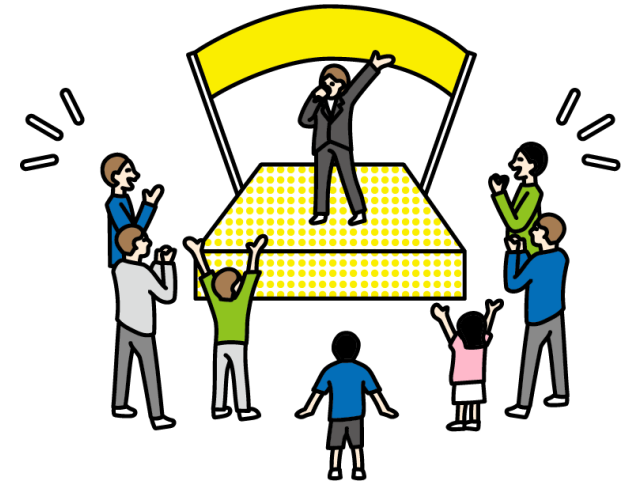


令和7年度

クラウドファンディング活用支援説明会
—中小企業ニューマーケット開拓支援事業—



本日の進行

・ 前半パート:セミナー

購入型クラウドファンディングについて・・・50分
ー休憩(10分)ー

・ 後半パート:説明会

公社クラウドファンディング支援について

- ・ 支援内容、ハンズオン支援の魅力・・・20分
- ・ 体験談(株式会社松本商店様)・・・20分
- ・ 応募要項について・・・15分

本日の進行

・ 前半パート:セミナー

購入型クラウドファンディングについて・・・50分

ー休憩(10分)ー

・ 後半パート:説明会

公社クラウドファンディング支援について

- ・ 支援内容、ハンズオン支援の魅力・・・20分
- ・ 体験談(株式会社松本商店様)・・・20分
- ・ 応募要項について・・・15分

会社概要



会社名：株式会社グッドブリッジ

代表者：山中 俊輝

拠点：東京都港区麻布台三丁目1番6号

設立：2019年12月27日



実績

- 累計調達金額：**3億円超**
- サポート実績：**200社以上**



大手3社と業務提携

 **CAMPFIRE**

 **Makuake**

 **READYFOR**

※順不同

実績

大手3社と業務提携



READYFOR

※順不同

事例①：事前集客

●飲食店の事前集客

調達金額：¥7,223,500-

PV数：25,022

購入者：233人中100名超新規

クラウドファンディングの影響でメディア出演！



The screenshot shows a crowdfunding campaign for a restaurant named "Aomori Prefecture Aomori City New Restaurant". The campaign title is "A5黒毛和牛 × 炊きたて銀シャリ" (A5 Wagyu Beef × Freshly Cooked Silver Shari). The campaign has reached a total amount of 7,223,500 yen, which is 7223% of the target amount of 100,000 yen. The campaign has 233 supporters and is marked as "ended". A button at the bottom says "ended" (終了しました). Below the main image, there are several smaller images showing the restaurant's interior and food. A caption below the images reads: "【個室完備×SNS映え】焼肉店「肉の匠」が極上の味と空間で特別な食体験を" (【Private room complete × SNS-worthy】Steakhouse "Meat Master" offers a special dining experience with top-quality taste and space).

A5黒毛和牛 × 炊きたて銀シャリ

青森県弘前の新名店

応援購入総額 7,223,500円
目標金額 100,000円

7223%

サポーター 233人

残り 終了

終了しました

【個室完備×SNS映え】焼肉店「肉の匠」が極上の味と空間で特別な食体験を

事例②：認知拡大

●保護猫活動への認知拡大

調達金額：¥13,163,793-

PV数：151,131

購入者：1,130人

「野良猫に幸せな家を」保護猫ハウスの実現を目指すプロジェクト始動！

urunfamily

ビジネス・起業

東京都



¥ 現在の支援総額

13,163,793円

438%

目標金額は3,000,000円

支援者数

1,130人

① 募集終了まで残り

終了

このプロジェクトは、2024/07/13に募集を開始し、1,130人の支援により 13,163,793円の資金を集め、2024/08/31に募集を終了しました

事例③：テストマーケティング

●新商品開発

調達金額：¥7,314,280-

購入者：298人

公開後の販路：大手家電量販店、大手カー用品店



発泡ビーズ × 高反発マットレスで
あなたの車中泊を整える

どんな車でも
10秒
設置

どんな段差でも
ビーズ
が吸収

応援購入総額
7,314,280円
目標金額 100,000円
7314%

サポーター 298人
販売中

Makuake STOREで商品を見る

もう寝づらいなんて言わせない。車中泊の常識を変えるマットレス【Z's】誕生

クラウドファンディングとは

このような疑問、ありませんか...??

- ・「クラウドファンディング」って
名前は聞いたことあるけど...

- ・「クラウドファンディング」の
『購入型』『寄付』どう違うのか...

- ・「クラウドファンディング」は
「EC」とは何が違うのか...

- ・「クラウドファンディング」の
プロジェクト実行者は何をすればいいのか...

⇒このような疑問がクリアになる説明をさせていただきます！

その1→変わる、社会

✓ インターネットの普及

（個人が自ら情報を収集し、発信することが容易に）

✓ 個人間の商取引、活発化

（例.BASE、メルカリ）

✓ 「社会貢献」「支援/応援」意識の高まり

（東日本大震災、新型コロナウイルス感染症等→個人意識変化）

その2→変わる、販売環境

2000年代、「場」が中心



その2→変わる、販売環境

2010年代、「ネットショッピング」が中心

amazon

ebay

Walmart

Flipkart

AliExpress

BEST
BUY

shopify

Rakuten

TARGET

Etsy

JOOM

depop



その2→変わる、販売環境

2020年代、生産者・作り手が消費者と直接つながっていく

amazon

ebay

Walmart

Flipkart

AliExpress

BEST
BUY

shopify

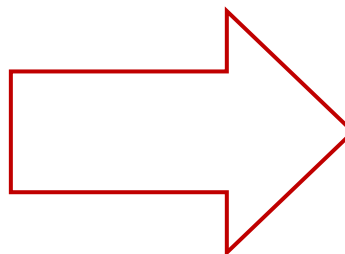
Rakuten

TARGET

Etsy

JOOM

depop



その3→変わる、生活者意識

若者は、社会課題に対する**関心が高い**

- ✓ 「人の役に立ちたい！」
- ✓ 「その商品の作られる背景を知りたい！」
- ✓ 「社会課題を解決したい！」
- ✓ 「共創したい！」

クラウドファンディングって何？

CROWDFUNDING

群衆（crowd）＋資金調達（funding）
の造語です。

クラウドファンディングって何？

<歴史>

- ✓ 日本では2001年からクラウドファンディングサイトが立ち上がった
- ✓ 日本国内では2011年の東日本大震災をきっかけに急速に浸透
- ✓ 以後、国内での市場規模は右肩上がり
- ✓ 現在独自のサイト開設している企業は約90社

→そして、近年はPR・販路拡大を目的とした利用が急拡大！

クラウドファンディングって何？

プラットフォーム	CAMPFIRE、Makuake、READYFOR	ECサイト系（BASE / Shopify など）
ユーザー数	CAMPFIRE: 約1020万人（支援者の延べ人数） Makuake: 約260万人（会員数） READYFOR: 約30万人（メルマガ会員数）	BASE: ショップ開設数190万店舗 Shopify: 世界175カ国で100万店舗以上
主な特徴	事前に支援を募り、目標額を達成すると資金調達が可能	商品を直接販売し、即時売上を得る
手数料	12～20% + 決済手数料	3～10% + 決済手数料
プロモ支援	プラットフォームがメディア露出やPRを支援する場合あり	広告やSEO施策が必要
資金回収	プロジェクト終了後に資金を受け取る	販売時に即時入金される

クラウドファンディングって何？

クラウドファンディングを起案する方の主な目的

- ① 販売したい
- ② 商品化する前の反応を知りたい
- ③ PRをしたい
- ④ 仲間（共感者）をつくりたい
- ⑤ 資金調達したい

クラウドファンディングって何？

「インターネット（EC）販売」・「クラウドファンディング販売」の違いは？

→クラウドファンディングは、

①商品の背景や面白さ、想いを乗せて販売

②多様な目的に対応

③返礼品（リターン）の提供はプロジェクト終了後（都度でない）

クラウドファンディングの種類

購入型

支援者は商品やサービスなどのリターンを見返りに資金を提供する。MakuakeやCAMPFIREなどで主流の形式。（支援頂いた方に対し、商品や権利などのリターンを提供）

