

# まちづくりにおける新たな資金調達手法 「クラウドファンディング」

## はじめに

昨今の地方自治体の財政は、人口の減少に加え少子高齢化による生産年齢人口（15～64歳）の減少、企業の都市部集中による撤退等から自主財源＝税収が減少し、年々厳しさを増してきている。一方、民間では様々なアイデアを実現するために、従来とは異なる手法による資金調達も行われており、それを活用する自治体も現れ始めている。そこで、今回はまちづくりを行う新たな資金調達手法として「クラウドファンディング」を活用している神奈川県鎌倉市内における取組みを検証する。

## I. クラウドファンディング

### 1. クラウドファンディングとは

「クラウドファンディング」とは、群衆（Crowd）と資金調達（Funding）を組み合わせた造語で、提起された各種プロジェクトやアイデアなどを実現するために必要となる資金を、賛同する不特定多数の人々からインターネットを通じて募る仕組みであり、株主や金融機関などからは支援が比較的難しいとされる新製品の開発やクリエイティブな分野に対して有効な新たな資金調達手段のことである。

#### クラウドファンディングのしくみ

クラウドファンディングとは？

『Crowd＝群衆 Funding＝資金調達』という言葉の掛け合わせた造語であり、プロジェクトを実行するために必要な資金を、インターネットを通じてから支援して頂くことで、プロジェクトの実現までサポートすることを言います。



(株)サイバーエージェントが運営するクラウドファンディング「Makuake」HPより転載

このインターネット上における資金調達の仕組みは、米国で2008年に開設された「IndieGoGo」と2009年に設立された「Kickstarter」という2つのオンライン資金調達プラットフォームが始まりとされており、わが国でも2014年現在、30~40のプラットフォームが運営されている。わが国における主なクラウドファンディングのプラットフォームは次の通り（図表1）。

【図表1】日本国内における主なクラウドファンディングプラットフォーム

プラットフォーム名	開始年月	特徴等	運営会社	主なプロジェクト事例
Just Giving Japan	2010年3月	2001年に英国にて設立された世界最大級の寄付サイト「Just Giving」の日本版。寄付総額が10億円を超える国内有数のクラウドファンディング。	一般財団法人ジャスト・ギビング・ジャパン	<ul style="list-style-type: none"> <li>ノーベル賞を受賞した京都大学の山中教授率いる京大iPS細胞研究所への支援。</li> <li>三浦雄一郎氏の80歳でエベレスト挑戦への支援。</li> </ul>
READYFOR?	2011年3月	国内初、かつ最大規模のクラウドファンディング。社会性の高いプロジェクトが多いが、音楽や写真等クリエイティブな活動についてもOK。	オーマ(株)	<ul style="list-style-type: none"> <li>コアラのえさ“ユーカリ”の栽培費用を調達することに成功した名古屋市「東山動植物園コアラ応援プロジェクト」。</li> <li>陸前高田市の仮設住宅に新設する図書館を支援する「空っぽの図書室を本でいっぱいにするプロジェクト」。</li> </ul>
CAMPFIRE	2011年6月	ジャンルは問わず、クリエイティブなアイデアや新たなプロジェクトを実現させるプラットフォーム。	(株)ハイパーインターネット	<ul style="list-style-type: none"> <li>震災復興の手段の1つとして、福島第一原発の観光地化の可能性を探るべく、チェルノブイリへ事例取材を行うための費用調達。</li> <li>著作本の刊行に伴う、堀江貴文氏全国5都市無料公演ツアーに係る施設利用料やスタッフ交通費等への支援。</li> </ul>
Motion Gallery	2011年7月	映画やアート、音楽やイベント開催などクリエイティブな活動をスタート・実現させるためのプラットフォーム。	(株)MotionGallery	<ul style="list-style-type: none"> <li>尾道唯一の映画館を残すべく、デジタル映写関連設備の導入をサポート。</li> <li>やなせたかし氏のアニメ映画を、カンボジアの電気がない地域に住む子供たち対して上映するプロジェクトへの支援。</li> </ul>
FAAVO	2012年6月	地域を応援するプロジェクトに特化。支援者がお気に入りの地域を遠くにいながら応援することを可能にしたクラウドファンディングサービス。	(株)サーチフィールド	<ul style="list-style-type: none"> <li>廃校になる小学校の「校舎の卒業式」を開催（福岡）</li> <li>熊本野菜を使用したチョコ菓子の製作（熊本）</li> <li>労力がかかる桜島の灰取りを競技化し、地域を活性化（鹿児島）</li> </ul>
COUNTDOWN	2012年9月	革新的なプロダクトや新たなサービスが中心。チャレンジャーがプロジェクトを成功させるため、専門分野の人からの情報やノウハウを提供。	アレックス(株)	<ul style="list-style-type: none"> <li>外国人観光客向け「観光webガイド」の立ち上げ。</li> <li>口伝でつくる日本の伝統産業辞典「宝の地図」の作成。</li> </ul>
Shooting Star	2013年6月	資金がなく手がつけられなかった企画や、予算がつかずにボツになってしまったアイデアで、当プラットフォームのガイドラインに合致したもの。	(株)JGマーケティング	<ul style="list-style-type: none"> <li>子供達へ映画をプレゼント（無料鑑賞）するために、映画公開のための配給・宣伝・小学生以下0円興行に付随する経費の調達。</li> <li>北極冒険家・萩田泰氏による、日本人初（世界では3人目）の「北極点無補給単独徒歩到達」への支援。</li> </ul>
Makuake	2013年8月	スポーツやテクノロジー、エンターテイメントから地域活性化まで幅広い	(株)サイバーエージェント	<ul style="list-style-type: none"> <li>サッカー日本代表GKの川島永嗣氏が発起人となっている、海外に挑戦する日本人アスリートの語学学習をサポート。</li> <li>北海道「十勝地方」を舞台とした映画制作を支援。</li> </ul>

