

クラウドファンディングの始め方

- 目次 -

1. 確率を上げる 7 つの資金調達法

- その 1「タイトルの重要性を理解する」
- その 2「リターンは原価のかからないもので価値があるものを選ぶ」
- その 3「熱意と実績を必ず伝える」
- その 4「画像と動画を活用する」
- その 5「リターンも画像で見える化する」
- その 6「プレスリリースを活用する」
- その 7「質問に素早くこたえて信用を勝ち取る」

2. 成功させる 7 つの成功法則

- その 1「全ての支援プランにリターンを用意する」
- その 2「募集期間は 30 日以内が鉄則」
- その 3「動画があるプロジェクトの成功率は 50%」
- その 4「達成率 60%~65%からは奥の手を使う」
- その 5「初速で 20%を超える仕掛けを作る」
- その 6「失敗事例を研究する」
- その 7「面白い、新しい、ファンがいる、役に立つ」

3. クラウドファンディングに対する考え方

- その 1「コンセプトは 4 つの柱に当てはめて考える」
- その 2「支援したらどんな幸せな未来になるかを伝える」
- その 3「リターンの費用、消費税、送料などを計算する」
- その 4「コストをかけずに特別感のあるものを」
- その 5「高額リターンを必ず用意する」
- その 6「早期割引リターンで初速をつける」
- その 7「具体的に書くことで共感を募る」
- その 8「笑顔の写真で成功をイメージさせる」
- その 9「なぜこのプロジェクトを企画したのか」
- その 10「50 万円以上のプロジェクトは動画が必須」

4.効果的な PR 方法

その 1「メディアが取り上げたいくなるようなプレスリリースを配信」

その 2「準備段階から SNS を活用」

その 3「身近な友達・知人にお願いのメッセージを送る」

その 4「顔を見て直接熱意を伝える」

その 5「相互紹介、既に成功しているプロジェクトに告知をお願いする」

その 6「一度支援してくれた人にもう一度お願いする」

その 7「お礼メールで繋がりを強化する」

その 8「達成したら次の目標を発表してさらなる支援を募る」

1.確率を上げる7つの資金調達法

その1「タイトルの重要性を理解する」

タイトルには、見ただけでそのイメージが湧く言葉が必要です。

たとえば、「電池が○○mAのスマートフォン」といわれてもよくわかりません。

性能を伝えたいならば、「3日間充電しなくてもすむスマートフォン」と表現したほうが、誰が何を得られるかがわかります。

スペックや機能を伝えてもユーザーはピンとこず、支援したい気持ちにはなりません。

特徴やメリットよりもベネフィットを伝えることと、専門用語のようにユーザーが理解しにくい言葉は使わない。

その2「リターンは原価のかからないもので価値があるものを選ぶ」

リターンの金額は500円~数十万円まで幅広く準備しますが、全てのコースにリターンを用意しておく必要があります。

そして、金額が安いものはコストをかけられないので、データや権利などの無形のものにしておくことが重要です。

その3「熱意と実績を必ず伝える」

クラウドファンディングは「想い」が大事です。

プロジェクトの立案者の想い、熱意をしっかりと伝え、それに支援者が応えてくれるからこそ、実現できます。

野菜や果物を通販で買うと「生産者の想い」が書かれたメッセージと一緒に届くことがあります。それを読むと丹精込めて野菜や果物をつくっていることがわかり、食べるときによりおいしく感じます。

これと同じで、プロジェクト企画者が自分たちの熱意を言葉で表現することによって、「本気度」が伝わり「応援したい」という気持ちになってもらいやすくなるのです。

「あなたの力を貸してください」という文言も同じで、我々は熱い気持ちで取り組んでいるのであなたも参加者として一緒にやりませんか、という気持ちを届けています。

「誰かの助けになりたい」多くの人はこう思っています。

率直に支援を訴える。それがいちばん人の心に響きやすいのです。

その4「画像と動画を活用する」

文字だけを読んでいると疲れますし、飽きてしまうものです。

小説でも、途中で挿絵があると、それがイメージがふくらみますよね。同じように、文章の途中にイラストや画像があると、イマジネーションが広がり、「面白そうだ」「実現したのを見てみたい」とテンションを高める効果が期待できます。

