

つながる！ ひろがる！

クラウドファンディング のすゝめ

地域の自立を促す伴走力とは？

- + クラファン達成まで共に歩むコーディネーターの役割 +
- + 当事者に聞く成功率 UP の秘訣 +



はじめに

2011年3月11日。東日本を襲った未曾有の大地震から10年が過ぎました。被災地では今も復興に向けて、さまざまな新しい取り組みが行われています。

復興庁は、平成30年度より、被災事業者の資金調達手段を多様化するため、「復興庁クラウドファンディング支援事業」（被災地企業の資金調達等支援事業）を実施してきました。

事業の最終年度となる今年度も、地域の伝統を守るための活動、人々の交流を促進する場づくり、新しい地域特産品の開発等々、被災3県から多種多様なプロジェクトが立ち上がりました。

また本事業を通じて、クラウドファンディングの実施には、プロジェクトを実施したい方に伴走する地域コーディネーターや専門家の存在・支援が非常に重要であることが分かりました。

この冊子では、クラウドファンディングを成功に導くこの事業の特徴を伝えるとともに、彼らの伴走支援を通じて達成したプロジェクト事例の一部や、この3カ年の事業成果・実績をまとめています。

これからクラウドファンディングを実施してみようと考えている方々や、それを応援しようと考えている方々、そして地域コーディネーターを目指す方々の参考となれば幸いです。

目次

クラウドファンディングとは……………	01
復興庁クラウドファンディング支援事業の特徴……………	02
数字で見る復興庁クラウドファンディング支援事業の3年間……………	03

Column 1	審査委員メッセージ……………	07
Column 2	プラットフォーム事業者 インタビュー READYFOR株式会社 徳永 健人 ……	09
Column 3	ライティング専門家 インタビュー 岩手移住計画 手塚 さや香 ……	11

Part 1 クラファン成功事例

PICK UP 1	三陸花火競技大会実行委員会〔岩手県陸前高田市〕 ……	13
PICK UP 2	株式会社 阿部伊組〔宮城県 南三陸町〕……………	17
PICK UP 3	相馬野馬追執行委員会〔福島県 南相馬市〕……………	21

その他の今年度の成功事例……………	25
馬と歴史と未来の会/きたかみ子育てネット/坪井 奈穂美/HIGASHI DE AERU「呼び水」プロジェクト/奏海の杜/ 3.11 みらいサポート/ 仙台秋保醸造所/ファブリハ・ネットワーク/ agrity / cafe hiranaga / 岳温泉観光協会/とみおかwindメーヌ	

アフター・ストーリー ～過年度実施プロジェクトのその後……………	37
タヤマスタジオ/石巻ウェディング/はまのね/ Kokage Kitchen	

Part 2 地域コーディネーターの役割

クラファンを成功に導くには？ ～伴走支援の虎の巻……………	41
地域コーディネーターのワークフロー/地域コーディネーター振り 返り座談会/令和2年度 地域コーディネーター 一覧	

Appendix 1	令和2年度復興庁クラウドファンディング支援事業採択案件一覧 ……	47
Appendix 2	令和2年度復興庁クラウドファンディング支援事業の実績 ……	53

クラウドファンディングとは

■「クラウドファンディング」とは、英語のクラウド（群衆）とファンディング（資金調達）を組み合わせた合成語で、インターネット上で、不特定多数の支援者から、組織や個人、プロジェクトなどに対して資金を集める仕組みです。

クラウドファンディングの特徴

その1



インターネットを通じて全国の人に呼び掛けができます

クラウドファンディングのプラットフォームサービスを通じて、あなたが実現させたいプロジェクト（新商品開発、事業拡大、地域活動etc.）をアピールし、支援を呼び掛けます。

クラウドファンディングのプラットフォームサービスは複数ありますが、実現したいプロジェクトの特徴に応じて選択します。

その2



どんなアイデア・分野でも利用できます

個人でも企業でも、実現したいアイデアがあれば、分野や規模、内容は問いません。多くの人に伝えたいあなたの想い・アイデアがあれば、クラウドファンディングとしてスタートすることを検討してみましょう。

ビジネス以外にも、地域貢献や医療・福祉、まちづくり、子どもや老人のサポート、若者やクリエイターの支援など、さまざまな目的でクラウドファンディングは活用されています。

その3



プロジェクトの性質に合わせて必要な資金を集めることができます

クラウドファンディングの実施方法には、All or Nothing方式とAll in方式の2種類があります。

All or Nothing方式は、初めに設定した目標金額を調達期間内に達成できた場合のみ支援が得られ、資金調達ができません。目標を達成できなかった場合は資金は得られません。

一方、All in方式は、目標金額が未達成でも集まった資金に応じて支援が得られます。

どちらの方式にも優劣はなく、プロジェクトの性質に合わせて実施方法を選択すると良いでしょう。

その4



出資者へのリターンもアイデア次第です

クラウドファンディングの種類には、「購入型（予約販売型）」、「寄付型」、「投資型」などがあります。

「購入型」は、クラウドファンディング実施時に約束した製品やサービスを資金調達後に出資者に返礼として提供します。

「寄付型」は、製品やサービスによる返礼はありませんが、お礼の手紙や活動報告を送るのが一般的です。

「投資型」は主に分配金などの金銭的なリターンが設定され、元本保証がないのが特徴です。

復興庁クラウドファンディング支援事業の特徴

■クラウドファンディングを実施するにあたっては、支援者に訴え掛けるストーリー作りから始まり、ページに掲載する文章の作成や返礼品の設計、写真素材の手配まで、さまざまな準備が必要になります。また、資金調達を開始した後も、目標金額を達成するまで、粘り強く支援者へ呼び掛け続ける熱意も求められます。

■これらを実施するのは、あくまでプロジェクトオーナーである事業者の皆さん。でも、初めての挑戦では何から始めたら良いか分からず、迷うことも多いでしょう。当「復興庁クラウドファンディング支援事業」では、そんな方々を**伴走型支援**と**専門家派遣**の**ダブルサポート**で支援しました。

伴走型支援と専門家派遣のダブルサポート



伴走型支援

クラウドファンディングに知見のあるコーディネーターが、企画段階から伴走支援を行いました。「何から始めたら良いのか」「支援者は集まるのか？」など、クラウドファンディングを実現するためのさまざまな悩みを、膝を突き合わせて相談に乗りました。



事業者の方

プロジェクトの掲載



専門家派遣

企画アイデアの具体化や、訴求力のある写真や動画の制作等、事業者の皆さんのプロジェクトの魅力を多くの人に伝えるために、さまざまな分野からそれぞれのニーズに合った専門家を派遣し、サポートしました。

クラウドファンディングプラットフォーム

GoodMorning

READYFOR

いしわり

Makuake

MOTION GALLERY

GREEN FUNDING

応援資金で地域を元気にするサイト
フレフレ応援

KICKSTARTER

kibidango

ふるさとチョイス

まちくるファンド仙台

※この支援事業のために登録した事業者を掲載

数字で見る復興庁クラウドファンディング支援事業の3年間

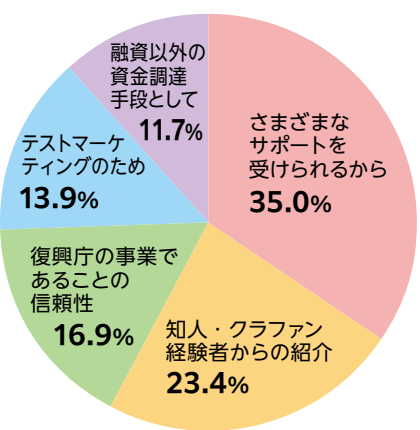
多くの事業者がクラウドファンディングに挑戦しました（2018～2020年度実績）



