

医療分野におけるクラウドファンディング

Crowdfunding in the Field of Medicine

堀 田 真 理

1. はじめに
2. クラウドファンディングの概要
 - (1) クラウドファンディングとは
 - (2) クラウドファンディングの種類と市場規模
 - (3) 寄付型と購入型クラウドファンディングの特徴
3. 医療分野における活用
 - (1) 医療分野におけるクラウドファンディングの拡がり
 - (2) 実際の活用事例
4. クラウドファンディングをめぐる理論的な観点からの課題
5. おわりに

1. はじめに

昨今の医療機関をとりまく環境は、新型コロナウイルスの感染拡大以前から、診療報酬改定を重ねるごとに厳しい状況に置かれつつあった。公的病院の再編・統合の議論も進みつつあったなかで、新型コロナウイルスによる病院経営への影響は深刻化し、2020年4月時には、全病院の約7割近くが赤字であり、多くの病院において経営状況が極端に厳しかったことが明らかにされていた（日本病院会他,2020）。こうしたもと、当時、院内感染の影響により、外来診療や新規入院の受け入れ停止などで大幅な赤字を抱え、運営継続の危機に立たされていた「永寿総合病院」（東京都台東区）に、クラウドファンディングで最終的には5000万近くの支援が集まったことは、その後の医療分野におけるクラウドファンディングの拡がりにも少なからず影響を与えたのではないだろうか。

医療機関においては、株式発行といった直接金融による資金調達手段が存在せず、これまで、自治体病院において取り入れられた「病院PFI（Private Finance Initiative）」といった手法や、直接金融に近いものとして、「診療報酬債権流動化」などに注目して検討をおこなったものの、スキームの複雑さや健全性等、課題は多く存在し、その後の進展もあまり見られなかった。クラウドファンディングは、インターネットを介して、資金調達者のプロジェクト内容や思いに共感し、応援したいという人達から直接に資金を集める仕組みであり、直接金融にも似た新しい資金調達手法である。しかしながら本来は、創業後、間もない成長企業を、資金調達の面から支援することで新規事業を推進させていくための手法として導入されたものである。昨今のコロナ禍においては、前述の永寿総合病院も一例であ

るが、医療分野においてさまざまな形態のクラウドファンディングが活用されつつある。

クラウドファンディングに関する先行研究としては、実証的な観点からは多くの分析がなされており、保田（2021）において詳細なレビューがなされているものの、経済学的な観点からの分析は、未だに整っていないのが実状である。そうしたなか、井上（2017,2020a,2020b）では、典型的な購入型クラウドファンディングに関する理論モデルを提示し、それに対する理論的な課題を指摘するとともに、情報の非対称性といったクラウドファンディングの本質的問題について言及している。

本稿の構成は以下の通りである。まず2章において、クラウドファンディングの概要について触れるとともに、医療分野において多くみられる購入型・寄付型クラウドファンディングの特徴について整理する。3章では、それらを踏まえ、一端ではあるが、最近のコロナ禍で、医療分野において活用された、いくつかの事例を取り上げる。4章では、井上（2017,2020a,2020b）をもとに、クラウドファンディングにおいて理論的な観点から考慮すべき課題について言及し、最後に5章において本稿全体をまとめる。本稿では具体的な理論モデルの検討までは至っていないが、今後も資金調達の一手法として、医療分野において多様な形で活用が期待されるクラウドファンディングに関し、今後に向けた課題について整理する。

2. クラウドファンディングの概要

(1) クラウドファンディングとは

保田（2021）によると、クラウドファンディングについて、2013年に金融審議会では「新規・成長企業等と資金提供者をインターネット経由で結びつけ、多数の資金提供者から少額ずつ資金を集める仕組み」（保田,2021,P.10）と説明しているという。すなわち、本来はベンチャー系の成長事業を資金調達の面から支え、推進させることが目的とされていた。しかしながら、近年、クラウドファンディングの認知度も向上し、市場規模も急速に拡大していくなかで、成長事業に限らず、より一般的には、何らかのプロジェクト目的をもつ個人や事業者に対して、インターネット上のプラットフォームを通じ、不特定多数の出資者が小口の資金を提供する仕組みを意味するようになった。実際にクラウドファンディングを扱うプラットフォームの立場からは、たとえば、もっとより具体的に、「インターネットを通じて、プロジェクトの実行者が自分のアイデアや活動内容を発信することで、その思いに共感した人や活動を応援したい人から資金を集める仕組み」（金井・金久保,2021,P.14）と説明している。

こうした内容の変化からも分かるように、最近では市場の多様化と細分化が進んでおり、「それがクラウドファンディングへの期待感をさらに高め、その分、状況の把握と最適活用についての理解を促進することの重要性も高まっている」（保田,2021,P.10）。後述のように、クラウドファンディングが医療分野において増え

