

Newsletter



Institute for International Monetary Affairs

(財)国際通貨研究所

「ソーシャル・アントレプレナーとソーシャル・バンク ー地球環境と人間に優しい未来志向的な持続型モデルー」

(財) 国際通貨研究所
開発経済調査部
主任研究員 古屋 力
furuya@iima.or.jp

はじめに

いま人類は、未曾有の金融危機と地球環境危機に直面している。一時は一世を風靡し、この世の春を謳歌していた多くの投資銀行が、あたかも砂上の楼閣が崩壊するがごとく、瞬く間に姿を消した。米銀のトップバンクが公的管理下に入り、アメリカ企業文化の象徴的存在であった世界最大の自動車メーカーが連邦破産法 11 条適用を申請した。片や、急激に世界経済がグローバル化しつつある中、人類が圧倒的に豊かな「富んだ世界」と圧倒的に貧しい「貧困な世界」に二分化しつつある。そこには、絶望的な富の偏在が広まり、貧富の格差が加速している。その一方で、人間の経済活動を主たる原因とする地球環境問題も、グローバルベースの喫緊の課題として人類の眼前に迫ってきている。

まさにいま、時代は、人類に対して「地球環境と人間に優しい持続可能な仕組み」に向けた新たなパラダイムシフトを求めている。そして、今まで豊かな社会を牽引する経済のエンジンであった企業と金融機関に対して「原点回帰」を求めている。

既に世界各地でパラダイムシフトの槌音が聴こえてきている。志ある人々が地球目線で行動を起こしつつある。彼らは「本来あるべき企業の姿とは何か、金融の姿とは何か」を真摯に考え、「地球環境と人間に優しい新しい社会モデル」とは何かを模索しながら、新しい社会モデルのヒントとなる先駆的モデルをみごとに生み出している。

その具体的なアクターの1つが、「ソーシャル・アントレプレナー (Social Entrepreneur; 社会起業家)」であり、「ソーシャル・バンク (Social Bank)」である。彼らは、今解決が求められている社会的課題に主体的かつ積極果敢に取り組み、新しいビジネス・モデルを提案し、率先垂範しようとしている。未来志向型の社会変革の担い手である。有限で脆弱な地球生命体の持続可能性を担保し、強靱でしなやかな未来を形成するため、地球環境と人間に優しいソリューションを提供する頼もしいアクターである。

いまや、数多くのソーシャル・アントレプレナーによって、ソーシャル・エンタープライズやソーシャル・ベンチャーが誕生し、ソーシャル・バンクが様々な形態をもって世界各地で産声をあげている。そして、その活動は世界中で野火のように静かに拡大しつつある。

彼らは権力に頓着しない。覇権に興味はない。派手なパフォーマンスは好まない。事業規模は小さいながらも、それぞれが持てる力と個性を発揮し、高い志を持って、工夫をこらしながら「地球環境と人間に優しい持続可能な社会」の構築に貢献しようとしている。彼らは利益の極大化を志向しない。急激な成長に憧れない。大事なお金を社会で正しく役立てて欲しいと希望する志ある投資家から資金を調達し、高度な専門性に裏打ちされた卓越した技術と高い志でミッションを遂行し、試行錯誤を繰り返しつつも、粘り強く着実にかつ持続的に業績を伸ばしてきている。

本稿では、こうした新しい時代を牽引するソーシャル・アントレプレナーとソーシャル・バンクという「未来の主役」をめぐる世界の新しい潮流を読み解き、「地球環境と人間に優しい新しい企業と金融のあり方のヒント」を探ってみたい。

1. ダブル・ボトム・ラインの含意

ソーシャル・アントレプレナーとソーシャル・バンクについて考察する前に、まず「ダブル・ボトム・ライン (Double Bottom Line; DBL)」の考え方について触れておきたい¹。なぜならば、この考え方が彼らの本質をみごとに象徴しているからである。

ここで言う「ボトム・ライン (Bottom Line)」とは、元々会計で使う言葉である。企業評価をする際に見る損益計算書の一番下の欄、すなわち財務上の収支決算の最終結果を示す数字が記載されている部分を指す。一言で言うと企業の「最終成績」である。そこには経常利益や当期利益が記載されている。投資判断をする投資家や与信判断をする銀行マンはまずそこに注目する。そして、

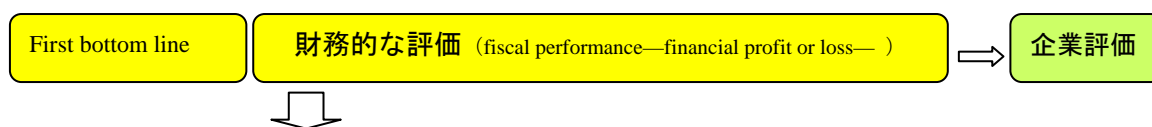
¹ 元来「ダブル・ボトム・ライン (Double Bottom Line; DBL)」は、金銭的な価値と社会的な価値の両方を評価する非公開株式投資の用語であるが、本稿ではその根本的な考え方に注目し、一般化して使っている。

財務諸表を総合的に読み解き、財務分析を通じて、その企業に投資するか、お金を貸すかを判断する。他のステークホルダーも同様である。それゆえに、企業経営者はこの数字をいかに向上させるかに苦心する。

