

2015年7月24日 全12頁

《実践》公共インフラ関連ビジネス

クラウドファンディングで応援する 2020年東京パラリンピック

資金調達手段として、双方向メディアとして

コンサルティング・ソリューション第三部
コンサルタント
江藤俊太郎

[要約]

- クラウドファンディングとは、ある目的を達成するために群衆（crowd）から資金を幅広く集める仕組みで、もっぱらインターネットを媒体とするものをいう。まだ認知度は低いですが、その活用が期待される。
- 東京パラリンピックを5年後に控え、選手の競技費用その他活動資金、競技団体の運営経費を賄う資金をいかに確保するかの課題がある。また、一過性の盛り上がりにならせず、2020年のパラリンピック終了後に障がい者スポーツの灯を絶やさないことも重要だ。
- こうした資金調達面の課題にクラウドファンディングが功を奏しよう。それだけではない。クラウドファンディングは挑戦者への力強い応援手段であり、マスメディアの代替とまではいかなくとも補完しうる双方向メディアとなる可能性を秘めている。東京パラリンピックを機に、わが国において草の根レベルの社会貢献が拡がることを期待したい。

1. そもそも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、ある目的を達成するために群衆（crowd）¹から資金を幅広く集める仕組みで、もっぱらインターネットが媒体とするものをいう。

¹ インターネット・クラウド・サービス（雲、cloud）とは語源や意味が違う。（クラウドソーシングのクラウドとは同じ意味である。）

クラウドファンディングを仲介するサイト運營業界には、既に様々な出自のプレイヤーが参入しており、現在も市場規模は徐々に拡大している。とはいえ社会的な認知度や、利用経験者は多くない。なお、ここで「利用経験者」とは、プロジェクトを立ち上げ、資金を集め、実行する者（以下、単に「実行者」という）、または資金の出し手である支援者のいずれかに一度でもなった人のことを言う。

株式会社リビジェンが 2013 年 10 月に行った調査では、対象となるスマートフォン・ユーザー500 人の中でクラウドファンディングを知っている人の割合（認知度）は 13.2%、実際に利用したことのある人の割合（利用経験者率）は 3.6%だった。2014 年 2 月に、インターネットコムと NTT コムリサーチが行った調査では、対象となるインターネット・ユーザーの認知度は 7.7%、利用経験者率は 1.2%である。プロジェクトに興味を持ってサイトを訪れる人がいたとしても、実際に資金を出したりプロジェクトを立ち上げたりするのはなおハードルが高そうだ。

図表 1 クラウドファンディングの認知度・利用経験者率

調査時期	調査元	対象	認知度	利用経験者率
2013 年 10 月	株式会社リビジェン	スマホユーザーのみ 500 人	13.2%	3.6%
2014 年 2 月	インターネットコム、 NTT コムリサーチ	全国 10 代～60 代以上の インターネット・ユーザー1,084 人	7.7%	1.2%

出所：各社プレスリリースより大和総研作成

クラウドファンディングには大きく分けて寄附型、購入型、金融型がある。このうち金融型は主に営利事業を対象としており、アマチュアリズムを旨とするパラリンピックにはなじまない。障がい者スポーツ支援に使えるのは寄附型、購入型である。参考まで、主な国内の寄附型、購入型サイトを巻末に掲げた。

