

【優秀賞】

ポイントリターン型クラウドファンディング
～ウェブストアを融合させた新しい形のクラウドファンド～

東京理科大学経営学部	今川 裕貴
〃	小柳 龍一
〃	春名 純一
〃	船川 優

(提言の要約)

現代社会では、IT技術の進歩により、高度な通信機器を携帯し、誰でも気軽にインターネットを利用できるようになった。その結果、ネットユーザー数は年々上昇している(図1)。金融業界でも、オンライントレードのような株取引が盛んに行われるようになり、その流れを汲んで、ネットを介して少額から投資を行える「クラウドファンディング」が誕生した。クラウドファンディングは、①寄付型②購入型③投資型に分類され、その市場は成長著しく、2012年の取引規模は世界で約2800億円にもなり、この4年間で約5倍にまで成長した(図2)。

しかし、日本では、金融商品取引法に基づく第二種金融商品取引業への登録が煩雑であり、また、投資家保護等の法整備が進んでおらず、「投資型」を運営することが難しい。そのため、購入型が主流となっているが、それによって以下のような問題点が生まれている。

- ① リターンそのものに流動性・使用自由度がない。
- ② 継続的な支援が行われない。
- ③ 金銭リターンがないため、実利的インセンティブが働きにくい。

その結果、日本ではクラウドファンディングの市場成長が他国と比べ鈍的であり、この新たな市場を有効的に活用できていない。

そこで私たちは、これらの問題点をクリアする方法として、リターンに「ポイント」を利用することを考え、それを取り入れたシステム、ポイントリターン型クラウドファンド「Mentor」(図6)を提案する。

私たちの提案するシステム(図4、5)の主な特徴は以下の通りである。

- A) 当ファンドは、クラウドファンドとともにウェブストア「Breakthrough」(図7)を運営する。
- B) リターンはポイントとし、「Breakthrough」で使用可能である。
- C) 「Breakthrough」には、ファンディングを行った企業が出品する。

尚、当システムの詳しい仕組みはそれぞれ第4章と第5章に記載する。このシステムによって得られる効果は

- ① 「ポイント」を利用して実際に、商品を自由に選択して購入できる。
- ② 投資後は、商品を購入することによって、継続的な支援が行われる。
- ③ 利付のポイントがリターンとして支払われ、ポイント利用による割引も行うため、実利的インセンティブが働く。

であり、上記に上げた問題点をクリアすることができる(図3)。これは、私たちの実施したアンケートによって裏付けがなされている(図11、12)。この仕組みによって、日本のクラウドファンディング市場が成長し、ベンチャー企業等への投資が活発化することを期待する。

1. はじめに

現代では、IT技術が発達したことでインターネットが世界中に普及し、どこからでもどんな時でも、世界中の人々と交流ができるようになった(図1)。その結果、金融界でもオンライントレードなど、ネット上で行う株取引も盛んに行われるようになった。この流れを汲んで、ネットを介して少額から投資を行えるクラウドファンディングが生まれた。近年、その注目度は上昇し、米国では「クラウドファンディング法」の成立によって、投資家が安全に取引を行うことが可能となった。その効果から、クラウドファンディングの市場規模は年々増加傾向にある。2012年時点で、市場規模は前年比の81%増加の28億ドル(日本円で約2219億円)と見積もられ、さらに2013年には51億ドルの市場規模になると予測されている(図2)。

円安、株高の流れとともに、投資を始める人も多くいる。私たちは、より時代に即し、成長著しい「クラウドファンディング」を、有効な投資家獲得手段として焦点を当て、日本経済の発展と安定に貢献したいと考えた。

2. クラウドファンディング

「クラウドファンディング」とは、もともと海外で始まったものである。クラウドソーシングのコンセプトがその原点で、特定のプロジェクトまたは新規事業の資金調達をするために、多くの人々からそれぞれ少額の出資金を集めるというコンセプトを応用したものである。その使用用途は様々で、防災や市民ジャーナリズム、ファンによるアーティストの支援、政治活動、ベンチャー企業への出資、映画、フリーソフトウェアの開発、発明品の開発、科学研究、個人・事業会社・プロジェクトへの貸付などがあり、幅広い分野への出資に活用されている。

クラウドファンディングそのもののメリットとしては、i)新事業を立ち上げる際に、“プロトタイプ”を短期間で試行できる。ii)マーケティングツールとして、商品量産前の“予約販売”が可能になり、集客にも役立つ。iii)本来ならば、一時的なブームで終わりがねない商品であっても、利用者自らがSNSなどを利用してPRを行ってくれる結果、プロダクトライフサイクルが伸びる。などが挙げられる。

クラウドファンディングの種類は、資金提供者に対するリターンの形態によって3つに大別され、それぞれ、I)リターンのない「寄付型」、II)製品開発者やプロジェクト起案者が何らかのリターン(見返り)を提供し、それを購入することで支援を行う「購入型」、III)プロジェクト成功時に金銭が支払われる「投資型」がある。

