

集客PR 設備拡充 地域課題解決
資金調達 事業性判断 販路開拓 市場調査
テストマーケティング 商品開発 試作品販売

中小企業向け

はじめての
クラウドファンディング
活用のてびき

中小企業向け

はじめての
クラウドファンディング
活用のてびき

中小企業向け

はじめての クラウドファンディング 活用のてびき

もくじ

- 1-2 クラウドファンディングをご存じですか
- 3-6 活用事例 ①
世界初のヨシ糸が地域を紡ぐプロジェクト実行委員会・(株)アトリエMay
～「世界初のヨシ糸が地域を紡ぐプロジェクト」が、淀川からスタート!～
- 7-10 活用事例 ②
(株)城山平安荘
～平の町の、旅館の灯火を守りたい(企業・ひと・技)～
- 11-14 活用事例 ③
一般社団法人えんがお
～栃木県発・高齢者と若者の課題を解決! 空き店舗を多世代が集う交流拠点に変えたい～
- 15-18 「クラウドファンディング」に挑戦しよう!
- 19-22 なぜ今、「クラウドファンディング」が注目されるのか

はじめに

クラウドファンディングをご存じですか?

「クラウドファンディング (crowdfunding)」とは、「群衆 (crowd)」と「資金調達 (funding)」を組み合わせた造語です。これは、インターネットサイト上で、「やりたいこと、実現したいこと」を発表し、「やりたいこと、実現したいこと」に対して、共感・賛同してくれた人々(支援者)から、幅広く資金を集める仕組みのことです。

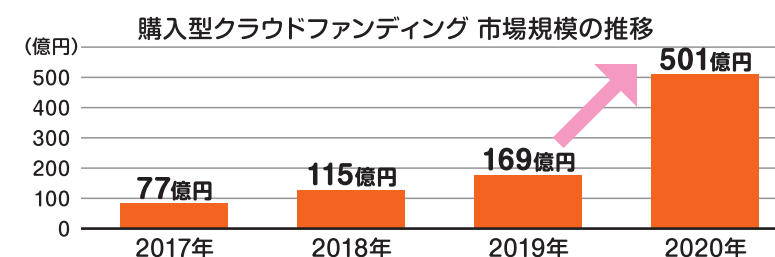
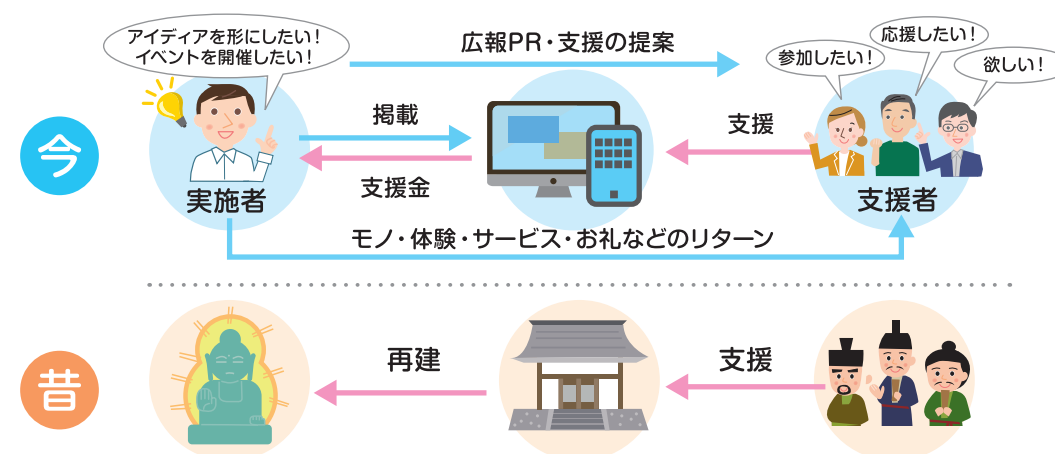
デジタルを活用した、新しい資金調達の方法として、近年注目されています。同様の考え方や仕組みは、実は、古くから存在していました。寺院や仏像などの建立・修理のため、多くの人々から資金を募る「勧進(かんじん)」が最たる例です。例えば、東大寺の大仏は、二度の焼失に見舞われましたが、勧進によって再興されています。

