

TOP > 変える力・変える人 > 変える人 > 2014-No.13-1 市民活動を支える地域のお金の流れをつくりたい



## 市民活動を支える地域のお金の流れをつくりたい

京都地域創造基金 理事長 深尾昌峰

2014/10/

シェア



1. [日本初!! 市民の寄付でできた財団](#)
2. [発達すればするほど市民性を失 NPOへの危機感](#)
3. [すべては「ほっとけない」から](#)
4. [寄付をしない理由は「頼まれたとがないから」](#)
5. [「俺は社会のために飲むぞ!」](#)

### 日本初!! 市民の寄付でできた財団

日本初の市民立のラジオ放送局。日本初の市民の寄付によって設立された公益財団法人。京都で立ち上げられたこれらの事業の仕掛け人が、[京都地域創造基金](#)の理事長を務める深尾昌峰さんだ。



「もともと、市民はいろんなことができる、と思っているんです。1998年にきょうとNPOセンターというNPOを立ち上げているんな活動をしてきましたが、その頃のNPOというのは、いつまでたっても、どこに行っても同じ人たちに会う、マニアな世界でした。それを、いかに市民社会に広げていけるかが2000年頃からの課題です」

行政の力に頼らず、NPO団体など市民が自ら事業を行うことは、資金面を筆頭にさまざまな困難を伴う。そうした事態を打破しようと、きょうとNPOセンターを立ち上げた当初は、行政に向かって「NPOが活動するには資金が足りない」と訴えていた。

「だけど、それではなにも変わらないということが、10年ほどの活動のなかでわかってきました。だったらもう自分たちでやるしかない、ということで、300人以上の市民の皆さんたちと立ち上げたのが、[京都地域創造基金](#)です」

京都地域創造基金は、日本ではじめて、市民からの寄付によって設立された公益財団法人だ。それまでの財団法人は、企業や個人の財産によって設立されたものしかなかったが、京都地域創造基金は、設立に必要な300万円をすべて市民からの寄付で集めてつくられた。

「ひとり1万円で、300人から集めようということで始めました。300万円出してもいいよとってくれる方もいましたが、お断りしました。なぜかというと、支援を『する』『される』という関係性を変えたいと思ったからです。自分たちに必要だから自分たちでつくるんだ、ということをお互いに考える機会にしたかったんです」

300万円集まらなければ、集まった分をお返ししてやめるつもりだったと、深尾さんは言う。市民が求めているのであ

れば、やっても意味がないと考えたからだ。だが、300万円は意外にあっさり集まった。

「ソーシャルなお金の流れをもっとつくって循環させていけば、もっといろんな可能性が地域につくれると思うんです。『お金の流れが社会を変える』をテーマに、京都地域創造基金はスタートしました」

### 発達すればするほど市民性を失うNPOへの危機感

京都地域創造基金立ち上げの背景のひとつには、深尾さんがNPOについて感じていた危機感があった。

「活動を展開していく中で、制度、仕組みに回収されてしまっているNPOが多い。厳しい言葉で言うと、NPOの持つ市民性が収奪されているのではないかと感じています」

「NPOが制度、仕組みに回収される」とは、どういうことだろうか。たとえば、NPOには福祉・介護系の分野に属するものが多い。彼らは、介護保険と自立支援法による保険事業の担い手となる。それはつまり、保険事業という制度にぶら下がっている事業体ということだ。



「いま、地域公共政策というものは、アウトソーシングがひとつの基軸になっています。その結果、『協働』の名のもとに、どんどん置き換え型の事業が行われています。つまり、これまで行政がやってきたものを市民と協働するというかたちで、企業、あるいはNPOが行政の事業を下請けするという構図になっているんです」

行政の下請けとして行う事業は、税金を用いたものとなるため、そこには当然一定のルールが敷かれる。

「その結果、組織や事業の同質化という現象が起こってきます。そうすると、NPOという制度、仕組みが発達すればするほど、NPOに関する制度論が発達すればするほど、本来持っていた先駆性や自立性といった市民性が回収されてしまうんです」

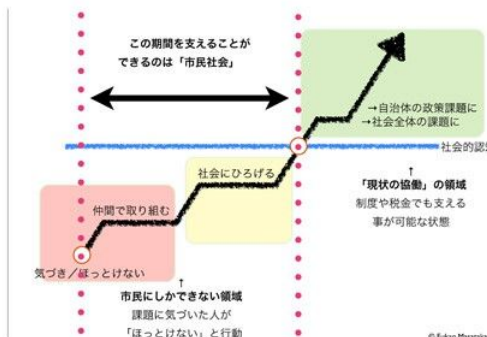
だが、現場のNPOからすると、生き残るためにしかたがない面もあるのだということも、深尾さんはわかっている。行政の下請けとなる毒性を認識しつつも、自分たちが取り組んだ方が効果が出るということを信じて、事業を取りに行く。そのうちに、その毒性に慣れてしまって、いつしかそれが当たり前になってしまうということが、いま起こっている現象だ。

### すべては「ほっとけない」から始まる

深尾さんは、社会課題とその解決策の動きを、右の図のように説明する。

「私たちの社会的課題の解決は、気づいたり、『ほっとけない』と思った人が行動を起こすことから始まります。それが、図の左下のゾーンです」

深尾さんはDV（ドメスティック・バイオレンス＝家庭内暴力）を例に挙げた。DVという課題自体は日本でも60年代後半から認識され始めていたが、当時は単なる夫婦喧嘩という位置づけでしかなかった。



社会課題の変遷イメージ（コピーライト：深尾昌峰）

「夫婦喧嘩だから、社会も警察も動かせませんでした。そこから30年を経て、ドメスティック・バイオレンスという言葉と概念が認知され、社会に広がっていきました。そして2001年にDV防止法ができました。結果、このDVという課題は図の右上のゾーンにきました。課題として社会的な認知を得て、政策的に取り扱われ、税金を投入して対応できる時代に入ったんですね。私は、すべての課題がこうした道筋をたどるんだろうと思っています」

いまでは一般的な訪問入浴車も、活動開始当初は社会に受け入れられなかった。いまとなっては考えられないことだが、当時は公序良俗に反すると批判されたのだ。

「車に風呂を積んで街中をうろろろするなんて破廉恥だ、と言われて、はじめはナンバープレートの交付さえ拒否されたんです。これは、ひとえに概念がなかったから。福祉や介護の現場で働く人たちのニーズが、社会全般の認知を得ていなかったんですね」

