

休眠預金活用事業 事業計画

申請事業名(主)	金融包摂手段を通じたソーシャルビジネス・エコシステム形成
申請事業名(副)	新しいファイナンスとインパクトの可視化による金融アクセスの改善等を通じた持続的かつ前向きな循環形成

申請事業の種類1	③ソーシャルビジネス形成支援事業
申請事業の種類2	
申請事業の種類3	
申請事業の種類4	
申請団体名	株式会社CAMPFIRE SOCIAL CAPITAL

優先的に解決すべき社会の諸課題

領域①	3) 地域社会における活力の低下その他の社会的に困難な状況に直面している地域の支援に係る活動	分野①	⑥ 地域の働く場づくりや地域活性化などの課題解決に向けた取組の支援;⑦ 安心・安全に暮らせるコミュニティづくりへの支援
領域②	2) 日常生活又は社会生活を営む上での困難を有する者の支援に係る活動	分野②	④ 働くことが困難な人への支援;⑤ 社会的孤立や差別の解消に向けた支援
領域③		分野③	
領域④		分野④	

その他の解決すべき社会の課題	
----------------	--

SDGsとの関連

ゴール	ターゲット	関連性の説明
4.すべての人に包摂的かつ公平で質の高い教育を提供し、生涯学習の機会を促進する	4.4 2030年までに、技術的・職業的スキルなど、雇用、働きがいのある人間らしい仕事及び起業に必要な技能を備えた若者と成人の割合を大幅に増加させる。	日本各地、コミュニティにおいて社会課題解決を担う若者の起業を支援しソーシャルビジネスの担い手を創出していく。
5.ジェンダーの平等を達成し、すべての女性と女児のエンパワーメントを図る	5.a 女性に対し、経済的資源に対する同等の権利、並びに各国法に従い、オーナーシップ及び土地その他の財産、金融サービス、相続財産、天然資源に対するアクセスを与えるための改革に着手する。	金融サービスへのアクセス改善含めソーシャルビジネスにおいてジェンダーギャップの無い起業環境を創出していく。
8.すべての人のための持続的、包摂的かつ持続可能な経済成長、生産的な完全雇用およびディーセント・ワーク（働きがいのある人間らしい仕事）を推進する	8.3 生産活動や適切な雇用創出、起業、創造性及びイノベーションを支援する開発重視型の政策を促進するとともに、金融サービスへのアクセス改善などを通じて中小零細企業の設立や成長を奨励する。	中小のスタートアップが多いソーシャルビジネスに対して、金融サービスへのアクセス改善含め、直面する課題を改善し成長を促進していく。
8.すべての人のための持続的、包摂的かつ持続可能な経済成長、生産的な完全雇用およびディーセント・ワーク（働きがいのある人間らしい仕事）を推進する	8.10 国内の金融機関の能力を強化し、全ての人々の銀行取引、保険及び金融サービスへのアクセスを促進・拡大する。	既存金融機関の課題・限界を補完し、インパクトの可視化に基づき新たな資金循環のモデルを構築することで金融サービスへのアクセスを促進・拡大していく。
17.持続可能な開発に向けて実施手段を強化し、グローバル・パートナーシップを活性化する	17.17 さまざまなパートナーシップの経験や資源戦略を基にした、効果的な公的、官民、市民社会のパートナーシップを奨励・推進する。	民間資金活用したソーシャルインパクトボンド（SIB）方式によるファンド等企業・自治体との新たなコレクティブインパクトの創出、国際機関との連携等多様なセクターとの協業・連携を図っていく。

実施時期	2022年2月～2025年3月	直接的対象グループ	社会課題を解決に向け活動するソーシャルビジネスの担い手	間接的対象グループ	社会課題解決の受益者、応援・共感に基づきソーシャルビジネスの担い手を支援する人々
対象地域	全国	人数	約55000人	人数	約240万人

I.団体の社会的役割

(1)申請団体の目的
<p>「一人でも多く一円でも多く、想いとお金がめぐる世界をつくる」ことをミッションとし、インターネットの可能性を信じ、誰もが声をあげられるプロダクトを創り続けること、どんなに小さな声であろうと自由に表現や発信ができるように、どんな立場の人であろうと等しく金融にアクセスできるように、テクノロジーを駆使して、共感や仲間、お金集めを支える新たなインフラになっていく。</p> <p>そこから生まれる多様な経済圏を、毛細血管のように社会にめぐらすことで、すべての人が自己表現するように生きられる経済を実装する。</p>