てきているのも、単に資金調達的手段に限らず、コロナ禍において、より一層、「社会を変える実行力を伴ったオピニオンメディア」（矢野経済研究所,2021）の役割を担っているからである。同資料においては、クラウドファンディングに対する今後の展望に関して、プロジェクト内容も、社会的課題と密接する案件を通じた資金調達に活用されることで、今後においても重要な役割を担うと指摘する。

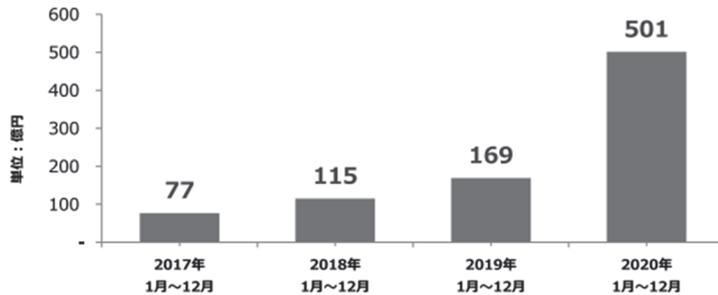
(2) クラウドファンディングの種類と市場規模

クラウドファンディングの種類は、寄付型、購入型、融資型（不特法型⁽¹⁾を含む）、ファンド型、株式型の5つ（または6つ）に大別される。このうち、寄付型と購入型は金銭的なリターンを求めない「非投資型」である。ただし、寄付型と購入型は、どちらも寄付的な要素を含むことから明確な区別が難しい場合も多く、実際に寄付型案件を多く扱う大手プラットフォーム「READYFOR」の場合にも、寄付型と購入型を明確には区別していない⁽²⁾。他方、融資型、ファンド型、株式型は、プロジェクトから発生した利益分配や株式配当など、何らかの金銭的なリターンを目的とする「投資型」とされ、クラウドファンディングでも、これらは明確に区別されて論じられる。

矢野経済研究所（2021）の調査結果⁽³⁾によると、国内クラウドファンディング市場の2020年度における市場規模は、年間の新規プロジェクト支援額ベースで約1841億7700万円であり、前年比で17.6%の増加であるという。また、日本クラウドファンディング協会（2021）における市場調査結果によれば、2020年（1月～12月）におけるクラウドファンディング類型別でみた市場規模は、寄付型を含む購入型が501億円、融資型（不特法を含む）が1,186億円、ファンド型が11億円、株式型が9.2億円であり、金額的には融資型が圧倒的に多い。しかしながら、取り扱い件数としては購入型（寄付型を含む）が多く、医療分野における活用の中心は寄付型または購入型である。

（図表1）は、同資料から抜粋した「購入型クラウドファンディングの市場規模の推移」を示したものであるが、とりわけ、2020年になって大きく増加していることが分かる。同様に、矢野経済研究所（2021）においても、寄付型及び購入型における新型コロナウイルス関連のプロジェクトが急増し、具体的な内容としても、「医療従事者、医療機関向けサービスの応援、感謝」、「除菌や抗菌商品、マスクなどの購入」といった医療と密接に関わるプロジェクトが多かったことが指摘されている。

図表 1 購入型（寄付型を含む）クラウドファンディングの市場規模推移



2020年12月までの過去累計金額(全サイト合計) : 952億円

金額の集計方法

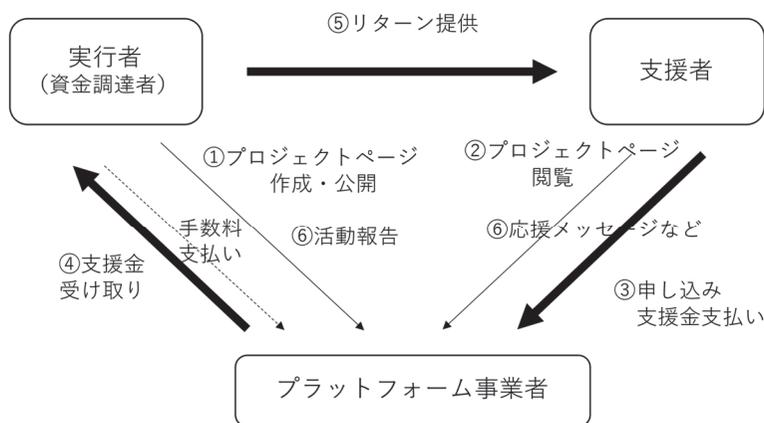
- 下記サイトに掲載されている全案件の募集金額(実際に起案者が集めた金額)を集計
 - ▶ Makuake、READYFOR、CAMPFIRE(FAAVO含む)、GREEN FUNDING、Motion Gallery、Kibidango、A-port
 - *Makuakeのみ開示情報の範囲内で決済総額を集計
- 当協会会員の運営サイトについては集計額の内容確認を依頼、誤差が大きい場合は運営サイト側の認識額へ修正
- 集計は暦年ベースで行い、各プロジェクトの終了時点において募集額の全額が発生した前提を設けている

