

スキルマーケットプレイス「ココナラ」におけるユーザーイノベーション

User innovation in skill market place of “Coconara”

2022年5月4日

慶應義塾大学商学部3年ヌ組

氏名 石井涼介

概要

本研究では「消費者、ユーザーによるイノベーションや創造」の観点から知見を得るために、スキルマーケットサービス「ココナラ」に関する事例研究を行った。ココナラは、株式会社ココナラが2012年にリリースしたインターネット上のサービスマーケットプレイスであり、スキルや知識、経験といった一定の価値、価格が付きづらいサービスの売買をサービス提供者と消費者がコミュニケーションを通して行なっている。そして先行研究とココナラの事例研究を照らし合わせると、「コミュニケーション」「創造・開発の動機」「情報の粘着性」「リード・ユーザー」の点においてココナラが成功していることがわかった。また同様スキルマーケットサイト「ランサーズ」との比較も行い、ココナラの成功要因を考察した。また事例研究と成功要因の考察をもとに、ココナラの今後の発展のための提言を行った。

キーワード： ココナラ、スキルマーケット、コミュニケーション、創造・開発の動機、情報の粘着性、サービス提供者、消費者

目次

1 はじめに

2 先行研究

2.1 コミュニケーションについての研究

2.2 創造・開発についての研究

2.2.1 情報の粘着性についての研究

2.3 リード・ユーザーについての研究

3 「ココナラ」の事例

3.1 「ココナラ」の概要

3.2 「ココナラ」サービスの仕組み

3.2.1 出品方法

3.2.2 購入方法

3.3 消費者が比較検討する際の判断要因

3.4 スキルマーケットにおける問題及びその対応

3.5 ユーザー層によるサービス提供の違いについて

3.5.1 上位ユーザーのサービス提供の特徴

3.5.2 初心者ユーザーのサービス提供の特徴及び上位ユーザーとの比較

3.6 類似サイト「ランサーズ」との比較

3.6.1 ランサーズの概要

3.6.2 ココナラとランサーズの比較

4 「ココナラ」の成功要因考察及び提言

4.1 先行研究における考察

4.1.1 アクティブ・コンシューマーについての研究における考察

4.1.2 コミュニケーションについての研究における考察

4.1.3 創造・開発についての研究における考察

4.1.4 情報の粘着性についての研究における考察

4.1.5 リード・ユーザーについての研究における考察

4.2 比較事例における考察

4.3 「ココナラ」に対する提言

5 まとめ

1. はじめに

本レポートでは、スキルマーケットサイト「ココナラ」の成功要因を分析し、今後の発展に必要なであろうことを提言する。またココナラを取り上げた背景として、まずインターネットが普及し個人間で商取引を気軽に行える環境になりスキル売買市場が勢いに乗っていること。実際にスキル売買市場の規模は2030年に5兆2000億円規模にのぼると予想されている¹。そして現行の製品やユーザーが生み出した「生産物」に対し金銭を支払うフリマアプリ・サイトとは異なり、主に生産者の「能力」に金銭を支払っているということ。最後に実際に筆者が消費者としてココナラのサービスを利用し、出品者とサービスを完成させる体験をしたことの3つが挙げられる。

また本レポートの構成として、2章ではユーザーイノベーションにおける先行研究を鑑み、3章では実際のココナラの事例研究を行い、4章では先行研究と事例研究をもとにココナラの成功要因の考察及びその後の提言をする。5章ではそのまとめを行う。

2. 先行研究

この章では、ユーザーイノベーションに関連する研究について、コミュニケーションについての研究、創造・開発についての研究、情報の粘着性についての研究、リード・ユーザーについての研究を紹介する。

2.1 コミュニケーションについての研究

濱岡（2007）では「他者とのコミュニケーション」の重要性も指摘している。個人的に創造的消費の産物であっても、他者とコミュニケーションすることにより、社会的なモノになりうるとしている。またコミュニケーションは創造段階において必要な知識、情報を交換することによって個人的な創造スキルの不足分を補足することや、他者からの意見、要望から問題を発見・認識し、それが創造のきっかけとなることもあると述べている。

2.2 創造・開発についての研究

濱岡・田中（2007）は消費者の創造、開発の動機の要因として、「期待経済利益」「楽しさ」「自己効力感」「名声・認知欲求」「不満や不便の解消」「互酬性及び一般交換」の6つに着目している。

「期待経済利益」

イノベーションから得られるであろう期待経済利益を多く持つ者ほど、イノベーションの源泉となる確率が高いという期待経済利益仮説を示した。しかし期待経済利益と経済的な利益の間に有意な関係はない。

「楽しさ」

外発的動機は創造性を低下させ、内発的な動機は創造性を高めることを示した。

「自己効力感」

投稿しても何も生じないと投稿する気持ちも生じないように、自分の行動が効果を与えると考えるものほど、行動をとる傾向がある。

¹ 続く上場、競争激化する企業向け「スキルシェア」“月 100 万円”のスキル売買も
<https://www.businessinsider.jp/post-240146>（最終閲覧日：5月3日）

「名声・認知欲求」

周囲に認めてもらいたいから創造するのではなく、創造したものを認めてもらうためにコミュニケーションをする。

「不満や不便の解消」

ちょっとした不便やいらつきを解消することが開発の動機となっている。

「互酬性及び一般交換」

以前に他人から有益なことをしてもらったのでそのお返しとして相手に有益なことをする互酬性や、将来的に相手が何か有益なことをしてくれる一般交換の重要性を示した。

2.2.1 情報の粘着性についての研究

濱岡、田中 (2007) では、動機があっても能力がなければ実際に想像することができないことを情報の粘着性によって説明した。そして情報の粘着性が高くなる要因として、情報を表現しにくいこと、情報が大量にあり目的に沿った情報が入手しにくいこと、情報があってもそれを探している人の探索能力が低いこと、情報の発信者が情報の開示を拒むこと、そして発信者がそもそも表現できないことを示した。

2.3 リード・ユーザについての研究

濱岡(2007)内の von Hippel (1988) は、一部業界ではユーザーがイノベーションの源泉となることが多いことを体系的に示し、その源泉となるユーザーを「リード・ユーザー」と名付けた。また濱岡 (2007) 内の Urban and von Hippel (1999) では、リード・ユーザーからのアイデアが高い評価を得たり、製品開発において通常の方法とリード・ユーザー法とを比較するとリード・ユーザー法の方がより斬新なコンセプトが開発されたりなどのメリットを確認している。一方で、コストが通常よりかかることがデメリットとして指摘されている。

表1 先行研究まとめ

| 分類 | 著者名 | 概要 |
|------------------|---|--|
| コミュニケーションについての研究 | 濱岡 (2007) | 他者とのコミュニケーションが創造段階において必要な知識、情報を交換することで個人的な創造スキルの不足分を補足することができる。また、他者からの意見が創造のきっかけにもなりうる。 |
| 創造・開発の動機についての研究 | 濱岡・田中 (2007) | 創造・開発の動機として「期待経済利益」「楽しさ」「自己効力感」「名声・認知欲求」「不満や不便の解消」「互酬性及び一般交換」が挙げられる。 |
| 情報の粘着性についての研究 | 濱岡・田中 (2007) | 動機があっても能力がなければ創造はできないことを情報の粘着性によって示した。そして情報の粘着性が高くなる要因として、情報を表現しにくいこと、目的に沿った情報が入手しにくいこと、情報を探す人の探索能力が低いこと、表現がそもそもできないことであることを示した。 |
| リード・ユーザーについての研究 | 濱岡(2007)内 von Hippel (1988)、Urban and von Hippel (1999) | 一部業界ではユーザーがイノベーションの源泉となりうる。またリード・ユーザー法によって、高いアイデア性や斬新なコンセプトの製品を生み出している。しかし、一方でコストがかかるという問題も抱えている。 |

3. スキルマーケット「ココナラ」の事例

この章では、「ココナラ」の事例について紹介する。まず概要を紹介したのち、仕組みやユーザーの特徴、他サイトとの比較を行う。

3.1 「ココナラ」の概要

本レポートでは、スキルマーケットサイトである「ココナラ」を取り上げる。本サービスは、株式会社ココナラが2012年7月に正式リリースしたものであり、リリースまでの経緯は表2の通りである。