また、東日本大震災の被災地における復旧復興支援にも、クラウドファンディングが活用されたことを契機に、「やりたいこと、実現したいこと」に共感し、支援を希望する人々から資金を募る方法として、注目が高まりました。

近年では、コロナ禍を機に、クラウドファンディングの活用が増加し、全国的な広がりを見せています。

例えば、購入型クラウドファンディング(支援者に対し、その支援の見返りとして、モノやサービスを提供するもの)の市場規模は、コロナ禍の2020年に約500億円(前年比296%)に達し、急速な成長を遂げています。

このような背景を踏まえ、クラウドファンディングが、中小企業の皆様の「やりたいこと、実現したいこと」にどう役立つか、分かりやすくお伝えするために、本冊子を作成しました。



出典:一般社団法人 日本クラウドファンディング協会『クラウドファンディング市場調査報告書(2020年)』2021年7月公表

「クラウドファンディング」をご存じですか

クラウドファンディングのページを見てみましょう
実施者は、プロジェクトページを作成して支援を募ります

クラウドファンディングプロジェクトページの構成要素と説明:

- メインタイトル:** 地元産の米粉を使った「米粉ピザ」をつくりたい
- 概要:** プロジェクトの簡単な説明が表示されます。

葛飾区を中心にパンの移動販売をしています。会議所太郎です。当店で、国内産米にこだわってパンをつくっておりますが、移動販売車にピザ窯を乗せ、国産米100%の米粉ピザの開発にチャレンジしたく、クラウドファンディングをはじめました。
- 本文:** プロジェクトの詳細(経緯・実施者の想いなど)が表示されます。

毎日大量に出る「廃棄米」を少しでも減らすため、今回、クラウドファンディングを使って、国産米100%にこだわった「米粉ピザ」の開発にチャレンジします。ぜひ最後までお読みいただければ幸いです。
- 活動報告:** 実施者のプロジェクト実行中や終了後の進捗報告などが表示されます。

最新の活動報告
米粉ピザに合うトマトソース作りにチャレンジ！
2022/10/1
返礼品について、準備が整いました。
2022/9/9
目標達成！
2022/9/1
- 現在集まっている支援金の総額が表示されます。**

¥ 現在の支援総額 520,500円
104%
目標金額は 500,000円
- 目標金額に対する達成度が表示されます。**

200人
- 支援者の人数が表示されます。**

30日
- 募集終了日までの残りの日数が表示されます。**

① 募集終了まで残り 30日
- 実施者のアカウント情報が表示されます。**

user 1
東京都
初めてのプロジェクトです
パンの移動販売をやっています。
新商品の開発にチャレンジ中！
- リターンが表示されます。支援者は支援した対価として、リターン(返礼)を受け取ります。**

2,000円
【応援コース】◆お礼のお手紙◆ロゴステッカー
シンプルなお礼コースです。
支援者: 10人
- プロジェクトの募集形式が表示されます。詳細は下記をご参照ください。**

5,000円
残り100人まで
【米粉パンコース】◆お礼のお手紙◆ロゴステッカー
◆米粉パン1斤(送料込)
支援者: 10人

クラウドファンディングの種類

本冊子では、中小企業の経営に活用しやすい「購入型」を中心に説明します！

購入型

支援者が、支援した金額に応じたリターン(モノや商品、サービスなど)を受け取ることができる方式

寄付型

災害支援や社会的弱者支援などの社会貢献型プロジェクトに賛同者(支援者)を募り、寄付を集める方式

ふるさと納税型

融資型

継続課金型

株式投資型

投資ファンド型

購入型の募集形式

All-or-Nothing (オール・オア・ナッシング)

- 支援金額が目標金額に到達した場合、支援金を受け取ることが可能となり、必ず、リターン(返礼)が必要になります。
- 目標金額に到達しない場合、支援がキャンセルされ、返金されます。

All-In (オールイン)

