

山形県内におけるクラウドファンディングの利用状況

佐藤圭治*

Current Status about Using Crowdfunding in Yamagata Prefecture

Keiji Sato*

要旨: 少額小口の直接金融による資金調達手段としてクラウドファンディング市場が拡大している。夢やアイデアを実現する手段として資本力に乏しい事業者や非営利事業の活動資金を調達する手段としてNPO等にも活用されている。古来より日本においては勸進、布施、浄財、喜捨、寄進などの寄付文化があり、現在でも地方の風習として頼母子講、無尽、模合などの知人間、地域間での金融が行われているため、日本にはクラウドファンディングになじむ土壌が培われている。これらのインターネット版であるクラウドファンディングの可能性を山形県内の成約案件から模索する。

キーワード: 直接金融、間接金融、与信

1. はじめに

パソコンやスマートフォンが一般社会に普及した現在、情報の伝達だけでなく、ネット通販、ネットオークション、ネットバンキングなどにより、インターネットを介した物品や金品の授受が一般的となった。

このクラウドファンディングについても必要不可欠なハード・ソフトウェアはパソコン、スマートフォン、インターネットであり、ある意味時流に沿って必然的に開発された資金調達手段といえる。

クラウドファンディングとは「起案者（資金需要者）がクラウドファンディングサイトを見本市として案件（プロジェクト）を記載し、不特定多数の閲覧者から資金を調達する仕組み」である。クラウドとは crowd（群衆）という意味であり、インターネット閲覧者（資金提供者）のことを指す。cloud（雲）ではない。

従来からの伝統的資金調達手段としては、まず銀行等の金融機関からの借入れという間接金融と証券市場を介して不特定多数の投資家からの借入れである債券の発行や不特定多数の投資家からの出資の受入れである株式の発行という直接金融の2形態がある。クラウドファンディングによる資金の調達は直接金融という点では証券市場からの資金の調達と同様であるが、資金の調達場所が証券市場ではなくインターネットのクラウドファン

ディングサイト内であることが大きな違いである。証券市場の利用（上場）はハードルが高く、事業規模・実績、社会的影響力・信用力の大きい企業でないと利用（上場）できないがクラウドファンディングならばネットリテラシーさえあれば証券市場への参入障壁はなくなる。また間接金融である銀行借入れについては借入れ手続について個々様々な条件があり、厳しい審査を通過して初めて利用可能となる。実際、銀行借入れにはなじまない案件がクラウドファンディングには多い。これらの利用障壁を取り払ったのがクラウドファンディングであり画期的であるとともに大いなる可能性を秘めている。

2. クラウドファンディングの仕組み

(1) タイプ

大別すると「商品売買型」、「寄付型」、「金融型」の3つのタイプがある。

① 商品売買型

資金提供者にその見返りとして返礼品（リターン）を渡す取引である。そのリターンが案件の目的である場合には結果的にネット通販とほとんど変わらない取引となる。違っている点は資金の授受が先でリターンの提供が後になることである。通常の商品売買は商品と代金の授受は同時であるが、この型の場合はまず起案者が自己の案件をサイトに掲載し、目標金額と募集期間を示す。次に案件に賛同した資金提供者は一口いくらという形で払い込みをする。そうして集まった資金が期限までに目標金額に達して初めてその案件が実行さ

* 山形県立産業技術短期大学校庄内校
〒998-0102 山形県酒田市京田三丁目 57-4
e-mail: shonai@shonai-cit.ac.jp

* Shonai College of Industry & Technology
3-57-4 Kyoden, Sakata City, Yamagata, 998-0102, Japan
e-mail: shonai@shonai-cit.ac.jp

れるという契約になっている。つまり資金の払い込みと案件実行までの間にタイムラグが存在することになる。また残念ながら目標金額に届かなかった案件は不成立となり全額資金提供者に返金される **All or nothing** という契約が一般的である。目標金額に達しない案件はいわば不人気案件であり、実現が難しくリターンを渡すことができないという烙印を押されたことになる。会計処理的には募集期間中に受領した資金はリターンを渡していないため売上には計上せず、一旦、前受金にプールしておく。リターン実行後に前受金を売上へ振替える。一般的にクラウドファンディングのタイプは商品売買型のことを指すため、次章以降の本文は商品売買型について記述する。

