

「ふるさと投資」の手引き

2015（平成 27）年 5 月
「ふるさと投資」連絡会議

本編 目次

はじめに.....	2
1 章 「ふるさと投資」とは.....	4
2 章 「ふるさと投資」の仕組み	6
3 章 「ふるさと投資」の手段としてのクラウドファンディングとは.....	10
(1) クラウドファンディングとは？	10
(2) クラウドファンディングの種類.....	11
(3) わが国でのクラウドファンディングの歴史と普及状況	12
(4) クラウドファンディングの仕組み	15
(5) クラウドファンディング活用の意義・メリット	20
(6) 「クラウドファンディング」を「ふるさと投資」として活用する意味	24
4 章 「ふるさと投資」の活用において、地方公共団体や地域金融機関に期待される役割.....	26
(1) 先進事例にみる地方公共団体の役割	28
(2) 先進事例にみる地域金融機関の役割	33
5 章 「ふるさと投資」の今後の活用拡大に向けて	38
<参考>	43
<索引>	50

資料編 「ふるさと投資」の事例集

はじめに

わが国経済の長期にわたる低迷は、地域の社会経済に深刻な影響を与えてきました。こうしたなか、地域活性化に必要な資金をクラウドファンディング等の手法により集める「ふるさと投資」（定義は第1章を参照）の成功事例が、10年ほど前から徐々に見られるようになり、単なる資金集めの手段としてだけでなく地域や事業のファンを増やす効果も見られるなど、地域活性化に資する有効な手段として認識されました。特に、平成23年3月に発生した東日本大震災からの復旧・復興事業においてクラウドファンディングを活用したさまざまな先進的な取り組みがなされたこともあり、「ふるさと投資」に注目が集まることとなりました。

こうした動きは国の政策にも影響を与え、「日本再興戦略」（平成25年6月閣議決定・平成26年6月改訂）で民間の力を最大限引き出すための資金調達の多様化の一環としてクラウドファンディングの活用が言及され、「まち・ひと・しごと創生総合戦略」（平成26年12月閣議決定）においても地域産業の競争力強化や既存ストックのマネジメント強化のための施策として「ふるさと投資」の推進が位置づけられています。

このように社会全体として「ふるさと投資」への関心が高まりを見せるなか、平成26年10月、先進的な取り組みをしている地方公共団体や地域金融機関、仲介事業者等を構成員として、「ふるさと投資」連絡会議が設立され（事務局：内閣官房（内閣府地方創生推進室））、数次の会議開催を通じて、事例研究や情報共有の取り組みを行ってきました。

この手引きは、地方創生等の地域活性化を図るため「ふるさと投資」の活用を考える地方公共団体や地域金融機関等の関係者が、一定の指針として活用できるよう、構成員各位の協力を得て、「ふるさと投資」連絡会議が作成したものです。この手引きを通じて、以下のような効果が発揮されることを期待しています。

- ① 「ふるさと投資」への理解
- ② 「ふるさと投資」に対する効果的な関与により、地域資源の活用やブランド化などの**事業の発掘・促進**
- ③ 発掘・促進されたさまざまな事業が支える地域活性化の実現

編集にあたっては、特に地方公共団体や地域金融機関等の実務担当者による活用を念頭に、以下のような構成としています。

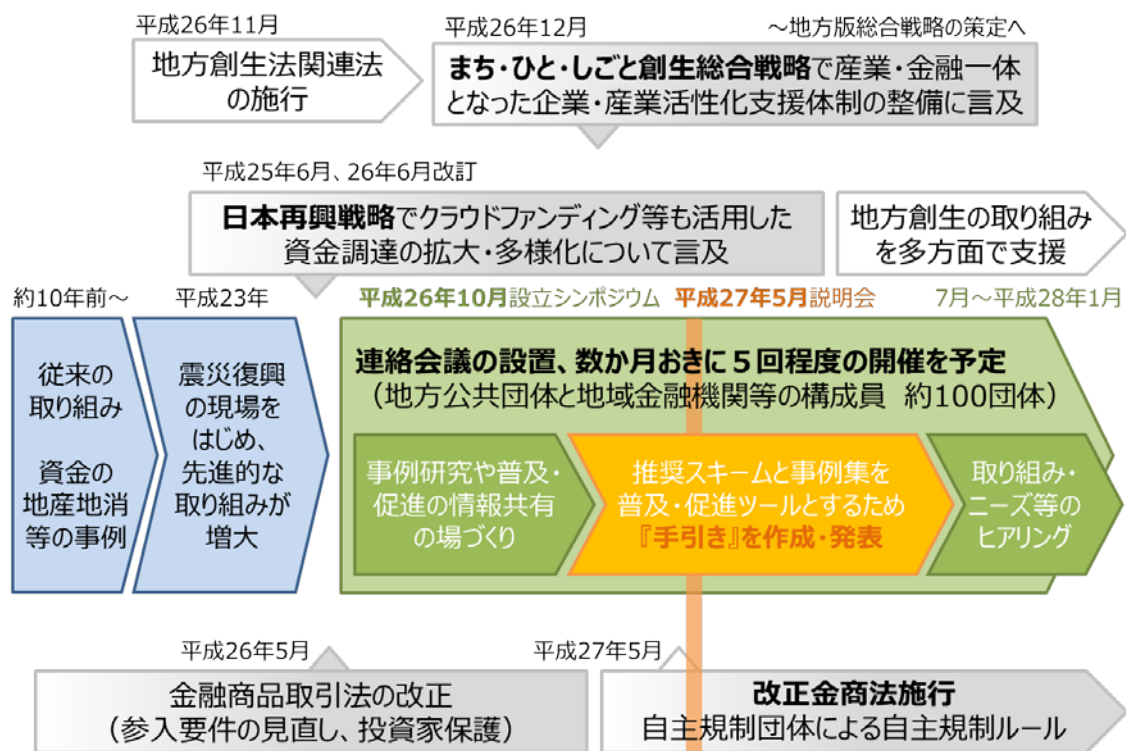
《本編》…「ふるさと投資」やクラウドファンディングの基本的事項に関する解説、関係者に期待される役割の解説等を通じ、「ふるさと投資」に関する基礎知識をまとめています。

《資料編》…地方公共団体や地域金融機関等の実務担当者が、自らの立場に置き換えて「ふるさと投資」の活用シーンを想定できるよう、「ふるさと投資」を活用した先進事例を、さまざまな目的や投資タイプに応じて、幅広くかつ詳しく紹介しています。

今後、地方公共団体や地域金融機関等のみなさまがこの手引きを活用することで、事業者や住民等を含めた地域の関係者全体にとっても「ふるさと投資」がより身近なものとなり、各地域において“あたたかい資金”の流れが生み出されてさまざまな事業が花開き、ひいては**地域活性化が実現されるという好循環が実現されることを期待**しています。

引き続き、各地域での先進事例に学び、健全な市場育成と信頼性確保に資する取り組みが進むよう、連絡会議構成員各位にはご理解・ご協力をお願いします。

▼手引き作成の背景



1 章 「ふるさと投資」とは

本章では、「ふるさと投資」の概要について、説明します。

1. 「ふるさと投資」の定義

「ふるさと投資」連絡会議では、「ふるさと投資」を次のように定義しています。

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等の手法を用いた**小口投資** であって、
地域の地方公共団体等の活動と**調和が図られるもの**。

2. 「ふるさと投資」の概念

「ふるさと投資」は、次の考え方に基づいています。

IT の普及により、クラウドファンディング等の手法が確立されたことで、都市から地方への新しいお金の流れが実現されるようになりました。プロジェクトを実施する事業者の立場では、単に新しい資金調達的手段にとどまらず、事業に対する共感を得ることでファン（顧客）の獲得が期待されます。個人をはじめとする小口投資家の立場では、単に資金運用にとどまらず、その**事業や地域に関心を持つ効果**が期待されます。

これらを地域視点で捉えると、一つ一つの事業をとおり地方と都市がつながることによって、潜在的に地方に存在する地域資源を掘り起こし、事業が拡大し、雇用が増え、人が呼びこまれ、特色ある地域経済の活性化という好循環が期待できます。その際、地域に根差し、地域を良く知る、地方公共団体や地域金融機関（及びその施策・戦略）との効果的な連携・調和が図られていることが有効と考えられます。

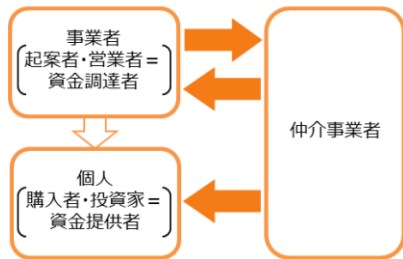
地方公共団体や地域金融機関との効果的な連携・調和のあり方については多様であり、本手引きでは、地方公共団体や地域金融機関が効果的にかかわった先進事例に加え、直接のかかわりはないもののプロジェクトの経過や効果を地域が享受できている取り組みも合わせて紹介し、かかわることの意義・動機と役割について説明します。

もちろん、「ふるさと投資」にかかわるにあたっては、個別事業の成功や提供資金の元本償還が保証されるものではないことや、詐欺や反社会的勢力の活動に利用されるリスクがありうることへの留意が必要であることは言うまでもありませんので、各地域の先進事例においても、仲介事業者を含めた関係者とのコミュニケーションにおいて、試行錯誤が重ねられています。

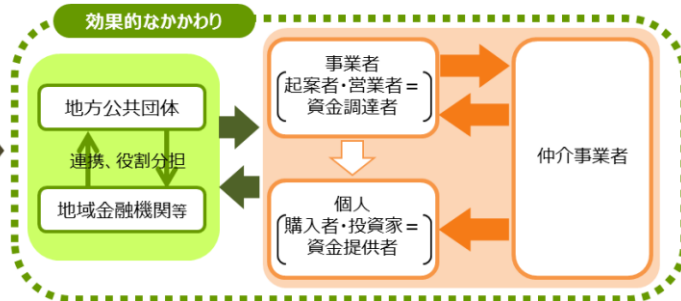
こうした考えに基づき、**地方公共団体や地域金融機関のみならず**、本手引きを参照していただくことにより、「ふるさと投資」が、人口が減少する社会において、**地域が活性化する一つの有効な手法として認知され、活用されることを期待**しています。

▼「ふるさと投資」の概念

＜一般的なクラウドファンディング等＞



＜クラウドファンディング等の手法での「ふるさと投資」＞



3. 「ふるさと投資」が想定する手法の範囲

「ふるさと投資」で想定するクラウドファンディング等”の手法を用いた小口投資とは、金融機関のバランスシートを経由せず、資金の出し手が資金の受け手のプロフィールや属性を直接把握することのできる、いわば「顔の見える」小口金融商品を意味します。ややもすると、従来の金融手法では投融資の対象とはなりえなかった地域の魅力ある事業、プロジェクトに対して、「顔が見える」ゆえに、「個人の志」と「金融機関とは異なるリスク許容度特性等」を活かして、市民が直接出資等を行うことで、地域活性化を推進することができると考えています。

「ふるさと投資」の定義では「クラウドファンディング等」の手法として、次の2つを想定しています。

① クラウドファンディングサイトの活用

ITを活用することで、審査コストや取引コストの低減が実現されること、幅広く資金の出し手を募ることができることなどから、小口投資の手法としては主流となっています。国内では専門の仲介事業者が概ね100程度のサイト（うち9割が【購入型】）を、それぞれの特色をもって展開しています。

プロジェクト案件によっては説明会・現地見学会開催やSNS利用も行われ、より顔の見える関係が築かれようとしています。なお、事例としては極めて少ないものの、ITを補完する手段として、イベントブースでの収納や振込用紙などを併用した事例も見られます。

② 窓口顧客への販売

預金・証券・共同購入等の既存の営業ルートを活用して、窓口顧客に対して募集・販売される手法です。

手数料や入金手続きの課題から、1口当たり数十万円という設定のプロジェクトで試行されている段階と言えます。

なお、改正金融商品取引法の平成27年5月施行により、投資者保護のためのルールの整備として、【投資型】クラウドファンディング業者に対して、ウェブサイト上での適切な情報提供やファンド等の事業内容の審査などが義務づけられます。地方公共団体や地域金融機関においても、投資者保護の観点から「ふるさと投資」の管理・監督でも一定の役割を担い、信頼性を高めることが重要です。

2 章 「ふるさと投資」の仕組み

本章では、「ふるさと投資」の仕組みと、関係者に期待される役割のおおまかなイメージについて概説します。

本章のポイントは次のとおりです。

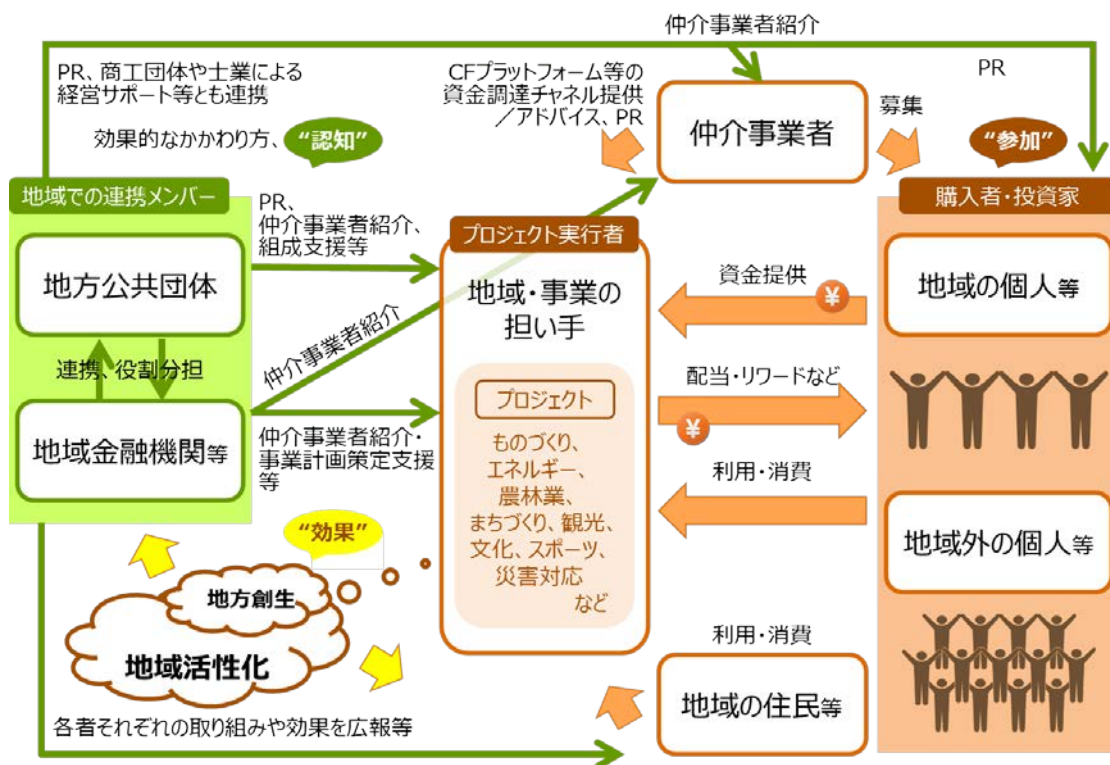
- ・「ふるさと投資」の仕組みは、地域・事業の担い手（＝事業者）が新しいプロジェクトを実行するため、地方公共団体、地域金融機関等、仲介事業者、地域内外の個人等が一体となることで、プロジェクトの効果がより広く地域にもたらされ、新しい「しごと」や「雇用」が創出されるものです。
- ・地方公共団体や地域金融機関等のかかわり方は多様ですが、地域で行われる「ふるさと投資」に関心を持ち、少なくとも、プロジェクトを「認知」し持続的にサポートしていただくことが重要です。

1. 「ふるさと投資」の仕組みと関係者

「ふるさと投資」の仕組みは地域・事業の担い手（＝事業者）が新しいプロジェクトを実行するため、地方公共団体、地域金融機関、仲

介事業者、地域内外の個人等が一体となり、調和することで、個人の資金が当該事業者に供給される結果、プロジェクトの効果がより広く

▼ふるさと投資の仕組みと関係者



地域にもたらされ、新しい「しごと」や「雇用」が創出される仕組みであると考えています。

一般的なクラウドファンディング等においては、直接的な関係者として、「事業者（資金調達者）」、「個人（資金提供者）」、「仲介事業者」が存在します。（⇒詳しくは第 3 章（4）を参照）

そのうえで、特に「ふるさと投資」においては、上記の直接的関係者に加えて、「地域での連携メンバー」として、地方公共団体や地域金融機関等が効果的にかかわっていくことが重要な要素となります。

具体的なかかわり方はさまざまですが（詳細は後述）、さまざまなかかわり方を図式化すると前ページの図のようなイメージになります。

2. 地方公共団体や地域金融機関等の「ふるさと投資」へのかかわり方

一口に「地方公共団体や地域金融機関等が効果的にかかわっていく」といっても、実はそのかかわり方にはさまざまなパターンがあり、かかわり方が浅いものから深いものまで、大きな幅があります。

※前ページの図に示すかかわり方の例は、かなり深い度合いのかかわり方も記載しており、これが基本型ということではありません。

かかわり方については、それぞれの地域の地方公共団体や地域金融機関等の体制や考え方、さらには個々のプロジェクトの実施主体の思いなど、さまざまな要因があり、一律にベストなかかわり方を定めることは不可能ですし、またそうした必要はないと考えています。例えば、現在比較的浅い形でかかわっている地方公共団体や地域金融機関等に、一律に深いかかわり方を目指していただくことがこの手引きの目標ではなく、個々の事情によって浅いかかわり方のままであることもありうるだろうというスタンスです。

ただ、「ふるさと投資」としては、各地方公共団体や地域金融機関等に少なくとも「浅いかかわり方」は継続していただきたいと考えています。言い換えれば「**地域で行われる『ふるさと投資』に興味関心を持ち、少なくとも事例を『認知』していただきたい**」というのが、この手引

きで、まずはお願いしたいことです。

というのも、さまざまな箇所で実施される案件が「ふるさと投資」たりえるためには、その案件が「単なる事業」を超えた地域との繋がりを生み出すことが必要であり、そのためには、各地方公共団体や地域金融機関等が少なくとも**その事例を「認知」していることが重要な要素**であり、また近道となるからです。また、「ふるさと投資」に興味関心を持ち事例を認知しようとする地方公共団体や地域金融機関等の姿勢それ自体が、新しい案件（「ふるさと投資」の芽）を生み出す（あるいは呼び込む）土壌ともなるからです。

もちろん、各当事者の体制や事情が許せば、認知にとどまらず、より深いかかわり方を志向することは自然な流れですし、それによって、より大きな効果が期待できる場合も多いと考えます。

具体的なかかわり方については、第 4 章において先進事例の紹介として詳しく解説しており、また個々のプロジェクトの例を収録した事例集もありますので、これらを参考としていただいたうえで、各当事者それぞれの立場や状況に応じ、ベストフィットするかたちを模索していただきたいと思います。

