



HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	地方自治体が政策実現手段として活用するクラウドファンディングの現状と課題
Author(s)	佐野, 修久
Citation	年報 公共政策学, 13, 47-65
Issue Date	2019
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/74420
Type	departmental bulletin paper
File Information	13-05_Tokusyu_Sano.pdf



地方自治体が政策実現手段として活用する クラウドファンディングの現状と課題

佐野 修久*

1. はじめに

クラウドファンディングとは、事業の趣旨に共感した不特定多数の人々からインターネットを通じて小口の資金を集める仕組みのことであり、主に、事業を行う企業・団体等が特定の事業に必要な資金を調達するための手段の一つとして活用されている。

地方自治体においても、①自らの資金調達、すなわち歳入確保の手段として、あるいは、②地域の事業者における資金調達の円滑化等を通じて中小企業や地場産業の振興等を図る政策実現のためのツールとして、クラウドファンディングを活用するケースが広がりを見せている。

このうち、②政策実現のためのツールとして地方自治体が関与する場合においては、補助金を支出すること等を通じ、事業者がクラウドファンディングを活用するに当たって発生する初期費用負担を軽減し、地域の事業者がクラウドファンディングを利用しやすい環境を整える形をとることが多い。

一方、このようにクラウドファンディングを政策実現のためのツールとして活用するために地方自治体に関与し、実際に資金が調達され事業が行われた後、どのような効果や問題点があったのか等について十分に振り返られているとは言えず、これらについて検証した研究もない。

以上を踏まえ、本研究では、先ずクラウドファンディングの意義・効果等について概観した上で、筆者が制度設計に深く関与した「くしろ応援ファンド」（北海道釧路市）が運用された結果を検証し、その結果を踏まえ、地方自治体が政策実現のために関与するクラウドファンディング（投資型クラウドファンディング）が、今後政策的な効果をより一層高めていくために必要な課題について考察することを目的とする。

* 大阪市立大学大学院都市経営研究科教授
Email: nosano@osaka-cu.ac.jp

2. クラウドファンディングの意義と構造¹⁾

2.1 市民資金^{ファイナンス}の意義

クラウドファンディングと似た概念として「市民資金^{ファイナンス}」²⁾があるが、これは、特定の地域プロジェクト等の社会的意義に共感し、これに参加・協力したいという主体的な意思をもった地域内外の不特定多数の人々が提供する志ある資金のことを指す。「市民資金^{ファイナンス}」の要件について整理すると、以下のとおりである。

(1) 資金提供者の広範性

一部の限定された方からではなく、地域内外の不特定多数の市民から幅広く資金の提供を得るものであること。

(2) 事業の特定性

地域内外の市民が、自ら共感・共鳴する社会的意義をもつ特定の事業に活用されることを前提に資金の提供を行うこと。

(3) 市民の参加意思

資金を提供する市民が、自らの選択と責任のもと、資金を提供する当該事業に参加・協力するという主体的な意思を有していること。

(4) 社会的リターンの期待

市民は、共感・共鳴した事業が実行され、それを通じて社会的価値が実現される（「社会的リターン」）ことを期待して資金の提供を行っていること³⁾。

2.2 クラウドファンディングの意義

一方、クラウドファンディングとは、前記のとおり、事業の趣旨に共感した不特定多数の人々からインターネットを通じて小口の資金を集める仕組みのことであり、事業の趣旨に共感した不特定多数の人々から小口の資金を集めるという点は基本的に市民資金^{ファイナンス}と同じである。

クラウドファンディングの最大の特徴は、資金の提供を「インターネットを通じて」受けることであり、インターネットを介さない募金や金融機関の窓口を通じた振込等による資金提供は対象としていない。したがって、資金提供を受ける方法に限定を設けていない市民資金^{ファイナンス}の方が対象範囲は広く、クラウドファンディングを包含する概念と考えることができる。

1) 第2～5章は、佐野（2017）に加筆し再整理したものである。

2) 「市民資金^{ファイナンス}」については、佐野（2007a）、佐野（2017）参照。

3) 資金提供に対するリターンといえば、元本や利息、配当等を獲得する「経済的リターン」を指すことが多いが、「市民資金^{ファイナンス}」では、社会的な価値の実現という「社会的リターン」を期待することを要件としている。なお、後述するとおり、「経済的リターン」を期待することを否定するものではない。

2.3 クラウドファンディングの構造

次に、クラウドファンディングの一般的な構造についてみると（図1）、まず、事業者が仲介業者を通じ、資金提供を受ける事業（使途）や事業者の概要、当該事業に対する事業者の思い、提供を受けたい資金の概要（募集金額、一口当たりの金額、資金提供者に対する特典や分配予定など）をインターネット上に公表して資金の募集を行う。事業者は、これに共感し協力したいと思う資金提供者から仲介業者（資金の管理等も実施）を介して資金を得た上で、その資金を用いて事業を行い、社会的リターンに加え、経済的リターン（分配等）や約束した特典の送付を行うことになる。

