の専門家である顧

問と理事とで構成される融資審査委員会で行われている。また、若者を中心としたボランティアスタッフである「m o m o レンジャー」が、w e b サイトやニュースレターなどの情報発信、イベント等の企画を実施し、出資者と融資先をつなぐ役割を担っている。

表 2 収支の状況（平成 21 年度）
(単位：円)

収入		支出	
会費収入	276,000	【事業費】	
寄付金収入	761,613	融資事業	239,440
自主企画講座収入	708,740	講座企画運営	3,501,045
審査手数料収入	27,000	【管理費】	
貸付金利息	129,249	事務所家賃	360,000
助成金収入	3,000,000	通信費	241,053
雑収入	292,989	印刷製本費	621,981
収入合計	5,195,591	雑費	112,695
		支出合計	5,076,214

※「助成金収入」の内訳は、あいちモリコ
口基金（1,000,000 円）、地球環境基金
（2,000,000 円）である。

表 3 貸借対照表（平成 21 年度）
(単位：円)

I 資産の部			
1 流動資産			
現金	174,443		
普通預金	15,844,508		
別段預金	26,081,596		
仮払金	2,450		
前払費用	30,000		
未収入金	683		
流動資産合計		42,133,680	
2 固定資産			
長期貸付金	713,924		
固定資産合計		713,924	
資産合計			42,847,604
II 負債の部			
1 流動負債			
未払金	7,512		
未払費用	21,218		
未払法人税等	0		
前受金	0		
預り金	8,040		
流動負債合計		36,770	
2 固定負債	0		
固定負債合計		0	
負債合計			36,770
III 純資産の部			
1 出資金		40,640,000	
2 損失準備金		411,433	
3 正味財産		1,759,401	
純資産合計			42,810,834
負債及び純資産合計			42,847,604

(平成 21 年度事業報告より作成)

1 出資の状況

momoへの出資は、一口1万円で、個人は1口以上、法人は5口以上からとなっている。出資者はmomoの正会員として位置づけられており、総会での議決権を有する。

全国のNPOバンクは一般的に出資金の元本保証はされず、配当もない。momoも同様である。momoは出資金の扱いについて、説明書やホームページにより出資者に対し丁寧に説明し、了解を得たうえで出資してもらうよう努めている。

momoの出資総額及び出資者数の推移は表4のとおりである。

設立初年度の平成17年度は484万円の出資が集まったが、当時の融資に係る法規制（貸金業法改正前は、融資実施には500万円以上の純資産額（出資額）が必要であった。）により、融資は行われなかった。その後平成18年度には出資総額1,062万円に達し、融資2件を開始、その後も順調に出資総額を増やし、平成21年度末には総額4,064万円となっている。

表4 出資総額及び出資者数の推移

	平成17年度	平成18年度	平成19年度	平成20年度	平成21年度
出資総額 (単位：万円)	484	1,062	2,248	3,536	4,064
出資者数 (内、団体)	62 (0)	124 (5)	203 (8)	301 (14)	379 (14)

(momoの資料を基に作成)

表5 融資累計及び融資先累計の推移

	平成17年度	平成18年度	平成19年度	平成20年度	平成21年度
融資累計 (単位：万円)	0	200	550	2,200	3,000
融資先累計 (内、一般融資)	0 (0)	2 (0)	5 (3)	10 (4)	11 (4)

(momoの資料を基に作成)

なお、momoは設立当初から出資の「量の拡大」を目的としておらず、資金の募集を「融資先に適切な支援を提供できる人材を巻き込む機会（momo平成22年度事業計画より）」としてとらえており、出資の質の向上に努めているとのことであった。平成18年に公布された改正貸金業法では、貸金業者の財産的要件について純資産額500万円から5,000万円への引き上げが盛り込まれていたため、momoでも出資額増額を目指していたが、NPO法に規定する各種事業等への貸付等、いくつかの条件を満たした場合は適用除外となったため、平成22年度事業計画からは出資目標を設定していない。改正貸金業法への対応の詳細については、3章（NPOバンクとしての課題及び解決策について）で述べる。

平成22年5月末現在の出資者の属性をみると、出資者出身地別は、66%が愛知県、岐阜県、三重県の東海三県の在住者である。最近では、出身地への地域貢献の想いから、東海三県出身の東京都在住者の出資も増えているとのことで、東京在住者のシェアも現在13%を占めている。

出資者の出資口数は、1～9口が72%と大半を占めている。また、年代別では20～40代が76%となっている。

2 融資の状況

ア 融資の内容及び実績

momoで実施している融資対象者は、個人、NPO、任意団体、各種法人等、法人形態は問わず、東海三県（愛知、岐阜、三重）を拠点に社会貢献活動を行うmomo正会員（出資者）に対し行われる。また融資メニューは、起業資金、設備資金、運転資金等を使途とした「一般融資」と、補助金交付までの間のつなぎである「つなぎ融資」がある。融資額は原則出資額の10倍（つなぎ融資は出資額の40倍）まで、最大500万円である。貸出金利は年2.5%（つなぎ融資は年2.0%）の固定としている。返済期間は、最長3年で毎月の返済を想定している。融資総額は、

【図でわかるmomoの融資】 東海3県融資先map

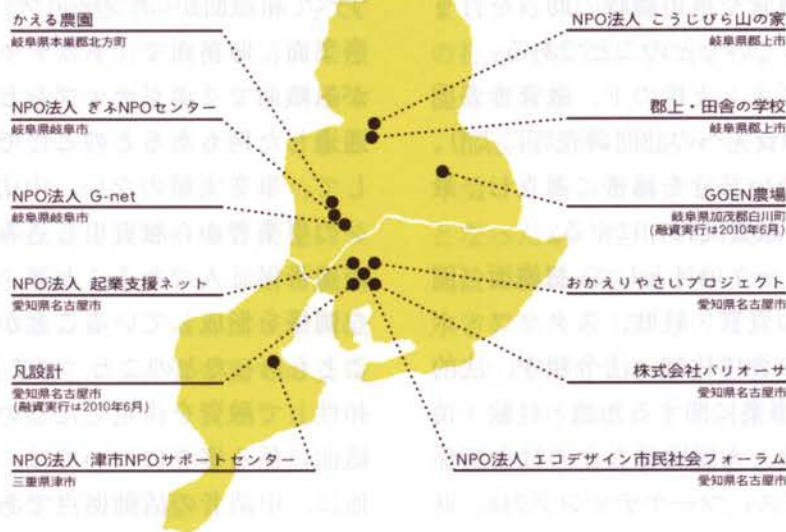


図2 融資先地図 (momo資料を掲載)
※平成22年6月現在

借り手の資金ニーズの把握に努め、出資総額の70%を上限としている。貸出利息については、貸し倒れ等のリスク対策として、損失準備金として積み立てている。

融資実績は表5のとおりである。前述のとおり、平成17年度の融資実績は0であるが、純資産額500万円を超えた平成18年度より2件合計200万円の融資を行った。

以後、融資実績を着実に増やし、平成21年度現在では11件3,000万円となっている。融資内容の内訳は、一般融資（起業時の融資）が4件、つなぎ融資が7件である（NPO法人G-netは二度のつなぎ融資あり）。さらに、平成22年12月から一般融資の募集を行い、順次融資先の追加を予定しているとのことである。平成23年1月現在は、一般融資9件、つなぎ融資12件の合計21件の実績となっている。

イ 融資までの流れ

融資決定までの流れは図3のとおりである。融資無料相談では、momoの理念や融資先に求める事項、momo運営事務局や出資者との関わりについて説明を行う。また、申込希望者がmomoの融資審査委員として融資審査に携わることにより、実際に申し込む際に何がポ

イントとなるか把握しやすくする「バーチャル融資審査委員会」という特徴的な取り組みを実施している。

実際に申し込む場合は、資金借入申込書による書類選考を経て、融資条件と大きく外れていない案件については事業内容説明書等の提出を申込者に求める。その間、momoは案件の業界分析を行い、事業内容に関する研究を行う。

事業内容説明書等の提出後は、申込者に対するハンズオン支援を行う。ハンズオン支援では、momo内で担当理事を決め、書類提出の記入方法や融資対象の事業計画に対する助言などを

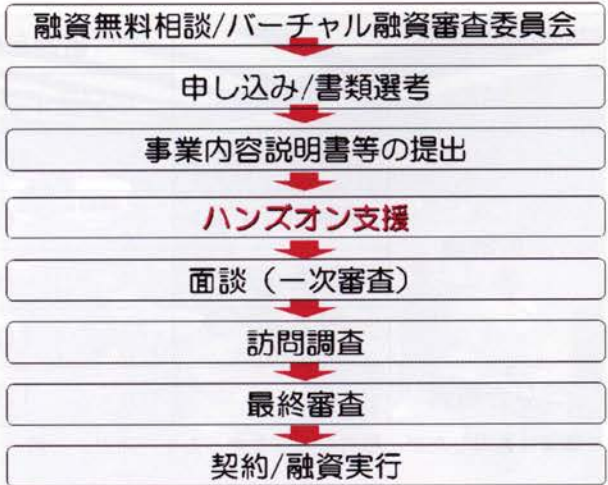


図3 融資実行までのスケジュール
(momo資料を掲載)

行っており、仮に融資が受けられなかった場合でも、今後の事業運営や再申請時の助言を行うなど、関係を継続していくとのことである。

momoのハンズオン支援の下、融資審査委員会による面談、融資先への訪問調査等により、書面では把握できない部分を綿密に調査し、最終審査を経て契約（融資実行）に至る。

融資審査でのチェック項目として、組織面（団体の理念、経営者の資質・経歴、スタッフ・ボランティア、組織の責任体制、法令順守、法的リスク）、事業面（事業に関する知識・経験・情報、資金需要と用途、人間関係などの社会関係資本、製品やサービス、マーケティング力）、財務面（財政状況、収支計画、会計業務、返済計画、連帯保証人）の三点を大項目として設けている。（表6）

momoの融資審査の特徴としては、組織面を重視する点が挙げられる。平成23年1月現在、

審査を通過した一般融資希望の団体10団体は、すべて組織面が「ポジティブ」と評価されている。事業面、財務面で「ネガティブ」と判断されたが組織面で「ポジティブ」と判断され、審査を通過した例もあるとのことである。その一例として、事業実績のない、中山間地域へのIターンの事業者から融資申し込みがあり、地域住民が連帯保証人であること等、地域住民との良好な関係を形成していることから融資を決定したこともあったとのこと。つまり、その団体の「信頼性」で融資を決定したということである。組織面に係る審査については、前述の訪問調査の他に、申請者の活動拠点である地域への聞き取り、申請者の業界分野について詳しい出資者からの情報提供等様々な調査を行っているとのことである。

また、審査を通過しなかった14団体は、事業面では12団体、財務面では13団体が「ネガティ

表6 融資審査チェック項目、結果の概要

判断基準	大項目	中項目
momoの趣旨（7項目）、 出資者の声など	組織面（現在）	団体の理念、経営者の資質・経歴、スタッフ・ボランティア、 組織の責任体制、法令順守・法的リスク
	事業面（未来）	事業に関する知識・経験・情報、資金需要と用途、ソーシャル キャピタル、製品やサービス、マーケティング力
	財政面（過去）	財政状態、収支計画、会計業務、返済計画、連帯保証人

※中項目の下に、さらに詳細な小項目を設けている。

		審査を通過した団体		審査を通過しなかった団体	
		ポジティブ	ネガティブ	ポジティブ	ネガティブ
一般融資	組織面（現在）	10	—	5	9
	事業面（未来）	6	4	2	12
	財政面（過去）	8	2	1	13
	合計	10		14	
つなぎ融資		13		—	

※審査は通過したが、融資に至らなかったケースが、一般／つなぎ融資で各1件あった。

（momo資料を基に作成）

ブ」と判断されている。事業や財政の見通しが立たない中での融資は困難であるが、一方で、落選後も審査結果やその理由を直接申請者に伝え、今後の事業、財務面での改善をアドバイスする等、momoが引き続きアフターケアするしくみとなっている。

ところで、融資審査委員会での融資決定については、全会一致を原則としている。その理由として、融資先への融資後も、momoが組織として一体となり、後述する非資金面での支援を円滑に行うためである。

ウ 非資金面での融資先への支援

momoでは、資金面の支援のほかに、融資先に対しさまざまな支援を行っている。一つ目は「メディア機能」である。「メディア機能」では、会員向けメーリングリストやニュースレターといった出資者向け情報発信と、プレスリリース等を通した外部者向け情報発信により、融資先の取り組み状況を紹介している。二つ目は「場づくり機能」である。「場づくり機能」は、「ソーシャルファイナンス研究会」「momo bar」「momo cafe」「融資先体験ツアー」「経営戦略会議」などの出資者と融資先との交流の場を設けることにより、出資者が、融資先にとって最も有効な人材として助言等適切な支援ができるよう促すしくみである。これらの取り組みは、資金を媒体としながらも、出資者と融資先をつなぎ合わせ、ともに地域課題を解決していくという意識の醸成を促すとともに、特に創業時の融資先にとって、出資者という「サポーター」が身近にいるという実感を強くすることに役立っているといえる。

エ 融資先の声

momoの一般融資先第一号である、岐阜県郡上市を拠点として活動している「NPO法人こうじびら山の家（以下、「こうじびら山の家」という）」に、実際に融資を受けての感想について伺った。