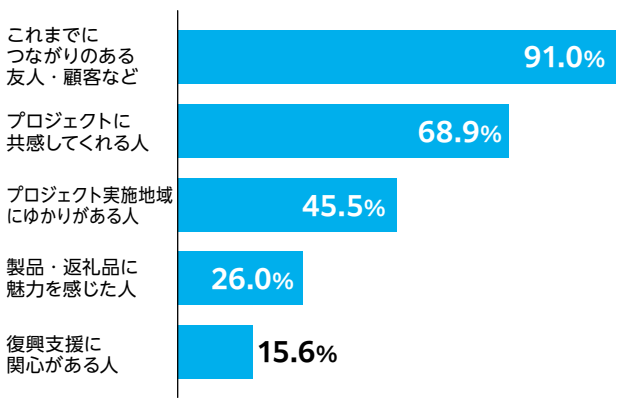
事業者アンケートの回答結果

■過去3年間の事業評価の参考として、本事業でクラウドファンディングを実施した事業者を対象に、アンケートを行いました（有効回答数77件）。

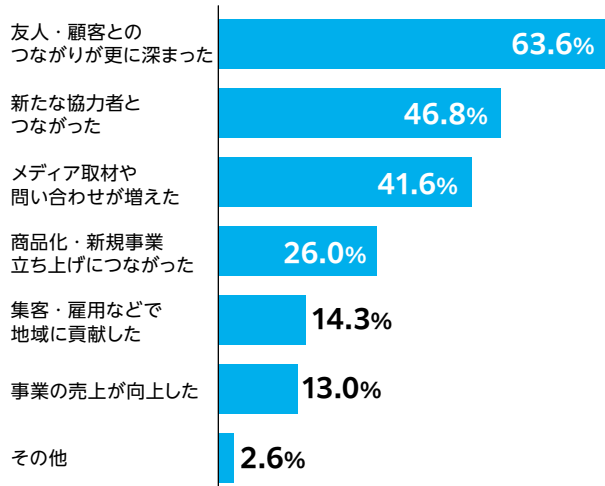
Q1. 本事業を活用してクラファンを実施した理由



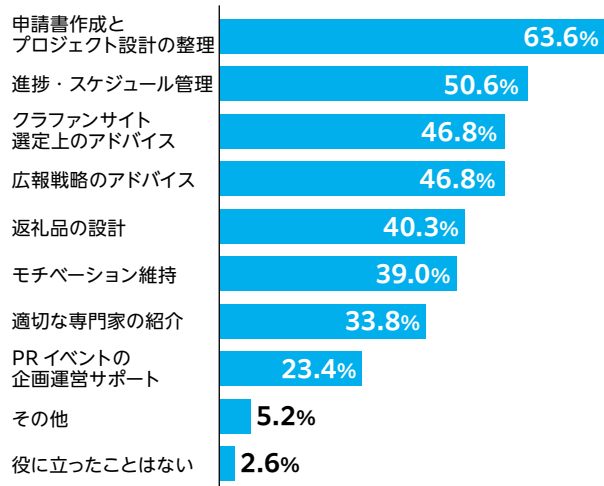
Q2. どのような層から支援を得られたか（複数選択）



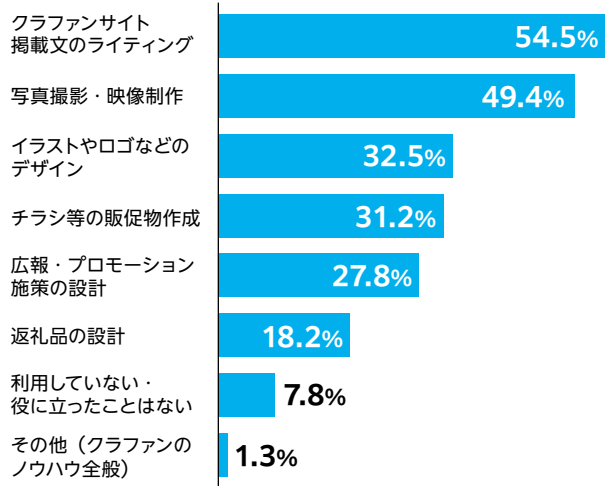
Q3. 資金調達以外で得られた効果（複数選択）



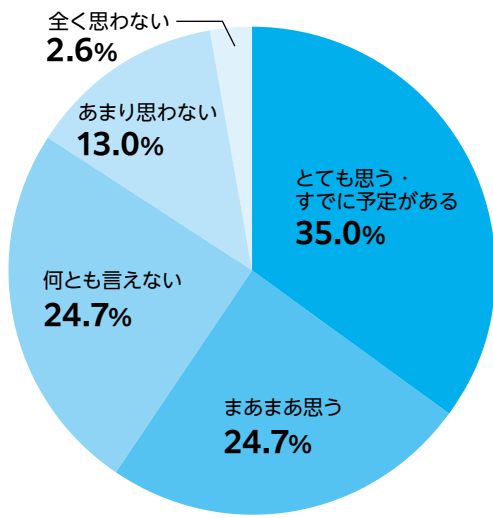
Q4. コーディネーターの支援で役立ったこと（複数選択）



Q5. 専門家の支援で役立ったこと（複数選択）



Q6. 今後もクラファンを活用したいですか？

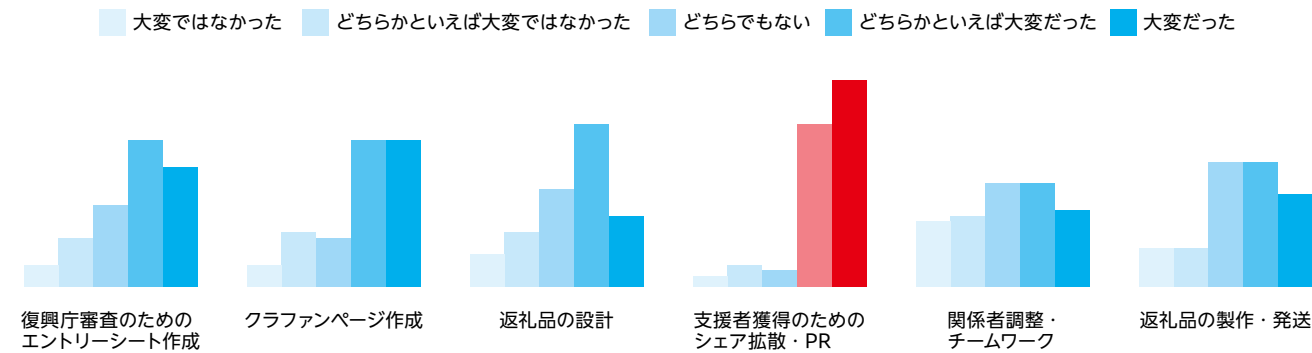


👉 専門家の役割についてはインタビュー記事（P11～12）もご覧ください。

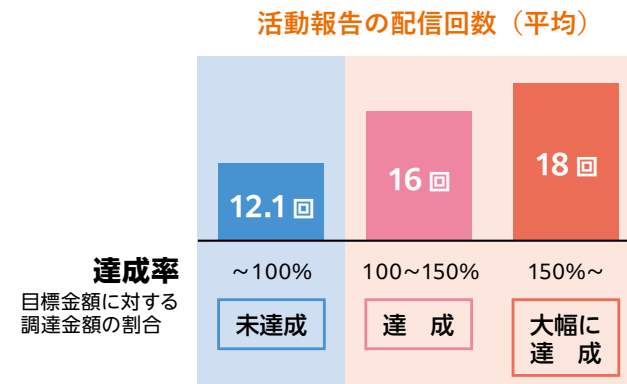
解析1 発信力が成功のカギ

■クラファンを実施する上で、最も重要で、かつ最も労力を要するのが情報発信です。事業者アンケートでも「支援者獲得のためのシェア拡散・PRが大変だった・どちらかといえば大変だった」という声が、8割以上の方から寄せられました（⇒グラフの赤色の部分）。

Q7. クラファン実施で必要とされる次の作業は、どの程度大変でしたか？

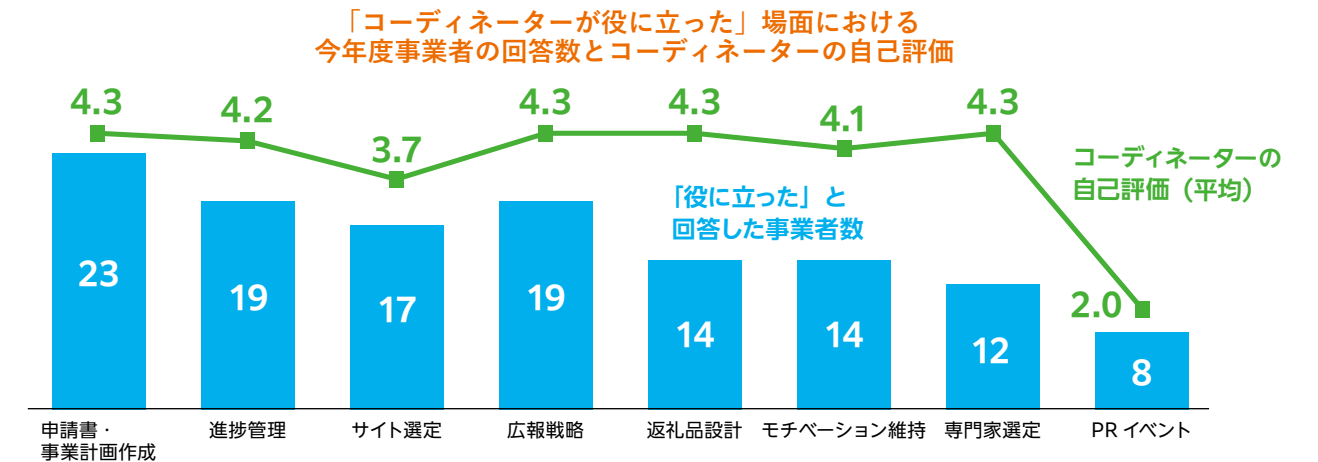


■一方で、クラファンサイトのブログ機能を使った活動報告の配信回数を見ると、目標金額に対しての達成率が高い事業者ほど、配信回数も多かったということが分かりました※。このことから、積極的な広報活動が大事であると言えるでしょう。※今年度の実施事業者の実績



解析2 コーディネーターの「介在価値」とは？

■今年度事業を担当した地域コーディネーターにもアンケートを行い、【Q4. コーディネーターの支援で役立ったこと】に対応するどの場面で介在価値を発揮できたと感じるか、「十分に価値を発揮できた(=5点)」から「ほとんどできなかった(=1点)」まで5段階で自己評価をしてもらいました。



その結果、今年度の事業者が「役に立った」と回答した数と、コーディネーターの自己評価平均値に大きな乖離は見られなかったものの、「返礼品の設計」や「適切な専門家の紹介」などでは、コーディネーター自身の評価の高さに比して、やや事業者の回答数は伸び悩む傾向にありました。これらの場面においては、事業者の保有する地域資源で返礼品が決まってくること、また専門家の選定も、事業者と既知の間柄の人材を登用する傾向にあることから、事業者主導で判断する部分が多いことが伺えます。

一方の、「申請書作成とプロジェクト設計の整理」や「進捗管理」などは、事業者だけではやり切れないことが多く、コーディネーターの価値が大いに発揮される領域であると言えます。

👉 コーディネーターの役割については「Part2 地域コーディネーターの役割」（P41〜）で詳しく特集しています。

アンケートにご協力頂いた皆様にはこの場を借りて御礼申し上げます。

再生・再開・創業を支える力を地域に



株式会社ナウキャスト 取締役会長
一般社団法人 日本クラウドファンディング協会
公益理事

あかい あつお
赤井 厚雄

復興の取り組みには、「企業の再生」、「事業の再開」の他に、地域資源を活用して新たな事業を生み出す「創業」の発想も必要です。

クラウドファンディングには、そうしたチャレンジを後押しする力があります。ただし、投資型や購入型など、その類型ごとの違いを理解し、相応しい手法を選択する目利き力が、事業者には求められます。これまでの事例から学び、クラウドファンディングの真の力を活かす地域の事業者が増えていくことを期待しています。

震災を忘れず、より豊かな地域社会のために



跡見学園女子大学 マネジメント学部
マネジメント学科 准教授

きよ のぶ え
許 伸江

震災から10年が経過し、教育、IT、農業、医療などをベースに、より深く地域課題を解決しようとする社会性の高い案件が多く見られました。困難な状況にある子どもたち、高齢者、障害者等を対象とした地に足の着いた案や、震災を忘れないための資料館やイベントづくり、文化継承などの案などです。それらに共通していたのは、場を作ることでコミュニティ形成につなげ、地域を盛り上げようとする点です。コロナ禍の厳しい状況の今こそ、事業者と応援者をつなぐ本事業が被災地の復興に資することが期待されます。

中間支援（インターメディアリ）の役割



宮城大学 事業構想学群
准教授

さ さ き ひでゆき
佐々木 秀之

「優れた事業には、優れた中間支援の存在がある」。改めて、この考えを強くしています。中間支援組織は、志を持って事業に挑戦するチャレンジャーを見だし、伴走型の支援を続けてきました。成功しているクラウドファンディングでは、事業者と支援者の良好な関係性が構築されています。そして、この関係性こそが、事業の実行段階では更に重要となることが明らかになってきました。事例集の背景にある、こうした支援の物語も想像しながら、このテキストを読んでほしいと思います。

地域への波及効果という大事な視点



一般社団法人東北経済連合会
調査役

みやざき けんじ
宮崎 健治

地域への波及効果を意識した応募内容が年々目立つようになってきました。本事業を通じ、個々の活動域を超え、地域一体で将来を考える社会を結びつける形が被災地発で全国に広がれば、必ずや地方の維持・発展に結びつくでしょう。震災の風化が進む中、本事業はクラファンを介し、被災地が必要とする活動を全国に発信（新たな資金源を獲得）し、遠方からも容易に支援に関われるという時宜を得た施策でした。被災地の事業者には本支援を機に地域社会を力強く牽引してもらいたいと願います。

事業者の情熱と支援者の善意をつなぐ



福島大学 経済経営学類
教授

きっこうじん あきら
吉高神 明

復興庁「被災地企業の資金調達等支援事業」の外部審査委員を3年間担当させていただきました。その間、審査した案件は地元で活動する多くの事業者たちの「情熱」に溢れたものばかりでした。これらの「情熱」を被災地の復興を願う応援者たちの「善意」の一つでも多くつなげることができればと思いつつ、毎回審査を行ってきました。東日本大震災からの被災地の復興にとって、地域産業への支援は不可欠です。新型コロナ感染拡大禍を乗り越え、被災地の復興が一層進むことを心から願っております。

復興の先を見据えた新しい手法



石巻専修大学 経営学部
教授

くどう しゅうへい
工藤 周平

本年度も、被災地の歴史ある文化を維持・発展させようとする案、被災地域の食材を使って新商品を開発する案、地域の魅力を発信する新しい拠点づくりの案など、被災地の活性化に資するさまざまな案が出されました。被災地の人々が自ら積極的に地域の魅力を発信し、それに賛同する地域内外の多くの人々の交流を通じて被災地を盛り上げていく。本事業がそのきっかけとなり、今後、地域の魅力を高めるさまざまな試みが被災地で活発化することを期待します。

つながりを深め新たなモデルの創出を



一般財団法人 ダイバーシティ研究所
代表理事
復興庁 復興推進参与

たむら たろう
田村 太郎

何度も押し寄せる台風の被害や新型コロナの感染拡大によるさまざまな制約により、10年の節目を前に気持ちちがくじけそうになる日々が続くなか、新しいチャレンジを続けるプロジェクトの数々に勇気づけられました。クラウドファンディングが持つ、人と人、地域と地域のつながりを深める特性を活かし、これから薄れゆくことが予想される東北復興への社会からの関心を高めながらも、被災地以外でも展開できるような新たなモデルが創出されることを期待しています。

地域密着型プロジェクト支援で課題解決を図る



株式会社 日本政策投資銀行
東北復興・成長サポート室長

わたなべ ひでゆき
渡辺 秀幸

東日本大震災から10年の節目を迎え、復興需要のピークアウトに加え、少子高齢化や都市への社会的流出による人口減少等、解決しなければならない課題を抱えています。これらの解決のためには、魅力ある地域にするべく、既成概念を払拭し、人を呼び込むための果敢な取り組みが欠かせません。本事業が、地域活性化プロジェクトを行いたい個人や企業、団体等に対し資金調達を後押しすることによって、これらの多様な取り組みを通して、持続可能な形で復興が推進するものと確信しています。

社会課題解決のための 新しい「共助」の仕組み

READYFOR 株式会社 キュレーター事業部 リードキュレーター 認定ファンドレイザー
徳永 健人

2020 年コロナ禍で広がる支援の輪

クラウドファンディングによる資金調達の魅力の一つに、**自由度の高さ**があります。補助金や融資では、一定の自己資金を用意する必要があったり、使い道に制約が設けられていたりする場合があります。これに対してクラファンで調達したお金は、サイトで説明した使い道の範囲内であれば、自由に使うことができます。

自己資金が少ない個人や小規模な事業者でもお金を集められることから、クラファンはプロジェクトの再生や新規立ち上げに必要な資金調達の手段として、**東日本大震災の発生後から広がり**をみせました。

さて、2020年の新型コロナウイルス感染症の拡大は、クラファン業界へも影響を及ぼしました。4月に緊急事態宣言が発令されると、コロナ関連のプロジェクトが増えるとともに、サイトの閲覧数や支援者数も急速に増加する傾向がみられました。国や自治体がさまざまな支援策を打ち出す中でも、資金が行き届かない分野があり、困った人たちが支援を求める手段としてクラファンが活用されたのです。

震災後、**新しい「共助」の仕組み**として日本で急速に普及していったクラファン。「被災者」を「そうでない人」が支援するこれまでにに対し、言わば**全員が「当事者」**とな**ってしまったコロナ禍**において、より共助に近い形で支援が展開されていると思っています。改めてクラファンが日本でも認知され、社会に必要とされるサービスとして成長したと実感しています。

あるお客様からは、「READYFORは、資金調達のサービスだけではなく、**社会が抱える課題を解決するソリューションを提供する役割**を担っている」という声をいただき、大変誇りに思っています。

丁寧な伴走支援で目標金額達成に導く

READYFORでは、クラファンに精通した「キュレーター」が専任担当者となり、サイトの準備から目標金額達成に向けて**丁寧に伴走支援する「フルサポート」**に力を入れています。その背景には、クラファンに挑戦する実行者の資金調達をそばで支えたいという設立当初からの想いがあり、「誰もがやりたいことを実現できる世の中をつくる」というREADYFORのビジョンにも色濃く反映されています。

