

ふるさと投資を活用する事業者の 実態と信用組合の役割

地域に密着し信頼の厚い信用組合はふるさと投資の重要なプレイヤーである。ふるさと活性化を目指す事業者に対して、相互扶助・自立共助の理念に基づき積極的に支援し、ふるさと課題を一つひとつ解決していただきたい。



まち実践社
代表

村橋保春

ふるさと(地方圏)とごう区分

ふるさと投資について、まず「ふるさと」に関わる問題を考えたい。

ひとつがふるさととして意識する対象は、多くの場合ある特定の地域となる。先祖伝来の地域にとどまらず、幼い時過ごした地域、勉強に励んだ地域、社会人として第一歩を踏み出した地域など郷愁や安らぎを感じる地域と言える。このため、東京や大阪といった大都市もひとつとしてはふるさとである。

ふるさと投資の背景には人口や経済格差の問題があり、これを解決するために地方創生を推進することが求められている。人口や経済格差の問題は一般的に大都市圏に対する地方圏の問題として捉えられる。本稿では「ふるさと」を地方圏として考察したい。

地方圏と大都市圏の区分は高度経済成長期に明確になった。高度経済成長期は

戦前のGNP(国民総生産)水準に戻った1955年から第1次石油ショックの1973年までの期間を指す。1956年には経済白書に「もはや戦後ではない」と記され、全世界的に好景気であった黄金の60年代を迎え、1968年日本のGNPは世界第2位となる。

高度経済成長期に地方圏と大都市圏の間でなにか起こったのか。

産業就業者数の推移をグラフにまとめると図1のとおりとなる。1955年では第一次産業就業者が部門別では最も人口が大きかった。その後産業就業者の構成は大きく変化し、1975年では産業就業者数は第一次産業が735万人、第二次産業が1811万人、第三次産業が2752万人となり、第一次産業就業者の割合は13.9%減少する。

第一次産業は農地や林野など特定の地域に根づく産業であり、地方圏にとどまる。これに対して第二次、第三次産業の工場や店舗の立地は、事業効率や収益性

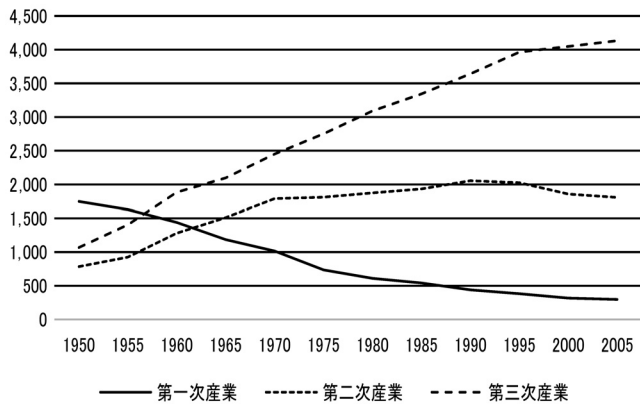
の観点から集積効果を求め大都市圏に集中する傾向がある。大都市圏にて集積効果を上げた第二次、第三次産業はより多くの従業員を積極的に採用し、地方圏の第一次産業従業者はこれに応じて大都市圏に移り住む。集団就職列車は高度経済成長期に実施され、多くの若者を大都市圏呼び込んだ。

1955年以降三大都市圏への流入人口をまとめると図2のとおりとなる。高度経済成長期に地方圏から三大都市圏にほぼ毎年30万人以上、同期間内で850万人近い人たちが移動した。

ふるさとが抱える問題の本質 人口と経済格差

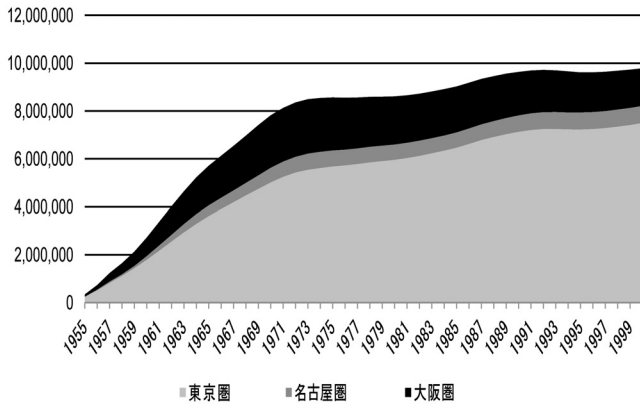
高度経済成長を果たした要因として技術革新、資本、労働力、輸出を上げることが多い。ものづくり日本の優秀さを強調し、高い貯蓄率と精緻な間接金融を高い言、知的レベルと組織貢献意欲の高い国民性を自賛し、品質と価格で圧倒する

