

マイクロファイナンス・カフェ 2

—貧困削減のためにMFをどう支援するか—



オイコクレジット・ジャパン

関東支部代表

栗野晴子



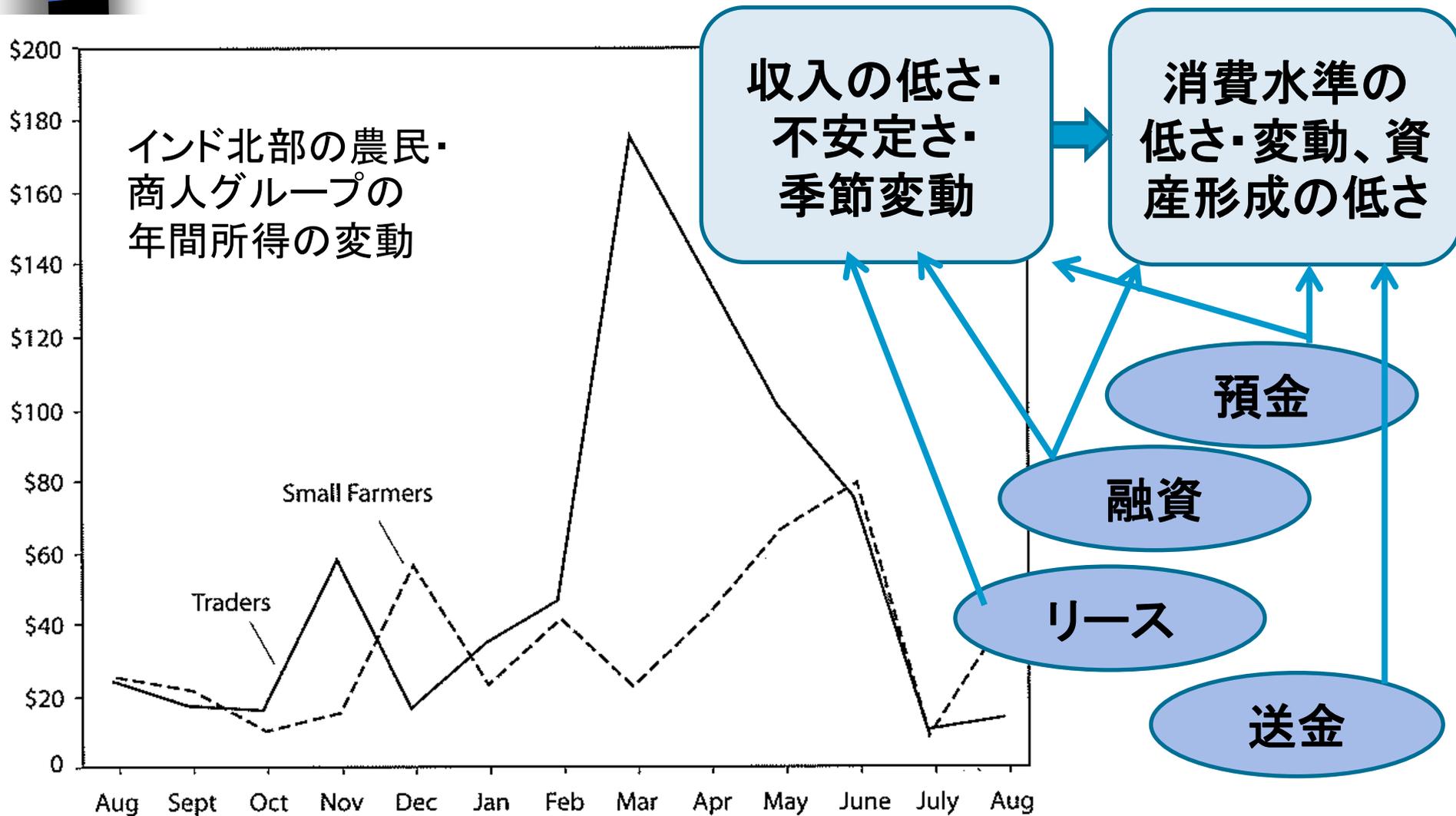
今日の内容

- MFはどれくらい拡大したか？
- 貧困削減のためにどのようにMFを支援していくか
- MF機関の能力強化の事例
 - 社会的業績管理の指導
 - リスク管理
 - 新商品開発
 - インパクトのモニタリング

マイクロファイナンス(MF)とは？

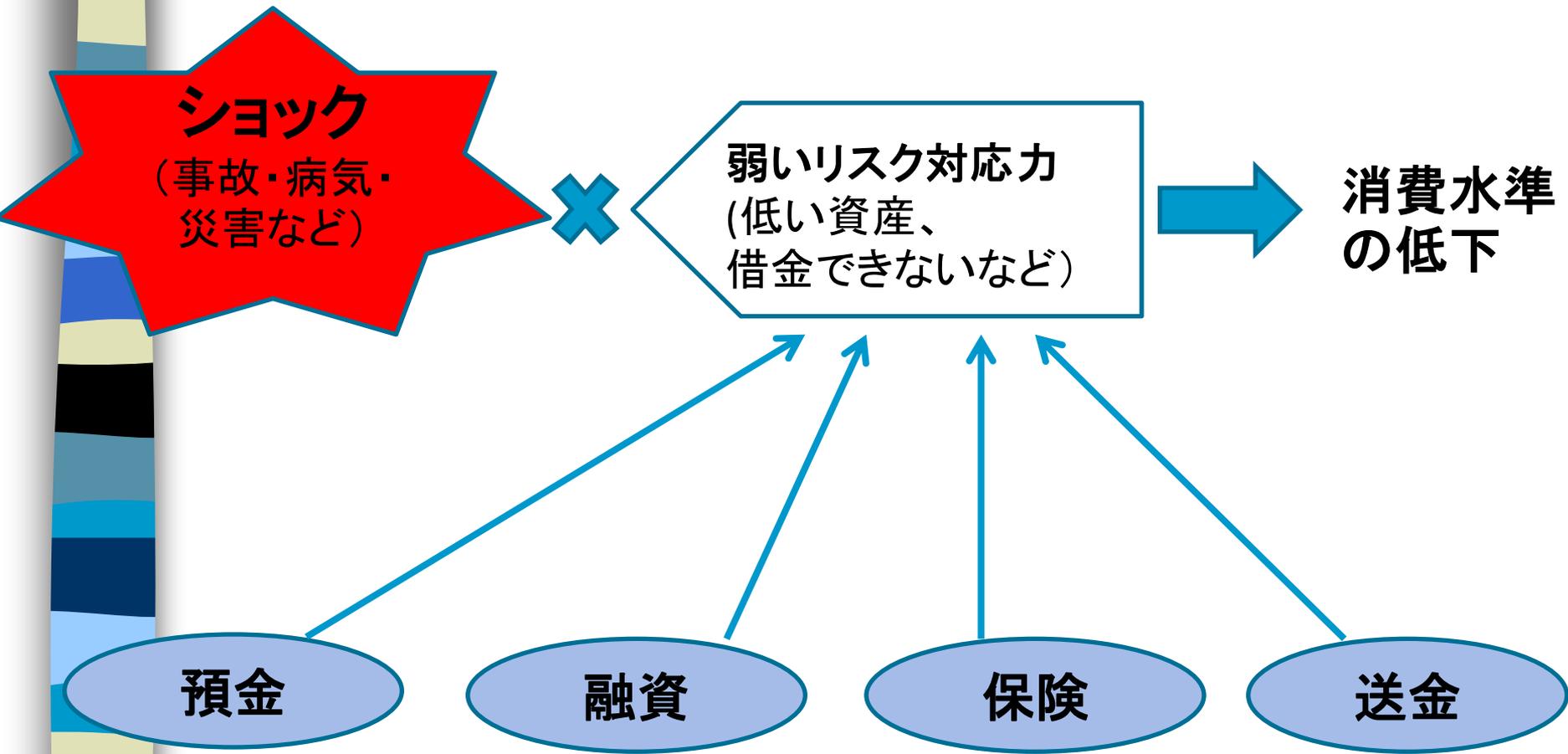
- 貧困層への小口金融サービス
(融資・預金・リース・送金・保険など)
 - 一時的な援助ではなく、継続したサービスが必要
- 
- 貧困層の制約を取り除く一つの地域インフラ