なお、仲介業者は、これら仲介業務を行う対価として、事業者から手数料収入を得ることになる。

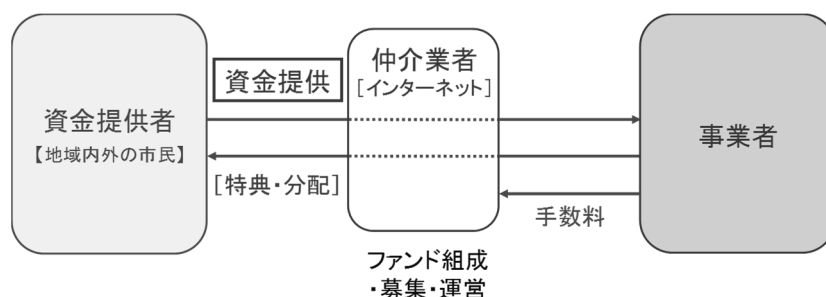


図1. 一般的なクラウドファンディングの構造

（出所）佐野（2017）をもとに筆者作成。

3. クラウドファンディングの形態¹⁾

3.1 市民資金^{ファイナンス}の代表的形態⁴⁾

市民資金^{ファイナンス}を市民から受ける形態としては、主に、「寄付」、「貸付」、「債券購入」、「出資」が考えられる（図2）。

このうち「寄付」は、市民が事業者^{ファイナンス}に金銭等^{ファイナンス}を無償で提供するものであり（民法上は「贈与」に該当）、提供した資金（元本）は返済されず利息・配当等も付されない資金である。

一方、「寄付」を受けた場合に、事業者が資金提供を得ることで実現した事業により生産した商品・サービスを特典として付与するケースもまま見受けられる。「寄付」をいただいたことに対し、任意で「感謝の気持ち」として金銭的価値のさほど高くないものを提供することはともかく、特典を提供することを前提に資金提供を受ける（市民サイドからみれば、特典を得ることを前提に資金を提供する）ことは、無償の資金である「寄付」としてはそぐわない。このため、こうした特典を得ることを前提

4) 市民資金^{ファイナンス}の形態については、佐野（2007b）、佐野（2017）参照。

	リターン	
	社会的リターン (社会的価値の実現)	経済的リターン (⇔リスク)
寄付	あり	なし
[購入]		[特典]
貸付		小 ↑ ↓ 大
債券購入		
出資		
ファンド出資		
株式取得		

図2. 市民資金^{ファイナンス}の代表的形態

(出所) 佐野 (2017) をもとに筆者作成。

とした資金提供については「売買」として取り扱い、一般に「購入」型と称されている⁵⁾。

次に「貸付」は、金銭消費貸借契約を締結する証書方式により、市民が事業者に金銭を貸し付ける形態であり、提供した資金（元本）は利息を付して返済されることが基本になる。

「債券購入」は、事業者である行政や企業等が債券（地方債・社債など）を発行し、これを広く市民に購入してもらう形態（証券方式）であり、「貸付」同様、基本的に提供した資金（元本）は利息を付して償還されることになる。

「出資」は、市民が事業者の設定したいわゆるファンドに対して「出資」を行う（ファンド出資）、あるいは企業の発行する株式を取得（出資）し株主となる（株式取得）形態である。いずれの場合にも、資金提供者は基本的に提供した資金に対する配当を得ることを期待することになる。しかし、「出資」は、「貸付」や「債券購入」に劣後して元本分も含めた配当がなされるためリスクが高く、期待した収益が確保されない場合には分配を得られない可能性がある反面、期待以上の収益を確保できた場合には予想を上回る分配を得られることになる。

こうした代表的な4つの形態は、図2のとおり資金提供者のリスクと期待する経済的リターンの大きさによって区分される。すなわち、「寄付」が基本的に「経済的リターン」を求めない一方で、「貸付」、「債券購入」は元本の返済及び利息という「経済的リターン」を求めるものとなる⁶⁾。他方、「出資」は、前記のとおり「貸付」や

5) 「購入」といっても、特典として得る商品・サービスの金銭的価値は、資金提供する金額よりは小さなものとなる。こうした意味では、一般に購入型と言われる当該形態は、寄付と売買（購入）の組合せと捉えた方が適切かもしれない。

6) 「貸付」と「債券購入」については、相対取引である「貸付」の方が、市場金利が基本と

「債券購入」に劣後して元本分を含めた配当がなされるためリスクが高く、その分、「貸付」や「債券購入」よりも高い「経済的リターン」を求めることになる。

3.2 クラウドファンディングの形態

クラウドファンディングは、前記のとおり市民資金の一部と位置付けられることから、その形態は基本的に市民資金の形態と同じとなる。ただ、現段階においては、「貸付」や「債券購入」にかかる仲介業者がいないため、実際的には寄付（購入を含む）と出資（ファンド出資、株式取得）が活用されるものとなっている。

一方、一般にクラウドファンディングの形態は、「寄付」型、「購入」型、「貸付」型、「投資」型（ファンド出資、株式取得）の4形態が示されている⁷⁾。これは、上記市民資金の形態とは異なり、実際的には「債券購入」型と同様に活用されていないはずの「貸付」型が存在する格好になっている（図3）。ここでいう「貸付」型は、事業者が資金提供者である市民から貸付を受けるのではなく、仲介会社がファンド出資を受けて集めた資金を事業主体に貸し付ける形態を指しており、この類型だけ資金提供を受ける事業主体からみた格好になっている。したがって、一貫して資金提供を行う市民の立場から類型化すれば、「貸付」型はファンド出資の形態の一つとして位置付けられることになる。

市民資金 の形態		一般的に示されている クラウドファンディング の形態		本来的な クラウドファンディング の形態（現段階）
寄付	→	寄付型		寄付型
[購入]	→	購入型		購入型
貸付	↗	貸付型		—
債券購入		—		—
出資		投資型		投資型
ファンド出資	→	ファンド出資		ファンド出資
株式取得	→	株式取得		株式取得

図3. 市民資金とクラウドファンディングの形態の比較
(出所) 筆者作成。

なる「債券購入」に比し、金利を比較的柔軟に設定することが可能なこともあり、實際上、「貸付」では経済的リターン（利息）を低めに設定するケースが多い。
7) 山本（2014）、川上（2015）等参照。

