

クラウドファンディングが世の中を変える!?

近年、資金調達の一つの手段として急速に認知度を高めつつある「クラウドファンディング（CF）」について、Q&A形式でご紹介します。

監修／慶應義塾大学総合政策学部教授 保田隆明

Q1 クラウドファンディングとはどんなものですか

A1 インターネットを通じた資金調達の仕組みの一つです

クラウドファンディング（以下CF）とは、群衆（Crowd）と資金調達（Funding）を組み合わせた造語で、インターネットを通して自分の活動や夢を発信することで、想いに共感した人や活動を応援したいと思ってくれる人から資金を募る仕組みです。具体的には、起案者（プロジェクトを掲載する企業や個人）が、新商品開発や社会貢献事業などのプロジェクトの詳細、資金の使途、目標金額、募集期間などをCFサイトに掲載し、それらの情報をもとに、個人が資金を提供するという仕組みになります【図表1】。

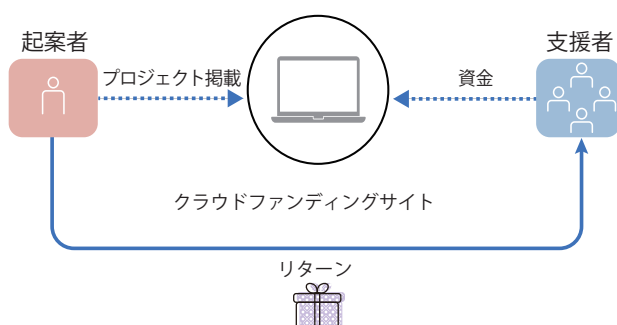
一般的な資金調達の手段といえば、金融機関からの借入などが挙げられますが、融資を受けるためには、相応の信用力が必要となります。一方、CFは個人や中小・ベンチャー企業でも資金を調達することが可能です。また、CFサイト上にプロジェクトを掲載しても、不成立となった場合は手数料がかからないケースが多いため、新商品のテストマーケティングとしてCFを活用する企業も少なくありません。

既存の資金調達的手段にはない「手

軽さ」や「拡散性の高さ」も魅力で、新たな資金調達的手段として近年世界中で注目されており、その市場規模は年々拡大しています。

日本でも、コロナ禍で飲食店などが起案するプロジェクトの成立が急増したため、2020年度に市場規模が急拡大しました。さらに、2022年度の市場規模は2020年度を超える見込まれています。

【図表1】一般的なクラウドファンディングの仕組み



（出所）監修者作成

【図表2】クラウドファンディングの主な種類

種類	特徴
金銭的リターンがないタイプ	① 購入型 支援者が資金を提供する見返りとして、モノや体験、権利など金銭以外の「リターン」を得られるタイプ。「All or Nothing型」と「All in型」という2種類の实施方式があり、実施方式によって、支援したプロジェクトが目標金額に届かなかったケースの支援金やリターンの扱いが変わってくる。
	② 寄付型 支援者への対価性のある「リターン」が基本的でないタイプ。起案者は、非営利団体や学校など公益性の高い団体であることが多い。すべてのプロジェクトではないが、寄附金控除が受けられる場合がある。
金銭的リターンがあるタイプ	③ 株式型 支援者が株を購入する形で資金調達に寄与するタイプ。日本では法律改正を経て、2017年から登場した。新進のベンチャー企業が多く活用しており、個人投資家からも注目されている。
	④ 融資型 起案者であるベンチャー企業などに支援者が融資するタイプ。資金の使途や金利、返済期間などがサイト上に掲載されるため、支援者はその情報をもとに融資を行う。

(出所) 監修者作成

Q2 CFにはどんな種類があるのですか

A2 大きく分けて、金銭的リターンがないタイプとあるタイプの2種類です

CFは、支援者への金銭的リターンがないタイプとあるタイプの2種類に大別されます【図表2】。

このうち、金銭的リターンがないタイプは、「①購入型」と「②寄付型」に分けられます。

「①購入型」は、起案者がモノや体験、権利など金銭以外の「リターン」を販売するタイプ。支援者は、支援をした見返りとして、さまざまなリターンを得ることが可能で、実行主体は個人、

企業、任意団体など多岐に渡ります。

また、購入型CFの特徴として、「All or Nothing型」と「All in型」という2種類の实施方式があることが挙げられます。

All or Nothing型は、募集期間中に集まった資金の総額が目標金額を超えた場合のみ、プロジェクトが成立する方式です。目標金額に届かなかった場合には、起案者は資金を受け取ることはできず、支援者には全額が返金さ