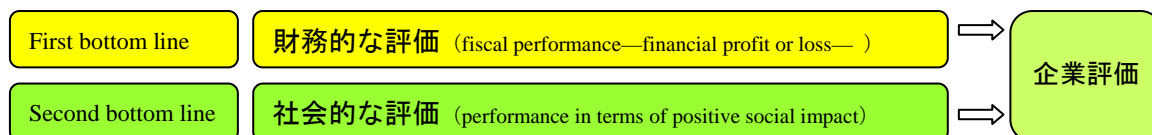
しかし本来、企業の評価にとって財務分析がすべてではないはずである。財務データは、あくまで評価項目のひとつにすぎない。それと同等に、あるいはそれ以上に重要な評価項目がもう1つある。それは、その企業が社会や環境や人々の幸福にいかなる貢献ができてきているのかという「社会的な評価」である。言わば企業の「内申書」である。「財務」をファースト・ボトム・ライン (First bottom line) とすれば、「社会的評価」はセカンド・ボトム・ライン (Second bottom line) である。要は、持続可能な社会を支えてゆくためには、成績ばかりよくても、点取り虫だけでは駄目だということである。この関係を図示したのが以下の図表1である。

(図表1) ダブル・ボトム・ラインの概念図

<従来のシングル・ボトム・ラインによる企業評価・・・成績表重視型>



<持続可能な社会を実現するためのダブル・ボトム・ラインによる企業評価・・・内申書重視型>



いままで世界中の多くの企業経営者や銀行経営者は、ファースト・ボトム・ラインに頓着してきた。また、株主はじめステークホルダーもそれを企業に期待してきたことも事実である。企業経営者にとって財務上の成績を向上させることが最重要課題であり、財務成績の数字如何で自分の経営手腕も問われた。しかし、ここにきて、環境や人間の幸福に対する貢献や配慮という最も大事な使命に対して無頓着であったことの弊害が、地球環境問題や金融危機等の様々な深刻な病状として露呈している。そして、現に人々のかけがえのない幸福を棄損しつつある。greedy で行き過ぎた大量消費や大量破壊がもたらした取り返しのつかない深刻な地球環境破壊、過度なレバレッジによる投資銀行モデルの破綻がもたらした現下の国際金融の混迷等々、その死屍累々の事例は、枚挙にいとまがない。その犠牲者の多くが、名もない貧しい人々であることも忘れてはならない。

やや遅きに失した感もあるが、こうした深刻で取り返しのつかない危機に直面したことで、人々はようやく事の重大さに気付きはじめているのである。そして、企業の存在意義や行動目的は必ずしも利潤極大化だけに依拠するものではないこと、ファースト・ボトム・ラインだけが企業行動を支配する原理ではないこと、利己的で **greedy** な生き方は人間の幸福への近道ではないこと、利益重視型市場経済モデルには限界と弊害と危険があること等を、人々は改めて認識し始めている。同時に、本来企業は社会的存在であること、社会的貢献が企業にとり重要な使命であること、それが最終的には人類の持続可能性を担保するために必要不可欠な絶対条件であることを、改めて痛感している。

こうした状況変化を背景に、企業や銀行の本源回帰に向けた本格的な議論が始まりつつある。

そして、企業や金融機関にもものを申す株主等のステークホルダーにも、重要な変化が表れてきている。企業や銀行の社会的責任行動に対する関心が高まっているのである。既に世界中の投資家の多くが、投資判断において「社会的な評価」を重要ポイントとして採用している。環境分野における代表例として、2000年に誕生した「カーボン・ディスクロージャー・プロジェクト (Carbon Disclosure Project ; CDP)」が挙げられる。機関投資家が連携し、企業に対して気候変動対策や温室効果ガス排出量の公表を求め、その環境配慮のレベルを重要な投資判断基準とする活動である。仮にどんなに財務成績がよくても、社会的な評価が悪ければ、その企業の株は買わないと考える投資家が増えてきている。また、環境に貢献する技術革新に積極果敢に取り組んでいる企業に対しては金利減免等の優遇措置で積極的に支援してゆこうとする銀行も出始めてきている。そして、そうした世界の投資家や金融機関の変化を敏感に感じ取った多くの企業が、率先して **CSR**²活動を本格化し、さらには地球環境問題や社会問題への貢献を開示する **CSR** レポートや持続可能性レポートを積極的に出すようになってきている。

いまや世界中の多くの企業経営者が「環境」「エネルギー」「地域開発」「教育」「食料」「ヘルスケア」「女性の社会進出」「芸術」等、様々な分野で社会的貢献をしようとしている。そして、このように持続可能な社会構築に貢献すること自体が、自分の会社の評価を高め、結果的に自社の持続可能性をも担保することに気づき、社会的存在としての企業行動を開始している。

² **CSR** (Corporate Social Responsibility) は「企業の社会的責任」と訳される。持続可能な社会を目指すために企業も責任を持つべきであるという考え方。EUは「責任ある行動が持続可能な事業の成功につながるという認識を企業が深め、社会・環境問題を自発的にその事業活動及びステークホルダーとの相互関係に取り入れるための概念」と定義している。その定義や考え方は、国や地域によって違いがある。また、**ISO** は対象を企業 (Corporate) からさらに拡大し、社会的責任 (**SR: Social Responsibility**) の呼称で国際規格の策定作業を行っている。

2. ソーシャル・アントレプレナーとは何か？

環境問題や貧困問題等の社会的課題に積極的に取り組み、社会的使命と企業家精神を結びつけながら社会変革を起こし価値創造してゆく新しいタイプの企業家を、一般に「ソーシャル・アントレプレナー (Social Entrepreneur)」と呼んでいる³。

ソーシャル・アントレプレナーは、一言で言うなら、セカンド・ボトム・ラインに自らの行動原理を依拠している起業家である。つまり、利益や株主価値の極大化ではなく、いかにして地球環境と人間に優しい社会的な貢献ができるかを重視している企業家である。日本語では「社会起業家」とも「社会企業家」とも呼ぶ。彼らは地球環境、福祉、教育、貧困、格差、文化等の分野において社会で解決を求められている課題にイノベティブに取り組み、重要な社会変革の担い手となりつつある。