また、静止画だけでなく、動画を盛り込むとより効果的です。動画があるとリアル感が増し、信頼できると思われやすいのです。

その5「リターンも画像で見える化する」

「支援したら何が返ってくるのか」は支援者にとって重要です。

どのようなお礼があるのかを画像など、ビジュアルで示すと、安心してもらえられますので、しっかり情報は出していきます。

その6「プレスリリースを活用する」

どんなビジネスでも、広く一般の人に注目されることが重要です。
知られなければ、お金が集まることはないということです。

「プレスリリース」とは、どんなプロジェクトなのか具体的な内容を示す文章のことです。

クラウドファンディングは告知効果が非常に高く、1つのネタで3回ニュースに取り上げられることもあります。

1回目：スタート時クラウドファンディングで資金調達を始めるタイミングで、ニュースとして取り上げてもらえることが多い。報道されると、拡散し、そこから見てくれる人が増え、資金調達につながる。

2回目：目標達成時資金が集まったとき、面白いものであれば掲載される可能性がある。

3回目：プロジェクト完了時プロジェクトが完了して、成果物ができたときにニュースになることがある。

これまで顧客ではなかった層にも広がりますし、もともと顧客だった人に「自分はずっと前から目をつけていた」と、優越感を持ってもらうことにもつながります。
今後のためにも、プレスリリース配信は必ず行うようにしましょう。

その7「質問に素早くこたえて信用を勝ち取る」

クラウドファンディングで支援を考える際、人はいろいろな疑問を持ちます。
「本当に完成できるの？」「企画者は信頼できるの？」「プロジェクトの内容を読んでもわからないことがあるんだけど……」

質問があるということは、「支援したいんだけど、引っかかっている」ということです。
この「引っかかり」を素早く解消することで、支援してもらいやすくなります。
また、詳細な説明をSNS上で行うことで、「質問する」という積極的アクションを起こすまでに至らないユーザーの疑問も解消できます。

2.成功させる7つの成功法則

その1「全ての支援プランにリターンを用意する」

2000円程度以下のリターンがあるかないかで成功率が15%以上変わってきます。
その理由は、低価格のリターンがあると「検討」してくれる人の数が圧倒的に増えるからです。

500円から支援できるとなると、その気軽さから「まあ、500円なら考えてみようかな」と前向きに検討しようという気になります。

ここでキーになるのがリターンです。

「せっかく支援するなら、もっとまともなものが欲しい」

「でも500円だと、まともなものがもらえない」

支援者に「500円じゃリターンがつまらない」と感じさせるところがポイントです。

「500円のリターンはたいしたことないから、5000円入れてみようかな」

「あのリターンが欲しいから、もう少しお金を払ってみるか……」

と思考が変化していくことで、高額の支援をしてくれます。

つまり、500円がエサになるというわけです。

このように、低価格なリターンをつくっておくことで、高額の支援者が増えるのです。

成功の鉄則ですから、覚えておいてください。

クラウドファンディングを理解していない人は「500円を100人集めても5万円にしかならないじゃないか」と言いますが、よくわかっている人は、「500円があるから高額な支援が集まる」と言います。