表2 「ココナラ」をリリースするまでの経緯

| 年月日 | 概要 |
|---------|--|
| 2011年7月 | 当社創業者の個人事業として、東京都豊島区にオフィスを設置し、ウェルセルフを設立 |
| 2012年1月 | 東京都品川区に株式会社ウェルセルフを設立 |
| 2012年6月 | 本社を東京都渋谷区に移転 |
| 2012年7月 | 個人の知識・スキル・経験に基づくサービスを売買するスキルのマーケットプレイス「ココナラ」リリース |
| 2014年6月 | 株式会社ウェルセルフから株式会社ココナラに商号変更 |

出典) IR BANK 4176 ココナラ有価証券報告書 <https://irbank.net/E36351/history> に基づいて筆者作成。

ココナラは2021年度通期(9-8月)決算時において、会員登録者数約242万6,000人、サービス出品数約52万7,000件、出品者数約30万4,000人を記録している²。サービス提供開始時から2016年度までの記録は見つからなかったが、2017年度からの登録者数、サービス出品数、出品者数の推移は図1の通りである。

またスキルマーケットの分類は、総合型、レッスン型、時間形式、特化型の4種類に分けられる³。総合型は基本的になんでも出品できるマーケットで、イラストから占い、ビジネス知識まで幅広い分野で出品することができる。レッスン型は、英会話や料理、音楽教室など実際にレクチャーをするタイプで、時間形式はコンサルティングや話し相手など自分の時間そのものをサービスとして出品するタイプ、特化型は特定のカテゴリのみに絞ったサービスを提供するタイプである。ココナラはこの分類における総合型のマーケットプレイスに該当する。

そしてココナラは一般的なマーケットプレイスサービスと比較して3種類の特徴がある。1つ目はマッチングマーケットプレイスサービスの中でもEC型(Electric commerce、電子商取引)の手法を採っており、提供者はサービス内容を事前に出品、購入者が数あるサービスの中から比較検討しながらサービスを購入できること。2つ目は、依頼から納品まで全てオンライン上で完結すること。3つ目は幅広いカテゴリのサービスを提供していることが挙げられる⁴(図2)。

² 株式会社ココナラ「2021年8月期決算説明会資料」<https://finance.logmi.jp/376566> (最終閲覧日: 4月15日)

³ 副業マーケット スキルマーケットおすすめ11選 各サイトの特徴や仕組みを徹底解説 <https://fukugyo-laboratory.com/recommend-skill-market/#i-3> (最終閲覧日: 4月21日)

⁴ 株式会社ココナラ「2021年8月期決算説明会資料」<https://finance.logmi.jp/376566> (最終閲覧日: 5月3日)

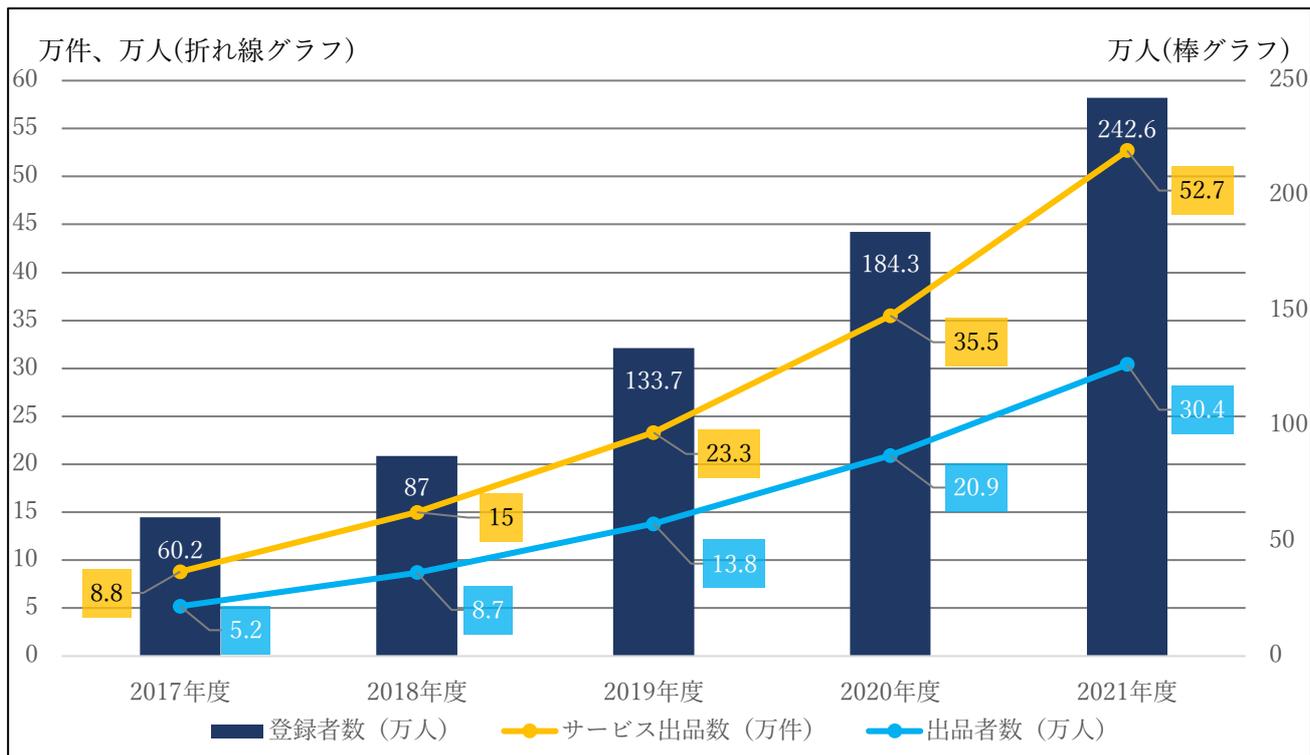


図1 ココナラにおけるユーザー数、サービス出品数、出品者数の推移

出典) 株式会社ココナラ 2021年8月期決算説明会資料 <https://finance.logmi.jp/376566> (最終閲覧日: 4月15日) を元に筆者作成



図2 ココナラで取り扱っているカテゴリ

出典) 株式会社ココナラ 2021年8月期決算説明会資料 <https://finance.logmi.jp/376566> (最終閲覧日: 4月15日)

3.2 「ココナラ」のサービスの仕組み

「ココナラ」の様な完全オンラインスキルマーケットプレイスにおいて、出品方法及び購入方法について大まかに紹介する。

3.2.1 出品方法

はじめにココナラにてサービスを利用する際、アカウントを設定するとその時点からクリックひとつで出品と購入のどちらのサービスも利用可能になる(図3)。出品する際は出品者モードに切り替え、出品前に事前情報を幾つか入力し出品する。ここでいう事前情報は主に3種類あり、1つ目が個人または法人で出品するかどうかで、2つ目は3.1における図2のようにコンテンツの種類が多岐に渡るためどのような種類のサービスを提供するかどうかである(図4)、(図5)。図4はデザインやイラスト、占いやコーチングなどの通常サービスにあたるもののうち形態を選んで出品し、図5の記事のコンテンツはブログに近い形式で自身のノウハウやtipsなどを投稿し消費者に閲覧してもらおうシステムである。記事コンテンツは基本無料で投稿できるが、有料に設定することもできる。

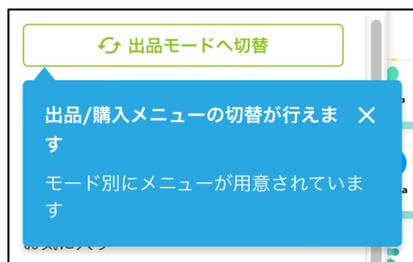


図3 ココナラにおけるアカウントのモードの切り替え

出典) ココナラ公式サイト <https://coconala.com> (最終閲覧日: 4月15日)



図4、図5 サービス出品時の種類選択画面

出典) ココナラ公式サイト <https://coconala.com> (最終閲覧日: 4月15日)

事前情報3つ目は、出品する際に必要な詳細な内容であり、それらの項目は以下の通りである。また括弧でくくられているものは任意で追加可能なものである⁵。

⁵ ココナラ公式サイト <https://coconala.com> (最終閲覧日: 4月15日)

- ・カテゴリ
- ・サービスタイトル
- ・キャッチコピー
- ・サービス内容
- ・サービス価格
- ・予想お届け日数
- ・購入にあたってのお願い
- ・一度に受注可能な件数
- ・(有料オプション)
- ・(よくある質問)
- ・(画像及び動画)
- ・(見積もり・カスタマイズの受付)
- ・(物品配送の受付)
- ・(評価の表示)
- ・(ビデオチャット)

