

市民ファンドが拓く市民活動の可能性

公益財団法人京都地域創造基金専務理事・事務局長 戸田 幸典

ミッションは NPO を支えるインフラをつくること

きょうと NPO センターでは、NPO が行政の仕事で代わりにするとか、行政ができないから仕方なく肩代わりするのではなく、市民が自ら公共を担い、市民性を引き出し、自らが地域社会を支えて作っていくことをめざし、色々な NPO と結び合って活動をしています。またコミュニティビジネスやソーシャルビジネスという言葉が出てきていますが、そうしたところともかわり合いを持ってきています。そうした中で NPO が抱える活動基盤などのいろいろな課題が見えてきましたが、一番の課題はやはりお金です。なぜ NPO は、委託事業とか補助金に頼るかという、やはり財政基盤や活動基盤がないからです。お金がないから事務所を借りることができない、専門スタッフが雇えないということが常につきまとう。こうした問題意識から、NPO に寄付が広がるようなシステムを地域で作ろうと立ち上げたのが公益財団法人京都地域創造基金です。

当財団のミッションを法人の英語名で表現しています。Kyoto Foundation for Positive Social Change です。直訳すると「積極的な社会変化のための京都の財団」となりますが、ポジティブなソーシャルチェンジを京都で起こしていくことを英語名で表わしています。多様な主体が公益を支えることのできるインフラを地域の中に作っていくということです。

寄付者が独自につくる助成制度

税額控除制度の活用はその 1 つだと思っています。公益財団の活動を通して全額ではないですが、納税するのではなくて寄付を市民に託すということです。寄付は直接意思を持って託すお金です。自ら寄付先を選び、その成果を得ることができるということで、意思のある新たな資金循環を作ることになります。そして地域の中で NPO を支えていくということにつながります。現在効果的に寄付を集めて、NPO に助成できるような方法として、いくつかのプログラムをやっていますが、今日はいくつかの事例をご紹介します。

ひとつは冠基金です。これは寄付者の名前をつけた独自の助成金・表彰プログラムをつくることのできる

制度です。例えば、エスアールエムという京都の保険代理店が 50 万円を 3 年間寄付するという「エスアールエムのいのちの基金」があります。ただ企業がお金を寄付するだけではなく、保険代理店の仕事から見えてきた行政や企業によるサービス等にはまだない水面下で起きている命に関わる様々な「生きづらさ」を解消し「いのちを支える」基金をめざし、従業員の方と一緒に何回も議論を重ねてつくって来ました。助成先の NPO と直接コミュニケーションを取ったり、「こんな報告書じゃ従業員が分からないからだめ」と突き返されたりもしながら、一応 3 年目を迎えることができます。

当財団の選んだ NPO が寄付の対象となる助成制度

事業指定寄付助成プログラムという仕組みもあります(図 1)。当法人に寄付をしてくれた寄付者は、われわれがあらかじめ選んだ NPO の事業の中から選んで寄付するというしくみです。なんでわざわざこんなことをしているかという、寄付したいなと思ったとしても、NPO も何か怪しいところではないかという疑念があったり、どこの NPO に寄付したら良いか分からないのが普通です。そこで当法人の社会的認証制度の中でも第三者評価に基づく社会的認証ステップ 3 (図 2) をクリアした一番ハードルの高い事業のみをエントリーしています。こうすることで、京都に今、必要不可欠な市民の活動を可視化させることができ、認定 NPO でなくても、われわれ公益財団に対する寄付金になるので、寄付者は税制優遇が受けられるということにもなります。

寄付を NPO と一緒に集める

NPO の皆さんは、寄付ってなかなか集まらないと思っているのですが、私たちがこれまで取り組んできた中で、行動を起こせば、金額の大小はあるとしても集まるのだということが分かってきました。全く寄付が集まってなかった NPO も寄付が必要なんだということのをわれわれと一緒に議論して、税制優遇を使いながら寄付を集める行動を起こし、100 万円ぐらいの寄付