(出所) 日本クラウドファンディング協会 (2021) より抜粋。

(3) 寄付型と購入型クラウドファンディングの特徴

前述のように、寄付型と購入型とは、どちらも寄付的な要素を併せ持つため、具体的な事例においては明確な区別が難しい場合も多い。(図表2)は、購入型クラウドファンディングの基本的な構造を表したものである。寄付型においても、ほぼ同様の仕組みである。すなわち、資金調達を行う実行者は、まず、プラットフォームを介して、事前審査通過後にプロジェクトの詳細を記載した「プロジェクトページ」を作成して公開する。プロジェクトページには、プロジェクトの内容のほか、募集期間や目標調達額が明記されており、それを閲覧した支援者は、共感して賛同すれば支援を申し込み、支援金を支払う。なお、最終的にプロジェクトが実行されるかどうか、支援金を受け取ることが出来るかどうかは、後述のように調達方式によって異なる。プロジェクト実行後に、プラットフォームへは、調達額に応じた手数料が報酬として支払われ、支援者に対しては、プロジェクトページで示された何らかの「リターン」が提供される。このように、クラウドファンディングにおいては、実行者、プラットフォーム、支援者という3つの主体が密接に関わり合っている。

図表2 購入型クラウドファンディングの構造



※ 実際には、支援金は手数料を控除された残額として受け取る

(出所) 三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング (2020) をもとに加筆作成。

以下の2つの図表は、井上 (2017) をもとに、寄付型と購入型の特徴について比較した表である。寄付型は、何らかのプロジェクトに対して寄付をおこなうものであるが、クラウドファンディングの場合、募集期間と目標金額が具体的に設定され、プロジェクト公開後は変更できない点で、一般的な寄付の場合とは大きく異なる。ただし、後述の具体的な事例でも多く見られるように、いったん、最初の目標額に向けて開始し、公開後の早い段階で目標金額を達成できると、その後、次の目標額を設定してステップアップすることは可能である。プラットフォームが介在し、事前に審査を行って適切と判断したプロジェクトが公開されることや、プロジェクトページには資金使途や寄付額も具体的に明記されることから、通常の寄付よりは信頼性や透明性がある (井上 (2017))。プラットフォームの収入が募集金額に応じて増える仕組みゆえに、プラットフォーム側も過大な募集額に向かわせる可能性も否定できず、公開すれば一定程度の寄付は集めることが可能となるため、結果として過剰な寄付につながる可能性を井上 (2017) は指摘している。理論モデルにおいても課題とされているように、「寄付対象としての事業評価が難しく、「寄付の結果や成果を寄付者のみならず、中立的な主体が評価し公開する仕組みが必要」 (井上,2017,P.38) である。

図表 3 寄付型クラウドファンディングの特徴

出資対象	目標額を設定したプロジェクト (社会的プロジェクトが多い)
資金提供者（寄付者） のリターン設定	なし(あるいは対価性のないものに限り可能) (例) お礼のメール、活動報告、HP への名前記載等)
資金提供者のメリット とリスク	(メリット) ・信頼性や透明性、利便性など ・寄付金控除になる場合は、税制上の優遇措置あり (リスク) ・寄付金の使途に関する実行者側の不正
実行者（資金調達者）の メリット	・資金調達の迅速性、広範性 ・募集広報等にかかる人件費が低くてすむ
プラットフォームの 収入（手数料）	募集額の 15%～17%程度
留意点	・寄付ゆえに、対象事業の社会的な価値評価が困難 ・過剰な寄付につながる可能性

(出所) 井上 (2017) をもとに作成。

これに対して購入型は、プロジェクトへの支援に対して、商品やサービス、体験や権利といった非金銭的なリターンが販売できるものである。商品やサービスの予約購入といった意味合いの場合もあるが、寄付的な要素を併せ持つことから、寄付型との明確な区別は難しく、その特徴についても、同様の部分は多い。

これらの類型による区別とは別に、寄付型を含む購入型においては、(図表 5) のように、調達方式による区別が明確である。この調達方式の違いがプロジェクト実行にも影響を与えるという点では、寄付型よりも購入型の場合において顕著である。寄付型においては、例外はあるものの、すでに投資済みのプロジェクトや、経営への支援など、寄付によって集まった分を充当できる「All-in 型」が多く、プロジェクトの実行自体は確約されたものであるため、資金提供者にとって、プロジェクトの実行性という点でのリスクは存在しない。これに対して購入型の場合においては、「All or Nothing」方式では、目標額に達しないとプロジェクトを実行できないリスクを伴う。もっとも、それゆえに「過大な目標金額を設定するインセンティブは小さく」(井上,2017,p.40)、過剰出資につながるリスクは、寄付型や「All-in 型」よりも小さくなる。一方で、購入型において「All-in 型」を選択すると、プロジェクトの実行が確約されてしまうため、採算が見込めないようなケースにおいては、資金調達者にとってのリスクは大きいものとなる。