クラファンで資金を集めるためには、マーケティングに始まり、事業のプランニングや支援者とのコミュニケーションなど、さまざまな準備と努力が必要です。**プロジェクトを公開すれば簡単にお金が集められるわけではありません**。クラファンは、さまざまな知識とテクニックが必要であり、そこにキュレーターのサポートが活かされます。

さらに本事業では、地域コーディネーターのサポートが加わります。その強みは**地域性や人脈、地縁に精通している**こと。私たちプラットフォーム事業者が把握するためには、どうしても時間とコストがかかってしまう部分を担い、時には私たちのアドバイスを上手に実行者に伝えていただき、大変心強い存在です。

本事業の手厚い伴走支援によって、多くの案件が資金調達に成功し、READYFORが担当した案件の成功率は、**2018年度で約86%、2019年度で約92%、2020年度で100%と高い数字**となりました。クラファン業界全体における成功率が平均で30%と言われていますから驚異的な数字です。

復興のフェーズとともに変化するクラファンの役割

近年、ふるさと納税制度を活用したガバメントクラウドファンディングが、全国の自治体で広がっています。また2020年には、コロナ禍の影響を受けた医療機関がクラファンで医療従事者への支援を求めるというプロジェクトが成立しました。このように、今までは活用を考慮していなかった企業や団体、機関がクラファンで資金を集める事例が増えています。

震災関連では、発生直後の**「人道支援」**から始まり、事業再生や新事業の立ち上げなどの**「復興支援」**、記録を後世に残す**「伝承支援」**と時間の経過とともにクラファンの役割も変化してきました。また、震災後も熊本地震や広島の高雨など全国で災害が発生し、その被災地支援でもさまざまなクラファンが活発に行われました。震災後、全国で防災への意識が高まった今、災害に備え地域の命を守る**「防災支援」**分野のプロジェクトが増え、そこにお金の流れが生まれています。

クラファンの普及によって、これまで**緊急性や必要性が高いけれど、なかなかお金が流れていかなかった分野にもスムーズに資金を注入する仕組みが確立**しました。「想いの乗ったお金の流れを増やす」ことをミッションに掲げるREADYFORでは、さらに多様な分野の資金調達をサポートしていきたいと思います。そして、これまで蓄積したノウハウを活かし、引き続き伴走支援に努めてまいります。

まとめ

- クラファンは自由度の高い資金調達を可能にする新しい共助の仕組み
- マーケティング、ブランディング、コミュニケーションなどさまざまな知識とスキルが必要
- 震災から10年、「防災支援」に関するプロジェクトに関心が集まっている
- 地域資源を把握するコーディネーターの伴走支援が、本事業で生まれた案件の高い成功率を実現



「想い」を文章に込めて共感を生み出す

岩手移住計画 代表
手塚 さや香

被災地取材する側から 復興の現場に関わる立場に

クラウドファンディングは、震災後に広がりを見せ、これまで私もいくつかのプロジェクトに支援をさせていただきました。サイトに掲載されている事業者からのメッセージを読んでたまに思うのは、「**オーナーの想いをもっと的確に発信すれば、応援する人がさらに増えるのに**」ということ。ライターとして力になれることがあるかもしれないと感じていたことが、本事業の専門家に登録するきっかけでした。

2001年に大手新聞社に就職して、初めての赴任先が盛岡支局でした。東日本大震災が発生した2011年3月、大阪本社に在籍していた私は、4月末に支援ボランティアとして岩手県内の被災地に駆けつけました。たびたびボランティア活動や取材で通い続け、震災で家や仕事を失った地元の人たちからの「それでもここで生活を続ける」という力強い言葉に心を動かされました。

その後、会社希望を出し再び盛岡支局で勤務した私は、被災地の取材を通して**報道とは違うさらに地域に根差す形で復興の力になりたい**と思うようになりました。こうして2014年、新聞社を退社し釜石市への移住を決断。まちづくりをサポートする復興支援員「釜援隊」に参加し、釜石地方森林組合が取り組んでいる人材育成プログラムの運営に立ち上げから携わっています。

並行して、新聞記者だったキャリアを活かし、ライターの仕事もするようになりました。

課題解決を目指す 被災者の「たくましさ」を伝えたい

私は、本事業の3年間を通して岩手県内の事業者が実施した5件のクラファンに携わり、2019年度には地域コーディネーターのメンバーの一員として、より深く関わりました。

クラファンサイトの文章は、事業者本人が話しているかのように書く必要があり、客観性を重視する新聞記事とは大きく異なります。そこで、**事業者との対話を通して一緒に文章をつくり上げていく**ことを意識しました。

一方で、クラファンの成功は、**いかに多くの共感を得られるかが鍵を握っている**ことから、事業者の想いをただ聞くだけではなく、支援者の視点で内容を俯瞰した上で、支援者の心に響き、メリットを感じてもらえるようなメッセージを事業者に提案し、文章に反映させました。

震災から10年になろうとしている現在も、**被災地では新たな課題に直面し、クラファンで解決を目指す**被災者がいます。私は、こうした人たちの**「前を向くたくましさ」を文章で伝える**ことで、支援者の心に訴える工夫を心掛けました。

中には、サイトの文章を自分で書いて、直接想いを伝えたい方もいるのではないのでしょうか。その場合は、文章の公開前に、できるだけ多くの知り合いに読んでもらいましょう。対象は学生時代の旧友など、皆さんのことを部分的にしか知らない人がおススメ。こうした人たちにも想いが伝わり、心に響く文章かどうかを確認することで、多くの共感を呼ぶ文章にブラッシュアップすることができると思います。

目標達成のため専門家の活用を

本事業の専門家を経験して、クラファンの文章は支援者の心に響くことが重要であると改めて実感しました。現在手掛けている農水産物の**ECサイト※**の制作では、**クラファンで培ったノウハウが活かされました**。生産者の想いに共感した人が「この人が作ったものを買いたい」と購入に動く。そのための文章やサイトづくりのアイデアを考える点がクラファンと共通しています。

本事業を通じて被災地でもクラファンが浸透し、多くの人が資金調達の手段の一つとして頭に浮かぶようになったと思います。復興も終盤に差し掛かり、これから沿岸被災地域の行政の財政が厳しくなる中で、**クラファンは公的な助成金に代わる持続可能な財源確保の手段**と言えるでしょう。

文章もビジュアルも伝わりやすさを磨き上げることが成功の近道。そのため、ライターやカメラマン、デザイナーなどその道のプロのサポートはとても大切で、限られた資金の中でどのような専門家をどの場面で活用するかについて、十分な検討が必要です。これからもクラファンによってたくさんの人が課題や悩みを解決できることを願い、微力ながらそのお役に立ちたいと思っています。

※ECサイト…インターネット上で商品の売買やサービスの提供を行うウェブサイト。ECはElectronic Commerceの略。



まとめ

- 支援者から見たメリットも考慮したメッセージを発信
- 公開前に多くの人に読んでもらい、文章をブラッシュアップ
- クラファン成功のカギは、伝わるコンテンツづくり。そのためにはプロの力を借りることも必要

専門家の役割とは

さまざまな分野から、約80名の専門家が本事業に登録し、クラファンのページ作成に際して、事業者のプロジェクトの魅力を伝えることに貢献しました。

専門家の業務	役 割
ライティング	プロジェクトの実施背景、支援いただいたお金の使い道、事業者の熱い想いを、伝わりやすい文章に表現、あるいはそのアドバイスをを行います。
写真・映像撮影	返礼品・プロジェクトに関する写真素材の撮影や、プロジェクトのストーリーを伝えるための映像撮影、あるいはそのアドバイスをを行います。
映像編集	クラファンページ内に埋め込む動画編集やそのアドバイスなどを行います。
デザイン	プロジェクト成功後のイメージを伝えるためのイラストや、チラシなどの広報媒体を作成します。
マーケティング	ブランディング、支援の獲得に向けて、返礼品の種類・金額・配送オペレーションなどの設計をします。プロジェクトを周知するためのSNS発信やそのアドバイスなども行います。

PICK UP

1

コロナに負けるな！ 花火師が情熱を捧げた花火が 被災地の夜空を明るく灯す。

三陸花火競技大会実行委員会 [岩手県 陸前高田市]

2020年10月、岩手県陸前高田市の津波浸水跡地に整備された高田松原運動公園を会場に、花火大会が開催された。同イベントは、震災10年を盛り上げるために開催が計画されている「三陸花火競技大会」のプレ大会と位置づけられ、実行委員会は運営費の一部をクラウドファンディングを用いて調達した。コロナ禍で全国の花火大会が中止となる中、ドローン撮影を使ったネット配信など感染防止対策を兼ねた斬新な仕掛けを用意。目標金額の2倍となる1000万円の支援を集めた。

photo by T.Watanabe

節目の年に三陸を盛り上げたい。
花火競技大会の実現に向け
プレ大会の実施に動く。

2020年10月31日、岩手県陸前高田市で「三陸花火大会」が行われた。全国11社の花火師たちが製作した約1万発の花火が、被災地の秋の夜空を明るく照らし、会場に集まった約1万1千人を魅了した。

大会を主催する「三陸花火競技大会実行委員会」は、花火の購入と打ち上げにかかる費用や施設利用料など、運営に必要な資金の調達にクラファンを活用した。「補助金や協賛金だけに頼らない、持続可能な財源確保の方法として注目しました。また、全国にPRし多くのファンを獲得したいという考えもありました」と実行委員長を務める浅間勝洋さんは説明する。

浅間さんは神奈川県出身。震災後のボランティア活動や復興関連の仕事が縁で2019年12月に陸前高田市へ移住した。EV（電気自動車）のレンタカー事業や高齢独居世帯への見守り事業などを経営するかたわらで、同市で震災前から続く「全国太鼓フェスティバル」への参画や、交流人口拡大のための観光コンテンツの開発などにも取り組んでいる。

「震災から10年となる2021年に観光客を集め、地域を盛り上げたい」と3年くらい前から考えていた。花火大会開催に至ったきっかけは、2020年3月に予定した全国太鼓フェスティバルが新型コロナウイルス感染症拡大の影響で中止されたことだった。「せめて予定していた花火だけでも打ち上げようと実施したところ、多くの市民に喜ばれました。花火大会ならたくさんの人が集まり、節目の年を盛り上げることができると思いました」と語った。



実行委員長 浅間 勝洋

目指したのは、若手花火師が競い合う競技大会。そのプレ大会と位置づけた「三陸花火大会」を2020年に実施するため、仲間と共に4月から準備に動き出した。

全国への拡散を目指した情報発信と
コロナ対策を取り入れたアイデアで
目標金額達成を目指す。

全国から注目と支援を集めるため、クラファンの活用は既定路線だったという。7月に実行委員会を立ち上げると、クラファンプロジェクトの発信を積極的に行った。「主に、SNSでの発信とプレスリリースのネット配信代行サービスを活用しました」と浅間さん。SNSでは全国の花火好きに関心を持ってもらえるよう、投稿に「#花火大会」などのハッシュタグをつける工夫を凝らした。また、地域コーディネーターの紹介で、サイトの設計やライティング、クラファンの運用サポートなどを専門家に依頼した。

クラファン終了日は大会開催日の約2週間前に設定、その日から逆算して実施期間を2カ月とした。また、最初は1000万円で計画した目標金額について「初めての挑戦ということもあり目標達成を重視すべき」という専門家のアドバイスを

受けて半額の500万円とした。「達成後に新たな目標金額『ネクストゴール』を設定できることを知り、そこで1000万円を目指すことにしました」。

リターンには、「観覧チケット」「花火玉の購入」「有料配信視聴権」などを用意。観覧チケットは、一般発売より2週間以上早く購入できるだけでなく、2021年に開催される花火競技大会のチケット先行受付の権利を得るという特典も付けた。

また、コロナ対策ならではの斬新な仕掛けにもチャレンジした。ドローンを使った花火のライブ映像のインターネット配信や、大型スクリーンに映し出される花火を車の中で観覧できるドライブインシアター席を用意し、リターンのラインナップにも加えた。

クラファン開始1カ月で目標達成。 ネクストゴールも実現し 目標金額の2倍の資金を調達。

「初日に100万円に到達する」という目標を専門家から提示され、緊張の中でのスタートだったという。8月15日、実



花火大会の会場となった高田松原運動公園



「ドライブインシアター」エリアに開設された巨大スクリーン

際にクラファンが始まると初日で100万円をクリア。その後も順調に支援が集まった。サイトの活動報告欄には、花火玉を提供する花火師たちの熱い想いを掲載し、支援を呼び掛けた。

クラファン開始から1カ月ほどで目標金額の500万円に到達。音楽とともに花火を打ち上げる「ミュージックスターマイン」の実現を目指す1000万円の「ネクストゴール」を新たに設定し、これもクラファン最終日に達成することができた。

浅間さんは、「SNSやプレスリリースで発信した情報が徐々に拡散していったこと、ネクストゴールを設定したことが、支援が持続した要因だったと思います」と分析する。リターンの目玉の一つだった「ドライブインシアター」やアーティストのコンサート付き「アリーナ席」は準備が遅れ、クラファン最終日の前日に追加した結果、支援が集まらなかった。「もっと早く用意できたら、より多くの支援が集まったかもしれません。リターンの準備を想定した実施期間の設定が今後の課題です」。

10月31日に開催された花火大会は大盛況だった。ドローンを使ったライブ配信も上々で、6千人以上が視聴し、SNS



会場にはフードコートが併設され、にぎわいをみせた

を通じて話題になったという。プレ大会は、インターネット配信やドライブインシアターなど新しい花火の楽しみ方の確立にも寄与した。2021年の花火競技大会でも運営資金の調達にクラファンを使う予定だという。「プレ大会の成功を力に、花火競技大会も成功させ、被災地の節目の年を盛り上げたい。そして、三陸の秋を盛り上げるイベントとして定着させたいです」と語る浅間さん。その表情は自信に満ちていた。



「アリーナ席」で行われたコンサートの様子

プロジェクトの実施結果

開始 2020/8/15

終了 2020/10/15

目標金額
500万円

達成率
200%

29日

目標達成日 2020/9/12

調達金額 ▶ 10,002,786円 (200%)

支援者数 ▶ 1089人

POINT ① インターネット上での拡散を狙う

ハッシュタグを使ったSNS発信やプレスリリース配信サービスを積極的に活用した。

POINT ② ネクストゴールを設定する

目標達成後の盛り上がりの継続につなげ、より多くの資金の調達につなげた。

POINT ③ コロナ対策で生まれたチャレンジ

ドローンを活用したインターネット配信など、斬新なリターンが支援者の関心を引いた。

クラファンサイトへGO!