II.事業の背景・社会課題

(1)社会課題概要
<p>各地域、コミュニティにおいて多様化する課題解決を目指す社会起業家、ソーシャルビジネスの担い手の多くは1人もしくは数人での創業からスタートするが、ソーシャルビジネスの多くは創業初期の金融アクセス、資金調達の高いハードルを乗り越えられず成長できないケースが多い。</p> <p>また、資金面に加え継続的な伴走支援が受けられないことから事業立ち上げおよび事業の安定化に時間がかかる等課題を抱えている。</p> <p>結果、解決可能な社会課題が取り残されたままになっている。</p>

(2)申請団体の概要・活動・業務

国内最大、国内唯一の総合的にクラウドファンディング（CF）サービスを展開するプラットフォームとして、購入型・寄付型・融資型・株式投資型4種類のサービスにより、独自の経済圏を形成し、製品開発・マーケティング・災害支援・寄付等幅広い資金ニーズに対応してきた。融資型CF（ソーシャルレンディング）「CAMPFIRE Owners」の開始により、事業者が個人の投資家から応援・共感に基づく資金を募り、融資という形で資金調達を行うことも可能となり、誰1人取り残さない真の金融包摂の実現を目指している。

(2)社会課題詳述

経済産業省「ソーシャルビジネス研究会報告書」での事業者へのアンケート（2008）において、ソーシャルビジネス事業展開上の主要課題として、「認知度向上」（45.7%）、「資金調達」（41%）、「人材育成」（36.2%）の3つが大きな課題となっている。また普及・発展にあたっての問題点・課題については、「公的機関との連携・協働の推進」（42.5%）、「担い手不足」（42.3%）、「認知度が低い」（41.9%）、「資金提供の仕組みの充実」（37.2%）等の課題があげられている。

資金調達に着目すると、事業者（需要側）の課題としては、ソーシャルビジネスは必ずしも事業性の高い領域であり、起業時や事業運営時に金融機関から資金を確保することが容易ではないとしている。金融機関等（供給側）の課題としては、財務面だけでなく、ソーシャルビジネスの社会性と事業性を両立したビジネスモデルに関する目利きが必要であるが、その判断が難しいと指摘している。

一方、日本政策金融公庫総合研究所が実施した「社会的問題と事業との関わりに関するアンケート」（2014）によれば、ソーシャルビジネスを進めていくうえでの課題として、「人手の確保」の割合が49.0%と最も高く、以下、「従業員の能力向上」（41.9%）、「売上げの増加」（35.4%）、「行政との連携」（29.3%）、「運転資金の確保」（27.1%）と続き、資金調達が人材や売上の確保に次ぐ大きな課題となっていることが分かる。

また、収益性が低いから資金調達が難しいというだけでなく、「運転資金の確保」を課題としながら、資金調達を相談する先がない、または外部に相談していないという法人が少なくないということが明らかになった。

上記背景の下、CFは「外部への相談先」としての機能を担い、初期の運転資金確保を含めた金融アクセスを改善するとともに、認知度を向上させ、社会的インパクトの見える化と新たな信用創出のインフラとしての期待・意義が高い。

(3)課題に対する行政等による既存の取組み状況

行政・金融機関により創業支援が行なわれているが、ソーシャルビジネスに特化もしくは適したものが少ないのが現状である。支援方法も助成金・補助金が主流となっており、持続的な金融アクセス改善、担い手の育成、コミュニティ形成に寄与するものは非常に少ない。分野としても福祉や地方創生に偏っていることが多く、多様な社会課題解決に向けた創業支援を行なっている既存の取り組みはほとんどない。

また、資金の出し手にとっても、社会的インパクト投資の受皿がほとんど存在せず、資金がどれだけのインパクトを創出するかが分かる仕組みがない。

(4)課題に対する申請団体の既存の取組状況

国内最大のCFプラットフォームの一員として、寄付型・購入型CF、融資型CFによるプロジェクトを支援。例えば、障がい者雇用創出のために、スマホアプリ制作部門立上げのためのファンドとして融資型CFによる資金調達を実現、また、公文教育研究会と連携した民間資金を活用したSIB方式による再犯防止分野でのファンドを民間初として実現する等、あらゆる課題に対して、テクノロジーを駆使し、応援・共感に基づきお集金を支える新たなインフラとして誰1人取り残さない社会の実現に貢献してきた。