図表 4 購入型クラウドファンディングの特徴

出資対象	目標額を設定したプロジェクト (新規商品サービスの開発や生産のほか、復興支援や社会事業などの社会的プロジェクト)
資金提供者(支援者)のリターン設定	予約購入の商品やサービス、体験や権利、グッズなど(実質的なリターンはほぼ無し)
資金提供者のメリットとリスク	(メリット) ・新商品やサービスの購入、共感できるプロジェクトへの参加、支援体験などに対する「満足」 (リスク) ・プロジェクトが実行されないリスク ・成果物や期日遅延等、実行者側のモラルハザード
実行者(資金調達者)のメリットとリスク	(メリット) ・資金調達の迅速性、広範性 ・商品提供前(前払い的)に資金調達が可能 ・採算見込みを知る事前の「需要調査」となり得る ・募集広報等に伴う人件費のコストが低くてすむ (リスク) ・期日までに集まらず実行不可となる場合がある ・アイデアの流出リスク
プラットフォーム事業者の収入(手数料)	募集額の8%~25%程度
留意点	・寄付の要素があり、対象事業の社会的な価値評価が困難 ・過剰な出資につながる可能性

(出所) 井上(2017)をもとに作成。

図表 5 調達方式による分類

	All or Nothing 型 (達成時実行型)	All-in 型 (実行確約型)
目標金額設定	あり	あり
支援金(寄付金)の受け取り	調達分が目標金額に達した場合に限りプロジェクト「成立」。未達時は「不成立」で全額返金。	目標額に達しない場合でも、支援分を受け取ることができる。プロジェクト実行は確約なので、不足分は実行者の補填。
手数料の発生	目標金額に達した場合のみ発生する	目標金額の達成可否に依拠しない
公開(募集)期間	最長 59 日	最長 90 日

(出所) 金井・金久保(2021)をもとに作成。

3. 医療分野における活用

(1) 医療分野におけるクラウドファンディングの拡がり

ここでは、とりわけ医療分野にかかわるクラウドファンディングについて、実際の活用事例を含めて概観してみたい。金井・金久保（2021）によれば、最近はコロナ禍の影響と、クラウドファンディングの認知度向上により、医療分野でのクラウドファンディングが増加しており、「READYFOR」が2020年に実施した「医療系クラウドファンディング」⁽⁴⁾の支援総額は、前年比7.9倍にもなるという。以前は大学病院をはじめ、公立病院などが中心であったものの、最近は、後述の事例のように、医療法人立の医療機関が活用する例も増えており、寄付金控除対象にならない場合でも、「純粋に医療機関を応援したいという気持ちによる善意の寄付」（須田,2021,P.18）が増えている。また、プロジェクトの形態や内容も多様化しており、従来のような「病棟改修や慰労金など経営的側面からの資金調達以外に、啓発目的のプロジェクト」（金井・金久保,2021,P.18）も見られるようになってきていると指摘する。

井上（2020a）も、2020年の新型コロナウイルス拡大を機に、とりわけ、従来とは異なった形態や内容の購入型クラウドファンディングが生まれてきている点を指摘している。「コロナ禍での外出自粛による需要激減、営業自粛による収益悪化、感染防止対策によるコスト増などによって窮地に追い込まれた事業者が、事業存続のために行う購入型クラウドファンディング」（井上,2020a,P.26）は、本来の購入型クラウドファンディングが必要とされてきた、新規事業フォローアップのための資金調達とは異なるものである。コロナ禍の医療機関もまた、受診控えによる患者減、コロナ患者受け入れによる入院制限や、院内感染等による外来受入制限に伴う収益悪化、防護服やマスクなどのコスト増など、経営存続の観点から同様の状況である。井上（2020a）は、そうした最近の事例を具体的に例示しつつ、購入型クラウドファンディングに関する理論モデルをもとに、改めて、こうした新しい形態の購入型クラウドファンディングが、コロナ禍において、事業の存続や地域医療を支える「大きな社会的課題を解決する装置として有用」（井上,2020a,P.26）であることを確認している。

医療支援に見られるような、社会的課題を解決するための資金調達手段は、CCF（Civic Crowd Funding）と呼ばれる。CCFは、後述の事例でも取り上げるように、わが国において、「自治体が抱える課題を解決するために、ふるさと納税のスキーム下でクラウドファンディング的に資金調達をして特定のプロジェクトを実施する手法」（保田,2021,P.51）として定着してきた⁽⁵⁾という。しかしながら、より広範な社会的課題に対し、緊急的な支援など細かいニーズに合わせて機動的に立ち上げるには、ふるさと納税のスキームよりも通常のクラウドファンディングを用いるほうが使いやすく、実際に「READYFOR」が扱っている医療支援に関わる案件の多くは、このタイプのものであるという⁽⁶⁾。保田（2021）は、こうしたCCFは未だ「黎明期」（P.61）にあり、詳細な分析は今後の課題、と指

摘している。医療分野における新しい形態のクラウドファンディングについても、社会的課題解決に向けた CCF の枠組みからの解釈を加えることも必要である。

(2) 実際の活用事例

これまでの内容を踏まえ、最近実施された医療分野に関する多様なクラウドファンディングの事例をいくつか取り上げてみたい⁽⁷⁾。(図表 6)は、2020 年以降、成立したプロジェクトの中から、特徴的なものを抜粋して整理したものである。