MFの貧困削減への効果 (1)



Collins D. et al (2009) "Portfolio of the Poor"

MFの貧困削減への効果 (2)

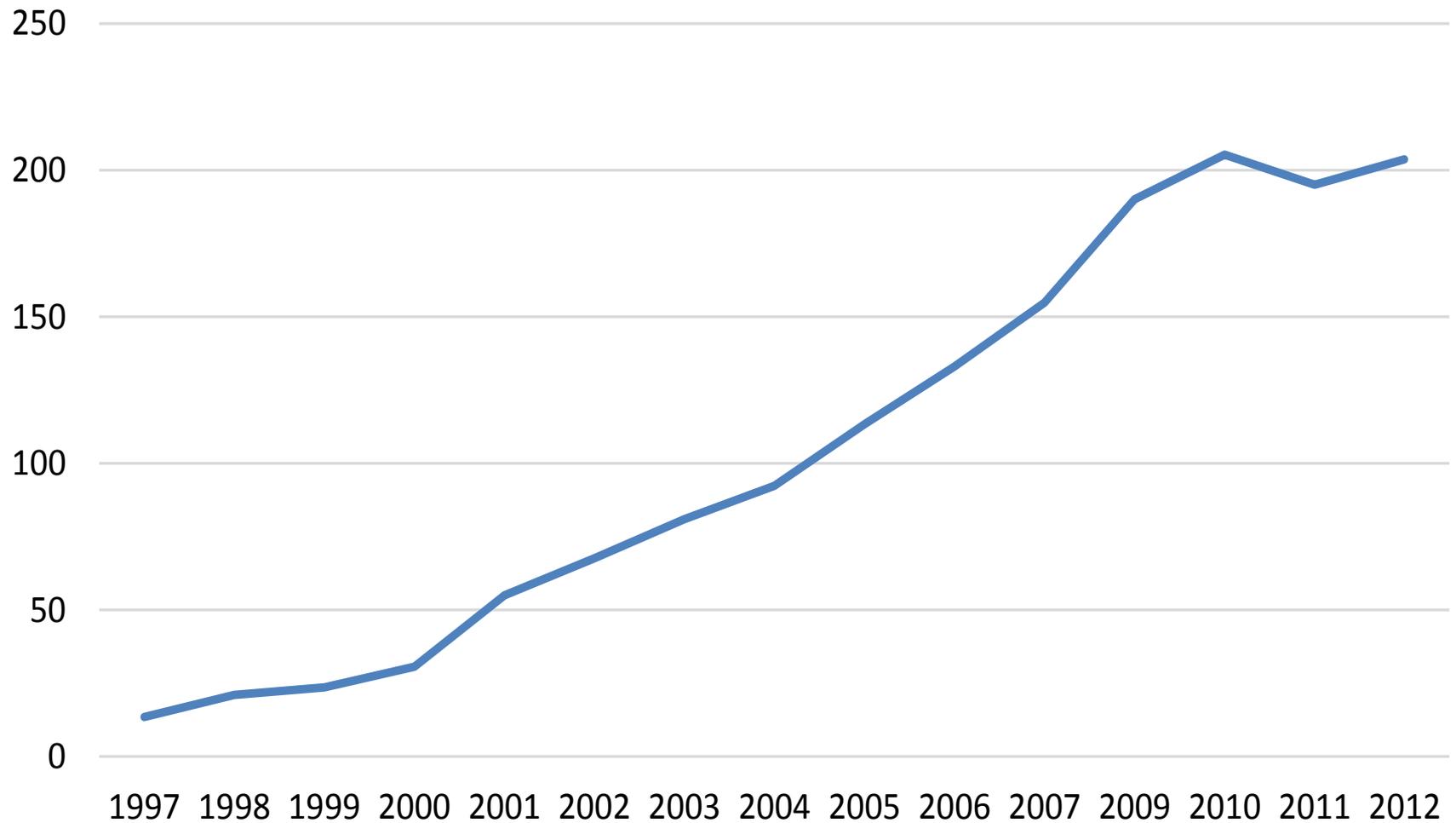




MFはどれだけ広がったか？

MFは大きく拡大（融資の例）

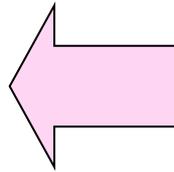
図8-1 MFの融資顧客数(百万人)