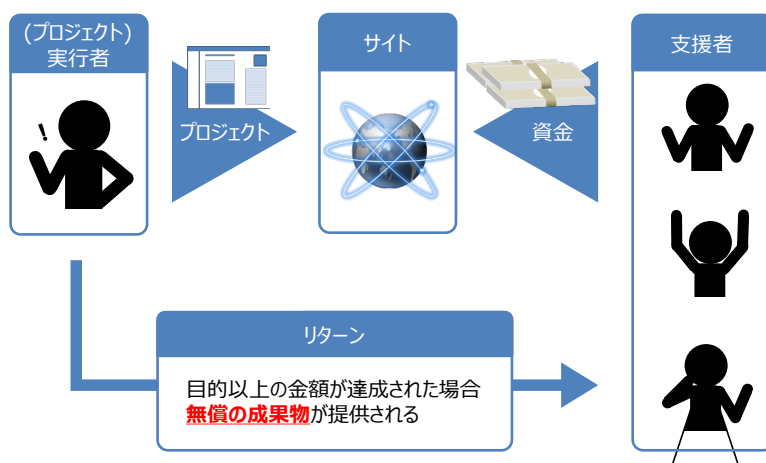
寄附型と購入型の違いは、資金支援に有償の見返りがあるかないかにある。寄附型のクラウドファンディングは、支援者に有償の見返りがない。プロジェクトの実行者がプロジェクトを立ち上げ、クラウドファンディングの仲介サイトに公開する。それを見た支援者がサイトを通じて資金を供出する。支援者が何人か集まって目標金額を達成するとプロジェクトの実行者から支援者に活動報告などが送られる。わが国では各種 NPO 法人を支援しているジャパングビング²が代表的である。（次頁参照）

なお、金額目標を達成した場合にのみ実行者に資金が渡り、達成しなかった場合には支

² <http://japangiving.jp/>（2015 年 7 月 8 日閲覧）

援者に返還される形式のクラウドファンディングを All or Nothing 形式という。成功の見込みが乏しいプロジェクトに資金が渡らない仕組みであり、そうすることでプロジェクトの質を担保するようになっている。

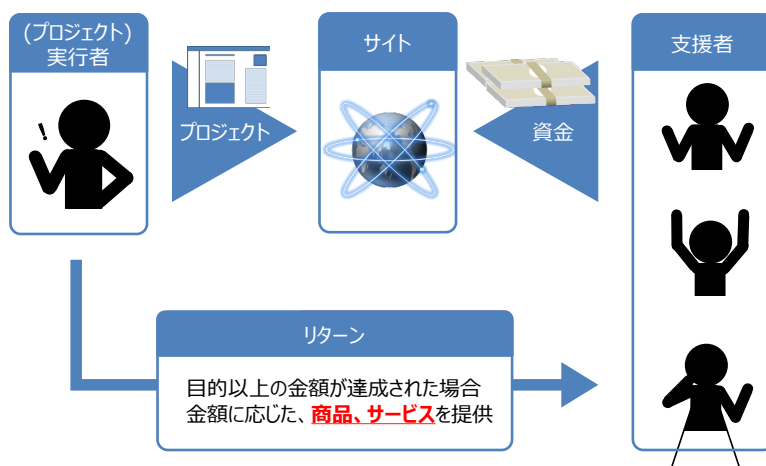
図表 2 寄附型クラウドファンディングの仕組み



出所：日本クラウドファンディング協会等より大和総研作成

購入型のクラウドファンディングの場合、金額目標を達成したときには、支援者は拠出金額に応じて商品やサービスを受けとることができる。障がい者スポーツで言えば、何らかのノベルティグッズを特典としてもらえるなどがある。ここでプロジェクト実行者が受領できる資金は支援者が拠出した額とノベルティグッズにかかる経費等の差額となる。購入型は、寄附型より感謝の証が目に見えやすいという利点がある。日本では READYFOR 等が代表的なサイトである。

