ジャパン・スポットライト　日本のキーパーソン　独占インタビュー

（インタビュアー：原岡直幸）

2025 年 7 月 18 日インタビュー実施

Japan SPOTLIGHT 2025 年 9/10 月号に英文記事掲載

（URL: https://www.jef.or.jp/journal/pdf/263th_Exclusive_Interview.pdf）

【日本語版】

クラウドファンディングへの道

今回のリーダーズインタビューは、若手ベンチャー企業の代表、米良はるかさんです。米良さんは、クラウドファンディングの会社 READYFOR を、2011 年に立ち上げられました。様々な社会問題の解決に挑戦する日本の新しい資本主義の若手リーダーです。

原岡　クラウドファンディングに関心を持たれたきっかけを、まず先にお伺いできればと思います。

米良　私は 2011 年に日本で初めてのクラウドファンディングサービスとして READYFOR をスタートしました。慶應の経済学部に在学していたのですが、東京大学で AI を研究する松尾先生が、スタンフォードから東京大学で准教授をされるタイミングに、私たちのゼミと松尾先生のゼミが共同研究を行うことになりました。

松尾先生は当時から AI の研究をされていて、AI の原型のようなもので、インターネット上の多様なテキストデータを集約し、解析する技術を研究されていらっしゃいました。そうした研究をどのようにビジネスに実装していくのかを一緒に研究させていただく中で、個人、誰もがインターネット上で自分の思いを発信し、いろいろな人たちとつながり合うことができるインターネットの可能性に強く惹かれました。その時から、インターネットの可能性を活かして、個人の可能性を最大限に引き出せるような事業に挑戦したいと思うようになりました。

いろいろな事業のアイデアを考えたのですが、その中でも、自分のやりたい挑戦やかなえたい夢があっても、資金を集めるのが難しい人たちのために何かできないかを考えました。特に、信頼を得にくく資金調達が容易ではない若手起業家などが、インターネットを通じて

共感してくれる人々を集めることができれば、挑戦の最初の一歩を踏み出せるのではないかと思い、学生時代にプロトタイプを作っていました。

2010 年にアメリカへ留学した際、現地ではちょうどインターネットを通じた資金調達の手段としてクラウドファンディングが広がり始めていました。テクノロジーを通じて個人をエンパワーしたいという自分の思いと、当時アメリカでビジネスとしてクラウドファンディングが成長し始めていた状況が重なり、日本でも成功する可能性が高いと感じたことが、クラウドファンディングサービスを立ち上げたきっかけです。

原岡 アメリカではいつぐらいからクラウドファンディングが一般的になったのですか。

米良 サービスは 2008 年ぐらいからスタートしています。ちょうどその頃、Facebook や Twitter（現 X）のように個人が情報発信できるソーシャルネットワークサービスが登場し、インターネットの可能性がさらに広がりました。当時ブログのような発信手段はありましたが、広がらなければ多くの方とつながることはできませんでした。Facebook や Twitter といったサービスの登場により、個人が良質なコンテンツをより多くの人に届けられる基盤が整い、それがクラウドファンディングの仕組みが広がる背景になったのだと思います。

原岡 そのような個人の関心、意見をどんどん広げていく、いろいろな人とコミュニケートしていけるところがインターネットの良さであり、若い方々が自己実現の手段として用いるようになったところが一番の普及の要因でしょうか。

米良 私は SNS の専門家ではありませんが、クラウドファンディングが広がった背景には、SNS の存在が大きく寄与していることは間違いないと思います。

インターネットサービスの特性として、まずは新しいことに積極的なアーリーアダプターと呼ばれる人々が、起業や挑戦の手段としてクラウドファンディングを活用し、自分の SNS を通じて広めながら資金を集めていったのだと思います。

私たちがサービスを開始したのが 2011 年 3 月 29 日で、ちょうど東日本大震災の直後でした。その出来事はサービスの拡大に大きな影響を与えたと思っています。

