



文京区議会御中

地域振興の仕掛けとして実施されている
ガバメントクラウドファンディングの研究事例

READYFOR株式会社



◎ 目次

1. 自己紹介・クラウドファンディングの概要
2. ガバメントクラウドファンディング「READYFORふるさと納税」とは
3. 活用自治体事例のご紹介
4. 案件の企画時に留意すべきポイントについて
5. さいごに

◎ 目次

1. **自己紹介・クラウドファンディングの概要**
2. ガバメントクラウドファンディング「READYFORふるさと納税」とは
3. 活用自治体事例のご紹介
4. 案件の企画時に留意すべきポイントについて
5. さいごに

◎ 登壇者自己紹介



徳永健人

READYFOR株式会社

キュレーター事業部

ソーシャル部門 リードキュレーター



1992年生まれ。鹿児島県出身。横浜国立大学/ 大学院修了。

大学在学中は、パラグアイ共和国に教育支援を行うNPOに所属。フェアトレード活動等を通じた資金調達のほか、現地でのフィールドワークを実施。その後、青年海外協力隊隊員としてザンビア共和国で活動。

2015年、READYFORに入社し、社会貢献活動のプロジェクトを主に担当。翌年秋よりチーフを務める。その後、2018年にソーシャルインパクト事業部の立ち上げ後、経営企画室事業開発部門を経て現部署。緊急災害支援プログラム担当。認定ファンドレイザー。日本ファンドレイジング協会の最年少認定講師も務める。

◎ READYFOR株式会社ご紹介(1/2)

READYFORとは

日本で一番老舗の
クラウドファンディング
サービス

通常型
寄付金控除型

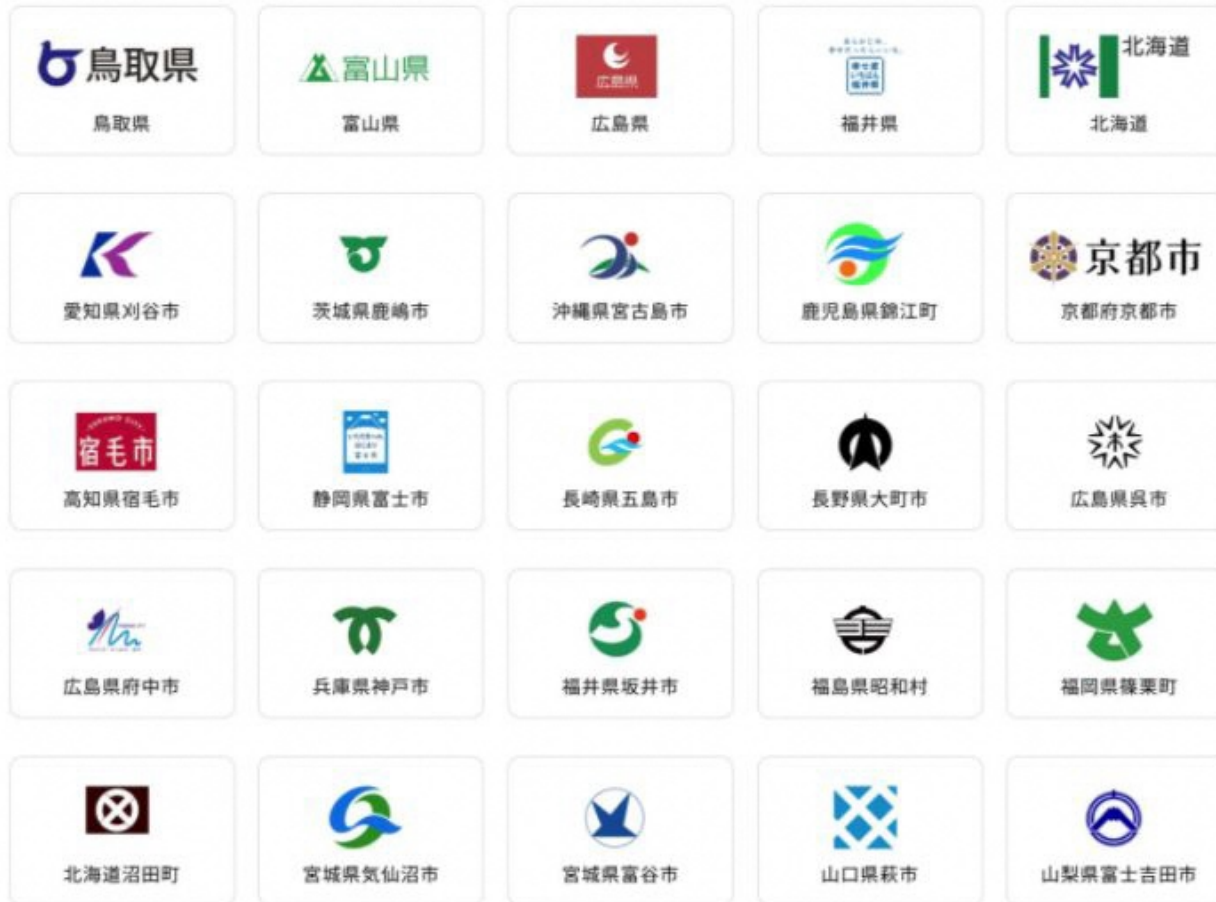
運営実績
10年以上

寄付性の
高い設計



◎ READYFOR株式会社ご紹介(2/2)

現在、約300の自治体・金融機関・大学等、パートナーと提携し、サービスを展開しています。ガバメントクラウドファンディング(GCF)プロジェクト掲載数200以上の掲載実績、総支援額合計、約7億円。



