

ヘルスケア分野における資金調達の 新たな潮流となるのか

クラウドファンディングの可能性を考える



「児童養護施設の子どもたちのためのサッカーワールドカップ」に出場した子どもたち

資金調達の有効な手段として関心が高まっているクラウドファンディングは、最近ではヘルスケア分野においても注目を集めている。号から2回にわたって、社会福祉法人の成功事例を元にクラウドファンディングの手法とその活用について考察する。

特別寄稿

クラウドファンディングが社会福祉法人の活動を豊かにする

社会福祉法人福田会の成功事例から

社会福祉法人福田会 本部広報・ファンドレイザー／うんすい総研代表 阿部浩一

はじめに

クラウドファンディング(以下、CF)が登場して広く知られるようになった今日、それはあらゆる分野における資金調達に革命をもたらしたと言っても過言ではないだろう。ほんの数年前までは、普通の人々がどんなに立派で斬新なアイデアがあるからといっても、それだけでお金が集められるなどということはほぼあり得なかった。銀行や投資家を説得するためにしっかりとした事業計画書を作成し、さまざまな分析を行って結局かたちにできないなど、そのハードルは思いのほか高いものだったはずだ。

CFとは、インターネットを使って人々から資金調達を行う仕組みである。最近ではたとえばアマチュア音楽家による公演開催のための資金調達や、企業が宣伝や市場調査も兼ねて商品開発のための資金を募るなど幅広く利用されている。集められる金額についても、タレントの西野亮廣氏

が自身の絵本制作費用の調達をCFで行い、総額が1億円を超えたというニュースもあつた。

西野氏はもともと著名人だが、CFの面白さは資金調達をしながら同時に、自身の広報宣伝や仲間づくりを行うことができる点にある。そのプロジェクトの良さによって、共感をたくさん集めることができれば、どんなに実績もなく無名な存在であろうとも資金調達が可能な仕組みだ。

方法自体は簡単にCFのウェブサイトに自分のプロジェクトの企画をまとめて目標金額を設定し、公開するだけである。支援者は自分がこれは良い、お金を出してかわりたいなどと思うプロジェクトに支援する。仮に達成できなくても1円ももらえず徒労に終わること以外、基本的にリスクもない。練り直して再挑戦するのも自由だ。

本稿では福田会が取り組み、2年足らずで合計285万円を集めた3つのCFプロジェクトの成功事例を

もに、社会福祉法人がいかにしてCFを使った資金調達を行えるかという点と、CFでできた支援者との関係をいかにして「回限り」に終わらせず、継続的なものにしていくかといった点についても述べてみたい。

社会福祉法人福田会の
取り組み

2017年4月、児童養護施設などを運営する東京の社会福祉法人福田会は、ポーランドのワルシャワで開催される「児童養護施設の子どもたちのためのサッカーワールドカップ」へ同会の子どもを含むサッカーチームが参加するための費用をCFで募り、209万8000円を集めた。

「そんな簡単に集まるものか?」と思われる向きもあるだろう。しかしながら、福田会には後援会が組織されているとはいえず、このプロジェクトで集まった金額の半分以上は新規の集めて達成となった。

計画当初に目標金額を50万円に設定することを決めたところ、運営会社の担当者からは内容的に見て10万円から20万円くらいに設定するほうが無難だろうという助言があつた。その言葉どおり、プロジェクトは終盤近くまで伸び悩んだものの、それまで福田会とは全く縁のなかつた岩手在住の若い女性からの20万円を超える支援が達成の呼び水となった。その後、作者が来日。5日間かけて修復が行われたオブジェは16年9月、ツイイレル・コザチエフスキ駐日大使官邸にも出席の下、除幕式で披露された。式典にはその支援者の女性も岩手からかけつけ、関係者の感動を誘った。

(以下次号)

支援者によるものだ。

発想や創意工夫でお金を集めるのがCFである。この福田会による遠征費用の調達プロジェクトには、「児童養護施設の子どもたち」「サッカー」、後述する「ポーランドとの歴史的関係」といった素材ともいうべきキーワードがあつた。そうした素材を利用したうまいプロジェクトタイトルへの付け方や資金調達を呼びかけるに至った「物語」の作り方など、ちよとした技によって必要な資金を集めることができるのである。支援者への返礼品^{※1}をどうするかといったことも、プロジェクト達成の行方を左右することにつながる。

ポーランド大使館寄贈の
オブジェの修復費用を集める

これまで社会福祉法人で何かを購入したり実施したりする資金が

必要の際には、補助金・助成金の申請といった方法くらいしかなかったのではないだろうか。補助金・助成金は申請が通過するまでの時間が長かったり、タイミングよくかつたプロジェクトの趣旨に合ったものがなかつたりということもあるが、CFは極論を言えば、思い立ったその日に始められる。そして実施期間も運営会社によって異なるものの、11年に日本で初めてCFサービスの運営を始めたReady for^{※2}では17年10月現在、最短10日から設定が可能となつている。

