

今月の

数字

120超

(購入型・寄付型のクラウドファンディング運営者数)

松田 恭子

Profile まつだ・きょうこ ●日本能率協会総合研究所で公共系地域計画コンサルタントとして10年間勤務後、東京農業大学国際食糧情報学科助手を経て農業コンサルタントとして独立。実需者と生産者の連携の仕組みづくりや産地ブランド戦略を支援している。日本政策金融公庫農業経営上級アドバイザー試験合格者。傑出アソシエイト代表取締役。

矢野経済研究所が2017年9月に発表した「国内クラウドファンディング市場の調査」によると、2016年度の国内クラウドファンディングは、新規プロジェクト支援額ベースで、前年比96.6%増の745億5,100万円と急拡大を見せている。2013年は124億円、2014年は221億円、2015年は379億円、2016年は745億円と、市場規模は3年で6倍に急成長した。2017年には1,000億円を突破することが確実だ。日本政策金融公庫や地方銀行でも融資と合わせた自己資金調達的手段としてセミナーで紹介されており、レストランや生産設備の資金調達にクラウドファンディングを活用する農業者も増えていることもあって、農業界でも認知度が上がってきている。

クラウドファンディングとは群衆(crowd)と資金調達(funding)をかけ合わせた造語で、インターネット上で不特定多数の人から資金調達する仕組みとして2011年の東日本大震災以降登場した。クラウドファンディングには「購入型」「寄付型」「投資型」「融資型」「株式型」の5種類がある。2016年度の類型別規模は、購入型が約62億円、寄付型が約5億円、投資型が約3億円、融資型が約672億円、株式型が約0.4億円となっている。今後は株式型が規模を拡大すると予想されている。

融資型は資産運用したい個人投資家から小口の資金を集めて借り手企業に融資し、個人投資家は利回りの分配を受ける。資金を集める行為は金融商品取引法、資金を融資する行為は貸金業法の規制を受けることになる。借り手企業のビジネスモデルや収支の概要は開示されるものの、現行法で企業が特定できるような企業名等は非開示となることから、投資のモチベーションは投資先への

社会的な共感よりも利回りの高さにある。クラウドファンディング市場規模のここ数年の急成長は、貸付型によるものだ。

購入型とはリターンとしてモノ・サービスが提供され、寄付型はリターンとして商品やサービスは基本的に発生しない。どちらも金融商品取引法の規制対象外であり、国内では120余りのクラウドファンディング運営者が存在する。2011年に設立した大手のREADYFORやCAMPFIREでは累計50億円を超える資金調達を実現しているが、その他は数千万円規模の運営者が多い。1案件当たりの調達額は平均数十万～数百万円と手軽であり、運営者にとってもコストをかけずに十数%の手料を得ることができるため、テレビ局、新聞、雑誌、流通事業者、一般社団法人など、さまざまな運営者が参入している。他方、運営を始めても人が集まらず、資金が続き、撤退することも珍しくなくなり、購入・寄付型の市場は成長期から成熟期に差しかかっている。以前に比べ、クラウドファンディングの「もの珍しさ」は減っており、目標金額に達成するには事業者の夢を自分事として共感してくれる関係者を作るため、事業理念やコンテンツを磨き上げることが本質的に重要となる。

最近では、大手クラウドファンディングREADYFORは地域と連携した地域特化型のサービスを開始し、CAMPFIREはこれまで地域単位でクラウドファンディングのサイトを運営してきたFAAVOを吸収するなど、地域への密着度を高めている。2018年には食の生産者を応援するFUUDOや、マイナビの農業メディア部門によるクラウドマルシェも始まるようだ。農業に専門特化するクラウドファンディング、今後の調達率に注目したい。