震災の際には多くの寄付金が集まりましたが、その資金が実際に現場でどのように使われているのかが不透明であったり、スピーディーに現場まで届いていないといった点に、多くの寄付者の皆さんが疑問を感じられていたのだと思います。

クラウドファンディングを活用することで、本当に資金を必要としている人が直接お金を集め、復興のためのカフェの再建や、皆さんが集まる場づくりなどにスピーディーに資金が活用されました。復旧、復興が目に見える形で実現していったことは、とても意義深いことだったと思います。READYFOR は社会性に特化したプラットフォームですが、多くの皆さまにご利用いただいたことが、成長の大きな要因の一つだったと思います。

現在の READYFOR。将来は？

原岡 READYFOR も創業されて 10 年以上経っていろいろな実績を上げていらっしゃると思います。実績、あるいは将来見通し、今後の課題についてどのようにお考えか伺わせていただければと思います。

米良 10 年以上クラウドファンディングのプラットフォームを提供してきて、今まで 3 万件ほどの案件をさまざまな皆さんにご利用いただき、お手伝いをさせていただいてきました。

金融機関からは資金が流れにくく、ビジネスとしては成り立ちにくい一方で、社会的には必要な機能を果たしている方々に対し、補完的な形で資金が届く仕組みを作りたいという思いは、サービス開始当初から持っていました。それが今では、より強く表れてきたと感じています。

特にこの 3〜4 年ほどは、コロナ禍からその後にかけて、準公共セクターでの利用が一層広がりました。NPO に加え、現在では約 85 校の大学と提携し、研究や部活動など幅広い分野で活用いただいております。

また、医療機関や研究者にもご利用いただいており、代表的な事例としては、国立科学博物館の文化財プロジェクトでは 9 億円以上、法隆寺では 1 億円以上の資金を集めるなど、寺社仏閣や博物館、美術館といった文化財施設にも幅広く活用いただいています。

これまで公共セクターには主に補助金や助成金が流れていましたが、社会の複雑化により国だけでは支えきれない領域が増えています。そうした分野に、READYFOR のようなプラットフォームが資金を届けることで、日本の大切な文化や社会的機能を支える一助になれていると感じています。

プラットフォームの運営は約 14 年になりますが、将来の展望としては、クラウドファンディングサービスに加えて、亡くなった後にご自身の資産を社会貢献のために役立てたいお客さまと社会貢献団体をつなぐ遺贈寄付のサポートサービスも、ここ 4 年ほど提供しています。これは新たに大きなお金の流れを生み出す仕組みとして成長してきていると考えています。

また、アメリカでは年間 83 兆円もの寄付が行われており、その多くは超富裕層によるものと言われています。日本でも、超富裕層による寄付が徐々に広がりを見せています。しかし、そうした方々の中には、「どこに寄付すれば安心で、社会的に意義のある貢献できるのか分からない」という声もあります。私たちは、そのようなニーズに応え、信頼できる寄付先や社会的インパクトの大きい取り組みへとつなげる活動も行っています。今後も寄付のプラットフォームとして、さらに進化していきたいと考えています。

原岡 欧米ではフィランソロピー活動が盛んなので、クラウドファンディングのような需要も相当あると思うのですけれども、日本の場合、寄付をする習慣があまりない、フィランソロピー活動が必ずしも普及していないという点があろうかと思います。その辺についてはどのようにお感じになりますでしょうか。

米良　年間 83 兆円もの寄付が集まるアメリカに比べ、日本が GDP 比で同水準に到達するには、まだ大きなハードルがあると感じています。現状、日本での年間寄付額は約 1 兆円程度にとどまっており、金額ベースでは、あと一桁増やす余地があると考えています。私たちは、日本では寄付のためのインフラがまだ十分に整っておらず、アメリカで当たり前に行われていることが実現できていないと認識しています。