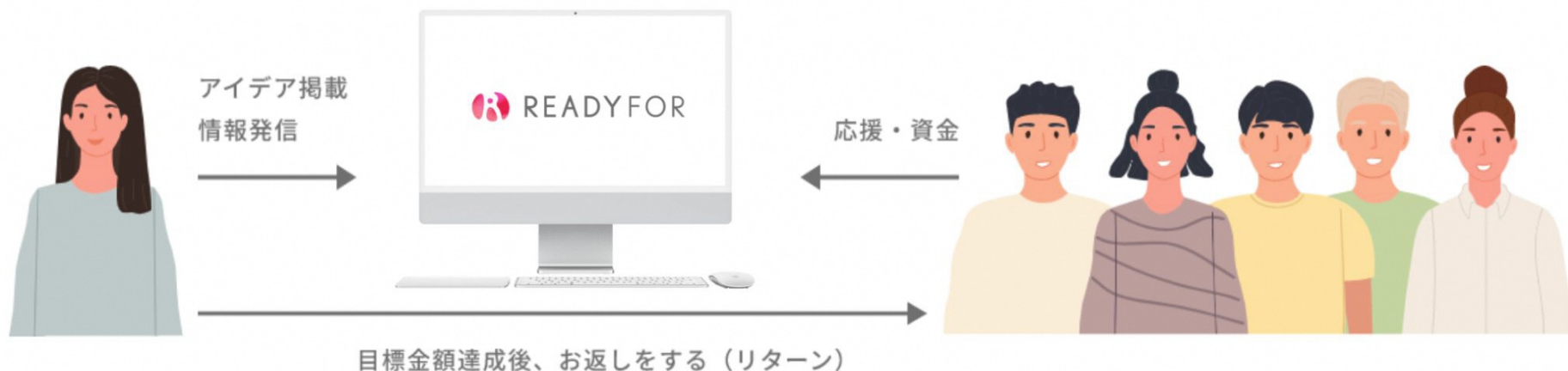
◎ クラウドファンディングとは

Crowd + Funding

群衆

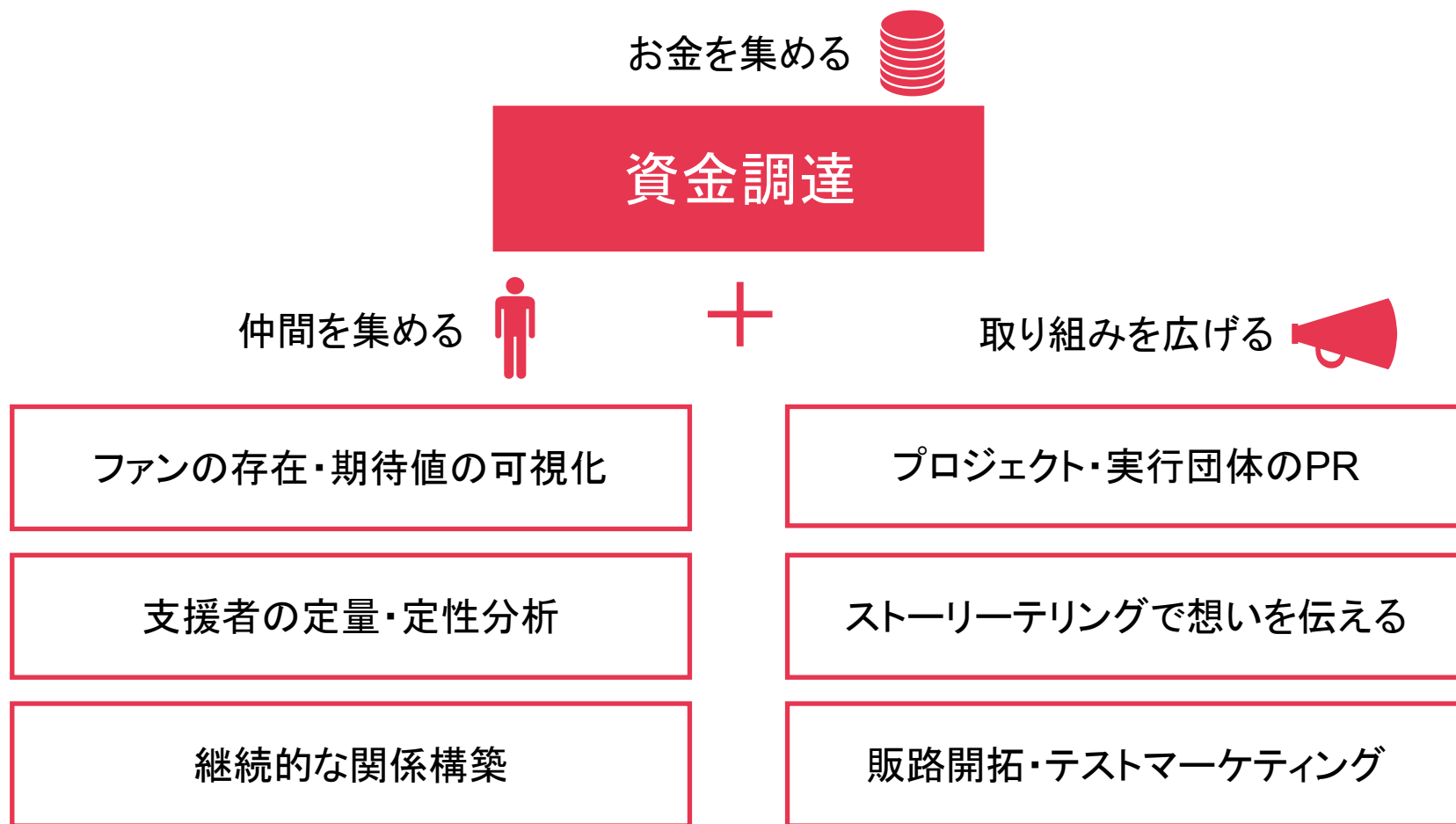
資金調達

インターネットを介して自分の夢や思いを世の中へ発信し、
その活動を応援したいと思ってくれた
不特定多数の人々から資金を募る仕組みです。



◎ クラウドファンディングの目的

資金調達に限らず様々な目的で活用されています。



◎ 目次

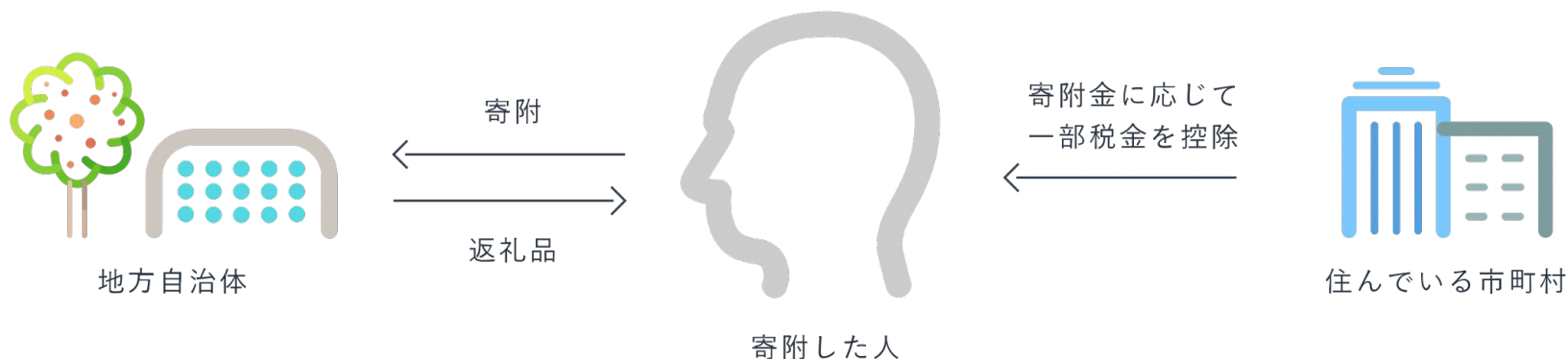
1. 自己紹介・クラウドファンディングの概要
2. **ガバメントクラウドファンディング「READYFORふるさと納税」とは**
3. 活用自治体事例のご紹介
4. 案件の企画時に留意すべきポイントについて
5. さいごに

◎ ガバメントクラウドファンディング「READYFORふるさと納税」とは

READYFORだからできる、新しいふるさと納税の仕組み。

ガバメントクラウドファンディング (Government Crowd Funding、GCF)とは、地方自治体がプロジェクト実行者としてインターネットを通して世の中に呼びかけ、共感した人から資金を募る仕組みです。

