

# 愛媛大学における学生主導による クラウドファンディングの実践と課題 —えひめ学生起業塾による資金調達プロジェクトを事例に—

渡邊 洋心<sup>1)</sup>, 吉田 明恵<sup>2)</sup>

- 1) 大阪公立大学大学院文学研究科  
2) 愛媛大学農学部

## Practice and Challenges of Student-led Crowdfunding at Ehime University: A Case Study of a Fundraising Project by the Ehime Student Entrepreneurship School

Hiromune WATANABE<sup>1)</sup>, Akie YOSHIDA<sup>2)</sup>

- 1) Graduate School of Literature and Human Sciences, Osaka Metropolitan University  
2) Faculty of Agriculture, Ehime University

### 1. はじめに

現代の地域社会は、多くの主体によって様々な地域づくり活動が実施されている。その流れの中で、近年では高等教育機関である大学でも、学問の社会貢献や学生の教育の観点から地域に向き合う事例が散見される。藤井（2011）では、学生や学問と地域をつなげる役割を持つものとして大学を再評価し、地域で学生が行う活動を「教育の一環」「大学や研究室等と地域が連携したプロジェクト」「地域活動のインターンシップ」「地域イベントへの積極的参加」「その他」の5つに分類した。このような大学と地域の連携については、すでに多くの研究や報告が蓄積されている（井尻ほか編2020など）。

大学が主導するプロジェクトに用いられる資金は多くの場合、大学やその他機関により教員や部署・部局に割り振られた予算、連携先による援助などで賄われる。しかし、そのような予算がつかない場合、もしくは学生が主導するためこれらの予算を用いることができない場合、別の方法での資金調達が必要となる。小地沢（2020）は地域づくりのプロジェクトにおける財源として、チームによるもの（自己資金）、広義のパートナーによるもの（自己負担金・寄

付金・協賛金・助成金・金融機関による融資）、その他（売上）などをあげた。学生がプロジェクトとして実施する場合、学生に自己資金の活用は難しく、内容によっては売上を期待できない場合もある。そこで学生が採り得る現実的な戦略は、「パートナーによる財源獲得」になるだろう。

「パートナーによる財源獲得」において、近年注目を集めている方法がクラウドファンディング（以下CF）である。CFは、インターネットを用いて不特定多数へ寄付などを呼びかける資金調達の方法である。自治体や企業による事業をはじめ、「病気の治療費」などの個人的な事柄でも募集が可能なCFは、情報化社会における新たな資金調達の方法として有用である。一般に、CFは一過性のプロジェクトや初期投資への資金調達として有用であるほか、認知度の向上や支援者らとの社会関係資本の構築などのメリットがあるとされる。性質上あくまで一時的な資金の調達が主目的であり継続的な資金調達を目指すものは少ないが、プラットフォームによっては、特定のプロジェクトに定期的な支援を行うプランも用意されている。

CFの実践に関する文献はビジネス部門における指南書が中心であり（山本2014；クラウドファンディング研究会2019など）、大学や地域づくりをはじめとする非営利セク

ターにおけるノウハウの蓄積が足りない状況にある。これらを踏まえ、本稿では、筆者らが学生・地域住民の交流拠点等を意図した学内施設「E-Laboratory」の設立を目標としたCFを事例に、大学における学生主導のCFの実践と今後の課題についての報告を目的とする<sup>1)</sup>。

本CFの特徴は、大学のプロジェクトの一環として学生主導で実施された点であり、本実践は他の類似する事例にも何らかの示唆を与えうると推察できる。第2章では、実施の背景について記述する。続く第3章ではCFの概要と実施期間中の取り組みについて記述し、第4章では実施結果および得られたデータから、今後のCF事業に有用な知見を考察する。第5章では、CFの課題について先行事例との比較や参与観察および聞き取り調査をもとに検討する。最後に第6章では実施の結果と今後の課題について論じる。なお本事例における組織や制度の名称や内容は2022年当時のものである点を注記しておく。

## 2. CF実施の背景と概要

### 2.1 CF実施の背景

本事例におけるCFは、2022年当時第1筆者が代表を務めていた「えひめ学生起業塾（以下、起業塾）」が中心となって取り組んだものである<sup>2)</sup>。起業塾は、愛媛大学社会連携推進機構の「産学連携推進センター（当時）」により、2020年に創設された学生団体である。起業による地域社会の課題解決や自らの研究の社会実装を目標に、様々な学びの場を提供している。当時の起業塾には約20人の学生が所属しており、愛媛大学の支援を受けながら学生が主体となり、起業による社会課題の解決を推進するための取り組みを行っていた。

起業塾の課題として、個々の学生ごとに取り組みたい活動があるものの、学生同士や学生と地域住民の交流を可能とする場がないことがあげられていた。また、2020年に発生した新型コロナウイルスの影響で学生同士の交流の場も存在しなかった事情から、学生同士が交流できるサードプレイスや外部者と関わりを持てる交流拠点が必要とされていた。それらを踏まえた学内での議論の結果、大学内に起業塾の部室となる部屋を設置することが可能となった。しかし当該の部屋にサードプレイスや交流拠点など、学生が部室に必要と考えた機能を持たせるための資金がなく、資金調達が大きな課題となった。

