

公益社団法人日本青年会議所 2017年度

地域再興グループ 稼ぐ地域推進委員会

## J C 地域ブランド創出投資 活用の手引き

2017年3月1日改訂

1. はじめに
2. J C 地域ブランド創出投資（J C 版クラウドファンディング）について
3. 担当キュレーターについて
4. 各プロジェクトのサイト掲載までの流れについて
5. Q & A

参考資料1 プロジェクト企画書（別紙）

### 【お問い合わせ先】

公益社団法人日本青年会議所

2017年度 地域再興グループ 稼ぐ地域推進委員会

副委員長 市川 智己 連絡先：090-4100-6090

小幹事 瀬川 典秀 連絡先：080-3663-1223

問合せメールアドレス jc.chiikibrand@gmail.com

## 1. はじめに

国内の各地域では、多くの社会的課題を抱え、国民のニーズや多様化や高度化が進む中、政治・行政だけでは対応が困難となっている一方で、NPO・各種団体・企業・個人が、社会的課題解決に取り組む事例は増加傾向にあります。しかし、経済的な基盤が脆弱であることから、思うような活動と成果を生み出せずにいます。このような背景から、社会的活動に取り組む主体者の経済性を支えるために、一般市民が主体者に資金を提供するクラウドファンディングという仕組みが普及しつつあります。

そこで稼ぐ地域推進委員会では、クラウドファンディング「JC地域ブランド創出投資」を用い、国民の地域社会の発展に貢献する意識と社会的活動を経済的に結びつけながら、地域の社会的課題を解決していく取り組みを推進していきます。

## 2. JC地域ブランド創出投資について

公益社団法人日本青年会議所 稼ぐ地域推進委員会は、READYFORと連携して、各地会員会議所・地域の社会的活動に携わる自治体・NPO・個人等から地域のブランド力の創出または向上するプロジェクト（事業）の企画を資金面で支援するため、JC版クラウドファンディング「JC地域ブランド創出投資」を普及して参ります。

一般市民からの資金提供を原資としてプロジェクトの活動資金に充てていく「JC地域ブランド創出投資」が青年会議所のネットワークを通じて普及することが、各地の社会的課題解決につなげ、今後の地域再興の礎となります。

### ▼対外目的

自立自活した地域ブランドの発展構築に向けて、地域のブランドの創出を推進する「JC地域ブランド創出投資」を活用し地域再興に繋げることを目的とします。

### ▼対内目的

自立自活した地域ブランドの発展構築に向けて、各地域の課題解決を推進する必要性を理解し「JC地域ブランド創出投資」を活用してもらうことで、各事業の成果を最大化することを目的とします。

### ▼仕組み

クラウドファンディング「JC地域ブランド創出投資」とは、インターネット（HP）を通じて、国民が社会的課題解決に資するプロジェクトに資金を提供し、プロジェクト実施につなげる仕組みです。

国民がプロジェクトに共感 → 資金の提供 → 主体者がプロジェクトを実施

クラウドファンディングは、「購入型」「寄付型」「金融型」などの分類があります。JC地域ブランド創出投資は、「購入型」「寄付型」を採用しています。

① 購入型とは、目標額に達成した場合、実行者（プレイヤー）が資金提供した支援者（サポーター）に、モノやサービスや権利などで還元する形です。購入型のクラウドファンディング

は、普及率が高く、資金を必要とする側・提供する側ともに多くの人々が活用しています。

- ② 寄付型とは、目標額の達成・未達に関わらず、プロジェクトに共感した支援者（サポーター）が実行者（プレイヤー）に資金を寄付する形式です。基本的には、モノやサービスや権利の還元はありません。

#### ▼ J C 地域ブランド創出投資の運用・管理

- ① J C 地域ブランド創出投資は、稼ぐ地域推進委員会が窓口として運用・管理する購入型・寄付型のクラウドファンディングです。なお、クラウドファンディング運営代行企業（READYFOR株式会社）と連携し、運用・管理しています。

