

地方自治体における 政策実現型クラウドファンディングの効果

大阪市立大学大学院都市経営研究科教授 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、主に企業・団体等が特定の事業を行う上で必要となる資金を調達する手段の一つとして活用されている。このクラウドファンディングは、一般社団法人シェアリングエコノミー協会によると、その是非はともかく、「お金のシェア」として位置付けられている。

地方自治体においてクラウドファンディングは、自らの資金調達、すなわち歳入確保の手段として活用される（歳入確保型）とともに、地域の事業者における資金調達等を支援し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も活用されている（政策実現型）。

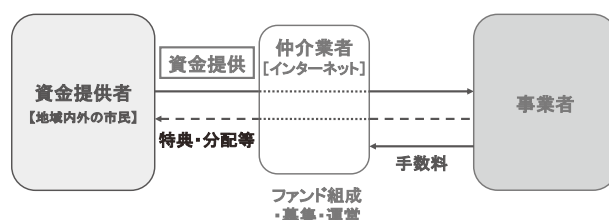
本稿では、クラウドファンディングの構造や形態等について概観した上で、特に政策実現型クラウドファンディングに焦点をあて、地方自治体がこれを活用することによる効果について検証することにした。

2 クラウドファンディングの構造と形態¹

2-1 クラウドファンディングの構造

クラウドファンディングの一般的な構造は図1のとおりであり、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形態と概要（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。これに共感し協力したいと思う市民は、仲介業者を介して資金の提供を行い、その対価として、元本、利息・配当、モノ・サービスといった「経済的リターン」²に加え、当該事業の実施による社会的な価値の実現という「社会的リターン」も得る。



（図1）一般的なクラウドファンディングの構造

（出所）佐野(2019)をもとに筆者作成。

2-2 クラウドファンディングの形態

事業者が市民からクラウドファンディングにより資金の提供を受ける形態としては、「寄付型」、「購入型」、「投資型」の三つに分類される（図2）。

クラウドファンディングの形態（現段階）	リターン	
	社会的リターン 〔社会的課題の解決・社会的価値の実現〕	経済的リターン （⇔リスク）
寄付型	あり	なし
購入型		モノ・サービス
投資型		金 銭 （配当）
ファンド出資		
ファンド出資（狭義）		
貸付型		
株式取得		

（図2）クラウドファンディングの代表的形態

（出所）佐野(2019)をもとに筆者作成。

このうち「寄付型」は、市民が事業者に金銭等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て生産した商品・サービスを特典として付与するケースも多い。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は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とした資金提供は売買として取り扱い、「購入型」と称されている³。

「投資型」には、市民が事業者の設定したいいわゆるファンドに対して出資を行う「ファンド出資」と企業の発行する株式を取得（出資）し株主となる「株式取得」がある。このうち「ファンド出資」は、①集めた資金が仲介者を介してそのまま事業者提供される「ファンド出資（狭義）」と、②ファンド出資により集めた資金を仲介者が事業者に貸し付ける「貸付型」に区分される。「投資型」において資金提供者は、いずれの場合も、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。

このようにクラウドファンディングの三形態は、資金提供者が期待する経済的リターンの有無・内容により分類される。すなわち、「寄付型」は基本的に経済的リターンを求めない形態であるのに対し、「購入型」は資金提供を行った事業者の生産したモノ・サービスを、「投資型」は元本分を含めた配当を、経済的リターンとして獲得することを期待する形態となる。

3 政策実現型クラウドファンディングの概要

3-1 政策実現型クラウドファンディングの意義

前記のとおり、クラウドファンディングを地方自治体が活用するケースとしては、歳入確保型と政策実現型の二つがある。

このうち、政策実現型クラウドファンディングは、地方自治体が後述する多様な効果を有する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支援し、中小企業の育成、地場産業の振興、地域社会の持続的発展等の政策実現を図るための手段として用いるものである。

事業者は仲介者を介して資金の提供を得るが、その際仲介者にファンドの組成・募集・運営を行ってもらう対価として手数料を支払うことになる。しかし、事業者にとってこの手数料（初期費用）負担は小さくなく、それが多様な効果をもつクラウドファンディングの活用を阻む要因の一つとなっている。この問題を解消するため、地方自治体は、事業者の支払う初期費用負担を補助金の支出等を通じて軽減し、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支援を行う。

