



木村真樹
コミュニティ・ユース・バンクmomo
代表理事

「コミュニティ・ユース・バンクmomo」(以下、momo)は、2005年に活動を開始した東海地域初のNPOバンクである。単にNPOに融資を行うだけでなく、出資者と事業者をつなぐ取組みにも注力し、地域の活性化に挑んでいるmomo。その活動内容の詳細をレポートしていく。

出資、融資の三つがある。しかしNPO法人は規定上、出資が認められていない。必然的に寄付と融資に限られるわけだが、融資のハードルも高かった。NPOは資本金が積めず、信用保証協会付融資の対象外でもある。1件当たりの資金需要も大きくはない。これではリスクとコストに見合わず地域金融機関は融資に二の足を踏む。

地域の課題解決に取り組む事業者に限定して融資を行う「地域のために役立つ仕事をした」。その思いを胸に、木村真樹さん(現・momo代表理事)は地元愛知県の地域金融機関に就職した。だが、当時はバブル崩壊後の不良債権問題が足枷になり、融資による事業者の支援にどちらかといえば消極的な時代であった。

結局は、寄付や助成金頼みになる。しかし、これらは返済の必要がない資金であるため、自立を促す力が弱いという欠点がある。地域の課題解決に取り組むNPOが発展するには、融資を行う必要資金を回し、かつ自立を促していく仕組みを作らなければならぬ。そこで木村さんはmomoを立ち上げたのである。

それならばと、木村さんは銀行を辞め、NPOの職員として地域に関わる道を選ぶ。働く中で気づいたのは、地域の課題解決に努めるNPOは活動資金を必要としているのに、その資金が回ってこないという現実だった。

momoは、数名のスタッフを除き、基本的にはボランティアの力で成り立っている組織である。仕組みは図表1のとおりだ。出資は一口1円で、一万口以上(法人は五万口以上)から出資できる。出資金は元本が保証されず配当もない。なお、原則は年度末

に限られるが払戻しも可能だ。momoが融資対象としているのは、愛知、岐阜、三重の東海三県で、地域が抱えている課題を解決しようと努めている人たちだ。貸出金利は2・5%(補助金などが交付されるまでのつなぎ融資の場合は2%)、1件当たりの最大融資額は500万円。返済期間は最長3年で、毎月返済が原則求められる。代表者を含めて2名以上の連帯保証人が必要となる。募集期間は年3回。融資を希望する事業者は「資金借入申込書」に、事業の概要、融資を受けようと思った動機、資金の使い道など

を記入して提出する。「地域の課題を解決するための事業」という最低限の審査基準をクリアした場合は、次に「事業内容説明書」に詳細な事業内容や収支・返済計画を記入し、財務諸表や定款などを添えて提出する。なお、資金的・体力的な面もあり、1回の融資募集で書類審査を通過できるのは最大4件としている。その後、面談や訪問調査が行われ、審査をクリアすれば融資実行となる。この間の所要日数は2〜3カ月ほどだ。融資先の審査は「融資審査委員会」が行う。この委員会は、出資者の代表として選ばれた理事や監

ソーシャル・ファイナンスの可能性を探る

第4回 NPOバンク「コミュニティ・ユース・バンクmomo」

“志金”循環モデルを浸透させ 持続可能な地域を目指す



事と、momoの取組みに賛同する金融やNPOの専門家である顧問とで構成されており、約十数名から成る。多様な視点で事業の妥当性をチェックするのが狙いだ。審査では定量面もチェックするが、何よりも重視するのが代表者の人間性。お金を借りてまで本当にその課題を解決したいのかといった「志」に焦点を当てる。面談だけではなく、実際に事業の現場に赴いて関係者にも話を伺う。また、他地域で同様の課題解決に取り組んでいる先人にヒアリングを行い、事業の妥当性を見極めるという作業も行っている。申込や相談は年間20件ほど。そのうち融資が実行できるのは多くて10件。1件当たりの融資額は200万〜300万円程度だ。発足からこれまでに46件、計約1億600万円の融資を実行しているが、貸し倒れは1件もない。

momoの特徴だ。中心となって動くのは運営事務局のボランティアスタッフ、momorenジャーたちだ。momorenジャーの活動支援は、大きく「情報発信」と「場づくり」に分けられる。情報発信は、出資したお金が何に使われてどんな課題の解決に役立っているのかを主にに出資者に知らせるための取組みだ。出資者全員に毎月送られるメールマガジン「momoreポート」のほか、さらに詳しい情報を知りたい人には、年会費2000円で、年4回発行の「momo通信」というニュースレターも届けている。各種イベントの開催通知や報告について、ホームページやブログに掲載するのも情報発信の一環だ。出資者と融資先をより密接に結びつけるには、自分の肌で感じてもらうことが何よりも効果的だ。そこで両者が出会う機会を設けようというのが「場づくり」の趣旨である。必ず開催しているのは、融資が決まったときのお披露パーティーと、完済したときのお祝いパーティー。場合によっては融資先