

地域食農連携でのクラウドファンディングの活用

—中央LFP事務局プロデューサー 株式会社アール・ピー・アイ・木佐貫正博—

令和3（2021）年度より農林水産省の新規事業としてスタートした「地域食農連携プロジェクト（LFP：local food project）推進事業」では、開発された新商品のテストマーケティングとしてクラウドファンディングの活用を推奨している。本稿では、LFPにおけるクラウドファンディングの活用の効果について考えたい。



木佐貫 正博（きさぬき まさひろ）

1998年株式会社アール・ピー・アイ地域計画総合研究所（現株式会社アール・ピー・アイ）入社。調査計画部マネジャーを経て、2011年より執行役員就任。

◇LFPにおけるクラウドファンディングの位置付け

LFPは社会的課題解決と経済的利益の両立を目指しており、その実現の手段として、新たな商品の開発に取り組んでいる。

LFPにおける社会的課題は、他者に対応しておらず、まだ解決に至っていない課題であり、その解決は顧客ニーズの創出、競争力強化につながるビジネスチャンスである。開発される新商品は、類似商品の単なる改良品ではなく、LFPの戦略に基づく独自のコンセプトと、イノベーションによる新しい何かを有するものである。このため、本格的に販売する前にテストマーケティングを行い、新商品の市場性や課題を把握することが重要である。

LFPのテストマーケティングとして、クラウドファンディングは非常に効果的と考えられる。クラウドファンディングは、「インターネットを通じて不特定多数の支援者・賛同者から資金を集めること」（三省堂コンサイスカタカナ語辞典）で、群衆（crowd）と資金調達（funding）を組み合わせた造語である。インターネットを活用することで、幅広い人々に対して新商品をアピールし、資金を募ることが可能になる。多くのクラウドファンディングサービスは、調達できた資金に一定の手数料がかかる成果報酬型となっており、必要なコストも抑えられる。

クラウドファンディングには複数の資金調達方法があるが、新商品のテストマーケティングとしては、新商品を返礼品として資金を募る購買型が適すると考えられる。購買型のクラウドファンディングでは、資金の出し手となる支援者に対し、返礼品となる新商品の性能や仕様だけでなく、コンセプトや開発者の思いなどを示すことができる。LFPで開発された新商品が実現する社会的課題解決の価値を、しっかりアピールできる。そして、新商品を返礼品として募ることができた資金により経済的価値を確認でき、LFPにおける効果的なテストマーケティングになると考えられる。

◇LFPにおけるクラウドファンディング活用の効果

LFPにおけるクラウドファンディングの主な効果としては、以下の三つが考えられる。

○現実的な販売可能性を確認できる

返礼品とする新商品の予定販売価格と、支援者に対して募る提供金額とを同程度とすることで、新商品のコンセプトを評価し、予定販売価格の価値を認め資金を提供する人がいるかを試すことができる。これにより、現実的な販売可能性を確認でき、結果が振るわなければ、コンセプトの設定やターゲット、商品の仕様、価格設定などを見直すことも可能になる。

○幅広い支援者を集めることができる

クラウドファンディングを活用することで、全国の幅広い人たちにプロジェクトをアピールすることができる。それに

よって、新商品が実現を目指す社会的課題解決について賛同し、支援したいと考える人たちと幅広につながることも可能となる。クラウドファンディングの終了後も支援者とはコンタクトを取ることができるため、商品の改善点などをヒアリングすることもでき、本格的に販売する際のサポーターになってもらうことも期待できる。

○資金を獲得できる

クラウドファンディングの最大の特長は、資金を調達できることである。L F Pで開発された新商品を返礼品とすることで、支援者を確保できれば資金を獲得することができる。クラウドファンディングのコストとして、調達した資金から手数料が差し引かれるが、獲得できた資金のボリュームによっては、今後の取り組みに生かすことができる可能性もある。

◇クラウドファンディング活用の支援

クラウドファンディングのサービスは数多くあり、L F Pに取り組む地域が選定する。ただ、クラウドファンディングの活用実績がある地域は少なく、サービスを選択するのは簡単ではない。中央L F P事務局では株式会社マクアケ（以下、マクアケ社）と連携し、クラウドファンディングの活用を支援している。

マクアケ社は、クラウドファンディングサービスの「M a k u a k e」を運営している。M a k u a k eの会員数は170万人を超え、会員によるリピート購入率が70%超、これまでに1万7000件以上のプロジェクトの実績がある。L F Pにおいてクラウドファンディングに期待される幅広い人々に対する新商品・サービスのアピールが可能である。また、リピート購入率の高さから、新商品に対する現実的な評価も期待できる。

M a k u a k eで新たに開始されるプロジェクトは1カ月平均で約600件に上り、L F Pの取り組みが埋没しないようにP Rしていかなければならない。このため中央L F P事務局では、M a k u a k eの中に、L F Pで開発された新商品を並べたP Rページを設置する予定である。L F Pの概要や取り組み内容、M a k u a k eを活用するL F Pで開発された新商品を掲載することとし、8～9件の新商品を掲載できP R効果を出せるタイミングに開設する。現在、多くの地域ではL F Pの戦略を策定し、戦略に基づく新商品の開発を進めているところであり、その後に試作品の作製に取り組むこととなる。このため、開設は来年1月ごろになる見込みである。

L F Pに取り組む各地域がクラウドファンディングを理解することで、その活用が促進される。中央L F P事務局では、L F Pに取り組む地域の関係者に対して、マクアケ社の担当者からクラウドファンディングの仕組みや効果的な活用方法、事例などを紹介する合同説明会をオンラインで開催した。今後、各地域との個別相談会も行い、クラウドファンディングのより効果的な活用を進めていく。