筆者らを中心として資金調達の議論を行った結果、CFによる資金調達が候補に上がり、社会連携推進機構などと協議を重ねた結果、CFによるE-laboratory設置のプロジェクトが実施された<sup>3)</sup>。最終的に、社会連携推進機構が中心となり設置した外部組織であり、起業塾の支援を事業の一つとする「一般社団法人えひめベンチャー支援機構」が第1筆者と連名でプロジェクト実行責任者となった<sup>4)</sup>。

筆者らは起業塾の学生代表と担当職員として、起業塾のメンバーと共に本プロジェクトの運営などの実務を担当した。

### 2.2 CFの概要

図-1は、CFのWEBページに掲載された記事のスクリーンショットである<sup>5)</sup>。CFを実施するプラットフォームはREADYFORを利用した。READYFORは医療・福祉や地域づくりなどの社会貢献に関するCFが多いことが特徴であり<sup>6)</sup>、本CFとの相性が良いと考えたため選定した。

当時のREADYFORは、手数料が低くサポートが少ない「シンプルプラン」、手数料が高くサポートが多い「フルサポートプラン」が存在し、本CFでは後者のプランを採用した。プランの内容は執筆時点で当時のものから変化しており、今後も変わっていく可能性が高いため手数料などの具体的な数値は示さない。なお、本CFは地元銀行の補助事業の支援を受け、CF成立時の手数料1/2相当額（上限25万円）の補助を受けることが可能となった。これらの条件や必要な物品の金額を計算し、CFの目標金額は75万円と設定した。

CFは、支援金の集め方で大きく2種類に分類される。第1に、支援金額が目標金額を上回った際のみ支援を受け取ることができる「All or Nothing」、第2に、目標金額達成の有無に関わらず、支援金を全て受け取ることができる「All in」である。「All or Nothing」方式は支援金額が目標に達しなかった場合、既に支援があった金額も含んだ金額が支援者へ返金されるため、資金は一切受け取ることができない。そのため、「All or Nothing」で行ったCFが目標金額に達しなかった場合、そのプロジェクト自体を実施しない選択をとることができる。一方で「All in」の場合、支援金額に達しなかった場合も既にあった寄付金を受け取ることができるが、集まった金額にかかわらずプロジェクトを完遂し、支援者へ返礼品を渡す責任が生じる。

一部のCFプラットフォームには、一定の条件を満たさなければ「All in」を選択できないなどの制限がつく場合がある。READYFORでは主催団体が「税制面上の寄付



図-1 CFのトップページ（CFページより引用）

金控除の対象」または「上場企業」である等の条件があり、本 CF はそれらの条件を満たしていないため「All or Nothing」方式を採用することとなった。

CF は支援の際、支援金額に応じたコースを選び、支援を行う。各コースには支援者が支払う金額<sup>7)</sup> および支援者に送られるリターン（返礼品）が定められている。表-1 は今回実施した CF の返礼品とそれぞれの最終的な支援数を表記したものである。

コースは大きく分けて2種類用意した。第1に「〇〇応援コース」と名付けられたコースと「応援団長コース」であり、これらはそれぞれ3千円、1万円、5万円、10万円と段階づけて設定した。リターンとしては、お礼メールやお礼動画などの費用がかからないものを選んだ<sup>8)</sup>。加えて全てのコースの支援者に対して PDF で送信する年度末活動報告書（図-2）に任意で支援者の氏名を記載し、「しっかり応援コース」以上では支援者向けのメッセージ動画を個別に用意するなど、個々の支援者に対し可能な限り個別に対応できる工夫を行った。第2のコースは、3万円価格設定の3コースである。すでに何らかの事業を行っている、または今後事業を行いたい学生がリターンを用意するコースである。これらのコースは革製品や書籍など、各学生が行っている事業に関わる製品をリターンに設定しており、CF の支援金から費用を支払い、製品を用意した。

表-1 CF の返礼品と最終支援数

リターン名	金額 (円)	リターン内容	支援数 (回)	支援金額 (円)	支援金全体に対する寄与率
応援コース	3,000	・お礼メール ・年度末活動報告書 (PDF) への名前記載 ・イベント等案内用のメーリスへの追加	82	246,000	23%
しっかり応援コース	10,000	「応援コース」に加えて、 ・学生からのお礼動画の作成	21	210,000	20%
Re-unima コース	30,000	「応援コース」に加えて、 ・事業の代表学生によるお礼動画 ・革製品生産時の端切れを用いた小物	5	150,000	14%
メカクシ書店 Kieenu コース	30,000	「応援コース」に加えて、 ・事業の代表学生によるお礼動画 ・支援者が指定するテーマに合わせた書籍	1	30,000	3%
NEXT チャレンジャー 応援コース	30,000	「応援コース」に加えて、 ・これから事業を行う学生によるお礼動画 ・当該学生が制作したコンテンツ	1	30,000	3%
がっつり応援コース	50,000	「しっかり応援コース」に加えて、 ・学生が作成した小冊子 (PDF)	0	0	0%
応援団長コース	100,000	「がっつり応援コース」に加えて、 ・年度末活動報告書 ( ) への別枠名前記載 ・学生の案内によるまちあるき	4	400,000	37%
合計			114	1,066,000	100%