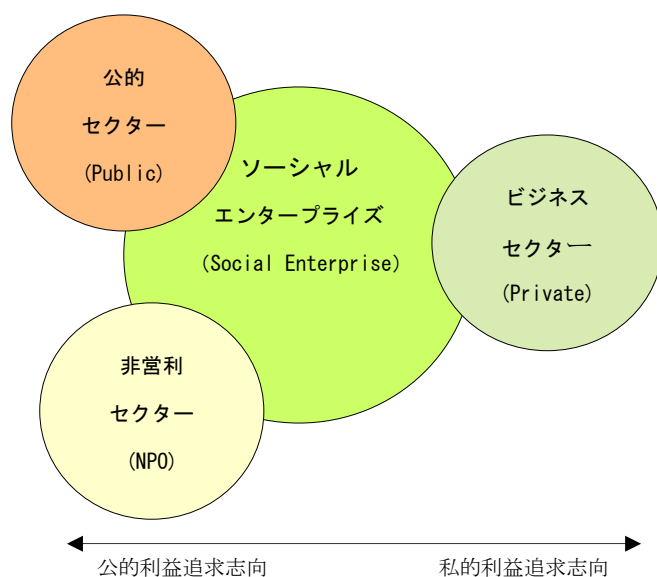
一般に、社会の仕組み・システム・課題を良い方向に持って行く改革をソーシャル・イノベーション (Social Innovation) と呼ぶ。こうしたソーシャル・イノベーションを行いながらビジネス手法によって社会的課題を解決する事業を、ソーシャル・ビジネスと呼ぶ。そして、このソーシャル・ビジネスに取り組む新しい先駆的な企業家モデルが、ソーシャル・アントレプレナーなのである。彼らは、社会的な貢献を目的とし、社会的な評価を最も重視し、それと並行して財務的な評価も維持してゆく。その革新性に注目して、ソーシャル・アントレプレナーのことを、ソーシャル・イノベーター (Social Innovator) と呼ぶこともある。彼らは、利己的で *greedy* な成長を志向せず、社会的にかけがえのない存在でありたいと願い、利他的で *green* な価値観を重視し、持続可能性を担保してゆく未来志向的な企業家であろうとしている。

元来、ソーシャル・アントレプレナーは、ソーシャル・イノベーションを遂行する「人」を意味する。彼らは、ソーシャル・アントレプレナーシップ (Social Entrepreneurship) をもって、ソーシャル・エンタープライズやソーシャル・ベンチャーといった事業体を通じて、ソーシャル・ビジネスを実現してゆく。事業で得られた利益は、株主や事業主の利益を最大限に増やすためではなく、主にその社会的な目的のために再投資する。

³ 「ソーシャル・アントレプレナー (Social Entrepreneur)」の定義は様々で、統一的な定義はない。一般的に「ソーシャル・ビジネス」は、ソーシャル・イノベーションを行いながらビジネス手法で社会的課題を解決する事業を意味するが、「ソーシャル・アントレプレナー」は、ソーシャル・ビジネスを遂行する「人」を、また「ソーシャル・エンタープライズ」や「ソーシャル・ベンチャー」は、そのソーシャル・ビジネスを遂行する「事業体」、意味する。特に、ソーシャル・アントレプレナーを、「人間的存在」から捉え、ソーシャル・アントレプレナーシップを持つ「心の真実 (dear truth)」を重視する考えもある。また、新しい事業を興すベンチャーのみならず、既存の一般企業や行政に属しその組織の中で新しい事業に取り組む人々もソーシャル・アントレプレナーに含めるという説明もある。David Bornstein(2004), *How to change the World*、齊藤楨 (2004)『社会起業家』、町田洋次 (2000)『社会起業家』、川本卓史 (2008)「ソーシャル・アントレプレナー試論」。谷本寛治編著『ソーシャル・エンタープライズ、社会的企業の台頭』「ソーシャル・アントレプレナーとは何か」。

ソーシャル・アントレプレナーが取り組む事業主体であるソーシャル・エンタープライズの位置づけは、公的セクターとビジネスセクターとNPOセクターが複合したハイブリッドな存在として定義される。それらの関係を示すと、以下の図のようになる⁴。

(図表2) ソーシャル・エンタープライズの位置



(注) 幾つかの先行研究を参考に、国際通貨研究所にて作成。

彼らは、ともすると二律背反になりがちな「経済的な存続」と「社会的使命」と言う2つの要件を同時に実現させるべく、このやっかいな難問に果敢に立ち向かい、イノベーションを駆使しつつ社会的使命を全うしようとしている。なぜなら、人類が直面している社会的課題の多くは、国家や政府等の公的部門だけでは解決できないからである。対岸の火事を傍観するがごとく政府を批判するだけではだめである。火事は対岸ではなく、こちら側で起きているのである。従来の企業社会の仕組みや市場競争原理、経済至上主義は限界に突き当たっている。人々は政策の失敗と市場の失敗を補うべく、企業に社会的責任ある活動を求めている。世界各国でCSR重視のトレンドが強まっているのはその証左である。そして、既得権の呪縛から解放されにくい大企業の多くが、なかなかCSRの域をさらに一步超えることができずに逡巡している中で、一部の志の高い人々は、自ら率先してソーシャル・アントレプレナーとなり、ソーシャル・ビジネスを起業している。そして、気候変動をはじめとする地球環境問題等の喫緊の重要課題に対しても、人智を結集して果敢に挑んでいる。

⁴ U.K.Cabinet Office(2005),*Private Action,Public benefit*, 鈴木正明 (2009)、「英国のソーシャル・エンタープライズ」(日本政策金融公庫総合研究所)等を参照した。

