

# 資料編 「ふるさと投資」の事例集

## ◆先進的な 17 事例を紹介

- ・事例を共有することで「ふるさと投資」を促進させることを目的とし、まちづくり、観光、ものづくり、農林業、文化・スポーツ、エネルギーなどの分野から 17 の事例を紹介します。地方公共団体や地域金融機関が効果的にかかわった事例に加え、直接のかかわりはなかった（記載できなかった）ものの、地域でプロジェクトの経過や効果を楽しんでいる取り組み、も含まれています。
- ・本事例集を通じ、事後の評価も含め、かかわり方や連携のあり方を想像いただくことで、「ふるさと投資」としての経験や可能性を共有し、今後の検討にご活用いただきたいと思えます。
- ・本事例集は、連絡会議構成員等（関係地方公共団体、金融機関、仲介事業者等）の協力を得て作成していますが、各事例の詳細情報や個別事情を明らかにするのではなく、地域活性化に効果の得られた取り組みパターンの抽出を目的にしている点にご留意ください。

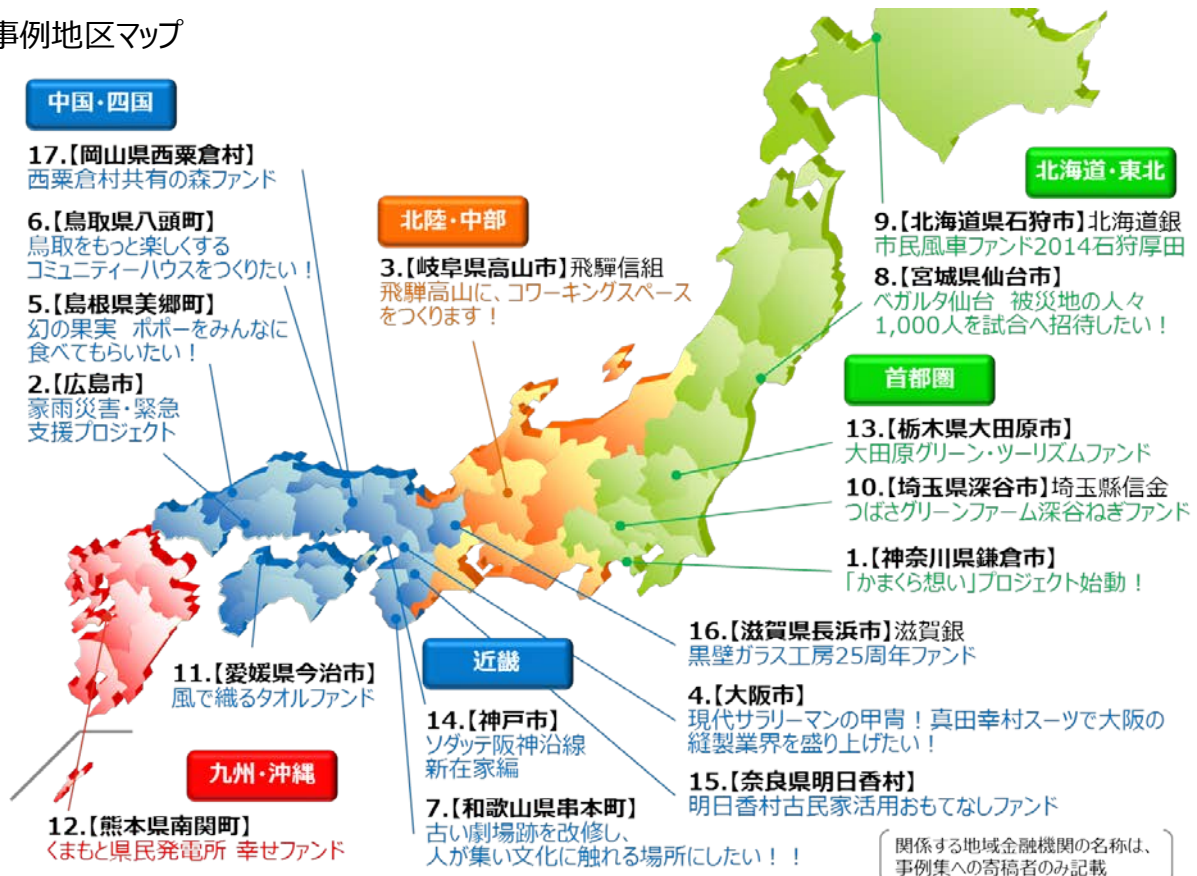
## ◆事例集の構成

- ・本事例集では、取組の概要を紹介するだけでなく、共通して次の項目を整理します。

活動の経緯	プロジェクト概要、スキーム図	実現にあたってのハードルや成功要因
プロジェクトの効果	今後の課題・展望	

- ・特に、資金調達した具体の金額を明示し、投資規模を認識いただくとともに、起案者やチャレンジャー、仲介事業者など、プロジェクトにかかわるプレイヤー間の関係を示すスキーム図を整理しました。

## ◆事例地区マップ



◆事例インデックス

タイプ	No.	プロジェクト実行者	仲介事業者	プロジェクト名
【寄付型】	1	鎌倉市役所 観光商工課	JAPANGIVING	神奈川県鎌倉市 「かまくら想い」プロジェクト始動！
	2	K氏 (一財) ジャパンギビ ング)	JAPANGIVING /FAAVO も利用	広島市 広島市豪雨災害・緊急支援プロジェクト
【購入型】	3	co-ba hida takayama	FAAVO	岐阜県高山市 飛騨高山に、コワーキングスペースをつくれます！
	4	(株) NFL	FAAVO /MS セキュリテ /Makuake も利用	大阪市 現代サラリーマンの甲冑！真田幸村スーツで大阪の縫製業界を 盛り上げたい！
	5	ポポー4次元化 プロジェクト 実行委員会	FAAVO	島根県美郷町 幻の果実 ポポーをみんなに食べてもらいたい！
	6	トリクミ (小中学校のOB 仲間 で結成された団体)	READY FOR?	鳥取県八頭町 鳥取をもっと楽しくするコミュニティーハウスをつくりたい！
	7	H氏 (個人)	READY FOR?	和歌山県串本町 古い劇場跡を改修し、人が集い文化に触れる場所にしたい！！
	8	(株) ベガルタ仙台	GREEN FUNDING	仙台市 ベガルタ仙台 被災地の人々1,000 人を試合へ招待したい！
【投資型】 (ファンド形態)	9	(株) 厚田 市民風力発電	JGF (自然エネルギー 市民ファンド)	北海道石狩市 市民風車ファンド 2014 石狩厚田
	10	(株) つばさ グリーンファーム	MS セキュリテ	埼玉県深谷市 つばさグリーンファーム深谷ねぎファンド
	11	池内タオル (株)	MS セキュリテ	愛媛県今治市 風で織るタオルファンド
	12	熊本いいくに 県民発電所 (株)	MS セキュリテ	熊本県南関町 くまもと県民発電所 幸せファンド
	13	(株) 大田原 ツーリズム	MS セキュリテ	栃木県大田原市 大田原グリーン・ツーリズムファンド
	14	阪神電気鉄道 (株)	MS セキュリテ	神戸市 ソグッテ阪神沿線 新在家編
	15	(株) J-roots	MS セキュリテ	奈良県明日香村 明日香村古民家活用おもてなしファンド
	16	(株) 黒壁	MS セキュリテ	滋賀県長浜市 黒壁ガラス工房ファンド
	17	(株) トビムシ	MS セキュリテ	岡山県西粟倉村 西粟倉村共有の森ファンド

取り組みの概要	分野					
	ものづくり	エネルギー	農林業	まちづくり	観光	文化・スポーツ
市内の観光ルート板新設に向けた資金調達。市民だけではなく、観光客からも出資を募り、コアなリピーターとなることが期待される取り組み。				まちづくり	観光	
クラウドファンディングを利用した、地方公共団体が直接の受取先となる義援金収集の初の試み。インターネットチャンネルの活用により、効率的に義援金を集金している取り組み。				まちづくり		
既存のフォーマットを利用可能で情報発信しやすいクラウドファンディングを活用。県外に住む飛騨高山出身の都市圏住民など広範囲から資金調達すると同時に、仲間集めの機会に活用している取り組み。	ものづくり			まちづくり		
自治体と協力し、プロジェクトのストーリーを地域の歴史と関連付けて PR することで、多くの人の関心を引き、募資金額の約 5 倍の金額を募集することに成功している取り組み。	ものづくり					
栽培、加工、販売に地域ぐるみで取り組むことで、地域の人にとって自慢の特産品に。補助金だけに頼らない資金調達により活動の持続性が高まることが期待される取り組み。			農林業			
鳥取県出身の若者グループの発案で、既存施設を改修したコミュニティーハウスを整備。農村の魅力を発信し、都市と農村を結びつける拠点としての役割も担っていくことが期待される取り組み。				まちづくり		
廃墟を地域資源として再生し地域交流・文化拠点として全国的に発信。Facebook や情報誌を通じて再生プロセスを発信し共感者を募り、広域的な資金調達を実現している取り組み。				まちづくり		文化・スポーツ
震災後の継続的な震災復興支援とチーム全体の多方面への PR で、比較的多額の資金調達を実現している取り組み。						文化・スポーツ
ファンドを活用することで銀行融資の導入を可能とし資金調達に成功。投資家に分配するほか、一部を環境まちづくり基金に寄付し、投資家還元と地域還元を両立している取り組み。		エネルギー				
トラクター購入と併せて、地域のブランド野菜を広めるためにクラウドファンディングを活用。購入費用の調達だけでなく、PR 効果により、深谷ねぎの販路開拓や一層のブランド力向上にも寄与している取り組み。			農林業			
プロジェクトのコンセプトに共感した従来からの個人ファンからの資金調達に成功し、顧客との深い関係性構築にも繋がっている取り組み。	ものづくり					
再生可能エネルギーの固定価格買取制度に基づく発電事業の資金調達にクラウドファンディングを利用した事例の一つとして、プロジェクトから生じた収入を次のプロジェクトへ再投資する循環を作り出すことを構想している取り組み。		エネルギー				
ファンド募集から 2 年経過した現在、順調に観光交流人口が増加しており、2014 年度には約 5,000 人の交流人口に。近年ではインバウンドに対応したグリーン・ツーリズムにも着手し、取り組みの幅を拡大している取り組み。			農林業		観光	
クラウドファンディング（マイクロ投資）を活用することで全国からの資金調達を行い、さらに関係企業のサポートにより、地域の繋がりがやにぎわい創出を実現している取り組み。				まちづくり		
古民家を活用した宿泊施設の運営に向けた資金調達。クラウドファンディングの利用により、開業以前からの PR に成功。空き家の観光業への活用のモデルケースとなることが期待されている取り組み。				まちづくり	観光	
黒壁スクエアにおける黒壁ガラス工場の維持費を調達。職人も交えた募集説明会を実施。市民や観光客と顔の見える関係の構築を図り、職人のモチベーション向上にも寄与している取り組み。	ものづくり				観光	
「百年の森林事業」の一環として、事業に参画する森林組合への機械リース事業を展開。取り組みに賛同する I ターン者の若者による起業も相次ぐなど、木材を核とした「地域内経済循環」の構築が進む取り組み。			農林業			

## 「かまくら想い」プロジェクト始動！

市内の観光ルート板新設に向けた資金調達。市民だけではなく、観光客からも出資を募り、コアなリピーターとなることを期待。

鎌倉市観光商工課は鎌倉を訪れた人が「よりわかりやすく、より楽しく観光ができる」ようにすることを目的に、観光ルート板の新設に取り組んでおり、クラウドファンディングを活用して 100 万円の資金調達を実施しています。

今後は当プロジェクトの成功により、いくつもの自治体がクラウドファンディングに取り組むきっかけとなることを期待しており、鎌倉市においても市長が信条として掲げる「温故知新」のもと、クラウドファンディングのような新しいことを取り入れながら、文化を継承発展していく予定です。

### 活動の経緯

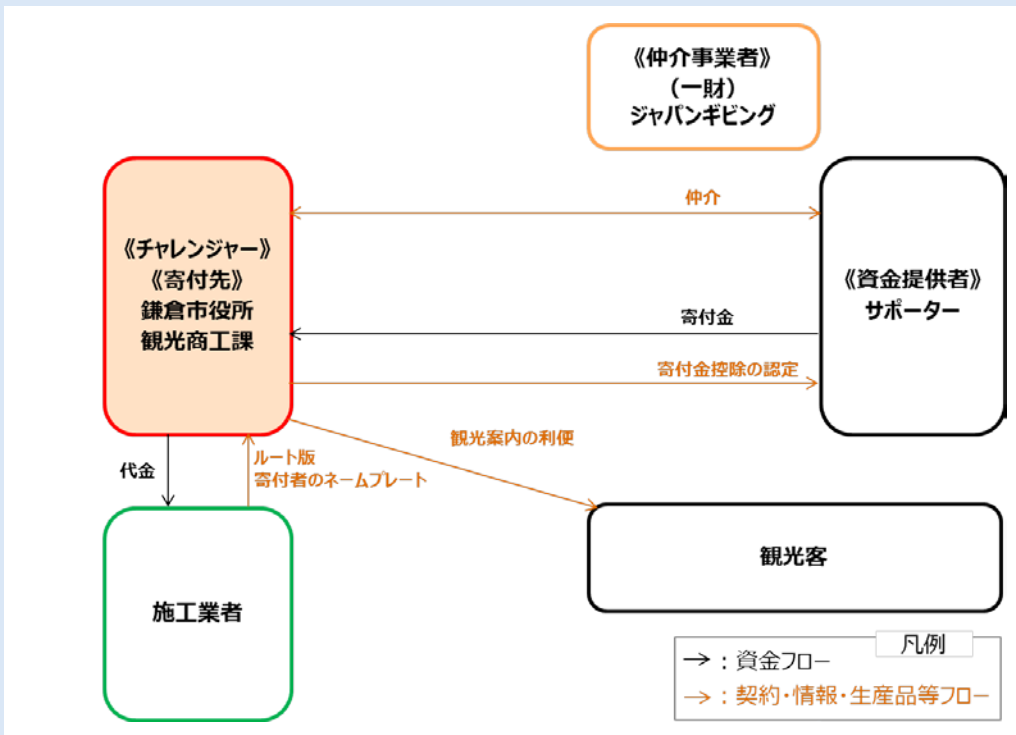
神奈川県鎌倉市は、日本で初めての武家政権である鎌倉幕府の誕生の地として、多くの歴史的建造物が存在しており、武家文化・禅宗文化が根付いた影響から、多くの文化芸術もあります。また、三方を山に一方を海に囲まれており、マリンスポーツやハイキング、鎌倉ブランドの食事など、多くの観光客が訪れるまちです。2013 年には観光客数 2,308 万人が訪れています。

このような鎌倉を訪れる多くの観光客が迷わず観光できるよう、鎌倉市観光商工課では市内約 140 カ所に観光ルート板が設置しています。そして、より楽しく市内を観光できるようにするためには、よりわかりやすい観光ルート板にすることが必

要と考え、特に、市民や観光客からの要望が多い 10 カ所に観光ルート板を新設することを考えました。しかし、成熟した観光地である鎌倉市ですが、総額約 2 億円程度の観光予算のほとんどが住民税で賄われており、年間 2,000 万人の観光客が訪れるにも関わらず、税収効果としてはさほど高い実態がありました。

そこで、チャレンジャーである鎌倉市観光商工課は、観光客として訪れる人にも鎌倉市の観光資源を支援してもらいたいと考え、**鎌倉市民だけでなく、幅広い人から支援を受けられるクラウドファンディング**を利用しています。

### ■プロジェクトスキーム図



<http://japangiving.jp/c/9231>



<http://japangiving.jp/c/9231>

資金調達の概要	
プロジェクト名	「かまくら想い」プロジェクト始動！（限定100名！あなたの名前が鎌倉のワンシーンになる）
分類	【寄付型】
チャレンジャー	鎌倉市観光商工課
仲介事業者	（一財）ジャパングIVING(JAPANGIVING)
資金使途	観光ルート板
目標金額 / 達成金額 / 1口あたり申込単位	1,000,000円 / 1,000,000円 / 10,000円
寄付者へのリワード	新設する観光ルート板に寄付者の名前が刻まれる

## プロジェクト概要

一口1万円として寄付を募り、**集められた資金を基に寄付者の名前を刻んだ観光ルート版を設置するプロジェクト**です。

## 実現にあたってのハードルや成功要因

1口1万円と安くはない金額であるため、実際に寄付が集まるか否かが最大のハードルとなっていました。

そのため、鎌倉市民のみならず、鎌倉市を訪れる県外観光客を含めた幅広いPRを展開しています。特に、市長の共同会見の実施や、「自治体初の試み」であること等が話題となり広く認知される結果となっています。その結果、「好きな街に寄付をする」という意識が鎌倉市民や鎌倉ファンの中に芽生え、成功に繋がったと言えます。

また、鎌倉を愛する人々の支援を、クラウドファンディングという手段を利用することにより広く募ることができたことも、成功の大きな要因です。インターネット上でのクリックだけで寄付を申し込めるため、直接鎌倉に出向いて募金箱にお金を入れなくても良く、自治体への寄付であることから寄附金控除を受けることもでき、また鎌倉に名前を残すことができるというギフトを提供したことが人々のモチベーションにもなったと考えられます。

## プロジェクトの効果

当初は2ヶ月の募集期間を想定していたものの、3週間で目標金額の100万円を達成し、10本の観光ルート板の予算を獲得しています。鎌倉市は「観光が税収につながらない」という課題に対して、**税金以外からの収入を確保しつつ、観光客の満足度を高め共感を得られるような施策を目指していましたが、当プロジェクトの成功により解決策の一例をつくることにも成功**しています。

チャレンジャーである鎌倉市観光商工課は、当プロジェクトへの参加者がコアなリピーターとなることを期待しています。最初は銘板を確認しに行くことからだと考えられますが、仮に銘板が無くても「自らが鎌倉に関与した」という思いがあれば、その気持ちはずっと続き、鎌倉に何度も来訪することを見込んでいます。

また、JAPAN GIVING「かまくら想い」プロジェクトのコメント欄には、活動に対する応援メッセージや鎌倉に対する愛着など、支援者から多くのコメントが寄せられており、こうした支援者からの思いが可視化されることはチャレンジャーの今後のさらなるモチベーションの向上につながる考えられます。

