

【敢闘賞】

クラウドファンディングを利用した江戸城再建

～日本の森とシンボルの再生～

学習院大学 経済学部

岩政 廣樹

〃

久保田 諒

〃

篠塚 悠希

〃

廣田 健太郎

(提言の要約)

ここ数年の円安効果により、海外からの観光客が増加している日本にとって、これを機にさらに東京の集客力を高め、日本の文化を発信するアイデアはないだろうか。2020年に東京オリンピックが開催されることが決まり、東京が注目を浴びている。世界には、バッキンガム宮殿やホワイトハウスのように、国の首都にシンボルとなるような歴史的建造物を観光地化している場所がある。そこで、私たちは2020年に向けて江戸城の再建を提言する。

江戸城の再建は、観光客誘致のみならず、世界に向けて日本の文化を発信するよい機会となる。しかし、再建するには多大な費用がかかるため、安易に国民の税金を投入するわけにはいかない。そこで、私たちは、インターネットを通じたクラウドファンディングの手法を利用して、再建資金を集めることを提案する。江戸城再建に興味を持つ内外の個人投資家や国内企業の資金を利用することができれば、財政面での負担もなく、費用面で批判が生まれることはない。オリンピック開催都市として注目されている東京で、歴史的にも価値の高い江戸城を再建するというアイデアは、国内のみならず、海外の観光客にとっても魅力的な投資先として、興味を持たれるはずである。世界ではクラウドファンディングが進展しているが、日本ではあまり浸透していないように思われる。江戸城のアイデアが実現することになれば、クラウドファンディングがさらに注目を浴び、市場規模の拡大にもつながるだろう。

さらに、私たちの「江戸城再建プロジェクト」では、以下3つの効果が期待できる。第1に、東京オリンピック後の安定した観光収入の確保である。オリンピック前に建設される宿泊施設などがオリンピック後にも稼働率を高く保つためには、東京に観光の目玉となるものを作る必要がある。後述の図表1で示されているように、東京を訪れる外国人は歴史的な建造物などに一定の興味を示している。江戸城がアクセスのよい東京駅周辺に再建されれば、浅草と並ぶ一大観光スポットになり、持続的な観光客誘致に役立つだろう。第2に、国産の木材の需要拡大である。近年、コンクリート造のマンション建設の増加や輸入木材の増加により国産木材の需要が落ち込んでいる。戦後植林された木々が伐採期を迎え、その用途をどうするかという問題があり、政府としても国産木材の自給率の増加を目指している。そこで、江戸城に使う木材を全て国産にすることで国産の木材のアピール機会につなげたい。第3に、日本文化の世界への発信である。江戸城再建の過程で日本製の建築素材や建築手法、室内装飾など、クールジャパンの一環として、アピールすることができる文化はたくさんある。江戸城再建プロジェクトにより、東京を世界有数の観光都市化することで、オリンピック後の景気低迷を打破することが期待される。

## はじめに

ここ数年の円安効果により、海外からの観光客が増加している日本にとって、これを機にさらに東京の集客力を高め、日本の文化を発信するアイデアはないだろうか。2020年に東京オリンピックが開催されることが決まり、東京が注目を浴びている。世界には、バッキンガム宮殿やホワイトハウスのように、国の首都にシンボルとなるような歴史的建造物を観光地化している場所がある。そこで、私たちは2020年に向けて江戸城を再建してはどうかと考えた。

江戸城の再建は、観光客誘致のみならず、世界に向けて日本の文化を発信するよい機会となる。しかし、再建するには多大な費用がかかるため、安易に国民の税金を投入するわけにはいかない。そこで、私たちは、インターネットを通じたクラウドファンディングの手法を利用して、再建資金を集めることを提案する。

## 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、インターネットを通して、ある企画を実行したい人が不特定多数の人々から資金調達をするというものである。Crowd(群衆)から funding(資金調達)を行うという意味である。