そんな訪問入浴車も、いまではごく当たり前に見かけ、補助金の対象にもなり、介護保険事業のメニューのひとつにもなっている。

「ところが、ここで先ほどの『市民性の回収』という課題にぶつかります。社会課題解決のために制度が走って行くと、どうしても図の右上のゾーンに集中してしまうんですね。本来は、左下のゾーンにある課題に自由闊達に取り組めるのが、NPOの市民性の良さだと、私は思っています」

なにが問題が起きると、市民は「行政はなにをやっているんだ」と攻撃しがちだが、そもそも行政には取り組みない領域の課題があると深尾さんは言う。税金という仕組み上、図の左下のゾーンの課題に、いまの行政が取り組むことは難しい。

「その課題に取り組めるのは、課題に気づいて『ほっとけない』と思った市民自身なんです。私はそこが非常に大事だと思う。だから、私はこの左下のゾーンの活動を支えるお金の流れをいかにつくるかということを考えたいと思いました。市民活動を支えるのは市民社会だというテーマを掲げて、そのための資金プラットフォームをつくらうということで、京都地域創造基金をつくることにしたんです」

寄付をしない理由は「頼まれたことがないから」

そもそも、なぜ地域の中で市民活動に資金が流れないのだろうか。よく言われるのは、「日本には寄付文化がない」ということだ。

「京都地域創造基金をつくるときに、『そんなことをやっても無駄だ、日本には寄付文化がないんだから』ということ、相当言われました。だけど、まずは実情を調べるしかないと思って、京都府に提出されたすべてのNPO法人の財務諸表をコピーして、寄付額をぜんぶ足してみたんです。そうすると、だいたい6億円でした」



当時、京都府にはNPOがおよそ1,000団体存在していた。ということは、1団体あたりの寄付額は、60万円くらいということになる。

「ところが、寄付額の多い順に並べ替えてみると、1,000団体中、上位100団体で、4億円を集めていることがわかりました。つまり、寄付が集まらない、日本には寄付文化がない、と言われていた中で、ちゃんと集めているところは集めているということなんです。要は、寄付が『集まらない』んじゃなくて、『集めていない』んじゃないかということに気づいたんです」

一般市民側に「なぜ寄付をしないのか」という調査をすると、いちばん多かった答えは、「頼まれたことがない」だった。2番目は「寄付するお金がない」。「なにに使われるかわからない」という答えも3番目に多かった。

「頼んでいないなら、きちんと頼まなければいけないだろうと。また、『なにに使われているかわからない』という答えも3番目に来ていましたが、これもどうにかしなければいけないと思いました。実際、NPOを騙って詐欺を働く団体も残念ながらかなりいて、これは僕らの社会からするとかなり深刻な問題です」

当初、深尾さんはそうした団体のブラックリストをつくらうと考えた。だが、名前を変えられてしまえば意味がなく、そうした団体を捕捉するのは現実的に不可能だった。

「そこで、発想を逆転させて、ホワイトリストをつくることにしたんです。きちんと情報開示をして、第三者認証の仕組みをつくって、安心して寄付できる団体のリストをつくらうと。きょうとNPOセンターで、『きょうえん』という、各団体の情報開示度を評価するポータルサイトをつくりました」

当初は「忙しいのになんでこんなことをしなければいけないんだ」と不満を漏らす団体もあったが、いまではほとんどの団体が積極的に参加している。

「『きょうえん』では、NPOの評価に3つのステップを設けています。ステップ1では、情報開示に対する姿勢を評価する。実際には『きょうえん』に登録するとステップ1はクリアということになります」

ステップ2は、きょうとNPOセンターの事務局による確認・認証だ。団体により公表された内容と実際の組織状況に齟齬がないかを確認する。

「ステップ3では、訪問調査やヒヤリング、第三者審査委員会による審査を設けています。そうやって3つのステップを設けて情報を開示していくと、どうことが起こったか。資源が集まり始めたんです。どこに寄付したらいいかわからないと思っていた企業や人が、このサイトの情報を頼りに寄付先を決めていただけるようになったんですね」

たとえば、あるカイロメーカーは、春先になると、余った商品を活用してくれる団体を探しているが、寄付した商品を横流しされる危険性があるため、提供先には非常に慎重だ。

「そうしたときに、『きょうえん』のようなサイトがあると、コミュニティの中での信頼関係が見えますから、『みなさんで分けて活用してください』というかたちで提供しやすい。お菓子メーカーさんから、『子ども向けのNPOでこのお菓子を分けてください』といったかたちの寄付をいただくこともあります」

こうして地域社会で顔の見える関係性の中で認証し合い、相互に信用を創り出していくような仕組みとして、「きょうえん」は運用されている。

「俺は社会のために飲むぞ！」

特筆すべきは、寄付を集める財団と同時に、

それを実際に活用する団体の信用を流通させる仕組みをつくって横に置いたことだ。「きょうえん」を京都地域創造基金と同時につくり、集まった寄付の用途を確認できたり、「寄付を集める目的がわからない」という不安を感じる人のために、NPO側が情報を発信できる環境を横に置いたことで、寄付が集まりやすくなった。



「京都地域創造基金は市民でつくった自転車操業型の財団なので、寄付をしっかりと集めない、活動資金を吐き出すことができません。かつ、それを広くいろんな人たちに知ってもらって、参加してもらおう仕掛けを創り出していかねばならないと思って、カンバイチャリティという仕組みをつくりました」

カンバイチャリティとは、居酒屋の協力のもと、寄付を集める仕組みだ。たとえば、通常350円の生中を400円で販売してもらい、差額の50円を寄付に回す。寄付する先は事前に選んでもらった。

「これまでに3回キャンペーンを行い、多くの居酒屋さんに協力していただきましたが、地域経済圏みたいなものを意識してお願いに回りました。大手全国チェーンの居酒屋さんに協力してもらおうと、一気に全国に広がるのでもいいんですけど、それでは結局いろんなものが東京に行ってしまう。僕たちは、このキャンペーンが京都で商いをされている方々のお店がお客様に選択されるひとつの機会になればいいなと考えていたので、全国チェーンではなく、京都の中で商売をされている方々にお願いに行きました」

そうしたお願いを断る人は、誰もいなかった。あるオーナーは、「ほんとうにうちの店でこんなことができるのか。こういうかたちで、うちの店が社会の役に立てるのか」と、涙を流しながらスタッフの手を握りしめたという。

