

Available Information Report for Corporate Management



次世代型のファイナンスで
資金調達

クラウドファンディングの概要

- ① クラウドファンディングの概要とその特徴
- ② クラウドファンディング5つの類型
- ③ クラウドファンディングの活用方法
- ④ 日本における成功事例

1 | クラウドファンディングの概要とその特徴

昨今、ネットサービスの普及により、投資などの行為を行う障壁が下がる事象が発生しております。その中で個人がインターネット経由で他の人々や組織に、財源の提供や協力などを行う「クラウドファンディング」が注目されてきています。

そこで、本レポートではクラウドファンディングの概要と、中小企業でも活用できる事例を紹介いたします。

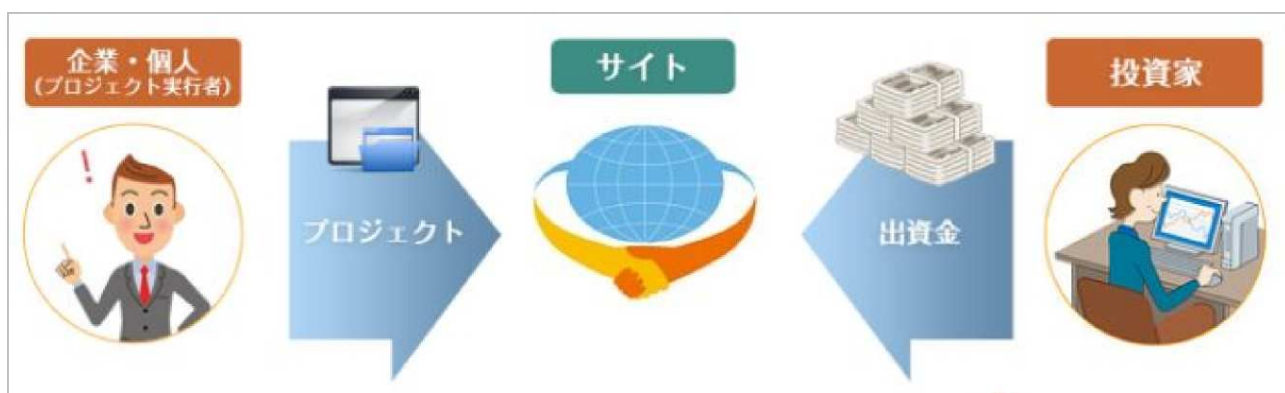
1 | クラウドファンディングとは何か

クラウドファンディングのクラウドとは、「雲」でなく、群衆を意味する「crowd」です。企業や個人が、インターネットを通じて不特定多数の投資家から小口の資金を幅広く集めるという意味です。

■クラウドファンディングの定義

クラウドファンディング（英語：Crowdfunding）とは、不特定多数の人がインターネット経由で他の人々や組織に財源の提供や協力などを行うことを指す。群衆（crowd）と資金調達（funding）を組み合わせた造語。

■クラウドファンディングの形態



（出所：日本クラウドファンディング協会）

クラウドファンディングは、資金提供者に対するリターンの形態により、次の「寄付型」、「購入型」、「投資型」の3つに大別されます。

(1) 寄付型クラウドファンディング

インターネットのウェブサイト上で寄付を募り、寄付者（資金提供者）には資金の活用状況等を記載したニュースレター等を送付します。寄付者には対価はありません。

主な資金提供先は、非営利の団体で、被災地・発展途上国支援の団体等が多くなっています。

(2) 購入型クラウドファンディング

購入者（資金提供者）から前払いで集めた代金を元手に製品を開発し、購入者に完成した製品等を提供します。購入者への対価は商品・サービスとなります。

主な資金提供先は、音楽・ゲーム制作事業、被災地支援事業、障がい者支援事業等を行う事業者・個人です。資金調達規模は、数万円～数百万円程度となっています。

(3) 投資型クラウドファンディング(融資型・ファンド型・株式投資型)