3.2.2 購入方法

消費者がサービスを購入するとき、ホーム画面からカテゴリを選び、サムネイルや値段、評価が表示されている画面を見比べて自身に合ったサービスを見つける(図6)。また気になったサービスについてより詳しく知りたい場合は、出品ページにてより詳細な情報を閲覧することができる。その後購入を決めた場合は事前見積もりやカスタマイズを除いて、基本的に料金を前払いしてから図7の様に出品者と納品までやりとりをする。



図6 ホーム画面におけるサービス画面の比較
出典) ココナラ公式サイト <https://coconala.com> (最終閲覧日: 4月29日)



図7 サービス購入前画面

出典) ココナラ公式サイト <https://coconala.com> (最終閲覧日: 4月15日)

やりとりは図8のように基本チャットで行われ、挨拶からヒアリング、サービス内容に対する要望や仮デザインの確認、修正依頼や納品などを行う。

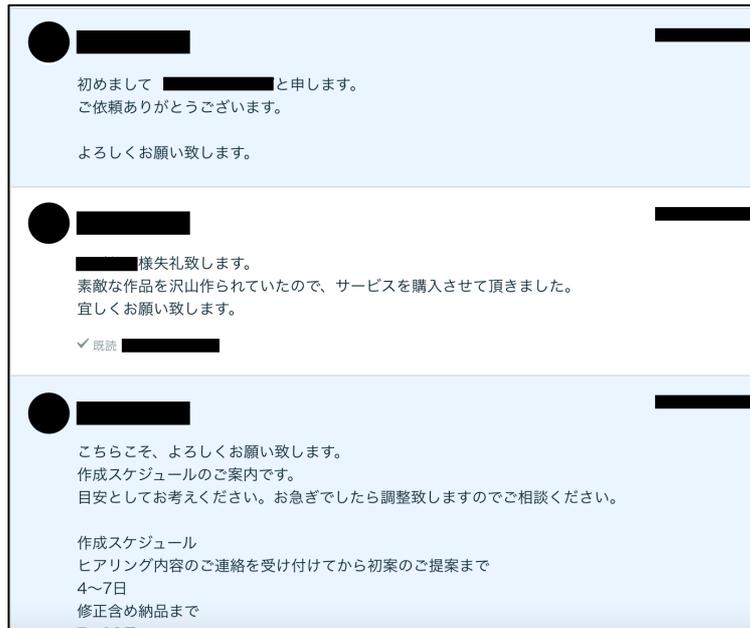


図8 チャット画面

出典) ココナラ公式サイト <https://coconala.com> (最終閲覧日: 4月15日)

3.3 消費者が比較検討する際の判断要因

マーケット上には同じジャンルのサービスでも数多くの種類があり、消費者がそれぞれのニーズに合ったものを受け取るために様々な側面で判断し購入の是非を決定している。またココナラのマーケットサイトにおいては消費者がサービス提供者を評価するのに、コメント(口コミ)、星評価、販売実績、出品者の信頼性、評価ランク、値段、サービス情報の詳細の7つの要因が存在するとみている。

コメント(口コミ)と星評価に関しては図9の様に表示され、過去にサービスを受けたことのある人のコメントや星評価、コメントに対する出品者の反応を閲覧することができる。星の評価が高ければ一目でいいサービスを提供していることがわかり、加えてサービスを受けた人のお礼や満足度のコメントが多ければこれから購入しようとする消費者に対してより高い安心感や信頼感を与えることができる。また実際にどういった部分が良かったのかというコメントや、それらのコメントに対する出品者の対応を見ることで説明部分に書かれていない情報を知ることができ、提供者と消費者の情報の非対称性を減らすことができる。



図9 ココナラのサービスに対するコメント

出典) ココナラ公式サイト <https://coconala.com> (最終閲覧日: 4月17日)

次に販売実績数に関して、実績が多ければその分多くのサービスを提供していることになり、また評価が高く実績数も多い場合は高い質のサービスを常に提供していることを意味し、消費者からより大きい信頼感を得ることができる。

またココナラでは独自の評価ランキングが存在しそのランクが比較検討の判断要因になっているといえる。この評価ランキングはレギュラー、ブロンズ、シルバー、ゴールド、プラチナの6段階あり、それぞれ昇段するのに一定の条件が必要となっている。最初はランクなしの状態(初出品)から始まり、1件以上サービス売り上げるとレギュラー、10件売り上げるとブロンズ、直近3ヶ月に10件以上サービス売り上げまたその納品完了率が80%以上でシルバー、直近3ヶ月の売り上げが5万円以上で納品完了率90%以上、累計平均評価4.8以上でゴールド、直近3ヶ月の売り上げが10万円以上で納品完了率90%以上、累計平均評価4.8以上でかつ本人確認が完了しているとプラチナになる。これらを示したのが図10である。

そして出品者ランクとは別にPRO認定制度というものがある。これはココナラを通じて経験を積み本業として独立できるレベルにまで達し、「品質」「納期」「情報管理」の3つの視点から運営の選考を通過したものがPRO認定ユーザーとして活動できる制度である。この制度はエントリー制であり申請時に問われる内容の例として、過去の詳細な取引実績や法人相手の取引及び有償での取引経験の有無を必須項目とし、任意で受賞歴やメディア掲載歴、資格・検定の有無などがある⁶。PRO認定された出品者のサービスはココナラのマーケットの中でもより優れたものであり、ランクにおいてもPRO認定者はプラチナランクの出品者よりさらに上位のユーザーであるといえる。根拠としては、PRO認定ユーザーになるとPROと書かれた黒いラベルが図11の様にプロフィールに表示されたり、PRO認定者に限定される検索ページが設立されたりすることが挙げられる(図12)。

また出品者の信頼性を高めるために、本人確認と秘密保持契約というものがある⁷。本人確認は運転免許証や保険証、パスポートなどを用いて氏名、生年月日、住所、有効期限などを確認し、出品者が本人であることを裏付

⁶ ココナラ公式サイト PRO認定制度エントリーフォーム

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf3_gjLSXEzUpZzlepyKqyTyFtR7_jQfg0xQBgvWife2_CVhw/viewform (最終閲覧日: 5月3日)

⁷ ココナラ公式サイト本人確認ページ https://coconala.com/mypage/user_identification (最終閲覧日: 5月4日)

けるものである⁸。秘密保持契約に関しては、は出品者とココナラが結ぶトークルームにおける見積もり依頼やメッセージなどで得た秘密情報を第三者に漏洩しないことを定める契約である⁹。

| ランク | なし (初出品) | レギュラー | ブロンズ | シルバー | ゴールド | プラチナ |
|-------|----------|-------------------|--------------------|-----------------------|----------------------|----------------------|
| バッジ | — | | | | | |
| 販売実績 | — | 累積の有料販売件数 1件以上 | 累積の有料販売件数 10件以上 | 直近3ヶ月の有料販売件数 10件以上 | 直近3ヶ月の販売額 5万円以上 | 直近3ヶ月の販売額 10万円以上 |
| 納品完了率 | — | — | — | 直近3ヶ月の納品完了率 80%以上 | 直近3ヶ月の納品完了率 90%以上 | 直近3ヶ月の納品完了率 90%以上 |
| 評価 | — | — | — | — | 累積の平均評価 4.8以上 | 累積の平均評価 4.8以上 |
| 本人確認 | — | — | — | — | — | 済み |

図10 ココナラにおける評価ランキング制度

出典) ココナラ公式サイト 出品者ランクとは

https://coconala.com/pages/about_rank (最終閲覧日: 4月17日)

図11 PRO 認定専用ラベル (画像アイコン下)

出典) ココナラ公式サイト

https://coconala.com/categories/9?pro_priority_display=1&ref=header (最終閲覧日: 4月17日)

図12 PRO 認定専用ページ (画像最上段)

出典) ココナラ公式サイト

https://coconala.com/categories/9?pro_priority_display=1&ref=header (最終閲覧日: 4月17日)

⁹ ココナラ公式サイト マイページ 秘密保持契約 (NDA) とは <https://coconala.com/mypage/nda> (最終閲覧日: 4月24日)

次に、星の評価や評価ランキングとは別に値段も消費者がサービスを購入する重要な要因となりうる。例えば先述した PRO 認定者のサービスは質が高い分値段も高くなりがちである(図 13)。また安いサービスでも消費者が求める質に合っていないかったり、反対に高価格高品質のサービスでもなかなか求めづらかったりと、消費者が求めるサービスの質に見合った値段のサービスが好まれる。



