明日をひらく地域活性化のための情報誌

地域づくり

本編

2016
11
ISSN 1340-8917



クラウドファンディングで地域を元気に

本誌は、宝くじの社会貢献広報事業として助成を受け作成されたものです

地域づくり　2016-11

CONTENTS

1 巻頭エッセー／「魅力あふれる群馬」の実現に向けて　大澤正明（群馬県知事）

特集　クラウドファンディングで地域を元気に

2 基調論文　地方創生を後押しするクラウドファンディング　赤井厚雄（早稲田大学研究院客員教授）
6 北海道札幌市　オンライン決済を利用せず、店頭で資金集め　大阪匡史
8 秋田県五城目町　クラウドファンディングを通じて「年貢」を納め村民に　丑田俊輔
10 福井県鯖江市　市がクラウドファンディングサイトのオーナーに　今川泰夫
12 岡山県真庭市　インターナショナル・シェアハウスから真庭を世界へ発信　姜　侖秀、福井　学
14 佐賀県　ふるさと納税で1型糖尿病の根治へ　岩永幸三
16 副基調論文　資金だけでなく仲間や支援者を集める　宮本　聡（一般財団法人ジャパンギビング理事兼事務局長）

26 特別寄稿論文　平時のコミュニティの形成と災害時の避難所運営の円滑化　稲垣文彦（公益社団法人中越防災安全推進機構震災アーカイブス・メモリアルセンター長）

【特集編では基調論文、全11事例を全て掲載～特集編のみに掲載される事例は以下の通り】

●北海道札幌市　クラウドファンディングで女性用シェルターを継続　波田地利子
●北海道釧路市　釧路の価値を高める事業を応援 ―「くしろ応援ファンド」　田中　慎
●神奈川県鎌倉市　地域の課題を解決するプロジェクトを支援　松本　裕
●石川県輪島市　ふるさと納税で総輪島塗の灯籠「キリコ」を製作　梶　文秋
●島根県　クラウドファンディングを県が支援　窪西駿介
●鹿児島県長島町　スクリーンは山、町に「野外映画館」を　土井　隆

レギュラーリポート

20 地域活性化センター　クラウドファンディングへの支援策検討
21 地方創生へ―ウッドスタート宣言　熊本県小国町　小さな国で奮闘中！小国の森の木育レンジャー　入交律歌
22 移住・定住・交流推進支援事業　山梨県早川町　移住希望者と同じ目線で町の魅力を伝える　鹿島健利
24 平成28年度地方創生実践塾　福井県鯖江市　田舎のまちはベンチャー企業　若新雄純

首長の思い
30 だれもが笑顔になる鳴門づくりを目指して　泉　理彦（鳴門市長）
32 センター通信

グラビア
31 手前みそですが…【秋田県由利本荘市】

表紙　八代妙見祭

九州三大祭の1つに数えられる八代妙見祭は、古くは妙見宮と呼ばれた八代神社の秋の例大祭です。16世紀頃には神輿の巡行が行われていた記録があり、江戸時代になると町人たちが獅子や笠鉾、飾馬、亀蛇（キダ）などさまざまな出し物を奉納するようになりました。

それらが練り歩く神幸行列は、当時そのままの形で現代に受け継がれており、絵巻物さながらの豪華絢爛な姿や、勇壮な獅子舞、亀蛇の迫力ある演舞は観客を魅了します。

また、旧八代城下町の9つの町内から奉納される「笠鉾」は、三百年余りにわたって「組立・行列参加・解体・保管」の技術が伝承されており、江戸時代から続く町衆の心意気を現在に伝えています。平成23年には、国の重要無形民俗文化財に指定され、今年12月には全国32の祭りとともに、「山・鉾・屋台行事」としてユネスコ無形文化遺産に登録される予定です。

（熊本県八代市）

問い合わせ先＝八代妙見祭保存振興会（070・5819・8246）

（写真提供＝八代妙見祭保存振興会）



神幸行列の出し物の1つ「獅子舞」

ESSAY

巻頭エッセー

「魅力あふれる群馬」の実現に向けて



群馬県知事 ● 大澤正明

群馬県は、東京からわずか1時間という距離にあり、主要な鉄道や道路が縦横に結節する交通の要衝で、輸送用機器をはじめとした製造業が盛んであり、長く受け継がれた高度な技術を持つ企業が集まる産業集積地であります。また、伊香保や草津などの温泉地、尾瀬に代表される豊かな自然や多彩な農畜産物にも恵まれております。

一昨年の「富岡製糸場と絹産業遺産群」の世界文化遺産登録、「ぐんまちゃん」のゆるキャラRグランプリ制覇、昨年は「上野三碑（こうずけさんぴ）」のユネスコ「世界の記憶」の国内候補選定、「かかあ天下―ぐんまの絹物語―」の日本遺産認定、さらにスポーツ面においても初めてフルマラソンを導入した「ぐんま県民マラソン」が大成功を収めました。また、今年はＮＨＫの大河ドラマにおいて、本県ゆかりの「真田丸」が放映されており、国内外に改めて本県の歴史文化の奥深さ、魅力が発信されるなど、新たな飛躍を遂げるとともに、多くの皆様に本県の魅力を感じていただけたものと思います。

さて、日本が本格的な人口減少社会を迎える中、本県としては、人口減少対策を土台に据え、先人が残してくれた可能性を活かして「人・モノ・情報」を呼び込むという新たな発想で、群馬の未来を創生し、次の世代に引き継いでいかなければならないと考えております。

そこで本年度から、県政の新たな羅針盤である、第15次群馬県総合計画「はばたけ群馬プランⅡ」をスタートさせ、「群馬県版総合戦略」に本格的に着手いたしました。「限りない可能性を大きくはばたかせ、群馬の未来を創生する」を基本理念として掲げ、「地域を支え、経済・社会活動を支える人づくり」「誰もが安全で安心できる暮らしづくり」「恵まれた立地条件を活かした産業活力の向上・社会基盤づくり」の3つの基本目標に沿って具体的な施策を実行していきます。

まず、「地域を支え、経済・社会活動を支える人づくり」では、群馬の未来を担う子ども・若者の育成、職業人材の育成や年齢・性別、障害の有無、国籍にとらわれず「誰もが輝ける」よう、多様な人材の活躍を応援する施策を展開していきます。

「誰もが安全で安心できる暮らしづくり」では、危機管理体制の整備、災害に強い県土づくり、先進的な医療の確保や健康づくり・健康寿命の延伸、医療と福祉の連携を進めるなど、誰にも優しいぐんまづくりを進めます。

「恵まれた立地条件を活かした産業活力の向上・社会基盤づくり」では、今後成長が期待される次世代産業の育成や、高速交通網の効果を県内すべての地域に届けるための「7つの交通軸」の整備・強化、人・モノ・情報を呼び込む拠点となるコンベンション施設の整備を進めているところであります。

今後も回復基調にある県内経済をしっかりと支え、人口減少にあっても、すべての県民が豊かに暮らせる社会づくりに向け、群馬の新しい時代にふさわしい発想へと転換し、県政のあらゆる分野において、群馬の未来の発展を見据えた施策に取り組んでいくことが重要と考えています。

群馬をさらに大きくはばたかせるため、これまで同様、現場主義を徹底し、県民の皆様のご意見にしっかり耳を傾けながら、全力で県政のかじ取りを行い、「魅力あふれる群馬」の実現に向けて全力で取り組んで参ります。

特集

クラウドファンディングで地域を元気に

地方創生を後押しするクラウドファンディング

―地域の稼ぐ力を強化、まちづくり分野で期待―



早稲田大学研究院客員教授 ● 赤井 厚雄

はじめに

安倍政権の重要政策としての「地方創生」への取り組みは、２０１５年度末に全国の自治体による「地方版総合戦略」が出揃ったことで、その計画構想段階からＰＤＣＡサイクル（業務管理を円滑に進める手法）の下で成果を問われる具体的施策の実行段階に移行した。

そうした中で、都市部から地方に向けた民間資金の潮流を作り出し、それによって地域の稼ぐ力の基盤強化を図る新たな取り組みに注目が集まっている。

そのような取り組みの代表格の一つに「ふるさと投資」とよばれる投資型クラウドファンディングの手法を活用した資金仲介の仕組みがある。

「ふるさと投資」は、そのはじまりの段階では、各地の酒蔵や農業の６次産業化など「地域のリソースを活用した個々の事業に対してインターネットを通じて個人の小口資金を繋ぐ新しい事業投資の手法」としてのイメージが強かった。しかしながら、対象となる事業の「点」から「面」への広がりをともなった普及とともに、その事業の集合体が地域経済そのものであり、言い換えれば「まち」そのものであるとの認識が広がり、全国の地方公共団体や地域金融機関の積極的なかかわりの下で、その活用範囲が急速に拡大しつつある。

本稿では、その歴史的経緯、地域活性化の観点からみた「ふるさと投資」の意義、それを通じて大都市の資金を地域の事業に結びつけることや、地域内の資金循環を再生するという役割、まちづくりや地方創生の視点から見た今後の課題、規制緩和や経済統計等周辺インフラ整備の方向性について論じる。

筆者プロフィール

赤井 厚雄氏
（あかい・あつお）

慶應義塾大学法学部卒。東京大学 EMP 修了。三菱銀行、米国 Kidder Peabody & Co. を経て、モルガン・スタンレーでマネージングディレクター、持株会社モルガン・スタンレー・グループの上級顧問を歴任。現在、早稲田大学総合研究機構・研究院客員教授。東大発 Fintec ベンチャー株式会社ナウキャスト取締役会長、ミュージックセキュリティーズ（株）取締役、（一社）住宅不動産取引支援機構理事長等を兼務。内閣府稼げるまちづくりの推進に係る検討委員会座長、内閣府 EBPM のニーズに対応する経済統計の諸課題に関する研究会メンバー、内閣府ふるさと投資連絡会議アドバイザーなど公職多数。

主な著書に「ふるさと投資のすべて」「ふるさと投資ファンド」「クラウドファンディングの現状と展望＝実体経済を支える複線的金融の枠組みとして」など多数。

なぜ「ふるさと投資」が必要なのか？

「ふるさと投資」は、「地域資源の活用やブランド化など、地方創生等の地域活性化に資する取り組みを支えるさまざまな事業に対するクラウドファンディングの手法を用いた小口投資であって、地域の地方公共団体等の活動と調和が図られたもの」と定義されており、その主な投資対象は「地域リソース」活用、「新規・成長企業」支援、「インフラ・都市」の再生などのキーワードで括られる、長期資金やリスク許容度の高い資金による後押しが必要な分野である。

そうした分野への資金供給が滞るとどういうことが起きるか？

地域の多様性に富んだリソースを活かした様々な事業の集合体としての地域経済が弱体化し、その結果として地域が空洞化することは、地方における人口減少の加速化を放置することになる。このことは、結果として地域社会の不安定化・雇用対策などに関わる財政負担の増大などにとどまらず、地域の多様性の喪失や、それによる有形無形の観光資源の劣化、さらには住民の誇りの喪失など実に様々な負の波及効果につながる恐れがある。

また、新規・成長企業への資金供給が滞ってその活動が制約をうけることは、将来の日本経済を支える担い手となりうる新産業や成長企業の芽を摘むことにつながる可能性がある。起業家精神にあふれた意欲ある若者の流出や、その結果としての国内経済の活力低下を招く懸念もある。さらに、インフラや都市は、それ自体が経済活動の「場」を構成していることから、その適時適切な維持・再生を怠れば、企業や個人による日々の経済活動の制約要因となる。その「場」の魅力喪失による日本経済の活力低下、さらには産業構造の変化に対応したビジネス空間創出の遅れ、人口減少克服への対応の遅れなど、中長期的に見てより深刻な影響が出やすい分野でもある。これらは、日本経済全体の共通課題でもあるが、その影響が東京などの大都市圏よりも地域においてより差し迫ったものであり深刻であることは言うまでもない。

こうした分野への資金供給は、既存の間接金融が得意とするものではなく、また公的な資金の投入には自ずと限界がある。アベノミクスの第1の矢と第2の矢が届きにくい分野であり、新たな民間資金仲介の仕掛けとしての「ふるさと投資」拡大に期待が寄せられている所以である。

被災地応援ファンドから ふるさと投資への流れ

クラウドファンディングの有効性と金融システムにおける意義を広く再認識させる契機になったのは、2011年3月に発生した東日本大震災の被災地の事業者支援に活用された「被災地応援ファンド」の取り組みであった。壊滅的な打撃を受けた事業者の再建に向けた迅速な資金提供の有力な仕組みの一つとして、匿名組合出資のスキームによる投資型クラウドファンディングの先駆けとしての「被災地応援ファンド」が登場して広範な分野で用いられ、その資金提供のスピードと事業者の自律性を尊重した出資形態という有効性が大きな評価を受けたのである。また、1人あたりの出資金額を小口に設定して1人あたりのリスク負担を限定することで、出資者である個人の投資に関する判断基準が「利回り」などの金銭的リターンよりも、事業内容そのものや事業者あるいはその事業が行われている地域などへの「共感性」により重きを置いたものになることなども大きな注目を集めた。

これら一連の動きを背景に、被災地にとどまらず広く全国各地の地域経済を支える様々な事業者の「単なる資金調達手段」にとどまらない「資本調達のツール」や「出資を通じたファンを増やす手法」としての特長についての認識が深まり、その手法を積極的に活用して、全国の「地域のリソースを活用した」事業を金融面で後押しする枠組みを整備しようとする機運がうまれた。

2012年8月に内閣官房地域活性化統合事務局（当時）を事務局として設置された有識者会議「ふるさと投資プラットフォーム推進協議会」では、先に述べたように国内の様々な分野で行われてきた匿名組合形式による投資型クラウドファンディング活用の流れをうけて、「各地の伝統産業やソーシャルビジネス、起業等を投資対象としこれを後押しする、一般投資家向けの小口投資ファンド」を「ふるさと投資（地域活性化小口投資）」と名付け、その取り組みを後押しするための支援措置を講じるなどの検討を行った。その成果は「ふ

るさと投資プラットフォーム推進協議会　とりまとめ」として２０１３年３月に公表され、その内容は、その後安倍政権の「日本再興戦略」において「地域のリソースを活かした事業を後押しするクラウドファンディング」として盛り込まれた。

これを受け、２０１４年10月に内閣府地方創生推進室（組織再編により内閣官房地域活性化統合事務局より移行）を事務局とし、官民の関係者による「ふるさと投資」連絡会議が発足した。「連絡会議」は地方公共団体・地域金融機関・地域の事業の担い手・第２種金融商品取引業者に代表される金融仲介業者、さらに地域のメディアなど１７９の関係団体を抱え、地域・分野の縦割りを超えた事例の共有、ノウハウの蓄積など有機的連携を進めて結果を出すいわば「ふるさと投資」推進の官民拠点としての役割を担っている。

地方創生の取り組みとふるさと投資に期待される役割

（１）都市と地域を結びつける役割

すでに述べたように、「ふるさと投資」においては、投資対象となる事業そのものやその事業が行われている地域、またはその事業を行う主体への「共感性」が、その投資判断において重視される場合があることが知られている。そうした共感の対象となる事業は大都市圏というより地方圏にむしろ偏在していると言って良い。他方で、小口の「ふるさと投資」を行う個人投資家の分布や投資資金は人口に比例し、東京をはじめとする大都市圏に集中している。結果として、都市の資金が地域の事業と結び付けられることになり、さらに進んで、投資を行った都市圏の住民が投資対象となった事業が行なわれている地域のファンになることや、その対象事業から生まれた製品の消費者になることで、一方向的な投資プラスアルファの消費による資金の好循環を地域経済にもたらす可能性がある。

このようにして「ふるさと投資」の都市と地域を結びつける資金面の役割は今後大きくなることが期待される。

（２）地域内の資金循環を再生する役割

「ふるさと投資」は、地域内で資金を循環させる明確な目的をもって活用される場合がある。その例として、「くまもと県民発電所」の例を挙げることができる。熊本県では、自治体のイニシアティブのもとで太陽光や小水力、バイオマスなどの様々な代替エネルギー発電を行う「くまもと県民発電所」の計画が推進されているが、その重要な要件として、発電所を運営することによってもたらされる収益を地域内に還元することが定められている。発電所をそのようなプロジェクトとして組み立て、その収益の一部を地域に還元させるためには、地域住民がそのプロジェクトに出資者として参加することによって、契約上のステークホルダーとなることが必要であるが、より多くの地域住民の参加を募るためには、投資は小口である必要がある。そのための枠組みとして「ふるさと投資」が明確な目的をもって活用され、その第１号案件においては実に75％の資金が熊本県内から集まってファンドが成立、「県民発電所」事業が推進されるという結果を出すことになった。また、ふるさと投資の仕組みを古民家の再生やコミュニティの拠点形成など「まちづくり」分野に拡げて活かそうという取り組みが、各地で始まっている。これは「インフラ・都市再生」の地域版ということができる動きである。これらは、資金の「地産地消」再生にむけての取り組みといえ、地域の活性化を後押しする地域内資金循環の新しい仕組みを構築しようという意欲的な試みである。

地方創生とまちづくり分野での期待

これまで述べてきたように、様々な特長をもつ「ふるさと投資」の資金を活用してまちづくりの取り組みに活かすことは地方公共団体にとって大きな意義がある。そして、その活用分野は「地域の魅力あるしごと」の「再生」「再開」「創業」といった事業（ソフト面）中心のものから「しごと」や「くらし」が営まれる場としての「建物」やその集合体、また観光資源としての「まち」などのハード面に広がりつつある。そうした流れを受け、投資型クラウドファンディングを「建物」の再生や改修分野において本格的に活用するために、国土交通省では不動産投資市場戦略懇談会の制度・検討ワーキンググループを置いて不動産特定共同事業法など国レベルで現行規制の緩和を検討してきた。同ワーキンググループの議論を踏まえ、契

空き家や空き店舗等を活用したふるさと再生投資の現状と課題

○ 近年、小口投資（クラウドファンディング等）を活用して、地域の古民家や空き家・空き店舗等を再生する取組（事業）が広がっている。

○ しかし、組合形式で出資を募り、不動産の賃貸等によって収益を得て投資家に還元する場合、不動産特定共同事業法が適用されるが、その許可要件（資本金1億円等）は、地域の中小規模事業者にとってハードルが高い。

○ また、不動産特定共同事業法は、電子的取引には対応しておらず、現状では、インターネットを介したクラウドファンディングで資金調達はできない。

○ 志ある投資家の資金を活用して、空き家等を再生・活用し、地方創生につなげるためにも、既存の枠組みを見直すことが必要。

現在の典型的な取り組み

古民家を宿泊施設に改装して運営（明日香村おもてなしファンド）



舟屋をカフェ・宿に改装して運営（伊根　油屋の舟屋「雅」）



火災により消失した座敷わらしに会える旅館を再建（岩手県　座敷わらしファンド）



高架下の空きスペースを飲食店に改装して運営（ソダッテ阪神沿線新在家）



空き店舗をレンタルスペースに改装して運営（徳山駅前和光ビルリノベーション）



古民家をカフェに改装して運営（岡山　三宅商店）



不動産特定共同事業制度の見直し

志ある資金をさらに活用するために、不動産特定共同事業制度を見直し

○小規模不動産特定共同事業の創設

- 地域の事業者が幅広く参入できるよう、事業規模に一定の上限を設けた小規模不動産特定共同事業を創設
- 資本金要件など許可要件を緩和
  （1号事業者1億円→1000万円程度とする等）

○クラウドファンディングへの対応

- 契約締結時における書面等の電子化、その他インターネットを通じて事業を行うための規定を整備

○成長分野への不動産供給の推進

- プロ投資家のみを対象とする事業について、約款規制の緩和等

約締結時における書面等の電子化や事業規模に一定の上限を設けた上で、資本金要件などの緩和を行う法改正が準備されている（図表参照）。また、EBPM（エビデンスに基づく政策形成）の取り組みを地方創生分野に広げる動きも始まり、まちづくり分野で行われるクラウドファンディングの成果を客観的に評価する基準などインフラ整備も進みつつある。

これらの下で動き出す資金潮流を確たるものとし、まちづくり推進分野を支える持続可能な資金パイプとして育てていくためには、なによりも「地方版総合戦略」の担い手である全国の地方公共団体自身が地域金融機関・地方メディア・クラウドファンディングの仲介事業者などとの連携を一層深め、それら民間事業者を後押しし、「総合戦略」の推進に資する様々な魅力ある案件を発掘し世に送り出していく積極的な取り組みが不可欠といえる。地方創生の実行段階に立つ地方公共団体のこれからの取り組みに大いに期待したい。

参考文献

「ふるさと投資の手引き」（内閣府「ふるさと」投資連絡会議、2015年5月）
「ふるさと投資プラットフォーム推進協議会とりまとめ」（内閣官房・地域活性化統合事務局、2013年3月）
「日本再興戦略　JAPAN is BACK」（2013年6月14日閣議決定）
「不動産投資市場政策懇談会報告書」（国土交通省、2016年9月16日公表）

オンライン決済を利用せず、店頭で資金集め
―支援者がより自由に参加できるローカル・クラウドファンディング―

北海道札幌市
cragе実行委員会 ● 大阪　匡史



◆◆◆ エリア限定、決済はオフライン

クラウドファンディング・プラットフォーム「ｃｒａｇｅ（クラゲ）」は、数名のクリエイターやカフェオーナーによる社会貢献活動として、２０１４年にスタートしました。その特徴は２つあります。まず、対象エリアを限定しているということ。具体的には北海道札幌市にかかわるプロジェクトの実現のためにファンディングを行っています。もう１つは、オンライン決済を利用せず、飲食店などを窓口として資金を集めていることです。本稿では、この２点にフォーカスしてｃｒａｇｅについてご紹介します。

札幌市は人口２００万人に迫る北海道の中心都市で、たとえば都心部に位置する狸小路商店街は昼夜を問わずにぎわっています。いわゆるシャッター商店街とは対極の姿ともいえますが、人口のピークはここ数年。２０１３年に市が発表したデータによれば、２０３５年までに１８０万人ほどに減少すると推計されています。これはほぼ10％の減少率で、現状の札幌のまちのにぎわいを20年後も維持するためには、１人あたりの平均滞在時間をその分増やす必要があるわけです。



crage サイト＝エントリー中のプロジェクトの内容や支援金の集まり具合、ファンディング・スポットの情報を閲覧できます。また、支援者（サポーター）は自分の支援額などを確認できます

◆◆◆ まちの流動性を高め、好循環を生み出したい

家と職場の間、サードプレイスとしての「まちなか」で心地よく過ごす時間を増やすためには、「行きつけ」や「なじみ」となりうる未体験の場に触れるトリガーが欠かせません。現状はタウン情報誌やＳＮＳ、食べ歩きクーポンなどがその役割を担っているといえるでしょう。さらに新たな方法はないのだろうかと思いを巡らせている中、東日本大震災の復興支援に活用されたことから国内でも認知されはじめた「クラウドファンディング（ＣＦ）」に注目しました。圏内の経済的な流動性を高めようとする「地域通貨」に興味を持っていたこともあり、地域通貨的にふるまうＣＦを着想したのです。

まちにとって価値があるプロジェクトを立ち上げ、それを実現するための資金を複数の協力店（ファンディング・スポット）を通じて募る。ある人はファンディングをきっかけに初めての店を訪れるかもしれないし、プロジェクトが実現することによってまちの楽しさが増せば、ますますまちに行きたくなる。ｃｒａｇｅでは、そんな好循環を生み出せるような「ローカル・クラウドファンディング」のあり方を模索しつづけています。

◆◆◆ 目標額の10％という大惨敗からスタート

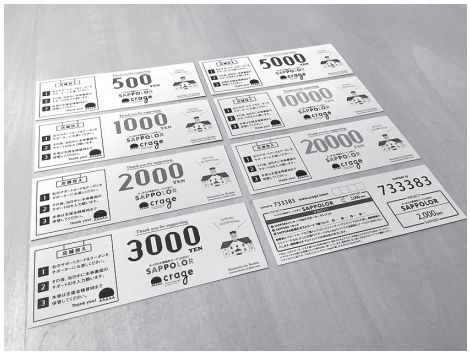
最初に試みたのは、各スポットにファンディング用の商品を提供してもらい、売り上げの一

部をプロジェクトの資金としてプールする方式でした。たとえば、スポットの1つ「寿珈琲」（中央区南2東1）では、地域名にちなんだ「創成川東ブレンド」というメニューを開発。1杯650円で、このうち150円分が支援金になるといった具合です。顧客（支援者）とスポットの双方がcrageサイトにアクセスし、支援情報を登録することで、途中経過を誰もがリアルタイムで閲覧できるシステムを構築しました。なお、支援1件あたりが少額のためリターンは発生しない仕様でした。

　プロジェクト第1弾は、「大通公園の肌荒れベンチを塗り替えたい！」というものでした。都心部にある大通公園には木製ベンチが数多く設置されていますが、塗膜が剥げ、老朽化が心配されています。そこで市民の手で塗り替えを行い、ベンチを守ろうという企画でした。100人分のチームエプロン作成をめざし、目標額は16万5千円に設定。12店のスポットにご協力いただき、3カ月間のファンディングを行いました。1店あたり1日1件の支援が発生すれば成立する計算で、無理な数字ではないと目論んだものの、集まった額は目標の10％という大惨敗でした。この結果は、crageの認知度の低さとともに、CF自体がまだ広く浸透していない中、変化球的な方式をとったことで、理解が得られなかったなどの原因が考えられます。一方でこの先、状況が整えば、なきにしもあらずの手法だとも思っています。



寿珈琲＝crageの運営にも携わっているファンディング・スポット「寿珈琲」の店内。幅広い世代の人々が思い思いに時を過ごし、横のつながりが自然と生まれていくような、居心地のいい空間です



サポートカード＝プロジェクトごとに作成したサポートカードをスポットに預け、これを支援者（サポーター）が購入することでファンディングが進んでいきます

◆◆◆縮小していくまちに、より多くの楽しさを

　しかし、ローカル・クラウドファンディングを実験的に行っていくcrageでは、速やかに次の手法を考えることにしました。その下敷きとしたのは、CFの基本フォーマット。あるプロジェクトに対して、複数の支援額とリターンが設定され、支援者は好きな額を選んで支援するという方式です。しかしながら、資金はやはりスポットで集めます。そこで金額別のサポートカードを用意し、店頭で現金と交換するしくみにしました。カードには固有の番号が振られており、購入されたカード番号をスポット側がシステムに入力して支援情報を記録します。支援者は完全オフラインでの支援も可能ですし、カード番号をスマホなどから入力すれば、自らの支援情報を記録することもできます。こうした自由度の高さにより、支援者はデジタルデバイスへの習熟度を問わずにファンディングへの参加が可能となっています。

　この方式で、太陽光発電で冷やしたビールが飲める期間限定バーや、札幌の景観色をモチーフにしたカードゲームなど、3つのプロジェクトがエントリー。最高額は38万円と小規模ながら、いずれも目標を達成しました。ただし、スポットによって支援件数にばらつきがあることに加え、告知方法やより多くの人に受け入れられるプロジェクトの選定などが今後の課題として挙げられます。

　縮小していくまちには、新しいアイディアの種をどん欲に取り入れ、まだ見ぬ楽しさや喜びの芽がどんどん育っていくような土壌づくりが欠かせません。まちを訪れる人々が、それぞれ興味のある芽に水をやって、その実りを味わう。crageでは、微力ながらもそのような土壌づくりに貢献できるよう、今後もローカル・クラウドファンディングのかたちを追究していくつもりです。



ベンチ塗り替え＝札幌市内の傷んでいる木工物を市民の手で塗り替え、美しい景観を守る。crageのファンディングではよい結果を得られませんでしたが、6年計画で進行中の大通公園のベンチ塗り替えには毎回多くの人々が参加しています

クラウドファンディングで地域を元気に

秋田県五城目町

クラウドファンディングを通じて「年貢」を納め村民に

―全国の古民家をつなぐネットワーク型の村「シェアビレッジ」―



ハバタク株式会社代表取締役 ● 丑田 俊輔

◆◆◆ 秋田のイナカに流れ始めた風

秋田県五城目町は県庁所在地の秋田市から車で40分ほど北上したところにあり、古くから林業が盛んな町であった。1688年に創業された酒蔵や520年以上続く朝市、番楽が今も残っている。高齢化率は40%を超えており、人口は1万人を切った。人口減少の先端を行く町でもある。



