

報道関係者 各位

2018年4月5日

ベルメゾン生活スタイル研究所 ウーマンスマイルレポート「クラウドファンディングについて」結果発表

今後、クラウドファンディングで出資（支援）をしていきたいと思う 51.1%

～20・30代の若い世代を中心に、応援できる喜びがありつつ、欲しいものが手に入る「クラウドファンディング」は新しいお買い物のスタイルとして広がっていく兆しです～

株式会社千趣会（本社：大阪市 代表取締役社長：星野裕幸 以下千趣会）が運営するベルメゾン生活スタイル研究所では、女性の生活意識アンケート調査「ウーマンスマイルレポート」を実施しています。

2000年代に米国で先駆的なウェブサイトが続々と開設され、市場が拡大してきたクラウドファンディング。クラウドファンディングとは、アイデアやプロジェクトを持つ起案者が、専用のインターネットを通じて、世の中に呼びかけ共感した人から広く資金を集める方法です。日本では、寄付元年と呼ばれる2011年から本格的なサービス展開が始まり、市場規模は拡大基調にあります。7年経過した現在、女性生活者の目にクラウドファンディングがどのように映っているのかアンケートで聞きました。

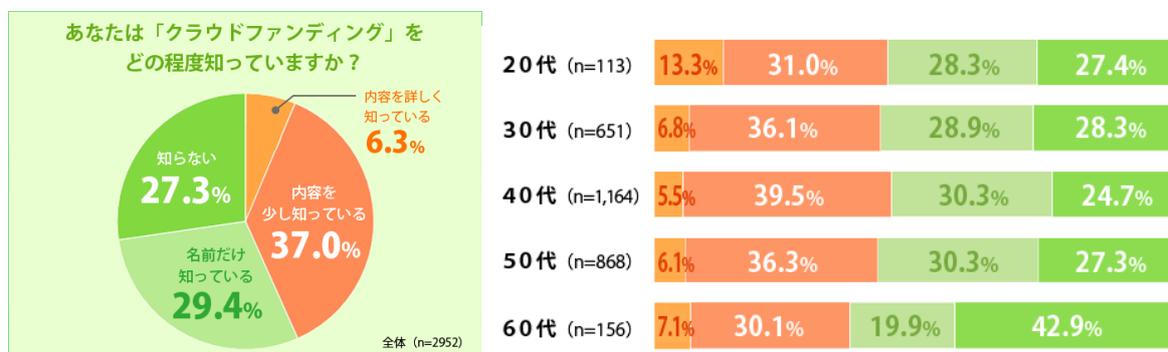
●実施時期：2018年3月6日～3月19日、回答者：ベルメゾンデッセ会員女性2952名（20代113名、30代651名、40代1164名、50代868名、60代156名）

【調査結果サマリー】

http://www.b-desse.jp/report/3085/?DM2_KBN=des_press_180405_01

◆クラウドファンディングの「内容を知っている」+「名前だけ知っている」が7割を超えている
クラウドファンディングの「内容を知っている」と回答したのは、全体の43.3%（「詳しく」6.3%と「少し」37.0%の合計）、「名前だけ知っている」と回答したのは、全体の29.4%でした。年代別で見ると、「知らない」と回答した割合が60代で高くなっています（約4割）。

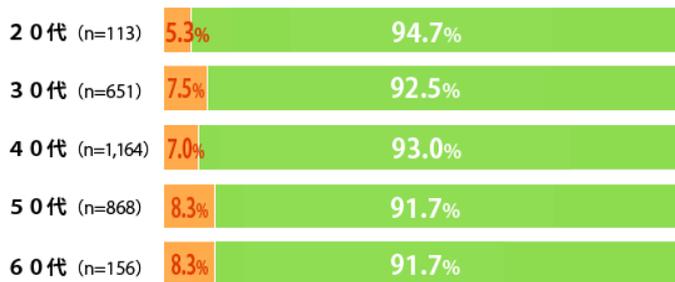
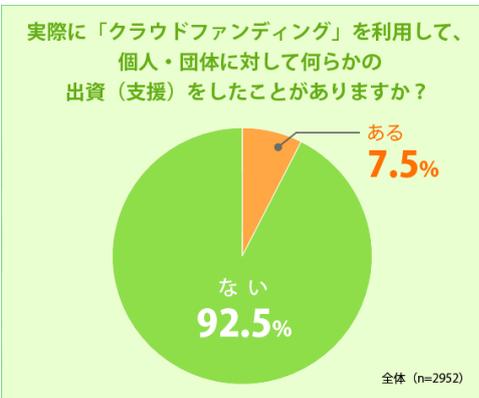
Q)あなたは「クラウドファンディング」をどの程度知っていますか？