こうじびら山の家は、平成19年に設立され、まちづくり、環境保全、青少年育成・雇用機会の拡充と職業能力の開発などを活動分野とする団体である。

郡上市郊外にあるオートキャンプ場跡地を借り受け、そこを拠点として事業を実施することとなったが、使用するにあたり母屋やキャンプ施設の改修が必要であった。改修費として、農水省の助成金150万円と、momoからの融資150万円を充てることとなった。momoについては、特にこれまで団体間のつながりはなく、こうじびら山を家の監事を通じてその存在を知り、融資申請したとのことである。

こうじびら山の家は平成19年9月に融資を受け、1年目3万円、2年目以降5万円（最終月は端数調整）の3年間による返済計画を立て、平成22年10月に遅滞なく完済した。因みに、momo以外の他金融機関からの融資は受けておらず、現在、主に自主事業収入と助成金で運営しているとのことである。

momoが行った非資金面での支援としては、地域イベントである「郡上踊り」の期間に合わせたこうじびら山の家への宿泊キャンプイベント「郡上踊りに出かける大人のキャンプ」を共同で企画運営するといった支援もあった。また、momoのメディア掲載時に、融資先として同時に取り上げてもらっているという点で、情報発信での支援も受けているといえる。



「郡上踊りに出かける大人のキャンプ2010」の様子

m o m oからの資金、非資金両面の支援を受けての感想としては、他の金融機関にはない、出資者の「顔」が見え、直接声がきけるということもあり、よいプレッシャーの中で事業運営や返済が行えた、とのことであった。

3 その他の取り組みについて

ア 会費や寄付を募る取り組み

出資された資金は融資の財源として活用されるため、事業運営費や管理費については会費や寄付などにより捻出している。事業運営費は、融資事業経費、ニューズレター発行経費として、また管理費は事務所家賃、通信費などに充当される。

m o m oの場合、出資者は正会員として位置づけられるが、会費の支払い義務はない。正会員とは別に、情報会員を設けており、情報会員からの情報会員費をもって会費としている。情報会員は年間2,000円を会費として支払い、m o m oの理事や融資先のコラム、m o m oが立ち上げた研究会でも取り組む「ソーシャルファイナンス」をテーマにした連載などが掲載されるニューズレター「m o m o通信」を得ることができる。m o m oは、主に正会員に対し、事業運営費の使途について、電話など直接の依頼、ホームページやメーリングリストなどで丁寧に説明することにより情報会員として登録してもらうよう努めている。会費収入の推移は、設立時の平成17年度76,000円から平成21年度は276,000円と漸増している。

寄付についても、会費と同様な方法で出資者に対し依頼をしている。具体的には、m o m oの活動内容を記したパンフレットの増刷を予定する際、見積書の額を情報開示し具体的な必要額を提示することにより、増刷の必要性を感じる正会員や情報会員の積極的な寄付を募ることもある。また、情報会員が年会費を余分に支払い、余剰分を寄付とする場合もある。寄付額の推移については、設立初年度の平成17年度は東海労働金庫からの寄付等により100万円であったことは例外と

して、平成18年度104,000円から平成21年度は761,613円と会費と同様に漸増している。

イ 自主事業への取り組み

m o m oの設立趣旨の中で、若者の地域参画を目指すことを明らかにしている。そのため、融資以外でも若者の地域活動を促すべく様々な活動を行っている。

まず一つ目が東海若手起業塾への参画である。東海若手起業塾は、東海地方で起業家支援・若者支援を行っているNPO法人三団体と、全国展開で起業家支援を行っているNPO法人との共同で実行委員会を設け運営している。同塾では、地域課題の解決や地域資源の有効活動を通じて東海地方の活性化を考えている若手起業家を対象に、ビジネスモデルや事業戦略の質的向上を図ることや、事業を成長軌道にのせるための支援プログラムを行っている。当該プロジェクトで、m o m o代表理事の木村氏がコーディネーターを務めている。

二つ目は、とよた中山間におこし隊への参画である。当該プロジェクトは、都心部から若者を募り、雇用創出、地域資源を活用した起業を促し、豊田市中心間地域を活性化することを目的としている。地域の事業者、新規雇用者、自治体（豊田市）が一体となり、また取り組みを各分野のエキスパートが計画的に支援することで成果を結び付けている。m o m oは当該プロジェクトにて各種研修プログラムの作成・実施を行っている。

3 NPOバンクとしての課題及び解決策について

m o m oを含めた、全国のNPOバンクの大きな共通課題として、出資を募り融資を実施するという団体の性質からくる各種法律への対応が挙げられる。

まず出資の面では、平成19年9月に施行された金融商品取引法への対応がある。民法上の任

意組合として出資を募るNPOバンクも、出資金は同法での有価証券と同じ取扱いとなるため、金融庁への報告義務及び公認会計士による会計監査の必要性が生じる。そのことにより経済的負担がかかり、事業運営費の捻出も困難なNPOバンクが多い中で更なる負担となる。そのため、NPOバンク、弁護士、公認会計士など専門家により構成される「全国NPOバンク連絡会」が金融庁と協議した結果、「配当の禁止」「譲渡の制限」「出資額を超える払い戻しの禁止」といったNPOバンクの性質上、投資には当たらないことなどから、NPOバンクは適用除外となった（金融商品取引法2条2項5号ロ「出資者がその出資又は拠出の額を超えて収益の配当又は出資対象事業にかかる財産の分配をうけることがないことを内容とするその出資者の権利」については、適用除外される）。

また融資の面では、平成18年12月に公布された改正貸金業法への対応がある。NPOバンクも同法による貸金業者として対象となるため、貸金業登録に係る要件が適用されるが、問題点として、①財産的要件の引き上げ（法人：500万円から5,000万円）②指定信用情報機関への加入・利用義務による会費の負担の二点が挙げられる。これら要件の適用によっては、非営利活動に即した低金利での運営を行うNPOバンクの存続が実質不可能な状況となるため、同法の附帯決議にて、「市民活動を支える新たな金融システムを構築する観点から、法施行後二年六月以内に行われる見直しに当たり、非営利で低利の貸付けを行う法人の参入と存続が可能となるよう、法律本則に明記するなど必要な見直しを行うこと」が盛り込まれた。現在、①財産的要件の引き上げについては適用除外となっており、②指定信用情報機関への加入・利用義務による会費の負担についても、同法の内閣府令改正により適用除外となった。

しかしながら、現行のNPO法ではNPO法人として出資を受けることができず、NPOバンクが非営利公益活動を行っていることを明確

に示せない状況にある。現在、全国NPOバンク連絡会による要請活動により、市民からの出資を可能とする法人格（出資型非営利法人制度）の法整備を国に求めているところである。金融庁他各省庁も、「新しい公共」の担い手を資金面でサポートするNPOバンクに係る調査を行い、上記法人格の法整備に向け動き出しており、早期の法人格制度の成立が期待される。

4 コミュニティ・ユース・バンク momoの今後の展望

momoは、今後、地域認識を共有しうる範囲の中で新たなNPOバンクのようなしくみの活動が行えるよう支援していくことを検討している。momoは、交通面や経済面での繋がりが密接である、愛知、岐阜、三重の東海三県を、地域課題を住民が共有できる一つの地域として見立てて活動している。設定された地域における課題解決のために出資したお金が、課題の解決に取り組む団体や個人に融資されるという、いわば「お金の見える化」をmomoは実践しているといえる。この実践を踏まえ、より小さい単位での地域において、資金や「人」「地域資源」を介して住民が一体となって地域課題に対応するといったしくみを各地で展開できる環境づくりに取り組みたいとしている。

また、地域づくり活動を担う「若者」の育成に積極的に取り組むことを考えている。momoでは、地域づくりに取り組む融資先に対し、「若者」であるmomoのボランティア（momorenジャー）がさまざまな支援を行っている。地域のしがらみのない「若者」は、専門家が経営支援する立場とは異なり、地域を巻き込み、住民がみんなで口を出す「場」をつくる人材としての「コーディネーター」となりうるとmomoは考えており、今後は、若者を対象としたコーディネーター育成事業を展開していきたいとしている。

経営資源（「人・物・金・情報・ネットワーク」）の 適正活用で持続可能な活動を

特定非営利活動法人えがおつなげて

1 特定非営利活動法人 「えがおつなげて」の概要

1 法人設立の経緯

特定非営利活動法人えがおつなげて（以下、「えがおつなげて」）は、平成13年に設立され、山梨県北杜市で活動を行っている団体である。

「えがおつなげて」の活動の契機となったのは、平成7年、東京で経営コンサルタントをしていた曾根原久司氏が、日本の農業や地方の活性化を図る活動をしたという思いから、山梨県白州町（現：北杜市）に移住し、農林業に従事したことである。曾根原氏は、多少の農作業経験はあったものの、農業経営の経験があったわけではなかった。しかし、自らの実践を通じて、農林業の新しい経営モデルを作ろうと考えたのである。

事業を行うにあたって、曾根原氏はまず、土地の開墾や農機具の購入、農作業の手順を学び、農業のサイクルを体感することから始めた。次に、農作物や間伐材を使った商品を作り、販路の開拓と拡大を行い、事業の資金循環ができるまでに育てていった。

このような事業を始めて5年、曾根原氏は、地域の使われていない資源（例えば、遊休農地

や森林資源など）を活用した商品を作り、主に都市部に住んでいる人に販売するという経営モデルを構築したのである。

また、農村地域にある多くの資源（例えば、農地や森林、景観、文化など）に付加価値をつけたさまざまなプログラムを開発し、首都圏からの来客を受け入れる取り組みを行い、農村地域活性化を目指した「コミュニティビジネス」に発展させた。

曾根原氏のさまざまな活動に対し、人々が関心を寄せ、一緒に活動したいと集まるようになった。こうして、曾根原氏を代表理事として、「えがおつなげて」が設立されることとなったのである。



「えがおつなげて」の古民家（「開拓館」）

2 活動のコンセプト

「えがおつなげて」は、都市住民の「田舎で暮らしたい」という農村志向が高まっている状況を受け、農村地域が抱える「過疎化」「耕作放棄地の増加による農業の弱体化」などの地域課題解決に向けた取り組みを実施している。

また、これらの取り組みを通して、都市と農村の共生社会を創ることを目的として活動している。

「えがおつなげて」のさまざまな取り組みは、北杜市須玉町増富地区を中心に行われている。このような活動が行われるようになったのは、平成15年4月、須玉町（現：北杜市）が、殊に高

表1 団体の概要

特定非営利活動法人 えがおつなげて	
代 表 者	曾根原 久司
設 立	平成13年6月
法人格取得年	平成13年6月
会 員 数	140名（個人）
スタッフ	32名
住 所	〒408-0313 山梨県北杜市白州町横手2910-2 (TEL: 0551-35-4563)
ホ ー ム ペ ー ジ	http://www.npo-egao.net

齢化や農業の担い手不足、遊休農地の増加が著しい増富地区において、「増富地域交流振興特区」を申請し、構造改革特区認定を受けたことに始まる。この特区認定は、農地を町が借り受けて「えがおつなげて」に貸し付けること、国立公園内で自然を活用した催しを「えがおつなげて」が実施できるようにすることにより、これらの地域課題の解決を目指すというものである。

この特区認定を受けることにより、地元の集落と「えがおつなげて」、町が一体となって、都市と農村の交流体験プログラムの実施や特産物の生産・収穫・販売、森林活用プログラムの実施などを行うことができるようになった。

現在、増富地区では、都市農村交流（グリーンツーリズム）をはじめとする数々のモデル事業を展開している。

2 特定非営利活動法人「えがおつなげて」の活動内容

現在、「えがおつなげて」が実施している活動は、大きく分けると以下のとおりである。

- ①農業及び農商工連携事業（農村ボランティアによる農地開墾、企業との連携による農村の再生など）
- ②人材育成・教育事業（えがおの学校や関東ツーリズム大学の運営など）
- ③ツーリズム事業（子どもの農業体験や企業との連携による農業体験の受け入れなど）
- ④自然エネルギー事業（大学との連携によるエネルギー研究開発など）
- ⑤地域づくり事業
- ⑥アート・文化事業
- ⑦その他事業（イベントの企画など）

これらの事業のうち、特色ある取り組みについて紹介する。

1 農村ボランティアによる農地開墾

「えがおつなげて」では、北杜市須玉町増富地区にある遊休農地を開墾するため、毎年4月から11月下旬までの期間、農村ボランティアを募集している。これは、主として農村志向が強く、農作業に興味のある都市部在住の若者を募って、①遊休農地を復活させ、野菜全般を農薬・化学肥料を使用しないで栽培する、②都市農村交流イベントの手伝いを行う、といった活動を行っている。農村ボランティアに参加を希望する人は、登録を行い、一日という短期間から一カ月以上の長期滞在まで、状況に応じて参加することができる。

この活動はボランティア活動であるため、交通費や滞在費用は自己負担であるにもかかわらず、毎年延べ約500人ものボランティアが訪れ、開墾作業やイベントの手伝いを行っている。これにより、平成22年までに4.5haの農地が復活し、野菜等が生産されるようになった。

このように、農村ボランティアは、地域農業の担い手となってきているほか、農村ボランティアに参加したことを機に、北杜市に移住し、本格的に農産物を用いた事業を行う人が出てくるなど、この活動は、地域経済や地域そのものの活性化につながっている。



農村ボランティアの様子

企業との連携による農村の再生 （「企業ファーム」）

「企業ファーム」とは、「えがおつなげて」が、企業と地域のニーズを結び、双方が連携して地域資源の有効活用を行うことを目的として、さまざまなビジネスモデルを提案し、事業サポートを行うプロジェクトである。これは、前述にあるようなボランティアによる活動だけでは、法人としての経営が成り立たないため、ボランティア活動をビジネス化させたものである。

このプロジェクトの具体的な活動としては、北杜市内にある遊休農地を活用した参加型体験プログラムの提供や北杜市内の農地で採れる農産物を使った新商品の開発サポートなどを行うものである。