▼かかわり方の度合いのイメージ



- 地域における「ふるさと投資」活用中・活用予定のプロジェクトについて、ある程度の情報を“認知”
- 「ふるさと投資」の普及促進のための情報発信やサポート等を実施
- 実施中・実施予定のプロジェクトに、**主体的に参画**（例：個別事例の募集や審査等に関与）

<用語解説>

- ・6 ページの図中の「プロジェクト実行者」とは、資金を調達しプロジェクトを実行する者であり、本手引きでは、お金のやりとりに着目して「資金調達者」、あるいは調達した資金を利用して製品の製造や販売、サービス提供などを行う者という意味で「事業者」、プロジェクトの発案者という意味で「起案者」とも呼んでいます。実行者、起案者、プレーヤー、プロジェクトオーナーなど、仲介事業者独自の呼称もあります。【投資型】（ファンド形態）の場合は、匿名組合契約の契約当事者として「営業者」と呼ばれることもあります。
- ・「購入者・投資家」とは、「プロジェクト実行者」に対し資金を提供する者であり、本手引きでは、お金のやりとりに着目して「資金提供者」と呼び、また契約形態に着目して【購入型】については「購入者」、【投資型】については投資家あるいは出資者とも呼んでいます。寄付者（寄付型）、サポーター、支援者、パトロン（寄付型・購入型）、出資者（投資型）など、仲介事業者独自の呼称もあります。
- ・「仲介事業者」とは、インターネット上でサイトを運営し、プロジェクトの紹介、購入者・投資家からの資金提供申込みの受付など、プロジェクト実行者と購入者・投資家とをつなぐ役割を担います。プラットフォーム事業者などと呼ばれることもあります。⇒国内の代表的な仲介事業者は、3 章（3）を参照
- ・プロジェクト実行者（事業者）、購入者・投資家、仲介事業者の各々の役割、手続きについては、3 章（4）を参照。

・**財政負担を低減しながら、地域のさまざまな活動を支援できます**

国も地方も財政負担の抑制を図っているなか、地域の営みやにぎわいをどのように応援していくか、知恵を出していく必要があります。行政の予算、すなわち財政負担能力に左右されない、長期的かつ広範な目線での地域活性化を、その**地域ならではの施策**として掲げていくことが求められています。

こうしたなか、施策目標達成に寄与する地域の事業を採り育てる上で、「ふるさと投資」の活用が期待されます。

集落のひとびとのアイデア実践や自信をつける小さな事業から、インフラ整備などの公共的な役割まで、さまざまな取り組みに民間資金の活用が期待されます。

・**事業採算性を見込める新規事業を増やしていくことも期待されます**

バブル破綻の経験や BIS 規制によって、かつては信用リスクが高かったり中小規模の事業に対する資金供給をも担っていた地域金融機関にとって、従来のリレーションシップバンキングにとどまらない、地元事業への関わりが期待されます。

なお、地方公共団体が必ずしも得意としない事業性の助言・判断には、施策上の目利きとは別に、悪いシナリオに陥らないようにする目利きの力、民間の目が届く仕組みが重要です。

・**取り組みを通じて地域の人材を育てることも期待されます**

「ふるさと投資」は、その地域で“伸びればよい事業”を紹介しあえるような、地域の関係者連携が育むものです。プロジェクト実行者と仲介事業者の側には、説明能力・透明性・ガバナンス等が求められるのと同時に、「ふるさと投資」に関わるメンバーが、事業の進展に関心を持ち、たとえうまくいかなかった事業でもその過程で助言したり、失敗の経験を共有することが有効です。**地域ごとに民間のアレンジャー人材の育成が必要**で、「ふるさと投資」への関与はそのため役立ちます。

アドバイザー吉野直行氏の第2回レクチャー資料等を参考に、事務局にて作成

3 章 「ふるさと投資」の手段としてのクラウドファンディングとは

本章では、「ふるさと投資」の手段として用いられるクラウドファンディングについて概説します。
本章でのポイントは次のとおりです。

- ・「ふるさと投資」の主たる手段であるクラウドファンディングは、インターネットを介して、個人から少額の資金を調達する仕組みで、資金提供者が資金調達者にリターンとして何を期待するかによって、【寄付型】、【購入型】、【投資型】などに分けられます。金融商品取引法の規制対象となる【投資型】には、【ファンド形態】と【株式形態】（平成 27 年 5 月解禁）があります。
- ・クラウドファンディングは、資金調達者の「顔がみえやすい」仕組みであり、個人が個々の事業者の「思い」に応じて資金を提供する側面が強いことから、中小事業者等にとって、金融機関とは異なるリスク許容度を持つ新たな資金調達手段となりうるだけでなく、マーケティングやファンづくりの手段、起業のための学習の場としても活用できます。さらに、資金提供者の存在が事業者のモチベーションを鼓舞したり、地域の企業や住民のプロジェクトへの参画を得るツールとして活用できる等、地域活性化や被災地支援のツールとしても、注目されるようになってきています。

(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は、Crowd（人々、一般大衆）と Funding（資金調達）を合わせた造語で、一般の人々から資金調達を行う仕組みです。世界銀行発行の“Crowdfunding’s Potential for the Developing World”には、「クラウドファンディングとは、企業やその他の機関が、多数の個人から寄付または投資の形態で、インターネットにより資金調達を行う仕組み」とあり、また、金融庁金融審議会金融分科会報告「新規・成長企業へのリスクマネーの供給のあり方等について」（平成 26 年 2 月 24 日）においては、「クラウドファンディングとは、必ずしも定まった定義があるものではないが、一般には『新規・成長企業等と資金提供者をインターネット経由で結び付け、多数の資金提供者から少額ずつ資金を集める仕組み』を指すものとされている。」と書かれています。

このように、クラウドファンディングについて世界的に定まった定義はないようですが、わが国におけるクラウドファンディング普及の実態に照らすと、個人が資金を調達するケースもあること、資金提供者は募集時には特定されていないことを考慮し、より噛み砕いて言えば、「個人や企業、その他の機関が、**インターネットを介して、寄付、購入、投資などの形態で、個人から少額の資金を調達する仕組み**」であると言えるでしょう。

実は、一般の人々から広く金銭を集める仕組みは、古くから存在しており、わが国においては、歌舞伎の演目にもなっている「勧進」という仕組みがありました。勧進とは、寺院の建立や修繕などのために、信者や有志者からその費用を奉納してもらう仕組みで、12 世紀末、戦乱により焼失した東大寺復興を重源が成し遂げると、より広く行われるようになったといわれています。

また、1886 年に完成したニューヨークの自由の女神像

は、フランスから送られましたが、台座建設資金が不足し、ピューリッツァー賞で知られる新聞王ジョセフ・ピューリッツァーが自ら社主を務める新聞で、一般大衆に寄付を呼びかけて、12 万人以上から 10 万ドルの資金集めに成功したということもありました。

このように、一般の人々から資金を集める仕

組み自体は古くからあるものですが、現在のクラウドファンディングは、インターネットを活用することで、多くの意義・メリット・可能性を生み出しています。

(2)クラウドファンディングの種類

クラウドファンディングは、資金提供者が提供する資金の性格、より具体的に言えば、資金提供者が負うリスクや期待するリターンの性格によって、いくつかタイプ分けできますが、国際的に定まった分類はまだないようです。前掲の金融審分科会報告では「クラウドファンディングは、資金提供者に対するリターンの形態により、【寄付型】、【購入型】又は【投資型】に大別される。このうち、金融商品取引法の規制対象となる【投資型】クラウドファンディングとしては、『ファンド形態』のものと『株式形態』のものとが想定される。」としています。

ここでは、わが国において一般的に用いられる分類を紹介しますが、これは、キャンペーン・オーナー（資金調達者）と資金提供者の間で何が交換されるかという観点で分類したものです。なお、〔カッコ〕内は、マス・ソリューション社が発行する業界レポート“The Crowdfunding Industry Report”における分類名称です。

なお、リターンとして物やサービスではなく、金銭や株主としての持分を受け取るという共通点から、【投資型（ファンド形態）】【投資型（株式形態）】及び【貸付（融資）型】の3つを合わせて【金融型】と呼ぶこともあるようです。

また【投資型（株式形態）】については、金融商品取引法上の規制及び日本証券業協会の自主規制により、従来取り扱われていませんでしたが、政府における新規・成長企業へのリスクマネー供給の促進に関する議論などを受けて、改正金融商品取引法施行（平成 27 年 5 月）にあわせた日本証券業協会の自主規制の見直しにより、発行総額や投資者 1 人当たり投資額が少額である場合に限り、非上場株式の取扱いが認められることとなっています。⇒今後の活用拡大に向けては、5 章を参照。

▼クラウドファンディングの種類

タイプ		内 容
【寄付型】	[Donations]	資金提供者が調達者に寄付
【購入型】	[Rewards]	民法上の売買契約に基づき、資金提供者が資金調達者に資金提供し、物やサービスを受け取る
【貸付（融資）型】	[Lending]	貸金業法上の契約に基づき、資金提供者が資金調達者に対して融資し、元本と利子（利子のない場合もある）の返済を受ける
【投資型】	ファンド形態	資金提供者が資金調達者と匿名組合出資契約などを締結して資金を提供し、分配等を受ける
	株式形態	資金提供者が資金調達者に株式等による出資により資金を提供し、配当等を受ける

金融商品取引法の規制対象

masssolution社 発行“The Crowdfunding Industry Report”、及び金融審議会金融分科会報告「新規・成長企業へのリスクマネーの供給のあり方等について」を参考に事務局作成。

(3)わが国でのクラウドファンディングの歴史と普及状況

クラウドファンディングは、英国や米国などにおいて 1990 年代後半から 2000 年代初めにかけて、インターネットが急速に人々の間に浸透するのに呼応して、ミュージシャンやクリエイターを支援するサイト、プラットフォームとしてサービスを開始しましたが、2008 年に金融危機によりクリエイターや起業家、アーリーステージのベンチャー企業が、融資などの資金調達を行うことが困難となったのを契機として発達したと言われています。実際、現在大手プラットフォームとして知名度の高い Kickstarter（米。2009 年開始）や indiegogo（米。2008 年開始）などはこの時期にサービスを開始しています。

The Crowdfunding Industry Report 2015 年版によると、2010 年以降、世界のクラウドファンディング・プラットフォームによる調達額はほぼ毎年倍のペースで伸長し、2014 年には前年比約 2.7 倍の 162.2 億ドルに達しています。このうち、大きな割合を占めているのが、

順に、

【融資型】（110.8 億ドル。68.3%）、

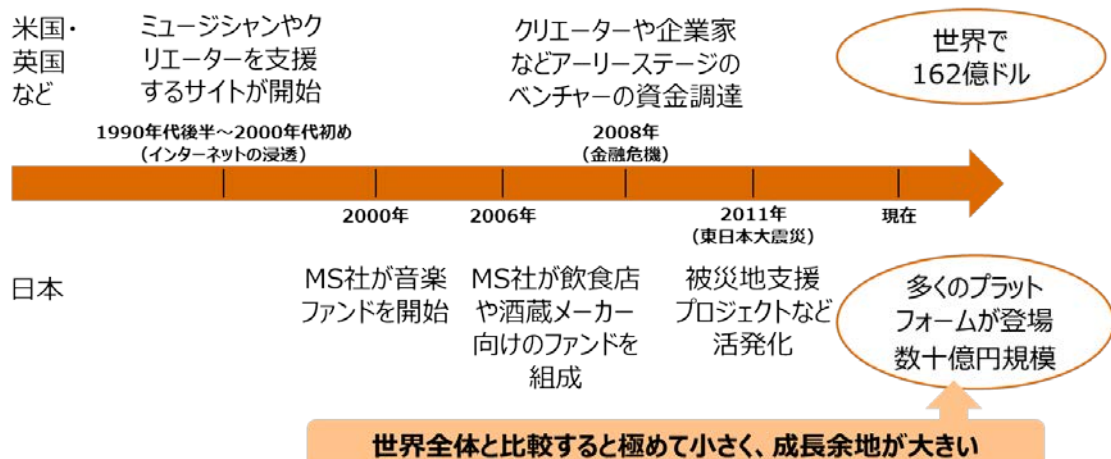
【寄付型】（19.4 億ドル、12.0%）、

【購入型】（13.3 億ドル、8.2%）です。

また、2015 年もアジア地域を中心に調達額は大きく伸び、世界全体で 344 億ドルに達すると予測されています。

わが国においても、ミュージックセキュリティーズ（以下「MS 社」）の音楽ファンド（ミュージシャンの CD 制作を支援するファンド、2000 年開始）が初のクラウドファンディングであると言われており、この点では欧米の動きと非常に似ていますが、Kickstarter や indiegogo が【購入型】であるのに対し、MS 社は匿名組合方式を活用した【投資型（ファンド形態）】（同社は「マイクロ投資プラットフォーム」と呼んでいます）であり、その後のクラウドファンディングの進化・普及についても、わが国ならではの特徴があります。

▼クラウドファンディングの歴史



MS 社は、飲食店や純米酒（酒造メーカー）向けのファンド組成（2006 年開始）を皮切りに、「ふるさと投資」の原型とも言うべき、地域活性化に資する事業への支援を拡大し、2011 年の東日本大震災直後に、【寄付型】を組み込んだ「被災地応援ファンド」を立ち上げています。

震災後、レディーフォー（READY FOR?）、キャンプファイヤー（CAMPFIRE）（いずれも【購入型】、2011 年）も被災地支援プロジェクトを立ち上げており、震災を契機に信頼性を向上させ、大きく成長しているのもわが国におけるクラウドファンディングの特徴です。

2015 年 5 月現在では、【寄付型】のジャパングIVING（JAPANGIVING、旧 Just Giving Japan。2010 年）、【融資型】のマネオ（maneo。2008 年）、クラウドバンク

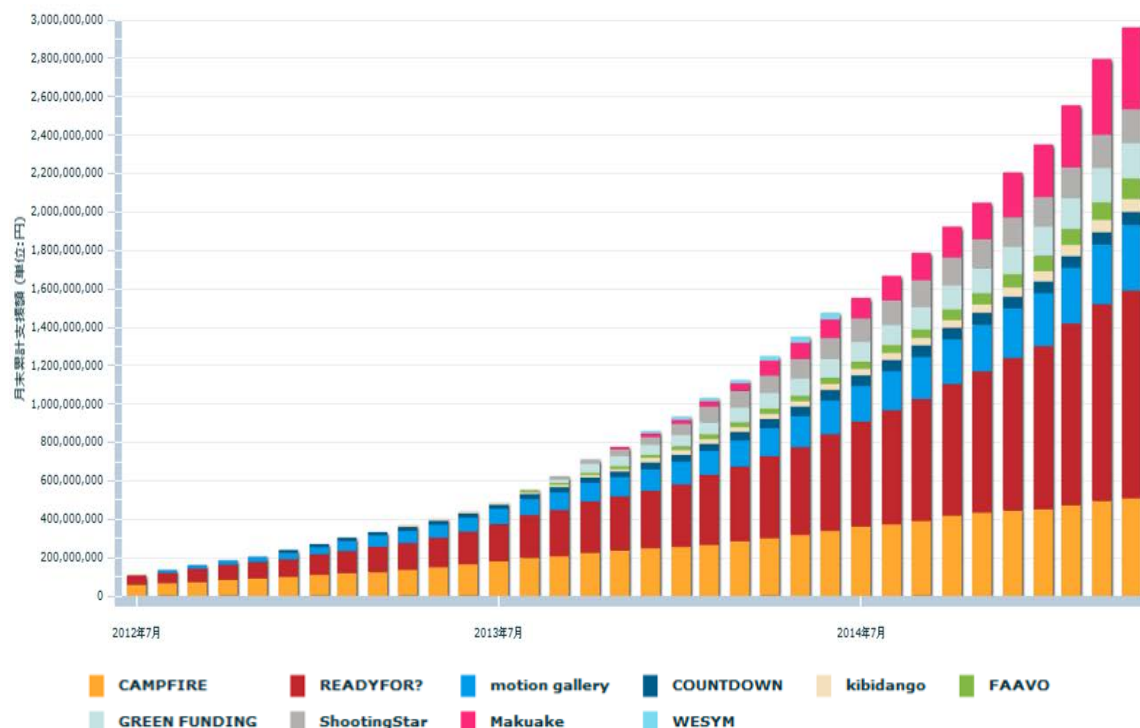
（crowd bank。2013 年）など、【投資型（株式形態）】を除く各タイプが仲介サービス提供しており、都道府県毎のエリアオーナー（運営者）に権限移譲していくプラットフォームであるファーボ（FAAVO。2012 年）、女性発案のプロジェクトに特化したグリーンガール（GREEN GIRL。2011 年）など特徴あるプラットフォームも登場しています。また、グリーンファンディング（GREEN FUNDING。2012 年）のように、多くのプラットフォーム事業者を集約したモール型のサイトを運営する形態もあります。さらに、親会社のビジネスやネット集客力を活用して大手企業のテストマーケティングでの活用や、将来の上場を念頭においた支援を標榜するマクアケ（Makuake。2013 年）なども登場しており、わが国においても、資金の調達者にとっての選択肢がますます広がっています。

日本語で利用されるプラットフォーム数は数十とも 200 弱とも言われ、資金調達額の累計を算定することは困難ですが、【購入型】を運営するプラットフォーム 10 社の市場規模は次のとおり（2015 年 3 月末時点で累計約 28 億円）となっています。これに【投資型】の MS 社（同約 52 億円）【寄付型】の JAPAN GIVING 社（同 14 億円）などを単純合計

すると 100 億円程度に達し、月次でも増加傾向にあります。

※このほかに、SBI ソーシャルレンディング社、maneo 社などの【融資型】の実績を加えても、世界全体と比較すると市場規模としてはごくわずかですが、逆に言えば、成長の余地が大きいと考えられます。