図表 3 購入型クラウドファンディングの仕組み

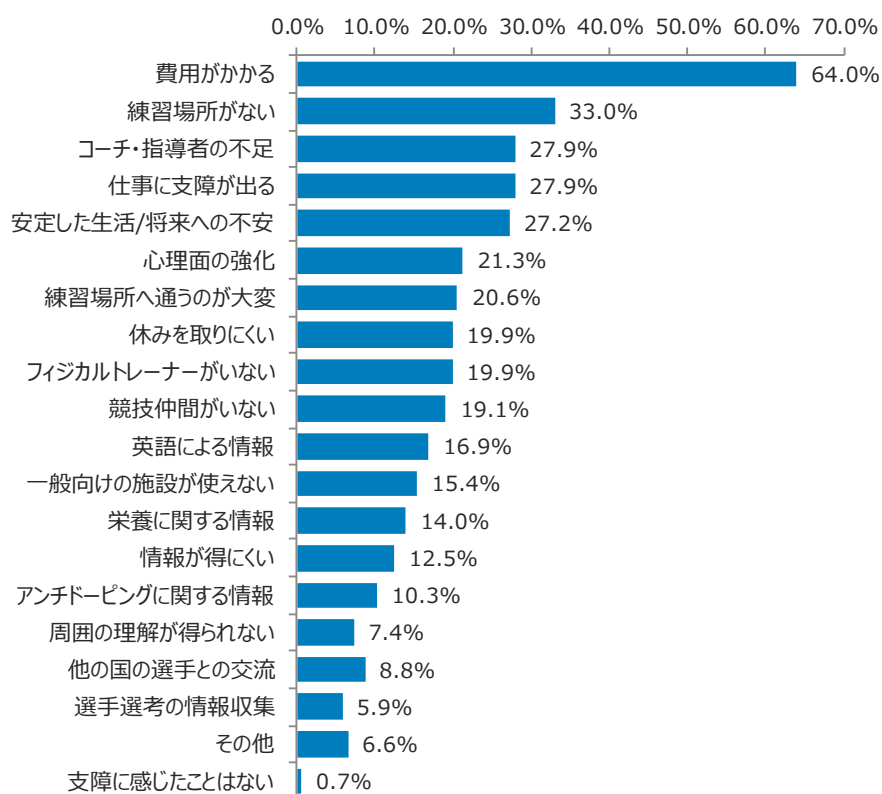


出所：日本クラウドファンディング協会等より大和総研作成

2. 資金調達手段としてのクラウドファンディング

パラリンピアンにとって苦勞の種は様々であるが、中でも資金の不足を挙げるケースが64.0%と最も多い。

図表4 現在の競技スポーツを行って苦勞したこと（複数回答）



出所：日本パラリンピアンズ協会報告書より大和総研作成

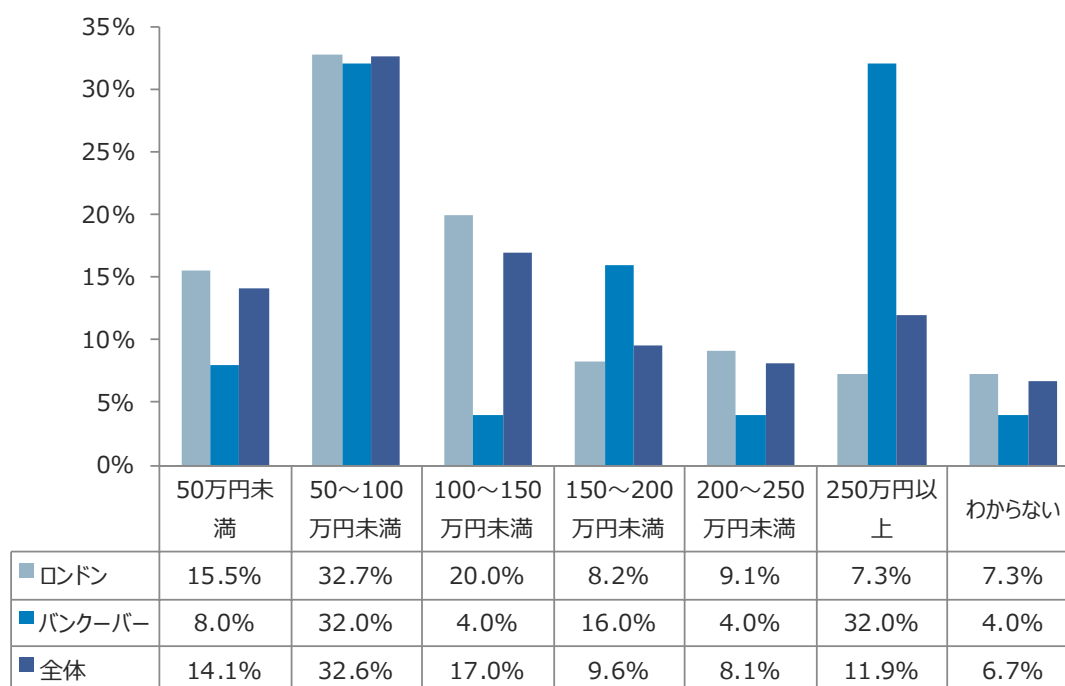
日本パラリンピアンズ協会の調べでは（次頁図表5）、2012年夏のロンドン大会に参加した選手において、競技活動を続けるのに年間50～100万未満を支出した層が32.7%と最も多い。100万円以上も44.5%いる。平均すると144万円であり、これはある年のパラリンピックから次のパラリンピックまでの4年間に600万円（144万円×4年）程度かかるということの意味する。2010年冬のバンクーバー大会では100万円以上かかった層が56.0%を占める。特に250万円以上負担した層が32.0%おり、ウィンタースポーツのほうが費用は嵩むようだ。

