

農山村地域活性化におけるクラウドファンディングの有用性に関する研究

Study on usefulness of crowdfunding as a tool for revitalizing rural areas

Key words: crowdfunding, rural area,, buying type

農村計画学分野 稲垣 伸

1. 研究の背景と目的

2011年3月、わが国を襲った東日本大震災の後、全国、そして世界中から多くの寄付が集まったが、yahoo!ネット基金などネットワークを介した寄付も多く集まった。その中で注目を集めた方法がクラウドファンディングである。クラウドファンディングとは crowd (=群衆) と funding (=資金調達) の造語で、新しい商品やアイデアを持つ人がインターネットを通して不特定多数の人々から小口のお金を集めることである。ものづくりや芸術など様々な分野でも使われるようになり、平成26年度内閣官房地域活性化統合事務局による地域活性化の推進に関する関係閣僚会合では「クラウドファンディングなど地域住民による直接的な資金提供や、寄付、さらには大都市等他地域の住民から地域への資金の流れを作る産業育成プロジェクトを重視して取り組む」とある。クラウドファンディングが農山村地域活性化のための新たなツールとして活用できる可能性がある。

一方農山村地域における有効的なクラウドファンディングの利用法といった先行研究はほとんどない。本研究では、農山村地域においてクラウドファンディングで資金調達に成功した事例を調査することでクラウドファンディングが資金という面以外で生み出した副産物、そして今日における潮流を分析することで農山村地域における活用のメリットを明らかにする。そして有効的な利用法を提示することで農山村地域におけるクラウドファンディング利用のさらなる促進になることを目的とする。

2. クラウドファンディング概要

インターネットを介した大衆からの資金調達は、1997年にイギリスのロックグループマリリオンのファンが全米ツアーを引き受け、ファン主催のインターネット上のキャンペーンによる寄付で6万ドルを集めたことが始まりだと言われている。クラウドファンディングは資金提供した人に送られるリターンの性質により「寄付型」「購入型」「投資型」の3つに分けられる。投資型はさらに「貸付型」「ファンド型」「株式型」に分けられる。以下がそのリターン

による分類である。

表1 クラウドファンディング 類型

類型	リターン	特徴	
寄付型	なし	被災地や途上国支援など、社会意義の高いプロジェクトが多い	
購入型	金銭以外のモノやサービス (完成した製品やイベントの招待券など)	社会貢献から芸術など幅広い分野がみられる。	
投資型	貸付型	利子	リターンが金銭であるため事業主への審査が厳格。 資産運用という面が大きい。
	ファンド型	売り上げに応じた配当	
	株式型	業績に応じた配当	

本研究ではクラウドファンディングのうち、農山村地域活性化を目指すプロジェクトの初期段階に向いていると考えられる購入型でのクラウドファンディングを対象としている。その中でも特に地域活性化を目指したプロジェクトが多いプラットフォームである「READYFOR」と「FAAVO」の二つを研究対象とした。農山村地域におけるプロジェクトに絞って6件の事例に電話、対面を含む聞き取り調査を行った。以下がその概要である。さらにクラウドファンディングの課題や近年の潮流を調査するため2015年1月15日に品川で行われたクラウドファンディングサミット2015というセミナーに参加し、FAAVO、kibidango、GREEN FUNDING、Makuakeの4つのプラットフォームの代表にお話を伺った。

表1 調査対象概要

資金調達目的
古民家の改修費
イベント開催費等
着ぐるみ製作費
冊子製作費
住宅建設費の一部
猟師の学校の教材費

3. 調査結果

FAAVO 新潟を対象にした調査によると FAAVO 新潟に集まった支援のうち県外在住者と県内在住者の比はほぼ半々、さらに県内出身と県外出身の比は6対4であった。いかに県外の人々からも共感を集め資金調達に繋げることが重要であることがわかる。