「そのオーナーは京都で数店舗を経営されていましたが、一斉休暇日をつくり、全店舗の社員、バイトを集めて、私たちにプレゼンテーションの場を設けてくださいました」

その取り組みは、深尾さんも驚くような効果を生み出した。その頃、朝ごはんを食べられない子どもたちのために地域食堂をつくる動きがあり、このキャンペーンではそうした子どもの貧困問題に取り組むNPOを寄付先を選ぶ経営者が多かった。

「私自身も協力してくれたお店に客として行ったんですが、カンバイチャリティのポップが置いてあるので、『これはなんですか？』ってわざと訊いたんですね。そうしたら、バイトの女の子が、120%の説明をしてくれるんですよ。『お客さん、よく訊いてくれました。この国には朝ごはんを食べられない子どもたちがいるんですよ。お客さんは4人で来てくれたから、みなさんがこれを頼んでくれたら、ちょうど一食分になって、ハッピーじゃないですか』って、彼女なりの表現で一生涯説明してくれるんです。もう、僕は涙が出そうになって」

店内を見渡すと、どの店員も、各テーブルで一生涯懸命動めてくれているのがわかった。

「これはどうしたことかという、その瞬間、店員さんたちは、その団体のファンドレーザーになっているわけです。団体の活動をPRして、募金を集めてくれているわけですから。そうすると、ちょっと離れたテーブルにいたおじちゃんなんかが、『そうか！俺は社会のために飲むぞ！』なんて言って、ご機嫌に飲んでるわけです。まあ口実なんですけど（笑）、非常に健全だなと感じました」

この光景は、深尾さん自身にとっても非常に励みになったという。

「寄付が集まらないのはそもそも頼んでいないからだということを裏返してみると、こうやってさりげなく参加できるような頼み方があれば、人はみんなハッピーな顔をしながら協力してくれるっていうことがわかったんです。そういう人たちは50円の寄付にとどまらずに、帰り際にもレジ横に置いてもらった募金箱にお金を入れて帰って行く人が多かった。おつりをぜんぶ入れていく人もけっこうおられましたね」

また、常連の通っているお店ならば、キャンペーン終了後も「あれ、どうなった？」と訊かれることがある。そうしたお店は、お客さんからの質問に答えるためにも、継続的に寄付をした団体とコミュニケーションをとっている場合が多い。すると、継続的な寄付や応援、ボランティアへの参加といった新たな関係性がそこに生まれてくる。

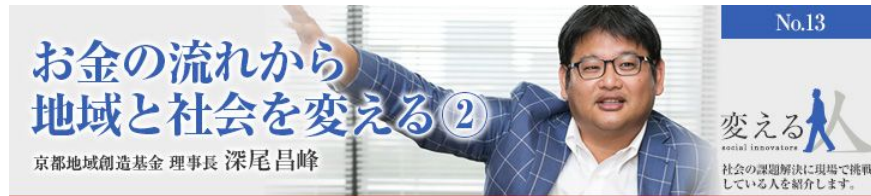
「コースリレーテッドマーケティングみたいな観点から考えても、こうした取り組みが、選択される理由のひとつになっていけばいいと思っています。『どうぞ飲むなら、あのお店で社会に役立つような飲み方をしよう』みたいな感じで、地域の中でお金を循環させて地域経済がうまく回って行くということ、社会課題の解決のためにみんなが気持ちよくお金を寄せていくっていうことが、うまく循環していけばいいな、と」

カンバイチャリティキャンペーンは、すでに3回が終了し、京都の飲食店のべ100店舗以上が参加した。京都で始まったカンバイチャリティは、千葉、沖縄などさまざまな地域でも模倣され、全国的な広がりを見せている。

(第二回<ソーシャルなお金を生み出す仕組み>へ続く)



TOP > 変える力・変える人 > 変える人 > 2014-No.13-2 ソーシャルなお金を生み出す仕組み



## ソーシャルなお金を生み出す仕組み

京都地域創造基金 理事長 深尾昌峰

2014/11/

シェア



1. 寄付者の思いと活動団体をつな  
る
2. 遺産を社会のために使いたい
3. 地域で生み出したお金を地域に  
元する再エネ事業
4. 収入では測れない豊かな暮らし
5. リスクがあるから必死になる

深尾さんのインタビュー第1回はこちら：「市民活動を支える地域のお金の流れをつくりたい」

\*\*\*\*\*

### 寄付者の思いと活動団体をつなげる

「カンバイチャリティ」は、よりたくさんの人に活動を知って参加してもらうための、消費活動と寄付を結び付けた取り組みだが、ほかにも京都地域創造基金には様々なプログラムが用意されている。たとえば事業指定助成プログラムは、一部の人が気づき始めたばかりの社会課題に取り組んでいる、草の根的な団体を助成するための寄付プログラムだ。



「草の根的に活動していて、認定NPO法人はまだまだとれない、寄付も自分たちだけで集めるのは難しい、といった団体を応援するプログラムです。京都地域創造基金を通して寄付をすることで、寄付者は税制優遇を受けられます。我々は、その寄付を助成というかたちで、草の根的な団体に渡す」

厳しい審査を経て助成先を選定し、集めた寄付を分配する役割を負っているが、寄付税制を悪用した事例になってしまっ  
てはいけなと、関係機関と慎重にやり取りを重ね、いくつかの条件の下、このプログラムは実現した。

「このプログラムのメリットは、みんなで面になってお金を集めることができる点です。小さな団体は、認定NPO法人をと  
れたとしても、単体ではなかなかリーチを広げられません。そこで、みんなで事業を並べて面にすることで活動を広げてい  
こうということで、こうした仕組みをつくっています」

寄付を集める際には、「私たちの団体はこの社会課題を解決するために、こういう活動をしたいんです」ということを明  
示する。

「我々も税制優遇という仕組みを社会からお預かりしている身ですから、活動実態や寄付の使い道はもちろん、情報開示へ  
の姿勢やきちんと成果が出せるかどうかといったことを、かなり厳しく審査して、取りまかせていただいています」

この姿勢は、冠助成事業にも一貫している。冠助成とは、企業や個人とのタイアップによる助成金プログラムだ。企業や団体、個人で独自に基金を組成し、寄付先の選考や事務的な業務は京都地域創造基金で行う。助成の対象となる団体や分野を指定でき、寄付者の思いをストレートに反映できるプログラムとなっている。

