

クラウドファンディング基礎講座

2020.10.20



本日の概要

- 1、会社紹介
- 2、クラウドファンディングの基礎知識
- 3、主なプラットフォーム・比較
- 4、プロジェクト起案～終了の流れ
- 5、リターン設計のポイント
- 6、成功・失敗事例／成功の秘訣
- 7、クラウドファンディングのメリット・デメリット
- 8、法律・その他注意事項
- 9、今後活用が期待される分野・親和性のある業態

本日の概要

1、会社紹介

- 2、クラウドファンディングの基礎知識
- 3、主なプラットフォーム・比較
- 4、プロジェクト起案～終了の流れ
- 5、リターン設計のポイント
- 6、成功・失敗事例／成功の秘訣
- 7、クラウドファンディングのメリット・デメリット
- 8、法律・その他注意事項
- 9、今後活用が期待される分野・親和性のある業態

会社紹介



合同会社FRONTIER TRADE

主な事業内容：輸入事業・小売卸売業・ECサイト構築運営事業・メディア運営事業

企業理念：“ありそうでなかった”を叶える会社

創業：平成28年6月1日

設立：平成29年10月25日

クラウドファンディング初起案：2017年10月

クラウドファンディング起案数：10回以上

利用プラットフォーム：Makuake、GREEN FUNDING、CAMPFIRE、machi-ya

代表 呉 達人（くれ たつと）

平成元年生まれ。東京都出身、相模原育ち。

大学卒業後8年ほど川崎市中原区に住み、現在は都内在住。



本日の概要

- 1、会社紹介
- 2、クラウドファンディングの基礎知識**
- 3、主なプラットフォーム・比較
- 4、プロジェクト起案～終了の流れ
- 5、リターン設計のポイント
- 6、成功・失敗事例／成功の秘訣
- 7、クラウドファンディングのメリット・デメリット
- 8、法律・その他注意事項
- 9、今後活用が期待される分野・親和性のある業態

クラウドファンディングの基本

クラウドファンディングの定義

「群衆（クラウド）」と「資金調達（ファンディング）」を組み合わせた造語で、「**インターネット**を介して**不特定多数**の人々から少額ずつ資金を調達する」こと。

起案者（企業・個人）は**プラットフォーム**を通じてプロジェクトを起案。
支援者（出資者）はリターンとして起案者が用意した金額に応じた商品やサービスあるいは金銭的リターンを受け取る。

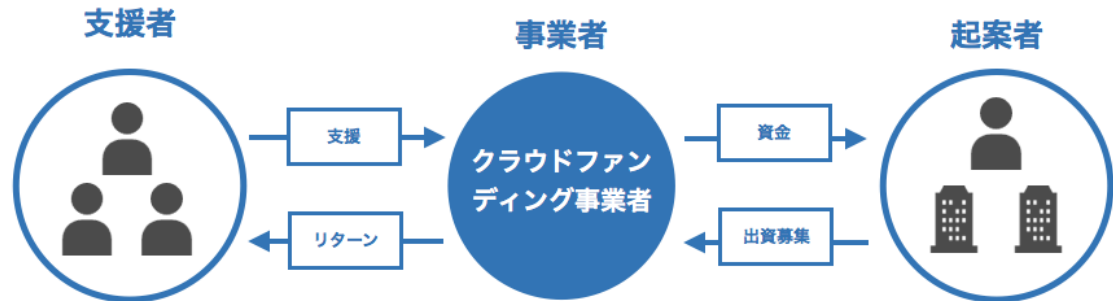
クラウドファンディングの種類（＝リターンの違い）

購入型：リターンとして商品やサービスを提供

寄付型：物品などによるリターンは基本的に無し（お礼動画や手紙程度）

融資型：金銭的リターン

投資型：金銭的リターン



資金調達の方法

All or Nothing方式

目標金額を**達成した場合のみ**プロジェクトが成立。リターン提供が確定。
目標金額が基準となるためリスク分散が可能。

メリット：目標金額を仕入れの最小ロットにするなどリスクヘッジ可能

デメリット：達成しなかった場合プロジェクトが動かない

→**起案者にメリット**が大きい

All In方式

目標金額に達しなくてもプロジェクトが**確実に成立**。

すでにプロジェクトが実現可能であり、リターンの提供が確実に可能な場合に採用。

メリット：支援すれば確実にリターンを得られる安心感

デメリット：プロジェクトが伸びなかった場合でもリターン提供が必要

→**支援者にメリット**が大きい

プラットフォームの共通点と違い

[共通点]

- ✓ 概ねインターネットで完結
- ✓ 掲載料は無料
- ✓ 手数料として調達額の15～20%を支払う

[違い]

