

第2回 愛知県クラウドファンディング活用促進委員会における主な発言要旨

1 日 時 平成27年12月11日（金）14時から16時まで

2 場 所 愛知県産業労働センター（ウイंकあいち）18階

「あいち国際ビジネス支援センター」セミナールーム1

【総括コメント】

（家森委員長）

今年度県事業を進めていき、実際に資金調達できた案件があつて良かった。今後、紹介元である金融機関等において、現場の担当者レベルの職員がクラウドファンディングに対する知識を深めて、総合的な視野で情報提供をしていく必要がある。

【愛知県クラウドファンディング活用促進事業】

（伊藤委員）

クラウドファンディングは、「まち・ひと・しごと総合戦略」や「あいち産業労働ビジョン」において重要施策の一つとして位置づけられている。まだ黎明期であるため、行政から継続的に情報発信していき、理解促進と認知度向上を図り、普及啓発に努めていく。

【クラウドファンディングの現状や新しい可能性等】

（竹内委員）

クラウドファンディングを拡大していく上で、投資家の数を増やすと同時に見る目を育てる必要がある。また、成功事例を紹介する際に、顧客の獲得やPR効果などを伝えていく必要がある。クラウドファンディングと連携した金融機関のローン商品もできたらいい。

【金融機関におけるクラウドファンディング活用の課題やメリット等】

（石井委員）

クラウドファンディングは、金融機関が不得手とする起業創業者の資金調達に適しているし、それだけでなく宣伝効果もある。地方創生にも位置づけられる起業創業に貢献するクラウドファンディングによって、地域経済が活性化し潤沢になれば、更なる活性化に向けた金融機関の関わりも増えていくだろう。

（長谷川委員）

投資型は主に一定の事業基盤が確立した事業者が対象であり、販路拡大やファン作りに適しており、消費者向けの売上増加支援メニューとして、金融機関から活用を提案できる。一方、購入型は創業時や新規事業の立ち上げが中心であり、事業計画の実現可能性の判断材料として、また不成立であっても事業計画の見直しの材料として活用できる。

【中小企業から見たクラウドファンディング普及拡大の課題や掘り起こしのポイント等】

(徳島委員)

クラウドファンディングでの資金調達の成功が、金融機関からの融資における事業性の評価につながっていくことを期待する。事業者側からしても、新しいアイデアを市場に判断してもらえるツールとして有効である。課題としては、まだシステム自体の認知度が低く、懐疑的な事業者も多いので、成功事例を紹介しながらの訴えかけが必要である。

(小坂委員)

クラウドファンディングは顧客が獲得でき、売上を作ってくれるという点で、金融機関からの融資と異なる。今後、純粋に投資のリターンだけで資金提供する人をいかに増やせるかが、普及のカギとなる。ファンドの準備期間は骨が折れる作業ではあるが、事業者のプレゼン能力向上にもつながるので、事業の基盤を作るという意識で取り組むことが重要。

【経営支援機関としてクラウドファンディング普及拡大に向けた課題等】

(佐藤委員)

当所の会員の事業者が実際に購入型クラウドファンディングで資金調達に成功した事例があった。来年度は金融機関と連携してセミナーや個別相談会など広く広報支援していきたい。課題は、手数料が高いことと、準備に手間がかかること。

(水野委員)

事業者に対してクラウドファンディングを薦めても、疑心暗鬼で決心がつかない様子だった。ネット上で資金募集できる便利なシステムではあるが、生の人と人のつながりも必要なので、伴走型支援を実施していく中に、この仕組みを取り込んでいきたい。

(今脇委員)

先行の資金調達成功案件において、今後事業展開をして事業計画を達成し、投資家に配当ができれば、システムに対する評価、信頼度が高まって普及拡大につながると思う。支援機関が相談者に正しく情報提供するためには、窓口の担当者の理解が欠かせない。

【総括コメント】

(近藤委員)

IT を利用した小口投資のシステムという点を考慮すると、資金調達と資金提供の双方において、特に若年層に対する普及が重要である。その際には、仕組みやメリット、実際の成功事例などを詳細に伝える必要がある。金融機関では、実際に顧客と接する担当者に仕組みやメリットの詳細を把握させるための取組が必要であり、民間だけでなく行政における普及活動も重要である。資金供給者への普及の一手法として、まず一般人がイメージしやすい購入型や貸付型を皮切りにし、そこを突破口にして投資型を含めたクラウドファンディング全体の理解を図る方法もある。