## 今後の課題・展望

鎌倉市観光商工課が当プロジェクトを成功させたことにより、他の自治体がクラウドファンディングに取り組むきっかけにもなっていると考えています。

また、鎌倉市においても市長が信条として掲げる「温故知新」のもと、クラウドファンディングのような新しいことを取り入れながら、文化を継承発展していく予定です。具体的には、年間延べ1,900万人の観光客を迎えるにあたり、公衆トイレの新設や観光案内版の新設、ハイキングコースの整備など、観光施設整備として取り組みたい事項もあるため、次回以降のプロジェクトの実施も考えられます。

## 広島市豪雨災害・緊急支援プロジェクト

クラウドファンディングを利用した、地方公共団体が直接の受取先となる義援金収集の初の試み。インターネットチャンネルの活用により、効率的に義援金を集金。

広島県広島市で発生した豪雨災害の支援を目的として一般財団法人ジャパングビング事務局長であるK氏はクラウドファンディングを利用して4,876,800円の集金し、緊急支援活動を展開するNPOや災害ボランティアへの寄付を実施しています。

### 活動の経緯

広島県広島市北部において、2014年8月20日、局地的な豪雨により住宅街背後の山が崩れる土砂崩れが発生し、被災地では死者74名、重軽傷者は44人という惨事に見舞われました。

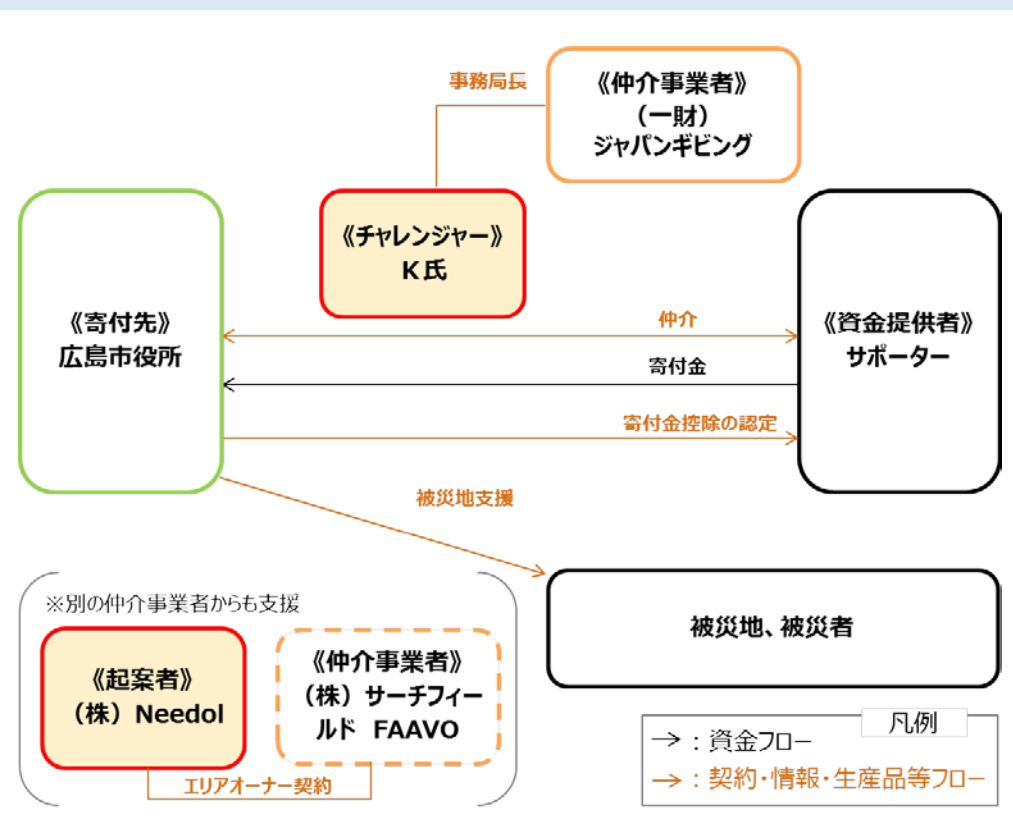
チャレンジャーであるK氏は、不明者の救出、より安全・快適な避難場所の確保、被災者の心のケアや気配り、道路・環境の復旧を行う等の業務は自治体、自衛隊、警察、緊急支援NPOなどのプロに任せる必要があるものの、広島を愛する気持ち、広島を心配する気持ちがある人たちにもやるべきことがあると考え、この豪雨災害に義援金を送るためのサイトを

立ち上げることを考えました。

災害時にはボランティアスタッフ派遣、被災地ニーズの物品、清掃の各種、災害救助犬の派遣など様々な資金が必要とされています。しかし、従来型の義援金集めに見られるような銀行振込や持ち込みだけでは、効率的に資金を集めることができません。

そこで、インターネットを使った初の試みであるクラウドファンディングを利用した地方公共団体が直接の受取先となる義援金収集を展開することで、効率的な資金収集を実現することを目的し、クラウドファンディングを利用しています。また、インターネットを使うことで、ひとりでも多くの人に災害支援の参加を促すことも狙いとしてありました。

### ■プロジェクトスキーム図



<http://japangiving.jp/c/10953>

資金調達の概要	
プロジェクト名	広島市豪雨災害・緊急支援プロジェクト
分類	【寄付型】
チャレンジャー	K 氏
仲介事業者	(一財) ジャパンギビング(JAPANGIVING)
資金使途	被災地支援
目標金額 / 達成金額 / 1口あたり申込単位	— / 4,876,800 円 / 500 円~500,000 円
購入者へのリワード	支援金入金完了後の報告メッセージ

## プロジェクト概要

円滑な支援活動および支援の拡大を目指すために**寄付金を募り、緊急支援活動を展開するNPOや災害ボランティアへの寄付を行うプロジェクト**です。

## 実現にあたってのハードルや成功要因

広島市で策定された地域防災計画に義援金の受付及び保管に関する事項が示されていますが、クラウドファンディングによる義援金集めについての記載はありませんでした。地域防災計画に事前記載のない手段による義援金集めを、急遽実施することになったため、広島市役所内の調整が課題となりました。

しかし、広島市と法人との良好な関係があったことから、円滑にプロジェクトを進めることができました。

こうした背景もあり、当初は、(一財) ジャパンギビングを義援金の一次受取先としていましたが、広島市へ直接義援金を届けられるようにすることが最善と考え、プロジェクトの展開に合わせて広島市と協議を行い、広島市への直接寄付に変更しています。

## プロジェクトの効果

クラウドファンディングを活用した義援金の受付開始からわずか4日間で400名を超える方々から210万円の寄付が集まっています。2015年1月末のチャレンジ終了までには、延べ799人から487万円超の義援金を集めることに成功しています。

寄付者からのコメントでは、現地での支援活動に少しでも役立ってほしいなど、復旧・復興支援活動に対する応援メッセージが多数寄せられおり、こうした支援者からの想いが短期間の義援金集めに繋がったと考えられます。また、通常の義援

金と比較すると、全国からの支援の気持ちが可視化され、市職員にも喜ばれています。

## 今後の課題・展望

発災後、速やかに義援金を集めるスキームをいかに策定するか、また、システム利用料などの実費負担にいかに対応するかがチャレンジャー、仲介事業者の両者にとっての課題です。今回は、地方公共団体と仲介事業者との間に良好な関係が気づけていたことが円滑にプロジェクトを進めるための鍵になったことから、平常時からの関係づくりが重要と言えます。

また、緊急支援等の活動には、中長期に渡る継続的な支援が必要です。今回のチャレンジは終了していますが、緊急支援活動や災害ボランティアなどへの寄付等を通じた支援が今後も必要です。

## 飛騨高山に、コワーキングスペースをつくります！

既存のフォーマットを利用可能で情報発信しやすいクラウドファンディングを活用。県外に住む飛騨高山出身の都市圏住民など広範囲から資金調達すると同時に、仲間集めの機会に活用。

岐阜県高山市の起案者 co-ba hida takayama は地元出身者の若者が交流し、地元ならではの新しいムーブメントを創造・発信していく拠点をすることを目的にコワーキングスペースを創ることを推進しており、クラウドファンディングを活用して 80 万円の資金調達を実施しています。

### 活動の経緯

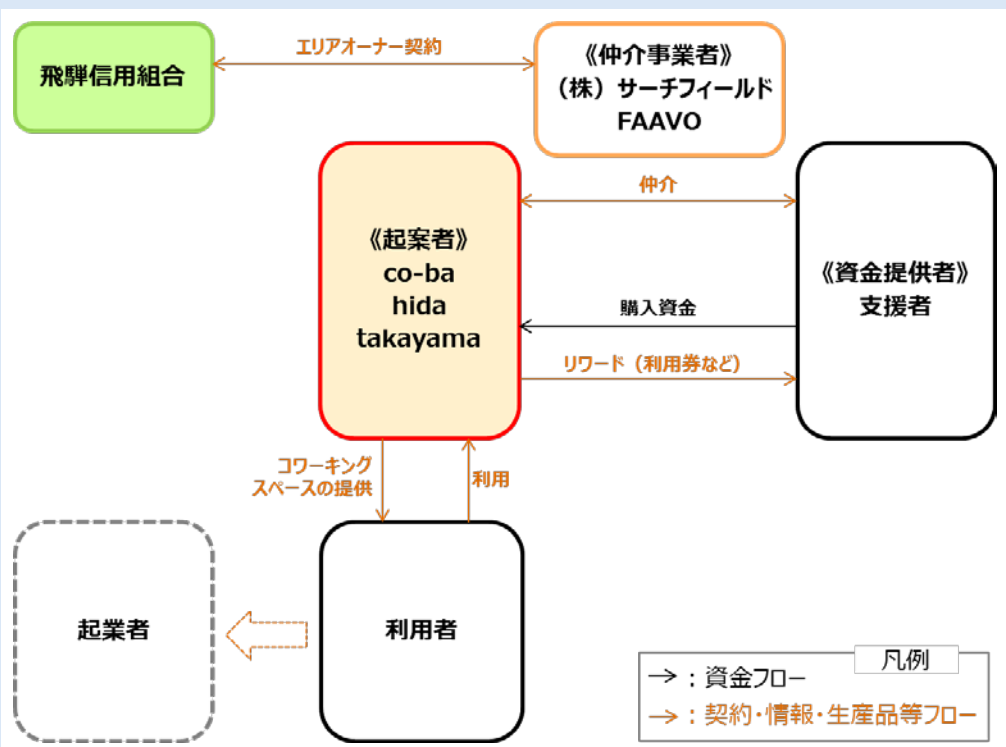
岐阜県高山市の飛騨高山は、豊かな自然に囲まれた街であり、高山祭などに代表される独自の文化を育んできました。また、技術集団として都へ派遣された飛騨の匠のように、自分の手で何かをつくりだす事が得意とする文化があります。しかし、近年の飛騨は、独自の色を持つ個人商店も減少し、ありふれた画一的な観光地化が進んでいるように思われ、起案者はそれが課題だと考えていました。

起案者である co-ba hida takayama の 2 人は、飛騨高山に生まれ育ち、進学と共に地元を離れたものの U ターンし、地元をもっとおもしろく、より素敵な場所にしたいという思いを持っていました。都会から戻ってきて、飛騨高山にはすごい人やすごい物はあるのになぜか上手くないこと、意外と

仕事上での横の関係が希薄なことを感じ、その解決とさらにもっとすごいことになることを期待して動きはじめました。そして、飛騨高山に溢れている何かをつくりだす気質を持つ人たちのアイデアや能力を結集すれば、この街ならではの新しいムーブメントを起こすことができるという思いから、①地元ならではの新しいムーブメントを創造・発信していく拠点、②飛騨高山出身の若者が地元へ帰る為の第 1 ステップとしての拠点、③他地域の人材や文化との交流拠点として、皆で共有して自由に集まれる場、飛騨高山コワーキングスペースである「co-ba hida takayama」を創ることを考案しました。

それを実現するために、さらに「飛騨高山からムーブメントを」というテーマについて、**飛騨地域・飛騨出身の都市圏住民の賛同者を広く集めるべく**、地域特化型のクラウドファンディングを利用しています。また、FAABO 飛騨高山がちょうどス

### プロジェクトスキーム図



<https://faavo.jp/hidatakayama/project/372>



資金調達の概要	
プロジェクト名	飛騨高山に、コワーキングスペースをつくれます！
分類	【購入型】
起案者	co-ba hida takayama
仲介事業者	(株)サーチフィールド(FAAVO)
資金使途	拠点改装費、備品、通信設備費
目標金額 / 調達金額 / 1口あたり申込単位	800,000円 / 896,000円 / 3,000円～100,000円
購入者へのリワード	支援額に応じて、御礼ハガキ、オープニングパーティ無料招待券、宿泊券、地元生産物品、創設者との飛騨高山ツアーなど

スタートした時期でもあり、地元での注目度も高かったことや、**既存のフォーマットを利用可能で情報発信がしやすかったため、クラウドファンディングを利用**しています。

## プロジェクト概要

販売で得た資金を元に**ワーキングスペースの拠点を創る改装費・備品・通信設備費として利用し、「新しい飛騨高山」を全国へ発信する拠点にするプロジェクト**です。

プロジェクト資金調達にあたっては、FAAVO 飛騨高山、地元企業からの援助、商工会議所の補助金（4 月末判断）を活用しています。また、高山市にも相談したが実質的な協力は頂いていません。

## 実現にあたってのハードルや成功要因

資金調達面では、本プロジェクトはすぐに売り上げにつながる事業ではないため、特に、クラウドファンディングの利用、セルフビルド形式、廃材利用といった工夫をすることで、なるべく安価で最大限の成果ができることを意識しています。

また、企画段階では、人口の少ない地方におけるコワーキングスペースの存在意義をどう出していくか、コワーキングスペースということ自体が知られていない中でどう会員を募っていくかという課題がありました。そのため、セルフビルドやイベント等を通じて、本プロジェクトを自分事化してもらうことを意識して進めています。実際の運営はこれからですが、少しずつ繋がりができてきているので、その部分を上手く活かしていくことを考えています。

## プロジェクトの効果

まだスタート前の段階であり、直接の売上げはありません。

但し、2015 年 4 月時点で、FAAVO、セルフビルド等を通して延べ 200 人程の仲間が来ています。また、セルフビルドを通して、最近ではあまり若者が集まらない商店街に、若者が集まっており、地域活性化に繋がる芽が出始めています。

その他の波及効果として、起案者や FAAVO の認知度が上がり、HP への訪問者も増え、新規の仕事依頼が増えています。

## 今後の課題・展望

2015 年 4 月末に場が完成したところであり、ここからが事実上のスタートという段階です。今後とも、場の認知、価値を上げる動きをし、飛騨高山のムーブメントを発信できるようにしていきます。そのためにまずは、認知のためのイベントを開催すること、利用会員をまずは 20 名を目標に増やしていくこと、会員の交流を促進し相乗効果をおこしていくことを考えています。

## 現代サラリーマンの甲冑！真田幸村スーツで大阪の縫製業界を盛り上げたい！

自治体と協力し、プロジェクトのストーリーを地域の歴史と関連付けて PR することで、多くの人の関心を引き、募集金額の約 5 倍の募集することに成功。

大阪谷町で紳士服等の縫製を営む（株）NFL は衰退する繊維業界において若い世代に夢を持ってもらうため、新しいアイデアを発信するため真田幸村にあやかり「真田幸村スーツ」の作成を企画。クラウドファンディングにより 500,000 円の募集を実施し、2,459,000 円の調達に成功しています。

真田幸村スーツの成功に続き、レディースジャケットの作成も企画し、今後も他の武将にあやかっしたスーツの作成を検討するなど、事業を拡大していく見込みです。また、当プロジェクト以前にもクラウドファンディングを利用して工場併設のお直し工房「谷町ヌーボ」事業を拡大に成功しており、さらなるクラウドファンディング活用が期待されます。

## 活動の経緯

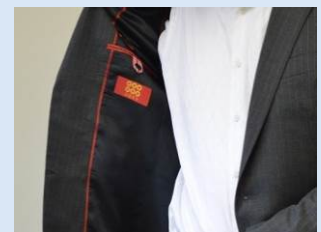
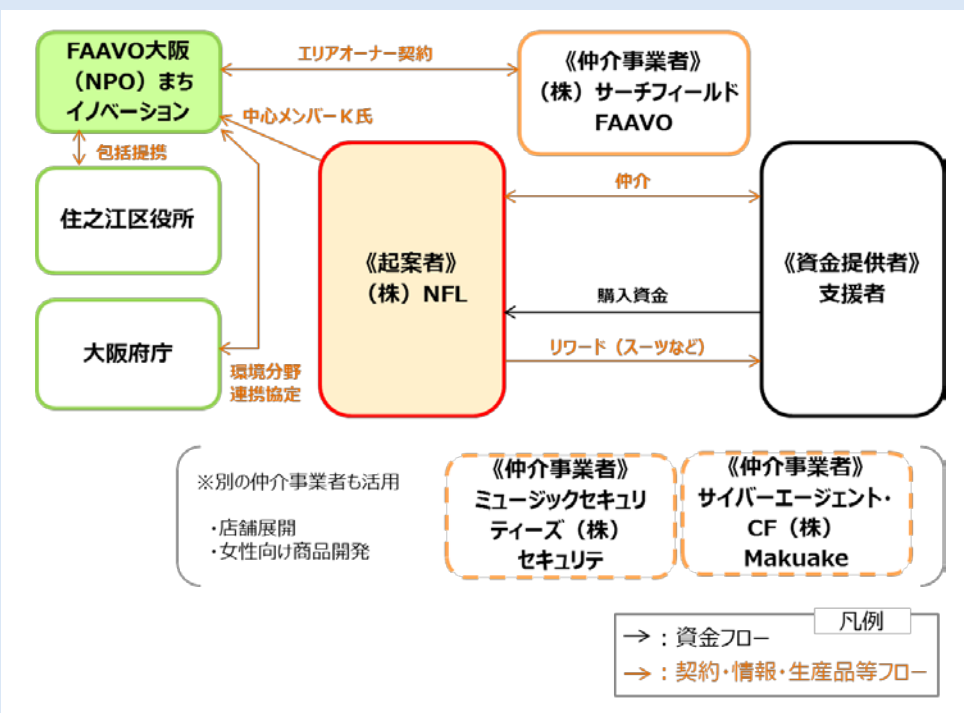
大阪府大阪市には服飾系の専門学校が多く、縫製業界を志望する学生も多くいます。しかし、繊維業界におけるものづくりは年々衰退する一方であると考えられています。