拡大した理由

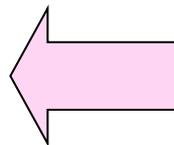
一貧困層の問題に新しい方法で対応一

土地などの担保
が無い



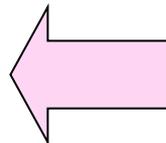
- 無担保で融資：
担保の代わりに仕組み
グループで返済保証など

借りたい額が小
さすぎる



- 少額融資（1万円～）：
グループを使いコスト削減

銀行が遠い、
手続きが面倒
職員は不親切

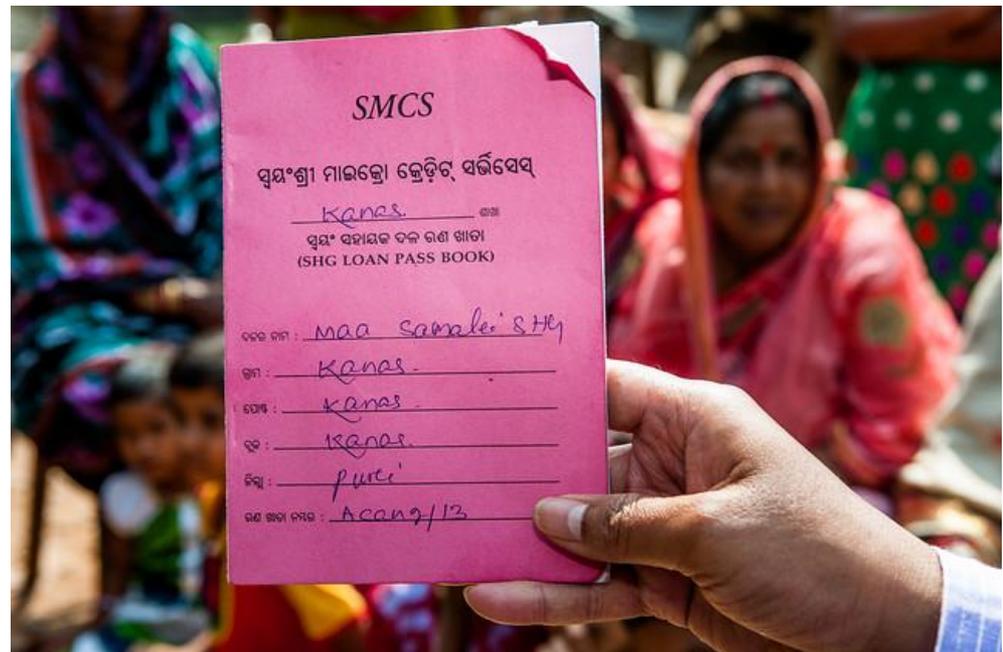


- 職員が訪問
- 簡単な手続きや訓練・
指導
- 携帯電話の活用



インドの自助グループ
 (20人ほどで預金・融資
 を行いMFが支援)