図1 産業就業者数の推移（1955～2005年 単位：万人）



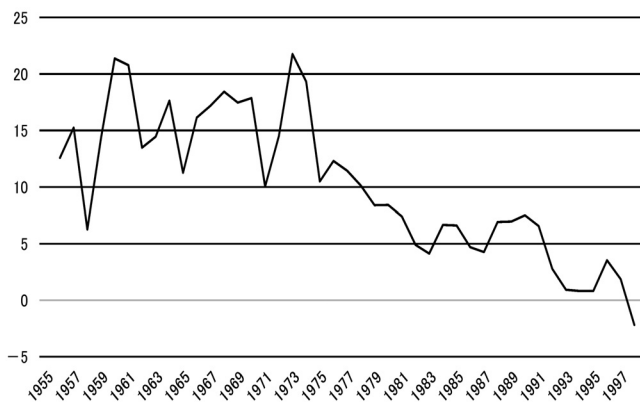
国勢調査（総務省）に基づき作表

図2 三大都市圏への流入人口（1955～2000年 単位：人）



住民基本台帳人口移動報告（総務省）に基づき作表

図3 名目経済成長率（1956～1998年 単位：%）



国民経済計算確報（1990年基準68 SNA）（内閣府）に基づき作表

輸出に矜持きやうじを感じる。しかしバブル経済崩壊後景気が回復しない失われた20年を考えると、過大評価の誹りをまぬがれない。

高度経済成長をもっとも強く推し進めたのは人口ボーナスである。人口ボーナスとは労働力増加率が人口増加率を上回る人口動態局面をいい、経済成長を大きく進める要因となる。戦後ベビーブーム世代が社会に進出し、消費が市場を拡大し、国中に経済の高揚感を与える。人口拡大こそが経済成長の最大の原動力で

あった。

大都市圏に人口流出した地方圏は、経済が低迷し、過疎問題が現出する。1970年には過疎地域対策緊急措置法が制定され地方圏の支援を推し進める。この支援は大都市圏の経済成長の成果に基づき実施される。地方圏は労働者、つまり生産人口を大都市圏に供給する役割を果たしていた。大都市圏は経済成長の成果を地方に再分配する形で地方圏に報いる。ところが大都市圏も長期に渡る経済停滞により地方圏に再分配する十分な富を

欠くこととなる。図3に取りまとめた名目成長率の変化を見ると、高度経済成長期（1955～73年）は年平均15%を超え、その後の安定成長期（1973～91年）は同8%を超えているが、1990年代以降数%の成長率を確保するにとどまっている。

ふるさと（地方圏）が抱える問題の本質は人口とこれに伴う経済格差にある。日本全体の経済的活力が減衰する中でふるさととは大都市圏からの富の再分配を期待するのではなく、自立し継続する地域

経済の再構築が迫られている。

ふるさと投資の位置づけ

ふるさと投資とは何か。内閣官房「ふるさと投資」の手引きにおいて次のとおり定義されている。

「地域資源の活用やブランド化など、地方創生等の地域活性化に資する取組みを支えるさまざまな事業に対するクラウドファンディング等の手法を用いた小口投資であつて、地域の地方公共団体等の活動と調和が図られるもの」

つまりふるさと活性化に資する事業を小口投資により地域と連携して実施するものである。ふるさとにゆかりがある個人や法人がふるさと活性化に貢献する事業者に対し資金提供する仕組みを整備、推進する。営利よりは共感を資金提供動機とする。

ふるさと投資を事業者側に立って、資金調達の観点から整理すると図4のとおりとなる。これまでは金融機関を通じて資金調達する間接金融が中心に行われてきた。いろいろな金融手法が開発され、株式や社債による直接金融にとどまらず、ファンドを用いた自己調達も数多く実施されている。

①間接金融

地域と調和して地域活性化に資する事業を実施する社会性の高い事業者は、一

般に事業規模が小さく収益性は低く財務体質も脆弱である。審査判断では融資できない事業も多いと考えられる。ソーシャルファイナンスを参考にしていかに融資につなげるか工夫が求められる。

②自己調達―事業型ファンド

ファンド募集に際してふるさと活性化の理念と内容を明示する。資金提供者は利益より地域貢献と活性化推進を期待して資金提供する。事業者自らファンドを組成し、出資者を募集し、運営する場合には、ノウハウや組織体制などが求められる、事業者にとってハードルは高い。