プラットフォーム運営者を介して、投資家と事業者との間で匿名組合契約を締結し、出資を行います。出資者（資金提供者）への対価は、事業の売上や収益となります。

主な資金提供先は、音楽関連事業、被災地支援事業、食品・酒造・衣料品等の事業です。資金調達規模は数百万円～数千万円程度となっています。

2 | クラウドファンディングのメリットとデメリット

クラウドファンディングのメリットとデメリットを整理すると下記のとおりです。

■メリット

- ① 資金提供者に対して株式譲渡の必要はない
- ② 事業やエグジット（株式公開等）の設定に対して口出しされない
- ③ プロジェクトを開始する際に、賛同者がどれくらいいるか把握できる
- ④ 個人などの資金提供者はプロジェクトを手助けした満足感と、格安で製品・サービスを手に入れることができる
- ⑤ 誰でも、新事業、新ビジネスモデルを作るチャンスが与えられている

■デメリット

- ① オンライン上での関係のためプロジェクト実施者の状況が掴みにくい
- ② 期待した製品・サービスが必ずしも受け取れるとは限らない
- ③ 不正・詐欺行為が行われる可能性がある
- ④ 銀行・ベンチャーキャピタルなど金融専門家によるアドバイスはない

3 | SNS が共感や参加意識をバックアップ

クラウドファンディングで集められる資金には、金銭的なリターンがないものが多いにも関わらず、資金を提供する側は、プロジェクトを立ち上げた資金需要者の想いや計画に対して、「共感」や「参加」といった意識を持って資金を投じています。

それができる背景には、Facebook などのソーシャルネットワークサービス（SNS）や、Twitter、ブログなどウェブを通じたコミュニティの確立によって、各個人が価値観やビジョンを共有していることが挙げられます。

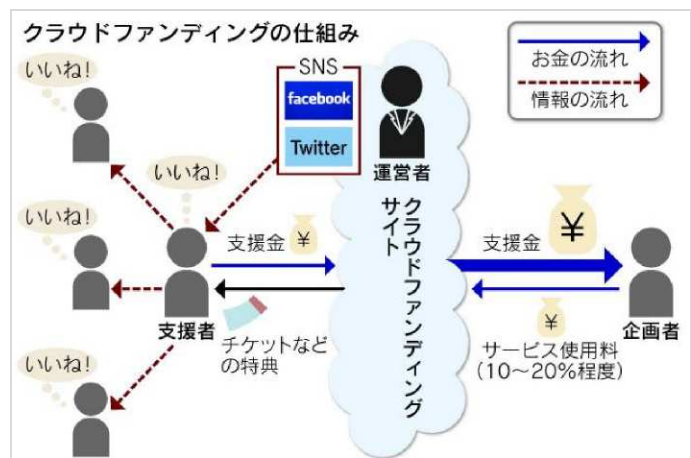
資金提供者は、実際には会ったことがなくても、資金を投じることでプロジェクトを起案した資金募集者との距離を縮め、ともに参加している意識が強く醸成されます。

他方で、資金調達しようとする中小企業や個人は、テスト段階にある商品をプロジェクトとして公開し、マーケティングの場としても利用できます。

クラウドファンディングの運営者は、資金を必要とする資金募集者のプロジェクトと、それに賛同した、資金提供者（個人）の間を取り持つ役割を果たしています。

そのため、運営者は、既存の信用情報だけではなく、SNS などのネット上の評判を含めて、プロジェクトの審査を行います。

運営者の収益は、インターネットを経由して低コストで資金を集める場を個人や企業、団体に提供し、集めた資金に応じて手数料を徴収することで成り立っています。



（出所：日本経済新聞 HP）

4 | これからの日本のクラウドファンディング

日本では購入型のクラウドファンディング運営者が最も多く、新たな参加が相次いでいます。一方、投資型は「規制が厳しく、手間暇がかかる。小口の資金ニーズに対応するのは割に合わない」といわれています。事業者や投資家にガイドラインを遵守させれば良い購入型とは異なり、投資型では、事業者の審査が厳格にならざるをえず、匿名組合契約の事務も煩雑になります。

また、日本では、クラウドファンディングの資金提供者の大半は首都圏を中心とした大都市周辺に限られており、全国に浸透し普及するまでにはしばらく時間がかかりそうです。スマートフォン等の端末は普及しても、SNS を通じたコミュニティの成立は十分にあるといえる状況ではないからです。