③と④は、目標額に達しなかったが、All-in 型であったため、プロジェクトとしては成立した。すでにプロジェクトの実施が決まっており、集まった資金を充当することで可能な場合、緊急性というメッセージは伝わりにくい。また⑤は、All or Nothing 型ではあったものの、開始後 5 日という早い段階で目標額に達し、その後、1500 万円の第 4 目標までアップされており、募集終了日までに集まった寄付金を実行者は受け取ることになる。寄付型の調達方式としては少ない事例のようにも思われるが、達成しないとプロジェクト実行がかなわない、という状況を作り出すことで、支援者の期待を高めることにつながっている。支援者側も、実行されなくても返金されるので、寄付を行いやすいというメリットもある。

形態について、「READYFOR」のサイトにおいては明確な区別がなされていないが、「寄付型」の要素が強いのは、②、④、⑤、⑥であろう。⑥は、公的病院のように寄付金控除の対象とはならない医療法人立の医療機関が自ら実行者となって実施した例である。「医療経営士」(2021,5 月号,P22-23)によると、医療機関が自ら取り組む事例としては初めてのものであり、それを職員に還元する仕組みとして注目されたという。コロナ禍、社会全体として医療機関支援への注目が集まっており、また病院自らが主体となったことで、経営状況にも関心が集まり、多くの支援につながったと指摘している。この事例は前述のクラウドファンディング型 CCF ともいえるものである。同様に、CCF に該当する仕組みでも、従来のように、ふるさと納税を用いた事例が④である。

④は、緊急事態宣言によりお花見イベント等が中止になった状況下で、中目黒商店街が発案したものであり、ふるさと納税によるクラウドファンディングで目黒区が寄付を受け付け、これを助成金として受けた中目黒商店街が、飲食店にお弁当を発注し、区民や企業からの応援メッセージとともに医療従事者へ届ける、というプロジェクトであった。双方にとっての支援につながる事例であるが、ふるさと納税という仕組みゆえに、目黒区を越えた広範な支援につながらなかった。

これらに対して、購入型の要素が強いと思われる事例が①や③である。①では支援金額に応じた個数のグッズ(キーホルダー)配布を啓発に取り込んでいる。また③は、すでに試行的に開発された発熱検査用の高機能コンテナが埼玉県内の 2 病院へ貸与されており、大企業などが需要調査を兼ねて試行的にクラウドファンディングに参入する事例(保田(2021))と類似している。All-in 型ゆえ、プロジェクトとしては成立したものの、目標調達額には達しておらず、他の事例のような緊急性のあるメッセージは伝えにくくなっている。

図表6 医療分野における購入型（寄付型を含む）クラウドファンディング

プロジェクト	実行者	内容	目標額 (実績額) 単位：円 およびリターン	支援者 数	方式	募集日 数（終 了日）
① 「キーホルダーで ワクチン接種率を 上げよう」 (啓発目的)	医師	ワクチン接 種済みが分 かるキーホ ルダー製作 配布	350,000 (1,162,000) 支援額に応じた キーホルダー	278	-	20日 (2021/ 7/19)
② 「こびナビ： コロナワクチンプ ロジェクト」 (啓発目的)	医師 や専門家 集団	コロナワク チンに関す る正確な情 報発信	5,000,000 (30,325,000) お礼のメール、 特別リーフレッ ト、HPへの名前 掲載等	1,999	-	28日 (2021/ 3/31)
③ 「安全検査の 『発熱検査センタ ー』を広めたい」	日本 総合研 究所	感染防止の ための高機 能コンテナ の開発製造 すでに2病 院に貸与済 みの運営費	10,000,000 (5,466,000) お礼のメール、 活動報告書、資 料冊子、HPへの 名前掲載等	215	All -in	88日 (2021/ 2/26)
④ 「心にさくら プロジェクト」 (ふるさと納税 型)	目黒 区	地域飲食店 の経済支援 を兼ねて、お 弁当と応援 メッセージ を医療従事 者に届ける	5,000,000 (3,526,000) ふるさと納税に よる税額控除	158	All -in	61日 (2021/ 5/31)
⑤ 「新型コロナウイルス次世代治療薬 への挑戦：中和抗 体実用化を目指す 研究」 (寄付金控除型)	広島 大学	将来的な治 療薬開発に つなげるた めの基盤研 究に対する 研究費	4,000,000 (10,485,000) ※2021/8/26時 寄付金控除、お 礼のメール、研 究結果報告レポ ート、HPへの名 前掲載等	404 (8/26 時点)	All or No thi ng	58日 (2021/ 9/10)
⑥ 「コロナの冬： 地域医療を守る： 守谷慶友病院（茨 城県）」	医療 法人 慶友 会	コロナ禍に おける収益 減での、職員 への手当て 支給	10,000,000 (47,850,930) お礼のメール、 活動報告書、HP への名前掲載等	2,035	All -in	30日 (2020/ 12/25)