なお、政策実現型クラウドファンディングにおいては、クラウドファンディングの代表的形態である「寄付型」、「購入型」、「投資型」すべてで対応可能である。

3-2 政策実現型クラウドファンディングの分類

次に、政策実現型クラウドファンディングの分類を試みる。

まず、地方自治体が政策実現型クラウドファンディングを活用するに当たり、事業者の募集・選定、選定後のフォローアップ等の業務を行う主体をみると、

- (i) 自治体自らが行う場合
 - (ii) 当該業務を、地域の企業とつながりの強い産業支援機関等に委託する場合
- に分けられる。

さらに、政策実現型クラウドファンディングにおいて、事業者が仲介者に支払う初期費用の負担軽減を地方自治体が支援する形態としては、

- (a) クラウドファンディングを活用する事業者に対し、直接補助金を支出する場合

(b) 仲介業者に対し、クラウドファンディング活用事業の募集等を委託することを通じ、仲介業者のコスト負担を実質的に軽減し、間接的な形で事業者の支払う初期費用を軽減する場合の二つがある。

政策実現型クラウドファンディングは、このクラウドファンディング活用支援事業を担う主体と初期費用の負担を軽減するための支援形態の二つを組み合わせることにより、以下の四つの構造に分類できることになる（図3）。

- ① 自治体直轄／補助金支出型
- ② 自治体直轄／仲介業者委託型
- ③ 支援機関／補助金支出型
- ④ 支援機関／仲介業者委託型

		自治体の支援形態	
		補助金の支出	仲介業者への委託
事業実施主体	自治体（直轄事業）	① ならクラウドファンディング活用支援事業	② くしろ応援ファンド事業
	支援機関	③ 岡山ふるさと投資応援事業	④

（図3） 地方自治体における政策実現型クラウドファンディングの構造分類
（出所） 筆者作成。

4 政策実現型クラウドファンディングの効果

4-1 クラウドファンディング全体としての効果

クラウドファンディング全般として、その活用により期待されている効果をみると、主に以下の点が指摘されている⁴。

(1) 事業者における資金調達の円滑化・多様化

クラウドファンディングの活用により、金融機関からの融資や行政からの補助金に過度に依存しない独自の資金確保が可能になること。

(2) 共感する事業に対する市民の参加機会の拡大

共感し参加・協力したいと思う事業への参加機会がボランティアによる役務提供等に限定されてきた

市民にとって、資金提供という形による新たな参加機会を獲得できること。また、事業者にとっても、自らの行う事業に共感し直接応援してくれる市民＝ファンを創る機会を得られること。

(3) 資金提供者の当該事業に対する当事者意識の醸成・深化と関係性の構築

クラウドファンディングにより自らのお金を提供することにより、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醸成・深化されるとともに、事業者との関係を築くこともでき、それにより大きな喜びや達成感を得られること。

また、事業者としても、当事者意識をもった資金提供者による、

① 当該事業で生産される商品・サービスの購入・利用

② 当該商品・サービスの知人等に対する積極的なPR

③ 当該商品・サービスに対するニーズや改善点等のアドバイス

など、当該事業に対し主体的な取り組みを行ってくれる強力な支援者を獲得できること。

(4) 事業における規律の確保

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、その思いに感謝の気持ちを持ち、事業に対する意欲、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が高まる。加えて、当事者意識をもった資金提供者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、事業に対する規律が醸成されること。

(5) 地域内における資金循環と域外資金の吸引

地域内で集めた預金等が域外に流出し、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を通じ資金提供を行うことで地域外への資金の流出を防ぎ、地域内の資金循環につながる。他方、当該地域外の市民からクラウドファンディングにより資金を得ることもでき、

域外からの資金の吸引につながること。

4-2 政策実現型クラウドファンディングの効果の検証

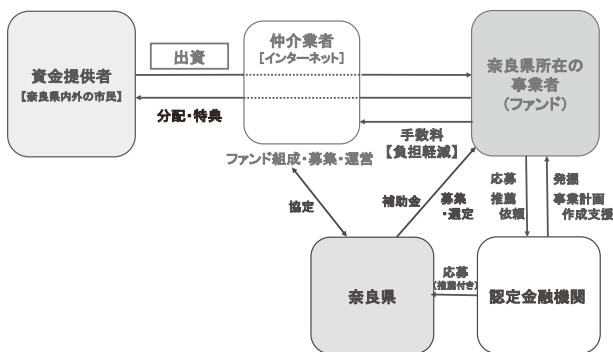
本節では、地方自治体が政策実現型クラウドファンディングを実施したことにより、クラウドファンディング全般で期待されている前記効果を実現することができているかについて検証することにした。