こうした変化は、エリート層の価値観にも影響を及ぼしている。エンロンやワールドコム事件を契機に、米国の名門ビジネススクールのハーバードやスタンフォードでも、従来型の立身出世志向を修正する動きが見られている⁵。例えば、年収何億円相当の就業機会を捨てて社会起業家を志す学生が増えているというのである。グローバルにもローカルにも、持続可能な社会経済システムのあり方が問われているなかで、志ある者が目先の損得に拘泥せず、不可能を可能にする工夫と知恵と、そしてなによりも情熱を持って突破口を切り開こうとしていることは、実に頼もしく、画期的な出来事である。そしていままさにこの瞬間も、世界中で多くの社会起業家が産声を上げ、実際に多くの社会起業家が生き生きとそのミッションを遂行しつつある。人々は **greedy** だけの無機質な利潤極大化マシンと化した企業にはなんら魅力を感じなくなっている。同時に、その限界と危険に気付きはじめている。そのような企業で働いている多くの人々も、利潤極大化マシンのパーツとしての無機質な自分の生き方に疑問を感じつつあるのである。それは、人間が人間らしくありたいと願うことから自然に湧き出る、至って健全な反応であろう。

3. ソーシャル・バンクとは何か？

ソーシャル・アントレプレナーの誕生と並行して、それと相呼応してシンクロナイズするかのよう誕生したもう1つの未来志向的なアクターがある。それがソーシャル・バンク (**Social Bank**) である。ソーシャル・アントレプレナーが取り組むソーシャル・エンタープライズの金融版と言い換えることもできよう。彼らは、セカンド・ボトム・ラインを重視し、社会的な貢献を最も大切な行動原理としている金融機関である。こうした銀行は、コミュニティ・バンク (**Community Bank**) とも呼ばれている⁶。また、彼らの金融活動は、マイクロ・ファンド⁷や金融NPO等、他の様々なファイナンス手法とあわせて、広く「ソーシャル・ファイナンス (**Social Finance**) 」と総称されている。

目下、世界中のソーシャル・アントレプレナーが直面している最大の課題は「資金調達」であると言われている⁸。その背景には、事業リスクの大きさや審査コストの高さがある。こうした中で、ソーシャル・ビジネスそのものをしっかり評価し、ソーシャル・アントレプレナーの行動を支援しようとする力強いモメンタムが、世界各地で着実に起こりつつある。そして、CSR を資金面から促進しようとする社会的責任投資 (**Socially responsible investment; SRI**) の動きが、

⁵ 齊藤慎 (2004) ditto.

⁶ オルタナティブ・バンク (**Alternative Bank**) やボランタリー・バンクとも呼ばれている。

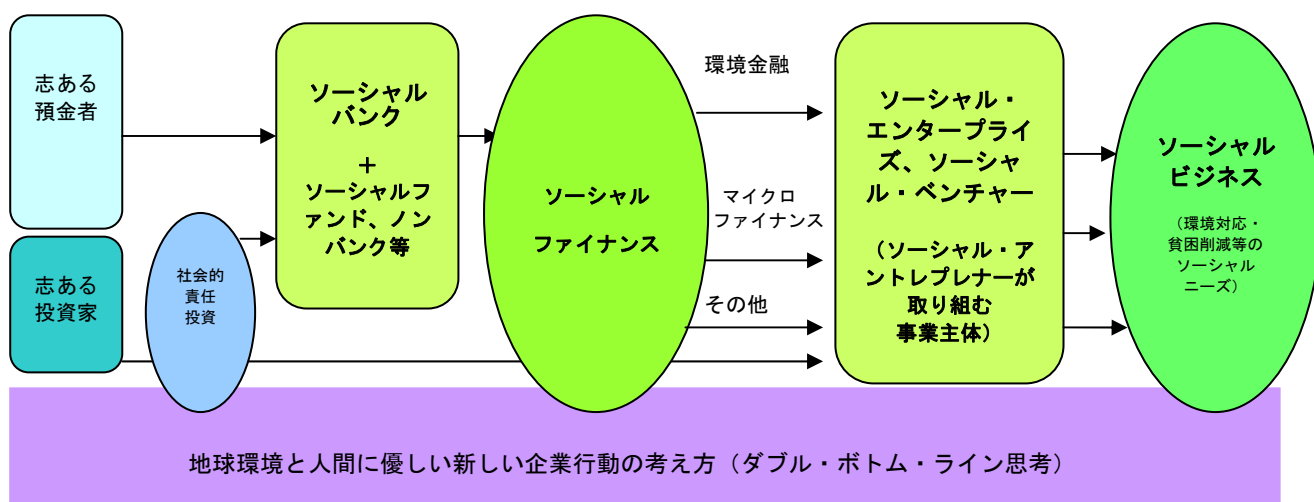
⁷ マイクロ・ファンドも多種多様である。中には、米国のキーヴァ・マイクロファンド (**Kiva Microfunds**) のように、インターネットを介して世界中の **field partners** から **person to person** ベースのマイクロ・ファンドを募り、途上国の事業主向けの小口融資の仲介をする NPO もある。

⁸ U.K.Cabinet Office(2005),ditto

世界の大きな潮流となりつつある⁹。こうした中で中心的な役割を演じているのが、ソーシャル・バンクやソーシャル・インベスター（社会的投資家）である。

ソーシャル・バンクは、地域経済に貢献しつつ、環境保全を始め、マイクロファイナンス（Microfinance）、育児サービス、教育等、公共性の高い社会的公正に資する金融事業に傾注している。共通してみられる特徴は、①利潤極大化を最大目標としていないこと¹⁰、②預けた資金、出資した資金がその銀行によってどこにどの程度、いかなる資金使途で使われているかを、正確に知ることができる透明性、③専門性に裏打ちされた高い審査能力、である。社会性の観点から融資先が限られ、運用金利が低く抑えられるため、これはある種の「期待利益の喪失」であるが、ソーシャル・バンクの出資者や預金者は理解を示している。こうしたソーシャル・ファイナンスとソーシャル・アントレプレナーやソーシャル・ビジネスとの相関を図示すると、以下のようなになる。その根底には、greedy ではなく、地球環境と人間に優しい新しい企業行動の考え方（ダブル・ボトム・ライン思考）がある。