クラウドファンディングは、様々な人にとって有効な資金獲得システムである。実績のないベンチャー企業であっても、自らが提案する企画に対して出資者からの賛同を得られれば、国内だけでなく世界中からも資金を集めることができる。たとえ少額でも多くの人に参加すれば、多額の資金を集める可能性があり、江戸城再建のように歴史的にも著名な建造物が現代に蘇るという夢のある企画であれば、世界中から建設資金を集めることも難しくないだろう。

## 現状分析

今回の提言に際しての、ベースとなる現状分析を行った。大きく分けて以下の3つである。

### ① クラウドファンディングについて

クラウドファンディングには、金銭的にリターンのない寄付型、リターンがある投資型、そして企画が提供する何らかの権利や物品を購入することで支援を行う購入型に大別される。

購入型が主流になっている日本であるが、リターンはサンクスメールだけというものもあり、実質寄付型と変わらないクラウドファンディングが多く見受けられ、それ故にあまり大きな企画には使われていないという実態がある。購入型でまとまった資金を集めるためには、リターン、もしくは企画自体が魅力的

であることが第一の条件となるだろう。

## ② 日本を訪れる外国人観光客

近年の円安効果で中国をはじめとしたアジア各国や欧米からの外国人観光客が年々増加している。こうしたインバウンド効果により、消費面で支えられている観光地は数多くあるだろう。特に、東京は日本の首都として海外旅行者の知名度も高く、秋葉原や銀座などショッピングを中心に都会的なイメージが持たれている。そこで私たちは、現在の皇居に位置していた江戸時代の建築物である江戸城を再建することで、東京に歴史を感じることができる新たな観光スポットを追加でき、さらに東京の魅力を高めることができるのではないかと考えた。

東京観光公式サイト GO TOKYO の調べ（図表 1）によると、外国人観光客が東京に来た目的（行動）の 3 番目に歴史的・伝統的景観の寺社・日本庭園とあり、東京に歴史的建造物を求めている外国人観光客が一定数いることを示している。江戸城が再建されれば、より多数の外国人観光客が来場することが期待できる。また、城内に入ることができなくても外から見ることができ、夜間にライトアップすることなどで、さらに東京の観光地としての魅力を高めることができる。また、この企画は東京オリンピックのための内外からの交通網整備や宿泊施設の充実を想定しており、2015 年の現在よりも多くの観光客を東京が受け入れ可能であると考えられることから、観光客増加による混雑や渋滞については危惧していない。

## ③ 国産木材の需要減

近年はコンクリート造のマンション建設の増加や欧米産の輸入木材の流入により国産の木材価格の下落率が激しい。しかしながら、国産の木材需要は下降傾向である。米国以上に国産木材の下落が激しく（図表 2）林業の採算性が悪化してしまった。戦後植林された木々が約 50 年近く経ち、現在多くが伐採の時を迎え、平成 24 年時点では昭和 41 年の約 2.5 倍になっている。（図表 2）

日本には数多くの森林資源があるのだから使わずに放置しておくのは非常に悪いことである。江戸城再建を国産の木材で行えば、輸入木材から国産の木材にシフトするきっかけになるのではないかと私たちは考えた。

## 私たちの提案：江戸城再建プロジェクト

以上に述べてきたことを考えた結果、私たちはクラウドファンディングを利用し江戸城の再建計画を提言する。江戸城を再建しようとする材料や人材に

よって変化するが、およそ 300 億円の費用が必要と試算されている。何百億という数字では税金を投入することは考え難い。しかし、江戸城再建の費用にお金を出してもいいという人だけで賄うのであれば費用面では何も問題もない。では、どのようにしてこの多大な計画を実行するのかについて、以下の具体案をみていく。