を集めてきたい実績があります。貧困家庭の小中学生の夜の居場所を作っているNPOがあります。もともとスタートしたときは、寄付はありませんでした。それが今まで大体2年で180万円ぐらいの寄付を集めています。寄付を集めるいろんなアプローチがきっかけでメディアにも取り上げられるようになったことが大きな要因です。この事業指定寄付助成のプログラムを開始してまだ2年ちょっとですけれども、NPOの皆さんと一緒にできたというのが、ひとつの成果だと思っています。この事業指定寄付助成プログラムでは今までの寄付額の総額は約5,000万円、延べ57事業ぐらいの助成をしてきました。また寄付募集している事業ごとにサイトがあるのですが、そこに今いくら寄付がありますとか、1,000円の寄付でもできることを紹介したり、寄付を活用してこんな活動をしましたというレポートを定期的に載せたりするような運営をすすめています。これは実際寄付を身近に感じてもらい、寄付のリピートを受けるための信頼づくりにも欠かせません。

相続財産の寄付とか大きな寄付を頂くこともあります。例えば500万円の相続寄付、企業からの100万円以上の寄付です。小口は自分たちで集めますが、大口で税制優遇があったほうが、集めやすいところはこの仕組みを使ってやっているというような事例です。

それから地域に必要とされる活動に対する基金プログラムがあります。テーマを決めて、基金を作って、テーマに関心のあるいろんな人たちと一緒に寄付を集めて、集まったらそのテーマに沿った活動・事業に助成しましょうという仕組みです。我々はテーマ提案型プログラム（テーマ別基金）と呼んでいます。現在川の保全や地域の災害ボランティアなど8つのテーマ型基金を持っています。なかなか集まらないテーマもありますが、合計で4,400万円ぐらいの寄付をいただいています。

多様な社会資源をNPOにつなぐ

次に融資の話になりますが、当法人は直接融資はやっていません。直接融資をするのは、京都信用金庫さんや北都信用金庫さんといった地元の信用金庫さんですが、連携しながら京都府と協働して無利子のNPO法人向け融資制度をやっています。現在見直しの時期に来ています。スタートから大体2年半ぐらいで35件3,500万円弱の実績になっています。合わせて、無利子ではないですが、われわれが審査協力をしている京

都信用金庫のNPO法人向けローンがあります。それは24件で大体9,000万円ぐらいの融資総額になっています。

大切なことは人とのつながりで寄付をつくること

カンパイチャリティーキャンペーンという居酒屋さんでカンパイしたらメニュー価格の一部が、そのお店の指定したNPOに寄付されるという仕組みもやっています。指定されているNPOは、先ほどの事業指定寄付に選ばれているNPOだけです。われわれは何をするかということ、参加してくれるお店の開拓です。やりますと言っていたお店には、対象メニュー、寄付額、寄付先を決めていただきます。店内ポップ、ポスター、ホームページなどの広報、広告はわれわれがやります。ここでお伝えしたいことは、地元の企業や地元の経済とどうつながるのかということがとても大事なことだと思います。寄付額だけが増えればいいとは思っていません。地元の経済が豊かにならないと、地域は良くならないと思っていますので、このカンパイチャリティーに入っただけのお店は、地元でやっているお店にしか声を掛けていません。東京のほうからも声がかかったのですが断りました。この話を地域の商売している人に言うと、みんな共感してくれたんです。こうした展開が生まれてきて、地域のNPOの存在が伝えられて、お金が回り、地域が良くなっていく。そうした人のつながりが大切なことであると考えています。寄付をくださいじゃなくて、地域に必要なお金＝寄付をつくらうという当事者を増やしていく発想です。

それから、地域ファンドレイザー（寄付を集める人）というのは、居酒屋でカンパイチャリティーメニューを勧めるアルバイトの方もそうですが、連携している信用金庫の職員さんも、言い換えればファンドレイザーだととらえています。寄付と融資では意味が違いますが、信用金庫は地域のお金を預かって、それを地元の中小企業に融資したり資金繰りをして、地域経済に貢献しているわけです。こうした営業マンの人たちと、今後どうつながっていけるかというようなことも考えています。

市民ファンドの可能性

認定NPO法人にならなくても、われわれの基金の仕組みをうまく活用すれば、メリットがあるという話をしましたが、個々のNPOが自前で寄付を集められる範囲は限られています。認定NPO法人になって税額控除