#### ▼活用方法

- ① NPO・各種団体・企業・個人が、起案し実行するプロジェクトに活用していただきます。
- ② 各地会員会議所の事業（以後総称：プロジェクト）に活用していただきます。

#### ▼活用ルール

- ① 購入型は、基本的に All or Nothing 方式となります。目標金額に達した場合のみ、実施のための資金が実行者に提供されます。目標金額に達しない場合は、実行者への資金提供はなされません。後者では、クレジットカード決済も行われないため、支援者への請求も発生いたしません。
- ② 寄付型は、基本的に All In 方式となります。目標金額の達成・未達に関わらず、実施のための資金が実行者に提供されます。従って、金額の達成度に関わらず、クレジットカード決済が行われ、支援者への請求も発生します。
- ③ 実施のための資金が実行者に提供される際、調達額から 17%（税別）の成功手数料が発生します。

#### ▼メリット（個人）

- ① 「J C 地域ブランド創出投資」を活用することで、697 LOM35,000名の青年会議所メンバーという社会的課題に対して関心の高い支援者のネットワークにつながることができます。
- ② 主体者の認知・共感・信頼などブランディングにつながります。
- ③ プロジェクトに関心を集める機会となり、一定の動員の確保や事業告知やプロモーション活動につながります。
- ④ プロジェクトの検証ツールとなり、事業内容に賛同する定量的な結果分析につながります。

#### ▼メリット（LOM）

- ① LOMの認知・共感・信頼などブランディングにつながります。
- ② 実施する事業に関心を集める機会となり、一定の動員の確保や事業告知やプロモーション活動につながります。
- ③ 実施する事業の事前検証ツールとなり、事業内容に賛同に対する定量的な結果分析につなが

