

クラウドファンディングは地域活性化の切り札となりうるか？

主任研究員 高橋 富偉

はじめに

昨今の地方公共団体を取り巻く財政状況は、人口減少、少子高齢化などを背景に一段と厳しさを増している。その中で、新たな資金調達手段の一つとして、クラウドファンディング（以下、「CF」という。）が注目されている。地域の実態にあった多様な施策に係る財源をCFで確保し、実施する施策を将来的に自立させて地域活性化を目指すなど効果的にCFを活用する地方公共団体が増えてきている。

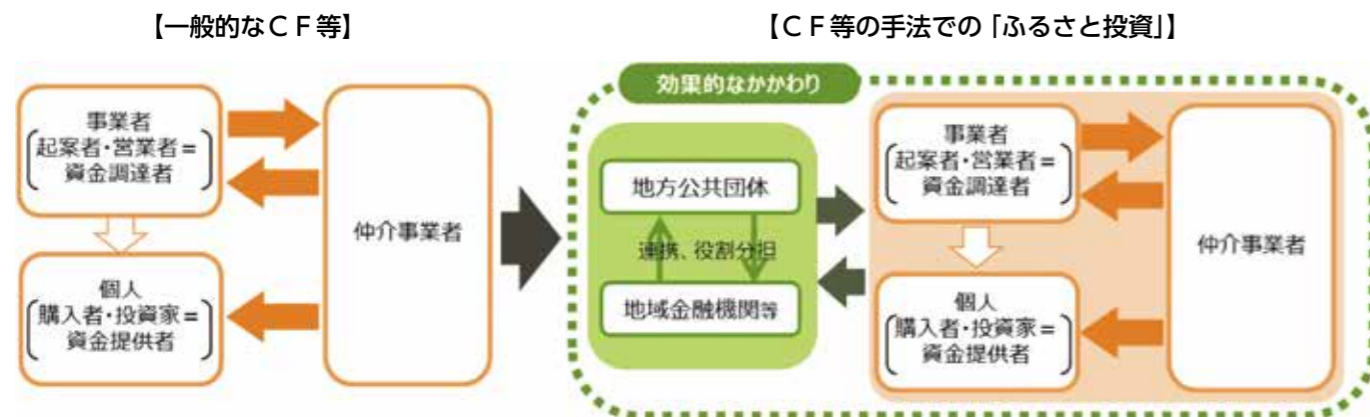
政府においても、以前からCFに注目しており、2013年6月に閣議決定された「日本再興戦略」では、ベンチャー投資や再チャレンジ投資の促進のため、資金調達の一手段としてCFの活用を取り上げている。また2014年12月に閣議決定された「まち・ひと・しごと創生総合戦略」においても、創業支援の一手段としてCFに言及している。

さらに、CFによる地域活性化の可能性について内

閣府地方創生推進事務局は、「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小口投資」で、かつ「地域の自治体や地域づくり団体の活動と調和が図られたもの」を「ふるさと投資」と呼んでおり、2015年5月にその手引書が制作された。手引書の中では、ふるさと投資の手段の一つとしてCFをあげている。ふるさと投資では、一般的なCFの関わり方である事業者（プロジェクト運営者）と個人（支援者）、仲介事業者（CF運営元）の関わりに加え、地方公共団体がPRや仲介事業者紹介、組成支援などを行い、また、地域金融機関が仲介事業者紹介や事業計画策定支援などの形でかかわることが追加され、より地域経済を重視した概念となっている（図表1）。

本稿では、CFについての概要などを整理した上で、効果的な「地域活性化に向けたCFの活用」について検討することとしたい。

図表1 「ふるさと投資」の概念



資料：2015年5月「ふるさと投資」連絡会議 「ふるさと投資」の手引き

CFの概要・種類

CFという言葉は、多くの人が耳にするようになってきたが必ずしも明確な定義が確立されているわけではないようである。一般的には、不特定多数の人が通常インターネット経由で他の人々や組織に財源の提供や協力などを行うことを指す、群衆（crowd）と資金調達（funding）を組み合わせた造語と言われている。また、ソーシャルファンディングとも呼ばれている。