融資の返済記録帳



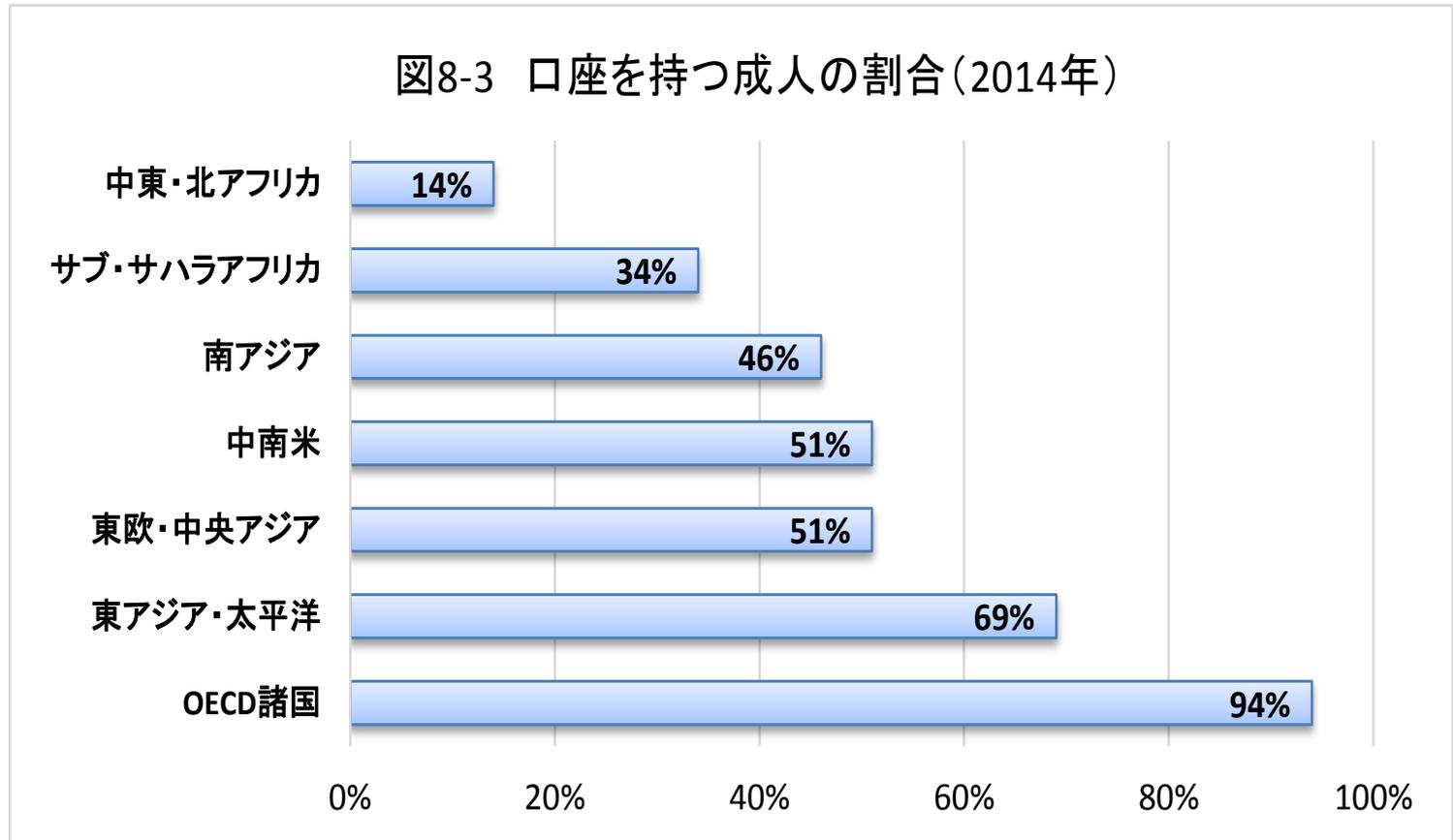


MFが拡大したのには、
まだ大きな理由が

でも、アクセスはまだまだ

金融機関の口座を持つ成人割合（2011 & 2014）

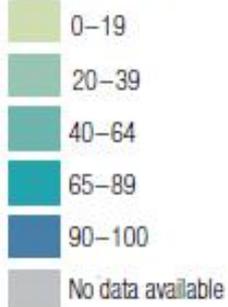
— 途上国では54%、地域差・男女差も —



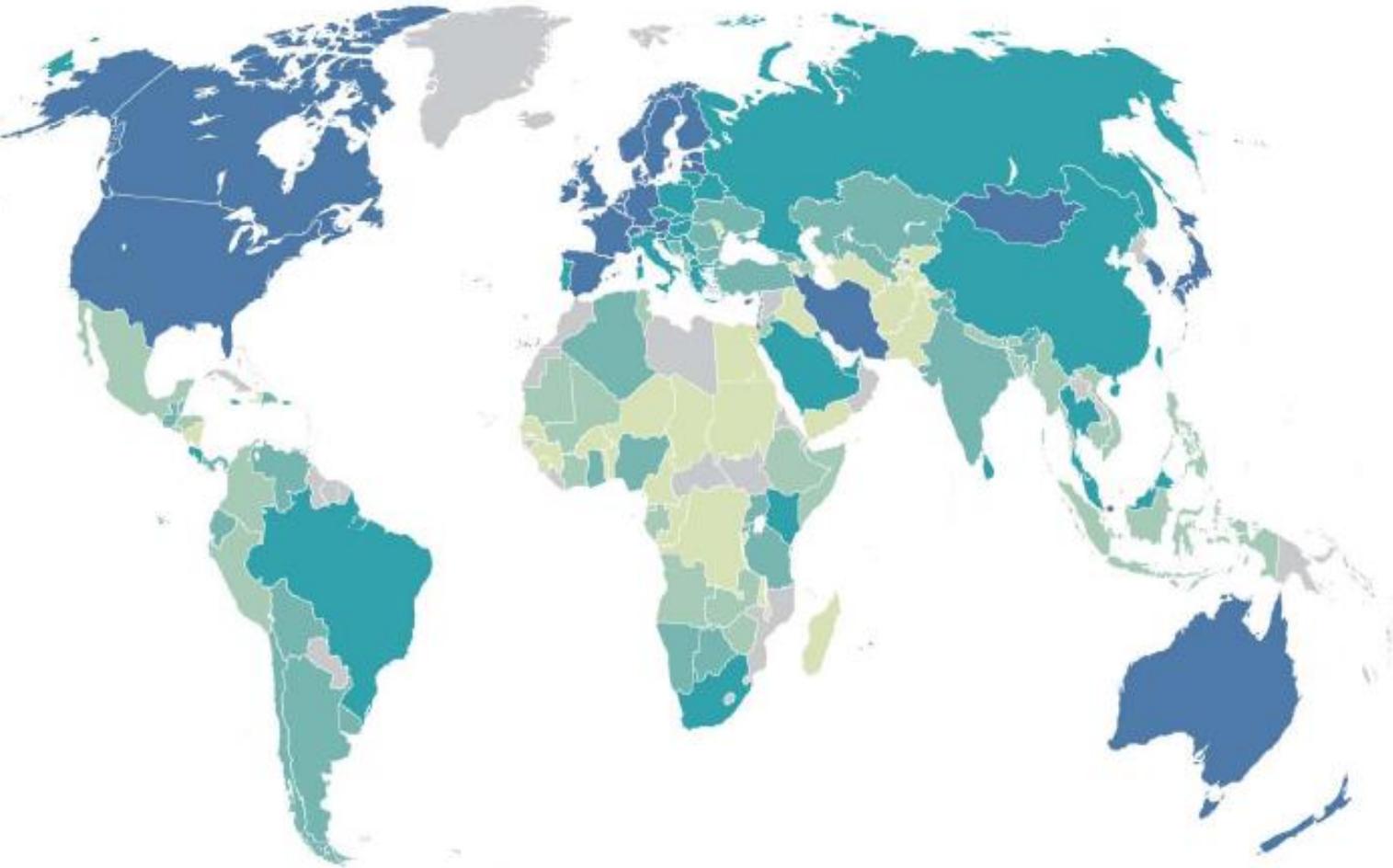
- 口座の保有割合： 男性59% > 女性50%
- 金融機関から融資を受ける成人は途上国では9%のみ。

金融機関の口座を持つ成人の割合(2014年)

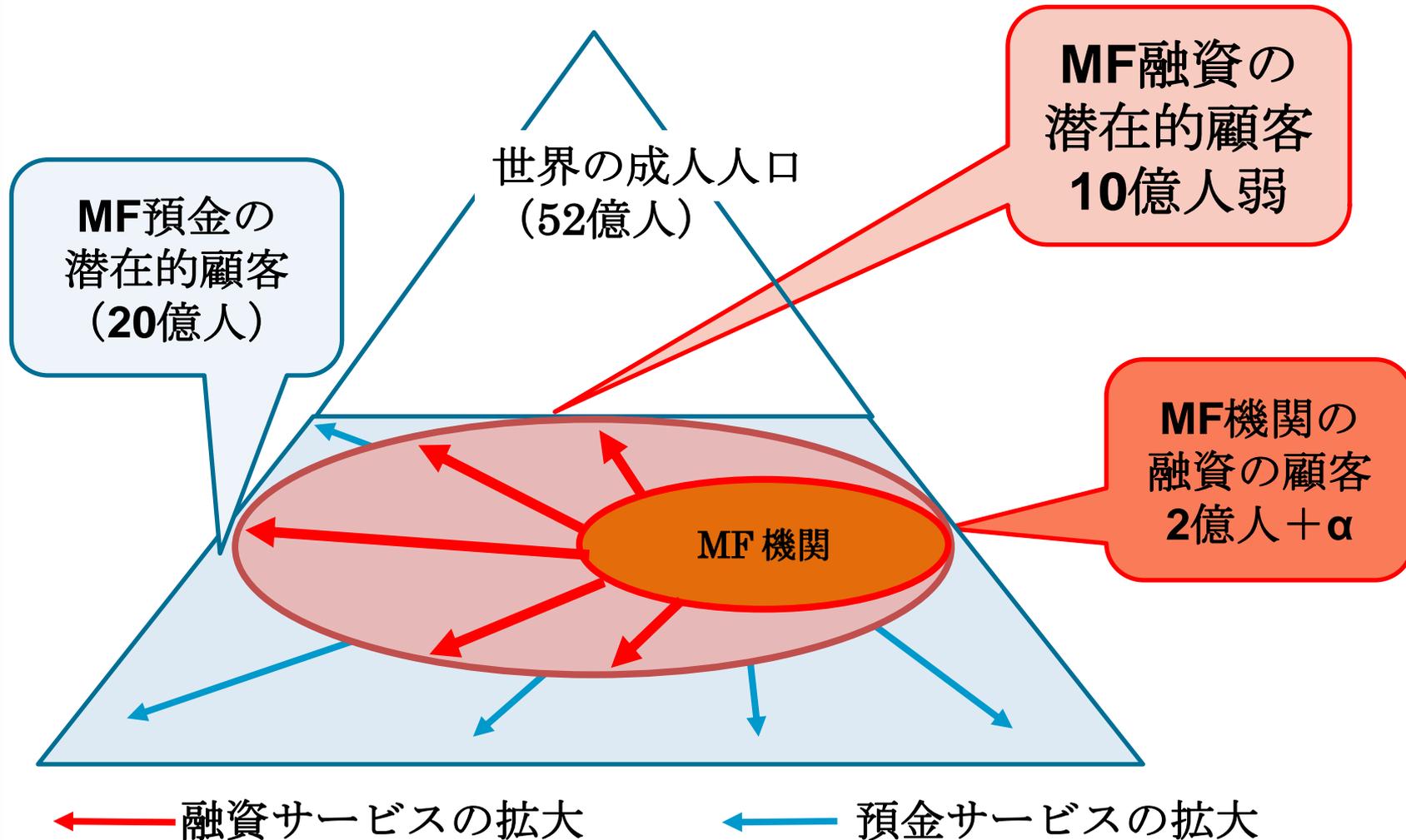
MAP 1.1
Account penetration
around the world
Adults with an account (%), 2014