しかし、時代の要請から、日本における普及も時間の問題であるといわれています。

2 | クラウドファンディング5つの類型

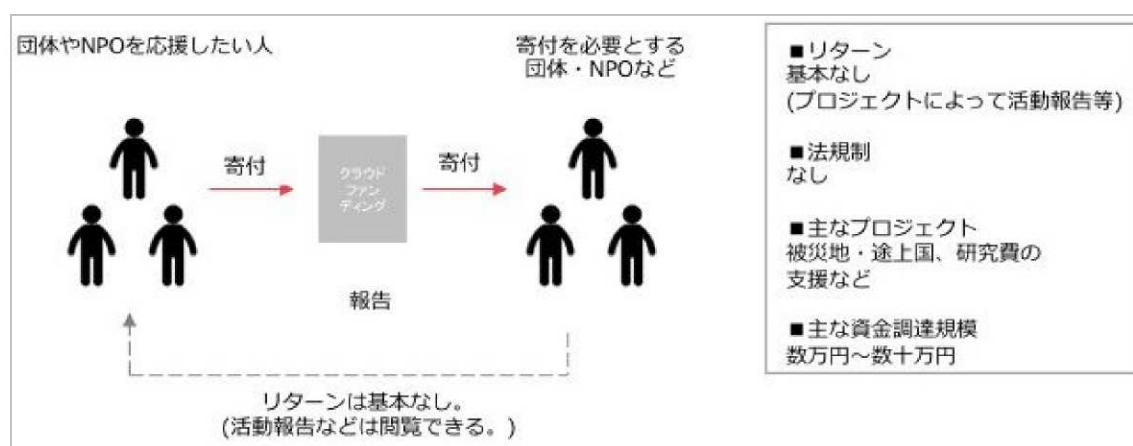
日本のクラウドファンディングのビジネスモデルを「資金提供者への金銭的リターンの形態」という切り口で分類すると、①寄付型（リターンなし）、②購入型（金銭以外の財物）、③融資型（金銭）、④ファンド投資型（金銭）、⑤株式投資型（金銭）の5つに分けることができます。

■クラウドファンディング5つの類型

①寄付型	
②購入型	
投資型	③融資型
	④ファンド投資型
	⑤株式投資型

1 | 寄付型クラウドファンディング

被災地や途上国支援など、社会意義の高いプロジェクトに対して寄付を行うことができるのが寄付型クラウドファンディングです。基本的にリターンはありませんが、プロジェクトによって、サイト内で活動報告などを閲覧することができます。

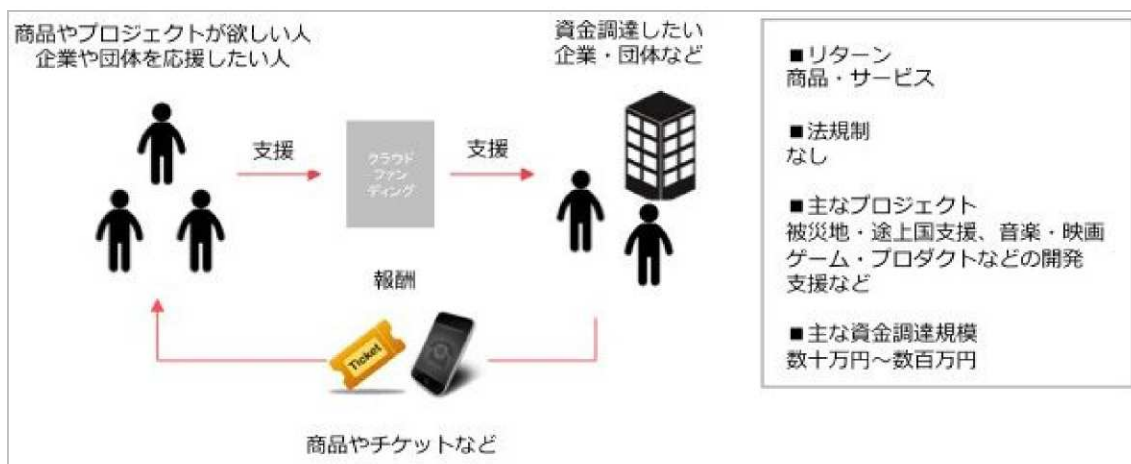


(出所：平成25年6月26日 金融審議会 事務局説明資料)

2 | 購入型クラウドファンディング

最新の技術を用いたプロダクトや、ユニークな映画やイベントなど、バラエティに富んだプロジェクトに対して支援を行うことができるのが購入型クラウドファンディングです。

リターンとして、支援金額に応じた商品やサービスのチケット等が手に入ります。リターン目当てで支援するユーザーが多く、商品やサービスの先行販売サイト的な役割を担っています。