※ ①と②について、すでにプロジェクト終了済みのサイトからは調達方式が明確に記載されておらず、正確な方式は不明。

(出所)「READYFOR」のサイト (<https://readyfor.jp/projects>) および、TRUST BANK (<https://www.furusato-tax.jp/gcf/1196>) をもとに作成。

4. クラウドファンディングをめぐる理論的な観点からの課題

これまで見てきたように、医療分野においても様々な形態のクラウドファンディングが活用されてきているものの、井上（2017）は、クラウドファンディングに関する経済学的な観点からの検討は、寄付的な要素が大きいだけに十分に整理されておらず、そもそもそうした先行研究が極めて少ないことを指摘する。その中でも、Strausz（2017）が提示する分析は、「不確実な需要の下での受注生産に関する One-Shot 意思決定モデル」（井上,2017,P.45）と解釈でき、この分析が「現時点では最も整備された購入型クラウドファンディングの理論モデルの一つ」（井上,2017,P.45）であると説明する。ここでは、この理論モデルの詳細については紹介しないが、「予約販売」による購入型クラウドファンディングを前提とした場合、「前払い」ゆえに、購入者は事前にその商品の質や実行者の行動が把握できないといった情報の非対称性に直面している。このもとで、Strausz(2017)によれば、すべてを「前払い」とせず、「分割払いのスキーム」を取り込むことで、効率的なメカニズムが存在しうることになる。一方でこのモデルには、寄付や支援の要素が取り込まれておらず、また最近見られるような新しい形態の購入型クラウドファンディングへの適用可能性や、プラットフォーマーの行動モデルが存在していない点などを課題として指摘している。しかしながら、事例でも見られたような CCF として事業存続のために行われる購入型クラウドファンディングや、大企業が参入して需要調査的に行なう新規事業の場合などの新しい形態についても、井上（2020a）では、この分析をさらに拡張させた Chang(2020)のモデルに言及しつつ、こうした形態の購入型クラウドファンディングが経済厚生という観点からも有用となり得ることを指摘する。

さらに、具体的な理論分析としては言及していないものの、井上（2020b）においては、上述のような情報の非対称性と、また逆選択の問題が、クラウドファンディングの「本質的問題」とであると説明する。支援に値する適切なプロジェクトか、不誠実な実行者ではないかどうか、過剰出資のリスクといった「事前の評価」における情報の非対称性のほか、資金使途が実施後も適切か、また購入型の場合にはリターン提供が期待通りかどうかといった「事後的な評価」にかかわる情報の非対称性の問題も存在する。CCF として社会的課題解決につながるプロジェクトは、たとえば医療機関の経営難や不採算な医療提供の継続⁽⁸⁾など、緊急性のあるような細かいニーズにも対応することで迅速に資金調達が行なわれる必要性はあるものの、そうした事例が増えてくると、一方では「逆選択の可能性はもちろん排除できない」（井上,2020b,P.29）。こうした情報の非対称性や逆選択につながるさまざまな問題が発生しうる仕組みのもとで、これを軽減するという点でも、とりわけプラットフォーマーが果たす役割は大きく、理論的観点からの行動モデルは未だ今後の検討課題としつつも、不適切なプロジェクトや実行者の不正に対し、何らかの明確な判断基準やガイドラインが必要であると指摘する。こうしたプラットフォーマーの質の担保に関わる指摘は、保田（2021）もまた同様であり、「より質の高い案件に注力することで、CF 市場全体の信用性の維持を優先

する可能性」(P.24)を指摘する。

5. おわりに

本稿においては、資金調達の一手法として、今後も医療分野において多様な形で活用が期待されるクラウドファンディングに関し、その構造や具体的な事例にも触れながら、今後に向けた課題について検討した。

理論的な観点からは、井上(2017,2020a,2020b)の分析で示されていたように、代表的な購入型クラウドファンディングの理論モデルをもとに、さまざまな形態の場合についても何らかの拡張が可能であるものの、寄付としての要素や、プラットフォームの行動モデル、支援者と実行者、プラットフォームといった三者間における包括モデルの取り込みなど、理論的なモデルとしての整備は今後の課題ともいえる部分が多く存在していた。また、クラウドファンディングの抱える本質的な問題が情報の非対称性であることに鑑みれば、それぞれの主体には、情報の非対称性の軽減に向けた取り組みが求められていた。