③自己調達―クラウドファンディング

事業内容と事業性を仲介事業者のウェブサイトで広く告知し、多くの人たちから小口での資金提供を受ける。寄付、購入から株式に至るまで多様な形式で資金調達できることも魅力である。

事業型ファンドやクラウドファンディングで自己調達することにより、財務体質や事業収益性を改善し金融機関からの融資も実現させる。当初からファンドによる自己調達と間接金融を連携させた事業資金調達の事例も生まれている。

クラウドファンディングの活用

事業者にとって取り組みやすいクラウドファンディングについて考察する。

クラウドファンディングはインター

ネットの普及により資金調達の規模は急成長している。

事業理念と内容を情報発信し、賛同者から資金提供を受けることは事業者の事業意欲を向上させる。寄付型、購入型は事業そのものの情報発信、テストマーケティングに有効である。貸付型、投資型、株式型はインターネットの特性を活かし、非常に多くの人たちに事業の詳細内容を伝え資金調達の可能性を高める。仲介事業者に支払う費用等、希望する調達額確保の確実性など考慮すべき課題もある。

具体的な2事例により実態を紹介する。

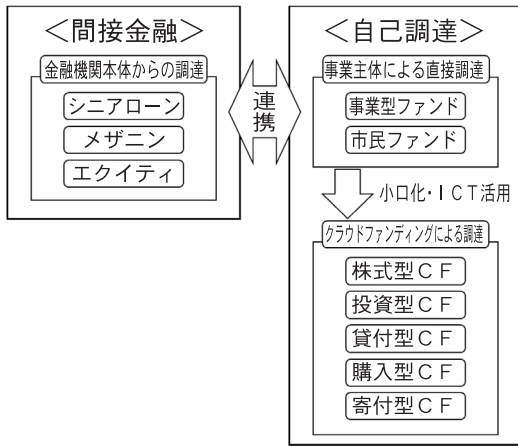
寄付型クラウドファンディング 地域振興活動支援

寄付型クラウドファンディングを実施している一般社団法人むろらん100年建造物保存活用会の村田正望代表理事にお話を伺った。

同社は観光を基軸として室蘭市の地域活性化を推進している。室蘭市は富国強兵、殖産興業を進める明治期にあつて、主要エネルギーである石炭を本州に輸送する海運の拠点として発展した。旧財閥や地元有力企業などが室蘭を舞台に積極的に事業を展開し、今も往時の繁栄を偲ばせる建造物が多く点在する。

室蘭市は石炭輸送とともに石炭をエネルギー源とする製鉄により隆盛を極め

図4 ふるさと投資の資金調達方法



る。しかしエネルギー政策の転換により石炭生産が減少し、製鉄も海外との競争のもと、しだいに勢いを失っていく。昭和44年人口は18万人を超えたが今は半減し、衰退の激しい代表的な都市に掲げられる。同社は現状を憂い市民の力で室蘭に再び賑わいをもたらそうと取り組んでいる。

中心的活動の一つが歴史ある建物の保存活用である。村田代表理事の会社が入居する建物は、旧三菱合資会社の事務所として1915年に建設されたことが判明した。今年同建物が100年目を迎えることを機に活動拠点として整備し、100年記念祭の開催を計画する。

同社は建物の補修費用をクラウドファンディングにより寄付を募った。資金提供者に対しては提供金額に応じて室蘭銘菓などのプレゼントを行う。活用した仲介事業者のシステムには目標額に達した場合のみ寄付を受け取るものと寄付を出来高で受け取るものがあり、同社は出来高での寄付を受け取っている。

村田代表理事はクラウドファンディングにより活動内容を多くの人たちに伝え、賛同を得たことを評価する。100年記念祭への成果のあるステップとして位置づけている。クラウドファンディングに拘泥せず、いろいろな資金調達手法を検討する予定である。

投資型クラウドファンディング 自社商品の販売促進

投資型クラウドファンディングを実施している有限会社藤倉食品の石井友子社長にお話を伺った。

同社は昭和10年創業の日配品製造卸業の老舗会社である。豆腐、こんにゃくなど毎日の食卓に上がる食材とともに、秋田県の伝統食材の製造も行い、売上はほぼ半分ずつである。スーパーや小売店、学校給食などへの横手市内の販売が9割を占め、市外への販路拡大を目指している。