注) クラウドファンディングでは、1人が同一コースを複数回支援することが可能である。WEBサイト上では支援者数の記載となるため、1人による複数回の支援はカウントされない。実際に本プロジェクトでも、「応援コース」を2人が2回、1人が3回、「しっかり応援コース」を1人が2回申し込んでいる。そのため表では支援者数ではなく支援回数で発表を行った。  
(クラウドファンディング実施結果により作成)



図-2 年度末活動報告書の表紙と目次

### 3. CF の実施準備と実施期間中の動向

CF を開始するにあたり、2022年2月中旬に仲介役となる地元銀行と事前説明を含めた打ち合わせを実施した。その後、READYFOR との初回の打ち合わせを3月14日に実施、以降の期間に振込口座の登録など事務手続きや CF ページの作成を行った<sup>9)</sup>。CF ページの作成は筆者らが文章の草案を作成し、READYFOR の担当者によって色やレイアウトなどのデザインを加えられた<sup>10)</sup>。

CF の事前周知として、手書きで広報の文面を記載した付箋を用意し、起業塾が紹介された大学の広報誌とともに、関わりのある企業や団体へ配布した（図-3）。それに加えて、3月下旬以降に第2筆者が中心となり、県内企業や関連団体を訪問し、CF の周知と支援の依頼を行った。

上述の準備期間を経て、2022年5月9日から6月22日の期間で CF を実施した。実施期間中の活動は表-2 にまとめた。多く CF のプラットフォームでは、個別のプロジェクトごとにブログのような形式で活動報告を掲載できるページが存在する。本 CF でも折に触れて活動報告を投稿し、起業塾の活動や大学関係者からの応援メッセージを活動報告のページに掲載した。

インターネットの活用としては、SNS や各種 WEB サイト、メールリストなどを活用した周知を行った。各個人が利用している個人的なアカウントでの紹介に加え、起業塾が使用していた SNS (Twitter (現 X), Facebook, Instagram) も随時更新し、学内外への周知を図った。



図-3 広報用資料作成の様子 (2022年3月16日 吉田明恵 撮影)

表-2 CF 期間における各種活動

日付	活動内容
5月9日	SNSでの告知, 教職員BBSでの告知, 地銀によるPR
10日	
11日	活動報告の公開 (訪問者への挨拶)
12日	活動報告の公開 (起業塾の活動紹介)
13日	教職員BBSでの告知
14日	活動報告の公開 (起業塾の活動紹介)
15日	起業塾関連イベントの実施
16日	
17日	活動報告の公開 (起業塾の活動紹介), 地元企業への訪問
18日	
19日	活動報告の公開 (応援メッセージ)
20日	活動報告の公開 (応援メッセージ)
21日	活動報告の公開 (起業塾の活動紹介)
22日	活動報告の公開 (応援メッセージ)
23日	活動報告の公開 (応援メッセージ)
24日	活動報告の公開 (起業塾の活動紹介)
25日	活動報告の公開 (応援メッセージ)
26日	活動報告の公開 (起業塾の活動紹介)
27日	愛媛大学HPにてCFの紹介
28日	活動報告の公開 (起業塾の活動紹介)
29日	活動報告の公開 (応援メッセージ)
30日	
31日	愛媛大学Twitterにてツイート
6月1日	
2日	活動報告の公開 (応援メッセージ)
3日	
4日	
5日	
6日	活動報告の公開 (起業塾の活動紹介)
7日	
8日	活動報告の公開 (起業塾の活動紹介)
9日	
10日	目標金額達成、達成お礼の公開, 教職員BBSでの告知
11日	
12日	
13日	WEBメディアでの起業塾紹介
14日	ネクストゴールの設定 (100万円), 教職員BBSでの告知
15日	
16日	
17日	活動報告の公開 (起業塾の活動紹介)
18日	
19日	
20日	
21日	
22日	期間終了のお礼

注) PR: プレスリリース (報道発表) を指す。

(CF実施結果より作成)

大学側からのサポートとして、5月27日に大学HP、5月31日に大学Twitterアカウントで本CFが紹介された。加えて大学の教職員向け電子掲示板システム（以下大学教職員向けBBS）を用いた周知を5月13日、6月10日、目標達成のお礼を6月14日、6月24日に行い、後述するようにこの大学教職員向けBBSへの投稿が多く、支援者獲得につながった。この他、起業塾が共同主催で実施した講演会

(5月15日)、学外のWEBメディアへの起業塾の紹介(6月13日)などでもCFの周知活動を行った。

これらの取り組みにより、6月10日に支援金が目標金額の75万円を上回った。CFでは期間中に支援金が目標金額を上回った場合、期間中に目標金額を増額するネクストゴールの設定を行うことができる<sup>11)</sup>。この仕組みを活用し、E-laboratoryの更なる整備のために目標金額を100万円へ更新した。