4. クラウドファンディングの効果¹⁾

クラウドファンディングやそれを包含する市民資金^{ファイナンス}（以下、クラウドファンディング等という）を活用することで期待される効果としては、以下の点があげられる⁸⁾。

第一に、事業者における資金調達の円滑化・多様化である。地域の事業者が事業を行うに当たり最も重要な課題の一つは必要資金の確保であるが、クラウドファンディング等を活用することにより、金融機関からの融資や行政からの補助金に過度に依存することなく、思いのこもった独自の資金を確保することが可能となる。

第二に、共感する事業に対する市民の参加機会の拡大である。これまで市民は、自ら共感し参加・協力したいと思う事業があっても、ボランティアによる役務提供等ではしか当該事業に関わることができなかった。一方、市民の中には、①こうした役務提供までは行う気持ちをもたないものの、当該事業に強い関心をもち、何らかの形で関与したいと考える者、②役務提供等を行いたくとも時間的・地理的制約等からそれが困難な者などが現実的に存在している。クラウドファンディング等は、こうした市民が資金提供という形で当該事業に参加する新たな機会を提供することになる。また、事業者にとっても、幅広く自らの行う事業に共感し直接応援してくれる市民＝ファンを獲得する機会を得ることにつながる。

第三に、資金提供者の当該事業に対する当事者意識の醸成と事業者との関係性の構築である。資金提供者はクラウドファンディング等を通じ協力・参加することにより、当該事業に対する当事者意識や参加意識が醸成・深化されるとともに事業者との関係も築くことができるため、当該事業により深く関わり大きな喜びや達成感を得ることができる。また、事業者としても、当事者意識をもった資金提供者が、①当該事業から生み出される商品・サービスの需用者として積極的に購入・利用してくれる、②この商品・サービスのいわゆる営業マンとして知人等に紹介してくれる、③この商品・サービスに対するニーズや改善点等についてアドバイスを行ってくれるなど、当該事業に対し主体的な取り組みを行う強力な支援者を獲得することにつながる。

第四に、事業における規律が確保されることである。地域内外の多くの市民からクラウドファンディング等を通じて資金提供を受けた事業者は、資金提供者の思いを直接受け止めることになるため、その思いに応えようと事業に対する意欲が一層高まることに加え、その資金を大切に使わなければならないというコスト意識も醸成される。また、当事者意識をもった資金提供者等から事業に対するモニタリングを受けることになるため、さらにその意識が強まることになる。

最後に、マクロ的意味合いでは、地域内における資金循環と域外資金の吸引が可能になることである。特に地方圏においては、図4のとおり、地域内で集めた預金等が

8) これらのほか、資金提供者における資金運用の多様化という効果も考えられるが、クラウドファンディング等において資金運用を目的に資金提供する人は少ないため、ここでは除外している。

域外に流出し、当該地域の貸付には十分資金が回っていない現状にある。こうした中、地域内の市民が、預金ではなく、自らの共感する事業にクラウドファンディング等として直接資金を提供することになれば、地域外への資金流出を防ぎ、地域内の資金循環を促すことにつながる。また、域外の市民が当該地域の事業に直接資金を提供してくれることで、当該地域に資金の吸引を図ることも可能になる。

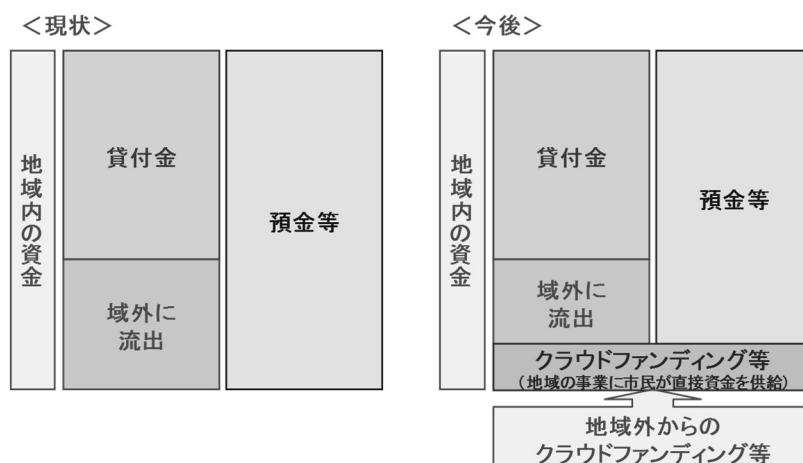


図4. 地域における預貸の状況とクラウドファンディング等

（出所）佐野（2017）をもとに筆者作成。

こうした効果について、資金提供者である市民の立場、事業者の立場、そして地域の立場から改めて整理すると表1のとおりである。

表1. クラウドファンディング等の活用により期待される効果

	資金提供者 (市民)	事業者	地域
①資金調達の手軽化・多様化		○	
②共感する事業に対する市民の参加機会の拡大	○	○	○
③事業に対する当事者意識の醸成と関係性の構築	○	○	○
④事業における規律の確保		○	
⑤地域内における資金循環と域外資金の吸引			○

（出所）筆者作成。

5. 地方自治体の関与するクラウドファンディング¹⁾

こうしたクラウドファンディング等を地方自治体が活用する方法としては、

○自治体自らの歳入確保の手段

○中小企業振興などの政策実現の手段

の二つの方向性が考えられる。

5.1 地方自治体自らの歳入確保の手段として活用するクラウドファンディング

地方自治体がクラウドファンディングを活用する手段としては、先ず、自治体が事業者となって推進する事業に共感した不特定多数の人々からインターネットを通じ資金の提供を得ること、すなわち地方自治体自らが行う事業の財源となる歳入を確保することがあげられる。