「READYFORふるさと納税」を通して自治体に寄附をすると、寄附した人の所得税と住民税から寄附金額に応じて一部が軽減(控除)されます。



◎ 従来のふるさと納税との違い

READYFORは「**使い道から選ぶ**」という選択肢を広げることで、
想いの乗ったお金を地域に届けることを目指します。

1. 具体的な使い道を示すプロジェクト型

従来のふるさと納税のよりも寄附金の使い道を具体化し、目標金額や寄附募集期間、プロジェクト実施時期を明確にしたプロジェクトとして、寄附募集を行います。

2. 返礼品は3割以内*、「共感」でお金を集める

返礼品目的での寄附ではなく、寄附金の「使い道」に共感してくれる人を募り、お金を集めます。*原則となります。

3. 返礼品で、長期的なつながりをつくる

返礼品にはプロジェクトに参加できる権利や体験を設定することで、1度きりの寄附では終わらない、寄附者との長期的なつながりをつくることができます。

◎ 「READYFORふるさと納税」だからできること

掲載プロジェクト約20,000件※

達成率 業界No.1

READYFORが多くの方に選ばれている理由が、豊富な実績に裏打ちされた高い達成率です。成功プロジェクトの傾向を分析し、その知見を活用し、実行者を達成に導きます。

※ 2022年2月時点



はじめてでも安心。

専属キュレーターによるサポート

過去何百というプロジェクトをサポートしてきた
キュレーターが専属につき、実行者をサポートします。
クラウドファンディングがはじめてでも安心して始められます。

◎ 「READYFORふるさと納税」の仕組み — 寄附金受取・手数料支払い —

「READYFORふるさと納税」には以下の2通りの募集方法があります。

ただし、「All in」は、資金の調達可否に拘らず、プロジェクト実行が確約されている場合のみ選択可能です。「All or Nothing」で目標金額に未達の場合には、寄附金は寄附者へ返金されます。

	All or Nothing (達成時実行型)	All in (実行確約型)
目標金額設定	あり	あり
支援金受取	目標金額に達した場合のみ 支援金を受け取ることができる。	目標金額に達しなくても 支援金を受け取ることができる。 ただし、資金調達開始前から、 プロジェクト実行を確約する必要がある。
手数料	目標金額に達した場合のみ	目標金額の達成可否に依拠しない

◎ 「READYFORふるさと納税」の仕組み — その他 —

個別のプロジェクトについて

- 募集期間

公開当日を含まず、All or Nothingの場合には10日～59日間、All inの場合には10日～90日間の間で設定可能です。30～45日が平均設定期間です。

- 準備期間

「READYFORふるさと納税」の場合には、2ヶ月前にはお問い合わせいただくことが望ましいです。

- リターン設計

「READYFORふるさと納税」では、返礼品は寄附額の3割以内とさせていただいています。返礼品目的ではなく、使い道に共感して応援してくれる人からお金を集めることができます。

契約手続き等について

- 契約内容

ガバメントクラウドファンディングに関する業務委託契約を結ばせていただきます。

契約書内では、プロジェクト実施に関するサポート業務の委託と、寄附金の収納を受け付けるに当たり、弊社を指定代理納付者としての指定を行っていただきます。

- 寄附者情報の開示

寄附募集終了後に、弊社より自治体様に情報をご提供いたします。

◎ 目次

1. 自己紹介・クラウドファンディングの概要
2. ガバメントクラウドファンディング「READYFORふるさと納税」とは
- 3. 活用自治体事例のご紹介**
4. 案件の企画時に留意すべきポイントについて
5. さいごに

◎ GCFの種類別

1. 通常のふるさと納税

ふるさと納税を通じ、自治体財源を募る。支援者は任意の特産品を受け取ることができる。

2. GCF(自治体主導ケース)

自治体が指定する事業の財源を募る。CFの仕組みを援用することで、透明度の高く説明をしながら資金調達をすることが可能に。返礼品は所定の基準内で定められる。

3. GCF(官民協働ケース / ふるさと起業家制度あり)

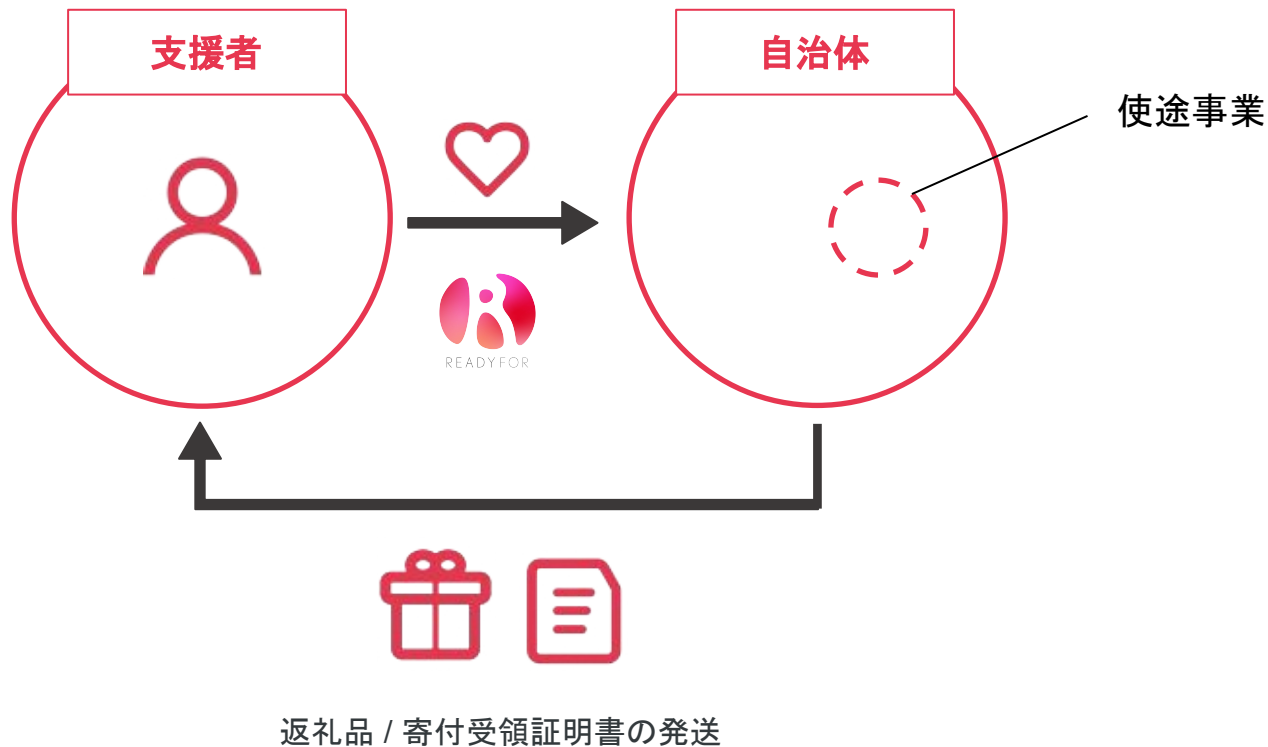
地方団体がGCFを活用し、起業家に対して資金提供を行うふるさと起業家のスキームを用いる。民間事業者は、支援先の事業に継続して関心をもってもらうための工夫を実施する。