各プラットフォームのHPを基に当研究所にて作成

これらクラウドファンディングのプラットフォームについては、業界や職種の枠を超えてお互いの足りない部分を補完し合いながら活動する市民ユニット「public curations」が、『クラウドファンディング利用実態調査』（調査対象プラットフォームは「READYFOR?」「CAMPFIRE」「Just Giving Japan」「Motion Gallery」「COUNTDOWN」の5つ）を2013年4月に行っているが、それによると最も認知度が高いのは「READYFOR?」（32%）で、最も寄付率が高いのも「READYFOR?」（20%）であった。このことから、認知度の高さが寄付率の高さへ結びついていることがうかがえる。

クラウドファンディングはおおまかに次の3タイプに分けられる

- ① 支援者の共感をもとにしたリターン（見返り）のない『寄付型』
- ② 製品開発者やプロジェクト起案者が対価に商品を送るなど支援者に何らかのリターンを提供する『購入型』、
- ③ プロジェクト成功時にその売上や利益が支援者に支払われる『投資型』

このうち、わが国では②の利用が広がっており、その市場規模は、世界で既に5,000億円規模、国内では年間20～30億円と推定されている。

また、クラウドファンディングの資金配分方式には

- a. プロジェクト等の目標金額に達しなくても、集まった支援金は起案者が全額受け取り可能な「即時支援型」
- b. 募集期間内に目標金額に達するとプロジェクトが成立し支援金が起案者に対して支払われるが、目標金額に達しなかった場合にはそれぞれの支援者に全額返金される「All or Nothing型」（達成後支援型）

の2通りがあり、わが国では「All or Nothing型」を採用しているプラットフォームが多いが、プロジェクトによっては両方式とも採用しているプラットフォームも見受けられる。

一方、支援者からの資金提供方法にはクレジットカードによる決済が推奨されており、インターネットバンキングや電子マネーが利用可能な場合もある。また、なかには直接応援資金を振込むことができるプラットフォームもある。

## 2. 収益面

クラウドファンディングのプラットフォーム運営業者は、プロジェクトへの支援金が目標金額と同等、もしくはそれ以上に集めることができた額から15～25%の手数料を徴収しており、うち3.5～5.0%が決済に使われるクレジットカード会社への手数料である。クラウドファンディング

は、運営業者にとって金額が大きいプロジェクトを実現できれば大きな手数料収入を得られる魅力的な仕組みだが、プロジェクトが失敗した場合の賛同者への説明責任や詐欺による信用失墜等のリスクもはらんでいる。