CFは簡単に始められるものだが、勝手にお金が集まってくるものではない。そして目標金額を達成できなければ例外はあるが1円ももらうことはできない^{※3}。支援する側は、お金を出した以上は絶対に達成してプロジェクトの内容を実行してほしいという気持ちで支援者となる。そしてプロジェクトを実行する側は、あと少しで達成できる、達成できなければ全て「なかつたこと」になつてしまふという場面で、本気になつて支援を呼びかけるようになる。そこに熱狂が生まれ、お金が集まるのである。

福田会は1876(明治9)年に創立された日本で最も古い児童養護施設である。そして1920(大正9)年、第一次世界大戦後にシベリアで孤児となつていたポーランドの子どもたちを受け入れ、看護した歴史

を持つている。そうした関係から同国大使館との交流を持つており、ワルシャワ開催の「児童養護施設の子どもたちのためのサッカーワールドカップ」へ出場することとなった。2016年に初出場した際、CFで渡航費などの一部を調達する計画があつたものの、東京都社会福祉協議会児童部会との協力で共同募金会からの助成が決定し、見送つた経緯があつた。社会福祉法122条によれば「受配者の寄附金募集の禁止」として、共同募金の配分を受けた者は、その配分を受けた後一年間は、その事業の経営に必要な資金を得るために寄附金を募集してはならない」とされている。

その計画は、プロジェクト「養護施設の子どもたちとポーランドとの絆」オブジェを修復したい^{※1}へ引き継がれることとなる。ポーランド駐日大使館より、歴史の継承と施設の子どもたちとの友好の証として寄贈されたオブジェ「Bioro omni g Univer se」は、もともと出版されていた神戸の芸術展から東京への搬送中に一部が壊れ、寄贈から2年が経過したものの修復されずにあつたため、状態は悪化していた。作者である彫刻家のツイイレル・ザクシェフスキ氏をポーランドより招いて修復作業を行い、2年遅れの除幕式を開催するための費用をCFで募つたところ、40日間で53万3000円を

参考図書「クラウドファンディングで資金調達!」
小田恭史著(あさ出版・2015年5月)

- ※1「キンコン西野クラウドファンディングで1億円突破」
(毎日新聞・2017.7.16)
- ※2「リターン」などと呼ばれる。
- ※3 主道ではないが達成できなくても集まった金額だけ受け取れるものもある。

○社会福祉法人福田会ホームページ
<http://www.fukudenkai.or.jp/>
○福田会後援会ホームページ
<http://fukudenkai.org/>



クラウドファンディングを通して 共感してくれる仲間づくりを

プロジェクトへの支援を一過性のものにならないために必要なこと

資金調達の有効な手段として関心が高まっているクラウドファンディングは、最近ではヘルスケア分野においても注目を集めている。前号に引き続き、社会福祉法人の成功事例を元にクラウドファンディングの手法とその活用について考察する。

特別寄稿

クラウドファンディングが社会福祉法人の活動を豊かにする② —社会福祉法人福田会の成功事例から—

社会福祉法人福田会 本部広報・ファンドレイザー／うんすい総研代表 阿部 浩一

「初速で勢い」を仕掛けることが大切

クラウドファンディング（以下、CF）を達成させる秘訣の一つに「初速で勢い」というものがある。最初の5日間が目撃金額の20%を達成できていれば、8割方そのプロジェクトは達成できると言われる。それはそもそも失敗するプロジェクトには初めからお金は集まらないことを意味していると言える。

とは言うものの、放っておいても最初の段階から支援が集まれば苦労はない。開始日までに知人友人、従来からの支援者、寄付者のレベルが始まったらすぐに入金してもらえるよう依頼しておくなどの準備や宣伝が必要となる。開始早々にたくさんのお金を集めているプロジェクトには注目が集まる。

プロジェクトが始まってからも、支援してくれそうなところへメールを送る、TwitterやFacebook、ブログ

などSNSに投稿する。また、各種メディアへ取材してくれるようプレスリリースを送ってみるなど、ウェブを中心に情報を発信し続けることが必要だ。前号で紹介した岩手の女性は、ポータルが好きな日本人向けの情報サイトの記事を読んだことが支援のきっかけとなっている。

著名人や著名なメディアから紹介されれば支援は増えるが、CFではインフルエンサーと呼ばれる「3,000人のフォロワー（読者）やFacebookの「友達」を多く抱えるウェブ上で影響力の高い一般人に、関心を持って取り上げてもらえることで情報が拡散されて達成につながりやすい。

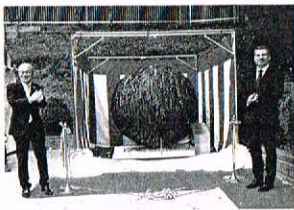
プロジェクトのタイトルにこだわることの重要性

その後、福田会では16年4月14日に発生した熊本地震で被災した、NPO法人障がい者支援の会すまいる¹へ、復興支援の一環として団庭に

現在、福田会の団庭には昔もたれ部分に「肥後六花」の中から、肥後あさがお、肥後菊、肥後つばきの花があらわれた3脚のベンチが並ぶ。当初は単に園庭のベンチが欲しいけど資金が足りないというだけの話だったものを、このような発想と結びつけたことによって支援者の共感を誘い、CFで資金調達ができたという事例である。

