

# 平成 29 年度総合型地域スポーツクラブ運営研修会

## 講義録

テーマ：「総合型地域スポーツクラブにおけるクラウドファンディングの活用と可能性について」

講師：竹洞 兼視氏（スペシャルオリンピックス日本・青森）

日時：平成30年2月24日（土） 13:00～16:00

会場：県民福祉プラザ 多目的室4A

〒030-0822 青森県青森市中央3丁目20-30

参加者：18名（内総合型クラブ関係者16名）

### 1. 講演（80分）

クラウドファンディングの概要から実践まで、自身の事例を紹介しながらの講演となった。

- クラウドファンディングとは、群衆（Crowd）と資金調達（Funding）を合わせた造語で、団体における資金調達の方法の一つである。不特定多数の人（支援者）が他の人々や組織に財源の提供や協力などを行うことを指し、通常はインターネット経由で行われる。金額に応じて、支援者が物品や権利などの御礼品（リターン）を得られる購入型という方法が一般的である。

現在では、クラウドファンディングによる資金調達額が、日本国内で70億円、世界では2兆円と大きな市場となっている。

- クラウドファンディングはファンドレイジング（資金調達）の方法のひとつであるが、「資金調達」が目的ではなく、資金調達による社会課題の解決が目的である。

そのため、社会課題に応じた各団体のミッション・ビジョン（使命・将来構想）に係る活動に対して行わなければならない。

- クラウドファンディングには、資金調達に加えて広報事業としての側面もある。

インターネット上のプラットフォーム（クラウドファンディングの運営会社のホームページ）において、不特定多数に対して事業・団体・目的・・・etc の情報を発信することから、共通のミッション・ビジョンを持つ他団体との繋がりができたり、団体に対する協力者の増加という効果もある。

- プラットフォームには、手数料やサポート体制の有無等々に差がある。

またプラットフォームによって、得意とするプロジェクト（プラットフォーム上で支援を募る事業）のジャンルがあるため（地域振興、ものづくり、ファッション・・・etc）、プラットフォーム選びはクラウドファンディングのキーポイントの一つである。

- クラウドファンディングの公開までは、以下の日程が目安となる。

120日前	企画（社会課題、解決方法、ミッション・ビジョンなど）
90日前	企画（見積もり、募集期間、御礼品など）
60日前	掲載内容づくり、協力者集め
30日前	プラットフォームに企画を提出
25日前	プラットフォームの審査通過

20日前 プレスリリース公開  
当日 クラウドファンディング公開

プロジェクト成立から入金までは約2カ月程度かかるため、実際にお金の支払いが必要になる時期と入金時期を考えて、プロジェクトの公開日と終了日を設定する必要がある。

- クラウドファンディングで得られた支援額が、すべてプロジェクトで利用できるわけではない。

### 【支援額 - 経費 = 調達額】

支援額＝支援者がプロジェクトに対して支払った金額

経費＝御礼品仕入れ費、広報宣伝費、プラットフォーム手数料

調達額＝プロジェクトで利用できる金額

経費の中で、御礼品仕入れ費が30%、プラットフォーム手数料が20%前後となるため、調達額は支援額の50%前後となることが多い。

- クラウドファンディングの成功率は約40%といわれている。

成功したプロジェクトでは、約70～75%の支援者がプロジェクトやその団体に何らかの関係がある人物（団体の構成員・家族・友人・・・etc）となっていることから、不特定多数の支援者よりも、まずは、身近な関係者に対する情報発信を積極的に行うことが重要である。（プロジェクト発表から48時間以内に目標額の20%を集めた場合の成功率が80%といわれている）



## 2. グループワーク（60分）

クラウドファンディングを含めた、実際の調達方法を紹介しながらグループワークが行われた。

課題①：自分が所属する団体のミッション・ビジョンと社会課題を分析する

- ・団体のミッション・ビジョンと、地域の課題を記入
- ・「実現したい状態」を記入し、数値目標（会員数・割合等）を設定する

課題②：現状と将来実現したい状態とのギャップを分析する

- ・実現したい状態における財源や会員数などを記入
- ・現状の財源や会員数などを記入

- ・両者の差を分析し、どのような方法で資金調達すべきかを検討する

課題③：財源の現状と不足した部分に対応する調達方法を検討する

- ・現在の財源を分析する（使途が自由 or 限定、継続的 or 単発）
- ・実現したい状態に対して、不足した資金を調達する方法を検討する

課題④：具体的な資金調達計画を作成する

- ・実現したい状態を何年後に完成させるかを設定する
- ・設定した年数に合わせて、資金調達の方法に優先順位をつけて計画を作成する

課題③について、資金調達の例として、以下の内容が紹介された。

○店頭募金箱の設置

低コストで始められて、団体の活動意義を不特定多数に紹介できることがメリット

1つあたりの収入は低いが、団体の周知活動にも繋がる

○インターネットを活用したファンクラブの立ち上げ

ファンクラブを立ち上げ、ファンから金銭的な支援を受ける。

ファンは毎月決まった金額を支払い、それに対応したリターン（返礼品）を受け取る

ファンが限定グッズなどを受け取ることで、特別感や活動を支えている実感をもつことができる



### 3. 総括（40分）

竹洞氏より、総括が行われた。

- クラウドファンディングは、正しい知識を持って行えば手軽に始められるものである。一方で、「なぜ・何のために」という目的がなければ、意味のないものになってしまう。実施に当たっては、団体内でしっかりとした意見交換を行い、何のためにプロジェクトを立ち上げるのか、プロジェクトを通じて解決する社会課題は何なのかを共通理解する必要がある。
- 資金調達については様々な方法がある。組織を運営する上で必ず必要となるため、担当者任せではなく、団体関係者全員が知っておく必要があるのではないかと。
- 総合型地域スポーツクラブでも、クラウドファンディングを活用できる可能性は大いにある。自分も協力するので、興味がある方はぜひチャレンジしてほしい。