シェアビレッジ町村 正面

こうした状況の中、五城目町は2013年より廃校となった馬場目小学校をシェアオフィスとして活用することを決めた。「五城目町地域活性化支援センター」、通称「BABAME BASE」と名付けられたその施設は、入居企業3社という状態からスタートし、現在は13社が居を構えている。2014年からは町として地域おこし協力隊を募集し、「6次産業化支援」「起業支援」「移住・定住支援」のミッションの下4人が県外から移住、それぞれの強みを生かし活動している。地域課題の解決のために外からの風を地域に送り込む覚悟を決めた町の姿勢が次々と人を呼び、この2年間で延べ30人ほどが移住している。私自身もそうした移住者の1人として2年前に家族とともにこの五城目町に引っ越してきたのだった。

◆◆◆ 掘り出された古民家

ヨソモノの目から見た五城目町は、豊かな自然にあふれながら、都市的な暮らしへのアクセスも悪くなく、「ほどよい田舎」という印象だ。ここに暮らし、働くことに魅力を感じる移住者たちは、ぎこちないながらも、まちに暮らす方々と共に、地域に根ざした挑戦を生み出そうと動き出した。後に「シェアビレッジ町村」と名付けられる古民家も、そうした中で出会ったものの一つである。

「BABAME BASE」のある蓬内台集落から歩いて10分ほどのところに町村集落がある。その集落の中でもひと際存在感のある大きな茅葺きの古民家がある。町村の家々の本家である築134年の古民家は、内観・外観ともに日本の原風景と言える佇まいで、四季折々の花々が植えられた美しい庭を有している。しかも、持ち主の方が大切に維持管理を続けており、一部の屋根部分を除き状態も悪くない。

◆◆◆ 民間の力でこの風景を未来に残す

その古民家は、維持管理の負担から、解体が検討されていた。維持できないものを壊すのは簡単だが、この土地の歴史を今に伝える古民家がなくなることの影響もまた大きい。しかし、定期的に必要となる屋根の葺き替えだけでも相当な費用負担となる。公的な資金で維持費を捻出するケースもあるが、用途の限定性や資金面において必ずしも持続可能とは言えない。

自分たちの手で資本を集める方法はないか。そこで注目したのがクラウドファンディングだった。写真集にも使われるほどの美しい古民家は、

きっと多くの人の共感を集められるはずだ。しかし、維持費を賄うために毎年寄付を募るわけにもいかない。大きな共感を集めながらも、単なる打ち上げ花火で終わらせず、古民家を中心として持続的に経済が回る枠組みが必要だった。

また、古い建物を単に残すといっても、境遇を同じくする古民家や歴史的建造物は日本各地に多数存在する。その中の一軒だけを残す必然性はなく、独自性や新規性にも乏しい。むしろ、この町村を起点としつつ、全国の貴重な資源を保存・活用することにこそ、社会的意義があるのではないか、と考えるに至ったのだった。

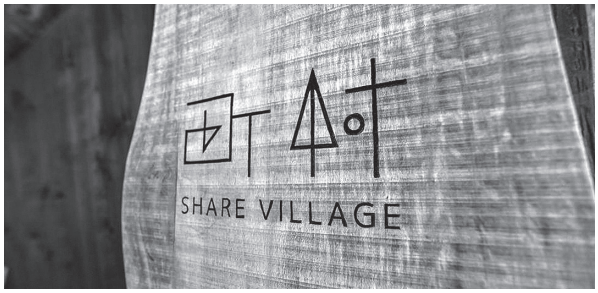
◆◆◆ 人と地域をつなぐ架空の村をつくる

そうしてたどり着いたのが、1古民家の保存に留まらず、各地の歴史ある家々をつなぎ、架空の村をつくるという「シェアビレッジ」だ。現在、秋田県五城目町と香川県三豊市仁尾町の2カ所に拠点がある。まず、クラウドファンディング等を通じて「年貢」と呼ばれる年会費を納めて頂き、古民家の改修や維持費用の一部に充てる。年貢を納めた人たちは「村民」になり、改修された古民家は彼らが「里帰り」できる宿泊・交流施設として蘇る。

村民になれば各地の「村」に宿泊・滞在することができるが、それだけではない。都市部に住む村民同士が交流できる「寄合」や、各拠点で年に一度開催される「一揆」などのイベントがこのプロジェクトのもう一つの肝だ。同じシェアビレッジの村民が集まる寄合に行けば、仲間ができる。その仲間と共に秋田や香川を訪れるきっかけにもなる。プロジェクトへの共感を通じて出会う村民同士をつなげることで、架空の村としてのコミュニティが出来上がっていく。



開村祭の様子



シェアビレッジ町村 看板



村民とともに茅葺き屋根を葺き替え

◆◆◆ つながりと貨幣を循環させる仕組みがもたらすもの

歴史ある古民家を100年先も残すために、人と人、都市と田舎の結びつきをつくりだすこのプロジェクトは、「年貢」といった言葉の力もあって多くの共感を呼び、初回のクラウドファンディングは当初の目標金額である100万円を開始初日に突破。最終的に862人から、617万4360円もの資金が集まった。現在、年貢を納める村民は1800人を超え、寄合や一揆での村民同士はもちろんのこと、地元住民も含めた交流がゆるやかに起き始めている。2015年度にはグッドデザイン賞ベスト100にも選出された。2回目のクラウドファンディングでは、353万1千円を出資いただき、2村目となる「シェアビレッジ仁尾」を開村することができた。

本取り組みは、始まったばかりである。初期の村民募集ではクラウドファンディングの活用は効果的だったが、持続的な事業としていくには、継続的に村に参画していただくための価値提供が不可欠であり、そのための試行錯誤を日々続けている。

民間の自由な発想の下、多様な人とアイデアを受け入れる場として地域コミュニティに様々な変化が起き始めている。それは、古くからコミュニティが受け継いできた贈与経済的価値観と、近年の貨幣経済がもたらす利便性が共存する日本の田舎の風土にフィットしていたことも関係があるのではないか。そこに、これからの人口減少社会がもたらす変化を受け止めていくためのヒントを見出せるように思う。

特集

クラウドファンディングで地域を元気に

市がクラウドファンディングサイトのオーナーに
―「FAAVOさばえ」で市の財源確保から新商品開発まで―

福井県鯖江市



鯖江市政策経営部財政課GL
FAAVOさばえ事務局
● 今川　泰夫

「自分たちのまちは自分たちでつくる」

鯖江市は、福井県の嶺北中央部に位置する面積84・59平方キロ、人口約6万9千人の市である。特に国内の眼鏡枠生産の95％を占める眼鏡産業や業務用漆器の国内シェア80％を占める越前漆器が有名だ。



クラウドファンディング「FAAVOさばえ」設立の発表会見

平成の大合併に際して住民の意思で単独での存続を選択した鯖江市は、牧野百男市長の下、「市民協働」「データシティ（オープンデータ）」「学生連携」を市政運営の柱としており、市民と行政が様々な情報とまちづくりへの思いを共有しながら「自分たちのまちは自分たちでつくる」という基本理念を持って取り組んでいる。さらには、鯖江市の市民協働プロジェクトである「JK課（女子高生課）」や「OC課（おばちゃん課）」「ゆるい移住」など従来の行政では実施できなかった事例にも果敢に挑戦し、地方から国を変えるという志で様々な事業を展開している。

「FAAVOさばえ」の取り組み

鯖江市は、前述のとおり市民が主役のまちづくりを展開しているため住民活動が活発で、市に対して数多くの提案や要望が寄せられる。また、大学のないまちにも関わらず、様々な学生との連携事業を実施してきた中で、大学卒業後に鯖江市で就職したいとか起業したいという人も多く現れるようになった。さらに、「眼鏡・繊維・漆器」の三大地場産業も景気がいいとは言えない状況であり、新製品の開発や異分野への進出のための支援も必要であった。

このような状況の中、鯖江市の財政状況に目を向けると、大企業がないため市税の大幅な増加は期待できず、現在の住民サービスの水準を維持しながら鯖江市を持続させることを考えた場合、財政的に余裕はなく新規の事業は採択しにくい状況である。

そこで目を付けたのが、2014年当時、日本でも広まりつつあったクラウドファンディングである。

数あるクラウドファンディングのサイトの中で、エリアごとに特色が出せる「FAAVO」に着目し、行政としては初めて「FAAVOさばえ」のエリアオーナーとして2014年12月に運営に乗り出した。福井銀行グループの運営協力のもと、系列の福井ネット㈱にホームページの作成や起案者へのアドバイス等の業務を依頼している。

事務局は課長以下6人の財政課職員が兼務で業務に当たり、プロジェクトについて相談があった場合、グループリーダーがそのプロジェクトの担当者を指名し、担当者がプロジェクトの立ち上げからアフターフォローまで責任を持つ。担当した職員の業務は、単なるアドバイスやサポートにとどまらず、人材育成やコンサルティングの領域にまで広がっている。鯖江市の財源確保という一番

の目的の達成は言うに及ばず、新商品の開発や市民の夢の実現といった成果のほか、職員の意識の変化も「ＦＡＡＶＯさばえ」を運営したメリットとして実感している。目標金額という目に見える形で結果が表れるため、いろんな分野や市役所の業務以外の事も独自で勉強するようになったと感じる。また、企業等に自ら足を運び積極的にコミュニケーションをとるようになった。



クラウドファンディング「ＦＡＡＶＯさばえ」で進めるプロジェクトの一つ、動物園のユニフォーム配備

◆◆◆ 顔認証を防ぐ機能を持ったメガネの製品化

立ち上げから1年8カ月が経過した２０１６年９月時点で、募集期間中の事業も合わせ22事業がアップされ、総額１９５０万円余の支援を頂いている。その22事業全てが目標金額を達成し平均達成率は１５８％である。この成功の要因としては、他のサイトは達成金額の約20％が手数料として差し引かれるのに対し、「ＦＡＡＶＯさばえ」では手数料を10％にしている点や行政と金融機関が運営主体となっている安心感などが考えられる。

具体的事例を２つ紹介する。１つは世界初の顔認証を防ぐ機能を持ったメガネ「Ｐｒｉｖａｃｙ Ｖｉｓｏｒ（プライバシーバイザー）」製品化のプロジェクト。このメガネをかけることで、ＳＮＳなどで知らないうちに写っていても、人物が特定されないというもので、国立情報学研究所の越前功教授の研究を受け、眼鏡の部品会社が開発を手掛けていたのだが、眼鏡は試作品一つを作るにも型代等を含め初期投資で２００万円以上必要になる。「これを商品化すると面白い」と思っても中小企業は簡単に商品化できるものではない。そこで、「ＦＡＡＶＯさばえ」で製品化するに当たり初期投資費用の支援を呼びかけたところ、当初目標の２００万円を上回る２６０万円余の支援が集まり商品化して販売するに至った。実際に支援いただいた方々から貴重なご意見も集まり、資金集め以外にマーケティング等にも多大な効果があった。



クラウドファンディング型ふるさと納税サイト「エフ・バイ・ジー」

もう1つは、鯖江市の事業である、日本で一番小さな動物園「西山動物園」のプロジェクト。毎年、動物園の担当課から職員のユニフォーム代等の予算要求があったが、入園無料の動物園ということもあり、動物のエサ代や園舎の修繕に予算は使われ、職員のユニフォームまではとても賄いきれなかった。

そこで、「ＦＡＡＶＯさばえ」で募集したところ２３０万円余の支援を頂き、職員のユニフォームはおろか写真撮影スポット等の整備も行うことができた。お蔭様で来園した人々の評判もよく２０１６年には第二弾も実施し、これまた多くの支援を頂いた。

◆◆◆ クラウドファンディング型ふるさと納税サイトの立ち上げ

クラウドファンディングの市場規模と認知度は上がってきているが、さらに認知度を高めもっと誰でも気軽に利用できるようにしたい。

また、返礼品の競争ではなく、市の事業の中身に光を当てたクラウドファンディング型のふるさと納税サイト「Ｆ×Ｇ（エフ・バイ・ジー）」を立ち上げる。「Ｆ×Ｇ」も「ＦＡＡＶＯ」と同じくエリア制をとるので、多数の自治体の参加を期待している。

これらの取り組みにより、クラウドファンディングやふるさと納税の認知度、活用度をより一層高め、日本にも欧米のように寄付文化が定着し、夢を持っている人を応援できる社会になればと思っている。

クラウドファンディングで地域を元気に

岡山県真庭市

インターナショナル・シェアハウスから真庭を世界へ発信

―海外の若者たちが夢を持って訪ねてくる風景を作りたい―





真庭市地域おこし協力隊 ● 姜（カン） 侖秀（ユンス）

真庭市交流定住推進課主幹 ● 福井 学

マッチングのスペシャリストがやってきた

福井　岡山県真庭市の福井と申します。農山村の悩みといえば高齢化、過疎による人口減少、農業などの担い手不足、空き家の増加などマイナスイメージばかり。でも、その中には磨けば光る宝がたくさん眠っています。今、真庭ではカン隊員によるプロジェクトが始まり、アイデアを提案できる外部からの人材が集まって、まちはどんどん変化しています。演出家である彼は、地域の空き施設の利活用をテーマに、真庭へ地域おこし協力隊としてやってきました。

触れたいのは昔から受け継がれた日本

カン　地域おこし協力隊のカン・ユンスと申します。私は韓国・ソウルの出身で、この地にやってきて、温かい人々との出会い、そして四季折々の出来事に触れ、すっかりこの真庭のファンになってしまいました。私は演劇の活動を通して、海外の若者をたくさん見てきました。日本には留学やワーキングホリデーで長期滞在している海外の若者が、およそ30万人もいます。彼ら彼女らが知りたい、触れたいのは、「観光地として用意された日本」ではなく、「昔から受け継がれてきた日本」。ところが、生活情報がほとんどなく、一部の都市圏にしか住むことができないのが現状です。電車も汽車も通らない、たまにバスが通るだけの山に囲まれた小さなまちにインターナショナル・シェアハウスを作ることができたら、何か面白いことが起きる気がしますよね。さまざまな国からやってきた若者が一緒に暮らしながら、地域の農家や商店などの仕事をお手伝いする。真庭で暮らす人々の日常がドラマとなり、そして世界へ魅力を発信していくような共同居住空間。心優しい人があふれる真庭に、多国籍のシェアハウスを作りたいと願うようになりました。



広報用パンフレット

新たなインバウンドのカタチ

福井　カン隊員は多国籍シェアハウスの構想を、さまざまなビジネスプランコンテストに応募して見事受賞。日本をもっと知りたいという意識の高い外国人が、真庭で暮らし、母国の言語で世界中に真庭を発信していく。真庭市としても「交流」を重視した新たなインバウンドの形成に、一



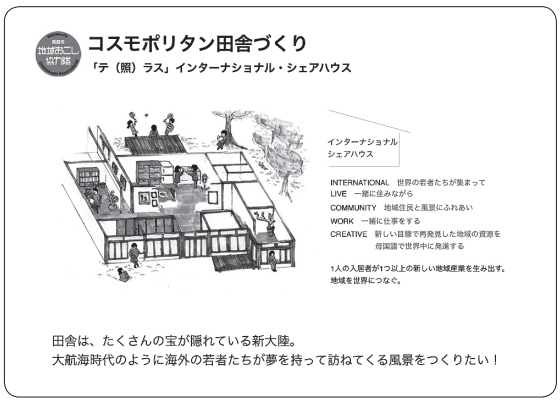
空き家を活用してインターナショナル・シェアハウスに

歩踏み出すことにしました。しかし、「どこに作るのか」「規模は」「資金は」など議論ばかりで、現実味を帯びるにはほど遠かったように思います。そこに、総務省が地域おこし協力隊の起業を促進する事業を始めるといった情報が入り、そのモデルとして手を挙げたのです。

そこから本格的に動き始めました。カン隊員は担当する地域で、空き家という空き家を巡り一つの物件を探し当てました。開業に向けての水道・下水、最低限の修繕、電気工事など綿密な資金計画をたて、不足する330万円を募ることとしました。4月、東京で「地域おこし協力隊　クラウドファンディング官民連携事業」の発表会で発信し、ふるさと納税を活用したクラウドファンディングがスタート。期間は60日。全国では話題になりましたが、市内にはプロジェクトの内容はあまり伝わっていません。市民の皆さんを誘ってのプロジェクト発表会を行ったり、インターネット上に掲載している事業の内容を1枚にまとめたパンフレットを作成したりしての広報。市外に住んでいる、真庭に縁のある方へのお手紙も。その甲斐あってか、終了間際に皆さんの賛同をいただき、目標額を大きく超えた442万円の資金をふるさと納税により集めることができました。



地域の異業種交流会でサイクリングロードを提案する入居者



カン隊員の目指すコスモポリタン田舎づくり（最先端は日本の田舎にある）

◆◆◆ いただいたのは人と人のつながり

カン　私が皆さんからいただいたのは、お金だけではありませんでした。地域の皆さん、市職員の皆さん、市内外からもボランティアの皆さんがたくさん集まってくれました。最初は腰まで伸びた草で近づくこともできなかった空き家の草刈りから、4年近く溜まっていたゴミ出しや大掃除、壁の色ぬりなど、自分たちの手でできることはすべて自分たちの力で作っていきました。このように地域から応援していただけるようになったのは、6回の住民説明会を通して、地域の皆さんの心の中にある心配を小さくすることができたからだと思います。地域の皆さんの思いに応えられるよう、入居者は慎重に探しています。日本ワーキングホリデー協会の協力をいただき、農山村での暮らしに興味を持っている人を募集し、その中で書類審査、スカイプを通した面接をしてから入居者を選びました。

◆◆◆ 1年前には想像できなかった光景が…

福井　8月の暑い日。地域の方、お世話をいただいた方などが集まってシェアハウスを披露。ハウスの名は「テ（照）ラス」。真庭の魅力を照らす舞台照明となることを願ってカン隊員が名付けたものです。真庭に一つの明かりが灯りました。さて、その後は？

カン　遠く外国からやってきた入居者が作ったサイクリングコース。そして彼らのガイドで、真庭で暮らしてきた皆さんが楽しんでいます。それぞれ特技を持っている入居者たちは、親子クラブ、学童保育を通して地域の子育てに関わります。今日も入居者たちは家の周辺の畑で、地域の皆さんの指導を受けながら冬の野菜を作っています。学校から帰る子どもたちが恥ずかしながらも「ただいま」とあいさつしています。もうすぐ慣れて「ハロー」「ボンジュール」という言葉が聞こえてくるでしょう。今日は地元の若者たちのソフトボール大会。なぜか選手の中に外国人が走っています。楽しそうでしょう？

福井　アイデアを提案できる外部からの人材が集まり、性別・年齢を問わず、真庭の宝と宝を見事にマッチング。市民の皆さんが地域に対する誇りを持ち、地域を変えていこうという気概が生まれています。地域の問題解決につながるクラウドファンディングによる資金調達は、大変意義があるものと思います。

クラウドファンディングで地域を元気に

ふるさと納税で1型糖尿病の根治へ
―NPO法人など市民社会組織主体で課題を解決―

佐賀県



認定NPO法人日本IDDMネットワーク
副理事長兼事務局長
● 岩永　幸三

◆◆◆やってみたら驚くべき寄付が

それは東京から来られた講師の一言から始まった。「佐賀県はなぜこんなに良い仕組みがあるのに利用しないのですか？」。

佐賀県庁ではNPO等を指定してふるさと納税ができるのですが、そもそもその意味が分からなかった私たち佐賀のCSO（NPO法人を含む市民社会組織）。だったらまずは自分のNPOでやってみるかとふるさとチョイスの須永社長に相談して始めた「ふるさと納税で難病の1型糖尿病が支援できます」。その結果、何と71日間（平成26年5月開始）で1千万円を超える寄付を頂戴しました。

あまりの反響に平成27年度からはNPO等指定ふるさと納税は全て県民協働課が一括して担当することになり、全庁的にふるさと納税（寄付）をCSOへ寄付金で支出することになりました。山口佐賀県知事のご理解のもと、決済システム料まで県に負担していただき、寄付額の95％を寄付でいただける現状はとてもありがたいことです。

指定手続きも簡単で、報告も成果を発信することに主眼が置かれており、成果発信の重要性を学んでいます。

県からの返礼品はありません（当然です！）ので、CSO自身の創意工夫が求められます。当法人の返礼品比率は送料込みで寄付額の13％程度です。患者家族がつくったこだわりの有明海産の海苔や有田焼、病気の子どもたちを救いたいという生産農家の方々の逸品などに加えて、1型糖尿病を理解いただくための絵本（読み終わったら図書館や病院への寄贈をお願いしています）を送らせていただいています。

平成27年度は1・1億円（前年度比8・4倍）ものご協力をいただきました。仕事も増えて、4人の雇用を生むことができています。女性の活躍の場を提供できればと、勤務時間フリー、在宅ワークOK、子ども連れ勤務もOKです。うち1人はファンドレイザー（資金調達人）を目指しています。



ふるさとチョイス掲載「子どもたちに膵島移植を受けさせてください」

この経験をもとに、寄付型クラウドファンディング「READYFOR Charity」や医療分野に特化したエムスリー社のクラウドファンディングにも挑戦しましたが、ふるさと納税のようには参らず反省しています。でもあきらめません！

しかし、こうしたクラウドファンディングのおかげで、これまで苦労していた1型糖尿病という希少な病の啓発が一気に進むようになった実感があります。

そして何より、私たち患者・家族の悲願である2025年（平成37年）の根治が現実に近づきつつあります。ふるさと納税を財源とする5千万円の研究助成と時を同じくしてブタからヒトへの異

種移植解禁の報道もありました。これからは、この研究成果をわかりやすく伝えることがポイントです。社会的インパクト評価の導入です。1型糖尿病根治や2型糖尿病への研究成果応用による医療費削減というSIB（社会的課題の解決と行政コストの削減を目指す手法）にも挑戦したいと思えるようにもなりました。

◆◆◆ CSOの誘致

いろんな挑戦をしようにも自分たちの組織だけでは限界があります。佐賀県は全国で唯一、CSO誘致に取り組んでいます。佐賀県では既に4団体が知事と進出協定を結び、現在準備中の団体もあります。誘致CSO方々からは「佐賀県にはこのふるさと納税の仕組みがあった。行政と協働の下地があった（佐賀県は協働化テストで国連公共サービス賞を受賞しています）から選んだ」と言われています。



山口佐賀県知事と認定NPO法人難民を助ける会とのCSO進出協定書締結



知事とCSOとの意見交換会の様子

誘致第1号のダイアローグ・ジャパン・ソサエティからは業務の質にこだわるプロ意識を、第2号、第3号のピースウィンズ・ジャパン、A・PADジャパンからは地元貢献のやり方、そして熊本地震での初動や現場での活動等では大きな学びを与えてくれました。こうした手法を目の当たりにして、当法人も日本初の膵島移植医である松本慎一先生による佐賀市の小学校や佐賀大学医学部での講演に取り組みました。

◆◆◆ 誘致CSOと県内CSOとのノウハウ共有

ふるさと納税は、県から指定されただけで寄付が増えるわけではありません。

先頭を切って成功したCSOがこれから挑戦するCSOにノウハウを還元し、成功の循環が創り出せるようにしたいと思っています。お世話になった佐賀県庁への恩返しで、当法人のノウハウは無償で還元いたします。

今年10月8日に公益財団法人佐賀未来創造基金の主催でふるさと納税の勉強会を開催。続いて12月3日、4日には誘致CSOのノウハウにより有楽町駅前で佐賀県のCSO主催による〝佐賀ふるさと納税フェア〟（仮称）を開催します。

ピースウィンズ・ジャパンとA・PADジャパンの代表を務める大西健丞さんは、次は年間10億円を県内のCSOで集めると言われます。10億円集まれば5千万円を佐賀県の子育て支援や他の施策にも使ってもらえます。自発の地域づくりでの恩返しを目指します。

◆◆◆ 佐賀を課題解決先進県へ

8月31日、佐賀県CSO誘致推進協議会（代表：大野博之・認定NPO法人地球市民の会副理事長）が山口佐賀県知事の前でお披露目されました。大野さんは言います。「佐賀県をグローバル人材育成のアジアの拠点にする。ソーシャルビジネスのグッドプラクティスの集積地にする」。佐賀の既存のCSOと誘致CSOによる「自発の地域づくり佐賀」アクションが始まっています。

私たち佐賀んもんだけではできなかったことを一緒に活動することで1＋1が2よりも大きくなる相乗効果を発揮いたします。

なお、私の協議会での役目はふるさと納税ファンドレイジングのノウハウ提供と歓迎会（飲み会）開催です！　そして、いつか糖尿病撲滅の歴史が佐賀から始まったと言われるよう挑戦を続けます。

特集

クラウドファンディングで地域を元気に

資金だけでなく仲間や支援者を集める

―地域づくりにおけるクラウドファンディングの可能性―



一般財団法人ジャパンギビング理事兼事務局長 ● 宮本 聡

まだまだ日本では、聞いたこともない、聞いたことはあるけどよくわからない、私には関係ない、という人が多いのかもしれません。ですが、数年前から一部の人たちの間で話題になっている資金調達の方法に「クラウドファンディング」という手法があります。「お金があれば実現したい」とか、「誰かが応援してくれたらチャレンジしてみたい」という夢やアイデアを持っている人はきっと多いのではないでしょうか。インターネットの普及で時間や場所にとらわれずに人々がつながれるようになったこの時代、今までできなかった方法で自分の夢やアイデアを実現する人たちが現れてきています。そんな個人の夢やアイデアを実現する方法の一つが「クラウドファンディング」ですが、最近では地域づくりにも活用される事例が増えています。地域づくりにおけるクラウドファンディングの事例と可能性についてお話ししたいと思います。

クラウドファンディングとは何か?

