

経営トピックス

Management topics



クラウドファンディングで一挙三得
～資金調達、宣伝広告、
マーケティングがまとめてできます～

町田市経営診断協会 福田 幸俊(中小企業診断士)

クラウドファンディングとは、日本では東日本大震災後に、ボランティアや文化財復旧のための資金集めに広く使われるようになりました。このクラウドファンディングを使って会社の資金調達をするだけでなく、宣伝広告やマーケティングも一緒にできることを紹介いたします。

●クラウドファンディングとは

クラウドファンディングとは、インターネットを使って、金融機関や投資家のプロからではなく、一般の人から資金を集める方法です。

クラウドファンディングを使って集めた日本最高の資金調達額は3億円、学生ベンチャーが、次世代データベースの構築を行うものでした。

海外では養蜂家向けの箱の開発という特化された事業で1200万ドル(日本円で約13億円)を集めた例もあります。クラウドファンディングの種類は大きく分けて、次の5種類があります。

- ① お金を寄付してもらおう寄付型
 - ② お金を出してくれた人に商品やサービスを提供する購入型
 - ③ 出してもらったお金の利子をつけて返す貸付型
 - ④ 出してもらったお金を出資金とし、配当するファンド投資型
 - ⑤ 出してもらった金額に見合う株式を渡す株式型
- ここでは日本で一番多く一般的な②購入型を中心に話を進めます。

●クラウドファンディングの利点

- 簡単な資金調達
- 金融機関に比べて提出書類や手続きは少なめですが、多額の調達(数千万円以上)は難しくなります。
- クラウドファンディングの運営会社は、金融機関とは異なり、金融関係で過去に問題があった事業者でも審査に通しやすいと言われています。
- 担保も不要ですし、自社株を渡す必要も無く、経営に口を出されることもありません。
- 審査のポイントは、始めたいと考えている商品・サービスがクラウドファンディングで本当に資金が集められるか、本当に実行できるか、事業者の熱意や本気度、アピール方法、実行計画の内容の方が重要だと言われています。

○宣伝広告とファン層獲得の機会

既に多くの人が集まる運営会社のサイトを使いますので、最初からある程度の集客が期待できます。自社のクラウドファンディングを募集しているページへのアクセス数が、半年間で一万を超えるサイトも数多くあります。自社のホームページへのアクセス数と比較して、多くありませんか。

また、新しい商品やサービスに興味を持つ人が多いこと、魅力をネットで拡散しやすいこと、単なる顧客ではなく、「ファン」を作りやすいことも宣伝広告をする上での大きな特徴です。

○マーケティング

ある寝具メーカーの例です。

睡眠グッズを先行販売したところ評判が良く、追加生産することになりました。しかし、追加商品の色を決める際に、睡眠を誘うパステルカラーと汚れが目立たない黒のどちらにするか、社内で意見が分かれました。

そこで、どちらの色の人気があるかクラウドファンディングを使い、注文予約数で確かめることにしました。

結果は、黒色の方が圧倒的に人気があることが分かりました。このメーカーは、マーケティング調査費用を使わず市場ニーズを確かめただけでなく、先行予約の形で黒色のグッズを受注することに成功したのです。

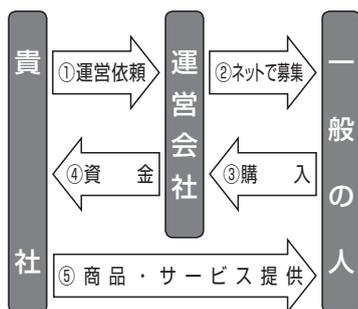
●クラウドファンディングの始め方

最初に、自分が始めたい商品・サービスを考えます。多くの人に共感して

もらえるものが資金集めに成功しやすいのですが、一部のコアなファン向けでも問題はありません。

次に運営会社を選択します。日本では運営会社は100以上と言われています。広く一般の利用者が多い、地域密着の案件が多い、手数料が安いなど、各社特色がありますので、自分にあった運営会社を選びましょう。運営会社を使わずに独自で実施することも可能ですが、情報発信力に自信が無ければ、運営会社に依頼した方が無難です。運営会社を決めたら、企画書を運営会社へ送り審査を受けます。

審査に受ければ、打ち合わせを重ねて、見ってもらうサイトを立ち上げ、スタートです。その後も、助言を受けながら目標金額目指してフォローします。運営会社選択後の流れは次の通りとなります。



購入型クラウドファンディングの流れ

●最後に

クラウドファンディングは資金調達のみでなく、宣伝やマーケティングにも利用できます。ぜひ、活用されてはいかがでしょうか。