

仕様変更のアイデアを出す

仕様変更のパターン

- 機能を追加する
- カラーを変える
- ロゴをつける

最近の傾向として、ロゴ変更程度の簡易OEM品は審査に通らなくなってきています

OEM商品で審査を通過させるアイデア

海外のクラファン商材を、いち早くOEMする

OEM商品で審査を通過させるアイデア

2つの商品をセットにする

OEM商品で審査を通過させるアイデア

独占販売契約書を作成する

クラファンを難しく考えてしまう方へ

まずは、Campfireで出品しよう

なぜ、Campfireは始めやすいのか？

- すべて始めやすい設計になっている
- 審査の間口が広く、通過しやすい
- 安心の後払いシステムが整っている

こんなプロジェクトもあります

あなたに「謎の箱」が届く！【特別お試し版】フォーチュンボックスお届けプロジェクト

👤 BannaiAyaka

📁 プロダクト



¥ 現在の支援総額

1,453,450円

3642%

目標金額は39,900円

👤 パトロン数

362人

🕒 募集終了まで残り

終了

クラウドファンディング

お金が集まるページ作り

解体新書

一生お金に困らない技術

高く売る技術

売る力があるかどうかで・・・



リュック
×
ボディバッグ
同じデザイン
特別な毎日

【リュック&ボディバッグ】同じデザインで楽しむ機能性抜群の親子バッグ

🕒 終了 💰 760,000円

380%



ビジネスからプライベートまで
ボディバッグ
VENCO

満員電車もちょっとしたお出かけも手ぶらで！ A4サイズでお洒落なボディーバッグ！

🕒 終了 💰 8,405,840円

4202%

同じような商品でも、10倍以上の差が出る

トップスライダーの取り方

- 1、TV、雑誌などのメディアに取り上げられる
- 2、ちょっと変わったジャンルの商品
- 3、圧倒的な勢いで支援が集まっている

1,000万円越えを狙うプロモーション

資金調達力	スタート前	スタート直後	中盤	ラストスパート
目安	大（ここで勝負を決める）	小	中	大

クラウドファンディング

海外展示会の攻略

海外展示会に行くメリット

- 1、クラファンで売れる商品を山ほど探せる
- 2、直接会うことで信頼度が上がる
- 3、直接確認できるので、商談がサクサク進む
- 4、サンプルをその場で買えたり、貰えたりする
- 5、商談が決まる可能性が高い
- 6、経費計上しながら、海外旅行を楽しめる

海外展示会レポート

IFA（ベルリン）視察の様子

実際に現地に足を運び、商談・視察・交流を重ねています

2ndアプローチのポイント

- 1、MOQと卸値の確認
- 2、相手の質問への返信

3rdアプローチのポイント

- 1、日本での販売実績があるか確認
- 2、在庫や納期の確認
- 3、独占販売契約を結べるか確認
- 4、サンプルの手配を依頼
- 5、技適・PSE・食品衛生法の申請が必要な商品か、取得可能か確認
- 6、プロモーション用の写真・動画などの有無を確認

事前準備でしておくべきこと①

コミュニケーションアプリの事前インストール



事前準備でしておくべきこと②

服装や装備について

- セミフォーマルぐらいが良い
- スニーカーがオススメ
- カバンやバックパックより、ボディバッグがオススメ

事前準備でしておくべきこと③

英語の名刺を用意する

- 必ず英語の名刺にすること
- メールは独自ドメインがオススメ
- 顔写真を入れたほうが分かりやすい
- 実績や自社サイトを載せる

事前準備でしておくべきこと④

海外で電話通信可能な環境を作る

- SIMロック解除して現地SIMを購入するのが一番オススメ
- 日本のAmazonで事前に買える
- 日本で事前に買ったほうが安い

事前準備でしておくべきこと⑤

外国語に対する対策

- 通訳と回るのがベスト
- 通訳を主催が無料手配してくれる可能性あり
- 有料の通訳は1日3万円～
- Google翻訳で十分対応可能！！

アワードのご案内

アワードシステム

定例会での3ヶ月の実践を経て、アワード（表彰）へ

4／25開催決定！！

バイヤーグレード

タイトル	必要要件
ブロンズバイヤー	月商50万円以上
シルバーバイヤー	月商100万円以上
ゴールドバイヤー	月商500万円、または年商75万円以上
プラチナバイヤー	月商1,200万円、または年商120万円以上
トップゴールドエンバイヤー	月商1,500万円、または年商180万円以上
マスターバイヤー	月商3,000万円以上
ゴッドバイヤー	月商1億円以上

キュレーターとは？？

Makuakeなどのクラウドファンディングサイトにおける、あなた専用の担当者のこと。

クラファンの多くの部分をキュレーターが手伝ってくれます。数多くのプロジェクトを手がけた経験があるので、かなり重要な存在です。

キュレーターとの付き合い方の鉄則

- 1、一番便利な「無料の外注」である考える
- 2、どんなことがあっても、絶対に敵に回さない
- 3、キュレーターは忙しい前提で付き合う
- 4、積極的に質問をして、良い案をもらう

良いページを作るために

あなたなら何を意識して、どのように作成しますか??