- ✓ 集客力・集客方法・支援者の属性・支援金の受取日数

本日の概要

- 1、会社紹介
- 2、クラウドファンディングの基礎知識
- 3、主なプラットフォーム・比較**
- 4、プロジェクト起案～終了の流れ
- 5、リターン設計のポイント
- 6、成功・失敗事例／成功の秘訣
- 7、クラウドファンディングのメリット・デメリット
- 8、法律・その他注意事項
- 9、今後活用が期待される分野・親和性のある業態

主なプラットフォーム



【概要】

国内唯一の上場企業にして最大手。サイバーエージェント子会社。

掲載：無料 手数料：20% 入金：終了月の月末締め翌々月第3営業日

【強み】 集客力・知名度

【弱み】 案件数が多い・入金が遅い・審査や表現の規制が厳しい

【傾向】 物販などハードに限らず飲食店やイベントなどサービス系も多い。

上場後は大企業の新商品テストマーケティングやオンライン展示会といった新たな活用方法が普及。

「支援」ではなく「応援購入」に変更したことでクラウドファンディングではなくなっているとの見方も。

主なプラットフォーム



【概要】

Makuakeに次ぐ業界規模。TSUTAYAを運営するCCCグループ。
掲載：無料 手数料：17～20% 入金：終了月の月末締め翌月末
フランチャイズ契約でプラットフォーム運営も可能（手数料17%）

【強み】 富裕層が多い・GREENに対するファンが多い・広告運用◎

【弱み】 GREEN自体の集客は弱い

【傾向】 支援者層の属性に合えば大ヒット（億単位）も可能。
ガジェット製品を中心に高単価が多い。自然の集客が弱いため広告運用が必須。
最近は紹介動画にも注力。

主なプラットフォーム



【概要】

草分け的存在。関連サービスとしてmachi-ya。

掲載：無料 手数料：CAMP17% machiya25%

入金：終了月の月末締め翌月末 or 4営業日程度（早期入金サービス）

【強み】掲載審査が緩い・同一案件で2回目以降のクラファン可能・大手メディアに無料で記事掲載可能（machi-yaのみ）

【弱み】大ヒットが出づらい・machi-yaは手数料が高い

【傾向】MakuakeやGREENの後に起案が可能のため「二番煎じ」的な案件が多い。CAMPはカテゴリー広い。machi-yaは商品のみ、大手WEBメディア「ライフハッカー」「ギズモード」に無料掲載可能。

プラットフォーム比較表

	 Makuake	 GREEN FUNDING by T-SITE	 CAMPFIRE	 machi-ya by CAMPFIRE
手数料	20%	17~20%	17%	25%
得意分野	商品全般 飲食	ガジェット カルチャー	エンタメ リアル立ち上げ	ガジェット 日用品
リターン価格帯	安~高	高め	安~高	高め
本体の集客力	かなり強い	弱い	やや強い	弱い
審査・表現	厳しい	普通	緩い	普通
起案条件	新規	基本新規	他起案済みOK	他起案済みOK
広告運用委託	一律	柔軟	なし	なし
メール取得	×	○	○	○
EC出店	○	△ (リンク)	×	×
入金	遅い	普通	普通 or 早い	普通 or 早い

本日の概要

- 1、会社紹介
- 2、クラウドファンディングの基礎知識
- 3、主なプラットフォーム・比較
- 4、プロジェクト起案～終了の流れ**
- 5、リターン設計のポイント
- 6、成功・失敗事例／成功の秘訣
- 7、クラウドファンディングのメリット・デメリット
- 8、法律・その他注意事項
- 9、今後活用が期待される分野・親和性のある業態

プロジェクト起案～終了までの流れ

- プロジェクト起案申し込み（事前相談も可）【30分】
- 打ち合わせ（概要、リターン説明・スケジュール調整など）【1～2時間】
- 管理画面付与・プロジェクトページ作成【2～3日】
- ページ確認・提出・審査（初回は登録簿の提出あり）【2～3週間】
- ページ修正・最終調整・開始日の確定【1週間】
- プロジェクト開始～終了【30～60日間】
- リターン準備・提供・支援金の受け取り【30～60日間】

★基本的には「リターンの発送完了」をもってプロジェクト終了

本日の概要

- 1、会社紹介
- 2、クラウドファンディングの基礎知識
- 3、主なプラットフォーム・比較
- 4、プロジェクト起案～終了の流れ
- 5、リターン設計のポイント**
- 6、成功・失敗事例／成功の秘訣
- 7、クラウドファンディングのメリット・デメリット
- 8、法律・その他注意事項
- 9、今後活用が期待される分野・親和性のある業態