4. GCF(官民協働ケース / ふるさと起業家制度なし)

自治体と民間が協働し事業財源を募る。自治体による「公」の側面と事業者による「民」の側面をうまく活用することで資金調達に透明性や継続性が伴いやすくなる。

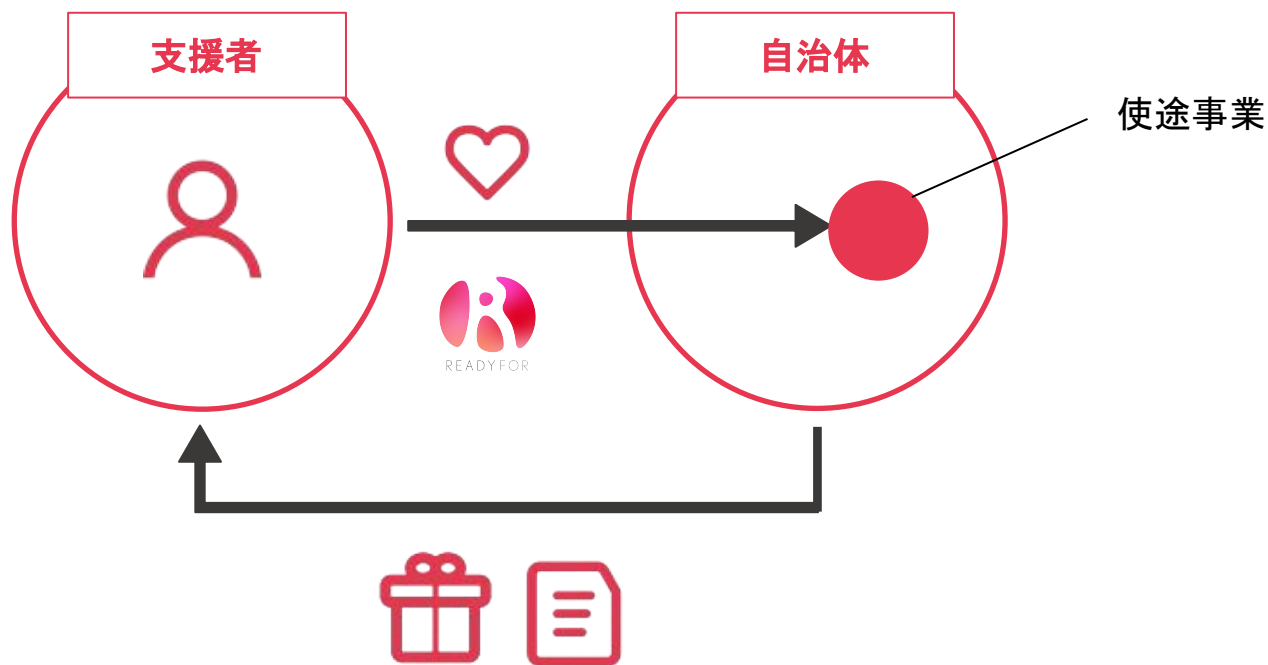
◎ 1. 通常のふるさと納税

ふるさと納税を通じ、自治体財源を募る。支援者は任意の特産品を受け取ることができる。



2. GCF(自治体主導ケース)

自治体が指定する事業の財源を募る。CFの仕組みを援用することで、透明度の高く説明をしながら資金調達をすることが可能に。返礼品は所定の基準内で定められる。



返礼品 / 報告の実施 / 寄付受領証明書の発送

◎ プロジェクト事例：山形県山形市

1989年より開催している「日本一の芋煮会フェスティバル」に使用する「三代目鍋太郎」の製作資金を募るプロジェクト。

ギフト(返礼品)には、なめ奉行の認定証や、イベント当日に「待たずに芋煮が食べられる権利」が贈られるなど、市内外問わず、山形の芋煮を愛する1,000人近くから広く支援を集めた。募集方法はAll in型を採用。

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

皆でおっきな鍋つくっぺ！未来に繋ぐ「三代目鍋太郎」製作大作戦

山形市 (市長 佐藤孝弘)



