

クラウドファンディングのリターンによる階級効果

1190482 白川 祥太
高知工科大学経済マネジメント学群

1. 概要

ある個人、またはある組織が何かプロジェクトを行おうとする際に、インターネットサイトを通じてそのプロジェクトの出資者を募り出資してもらう。ということがクラウドファンディングである。プロジェクトが成功した場合には出資者に投資額に応じた複数種類のリターン（報酬）を送ることが一般的である。本研究では、クラウドファンディングにおけるリターンの種類の有無による人々（出資者）の行動の違いを簡単な実験により観察した。クラウドファンディングに類似したリターンの種類ありとリターンの種類無しの2つの実験を行い、集まる金額の差に着目したがリターンの種類有無だけでは集まる金額に顕著な差は見られなかった。しかし、お金が集まるまでにかかる時間に差が見られた。

2. 背景

クラウドファンディングは昔から様々な形で行われており、アメリカにある「自由の女神像」もフランス全土での募金活動によって建築資金を募った。21世紀移行、インターネットが普及し現在のようなクラウドファンディングサイトが多数現れた。現在国内外問わずクラウドファンディングを利用する人が増えている。（図 2-1）

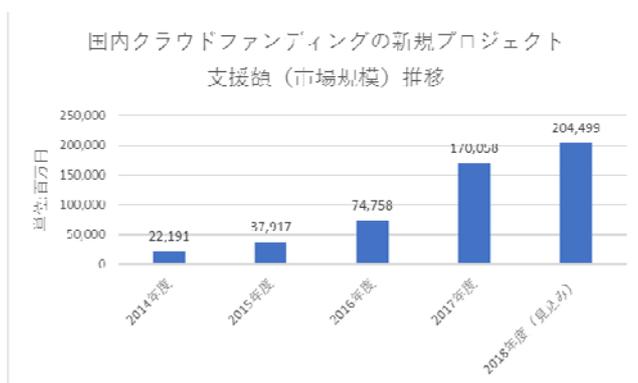


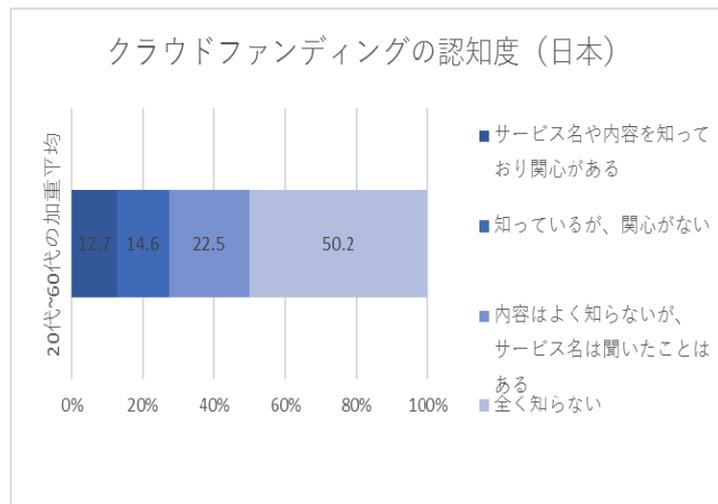
図 2-1 国内クラウドファンディングの新規プロジェクト支援額（市場規模）推移

出典：株式会社矢野経済研究所「国内クラウドファンディングの市場の調査を実施」を参考に筆者が作成

クラウドファンディングの型は幾種類か存在するが多くは金、モノでのリターンがある。どの型も利用者は年々増加し

ている。

しかしながら、国民への認知度は 50%程度にとどまっている。（図 2-2）



また、外国に比べて、日本のクラウドファンディングの利用率は低い（図 2-3）

<クラウドファンディングの利用率・利用意向（20代～60代の加重平均）>

	利用したことがある	これまでに利用したことはないが利用してみたい
日本	5.6%	15.1%
米国	23.9%	19.4%
英国	12.2%	23.7%
ドイツ	7.0%	22.4%
韓国	9.2%	45.4%
中国	25.0%	45.3%

