

ソーシャルファイナンスの時代 ～地域社会を勇気づける信用組合～

第1回



ファイナンスの本来の役割

まち実践社

代表 村橋保春

ソーシャルファイナンスと信用組合

「電気ブラン」というお酒をこ
存じだろわか。明治時代、東京
浅草の神谷バーという酒場で生
まれたカクテルである。当時
「電気」は文明開化の最先端を示
し、「電気」を冠に名づけること
でハイカラ感を大いにアピール
した。

魅力を語り、印象を強める言
葉は時代とともに変化する。
「文化」住宅、「モレツ」社員、
「絆」社会など。現代におい
て、「ソーシャル」、「コミュニ
ティ」が肯定的に受け入れられ、
多くの場面で使われている。

ソーシャルもコミュニケーションも
お互いの存在を認め、協同し
あつて社会を質的に向上させる
社会的包摂を目指す。経済的パ
イが拡大する社会にあつては厳
しい競争ののち、競争に敗れた
人たちも再チャレンジができ、
残されたパイだけでもある程度
社会に参画し続けることができ
た。しかし、長期にわたる経済

停滞と少子高齢化による社会収
縮により、敗者は社会的に排除
され居場所をなくす。Winner-
take-all(勝者の独り占め)によ
る富の偏在、格差の拡大が進
む。社会の一員として自覚し、
役割を担い、結果を享受できる
新たな社会システムを求め、
人々はソーシャルやコミュニ
ティに想いを託している。

一方、ファイナンスは近年旗
色が悪い。長期にわたる低金利
から、实体经济に乖離した金融
市場内で循環する金融商品を生
み出しマネーゲームを重ねて、
勝者独占社会、格差社会の創出
に加担しているとみなされてい
る。ファイナンスが社会から期
待され、貢献しうる役割は大き
い。期待と実相との大きな相違
に人々は失望し、厳しい視線を
向ける。

そこで「ソーシャルファイナ
ンス」である。「ファイナンス」
に対して持つネガティブな印象
を「ソーシャル」が払拭し新た
な展開へと導く。ファイナンス
が持つ社会性を再び意識させ、

社会的収益を基軸にファイナン
スのあり方を見直す機会とな
る。信用組合は相互扶助・自立
共助の精神を持った金融機関で
ある。ソーシャルファイナンス
の観点に立ち、地域の人たちの
暮らしや産業経済活動を支援す
る中心的な役割が期待される。

ソーシャルファイナンスとは何か

ソーシャルファイナンスは欧
州において先進的に取り組ま
れ、主な定義として、金銭的収益
と同様に社会的収益もしくは社
会的配当を追求する機関によつ
て提供される金融活動(アイ
erland政府)があり、活動内容
は図表1のとおりとしている。
こうしたカテゴリーをコミュニ
ティファイナンスという。

これら活動内容を見ると、信
用組合の精神に基づき実施して
きた活動であることがわかる。
つまり信用組合の金融活動のう
ち、社会性の高い活動はソー
シャルファイナンスとして捉え
てよい。信用組合としての矜持

■ ソーシャルファイナンスの時代～地域社会を勇気づける信用組合～

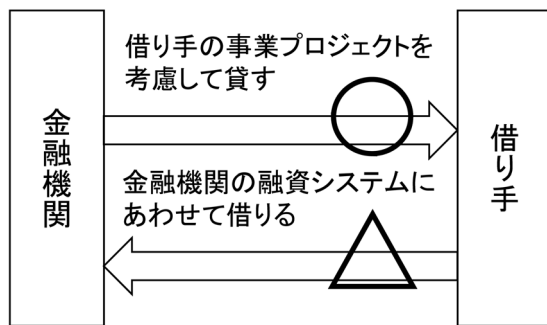
図表1 主な活動内容

マイクロ・ファイナンス基金	小規模な起業家に少額融資
共同保証基金	中小企業がより良い条件での借入を行うために貯金を積み立てて共同保証を提供
金融協同組合	非営利の協同組合方式で、貯金、融資の金融サービスを提供
地域金融基金	コミュニティ再生のための活動を融資
地域ベンチャーキャピタル基金	社会的使命を持つ企業に限定し資本を供給
ソーシャルバンク	定款で社会的あるいは環境のための目的に資金を供給

出典『ソーシャル・ファイナンス』財団法人トラスト60編

と自負を持ち、社会的貢献に重点を置いて取り組むことがソーシャルファイナンスの重要な担い手となっている。
補足すると、ソーシャルファイナンスにはもう一つのカテゴリーがある。P2Pファイナンスやクラウドファンディングである。前者は個人から個人へ(Person to Person)の直接金融、後者は多数の資金の貸し手(Crowd)から個人への直接融資をいい、ともにインターネット

図表2 求められる融資姿勢



環境を活用して実施する。本稿ではこのカテゴリーは補足的に論考する。
課題
ソーシャルファイナンスの
ファイナンスにより得られる基本的収益は利息収益であり、利息収益は貸出金額と利子率に基づく。長期にわたる低金利は資金需要が乏しいことを示す。ファイナンスを通じて利益を上げるためには取引規模の拡大を

図るか、取引ごとに収益を確定する金融商品化を推進するかがポイントとなる。
ソーシャルファイナンスを実施するためには、こうした現状認識を全く覆さなければならぬ。資金需要ははたして本当に乏しいのだろうか。金融機関に問われているのは融資技術の向上である。融資を求める事業そのもの、プロジェクトそのものをきちんと見極める能力が必要である。借り手である事業主体に対し、事業計画・遂行に際して的確にサポートできる能力が求められる。収縮局面にある社会では、高度成長局面で用いた融資手法は使えない。人々は量的拡大ではなく、質的充実を求めている。経済的営利の追求ではなく、社会的収益の増加を目的とする事業の資金需要は高まっている。社会的収益を目的とする事業は長期にわたり継続して行われる。規模拡大や金融商品化にそぐわないファイナンススキームである。
金融機関には借り手の事業プ

ロジェクトを考慮して貸す、プロジェクトファイナンスの能力が求められる(図表2)。このファイナンス能力は高度であり、金融関係者の多くが同能力を携えているとはいえない。しかし、ソーシャルファイナンスを実施するうえで必須能力である。理論と実践の両面にわたり、能力をしっかりと高めなければならない。

本連載の狙い

本連載ではソーシャルファイナンスの具体的事例を取り上げ、着目すべきポイントを示し、これからの信用組合の融資活動においてどのように活用していけばよいかを解説する。
ソーシャルファイナンスを目指す信用組合、社会的貢献を目指す事業主体双方の関係者にとってヒントとなり、事業意欲と事業成立性を高めていただくことを目指したい。
遠大でチャレンジング、大ぶろしきを上げた目標である。温かな気持ちで一緒に頑張りたい。