CFの期間は6月22日に終了し、最終的には108人の支援者から1,066,000円の支援金を受けた<sup>12)</sup>。8月10日にここから手数料や税金を引かれた866,658円が振り込まれ、E-laboratoryの整備費用となった。8月17日に地元銀行のクラウドファンディング補助事業として、手数料の1/2相当額である90,610円が振り込まれた。その後は支援者および関係者へのお礼や返礼品の作成・送付などを行い、CFは終了した。CF終了後も活動報告の投稿は可能であり<sup>13)</sup>、期間後も何度か起業塾の活動に関わる内容が投稿され、閲覧可能な状態にある。

## 4. CFの実施結果と成果

### 4.1 E-laboratoryの作成

CFにより集まった支援金を用いて、2022年下半年にE-laboratoryの整備を実施した。本棚やホワイトボードなどの購入と設置、配架する書籍の選書などの作業を起業塾の学生が行った(図-4)。

筆者らが起業塾の運営を退いた後も細かな整備活動が継続され、2023年10月ごろには整備後の様子がSNSに投稿された。室内には本棚やテーブルなどが置かれ、当初から備え付けられていた大型モニターやパソコンなども活用することで、多様な活動が可能となることを意図している。また、部屋の一角に畳のスペースを確保することで、くつろいだ雰囲気での交流も可能となった。他にもパソコンには統計解析やデザインなどに用いる専門的なソフトをインストールしており、学生が作業場として活用する場面



図-4 E-laboratory 整備の様子 (CF ページより引用)



図-5 現在の E-laboratory の様子  
(2024年6月25日 渡邊洋心 撮影)

も想定できる。

2024年6月に来訪したところ数名の学生が交流しており、現在でも学生間の交流を促進する機能を果たしている(図-5)。他方、学外者向けのイベントをはじめとする地域との交流を意図した活用は、関係者とのミーティングなど限定的なものとなっているのが実情である<sup>14)</sup>。大学内に位置するため無秩序に部外者を入れることはできないが、地域住民向けのイベントなどを実施することで、学生が地域との接点をもつ機会を作ることが望まれる。

#### 4.2 データからみた支援の状況

ここからは本CFにおける支援に関わるデータから今後の実践に有用と考えられる知見を記述する。

本CFにおけるリターンの一覧を記した表-1には、最終的な支援数と各リターンにより集まった支援金の合計金額、支援金額全体に対する各リターンの寄与率を記している。

支援数が多かったリターンは金額が1番低い3千円の「応援コース(82回)」と2番目に低い1万円の「しっかり応援コース(21回)」であった。一方で寄与率をみると、最高額である10万円の「応援団長コース(4回)」が総支援額の37%を占めており、応援コース(23%)やしっかり応援コース(20%)よりも寄与率が高い。このことから、手取りやすい低価格帯のリターン、1人の支援が大きな金額となる高価格のリターンの両方を備えることが重要であると考察できる。

3万円の価格帯に設定した個人の活動を取り上げた3つのリターンは、それぞれの活動を知っている関係者による支援が目立った。団体で行うCFであっても、可能な範囲でリターンの中にパーソナルな取り組みを絡めることで、個々人の関係者が支援をしやすくなることが想定できる。個々の活動にとっても、CFのリターンとなることで活動の認知度を上げることにつながるだろう。

本CFにおける日別支援金額とその累計を図-6aに示した。1日の支援金額が大きくなっている5月10日、5月

14日、5月20日、6月10日はそれぞれリターンが10万円の支援があった日である。その他、6月22日の最終日も支援金額が大きい。こちらは終了直前に支援を行った支援者が一定数いるためである。金額ベースでの推移は高額支援の影響が大きいため、支援者数をベースにした図-6bを作成した。金額ベース・支援者ベースのいずれをみても、開始直後から5月16日前後までのスタートダッシュ期間、5月下旬から6月上旬にかけての停滞期、6月10日前後以降のラストスパート期間の3段階があることが読み取れる。このような3段階の期間は、プロジェクトによって多少の差異はあるがCFでは一般的な推移であるとREADYFORの担当者から説明されている。

スタートダッシュ期間に多くの支援を得るためには、事前の準備や関係者の認知が重要となる。本CFでは、最初の活動報告が5月11日になるなど事前準備が足りていない面もあったものの、個人のSNSなどでの発信により多くの支援者を集めることができた。準備期間およびスタートダッシュ期間においては、実施主体がこれまで行ってきた活動を効果的にWEBサイトやSNSへ広報することが重要となる。そのため、日頃から自らの活動記録や写真・関係者のデータなどを蓄積し、活用できる状態にしておくことも必要である。

中盤の停滞期は支援のペースが低下し、チームに焦燥感が生まれた。本CFではこの時期に大学関係者からの応援メッセージを撮影・公開することで、CFの実施を大学内に周知すると同時に、起業塾メンバーの焦りを軽減した。可能であれば、CFの認知拡大のためこの時期にイベント等を開催することも有効であると思われる。終盤のラストスパートは、これまで支援を呼びかけた人に再度支援依頼をすることなどが重要であろう。