もちろん、強化選手については国から強化費が下りるし、その額は招致決定を受けて増えたと言われる。とはいえ、一部の例外を除き、パラリンピックを目指す障がい者スポー

ツ選手は、まだまだ手弁当で練習・コーチ・遠征費用をまかなっているケースも多い。

競技に直接かかる費用だけではない。練習時間を捻出するためフルタイムでの就業が難しかったり、会社の理解があっても、練習時間は欠勤扱いで給与が支給されない状態になったりすることもある。競技生活を支える資金も必要だ。

図表 5 競技活動を持けるために必要な金額（年額）



出所：日本パラリンピアンズ協会報告書より大和総研作成

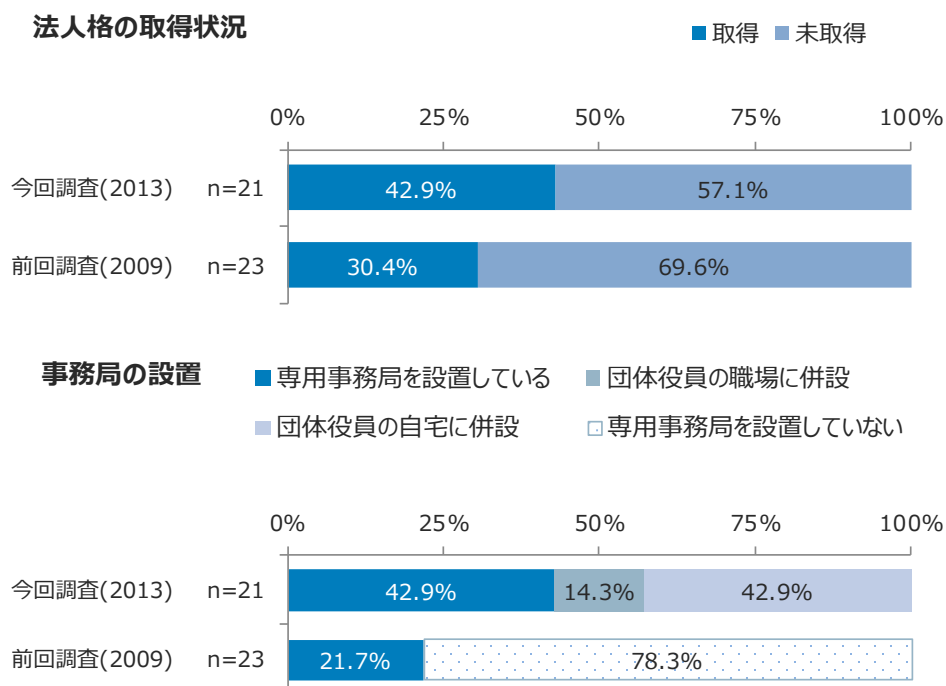
2015年6月2日に一般財団法人日本財団パラリンピックサポートセンターが設立された。日本財団から100億円規模の拠出を受けたこのセンターが活動を開始することで、パラリンピアン含む障がい者スポーツ選手の競技環境は大きく変わる可能性が高い。さらに、草の根の支援がサポートセンターの手が届かないところにフォーカスできれば、パラリンピックに向けた支援はより充実したものになるろう。