寄附総額
30,343,000円 目標金額 27,000,000円

寄附者 残り
963人 終了しました

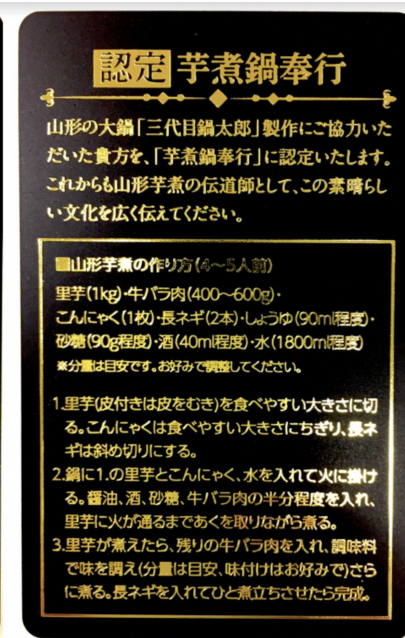
プロジェクトは成立しました！



35

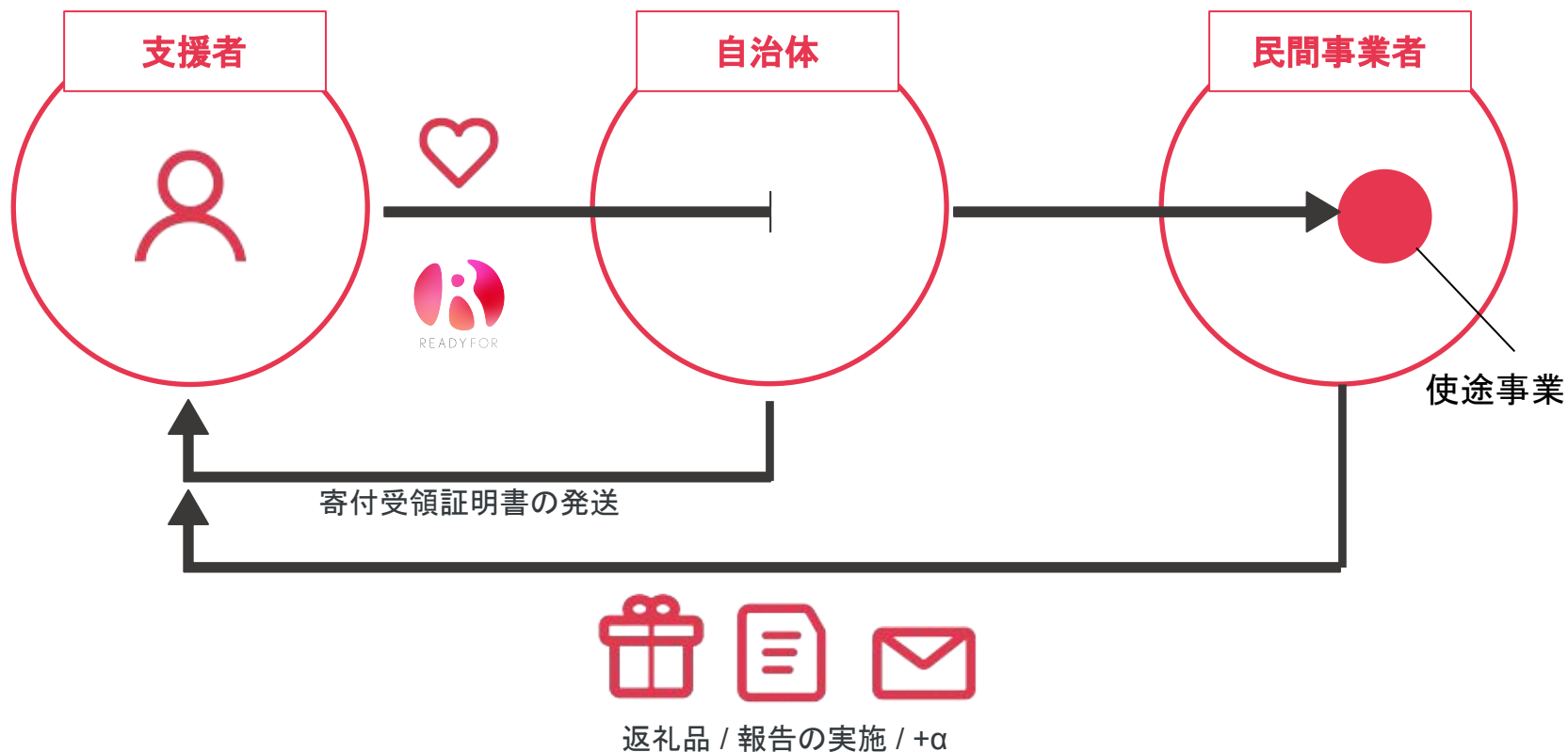
終了報告を読む

シェア UAWA! ツイート LINEで送る



3. GCF(官民協働ケース / ふるさと起業家制度あり)

地方団体がGCFを活用し、起業家に対して資金提供を行うふるさと起業家のスキームを用いる。民間事業者は、支援先の事業に継続して関心をもってもらうための工夫を実施する。



◎ プロジェクト事例:兵庫県神戸市+谷上プロジェクト実行委員会

日本をワクワクさせるような「挑戦と変化」が生まれるコミュニティづくりをChatWork社CEOの山本敏行氏が発起人となり進めるプロジェクト。

神戸市内でスタートアップの成長・活動を支援する取り組み。

プロジェクトオーナーの意向を汲んだページづくりや双方向型の体験を生む返礼品の設定などが特徴的で、自身が持つコミュニティを活用しながら資金調達に挑戦した。

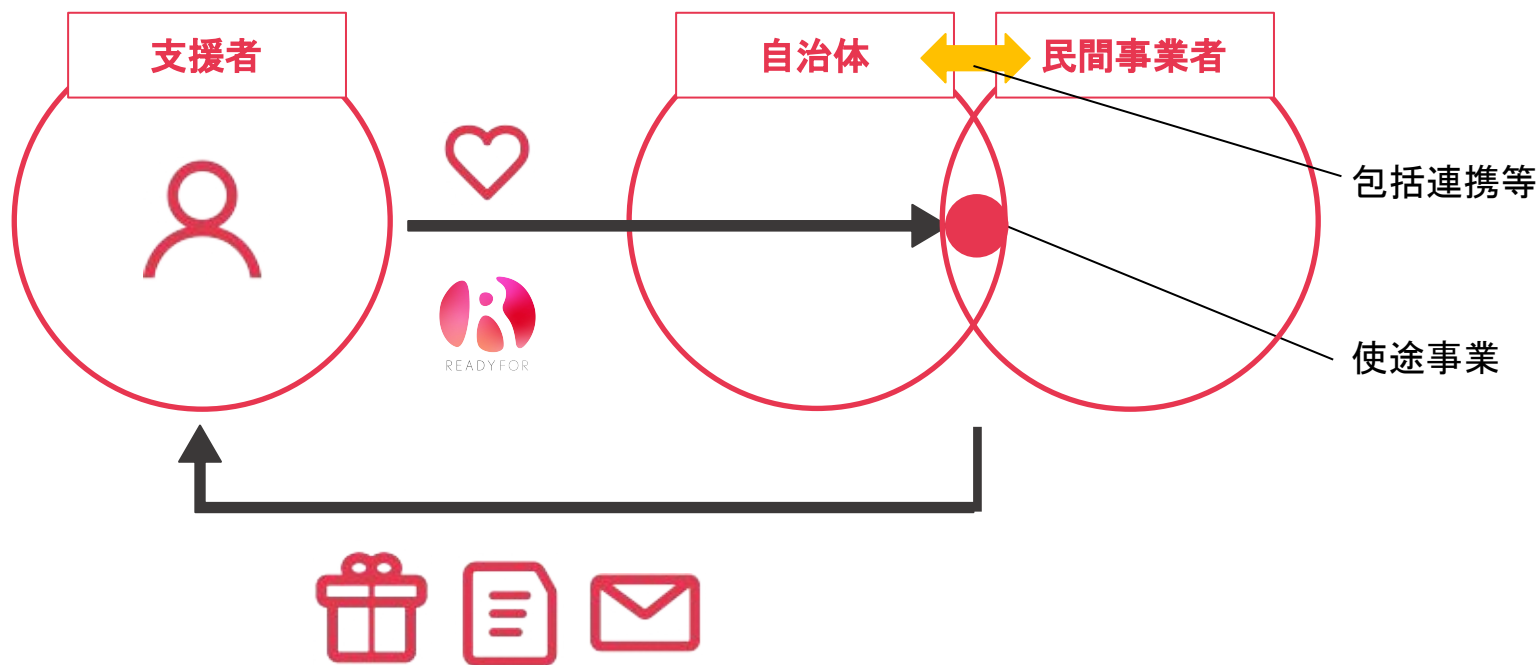


<https://readyfor.jp/projects/tanigami>



4. GCF(官民協働ケース / ふるさと起業家制度なし)

自治体と民間が協働し事業財源を募る。自治体による「公」の側面と事業者による「民」の側面をうまく活用することで資金調達に透明性や継続性が伴いやすくなる。




返礼品 / 報告の実施 / 寄付受領証明書の発送+α

◎ プロジェクト事例: 埼玉県鹿嶋市+鹿島アントラーズ

鹿島アントラーズのホームタウン市協力の下、鹿嶋市が主体となりコロナ禍におけるクラブ支援の為にクラウドファンディング。鹿嶋市とアントラーズ、親会社メルカリが、スマートシティ事業の推進などを通じた地域の課題解決を目的とする「地方創生事業に関する包括連携協定」を締結しており、支援者は寄附に対して、一部税制控除を受けることが可能に。

鹿島アントラーズ クラウドファンディング プロジェクト

 鹿島アントラーズ × 鹿嶋市



寄附総額

130,900,000円

目標金額 100,000,000円

募集終了日

2020年7月31日

2,599人が寄附しました

プロジェクトは成立しました！



 シェア

 ツイート

 LINEで送る

 noteで書く

https://readyfor.jp/projects/antlers_GCF2020

◎ 2021年に取り組まれたGCFの事例

ふるさと納税型 #関東 #茨城県 #地域 #地域文化 #まちづくり #スポーツ #サッカー #新型コロナウイルス

アントラーズの未来をみんなで

鹿島アントラーズ × 鹿嶋市

寄付総額
206,340,000円
目標金額 300,000,000円

寄付者 募集終了日
2,793人 2021年10月31日

プロジェクトは成立しました!