その際、前章で考察した政策実現型クラウドファンディングの分類をもとに、以下のとおり活用事例を選定して検証を行うことにする（図3）。

- ①自治体直轄／補助金支出型：ならクラウドファンディング活用支援事業（奈良県）
- ②自治体直轄／仲介業者委託型：くしろ応援ファンド事業（北海道釧路市）
- ③支援機関／補助金支出型及び④支援機関／仲介業者委託型：岡山ふるさと投資応援事業（岡山県）

4-2-1 ならクラウドファンディング活用支援事業（奈良県）

奈良県では、県内の中小企業者が多様な地域資源や優れた技術等を活用した新商品開発や販路開拓等の新たな事業展開を図るための資金を、全国の不特定多数の方々からクラウドファンディングにより集める「ならクラウドファンディング活用支援事業」を推進してきた。



（図4）ならクラウドファンディング活用支援事業の仕組み
（出所）奈良県資料をもとに筆者作成。

当該事業は、図4のとおり、「投資型」のうち狭義のファンド出資により集める事業を支援するもの

であり、奈良県内の中小企業者が、公募により選定された仲介業者を介し、自ら行う対象事業に共感する不特定多数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・サービスで得た収益から、分配や約束した特典の送付を行う。

その際、奈良県では、当該事業を活用する事業者には100万円を上限に補助金を支給し、事業者が仲介業者に対し支払う手数料負担の軽減を図っている。

また、本事業は奈良県自らが直轄で行うものであるが、日頃から取引や融資相談等を受けている奈良県内に所在する14金融機関を認定金融機関として指定し、本事業の広報宣伝、当該制度を活用する事業の発掘・推薦、事業者の策定する事業計画のブラッシュアップ支援、事業を継続する上で必要なサポート等を行ってもらっている。

その結果、当該事業の実施された2015～2018年度の4年間で12件が採択され、新鮮さを維持できるボトルに入れたこだわりの醤油の開発、独自技術を駆使した温かい靴下の開発、土づくりにこだわった青ネギの生産など5件が実際のファンド組成に至っている。

当該事業を実際に活用した効果等を検証した結果は、以下のとおりである。

（1）事業者における資金調達の円滑化・多様化

当該事業を活用した事業者は、目標とする金額を獲得し、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で確保し得ている。

（2）共感する事業に対する市民の参加機会の拡大

奈良県の多様な地域資源や優れた技術等を活用した事業に共感した多くの方々が、その事業に参加・協力する機会を得ることができ、事業者も自らの行う事業に共感したファンを獲得するに至っている。

一方、以下の理由から、当該事業に資金提供者として参加したのは首都圏を中心とする奈良県外の方々が中心であり、奈良県民の参加機会は限定的なものとなっている。

○奈良県では、県の事業・商品の知名度を全国に広げることを当該事業の目的の一つとして位置付けており、県民より県外向けのPRを重視したこと。

○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）が首都圏中心のため、これらの地域の方々に対する情報提供・PRがメインになったこと。

○奈良県ではインターネット利用が必ずしも十分に普及しておらず、奈良県民からは資金提供を得やすい手法ではなかったこと。

(3) 資金提供者の当該事業に対する当事者意識の醸成・深化と関係性の構築

資金の提供者は、当該事業に対する当事者意識や参加意識をもち、その資金を用いた商品開発等が実現したことにより喜びを得るとともに、事業者にとっても濃淡こそあれ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。

一方、資金提供者に対する当該事業の進捗報告、開発できた商品等の特徴や思いの伝達、商品の改善等に向けたアドバイスを得る機会の設定など、資金提供者との関係性を強めるための取り組みを丁寧に行った事業者は少ない。このため、資金提供者の当事者意識をより強固にし、それを活用した販路拡大や商品のブラッシュアップ等につなげることはできていない。

(4) 事業における規律の確保

事業者は、想いのこもった資金の提供を受けたことを強く意識し、それに応えようと、事業に対する意欲やコスト意識が高まるなど、事業に対する規律が醸成されるものとなっている。

(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、当該事業を通じた資金提供者は、首都圏を中心とする奈良県外の方々を中心であり、県外資金を吸引できた一方、県内における資金循環にはほとんどつながっていない。