GoodMorning



三陸花火競技大会実行委員会



所在地	岩手県陸前高田市高田町宇館ノ沖
設立	2020年
実行委員長	浅間 勝洋
メンバー	20人



WEB
<https://sanrikuhanabi.com/>

PICK UP

2

クラウドファンディングで 新商品のテストマーケティング。 三陸の海藻食文化を全国に発信。

株式会社 阿部伊組 [宮城県南三陸町]



宮城県南三陸町で護岸工事や港湾整備などを手掛ける建設会社の株式会社阿部伊組は、震災直後から続く復旧・復興関連工事が一段落することを見据え、2019年から地元で採れる希少海藻「マツモ」の陸上養殖の事業化に取り組んでいる。今回、試験栽培のマツモを使って試作する、「海藻バター」のテストマーケティングの手段としてクラウドファンディングを活用。三陸海藻に特化したブランド「SEASON」の第1弾商品のデビューを目指す。

希少海藻マツモの陸上養殖に成功。
地元の海産物と相性の良い
海藻バターの商品化を目指す。

震災から10年、護岸の復旧や防潮堤の建設など震災関連の工事が減る中、同社で取締役を務める阿部将己さんは「会社が存続するためには、新たな事業分野を開拓する必要性を感じていました」と話す。

2017年に東京からUターンして家業に就いた阿部さんが、新事業の素材に選んだのが、冬に三陸沿岸の岩場で採れる海藻「マツモ」だった。独特の風味とシャキシャキとした食感が特徴で、ほとんど市場に出回らない高級食材として地元で珍重されている。その一方で、生息域の環境変化や収穫する担い手不足などにより収穫高が減少し、食文化としての存続が危ぶまれているという。

そこで阿部さんは、2019年から陸上養殖によるマツモの安定供給に着手。北里大学三陸臨海教育センター（岩手県大船渡市）と共同で養殖技術を研究し、2020年4月には約500グラムの収穫に成功した。

次に取り組んだのは、陸上養殖で育てたマツモを使った新たな商品の開発だ。マツモの希少価値を活かすことに加えて、ホタテやギンザケなどの地元食材とマッチングさせることで付加価値を高めようと考えた時に、魚介料理と相性が良いバターにたどり着いた。

海藻食に馴染みが薄い若い世代に向けた販売を目指し、試作する商品のテストマーケティングの手段としてクラファンを活用することにした。過去にクラファンで商品を応援購入したことがあるという阿部さん。「良い商品が先行して手に入るワクワク感がありましたし、販売する側も在庫を抱える必要



取締役 阿部 将己

が無く、顧客と直接つながることができるツールとして魅力を感じました」と説明する。

ユーザー像を詳細に設定し
ターゲットの心に「ささる」
画像やコピーをサイトに掲載。

クラファンの準備にあたって力を入れたのが、ターゲットの設定だ。「30～40代女性」「食に関心がある」「新しい物、珍しい物に興味がある」など、ターゲット像（ペルソナ）を細かく設定。海藻バターを調味料ならぬ「風味料」という言葉で表現したり、調理例の写真のクオリティーに力を入れたりするなど、クラファンサイトのデザインに反映させた。「サイトを訪問した人が『美味しそう』『使ってみたい』と感じ、応援購入してもらえるようにキービジュアルには特にこだわりました」。

クラファン開始前には、阿部伊組も加入する地元の水産関係団体の会員に直接PRしたり、SNSを使って知人に応援購入を呼び掛けたりした。クラファン実施期間は1カ月とし、「給料日は購買意欲が高まり、応援購入につながりやすい」というプラットフォーム事業者のアドバイスから、給料日が集中する「25日」に開始することにした。

リターンである商品の価格帯を3000円台に設定し、100人の支援者を想定して目標金額は30万円とした。テストマーケティングが目的のため、リターンは海藻バターのみ。バターの原料にもこだわった。一つは、国内ではまだ珍しい発酵バターで、原料には国内で0.7%しか出回っていないジャージー牛の生乳を使ってさらに希少価値を高めた。もう一つは、宮城県蔵王町で作られた地元産の非発酵バターで、これら2種類のバターを楽しめるようにセット商品とした。

通常の販売価格3500円に対し、3000円で応援購入できる「超早割」や3300円で購入できる「早割」、5セットを1万円で購入できる「おまとめセット」を数量限定で用意。「お得な限定商品でスタートダッシュを狙いました」と阿部さんは説明する。

スタートダッシュが奏功し 開始8日目で目標達成。 新規協業の可能性も。

11月25日にクラファンがスタートすると、続々と応援購入



地元で採れる希少海藻「マツモ」



建設計画中のマザープラントのイメージ

が集まり、8日目で目標金額に到達することができた。

「事前のPRで反応が良く手応えを感じてはいたものの、想像以上の結果に驚きました」と阿部さん。目標達成後は、新たな支援者を開拓するため、Instagramを開設し情報発信を続けた。こうして最終的に128人からの応援購入を受け、約46万円の資金を調達することができた。

「30～40代の女性」をターゲットに設定したが、実際はそれ以外の層からも広く応援購入があったという。また、商品を使用するシチュエーションについて、購入者から「バーベキューやホームパーティーなど特別な時に使いたい」とコメントがあった。さらに、クラファンを通じて県内の水産加工会社から問い合わせがあるなど、今後のビジネスにつながりそうな反響も得ることができた。

多くの収穫を得た一方で、反省点もあった。スタートから早々に目標を達成し、直後に動きが止まってしまった時期があったことについて、「こうした期間を想定した企画や情報発信の工夫が足りませんでした。盛り上がりをキープしたままクラファンを終了したかったので残念です」と振り返った。



試作した海藻バターの試食会の様子

今回販売した商品の発送は5月。購入者が不安にならないよう、クラファン終了後もプロジェクトの進捗をサイトで報告しているという阿部さん。「クラファンの本当の成功は、商品到着後に好評価を得ること。リピーターにつなげ、次の商品開発にはずみをつけたいです」と語った。

マツモの陸上養殖は、今年中にプラントを稼働させて来年の事業化を目指す。三陸の地から世界へ海藻の食文化を発信したい——。阿部さんの飽くなき挑戦はこれからも続く。



テストプラントで養殖技術向上に取り組む阿部さん

プロジェクトの実施結果

開始 2020/11/25 終了 2020/12/25

目標金額
30万円

8日

目標達成日 2020/12/2

- 調達金額 ▶ 462,500円 (154%)
- 支援者数 ▶ 128人

POINT ① ターゲットを詳細に設定

支援を求めるターゲット像を詳細な部分まで想定、共感を生みやすい情報発信ができた。

POINT ② 早期購入者にお得なリターン

数量限定の割引特典付きリターンを設定することで、早期支援者の獲得につなげた。

POINT ③ 終了後も情報発信を継続

クラファン終了後もサイト活動報告欄で支援者に向けて情報を発信している。

クラファンサイトへGO!

Makuake



株式会社 阿部伊組



所在地	宮城県本吉郡南三陸町歌津字港
設立	1971年
代表取締役	阿部 隆
社員数	44人



WEB
<https://www.abei.jp/>

PICK UP

3

伝統行事がコロナで大幅に縮小。 人と馬とが共存する馬事文化を クラウドファンディングで守る！

相馬野馬追執行委員会 [福島県南相馬市]

福島県浜通りの中北部、相双地方で行われる「相馬野馬追^{のまおい}」。2020年の開催は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、主要行事は全て中止し、神事のみ無観客開催となった。東日本大震災が発生した2011年にも開催され、復興のシンボルとして住民に力を与え続けてきた野馬追の縮小開催は、地域にとってショッキングな出来事であった。こうした中、相馬野馬追執行委員会は、出場する馬を飼養する馬主の支援と、地域で連綿と受け継がれてきた馬事文化を守るため、クラウドファンディングに挑戦した。

クラファンで相馬野馬追を
日本中にPRし
馬主への支援を広く集めたい

相馬野馬追は、1000年余りの歴史を持ち、雲雀ヶ原祭^{ひばり}場で行われる「神旗争奪戦」や「甲冑競馬」、騎馬武者が市街地を行進する「お行列」、神社境内で裸馬を追い込む「野馬懸^{のまかけ}」などの行事から成る。3日間にわたり行われ、戦国時代さながらの勇壮な光景を一目見たいと、例年多くの観光客が訪れる夏の風物詩である。

出場する約400頭の馬のうち、半数の200頭近くが地域の馬主によって飼養されている。近年、少子高齢化による担い手不足に加え、日々の世話やエサ代など馬主に対する体力的・経済的負担が大きいことから、出場頭数は減少傾向にあった。

このような状況下にも、コロナ禍が追い打ちをかけた。「一部の神事のための縮小開催により、今年は馬主に支払われる奨励金がなく、負担は増す一方です」と執行委員会事務局次長の花岡高行さん。さらに、コロナ感染拡大の動向は依然不透明であることから、来年度以降の出場を危ぶむ馬主が多くいたという。「野馬追は、人馬が共に暮らす馬事文化の象徴でもあります。古くから受け継がれてきた伝統を守るためにも、馬主の皆さんを支援したいという思いがありました」。

こうして、支援のための資金調達の方法を模索するなか、岩手県滝沢市の伝統行事「チャグチャグ馬コ」の馬事文化を守るためのクラファンプロジェクトを知った。野馬追が直面している課題と同じ取り組みに関心を持った花岡さんは、クラファンを活用すれば、広く支援を集めることができると同時に、野馬追を全国に発信することができる考えた。こう



事務局次長 花岡 高行

して執行委員会は、馬主の支援と馬事文化を守るためクラファンに挑戦することになった。

目標金額と実施期間を熟慮。
クラファン成功を重視し
プロジェクトのイメージを守る。

同じ頃花岡さんは、復興庁がクラファン支援事業を実施していることを知った。クラファンを活用した資金調達は初めての経験だったことから、地域コーディネーターや専門家の力を借りられる同事業に応募し、プロジェクトの設計に取り掛かった。

サイトの制作では、プロのデザイナーとライターを専門家として活用し、地域で育まれる馬事文化や野馬追の伝統を守るというメッセージを発信することを意識した。また、クラファンスタート後も試行錯誤できるように、実施期間は約2カ月と長めに設定。無観客ながら一部行われる神事が7月末に実施されることから、その直前の7月中旬までにスタートさせたいと考え準備を進めた。

募集はAll in方式を選択、目標金額に到達しなかった場合でも集まった資金分の支援が受けられる方法であるが、「クラファン終了後もサイトに結果が残ってしまう。未達成ではプロ

ジェクトのイメージが悪い」というデザイナーの意見を受け、達成可能な目標金額を設定することにした。「約200頭の馬が飼養されていることから、一頭当たり5万円とし、1000万円を目標金額に設定しました」（花岡さん）。

リターンには、野馬追グッズや公式サイトへの名前の記載、来年または再来年に利用できる野馬追メイン会場への入場券、宿泊付きの特別招待券などを用意し、支援額は1万円から50万円の範囲で設定した。

スタート前の周知にも力を注ぎ、地元のテレビ、ラジオ、新聞などのメディアに取材を依頼した。また、SNSによる拡散を狙い、馬愛好家のコミュニティにも支援を呼び掛けた。

中盤の伸び悩みに不安が襲う。 SNSでの積極的な情報発信で 終了5日前に目標金額達成。

こうして2020年7月18日にクラファンがスタート。「開始直後のスタートダッシュが思いのほかスローペースで焦りました。それでも目標達成を信じ、クラファンサイトを通じて活動