リターン設計のポイント

- ✓ 上限数と割引率(金額)を決める
例) 先着50名限定・30%OFF
- ✓ 最安プランを目標金額に合わせる
例) 目標30万・単価1万なら最安の上限は30名
- ✓ 配送時期を明確に
→即納品や納期を分けることも可能

本日の概要

- 1、会社紹介
- 2、クラウドファンディングの基礎知識
- 3、主なプラットフォーム・比較
- 4、プロジェクト起案～終了の流れ
- 5、リターン設計のポイント
- 6、成功・失敗事例／成功の秘訣**
- 7、クラウドファンディングのメリット・デメリット
- 8、法律・その他注意事項
- 9、今後活用が期待される分野・親和性のある業態

成功事例

4WAYボトルGolchi（自社）

【成功要因】

- ・ 珍しい商品
- ・ インパクトのある商品
- ・ ありそうでなかった商品
- ・ 価格が高過ぎない
(値引きしているため)
- ・ 広告運用で支援が伸びた
- ・ メディアに取り上げてもらった
(珍しい商品のため)
- ・ 事前にストックした顧客リストにアプローチして初速が付いた



失敗事例

VOLTAケーブル（自社）

【失敗要因】

- ・ 良い商品だがそこまで新規性はない
- ・ 単価が安かったため広告費が捻出できなかった
- ・ これといってインパクトが無かった



【失敗する共通点】

- ・ ありふれた商品（サービス）
- ・ 価格が手頃ではない
- ・ 機能やデザインに新規性や独自性がない

クラウドファンディング成功のポイント

- ✓ **初速（開始から1日以内）が超重要**
→開始前から集客・告知しておくのがベスト
- ✓ 商品・サービスの「新規性」「独自性」
→“**ありそうでなかった**” が理想的
- ✓ **広告費**はある程度確保しておくのがベスト
→プラットフォームの集客だけでは弱い
- ✓ **メディア**を上手く活用
→期間中にテレビ、雑誌、新聞などに取り上げられると話題性が高まり支援が伸びる！

成功の秘訣・初速で勢いを付ける事前準備リスト

- ✓ **事前告知**ページを用意
- ✓ 事前告知ページに広告などで**集客**
- ✓ LINEやメールなど**顧客リスト獲得**
- ✓ プロジェクト**開始時に告知**



プロジェクトが始まってからではなく、
始まる前から集客・告知しておくことで
開始直後の初速で集まり勢いが付く！

本日の概要

- 1、会社紹介
- 2、クラウドファンディングの基礎知識
- 3、主なプラットフォーム・比較
- 4、プロジェクト起案～終了の流れ
- 5、リターン設計のポイント
- 6、成功・失敗事例／成功の秘訣
- 7、クラウドファンディングのメリット・デメリット**
- 8、法律・その他注意事項
- 9、今後活用が期待される分野・親和性のある業態