## Ⅱ. クラウドファンディングのまちづくりへの活用（鎌倉市を事例に）

鎌倉市では、「鎌倉市役所」と民間組織「カマコンバレー」という、行政と民間によるクラウドファンディングを活用したまちづくりが行われている。

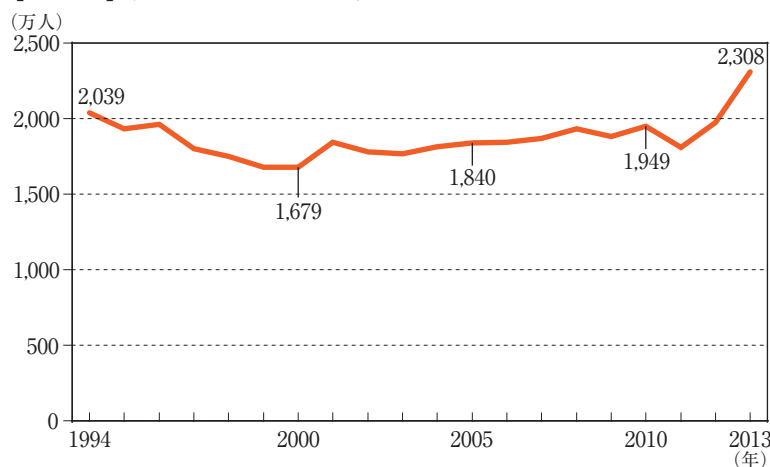
### 行政の事例

#### 1. 鎌倉市役所

##### （1）鎌倉市について

神奈川県鎌倉市の人口は、長崎県内の自治体では諫早市と平戸市の人口を合わせた数とほぼ同数の約17万人（2014年4月現在：住民基本台帳）。わが国初の武家政権が誕生したこの古都には多くの観光客が訪れており、2013年の延入込観光客数は、世界遺産登録への期待から前年比約17%増の2,308万人と、1994年以来となる2,000万人超えを達成している（図表2）。なお、宿泊客数は40万人弱と少なく、日帰り型の観光都市である。

【図表2】 鎌倉市観光客数の推移



鎌倉市の記者発表資料を基に当研究所にて作成

##### （2）クラウドファンディングを活用するまでの経緯

鎌倉市では、毎年観光関連で2億円を超える歳出を行っている。もっとも、人口は減少傾向にあり、市税収入の伸びが期待できないなか、必要不可欠ないわゆる義務的経費と呼ばれる社会保障費や公的施設の維持管理費などといった歳出は年々増加傾向にあり、義務的経費以外の予算は減少していくことが予想されている。また、市の税収構造の6割は個人の市民税が占めており、多くの観光客が来ている割には法人税の割合が極めて少ないことから、鎌倉市では、もっと市外からお金を落とすような仕組みを考えること、さらに税収以外の収入を確保することが課題と

なっていた。

そのようななか、2010年に一般財団法人ジャスト・ギビング・ジャパンが鎌倉市に対してクラウドファンディングプラットフォーム「Just Giving Japan」の活用を提案したことが、市に税収以外の新たな資金調達の可能性をもたらすこととなったのである。

【図表3】 鎌倉市におけるクラウドファンディング導入までの経緯

年度	できごと
2010	クラウドファンディング「Just Giving Japan」の運営会社一般財団法人ジャスト・ギビング・ジャパンから、行政の新たな財源確保の手法としてクラウドファンディングの活用話が持ち込まれる。
2011	地方自治法施行令が改正され、コンビニ等における税金の収納代行事務などと同様、寄付金についても収納代行が可能となる。
2012	税収外収入の確保活動の一環として、クラウドファンディングの活用に着手。寄付金の収納代行業務委託の契約内容や会計処理などについて検討を重ねる。
2013	4月に一般財団法人ジャスト・ギビング・ジャパンとの間で正式に寄付金収納代行委託業務契約を締結。11月にプロジェクトを発動。

鎌倉市役所への聴取を基に当研究所にて作成

### (3) クラウドファンディングの活用

自治体によるクラウドファンディングを活用した資金調達事例は、前述【図表1】にも記載したプラットフォーム「READYFOR?」を通じてコアラの餌“ユーカリ”の栽培費用の調達を名古屋市が2013年4月に行っているが、これはいわば東山動植物園の運営費にクラウドファンディングを活用したものであり、今回、鎌倉市で取り組まれたプロジェクトは、自治体が施設整備費にクラウドファンディングを活用した全国初のケースとなった。

鎌倉市では2013年11月、一般財団法人ジャスト・ギビング・ジャパンとともに地方自治体主体のクラウドファンディングによる観光施設整備事業『かまくら想い』プロジェクトを始めた。こ