米国では、2012年4月に「クラウドファンディング法」が成立し、投資詐欺的な行為の横行を防ぐため、投資額には上限が設けられ、個人投資家保護の面で米国証券取引委員会が詳細なルールづくりを行った。その結果、投資型クラウドファンディングは、スタートアップ企業やスモールビジネスの円滑な資金調達法として拡大し、クラウドファンド市場は爆発的に成長している。しかしながら日本では、金融商品取引法によって証券会社以外はベンチャー企業などの非上場企業の株式を仲介できず、また、資金決済に関する法律等によって個人間の送金や投資が制限されている。日本でも関連法案を整備しようという動きは始まっているが、現状では、投資型クラウドファンディングの実施は困難であり、購入型クラウドファンディングが主に普及している。

3. 問題意識

しかし、購入型クラウドファンディングはリターンが商品・サービスであるため、リターンそのものの流動性が低く、また、投資家の選択の自由も少ない。つまり、貨幣のような交換手段としての役割を果たせていない。以上の理由から、

- ① 商品がリターンであるため、リターンに流動性・使用自由度がない。
- ② 継続的な支援が行われにくい。
- ③ 金銭リターンがないため、実利的インセンティブが働きにくい。

といった問題点があり、その結果として、クラウドファンディング市場の成長が他国と比べて鈍的なものとなっている。第2章でも説明したように、クラウドファンディングは世界的に急成長を続ける市場である。また、スタートアップ企業やスモールビジネスの有効的な資金調達手段であると位置づけられ、これからも成長を続けていくことが期待できる。

そのような流れの中で日本が大きく後れをとることは避けたい。そこで私たちは、現行法に抵触せず、上の3つの条件をクリアする手段として、「ポイント」をリターンとして利用することを考えた。そしてそれを活用し、クラウドファンディング市場の成長に寄与できる自立的なシステムとして、「ポイントリターン型クラウドファンディング」を提案する。

4. ポイントリターン型クラウドファンド「Mentor」(図6)

「Mentor」は、ポイントを利用して、ウェブストアとクラウドファンドを組み合わせた自立的なシステムである。

「Mentor」では、支援者が債券投資を行う感覚で、クラウドファンディングに参加することが可能である。ここで「感覚」と表現したのは、金銭の代わりに「ポイント」をリターンとして還元するためである。この「ポイント」は、当クラウド

ファンドが運営するウェブストア「Breakthrough」(第5章記載)内で、商品を購入する際に使用することができる。

また、当ファンドでは企画者(借入側)をイノベーター、支援者(貸付側)をシンパシストと呼ぶ。当ファンドの目的は、資金繰りを行うだけでなく、実際に商品を出す場をイノベーターに提供することで、その後の継続的な支援を行うことである。一方、シンパシストに対しては、「応援したい」という感情に働きかけるインセンティブだけでなく、流動的なリターンを提供し、「Breakthrough」内で、独創的で新しい商品などをお得に提供することで実利的なインセンティブを加えることを目的としている。

なお、資金調達の成立方法として、目標金額を達成した場合のみ資金を提供する「All or nothing」のベンチャー型を設定する。なお、「Mentor」では資金調達成立金額の20%を手数料として徴収し、それを当ファンドの収益とする。

登録からポイント返済までのフロー(図6)

1. イノベーターが、目標設定金額や募集期間を決め、ポイント還元方法などはあらかじめ当ファンドが設定したポイント還元形態(図8)の中から選択(複数選択可)する。(資金調達の成立方法に関しては、当ファンドとイノベーターの話し合いによって決する)
2. 成立後は、当ファンドに手数料を支払い、「Breakthrough」に出店する。
3. 還元形態(図8)に応じてポイントをリターンとしてシンパシストに提供し、全ポイント還元終了まで事業の実績、進行状況などに関するレポートを随時更新し情報公開に努める。

5. ウェブストア「Breakthrough」の仕組み(図7)

ウェブストア「Breakthrough」に出店するためには、当ファンドに登録し、資金を集める必要がある。登録拘束期間は、シンパシストにリターンのポイントを全て還元した後、最低ひと月であり、一度登録が完了すれば全ポイント還元終了後も、引き続き商品を出ることが可能である。既存のクラウドファンディングにおいても、たくさんのジャンルから、数多くのバリエーションに富んだ企画や商品が出されているため、「Breakthrough」が他ウェブストアと同様に多くのラインアップを取りそろえることは可能と考えている。販売方法は、「ポイント」、「現金」、「現金とポイント」の3通りとなっている。登録に際しての初期費用などは、クラウドファンディングの手数料に含まれるため支払う必要はない。しかし、売買が現金の場合は他ウェブストアと同様に、イノベーターから売上ロイ