「ユニークなものでは、地域単位の基金があるんですよ。京都に城陽市というまちがあるんですが、ここは高度経済成長期に関西各地の埋め立て地の土砂採石場となったところですよ。いまではほとんど採石はされていませんが、山はえぐれたまま放置され、惨憺たる景色になっていました。それを緑で再生したいという声が、地域に住む方々の中で起こり、みんなでお金を出し合って取り組もうということで、『**城陽みどりのまちづくり基金**』がつけられました」

たとえば、業者の協力の下、まちの自動販売機を寄付型に換え、ジュース1本ごとに、10円が寄付に回るような仕組みを地域の中でつくり出した。こうして集まった寄付は、城陽市内で「みどりをいかしたまちづくり」に取り組む団体の活動資金に充てられている。

**遺産を社会のために使いたい**

また、現在力を入れている取り組みのひとつに、遺産の問題がある。自分の遺産をどうしたいかというアンケートでは、当然ながら「子どもに残したい」という人が最多だが、日本ファンドレイジング協会の調査では、40歳以上で遺産寄付の意思がある人は、21.0%にのぼる。

「つまり、遺産を地域のため、社会のために使いたいと思っている方は、実はたくさんいるということです。なのに、私たちの界隈ではあまりそんな話は聞かない。これはなぜかという、どうやっていいかわからないからなんです。どこに寄付をすればいいかわからない」

これはどうにかしなければいけないと、京都地域創造基金は「**遺産・相続地域活用センター**」を設置した。

「司法書士や税理士といった専門家の方々にご協力いただいて、相談ダイヤルをつくりました。お問い合わせはかなりいただけます。ですが、日本の社会では、土地なんかを我々の財団のようなところに寄付していただいても、税金の問題などさまざまな制約があって、積極的に活かす体制がまだできていません」

実は、自治体側が、市民からの土地の寄付を断るケースは多い。寄付者の多くは、「この土地を公園にしてほしい」といった思いをもって寄付を申し出る。そうすると、公園にする費用を捻出できない自治体は、断らざるを得なくなるのだ。

「しかし、日本社会のいまの構造を考えると、高齢者がもっている資源をいかに世代間で共有して、次の世代につなげていくということも非常に重要なテーマです。最近では空家率の高さも社会問題になりつつありますが、そうした問題も絡んでくる話です。人口減少時代の、そうしたものの新しい活用方法を、そろそろ私たちの社会は真剣に考えなければいけない。そういう思いもあって、遺産や相続の活用に関する取り組みを行っています」

創設から5年、京都地域創造基金に寄せられた寄付は、2億円。

「私自身は、ぎりぎり60点、まあ合格点だと思っていますが、同時にもっとやれると思っています。市民が寄付する機会をいかにつくっていくか、カンパイヤリティのように、『ありがとう』といって寄付してもらえよう環境をどうつくっていくか。そうしたことを考えていくと、その先には、新しい自治のかたちが見えてくるんだろうと思っています」

寄付をベースとしたソーシャルなお金の流れを創り出すことによって、税金ではできない領域の課題に取り組むことができ、新しい公共空間が生まれてくる。そしてそこが豊かになっていくことで、住みやすいまちや、そこでの幸せな暮らしが実現できる。深尾さんが思い描くのは、そんな未来だ。

**地域で生み出したお金を地域に還元する再エネ事業**

寄付を集めるばかりではない。地域で循環するお金を自ら生み出そうと、深尾さんが取り組んでいるのが、再生可能エネルギーとまちづくりを一体化させた事業モデルだ。

「いま、かなりの数のソーラー発電設備が田舎

**「遺産・相続地域活用センター」**  
 自分が暮らすまち・育ったまちに「ありがとう」の気持ちを込めて…  
 遺産の寄付や提供を通じて、恩返し

ご自身の意志を反映させた使い方ができる遺産寄付。

◆ 遺棄先：司法書士法人 F&Partners、(株)公益社、みやこ不動産鑑定所・みやこ会計サービス、辻本税理士事務所、トランスバリュー信託株式会社、辻貞智税理士・公認会計士事務所、そうだい司法書士行政書士事務所、北倉行政書士事務所、光田行政書士事務所、ほか不動産も扱います。

◆ 遺棄先：司法書士法人 F&Partners、(株)公益社、みやこ不動産鑑定所・みやこ会計サービス、辻本税理士事務所、トランスバリュー信託株式会社、辻貞智税理士・公認会計士事務所、そうだい司法書士行政書士事務所、北倉行政書士事務所、光田行政書士事務所、ほか不動産も扱います。

◆ 故人の遺産について  
 故人の意志を反映して、相続財産を地域のために活用してほしい。

◆ ご自身の遺産について  
 ・暮らしてきた街のために、遺産を目に見えない形で寄付したい。生きている間に！  
 ・土地建物の遺産の行き場がなく困っている。地域に使ってもらえるようにしたい。  
 ・遺産を遺す相手がない。遺言書の書き方や自分の思いにかなう寄付先が見つからない。

◆ 相続税対策として  
 相続した財産を寄付することで相続税対策をしたい。

◆ 税理士として～司法書士として～  
 お客様からの希望に応えるため、適切な寄付先や遺産・相続財産の活用方法を提案している。

お気軽にご相談ください **075-257-1305**  
 平日午前9時～午後5時30分(土日祝祭日、夏季・年末年始休業) メール: office@plus-social.jp (24時間受付)

画像提供：京都地域創造基金

にできていますが、そのほとんどが東京資本です。地域でつくられた電気が売られ、そのお金がぜんぶ東京に集まっている。要は、ここで地域から収奪が行われているわけです」

このままでは、大きな資本をもっている人たちが田舎の土地を安く買いたたき、地域からの収奪という構造が進むことになる。その状況に違和感を覚えた深尾さんは、売電収益を地域社会で循環させ、地域が抱える社会課題の解決に向けたモデルが必要ではないかと考えた。

「それで地域貢献型メガソーラーを考案しました。和歌山の地域づくりにかかわっていたということもあって、和歌山県の印南町に、7億円をかけて1850kWのメガソーラー発電所をつくりました。2013年の11月から稼働を始めています」