起案者である（株）NFL は、卸メーカーとして冠婚葬祭に関わる服、紳士礼服、タキシード、燕尾服、モーニングコート等を主に縫製業、小売、卸業を営んでおり、縫製については大阪の谷町にて自社工場を有しています。そして、繊維業界におけるものづくりの状況を打開し、若い世代が縫製職人という夢を持てるようなものづくりをしたい、自分たちで企画提案し発信できる新しいファクトリーブランドになりたいと考えていました。そんな中、大阪では 2015 年には歴史上の大阪夏の陣

から 400 周年を迎えるイベントが開催されるなど、かつて華々しい伝説を残した武将、真田幸村の人気の年々盛り上がっています。そこで起案者は、戦国時代の武将の甲冑を現代におけるビジネスマンの勝負服であるスーツに見立て、真田幸村スーツの作成を企画しました。

起案者は、以前に、取引先の破綻により資金繰りが厳しくなった事をうけビジネスモデルの転換等を行う際に、関係先より資金を集めて回った経験がありました。その経験もあり、クラウドファンディングを利用しています。また、ネット通販などを先駆的に取り入れてきたノウハウを活用できることもあり、購入型のクラウドファンディングを利用しています。

## ■プロジェクトスキーム図



<https://faavo.jp/osaka/project/344>

資金調達の概要	
プロジェクト名	「現代サラリーマンの甲冑！真田幸村スーツで大阪の縫製業界を盛り上げたい！」
分類	【購入型】
起案者	(株) NFL
仲介事業者	(株) サーチフィールド(FAAVO)
資金使途	スーツの生地・オリジナル資材開発費用
目標金額 / 達成金額 / 1口あたり申込単位	500,000円 / 2,459,000円 / 3,000円～50,000円
購入者へのリワード	製品やサービスの提供 (チーフ、ストラップ、シャツ、スーツ)

## プロジェクト概要

調達した資金を元に真田幸村をモチーフにしたオーダー  
スーツ等を作成し、資金提供者へ現物提供するプロジェ  
クトです。

## 実現にあたってのハードルや成功要因

実現にあたっては、必要な資金を定められた期間に集めら  
れるかが最大のハードルとなっていました。

一方で、構想の基となった真田幸村は現在でも人気を博  
しており、2014年に大阪で開催された「幸村博」というイベ  
ントでは来場者数万人を数え、2015年には「大阪夏の陣  
400周年」、2016年には大河ドラマの主演にも決定してい  
ます。こうした状況の中、起案者が作り上げた「真田幸村が  
守ろうとした大阪と、その大阪で滅びそうな服飾産業の挑戦」  
というストーリーが人々に受け入れられたことが最大の成功要  
因となっています。

また、大阪には数少ない仲介事業者である FAAVO 大阪  
の運営者がおり、地場の優位性が働いたことや、起案者であ  
る(株)NFLがインターネットやSNSを用いたプロモーション  
を得意としていたことから、拡散効果が高かったことも資金調  
達に成功した要因となっています。

その結果として、募集金額の約5倍の金額を調達するこ  
とに成功しています。

## プロジェクトの効果

募集金額を遥かに上回る資金調達に成功し、それらの資  
金提供者にスーツを提供することで、今まで来店していなかつ  
た新規顧客の開拓にも成功しています。

また、プロジェクト実行後のフィードバックも多く、女性物や  
織田信長スーツを作って欲しいという意見を受けており、今後

の事業にもつながることが期待されます。

## 今後の課題・展望

起案者は真田幸村スーツの成功に続き、サイバーエージェ  
ント社が運営するクラウドファンディングの makuake において  
レディースジャケットを企画し、339,000円の調達に成功して  
おり、今後も他の武将をモチーフにしたスーツの作成を検討す  
るなど、事業を拡大していく見込みです。一方、クラウドファン  
ディングというスキームが広まっていくなかで、競合他社の出現  
や他社による模倣のリスクも想定されますが、起案者はメデイ  
アの活用等により自らが武将スーツの第一人者であることの軌  
跡を残すよう工夫しています。

また、起案者は2013年に工場併設のお直し工房「谷町  
ヌーボ」事業の新店舗開設のための設備資金にクラウドファン  
ディングを活用して資金調達しており、その際には大阪府庁の  
活用促進事業の支援を受けつつ、ミュージックセキュリティーズ  
(株)の【投資型(ファンド形態)】クラウドファンディングを  
利用しています。プロジェクトの性質や資金調達規模に応じて  
クラウドファンディングのタイプを選択する工夫もしており、さら  
なるクラウドファンディングの活用が期待されます。

## 幻の果実 ポポーをみんなに食べてもらいたい！

栽培、加工、販売に地域ぐるみで取り組むことで、地域の人にとって自慢の特産品に。補助金だけに頼らない資金調達により活動の持続性が高まることが期待。

ポポー4次元化プロジェクト実行委員会は、島根県美郷町比之宮地域において自生される市場に出回ることが少ない幻のフルーツ「ポポー」の栽培、加工を行い、商品マーケティングおよび新しい販路拡大を狙い、クラウドファンディングにより250,000円を募集、300,000円の調達に成功しています。

今後は、クラウドファンディングを活用して補助金・助成金に頼らない資金調達をし、地域活性化を自らの手で行人々が増えていくことが期待されています。

### 活動の経緯

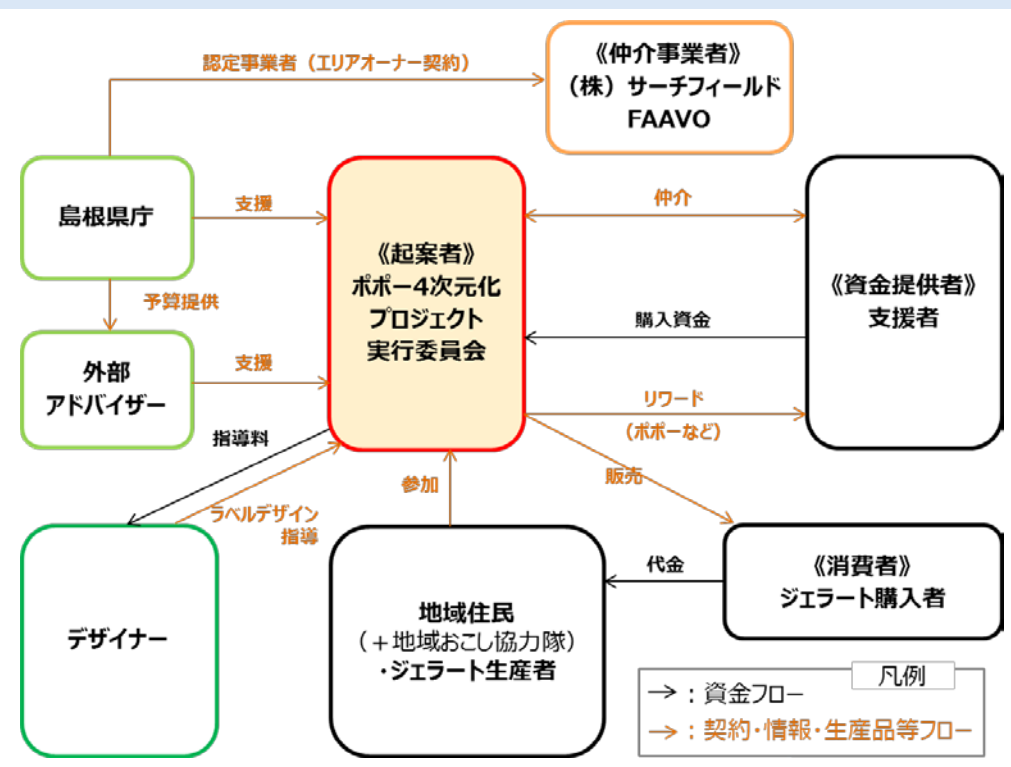
島根県美郷町は、島根県の中央部に位置する人口5,000人に満たない町であり、町の南方に位置する比之宮地域は高齢化率50%を超える地域です。そして、この比之宮地域には、市場にあまり出回らないポポーという果物が自生しています。ポポーは、北米原産の果物で、かつては自給用として様々な地域で栽培されていましたが、戦後、食の多様化に伴って忘れ去られた幻の果物です。

起案者であるポポー4次元化プロジェクト実行委員会では、田舎に住んでいると、都会には無い豊かさを伝えることの難しさを感じていました。田舎の豊かさは、自然の変化によってもた

らされる一瞬のきらめきのような要素が強いため、「いつでもどこでも」同じクオリティを求める消費者には、なかなか伝わりません。しかし、この田舎の豊かさを、市場においても価値のあるものにしなければ、田舎は生き残れないと考えていました。

そこで、ポポー4次元化プロジェクト実行委員会では、地域に眠っていた「ポポー」を貴重な地域資源と位置付け、ポポージェラードの開発により、**比之宮地域のことを多くの人々に知ってもらうことで地域が活性化することを目指し**、取り組みを始めました。また、**商品マーケティング及び新しい販路拡大を狙い、クラウドファンディングを利用**しています。

### プロジェクトスキーム図



<https://faavo.jp/shimane/project/122>

資金調達の概要	
プロジェクト名	「幻の果実 ポポーをみんなに食べてもらいたい！」
分類	【購入型】
起案者	ポポー4次元化プロジェクト実行委員会
仲介事業者	(株) サーチフィールド(FAAVO)
資金使途	ポポーの加工費用とパッケージ製作費
目標金額 / 調達金額 / 1口あたり申込単位	250,000円 / 300,000円 / 1,000円～30,000円
購入者へのリワード	金額に応じ、手作りの押し花のはがきでお礼のお手紙、ポポーゼラート2個（91mlカップ）、集落のエコ米 3 kg、自給用季節のお野菜のおすそ分け、集落で採れた猪肉

## プロジェクト概要

調達した資金を元にポポーの栽培、加工、ポポーを商品化することで地域ビジネスに発展させていくプロジェクトです。当プロジェクトにおいては、起案者、仲介事業者の他に、島根県及びアドバイザーの支援があったことも大きな特徴です。

島根県は、地域おこし、地域づくり等を目的とする住民団体が資金調達を行う方法としてクラウドファンディングに目をつけ、地域振興の色が強い FAAVO を事業者として認定しています。さらに、同県は予算を確保しアドバイザーへの依頼を行い、アドバイザーが起案者へのアドバイスを行うような仕組みを作り上げるなど、クラウドファンディングを行う人々を支援する取り組みを行っています。

また、事業実施においては、まずポポーの生産・一次加工（ペースト化）を、農事組合法人ひじきドリームが請け負い、それを（有）シックス・プロデュースが、自社で加工したゼラートとポポーペーストをミックスさせ、ポポーゼラートが完成します。完成したゼラートは、美郷町地域おこし協力隊が販売しています。

## 実現にあたってのハードルや成功要因

従来農村部の人々は、農産物に市場がつける値段を飲み込み、既存のチャネルで売るしか選択肢がありませんでした。そこでクラウドファンディングを利用することで人々の「共感」によって市場に価値化できる新たなプロセスを作り出すことが可能となっています。これを実現するため、レポートを上げていく中で「地域住民の顔が見えること」「持続可能性のある波及効果のあること」を重要なポイントとし、共感を得られるよう工夫しています。

事業企画および実施にあたっては、ポポーをゼラートにして商品化することを一つの目標としてスタートしましたが、集落内にはゼラートを加工する施設もなく、困難に思えました。しか

し、隣町の牧場に依頼することで商品化に行きつけました。人材や資金が乏しい自分たちだけで事業の全てを回すのではなく、1次産業から3次産業のそれぞれが得意とする分野を担当分けすることでスムーズに事業を立ち上げることが出来ています。

## プロジェクトの効果

本プロジェクトでは、ゼラートの試作を作るためにクラウドファンディングを利用したのですが、ポポーゼラートが商品化され、数多くのメディアに取り上げられるところまで到達することが出来ています。

また、ポポーにより比之宮地区が注目されたことで、地域の人々がもう一度比之宮地区を見直す良いきっかけとなり、地域活性化の最初の一步となっています。そのほかにも、クラウドファンディングによって出資頂いたお金のため、事業に対して責任感が生まれ、何としても商品化しなければという想いがプロジェクト関係者の中で特に強まり、商品化に行きつけた一つの要因になっているとも考えられます。

## 今後の課題・展望

ポポーゼラートは、すでに町内で店頭販売されるなど、商品化という一つのゴールを迎えることができています。また、地域の特産品のの一つとしても認識され始め、集落の人々の自慢の一つにもなりつつあります。

今後は、当プロジェクトに限らず、クラウドファンディングを活用して補助金・助成金に頼らない資金調達により、地域活性化を自らの手でするということが、多くの人々へ広がっていくことが期待されています。

## 鳥取をもっと楽しくするコミュニティーハウスをつくりたい！

鳥取県出身の若者グループの発案で、既存施設を改修したコミュニティーハウスを整備。農村の魅力を発信し、都市と農村を結びつける拠点としての役割も担っていくことを期待。

750人ほどしか住民がいない鳥取県八頭町の隼地域において、都心では味わえない農業の体験、キャンプなどの田舎エンターテインメントプロジェクトを発信していくコミュニティーハウスをつくるため、実行者はクラウドファンディングを利用して500,000円の募集を実施し、627,000円の調達に成功しています。

今後は、当プロジェクトが全国の同じような問題を抱える村や町のモデルケースとして、日本が抱える問題解決のひとつになってほしいと考えられています。

### 活動の経緯

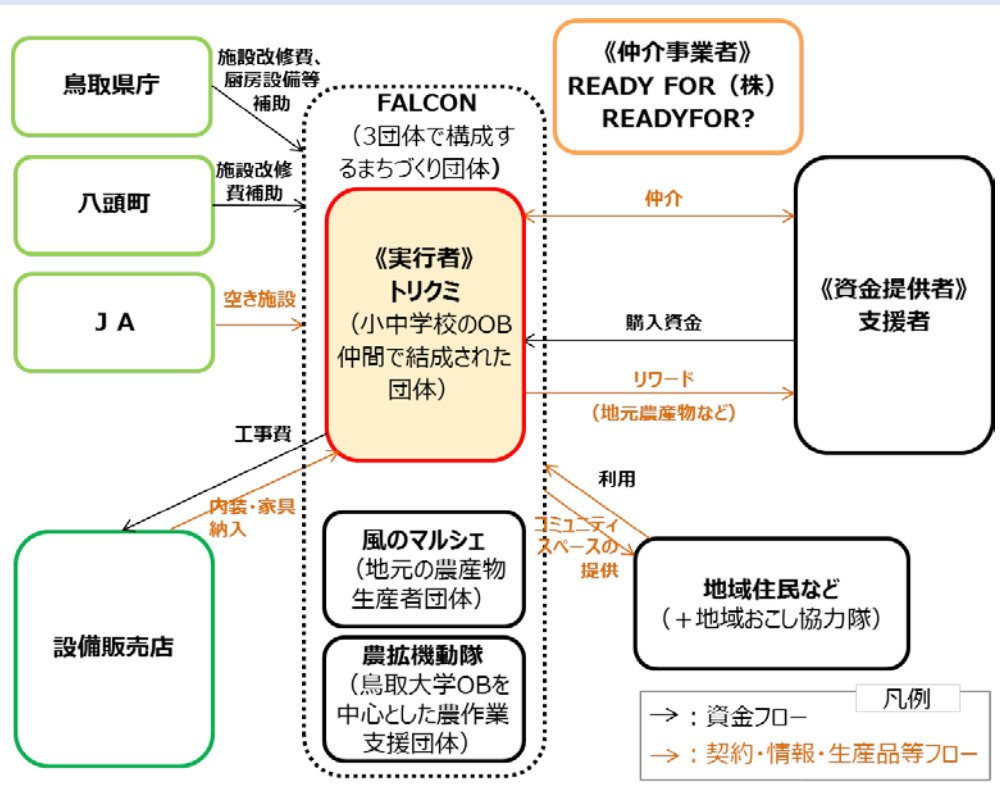
鳥取県八頭町の隼地域は人口750人ほどの地域であり、他の日本の田舎と同様に、過疎化、高齢化、若者の流出、学校の廃校、耕作放棄地増加などの問題を抱えています。また、隼地域には飲食店などの人々が集まれるスペースがないという問題も抱えていました。

実行者であるトリクミは、小中学校のOB仲間と結成された団体です。彼らはこれらの問題を解決するために活動を行っています。その第1弾として、隼地域において、既存施設を改修したコミュニティーハウスを作り、田舎ならではのエンターテインメントを発信することで、新しい楽しみや魅力を田舎に創造し

たいと考えていました。また、コミュニティー施設やカフェ施設の整備を実施し、地域の人たちに憩いの場所を提供するとともに、地元でとれた農産物等の販売拠点づくりをしようと考えていました。

トリクミは、地元の農家や地域住民、地域の若者と協力し、地域の人が集まり田舎エンターテインメントを実践していくための拠点となるコミュニティーハウス計画を立てましたが、**外壁の修理、カフェ設備、安全面での補強などにおいて、資金が当初の想定より不足したため、クラウドファンディングを利用して資金を調達しています。**

### プロジェクトスキーム図



<https://readyfor.jp/projects/tottori>

資金調達の概要	
プロジェクト名	「鳥取をもっと楽しくするコミュニティハウスをつくりたい！」
分類	【購入型】
実行者	トリクミ
仲介事業者	READYFOR (株) (READYFOR?)
資金使途	コミュニティハウスの内装工事や家具購入
目標金額 / 調達金額 / 1口あたり申込単位	500,000円 / 627,000円 / 3,000円～100,000円
購入者へのリワード	金額に応じ、HOME 8823 ステッカー、フリーペーパー、感謝の手紙、隼地域のとれたて野菜、地元特産品セット、食事券、田舎エンターテイメント体験ツアーペア、田んぼ共同オーナー権など

## プロジェクト概要

調達した資金を元にコミュニティハウスの内装工事や家具購入に利用するプロジェクトです。また、地産地消カフェ、貸切スペースなどを設置することで多くの地域の人を集めて鳥取県八頭町の隼地域の魅力を発信していきます。

## 実現にあたってのハードルや成功要因

クラウドファンディングは認知されつつあるとは言え、首都圏での需要は高いものの地方での需要は分からない所もあり、鳥取県での事業を支援してくれる人々を集めることが課題でした。

そこで、トリクミは事業内容のみならず、募集時の文章構成についても熟慮し、「第二のふるさとを持ってほしい」という点を強調することで、東京の人が、知らない田舎でも応援したいと思えるように工夫しています。