「豆富かすてら」は同社を代表する商品である。江戸時代、北前船で秋田にカス

テラが伝えられたが高価ゆえなかなか食べることができなかったため、豆腐を代用し砂糖、卵を使ってカステラふうにした郷土菓子である。同商品は良質なたんぱく質など栄養価の高く食べやすい食品であり、高齢者の低栄養問題解決の役割も担いたいと考えている。同社では特に秋田県産にこだわり、比内地鶏の卵や秋田特産大豆を用いた高級品「ふくら」も開発製造している。

クラウドファンディングは取引銀行の紹介で実施することとした。「豆富かすてら」「ふくら」の販売数増加を目指しており、ファンド資金は原材料費に充てる。クラウドファンディングの目的は資金調達以上に、知名度向上に置いている。出資者には特典として商品を送付し、実際に食べてみてリピーターになってもらうことも目指している。出資者から商品注文も受けており成果は上がっている。

同社はクラウドファンディングの目的は果たしたと評価する。サイト運営、ファンド終了時の監査などの費用はかかるが、情報発信費用として妥当と捉えている。今後は金融機関を通じた通常の資金調達を検討する。その際金融機関は財務関連資料などの請求にとどまらず、経営指導を行い、販路開拓を助け、情報発信の支援をしてもらえるとありがたい。信用組合をはじめとする地域金融機関には大いに期待している。

事業型ファンドによる
「まち」と投資

事業主体により直接調達する事業型ファンドについて考える。事業主体は募集取扱業務を自ら又は関係組織により実施しなければならない。ファンド組成ノウハウをもち、自己募集を行うことから第2種金融商品取引業者の登録も求められる。事業規模の拡大、事業期間長期化の傾向があり、間接金融と連携して資金調達することもある。こうした特徴をもった事例を紹介する。

事業主体による直接調達
〜市民参加型自然エネルギー

風力発電など市民参加型自然エネルギー普及推進事業を事業型ファンドにより成果を上げている事例である。

この事例は一見複雑に見える。市民出資型ファンド運営・資金調達を時代に先駆けて実施し、法整備に応じて体制を整えてきた結果によるものであり、事業スキームは市民ファンドの歴史を物語っている。

ここでは「市民風車ファンド2014石狩厚田」を例に、まずそのプロジェクトスキームを示したい(図5)。

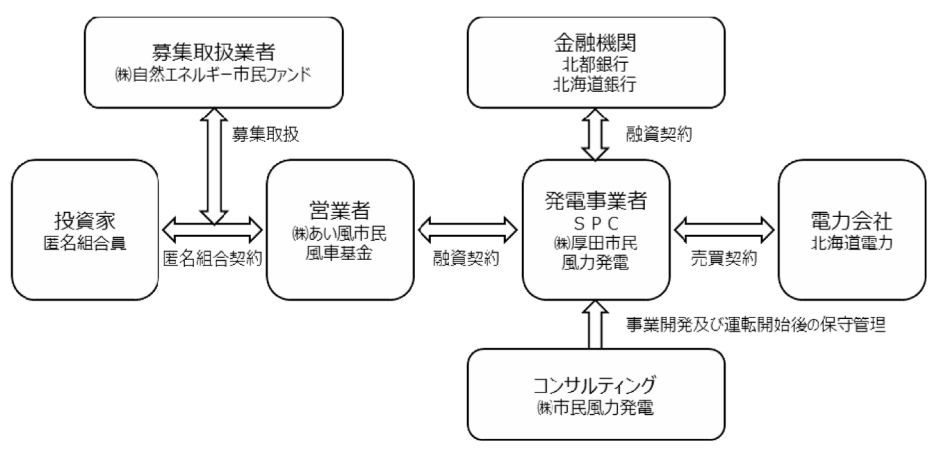
事業の基軸は発電事業者が風力発電を行い電力会社に販売するものである。発電事業者は(株)厚田市民風力発電でSPC

(特別目的会社)の組織形態をとり、事業開発及び運転開始後の保守管理は(株)市民風力発電が担う。発電事業者に対しファンドを組成した営業者(株)あい風市民風車基金)と金融機関が融資を行う。ファンド組成のための匿名組合契約に関わる募集取扱業者は(株)自然エネルギー市民ファンドが当たる。営業者による融資が金融機関の融資を誘導した事例であり、事業型ファンドが事業成立のために大きな役割を果たしている。