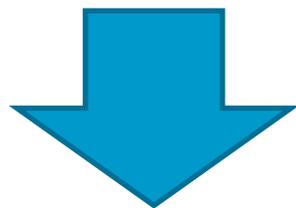


Source: Global Findex database.
IBRD 41559 | APRIL 2015

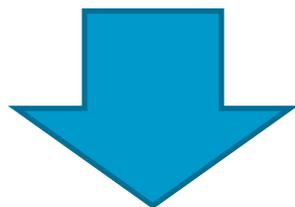


MFの潜在顧客





まだまだ、MFサービスを拡大する必要



資金・技術支援も

MFの課題

- 農村部・農業へのアウトリーチの拡大
- 顧客のニーズに合わせた「顧客中心」の商品設計へ
 - － 融資条件の柔軟化
 - － 引き出し条件をつけた預金、積立預金、年金
 - － 保険、送金、支払いサービス、リースなど多様な商品の改善
- 顧客保護（多重債務・過剰債務の回避など）
- 最貧困層への到達
- 中小事業「失われた中間層」への対応
- デジタル金融（携帯電話によるMFなど）の活用と規制
- 収益と社会的ミッションとの両立
- MFによるインパクト評価： 評価コストと精度等の問題
- 法整備（預金動員・デジタル金融の活用・顧客保護など）

＜過剰・多重債務の問題＞

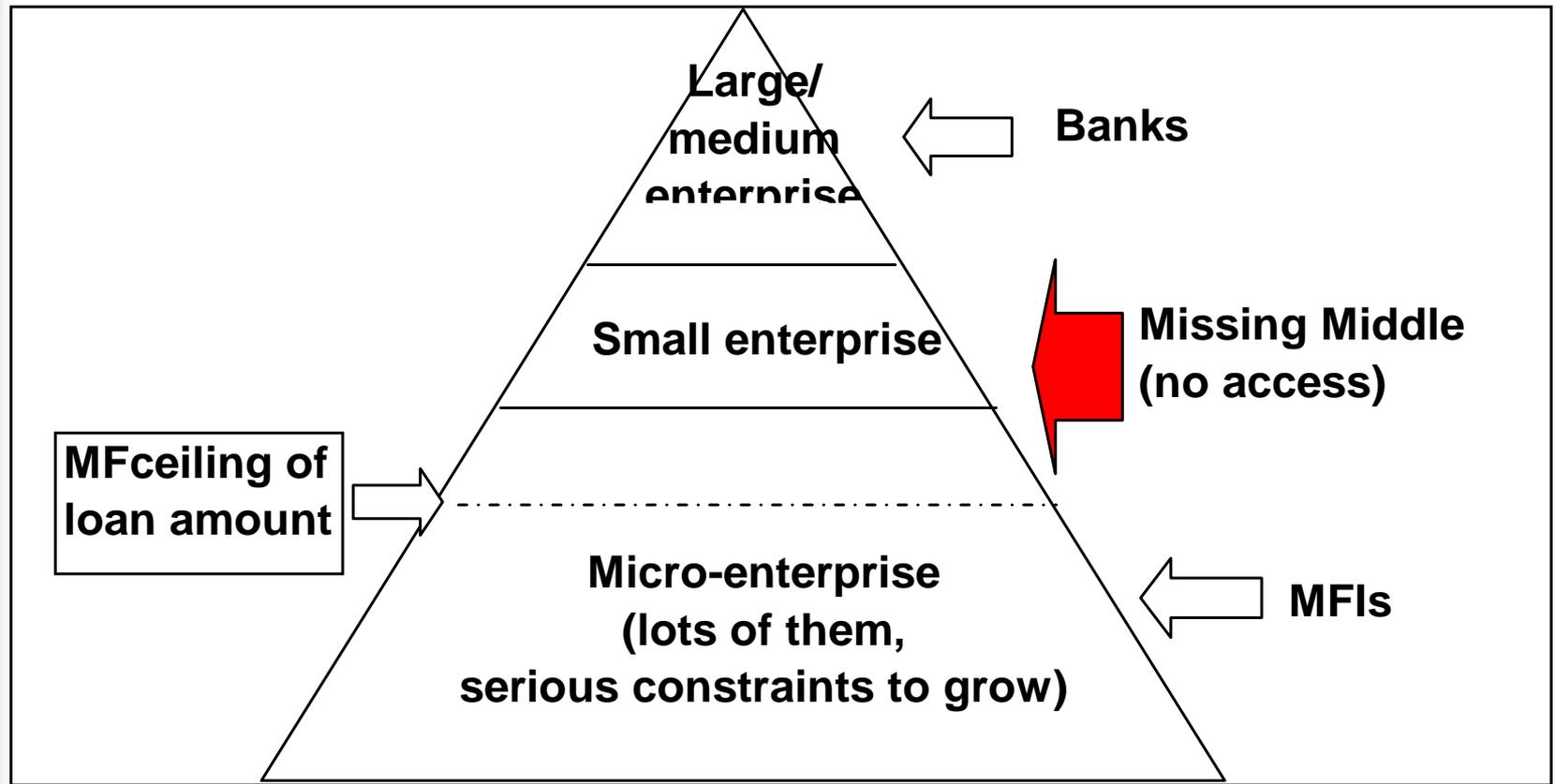
インド・ニカラグアなどいくつかの国で問題に。
MF機関の急速な成長や外部資金の集中も原因。
—収益重視が問題—