クラウドファンディング（crowdfunding）とは、crowd（群集・大衆）からfunding（資金調達）を行うという意味から作られた造語で、ある目的を持った事業者や個人がインターネット等を活用した仕組みを使って、不特定多数の支援者からの資金提供を求めることをいいます。お金を出す人（以下、支援者）は自分が共感したプロジェクトやサービスに資金を提供し、支援後はプロジェクトの実施状況の報告を受けたり、見返りとしてサービスや商品を受け取ったり、あるいは金銭リターンを得たりします。夢やアイデアを持つ個人がより簡単に、たくさんの人の応援を集めてそれを実現できるのがクラウドファンディングです。

たくさんの人から寄付や事業資金を集めて何らかのプロジェクトを実行すること自体は古くから世界中で行われており、特に目新しいものではありません。しかし、最近広まりつつあるクラウドファンディングは、そこに私たちが運営するようなインターネット上のプラットフォームが介在することにより、資金調達者と資金提供者がよりダイレクトかつ広範につながりやすくなったのが特徴です。資金を必要とする人と資金を提供する人の双方が幸せになる可能性のある仕組み。それがクラウドファンディングです。

クラウドファンディングの5つの種類

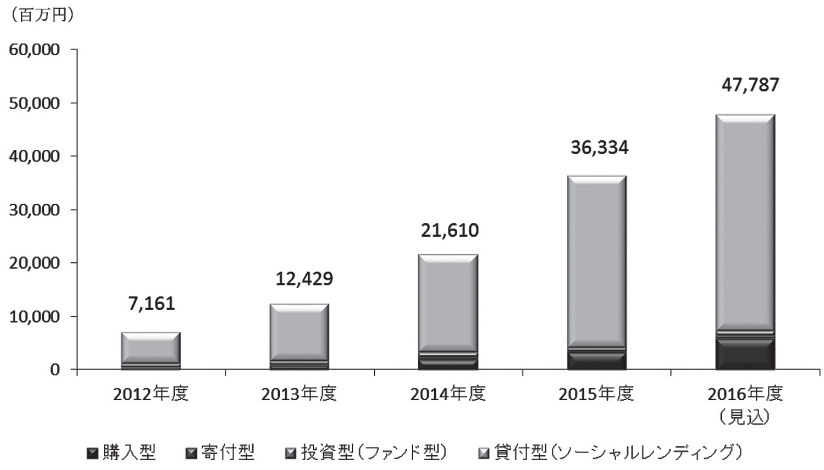
クラウドファンディングには一般的に、「寄付型」「購入型」「貸付型」「ファンド型」「株式型」の5つの類型があるとされています。

「購入型」とは、支援者にその対価としてなんらかの見返り（以下、リワード）として物品やサービスを渡すもので、商取引の一つの形です。一般的に「クラウドファンディング」と呼ばれているものの多くは、この「購入型」のことを指しています。日本国内でもここ数年でこの「購入型」のプラットフォームが増えており、その数は大小混じえて100とも200とも言われています。最近では、個人や小さな事業者の夢やアイデアを叶える手段の他、商品化しても売れるかどうかわからない商品の予約販売やテストマーケティングとして大手企業に活用されることも多くなってきました。

「寄付型」は、支援者に対して対価性のあるリワードがないもの、あるいはリワードがないものをいいます。ここでの支援は税制上の寄付となり、支援者は確定申告をすることで、所得控除や税額控除などの寄付税制上の優遇を受けることができます（寄付先団体の法人格によっては税制優遇が受けられない場合もあります）。私たちが運営している「ジャパンギビング」はこれにあたり、現

在、大小様々の２０００を超える登録団体がこのプラットフォーム上で寄付を募っています。寄付はそもそも不特定多数から支援を集めるクラウド（crowd）ファンディング（funding）であるため、この「寄付型」が「インターネットの出現で生まれた新しい仕組み」というのは厳密には正確ではありませんが、インターネットの普及により、地理的・時間的な制約を超えたたくさんの支援が集まっている実感はあります。

その他、クラウドファンディングで集めた資金を、プラットフォーム運営者がプロジェクトオーナーに貸し付け、その返済元利金の一部を支援者に分配する「貸付型（ソーシャルレンディングとも呼ばれる）」、出資したプロジェクトの成果を元に支援者が投資した割合に応じて配当金を分配する「ファンド型」、個人が未上場株式に出資した対価として株式を受け取る「株式型」の３つがあり、この３つをまとめて「金融型」と呼ぶ場合もあります。この３つの共通点は、支援者が金銭的リターンを得ることで、金融商品取引法で規制されています。



矢野経済研究所推計

注１．年間の新規プロジェクト支援額ベース
注２．2016 年度は見込値

矢野経済研究所調査 国内クラウドファンディングの新規プロジェクト支援額（市場規模）推移

クラウドファンディングが生まれた背景

現在のクラウドファンディングの形態は、もともとは音楽や映画の分野でファンから活動費を募る目的で始まり、アメリカを中心に発達したと言われています。アメリカの代表的なクラウドファンディングプラットフォームである「Indiegogo」（購入型）や「Lending Club」（貸付型）「Kickstarter」（購入型）「Prosper」（貸付型）はいずれも２００８年から２００９年にかけて現行のサービスを開始しています。日本国内では、２０１１年に「レディーフォー」「キャンプファイヤー」「モーションギャラリー」、２０１３年に「マクアケ」（いずれも購入型）がサービスを開始しています。寄付型の「ジャパンギビング」は、２０１０年に「ジャストギビング・ジャパン」の名称でサービス開始、２０１５年に改称しています。

日本におけるクラウドファンディングは当初、寄付型、購入型が中心となって拡大してきました。これは日本のクラウドファンディングが２０１１年の東日本大震災を契機として注目を集め、主に寄付を集めたり、復興を手助けしたりする手段として拡大した経緯があるためです。しかし、矢野経済研究所の調査によれば、２０１５年度の国内のプロジェクトファンディングの市場規模（新規プロジェクト支援額ベース）は３６３億３４００万円、うち88・７％の３２２億円が金融型の中の「貸付型」であると推計されています。件数ベースでは購入型が圧倒的に多いものの、個々の金額が相対的に小さいため、すでに金額ベースではクラウドファンディングの主流は金融型、それもソーシャルレンディングともいわれる「貸付型」が主流となっています。伸び率では２０１５年度の市場全体の支援額は前年比68・１％増となっており、さらに２０１６年度には31・５％増の４７７億８７００万円と、今後も国内クラウドファンディング市場は拡大基調が続くと見られています。

日本最大の寄付型クラウドファンディングサイト「ジャパンギビング」

ジャパンギビングは日本最大の寄付型クラウドファンディングサイトです。２００１年にイギリスで始まった世界最大級のクラウドファンディングサービスであるジャストギビングを日本に持ち込み、２０１０年３月にジャストギビング・ジャパンとしてサービスを開始、２０１５年１月に名称変更しました。２０１６年９月時点で、支援金総額は約19億円、登録団体数は約２２００団体、

累計プロジェクト数は1万2000超、寄付件数は延べ19万件超となっています。多くのNPO法人等の非営利団体（以下、NPO）に幅広くご活用いただいていることの他に、有名人・著名人の利用者が多く、マラソン大会・大学・自治体・企業等との連携実績が豊富なことも、他のプラットフォームと比べて特徴的といえるかもしれません。また、NPOが自身の活動資金を募る、いわゆるクラウドファンディングの他に、個人や団体がNPOのために寄付を集める「ファンドレイジング」を簡単に始めることもできます。元々は民間非営利団体のための寄付プラットフォームで、新サービスに敏感な首都圏のNPOの利用が多かったのですが、最近では自治体や地方での利用事例も増えて来ています。

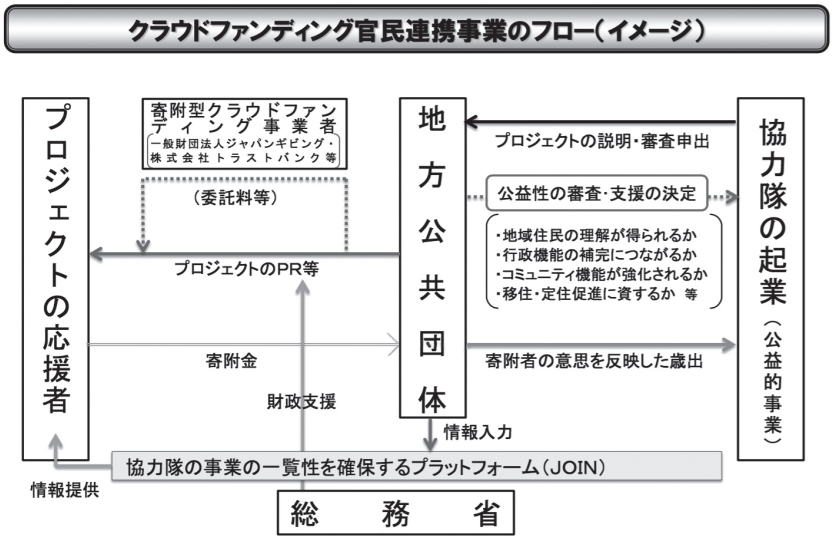


伊豆松崎 DE 花見舟プロジェクト

ジャパンギビングでの地域づくりの事例

ここではジャパンギビングで寄付を募った特徴的な事例をご紹介いたします。一つ目は、鎌倉市観光商工課が実施した「かまくら想い」プロジェクトです。鎌倉市では、鎌倉を訪れた人がよりわかりやすく、より楽しく観光ができるようにすることを目的にルート板の新設に取り組んでおり、このルート板設置のためにクラウドファンディングを活用して100万円の資金調達を実施しました。特徴的だったのは「ルート版に寄付者の名前を刻む」というリワードの設定です。募集条件は1口1万円×100口とけっして安くはない金額設定でしたが、想定期間は当初2カ月であったにも関わらず3週間で100万円を達成、10本の観光案内板の予算を獲得しています。鎌倉を愛する人々の支援をインターネットで広く募ることができたことが成功の大きな要因ですが、直接鎌倉に出向いて募金箱にお金を入れなくてもよく、自治体への寄付であることから寄付金控除を受けることができ、また鎌倉に名前を残すことができるという価値を提供したことが人々のモチベーションにもなったと考えられます。ジャパンギビングでは現在30件ほどの自治体による利用実績がありますが、この鎌倉市の取り組みが最初の事例で、このプロジェクトの成功が、その後、他の自治体がクラウドファンディングに取り組むきっかけとなりました。

もう一つは、私の地元、静岡県松崎町の事例です。地域おこし協力隊として伊豆松崎に移り住んで約10カ月の隊員が、「松崎ウォータープレイガイド」という団体を立ち上げ、この地域の水辺の魅力を伝えるためのツールとしてEボートという10人乗りの空気で膨らませて使用するボートを購入するための資金を募りました。団体代表の野中さんは、カヤック競技で国体上位入賞の実績があり、また、指導者の資格を持っている水辺のアスリートです。カヌーを中心としたマリンスポーツのこれまでの経験と想いを活用して、子どもの健全育成や安全教育、自然体験の機会を創りだして町を元気にしたいと、このプロジェクトを始めました。寄付者へのリワードは主にカヌーやEボートによる水辺の体験プログラムへの参加権です。目標金額100万円に対してオンライン上の支援額は38万6000円と未達でしたが、クラウドファンディングを始めたことによりリアルな接点での寄付が集まり、オンラインとオフラインを合計すると約110万円の寄付が集まりました。クラウドファンディングの世界ではこのようにクラ



ウドファンディングの外での効果が生まれる特徴もあります。体験型リワードの提供とリアルな接点でのコミュニケーションの活性化により、資金の獲得と同時に地域の人々が自分の住む地域の魅力を再認識するきっかけとなった、地方の特徴的な好事例です。

その他、ジャパンギビングは総務省と連携し、地域おこし協力隊の活動（起業）を支援するための「クラウドファンディング官民連携事業」にも取り組んでいます。専用ポータルサイトを利用して寄付型のクラウドファンディングを実施する場合に、総務省が必要経費を補填するものです。ジャパンギビングでは鹿児島県長島町の地域おこし協力隊員がこの仕組みを使って支援を募り、目標150万円に対して160万円超の活動資金を獲得しています。

寄付者の共感はどのように高めることができるのか

人はなぜインターネット上で寄付をするのか。その動機を考えてみると、大きくわけて二つの感情があると思います。一つは「その活動を応援したい」というNPOの活動への共感で、もう一つは「見返りが魅力的」というリワードが欲しい気持ちです。どちらにも共通するのは「寄付者視点での支援の実感」をいかにして設計するのかが肝になります。

寄付者は、そのNPOの活動の社会的な意義や、世界／日本初という革新的・挑戦的な取り組みに心惹かれますし、「いくらあれば何ができる」といったわかりやすい表現も好みます。そして人は人に共感するので、NPOの代表者やスタッフ、支援対象者の〝顔〟を見せていくことも大切です。インパクトあるタイトルや画像・動画を使い、支援の必要性をストーリーで表現していくことが求められます。また、共感だけでは取り込めない層に対しては、参加感、名誉、おトク感（レア感）を演出することが肝になります。寄付の金額に応じた魅力的なリワードを設定することで、単に寄付をお願いしただけでは取り込めない人たちからの支援を獲得することができます。例としては、「活動報告をお届け」「お名前をウェブ上に掲載」「特製ポストカードで子どもたちからのお手紙」「現地視察ツアーへご招待」「代表が講演する」などの寄付のお礼らしいリワードを工夫して設定する必要があります。

地域づくりに役立つクラウドファンディング

最後にクラウドファンディングを地域づくりに役立てるためにはどうしたらよいか。それはクラウドファンディングを単なる資金獲得の手段と考えてはいけないということです。クラウドファンディングでの資金調達成功者が揃って口にするのは「集められるのはお金だけではない」という言葉です。クラウドファンディングを使うことにより、資金だけでなく、仲間や支援者、そして未来の顧客を同時に集めることができます。クラウドファンディングでの資金調達に挑む方は、金額だけではなく、人数へのこだわりを意識していただきたいと思います。

「ファンや仲間をつくる」という発想で、多額の寄付金額ではなく、多くの寄付者を取り込めるようなプロジェクトを設計することが地域づくりに役立つクラウドファンディングの一つの要件になるのではないでしょうか。地域の人たちがたくさん関わり、地域外の人たちが現地に足を運びたくなる、そんなプロジェクトはきっと地域を元気にするでしょう。一度切りで終わってしまうのではなく、二度三度と繰り返し募集できるようなクラウドファンディングを、ぜひ目指していただきたいと思います。

クラウドファンディングへの支援策検討

―助成事業の新設や広報・プロモーション支援も―

地域活性化センターでは、平成27年度に「地方自治体等における資金調達」をテーマに職員が自主的に調査・研究を行い、報告書を作成、ホームページ上で公表した。そして、この調査研究事業から得られた知見をセンターの業務に応用するため、今年度はクラウドファンディング委員会を設立し、様々な取り組みを行っている。

委員会での取り組み

（1）地域づくり団体への支援策の検討

センターでは、全国各地で自主的・主体的な地域づくりに取り組む地域づくり団体に対し、様々な支援を行っている。その一環として、地域づくり団体がクラウドファンディング（以下CF）を活用して地域づくり活動のための資金を調達しようとする際の、センターとしての支援策を検討している。

（2）勉強会開催

センター職員のCFに関する知識を深めるため、勉強会を開催。

現在まで2回開催しており、第1回は島根県地域振興部しまね暮らし推進課定住支援グループの加納淳史主任を講師に迎え、島根県が実施する「クラウドファンディングによる地域づくり活動資金調達事業」の概要について説明していただいた。

第2回は、CFを活用して資金を集め、平成27年5月に秋田県五城目町に、今年の5月に香川県三豊市仁尾町に、それぞれ「シェアビレッジ町村」を開村した武田昌大氏にお話しいただいた。

（3）情報収集・ネットワークの拡大

福井県鯖江市が運営するクラウドファンディング事業「FAAVOさばえ」が開催した「FAAVOエリアオーナーキックオフミーティングin SABAE」に職員が参加し、関係者からCFに関する情報を収集するとともに交流を図った。（10月21日～22日開催）

（4）CF活用の事例収集

月刊情報誌「地域づくり」11月号（当月号）に掲載、地域を活性化させるための資金調達手段としてCFを活用した事例を収集した。

今後の予定

地域づくり団体への支援策として、次の2点を検討している。1つは、助成事業の新設である。具体的には、プロジェクトの企画立案、ネット上におけるプロジェクトの効果的な見せ方などを指導・助言するアドバイザーの派遣費やリターン（返礼品）作成費などを助成できないか検討している。

もう1つは、広報・プロモーションの支援である。CFの成否を大きく左右するのが、公開後のプロジェクトの広報活動だといわれている。そこで、センターのホームページやフェイスブックページ「地域づくりの現場なう！」などにおいて、地域づくり団体が実施するプロジェクトを紹介していきたいと考えている。これらは、いずれも平成29年度からの実施を目指している。

地域活性化センター　クラウドファンディング委員会委員長
（研修交流課長）
● 宮本　明人



支援策を話し合うクラウドファンディング委員会

地方創生へ―ウッドスタート宣言　熊本県小国町

Wood Start

小さな国で奮闘中！小国の森の木育レンジャー
―木育で育つ産業、福祉、若き担い手たち―

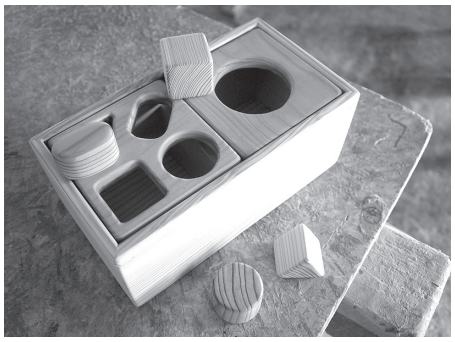
小国町森林組合企画販売係　●入交　律歌

歴史ある森の国、熊本県小国町

世界一のカルデラ火山・阿蘇山の北外輪と、九州の屋根と呼ばれる久住山の裾野に広がり、九州一の河川・筑後川の源流域にある小国町。総面積1万3700㌶と、町の78％を森が占める、豊かな緑と清らかな水に恵まれた町です。その雄大な自然が育んだ「阿蘇小国杉」は、250年間続く小国林業のブランド木材。しかし、木の需要も減り、関心がなくなっているのが現状。この状況を打破し、もう一度小国杉の町の文化を盛り上げるために始まったのが木育でした。



木育レンジャーの５人



小国杉を使った地元製作の木のおもちゃ



木のおもちゃで遊びながら子ども達と触れ合う木育レンジャー

小さな頃から木のある暮らし・ウッドスタート

小国町では木育の一環であるウッドスタート事業として、町内の1歳児を対象に小国杉を使ったおもちゃ等を町からプレゼントしています。これは、幼い頃から木に触れ木を身近に感じてもらいたい、親子で森についての正しい知識を持ってもらいたい、という温かな取り組みです。他にも、保育園や幼稚園、子育て支援施設等に地元で製作したおもちゃを置いて親子で楽しめるようにしています。取り組みはとても好評で、小国杉の需要拡大や地元の魅力の再認識に一役買っています。

木のいいヒーロー・木育レンジャー参上

さらには、小国杉を愛する地域の若手が動き始めました。木の良さや遊び方を伝える正義の味方、その名も「木育レンジャー」です。木（気）のいい、木（気）真面目なヒーローたちは、木のお話や遊びを求める子どもたちがいればすぐに駆けつけます。保育園等では、木の枝や端材、かんなくず等の身近なものを使って遊ぶ必殺技が人気。小中高校での木のお話から、大学での講義、保護者や先生への営業まで技を揃えています。リーダーのピカピカイエロー（宇都宮忍）は子どもたちを森へ誘う、自然体験学習のベテラン先生。アンニュイブルー（入交律歌）は地元森林組合の小国杉ＰＲ係。わんぱくグリーン（荷稲ありさ）は、板や柱を作る製材所の営業ウーマン。プリティピンク（平野孝博）は遊具を町内に多く手掛ける造形作家。まっさらホワイト（大塚礼子）は現在は福岡県にて主婦、母親の目線で木のある生活を拡げようとしています。ちなみに結成後、全員が瞬く間に結婚。小国杉を使った結婚式の余興や会場装飾などをそれぞれが披露するという戦いまで繰り広げ、地域でも話題となりました。

木育レンジャーの目指す、木持ちいい未来

まだ20代、30代の未来ある木育レンジャーたち。地域のいろいろなスポットに木のおもちゃと触れ合える場を設け、地域全体を大きな木育パビリオンとして楽しめるまちづくりを目指す！全国で木育レンジャーの仲間の輪を広げて、木育レンジャーサミットを開催したい！と、木育妄想は膨らみます。共通の願いは、木育を一部の人のものにするのではなく、誰もが気軽に木に触れ合える機会を作りたいということ。地域ぐるみで取り組む木育を、草の根でじわじわ盛り上げたい。行け行け木育レンジャー！負けるな木育レンジャー！小国杉の未来は、彼らにかかっている、かもしれません。

移住・定住・交流推進支援事業

（山梨県早川町）

移住希望者と同じ目線で町の魅力を伝える

―子育て世代の住民が企画・実施する移住体験モニターツアー―



NPO法人日本上流文化圏研究所研究員

● 鹿島　健利

都市から地方への移住・交流は、人口減少社会における地域活性化策の柱として期待される。地域活性化センターでは、「移住・定住・交流推進支援事業」として、地域団体もしくは市町村等が自主的・主体的に実施する、都市住民などを受け入れる事業を支援している。

今回、平成27年度に同事業を活用した山梨県早川町での取り組みをNPO法人日本上流文化圏研究所研究員の鹿島健利氏にご紹介いただいた。

（企画・コンサルタント業務課）

少子化が進む早川町

山梨県の南西部、南アルプスの山懐に抱かれた渓谷の町、早川町。その自然の雄大さから「日本で最も美しい村連合」や「ユネスコエコパーク」に認定されている。古くからの伝統文化や集落コミュニティが根付く典型的な山村だ。かつては1万人程が暮らしていた町も現在では約1100人にまで減少。「日本で最も人口の少ない町」とも呼ばれている。高齢化率は50％にのぼり、36ある集落の多くがいわゆる「限界集落」と言われる集落だ。

平成24年、そんな少子化の影響を受け、早川町に2つある小学校のうちの1つ、早川北小学校の児童数が4人にまで減少。これを契機として、児童数の増加、統廃合の回避を目標とした取り組みが始まった。学校の先生方、保護者とそのOB・OG、教育委員会、NPO法人日本上流文化圏研究所（以下、上流研）が連携し、子育て世代をターゲットに都市部からの移住を促進するものだ。中でも、保護者とそのOB・OGは、「北っ子応援団」という組織を立ち上げ、仕事や育児の合間を縫って、イベントや移住相談、移住後のアフターフォローを行ってきた。北っ子応援団には、移住した家族も多く参加し、さらなる移住者受け入れに向けて尽力している。こうした主体的でボランタリーな力が本ツアーを実現させた。

ツアーの実施に向けて

前述のように、早川町ではいくつもの団体が連携し移住促進に向けた活動に取り組んでいる。具体的には、東京での田舎暮らしセミナーや、町内での学校見学・住宅案内などだ。東京で行うセミナーへの参加者は回を重ねるごとに増えたものの、その後なかなか町内に足を運んでもらえず、その対策に苦慮していた。町内に足を運んでもらうことで、言葉や写真だけで伝えられない早川を肌で感じてもらい、じっくり交流することができる。言わば、移住に向けた第2段階である。

ツアー形式で早川町の学校や生活の魅力を体験してもらう案は前々からあったものの、移住希望者がどのようなものに興味関心があるか、またどのように実施して良いか分からなかった。しかも、全国で多くの移住体験ツアーが実施されている中で集客できるのかという不安もあった。

ツアーの企画に先立って、他県に視察研修に行って事例を調べ、構想を練った。その結果、自治体が主体となるのではなく、北っ子応援団が主体となり、移住希望者と同じ保護者の目線、移住体験者の目線で町や学校の魅力を伝えるというコンセプトがまとまった。学校、行政、上流



北っ子応援団による企画会議

研はサポート側にまわった。ツアー実施に当たっては、一般財団法人地域活性化センターの「移住・定住・交流促進支援事業」を活用し、今回は参加費を抑えて、個々のプログラムの満足度を検証するモニターツアーとして実施することにした。

備品等の整備、ツアーを主催する旅行会社への委託、プログラムの準備・手配も全て北っ子応援団が行った。北っ子応援団というボランタリーな力が動くことで、町内の多くの人や会社が協力してくれた。ツアー用に野菜を提供してくれたり、バスも格安で手配させてもらえた。こういった協力者は、実施後もツアーのことや、移住のことを気にかけてくれるようになった。移住事業自体、町内で徐々に浸透、意識の高まりが見えて来ていた段階だったので、それを一層加速させる結果となった。



ツアー中の空き家見学

ツアーの実施と参加者の反応

ツアーには首都圏から6家族20人が参加した。当初は、参加者がいるか不安だったこともあり、申込みがあった時は皆で喜び合った。

ツアーは、①環境教育のプロを講師に迎えた川遊びや、早川子どもクラブのツリーハウス見学など、自然を満喫するもの②学校見学や集落・住宅見学、移住ミニセミナーなど移住に向けて考えてもらうもの③ＰＴＡを交えたバーベキューや夜の懇親会など交流を深めてもらうもの―の3種類のプログラムで構成。

自然を満喫するプログラムでは、子どもはもちろん、親も楽しそうに一緒にはしゃいでいた。「都会ではこんな体験はできない」と口々に話していた。

移住に向けて考えてもらうプログラムでは、田舎暮らしの良い所、悪い所の両方を伝えた。移住後のミスマッチを防ぐためだ。「病院は？仕事は？買物は？」と住む上で具体的な質問を多く受けた。

交流を深めてもらうプログラムでは、参加者と仲良くなることを意識しながら取り組んだ。思い思いに連絡先の交換もし、ツアー後も密に連絡を取り合った。

ツアー実施後のアンケートで、「１００点満点中、満足度は何点でしたか？」という問いに対して、平均99・8点の評価を得た。個々のプログラムも全体を通して好評価だった。不安の中で始まった今回のツアーだったが、終わってみればメンバー皆が自信を深めるきっかけとなった。

また、嬉しいことにツアー参加者の中から1組が実際に移住してきて、北っ子応援団にも加入した。2回目以降は町内にある宿泊施設と連携しながら、宿泊プランの1つという形で実施している。参加費は助成金を使っていた頃より高くなったものの、これまで3回実施し、7組の参加があった。参加者の中で移住を本格的に検討している家族も少なくない。



早川子どもクラブ（http://kodomo-club.joryuken.net/）で作成したツリーハウスでの体験



学校でのＰＴＡ・参加者の集合写真

今後も定期的開催

多くの人が都会から田舎に移り住む時代になったものの、移住希望者にとっても、移住を受け入れる地域にとっても、移住はそう簡単なことではない。「家が格安で借りられる」「補助金がいくらもらえる」ということより、移住希望者にじっくり地域のことを知って生活をイメージしてもらうこと、移住に向けたハードルを一つ一つクリアにしていくこと、地域としても移住者を受け入れる心構えが必要だと感じている。

今回のツアーでは、子育て世代の移住希望者を同じ立場の学校の保護者コミュニティが受け入れる形で、子育て環境の良さを伝え、悩みに寄り添う形ができた。今後も定期的に開催していってもらえたらと思う。さらに同様の取り組みを、集落など受け皿となる主体を変えながら、多様な形で実施していけたらと考えている。

平成28年度地方創生実践塾　福井県鯖江市

田舎のまちはベンチャー企業

―余白を「創作」できる「変わり者」が田舎を面白くする―



慶應義塾大学特任講師
株式会社Ｎｅｗ Ｙｏｕｔｈ代表取締役
● 若新　雄純

地域活性化センターでは、地方創生の担い手となる人材の養成を目的としたワークショップ「地方創生実践塾」を実施している。９月17日（土）～18日（日）に福井県鯖江市で開催された実践塾の内容について、主任講師の若新雄純氏にご報告いただいた。

（地域支援総務課）

鯖江市が取り組む「ゆるい移住」～「若者が集まる田舎」のヒミツ～

日本全国の「田舎」と呼ばれる地方のまちが、若者を集めることに力を入れている。しかし、多くの自治体は若者が求める環境や条件について「大きな勘違い」をしているのではないかと感じていた。各地の移住政策を見ていると、住居だけでなく、安定した雇用・職場や都会に負けない魅力的な施設やサービスがあることを訴え、「田舎も都会に負けないくらい十分に整った環境だ」というメッセージを打ち出している自治体が多い。しかし、私のこれまでの活動や研究によって、地方への移住を考えている若者は、必ずしも安定した雇用や整った環境を求めているわけではなく、むしろ、冒険心を駆り立てられるような未成熟で「発展途上」の場所を欲しているということが分かってきている。

実際に、２０１５年の10月から半年間、福井県鯖江市において「半年間家賃無料にするからとりあえず体験移住してみてほしい。特に仕事などは紹介しないが、その間は働かなくてもいいし、何をしても自由」との条件の「ゆるい移住」という実験的な政策を市の事業として行った。この実験的な取り組みに対して、「そんな無茶苦茶な条件で若者が来るはずがない」という批判もあった。しかし結果は、半年間に日本全国から15人の若者が体験移住を行い、そのうち７人が無料期間後も鯖江市で継続して生活することになった。この若者たちは、東大卒のエリートや、元プロ野球選手、元ＩＴ企業経営者といった高い能力や経験値を持っており、「自分たちで自由に試行錯誤や開拓ができる」という「ゆるさ」を魅力に感じたようである。

そこで、２０１６年９月17日から18日にかけて福井県鯖江市の河和田地区において行われた「地方創生実践塾ｉｎ鯖江」において、この実験的な取り組みにもとづき、「若者が集まる田舎」にはどのような秘密や条件があるのかを講演やトークセッション、ワークショップなどを通じて解き明かすことにした。

自分で新しく「つくる」ことができる「余白」が若者を惹きつける

実践塾の冒頭で、東京から家族で高知県に移住したプロブロガーでライターのイケダハヤト氏に基調講演をお願いした。イケダ氏は神奈川県出身で、早稲田大学を卒業した後に東京の大手メーカーで勤務するという絵に描いたような都会人だったが、結婚し子どもができた頃から都市部での「家族運営」に限界を感じ、縁もゆかりもない高知県の山間地域に移住した。しかし、イケダ氏は別にこの小さな田舎のまちを活性化したり元気づけたりすることを目的に移住したわけではない。むしろ、田舎に移住することによって自分の仕事や生活を発展させ、より充実した人生を送ることができると考えたのである。

