

地域におけるクラウドファンディング活用の可能性

吉見憲二^{†1}

概要：地域活動の実践において、金銭的な負担は非常に大きな課題となっている。少子高齢化や長引く景気低迷の影響により行政からの補助金依存の構造が維持できなくなる中で、地域活動の実践者自らが資金の調達に奔走することを余儀なくされていることも珍しくない。他方で、近年ではクラウドファンディングといった新たな手法が社会に浸透してきており、こうした手法を効果的に用いることで地域活動に貢献することが期待される。しかしながら、従来の地域活動の実践者が新しい手法に即座に適応することは困難であると考えられ、せっかくの有望なツールを十分に使いこなせない懸念がある。本研究では、クラウドファンディングを実際に活用したプロジェクトを調査・分析することにより、その活用上の可能性と課題について検討する。

キーワード：地域、ふるさと納税、クラウドファンディング

The Possibility of Crowdfunding in the Region

KENJI YOSHIMI^{†1}

1. はじめに

地域活動の実践において、金銭的な負担は非常に大きな課題となっている。少子高齢化や長引く景気低迷の影響により行政からの補助金依存の構造が維持できなくなる中で、地域活動の実践者自らが資金の調達に奔走することを余儀なくされていることも珍しくない。

2011年7月に発表された「ICT地域活性化懇談会提言」においても「利活用ニーズ」、「人材不足」、「関係主体の連携」と並んで「コスト負担」が主たる課題の1つとして挙げられている。特に行政からの補助金を頼ることができない状況下では、地域活動の実践のための資金を十分に確保できず、活動自体が停滞してしまうことが懸念される。

こうした状況下で地域の新しい資金源として期待されているのがふるさと納税である。ふるさと納税は年々その納税額を増やしており、地域の収入において無視できないインパクトを有するようになってきている。例えば、2015年上半期のランキングでは1位の宮崎県都城市の寄附件数は101,792件、寄附金額は1,332,936,107円に達している。ランキング上位は概ね億円単位以上の寄附金額を誇っており、当該自治体の税収増に寄与している。他方で、こうしたふるさと納税の隆盛は返礼品競争を煽るだけであり、地域の持続的な発展のためには却ってマイナスの影響を及ぼすものであるという指摘もある。

ふるさと納税と同時期に表れてきた新しい資金調達的手法にクラウドファンディングがある。クラウドファンディング事業者READYFOR（レディーフォー）によるとクラウドファンディングは「群衆（Crowd）と資金調達（Funding）

という言葉を組み合わせた造語で、インターネットを通じて不特定多数の人から資金を集める仕組み」を意味する。クラウドファンディングはふるさと納税と異なり「寄附」という扱いになるわけではないが、その普及と軌を一にして地域活動の資金調達手段としてクラウドファンディングを活用するケースが増えてきている。

本研究では、ふるさと納税とクラウドファンディングの比較からその利点と課題について整理する。併せて、クラウドファンディングを活用した地域活動の実践例を通して、地域におけるクラウドファンディング活用の可能性を検討する。

2. 先行研究

2.1 ふるさと納税に関する先行研究

ふるさと納税は2008年より導入された制度で任意の地方自治体に寄附することにより、寄附した金額の控除を受けられるというものである。図1に示されている通り、2013年頃から注目を浴びるようになり、納税額も徐々に増えてきている。

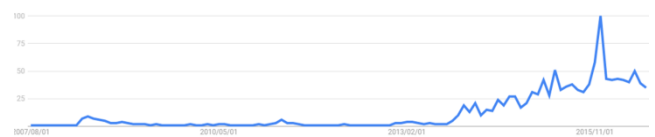


図1 「ふるさと納税」の検索数推移（Googleトレンド）

^{†1} 佛敎大学社会学部現代社会学科
Department of Contemporary Sociology, School of Sociology, Bukkyo University

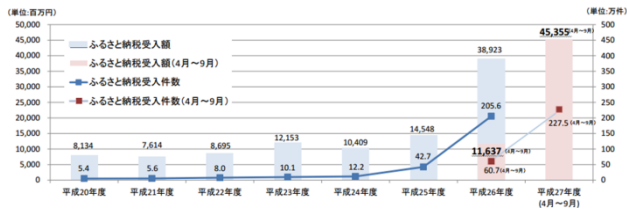


図2 「ふるさと納税」納税受入額推移
 (出所) 総務省ふるさと納税ポータルサイト

図2はふるさと納税額とふるさと納税受入件数の推移を示したグラフであるが、平成27年上半期の実績は約453.6億円の納税額、約228万件的納税受入件数と上半期のみで平成26年度の実績を上回っている。

このように順調にその規模を拡大しているふるさと納税であるが、寄附に対する返礼品が豪華になるに伴い、単なる自治体間の返礼品競争になっているとの指摘がなされるようになってきている。また、寄附額が上がることで返礼品も豪華になることから、その逆進性も批判につながっている。こうしたふるさと納税に関する批判的な意見の代表的なものに飯田(2016)や木下(2015a)等がある。また、木下(2015b)では下記の3点からふるさと納税が内在的に有する歪みを喝破している。

- (1) 税金頼みの地方産品の「安売り」が招く歪み
- (2) 地元産業の「自治体依存」の加速という歪み
- (3) 納税増加=歳出拡大という地方自治体財政の歪み

こうした論者の言に従えば、ふるさと納税は持続可能な仕組みとして疑問符がつくものである。



図3 「ふるさと納税」返礼品の例
 (出所) 宮崎県都城市ホームページ

2.2 地域のクラウドファンディングに関する先行研究

ふるさと納税とは対照的に、クラウドファンディングは元来地域に特化した資金調達手法ではない。米良・稲蔭(2011)はクラウドファンディングが最初に使われた事例として「2006年8月、fundavlog(動画とブログを組み合わせるプロジェクト)のMichael Sullivan氏」を紹介し、その仲介サイトが2011年時点でも米国において200以上存在したこと、プロジェクトも多様であることを指摘してい