この場合に市民から市民資金^{ファイナンス}として資金提供を受ける形態としては、「寄付」（「購入」を含む）と「債券購入」が考えられるが、実際には「ふるさと納税」を用いた「寄付」が中心に活用されており、「ガバメントクラウドファンディング」と称されている。ふるさと納税による「寄付」は、現在、返礼品を獲得することを目的に資金が提供されることが多く、創設の理念から大きく乖離するとともに、無償の資金提供が前提である「寄付」としては整合性を欠くという問題を抱えている。一方、事業を特定（使途の明確化）し、それに共感し参加・協力したいと考える市民から資金の提供を受けるクラウドファンディング等として「寄付」を募れば、ふるさと納税の理念にも叶うものとなり、活用する意義は大きい。

なお、「債券購入」としては、既存制度では、事業を特定した上で市民に地方債を購入してもらう「住民参加型市場公募地方債」が該当することになるが、インターネットを介するクラウドファンディングの仕組みは未だ活用されていない。

5.2 地方自治体における政策実現の手段として活用するクラウドファンディング

次に、資金調達の円滑化・多様化のみならず多様な効果をもつクラウドファンディングを地域の企業に活用してもらうことを通じ、中小企業の育成、地場産業の振興、地域社会の維持といった政策実現を図るための手段として、地方自治体がクラウドファンディング等を活用することも考えられる。この場合の地方自治体の関与は、事業者がクラウドファンディングを活用するに当たって発生する初期費用負担を、地方自治体が補助金を支出すること等により軽減し、地域の事業者がクラウドファンディングを利用しやすい環境を整える形をとることが多い。

その際に市民から市民資金^{ファイナンス}として資金提供を受ける形態としては、代表的形態すべてを活用することができ、クラウドファンディングについても、仲介業者のある「寄付」型、「購入」型、「投資」型のすべてに対応可能である。

6. くしろ応援ファンドの概要

6.1 くしろ応援ファンドの意義・目的

北海道釧路市では、政策実現の手段としてクラウドファンディング等を活用する「くしろ応援ファンド」を、釧路市、釧路信用金庫及び釧路公立大学地域経済研究センターの三者による共同研究を受け、2015年度に創設している。これは、釧路市内の企業等が取り組む地域資源を活用した釧路の価値を高める事業への応援資金を、釧路市内はもとより全国各地の不特定多数の方々から小口出資により集める投資型（ファンド出資）のクラウドファンディング活用を推進する事業である。

この事業により、釧路市内の事業者における資金調達の円滑化・多様化を図るとともに、資金提供者である応援者が完成した商品・サービスのファンになり商品等の購入が図られること、ファンが知人等にPRすることにより販路の拡大が図られること、ファンの声により商品・サービスが磨き上げられ質の改善等が図られること等を実現し、これらにより釧路市の地場企業を育成し移出の拡大や域内循環の促進等を図ることを目指している。

くしろ応援ファンドの対象となる事業は、こうした目的や投資型クラウドファンディングの特性等を踏まえ、以下のとおり地域性、共感性、関係性、事業性の4点をすべて満たす事業とし、外部有識者を中心に構成されるくしろ応援ファンド活用事業選定委員会における審査を経て選定される。

(1) 地域性

釧路市あるいは釧路管内の地域資源を活用するなど、釧路らしさあふれる商品・サービスを提供する事業であって、釧路市の価値を高めることにつながる事業

(2) 共感性

商品・サービスに対するこだわり、想い、ストーリー性など、釧路市民や全国各地の方々から共感を得られる事業

(3) 関係性

出資者とのつながりを大切にし、中長期にわたり当該事業や釧路と出資者との関係を築く事業

(4) 事業性

事業計画に実現可能性があり、人員・設備などの実施体制を含め事業開始に向けた準備が整っている若しくは整う見込みの事業であって、出資者に対する分配（元本分を含む配当）が可能な収益力をもつ持続性のある事業。

6.2 くしろ応援ファンドの仕組み（図5）

くしろ応援ファンドは、前記のとおり投資型（ファンド出資）のクラウドファンデ

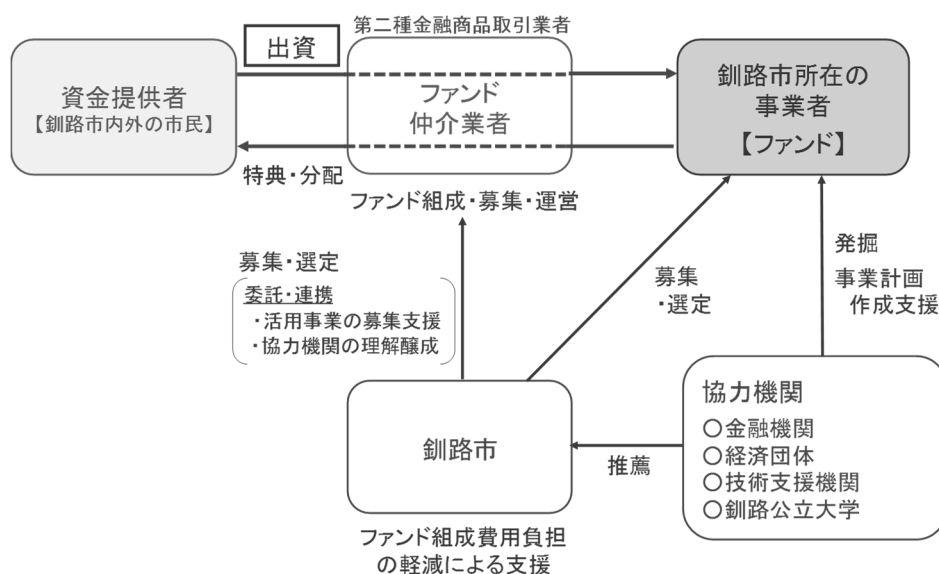


図5. くしろ応援ファンドの枠組み

(出所) 佐野 (2017) をもとに筆者作成。

イングを活用する事業であり、釧路市内の事業者が、公募により選定された仲介業者⁹⁾を介し、自ら行う対象事業に共感する不特定多数の釧路市内外の方々からファンド出資を得、その資金を用いて生産した商品・サービスにより得た収益から、分配や約束した特典の送付を行うものである。

