

クラウドファンディングにおける独自性の高い企画構想の要件とは

1210533 前田隼吾

高知工科大学 経済・マネジメント学群

1. 概要

近年、従来型の資金調達方法(借入、増資、起債)に加え、インターネットを通じて趣旨に賛同した不特定多数から、資金を集めるクラウドファンディングが盛んになっている。

しかしながら、最近是全国的に多くの案件が上がってきており、頭打ち感が出てきている。そのため企画書には一定レベル以上の質を備え、かつストーリーに独自性が求められるようになってきている。

企画達成に必要な要素にはどういったものがあるのか確かめたいと思い、「クラウドファンディングにおける独自性の高い企画構想の要件とは」を研究テーマとした。

2. クラウドファンディングとは

群衆(crowd)と資金調達(funding)を組み合わせた造語で、インターネットを通じて自身の夢や活動を発信することで、趣旨に賛同した不特定多数の人から資金を調達する仕組み。

日本では2011年「READYFOR」がサービスを開始。東日本大震災の年であったことから、社会性の高い事業が多数を占めていたが、近年中小企業が市場開拓新規事業を目的として活用している。

従来の資金調達にはない「手軽さ」「拡散性の高さ」「テストマーケティングにも使える有用性」といった観点から新たな資金調達の形として注目を集めている。

プロジェクトの「起案者」とそれを支援する「支援者」の双方の手軽さが最大の特徴。

2-2 クラウドファンディングの分類

寄付型

支援先は主に社会環境、文化、子ども、被災地医療などからなる。支援者は金銭的な対価は受け取ることはできないが、支援に対する充足感、また寄付による税制優遇が受けられる。

購入型

公益的な要素や創造性があるがあり、資金提供者が応援したくなる要素があるプロジェクトが多数を占める。個人、企業、任意団体など、実行主体は多岐にわたる。支援をした見返りとしてのサービスなど様々な対価を得ることができる。支援金額によって企画実行者が設定した対価を得ることができる。マーケティングの観点からの利用もあり、プロジェクトを訴求することで顧客ニーズの喚起や反応の把握なども行われている。

金融型

株式発行やファンドの仕組みを利用した投資資金を募ることができる。支援者は会社の株式を取得することで将来の値上がりの期待、分配といった対価を受けられる可能性がある。

2-3 実施方式

All or Nothing

募集期間中に、支援された総額が目標金額を達成した場合に、プロジェクト成立となり、資金を受け取ることができる。不成立の場合、資金を受け取ることはできず、支援者に全額返金される。

適切な目標金額の設定、アクションの実施が目標金額達成のために重要である。

All In

目標金額以上の支援が集まったかどうかに関わらず、プロジェクトが成立となる。目標金額に達しなかった場合でも、資金を受け取ることができるが、実行者は掲載時にプロジェクトの実施を確約する必要がある。

3. 研究の目的

本研究では、クラウドファンディングにおいて、目標金額を達成している企画書本文に注目し、使用されている品詞、語彙のつながりの傾向を明らかにする。

4. 研究方法

本研究は、クラウドファンディング仲介企業のREADYFORのホー

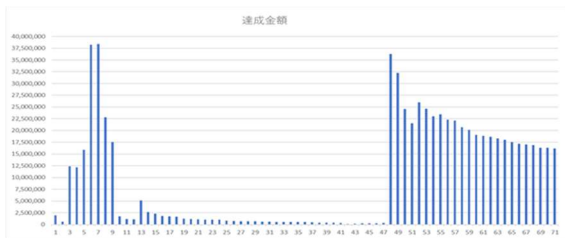
ムページから四国を中心に目標金額を達成した企画の企画書本文を抜き出し、マイニングソフトであるKH-coderを使用してテキストマイニングを行い品詞分解し、企画書がどのような品詞を使って構成されているか、語彙のつながりはどうかといった観点から研究を進めていった。