ヤルティ料(金額に応じて、2%~6%)を徴収するものとする。サイト工夫として、評価制度(コメント欄等)を使って、販売プロモーション活動を行いやすくする(図9、10)。ウェブストアが利用可能なユーザーは、シンパシストのみだけでなく一般ユーザーも可能とする。これは、幅広い客層を獲得し、当ファンドとサイトの継続性を保つことで、収益性を向上させるためである。しかし、それではシンパシストの実利面のインセンティブが減少し、クラウドファンドを利用する支援者が増加しない可能性が大きい。そのため、「Breakthrough」では、ポイント限定で購入可能な商品の設定や、ポイント決済での割引を行い、実利面の補充を行う。

6. ポイントリターン型クラウドファンド「Mentor」のメリット

このシステム全体としてのメリットは3つある。

- ① シンパシストは、流動性のある「ポイント」をリターンとして提供され、それを利用し、ウェブストア「Breakthrough」で、登録されている複数の商品の中から自分の好みに合った商品を自由に選択し、購入することができる。
- ② 資金投資の成立後、「Breakthrough」という商品売買の場を提供されることで、商品を気に入ったリピーターを獲得でき、継続的な支援につながる。
- ③ シンパシストに利付のリターンを提供し、ポイント利用による割引を行うことで、実利的なインセンティブが働き、新たな投資家を獲得することが可能であり、加えて、一人あたりの投資額も上昇する。

以上のようなメリットから、当システムによってクラウドファンディング市場の成長が期待される。これにより、スタートアップ企業やスモールビジネスなどの気軽に活発な資金調達の手段として定着できると考える。

7. 実証分析

しかし、システム全体として、以上のようなメリットが挙げられたがはたして本当にそうだろうか。3つの項目のうち、①と②に関しては、システムの仕組みから明らかである。しかし、③投資家が増加し、1人あたりの投資額も上昇することに関しては実際に運営してみなければわからない。そこで、私たちは、当ファンドのシステムのメリットのうち、

A) 新たな投資家を獲得できる。 B) 投資額が上昇する。

という2つの仮定を検証するために、東京理科大学の学生を主な対象とした10代~50代の男女140名へのアンケートを実施した(図 アンケート1)。

分析結果から読みとれるように、「既存のクラウドファンドで投資を行わない」とした多くの被験者も、「「Mentor」では投資を行う」と答えた。加えて、既

存の投資ファンドへの投資額と比べ、「Mentor」への投資額の方が高い。というデータが得られた(図 11、12)。

これらの結果から、シンパシストに対する実利的なインセンティブが有効に働いていると考えられ、「新たな投資家が獲得でき、一人あたりの投資額も上昇する」という仮説は現実的に期待できるといえる。

8. 当システムにおける課題

当ファンドの課題は3つ挙げられる。

1 つ目は、クラウドファンディング本来の問題点である。クラウドファンドでは、企画立案段階において資金調達を行うため、事業アイデアを盗用される懸念がある。いかにイノベーターの権利を保護していくかという検討が必要である。

2 つ目は、ウェブストアとクラウドファンドを併用する際の問題点である。ウェブストアでは、それぞれのイノベーターが人の目にとまる商品売り出す必要があるが、それでは、イノベーターの選別につながり、クラウドファンディング本来の「夢を応援する」という目的に反する可能性がある。しかし、この点は、経済そのものが大きくなることによって、解消されるのではないかと考える。

3 つ目は、法整備に関する問題点である。日本国内で、クラウドファンディングに関する法整備が行われると、投資型クラウドファンディングが活発になると予想される。これにより、ポイントリターンを活用して、差別化を図り、競争に生き残る手段を模索する必要がある。しかしこれも、割引などの制度をいかずことで、十分対応できると考える。

9. 終わりに

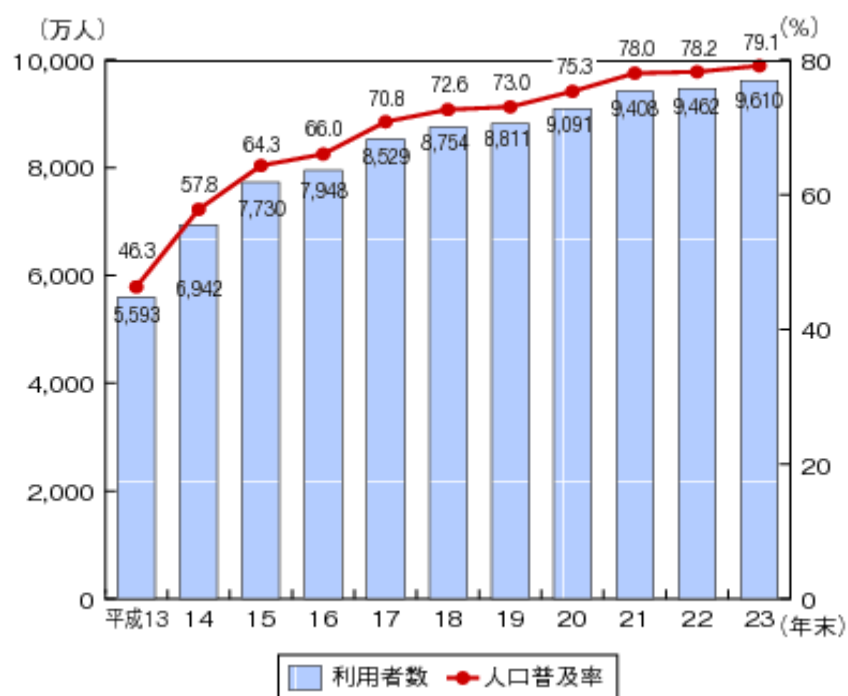
私たちは、ポイントを利用し、クラウドファンドとウェブストアを融合した新たな形のシステム、ポイントリターン型クラウドファンドを提案した。既存のファンドの仕組みに、「実際に利用できる利付のポイント還元」「ウェブストアでのポイント割引制度」という実利面のインセンティブを加えることで、新たな投資家を獲得し、クラウドファンディング市場の成長に寄与することが期待される(図 3)。