支援が集まるページの極意 その壱

良いページの良いところを、徹底的に真似する

支援が集まるページの極意 その弐

ページ全体の作成に時間をかけない

支援が集まるページの極意 その参

TOP画像が最重要

支援に影響する項目の重要な順番

- 1、TOP画像
- 2、タイトル、キャッチコピー ※ここで8割決まる！！
- 3、商品のベネフィットの説明
- 4、リターンと期間の設計
- 5、商品に関する誠実な開示
- 6、商品の competitive優位性の説明
- 7、商品のスペックの説明
- 8、自己紹介、プロジェクト経緯
- 9、よくある質問
- 10、注意事項

売れる商品ページ作成の手順

- 1、ベンチマークを徹底的に行い、強み弱みを理解する
- 2、強みを理解した上でTOP画像とタイトルを作成する
- 3、BEAFの法則で構成を考える
- 4、三角ロジックを使って文章を書く
- 5、商品の良さが伝わる写真・動画を用意する

ベンチマーク

自社商品と類似した他社商品を挙げて、「強み・弱み」を理解すること。

支援者に響く訴求ポイントを見つけるのが最大の目的

商品の性能・スペック

ターゲット

購入する上での恐怖・不安

ターゲットの悩み

自社の強み

他社の強み

奇襲・サプライズ

良いTOP画像のポイント

- 1、一目で特徴が分かる写真を使っている
- 2、商品の訴求ポイントが分かる文言がある
- 3、ワクワクするキャッチフレーズがある

良いTOP画像のポイント（補足）

- 写真は多くても2枚程度にすること
- 特徴を最も表現している画像を使うこと
- 商品自体に特徴的な見た目がない場合は、イメージ画像を使う

良いTOP画像のパターン①

商品選定勝ち。写真だけで伝わる

良いTOP画像のパターン②

訴求ポイントを文言で伝える画像

効かめのフォントを使うと良いです

良いTOP画像のパターン③

「AがBの状態になります！」を伝えるパターン

訴求の文言と一緒に添えると効果倍増

良いTOP画像のパターン④

画像＋イメージで伝えるパターン

商品写真を目立たせ、イメージ画像は淡めに

キャッチフレーズのポイント

購入者にイメージを

膨らませる

キャッチフレーズを考える

陥りがちな、あまり良くないパターンのキャッチフレーズ

数字の羅列だけの説明になっている・・・

うまく改善された事例

キャッチフレーズのパターン

相反する言葉を入れる

キャッチフレーズのパターン

「〇〇革命」「新発想」

キャッチフレーズのパターン

具体的な数字を出す

タイトルを決める

- 文字制限があるので、目を引くキャッチフレーズを入れる
- 【 】などで強調する
- ベネフィットを入れる

BEAFの法則で構成を作る

Benefit

獲得メリットを書く。手に入れた後のシーン、魅力的な変化

Evidence

支持、実績、証拠の実証。実績数字、他社比較、お客様の声

Advantage

商品優位性。強み、特徴を、他社の技術と比べて説明する

Feature

機能。仕様、サイズ、素材、成分など

TOP画像

サムネイル画像

商品タイトル

ストーリー

概要／プロジェクトの誕生秘
話

ベネフィット① 他との違い／
何ができるか

ベネフィット②

ベネフィット③

利用シーン①

利用シーン②

商品の使い方①

商品の使い方②

エビデンス／製品技術の根拠、海外のクラファン実証データ

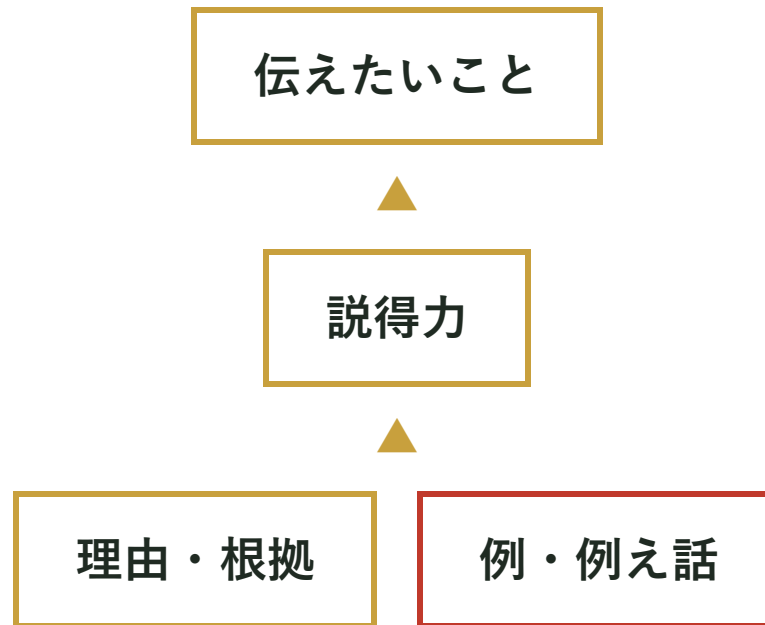
商品スペック

Q&A

開発経緯／メーカーや実行者紹介

リスク & チャレンジ

三角ロジックで文章を書く



リターンの設計で考えること①

リターンの設計の最大のポイント

初動で目標額を達成させる

達成率がプロモーションに大きく影響します

初動で目標額を達成させる施策

早期先着割引を設定する

目標調達額の目安

300,000円

早期割引価格の目安

15,470円 × 50名 = 773,500円