ニカラグアの返済拒否運動（Movient No Pago、2008-9）

<失われた中間層>

銀行からもMFからも無視される中小事業
しかし雇用創出効果が期待



MF → FI(金融包摂、全ての人に金融を)へ



貧困削減のために
どのように
MFを支援していくか

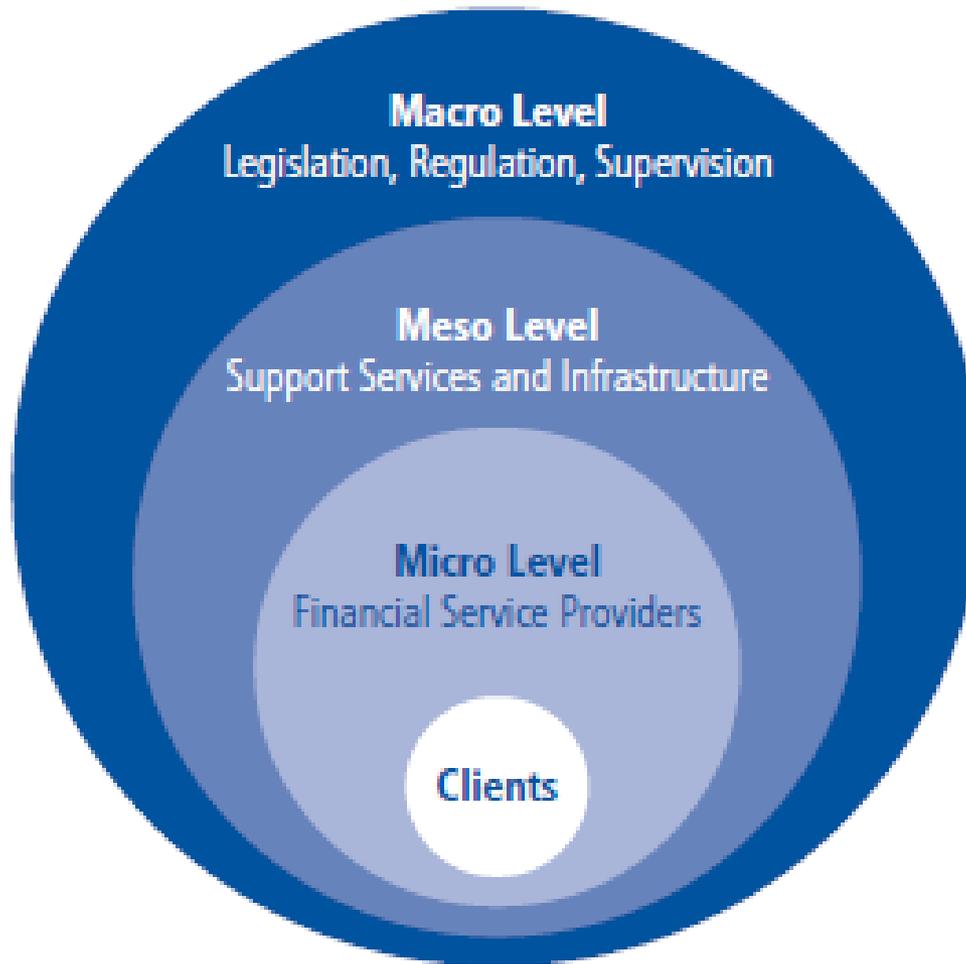
1990年代のMFの議論

貧困削減アプローチ vs 金融システムアプローチ

	貧困削減アプローチ	金融システムアプローチ
目的	貧困削減・ 貧困層のエンパワーメント	金融制度の確立により 貧困削減に貢献
金融サービス	融資	融資＋預金
非金融サービス	技術・経営指導を含める	金融に限定
貸付金利	低利融資も認める	コストをカバーする金利
実施機関	NGO、MF専門機関	MF専門機関、銀行との連携
財務自立性	補助金は継続的に必要	効率化と財務自立性の達成 貯蓄・市場の資金調達を志向

貧困削減 ⇒ 金融制度重視・商業化 ⇒ 社会的目標の見直し

MFを金融セクターとして育成



マクロ:

政策・法整備・規制監督

メゾ(金融インフラ):

資金供給・IT活用・
技術指導機関・ネット
ワークなど

ミクロ(MF機関):