- 目標金額の到達・未達に関わらず、集まった支援金を受け取ることが可能です。
- 一方、プロジェクト(イベントや企画)を必ず実施し、リターン(返礼)も必要になります。

クラウドファンディングでできること

いままでと異なる顧客層に 商品やサービスを届けたい (新規顧客開拓)

今までつながりのなかった、新しい顧客層に商品やサービスなどの情報を届けることが可能です。

店舗オープンや改修などの ための資金を集めたい (事業化・創業・起業)

事業やイベントなどに必要な資金を集めることが可能です。

自社の商品・サービス等を 幅広い方々に知ってもらいたい (集客・PR)

キャンペーン(宣伝活動)性が強いので、多くの幅広い層に周知し、関心を持って頂く、きっかけづくりになります。

商品・サービスに対する支援者や ファンの声を直接聞きたい (市場調査)

支援者やファンとの接点を持ち、コミュニケーションを取ることができます。このため、どのような点に関心や興味があるのか、市場の反応を集めることが可能です。

世の中にニーズがあるかを 確認したい (テストマーケティング)

商品やサービスなどに対する、世の中からの反応を確認し、ニーズの有無を検証することが可能です。

地域課題や社会問題に 向き合いたい (地域課題解決)

地域課題や社会問題の解決など、地域や社会をより良くするための活動やイベントの認知度向上、PR、資金調達に結びつけることが可能です。

ファンとの「盛り上がり」を つくりたい (ファンとの関係づくり)

既存の顧客や新たなファンと一緒に、事業やイベントを盛り上げることが可能です。



次のページから、資金調達を通じて
地域活性化や地域の課題解決にも取り組んだ
活用事例を見てみましょう！

中小企業アドバイザー
照井さん

公認会計士・税理士
坂本さん

世界初のヨシ糸が地域を紡ぐプロジェクト実行委員会・(株)アトリエMay ～「世界初のヨシ糸が地域を紡ぐプロジェクト」が、淀川からスタート!～

世界初のヨシ糸が
地域を紡ぐ
プロジェクト



PROFILE 実施者プロフィール

「世界初のヨシ糸が地域を紡ぐプロジェクト」は、地域の魅力向上や経済活性化につなげるため、株式会社アトリエMay・樋口メリヤス工業株式会社、第一メリヤス株式会社、株式会社ハヤシコーポレーションおよび北大阪商工会議所で構成する実行委員会形式で挑戦しました。

実行委員会の事務局を担った(株)アトリエMayは、2007年に創業した地域資源をデザインする、まちのデザイン事務所です。

DATA

募集時期：2022/3/10～2022/4/9
目標金額：200万円（第二目標：300万円）
募集形式：All-or-Nothing方式
利用サービス：READYFOR

達成金額：約240万円
リターン：
地元企業と連携したヨシ糸を使った商品（オリジナルアームカバー、ストール、シャツなど）

やりたいことや悩み

当地域に自生するヨシを地域資源にして特産品をつくる事業に14年間取り組んできました。ヨシを刈取り、活用するプロジェクトは、SDGsに掲げる持続可能な事業として淀川のヨシ原を守る仕組みづくりに結びつけることができるのではないか、と考えていました。

古くは平安時代の『土佐日記』にも登場し、地域の人々に親しみと愛されてきた、淀川の河川敷に広がる「鵜殿のヨシ原」ですが、時代の流れで、近年はボランティアの手によって「鵜殿のヨシ原」は、何とか守られてきました。「鵜殿のヨシ原」をビジネスの中で守ることができないかと、ずっと考えていました。

クラウドファンディング挑戦のきっかけ

ヨシを使った加工品や食品の試作に挑戦しつつ、ヨシを使った糸の試作に補助金も活用し、ヨシ糸の特長を活かした製造方法を確立させつつありました。事業化の可能性は見えてきましたが、世界にも類のない初めてのことで、事業化するための資金づくりの際、北大阪商工会議所にアドバイスを頂き、クラウドファンディングに挑戦することにしました。



