

都市政策・地域経済コース I 講義録

日時 令和2年5月15日(金) 18:30~20:30
講師 ミュージックセキュリティーズ株式会社 西日本支社長 渡部泰地氏
演題 クラウドファンディングを活用した都市経営

【講演概要】

2001年に設立されたミュージックセキュリティーズ株式会社の事業の紹介とともにクラウドファンディングがどのように広まり、我々が関わるようになったかと、今までの取り組みの実績から考えるこれからの在り方と取り組みについて、展望をお話いただく。

1. ミュージックセキュリティーズ株式会社の事業の内容について

会社設立の当時から信用力が低くなかなか現状の金融システムにアクセスできない音楽家へ資金共有を実現するためのファンドを運営している。

音楽家が生み出す音楽や音楽家自身に魅力を感じた人、共感した人に資金を託してもらうファンドです。

「セキュリテ」は事業者と個人をつなぎ資金と仲間を集める投資プラットフォームであり現在は音楽にとどまらず幅広い投資事業を行っている。

2. クラウドファンディングの現状について

「クラウドファンディング」の定義は、言葉の歴史は浅く、解釈も様々ではあるが、

① 寄付型 ② 購入型 ③ 貸付型 ④ 投資型 (ファンド形態) ⑤ 投資型 (株式形態) など、に分けられる。共通している大きなポイントは「共感」からスタートしたが、現状変化してきている。これからも現状に応じて変容しながら構築されている。

- ・金融商品ではない寄付型・購入型は、金融商品ではないため導入しやすい側面がある
- ・金融商品である貸付型・投資型は、資金調達が目的であるが審査が有り時間がかかる側面もある

- ・ミュージックセキュリティーズが設立されて以降、最近ではニーズの多様化が見られてきている。その歴史は

2000年～： 他にプラットフォームなし 音楽ファンドからスタート

2009年： セキュリテ立ち上げ 様々な事業に展開

2011年頃： 「オーナー制度」購入型が生まれる

2013年頃： 「クラウドファンディング」という言葉が生まれる

2019年頃： 「クラウドファンディング」という名称を使用しない形態が発生

今後は新型コロナウイルスの影響もあわせ利用ニーズの多様化に合わせて、型にはまらない 融合型が必要になってくる。

3. 求められる資金はどのような形か

これまで主な資金調達手法としては銀行などの金融機関からの融資や VC からの投資、補助金などが大半であったが、金融の課題として、これまでの金融システムだけでは当てはまらない事業が多く存在している。利潤を求める資金調達ではなく、何よりも基本にあるのは「共感」に基づく「応援」の一つの形であり、「共感者からの資金」である。投資型（ファンド形態）の場合には、株式発行を伴わず、議決権に影響しない、個人保証不要な資金が求められてきた。

4. 資金の出し手、投資家の特徴はどのようなものか

- ・特徴としては、「高い利回り」という投資動機より「共感」によって投資する傾向がある。様々な地域課題の解決や SDGs に関心のある投資家など「心」を動かされて購入する方が多く、当初は 30 代 40 代が多かったが、iPad やスマホの普及で身近になり、60 代以上へ広がっている。今までは「共感」しても「ボランティア」としてしか参加できなかったが「資金を出す」というという新しいスキームが生まれている。

5. 投資対象事業の共感的評価

「共感」は定量的に図るのは難しいが、その数値をもとに投資家に訴えることにつながり、経済的な価値と社会的な価値を追求していく。

例えば、丸山珈琲はセキュリテで調達した資金によって、コーヒー豆を前払いでラテンアメリカなどの事業者から購入する。前払いで資金を得られることにより、事業者が生産者へ前払いの支払いタームを継続しやすくなり、ラテンアメリカなどの生産者雇用安定や治安の安定が図られることになる。また、事業者は前払いをしてくれる丸山珈琲に、最も品質の良い豆を提供することにつながり、その結果、美味しいコーヒーを提供できるようになる。こうした社会的インパクトを投資家に伝えていくことが重要である。

6. 事例の紹介

○通常のファンドスキーム

- ・米鶴酒造株式会社：地元農家の米農家への応援にもつながるファンド。

酒造会社がファンドを立ち上げ、米農家から酒米の購入資金にあてる。結果的に地元の農家などの生産者へも資金供給につながる

- ・株式会社愛媛 FC：J1 への昇格を目指す愛媛 FC が、何をすれば昇格できるかの戦略をたて、具体的に金融商品に落とし込んで説明する（資金調達してストライカーを獲得する）ことで共感を集め、投資を募った。自分の出した資金で地元チームがたてた J1 昇格へ近づくという利回りだけではない魅力を発信した。