② 寄付型

支援者によるリターンのない善意の資金提供である。よって資金使途は営利行為ではなく災害支援復興、環境保護、貧困支援、医療・介護、教育振興、芸術・スポーツ振興、文化保存などの社会的使途に限られる。国内にはジャパングビングという運営業者がある。起案できる団体も NPO 法人のような非営利団体に限られる。ノーベル医学生理学賞を受賞した山中伸弥氏もこのサイトで研究費を募集した。

③ 金融型

このタイプには貸付型と株式出資型がある。つまり社債の発行と株式への出資が証券市場ではなくクラウドファンディングサイト内で行われていることになる。この場合はサイトが証券取引所と機能が同一となるため運営業者は金融商品取引業者となり金融商品取引業者・貸金業者等の種々の免許・登録が必要となる。また資金提供者に対しては契約内容に応じて元金の返済やリターンとしての利息の支払い、配当金の支払いが生じる。資金提供者は起案者の財務諸表から定量的に案件が妥当か否かの判断をするプロの目利きが要求される。このタイプの画期的な点は証券市場への上場という高い障壁を取り払い、広く不特定多数のサイト閲覧者から直接金融されることであり、大いなる可能性を秘めている。制度の普及のために今後も金融商品取引法等の法律の整備を進めていく必要があろう。

(2) 資金使途

案件のもっとも重要な審査ポイントはやはり資金使途である。これは普遍的であり銀行与信となんら変わらない。使途に妥当性、現実性、公共性、社会性等がないと不人気案件となり目標金額は集まらない。各ファンドのサイトを閲覧すると、起案者による夢、アイデア、技術、志、正義、度胸を盛り込んだ意欲的なプレゼンテーションがなされており、どの案件を支援（投資）するか迷ってしまうほどである。

以下、筆者が各運営業者のサイトを閲覧し、表 1 のとおり主な資金使途を分類した。銀行案件と比較してクラウドファンディング案件に特徴的な点は地域活性化、災害支援復興などの社会的案件が多いことである。これらの案件は支出（支援）するだけであり受益者からのリターンはないため、支援者に対する返済財源は確保できない。また起案者も NPO 法人のような非営利事業者であることがほとんどである。よって営利与信が中心の銀行融資にはなじまないのである。この点においてもクラウドファンディングの存在意義があると筆者は確信する。第二の特徴としては新規事業の立ち上げ資金が多いことである。この案件も銀行で取り上げづらい案件である。銀行融資は返済を大前提としているため新規事業、新製品開発、業歴が浅い企業に対する与信は返済リスクがあるため基本的に取り上げない。銀行業務性格上やむを得ないものである。この点においてクラウドファンディングは案件が魅力的であれば支援者は個人の責任で自由に援助できる仕組みとなっている。目標金額が集まらなければ妥当性なしと判断されたこととなり資金は全額返金されるため支援者にとってもリスクは抑えられる。銀行与信を補完するものとしてニーズがあると思料する。実際に行行政、金融機関、クラウドファンディング業者間の提携が全国各地でなされている。銀行に持ち込まれた案件をクラウドファンディングでリトライする試みは与信の間口を広げるものとして歓迎したい。後述の「山形サポート」の開設がその一例である。

表 1 案件の簡単な事例

使途分類	使途の例
地域活性化	林業再生 煉瓦アート作成 民俗芸能保存 古民家再生 伝統工芸支援 地元食材で商品開発
ビジネス	時計カスタムオーダー 化粧品開発 日本酒飲み放題店舗開業 プロスポーツ選手の海外留学資金 組み立て式ロボット商品化 著名ゲーマーによるゲーム製作
社会貢献	夜の図書館設立 がん患者の憩いの場を建築 心停止の現場の SOS アプリ開発 出産施設検索サイト開発
映画	震災ドキュメンタリー映画上映 地元映画館存続のための設備資金 日本の食文化に関する映画製作
出版	震災体験絵本出版 ゆるきゃら写真集出版 フリーペーパー刊行
音楽	ローカルアイドルの CD 製作 ロックバンドのツアー資金 革新的なミュージックビデオ製作
国際協力	途上国に学校建設 途上国に工場建設 途上国の診療所の存続
アート	個展開催 アバンギャルド画家の展覧会開催
イベント	音楽祭運営資金
研究	古生物の研究