● READYFOR

日本初・日本最大級のクラウドファンディングサービス。2011年3月から1万件以上のプロジェクトを掲載し、100億円以上の資金が集まる。日本最大級のクラウドファンディングサービスとして成長している。

要であるのではないかと考えられる。また「在庫」「発送」というワードからリターンはモノであるということも読み取れる。手紙や感謝状といったリターンも見受けられたが、目標金額を達成するにあたり、モノでのリターンは支援者の目を引くのではないかと考えられる。

- また、名詞の頻出語彙を見ると「地域」「学生」「ボランティア」といったワードは企画の独自色が良く出ているのではないかと感じた。特に「学生」というワードだが今回抽出した企画で学生が行っている企画は5件ほどであったが、頻出語句に出ている。「学生」というワードは支援者の目を引くと考え、多く使用したのだろう。



達成金額一覧 (筆者作成)

今回は四国を中心に企画を集めた。

名詞	サ変名詞	形容動詞
名前	189 支援	539 必要
プロジェクト	162 予定	350 自然
セット	156 在庫	266 可能
地域	132 発送	254 特別
場所	127 応援	182 有効
リターン	109 活動	152 新た
オリジナル	106 制限	146 大切
学生	104 お礼	138 様々
コース	103 参加	123 好き
レター	96 メール	107 豊か
自分	87 お願い	100 健康
手紙	84 使用	98 綺麗
商品	83 利用	90 安全
ボランティア	82 栽培	84 詳細

図2 テキストマイニング全体 (筆者作成)

5. 調査結果

ここからはKH-coderを使用し得られた結果を見ていく。まず、図2は企画書本文をすべてテキストマイニングし頻出語句を抜き出したものである。この図から得られた結果としては、

- サ変名詞である「支援」のワードが539件と突出していた。また、「応援」「活動」といったワードも見られており、今回抽出した企画は自身の事業ではなく誰かを支援するような企画が多くなっていた。
- 支援に追随するワードとして「予定」「在庫」「発送」がある。これは支援に対するリターンに関連する語であることから、目標金額達成のためには、リターンがあることも重

6-2 階層的クラスター分析

階層的クラスター分析は、抽出された語彙にどのような関連性があるのかを明らかにし、グループごとに色分けしたものである。

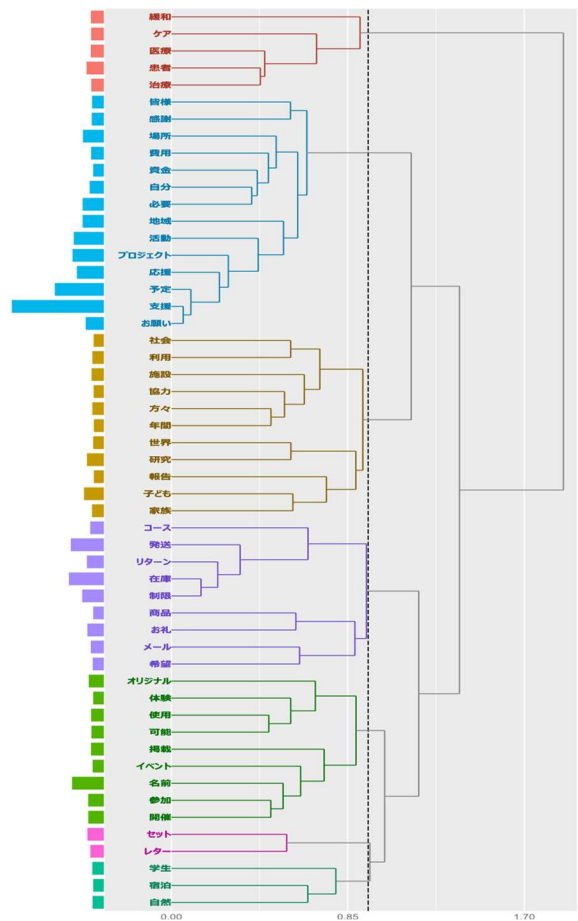


図3 階層的クラスター分析 (筆者作成)