印南町は、人口9,000人弱のまちで、漁民住宅をつくる予定で埋め立てたものの、東日本大震災以降、居住が想定されなくなり、塩漬けになっている土地を抱えていた。

「町長さんが地域貢献型メガソーラーの構想に賛同してくださり、その土地を貸していただけることになりました。もう一か所、和歌山県の畜産試験場の跡地も入札で払い下げていただけて、印南町のと海と山の両方にソーラーをつくらせていただきました」

この事業を運営しているのは、深尾さんが代表取締役社長を務める株式会社「プラスソーシャル」。非営利型の株式会社を標榜し、定款で株主への利益配当を禁じている。売電で得た利益は、公益財団等、公益性のある団体へ寄付することが定款に明記されている。

「『こんなのは株式会社とは言えない』と公証人さんにもずいぶん言われましたが、なんとか認めていただきました。ただ、専門家によると、株主が配当を要求する裁判を起こしたら負けるだろうということです」

だが、株主は深尾さんひとりだけ。そういうことであれば、この構造が覆されるリスクはない。

「このプロジェクトでは、20年間でおよそ5億円の収益を見込んでいます。つまり、年間でだいたい2,500万円です。そこから税金や諸経費をひいた金額を行政が取り組めない領域の社会課題の活動資金として、地域に戻していこうと考えています。このモデルが、社会的投資市場を形成するための、ひとつの先駆けになっていければいいな、と」

気になるのは、資本金300万円の株式会社プラスソーシャルが、どうやって7億円もの事業費を工面したのかだ。

「最初は銀行に貸していただきって言いに行っただんですが、当然だめでした。それで、信託という仕組みを活用し、社会的投資といったものを日本で根付かせるきっかけにしたいと思って、いろいろ考えました。そこで、まずは自分の勤め先でもある龍谷大学に話を持ちかけてみたくです」

「大学としての社会的責任を果たすことにもなる」という深尾さんの訴えを受けて、慎重な議論を重ね、龍谷大学は3億5,000万円の出資を決定する。

「審議には半年くらいかかりましたが、結論にはしびれました。この大学の構成員でほんとうに良かったと誇りに思いました。もともと、龍谷大学は資産運用にはかなり慎重です。厳格な資産運用規定をもっていて、リスクの高いところにはぜったいに投資しない。今回の投資に関しては、私がつくったばかりの会社ですから、格付けもなにもありません。だけど、社会的投資ができるように学内の運用規定を変えてまで、協力してくれたんです。これはすごいことだと思います」

3億5,000万円を信託として20年間預かり、国債よりも低いレートで設定された利子を、毎年大学に支払うというかたちだ。

「残りの3億5,000万円は、信託会社と私の会社で信託事業体を組成し、金融機関からお借りました。そうしてできた7億円の資金をもとに発電し、売電で出た利潤は、NPOの活動資金として地域社会に戻していくというモデルで動かしています」

龍谷大学の決断が、社会的投資市場を形成するひとつの先駆けになってくれたらいいと、深尾さんは願っている。現在、地域金融機関から融資を受けて、600kW規模の第2号案件も建設中だ。

「最初は難色を示した地域金融機関も、モデルができたことで『いいですね』って言ってきて。この2号案件の収益は、『祇園祭ごみゼロ大作戦』を支えるファンドの形成にあてます」

「祇園祭ごみゼロ大作戦」とは、京都で7月に行われる宵山行事期間中の屋台の食器で使用される食器を、使い捨て食器から、洗浄して繰り返し使用できるリユース食器に切り替える取り組みだ。2号案件の収益は、このリユース食器の購入などの初期投資にあてられる。

「こういう、3.11以降のエネルギーの問題と地域社会を一体として考えながら、地域でお金を生み出して、それを地域の中で回していく、地域社会の課題を解決する資金にあてていくというスキームを、どんどんつくりたいと思っています」



収入では測れない豊かな暮らし

プラスソーシャルの活動を始めるにあたり、域内総生産の10%近いお金がエネルギーコストとして地域から流出していることに深尾さんは気がついた。

「逆に言うと、固定価格買取制度を越えて、再生可能エネルギーをきちんと地域化できれば、その10%は流出しなくていいんですね。自分たちの地域でつくったものを、自分たちの地域で循環させていく。都市部では無理でも、再生可能エネルギー源がたくさんある農山村なら、たとえばエネルギーフリーのような暮らし方が実現できるかもしれない」



そうすると、その町の生活コストは下がり、その分豊かな生活を送ることができるようになる。収入そのものは高くなるとも、都会とは違う価値観で、豊かな暮らしを実現することが可能だ。

「そうした生き方とか価値観の転換も含めて、いま考えているのは、お金の流れとか地域の経済圏みたいなものを意識した地域づくりです。『地域が地域であり続ける』ために、その域内の経済をどう回していくか。いまのように補助金でいろんなものを支えましょうというやり方は限界に来ているので、地域の中からお金を出さずに、域内の暮らしをいかに豊かにするかとか、そのまちのライフスタイルに合わせた仕組みづくりをやっていかないといけないと思っています」

ところが、信用金庫の預貸率は、この15年間で20%以上下がっている。つまり、地域にお金が流れていないということだ。そんな地域が補助金型の行政から脱するために、社会的投資という領域をどう広げていくか。キーワードは「投資」と「ローカル」だ。

「信用金庫の預貸率が下がった20%は、国債等流れています。それをどう再び地域にシフトさせていくか。たとえば、プラスソーシャルの第2号案件への出資をお願いするとき、『国債より儲からないけれど、地域のためになります』という、かなり反応がよかったんです。100万、200万とか金融機関に預けていてもほとんど利息なんてつかない。だったらまちづくりに投資して地域が活性化するほうが、地域の商売にとってもプラスになるという回路はみなさんお持ちなんですよ」

そうした投資のインセンティブは、直接的な儲けというよりも、「社会的な利益」ということになる。たとえば、貧困層の子どもたちを支援することで貧困の悪循環を断ち切り、彼らが将来にわたって生活保護を受給することなく暮らしていけるようになれば、社会にとって大きな変化だ。

「要は、ソーシャル・インパクト・ボンド（SIB）の地域版をつくりたいんですよ。だけど、クロスセクターベネフィットのように、成果が見えにくいものだってある。そうしたものも含めて、『社会的な収益』というものをどう測るか、その評価の軸を考えていくことが、今後必要になってくると思います」

たとえば、地域の古い体育館をコミュニティスペースとして生まれ変わらせ、そこでいろんなメニューを展開すると、その運営自体では利益が出なくても、市民が元気で健康を維持・回復し、結果として医療費が下がるということが考えられる。

