

クラウドファンディングレポート
(ガイドに必要な知識)

P0

- 目的 クラウドファンディングの仕組みを理解し
ガイド事業に役立てる事

<目次>

- 1 クラウドファンディングとは
- 2 なぜクラウドファンディングが必要なのか？
- 3 クラウドファンディングの種類
- 4 クラウドファンディングの実態
- 5 クラウドファンディングの課題
- 6 クラウドファンディングの実行
- 7 クラウドファンディングの戦略

以上

(参考書籍)

参考 著 山本純子

- メリット

ビジネスを展開する際、運転資金が必要なくなる。

1 クラウドファイディングとは

●クラウドファイディングとは

クラウドファンディング（英語：Crowdfunding）とは、不特定多数の人が通常インターネット経由で他の人々や組織に財源の提供や協力などを行うことを指す、群衆（crowd）と資金調達（funding）を組み合わせた造語である。とネットに記載されています。

●クラウドファイディングの考え方

クラウドファイディングとは「**事前購入予約**」である。
早期販売割引や限定販売などの付加価値がつくものを販売する事（買い物してもらう事）
いわゆるそれには特典や付加価値がついていなければならない現実的にはそうしないと成立しない。

クラウドファイディングは何もないところからお金を集める装置ではなく「**すでにあるネットワークやコミュニティの力を大きくするシステム**」である

●クラウドファイディングの種類（分類）

- 寄付型 資金提供者のリワードなし
 - 購入型 資金提供者は資金以外のリワード（モノ、サービス）を受け取る
 - 株式型 資金提供者は株式を受け取る
 - 融資型 資金提供者は元本と利子を受け取る
 - 投資型 資金提供者は利益の中から配分を受け取る
- などにカテゴリーされます。

●クラウドファイディングのメリット

もし、やりたい事業や社会貢献活動がある場合
通常は自己資金や運営資金が必要となる。
それをあらかじめ賛同する支持者や協力者にお願いし
その資金を調達出来る仕組みとなる

要は「事業開始前に資金を調達出来る可能性がある」

2 なぜクラウドファイナディングが必要なのか？

(解説)

現状でビジネスを立ち上げるには資金を調達する必要があります。
大体は自己資金ですが、足りない分は家族や知り合いからお金を集めます。
さらに足りない場合は銀行等から融資を受けます。
現実的には、民間銀行や政府系銀行においても融資の査定は「過去の実績」から検討されます。現実的に新規でビジネスを展開する場合は、

「十分にお金を借りる事が出来ないのです。」

さらに、個人やNPO等が社会貢献事業を展開するための
資金が必要な場合、金融機関はまったく融資してくれません。
そこでNPO等は補助金や助成金を当てにしなければなりません。
・・・ところが・・・

補助金においては、ほとんど公に情報が公開されません

「どのような事業にどのような予算があるか？」

NPO等ではその情報を入手することが出来ません

(大体は特定の業者や社団法人。NPO等に1本釣り提供されます)

要は天下り先や癒着先が優先的に獲得できるシステムです。

普通のNPOは太刀打ち出来ません。

一方、助成金については公募をし、審査によって受託される流れ
となりますが、補助金同様「決まり試合」が多いのです。

要するにあらかじめ天下り先や癒着先が受託出来るように
仕組まれたシステムです。(特に公益財団法人による助成)

民家企業がスポンサーとなる助成事業も同様です。

そこで我々NPOは、限られた枠を狙って申請する事となり

「受託率は低くなります」

(まとめ)

やりたい事業や社会貢献活動のアイデアがあっても

「実行できる確立はかなり低い」のが現状です。

**それらを解決するために考えられたシステムの一つが
クラウドファイナディングなのです。**

3 クラウドファイディングの種類

(解説)

クラウドファンディングを運営している会社は民間企業です。
 民間企業がクラウドファイディングのためインターネット上でプラットフォームのサイトを運営しています。
 もちろん民間企業なので「利益」を目指しています。
 例えばその事業資金の募集が達成された場合、その金額の一部
 (大体は10%~20%, レディフォーは17%)
 がその企業に支払われます。
 それらの企業には得意分野や特化している内容のカテゴリーがあります。

●プラットフォーム会社

・レディ・フォー

購入型クラウドファイディング (アサヒマッチングギフト)