寄付を検討する方々が、十分な情報をもとに多様な団体や財団を選べる状況には、まだなっていないと感じています。先ほども触れたように、寄付を希望する方々は年々増加していますが、特に遺贈寄付に関しては、相続人がいらっしゃらないおひとりさまや、相続人はいらっしゃるものの社会に価値を残したいと考える方が、増えてきています。

その一方で、日本ではアメリカのように教会に通ったり学校のチャリティに参加したりする文化が一般的ではないため、いざ寄付をしようとしても、どこに寄付をすれば社会の役に立てるのかが分からない方が多くいます。また、情報を調べようとしても、どのように探せば適切な寄付先に出会えるのかが分からないケースが少なくありません。そうした情報を整理し、寄付者にわかりやすく提示する仕組みが、まだ十分に整っていないと感じます。

米国では、資産形成を支えるウェルスマネジメントを金融機関が担っていますが、日本における寄付の市場はまだ黎明期にあり、この分野で活動するプレイヤーが育っていない現状だと思います。

金融機関などと連携し、寄付が資産形成の一つの手段として位置付けるにはどうすればよいかを模索しながら、今後も取り組めることはまだ多くあると考えています。

日本でフィランソロピーが進みにくい理由として、税制の問題がよく指摘されますが、それ以前に、情報不足や相談先が分からないことが大きな要因になっていると感じています。私たちがその間に入り、流れていくお金の規模がより大きくなり、それによって社会的な変化が生まれることを示せれば、将来的には税制面でのインセンティブが強化される可能性もあると考えています。

社会問題の解決と経済成長の両立を目指して

原岡　クラウドファンディングは社会問題の解決というのが大きな動機づけだと思うのですが、日本は超高齢化社会であり、その意味では社会問題が今後どんどん増えていくと思われますので、こういった活動は非常に重要だと思います。インパクトスタートアップ協会の代表もされておられ、社会問題の解決と経済成長の両立を目指すことが重要だと思うのですが、両立を可能にする鍵は何でしょうか。

米良　イギリスには「ビッグ・ソサエティ・キャピタル」という仕組みがあり、口座に眠っている預金を NPO や社会課題解決型スタートアップへの出資に活用しています。
日本にもこれを参考にした「休眠預金等活用制度」があります。

その枠組みの中で、インパクトスタートアップを定義し、社会課題の解決と経済的成長を両立する企業を資金面から支えていく方針が掲げられています。私たちも社会課題が複雑化する一方で、全てを税金だけで解決するのは難しいと考えており、民間がより課題解決の現

場で活躍できる仕組みを整ええることが重要だと思っています。

その実現の鍵となるのが「インパクトスタートアップ」であると考え、協会を設立し、現在は社会性と経済性の両立を目指す約 250 社の企業とともに活動しています。

会員企業には審査を行ったうえで加盟していただいており、起業の目的としてどの社会課題を解決するのか、そしてそのソリューションがその課題解決において適切であるかどうかといった点を審査段階で確認しています。同時に、その事業に持続可能性があるか、つまりビジネスとして継続的に成り立つかどうかも重視しています。社会課題の解決は非常に難しく、一時的に解決できそうに見えても、事業として継続的に取り組める仕組みがなければ真の解決には至りません。そのため、事業として持続的に回せるかどうかを見極めることが重要であり、そこがまさにイノベーションの要だと考えています。

これまで解決が難しかった課題を、どういうビジネスモデルやテクノロジーを用いることで解決へ導けるかーその点こそがイノベーションの核心だと考えています。ここを皆さんにチャレンジしていただくことによって、両立が難しいとされてきた社会性と経済性が共に成り立つ世界が実現できるのではないか、そこが重要なポイントだと思っています。