(6) その他

当該事業を実際に活用した事業は、以下の理由か

ら5件にとどまり、その結果、上記で示された効果は限定的なものとなっている。

○奈良県では、基礎自治体ではないこともあって県内の事業者とは少なからず距離感があり、本制度の特徴やメリット等について必ずしも十分にPRできなかったこと。

○事業の発掘を担ってもらう認定金融機関と連携を図ったものの、当該事業の活用を強力に後押しするには至らなかったこと。

○事業の発掘に向け、地域としての協力体制が十分に構築できていなかったこと。

このほかの問題点としては、奈良県が本事業により完成した商品・サービスの販路拡大等を支援し、それを通じた地場企業の育成にまではつなげることができていないこともあげられる。

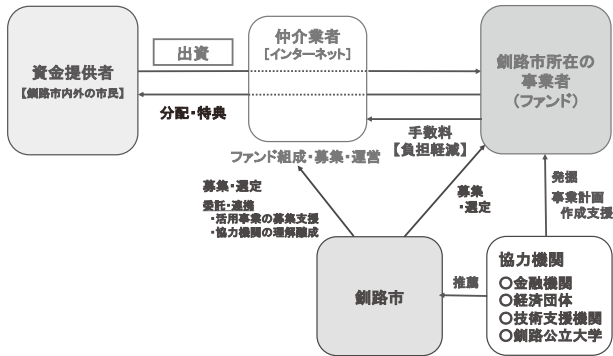
4-2-2 くしろ応援ファンド事業 (北海道釧路市)⁵

北海道釧路市では、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クラウドファンディング（「投資型」のうち狭義のファンド出資）により集める「くしろ応援ファンド」事業を推進してきた。

釧路市は、事業者が仲介業者に支払うファンドの組成・募集・運営にかかる手数料負担の軽減を図るため、仲介業者に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委託、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コスト負担を実質的に軽減し、事業者の支払う手数料を10万円におさめる形をとっている。

また、当該事業は釧路市自らが直轄で行うものであるが、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機関と連携協定を締結し、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等の支援を担ってもらうこととしており、地域の産学金官が一体となって推進する体制となっている（図5）。



（図5）くしろ応援ファンドの枠組み

（出所）佐野（2019）をもとに筆者作成。

その結果、当該事業の実施された2015～2019年度の5年間に5件（うち2件は一つの事業を2件に分割して募集）がファンド組成にまで至り、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が実現している。

くしろ応援ファンドを実際に活用した効果等を検証した結果は、以下のとおりである。

（1）事業者における資金調達の円滑化・多様化

事業者は、すべて短い期間で目標とする金額を集めることができ、金融機関からの融資や行政からの補助金とは異なる方法で資金を調達し得ている。

（2）共感する事業に対する市民の参加機会の拡大

当該事業により、多数の方々が釧路市の価値を高める事業に参加・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、

○選定した仲介業者の顧客特性から、その情報提供・PRが首都圏中心の層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、釧路市や協力機関において十分になされなかったこと

○資金提供を行いたい釧路市民には、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

り等が多かったこと

から、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り、釧路市民が当該事業に参加する機会は限定的なものとなっている。

（3）資金提供者の当該事業に対する当事者意識の醸成・深化と関係性の構築

当該事業に資金を提供した者には、当事者意識や参加意識が生まれ、商品が完成したことにより喜びを得ることができたほか、事業者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、事業者は資金提供者に対し、

○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設定（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してもらう機会の設定

といった両者の関係性を強めることにつながる取り組みをほとんど行っておらず、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いない。このため、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につなげることができていない。

（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、資金提供者の想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わなければならない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。

（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、資金提供者は、首都圏を中心とする釧路市外の方々が中心になっているため、市外資

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。

(6) その他

くしろ応援ファンドを活用した事業は5件に過ぎないため、上記の効果は限定的で、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。

活用事業の少ない要因としては、

○釧路市による市内事業者に対する営業努力が十分ではなく、本制度の特徴やメリット等を十分に周知できていなかったこと

○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、ごく僅かの機関しか発掘に向けて具体的な取り組みをしなかったことに加え、取り組みをしていた機関でも担当者交代等に伴い本事業に対する理解が弱まり事業発掘に向けた動きも鈍くなるなど、十分な取り組みができていなかったこと

○委託を受けた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たこともあり、自ら事業者を発掘することがほとんどできなかったこと
等があげられる。