▼日本の主要クラウドファンディング累計支援額 月次推移



【購入型】10 社

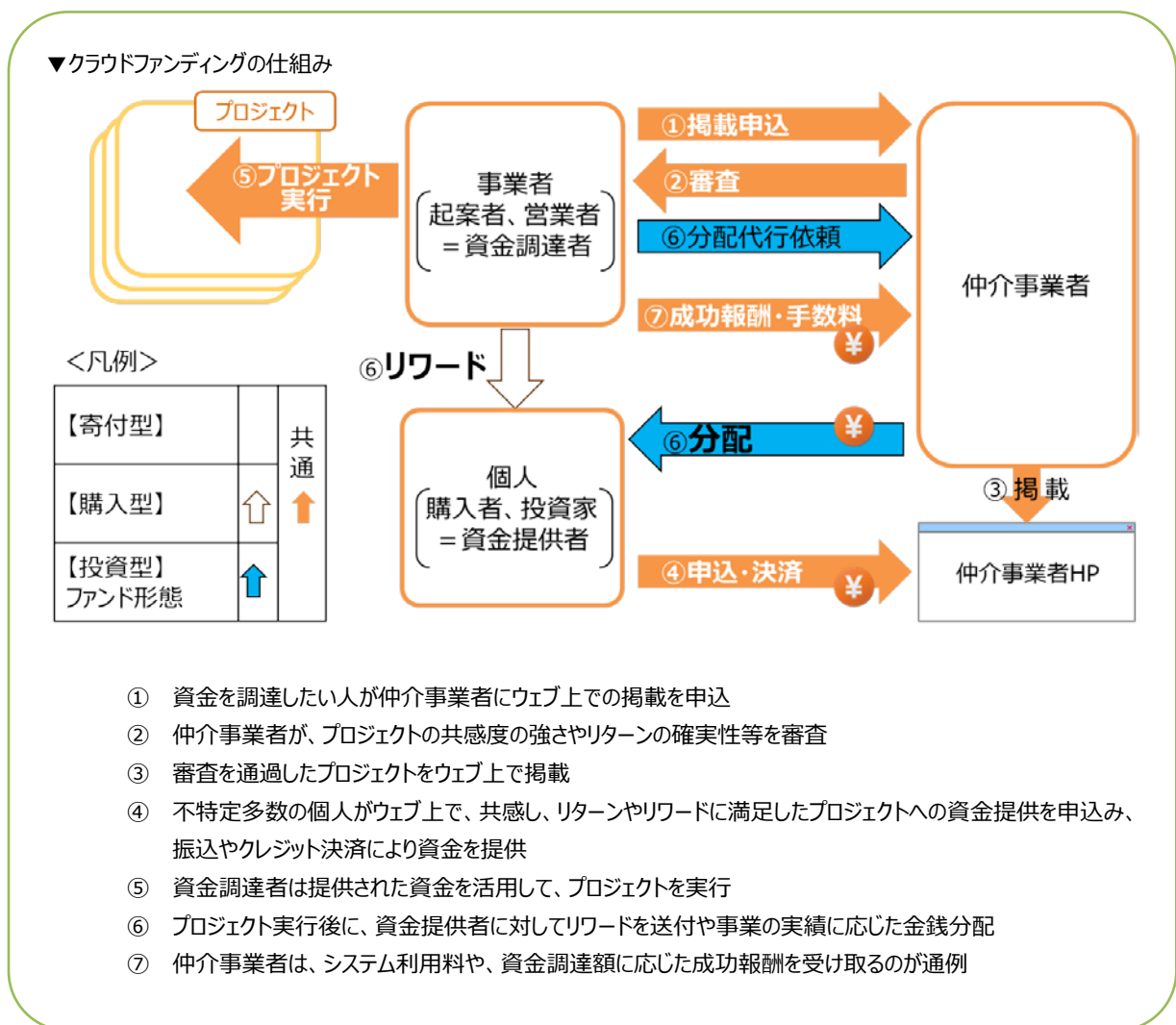
出典 <http://visualizing.info/cr/crowdfunding/jptrend/#m=a1>

(4)クラウドファンディングの仕組み

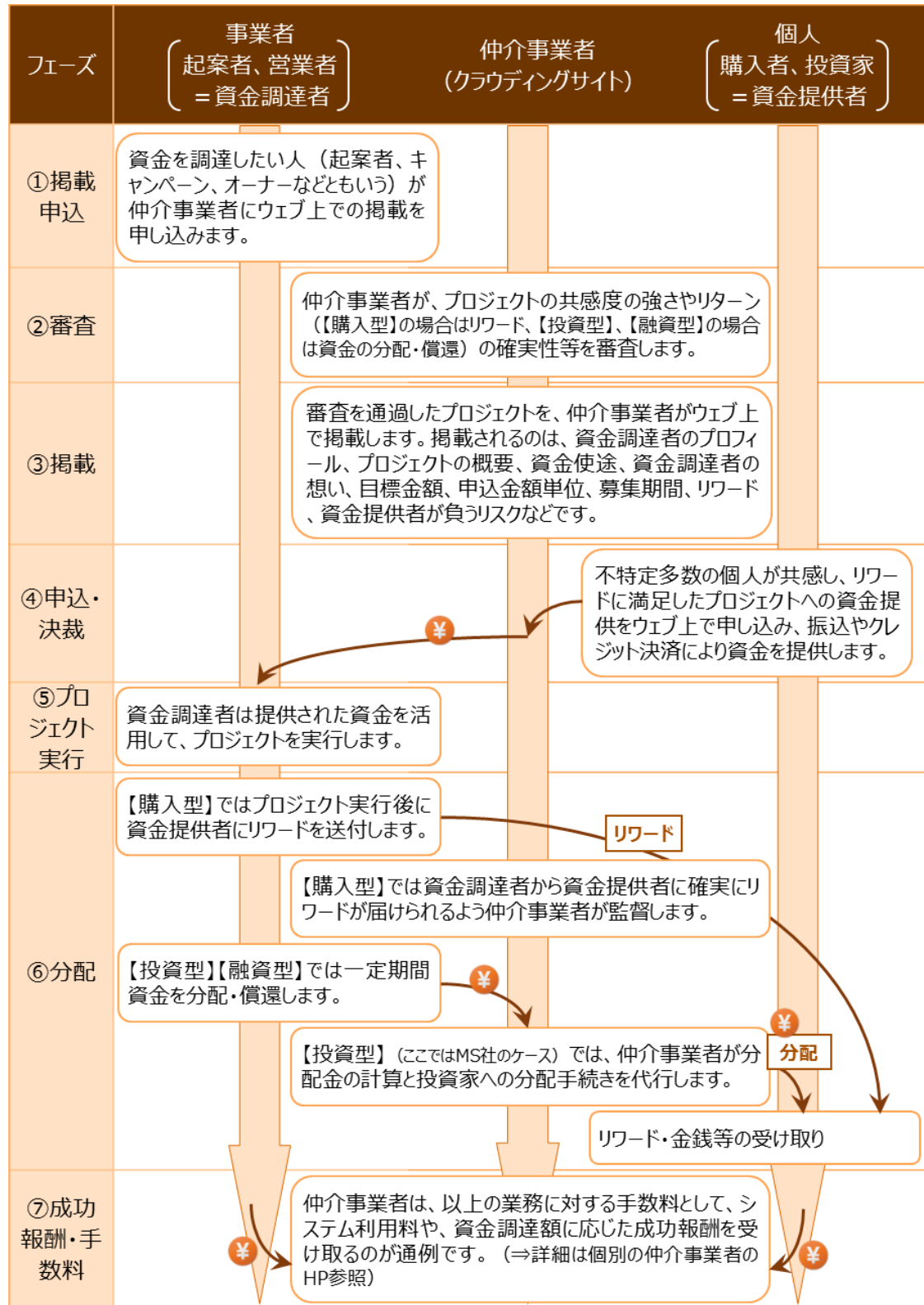
クラウドファンディングについて、（１）では「個人や企業、その他の機関が、インターネットを介して、寄付、購入、投資などの形態で、個人から少額の資金を調達する仕組み」であること、（２）で資金提供者が資金提供の見返りにどんなリターンを受けられるかによって複数の

タイプ（型）分けがなされることを説明しましたが、いずれの型にも共通するのは「**仲介事業者（プラットフォーム）**」の存在です。

仲介事業者と資金調達者や資金提供者の関係も、型によって多少異なりますが、大まかに言うと、次のようなフェーズがあります。



▼クラウドファンディングの仕組みフロー



※【投資型】は、②審査や③掲載のフェーズなどにおいて、金融商品取引業者である仲介業者に対して金融商品取引法や自主規制による規制が課されます。

次に、わが国において普及が進み、「ふるさと投資」の概念に合致したプロジェクト実績の多い3つのタイプ（型）、【寄付型】・【購入型】・【投資型（ファンド形態）】について、特徴を紹介します。

タイプ	資金調達者	資金提供者の経済的便益	活用場面（例示）
【寄付型】	主に非営利団体など社会問題に取り組む団体	経済的便益は無いが、資金の活用状況についてのレポートなどを受ける	被災地支援 社会問題解決 など
【購入型】	個人やNPO法人、企業などさまざま	購入対象となる物品・サービス（自社製品や地元産品、現地への招待など）	マーケティング 商品開発 事業立ち上げ など
【投資型】 ファンド形態	主に企業で音楽制作者、被災地企業、食品加工業・酒造・衣料品製造業、旅館、途上国向けマイクロクレジットなどさまざま	収益に応じた分配、その他自社製品や地元産品、現地への招待などの特典	原材料購入等の運転資金、設備購入のための設備資金 など

【寄付型】の特徴

- ・寄付者は（２）で説明したとおり、目に見える便益を期待してはいないものの、資金調達者からは資金の活用状況等を記載したニュースレター等が送付されるのが一般的で、最近では寄付者の記名（銘板等のクレジット）がされたり、物品提供などのお礼を付与するケースもあります。資金の活用実態や寄付者全体についての情報（人数や居住エリア、法人名など）が報告される場合には、共感の広がりや意義を確認することができます。
- ・主な資金調達者は、NPO 法人等の非営利団体で、多いのは、難病患者支援、被災地支援、途上国支援などの社会問題に取り組む団体などです。
- ・1 プロジェクト当たりの資金調達規模は、10 万円程度から数億円に達するものまでさまざまですが、数十万円から数百万円とい

うプロジェクトが多いようです。

- ・寄付者が負うリスクについては、そもそも寄付なのでリスクは無いとも言えますが、仲介事業者や資金調達者が詐欺的に資金調達を行っていた場合に、期待していた活動がなされないというリスクがあります。また、反社会勢力の活動の資金調達やマネーロンダリングに利用されてしまうというリスクもないわけではありません。
- ・寄付対象が地方公共団体である場合や、一定の要件を満たす法人や団体の場合は、寄付金控除が受けられます（詳細は、国税庁や仲介事業者の HP 参照）。
- ・地方公共団体への寄付の仕組みとしては「ふるさと納税」制度も盛んになっており、ほとんどの場合、資金使途を施策の括り（例：教育、高齢者対策、産業振興、まちづくり、観光）で定めています。

【購入型】の特徴

- ・購入型では、資金調達者がプロジェクト実行後に、資金提供者にリワード（物やサービス）を提供します。
- ・資金調達者は、個人や NPO 法人、企業などさまざま、【寄付型】同様の社会問題に取り組む団体や、音楽・書籍・ゲーム等の制作、被災地支援、各種イベント実行、ニッチな製品の製造など極めて多様です。形式的には「購入」の形態をとるものの、プロジェクトの内容やリワードから判断するに、「寄付」の性格の強いもの、「テストマーケティング・販売」の性格の強いものもあり、この点でも非常に多様性があります。
- ・また、リワードも極めて多様で、定式化された分類は存在しませんが、概ね以下のとおりです。
- ・1 プロジェクト当たりの資金調達規模は、プロジェクト実行者の業種や成長フェーズ、資金調達目的、資金調達力に応じてさまざまですから、上記のとおりプロジェクトが非常に多様な【購入型】では、資金調達規模も数万円程度から数千万円に達するものまで幅が大きいですが、数十万円から数百万円というプロジェクトが多いようです。
- ・なお、わが国における【購入型】仲介事業者の多くは、募集期間内に購入申込み額が、

▼リワードのいろいろ

御礼・記名（銘板など）
・資金調達者から資金提供者に御礼のメールや手紙を送ったり、完成した設備や作品のクレジットに名前を記載する等
モノやサービスの提供
・【購入型】では資金提供の対価としてモノやサービスを提供するケースが多いですが、【投資型】においても特典として、また最近では【寄付型】でも御礼として提供されることがあります。 ・提供されるモノやサービスは、「プロジェクト実施の成果」としてでき上がったり、提供可能となる場合が多いものの、【寄付型】や実態として寄付の形態に近い【購入型】の場合は、地元産品など必ずしも「プロジェクト実施の成果」とは言えない場合もあります。
非公開イベントへの招待、限定版・非売品の提供
・資金提供者を、関係者限定パーティや特別レクチャー、工場見学、農業体験などのイベントに招待したり、メーカーやクリエイターが限定版や非売品を提供する場合があります。これは、資金提供者に対して、「特別感」、「プレミアム感」を提供するものです。 ・資金提供者を「ファン」に転化させるうえで、極めて有効なツールであるとの意見もあります。
プロジェクトのプロセスや経営に参画する権利の提供
・プロジェクト実行のプロセスや企業の運営において、資金提供者のアイデアを募ったり、試作品のテストに参加したり、意見交換をする場、機会を提供するものです。 ・資金提供者にとっては、自己実現等の生きがいにつながることもあり、また資金調達者にとっても、テストマーケティングや経営上のアドバイスとして極めて有益である場合があります。 ・資金調達者にとっての資金的コストは低いものの、一般的に経営ノウハウの不足している個人や中小企業、ベンチャー企業にとって有益なノウハウ提供の場となることもあり、また資金提供者にとっての満足度が非常に高いことから、こうしたリワードはもっと検討されてもよいと思いますが、一方で経営の独立性に齟齬が生じたり、アイデア・ノウハウの流出につながる可能性もあるため、資金調達者のリソースの状況や経営権についての考え方に応じて慎重に導入を決めるべきであるとも言えましょう。

あらかじめ設定・公表された目標金額に到達しない場合には、プロジェクト実行者への資金提供が行われず、**資金提供者に返還される「All or Nothing 方式」**（クレジットカード利用であれば決済が実行されない）を採用しています。

- ・資金提供者が負うリスクは、プロジェクト実行者＝資金調達者のプロジェクトの失敗や遅れにより、期待したリワードが到着しない、

到着が遅れるといったリスクです。また、資金調達者にとっては、（特にテストマーケティングを目的としている場合）アイデアが流出・盗用されるリスクがあります。もちろん、アイデアを公開することで、資金提供者等から、さらなるアイデアがもたらされて、技術やデザインが融合したり、協業に発展する等の利点につながることもあるでしょう。

【投資型（ファンド形態）】の特徴

- ・ここでは、MS 社のケース【投資型（ファンド形態）】で説明します。

- ・仲介事業者を介して、資金調達者（事業者）と資金提供者（投資家）との間で匿名組合契約を締結し、事業者が営業者、投資家が匿名組合員となります。事業者は出資金を原材料購入等の運転資金や設備購入のための設備資金として活用して事業を行い、契約時にあらかじめ定められた計算式に従って、事業からの収益に応じた分配金の支払いを、一定期間、投資家に対して行います。
- ・このほか、出資時に事業者の自社製品や地元産品、現地への招待などの特典が付されているケースがほとんどで、これらの特典を楽しみにする投資家も多いようです。
- ・資金調達者（事業者）の性格は、音楽制作者、被災地企業、食品加工業・酒造業・衣料品製造業、旅館、途上国向けマイクロクレジットなど非常に多様です。
- ・1 プロジェクト当たりの資金調達規模は、数十万円から1億円、とこちらも幅がありますが、総じて寄付型や購入型よりも規模は大

きく、数百万円から数千万円のプロジェクトが多いようです。

- ・資金提供者の負うリスクは、事業の不振や失敗、ビジネス環境の変化等により、出資金の元本割れが生じるリスクや流動性に乏しく、換金ができないことがあり、資金調達者の負うリスクは、【購入型】同様、アイデアの流出・盗用リスクです。
- ・なお、【投資型（ファンド形態）】は金融商品取引法（金商法）の規制対象であり、仲介事業者は第二種金融商品取引業者として内閣総理大臣の登録を受ける必要があります。また、金商法改正（平成 27 年 5 月施行）と併せて実施される日本証券業協会の自主規制規則の改正により解禁となる【投資型（株式形態）】についても、もちろん金商法の規制対象です。少額のクラウドファンディングに係る金融商品取引業者の参入要件の緩和、投資者保護のためのルール整備について定めた金商法改正の概要等については、第 5 章を参照。

(5)クラウドファンディング活用の意義・メリット

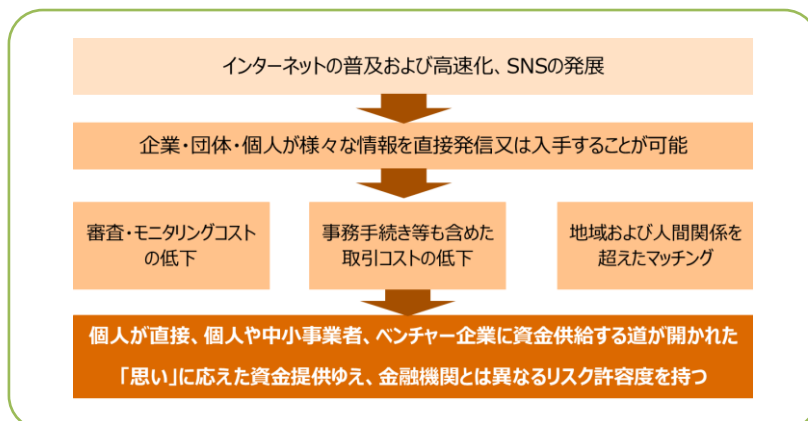
ここではまず、クラウドファンディング活用の意義・メリットに関して、新たな金融仲介機能や地域活性化といった大局的、マクロ的観点と、資金調達者の業務上のメリットなどのミクロ的観点を含めて、総括的に記述します。

① 個人・中小事業者・ベンチャー企業にとっての新たな資金調達手段、個人にとっての新たな資金運用手段

インターネットという技術によって、個人や個別の企業・団体の情報を、個人が以前に比べて格段に容易に入手可能となっています。個人や企業・団体のプロフィールや事業内容、ビジネスプランなどが、プラットフォーム上に開示され、FAQ やメールの活用により、質問することも可能になっています。また、ネットの高速化によって画像や動画による情報伝達・入手も可能となっています。さらに、ツイッター、フェイスブック、リンクedinといったSNSの発展によって、個人や企業・団体が過去に発信した情報や他者からの評判をも容易に入手できるようになってきています。このように、インターネットを介することで、資金を提供する側の**審査・モニタリングコストが低下することにより**、金融（資金余剰主体から資金不足主体へのお金の流れ）という観点でとらえると、「**個人**」が**直接、個人や中小事業者、ベンチャー企業に資金提供をする道が開かれました**（従来は、個人の預金が金融機関の審査を経て、金融機関を通じて供給されるか、中堅・大企業に資本市場を通じて投資するかでした）。

また、審査・モニタリングコストの低下に加えて、ネット上で資金提供の申込み、決済、プロジェクトの進捗確認ができる等、事務手続き等も含めて**取引コストが低下することによって、資金供**

給側（提供者）、需要側（調達者）双方同時に小規模化、小口化することが可能となりました（従来は、資金調達者が小規模で、資金提供者が大口というエンジェルは存在していました）。そして、仲介事業者が運営するプラットフォームなどのインターネットインフラを活用するがゆえに、資金提供者が**既存の人間関係や地域を超えて資金調達者（資金需要のある人）を発見することも可能**となりました。さらに、従来の投資信託との比較で言えば、資金調達者（個人や個々の事業者）のプロフィール（文字どおり実際の「顔」を含めて）や資金を必要とする理由などが把握しやすく、いわば**「顔が見えやすい」仕組みであることから、個人が個人や個々の事業者の「思い」に応じて資金供給するという側面が強くなっています。それゆえ、資金提供者が金融機関とは異なるリスク許容度を持つということも重要です。**資金提供者の資金提供動機には、誰かを助けたい、応援したいという思いが含まれているため、寄付、購入、投資といったさまざまな形態での資金提供が行われており、また、【投資型】において