図 13 PRO 認定者と一般ユーザーの値段の違い

出典) ココナラ 公式サイト https://coconala.com/categories/500?ref=category_popular_subcategories
(最終閲覧日：4月17日)

最後の判断要因としてサービス情報の詳細が挙げられる。サービスのコンセプトや納品までの期間、注意事項など詳しく書かれているほど情報の非対称性が減り、購入前後における思い違いが生じにくくなる。

3.4 スキルマーケットにおける問題及びその対応

多種多様なスキルを売買できるココナラだが、スキル売買において必ずと言っていいほど話題に上がるのが、宿題や論文などの執筆代行問題である。特に学術論文においては、執筆代行することによって研究者自身の業績の偽装につながるのではないかという懸念も存在している¹⁰。ココナラの運営は、このような代行サービスを禁止している他、「必ず」や「実績NO.1」などの購入者に誤解を与えたり裏付けのない表現をしたり、法律に違反しているものやモラルに反するサービスを出品することを禁止している¹¹。しかし、ココナラには代行・代筆ではないが宿題や論文の作成サポートサービスが存在する。論文の例で挙げると、文章校正や英語論文化、よりグレーな内容だと購入者からヒアリングをした上で文章を作成するといった内容がある。この「サポート」に実質的な代行要素が含まれている可能性もあるが、そのサービスを購入しない限りは推測の域を出ない。

¹⁰ ビジネス+IT 「研究スキル売買」の問題点、他人の能力を買って作った学術論文は偽装？本人の成果？
<https://www.sbbt.jp/article/cont1/72600> (最終閲覧日：4月18日)

¹¹ ココナラ公式サイト ルールとマナー https://coconala.com/pages/guide_rule (最終閲覧日：4月18日)

3.5 ユーザー層によるサービス提供の違いについて

ココナラは多くの利用者が存在し多種多様なサービスが存在するが、全員が高い評価を持っていてかつ質の高いサービスを提供しているということはない。ユーザーにおいて、特に出品者側のユーザーは実績のある上位ユーザーと、初めて出品するユーザーや販売実績がそこまで多くない初心者に分類される。上位と初心者との中間層の分類に関しては、上位ユーザーや初心者ユーザーと比較して明確な判断基準が設定できないので、今回は考慮していない。そしてユーザー層の定義として、ランキング表示した際の上位のページに表示されるユーザーを上位ユーザーとし、反対に販売ランクがシルバー以下かつ販売実績数が 100 未満のユーザーを初心者ユーザーとした。本章では、デザインのジャンルのロゴデザインの分野のランキングにおいて、これらの上位ユーザーと初心者のユーザーのそれぞれに共通する特徴を鑑みる。

3.5.1 上位ユーザーのサービス提供の特徴

2022 年 4 月 20 日現在のロゴデザインの分野のランキングにおいて、ユーザーの表示順、販売数、いいね数、価格、本人確認の有無、秘密保持契約の有無、コメント数、星評価、無料修正回数、ラフ提案数、サービスお届け日数、初回返答時間、有料オプション数、評価ランクを比較し、それらを表に示したものが表 3 である。

またランキングの表示基準についてココナラ運営に問い合わせたところ、過去 1 週間に集計した売れ筋ランキングにサービスの信頼性を加味して表示しているとしており、サービスの掲載順は様々な要素をスコア化したものをシステムにて自動判断して決定しているという回答を得たが、その詳細は開示できないとのことであった。

そして上位ユーザーのサービスには 5 つの共通点がみられる。1 つ目は価格設定に関して、今回収集したデータの価格の平均値は 33100 円、とおおよそ相場の値段¹²であるが、ココナラのサイト内では高い価格設定のサービスに位置される。2 つ目は本人確認や秘密保持契約を行い、消費者に対して依頼する際や情報の管理に対する不安を取り除き、信頼を得ていること。3 つ目について、上位ユーザーは軒並み満点もしくはほとんど満点に近い評価を継続して受けていることが挙げられる。4 つ目は消費者がサービスに完璧に満足して貰うために無料修正回数が無制限のユーザーが多いこと、そして 5 つ目が有料オプションを多数用意していることで細かな消費者のニーズを満たしている。

¹² ロゴデザイン作成の費用相場をご紹介！個人依頼と制作会社の相場の違いは？
<https://www.biz.ne.jp/matome/2002867/> (最終閲覧日：4月24日)

表3 2022年4月20日現在のランキング(ロゴデザイン分野)に表示された30人の比較

| 表示順 | 販売実績 (件) | いいね (件) | 価格 (円) | 本人 確認 | 秘密 保持 契約 | コメ ント 数 (件) | 星評 価 | 無料修 正回数 (回) | ラフ提 案数 (件) | サービ スお届 け日数 (日) | 初回返答 時間(時 間) | 有料オ ブショ ン数 (件) | ランク |
|------|-------------|------------|-----------|----------|----------------|----------------------|---------|-------------------|------------------|--------------------------|--------------------|-------------------------|------|
| 1 | 171 | 2006 | 30000 | ○ | ○ | 149 | 5 | 無制限 | 3 | 13 | 4 | 7 | プラチナ |
| 2 | 2988 | 4934 | 25000 | ○ | ○ | 2259 | 4.9 | 無制限 | 無制限 | 8 | 4 | 5 | プラチナ |
| 3 | 124 | 551 | 30000 | ○ | ○ | 103 | 4.9 | 無制限 | 1 | 12 | 1 | 8 | プラチナ |
| 4 | 828 | 3513 | 50000 | ○ | ○ | 581 | 4.9 | 無制限 | 3 | 18 | 4 | 5 | プラチナ |
| 5 | 105 | 817 | 38000 | ○ | ○ | 89 | 4.9 | 無制限 | 2 | 22 | 3 | 6 | プラチナ |
| 6 | 261 | 1238 | 35000 | ○ | ○ | 196 | 4.9 | 無制限 | 3 | 14 | 1 | 9 | プラチナ |
| 7 | 407 | 1650 | 49000 | ○ | ○ | 342 | 4.9 | 無制限 | 0 | 14 | 4 | 2 | プラチナ |
| 8 | 1257 | 1130 | 4000 | ○ | ○ | 1130 | 5 | 2 | 0 | 1 | 4 | 7 | プラチナ |
| 9 | 101 | 783 | 50000 | ○ | ○ | 85 | 5 | 無制限 | 10 | 34 | 1 | 9 | プラチナ |
| 10 | 188 | 524 | 30000 | ○ | ○ | 152 | 5 | 無制限 | 3 | 10 | 1 | 10 | プラチナ |
| 11 | 98 | 357 | 19000 | ○ | ○ | 81 | 5 | 無制限 | 2 | 3 | 1 | 2 | プラチナ |
| 12 | 205 | 1122 | 35000 | ○ | ○ | 159 | 4.9 | 3 | 3 | 17 | 1 | 10 | プラチナ |
| 13 | 117 | 368 | 25000 | ○ | ○ | 101 | 5 | 無制限 | 0 | 3 | 1 | 2 | プラチナ |
| 14 | 168 | 691 | 35000 | ○ | ○ | 124 | 5 | 無制限 | 2 | 26 | 1 | 3 | プラチナ |
| 15 | 50 | 338 | 25000 | ○ | ○ | 40 | 5 | 3 | 1 | 8 | 1 | 6 | プラチナ |
| 16 | 171 | 2439 | 45000 | ○ | ○ | 152 | 5 | 無制限 | 2 | 15 | 2 | 5 | プラチナ |
| 17 | 92 | 356 | 25000 | ○ | ○ | 81 | 5 | 無制限 | 2 | 10 | 1 | 6 | プラチナ |
| 18 | 80 | 285 | 20000 | ○ | ○ | 71 | 4.9 | 無制限 | 6 | 7 | 1 | 5 | プラチナ |
| 19 | 31 | 156 | 30000 | ○ | ○ | 26 | 5 | 無制限 | 2 | 22 | 1 | 8 | プラチナ |
| 20 | 41 | 268 | 20000 | ○ | ○ | 33 | 5 | 2 | 2 | 12 | 2 | 5 | プラチナ |
| 21 | 951 | 2208 | 15000 | ○ | ○ | 701 | 4.9 | 無制限 | 3 | 16 | 5 | 10 | プラチナ |
| 22 | 566 | 1318 | 20000 | ○ | ○ | 378 | 4.9 | 無制限 | 3 | 14 | 3 | 9 | プラチナ |
| 23 | 168 | 1597 | 60000 | ○ | ○ | 127 | 5 | 無制限 | 3 | 23 | 3 | 8 | プラチナ |
| 24 | 331 | 2272 | 80000 | ○ | ○ | 285 | 5 | 無制限 | 2 | 29 | 1 | 2 | プラチナ |
| 25 | 10 | 87 | 19000 | ○ | × | 7 | 5 | 3 | 3 | 21 | 1 | 9 | ゴールド |
| 26 | 180 | 816 | 9000 | ○ | ○ | 156 | 5 | 無制限 | 5 | 12 | 4 | 6 | プラチナ |
| 27 | 551 | 1755 | 30000 | ○ | ○ | 464 | 5 | 無制限 | 2 | 11 | 3 | 9 | プラチナ |
| 28 | 8 | 53 | 30000 | ○ | ○ | 7 | 5 | 無制限 | 6 | 5 | 2 | 10 | プラチナ |
| 29 | 124 | 327 | 40000 | ○ | ○ | 106 | 4.9 | 無制限 | 3 | 14 | 1 | 6 | プラチナ |
| 30 | 165 | 2010 | 70000 | ○ | ○ | 116 | 5 | 無制限 | 3 | 23 | 4 | 5 | プラチナ |
| 平均値 | 351 | 1199 | 33100 | | | 277 | 4.96 | 3 ^{*1} | 3 ^{*1} | 15 | 2 | 6 | |
| 中央値 | 168 | 817 | 30000 | | | 126 | 5 | 3 ^{*1} | 3 ^{*1} | 14 | 1.5 | 6 | |
| 標準偏差 | 579 | 1107 | 16939 | | | 445 | 0 | 1 ^{*1} | 2 ^{*1} | 8 | 1 | 3 | |