イケダ氏は基調講演の中で、田舎のまちが若者にとって魅力的である理由は、自分たちで自由に考えて新しいものをつくっていくことができる「余白」があることだと説いた。そして、人口減少に悩み衰退している小さなまちや地域ほど、その魅力があると述べていた。都会の生活やサービスは一般的に「新しい」ものであるように言われているが、それは全てパッケージ化されたものであり、いくつかのパターンから選択しているだけであって、自分で新しく「つくる」ということができるものはほとんどない。つまり、サービ



開講式・プロローグ

スを消費するサイクルが早いだけなのである。しかし、田舎のまちには少ない資金やリソースしかなくても「余った」場所や機会を使い、自分なりにつくりだすことができる。私は、この「創作」の体験こそ、社会環境が成熟した今の日本の若者にとって、「消費」以上に魅力的なものであると考えている。

「消費」の重要度が下がれば、当然労働や所得の考え方も変わってくる。都市部で働くよりも見かけの金銭的所得は下がっても、日常的な「創作」の体験を得ることによって、それ以上の満足や感動を手にすることもできるのである。つまり、田舎のまちは若者に「それなりに給料のもらえる仕事」があることをアピールするのではなく、「仕事も生活も自分で新しくつくりだせる環境」があることを訴えたほうが良いのである。もちろん、そのような「創作」の体験が必ずしもうまくいくとは限らないし、収入を得られない期間が長くなることも考えられる。しかし、田舎のまちで暮らしていれば生活コストはかなり抑えることができ、この「試行錯誤」の期間を耐えることができる。都会ではそうはいかない。田舎のまちは、失敗しても何度でも「創作」の体験にチャレンジできる場所として魅力があるのだ。



鯖江　若者×いなか超会議の様子


ワークショップ

「変わり者」を受け入れる勇気が地域を変える

しかしながら、そのようなチャレンジの場所を求め、それを楽しむことができる人材は限られている。高い技術や能力を持っているだけではなく、強い好奇心や独立心がなければならない。当然ながら、安定志向の若者には向いていない。だが、私はそれで良いのではないかと考えている。実践塾の中で行われたトークセッションにおいて、鯖江市の「ゆるい移住」政策で移住してきた東大卒の若者・森一貴氏は、「田舎に移住するというのは、ベンチャー企業で働くようなもの」だと言った。

「ベンチャー」としての田舎を求め、それを楽しむことができるような若者は、極めて異端な人だったりする。異端故に地域との摩擦や衝突も避けられない。しかし、彼らのような「変わり者」を受け入れることができれば、それをきっかけに地域社会に柔軟性が生まれ、地域外から若者を受け入れる土壌ができていくと考えられる。土壌ができれば、そこには新しい人材が流れ込む新しい動きも生まれてくる。イケダ氏は基調講演の中で、「システムでは、地域に若者を集め続けることはできない。人が人をよぶしかない」と語った。つまり、「最初の変わり者」を地域が受け入れ、余白の開拓を委ねていくことで、そこに新しいコミュニティや文化が生まれ、様々な若者も集まってくる、ということだ。

地方創生実践塾（福井県鯖江市）の概要

テーマ：若者が集まる田舎のヒミツ

1日目　9月17日（土）
- プログラム①　開講式・プロローグ
  - 主任講師　慶應義塾大学特任講師 / 株式会社 New Youth 代表取締役　若新 雄純 氏
- プログラム②　鯖江　若者×いなか超会議
  - 特別講師
  - プロブロガー　イケダ ハヤト 氏
  - TSUGI llc. 代表　新山 直広 氏
  - ゆるい移住参加者　森 一貴 氏
  - JK 課卒業生　田中 碧 氏
  - JK 課卒業生　中本 邦子 氏

2日目　9月18日（日）
- プログラム③　プレゼンテーション、分科会
  - 特別講師　プレゼン……河和田アートキャンプ総合ディレクター　片木 孝治 氏
  - プレゼン、分科会①……鯖江市市民協働課課長　橋本 和久 氏
  - プレゼン、分科会②……新山 直広 氏、森 一貴 氏
- プログラム④　ワークショップ
  - 主任講師　若新 雄純 氏

特別寄稿論文

平時のコミュニティの形成と災害時の避難所運営の円滑化

―熊本地震における西原村・河原小学校避難所の事例から―

公益社団法人中越防災安全推進機構
震災アーカイブス・メモリアルセンター長
● 稲垣　文彦

NHKテレビ「あさイチ」で取り上げられた避難所

2016年5月25日、NHKテレビの「あさイチ」で「明るい避難所のヒミツ」と題し、熊本県西原村・河原小学校の避難所の様子が取り上げられた。このコーナーを担当するアナウンサーは「避難所に『明るい』という形容詞は不謹慎という感じがするが、VTRを見れば、なぜ明るい避難所と呼ぶのかわかります」と紹介した。また、司会のアナウンサーは「（河原小学校の避難所の取り組みを）モデルとして全国に広めたいですね」とコーナーを締めくくった。ここではVTRをご覧いただくことができないので、その中の住民のインタビューをいくつか紹介したい。

・「（この避難所では）トラブルはないです、そして、みんな一緒にいるからストレスもないです」（高齢女性）。

・「最初は、迷惑がかかるからと思って車中泊をしていました。『子どもだから、夜泣きをしてもしょうがないからね』というふうに皆さん理解があったので、（この避難所に）移りました。ここは理解のある方ばかり、毎日笑いながら過ごせます」（1歳の女の子をもつ母親）。

・「小さい子供たちもいっぱい不安を抱えていると思うので、その不安を和らげられるように心がけています」（男子高校生）。

・「皆さんおはようございます。朝、気持ちよく起きましたか。今日も一日みんなで協力して頑張りましょう。それではラジオ体操をはじめます。みんな一緒に踊ってください」（毎朝、校内放送で住民に語り掛ける女子中学生の言葉）。

このインタビューだけでも不謹慎ではないことがわかってもらえたはずだ。どの言葉も「明るい」という形容詞がピッタリと感じる。そして、冒頭の「みんな一緒にいるからストレスがないです」が気にかかる。普通であれば「みんな一緒にいるからストレスを感じます」と答えるはずが、ここでは「みんな一緒にいるから感じない」のである。

そこで、筆者は、明るい避難所のヒミツを探りに熊本県西原村を訪ねることにした。

熊本地震・本震から10時間後までの経過

現地を訪ねた筆者は、河原小学校避難所のリーダーで、役場職員でもある堀田直孝さん（54）に当時の様子を聞いた。主な出来事は時系列で図1にまとめた。

4月16日、午前1時25分、熊本地震・本震発生。家が壊れ、死ぬかと思う揺れを感じる。とにかく揺れの時間が長かった。家の中は滅茶苦茶。道路は裂ける、ガードレールは曲がる等、大変な状況だった。避難所は一次避難所の公民館ではダメだなと直感的に思ったのですぐに二次避難所の河原小学校に向かった【避難所の開設】。

小学校では、誰も指示していないのに既に若者が自主的に車をグランドに誘導しており、きれいに並べていた。それに文句をいう人は誰もいな

図1　本震発生から10時間後までの主な出来事

4月16日 午前1時25分	本震発生（震度7）
20分後	河原小学校の避難所に堀田さん到着
1時間後	体育館に救護室を設置
2時間後	消防団が家を回って安否確認 米、精米機、発電機、投光器を集める
3時間後	断水したトイレを農業用水を汲んで復旧
6時間後	炊き出し開始
10時間後	おにぎり300個提供

かった【気が付いたことに住民自らが行動】。

まずは、怪我人がでていると思ったので、救護室を作った。学校の保健室から必要なもの（包帯、医薬品、AED等）を運び込んだ。住民のなかに様々な分野（内科、皮膚科、精神科等）の看護師が6人いたので、救護係を担当してもらった【救護所の設置】。

住民から発電機、投光器を持ってきてもらい、避難所の中と外を照らした【明かりによる安心感】。

在宅介護で胃瘻（食物や飲料や医薬品などの経口摂取が不可能または困難な患者に対し、人為的に皮膚と胃に瘻孔作成、チューブ留置し、食物や水分や医薬品を流入させ投与するための処置）が必要な人がいたので、安定した電気が必要だった（発電機は不安定）。そこで学校のソーラー蓄電の電気を使用した【災害弱者への配慮】。

消防団は、点呼後、避難所に来ていない人を地域に探しにいった。消防団は誰がどこに寝ているか把握しているのでピンポイントに救助した。家の横からの救助は危ないので、上からの救助を行った【安否確認】【人命救助】。

集落が集まって小学校に来てくれたので、自然と集落がまとまって避難できるスペースが作れた。これはすごくよかった【コミュニティに配慮した避難所】。

トイレが漏れかかっていた。長い避難所暮らしになるとわかっていたので、トイレを清潔に使わないとダメだと住民にいった。水汲みボランティアを住民から募り、農業用水を汲み、漏れかかっていた汚物を流すことに成功した。その後は、住民のボランティアをトイレに貼り付け、バケツを置いて流すことを手伝った。流れないゴミを捨てるゴミ箱も設置した【トイレの環境整備】。

避難所は、本来は役場職員が運営するもの。だけど、ここには職員が2人しかいないので、自分が指揮を執るので、住民に協力してほしいと頼んだ【避難所運営】。

翌朝、炊き出し開始。住民のなかに給食の先生が2人いたのでリーダーになってもらった。ほかに15人位の女性が協力してくれた。米を炊く窯は給食室にあった。ガスがきていなかったので、住民が自宅からプロパンガスを持ち寄った。米は、学校用に30㌔あった。その後、みんなで持ち寄り500㌔集まった。精米機も持ってきてもらった。後には野菜も持ち寄った。避難所の名簿上で724人、それ以外に車で避難している人がいたので合計800人位いた。みんなで炊き出しをして、300個のおにぎりを作り、みんなで分け合った。住民が自ら作り、配っているので誰一人文句をいわなかった【地域資源を生かした住民自らの炊き出し】。

10時間以降から避難所閉鎖まで

住民に2つお願いをした。1つ目は、欲を捨ててくださいということ。食欲については、腹八分目を心掛け、食料はストックさせない。食中毒の危険性があったから。物欲については、支援が必ず来るから欲張らないこと。

2つ目は、ルールを守ること。学校の前の道路が南阿蘇村への唯一の道路だったため、道路駐車は左側のみ（緊急車両の通行路確保のため）。トイレは、トイレットペーパー以外流さないこと【ルールづくり】。

配膳係を作った。自衛隊のOBの住民にリーダーになってもらった。配膳の時は長い列ができる。みんなが集まる唯一のタイミングなので、自分がマイクパフォーマンスを行い、必要な情報（罹災証明の発行状況、仮設住宅建設の進捗等）を伝えていた。情報が足りないと不安になるので、朝、昼、晩に必ず伝えていた。食の安心、情報による安心を心掛けていた。掃除係も作り、自分たちでやっていた【役割分担】【食・情報による安心】。

自分は何もできない。人に迷惑をかけていると思うことが良くない。だから避難所にいるみんなが役に立っていると伝えていた。例えば、赤ちゃんも元気に泣くことで、みんなを応援しているよ。



リーダー会議をすすめる堀田直孝さん



救護室の様子

いびきも生きている証拠。認知症は誰でもなる病気、理解したうえで見守りましょう。認知症の人は、最初は徘徊があった。だけど、茶話会の場所を提供するようになって症状が改善していった。トイレのスリッパを揃えるだけでも、みんなのためになっている、それも大事な仕事。ひとり一人ができる仕事をやろう、その大人の姿を見た子どもたちも率先して動いてくれた。小学生の声掛けで、ラジオ体操をするようになった。中学生の声掛けで、横断幕にみんなで寄せ書きをした。高校生は、小さい子供たちの面倒を見るようになった【ひとり一人の役割】。

リーダー会議をしていた。区長、消防団、民生委員等で構成、避難所にひとつの自治区を作った。みんなの意見を聞き、みんなの知恵を使う。住民ひとり一人の意見を尊重した【避難所の意思決定】。

マスコミの皆さんにも食事を食べてもらった。このお米や唐芋はうまいと全国に発信してほしい。畑の被害も大きいことも発信してもらいたかった。いずれは、消費拡大につながると思っていた。イギリスのBBCは、被災地の中で最も元気な避難所として河原小学校から生中継した【情報発信】。

避難所のスペースが空いてから、90㌢ほどの高さのパーテーションを入れた。コミュニケーションが減らないように、声掛けを心掛けた【プライバシーの確保とコミュニケーション】。

女性だけに注意してほしいことは、女子トイレの中に掲示した【女性への配慮】。

この地区にも新興住宅があり、昔からの住民との距離感があったが、避難所の食器洗い等の作業の会話で、古い住民と新しい住民の会話が生まれ、仲良くなっていった。新たなコミュニティが生まれたと思う【新たなコミュニティ】。

ゴールデンウィークが終わったタイミングで住民のグループ（配膳係などの役割分担）を解散した。その後は、自治体の応援職員やボランティア等に補ってもらっている。その結果、住民が無理せずに避難所運営をし、また、家の片づけもできるようになった【ボランティア等との協働運営】。

そして本震から3カ月後の7月16日に避難所を閉鎖した【避難所の閉鎖】。

明るい避難所のヒミツ

引き続き、堀田さんに「なぜこのような避難所運営をすることができたのか」について聞いた。具体的な災害（特に布田川断層の地震）を想定した避難訓練を10年以上、継続して行っていた。2005年、地震を想定した訓練。地域ごとに想定を変えて、消防団を中心に行った。防災無線で地震があったことを伝え、まずは、個人個人で一次避難所の公民館に集まる。そこで消防団が点呼する。その後、集落全体で二次避難所の河原小学校に向かう。心肺蘇生訓練も行った。防災ヘリもきてもらった。この訓練によって、住民ひとり一人が刺激され、非常用持ち出し袋も用意するようになっていった。2006年、防災マップを使用し、断層を確認した。必ず布田川断層が動く地震があると断言して、どこの山が崩落するかまで想定し、3日間は孤立するという想定で、「その間は自分たちだけで生き延びましょう」といっていた。過去の震災の映像をみせた。それもひとり一人の防災意識を高めてもらうのが目的だった。2007年、昼間は、現役の消防団はいないと想定して、婦人会が名簿をチェックする訓練をした。婦人会による消火訓練もした。その後は、消防団のOB組織を結成し、現役によるOB組織、婦人会への発電機やポンプの使い方等の学習会も行っている。消防団は総合大会で受賞しているが、大切なのは、実際の場面でどう動くか。昼間は現役がいない。だからOB組織、婦人会が重要になる。

堀田さんは、震災前から災害に対する心構えがあったという。その心構えのひとつが、山の中の集落には、すぐに支援は来ない。3日間はかかるので、その間を自分たちだけで生き延びるという

心構え。つぎに、地域の中のどこに何があるか、誰がいるかを把握していた。防災倉庫にある物でも、何が起こるかわからないから、地域のどこにあるかを把握していることが大事。大工、土建屋、看護師、調理師、先生等、いろんな職種がどこにいるかを把握しておく、それから、リーダーになれそうな人を把握しておく。いざとなったら、このリーダーになれそうな人を中心にプロ集団を立ち上げ、自治区を立ち上げ、72時間を乗り切ろうという心構え。そして、ひとり一人の存在感を大切にする。避難所に来ても、何かの役に立っていると思うことが大切。それに対して、みんなが「ありがとう」という感謝の気持ちを持つことも大切。ひとり一人の存在感と役割を大切にした避難所運営をするという心構え。この存在感や役割を作り出すポイントは「挨拶」、挨拶から自然と会話が生まれ、存在感や役割を認め合う関係ができる。これは日頃からやっておくことが何よりも重要。



防災訓練の様子

最後に「日頃からの備えで一番大切なことは何ですか」と聞いた。堀田さんは、「訓練、訓練、また訓練」と答えた。そして「何も課題がなければよいが、訓練をやることで課題、欠点が見えてくる。例えば、避難するときは、サンダルはダメ、つぎは靴にしようとか。課題を改善する、これを繰り返すことが大事。繰り返すことで体が覚えるようになる」という。最後に「何よりもみんなの危機感が大事」と教えてくれた。

河原小学校避難所の事例から学ぶ平時のコミュニティの形成と災害時の避難所運営の円滑化のポイント

○災害時の避難所運営の円滑化

避難所運営の円滑化のポイントは「住民自治」、すなわち、運営の主体は自治体ではなく住民であるということ。このことから、避難所担当の自治体職員の役割は、避難所の管理ではなく、自治を促進することにあるといえる。また過去の災害では、住民の当事者意識が、その後の個人の生活再建、地域の復興に寄与することが明らかになっている[1]。このことから、避難所運営は、個人の生活再建、地域の復興の第一歩であるという認識を事前からもっておくことも重要である。

○平時のコミュニティ形成（防災訓練等の事前準備を含む）

平時のコミュニティ形成のポイントは「コミュニティ形成の特効薬はないこと」、すなわち、コミュニティ形成は、地道な取り組みの継続でしかないということだ。このことから、自治体の役割は、防災訓練等を通して住民の当事者意識を引き出し、住民自治によるコミュニティ形成を継続的に促進することにあるといえる。これは、堀田さんの「訓練、訓練、また訓練」の言葉が雄弁に語っている。過去の災害では、事前の住民主体のまちづくりが、災害復興に寄与することが明らかとなっている[2]。

それでは、いかにして住民の当事者意識を引き出せばよいのであろうか。

これも堀田さんの言葉にヒントがある。「何かの役に立っていると思うことが大切。それに対して、みんな『ありがとう』という感謝の気持ちを持つことも大切。ひとり一人の存在感と役割を大切にしている。この存在感や役割を作り出すポイントは『挨拶』。挨拶から自然と会話が生まれ、存在感や役割を認め合う関係ができる。これは日頃からやっておくことが何よりも重要」。住民の当事者意識を引き出すキーワードは「ひとり一人の存在感と役割」である。この考えのもと地道に継続してきた取り組みが「明るい避難所」を作り出し、そして「みんな一緒にいるからストレスもないです」の言葉を生み出した。

参考文献

(1)稲垣文彦他（2016）、中越地震被災地における10年目の復興感とそれを醸成したコミュニティ再生施策の展開　複数住民を対象としたヒアリング調査による当事者意識の分析、日本災害復興学会論文集 No.8, pp.13-24

(2)稲垣文彦（2016）、災害と地方創生　中越地震の教訓を地方創生に活かす、農村計画学会誌 Vol.34, No.4, pp.428-431.

首長の思い
column

だれもが笑顔になる鳴門づくりを目指して



鳴門市長　泉　理彦

鳴門市は徳島県の東北端に位置しており、鳴門海峡をへだてて淡路島に対峙し、平成10年に神戸淡路鳴門自動車道が開通、さらに、平成14年に高松自動車道が全線開通するなど、本州と四国を結ぶ東玄関として、近年ますます注目を集めています。

そして本市には、イタリアの「メッシーナ海峡」、カナダの「セイモア海峡」と並び、世界三大潮流の一つである「鳴門海峡」をはじめとする豊かな自然がございます。

瀬戸内海国立公園に指定されております本市の北部地域は、北に播磨灘、東に紀伊水道をのぞみ、鳴門海峡の急流と逆巻く渦潮で、その名を知られた景勝地でございます。そこで発生する渦潮は最大で直径が20メートルにおよぶものもあります。

また、平成27年2月には、国の天然記念物であるコウノトリが本市に飛来し、2羽のペアがレンコン田周辺を中心に定着し、営巣活動を始めました。本年3月に産卵したものの、残念ながら繁殖には至りませんでしたが、兵庫県但馬地区周辺以外での国内初の自然繁殖に向け、現在、様々な取り組みを進めているところでございます。

このように、コウノトリが定着できるような豊かな自然が本市には存在しており、そこで育った「レンコン」や「なると金時」などの農産物、あるいは、鳴門海峡の急流でもまれ、身の引き締まった「鳴門鯛」や「鳴門わかめ」などの海産物は、本市が全国に誇れる自慢の特産品でございます。

また、本市は、四国遍路の一番札所、二番札所が立地していたり、ベートーヴェン「第九」交響曲のアジア初演の地であるなど、歴史や文化を感じることのできるまちでございます。

ベートーヴェン「第九」交響曲は、第一次世界大戦中、本市の板東俘虜収容所のドイツ兵捕虜によって、アジアで初めて全曲演奏されました。

その背景には、当時の板東俘虜収容所の所長であった松江豊寿をはじめとする職員の捕虜に対する人道的な処遇や、四国八十八カ所霊場の一番札所、二番札所がある土地柄ゆえ、当時の地元の方々に「お接待」を重んずる風習があったことから、捕虜と地元民との国境を越えた心温まる交流が実現したと言われています。

現在も、その友愛の精神は市民を中心に受け継がれており、毎年「第九」演奏会やドイツのリューネブルク市との姉妹都市交流、友好のコスモス交流など、多くの活動が行われております。

そして、2018年（平成30年）には、記念すべき「第九」交響曲アジア初演から100周年を迎えることから、本市では「なると第九」ブランド化プロジェクトを立ち上げ、鳴門市一丸となって、世界に向けて「第九」の精神を体現した板東俘虜収容所の活動を情報発信し、人類愛の尊さを発信していきたいと考えております。

このように多くの魅力にあふれる本市でございますが、人口減少や少子高齢化の急速な進展など、全国各地と同様の様々な社会問題が生じております。

これら諸問題に対応し、人口減少を最小限に留めるため、「魅力づくり」「まちづくり」「人作り」の三点に着目して、将来都市像を実現するための今後10年のまちづくり指針となる「第六次鳴門市総合計画」を平成24年2月に策定いたしました。

今後は、本計画に基づき、本市の多彩な魅力の価値を高めて「鳴門ブランド」として確立し、「だれもが好きになり、だれもが住み続けたい、訪れたいと思える、だれもが笑顔になる鳴門づくり」の実現に向けて、市民の皆様と共に邁進していく所存でございます。

手前みそですが…

秋田県

由利本荘市 213



鳥海山に抱かれた地域資源の玉手箱

■ワタスゲやレンゲツツジなどの高山植物と、残雪の鳥海山が同時に楽しめることで人気の桑の木台湿原。2016年9月9日に日本ジオパークに認定されています

由利本荘市は秋田県南西部に位置し、日本海、一級河川子吉川、秀麗な山容の鳥海山という、海・川・山の恵みに抱かれた自然豊かなまちです。

特にお薦めするのは、「秋田富士」ともよばれる容姿端麗な独立峰「鳥海山」です。花の名山としても有名で、5合目まで車で行けるため、登山初心者から上級者まで楽しめる山となっております。

観光イベントも充実しており、春には桜・黄桜・菜の花まつり、夏には海上・子吉川・鳥海高原で行われる花火大会、秋には駐車場からでもすぐに見られる法体の滝が紅葉に囲まれて、冬には雪祭りがあります。

NHK大河ドラマ「真田丸」の放映以来、名将「真田幸村」の娘「御田の方」が話題となっております。「御田の方」は、豊臣と真田の血を継ぎ、羽州亀田藩(現:由利本荘市)藩主岩城宣隆の側室となりました。「妙慶寺」には、六文銭の家紋があしらわれた、当時の甲冑が宝物殿に展示されています。

この他にも紹介しきれないほど魅力にあふれた由利本荘市へ、どうぞいらしてください。へば、まってるで～（秋田弁:では、待っています～）



■紅葉との共演が一層滝を引き立たせる法体の滝。映画のロケ地に使われたこともある



■伝統芸能の御殿まり。毎年10月に「全国ごてんまりコンクール」が開催され、美しい糸で紡がれた多彩なまりが全国から集まります



■兜に六文銭があしらわれた真田幸村の子「御田の方」が着装していた甲冑。弟の三好幸信が使った大刀や大坂の陣絵巻などゆかりの品とともに「妙慶寺」に展示されている



■積雪量が2～3mを超える笹子地区で行われている雪まつり。タイヤチューブで雪山を滑る体験は大人も子どもも楽しめます！



■7月～8月にかけて3週連続で開催される花火大会。写真は第66回本荘川まつり花火大会。灯籠流しも幻想的



■1954年に建築された秋田県最大級の木造校舎である旧鮎川小学校。現在は国登録有形文化財に登録されている



■本荘マリーナ海水浴場。全国有数の広さを誇り、日本の水浴場88選にも選定された海水浴場です

センター通信

地方創生実践塾のお知らせ

◆森里川湖のつながりを活かした住民総参加の循環共生型まちづくり　～温かいお金と自治の心でつなぐ人と人・人と自然～　【滋賀県東近江市】



食（Foods)、エネルギー（Energy)、ケア（Care) を創造する地域内循環の仕組み「FEC 自給圏」を目指した地域づくりを実践している「滋賀県東近江市」。地域資源を最大限に活用し、地域課題の解決と地域活性化を目指す地域完結型のまちづくりを行っています。

分野も立場も超えて人と人、人と自然がつながる豊かさに市民総参加で取り組むこのまちで、直接話を聞きその源泉を感じ、手法を学びましょう！

【講　　師】山口美知子氏（東近江市)、野村正次氏（株式会社あいとうふるさと工房)、
村山英志氏（薪遊庭)、野々村光子氏（働き・暮らし応援センター“Tekito-”)、
丸橋裕一氏（河辺いきものの森)、増田隆氏（菜の花館)、大石和美氏（チーム永源寺）ほか
【開催日程】平成 28 年 12 月 9 日（金）14:30 ～　11 日（日）11:00
【会　　場】滋賀県東近江市内（東近江市役所、あいとうふくしモール、あいとうエコプラザ他)
【対 象 者】地方自治体職員、活動団体職員、企業関係者、地域おこし協力隊　等
【定　　員】40 名
【お問い合わせ先】クリエイティブ事業室（電話 03-5202-6134　メール creative@jcrd.jp ）

◆地域資源活用のステージアップで「稼ぐまちへ」～沖縄の潜在力具現化の課題と手法～　【沖縄県那覇市】



本セミナーでは、アジアとの交流拠点としての機能の強化や今後も「選ばれる観光地」であり続けるための課題や対策など、沖縄の取り組みを通じて地域の活性化策を学びます。

さまざまな分野の講師による講義やパネルディスカッションを予定しております。沖縄で「稼ぐまちへ」の秘訣を学んでみませんか？

【講　　師】伊波貢氏（ブルームーンパートナーズ株式会社　代表取締役 /CEO）
【開催日程】平成 29 年 1 月 19 日（木）13:00 ～　20 日（金）12:30
【会　　場】沖縄産業振興センター　（那覇市字小禄 1831- 1 ）
【対 象 者】観光関連団体職員、活動団体職員、地方自治体職員、地域おこし協力隊、学生等
【定　　員】40 名
【お問い合わせ先】地域支援課（電話 03-5202-6136　メール　chiiki@jcrd.jp ）

地方成功人材のマッチングによる土日集中セミナーのお知らせ

第６回「集え！幸せを紡ぐ未来への戦略会議！ ～生活困窮者支援と暮らしを支え合う仕組みづくり～」

「生活困窮者自立支援法が施行された平成 27 年 4 月、あなたの地域はどう変わりましたか？」
「人」と「地域」と「仕組みづくり」をキーワードに、地域課題の根本には何があるかを紐解き、従来の福祉の概念を打ち破る共生型社会の構築を考えます。人と地域のつながりを中心に地域づくりを実践してきた講師とともに、今一度地域のくらしと仕組みを考えましょう。

【日　時】平成 28 年 11 月 19 日（土）13:00 ～ 18:15 ／ 11 月 20 日（日）9:00 ～ 12:30
【場　所】東京八重洲ホール 301 会議室（東京都中央区日本橋３- 4 -13）
【講　師】菊池まゆみ 氏 (藤里町社会福祉協議会)、生水裕美 氏 (野洲市)、中西大輔 氏（滋賀県）、北川憲司 氏（滋賀地方自治研究センター）、本後健 氏 (厚生労働省)、野々村光子 氏 (働き・暮らし応援センター“Tekito-”)、藤井裕也 氏 (NPO 法人山村エンタープライズ)