返礼品の設定で変わる
支援の動向

前号で掲載したCFプロジェクト「養護施設の子どもたちをポーランドのサッカーワールドカップへ²」では、目標金額を200万円とそれまで2回実施したプロジェクトよりも高い設定とし、実施期間を60日間とした。前半の30日間は支援の輪が広がらず苦戦を強いられたが、返礼品にポーランド菓子の「ボンチキ」を投



CFによるプロジェクト達成により修復されたオブジェ「Blooming Universe」

入したことで流れが変わり始めた。

ボンチキを販売するウェブショップ「ボンチキヤ」の代表である坂元萌衣子氏がインフルエンサーであったことから、ボンチキヤのファンやポーランドにゆかりのある人々の間で広がりを見せ始めた。ポーランドのウェブメディアなどへ自発的に働きかけを行う支援者も現れ始め、ポーランド本国からも支援が相次ぐようになった。ちなみに坂元氏を福田会へ紹介したのは、オブジェ修復プロジェクトのときの支援者であり、CFの魅力の一つである新しい仲間づくりがここで図らずも実現するカタチとなった。終盤にかけて増した勢いは実行者側の思惑を超えて、最終日まで4日を残しての目標金額達成となった。

同プロジェクトでは返礼品の設定の仕方が達成に大きく影響を与えることとなった。開始時には福田会の就労支援B型事業所で制作している商品やポーランド雑貨、ワールドカップ壮行会への招待といったものが主な内容だった。ここにボンチキが加わり、さらに運営会社Readyforの担当者だった齋藤悠太氏の助言で、応援サポーターコース³という返礼品のない返礼品を追加したところ、実に多くの支援が集まる結果となり、「子どもたちのために寄付はしたいけど返礼品はいらぬ」という潜在的な層が多くいることを知るようになった。プロジェクトを達成し、福田会の

子どもたちを含む都内63施設からの選抜メンバー10人は無事に大会出場を果たした。結果は残念ながら予選敗退となったものの、子どもたちは日本全国、そしてポーランドからの多くの温かい支援のおかげで異文化に触れ、外国語を学んでみたいという子どもも現れるなど、取り組みは大きな成果を挙げることとなった。

終わりに

日本の非営利組織（NPO）は、資金集めがうまくないとよく言われる。NPOの資金調達全般を指すファンドレイジングという言葉が関係者の間で少しずつ知られてきてはいるものの、一般的な認知度はまだまだである。

本稿では福田会で16年から17年に取り組まれた3つのプロジェクト成功事例を通じて、社会福祉法人がCFの活用によって資金調達により多くの人々へ自分たちの活動を広報宣伝でき、同時に組織のミッションに共感してくれる仲間づくりも可能であることを示した。

サッカーワールドカップのCFプロジェクトでは、1万円以上の支援者には福田会後援会の年会費1口1万2000円が初年度は無料になる⁴という返礼品を設定した。これは入会によってプロジェクト終了後も

支援者をフォローし続ける理由を作っておき、できればその中から次年度以降は会費を納め、継続更新してくれる支援者がいてくれるという発想に基づき、このように、工夫次第でCFがきっかけでできた縁を、その一回限りで終わらせず育てていくことも可能となる。

社会福祉法人が寄付や会費を過性のものにならないためには、従来の寄付者との関係性や寄付に対する捉え方の再構築も必要となるだろう。日本ファンドレイジング協会代表理事の鶴尾雅隆氏は著書⁵の中で、社会課題を解決する人々に必要なのは「施しのお金」ではなく「未来への投資」だと述べている。好むと好まざるにかかわらず、少子高齢化社会にあつて行政依存では先細りし明らかであり、そのような状況の中で社会福祉法人にとっても、CFは大きな可能性と希望を与えてくれる仕組みであると言える。

設置するベンチの制作を依頼するプロジェクト「児童養護施設と高齢者施設を繋ぐ幸福のベンチを熊本から東京へ⁶」を実施。30日間で購入費用として21万9000円を集めて達成となった。

CFを実施する際に、タイトルの決め方は重要だ。このプロジェクトのタイトルがもしも「熊本の障がい者施設で作ったベンチを東京の社会福祉法人へ設置したい」であればどうだったであろうか。やはり「幸福のベンチ」という単語のほうに訴求力があつたのではないだろうか。

児童養護施設や高齢者施設を運営する東京の社会福祉法人が、地震で被災した障がい者就労施設にベンチの制作を依頼し、利用者、職員、地元の人々による共同作業で作された3脚の「幸福のベンチ」が熊本から東京へ届けられ、子どもたちと高齢者の憩いの場に設置される。このような物語をアビールして支援を呼びかけた。

参考図書「クラウドファンディングで資金調達!」小田藤央著（あざ出版・2015年5月）

※1「改訂版 ファンドレイジングが社会を変える!」鶴尾雅隆 著（三一書房・2014年8月）