(5)休眠預金等交付金に係わる資金の活用により本事業を実施する意義

ソーシャルビジネスの担い手が資金を得やすくなることで、創業初期の金融アクセスが改善されると共に、キュレーターによる伴走支援を仕組化することで認知度向上、人材育成にも貢献し安定経営を実現できる。

また、事業の社会的インパクトを可視化・測定するためのインパクト測定・マネジメント（IMM）を導入・普及し資金の出し手に対する社会的インパクトの受皿を提示する。

ソーシャルビジネスの担い手の創出と資金の需要側・供給側の循環を加速し、各地の社会課題を解決するソーシャルビジネスの質と量の最大化を実現する。

III.申請事業

(1)申請事業の概要	
<p>各地域、コミュニティの課題解決を目指す社会起業家、ソーシャルビジネスの担い手の創業初期の金融アクセス、資金調達の壁を無くし、キュレーターによる伴走支援の仕組みを普及することでソーシャルビジネスの安定経営の実現を目指す。</p> <p>民間資金を活用したSIB方式によるファンド等を応用しビジネス化が難しいと思われる分野に対しても事業化に向けた事業開発・マッチングを行いソーシャルビジネスの裾野を広げる。</p> <p>そうした事業者が自社事業の社会的インパクトを測定するための「IMM」が実施できるための非資金的支援を行い、応援・共感に基づく資金の出し手に対する社会的インパクト投資の受皿を提示することで資金の循環を図る。</p> <p>また、CFプラットフォームとして培ったデジタルマーケティングに基づく分析及び広報により、各担い手が取り組む社会課題への世間の注目度を高めるための非資金的支援を提供する。</p>	

(2)インプット							
資金	①事業費 (自己資金含む)	内訳：実行団体への 助成金等充当額	管理的経費	②プログラム・オフィサー関連経費	③評価関連経費	④助成金申請額	⑤補助率
	¥217,390,000	¥170,000,000	¥47,390,000	¥25,333,308	¥9,800,000	¥243,023,308	91.7

(3)活動(資金支援)		時期
事業活動 0年目	実行団体の公募を行い、実行団体、および各実行団体向けの助成額を決定する。	2022年2月
事業活動 1年目	資金計画書に基づく助成金を交付する。実行団体は、社会課題解決に向けた新製品・サービスの開発、ビジネスモデルの検証、キュレーター人材配置・育成に要する準備・実行、デジタルマーケティングに基づくデータ分析、およびそのインパクトの測定・マネジメントに要する費用に助成金を充当する。	2022年度
事業活動 2年目	マイルストーンの達成状況に基づく助成金を交付する。実行団体は、社会課題解決に向けた事業開発、ビジネスモデルの構築・実行、キュレーター人材配置・育成に要する実行、活動及びデータ分析通じた計画見直し、およびそのインパクトの測定・マネジメントに要する費用に助成金を充当する。	2023年度
事業活動 3年目	マイルストーンの達成状況に基づく助成金を交付する。実行団体は、社会課題解決に向けた事業開発、ビジネスモデルの構築・実行・ネットワーク化、キュレーター人材育成・ネットワーク化に要する実行、活動及びデータ分析通じた発信、およびそのインパクトの測定・マネジメントに要する費用に助成金を充当する。	2024年度

(4)活動(組織基盤強化・環境整備(非資金的支援))		時期
事業活動 0年目	実行団体の公募を行い、アウトカムの実現可能性等に基づき実行団体を選定する。	2022年2月
事業活動 1年目	<p>実行団体向けに以下を提供する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・実行団体に取り組む社会課題に対する世間の注目度を高めるための、デジタルマーケティングに基づく社会課題の分析・情報発信にかかる支援 ・インパクト測定・マネジメント手法にかかる知見の共有・実施支援 ・キュレーター人材の育成・仕組化にかかる支援 ・SIB方式を含めた新たなコレクティブインパクトに基づく事業開発支援 	2022年度