CFは、資金を出す（資金提供）ということに関しては基本的に同じことながら、その資金を、どのような約束で出すのかによって種類が異なる。大きな違いとしては、「投資型」か「非投資型」で分けることができる。

「投資型」は資金のリターンについて約束されている。出した資金よりも多くリターンされることもある。ただし、投資であるから出した資金が目減りすることやなくなることもある。

「投資型」は3種類に分類することができ、一つは、「ファンド型」と呼ばれ、ビジネスやプロジェクトなどに資金を提供するタイプで、資金のリターンを受けられるものである。また、資金のリターンだけでなく、製品やサービスのリターンを受けられるものもある。二つ目は、「貸付型」と呼ばれるもので、資金を借りたい企業や個人へ資金を貸し出し、貸し出したお金の元金・金利を受け取るのである。三つ目は、「株式型」と呼ばれ、株式市場に上場していない企業の株式に投資するものである。株式を購入することで、その資金が企業へ回り、その資金で事業が展開される。

一方、「非投資型」は資金のリターンは約束されていない。ただし、資金ではなく製品などを送ってくれるものもこのタイプとなる。

「非投資型」は2種類に分けることができ、日本国内ではこの「非投資型」が主流となっている。一つは、「寄付型」と呼ばれ、特に社会的な問題の解決などに取り組むNPOや個人に対して、資金提供するタイプである。いわゆる昔からある「寄附」と同じだが、サイトなどで広く一般的に募集するものである。資金の

リターンはないが、社会的な貢献活動の一つとして、資金提供を通して参加していくものである。例えば、災害が発生した際の寄付募集などがこれに該当する。

二つ目は、「購入型」と呼ばれ、ビジネスやプロジェクトなどに資金を提供するタイプで、資金のリターンはないが、製品やサービスのリターンが受けられるもの、例えば、農園を作りたい人が資金を集め、その農園で収穫した野菜の一部を資金提供した人へ渡すプロジェクトなどである。

以上、CFの種類をまとめたものが図表2である。

図表2 CFの主な種類

投資型	ファンド型	お金(事業益等)、商品、サービスのリターンあり
	貸付型	お金(金利)リターンあり
	株式型	お金(配当、株売却益)リターンあり
非投資型	寄付型	リターンなし
	購入型	商品やサービスのリターンあり

資料：フィデア総合研究所作成

CFのメリット・デメリット

CFは、プロジェクトを立ち上げて出資を受ける側にも、出資者側にもさまざまなメリットがある。出資を受ける側のメリットとしては、銀行や株主、行政による助成金以外の資金調達ルートが確保できることである。プロジェクトによっては、銀行から融資を受けるのが難しいケースもありうるが、CFによる資金調達であれば銀行の審査よりは緩いCFの運営元による審査のみでプロジェクトを始めることが可能である。資金調達中には、ソーシャル・ネットワーキング・サー

ビス（SNS）などでプロジェクトの知名度を上げるなど、資金調達の宣伝にもなったりするというメリットもある。

出資者側のメリットとしては、プロジェクトの種類によってはプロジェクトにちなんだ自分好みのリターン（お返し）が得られることや、少額から出資を行うことが可能であることがあげられる。「地域活性化に貢献したいけれども、自分にできることが見つからない」という人も資金面で貢献できる。

一方、デメリットもある。出資を受ける側（プロジェクト側）のデメリットとしては、出資金額が確定すると、CFの運営者に集まった出資金の5～20%程度が手数料として差し引かれ、出資額の全額をプロジェクトに充てられないということがあげられる。加えて、プロジェクトを始める前の資金を集める際にプロジェクトの内容・アイデアを広く一般に明らかにしなくて

はならないのもデメリットと考えられる。

出資側のデメリットは、プロジェクトの資金調達額が目標額に達してプロジェクトがスタートしても、必ずしもその見返りが予定日までに手元に届くとは限らなかったり、そもそもプロジェクトが途中で失敗してしまうと、見返りが無くなる可能性がある。