(3) メリットとデメリット

以下、クラウドファンディングにまつわるメリットとデメリットを羅列する。

① メリット

- ・資金の集まり具合でマーケティング調査ができる。
- ・販路拡大に有効
- ・新事業に挑戦しやすい。夢やアイデアをかなえるチャンスがある。
- ・事業歴、所有資産、保証人等の信用力がなく

でも取り組める。

② デイメリット

- ・アイデアを模倣されるリスクがある。
- ・事業失敗のリスクがある。目標金額が達成されたからと言って事業がうまくいくとは限らない。起案者の信用力や経験まではわかりづらい。
- ・調達した資金の不正使用
詐欺の可能性もある。
- ・あまりに個人的な資金使途で自己資金で実行すべきと批判される案件もある。
- ・リターン不十分

3. クラウドファンディングの歴史

クラウドファンディングは北米やヨーロッパで音楽や映画、芸術の分野で愛好家から活動資金を募る目的で始まったものである。狭く言えばパトロンやタニマチからの援助である。アメリカの代表的なクラウドファンディングサイトは Indiegogo と Kickstarter であり 2008 年頃からサービスを開始した。Crowdsourcing.org の調査によると 2011 年中に全世界で実行された資金調達額は 15 億ドルで、2012 年には 28 億ドルに達した。2013 年には 61 億ドルとなり北米とヨーロッパのシェアが約 90%を占めている。2014 年には全世界で 162 億ドルに達し、北米が 95 億ドルで 58.4%のシェアを占めた。この年アジアにおいても市場は急速に拡大し 34 億ドルでヨーロッパの 33 億ドルを上回った。背景は中国市場の伸びである。2015 年は北米が 173 億ドル、アジアが 105 億ドル、ヨーロッパが 65 億ドルとなり、市場は拡大の一途にある。

アメリカにおいてクラウドファンディングは「資金調達または金融の民主化」と呼ばれている。起業家が金融機関からの借入れやベンチャーキャピタルからの出資を受けるのは難しいがクラウドファンディングを使えば関心を持ってくれる不特定多数の閲覧者にアピールできる。2008 年のリーマンショックを引き金とする金融危機を乗り越え、従来の金融の枠組みを超えたクラウドファンディングが新たな金融の潮流になったといえる。

一方、アジアにおいては 2011 年より日本、韓国、香港、シンガポールでクラウドファンディングサイトが続々立ち上がっている。日本においてこの

年は東日本大震災が発生した年であり、災害援助や復興に燃えて国民が立ち上がった結果といえる。日本の市場規模は矢野経済研究所の調査によると2014年度の実行額は197億円で前年比60%増、2015年度は284億円で前年比44%増で日本の市場も拡大の一途にある。次章において主な日本のクラウドファンディング業者を紹介する。

4. 主な日本のクラウドファンディング運営業者

資金の需要者と供給者を仲介する場としてインターネット上に各クラウドファンディング運営業者がホームページサイトを設けている。各サイトはそれぞれ特徴を持っているため、起案者はその特徴を熟知した上でどのサイトに掲載するかを決めなければならない。日本国内でも100～120サイトはあるといわれている。これらのサイトは案件の紹介をし、起案者に対しては如何に資金調達に成功し、かつ、事業を首尾よく成功させ、資金提供者に無事にリターンを供給できるようにサポートする機能を持っている。決して起案者に直接与信するわけではない。また営利事業者であるため案件成約額から一定の手数料(5%～20%)を徴収して運営している。2011年3月に発生した東日本大震災前後に設立された業者が多い。

(1) ファーボ

2010年10月設立

手数料10%～20%(展開エリアによって異なる)

地域活性化案件を積極支援している。地域金融機関が取り上げづらい案件も多く、地域振興に貢献しているといえる。ソーシャルゲームのイラストなどを手掛ける(株)サーチフィールドが運営している。「出身者と出身地をつなぐ」をコンセプトにしており、日本各地の企業とオーナー契約を結び「ファーボ山形」、「ファーボ秋田」などフランチャイズチェーン方式で地方展開している。エリアオーナーは法人格を持っていることが条件でファーボ山形はヤマガタ未来ラボというNPO法人が、ファーボ秋田は秋田県信用組合が運営している。またファーボさばえは福井県鯖江市(行政)が運営している。