<p>事業活動 2年目</p>	<p>実行団体向けに以下を提供する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・実行団体に取り組む社会課題に対する世間の注目度を高めるための、デジタルマーケティングに基づく社会課題の分析・情報発信にかかる支援 ・インパクト測定・マネジメント手法にかかる知見の共有・実施社会的インパクト発信にかかる支援 ・キュレーター人材の育成・仕組化・ネットワーク化にかかる支援 ・SIB方式を含めた新たなコレクティブインパクトに基づく事業開発・ネットワーク化支援 	<p>2023年度</p>
<p>事業活動 3年目</p>	<p>実行団体向けに以下を提供する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・実行団体に取り組む社会課題に対する世間の注目度を高めるための、デジタルマーケティングに基づく社会課題の分析・情報発信にかかる支援 ・インパクト測定・マネジメント手法にかかる知見の共有・実施、社会的インパクト発信にかかる支援 ・キュレーター人材の仕組化・ネットワーク化にかかる支援 ・資金調達手段多様化に向けた事業開発・ネットワーク化支援 	<p>2024年度</p>

(5)短期アウトカム(資金支援)	指標	初期値/初期状態	目標値/目標状態	目標達成時期
日本の各地域、コミュニティにおいて、ソーシャルビジネスの担い手が解決を目指す社会課題の構造がデータに基づき分析され、ソーシャルビジネスの新商品・サービスの開発に向けたビジネスモデルが提案され認知される。また、キュレーター人材の確保・活用を通じ自律的・持続可能な事業の構築が図られる。	<ul style="list-style-type: none"> ・社会課題にフォーカスしたデジタルマーケティングのシステムの質 ・解決を目指す社会課題との相関関係の強い要因の数 ・資金分配団体及び各実行団体の関連PV数 ・伴走人材としてのキュレーターの確保有無 	<ul style="list-style-type: none"> ・クラウドファンディングを活用した各団体のアクセス解析データが別個に存在している。 ・社会課題と要因との相関関係については仮説として存在している。 ・解決を目指す社会課題の存在が十分に認知されていない。 ・継続的な伴走人材がいないため、ソーシャルビジネスの担い手の経営基盤が不安定。 	<ul style="list-style-type: none"> ・クラウドファンディングを活用した各団体のアクセス解析データが各社会課題・カテゴリ毎に整理されている。 ・上記データが実行団体の活動に活用され実態に基づき補正、データと行動に基づき社会課題・構造が分析されている。 ・社会課題との相関関係が強い要因の仮説が検証されている。 ・資金分配団体及び各実行団体の関連PV数が増加する。 ・伴走人材としてのキュレーターが確保されている。 	2023年3月
日本の各地域、コミュニティにおいて、ソーシャルビジネスの担い手が解決を目指す社会課題が発信され、ソーシャルビジネスの新商品・サービスの開発に向けたビジネスモデルが認知されるとともに、資金の需要側・供給側の循環が確立される。また、キュレーター人材の活用が進み自律的・持続可能な事業の構築が図られる。	<ul style="list-style-type: none"> ・クラウドファンディングを含む金融アクセス及び資金調達の数・希望額との差 ・クラウドファンディングを含む応援・共感に基づき支援をした人の数 ・認知された社会課題の構造の数 ・発信された社会的インパクトの数 ・伴走人材としてのキュレーターと構築された関係性 	<ul style="list-style-type: none"> ・資金調達、経営相談のための外部の相談先が確保されていない。 ・金融アクセスに困難を抱え十分な資金調達がなされていない。 ・社会課題と要因との相関関係については仮説として存在し認知されていない。 ・社会的インパクトが可視化されておらず資金提供の受け皿になっていない。 ・継続的な伴走人材がいないため、ソーシャルビジネスの担い手の経営基盤が不安定。 	<ul style="list-style-type: none"> ・資金調達、計得相談のための外部の相談先としてクラウドファンディング含む発信手段が活用されている。 ・クラウドファンディングを含む応援・共感に基づく支援者との双方向のコミュニケーションが確立されている。 ・クラウドファンディングを含む発信手段を通じて社会課題との相関関係が強い要因の仮説が検証されている。 ・伴走人材としてのキュレーターとの関係性が構築されている。 	2024年3月
日本の各地域、コミュニティにおいて、ソーシャルビジネスの担い手が解決を目指す社会課題及びビジネスモデルが認知され、活用可能な制度との連携、事業開発、ネットワーク及び応援・共感に基づく循環の仕組みが形成される。また、キュレーター人材創出の仕組みが構築される。	<ul style="list-style-type: none"> ・応援・共感に基づく循環の仕組みとしてのオンライン・コミュニティ/サロン含めたソーシャルビジネスの担い手と支援者との交流・コミュニケーションの仕組み構築の数 ・社会課題にフォーカスしたデジタルマーケティングのシステムの質 ・資金分配団体及び各実行団体の関連PV数 ・発信された社会的インパクトの質・数 ・伴走人材としてのキュレーター活用仕組化の度合い 	<ul style="list-style-type: none"> ・資金調達、経営相談のための外部の相談先との関係が一過性。 ・資金の需要側と供給側との循環が構築されておらず資金調達が一過性。 ・応援・共感に基づく支援が一過性。 ・社会的インパクトが十分に可視化されておらず資金提供の受皿となっていない。 ・伴走人材の確保が1つの団体に留まっており仕組化されていない。 	<ul style="list-style-type: none"> ・応援・共感に基づく循環の仕組みとしてのオンライン・コミュニティ/サロン含めたソーシャルビジネスの担い手と支援者との交流・コミュニケーション、資金循環の仕組みが構築される。 ・社会課題にフォーカスしたデジタルマーケティングのシステムが提案され普及する。 ・社会的インパクトが可視化され資金提供の動機と紐づく仕組みとなっている。 ・伴走人材としてのキュレーター活用・創出が仕組化されている。 	2025年3月