クラウドファンディングを活用するメリット

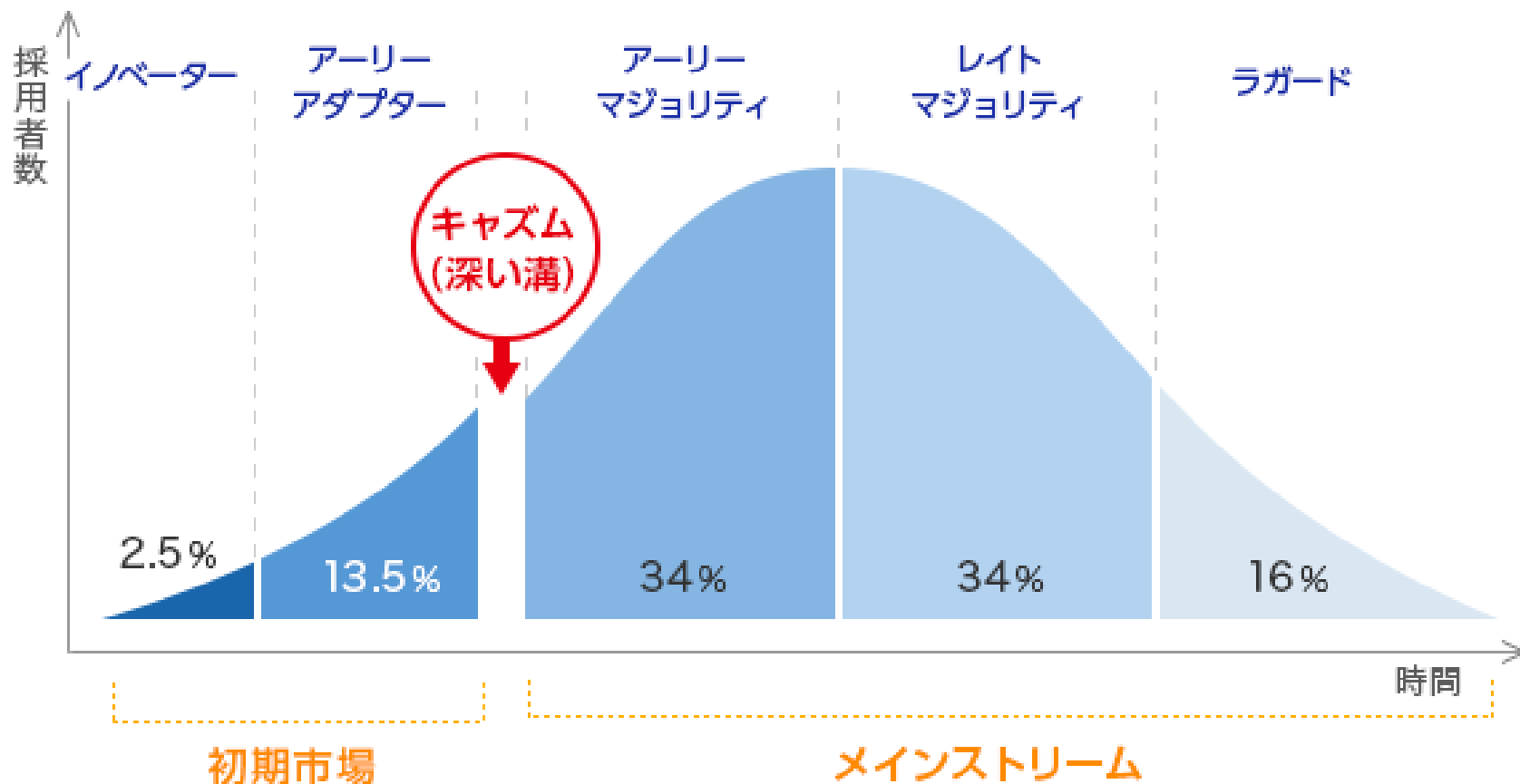
- ✓ 新商品・新サービス導入のハードルが下がる
→ All or Nothingを使えば**リスク減**
 - ・ 事前受注
 - ・ テストマーケティング
- ✓ プラットフォームを活用して**実績作り**
→ その後の販売でも活用可能

デメリット

- ✓ **資金繰り**に注意が必要（入金サイクル）
- ✓ 手数料は**割高**傾向
- ✓ 一般販売時と**顧客層**が異なる

クラウドファンディングの顧客層

新しいもの・珍しいものの好きが大多数
=イノベーター・アーリーアダプターがメイン



※キャズム理論イメージ

本日の概要

- 1、会社紹介
- 2、クラウドファンディングの基礎知識
- 3、主なプラットフォーム・比較
- 4、プロジェクト起案～終了の流れ
- 5、リターン設計のポイント
- 6、成功・失敗事例／成功の秘訣
- 7、クラウドファンディングのメリット・デメリット
- 8、法律・その他注意事項**
- 9、今後活用が期待される分野・親和性のある業態

法律・その他注意事項

法律関連

海外製商品（輸入）の場合に注意が必要な法律・規制

- ・コンセントを利用する商品：電気用品安全法（PSEマークの取得）
- ・Bluetoothを利用する商品：電波法（技術基準適合証明・技適）
- ・口に触れる商品：食品衛生法（食品衛生検査）



これらに該当する商品は事前に段取りを決めておく
（プロジェクト前に取得が必須ではない）

その他注意事項

リターンの提供における、あらゆるリスクはプロジェクトページに
記載しておくべき

例）工場が海外、不動産の契約はプロジェクト後、気温で品質が変わる、
など

→説明を怠り遅延や品質低下が起きると信頼失墜

本日の概要

- 1、会社紹介
- 2、クラウドファンディングの基礎知識
- 3、主なプラットフォーム・比較
- 4、プロジェクト起案～終了の流れ
- 5、リターン設計のポイント
- 6、成功・失敗事例／成功の秘訣
- 7、クラウドファンディングのメリット・デメリット
- 8、法律・その他注意事項
- 9、今後活用が期待される分野・親和性のある業態**

今後活用が期待される分野・親和性のある業態

- ✓ 新型コロナによって「**支援の輪**」としての活用が普及
→寄付ではなく商品やサービスを購入して支援する
- ✓ **オンライン展示会**
→中小のみならず大企業も新商品のお披露目に活用
- ✓ リアル店舗・イベントなど“**オフライン**”との親和性が
より高まる期待あり

最後に

オウンドメディア・SNS等で情報発信中！

クラウドファンディング・物販



EC・Shopify



ご清聴ありがとうございました！