パラリンピックの競技団体の強化

22種ある競技のサポーター役を果たす各競技団体の強化も課題である。やや古いデータとなるが、2013年の段階では、競技団体のうち法人化されたのは42.9%であった。残り57.1%の競技団体では専用の事務所がないケースも多く、団体役員の職場または自宅に併設されているような具合だ。競技団体が未成熟であるがゆえの支障も少なくない。国際競技大会に必要な最低限の事務機能を果たせない可能性もある。選手の移動の際の交通機関や宿泊施設を手配する人的資源が不足していたり、国際的な競技ルールの取り決め等の大量の英語文献を処理する時間と能力が不足していたり、会計上必要な書類の整備が間に合わなかったり、といった不測の事態が考えられる。

もちろん日本財団パラリンピックサポートセンターも上記のような問題は認識しており、競技団体の強化を目標に掲げている。それとは別に、クラウドファンディングも競技団体に対する支援に活用できるだろう。選手個人を支援するクラウドファンディングにおいて、たとえばノベルティグッズを支援者に還元する代わりに、競技団体の活動資金に寄付するというような仕組みである。選手としても競技団体の未成熟が活動のボトルネックになっては困るので、協力は惜しまないだろう。

図表6 競技団体の状況



出所：ヤマハ発動機スポーツ財団報告書より大和総研作成

パラリンピック終了後の障害者スポーツを支える

今は東京大会に向けてパラリンピックを盛り上げようという機運があるが、2020 年を過ぎればその動向は定かでない。障がい者スポーツの強化費が削減され、続けて長い冬の時代が来るのではと懸念する向きもある。しかし、クラウドファンディングが継続的に資金を供給できれば、心配の種は減る。サイト運営会社によると現状、障がい者スポーツ関連プロジェクトの目標達成率は7割程度と比較的成立しやすいとのこと。直面する困難が目に見えやすいことと、スポーツ・プロジェクトの目標が分かりやすいことが要因であろう。もちろんクラウドファンディングとはいえ無限に資金を供給し続けられるわけではない。支援する側だけでなくされる側の努力も必要であろう。クラウドファンディングのサイト運営者が信用を積み重ね、業界として発展していくことが前提になる。

3. 実際の活用事例

障がい者スポーツへのクラウドファンディングの適用について事例で説明しよう。購入型の代表的なサイト、READYFOR でロンドン・パラリンピックのパラトライアスロンに出場したWさんが支援を要請したケースをとりあげる。

図表7 パラリンピアン候補を支援するサイトの例

The screenshot shows the READYFOR website interface. At the top, there is a navigation bar with the logo and buttons for 'プロジェクトを始める' (Start Project) and 'プロジェクトを探す' (Find Project). The main content area features a project titled 'W選手を応援しよう！プロジェクト' (Support W Athlete Project) with a '45' comment count. A large image of a person in a wheelchair is displayed. To the right, a profile box for 'Wさん' (Ms. W) provides details: '〇〇年〇月〇日△△生まれ。高校2年生のときに交通事故に遭い、車椅子生活に。昨年のアテネ・パラリンピックでは、車椅子女子5000mで金' (Born on 〇〇/〇/〇〇. Had a traffic accident in high school 2nd year, leading to wheelchair use. Won gold in wheelchair women's 5000m at the Athens Paralympics last year). Below the profile, a progress bar shows '現在の達成金額 410,000 円' (Current amount raised: 410,000 yen) and '目標金額 200,000 円' (Target amount: 200,000 yen). A blue box indicates 'プロジェクトが成立しました！' (Project successful!) with the date '2012年10月10日(水)' (October 10, 2012, Wednesday). Two donation options are shown: '¥5,000 の支援で受取る引換券' (¥5,000 donation) and '¥10,000 の支援で受取る引換券' (¥10,000 donation), both with '在庫制限無し' (No stock limit). The project description includes: 'このプロジェクトについて' (About this project), '家族で目指すパラリンピック！車いすマラソン' (Aiming for the Paralympics with family! Wheelchair marathon), and a message from W: 'こんにちは！車いすパラリンピック代表のWです。私は、車いすマラソン種目でロンドンパラリンピックに出場します。車いす生活をする方々に希望と勇気を持ってもらいたい。そのお手本となるためにも、精いっぱい頑張ります。' (Hello! I'm W, Paralympic representative. I'll compete in the wheelchair marathon at the London Paralympics. I want to give hope and courage to those living with wheelchairs. For that, I'll do my best.)