(2) カウントダウン

2010年10月設立

手数料20%

「日本から世界へ挑戦するクラウドファンディングサービス」を掲げており、日本のモノ、技術、文化などを世界に発信する案件に強い。バイリンガルサイトである。これまでの成立案件は46件(2017年1月現在)、延べ調達額86,985千円、延べ支援者数7,809人、1件当たり調達額1,890千円、一人当たり支援額11千円である。総取上げ件数は68件でそのうち46件が成約しており、成約率は68%で金額、成約率とも他のサイトと比較して高い方である。これは案件の審査を厳しくしていることもあるがアドバイザー制度という支援体制を設けており、案件をサポートしていることにもよる。このアドバイザーは過去の成功事例経験者や海外でのビジネス経験者、専門家、得意分野を持った方が行っている。

(3) キャンプファイヤー

2011年1月設立

手数料5%(格安)

アクセス数日本一である。大型案件が多い。

(4) ウィシム

2011年5月設立

手数料20%

音楽、スポーツ、エンターテインメントに強い。英語、中国語、韓国語といった多言語にも対応している。決済機能に独自性があり、銀行振込やクレジットカード決済だけでなくTポイント、楽天スーパーポイント、Gポイント等各種ポイントや電子マネーを利用して支援できるのが特徴である。代表者の浅見義治氏はポイント発行市場や電子マネー等の擬似通貨の普及により、その有効活用の仕組みを整えたとのことである。時流に沿った戦略といえる。またJ-WAVE、婦人画報、オウケイウェイブ、クレディセゾンなどとの提携により幅広い案件の発掘にも取り組んでいる。

(5) グリーンファンディング

2011年6月設立

手数料20%

日本初のモール型クラウドファンディングサイトである。複数のオンラインショップが軒を連ねるWebサイトをオンラインモールというが同社

の APS システムを導入した企業が運営するクラウドファンディングサイトの案件を中心に掲載している。そのためモール型と呼ばれている。案件は少ないが精度を高めるサービスを行うことにより成約率を高めている。アメリカの Indiegogo や 2015 年 2 月より Kickstarter と提携し世界に向けて案件を発信している。

(6) モーションギャラリー

2011 年 7 月サービス開始

手数料 10%

映画、芸術、音楽、出版などのクリエイティブ案件に強い。サービス開始後 3 年間の実績は支援者数 14,916 人、支援金累計額約 178,000 千円で主な内訳が映画が約 99,000 千円 (56%)、音楽が約 18,000 千円 (10%)、コミュニティーが約 12,000 千円 (7%) である。資金配分はコンセプト・ファンディングとプロダクション・ファンディングの 2 つの方式がある。前者は他のサイトと同様に目標金額を定め、調達額が目標金額に達した場合のみ成約となり資金を受領できるが、後者は目標金額の達成を問わず、獲得できた金額を受領する方式である。Indiegogo と提携しており、日米両国から資金を集めることができる。代表者の大高健志氏は映画製作の経験があり、その際に資金調達の困難さを痛感したため、当サイトによりクリエイティブ活動を支援するシステムを構築したいとのことである。

(7) シューティングスター

2012 年 10 月設立

手数料 20%

社会貢献を中心に政治活動目的案件も取り上げている。世界で初めて募集回数を複数回に分けて大型資金を調達する方法である「ブロックファンディング」を導入している。コンサルタント制度と呼ばれる起案者に対するサポート体制を整えている。内容は画像、動画、文章表現、商品設計などについて起案者にアドバイスをを行うものである。テレビ番組制作、広告制作、雑誌編集などの経験を持った専門家が担っている。

(8) きびだんご

2013 年 2 月設立

手数料 10%

桃太郎の昔話のように「一人では実現が難しい

プロジェクトを協力者のサポートを得て成し遂げ、みんなで喜びを分かち合う」というストーリーを実現させるためのサービスが同社の理念である。単なる物販ではない新しい買い物体験を提供するサービスを目指している。また 2015 年 3 月に国内で初めて YouTube の動画承認サイトに登録され、これにより起案者は YouTube に案件の動画を投稿し資金調達に関するサイトをリンクさせることができるようになり支援体制が整った。

(9) マクアケ

2013 年 5 月設立

手数料 20%

サイバーエージェントの子会社。ビジネス系に強く案件は多岐にわたる。掲載した案件は、同社の PR 戦略チームが雑誌等のメディアやアメーバブログに情報を発信しており、それが同社並びにクラウドファンディングの認知度アップに大きく貢献していると思われる。流通が注目しているサイトであり、ヒット案件はその後のマーケティング戦略やマーケットニーズの把握に有効となっている。