また左記の調査事例全てからクラウドファンディングを通じて資金調達をする副産物として、お金と共に共感も集め、その輪を広げながらプロジェクトを遂行できるという点が挙げられた。そしてそれを支えるのは購入型クラウドファンディングでプロジェクトを立ち上げる障壁の低さであることがわかった。また今後の動向として行政の利用と EC との連携という点が挙げられる。

4.1 購入型クラウドファンディングの障壁の低さ

クラウドファンディングの中でも「寄付型」「購入型」はプロジェクト主体に対する条件が「投資型」に比べ緩い。投資型クラウドファンディングの場合、行政等による補助金や助成金の申請と同様、各種必要書類や審査が必須となる。それに比べ購入型の場合詳細な年次計画書や財務関連の書類は必要なくプロジェクト案を申請してから最短で3か月後には資金調達をすることができる。誰にでも資金調達できるチャンスはあるのである。

4.2 共感を広げながらプロジェクトを遂行する

クラウドファンディングで明確に自分の想いを表明することで、これまで関わりの薄かった人や、全く知らなかった人も支援してくれているとわかり、モチベーションがあがり覚悟がつくだけでなく、クラウドファンディングがあったからこそその繋がりから新たなプロジェクトを起案したり実際に協力してもらったりする機会があるという。農山村地域という不利な条件であるからこそ地域外の人々からも支援を得て、興味を持ってもらうことがその地域を気づけることにつながる。その点で購入型クラウドファンディングは有効であると考えられる。

4.3 今後の動向

(1) 行政による利用

2014年12月福井県鯖江市がFAAVOを統括する株式会社サーチフィールドと共同でFAAVO さばえを開設した。国内では初となる行政による購入型ク

ラウドファンディングへの参入となる。その他にも大阪府では「クラウドファンディングサポート事業」を実施している。その知名度向上や中小企業による促進を目的とし、プラットフォーム記載のため企画、事業案のサポートを行っている。行政の参入による信頼性の向上や、行政も税金に頼らず事業を遂行できる可能性を秘める。

(2) EC との連携

「kibidango」というプラットフォームではプロジェクトの資金調達期間終了後も同じサイト内に存在するオンラインストアのページで引き続き商品を買えることができる。また FAAVO では、無料でオンラインストアを開設できる「BASE」と提携し、FAAVOで資金調達をした後もBASEにて商品を買えることを薦めている。クラウドファンディングを通して獲得した支援者を引き続き EC という場で商品を購入してもらうことで継続的に興味を持ってもらえるきっかけになる可能性が十分にある。

5. まとめ

クラウドファンディングのなかでも特に購入型ではその参入ハードルは低く自分の想いを実現させたいという気持ちがあれば誰でも資金を募ることができる。しかしその気軽さゆえ詐欺やプロジェクト失敗のリスクもはらんでいる。各プラットフォームは気軽さという利点を残しつつ詐欺といったリスクを回避する審査基準を設けるべきであろう。リターンにイベントへの参加権といったプロジェクトへの参加意識を持てるものを設定するなど、資金調達を通してお金だけでなく共感も集め、その輪を広げることが地域外の人からの支援を得ることにもつながる。新たなつながりを生かしながらプロジェクトを遂行することで特に農山村地域で課題となっている域外の人にその地域の資源を訴求するという点に一定の効果が得られる可能性がある。行政によってその効果を補完し、さらに EC との連携などが今後見込まれるが農山村地域に関わる人が地域の問題を解決しようと小さなことからでも何かプロジェクトを立ち上げるという積み重ねこそが農山村地域において重要である。そのための一つのツールとして購入型クラウドファンディングは有効であると考えられる。

参考文献

- 1) 内閣官房地域活性化統合事務局 (2014) : 成長戦略改訂に向けた地域活性化の取組みについて (案)
- 2) CF-library(2014): クラウドファンディングとは? (<http://cf-library.info/crowd-funding>)
- 3) FAAVO Magazine(2014):FAAVO 月刊レポート (<http://faavo.jp/magazine/4953>)
- 4) 大阪府 (2014) : クラウドファンディングの促進活用 (<http://www.pref.osaka.lg.jp/keieishien/crowdfunding/index.html>)