寄付型

リターンを求めず、社会貢献や支援を目的に資金を提供する。NPOや災害支援などで多く使われる。

投資型

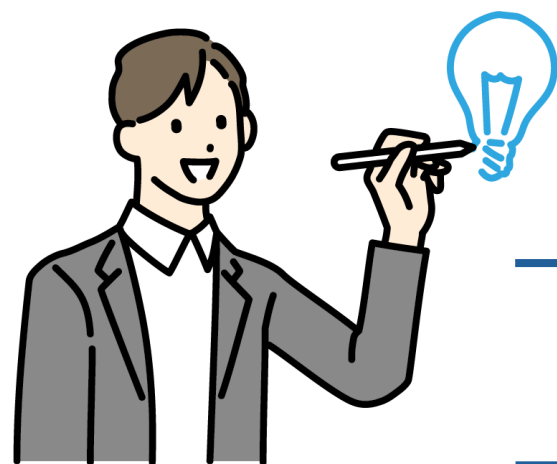
未上場企業の株式を取得する形で出資する。将来的な配当や株価上昇を狙う形式で、金融庁の規制がある。

融資型

事業者にお金を貸し付け、利息収入を得る形式。比較的安定収益を狙えるが、貸し倒れリスクも存在する。

クラウドファンディングの仕組み

実行者



掲載



 CAMPFIRE

 Makuake

 READYFOR

購入



支援者



リターン



クラウドファンディングの仕組み

ALL-IN型

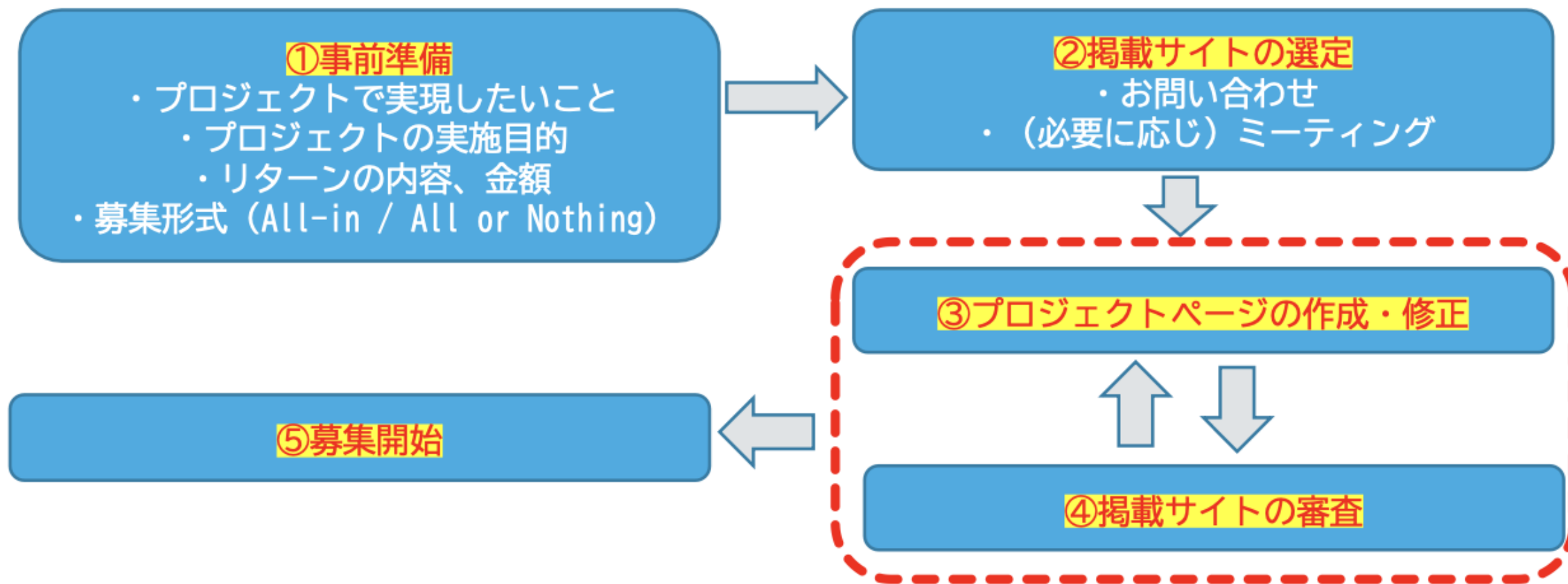
目標金額の達成にかかわらず
プロジェクトを実施

ALL-or-Nothing型

目標金額未達成の場合全額返金して
プロジェクト中止

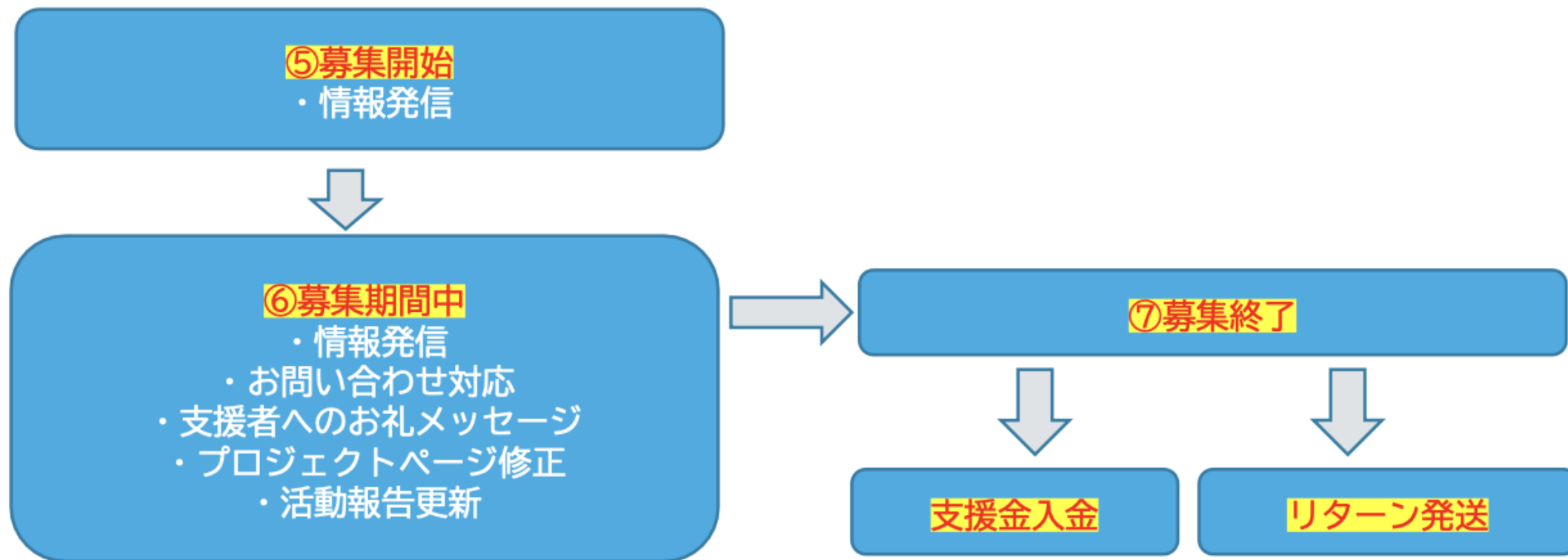
クラウドファンディングの仕組み

<大枠の流れ－前半>

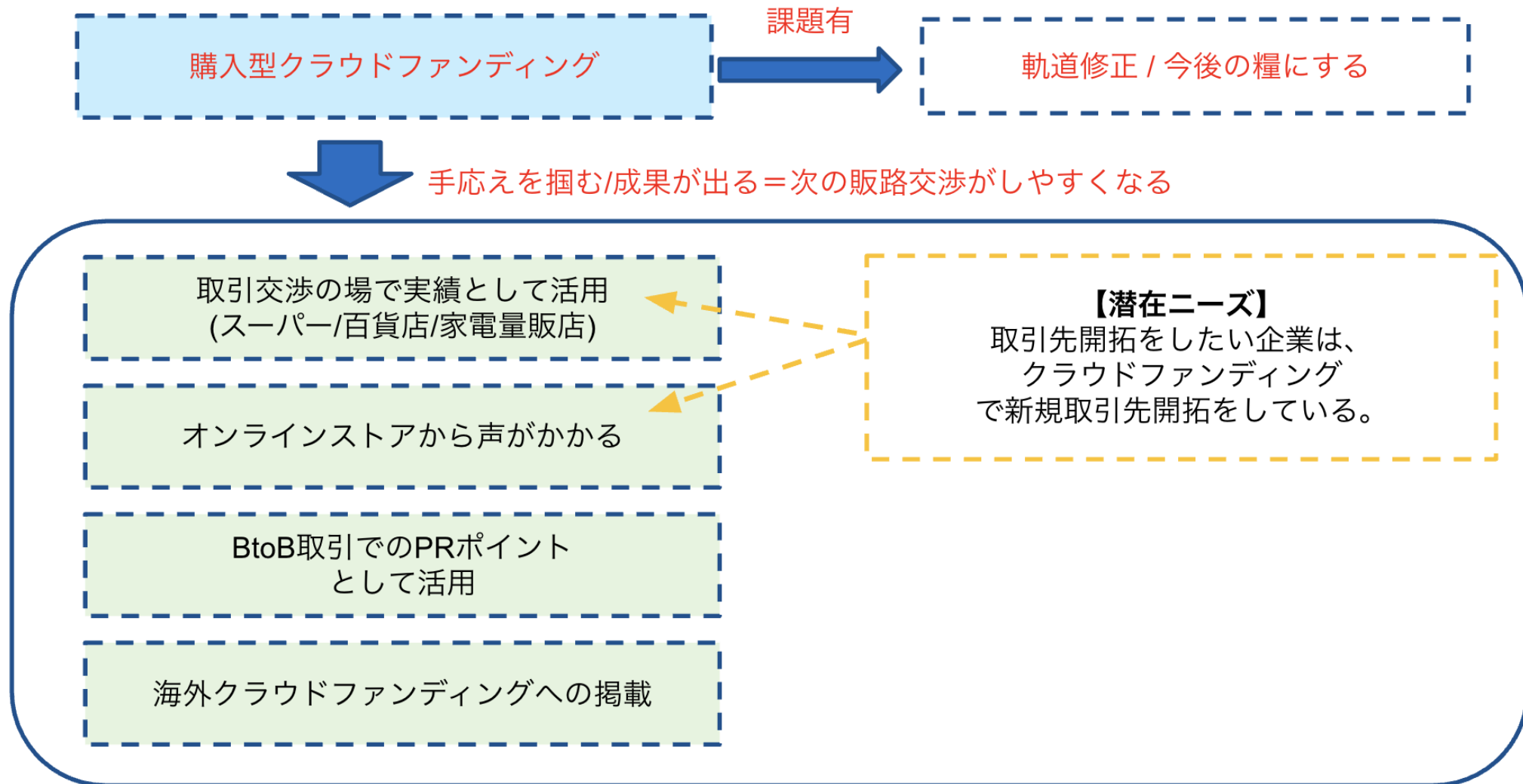


クラウドファンディングの仕組み