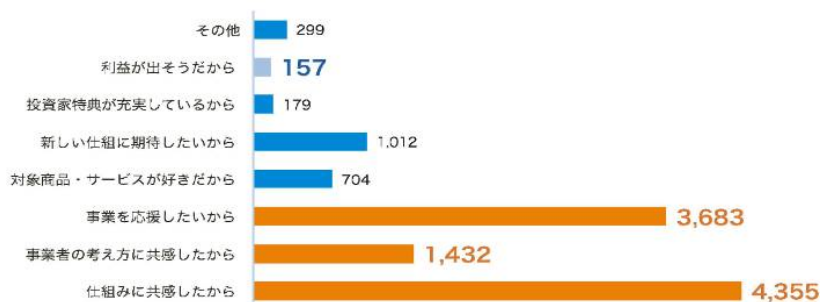


も、資金供給者の一義的な資金提供目的が元本回収や利益を得ることではないことが多いようです。

このように、新たな資金供給ルートができることで、単に従来の金融機関や証券会社の業務の代替ということではなく、資金調達者の掘り起し、資金提供者の潜在需要の顕在化によって**新たな資金の流れやマーケットの拡大**が期待できます。一方で、審査・モニタリングを金融機関というプロが個人の代わりにやってくれるわけ

でもなく、個人が直接、リスクを把握し、判断することになるため、資金調達者、提供者(個人)双方ともに、**過大な負担なく、各々情報開示とリスク把握ができるようにすることが大切です**。また、**資金提供者である個人にも、リスクに関する正しい認識と自己責任の意識が求められます**。

▼投資の動機は、“利益追求”よりも“事業応援”に重きを置いている



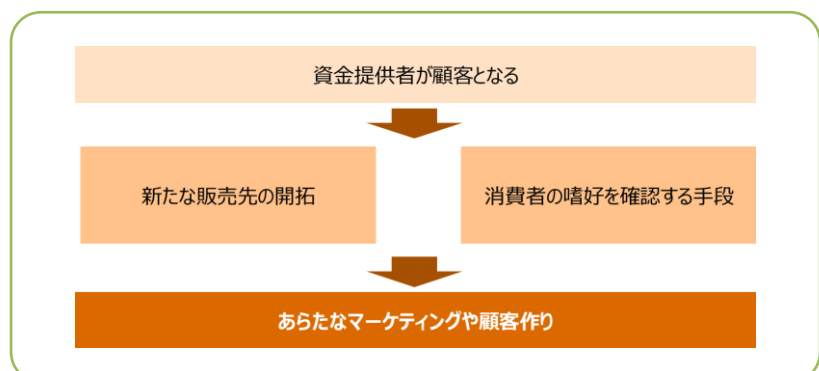
出典：ミュージックセキュリティーズ（株）作成資料より引用 N=20,000

② 個人・中小事業者・ベンチャー企業にとっての新たなマーケティングの手段、新たなファンづくり

東日本大震災後に利用が急増したクラウドファンディングは、被災企業にとっては、復旧のための設備購入資金や運転資金の調達という単なる資金調達手段にとどまらなかったという事例が数多く知られています。例えば、被災によって販売先に対する供給責任を果たせず、従来の販路を失ってしまった食品加工業者が、クラウドファンディングの資金提供者が顧客となってくれることで、新たな販売先を開拓することができ、かつその販売先が全国に広がったという事例があります。また、こうした資金提供者は「ファン」として、継続的に商品を購入したり、知人に紹介してくれたりといった事例も多かったといえます。こうした事例は、資金提供者が資金需要者のおかれた状況や取り組みに共感して、志をもった資金として提供するというクラウドファンディングならではの出来事であるといえる

でしょう。さらに、ものづくりベンチャー企業による【購入型】クラウドファンディング利用が進んでいる米国においては、ネット活用により遠距離から資金提供者＝顧客を集められる利点を生かし、クラウドファンディングを、ニッチな新製品がどの程度、社会で受け入れられるのかを知る手段として、また製品の形や色についての消費者の嗜好を知る手がかりとして活用しています。

このように、クラウドファンディングは、個人・中小事業者・ベンチャー企業にとって、**新たなマーケティングの手段や新たなファンづくりのために活用できます**。



③ 個人・中小事業者にとっての起業の契機・学習の場の提供

【寄付型】や【購入型】（特に【購入型】）においては、個人や個人事業主が新たな製品やサービスを世に出したい、またクリエイターが自らの作品を世に出したいという契機からクラウドファンディングを活用することがあります。クラウドファンディングを活用し、資金の集まり具合によって製品、サービス、作品がどの程度社会から求められているのかというマーケティングができ、また製品製造やサービス提供を開始したり、作

品制作をしたりして、顧客に製品、サービス、作品を提供する責任を全うする中で、起業をする決意をしたり、起業するためのさまざまな学習を行うこともできます。また、起業後には、さらなる成長のために、【投資型】クラウドファンディングを活用することもできますし、ベンチャーキャピタルの活用や金融機関からの借り入れなど、**資金調達面で次のステップへのリレー**も期待されます。

④ 個人の新たな楽しみ、生きがい、コミュニティの発見と個人・中小事業者・ベンチャー企業のモチベーション向上

上記のとおり、個人にとっては、新たな資金提供先を見つけ、製品やサービスの形でのリワードや現金収入を得ることは、新たな楽しみとなります。また、【投資型】も含めて、「誰かを応援したい」という気持ちを満足させられることは、多くの人にとって新たな生きがいを提供していると言っても言い過ぎではないでしょう。

また、資金提供者の中には、【購入型】クラウドファンディングにおいて高額資金提供者となることで、資金提供先の個人や企業経営者と接点を持ち、同じ時間を共有したり、経営に一部参画したりすることに喜びを感じる人もいます。【投資型】クラウドファンディングにおいても、資金提供先に対して、ボランティアなアドバイス

などを行うことで、生きがいを感じたり、投資先企業や仲介事業者が企画する見学ツアーなどを通じて、**新たなコミュニティへ参加**し、そこに生きがいを感じる人もいます。

さらに、資金提供を受けた個人、中小事業者、ベンチャー企業の側でも、製品やサービスについて、資金提供者からの感想やアドバイスを受けたり、直接の訪問を受けたりすることで、自らの**プロジェクトに対するモチベーションが向上**したと述べる人が多いといえます。

製品・サービスの形でのリワードや、現金収入の楽しみ

「誰かを応援したい」という気持ちの満足

時間の共有、経営に一部参画することへの喜び

資金提供者との交流の中で、資金提供を受けた個人そのものの仕事に対するモチベーションが向上

⑤ 地域の活性化、被災地支援

東日本大震災発生後、【寄付型】、【購入型】、【投資型】（寄付の仕組みを併用したものを含む）のクラウドファンディングが**いくつも震災直後から活動**し、個人の生活再建や、中小事業者の復旧のための設備購入、運転資金として活用されました。そしてこれがわが国におけるクラウドファンディングの普及の大きな契機となったことは既に述べました。また、クラウドファンディングが資金調達手段としてのみならず、新たな販路の確保に大きく役立った事例があることについても、先に述べたとおりです。

今後は、復旧段階から復興段階へという流れの中で、クラウドファンディングがさらに活用されることが望めます。被災地支援への活用という点では、わが国は多くの自然災害に見舞われますが、これらの被災地においても活用が期待されます。

また、クラウドファンディングは、もとより事業の立ち上げ、成長、再生などのために必要なリソース（設備の取得、従業員の雇用や原材料購入のための運転資金）の調達のために活用されるわけですから、雇用やモノの購入→事業の発展→さらなる雇用やモノの購入という形で、地域の活性化に貢献しています。さらに、先に述べたように、資金提供者がファンとして**直接的にモノやサービスを購入することで地域の活性化に貢献**する場合があります。

なお、クラウドファンディングは、ネットを活用しているという特性から、地方の事業者に対して遠隔地の大都市住民の資金が流れるという側

面が強調されがちですが（実際にそうなのですが）、こうした「地産外消型」のプロジェクトのみならず、地域の事業者の取り組みに、同じ地域の住民が共感して資金を提供するという「**地産地消型**」の**取り組み**があることにも言及せねばなりません。例えば、太陽光発電や風力発電プロジェクトに対して、地域住民が資金提供するプロジェクトがいくつもあり、今後、さまざまな業態のプロジェクトに活用されることが期待されます。

こうした「地産地消型」のプロジェクトは、従来より、再生可能エネルギープロジェクトのみならず、農産加工品販売業、多目的スタジアム建設、SOHO 支援施設設置などにおいて、インターネットは介さないものの、地域住民の小口資金を活用する「市民ファイナンス」という形で活用された事例があります（日本政策投資銀行編著「PPP の進歩形 市民資金が地域を築く」参照）。こうした事例においては、地域住民の資金が活用されるという観点のみならず、プロジェクトの成果としての利益が地域に還流するという意義があり、加えて、**住民の参加機会の拡大を通じて、地域住民の自立性を醸成する**という利点があるとも言われています。地方創生等の地域活性化の取り組みは、国や地方公共団体から与えられるだけでは達成できず、地域住民の積極的関与が重要であることから、「ふるさと投資」は非常に有益なツールと考えられます。

(6)「クラウドファンディング」を「ふるさと投資」として活用する意味

本章では、「ふるさと投資」の手段としてのクラウドファンディングの仕組み、歴史、そして活用の意義・メリットについて説明してきました。

その中で、欧米の発展過程とは若干様相が異なり、わが国のクラウドファンディングにおいては、その成長過程において、早くから、クリエイターやベンチャーの資金調達手段にとどまらず、地域の中小事業者等を支援する仕組みとして発達してきたことや、東日本大震災後の被災地支援のために活用されたことが、急速に普及が進む契機となっていたことを述べました。

また、インターネットを介して、資金を調達する側と提供する側が直接につながる仕組みであり、そしてそれが小口であるがゆえに、資金提供者がファンとなって直接的なモノやサービスの購入者となり、資金調達者にボランティアなアドバイスまですることもある、そして、それが資金調達者の売上増やモチベーションの向上につながり、地域社会・経済の発展にも寄与していくといったドラマチックな役割を担えるツールであることにも触れました。

「ふるさと投資」連絡会議では、「ふるさと投資」の定義を「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等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るもの。**」であるとしています。

これらは、単なる理屈や理想論ではなく、実際に、「資料編」で紹介しているような先進事例に見るように、単なる地域の個人・企業・団体の資金調達にとどまらず、地域の事業者が

熱い思いを持って行動し、仲介事業者や、地域に愛着や関心を持つ資金提供者がこの思いに応えて資金提供を行い、さらにモノやサービスを購入している実態が現場で動き始めています。また、地方公共団体や地域の金融機関がさまざまな形で支援・連携し、地域住民がプロジェクトに参加している事例も見られます。

「ふるさと投資」は、未だ歴史が浅く、その評価・総括をするには、もう少し事例の蓄積が必要ですが、今後人口減少が想定されるわが国、とりわけ地方においては、地域における活性化のための資金供給が細るおそれがある中で、有意な事業に取り組む事業者が資金調達をしながら地域づくり、地域に対する愛情を形にできるという面で、地方創生に極めて適したツールであると言えるでしょう。

また、個別の事業者や地域住民のがんばりに加えて、地方公共団体や地域の金融機関等が、それを支援していく、行動を促していくといった役割を担うことで、個別の事業者のみならず、地域経済・社会全体が安定・発展していく可能性も期待でき、続く第4章において、地方公共団体や地域金融機関に期待される役割について説明していきます。

こうした「ふるさと投資」の実例を通した特徴・教訓に関し、詳細は、資料編「ふるさと投資」の事例集に譲りますが、一部事例からも以下のように抽出できます。

<事例の特徴>

○しごとや地元発信の拠点づくりを、地域の手で

岐阜県の飛騨高山地方では、Uターンした地元出身者2名が、コワーキングスペースの改

装、備品、通信設備費として購入型の資金調達を行いました。単に資金を集めるのみならず、インターネットを使った資金調達や関心を抱いてもらうための仕組みづくり(セルフビルド、イベント等)を交えて、新しい飛騨高山を全国へ発信する取り組みを進めています。⇒事例 NO.3

○集落の熱意を全国発信

島根県美郷町では、幻の果実とも言われるポポーという農産物をジェラートの形で消費者に届ける取り組みに対して、購入型のクラウドファンディング資金調達を行いました。通常、一般の消費者が知らない農産物については、市場がつける値段を受け入れ、既存のチャンネルで売る選択肢しかありません。ジェラート化して商品化するためには一定の資金が必要で、ラベルデザイン作成への資金調達を行う中で、商品化され、メディアに取り上げられることで、一般の人々から資金を得た生産者が、人々の期待に応えようとした頑張りがプロジェクトを成功に導いたと言えます。⇒事例 NO.5

○地域を知ってもらうきっかけに

和歌山県串本町の旧劇場を再生するプロジェクトでは、廃墟となった劇場を再生する取り組みの資金調達に購入型のクラウドファンディングを使うとともに、SNSを活用し、再生に取り組む人とそれを資金的に支えようとする動きを広く発信することによって、投資家、事業実施者以外の人々が共感を呼び、それが地域を知る大きな足掛かりになっています。⇒事例 NO.7

○作家のモチベーションも鼓舞、見せるものづくりに

滋賀県長浜市の黒壁ガラス工房では、黒壁スクエアにおける黒壁ガラス工房の維持費を

投資型のクラウドファンディングで調達しています。通常、ガラスなどの製品は、製品の購入を通じて作家に収入が入る仕組みですが、クラウドファンディングを使うことにより、作家本人を直接応援する形を取ることができます。応援された作家は、それを意気に感じて造形に取り組んでいくことにつながっています。⇒事例 NO.16

○地域に根差した産業を知るきっかけに

岡山県西粟倉村では、事業に参画する森林組合への機械リースに対して投資型のクラウドファンディングを利用していますが、投資家は、投資を通じて西粟倉村のファンとなり、村の米などの農作物の定期購入やツアーを通じた観光・地域振興につながっています。さらに、一つの森林の再生のみならず、国産材の価値を広く人々に認識してもらい、さらに、一部ではネガティブな印象もある間伐の印象を変える動きにつながっています。⇒事例 NO.17

○地域再生の活力に

ふるさと投資は、投資などお金のやりとりをし、資金を受けたが新たに起業する以上、必ずしも全てがバラ色の結果につながるわけではありません。新在家のソグッテ阪神では、人通りの少ない高架下のシャッター街を再生させるという意欲的な取り組みでありましたが、厳しい立地だったこともあり、資金調達して開業した6店舗のうち、2店はすでに閉店してしまっています。一方で、その2区画も新しい店舗で埋まり、さらに別の空き区画にも出店の動きがあります。これは、クラウドファンディングでなければ、起こりえなかった動きであり、沈滞した地域に新しい動きをもたらすのに有効な手法であると言えます。

⇒事例 NO.14

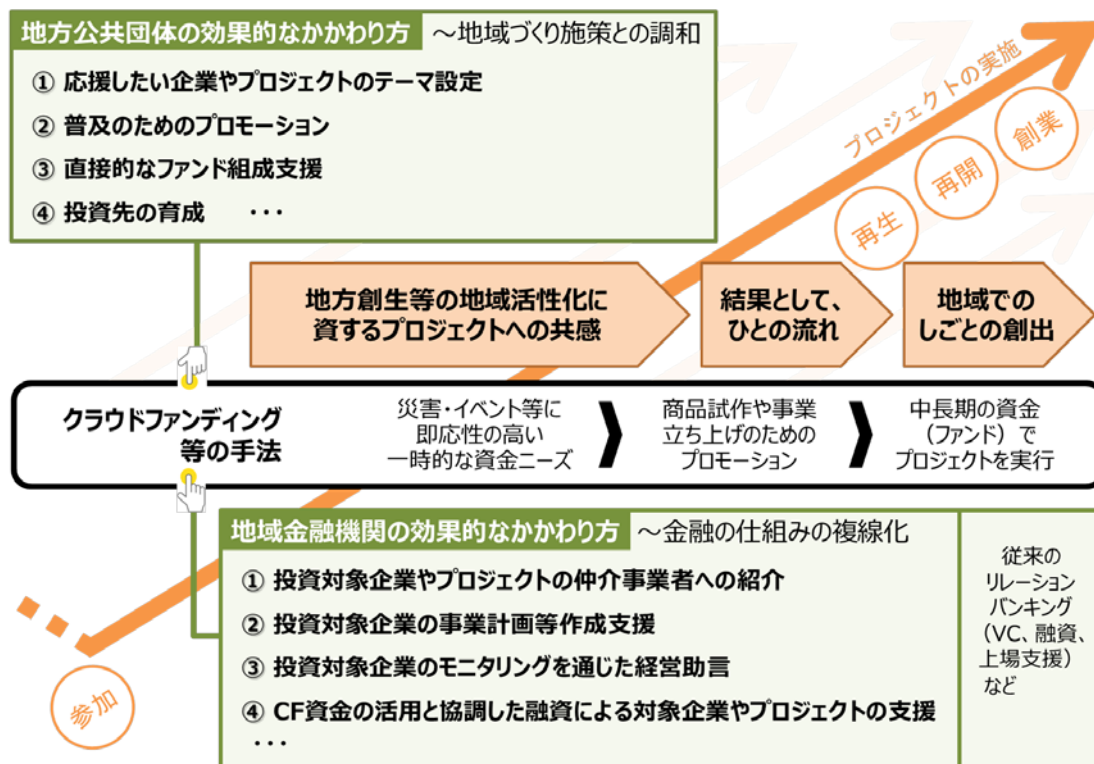
4 章 「ふるさと投資」の活用において、地方公共団体や地域金融機関に期待される役割

これまで、クラウドファンディング活用の意義・メリットを、主に、新たな金融機能というマクロ的な視点や、資金調達者にとってどのようなメリットがあるかという観点から見てきましたが、本手引きの目的は、地方公共団体や地域金融機関等の実務担当者の皆さんに「ふるさと投資」を活用していただくことにありますので、本章では、これらの方々の立場にたって、クラウドファンディング活用の意義・メリットを再整理し、そののち、先進事例にみる地方公共団体や地域金融機関の役割を、具体的な事例とともに説明します。

本章のポイントは次のとおりです。

- ・「ふるさと投資」は、資金提供者の存在によるプロジェクト事業者のモチベーションの鼓舞・維持、「地産地消型」投資を行った地域住民・企業のプロジェクトへの積極的参加などを通じて、地域活性化を円滑に進めるためのドライバーとして活用できます。
- ・「ふるさと投資」の活用にあたり、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が期待されます。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、クラウドファンディングと協調した融資などの役割が期待されます。

▼「ふるさと投資」の時間軸と、地域の連携メンバーのかかわり方のイメージ



④ 新たな資金調達的手段として

3章(5)の意義・メリット①の「金融機関と異なるリスク許容度」に着目すると、**返済確実性の面で金融機関の目線とは合わない場合や、融資返済のタイミングが金融機関の要求するものよりも長期にわたる場合に、特に【投資型】クラウドファンディングの活用が有効となります。**

