

第1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8月3日（月）14時から16時まで

2 場 所 本庁舎地下1階 第1会議室

【総括コメント】

（家森委員長）

クラウドファンディングは内閣の成長戦略の中にも位置づけられており、今後重視していく施策とされている。クラウドファンディングそのものはあくまで手段であって、最終的には県内中小企業者の事業が良くなることに大きな目的がある。無理をする必要はなく、弊害もあり得るので、慎重かつ大胆にやっていく必要がある。

【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、単なる資金調達にとどまることなく、販路開拓や新規顧客の獲得など、副次的な効果も期待できる。県としては、成功事例を一つ一つ積み重ねることにより、当地域の中小企業の活性化につながっていくものと期待している。

【クラウドファンディングの現状と今後】

（竹内委員）

クラウドファンディングは従来の直接金融と間接金融の問題点を緩和するような性格を持っている。仮説検証やPR・ファン作りに活用できるという魅力がある一方、利用料金が割高など、黎明期としての課題も多い。

【金融機関におけるクラウドファンディング活用状況】

（石井委員）

当行では「地方創生プロジェクトチーム」を設置しており、クラウドファンディングは、地方創生における重要な施策の一つである創業起業家への支援に有効なツールと認識している。一方、預金等との誤認防止など、出資者の理解にも配慮する必要がある。

（長谷川委員）

当金庫では創業融資に積極的に取り組んでいるが、融資では不可能な側面でクラウドファンディング活用の意義は大きい。地場産業という点からは、若手陶芸者のファンづくりや、窯業原料を使った陶磁器以外の新商品開発といった動きに活用できるのではないかと。

【中小企業・創業者から見たクラウドファンディング活用の可能性】

(徳島委員)

クラウドファンディングは、お金を出し合いながら皆で応援という形とビジネスが両立しやすい点で、地域に根ざした、若者を中心とした新しいビジネスには向いていると思う。中小企業者が魅力的な商品だと自信があって攻めたいときには、有用な手段だろう。

(小坂委員)

クラウドファンディングはファンづくりのための自己表現を支援者側として一緒に考えることができる点が良い。資金調達を望む者の間を仲介する金融機関等が知識を身につけることにより、再生案件やクリエイターの立ち上げなどに生かせるのではないか。

【経営支援機関としてのクラウドファンディングの位置づけ】

(佐藤委員)

資金調達のみならず、会員の知名度や、資金調達の多様化の一つの手段としてクラウドファンディングを体感してもらいたいという狙いで、当所自らプロジェクト募集をした。思った以上に手間暇、時間がかかり、募集事業者への細かい側面支援が必要だと感じた。

(水野委員)

クラウドファンディングという考え方は開発段階から活用ができ、非常にPR効果が大きい。口コミが広がって好循環が生まれるという期待もできる。ファンドの成功不成功で商品の善し悪しも判断でき、商品改良、開発にとっては理想的な仕組みだと思う。

(今協委員)

創業者は自身のアイデアに固執している部分があり、この制度を活用して自身のビジネスモデルが上手くいくかどうかを客観的に見つめるためのツールになると思う。一方、費用負担が大きい現状は問題であり、費用が引き下げられる工夫が必要だ。

【金融論から見たクラウドファンディング】

(近藤委員)

日本人の預貯金に滞留している個人マネーを、少額であってもリスクマネーとして供給できるという点でクラウドファンディングは注目できる。一方、有望事業者を巡って、地域金融機関と競合する恐れがある。また、モラルハザード防止のため、モニタリングの仕組み作りが必要であり、投資のプロでない出資者のために、投資リスクをわかりやすく開示する必要がある。