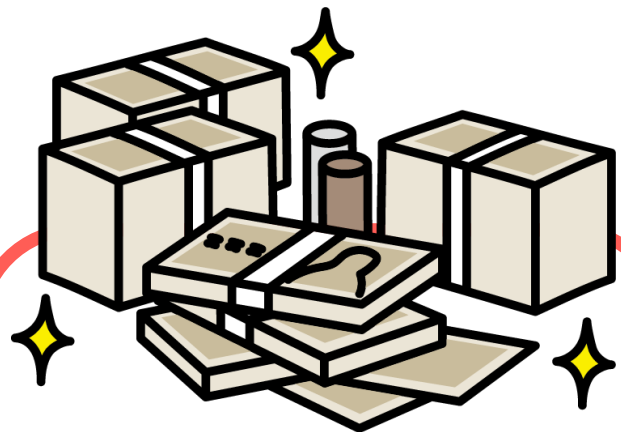
<大枠の流れ－後半>



クラウドファンディングから始まる戦略拡大



クラウドファンディングの本質



クラファンでの
資金調達

+

+ α



PR、テストマーケティング
サービスのブラッシュアップ
WEB集客、目標達成功率

新規事業ならまずは、



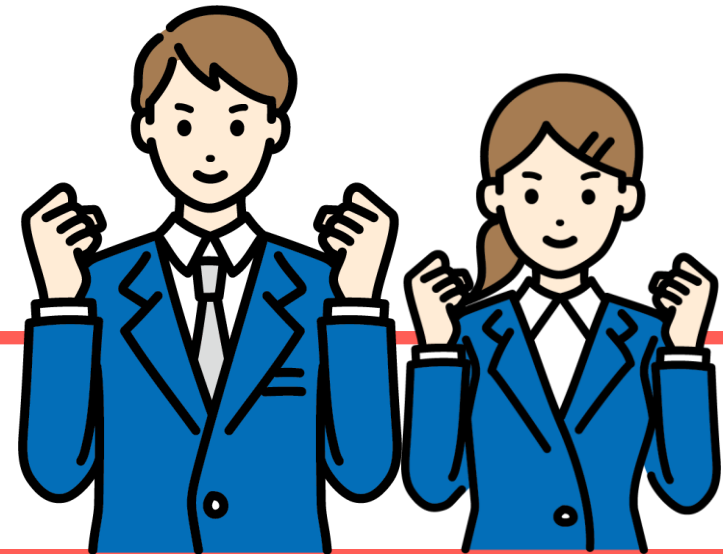
SNS運用

運用コストが高い
成果が出るまで時間がかかる



HP運用

集客、売りに
直接つながらない



クラファン活用

事前に資金調達可能
プロモーションに繋がる
テストマーケティングもできる

クラウドファンディングの特性

メリット

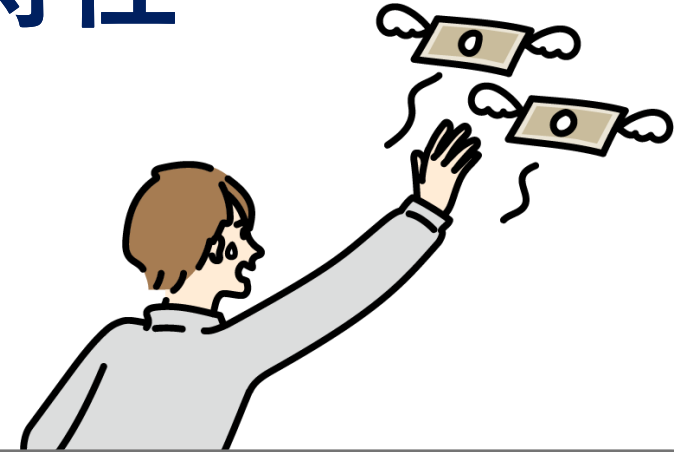
PR

テストマーケティング

サービスの改善

WEB集客

目標達成力



デメリット

アイディアを盗まれる可能性

炎上リスク

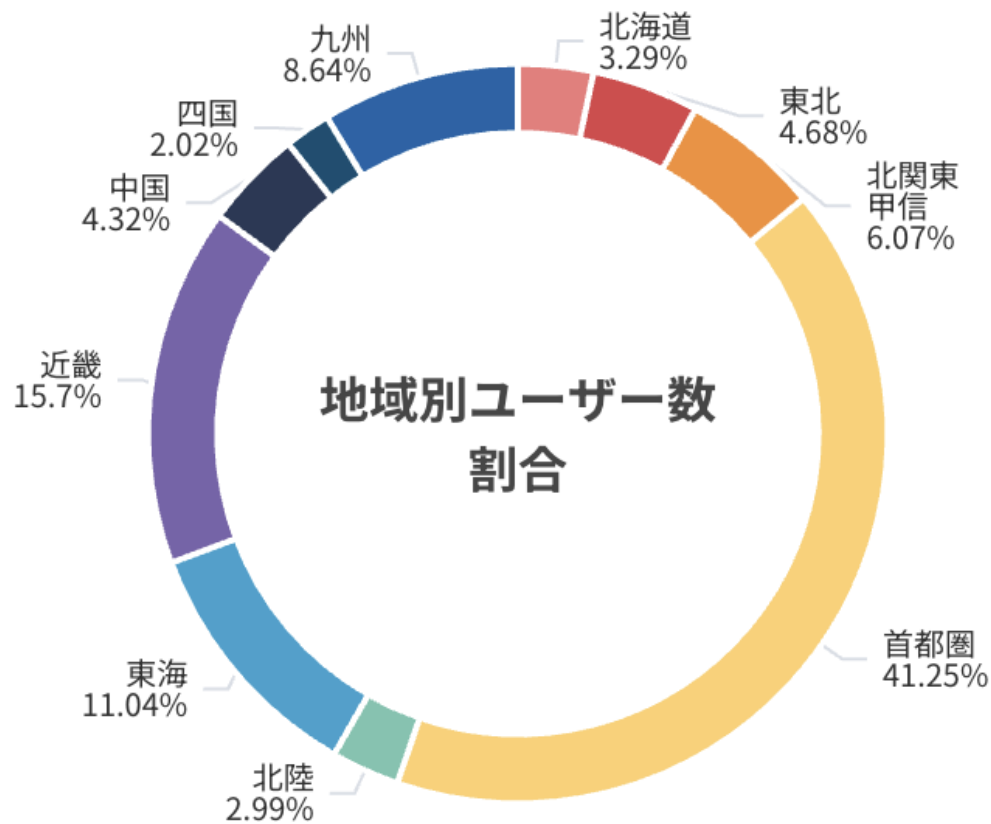
マイナスブランディング

購入型クラウドファンディング

実践編

- ・クラウドファンディング購入者の属性は？