原岡 高齢化というと医療がすぐに思い浮かびますが、テクノロジーで言うと、介護ロボットだとかいろいろな新しいイノベーションがあって、それをクラウドファンディングで支援していく。多くの老人が享受できるようにするためには相当なお金がかかると思われます。政府の力だけではとてもできないところを、うまくお金を集められて、介護を進めていく。それは社会問題の解決と同時に経済成長の両立になるかもしれない。そういうニーズというか機会をうまく見出していくということでしょうか。

米良 おっしゃるとおりです。私たちが取り組むクラウドファンディングやフィランソロピーでは、現状、政府の財源のように何千億、何兆円といった規模で特定の分野に資金を届けることは容易ではありません。一方で、補助金や助成金のフレキシビリティの低さや、あるいは事業がまだ初期段階で実験フェーズにある場合は銀行の融資が受けにくく、資金調達の手段として使いづらい側面もあります。

そうした観点からも、クラウドファンディングは新たなイノベーションの初期段階で活用できる有効な手段だと考えています。寄付は経済的なリターンを求めない資金の流れを生み出せるため、新たなチャレンジやイノベーション、あるいは受益者負担が難しい社会的に困難な状況にある方を支援する分野において、大きな需要があると感じています。

原岡 社会的な課題は、少し前の高度成長期とか、あるいは 1980 年代、90 年代には、若い人が関心を持つテーマではなくて、むしろ市場主義が非常に大事なことだと言われていたと記憶していますが、それが今、ソーシャルアントレプレナーシップという形で日本の若い方に非常に人気があると伺っています。その辺はどのようにお考えでしょうか。

米良 今、大企業に入社する人が就職先を選ぶ際の最大の理由は、その企業が社会貢献に取り組んでいるかどうかだと言われています。特に若い世代は、その企業が社会的な要請に

どれだけ真剣に応えているかを重視しており、こうした意識の背景にはSDGs教育などの影響が大きいと考えています。

ここ数年で社会にでてきた世代は、学校教育や教科書の中でSDGsを学んできた人たちです。そのため、世界中で社会課題が山積する現状において、企業の社会的責任を意識し、自分が社会人としてどのように貢献できるかを自然に考える傾向が強いのだと思います。

私は市場性も重視すべきと考えています。日本は人口減少という経済的に極めて深刻な課題を抱えており、この日本市場において最も大きなチャンスがあるのは、社会課題の領域だと思います。私が運営する協会には、日本で培ったソリューションをグローバルに展開しようとする企業が多くあります。日本が社会課題先進国であるからこそ、同じように人口減少や高齢化が進む国へそのソリューションを展開し、ビジネスとして成長させたいと考える企業が非常に多いのです。

単に「社会に良いことをしよう」という発想ではなく、社会課題自体を市場として正しく捉え、その解決を通じて世界中の問題解決につなげ、同時にビジネスとしても成長させていく。そうした考え方で事業を展開する人が非常に多いと感じます。

私自身、会社を立ち上げた当初は、ベンチャー企業にはもっと利益重視の考え方の人が多いと思っていましたが、自分と同じ世代の起業家には、課題解決を事業の中心に据えて事業を立ち上げる人が非常に多いと実感しています。

原岡 いろいろなビジネスニーズがマーケットにあるのではなくて、社会にあるということですね。

米良 そうです。おっしゃるとおりだと思います。

社会の分断を防げるか？

原岡 次の質問ですけれども、社会の分断がいろいろなところで進んでいる。要するに所得格差などで、非常に絶望的な状況にある人と裕福な人との間の分断が懸念されています。そういう中で、インパクトスタートアップ協会やREADYFORの活動はこうした分断を未然に防ぐことにつながるでしょうか。

米良 READYFORのプラットフォームを利用してくださっている方々は、従来の資本主義の仕組みでは資金を集めづらかった方々です。これまで資本主義の枠組みの中では光が当たりづらい活動をしていた皆さんが、社会参加の一つとしてREADYFORを活用してくださっています。そして、そこに資金が流れることで、これまで実現できなかった活動が可能になる仕組みが生まれていると感じています。

