

# 誰もがやりたいことを実現できる世の中へ ～信用と共感で応援を集めるクラウドファンディング～



講師 樋浦 直樹 氏 (ひうら なおき)

READYFOR株式会社 代表取締役COO

日時：10月25日(水) 18:00～19:30

講演会出席者数：99名 内訳：教職員9名、高校教員1名、学生47名、年間会員23名、一般19名

### 講師略歴

東京大学教育学部卒業。2011年よりボストン・コンサルティング・グループにて小売・消費財業界を中心とした大企業のコンサルティング業務に従事。ターンアラウンド、営業改革、新規事業計画構築、商品戦略構築など、多岐にわたるプロジェクトを経

験。「誰もがやりたいことを実現できる世の中をつくる」というReadyforの思想に賛同し、2015年1月READYFOR株式会社取締役COOに就任。2017年7月READYFOR株式会社代表取締役COO就任。

## 講演要旨

### 1 クラウドファンディングについて

クラウドファンディングは、インターネットを介して不特定多数の人々 (= Crowd) から資金を調達する (= Funding) 仕組みである。

プロジェクトの実行者が出資者に対価を払わない場合は寄付型、対価として商品やサービスを給付する場合は購入型と分類される。配当金を払う場合は投資型である。

クラウドファンディングによりプロジェクトを開始する際は、①目標金額、②プロジェクトの公開期間 (10～90日間)、③リターン内容 (金額に応じたモノやサービス、権利)、④プロジェクト内容 (お金が集まったら実施すること) を決める。

例えば、安価なレーザー加工機の最新モデルを製造・販売するプロジェクトは、レーザー加工機を買ってもらうことが目的であり、公開後1日で目標金額を達成した。また、沖縄離島の急病患者を救うために医療用飛行機を購入するというプロジェクトのリターンは、お礼状などほとんど名誉のみである。

### 2 Readyforについて

Readyforは、代表取締役の米良が、大学時代にパラリンピックのスキーチームを支援した経験から、支援の仕組みを作る必要があると考え、アメリカのシステムを知って導入した日本で最初のクラウドファンディングサービスである。2015年にスピンアウトしてREADYFORを設立した。自分はコンサルティング会社に勤務していたが、もっと顔の見えるサポートをしたいと考え、READYFORが株式会社化するタイミングで入社した。

現在日本国内でクラウドファンディングサービスは100以上あると思われるが、Readyforは最大規模である。2017年10月1日時点で、プロジェクト数は7100件、累計支援者数は33万人、累計支援額は50億円に上る。

Readyforのビジネスモデルは、プロジェクトごとに実行者が必要とする資金を支援者から集め、実行者は、その一定割合をReadyforに手数料として支払い、プロジェクトを実行して、支援者にリターンを送るというものである。現在、常時400プロジェクトが公開中である。

Readyforは単なるプラットフォームではなく、サービスである。各プロジェクトにはキュレーターという担当がついて、8～9か月間は伴走する。他のクラウドファンディングサイトでは目標金額達成度は20～30%と見られるが、Readyforでは70%を上回る。「誰もがやりた

いことを実現できる世の中を作る」というコンセプトであるため、プロジェクトを絞ることはしていない、効率の良い資金集めとなるようサポートしているのである。

### 3 クラウドファンディングの利用について

実行者がプロジェクトを始める理由は、①資金を調達したい！、②最初の顧客・ファンを募りたい！、③自分の活動やサービス・商品をPRしたい！である。

支援者が出資してくれる理由は、①実行者を応援したい！、②リターンがほしい！、③活動を応援したい！、④仲間になりたい、であるが、①が一番多い。

クラウドファンディングを利用する際に気をつけるべきポイントは、

- ① クラウドファンディングは「資金を集められる」サービスであって、「資金が集まる」サービスではない（ことが多い）
  - ② 計画を立てれば誰でも利用できるが、やりたいと思ってすぐに利用できるサービスではない
  - ③ 賛同だけではなく、否定的な意見が寄せられることもある
- の3点である。

よほど面白いコンテンツでなければすぐにお金が集まることはなく、たいていは誰かがやっていることが多い。完成品がなくても販売できるのがクラウドファンディングの特徴だが、本当にできるかどうか、完成するまでの実現可能性が高くないと公開できない。場所を確保して調理師免許を取る、などの計画性が重要である。

大切なことは、資金を集めて終わりではなく、「支援者にその活動やサービスのファンになってもらうこと」である。そのためには、支援者に対して誠実に対応し、信頼を勝ち取ることが最重要である。

### 4 信用集め

やりたいことを実現するまでのハードルには、資金以外には、ヒト、モノ、時間、自信、既存の価値観などがあるが、このうち信用が重視される時代になったと考えている。インターネットの発達でSNSや口コミ比較サイトなどで信用が可視化され、記録に残るようになったため、ヒト、モノ、カネと異なり、信用という面では個人も大企業と対等である。

お金を貯めることを「貯金」と言うように、信用を貯めることは「貯信」と言える。貯信することによって応援・協力してくれる仲間を増やし、できることを増やすことができる。

「信用」とは、何かを頼まれたときに応援してあげようと思ってもらえるかである。それには、実績と誠実さが重要である。実績とは、既に実行していることはもちろんであるが、同じことを言い続けているということも評価される。

信頼残高の増やし方には、2通りある。

まず、コツコツ実績を積み上げることである。関西の大規模無料音楽イベントのCOMIN' KOBEは、10年間4万人以上のイベントを行ってきたという実績があり、それを存続させるというプロジェクトに1200人が賛同し、目標金額を達成した。長野県立こども病院のドクターカーは、地球10周分走った実績があり、存続させるためのプロジェクトは、目標金額を大きく上回った。

次に、信頼にレバレッジをかける「借信」という方法がある。実績がなくても一生懸命発信するなどして、「期待」を高めるということである。岡山ふるさと村のゲストハウスを作るというプロジェクトは、目標金額を達成したが、「期待」で支援した人が大半である。

ファンレイジングという学問分野では、お金やリソースを無償に近いかたちで提供してもらいながら、寄付者に満足してもらってどんどん仲間を増やすことを研究している。NPOなどが利用している考え方である。

ファンレイジングの原理原則は、①“Ask & Thanks”（お願いとお礼）、②「寄付をいただいたら7回お礼を返しなさい」であり、そうするともっと応援したくなるということである。「いいことをやっているから支援してもらって当たり前」ではない。

この考え方は、信用を集めるときにも同様に使える。売買はお金とモノや体験の等価交換であるが、信頼前借り時（期待とともにお金や協力をいただいたとき）は、「結果」と「真摯さ」（誠実な対応・頑張る姿勢）で返すのである。信用を返して終わりではなく、返しすぎるくらい返すと、もっと応援してもらえる。貯信が減らずに増えていく。秋保にジオラマ式庭園を作るプロジェクトの実行者は、応援コメントに一つ一つ返信することにより支援者の満足を増やし、さらに、支援者が見に行き行って満足することにより、応援し甲斐のあるプロジェクトとなった。

READYFORは「誰もがやりたいことを実現できる世の中を作る」ことを目標としている。

やりたいことを実現するためのステップは4段階である。①やりたいことを見つける・固める、②実行するための準備を行う（必要な技術習得や、自分の思いをわかりやすく発信するなど「貯信」をすること）、③立ち上げる（クラウドファンディングを利用して、PRしてファンを集め、資金を集める）、そして、④継続的に運営するのである。

いまREADYFORは③を担っているが、②や④にもビジネスの機会があると考えている。