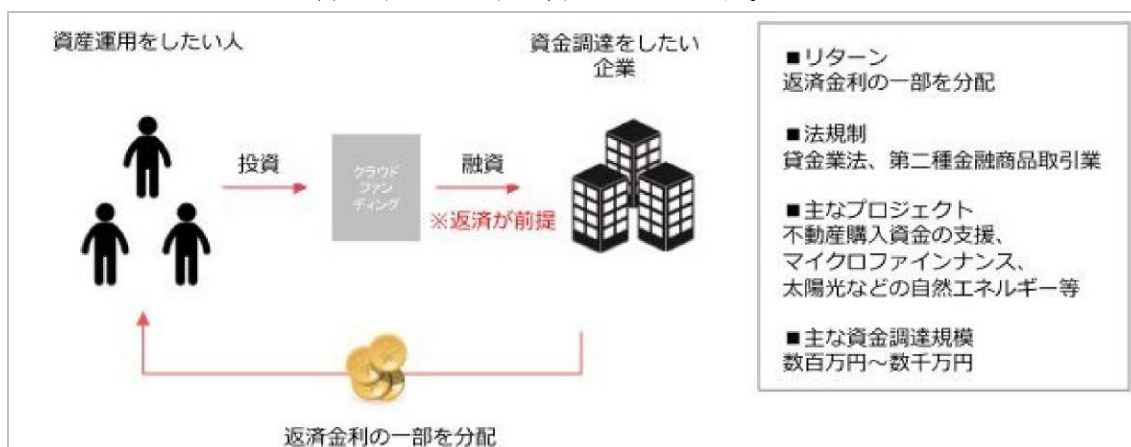
(出所：平成 25 年 6 月 26 日 金融審議会 事務局説明資料)

3 | 融資型クラウドファンディング

寄付型・購入型に比べると日本での浸透度は低いですが、実は世界のクラウドファンディング市場シェアが、最も高いのが融資型クラウドファンディングです。

投資家から集めた資金で、資金調達ニーズのある企業に対して融資を行います。小口の資金を集めて大口化することにより、これまで個人にはハードルの高かった不動産投資や海外投資などの好条件な投資案件に参加できるようになります。

リターンとして返済金利の一部が分配されます。

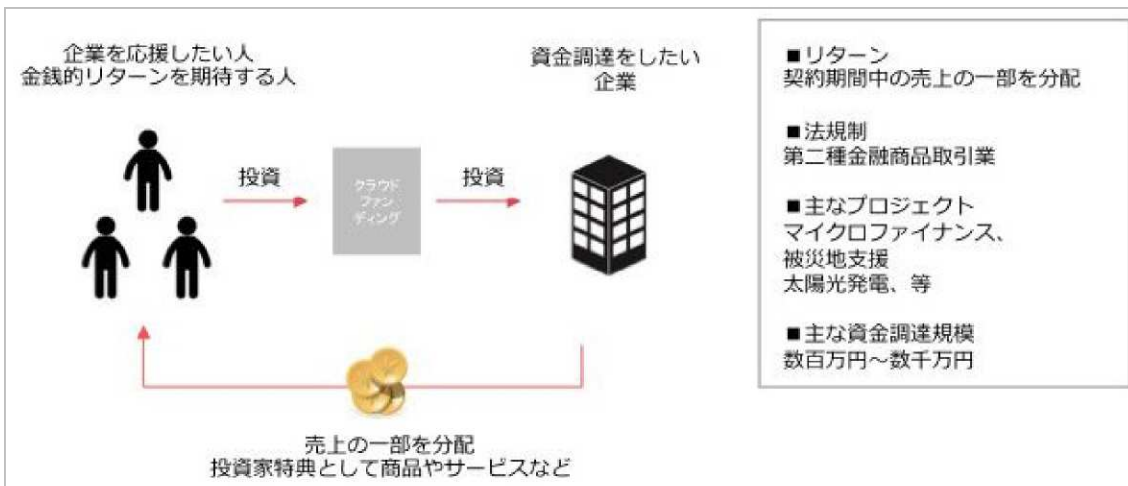


(出所：平成 25 年 6 月 26 日 金融審議会 事務局説明資料)

