



特別セミナー 「クラウドファンディング」を活用した 新たなビジネス展開

クラウドファンディング^{※1}とは、インターネットを通じて、アイデアやプロジェクトを実現するために必要な資金を、そのアイデアに共感、共鳴した友人、知人、ファン、ソーシャルネットワークによるつながりなどから、少額ずつ集めることができる、アメリカ発祥のウェブサービスです。日本でも数多くのサイトが立ち上がっています。

今までの資金の調達手法は、「自分で貯める」「銀行から借りる」「ベンチャーキャピタルを入れる」というものが主流でしたが、今後は、クラウドファンディングによる資金調達が主流になってくるといわれています。

8月2日、札幌コワーキング・サポーターズ（事務局：経済産業省北海道経済産業局）と北海道ニュービジネス協議会が共催し、この新たな資金調達手法として注目を集めている「クラウドファンディング」を、その概要と活用事例、活用アドバイスの三つの視点から紹介する特別セミナー「“クラウドファンディング”を活用した新たなビジネス展開について」が札幌市で開催されました。

講演1

地域活性化のためのマイクロ投資の仕組みと活用事例

自分自身ミュージシャンとしていろいろな活動をしている中で、資金の調達ができないためにやりたいことができない状況があり、すごくもどかしく思いました。

2000年当時はインターネットがブロードバンド化していく時代で、オンライン証券会社が出てきて、個人の投資家が増えてくるという背景があって、音楽とインターネットのブロードバンド化、金融の自由化をあわせ、音楽のファンドをつくってこうということで00年に合資会社を立ち上げ、01年から有限会社、02年に株式会社化して、今に至っています。また、当社は、第二種金融商品取引業者という金融のライセンスも所持しています。



小松 真美 氏
ミュージックセキュリティーズ^(株)代表取締役社長

※1 クラウドファンディング (Crowd funding)
クラウドファンディングの定義は、一般的にリターンをどのように得るかで、三つの種類があるとされている。一つ目は「寄附型」と呼ばれるリターンを求めないタイプ、二つ目が「購入型」と呼ばれる金銭以外のリターンを得るタイプ、そして「投資型」と呼ばれる金銭的なリターンを想定しているサービス。

06年から音楽以外のファンドも開始しましたが、当社にとって大きな転機は、07年に日本政策投資銀行から埼玉県純米酒の酒蔵を紹介され、「神亀ひこ孫ファンド」を立ち上げたことです。全国各地の酒蔵とお話をする機会をいただき、こだわりを持ってモノづくりをやっている人たちに資金調達という手段を提供できれば、世界でも通用するモノづくりができることを知り、09年からポータルサイト的な形で、「セキュリテ」というサービス名で事業を行うようになりました。11年には東日本大震災を受けて「セキュリテ被災地応援ファンド」を開始。これは半分寄附で半分出資という非常に珍しいファンドです。同年、金融庁は「資本性借入金」の積極的な活用を図るため、「金融検査マニュアルの運用の明確化」を行い、ファンドの一部を資本と見なして金融機関が融資できるような枠組みにしました。

マイクロ投資の仕組み

インターネットを活用して匿名組合の小口の投資を集めているのが、当社のマイクロ投資の仕組みです。投資の期間は1～5年、長いものは10年。投資を受ける会社は事業単位で資金調達ができ、投資対象事業の売り上げが投資家への分配原資になります。今、全国で100社超、約200本のファンド、7万人ぐらいの投資家が利用しています。主な事業分野は、音楽のファンドが一番多く、酒蔵、開発途上国支援、農業、林業と非常に多くの事業を手伝っています。

投資家属性では、特に「地域性」が一つのキーワードです。投資の動機の一つは、利益ではなくて、地元の人が知っている会社、聞いたことのある会社を応援したいということです。

また、地域との連携モデルを重要視しています。一つは金融機関です。今、全国十何カ所かの地域の金融機関と連携しています。地域の情報を持っているのは、地域の金融機関です。地域の企業の情報を提供、紹介してもらい、当社はその中でファンドをつくる。ファンドで、地域を担う会社は資金の調達ができ、金融機関は融資も増えて、お客さんも増えるということを今、