クラウドファンディングを活用し新設された観光ルート板



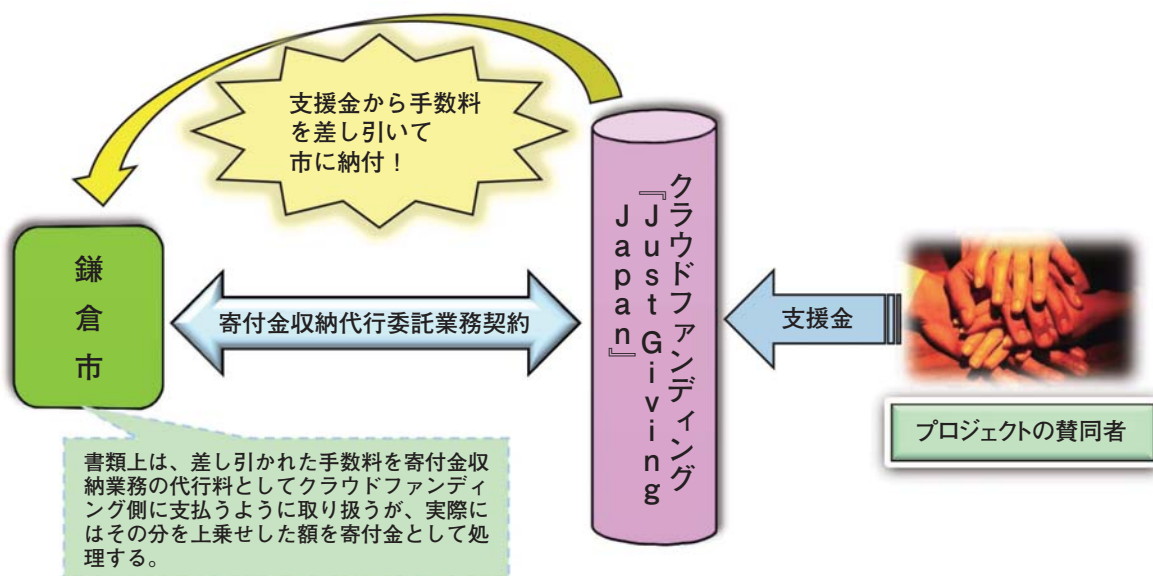
プロジェクト支援者の名前を刻んだ銘板

の『かまくら想い』プロジェクトとは、鎌倉市観光商工課が推進する観光施設整備事業の一環として、観光スポットを案内する観光ルート板を新たに10カ所設置しようというものである。具体的には、クラウドファンディングプラットフォーム「Just Giving Japan」を通じて同年11月1日から同年12月31日までを支援期間と定め、ルート板1基の設置にかかる費用約10万円×10カ所分＝100万円を、一口1万円で鎌倉を好きな方や応援したいと思っている方から募った。そのリターンとしては、新設するルート板に支援者の名前を刻み込んだ銘板を取り付けることにした。その結果、本プロジェクトは開始から1週間で75万円を集め、3週間で目標金額を達成し募集を締め切るなど、大成功を収めた。

#### (4) 会計処理について

自治体がクラウドファンディングを活用した資金調達を行うにあたり、プロジェクトへの賛同者から集めた寄付金（支援金）の取り扱いの問題が発生する。この点、鎌倉市では、以下のよう取り扱った。

【図表4】『かまくら想い』プロジェクトへの支援金の流れ



鎌倉市役所への聴取を基に当研究所にて作成

鎌倉市は寄付金収納業務をクラウドファンディングに委託していることから、その委託料を支払う必要がある。

例えば、プロジェクトへ賛同する人からの支援金額が10,000円の場合、クラウドファンディングの手数料が20%だとすると鎌倉市への支援入金額は8,000円となる。市では、先んじて徴収される手数料2,000円をクラウドファンディングへの委託料として処理し、実際にはその委託料分

を支援金8,000円に上乗せすることで“寄付金額=10,000円”とする手続きを行っている。

## (5) 成功の要因

今回の『かまくら想い』プロジェクトへの支援者の属性をみると、市内在住者が4割、市外からが4割、不明が2割で海外からはゼロであった。この結果に、鎌倉市は「本プロジェクトへの支援に対して市民が占める割合が半数近くとなっており、市税以外の収入の確保という当初の意図とは異なる結果となったが、自分たちの住んでいるまちをよくしようと市民が共鳴したことについてはよかったと思っている。市民が地元を大切に想うことが、観光地として最も重要なことである」としている。

本プロジェクトでは、クラウドファンディングの運営会社との話し合いを通じていかに支援者の琴線に触れることができるのか、という点を重要視したことに加え、運営会社側から達成度が目に見える形の方が支援を集めやすい、との助言から観光ルート板を1基（10万円）から設置することにした。仮に10万円しか集まらない場合でも1基分の設置が可能であり、また15万円しか集まらなかった場合でも、足りない5万円を市が負担することで2基分の設置が可能となるからである。