リワードも東京の人々が魅力を感じるよう減農薬の野菜などの現物や、鳥取の飲食店の東京支店における鳥取料理の食事券を用意するなどの工夫を凝らしています。また、トリクミのメンバーは東京にいるため、東京で鳥取出身者へのPRに力を入れ、ウェブマガジン上での記事の掲載、登壇イベント、説明会の開催、SNS上での告知等、県と町の補助を受けて数多くの宣伝を実施しています。

また、隼地域の人々をいかに巻き込んで事業を作り上げていくかもハードルの一つでした。クラウドファンディングの認知度も低かったことから、当初は若者が変な事をやりはじめた、といった目で見られることもありましたが、地域説明会やイベントなどを開催したり、建物のペンキ塗りや大掃除をワークショップ形式で地域の人々と共に実施したりすることで、店自体へ自らが関与しているという意識を持ってもらうよう、工夫しています。

## プロジェクトの効果

2014年4月にコミュニティスペース & カフェの「HOME8823」が開店し、人々が集まれるスペースにもなっています。地域の様々な世代の人々が来訪し、カフェの他LIVEやイベントも開かれることで多くの人々で盛り上がるスペースになっています。

人口750人程度の田舎であるのにも関わらず、売上は順調に推移しており、地産地消型の事業形成に成功しています。さらに、テレビや新聞など数多く取り上げられる事で、地域内だけでなく鳥取県外へ隼地域の魅力を発信することにも成功しています。

## 今後の課題・展望

初年度は、カフェやコミュニティスペースの運営に手一杯で、田舎エンターテイメントをあまり実行できませんでした。次年度は田舎エンターテイメントをさらに企画し、発信していきたいと考えています。

トリクミは当プロジェクトを成功させ、この場所が日本各地の同じような問題を抱える町や村のモデルケースとなり、日本が抱える問題解決の一つになってほしいと考えています。また、今後更に多くの人々を巻き込み、より大規模な地域の経済圏の輪を作っていくことで、雇用創出に寄与したいとも考えています。また、

昨年度、鳥取県では、「鳥取を元気にするわけもん会議」が開催され、クラウドファンディングの活用の必要性について議論がなされています。また、地域にアドバイザーを派遣しクラウドファンディングの活用支援にも取り組んでおり、県内におけるさらなる展開が期待されています。

## 古い劇場跡を改修し、人が集い文化に触れる場所にしたい！！

廃墟を地域資源として再生し地域交流・文化拠点として全国的に発信。Facebook や情報誌を通じて再生プロセスを発信し共感者を募り、広域的な資金調達を実現。

和歌山県串本町の田並地域に移り住んだH氏は、廃墟となっていた木造の情緒ある元劇場について、これを再生すると同時に地方に生きた文化をもたらし、そしてこの土地だからこそ生まれる新しい文化を探し、発信する拠点を作るため、クラウドファンディングを利用して調達した資金をもとに、改修工事を開始しました。

今後、同氏はゲストハウスやミニ図書館、カフェなども併設し、様々な世代が交流し、地域の歴史や昔話を通して土地に対する愛情や好奇心を育てる場所としていきたいと考えています。

### 活動の経緯

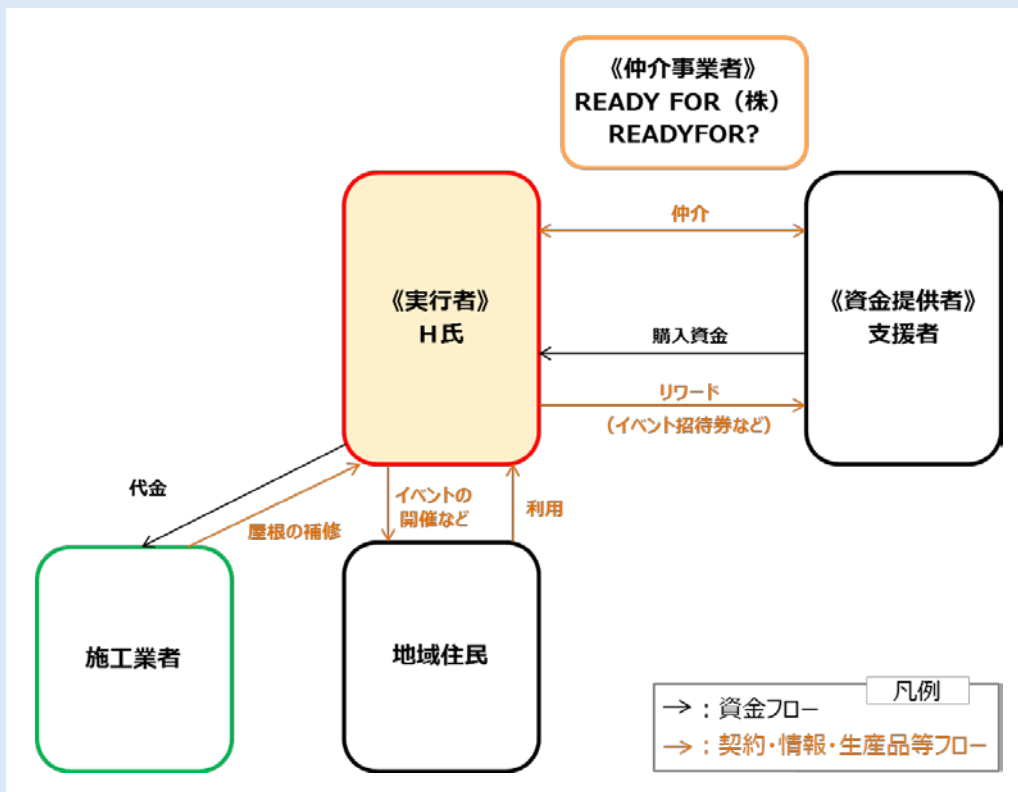
和歌山県串本町の田並地域は、かつての田並村であり、地方にとっては外国の文化が馴染みの薄いところから珈琲やパンの香りが漂い、周囲からも「アメリカ村」と呼ばれていた地域です。そんな地域に 1950 年頃に建てられた田並劇場がありました。田並劇場は 1970 年頃にその機能を閉じると、その後土木会社の飯場や倉庫兼住居として使われた後、まったく人の手が入らなくなっており、建物を全体を蔦が覆い、屋根には所々に穴が開き、壊れた壁からは野良猫や狸が入り出している状態となっていました。

実行者であるH氏は、このように廃墟となっていた建物がか

つて劇場であったことを知り、また、木造の情緒ある元劇場は建築的価値も高く、地域の歴史的な文化遺産でもあると考えました。そこで、この建物を救い、文化拠点の少ない地方に様々な人々が交流する空間を作り、子供たちが将来再び思い出を語れる場所として再生したいと考え、「田並劇場再生プロジェクト」を立ち上げました。

この際に、H氏は、より多くの人と劇場再生プロジェクトを共有したい、またそこを故郷とする人々との繋がりも得たいと考え、広くプロジェクトのことを伝えることのできるクラウドファンディングを利用しています。

### プロジェクトスキーム図



再生後の劇場イメージ



支援者のリストプレート  
[https://readyfor.jp/projects/tanami\\_gekijyo](https://readyfor.jp/projects/tanami_gekijyo)



資金調達の概要	
プロジェクト名	「古い劇場跡を改修し、人が集い文化に触れる場所にしたい！！」
分類	【購入型】
実行者	H氏
仲介事業者	READYFOR（株）(READYFOR?)
資金使途	屋根の補修代
目標金額 / 調達金額 / 1口あたり申込単位	1,500,000円 / 1,683,000円 / 3,000円~100,000円
購入者へのリワード	金額に応じ 感謝状、ポストカード、リストプレートへの名前記載、玩具、地元産品、イベント招待券

## プロジェクト概要

集められた資金を屋根の補修代に利用するプロジェクトです。また、改修後はアートやクラフト作品の展示会や音楽ライブ、映画鑑賞会やワークショップなど、遠方からも足を運ぶ価値のある催し物を企画し、串本町を訪れるきっかけを作りながら、田並地域を中心としたこの地域を元気にする拠点として運営する予定です。

## 実現にあたってのハードルや成功要因

H氏の生まれ育った土地での活動ではない為、地域の知合いは限られており、支援者をどう集めるかが課題でした。そこで、移住して数年間に知り合った人々や、遠方の知人友人に当事業の内容を知らせる手紙を送ったり、Facebookに「田並劇場再生プロジェクト」のページを作成し、田並劇場再生の作業進行状況をこまめにアップすることで、当事業に関心を持つ人を広く募りました。またクラウドファンディング進行中に、地方新聞やテレビなどで取り上げられたことも、大きな後方支援となっています。

屋根が一部落ちるような損傷の激しい木造建築物の再生には、多くの資金や労力が必要とされます。当初は当プロジェクトが実現可能か、疑う向きもありました。そこで、寄付が集まるのを待たずに、田並劇場再生の為の作業を開始し、その様子をSNSで発信し続けることで、プロジェクトが動いていることを広く認知させることができています。また、H氏は再生後の利用方法の一つに絞らず複数の可能性を示すことで、地方に文化的施設を希求する多くの人の関心を集めることができています。

## プロジェクトの効果

SNS等の活用により、田並地域に暮らす人のみならず、よ

り広く多くの人々に関心を持ってもらうことができています。プロジェクト実現はまだ先ですが、関心を持った人々が遠方からも足を運ぶような場所に育っていく見込みです。

クラウドファンディングによる調達資金で改修工事をはじめたH氏でしたが、JR田並駅前の現場で、かつてのまちの中心・表の再生に取り組むプロセスを見てもらうことで、移住してから数年間では繋がることの難しかった地域の人々との交流が生まれ、さらに地域を故郷とする遠方の人々との繋がりを生むこともできています。田並劇場が再び人々の集う場として蘇ることで、より多くの交流が生まれることが期待されます。

また、ありし日の建物の歴史を調べていくうちに、その建物が作られた背景、地方史、民話など、埋もれていた資料と出会い、地域を知る大きな足がかりとなっています。これから当地域で育つ子供達が、故郷となるこの土地の物語と触れることで、未来を想像する礎となることが期待されています。再生プロジェクトの経過に沿って、この場所が少しずつ、“ものがたりを次世代につなぐ窓”となる願いが込められています。

## 今後の課題・展望

H氏は建物の再生を通して、地方の可能性を探り、地域の個性を活かした場作りを多くの方々と共有したいと考えています。

また都市からの情報を受け取るだけでなく、土地の魅力を訪れた人々と共に楽しめる拠点作りを目指しています。今後は、ゲストハウスやミニ図書館、カフェなども併設される予定です。これにより様々な世代が交流し、地域の歴史や昔話を通して、土地に対する愛情や好奇心を育てる場所となっていくことが期待されます。

## ベガルタ仙台 被災地の人々1,000 人を試合へ招待したい！

震災後の継続的な震災復興支援とチーム全体の多方面へのPRで、比較的多額の資金調達を実現。

宮城県仙台市の J1 所属サッカーチーム、ベガルタ仙台は、震災復興支援を目的に、被災地の子どもを 1,000 人試合へ招待するための資金を集めており、クラウドファンディングを活用して 738 万円の資金調達を実施しました。今後は Jリーグの他のチームへの波及や引いてはスポーツ全体に対してクラウドファンディングが波及することも期待されます。

### 活動の経緯

宮城県仙台市をホームタウンとする J1 所属のサッカーチーム、ベガルタ仙台は、地域のシンボルとして、多くのスポーツを通じて広く地域への貢献をしようとしているチームであり、スポーツ振興、地域貢献、社会貢献、(スポーツ以外の) 相互交流、復興支援活動を通じて、地域と共に育っていくことを目指しています。

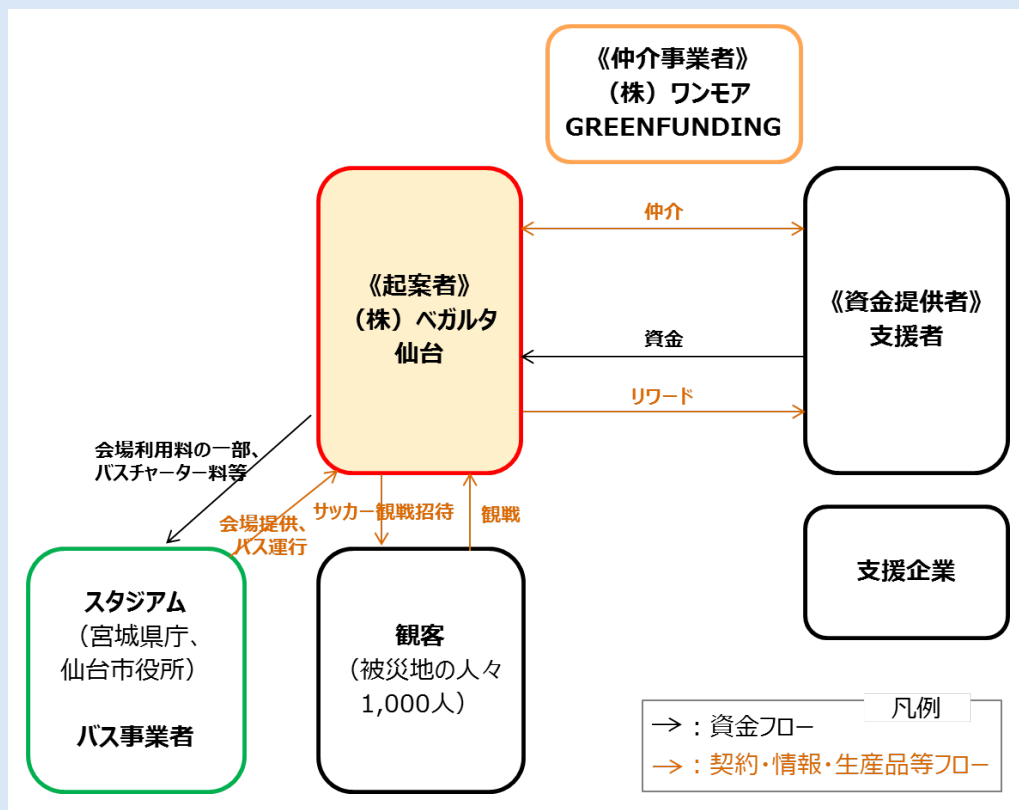
2011 年 3 月に発生した東日本大震災は、東北地方を中心に大きな被害を与えました。ベガルタ仙台では、震災直後から選手・スタッフが一丸となり、支援物資の受け渡しや災害ボランティア活動を行うとともに、「宮城・東北ドリームプロジ

エクト」を立ち上げ、多くの子どもたちを試合に招待する活動を行ってきました。

しかし東日本大震災からかなり時間が経過しましたが、被災地では未だに屋外で遊んだり、外出したりする機会が少ない児童が多くいます。

このような状況を踏まえ、起案者である(株)ベガルタ仙台は、ベガルタ仙台が取り組む「宮城・東北ドリームプロジェクト」の取り組みをより多くの人々に知ってもらい、全国各地の人々に被災地の人々を応援してほしいと考え、クラウドファンディングを利用しています。

### プロジェクトスキーム図



<https://greenfunding.jp/lab/projects/564>

資金調達概要	
プロジェクト名	[ベガルタ仙台]東日本大震災被災地の方々1000人を、仙台で開催される試合に招待したい！
分類	【購入型】
起案者	(株) ベガルタ仙台
仲介事業者	(株) ワンモア(GREEN FUNDING)
資金使途	サッカー観戦招待費用
目標金額 / 達成金額 / 1口あたり申込単位	5,000,000円 / 7,485,000円 / 500円～500,000円
購入者へのリワード	お礼のメッセージ、公式サイトへのお名前掲載、選手サイン入り公式球、年末に開催されるトップチーム感謝パーティーへの招待券、被災地の方々の集合写真と感謝状の贈呈、11月10日宮城スタジアムのLED看板に社名を表示出来る権利（法人限定）

## プロジェクト概要

集められた資金を、被災地の人々をサッカー観戦に招待するためのスタジアムの利用料やバスのレンタル代等に利用するプロジェクトです。ベガルタ仙台のホームタウンである仙台スタジアム(ユアテックスタジアム仙台)で開催されたなでしこリーグ戦やJ1リーグ戦に、被災した地域の子どもたちを1,000名招待しています。

## 実現にあたってのハードルや成功要因

当時としては比較的多額の500万円という目標設定であったため、資金が集まるかが最大のハードルとなっていました。クラウドファンディングの認知度は都心から離れるほど低い傾向があるため、東北地方で実施する当プロジェクトでも当初は中々資金が集まらない状況にありました。

そこで、選手を含めたチーム全体が主体的にPRを実施することで、こうした困難な状況を突破しています。具体的には、監督や各選手がクラウドファンディングへの取り組みを個人のブログやSNSで発信したり、彼らが出演するメディアで自ら告知宣伝することでプロジェクトを広く発信し、さらに、インターネットツールのみにとどまらず、東北地方の地方紙である河北新報、クラブ、スタジアムでの募集などと組み合わせることで、より認知を広げることができています。さらに、仙台を代表するメジャースタジアムである仙台スタジアム(ユアテックスタジアム仙台)で、J1リーグのチームが関わることで、クラウドファンディングという馴染みのない用語も、市民に受け入れられやすくなり、広く認知されることに繋がっています。

また、(株)ベガルタ仙台と商流関係があった、大日本印刷(株)の子会社の協力も成功要因の一つとなっています。両社は、日頃からファンクラブの運営などにより親密な関係を築いており、クラウドファンディング仲介事業者も大日本印刷(株)の子会社経由で紹介された経緯もありました。地元

でのPRに親身になって協力するなど、プロジェクトの成功に大きく貢献しています。

## プロジェクトの効果

Jリーグは従来、スポンサー収入や物販収入以外の収入源がありませんでした。今回、第三の選択肢としてクラウドファンディングという資金調達が成功したことは、ベガルタ仙台にとどまらず団体全体として大きな意義があると考えられ、今後のさらなる普及が期待されています。

また、当プロジェクトでは、リワードとして物品を提供していますが、スポーツチームでは物販に関するノウハウがまだまだ不足していることもあり、仲介事業者のアドバイスを通じて物品販売への相乗効果も期待されています。

さらに、プロジェクトの一端を市民が担うことで、震災復興にとどまらず地域の活性化に寄与していると考えられます。

## 今後の課題・展望

ベガルタ仙台では、2014年秋にはクラウドファンディングを活用したプロジェクト第二弾として、仙台スタジアム(ユアテックスタジアム仙台)に伝統芸能継承者を招待し宮城の伝統芸能を発信しています。