主にボランティアの手で支えられた「鵜殿のヨシ原」をビジネスで守りたい

集まった支援金は何に使ったか

事業化を目指す準備のため、ヨシ糸や商品の製造過程での繊維加工や研究費、試作・発送費、工場の改修費や設備費に加え、クラウドファンディング手数料で、当初200万円、最終的に300万円を目標としました。

①商品試作製作代及び返礼品梱包発送代	1,035,590円
②ヨシ繊維試作及びエビデンス等調査研究費	1,197,706円
③繊維工場改装工事・その他設備費	904,026円
④プラットフォーム取り扱い手数料	263,450円
【合計】	3,400,772円

※ご支援頂いた金額＝2,395,000円
※株式会社アトリエMay拠出金額＝1,005,772円
【合計】 3,400,772円



大阪府交野市にある地域活性化センターの浴場を改修し、製造工程を集約

リターン(返礼)には、多くの場合、送料や包装代等が発生します。これらの費用は、あらかじめ目標金額に組み込むようにしておきましょう。



なにから手を付けたか

地域のメリヤス業を営む事業者さんはじめ、^{こころざし}当地で志を同じくする各社の皆さんと一緒にこのプロジェクトに対する想いを綴りました。

目標金額は、ぼんやりと「50万円くらいかな」と考えていましたが、商工会議所の榎並さんからは「事業化に必要な資金をしっかりと集めるくらいの気持ちで無いと、とても事業性など見込めません」と強く釘を刺され、当初200万円に設定(その後、300万円に引き上げ)しました。

クラウドファンディングは、「これならイケる!」と自身がイメージできるレベルまで仕上げて挑戦しないとダメだと思います。支援者がお金を出してくれる点は、商売そのものです。

クラウドファンディング開始!

実際にスタートすると、やることも多く、一言でいえば「大変」でした。

プレスリリースでの周知に加えて、京都での展示会の出展にあわせ、来場者にもお知らせしました。

また、本事業に賛同頂いた、枚方市・交野市からは、市長からのメッセージを寄せて頂くとともに、プレスリリースに協力頂くことができました。

まず、課題を広く知って頂くことが大切です。どのような課題があるのか、なぜ課題なのか、どう解決するのか、解決できるとどんな良い社会になるのかを知ってもらいましょう!



著名な方やインフルエンサー（SNSなどで影響力の大きい方）から応援コメントを頂いたり、それをもとに情報発信できると、さらに多くの方に認知が広がっていく可能性があります。

クラウドファンディング
活用事例①世界初のヨシ糸が地域を紡ぐプロジェクト 実行委員会・(株)アトリエMay
～「世界初のヨシ糸が地域を紡ぐプロジェクト」が、淀川からスタート!～

プロジェクト終了後も含め、情報更新は合計19回
予想外の支援者からも反響あり!

クラウドファンディングの結果は

最初は、2ヵ月ほどをイメージしていましたが、結果は、約1ヵ月で当初目標金額の200万円に到達しました。

ほっとしたという気持ちの半面、事業資金が集まってから、実際の事業がスタートになりますし、「いよいよこれからだな」という気持ちでした。予想外だったのは、返礼品不要の寄付型(5万円)に対して、支援総額の半分に達する、26口(130万円)も支援頂いたことです。

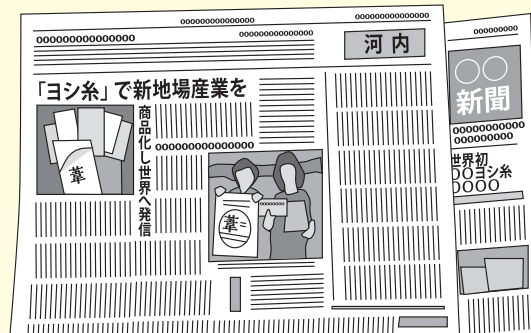
この事業のコンセプト自体を高く評価・共感を頂けていることを強く感じました。

目標金額到達が事業の成功ではなく、目標金額に到達して、初めて事業のスタートラインに立つことを意味しています。

クラウドファンディング中に
やったことは?