仲介業者は、ファンドの組成・募集・運営を行うに当たり事業者から手数料を得ることになるが、そのファンド組成費用は1件当たり平均150万円程度（当時）と事業者にとっては小さない負担であり、これが多様な効果をもつクラウドファンディングの活用が進まない原因の一つとなっていた。これを解消するため、釧路市では、くしろ応援ファンドを活用する事業の募集や協力機関に対する理解醸成を支援してもらうことをファンド仲介業者に委託⁽¹⁰⁾、それを通じ仲介業者がファンド活用事業者を獲得するために必要な費用負担を軽減し、それをもって事業者が支払わなければならないファンド組成費用を10万円に軽減させる形をとっている。

また、くしろ応援ファンドは、釧路市が事業者におけるファンド組成費用の負担軽減に関与するだけではなく、釧路地域の金融機関、経済団体（商工会議所、商工会、中小企業家同友会）、技術支援機関、大学（釧路公立大学）11機関と連携協定を結び、地域の産学金官が一体となって推進する体制をとっている。具体的には、これら協力

9) ファンド出資という性格上、第二種金融商品取引業者であることが必要である。

10) 委託費については、ファンド1件当たり、およそ100万円を補助するのと同じ効果をもたせるとする考え方のもとで設計されている。

機関が、ファンド仲介業者とも連携し、

- 当該制度を活用する事業者の発掘
- 事業者が応募するに当たり必要となる事業計画作成のサポート
- 完成した商品・サービスのPR

等の支援を行うことで、地域一体として地場企業の育成等に取り組むこととしている。

6.3 くしろ応援ファンドの活用実績

くしろ応援ファンドが2015年度に創設されて以来活用された実績は、表2のとおりである。実際に組成にまで至ったのは4件と少ないものの、地域一体となったサポートのもと、地域の生乳等を活用したスイーツの開発、伝統的な製法を発展的に復活させた水産加工品の開発といった事業にクラウドファンディングが活用されている。こうした地域性、共感性、関係性、事業性の確保された魅力ある事業が選定されたことから、わずか3日間で350万円、1週間で990万円を集めたファンドもでるなど、いずれも予想を上回る短い期間で目標金額を確保するに至っている。

表2. くしろ応援ファンドの活用実績

ファンド名	北海道 新スイーツブランドNファンド	釧路幻の乳牛ブラウンスイス牛のスイーツファンド	北海道塩いくら・塩すじこファンド(1・2)	郊外苑ショートチーズファンド
会社名	株式会社Flanders	ミルクークラウン乳業株式会社	(株)釧路フィッシュ	株式会社郊外苑ホールディングス
事業概要	国内外から高品質で高い評価を受けている釧路管内浜中町産の生乳を原料とした生クリームやチーズを使用した「北海道釧路銘菓」(プレミアムロールケーキ等)を開発・製造・販売する。	高品質でありながら、繊細な管理が求められる幻の乳牛「ブラウンスイス牛」の生乳を原料に、経験豊かなパティシエの高い技術をもって、売れる乳製品スイーツを開発・製造し、フランチャイズ店舗や催事等で販売する。	主流の醤油漬けされた「いくら」「すじこ」ではなく、塩のみで熟成・味付けすることにより卵本来の旨味を引き出す、高度な技術を施す釧路伝統の味「塩いくら」「塩すじこ」を製造・販売する。	ひがし北海道 釧路地域の牛乳を原料とした生チーズをこんがり焼き上げたドライチーズ製品である「ショートチーズ」の増産を図り、お土産品、ワインバー・飲食店のおつまみ、保存食など今後の需要増に対応する。
募集金額	3,500千円	8,400千円	4,950千円×2＝9,900千円	9,980千円
1口当たり金額	22千円	22千円	32.4千円	21千円
期 間	2年	1年	2年	3年
資金募集期間	2016/2～(3ヵ月程度)	2016/2～(3ヵ月程度)	2017/2～(8ヵ月程度)	2018/2～(7ヵ月程度)
実際の資金調達期間 <資金提供者数>	3日間で満額達成 <138人>	9日間で満額達成 <336人>	7日間で満額達成 <286人>	120日間で満額達成 <416人>

(出所) 釧路市資料をもとに筆者作成。

7. くしろ応援ファンド活用による効果の検証

釧路市の関与する投資型クラウドファンディングであるくしろ応援ファンドを実際に活用した結果、第4章で整理した一般にクラウドファンディングで期待されている効果を実現できているか等について検証すると以下のとおりである。

7.1 資金調達の円滑化・多様化

くしろ応援ファンドを活用した事業者においては、短い期間で目標とする金額を集めることができ、必要とする資金を金融機関からの融資や行政からの補助金とは異なる調達方法により確保し、資金調達の円滑化・多様化を実現している。これは、地域

性、共感性、関係性、事業性という観点から対象とする事業を明確化し募集・選定した結果、釧路の地域資源等を活用したこだわりや想いの込められた共感を得られやすい事業、事業者と資金提供者との関係を築くことのできる事業、一定の事業性があり経済的リターンを期待できる事業が対象になったことが、資金提供者のニーズに合致し評価されたことによるものと考えられる。