※1 無制限を除く

出典) ココナラ公式サイトより筆者作成

https://coconala.com/categories/351?ref=header&sort_by=ranking&ref_c=1

(最終閲覧日: 4月24日)

3.5.2 初心者ユーザーのサービス提供の特徴及び上位ユーザーとの比較

表3が上位ユーザーの項目であるのに対し、表4は初心者ユーザーの同項目を比較したものである。また初心者ユーザーに共通する最大の特徴として、価格の安さが挙げられる。特に今回収集したデータの価格は相場の値段の1/2から1/3と格段に安くなっている。またサービスを提供する早さは、上位ユーザーが平均15日に対し、初心者ユーザーの平均は12日と早い。しかしながら、上位ユーザーのデータと比較すると劣る点がいくつかみられる。例えば星評価に関して、僅かな差ではあるが販売実績が少ない上に低い評価を受けているユーザーが見受けられたり、無料修正回数に制限を設けているユーザーの割合が多かったり、有料オプションの数が少なかったりしている。

また上位ユーザーと初心者ユーザーの間で、特に価格に大きな差がみられたことを鑑み、出品者が価格設定する上で影響が大きいであろう販売実績数との関係をグラフ化したものが図14である。この図において、販売実績数が0~500の範囲で一次関数的な傾向がみられ、反対に実績数が500を越えている持つユーザーは、サンプル数が十分でないこともあり目立った関係性はみられなかった。これからわかることとして、一定数の実績があるユーザーのサービスの価格は実績が少ないサービスと比較して高く、平均価格よりも比較的高めの価格設定にもできることを示している。

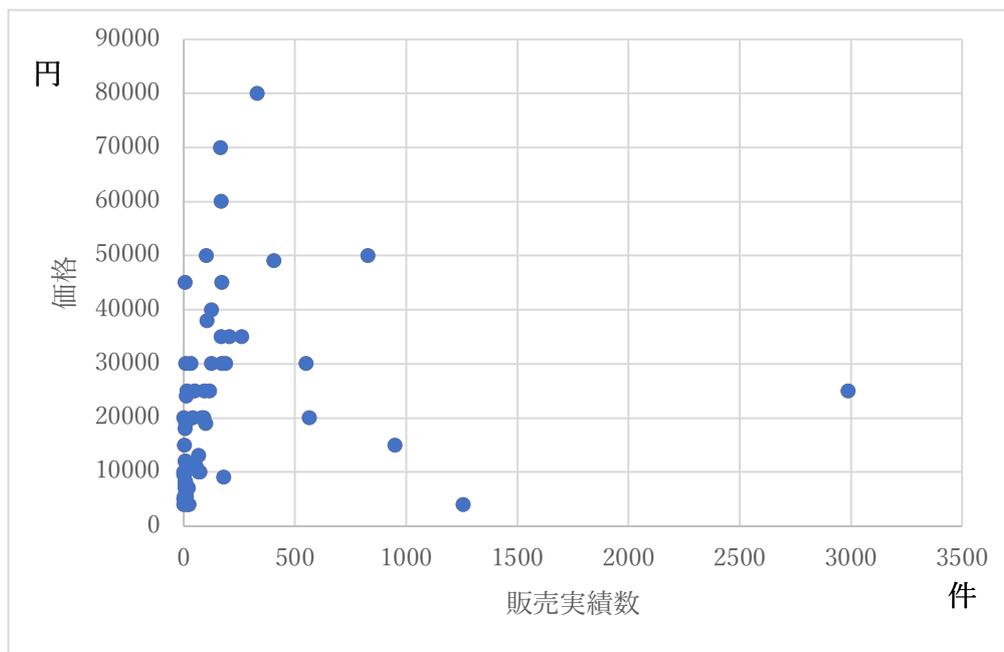


図14 価格と販売実績数のグラフ (表3、表4のデータより筆者作成)