出所：READYFOR ウェブサイトより許諾を得て改変

Wさんは、ロンドン・パラリンピックに際して、トレーナーの渡航費用を調達する目的

でプロジェクトを立ち上げた。45人の賛同者が現れ、目標20万円に対し41万円が集まった。サイト運営会社にプラットフォーム使用料を払い、支援者に配布するノベルティグッズの費用を控除した残りの額が、Wさんが使える活動資金である。ちなみにWさんが用意した特典は以下の通り。

- ▶ 拠出額 5000 円 | ロンドン・パラリンピックでのポラロイド写真
- ▶ 拠出額 10000 円 | ロンドン・パラリンピックでのサイン入りポラロイド写真

ここで紹介したWさんのケース以外にも、READYFORのウェブサイトにはパラリンピアン、障がい者スポーツに関連するプロジェクトの実績が複数ある。こうしたケースがさらに洗練、拡大していけば2020年の東京パラリンピック出場選手的环境は大きく変わるかもしれない。

図表 8 READYFOR での障がい者スポーツ関連のプロジェクト例（成立したもの）

プロジェクト実行者 (支援対象)	支援内容	目標金額 (円)	達成金額 (円)	達成率 (%)	支援者数 (人)	1人当支援額 (円)
女性の視覚障害（弱視） のトライアスリート	ITU 世界トライアスロンシリーズへの遠征費	2,000,000	2,061,000	103	136	15,154
	女性用タンデムバイクの購入費	1,150,000	1,307,000	114	130	10,054
Wさん	トレーナーの渡航費	200,000	410,000	205	45	9,111
男性の肢体不自由（右足） の走り高跳び選手	親子スポーツ教室のイベント費用	150,000	227,000	151	58	3,914
スポーツ義足の技師研究員・ 義肢装具士	団体所属員への最新義足作成資金	300,000	495,000	165	76	6,513

出所：プロジェクト実行者の許諾を得て大和総研作成

4. 双方向メディアとしてのクラウドファンディング

クラウドファンディングは資金調達だけでなく、活動そのものを広く知らしめるのにも役に立つ。インターネットという双方向性のメディアによって、選手との個人的なつながりを感じることができるのだ。

2012年ロンドン・パラリンピックは、今までにない観客動員者数と視聴者数を達成し、商業面でも史上もっとも成功した大会であった。164の国と地域から4,237名のパラリンピアンが参加、270万人が競技場で観戦、38億人がテレビ視聴した。

ロンドン・パラリンピックが盛り上がったのは、マスコミの力が大きかった。イギリスの民放チャンネル4が、完全放映権を取得し、競技の何年も前から丹念に選手の活動を追い続けていた。定期的にパラリンピアンを紹介する番組も設けた。視聴者は競技者の背景となるストーリーを事前を知り、その上で競技を見るのであるから、応援にも熱が入った。

チャンネル4のフィルムを見ると、パラリンピアンを「superhuman」と呼んでいる。素晴らしいプレイに対する素朴な感動と、グレート・ブリテンの選手の健闘を誇らしげに思う気持ちとが、巧みに演出されているように感じる。

またテレビのように一方通行の感動を待つだけが、スポーツ大会へのかかわり方ではない。能動的に、選手の応援はできないかと考える人も多くいるだろう。ボランティアや寄附と言った形で貢献したいと考える人もいるはずだ。クラウドファンディングは既存のメディアを代替するとまではいかなくとも、補完する存在になりえるだろう。