家族のように馬と生きる馬主が野馬追を支えている



最終日に行われる神事「野馬懸」の様子

報告などの情報発信を続けました」と花岡さんは振り返る。「1万円以下のリターンがあると支援や紹介をしやすい」という支援者の声を受け、途中で5000円のリターンを新設し、新たな支援者の獲得につなげた。

8月になると動きが落ち着き、いわゆる「中だるみ期」に突入。そこで、野馬追に縁のある著名人の応援メッセージをクラファンサイトに掲載したり、県内外の物産イベント会場でチラシを配布したりと対策を講じた。こうして、9月15日に目標金額に到達。終了まで残り5日というタイミングでの達成に、花岡さんは「喜びよりも安堵の気持ちが勝った」と話す。

最終的に約1200万円を調達した支援金は、馬主に分配され喜ばれた。支援者から寄せられたコメントを通じて、全国の人々が野馬追に関心を寄せてくれていることを馬主の方々に伝えることができたという。また、「野馬追を観戦してみたい」というコメントも多く、クラファンを通じて新たなファンの獲得にもつながったと、花岡さんは手応えを感じている。「リターンの中には野馬追の入場券や招待券が付くものもあるため、来年に野馬追が開催された時には、直接お礼を伝えた



「神旗争奪戦」や「甲冑競馬」が行われる雲雀ヶ原祭場地

いですね」。

今後のコロナの動向によっては、オンラインによるライブ配信などを導入する必要があるかもしれないという。「その準備に必要な資金調達の手段の一つとして、クラファンを再び活用するかもしれない」と花岡さん。地域の伝統を守るため「これからも野馬追は持続可能であることをファンの皆さまに安心して伝えたいです」と力強く語った。



2020年12月に支援金が馬主のもとへ届けられた

プロジェクトの実施結果

開始 2020/7/18

終了 2020/9/20

目標金額
1000万円

60日

目標達成日 2020/9/15

調達金額 ▶ 12,244,000円 (122%)

支援者数 ▶ 467人

POINT ① スタート前の周知に力を入れる

スタート前に地元メディアへの取材依頼やSNSの拡散、愛好家への呼び掛けを行った。

POINT ② 実現可能な目標金額を設定

クラファンの失敗はプロジェクトのイメージを悪くするため、目標金額を抑えた。

POINT ③ 幅広い価格帯のリターンを用意

コアな支援者向けの50万円から新規向けの5000円まで幅広く設定した。

クラファンサイトへGO!

GoodMorning



相馬野馬追執行委員会



所在地	福島県南相馬市原町区本町
設立	1959年
委員長	門馬和夫
メンバー	80人



WEB
<http://soma-nomaoi.jp/>

一般社団法人 馬と歴史と未来の会 [岩手県 盛岡市]

馬産地発のスープで
引退馬の再出発を応援！

馬産地の活性化と引退馬支援のため、馬ふん堆肥で栽培したマッシュルームを活用し、スープの商品開発を行うプロジェクト。競走馬や乗馬を引退した馬が次の活躍の場を見つけるまでの支援を行っている同団体にとって、リトレーニング期間の飼養費用の捻出が課題であった。そこで、岩手県内の牧場やレストラン、食品加工場と協力してマッシュルームスープを商品化し、その売り上げを費用に充てることにした。クラファンでは、商品開発や材料の購入、スープ製造などに必要な資金を調達するとともに、団体の活動意義の周知を目指した。

プロジェクトの実施結果

開始 2020/10/1

終了 2020/10/30

目標金額
150万円

27日

目標達成日 2020/10/27

- 調達金額 ▶ 1,662,000円 (110%)
- 支援者数 ▶ 69人

クラファンサイトへ GO!

いしわり

プロジェクト
オーナーの声代表理事
上田 優子

今回苦労したところは、ポジティブなメッセージの伝え方です。「かわいそうな引退馬を救う」ことだけが目的ではない、地域活性化と利益を生むシステムづくりを目指す企画であることをアピールするように心掛けました。地元岩手競馬のファンや競馬関係者からたくさんのご支援をいただき、皆さまの祈りを託されたと思います。

事業者情報

設立：2020年 代表理事：上田 優子 メンバー：7人

WEB：https://umato-rekishito-mirai.com/



きたかみ子育てネット [岩手県 北上市]



プロジェクトの実施結果

開始 2020/11/20

終了 2020/12/24

目標金額
100万円達成率
309%

16日

目標達成日 2020/12/5

- 調達金額 ▶ 3,090,000円 (309%)
- 支援者数 ▶ 209人

クラファンサイトへ GO!

READYFOR

プロジェクト
オーナーの声代表
高橋 夏江

クラファンを通じて、北上市長からも応援をいただき、病児保育の必要性を改めて感じました。支援者からの応援コメントも、とても励みになりました。一見突拍子もない事業に思われるかもしれませんが、「バス保育を見てみたい」というたくさんの声に応えるためにも、実現に向けて頑張ります。

子育てママを支えるDIYバスで
お預かり保育

訪問型保育（ベビーシッター）事業や移動バス型病児保育事業などを立ち上げ、子育て中の女性を支援するプロジェクト。同団体は、保護者が仕事などの理由で一時的に子どもを預けられる場所を創出するため、クラファンに挑戦。ファーストゴールで「訪問型保育事業」の実現、セカンドゴールで「移動バス型保育児童」の実現、サードゴールで「訪問型・移動バス型病児保育」の実現を目指した。セカンドゴールまで達成し集まった資金は、病児保育講座の受講費やバスに居室や寝室などの保育環境を整備するためのDIY費用などに充てる。

事業者情報

設立：2004年 代表：高橋 夏江 メンバー：5人

WEB：http://きたかみ子育て.net



坪井 奈穂美（個人）〔岩手県 陸前高田市〕

塩づくりで応援！
震災後に生まれた日米の絆

地元で作った塩を材料に用いてアメリカの姉妹都市とのコラボ商品を作り、友好を深めるプロジェクト。東日本大震災で被災した高田高校の実習船が、2年間の漂流を経てアメリカ・クレセントシティの海岸に漂着したことがきっかけとなって、高校生同士の交流が始まり、それが姉妹都市提携へとつながった。クレセントシティでは実習船の名前にちなんだチーズの製造が始まったことから、材料となる塩を陸前高田の海水から作り提供するため、製造費用をクラファンで調達した。製造した塩は地元での商品化を目指し、高校生の交流費用にも充てたいと考えている。

プロジェクトの実施結果

開始 2020/10/30 終了 2020/11/29

目標金額
50万円

19日

目標達成日 2020/11/17

- 調達金額 ▶ 661,277円 (132%)
- 支援者数 ▶ 63人

クラファンサイトへ GO!

GoodMorning

プロジェクト
オーナーの声代 表
坪井 奈穂美

クラファンでの発信を通じて、陸前高田で塩を作るきっかけとなった日米の絆のストーリーを多くの人に知っていただくことを意識しました。実際に、たくさんのご支援や応援メッセージをいただき、心が温かくなりました。これから塩づくりで国際交流を後押しし、高校生が地元や将来に夢を持ってくれることを願っています。

事業者情報

設立：2020 年 代表：坪井 奈穂美 メンバー：1 人

HIGASHI DE AERU 「呼び水」プロジェクト〔岩手県 宮古市〕



プロジェクトの実施結果

開始 2020/11/24 終了 2020/12/24

目標金額
150万円

25日

目標達成日 2020/12/18

- 調達金額 ▶ 2,281,000円 (152%)
- 支援者数 ▶ 109人

クラファンサイトへ GO!

READYFOR

プロジェクト
オーナーの声共同代表
有坂 民夫・菊池 信太郎

「地域防災」と「コミュニティ」というテーマを全国に向けて発信することで、同じ課題を抱える人たちに共感していただけるように心掛けました。また、協力者の応援コメントをクラファンサイトに掲載することで、支援を考えている方に多面的な視点で取り組みの価値を深く理解していただけるように工夫しました。

井戸の復活で
防災と交流拠点をデザインする

使われなくなった井戸を再活用した地域防災と交流拠点づくりを目指すプロジェクト。度重なる震災被害を免れ耐え残った築200年の歴史的建造物「東屋」の敷地内に現存する井戸周辺を整備し、有事の際には防災拠点づくりを目指した。また、「水」と「井戸端」を介した地域住民の交流の場としても機能させることで、コミュニティ形成の視点を取り入れた新しい地域防災モデルとしても発信していく。クラファンでは、井戸水をくみ上げる手押しポンプの設置費用や可動式調理場などを備える井戸端の整備費用などを調達した。

事業者情報

設立：2020 年 共同代表：有坂 民夫・菊池 信太郎 メンバー：8 人 WEB：https://higashideaeru2019.wixsite.com/azumaya



NPO 法人 奏海の杜 [宮城県 登米市]

誰もが集い学び合える
場所をつくりたい！

障害児から高齢者まで学び交流できる地域拠点を整備するプロジェクト。気軽な関わりを重ね、多様な人がいることが日常になるようにとの思いから、カフェを常設した施設で定期的に市民講座を開催する。さらに、障害のある子が集う子ども広場も併設し、地域交流や働くことを身近に感じられるような環境整備を目指す。クラファンでは、市民講座に使用するイスやテーブル、市民の作品や地域の特産品などを販売する展示販売スペース設置にかかる費用、災害時の防災設備の購入費用のほか、ネクストゴール達成により施設内の庭の整備費用を調達した。

プロジェクトの実施結果

開始 2020/11/16 終了 2020/12/24

目標金額
100万円達成率
303%

5日

目標達成日 2020/11/20

- 調達金額 ▶ 3,025,000円 (303%)
- 支援者数 ▶ 124人

クラファンサイトへ GO!

READYFOR

プロジェクト
オーナーの声代表理事
太齋 京子

クラファンを通して、地域の方々に私たちの活動を広く知っていただきました。そしてたくさんのご支援のおかげで、次の一歩へ踏み出す力強い勇気もいただきました。本当にありがとうございました。これからも障害のある方々と共に、新しい価値を愉快地提案していきます。よろしくお願いします。

WEB: <https://kanaminomori.org>

事業者情報

設立：2013年 代表理事：太齋 京子 メンバー：11人

公益社団法人 3.11 みらいサポート [宮城県 石巻市]



プロジェクトの実施結果

開始 2020/11/20 終了 2020/12/25

目標金額
550万円

35日

目標達成日 2020/12/24

- 調達金額 ▶ 6,460,000円 (117%)
- 支援者数 ▶ 330人

クラファンサイトへ GO!

READYFOR

プロジェクト
オーナーの声理事
藤間 千尋

クラファンサイトの活動報告では、このプロジェクトに関わる様々な「人」の紹介を意識的に行いました。また終了5日前からはスタッフの声を載せたことで事務所内の一体感が高まり、その後の「シェア祭り」にもスタッフ全員で挑む雰囲気を作り出せました。行動すれば守れる命があることを、1人でも多くの人に伝えられるよう努力して参ります。

未来に向けた伝承の場
「MEET門脇」建設

「Meet 3.11, Act for the Future 3.11でつながろう、未来のために動き出そう」をコンセプトに新設する伝承交流施設（整備費9千万円）への一部の寄付を呼びかけたプロジェクト。次の災害から命を守れるよう、市民視点の展示による教訓を伝えと共に、2021年に周辺に整備される復興祈念公園や震災遺構門脇小学校を含めた、教育旅行・視察などの受入れの調整のハブとしての機能も視野に入れる。津波と火災により焼失した門脇エリアが、未来の命を守る学びの場として新たな役割を担い、震災を学ぶ全国からの訪問者とのつながりをつくる拠点となれるよう、地域の方々と挑戦し続ける。

事業者情報

設立：2011年 代表理事：鈴木 典行・大丸 英則 メンバー：12人 WEB: <https://311support.com/>

株式会社 仙台秋保醸造所 (秋保ワイナリー) [宮城県 仙台市]

東北の食文化と生産者の魅力を
キッチンカーで発信！

本格的な厨房を備えたキッチンカーを活用し、東北の「食・人・風景・文化」の魅力を発信するプロジェクト。一つは、東北各地の食の産地から、生産者や料理人、酒蔵を招いたマルシェを開き、地産地消を意識した料理と地元ワイナリーのワインを提供する。屋外空間でも料理提供ができるキッチンカーにより、「3密」を避けたイベントが可能となる。また、各産地をキッチンカーで訪れ、参加者とともに産地を体感。その様子をウェブで発信し、視聴者の購買にもつなげる。クラファンではキッチンカーの購入費用などを集めるとともに、プロジェクトのPRとファンの獲得を目指した。

プロジェクトの実施結果

開始 2020/11/14

終了 2020/12/13

目標金額
300万円

29日

目標達成日 2020/12/12

- 調達金額 ▶ 3,563,000円 (118%)
- 支援者数 ▶ 234人

クラファンサイトへ GO!

GoodMorning

プロジェクト
オーナーの声代表取締役
毛利 親房

これまでお付き合いがあった漁師や農家、料理人の方々、サポート企業の関係者やお客様から多くの支援をいただくことができました。また、情報発信にも協力いただいたことで、新たなファンや支援者の獲得にもつながりました。皆さまからの終了間際の追加支援や呼び掛けのおかげで、無事目標金額を達成できました。

事業者情報

設立：2014年 代表取締役：毛利 親房 従業員：10人

WEB：http://akiuwinery.co.jp/



一般社団法人ファブリハ・ネットワーク [宮城県 名取市]



プロジェクトの実施結果

開始 2020/11/9

終了 2020/12/24

目標金額
72万円

46日

目標達成日 2020/12/24

- 調達金額 ▶ 968,000円 (134%)
- 支援者数 ▶ 81人

クラファンサイトへ GO!