表4 2022年4月20日現在の販売実績数100未満かつ販売実績ランクシルバー以下のユーザー30人の比較

| サンプル NO | 販売実績 (件) | いいね (件) | 価格 (円) | 本人 確認 | 秘密 保持 契約 | コメン ト数 (件) | 星評 価 | 無料修 正回数 (回) | ラフ提 案数 (件) | サービ スお届 け日数 (日) | 初回返答時 間(時間) | 有料オ プショ ン数 (件) | ランク |
|------------|-------------|------------|-----------|----------|----------------|------------------|---------|-------------------|------------------|--------------------------|-----------------|-------------------------|-------|
| 1 | 5 | 26 | 45000 | ○ | ○ | 5 | 5 | なし | 3 | 20 | 4 | 1 | レギュラー |
| 2 | 68 | 400 | 10000 | ○ | ○ | 63 | 4.7 | 無制限 | 2 | 7 | 2 | 4 | シルバー |
| 3 | 68 | 235 | 13000 | ○ | ○ | 62 | 4.9 | 無制限 | 無制限 | 14 | 2 | 8 | ブロンズ |
| 4 | 7 | 36 | 12000 | ○ | ○ | 6 | 5 | 5 | 3 | 5 | 1 | 6 | レギュラー |
| 5 | 16 | 94 | 25000 | × | × | 14 | 4.9 | 無制限 | 3 | 16 | 3 | 8 | ブロンズ |
| 6 | 1 | 6 | 10000 | ○ | ○ | 1 | 5 | 2 | 2 | 15 | データ無し | 2 | レギュラー |
| 7 | 12 | 6 | 24000 | × | × | 11 | 5 | 無制限 | 無制限 | 1 | 4 | 0 | ブロンズ |
| 8 | 7 | 79 | 18000 | ○ | ○ | 7 | 5 | 3 | 2 | 10 | 1 | 7 | ブロンズ |
| 9 | 15 | 68 | 4000 | ○ | ○ | 13 | 4.9 | 5 | 1 | 1 | データ無し | 5 | シルバー |
| 10 | 72 | 248 | 10000 | ○ | ○ | 68 | 5 | 無制限 | 2 | 11 | 1 | 5 | ブロンズ |
| 11 | 91 | 435 | 20000 | ○ | ○ | 76 | 4.9 | 無制限 | 2 | 13 | 1 | 6 | ブロンズ |
| 12 | 1 | 8 | 20000 | ○ | ○ | 1 | 5 | 3 | 3 | 14 | データ無し | 0 | レギュラー |
| 13 | 9 | 23 | 6000 | ○ | ○ | 9 | 5 | 無制限 | 2 | 4 | 1 | 3 | レギュラー |
| 14 | 6 | 45 | 8000 | ○ | ○ | 4 | 4.8 | 2 | 1 | 4 | 1 | 4 | シルバー |
| 15 | 6 | 58 | 8500 | ○ | ○ | 5 | 5 | 3 | 2 | 10 | 3 | 5 | シルバー |
| 16 | 55 | 188 | 11000 | ○ | ○ | 49 | 4.9 | 無制限 | 2 | 34 | 2 | 6 | ブロンズ |
| 17 | 24 | 60 | 4000 | × | × | 19 | 5 | 2 | 2 | 9 | 7 | 5 | ブロンズ |
| 18 | 1 | 5 | 4000 | ○ | ○ | 1 | 5 | 無制限 | 2 | 20 | データ無し | 4 | レギュラー |
| 19 | 14 | 35 | 11000 | ○ | ○ | 11 | 4.8 | 無制限 | 5 | 10 | 6 | 2 | シルバー |
| 20 | 2 | 8 | 15000 | ○ | ○ | 2 | 5 | 無制限 | 2 | 14 | 2 | 2 | レギュラー |
| 21 | 1 | 7 | 5000 | × | × | 1 | 5 | 4 | 2 | 14 | データ無し | 0 | レギュラー |
| 22 | 20 | 107 | 7000 | × | × | 18 | 5 | 無制限 | 0 | 6 | データ無し | 3 | ブロンズ |
| 23 | 3 | 16 | 5500 | × | × | 3 | 5 | 1 | 1 | 8 | データ無し | 7 | レギュラー |
| 24 | 9 | 32 | 12000 | ○ | ○ | 6 | 5 | 2 | 1 | 7 | 2 | 2 | レギュラー |
| 25 | 1 | 7 | 9500 | × | × | 1 | 5 | 3 | 2 | 要相談 | 2 | 3 | レギュラー |
| 26 | 13 | 51 | 5500 | × | × | 11 | 5 | 2 | 2 | 39 | 4 | 6 | ブロンズ |
| 27 | 10 | 50 | 7000 | ○ | × | 9 | 4.9 | 無制限 | 0 | 13 | 3 | 4 | レギュラー |
| 28 | 10 | 22 | 8000 | ○ | ○ | 10 | 4.8 | 無制限 | 2 | 4 | 4 | 6 | レギュラー |
| 29 | 6 | 27 | 7000 | ○ | ○ | 6 | 5 | 無制限 | 1 | 11 | データ無し | 6 | レギュラー |
| 30 | 6 | 25 | 10000 | ○ | ○ | 5 | 5 | 無制限 | 3 | 2 | 6 | 6 | ブロンズ |
| 平均値 | 19 | 80 | 11833 | | | 17 | 4.95 | 3 ^{※2} | 2 ^{※2} | 12 ^{※3} | 3 ^{※4} | 4 | |
| 中央値 | 9 | 35.5 | 10000 | | | 8 | 5 | 3 ^{※2} | 2 ^{※2} | 10 ^{※3} | 2 ^{※4} | 4.5 | |
| 標準偏差 | 25 | 112 | 8469 | | | 22 | 0 | 1 ^{※2} | 1 ^{※2} | 9 ^{※3} | 2 ^{※4} | 2 | |

※2 無制限を除く ※3 要相談を除く ※4 データ無しを除く

出典) ココナラ公式サイトより筆者作成

https://coconala.com/categories/351?ref=header&sort_by=ranking&ref_c=1 (最終閲覧日: 4月24日)

3.6 類似サイト「ランサーズ」との比較

ココナラのような総合型スキルマーケットプレイスサイトは他にも複数存在するが、その中でもランサーズ株式会社が運営する「ランサーズ」と比較する。

3.6.1 ランサーズの概要

ランサーズは株式会社ランサーズが2016年にサービスを開始した総合型のスキルマーケットである。事業のコンセプトはクライアントである企業がフリーランスに依頼をするBtoCタイプのサービスであり、ユーザー数は8.3万人、サービス数は5.8万件とココナラと比較すると中規模のサイトである¹³。またココナラが個人と法人の両方を客層の対象にしているようにランサーズも個人と法人の両方でサイトを使用することができるが、前述の通りランサーズは企業を主なクライアントとしており、フリーランスの出品者と企業をつなぐスキルマーケットサイトとして機能している。メインページやカテゴリの表示形式などは図15のようにココナラと類似しており、基本的な使用方法においては大きな相違はない。

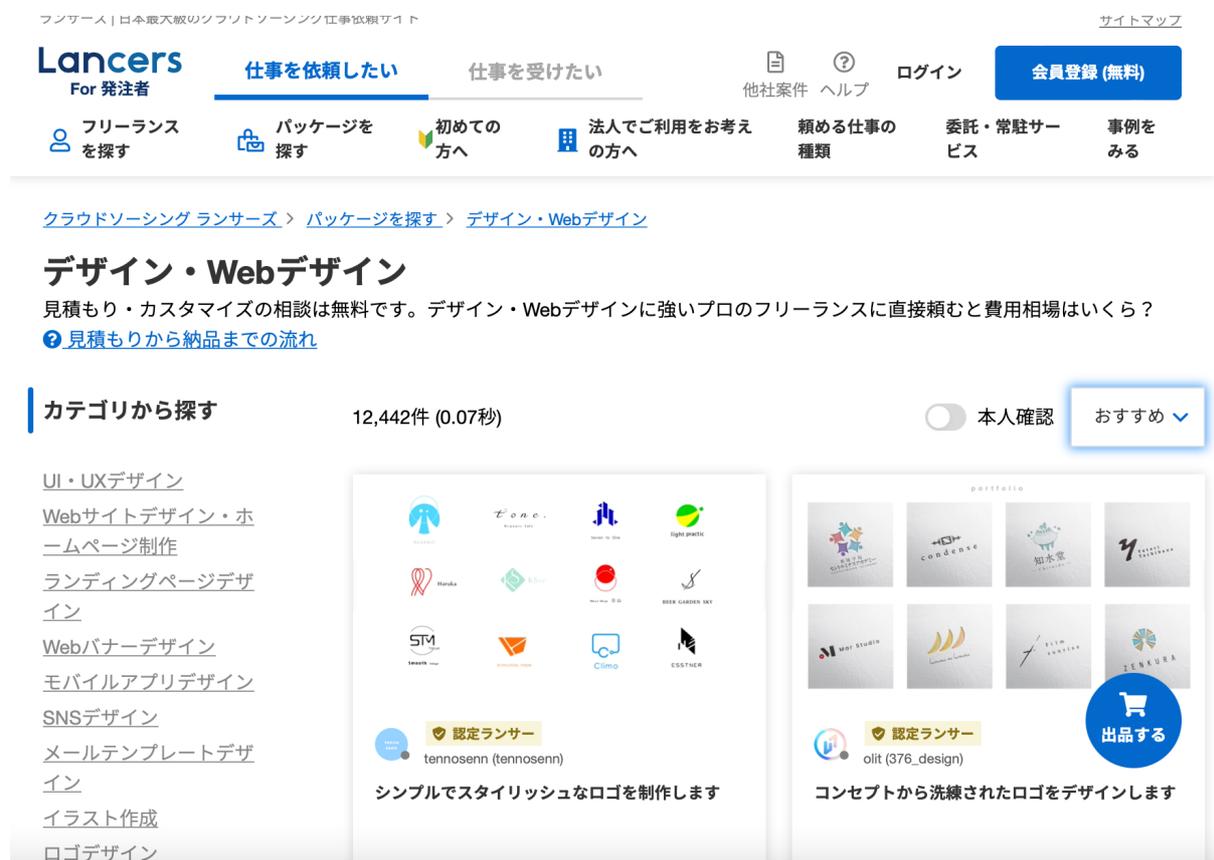


図15 ランサーズサイトのメインページ

出典) ランサーズ メインページ https://www.lancers.jp/browse/graphics_design?ref=browse (最終閲覧日: 5月12日)

¹³ 株式会社ランサーズ 2022年3月期第3四半期決算説明資料 <https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS08891/ae8fd80f/9060/4901/bb17/03edefa468d5/140120220213588326.pdf> (最終閲覧日: 5月9日)

3.6.2 ココナラとランサーズの比較

ココナラとランサーズをサービス開始年、カテゴリ数、ユーザー数、サービス数、累計取引成立数、ユーザー信頼度、有料オプション、サービス内容の詳細説明、手数料の観点から比較する。比較する際の評価は◎、○、△、×の4種類で相対的に行い、◎はかなり優れている、○は優れている、△は劣っている、×はそもそもの機能がないとして評価する。これらを比較したものが表5である。