支援者側には、購入型あるいは寄付型のメリットやリスクを含めた基本的な仕組みの理解や、昨今の事例で顕著になりつつあるようなプロジェクト内容の質的变化についての理解が求められる。資金調達側の実行者にとっては、適切な目標金額設定のもと、不正や詐欺の温床とならないよう、情報開示や透明性が求められる⁽⁹⁾ほか、単に資金調達で終わらずに、事後的なフォローも必要である⁽¹⁰⁾。また、プラットフォームにとっても、プロジェクト内容についての質担保や、事後的な評価など、実行者とともに両者の立場から、市場の信頼性に向けた質の維持が求められる。購入型あるいは寄付型の特性からすれば、調達方式の相違によっても過剰出資につながりやすく、またプラットフォームの成果目標が、プロジェクト成功時の目標金額や達成率にあることも、支援者にとっての過剰出資につながりかねない。たとえば、取り上げた成功事例においては、当初第1目標額を低めに設定しておいて、達成できれば継続的に次の目標額を設定することでステップアップしていく例がほとんどであった。適切な目標額設定についても、何らかの中立的な評価が必要である。

本稿で取り上げた医療分野における活用事例は一端にすぎず、類似する事例は他にも多く存在するが、とりわけ事例⑥の「守谷慶友病院」に関するプロジェクトでも明らかなように、社会的課題解決という観点とも相まって、支援者が医療従事者を応援したいという強い思いや、そうした支援者とのつながりが、医療従事者のモチベーションへとつながり、好循環が生まれている。事例④の「目黒区」における取り組みも、「ふるさと納税」という枠組みではあったものの、医療を軸に地域活性化につなげていくことで好循環を目指したものであり、こうしたクラウドファンディング独自の利点は、必ずしも理論的なモデルの枠組みだけでは分析できない部分でもある。

クラウドファンディングについては、理論的には未整備である課題も多く、医療分野における活用については、今後も、市場の信頼性維持の観点からは健全な

形での発展が望まれるが、ベンチャー企業による医療機器開発やとりわけ医工連携分野においては、購入型や寄付型に限らず、株式型や地域金融機関との関わり⁽¹⁾など、新たな方向性も今後の検討課題として期待される。

(1) 不動産特定共同事業法に基づき運営されるプラットフォームを介するもの。2017年より開始された新しいものであり、日本クラウドファンディング協会(2021)では、これを区別して6類型としている。

(2) 「READYFOR」は2011年に登場した国内初の事業者である。支援者が税制上の寄付金控除を受けることができる場合を「寄付金控除型」としているが、それ以外については「通常型」として扱い、購入型との明確な区別はされていない。

(3) 同資料によると、2021年2月～5月に、クラウドファンディング運営企業、利用企業等を対象に実施した調査であるという。ただし、ふるさと納税サイトは含まれていない。

(4) 「READYFOR」のサイトによると、「医療クラウドファンディング」は同社の定義で、「公的医療機関、大学病院、医療法人が行なうクラウドファンディング」のことを示しており、同社では2017年にサポートを開始して以来、これまでの支援総額は約18億円、支援者数は延べ65,000人であるという。プロジェクトの内容としては、コロナ禍で減収となった病院の運営費や、人件費の補填、慰労金、病室や設備などの改修工事費、ドクターカーや医療機器、マスクなどの購入費に関わるものである。

(5) 保田(2021)によると、2013年にはトラストバンクが「ガバメントクラウドファンディング(GCF)」として開始し、その後、2018年にはアイモバイルが「ふるなびクラウドファンディング」を、またソフトバンク系が「さとふるクラウドファンディング」に参入しているという。

(6) 保田(2021)によると、「いわゆるCCFに該当する案件とREADYFORの親和性は高い」(P.60)とみられ、2020年6月までに実施された資金調達額の上位65案件のうち、22件は医療支援に関するものであったという。

(7) なお、ここでは各プロジェクトの詳細な内容については省略する。参考文献に記載の各サイトを参照のこと。

(8) たとえば、朝日新聞(2019年4月30日)によれば、コロナ以前からも税金で支援されているはずの公的病院がクラウドファンディングに頼る事例が増えており、その背景には、民間病院であれば閉鎖するはずの不採算な診療科でも、公的ゆえに存続させなければならない特性があるという。

(9) 実際に、三菱UFJリサーチ&コンサルティング(2020)のアンケート調査結果によると、購入型あるいは寄付型のクラウドファンディングを利用するにあたって、不安を感じたことがある人は62.5%であり、その具体的な内容としては、プロジェクトの実現性のほか、支援金の使途やリターン提供の遅延、実行者の経験や能力、プロジェクトの信頼性などに関わる内容が多かったという。

(10) 実際に、事例②で取り上げた「こびナビプロジェクト」においては、クラウドファンディング実施後、メンバーが最も重視しているのが「情報の正確性を担保すること」であるといい、資金調達後も事後的なフォローを重視している取り組みが窺われる。

(<https://www.nhk.or.jp/gendai/comment/0016/topic031.html>)

(11) たとえば直近では、プロジェクトとしては最終的に成立しなかったものの、「READYFOR」と、一般社団法人「みらいメドテック」、西武信用金庫が三社協定を結び、医工連携クラウドファンディングを実施する第一号案件が設定され、その実績を地域金融機関が、その後の融資の与信、審査に反映させる試みがなされた。

(<https://www.jiji.com/jc/article?k=000000206.000031325&g=prt>)