♡ 114

シェア ツイート LINEで送る noteで書く

https://readyfor.jp/projects/antlers_GCF2021

ふるさと納税型 #静岡県 #地域 #地域文化 #子ども・教育 #スポーツ #サッカー #新型コロナウイルス

磐田市×ジュビロ磐田プロジェクト～心ひとつに ジュビロと共に～

磐田市×ジュビロ磐田

寄付総額
73,358,000円 目標金額 100,000,000円

寄付者 募集終了日
2,043人 2021年8月31日

フォローする

プロジェクトは成立しました!

終了報告を読む

シェア ツイート LINEで送る noteで書く

<https://readyfor.jp/projects/Jubiloiwata2021>

ふるさと納税型 #高知県 #地域 #まちづくり #災害 #地産 #避難所 #仮設住宅 #被災地 #台風 #豪雨

南海トラフ・豪雨台風対策 | 県庁所在地初! 高知市が災害派遣トイレ網に

高知市長 岡崎 誠也

寄付総額
7,400,000円 目標金額 5,400,000円

寄付者 募集終了日
106人 2021年12月6日

プロジェクトは成立しました!

♡ 9

シェア ツイート LINEで送る noteで書く

<https://readyfor.jp/projects/mintore-kochi>

ふるさと納税型 #広島県 #チャレンジ #地域文化 #観光 #ガジェット #テクノロジー #歴史 #研究

戦艦大和の主砲製造した大型旋盤、消失から救え | 呉・大和ミュージアム

大和ミュージアム

寄付総額
269,480,000円
目標金額 48,000,000円

寄付者 募集終了日
6,626人 2021年9月30日

プロジェクトは成立しました!

♡ 652

シェア ツイート LINEで送る noteで書く

https://readyfor.jp/projects/yamato_15299

◎ ふるさと納税を活用した起業家支援/移住支援施策 — 連携事例 —

福井県「ふるさと納税による新事業創出支援事業」

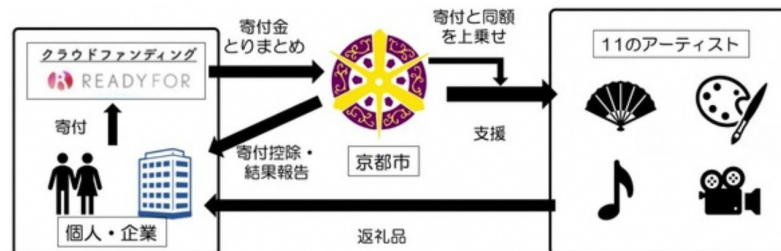
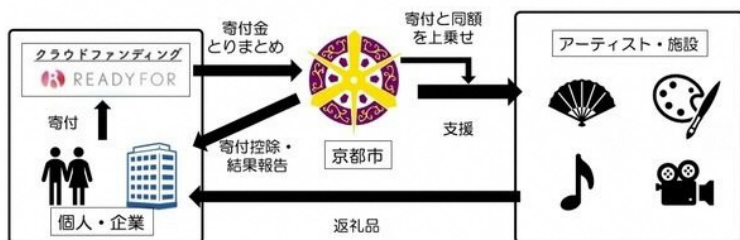
福井県がクラウドファンディング型ふるさと納税を活用し、地域課題の解決につながる企業・販路開拓など新たな事業に挑戦する県内事業者や、既存事業者による新商品開発等を支援する仕組み。複数事業者を同時に支援するプログラム型であり、かつ地元メディアや金融機関と連携した支援体制は日本初の取り組みとなっている。



◎ ふるさと納税を活用した芸術領域支援施策 — 連携事例 —

京都市

2020年に京都市が挑戦した文化施設・アーティストへの支援金を募るクラウドファンディング。クラウドファンディングで集まった寄付額を市より上乗せしてさらに事業に充てるということ。を謳い、支援者がこのクラウドファンディングに取り組む誘引力につながった。



ふるさと納税型 #近畿 #京都市 #アート #地域文化 #音楽 #伝統文化 #絵画・イラスト #映画・映像 #舞台・パフォーマンス #寄付金控除型 #新型コロナウイルス

京都市ふるさと納税×文化拠点 | 表現が生まれる場所を守りたい

京都市



寄付総額 **11,805,000円** 目標金額 10,000,000円
 寄付者 募集終了日
 184人 2020年11月13日

<https://readyfor.jp/projects/kyotocityartspace2020>

ふるさと納税型 #近畿 #京都市府 #京都市 #アート #音楽 #伝統文化 #絵画・イラスト #映画・映像 #舞台・パフォーマンス #寄付金控除型 #新型コロナウイルス

京都市ふるさと納税×アーティスト応援 | 創作を途絶えさせない

京都市



寄付総額 **10,330,000円** 目標金額 9,560,000円
 寄付者 募集終了日
 162人 2020年11月13日

<https://readyfor.jp/projects/kyotocityartproject2020>

◎ 目次

1. 自己紹介・クラウドファンディングの概要
2. ガバメントクラウドファンディング「READYFORふるさと納税」とは
3. 活用自治体事例のご紹介
4. **案件の企画時に留意すべきポイントについて**
5. さいごに

