

クラウドファンディングの成功要因分析

プロジェクトマネジメントコース 矢吹研究室 1342066 島田樹

1. 序論

クラウドファンディング [1] とは、自らのアイデアやプロジェクトをネット上でプレゼンテーションすることで、支援者を集めて資金を獲得する手法である。SNS の発達に伴いプロジェクトの数も増加し、市場も年々増加している [2]。幅広い分野と規模での応募が可能で、ベンチャー企業のプロジェクトや学生の研究費用の獲得などが多かったが、大手企業も支援者数から売れることを確実視されたプロダクトを販売者できるとして、マーケティングの一環として活用されるようになってきた。

課題研究において、調達資金の時間変化を調査し可視化したところ、資金が集まり始める時期には実行者が何らかの行動をしていると考えた。資金が集まる直前の実行者の行動を分析すればクラウドファンディングにおけるプロジェクトの成功率を上げることができるのではないかと考えた。

2. 目的

先行研究ではプロジェクトの内容以外の要因を調査し、目標金額等の設定段階で成功率を上げることがを目的としていた。本研究では調達資金の時間変化を可視化し、動画の投稿や SNS での告知などの多くの資金を集める直前に行っているプロジェクト実行者の行動を分析する。その結果から、プロジェクト実行者が資金を集める際の参考となる指標を作ることを目的とする。

3. 手法

初めにクラウドファンディングサイトを、毎日定時に監視し、データ収集を行う。収集したデータから成功しているプロジェクトの資金調達を可視化し、資金が集まり始めるときにしている行動を調査する。調査項目は、サイト内のレポートを活用しているか、動画を投稿しているか、Twitter でツイートをしているか、Facebook で投稿しているか、の 4 項目である。この 4 項目に調達金額を目標金額で割った目標達成率を足した 5 項目から決定木を作成し、調達資金に必要な行動を考察する。

4. 結果

決定木分析結果が図 1 である。目標達成率を目的変数とにおいて、レポートとツイートが最も資金調達に関係が深かった説明変数となった。

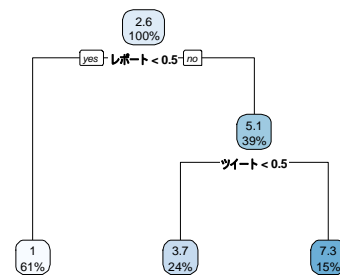


図 1 決定木分析結果

5. 考察

図 1 から、レポートとツイートをしているプロジェクトが資金の調達に最も成功していることがわかる。レポートはプロジェクトのページからすぐに閲覧可能なため、支援者の目につきやすいからだと考えられる。ツイートに関しては、情報の拡散力の高い Twitter によって多数の支援者の目に留まり資金が集まったと考えられる。

6. 結論

本研究で、クラウドファンディングにおいて資金調達する際にプロジェクト実行者がすべき行動はレポートとツイートであるという結果が出た。上記の項目以外に資金調達に関係があると思われる項目を増やしていくことで、さらに精度の高い結果を得られるはずだ。

参考文献

- [1] Wikipedia クラウドファンディング, 2016/09/20. <https://ja.wikipedia.org/wiki/>
- [2] 日本の主要クラウドファンディング 累計支援額 月次推移 (積み上げグラフ), 2016/09/21. <http://visualizing.info/article/4255.html>.