参考文献

- Chang, Jen-Wen(2020). “The Economics of Crowdfunding” , *American Economic Journal: Microeconomics*, 12(2), 257-80.
- Strausz, Roland(2017). “A Theory of Crowdfunding: A Mechanism Design Approach with Demand Uncertainty and Moral Hazard”, *American Economic Review*, 107(6), 1430-76.
- 朝日新聞(2020).「国公立病院「求むネット寄付」細る資金、不採算の小児医療苦心」『朝日新聞』, 2020年4月30日.
- 井上徹(2017).「クラウドファンディングを巡る諸問題：展望」『横浜経営研究』38(2), 35-47.
- 井上徹(2020a).「新型コロナ禍とリワード型クラウドファンディングの新展開 - その社会的な価値と理論的課題 - 」『横浜経営研究』41(1), 25-39.
- 井上徹(2020b).「我が国におけるクラウドファンディングの課題と可能性」『季刊個人金融』, 2020(秋), 22-33.
- NHK(2021).「『こびナビ』 ”信頼できるワクチン情報” を発信し続ける 医療者たちの挑戦」, NHK2021年8月13日配信記事, <https://www.nhk.or.jp/gendai/comment/0016/topic031.html> (2021年8月26日参照) .
- 金井真澄・金久保智哉(2021).「解説：クラウドファンディングとは何か」『月刊医療経営士』, 株式会社日本医療企画, 82, 14-19.
- 月刊医療経営士編集部 (2021).「事例 医療者を守るための病院の挑戦 医療法人慶友会守谷慶友病院」『月刊医療経営士』, 株式会社日本医療企画, 82, 22-23.
- 時事通信社(2021).「READYFOR、みらいメドテック、西武信用金庫が三社協定を締結し、医工連携におけるクラウドファンディングの活用を推進」, 時事ドットコム 2021年8月27日配信記事, <https://www.jiji.com/jc/article?k=000000206.000031325&g=prt> (2021年8月27日参照) .
- 須田博行(2021).「Q&A クラウドファンディングの税務・会計：クラウドファンディングでの資金調達によって投資の選択肢が増える可能性」『月刊医療経営士』, 株式会社日本医療企画, 82, 20-21.
- TRUST BANK(2021).「心にさくらプロジェクト～医療従事者の皆さんと飲食店の皆さんを支援するために」, ふるさとチョイスガバメントクラウドファンディング ([furusato-tax.jp](https://www.furusato-tax.jp)), <https://www.furusato-tax.jp/gcf/1196> (2021年8月17日参照) .
- 日本クラウドファンディング協会(2021).「クラウドファンディング市場調査報告書」, <http://safecrowdfunding.jp/wpcontent/uploads/2021/07/Crowdfunding-market-report-20210709.pdf> (2021年8月11日参照) .
- 日本病院会・全日本病院協会・日本医療法人協会 (2020).「新型コロナウイルス感染拡大による病院経営状況緊急調査（追加報告）2020年6月5日」.
- 保田隆明 (2021).『地域活性化のための「新」ファイナンス - 「ふるさと納税と

- クラウドファンディング」のインパクト』, 株式会社中央経済社.
- 三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング(2020).「クラウドファンディング (購入型)の動向整理 2020年9月30日」, https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/meeting_materials/assets/internet_committee_201013_0002.pdf (2021年8月11日参照) .
- 矢野経済研究所(2021).「ニュース・トピックス/国内クラウドファンディング市場の調査を実施」, 矢野経済研究所プレスリリース No.2727(2021/6/4), https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/2727 (2021年8月11日参照) .
- READYFOR(2021).「コロナと闘う病院など医療施設のクラウドファンディング・資金調達」, https://readyfor.jp/apply/medical/?utm_source=yahoo&utm_medium=cpc&utm_campaign=cf&yclid=YSS.1000353958.EA1aIQobChMIgPHuwKi58gIVfJVLBR1EZQ1bEAAAYASAAEgKITvD_BwE# (2021年8月11日参照) .
- READYFOR(2021).「ワクチンを推進するキーホルダーを無料配布し、接種率向上に貢献したい」, <https://readyfor.jp/projects/covid-19vaccinated> (2021年8月17日参照) .
- READYFOR(2021).「#こびナビ: コロナワクチンの正確な情報で元の世界を取り戻したい」, <https://readyfor.jp/projects/cov-navi> (2021年8月17日参照) .
- READYFOR(2021).「画期的システム! 『発熱検査センター』の輪を広げる第一歩にご参加を!」, <https://readyfor.jp/projects/anzenjapan> (2021年8月17日参照) .
- READYFOR(2021).「新型コロナウイルス | 広島大学発の技術で、中和抗体実用化を目指す研究」, <https://readyfor.jp/projects/chuwakoutai> (2021年8月26日参照) .
- READYFOR(2021).「with コロナの冬。これからも地域の医療を守るために: 守谷慶友病院」, <https://readyfor.jp/projects/moriya-keiyu> (2021年8月17日参照) .

(2021年9月3日受理)