平成 22 年度は 8 社と委託契約し、それぞれの企業のニーズに合った活動を行っている。これらの活動のうち、2 つの具体例を紹介したい。

ア 「空と土プロジェクト」（CSR活動と事業展開）

「えがおつなげて」と三菱地所グループは、平成 20 年度から「空と土プロジェクト」を実施している。このプロジェクトは、企業の社会貢献活動（CSR活動）の一環として、社員に北杜市内にある遊休農地を開墾してもらうツアーを実施するほか、開墾した土地を利用した農作業体験（田植え・草取り・収穫）ツアーや農作物を使ったものづくりツアー（味噌、酒など）などを行うものである。これらのツアーは、三菱地所グループ社員、グループ会社管理のマンション居住者、丸の内エリアに就業している人など、さまざまな人を対象としている。

このプロジェクトを通して、北杜市を訪れる人が増えたことは大きな成果の一つといえる。また、都市部に暮らす参加者が、農村地域の実態や生物多様性の保全及び環境保護の重要さを体感できたことも成果として挙げられる。

イ 農業・化学肥料を使用しない農産物の契約栽培

「えがおつなげて」は、北杜市の農場を利用した農産物の生産・収穫・商品開発・販売を一連のプログラムとして、企業と契約して事業を実施している。

東京都多摩市の洋菓子店「グランクリュ」では、「えがおつなげて」と共同して栽培したかぼちゃやさつまいもを使って、新商品を開発し、販売を行っている。

また、山梨県南アルプス市の和菓子店「清月」でも同様に、大豆や花豆を使って、新商品の開発や販売を行っている。この店に並ぶ商品のうち、「豆大福」や「豆餅」は、山梨県内でヒット商品となっているが、今後は、新たな商品を販売する予定で、開発中とのことである。

農業・化学肥料を使用しない農産物やそれを使った商品は、食の安全安心を求める生産者及び消費者のニーズに合致しているため、事業の継続が見込める。このことにより、農場の継続的利用が生まれ、さらには地域や企業の資金循環につながっているといえる。



「清月」ファームの様子

3 えがおの学校

えがおの学校は、平成 19 年にスタートしたプログラムで、平成 20 年度は農商工連携等促進人材創出事業、平成 21 年度からは経済産業省の地域新事業移転促進事業の一環として実施されているものである。これは、農村が持つさまざまな地域資源を活用した取り組みを自主的かつ継続的に実施していくことのできる人材（都市農村交流マネジメントコーディネーター）を育成するというものである。

えがおの学校は、全国 4 地区（山梨、福島、三重、福岡）で実施しており、平成 22 年度は全国で 63 人が受講している。

具体的な内容としては、「えがおつなげて」の代表である曾根原氏が講師となり、資源価値の捉え方から地域資源の発掘の方法、都市及び農村のニーズ把握の講義を行うほか、都市と農村の交流や農商工連携などに向けた事業計画作成の実践を行っている。受講生は、自分が作成し

た事業計画について、修了時にプレゼンテーションを行うこととなっている。曾根原氏によると、このプレゼンテーションで発表された事業計画のうち、実際に事業化されたものは数多くあり、現在では年商 6,000 万円にのぼる事業もあるとのことである。

また、えがおの学校を修了した者のうち、約 4 割が起業していることからみても、えがおの学校で学ぶことが、いかに事業に踏み込んだ、実践的な内容であるかがうかがえる。

現在では、えがおの学校で学ぶ内容について、全国から関心が寄せられるようになり、曾根原氏が出向いて講義を行うまでになった。しかし、講師は曾根原氏のみであるため、講義に出向くことができる機会が限られており、すべてのニーズに応えることができない状況である。こうしたことを受け、今後は人材育成の観点から、カリキュラムを体系化して講師を養成すること、e ラーニングを取り入れて多くの人が受講可能な状況を作ることなどを進めている。



えがおの学校でのワークショップ



えがおの学校 修了式

4 千代田区商工業連合会との連携

「えがおつなげて」は、千代田区商工業連合会と連携して、平成22年10月30日、31日の2日間、「農村B級グルメ」を開催した。このイベントは、農村で作られた農産物を使ったB級グルメを全国から集め、千代田区で販売を行うというものである。このイベントで販売された商品は、「えがおつなげて」がこれまで実施してきた事業や活動を通して築いてきた、人のネットワークを活用して集められたものである。いずれの商品も生産者の顔が見える、安心・安全な商品ばかりであった。折からのB級グルメブームに加え、「甲府鳥もつ煮」が平成22年度のB-1グランプリを獲得したことも重なり、用意した商品は午後には完売するなど、大変盛況であった。

このほか、関東ツーリズム大学の開設、商品開発ワークショップツアーやインターンシップの実施、ファームウェディングなど、さまざまな取り組みを行っている。



山梨農産物の紹介（山梨フェア）



味噌仕込み体験

3 特定非営利活動法人 「えがおつなげて」の財務状況

「えがおつなげて」の財務状況について、平成21年度の収支報告から見ると表2のようになっている。

「えがおつなげて」の収入は、国や県からの補助金や民間団体からの助成金などの補助金収入が、約半分を占めている。次いで、企業との委託契約による収入がある。

これらについて、一つ一つの事業ごとに計画を立て、事業を行っている。すなわち、事業別に収入・支出を計上し、その範囲内で事業を展開していくという形をとっている。この事業費の中には、風水害や突発的事故が起こった時にも対応できるよう、予備費も見込まれている。

また、特定非営利活動事業収入として、野菜販売や体験ツアーの受け入れ、法人への視察受け入れ、研修実施に係る収入などがあるが、これらについても、それぞれ必要な経費を算出し、事業費に充てている。

一方、会費収入や寄付金収入は、全体の事業費に比較して格段に少ないことがわかる。このことは、一緒に事業に取り組むビジネスパートナーを増やし、農村の活性化を進めていきたいという考えがあるためである。会費収入や寄付金収入は、主に管理費（家賃、雑費など）に充てられている。

表2 平成21年度の収支報告

平成21年度 収支報告（特定非営利活動） 第9期 平成21年4月1日から平成22年3月31日まで 特定非営利活動法人 えがおつなげて		
(単位：円)		
科 目	金 額	
I 収入の部		
1. 会費収入	343,192	
2. 補助金収入	49,364,243	
3. 委託事業収入	37,648,598	
4. 特定非営利活動事業収入	19,630,298	
5. 寄付金等収入	454,391	
6. 受取利息収入	3,355	
7. 固定資産受贈益	150,000	
8. 雑収入	944,746	
当期収入合計		108,538,823
収入合計		108,538,823
II 支出の部		
事業費支出		
事業費合計		95,373,090
管理費支出		
管理費合計		5,833,747
経常収支差額		7,331,986
III その他資金収支の部		
その他資金収入		
その他の資金収入合計		20,000,000
その他資金支出の部		
その他資金支出の部合計		55,454,554
当期収支差額		-28,122,568
前期分事業費等支出		
前期分事業費等支出合計		95,127,992
その他の資金支出合計		-123,250,560
前期繰越収支差額		155,752,627
次期繰越収支差額		32,502,067
(注：前期は、支出に関して現金主義で処理したため、当期の収支計算書にて計上する)		
(正味財産増減の部)		
IV 正味財産増減の部		
正味財産増加の部		
正味財産増加の部合計		55,454,554
正味財産減少の部		
正味財産減少の部合計		48,122,568
当期正味財産増加額		7,331,986
前期繰越正味財産		4,453,913
当期正味財産合計		11,785,899

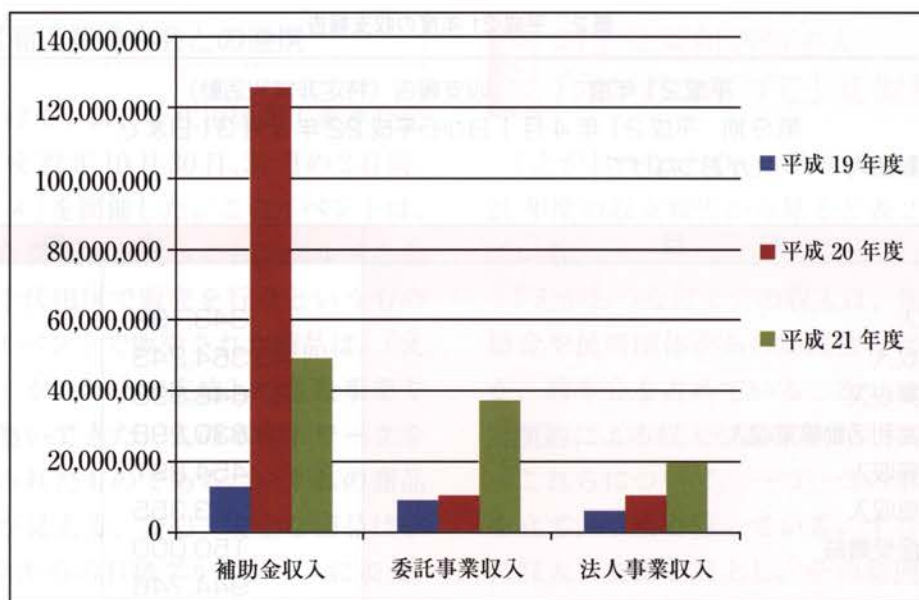


表3 平成 19～21 年度における収入状況

次に、表3にある過去3年間の収入の状況を見てみると、年々、全体の事業規模が大きくなっていることがわかる。

特に、企業との委託契約による委託事業収入が大幅に増加している。この理由としては、「えがおつなげて」で実施している商品開発ワークショップや体験ツアーなどの参加者が、「えがおつなげて」と関わりを持ったことが契機となり、委託契約に結び付いたことがある。

このほか、国や県などの補助金収入については、年度によって補助金額や補助内容が異なるものの、現在進行中の活動に合致する補助金を受けられるよう、情報収集を行うとともに、必要に応じて事業の見直しや転換を行うなどの対応をしている。

4 持続可能な活動にするために

「えがおつなげて」では、法人の活動が安定して、持続可能なものとなるためには、以下のことが必要であるとしている。

1 情報収集・分析を行うこと

何かの事業を実施する際には、その事業が地域のニーズに合っているか、継続実施が可能か、国や県の補助事業があるかなど、さまざまな情報が必要となってくる。また、経済の動きや世界情勢など、あらゆる情報を集めることも必要である。目の前にある一点の情報だけに集中するのではなく、全体を見渡して、常に新しい情報を得ていくことは、事業全体の方向性や今後の展開を考えるうえで欠かせないものである。

2 実情に合った事業計画を作成すること

事業を実施するにあたり、すべての事業について、事業の目的や目標はもとより、実施のスケジュールや事業対象、事業に係る経費、人員、物資など、綿密な事業計画をたてる必要がある。事業計画を立てずに事業を実施すると、継続した事業実施につながっていかない危険性があるためである。また、こうした事業計画書は、国や県などの助成を申請する際の添付書類の一つとして、提出を求められるが、助成の有無に

関わらず、事業ごとに作成し、進行管理すること
とで、助成申請の手続きに備えておくことも必
要である。

さらに、この事業計画に基づいて、事業実施
後の評価や見直しを行い、次年度以降の事業に
反映させていく、という流れを作っていくこと
も必要である。

例えば、一つの商品がヒット商品になった時、
なぜヒット商品になったのか、問題点や課題は
あるか、今後はどう展開していくかなど、現状
を客観的に分析し、次の計画を立てるという具
合である。

3 経営資源（「人・物・金・情報・ネット
ワーク」）を適正に配置すること

事業を実施するためには、資金が必要である
が、資金だけでは事業の継続実施は難しい。事
業の継続実施のためには、資金を使う人材や人
材を育てるための情報、ネットワークが必要で
ある。すなわち、事業には経営資源の適正な配
置が重要となる。これらの経営資源は、いずれ
も並立的に捉え、過不足がないように補完して
いかななくてはならない。

また、事業を実施していく中で、設備や人材
育成への投資が必要な場合もあれば、資金をか
けずに新しいものを生み出すことが必要な場合
もある。事業の実施主体には、それぞれの状況
に応じて、経営資源の配置を変えていくという
経営の視点が必要である。

5 今後の課題と展望

「えがおつなげて」では、今後の最大の課題を
「人材育成」としている。これは、農村には、多
くの資源があるにもかかわらず、それを活用で
きる人材が少ないため、事業開発や雇用につな
がらず、農村が衰退していくと考えているから
である。

換言すれば、農村の活性化を図るためには、
農村の資源を活用したコミュニティビジネスを
興し、それを継続していく経営ビジョンを持っ
た人及び団体が必要だということである。

そこで、「えがおつなげて」は、こうした人材
を都市農村交流・農商工連携コーディネーター
と位置づけ、この育成を目指した事業が重要と
考えている。具体的には、えがおの学校やえが
お大学院の運営をはじめ、首都圏（1都10県）
をネットワークし、産官学NPOが協力して都
市農山村の交流やマネジメント等を学ぶ「関東
ツーリズム大学」の実施に力を入れていく。「え
がおつなげて」では、これらの場で学んだ人や
団体が全国の農山村や都市部に広がってネット
ワーク化することにより、農業と商工業といっ
た産業がつながり、日本全体が活性化していく
と見ているのである。

ジャスト・ギビングの活用 ～「挑戦」から生まれる新たな寄付システム

NPO法人侍学園スクオーラ・今人

1 NPO法人侍学園スクオーラ・今人（いまじん）の概要

1 設立経緯

NPO法人侍学園スクオーラ・今人（以下「侍学園スクオーラ・今人」という。）、愛称サムガクは、日本最小規模のフリースクールであり、長野県上田市郊外にある。この非常にインパクトのあるネーミングには、「志」で日本を変えていく、そんな若者（現代の侍）を育てられる学校にしたいという想いが込められているとのことである。