早期割引は「目標額の200%」ぐらいを目安に設定するのがポイント

初動で目標額を達成させる施策

複数セットで単価UP

- 複数セットで、1回の支援あたりの単価を上げる
- 消耗品は特に積極的に100個以上など大きなセットの設定を
- セットは安くして購入を促す

リターンの設計で考えること②

利益率が圧倒的に高いリターンを作る

利益率を上げる施策

付属品のセットコース

防水ケースの想定販売価格：3,200円／防水ケースの仕入れ値：\$5

利益率60%オーバー

※付属品には独占販売契約は求められない

利益率を上げる施策

付属品の単品コース

単品を用意することで、セットを安く見せる効果もある。ある意味、関連商品ならなんでもOK。

※付属品には独占販売契約は求められない

リターンの設計で考えること②

余裕のあるお届け予定日を設定すること

余裕のあるお届け予定日の設定

Makuakeの入金は、月末締めの翌々月営業日3日目。

例：9/30にプロジェクト終了の場合、11/4に入金される。

11/4以降に発注するので、納期が2～3週間なら、**12月末～1月頃にお届け**と設定する。

ベネフィットが伝わる商品説明

7 : 3

写真、動画 ： 文字、文章

宣材写真を作成する

プロに任せることをオススメします！！



The screenshot shows the homepage of Virtual In, a company specializing in model photography. The header includes the company logo and contact information for Tokyo and Sapporo offices. A navigation bar lists services like model photography, product photography, design, and video. The main banner features a woman's portrait and the text 'もっと魅力を伝える' (Convey more charm) and 'Model モデル撮影' (Model Photography). A large offer of '1商品 5カット 1,000円' (1 product, 5 cuts, 1,000 yen) is prominently displayed. A sidebar on the right contains a 'Photo' button and a contact form with options for inquiries, sample requests, and a home link.

Virtual In
株式会社 バーチャルイン

東京営業部 03-5879-8744 札幌本社 011-272-8772
社内PHS 070-5616-5185 info@photo-o.com 会社概要

モデル撮影 商品撮影 デザイン制作 動画撮影 レタッチ・CG サンプル

Photo

もっと魅力を伝える

Model モデル撮影

1商品 5カット 1,000円

お問い合わせ
申し込み
無料お試しサンプル
背景・小物リスト
HOME

モデル撮影は、かなり安くできます

他社の相場：モデル撮影 50,000円

1,000円～で依頼できるサービスも

海外のクラファンサイトから商品をピックアップして、パワーポイントで商品ページの構成を試みよう

外注化について

おすすめの外注先

Lancers

CrowdWorks

facebook

atte

地域のコミュニティ

外注化するためのステップ

- 1、仕事を棚卸しして、内容を細分化する
- 2、仕事の内容を「作業」と「能力仕事」に分ける
- 3、「作業」で、収益性の高い仕事から外注化する
- 4、いくらで外注化するかを決める