商品開発・能力強化・
事業拡大

MF供給者も多様

インフォーマル（法的な規制無し）

フォーマル（法的な規制あり）



個人

グループ

規制の厳しさ

金貸し・質屋・友人・隣人など

貯蓄クラブ・自助グループ・講

信用組合・協同組合・NGO

ノンバンク・預金受入MF機関

銀行

安定性（潰れにくい、サービスが安定して受けられる）

高い

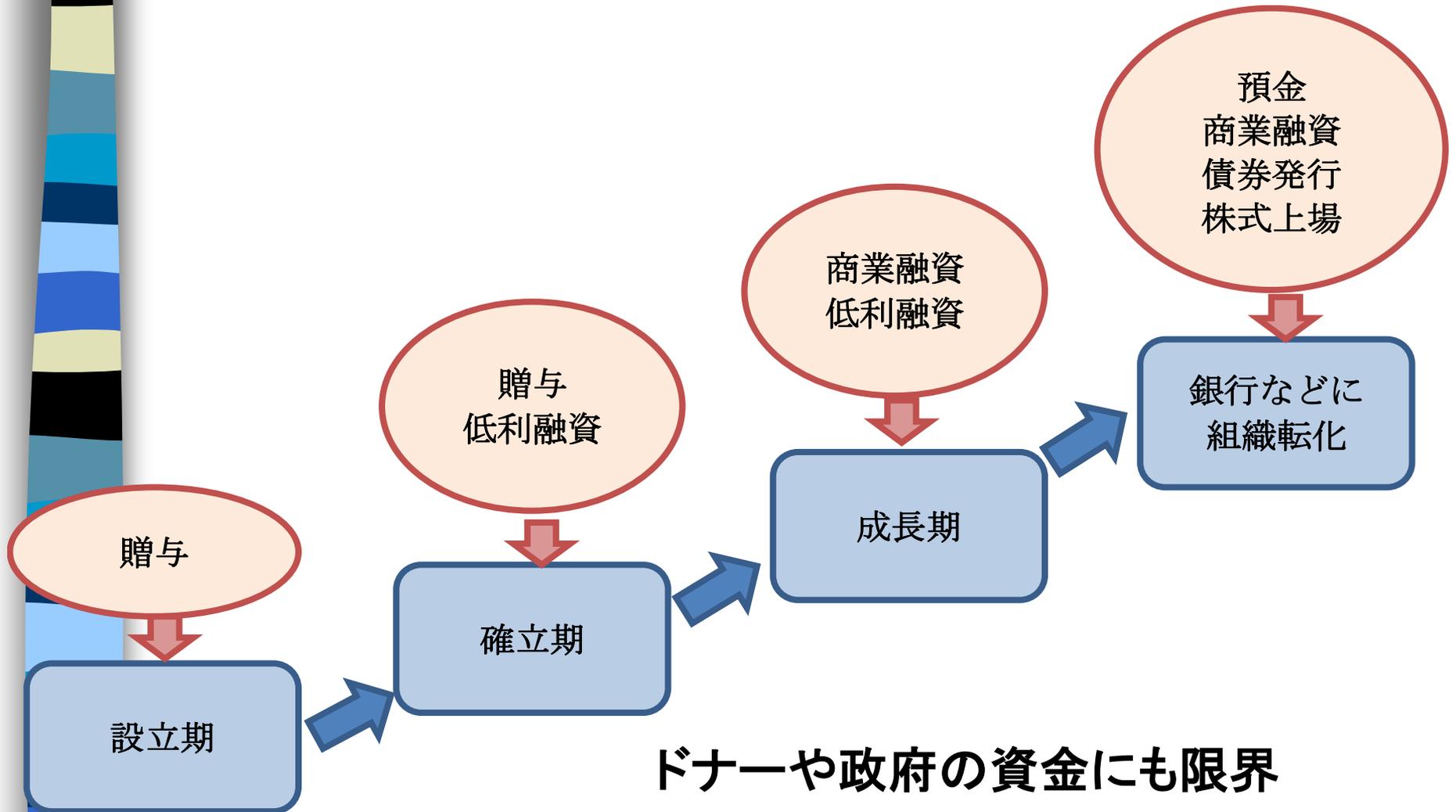
規模（資産や顧客数）

大きい

サービスの多様性（預金を含めいろいろなサービスがある）

多い

成長段階による主な資金調達の方法

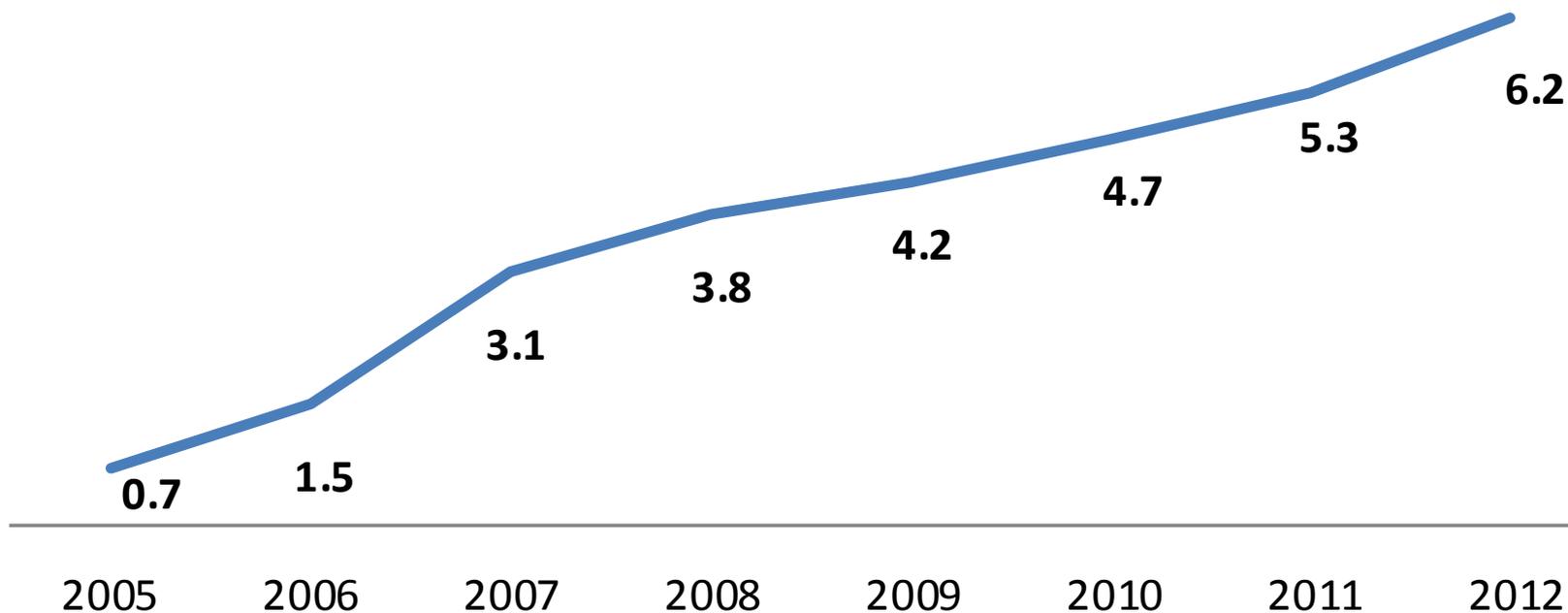


ドナーや政府の資金にも限界

拡大するには民間資金の活用が必要

民間資金もMFの成長を支援

図7-5 MF投資ビークルによるMF投資額の推移
(単位: 10億ドル)



MFビークル: MFファンドや協同組合など

投資機関に求められるもの

- 一部の国・地域・MF機関に資金を集中させない。
- MF機関に無理な成長を求めない。

<社会的投資機関は>

- MF機関の貧困削減への取組みをチェック
- 発展途上の国やMF機関を支援するために
 - ドナーとの連携
(投資機関による融資の保証、技術指導への援助など)

成長段階による技術支援の形

設立期	確立期	成長期	組織転化期
職員の訓練や事業計画、通常業務への支援	情報管理・経営強化・内部監査など制度の強化、低利融資調達	支店拡大など拡大戦略への技術支援、商品・サービス開発、資金調達に向けての戦略策定、社会的業績管理	組織転化のための指導・支援、経営基盤強化、社会的業績管理

「社会的業績管理 (SPM)」とは

- MF機関が収益を追求しすぎて貧困削減のミッションを失わないように、社会的な目標を明確にして、モニタリングする仕組み



国際基準 (USSPM) も作成され、啓蒙活動が広がる。

- 社会的目標のモニタリング
- 社会的目標へのコミットメント
- 責任ある顧客管理 (過剰債務の防止や金融教育など)
- 顧客のニーズに合ったサービス
- 従業員管理
- 財務・社会的収益の両立