世の中には大きな「夢」を抱える人々がたくさんいる。このポイントリターン型クラウドファンドを通して、新たに「夢を実現する人」と「夢を応援する人」が増え、さらには、この仕組みが新たな投資システムとして定着し、日本経済をさらに発展させる手助けとなることを願う。

[参考文献]

- クラウドファンディングの法規制
<http://www.azx.co.jp/blog/?p=464>
- クラウドファンディングとは
<http://crowd-funding.jp/>
- マイクロ投資の現状について
http://www.fsa.go.jp/singi/singi_kinyu/w_group/siryu/20111216/03.pdf
- 「異次元金融緩和」とアベノミクスの行方
<http://jp.fujitsu.com/group/fri/column/opinion/201306/2013-6-4.html>
- ポイント付与セール 楽天市場
<https://point.rakuten.co.jp/guidance/rule/>
- 【アメリカ】中小企業・ベンチャー企業支援クラウドファンディング法
http://dl.ndl.go.jp/view/download/digidepo_3491890_po_02510202.pdf?contentNo=1
- 日本総研 米国で成立したクラウドファンディング法とわが国への示唆
<https://www.jri.co.jp/MediaLibrary/file/report/researchfocus/pdf/6677.pdf>
- ネットショップ開業：ネットショップ出店比較・ネット販売手数料
http://blog.livedoor.jp/net_hanbai/tag/%E3%83%8D%E3%83%83%E3%83%88%E3%82%B7%E3%83%A7%E3%83%83%E3%83%97%E9%96%8B%E6%A5%AD
- ベンチャー支援「株式投資型クラウドファンディング」（株式会社セントラル総合研究所）
<http://www.sodan.info/knowhow/study/study42/>
- Crowdfunding Among IT Entrepreneurs in Sweden: A Qualitative Study of the Funding Ecosystem and ICT Entrepreneurs' Adoption of Crowdfunding, Claire Ingram, Robin Teigland
http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2289134
- 総務省「平成 23 年通信利用動向調査」
<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h24/html/nc243120.html>
- クラウドファンド「Campfire」ホームページ
<http://camp-fire.jp/>