比較した結果、サービス利用開始年度がココナラの方が早いこともありユーザー数やサービス数、累計取引成立件数に関してはココナラの方が多いが、ココナラが個人と法人の両方の層をターゲットにしていることを鑑みると妥当な結果であるといえる。またカテゴリ数についてランサーズと比較すると、メインカテゴリは5種類、サブカテゴリを含むと100種類以上の差がみられ、加えて有料オプションの豊富さやサービス内容の詳細説明の程度においてはココナラが優れているといえる。

しかしながら、プライバシー保護に関連する項目が2種類しかないことや、どんな値段のサービスを提供しても手数料が一律20%であること、出品者に対するサポートがないという点ではランサーズに劣る。これらの3項目において、まずプライバシー保護について、ランサーズは本人確認と機密保持確認に加え電話確認とランサーズチェック¹⁴の4項目にて行なっている。次に手数料は値段によって変化し、20万円以上のサービスで5%、10万円から20万円間のサービスで10%、10万円以下のサービスで20%と高額なサービスになるほど出品者が支払う手数料の割合が減っている。そして最後にフリーランストータルサポートという、フリーランスの出品者に対して運営が税務のサポートを行なったり、特別優待などの福利厚生サービス、勉強会やセミナーの紹介などの教育機会の提供を行い、フリーランスの能力やキャリア開発支援をバックアップしたりしている制度を設けているなど、ココナラにはないランサーズ独自の優れた取り組みがある。

¹⁴ ランサーズチェックとは、ランサー（出品者）を対象に、ランサーズでお仕事をを行なうにあたって必要な情報や知識に対する理解度を確認する任意のチェック機能である。チェック内容は、仕事を行う上での作業環境確認や個人情報保護法をはじめとした関連法規や基本的なビジネス知識に対する理解度などである。

ランサーズ公式サイト ランサーズチェックって何ですか？ <https://www.lancers.jp/faq/A1027/67>（最終閲覧日：4月26日）

表5 ココナラとランサーズの比較

| 比較項目 | ココナラ | ランサーズ |
|-------------|--|---|
| 主なクライアント | 個人及び法人 | 法人 |
| サービス開始年度 | ◎ 2012年開始 | △ 2016年開始 |
| カテゴリ数 | ◎ 15のメインカテゴリと、450のサブカテゴリ | ○ 10のメインカテゴリと、350のサブカテゴリ |
| ユーザー数 | ◎ 242万人 | △ 8.3万人 |
| サービス数 | ◎ 52.7万件 | △ 5.8万件 |
| 累計取引成立数 | ◎ 300万件 | ○ 210万件 |
| ユーザー評価基準 | ◎ 独自のランク制度（プラチナ、ゴールド、シルバー、ブロンズ、レギュラー）、PRO認定制度がある | ○ 独自のランク制度（認定ランサー、シルバー、ブロンズ、レギュラー）や運営がユーザーをピックアップするLancer's choiceがある |
| プライバシー保護 | ○ 本人確認、秘密保持契約 | ◎ 本人確認、機密保持確認、電話確認、ランサーズチェック |
| 有料オプション | ◎ 豊富（ユーザーによる） | △ 最大で3種類 |
| サービス内容の詳細説明 | ◎ よくある質問、業務内容、注文時のお願い、商用利用の可否の掲載、著作権譲渡の可否の掲載等 | ○ よくある質問、業務内容、注文時のお願い |
| 手数料 | △ 一律22% | ◎ 値段によって変化（20万以上で5%、10万から20万の間で10%、10万以下で20%の手数料） |
| 出品者に対するサポート | × なし | ◎ フリーランスのためのトータルサポートサービス「フリーランストータルサポート」がある |

出典) ココナラ公式サイト サービスを出品したい https://coconala.com/pages/guide_sell#sell-purchase

(最終閲覧日: 4月26日)

株式会社ランサーズ 2022年3月期第3四半期決算説明資料

<https://contents.xjstorage.jp/xcontents/AS08891/ae8fd80f/9060/4901/bb17/03edefa468d5/140120220213588326.pdf> (最終閲覧日: 4月26日)

ランサーズ公式サイト <https://www.lancers.jp/1>

utility ランサーズとクラウドワークスどっちがいいの? 案件数・手数料・信頼性にも注目

<https://utilly.jp/article/crowdworks-lancers/> (最終閲覧日: 4月26日) を基に筆者作成

4. 「ココナラ」の成功要因考察及び提言

本研究では、ユーザーイノベーションを促進するための機能を明らかにするために、ココナラの事例研究を行った。この章では、これらを踏まえてココナラがスキルマーケットサイトとして成功した要因を考察する。

4.1 先行研究における考察

4.1.1 コミュニケーションについての研究における考察

ココナラのようなオンラインスキルマーケットプレイスにおいて重要なこととして、サービス提供者と消費者がコミュニケーションを満足に取り合えることである。このような面ではココナラでは3.2.2で見られるように、サービス購入前に見積もり依頼やカスタマイズの相談をすることができたり、サービスを購入した後でも詳細な要望の依頼をチャットにて行ったりすることができるようになっている。またサービス提供者側においても、消費者が事前に説明しきれていないさらに細かい部分の要望というのは消費者自身では気づかず、出品者が消費者に完成前のものを見せることによって相手から修正に必要な情報や要望を得ることができる。このやりとりにおいて、それまでには自信に不足していた相手の要望を満たすという創造スキルの不足分を補うことができたり、相手からの要望を聞いてそれが新たな創造のきっかけとなったりすることもあると考えられる。

4.1.2 創造・開発についての研究における考察

消費者の創造の動機「期待経済利益」「楽しさ」「自己効力感」「名声・認知欲求」「不満や不便の解消」「互酬性及び一般交換」について、ココナラの事例を当てはめて考察する。そしてこれらの動機がココナラの事例に当てはまるかどうかをまとめたものが表6である。

「期待経済利益」

サービス出品者がサービスを提供する主な動機は、基本的には副業もしくは本業として利益を得ることに加え、出品をして実績を得ることで将来的にさらに大きな仕事を持つという経済的利益と期待経済利益の両方の側面を持っていると考えられるため、当てはまるとする。

「楽しさ」

「売上を上げたい」という動機ならば内発的動機にあたるが、本業などで「売上を上げなければならない」という動機であると外発的動機になるので、一概に当てはまるとは言い切れない。

「自己効力感」

何らかのサービスを投稿すれば、いくら投稿者ランクが低くても誰かが購入してくれる可能性がある。これは誰かに何かしらの影響を与えているとみているので、当てはまる。

「名声・認知欲求」

創造したもの（ココナラの場合だと提供したサービス）を認めてもらえると、高い星評価やコメント、いいね数や販売実績数の増加につながる。また販売数が伸びれば出品者ランクも上がり、上手くいけばランキングに乗る可能性もあるので、当てはまる。

「不満や不便の解消」

不便やいらつきをもとにサービスを提供するわけではないので、当てはまらない。

「互酬性及び一般交換」

他人からサービスを購入してもらったから、その人のサービスを購入しようとはあまりならない。また将来的に、何か自分にいいことがあるからその人のサービスを購入するということもない。いいね機能に関しては互酬性というよりかはブックマークの要素の方が強いので、当てはまらない。

表6 創造・開発についての研究における考察のまとめ

| 動機 | 評価 | 要因 |
|-----------|----|---|
| 期待経済利益 | ○ | サービスを提供する理由は単純に金銭を得る経済的な理由と、将来的な収入を得るための実績獲得という経済的利益と期待経済利益の両方の側面があるので、当てはまる。 |
| 楽しさ | △ | 出品者の動機が内発的か外発的かによる部分があるので、当てはまるとは言い切れない。 |
| 自己効力感 | ○ | サービスをマーケットに出せば、誰かしらに影響を与える可能性があるため、当てはまる。 |
| 名声・認知欲求 | ○ | サービスを認めてもらえると、高い星評価やいいね数の増加、出品者ランクの上昇につながるため、当てはまる。 |
| 不満や不便の解消 | × | 不満や不便を理由に出品することはないため、当てはまらない。 |
| 互酬性及び一般交換 | × | サービスを購入してもらったから、相手のサービスを購入しようとはならない。またいいね機能も互酬性の機能を果たしていないため、当てはまらない。 |