それぞれの時期における支援者の傾向として、スタートダッシュ期には起業塾の直接的な関係者や学生・卒業生・顧問などの知り合いなど、近い関係からの支援者が多い。この傾向は中盤の停滞期まで続いており、逆説的にCFをきっかけとする新規の支援者は少なかったことが指摘できる。目標金額がより高額になると、開始以前からの関係以外からも支援をもらうことが重要となろうが、それらを想定する場合は先にあげたイベントの開催をはじめ、メディアの活用などより積極的な広報が必要となるだろう。

本CFにおいて終盤の大きな支援の契機となったのは、6月10日に送信された大学教職員向けBBSでのCFの紹介および個別教職員への支援依頼メールである。ここから数日の間、起業塾とは直接的な関わりのない教職員からの支援が相次ぎ、6月10日には目標金額を達成した。大学教職員向けBBSへの投稿は学生に権限がなく、社会連携推進機構の教職員の協力によって実現したものである。支援者の全体的な傾向として学生からの支援は少なく、多くは教職員や卒業生、学外者からの支援であった。返礼品はあ

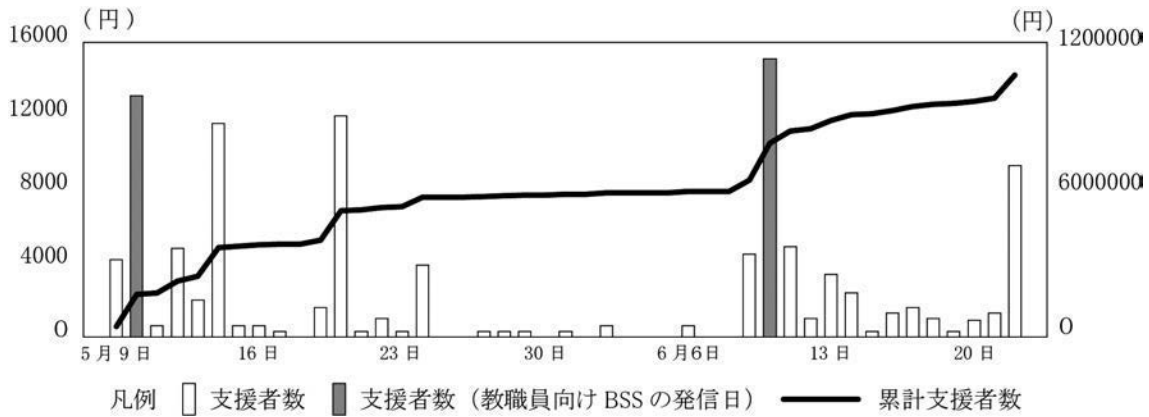


図-6a 本CFにおける支援金額と累計金額の推移

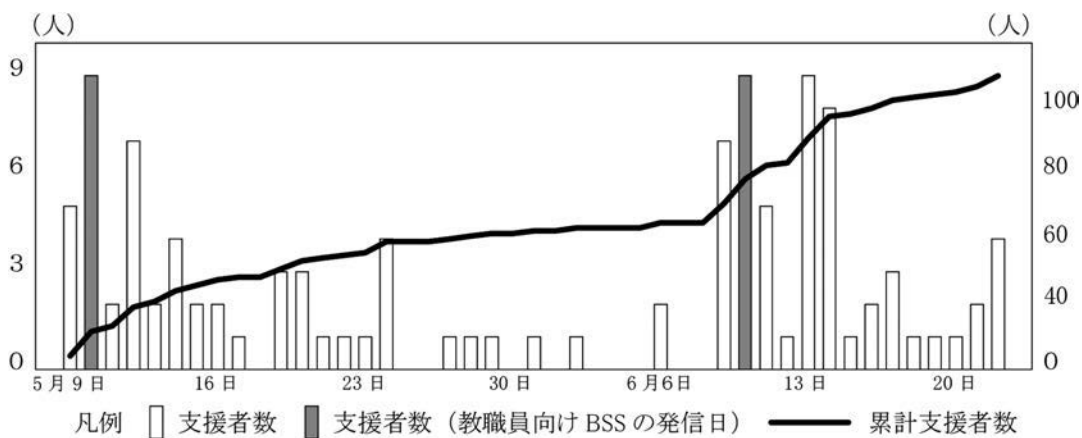


図-6b 本CFにおける支援者数と累計支援者数の推移  
(CF実施結果により作成)

るものの、基本的にCFは寄付的な側面が強いため、可処分所得の少ない学生はCFでの支援がしにくいのだと考えられる。このことから、学生主導によるCFは如何にして周囲を巻き込み、協力者・支援者を増やしていくかが重要な要素であるといえる。