- ・ベンチャー企業や、既存企業が行う新規事業の場合、出資や補助金を受けることができて、金融機関が融資を行うには依然としてリスクが高いケースがあります。また、きちんと収益は出ていても、過去の過大な設備投資などが原因で借入金が多すぎ、融資が困難となる場合があります。
- ・酒造業などでは、購入した原材料が最終製品として収益を生むまでの間、運転資金借入に対する利払いが難しいという場合もあります。

⑤ マーケティングやファンづくりの手段として

金融機関が仲介事業者にプロジェクトを紹介する理由として大きく増加しているのは、クラウドファンディング活用が、資金調達者の**マーケティングやファンづくりに有効であるからという、プロジェクト応援の面からの期待**というものです。

- ・震災の被災企業の例のみならず、酒造業などの食品加工業では、募集行為自体がマーケティングの手段となり、また投資家自身がファンとなることで、販路が拡大した例も多いようです。
- ・また、【購入型】においては、ニッチなもののづくり製造業、旅行業、ゲーム制作などのテストマーケティング手段として活用されるケースが増えてきています。
- ・事例集で紹介する大阪の縫製会社（株）NFL は、出店費用（設備投資）を【投資型】で調達したのち、ニッチな製品である「真田幸村スーツ」の製品化にかかる費用を【購入型】で調達するなど、クラウドファンディングを上手に活用しています。

⑥ 起業・学習の場として

- ・【寄付型】や【購入型】においては、個人がボランティアや趣味として製品製造やサービス提供を行ったり、クリエイターが作品制作をしたりする中で、クラウドファンディングを活用し、**顧客に対する責任を全うする中で、起業や事業継続に向けた学習を行う**こともできます。

⑦ 地域活性化を円滑に進めるためのドライバーとして

④⑤⑥での資金調達者のメリットに加えて、事業が円滑に進むように誘導するという地方公共団体や地域金融機関の立場にも着目すると、まず、**事業を行う経営者や従業員のモチベーションを鼓舞し、維持することができる**という点が重要です。

- ・起業したり、社内で新たな事業を興したり、構造転換を図る場合には、とかく周囲や社員から反対されることも多いですが、資金提供者という応援団がいることで、それが行動を起こした人の熱意を後押しし、周囲の人々に対する説得材料となりえます。また、事業が困難に遭遇した場合でも、応援団の存在自体や、メール等を通じた出資者からの声が、経営者や従業員のモチベーション維持につながることもあるのです。

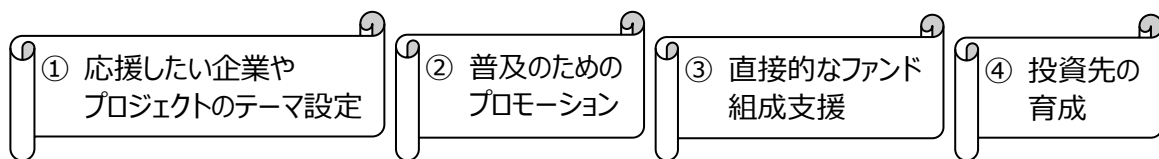
また、地域活性化に資するプロジェクトを進める場合に、**地域の企業や住民の理解を得、積極的に参画してもらう**という観点も重要です。

- ・地域で起業したり、新たな事業を進める場合、環境の悪化を懸念する地元から反対されることや、妬まれて協力が得られないということも時としてあるようです。あらかじめ、地元の企業や住民にクラウドファンディングの形でプロジェクトの一翼を担ってもらうことにより、一緒に課題を解決しつつ、積極的にプロジェクトに参画してもらうこともできます。

(1) 先進事例にみる地方公共団体の役割

都道府県庁を中心に、地方公共団体がクラウドファンディング仲介事業者等と提携し、「ふるさと投資」を活用する動きが増えています。ここには、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**という動機が伺えます。

地方公共団体の役割、関与の仕方としては、実例をみるとさまざまな形態がありますが、ここでは次の4つの形態を紹介します。



① 応援したい企業やプロジェクトのテーマ設定

- ・企業やプロジェクトの規模、業種については特段絞りこんでいない例が多いようですが、熊本県では「新エネ・省エネの先進県をめざす」政策のもと、県民発電所設置にあたり、「ふるさと投資」を活用しています。
- ・また、兵庫県では、支援する対象企業の要件を定め、商工会議所や地域金融機関等と連携し、ビジネスプランの募集やブラッシュアップ支援を行い、数段階に及ぶ審査プロセスを経たうえでプロジェクトを選定するなど、個別事業へのかかわり方の度合いが非常に高いのが特徴です。

② 普及のためのプロモーション

- ・「ふるさと投資」を普及するためのプロモーション活動については、「ふるさと投資」の活用に取り組む多くの地方公共団体が既に予算化し、取り組んでいます。
- ・具体的には、地元企業や、商工会等に対して、セミナーを開催する事例が多くみられます。
- ・栃木県は、ウェブ上に「とちぎファンズ」というポータルサイトを立ち上げ、「ふるさと投資」に関する基礎知識やセミナー開催情報などを紹介しているほか、相談専用ダイヤルの開設、県内外の投資家向け理解促進セミナー

ーを開催するなど、大変ユニークな取り組みを行っています。

- ・しかし、以上のような取り組みには、専門的なノウハウを必要とし、機動性が求められる等の観点から、多くの地方公共団体では外郭団体や地元企業に業務委託を行い、これら団体・企業とうまく役割分担しながら、取り組んでいるというのが実態です。

③ 直接的なファンド組成支援

- ・「ふるさと投資」を活用している地方公共団体の多くが、地元商工会や地域金融機関と連携し、プロジェクトの発掘を行い、仲介事業者とのマッチング（引き合わせ）を行っています。神奈川県や横浜市のように、あらかじめ特定の仲介事業者と提携している場合もあれば、特定の仲介事業者とは提携せず、プロジェクトに応じて個別の仲介事業者と連携していく場合もあります。
- ・また、栃木県や大阪府のように、地元の経営・会計等の専門家を活用し、プロジェクトの企画案や事業計画の策定を支援しているケースもあります。

④ 投資先の育成

- ・上記③で紹介した「プロジェクトの企画案、事業計画策定」の多くは、プロジェクトが仲介事業者のウェブサイトに掲示されるまでの間の支援であり、その後の支援を明示的に行っている例はほとんどありません。
- ・しかし、仲介事業者のプロジェクト掲示によって資金集めに成功した場合でも、中小企業やベンチャー企業においては、事業を維持・成長させていくためには、法律・会計・税務等の知識の不足、資金調達・人材活用等のノウハウの不足、事業計画を策定し必要に応じて修正していくノウハウの不足等の課題があることから、「ふるさと投資」の効果継続させるためには、一定期間、支援を継続していくことも有効なのではないでしょうか。

地方公共団体が①～④にみられるような役割を担うことで、プロジェクトを認知し、何らかの連携を行い、**投資家・事業者双方に対して、仲介事業者やプロジェクトについての安心感の醸成**が図られ、「ふるさと投資」が促進されるという効果も期待できます。

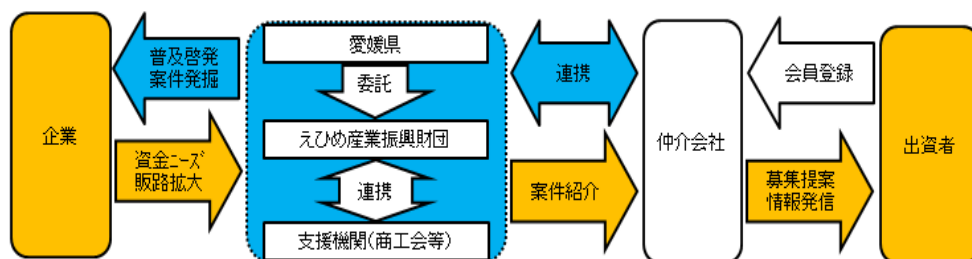
地方公共団体の関与スキーム事例

<愛媛県庁>

【投資型】クラウドファンディングへの理解を深めることを目的として、企業支援に携わる商工会議所、商工会、市町および金融機関などの関係機関の職員を対象としたセミナーの開催、関心のある事業者を対象としたセミナーの開催を行っています。また関心のある事業者に対して職員が仲介事業者と共に訪問し、事業計画策定のアドバイスやファンド組成のためのサポートを行っています。さらに、首都圏において事業・商品の魅力等を発信する機会（東京での「愛媛プロジェクト魅力発信セミナー」など）を設け、組成するファンドへの出資に結び付くようなPRの機会を提供しています。

▼平成 26 年度共感型民間資金活用促進事業のスキーム

概要：セミナー開催・ファンド組成のサポート・首都圏でのPR事業

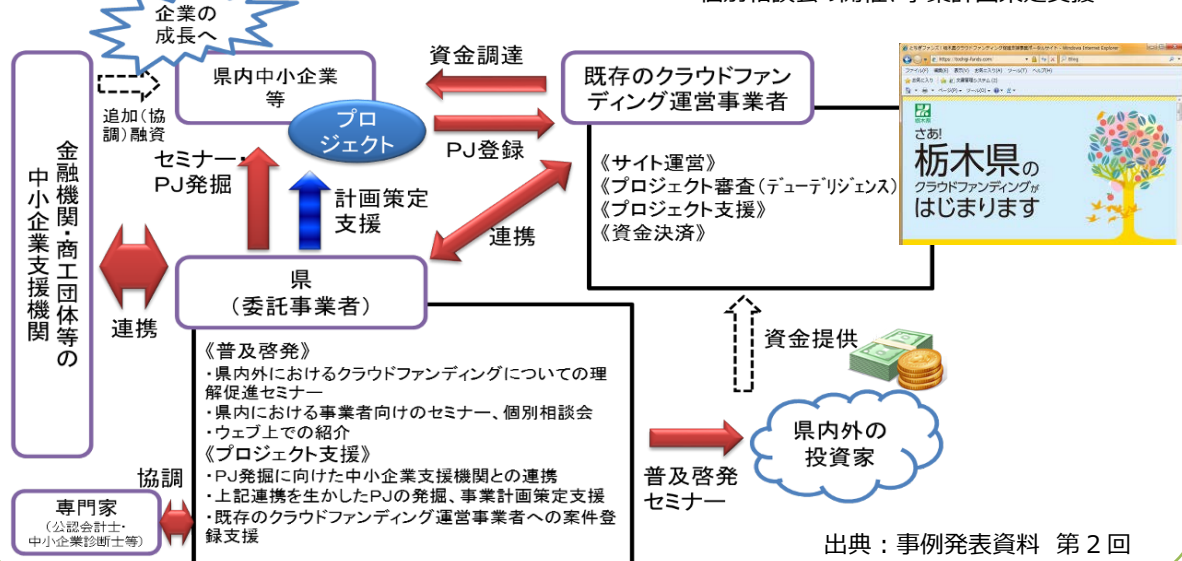


出典：事例発表資料 第1回

<栃木県庁>

クラウドファンディング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ます。また、ウェブ上のポータルサイト「とちぎファンズ」を開設して活用事例の紹介や各種情報の発信など、普及を促進しています。

▼クラウドファンディング促進支援事業「とちぎファンズ」のスキーム 概要：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



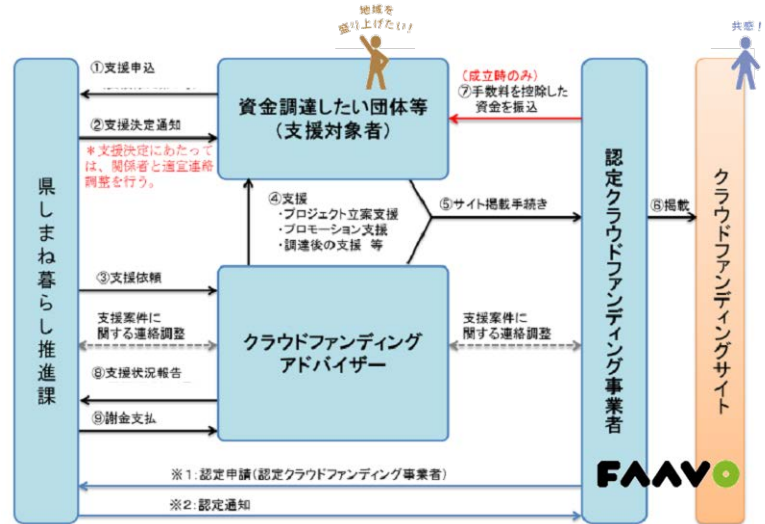
出典：事例発表資料 第2回

<島根県庁>

FAAVO は、サーチフィールド社が提供する【購入型】クラウドファンディングで、エリア毎にエリアオーナー（運営会社）を置き、権限委譲するユニークなビジネスモデルを採用していますが、島根県庁は、同社と共同でエリアオーナーとなり、「FAAVO 島根」を運営し、県内の地域活性化プロジェクトを応援しています。具体的には、県庁自らが事業者に対して、手続き、注意点等の第一次的なアドバイスや募集スキームの広報を行うと共に、リターンや調達金額、文面等に関するアドバイザーとの協力の下、事業者を支援する仕組みを構築しています。

▼クラウドファンディング実証実験のスキーム

（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 概要：認定 CF 事業者の認定、アドバイザーの派遣）



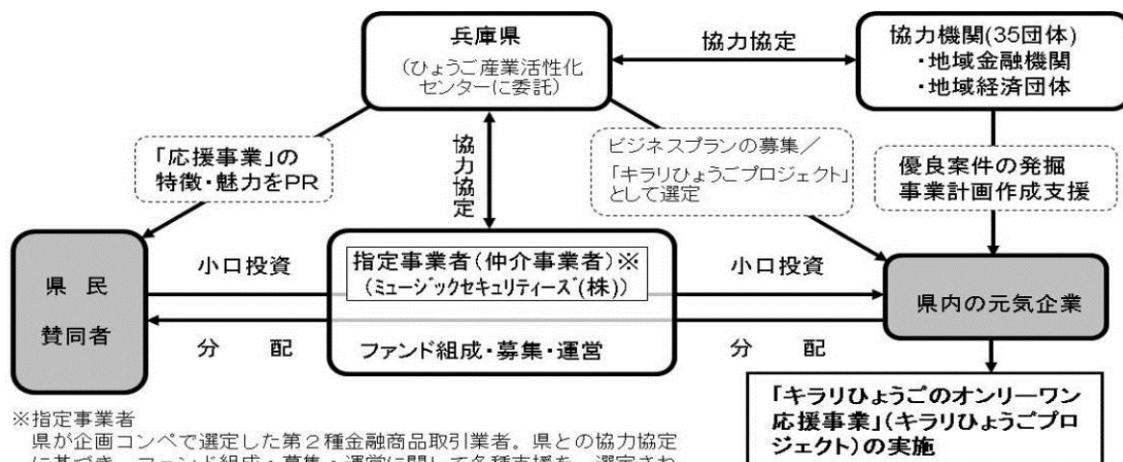
出典：事例発表資料 第3回、島根県庁 HP を参考に作成

<兵庫県庁>

地域資源や独創的なアイデアを生かして地域ブランドとして成長を目指す中小企業者の取り組みを「キラリひょうごプロジェクト」として発掘・選定し、プロジェクトの魅力を専用 WEB ページや普及セミナーで広く県内外に情報発信すると共に、クラウドファンディングによる潜在顧客の開拓や資金調達を支援しています。県と35の協力機関が協定を締結し、案件発掘や事業計画の策定支援に当たるほか、数段階の審査プロセスを経たうえで、支援対象プロジェクトを選定するなど、個別プロジェクトに対する県のかかわり方の度合いが非常に高いのが特徴です。

▼キラリひょうごのオンリーワン応援事業のスキーム

（ひょうごふさと応援・成長支援事業 概要：募集・審査に関する支援、応援事業のファンド組成・運営・広報協力）



※指定事業者
県が企画コンペで選定した第2種金融商品取引業者。県との協力協定に基づき、ファンド組成・募集・運営に関して各種支援を、選定された中小企業者に提供

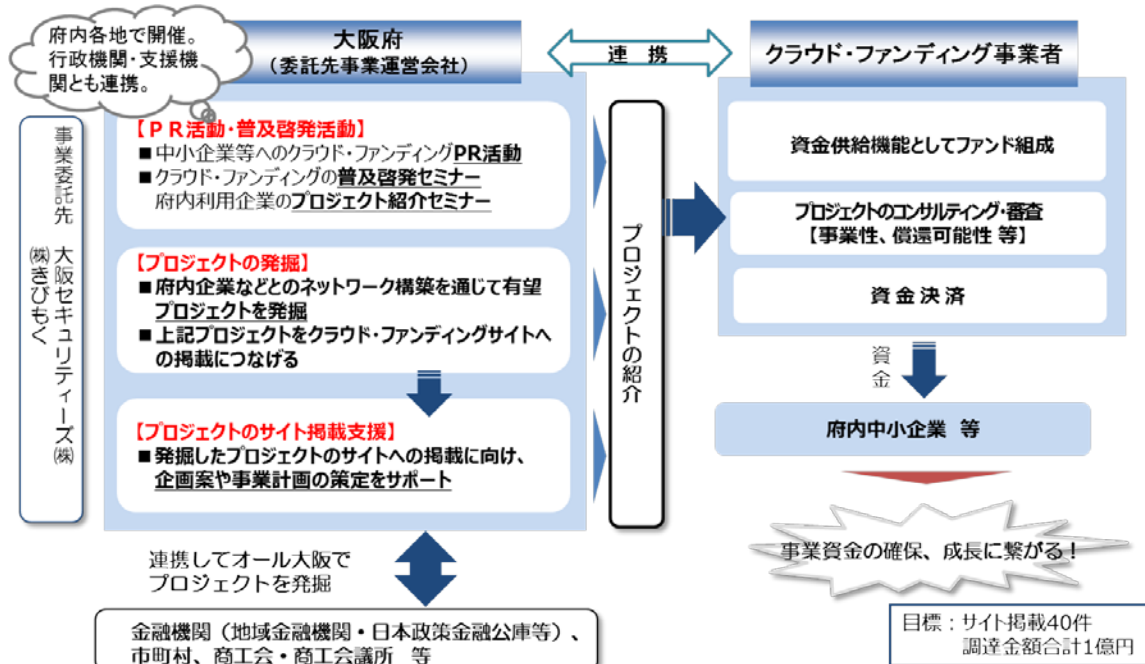
出典：事例発表資料 第2回

＜大阪府庁＞

クラウドファンディング活用サポート事業として、地域金融機関、商工会・商工会議所等と連携し、クラウドファンディングの普及啓発セミナー等の PR・普及啓発活動を行うほか、府内企業などとのネットワーク構築を通じて、有望プロジェクトを発掘し、企画案や事業計画の策定サポートなども行いつつ、ウェブサイトへの掲載を支援しています。