地元の地域新聞や業界新聞、他のSNSでご紹介頂いた情報をクラウドファンディングの新着情報ページに掲載しました。

途中、この事業の要ともいえる「ヨシ刈り」の動画を掲載するなど、できるだけ動きのある情報をお届けしました。



全国紙の地方版はじめ、さまざまなメディアにも紹介頂きました



リターンは5千円～5万円まで合計8種類を用意
5万円の寄付型にも多数の支援が寄せられた

何を得られたか

遠方から支援してくださった方もいて、思わぬところで共感・応援してくださる方がいらしたことは、予想せぬ驚きでした。

これまでに多くのご縁と地域の方々のご協力とご支援を頂いて、10年以上の年月をかけて、地元で根差した事業を育ててきました。本格的な事業化に際し、「クラウドファンディング」という形で、多くの方々にインターネットを通じて想いをお伝えし「支援金額」や「支援者数」という、具体的な数字や応援メッセージで、たくさんの共感や応援を一つの塊として頂いたことが、うれしく、また、とても新鮮に感じました。

最後に、クラウドファンディングは、あくまでも手段です。実は、日本全国にこのヨシ原の取り組みを広げていく、次の仕掛けを考えています。当地発の「世界初のヨシ糸が地域を紡ぐプロジェクト」、これからもご注目ください!



北大阪商工会議所
榎並さん

どの地域にも「地元が好き、地域の課題を何とかしたい」という事業者がいらっしやと思います。

商工会議所に相談にお越しになった方のお話に耳を傾け、同じ想いや課題意識を持った方や行政なども結び付け、地元の課題を皆で考え、皆で積極的に関わる動きが、もっと全国各地に広がってほしいと考えています。

クラウドファンディングが終了した後も、プロジェクトのページは、残る仕組みになっています。

取り組みの経緯や想いを紹介するPRページとしても効果が期待されます。どのような方々に共感・支援してもらっているのか、どんな期待やニーズあるのか、などを分かりやすくPRすることができます。プロジェクトページがきっかけで、本業やその他の売り上げに結びつく事例もあります。



2回、3回目とプロジェクトを実施する場合、これまでの支援者データベースをしっかりと活用することも大切です。

支援者との関係は、リターンを送って終わりではなく、継続してコミュニケーションを取ることができると良いでしょう。企業や取り組みに愛着をもって応援してくれるファンになって頂ける可能性がグッと高くなります。



(株)城山平安荘

～平の町の、旅館の灯火を守りたい（企業・ひと・技）～

平の町の、
旅館の灯火を守りたい

PROFILE

実施者プロフィール

祖父母が67年前にはじめた旅館「平安荘」を、先代である父から受け継ぎました。いわきの豊かな資源を活かし、新鮮な野菜や海産物などを活かした料理に力を入れてきました。

事業内容：旅館業・飲食業

DATA

募集時期：2020/12/16～2021/2/15

目標金額：50万円

募集形式：All-In方式

利用サービス：FAAVO by CAMPFIRE(当時)

達成金額：約132万円

リターン：オリジナルタオル、
商品券、食事コース、
お礼の手紙

やりたいことや悩み

～コロナ禍における宿泊・飲食業の課題～

かつては、部活動の合宿や観光の団体に利用頂き、繁盛してきました。しかし、事業承継したタイミングにコロナ禍が重なったことで、団体客が激減し、宿泊がゼロの日が続くこともありました。また、傷みが出てきた建物をリノベーションしつつ、「個人の旅行客」を呼び込むことを課題としていました。

クラウドファンディング挑戦のきっかけ

こうした中、事業承継に伴う経営計画について、商工会議所へ相談に行きました。そこで個人の旅行客向けに客層をシフトさせる相談の中で、行き着いたのが「クラウドファンディング」でした。