第 7 回「DMO 時代の観光マーケティング実践力強化講座（Vol.2）」 大好評につき第２回土日集中セミナーのアンコール開催！！

モノやサービスが成熟化し、価値の差別化が難しいこれからの時代では、どのような価値が求められてくるのでしょうか。このセミナーでは、多くの業界で注目されている「体験」からの価値創造や、ＩｏＴ時代に適用するための最先端マーケティング手法について、「観光振興」をテーマに実践的な力を養うことを目的としています。多くの業界のマーケティング業務に携わってきた講師と、一緒に考え、実践することで、現場に活きるプロのノウハウを学びましょう！

【日　時】平成 28 年 11 月 26 日（土）13：00 ～ 18：00 ／ 11 月 27 日（日）9：00 ～ 13：00
【場　所】地域活性化センター大会議室（東京都中央区日本橋２- 3- 4 日本橋プラザビル 13 階)
【講　師】岡田健一 氏（株式会社電通）、岡野春樹 氏（株式会社電通）

第８回「空き家の現状と対策　～急増する空き家問題への処方箋は？～」

全国の空き家の数は過去最高を記録しています。管理されず放置されている空き家は、老朽化が進み倒壊の危険性があるほか、治安の悪化など様々な問題を引き起こす可能性があり、大きな問題となっています。本セミナーでは、空き家の現状や法規制を学ぶとともに、空き家問題の解消に向け様々な取り組みが進められている各地の事例から解決策を学びます。

【日　時】平成 28 年 12 月 17 日（土）13：00 ～ 17：35 ／ 12 月 18 日（日）9：00 ～ 12：30
【場　所】東京八重洲ホール 301 会議室（東京都中央区日本橋３- 4 -13）
【講　師】米山秀隆 氏　(株式会社富士通総研 経済研究所 主席研究員)
北村喜宣 氏　(上智大学 法科大学院 教授)　ほか

第９回「やねだん東京塾　～行政に頼らないむらおこし～」

【日　時】平成 29 年 1 月 14 日（土）13：00 ～ 18：40 ／ 1 月 15 日（日）9：00 ～ 13：00
【場　所】東京八重洲ホール 201 会議室 (東京都中央区日本橋 3-4-13)
【講　師】豊重哲郎 氏、木村俊昭 氏、更谷慈禧 氏 (十津川村長) ほか

※各セミナーの詳細や申込方法については、当センターのホームページ (https://www.jcrd.jp/) をご覧いただくか、以下までご連絡ください。
一般財団法人地域活性化センター クリエイティブ事業室
TEL: 03-5202-6134　　E-mail: creative@jcrd.jp

地域づくり 11 月号
2016 年 11 月 1 日発行　編集・発行＝一般財団法人地域活性化センター
東京都中央区日本橋 2-3-4 日本橋プラザビル 13 階 電話 03-5202-6131（代）https://www.jcrd.jp/　印刷・製本／株式会社太平印刷社

法律で許可された場合以外に本誌からの無断転載を禁止します
落丁・乱丁はお取り替えします。地域づくり情報課（03-5202-6138）まで、ご連絡下さい。

宝くじは、みなさまの豊かな暮らしに役立っています。


点字本レシピ集


冊子
「フラッグフットボール作戦ブック」


ベンチ


さくらの若木植栽


一輪車


パブリックアート


冊子
「おやこの食育教室
（三角巾付）」


胸部X線検診車



宝くじは、図書館や動物園、学校や公園の整備をはじめ、
少子高齢化対策や災害に強い街づくりまで、
さまざまなかたちで、みなさまの暮らしに役立っています。

一般財団法人 日本宝くじ協会は、宝くじに関する調査研究や
公益法人等が行う社会に貢献する事業への助成を行っています。

一般財団法人
日本宝くじ協会
http://jla-takarakuji.or.jp/

地域づくり

特集編（2016.11）ISSN 1340-8917

特集　クラウドファンディングで地域を元気に

グラビア

2　基調論文　**地方創生を後押しするクラウドファンディング**　赤井厚雄（早稲田大学研究院客員教授）

6　北海道札幌市　オンライン決済を利用せず、店頭で資金集め　大阪匡史

8　北海道札幌市　クラウドファンディングで女性用シェルターを継続　波田地利子

10　北海道釧路市　釧路の価値を高める事業を応援―「くしろ応援ファンド」　田中　慎

12　秋田県五城目町　クラウドファンディングを通じて「年貢」を納め村民に　丑田俊輔

14　神奈川県鎌倉市　地域の課題を解決するプロジェクトを支援　松本　裕

16　石川県輪島市　ふるさと納税で総輪島塗の灯籠「キリコ」を製作　梶　文秋

18　福井県鯖江市　市がクラウドファンディングサイトのオーナーに　今川泰夫

20　岡山県真庭市　インターナショナル・シェアハウスから真庭を世界へ発信　姜　侖秀、福井　学

22　島根県　クラウドファンディングを県が支援　窪西駿介

24　佐賀県　ふるさと納税で１型糖尿病の根治へ　岩永幸三

26　鹿児島県長島町　スクリーンは山、町に「野外映画館」を　土井　隆

28　副基調論文　**資金だけでなく仲間や支援者を集める**　宮本　聡（一般財団法人ジャパンギビング理事兼事務局長）

32　地域トピックス　石川県宝達志水町　オムライスをテーマに町づくり　田上諭史

2016 年 11 月 1 日発行　編集・発行＝一般財団法人地域活性化センター　©2016 jcrd.jp
東京都中央区日本橋 2-3-4 日本橋プラザビル 13 階 電話 03-5202-6131（代）https://www.jcrd.jp/　印刷・製本／株式会社太平印刷社

本誌は、宝くじの社会貢献広報事業として助成を受け作成されたものです

クラウドファンディングで地域を元気に



女性用ホームレスシェルターを運営するＮＰＯ法人
女性サポートＡｓｙｌの普段の活動の様子

● 北海道札幌市（p 8- 9）



● 北海道札幌市（p 6- 7）

まちのイベントにブース出店した「ザ・ソーラーバー」。再生可能エネルギーを楽しく体験してみようと、太陽光発電によって稼働させた冷蔵庫でビールを冷やし、みんなで味わう「大人の実験」を展開。ソーラーパネルから冷蔵庫までのシステム構築費用をファンディングしました



クラウドファンディングを通じて「年貢」を納めた
村民が集まってのシェアビレッジの開村祭

● 秋田県五城目町（p12-13）



くしろ応援ファンド活用事業者が東京で開催した投資家
限定の新スイーツ試食会の様子

● 北海道釧路市（p10-11）



● 石川県輪島市（p16-17）

ガバメントクラウドファンディングによって製作されたキリコが朝市通りを練り歩く



鎌倉限定クラウドファンディング「iikuni」の支援で行われた「津波が来る前に高いところへ逃げるプロジェクト」イベントの様子。子供による防災体験

● 神奈川県鎌倉市（p14-15）



インターナショナル・シェアハウスに集う仲間たち

● 岡山県真庭市（p20-21）



クラウドファンディング「ＦＡＡＶＯさばえ」で進めるプロジェクトの一つ、世界初の顔認識を防ぐ機能を持ったメガネの製品化

● 福井県鯖江市（p18-19）



ＣＳＯ（市民社会組織）主催による「ふるさと納税」徹底研究会

● 佐賀県（p24-25）



県の認定アドバイザーとプロジェクト発案者の会議

● 島根県（p22-23）



ふるさと納税を活用して誕生した野外の巨大スクリーン

● 鹿児島県長島町（p26-27）

特集

クラウドファンディングで地域を元気に

地方創生を後押しするクラウドファンディング

―地域の稼ぐ力を強化、まちづくり分野で期待―



早稲田大学研究院客員教授 ● 赤井 厚雄

はじめに

安倍政権の重要政策としての「地方創生」への取り組みは、２０１５年度末に全国の自治体による「地方版総合戦略」が出揃ったことで、その計画構想段階からＰＤＣＡサイクル（業務管理を円滑に進める手法）の下で成果を問われる具体的施策の実行段階に移行した。

そうした中で、都市部から地方に向けた民間資金の潮流を作り出し、それによって地域の稼ぐ力の基盤強化を図る新たな取り組みに注目が集まっている。

そのような取り組みの代表格の一つに「ふるさと投資」とよばれる投資型クラウドファンディングの手法を活用した資金仲介の仕組みがある。

「ふるさと投資」は、そのはじまりの段階では、各地の酒蔵や農業の6次産業化など「地域のリソースを活用した個々の事業に対してインターネットを通じて個人の小口資金を繋ぐ新しい事業投資の手法」としてのイメージが強かった。しかしながら、対象となる事業の「点」から「面」への広がりをともなった普及とともに、その事業の集合体が地域経済そのものであり、言い換えれば「まち」そのものであるとの認識が広がり、全国の地方公共団体や地域金融機関の積極的なかかわりの下で、その活用範囲が急速に拡大しつつある。

本稿では、その歴史的経緯、地域活性化の観点からみた「ふるさと投資」の意義、それを通じて大都市の資金を地域の事業に結びつけることや、地域内の資金循環を再生するという役割、まちづくりや地方創生の視点から見た今後の課題、規制緩和や経済統計等周辺インフラ整備の方向性について論じる。

筆者プロフィール

赤井 厚雄氏
（あかい・あつお）

慶應義塾大学法学部卒。東京大学 EMP 修了。三菱銀行、米国 Kidder Peabody & Co. を経て、モルガン・スタンレーでマネージングディレクター、持株会社モルガン・スタンレー・グループの上級顧問を歴任。現在、早稲田大学総合研究機構・研究院客員教授。東大発 Fintec ベンチャー株式会社ナウキャスト取締役会長、ミュージックセキュリティーズ（株）取締役、（一社）住宅不動産取引支援機構理事長等を兼務。内閣府稼げるまちづくりの推進に係る検討委員会座長、内閣府 EBPM のニーズに対応する経済統計の諸課題に関する研究会メンバー、内閣府ふるさと投資連絡会議アドバイザーなど公職多数。

主な著書に「ふるさと投資のすべて」「ふるさと投資ファンド」「クラウドファンディングの現状と展望＝実体経済を支える複線的金融の枠組みとして」など多数。

なぜ「ふるさと投資」が必要なのか？

「ふるさと投資」は、「地域資源の活用やブランド化など、地方創生等の地域活性化に資する取り組みを支えるさまざまな事業に対するクラウドファンディングの手法を用いた小口投資であって、地域の地方公共団体等の活動と調和が図られたもの」と定義されており、その主な投資対象は「地域リソース」活用、「新規・成長企業」支援、「インフラ・都市」の再生などのキーワードで括られる、長期資金やリスク許容度の高い資金による後押しが必要な分野である。

そうした分野への資金供給が滞るとどういうことが起きるか？

地域の多様性に富んだリソースを活かした様々な事業の集合体としての地域経済が弱体化し、その結果として地域が空洞化することは、地方における人口減少の加速化を放置することになる。このことは、結果として地域社会の不安定化・雇用対策などに関わる財政負担の増大などにとどまらず、地域の多様性の喪失や、それによる有形無形の観光資源の劣化、さらには住民の誇りの喪失など実に様々な負の波及効果につながる恐れがある。

また、新規・成長企業への資金供給が滞ってその活動が制約をうけることは、将来の日本経済を支える担い手となりうる新産業や成長企業の芽を摘むことにつながる可能性がある。起業家精神にあふれた意欲ある若者の流出や、その結果としての国内経済の活力低下を招く懸念もある。さらに、インフラや都市は、それ自体が経済活動の「場」を構成していることから、その適時適切な維持・再生を怠れば、企業や個人による日々の経済活動の制約要因となる。その「場」の魅力喪失による日本経済の活力低下、さらには産業構造の変化に対応したビジネス空間創出の遅れ、人口減少克服への対応の遅れなど、中長期的に見てより深刻な影響が出やすい分野でもある。これらは、日本経済全体の共通課題でもあるが、その影響が東京などの大都市圏よりも地域においてより差し迫ったものであり深刻であることは言うまでもない。

こうした分野への資金供給は、既存の間接金融が得意とするものではなく、また公的な資金の投入には自ずと限界がある。アベノミクスの第1の矢と第2の矢が届きにくい分野であり、新たな民間資金仲介の仕掛けとしての「ふるさと投資」拡大に期待が寄せられている所以である。

被災地応援ファンドから ふるさと投資への流れ

クラウドファンディングの有効性と金融システムにおける意義を広く再認識させる契機になったのは、2011年3月に発生した東日本大震災の被災地の事業者支援に活用された「被災地応援ファンド」の取り組みであった。壊滅的な打撃を受けた事業者の再建に向けた迅速な資金提供の有力な仕組みの一つとして、匿名組合出資のスキームによる投資型クラウドファンディングの先駆けとしての「被災地応援ファンド」が登場して広範な分野で用いられ、その資金提供のスピードと事業者の自律性を尊重した出資形態という有効性が大きな評価を受けたのである。また、1人あたりの出資金額を小口に設定して1人あたりのリスク負担を限定することで、出資者である個人の投資に関する判断基準が「利回り」などの金銭的リターンよりも、事業内容そのものや事業者あるいはその事業が行われている地域などへの「共感性」により重きを置いたものになることなども大きな注目を集めた。

これら一連の動きを背景に、被災地にとどまらず広く全国各地の地域経済を支える様々な事業者の「単なる資金調達手段」にとどまらない「資本調達のツール」や「出資を通じたファンを増やす手法」としての特長についての認識が深まり、その手法を積極的に活用して、全国の「地域のリソースを活用した」事業を金融面で後押しする枠組みを整備しようとする機運がうまれた。

2012年8月に内閣官房地域活性化統合事務局（当時）を事務局として設置された有識者会議「ふるさと投資プラットフォーム推進協議会」では、先に述べたように国内の様々な分野で行われてきた匿名組合形式による投資型クラウドファンディング活用の流れをうけて、「各地の伝統産業やソーシャルビジネス、起業等を投資対象としこれを後押しする、一般投資家向けの小口投資ファンド」を「ふるさと投資（地域活性化小口投資）」と名付け、その取り組みを後押しするための支援措置を講じるなどの検討を行った。その成果は「ふ

るさと投資プラットフォーム推進協議会　とりまとめ」として２０１３年３月に公表され、その内容は、その後安倍政権の「日本再興戦略」において「地域のリソースを活かした事業を後押しするクラウドファンディング」として盛り込まれた。

これを受け、２０１４年10月に内閣府地方創生推進室（組織再編により内閣官房地域活性化統合事務局より移行）を事務局とし、官民の関係者による「ふるさと投資」連絡会議が発足した。「連絡会議」は地方公共団体・地域金融機関・地域の事業の担い手・第２種金融商品取引業者に代表される金融仲介業者、さらに地域のメディアなど１７９の関係団体を抱え、地域・分野の縦割りを超えた事例の共有、ノウハウの蓄積など有機的連携を進めて結果を出すいわば「ふるさと投資」推進の官民拠点としての役割を担っている。

地方創生の取り組みとふるさと投資に期待される役割

（１）都市と地域を結びつける役割

すでに述べたように、「ふるさと投資」においては、投資対象となる事業そのものやその事業が行われている地域、またはその事業を行う主体への「共感性」が、その投資判断において重視される場合があることが知られている。そうした共感の対象となる事業は大都市圏というより地方圏にむしろ偏在していると言って良い。他方で、小口の「ふるさと投資」を行う個人投資家の分布や投資資金は人口に比例し、東京をはじめとする大都市圏に集中している。結果として、都市の資金が地域の事業と結び付けられることになり、さらに進んで、投資を行った都市圏の住民が投資対象となった事業が行なわれている地域のファンになることや、その対象事業から生まれた製品の消費者になることで、一方向的な投資プラスアルファの消費による資金の好循環を地域経済にもたらす可能性がある。

このようにして「ふるさと投資」の都市と地域を結びつける資金面の役割は今後大きくなることが期待される。

（２）地域内の資金循環を再生する役割

「ふるさと投資」は、地域内で資金を循環させる明確な目的をもって活用される場合がある。その例として、「くまもと県民発電所」の例を挙げることができる。熊本県では、自治体のイニシアティブのもとで太陽光や小水力、バイオマスなどの様々な代替エネルギー発電を行う「くまもと県民発電所」の計画が推進されているが、その重要な要件として、発電所を運営することによってもたらされる収益を地域内に還元することが定められている。発電所をそのようなプロジェクトとして組み立て、その収益の一部を地域に還元させるためには、地域住民がそのプロジェクトに出資者として参加することによって、契約上のステークホルダーとなることが必要であるが、より多くの地域住民の参加を募るためには、投資は小口である必要がある。そのための枠組みとして「ふるさと投資」が明確な目的をもって活用され、その第１号案件においては実に75％の資金が熊本県内から集まってファンドが成立、「県民発電所」事業が推進されるという結果を出すことになった。また、ふるさと投資の仕組みを古民家の再生やコミュニティの拠点形成など「まちづくり」分野に拡げて活かそうという取り組みが、各地で始まっている。これは「インフラ・都市再生」の地域版ということができる動きである。これらは、資金の「地産地消」再生にむけての取り組みといえ、地域の活性化を後押しする地域内資金循環の新しい仕組みを構築しようという意欲的な試みである。

地方創生とまちづくり分野での期待

これまで述べてきたように、様々な特長をもつ「ふるさと投資」の資金を活用してまちづくりの取り組みに活かすことは地方公共団体にとって大きな意義がある。そして、その活用分野は「地域の魅力あるしごと」の「再生」「再開」「創業」といった事業（ソフト面）中心のものから「しごと」や「くらし」が営まれる場としての「建物」やその集合体、また観光資源としての「まち」などのハード面に広がりつつある。そうした流れを受け、投資型クラウドファンディングを「建物」の再生や改修分野において本格的に活用するために、国土交通省では不動産投資市場戦略懇談会の制度・検討ワーキンググループを置いて不動産特定共同事業法など国レベルで現行規制の緩和を検討してきた。同ワーキンググループの議論を踏まえ、契

空き家や空き店舗等を活用したふるさと再生投資の現状と課題

○ 近年、小口投資（クラウドファンディング等）を活用して、地域の古民家や空き家・空き店舗等を再生する取組（事業）が広がっている。

○ しかし、組合形式で出資を募り、不動産の賃貸等によって収益を得て投資家に還元する場合、不動産特定共同事業法が適用されるが、その許可要件（資本金1億円等）は、地域の中小規模事業者にとってハードルが高い。

○ また、不動産特定共同事業法は、電子的取引には対応しておらず、現状では、インターネットを介したクラウドファンディングで資金調達はできない。

○ 志ある投資家の資金を活用して、空き家等を再生・活用し、地方創生につなげるためにも、既存の枠組みを見直すことが必要。

現在の典型的な取り組み

古民家を宿泊施設に改装して運営（明日香村おもてなしファンド）



舟屋をカフェ・宿に改装して運営（伊根　油屋の舟屋「雅」）



火災により消失した座敷わらしに会える旅館を再建（岩手県　座敷わらしファンド）



高架下の空きｽﾍﾟｰｽを飲食店に改装して運営（ｿﾀﾞｯﾃ阪神沿線新在家）



空き店舗をレンタルスペースに改装して運営（徳山駅前和光ビルリノベーション）



古民家をカフェに改装して運営（岡山　三宅商店）



不動産特定共同事業制度の見直し

志ある資金をさらに活用するために、不動産特定共同事業制度を見直し

○小規模不動産特定共同事業の創設

- 地域の事業者が幅広く参入できるよう、事業規模に一定の上限を設けた小規模不動産特定共同事業を創設
- 資本金要件など許可要件を緩和
  （1号事業者1億円→1000万円程度とする等）

○クラウドファンディングへの対応

- 契約締結時における書面等の電子化、その他インターネットを通じて事業を行うための規定を整備

○成長分野への不動産供給の推進

- プロ投資家のみを対象とする事業について、約款規制の緩和等

約締結時における書面等の電子化や事業規模に一定の上限を設けた上で、資本金要件などの緩和を行う法改正が準備されている（図表参照）。また、EBPM（エビデンスに基づく政策形成）の取り組みを地方創生分野に広げる動きも始まり、まちづくり分野で行われるクラウドファンディングの成果を客観的に評価する基準などインフラ整備も進みつつある。

　これらの下で動き出す資金潮流を確たるものとし、まちづくり推進分野を支える持続可能な資金パイプとして育てていくためには、なによりも「地方版総合戦略」の担い手である全国の地方公共団体自身が地域金融機関・地方メディア・クラウドファンディングの仲介事業者などとの連携を一層深め、それら民間事業者を後押しし、「総合戦略」の推進に資する様々な魅力ある案件を発掘し世に送り出していく積極的な取り組みが不可欠といえる。地方創生の実行段階に立つ地方公共団体のこれからの取り組みに大いに期待したい。

参考文献

「ふるさと投資の手引き」（内閣府「ふるさと」投資連絡会議、２０１５年５月）
「ふるさと投資プラットフォーム推進協議会とりまとめ」（内閣官房・地域活性化統合事務局、２０１３年３月）
「日本再興戦略　JAPAN is BACK」（２０１３年６月14日閣議決定）
「不動産投資市場政策懇談会報告書」（国土交通省、２０１６年９月16日公表）

オンライン決済を利用せず、店頭で資金集め

―支援者がより自由に参加できるローカル・クラウドファンディング―

cragе実行委員会 ● 大阪 匡史



◆◆◆ エリア限定、決済はオフライン

クラウドファンディング・プラットフォーム「cragе（クラゲ）」は、数名のクリエイターやカフェオーナーによる社会貢献活動として、2014年にスタートしました。その特徴は2つあります。まず、対象エリアを限定しているということ。具体的には北海道札幌市にかかわるプロジェクトの実現のためにファンディングを行っています。もう1つは、オンライン決済を利用せず、飲食店などを窓口として資金を集めていることです。本稿では、この2点にフォーカスしてcragеについてご紹介します。



crage サイト＝エントリー中のプロジェクトの内容や支援金の集まり具合、ファンディング・スポットの情報を閲覧できます。また、支援者（サポーター）は自分の支援額などを確認できます

札幌市は人口200万人に迫る北海道の中心都市で、たとえば都心部に位置する狸小路商店街は昼夜を問わずにぎわっています。いわゆるシャッター商店街とは対極の姿ともいえますが、人口のピークはここ数年。2013年に市が発表したデータによれば、2035年までに180万人ほどに減少すると推計されています。これはほぼ10％の減少率で、現状の札幌のまちのにぎわいを20年後も維持するためには、1人あたりの平均滞在時間をその分増やす必要があるわけです。

◆◆◆ まちの流動性を高め、好循環を生み出したい

家と職場の間、サードプレイスとしての「まちなか」で心地よく過ごす時間を増やすためには、「行きつけ」や「なじみ」となりうる未体験の場に触れるトリガーが欠かせません。現状はタウン情報誌やSNS、食べ歩きクーポンなどがその役割を担っているといえるでしょう。さらに新たな方法はないのだろうかと思いを巡らせている中、東日本大震災の復興支援に活用されたことから国内でも認知されはじめた「クラウドファンディング（CF）」に注目しました。圏内の経済的な流動性を高めようとする「地域通貨」に興味を持っていたこともあり、地域通貨的にふるまうCFを着想したのです。

まちにとって価値があるプロジェクトを立ち上げ、それを実現するための資金を複数の協力店（ファンディング・スポット）を通じて募る。ある人はファンディングをきっかけに初めての店を訪れるかもしれないし、プロジェクトが実現することによってまちの楽しさが増せば、ますますまちに行きたくなる。cragеでは、そんな好循環を生み出せるような「ローカル・クラウドファンディング」のあり方を模索しつづけています。

◆◆◆ 目標額の10％という大惨敗からスタート

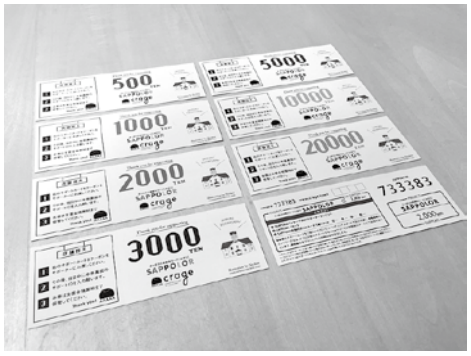
最初に試みたのは、各スポットにファンディング用の商品を提供してもらい、売り上げの一

部をプロジェクトの資金としてプールする方式でした。たとえば、スポットの1つ「寿珈琲」（中央区南2東1）では、地域名にちなんだ「創成川東ブレンド」というメニューを開発。1杯650円で、このうち150円分が支援金になるといった具合です。顧客（支援者）とスポットの双方がcrageサイトにアクセスし、支援情報を登録することで、途中経過を誰もがリアルタイムで閲覧できるシステムを構築しました。なお、支援1件あたりが少額のためリターンは発生しない仕様でした。

プロジェクト第1弾は、「大通公園の肌荒れベンチを塗り替えたい！」というものでした。都心部にある大通公園には木製ベンチが数多く設置されていますが、塗膜が剥げ、老朽化が心配されています。そこで市民の手で塗り替えを行い、ベンチを守ろうという企画でした。100人分のチームエプロン作成をめざし、目標額は16万5千円に設定。12店のスポットにご協力いただき、3カ月間のファンディングを行いました。1店あたり1日1件の支援が発生すれば成立する計算で、無理な数字ではないと目論んだものの、集まった額は目標の10％という大惨敗でした。この結果は、crageの認知度の低さとともに、CF自体がまだ広く浸透していない中、変化球的な方式をとったことで、理解が得られなかったなどの原因が考えられます。一方でこの先、状況が整えば、なきにしもあらずの手法だとも思っています。



寿珈琲＝crageの運営にも携わっているファンディング・スポット「寿珈琲」の店内。幅広い世代の人々が思い思いに時を過ごし、横のつながりが自然と生まれていくような、居心地のいい空間です



サポートカード＝プロジェクトごとに作成したサポートカードをスポットに預け、これを支援者（サポーター）が購入することでファンディングが進んでいきます

◆◆◆ 縮小していくまちに、より多くの楽しさを

しかし、ローカル・クラウドファンディングを実験的に行っていくcrageでは、速やかに次の手法を考えることにしました。その下敷きとしたのは、CFの基本フォーマット。あるプロジェクトに対して、複数の支援額とリターンが設定され、支援者は好きな額を選んで支援するという方式です。しかしながら、資金はやはりスポットで集めます。そこで金額別のサポートカードを用意し、店頭で現金と交換するしくみにしました。カードには固有の番号が振られており、購入されたカード番号をスポット側がシステムに入力して支援情報を記録します。支援者は完全オフラインでの支援も可能ですし、カード番号をスマホなどから入力すれば、自らの支援情報を記録することもできます。こうした自由度の高さにより、支援者はデジタルデバイスへの習熟度を問わずにファンディングへの参加が可能となっています。

この方式で、太陽光発電で冷やしたビールが飲める期間限定バーや、札幌の景観色をモチーフにしたカードゲームなど、3つのプロジェクトがエントリー。最高額は38万円と小規模ながら、いずれも目標を達成しました。ただし、スポットによって支援件数にばらつきがあることに加え、告知方法やより多くの人に受け入れられるプロジェクトの選定などが今後の課題として挙げられます。

縮小していくまちには、新しいアイディアの種をどん欲に取り入れ、まだ見ぬ楽しさや喜びの芽がどんどん育っていくような土壌づくりが欠かせません。まちを訪れる人々が、それぞれ興味のある芽に水をやって、その実りを味わう。crageでは、微力ながらもそのような土壌づくりに貢献できるよう、今後もローカル・クラウドファンディングのかたちを追究していくつもりです。



ベンチ塗り替え＝札幌市内の傷んでいる木工物を市民の手で塗り替え、美しい景観を守る。crageのファンディングではよい結果を得られませんでしたが、6年計画で進行中の大通公園のベンチ塗り替えには毎回多くの人々が参加しています

クラウドファンディングで女性用シェルターを継続
―ホームレス女性の生活費などを補てん―

NPO法人女性サポートAsyl事務局長 ● 波田地 利子

NPO法人女性サポートAsylは、札幌を中心に行き場のない女性や母子が利用できるシェルターを運営する団体です。昨年6月に、クラウドファンディングサービスを利用して寄付を募り、必要額の1・2倍の寄付をいただいて、運営を継続しています。