れ、また、支援者に対するリターンは履行されません。一方、All in型は、目標金額に届かなかった場合でもプロジェクトが成立する方式です。目標金額の達成の有無にかかわらず、プロジェクトは成立したとみなされ、起案者は集まったすべての支援金を受け取ることができず、また、支援者に対するリターンの履行義務が発生します。

「②寄付型」は、資金の「寄付」を通じて、特定の事業者のプロジェクトを支援していくタイプ。購入型CFと違って支援者へのリターンはなく、

Q3 CFで支援する具体的な方法が知りたいです

A3 CFを提供している事業者のサイトから支援したいプロジェクトを見つけて申し込みます

CFでの支援方法について、購入型CFを例に見てみましょう。購入型CFで支援を行う場合、一般的に次の4つのステップを踏む必要があります【図表3】。

①CFサイトに登録する

CFでの支援を行う場合には、まずCFサイトに登録する必要があります。CFサイトは複数ありますが、支援したいプロジェクトが特に決まっていないう場合には、複数のサイトを見比べてみることをおすすめします。

非営利団体、学校法人など公益性の高い団体で活用されているのが特徴です。

金銭的リターンがあるタイプには、いくつかの種類がありますが、最近注目されているのが「③株式型」です。起案者がCFを通じて支援者に少額の株式を発行するタイプで、2017年から日本でも登場しています。ほかにも、支援者がCFを通じて資金を貸し付ける「④融資型」などのタイプがあります。

【図表3】クラウドファンディングで支援する際の一般的な流れ（購入型CFの場合）



(出所) 監修者作成

② 支援するプロジェクトを選択する

大手CFサイトではさまざまなプロジェクトが掲載されていますが、そのなかから支援したいプロジェクトを選びます。同じプロジェクトでも支援金額によってリターンが異なるケースも多いため、プロジェクトのリターンも確認しながら、支援金額を決定すると良いでしょう。

③ 支払い方法を選択し、決済する

支援するプロジェクトが決まった

Q4 支援者にとってのCFのメリットはなんですか

A4 数千円など少額で応援したい事業に出資できることです

支援者にとっての主なメリットとしては次の3つのポイントが挙げられます。

① 魅力的なリターンを得られる

購入型のCFでは、支援することで魅力的なリターンを手に入れることができます。特に企業の新商品開発に関するプロジェクトでは、まだ一般に販売されていない商品や支援者限定の商品を一足早く入手することもあります。

② CFで社会とつながる

「支援する」という形で、社会的意義のあるプロジェクトや、普段接点のないような大きなプロジェクトに携わ

ら、支援金の支払い手続きを行います。

支払い方法はクレジットカードや銀行振込み、コンビニ払い、携帯電話会社のキャリア決済などさまざまです。選択できる決済方法はCFサイトによって異なるため、よく確認しましょう。

④ リターン送付先情報を登録する

最後に、リターンを受け取る際に必要となる住所や氏名、連絡がとれるメールアドレスなど、自分自身の情報を登録すれば完了です。

ることができます。

③ 起案者と直接コミュニケーションがとれる

CFサイトによっては、起案者と支援者でコミュニケーションをとれる機能が実装されており、支援者は起案者に対して質問をしたり応援の想いを伝えたりすることが可能です。また、資金を調達した起案者が「活動レポート」を更新することで、本来の使途に資金が使われているかどうかを支援者が確認できるサービスもあり、プロジェクトが達成される過程を一緒に楽しむことができます。

