

経営学専攻（マーケティングコース）

クラウドファンディングにおける出資動機に関する実証研究

小南 陽子

近年、従来の金融が果たせていなかった資金調達機能を持ち合わせる、新しい金融が広まってきている。それがクラウドファンディング(Crowdfunding)である。クラウドファンディングとは、新たに提案されたプロジェクトに必要な資金を複数の人々(Crowd=群衆)から、インターネットを通じて少額ずつの出資を募る仕組みのことである。通常、クラウドファンディング運営者の web サイトや、ソーシャルネットワークを通じて資金が集められる。クラウドファンディングは近年広まった概念であり、クラウドファンディングに関する研究もまだ少ない。特に、出資者の出資動機に関する研究は定性的な事例研究が中心であり、出資者を対象とした定量的な実証研究はまだない。そこで本研究は、出資者を対象とした定量的な実証研究を行う。

本研究は三段階に分けて行う。第一段階では、先行研究および出資者を対象とした独自のデプスインタビューからクラウドファンディングにおける出資動機を導出する。第二段階では、出資者を対象としたアンケート調査を行い、先行研究およびデプスインタビューから導出した出資動機の尺度開発を行う（研究 1）。第三段階では、各出資動機が実際の取引行動および出資者のロイヤルティに影響を与えているのかを定量的に検証する（研究 2）。

本研究で得られた結果は以下の通りである。

先行研究およびデプスインタビューから、9 つの出資動機が導出された。次に、アンケート調査を行い、探索的因子分析および確認的因子分析により「社会的投資動機」、「報奨獲得動機」、「共感・応援動機」の 3 つの動機が、クラウドファンディングにおける出資動機の尺度となることが分かった（研究 1）。加えて、重回帰分析を行い、実際の取引行動および出資者のロイヤルティに、各出資動機が影響を及ぼしているかどうかを検証した。結果として、「報奨獲得動機」は累積出資金額、1 回あたりの出資金額、ロイヤルティに影響を及ぼしていることが分かった。「社会的投資動機」、「共感・応援動機」はロイヤルティのみに影響を及ぼしていることが分かった（研究 2）。

本研究の理論的貢献は、クラウドファンディングの出資動機を定量的に検証したことであり、実務的貢献は、出資動機と実際の取引行動およびロイヤルティとの関係が検証されたことである。クラウドファンディングは既存の金融では資金調達が難しかった小規模の企業や個人が起案するプロジェクトに対し、資金調達をすることが可能である。したがって、本研究の成果がクラウドファンディングのマーケティング施策に応用され、クラウドファンディングの出資者が増えることにより、経済を活性化する一助となると考えられる。

（指導教員：西川英彦教授）