- ・成功の秘訣は？

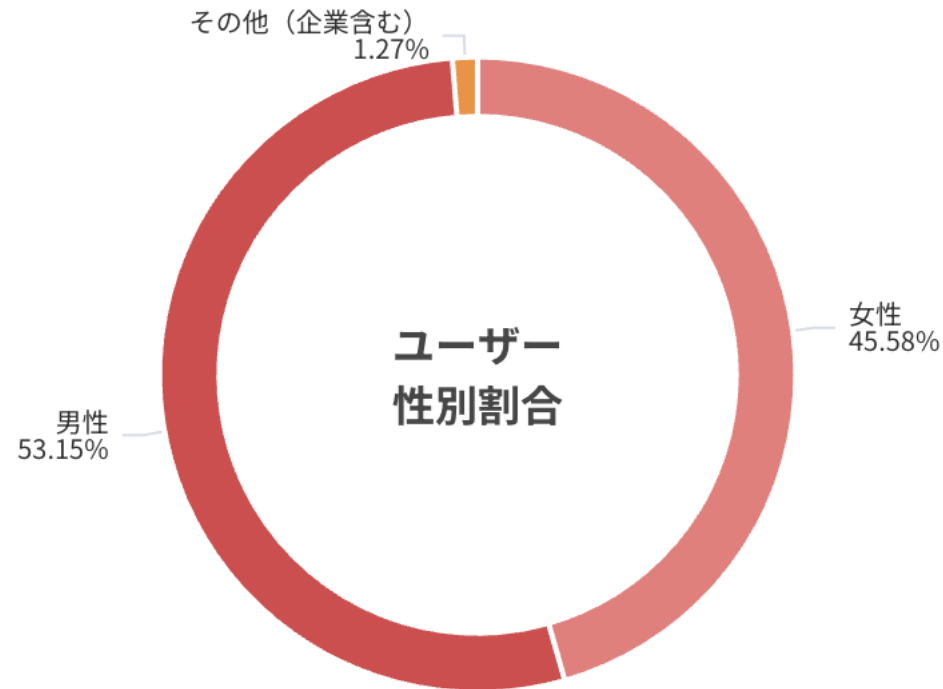
【統計データ】 地域別ユーザー数割合



集計期間：2019.01.01-2023.09.30

首都圏が比較的多いものの、
全国の方に対し発信できることが
購入型クラウドファンディングの
メリット。

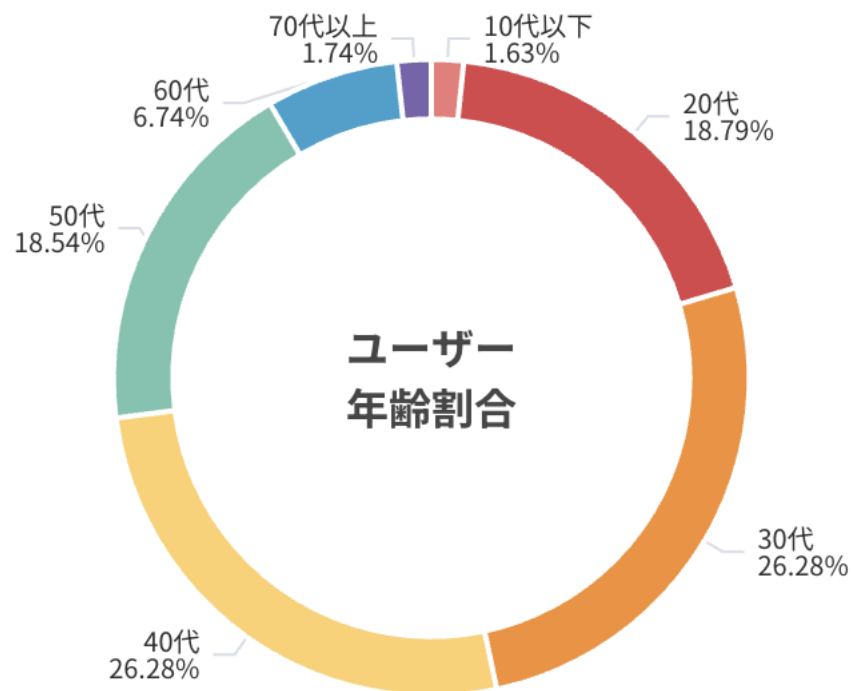
【統計データ】 ユーザー性別割合



集計期間：2019.01.01-2023.09.30

男性が若干多いものの
男女双方向けに発信できることが
購入型クラウドファンディングの
メリット。

【統計データ】 ユーザー年齢割合

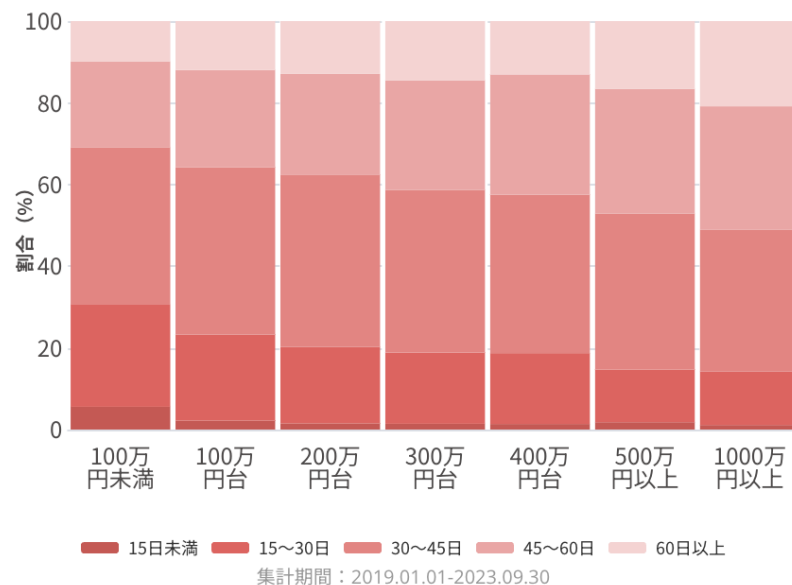


集計期間：2019.01.01-2023.09.30

20～50歳代で約90%を占める。
幅広い年齢層に発信できることが
購入型クラウドファンディングの
メリット。

【統計データ】 募集期間

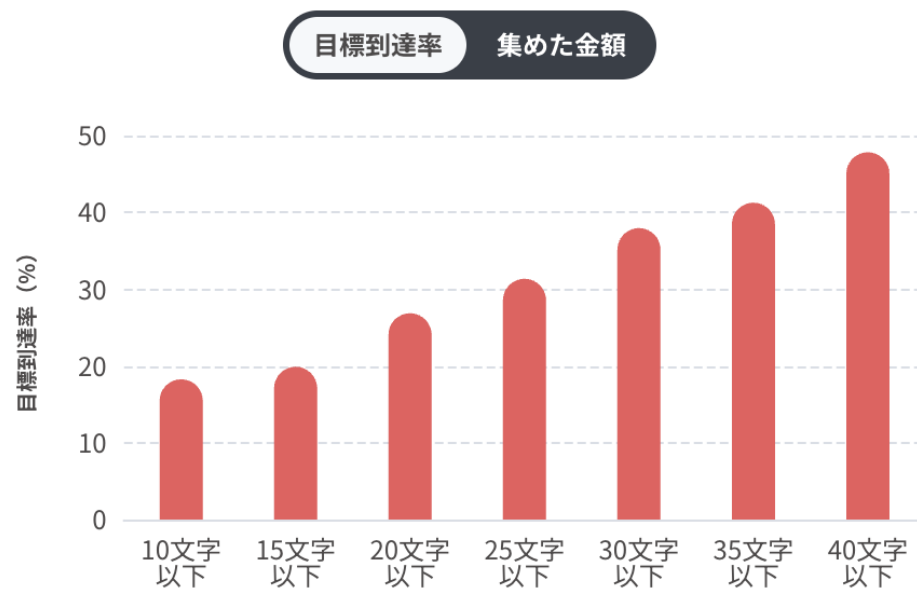
目標達成したプロジェクトは
集まった金額にかかわらず
30～45日間実施が多いです