仕事の棚卸し

メール営業の仕事を、細かく細分化してみましょう！！

クラファンサイトの選定

営業戦略の決定

メールリスト作成

メールを送る

仕事の内容を分ける

単純作業

単価が安く、クオリティの差が出ない

能力仕事

単価が高く、クオリティの差が出る

報酬シミュレーション

どんな報酬体系があるか？

完全歩合給

例：1件＝10円 1,000件で1万円

固定給（時給・月給）

例：月に1万円で1日10件 300件で1万円

募集の仕方

同じような募集内容をTTP（徹底的にパクリ）することから始めましょう。文面はスカイプでもOK。

Lancers

CrowdWorks

facebook

募集の仕方（募集例）

リスト作成から1stメール送信までを依頼する例：

「弊社メールアドレスを使ったメール営業作業を募集します」

1リストあたり10円 → 月に3,000件で3万円

クラウドファンディング

支援を増やすプロモーション

解体新書

クラファン期間の4分類

資金調達力	スタート前	スタート直後	中盤	ラストスパート
目安	大	小	中	大

支援を増やす上で最も大事なこと

クラウドファンディングは

初動がすべてである

プレスリリースとは??

報道機関に向けた、情報の提供・告知・発表のこと

プレスリリースを出す

オススメ度	★★★★☆
実施時期	クラファン直前、終了直前
費用	Makuakeプランなら2回目の配信が無料
効果	PR TIMES経由でメディアの目にとまりやすくなる

SNSでチームで拡散する

オススメ度	★★★★★
実施時期	クラファン直後、終了直前
費用	無料
効果1	多くの方に目にとまる
効果2	衝動買いを促せる
実施条件	コミュニティ内で依頼する

活動レポートをマメに更新

オススメ度	★★★★★
実施時期	プロジェクト公開後、定期的に
費用	無料
効果1	TOPページの活動レポートに掲載
効果2	支援者がSNSでシェアしてくれる
実施条件	なし

新聞広告に載せる

オススメ度	★★☆☆☆
実施時期	クラファン直後
費用	3～20万円／1配信
効果1	権威性がちょっと上がる
効果2	一般販売時の宣伝になる
実施条件	費用を出せば誰でもできる

Makuakeによるメルマガなどの配信

オススメ度	★★★★★
実施時期	クラファン直後、終了直前
費用	無料
効果1	直接的な支援につながる
実施条件	初動の達成率が高いこと

Makuakeの有料広告

オススメ度	★★★☆☆
実施時期	クラファン中盤
費用	30万円／2週間
効果1	Facebook広告を使った集客
効果2	ターゲットに合えば、劇的に伸びる
実施条件	費用を出せば誰でもできる

有料広告をやる判断

最初の1週間で300万円以上調達しているか

インフルエンサーの有料広告

オススメ度	★★★★☆☆
実施時期	クラファン直後、終了直前
費用	5,000円～20万円／1配信
効果1	属性が合えば跳ねる
実施条件	費用を出せば誰でもできる

クロスプロモーションの提案

オススメ度	★★★★★
実施時期	クラファン中盤
費用	無料
効果1	コツコツと伸びる
効果2	単価の低いプロジェクトは有効
実施条件	他のプロジェクトにDM

クロスプロモーションとは？？

他のプロジェクト実行者と共同で、活動レポートで相互紹介をすること

ブロガーに記事を作ってもらう

オススメ度	★★★★★
実施時期	クラファン直後、中盤
費用	無料
効果1	属性が合うと跳ねる
効果2	記事がそのまま残る
実施条件	こちらから依頼

YouTuberに紹介してもらう

オススメ度	★★★★★
実施時期	クラファン直後、中盤
費用	無料～
効果1	属性が合うと跳ねる
効果2	動画がそのまま残る
実施条件	こちらから依頼

ストレッチゴールの設定

オススメ度	★★★★☆
実施時期	クラファン中盤、終了前
費用	無料
効果1	新規支援の訴求ポイントになる
効果2	既存の支援者からのSNS発信効果
実施条件	二次目標達成した場合の特典を用意

ストレッチゴールとは？？

あらかじめ設定した目標金額を達成したあとに、第二、第三の目標金額を設定すること。

追加リターンの設定

オススメ度	★★★★★
実施時期	既存リターンが売り切れる前
費用	無料
効果1	利益率が上がる
効果2	販売の機会ロスが減る
実施条件	既存リターンがなくなったら