7.2 共感する事業に対する市民の参加機会の拡大

くしろ応援ファンドが創設されたことにより、釧路市の価値を高める事業に対し、多数の方々が参加・協力する機会を得、事業者も自らの行う事業に共感したファンを獲得する機会を得ることができている。

一方、以下の理由により、資金提供者は首都圏を中心とする釧路市外の方々が主体となっており、釧路市外の方々にとっては当該事業に参加する機会を得られた反面、釧路市民の参加機会は限定される結果となっている。

○ クラウドファンディングにより投資資金を募集する仲介業者の主要顧客（投資経験者、メーリングリスト登録者等）が首都圏を中心とする市外の方々であり、彼らに対する情報提供・PRがメインになってしまったこと。

○ 釧路市民に対する当該事業や資金募集に関する積極的なPRが、釧路市等において十分になされなかったこと。

○ インターネットを介するクラウドファンディングとして資金を募集したため、資金を提供したくとも、インターネットを使えない若しくは使うことに抵抗のあるお年寄り等の釧路市民から資金提供を得にくいものとなったこと。

7.3 事業に対する当事者意識の醸成と関係性の構築

くしろ応援ファンドを活用する事業に対しクラウドファンディングを通じて協力することにより、資金提供者に当該事業に対する当事者意識や参加意識が生まれ、その資金を用いた商品が完成したことで喜びを得ることができている。また、事業者にとっても、当事者意識をもった支援者を獲得することにつながっている。

しかしながら、事業者による資金提供者に対する、

○ 当該事業の進捗状況にかかる小まめな報告

○ 完成した商品の特徴、こだわり、完成までの苦労等に関する報告、感謝の気持ちの伝達

○ 商品生産の現場の見学、生産された釧路で商品を味わう体験等をしてもらう機会の提供（イベント開催を含む）

○ 商品の改善等に向けたアドバイスをってもらう機会の提供

など両者の関係性を強めることにつながる取り組みは、ほとんど行われていない。その結果、折角芽生えた資金提供者の当事者意識を強固なものとし、それを活用するに

は至っておらず、資金提供者がより一層大きな喜びや達成感をもつとともに、事業者が資金提供者の当事者意識を活かした販路拡大や商品のブラッシュアップ等を行うことにつながられていない状況にある。

これは、事業者が資金提供者の当事者意識を活かそうとする意識を十分に有していないこと、釧路市、協力機関及び仲介業者において事業者にそのような意識をもってもらうための取り組みが不足していること等に起因するものと考えられる。

7.4 事業における規律の確保

事業者は、地域内外の多数の方々から資金提供を受けたことにより、資金提供者の思いに応えようと事業意欲が強まるとともに、提供された資金を大切に使用しなければならぬというコスト意識も高まるなど、事業に対する規律が醸成される結果をもたらしている。

7.5 地域内における資金循環と域外資金の吸引

前記のとおり、くしろ応援ファンドを活用した事業に対する資金の提供者は、首都圏を中心とする釧路市外の方々を中心になっているため、市外の資金の吸引を図ることができた一方、釧路市内における資金循環にはつながっていない結果となっている。

7.6 活用事業の不足

以上のくしろ応援ファンドを実際に活用した効果を一般にクラウドファンディングで期待されている効果に沿って改めて整理すると、事業者の資金調達の手軽化・多様化、共感する事業に対する釧路市外の方々の参加機会の拡大、資金提供による当事者意識の醸成、事業に対する規律の確保、釧路市外からの資金の吸引という効果を得ることができた一方、共感する事業に対する釧路市民の参加機会の拡大、事業者における資金提供者との関係性の構築と当事者意識の深化、釧路市内における資金循環といった効果は不十分なものとなっている。

さらに、くしろ応援ファンドを活用した事業は年に1～2件、合計でも4件に過ぎないため、上記で得られた効果は極めて限定的で、目的とする政策の実現に大きく寄与するものとはなっていないことが大きな問題点として指摘される。

活用事業の少ない要因としては、

- 釧路市が、市内の事業者に対し、本制度の特徴やメリット等について十分な周知をし得ておらず、営業努力も不足していること
- 事業の発掘を担ってもらうはずの協力機関においては、連携協定を締結しているにもかかわらず、実際に発掘に向けて具体的な取り組みをしたのはごく僅かの機関にとどまっており、取り組みをしてきた機関においても担当者交代等により本事業に対する理解が不足し次第に動きが鈍くなるなど、十分な取り組みができていないこと

○ 仲介業者も釧路市内におけるネットワークが不足していることもあり、自ら事業者を発掘することがほとんどできていないこと¹¹⁾

○ 市によるくしろ応援ファンドを活用する事業の募集・選定期と事業者が資金を必要とする時期が必ずしも一致していなかったこと¹²⁾

等があげられる。

7.7 完成した商品にかかるPRの不足

くしろ応援ファンドを活用した事業により完成した商品・サービスについては、市、仲介業者、協力機関が連携して広くPRすることになっていたが、それが十分になされておらず、完成した商品等の販路拡大を通じた地場企業の育成や移出の拡大等につなげるまでには至っていない。