「そうやって、縦の構造だけでは成果が見えづらいものでも、地域に対する投資という関係性で見ると、一定の評価ができるはずなんですよ。そういうところまでもっていければ、まだまだ地域にはポテンシャルがあるし、若い世代がもっといろんなチャレンジをできるようになる。真の地方創生は、若い世代が地域で希望を持って生きていけるようになることだと思うんです」

将来消滅すると言われている地域が日本全国にいくつもあるが、こうした流れが大きくなり、暮らしやすいまちづくりが住民自身の手によって行われていけるようになれば、地域はきっと元気を取り戻すに違いない。

リスクがあるから必死になる

こうした社会的投資の仕組みがなかなか浸透しない理由のひとつには、ビジネスサイドの戸惑いがある。「これってお金儲けになるんですか？」ということだ。

「純粋な寄付やチャリティならCSR部門、儲かる話なら投資部門の担当になるんだけど、『資金はそれなりに回収できるしプラスアルファもあります。だけど一般的な金融商品ほど儲かるものではありません』ということになると、どちらが引き取ればいいのか困ってしまうようなんです」



こうした戸惑いや課題を解消するためには、投資のインセンティブをどうつくっていくかが大切になってくる。「投資減税のような制度を整備していくこともひとつだと思います。なぜそこに投資するのか、投資の環境を整えてあげれ



ば、投資する側も乗りやすくなるはずですよ」

また、安心して投資してもらうために、プロジェクトファイナンスとして格付けをとることも深尾さんは考えているという。

「次につくるソーラーの案件では、敢えて格付けをとってほかのふつうの金融商品と勝負してみようと思っています。格付け会社による評価がきちんとならば、そこに投資してみようという人たちが現れてくるはずですから。これまでになかった新しい仕組みなので、私が一から信用をつくるより、既に社会に流通している信用の仕組みを借りるほうが世の中にとってわかりやすいと思うんですよ」

また、信用金庫が地域を支えるコミュニティ・バンクとしてきちんと機能するよう、地域金融の再編を促していくことも重要だ。

「今後の人口減少時代においては、地域金融というものがキーになってくると思います。お金自体は実はあるんです。問題はそれを使う地域側の知恵と出す側の器量。このくらいリスクで、社会的な収益というリターンがこのくらい得られるならやってみようよっていう考え方ができていけばいいなと思います」

多少のリスクがあったとしても、地域の住民や企業でリスクをシェアすれば、「このくらい薄いリスクなら、やったほうがいい」ということにもなるだろう。また、実はこのリスクがあるということが後押しになる面もある。

「補助金だとリスクが0だから、失敗しても痛みがない。うまくいかないのは社会のせいだ、しょうがないって言っていい。それは補助金の限界なんです。だけど、自分でリスクをとって出資する人がひとりでもいれば、そんなことは許されない。小さくてもリスクがあれば、そのリスクを回避するためにみんな死にもの狂いになるんです。緊張感も生まれるし、総力戦度合みたいなものが本気モードになっていくので、そういうほうが健全なんじゃないかなって、思いますね」

地域の人々がほんとうに必要なものを自分たちで議論しながら生み出し、そこにファイナンスがついてくるという仕組みができていけば、日本の地域社会は大きく変わっていくはずだ。

(第三回「市民はもっといろんなことができる」に続く)

**深尾 昌峰** (ふかお まさたか) \*1974年生まれ。大学在学中に起きた阪神・淡路大震災でのボランティア活動をきっかけにNPO活動に携わる。1998年にきょうとNPOセンターを設立、初代事務局長を務める。以降、日本初のNPO法人放送局の設立、公益財団法人の設立など、さまざまな活動に精力的に取り組んでいる。公益財団法人京都地域創造基金理事長、特定非営利活動法人きょうとNPOセンター常務理事、特定非営利活動法人京都コミュニティ放送副理事長、社団法人全国コミュニティ財団協会会長、龍谷大学政策学部准教授。

【写真：長谷川博一】



市民活動を支える地域のお金の流れをつくりたい  
 «前のページ

市民はもっといろんなことができる  
 次のページ»



## 関連記事



変える人

認定NPO法人 Living in Peace  
 理事長 懐泰俊 【2】



変える人

認定NPO法人 Living in Peace  
 理事長 懐泰俊 【1】



変える人

株式会社アバンティ 代表取締役  
 渡邊智恵子



変える人

NPO法人 OVA 代表理事 伊藤次郎 【2】



変える人

NPO法人 OVA 代表理事  
 藤次郎 【1】

トップ

研究・提言

公共イノベーション

講座・研修

変える力・変える人

総研スタッフ

PHP総



会社概要



個人情報の取り扱いについて



サイトマップ

Copyrights(C) PHP研究所 All Right Reserved.

[TOP](#) > [変える力・変える人](#) > [変える人](#) > 2014-No.13-3 市民はもっといろいろなことができる



## 市民はもっといろいろなことができる

京都地域創造基金 理事長 深尾昌峰

2014/11/

シェア



1. 避難所にいつもいる不思議な人
2. 「市民活動」をもっとエンパワメントしたい
3. SNSがない時代の情報発信
4. 地元経営者に叩き込まれたビジネスマインド
5. 日常的な関係性の可視化で地域を底上げする

深尾さんのインタビュー第1回、第2回はこちら：[「市民活動を支える地域のお金の流れをつくりたい」](#) [「ソーシャルなお金を生み出す仕組み」](#)

\*\*\*\*\*

### 避難所にいつもいる不思議な人

そもそも、深尾さんがNPOをはじめとする市民活動に興味を持ったきっかけは、学生のときに起きた阪神・淡路大震災だった。京都に住んでいた深尾さんは、ほかの多くの若者たちと同じように、神戸にボランティアに向かった。



「当時、大学生を中心とした若い世代にはとくに、『神戸に行かなきゃ』という空気があったんですね。大学の友人等が被災していたこともあり、私も神戸に水を届けに行ったりしましたが、その頃はことさらボランティアとか、社会のことを深く考えるようなタイプでもありませんでした」

その頃深尾さんは、学校の先生になりたいと思っていたという。だが、被災地での体験は、その思いを打ち砕いた。甚大な被害を受けた神戸で出会ったのは、大切な人やたくさんのもを失って打ちひしがれている人々たち。そんな彼らに掛けることばを、深尾さんは見つけることができなかった。