(10) ムーンショット

2013 年 7 月設立

手数料 0%

手数料ゼロであることが最大の特徴である。

その理由は同社はエンジニアやデザイナー集団で、受託開発などの複数の収益事業を行うことによりクラウドファンディング事業を支えることが可能な体制を整えていることによる。また 5,000 千円未満の成約案件は 3 営業日以内に受け取れることも他社にないアピールポイントである。起案者に対する利便性は高い。よって審査も厳しく弁護士、税理士、ビジネス専門家らで構成される審査委員会の通過案件のみを掲載している。このボードで案件の妥当性、実現性、公共性等が審議される。案件成約率は 75% (2017 年 1 月現在) で業界最高水準である。

(11) レディーフォー

2014 年 7 月設立

手数料 17%

国内最大の運営サイトである。2015 年 5 月現在の累計案件数は約 2,400 件、成約率は 60%~70%、累計の資金調達額は約 1,350,000 千円である。案件

の特徴としては社会貢献がメインで国際協力、地域活性化、子供支援、医療・福祉、音楽・パフォーマンス、映画・映像など多岐にわたっている。案件ごとにキュレーターという担当者を付け成約のための広報やアドバイスをしており、案件の妥当性や精度を上げる努力をしている。案件の審査については銀行ほど厳しい条件は付していないが、審査の通過率は1/3程度である。

(12) 山形サポート

2017年1月設立

山形県、山形新聞社、荘内銀行、山形銀行、きらやか銀行、レディーフォーの6者は「クラウドファンディングを活用した地方創生の推進に関する連携協定」に基づき、クラウドファンディングサービス「山形サポート」を設立した。事業の流れとしては起案者が山形サポートのホームページから申し込みを行うとともに当サイト内にて支援募集を行う一方で、大元のファンドサイトであるレディーフォー内でも掲載募集し、県内のみならず全国的に発信し、多角的に支援していく体制を整えた。実際には山形サポートに直接申し込むのではなく、各銀行に相談のあった案件の中からクラウドファンディングに適した案件を山形サポートに持ち込み、民意を問う流れになる。銀行融資を補完する機能として今後の働きに期待したい。こうした行政、地域金融機関、クラウドファンディング業者の連携が全国各地で今後も図られていくであろう。

5. 山形県内におけるクラウドファンディングの利用状況

表2～12は各運営業者のサイトから筆者が山形県内の案件を検索し、まとめたものである。案件はすべて公開されているため固有名詞を記載しても構わないわけであるが、ここではそのような情報は論述に支障がないと判断し、極力記載を避けた。また、手作業で検索したものであるため、すべての案件が記載されているとは限らないことを了解いただきたい。

(1) 時系列分析(成約日順, 表2参照)

全45件。2012年以前は2件だったが2013年6件、2014年3件、2015年12件、2016年12件で

2014年を除き件数は増える傾向にある。特に2017年に至っては2月1日時点で8件成約している。今後も件数は増加していくであろう。(不明2件) また、2011年3月の東日本大震災の発生を受けて、震災復興支援関連の案件が2013年に4件、2014年に1件、2015年に3件あり、国民の関心事であったことがうかがえる。その資金使途の内訳は映画上映が3件、イベントが3件、出版が2件であった。

(2) 資金使途分析

資金使途を表3のとおりビジネス、地域、イベント、出版、映画上映、国際協力、動物愛護の7つに分類した。成約金額は95,473千円であった。金額、件数、1件当たり成約金額の全てにおいてビジネスが多かった。当然の結果といえる。内容的には商品の販売においてマーケティング戦略や販路拡大に利用していると思われる。研究開発費用ではないが、プロバスケットボールチーム山形パスラボワイヴァンズ人件費5,000千円は新事業立ち上げ資金といえる。また、クラウドファンディングの特徴として地域活性化資金やイベント資金が多いことが挙げられる。県内においても金額、件数ともに上位である。これらは非営利活動であることや単発的なプロジェクト資金であるため収益性・成長性・安全性を求める銀行与信になじまない性質のものである。この点においてクラウドファンディングは銀行の与信機能を補完するものとして有効に機能しているといえる。出版や映画上映も多くこれらもクラウドファンディングの得意分野である。