小さいけれども確実に効果が出る法則なので、低価格リターンは必ず設定するようにしましょう。

【支援するまでの一連の流れ】

- 1.プロジェクトを見る or 離脱
- 2.興味を持つ or 離脱
- 3.リターンを見る or 離脱
- 4.丁度良い金額、リターンがあれば支援する

その 2「募集期間は 30 日以内が鉄則」

支援の募集期間は3か月よりも、短い1か月のほうが成功しています。

その理由は、クラウドファンディングで支援が増えるタイミングは、たった2回しかありません。

1回目は、プロジェクトを公開して資金調達を始めた段階。

2回目は、支援募集が終わるタイミング。

プロジェクトの支援期間を長く取ると、この最初と最後のタイミングが離れすぎて間延びしてしまうのです。

しっかりと応援してもらうには「期間を短く」することによって「熱狂」を下げないようにすることが大事。

その 3「動画があるプロジェクトの成功率は 50%」

画像のあるなしで成功率が変わるとお話ししましたが、動画の有無で成功率が 20%も違ってきます。

動画のないプロジェクトの成功率は 30%止まり。

動画のあるプロジェクトの成功率は 50%。

動画がないプロジェクトは「理屈」で判断される。

動画のあるプロジェクトは「直感・感情」が判断軸に追加されやすくなるのです。

多額の支援を集めたプロジェクトの動画を見ると、かなりリッチな制作になっています。

お金をかけて動画をつくることでユーザーには、「本気度」が伝わります。

その 4「達成率 60%~65%からは奥の手を使う」

これは単純なデータですが、達成率が 60%を超えたプロジェクトは、ほぼ成功します。失敗したプロジェクトで達成率 60%を超えているものは、たったの6%しかありません。

なぜ 60%を超えるとほぼ成功できるのかというと、「人は勝ち馬に乗ろうとするもの」だからです。

理由はもう1つあります。

「一度お金を入れてくれた人をお願いをする」という、奥の手です。

ギリギリでお金が足りなさそうなときに、すでに支援してくれた人をお願いをすると、「せっかく参加したプロジェクトをつぶしたくない」と、もう一度支援してくれることが多いのです。

その 5「初速で 20%を超える仕掛けを作る」

達成率が 20%を超えたプロジェクトは、17%しか失敗していません。

失敗プロジェクトの大半は、支援金がほとんど入っていない状態で終わるのです。

つまり、20%以上集めれば、かなりの確率でプロジェクトは成功します。

支援を募集する前から告知をし、始まったと同時に、お金を入れてもらえるように準備をしておけば初速が伸びやすくなります。

いきなりプロジェクトを立ち上げてビックリさせるよりも、告知してファンにも心の準備をしておいてもらい、最初に確実にお金が集まるようにしておくだけで、かなり成功率が上がります。

リターンに「20名様限定、早期割引」とか「20名様限定、早期特典あり」というような特典を用意すると、「うまいきそうだったらお金を入れよう」と考えている人たちが早めに支援してくれます。

そして、早い時期に 20%を超えてしまえば、いろいろな人が注目してくれるようになり、ブログやフェイスブック、ツイッターで紹介し、それが口コミで広がっていきます。

早い時期に 20%を超えなければ、そのまま「熱」がさめてお金が集まらないままに終わってしまいますので、勢いを消さないように、残り5日までに 60%を達成できるようにしましょう。

その6「失敗事例を研究する」

失敗しているクラウドファンディングの多くが、初速でお金を集めるのに失敗しています。最初の時点でお金が集まっていないとみんなに『無理そうだ』と感じ取られてしまうのです。

その7「面白い、新しい、ファンがいる、役に立つ」

クラウドファンディングで「ウケやすい企画」には共通項が4つ。

- ①面白いこと
- ②新しいこと
- ③ファンがいること
- ④世の中の役に立つこと

この4つの要素のどれかに当てはまる企画にすれば成功しやすいということです。

クラウドファンディングに対する考え方

- 1.コンセプト作成
- 2.タイトルを考える
- 3.目標金額を決める
- 4.リターンを決める
- 5.本文を書く
- 6.画像、動画作成
- 7.プロフィールを書く

その1「コンセプトは4つの柱に当てはめて考える」

どんなコンセプトにすれば、「面白い」「新しい」「ファンがいる」「世の中の役に立つ」と思ってもらえるかを考える。

その 2「支援したらどんな幸せな未来になるかを伝える」

コンセプトが決まったらタイトルを考えます。

魅力的なタイトルをつけることができれば、支援が集まりやすくなります。

反対に、心に訴えかけるものが感じられないタイトルだと失敗します。

タイトルは、コンセプトをうまく表現するようなものにしましょう。

「応援したい」「支援したい」というタイトルにするには、心に響く言葉を使う必要があります。

例「野球チームを継続させたい」ではなく

「子供たちと一緒に野球する環境を無くしたくない」と表現する。

その 3「リターンの費用、消費税、送料などを計算する」

クラウドファンディングには 20%ほどの手数料、リターンにかかる費用も必要なので、100 万円を集めるためには、100 万円集めただけでは足りないということです。