もう一つ、私がこのプラットフォームを運営していて特に気に入っているポイントは、寄付をされる方が、お金を集める方とフラットな関係でいられることです。READYFORでは、支援する際にコメントを添えることができるのですが、その中には、「支援の機会をいただきありがとうございます」といった言葉が多く見られます。お金を出す側が優位に立つので

はなく、社会をより良くしようとする人をみんなで応援するという形で社会参加が成り立っている点が、とても素晴らしいことだと思います。

これから AI が進んでいくと、これまでの仕事の多くが AI に代替され、従来の働き方や「仕事」と捉えてきたものの意味が大きく変わっていくでしょう。その結果、自分が社会に必要とされている実感を得にくい社会になっていく可能性があります。

だからこそ、社会からスポットライトが当たらなくても、自分が素晴らしいと思える活動を応援したり支援したり、あるいは自ら行動を起こしたりできる環境が担保されていることが非常に重要だと思います。社会の分断という観点からも、人々が社会の中で価値を発揮できる仕組みであり続けたることが大切だと考えています。

インパクトスタートアップの企業は、社会性と経済性の両立を掲げており、自分たちの会社だけが良ければいいという発想ではないことを社会に宣言しています。もちろん、ビジネスの世界にはウィナー・テイクス・オール的な側面が全くないわけではありませんが、この協会に所属する企業の経営者と話していると、多くの方が自社の事業を通じて社会をどう良くしていくかに真剣に向き合いながら経営されていることを強く感じます。

そのような経営者が一人でも多く増えることで、特定の少数者だけが利益を享受するのではなく、その価値が世界全体に行き渡る仕組みを築ける人が、各業界でリーダーとして活躍していくようになることを願っています。

原岡 そういうことが新しい資本主義につながっていくというお考えですね。AI のお話が出ていますが、日本は残念ながら IT ソフトウェアが国際的にみて、相当に遅れていて、非常に絶望的な状況なのですが、もしかしたら AI のスタートアップこそが、それを挽回できるチャンスになるかもしれないという話をよく伺います。そういう意味では、AI の出現で日本経済が活性化するか、あるいはスタートアップが増えるか。AI のスタートアップ企業がすでに出ていますけれども、どうお考えでしょうか。

米良 日本には大きなチャンスがあると思います。AI はホワイトカラーの雇用を大きく変えていくでしょうが、人口が増加している国であれば、仕事を奪われることは恐怖や不安につながります。

しかし日本は人手不足が深刻で、特に介護現場などではロボットや AI の活用を受け入れざるを得ない状況にあります。そうした環境でロボットやＡＩが自然に受け入れられるようになれば、イノベーションは、もっと進みやすくなると思います。結局、人の抵抗がイノベーションを最も阻害する要因になると思うので、人口減少という状況は、AI にとって大きなチャンスであろうと思います。

ビジネスチャンスが多ければ、当然、起業はその分野で増えていくと思います。

アメリカ人が競争を楽しむようなメンタリティを持っているのに対し、日本人は、みんなで協力してより良い方向へ進もうという精神があります。こうした特性を活かして、社会課題に対して、どのようなソリューションを提供できるのかに真摯に向き合うことが重要だと思います。

社会問題のグローバル化

原岡　地球環境問題、社会の分断、高齢化など、共通の課題が、いろいろな国で問題になっている。そういう意味では、社会的課題のグローバル化が相当進んでいるように思いますけれども、READYFOR のようなクラウドファンディングや、あるいはインパクトスタートアップのようなソーシャルアントレプレナーシップの団体が国際交流を進めていくことも大事だと思うのですがいかがでしょうか。