図表 1 日本国内のネットユーザー数推移図



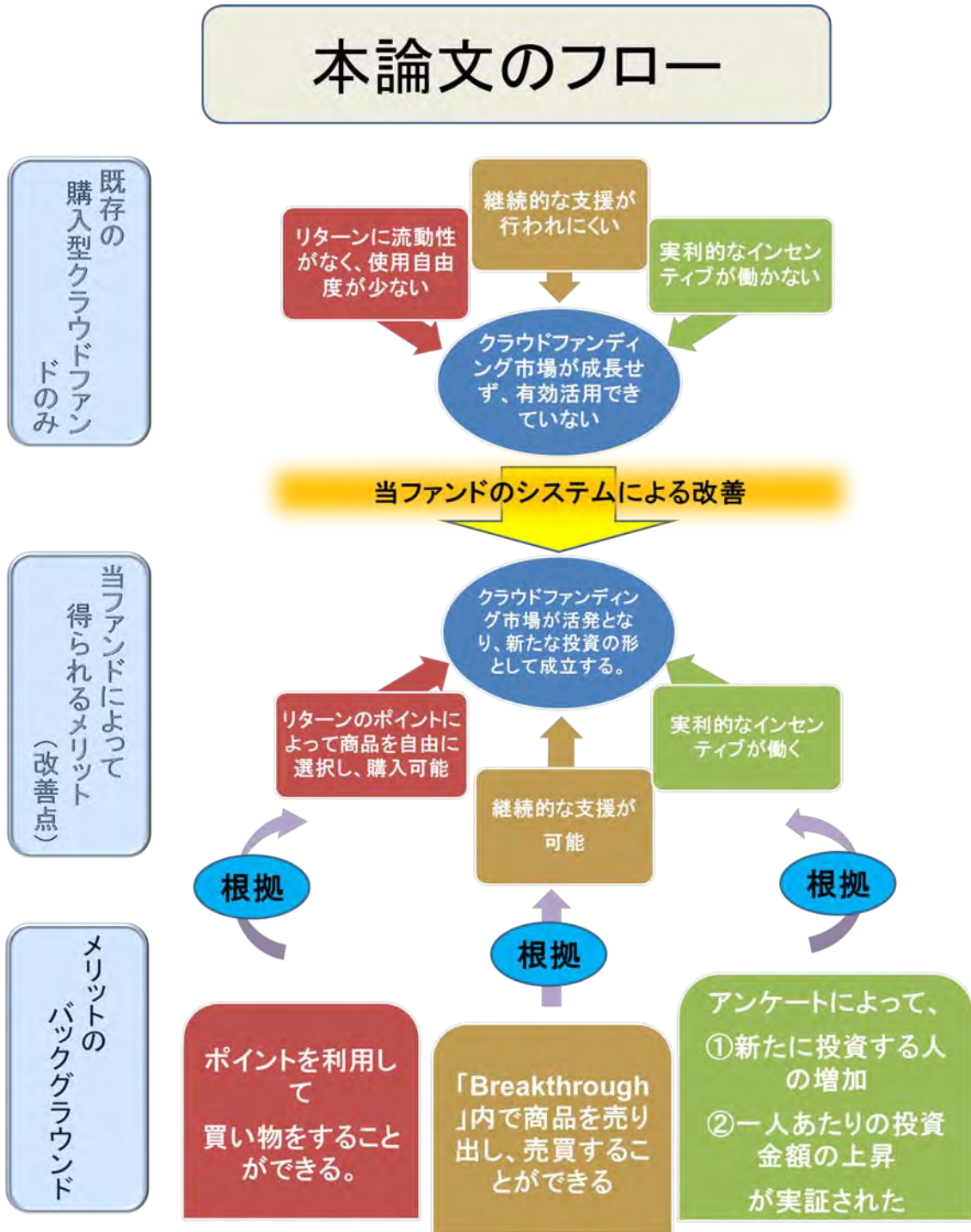
(出典) 総務省「平成 23 年通信利用動向調査」

図表 2 全世界のクラウドファンディング市場の推移



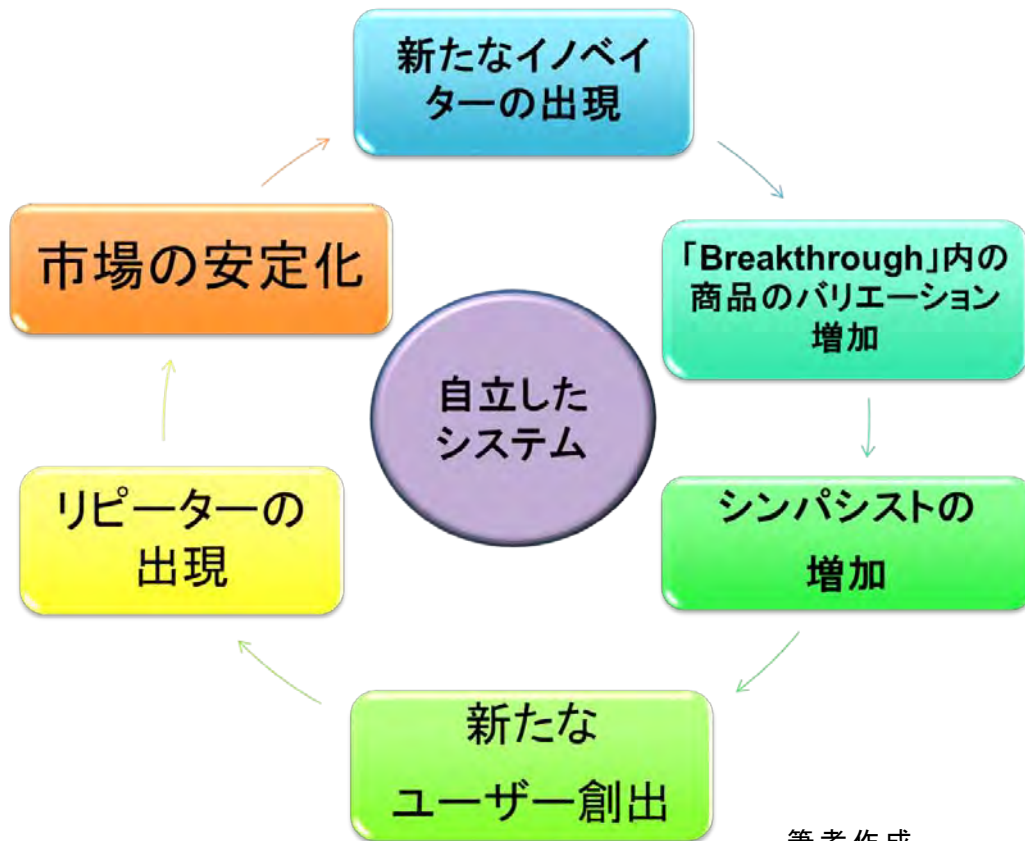
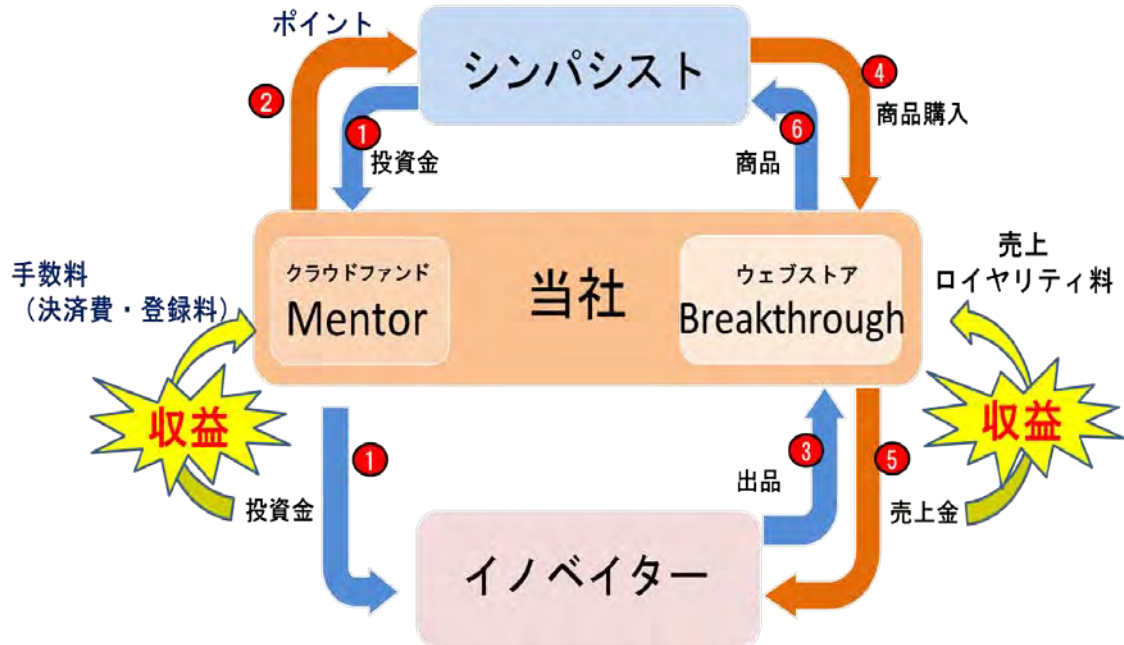
(出典 Massolution "Crowdfunding Industry Report –Market Trends, Composition and Crowdfunding Platforms")