本CFの実施は、関わった起業塾の学生に対しても様々な教育的な意義があった。実施後に行った聞き取りでは、「今まで金はアルバイトでしか稼いだことがなく、金銭に対して責任感がなかった。クラファンで金銭を受領することで、金額に対する対価の必要性を感じる事が出来た」など、金銭を扱うことに対する意識や責任感の涵養が示唆されている。また、CF実施に関連して多くの関係者とやり取りをすることによる社会関係資本の蓄積、CFという資金調達方法の認知などの効果もあげられる。関係した学生の一部は、自らもCFの実施を計画する、他のCFに寄付者として関わるなど、CFを身近なものと考えられるようになった。

## 5. 大学におけるCF事業の課題

### 5.1 実施中の改善点についてCF実施の課題

ここまでの議論を踏まえ、大学において学生が主導となってCFを行う場合の課題を整理する。CFの期間を実施前・実施中・実施後に分け、それぞれの時期における課題を表-3に示した。これらの知見は、CFの実施およびCF終了後を含めた学生・関係者・支援者へのフォーマルおよびインフォーマルな聞き取り調査による。

表-3 大学における学生によるCFの課題と解決策の例

時期	課題	解決策
実施前	情報の不足 ・実務的ノウハウ ・モデルケースの不在 ・利用できる制度	情報の蓄積
実施中	組織的なサポート ・大学がもつネットワーク	支援制度の確立
実施後	CF終了後の継続的な関係性 ・実施学年の引退や卒業	継続的な関係性を生む仕組みづくり

(参与観察および聞き取り調査により作成)

CF 実施前の課題として、CF や制度に関する信頼しうる情報が少ないことがあげられる。CF 実施にあたり必要な情報として、各プラットフォームの特徴、銀行や行政などによる補助制度の有無、情報発信や価格設定などの戦略などの実務的なノウハウがあげられる。これに加えて、実際に CF を行った経験がある人物が身近にいることも重要な要素となるだろう。情報化によりこれらの情報の中には、インターネットなどで容易に入手できるものもある。しかし、これらの一般化された情報が個別の事例において直ちに有効であるとは限らない。また、本 CF における地元銀行の支援事業のように、地域社会に根差しているからこそ活用できる制度や情報も存在する。CF を促進していくためには、大学やそこに所属する学生、想定される CF の特性に即した情報を提供し、ノウハウを蓄積していく仕組みづくりが求められる。また、学生を支援するための教職員側の連携や基金室を中心とした支援体制を制度としての構築も必要となる。

実施中における課題は、大学や関係者などによる活動のサポートである。本 CF では、大学教職員向け BBS の活用をはじめ、学生が直接アクセスできないネットワークを用いた広報が高い効果を発揮した。学生による CF に対し、全ての事案に対応することは困難であろうが、学生の活動を学内の教職員や関係者へ周知する仕組みの存在は、学生による CF の成功率の上昇につながるだろう。

最後に、CF 実施後に支援者となつたり続ける工夫も重要な課題である。本プロジェクトでは E-laboratory 完成後、一部の支援者や関係者を呼んだイベントが開催された。しかし、それ以外の支援者に対するアプローチは、返礼品や報告書の送付や活動報告の更新など限定的なものとなった。

地域住民との交流といった当初の目的の未達や支援者へのアフターフォローが限定的なものとなった原因として、筆者らを含め、CF を主導していた学生が起業塾の運営を退いてしまったことがあげられる。大学に限らず、教育機関の学生・生徒は数年で入れ替わるため、CF に関わる事項の引継ぎに不備が生じる可能性が高い。しかし、CF の支援者は該当プロジェクトへ関心をもった者であり、今後の活動の潜在的な協力者にもなり得る。そのため定期的な交流会の実施や活動報告を用いた近況報告など、支援者と関係を保ち続けることは、実施した組織にとっても有用である。CF は支援金だけでなく、支援者との社会関係資本も得ることができるため、それを維持し続ける工夫が重要となる。

## 5.2 先進事例との比較からみる今後の課題

本 CF の実施前から実施段階において、2018年から READYFOR と連携して「大阪大学公式クラウドファンディング」事業を実施する大阪大学の担当者から情報提供

やアドバイスを受けた。大阪大学は2018年から2024年1月までの期間、32プロジェクト・2億8千万円の寄付を集めており（中村，2024）、大阪大学の取り組みは大学における CF 事業の先進事例の一つと位置づけられる。本節では、大阪大学の CF を担当する共創機構渉外部門の担当者への聞き取り調査に基づき、大阪大学における取り組みを本 CF と比較し、今後の課題について検討する。

大阪大学における CF は、大阪大学未来基金に属する活動であり、教育研究の資金調達方法の一つとして位置づけられている。CF を用いた資金調達は教職員の新任研修などでも紹介され、研究費の調達から研究の社会実装など、多くの分野のプロジェクトが実施される。中心的な実施者は大学教員が中心であるが、学生主導の CF としてオンラインオーケストラの開催やボードゲームの商品化など<sup>15)</sup>もある。

大阪大学におけるプロジェクト実施は、学内公募で一定の基準を満たすことである<sup>16)</sup>。特徴的な点として、実施が決定した CF に対して、共創機構の「学内キュレーター」と呼ばれる役職のスタッフが CF 全般のサポートをするという点があげられる。「学内キュレーター」は各 CF について情報提供や相談への対応をするだけでなく、CF という資金調達手段の存在の周知・これまでの支援者への他 CF の案内・先行して CF を行った人との情報共有のための橋渡しなど、多岐にわたる役割を担う。

