

特集

企業を支える クラウドファンディング

～新時代の資金調達手段～

21世紀初頭に誕生し、2011年ごろから日本での普及が始まったクラウドファンディングは、群衆（crowd）と資金調達（funding）を組み合わせた造語であり、その名の通り不特定多数からの資金調達の手段として、企業における利用も多く見受けられるようになった。

クラウドファンディングは他の資金調達手段とどのような違いがあるか、企業での利用実例をもとに利用の実態を探った。

国内での始まりからわずか10年で市場が急拡大

クラウドファンディング（以下、CF）は2000年代初頭にアメリカで誕生し、日本では2011年の東日本大震災における被災地支援を契機に普及が始まった。その後、金融商品取引法改正による投資型CFの参入要件の緩和、さらに、2020年からの新型コロナウイルス感染拡大による支援の広がりにより、国内でも大きな市場規模を持つコンテンツへと成長している。支援額やプロジェクト件数は着実に増加を続けており、今後も更なる市場の拡大が期待できる。

企業においても、新規事業の立ち上げや新商品開発、既存事業の拡大など様々な場面で利用が見受けられるようになった。これまで、このような場面における資金調達手段としては融資や補助金の利用が一般的だったが、昨今ではCFも調達手段の選択肢の一つとなってきた。また、補助金や融資等と比較し、CFを利用する大きなメリットがある。それはCFの性質上、資金調達を行いながらマーケティングや商品のPR、ブランディングな

どもできる点だ。CFの支援者はプロジェクトへの共感や将来性が期待できる取り組みを支援する。受けた支援の状況を見ることで、その事業がどれだけ人々の興味を得られるかを把握することができ、加えて、支援を受ける過程で必然的に自社の商品を知ってもらうこともできる。

比較的気軽に利用できるイメージがあり、企業にとっても多くのメリットがあるように思えるCFであるが、実際に利用するためには、支援者が納得できるような募集金額の設定やリターンの選定、また、的確な広報活動など事前から事後にかけて適切な準備が必要となる。もっとも制度名はよく見聞きし、興味もあるが、実際にどのように利用すると良いのか分からないという方も多いのではないだろうか。

そこで、今回の特集では、実際にCFを利用している事業所から、利用までの流れや利用した感想、どのような効果をもたらしたかを伺った。

顧客とのつながりを 改めて実感



(有)えがわ
取締役 江川 真紀子氏



(有)えがわは、福井の冬の風物詩である水羊かんを主力商品に取り扱う、昭和12年創業の老舗菓子店。取締役の江川真紀子氏に同社のCFの取り組みについて話を伺った。

同社の水羊かんは県内のみならず全国に多くのファンを持つ人気商品。しかし、水羊かんの販売は冬季に限られている。そこで、夏季に販売できる新たな主力商品を作り、その販路を拡げようと始めたのがCFであった。加えて、開発する商品は福井県産の材料を使用したものであり、これをきっかけに全国に福井の良さを知ってもらいたいという思いも込めた。

知識ゼロから取り組んだ クラウドファンディング

江川氏はCFに取り組む前までは、その知識はほとんどなかったという。始めたきっかけは、親交の深い銀行員から福井県に特化したCFプラットフォームの「ミラカナ」を紹介されたことであった。当初は、自社で利用するのに適したもの

なのかという迷いもあったようだ。しかし、江川氏は、伝統を残すために利用している老舗企業の事例を見て、自社でも利用できるのではないかと考えるようになった。そこからはプラットフォーム側のサポートを受けながら、3カ月ほどの準備期間で無事にCFを開始することができた。



CFをきっかけに誕生した夏の風物詩

返礼品にも工夫を凝らす

CFでは支援者に対しての返礼品も重要となるが、この選定にも工夫を凝らした。他事業の返礼品を参考にしながら、自社の魅力を伝えられるような返礼

品を選定。店舗での菓子作り体験や店頭でしか買えない商品を取り入れるなど、CFを通して来店に繋がることを意識したという。

クラウドファンディングで 顧客とのつながりを再認識

江川氏は、CFを通して顧客とのつながりを再認識できたという。長年にわたる水羊かんの販売を通して獲得してきたファンから、期間中に多くの支援や励ましの声を受け取り、結果的に、目標の2倍を超える金額を達成することができた。「多くのお客様に支えられていると実感できたことで自分たちも勇気づけられ、より励んでいこうと思えるようになった」と語る。

CFを利用してまだ1年ほどではあるが、夏季商品への問い合わせや、冬季以外の来店も増え、着実に商品PRに繋がってきている。この成功をもとに、CFを始めたきっかけの一つでもある福井産品を使用した商品開発にも尽力していきたいと意気込みを語ってくれた。

CFで自社のこだわりを 顧客に確実に届ける



第一織物(株)
代表取締役社長
中川 浩 孝氏



第一織物(株)は昭和23年創業のテキスタイルメーカーであり、衣料織物を中心とした高密度織物の企画から、生産、販売までを一貫して行う。また、商社や問屋を介した販売は行わず、直接アパレルメーカーへ販売することをモットーとしている。