階層クラスター分析の結果を見ていく。

図3の上からオレンジ色の群を第1クラスター、水色を第2クラスター、黄色を第3クラスター、紫を第4クラスター、緑を第5クラスターとする。

第1クラスターは「患者」「治療」「医療」などのワードで関連がみられた。このワードは企画書分類の「医療・福祉」に多く含まれていたワードであり、この「医療・福祉」は他の分類とは違った語のつながりで形成されている。

第2クラスターでは頻出語彙である「支援」のワードと「お願い」「応援」といったワードに関連がみられた。また、「地域」というワードとも関連がみられ、地域系の企画でこの「支援」「応援」といったワードが多く使用されていることが分かる。地域系の企画ではその地域に興味がある支援者が多いため、「支援」「応援」のワードが入った企画が目標金額を達成しやすいのではないかと考えられる。

第3クラスターは「社会」「利用」「施設」などの公的施設の企画と「研究」「子ども」「家族」のつながりからなる社会貢献的な

語の関連性がみられた。

第4クラスターは「リターン」「在庫」「発送」等の支援に対するリターンに関するつながりが見て取れた。ここで興味深いことに「在庫」と「制限」というワードが深くつながっており、リターンに制限をつけることでリターンの価値を高めているのではないかと感じた。

第5クラスターでは「開催」「参加」「イベント」のワードからイベント開催に関する企画であると考察できる。

ここまでそれぞれのクラスターの特徴をまとめていったが、全体を見てみると企画の分類・属性によって使われるワードに偏りがみられた。

分類によって目標額達成のためのワードは決まっているのではないかと考えられる。

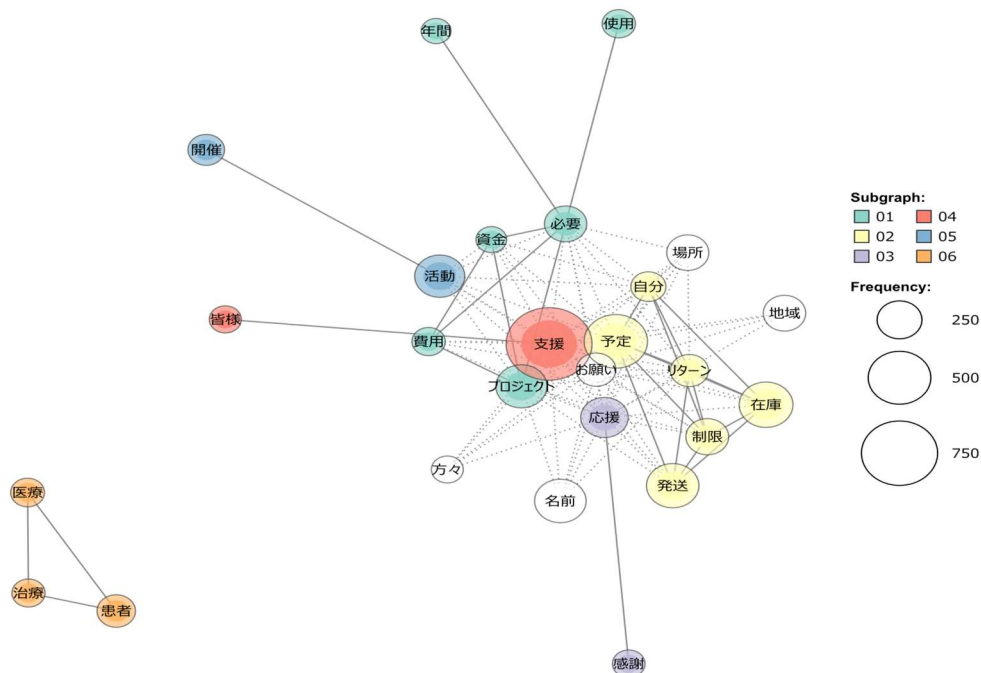


図4 共起ネットワーク図 (筆者作成)