（図表3）ソーシャル・バンクとソーシャル・アントレプレナーとの相関図



（出所）国際通貨研究所にて作成。

ソーシャル・バンクが直面する課題を、問いかけの形で表現すると、以下の通りとなる。「他の大手銀行が貸さないニッチ分野での業務に限定されるという意味で成長の限界はないのか」、「普通の銀行との違いや特性をどう維持してゆくののか」、「普通の銀行が今後本格的に環境ファイナンス事業に参入して

⁹ ソーシャル・ファイナンスは、慈善的寄付と社会的責任投資（SRI）の間の隙間を埋める存在であるとの解説もある。足達英一郎（2006）、『ソーシャル・ファイナンス』 p10

¹⁰ 彼らは決して利潤追求を否定している訳ではないが、利潤の極大化を企業行動の最大かつ唯一の目標とはしていない。

きた場合、競争力はあるのか」。昨年 2 月に面談した欧州のソーシャル・バンクの責任者は、これらの問いかけに対してこう回答してくれた。「なんら限界は感じていない。世の中にはお金だけがすべてだと思っている人ばかりではない。多くの志ある人々は、自分の大切なお金を真に有益で環境や弱者の幸福のために使ってほしいと考えている。このような人々の存在が我々を支えている、そしてその人々のおかげで現に事業は着実に伸びている。この事実が、我々の確信を支えている。」と。

4. 環境と人間に優しい non-greedy なソーシャル・ファイナンス・モデル

すでに世界中で、気候変動や環境汚染、資源枯渇等の様々な環境問題、貧困問題、金融疎外（financial exclusion）問題への高い問題意識に基づき、様々な工夫をこらしながらソーシャル・ファイナンスが始まっている。志のある幾つかの金融機関は、地球環境問題を自分たちの死活問題として真剣に考え、行動を開始しつつあり、小ぶりながらも従来型の商業銀行とは全く違う先駆的なソーシャル・バンクのモデルが、世界各地で幾つか誕生している。

筆者は、2005 年 7 月にマイクロファイナンスの草分け的な存在である Bangladesh のグラミン銀行を訪問した。昨年 2008 年 2 月には、環境先進地域の欧州 5 カ国に出張し、トリオドス銀行等、先進的な環境金融を率先垂範しているソーシャル・バンクを訪問した。そして、米国のマイクロファイナンス・インターナショナル・コーポレーションの CEO とも面談し、郷里送金とマイクロファイナンスを組み合わせた画期的なソーシャル・ファイナンス・モデルについて詳しい説明を伺った。こうしたアジアや欧米のソーシャル・ファイナンスの当事者から実際に聴取した内容を中心に、人間と環境に優しい未来志向的なソーシャル・ファイナンスの実態について以下レビューしてみたい。

(1) グラミン銀行 (Grameen Bank)

Bangladesh の地域金融市場では、中小企業 (Small and Medium Enterprise; SME) よりさらに小さい零細規模の個人企業を対象とした会員制小口金融機関であるマイクロファイナンス金融機関 (Microfinance Institutions; MFIs) が発展を遂げ、貧困削減に大きな効果を上げている¹¹。その草分け的な存在がグラミン銀行である。与信先の多くは、SME よりさらに小規模な、地方の女性を中心とした農村個人貧困層である。同行の起源は、ユヌス氏 (Professor Muhammad Yunus) が 1976 年に開始した action research project にある。その後 Bangladesh 銀行の金融支援を受けて実施した pilot project を経て、7 年後 1983 年に正式に「グラ

¹¹ 「マイクロファイナンス」と「従来型の SME ファイナンス」との境界線は曖昧である。日本政策金融公庫 (2009) 「従来型の SME ファイナンスとマイクロファイナンスとの間に生じる空白」

ミン銀行」¹²として設立された。創設者のユヌス氏は、60年代に米国で経済学を学び、バングラデシュ独立後帰国し、母校のチッタゴン大学で教鞭をとっていた。そして1974年の大飢饉を機に貧しい人々の救済活動を通じ、机上の経済理論と現実との乖離に直面、「貧しくても持てる力を発揮できるチャンスを得る権利は誰にでもある」という信念のもと、この活動を始めた。同氏は、「貧困層を貧しくしているのは貧困そのものではなく、貧困層を取り囲んでいる仕組みや政策である」「貧困層は熟練が不足しているから貧しいのではなく、彼らが持っている熟練が有効に活用されていないから貧しいのである」「慈善 (charity) は貧困の解決にならず、むしろ貧困を存続させるだけであり、貧困層自身による個人々の自助努力こそが重要である」との信念に基づき、新しいグラミン銀行と言う会員制マイクロファイナンス銀行の仕組みをつくった。その後、創立者のユヌス氏とグラミン銀行自体がその功績を称えられ、2006年のノーベル平和賞を受賞したことは広く知られている。この貧困層向け小額無担保融資は、一般に「マイクロクレジット (micro credit)」とか「マイクロファイナンス (micro finance)」と呼ばれるが、同行ではあえてこれを「グラミン・クレジット (Grameen credit)」¹³と呼んでいる。グラミン・クレジットの特徴は、ファイナンスを、「担保」や「契約書 (legally enforceable contracts)」ではなく、受信人の「信頼 (trust)」に基づいて実行する点である。従来型の金融機関が、貧困層を“not creditworthy”として差別および拒絶してきたことに対する挑戦でもある。受信人は銀行をわざわざ訪問することなく、“at the door-step of the poor”で金融サービスを楽しむことができる。手続として、最初に受信人は「受信人グループ」に加入する。グループ内で1人が借入を返済したら、その資金で別の新しい貸出を開始する。これを同行では「継続連鎖 (continuous sequence)」方式と呼んでいる。返済方法は“weekly”か“bi-weekly”が基本で、個々の与信金額が小さく、かつこうした互助体制の中で1つ1つの返済実績を確認しながら次の無担保融資が堅実に実行されてゆく仕組みである。同行の2007年12月決算時点の総貸出残高は、5億47百万米ドルであり、創設当初1983年時点の3百万米ドルから24年間で175倍に拡大、総資産も10億5百万米ドルと創設当初比200倍に拡大している。驚くべき点は、その回収率の高さである。同行の2008年末時点の recovery rate¹⁴は97.86%と高い回収率を誇っている。資本金の94%は貧困層の会員自身による出資で、政府出資部分は6%に過ぎない。同行が会員制小口金融機関と呼ばれるゆえんである。また、1995年以降は海外からの新規 Grant 受入もしておらず、原