図表 3 日本のクラウドファンドの問題点と当ファンドによって
もたらされるメリット



筆者作成

図表 4、5 当システム全体のスキーム

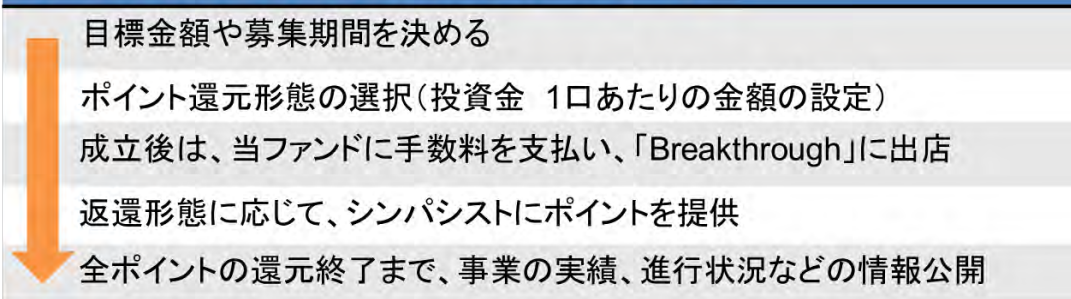


筆者作成

図表 6 「Mentor」の仕組みのまとめ

項目	概要
リターン	還元形態に応じた、利付のポイント
資金調達 成立条件	ベンチャー型 All or Nothing サポート型 目標金額に関係なく、期限までに集まった資金をすべて提供
当ファンドの 収益	資金調達が成立した金額の20%を手数料として徴収

登録から返済終了までの流れ(イノベーター視点)



筆者作成

図表 7 「Breakthrough」の仕組みのまとめ

参加者	利用規約
イノベーター	<ul style="list-style-type: none"> 資金調達に成功した企業が出店可能 初期費用は登録料に含まれるため無し 登録拘束期間はシンパシストにリターンのポイントを全て還元した後、ひと月 一度登録すれば全ポイント還元後も商品売り出せる
シンパシスト	<ul style="list-style-type: none"> ポイント、現金、ポイントと現金の併用、で商品を購入可能
一般参加者	<ul style="list-style-type: none"> 現金のみで商品を購入可能
その他	
<ul style="list-style-type: none"> 現金購入の場合 <ul style="list-style-type: none"> 商品が現金で売れた場合、Breakthroughは、イノベーターから売上ロイヤリティーを徴収する 販売プロモーション <ul style="list-style-type: none"> ユーザーの評価制度(星やコメント欄)を設置する 	