READYFOR

プロジェクト
オーナーの声代表理事
伊藤 彰

障害を抱える方やその御家族、さまざまな分野で関わる支援者の方と、クラファンを通してつながることができました。「誰もが社会の創業者であり、共に生活を創っていきましょう」というメッセージを、多くの支援者に共感していただけたのがプロジェクトの肝であり、これからも大切にすべきテーマだと感じています。

ものづくりで障害者が
暮らやすい社会を創る

3Dプリンタを活用した障害者の自助具づくりのノウハウをオンラインで提供するプロジェクト。訪問看護ステーションに開設した工房と医療・福祉施設をオンラインでつなぎ、地域の医療・福祉の現場に必要なものづくりのネットワーク構築を目指す。具体的には、自助具（障害や病気などで不自由になった日常生活の動作を補うための道具）を製作するための3Dデータの作成や機器の操作方法、アイデアの掘り起こしと共有などを実施する。クラファンで集めた資金は、パソコンやカメラなどオンライン配信に必要な機器の購入費用などに充てる。

事業者情報

設立：2018年 代表理事：伊藤 彰 メンバー：3人 WEB：https://peraichi.com/landing_pages/view/fabstationnatori



農地所有適格法人 株式会社 agrity [福島県須賀川市]

美味しいニンジンギフト開発で
地元の農業力UP

自社で栽培するニンジンブランド化し、地域の農業力を高めるプロジェクト。「オーガニックエコフェスタ2018」で最優秀賞を受賞したニンジンを使ったコールドプレスジュースは、「ニンジン嫌いの子どもでも飲める」と利用者から評判を呼んでいる。そこで、このニンジンに独自の厳格な基準を設け、最高品質のニンジン“The 1st NINJIN”としてブランディングし、商品力を高めることで、原発事故の風評被害に苦しむ地元の農業に貢献する。クラファンで集めた資金は、ギフトBOXの開発や、より大量のコールドプレスジュースが製造可能な大型マシンの購入費用などに充てる。

プロジェクトの実施結果

開始 2020/12/3

終了 2020/12/24

目標金額
200万円

21日

目標達成日 2020/12/23

- 調達金額 ▶ 2,030,000円 (102%)
- 支援者数 ▶ 72人

クラファンサイトへ GO!
READYFORプロジェクト
オーナーの声代表取締役
小野寺 淳

農作業と並行しながらのクラファン運営は大変でした。クラファン期間中にFacebookで情報発信をした結果、行政のFacebookページや、地元の新聞で紹介され、多くの方から応援をいただくことができました。プロジェクトを実現させることで応援してくださった皆さまの期待に応えるとともに、さらに地域の未来に貢献していきたいです。

事業者情報

設立：2017年 代表取締役：小野寺 淳 従業員：7人 WEB：https:// レストラン・ブルービー .com



cafe hiranaga [福島県 福島市]



プロジェクトの実施結果

開始 2020/11/15

終了 2020/12/28

目標金額
200万円

35日

目標達成日 2020/12/19

- 調達金額 ▶ 2,359,219円 (117%)
- 支援者数 ▶ 192人

クラファンサイトへ GO!
GoodMorningプロジェクト
オーナーの声焙煎士
平野 一茂

クラファン期間中は、毎日Instagramでプロジェクトやカフェのストーリーを配信しました。パソコンとスマホを連携させる操作を覚えることには苦心しましたが、地域コーディネーターに1から10まで教えていただき、使いこなすことができました。常連さんをはじめ、関わってくださった方々には感謝しかありません！

コーヒーで誰もが集い
学べる交流拠点を作る

飯坂温泉に地域の交流拠点となる「みんなのコーヒー焙煎所」を作るプロジェクト。築70年の古民家をDIYリノベーションし、お客様自身が「自ら焙煎してコーヒーを淹れる体験」ができる焙煎所の開設を目指す。そのほか、カフェ・コーヒー店開業希望者が技術や経営を学べるトレーニングセンターや、さまざまなワークショップや講座ができる交流の場としても活用する。さらに、同焙煎所で量産する「飯坂温泉ブレンド」を商品化し、地域の新たな観光資源の創出を目指す。クラファンで調達した資金は、古民家のリノベーション費用に充てる。

事業者情報

設立：2014年 代表：永井 美佐子 メンバー：2人 WEB：https://www.facebook.com/Cafe- ひらがな -586089958070025/



一般社団法人 岳温泉観光協会 [福島県 二本松市]



プロジェクトの実施結果

開始 2020/7/13

終了 2020/8/19

目標金額
300万円達成率
176%

32日

目標達成日 2020/8/13

- 調達金額 ▶ 5,301,815円 (176%)
- 支援者数 ▶ 384人

クラファンサイトへ GO!

GoodMorning

歴史ある岳温泉と
湯守文化を守りたい!

岳温泉の源泉を守る「湯守」のプロモーション動画を制作・発信するプロジェクト。1215年の歴史を持つ岳温泉は、温泉街から8キロほど離れた標高1200メートルにある山深い源泉地を、湯守と呼ばれる人たちが手作業で維持管理している。夏の暑い日も、雪深い極寒の冬も山を登り、源泉地に向かう湯守たちの仕事と想いを映像化した動画を国内外に発信し、伝統技術の継承と保存、後継者問題の解消、同温泉の振興を目指す。クラファンでは、動画の撮影・編集費用や、上映会、源泉ツアーの開催費などを調達。ネクストゴールでは、湯守の労働環境改善のための資金を集めた。

プロジェクト
オーナーの声会長
二瓶 明子

SNSを使って人から人へ共感の輪を広げていくことに注力しました。まず、地域住民やお客様に対してプロジェクトへの想いを伝えて、当事者意識を持っていただき、情報の拡散にご協力をお願いしました。クラファン開始前から、多くの知人や関係者を巻き込めたことが、目標金額達成につながる要因の一つだと思っています。

事業者情報

設立：2017年 会長：二瓶 明子 メンバー：3人

WEB：https://www.dakeonsen.or.jp/



一般社団法人 とみおかワインドメニュー [福島県 富岡町]



プロジェクトの実施結果

開始 2020/11/9

終了 2020/12/23

目標金額
400万円達成率
192%

10日

目標達成日 2020/11/18

- 調達金額 ▶ 7,680,000円 (192%)
- 支援者数 ▶ 231人

クラファンサイトへ GO!

READYFOR

みんなでつくる
ワインのまちと100年後の未来

富岡駅前にワイン圃場を整備し、地域の交流拠点や観光資源としての活用を図るプロジェクト。原発事故で全町民が避難生活を送っていた富岡町では、2016年の有志によるぶどうの試験栽培を経て、2020年に初めて町産ワインが完成した。今回のクラファンでは、富岡駅から徒歩でアクセス可能な土地に新たな圃場を整備する資金を調達。さらに、給水設備や作業者の休憩所などを整備するネクストゴールも達成した。ワイン事業の拡大により、地域に新たな基幹産業を創り出すとともに、ワインを核とした交流・関係人口拡大、定住人口増加を目指す。

プロジェクト
オーナーの声代表理事
遠藤 秀文

これまで、誰でも気軽にボランティアとして参加できる活動や、企業や団体の研修、被災地ツアー客の受け入れ、メディア取材などにも積極的に対応してきました。こうして大切にしてきた多くの「つながり」が支援者を集め、クラファンのスタートから1週間ほどで目標達成するという結果をもたらしたのだと思っています。

事業者情報

設立：2018年 代表理事：遠藤 秀文 メンバー：9人

WEB：https://www.tomioka-wine.com



タヤマスタジオ 株式会社 [岩手県 盛岡市]

クラファン
サイトへGO！実施年度：2019 年度
調達金額：117 万円タヤマスタジオ 株式会社
代表取締役 田山 貴鈺

伝統の南部鉄瓶を若者に広げ、育てる「あかいりんご」

伝統の手づくり品・南部鉄瓶の後継者育成に社会を巻き込みたいと、初挑戦したクラファン「あかいりんごプロジェクト」。企画した南部鉄瓶「あかいりんご」は、新人が手掛けやすいよう作業もデザインもシンプルだ。この取り組みは、職人の就労環境の整備と人材育成面で評価され「三井ゴールデン匠賞」を受賞。加えて一般投票により最多の支持を受け「モストポピュラー賞」も受賞する。

現在タヤマスタジオは、5人の職人と企画推進やデザインを担うスタッフとがチームを成し、一貫した生産体制を組む。以前は、活動や商品を周知する難しさに直面していたが、

クラファンの挑戦により鉄瓶に馴染みの少ない若者にも購買層が広がり、全国からの注文も増加。製作に時間を要するため、受注から発送まで時間をいただくほどの評判になっている。また、思いがけない波及効果も生まれた。新人のモチベーションと責任感の向上だけでなく、指導する中堅職人の意識が高まり、スタッフ全体が成長したという。今後はプロジェクトを発展させ、「月々100個生産」を目標に職人育成と増員を目指すという。田山さんは「クラファンに魔法はありません。画面を作っただけで満足せず、さまざまな形で発信する努力が成功の鍵」と話す。

事業者情報

設立：2013 年 代表取締役：田山 貴鈺 従業員：12 人

WEB：https://kanakeno.com

クラファン
サイトへGO！

石巻ウェディング [宮城県 石巻市]

実施年度：2019 年度
調達金額：167 万円石巻ウェディング
代表 豊島 栄美

コロナ禍でも新たな一手を生み出すウェディングアトリエへ

東日本大震災で被災した石巻旧市街地にオーダーメイドウェディングのアトリエを開設し、元気の復活を目指した「石巻ウェディング」プロジェクト。クラファン目標額達成のため仲間と膝を交える時間は、後に続く新たな関係性を育んだ。ブレインの中心はカメラマンや美容師、調理士などの地元のクリエイターだ。一方、支援者は約9割が知人やその関係者だったが、疎遠なつながりの復活や良好な人脈構築に大いに役立ったという。

カフェと雑貨店を併設したアトリエは、コロナ禍で“ゆるやか”にスタートさせる。オープニングパーティーは無期限延長

に、ウェディング予約も少人数参加の2件を除き全てがキャンセルになったが、そのような苦境でも、アトリエは仲間と共に新たな企画を考案する場として活躍する。

状況が多少落ち着いた夏場からは、お世話になっている人の家や職場を新郎新婦が訪ねていく「訪問結婚式」やフォトウェディング、結婚式以外の誕生会や家族で祝う成人式など、コロナ禍に対応したアイデアでイベントの幅を広げ仕事を生み出してきた。

アトリエは石巻市を中心に三陸沿岸のさまざまな「おめでたいこと」の拠点として着実に踏み出している。

事業者情報

設立：2015 年 代表：豊島 栄美 メンバー：10 人

WEB：https://www.ishinomaki-wedding.com



一般社団法人 はまのね [宮城県 石巻市]

クラファン
サイトへGO！実施年度：2018 年度
調達金額：218 万円一般社団法人 はまのね
代表理事 亀山 貴一

若手狩猟家の活動と環境保全の下支えになったチャレンジ。

衛生的で使い勝手の良い「鹿の解体所」建築のため、クラファン挑戦を決意した亀山さん。全国から支援を受け竣工した解体所「三陸リアス式ジビエ」は処理室と加工室に加え、冷蔵室も想定以上の広々とした環境で設置できた。解体所の運営は、建築資金の一部を負担し解体所をシェアする若手猟師7人が共同で当たっている。メンバーは、クラファンで亀山さんと協働した仲間をはじめ、元スタッフや個人で活動する猟師など、立場はさまざま。発案から資金調達、竣工までは亀山さんが代表を務める「はまのね」が主導してきたが、その後はメンバー全員が肩を並べた立ち位置で運

営を担っている。

リターンとして提示した亀山さんの講演は全国から依頼があり、はまのねの環境保全活動を多方面に伝える機会になっている。活動の原点だった「cafe はまぐり堂」は、コロナ禍の中で休店を余儀なくされたが、現在は一部再開する。「三陸リアス式ジビエ」の展望について、「カフェを併設し、地域の自然環境を生かしたアクティビティを本格始動させたい」と話す亀山さん。クラファンがきっかけで知り合った人や、プロボノやワーケーションに興味ある首都圏の方の第二の故郷にしたいと、夢は広がる。

事業者情報

設立：2013 年 代表理事：亀山 貴一 メンバー：3 人

WEB：https://www.hamaguridou.com

クラファン
サイトへGO！

Kokage Kitchen [福島県 川内村]

実施年度：2019 年度
調達金額：221 万円Kokage Kitchen
代表 大島 草太

大学生の挑戦。福島産業復興に向けたウェーブを作る。

福島大学在学中に「旅するワッフル屋さん」のキッチンカー購入資金をクラファンで募った。達成後は川内村の復興支援とPRのため、地産のソバ粉を使ったワッフルや特産品を載せ活動を開始する。