¹² 「グラミン (Grameen)」とはベンガル語で「農村」を意味する。

¹³ 2000年9月からはより弾力的な“Basic loan (Grameen Micro-credit Highway)”を核とした“Grameen Generalised System (GGS)”という改善を加えた新しい仕組みも開始している。

¹⁴ amount repaid as a percentage of amount due, Grameen Bank(2009), “Grameen Bank Home page”
http://www.grameen-info.org/index.php?option=com_content&task=view&id=26&Itemid=175 ちなみに、2008年末の同行の借入人数は7.87百万人で、その内女性が97%を占めている。

則必要資金は全て自己資金でまかなう方針を貫いている。同行は小口金融のグラミン・クレジットとは別に、若干金額の大きい「マイクロエンタープライズ・ローン」と言う零細企業向け貸出¹⁵も行っている。また、携帯電話事業やSME金融分野にも事業拡大を図ってきている。バングラデシュ銀行の資料によると、グラミン銀行以外にも同国にはマイクロファイナンス金融機関が1,000以上はあると言われている。この内グラミン銀行が貸出全体の3分の1のシェアを持ち、同行を筆頭に上位4行で全マイクロファイナンス金融機関の貸出残高の60%、また上位20%で全市場の80%を占めると言われている。いまや同行は、貧困層を対象とした携帯電話サービスのグラミンフォンや、ダノングループと提携した栄養食品会社グラミン・ダノン等を含む25社以上のソーシャル・ビジネス群から構成されるグラミン銀行グループとして、一大ソーシャル・コングロマリットに成長している。

(2) トリオドス銀行 (Triodos Bank N.V.)

オランダのトリオドス銀行¹⁶は、世界の環境銀行の草分けでカリスマ的な存在である。同行の環境ファイナンスは、再生エネルギーファイナンス等の環境金融分野で着実に成果を出し、資産12.9%増、預金口座数29.7%増、貸出先数51.8%増、当期利益12.2%増(2008年期末決算)と、順調に実績を伸ばしている¹⁷。同行は政府から非課税預金の認可を取得し、Green Fund Scheme(GFS)¹⁸により60百万ドルを集め「トリオドス・グリーンファンド」を作り、風力発電事業やエコハウス事業等の環境事業に低利融資している。また海外展開にも積極的で、特に小規模な風力発電プロジェクトに投資する「ウィンド・ファンド」をイギリスで販売している。発展途上国支援のための「トリオドス南北投資ファンド」も創設している。さらに1997年に始めた太陽光発電事業関連の「ソーラーインベストメントファンド」は約1百万ドルを集めた実績もある。環境ファイナンスに留まらず、零細個人向けマイクロファイナンスやフェアトレード・ファイナンスへの事業拡大もしており、それなりの成果を上げている。これらを支えているのは、政府や預金者や事業者等、それぞれの関係当事者の環境配慮行動である。彼らは経済性より環境や公共性への配慮を優先している。政府は預金金利を非課税とし、銀行は他の事業融資より金利を抑えた低利融資を行い、事業者は別の儲かる事業に比べ低い収益性を我慢して投資する。そのいずれもが、「私的な経済性」を少しずつ我慢しながら「環境という公益」のために行動してい

¹⁵ Yunus,M.(2005) *Grameen Bank at a Glance*、マイクロエンタープライズ・ローンの資金用途はトラック、灌漑ポンプ等である。

¹⁶ 「トリオドス(Triodos)」とはギリシャ語で「3つの道」の意味である。Triodos Bank(2008),

¹⁷ Triodos Bank(2008),

¹⁸ Triodos Bank(2008), "Triodos Bank Home page" (<http://www.triodos.com/>) , ditto.(2008)"AnnualReport 2008"(http://www.triodos.com/com/static/pdf/coen_AnnualReport2008.pdf)

る。そうした環境配慮行動により、各当事者がそれぞれ我慢した分の合計を上回る公益が全体として得られる仕組みとなっている。こうした環境配慮行動を志向する事業者と預金者との仲介を行う、高い志を持つ金融機関の存在が、世界中の多くの投資家や事業者から高い評価を受け、いまや急成長の途上にある。同行の特徴は、①預けた資金がどのように使われているかを預金者が正確に知ることができる透明性、②環境金融等の分野で高い専門性を有する優秀な審査体制にある。環境分野等では顧客に的確なアドバイスやビジネスマッチングを提供する。そこに同行が順調に実績を伸ばしている秘訣がある。我が国では、預金者にとり預金は単なる安全な運用手段に留まり、預金金利の高低こそ気にするものの、その資金が環境ファイナンスにどの程度利用されているか等にはあまり関心もなく、資金運用のあり方に意見も言わず、また銀行側も詳細な開示をしないのが常であるが、この点、同行のモデルは大いに示唆に富むものである。

(3) GLS 銀行 (GLS Gemeinschaftsbank eG)

