

クラウドファンディングにおける成功の判別分析

三浦 泰介[†] 矢吹 太朗

千葉工業大学 社会システム科学部 プロジェクトマネジメント学科[‡]

1 序論

クラウドファンディングが世界中で利用されている [1]。クラウドファンディングとは、プロジェクトの活動資金を、インターネットを利用し、不特定多数の支援者から募集する資金調達の手法で、個人規模の小さなプロジェクトでも利用できるため、ベンチャー企業や学生から注目されている。

クラウドファンディングは窓口となるウェブサービス上で実施されるのが一般的であり、日本では Makuake (<https://www.makuake.com/>) や READYFOR (<https://readyfor.jp/>) の利用者数が多い。

クラウドファンディングは一般的に資金提供者に対するリターンの形態によって、金銭的リターンのない「寄付型」と金銭的リターンのある「投資型」、権利や物品を購入することで支援する「購入型」に分けられる。

日本におけるクラウドファンディングは、2014 年に金融商品取引法が改正されるまで [2] は、見返りを得ない寄付型、購入型に限られていた。購入型はリターンがあるためリターンを目当てに多くの出資者が集まる傾向があり、購入型は日本で一番市場が大きいクラウドファンディングの形態である。

クラウドファンディングへの出資は、ウェブサイトから支援したいプロジェクト毎に決められた支援コースを選択し、金額を支払うことで行う。クラウドファンディングが失敗した場合は、払った金額は返金される。

2 目的

プロジェクトにおいて資金集めは重要で、資金集めができなければプロジェクトは破綻してしまう。期間内に資金が集まれば資金調達は成功、集まらなければ失敗である。そのため、クラウドファンディングを利用する場合は、プロジェクト自体を成功させる前に、クラウド

ファンディングを成功させなければならない。

そこで本研究では、クラウドファンディングの成功要因を分析する。クラウドファンディングでは、プロジェクトの内容以外にも、出資金額や出資方法の選択肢など、資金調達の成功に関わると思われる要因が複数ある。クラウドファンディングの事例を収集し、これらのさまざまな要因と資金調達の結果（成否）の関係を分析することで、プロジェクトの内容とは別に、クラウドファンディングの成否に関わる要因を見いだすことを目指す。

3 手法

クラウドファンディングの成功要因を以下の手順で分析する。

まず、日本の大手クラウドファンディングサービスである Makuake と READYFOR を定期的（1 日 1 回）チェックし、そこで実施されているクラウドファンディングについての情報を収集する。収集する情報は、目標金額と支援コース数、支援最低金額、支援最高金額、資金提供者が得る物、動画の有無である。最終的に資金調達に成功したかどうかを記録する。

次に、資金調達の成否の決定木を作成する。決定木の目的変数は資金調達の成否、説明変数は上述の収集情報（目標金額等）である。

最後に、作成された決定木をもとに、クラウドファンディングの成功要因を考察する。

4 結果

100 個のプロジェクトのデータを収集し、決定木分析を行った。使用した要因は「手法」で述べたとおりである。作成した決定木は図 1 のとおりである。この決定木は、全体の 83% を再現している。

分析に用いる要因に、そのプロジェクトに対して付けられた Facebook の「いいね」の数と、そのプロジェクトの URL が Twitter でつぶやかれた回数を加えた場合の決定木が図 2 である。

Discriminant analysis of successes of crowdfunding projects.

[†] Taisuke Miura (MAIL)

[‡] Department of Project Management, Faculty of Social Systems Science, Chiba Institute of Technology.