今後はこうしたクラウドファンディングを活用する活動が、Jリーグの他のチームやスポーツ全体に対して波及していくことが期待されています。

## 市民風車ファンド 2014 石狩厚田

ファンドを活用することで銀行融資の導入を可能とし資金調達に成功。投資家に分配するほか、一部を環境まちづくり基金に寄付し、投資家還元と地域還元を両立。

(株) 自然エネルギー市民ファンドは、北海道石狩市厚田区において、発電の安心安全を目的として風力発電所の建設コストの一部を市民から資金調達しています。

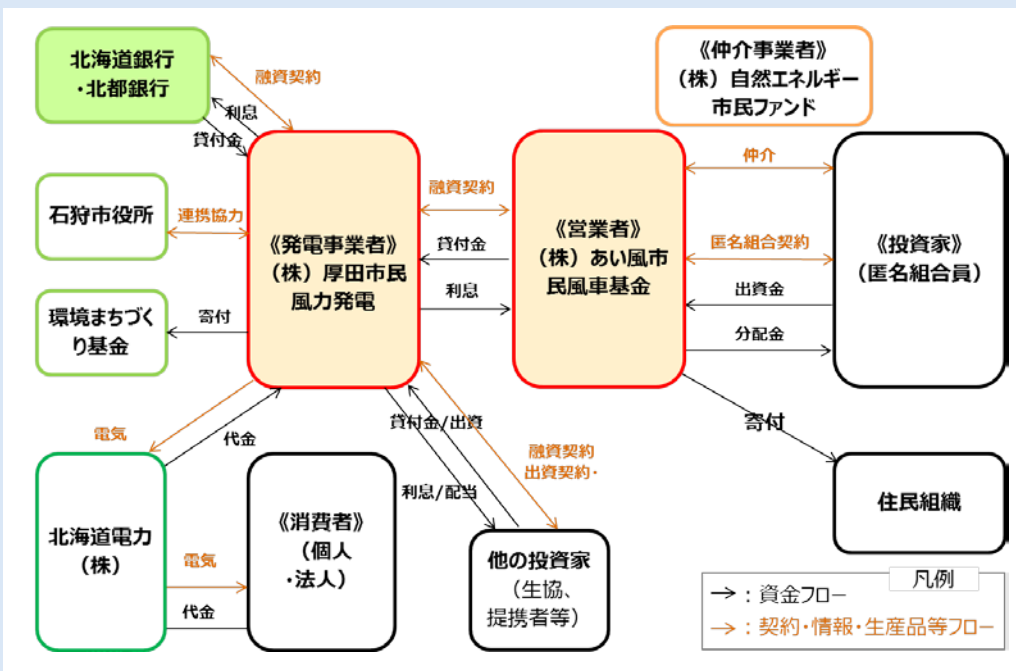
### 活動の経緯

2011年3月の東日本大震災後に太陽光、風力、水力、地熱、バイオマスのいずれかを使って発電された電気をその地域の電力会社が買い取る再生エネルギー固定価格買取制度が導入され、再生可能エネルギーによる発電が安定的なキャッシュフローを生み出すことが可能となりました。また従来では銀行融資がつかなかった発電所の建設案件についてプロジェクトファイナンスによる融資がつくようになり、資金調達が容易になっています。

(株) 自然エネルギー市民ファンドは、地域主導型で市民が参加する自然エネルギーの普及を推し進めるために設立

され、匿名組合出資の募集・運営及び管理、日本各地の市民風車プロジェクトに対する事業計画・資金計画のサポート等を行っています。また、市民風車は、**市民自らの参加を通して環境エネルギー問題への意識啓発が図られるとともに、自然エネルギーへの社会の関心が広がることや、地域に存在する未利用な自然エネルギーを地域住民の手で地域のために活かす事業**であり、持続可能な社会形成に貢献するものです。市民出資とすることで、既存の企業の資金調達による事業にはない多面的な付加価値があり、注目されています。

### ■プロジェクトスキーム図



<http://www.greenfund.jp/fund/ishikari/>

- スキームの主な特徴
1. 総事業費 15 億円のうち (株) 自然エネルギー市民ファンドによる調達は 9,900 万円で残りは銀行融資や他の投資家からの調達。
  2. 投資家は (株) あい風市民風車基金と匿名組合契約を締結する
  3. (株) あい風市民風車基金は風力発電所を建築する (株) 厚田市民風力発電に融資を行う
  4. 風力発電により得た収益の一部は環境まちづくり基金へ寄付
  5. 融資により得た利子収入の一部は住民組織に寄付

資金調達の概要	
匿名組合契約名称	市民風車ファンド 2014 石狩厚田
分類	【投資型（ファンド形態）】
営業者	（株）あい風市民風車基金
仲介事業者	（株）自然エネルギー市民ファンド
ファンド対象資金使途	調達した資金は（株）厚田市民風力発電への融資を通じて風力発電所の建設資金の一部として利用
出資金募集最大総額(口数) / 1口あたり申込単位	99,000,000 円(495 口) / 200,000 円
投資期間	契約締結日～2029 年 3 月 31 日
投資家へのリターン	目標年間利回り 2.5% 他に、投資家特典として出資者名を風車タワーに記載、ツアーの割引券

（株）自然エネルギー市民ファンドでは、再生可能エネルギーファンドとして風力発電 12 基を運転しており、今回、北海道石狩市厚田区にて新しく風力発電を建設するために市民から資金を募ることになりました。

## プロジェクト概要

調達された資金を元に（株）厚田市民風力発電（風力発電事業者）との融資契約を結び、当該風力発電事業者の風力発電所の建設資金の一部に使用されます。また、風力発電による収益の一部は石狩市の「環境まちづくり基金」に寄付され、市民ファンドの収益の一部は同市の厚田区の住民組織等に寄付する地域還元事業となっています。

## 実現にあたってのハードルや成功要因

まず一つの成功要因として、（株）自然エネルギー市民ファンドでは、従来から市民出資型のファンド運営・資金調達を行っており、市民等の個人から資金を調達するノウハウを持つとともに、生協など資金調達の協力先が存在していたことがあります。

さらに、再生エネルギー固定価格買取制度の導入により安定キャッシュフローを生み出すことが可能なため、2.5%の目標年間利回りを設定することに加え、地域還元の仕組みを入れることで市民の共感を得られやすかったこと、新聞、雑誌、インターネットなどに掲載されたこと、さらに、これまでの配当実績による総合的な信用力の向上が資金調達を成功に導いた要因と言えます。

## プロジェクトの効果

地元企業による再生エネルギーの導入拡大にあたっては、資金調達面が課題となっており、特に風力発電建設はプロジェクトの規模も大きいため、導入ノウハウを有する地元企業であっても取り組むことが難しい状況でした。本件はファンドを活用することで銀行融資の導入を可能とし、資金調達が成功させています。また、投資家の 6 割強が地元北海道の市民で占められており、地域活性化にも寄与する形になっています。

## 今後の課題・展望

（株）自然エネルギー市民ファンドは、風力発電所の銀行融資実績を作ったことで、風力発電ビジネスが拡大していくことが期待されています。また、事業収益の一部を環境まち作り基金へ寄付することを通じて、地域の環境保全に活用されるような地域還元型の事業モデルとなることも期待されています。また、風力発電以外の小水力、バイオマス、地熱、太陽光などへも取り扱いを広げていく計画も考えられています。

## つばさグリーンファーム深谷ねぎファンド

トラクター購入と併せて、地域のブランド野菜を広めるためにクラウドファンディングを活用。購入費用の調達だけでなく、PR 効果により、深谷ねぎの販路開拓や一層のブランド力向上にも寄与。

(株) つばさグリーンファームは、埼玉県深谷市において地域の特産品である深谷ブランド野菜を広めることを目的として、品質・生産効率の向上に取り組んでおり、クラウドファンディングを活用して 700 万円の資金調達を実施しています。今後、同社は深谷での雇用を創出し、それらの人々が納税することで地元を活性化させ、人々が幸せに暮らせるようにしていきたいと考えています。また、それらの実現を通じて当プロジェクトの成功モデルを全国へ広げ、地方が元気になるように貢献することも目指しています。

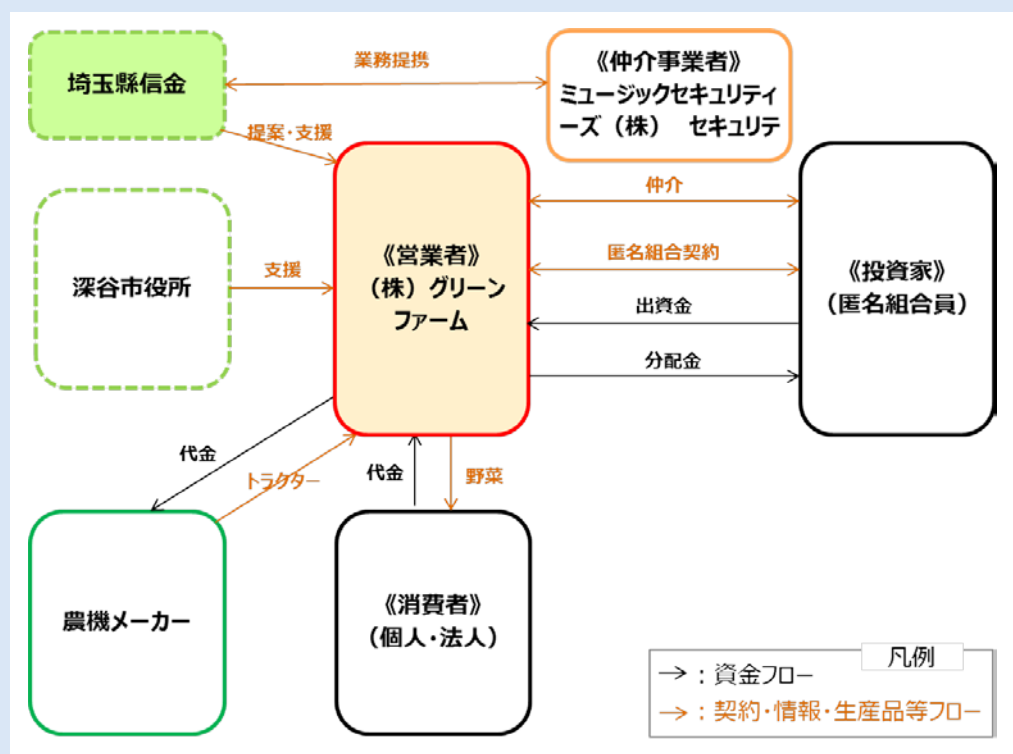
### 活動の経緯

埼玉県深谷市は、肥沃な土壌に恵まれており、明治 30 年頃より栽培してきたねぎは大正時代には「深谷ねぎ」の名と共に広く親しまれてきました。しかし近年では、人口減少や高齢化、後継者不足により耕作放棄地は増加傾向にあり、「深谷ねぎ」の存続や地域活性化が課題となっています。営業者である(株) つばさグリーンファームは IT 企業から農業への参入を果たし、2009 年から体験農業を開始し 2014 年時点では約 17ha の野菜畑を栽培している農業法人です。また、農業を志す平均年齢 30.2 歳の若者が日本全国から集まっており、深谷ねぎを中心にある程度の量の野菜を生産しています。そして、さらに地域の特産である深谷ブランド野菜を全国に広めていくために、トラクターを購入し、土地の改良に

よる質の向上を目指していました。埼玉縣信用金庫からも、地域農産物を全国の個人投資家知ってもらう機会を創出することで販路拡大や地域野菜のブランド力向上に繋がること、ファンド組成の効果が地域イノベーションの契機となり地域経済活性化の一翼を担うことへの期待から、クラウドファンディング利用の提案がありました。

さらにちょうどその頃、深谷市を中心とする埼玉県の北部は、2014 年 2 月に大雪により農業施設が倒壊するなど、約 240 億円とも言われる被害が発生しました。原材料の不足と高騰及び人手不足により復旧は思うように捗らず、廃業したり、今後の方向性が定まらない農家が多数生じていました。

### ■プロジェクトスキーム図



<http://www.musicsecurities.com/communityfund/details.php?st=a&fid=733>



資金調達の概要	
匿名組合契約名称	つばさグリーンファーム深谷ねぎファンド
分類	【投資型（ファンド形態）】
営業者	（株）つばさグリーンファーム
仲介事業者	ミュージックセキュリティーズ（株）（セキュリテ）
ファンド対象資金使途	農耕用トラクター
出資金募集最大総額（口数） / 調達金額 / 1口あたり申込単位	7,000,000円(350口) / 7,000,000円 / 21,140円
投資期間	本匿名組合事業が開始した日の翌月1日から4年間
投資家へのリターン	売上金額に一定比率を乗じた額（リクープ前3.5%、リクープ後2.3%） 他に、投資家特典として野菜セット、体験農業等割引券

そこで、全国の投資家に知ってもらう機会を創造し投資を募ると共に「深谷ねぎ」のサポーターになって頂き販路拡大・ブランド力の醸成に繋げる。また、ファンドの組成が深谷地域の農家の応援になると共に、地域一体の農業の「再開」の一助になればと考え、クラウドファンディングを利用しています。

## プロジェクト概要

調達した資金を元にトラクターを購入し、土地を改良することで品質の高い野菜を生産・販売するプロジェクトです。なお、プロジェクト実施にあたっては、埼玉県信用金庫によるファンド組成における提案・仕組みづくりの支援、深谷市役所によるファンド組成における側面支援（深谷市のゆるキャラ「ふっかちゃん」の協力等）を得ています。

## 実現にあたってのハードルや成功要因

事業企画においては、実際の畑の様子や従業員の頑張りが伝わるかどうかハードルとなっていました。一方で、インターネットを介した情報提供がメインであることから、これらの表現において生きた情報が伝わるよう工夫しています。

また、埼玉県信用金庫では、今回のファンド組成を強くPRするため、深谷市役所への協力を要請しプレスリリースには深谷市のゆるキャラ「ふっかちゃん」の協力を仰ぎ、組成後のアナウンスとして深谷商工会議所の協力を得て会報に掲載し地元の方のモチベーションアップへの働きかけも行われています。

## プロジェクトの効果

トラクター購入により作業の品質が向上し、売上増に繋がっています。さらに、経営者や従業員のモチベーションアップにも

繋がりが、生産者から事業者への意識の醸成にも繋がっています。また、閉鎖的な業界であるからこそ（株）つばさグリーンファームの取り組みが与えた影響も大きく、地元の雇用にも貢献できることが期待されています。さらに、クラウドファンディングという取り組みを行ったことから、マスコミ等に取り上げられることで会社の知名度も向上しています。

マスコミによるプレスリリースや深谷商工会議所による会報への掲載などにより地域に広く浸透し、地域の小規模事業者のクラウドファンディングへの関心も高まっています。また、就農希望者へのエールとなり就農・雇用の創造にも繋がっています。

現在は企業との取引（B to B）のビジネスを行っていますが、消費者との取引（B to C）への展開の際には、投資家の声を取り入れることにより可能となります。

## 今後の課題・展望

（株）つばさグリーンファームは深谷市での雇用を創出し、それらの人々が納税することで地域を活性化させ、人々が幸せに暮らせるようにしていきたいと考えています。また、今回の事例がモデルケースとなり、新規就農者の増加、耕作放棄地の抑制、そして地域産業資源などを活用した「ふるさと名物品」の創造等により地域経済の活性化、まち・ひと・しごとの創生に繋がることが期待されています。

## 風で織るタオルファンド

プロジェクトのコンセプトに共感した従来からの個人ファンからの資金調達に成功し、顧客との深い関係性を構築。

池内タオル（株）は、愛媛県今治市において『最大限の安全と最小限の環境負荷』をモットーとした生産を行うことを目的に、有機栽培綿（オーガニックコットン 100%）を利用した生産に取り組んでおり、クラウドファンディングを活用して 550 万円の資金調達を実施しています。

今後はファン作りというクラウドファンディングの恩恵を十分に受けることを目的に、自己資金が十分にある状況でもクラウドファンディングを利用することを予定しています。

### 活動の経緯

愛媛県今治市は日本一のタオル産地と言われ、今治タオルは地域ブランドとなっています。今治タオルとは、「タオル創りのノウハウを蓄積した、技術ある今治で造られたタオル」の総称であり、種類や製品は数多くあります。また、愛媛県内のタオルメーカーによる業界団体である四国タオル工業組合には、多くの今治タオル製造メーカーが加盟しています。

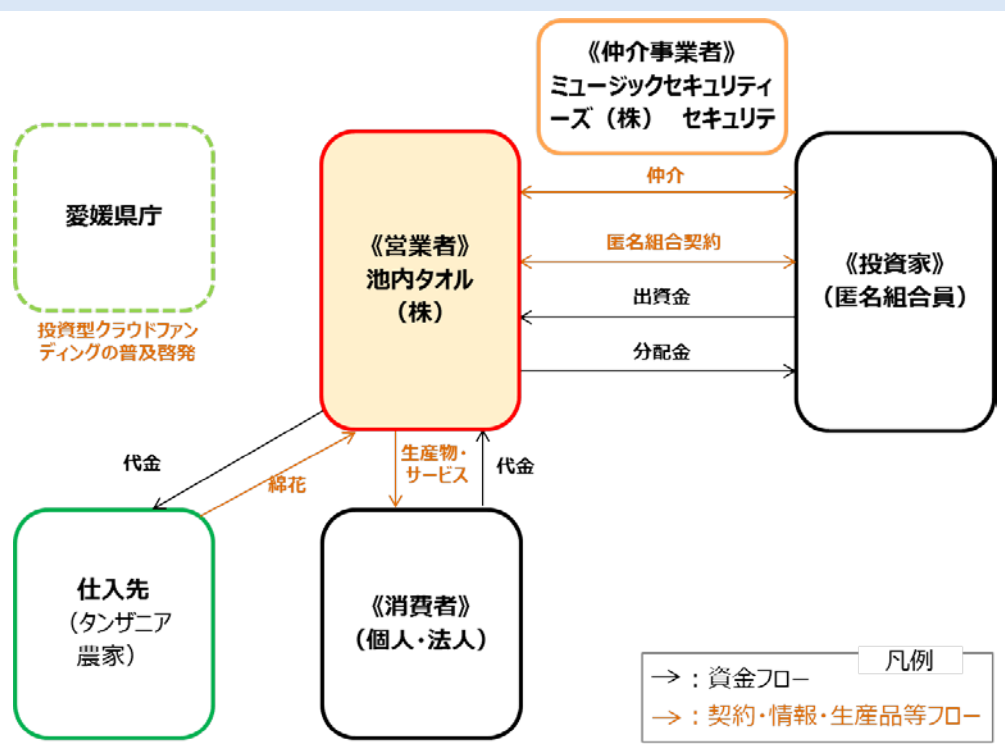
営業者である池内タオル（株）（現 IKEUCHI ORGANIC（株））は、四国タオル工業組合に加盟する 1 社であり、今治タオルは産地のブランドですが、タオルを買ってもどこの会社の製品かは分からないと考えていました。