◎ クラウドファンディングの達成の大きなポイントは3つ

1. 誰が支援するのか

- a. 資金需要の重要性を知る者
- b. その取組や事業へ関心の高い者

2. 支援者にとって合理性があるか

- a. ストーリーテリング
- b. 返礼品の設計

3. 広報活動に戦略的に取り組む

- a. クラウドファンディングの支援は同心円状に広がる
- b. 適切にリソースを差配し、実施する

◎ 寄付者のペルソナをイメージする

支援者の動機は様々です。資金需要の重要性を知る者、その取組や事業へ関心の高い者がメインになりえます。下記は、寄付者ペルソナの参考イメージです。

1 未来の開拓者

「寄付で社会を良くできる！」という確信を強くもつ人。特に、経営者などに多いタイプ。

2 ぶちソーシャル系

無理のない範囲で、興味のあるNPO・NGOに小口の寄付をする人たち。

3 ザ・リトルヒーローズ

災害などの非常時には必ず立ち上がって寄付する人たち。

4 ハイアンテナ男子・ハイアンテナ女子

今必要とされている寄付をいち早く察知して、SNSなどを使って盛り上げてくれる、情報感度の高い寄付者。特に、若者に多いタイプ。

5 チャリティサンタ

見返りをもとめず、社会で困っている人の幸せを願って寄付する人。特に、年配の方に多いタイプ。

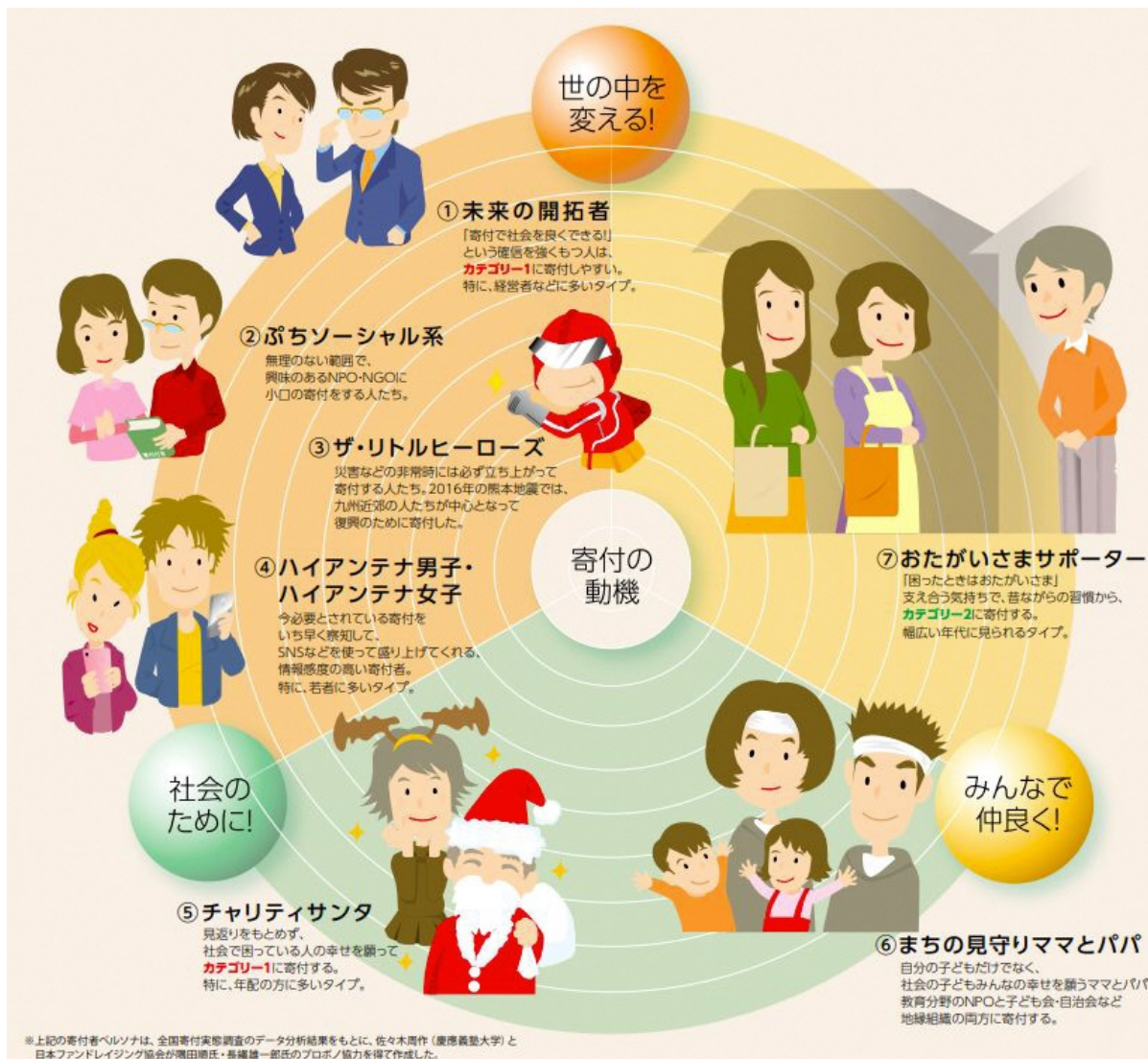
6 まちの見守りママとパパ

自分の子どもだけでなく、社会の子どもみんなの幸せを願うママとパパ。教育分野のNPOと子ども会・自治会など地縁組織の両方に寄付する。

7 おたがいさまサポーター

「困ったときはおたがいさま」支え合う気持ちで、昔ながらの習慣から、寄付する人。幅広い年代に見られるタイプ。

◎ 誰が支援するのか



参考引用：日本ファンドレイジング協会[GJ2017_infographic]
<https://jfra.jp/wp/wp-content/uploads/2017/12/2017kifuhakusho-infographic.pdf>

◎ 取組の内容によって訴求ポイントは変わる

価値提供型

社会に対して新しい価値を提供する。新しい価値が社会に広まるほど成果になる。

まちおこしの一環として市域の特産品を開発して提供するようなケースや、地産地消をテーマとした有機野菜の販売、スポーツや文化芸術関連の活動など、事業を通じて新しい価値や便益、体験、歓び、感動、問題の解決、苦痛の軽減、機能、便利さなどを提供することで、受益者がより充実した、快適な生活を送れるようになることを目的としている。