図 2-2,2-3 出典：総務省 HP「Fin Tech の認知度・利用率・利用意向」を参考に」筆者が作成

3. 目的

クラウドファンディングのリターンの種類の有無により投資する人にどのような影響を与えるか明らかにする。多くの企業がリターンを複数種類構えている理由を探る。

また、この研究論文により 1 人でも多くの人にクラウドファンディングについて認知してもらいたい。

4. 研究方法

4.1 仮説

クラウドファンディングにおいてリターンの種類が多いと、リターン 1 種類の場合と比べて投資金額が多いのではないか。

クラウドファンディングの簡単な模擬実験をリターン 1 種類の場合、リターン数種類の場合それぞれ行って、2 つの実験結果の違いをみることにした。

4.2 実験方法

- ・あるプロジェクト成功の為に被験者から資金援助活動をしてもらう。
- ・被験者を 5 人で 1 グループとする。
- ・初めに全員に所持金として 120 ポイントを与える。
- ・2 分の制限時間の間に 5 人合わせて合計で 150 ポイントが集まればプロジェクトは成功で 5 人全員にそれぞれ 80 ポイントが配られる。150 ポイントが集まらなければプロジェクトは失敗、プロジェクトに投資していたポイントは返金。
- ・被験者からの投資金額はリターン 1 種類の場合「50 ポイント (先着 3 人)」、リターン数種類 (3 種類) の場合「30 ポイント、50 ポイント、70 ポイント (先着各 1 人ずつ)」
- ・プロジェクトが成功した場合、投資した人には投資額に応じてリターンを用意。リターンは以下に説明する「くじ」の抽選券で、30 ポイントの投資を行えば 1 回分、50 ポイントの投資を行えば 2 回分、70 ポイントの投資を行えば 3 回分の抽選券が得られる。プロジェクトが失敗した場合、リターンは得られない。

くじ (1 回分) の内容

実験終了後、謝金支払いのときにサイコロを振ってもらい、1 か 2 の目が出たら、実験での獲得ポイントにさらに 50 ポイントを加算。それ以外の目が出た場合には何も加算されない。

- ・プロジェクト成功報酬が投資していない人含めて全員に与えられる理由として、実際のクラウドファンディングのプロジェクトが成功した場合、そのプロジェクトの恩恵が社会全体に享受されるとみているからである。(例) 新製品の開発な

ど

- ・被験者が実験で受け取る報酬は、実験やくじで獲得した総ポイント×10 (円) とする。

実験例

あなたが 120 ポイントのうち 50 ポイントを投資したとする (あなたの手元には 70 ポイントが残っている)。さらに相手 4 人のうち 2 人も 50 ポイントの投資を行い、合計 150 ポイントが投資されたとする。プロジェクトは成功し 5 人全員にそれぞれ 80 ポイントが配られた。さらにあなたは投資のリターンとしてくじを 2 回行い、サイコロを 2 回振って 1 の目と 6 の目が出た。

あなたがこの意思決定で獲得できるポイントは、
(プロジェクト成功ポイント 80 ポイント) + (手元に残っている 70 ポイント) + (くじの結果得られた 50 ポイント) = 200 ポイントになる。

投資額が 150 ポイントに達さずプロジェクトが失敗した場合はプロジェクト成功による利益(全員に 80 ポイント)はなし。またプロジェクトに投資していたポイントは全て返金される。つまり、プロジェクトが失敗した場合、全員の獲得ポイントは 120 ポイントになる。

- ・また、被験者が実験を正しく行えるように、実験に関する簡単な理解度チェックを実施した。
- ・実験は z-Tree のプログラムを用いて行った。



図表 4-1 実際に被験者が実験中行う操作画面

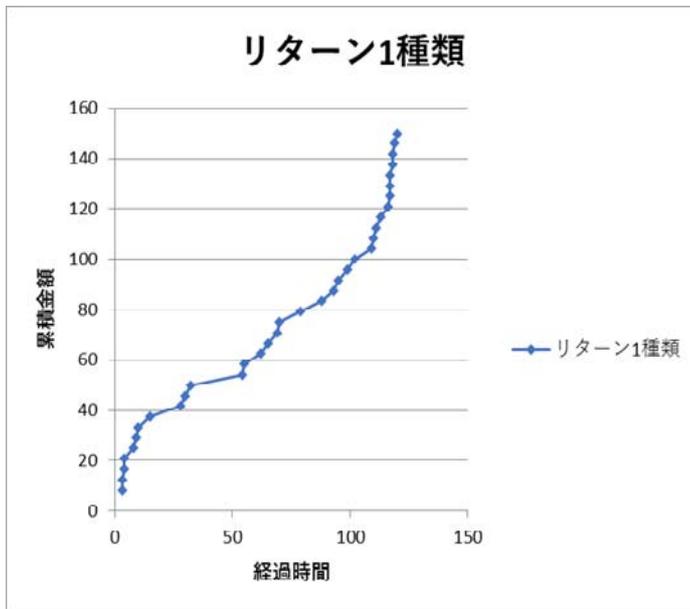
いずれかの投資を行う場合は赤い箇所をクリックする。

4.3 実験 1

被験者は計 60 人（12 グループ）を集め、上記で述べた実験を行った。全グループそれぞれ 150 ポイント集まり全グループプロジェクトは成功した。

投資した人が 2 分間（120 秒）の制限時間で投資するまでにかかった時間に着目した。各グループ 3 人ずつ投資しているので計 36 人が何秒で投資をしたかをグラフ化した。横軸を実験開始からの経過時間とし、縦軸をプロジェクト成功の 150 ポイントを上限とした累積金額で表しており、投資したタイミングが確認できる。