最高成約額は天童市のふるさと納税対象の案件で請負業者が市内優良木工製造業者と世界的に有名な工業デザイナーで、ネームバリューのある2者によるコラボレーション案件であるため資金が集まったものと思われる。次に金額が大きい案件はこれも寒河江市のふるさと納税資金対象案件で慈恩寺の修復費用であった。行政によるクラウドファンディング(ガバメントファンディング)はふるさと納税対象となり所得税額計算において寄付金控除が適用されるため今後も全国的に案件が増えていくであろう。以下、表3～9を参照していただきたい。

(3) 起案者分析

表10～12のとおり全45件を起案者別に分析してみると個人が18件で最多、以下、株式会社等10件、NPO法人9件の順となっている。個人とNPO法人の資金使途は1件がビジネスである以外はすべてが非営利活動資金である。やはりクラウドファンディングは信用力に劣るとされる起案者に適しているといえる。株式会社等は全てビジネス目的で金額も最多である。起案者が行政であるふるさと納税案件は3件（天童市、寒河江市、長井市）で信用力も高いこともあり金額は大きい。

表2 成約日順の山形県内の案件一覧

成約日	資金使途	金額 (単位;円)
10.10.31	地域	225,000
支援者数	起案者	テーマ
24人	NPO	音楽会開催
成約日	資金使途	金額 (単位;円)
12.10.30	映画上映	382,900
支援者数	起案者	テーマ
67人	個人	在来野菜
成約日	資金使途	金額 (単位;円)
13.2.15	国際協力	59,000
支援者数	起案者	テーマ
87人	個人	グアテマラ震災支援
成約日	資金使途	金額 (単位;円)
13.3.1	映画上映	316,000
支援者数	起案者	テーマ
38人	NPO	震災ドキュメンタリー
成約日	資金使途	金額 (単位;円)
13.7.20	イベント	138,000
支援者数	起案者	テーマ
26人	NPO	福島の子供、サクランボ祭りツアー
成約日	資金使途	金額 (単位;円)
13.8.4	イベント	2,370,000
支援者数	起案者	テーマ
216人	個人	震災復興花火大会 南相馬
成約日	資金使途	金額 (単位;円)
13.21.1	イベント	543,000
支援者数	起案者	テーマ
68人	個人	3.11 テーマ創作ダンス上演
成約日	資金使途	金額 (単位;円)

13.12.16	国際協力	111,000
支援者数	起案者	テーマ
20人	個人	タイの孤児院へクリスマスプレゼント
成約日	資金使途	金額 (単位;円)
14.2.7	映画上映	295,000
支援者数	起案者	テーマ
34人	個人	東電テレビ会議 49 時間の記録
成約日	資金使途	金額 (単位;円)
14.7.28	出版	809,000
支援者数	起案者	テーマ
76人	個人	子供向け料理本作成
成約日	資金使途	金額 (単位;円)
14.11.27	ビジネス	7,200,000
支援者数	起案者	テーマ
169人	株式会社	日本酒販売 A 酒造
成約日	資金使途	金額 (単位;円)
15.1.12	出版	456,000
支援者数	起案者	テーマ
45人	個人	絵本 300 冊 真室川の伝統記録
成約日	資金使途	金額 (単位;円)
15.2.26	出版	1,608,000
支援者数	起案者	テーマ
124人	個人	三陸の海の魅力 1 万部
成約日	資金使途	金額 (単位;円)
15.3.31	ビジネス	7,800,000
支援者数	起案者	テーマ
196人	株式会社	エコ商品製造販売
成約日	資金使途	金額 (単位;円)
15.3.31	ビジネス	5,000,000
支援者数	起案者	テーマ
53人	株式会社	プロバスケットボールチーム人件費
成約日	資金使途	金額 (単位;円)
15.4.30	ビジネス	1,050,000
支援者数	起案者	テーマ
103人	株式会社	食肉製品製造販売
成約日	資金使途	金額 (単位;円)
15.5.7	ビジネス	1,044,000
支援者数	起案者	テーマ
85人	個人	猫砂ペレット商品化
成約日	資金使途	金額 (単位;円)
15.7.9	地域	1,146,000
支援者数	起案者	テーマ