7.8 その他

これらのほか、くしろ応援ファンドを実際に活用した結果を検証すると、以下の点も指摘される。

(1) 魅力的な商品開発

事業者と仲介業者が密接に連携することにより、仲介業者から紹介されたデザイン会社とのコラボレーションが実現し、魅力的なデザインの商品が開発されることにつながった。

(2) 事業選定期からの事業内容等の変化

くしろ応援ファンドを活用する事業は、外部有識者を中心に構成されるくしろ応援ファンド活用事業選定委員会における審査を経て選定された後、事業者とファンド仲介業者が実際に組成するファンドの内容（対象とする具体的な事業内容、募集金額等）について協議した上で決定・募集がなされることになる。しかし、その決定されたファンドの内容が、選定委員会における審査を経て選定された事業の内容から大幅に変化され（選定委員会等の了解なし）、場合によっては市の目標とする政策実現に支障を来す可能性をもつ事態も生じている¹³⁾。

8. 政策実現のため地方自治体が関与するクラウドファンディングにおける今後の課題

こうしたくしろ応援ファンドを運用した結果や他の自治体におけるクラウドファン

11) これに対処すべく、釧路市では仲介業者に委託する内容・方法を、実際に事業を発掘しファンドを組成した件数に応じて委託費を支払う成功報酬型も取り入れる形に変更している。

12) これに対処すべく、釧路市では、活用事業の募集・選定を年1回から、数回に分けて対応するよう制度を変更している。

13) 事業内容が変化した結果、事業者のリスクが増す可能性のある内容となったケースもある。

ディングの活用実績¹⁴⁾を踏まえると、今後、地方自治体が投資型クラウドファンディングの活用による政策的な効果を一層大きく獲得していくためには

- 資金を提供する地域内外の不特定多数の市民のニーズにマッチした対象事業の明確化
- 当該地方自治体に居住する市民の参加機会の拡大とそれに伴う資金の域内循環の促進
- 事業者と資金提供者間における関係性の強化・持続とその関係性の活用
- 自治体の関与するクラウドファンディングを活用する事業の拡大
- 完成した商品・サービスに対するPRの充実

等が求められる。以下では、それを実現するために必要となる主な課題について考察する。

8.1 地方自治体における主体的な周知・PR等の強化

地方自治体がクラウドファンディングを活用して政策実現を図っていくためには、自治体自らが以下のとおり本事業に積極的に関わり、関係者に対する周知・PRを徹底する必要がある。

<対事業者>

○ 未だクラウドファンディングを活用する事業が少ない現状を踏まえれば、地方自治体自らが、クラウドファンディング活用事業の特徴やメリット（事業者にとって資金調達はもとより販路拡大や商品等の磨き上げにつながる多様な効果があること、少額の負担で活用できること等）について、企画部門、産業支援部門など関係部門間の連携を図りつつ、事業者に対し戸別訪問も含めて多面的に周知していくことが求められる。その際、地方自治体における地場企業・産業育成等のための支援制度全般を体系的に示した上で、当該クラウドファンディング活用事業の位置付け・特徴・優位性等を説明することも、事業者の理解を深める上では有効と考えられる。

○ ファンドが組成され、事業者が当該事業を推進していくに当たり、当事者意識の芽生えた資金提供者との関係性を築くことの重要性、強い関係性の築き方・活かし方等について、地方自治体が事業者に周知を図ることにより、事業者に資金提供者と密接な関係性を築いてもらい、強固となった当事者意識を活かした販路開拓や商品のブラッシュアップ等につなげていくことが必要となる。

14) 大阪市立大学大学院都市経営研究科において筆者が企画・コーディネートを務めたシンポジウム「共感をもとにした資金を都市経営に活かすー地方自治体とクラウドファンディング」(2018年11月20日開催)において、他自治体でもくしろ応援ファンドとほぼ同様の効果・問題点が生じていることが明らかになっている。

＜対市民・資金提供者＞

○ クラウドファンディングを活用する事業に対し、当該自治体に居住する市民の資金提供が少ない現状に鑑みれば、市民に対し、地方自治体自らが当該事業や資金募集について積極的な周知を図り、当該自治体に居住する市民の参加機会を確保し、資金の域内循環につなげていくことが必要である。

○ 実際に資金提供をしてくれた方に対し、地方自治体が当該地域に関する情報を発信し、事業者のみならず当該地域との関係性を築いていく取り組みも重要であり、それにより当該地域の地場産品の購入、観光による往訪等につなげていくことも重要な視点となる。

＜その他＞

地場企業・産業の育成や移出の拡大といった政策の実現を図っていくためには、クラウドファンディングを活用した事業によって完成した商品・サービスについて、地方自治体自らが様々なチャンネルを通じ市内外のマーケット等に積極的にPRすること等を通じ、その販売増を図っていく取り組みも重要である。

8.2 仲介業者・協力機関との連携強化と動機付け

こうした自治体自らの主体的な取り組みに加え、当該事業において重要な役割を担うファンド仲介業者や協力機関においても、上記の①事業者に対するクラウドファンディング活用事業の特徴やメリット等の周知、②事業者に対する資金提供者との関係性を築くことの重要性、強い関係性の築き方・活かし方等の周知、③当該自治体に居住する市民に対する当該事業や資金募集に関するPR、④資金提供者に対する地域情報等の発信、⑤マーケット等に対する完成した商品のPR等について、積極的に取り組んでもらう必要がある。

そのためには、地方自治体が仲介業者や協力機関と密接な連携を図り¹⁵⁾、当該事業の意義を共有しながら地域一体となって取り組んでいくとともに、仲介業者や協力機関においてこうした取り組みを推進する動機が働く、以下のような仕組みを整えることも検討することが必要である。

＜ファンド仲介業者＞

○ ファンド仲介業者選定において競争原理をより強く働かせる仕組みとすることを通じ、事業者発掘をはじめとする取り組みに仲介業者の知恵・ノウハウ等を十分に発揮してもらうこと。