(対象地域)において、(〇〇の活動結果)により、(対象グループ)が(x x x)になる。				
(対象地域)において、(〇〇の活動結果)により、(対象グループ)が(x x x)になる。				
(対象地域)において、(〇〇の活動結果)により、(対象グループ)が(x x x)になる。				
(対象地域)において、(〇〇の活動結果)により、(対象グループ)が(x x x)になる。				
(対象地域)において、(〇〇の活動結果)により、(対象グループ)が(x x x)になる。				

(6)短期アウトカム (組織基盤強化・環境整備支援(非資金的支援))	指標	初期値/初期状態	目標値/目標状態	目標達成時期
日本の各地域、コミュニティの抱える社会課題及び解決手段としてのソーシャルビジネスに対する認知度が高まることにより、行政含めたサポート組織及びSIB等の制度との信頼関係が構築され、新たな事業開発・ビジネスモデルが構築されるとともに、必要なリソースの提供・サポートが行われる状態となる。	<ul style="list-style-type: none"> ・社会課題解決に向けて連携・提携する組織、個人の数 ・インパクト測定・マネジメント手法(IMM)活用度合い ・SIB含めたソーシャルビジネスで活用可能な制度に基づく事業開発の数 	<ul style="list-style-type: none"> ・日本の各地域、コミュニティの抱える社会課題及び解決手段としてのソーシャルビジネスが行政含めたサポート組織に十分に認知されていない。 ・創出される社会的インパクトが可視化されておらず、行政含めたサポート組織に十分に認知されていない。 ・SIB方式を含めた新たなコレクティブインパクトの仕組みにアクセスできていない。 	<ul style="list-style-type: none"> ・日本の各地域、コミュニティの抱える社会課題及び解決手段としてのソーシャルビジネスが行政含めたサポート組織に十分に認知される。 ・創出される社会的インパクトが可視化され、活用方法が行政含めたサポート組織に十分に認知される。 ・SIB方式を含めた新たなコレクティブインパクトに基づく事業開発が進みソーシャルビジネスの新たなアプローチが提案される。 	2023年3月
日本の各地域、コミュニティの抱える社会課題及び解決手段としてのソーシャルビジネスにより創出される社会的インパクトが測定され、外部に公開・共有されることにより、多様なセクター（国際機関、行政、教育研究機関等）との連携・協働機会が創出される仕組みが構築される。	<ul style="list-style-type: none"> ・IMM情報公開実績の有無 ・上記情報の閲覧者の数 ・上記情報の活用に基づき連携・提携する組織の数 	<ul style="list-style-type: none"> ・日本の各地域、コミュニティの抱える社会課題及び解決手段としてのソーシャルビジネスにより創出される社会的インパクトが可視化されておらず、根拠に基づき測定されていない。 ・上記インパクトが多様なセクター（国際機関、行政、教育研究機関等）において十分公開・共有されていない。 	<ul style="list-style-type: none"> ・日本の各地域、コミュニティの抱える社会課題及び解決手段としてのソーシャルビジネスにより創出される社会的インパクトが可視化され、データ及び根拠に基づき測定される。 ・上記インパクトが多様なセクター（国際機関、行政、教育研究機関等）において十分公開・共有される。 ・上記多様なセクターとの連携・協働機会が増える。 	2024年3月
日本の各地域、コミュニティの抱える社会課題及び解決手段としてのソーシャルビジネスに関し、SIB等の制度との事業開発、デジタルマーケティングの活用を通じた財務面含めた持続性確保方法の仮説が提案される。	<ul style="list-style-type: none"> ・実行団体の活動に対する助成金以外の自社資源の投入見込みの有無 ・SIB等制度との事業開発・ネットワーク化の数 	<ul style="list-style-type: none"> ・日本の各地域、コミュニティにおけるソーシャルビジネスの担い手の活動が点として存在し持続的でない。 ・財務面含めた持続性確保方法が十分に検証されていない。 	<ul style="list-style-type: none"> ・日本の各地域、コミュニティにおけるソーシャルビジネスの担い手の活動の財務面含めた持続性確保方法が検証され、仮説が提案される。 ・上記仮説に基づき、活動が面として連携し持続的となる。 ・SIB方式を含めた多様な事業開発、新たなコレクティブインパクトに基づきネットワーク化が進みソーシャルビジネスとしての新たなアプローチが提案される。 	2025年3月
(対象地域)において、(〇〇の活動結果)により(x x x)になる。				