#### <江戸城再建プロジェクトのためのクラウドファンディング>

今回のクラウドファンディングは購入型をメインに据え、さらに追加として企業からの寄付も想定する。購入型なので出資金額に応じてリターンを用意し、出資者がこれなら出してもよいというプランに出資を行う。もちろん全てのプランに出資を行うことも可能である。なお、このクラウドファンディングは金額が大きく資金が集まらないと何もできないため、All or nothing 方式（目標金額を達成しないとクラウドファンディングは失敗）を採用し目標金額を達成した場合のみ資金を提供することとする。そのためにも、幅広い層からの資金提供を可能とするために、2000 円から 10 万円まで出資金額に幅を持たせた。

購入型のリターンとして、4 パターンを提案する（図表 3 を参照）。

以下、それぞれのパターンについて説明する。江戸城が再建された場合、出資者にはある一定の期間は優先的に来場できる電子チケットをリターンとして受け取ることにした。(1)と(2)は共に 1 回限りの入場券であるが、電子媒体と紙媒体の違いがある。クラウドファンディングはインターネットを通して行われる為、参加するほとんどの人が何かしらの電子端末（スマートフォン・タブレット端末・パソコン等）を保有しているはずである。電子端末に QR コードやバーコードを表示させ、それをこちらで読み取ることで、手軽に管理することができるため、(1)の電子チケットを(2)の紙媒体の特別入場券と比べて安く設定した。(3)は、さらにノベルティとして江戸城関連の記念品を付ける。(4)の特別年間パスポートは、グッズをはじめとした様々な特典をつける。また、一番出資金額が大きいものであるため、シリアルナンバーを入れるなどしてパスポート自体もプレミアム感をだし、記念グッズとしても使えるようにする。

以上 4 つのプランを用意し、購入型でおよそ 300 億円の出資を想定している。また、購入型だけでなく企業や個人からの寄付という形でも募集をかけ、寄付をした法人名・個人名などを記した柱などを江戸城内に設ける・周辺地域とのタイアップを企画するなどし、出資者に対しての感謝の意を伝えるとともに、企業が寄付をアピールできる場とする。100 年ほど前の話であるが、大阪城を建設する際に市民から現在の価値でおよそ 60 億円の寄付が集まったそうだ。私たちの提案するクラウドファンディングは、学生でも参加しやすい金額から設定し、さらに入場券というリターンもあることから、内外から非常に多く

の資金が調達できる可能性が高いのではないかと考える。

江戸城を一から造るとなると、金銭面が第一に問題になるが、建設のための人材の確保も大きな問題である。世界遺産である姫路城の改修工事の際には民間の建設会社である鹿島が携わった。宮大工だけでなく建設会社も城の改修などに加わることが出来る技量があるため、今回は全国の宮大工や建設会社に対してコンペを開き、総合的（主に費用面）に判断し、決定する。さらに、江戸城開設後の管理運営主体については、国家的な建造物となることから、官公庁や都庁と協力した上で、管理主体を立ち上げることが必要となるだろう。

また、クラウドファンディングには運営主体があり、運営会社それぞれに特徴がある。例えば、WESYM（ウィシム）というクラウドファンディングを提供する運営主体では、企業ポイントでの決済を導入している。近年、電力会社が企業ポイントを導入するなど注目を集めており、本クラウドファンディングにおいても国内居住者、かつ(1)のパターンに限り、企業ポイントでの決済も取り入れてみてはどうかと考えている。クラウドファンディングの決済方法としては、基本的にクレジットカードが用いられるが、ポイントを使うことによってリアルマネーを使うよりも心理的に購買意欲の増加につながるのではないかと考えているためだ。