「人と向き合う仕事をしたい、人を育てる仕事があったらいい、いま考えるとおこがましいことを思っているところがありました。だけど、そんなことを考えていた自分が、いざ震災で極限状態に置かれてしまった人々を目の前にしたとき、なにひとつことばを発することができなかつたんです。きちんと向き合うことができなかつた。実はここで一度、自信を完全になくしました」

こうしたショックを内面に抱えながらボランティア活動に励む中で、深尾さんは、不思議な人々がいることに気が付いた。

「避難所とかにボランティアに行くと、いつもいるおじさんがいたんですよ。私はサラリーマンの家庭で育ったので、男はいい学校を出て、いい会社に行くもんだという価値観で生きていました。だから、働き盛りの男の人が毎日避難所にいる

ことが、世捨て人みたいというか、奇妙なことに思えたんです。だけど、同時にすごく魅力的に見えた」

いま考えると、それはNPOで働く人々だった。そして、それが深尾さんとNPOの出会いだった。

### 「市民活動」をもっとエンパワーメントしたい

当時の日本では、NPOという存在自体、まだあまり知られていなかったが、被災地ボランティアの現場でNPOの人々と接し、彼らとの交流に居心地の良さを感じたり、ショックを受けた自分自身を見つめ直ししたりする中で、深尾さんは彼らの生き方に惹かれていった。

「ボランティアやNPOといったものが、社会的にまったく認知されていない時代からそうした活動を積み上げてこられた、ほんとうに市民性あふれる、濃い人たちだったんですね。彼らとの出会いのきっかけは震災ボランティアでしたが、私自身の興味・関心は、震災からNPO全般の可能性に移っていきました」

深尾さんの感じた可能性というのは、さまざまな団体がひとつになっているような課題を考えていけることだった。当時のボランティアは福祉の領域にほぼ集中し、制度が追い付かない個別ニーズを埋めていくような活動が主流だった。

「もちろん、それは非常に大事なことです。だけど、NPOという団体を地域に入れてみると、福祉系の団体も環境系の団体も人権系の団体も、『市民性』をベースにつなぐって、みんなで一緒にいろんなことが考えられると思ったんです。そうした可能性を感じる一方、いまでも言われていることと同じですけど、やっぱりお金がない、なかなか広がらないという課題をNPOは抱えています」

そんな中、大学卒業の時期を迎えた深尾さんは、就職ではなく大学院進学を選び、より深く、積極的にNPO活動に取り組んでいくようになった。

「当時は大不況だったし、団塊ジュニア世代で競争が激しかったので、正直に言うともラトリアム的に大学院に進学したという部分もあります。最初は大学院での勉強もそれなりにしていたんですが、震災を契機に出会った人たちと、『NPOをもっとエンパワーメントできるような仕掛けが必要だね』という話になって、『きょうとNPOセンター』という団体をつくることになりました。その事務局長をやったりしていたら、休学や留年を繰り返して、本来2年で終わるはずの大学院修士課程を卒業するのに結局6年間かかりましたけど（笑）」

1998年、京都を拠点に活動していた80団体ほどのNPOが賛同し、「きょうとNPOセンター」が立ち上げられた。そのコンセプトは、「市民活動を支えるのは市民社会」。市民はもっといろいろなことができる、との思いからだ。フォーラムの開催など、NPO同士のネットワークから活動は始まった。だが、その頃は現在のようなSNSなどは普及していない。どのようにして同じ志を持つ仲間たちを集めたのだろうか。

「やっぱり、『ムラ』ですよ。つながっている人からつながっている人への、口コミ型のコミュニティでした。だから、すごく濃い人たちが集まって運動体ができていく感じでした。いまの時代ならまた違う広がり方をしたんだろうと思います」

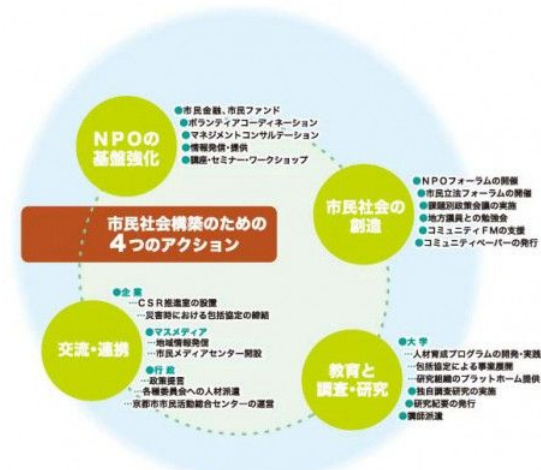
### SNSがない時代の情報発信

NPOが自ら情報を発信するためのメディアがない。それは、SNS等の盛んな現在とは、大きく違う条件だった。

「広報活動としてチラシをつくったりしていましたが、いま見るとクオリティはひどいんですよ（笑）。こてこてなんです。なにが言いたいのかわからないし、誰に来てほしいのかわからないし、そもそも書かれていることが難しい。NPOという『ムラ』の中だけで流通していることばだったわけです」

その結果、環境系のイベントでも、福祉系のイベントでも、顔を合わせるメンバーはいつも同じ。それでは活動は一般の人々には広がらないのも当然だった。

「『このままではいけない』と、どうやって市民の持っているコンテンツをたくさんの人たちに届けて広げるかということ考えたときに、僕らが行きついたのがラジオという媒体でした。いまの学生とか若い世代はラジオを聴くことなんてほとんどないと思うんですが、僕らの頃はラジオを聴きながら勉強していたり、オールナイトニッポンをみんな聴いたりという共通体験があったので、発信するといえばラジオだろう、というイメージを持っていました」



画像提供：きょうとNPOセンター



こうしてきょうとNPOセンターの設立から間もなく、今度は日本初の市民立ラジオ放送局「京都コミュニティ放送」の設立に向けて、深尾さんたちは動き出した。だが、放送事業の免許の取得は容易ではなかった。

「最初免許を申請したときには、そんなものNPOなんかでやれるわけがないからだめだと言われましたね。要は、当時は自治体が直営でやっている、もしくは自治体が出資した事業体（3セク）でやっていることが電波の公共性や公益性の判断基準で、だからNPOに免許はやれないという理屈でした。だけど、そういう壁を乗り越えて、市民性が果たす公益性や公共性を認めさせて、いろんな場面で行政の壁に風穴を開けていきたいという思いが、その頃は強くありました」