4 | ファンド投資型クラウドファンディング

応援したい事業者に対して、匿名組合を通じて投資をすることができます。リターンとして、契約期間中の売上の一部を分配金として受け取ることができます。また、投資家特典として、投資先の企業の商品やサービスがもらえる場合もあります。

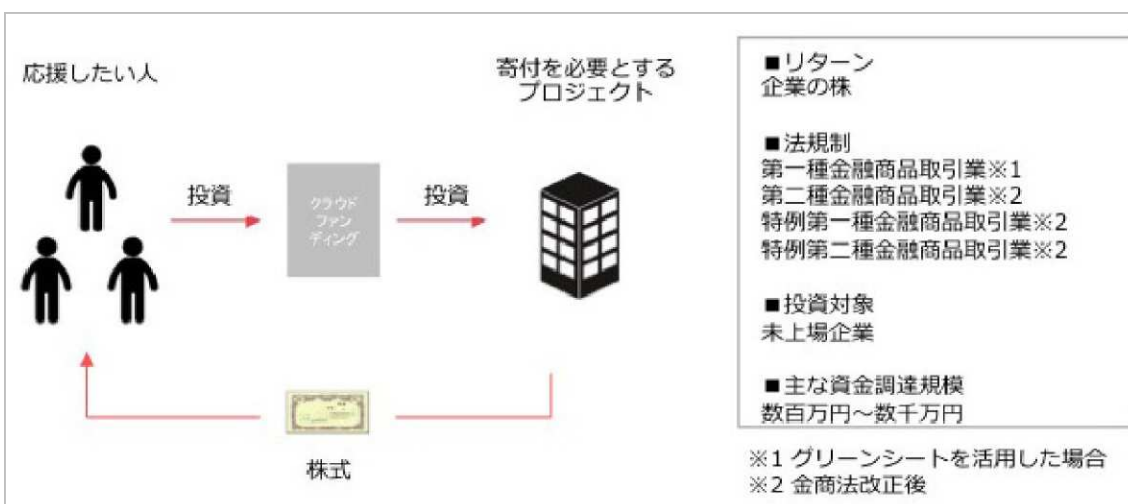
このスキームでは、投資家（匿名組合員）と事業者（営業者）との間で匿名組合（ファンド）契約を締結し、プラットフォーム運営会社が仲介業者となり、投資者（匿名組合員）が事業者に出資し、その事業者の営業から生じる収益の分配を受けるものです。このスキームを活用した例では、ミュージックセキュリティが運営する「セキュリティ」が有名です。



(出所：平成 25 年 6 月 26 日 金融審議会 事務局説明資料)

5 | 株式投資型クラウドファンディング

金融審議会において議論されていることにより注目が集まっているのが、この株式投資型クラウドファンディングです。法改正により、インターネット上で、未上場の株式を購入することができるようになりました。投資家保護の観点から、現時点では、一人当たり 50 万円以下、発行総額 1 億円未満という数字が提示されています。



(出所：平成 25 年 6 月 26 日 金融審議会 事務局説明資料)

3 | クラウドファンディングの活用方法

1 | クラウドファンディング活用の流れ

ネットサービスを通じたクラウドファンディングの流れを解説します。
クラウドファンディング運営会社のサービス状況により多少異なりますが、一般的には以下のとおりです。

STEP1 プロジェクトの登録・投稿

利用したいクラウドファンディング運営会社に、資金を調達した結果、達成したい目的、内容などの必要事項を申請（登録・投稿）する。



STEP2 プロジェクトの審査

その後、クラウドファンディング運営会社による審査が始まります。
審査期間は、「約1週間～」、「非公開」等、運営会社によって異なります。
審査基準は、サイト内で公開されます。



STEP3 プロジェクトの開始

審査を通過したらプロジェクトを公開し、資金収集を開始します。
プロジェクトに載せる文章、写真などの素材、見せ方の工夫などによって、収集できる資金額が変わります。資金を集めて成功した他プロジェクトの事例が参考になります。



STEP4 SNS等で情報拡散、閲覧者・支援者への活動報告

クラウドファンディングでの資金集めを成功させるコツは、まずは閲覧者を増やすことです。活動母体のSNS等で情報を告知してPRします。
さらに、こまめに途中経過を報告する等、見ている方が「支援したくなる」「育成している気持ちになる」仕組みをつくるのが大切です。
プロジェクトを公開しただけで安心せずに、目標金額の達成まで、支援者や支援金額を増やす取り組みを続けます。