CF 全体に対する「学内キュレーター」の役割を、本事例など従来の CF スキームと比較した模式図が図-7である。従来の CF は、プロジェクトごとに CF と支援者が一対一の関係となり、個々の CF ごとに関係性が完結していた。大阪大学は学内キュレーターを介在させることで、CF の実施主体やこれまでの支援者を結びつけることを可

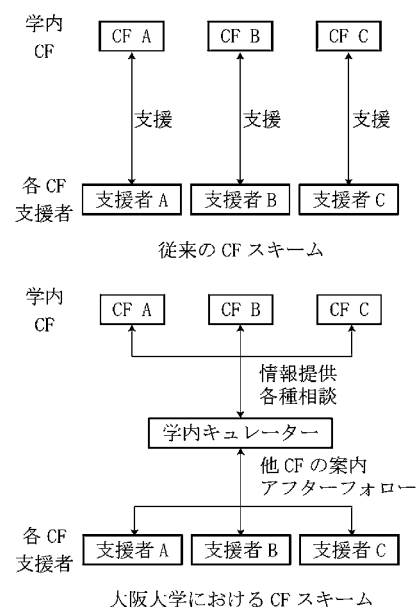


図-7 大学における CF と支援者の関係図（聞き取り調査により作成）

能としている。例を挙げると、CF Bの実施者に発生した実務上の問題について、学内キュレーターを通して解決策を知るCF Aの実施者に話を聞くことが可能である。他にもCF Aで寄付をした支援者Aが、後日学内キュレーターの紹介でCF Cについて知り、そちらについても寄付を行うことなども想定できる。

学内キュレーターの存在は、表-3にあげたそれぞれの時期における課題に対して有用であると考えられる。学内キュレーターは、実施前の情報提供や実施中の各種サポートを包括的に行うことができる存在であり、加えてプロジェクト終了後も学内キュレーターを通じ、支援者は実施主体となる団体や大学とつながり続けることができる。これは学生や教職員など、所属するメンバーの入れ替わりが激しい高等教育機関において、実施組織と支援者の関係を維持し続けるための有効な手段の一つであろう。

聞き取り調査において、学内キュレーター担当者は自らの仕事を「大阪大学のファンになってもらう」ものだと表現した。加えて、活動報告など「お礼は、支援者一人に対して、対面やメールを含め、8回以上の実施を心掛けている」とも述べる。学内キュレーターによるアフターフォローによって、大阪大学におけるCFは個々のプロジェクトで完結するものではなく、それ自体が大学全体の価値上昇にもつながる。上述の語りはCFをきっかけにして、大学による他の事業への参加や寄付金などの形で地域住民が大学と関わる機会の創出にもつながることを示唆する。

## 6. おわりに

本稿では、筆者らが実施したE-laboratoryの作成を目標としたCFを事例に、大学における学生主導のCFの実践と今後の課題について報告を行った。筆者らによるCF「愛媛大学学内に「大学生の挑戦を応援する場」をつくりたい！ひとをつなげる交流拠点「E-Laboratory」計画！」は2022年5月9日から6月22日の期間実施し、最終的に1,066,000円の支援が集まった。大学における学生主導のCFが持つ課題として、実施前のノウハウ等の情報の充実、実施中の広報や大学による支援、実施後に支援者とつながり続ける工夫などが指摘できる。情報化が進む現代社会において、CFは資金調達の方法として今後も存在感を高めていくであろう。大学にとってCFは、学生の学びを促進する教育機関としても、社会と関わりある研究機関としても、重要なものになると考えられる。また、大学が直面しつつある財政問題においても、CFは有用な資金調達の方法となり得る。CFの実践事例や支援者の属性・動機等の把握などに関わる研究の蓄積や理論的・批判的検討などは今後の研究課題としたい。

## 付記

本稿で対象としたCFはえひめ学生起業塾のメンバー・愛媛大学関係者をはじめ、CF運営会社や地元企業など多くの関係者に支えられて成立した。また、伊予銀行地域創生部の皆さまには、クラウドファンディング補助事業として、多岐にわたるご支援をいただいた。大阪大学の中村麻貴氏には、CF計画段階から本稿の執筆に至るまで、多大なご協力をいただいた。そして何より、CFにご支援いただいた支援者の皆さま一人ひとりがあってこそ、E-laboratoryの現在がある。本プロジェクトに関わった全ての方に、この場を借りて心よりの感謝を申し上げたい。