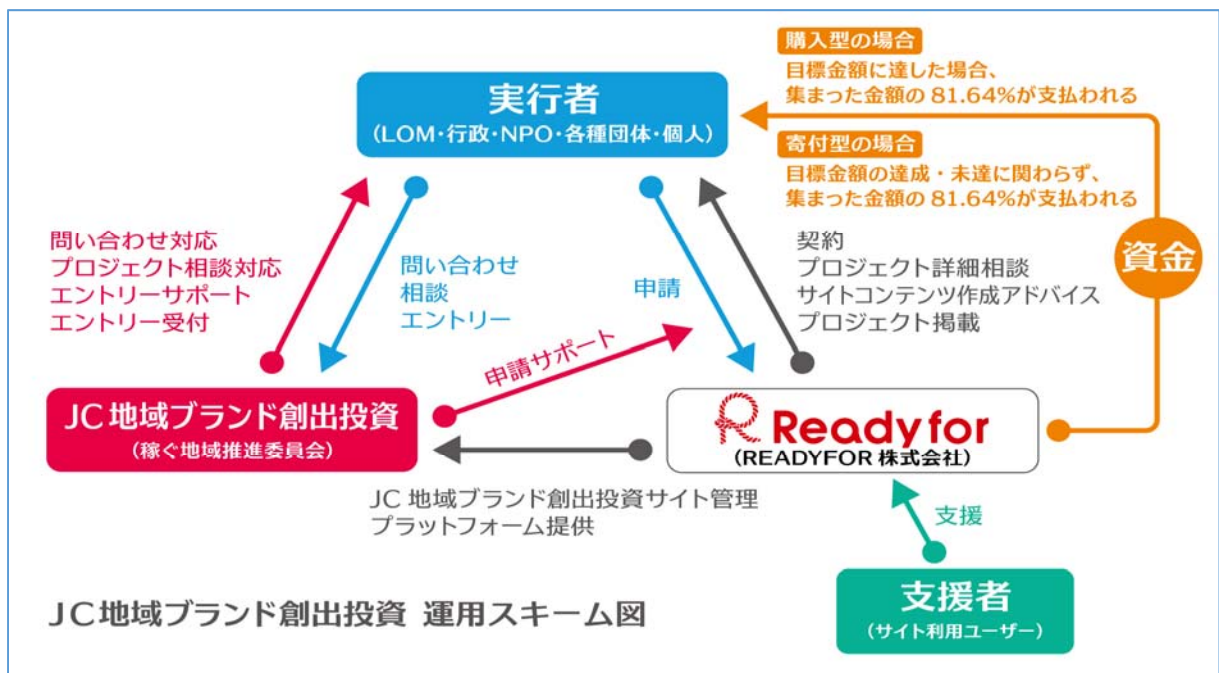
ります。

- ④ 事業予算を拡大することで、地域にもたらす効果を高めることにつながります。

#### ▼サポート体制

- ① 稼ぐ地域推進委員会は、各地会員会議所の各種相談の窓口となります。
- ② 稼ぐ地域推進委員会の他に、運営代行企業READYFORの専属担当者（キュレーター）が企画からプロジェクトの実施・アフターフォローまでフルサポートします。
- ③ キュレーターは、担当する実行者によるプロジェクトの企画内容のブラッシュアップや掲載文章の推敲、使用写真のアドバイスなどのサポートを行います。

#### ▼参考：運用スキーム図



### 3. 担当キュレーターについて

- ① JC地域ブランド創出投資では、READYFORが運営するクラウドファンディングシステムを活用します。プロジェクトは実行者とREADYFOR担当キュレーター間で承諾依頼書兼承諾書を交わし、プロジェクト企画立案及び掲載・リターン品の選定及び送付（購入型）まで、全ての運用を担当キュレーターがサポートします。
- ② 掲載審査・掲載申込手続き・プロジェクト内容の詳細相談・サイトコンテンツ作成アドバイス・プロジェクト掲載・アフターフォローまで、専門性の問われる実務運営を担当キュレーターがフルサポートします。

### 4. サイト掲載までの流れについて

#### ▼エントリー方法

エントリー方法は、「参考資料1」程度の内容を作成していただき、READYFORが運営

するクラウドファンディング特設サービスページ「J C地域ブランド創出投資」よりエントリーボタンよりエントリーしていただくか、活用の手引き表紙にあるお問い合わせ先にエントリー希望とご連絡いただければご対応させていただきます。

#### ▼一般の実行者が「J C地域ブランド創出投資」からエントリーする場合

##### ① 問い合わせ受付・プロジェクトのエントリー

実行者は、「参考資料1」程度の企画書を作成していただき、稼ぐ地域推進委員会に問い合わせをお願いします。当委員会として推薦できる案件であると判断したら、READY FOR株式会社の担当キュレーターと再度審査を行い、後日結果のご報告を致します。

※プロジェクトがJ C地域ブランド創出投資の趣旨に合致しているか審査を行います。

※プロジェクトの内容によって、本システムを利用いただけない場合があります。

##### ② 実行者と担当キュレーターで内容のブラッシュアップ

審査を通過すると、プロジェクト公開に向けて、内容をブラッシュアップしていきます。経験豊富な担当キュレーターが伴走し、実行者の想いを形にする作業をサポートします。

##### ③ プロジェクトスタート

共感を集めるには、実行者自らが多くの人に知らせる必要があります。ブログやFacebook・TwitterなどのSNSを最大限活用し拡散できる体制が整い、掲載原稿が完成すれば、プロジェクトが公開となります。

#### ▼各地会員会議所が実行者としてエントリーする場合

##### ① 問い合わせ受付・プロジェクトのエントリー

実行者は、「参考資料1」程度の企画書を作成していただき、J C地域ブランド創出投資サイト内のエントリーフォームからエントリーしてください。稼ぐ地域推進委員会とREADY FOR株式会社のキュレーターで審査を行い、後日結果のご報告を致します。

※プロジェクトがJ C地域ブランド創出投資の趣旨に合致しているか審査を行います。

##### ② LOM担当者と担当キュレーターで内容のブラッシュアップ ※上記②と同様。

##### ③ プロジェクトスタート ※上記③と同様。

#### ▼サイト掲載受付期限について

プロジェクト新規掲載受付は、2017年9月30日（土）までとなります。本年度中にプロジェクトが終了しないと稼ぐ地域推進委員会が判断した場合は、J C地域ブランド創出投資への掲載は出来なくなります。