本事例についてインタビューに応じていただいた鈴木亨氏は(株)市民風力発電及び(株)自然エネルギー市民ファンドの代表取締役であり、NPO北海道グリーンファンドの理事長、厚田市民風力発電の代表取締役でもある。つまりこれらの組織は市民ファンドによる自然エネルギー事業に深く連携して実施していることを示している。

本事業はNPO北海道グリーンファンドによる寄付会員募集活動から始まる。電気料金の支払い業務を代行する際寄付を受け、市民共同発電所等の建設・運営のための基金を積み立てた。2001年に同NPOにより市民風車第1号機「はまかぜちゃん」を建設する際、積み立てられた基金に加え金融機関からの融資が必要となり、融資に際して別途自己資金を条件とされた。自己資金を調達する方法に匿名組合方式を用い、小口出資を

図5 市民風車ファンド2014石狩厚田プロジェクトスキーム



募った。募集に当たってはNPO会員を中心とした口コミ、マスコミ報道が奏功した。2005年の石狩市民風車(かぜ

るちゃん、かりんぼう)の募集に際しては通販雑誌の協力も受けている。

市民の環境エネルギーに関する関心が高まり、ICT(情報通信技術)環境が拡充し、投資に関わる法整備も進んだことから、広く市民から支持を受け、市民ファンドを数多く組成している。現在市民出資を募集した風車14基(厚田の2基を含む)が稼動している。

本事業は事業推進のために自ら募集取扱業者となり、事業理念を明示し、直接出資者を募った点に特徴がある。信頼を積み重ね、事業経験をより精度の高い事業実施に転換し、継続して事業を拡大し、自然エネルギー普及を促進する。鈴木代表をはじめ同事業に携わること関係者の誠意ある仕事内容が多く、市民の共感、賛同を得、資金調達が進んだのだと強く感じた。

信用組合が取り組むふるさと投資

信用組合はふるさと投資の実態を踏まえどのように取り組めばよいか。本稿の最後にあたりふるさと投資手法ごとに検討を加えたい。

①クラウドファンディング

クラウドファンディングは資金調達のメニューの一つとして事業者に提示することが考えられる。大手仲介事業者のサイトを用的と事業や商品、サービスな

どの情報を多くの人たちにに向けて発信できる。資金提供者に商品やサービスを送る(リワード)ことでテストマーケティングができ、ファン育成も目指せる。信用組合自身が仲介事業者になることも考えられる。その際は同手法の主な強みが情報発信であることを踏まえて取り組むことが望ましい。

②地域支援ファンド組成

信用組合が中心となつて地域支援ファンドを組成することもふるさと投資に適う。地域特産品の開発販売や地域観光事業の運営など、信用組合が中心となり取り組み、推進している事業について事業型ファンドを組成し、窓口や営業ルートにより証券を販売することで、地域が一体となった経済循環を果たせる。実践的で貢献度の高いふるさと投資である。

③ふるさと活性化を目指す預金と融資

ふるさと活性化事業を広く全般的に支援することを目的とした預金を組み上げることが検討できる。ただしクラウドファンディングのように個別事業者を特定した預金は組み上げることができないので留意しなければならない。

特典付き定期預金のように、ふるさと活性化事業に伴う商品やサービスを特典として提供し、ふるさとへの愛着、支援の気持ちをもって預金を集める。預金とは関連させず適切に審査判断しふるさと活性化事業に融資するといった柔軟なス

キームでの取組みも検討してみたい。

④地方創生事業への積極的な取組み

地方創生事業は地域金融の積極的な参画を求めている。地域金融が中心となつて地域連携組織を運営し、事業者を支援することでふるさと活性化を図る。地域経済循環創造事業(総務省)など地域金融機関からの融資を前提条件としている地域支援事業も数多い。事業者から協力の相談を受けてから融資を考えるのではなく、事業構築の段階から事業者とともに連携して検討することが望まれる。

地方創生事業について北央信用組合、秋田県信用組合をはじめ多くの信用組合が支援体制を整備し積極的に取り組んでいる。ふるさと活性化に関わる定期預金についても田舎ベンチャービジネスクラブでにんくやドジョウといった特産品振興の事業支援実績を上げている秋田県信用組合にて検討を始めている。いろいろな融資手法を実施している銚子商工信用組合では自治体と連携して国の支援事業申請を検討している。

地方創生が強く求められる今、信用組合はふるさと投資に積極的に関わり、ふるさと活性化の中心的役割を担うことが大いに期待されている。地域との深いつながりと地域貢献意欲をもとに一層の活躍を強く願うものである。