

# 2011 年度森基金成果活動報告書

慶應義塾大学政策・メディア研究科修士課程 2 年

81024253 江口洋喜

研究テーマ：「海外におけるソーシャルビジネスへの個人出資者の属性及び阻害要因の抽出と提案」

## 1. はじめに

### 1-1. 論文における用語

- **ソーシャルビジネス**：環境問題や貧困問題といった社会的な課題を、収益を挙げながら解決を目指す事業
- **市民出資**：直接金融という手法を通して社会問題の解決を目指す事業。例として、環境では自然エネルギーの普及推進や森林保護事業を進めるファンドがある

### 1-2. 問題意識、背景

#### ■社会貢献を志向する風土の醸成（CSR）

- 企業：インパクト・インベストメント（財務的な収益を生み出すとともに、社会的課題や環境問題の解決を目指す投資）、ボランティア（植林、震災復興）
- 個人：社会への貢献意識は過去最高  
（内閣府「社会貢献に関する意識調査」）

#### ■貧困問題と環境問題（人口増加と貧困撲滅→資源の開発→環境悪化）

## 2. 目的

世界全体の問題として環境問題や途上国の貧困問題が挙げられる。これらの問題を解決するためには、政府や国際機関のみならず、企業や個人が協力して取り組むことが重要である。現に世界的な課題を解決する手法として、BOP ビジネスを代表に、民間企業と個人が中心となった方法が注目されている。本修士研究では、途上国の貧困問題の解決という目標に関して個人出資に着目した。本修士研究の目的は今後、個人出資の市場を拡大するにあたり個人出資者の出資動機及び、その出資阻害要因を明らかにすることである。

## 3. 市民出資に着目する理由

### ①途上国支援を取り巻く環境の変化

- 政府：財政状況の悪化（ODA 予算の減少）
- 民間企業：支援が必要な層に手が届いていない、途上国進出リスク（カントリー、為替）
- NGO/NPO：上記の穴を埋める存在として重要だが、資金難

⇒インパクト・インベストメント志向した債権の発行数は年々増加と投資家割合は機関投資家 12%、個人投資家 88%であり、資金の出し手としての個人に着目

## ②日本の個人金融資産の活用

図表 1 からわかるように、日本の個人金融資産はここ数年約 1500 兆円で推移しており、この資産を活用しようと政府も様々な政策を立てている。

図表 1. 日本の個人金融資産残高の推移

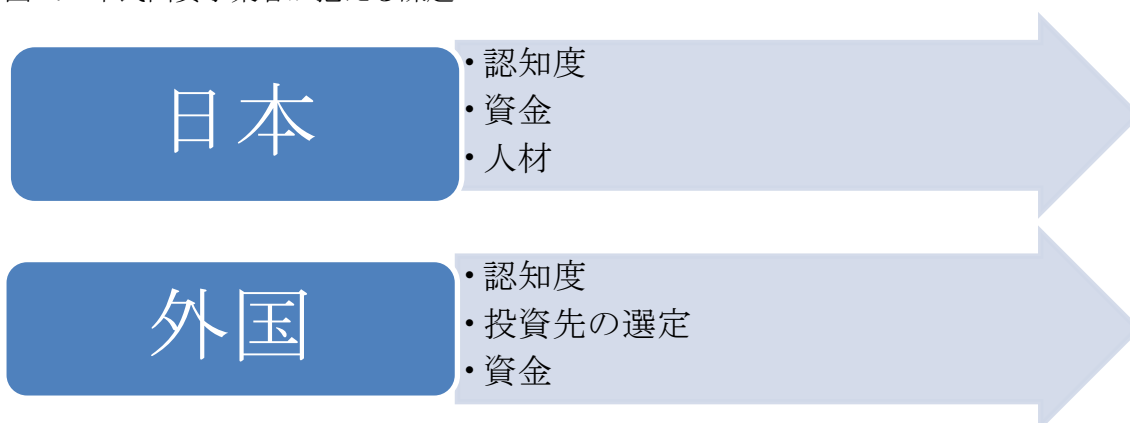
	2009年		2010年				2011年		2011年6月末 残高(兆円) (構成比(%))	
	9月末	12月末	3月末	6月末	9月末	12月末	3月末	6月末		
残高(兆円)	1,480	1,491	1,485	1,473	1,470	1,488	1,481	1,491		
前 年 比 ( %)	家計資産計	0.2	2.3	2.3	▲ 0.8	▲ 0.7	▲ 0.2	▲ 0.3	1.2	1,491 (100.0)
	現金・預金	1.5	1.5	1.5	1.3	1.2	1.3	1.4	1.9	829 ( 55.6)
	債券	▲ 1.0	▲ 3.1	▲ 3.0	▲ 3.0	▲ 3.4	▲ 5.7	▲ 8.8	▲10.4	37 ( 2.5)
	投資信託	▲ 8.5	15.2	20.0	▲ 0.5	▲ 2.2	▲ 5.5	▲ 6.5	1.7	53 ( 3.5)
	株式・出資金	▲ 3.8	10.4	22.3	▲ 8.7	▲ 9.1	0.0	▲ 9.2	▲ 0.6	90 ( 6.0)
	保険・年金準備金	0.0	0.7	▲ 2.0	▲ 2.0	▲ 1.6	▲ 1.1	0.2	0.6	420 ( 28.2)
	その他	▲ 0.7	7.2	6.2	▲ 5.1	▲ 2.1	▲ 5.2	0.3	6.7	62 ( 4.2)