#### ▼目標達成を越えて支援金が集まった場合について

① プロジェクト対象の事業を実施の際に、支援金に応じて事業規模を拡大していただき、利益などが出ないようにお願い致します。

② または、慈善事業などに対する寄付などをお願い致します。その場合、目標額を越えた集まった支援金を寄付する旨を、予めプロジェクト掲載する際にどのような事業に寄付を行うのかを明記することが必要です。

## ▼資金の流れ留意点

### 【各地青年会議所自体が J C 地域ブランド創出投資を活用する場合】

稼ぐ地域推進委員会が、会計処理や手続きに対して一律のルールを設定・適用をすることは困難なため、下記を参考していただきながら各地会員会議所のルールや財務運用者及び、各都道府県が所管する関係部署と協議のうえ進めてください。

### 【理事会への議案上程と可決承認及び総会決議までの流れ】

STEP 1	プロジェクト 起案時期	<p>◆事業実施の4ヶ月前までには、プロジェクト内容・資金の執行計画・目標金額等を稼ぐ地域推進委員会及びREADYFOR担当キュレーターと協議のうえ、計画を立ててください。</p> <p>◆プロジェクトが公益事業として確認の必要がある場合は、各々で都道府県が所管する関係部署に問い合わせてください。収益事業の判断により公益事業と認められないケースもあります。</p>
STEP 2	税制上の理解	<p>◆公益法人に税金は掛かりませんが、一般社団法人の場合、利益部分に税金が発生します。</p> <p>◆金額が大きい場合、消費税納税の可能性があるので、各都道府県の関係部署に事前確認を取ってください。</p>
STEP 3	寄付金で計上 するケース	<p>◆会員会議所については公益法人会計など各都道府県の関係部署関係部署に事前確認を取ってください。</p> <p>事例：JCI JAPAN SMILE by WATER「水で世界を笑顔にする！スマイル・雨水ヴィレッジ・プロジェクト」の支援の計上科目は「寄付金収益」となります。</p>
STEP 4	理事会①	<p>◆事業の概要のみを決定する議案（骨子議案）を上程し、事業目的・予算（地域ブランド創出投資実施前の当初予算）・開催日時・会場・大筋の事業内容について承認を得てください。</p> <p>◆地域ブランド創出投資にて、事業予算を増額する議案を上程し、承認を得てください。</p>
STEP 5	プロジェクト の実施	<p>◆地域ブランド創出投資を実施し、集まった支援金額を確定してください。</p>
STEP 6	理事会②	<p>◆地域ブランド創出投資にて、獲得した支援金額を上乗せした事業の実施議案を理事会に上程し、承認を得てください。</p>
STEP 7	事業の実施	<p>◆事業を実施してください。購入型プロジェクトの場合は、決算議案を理事会に上程までにリターンの受け渡しを完了してください。</p>
STEP 8	実施後の補正	<p>◆事業の実施において事業予算の補正があった場合は、理事会の承認を得てください。</p>
STEP 9	臨時総会	<p>◆支援金額の確定後、総会を開催し本会計の修正または補正を行い、承認を得てください。</p>

※ J C 地域ブランド創出投資の活用に際して、支援金の用途において利益が出ないように注意が必要です。

## 5. Q & A

### Q 1 どのようにプロジェクトをつくと良いですか。

A 1 共感されるプロジェクトの内容・名称（タイトル）・原価や郵送料を考慮しながら還元するお礼・集まりやすい目標金額・事業準備の時間を見据えた募集期間を企画し、稼ぐ地域推進委員会までお問合せください。

### Q 2 どのように支援者を募ると良いですか。

A 2 多くの共感者から小口の資金提供を得る工夫が必要です。FacebookなどのSNSを通じてプロジェクトを知ることも多く、草の根的な活動から共感の輪を広げていくことが大切です。また、購入型の場合はリターン（支援者に還元されるモノやサービスや権利など）に対して興味をもつ方も多いのは事実です。さらに、地域の人びとに共有されている課題に対するプロジェクトや、知られている場所でのプロジェクトは共感されやすい可能性があります。