旅館のリノベーションへの反響で「少人数の個人客を取り込む」戦略が正しいか、確認するために取り組むことにしました。

クラウドファンディングのことは知ってはいましたが、「大変そうだな」と思っていました。今回は、商工会議所や支援機関からサポートを受けられることが

7 分かり、挑戦することにしました。

団体客向けに60人をお迎えする
ことができる大広間

事業承継を契機とした新たな取り組みにクラウドファンディングを活用することも1つの選択肢です！

クラウドファンディングを行う際の費用や準備に対して、補助金や支援を用意している自治体等もあります。事前に確認してみましょう。

新しい顧客層へ周知し関係を構築するために活用することができます。新たな収益源につなげていく契機にもなります。

何を期待してはじめてたのか

今回の目的は、個人利用のお客様が、どのくらい応援してくれるのかを確認すること、旅館をPRすることです。旅館全体をリノベーションするには、2,000万円近くの費用が必要ですから、クラウドファンディングで全ての資金を調達することは、最初から想定していませんでした。

集まった支援金は何に使ったか

集まった支援金は、旅館内の食堂のリノベーションに充てました。支援者には「ここまで出来ました」と報告して終了しました。たくさんの方から支援を頂き、食堂のリノベーションという、目に見える成果を残せたことには心底ほっとしています。

なにから手を付けたか

商工会議所から派遣された専門家からヒアリングを受け、旅館の歴史や地域に対する想いを語り、ストーリーを作っていました。

目標金額やリターンは、支援機関の方々とSNSのグループを作り、設定金額などを相談しました。地元の素材を使った料理には自信があり、まずは一度、現地を訪れてもらい、気に入ってもらえればリピートして利用して欲しかったので、有効期限のない**食事券**にしました。目標金額は50万円。達成可能かつ控えめな額を設定しました。

クラウドファンディング開始！

実際にやってみて難しかったのは、「高齢者の対応」「支援者への直接の御礼」「返礼品の梱包・発送」の3点でした。高齢者の中には、デジタルに不慣れで、現金を直接持ってくる方もおられ、アカウントの作成をサポートするなど、対応に苦慮した場面もありました。

支援者の多くは、顔見知りを中心でしたが、支援者がアカウント名だと、誰が支援してくれたか分かりづらく、全員に直接のお礼ができなかった点は、少し歯がゆい気持ちになりました。

酒類、食品、医薬品、中古品などをリターン（返礼）にする場合、免許や許認可が必要になるものがあります。念の為、注意しましょう。

目標金額を無理に高く設定する必要はありません。適切な規模感でプロジェクトを進めましょう。

有効期限の設定有無や期間は責任を持てる範囲で、慎重に設定しましょう。

実施者自身が支援を代理する場合、「どの支援者の代理で入金したか」を応援時のコメントで明示するなどした方が良いでしょう。クラウドファンディングサービスによっては、実施者が自分で支援金を増やす「自己支援」を禁止しているケースがあります。

クラウドファンディングサービスへの登録方法や支援の操作方法が分からない支援者が見込まれる場合「代理支援」という形式で支援方法のお知らせをプロジェクトページに掲載し、指定口座に振り込んでもらう方法を案内するなどの対応もあります。詳しくは、クラウドファンディングサービスの運営会社に確認をしてみましょう。

PRを第一の目的にして、お客様に知って頂きます。そしてお店に来て頂いて売り上げにつなげる活用事例が増えてきています。クラウドファンディングは、手数料を広報費として考えることもできるでしょう。コストを抑え、PR効果を効果的に引き出すことができると思います。

クラウドファンディング
活用事例②

(株)城山平安荘

～平の町の、旅館の灯火を守りたい(企業・ひと・技)～

クラウドファンディング中にやったことは？
～大事なのはやっぱりPR～

宿・個人のSNS (facebook, Instagram) で宣伝したところ、遠方の知人からも応援が届くなどの反響があり、地元新聞も取り上げてくれました。チラシも作成・配布し、ご来館のお客様にもご案内しました。

スマートフォンからも毎日、ページをチェックして、支援を頂いた方には、こまめにお礼を返信し、文言もなるべく被らないように工夫もしました。

第三者から間接的に伝わる情報には、信頼性が増す心理的効果も期待されます。友人や知人に、応援コメントやSNSでのシェアをお願いしてみましょう。



料理を打ち出す旅館としてすべてコース料理として、全室を個室で対応

SNSからの情報発信など、自分でできることは、こまめに毎日やってみましょう。



クラウドファンディングのメリットは？

いちばんのメリットは、**広告費をかけずにPR(旅館の歴史・食事処の紹介)ができる点**だと感じます。

旅館の歴史や自身の想いを知ってもらい「こんなに歴史がある旅館とは知らなかった」「頑張ってるね!」などの応援メッセージも頂きました。先代を知らなかった方にも当館の歴史を知って頂くことができました。多くの方に旅館のストーリーを伝えることができたのは、最大のメリットでした。