全国各地で展開しています。

もう一つは自治体との連携です。栃木県大田原市では100%出資の旅行代理店の資金を個人からの出資で全国各地から集めて、投資家がツアーに参加できるように、もしくはツアーの企画と一緒に考えて、投資家の方々が友人をたくさん呼んでこられるような仕組みでやっています。静岡市と京都市では、市の設備を使った太陽光発電ファンドをやっています。公共の土地や建物を使う事業ですので、いかに市民のコンセンサスを得るのか、収益を市民にどう分配していくのかという課題を、この投資の仕組みであれば解決できるということで、多くの市から問い合わせをいただいています。

子会社を通じた大阪府との連携では、ベンチャー企業創出や中小企業の新事業展開の資金ニーズにこたえたいということで、大阪府内の中小企業にクラウド型ファンドをPRし、使いたい会社を発掘したら当社に紹介してもらおうということをやっています。企業は新しい資金調達ができ、府民は自分が共感する事業を応援することができ、行政としても税金に依存しない中小企業支援スキームができます。

ここで大事なことは、当社のファンド資金は一定の条件を満たすと資本と見なすことができますので、地域の金融機関の融資も増やすことができる仕組みであることです。

ここで、マイクロ投資の仕組みをご紹介します。まず、当社がウェブサイト上でファンド（匿名組合^{※2}）を募集し、個人の方々が出資します。事業者はそのお金で事業を行い、売り上げの一部を匿名組合勘定に戻して、投資家に分配していくという流れです。出資者には自分がどこにいくら投資したか、投資先がどういいうパフォーマンスになっているのかを見られる「マイページ」を当社のウェブサイトを用意しています。

メリット、デメリット

クラウドファンディング（寄付型・購入型）のようなウェブサービスと、当社のマイクロ投資による匿名組合のメリット・デメリットをご紹介します。

※2 匿名組合

当事者的一方（匿名組合員）が相手方（営業者）の営業のために出資をなし、その営業より生じる利益の分配を受けることを約束する契約形態。匿名組合は、対外的には営業者だけの個人企業として作用し、匿名組合員はその陰に隠れているので「匿名」という名称が付されている。

クラウドファンディングのメリットは、運営会社は規制がなくて参入がしやすいインターネットサービス、調達する方はインターネットで気軽に申請ができて、審査がない場合も多いので取り組みやすい、資金の出し手はクレジットカードで簡単に資金の拠出ができる、何のためにいくら集めるのかという第三者によるデューデリジェンス^{※3}は必要ないので手軽。デメリットは、調達した資金が課税対象になる。運営会社の手数料が15~20%かかる。また、規制のあるお金の動きではないので、資金管理や情報開示が適正になされているかどうか分からない。また、1プロジェクト当たりの資金調達金額が他の資金と比べると大きいことです。

マイクロ投資のメリットは、一定の条件を満たせば資本性借入金と見なせること。売り上げに連動した分配で、投資家が顧客になりやすい。デメリットは、監査費用などマイクロ投資プラットフォームを利用するイニシャルコスト、他の金融商品と税制上の損益の通算ができない、また、クレジットカードを使った決済ができないことです。

ファンドの活用事例

北海道のマイクロ投資活用事例として、この後プレゼンがありますが、「TAKIZAWA WINEファンド」は、会計期間2013年7月から20年12月までの7年という長い間、皆さんと一緒に過ごしていただくのが特徴で、金融の仕組みを通じて「事業の仲間」の皆さんと一緒にいいものを作るといのが目的です。1カ月間の募集期間で400人超の方から満額の3,200万円を調達し、人気のファンドになりました。

音楽ファンドを使って一番成功したアーティストがAK-69というラッパー^{※4}です。今まで15本以上のファンドを使って、5億円以上の資金を調達、全国くまなく音楽活動を行っています。3月には武道館でのライブを予定。最近出したDVDも、オリコンDVDチャートで1位。今、ニューヨークで活動していて、現地で人気のラジオ局にも出ています。

あとは、先ほど挙げたようなお酒のファンド、岡山

県の「天然藍染め桃太郎ジーンズファンド」、Jリーグの「ヴェルディドリームス2010」、今治の「風で織るタオルファンド」、パルコと一緒にファッションデザイナーを応援する「Fight Fashion Fund by PARCO」、ファミリーマートと一緒に生産者を応援する「Fan Do!」などがあります。