## 注釈

- 1) CF実施当時、第1筆者は愛媛大学大学院人文社会科学研究所の院生、第2筆者は愛媛大学社会連携推進機構の職員として愛媛大学に所属していた。
- 2) 当時の起業塾の活動は渡邊・佐野・門本(2023)に詳しい記述がある。また具体的な実践の事例の一例として、渡邊・吉田(2024)を報告している。
- 3) 本CF以外に愛媛大学で実施されたCFとして、2017年に航空力学研究会と附属特別支援学校、2019年に附属高等学校、2021年にダンス部、2024年にアジア古代産業考古学研究センター、附属病院脊椎センターなどによるものがある。
- 4) 愛媛大学の教員が、産学連携推進センター長、えひめ学生起業塾の顧問、学外会社組織であるベンチャー支援機構の代表理事を兼務していた(当時)。
- 5) 以下、本CFページは単にCFページと表記。資金の詳細な用途等、CFの詳細情報は本稿の主題ではないため踏み込まないが、CFページ内に記述されているので参照されたい。
- 6) CFのプラットフォームを比較する複数のサイトで、READYFORの特徴としてあげられている。
- 7) 正確には、支援者は各コースで定められた金額に加えてシステム利用の手数料が必要となる。
- 8) 返礼品の「まちあるき」は旅行業法により実施可否が場合により異なる。今回はREADYFORの本部へ確認をとり、問題ない旨の回答を得たため返礼品として設定した。
- 9) 作成のペースは、当時のチャット記録によると4月15日時点でCFページの必要事項入力を9割完了しているペースであった。
- 10) CFページの作成支援など、CF企業側がどの程度関わるかは申込プランによって異なる。支援が手厚いプランであるほど、達成時に企業へ支払う手数料の割合が高くなる傾向にある。
- 11) ストレッチゴール、セカンドゴールなど様々な呼び方がある。当初の目標金額を低めに設定して早期にネクストゴールへ移行する、ネクストゴールを少し高めに設定して積極的にアピールを行うなど、様々な戦略的活用ができる仕組みである。



12) CF サイト上は109人と記載されているが、何らかの要因で1人の支払いキャンセルがあり、支援者は108人となる。

13) 本稿執筆時の2024年6月25日にも執筆可能であることを確認している。

14) 第1筆者の引退後も起業塾へ所属している学生への聞き取りによる。

15) 言及した各CFは以下の通り。

言語の壁を越え音楽で世界を繋ぐ！ 念願のオンラインオーケストラ開催へ READYFOR HP, [https://readyfor.jp/projects/a-tune\\_for\\_2025](https://readyfor.jp/projects/a-tune_for_2025). (2024年11月22日最終閲覧)

リアルな大学生活を疑似体験！ ボードゲーム「DAIGAKU」の開発へ READYFOR HP, [https://readyfor.jp/projects/DAIGAKU\\_BG](https://readyfor.jp/projects/DAIGAKU_BG). (2024年11月22日最終閲覧)

16) 大阪大学における公募の選定基準は、中村(2024)によると以下の通りである。(1)教育研究上有意義なもの、(2)事業を通じて新たな寄付者の発掘につなげ寄付収入を拡大するもの、(3)研究のアウトリーチに資するもの、または社会課題に対する新しい知の社会・市民への展開に資するもの、(4)大学が行う教育活動のうち、特に社会との共創が求められるもの。

[file/news202205110040/pdf/pdf\\_20220511104705070.pdf](file/news202205110040/pdf/pdf_20220511104705070.pdf), 2022年5月(2024年6月26日 最終閲覧)

Ⓜ 新塾室完成 Ⓜ, Instagram アカウント ehime\_start\_up <https://www.instagram.com/reel/CyDAg-AvIf7/?igsh=MTlxNjk5NjJpM3doaw%3D%3D>, 2023年10月(2024年6月26日 最終閲覧)

## 参考文献

井尻昭夫・江藤茂博・大崎絃一・三好宏・松本健太郎編(2020)『大学と地域 持続可能な暮らしに向けた大学の新たな姿』, ナカニシヤ出版

クラウドファンディング研究会(2019)『クラウドファンディングで資金調達に成功する』, 技術評論社

小地沢将之(2020), 『まちづくりプロジェクトの教科書』, 森北出版

中村麻貴(2024)「大阪大学公式クラウドファンディングについて ～共感を集めてファンを作り、大きな夢を叶えよう！～」, 『生産と技術』76-2, 95-102.

藤井正(2011)「地域に向き合う大学」, 柳原邦光・光多長温・家中茂・仲野誠編『地域学入門 —〈つながり〉をとりもどす—』, 279-297, ミネルヴァ書房

山本純子(2014)『入門 クラウドファンディング』, 日本実業出版社

渡邊洋心・佐野涼香・門本玄(2023)「えひめ学生起業塾：多様な価値観と出会い社会で活かせるスキルを磨く」, 『愛媛ジャーナル』, 37-1, 80-83.

渡邊洋心・吉田明恵(2024)「アントレプレナーシップ教育プログラムの開発と実践 —愛媛県における若年層創業意識啓発事業を事例に—」, 『大学教育実践ジャーナル』, 23, 29-37.

愛媛大学学内に「大学生の挑戦を応援する場」をつくりたい！, READYFOR HP, <https://readyfor.jp/projects/ehimekigyoyuku>, 2022年5月(2024年6月26日 最終閲覧)  
一般社団法人えひめベンチャー支援機構のCFを応援！, 伊予銀行プレスリリース, <https://www.ehime-np.co.jp/media/>