また、同社は、「最大限の安全と最小限の環境負荷」をモットーに、有機栽培綿（オーガニックコットン 100%）を利用したタオル作りをしています。また、彼らは本当のオーガニックコ

ットンであることは、自然（ありのまま）であることであり、安定しない品質を個性と考え、毎年、ワインのようにコットンの違いを楽しむ新しいオーガニックの考え方である「コットンヌーボー」を提唱しています。一方、有機栽培綿は 3 年以上、農薬や化学肥料を使わない畑でとれた綿花を認定紡績工場で紡糸するという極めて厳しい EU 規定で作られるものであるため、通常の綿価格に比べ、有機栽培綿は 3～4 倍かかるという状況下にあります。

そこで、このような状況に対応するため、**同社のファンは以前より個人のファンが大半を占めていたため、また、資金を調達することでこれまでの事業を持続的に展開するために、クラウドファンディングを利用しています。**

### ■プロジェクトスキーム図



<http://www.ikeuchi.org/company/profile/>

※愛媛県内では 2015 年現在、愛媛県庁や伊予銀行、仲介事業者等の連携・提携により、投資型クラウドファンディングの普及啓発に取り組みされており、本事例も紹介されている。



資金調達の概要	
匿名組合契約名称	風で織るタオルファンド
分類	【投資型（ファンド形態）】
営業者	池内タオル（株）（現 IKEUCHI ORGANIC（株））
仲介事業者	ミュージックセキュリティーズ（株）（セキュリテ）
ファンド対象資金使途	コットンヌーボータオルの原材料となるタンザニア産のオーガニックコットン購入費用など
出資金募集最大総額(口数)/ 調達金額/ 1口あたり申込単位	5,500,000円(110口) / 5,500,000円 / 50,000円
投資期間	2011年2月1日以降で、営業者の会計帳簿上に初めて本件タオルの売上計上がなされた日にちより1年間
投資家へのリターン	売上金額に一定比率を乗じた額（リクープ前 90.0%、リクープ後 2.5%） 他に、投資家特典として出資者特製スポーツタオル、IKT SHOPPING 利用時の割引サービス、コットンヌーボータオル優先販売及び本社見学ツアーおよびセミナーへの優先ご招待など

## プロジェクト概要

調達した資金を元に**有機栽培綿を購入し、タオルを製造・販売するプロジェクト**です。タオル製造にあたっては全工程を風力発電によるグリーンエネルギーでまかなっています。

## 実現にあたってのハードルや成功要因

プロジェクトの実現にあたっては必要な資金を定められた期間に集められるか否かが最大のハードルとなっていました。一方、IKEUCHI ORGANIC（株）には既存のファンが多かったこと、環境・安全といったコンセプトが投資家に受容されたことや、SNS を用いたプロモーションを行ったことなどにより、順調な資金調達に成功しています。

## プロジェクトの効果

元々個人ファンが多いブランドであったことが、クラウドファンディングによる資金調達を実施するに際してプラスに働いています。個人ファンからの資金を受け入れることで、IKEUCHI ORGANIC（株）とファンとの距離が、投資を通じて更になくなったことにより、売り上げの増加にも貢献しています。

また、資金提供者と顧客が同一であるため、それぞれの関係者間の利害対立が生じることなく、エンドユーザーである顧客のことを考えた経営方針を進めることが可能となっています。

## 今後の課題・展望

IKEUCHI ORGANIC（株）では、過去に東京で販売店を開く際に、クラウドファンディングを使わず自力で開店したことがあります。しかしファンの人の来店はあまりありませんでした。そういった経緯もあり、今後販売店を新設する際には、自己資金が十分にある状況でも、クラウドファンディングを利用することを予定しています。

三本目のクラウドファンディング利用となる「風で織るタオルファンド2014」では、開設資金を募集し、2014年9月、表参道店に続く、直営2号店を京都に開設しました。

なお、IKEUCHI ORGANIC（株）のある愛媛県では、2014年度から（公財）えひめ産業振興財団に委託し、県内中小企業等による投資型クラウドファンディングの活用を促進するため、普及啓発セミナーなどの取り組みを行っています。クラウドファンディングの活用促進により、各社の事業を「自分事」として考えてくれる固定ファンの獲得を通じて産業育成を図っていくことが期待されています。

## くまもと県民発電所 幸せファンド

再生可能エネルギーの固定価格買取制度に基づく発電事業の資金調達にクラウドファンディングを利用した事例の一つとして、プロジェクトから生じた収入を次のプロジェクトへ再投資する循環を作り出すことを構想。

熊本いいくに県民発電所（株）は、太陽光発電事業の県民への還元を目的として、熊本県南関町において「県民発電所」事業に取り組んでおり、クラウドファンディングを活用して 5,000 万円の資金調達をしています。

現在目標額へ向けて募集中ですが、ひいてはプロジェクトから生じた収入を次のプロジェクトへ利用する再投資の循環を作り出すことを構想しています。

### 活動の経緯

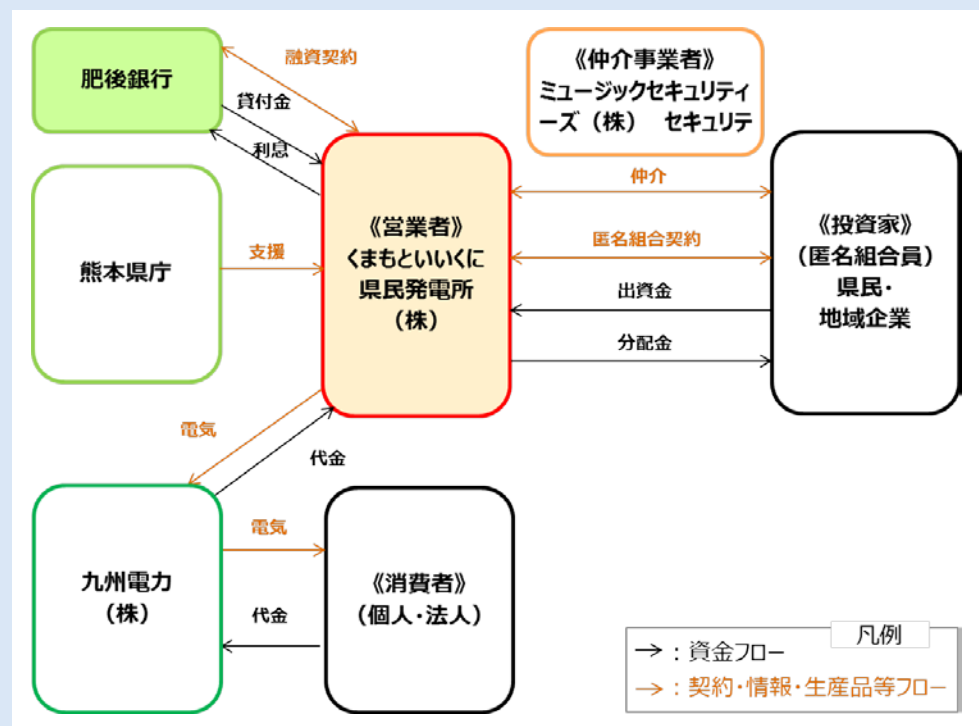
熊本県では太陽光発電を中心に再生可能エネルギーの導入が加速していますが、大規模太陽光発電事業の多くは県外資本に頼っているという課題がありました。

そこで、新エネ・省エネの先進県をめざす熊本県は熊本の豊かな恵みを県民が享受する仕組み構築を目指した「くまもと県民発電所構想」を推進することとしました。「県民による県民のための発電所」をコンセプトとして、県内事業者が取り組む発電事業について、県民等から小口ファンド等で事業費の一部を募り、分配金という形で利益を還元するだけでなく、地元にも地域貢献の形で還元しようという仕組みです。県は、県民が参画できる資金調達方法が示されているなどの要件を満たした発電事業者の行う発電施設を「県民発電所」とし

て認証、2013 年度には「旧天草東高校グラウンド（天草市）」、「公共関与最終処分場（エコくまもと）屋根（玉名郡南関町）」の 2 箇所の太陽光発電事業について、事業者を公募・選定し、2014 年 3 月に県民発電所として認証しました。

「公共関与最終処分場（エコくまもと）屋根」の認証事業者は熊本いいくに県民発電所（株）になります。また、同社は地域貢献に取り組む県内の有力企業約 90 社で構成する「熊本いいくに会」が活動母体で、**地域づくりのイベントで会員企業等から協賛金を拠出してもらい活動資金を集めた経験もあったことから、クラウドファンディングの活用を着想しました。**

### ■プロジェクトスキーム図



<http://www.musicsecurities.com/communityfund/details.php?st=a&fid=657>

資金調達の概要	
匿名組合契約名称	くまもと県民発電所 幸せファンド
分類	【投資型（ファンド形態）】
営業者	熊本いいくに県民発電所（株）
仲介事業者	ミュージックセキュリティーズ（株）（セキュリテ）
ファンド対象資金使途	太陽光発電設備設置工事費の一部
出資金募集最大総額(口数) / 調達金額 / 1口あたり申込単位	50,000,000 円(2,500 口) / 2015 年 4 月 7 日現在募集中 : 13,250,000 円 (26.5%) / 21,140 円
投資期間	本匿名組合事業開始日の翌月 1 日から 10 年間
投資家へのリターン	売上金額に一定比率を乗じた額（リクープ前 10.0%、リクープ後 4.0%） 他に、投資家特典として熊本県の特産品進呈、現地ツアー招待券

## プロジェクト概要

熊本いいくに県民発電所（株）が幸せファンドにより調達した資金を、「公共関与最終処分場（エコあくもと）屋根」に設置する太陽光発電施設の工事費にあてるプロジェクトです。また、発電を実施し、九州電力に売電します。なお、クラウドファンディングの利用にあたっては県内と県外で募集期間を分けることで地域還元が期待されます。

## 実現にあたってのハードルや成功要因

実現にあたっては必要な資金を定められた期間に集められるか否かが最大のハードルとなっています。そこで、事業者から熊本いいくに会の会員企業に出資を呼びかけるとともに、一個人あたりの出資額の増加に向け、ゆかりのある関係者を巻き込み、それぞれ最大額（50口100万円）の調達に成功しています。また、県は、県外からの資金流入を促すにあたって、県人会などの場で PR する等により県にゆかりのある県外の人にも出資を呼びかけているほか、太陽光パネルの設置場所として最終処分場の屋根を提供（賃貸）するなどの支援をしています。

また、個人からの出資を得るには、出資者向けの説明会開催や簡略化した申込方法の検討などの取り組みが必要と言えます。

## プロジェクトの効果

当プロジェクトでは中核となる事業会社 10 社から各々 100 万円を出資する事で、熊本いいくに県民発電所（株）を設立し、その他関係先を中心に私募債で資金の募集が予定されています。これに加えてクラウドファンディングからも調達することで、調達手段の多様化につながると考えられています。

す。

また、資金の調達先も県内関係企業を中心としていますが、クラウドファンディングにより幅広い地域から資金調達をすることができ地理的な多様化への貢献も期待されます。

## 今後の課題・展望

2015 年 12 月に、太陽光発電のオペレーションを開始する予定です。また、熊本いいくに県民発電所（株）は、太陽光発電に加えて次の事業構想にも着手しており、小水力発電所（110kw）については、既にメーカー 2 社を比較し、1.6 億円で設備調達を決めています。さらに、竹、家畜糞尿のバイオマスについても計画中であり、新たに地域における雇用を創出する予定です。

これらの新たな投資プロジェクトにより生じる収入を次のプロジェクトのための調査費として投入して事業を更に拡大させ、再投資の循環を作る取り組みを、県は県民発電所として支援しています。

## 大田原グリーン・ツーリズムファンド

ファンド募集から2年経過した現在、順調に観光交流人口が増加しており、2014年度には約5,000人の交流人口に。近年ではインバウンドに対応したグリーン・ツーリズムにも着手し、取り組みの幅を拡大。

(株)大田原ツーリズムは、栃木県大田原市において観光客と地域住民の双方向のコミュニケーションを取り入れた観光の提供を目的に、交流や体験といった要素を取り入れたプログラムの商品化、販売に取り組んでおり、クラウドファンディングを活用して1,149万円の資金調達をしています。

### 活動の経緯

栃木県大田原市は、一般的な観光地ではないものの、稲作を中心とした農業が盛んな地域です。また、那珂川、八溝山系の里山、日帰り温泉など地域資源が多い地域です。

しかし、従来の観光は旅行者が地域を訪れて観光名所に訪問して帰宅するという一方的な関係であり、旅行の終了が地域との別れとなってしまふことが課題となっていました。また、農業についても、10年後や20年後には生産者の高齢化が進み、衰退してしまう可能性が非常に高いのではないかと危惧されています。

そこで、営業者である(株)大田原ツーリズムは、首都圏の家族や修学旅行生などをターゲットとして、農業体験、商品加工体験、自然体験、食品工場や酒蔵などの訪問プログラムを商品化し販売するとともに、大田原産の野菜等の販売および加工商品を開発することで、大田原市のファンを作り、農家の農業収入の改善を図っています。

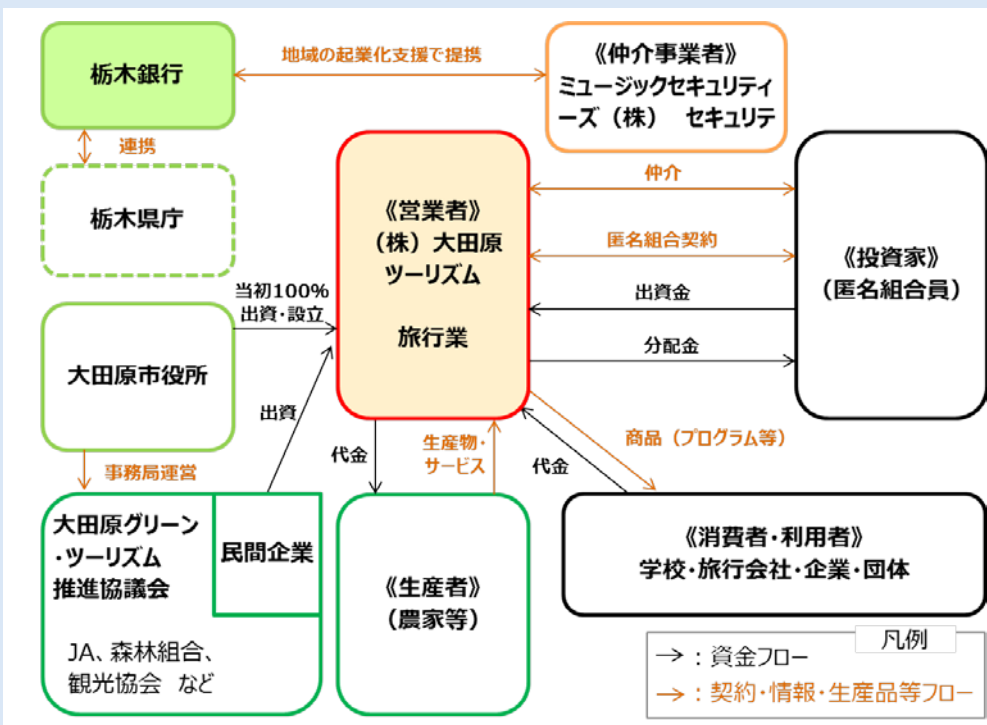
同社は資金の調達にあたって、自己実現以上の社会貢献をしたいと思う人々が興味を持ちやすい投資方法とし、また社会貢献や社会に興味のアンテナが高い層を通じて地域情報や全国の大田原のファンを獲得することを目的としてクラウドファンディングを利用しています。

### プロジェクト概要

調達資金を農業体験等のプログラム運営にかかる人件費として利用するプロジェクトです。また、運営にあたって同社は大田原グリーン・ツーリズム推進協議会と連携し、個人旅行、教育旅行、企業旅行等を提案・誘致します。

なお、(株)大田原ツーリズムは第3セクターの法人であり、大田原市が5,000万円を出資し、その他に大田原市内を中心とする18社が1,500万円を出資しており、農業を通じて地域活性を行っている(株)ファーム・アンド・ファーム・カンパニーと官民一体となり、地域活性のために設立された会社

### ■プロジェクトスキーム図



<http://www.musicsecurities.com/communityfund/details.php?st=a&fid=348>

資金調達の概要	
匿名組合契約名称	大田原グリーン・ツーリズムファンド
分類	【投資型（ファンド形態）】
営業者	（株）大田原ツーリズム
仲介事業者	ミュージックセキュリティーズ（株）（セキュリテ）
ファンド対象資金使途	プログラム運営等にかかる人件費
出資金募集最大総額(口数) / 調達金額 / 1口あたり申込単位	11,490,000 円(383 口) / 11,490,000 円 / 30,000 円
投資期間	2013 年 4 月 1 日～2020 年 3 月 31 日
投資家へのリターン	売上金額に一定比率を乗じた額（リクープ前 1.28%、リクープ後 0.70%） 他に、投資家特典として営業者が企画するプログラム等への参加割引、大田原市特産物を活用したオリジナル商品

です。また、大田原グリーン・ツーリズム推進協議会は、地元  
の農家を中心として農林業、商工会議所、観光協会などの  
活動団体が構成員となり、グリーン・ツーリズムの勉強の場とし  
て設立された団体です。

## 実現にあたってのハードルや成功要因

実現にあたっては、観光地ではない地域でいかに観光資源  
を生みそれを提供するかが最大のハードルとなっていました。そ  
こで同社は、農業・農村地帯といった既にある地域資源や市  
内にある遊休資産に目をつけ観光地化することで、成功に導  
きました。遊休資産に関する取り組みでは、例えば、増加して  
問題になっている市内の廃校を活用し、プチ断食道場を実施  
したり、大手旅行会社と手を組んで社員教育等に教室を活  
用した体験教室を実施しています。