(出典：日本銀行)

## 4. 市民出資事業者が抱える課題

### 4-1. 市民出資事業者が抱える課題

#### 図 2. 市民出資事業者が抱える課題



国内、海外におけるソーシャルビジネスを行う事業者の主要な課題は上記の図の通りである。これらの課題を比較すると、第一に国内、海外でも一般消費者の認知度が低いこと、そして第二に認知度が低いことが一因で事業に資金が集まりにくく、資金不足という課題

を抱えていると言える。第三に認知度の低さは資金に余裕がないことから広報費に資金を回すことができず、認知度を上げる方策を講ずることができないという悪循環が発生している、と話す事業者もいた。

これらの課題比較から日本、海外を問わずソーシャルビジネスを推進していくためには資金面での課題を解決することが肝要である。

#### 4-2. 市民出資事業者が抱える資金面の課題

①事業には数億円 of 資金が必要（運営費、設備費）

②現状では、社会的事業の担い手には NPO 法人が多く含まれるが、これらの組織は信用保証制度の対象外となるケースが多い

③融資の限度額は数 100 万円～5000 万円

⇒公的機関、民間金融機関以外からの資金調達が必要

#### 5. 先行研究

①「市民風車に誰が出資したのか？－市民風車出資者の比較調査－」（京都教育大学）

→出資者の動機に関しては「環境運動因子」、「My 風車因子」、「経済因子」の 3 つ

②「自然エネルギー事業への出資における非金銭的投資誘因の可視化」（慶應義塾大学修士論文）

→「環境貢献への関与」、「地域との連帯感」、「日常生活の意味づけ」の 3 つ

⇒上記の 2 つの先行研究は国内の市民出資動機を明らかにしたもので、海外の市民出資動機を明らかにした先行研究はない

#### 6. 仮説

海外におけるソーシャルビジネスへの個人出資者の出資動機は①金銭的配当、②成果の可視化、③社会貢献である

#### 7. アンケート

##### 7-1. 仮説を基にした商品設計

	金融商品1	金融商品2	金融商品3
共通点	1口価格：50000円、元本保証なし、為替リスクを事業者が負うこと、天候リスクあり		
配当利回り	5%	1%	1%
出資者特典	金銭的配当	<ul style="list-style-type: none"> <li>・現地で生産した製品</li> <li>・現地ツアーへの参加権</li> </ul>	金銭的配当
現地への効果	特に明記なし	特に明記なし	<ul style="list-style-type: none"> <li>・子どもたちの学習機会の増加</li> <li>・屋内の大気清浄化及び、住民の健康状態改善</li> <li>・JICAとの共同事業であり、現地の広範囲に影響を及ぼすことができる</li> </ul>