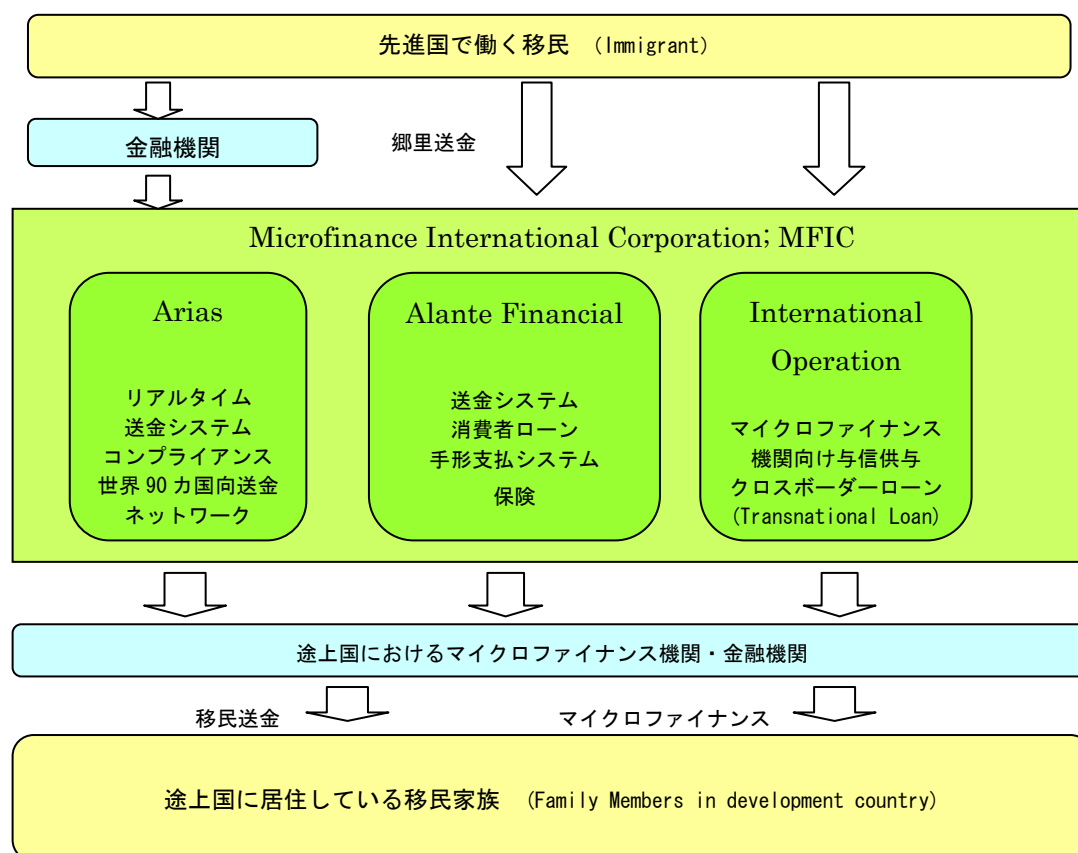
ドイツの GLS 銀行は、主にエコロジー農業や風力発電等の社会プロジェクトに特化した融資を行っている。GLS とは、「貸出と無償贈与のためのコミュニティ銀行 (Gemeinschaftsbank für Leihen und Schenken)」の頭文字からの命名である。シュタイナー学校設立資金融資を契機に 1961 年に設立された経緯があり、2001 年には環境銀行の草分けとして有名なエコバンクを営業譲渡の形で吸収している。同行の特徴は「利益極大化を志向しないこと」、「貸倒れが少ないこと」、「高い透明性を維持すること」にある。同行の広報誌「バンク・シュピーゲル (Der Bankspiegel ; 銀行の鏡)」は、融資先名や融資額まで克明に記載し出資者宛に送られるので自分のお金がどのように幾ら使われているかよく分かる。そして、こうした同行の方針を高く評価する預金者の 20% 程度は自発的に利子受取りを拒否しており、これが資金調達のコスト低減に貢献している。同行の環境ファイナンスは、同行の貸付業務の中核を占め、環境配慮型住宅ローンやエコロジー農業、再生エネルギーファイナンス等の環境金融分野で着実に成果を出し、資産 27.4% 増、貸出残高 26.2% 増、顧客数 12.7% 増、当期利益 26.7% 増 (2008 年期末決算) と、順調に実績を伸ばしている。環境への意識が高いドイツでは、市民が有志で風力発電施設や太陽光発電施設を共同建設し、その建設費を売電収入で賄う仕組みが一般的であるが、この普及に同行の環境配慮型住宅ローンや再生エネルギーファイナンスが大きな貢献を果たしている。また、同行は環境ファイナンス以外にも、身障者向バリアフリー施設融資やフリースクール等にかかわるファイナンスも積極的に展開しており、社会、文化の分野でも先導的な役割を

推し進めている。また、貸倒れが少ない理由については、融資対象を環境等に絞り込み、その分野の事業性評価能力や審査能力を高い水準に維持している点を挙げていた。また顧客に対して環境技術等のアドバイスや他社との連携提案等も積極的に行っていることが最終的に貸出先の事業成功につながり、貸倒れの縮小に大いに貢献していた。いまや全世界的に持続可能な発展と地球環境保全のための金融の役割が注目されている事情に鑑み、人類の繁栄を支えてきた金融が、今後の地球環境問題を解決し持続的な発展を実現してゆくために大きな役割を果たすことが期待されており、株主価値や利潤極大化だけではない新しい行動基準が必要な時代となっていること、また、この責務は同行のようなコミュニティ・バンクだけではなく、大手商業金融機関にとっても、地球環境配慮への取組姿勢が将来の競争力優位を決定つける重要な要件となろうとの説明があった。

(4) マイクロファイナンス・インターナショナル・コーポレーション (MFIC)