- ・ミライブックス・ファンド 書籍特化型
- ・ジャスト・ギビング・ジャパン
- ・キャンプ・ファイヤー
- ・モーションギャラリー
- ・マクアケ サイバーエージェント
- ・ファーボ 都道府県にプラットフォーム
- ・シューティングスター
- ・グリーンガール 女性向け
- ・セキュリテ 独立系事業の少額投資
- ・キックスターター アーチスト向け
- ・インディゴゴ 幅広いジャンル
- ・セラバンド ミュージシャン向け
- ・ウーヤ ゲーム
- ・オキュラス・リフト テクノロジー分野
- ・ミニストリー・オブ・サプライ ファッション
- ・マター メディア

(まとめ)

世界的に認知されつつあり、たくさんの方が応募しています。
プラットフォーム会社はどんどん増える傾向にあります。

4 クラウドファインディングの実態

(解説)

クラウドファインディングの実態についてご紹介します。

◇応募者

増加傾向です。(性格なデータはありません)

◇達成率

詳しいデータは各プラットフォーム会社で公開されていますが私の分析では4%程だと踏んでいます。

実践的にサイトに公開されているのは、担当者の審査があります。その審査により、ダメなものは公開されません。

公開された企画においての達成率が4%ほどだと推定しています。

◇寄付金等の募集について

ほとんどがSNS(フェイブック等)のコミュニティへの記事の投稿により情報提供しています。

そこでSNSがない時代は成り立たないビジネスモデルです。

要はまずは

「仲間内にお願ひし、一口寄付してもらおう」

それを相互作用でやりあうネットワークビジネスである。

次にその仲間内へお知り合いやSNS上のお友達に

情報を拡散してもらい

「その友達に、一口寄付してもらおう」

というシステム(やり方)となります。

ネットワークビジネスであり、コミュニティ・ビジネスです。

(まとめ)

SNSのシステムを活用し、返報性のルールを元にした

参加型のビジネス協働プランです。

「皆でそのワクワク感を楽しみましょう」という事です。

5 クラウドファインディングの課題

(解説)

ここではクラウドファインディングの課題について洗い出し、そのリスクを考えます。

●クラウドファインディングの課題

- ・プラットフォーム会社と綿密なやり取りが必要である。
(登録・記事作成・写真データ提供など)
- ・文書力が必要である
(記事を作成する際、ある程度惹きつけるための文書力が必要)
- ・募集がサイト上であり、期間が短いために
情報提供や募集を SNS (フェイスブック等) に頼らざる負えない
(フェイスブックで友達が多い人が有利である)
- ・SNS (フェイスブック等) をフル活用するために情報公開が前提
(自分のアカウントはもちろん、影響力がある方の情報を公開しなければならない)
- ・サイトで達成されたプランを閲覧すると
社会貢献的な事業よりも、興味本位的な事業の方が達成率が高い
(何か面白そうのプランの方が受ける)
- ・ただの事業ではなく、それなりのステイタスがある事が必要である
(SBS 上で話題性があり、人に自慢できる内容が望ましい)
- ・実行者側は何らかの特典やクーポン、メリット等を用意しなければならない
(要するに取引きとなる)
- ・例えばビジネスのデルで「物作りの場合」は限定品や最初の出荷分
などプレミア的なお返しが必要である。
(プロトタイプやファースト分をプレゼントしなければならない)
- ・事業終了後も支持者においては「最後まで面倒をみる」事が
必要となる。
(事業終了後、なえがしろにできない・お付き合いしなければならない)
- ・寄付者においては「借り」を作る事となる
(相手が逆の立ち場となった場合、お返しをしなければならない)
- ・ある程度ビジネス経験が必要である
(集客や運営、実行後のレポート提出など、素人には無理)

便利な面「ややめんどくさい」事も多い。 普通のビジネスが良い

6 クラウドファイディングの実行

(解説)

実践的にクラウドファイディングを実行する際の流れを紹介します。

●実行の流れ

1 適したプラットフォームを決める

2 プラットフォームに企画を送る

□何の目的で

□どのくらいの資金調達をしたいのか

・ ・ 審査が通ったら ・ ・

3 キャンペーンの詳細を決める

■ 調達内容 何のために資金が欲しいのか？

■ 調達額の目標 そのためにいくら資金を調達したいのか

■ 調達期間 いつから何日間で調達するのか

■ リワード 資金提供者への報酬は何か

※ここからはプラットフォーム会社の指示に従い作成していきます。

・ ・ プラットフォーム会社のフォーマットにそって ・ ・

4 公開記事の作成

・ フォーマットにそって記載

・ 写真添付

・ キャッチコピーの作成

5 カウンセリング

プラットフォーム会社からの電話によるカウンセリングや
アドバイスを受ける

6 SNS での営業・集客開始

「始まってしまおうと簡単です」

「ある程度の広告コピーのセンスが必要です」

7 クラウドファインディングの戦略

(解説)