(対象地域)において、(〇〇の活動結果)により(x x x)になる。				
(対象地域)において、(〇〇の活動結果)により(x x x)になる。				

(7)中長期アウトカム
 事業終了後3～5年後に、日本各地、コミュニティにおけるソーシャルビジネスの担い手が直面する課題に対し、クラウドファンディング(CF)含む手段を通じ改善され、インパクトの可視化による応援・共感に基づく資金需要者・供給者の資金循環とともに、新たな信用創出のインフラとして構築され、ソーシャルビジネス形成の循環モデルが構築される。

IV.実行団体の募集

(1)採択予定実行団体数	3~5団体
(2)実行団体のイメージ	ソーシャルビジネスの担い手として日本各地、コミュニティにおける社会課題解決に寄与するサービスを提供する企業・団体。
(3)1実行団体当り助成金額	1000万円~5,000万円程度（3年間合計）
(4)助成金の分配方法	各実行団体と事前に事業進捗にかかるマイルストーンに合意の上、マイルストーン達成に応じて助成金を分配する。
(5)案件発掘の工夫	CF事業（累計プロジェクト数55000件、累計支援者580万人、会員数240万人）を通じ、ソーシャルビジネスの担い手としての実行団体候補のネットワークは十分有していると認識。また、個人だけではなく、企業、自治体も含めた支援ネットワークも有している。なお、実行団体公募の際には、当社の発信力を最大限活用する。

V.評価計画

項目	事前評価	中間評価	事後評価
提出時期	2022年3月	2023年9月	2025年3月
実施体制	当社は金融包摂をミッションの一つとしており、課題・要因分析については一定程度知見を有するが、実行団体採択後、評価計画を策定していく。本事業リーダーがインパクト測定・マネジメントの概要については一定の知見を有するものの、評価の枠組み作りも含めて外部の専門家と協調して進めていく予定。	プログラムオフィサーが実行団体とのコミュニケーションを通じて日常的に獲得する情報を取りまとめる形で、本事業リーダーを中心に中間評価を実施する。デジタルマーケティング分析ツール及び外部の専門家の知見も積極的に活用する。	プログラムオフィサーが伴走支援を通じて実行団体毎のインパクト評価を積み上げた形で、資金分配団体としての事後評価を行う。デジタルマーケティング分析ツール及び外部の専門家の知見も積極的に活用する。必要に応じてウェブを中心に評価結果の開示を行う。
必要な調査	文献調査;アンケート調査;ワークショップ;関係者へのインタビュー;定量データの収集	文献調査;アンケート調査;ワークショップ;関係者へのインタビュー;定量データの収集	文献調査;アンケート調査;ワークショップ;関係者へのインタビュー;ケーススタディ;定量データの収集
外部委託内容	文献調査;アンケート調査;ワークショップ;関係者へのインタビュー;定量データの収集	文献調査;アンケート調査;ワークショップ;関係者へのインタビュー;定量データの収集	文献調査;アンケート調査;ワークショップ;関係者へのインタビュー;ケーススタディ;定量データの収集