▼クラウド型ファンド活用促進事業、クラウド・ファンディング活用サポート事業のスキーム

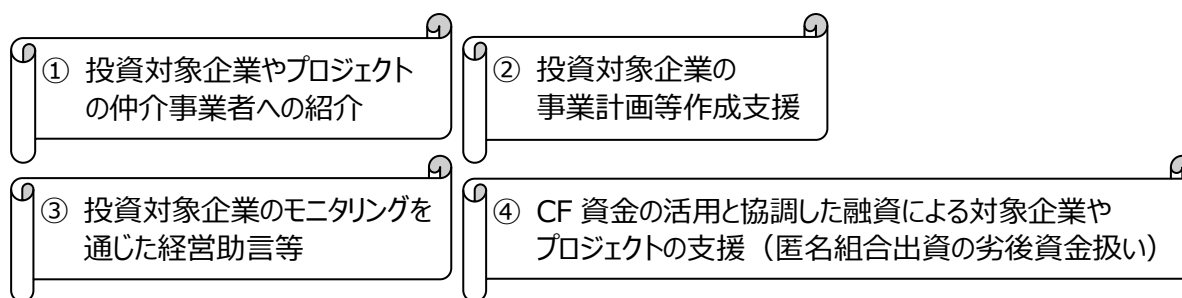
（概要：府内中小企業の新事業展開や創業期における資金調達支援、府内で活動するクラウドファンディング関連人材の育成）



出典：事例発表資料 第2回

(2)先進事例にみる地域金融機関の役割

(1) では、地方公共団体がクラウドファンディング仲介事業者との業務提携を行うことなどによって、「ふるさと投資」に関与している事例を紹介してきましたが、地方公共団体の業務提携は、地域金融機関と仲介事業者の提携関係がきっかけとなっているケースもあります。地域金融機関の役割、関与のしかたは、実例をみるとさまざまな形態がありますが、ここでは次の4つの形態を紹介します。



① 投資対象企業やプロジェクトの仲介事業者への紹介

- ・2014年前後から、仲介事業者との間で包括的な業務提携、プロジェクト紹介に関する業務提携契約を締結している地域金融機関が増えています。業務提携の主な目的は、地域金融機関から仲介事業者へのプロジェクト紹介であり、地域金融機関の役割として最も期待され、実際に行われているのは、仲介事業者に対するプロジェクト（企業等）の紹介です。地域金融機関が紹介する意図・目的の1つは、本章の冒頭で述べたように、プロジェクト（企業等）に対して継続的な関与を行いたいのに、融資を行うことが難しい場合です。例えば、1)当該企業が収益を上げているものの借入金負担が重過ぎる場合、2)成長性は期待できるもののリスクの高いベンチャー企業である場合、3)収益弁済までの時間がかかり過ぎる場合などです。
- ・しかし、これも本章冒頭で述べたように、地域金融機関がプロジェクト（企業等）を仲

介事業者に紹介する目的として近年重視されているのはむしろ、仲介事業者を通じて全国的に紹介されるというPR効果や資金提供者がファンとなり結果として販路が拡大するという効果であるように思われます。

他に企業や資金提供者にとって効果的な地域金融機関の役割は、いずれも地域金融機関の本業と言えるものです。具体的には、②**投資対象企業の事業計画等作成支援**、③**投資対象企業のモニタリングを通じた経営助言等**、④**融資による支援**です。

② 投資対象企業の事業計画等作成支援

- ・企業が売上・損益、設備投資などの事業計画を策定することは、融資を受けるうえでも、「ふるさと投資」として資金提供を受けるうえでも必要なことです。
- ・しかし、中小事業者やベンチャー企業にはノウハウや人的リソースが不足していることが少なくありません。地域金融機関が金融の専門家の立場から、アドバイスをを行い、企業

の事業計画等の作成を支援することは、地域に根ざした地域金融機関の本業とも言えるでしょう。

③ 投資対象企業のモニタリングを通じた経営助言等

- ・金融機関が、多くの企業を審査し、関係を構築してきた経験を踏まえて、企業をモニタリングしつつ、経営についての助言、時には指導を行うことは、金融機関の本業とも言えるものです。

- ・ノウハウや人的リソースの不足した中小事業者やベンチャー企業にとって、それは時には耳が痛い一方、大変ありがたいことでしょう。

④ 融資による対象企業やプロジェクトの支援 (匿名組合出資の劣後資金扱い)

- ・地域金融機関がクラウドファンディングと協

調した融資を行うことで、企業の成長資金の確保や資金繰りがより円滑になります。

- ・なお、融資に関しては、2011年11月の金融庁による金融検査マニュアルの運用明確化により、「償還条件5年超」等の一定の要件を満たす匿名組合出資方式の小口投資ファンドも「資本性借入金」とみなすことが可能となり、【投資型】クラウドファンディングの活用と協調した銀行融資が行いやすくなっています。

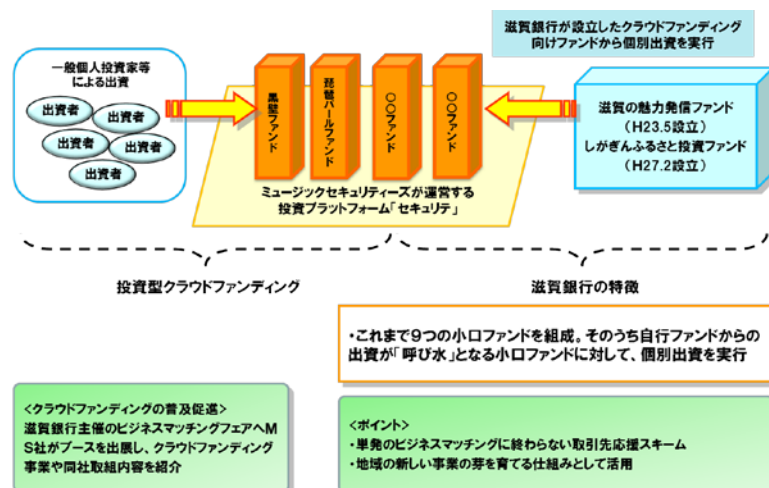
また、地域金融機関が仲介事業者と企業をマッチングする際に担当者が帯同訪問したり、モニタリング等の形で関与することによって企業がクラウドファンディングの仕組みを活用するにあたって、また資金提供者が企業(プロジェクト)に対して資金提供するにあたっての、安心感の醸成につながります。

地域金融機関の関与スキーム事例

＜滋賀銀行＞ ⇒プロジェクト事例 NO.8【投資型】

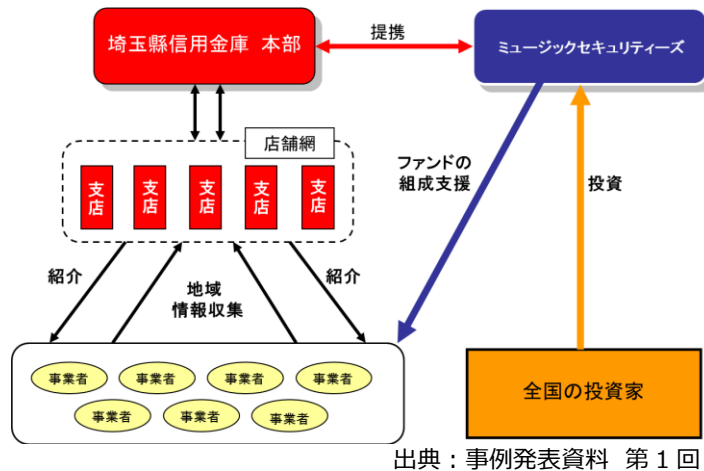
地域に新しい事業の芽を育てるという観点から、平成23年5月より【投資型】クラウドファンディング仲介事業者との提携を開始し、観光地のファンづくりや地場産業復興などにつながる個別ファンドをこれまで9件設立しています。個別ファンドの組成に際しては、行員向け説明会の実施、企業等への行員の帯同訪問などを行っていることに加え、呼び水効果が期待できるファンドに対しては、「クラウドファンディングの手法により組成された小口ファンドを主たる投資対象とする」「しがぎんふるさと投資ファンド」等からの出資を行っています。

▼滋賀銀行の【投資型】のスキーム



出典：滋賀銀行提供資料

首都圏に位置する埼玉県は720万人の人口を有しますが、商工業中心で人口が増加する県南部と、農業が中心で人口・事業者ともに減少する県北部という二面性があり、県南部主体の「新規創業」や県北部における事業の「再開」、「再生」等に対応していく必要があります。そこで、【投資型】クラウドファンディング仲介事業者と業務提携を行うとともに、**支店の担当者への研修**などを通じ、「**目利き力**」



飛驒信用組合

(システム環境・ノウハウの提供)

(システム利用料)

(サイト運営)

サーチフィールド

FAOVO飛驒・高山

(資金送金)

(資金拠出)

起案者

資金提供者

(商品・サービス)

(相談・案件持ち込み)

(審査)
・預金口座開設
・金融機関での審査体制を利用できる

企業

ミュージックセキュリティーズ

③ファンド組成

①資金相談

②紹介

提携

組成企業のPR

同社会員

組成企業のPR

地域

飛驒信用組合

＜岩手銀行＞

地域密着型金融としての顧客サポート手段として、ビジネスマッチング、起業・創業支援、被災企業への資金供給などを基本方針に掲げている中で、

▼岩手銀行の【投資型】のスキーム（「温泉旅館」の再建支援の場合）

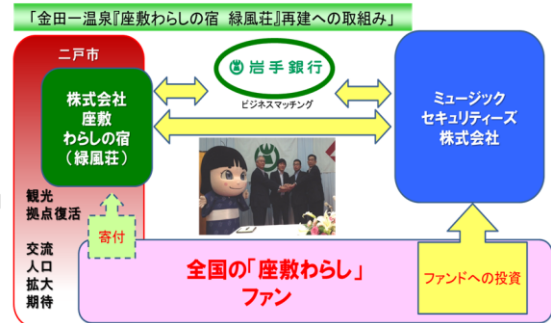
連携協定締結と同時に「温泉旅館」の再建支援に取組んだ事例

1. 協定の目的

二戸市と岩手銀行が相互に連携して取組内容に定める事項に取り組み、地域社会の活性化への寄与に協力することを目的とする。

2. 取組内容

- (1) 地域社会の活性化に関すること。
- (2) 地域産品の販売促進及び交流人口の拡大に関すること。
- (3) 人づくり及び地域づくりに関すること。
- (4) その他、目的を達成するため相互に必要なと認められる事項に関すること。



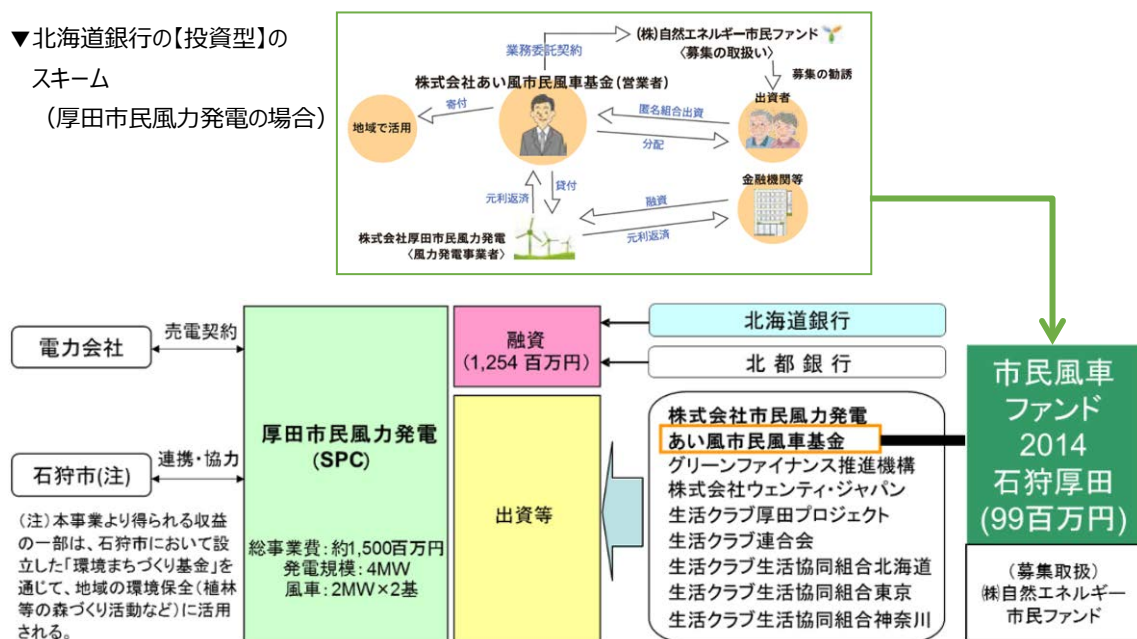
出典：事例発表資料 第2回

【投資型】クラウドファンディング仲介事業者とビジネスマッチング契約を締結。復興庁「企業連携プロジェクト支援事業」との連携（アドバイザーボードへの参画）や、二戸市と連携協定に基づき、惣菜製造事業者向けファンドや、火災により全焼した旅館の再生のためのファンド組成に協力（マッチング）しています。

＜北海道銀行＞ ⇒プロジェクト事例 NO.9【投資型】

北海道石狩市厚田において、風力発電プロジェクトの実施主体である厚田市民風力発電（SPC）を組成する際、北海道銀行は、北都銀行と協調して、当該 SPC に対して融資を実行したほか、過小資本という課題を解消するべく、出資や劣後性資金の導入を模索、地元企業や、クラウドファンディングを活用した「市民風車ファンド 2014 石狩厚田」（（株）自然エネルギー市民ファンドが運営）などの出資の導入に結びつけました。

▼北海道銀行の【投資型】のスキーム（厚田市民風力発電の場合）

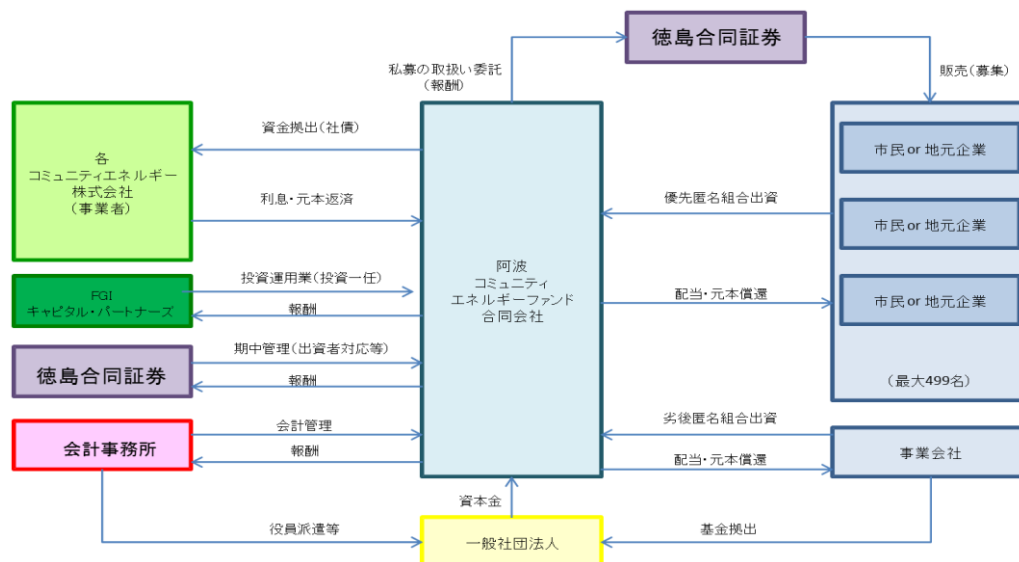


出典：事例発表資料 第3回

＜徳島合同証券＞

地元の複数のメガソーラー施設（太陽光発電事業）を束ねたプロジェクトファイナンススキームを構築するにあたり、徳島合同証券は、社債を取得する阿波コミュニティエネルギーファンド（SPC）の設立を主導。**地場証券会社の強みである窓口や営業ルートを活用し、匿名組合出資方式で市民や地元企業からの資金調達を成功させました。**なお、プロジェクトファイナンススキームに対する融資は、地元地域金融機関である阿波銀行が担っており、当プロジェクトファイナンスは、地元の金融機関、証券会社、電力会社、企業、市民が一体となって作り上げた「**地産地消型**」の事業となっています。

▼徳島合同証券の【投資型】のスキーム（メガソーラー施設の場合）



出典：事例発表資料 第3回

5章 「ふるさと投資」の今後の活用拡大に向けて

本章では、「ふるさと投資」の今後の活用拡大に向けた課題や動向を概説します。

本章のポイントは次のとおりです。

- ・「ふるさと投資」の活用拡大のためには、本手引きの活用や広報などによる一般市民も含めた認知度の向上と、周辺環境の整備が必要です。周辺環境の整備に関しては、関連法制度・自主規制ルール・開示方法の共通化等を通じた投資家保護と仲介事業者の参入促進が必要です。また、資金提供者や仲介事業者に対する補助や税制上の措置等の助成の検討も求められます。
- ・本連絡会議では、引き続き、関係者間の先行事例等の情報共有による認知度向上に努めるとともに、制度上の課題を抽出し、必要な規制改革や支援策の提案を検討します。

1. 認知度向上に向けた取り組み

「ふるさと投資」の市場が拡大するためには、4章までで解説した関係者（事業者、仲介事業者、地方公共団体、金融機関等）側の取り組みだけでなく、資金の出し手となる市民（当該地域周辺在住者のみならず遠隔地の在住者も含む）の認知度向上に向けた取り組みが欠かせません。

市民一般に広く認知されるためには、個別のプロジェクトから、各プラットフォームそして地方

公共団体や地域金融機関の関与に至るまで成功事例の積み重ねといった地道な努力はもちろん必須ですが、地方公共団体や国が、適切な広報をしていくことが有効です。本手引きも、地方公共団体や地域金融機関等の実務担当者が「ふるさと投資」についての最新で正しい情報を得ていただくうえで多いに活用されることを願っています。

2. 活用拡大に向けた周辺環境の整備

また、「ふるさと投資」の推進のため、地方公共団体においては、プロジェクト立ち上げを支援するためのアドバイザーの設置など体制整備を行うほか、個別プロジェクトに対し、デューデリジェンスや審査費用などの補助を行っている事例も見られます。さらには、ローカルプロジェクトへの支援手法としては、国の交付金を活用し、地方公共団体からのファンド組成時の出資など

も行われています。今後、「ふるさと投資」の推進にあたっては、このような補助のほか、資金提供者等に対する税制上の措置の検討も求められます。

一方、「ふるさと投資」にはリスク（元本割れ、詐欺・反社会勢力の活動に利用される等）があることも事実です。制度不備に起因した問題が発生すると「ふるさと投資」の市場全体に影響

響を及ぼしかねないので、情報開示等、投資者保護のためのしっかりした体制の確立が必要です。

【投資型】については、金融商品取引法の改正（平成 27 年 5 月施行）、自主規制団体による自主規制ルールの策定がなされ、投資者を保護する体制及び仲介事業者の参入を促進する環境が整備されています。⇒後掲を参照

また、【購入型】については、民法上の売買契約（会計処理は売上計上）取引が浸透してきており、主要 10 サイトだけでも月 2 億円を超える市場成長となっています。仲介事業者の増加も見込まれ、資金の出し手にとっては、仲介事業者が得意とする分野やビジネスコンセプトの違いによる選択肢が広がってきていますが、さらなる成長のためには、今後、更なる情報提供や開示、開示方法の共通化などが必要と思われます。