一方、栃木県内では農泊はあまり知られておらず、外部者  
の巻き込みが大きなハードルでした。そこで同社は、集落の協  
議会を作り地域の人づくりから行ったことや、団体と協力イベ  
ント等を開催したことなどにより、知名度アップと地元のモチ  
ベーションアップを図ることで、多くの外部者を取り込むことが  
できています。

さらに、大田原市以外の日光や那須等などの観光地とも  
連携し、他の地域の観光客にも関心を持ってもらう取組み  
も功を奏しています。

## プロジェクトの効果

この数年にて、簡易民宿を取得した農家は 58 軒（手続  
き申請の委任状は 72 軒）になり、日本でのグリーン・ツーリ  
ズムとして有数な軒数まで増加しています。受け入れも教育旅  
行、団体旅行、企業旅行を中心に、200 人の団体までを受

け入れており、体験プログラムとしては農業や郷土料理作りな  
どを中心に 121 程揃え、リーフレットやパンフレットなども充  
実させています。

その結果、従来観光地ではない大田原市において、2012  
年度には約 200 人だった観光交流人口が、2013 年度に約  
800 人、2014 年度では約 5,000 人と大きく増加していま  
す。また、農家民宿も年間 1,500 泊以上を受け入れており  
急成長しています。国内だけでなく、台湾、ベトナム、カンボ  
ジアを中心に海外からも受け入れており、ハラルに対応した食  
事提供を行いインド人の受け入れも行っています。

## 今後の課題・展望

（株）大田原ツーリズムでは、観光客と農家との繋がりが  
生まれ、想いや味を知ってもらうことで、農家や地域のファン  
が生まれることを期待しています。ファンとなった人は、地元  
に帰っても野菜や加工品を購入したり、10 年後、20 年後に  
大田原市に移り住んで同じように農業を始める可能性もあ  
ります。このようなことが起きれば、農家の収入改善と地域  
農業を支えることができると期待されます。また、民間のビ  
ジネススキルを取り入れた運営方法により、大幅の増収増  
益と地域貢献度も増加し、現在では日本でも有数のグリー  
ン・ツーリズムの取り組みとして注目されるような位置づけ  
となっています。

一方、課題としては、全国では後発組であるため、現状  
では認知度が低いこと及び団体をターゲットとしていること  
から売上げ計上までの間にタイムラグが生じてしまうことが  
挙げられます。例えば、2013 年度の旅行に関して、2012  
年度中、或いは 2011 年度中に行き先などを決めてしま  
うため、現在実施している営業の成果は 2 年前後まで  
実現しません。さらに、同社の地域の生産者に最大限、お  
金が渡るような仕組みをつくりたいの方針下においては  
同社の利益率は低くなってしまうことがあります。

## ソダッテ阪神沿線 新在家編

クラウドファンディング（マイクロ投資）を活用することで全国からの資金調達を行い、さらに関係企業のサポートにより、地域の繋がりやにぎわい創出を実現。

阪神電気鉄道（株）は、長期間に渡り空き区画であった神戸市灘区に所在する新在家駅高架下の有効活用と、それによる地域の活性化を目的として、クラウドファンディング（マイクロ投資）を活用した飲食店の誘致を行いました。今後は、阪神電気鉄道（株）が主導しなくても地域が主体的に活性化に取り組めるよう、プロジェクトの出店者をはじめとした地元関係者への働きかけを行い、活性化に向けた活動を継続的なものとして地域に定着させることが課題です。

### 活動の経緯

兵庫県神戸市灘区に所在する新在家（しんざいけ）駅の周辺は、阪神・淡路大震災で大きな被害を受けた影響で、地域の人々の繋がりが一部途絶えてしまった面がある一方、若いファミリーを中心とした新しい居住者が増えています。また、同駅高架下には長い期間空いたままの区画が存在しました。

そこで、阪神電気鉄道（株）は、高架下の空き区画を活用して新在家に縁や想いがある店主による飲食店が開業することで、地域の人々が集いつながる新たなコミュニティの形成を図り、駅を中心とした地域のにぎわいの創出を目指すべく当プロジェクトを開始しました。

同社は、飲食店の出店に伴う資金調達にあたっては、**地域住民をはじめとする多くの人々に応援してもらうため、「マ**

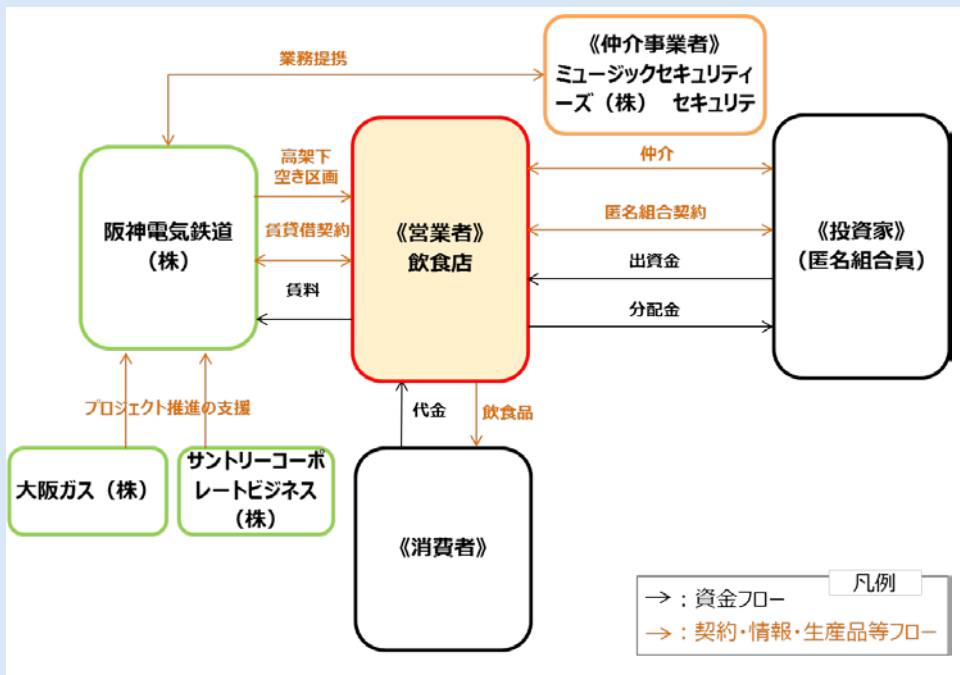
イクロ投資」という個人による少額出資の仕組みを活用しています。出資者は、応援したい飲食店をマイクロ投資でサポートし、店舗の売上げに応じた分配金や店舗ごとの優待サービスなどを受けることができます。

同社は、**住民参加の手法としてこの仕組みを取り入れており、出店者の資金調達だけでなく、出資を通じて出店者がオープン前から地域との繋がりが得られることを目的**にしています。

### プロジェクト概要

阪神電気鉄道（株）が「新在家に縁・想いがある」ことを条件に出店者を募り、高架下の空き区画を出店者に賃貸します。出店者は、各店舗の内装工事等を実施、営業すると

#### ■プロジェクトスキーム図



<http://www.sodatte-hanshinensen.com/>

リカー売上高

・イル コナモンファンド	54,000 千円
・お好み焼・焼そば ひめファンド	15,500 千円
・とりかつめし	123,766 千円
・炭火焼鳥工場 黒焼まさやファンド	41,538 千円
・立ち喰い酒場 酒達ファンド	18,135 千円

資金調達概要					
匿名組合契約名称	イル コナモンファンド	お好み焼・焼そば ひめファンド	とりかつめし 新在家ファンド	炭火焼鳥工場 黒焼まさやファン ド	立ち喰い酒場 酒達ファンド
分類	【投資型（ファンド形態）】				
営業者	(株) Ovation Plus	個人	(株) イートプラス	(株) コウベエム ズカンパニー	(株) 万
仲介事業者	ミュージックセキュリティーズ (株) (セキュリテ)				
ファンド対象資金使途	主として内装工事費用等				
出資金募集最大総額 (口数) / 1口あたり申込 単位	2,170,000 円 (217口) / 10,000 円	1,080,000 円 (108口) / 10,000 円	9,530,000 円 (953口) / 10,000 円	5,400,000 円 (540口) / 10,000 円	1,070,000 円 (107口) / 10,000 円
投資期間 (各開店日から)	1 年間	2 年間	5 年間	14 ヶ月間	9 ヶ月間
投資家へのリターン	各組合契約により異なるが、売上に一定比率乗じた金額のリターン 試食会や教室無料招待券、新メニュー開発会議への参加、トッピング無料券など				

もに、ミュージックセキュリティーズ (株) の仲介によりマイクロファンドを組成し、**開業資金の一部を調達するプロジェクト**です。また出店者は、阪神電気鉄道 (株) からプロジェクト全体の PR を通じた告知支援などを受けることができます。

また、大阪ガス (株)、サントリーコーポレートビジネス (株) が、本プロジェクトの推進、店舗の選定や告知、出店準備等の協力を行っています。

## 実現にあたってのハードルや成功要因

まず、出店希望者が集まるかが懸念されました。ですが、大阪ガス (株) 及びサントリーコーポレートビジネス (株) の協力により飲食店に呼びかけができたこと、取り組みの新規性により新聞等に掲載されたことにより、10 件の応募が集まり、最終的には対象区画全てへの出店 (当初 6 店舗) が実現しています。

また、マイクロ投資という手法の認知が当時はまだ低かったことや、方法がインターネット経由に限定されていたこと等から、投資の集まりづらさが懸念されました。結果的には、新在家周辺地域からは余り投資が集まらなかった反面、首都圏や九州などの遠方からも、プロジェクトの趣旨に賛同したという理由で投資が集まっています。

## プロジェクトの効果

出店者は、それぞれ新在家への縁や想いがあるため、新在家の地域性に合った新業態を開発するなどにより、空き区画の多かった高架下に魅力的な店舗が揃い、新在家駅の魅力が向上しました。一方で、前面通行量が少ないなど、飲食店

を営業する立地としては元々厳しい条件であったため、営業が軌道に乗るには苦労が多く、出店後も PR 等での阪神電気鉄道 (株) の継続した営業支援が必要でした。また、当初出店した 6 店舗のうち、これまでに 2 店舗が会社の経営状況などの諸事情により閉店していますが、その跡にも既に新店舗が入居しているほか、他の空き区画にも新店舗が開店するなど、プロジェクトをきっかけに新しい賑わいが生まれています。

また、阪神電気鉄道 (株) としては賃貸区画の稼働率が向上し、不動産事業の収益向上に貢献しています。

さらに、新在家駅高架下の活性化の推進に伴い、行政や地域の方々との関係構築、地元の飲食店によるバルイベント、近隣の大学生による地域活性化イベントとの連携など、これまでになかった繋がりが生まれています。

## 今後の課題・展望

今回プロジェクトを実施した区画は、駅高架下賃貸区画の一部であるため、同じ高架下には既存店舗や未だ空いた状態の区画も存在します。また、新在家は都心部ではないため、飲食店が繁盛するためには、店舗同士をはじめとした地域との繋がりが重要であることがわかりました。したがって、プロジェクトの目的である地域のにぎわい創出に向けては、個店の支援ではなく、高架下や近隣の店舗も巻き込んだエリア全体の活性化に取り組む必要があります。これまで、実験的に地域と連携したイベントの開催等を行ってきましたが、今後は、阪神電気鉄道 (株) が主導しなくても地域が主体的に活性化に取り組めるよう、プロジェクトの出店者をはじめとした地元関係者への働きかけを行い、活性化に向けた活動を継続的なものとして地域に定着させることが課題です。

## 明日香村古民家活用おもてなしファンド

古民家を活用した宿泊施設の運営に向けた資金調達。クラウドファンディングの利用により、開業以前からのPRに成功。空き家の観光業への活用のモデルケースとなることを期待。

(株) J-roots は、奈良県明日香村での観光客受入れ推進を目的に、古民家を活用した宿泊施設の運営に取り組んでおり、クラウドファンディングを活用して1,500万円の資金調達し、2015年4月15日 ASUKA GUEST HOUSE という屋号でオープン。より多くの観光客が宿泊し、明日香村をより深く堪能できる場所となること、空き家活用のモデルケースの一つとして空き家の観光業への活用に繋がっていくことが期待されます。

### 活動の経緯

奈良県は全国でも有数の文化財保有県であり、県内には世界遺産に登録された地区も3つあります。年間約3,400万人の観光客が訪れ、外国人観光客も増加しており年間28万人が奈良県を訪れています。一方で、宿泊施設は少なく、室数ベースで全国最下位という状況です。

明日香村も同様に、歴史的な文化財を数多く保有していますが、宿泊施設が足りていません。加えて村全体が歴史的風土保存地区であるため建築制限が厳しく、新たに宿泊施設を建設するのが難しい事情があります。

そこで、2011年に明日香村商工会他、村内関係機関からなる明日香ニューツーリズム協議会<sup>\*</sup>が作られ、民家ステイと体験プログラムによる国内外からの教育旅行を受入れてきました。そして、2014年には飛鳥ニューツーリズム協議会の商

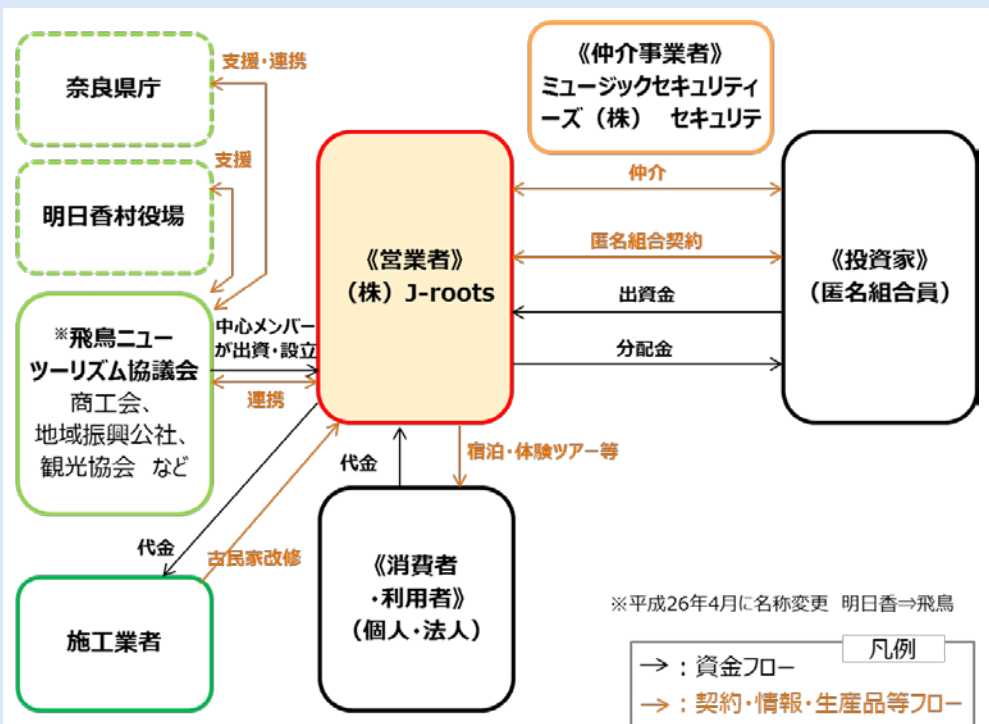
工会メンバーを中心に(株) J-roots を設立し、古民家を活用した宿泊施設の運営を行うことになりました。

営業者である(株) J-roots は、近年海外からの観光客も増えていることから、若者や海外からのバックパッカーをターゲットにしたゲストハウス形式の宿泊施設を開設し、そして、明日香村を訪れる人への情報発信基地として機能させ、そういった取り組みを通じて訪れた人々に「日本国の始まりの地」の空気感を伝えていきたいと考えていました。

資金調達にあたっては、**新しい仕組みであるクラウドファンディングに大きな可能性を感じていたこと**、**今後県内のエリアマネジメントの取り組みとして活用すべく奈良県エリアマネジメント推進事業に応募し採択されたことをきっかけに、クラウドファンディングを利用しています。**

なお、2015年4月15日にASUKA GUEST HOUSE という屋号でオープンしています。

### プロジェクトスキーム図



<http://www.musicsecurities.com/communityfund/details.php?st=a&fid=522>

リクーポン売上高: 75,000 千円



資金調達の概要	
匿名組合契約名称	明日香村古民家活用おもてなしファンド
分類	【投資型（ファンド形態）】
営業者	（株）J-roots（ジェイルーツ）
仲介事業者	ミュージックセキュリティーズ（株）（セキュリテ）
ファンド対象資金使途	古民家リノベーション費用、内装・設備費用、運転資金
出資金募集最大総額(口数) / 調達金額 / 1口あたり申込単位	15,000,000円(500口) / 約10,000,000円 / 31,650円
投資期間	本匿名組合事業が開始した日の翌月1日から5年間
投資家へのリターン	売上金額に一定比率を乗じた額（リクープ前20%、リクープ後6%） 他に、投資家特典として無料宿泊券、特産品セット、村内イベント・体験プログラム優先案内など

## プロジェクト概要

飛鳥ニューツーリズム協議会をはじめとした村内各団体のサポートのもと、**古民家リノベーション費用、内装・設備費用、運転資金を調達するプロジェクト**です。また、明日香村役場は多言語観光情報インフラの整備を進め、村民とも連携してイベントを企画し、明日香村一丸となっておもてなしに取り組んでいます。

なお、本事業にかかる費用は一部資金をクラウドファンディングを利用して調達し、残りの費用は金融機関からの融資及び総務省による「地域経済循環創造事業交付金」を活用しています。

## 実現にあたってのハードルや成功要因

（株）J-rootsでは、明日香村に気軽に行けない遠方の人々からの出資が鈍ることを懸念していました。そのため、特典に宿泊券をつけるだけでなく、明日香村産の商品を追加することで、実際に訪れることが難しい人でも応援するメリットを感じやすくするなどの工夫を行っています。また、同社は自転車ツアーや、郷土料理なども組み込んだファンド説明会を開催し、「イベントがあるから」と明日香村に足を運ぶ動機づけを設定し、実際に来訪することで明日香村を知ってもらい、身近に感じさせるように試みています。その他、ニュースなどで話題になる史跡、遺構などの情報発信を継続的に実施しています。

明日香村は、村全体が歴史的風土保存地区になっているため、建物に手を入れることに制限が多く、古民家の使用用途を住居から宿泊施設に変更する手続きに時間がかかることが事業実施対する課題となっていました。一方で過去に村内で古民家をリノベーションし宿泊施設にした実績のある施工業者に施行を依頼することで円滑な用途変更を試みています。