○：当てはまる △：当てはまるとは言い切れない ×：当てはまらない

4.1.3 情報の粘着性についての研究における考察

情報の粘着性において、情報の表現のしにくさの側面ではココナラのサイトにおけるサービス概要の見やすさの部分に相当する。サービス概要の画面では価格、出品者ランク、販売実績、値段、商品説明文の一部が見られるようになっており、基本的な情報については一目で比較できるようになっている。そしてオプションやその他の情報といった詳細説明は出品者の詳細ページにて見られるようになっているので、出品者が情報の表現がし辛いということはないと考えられる。加えて情報の量もメインページに表示される情報の量に比べ、出品者ページにて表示される情報の量の方が多くなっており、消費者にとってもサービスに対する最低限の情報が入手しやすく情報の多さに惑わされることもない。探索者（ココナラにおける消費者）が情報を探索する時も、メインページからそれぞれのカテゴリへの誘導する部分があり、情報を探す能力が低くてもそれを補う機能がある。また表現ができないことについて、サービス自体が表現できない（サービスとなるスキル・モノを生み出すことができない）場合は、消費者と関わることはないため関係ない。しかし、サービスの情報を記載しきれないことや文面で伝えることが難しい場合、チャット機能や出品者によってはビデオチャットで直接相手に情報を伝えることができるようになっている。以上のことからココナラにおける情報の粘着性は低く抑えられていると考えられる。

4.1.4 リード・ユーザーについての研究における考察

濱岡（2007）ではイノベーションの源泉となるユーザーをリードユーザーと名づけ、高い評価のアイデアを創出したり斬新なコンセプトが開発されたりしているとした。ココナラの事例を鑑みると、サービス提供者がイノベーションを創造することはみられない。しかし一部のユーザーはPRO認定を受けており、総じて高い評価

を受けている質の高いサービスを提供したり、PRO 認定ユーザー独自のアイデア性に則ったサービスの提供をしたりしている。また製品開発をする上で、リードユーザーを運用する手法の弱点としてコストがかかることが挙げられていた。ココナラの事例においては、3.5.1 より製品開発(本事例におけるサービス提供)の実績が高いユーザーのサービスとそうでないユーザーのサービスの価格を比較すると、実績が高いユーザーのサービスの方が高い傾向にあった。加えてプラチナよりも上位のユーザーである PRO 認定ユーザーはさらに高い価格設定をする傾向より、リードユーザーを運用する弱点に相応する部分もみられた。

4.2 類似サイトとの比較からみる成功要因

表5において類似スキルマーケットサイトであるランサーズと比較したとき、カテゴリ数、ユーザー数、サービス内容の詳細説明の部分において成功の要因があるとみている。扱っているカテゴリ数や全体のユーザー数が多いとその分多くのユーザーがマーケットに訪れサービスに触れる機会が増加し、サービス提供者側も多岐にわたるスキルを気軽に提供できるため、結果的にマーケットの規模が大きくなり他人に影響を与える可能性が高くなる。つまり自己効力感の幅が広がるのではないかと考えられる。加えてユーザー数の母数が多ければ、自身のサービスを評価してくれる人数も増えることが予想されるので名声・認知欲求も満たされやすくなるのではないかと考えられる。

4.3 「ココナラ」に対する提言

先行研究とココナラの事例を鑑みた結果、サービス提供者と消費者の間ではコミュニケーションやユーザーの創造の動機を駆り立てる要素が幾つかみられた。しかし運営とユーザーが共同して何かを行う要素はほとんどみられなかったので、運営がイベントを通じてさらにユーザー間の交流や創造・開発の動機を駆り立てる様なシステムを構築することを提言する。例えば、ユーザー間の交流をさらに促進するために大幅割引クーポンなどを用いて消費者余剰を高くし、PRO 認定ユーザーのサービスを受ける敷居を低くすることでより質の高いサービスを受けやすくする。そうすればそのサービスを受けたユーザーの創造の動機の楽しさの部分において、モチベーションの向上という内発的な面で良い刺激を受けられるのではと考える。

また運営とユーザーが共同でイノベーションを行うという観点では、カテゴリ別に運営主導のコンテストを開催することを提言する。例えばイラストのカテゴリで、ココナラのロゴマークを使用することを条件とし、それ以外に独創的なそれぞれのユーザーの要素を盛り込み一定の期間内にユニークなロゴやイラストを制作する。その後運営が選定し、選ばれたユーザーに賞金と制作したロゴを一定期間自社のシンボルマークと入れ替えることをすると良いのではと考える。

そしてランサーズと比較してココナラが劣っているとみられる手数料や出品者のサポートといった面に関して、ココナラは規模が大きいかつクライアントの対象が違う部分もあるのでランサーズと同じようなサポートは厳しいと思われるが、それでも改善の余地はあると考えられる。

5. おわりに

本レポートでは「コミュニケーション」「創造・開発の動機」「情報の粘着性」「リード・ユーザー」についての研究を先行研究として取り上げ、その事例研究として株式会社ココナラが提供するスキルマーケットプレイス「ココナラ」を取り上げた。そして先行研究と事例研究を比較し、最後にそれらに対する考察を行い、その結果ユーザー間同士でコミュニケーションしたり創造・開発の動機を高めたり、情報の粘着性を高くないような手法をとっていることが成功の要因の一つであることがわかった。しかし一方で運営とユーザーの直接的な関わり

がみられず、運営はスキルマーケットの場を提供しているだけに近い状態であることもわかった。またユーザーによってサービスの質や内容も変化しており、現在ユーザー数や出品数の増加などスキルマーケットプレイス市場は成長の一途を辿っているが、これからさらにユーザーの動機を駆り立てるような事例が登場すると見られる。

またスキルマーケットプレイスにサービスを投稿しているユーザーの詳細な動機が公式サイトからでは判断することが難しく、その理由や濱岡、田中(2007)の創造・開発における動機の様なアンケートを取った上で再研究を進めていきたい。

謝辞

最後に、本論文を執筆する上で非常に有用な文献を提示して下さり、論文の校正もしていただいた濱岡教授及び、執筆する上で手厚いサポートをしていただいたチューターの梅原さん、またランキングに関する質問に対し丁寧に対応してくださった株式会社ココナラの運営の方に厚く御礼を申し上げます。

参考文献

濱岡豊(2002)「アクティブ・コンシューマーを理解する」『一橋ビジネスレビュー』冬号, Vol. 50, No. 3, pp. 40-55

濱岡豊(2007)「共進化マーケティング 2.0 コミュニティ、社会ネットワークと創造性のダイナミックな分析に向けて」『三田商学』, Vol. 50, No. 2, p. 67- 90

濱岡豊、田中秀樹(2007)「創造/発信する人々の動機と能力」『マーケティング・ジャーナル』Vol. 26, NO. 4, p. 52-65 (<http://news.fbc.keio.ac.jp/~hamaoka/papers/2007mj-active.pdf> (最終閲覧日: 4月29日))

○Web など

株式会社ココナラ 2021年8月期決算説明会資料 <https://finance.logmi.jp/376566> (最終閲覧日: 2022年4月15日)

株式会社ランサーズ 2022年3月期第3四半期決算説明資料 <https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS08891/ae8fd80f/9060/4901/bb17/03edefa468d5/140120220213588326.pdf> (最終閲覧日: 4月26日)

ココナラ公式サイト <https://coconala.com> (最終閲覧日: 4月15日)

ココナラ公式サイト サービスを出品したい https://coconala.com/pages/guide_sell#sell-purchase (最終閲覧日: 4月26日)

ココナラ公式サイト 出品者ランクとは https://coconala.com/pages/about_rank (最終閲覧日: 4月17日)

ココナラ公式サイト ルールとマナー https://coconala.com/pages/guide_rule (最終閲覧日: 4月18日)

ビジネス+IT 「研究スキル売買」の問題点、他人の能力を買って作った学术论文は偽装? 本人の成果? <https://www.sbbiit.jp/article/cont1/72600> (最終閲覧日: 4月18日)

副業マーケット スキルマーケットおすすめ 11 選 各サイトの特徴や仕組みを徹底解説 <https://fukugyo-laboratory.com/recommend-skill-market/#i-3> (最終閲覧日: 4月21日)

ランサーズ公式サイト <https://www.lancers.jp/1> (最終閲覧日: 4月26日)

ランサーズメインページ https://www.lancers.jp/browse/graphics_design?ref=browse (最終閲覧日:5月
12日)

ロゴデザイン作成の費用相場をご紹介！個人依頼と制作会社の相場の違いは？

<https://www.biz.ne.jp/matome/2002867/> (最終閲覧日:4月24日)

IR BANK 4176 ココナラ 有価証券報告書-第10期(令和2年9月1日-令和3年8月31日)

<https://irbank.net/E36351/history> (最終閲覧日:4月15日)