■地域活性化に向けたCFの活用事例

都道府県庁を中心に、地方公共団体がCF仲介事業者、地域金融機関などと提携し、「ふるさと投資」を活用する動きが増えている。中小企業支援やベンチャー支援などのほかに、地域活性化を円滑に進めるためのドライバーとして地域の企業や住民を巻き込んでいく形がうかがえる。以下は「栃木県庁」の事例である。

「栃木県庁」では、CFを利用して新しいアイデア

を事業化する中小企業・小規模事業者の取り組みを支援するため、仲介事業者、金融機関などが連携し、相談窓口の開設、普及啓発のためのセミナーや個別相談会の開催、事業計画策定支援とワンストップの支援を実施している。また、ウェブ上のポータルサイト「とちぎファンズ」を開設し活用事例の紹介や各種情報の発信など、普及を促進している（図表3）。

この事例は、資金調達にのみならず、情報発信などさまざまな角度から新しいアイデアを事業化しようとするものである。「ふるさと投資」の手引きにはその他の事例も紹介されている。ぜひ参照されたい。

■地域活性化に向けたCFの活用を

これまでCFについての概要や活用事例を述べてきた。CFを活用した地域活性化に関して、地方公共団体と地域経済の浮沈に業況が左右される地域金融機関がCFの活用面・果たすべき役割の点で期待されることは多いと思う。

先述した「ふるさと投資」の手引きによれば地方公共団体には、応援したい企業やプロジェクトのテーマ設定、普及のためのプロモーション、直接的なファンド組成支援、投資先の育成などの役割、また、地域金融機関には、投資対象企業やプロジェクトの仲介事業者への紹介、投資対象企業の事業計画等作成支援、モニタリングを通じた経営支援、CFと協調した融資などの役割が期待される。

特に地域金融機関においては、人口減少、少子高齢化によって旧来のビジネスモデルである「資金を集め、それを運用する」ことでは生き残れない時代に突入しており、新たなビジネスモデルの一つとして、積極的にCFの活用を進めるべきであろう。

2014年9月、東京への一極集中を是正し、地方の人口減少に歯止めをかけるための政策として、「地方創生」が掲げられて約4年がたった。この政策開始直後は、各種メディアで取り上げられ注目されたが、昨今では少し風化しているように感じる。

その要因はさまざま考えられるが、その一つとして、

先述したとおり、地方公共団体を取り巻く財政状況の厳しさがあるのではないだろうか。47都道府県および全国各市町村で策定した「まち・ひと・しごと創生総合戦略」で掲げた施策を実施しようとしても、限られた予算から思うような施策を打てていないのではないか。例えば、「仕事づくり」分野の施策について、起業家育成などを実施しようとしても、限られた予算では、満足のいく施策は実施できず、起業を目指す者にとっても魅力ある施策には見えないだろう。

そこで、行政が金融機関など地域と密接に関わりのある団体と連携して起業家育成施策をCFの活用によって行えば、行政の予算に頼らない資金集めができ、充実した施策が実施され、地方に雇用の場ができ、首都圏に流出していた人が戻り、若者が地方に残るなど好循環を生むことができる。