同社では新たに開発した手編みバッグ「Harbor」の販売にCFを利用して。代表取締役社長の中川浩孝氏に話を伺った。

こだわりの商品を 必要とする人の手に

前述の通り、同社では製品を直販するという方針だが、その背景には商品のこだわりを理解してくれる人に提供したいという思いがある。そこで、支援者が共感・理解した上で商品づくりを支援するCFは同社の考え方に合致するものであった。

今回CFを活用したバッグは、生地メーカーが手掛ける個人向け商品であり、自社の生地を使用した一本のチューブから手作業で作り上げるこだわりが

ある。CFでは、その点を効果的に訴えることができた。



一本のチューブから手編みで作り上げたこだわりの逸品

地道な活動で支援を集める

同社は生地メーカーであり、通常は一般消費者向けへの販売は行っていない。しかし、今回の商品は個人向けの販売で、CFでの支援集めにも地道な活動を行った。具体的には、記者発表会や、役員と社員による家族や知人への働きかけを行い、口コミでの拡散に努めた。またCFのサイト上で動画を活用した商品紹介や、最終製品だけでなく製作のプロセスも紹介し支援

を集めた。

CFの利用で目指す 「ゴールはどこか」

CFの活用について中川氏は「直接顧客と繋がることで購入者から生の声を聞くことができ、今後の商品開発に繋がる」と期待する。

加えて、「このバッグは生地から作るため端材を出さず、解けば他の形に再利用もできるサステナブル商品であり、製造にあたり地域雇用も行った。今回の取り組みはバッグを売ることで最終目標ではなく、そういった事業の背景をしっかりと顧客に伝えていくことがCFを利用する理由の一つだ」と語る。最後に中川氏は、「当社はBtoB企業であるが、今回獲得したファンをターゲットにし、今後も個人向け商品の開発販売等、新分野展開に取り組んでいきたい」と抱負を語り、CFの活用はこれからのに向けた大きなチャレンジとなったと締めくくった。

支援者からの信頼獲得がクラウドファンディング成功の近道

日本で初めてのクラウドファンディングサイトを開設し、福井県に特化したクラウドファンディング「ミラカナ」の運営も行うREADYFOR(株)の岡山紗詠子氏にCFの現状や利用上の注意点について話を伺った。



READYFOR(株)
連携推進室 岡山 紗詠子 氏

近年のCF市場の状況を見ると、コロナ禍以降、資金需要が増えるのと併せてCF需要も高まり

を見た。昨年の後半ごろからは市場も落ち着きを見せつつあるが、市場の拡大と共にこれまでCFを利用してこなかったテーマや業界での取り組みが増加し、様々な場面における資金調達手段として利用され始めている。

CFを利用する上で重要なことは、支援者との信頼の積み重ねである。支援者は資金提供をする以上、信頼できる相手にこそ支援を行う。そのためにも身近なところからPR活動を始め、情報を発信していくことが必要だ。情報発信の流れは大きく3段階に分けられる。第1段階として、CFの実行者から知人への直接の発信。第2段階は知人からその知人への拡散。第3段階にマスメディアの取り上げによる伝達、いわゆる「バズリ」である。まずは実行者の身近なところから直接的な営業活動

を行うなど、地道に信頼を拡げていくことが重要となる。

また、支援者からの信頼を得る上でもうひとつ重要なことは、密なコミュニケーションを取ることで。プラットフォーム上やSNSなどを通して経過報告を随時行い、支援者と共有する。支援者と近い関係を構築し、リピーターを作ることがCFにも今後の経営にも大きな役割を果たす。

CFの認知は大きく広がっており、利用によるメリットは資金調達から、商品PRなど多岐にわたる非常に魅力的な制度である。これからCFを始める方はまず、「何のために資金を集めるのか(資金使途)」、「必要金額と目標金額」、「いつまでに必要か(スケジュール)」、「この3つのポイントを最低限押さえて活用していただきたい。」

CFのメリットは資金調達に加えて、商品サービスに対する事業者の思いや開発背景を可視化できることだ。そこから顧客とのつながりを強化することができ、新商品開発や新事業展開に大いに役立つ。

CFが世の中に広く浸透した現代では、様々なプラットフォームが誕生し、利用する側も、様々な支援を受けることができるなど取り組みやすい環境が整っている。新商品の販路拡大や、事業資金獲得の新たな方を検討している方は利用してみたいかがだろうか。

福井ミラカナ無料セミナー

- 5月17日(水) 13:00~14:00
「資金調達+αで考えるクラウドファンディング」
- 5月18日(木) 10:00~11:00
「クラウドファンディングを通じたファンや地域との繋がり方の深め方とは」

クラウドファンディングの基礎と事例を紹介しながら成功のポイントをお伝えします!

申込はこちら



主催: 福井ミラカナ