◆◆◆ 見えないホームレスとなる女性

冬には氷点下10度以下となる北海道にも路上生活者がいるという事実は、現地のひとでさえほとんど知りません。厚生労働省の調査によると、北海道の路上生活者の数は、最多で平成19年の161人です。路上生活者の男女比は一貫して、男性が97%、女性が3%と、圧倒的に男性が多いです。

一方で、「独身女性の3人のうち1人は貧困である」という衝撃的な報告があります（国立社会保障・人口問題研究所）。女性の労働者のうち非正規労働者は6割を占めます。非正規率が2割の男性と比較しても、この社会では女性のほうが、たやすく困窮に陥りやすい状況であるということがわかります。このことと「路上生活者のうち女性が3%しかいない」という統計には、奇妙なズレがあります。

実際に、札幌でホームレスシェルターを利用した人の性別内訳を見ると、4割が女性です。これは行き場のない女性は「見えないホームレス状態」にあって、日常生活でも、数字上でも、表れていないということを示しています。

◆◆◆ シェルターの成り立ち

今から5年ほど前まで、札幌では、行き場のない女性が利用できる一時的な避難場所（シェルター）はありませんでした。シェルター活動自体は、2000年代から先駆的な市民活動家の手によって始まっていました。しかし、路上生活者の大多数は、やはり中年以上の男性です。男性の共同生活が前提となるシェルターでは、女性の相談があっても、断るほかない状態がありました。

それまで行き場のない女性たちは、どこへ身を寄せていたのでしょうか。生活苦にある女性のひとつの受け皿としてかねてより、歓楽街における、いわゆる風俗産業がありました。お店の中には、使い捨ての商品のように女性を扱うところもあり、暴力団との繋がりから薬物依存症になり、人生がボロボロになる人もいます。

◆◆◆ クラウドファンディング利用のきっかけ

平成17年より、国のホームレス等貧困・困窮者の「絆」再生事業（通称「絆」再生事業）が実施され、当団体の前身である「NPO法人ホームレス支援北海道ネットワーク」の女性シェルター事業が平成24年に開始されました。以来、毎年30～40件の女性や母子を受け入れてきました。

その「絆」再生事業が、来年度から予算がつかなくなるということがわかったのが平成26年秋頃でした。団体には自己資金がまったくなく、どのように事業を継続すればよいのか、全く見当もつかない事態でした。こうした中で、



女性用ホームレスシェルターの内観

札幌市が生活困窮者一時生活支援事業を、ホームレス支援団体と連携して実施するという方針が立ち、委託事業として継続されることが可能となったのです。問題は予算でした。絆再生事業の時と比較して30％減になる見通しで、資金のショートが喫緊の課題となりました。職員は4人から2人に半減し、部屋数は3分の2になりました。それでも、赤字は100万円以上ほど出る見通しになっていました。



女性用ホームレスシェルターの共用スペース（食堂）

赤字部分のほとんどは、シェルターを利用する人の生活費です。市から1人あたりの生活費として支給される額は1日1080円ということが決まりましたが、朝昼晩の食事代だけでも、この金額内で抑えることは困難です。これまでのシェルターにおける生活の質をできるだけ維持するためには、何らかの方法で財源を補てんする必要がありました。そこで、クラウドファンディングを団体として活用するということが決まりました。

クラウドファンディングという言葉自体はよく耳にしたものの、周囲で利用した人はなく、全くイメージがわきませんでしたが、残された時間の猶予も無かったため、走りながらやっていくことになりました。

平成27年2月頃、レディフォーに申し入れをして、募金の計画を立て始めました。新制度への移行に時間がかかり、プロジェクトを公開できたのは、4カ月後の6月でした。

実際にクラウドファンディングを利用してみると、ノウハウがなくても担当者がゼロから導いてくれるようになっており、電話で双方向にやりとりをしながら、プロジェクトページを作成していくことができたので、やりやすかったです。

呼びかけにあたっては、マスメディアやSNSを使いました。家族や友人が拡散してくれました。全国から、応援のコメントが寄せられたことがとても励みになりました。文章は担当のキュレーターの方が、読みやすくキャッチーに編集してくださり、自分達の思いがきちんと言葉を与えられて、届くようになったと感じました。当初の予定期間の半分で、目標金額の75万円を達成し、最終的には100万円近い金額が集まりました。

難しかった点は、クラウドファンディングの担当者やマスメディアの記者と制度上の細やかな知識を共有し、表現などに違いが出ないように注意せねばならなかった点です。ニュアンスの違う記事がでてしまったこともあり、情報は手を離れた瞬間に、独り歩きしてしまうのだとわかりました。

◆◆◆ 細く長く繋がっていられる場所へ

シェルターというのは、何十年と続く人生における、ひとつの通過点です。本当の人生を取り戻していく戦いは、シェルターを出てからです。しかし、仮に衣食住が揃った状態で地域での生活が始まっても、人との繋がりがなく、孤独ではとても立ち向かえません。

こうした「シェルターを出たあとの地域での孤立」という課題に対して、団体では「シェルターにいるだけの数カ月の間だけの付き合いではなく、細く長く繋がっていられる場所へ」という方針のもと、試行錯誤をしています。例えば、昨年から自分の苦労を他者と分かち合う当事者研究という取り組みが始まりました。運営の中心メンバーは20代～40代の、かつてシェルターを利用したことのある女性です。いつでも訪れられるサロンを用意して、運営などをボランティアとして手伝ってもらったりしています。サロンを掃除してくれるある女性は、「みんなといられることが何より一番嬉しい」と明るく喋ってくれました。

釧路の価値を高める事業を応援！「くしろ応援ファンド」

―全国の出資者がファンとなって販路拡大も―



釧路市都市経営課企画担当主査 ● 田中 慎

◆◆◆ 東北海道の中核、釧路市

釧路市は、北海道の東部、太平洋岸に位置し、「釧路湿原」「阿寒」の2つの国立公園をはじめとする雄大な自然に恵まれた街で、東北海道の中核・拠点都市として、社会、経済、文化の中心的な機能を担っています。

人口は平成28年8月末現在で17万4989人、漁業や酪農業、林業といった第1次産業をはじめ、石炭産業や紙パルプ等の工業が基幹産業を形成し地域経済を支えています。

◆◆◆ 「域内循環」と「外から稼ぐ」取り組み

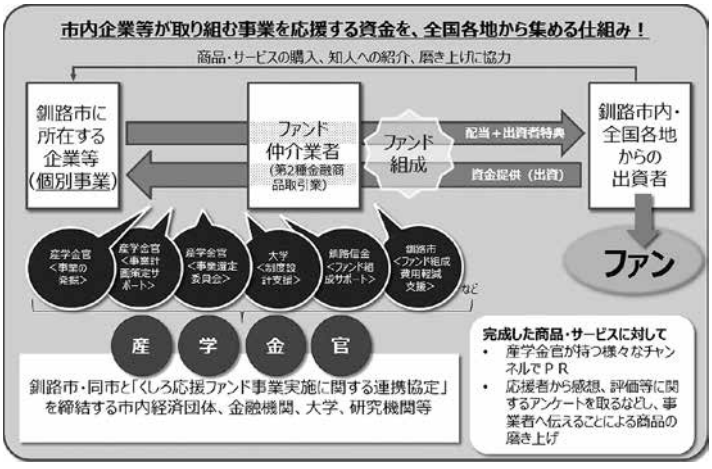
市では、人口減少や少子高齢化が進む中、ヒト、モノ、カネ、情報といった限られた地域資源を効率的・効果的に組み合わせて地域の課題を解決し、プラス成長を目指す「都市経営」の考え方のもと平成24年12月に「政策プラン」を策定しました。

この中で、市民や企業が必要なモノを地域内の企業から購入・調達を図るなど地域資源を活用し「域内循環」を高めていくこと、地域の外に対してモノを売って稼ぐ「外から稼ぐ」ことを重点分野に掲げ、様々な取り組みを進めています。

◆◆◆ くしろ応援ファンドの概要

「域内循環」と「外から稼ぐ」を実践する取り組みの1つが「くしろ応援ファンド」です。くしろ応援ファンドとは、市内の企業等が取り組む地域資源を活用した釧路の価値を高める事業への応援資金を、釧路市内はもとより全国各地の方々から、小口出資により集める仕組みを設け、産学金官が一体となって、この仕組みを活用する事業（くしろ応援ファンド活用事業）を支援する取り組みです。

この仕組みを通じて、出資者である応援者がファンとなることで、完成した商品・サービスに対するファンの増加、ファンが知人へ紹介することによる販路の拡大、そしてファンの声による商品・サービスの磨き上げ、補助金や融資に依存しない資金調達を実現することを目的としています。



くしろ応援ファンドスキーム図

◆◆◆ 地域一体となってファンド組成を支援

くしろ応援ファンドのポイントは、ファンドの活用を希望する事業の発掘、事業計画作成サポート、くしろ応援ファンド活用事業の選定、制度設計、ファンド組成時サポート、ファンド組成費用軽減支援、販路開拓サポートなどを地元釧路の産学金官が一体となって取り組むところにあります。

この仕組みを構築するにあたっては、平成25年度に釧路信用金庫と釧路市で勉強会を開催。平成26年度には釧路公立大学地域経済研究センターや釧路信用金庫、釧路市による共同研究「釧路市における市民ファンド構築に関する研究」を実施し

ました。

また、地域一体となって事業を応援するため、平成27年3月には「くしろ応援ファンド事業に係る連携及び協力に関する基本協定」を阿寒町商工会、音別町商工会、釧路公立大学地域経済研究センター、釧路商工会議所、釧路信用金庫、公益財団法人釧路根室圏産業技術振興センター、一般社団法人北海道中小企業家同友会くしろ支部、釧路市の8機関の間で締結しました。

そして、市ではファンド組成費用の軽減を実質的に支援することとしました。

このように、学金官によって市民ファンドを構築したこと、産学金官の各機関が連携機関として、事業の発掘と事業計画作成のサポートを行いファンド組成を支援すること、市町村単独でファンド組成費用の軽減を実質的に支援することの3つが全国初の取り組みとなります。



産学金官の連携―地元8機関による「くしろ応援ファンド事業に係る連携及び協定に関する基本協定」の締結



「新スイーツブランドNファンド」をミュージックセキュリティーズのプラットフォーム「セキュリテ」に掲載

◆◆◆ 初年度のファンド活用事業は新スイーツ開発

事業初年度であった平成27年度は6月より「くしろ応援ファンド活用事業」の募集を開始し、各連携機関が事業の発掘を行った結果、4事業の応募がありました。その後、連携機関が事業計画や収支計画づくりをサポートすることによって事業の磨き上げを行い、10月には産学金官で構成される「くしろ応援ファンド活用事業選定委員会」で事業の選定を行いました。評価基準は釧路地域の資源を活用するなどの「地域性」があるか、商品・サービスに対するこだわり・想い・ストーリー性など、出資者への「共感性」が高い事業であるか、出資者とのつながりを大切にして中長期にわたり「関係性」を築くことができる事業であるか、そして出資者に対する分配が可能な「事業性」のある事業であるかの4つとなっております。最終的に3事業を「くしろ応援ファンド活用事業」として決定しました。年度内に2事業がファンド仲介業者であるミュージックセキュリティーズ株式会社のプラットフォーム「セキュリテ」を利用してファンド組成を行いました。

1事業目は、株式会社Flanders（フランダース）の「新スイーツブランドNファンド」で、酪農地帯の高品質牛乳とデザイン力で新スイーツを開発するための費用として、138人から350万円の資金を調達しました。

2事業目は、ミルキークラウン乳業株式会社の「釧路幻のブラウンスイス牛スイーツファンド」で、高品質でありながら、繊細な管理が求められる幻の乳牛「ブラウンスイス牛」の牛乳を使用した新たなスイーツを開発・製造するための費用として336人から840万円の資金を調達しました。

いずれの事業も資金募集期間内に満額を達成することができ、現在、商品発売に向けての準備が進んでいます。

◆◆◆ クラウドファンディングのメリットと今後の課題

クラウドファンディングで資金を調達するメリットは、資金調達と同時にまだ全国に知られていない地域の魅力的な商品・サービスを全国に発信できる点や事業者の商品・サービスに対する想い、ストーリーに共感した出資者というコアなファンを全国各地に獲得できる点にあります。また、ファンからの声を集め、より良い商品・サービスの開発につなげるテストマーケティングにも活用することが可能です。さらには、先駆的な取り組みであることから、マスコミ等に取り上げられることも多く、高い広告宣伝効果も生まれています。

一方で、クラウドファンディング自体がまだまだ浸透しているとは言えず、事業者への制度周知が課題となっています。今後は事業者への周知をきめ細やかに行うと共に、事業者ニーズを捉えより使いやすい制度にしていきたいと考えています。

4 秋田県五城目町

クラウドファンディングを通じて「年貢」を納め村民に

―全国の古民家をつなぐネットワーク型の村「シェアビレッジ」―



ハバタク株式会社代表取締役 ● 丑田 俊輔

◆◆◆ 秋田のイナカに流れ始めた風

秋田県五城目町は県庁所在地の秋田市から車で40分ほど北上したところにあり、古くから林業が盛んな町であった。1688年に創業された酒蔵や520年以上続く朝市、番楽が今も残っている。高齢化率は40%を超えており、人口は1万人を切った。人口減少の先端を行く町でもある。

こうした状況の中、五城目町は2013年より廃校となった馬場目小学校をシェアオフィスとして活用することを決めた。「五城目町地域活性化支援センター」、通称「BABAME BASE」と名付けられたその施設は、入居企業3社という状態からスタートし、現在は13社が居を構えている。2014年からは町として地域おこし協力隊を募集し、「6次産業化支援」「起業支援」「移住・定住支援」のミッションの下4人が県外から移住、それぞれの強みを生かし活動している。地域課題の解決のために外からの風を地域に送り込む覚悟を決めた町の姿勢が次々と人を呼び、この2年間で延べ30人ほどが移住している。私自身もそうした移住者の1人として2年前に家族とともにこの五城目町に引っ越してきたのだった。



シェアビレッジ町村 正面

◆◆◆ 掘り出された古民家

ヨソモノの目から見た五城目町は、豊かな自然にあふれながら、都市的な暮らしへのアクセスも悪くなく、「ほどよい田舎」という印象だ。ここに暮らし、働くことに魅力を感じる移住者たちは、ぎこちないながらも、まちに暮らす方々と共に、地域に根ざした挑戦を生み出そうと動き出した。後に「シェアビレッジ町村」と名付けられる古民家も、そうした中で出会ったものの一つである。

「BABAME BASE」のある蓬内台集落から歩いて10分ほどのところに町村集落がある。その集落の中でもひと際存在感のある大きな茅葺きの古民家がある。町村の家々の本家である築134年の古民家は、内観・外観ともに日本の原風景と言える佇まいで、四季折々の花々が植えられた美しい庭を有している。しかも、持ち主の方が大切に維持管理を続けており、一部の屋根部分を除き状態も悪くない。

◆◆◆ 民間の力でこの風景を未来に残す

その古民家は、維持管理の負担から、解体が検討されていた。維持できないものを壊すのは簡単だが、この土地の歴史を今に伝える古民家がなくなることの影響もまた大きい。しかし、定期的に必要となる屋根の葺き替えだけでも相当な費用負担となる。公的な資金で維持費を捻出するケースもあるが、用途の限定性や資金面において必ずしも持続可能とは言えない。

自分たちの手で資本を集める方法はないか。そこで注目したのがクラウドファンディングだった。写真集にも使われるほどの美しい古民家は、

きっと多くの人の共感を集められるはずだ。しかし、維持費を賄うために毎年寄付を募るわけにもいかない。大きな共感を集めながらも、単なる打ち上げ花火で終わらせず、古民家を中心として持続的に経済が回る枠組みが必要だった。

また、古い建物を単に残すといっても、境遇を同じくする古民家や歴史的建造物は日本各地に多数存在する。その中の一軒だけを残す必然性はなく、独自性や新規性にも乏しい。むしろ、この町村を起点としつつ、全国の貴重な資源を保存・活用することにこそ、社会的意義があるのではないか、と考えるに至ったのだった。

◆◆◆ 人と地域をつなぐ架空の村をつくる

そうしてたどり着いたのが、1古民家の保存に留まらず、各地の歴史ある家々をつなぎ、架空の村をつくるという「シェアビレッジ」だ。現在、秋田県五城目町と香川県三豊市仁尾町の2カ所に拠点がある。まず、クラウドファンディング等を通じて「年貢」と呼ばれる年会費を納めて頂き、古民家の改修や維持費用の一部に充てる。年貢を納めた人たちは「村民」になり、改修された古民家は彼らが「里帰り」できる宿泊・交流施設として蘇る。

村民になれば各地の「村」に宿泊・滞在することができるが、それだけではない。都市部に住む村民同士が交流できる「寄合」や、各拠点で年に一度開催される「一揆」などのイベントがこのプロジェクトのもう一つの肝だ。同じシェアビレッジの村民が集まる寄合に行けば、仲間ができる。その仲間と共に秋田や香川を訪れるきっかけにもなる。プロジェクトへの共感を通じて出会う村民同士をつなげることで、架空の村としてのコミュニティが出来上がっていく。



開村祭の様子



シェアビレッジ町村 看板



村民とともに茅葺き屋根を葺き替え

◆◆◆ つながりと貨幣を循環させる仕組みがもたらすもの

歴史ある古民家を100年先も残すために、人と人、都市と田舎の結びつきをつくりだすこのプロジェクトは、「年貢」といった言葉の力もあって多くの共感を呼び、初回のクラウドファンディングは当初の目標金額である100万円を開始初日に突破。最終的に862人から、617万4360円もの資金が集まった。現在、年貢を納める村民は1800人を超え、寄合や一揆での村民同士はもちろんのこと、地元住民も含めた交流がゆるやかに起き始めている。2015年度にはグッドデザイン賞ベスト100にも選出された。2回目のクラウドファンディングでは、353万1千円を出資いただき、2村目となる「シェアビレッジ仁尾」を開村することができた。

本取り組みは、始まったばかりである。初期の村民募集ではクラウドファンディングの活用は効果的だったが、持続的な事業としていくには、継続的に村に参画していただくための価値提供が不可欠であり、そのための試行錯誤を日々続けている。

民間の自由な発想の下、多様な人とアイデアを受け入れる場として地域コミュニティに様々な変化が起き始めている。それは、古くからコミュニティが受け継いできた贈与経済的価値観と、近年の貨幣経済がもたらす利便性が共存する日本の田舎の風土にフィットしていたことも関係があるのではないか。そこに、これからの人口減少社会がもたらす変化を受け止めていくためのヒントを見出せるように思う。

地域の課題を解決するプロジェクトを支援
―鎌倉限定クラウドファンディング「iikuni」―



株式会社Buddying代表取締役 ● 松本 裕

iikuni誕生の背景

「この街を愛する人を全力支援！」という理念のもと鎌倉を拠点として活動する企業や個人が集まった団体、カマコン（旧カマコンバレー）。

月1回の定例会では街を良くするアイデアや課題について最大5組がプレゼンテーションを行い、プレゼン終了後には各グループに分かれブレーンストーミングによってアイデアを出し合い、発表する。その後、継続的にプロジェクトに参加あるいは支援したい人間が立候補して各プロジェクトは進んでいく。



「iikuni」TOP画面

当初は「鎌倉をITで、ハッピーに！」という趣旨に賛同したIT企業7社の集まりであったが、現在はITという垣根は取り払われ組織形態も有限事業組合（LLP）からNPOに変わった。

数少ないルールとして「全部ジブンゴト」を掲げ、プレゼンを聞いたり物事を捉える際に他人事ではなく自分の事のように考えて関わることで会員同士の結びつきも強く、毎週木曜金曜には会員専用のバーで交流するなど私も楽しみながら活動を続けられている。

2013年の発足以来、参加者は増え続け、現在では法人会員が32社、個人会員含め151人にのぼり、福岡など全国各地でも同様のスキームで運営する団体が発足している。

2016年9月時点で177件のプレゼンから35のプロジェクトが生まれ、実際にイベントが行われたり、LLP等が立ち上がったりするケースも珍しくない。

基本的には各プロジェクトボランティアで運営されているものが多いが、イベントの会場費やWEBページの制作費など全てが無料というわけにもいかず、往々にして資金不足が障害となる。

私が現在リーダーを務める、鎌倉を良くするプロジェクトに限定したクラウドファンディングサービス「iikuni」はそのような背景から生まれ、今日まで運営されている。

高達成率と地域限定の強み

2013年8月の開始以降、38個の資金募集に対して集まった資金は総額約1800万円。最大調達額は292万円とクラウドファンディングとしてはさほど大きくはないが、達成率は92%とかなり高い数値を残している。

高達成率の理由だが、まず1つ目は地域限定であること。

支援する側のユーザーは鎌倉市民に限らないが、割合は大きい。自分の住む街のプロジェクトだけに関心は高く「ジブンゴト」として捉えやすいので支援につながりやすい。

2つ目に、やはりカマコンの存在が大きい。

iikuniでの資金募集にカマコンでのプレゼンが必須ということはないが、募集前にプレゼンが行われるパターンは多い。通常、クラウドファンディングに限らず自分の発信したい内容を大勢に理解してもらうには相当の労力を伴うが、プレゼンを行うことにより参加者は興味の有無に係わらずプロジェクトについての概要を必ず知ることとなる。

さらには募集開始時などにFacebookのグループで告知されるなどカマコン会員へは必ず周知出来る上、会員には経営者などSNS上で発信力を持つ人間も多いため最終的にはかなりの人にリーチできる。また、プレゼンを経ていれば会員とも直接会って話している可能性が高く、信頼感を得やすいことも資金が集まりやすい一因となっている。



安野モヨコ氏のキャラクター「オチビサン」をモチーフにした、津波が来る前に高いところへ逃げるプロジェクトイベント画像



「iikuni」の支援で行われた「津波が来る前に高いところへ逃げるプロジェクト」イベントの様子。津波イベントのチラシを配るスタッフ。防災に関するクイズも行われた

◆◆◆ 達成事例と地域への影響

代表的な達成例に、2013年より鎌倉駅周辺で毎年行われる「津波が来る前に高いところへ逃げるプロジェクト」がある。

名前の通り、「津波が発生するような地震を感じたらとにかく高いところへ逃げる」という防災意識を啓蒙するイベントだが、その開催資金はiikuniで募集されている。

鎌倉という海に面した土地柄、住民の防災に関する関心は他の地域に比べれば高いが、日常的に意識するのは困難である。

そこで、「せめて1年に1度は思い出して意識しよう」という趣旨で行われているが、重きを置いているのは「関わる人数を増やす」ということだ。スタッフとして関わることは、チラシを受け取ったり各プログラムに参加したりするよりも、準備の過程でイベント名や防災意識を繰り返し目にする分、深く脳にインプットされていく。

一方でスタッフが増えればかかる経費も増えるのは言わずもがなだ。

そこで、iikuniで支援を呼びかけるわけだが、支援することはイベントに関わることにもなり、クラウドファンディングで資金募集することは資金集めやイベントの告知のみならず関わる人間を増やす意味でも価値のある取り組みと言える。

◆◆◆ 課題の地産地消

iikuni自体の運営もカマコン会員によって基本ボランティアで行われているのも特徴である。

皆それぞれ本業を持ちながら、平日夜などに集まってミーティングを行い、各プロジェクトを成立させるために知恵やアイデアを出し合う。

各プロジェクトにはキュレーターというアドバイザーが付くが、それもボランティアだ。

運営チームに参加した理由は参加したプロジェクトが資金募集したことがきっかけだったりといろいろだが、共通しているのは鎌倉を良くするプロジェクトを資金面でサポートするサービスの運営を「ジブンゴト」として捉えた結果だということ。

iikuniのシステムは岩手や福島へも展開されているが、地域の課題を解決するプロジェクトに参加し、別のプロジェクトを応援し、応援された人間がまた違うプロジェクトを応援する。

「課題の地産地消」と言えるような良いサイクルが出来ているように思う。それにはやはり課題解決の足かせとなり得る、経済的側面をクリアできるクラウドファンディングは今後においても益々有効な手段であるだろう。

ふるさと納税で総輪島塗の灯籠「キリコ」を製作

―特定の目的資金を募るガバメントクラウドファンディングを活用―

輪島市長 ● 梶　文秋



◆◆◆ 強い追い風

平成18年に旧門前町と旧輪島市が合併、新輪島市が誕生して10年が経過した。合併前の平成17年の国勢調査人口は、合わせて３万２８２３人であったが、平成27年国勢調査の速報値では、２万７２０５人と17・７％もの大幅減となった。様々な施策や取り組みを講じてきたにも関わらず、なお、この課題解決には至っていない。

しかし、能登―羽田間を1時間で結ぶ「のと里山空港」、県都・金沢と能登を結ぶ自動車専用道路「のと里山海道」に加え、昨年の北陸新幹線金沢開業や能登を舞台としたＮＨＫ連続テレビ小説「まれ」効果で、輪島市を訪れた人は19年ぶりに１４２万人を超えた。本市にとって強い追い風となり、交流人口の増加による地域経済の活性化というこの上ない好機をもたらした。



輪島塗

◆◆◆ 伝統文化と伝統工芸の伝承「キリコ」

さらに、昨年４月、文化庁が新しく提唱した日本遺産に能登固有の伝統的な祭礼である「灯り舞う半島　能登～熱狂のキリコ祭り～」が認定された。

「キリコ」とは、能登各地でお祭りの御神輿のお供をする巨大な行灯状の灯籠（御神燈）で、地域によって大きさや形状も様々である。

能登半島全域２００地区で毎年７月から10月にかけ、このキリコが担ぎ出される祭礼「キリコ祭り」が行われ、世界農業遺産に認定された能登の里山里海を乱舞する。本市では、８月22日から25日までの４日間で50基ものキリコが乱舞する夏祭り、輪島大祭が有名である。現存する文献によると、江戸時代初期には既にキリコが登場する祭礼の記録が残されており、古くから能登に住む人々の暮らしと一体となった民俗文化となっている。

また、本市のキリコの特徴として、富と財力を誇示するため輪島塗を施していることが挙げられる。そのため、輪島塗を施したキリコは漆黒と金箔や飾り金具の輝きにより絢爛豪華で見応えがあり、市の指定有形民俗文化財となっているものもある。しかし、近年は、過疎化や地域経済の低迷により、新たなキリコの製作はほとんど行われておらず、地域固有のキリコを製作する技術の伝承が危ぶまれていた。

そこで、「能登のキリコ祭り」の日本遺産認定を契機に、伝統文化と伝統工芸を継承し伝承するため、総輪島塗のキリコを製作することとした。

◆◆◆ ふるさと納税を活用したガバメントクラウドファンディングで資金を募る

製作を目指す総輪島塗のキリコの見積額は、１０００万円という高額なものとなった。

条例で定める本市のふるさと納税の使途には、「伝統工芸及び地域文化の保存及び継承」の項目があることから、ふるさと納税制度を活用し行政

が多数の個人や法人から特定の目的資金を募る「ガバメントクラウドファンディング」（以下、「GCF」という）の手法を用いることはできないかと検討した。

本市におけるふるさと納税の額は、毎年約300万円から約400万円台で推移していたが、平成26年12月より、専用ポータルサイトでの情報発信やクレジット決済の導入、返礼品の充実を図ったところ、平成26年度は実質4カ月弱で約7000万円もの寄附をいただいた。平成27年度においても、税控除額の引き上げや税の還付手続きの簡素化など、国の制度改正による効果もあり、寄附額はさらに増加する傾向にあったので、GCFで1000万円の資金を募る展望も開けた。

そして、GCFによって製作されたキリコを体感できる唯一の施設として昨年オープンした輪島キリコ会館で展示し、全国から寄附をいただいた方々のお名前を輪島塗銘板で掲示することで、今後も寄附をいただいた皆さまと交流が続き、その効果が倍増するのではないかとも考えた。