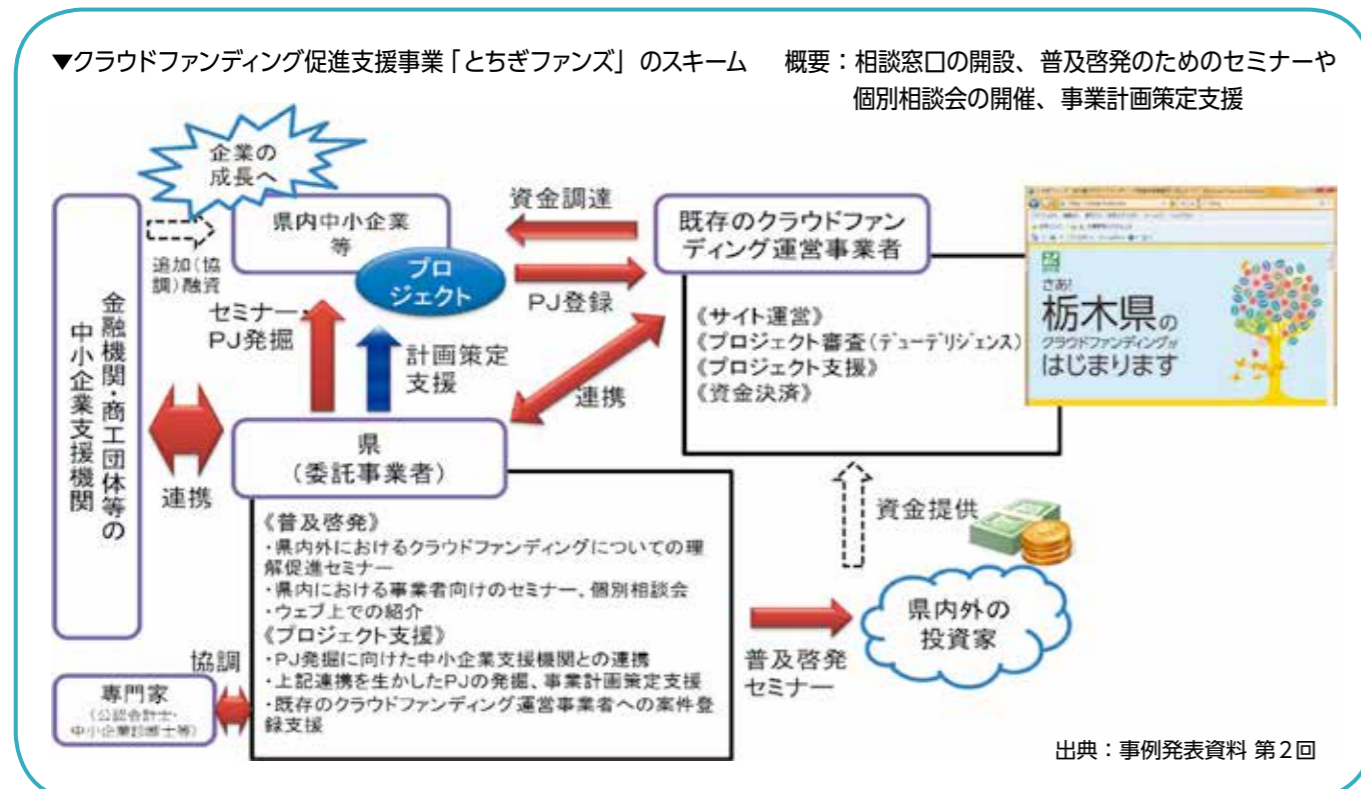
また、CFの活用は、埋もれているかもしれない事業やアイデアなどの掘り起こしにも、十分に役立つであろう。

CFを活用した地域活性化は起業など雇用のみならず、「観光」、「まちづくり」などさまざまな分野において有効であると考えられる。今後も、官民連携したCF活用アイデアが多数発掘されることを期待したい。

【参考文献】

- ・ふるさと投資連絡会議：「ふるさと投資」の手引き
- ・公益財団法人 大阪府市町村振興協会おおさか市町村職員研修研究センタークラウドファンディングによる地域活性化研究会：「平成29年度報告書クラウドファンディングによる地域活性化研究会」
- ・須賀川市：「須賀川市クラウドファンディング等新手法の調査研究」に関する報告書
- ・増田里香：「地域型クラウドファンディングの可能性に関する一考察」
- ・https://dymst.net/cf「クラウドファンディング Money Tips」
- ・https://cf-hikaku.net/「クラウドファンディング総合比較」

図表3 とちぎファンズのスキーム



資料：2015年5月「ふるさと投資」連絡会議「ふるさと投資」の手引き