山形県内におけるクラウドファンディングの利用状況

8人	個人	古民家シェアハウス建築
成約日	資金使途	金額(単位:円)
15.7.11	地域	9,245,000
支援者数	起案者	テーマ
388人	寒河江市	慈恩寺修復
成約日	資金使途	金額(単位:円)
15.7.18	出版	677,000
支援者数	起案者	テーマ
47人	個人	震災の記憶
成約日	資金使途	金額(単位:円)
15.8.10	イベント	676,000
支援者数	起案者	テーマ
137人	理容業	湯野浜 HAIR SHOW 開催
成約日	資金使途	金額(単位:円)
15.9.3	映画上映	101,000
支援者数	起案者	テーマ
10人	個人	Fukushima 上映会
成約日	資金使途	金額(単位:円)
15.9.30	ビジネス	1,000,000
支援者数	起案者	テーマ
100人	農業	つや姫販売 肥料・種代
成約日	資金使途	金額(単位:円)
16.1.24	地域	1,598,000
支援者数	起案者	テーマ
108人	寺院	仏像修復
成約日	資金使途	金額(単位:円)
16.1.28	ビジネス	3,570,000
支援者数	起案者	テーマ
118人	株式会社	日本酒販売 A 酒造
成約日	資金使途	金額(単位:円)
16.1.28	ビジネス	6,330,000
支援者数	起案者	テーマ
210人	株式会社	日本酒販売 A 酒造
成約日	資金使途	金額(単位:円)
16.2. 1	ビジネス	5,180,000
支援者数	起案者	テーマ
204人	有限会社	ワイン製造販売
成約日	資金使途	金額(単位:円)
16.2. 24	地域	1,007,500
支援者数	起案者	テーマ
148人	個人	知の空間 書店再生
成約日	資金使途	金額(単位:円)

16.4.28	ビジネス	820,000
支援者数	起案者	テーマ
40人	生花販売業	母の日フラワーギフトと写真撮影
成約日	資金使途	金額(単位:円)
16.7.19	イベント	402,000
支援者数	起案者	テーマ
11人	個人	田んぼアート製作
成約日	資金使途	金額(単位:円)
16.7.27	イベント	1,822,000
支援者数	起案者	テーマ
71人	個人	ローカル線プロレス
成約日	資金使途	金額(単位:円)
16.8.21	地域	380,000
支援者数	起案者	テーマ
34人	個人	1万球イルミネーション
成約日	資金使途	金額(単位:円)
16.8.26	映画上映	1,114,000
支援者数	起案者	テーマ
141人	個人	映画上映
成約日	資金使途	金額(単位:円)
16.11.3	地域	815,000
支援者数	起案者	テーマ
58人	長井市	BABY BOX プロジェクト
成約日	資金使途	金額(単位:円)
16.12.6	地域	690,000
支援者数	起案者	テーマ
45人	NPO	和舟修復
成約日	資金使途	金額(単位:円)
17.1.10	国際協力	1,515,000
支援者数	起案者	テーマ
133人	NPO	イラク難民キャンプ支援
成約日	資金使途	金額(単位:円)
17.1.11	地域	423,000
支援者数	起案者	テーマ
48人	NPO	子供食堂開業
成約日	資金使途	金額(単位:円)
17.1.13	動物愛護	250,000
支援者数	起案者	テーマ
29人	NPO	猫の手術費用
成約日	資金使途	金額(単位:円)
17.1.23	出版	1,500,000
支援者数	起案者	テーマ

山形県内におけるクラウドファンディングの利用状況

71人	音楽家	CD、MV 製作
成約日	資金使途	金額 (単位:円)
17.1.31	ビジネス	3,870,000
支援者数	起案者	テーマ
171人	株式会社	日本酒販売 A 酒造
成約日	資金使途	金額 (単位:円)
17.1.31	ビジネス	7,050,000
支援者数	起案者	テーマ
171人	株式会社	日本酒販売 A 酒造
成約日	資金使途	金額 (単位:円)
17.2.1	ビジネス	3,450,000
支援者数	起案者	テーマ
468人	株式会社	日本酒販売 B 社
成約日	資金使途	金額 (単位:円)
17.2.1	ビジネス	10,195,000
支援者数	起案者	テーマ
550人	天童市	将棋駒製作
成約日	資金使途	金額 (単位:円)
不明	地域	553,000
支援者数	起案者	テーマ
56人	NPO	駄菓子屋付き寺子屋開業
成約日	資金使途	金額 (単位:円)
不明	地域	156,000
支援者数	起案者	テーマ
26人	NPO	市場開催
件数合計	支援者数合計	金額合計
45件	5,229人	95,473,400円