VI.事業実施体制

(1)事業実施体制	当グループ内に申請団体主体で本事業担当のチームを編成し、各実行団体ごとに担当のプログラムオフィサーを配置する体制を敷く。各ブランドにも呼び掛け事業者の紹介・若手キュレーターの配置を依頼する。精算業務については、本事業担当チームリーダーが取りまとめて実施する。デジタルマーケティング・広報等、当社サービスを援用する形で提供できる実行団体への支援も、積極的に実施する。
(2)コンソーシアム利用有無	コンソーシアムで申請しない
(3)メンバー構成と各メンバーの役割	責任者（当社役員）1人、リーダー1人、プログラムオフィサー2～4人、総務・広報1人、外部業務委託3人～5人、その他ボランティアベースでグループ内他ブランドから若手キュレーターを配置
(4)ガバナンス・コンプライアンス体制	第二種金融商品取引業者に登録されるレベルのガバナンス・コンプライアンス体制を有している（関東財務局長（金商）第2973号）。

VII.出口戦略と持続可能性

(1)資金分配団体	本事業を通じて、日本各地、コミュニティにおけるソーシャルビジネスの担い手・社会起業家、及び公的機関とのネットワークを拡充するとともに、社会的インパクトの可視化を行い資金の供給側の動機を喚起し、資金の需要側・供給側の資金循環及び信用創出モデルとして新たなインフラを構築する。また、今回獲得するデジタルマーケティングに基づく社会課題分析、IMMを他社が適用する支援を行なった知見は、本事業終了後、グループ全体のクラウドファンディング事業での適用も含めて、活用方法を検討していく。
(2)実行団体	本事業を通じて、ソーシャルビジネスの担い手による活動が、資金の需要側・供給側の資金循環、双方向の支援者とのコミュニティ、信用創出モデルの活用により安定的な資金調達を図る。また、伴走人材としてのキュレーター人材の創出・活用モデルを仕組化し経営基盤の強化を図る。 IMMの実施およびデジタルマーケティングに基づく課題分析・発信により事業の財務的持続性確保の目処を獲得する。 その結果、事業終了後も、実行団体は持続的な財務基盤・経営基盤強化が図られる。

VIII. 広報、外部との対話・連携戦略

(1) 広報戦略
本事業を契機として、強い発信力をもつグループ代表のリソース、およびグループが持つクラウドファンディング・プラットフォームとして培ったデジタルマーケティングの知見及び高い認知度に基づき、日本各地、コミュニティが抱える社会課題の存在とデータ分析・広報を行う。また、その解決のための取り組みを行っている実行団体の存在やアプローチ等インパクト測定・マネジメントを通じて広報する。
(2) 外部との対話・連携戦略
グループが有するオンライン・コミュニティ/サロン含めた企業・経営者とのネットワークを活用する。また、実行団体への支援及び社会的インパクトの発信を通じ、インパクト投資に関心が高いもののインパクトの可視化がなされておらずアプローチができずにいたファンド・VC、JICA、自治体、その他想いを同じくするクラウドファンディング事業者と協調した取り組みを検討していく。