#### ＜江戸城再建プロジェクトによる効果＞

##### ① 日本の林業に対する効果

江戸城の再建には国産の木材を使用する。なぜ、価格の安い輸入木材を使わないのかという意見もあると思う。しかしながら、今の日本の林業事情として問題があることはご存知だろうか。木には天然林と人工林に分類することができる。人が効率性を重視し産業用として植林した人工林は、あればあるほどよいというわけではなく、間伐を行わないと日光の入りが悪くなり、土壌の悪化につながる。その結果、土砂崩れのリスクが上昇する危険性が発生する。また高齢な木だと二酸化炭素の吸収率が低下し森林の良さが消えてしまう。森は様々な効果を発揮するが、人間が手を加えないと荒れ放題の森と変わらないのである。国産木材は価格が下落しているが、それでも檜などの価格は輸入木材よりも高く、また乾燥などの手間が面倒などの理由で使われることが少ない。このような理由により放置されてしまう人工林が多くなってきている。そこで、国産木材を使った江戸城建築を実現することができれば、国産木材の使用が増え、林業が活発になることで森林の手入れが進むという効果が期待できるのではないかと考える。

##### ② 東京オリンピック後の集客効果

近年のオリンピック開催都市には、終了後に観光施設が使われず、マイナス

の効果が生じることが指摘されている。しかし、東京に江戸城を再建することで、東京オリンピック後にも安定した観光収入を獲得できるのではと考える。近年の円安効果により日本への外国人観光客数は増えているが、実は円安効果に頼っているだけかもしれないという不安定さがある。今後は、為替レートなどの外部要因によらず、日本の観光資源の魅力を高めることで外国人を誘致できるようなモノを造る必要があり、それが江戸城になるのではないか。また、江戸城再建により、歴史的な木造建築としてだけではなく、畳や障子、襖、瓦、といった日本的な建築様式や室内様式を外国人にアピールすることができ、日本の伝統工芸品を知ってもらう良い機会となることも期待できる。

### ＜問題点＞

今回の提言には大きく2つ問題点が挙げられる。

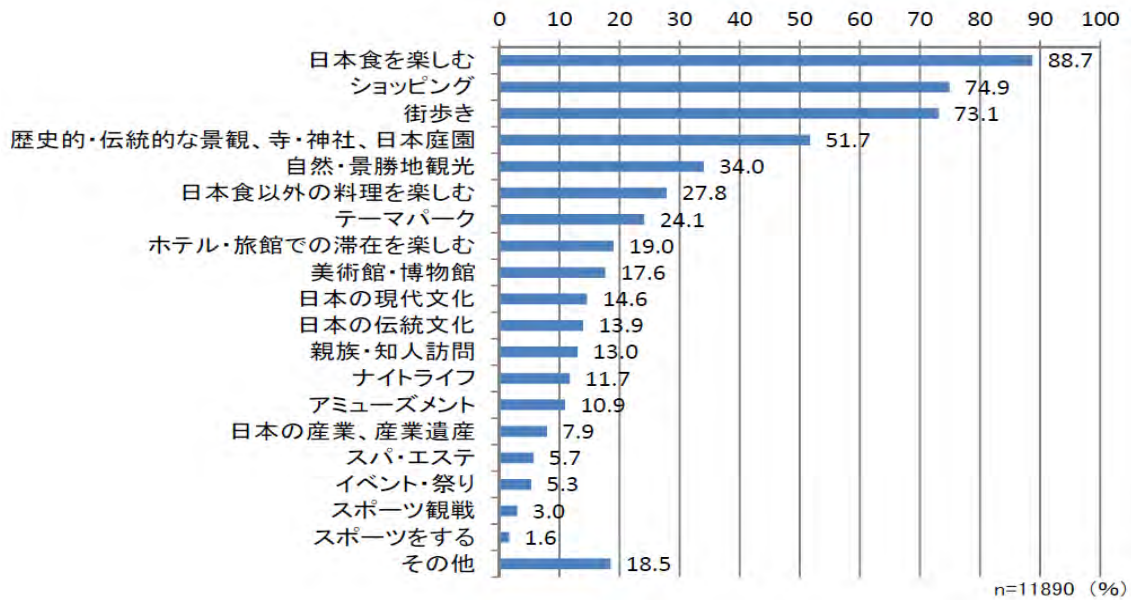
まず根本的な問題として、このクラウドファンディングが世間に認知されるかである。クラウドファンディングを知らない人にとっては、お金を出資することに抵抗を感じる可能性がある。その点に関しては、今後クラウドファンディングをより馴染みのあるモノとして、宣伝する必要がある。またプロジェクトの内容については、インターネット上で多言語でのホームページを立ち上げて内外に周知するだけでなく、TwitterやFacebookなどのようなSNSを使い、人から人へ伝わることで更なる周知を徹底したい。

