



2013年8月

株式会社三井住友銀行 企業調査部

永田 大輔

普及促進に向けて注目されるクラウドファンディング事業

インターネットを經由して広く小口資金を募るクラウドファンディング(Crowd Funding)と呼ばれる手法が、東日本大震災後の寄付金調達での活用や、政府が公表した成長戦略への採用等を受けて注目を集めており、今後の普及促進が期待されています。

クラウドファンディングの現状

クラウドファンディングとは、資金需要を有する個人や企業等(以下、資金需要者)が、インターネット上のポータルサイトを通じて不特定多数の投資家から小口資金を調達する仕組みを指し、投資に対して金銭的なリターンを受け取る投資型や貸付型のほか、物品・サービス等の提供を受ける購入型、リターンを受領しない寄付型の4形態に大別されます。クラウドファンディング運営事業者(以下、事業者)は、資金需要者と投資家のニーズを結び付ける役割を担い、対象とする案件(以下、プロジェクト)の調達額等に応じて一定割合の手数料を受け取ります。

この手法は、もともと個人による寄付行為が活発な欧米を中心に普及してきた

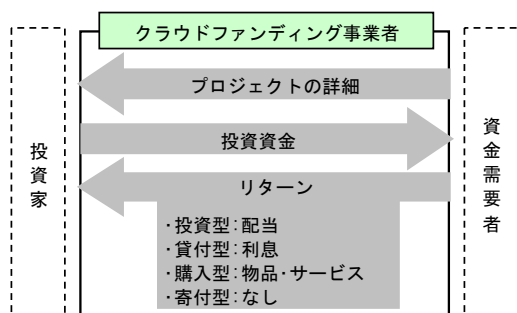
もので、未公開企業の資金調達手段等にも活用されて成長し、世界の資金調達額は2013年に5,000億円見込に達するとされています。しかしながら、日本では、個人による寄付行為やベンチャー企業投資等が十分に根付いて来なかったほか、インターネットでの資金のやり取りに抵抗感を抱く層も少なくないこと、などがネックとなり、認知度の向上や市場規模の拡大が遅れてきた経緯にあります。

市場拡大に向けた事業者の取り組み

こうしたなか、2011年の東日本大震災を経て、全国の個人層等に復興支援ツールとしてクラウドファンディングを提供する事業者が相次いだほか、先般公表された政府の成長戦略でも新規・成長企業へのリスクマネー供給手段としての活用が盛り込まれており、クラウドファンディングの認知度向上や市場拡大に向けた機運が高まってきています。また政府では、これまで厳しい規制により取り組み事例のなかった株式形態(投資型)の活用についても、規制改革に向けた検討を開始しており、本格的な普及促進に向けた動きがみられるようになってきています。

すでに事業者サイドでも、ビジネスチャンスと捉えた取り組みが活発化しつつあり、先行者メリットの確保や既存事業とのシナジー向上を目指した新規参入・検討事例等も出てきています。当事業を進めるうえでは、投資家と資金需要者のニーズをいかに安定的、かつ数多く集められるかがポイントとなりますが、まず

図表1 クラウドファンディングの概要



(資料) 弊行作成

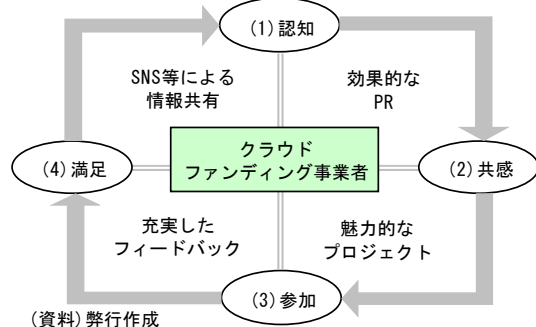
本資料は、情報提供を目的に作成されたものであり、何らかの取引を誘引することを目的としたものではありません。本資料は、作成日時時点で弊行が一般に信頼できるとされる資料に基づいて作成されたものですが、情報の正確性・完全性を弊行で保証する性格のものではありません。また、本資料の情報の内容は、経済情勢等の変化により変更されることがありますので、ご了承ください。ご利用に際しては、お客さまご自身の判断にてお取扱いいただきますようお願い致します。本資料の一部または全部を、電子的または機械的な手段を問わず、無断での複製または転送等することを禁じております。

投資家向けの取り組みとしては、①東日本大震災後の事例にもみられる通り、地域振興や社会貢献など訴求性の高いテーマをプロジェクトに設定して登録会員数の増大に繋げ、寄付性の高い資金を幅広く募るケースがあるほか、②著名人や大型の集客イベントとの連携等で話題性を高めて自社ポータルサイトのPR強化を図る事例や、③プロジェクト進捗状況など投資後の情報還元を充実させて満足度向上を図り、プロジェクト成約件数の増大に繋げる事業者なども出てきています。

一方で、資金需要者に対しても、投資家ニーズを捉えたプロジェクトを提供することはもちろん、④プロジェクトの企画段階から協働することで、市場投入前の製品を対象に、消費者の反応を探るテストマーケティングとしての活用を提案するケースや、⑤対象製品の販路構築まで支援範囲を拡大してプロジェクト設計を行い、資金需要者の企業価値向上、引いては当該プロジェクトの採算性と利回り向上を目指す動き、などもみられます。

また既存事業で豊富な顧客網を有する大手企業のなかには、ここから投資家となり得る潜在ニーズを発掘出来るとの考えの下、クラウドファンディング事業への新規参入を検討するところもあります。

図表2 投資家に対する取り組みのイメージ



本資料は、情報提供を目的に作成されたものであり、何らかの取引を誘引することを目的としたものではありません。本資料は、作成日時時点で弊行が一般に信頼できるとされる資料に基づいて作成されたものですが、情報の正確性・完全性を弊行で保証する性格のものではありません。また、本資料の情報の内容は、経済情勢等の変化により変更されることがありますので、ご了承ください。ご利用に際しては、お客さまご自身の判断にてお取扱いただきますようお願い致します。本資料の一部または全部を、電子的または機械的な手段を問わず、無断での複製または転送等することを禁じております。

事業者における今後の課題と方向性

もともと、インターネットを介して寄付性・投資性を有する資金を集めるという特性上、事業者は風評リスクを避けられず、万一悪質な資金需要者等との取引により資金の持ち逃げ等が発生した場合には、急速な投資家離れに繋がる事態も想定されます。加えて、業界自体の歴史が浅いうえ、とくに寄付・購入型では参入時の法規制がないことを背景に小規模事業者も多いため、今後見込まれる各種規制等への対応や個人情報保護に向けたセキュリティ対策等に伴うコスト負担を吸収していくことも課題とみられています。

したがって事業者にとっては、拡大が見込まれる需要を取り込む過程で、資金需要者やプロジェクトの信頼性を見極めるノウハウを蓄積し、投資家に安心感を与えるべく成功事例を重ねていくことが不可欠となりますが、これにとどまらず、大手企業との連携等により、信用力の補完や収益を牽引する大型プロジェクトの組成等を継続的に取り込むなど、投資家・資金需要者双方の基盤を拡充し、成長に繋げていく取り組みが重要とみられます。

日本のクラウドファンディング市場は未だ黎明期といえ、各事業者が様々な手法で収益化を狙う動きが活発化するとみられますが、戦略の巧拙が各社の成長性に格差を生む可能性もあり、今後の動向が注目されるところです。(永田)