

# CF活用し商品開発

## 横浜の町工場

### アイデア勝負に意気込む

東日本大震災を契機に広がったインターネットによる小口の資金調達システム「クラウドファンディング」(CF)が、町工場の自社商品開発に活用され始めている。金融機関から融資を受けられなくても、CFならネット上でニーズを探りながら資金を集められる。「大量生産ではなく、コアな需要に応えて新しいものを生み出した」と。下請けとして大企業に左右されてきた町工場の職人たちが、独自のアイデア勝負に意気込んでいる。

【宇多川はるか】

### ニーズ探りつつ資金調達

カエルにネコ、キューブ型のペン立て……。ムニムニとした独特の手触りのオブジェは全て、素人でも小さなバネを組み合わせて作れる。横浜市瀬谷区の精密バネ製造「五光発條」の村井秀敏社長(42)が開発し、「SP Link(スプリンク)」と名付けた製作キットだ。

製造・開発のため、村井社長は5月から約3カ月間、CFを活用した。資金提供者とのやり取りの中でバネの大きさや色についてニーズを探りながら、約55万円の資金調達に成功。12月の本格販売にこぎ着けた。

「自社製品を作りたい」との思いは、村井社長の胸に常にあったという。だが、震災による受注減など厳しい経営環境の中、自身は従業員の雇用を守る立



バネで作ったカエルを持つ五光発條の村井秀敏社長。かぶっているのはバネで作った帽子—横浜市瀬谷区の同社で

り、「下請けではなく自分たちでモノを生み出すことは知名度を上げるだけでなく、ワクワクする」と語る。町工場でのCF活用は、製品作りだけににとまらぬ。

横浜市都筑区の精密機械製造「関東精密」の杉田勇社長(39)は、工場内の空きスペースを一般市民が金属加工に利用できる工房にすることを発案した。一般の家庭では日曜大工で木工加工はできて

も、専門の機器や技術が必要な金属加工はなかなかできない。そこで、工場2階を、職人

銘打ち、内装工事費の

クラウドファンディング(CF)

インターネット上で個人や企業がプロジェクトを提案し、賛同者から広く小口で資金を調達する手法。主に決済はクレジットカードが使われ、目標額に達すると口座から引き落とされる仕組み。資金提供者が資金を寄付として提供する「寄付型」のほか、製品を購入して資金を提供する「購入型」などがある。

CFは欧米で広がり、日本では2011年に運営サイトが登場。震災復興支援の手法として「寄付型」の活用が相次ぎ、被災地でのイベントや廃校再生など、さまざまなプロジェクトが提案された。

ゼンモノは「購入型」。提案企業が事業の計画や開発過程を公開し、賛同する個人が資金を提供して完成した商品などを受け取る仕組み。資金のほか、商品化に必要な人材や技術も募集できる。

のアドバイスを受けながら工作機械を使って金属加工に挑戦できる場にするアイデアが生まれた。



工場2階の空きスペースで「こを金属加工の市民工房にしたい」と話す関東精密の杉田勇社長—横浜市都筑区で

調達にCFを活用した。8月末からの約2カ月間で約60万円を集め、今月オープンする予定だ。調達過程で「工房ができたら使いたい」というデザイナーや、「工房で教えられる」という技術者とのつながりもできた。

「スペースを貸すだけでなく、教える職人がいるということは付加価値になる。前にも自社商品を開発したけど売出し方が分からなかったが、今回はCFで周知しながら支援を集められた」と杉田社長は話す。

両社が利用したのは、「ものづくり」に特化したCFサイト「zenmono(ゼンモノ)」。運営する中小企業向けコンサル

ティング会社「enono(エンモノ)」によると、今年5月サイト開設後、両社ほか5社が50万〜100万円の資金調達に功した。来年は100万円単位のプロシ

クトも出てくると見込む。

エンモノの三木康代表(45)は「中小企業は震災以降、特に厳しい経営環境になり、大量生産型のものづくしの限界を感じていると思う。でも自分は何を生み出して、廃業はたく作り続けたい」という思いは強い。それがCFといったネット上のつながりで実現できるようになったと話している。