2つめの問題として、購入型のリターンとして、入場券に設定していることにある。多くの人からの参加を期待するだけに、これだけの人数が同じ日に来場すればパニックになってしまう。それを防ぐ対策として、事前にインターネットで来場日時を指定するようにする。特に初年度は大変混雑することが予想される。これについては、インターネット上で抽選を行うなどして回避することができると思う。

### 最後に

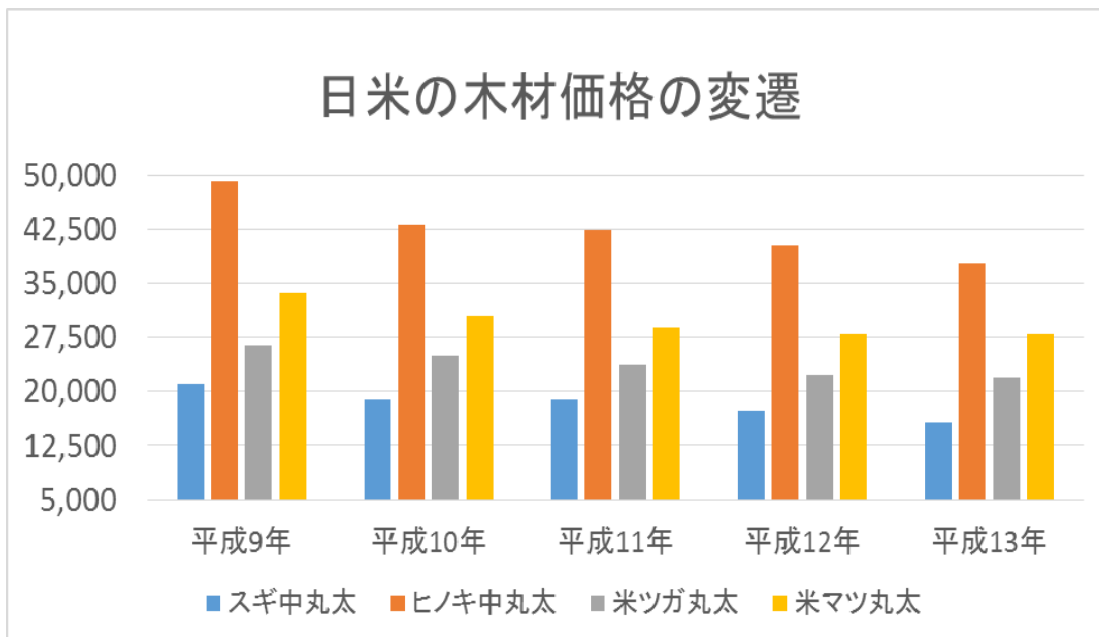
私たちはクラウドファンディングを利用し、江戸城を再建するという提案をした。大阪城・名古屋城はあるのに江戸城は存在しない。東京オリンピックで注目を浴びている今だからこそ、このような企画を世界に発信すれば、興味を持つ人がたくさんいるのではないだろうか。江戸城再建のクラウドファンディングは、再建のための資金集めと東京への観光客集客の二つの効果を発揮するとともに、クールジャパンの一環として様々な日本の技術・文化を世界に発信する良い機会であり、そのメリットは大いに期待される。いつの日か江戸城が再び日本に現れることを期待する。