約 40%のお金がそれらの経費だけで消えてなくなると考えておいたほうがよいでしょう。

つまり、100 万円使うためには、約 140 万円集める必要があります。

その 4「コストをかけずに特別感のあるものを」

クラウドファンディングでもっとも大事なのが、このリターンをどんなものにするかということです。

支援者は応援したいと思っているので、そのリターンも「プロジェクト」から生み出されたもの、関連したものがいちばんうれしいのです。

リターンはできるだけ無形のもを考えると費用を抑えることができます。
例えば、何かに支援者の名前を載せたり、動画、PDF など。

有形のものであればグッズをつくれないう検討します。

この時、送料を考えておく必要があります。

ポスト投函できる場合は、送料が安いサービスが多いので、できる限り「薄くて軽いもの」をつくるようにしましょう。

ポストカード、のぼり旗、タオル、入浴剤、CD、DVD

支援する人は、「支援した」という記念が残れば、それだけでうれしくなります。

その 5「高額リターンを必ず用意する」

リワードづくりで忘れてはいけないことは、高額支援者・超高額支援者向けのリターンです。

基本的には、金額が低いリターンに支援が集まりますが、なかには 10 万円、50 万円の高額支援をしてもかまわないという富裕層もいますので必ず用意しておきましょう。

ポイントは、いちばん支援をしてもらいたい金額の部分に「いちばんお得感がある」ようにしておきましょう。

50万円なんて超高額、本当に集まるのだろうか？と思う人もいるかもしれませんが、これは集まらなくても大丈夫です。

50万円という超高額の設定があるおかげで、「10万円を入れやすくする」という狙いがあるからです。支援者に「50万円出す人もいるだろうから、10万円出してもいいよね」と思ってもらうために、あったほうがよいのです。

また、10万円と50万円は「人数制限」をつけておきましょう。
人数制限があると「希少性」が出て、人が集まりやすくなります。

その6「早期割引リターンで初速をつける」

クラウドファンディングの支援は初速がもっとも重要です。

最初にお金が集まれば、そのまま達成するケースがほとんどだからです。

最初の5日で20%が一気に集まるかどうかで、成否が決まるといっても過言ではありません。

「初速が出るか」どうか自信がない場合は、「初速」のための改良をしておきましょう。

いちばん現実的なのは、知り合いにお願いしておくことです。

ですが、知り合いがいない、あるいは頼めないケースもあると思います。

その場合は、早期割引特典をつかって、先着〇名様は20%OFFなどと設定しておきましょう。

「早くお金を入れないとなくなっちゃう！」という心理が働き、初速で伸びやすくなります。

その 7「具体的に書くことで共感を募る」

クラウドファンディングのユーザーがいちばん注目するのは、なぜこのプロジェクトをしたいのかという「想い」です。

なので、至るところに自分の強い想いを盛り込んでいくことで、共感してもらいやすくなります。

クラウドファンディングで支援する人は「このプロジェクト、お金を入れるのはいいけど本当に実現できるの?」という不安を多かれ少なかれ持っています。

具体的なことを盛り込むことで「プランがしっかり練られたプロジェクトである」という安心感もつくっていきましょう。

「だいたいこれくらいのスケジュールを想定しています」という感じで具体的な内容が書かれていればいるほど、安心してもらうことができます。

資金の使い方についても書いておけば、「お金が必要な理由」「ムダな使い方はしないんだな」という安心感を支援者に与えることにもつながります。

お金のことを書くのは躊躇するかもしれませんが、支援者のためでもあります。

その 8「笑顔の写真で成功をイメージさせる」

プロジェクトが成功したとき、「どんな人が笑顔になるのか」を示せるし、文章の途中にイラストや写真が入っていれば、ストレスなく読み進めることができます。

写真は「無料の写真素材サイト」からダウンロードしたものでも問題ありません。

「写真AC」「イラストAC」というサイトがオススメです。

こちらにも豊富なイラストから自由に選べます。

この笑顔の写真は、「このプロジェクトを支援すると誰かが笑顔になる」ことを一瞬で伝えることができるので非常に効果があります。

その 9「なぜこのプロジェクトを企画したのか」

クラウドファンディングサイトで公開するプロフィールは、プロジェクトに関する内容を意識的に多く盛り込むことで「信頼」してもらうことができます。

この「信頼」を獲得するためのプロフィールページにするのです。
プロフィールで大事なのは、「なぜ自分がこのプロジェクトをやることになったのか」という動機を伝える内容にしましょう。