### 『かまくら想い』プロジェクトの成功要因

- ① クラウドファンディングによる支援の手軽さ（インターネットを利用するので、24時間どこからでも支援可能）。
- ② リターンの内容がよい（あなたの名前が古都・鎌倉に刻まれます！）。
- ③ 支援者の数を100名限定とし、募集期間も2カ月間と限定して、支援意欲を刺激した。
- ④ 【限定100名！あなたの名前が鎌倉のワンシーンになる】というキャッチコピーのうまさ。
- ⑤ 支援者のコメントからは、何よりも“鎌倉のまちをよくしていこう”という純粋な気持ちが見て取れる。

## (6) 今後について

鎌倉市では、クラウドファンディングを活用した今後の展開について次のように考えている。

- ① 公衆トイレの新設。市内には現在公衆トイレが38箇所設置されているが、トイレ間の距離が離れている場所が何カ所かあることから新設を検討している。しかしながら、費用が高額なことから慎重な対応が求められる。
- ② 1基の設置に20～30万円が必要な観光案内地図の新設。
- ③ 手狭な観光案内所の改築。

- ④ 小中学校における校外学習活動の際の昼食会場の確保（現在は公園等を利用しているが、雨天時に不便）。
- ⑤ 海や山の環境保全、神社仏閣に代表される文化財の保全など。

## 民間の事例

### 2. カマコンバレー有限責任事業組合

#### (1) 「カマコンバレー」とは

「鎌倉をITで、ハッピーに！」というコンセプトのもと、2012年12月、鎌倉市内のIT企業7社により結成された組織で、2013年4月に有限責任事業組合となった。

カマコンバレーは、鎌倉のIT企業間で競合するのではなく共に進み、成長していこうと合同勉強会を行ったことが組織結成のきっかけとなっており、ライバル関係ながら経営者と社員同士の仲が良い「Google」と「Facebook」という二大IT企業が立地している米国・シリコンバレーになぞらえて“カマコンバレー”と名付けられている。「ITでハッピー」と謳ってはいるが、IT産業とはすなわち情報産業であり、鎌倉に関する情報発信の手伝いを行うことを主目的としている。

カマコンバレーの会員は、2014年4月現在、法人会員が30社近くとなっており、そのうち4割がいわゆるIT関連企業であるが、「鎌倉をよくしたい」という企業理念があれば参加企業の業種を問うてはいない。また、個人事業主を含む個人会員は50人ほどで、その年齢は30代が最も多く、50～60代の会員もおり、近隣の街の議会議員も参加している。一般市民の参加も歓迎されており、他地域にはみられない独特のコミュニティを築いている。



カマコンバレーのロゴマーク（HPより）

#### (2) カマコンバレーを可能にした“鎌倉”という土地柄

鎌倉市はもともと観光のまちであり、情報関連産業が強かったというわけではない。しかし、ここ湘南地方は海や山が近いことから、好環境を求めて個人レベルでものづくりをする人々、いわゆるクリエイター系と呼ばれる人達が多く居住しており、また、環境に配慮した商品の製造販売を手がける米国企業patagoniaの日本支社に代表される、社会的ミッションをもちながら経済発展にも寄与するとしたポリシーをもつ企業が立地しているなど、ユニークな土地柄である。また、早くも東日本大震災発生1カ月後には、鶴岡八幡宮で宗派を超えた追悼・復興祈願祭が行わ



れるなど、1つの目標に向かって垣根を越えた連携ができる地域性を有している。

このような特徴をもつ鎌倉市に、2011年頃からクリエイターやデザイナー、コピーライターやITエンジニアなど情報通信業＝IT産業関連の人材が集まる現象が見受けられるようになった。これまでIT産業といえば、六本木や渋谷にオフィスを構えるというのが通例であり、そのような価値観とは異なる価値観をもつ人材が東京都内から約1時間と遠くはないが近くもない、ほどよい距離感のあるここ鎌倉市に集結しつつある。

### (3) カマコンバレーの活動とその影響

カマコンバレーでは月に一度、鎌倉をよくする施策を考えるための定例会を開催しており、会員の半数以上が参加している。外部からの見学者も増えてきており、最近では見学を制限するほどの盛況ぶりとなっている。