米良　先ほど触れたとおり、日本で生まれる社会課題解決のソリューションを世界に広げていくことは、日本の勝ち筋の一つだと心から思っています。

また、私たちがフィランソロピーや寄付の分野で活動する中で強く感じるのは、グラント性の高い資金が世界中で求められているということです。社会が複雑化し、課題解決の実装にも時間がかかる中で、多くのファンドの貸付条件は、その時間軸とあっていません。そのため、フィランソロピー的な資金やグラントの必要性がいろいろなところで高まっており、特に海外での議論の中でもその重要性が頻繁に語られています。

社会課題解決のためにグラント性のある資金をさらに増やしていく必要があり、世界的にもその流れが進んでいます。READYFOR としても、こうした動きと連帯しながら、実装に向けて取り組んでいければと考えています。

原岡　アントレプレナーの一番若いところは学生ですけれども、学生がそういう社会的問題の解決について交流をして、つながっていき、そして議論をしていく場を設けるということは READYFOR のような会社のサポートの対象になっていくでしょうか。

米良　そうですね。学生さんにも READYFOR のプラットフォームを使ってチャレンジしていただいている事例が多くあります。社会起業家やスタートアップの創業者の中には、「学生時代、READYFOR を使って海外に挑戦しました」と話す方によく出会います。そういったチャレンジを支えられてきたことを、とても嬉しく思っています。　私自身、23 歳の時に参加したダボス会議で、世界のリーダーたちが社会的な課題について議論する様子を目の当たりにし、大きな刺激を受けました。自己利益だけでなく社会全体の利益を最大化することを自然に目指せるようになったのは、そうした場で世界のリーダーと対話する機会に恵まれたことが大きく影響しています。

60 歳になってからで行くよりも、10 代や 20 代の若いうちに参加する方が、その後の人生に与える影響は圧倒的に大きいと思います。だからこそ、若い世代が国際的な交流の場に参加すること、また同世代同士がつながり仲間を作ることは非常に重要だと感じています。

原岡　最後の質問で、今のダボス会議のご出席でお感じになったことと同時に、おそらくそのあたりから日本の地位が少しずつ低くなってきたと思うのですが、日本の世界における立ち位置についてはどのようなことをお感じになられていますか。

米良 私がダボスに参加したのは約 10 年前ですが、当時は日本の人口減少が予測され、経済面でも、それこそ戦後に生まれた企業と比較すると、目立った企業も日本から生まれていない状況でした。そのため、日本にリーダーシップを期待する声は少なく、その現実を強く実感したのを覚えています。

日本国内だけで過ごしているとあまり感じなかったことですが、海外の議論の中ではそうした見方が色濃くありました。ところが最近は、海外の方々と交流する中で少し状況が変わってきており、地政学的な側面もありますが、日本を通じて何かをせざるを得ない状況にある、という感覚が広がっているように感じます。

こうした状況を踏まえると、日本が今後どのように各国と連携していくのかに期待が寄せられていると感じます。

また、少し話の次元は異なりますが、海外の人々は日本が好きだと実感します。円安の影響もあり、日本に遊びに行きたい、日本に行きたいと、という声をよく耳にします。経済的な強さというよりも、日本が世界中から愛される国であることに改めて気づかされます。

それは非常に重要なことと思います。

「日本で働きたい」「日本の食文化を楽しみたい」といった声も多く、日本には魅力的な文化的コンテンツが豊富に存在します。そうした歴史や文化資源を活かしながら、世界各国と連帯していくことが、日本人の価値観やメンタリティにも合っていると思います。

原岡 貴重なご意見を伺いました。ありがとうございました。一つだけ最後に、とにかく社会課題が国際化しているので、そういう意味で日本が経済的に小さくなっているかもしれないけれども、社会課題大国ですので、それを解決する責任は非常に大きいと言ってよろしいでしょうか。

米良 そうですね。それをやっていくことが一つの日本の勝ち筋ではないかと思います。

原岡 お忙しいところ、どうもありがとうございました。

（了）

インタビュアー

原岡直幸：一般財団法人国際経済交流財団専務理事 兼 *Japan SPOTLIGHT* 編集長。