その 10「50 万円以上のプロジェクトは動画が必須」

クラウドファンディングには、動画があると資金が集まりやすい特性があります。
音声や動きが入ることで、「本気度」が伝わりやすいうえに、文字やイラストに比べて情報量も多くなるため、信用されやすいのです。

あるクラウドファンディングサイトでは、動画のあるプロジェクトの成功率は 50%、動画を制作しなかったプロジェクトの成功率は 30%という結果が出ています。

単純に、画面に向かってしゃべっているだけの動画であっても、表情の変化や声のトーンから文字と写真の組み合わせ以上に気持ちが伝わりますし、商品の完成イメージがあれば、それを動画で届けることにより、情報が多く伝わります。

4.効果的な PR 方法

タイトルが決まり、期間や募集額、リワードや本文、そして動画を仕上げたら、いよいよプロジェクト開始です。

しかし、待っているだけではお金は集まりません。

プロジェクトの存在を多くの人たちに知ってもらわなければ、支援者も集まりません。

必ず「宣伝・PR」を行いましょ。宣伝は、プロジェクト開始の前から準備をしておく効果が生まれやすいです。

クラウドファンディングでの効果的な宣伝方法は、

- 1.プレスリリース
- 2.ブログ、ツイッター、フェイスブックなどの SNS
- 3.メール
- 4.お手紙(手書き)
- 5.講演会、パーティー
- 6.相互紹介

それぞれにやるべきことは多いですが、1つひとつはとても簡単です。宣伝することで初速を上げ、一気に2割以上の支援を目指しましょ。

クラウドファンディングは「20%の壁」を超えれば、かなりの確率で成功します。何事も準備8割、本番2割です。宣伝も準備の時点で仕込んでおきましょ。

その1「メディアが取り上げたいくなるようなプレスリリースを配信」

メディアに取り上げてもらうには、「プレスリリースの配信」がなにより大事です。

メディアといっても、いきなりテレビや新聞に取り上げてもらうのはむずかしいですが、「Yahoo! ニュース」のトップページであれば掲載可能です。

そのために必要なのが、メディアが注目しそうな魅力的なプレスリリース文です。

1. タイトルは、短めにわかりやすくとにかくパッと見て、どんなプロジェクトなのかがわかるタイトルを心がけます。短く、ストレートに伝わるのがいちばんです。

2. 本文は短く3、4行程度で端的にプロジェクトの内容を伝えるようにします。

というのも、記者さんには日々たくさんのプレスリリースが届くため、目を通すだけでも大変な作業です。

長いリリース文は読んですらもらえません。

3. 業界用語・専門用語には注釈を入れる業界だけで通じる言葉や専門用語など、一般の人が聞きなれない言葉は、使わないようにする。

「わからない単語があっても調べなくてもいいように」しておく、親切的印象を与えますし、ニュースに取り上げてくれやすくなります。

プレスリリース文でやってはいけない禁忌もあります。

「世界初」「日本初」は、それが正しいのかチェックしなければなりません。

もし使うときは、その根拠となる「データ」を明示してください。

プレスリリース先の検索方法 「プレスリリース 窓口」「プレスリリース 送付先」

「みんなの経済新聞」「ジャンル名 ニュース」

その2「準備段階から SNS を活用」

ブログやツイッター、フェイスブックはプロジェクトの開始前から準備し、随時、情報発信していきましょう。

「もうすぐ面白いプロジェクト始まるよ」とか「クラウドファンディングの企画を立てています」といった情報を常に発信しつづけ、人々の目に触れる機会を増やすのです。

時折、「ビックリさせてやる！」とプロジェクトの発表の日まで全部隠す人がいますが、残念ながら、クラウドファンディングには適さない作戦です。

事前告知をしておく、お金と心の準備をしてもらえろという効果があります。

プロジェクトに対する疑問が届くこともあり、それらにきちんと対応することで、ファンがつき、支援してくれることも多いので、問い合わせには誠実に答えるようにしましょう。