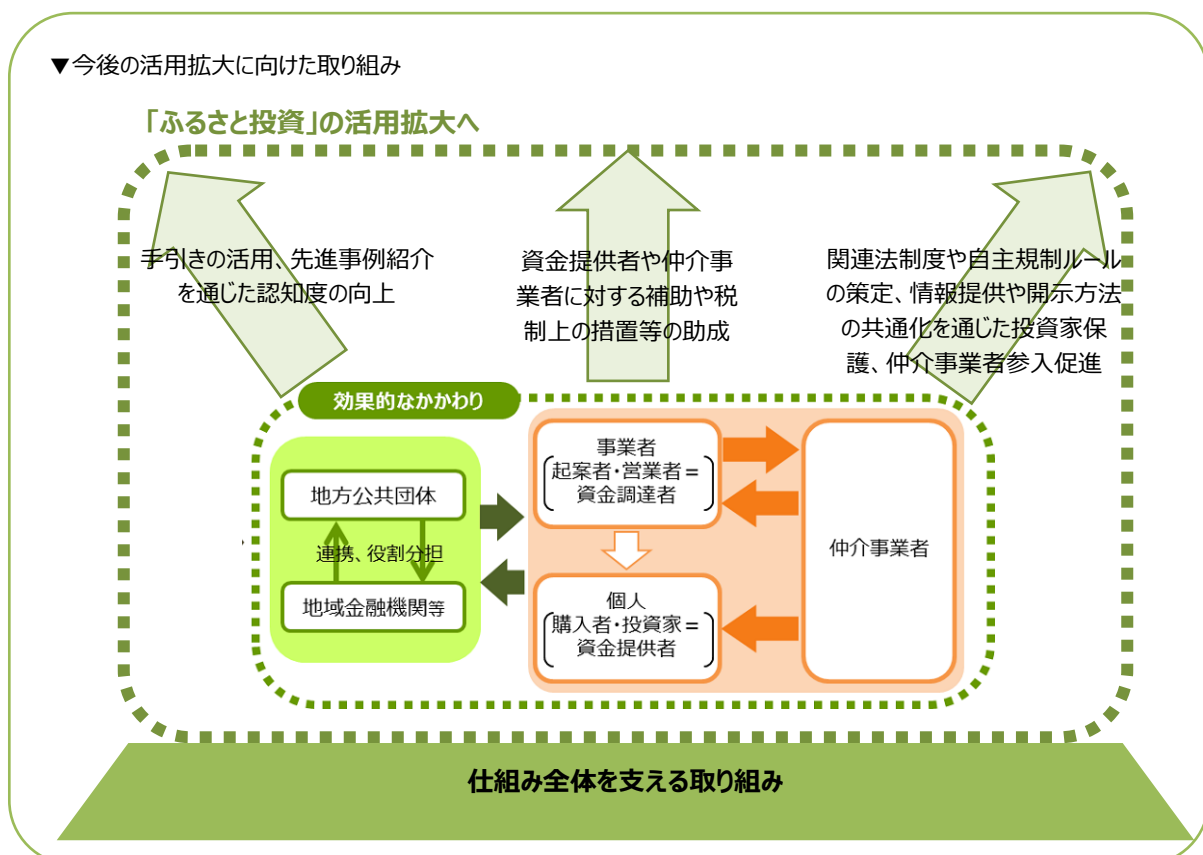
3. 連絡会議の今後の役割

今後の市場拡大に向け、本連絡会議では、引き続き、投資家保護や事業者育成に留意しつつ、関係者間での先行事例等の情報の共有化を図ることとします。

これにより、ふるさと投資についての認知度を向上させるとともに、各々の主体のより有効なかわり方や隘路の打開策の分析を通じ、制

度上の課題を抽出し、必要な規制改革や支援策の提案を検討することとします。こうしたことを通じ、大都市から地方へ資金の流れ、地域での資金循環をより一層進めることで、地方創生等地域活性化を推進していくことを目指します。

▼今後の活用拡大に向けた取り組み



投資型クラウドファンディングに係るルール整備

・従来の金商法による規制と業界自主規制

有価証券の投資勧誘をするためには、金融商品取引法上「金融商品取引業者」として内閣総理大臣の登録が必要であり、ファンド持分は有価証券とみなされるため、【投資型（ファンド形態）】の仲介事業者は第二種金融商品取引業者として登録を行っています。また「株式」の勧誘を行う場合、第一種金融商品取引業者の登録が必要ですが、非上場株式の勧誘は日本証券業協会の自主規制で原則禁止されているため、実態上、【投資型（株式形態）】は存在しませんでした。

・金商法改正による参入要件緩和と投資者保護ルールの整備

今般の金商法改正（平成 27 年 5 月施行）では、投資型クラウドファンディングの利用を促進するため、インターネット経由の少額投資（発行価額の総額が 1 億円未満かつ、有価証券取得する者が払い込む額が 50 万円

以下）を行う投資型クラウドファンディング仲介事業者として新たに「少額電子募集取扱業者」が設けられ最低資本金の引き下げ等の参入要件の見直し（緩和）が図られます。

これと同時に、投資者保護のためのルール整備も行われ、仲介事業者に対して「ネットを通じた適切な情報提供」や「ベンチャー企業の事業内容のチェック」を義務づける等、投資者保護のための行為規則等が新設されます。

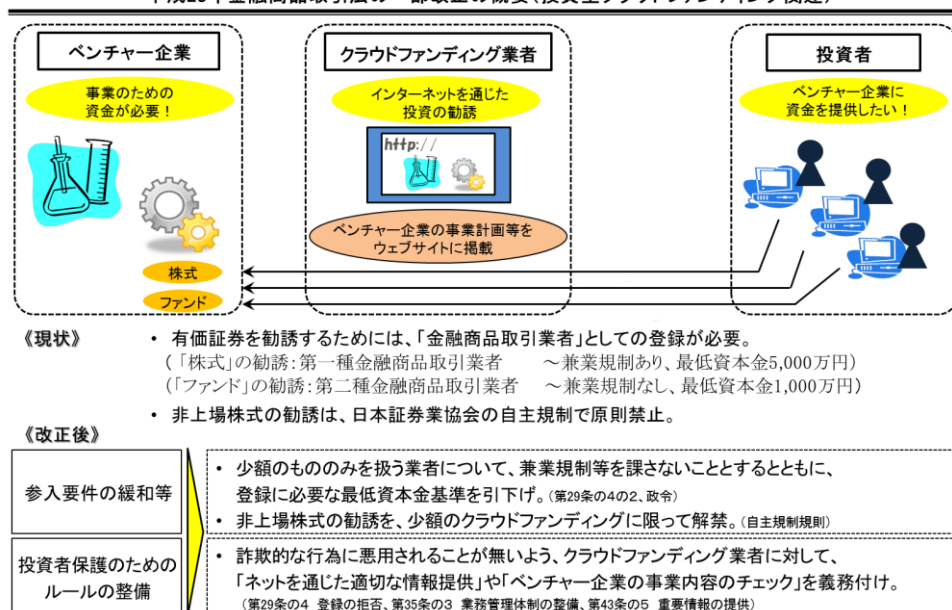
・業界自主規制ルールの改正・整備

法改正を受けて、日本証券業協会及び第二種金融商品取引業協会においても、自主規制ルールの改正等が行われます。⇒次項参照

なお、【投資型（株式形態）】のクラウドファンディングは、日本証券業協会の自主規制規則の改正により、従来原則禁止であった一般人への非上場株式の勧誘が、インターネット経由の少額取引に限って一部解禁されることとなり、可能となるものです。

▼平成 26 年法改正の概要

平成26年金融商品取引法の一部改正の概要（投資型クラウドファンディング関連）



（注1）発行総額1億円未満、一人当たり投資額50万円以下

（注2）第一種金融商品取引業者：（現行）5,000万円⇒1,000万円。第二種金融商品取引業者：（現行）1,000万円⇒500万円。

自主規制団体による自主規制ルール

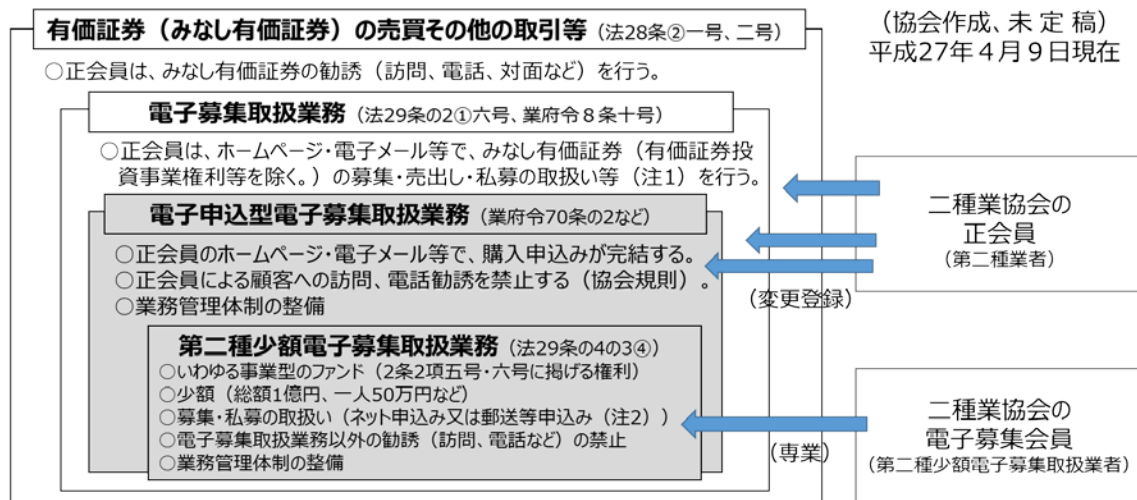
【投資型】は、ファンド形態及び株式形態ともに、改正金商法の規制の対象となります（平成 27 年 5 月施行予定）。また、この規制に基づいて、【投資型（ファンド形態）】については第二種金融商品取引業協会が、【投資型（株式形態）】については日本証券業協会が、それぞれ自主規制団体となって、自主規制ルールの運用を行います（自主規制ルールは、改正金商法と同日施行を予定）。

【投資型（ファンド形態）】に関する、二種業協会の自主規制ルール及び会員社向け支援策のポイントは、次のとおりです。

- ・新たに、「電子申込型電子募集取扱業務等に関する規則」及びその細則を定め、協会に加入する第二種業者等が自らのプラットフォーム（ホームページ）等を用いて、ファンド事業に関する匿名組合契約等の内容の表示、ファンド事業の審査（デューデリジェンス）、顧客への情報提供などについて遵守すべき規則が規定されます。⇒概要は下図を参照
- ・なお、改正金商法では、第二種業者等について、協会に加入して協会の自主規制に服するか、または協会に加入しない場合には自ら協会の自主規制に準じた社内規則を整備するか、のいずれかが求められます。

▼第二種金融商品取引業協会の自主規制規則の概要

1. 二種業協会の自主規制（イメージ図）



（注1） 募集・売出しの取扱い、私募・特定投資家向け売付け勧誘等の取扱いをいう（法2条8項9号）。なお、金銭貸付を行う出資対象事業を除く。また、自己募集は、電子募集取扱業務ではない。

（注2） 郵送等申込みとは、第二種少額業者に書類を郵送するなどして申込みを行うケースを想定する。

2. 規則案に盛り込む主な事項（予定）

- ・顧客の適合性、取引開始基準の設定
- ・第二種少額電子募集取扱業務における募集金額等の上限の設定
- ・中途解約の禁止・制限の表示
- ・電話又は訪問による勧誘の禁止
- ・名義貸しの禁止
- ・広告等の内部審査
- ・反社会的勢力排除のための契約内容
- ・審査の独立性の確保、社内規則等の整備、審査項目の設定
- ・分別管理の徹底
- ・募集申込金の管理等
- ・申込の撤回、契約の解除
- ・発行者からの情報提供
- ・内部管理体制の整備
- ・研修の受講

等

自主規制団体をととして会員社に提供される支援内容

自主規制ルールへの運用にあたり、【投資型（ファンド形態）】の仲介事業者に向け、二種業協会において次の検討がなされています。

- ・資金調達者（事業者）、投資者及び仲介事業者（第二種業者等）の三者の関係を念頭に、それぞれの立場でどのような支援が求められているか、検討が必要と認識
- ・例えば、資金調達者（事業者）にとっては、如何にして円滑に資金調達を行い事業を開始することができるか、また投資者にとっては、如何にして事業の内容や投資のリスクを確認でき、納得をしたうえで投資することができるか、そして仲介事業者（第二種業者等）にとっては、如何にして資金調達者（事業者）を発見しその事業化を支援できるか、また、投資者に適切かつ円滑に勧誘・販売を実施できるか、といった視点

このような認識のもと、会員社への支援内容として2点を準備しています。

・書類ひな型（モデル）の整備

関係者にとって必要な手続き書面（①匿名組合契約書、②金商法に基づく契約締結前交付書面及び契約締結時交付書面、③出資対象事業に関する業務委託等に関する契約書、④募集又は私募の取扱いに関する

契約書、⑤分配時・償還時の明細書など）について、ひな型（モデル、注を参照）を整備。

これらのひな型を活用することで、所定のデューデリジェンスが完了した後は、円滑かつタイムリーに匿名組合の組成が行われ、「ふるさと投資」のプロジェクトがスムーズに開始することが期待されます。

・各種の周知・啓発活動の実施

【投資型（ファンド形態）】では、特に匿名組合契約による契約方式が多くなると考えられますが、一般の投資者にとって馴染みが薄いものでもあるため、協会として、各種の手続き書面を念頭に、HP等を通じて各種の周知・啓発活動を実施。

（注）

- ① 事業者と投資者（匿名組合員）との間で締結する出資対象事業への出資に関する書面。
- ② いずれも金商法上、金商業者等が顧客に対して交付しなければならない書面。
- ③ 事業者と第二種業者等との間で締結する書面。ファンドの組成から償還までの間、この契約書に基づき、投資者に対する情報提供、分配金・償還金の明細書作成事務などを行う。
- ④ 事業者と第二種業者等との間で締結する書面。

「ふるさと投資」を支援する制度等

寄付税制の中で“エンジェル税制”と呼ばれる制度で、事業化の育成そのものを目的としたものや、案件に対するデューデリジェンス審査に要する費用など立ち上げ時の支援がなされているものがあります。

このようなものに対する国の支援制度も用意

されつつあります。例えば、まちづくりへのファンドの支援策の創設・拡充も見られます。

今後、「ふるさと投資」のより一層の普及・促進には、制度づくりへの具体的なアイデアや、説得力のあるニーズや先進事例が欠かせないと考えています。

<参考>

1. 「ふるさと投資」連絡会議規約

次の規約を定め、会議開催の都度、構成員追加などの変更を行ってきました。

（目的）

第1条 この規約は、「ふるさと投資」連絡会議（以下「連絡会議」という。）の組織及び活動に関する事項を定めることにより、連絡会議構成員等（以下「構成員等」という。）が、資金の大都市から地方への流れや地域内での循環、住民による直接的な資金提供のしくみとして、ふるさと投資の普及・促進を行うことを目的とする。

（定義）

第2条 この規約において「ふるさと投資」とは、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等の手法を用いた小口投資であって、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いう。

（活動）

第3条 連絡会議は、第1条の目的を達成するため次の活動を行う。

- （1）ふるさと投資を活用した地域活性化の総合的検討
 - （2）構成員間での情報交換
 - （3）関係省庁との情報交換
 - （4）普及・促進に係る施策の提案
 - （5）その他目的達成に必要な事項
- 2 連絡会議の活動は、平成27年度末までとする。

（組織）

第4条 連絡会議は別表に定める構成員等により組織する。

- 2 構成員等の変更に当たっては、事務局は関係する構成員等に意見を聴くものとする。
- 3 連絡会議は、アドバイザー及び関係省庁の協力を得て、活動を行うものとする。

（役員）

第5条 連絡会議に次の役員を置く

- （1）会長 1団体 （2）副会長 1団体
- 2 会長は、構成員の中から互選する。
- 3 副会長は、構成員の中から会長が指名する。

（役員の役割）

第6条 会長は、連絡会議を代表し、会務を統括する。

- 2 副会長は、会長を補佐する。

（事務局等）

第7条 連絡会議の事務局は、内閣官房及び内閣府が務める。

- 2 連絡会議の庶務は、内閣府地方創生推進室において処理する。

（雑則）

第8条 この規約に定めるもののほか必要な事項は、会長が定める。

附則 この規約は、平成26年10月31日から施行する。

附則 この規約は、平成26年12月1日から施行する。

附則 この規約は、平成27年2月24日から施行する。

※最終変更：5月18日

別表 構成員等 - 省略 -

2. 連絡会議の構成員

・構成員

〔平成27年5月18日時点〕

地方公共団体

北海道、北海道釧路市、北海道岩見沢市、岩手県、岩手県陸前高田市、宮城県、宮城県登米市、秋田県、山形県、福島県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、山梨県、新潟県、新潟県長岡市、新潟県妙高市、新潟県阿賀野市、新潟県粟島浦村、福井県、長野県、静岡市、三重県、大阪府、兵庫県、奈良県、奈良県葛城市、鳥取県、島根県、岡山県、岡山市、岡山県西粟倉村、広島県、山口県、香川県、愛媛県、北九州市、福岡市、福岡県久留米市、佐賀県、長崎県、熊本県、熊本県大津町、熊本県錦町、熊本県相良村

地域金融機関等

北海道銀行、北洋銀行、釧路信用金庫、青森銀行、みちのく銀行、岩手銀行、東北銀行、北日本銀行、七十七銀行、秋田銀行、北都銀行、秋田県信用組合、荘内銀行、山形銀行、東邦銀行、福島銀行、福島信用金庫、いわき信用組合、常陽銀行、水戸信用金庫、足利銀行、栃木銀行、佐野信用金庫、群馬銀行、東和銀行、武蔵野銀行、埼玉縣信用金庫、千葉銀行、東京都民銀行、東日本銀行、八千代銀行、西武信用金庫、城南信用金庫、多摩信用金庫、横浜銀行、第四銀行、北越銀行、大光銀行、北陸銀行、富山第一銀行、八十二銀行、十六銀行、東濃信用金庫、飛騨信用組合、静岡銀行、清水銀行、浜松信用金庫、愛知銀行、名古屋銀行、中京銀行、瀬戸信用金庫、知多信用金庫、三重銀行、百五銀行、第三銀行、滋賀銀行、京都銀行、京都信用金庫、京都中央信用金庫、池田泉州銀行、関西アーバン銀行、みなと銀行、鳥取銀行、山陰合同銀行、中国銀行、広島銀行、もみじ銀行、山口銀行、西京銀行、徳島合同証券、百十四銀行、伊予銀行、福岡銀行、筑邦銀行、西日本シティ銀行、親和銀行、肥後銀行、熊本銀行、大分銀行、宮崎太陽銀行、鹿児島銀行、琉球銀行、沖縄銀行、沖縄海邦銀行、新生銀行、日本政策金融公庫、沖縄振興開発金融公庫

支援団体等

全国銀行協会、全国地方銀行協会、第二地方銀行協会、全国信用金庫協会、全国信用組合中央協会、第二種金融商品取引業協会、A - p o r t、GREEN FUNDING、サイバーエージェント・クラウドファンディング、ジャパングビング、スペースマーケット、宙とぶペンギン、F A A V O、ミュージックセキュリティーズ、READY FOR ?

