






山鳥毛里帰りプロジェクト～備前刀の最高峰・国宝「山鳥毛」里帰りを通じた地域活性化と日本文化の伝承～		取組開始時期	平成30年11月	取組の 카테고리	観光客の誘致・地域PR
---	--	---------------	----------	-----------------	-------------

1. 団体名	岡山県瀬戸内市	2. 連携先の団体	金融機関、報道機関、企業、市民団体・各種団体 株式会社ビザビ、株式会社ファンドレックス 等
---------------	---------	------------------	--

3. 取組目的	備前刀の最高峰である国宝「山鳥毛」を生まれ故郷「備前長船」に里帰りさせるため、国宝「山鳥毛」の購入費用を、企業版ふるさと納税やクラウドファンディングにより資金調達することとし、数多くの企業・個人の方からご支援をいただいた。	4. 関連するゴール	    
----------------	---	-------------------	---

5. 取組詳細（取組内容の詳細及び取組によって得られた成果、今後の方向性等）

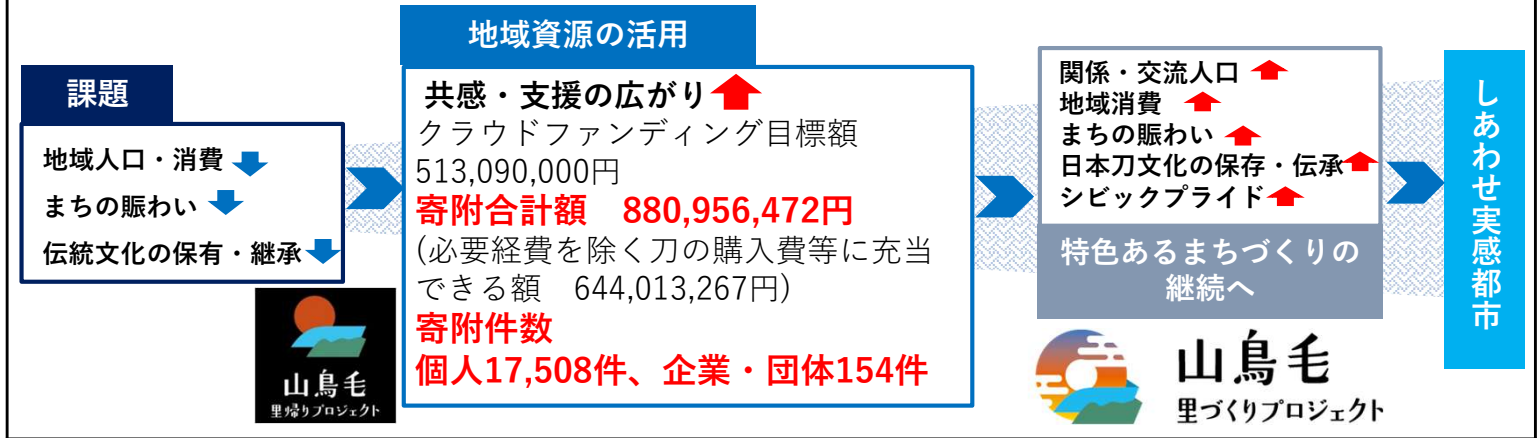
日本刀の中でも、国宝、重要文化財に指定されている名刀の多くが産出された備前国。中でも、古くから多くの刀工が作刀を続け、備前刀の中心地であった瀬戸内市長船地区は、現在まで作刀が続いており、日本刀の聖地とも称されている。備前刀は、国宝刀剣類の総数111口のうち、実に47口を占めており、質・量ともに他地域を圧倒している。

瀬戸内市では、かねてから県外への流出が懸念されていた、戦国武将・上杉謙信の愛刀で備前刀の最高峰である国宝「太刀無銘一文字(山鳥毛)」を生まれ故郷である「備前長船」の地に戻す「山鳥毛里帰りプロジェクト」を立ち上げ、クラウドファンディング等による資金調達を行い、令和2年3月に国内外の数多くの方の支援を得て、「山鳥毛」を購入することができた。



国宝『太刀 無銘一文字 山鳥毛』

この所有した「山鳥毛」は、子ども達への教育や地域の活性化に寄与するだけでなく、日本刀の価値の向上と、刀工達の作刀意欲と技術の向上に計り知れない影響があり、日本の匠の伝統を後世に継続発展させるという大きな社会的意義がある。さらに、日本刀をきっかけに瀬戸内市に訪れる方々が、瀬戸内市の魅力である自然の豊かさや食べものの素晴らしさ、日本最大級のメガソーラー発電所に代表される自然に優しいまちづくりなどを感じていただくことで、瀬戸内市の都市としての価値を高め、持続可能な魅力あるまちづくりにつなげていく。