今から遡ること17年前、当時大学生であった侍学園スクオーラ・今人の長岡理事長（以下「長岡氏」という。）は、全国のフリースクール巡りをしていた。長岡氏は、この行脚の中で、多くの不登校の子供たちと出会う。この出会いが、長岡氏の考え方に大きく影響を与え、氏は「生き苦しむ人々を助ける学校を10年後につくろう」と決意を抱いた。

大学卒業後、母校の高校教師となった長岡氏であったが、「学校をつくる」という決意を実行に移すため、わずか5年で退職する。その後、飲食店を経営しながら、「生き苦しむ」人々に対する「ライフサポート」を開始し、自らの「想い」を人々に伝えるために自伝『ダッセン』を出版する。そ

れと同時に出版社「ハイドブックス」を設立し、わずか1年で4,000冊を売り切った。この本の広がりとともに、長岡氏の志に賛同する人々が増えていった。

そして、決意からちょうど10年目となる平成16年4月、この書籍の販売利益のみで、念願であった「全年齢対象」の学校の設立を果たし、同時にNPO法人格も取得した。長岡氏の志に賛同した5名のスタッフに、2名の生徒での船出であった。

2 基本理念及び事業の柱

侍学園スクオーラ・今人は、「生きる力を育成する新しい学校」という基本理念に基づき、すべての人々にとっての学び舎となるべく、①学園事業、②若者サポートステーション・シナノ事業、③若者自立塾事業の3つの事業を展開している。

ア. 学園事業

学園事業は、侍学園スクオーラ・今人の柱となる事業である。侍学園スクオーラ・今人は、画一的な授業を行うのではなく、各々がカリキュラムを立て、その目標を達成するために必要な知識の習得と研究を行っている。また、学習活動に加え、図1のように、自己探求、創作活動、農業活動、ジョブタイム、体育活動など様々な経験を通して「生きる力」を身につけることを最大の目的としている。誰かに何かを与えられるのではなく、その何かを自ら探し、共に成長できる「共育」を目指している。



侍学園スクオーラ・今人の授業風景

表1 団体の概要

NPO法人侍学園スクオーラ・今人	
代表者	理事長 長岡 秀貴
設立	平成16年
法人格取得年	平成16年
会員数	111（個人） 2（団体）
スタッフ	15名
住所	〒386-1214 長野県上田市下之郷乙344-2 電話 0268-38-0063
ホームページ	http://www.samugaku.com/

◎午前のプログラム

9:30 売コマ 自己探求「月の志」

月ごと独自の「カリキュラム」をつくりそれに沿って活動する時間。志はどんなものでも構わない。

10:30 ショートホームルーム 朝の会

11:00 式コマ 一般教養・総合学習

◎午後のプログラム

12:00 昼食

13:00 サムガクプログラム

農業活動（畑作・稲作・ハウス栽培）

創作活動（木工・陶芸・美術・音楽）

ジョブタイム（労働体験）

体育（テニス・バレーボール・ほか）

※午後は曜日によって様々な活動をする。

15:30 ショートホームルーム

図1 侍学園スクオーラ・今人の一日

侍学園スクオーラ・今人での「目標」を達成し、卒業した生徒は、各々が自立を果たし、労働者として、または進学という形で、社会へ参画している。その卒業生達の背中を見ながら、現在在籍している生徒たちが、自らの「近い将来」を実感しながら日々の活動に参加しているとのことである。

そのほか、年に2回、自立・自律・自信をテーマに、全国から小中学生を集めて、期間限定自由学校「サムライフ」を実施したり、「学童保育所」がないという地域の要望にこたえ、平日の夕方に子どもを預かるなどの取り組みも行っているとのことである。

侍学園スクオーラ・今人は、平成22年10月に発生した不慮の火災により、校舍焼失という甚大な被害を被ったが、幸い人的被害はなく、平成22年12月現在、仮校舎での再スタートを切っている。

イ. 若者サポートステーション・シナノ事業

平成20年に開所した「若者サポートステーション・シナノ」（以下「サポステ・シナノ」という。）は、侍学園スクオーラ・今人が、厚生労働省の委託を受けて運営している。

若者サポートステーションとは、厚生労働省が、若者雇用対策の一環として、一定期間無業の状態にある概ね15歳～35歳の若者の職業的自立を支援することを目的とした若者のための相談窓口であり、平成21年度には、サポステ・シナノを含め、全国92箇所に設置されている。

侍学園スクオーラ・今人は、当該事業の受託により、総合若年者支援団体として、地域のニーズに応える環境を整備し、行政との連携を強化しながら、「就労支援」「自立支援」に取り組んでいる。具体的には、就労・自立に関する相談をはじめ、保護者相談、キャリアカウンセリング、各種セミナーなどを実施している。

また、平成22年度には、厚生労働省の実施する「高校中退者等アウトリーチ（訪問型）事業」「短期合宿型訓練」を受託した。これを受けて、サポステ・シナノでは、高校中退者への訪問サポート（進路相談等）、セミナーや体験、相談の中で学んだコミュニケーションスキルを実践する場としての短期合宿支援など、利用者のニーズに添った支援プログラムを提案・実施している。

平成19年度からは、サテライト相談（出張相談）も開始し、別の街でもサポステ・シナノのサービス提供が可能になった。このことから、地元である上田市のみならず、隣接する小諸市・佐久市・軽井沢町などの行政との連携も進み、この分野におけるイニシアティブをとることができるようになってきているとのことである。

ウ. 若者自立塾事業

若者自立塾（以下「自立塾」という。）とは、平成18年度から、平成21年度まで、厚生労働省の委託を受け、財団法人生産性本部が本部となって実施していた「生活訓練」を柱にした自立支援プログラムである。自立塾は、全国30箇所で展開され、侍学園スクオーラ・今人が受託・実施していた自立塾もその一つである。

自立塾の最終目標は「塾生の就職」であり、卒業半年後に卒業者の7割が就労することが目的とされた。しかしながら、定員充足率の低さ等から、

厚生労働省は当該事業の終了を決定し、全国の自立塾生は平成 21 年度末までに概ね卒業を余儀なくされている。

侍学園スクオーラ・今人は、引き続き若者への就労支援を行うために、「緊急雇用基金訓練事業」等を活用しながら、通所型から合宿型訓練という形で取り組みにシフトすることで、事業の継続を図っている。

自立塾は、若者たちが3ヶ月間の共同合宿生活を送る中で、生活訓練と労働体験を通し、働く意欲を高め、就職・職業訓練へと導くことを目的としている。基本カリキュラムは、従来の侍学園スクオーラ・今人のプログラムに「合宿生活」による生活訓練が加わったものとなっている。また、「共に育つ」という趣旨から、1ヵ月に1度、保護者を対象とした勉強会を開催している。

2 侍学園スクオーラ・今人の「ジャスト・ギビング・ジャパン」活用に向けた取り組み

侍学園スクオーラ・今人は、主に生徒からの授業料（月額4万円）と、正会員からの会費収入や寄付金収入で運営されている。侍学園スクオーラ・今人の平成 21 年度における収支の状況（表2）によると、授業料が626万円、会費収入が133万円、寄付金収入は181万円となっている。しかしながら、これらの収入のみでは、学園の維持経費等を賄うのが精一杯であり、スタッフの人件費まで手がまわらないのが現状である。そこで、さまざまな委託事業や助成金によって人件費を賄っているとのことである。

このことから、侍学園スクオーラ・今人は、具体的な寄付に向けた取り組みとして、新たに「ジャスト・ギビング・ジャパン」を活用したプロジェクトを始動させている。

1 ジャスト・ギビングとは？

ジャスト・ギビングとは、平成 13 年にイギリスで生まれたインターネット上で個人から寄付を

集める仲介サイトである。ジャスト・ギビングは、何かに挑戦する人（以下「チャレンジャー」という。）に対して「寄付をする」のではなく、チャレンジャーが何かに挑戦することで、チャレンジャーが支援したい団体に「寄付を集める」ことを目的とした新しいチャリティシステムである。本家イギリスのジャスト・ギビングは、発足から9年で、約100万人の挑戦により、世界でのべ1,200万人から、9,000以上の団体に対して、日本円にして1,000億円以上の寄付を集めるという実績を誇る。

例えば、ハイチ大地震の被害に心を痛めたイギリスの7歳の少年が、地震で被災した子どもたちのため、ロンドン市内の公園を自転車で走るという挑戦により、日本円にして約3,100万円もの義援金を集めたという事例もある。

表2 収支の状況（平成 21 年度）

（単位：円）

収入	
会費収入	1,337,000
寄付金収入	1,815,831
学園事業収入	15,200,646
（内授業料）	(6,267,000)
サポステ事業収入	27,442,948
自立塾事業収入	6,942,626
地域連携事業収入	2,891,339
助成金収入	850,000
その他・雑収入	160,456
収入合計	56,640,846
支出	
【事業費】	
学園事業支出	8,669,832
サポステ事業支出	26,532,222
自立塾事業支出	5,954,260
地域連携事業支出	2,891,339
【管理費】	2,022,990
支出合計	46,070,643

（特定非営利活動に係る事業会計収支計算書より作成）

このように、「寄付をする側」としてだけでなく、誰もが、気軽にチャリティプロジェクトを立ち上げ、何かに挑戦することで「寄付を集める側」にもなれる点が、このシステムの最大の特徴である。ジャスト・ギビングは、高度情報化社会と言われる現代の時勢にマッチしたファンディング・ツール（資金調達的手段）として世界中が注目している。

2 ジャスト・ギビングの日本における展開

これらの動きに注目したNPO法人チャリティ・プラットフォーム（以下「チャリティ・プラットフォーム」という。）が、ジャスト・ギビングを運営する「Giving.com Ltd」と、ジャスト・ギビングの日本におけるライセンス契約を締結する。そして、平成22年2月、その運営主体として、一般財団法人ジャスト・ギビング・ジャパン（以下「ジャスト・ギビング・ジャパン」という。）が設立され、同年3月9日、日本におけるサービスが開始された。

ジャスト・ギビングの概要（図2）を整理すると、次のとおりとなる。

- ①チャレンジャーが、自分が支援したい団体に対する寄付を募るため、自らが設定した「何か」

に挑戦する。その「何か」は、例えばマラソンでも登山でも禁煙でも何でもよい。

そして、その挑戦の内容をジャスト・ギビング・ジャパンのサイト上で発表し、mixi、SNS、あるいはツイッターなどを活用して友人・知人・ファンに応援を呼びかける。

- ②その挑戦に共感した「サポーター（応援者）」は、その挑戦に対してインターネット上から寄付を行う。寄付方法は、クレジットカード決済及びインターネットバンキングから選択する。

- ③その挑戦によって集まった寄付金はジャスト・ギビング・ジャパンを通じて、支援先の団体に届けられる。その際、寄付金額から、ジャスト・ギビング・ジャパンの運営費・手数料（寄付金額の10%）と決裁等に係る各種手数料が差し引かれる。ジャスト・ギビング・ジャパンは、運営費・手数料として差し引いた10%のうち、1%はイギリスのジャスト・ギビングとの提携におけるライセンス費として支払い、残りの9%はシステム運営費、非営利団体のリサーチ費、事務局運営費として使用する。

- ④寄付を受け取った団体は、その寄付金を活動資金として社会問題のために使用する。

支援先は、子ども・医療・教育・国際平和など17分野に分かれ、支援先団体として登録されて

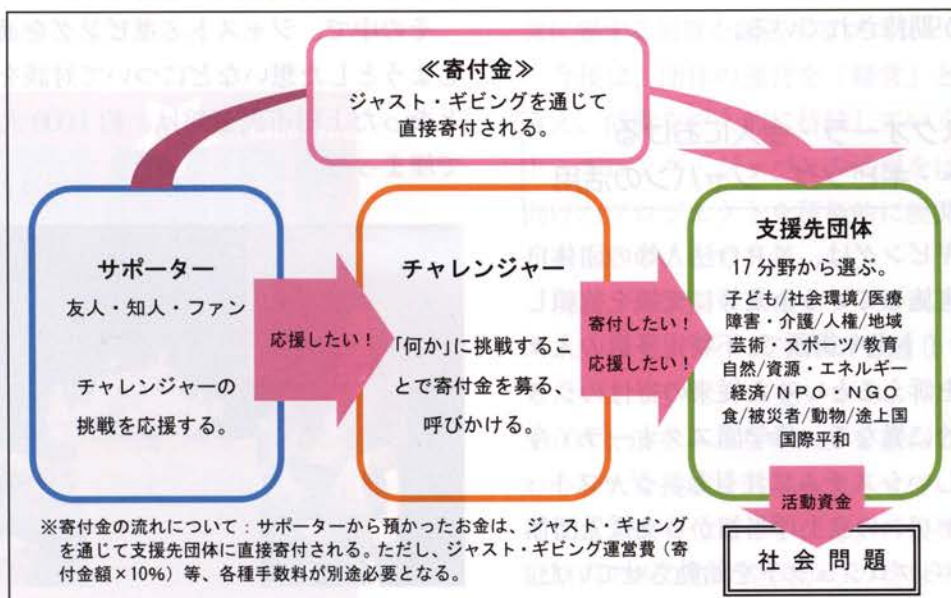


図2 ジャスト・ギビングの概要（ウェブサイトをもとに作成）

いる団体の中から選択する。

支援先団体となるためには、チャリティ・プラットフォームの審査機関に、ジャスト・ギビング・ジャパンへの掲載基準を満たしているか審査を受ける必要がある。

審査対象は、次の①②双方の条件を満たすものとしている。

①特定非営利活動法人、財団法人、社団法人、学校法人、独立行政法人、地方自治体など非営利の法人格を有すること。

②非営利を掲げる定款や会則を有し、ウェブ上で会計報告、および役員名簿を公開できること。（なお、設立初年度は会計報告不要。）

平成22年12月現在、支援先団体として登録されている団体数は約300団体あり、認証されているだけでも全国に約4万団体あるNPO法人と、一般財団法人、一般社団法人等の総数を考えれば、非常にハードルの高い審査基準であることが伺える。