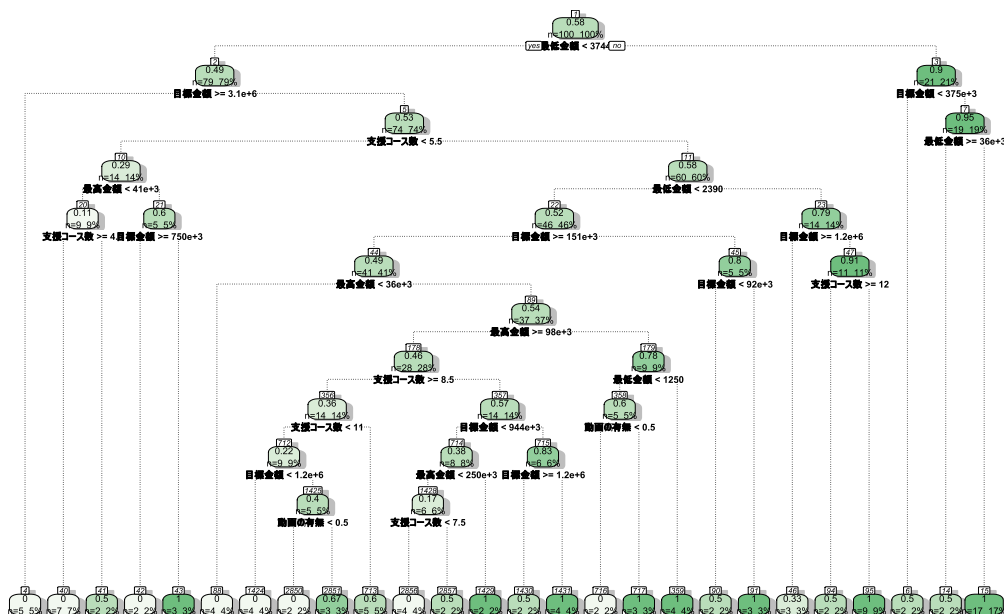


図1 クラウドファンディングの成否の決定木（要因は「手法」に掲載）

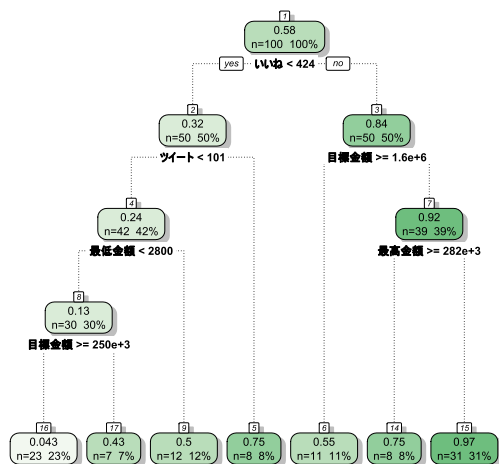


図2 要因に「いいね」とつぶやきの数を加えた場合の決定木

5 考察

図1の決定木から、支援最低金額が3,744円から35,990円で目標金額が375,000円以上のプロジェクトの成功率が最も高くなることがわかる。これは支援最低金額でリターンがもらえるプロジェクトが成功しやすいためだと思われる。支援最低金額が500円や1,000円のコースは、お礼のメールや手紙が届くものが多いが、支援最低金額が3,000円や5,000円程度の額であるとCDや出版物がもらえるようになり、それを目当てにした支援者が多いということもあるだろう。

目標金額が375,000円以上の場合の成功率が高くなる

ことは、この目標金額が今回調査したプロジェクトの平均目標金額（160,6724円）よりかなり低く、そのことが資金調達のしやすさに影響しているためだと思われる。

最低金額と目標金額が決定木に頻出することからも、この2つの設定額が重要であることがわかる。

Facebookの「いいね」ボタンやTwitterの「ツイート」ボタンを利用された数が大きいプロジェクトは成功している傾向にあり、SNSで広報を積極的に行うことが成功に繋がると考えられる（図2）。この2つの要因は自分で意図的に操作することは難しいがSNSを通してプロジェクトの進捗状況を報告したり、SNSでの反応に対して対応をすることで数を増やすことは多少可能であり、操作までとは言えないものの伸ばす努力は十分に可能であると考えられる。

6 結論

クラウドファンディングにおいて、プロジェクトの内容以外の成功要因を、決定木分析によって調査した。決定木の予測が実際の結果とよく合っていることから、そのような要因が存在することが示唆される。

参考文献

- [1] 西山恵太. クラウドファンディングを活用した新製品開発. NRI パブリックマネジメントレビュー, Vol. 140, pp. 8–13, 2015.
- [2] 松尾順介. わが国のクラウドファンディング規制の現状. 証研レポート, No. 1690, pp. 1–19, 2015.