6-3. 共起ネットワーク

次に、共起ネットワーク図を見ていく、共起ネットワーク図も階層的クラスター分析のように語彙のつながりをみられるが、つながりの強い語彙は太い線でつながれるため、語彙がどのようにつながっているかをより深くみることができる。

- 図4を見ると「支援」「お願い」「プロジェクト」といったワードが中心に位置し、多くの語との関係があることが見て取れた。今回抽出した企画ではこの語を中心として企画書本文が構成されている。
- 特につながりの強い語彙を見てみると「支援」に対して「皆様」というワードで強いつ

ながりがみられた。また、「リターン」「予定」「発送」などのリターンに関連した語など階層的クラスター分析でも見られた語のつながりも見受けられた。

- 共起ネットワークで新たに見受けられたのが「プロジェクト」「費用」「必要」といった語に強いつながりがあったことである。企画の中で必要な費用を明らかにし、その使い道を明確にしていると考えられる。
- 全体を見ると、前述したように「支援」「お願い」などのワードを中心に様々な語が複雑につながりあっている。頻出語彙は様々な組み合わせで企画者本文の中で登場しているのかもしれない。

6-4. 分類で見る共起ネットワーク

6-2 で見た、階層的クラスター分析では、各クラスターで見受けられた語彙のつながりは企画書の分類と同じという傾向があった。そこで企画書の分類ごとに共起ネットワークを出し、共起ネットワークではどういった傾向がみられるかを明らかにしていく。

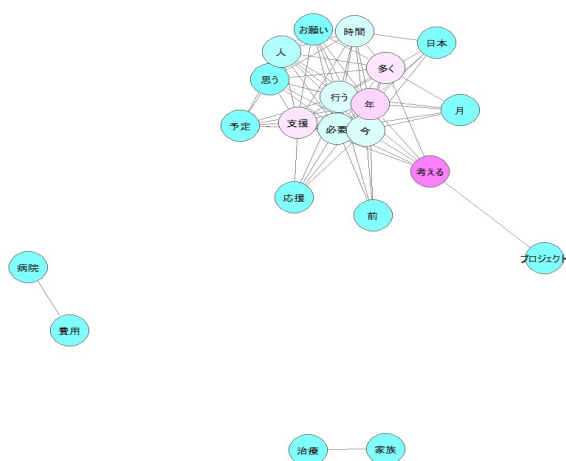


図5 共起ネットワーク 医療・福祉 (筆者作成)

上記は第1クラスターで見られた医療・福祉に分類される企画書の本文をテキストマイニング

し、共起ネットワーク図として出したものである。医療・福祉系の企画では、「支援」「必要」といった語を中心に多くのワードとの強いつながりが見受けられた。医療では、企画の中での支援の必要性を訴えるため「支援」「必要」を中心に多くの語と結びついているのではないかと考えられる。

医療・福祉の分類では、リターンに関連した語のつながりがみられなかった。医療・福祉系の企画での支援者は、リターンをそこまで重視していないのではないかと考えられる。

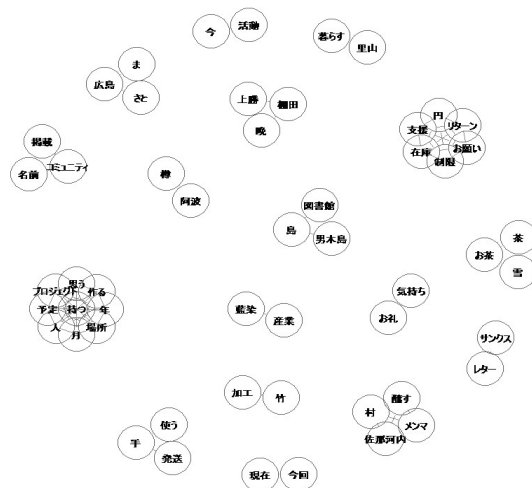


図6 共起ネットワーク 地域 (筆者作成)