◆クラウドファンディングで出資（支援）をしたことがある、7.5%

クラウドファンディングを利用して、個人・団体に対して「出資（支援）したことがある」と回答したのは、全体の7.5%、年代別での出資（支援）経験に差はないようです。

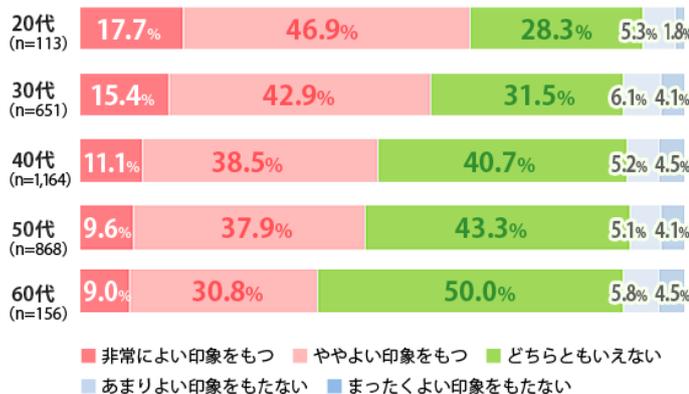
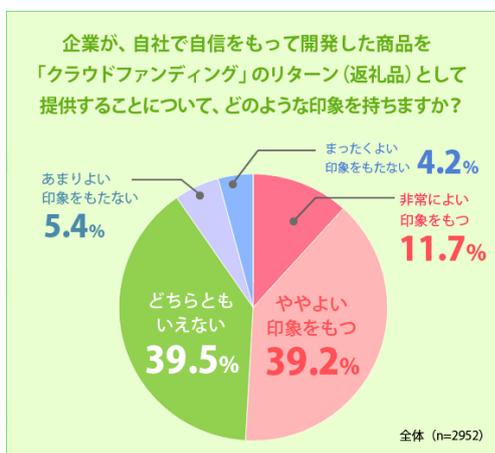
Q)実際に「クラウドファンディング」を利用して、個人・団体に対して何らかの出資（支援）をしたことがありますか？



◆企業が、自社商品をリターン（返礼品）として提供することに「よい印象をもつ」、50.9%

日本のクラウドファンディングは、資金や支援者への権利や物品でのリターンが一般的です。企業が、自社で自信をもって開発した商品をクラウドファンディングのリターン（返礼品）として提供することについて「よい印象をもつ」と回答したのは、全体の50.9%（「非常に」11.7%と「やや」39.2%の合計）、年代別で見ると、20代・30代で「よい印象をもつ」割合が高いという結果になりました。

Q) 企業が、自社で自信をもって開発した商品を「クラウドファンディング」のリターン（返礼品）として提供することについて、どのような印象を持ちますか？



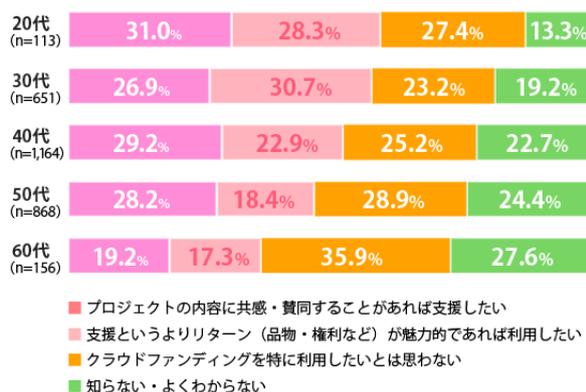
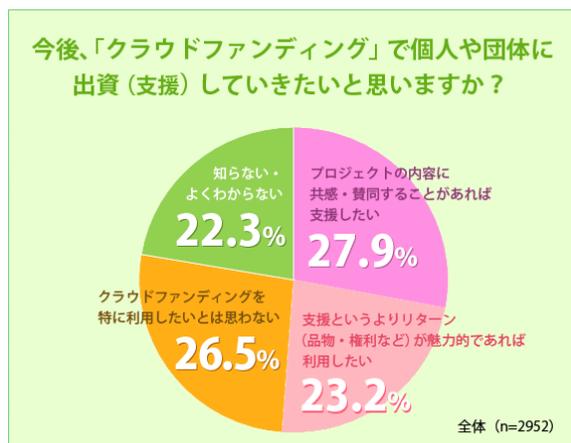
◆今後、クラウドファンディングで出資（支援）をしていきたいと思う、51.1%

今後のクラウドファンディングでの出資（支援）意向は、51.1%（「プロジェクトの内容に共感・賛同することがあれば支援したい」27.9%と「支援というよりリターン（品物・権利）が魅力的であれば利用したい」23.2%の合計）。

年代別で見ると、20・30代の若年層が高年層より出資（支援）意向が高くなっています。

また、「支援というよりリターン（品物・権利）が魅力的であれば利用したい」の値についても、20・30代が他の年代より高くなっており、クラウドファンディングがお買い物のひとつのスタイルとして捉えられつつあるようです。

Q) 今後、「クラウドファンディング」で個人や団体に出資（支援）していききたいと思いますか？



◆まとめ

今回の調査から、「クラウドファンディング」は、言葉を知っているだけの人も併せると7割程度の認知度はあるものの、出資（支援）経験はまだ1割に満たず、その回数も3回以内という人が大半です。今後の出資（支援）意向についても、3割程度は「知らない・よくわからない」と回答しており、詐欺など悪質案件への懸念、メリット・デメリットの啓蒙活動を求める声など、行動に移すにはまだまだ情報不足であるとの指摘が目立ちました。しかしながら、企業が、自社商品をリターン（返礼品）として提供することには約半数がよい印象をもっており、特に、20・30代の若い世代を中心に、応援できる喜びがありつつ欲しいものが手に入る「クラウドファンディング」は新しいお買い物のスタイルとして広がっていきそうな兆しです。

●なお、今回の調査結果について詳しくは、ベルメゾン生活スタイル研究所のホームページ内【アンケートレポート】内をご覧ください。

http://www.b-desse.jp/report/?DM2_KBN=des_press_180405_02

※ここに掲載されている情報は、発表日時点の内容となります。

◎本件に対するお問い合わせ先

株式会社千趣会 広報室 : 加藤 淡路

東京都品川区北品川 5-9-11 大崎 MT ビル

TEL : 03-5475-7513 FAX : 03-5475-7516 e-mail : pr@senshukai.co.jp