○ くしろ応援ファンドにおいて制度変更したように、地方自治体がファンド仲介業者における上記取り組みの成果をモニタリングし、それに応じて委託費や補助金等を

15) 地方自治体がファンド仲介業者と意思疎通を図り連携を強めることにより、仲介業者のネットワーク等を活かした魅力的な商品開発につなげること、事業選定後に了解なしに事業内容が大幅に変更されるのを避けることも求められる。

支払う成功報酬型を中心とする仕組みを導入すること。

＜協力機関＞

- 実際に事業の発掘やアドバイス等を担う協力機関の担当者クラスの理解を深める機会を設けること。
- 協力機関が一堂に会し各機関における上記取り組みの実績について報告することで、相互にモニタリングする仕組みをつくること。
- 協力機関が事業者を発掘しファンド組成等に至った場合に、地方自治体あるいは仲介業者が手数料を支払うなど、協力機関が前向きに取り組むことにつながるインセンティブを設定すること。

8.3 当該地域の市民が参加しやすい環境の整備

当該自治体に居住する市民からの資金提供を増やし、市民の参加機会の拡大と資金の域内循環を促進するためには、地方自治体が協力機関と連携し市民に対する周知の徹底を図ることに加え、例えば以下のような市民がより参加しやすい環境を整えることについて検討することも重要である。

- 資金を提供したくとも、インターネットを使えない若しくは使うことに抵抗のあるお年寄り等が多いことを踏まえ、地域金融機関における窓口販売、金融機関からの振込の容認、地域金融機関をはじめとする協力機関におけるインターネットによる申込を補助する体制の構築など、これら市民が資金提供を行いやすい仕組みを設けること。
- 当該自治体の市民向けの特典を用意するなど、市民が資金提供を行うインセンティブをもつ対応を図ること¹⁶⁾。

なお、こうした環境整備を図るに当たっては、当該地方自治体に居住する市民と居住しない市民のどちらをどの程度優先するのかについて、十分に議論し合意を得ることが必要である。

9. おわりに

本研究では、政策実現の手段として地方自治体が関与するクラウドファンディングについて、くしろ応援ファンド（北海道釧路市）が運用された結果を中心に検証したところ、一般にクラウドファンディングを活用することで期待されている効果のうち、

- 事業者の資金調達の円滑化・多様化、共感する事業に対する当該地方自治体以外に居住する方々の参加機会の拡大、資金提供による当事者意識の醸成、事業に対する規律の確保、当該地方自治体外からの資金の吸引という効果を獲得していること
- その反面、共感する事業に対する当該地方自治体に居住する市民の参加機会の拡

16) 当該自治体に居住する市民とそれ以外の市民とで分配（配当率）に差を付け、居住する市民を優遇するという方法も考え得るが、「リスクに見合ったリターン」というファイナンスの考え方には反することになる。

大、事業者における資金提供者に対する関係性の構築と当事者意識の深化、当該地方自治体内における資金循環といった効果が不十分であること

が明らかになった。加えて、①クラウドファンディングを活用した事業が少なく、上記で得られている効果は限定されていること、②当該事業により完成した商品・サービスにかかる関係機関のPRが不足し、完成した商品等の販路拡大等につながっていないことから、目標とする政策の実現に大きく寄与するものにはなっていないことも示された。

以上を踏まえ、今後、地方自治体が政策実現の手段として投資型クラウドファンディングを活用するに当たっては、

○ 地方自治体自らが、事業者、市民、マーケット等に対し、それぞれに必要な事項の周知を積極的に行うこと

○ 当該事業において重要な役割を担うファンド仲介業者や協力機関と密接に連携するとともに、両者が取り組みを推進する動機の働く仕組みを構築すること

○ インターネットを使えない方への配慮など、当該地域に居住する市民が参加しやすい環境を整えること

を推進していくことが必要である。

こうした取り組みを通じ、当該地方自治体に居住する市民の参加機会の拡大と資金の域内循環の促進、事業者と資金提供者間における関係性の強化・持続が図られるとともに、自治体の関与するクラウドファンディングを活用する事業の拡大、完成した商品・サービスに対するPRの充実等も図られることになれば、政策的な効果は高まり、地方自治体が関与してクラウドファンディングを活用する意義はより大きなものになると考えられる。

参考文献

川上清市 (2015) 『クラウドファンディング成功の秘訣』 秀和システム

佐々木敦也 (2016) 『ザ・クラウドファンディング』 金融財政事情研究会

佐野修久 (2007a) 「市民ファイナンスとは」 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

佐野修久 (2007b) 「市民ファイナンスの形態」 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

佐野修久 (2017) 「クラウドファンディングと地方自治体」『地方税』第60巻第10号 地方財務協会

日本政策投資銀行地域企画チーム編著 (2007) 『PPPの進歩形 市民資金が地域を築く』 ぎょうせい

山本純子 (2014) 『入門クラウドファンディング』 日本実業出版社

Crowdfunding utilizing for policy realization in local government

SANO Nobuhisa*

Abstract

In Japan, local governments that utilize crowdfunding for policy realization has increased recently.

In Kushiro City and elsewhere, the effect of facilitation of the financing in the company, the expansion at participation opportunities for this project in inhabitants out of the area, securing discipline on business are demonstrated by utilizing the crowdfunding. But there are problems such as the expansion at participation opportunities for this project in inhabitants in the area, building relationships between the company and investors, lack of the business to utilize crowdfunding, lack of PR of finished goods.

In order to solve these problems and enhance the policy effect, it is necessary to inform positively to companies and inhabitants in the area by local government itself, to strengthen the partnerships between the local government and cooperating organizations and intermediaries, to prepare the environment where inhabitants in the area can easily provide funds.

Keywords

Crowdfunding, Public Private Partnerships

* Osaka City University Graduate School of Urban Management