地域メディア等

全国地方新聞社連合会、ふるさとテレビ、カカコム

・アドバイザー（学識経験者等の有識者） 順不同

塩澤 修平 氏 慶應義塾大学経済学部教授

赤井 厚雄 氏 早稲田大学総合研究機構研究院客員教授

保井 俊之 氏 地域経済活性化支援機構専務執行役員政策審議役

吉野 直行 氏 アジア開発銀行研究所所長、慶應義塾大学名誉教授

日本政策投資銀行

日本証券業協会

・関係省庁

金融庁、経済産業省、国土交通省、農林水産省、内閣官房、内閣府地方創生推進室

3. 連絡会議の開催状況

※組織名称・肩書等は、27 年 5 月現在の表記としています。

「ふるさと投資」連絡会議設立シンポジウム



- ・第1回（平成 26 年 10 月 31 日）
東京証券会館ホールにて、設立総会後にシンポジウムを開催し、設立時の構成員等 87 団体を中心に、約 250 団体 350 名の参加がありました。

ふるさと投資～都市から地方へのお金の潮流～

■挨拶

伊藤 達也 氏
衆議院議員 内閣府大臣補佐官



小野 泰輔 氏
熊本県（連絡会議会長）副知事



■基調講演

塩澤 修平 氏
慶應義塾大学経済学部教授



■パネルディスカッション ～地域投資への期待～



愛媛県 経済労働部産業支援局長
石川 靖 氏



岩手県陸前高田市 副市長
久保田 崇 氏



滋賀銀行 営業統轄部課長
遠藤 良則 氏



埼玉縣信用金庫 営業企画部長
井上 義夫 氏



ミュージックセキュリティーズ
取締役証券化事業部長
猪尾 愛隆 氏



READYFOR 代表取締役
米良 はるか 氏



赤井 厚雄 氏
早稲田大学総合研究機構
研究院客員教授
日本政策投資銀行
地域企画部長



川住 昌光 氏
第二種金融商品取引業協会
事務局長



島村 昌征 氏

第2回・第3回「ふるさと投資」連絡会議



- ・第2回（平成 26 年 12 月 1 日）
内閣府 8 号館講堂にて、事例勉強会

- ・第3回（平成 27 年 2 月 24 日）
農林水産省本館講堂にて、事例勉強会

構成員等のみで、各回 100 団体、約 150 名の参加がありました。

先進事例に学ぶ、地域活性化プロジェクトへの関わりと信頼性確保の取り組み

■アドバイザーレクチャー

吉野 直行 氏
アジア開発銀行研究所所長、
慶應義塾大学名誉教授



保井 俊之 氏
地域経済活性化支援機構
専務執行役員政策審議役



赤井 厚雄 氏
早稲田大学総合研究機構
研究院客員教授



第2回

□「手引き」骨格案の紹介、地方公共団体の支援について

日本政策投資銀行 企業金融第6部長 杉本 健 氏

■取り組み事例等紹介



大阪府 新事業創造担当課長

櫻原 弘幸 氏



岩手銀行 地域サポート部
営業推進役

猪俣 広志 氏（当時）



兵庫県 産業労働部長

石井 孝一 氏



飛騨信用組合 経営企画部長

古里 圭史 氏



栃木県 産業労働観光部経営支援課
課長補佐

星野 章夫 氏



ミュージックセキュリティーズ 代表取締役

小松 真実 氏



ジャパンギビング事務局長
JG マーケティング取締役 COO

梶川 拓也 氏（当時）

第3回

□「手引き」概要案の紹介、地域金融機関の支援について

日本政策投資銀行 企業金融第6部長 杉本 健 氏

事務局（内閣官房（内閣府地方創生推進室））

第二種金融商品取引業協会 事務局長 島村 昌征 氏

農林水産省農村計画課 農村政策推進室長 平中 隆司

金融庁市場課 市場機能強化室長 多田 治樹

■取り組み事例等紹介



島根県
地域振興部しまね暮らし推進課

吉田 篤史 氏（当時）



奈良県 県土マネジメント部まちづく
り推進局 地域デザイン推進課長

本村 龍平 氏



北海道銀行
営業企画部商品戦略室 上席調査役

佐藤 弘道 氏



徳島合同証券 代表取締役社長

泊 健一 氏



サーチフィールド
取締役 FAAVO 事業担当

齋藤 隆太 氏



サイバーエージェント・クラウドファン
ディング代表取締役社長 CEO

中山 亮太郎 氏

「ふるさと投資」手引き等説明会・第4回「ふるさと投資」連絡会議

・第4回（平成27年5月18日）財務省三田共用会議所にて、手引き等説明会として開催
～”あたたかい資金”の地域循環や地方への新たな流れを育む、
地方公共団体や地域金融機関等の効果的な連携～

■挨拶・開会挨拶



連絡会議会長団体 熊本県副知事
小野 泰輔 氏

内閣官房内閣審議官
内閣府地方創生推進室長
内田 要



日本政策投資銀行 企業金融第6部長
杉本 健 氏

■手引き（案）のポイント

■「ふるさと投資」の普及・促進に向けたトークセッション

論点1 地方公共団体の効果的なかわりや期待 論点2 地域金融機関による効果的な連携



熊本県 副知事
小野 泰輔 氏



北九州市 産業経済局新成長戦略
推進室サービス産業政策課長
田中 規雄 氏



西栗倉村 産業観光課長
上山 隆浩 氏



栃木銀行 法人営業部地域創生室 主任調査役
大山 晃一 氏

●コーディネーター

赤井 厚雄 氏
早稲田大学総合研究機構
研究院客員教授

■アドバイザーコメント

吉野 直行 氏
アジア開発銀行研究所所長
慶應義塾大学名誉教授



塩澤 修平 氏
慶應義塾大学経済学部
教授



保井 俊之 氏
地域経済活性化支援機構
専務執行役員政策審議役



上掲



4. 資料

▼まち・ひと・しごと創生総合戦略（平成 26 年 12 月閣議決定、抜粋）

Ⅲ. 今後の施策の方向 > 2. 政策パッケージ

（１）地方にしごとをつくり、安心して働けるようにする

（イ）地域産業の競争力強化（業種横断的取組）

① 包括的創業支援（創業による新たなビジネスの創造や第二創業等の支援、大企業を含むベンチャー創造協議会の活用、ベンチャー企業とのネットワーク形成、個人の起業の推進、官公需への新規中小企業者の参入促進）

地域に新たなビジネスや雇用を創出し、地域を活性化させるためには、地域における起業や第二創業を支援していくことが重要である。具体的には、（中略） **クラウド・ファンディング等の手法を用いた小口投資・寄付等（ふるさと投資）の活性化などを通じ、各種創業を支援する。**（後略）

（まち・ひと・しごと創生総合戦略 p.18 より）

⑤ 産業・金融一体となった総合支援体制の整備

地域における企業や産業の生産性・効率性を向上させ、「雇用の質」を確保し高めることが地域経済の振興につながる。そのため、地域資源を活用した事業化、生産性の向上、再出発に向けた環境整備等の課題について、産業・金融両面からの政府の支援等を総合的に実施し、企業の経営課題解決に向けた自主的な取組を官民一体で支援する。（後略）

（まち・ひと・しごと創生総合戦略 p.21 より）

○金融等による『地域企業応援パッケージ』を策定し、早期実施策として、以下の施策を実施・拡充する。また、産業・金融両面からの政府の総合的支援について、モニタリングする体制を整備する（2014～2015 年度）。

①埋もれている地域資源を活用した事業化

地域資源の活用やブランド化等に資する事業に対するクラウド・ファンディングなどの手法を用いた小口投資・寄付等（ふるさと投資）について、地方公共団体・金融機関・支援団体等の連携に基づく情報提供や普及に係る適切な体制整備等

（まち・ひと・しごと創生総合戦略 付属文書アクションプラン(個別施策工程表)p.11「●必要な対応」より）

（４）時代に合った地域をつくり、安心な暮らしを守るとともに、地域と地域を連携する

（エ）人口減少等を踏まえた既存ストックのマネジメント強化

① 公共施設・公的不動産の利活用についての民間活力の活用、空き家対策の推進

真に必要なインフラの整備・維持管理・更新と財政健全化の両立のために、民間の資金・ノウハウの活用が急務となっている。しかし、地方公共団体において、所有する公共施設・公的不動産（PRE）の有効活用に係る体制整備が不十分といった課題がある。

（中略）

また、地方では賃貸や売却予定のない長期不在の空き家の割合が増加し、老朽化や危険性の観点から除却が求められる空き家も存在している。一方で、我が国では中古住宅の流通が欧米に比して非常に低水準にあり、物理的な住宅ストックがあるにもかかわらず、まちづくりでの活用や住み替えの受け皿になっていないという指摘もある。

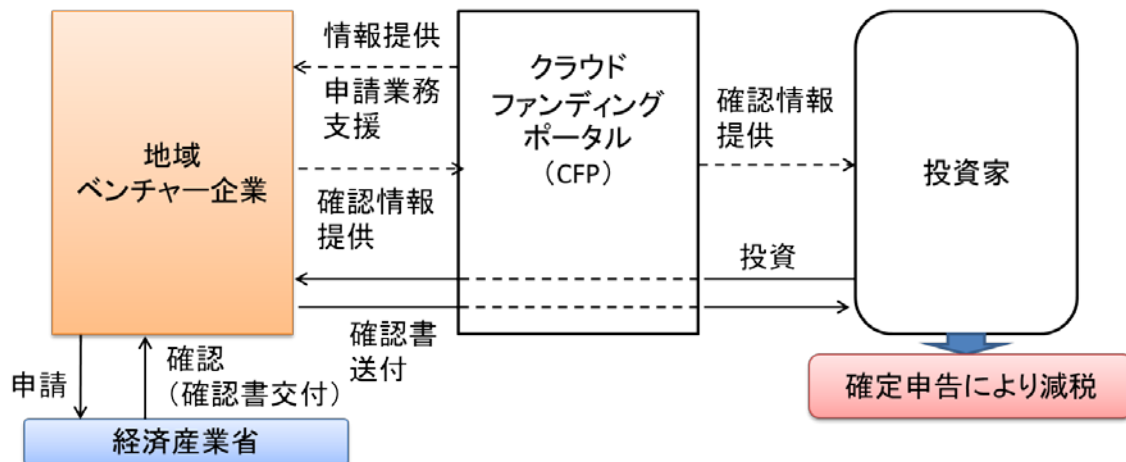
このような状況を踏まえ、（中略） **既存施設の活用等による地域活性化のための事業に対するクラウド・ファンディング等の手法を用いた小口投資・寄付等（ふるさと投資）について、必要に応じ、地方公共団体・金融機関・支援団体等と連携して推進する。**

（まち・ひと・しごと創生総合戦略 p.51 より）

▼普及・促進のために、既存制度で可能なこと 《例》エンジェル税制認定情報提供 等

エンジェル税制を活用した投資型クラウドファンディング促進策

創業間もない会社に出資する個人がその株式投資額を課税所得・株式譲渡益から控除できる「エンジェル税制」を活用し、投資型クラウドファンディングを支援。



【エンジェル税制の優遇措置】

優遇A: 株式投資額の所得控除による減税
(設立3年未満の企業)

優遇B: 株式投資額の株式譲渡益からの控除による減税(設立10年未満の企業)

A・B共通: 株式の売却損が出た場合、他の株式譲渡益と通算(3年繰越可能)

【エンジェル税制の主な要件】

- ☐ 中小企業であること
- ☐ 新しい事業活動をする会社であること
(新事業活動従事者、研究者、研究費用等が一定以上)
- ☐ 大企業の子会社でないこと

・経済産業省のベンチャー企業への投資促進策として、創業間もない会社に出資する個人がその株式投資額を課税所得・株式譲渡益から控除できる「エンジェル税制」があります。

・このエンジェル税制は、投資型クラウドファンディングを通じて創業間もない会社に出資した個人についても活用することが可能です。

・これにより投資型クラウドファンディング及びベンチャー投資が活発化することで、地域においても起業に取り組む人が増えることが期待されます。

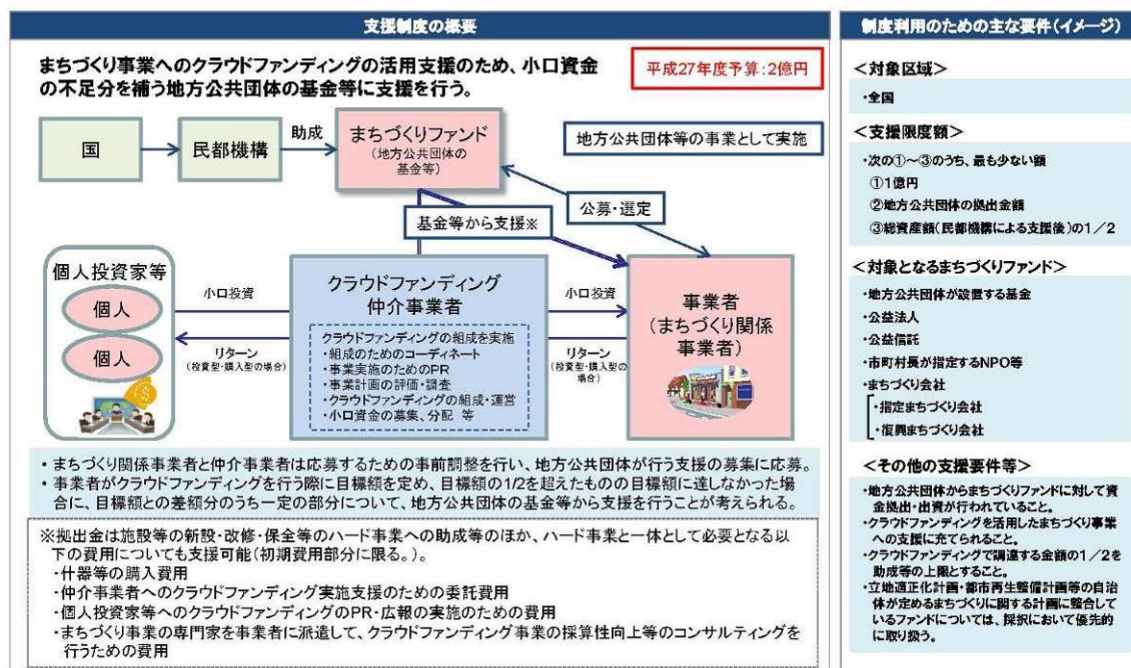
・エンジェル税制の適用には、いくつかの要件の確認や手続きが必要であり、円滑な実現のため、クラウドファンディングポータルにはポータルサイトでの情報提供や必要な確認事務面でのサポート及び、エンジェル税制対象案件であることのアイコン等を通じたわかりやすい表示等が期待されます。

▼普及・促進のために、既存制度で可能なこと 《例》住民参加型まちづくりファンド支援業務の 27 年度拡充

クラウドファンディングを活用したまちづくりへの支援制度



○平成27年度予算において、まちづくりにおけるクラウドファンディングの活用を促進するため、民都機構からの資金拠出による支援メニューを創設。（住民参加型まちづくりファンド支援業務の拡充。）



・国土交通省では、これまでも官民連携のまちづくりの推進の観点からさまざまなまちづくり活動を支援しています。今後も引き続き、持続的かつ自立的なまちづくり活動を進めていくためには、行政やまちづくり会社等のみではなく、地元企業や住民、さらには、リターンを求める個人投資家も含めた多様な主体が参画し、経済的にも活動を支える新たな仕組みを構築していくことが重要であると考えています。

・その新たな仕組みの一つとして、まちづくりの分野でも、クラウドファンディングを活用し、幅広く民間から資金を集め、当該資金を活用してまちづくり活動を展開する先進的な事例が生まれつつあります。

・こうした動きをさらに広めていくため、平成 27 年度予算において、クラウドファンディングを活用したまちづくり事業を支援する地方公共団体等のまちづくりファンドに対して民都機構が資金拠出により支援する制度が創設されました（詳細上図）。この支援制度を通じて、地域の資金をまちづくりに誘導する先駆的な取り組みを全国的に広げていきたいと考えています。

5. 連絡会議の事務局にて参考している文献等

- ・ 赤井厚雄・小松真実・松尾順介著「ふるさと投資のすべて」 きんざい
- ・ 吉野直行・塩澤修平・嘉治佐保子編著「ふるさと投資ファンド 意欲ある中小企業が資金を得る仕組み」 慶應義塾大学出版会
- ・ 山本純子著「入門クラウドファンディング」 日本実業出版社
- ・ 板越ジョージ著「クラウドファンディングで夢をかなえる本」 ダイヤモンド社
- ・ 小谷融編著「よくわかる投資型クラウドファンディング」 中央経済社
- ・ 日本政策投資銀行地域企画チーム編著「PPPの進歩形 市民資金が地域を築く」 ぎょうせい
- ・ 「Crowdfunding's Potential for the Developing World」 THE WORLD BANK
- ・ 「2013CF The Crowdfunding Industry Report」及び「2015CF The Crowdfunding Industry Report」 massolution
- ・ Modwenna Ress-Mogg「Crowd Funding How to raise money and make money in the crowd」 crimson

<索引>

- | | |
|----------------------------|------------------------|
| ● 「ふるさと投資」の目的・動機について | クラウドファンディングサイト 5 |
| 地方創生 2 | リターン 11 |
| 日本再興戦略 2 | リワード 18 |
| 「ふるさと投資」 2,3,4,5 | |
| 「ふるさと投資」連絡会議 2 | ● 「ふるさと投資」の投資家保護について |
| まち・ひと・しごと創生総合戦略 2,46 | 金融商品取引法 5,11,41 |
| | 自主規制ルール 38,40 |
| ● 「ふるさと投資」の手法・手段について | |
| クラウドファンディング 4,5,7,10 | ● 「ふるさと投資」の関係主体と役割について |
| 【寄付型】 11,17 | プロジェクト実行者 8 |
| 【購入型】 11,17,18 | 購入者・投資家 8 |
| 【投資型】 | 仲介事業者 5,6,8,15 |
| ファンド形態 11,17,19 | 認知 7,8 |
| 株式形態 11 | |

この手引き第1版の作成・説明にあたっては、日本政策投資銀行 企業金融第6部長 杉本 健氏 による助言協力を得ています。

また、構成員各位のご協力に加え、資料編事例集の作成には、地方公共団体、地域金融機関等、仲介事業者をとって関係者の協力を得ています。

◆本手引き及び連絡会議各回の公開資料の掲載場所

<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/tiiki/tiikisaisei/furusato/kaigi/>

[[ふるさと投資](#) で検索 ⇒ 「ふるさと投資」連絡会議 - 首相官邸]

「ふるさと投資」の手引き

第1版

平成27年5月18日

「ふるさと投資」連絡会議事務局 内閣官房（内閣府地方創生推進室）

〒100-0014 東京都千代田区永田町1-11-39 永田町合同庁舎8階

電話 03-6206-6174 e-mail furusato@cao.go.jp