MFが

より貧困層に役立つために

— 能力強化支援 —

MF機関への技術指導の例 — SPM指導（1） —

<ウガンダのMF機関(UGAFODE)>

1994年設立後順調に事業拡大するも、2010年に様々な問題が。。

- 顧客数が伸びず、顧客の苦情や不良債権率が増加
- サービスの種類が限定的（融資と保険のみ）
- 職員の効率が低く離職率も高い



- 代表がオイコクレジットのSPM訓練ワークショップに参加
- 12ヶ月の指導プログラムの開始

「顧客に何をしようとしているのか？」

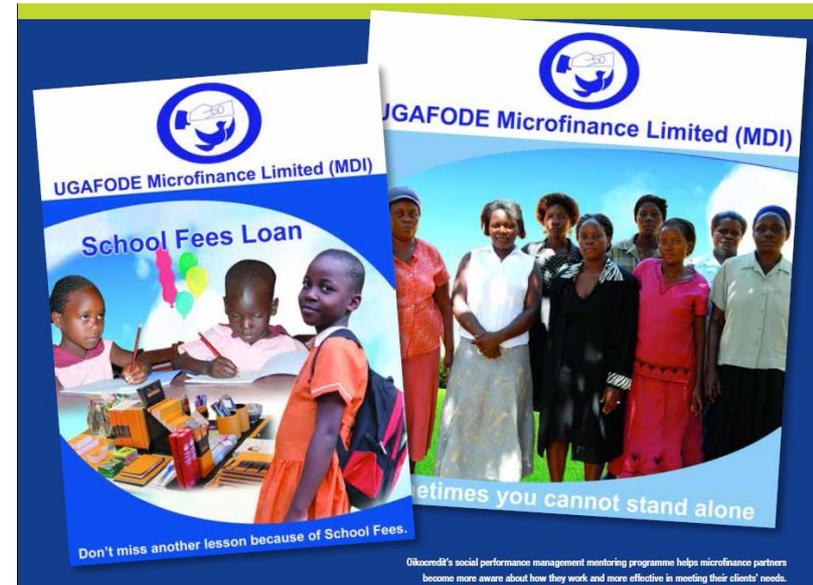
「どうすれば、それをもっと効率よくできるか？」の問いかけ

MF機関への技術指導の例

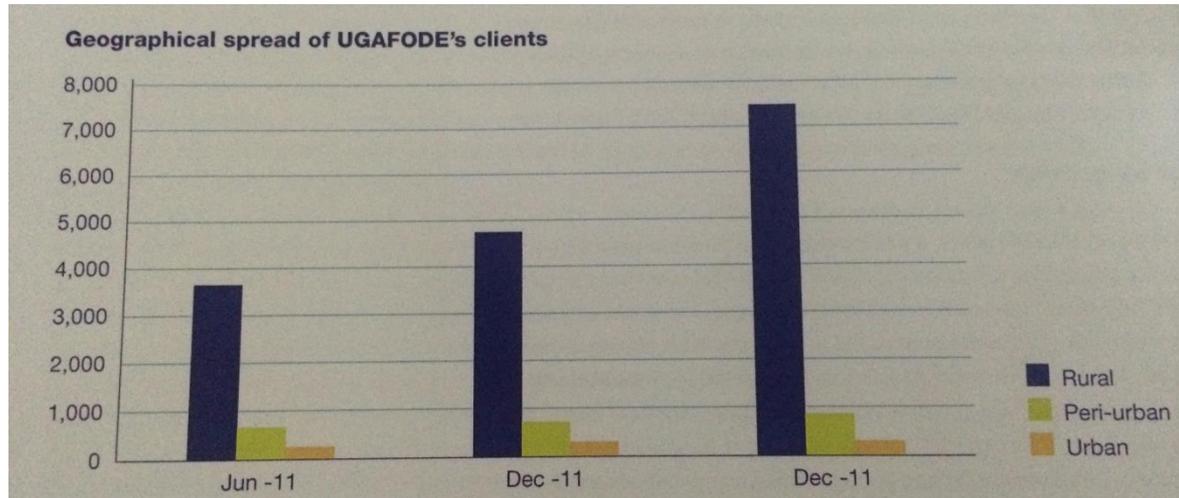
— SPM指導 (2) —



- 既存の融資・保険サービスの改良
- 新しい融資(教育・住宅ローン)や預金の導入
- 職員の倫理規定を策定
- 苦情処理制度の強化
- 返済回収の柔軟化

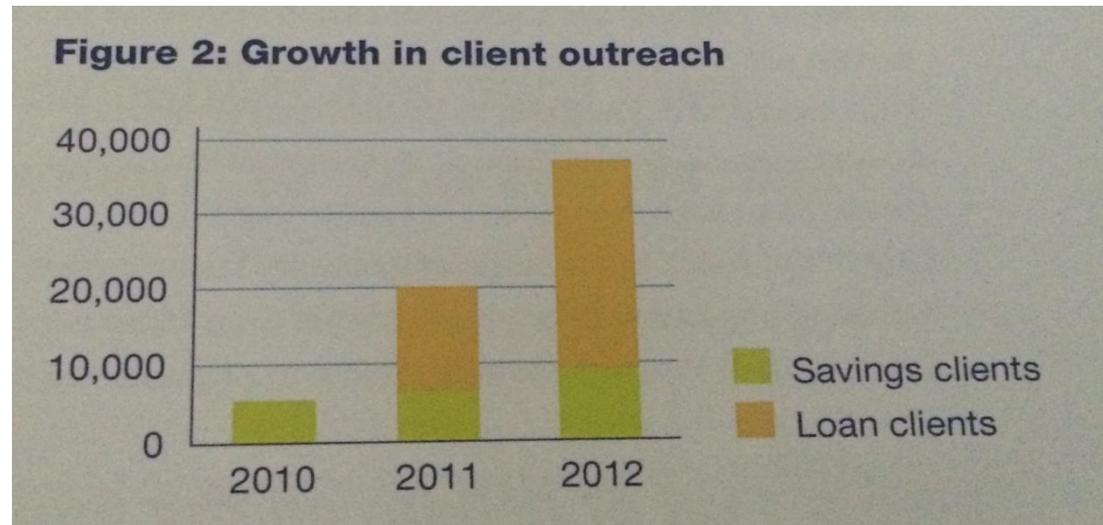


MF機関への技術指導の例 — SPM指導 (3) 成果 —



農村部への
拡大

預金顧客の
拡大



MF機関への技術指導の例

— 貯蓄貸付組合へのSPM指導 —

タンザニア KAWOSA 貯蓄貸付組合

■ 最貧女性への融資条件の緩和

預金や出資の要求を免除、

貸付金利から少額の積立⇒出資⇒組合員へ

➡ 組合員が4倍の7000人に

■ 緊急時のための預金を促進、返済回収の緩和(リスケジュールなど)

➡ 返済遅れが1年半で17%から7%に低下

MF機関への技術指導の例

— リスク管理 —

トーゴの貯蓄貸付組合 (ASJD)

2012年、高い延滞率が問題に

- ポートフォリオ分析
- 顧客満足調査

延滞率の低下

オイコからの再融資

- 融資プロセスの改革
- 職員に顧客保護などを指導
- 経営陣・理事会に訓練
- 返済回収方法の改良
- 人員体制の整備
- 支店経営陣の定期的会議の開催
- 倫理規定の策定
- 職員のインセンティブ・苦情対応
- 顧客層のカテゴリー化
- 顧客への金融教育



MF機関への技術指導の例

— 新商品開発 —

<ケニアのMF機関の例>

都市部でのMFの集中の問題

⇒ 農村部にサービスを拡大するため

最貧層の酪農家への牛ローンを開発

⇒ 酪農家の生産の向上

⇒ 他の農村地域でもニーズに合った融資商品の開発へ

MF機関への技術指導の例

— インパクト・モニタリング —

■ 貧困脱出指標 (PPI) の指導

(PPI: 国毎に設定された貧困の程度を表す10の指標、家の造り、トイレがあるか、等)

PPIから貧困度を推定して、その変化を知ることができる。

オイコが支援する549MF機関のうち、73機関(327万人の顧客)がPPIを報告。

顧客の平均所得 25.5% < USD1.25 / 日

62.6% < USD 2 / 日

まとめ

MFは、 商業化・効率/収益重視から

社会的目的の再考
顧客中心主義へ

量の拡大から

量と質の重視へ

貧困
削減





オイコクレジット・ジャパンの
マイクロファイナンス早わかり講座

(全8回、MFとは何か、貧困層への貢献、融資、預金、デジタル金融、組織、資金調達、MFはどこまで広がったか)もご参考下さい。

<http://www.oikocredit.jp/library/mf-lec/>

8月より中級講座も開始予定です。