最大80日間(ALL-IN形式)
募集期間が設けられるが、
長ければ集まるわけではない。
30～45日間が望ましい。

【統計データ】 タイトルの文字数

タイトルが最大文字数に近い方が
目標到達率が高い傾向にあります

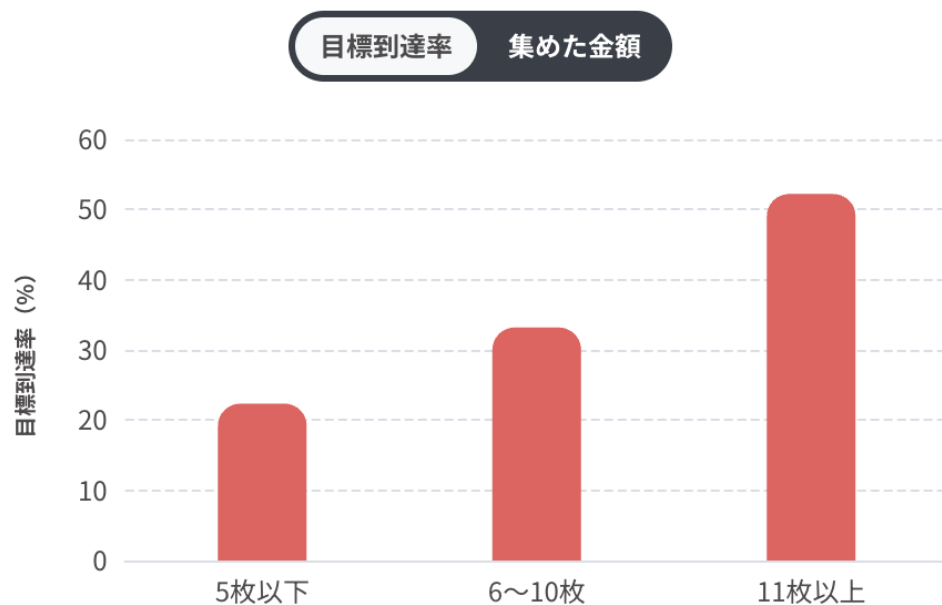


集計期間：2019.01.01-2023.09.30

タイトルは最大40文字設定できます。
文字数が多い方が伝えたいことが
具体的で、熱量も感じます。

【統計データ】 本文に使用する画像枚数

画像・動画が11枚以上だと
目標到達率が高い傾向にあります

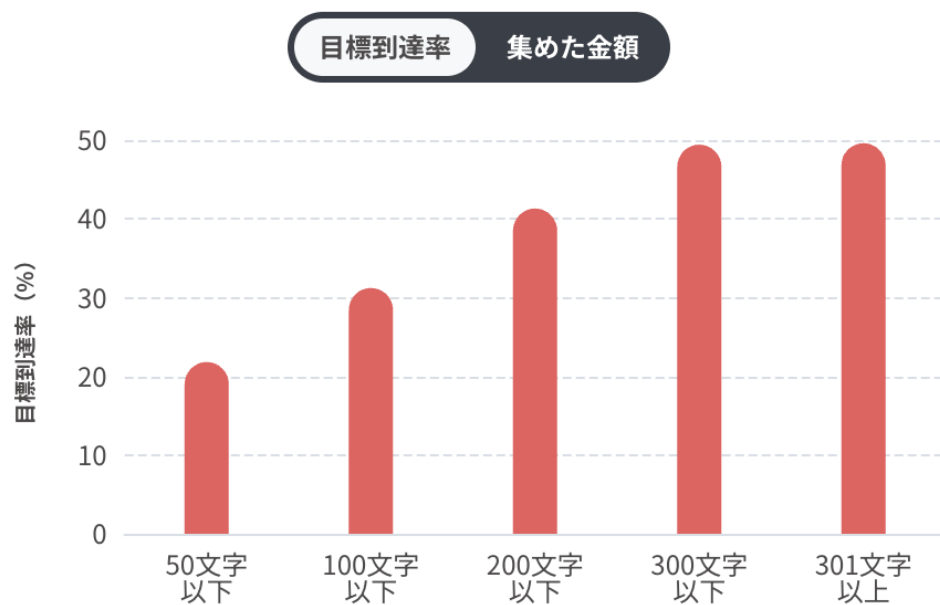


集計期間：2019.01.01-2023.09.30

視覚勝負！
画像は
「プロジェクトで何を伝えたいか」
を伝える重要な素材です。
文章より画像の方が想いを
伝えやすいです。

【統計データ】リターン設定数

リターンの説明文は200文字以上だと
目標到達率が高い傾向にあります

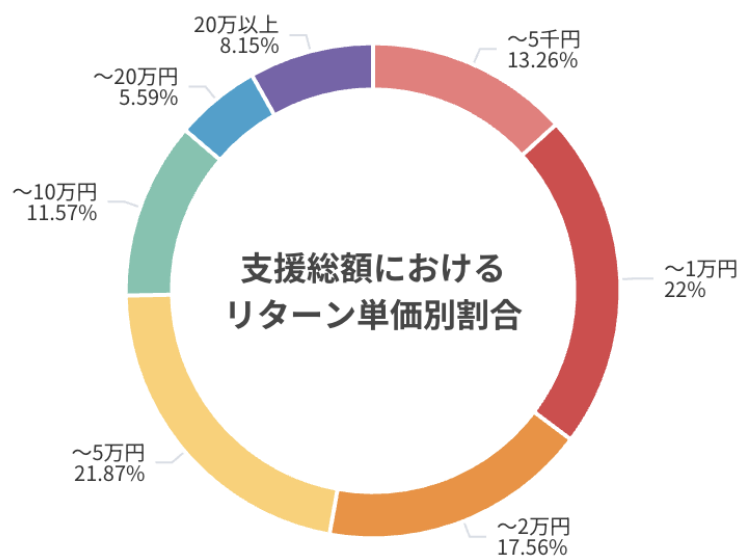


集計期間：2019.01.01-2023.09.30

リターンを多く設定することで、
幅広い層(年齢・性別・居住地)に対し、
何かしら支援頂く形をつくることが
でき、支援頂く確率が高まります。

【統計データ】リターン単価

支援金額で見ると、
いろいろな金額がバランスよく
含まれています

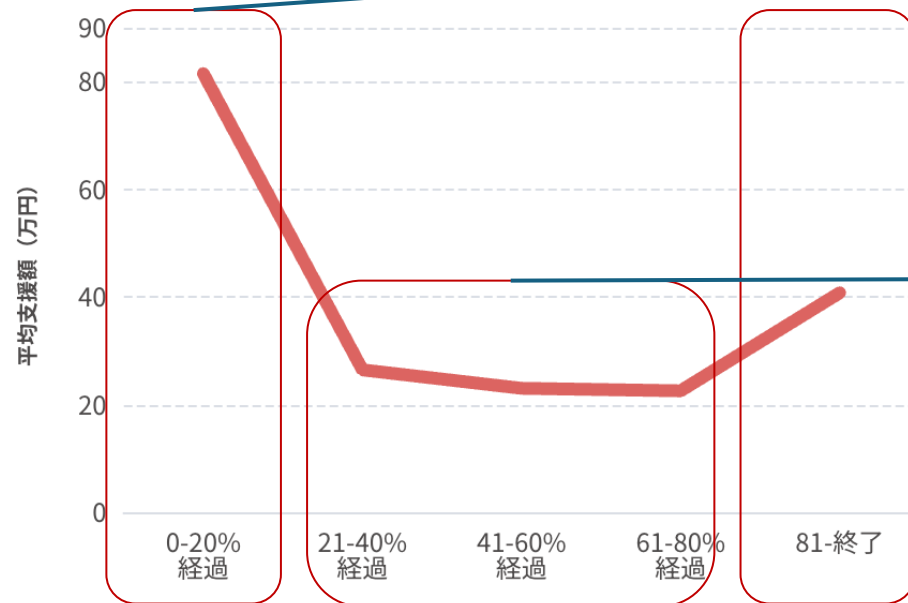


集計期間：2019.01.01-2023.09.30

リターンの平均単価は1万円以下で
約80%を占めます。
支援者の財布事情も加味した
リターン設計を行いましょう。

【統計データ】 序盤・中盤・終盤の支援動向

募集期間の半ばごろで
支援額は一時的に停滞する
傾向にあります



集計期間：2019.01.01-2023.09.30

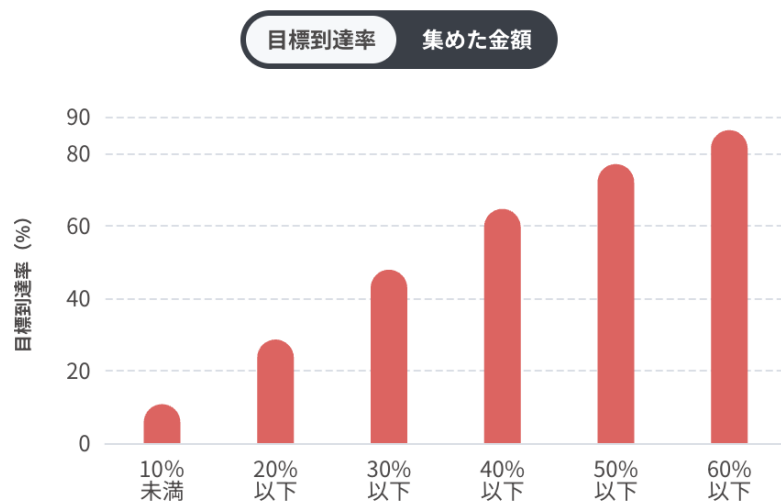
プロジェクト序盤 ⇒ 大事！
(一番支援額高い)

プロジェクト中盤 ⇒ 中だるみ

プロジェクト終盤 ⇒ 大事！
(最後伸びる)