STEP5 プロジェクトの終了

目標金額を達成した場合、そのネットサービスの手数料を差し引かれた金額が口座に振り込まれます。

一方、目標金額を達成しなかった場合は、「未達成」として支援金は支援者に返金され、プロジェクトは終了します。



STEP6 支援者へお礼をする

クラウドファンディングでは、プロジェクトが終了した後のフォローも重要です。

事前にネット上などで約束した「支援者特典」があるならば、それを実行しなければいけません。

2 | クラウドファンディングにおいて留意すべき法規制

(1) 寄付型の法規制

寄付型の場合は、以下の点に注意が必要です。

- ① 資金提供者側の問題として、提供した資金は寄付金として一定額までしか損金に算入されないという問題がある。
- ② 資金調達者側の問題として、資金調達者が法人の場合は提供を受けた資金について法人税の対象となり、資金調達者が個人の場合は提供を受けた資金について所得税又は贈与税（資金提供者が個人であるか又は法人であるかによります。）の対象となるという問題がある。（但し、日本では、寄付型クラウドファンディングで提供を受ける資金のような一時所得に関する所得税については年間 50 万円までは非課税であり、贈与税については年間 110 万円までは非課税です）

(2) 購入型の法規制

購入型の場合は、以下の点に注意が必要です。

- ① 誰が売主となるのかにより、購入対象に関する責任の所在が異なることになるため、スキームの法的構造を吟味する必要があること。
- ② 売買であることから、売主には、瑕疵担保責任等の購入対象に関する責任が生じる。
- ③ 瑕疵担保責任については、完全な免責を定めることは資金提供者が一般消費者であることから消費者契約法上難しいと考えられ、責任の内容については慎重な検討が必要となる。

- ④特定商取引に関する法律に基づく表記等の、いわゆる特定商取引法による規制を受ける。
- ⑤購入対象と対価のバランスが取れていない場合は、単なる贈与として、寄付型の法規制で述べた点と同様の税務上の問題が生じる可能性があること、さらに、寄付型と購入型のいずれも、お金の流れの仕組みによっては、資金決済に関する法律に基づく資金移動業の登録の要否を検討する必要があります。

3 | 国内最大手のクラウドファンディングサービスを展開している READYFOR

現在、日本では、統合型やジャンル特化型など、大小含め数多くのクラウドファンディングサービスが存在していますが、その中でも特に押さえておきたいサイトは日本で最初に設立され、最大規模を誇る READYFOR です。購入型ですが、社会問題においても積極的であり、災害支援プロジェクトでも高い実績を上げています。

■READYFOR? (レディーフォー) 【購入型クラウドファンディング】

READYFOR? は実行者を支援する日本初のクラウドファンディングです。運用情報アップしました！

READYFOR? 2周年特設ページ

プロジェクトを始める

プロジェクトを探す

READYFOR?をもっと知る

Pick Up!

南相馬市高見公園にじゃぶじゃぶ池をつくろう!! byみんな共和国

南相馬の市民活動みんな共和国が作った安心のシンボル「高見公園」にじゃぶじゃぶ池を作り、子どもたちに思いっきり水遊びをさせてあげたい!!

実行者 近藤 龍之

達成状況

達成率	達成金額	終了まで
106%	3,208,000円	49日

プロジェクト

皆で建造する『海人丸二号』～あなたの想いと夢を乗せて大航海の旅に

石巻市での実話を基にした絵本「可をまもった朧木」を出版しよう!

生きるために本を読む機会を！みんなでカンボジアの小学校に図書室を

あなたの私の海水浴場を松島湾の離島柱島に作ろう！「マイビーチ鬼ヶ

(出所：READYFOR 株式会社 HP)

URL：<https://readyfor.jp/> 日本初のクラウドファンディング。2011年3月開始。

①タイプ：購入型

②資金配分方式：All or Nothing 型

プロジェクトの資金調達が期間内に達成されなかった場合、支援金はそれぞれの支援者に全額返金される。

③ジャンル：【クリエイティブ】音楽、映画、アート、テクノロジーなど

【社会性】貧困問題、教育問題、環境問題、医療問題、災害支援など

④支援時の決済：クレジットカード (VISA/MasterCard/JCB)