取組のポイント（3つの視点）

地方創生SDGsの視点

地域固有の資源が、全国的にも価値があることを地域の方々が改めて認識し、自分たちだけではできないことを「ふるさと納税」を活用して、全国の趣旨に賛同した多くの方々に参画していただくことで実現できた。里帰りを果たした後は交流人口、関係人口の拡大に大いに役立っている。

ステークホルダーとの連携

地域に関係性をもつ企業に積極的にアプローチした結果、趣旨に賛同いただき、「企業版ふるさと納税」等を活用した多くの寄付につながった（**企業版ふるさと納税 約3億円**）。またこの働きかけをきっかけとして、地域資源が持つ価値を強く認識していただき、オール岡山で地域を創生する体制が整っていった。

モデル性・波及性

地域の優れた資源をテーマにすることで、地方創生に関心の高い企業、テーマに関心の高い個人の共感を得ることができ、連携先や関係人口の拡大を図ることができたモデルケースである。また、まちの価値向上、市民のシビックプライドの向上、交流人口の拡大による地域活性化にもつながる取組となった。

自由記述欄

～「刀剣の里」から日本刀の魅力を伝えるプロジェクト～「山鳥毛里づくりプロジェクト」特設サイト <https://setouchi-cf.jp/village/>

【ふるさと納税、企業版ふるさと納税の特徴的な工夫】

- 親しみのあるポスターやパンフレットへのリニューアル、アイデアコンテスト、アイデア会議、一口佩刀(仮想オーナー制度)、記者発表などコンスタントに新たなニュースやトピックスを打ち出してメディア等への露出や寄附したくなるような仕組みを増やし、認知度や共感の向上を図った。メディア露出にはメディア各社が連携先として支援する体制を築くことができた。
- 山鳥毛特別陳列（一時里帰り展）によって、山鳥毛の里帰りが実現すると、こんなふうになるのだと地域の方々が具体的に想像できるようになった。
- 日本の中ではまだまだ低調であった企業版ふるさと納税だが、プロジェクトへの共感を軸に大きな実績（累計約3億円）を打ち出した。
- 2年目に「一口佩刀（概念的な一口オーナー制度）」を設けることで、初年度寄附者の再寄附促進や地域住民からの寄附等新たな寄附の確保ができ、効果的であった。
- トップセールスで率先してけん引+それを支えるスタッフ組織という組織体制で効果的に推進できた。
- 他のクラウドファンディングで実績のある企業（株式会社ファンドレックス）によるサポート（業務委託）で取組の方向が定まった。具体的には、寄附額の数値管理を基に、傾向を分析して、伸びている点についてはさらに伸ばしていくように仕向け、初年度のよいところを次年度も継続した。また、昨年寄附した人、ほかの寄附をした人、今年一度寄附した人などに対して細やかなメッセージとコミュニケーションで関係性を高めた。



「山鳥毛アイデア会議」
地域の方々に里帰り後にどんな活用アイデアがあるかを話し合った。



「山鳥毛特別陳列」
多くの観客を集め、里帰りを
実現した時の姿を実感した。



地元金融機関がSDGs私募債を募集発行。そこからの寄附と金融機関がマッチング寄附を実行していただいた。



「山鳥毛サポーターミーティング」
周囲に働きかけるアイデアをサポーター自ら話し合って実行していただいた。



地域の高校で税金の話を行い、ふるさと納税についても説明した。

【今後のビジョン】

- ①「山鳥毛」を備前刀のふるさと岡山で守ります
個人や団体・企業とのパートナーシップで山鳥毛や日本刀製作技術の保存等を行います。
- ②文化継承の機運を高め、市民の誇りを醸成します
展示や鑑賞など学びの機会を創出し、誇るべき郷土文化を未来に継承する機運を高めます。
- ③教育素材として活かし、刀職が育つまちとしての文化を育みます
子どもの郷土学習や、刀工達の作刀意欲と技術を向上させ伝統技術を継承します。
- ④観光資源として活用を図ります
来訪者に感動と満足をもたらす観光拠点づくりにより交流・関係人口の増加を図ります。
地域資源を活用したオンリーワンのまちづくりと、それによる地元産業の高付加価値化を図ります。