Q5 CFに参加する際に心得た方がよいことはありますか

A5 資金提供をしても必ず約束したリターンがあるとは限りません

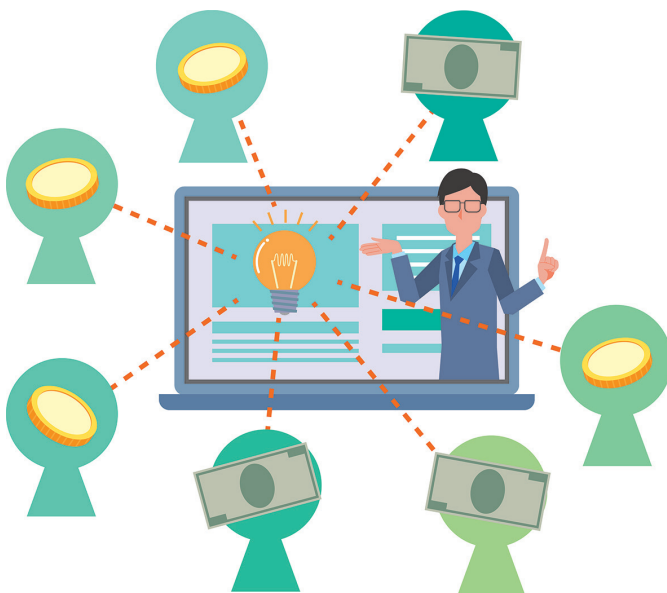
CFを活用するうえで支援者が心得た方がよい注意点についても見ていきましょう。

まず注意すべきなのは、いったん行った支援の取り下げはできないという点です。そのため、支援するプロジェクトを選ぶ際には、プロジェクトの内容やリターンについて詳細を確認したうえで、慎重に検討するように心がけましょう。

は起案者に直接質問することが可能な仕組みとしているCFサイトもあります。

現在、安心・安全なCFの環境づくりのための取り組みが進められており、リターンの不履行が発生した場合には、支援者に保証金が支払われる仕組みも登場しています。

また、購入型CFの場合には、起案者（企業）の倒産など、不測の事態によってリターンの不履行が発生するリスクもあります。こうしたリスクを避けるうえで、信頼性の高いCFサイトを利用することがなにより大切です。起案者への審査をしっかりと行っているCFサイトでは、トラブルが発生するリスクが大きく軽減されます。支援者と起案者がコメントなどで相互にコミュニケーションをとれる仕組みを設け、気になることがある場合に



Q6 具体的にどんなプロジェクトがあるのですか

A6 国内に限らず、グローバルにプロジェクトが展開されています

実際の事例を2つご紹介します。1つ目の「熊野筆ボディブラシ」のプロジェクト【図表4-①】は、2020年4月の緊急事態宣言のさなかにスタートしました。

起案者の村岸産業株式会社は、化粧筆を中心とした美容関連商品の卸販売などを行う会社ですが、当時コロナ禍での百貨店休業の影響などで売上げに大きな打撃を受けていました。そのような状況下で、熊野筆ボディブラシ

の開発資金を募ったところ、目標金額30万円を大きく超える約4767万円が集まり、プロジェクトは大成功。この成功はさまざまなメディアなどでも取り上げられ、コロナ禍の苦境を支えるコンテンツとなったのです。

また、支援者側は資金を支援することで、熊野筆ボディブラシを一早く入手できたことから、当プロジェクトは「先行受注販売」の機能を有することを示す一つの例ともいえます。

【図表4-①】

0.1mmが15万本！極細毛の「熊野筆ボディブラシ」で加齢臭ケア（村岸産業株式会社／Makuake）



【図表4-②】

1100年を超える伝統を守るために。『京都祇園祭山鉾行事』の応援サポーター募集（公益財団法人祇園祭山鉾連合会／Makuake）



（出所）株式会社マクアケ

column

クラウドファンディングとふるさと納税の違いってなに？

近年、地方創生の意義が盛んに叫ばれる中、CFによる地域活性化に期待が寄せられています。自治体や地域金融機関が積極的に関与した、CFをきっかけとした産官金連携による地域活性化は、十分可能と考えられるからです。

地域活性化という面でCFと似ている仕組みに、「ふるさと納税」があります。特に購入型CFとふるさと納税は、個人から資金を募る点や支援者へのリターンを用意している点など、似ているポイントもありますが、違いもあります。代表的な相違点を2つ挙げてみましょう。

①実行者の制約の有無

ふるさと納税では、資金調達の実行者は原則自治体に限られます。一方、CFの場合は自治体だけでなく、企業、個人、NPOなど、どんな組織でも資金調達を行うことができます。

②支援者の税制上のメリット

ふるさと納税では、寄付金額の2,000円を超える部分については住民税や所得税の控除や還付が行われ、税制上のメリットが大きいのが特徴です。一方、CFの場合は税制上のメリットがあるケースもありますが、所得控除の形となり、メリットが存在しないケースも少なくありません。

2つ目は、祇園祭の山鉾行事を支える公益財団法人が実行したプロジェクトです【図表4-②】。このプロジェクトが発足した2017年当時は、海外からの旅行者が盛んに訪れていた時期で、京都を代表する祭りの一つである祇園祭にも大勢の観光客が押し寄せていました。その一方で、警備費をはじめとした運営費は年々増加し、安全

な祭りを円滑に運営するための資金が不足していました。そのような状況下で資金を募ったところ、目標金額300万円を大きく超える約1379万円が集まり、安心・安全を確保した山鉾行事の運営を無事達成することができたのです。当プロジェクトは、地域活性化に寄与した好例ともいえるでしょう。