一方、隣接する田村市では原発事故で人足の途絶えた公共施設を改修し、地元産のホップを使うクラフトビール醸造所「都路ホップガーデンブルワリー」を開設するプロジェクトが立ち上がる。ホップジャパン代表の本間誠さんは、その資金の一部をクラファンに求め、大島さんに協力を依頼する。こうして大島さんはKokage Kitchen運営とホップジャ

パン職員として、復興を支える2つの活動に関わることになった。双方の事業は「ふくしまベンチャーアワード2020」特別賞を受賞するという輝かしい業績を残した。

また、Kokage Kitchenの返礼品「大島と飲みに行ける券」を購入した支援者とは、その後も親しいつながりが継続し、仕事の幅をさらに広げるきっかけになったという。コロナ禍でキッチンカー移動は県内に制限されるが、後輩や住民と共に地域の魅力発掘、未利用資源を用いたワッフルをはじめとする商品開発を構想し、新たな販路開拓に着手している。

事業者情報

設立：2019 年 代表：大島 草太 メンバー：1 人 WEB：https://www.facebook.com/KokageKitchen/



クラファンを成功に導くには？

伴走支援の虎の巻

地域コーディネーターのワークフロー

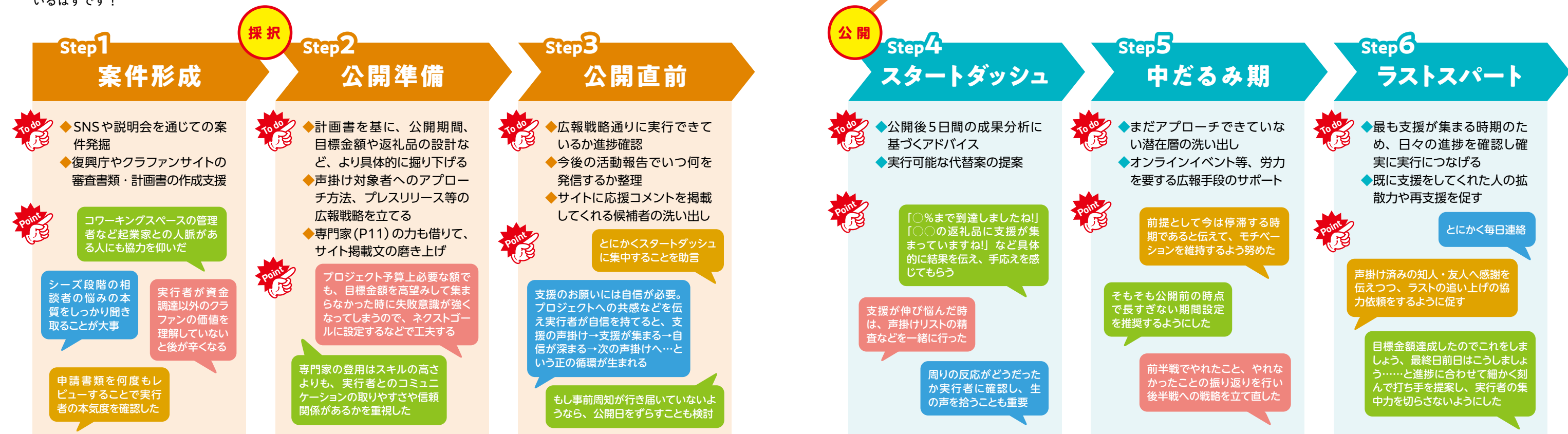
本事業では、事業計画の作成やクラファンの設計、効果的な情報発信など、プロジェクト実行者の伴走支援を行った地域コーディネーターが大きな役割を担いました。

ここでは、クラファンを実施する過程でコーディネーターはどのようなサポートを行っているのか、その準備段階から公開終了までのステップごとの役割（「To do」参照）を、コーディネーターの生の声（「Point」参照）とともに紹介します。

伴走支援に関心がある人だけでなく、これからクラファンを実施したいと考えている人にも、参考になるヒントが隠されているはずです！

クラファン公開終了までの盛り上がりには2回のピークがあり、**公開後5日間で目標金額の20%以上を達成**すると成功する確率が90%以上とされています

終了



地域コーディネーター振り返り座談会

今年度の地域コーディネーターのうち、4団体6人がオンラインで集まり、伴走支援の経験から学んだことをどのよう

に次に生かすか、振り返りました。（令和3年1月25日実施）



「地域」を知り尽くした心強い味方

——地域コーディネーターとして、どのような「介在価値」を感じましたか？

小林 まず、高齢世代をはじめ、これまで全くクラファンに触れたことがなかった人たちに「クラファン」というツールを届けることができたことは良かったですね。

未経験者にとってクラファンは、「何から始めて、何を頑張ればどうなるのか」など、分からないことばかりです。そのため客観的なフィードバックを行い、プロジェクト事業者をサポートする立場である地域コーディネーターは、安心して相談できる窓口として大きな価値があったと思います。

上田 介在価値は事業者の世代によって違いました。クラファンのことは知っているが、やり方が分からないという人

が多かった20代・30代の人たちには、ターゲットの設定やクラファンの戦略などについて支援しました。

高齢世代の人たちの多くが、「他人からお金をもらうのは申し訳ない」と抵抗を感じていました。そこで、仲間やファンを集めること、行政の応援が得られることがあるなど、お金以外にも地域を変える力になる、というマインドを伝えました。

島 私たちの場合も、ある程度ビジネスの経験がある人からも「教えてほしい」という声をいただきました。それだけに、本事業では介在価値を生み出しやすかったですね。

今回、ライターやデザイナーといった専門家の力も大きいと感じました。本事業が終了する次年度以降は、専門家の活用にお金がかかります。専門家の力は絶対に必要なので、費用対効果について具体的な事例や数字を交え事業者に説明していくことが、地域コーディネーターの重要な役割の一つになっていくと思います。

小笠原 大切にしたのは、事業者に「何のためにクラファンをやるのか」について問い、目的を深掘りすること。

「お金を集めることができると聞いたから」という漠然とした理由も、よく掘り下げてみると事業の目的が見つかります。こうしてクラファンのスタート前に目的を明確にしておいて、事業者のモチベーションアップを図る役割を担うところに介在価値を感じました。

山内 介在価値は2つの視点があると思います。一つ目はマーケティング支援。クラファンはマーケティングが非常に重要で、ターゲットを明確にし、共感が集まるメッセージの

発信についてアドバイスしました。

二つ目はコミュニティ形成支援で、地域の人たちと目的を共有し、巻き込みながら共に行動を起こすためのレールを敷くサポートを行いました。

鈴木 本事業ではエントリーシートの作成から関われたのが良かったです。事業者のやりたいことやビジョンを事前に共有でき、良いアドバイスにつなげることができました。

また、プラットフォーム事業者のキュレーターのアドバイスを受け、その地域で実施可能な方法を提案したり、適任者を紹介したりと、地域資源を把握しているからこそできる役割を果たせたのは大きな介在価値だったと思います。

伴走支援の事業化は 他事業との組み合わせが鍵

——伴走支援の事業化について、どんなプランやアイデアがありますか？

小笠原 すでに事業化に向け動き出しています。最近になってクラファンに関する問い合わせが増えているので、これをチャンスと捉え、伴走支援サービスのウェブサイト을立ち上げました。ターゲットは、地元の事業者が中心だと思います。

また、プラットフォーム事業者3社と公式パートナー契約を結ぶことができたので、紹介料が売り上げの一部になると期待しています。さらに、地元テレビ局が実施するクラファ

ン企画にも伴走支援専門家として参加する予定です。

山内 サポートした事業者から、次年度以降もクラファンを活用したいという問い合わせをいただいています。調達金額の数パーセント程度を成果報酬としていただくことは可能ではないかと考えています。

起業家支援や市街地活性化の事業者誘致など、別の事業にクラファンを組み込むという提案もできそう。ほかには、地域の金融機関と連携し、融資とクラファンを組み合わせた資金調達方法を探り、成果報酬をいただくことも探っています。

島 収益化を目指すとなると、かなり大規模なプロジェクトでなければ難しく、事業者を選定する必要があります。一方で、調達金額が比較的高いガバメントクラウドファンディング[※]は魅力的ですね。連携している自治体からすでに相談を受けています。

小林 まずは、地域の事業者に無料で相談に乗り、次の仕事へのつながりができればいいと考えています。

小笠原 クラファンの伴走支援に対してお金をいただしまうと、成功への期待値が上がってしまうので、無料で引き受けて関係性を築き、その後のビジネスにつなげた方

※ガバメントクラウドファンディング（GCF）
ふるさと納税制度を活用しつつ、単なる自治体への寄付ではなく特定の事業目的に特化したクラファン。



が良いかもしれませんね。

山内 収益化するためには、All or Nothing 方式で行うことが大前提だと思います。成功しないとお金を集められないため、**お互いが緊張感を持って取り組む**ことができるはず。クラファンの伴走支援は、調達金額や事業者の本気度をしっかり見極めないと赤字になってしまうでしょう。

クラファンで広がる事業の幅

——— 伴走支援を通じて学んだこと、今後の事業に活かしたいことについてお聞かせください。

上田 伴走支援を通して、「クラファンを絶対に成功させたい」という事業者のマインドの重要性を改めて感じ、**事業者が覚悟を決めるまでは、クラファンのスタートを待つ**こともあり得ることを学びました。**事業者を行動へと導くためのエンパワーメント**のスキルを今後の活動でも活かしたいです。

島 エンパワーメントは本当に大事。これまで多くの案件を経験できたことで、年々クラファンについての的確な説明をするノウハウが身に付いているという実感があります。

起業家をサポートする手段として、クラファンは非常に有益であると思いました。

小林 クラファンを説明するノウハウという点で、これは反



省点なのですが、インターネットに接していない高齢者世代には、基本がわかる資料を紙で用意しておく必要があることなどは、今後も地域活動を支援する際の参考になりました。私たちの団体は学生のメンバーが多いので、ノウハウを内部で共有していきます。また、大学生向けのプログラムのアウトプットのの一つとして、クラファンを取り入れてみたいです。そして、**学生や若者が「やりたいこと」を実現する手段の一つとして活用してほしい**と思っています。

山内 クラファンで培った想いやビジョンを発信するノウハウを活かし、ライティングやマーケティングなどの専門家業務を展開できそうです。事業の幅を広げるヒントを得ることができました。

今回、クラファンに興味がある人を対象にした説明会を独自で開催しました。これからも普段から定期的に説明会を行い、クラファンで何か始めたいと思っている人を呼び込みたいですね。そうすることで、より良い出会いがあると思います。

小笠原 **クラファンの経験は人の成長にもつながる**ので、起業家育成と掛け合わせて、事業計画づくりやブランディングの中にクラファンを取り入れてみたいです。また、大学生や高校生向けの教育プログラムの一環で、クラファンにチャレンジすることなども面白そうです。

小林 復興庁クラファン支援事業で蓄積した伴走支援のノウハウは、何らかの形で地域や東北に還元できたらいいなと思っています。事業を通して、ここにいる皆さんのような「地域を元気にしたい」という同じ志を持った人たちとつながれたことが、励みになりました。

何かにチャレンジするという土壌が東北で育つ可能性を感じることができたので、これからも連携して東北と一緒に盛り上げることができたらいいなと思います。

まとめ

地域コーディネーターの介在価値について

- 若い世代には「戦略」を、高齢世代には「マインド」を伝えることができた
- 対外的なマーケティングと、地域内の巻き込みを図るコミュニティ形成の両方の視点が必要
- 地の利を生かして、地域の特性や資源を活用したクラファン運営につなげた

クラファン伴走支援の事業化について

- まずは、自団体が取り組むほかの事業にクラファンを取り入れるところからビジネスを広げる
- クラファンは若者や起業家などの人材育成プログラムとしても有用
- 地方銀行や地元テレビ局、自治体などと連携し、チャレンジする土壌を東北に育てていく

地域コーディネーター 一覧（令和2年度）

団体名	所在地	連絡先	WEB
特定非営利活動法人 wiz 	岩手県 大船渡市	TEL 080-9017-7214 E-mail info@npowiz.org	https://npowiz.org 
特定非営利活動法人 SET 	岩手県 陸前高田市	TEL 0192-47-5747 E-mail set.forjapan@gmail.com	https://set-hirota.com/ 
株式会社 ESCCA 	宮城県 南三陸町	TEL 080-5734-3733 E-mail info@escca.jp	http://escca.jp/ 
株式会社 MAKOTO WILL 	宮城県 仙台市	TEL 022-352-8550 E-mail info-will@mkto.org	https://mkto-will.jp/ 
株式会社エフライフ 	福島県 郡山市	TEL 024-983-3222 E-mail crowdfunding@f-life.org	https://www.f-life.org/ 