また、その活動は、各会員の本業にも好影響を与え始めている。中心企業の1つである村式(株)の住吉社長によると「カマコンバレーの人的ネットワークから起業した個人も数人おり、また直接的ではないが、間接的に本業に恩恵を受けるシーンが増えてきている」「最近では企業や経営者が集まっているという特徴を生かして、カマコンバレーで何か事業として成り立つビジネスモデルを新たにつくろう、という声も挙がってきている」とのことであった。

### (4) 鎌倉地域限定のクラウドファンディング「iikuni」

カマコンバレーが2013年8月に運営を始めた全国初の地域限定“鎌倉市専用”クラウドファンディングが「iikuni」である。10人から成る専任チームにより運営されており、カマコンバレーにとって「iikuni」は自分たちのアイデアを実現するツールにもなっている。

「iikuni」への支援金決済方法はクレジットカードのみで、手数料は15%。このうち3.5%はク



「iikuni」のロゴマークとその仕組み（HPより）

レジット会社の手数料となり、実入り分は11.5%と、他のクラウドファンディングと比較して非常に少なく、実質ボランティア感覚での運営となっている。また、資金配分方式は「All or Nothing型」である。

### ①「iikuni」におけるプロジェクトの採用方法

カマコンバレーで月1回開催される定例会には、参加者が毎回70名程度(多い時には100名超!)おり、1組5分間の持ち時間で5組のゲストプレゼンターが鎌倉市のまちづくりに関するプレゼンを行う。プレゼンの終了後に参加者はそれぞれ興味をもったプレゼンターの所いき、皆でそのプレゼンされたアイデアをより良くするためのブレインストーミングを行う。その過程で企画が洗練されていき、より現実に近いものとなっていく。そうしてまとまったアイデアをクラウドファンディング「iikuni」に掲載して資金調達を行う、という手順を踏まえている。持ち込まれたアイデアをそのまま採り上げるのではなく、カマコンバレーの会員間でさらにアイデアを出し合って「iikuni」のプロジェクトに採用することが特徴である。

当初はカマコンバレー側から依頼していたゲストプレゼンターも、今では問い合わせが多く、毎月5、6件のプロジェクトが持ち込まれている状況にある。プレゼン内容が鎌倉市に関連することであれば市外の方でも持ち込み可能であり、鎌倉市から世界に向けて発信したい、という逆の発想も大歓迎としている。しかしながら、いいアイデアはどこから湧くのかわからないので、募集の際には、その内容が鎌倉市に関係あるものか否かの精査までは行っていない。

地域を盛り上げる手段として、クラウドファンディングは相性がよいといわれているが、「iikuni」では、同じ地域振興関連を取り扱う他のクラウドファンディングとは異なり、プロジェクト提案者の顔が見える仕組みとした。提案者の顔が見えることで、運営しているカマコンバレーの会員と提案者との間に仲間意識が芽生え、それがバックアップすることにもつながっている。コミュニティがあるなかで行われるクラウドファンディングだからこそ可能となった。

### ②採用されたプロジェクト

カマコンバレーへの参加企業は、「iikuni」でビジネスを行っているのではなく、それぞれが本業を抱えている。このため、忙しい本業の合間を縫って取り組むべきプロジェクトを吟味していたことから、2014年3月末時点で「iikuni」に掲載されていたプロジェクトは5件と少なかった。しかしながら、同年4月に専門チームを発足させたことで、同月末には一気に3つのプロジェクトを掲載している(図表5)。