筆者作成

図表 8 ポイント還元形態表

一口 金額(円)	500	1000	3000	5000
総ポイント還元 (pt) (利率)	500 (0%)	1000 (0%)	3300 (10%)	5500 (10%)
還元期間	その場で還元	その場で還元	その場で還元	(1か月に1回) × 2回=2か月
一回の リターン	500pt	1000pt	3300pt	1回目3000Pt 2回目2500pt

一口 金額(円)	10000	20000	30000	50000
総ポイント還元 (pt) (利率)	11000 (10%)	24000 (20%)	37500 (25%)	65000 (30%)
還元期間	(2か月に1回) × 3回=6か月	(2か月に1回) × 4回=8か月	(2か月に1回) × 5回=10か月	(2か月に1回) × 6回=12か月
一回の リターン	4000pt (ただし、最後月 のみ3000pt)	6000pt	7500pt	初月15000pt 以降10000pt

筆者作成

図表 9 ホームページ

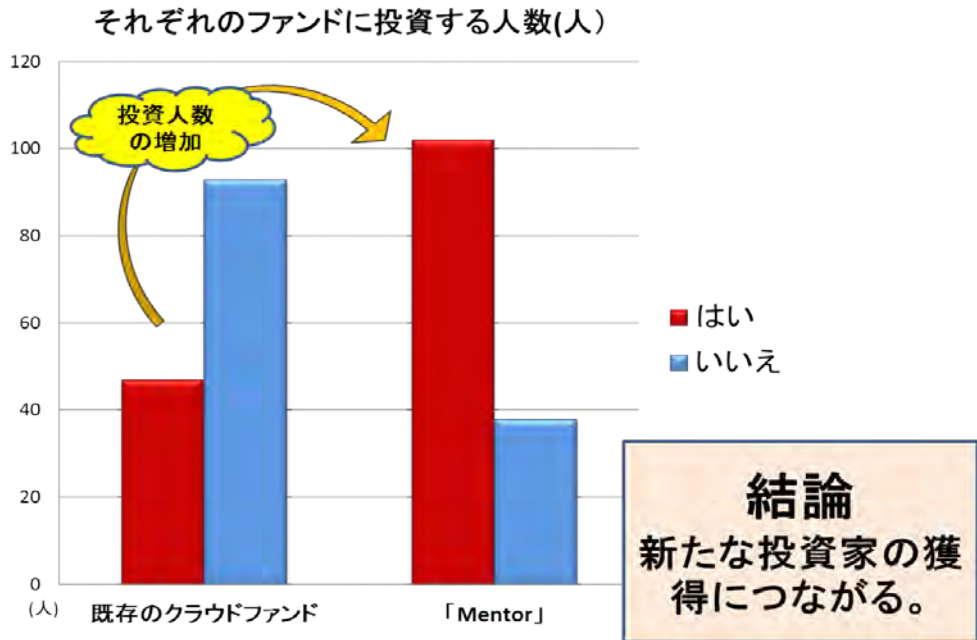


図表 10 ホームページ

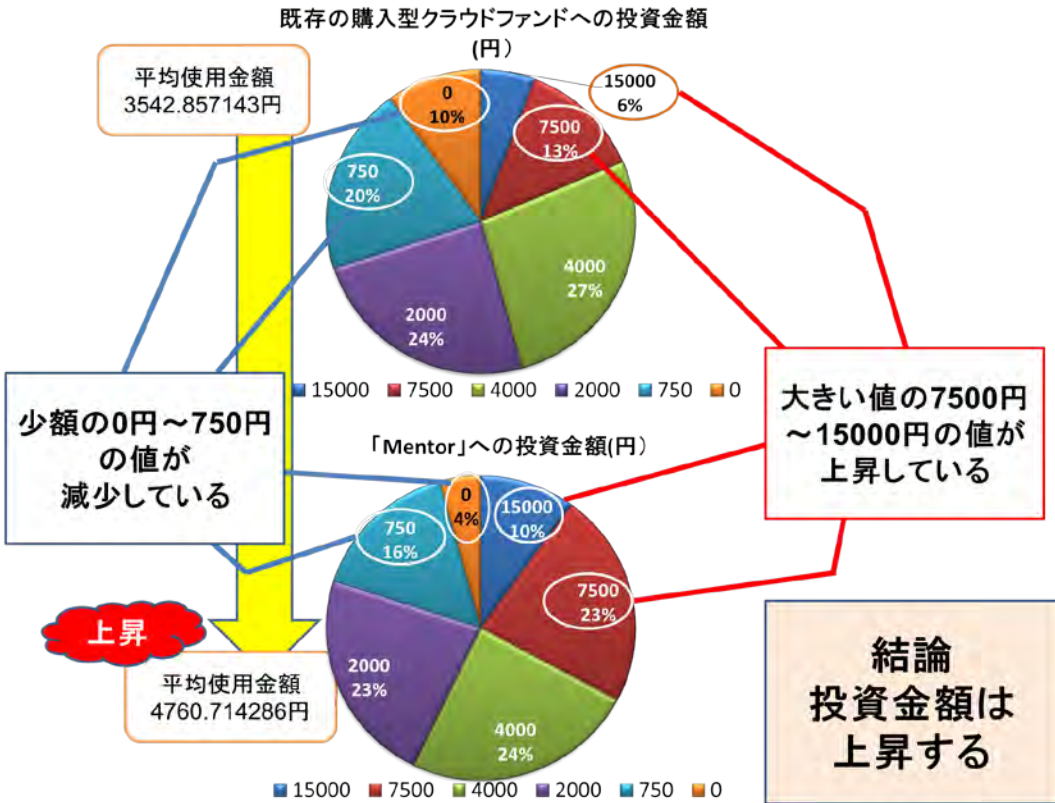


それぞれ筆者作成

(A)「投資家が増加する」の検証



(B)「当ファンドを利用し、投資額が上昇する」の検証



アンケート用紙

*年代と性別の質問は任意です

年代 ①10代 ②20代 ③30代 ④ 40代 ⑤ 50代 ⑥ 60代 ⑦70代以上

性別 ()

Q1 あなたは投資に興味がありますか？ (はい・いいえ)

Q2 今までに投資を行ったことはありますか？ (はい・いいえ)

Q3 あなたはクラウドファンディングというものを聞いたことがありますか？
(はい・いいえ)

Q3で「いいえ」と答えた方は下をお読みください。

クラウドファンドに関する資料です。

クラウドファンディングとは、ネットを介して実際に行われている小口投資のことで、最低500円～1000円で始めることのできるものです。日本では、金銭的リターンを伴う投資型のクラウドファンディングを行うことが法律的に難しく、なんらかの商品やお礼を投資金のリターンの代わりに提供する、購入型クラウドファンディングが主流です。

最終ページの参考資料のように、購入型クラウド型ファンドには、ユニークな作品やイベント、商品がだされており、それぞれの企画ごとにリターンの中身が異なります。また、投資金額に応じて、金銭的なリターン以外の商品やお礼が渡されます。(図表 1.2.3)

Q3で「はい」と答えた方にお聞きします。