また、同12月現在、ジャスト・ギビング・ジャパンにおける寄付件数は5,000件を超え、寄付総額は2,000万円を突破している。これは、本家イギリスのジャスト・ギビングの初年度実績を上まわっているとのことである。このことから、一般的に寄付文化が根付いていないと言われる日本においても、このジャスト・ギビングの広がりにともない、個人寄付が増加し、寄付文化がより浸透していくことが期待されている。

3 侍学園スクオーラ・今人における ジャスト・ギビング・ジャパンの活用

ジャスト・ギビングは、NPO法人等の団体自らが、寄付を実施している企業等に支援を依頼したり、自らのサイト上や街頭で、不特定多数の人々を対象に寄付を訴えるといった従来の寄付のシステムとは根本的に異なる。侍学園スクオーラ・今人は、この新しいシステムに注目し、ジャスト・ギビング・ジャパンの立上げ当初から支援先団体となり、早くからプロジェクトを始動させていた。

平成22年3月、ジャスト・ギビング・ジャパ

ンのサービス開始と同時に、元プロ野球選手をはじめ、著名人が次々にチャレンジャーとして参加を表明した。

その中、ジャスト・ギビング・ジャパンの「第1号」チャレンジャーである古田敦也氏は、最初の挑戦として、同年5月にハワイのホノルルで開催されるトライアスロン大会での完走をかけた。そして、その挑戦を通じて集まった寄付金の送り先として、数ある支援先団体の中から侍学園スクオーラ・今人を選んだ。古田氏は、不登校や引きこもりになってしまった人たちを支援する侍学園スクオーラ・今人を応援したくて、今回のチャリティへの参加を決めたとのことである。

3 寄付に向けた取り組みの成果

古田氏は、トライアスロン大会初挑戦にして、見事2時間53分で完走を果たした。この挑戦は多くの人々に感動を与え、その結果、侍学園スクオーラ・今人に対する寄付金として約86万円を集めた。

平成22年8月、侍学園スクオーラ・今人は、自らが主催する特別講座「人間イキヂカラシリーズ」に古田氏を講師として招き、寄付金の贈呈式と感謝状の授与の機会を設けた。

その中で、ジャスト・ギビングを通じて、寄付しようとした思いなどについて対談を行い、会場となった上田市民会館は、約1,000人もの参加者で埋まった。



「イキヂカラシリーズ」古田氏との対談

また、平成22年10月の校舎火災の際も、支援者が、ジャスト・ギビング上で、火災で燃え散った「学び舎」の復興を呼びかけた結果、多くの義援金が集まっている。

平成22年12月現在、侍学園スクオーラ・今人は、ジャスト・ギビング・ジャパンにおいて、370万円以上もの寄付金を集め、寄付金総額・サポーター数ともに、支援先団体の中でランキング第1位となっている。

4 課題及びその解決策

現在、侍学園スクオーラ・今人は、生徒の授業料や正会員からの会費収入、寄付金収入のほか、さまざまな委託事業を受託することにより、人件費のほぼ100%を賄い、スタッフの生活保障を確保している。

しかしながら、このような委託事業は、基本的に「単年度事業」のものがほとんどで、次年度以降、委託事業や助成事業等の後ろ盾なしで同様の活動を継続していくためには、独立採算での運営を余儀なくされる。

そのため、団体の活動を継続していくためには、ジャスト・ギビング・ジャパンの活用など、寄付に向けたプロジェクトをより一層推し進めていく必要があるとのことである。



季刊誌「imagine」

ジャスト・ギビング・ジャパンにおいても、支援先団体は、チャレンジャーに選ばれる立場にある。チャレンジャーに支援先として選ばれるためには、自らの団体の活動を広く理解してもらう必要があることは言うまでもない。

NPO法人等の団体にとって、寄付金を集めるために、自らの活動を広報宣伝することは必要な投資であり、常に団体が自らの活動を公表し続けることで、団体自身が育っていくとのことである。

そこで、侍学園スクオーラ・今人では、広告チラシや季刊誌「imagine (イマジン)」の発行、ダイレクトメール、時にはテレビCMなどを活用することで、活動を積極的に発信し続けている。

5 資金調達方法の今後の展望

寄付文化が醸成されていない日本においては、「社会貢献」という名のもとで、気軽に寄付できるシステムを構築していく必要があると思われる。

侍学園スクオーラ・今人は、寄付を集める取り組みとして、不要書籍を寄付金に変える「ブックドネーション for 長野」にも参加している。この取り組みは、平成22年度から、「長野県経営者協会」の協力のもと、長野県NPOセンターと株式会社バリューブックスとの協働で、NPO団体等の運営に要する原資を創造するプロジェクトである。

今後は、団体の運営を「経営」という視点でとらえ、活動を恒久的に持続していくため、ジャスト・ギビング・ジャパンの活用をはじめ、寄付に向けたプロジェクトを積極的に展開していく必要があるとのことである。

現在、侍学園スクオーラ・今人としても、ジャスト・ギビング・ジャパンを通じて、「校舎を建てたい!!」という思いから、「アースマラソン 36,000 kmをみんなの一步を重ねて達成する」という壮大な挑戦をスタートさせている。この挑戦により、焼失した「学び舎」の復興のために、長野県内のみならず全国からの寄付を募ることを目指している。

1 財団法人奈良の鹿愛護会の概要

1 団体設立の経緯・目的

財団法人奈良の鹿愛護会（以下、「奈良の鹿愛護会」という）は、奈良の鹿を保護することを目的として、昭和 22 年に設立された団体である。

奈良の鹿愛護会の前身である財団法人春日神鹿保護会は、江戸時代まで興福寺により保護を受けていた奈良公園とその周辺に生息する鹿が、明治時代初頭の廃仏毀釈運動により興福寺の保護活動の継続が困難になったのを受け、その受け皿として地域有志で活動を行っていた。昭和 9 年に財団法人認可を受け、その後昭和 22 年に名称変更により奈良の鹿愛護会として現在に至っている。

奈良の鹿愛護会は、事務局 11 人（臨時職員なし）で運営、会員数は 1,218 名となっている。（表 1）

奈良の鹿愛護会は、天然記念物「奈良のシカ」を保護することの副次的効果として、次の二点を挙げている。第一には、鹿が奈良観光のシンボルとして位置づけられ、鹿の健全な保護が観光イメージアップに貢献していること。第二は、鹿が奈良公園及びその周辺地区の環境美化に寄与していることである。

表 1 奈良の鹿愛護会の概要

財団法人 奈良の鹿愛護会	
代 表 者	理事長 大川 靖則
設 立	昭和 22 年 4 月（名称変更による）
会 員 数	1,218 名（平成 21 年度）
スタッフ	11 名
住 所	〒 630 - 8212 奈良県奈良市春日野町 160 （TEL：0742-22-2388）
ホ ー ム ペ ー ジ	http://naradeer.com/index.htm



奈良の鹿愛護会の外観

特に環境美化については、鹿を中心とした生態系によりその景観が維持されている。具体的には、①鹿が奈良公園内の芝を食むことにより短く刈られ、芝の生育が促進される ②公園内のフン虫や微生物の働きにより、鹿のフンが分解され、芝の生育に係る養分を生成する といった循環により、景観が維持されているとのことである。

奈良の鹿愛護会では、鹿の保護及び地域住民と鹿との共生を図るべく、様々な事業を展開している。

2 活動内容

活動内容は、主に ①交通事故等により怪我や病気をした鹿の救助、治療、また死亡した鹿の収容とその原因究明 ②人と鹿の事故に係る未然防止対策の検討と実施 ③奈良の鹿の保護に関する啓発活動である。

ア 鹿の救助、治療、交通事故の未然防止等

奈良公園平坦部（一部市街地を含む）及び、若草山山麓から山頂までに生息する鹿は、平成 22 年 7 月の調査時点では 1,096 頭であり（奈良の鹿愛護会調べ）、頭数はほぼ一定である。一方で、交通事故、疾病等により死亡する鹿も調査期間中（平成 21 年 7 月～平成 22 年 7 月）に 294 頭を数える。奈良の鹿愛護会では、鹿の救

助や治療、また特に交通事故の未然防止のために、職員6名が24時間体制で年間1,600回以上出動し、1,000頭近くの鹿を保護収容している。病気や負傷、出産期等のために保護された鹿は、奈良の鹿愛護会が管理する「鹿苑」にて一時保護収容される。なお、鹿苑におけるリハビリ環境、土壌環境の整備については、奈良の鹿愛護会のほか、東大寺等の寺社仏閣、奈良市内のNPOが協力している。

交通事故の未然防止策としては、車道のカーブや見通しの悪い箇所、あるいは鹿が頻繁に横断する場所について、飛出注意の看板を設置している。また、鹿が誤ってビニール袋等のゴミを食べ、その結果疾病により死亡するケースもあることから、関係団体や地域住民に呼びかけクリーンキャンペーンを行っている。



鹿の治療にあたる獣医
(奈良の鹿愛護会提供の資料より)

イ 鹿の保護に関する啓発活動

鹿の生態や自然環境での役割、奈良のイメージアップの役割について、奈良市民や観光客に知ってもらうことにより、鹿の保護に関心を持ってもらうべく、奈良の鹿愛護会では、様々な普及啓発活動事業を展開している。

学生を対象とした啓発活動への取り組みとしては、全国の小学生を対象に、人と鹿との共存・共生の在り方をテーマとした「奈良のシカ」保護啓発ポスターコンクールを実施している。また、奈良県や奈良市の教育委員会が発刊する小



奈良の鹿愛護会のロゴマーク
(奈良の鹿愛護会ホームページより)

学生を対象とした副読本において、奈良の鹿の保護に関する活動が取り上げられており、啓発活動の一助となっている。さらに、主に修学旅行を実施する学校法人を対象とした「奈良のシカ」体験プログラムでは、講義や鹿角細工体験、鹿の生息地を訪れるフィールドワークといったメニューを通じて、鹿の生態並びに保護の重要性について知ってもらう内容となっている。

一般市民に対しては、(財)奈良市生涯学習財団が実施している生涯学習講座「奈良ひとまち大学」にて、奈良の鹿との共生について講義を行うなどの活動を行っている。

その他、奈良の鹿愛護会が意匠登録しているロゴマークシールを商品に貼ることや、鹿の出産期である5月に「愛護週間」、発情期である11月に「愛護月間」を創設する等、鹿の保護を広くPRする活動を行っている。

ウ その他の活動

奈良の鹿愛護会では、鹿の保護に関する啓発活動のほかに様々なイベントを行っている。発情期の雄鹿の角により住民が危害を受けぬよう、江戸時代から続く伝統行事「鹿の角きり」が10月に開催される。また、事故などにより死亡した鹿の慰霊祭である「鹿まつり」を実施している。

3 財務状況

奈良の鹿愛護会の平成 21 年度の財務状況は表 2 のとおりである。主な収入は、事業収入、補助金収入、会費収入、寄付金収入である。

事業収入の内訳は、普及事業収入 338,150 円、販売促進事業収入 36,550,544 円、その他事業収入 9,549,500 円である。普及事業は、前述した修学旅行団体を対象とした「奈良の鹿体験プログラム」による収入が主である。また、販売促進事業収入はオリジナルグッズや鹿せんべい証紙収入（奈良の鹿愛護会の登録商標）の販売収入である。

補助金収入は、奈良県、奈良市、春日大社、若草山保勝会からの補助金計 40,300,000 円である。

会費収入は、正会員、賛助会員費合計 6,804,900 円である。

寄付金収入内訳は、寄付金収入 4,230,059 円、募金収入 1,589,178 円である。

事業費支出については、人件費、地域保全推進費（鹿の食害や人身事故への対応のための支出）、普及事業費、鹿への飼料費等により合計 67,102,120 円となっている。また、管理費支出は 23,197,072 円となっている。

2 財団法人奈良の鹿愛護会の寄付等への取り組みについて

奈良の鹿愛護会は、健全な活動を継続的に取り組むべく、今後の資金調達として、特に寄付金収入の拡大に力を入れている。

寄付金・募金は、最近まで減少傾向にあったが、ここ 3 年間は増加傾向にある。奈良の鹿愛護会が実施している寄付・募金活動、受けている寄付内容について紹介する。

表 2 奈良の鹿愛護会の収支状況（平成 21 年度）

（単位：円）

事業活動収支の部	
1 事業活動収入	
①基本財産運用収入	601,913
②特定資産運用収入	122,474
③会費収入	6,804,900
④事業収入	46,438,194
普及事業収入	338,150
販売促進事業収入	36,550,544
その他事業収入	9,549,500
⑤受託事業収入	4,200,000
⑥補助金等収入	40,300,000
⑦寄付金収入	5,819,237
寄付金収入	4,230,059
募金収入	1,589,178
⑧雑収入	213,292
事業活動収入合計	104,500,010
2 事業費活動支出	
①事業費支出	67,102,120
②管理費支出	23,197,032
事業活動支出計	90,299,152
事業活動収支差額	14,200,858
投資活動収支の部	
1 投資活動収支の部	0
投資活動収支計	0
2 投資活動支出	
①基本財産取得支出	100,000
②特定資産取得支出	13,400,000
③固定資産取得支出	183,785
投資活動支出計	13,683,785
投資活動収支差額計	-13,683,785
予備費支出	
当期収支差額	517,073
前期繰越収支差額	1,101,142
次期繰越収支差額	1,618,215