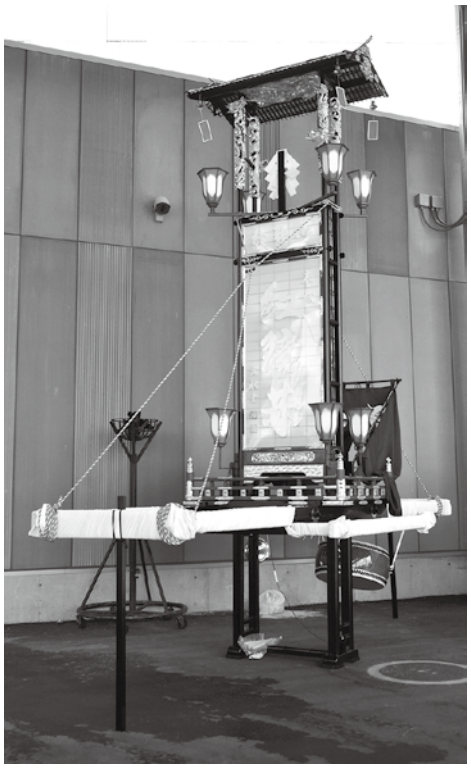


ガバメントクラウドファンディングによって製作されたキリコを体感できる唯一の施設「輪島キリコ会館」

総輪島塗のキリコ製作には、約1年を要する。そこで翌年の完成を目指し、平成27年7月1日から2カ月間の受付期間でキリコ製作プロジェクトに対する寄附金を募ったところ、募集開始から20日目には寄附金額が5000万円を越え、最終的には目標金額を超える1046万5000円の寄附金が集まった。

◆◆◆ 日本遺産「能登のキリコ祭り」のシンボルとして

約1年の製作期間を経て、地元職人の技術の粋を結集した総輪島塗のキリコが完成。本年8月20日には、お披露目を兼ね、観光客で賑わう輪島朝市通りをキリコが勇壮に練り歩くとともに、8月23日の輪島大祭では、多くの見物客の前で展示披露するなど、多くの方々に豪華絢爛な総輪島塗のキリコをご覧いただいた。日本遺産「能登のキリコ祭り」のシンボルとしての魅力を発信しており、今後も様々な形で活用していきたい。



ガバメントクラウドファンディングによって製作されたキリコ

このキリコ製作のためのGCFを含め、昨年度の本市へのふるさと納税は、寄附件数7640件、寄附総額約3億4000万円にものぼった。心より感謝を申し上げたい。

ふるさと納税制度については、返礼品競争との批判もあるが、寄附をいただいた方に返礼品として特産品を選んでいただくことで地元の誇れる特産品を全国に発信できる面もある。特産品を受け取られた方がリピーターとなり、口コミによる新たな顧客の拡大、そして、それが地域経済の活性化へとつながる。

◆◆◆ 自治体は住民のための「総合商社」

行政が特定の目的のため広く個人や法人から資金を募るガバメントクラウドファンディングは、その目的の趣旨が多くの方々に理解され共感を得られるかがポイントである。

人口減少に悩む地方自治体は、既成概念にとらわれることなく創意工夫で新たなことにチャレンジし続ける責務があるように思う。住民のための『総合商社』として、社会福祉の向上や学校教育の充実、地域経済の活性化にしっかりと取り組み、豊かな市民生活とまちの発展に向け全力で尽くしていかなければならない。

市がクラウドファンディングサイトのオーナーに
―「FAAVOさばえ」で市の財源確保から新商品開発まで―

鯖江市政策経営部財政課GL
FAAVOさばえ事務局
● 今川　泰夫



クラウドファンディング「FAAVOさばえ」設立の発表会見

◆◆◆「自分たちのまちは自分たちでつくる」

鯖江市は、福井県の嶺北中央部に位置する面積84・59平方キロ、人口約6万9千人の市である。特に国内の眼鏡枠生産の95％を占める眼鏡産業や業務用漆器の国内シェア80％を占める越前漆器が有名だ。

平成の大合併に際して住民の意思で単独での存続を選択した鯖江市は、牧野百男市長の下、「市民協働」「データシティ（オープンデータ）」「学生連携」を市政運営の柱としており、市民と行政が様々な情報とまちづくりへの思いを共有しながら「自分たちのまちは自分たちでつくる」という基本理念を持って取り組んでいる。さらには、鯖江市の市民協働プロジェクトである「JK課（女子高生課）」や「OC課（おばちゃん課）」「ゆるい移住」など従来の行政では実施できなかった事例にも果敢に挑戦し、地方から国を変えるという志で様々な事業を展開している。

◆◆◆「FAAVOさばえ」の取り組み

鯖江市は、前述のとおり市民が主役のまちづくりを展開しているため住民活動が活発で、市に対して数多くの提案や要望が寄せられる。また、大学のないまちにも関わらず、様々な学生との連携事業を実施してきた中で、大学卒業後に鯖江市で就職したいとか起業したいという人も多く現れるようになった。さらに、「眼鏡・繊維・漆器」の三大地場産業も景気がいいとは言えない状況であり、新製品の開発や異分野への進出のための支援も必要であった。

このような状況の中、鯖江市の財政状況に目を向けると、大企業がないため市税の大幅な増加は期待できず、現在の住民サービスの水準を維持しながら鯖江市を持続させることを考えた場合、財政的に余裕はなく新規の事業は採択しにくい状況である。

そこで目を付けたのが、2014年当時、日本でも広まりつつあったクラウドファンディングである。

数あるクラウドファンディングのサイトの中で、エリアごとに特色が出せる「FAAVO」に着目し、行政としては初めて「FAAVOさばえ」のエリアオーナーとして2014年12月に運営に乗り出した。福井銀行グループの運営協力のもと、系列の福井ネット㈱にホームページの作成や起案者へのアドバイス等の業務を依頼している。

事務局は課長以下6人の財政課職員が兼務で業務に当たり、プロジェクトについて相談があった場合、グループリーダーがそのプロジェクトの担当者を指名し、担当者がプロジェクトの立ち上げからアフターフォローまで責任を持つ。担当した職員の業務は、単なるアドバイスやサポートにとどまらず、人材育成やコンサルティングの領域にまで広がっている。鯖江市の財源確保という一番

の目的の達成は言うに及ばず、新商品の開発や市民の夢の実現といった成果のほか、職員の意識の変化も「ＦＡＡＶＯさばえ」を運営したメリットとして実感している。目標金額という目に見える形で結果が表れるため、いろんな分野や市役所の業務以外の事も独自で勉強するようになったと感じる。また、企業等に自ら足を運び積極的にコミュニケーションをとるようになった。



クラウドファンディング「ＦＡＡＶＯさばえ」で進めるプロジェクトの一つ、動物園のユニフォーム配備

◆◆◆ 顔認証を防ぐ機能を持ったメガネの製品化

立ち上げから1年8カ月が経過した２０１６年９月時点で、募集期間中の事業も合わせ22事業がアップされ、総額１９５０万円余の支援を頂いている。その22事業全てが目標金額を達成し平均達成率は１５８％である。この成功の要因としては、他のサイトは達成金額の約20％が手数料として差し引かれるのに対し、「ＦＡＡＶＯさばえ」では手数料を10％にしている点や行政と金融機関が運営主体となっている安心感などが考えられる。

具体的事例を2つ紹介する。1つは世界初の顔認証を防ぐ機能を持ったメガネ「Ｐｒｉｖａｃｙ Ｖｉｓｏｒ（プライバシーバイザー）」製品化のプロジェクト。このメガネをかけることで、ＳＮＳなどで知らないうちに写っていても、人物が特定されないというもので、国立情報学研究所の越前功教授の研究を受け、眼鏡の部品会社が開発を手掛けていたのだが、眼鏡は試作品一つを作るにも型代等を含め初期投資で２００万円以上必要になる。「これを商品化すると面白い」と思っても中小企業は簡単に商品化できるものではない。そこで、「ＦＡＡＶＯさばえ」で製品化するに当たり初期投資費用の支援を呼びかけたところ、当初目標の２００万円を上回る２６０万円余の支援が集まり商品化して販売するに至った。実際に支援いただいた方々から貴重なご意見も集まり、資金集め以外にマーケティング等にも多大な効果があった。



クラウドファンディング型ふるさと納税サイト「エフ・バイ・ジー」

もう1つは、鯖江市の事業である、日本で一番小さな動物園「西山動物園」のプロジェクト。毎年、動物園の担当課から職員のユニフォーム代等の予算要求があったが、入園無料の動物園ということもあり、動物のエサ代や園舎の修繕に予算は使われ、職員のユニフォームまではとても賄いきれなかった。

そこで、「ＦＡＡＶＯさばえ」で募集したところ２３０万円余の支援を頂き、職員のユニフォームはおろか写真撮影スポット等の整備も行うことができた。お蔭様で来園した人々の評判もよく２０１６年には第二弾も実施し、これまた多くの支援を頂いた。

◆◆◆ クラウドファンディング型ふるさと納税サイトの立ち上げ

クラウドファンディングの市場規模と認知度は上がってきているが、さらに認知度を高めもっと誰でも気軽に利用できるようにしたい。

また、返礼品の競争ではなく、市の事業の中身に光を当てたクラウドファンディング型のふるさと納税サイト「Ｆ×Ｇ（エフ・バイ・ジー）」を立ち上げる。「Ｆ×Ｇ」も「ＦＡＡＶＯ」と同じくエリア制をとるので、多数の自治体の参加を期待している。

これらの取り組みにより、クラウドファンディングやふるさと納税の認知度、活用度をより一層高め、日本にも欧米のように寄付文化が定着し、夢を持っている人を応援できる社会になればと思っている。

インターナショナル・シェアハウスから真庭を世界へ発信
―海外の若者たちが夢を持って訪ねてくる風景を作りたい―

真庭市地域おこし協力隊 ● 姜（カン） 侖秀（ユンス）
真庭市交流定住推進課主幹 ● 福井 学




マッチングのスペシャリストがやってきた

福井　岡山県真庭市の福井と申します。農山村の悩みといえば高齢化、過疎による人口減少、農業などの担い手不足、空き家の増加などマイナスイメージばかり。でも、その中には磨けば光る宝がたくさん眠っています。今、真庭ではカン隊員によるプロジェクトが始まり、アイデアを提案できる外部からの人材が集まって、まちはどんどん変化しています。演出家である彼は、地域の空き施設の利活用をテーマに、真庭へ地域おこし協力隊としてやってきました。

触れたいのは昔から受け継がれた日本

カン　地域おこし協力隊のカン・ユンスと申します。私は韓国・ソウルの出身で、この地にやってきて、温かい人々との出会い、そして四季折々の出来事に触れ、すっかりこの真庭のファンになってしまいました。私は演劇の活動を通して、海外の若者をたくさん見てきました。日本には留学やワーキングホリデーで長期滞在している海外の若者が、およそ30万人もいます。彼ら彼女らが知りたい、触れたいのは、「観光地として用意された日本」ではなく、「昔から受け継がれてきた日本」。ところが、生活情報がほとんどなく、一部の都市圏にしか住むことができないのが現状です。電車も汽車も通らない、たまにバスが通るだけの山に囲まれた小さなまちにインターナショナル・シェアハウスを作ることができたら、何か面白いことが起きる気がしますよね。さまざまな国からやってきた若者が一緒に暮らしながら、地域の農家や商店などの仕事をお手伝いする。真庭で暮らす人々の日常がドラマとなり、そして世界へ魅力を発信していくような共同居住空間。心優しい人があふれる真庭に、多国籍のシェアハウスを作りたいと願うようになりました。



広報用パンフレット

新たなインバウンドのカタチ

福井　カン隊員は多国籍シェアハウスの構想を、さまざまなビジネスプランコンテストに応募して見事受賞。日本をもっと知りたいという意識の高い外国人が、真庭で暮らし、母国の言語で世界中に真庭を発信していく。真庭市としても「交流」を重視した新たなインバウンドの形成に、一

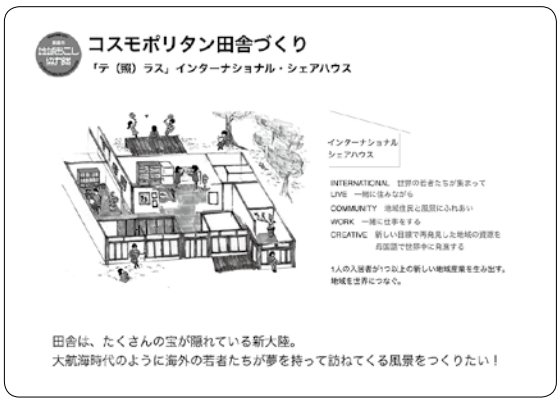

空き家を活用してインターナショナル・シェアハウスに

歩踏み出すことにしました。しかし、「どこに作るのか」「規模は」「資金は」など議論ばかりで、現実味を帯びるにはほど遠かったように思います。そこに、総務省が地域おこし協力隊の起業を促進する事業を始めるといった情報が入り、そのモデルとして手を挙げたのです。

そこから本格的に動き始めました。カン隊員は担当する地域で、空き家という空き家を巡り一つの物件を探し当てました。開業に向けての水道・下水、最低限の修繕、電気工事など綿密な資金計画をたて、不足する330万円を募ることとしました。4月、東京で「地域おこし協力隊　クラウドファンディング官民連携事業」の発表会で発信し、ふるさと納税を活用したクラウドファンディングがスタート。期間は60日。全国では話題になりましたが、市内にはプロジェクトの内容はあまり伝わっていません。市民の皆さんを誘ってのプロジェクト発表会を行ったり、インターネット上に掲載している事業の内容を1枚にまとめたパンフレットを作成したりしての広報。市外に住んでいる、真庭に縁のある方へのお手紙も。その甲斐あってか、終了間際に皆さんの賛同をいただき、目標額を大きく超えた442万円の資金をふるさと納税により集めることができました。



地域の異業種交流会でサイクリングロードを提案する入居者



カン隊員の目指すコスモポリタン田舎づくり（最先端は日本の田舎にある）

◆◆◆ いただいたのは人と人のつながり

カン　私が皆さんからいただいたのは、お金だけではありませんでした。地域の皆さん、市職員の皆さん、市内外からもボランティアの皆さんがたくさん集まってくれました。最初は腰まで伸びた草で近づくこともできなかった空き家の草刈りから、4年近く溜まっていたゴミ出しや大掃除、壁の色ぬりなど、自分たちの手でできることはすべて自分たちの力で作っていきました。このように地域から応援していただけるようになったのは、6回の住民説明会を通して、地域の皆さんの心の中にある心配を小さくすることができたからだと思います。地域の皆さんの思いに応えられるよう、入居者は慎重に探しています。日本ワーキングホリデー協会の協力をいただき、農山村での暮らしに興味を持っている人を募集し、その中で書類審査、スカイプを通した面接をしてから入居者を選びました。

◆◆◆ 1年前には想像できなかった光景が…

福井　8月の暑い日。地域の方、お世話をいただいた方などが集まってシェアハウスを披露。ハウスの名は「テ（照）ラス」。真庭の魅力を照らす舞台照明となることを願ってカン隊員が名付けたものです。真庭に一つの明かりが灯りました。さて、その後は？

カン　遠く外国からやってきた入居者が作ったサイクリングコース。そして彼らのガイドで、真庭で暮らしてきた皆さんが楽しんでいます。それぞれ特技を持っている入居者たちは、親子クラブ、学童保育を通して地域の子育てに関わります。今日も入居者たちは家の周辺の畑で、地域の皆さんの指導を受けながら冬の野菜を作っています。学校から帰る子どもたちが恥ずかしながらも「ただいま」とあいさつしています。もうすぐ慣れて「ハロー」「ボンジュール」という言葉が聞こえてくるでしょう。今日は地元の若者たちのソフトボール大会。なぜか選手の中に外国人が走っています。楽しそうでしょう？

福井　アイデアを提案できる外部からの人材が集まり、性別・年齢を問わず、真庭の宝と宝を見事にマッチング。市民の皆さんが地域に対する誇りを持ち、地域を変えていこうという気概が生まれています。地域の問題解決につながるクラウドファンディングによる資金調達は、大変意義があるものと思います。

クラウドファンディングを県が支援

―認定アドバイザー派遣によるFAAVO島根の「実証実験」―



島根県しまね暮らし推進課
定住支援グループ主任主事
● 窪西　駿介

◆◆◆ 県が認定アドバイザーを派遣

「過疎」という言葉発祥の地と言われる島根県では毎年約5千人の人口が減少している。私が所属するしまね暮らし推進課は、公民館エリアを基本とする地域運営の仕組みづくりによって中山間地域を維持するとともに、島根への移住・定住を促進して、この人口減少を食い止めることをミッションとしており、2015年度のUIターン者数は4252人にのぼった。ただし、この数字の背景には行政だけでなく、NPOや地域住民による地域づくり活動が欠かせない。

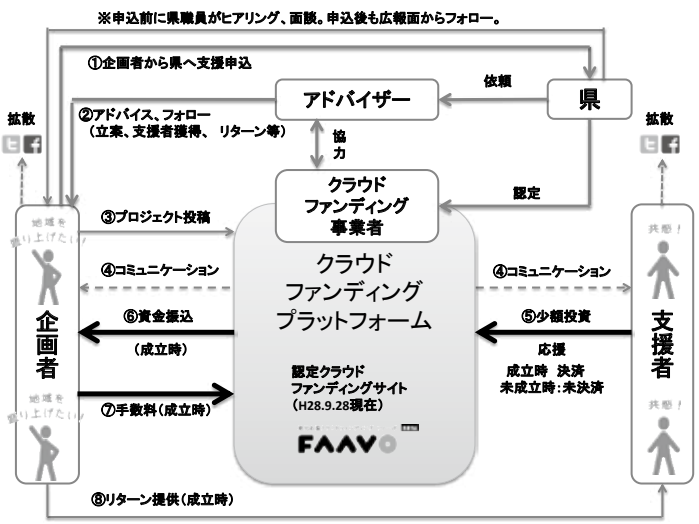
島根県には、地域づくり活動を行う団体や個人がクラウドファンディングサイト「FAAVO」(株式会社サーチフィールド社運営)を利用して資金を調達する際、支援依頼の申し込みを受けて、県が認定したアドバイザーを派遣し、プロジェクト成立に向けて内容や発信方法を助言する形で支援する仕組みがある(アドバイザーの謝礼や旅費は県が負担)。これは、全国初の行政と提携した購入型クラウドファンディングである。在籍アドバイザーは、国際NGOを経て株式会社シマネプロモーション(ローカルスーパーのブランド化など、島根を拠点に地域の魅力を発掘・発信する会社)を立ち上げた三浦大紀さんや島根発ローカルジャーナリストとして活躍する田中輝美さん、地域づくりプランナーの桑谷猛さんの3人で、全員が島根県在住かつ様々な活動を通じて幅広い見識を有する方々となっている。県はプロジェクト発案者から話を聞き、適したアドバイザーを派遣しており、プロジェクトの資金調達成功率も非常に高い。また長期的には、経験豊かなアドバイザーを派遣することで、支援プロジェクトの達成のみならず、資金調達後の地域づくり活動に向けた個人や団体のレベルアップに繋がるという効果が期待される。

◆◆◆ 地元と都会のニーズをつなぐ

2013年9月、島根県は「FAAVO島根」を認定クラウドファンディング事業者と認定した。FAAVOは都道府県や地域単位で展開する購入型のクラウドファンディングサイトである。

当時、地域づくりにかかわる担当者の間では、地域づくり団体の資金難が問題となっていた。また、東京や大阪などで開催する移住・定住フェアに訪れる方々から「すぐに移住までには踏み切れないが何とか地元を応援したい」という声が上がっていた。そこで、新たな資金調達の方法が必要という地元側のニーズと、地元を応援したいという都会側のニーズを繋ぐ役割として、クラウドファンディングに白羽の矢が立った。ただ、当時はまだ日本で上手く機能するかわからず、知名度も高くなかった上、返礼品が送られないといった課題があった。そこで、クラウドファンディングサイト事業者を認定してクラウドファンディングの信頼性を高め、県が認定したアドバイザーの派

クラウドファンディング実証実験図



遣によって資金調達の仕組みを側面から支援する「実証実験」を開始することとなった。

◆◆◆ 幻の果物ポポーのジェラート化

石見銀山から尾道まで銀を運んだ歴史ある街道が通る美郷町の中に比之宮という集落がある。人口300人の同集落にて、初のアドバイザー派遣プロジェクト「美郷町に自生する珍しい果物・ポポーの特産品」がエントリーしたのは、2013年9月のことであった。ポポーは、マンゴーとバナナとパイナップルを足して3で割ったような甘い香り、森のカスタードクリームとの別名があるほど濃厚な歯触りを特徴とするフルーツだが、熟すのが早く収穫時期が限られるため市場にあまり出回らず、地元の人ですら「何かなこれは」と言うほどであった。このポポーを「ジェラートにしたらいけるかも」と、地域おこし協力隊や地域住民が立ち上がり、ポポージェラートを通じて美郷町比之宮集落を知ってもらおうと動き出した。



ポポープロジェクト

目標金額25万円に対し、30万円を達成したこのプロジェクトは、NHKのあさイチや日本経済新聞など多数のメディアに取り上げられ、知事も試食するなど話題を集めた。よく言われることではあるが、クラウドファンディングの役割は資金調達だけではなく、プロジェクトを応援するファンの獲得にもある。特にポポーの場合は商品開発のプロジェクトだったため、開発のプロセスから応援してくれるファンを獲得するという重要な役割をFAAVO島根が果たした。他のプロジェクトでも、FAAVO島根は「地縁」という強力なつながりを軸に、心から応援してくれる支援者の全国的な発掘に貢献している。たとえば、2016年7月まで島根県がアドバイザーを派遣した16のプロジェクトについて、支援者計1215人の居住地を調査したところ、県外在住者が47・1%と約半数を占めた。

2016年7月までの派遣プロジェクト一覧

プロジェクトタイトル	達成率	達成金額	合計
うんなん発！“ふるさと”のあたたかい作法に名前をつけよう！	167%	33万4千円	58
羊で解決！山里の産業振興！【羊男子】育成プロジェクト	109%	27万4千円	46
美郷町で自生する珍しい果物・ポポーのジェラート化	120%	30万円	67
津和野町に根付く『生きる知恵』のパンフレット作成	109%	54万9千円	105
【旅もじゃ】観光客が知らない、津和野の隠れた魅力を伝えたい！	130%	19万6千円	44
島根の女性10人の挑戦！都市と地方とつなぐ冊子をつくりたい！	126%	38万円	69
石見神楽の魅力を東京で発信する社中の神楽幕製作！	120%	30万円	47
古民家を再生し、隠岐の島で初めてのゲストハウスを作る！	107%	53万8千円	62
国府海岸での石見神楽夜明け舞を、若者の力で存続させたい！	107%	21万5千円	47
いつでも演劇を観れる街に！劇団ハタチ族「365日公演」！	140%	51万4千円	76
島根発ローカルジャーナリストが「島根の面白い人」紹介本を作成！	324%	97万4千円	159
廃業した銭湯を復活させて「裸の付き合い」で人生を学ぶ場を！	112%	58万7千円	67
山陰の「音楽を愛する若者」を応援！	200%	120万5千円	158
東京に島根の「おいしい」を届け、島根ファンを増やします！	152%	45万7千円	82
LINEスタンプと啓発で島根の人へがん検診を広めたい	149%	29万9千円	44
3.11を自分ごとに！石巻の体験を島根に還元したい！	134%	53万6千円	84
合　計			1215

◆◆◆ 「実証実験」後のかかわり方

行政が使用目的や支援対象を主導的に選定する補助金と違い、クラウドファンディングの場合は行政に縛られず様々な人の「応援したい」という声が反映される上、企画者にとってもプロジェクトの大小にかかわらず資金調達にチャレンジし、ファンを獲得できるというメリットがある。このような自由度の高い資金調達手法を担保するため、県はアドバイザーやFAAVOと一体となり支援してきた。

しかし、クラウドファンディングの本質が行政を介さず人と人を繋ぐことをメリットとするならば、制度開始から3年が経った今、島根県が行政としてどのような形でかかわり続けるのが望ましいか。一つの論点は、FAAVO島根では若者層のプロジェクト発案が主となっており、現状の企画者の年齢層と島根県の地域づくり活動の年齢層と合っているかどうか、という点である。高齢化率全国2位の島根では、年配の地域住民が中心となって地域づくり活動をしているケースが多いため、そういった活動の新たな資金調達手法としてのクラウドファンディングを、県としてより広報する必要があるのではないか。そして、すでに行われている地域づくり活動の資金調達を支援するとともに、年配の方が「そういう仕組みがあるのなら」と新たな地域づくりチャレンジに向かう後押しすることが必要ではないだろうか。そうしたことが今後の課題であろう。

ふるさと納税で1型糖尿病の根治へ
―NPO法人など市民社会組織主体で課題を解決―



認定NPO法人日本IDDMネットワーク
副理事長兼事務局長
● 岩永　幸三

◆◆◆やってみたら驚くべき寄付が

それは東京から来られた講師の一言から始まった。「佐賀県はなぜこんなに良い仕組みがあるのに利用しないのですか?」。

佐賀県庁ではNPO等を指定してふるさと納税ができるのですが、そもそもその意味が分からなかった私たち佐賀のCSO（NPO法人を含む市民社会組織）。だったらまずは自分のNPOでやってみるかとふるさとチョイスの須永社長に相談して始めた「ふるさと納税で難病の1型糖尿病が支援できます」。その結果、何と71日間（平成26年5月開始）で1千万円を超える寄付を頂戴しました。

あまりの反響に平成27年度からはNPO等指定ふるさと納税は全て県民協働課が一括して担当することになり、全庁的にふるさと納税（寄付）をCSOへ寄付金で支出することになりました。山口佐賀県知事のご理解のもと、決済システム料まで県に負担していただき、寄付額の95％を寄付でいただける現状はとてもありがたいことです。

指定手続きも簡単で、報告も成果を発信することに主眼が置かれており、成果発信の重要性を学んでいます。

県からの返礼品はありません（当然です！）ので、CSO自身の創意工夫が求められます。当法人の返礼品比率は送料込みで寄付額の13％程度です。患者家族がつくったこだわりの有明海産の海苔や有田焼、病気の子どもたちを救いたいという生産農家の方々の逸品などに加えて、1型糖尿病を理解いただくための絵本（読み終わったら図書館や病院への寄贈をお願いしています）を送らせていただいています。

平成27年度は1・1億円（前年度比8・4倍）ものご協力をいただきました。仕事も増えて、4人の雇用を生むことができています。女性の活躍の場を提供できればと、勤務時間フリー、在宅ワークOK、子ども連れ勤務もOKです。うち1人はファンドレイザー（資金調達人）を目指しています。



ふるさとチョイス掲載「子どもたちに膵島移植を受けさせてください」

この経験をもとに、寄付型クラウドファンディング「READYFOR Charity」や医療分野に特化したエムスリー社のクラウドファンディングにも挑戦しましたが、ふるさと納税のようには参らず反省しています。でもあきらめません！

しかし、こうしたクラウドファンディングのおかげで、これまで苦労していた1型糖尿病という希少な病の啓発が一気に進むようになった実感があります。

そして何より、私たち患者・家族の悲願である2025年（平成37年）の根治が現実に近づきつつあります。ふるさと納税を財源とする5千万円の研究助成と時を同じくしてブタからヒトへの異

種移植解禁の報道もありました。これからは、この研究成果をわかりやすく伝えることがポイントです。社会的インパクト評価の導入です。1型糖尿病根治や2型糖尿病への研究成果応用による医療費削減というSIB（社会的課題の解決と行政コストの削減を目指す手法）にも挑戦したいと思えるようにもなりました。

◆◆◆ CSOの誘致

いろんな挑戦をしようにも自分たちの組織だけでは限界があります。佐賀県は全国で唯一、CSO誘致に取り組んでいます。佐賀県では既に4団体が知事と進出協定を結び、現在準備中の団体もあります。誘致CSO方々からは「佐賀県にはこのふるさと納税の仕組みがあった。行政と協働の下地があった（佐賀県は協働化テストで国連公共サービス賞を受賞しています）から選んだ」と言われています。



山口佐賀県知事と認定NPO法人難民を助ける会とのCSO進出協定書締結



知事とCSOとの意見交換会の様子

誘致第1号のダイアローグ・ジャパン・ソサエティからは業務の質にこだわるプロ意識を、第2号、第3号のピースウィンズ・ジャパン、A・PADジャパンからは地元貢献のやり方、そして熊本地震での初動や現場での活動等では大きな学びを与えてくれました。こうした手法を目の当たりにして、当法人も日本初の膵島移植医である松本慎一先生による佐賀市の小学校や佐賀大学医学部での講演に取り組みました。