【図表5】クラウドファンディング「iikuni」のプロジェクト

プロジェクト名	内 容	目標金額(円)	達成可否
① 津波が来たら高い所へ逃げるプロジェクト	東日本大震災を忘れず、津波に対して、鎌倉市民1人1人が考えるきっかけとすべく、9月1日の防災の日に鎌倉生涯学習センターの壁面を使い、津波がきたときのイメージを表現し、併せて東北を支援する物産展や写真展、鎌倉の逃げ地図作成活動の紹介等、様々な防災イベントを開催したい。	1,257,000	○
② 子供たちにも『鎌倉ジャズ祭』に参加してもらおうプロジェクト	「鎌倉新能」で使われる特設の能舞台をそのまま使い、伝統とジャズが合わさった音楽祭・第1回『鎌倉ジャズ祭』に子どもたちを無料で招待したい。子どもたちに素晴らしいジャズ音楽を生で聴いてもらい、鎌倉でしか味わえない一体感を感じてもらいたい。	600,000	○
③ 鎌倉にプチ移住したい人に鎌倉山テラスハウスを提供する鎌倉マイクロステイプロジェクト	鎌倉は魅力ある街で、好きな人はたくさんいる。鎌倉に移住するハードルを下げるべく、プチ移住を考える人のためのプロジェクト。鎌倉に新しい仲間を増やすきっかけをつくり、鎌倉をより活気ある地域としたい。目標金額の10万円は、テラスハウスに1週間在住する家賃。	100,000	○
④ 鎌倉の名店、名所のステッカーを作ろう！“鎌倉オリジナル”ステッカープロジェクト	鎌倉ならではの名店、名所などを、内外に広くアピールする「鎌倉オリジナルステッカー」制作のための制作資金を、鎌倉好きの有志から募集したい。制作したステッカーは参加表明者各自へ分配し、商品としての販売はもちろん、おまけとしての無償配布等、目的に応じて自由に活用可能。	618,000	×
⑤ 「地域で子どもを育てる」鎌倉アフタースクールプロジェクト	鎌倉市民や鎌倉に関わる人が資源豊富な鎌倉ならではの活動を実現し、子供たちにその特技や思いを伝えるのが「鎌倉アフタースクール」である。鎌倉の資源を集め、子供たちに届けるアフタースクールを開校したい。	355,000	○
⑥ 本と街を楽しむ！「ブックカーニバル in カマクラ2014」	地域振興に貢献しようと昭和37年まで続けられていた「鎌倉カーニバル」。鎌倉には数多くのイベントがあるが、本を主役にしたイベントはまだ少ない。昔のお祭りのオマージュとして、本、を主役にしたイベントを開催し、子供から同世代の男女、年配の方まで本を選び、語り、楽しんでもらいたい。	100,000	○
⑦ 日本初！フィンランドの実生活からヒントを得て開催する「クリーニングデイ in 鎌倉」	世界幸福度ランキングの上位国であるフィンランド。そのフィンランド発のリサイクル・カルチャー・イベントが“Cleaning Day（誰でもどこでもフリーマーケットを開ける日）”である。従来のフリーマーケットのイメージを払拭し、モノ・ヒト・コトが楽しく循環する場を鎌倉に作りたい。	250,000	チャレンジ中
⑧ 鎌倉の朝を元気にする「Otento Sun Sun Project 2014」	自然のリズムに寄り添うライフスタイルを大切にすべく、朝食・イベント・観光などの鎌倉の朝を発信するメディア『鎌倉 朝マップ』（フリーペーパーとWeb）を作成し、鎌倉に暮らす人・旅する人・働く人が朝から活動するきっかけとしたい。	200,000	チャレンジ中

「iikuni」のHPを基に当研究所にて作成（2014年5月20日現在）

また、このクラウドファンディングからは、新たなビジネスも誕生している。【図表5】のプロジェクトのうち、③のプロジェクトは評判を呼び、これはニーズがあるとの判断から発案者が専用サイトをオープンして「microstay(株)」を起業、鎌倉市内の空き物件を活用した1週間単位のショートステイ事業を始めた。カマコンバレーのメンバーもクラウドファンディングの成果をここまでとは予想していなかったとのことである。

月に一度のアイデアコミュニティの会からプロジェクトが生まれる鎌倉地域限定のクラウドファンディング「iikuni」。まずは「カマコンバレー」というまちづくりを支援する民間組織があり、そこにクラウドファンディングという装置が付いているのである。

### Ⅲ. 今後の課題などについて

#### 1. クラウドファンディングの活用における留意事項

##### (1) 高額な目標金額は達成が困難

鎌倉市が公衆トイレの新設にクラウドファンディングを活用することに慎重な姿勢を崩さないのは、目標金額が大きいプロジェクトは非常に厳しいとの認識からである。

公衆トイレの新設には、新たな土地を取得することから始めて約1億円が必要となるが、クラウドファンディングへの支援の動機に「自分が支援したお金がこういった“形”となるのか」という達成度が大きな要素の1つとしてある。1億円を集めるには、時間がかかることが予想され、支援者にはその“形”が見えるのがいつになるかわからない。また、プロジェクトを実行した結果、仮に2千万しか集まらなかったとすると、行政としては支援に応じた人達の気持ちを無駄にはできず、足りない残りの8千万円を税金で補填し、必ずトイレを完成させなければならないというのは本末転倒である。市の財政にそのような余裕はない。

東日本大震災の復興関連支援やIPS細胞を研究している京大・山中教授への支援など、皆の共感を得やすいようなプロジェクトは別として、支援が集まらなかった場合を想定した場合、目標金額が高額なプロジェクトはどうしても慎重にならざるを得ない。それは、クラウドファンディングによるまちづくりの可能性を狭めてしまうことにもなりかねない。