（奈良の鹿愛護会資料より作成）

1 支援飲料自動販売機について

奈良の鹿愛護会の特徴的な寄付への取り組みとして、支援飲料自動販売機（以下、支援自販機という）の活用が挙げられる。

支援自販機の発端は、奈良の鹿愛護会のこれまでの寄付活動を受けて、近畿地方の各飲料メーカーから積極的な働きかけがあったことである。支援自販機の設置については、飲料メーカーが設置者と直接協議している。

最初の支援自販機は、平成20年5月、大手飲食店、大手飲料メーカーA社の協力により、奈良市四条大路、生駒市西白庭にそれぞれ1台ずつ設置された。当該支援自販機は、既設の飲料自動販売機（以下、自販機という）を改修し移

行させたものであり、設置者側、飲料メーカー側双方の売上の一部が奈良の鹿愛護会へ寄付されるしくみとなっている。売上に係る寄付の割合については、奈良の鹿愛護会、設置者、飲料メーカー三者による契約に基づいており、毎月、飲料メーカーから奈良の鹿愛護会に寄付金が振り込まれるとのことである。

また同時期に、市内不動産会社、大手飲料メーカーB社の協力により、奈良市登大路町に支援自販機が設置された。当該支援自販機は、設置者、飲料メーカーの売上の一部の寄付に加え、飲料とは別に、一定額の寄付をすることができる「寄付ボタン」が自販機内に設置されている。当該支援自販機は10円の寄付ボタンが二つ設置されている。



春日大社宝物殿横にある支援自販機の寄付ボタン

寄付ボタンでの寄付金額は、飲料メーカーによる売上明細チェック時に同時に計算され、毎月奈良の鹿愛護会に振り込まれるとのことである。

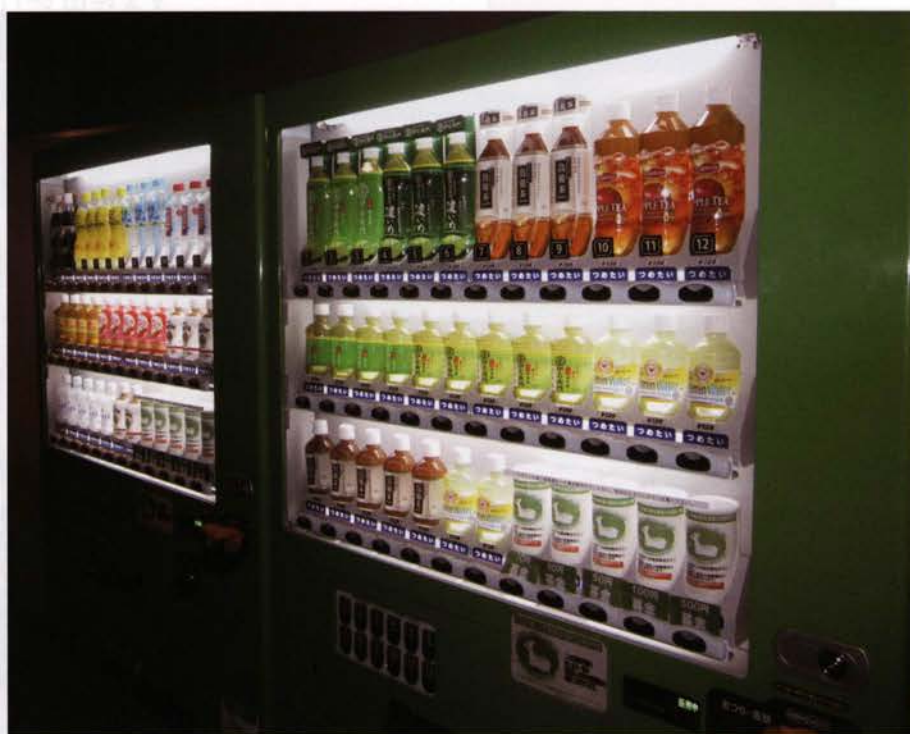
平成20年8月には、春日大社、大手飲料メーカーB社の協力により、春日大社宝物殿横に支援自販機が設置された。当該支援自販機は、春日大社分の収益分の全額が寄付され、また10円、50円、100円、500円、1,000円の金額の寄付ボタンが付いている。その後、平成21年9月に同様の支援自販機が、奈良の鹿愛護会が管理する鹿苑横にも設置された。

その他、市内物販業者が所有する支援自販機5台は、設置台数1台につき一定の月額が寄付

される定額寄付型となっている。寄付金は設置者からのみ拠出されており、直接奈良の鹿愛護会へ振り込まれる仕組みとなっている。

最近では、なら100年会館の館内に寄付ボタン付きの支援自販機が3台設置されている（寄付ボタンでの寄付のみ）。

以上の設置経緯により、平成22年11月末現在、奈良公園付近を中心に奈良県内に計13台設置されている（表3、図1）。また、13台の支援自販機の寄付総額は、平成21年度は約50万円とのことですので寄付金収入としている。また、平成22年度はなら100年会館の支援自販機の設置があったため、今後の増収が期待される。



なら100年会館に設置されている支援自販機

奈良県民のふるさとづくり

この取り組みは、奈良県民のふるさとづくりの一環として行われています。

奈良県民のふるさとづくり

表 3 支援自販機の設置状況

(平成 22 年 11 月末現在)

設置場所	自販機台数	設置年月	支援形態		
		(支援型への移行年月)	売上の一部を寄付	定額寄付	寄付ボタン
奈良県奈良市四条大路 2 丁目 1 - 3 (飲食店横)	1 台	平成 20 年 5 月	○	—	—
奈良県生駒市西白庭台 3 丁目 9 - 1 (飲食店横)	1 台	平成 20 年 5 月	○	—	—
奈良市登大路町 36 番地 (不動産会社ビル横)	1 台	平成 20 年 5 月	○	—	○
奈良県奈良市春日野町 160 (春日大社宝物殿前)	1 台	平成 20 年 8 月	○	—	○
奈良県奈良市春日野町 160 (鹿苑前)	1 台	平成 21 年 9 月	○	—	○
奈良県奈良市東向中町 2 - 1 (飲食販売店横)	2 台	平成 20 年 7 月	—	○	—
奈良県奈良市春日野町 160 (飲食販売店横)	3 台	平成 20 年 7 月	—	○	—
奈良市三条宮前町 7-1 (なら 100 年会館内)	3 台	平成 22 年 4 月	—	—	○

(奈良の鹿愛護会への取材を基に作成)

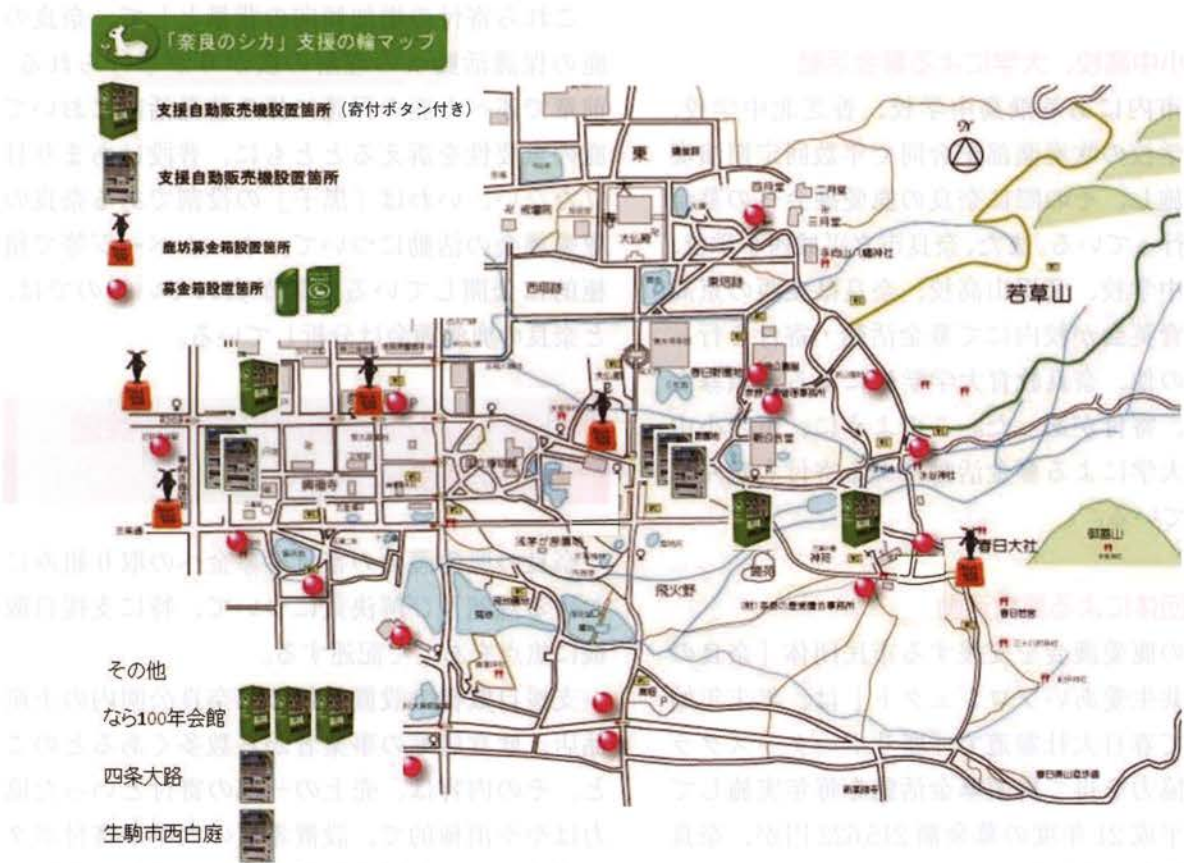


図 1 支援自販機の設置場所

(奈良の鹿愛護会ホームページを基に作成)

2 その他の寄付等への取り組みについて

奈良の鹿愛護会では、支援自販機以外でも、様々な形で寄付・募金への取り組みを行っている。

①紙製募金箱等の設置

奈良の鹿愛護会では、奈良市内各地に紙製募金箱を設置している。設置依頼先へ郵送がしやすいよう、また愛護月間での手渡ししやすいよう、募金箱は折り畳み式の紙製になっている。募金箱の作成には、奈良観光物産製造卸組合等奈良県内三団体の寄付金が充てられている。作成された募金箱は、平成 22 年度現在、奈良市内外の公共施設、大学、事業所等計 126 に設置されている。

また、「紙製募金箱」のほかに、平城遷都 1,300 年祭の公式マスコットである「せんとくん」の兄である「鹿坊（ろくぼう）くん」の彫刻が施された「鹿坊募金箱」を設置している。「鹿坊募金箱」は、奈良県庁等公共施設や事業所に計 9 箇所を設置されている。

②市内小中高校、大学による募金活動

奈良市内にある飛鳥中学校、香芝北中学校、平城中学校の吹奏楽部が合同で年数回定期演奏会を実施し、その際に奈良の鹿愛護会への募金活動を行っている。また、奈良市立平城西小学校、帝塚山中学校、帝塚山高校、奈良県立西の京高等学校育英会が校内にて募金活動・寄付を行った。その他、奈良教育大学学生による街頭募金を実施、寄付があった。このように、市内小中高校、大学による募金活動による寄付も盛んに行われている。

③市民団体による募金活動

奈良の鹿愛護会を支援する市民団体「奈良のシカ・共生愛あいプロジェクト」は、年末年始にかけて春日大社参道で「鹿サポーターズクラブ」の協力を得て街頭募金活動を毎年実施している。平成 21 年度の募金額 215,622 円が、奈良の鹿愛護会に寄付された。

④企業等による寄付

奈良の鹿愛護会へは、企業からの寄付も数多くある。平成 21 年度には、ビールメーカーが社会貢献活動の一環として売上の一部を寄付するプロジェクトを実施し、約 200 万円の寄付があった。また、近畿地方の小売業者、果物生産加工業者、奈良県中央卸売市場の共同企画による社会貢献活動の一環として、奈良の鹿の保護活動への協力を謳ったステッカーを貼ったバナナを販売し、その売上の一部が寄付されるといった、特徴的な取り組みもあった。その他、大手住宅販売会社奈良支店、奈良市内の女性団体、著名人の記念基金等といった大口の寄付もあった。

⑤その他の寄付

奈良の鹿愛護会を応援する作家有志により展覧会が催され、売上金の一部が寄付された。また、金銭による寄付以外に、社会奉仕団体等から不整地運搬車両、鹿の救急車両の寄贈もあった。

これら寄付の増加傾向の背景として、奈良の鹿の保護活動への理解の広がりが見られる。前章で述べた鹿の保護に係る啓発活動において鹿の重要性を訴えるとともに、普段はあまり目立たない、いわば「黒子」の役割である奈良の鹿愛護会の活動について、ホームページ等で積極的に公開している効果が表れているのでは、と奈良の鹿愛護会は分析している。

3 寄付等の取り組みにおける課題及び展望について

奈良の鹿愛護会の寄付・募金への取り組みにおける課題及び解決策について、特に支援自販機に焦点をあてて記述する。

支援自販機の設置依頼は、奈良公園内の土産品店、飲食店等の事業者から数多くあるとのこと。その内容は、売上の一部の寄付といった協力はやや消極的で、設置希望の大半が寄付ボタン付きのみの支援自販機である。売上に直接的