### Q 3 個人でも可能ですか。

A 3 可能です。一人の学生や数人の団体がプロジェクトを起案し、実施するケースも多くあります。少額のプロジェクトから開始して後々仲間が集まり事務局を開設し、継続的なプロジェクトにつながるケースもあります。

### Q 4 金額はどの程度の設定が良いですか。

A 4 100,000 円以上からプロジェクトの内容に応じて、キュレーターと相談のうえでの設定となります。また、プロジェクトの総予算として資金を集めるケースもありますが、プロジェクトに関連する一部分の資金を集めるケースもあります。

### Q 5 ふるさと納税と J C 地域ブランド創出投資の違いを教えてください。

A 5 ふるさと納税は自治体の財源になりますが使い道がはっきりしないこともあります。J C 地域ブランド創出投資は、社会的課題解決にどう使われるかが明確になる点の違いがあります。一方で支援者への税制上の優遇は、適用されません。

### Q 6 プロジェクトが年度をまたぐ場合はどうなりますか。

A 6 単年度制であるためプロジェクト実施は9月末までとなりますが、その後も本年度中は、既存のクラウドファンディング（Ready for）への斡旋が可能です。

### Q 7 地域ブランドの創出や、社会問題解決に資するプロジェクトとは何でしょうか。

A 7 まちづくりだけに関わらず、ものづくり・農業・漁業・林業・出版・映像・音楽・ご当地の食材グルメ・テクノロジー・子育て・国際交流・福祉・災害支援などです。

**Q 8 理事会や総会を通さないでLOMの事業に資金をつけることができますか。**

A 8 実行者がLOMである場合は、JCの予算に組み込まれるため、原則理事会や総会を通さないで行うことは、法的な会計処理として問題が生じる可能性があります。ただし、青年会議所の事業の中で協働する他の団体自体が、自らの意志でJC地域ブランド創出投資から資金調達し実施する場合は、青年会議所の会計を通す必要はなくなります。なお、その団体が任意団体であるかなどで生じる諸問題や関係性はLOMで対応していただきたいと思えます。

**Q 9 目標金額達成後の資金の提供はいつ頃になりますか。**

A 9 プロジェクト募集期間終了月の翌々月10日までにREADYFOR株式会社より手数料17%（税別）を差し引いた金額が、実行者の口座に入金されます。

**Q 10 支援者の個人情報管理はどこで行うのですか。**

A 10 原則としてプロジェクト実行者での管理となります。個人情報保管期間は、7年間の望ましいです。

**Q 11 承諾依頼書兼承諾書とは何ですか。**

A 11 実行者とREADYFOR担当キュレーターとの間で交わされる書類となり、サポート料、サポート内容などの取り決めを承諾する書類となります。

※契約内容の詳細は、READYFORにお問い合わせください。



## 【参考資料1】 実行者・実行LOMがプロジェクトエントリーに必要な書類

### プロジェクト企画書

(実行者情報以外の項目は可能な限りの記載で構いません)

#### ■ 実行者情報 (個人)

実行者名・所属団体名・所属団体役職名・連絡先電話番号・メールアドレスを記入

#### ■ 実行者情報 (LOM)

所属ブロック・LOM名・所在地・理事長名・専務理事名・連絡先電話番号・メールアドレス・担当者名・担当者役職・担当者連絡先電話番号・担当者メールアドレス

#### ■ プロジェクト名 (案)

#### ■ プロジェクト (実施事業) 概要 (案)

#### ■ 購入型・寄付型 ( All In 型 ・ All or Nothing 型 )

#### ■ プロジェクト (実施事業) によって地域のブランドを創出または強化する要因

#### ■ プロジェクト総予算 (案)

#### ■ J C 地域ブランド創出投資を利用して集めたい目標金額 (案)

#### ■ リターン品 (案) ※購入型の場合のみ