##### (2) プロジェクト達成のポイント

鎌倉市のほかに、基金をクラウドファンディングで集めようとした自治体があったが、いずれも目標金額を達成できていない。このことからまずは多くの人に関心を得るようなプロジェクトを掲げ、いつできるのかなど目に見える達成感を提供し、適正な目標金額を設定するなど、実際の支援行動に結びつきやすい条件を整えることが、支援者の協力を得るポイントとなるだろう。

##### (3) 高齢者には利用しづらいシステム

クラウドファンディングは、インターネット上の仕組みであることから、共感できるプロジェクトに対して簡単に支援を行うことができる一方、お金はあるがITに疎い高齢者の方へのアプローチや協力を仰ぐという点において弱く、まちづくりに積極的だがインターネットは利用しない高齢者にどう参画してもらうのかも課題の1つとなっている。

#### 2. 地域限定型クラウドファンディングの運営

前述の村式(株)・住吉社長によると、「地域に特化したクラウドファンディングを運営するにあ

たりポイントとなるのは、“鎌倉をよくしよう”との思いを一にする人が、業種や立場などの利害関係、あるいは年齢・性別の垣根を越えて集まっている組織、すなわちカマコンバレーのような地域独自のコミュニティ。これ無しに「iikuni」というクラウドファンディング装置のみ各地に持ち込んでも、それはほとんど機能しないだろう」とのことであった。

他地域にもカマコンバレーと同じようなコミュニティが成立するために、住吉社長が重要だと考える事柄は次の4つ。

- ① 地元で中心の企業が協力すること。
- ② 会合を行うにあたり、場を仕切ることができるファシリテーター（出席者からの意見を引き出し、相互理解や合意形成を促進する人）の役割を担える人材がいること。
- ③ コミュニティ団体と地域との橋渡しができる人材がいること。
- ④ プレゼンの準備や問い合わせに対応でき、会員からの相談などにも対応できる、いわゆるお母さんのような役割ができるキーマン女性事務職員がいること。

住吉社長自身、全国から招聘されてまちづくりを行っている地元の人たちと話す機会が多いなか、この4項目が揃っている地域はなかなかないことがよくわかったとのことであった。

## おわりに ～長崎のまちづくりにもクラウドファンディングの活用を～

鎌倉市が行ったクラウドファンディングのまちづくりへの活用事例は比較的取り組みやすいものであることがわかった。また、「カマコンバレー」という地域独自の民間コミュニティも、鎌倉の土地柄やほどよい都市圏からの距離感、近年におけるIT関係者の移住等、いくつかの要因が重なってうまくできあがったことも確認できた。

クラウドファンディングについては、多くの人に“いい”と思ってもらえる要素を押えることができればそのプロジェクトは成立しやすいが、支援者に魅力を伝えることができないプロジェクトは目標金額をクリアすることが難しく、またそのリターンについてもよく考えておかなければならない。マーケティングリサーチを行っている㈱リビジェンの調査では、わが国におけるクラウドファンディングの認知度は13%で、その利用経験者も4%と低く、まだまだ一般には認識されていない仕組みといえる。その一方で「クラウドファンディングの平均調達額は現在約80万円となっており、以前は数える程しかなかった100万円を超えるプロジェクトが、現在では数多く存在している」（住吉社長談）ということであり、今後広く知られるようになれば、活用がさらに広がる仕組みであることは間違いなく、この比較的容易に資金調達ができるシステムをうまく使いこなすことが求められよう。

また、住吉社長は「クラウドファンディングシステムは、初めから構築すると500万円以上は

かかるが、導入をお考えの地域があれば、完成している「iikuni」のシステムを参考にすることで安価な構築が可能となる」とも話しており、既に佐賀県武雄市では、「iikuni」のノウハウを用いたクラウドファンディングが運営されている。自分たちの力でまちづくりを行うことができ、まちを変えていける仕組みの1つが地域限定のクラウドファンディングであり、必要資金の調達と同時におらがまちのファンも開拓できることで、幅広いネットワークが構築できる。

ここ長崎県においても、大手のIT企業はともかく、HPを作成する会社など複数存在していることから、長崎地域限定のクラウドファンディングの運営も可能であろう。また、加えてそのプラットフォームの運営組織としてカマコンバレーのような新たなコミュニティの出現も期待したい。

(杉本 士郎)