【統計データ】 序盤の大事さ

公開1週間で目標額の
30%以上の支援が集まると
目標到達率が高い傾向にあります



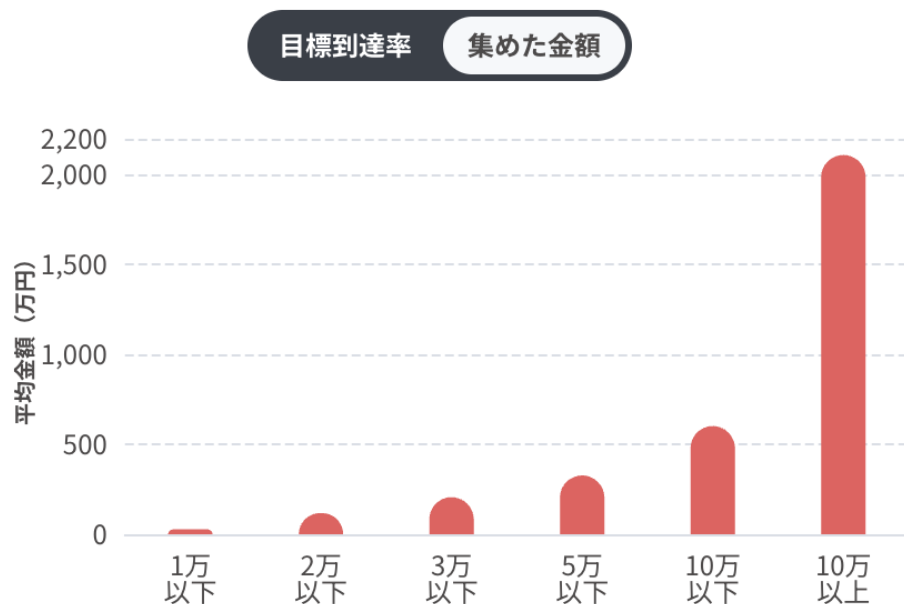
集計期間：2019.01.01-2023.09.30

公開1週間で勢いをつけることで 負の
スパイラルを脱却！

【例題】 全く同じメニューを提供する 全く同
じ店構えのラーメン屋 が
隣同士にあります。
店内を除くと A店⇒お客様が一人もいない
B店⇒50%の席が埋まっている
どちらに入りますか？

【統計データ】 ページ閲覧数

PV数が多いほど
目標到達率が高い傾向にあります

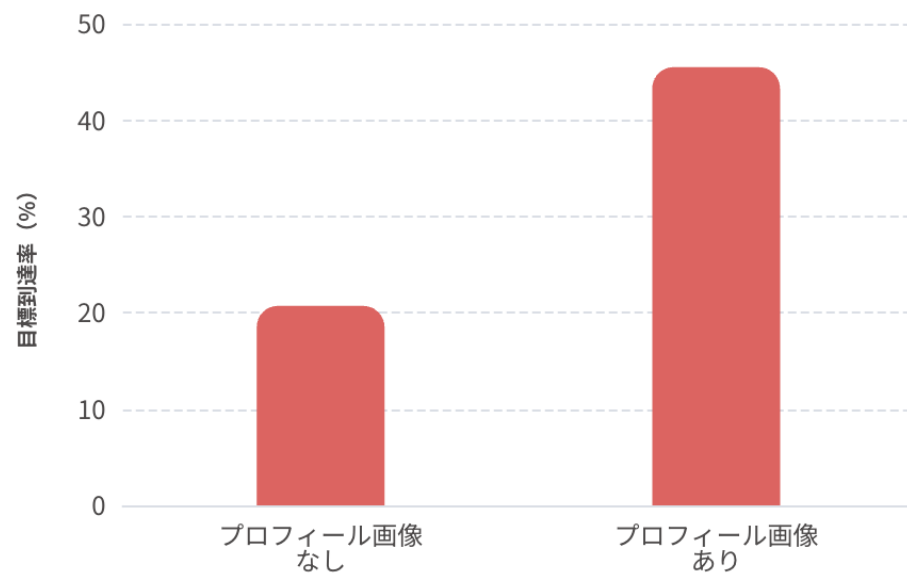


集計期間：2019.01.01-2023.09.30

ページ閲覧数は支援金額に比例。
閲覧数を高めるには、
①自分起点の発信（SNS、メール数、等）
②広告等による発信
（CAMPFIREニュースレター、等） 論理的に
考えることが大事！