また村全体で、観光地として外から来る人々の受け入れ態勢が整っていなかった面もありましたが、（株）J-rootsが設立される前から飛鳥ニューツーリズム協議会では海外の学校による修学旅行民家ステイ事業の取り組みを進めており、実際に交流する

機会を持つことで村内での受け入れ態勢を整えています。その次のステップとして、本事業のゲストハウスを始める事で村全体の観光地としての充実を図る予定となっています。

## プロジェクトの効果

当プロジェクトの実施により、これまでは短時間の滞在しかしなかった観光客が長期間滞在することが可能となるため、明日香村での観光業が発展していくことが期待されています。

またPRの観点からは、クラウドファンディングを利用することで、開業する前からインターネット上で告知する事が可能となり、実際に2014年3月15日時点で160人ほどの出資者を得ています。出資者の人々の中には、宿泊施設が完成したら泊りに行くと答えた人も多くいるようです。事業者にとってもこのような形で実際に応援してもらっているという感覚を持つことで、事業を推進する事へのモチベーションへとつながる効果が期待されています。

## 今後の課題・展望

（株）J-rootsは、今後はゲストハウス事業を皮切りに、電気自動車MICHIMOのレンタル事業などを本格化させることで観光事業をより発展させ、長期的なスパンでの雇用の創出を実現し、明日香村の活性化を目指す予定です。

また、村内には多くの未活用の空き家が存在するため、この事業を成功させることで一つのモデルケースとして空き家の観光業への活用につなげていく見込みです。

そのためには、**奈良県及び明日香村などの行政機関との連携が不可欠です。各種施策や空き家情報などの共有、地域内外との調整等、官民一体となった取り組みがこれからの重要なポイントなると思われ**ます。

## 黒壁ガラス工房 25 周年ファンド

黒壁スクエアにおける黒壁ガラス工房の維持費を調達。職人も交えた募集説明会を実施。市民や観光客と顔の見える関係の構築を図り、職人のモチベーション向上にも寄与。

滋賀県長浜市にある（株）黒壁はさらなる観光客の集客を目的として、市民や観光客と顔の見える関係を築くことに取り組んでおり、クラウドファンディングを活用して 1,095 万円の資金調達を実施しています。

今後は黒壁スクエアを中心とした長浜エリアの更なる充実を図り、より多くの観光客を楽しませるよう更なる発展を目指しています。

### 活動の経緯

滋賀県長浜市には、明治時代に第百三十銀行長浜支店として建築され、その外壁が黒漆喰の様相から「黒壁銀行」「大手の黒壁」の愛称で親しまれていた建物があります。1987 年に一度取り壊しが決定されたことを契機に、1988 年に長浜市と民間企業 8 社で第 3 セクター（株）黒壁が設立され、黒壁の保存と中心市街地の活性化の拠点としての活用が始まりました。同社は、当時国内大手ガラスメーカーを除くと、個人作家活動の域もしくは土産物の域を出ていなかった「ガラス」に着目し、本物のガラス文化の追及と事業化による国内初のガラスの本場の創成を目指すとともに、ガラスショップ、工房、ギャラリー、レストランなどを直営し、ガラス工芸とまちづくりを融合させた「総合文化サービス業」を創生しまし

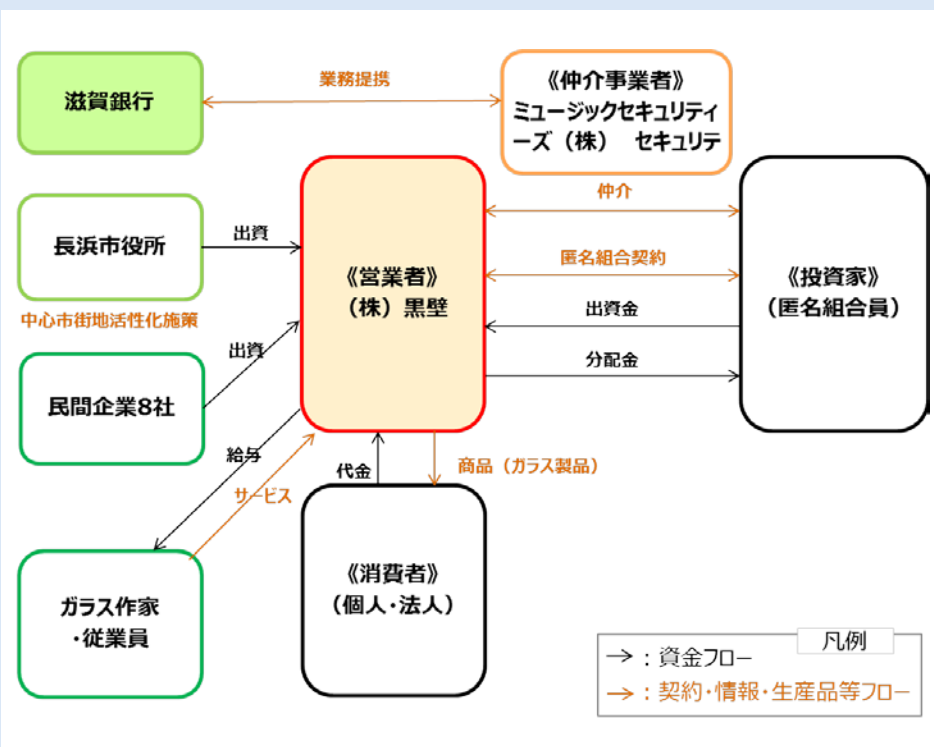
た。その結果、以前は人が一人も通らなかったまちに、現在では年間約 200 万人が訪れる観光名所になっています。

一方、ガラス工芸家の活動費の一部であるガラス窯の燃料代が多額であり、資金調達が必要になっていました。

そこで、同社はガラス工芸家の活動資金の調達に加え、ガラス工房に所属する作家同士が切磋琢磨することによるオリジナルのガラスの発表という「挑戦する文化の創生」、作家としての成長を促すための「時間の創出」、25 周年という節目を迎えた黒壁が地域に恩返しをすることを目的として、ガラス作りの運営費資金を調達することにしました。

資金調達にあたり、取引先金融機関であった滋賀銀行からクラウドファンディングによる資金調達の提案があり、アーティスト支援で実績と定評があったことから**地域への宣伝効果にも期待して、クラウドファンディングを利用**しています。

### ■プロジェクトスキーム図



<http://fund.kurokabe.co.jp/>

資金調達の概要	
匿名組合契約名称	黒壁ガラス工房 25 周年ファンド
分類	【投資型（ファンド形態）】
営業者	（株）黒壁
仲介事業者	ミュージックセキュリティーズ（株）（セキュリテ）
ファンド対象資金使途	吹きガラス工房の燃料費、人件費の一部
出資金募集最大総額(口数) / 調達金額 / 1 口あたり申込単位	10,950,000 円(365 口) / 10,950,000 円 / 30,000 円
投資期間	匿名組合契約締結日から 2015 年 12 月 31 日
投資家へのリターン	売上金額に一定比率を乗じた額（リクープ前 11.0%、リクープ後 3.0%） 他に、投資家特典としてオリジナルガラス、吹きガラス体験の無料券、買い物等割引券

## プロジェクト概要

調達資金は、**工房を維持するために必要な燃料費及び人件費の一部にあてるプロジェクト**です。それにより、これまで以上に魅力のあるオリジナルガラス制作・販売していきます。

また、長浜市役所と滋賀銀行は同社に出資し、さらに長浜市役所職員も 1 名派遣しており、関係性は非常に深い。

## 実現にあたってのハードルや成功要因

クラウドファンディングによる資金調達を全国だけでなく地元地域の人々にいかに認知してもらい、出資を促すかがハードルとなっていました。同社は、これに対応するために黒壁のスペースにて説明会を実施し、また、地元のケーブルテレビ局の誘致に成功することで多くの人々に認知してもらえるような工夫をしています。

また、クラウドファンディングによる資金調達コストは200万円以上（ファンド創設費用130万円、プロモーション費用90万円）かかり、通常の銀行からの資金調達コストの50～100万円に比べて高かったため、社内の同意を得るのがハードルではありましたが、宣伝効果や作家のモチベーション向上への期待に加え、新規手法に挑戦しようとする社風も後押しし、採用しています。

## プロジェクトの効果

投資家は投資目的というよりも、作家の応援目的の方が強い傾向にあります。募集説明会に作家が直接出席したこともあり、作家は応援されていることを実感しその思いに少しでも応えたいと思うなど、作家のモチベーション向上に繋がっています。さらに、作家の技術が向上し売上げが伸びることで、地域の活性化にも繋がることが期待されます。

また、同社で実施しているガラス工芸教室への参加者が従来は関西圏からが多かったですが、クラウドファンディングでの資金調達では関東の投資家からが 6 割を占めるなど、全国の投資家から資金調達を行えた結果、関東圏からの参加者も増えてきています。

## 今後の課題・展望

黒壁ガラス工房ファンドが同社や作家と市民や観光客との顔の見える関係を築く一助となることで、黒壁スクエアを中心とした長浜エリアの更なる充実が図られ、より多くの観光客に楽しんでもらえるよう、更なる発展を目指しています。

長浜市では、2014年3月に第2期長浜市中心市街地活性化基本計画が策定されました。その中では、これまで同社を始めとして、多数の事業組織が市民自ら資金を出し合い、組織を立ち上げており、これらの多様な主体が連携することで中心市街地の魅力を形成してきていますが、今後、これまでの取り組みを継承しつつ、まちづくり会社によるエリアマネジメント機能を強化し、統一性を持った一体的なまちづくりを推進し、より大きな相乗効果が発揮できるよう取り組みを進めることが示されています。単体事業だけでなく、多様な分野でのクラウドファンディングの活用が期待されます。

また、クラウドファンディングによる資金調達コストはやはり従前の銀行融資よりも高く、今後もクラウドファンディングによる資金調達を行うかは不透明な状況であり、今後、クラウドファンディングという手法が定着し、そのスケールメリットによりコストが逡減することが期待されています。

## 西粟倉村共有の森ファンド

「百年の森林事業」の一環として、事業に参画する森林組合への機械リース事業を展開。取り組みに賛同するIターン者の若者による起業も相次ぐなど、木材を核とした「地域内経済循環」の構築が進む。

岡山県西粟倉村は、将来世代に価値のある森林を引き継ぐために「百年の森林構想」を打ち立てており、その実現のため「百年の森林事業」に取り組んでいます。事業の一環として（株）トビムシは高性能林業機械を購入し、当事業に参画する美作森林組合へのリース事業を行うことを目的としてクラウドファンディングを活用して4,940万円の資金調達を実施しています。今後はさらなる事業の拡大によって林業担い手の確保をすすめ、林業関連従事者を2011年の55人から2020年までに100人に増やすことを目指しています。

### 活動の経緯

岡山県西粟倉村は、人口1,600人の山村であり、面積の8割が人工林で覆われています。村民の多くが林業と農業に携わり、森林に対する想いは強いものの、過疎化、高齢化や木材の市況の低迷に伴い近年は手入れが行き届かない森林も増えてきました。一方で将来世代に価値のある森林を引き継いでいこうという意識が高まり、「百年の森林（もり）構想」が打ちたてられました。

西粟倉村の森づくりのビジョンである「百年の森林構想」を実現していくための具体的な事業が「百年の森林事業」です。これは、個人所有の森林を10年間西粟倉村役場で預かって管理を行う「長期施業管理委託」が中心になっており、村役場が全ての経営リスクを引き受けて、森をひとまとめにした管理を行うことにしました。

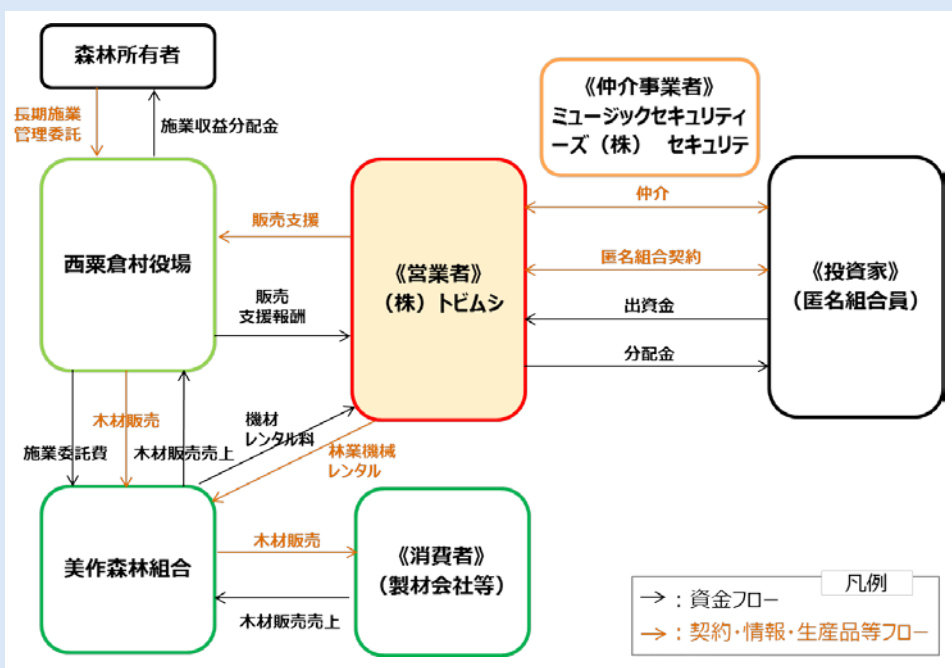
西粟倉村役場は複数の森林所有者と長期施業管理契

約を締結し、効率的な森林施業が可能となる一定の森林面積をとりまとめるほか販売も行います。また、施行管理は美作森林組合へ委託し施業生産性向上を目指しています。

ここで、10年間最適かつ効率的な森林管理を行うためには、高性能林業機械の購入や作業道開設などの初期投資をしっかりとこなうことが重要になるため、美作森林組合へ貸し出す林業機械を（株）トビムシの調達資金により購入することとしました。これらの資金を単に外部から調達するということではなく、**小口出資に限定することで、10年間西粟倉村と付き合っていける西粟倉ファンを増やしていく機会とすることを目的としてクラウドファンディングを利用**しています。

また、村外の人々と西粟倉村の林業事業に対して10年間の契約締結することで、その期間中は村長や組合長などの交代があっても事業が継続し、長期的な視野で取り組めるようにすることも狙いの一つでした。実際にファンド募集後も村長の交代はありましたが事業は継続しております。

### ■プロジェクトスキーム図



<http://www.tobimushi.co.jp/>

資金調達の概要	
匿名組合契約名称	西粟倉村共有の森ファンド
分類	【投資型（ファンド形態）】
営業者	（株）トビムシ
仲介事業者	ミュージックセキュリティーズ（株）（セキュリテ）
ファンド対象資金使途	・森林管理に係る生産性の向上と施業費用を低減する高性能林業機械の購入費用 ・持続可能な森林経営の証明であり、木材の品質と付加価値を高めるFSC認証取得費用など
出資金募集最大総額(口数) / 調達金額 / 1口あたり申込単位	49,400,000円(988口) / 49,400,000円 / 50,000円
投資期間	2011年1月1日から2019年6月30日まで
投資家へのリターン	林業機械レンタル収入/販売支援収入に一定比率を乗じた額（リクープ前80%/50%、リクープ後80%/23%） 他に、投資家特典として出資者名を記載したプレートの設置、西粟倉村の木の家（モデルハウス）無料宿泊および温泉入浴権の付与、振興公社の施設利用割引、ネットショップの特別割引

## プロジェクト概要

（株）トビムシが林業経営の基盤整備として高性能林業機械を購入し、百年の森林事業に参画する美作森林組合へのリース事業を実施するプロジェクトになります。

西粟倉村役場が森林所有者から長期施業管理委託を受けた森と村有林を対象に、美作森林組合が林業機械を利用して施業管理し、間伐材の販売を実施。トビムシは森林組合からの林業機械レンタル収入と西粟倉村から販売支援報酬を受け取ります。

## 実現にあたってのハードルや成功要因

資金調達については、農業の国産原料の付加価値と比べて、林業の国産材の付加価値が一般的に普及していないことがハードルの一つでした。また、森林に関心のある人は、森林保全には共感をもしても、木を伐採する間伐にはネガティブな印象も多く、適切な間伐が二酸化炭素の吸収を拡大し、土壌保全や生態系保全にもつながることなどについて一般的な認知度も低いことも、出資者拡大のハードルとしてありました。それに対して（株）トビムシは、環境問題、地域産業の発展、世代間の資産の継承など様々な観点から本事業拡大の意義のメッセージを作り、web、イベント、メディアなどを通じて多面的なプロモーションを行いました。

その結果、資金調達により購入した高性能林業機械を安価に美作森林組合にレンタルしたことから、木材の生産コストの削減が図られています。また、施業効率も上がり木材の搬出量も増加している他、木材の販売収益も上がり山林所有者への収益分配金も増加しています。

## プロジェクトの効果

投資家は西粟倉村のファンであり、地域外の村民となっています。また、村の米などの農作物の定期購入やさまざまなツアーを通じて西粟倉村に定期的にも人々を呼び込んでいることから農業振興や観光振興を含めた地域の活性化に繋がっています。

（株）トビムシは間接的な効果としてファンドによって得られた投資家との交流が促進されることや、Iターン者による就労や起業が行われており、定住促進による人口維持や産業人口の増加等、今後も地域の活力維持や活性化に繋がると考えています。

## 今後の課題・展望

現在、百年の森林事業では村内の山林所有者の1/3強と管理協定を締結しており、年間200haの間伐を実施しています。西粟倉村役場は2020年までには山林3,000haの協定締結をし、効率的な作業道整備と高性能林業機械の整備による施業インフラの整備を行い、長期的な視点での森林管理による品質の高いスギ・ヒノキの生産を行ないながら早期に年間5,000m<sup>3</sup>の材として利用可能な木材搬出量を達成する構想を持っています。

また、西粟倉村は、「環境モデル都市」「バイオマス産業都市」に認定されており、林地未利用材の搬出による再生可能エネルギーへの活用も進めており新たに6,000m<sup>3</sup>の木材の搬出を行いたいとの構想もあります。同村は事業の拡大によって林業担い手の確保をすすめ林業関連従事者を2011年の55人から2020年までに100人に増やすことを目標としています。

◆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 資料編

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](mailto:furusato@cao.go.jp)