図表 1 外国人観光客が東京に来た目的



(出典) 「東京観光公式サイト GO TOKYO」

図表 2 日米の木材価格の変遷



(出典) 「近畿中国森林管理局を基に筆者作成」

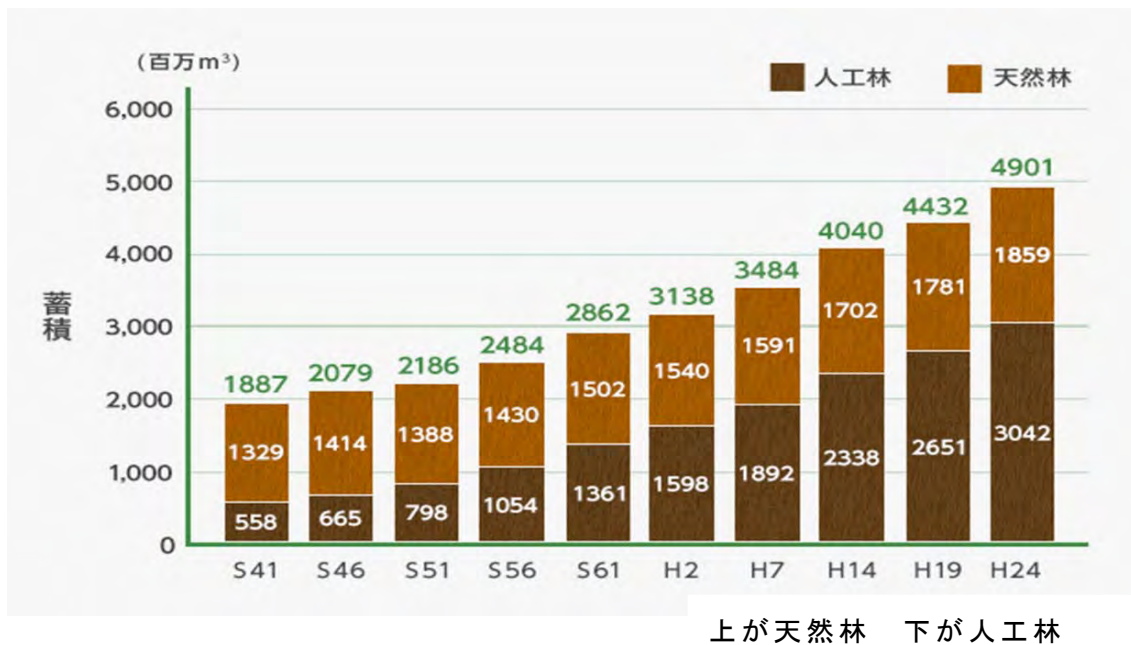


図表 3 購入型リターン 一覧表

リターン	出資に必要な金額	想定人数(万人)	総額
(1)電子チケット(入場券)	¥2,000	200	40 億円
(2)特別入場券(紙媒体)	¥3,000	500	150 億円
(3)特別入場券+記念グッズ	¥10,000	100	100 億円
(4)特別年間パスポート	¥100,000	1	10 億円
以上4つのリターンで300億円を見込んでいる			

筆者作成

図表 4 日本の人工林と天然林の推移



(出典) 「林野庁」

<参考文献・資料>

- 農林水産省  
(<http://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/kensaku/bunya5.html>)
- 林野庁  
(<http://www.rinya.maff.go.jp/j/kanbatu/suisin/index.html>)
- 近畿中国森林管理局  
(<http://www.rinya.maff.go.jp/kinki/>)
- 日本政府観光局（JNTO）  
(<http://www.jnto.go.jp/jpn/>)
- 東京観光公式サイト GO TOKYO  
(<http://www.gotokyo.org/jp/>)
- クラウドファンディングサイト WESYM  
(<https://wesym.com/ja/>)
- 姫路城  
(<http://www.city.himeji.lg.jp/guide/castle/>)