【統計データ】プロフィール画像

プロフィール画像の有無で約2倍
目標到達率が変わります

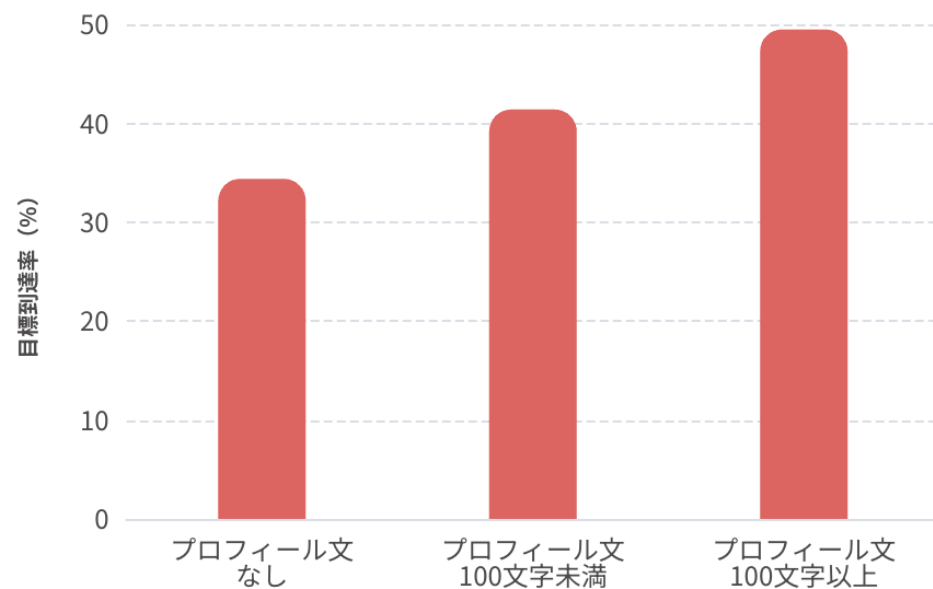


集計期間：2019.01.01-2023.09.30

プロフィール画像は「信用」です。
絶対に入れましょう。

【統計データ】プロフィール紹介文

プロフィール文が100文字以上だと
目標到達率が高い傾向にあります

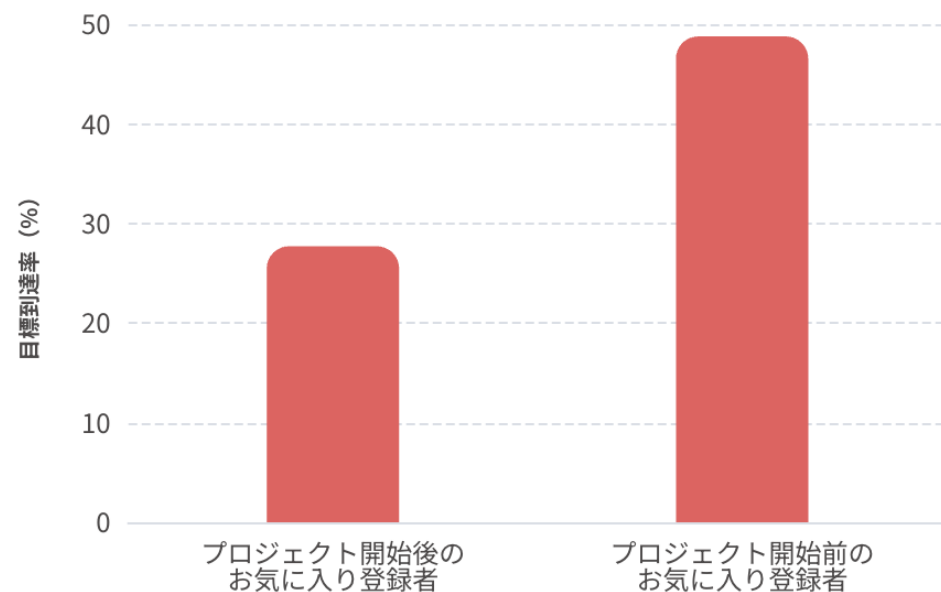


集計期間：2019.01.01-2023.09.30

プロフィール文は「信用」です。
絶対に入れましょう。

【統計データ】 お気に入り登録

公開前にお気に入り登録したユーザーの
約40%は支援しています



集計期間：2019.01.01-2023.09.30

プロジェクト公開前に
「お気に入り登録」した方の
40%が支援(購入)します。

本日の進行

・前半パート:セミナー

購入型クラウドファンディングについて・・・50分

ー休憩(10分)ー

・後半パート:説明会

公社クラウドファンディング支援について

- ・支援内容、ハンズオン支援の魅力・・・20分
- ・体験談(株式会社松本商店様)・・・20分
- ・応募要項について・・・15分

本日の進行

・ 前半パート:セミナー

購入型クラウドファンディングについて・・・50分

ー休憩(10分)ー

・ 後半パート:説明会

公社クラウドファンディング支援について

・ 支援内容、ハンズオン支援の魅力・・・20分

・ 体験談(株式会社松本商店様)・・・20分

・ 応募要項について・・・15分

支援事業の意義

中小企業 × 購入型クラウドファンディング、
の本質的課題を解消

掲載検討者のうち10名中8名は途中で
掲載準備中に頓挫する。

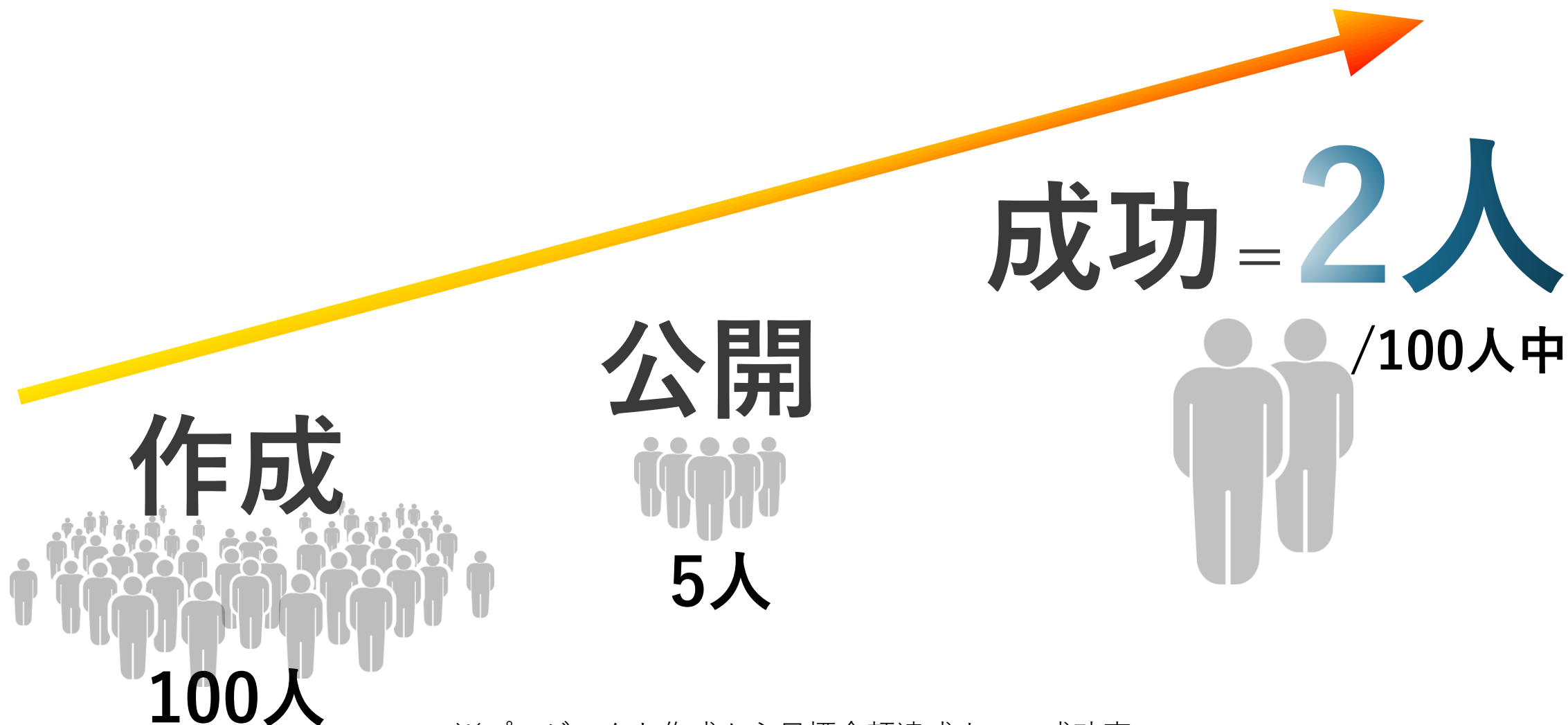
なぜ？

成功率が低い理由



通常業務 + クラウドファンディングの準備

クラウドファンディングの成功率



※プロジェクト作成から目標金額達成までの成功率

公社が旗を振って、 専門家に手厚いサポートを依頼することで解消！

熟練の担当者が定例ミーティング

- ・ 企画・リターン設計、審査対応
- ・ プロジェクトページ制作
- ・ 広報企画・広告設計・運用代行
- ・ スタートダッシュ・公開後広報支援

成功率 **80%**

<魅力あふれる支援内容～初めて掲載する方でも安心の仕組み～>

1

本事業の専用サイトを開設！

集合企画として訴求を行うことで、
企画から個々のプロジェクトへの
波及を狙います。



2

専任アドバイザーが
徹底サポート！

今回の支援では、クラウドファンディング
BOOSTERのスタッフが専任アドバイザー
として、
①個々の事情に応じた進行管理
②オーダーメイドの戦略提供
等を行い、掲載までのハードルを解消すると
ともに、目的達成への確度を高めます。



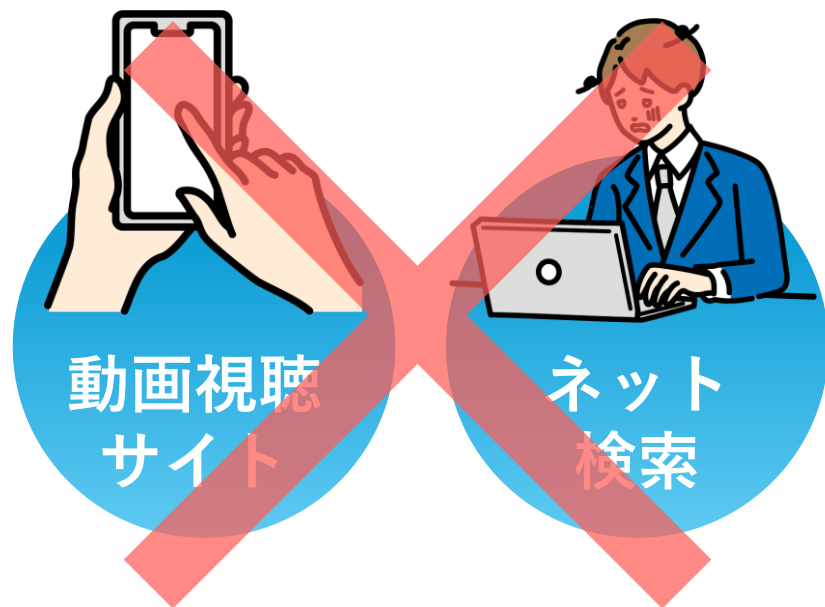
3

手数料等の公社支援あり！

購入型クラウドファンディング
掲載にかかる手数料及び指定の
広告利用料について、一部公社にて
負担します(上限額あり)。



クラウドファンディング伴走型サポート



**GOOD
BRIDGE INC.**

×

CAMPFIRE

伴走支援で
支援金額を最大化

サービス内容



①プロが伴走支援

企画立案から
制作、広報までを
プロが一括サポート！



②もっと集まる ページ制作

過去の事例から
調達金額を最大化させる
ページ制作！



③掲載サイト連携 豊富な事例

各サイト担当者様と
密な連携で
スムーズに進行！

本事業の専用サイトを開設！



集合企画を訴求することにより、
企画全体~個々の
プロジェクトにも注目度が波及！

プロジェクト

第一印象は、ゆずれない

Slide Thumb 50

モタモタしない名刺入れで、初対面をカッコよく。自分史上、最高の第一印象にしよう

滑くスタイリッシュな、開けやすい名刺入れ「Slide Thumb (スライドサム)」が、容量50枚にアップして再登場。1秒で名刺を取り出せるのでモタモタせず、頼...

プロダクト	成功	sign works
現在 588,160円	支持者 71人	残り 終了

beak

災害時やアウトドアで活躍！わずかA4サイズの折り紙食器「beak」

災害時やアウトドアで活躍する「折り紙食器 beak (ビーク)」。A4サイズのシート3枚から折り紙のように組み立てられる食器です。お皿にスプーンとフォーク、カップ...

プロダクト	成功	beak プロジェ...
現在 326,350円	支持者 53人	残り 終了

幻想的な光の世界

【江戸橋子×光の幻想】天井を彩る「アサガオランプ」で機上の時間を。

画、天井に咲く蘭の花。江戸っ子が特許した「蘭画」をモチーフにインテリアに馴染みやすい色味とさりげない江戸意匠で幻想的な世界を創り出す「アサガオランプ」。...

プロダクト	成功	中倉橋子総合株式会社
現在 256,900円	支持者 9人	残り 終了

5年間有効保存

その場で作る

備えて安心！断水時の衛生管理に「その場で作る...

糊に具に触れず抜き差しが出来るA4書類収納箱

GO! OUTDOOR

バックに挟み込んで持ち運び、さへ...

クリーニングのタグが便利なグッズに！濡れても...