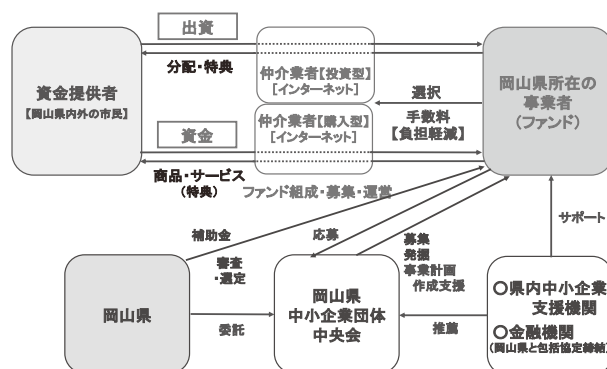
加えて、くしろ応援ファンドを活用した事業により完成した商品・サービスについては、市、仲介業者、協力機関が連携して広くPRすることになっていたが、それが十分になされておらず、完成した商品等の販路拡大を通じた地場企業の育成や移出の拡大等につなげるまでには至っていない等の問題も生じている。

4-2-3 岡山ふるさと投資応援事業（岡山県）

岡山県は、県内の中小企業者が取り組む地域の特色等を活かした魅力ある商品や事業のブランド力強化につながるビジネスプランを「岡山ふるさと投資応援事業」として選定し、それに必要な資金を全国各地の不特定多数の方々からクラウドファンディングにより集めることを支援してきた。

当該事業は、岡山県が県内企業と広く深いネッ

トワークを有する岡山県中小企業団体中央会（以下、中央会）に委託して実施しており、当該事業を活用する事業の発掘、事業計画策定のサポートなどをトータル的に担ってもらう形をとっている。また、事業者は、県内の中小企業支援機関（商工会議所、商工会、産業振興財団）や県と包括協定を締結した金融機関からサポートを受け推薦を得ることとしている（図6）。



（図6）岡山ふるさと投資応援事業（最終年度）の仕組み
（注）当初は、投資型の支援だけで、中央会が仲介業者に委託することにより手数料負担を軽減。
（出所）岡山県中小企業団体中央会資料をもとに筆者作成。

当該事業は、当初「投資型（狭義のファンド出資）」を支援するものとして創設されたが、事業者のニーズ等を踏まえ4年目からは「購入型」も支援メニューに加えている。

「投資型（狭義のファンド出資）」においては、事業者が仲介業者に対して支払うファンドの組成・募集・運営にかかる手数料（初期費用）負担の軽減を図るべく、中央会が仲介業者に当該事業を活用する事業の募集等を委託し、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コストを実質的に軽減することで事業者の支払う手数料をゼロとする形をとってきた。しかし、事業の最終年度（5年目）は、仲介業者を中央会が公募して選定する形から事業者自らが選定する形に変更したことを受け、手数料の軽減方法も県が事業者に直接補助金を支出する形に切り替えている。

「購入型」も同様に、県が事業者に補助金を支出し、事業者自らが選定した仲介業者に対して支払う手数料負担の一部を軽減している。

これらの取り組みの結果、当該事業の実施された

2015～2019年度の5年間に、投資型16件（うちファン・ド組成に至ったのは13件）、購入型23件（うち目標金額を達成したのは14件）が採択され、地域の資源を活用した様々な事業が実現をみている。

当該事業を実際に活用した効果等を検証した結果は、以下のとおりである。

(1) 事業者における資金調達の円滑化・多様化

当該制度を活用した事業者は、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することができ、さほど大きな効果とは言えないまでも資金調達の円滑化・多様化につながるものとなっている。

(2) 共感する事業に対する市民の参加機会の拡大

多数の方々が、岡山県の特徴等を活かした魅力ある商品を生産する事業に参加・協力する機会を得ることができ、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ている。

一方、「投資型」においては、仲介業者の主要な顧客が首都圏中心であり、彼らに対する情報提供・PRがメインになってしまったため、資金提供者の8～9割は県外者となり、県民にとっては当該事業に参加する機会を十分に得たとは言えない状況にある⁶。

(3) 資金提供者の当該事業に対する当事者意識の醸成・深化と関係性の構築

資金を提供した方々は、当該事業に対する応援意識をもち、その資金を用いた商品が完成したことによる達成感を得ることができており、事業者も応援意識をもった支援者を獲得することにつながっている。

事業者は資金提供者に対し、仲介業者のHP等を通じ、当該事業の進捗状況や経過を報告しているが、完成した商品に対する思いや特徴等に関する丁寧な報告、生産した商品を体験してもらうイベント等の開催、商品の改善等に向けたアドバイスを獲得機会の設定までは行っておらず、資金提供者の当事者意識や事業者との関係性を高め、それを活用すること