米国には、移民送金を梃子にマイクロファイナンスを行っているユニークなソーシャル・バンクがある。名前を「マイクロファイナンス・インターナショナル・コーポレーション (Microfinance International Corporation; MFIC)」と呼ぶ。同行は 2003 年に設立され、世界中の底辺層から富裕層にいたるまで、全ての層の人々に適用可能な金融サービスを提供している。その創業者兼 CEO は、長年にわたり中南米諸国に駐在した経験を持つ元三菱東京UFJ銀行ワシントン事務所長の枋迫氏である。その経営理念やサービスは、従来の銀行が提供しているサービスとは全く違う。米国に暮らす 5000 万人のラテンアメリカ系移民のうち、銀行口座を持たず、通常の金融サービスへのアクセスを閉ざされた **unbanked people** と呼ばれる人たちは 3900 万人いると言われている。米国には、こうした人たちが母国に住む家族とやり取りする「海外送金」をはじめ巨大な金融ニーズがあり、その市場規模は 110 億米ドルにもものぼるとされている。それにもかかわらず、既存の銀行は中間層以上、人口構成では上から 4 分の 1 までにしか満足な金融サービスを提供できず、彼らが求めるサービスが供給されていないのが実情であった。こうした金融の世界の現状を目の当たりにした枋迫氏が、2003 年、自ら MFIC を立ち上げた。同行は、以下の図の通り、インターネットを活用する送金システム (Arias) とリテール金融サービス (Alante Financial) を独自開発し、Anti-Money Laundering 規制にしっかり対応しながら世界 85 カ国に送金できる体制を確保し、送金手数料を大幅に引き下げる送金革命を起こした。同時に、送金受取人サイドの途上国におけるマイクロファイナンス機関を対象にした金融サービスや融資元本のバックファイナンスを梃子に、マイクロファイナンスを行っている。

(図表 4) MFIC のビジネス・モデル



(出所) MFIC (2008) “Microfinance International Corporation;” (presentation paper /Nov 2008)

同行がユニークなのは、先進国で働く移民が母国に送る郷里送金網を途上国のマイクロファイナンス機関に繋ぎ、その送金を受け取る留守宅家族が、送金履歴を元に当該機関からマイクロローン借りられる仕組みを構築している点にある。本来受信能力を持たない留守宅家族に対して、定期的に発生する移民送金というキャッシュフローを **credit history** の代替としてとらえ、それをベースとする与信を実現させているのである。また、同行は、さらなる次の一手として、米国内の販売時点情報管理システム（所謂 **POS** システム）ネットワークを活用した送金システムの構築や、携帯電話のショート・メッセージ・システム（所謂 **SMS** システム）、さらには PC 上の web 上のサービス提供により、利用者のさらなる利便性向上を目指している。

ちなみに、同行創設者で CEO の枋迫氏は、社会起業家を支援する世界的組織アショカ (Ashoka: Innovators for the Public) から日本人で初めてグローバル・フェローに選ばれた。また、『Fortune』誌と MIT (マサチューセッツ工科大学) により創設された「第 1 回レガタム・フォーチュン・テクノロジー・プライズ」を受賞している。

おわりに

もはや、刹那的で **greedy** な拝金至上主義の時代は、終焉を迎えようとしているのかもしれない。いやむしろ終わるべきかもしれない。そして、世界各地で、自分の人生をさらに意義のあるものにしたいと考えている人たちの中から、様々な形のソーシャル・アントレプレナーやソーシャル・バンクが誕生している。そして、大事なお金をさらに意味のあるものに使いたいと考える心ある投資家や金融機関の中から、ソーシャル・ビジネスの重要性を理解し、ソーシャル・バンクやソーシャルファンドを通じソーシャル・アントレプレナーの活動を積極的に支援しようとする動きが生まれ、大きな潮流となりつつある。

ガンジーは「見たいと思う世界の変化にあなた自身がなりなさい」と述べているが、まさに彼らは、様々な社会的問題を国家や市場に委ねるのではなく、自らが率先して変革の先駆者たらんと生きている。世界トップクラスの一流の教育を受けた有能な若手の中からも、自分の人生の意味を考え、自分の存在を見つめなおし、自分なりの納得できる解を見出し、高額な生涯所得機会を投げうって、自ら率先して、ソーシャル・ビジネスの門をたたき多くがでてきている。彼らは、環境問題等の地球規模の課題や貧困削減等の地域社会が抱える課題に対して、高い使命感をいできて、主体的に積極的に事業を推進させようと邁進している。頼もしい未来志向型のアントレプレナーたちである。

スペインの古い諺に「旅人よ、道は歩いてつくるものである。初めからそこにあるものではない。」という示唆に富んだ箴言がある。

ここに掲げた環境と人間に優しい持続型モデルの新たな主役たちも、果敢に自ら道を切り拓こうとしている魅力的な旅人たちである。我々は、こうした新しい時代の主役たちの登場を、単にニッチなあだ花だと一蹴するのではなく、時代の要請を受けて新たに生み出されてゆく新しい **non-greedy** な企業や金融の在り方への、大事なヒントだと考えたい。

以 上

当資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、何らかの行動を勧誘するものではありません。ご利用に関しては、すべてお客様御自身でご判断下さいますよう、宜しくお願ひ申し上げます。当資料は信頼できると思われる情報に基づいて作成されていますが、その正確性を保証するものではありません。内容は予告なしに変更することがありますので、予めご了承下さい。また、当資料は著作物であり、著作権法により保護されております。全文または一部を転載する場合は出所を明記してください。

Copyright 2009 Institute for International Monetary Affairs (財団法人 国際通貨研究所)

All rights reserved. Except for brief quotations embodied in articles and reviews, no part of this publication may be reproduced in any form or by any means, including photocopy, without permission from the Institute for International Monetary Affairs.

Address: 3-2, Nihonbashi Hongokucho 1-chome, Chuo-ku, Tokyo 103-0021, Japan

Telephone: 81-3-3245-6934, Facsimile: 81-3-3231-5422

〒103-0021 東京都中央区日本橋本石町 1-3-2

電話：03-3235-6934 (代) ファックス：03-3231-5422

e-mail: admin@iima.or.jp URL: <http://www.iima.or.jp>