プロが専任で徹底サポート！

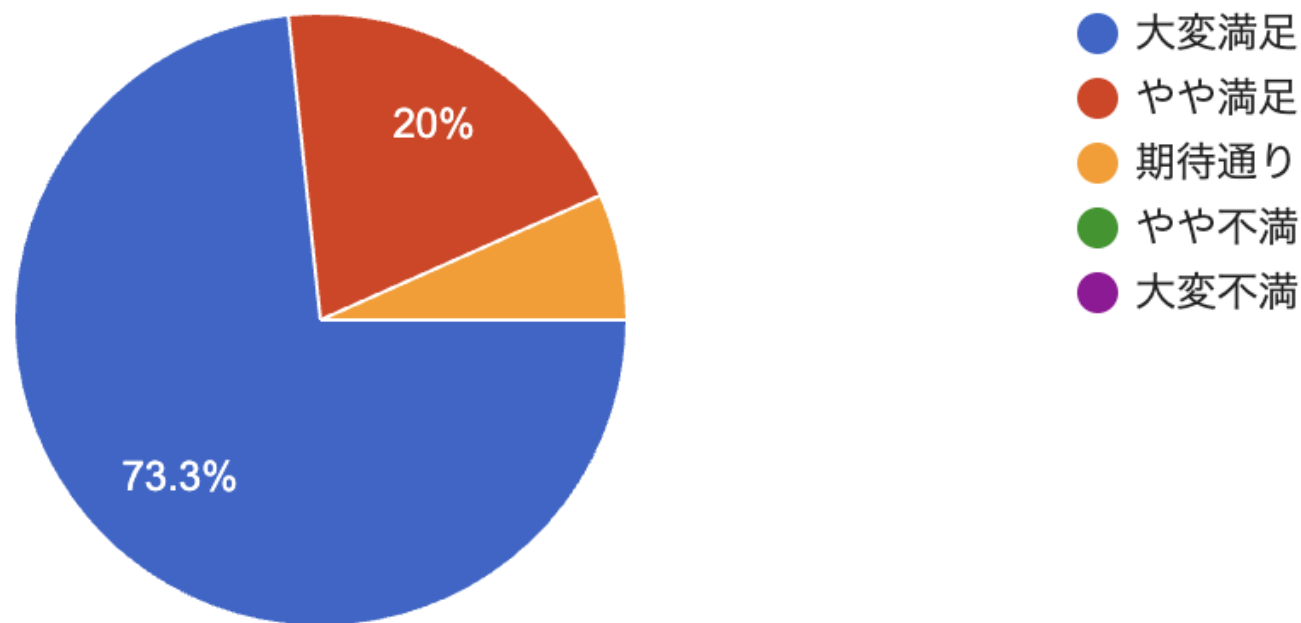
クラウドファンディングのプロが 徹底的にサポート！



クラウドファンディングのプロが 徹底的にサポート！

今回のサポートについてご満足いただけましたでしょうか？

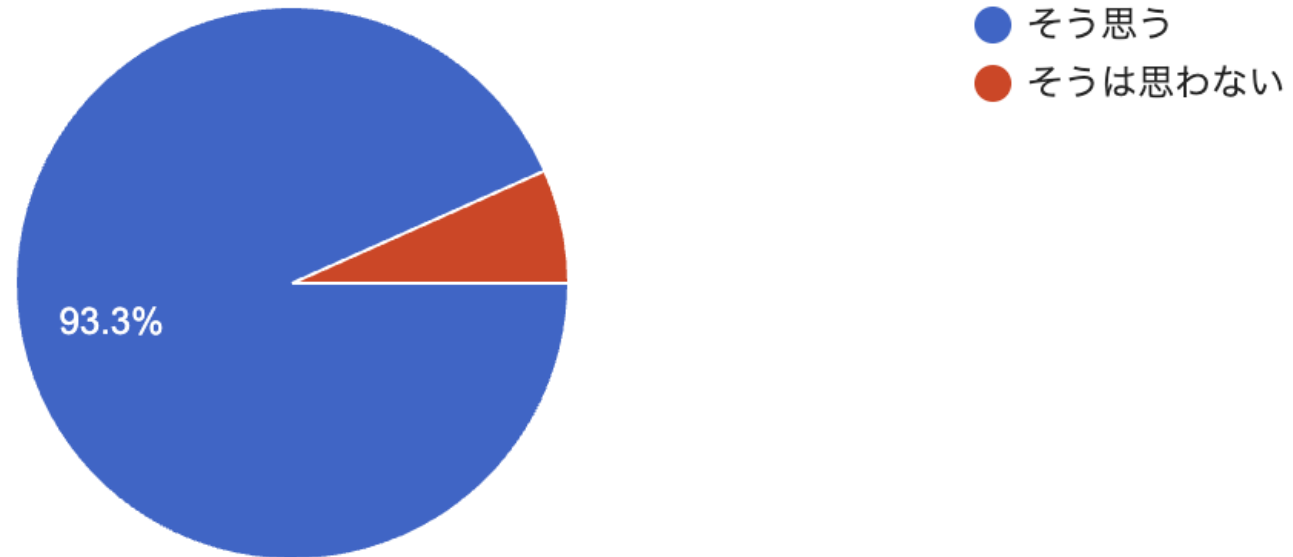
15 件の回答



クラウドファンディングのプロが 徹底的にサポート！

今回のサービスを人に推薦したいと思われますか？

15 件の回答



クラウドファンディングのプロが 徹底的にサポート！

令和6年度支援先企業の声（アンケートの結果にて）

- ✓ 自分たちだけではわからないことだらけでしたが、サポートしてもらうことでしっかりしたページが作れて無事に成功することができました。
- ✓ 初めてのクラウドファンディングでしたが、プロの方のサポートのおかげでパソコンが苦手な私たちでもスムーズにページが作成できました。
- ✓ ページ作りから広告の支援等もしっかりと、やって頂けました！
- ✓ 目標額の**400%**達成で終わりました！ 言うことございません！！

スケジュール

説明会開始→応募受付→支援対象者決定→支援対象者プロジェクトページ着手へ

【打ち合わせ1回目】

- ・ 顔合わせ、購入型クラウドファンディングの仕組み再確認 ・ 今回の掲載内容すり合わせ、目的確認
- ・ 与件共有(掲載に向けてクリアすべきこと)

【打ち合わせ2回目】

- ・ リターン案のすり合わせ ・ クラウドファンディングページ作成手順の共有

【打ち合わせ3回目】

- ・ プロジェクトページの校正 & ブラッシュアップ提供

【打ち合わせ4回目】

- ・ 審査項目の確認、対応
- ・ 広報計画すり合わせ

【打ち合わせ5回目】 対面orWEB * プロジェクト実行者様のご希望に合わせてます。

- ・ スタートダッシュの確認

事業者様の作業イメージ

【打ち合わせ1回目】 対面orWEB ＊プロジェクト実行者様のご希望に合わせます。

- ・ 顔合わせ、購入型クラウドファンディングの仕組み再確認
- ・ 今回の掲載内容すり合わせ、目的確認、与件共有(掲載に向けてクリアすべきこと)

↓

【1回目と2回目の間の持ち帰り作業イメージ】

- ①クラウドファンディングのアカウント開設
- ②他プロジェクトページのチェック(ベンチマーク)
- ③リターン候補の検討 など ※計3～5時間(個人差あり)

事業者様の作業イメージ

【打ち合わせ2回目】 対面orWEB ＊プロジェクト実行者様のご希望に合わせます。

- ・リターン案のすり合わせ
- ・クラウドファンディングページ作成手順の共有

↓

【2回目と3回目の間の持ち帰り作業イメージ】

- ①リターン候補の細かな設計
- ②プロジェクトページの大枠作成 など 計5~8時間(個人差あり)

事業者様の作業イメージ

【打ち合わせ3回目】 対面orWEB ＊プロジェクト実行者様のご希望に合わせます。

・プロジェクトページの校正 & ブラッシュアップ提供



【3回目と4回目の間の持ち帰り作業イメージ】

①プロジェクトページのディテール作成 ②プロジェクトページ内整合性確認(~修正)

③追加で必要な画像・情報収集 など 計3~8時間(個人差あり)

事業者様の作業イメージ

【打ち合わせ4回目】 対面orWEB ＊プロジェクト実行者様のご希望に合わせます。

- ・ 審査項目の確認、対応、広報計画すり合わせ



【4回目と5回目の間の持ち帰り作業イメージ】

- ①プロジェクト審査への指摘事項対応 ②プロジェクトページのブラッシュアップ
- ③宣伝計画の段取り など 計3~10時間(個人差あり)



【打ち合わせ5回目】 対面orWEB ＊プロジェクト実行者様のご希望に合わせます。

- ・ 広報計画すり合わせ



【5回目以降の持ち帰り作業イメージ】

- ①宣伝計画の遂行 ②お問い合わせ対応 など

(応募を悩んでいる方へ)

個別相談会のお知らせ

- ◆開催日 : 2025年6月10日（火）、6月13日（金）
- ◆開催時間 : 10:00～16:45（相談枠各45分）
- ◆相談枠 : 10:00-10:45/11:00-11:45/13:00-13:45
/14:00-14:45/15:00-15:45/16:00-16:45
- ◆開催形式 : 対面
- ◆参加条件 : 公社HPより募集要項をご覧いただいた方
- ◆参加方法 : 本説明会後にメールにて詳細をご案内いたします。

【こんな方へ参加をオススメします！】

- ✓ 自社製品がクラウドファンディングに適しているか、等を個別に確認したい。
- ✓ 支援事業のことを、もっと詳しく知りたい。
- ✓ 支援事業に応募すべきか悩んでいる。