⑤プロジェクト手数料：成功報酬型。17% (カード手数料含める)

4 | 日本における成功事例

1 | 3Dプリンター開発の資金調達で成功

2014年1月15日、クラウドファンディング型ECサイト「kibidango(きびだんご)」にて、3Dプリンターの開発を手掛ける「ボンサイラボ(株)」が立ち上げた3Dプリンター「BS01 BONSAI Mini」の製造・販売プロジェクトで約1,050万円(達成率525%)を集めることに成功しました。また、関連する消耗品のEC売り上げ約140万円を加算すると、このプロジェクトで集まった金額の合計は1,190万円強となりました。

日本製3Dプリンターを日本中の教育現場に届けたい！リーズナブルで超小型の3Dプリンター『BS01 BONSAI Mini』を開発！

by BONSAILAB ▼ プロダクト

プロジェクト | 活動報告 10 | サポーター 107

これまでに集まった金額

¥10,503,400

サポーター **107 人**

525 %

目標は ¥2,000,000 に設定されています。
プロジェクトは 2013/12/08 に達成し、2013/12/27 に募集を終了しました。

フォローする 97

[フォローするとどうなるの？](#)

プロフィール

BONSAILAB

(出所：kibidango HP、日本経済新聞)

実施されたクラウドファンディングは、Web ページを見た同製品の支援者から集まった資金が目標金額に達すると成功となり、支援者に同製品が届く仕組み。2013年12月6日から12月27日まで開催されました。

資金提供者とともに、新しい製品を世の中に送り出すことができた事例です。フェイスブックのコミュニティを作成し、SNS を利用してのマーケティングは、その後のトラブル

対応にも大きな効果を発揮できました。アイデアが盗用されるかもしれないというリスクを取りつつ、オープン化戦略で見事に成功した事例です。

2 | 玩具開発の成功事例

ばねメーカーの五光発條（横浜市）は6種類のばねと接続パーツでブロックのように組み上げる玩具「SPLink（スプリंक）」を開発し、2013年12月に発売しました。同社社長は「売れるかどうかを販売前に判断できた」と振り返っています。

構想段階では「やめた方がいい」と社内の反応も悪かったものの、クラウドファンディングを通じて2013年5月からの2ヶ月間に55万円の調達に成功し、「支援者を52人集められた」ことが自信につながりました。

開発中は、毎日のようにフェイスブックやメールで支援者に状況を報告。「真っすぐな接続パーツが欲しい」「説明書は見やすいように工夫してほしい」など様々な反応が返ってきました。

同社社長は、支援者が製品を待っているというプレッシャーがなかったら、開発は頓挫していたかもしれない、と後述しています。



（出所：zenmono HP 日本経済新聞）

資金提供者が支援者となり、構想・開発段階から一緒にやってきたことで成功した事例です。支援者が待っているというのが実感できたことが大きな成功要因です。

3 | クラウドファンディングで誕生したロボット

クラウドファンディングで誕生したロボットがあります。

それは、電子機器設計の機楽（東京都狛江市）と中心とする中小企業4社が開発したロボ「ラピロ」です。

日米で1,500万円を調達することができましたが、同社社長は「資金調達段階で商品の需要に手応えがあり、発売前に何台ぐらい売れるのか把握できた」と打ち明けています。

「購入型」のクラウドファンディングを利用して、出資者への報酬（リワード）として、完成した商品を届ける方法もあります。

これにより、製品の一部は事前注文を受けた形となり、生産前に事前の需要予測が可能になります。

クラウドファンディングを利用して、マーケティングのメリットを享受した事例といえます。

Makuake

プロジェクトをさがす プロジェクトを始める Makuakeとは? ログイン 新規登録

RAPIRO

▶ 再生

¥ 集まっている金額 **5,669,000円** **Success!**
 目標金額 3,000,000円

188%

👤 サポーター 142人

🕒 残り 0日

終了しました

世界で話題の組み立て式ロボット「RAPIRO (ラピロ)」のさらなる世界展開プロジェクト!

(出所：Makuake HP)

■参考文献

- 『次世代ファイナンス クラウドファンディングで世界を変えよう』（ジャムハウス）
『よくわかる投資型クラウドファンディング』（中央経済社）