次に第2クラスターで見られた地域の分類についての語彙のつながりを見る。地域系の企画でつながりがみられたワードは、「リターン」「在庫」など支援者に対するリターンに関するもの、「プロジェクト」「予定」等からなるプロジェクトの説明をしていると思われるものであった。地域系の企画では、その地域の特徴を出すためにその地域特有の固有名詞が使われるため、リターンに関するワード、プロジェクトの大まかな説明以外には目立った関連がみられなかったのではないかと考えられる。

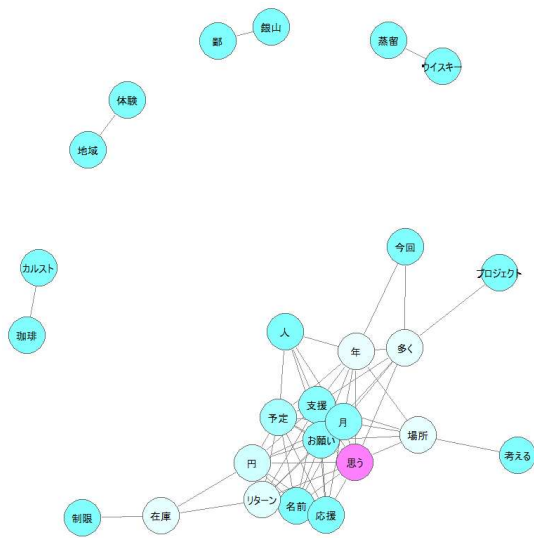


図7 共起ネットワーク 観光（筆者作成）

続いて、第3クラスターに見られた「社会」「施設」に関連する観光の分類をみていく。

観光では、「支援」「お願い」のワードを中心に多くの語とのつながりがみられた。観光にもリターンに関するワードがみられた。観光は全体の共起ネットワーク図と同じように様々なワードが複雑に関連しているという特徴がみられた。

7. 結果

以上の調査結果を踏まえて、気づいたことをまとめると以下の点が挙げられる。

- 頻出語彙では、「支援」のワードがほかの語彙の数に比べて突出していた。ここから、クラウドファンディングで目標金額を達成している企画は、何らかの「支援」を全面的に宣伝しているということが考えられる。クラウドファンディングでお金を投資する支援者にとっても他者への「支援」といった企画は目を引くものがあるのだろう。この「支援」というワードに着目すると、共起ネットワークの中でも中心に位置し、多くの語のつながり

が見受けられた。今回抽出した企画は、「支援」の語をいろいろな語と組み合わせ使用していることが分かった。

- また、頻出語彙では、「予定」「在庫」「発送」といった支援者に対するリターンに関係している語も多く見受けられた。「予定」は多くの場面で使える語であるが、「発送」「在庫」といった語は、支援に対するリターンとして使用されているのがほとんどであろう。この結果からは、クラウドファンディングの企画を書くうえでリターンは重要な位置を占めるのかもしれないと推測できる。今回は購入型の企画を中心に扱ったためこのような結果となったが、リターンのない寄付型ではまた違った結果となっているであろう。
- また、頻出語には全体的にポジティブな語が目立った。集めた金額で何をするか、何をしたいかを魅力的に見せるためにポジティブな語を多く使っているのだと推測できる。
- 階層的クラスター分析を見ると、語のつながりがみられる各クラスターは、企画の分類と同じ傾向があることが発見できた。それぞれの分類でしか使用されないような語がそれぞれにあり、その語のつながりが表れたと考えている。ほかの分類との差別化のためにその分類特有の語を使うということも考えられるのではないかと感じた。

8. 参考文献

【1】企業統治

吉村典久・田中一弘・伊藤博之・稲葉祐之

【2】READYFOR ホームページ

<https://readyfor.jp/projects?yclid=YSS.1000353958.EAIaIQobChMIg-jv2b6u7QIVmKyWCh0htwCTEAAAYASABEgLM2>

PD_BwE

<https://relic.co.jp/battery/articles/118>