

## クラウドファンディングの成功要因

### 共感が生み出す新たな資金調達

[2013・FW] 21021092、宮崎愛実

#### 1. 研究の背景と意義

従来、個人や中小企業が資金調達を行うのは容易ではなかった。国からの助成金、銀行からの融資、ベンチャーキャピタルの援助など、これらを資金調達先にするには煩雑な手続きやコスト、リスクなど越えなければならないハードルが高かった。しかし、インターネットの普及により新たな資金調達方法がアメリカで誕生した。それがクラウドファンディングである。ソーシャルメディアを利用することにより、不特定多数の人々から資金を調達することが可能になったのである。アイデアはあるのに関わらず周りに賛同してくれる人がいない、資金がない等で諦めていた個人のクリエイター達の悩み解決の手段にもなっている。

クラウドファンディングは寄付文化が根付いているアメリカ発祥で、近年日本でも注目され始めた。その対象は、エンターテイメントから社会貢献や環境保全、国際協力、被災者支援など多岐にわたる。日本では2011年の東日本大震災以降、復興プロジェクトをきっかけに関心が高まるようになったが、その市場規模はアメリカと比較するとまだまだ小さい。また信用性などの課題も多く問題視されている。今回の論文では、人々の共感を得てお金を集めるクラウドファンディングの可能性を探ると共に、日本で今後クラウドファンディングの仕組みを更に普及させるための成功要因を提示する。

#### 2. 研究目的・方法

本研究の目的は二つある。一つ目は、クラウドファンディングの概要の整理と現状把握である。近年登場したばかりであるクラウドファンディングという仕組みを正しく定義付け、そのうえで現状分析をし、課題を整理していく。二つ目は、クラウドファンディングにおける成功要因を探ることである。事例研究を通じてクラウドファンディングが成功するための要件を示す。

#### 3. 研究結果・考察

クラウドファンディングの成功要因について、先行研究で示された項目を基に事例研究を通じて明らかになった事項をまとめ、提示した。一つ一つの項目はプロジェクトを成功に導くうえで非常に重要であり、欠かすことのできないものであるが、これらの項目はすべて支援者の共感を得るためのプロセスとなっていることが分かった。

従来からある仕組みで資金を集める場合、資金調達者はお金を集めることしか考えず、資金提供者はお金がいくら返ってくるかしか考えていなかった。しかし、クラウドファンディングの仕組みが登場したことで、「志」に対して“共感”してくれた人が、資金提供という形で「応援」するようになったのである。成功するプロジェクトとは、どれだけ人々から共感を得ることができたかということとイコールであるといえる。資金調達者は、資金を集めることばかりに気を取られがちであるが、クラウドファンディングの場合は、どうしたらプロジェクトに魅力を感じてもらい共感してもらえるかを一番に考えるべきである。共感を得ることができれば、自然と資金も集まり、応援してくれる人の後押しによってプロジェクトも成功すると考えられる。

#### 4. 結論

クラウドファンディングが普及した背景として、ソーシャルメディアの台頭が挙げられるが、これによって今まで出会うことがなかつたであろう世界中の人々と価値観を共有できるようになった。周りの人の理解を得ることができなくても、ソーシャルメディアを通じて自分の考えに共感してくれる世界中の人々と出会えるようになった。今回の研究では、いくつか成功要因を挙げたが、その全てが“共感”を得る為のプロセスになっている。共感を生むことがクラウドファンディングで成功するための一番大切なポイントである。ソーシャル時代の今、これからはお金の集め方がこのように変化していくのではないかと考えられる。

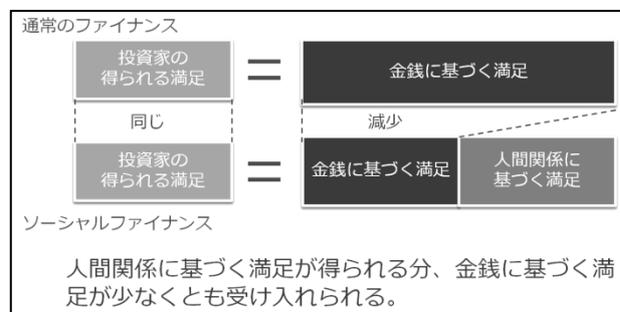


図1 人と人との関係が金融に与える影響

出典：ソーシャルファイナンス革命（慎泰俊）を基に作成