に関わる協力は抵抗感があるが、寄付ボタンは売上に直接影響しないため協力しやすいものと推測される。

寄付ボタン付き支援自販機の設置について、取り扱う機種の種類上の違いにより、現在のところ大手飲料メーカーB社とC社の二社しか対応できない状況とのことである。寄付ボタン付き支援自販機設置希望の事業者は既設の自販機を改良しての対応を希望しているが、大半の飲料メーカーは今のところその要望に応えられない状況である。しかしながら潜在的に設置を希望する事業者が多いため、今後多くの飲料メーカーが寄付ボタン付き支援自販機へ改良が技術的に可能となった際は、一気に支援自販機が増え、奈良の鹿愛護会への寄付の増加が期待されるところである。

寄付ボタン付き支援自販機の特徴から生じる

課題として、飲料を購入するところを誤って寄付ボタンを押してしまうケースが考えられるが、そういったクレームは今のところ寄せられていないとのこと。一方で、現状では寄付ボタンで寄付をしても何もでてこないことから、奈良の鹿の保護を訴えるデザインの空き缶が出るようにし、それを募金缶として寄付者に利用してもらってはどうかという外部からの提案があった。しかし、缶に一定の重量がないと缶自体が出てこないという技術的な問題があり、現在のところ飲料メーカーは対応できていないとのことである。

奈良の鹿愛護会は、技術的向上による寄付ボタン付き支援自販機の増設を各飲料メーカーに継続的に依頼していきたいとしている。また、奈良公園周辺部の事業者に対し、奈良の鹿の大切さを訴え、売上の一部を寄付する自販機の設置への協力を今後も求めていきたいとしている。



トピック記事

善意の資金が循環する社会を創るために

～日本社会と寄付、そして NPO 等の ファンドレイジングのこれから～

日本ファンドレイジング協会 常務理事 鵜尾 雅隆

我が国の NPO などの非営利組織の活動については、阪神淡路大震災以降のボランティア活動への関心の高まり、及び特定非営利活動法人法の制定などを経て、着実に実績を積み重ね、かつ、社会の認知を得てきつつある。他方で、その活動にともなって必要となる財源については、十分確保されているとはいえず、多くの NPO 等が活動資金不足に直面している状況である。

この背景には、大きく分けて 3 つの側面がある。

第一には、寄付などの、NPO 等の活動を支える資金を提供するという行為について、なかなか一般的になってきていないという状況があること（寄付市場形成上の課題）。

第二には、NPO 等自身のファンドレイジング（活動資金集め）力の低さという課題があること（NPO 等側の課題）。

第三には、助成金や行政などの補助金が NPO 等の活動の財源的成長に活かしきれていないという課題があること（助成機関等の課題）。

日本社会と寄付

まず、日本社会における寄付ということについて考えてみたい。

国内や海外での貧困や障害者の問題、高齢者の孤独死の問題などを聞いたり、TV などで見たりすると、「なんとかしてあげられないだろうか」という気持ちがする人は多くいると思われる。しかし、普通の一般市民が、いきなりこの問題を直接解決できるわけではない。これまでの日本社会であれば、政府に任せておくと、そうした社会の課題は解決できると考えてきた側面もあるが、全てを行政に任せることは、膨大な社会保障支出にもつながる。そうした中で、NPO や NGO などの民間の団体の取組が重要になってくる。政府レベルの取組では拾いきれないきめ細かい取組やスピードある取組を行ったり、現場の状況を的確に発信することで社会の理解を促進したりする役割を担うのが民間の NPO 等の活動である。こうした NPO や NG

O の取組は、必ずしもすべてサービスの受益者から対価を得て支援を行うということではできないため、当然、活動を支える支援を社会に求めていく必要がでてくる。

一方、一般市民の側においても、社会的課題の解決に貢献する方法のひとつとして、NPO などのスタッフとして活動するというのも一つの方法であるが、皆がスタッフになれるわけでもない。そこで、ボランティアとして活動を応援したり、金銭や物品を社会課題の解決に取り組む NPO・NGO などの団体に寄付するということがある。こうした応援の中でもボランティア活動については、この 10 数年の中で社会的にも随分となじみが出てきている。しかし、市民社会におけるフィランソロピー（社会貢献）活動の両輪ともいわれているのが、「ボランティア」と「寄付」。その後者の「寄付」という形での市民参加の方法については、これまで日本社会でもあまり全体像が知られていなかったといえる。

日本の寄付市場 1 兆円

そこで、冒頭の第一の課題（寄付市場形成上の課題）に立ちかえてみると、寄付という行為の「可視化」が進んでいないという側面と、寄付の機会創出のメカニズムの不足という側面がある。寄付市場の「可視化」とは、日本社会の「寄付市場」の全体像や変化が見えること、すなわち、日本には毎年、どのくらいの寄付などの善意の資金の流れが存在するのかが、統計的にも明らかにしていくことが重要である。

各国の状況を見てみると、主要各国には、アメリカの Giving USA、オランダの Giving in Netherlands、韓国の Giving Korea など、それぞれの国の寄付の流れを明らかにするレポートが民間の機関から発行されており、国内外の寄付への関心や、法制度の改正などの面で重要な役割を果たしている。しかしながら、我が国では、散発的な統計調査は存在するものの、信頼できるデータは非常に限定的であり、また継続的に発行される寄付に関するレポートはないことから、日本ファンドレイジング協会では、日本で初めてとなる『寄付白書 2010 GIVING JAPAN2010』を 2010 年 12 月 20 日に日本経団連出版から発行し、日本の寄付市場の全体を明らかにする取り組みを始めた。この寄付白書では、広義の寄付の状況を把握するため、国や地方自治体、政治献金、宗教団体（寺社、仏閣、

教会へのさい銭・献金、檀家となっている寺院への寄付、祭礼への寄付を含む）、自治会や町内会、婦人会や PTA、地域の催事や祭事への寄付も調査対象とした。

以下では、『寄付白書 2010 GIVING JAPAN2010』からのデータを引用しながら、「寄付を増やす」ために不可欠である、日本の寄付市場の概観と特徴の拾い出しをしてみたいと思う。

まずは、寄付という行為を次のように定義してみたい。「自分自身や家族のためではなく、募金活動や社会貢献等を行っている人や団体に対して、金銭や金銭以外の物品（衣料品、食料品、医療品、日用品、クレジットカードのポイント、不動産など）を自発的に提供する行為」。

このような定義で調査した結果、日本の寄付市場は、個人／法人併せて 1 兆円規模となる。

日本人の年間の個人寄付総額は 5,455 億円である。寄付を行った人は 3,766 万人で、これは日本の 15 歳以上人口の約 34% に相当する。これの個人寄付推計額は、『家計白書』、『非営利サテライト勘定』、『NPO 白書』といった既存統計等に比べると大きめとなるが、それは、既存統計では、宗教組織への寄付や教育分野への寄付が除外されていたりしたためや、PTA への寄付、町内会への寄付などを「寄付」として回答者がとらえていなかったケースなどがあったためであると考えられる。

表 1. 寄付のマクロ規模の推計比較

() 内の年は推計に使用されたデータの利用年		寄付推計総額
家計調査 (2009 年)		1,193 億円
非営利サテライト勘定 (2007 年)		2,593 億円
NPO 白書 2010 (2006 年)		2,775 億円
	寄付	5,455 億円
寄付白書 2010	会費	3,755 億円
	寄付+会費	9,210 億円

寄付市場 1 兆円というのは、決して小さなものではないが、名目 GDP（国内総生産）比率でこの結果をアメリカおよびイギリスと比較した場合には次の表のようになる。

表 2. 寄付のマクロ規模の推計（国際比較）

	個人寄付総額	名目 GDP 比
日本 (2009 年)	5,455 億円	0.12%
アメリカ (2009 年)	2,274 億ドル	1.60%
イギリス (2008 年)	99 億ポンド	0.68%

一方、日本の企業の年間寄付総額は、4,940 億円（2008 年度）で、法人所得に占める割合は 1.4% に至る。2008 年後半からの世界的な金融危機による経済情勢の悪化を受け、法人所得は激しく落ち込み、前年比で大幅なマイナスとなった中で、寄付支出額は対前年比でわずかながらプラスで、対法人所得比も 1.4%とそれまでの平均的な水準を保っている。

以上から、個人寄付と法人寄付をあわせると日本の寄付総額は約 1 兆円となることが分かっ

た。ちなみに、会費総額は 3,755 億円と推定され、個人寄付と会費を合わせた総額は 9,210 億円である。（※ただし、会費は全てが寄付的要素を含むものではない）

寄付のマクロ規模について、国や地方自治体、政治献金、宗教関連、その他の分野に区別すると、前 3 つの合計は 2,991 億円となり、寄付市場全体の約 55%に相当する。特に、宗教関連は 2409 億円で 44.2%を占め最も多くの寄付を集めていることが明らかとなった。その他の分野では、次の 3 分野が上位を占めた。国際協力が 662 億円、教育・研究が 425 億円、緊急災害支援が 232 億円である。

その他、寄付者の関心について、特徴的な点は次のようなものである。

遺産寄付への関心が高まっている

高齢化が進み、個人の金融資産の大半（推計で 860 兆円に及ぶという数字もある）が帰属する 60 歳以上の日本人が急増する中、日本社会で生まれつつある新しいトレンドが、相続の一部を寄付するという行為の静かな広がりである。寄付白書における調査においても、遺産寄付の意思がある人は、14.7%で、60 歳代では 15.8%

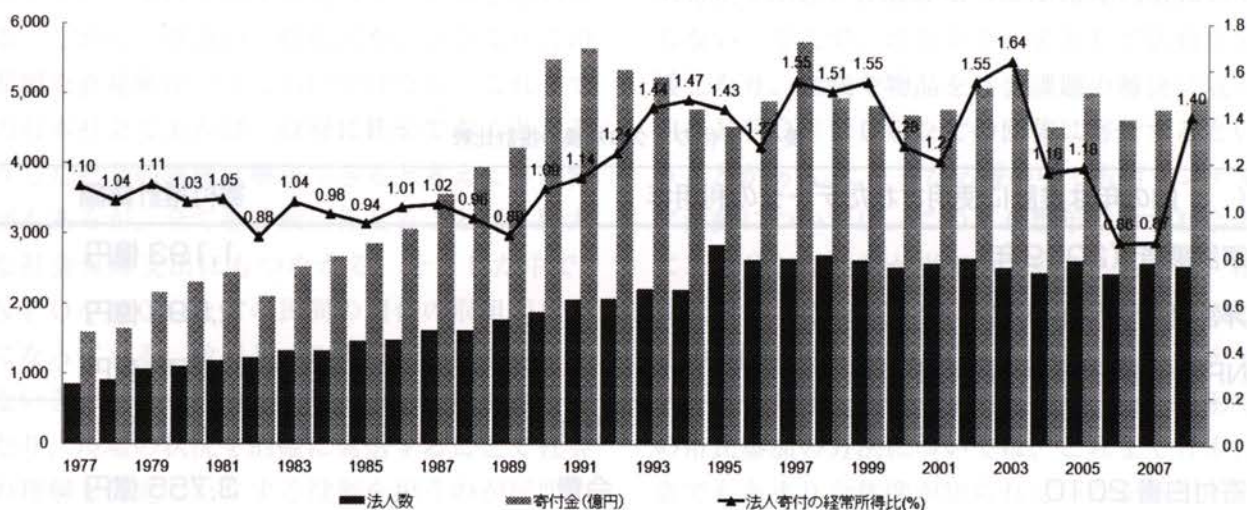


図 1. 法人寄付の推移

であった。特に実物資産が高い層に関心がある。また、遺産寄付の意思がある人のうち、いずれかひとつの寄付先に寄付をすると回答した人は58.8%で、複数の寄付先に寄付をすると回答した人は41.2%であった。

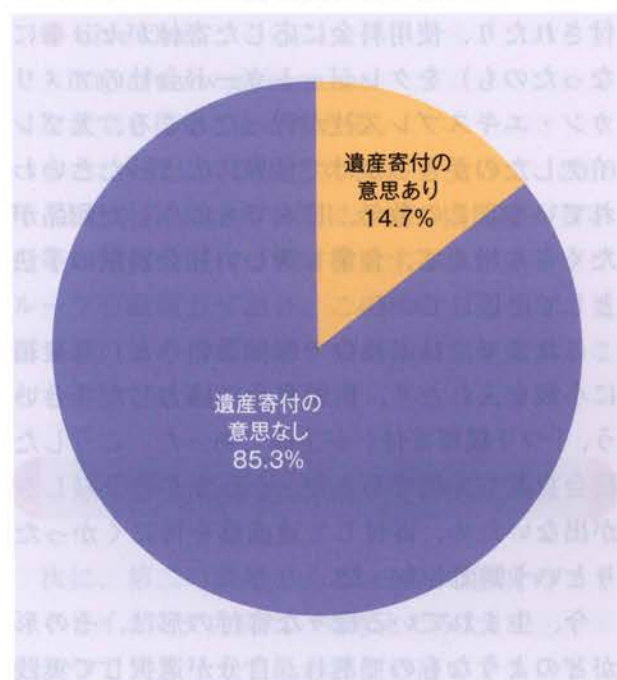


図2. 遺産寄付の意思の有無

こうした傾向は、従来の募金箱や小銭を寄付するといった、「釣銭型」の寄付行動が主であった日本社会において、全く別の大口寄付潜在の可能性を示しているものとして興味深い。