Q4 クラウドファンディングを行ったことがありますか？ (はい・いいえ)

Q3で「いいえ」と答えた方にお聞きします。

Q5 クラウドファンディングを行ってみたいと思いましたか？ (はい・いいえ)

Q6 この仕組みでいくらまでなら出資できますか？

- ①500～1000円 ② 1000～3000円 ③3000～5000円
④ 5000～10000円 ⑤10000～20000円 ⑥20000円以上

(図表 1,2,3 にはクラウドファンド「Campfire」より抜粋した企画を提示した)

アンケート図 1 2 枚目

まずは、下の文章をお読みください。

私たちは、参考資料のような独創的でユニークなアイテムやイベントがラインアップされるウェブストアを運営しようと考えています。このウェブストアは先ほど紹介したクラウドファンด์と併設して運営し、そのウェブストアでしか手に入らないものも数多く存在します。

私たちの提案するシステムでは、クラウドファンディングにおけるリターンをポイントとし、そのポイントはウェブストアで使用することができます。また、ウェブストアでは既存のクラウドファンด์でリターンとしていた商品を、適正な価格で販売しようと考えています。リターンとなるポイントは利付で配当され投資金額によって総返済ポイント数、返済期間は異なります(1万円につき11000ptや12000Pt。2ヶ月に1回2000ポイント返済で、一年間で完済。など)。ウェブストアでは、現金で購入することもでき、一般ユーザーも使用できますが、ポイントでしか買えない限定アイテムや、ポイント購入での割引などを考えています。(当ファンด์ホームページ図 4、5)

Q7 この仕組みを取り入れたクラウドファンディングを行ってみたいと思いましたか？
(はい・いいえ)

Q9 この仕組みでいくらまでなら出資できますか？
①500～1000円 ②1000～3000円 ③3000～5000円
④5000～10000円 ⑤10000～20000円 ⑥20000円以上

Q10 上記のように私たちは、クラウドファンディングのリターンとしてポイントの配当を考えています。

そこで、あなたが1万円出資するとすれば、総額いくらポイントのキャッシュバックが妥当だと思いますか。以下から選んで下さい。

参考までに、大手ウェブストアサイトの楽天やYahoo! Japanでは、ポイントのキャッシュバックは1%。日本国の10年物長期国債のレートは0.6~0.7%である。

①10500pt ②11000pt ③11500pt ④12000pt
⑤13000pt ⑥14000pt ⑦15000pt

(なお、当ホームページ図 4、5 は、本論文の図 9、10 にあたる)