で商品の販路拡大やブラッシュアップにつなげるまでには至っていない。

(4) 事業における規律の確保

事業者は多数の方々から資金提供を受けたことで、事業に対する自信をもつとともに、資金提供者の想いに応えようというマインド、提供された資金を大切に使わなければならないという意識が高まり、その結果、事業に対する規律も醸成されるものとなっている。

(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、資金提供者は、特に投資型では首都圏を中心とする県外の方々が中心になっており、県外資金を吸引できた一方、県内における資金循環には十分につながるものとはなっていない。

(6) その他

当該事業は、県内の中小企業の動向に明るくネットワークも有する中央会が、県から委託を受けて事業を実施したこともあり、相応の活用件数を確保でき、目的とする政策の実現にもつながっている。一方、地域資源の活用が要件となっているため活用できる事業が限定されたこと、協力機関からの事業者発掘にかかる強力なバックアップが少なかったこと等から、次第に活用を検討できる事業の減少を余儀なくされる結果となっている。

また、当該事業は、地場産品の開発・発掘から販路拡大に至る県の産業政策・中小企業政策全体の中で設計されたものではないため、事業者の資金調達とファン獲得のきっかけづくりで終わってしまっており、完成した商品・サービスの販路拡大、それを通じた地場企業の育成といったところにまでつなげることができていない状況にある。

4-2-4 政策実現型クラウドファンディングの効果の総括

このように政策実現型クラウドファンディングを実際に活用した三事例を検証した結果、地方自治体は、

○事業者の資金調達の円滑化・多様化の実現
 ○共感する事業に対する地域外の方々を中心とした参加機会の創出
 ○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
 ○地域外からの資金の吸引
 という効果を得ることができていることが明らかになった。その一方、
 ○共感する事業に対する地域内の方々の参加機会の創出
 ○事業者と資金提供者との関係性の構築と当事者意識の深化を通じた事業の発展
 ○地域内における資金循環
 といった効果は不十分なものになっている。加えて、
 ○クラウドファンディングを活用した事業が少なく、上記で得られた効果は限定的になっていること
 ○当該事業により完成した商品・サービスにかかるPRが不足し、販路拡大等につなげられていないこと
 など、目標とする政策の実現に大きく寄与するまでには達していないことも示された。

5 おわりに

本稿では、クラウドファンディングの構造や形態等について概観した上で、地方自治体が関与するク

ラウドファンディングのうち政策実現型クラウドファンディングを採り上げ、地方自治体がこれを活用した効果について検証を行った。

その結果、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地域外の方々の参加機会の創出、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及び地域外からの資金の吸引といった効果が実現する一方、十分に効果をあげ得ていない部分もあることが明らかになった。

今後、地方自治体においては、

○資金を提供する地域内外の不特定多数の市民から共感を得やすい事業の選定
 ○積極的なPR等を通じた当該地方自治体に居住する市民の資金提供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とその関係性を活用した更なる事業展開
 ○地域内の企業と強力なネットワークをもつ機関の活用、協力機関が積極的に事業者の発掘に取り組むインセンティブの設定等を通じた、地域一体となったクラウドファンディング活用事業の発掘
 ○完成した商品・サービスに対するPRの充実等によりこうした問題点を解消し、政策実現型クラウドファンディング活用による政策的な効果を一層高めていくことが求められる。

脚注

- 1 詳細は佐野（2019）を参照。
- 2 後述するとおり経済的リターンがないケースもある。
- 3 最近は、「特典」というよりむしろ、商品等の購入を目的としたネット通販的な「購入型」が増加している。
- 4 詳細は佐野（2017）、佐野（2019）を参照。
- 5 詳細は佐野（2019）を参照。
- 6 「購入型」においては、県民が資金提供者の8割程度を占めるものとなっている。

参考文献

- ◎ 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
- ◎ 佐野修久（2019）「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」『年報公共政策学』第13号 北海道大学公共政策大学院
- ◎ 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（ファインズ）が地域を築く』ぎょうせい

寄稿者 PROFILE

佐野 修久（さの のぶひさ）

大阪市立大学大学院都市経営研究科教授

経 歴：北海道旭川市生まれ。北海道大学卒業後、日本政策投資銀行（当時北海道東北開発公庫）に入行。その後、香川大学、釧路公立大学を経て、2018年より現職。

著 書：『PPPの進歩形 市民資金（ファインズ）が地域を築く』（ぎょうせい）、『公有資産改革』（ぎょうせい）、『公共サービス改革』（ぎょうせい）、『まちづくりイノベーション』（共著）（日本評論社）ほか