寄付者は複数団体へ寄付を行う

更には、同じ調査において、寄付をした人のうち、年間2団体以上に寄付をした人は66.6%に至るというのも興味深い数字である。4団体以上に寄付した人も17.9%いる。因みに3団体以上に寄付を行った人の分野別の内訳をみると、共同募金(78.1%)が最も多く、次いで緊急災害支援(47.0%)、日本赤十字(39.7%)となっている。福祉や災害支援に関する寄付が多いといわれているが、この内訳からも、これらの分野の複数の団体に寄付を行っている可能性が伺える。

日本社会では、寄付というと、ともすると大手有名団体に集中する傾向があるといわれてきたし、実際その傾向が強い。他方で、この調査が示す通り、多くの寄付者は複数団体に寄付する傾向があることも事実であり、個々のNPOの努力によっては、様々な寄付者を自団体の支援者にしていける可能性もあるといえる。

寄付金の控除拡充

今年度の日本社会における大きな変化は、寄付税制の拡充である。税額控除50%が可能になる税制であり、かつ、寄付控除の対象となる認定NPOとなる要件が大幅緩和されることが政府方針として定められた。では、実態として、寄付金の控除がどのくらいの影響を与えるかについてであるが、調査結果によると、確定申告をしたが、寄付金については確定申告を行わなかった人は、39.2%に上る。その内訳について、上位3つの回答は次の通りである。「寄付した金額が控除を受けられる最低金額よりも低かったから」・28.7%、「申告により還付される金額や割合が小さいから」・24.1%、「申告制度そのものを知らなかったから」・22.7%。確定申告をした人であっても、およそ4割の人が寄付控除を利用していない現状、及びその理由を踏まえると、申告による還付比率の改善や寄付控除拡充についての認知度向上を通じて、今後の変化が期待できる。

寄付に対する意識

「日本においてもっと寄付が進むようになるとよい」と答えた人が約60%の反面、回答者のうち、実際に寄付を行った人は37.6%にとどまっており、寄付の重要性の認識や理解はあるものの、実際の行動につながっていない点が明らかとなった。また、「税金を払っているので寄付する必要はない」と答えた人が36.0%存在している。

ボランティアと寄付の関係

日本人でボランティア活動を行った人の活動時間は1ヶ月平均12.4時間である。15歳以上人口の36.1%の人が、ボランティアを経験し金銭換算すると10.5兆円に相当することが分かった。特に、金銭寄付を行った人の54.7%はボランティアも行っていることも明らかになった。

こうした寄付やボランティアの実態調査から明らかになってきていることは、第一には、日本人は決して寄付をしないということではないということである。他方で、これまで、寄付の多くは宗教組織や教育機関などに行われており、NPOなどには決して多くの寄付が行っているわけではない。また、「税金を払っているので寄付をする必要がない」(36%)と考える人に比べて、寄付が重要であるという人は60%に至る反面、実際に寄付を行っている人は37.6%と6割程度にとどまっているということも特筆すべき点といえる。

変化しつつある日本社会

そうした中、近年の日本社会の関心の変化は顕著に表れてきている。高齢白書によると、80歳以上のシニアの25%弱が「NPOに関心がある」と回答しているが、この数字は60歳から64歳の層では60%前後の数字にまで伸びる。また、内閣府の調査によると、「社会の役に立ちたいと思う」という人は、1990年から2006年ごろまで60%前後を推移しているが、2008年には約70%に増加している。明らかに社会は変化しつつある。

こうした社会の変化を受けて、今、注目されている動向は、寄付商品の増加である。

寄付商品とは、モノを購入したり、サービスを利用すると、売り上げの一部が寄付になるというもの。直接お金を寄付するのには躊躇するが、自分が欲しいモノを購入するなら、どうせなら社会のためになるようなモノを購入しよ

うという動きである。英語では、コーズ・リレーティッド・マーケティング(Cause Related Marketing)と言われ、アメリカで1980年代に、自由の女神像修復事業キャンペーン(アメリカンエクスプレスのクレジットカードに加入すると1ドルが自由の女神像修復キャンペーンに寄付されたり、使用料金に応じた寄付がセットになったもの)をクレジットカード会社のアメリカン・エクスプレス社が行ったところ、大ブレイクしたのがきっかけで世界に広まったといわれている。この数年、日本でもこうした商品がたくさん増えて、企業も新しい社会貢献の手法として注目している。

これまで、日本社会で寄付というと、募金箱に小銭を入れたり、街頭募金に協力したりという、「つり銭型寄付」が主流であった。こうした社会貢献も大切であるが、なかなか自分らしさが出ないため、寄付して達成感を得にくかったりという側面もあった。

今、生まれている様々な寄付の形は、その形がどのようなものであれ、自分が選択して実践しているということがポイントである。寄付先を選ぶ、寄付の方法を選ぶ。自分らしい選択をすることによって、寄付も、「なんだかよくわからないし、どう使われているのかよくわからない」という状態から、少し前進することが期待される。

そもそも、日本だと寄付って施しのお金というイメージがある。しかし、寄付には、ある意味、「未来への投資」という側面もある。自分が考える社会をこういう形で実現してほしい、こういう社会の問題をしっかりと解決に向けてほしい、そういった想いを託して、寄付するという行動が増えてきている。まさに、NPOに未来の夢を「信じて託す」行為がとしての寄付である。

また、寄付の機会の創出や、寄付先についての情報を分かりやすく提供するインターネットサイトも少しずつ充実してきているのも寄付市場の形成上は重要な変化である。

いくつか事例をあげれば、一定条件をクリアしているNPOのいろんな情報は、

● Canpan

https://canpan.info/dantai_list_view.do

● チャリティプラットフォーム

<http://www.charity-platform.com>

● Give One

<http://www.giveone.net>

などでも得ることができる。

また、「新しい公共」の流れを受けて、2010年12月から2011年3月にかけて内閣府がNPO等の情報公開について検討するワーキンググループを設置しており、この検討を通じて、更にNPO等の情報開示への流れが加速化することも期待される。

NPOがファンドレイジング力を高めるために

次に、第二の課題である、NPO自身のファンドレイジング力について考えてみたい。

かつてアメリカで最も評価の高いファンドレイザー養成校である、インディアナ大学のThe Fundraising Schoolでファンドレイジング研修を受けていた際、ティム・スレイラー校長が言っていた言葉を思い出す「ファンドレイジングはマジック（魔法）じゃない。ひとつひとつ、やるべきことを積み重ねることで、誰もが、必ず成功できるものなんだ。」。

確かに、アメリカにいた際、実際にNPOで働いてみて、それぞれのNPOがいかに地道に支援者や潜在的支援者とコミュニケーションを積み重ねているかに驚かされる。

他方で、日本のNPOを見ると、環境の違いを差し引いても、自分たちの活動の社会へのアピールの努力や、支援してくれている人たちへの感謝において、その取り組みに大きな格差を感じる。

この状況を改善していくために、必要な取組のポイントは次の3点である。

第一に、「成功事例」の共有の機会を多く作り出すことである。

日本社会では、「こうすべきである」という議論は、頭では理解できても、体が動いていかないというところがある。ファンドレイジングについても、その傾向は同様である。いい成功事例に触れることで、積極的に社会とコミュニケーションしようという意欲が生まれる。私たちも、「ファンドレイジング日本」という2日間の大会を毎年2月に開催しており、その中では、全国各地のファンドレイジングの成功事例を集め、2日間、「成功事例のシャワー」を参加者に浴びていただく機会を提供している。この2日間を通じて、「意識」の変化を生み出すことが目的である。

第二に、基本スキルの体系的理解の機会の創出である。

残念ながら、今日現在、寄付・会費、助成金・補助金、事業収入などの財源をトータルでマネジメントし、獲得しているスキルやノウハウをまとめたトレーニングプログラムが整備されていない。これを我々も体系化する必要性を強く感じている。そのうえで、2011年度中には、「認定ファンドレイザー」という資格制度を創設する準備を進めている。こうした資格制度の明確化は、職能の明確化とスキルの底上げを促進させることから、日本社会の変化に大きな影響を与えると考えている。この制度設計にあたっては、欧米各国のファンドレイジング協会との協議を既にスタートさせていて、各国制度との相互交換関係（既に主要先進国には各国版の認定ファンドレイザー制度がある。）の構築も念頭において準備を進めている。

第三に、寄付者・支援者情報管理システムの導入である。

支援者とコミュニケーションする際、よく言われるのが、「手間がかかる」ということである。支援者を大事にしたいが、手間が増えるのは困るというのは、人的資源の限られたNPOでは当然の意見とも言える。また、支援者も100人を超えると、一人の人間の管理できる範囲を超えてきてしまう。そうすると、支援者とのコミュニケーションをより緊密にしつつも、却って事

務が効率化されるような取組が必要となる。この部分で欧米と日本の最大の格差は、「寄付者管理データベース」の存在の有無である。欧米には、非常に安価で、かつNPOの実情にあわせた寄付者・ボランティア・業務管理データベースがあり、NPOの事務効率を高めているが、日本にはそれが無かった。しかし、最近、セールスフォース社のNPO向け無料版データベースやマイクロソフト社のNPO向けパッケージなど、いくつかの解決策が日本でも提供されるようになった。これらは、NPOの実務を大きく改善する可能性がある。

助成金や行政の補助金をどう考えるか

第三の課題として、助成金や行政の補助金の果たす機能について考えたい。

企業や財団の助成金、行政の補助金などは、NPO等が活動していくうえで、まとまった資金を得られる貴重な機会である。他方で、そうした資金の取りやすさから、「依存関係」に陥るケースもある。ポイントは、いかに、こうしたまとまった資金が得られる機会をとらえて、「成長するNPO」となるかである。

私は、これを「助成金等を『消費』するのではなく、未来に『投資』する発想を持つ」ことであると考えている。これは、助成金等を得ている機会を最大限有効活用して、新しい事業モデルを構築して、助成金がなくなったあとでも事業収入が入るメカニズムを構築したり、助成金を活かしてイベントを開催して、地域の有力者を巻き込む機会としたりといった、「未来の自己財源獲得への投資」として位置付けることである。多くのNPOは、助成金などをもらって、それを計画どおりに執行することに一生懸命になるあまり、本当に「消費」して終わってしまう。そのため、助成金が終わると、事業も縮小ということがよく起こる。これでは、助成する側も、達成感がない。

しかし、こうした動きがより進むためには、

助成する側、補助金を出す側にも課題がある。2点指摘しておきたい。

第一には、助成金等が事業支出に限定される傾向が強いということである。

かつてはアメリカの助成財団も事業支出に限定する傾向があったが、今では6割を超える助成金が、NPOのオーバーヘッドコスト（管理費見合いの経費）を2-3割認めるのがあたりまえになってきている。そうしないと、結局、NPOに人材が育たず、助成期間後の自立的成長が達成できないという問題意識から、そのようになった経緯がある。他方で、日本では、こうした管理費・人件費への支出を認める助成金が非常に少ない。「管理費を認めると依存関係が強まるのではないか」という意見は、かつてのアメリカにもあったが、そうはならないように、多様な財源を獲得しようという意欲あるNPOを選んで支援するようにするというところで、結果としてNPO側も様々な財源を組み合わせて事業展開しており、概ね問題は生じていない。

第二には、組織基盤強化を直接支援する助成金の少なさである。

日本では、事業助成が多い反面、NPO等の広報力強化や人材育成への助成は極端に少ない。これは、どの助成機関も、自分たちの助成で、子どもたちが救われたり、環境が改善したりといったことが実現することを一義的には目指したいので、当然といえば当然のことではあるが、NPO等が成長して、助成機関が達成感のある助成事業を展開するためには、誰かがNPO等の基盤を強化しないといけないという状況は依然として残っている。そうした中で、パナソニックのように、基盤強化を支援する財団も出てきているが、未だ十分な広がりを見せていない。

まとめにかえて

これまで、寄付市場の形成上の課題、NPOのファンドレイジング力上の課題、助成など支援する側の課題について述べてきた。こうした

様々な要因が絡み合い、日本のNPOの活動資金がうまく集まっていない状況を生み出しているというのが今日の日本の状況である。しかし、今、この一見複雑で、深い課題であるかのように見えるNPOの活動資金難に、この数年で大きな変化が起きる兆しもある。

ひとつの重要な要素は、2010年度の補正予算で計上された内閣府の「新しい公共」支援事業である。全47都道府県に配布（各自治体には1～2億程度）され、2年間活用可能なこの予算は、NPO等が社会から支援を集めることを支援する目的に活用できるということと、全自治体に

配布されるという点で画期的であるといえる。また、全県で同時進行されるため、各県での取り組みの成功事例が、全国で共有化されるきっかけになるという点でも興味深い機会である。

この予算が、上述した課題の中でも、NPO間の成功事例の共有や、組織基盤の強化、人材の育成といった側面で有効活用されることとなれば、数年後のNPOセクターの見え方は少し変わったものになるかもしれないと考えている。私たちも、全国の自治体や中間支援組織の取組を応援していきたいと思っている。

東国半監開金資の村田りくゝと淑典

（代表理事・理事長）

公益財団法人日本NPOセンター 代表理事・理事長

公益財団法人日本NPOセンター 代表理事・理事長

公益財団法人日本NPOセンター 代表理事・理事長

公益財団法人日本NPOセンター 代表理事・理事長

公益財団法人日本NPOセンター 代表理事・理事長

地域づくり団体

地域づくり団体の資金調達事例集

平成23年2月発行

編集・発行 地域づくり団体全国協議会

〒103-0027 東京都中央区日本橋2-3-4

日本橋プラザビル 13階 財団法人 地域活性化センター内

TEL : 03-5202-6134

FAX : 03-5202-0755

印 刷 株式会社 サンワ