また、阪神電鉄との取り組みもユニークです。急行の止まらない新在家駅の高架下（10年間空いている）の再開発を住民参加型で一緒にやっというので、飲食店6店舗を作るファンドの募集を行い、阪神電鉄社内でも「これはどうやったのだ」ということで話題になりました。

「セキュリティ被災地応援ファンド」は、募集総額11億円に対し10億円以上集まり、満額まであと少しです。

このような形で当社は事業を行っています。ぜひ皆様にも、このような仕組みを活用していただく、もしくは仕組みを活用するためにいろいろな会社を紹介していただき、金融機関や自治体、行政と連携しながらやっていきたいと思っています。

ファンド活用事例の紹介

TAKIZAWA WINEの挑戦

～北海道から世界に通用するワインを



瀧澤 信夫 氏
（株）グリーンテーブル
代表取締役

私は55歳まで30年間、札幌でコーヒー屋をやっていましたが、次に何か新しいライフステージを作りたい。あまり社会のいろいろな仕組みの中に組み込まれたような生き方はしたくないということで、好きなワインを造るという夢に懸けました。

1900年代の半ばまでは北海道はワイン造りの北限でしたが、温暖化が進み、山崎ワイナリーが初めてピノ・ノワールというフランスでも最高級のポテンシャルのあるブドウを使って素晴らしいワインを醸造しました。温暖化が進んでいくと、こうした素晴らしいワインを造れる可能性が大きいという思いがあって、実習でお世話になった三笠市の山崎ワイ

※3 デューデリジェンス(due diligence)
不動産投資やM&Aなどの取引に際して、投資対象となる資産の価値・収益力・リスクなどを経営・財務・法務・環境などの観点から詳細に調査・分析すること。

※4 ラッパー(rapper)
ラップ音楽を演奏する人。

ナリーの近くの土地にブドウ畑を開墾しました。いくら醸造の技術が優れていても、原料のブドウが良質でなければ上質なワインは造れません。とにかく手を抜かないで、また自分の生き方としても、農薬や化学肥料を使わないで、自然と共生して虫たちと一緒にブドウも育てていこうという考え方で始めました。

2008年に初めてできたワインが絶賛され、畑を広げてきましたが、最大のネックは、委託醸造ということでした。自分のワイナリーがないので、なかなか思うとおりにワイン造りができません。何とか自分のワイナリーが欲しいと考えるようになったときに、今回のファンドの話に出会ったのです。お酒というのは規制が厳しく、醸造免許を取るためには多くの規制があります。まず、8,000本くらいのワインを造らないと醸造所としては許可が得られないということもあり、そういったことを少しずつクリアしながら、何とか事業計画を作り、それを基にミュージックセキュリティーズの担当の方に専属で北海道に来て相談に乗っていただき、ようやくファンドを組成できました。

北海道は間違いなく日本では一番のワインの生産地になると思っています。日本を代表するワイン、世界で認められるワインを造りたいという思いをかなえる第一歩が可能になったということです。

ファンドを組むには、収支計画だけでなく、資金の使途も含めてシビアな経理を要求されますので、今まで雑ばくな経理をやっていた私には非常にいいことだと思っています。今年植えた苗木が実をつけるまでの3年間はファンドの返済を猶予してもらい、4年目から商品化し、4、5年かけて返すという、こちらの状況に合ったファンドの組み方をしていただいています。

ファンドを利用するに際して、こういうものを作りたいという明確な意思が一番大事ではないでしょうか。それと、社会貢献も大事だと思います。

ワインは人と人をつなげる力が大きく、今回の400名以上の投資家の方々是最強の顧客になるわけです。その人たちはブドウ畑やワイナリーを見に来たいと思うのではないのでしょうか。それをうまく事業化し

て、ツアーを組んだり、収穫のイベントをやったりして、作り手と飲み手の距離を新しい形で構築していける可能性をすごく感じています。ワイン造りは基本的には農業ですが、その裏側には観光という集客力のあるインパクトのある事業です。それを受け入れられる仕組みを三笠市と話しています。