表3 資金使途別成約額

資金使途	金額 (単位:千円)	件数
ビジネス	63,559	14
地域活性化	16,238	11
イベント	5,951	6
出版	5,050	5
国際協力	2,216	3
映画上映	2,209	5
動物愛護	250	1
合計	95,473	45

表4 成約金額上位5件

金額	資金使途	起案者
10,195千円	ビジネス	天童市
9,245千円	地域	寒河江市
7,800千円	ビジネス	株式会社
7,200千円	ビジネス	株式会社
7,050千円	ビジネス	株式会社

表5 支援者数上位5件

支援者数	金額	資金使途
550人	10,195千円	ビジネス
465人	3,450千円	ビジネス
368人	9,245千円	地域
216人	2,370千円	イベント
210人	6,330千円	ビジネス

表6 一人当たり支援金額上位5件

一人当たり支援金額	支援者数	資金使途
143,250円	8人	地域
94,340円	53人	ビジネス
42,604円	169人	ビジネス
39,796円	196人	ビジネス
36,545円	11人	イベント
18,258円	5,229人	平均

表7 資金使途別金額シェア

資金使途	金額	シェア
ビジネス	63,559千円	66.5%
地域	16,238千円	17.0%
イベント	5,951千円	6.2%
出版	5,050千円	5.3%
国際協力	2,216千円	2.4%
映画上映	2,209千円	2.3%
動物愛護	250千円	0.3%
合計	95,473千円	100%

表 8 資金使途別件数シェア

資金使途	件数	シェア
ビジネス	14 件	31.1%
地域	11 件	24.5%
イベント	6 件	13.3%
出版	5 件	11.1%
映画上映	5 件	11.1%
国際協力	3 件	6.7%
動物愛護	1 件	2.2%
合計	45 件	100%

表 9 資金使途別支援者数シェア

資金使途	支援者数	シェア
ビジネス	2,835 人	54.2%
地域	943 人	18.0%
イベント	529 人	10.1%
出版	363 人	6.9%
映画上映	290 人	5.6%
国際協力	240 人	4.6%
動物愛護	29 人	0.6%
合計	5,229 人	100%

表 10 起案者別成約金額

起案者	金額	件数	支援者数
株式会社等	50,500 千円	10	2,060
行政	20,255 千円	3	996
個人	14,858 千円	18	1,292
個人事業主等	5,594 千円	5	348
NPO	4,266 千円	9	533
合計	95,473 千円	45	5,229

表 11 起案者別一件当たり平均成約金額

起案者	平均成約金額	件数
行政	6,752 千円	3
株式会社等	5,050 千円	10
個人事業主等	1,119 千円	5
個人	825 千円	18
NPO	474 千円	9
平均	2,122 千円	45

表 12 起案者別一人当たり平均支援金額

起案者	平均支援金額	支援者数
株式会社等	24,514 円	2,060
行政	20,336 円	996
個人事業主等	16,075 円	348
個人	11,500 円	1,292
NPO	8,004 円	533
平均	18,258 円	5229

6. おわりに

クラウドファンディングは金融の民主化といわれ、誰にでも夢やアイデアを実現できるチャンスを与えてくれる手段である。しかし、現実にはすべての案件が成約するわけでもなく、不特定多数の支援者から資金を調達することは難しく、責任の重い行為であることを自覚しなければならない。

また、案件実行後も支援者に対してリターンを供給するだけでなく、その後も長期安定的な支援者になってもらうために誠実な対応を心がけなければならない。筆者の知人にもクラウドファンディングの利用を勧めてみたが容易なものではないという返答であった。

今後はふるさと納税によるガバメントファンディングや銀行提携案件が増えていくものと筆者は考える。

参考文献

- 1) 板越ジョージ：クラウドファンディングで夢をかなえる本、ダイヤモンド社 (2014)
- 2) 川上清市：事例でわかる！クラウドファンディング成功の秘訣、秀和システム (2015)
- 3) 佐々木敦也：ザ・クラウドファンディング、きんざい (2016)
- 4) 佐藤大吾、山本純子、佐々木周作：ぼくらがクラウドファンディングを使う理由 12 プロジェクトの舞台裏、学芸出版社 (2016)