刺身など力を入れている魚介類も写真でPR



いわき商工会議所 荒川さん

クラウドファンディングには、「3分の1の法則」と言われている支援の傾向があります。

友人・知人からの支援が3分の1、友人・知人のつながりからの支援が3分の1、全く知らない人からの支援が3分の1になるという傾向です。

この3つの支援者層を意識して、身近な友人・知人からアプローチして支援の輪が広がるように、プロジェクトページの構成やリターン、目標金額設定を検討すると効果的かもしれません。



いわき商工会議所では、経営相談の中で、クラウドファンディングも課題解決の手段として提案しています。

市役所はじめ地域全体で連携して、事業承継や技術承継、ポストコロナ時代の新たなビジネスモデル構築に挑戦する事業者を応援しています!

クラウドファンディングの結果は…

プロジェクト開始から、わずか3日で目標額に到達することができました。支援者は9割が地元の知人や友人。面識のない方からの支援は、少し困惑したくらいです。

目標額を達成した時は、うれしさ半分、プレッシャー半分でした。プロジェクトページでは「できればリノベーションしたい」というニュアンスにしたものの、「支援を頂いた以上、しっかりリノベーションを実施しなくては」と、改めて責任も感じました。金融機関からの融資と異なり、たくさんの支援者からのお金を預かっている感覚は、正直、緊張もしました。

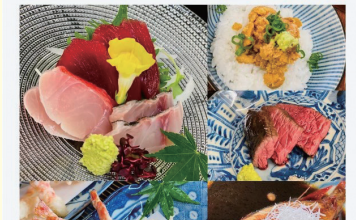
クラウドファンディングから得られたこと

今回、食事券のリターンだけで72枚(約110万円分)が売り上げになりました。プロジェクト終了後、宿だけでなく、食事処にもお客様の利用が増えたことを実感しています。今後、個人客にシフトしていく方針の経営計画を、これからも進めていく、後押しにもなったと思います。

クラウドファンディングを振り返っての感想は「正直、大変」でした(笑)。今回は、商工会議所をはじめ、地元の支援機関が連携してサポートしてくれる仕組みがあったため、とても助かりました。一人では、難しかったと感じます。特に、全体のサポートに加えて、自社の想いを文章にしてストーリー化してくれるサポーターの存在が心強かったです。支援者は、プロジェクトページを見て共感したり、支援するか、しないかを決めます。だからストーリーを魅せることは、特に大切です。

支援金が集まらないと、正直、落ち込みます。「All-In方式」は、目標金額に達成しなくても、約束を果たす必要がありますから、頑張らないといけません。

「平安荘」ではリノベーションが引き続き必要になります。が、こんな時期なので融資は受けにくい。できれば、資金調達のためのクラウドファンディングをやりたいところですが、人手や身近な人からお金を頂くことには、金融機関からの融資と少し異なる責任もあるので悩んでいるところです。コロナの再流行で、宿泊キャンセルが発生しているものの、今でも食事券を使い、応援してくれる方もいます。応援して下さる方々の期待に応えられるように、頑張っていきます!



5,000円



25,000円

残り: 48人まで

リターンは2千円～3万5千円まで
合計6種類を用意

プロジェクトが始まると、いろいろと忙しくなります。事前にPR方法やSNSの文章などを準備しておくとい良いでしょう。

支援金は、多くの方からの想いが込められたお金を預かっていると言っても過言ではありません。最後まで責任感と適度な緊張感をもって、プロジェクトに挑戦してください!



プロジェクト期間中に、モチベーションを維持しつづけることも重要です。関係者と役割分担するなど、みんなで盛り上げ、楽しみつつ、強みを活かして運営しましょう。