その3「身近な友達・知人にお願いのメッセージを送る」

大事なことなので何度も言いますが、クラウドファンディングを成功させる最大のポイントは、「初速で20%を達成すること」です。

そのためにいちばん身近で効果的な方法は、「友人・知人にお願いすること」です。

知り合いに対して1通1通メールを書いたり、お手紙を書いたり、LINEなどでメッセージを送ってみてください。

「恥ずかしい」「自分のブランド力が落ちる」などと躊躇する人がいますが、それではもったいないです。

お願いされたらなんとかしてあげたい、と思うのが人間です。

「自分の気持ちを込めたメッセージ」を送り、素直にお願いしましょう。

その 4「顔を見て直接熱意を伝える」

クラウドファンディングで大きな資金調達に成功しているプロジェクトが地道にやっていること。

それが発表会や講演会、パーティーです。

人の財布のヒモが緩むときとは、「食事をしたとき」や「お酒を飲んだとき」です。

その中で誰か1人がお金を出すと、それを見た人が「○○君がお金を入れるなら僕も……」という気持ちになってくれたりします。

「熱い想い」を伝えるのが、リアルイベントでの重要なポイントです。

直接会って話すぶん気持ちが伝わりやすく、伝わればお金を出してもらえます。

その 5「相互紹介、既に成功しているプロジェクトに告知をお願いする」

クラウドファンディングで支援してくれる支援者はどこに多くいるのでしょうか？

それは、すでに他のクラウドファンディングで支援した人です。

クラウドファンディングを知らない人に説明するのって大変ですが、すでに他のクラウドファンディングを支援した経験のある人であれば、自分のプロジェクトも支援してくれる可能性があります。

自分の立ち上げようとしているプロジェクトに似たプロジェクトを探しましょう。

どこのクラウドファンディングプラットフォームを使ってもかまいません。

とにかく自分のプロジェクトに近いモノを探し、そこにコンタクトをとってみましょう。

その6「一度支援してくれた人にもう一度お願いする」

初速で目標金額の20%を超えたあとも油断せずPR活動をしていく必要があります。特に大事なのが、「支援してくれた人に、さらなる支援をお願いすること」です。

支援してくれた人は「味方」であり「仲間」なのでいろいろと助けてくれます。

たとえば、ツイッターやフェイスブックでリツイートやシェアを繰り返し、どんどん広げてもらうことも可能です。

「多くの人に広げたいので手伝ってください」そう素直にお願いすると、本当にやってくれます。

また、募集中であっても、何かプロジェクトに変化があればどんどん支援者の人に伝えていきましょう。

「支援額が1%増えた」だけでも、報告してください。

それを伝えることで、支援者が「よし、また実現に近づいた」とテンションを上げてくれます。熱意は何度でも伝えてください。

もしプロジェクトが達成できないと思っても、「すでに支援してくれた人にもう一度呼びかけること」で、またお金を入れてもらえます。

それは「自分がもうひと押しすれば成立するかも」と、もう一度支援してくれることも多いのです。

支援者に向けてマメにメッセージを出すことが重要なのは、このためでもあります。

その7「お礼メールで繋がりを強化する」

目標金額を達成したら、まずは支援者のみなさんにお礼のメッセージを送りましょう。支援してくれた人の多くが、達成するかしないかのタイミングにプロジェクトプロジェクトページを見にいきます。

そして、達成することができたその瞬間、支援者も大きく盛り上がります。この盛り上がりのタイミングで、お礼のメールを送ることはとても大事です。みんなで大きな達成感を味わうことができますから。

資金を受け取ったあとも、お礼を返したあとであっても、マメにプロジェクト後の報告をしていくことで関係性が強まっていきます。関係性が強まれば強まるほど、次の機会に支援してくれる可能性が高くなるのです。

その8「達成したら次の目標を発表してさらなる支援を募る」

プロジェクトの支援が目標額を達成したら次にやることがあります。それは、次のゴールを発表することです。支援が集まれば集まるほど、やれることも増えていくはずですよ。

「さらに300万円集まったら追加でこれもやります！」
「さらにさらに500万円集まったら、これも追加でやります！」

というようにどんどん支援が集まるごとに次の目標を発表していきましょう。そうすると、もっとすごいことをやって欲しい、という支援者がさらに応援をしてくれます。