資本金の基準や継続性の保証など、当局の提示する条件を一つひとつクリアし、ようやく免許を交付が認められたときには、最初の交渉から3年が経っていた。

「当時は意地悪な無理難題ばかり突きつけてくると思ったりもしましたが、継続して事業がやれるのかどうかとか、機材の購入などで初期投資に必要な3,000万円以上のお金をどうするのかといった課題を当局側が示してくれたことは、非常に僕らを鍛えてくれました。簡単に免許をもらっていたら、潰れていたかもしれません（笑）」

#### 地元経営者に叩き込まれたビジネスマインド

当局から与えられた課題をクリアするため、京都コミュニティ放送局の設立にあたり、ラジオカフェ株式会社という会社がつくられた。この会社が社債の発行で資金をつくり、京都コミュニティ放送局から5年分の番組枠を買い、まとめ買いで安く提供された番組枠を再販することで得た利鞘で負債を返していく、というビジネスモデルで、京都コミュニティ放送局の初期設備と事業の継続性がセットされたのだ。



「このラジオ放送局の設立は、地域に根差して活動をしていく上でも、非常にいい勉強になりました。放送局は京都の三条にあるんですが、三条商店街を中心に地域で商売をされている方々はまちづくりの文脈から、僕らは市民性という文脈から、一緒に経営を考えていくわけです。そうすると、僕らは教えられることがとても多いですね」

なにかやりたいことがあるとき、ビジネスをしている人々は、どうやって収益を得るかというところから入り、落としどころを見つけていく。一方で深尾さんたちNPOの人々は、思いを最優先に、やりたいことをやりたいようにやろうとする。

「市民性をベースに考えると、やりたいことをやるということは非常に大事なんですが、経営者の人たちは、それに持続性を持たせてかたちにするためにはどうすべきかということも、常に考えている。それは非常に勉強になりました。僕らはいきなり100%の力でやっていくのが正しいと思っていたんだけど、まずは50%の力でやってみて、そこでできた基盤を使って将来的に100に持って行く、というやり方を教えてもらえた。僕らのやり方だと、最初からマックスの力を出せるんだけど、次の年には50になっていたり、消えていたりする。『思い先行型』っていうのは、そういうことになりがちです」

「やりたいことがあるんだったら、それが持続するようにまずは考えろ。突発的にやるだけなら、誰でもできる。大事なのは、それをどう持続させるかだ」——地元で商店を営む経営者のシビアな視点は、深尾さんを鍛え上げ、その経験はいまにも生かされている。

「いまも、株式会社プラスソーシャルという会社を運営したりしていますが、そういうビジネスモデルを組み立てるときのベースは、ラジオ放送局の設立から運営までの過程で叩き込まれたものです。もちろんいまも突発的にでも声をあげなければいけないときはあると思いますが、バランスを保ちながらやっていければ」

#### 日常的な関係性の可視化で地域力を底上げする

「ラジオカフェ」の愛称で地元の人々に親しまれている京都コミュニティ放送。月に120前後のプログラムを、市民自らが制作して発信している。自主制作率は100%だ。

「毎週5分間発信されている八百屋さんとか、仕事のやりがいを伝えたい若手の看護師さんとか、学生とか、地元のいろんな人がさまざまな情報を発信しています。中学校の放送部の生徒たちが、『学校では先生があれはだめ、これはだめって言うから窮屈だ』って、お年玉の残りを握りしめてやってきたこともありましたね」



防災の観点からコミュニティFMの重要性が見直されてきているが、深尾さんは、それは目的というよりも結果だと考えている。

「もちろん、コミュニティFMは災害時に地域に密着した情報を流せるんだけど、それよりも前の日常的な地域の関係性を営むツールだと思っています。あそこに行けばこんな情報があるとか、あの人はこういう情報を発信している人だとか、そうした地域の中の密接な関係性が、ある意味でその地域の持つ社会資本として、日常的に可視化されるということが大事な



です」

発信しなければわからないものが、発信されることでその存在や価値をアピールできる。「顔が見える関係」ほど狭い範囲ではないが、全然わからない範囲でもない。そういう距離感で、地元の人々がお互いを認識し合い、情報を共有し合う。そうやって地域の人々が連携し合い、一丸となってまちづくりを考えていく土台があってこそ、京都地域創造基金やプラスソーシャルを進めている、「ソーシャルなお金の流れを生み出す仕組み」が生きてくるのだ。

これまでにたくさんの事業に取り組んできた深尾さん。手掛けてきた事業はさまざまだが、その一つひとつが線となってつながり、面となって広がって、市民の活動を力強く後押ししてきた。NPOの存在感は、深尾さんがきょうとNPOセンターを設立した16年前とは比べものにならないほど増してきているが、活動にかけるその思いは、いまま変わらない。——「市民はもっともっといろいろなことができる！」

**深尾 昌峰**（ふかお まさたか）＊1974年生まれ。大学在学中に起きた阪神・淡路大震災でのボランティア活動をきっかけにNPO活動に携わる。1998年にきょうとNPOセンターを設立、初代事務局長を務める。以降、日本初のNPO法人放送局の設立、公益財団法人の設立など、さまざまな活動に精力的に取り組んでいる。公益財団法人京都地域創造基金理事長、特定非営利活動法人きょうとNPOセンター常務理事、特定非営利活動法人京都コミュニティ放送副理事長、社団法人全国コミュニティ財団協会会長、龍谷大学政策学部准教授。

【写真：長谷川博一】



ソーシャルなお金を生み出す仕組み  
«前のページ»

NPOの経営マネジメントのプロになりたい  
次のページ»



## 関連記事



変える人

認定NPO法人 Living in Peace  
理事長 慎泰俊 【2】



変える人

認定NPO法人 Living in Peace  
理事長 慎泰俊 【1】



変える人

株式会社アバンティ 代表取締役  
渡邊智恵子



変える人

NPO法人 OVA 代表理事 伊藤次郎 【2】



変える人

NPO法人 OVA 代表理事  
藤次郎 【1】

[トップ](#)

[研究・提言](#)

[公共イノベーション](#)

[講座・研修](#)

[変える力・変える人](#)

[総研スタッフ](#)

[PHP総](#)



[会社概要](#)



[個人情報の取り扱いについて](#)



[サイトマップ](#)

Copyrights(C) PHP研究所 All Right Reserved.