クラウドファンディングは、挑戦者への力強い応援手段でもある。動画と組み合わせて選手のパフォーマンスを視聴可能にしたり、SNSなどのバイラル（口コミ）メディアとより連携を深めたりするなどの道もあろう。

ボランティアの組織化とクラウドファンディング

東京パラリンピックの開催にあたって、8万人規模になると言われるボランティアの活用も重要な課題である。ロンドン大会のボランティア動員数は7万人だった。ロンドン大会に参加した日本選手は大会期間を通して「ほぼノーストレスだった」という感想を抱いている。それほどにボランティア教育が行き届いていたという。

オリンピック、パラリンピックを通じて東京大会におけるボランティア集団を誰がどのようにハンドリングするかについては、未定のようなが、先述の日本財団パラリンピックサポートセンター等はまず人材育成に乗り出していく模様だ。ここで、それを補完すべく、クラウドファンディングで有償のボランティアの活動費を支える仕組みを考える。ボランティア組織だからといって無償とは限らない。有給のスタッフも一定数必要である。特に専門的な人材においては有償が前提となる場合もあるだろう。クラウドファンディングで有償ボランティアの経費をまかなうのである。

また、ボランティアの担い手として主力と見込まれる若者たちは、他の年代ほどには東京オリンピック・パラリンピックについて関心が無い³ という指摘もある。若者をパラリ

³ たとえば、「2020年東京オリンピックへの興味・関心は全体の6割で、年代による差が大きい」、日経BPコンサルティング、2014年10月10日、<http://consult.nikkeibp.co.jp/news/2014/1010sp/>等を参照のこと（2015年7月8日閲覧）

ンピックにコミットさせるのにクラウドファンディングが活用できるのではないか。クラウドファンディングのサイトを通じて、選手の頑張っている姿を見れば、「お金は出せないけど、ボランティア活動を通じて貢献したい」と思う人も出てくるはずだ。

東京パラリンピックを5年後に控え、クラウドファンディングをきっかけとして、わが国において草の根レベルの社会貢献が広がることを期待したい。

－以 上－

<文末資料>

参考まで国内の寄附型・購入型の例を掲示する。

図表 9 国内の寄附型・購入型の主なクラウドファンディング・サイトの例

寄附型

サービス名	運営団体及び特徴	実績額
ジャパングビング http://japangiving.jp/	一般財団法人 ジャパングビング もとは英 JustGiving とライセンス契約を結び運営していたが、独自の発展を遂げるべく独立した	累計寄付額 12.3 億円 (2015/1 時点)

購入型

サービス名	運営団体及び特徴	実績額
READYFOR https://readyfor.jp/	READYFOR 株式会社 日本初の（購入型）クラウドファンディングサービス	累計購入額 14 億円 (2015/6/1 日時点)
CAMP FIRE http://camp-fire.jp/	株式会社ハイパーインターネット クリエイティブ系に強みを持ち、実績も豊富	累計購入額 5.5 億円 (2015/6 時点)
Makuake https://www.makuake.com/	株式会社サイバーエージェント・クラウドファンディング 「アイデア実現型クラウドファンディング」と呼称している。	累計購入額 5.2 億円 (2015/6 時点)
Motion Gallery https://motion-gallery.net/	株式会社 MotionGallery クリエイティブ作品制作に特化	累計購入額 3.8 億円 (2015/6 時点)
Shooting Star http://shootingstar.jp/	株式会社 JG マーケティング ビジネス支援に特化、ジャパングビングの経営者が運営	累計購入額 2.0 億円 (2015/6 時点)
FAAVO https://faavo.jp/	株式会社サーチフィールド 地域貢献や地元応援に特化	累計購入額 1.2 億円 (2015/6 時点)
COUNTDOWN https://www.countdown-x.com/ja/	アレックス株式会社 「世界に挑戦する企画を応援する」サイト	累計購入額 0.7 億円 (2015/6 時点)

出所：各社ウェブサイト等を参考に大和総研作成
 リンクはすべて 2015 年 7 月 8 日時点
 各サービスの利用を推奨するものではない。