今回、ファンドで3,200万円くらいを調達できました。このファンドでは、希望する方にはお金だけではなくワインの特典という形もとっていますので、そういうことも楽しみに出資された方も多かったのではないかと思います。また、このファンドが、募集からわずか3週間くらいで満額いっぱいになった一番のキーワードが大きかったという話でした。

これまで資金を調達する方法としては、銀行からの借り入れしかなかったのですが、担保の問題などで困難であったらと思います。このファンドによって、自分の夢に一步近づくことができるということに非常に感謝しています。投資家の方を裏切らないように、きちんと配当したいと考えています。

講演 2

「クラウドファンディング」を活用した自社製品開発手法「マイクロモノづくり」

当社は特に設備は持っていません。人のご縁、町工場さんと一緒に商品開発をするというのが、「enmono」という社名の由来です。また、日本のモノづくりにワクワク感をもう一度取り戻すというのが、経営理念です。

中小企業を元気にすることが日本の活性化につながると考えています。メーカーは海外にどんどん工場を移し、下請けには仕事がなくなってくる。大量生産型の産業構造に限界を感じているという中小企業はかなり多く、自社商品開発をするという町工場が急増しています。そういった背景があって、



三木 康司 氏
(株)enmono代表取締役

今日のお話になります。

メーカーズムーブメント

最近、「メーカーズ」という言葉がマスメディア等で使われ、個人やクリエイターの人たちがモノづくりを始め、それをビジネスにしていくという流れが「メーカーズムーブメント」です。それを支えるいろいろなツールが、三次元CAD^{*5}やレーザーカッター、三次元プリンターです。

メーカーズの特徴は、大手メーカーが参入しづらいようなニッチな分野に参入、最初から世界の市場をターゲットとしていること、特定の技術を強みにするよりはすでにある技術の組み合わせで製品のコンセプトやビジネスモデルを強みにしていくということ、そしてクラウドファンディングを積極的に使って資金調達をしているということです。

マイクロモノづくり

これに対して、われわれが提唱している「マイクロモノづくり」は、中小製造業が自社商品を企画し、製造、販売するということです。

とはいえ、今まで部品を作っていたような町工場がいきなりメーカーになるには、マーケティングやデザイン、研究開発、販路の開発などのリソースが足りない。これを補うためにクラウドファンディングを使うというのが、われわれの提案です。

マイクロモノづくりでは、町工場が自社商品開発するときは外部のデザイナーや企画者から持ち込まれるパターンがほとんどで、それでは結局、下請けになってしまうので、「社長が自分で企画を考えてください」と提唱しています。

デザインができ、試作品ができた段階で、クラウドファンディングに乗せると、販路を持っている人が「これは面白いので売りたい」という事例が幾つか出てきており、販路も開拓できることが分かってきました。販路ができれば、在庫のリスクを少なくして量産、自社のウェブサイト等で販売というのが、マイクロモノづくりの流れです。

特徴は、生産数が少なくなるので1個当たりの粗利

をそれなりに高く取り、高付加価値化する。そして、顔の見える範囲でのお客さまですので、壊れたら修理するというようなサステイナブルなモノづくりを目指す。そして、極力自社で企画、デザインし、無理な場合は町工場やデザイナーを巻き込んでいきます。極力新しい設備を入れなくて、自社のリソースの中だけでモノを作る。あえて大規模な市場調査をしないで、周りの人間に聞いてみて、改善をしながら上げていく。

あとは、作り手と作品の関係が1対1の、その人自身が反映されるようなモノづくりです。作り手自身がワクワクしながら物を作っていることが消費者に伝われば、共感を呼べます。これまで事例を幾つか見ましたが、機能やスペックでお金が集まっているのではないのです。だれがどういう思いで生み出したのかというストーリーに共感が集まってくるのです。

「メーカーズ」と「マイクロモノづくり」との違いは、まず、メーカーズはクリエイターやベンチャーが主体で、数をたくさん作るので、どうしても海外生産中心になります。マイクロモノづくりは中小企業がメインで、自社の工場で作るのを前提としていますので、国内生産中心になります。メーカーズは事業を大きく成長させるのが目的ですが、マイクロモノづくりは雇用を確保して事業を継続させるのが目的になっています。