課題解決型

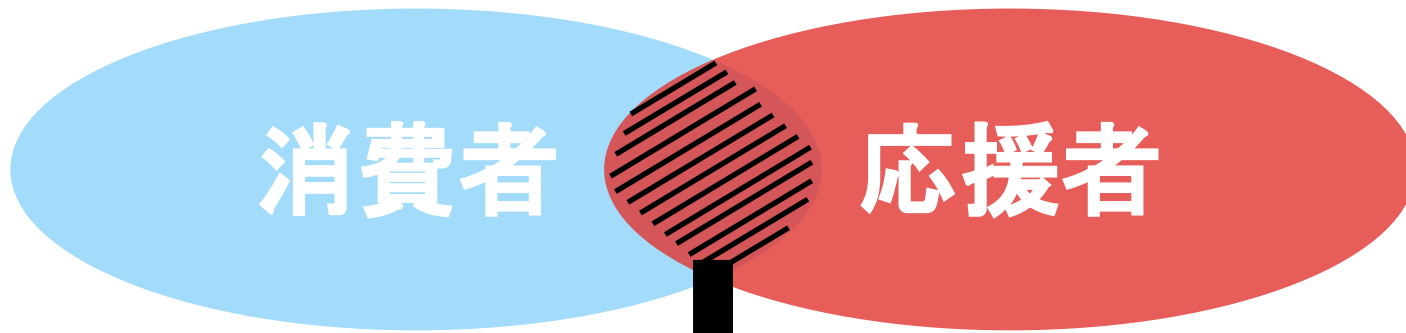
社会に存在する課題を解決する。社会の課題がゼロに近づくほど成果になる。

国際協力、環境問題、ホームレス支援、自殺防止など、社会に存在する様々な課題の解決を目的としている。

取り組む活動の分類に応じてクラウドファンディングの調達ストーリーや支援者層も変わる。

参考：長浜洋二（2014）『NPOのためのマーケティング講座』学芸出版社

◎ 消費者または応援者としての寄付者



◎購入

「応援を孕む購入」でない場合には、真理としては「消費者」としての参加になる。

クラウドファンディングサイトで購入することの意義づけが必要になる(ex,限定,特別価格など)。

製品の写真のクオリティや、金額、仕様などが顧客にとって重要に。

プロジェクトに共感し、返礼品の提供を通じてクラウドファンディングで支援したいと思えるかどうか

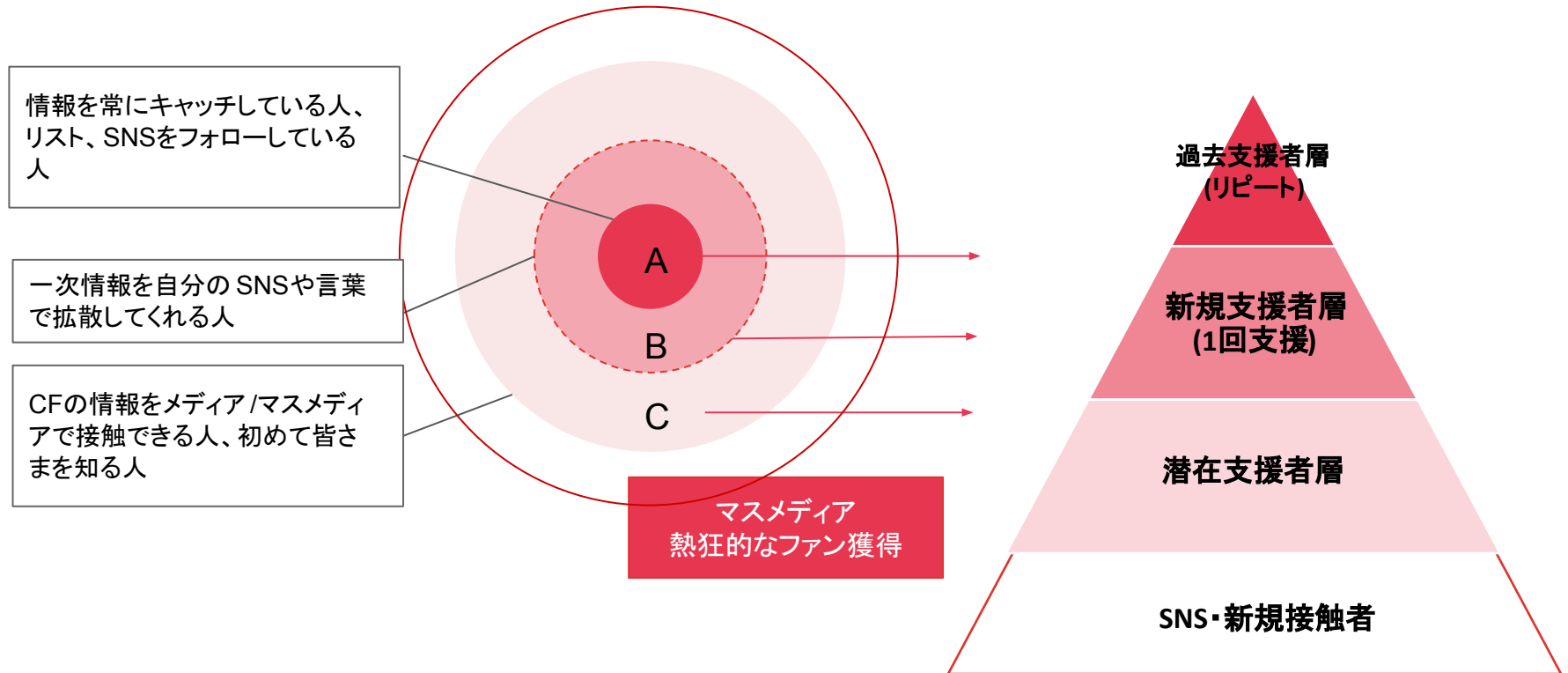
◎応援

取り組みへの共感の上でなされる支援を指し、「対価性のある見返り」を求めないパターンが多い。

支援者が感謝を実感できること、「支援してよかった」と思えることが重要である。

また、取り組みの報告が丁寧になされることで、支援に対する理解がより深まり、次回の支援にもつながりやすくなる。

◎ 支援獲得までの流れ全体図 同心円



ご支援の流れは【A→B→C層】の順番に広がっていきます。

A層: すでに取り組みを知っていて、発信・連絡をすれば支援して下さる可能性の高い方(顔が思い浮かぶ方々が中心)

B層: 取り組み自体は知っていたが、支援が入り始めたタイミングで参加して下さる可能性が高い方々

C層: CFを通じて初めてこの取り組みを知る方・支援が集まり始めてその支援の波に乗って下さる

◎ 広報活動の実施 / 分担

支援者の分析とそれに合わせたアプローチ方法の検討が重要

同心円	施策	内容	目的	優先度	実行者様
C	メディア	プレスリリース	クラウドファンディングのニュース化	高	作成・配信
C	メディア	メディアアプローチ	クラウドファンディングのニュース化(特集などへの組み込み含めた連携)	高	関連のある記者への呼びかけ
A	個別の支援依頼	大口 / 協賛	初動の確保/ 業界全体での危機意識の醸成	高	リスト化/訪問
A	個別の支援依頼	関連団体など個別	初動の確保/ 業界全体での危機意識の醸成	中	リスト化/電話やメールでの交渉
A・B	日々のアカウント運用	Facebook	新着情報と連動した連続した訴えかけ	高	投稿
A・B	日々のアカウント運用	Twitter	新着情報と連動した連続した訴えかけ/潜在的支援者とのコミュニケーション	高	投稿
A・B	日々のアカウント運用	その他	その他ターゲット層への一斉拡散	低	投稿
A・B	新着情報	コラム	プロジェクトに関わる内容のコラム連載	低	関係者交渉/ 取材/文章作成
A・B	新着情報	メッセージリレー	業界全体から応援を得ていることの押し出し	中	関係者交渉/取りまとめ
A・B	新着情報	カウントアップ/カウントダウン	始まった高揚感や終わりの切実感の打ち出し	高	関係者交渉/文章作成
A	イベント	ファンディング応援イベント	中盤でのコンテンツ作成・メディアへの呼びかけ	中	運営主体/呼びかけ/集客
A・B	イベント	SNS生配信	クラウドファンディングの盛り上げ(タッチポイントを増やす)	低	運営主体/呼びかけ
A	紙制作物		オフラインでの支援の呼びかけ:主に高齢層向け	高	配布

◎ 目次

1. 自己紹介・クラウドファンディングの概要
2. ガバメントクラウドファンディング「READYFORふるさと納税」とは
3. 活用自治体事例のご紹介
4. 案件の企画時に留意すべきポイントについて
5. さいごに

◎ さいごに

READYFORは、2011年3月に日本で初めてクラウドファンディングサービスを開始しました。

それから11年の間、多くの方々にクラウドファンディングに取り組んでいただき、資金調達のサポートをしてまいりました。個人や任意団体、非営利法人、企業、大学、そして自治体など多くの方々の調達支援を手掛けてまいりました。

弊社は、「寄付」などの「想いの乗ったお金の流れを増やす」ことをミッションとしており、その思想に基づいたサービス提供を行っております。

本日は「ふるさと納税を活用したクラウドファンディング」に関して、事例等について解説いたしました。今後、文京区の皆様とも取り組みをご一緒できることがございましたら、ぜひ機会をいただけますと幸いです。

本日の内容が少しでも検討の一助となりましたら幸甚に存じます。

ご清聴ありがとうございました。

◎ 会社概要

- **会社名** READYFOR株式会社
- **所在地** 〒102-0082 東京都千代田区一番町8 住友不動産一番町ビル7階
- **設立** 2014年7月
- **代表者** 代表取締役CEO米良はるか 代表取締役COO樋浦直樹
- **資本金** 16億3,884万円(資本剰余金含む)
- **事業内容** 寄付金控除型・通常型のクラウドファンディングサービス「READYFOR」の運営
- **問い合わせ先** クラウドファンディング事業部 連携推進室 ふるさと納税担当

連絡先: furusato@readyfor.jp