図表 4-2 リターン 1 種類の場合の投資タイミング



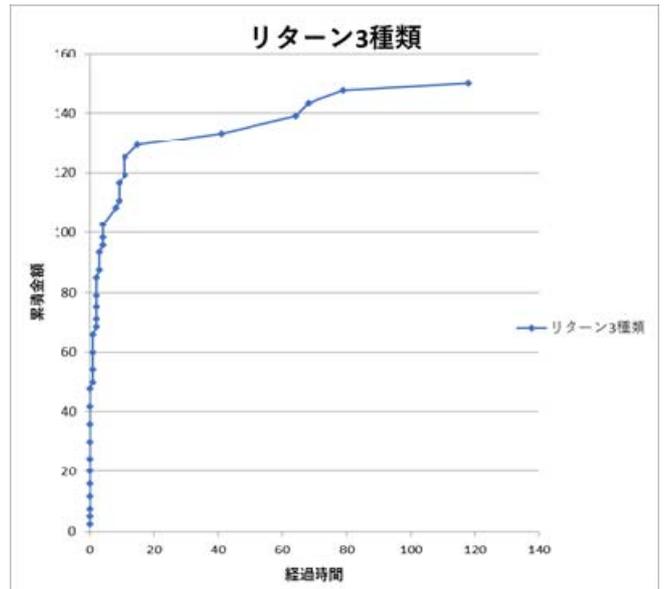
制限時間ギリギリの 120 秒付近での投資が目立つ。

4.4 実験 2

被験者は実験 1 と同じく 60 人（12 グループ）で、こちらも全グループそれぞれ 150 ポイント集まり全グループプロジェクトは成功した。

同じように投資した人が 2 分間（120 秒）の制限時間で投資するまでにかかった時間に着目した。

図表 4-3 リターン 3 種類の場合の投資タイミング



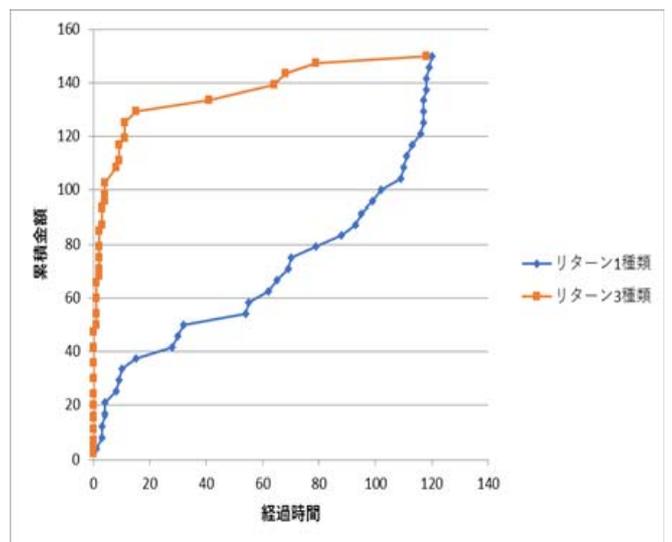
こちらは実験 1 の結果とは違い、実験開始後 10 秒以内での投資が目立つ。

5. 結果

2 つの実験結果からでは、プロジェクトが全て成功という結果になっているため、仮説の「リターンの種類が多いと投資金額が多い」ということは立証できなかった。

しかしながら、投資するタイミングが、リターンの種類の有無によって大きな違いがみられた。リターンが 1 種類だと被験者はすぐには投資せずに制限時間ギリギリまで待ち投資する一方で、リターンが 3 種類だと被験者はすぐに投資をすることが分かった。

図表 5-1 リターン 1 種類と 3 種類の投資タイミングの比較



実験結果から分かるように、クラウドファンディングのよう

なファンド活動においてリターンの種類が多いと人々は早々と資金援助活動を行ってしまうということが言えるだろう。ファンド活動にリターンを複数種類構えているのは「資金が早く集まる」という隠れた理由があるといえる。

6. 今後の課題

本研究の実験はクラウドファンディングを模擬したつもりではあるが、クラウドファンディングの「プロジェクト（コンテンツ）の魅力度、認知度」を考慮せずに実験を行った。現実のクラウドファンディングではそのプロジェクト（コンテンツ）が好きだから、あるいは社会全体に広く知れ渡っていて知っているから投資する、ということもあるだろう。現実のクラウドファンディングにもっと近づいた実験モデルを組む必要があると感じた。

また、クラウドファンディングのプロジェクトのリターンが複数種類あることにより資金が早く集まるという結果は、リターンの種類が多いと資金が多く集まるという初めに立てた仮説と繋がっていないかを考察したい。

引用、参考文献

- [1] CAMPFIRE 公式 HP (<http://camp-fire.jp>)
- [2] 株式会社矢野経済研究所「国内クラウドファンディング市場の調査を実施（2018年）」(http://www.yano.co.jp/press-release/press_id/2036)
- [3] 総務省 HP (www.soumu.go.jp)