クラウドファンディングをどう使っていくのか

クラウドファンディングには、寄付型、購入型、投資型の三つのタイプがあります。われわれが今、支援しているのは、二つ目の購入型です。仕組みは非常に単純で、クラウドファンディングサイトに商品の写真や動画をアップして、一定金額が集まったらプロジェクトがスタートし、プロジェクトを載せた人からお礼として商品、製品がパトロンに行くというものです。

中小企業はどのような考えでクラウドファンディングを使っていくのか。それは、リスクが高い商品開発に使っていただくということです。200人のファンがついて130万円が集まれば事業を開始できる。それをさらにビジネスとしてスケールさせるために、金融機関

^{*5} 三次元CAD (computer aided design)
コンピューターを利用する、立体的な構造物の設計・製図。

に融資していただければ、大きなビジネスに展開していく。クラウドファンディング事業者と地域金融機関が連携することで、日本から世界を驚かせるさまざまなサービスや製品を生み出すことができるのではないかと考えています。

町工場が商品開発をするときに、大きなハードルが二つあります。一つは、開発資金です。二つ目が販路です。これらのハードルをクラウドファンディングでクリアできます。当社の支援先の例で、iPhoneトリックカバーという製品を、クラウドファンディングサイトに掲載した際、製品プロモーション動画を見て、非常に面白いので売りたいという会社が5社出てきました。このプロジェクトでは、130万円の資金を得ることができましたが、それだけではなく、販路も得られた。仮に1人営業マンを雇って、5社開拓をすると、230万円ぐらいの経費がかかる。この経費が同時に得られたのではないかと思います。

また、この製品を購入された200人の方にメールでアンケートをしたところ、2日で60%の方が「次はこういう製品を開発してほしい」と、熱くメッセージを返していただきました。この、熱心な200人のファンというプライスレスなものを得られたということがメーカーにとっては非常に大きなことです。町工場の方に200人にヒアリングをするというのはほぼ無理です。この会社の社長は、これこそが「価値です」とおっしゃっていました。

ここで、クラウドファンディングでお金が集まればモノづくりビジネスとして成立するののかという点ですが、実は製造業でない方がクラウドファンディングにプロジェクトを上げて、資金調達はしたのですが、半年から1年近く出荷されていないという事例が幾つかあります。そして、その幾つかから、われわれに「いい工場ないですか」という相談が来ています。ということで、モノづくり系プロジェクトは、まだリスクがかなり高いです。それは、製造業でない方には、まず実際にモノを作るのにどれぐらいお金がかかるという見積もりが難しい。二つ目は、サンプルを一つ作るの

と量産では全然工程が違うのですが、その知識がない。三つ目は、自社で設備を持っていないので自分では製造できないことです。逆に言うと、モノづくり系のクラウドファンディングで最も有利なのは、町工場と言えます。毎日見積もりしていますから間違えることはありません。量産も自分の工場で行っていますから、知識もあります。そして、仮にお金が足りなくても何とか自分で作るということなのです。ですから、クラウドファンディングを活用して何かモノを作ろうとしているクリエイターやメーカーの方は、ぜひ町工場と一緒にモノづくりをやってください。

私たちは、これに対応した新しいサービス、町工場とメーカーの「引き合わせサービス」をスタートさせました。これによりプロダクト系のプロジェクトの安心度が高まります。今、メーカーさんからかなりの問い合わせをいただいています。われわれのクラウドファンディングサイトでは、お金以外のいろいろなリソース、プロジェクトを進める方が求めているサポートを載せられるというサービスになっています。

マイクロモノづくりを学ぶために

「マイクロモノづくり経営革新講座」という町工場の二代目、三代目さんの経営塾をやっています。メインは商品の企画開発ですが、カリキュラムの中にクラウドファンディングをどう使っていったらいいかという実践的な講座を入れています。

また、クラウドファンディングを活用したモノづくりに関して、『マイクロモノづくりをはじめよう～「やりたい!」をビジネスにする産業論～』という書籍を今年4月に発売しました。

本日お伝えしたかったことは、二つです。一つ目は、クラウドファンディングは、経営的な視点から中小企業のツールとして考えて使っていただきたいということです。二つ目は、クラウドファンディングは手段であって、目的ではないということです。商品開発を通して自社の経営を改革していくことが、本来の目的であるべきということをお伝えしたいと思います。