## 7-2. アンケート概要

- ・方法：インターネット及び紙によるアンケート用紙の配布及び集計
- ・有効回答数：157
- ・アンケート結果を基に、各属性（性別、世帯年収、投資経験など）ごとの資金供給意欲を測定するにあたり以下の方法を用いた。「出資」、「寄付」、「出資、寄付ともに興味がある」：2点、「資金を出さないが条件次第では出資に興味がある」、「資金を出さないが条件次第では寄付に興味がある」を1点とし、点数に人数を乗じた数を総得点とした。

## 7-3. アンケート結果

図表 3. 各属性のアンケート結果まとめ

	出資意向	寄付意向	出資の阻害要因	潜在の出資層への有効策
世帯収入	・低所得者層：プロジェクト1	プロジェクト3	・プロジェクト1：どの所得者層も資金に余裕がないこと	条件付き出資を考えている層を出資層にするには、1口5000円の出資を可能にし、償還期間を短くすることが有効である。
	・中所得者層：プロジェクト1		・プロジェクト2：事業者や事業自体の信頼性のないこと	
	・高所得者層：プロジェクト3		・プロジェクト3：資金面の余裕と事業者の信頼性がないこと	
寄付経験	寄付経験の有無に関わらずプロジェクト1	寄付経験の有無に関わらずプロジェクト3	寄付経験の有無に関わらず資金面の余裕のなさや事業者の信頼性、貧困問題に関心がないこと。	条件付き出資を考えている層を出資層にするには、1口5000円～10000円からの出資を可能にし、配当を3～5%にすることが有効である。
東日本大震災への寄付経験	寄付経験の有無に関わらずプロジェクト1	寄付経験の有無に関わらずプロジェクト2	判断できず	条件付き出資層が出資層に移行するかを調査するには、回答数の間に差が少ないため判断できなかった。
ボランティア経験	ボランティア経験の有無に関わらずプロジェクト1	ボランティア経験の有無に関わらずプロジェクト3	ボランティア経験の有無に関わらず、資金に余裕と事業者の信頼性がないこと。	ボランティア経験がある層：1口の価格を10000円未満、配当を3～5%、償還期間を3年にすること。 ボランティア経験がない層：求める条件の趣向が多様のため判断できず。
東日本大震災へのボランティア経験	ボランティア経験の有無に関わらずプロジェクト1	ボランティア経験の有無に関わらずプロジェクト3	判断できず	判断できず
投資経験	投資経験の有無に関わらず、プロジェクト2	投資経験の有無に関わらず、プロジェクト1	・投資経験がある層：資金の余裕と事業者の信頼性がないこと。	・投資経験がある層：配当を3～5%、償還期間を3～5年もしくは現状維持にすること
			・投資経験がない層：資金の余裕、事業者の信頼性、元本が保証されていないこと。	・投資経験がない層：求める条件の趣向が多様のため判断できず。
市民出資への出資経験	出資経験なし：プロジェクト1	出資経験の有無に関わらず、プロジェクト3	判断できず	判断できず
年代	・40代以外：プロジェクト1	・10代以外：プロジェクト3	判断できず	判断できず
	・40代：プロジェクト3	・10代：プロジェクト1、プロジェクト2		

## 8. 考察と提案

### 8-1. 商品設計

- ①経済的な配当が良いプロジェクトに対しては出資を募り、社会貢献性が高いプロジェクトに対しては寄付を募ることが有効
- ②条件付きで出資を考えている層を出資層に移行させるには1口の価格を10000円未満にすることと、配当を3~5%に設定することが有効

### 8-2. 事業者

1口あたりの価格を抑えると出資意向が増加するが、その分諸経費とのバランスで事業費が増大

⇒広い層から出資を募ることや、インターネットで商品の説明やファンドの購入などの手続きができるようにすること、及び事業を運営するにあたりボランティアや寄付を活用することが有効

### 8-3. 政策

- ①国や自治体からの支援：銀行からの借入れが困難なため補助金や受託事業が必要。またアンケートの結果からも望む声が多い。知名度が未だに低い現状を考えると、JICAなどと提携してセミナーを開催すれば、知名度の向上にも寄与
- ②二国間排出権取引制度の創設
- ③税の控除：寄付税の引き下げ、事業にかかる税の免除

## 9. 今後の課題

今回は資金面の課題を主に取り上げたが、アンケート結果から抽出されたように、事業者や事業自体の信頼性をいかに高めるか、という課題が挙げられる。