る。

日本においてもクラウドファンディングの認知度は2011年頃から高まっており、Googleにおける検索数も図4に示されているように2011年頃から右肩上がりが増えて

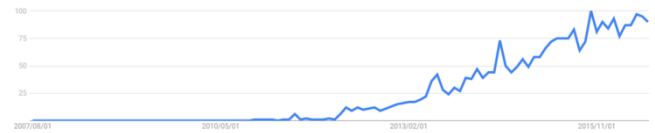


図4 「クラウドファンディング」の検索数推移 (Googleトレンド)

米良・稲蔭(2011)はクラウドファンディングが資金提供者の見返りが無い寄附型、資金提供者の見返りがお金以外の購入型、資金提供者の見返りがお金である購入型に大別されるとしているが、主に地域において活用されるケースでは購入型が利用されることが多い。また、地域におけるプロジェクト支援に特化したクラウドファンディングサイトであるFAAVO(<https://faavo.jp/>)も登場しており、地域における資金調達手段としてのクラウドファンディングの敷居はますます下がってきている。

なお、予稿執筆時点ではFAAVOのトップページ(図5)には地域で生まれたプロジェクト件数904件、エリア数59地域、地域に支援された合計金額416,402,034円といった数字が示されている。こうした数字がふるさと納税に比べると決して大きなものと言えないものの、地域におけるクラウドファンディングの活用が大きなポテンシャルを有していることが示唆されている。



図5 FAAVOのトップページ

3. クラウドファンディングの事例

3.1 ご当地迷彩「グンマーパターン」

ご当地迷彩「グンマーパターン」プロジェクトはぐんまお土産プロジェクトの一環として起案されたものであり、「nunotech」「妄想工作所」「朝倉染布株式会社」といった地域に関連した企業、団体、個人が連携したものである。元々は秘境「グンマー」といったネット上のネタを踏まえ

た製品として企画されており、FAAVO 内の説明文でも「地域の中が盛り上がるというより、地域から外に盛り上がり伝わるアイテムになればと願っています。秘境・群馬ならではの使用例などを「グンマー」ネタにからめて紹介しつつ、実は非常に優秀なこれらのアイテムの魅力、ひいては群馬の魅力を、愉快地発信できればと考えています。」と紹介されている。

製品として特徴的なのは迷彩の中に含まれた群馬県の絵柄であるが、生地自体も撥水加工されており、地元企業の技術力が十分に反映されている。また、クラウドファンディングのプロジェクトでは出資金額に応じてお返しは異なるが、高額の出資に対しては木箱での提供を行うなど差別化が図られている。

最終的にはこうした起案者の思い入れや工夫が支持され、目標の 40 万円を超える金額が 71 人の支援者から集まりプロジェクトが成立している。



図 6 「グンマーパターン」の迷彩

が、「建物の修繕等、この建物の保全自体を対象とする行政機関からの補助金等は存在せず、これまで自費で実施してきた維持・保全作業もこのまま自費で継続していくのはいずれ限界が訪れるという大きな問題を抱えており、」リノベーションに至ったということであった。加えて、「八幡堀や八幡山、近江商人の伝統的な商家の街並み、景観などの観光スポットが集まっているこの近江八幡市の旧市街エリア内には、現在、宿泊施設が 1 件も存在しない」という問題意識から、ゲストハウスとして利用することが決定されている。

こうした古い建築物の維持・保存や宿泊施設の整備などは従来は行政の補助金に依存してきた案件であるが、こうした課題解決のための資金調達がクラウドファンディングを通じて行われていることは注目に値する事例と言えるだろう。



図 8 ゲストハウスの客室



図 7 ギフト用のお返し



図 9 酒蔵であったことを利用した内装

3.2 近江八幡まちや倶楽部

近江八幡まちや倶楽部では江戸末期創業の酒蔵跡の維持保全・再生を通じての、地元の賑わい創出を目的に酒蔵跡をゲストハウスとコワーキングスペースに改装するプロジェクトを起案し、達成している。

元々は酒蔵跡を活用したイベント等を行ってきた

4. おわりに

本稿で挙げた事例は一部に留まり、かつ、特定の事業者偏っている点ですぐに一般化できるものではない。しかしながら、近年では熊本地震の被害にあった地元のプロバスケットボールチームである『熊本ヴォルターズ』がクラ

ウドファンディングサイトである CAMPFIRE (キャンプファイヤー) を通じて支援を呼びかけるなど、その資金調達のあり方は多様化している。当該のプロジェクトは残念ながら成約には至らなかったが、ふるさと納税の限界が指摘される中で、その可能性を示唆するものである。

謝辞 本研究は、JSPS 科学研究費補助金 (若手研究(B), 課題番号 15K16102) の助成を受けたものである。

参考文献

- 1) 飯田泰之・木下斉・川崎一泰・入山章栄・林直樹・熊谷俊人 (2016) 『地域再生の失敗学』, 光文社新書
- 2) 木下斉 (2015a) 『稼ぐまちが地方を変える』, NHK 出版新書
- 3) 木下斉 (2015b) 「ふるさと納税ブームに潜む地方衰退の「罨」」 (東洋経済オンライン)
- 4) 総務省「ふるさと納税に関する現況調査結果」(ふるさと納税ポータルサイト)
- 5) 米良はるか・稲藤正彦 (2011) 「クラウドファンディング: ウェブ上の新しいコミュニティの形」『人工知能学会誌』26(4), pp.385-391