

第5回「クラウドファンディングを活用した都市経営」

開催日：2019年5月24日

講師：ミュージックセキュリティーズ(株)

取締役 西日本支社長 渡部 泰地氏

1、冒頭

「クラウドファンディング」はここ最近耳にするようになった(5年前後)と思うが、詳細まで理解している人は少ないと思われる。“クラウド”とは[crowd]であり文字通り「群衆」からファンディング(資金調達など)することを意味する。

事業者は必要資金を調達するときに、悩むことも多々ある。“担保もなく、銀行融資が難しい”、“上場は考えていないのでVCからの調達は難しい”、“補助金に頼れない”等々である。そのようなときに、当ファンディングを利用する事業主が増えている。その理由を「仕組み」と、「内容」、「背景」を見ながら、一緒に考えていこう。

2、ミュージックセキュリティーズ(株)の説明。

当社はもともと音楽事業とアーティストの資金調達事業からスタートした。アーティストは路上でCDを@¥1,000円で売りながら活動をする人も多い。ある程度のファンが出来上がり、次のステージに行きたい、もっと多くの方に音楽を届けたいという思いが強くなったとき、例えばメッセージ性の強い音楽は、当時の公共の電波に乗せることが難しくなる場合もある。しかし、メッセージ性があり、素晴らしい音楽だからこそ、コアなファンが出来上がるという考えもある。大手レコード会社などの大きな資金だけでは、素晴らしい音楽のすべてに資金を供給することが難しい。そこで「音楽ファンド」という仕組みを作り、アーティストの「主張」に「共感」した人々が「託した」お金を仲介することをスタートした。のちの様々な事業調達における理念となった。

3、クラウドファンディングの現状

タイプとしては寄付型、購入型、貸付(融資)型、投資型がある。更に、投資型にはファンド形態と株式形態がある。また、寄付型と購入型は金融商品には該当しないが、貸付型と投資型(ファンド形態と株式形態)は金融商品該当する。現在のいわゆるクラウドファンディングと聞かれるものは、購入型のことを言われることが多い。当社の仕組みの大半はファンド形態と考えられる。購入型のイメージは、受注生産型の通信販売と似ている。ただ、本来すべてに共通しているポイントは「共感」である。商品、事業、社長 etc.に「共感」した人(最近では法人も多い)が例えば、1口1万円でお金を託し、当社実績としては、「億を超える資金」が集まることもある(平均は1,200万円程度)。資金を受ける側は「課題」を解決するための事業を計画に落とし込み、出す側はその事業への「共感」で投資を行う流れに

なる。

4、当社の役割

これまでの当社の活用実績は、「ご利用事業者数；561社」、「ファンド組成本数；841本」で、全国の投資家から共感性の高い事業へ資本性の資金を届ける。事業者の取引先や関係先が投資家になることもある。提携先の金融機関は72社あり、取引先の紹介を頂くビジネスマッチングを行っている。紹介してくれた金融機関と手数料を分ける。地方公共団体とも連携し、30の県・市・町があり、「ふるさと投資」と呼ぶ人が多い。兵庫県と当社の連携事例では、1社@60万円で10社分の手数料が補助される。実現する事業の規模が補助額に対して大きいところが各地方公共団体のメリットになりうる。ある年の兵庫県では出資者の20%が当県で、残りは他県、であり全国にお金の流れを作ることができた。

また、事業者の評価軸の1つにSDGsを導入している。例えば、山口県の「ふぐ」の会社では、通常原材料に対して約65%程度の有効活用率を、独自の技術により、85%まで引き延ばすことができるSDGsのうち、「海の豊かさを守ろう」に該当し共感性が高いという考え方に繋がる。

資金の出し手としては東京、神奈川等の関東が多い。理由はスマホが普及しており、金融商品のネット決済に抵抗が少ないことが考えられる。また、愛知県は音楽ファンドの投資家も多い。

我々はクラウドファンディングとは呼ばずに、「インパクト投資」と位置付けている。これは「対象とする事業が地域や社会にどのような影響を与えるか」と同値である。インパクトが高いほど共感値が高い。

軽井沢の丸山珈琲のケースでは3,000人以上から24,000万円を集めている。共感の内容以下の通りである。①コーヒー豆生産者における不利な取り扱いを排する（現金払い）ことで生産者の生活向上を図ったこと、②その結果、生産者からいい豆を優先的に入手することが可能になり、消費者に美味しいコーヒーを提供できたこと。の2点である。具体的には、丸山さんは「現金」でコーヒー豆を生産地で買い付けた。（他の業者は1年の掛買い＝後払いになることもある。故に“高利貸”がはびこるし、“犯罪”も増える。）生産者はお金は即入るので生活が安定することにつながる。畑の中でも“良い豆”を丸山さんに優先するという好循環が生まれる。

沖縄県の廃業泡盛酒造の千代泉酒造では、共感のポイントは、①倒産した泡盛生産事業者が放置していた泡盛をリブランディングし、熟成酒として飲むことができるようにしたこと。②他の泡盛とブレンドすることで美味しい泡盛を提供できたこと。の2点である。

広島県のがん検診推進ファンドはSIB（ソーシャルインパクトボンド）のスキームである。共感のポイントは「がん患者を減らしたい⇔がんを早期発見したい。」ということである。

5、学生からの質問

①株式会社(慈善事業ではなく)なので「利益」はどうやって出しているか？

⇒事業者から 10%、出資者から 5%の手数料を得ている。

出資者のお金を増やして還元できなければトラブルにならないか？

⇒定期的な「説明」「コミュニケーション」で良好な関係を作っている。「共感」も大きい。

(出資者への音信不通が一番いけない。)

②クラウドファンディングを行う正当性はどこにあるのか？

⇒お客様にお会いして、納得いくまでひたすらお話しをする。

情報の信頼性はあるのか？

⇒監査や検査を第2種金融商品取企業者としてのミッションを確実に遂行している。

③社会的意義はどういうものか？スタートアップ→成功→自立まで **watch** しているのか？

⇒定期的に連絡をとり、モニタリングを行っている。

6、担当者所感

①今まで何となくしか知らなかった、「クラウドファンディング」について必要性、背景、社会的意義を理解することが出来た。

②出し手と受け手をつなぐ架け橋の役割を担っており、そこに不可欠なコンセプトは「共感」と「信頼に応える」という責任感であると感じた。

③今後の業界と当社の“成長”に注目したい。

以上

(担当 ; M19AA508 高田 和昌)