IX. 関連する主な実績

(1) 助成事業の実績と成果
2011年からクラウドファンディング（CF）のプラットフォームを運営するCAMPFIREは、「一人でも多く一円でも多く、想いとお金がめぐる世界をつくる。」ことをミッションとし、国内最大のプラットフォームとしてこれまで購入型CFを中心にグループ全体で490億円を超える支援者からの資金を挑戦者へ届けてきた。累計支援者数は580万人、累計プロジェクト数は55000件、会員数は240万人を超えている。認知度も高まっており、「誰しものが声を上げられる世の中」を作るために、幅広い世代の方々に認知されており、2020年5月時点で3850万PV/月、メディア掲載数は8000件/月を超えている。初めて挑戦する人にも安心のサポート体制を備え、1プロジェクトに1キュレーターを配置し、5万件以上のプロジェクトをサポートしてきた経験豊富なキュレーターがプロジェクト作成から終了までサポートし伴走支援を行ってきた。メインブランドである「CAMPFIRE」以外にも各種領域に特化したCFサービスを展開しており、社会問題と向き合い課題解決に取り組んでいる人に特化したプラットフォーム「GoodMorning」は、「誰もが社会変革の担い手になれる舞台をつくる」ことをミッションとし、誰の痛みも無視されない社会を目指して2019年よりグループ会社として活動している。また、同2019年からは、「CAMPFIRE SOCIAL CAPITAL」による融資型CF（ソーシャルレンディング）「CAMPFIRE Owners」の開始により、事業者が個人の投資家から応援・共感に基づく資金を募り、融資という形で資金調達を行うことも可能となり、誰1人取り残さない真の金融包摂の実現を目指している。2020年6月には、東京都によるCF活用の資金調達支援事業の取扱事業者として選定され、東京都がCFを通じて主婦、学生、高齢者の方々等様々な層による新製品開発、店舗開業、新規事業立上げ等の挑戦を後押しするものとして発生手数料の一部助成をおこなうものであり、自治体との連携・提携も進んでいる。
(2) 申請事業に関連する調査研究、連携、マッチング、伴走支援の実績、事業事例等
国内最大、唯一総合的にCFサービスを展開するプラットフォームとして、購入型・寄付型・融資型・株式投資型4種類のサービスにより、独自の経済圏を形成し、製品開発・マーケティング・災害支援・寄付等幅広い資金ニーズに対応してきた。グループ全体で430億円を超える資金を挑戦者へ届け、累計支援者数は580万人、累計プロジェクト数は55000件、会員数は240万人を超えている。初めて挑戦する人にも安心のサポート体制を備え、1プロジェクトに1キュレーターを配置し、5万件以上のプロジェクトをサポートしてきた経験豊富なキュレーターがプロジェクト作成から終了までサポートし伴走支援を行ってきた。独自分析ツールによりプロジェクトの見える化も図っており、管理画面で毎日のPV数、支援金額、男女別の支援割合、年代別の支援者数の確認も可能となっている。Google Analyticsによるアクセス解析、Twitter、LINE、Facebook等SNSを通じて配信する広告成果の計測も可能であり、挑戦者のデジタルマーケティングを支えている。事例としては、2019年11月CAMPFIRE Ownersにおいて、NPO法人ティラズ・ギルドによるプロジェクトとして、スマホアプリ制作部門立ち上げのためのPC、教材購入のためのファンドとして融資型CFによる資金調達を実現した。障がい者雇用の創出の一環として、先端IT領域の就労技能の習熟を行うことを目的としており、障がいを理由に取り残されない社会に貢献するとともにソーシャルビジネスにより社会課題解決を目指すものである。また、国内初の取組みとして、公文教育研究会と連携した民間資金を活用したSIB方式による再犯防止分野でのファンドを民間初として実現する等、ビジネス化が困難であると思われる分野においても、新たなコレクティブインパクトに基づき、CFによる認知度向上とソーシャルビジネスの活用による社会課題解決に貢献してきた。

X.申請事業種類別特記事項

(1)草の根活動支援事業	
(2)ソーシャルビジネス形成支援事業	本事業では、ソーシャルビジネスの担い手が直面する資金調達、伴走人材に関わる課題に対し、①SIBやCFといった各種ファイナンス手段による金融アクセスの改善、②インパクトの可視化による応援・共感の喚起、③①②を通じて応援・共感をベースとした資金需要者と供給者の新しい関係構築とそれに伴う更なる金融アクセスの改善、④伴走人材キュレーターが創出されていくことの仕組み化、を実施。①～④の金融包摂手段を通じて、ソーシャルビジネスに対して持続的かつ前向きな循環（エコシステム）を形成していくものである。
(3)イノベーション企画支援事業	
(4)災害支援事業	

以 上