◆◆◆ 誘致CSOと県内CSOとのノウハウ共有

ふるさと納税は、県から指定されただけで寄付が増えるわけではありません。

先頭を切って成功したCSOがこれから挑戦するCSOにノウハウを還元し、成功の循環が創り出せるようにしたいと思っています。お世話になった佐賀県庁への恩返しで、当法人のノウハウは無償で還元いたします。

今年10月8日に公益財団法人佐賀未来創造基金の主催でふるさと納税の勉強会を開催。続いて12月3日、4日には誘致CSOのノウハウにより有楽町駅前で佐賀県のCSO主催による〝佐賀ふるさと納税フェア〟（仮称）を開催します。

ピースウィンズ・ジャパンとA・PADジャパンの代表を務める大西健丞さんは、次は年間10億円を県内のCSOで集めると言われます。10億円集まれば5千万円を佐賀県の子育て支援や他の施策にも使ってもらえます。自発の地域づくりでの恩返しを目指します。

◆◆◆ 佐賀を課題解決先進県へ

8月31日、佐賀県CSO誘致推進協議会（代表：大野博之・認定NPO法人地球市民の会副理事長）が山口佐賀県知事の前でお披露目されました。大野さんは言います。「佐賀県をグローバル人材育成のアジアの拠点にする。ソーシャルビジネスのグッドプラクティスの集積地にする」。佐賀の既存のCSOと誘致CSOによる「自発の地域づくり佐賀」アクションが始まっています。

私たち佐賀んもんだけではできなかったことを一緒に活動することで1＋1が2よりも大きくなる相乗効果を発揮いたします。

なお、私の協議会での役目はふるさと納税ファンドレイジングのノウハウ提供と歓迎会（飲み会）開催です！　そして、いつか糖尿病撲滅の歴史が佐賀から始まったと言われるよう挑戦を続けます。

スクリーンは山、町に「野外映画館」を
―ふるさと納税の仕組みを活かしたクラウドファンディング―



株式会社コアース代表取締役社長 ● 土井 隆

◆◆◆ 地方創生の先進地域として

長島町は、鹿児島県の最北端に位置し、南北15キロの長島を中心に、伊唐島、獅子島など合計23の島々からなる人口1万921人の小さな町である。また、自然エネルギー自給率も食料自給率も100%を超え、出生率2・0という豊かな地域でもある。しかし、町内には高校がなく若者が流出。2040年には人口は7千人にまで減少すると言われている。この長島町が今、地方創生の先進地域として注目を集めている。

その取り組みを推進しているのが地域おこし協力隊として活動している私たちである。

私は、2015年10月に第1号の地域おこし協力隊としてこの町に赴任した。これまで楽天などのIT企業での経験を活かして、町の課題を解決していくことを企てている。

その一つ、2015年11月に、大手求人サイト「スタンバイ」を運営している株式会社ビズリーチと協力して、町でやりたいが専門性が高い仕事の担い手を公募した。その結果約40人の応募がありそこから採用をした6人の地域おこし協力隊とともに2016年9月現在活動をしている。

他にも、クックパッドに特産品のレシピを公開していく取り組みや、株式会社ドワンゴが手掛ける「N高等学校」と連携して、長島町に地域の教育拠点「Nセンター」を設立し高校のない町でも高卒資格がとれる仕組みづくりなどを行っている。

◆◆◆ 広い遊び場を生かして

この町に来るきっかけは、地方の名産品をネット上で売ることができないかとの町からの相談を受けたことだ。そこから、世界一のブリの生産量を誇る東町漁協の通販サイト「長島大陸市場」を開設することになった。

住んでいる家は、その東町漁協の冷蔵庫の横に隣接している家を好意で貸していただいている。それまで空き家だった家を提供してもらっているのだが、近隣に家はなく漁協職員たちは夕方になると帰宅するため、その家は海と山に囲まれた広い遊び場になるのだ。

私たちを訪ねて、これまで延べ200人以上が我が家に泊まりにきた。その中で2人の地域おこし協力隊が一緒に暮らして活動することになった。ひとりは私の前職の後輩である。

夏はバーベキューをしたり、冬はブリしゃぶをしたりと長島大陸市場で仕入れたものを振る舞うおもてなしをしてきた。

遊びも進化してきた。家の前にある山にプロジェクターで映像を投影し、カラオケをしたり、バスケットゴールを買って3on3をやったりし



長島の全景

ている。その遊び場を、隣接する漁協の冷蔵庫にあやかって「ＩＣＥ ＢＯＸ」と名づけて人を呼んだりしている。

クラウドファンディングを使ってふるさと納税を募集

そんな遊びの場をもっと魅力的にして、町の人にも外から来る人にも楽しんでもらえるようにしたいと思うようになってきた。

そうした中、総務省がＩＴ企業とともに地域おこし協力隊の活動をふるさと納税で応援する仕組みを２０１６年４月に発表した。この仕組みを使えば、もっと楽しいことができるのではと思い企画を実行に移すことにした。



メディアキャンプの様子

「スクリーンは山・野外映画館を作りたい」というメッセージをジャパンギビング（日本最大のファンドレイジングサイト）のサイトに載せて募集を開始した。寄付分は税額控除されるというふるさと納税の仕組みを活かしたクラウドファンディングである。集めた費用は、より鮮明に映像をうつすためのプロジェクターと観賞用の座席の購入費に充てる。



クラウドファンディングで集めたお金で実施する野外映画館

募集を開始したところ、これまで我が家に泊まりにきた友人・知人からの寄付が多く集まった。ほかにもふるさと納税について知らない友人からの問い合わせが多くあった。ふるさと納税は返礼品の良し悪しで納税先を決めていた人が多かったが、活動内容に賛同していただき寄付していただいた方も多くいらっしゃった。

最後はひとりひとりにお願いをして、目標金額１５０万円に対して１６６万円の寄付を集めることができた。

新月の日だけに開かれる野外映画、ＤＪブースをつくった野外ライブなどを地域おこし協力隊と地域の人で企画をしている。遊び場所がないなら自分たちで作ればいい。そういう取り組みを応援してくれる町の人が多くいるのが長島の魅力である。他にも空き地にコンテナハウスをつくって宿泊できるように家を拡張したり、生ごみを土に返して畑をつくったりしようとしている。

ふるさと納税の使いみち

ふるさと納税のいい面とは「税金の使いみちを納税者が決められる」というところである。地域でやりたいことを提案して、そこにふるさと納税のお金を集めて実施できれば、地域で活動する人たちを都会の友人が応援できるし、町のためになる。この良いサイクルをもっと広げていくように、是非ほかの地域でも真似してもらえれば良いと思う。そのためには、まず地域でやりたいことを明確にして、その思いを届けることではないだろうか？

クラウドファンディングで地域を元気に

資金だけでなく仲間や支援者を集める

―地域づくりにおけるクラウドファンディングの可能性―



一般財団法人ジャパンギビング理事兼事務局長
● 宮本　聡

まだまだ日本では、聞いたこともない、聞いたことはあるけどよくわからない、私には関係ない、という人が多いのかもしれません。ですが、数年前から一部の人たちの間で話題になっている資金調達の方法に「クラウドファンディング」という手法があります。「お金があれば実現したい」とか、「誰かが応援してくれたらチャレンジしてみたい」という夢やアイデアを持っている人はきっと多いのではないでしょうか。インターネットの普及で時間や場所にとらわれずに人々がつながれるようになったこの時代、今までできなかった方法で自分の夢やアイデアを実現する人たちが現れてきています。そんな個人の夢やアイデアを実現する方法の一つが「クラウドファンディング」ですが、最近では地域づくりにも活用される事例が増えています。地域づくりにおけるクラウドファンディングの事例と可能性についてお話ししたいと思います。

クラウドファンディングとは何か?

クラウドファンディング（crowdfunding）とは、crowd（群集・大衆）からfunding（資金調達）を行うという意味から作られた造語で、ある目的を持った事業者や個人がインターネット等を活用した仕組みを使って、不特定多数の支援者からの資金提供を求めることをいいます。お金を出す人（以下、支援者）は自分が共感したプロジェクトやサービスに資金を提供し、支援後はプロジェクトの実施状況の報告を受けたり、見返りとしてサービスや商品を受け取ったり、あるいは金銭リターンを得たりします。夢やアイデアを持つ個人がより簡単に、たくさんの人の応援を集めてそれを実現できるのがクラウドファンディングです。

たくさんの人から寄付や事業資金を集めて何らかのプロジェクトを実行すること自体は古くから世界中で行われており、特に目新しいものではありません。しかし、最近広まりつつあるクラウドファンディングは、そこに私たちが運営するようなインターネット上のプラットフォームが介在することにより、資金調達者と資金提供者がよりダイレクトかつ広範につながりやすくなったのが特徴です。資金を必要とする人と資金を提供する人の双方が幸せになる可能性のある仕組み。それがクラウドファンディングです。

クラウドファンディングの5つの種類

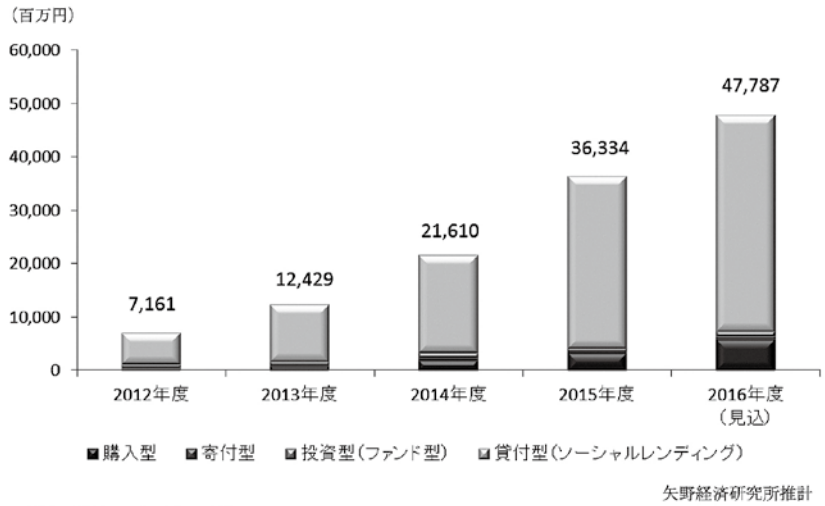
クラウドファンディングには一般的に、「寄付型」「購入型」「貸付型」「ファンド型」「株式型」の5つの類型があるとされています。

「購入型」とは、支援者にその対価としてなんらかの見返り（以下、リワード）として物品やサービスを渡すもので、商取引の一つの形です。一般的に「クラウドファンディング」と呼ばれているものの多くは、この「購入型」のことを指しています。日本国内でもここ数年でこの「購入型」のプラットフォームが増えており、その数は大小混じえて100とも200とも言われています。最近では、個人や小さな事業者の夢やアイデアを叶える手段の他、商品化しても売れるかどうかわからない商品の予約販売やテストマーケティングとして大手企業に活用されることも多くなってきました。

「寄付型」は、支援者に対して対価性のあるリワードがないもの、あるいはリワードがないものをいいます。ここでの支援は税制上の寄付となり、支援者は確定申告をすることで、所得控除や税額控除などの寄付税制上の優遇を受けることができます（寄付先団体の法人格によっては税制優遇が受けられない場合もあります）。私たちが運営している「ジャパンギビング」はこれにあたり、現

在、大小様々の２０００を超える登録団体がこのプラットフォーム上で寄付を募っています。寄付はそもそも不特定多数から支援を集めるクラウド（crowd）ファンディング（funding）であるため、この「寄付型」が「インターネットの出現で生まれた新しい仕組み」というのは厳密には正確ではありませんが、インターネットの普及により、地理的・時間的な制約を超えたたくさんの支援が集まっている実感はあります。

その他、クラウドファンディングで集めた資金を、プラットフォーム運営者がプロジェクトオーナーに貸し付け、その返済元利金の一部を支援者に分配する「貸付型（ソーシャルレンディングとも呼ばれる）」、出資したプロジェクトの成果を元に支援者が投資した割合に応じて配当金を分配する「ファンド型」、個人が未上場株式に出資した対価として株式を受け取る「株式型」の３つがあり、この３つをまとめて「金融型」と呼ぶ場合もあります。この３つの共通点は、支援者が金銭的リターンを得ることで、金融商品取引法で規制されています。



注１．年間の新規プロジェクト支援額ベース
注２．2016 年度は見込値

矢野経済研究所調査 国内クラウドファンディングの新規プロジェクト支援額（市場規模）推移

クラウドファンディングが生まれた背景

現在のクラウドファンディングの形態は、もともとは音楽や映画の分野でファンから活動費を募る目的で始まり、アメリカを中心に発達したと言われています。アメリカの代表的なクラウドファンディングプラットフォームである「Indiegogo」（購入型）や「Lending Club」（貸付型）「Kickstarter」（購入型）「Prosper」（貸付型）はいずれも２００８年から２００９年にかけて現行のサービスを開始しています。日本国内では、２０１１年に「レディーフォー」「キャンプファイヤー」「モーションギャラリー」、２０１３年に「マクアケ」（いずれも購入型）がサービスを開始しています。寄付型の「ジャパンギビング」は、２０１０年に「ジャストギビング・ジャパン」の名称でサービス開始、２０１５年に改称しています。

日本におけるクラウドファンディングは当初、寄付型、購入型が中心となって拡大してきました。これは日本のクラウドファンディングが２０１１年の東日本大震災を契機として注目を集め、主に寄付を集めたり、復興を手助けしたりする手段として拡大した経緯があるためです。しかし、矢野経済研究所の調査によれば、２０１５年度の国内のプロジェクトファンディングの市場規模（新規プロジェクト支援額ベース）は３６３億３４００万円、うち88・７％の３２２億円が金融型の中の「貸付型」であると推計されています。件数ベースでは購入型が圧倒的に多いものの、個々の金額が相対的に小さいため、すでに金額ベースではクラウドファンディングの主流は金融型、それもソーシャルレンディングともいわれる「貸付型」が主流となっています。伸び率では２０１５年度の市場全体の支援額は前年比68・１％増となっており、さらに２０１６年度には31・５％増の４７７億８７００万円と、今後も国内クラウドファンディング市場は拡大基調が続くと見られています。

日本最大の寄付型クラウドファンディングサイト「ジャパンギビング」

ジャパンギビングは日本最大の寄付型クラウドファンディングサイトです。２００１年にイギリスで始まった世界最大級のクラウドファンディングサービスであるジャストギビングを日本に持ち込み、２０１０年３月にジャストギビング・ジャパンとしてサービスを開始、２０１５年１月に名称変更しました。２０１６年９月時点で、支援金総額は約19億円、登録団体数は約２２００団体、

累計プロジェクト数は1万2000超、寄付件数は延べ19万件超となっています。多くのNPO法人等の非営利団体（以下、NPO）に幅広くご活用いただいていることの他に、有名人・著名人の利用者が多く、マラソン大会・大学・自治体・企業等との連携実績が豊富なことも、他のプラットフォームと比べて特徴的といえるかもしれません。また、NPOが自身の活動資金を募る、いわゆるクラウドファンディングの他に、個人や団体がNPOのために寄付を集める「ファンドレイジング」を簡単に始めることもできます。元々は民間非営利団体のための寄付プラットフォームで、新サービスに敏感な首都圏のNPOの利用が多かったのですが、最近では自治体や地方での利用事例も増えて来ています。

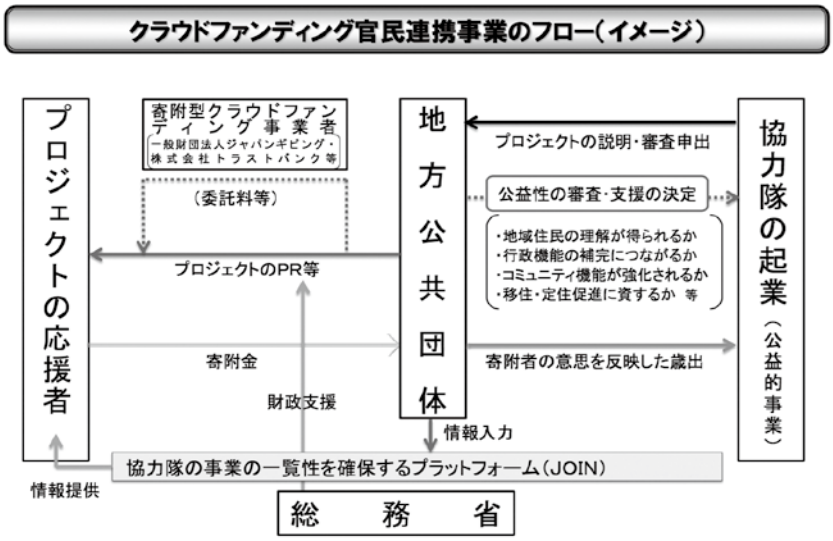


伊豆松崎 DE 花見舟プロジェクト

ジャパンギビングでの地域づくりの事例

ここではジャパンギビングで寄付を募った特徴的な事例をご紹介いたします。一つ目は、鎌倉市観光商工課が実施した「かまくら想い」プロジェクトです。鎌倉市では、鎌倉を訪れた人がよりわかりやすく、より楽しく観光ができるようにすることを目的にルート板の新設に取り組んでおり、このルート板設置のためにクラウドファンディングを活用して100万円の資金調達を実施しました。特徴的だったのは「ルート版に寄付者の名前を刻む」というリワードの設定です。募集条件は1口1万円×100口とけっして安くはない金額設定でしたが、想定期間は当初2カ月であったにも関わらず3週間で100万円を達成、10本の観光案内板の予算を獲得しています。鎌倉を愛する人々の支援をインターネットで広く募ることができたことが成功の大きな要因ですが、直接鎌倉に出向いて募金箱にお金を入れなくてもよく、自治体への寄付であることから寄付金控除を受けることができ、また鎌倉に名前を残すことができるという価値を提供したことが人々のモチベーションにもなったと考えられます。ジャパンギビングでは現在30件ほどの自治体による利用実績がありますが、この鎌倉市の取り組みが最初の事例で、このプロジェクトの成功が、その後、他の自治体がクラウドファンディングに取り組むきっかけとなりました。

もう一つは、私の地元、静岡県松崎町の事例です。地域おこし協力隊として伊豆松崎に移り住んで約10カ月の隊員が、「松崎ウォータープレイガイド」という団体を立ち上げ、この地域の水辺の魅力を伝えるためのツールとしてEボートという10人乗りの空気で膨らませて使用するボートを購入するための資金を募りました。団体代表の野中さんは、カヤック競技で国体上位入賞の実績があり、また、指導者の資格を持っている水辺のアスリートです。カヌーを中心としたマリンスポーツのこれまでの経験と想いを活用して、子どもの健全育成や安全教育、自然体験の機会を創りだして町を元気にしたいと、このプロジェクトを始めました。寄付者へのリワードは主にカヌーやEボートによる水辺の体験プログラムへの参加権です。目標金額100万円に対してオンライン上の支援額は38万6000円と未達でしたが、クラウドファンディングを始めたことによりリアルな接点での寄付が集まり、オンラインとオフラインを合計すると約110万円の寄付が集まりました。クラウドファンディングの世界ではこのようにクラ



ウドファンディングの外での効果が生まれる特徴もあります。体験型リワードの提供とリアルな接点でのコミュニケーションの活性化により、資金の獲得と同時に地域の人々が自分の住む地域の魅力を再認識するきっかけとなった、地方の特徴的な好事例です。

その他、ジャパンギビングは総務省と連携し、地域おこし協力隊の活動（起業）を支援するための「クラウドファンディング官民連携事業」にも取り組んでいます。専用ポータルサイトを利用して寄付型のクラウドファンディングを実施する場合に、総務省が必要経費を補填するものです。ジャパンギビングでは鹿児島県長島町の地域おこし協力隊員がこの仕組みを使って支援を募り、目標150万円に対して160万円超の活動資金を獲得しています。

寄付者の共感はどのように高めることができるのか

人はなぜインターネット上で寄付をするのか。その動機を考えてみると、大きくわけて二つの感情があると思います。一つは「その活動を応援したい」というNPOの活動への共感で、もう一つは「見返りが魅力的」というリワードが欲しい気持ちです。どちらにも共通するのは「寄付者視点での支援の実感」をいかにして設計するのかが肝になります。

寄付者は、そのNPOの活動の社会的な意義や、世界／日本初という革新的・挑戦的な取り組みに心惹かれますし、「いくらあれば何ができる」といったわかりやすい表現も好みます。そして人は人に共感するので、NPOの代表者やスタッフ、支援対象者の〝顔〟を見せていくことも大切です。インパクトあるタイトルや画像・動画を使い、支援の必要性をストーリーで表現していくことが求められます。また、共感だけでは取り込めない層に対しては、参加感、名誉、おトク感（レア感）を演出することが肝になります。寄付の金額に応じた魅力的なリワードを設定することで、単に寄付をお願いしただけでは取り込めない人たちからの支援を獲得することができます。例としては、「活動報告をお届け」「お名前をウェブ上に掲載」「特製ポストカードで子どもたちからのお手紙」「現地視察ツアーへご招待」「代表が講演する」などの寄付のお礼らしいリワードを工夫して設定する必要があります。

地域づくりに役立つクラウドファンディング

最後にクラウドファンディングを地域づくりに役立てるためにはどうしたらよいか。それはクラウドファンディングを単なる資金獲得の手段と考えてはいけないということです。クラウドファンディングでの資金調達成功者が揃って口にするのは「集められるのはお金だけではない」という言葉です。クラウドファンディングを使うことにより、資金だけでなく、仲間や支援者、そして未来の顧客を同時に集めることができます。クラウドファンディングでの資金調達に挑む方は、金額だけではなく、人数へのこだわりを意識していただきたいと思います。

「ファンや仲間をつくる」という発想で、多額の寄付金額ではなく、多くの寄付者を取り込めるようなプロジェクトを設計することが地域づくりに役立つクラウドファンディングの一つの要件になるのではないでしょうか。地域の人たちがたくさん関わり、地域外の人たちが現地に足を運びたくなる、そんなプロジェクトはきっと地域を元気にするでしょう。一度切りで終わってしまうのではなく、二度三度と繰り返し募集できるようなクラウドファンディングを、ぜひ目指していただきたいと思います。

石川県宝達志水町

オムライスをテーマに町づくり
―オムライス生みの親の故郷という物語で地域活性化―

宝達志水町企画振興課主任 ● 田上 諭史

石川県のほぼ中央、能登半島の付け根に位置する宝達志水町は人口約1万3500人の小さな町です。金沢市内から車で約30分と都市部へのアクセスが比較的良い場所でありながらも、世界最大級の旅行サイト「トリップアドバイザー」で日本のベストビーチに輝いた「千里浜なぎさドライブウェイ」や、能登半島有数の絶景スポット「宝達山」、そして石川県が生んだ高級ぶどうの最高峰「ルビーロマン」の産地であるなど、豊かな地域資源にも恵まれています。そしてそんな宝達志水町には、もう一つ「オムライス町」という顔があります。

なぜ？能登半島にオムライス町

宝達志水町でオムライスをテーマにしたまちづくりがスタートしたのは平成23年のこと。当町出身の北橋茂男シェフが大正時代に「オムライス」を考案した料理人であることから、この物語をもとに地域活性化を図ろうと取り組み始めました。

まずは町の呼びかけで町関係者を集めた実行委員会を設立。北橋シェフのご長男で、オムライス発祥の店「北極星」の北橋茂登志社長にもご協力をいただき、オムライス生みの親の故郷として、オムライスのまちづくりをPRしてきました。今年で6年目に入り、県内外にオムライス町としての知名度を高めています。

ご当地グルメ開発ではなく、「物語」を重視

宝達志水町がオムライスのまちづくりに着手した当時は、富士宮やきそばなど、B1グランプリに代表されるご当地グルメの全盛期でした。全国でご当地グルメ開発が行われ、各地でご当地グルメ大会が行われていました。一見、宝達志水町もその波に乗ったように思われがちでしたが、私たちが意識していたのはご当地グルメブームではなく、この地域にしかない「物語」でした。

オムライスは、いわずと知れた洋食の定番メニュー。お子様からお年寄りまで幅広い年齢層に愛され、日本人なら誰もが知っている料理です。このオムライスを考案した料理人が生まれた町というのは、世界中を探しても宝達志水町しかありません。プロジェクト開始当初は、オムライスは全国どこにでもあるだけに差別化が難しいと思っていましたが、後々になれば、誰もが知っていることが逆に強みになっていきました。「ここにしかない物語」は多くのマスメディアの注目を集めました。石川県内はもちろん、全国区のキーテレビ局にも取り上げられるようになったのです。

個性豊かなオムライスの店主たち

オムライスのまちづくりに賛同してくれるオムライス提供店は現在8店舗。レストランや食堂をはじめ、焼肉屋、お好み焼き屋、寿司屋、居酒屋、カフェなどがオリジナルのオ





オムライスを考案した北橋茂男シェフと町内にある銅像

ムライスを提供しています。どんなオムライスが食べられるかは、WEBサイトをご覧いただければと思いますが、本当にユニークで楽しいラインナップとなっています。そして、何より特徴的なのは、それを提供する個性的な店主たち。オムライスが美味しいのは当たり前。それにとどまらず、こうした店主たちと会って話ができることもオムライス町を楽しむ秘訣です。



オムライス町プロジェクトのWEBサイト
http://omurice.info

子供たちにオムライス作りを伝授

宝達志水町では、オムライス教室にも力を入れてきました。町内の小中学校や地域の子供会などでオムライス作りを教えています。教えているのは、北極星でオムライス作りの研修を受けたオムライス指導員さんたち。ボランティア精神豊かな地元のお母さん方です。指導員さんに教えてもらいながら、子供たちは大人顔負けのオムライスを作ります。そしてみんな笑顔でオムライスをパクリ。そんな子供たちの笑顔のおかげで指導員さん達も活動を続けられるといいます。こうした地域の世代間交流が行えるのもオムライスがあってこそ。この取り組みがこれからもずっと続いていくことで、オムライスは本当の意味で地域の食文化になっていくのだろうと考えています。


地元の小学校で実施されているオムライス教室

地域おこし協力隊が大活躍

このプロジェクトがスタートしてから、5年目の夏。町に新しい風が吹きました。大阪市出身の地域おこし協力隊、渡邉有美子さんが宝達志水町に移住し、プロジェクトを牽引してくれることになったのです。渡邉さんは、プロジェクトマネージャーとして加盟店との連携を強化するだけでなく、これまでオムライス中心のコミュニティカフェとして運営されていた店舗を、新たにbon bon cafeとしてリニューアル。オムライスはもちろん、地元の食材や郷土料理のメニューを取り入れたオリジナルランチを提供。オムライスだけではない、外から来た視点で宝達志水町の良さをPRしてくれます。渡邉さんのがんばりとエネルギーに、加盟店の店主たちも刺激を受け、定期的に集まって話し合えるようになりました。まさに地域おこしの風となってくれています。

オムライス町の未来

宝達志水町のオムライスによるまちづくりは、行政主導で始まりました。行政主導のまちづくりは、ずっと続けられないというジレンマがあります。私たちは今まさにそのジレンマと向き合っている最中ですが、オムライス町というテーマを、行政だけでなく、飲食店、事業者、学校、住民などいろんな立場の人が自由に使えるコンテンツとする仕組みづくりが重要だと考えています。オムライス生みの親の故郷という物語からはじまった宝達志水町のまちづくり。このまちづくりがいつか物語そのものになるように取り組みを続けていきたいと思っています。

宝くじは、みなさまの豊かな暮らしに役立っています。


点字本レシピ集


冊子
「フラッグフットボール作戦ブック」


ベンチ


さくらの若木植栽


一輪車


パブリックアート


冊子
「おやこの食育教室
（三角巾付）」


胸部X線検診車



宝くじは、図書館や動物園、学校や公園の整備をはじめ、
少子高齢化対策や災害に強い街づくりまで、
さまざまなかたちで、みなさまの暮らしに役立っています。

一般財団法人 日本宝くじ協会は、宝くじに関する調査研究や
公益法人等が行う社会に貢献する事業への助成を行っています。

一般財団法人
日本宝くじ協会
http://jla-takarakuji.or.jp/