○複数の事業者をまとめたスキーム

- ・全量純米蔵を目指す会：醸造するお酒を全て純米酒にしたいという思いをもって集

まった蔵が複数あり、中には経営的に厳しい酒蔵もある。それを、代表になってくれる蔵が 1 蔵あれば、複数の蔵をまとめたファイナンスが実現する。資金使途としては、参加蔵が共通に使用する酒米とし、資金調達を行った。

○デザインに特化したスキーム

- ・デザインオフィス nendo と連携して、デザインに課題をもつ高い価値のある事業者を、デザインの力を加えることで、例えば手に取られやすくなったり、広めやすくなるなどの効果を生む。必要となるデザイン費などを集めて、課題を抱える事業者へ供給する。

○寄付とファンド

- ・世嬉の一酒造株式会社：半分は寄付により蔵の補修を行い、半分は投資という被災地応援ファンドの形で、酒蔵の再生を図った。東日本大震災の時の被災地応援ファンドでは約 11 億円を供給し、世嬉の一酒造さんはそのうちの 1 社。

○購入型とファンド

- ・いわて門崎丑牧場有限会社：決済金額の半分が投資、半額が肉をリターンとした購入型クラウドファンディングを MIX したスキーム

○EC とファンド

- ・澤田酒造株式会社：ファンド募集の前にセキュリテストアで会員向けに販売を開始。商品購入時に、優先して投資できる権利を付与し、その後ファンドの募集を開始した。ほぼ事前に商品を購入した方で満額となったファンド。

○自治体連携

- ・平成 26 年度キラリひょうごプロジェクト①②：
利用事業者数 9 社に対し、延べ投資家 1915 人、投資資金合計 8677 万円集まった。内訳としては兵庫県内から 28% (2467 万円)、それ以外はすべて県外からの資金。県内の事業資金の多くを県外から獲得することが出来た。

○研究開発事業 (寄付をしていただく 一番資金が集まりにくい)

- ・京ダイアグノスティクス株式会社：京大発 VB 大腸がん個別医療ファンド
- ・東京大学：新型コロナウイルス感染症緊急対策基金

○パーク PFI 事業での活用

- ・山形市南部への児童遊戯施設設備事業：山形市南部に屋内型遊戯施設を整備する設計と公共事業の融合により、市民に当事者意識が生まれ、周知と利用の促進が図られることを目的として現在検討中。

○地域金融機関との新会社設立

- ・九州フィナンシャルグループとミュージックセキュリティーズ、熊本第一信用金庫、九州電力が共同で新会社を設立。地元の協力なネットワークを駆使し、実現していく事業によって、地元には様々な形で還元するというスキーム。

7. 質疑応答

Q. 配当金の変動や継続投資のための何か施策はあるか

A. 配置金という考え方ではなく、対象事業の売上の分配を行うことがほとんどだが、原則募集開始時点の匿名組合契約に基づいて分配される。そのため、分配額の変動は対象事業の売上に連動する。もちろん途中で事業が中断したり倒産する場合もあるが、継続投資を応援と考えると、継続して応援頂くうえでは、いかに投資家に対して誠実に対応していたかが大切。事業者にブログを書く形で情報発信を徹底してもらい、活動内容を知らせるなど、投資家とのコミュニケーション強化を図ることにより、投資の継続がなされている。

Q. 何がきっかけで投資家の意識が変わったと考えるか

A. 投資家の中で、投資しているうちに意識が変化する。投資した会社に転職したという事例もある。

Q. 投資家同士のコミュニティはあるのか

A. 投資家懇親会など温かい気持ち「共感」を形にする場を提供している。そのコミュニティの中から事業者同士、新しいものが生まれることもある。

Q. クラウドファンディングの利点はなにか

A. 本質は資金調達と考えているが、マーケティングなど付随するメリットに目をつけて利用される事業者もいらっしゃる。最近では、各地域で立ち上がる PFI 事業などの自治体向けに提案する内容の中に、ミュージックセキュリティーズそのものを入れていただくなど、インパクト投資の導入が評価ポイントの一つとなることも出てきている。

以上

議事録レポート担当： 都市政策・地域経済コース m20aa501 石橋 仁美