現実的な成功へ導くための戦略を紹介します。

●成功の3つのカギ

- ・ ブログよりはフェズ・ブックを活用する
(拡散するために作業がしやすい)
- ・ 魅力的な特典やリターンを用意する
(あくまでも寄付よりは取引きである)
- ・ インフルエンサー(影響力のあるひと)を活用
(実行者そ意外のたくさんのインフルエンサーが多いほど有利である)

<戦略チェックシート>

◇コンセプト戦略

- シンプルな理念(コンセプト)か?
- 賛同者(ファン)は誰か その賛同者(ファン)は指示するものか?
- 賛同者はいくらまでならお金を支払うか?
- 人は人と呼ぶ(サクラ) 最初の(フォロワー)への信頼があるか?
- 魅力的な特典やリターンを用意できているか? (報酬に釣られる)

◇付加価値戦略

- 「仲間になりたい」と思わせるか?
- 「ちょっとした自慢」アイデンティティとなるか?
- ステータスが加算されているか?
- ゲームに参加する(投資) 育てたいと思わせるか?
- 非日常的であるか?(ワクワクする内容か)

◇実践テクニック

- 感情を刺激しているか?
- 社会的な行動を促す 「いいね」ボタン設置してあるか?
- 人とつながっていることを公開 コメント・メール分は適切か?
- 進行状況の可視化とリワードの進行状況の可視化ができているか?
- 仲間意識を誘引したい内容か?
- インフルエンサー(影響力がある人)の人脈はあるか?

◇特典・リターン

<種類と内容>

A リワード有形

- 実際に出来上がった商品を渡す (サイン入り書籍など)
- 公式サイト上に支援者の名前を記載する (希望者のみ)
書籍の協力者に名前を記載し感謝する

B リワード無形

- パーティに招待する
- 特別イベントや限定イベントに優先権を与える

C 段階的リワード

- 目標販売個数に達成した場合 ⇒特別イベントを開催

D 永遠的リワード

- 次期企画商品についても、先行参入する優先権を与える

◇集客・情報公開テクニック (フェイスブック)

ポイント1 4行に集約する

フェイスブックに公開した場合、4行目以降は省略される
(もっと見るをクリックしなければ閲覧できない)

- 例 1行目 「感情を揺さぶる感嘆詞・コピー」
2行目 「感謝文や依頼文」
3行目 「サイトアドレス」
4行目 「続きを読みたくなる引用文」

ポイント2 目につく写真を用意する

- ・美少女
- ・子供の顔
- ・地球 など

ポイント3 動画を用意する (1分以内)

(写真よりは動画を見る)

(参考例)

緊急のお願い、拡散おねがいします。ピンチです

「フクシマの子どもと地球環境のために、あなたのお力をお貸してください」

https://readyfor.jp/projects?sort_category_query=sports

◇プラットフォーム担当者からのカウンセリング参考例（おまけ）

- 1) 何名程度で、具体的にどういった広報活動をされてきましたか？
- 2) 今後は何名程度で、具体的にどういった広報活動をされる予定ですか？
- 3) 広報活動の際に使用予定の SNS のアカウントを出来る限り全て教えてください。
合わせてどれくらいの頻度で広報予定か教えてください。
- 4) 広報に協力してもらえるメンバー全員合わせて、
何名程度に個別メッセージを送付することが可能でしょうか？
また、これまで何通程度送付されましたでしょうか？
- 5) 広報に協力していただけそうなインフルエンサー（社会的に影響のある方）は
いらっしゃいますでしょうか？その方の SNS やブログ等を教えてください。
- 6) 広報できそうなコミュニティがございましたら、そちらについても教えてください。
- 7) その他なにかあれば細かいことでもいいので教えてください。
 - ・SNS の記事における効果的な例題文
 - ・個人的なメールにおける効果的な例題文
 - ・その他、寄付金における反応率が上がるためのアドバイス
 - ・キャッチコピー文等がありましたらアドバイスをお願いします。