※特定非営利活動法人 Wiz は、都合により座談会を欠席

Appendix 1

令和２年度 復興庁クラウドファンディング支援事業 採択案件一覧

岩手県

市町村	プロジェクト実施者	プロジェクト概要	目標金額	掲載
奥州市	令和３年度奥州水沢42歳厄年連申舞伝	厄年を迎える世代による創作演舞を披露する伝統行事「日高火防祭」を、コロナ禍で活動が限定される中でも持続開催を目指す	¥2,000,000	
大船渡市	ロッツ株式会社	医療介護の知識を活かしたオーガニックチョコレートの作成を通じて、健康促進や地域振興、障害者雇用の創出を目指す	¥2,500,000	
北上市	きたかみ子育てネット	訪問型ベビーシッター制度やDIYバスを整備し、病児保育の課題を抱える女性が子育てできる環境づくりを目指す	¥1,000,000	P26
北上市	your kitchen, your space NECONOTE	空き店舗を活用したマルシェ・シェアキッチンを作り、無農薬・無肥料で珍しい野菜を作る農家と消費者の交流の場にする	¥1,000,000	
紫波町	まんがめし喫茶 ひよこ堂	漫画・アニメ等に登場するグルメをオマージュしたドリンクや食事を提供する、昔懐かしいまんが喫茶風の飲食店を開業する	¥200,000	
普代村	TOFokU	北三陸伝統の豆腐田楽を後世に伝えて食文化を守るとともに、新たな特産品として売り出すための販促ツールを作る	¥600,000	
宮古市	HIGASHI DE AERU 「呼び水」プロジェクト	古商家の井戸の再活用で防災拠点を作るとともに、人の出会いと交流を育み持続させていく新たな「井戸端」づくりを目指す	¥1,500,000	P28
盛岡市	一般社団法人 馬と歴史と未来の会	馬産地である岩手の活性化と引退馬の支援のため、馬ふん堆肥を使用したマッシュルーム栽培とスープなどの商品開発を行う	¥1,500,000	P25

市町村	プロジェクト実施者	プロジェクト概要	目標金額	掲載
盛岡市	ドリーム・シード・プロジェクト	復興のシンボルである三陸鉄道での絵本展を通じて復興10年を振り返り、若者に岩手への帰属意識を高めてもらう	¥2,500,000	
陸前高田市	岩手県陸前高田市消防団 高田分団第一部OB会	津波で殉職した陸前高田市消防団高田分団第１部の団員11人への慰霊碑を建て、震災10周年の慰霊祭を行う	¥2,000,000	
陸前高田市	三陸館	2020年に逝去した画家畠山孝一を偲び、生前の古民家美術館のアトリエをコミュニティスペースにし、アートを身近に感じてもらう	¥1,500,000	
陸前高田市	三陸花火競技大会実行委員会	復興した高田松原運動公園で1万発の花火を打ち上げ、ドローン空撮映像も配信。大曲に並ぶ競技花火大会を目指す	¥5,000,000	P13
陸前高田市	坪井 奈穂美	震災漂着船で縁が生まれたクレセントシティと、陸前高田の塩でチーズなどのコラボ商品を作り、友好関係を構築する	¥500,000	P27
陸前高田市	一般社団法人長洞元気村	コロナ禍で失われた域外の人との交流の場を復活させ、元気村に住むおじいちゃんおばあちゃんの生きがいを取り戻す	¥1,000,000	
陸前高田市	なないろのとびら診療所	気軽に日常的に健康になってほしいという願いから、医師・薬剤師の監修のもと、腸を元氣にするための甘粧を開発する	¥500,000	
陸前高田市	特定非営利活動法人 LAMP	米崎りんごを後世に引き継ぐため、住民参加型商品開発や地域支援型農業プログラムを提供する、生産者や事業者の交流施設を作る	¥5,000,000	
陸前高田市	特定非営利活動法人 ワーカーズコープ陸前高田事業所 百笑	デイサービスの空きスペースを活用し、縫製サークル活動や畑づくりなど、高齢者の得意分野や知恵を活かした取り組みを展開する	¥500,000	

宮城県

市町村	プロジェクト実施者	プロジェクト概要	目標金額	掲載
石巻市	公益社団法人3.11みらいサポート	3.11を知らない子どもたちに体験を通じた学びを届けるため、津波と火災に襲われた門脇地区に震災伝承交流施設を建設する	¥5,500,000	P30
大崎市	「パピルスまんが道場Web作品展示発表会」作成実行委員会	2018年から開講している漫画道場の道場生の努力をWEB展示発表会を通じて披露し、未来のクリエイターを育み続ける	¥600,000	
気仙沼市	けせんぬま森のおさんぼ会	不登校児に気仙沼市内外の地域資源を活かした自然体験を提供し、子どもたちの生きる力を育む「けせんぬま旅する学校」を立ち上げる	¥1,000,000	
気仙沼市	臨時船「ひまわり」を保存する会	震災時に孤立した大島の命綱となった臨時船「ひまわり」を、大橋開通に伴う引退後も震災遺構として保存し、思いやりの心を伝える	¥2,000,000	
塩竈市	櫻井 由美	東日本大震災の津波を生き延び、復活したピアノで「ローちゃん音楽祭」をコロナ禍でも継続し、ピアノを安住の地に移設する	¥500,000	
七ヶ浜町	ブエンモスト株式会社	地元産ワインを楽しむつつコワーキングなど也能る、ライフスタイル提案型のワイナリー「はこ」を七ヶ浜につくる	¥7,000,000	
仙台市	SSS合同会社	東北応援キャラクター「東北イタコ」の歌唱データベースを制作し、研究目的での無料公開を行いAIシンガーとしての普及を目指す	¥6,000,000	
仙台市	合同会社ゼロイチ	東北で一番通いやすい、一人ひとりに合った楽しく続けられるコミュニティ型のスポーツジム作りを目指す	¥1,500,000	
仙台市	株式会社仙台秋保醸造所（秋保ワイナリー）	本格的な厨房設備のキッチンカーを整備し、複数地域を巻き込んだ食の魅力発信・フードツーリズム「テロワージュマルシェ」と「産地キャラバン」を展開する	¥3,000,000	P31

市町村	プロジェクト実施者	プロジェクト概要	目標金額	掲載
仙台市	株式会社飛梅	宮城名産であるホヤの消費拡大のため、飲食店経営のノウハウを活かして食べるラー油やアヒージョなど瓶詰めギフト商品を開発する	¥500,000	
登米市	特定非営利活動法人奏海の杜	障がい児から高齢者まで、常設カフェや市民講座を通じて学び交流できる地域交流拠点「交ゆう館かなみ」を整備する	¥1,000,000	P29
名取市	一般社団法人ファブリハ・ネットワーク	3Dプリンタを活用した障がい者の自助道具づくりを、工房と東北各地の医療・福祉施設をオンラインでつなぎ地域を超えて提供する	¥720,000	P32
松島町	株式会社みちのく伊達政宗歴史館	専門学校デジタルアーツ仙台とのコラボで伊達政宗公の生き方を伝えるオリジナルアニメを作成し、未来のクリエイター育成を目指す	¥1,000,000	
南三陸町	株式会社阿部伊組	高級稀少海藻「まつも」を使用したクラフトバターの開発・流通により、三陸から新たな海藻食文化を発信する	¥300,000	P17

福島県

市町村	プロジェクト実施者	プロジェクト概要	目標金額	掲載
石川町	合同会社あすかエコテック	山葡萄の栽培から、荒廃農地の再生とシルバー世代の生きがいづくり、健康づくり、持続可能な地域づくりを目指す	¥1,000,000	
猪苗代町	有限会社あるばいんロッジ	ロッジ内食堂を改装して共有スペースを作り、アウトドアの初心者からベテランまでが集い、ゲストや地元住民が交流できる場を作る	¥1,500,000	
いわき市	i-step 株式会社	山間部などの移動が困難な地域でも、お年寄りが食と会話を楽しみ気軽に相談できるよう、移動式喫茶店のキッチンカーを整備する	¥2,000,000	
川内村	特定非営利活動法人 元気になるう福島	震災で変化してしまった地域コミュニティにおいて、住民が安心して暮らすためのサロンや配食サービスを行う拠点を整備する	¥3,000,000	
喜多方市	特定非営利活動法人かけはし	無料のコワーキングスペースを作り、多世代が落ち着いて勉強・仕事ができる環境を整え、学びの機会格差をなくす	¥1,000,000	
郡山市	S.L.C サポート	母子家庭・父子家庭の子どもたちを対象に、湖南地域に滞在する機会を無償提供する「小さな子どもバカンス村」を立ち上げる	¥1,000,000	
郡山市	ドライブinシアターふくしま 実行委員会	コロナ禍で多くのイベントが中止になる中、ドライブインシアターを開催し、地域経済の活性化につなげる	¥2,000,000	
郡山市	ふくしまフードフェス実行委員会	コロナ禍で中止となったイベントを、地元農家・飲食店・酒蔵を応援する返礼品の形で「お家でふくしまフードフェス」として開催する	¥20,000,000	
郡山市	マデニヤル株式会社	福島限定コンピレーションCDで地元アーティストと共に音楽シーンを盛り上げ、地域の音楽文化を守り育てる	¥2,500,000	

市町村	プロジェクト実施者	プロジェクト概要	目標金額	掲載
須賀川市	農地所有適格法人 株式会社 agrity	厳格な基準で育てた「The 1st NINJIN」の販売、コールドプレスジュースの増産等、人参をブランド化し地域の農業力を高める	¥2,000,000	P33
富岡町	一般社団法人 とみおかワインドメース	富岡駅前にワイン圃場やワイナリーを整備し、地域住民の交流環境や、観光資源としての育成を図る	¥4,000,000	P36
二本松市	一般社団法人岳温泉観光協会	山深い源泉を手作業で維持管理する「湯守」の紹介動画を制作し、1215年の歴史ある文化を継承することで岳温泉の振興を目指す	¥3,000,000	P35
福島市	株式会社 AC 福島 ユナイテッド	福島ユナイテッドFCのコロナ禍における資金難を克服するとともに、飯坂温泉の賑わいを取り戻す	¥10,000,000	
福島市	cafe hiranaga	飯坂温泉に、学びたい人が焙煎を体験でき、地域のシンボルとなる「みんなのコーヒー焙煎所」を作る	¥2,000,000	P34
福島市	CAP 高等学院	通信制サポート校を開設し、高校生自らが学校のルールを作り、オンライン職員室で多様な社会人とつながれる新しい学びの場を作る	¥3,000,000	
南相馬市	相馬野馬追執行委員会	復興のシンボルとされ、1000年以上続く馬事文化「相馬野馬追」の伝統を守るため、祭りの担い手である個人馬主たちを支える	¥10,000,000	P21
南相馬市	株式会社 haccoba	小高地区の民家を改築して酒蔵兼バーを開設。東北に根付くホップを用いた伝統製法「花酏」などの様々な酒づくりに挑戦する	¥4,000,000	

Appendix 2

令和2年度 復興庁クラウドファンディング支援事業の実績

□ 地域別調達件数の状況 (単位：件)

		合 計	岩手県	宮城県	福島県
a	申請件数	66 (81)	24 (24)	20 (33)	22 (24)
b	調達実施件数	48 (60)	17 (19)	14 (24)	17 (17)
c	成 立	47 (55)	16 (18)	14 (21)	17 (16)
d	不成立	1 (5)	1 (1)	0 (3)	0 (1)
e	調達率 (=c ÷ a)	71% (68%)	67% (75%)	70% (64%)	77% (67%)
(参考)	実施方法別件数	48 (60)	17 (19)	14 (24)	17 (17)
	All or Nothing 方式	23 (25)	11 (5)	4 (9)	8 (11)
	All in 方式	25 (35)	6 (14)	10 (15)	9 (6)

□ 地域別調達金額の状況 (単位：百万円)

		合 計	岩手県	宮城県	福島県
a	目標金額	131 (135)	29 (55)	31 (40)	72 (40)
b	成 立	130 (126)	28 (50)	31 (37)	72 (38)
c	不成立	1 (9)	1 (5)	0 (3)	0 (2)
d	調達金額	138 (103)	35 (35)	39 (27)	65 (41)
e	調達率 (=d ÷ b)	106% (82%)	121% (70%)	126% (73%)	90% (107%)
(参考)	実施方法別調達金額	138 (103)	35 (35)	39 (27)	65 (41)
	All or Nothing 方式	67 (24)	16 (4)	26 (12)	25 (7)
	All in 方式	71 (79)	19 (31)	13 (15)	39 (34)

(※) 端数が発生する場合は小数点以下四捨五入しているため、合計値は、内訳の合計と必ずしも一致しない。
(※) () 内の数字は前年度の実績値。
(※) 「(不) 成立」とは、All or Nothing (目標金額に達しなければプロジェクトが成立しない) 方式で目標金額が集まらない場合、または All in (目標金額が達成せずとも支援額に応じてプロジェクトが実施される方式) で支援が得られない場合を指す。

お問い合わせ先

復興庁 企業連携推進室
電話：03-6328-0261
Fax：03-6328-2999
Mail：kigyo-rs@cas.go.jp
参 事 官 滝本 浩司
政策調査官 柴田 茂輝
政策調査官 嶋根 美佐
政策調査官 星 裕之
主 査 高岡 隆行



復興庁企業連携推進室
イメージキャラクター
結ちゃん
「結ちゃん」は復興庁フェイスブック上で
キャラクター案を公募して制作されたものです。



復興庁ホームページ



過去3カ年(平成30年度～令和2年度)の事例集は全てこちらからダウンロードできます。



令和3年3月