# 地域における クラウドファンディング活用事例

**&**CAMPFIRE

2021年1月18日 株式会社CAMPFIRE 高橋 あゆみ

## 高橋 あゆみ

株式会社CAMPFIRE CAMPFIRE事業部 カスタマーサクセスチーム マネージャー



2014年4月内閣府入府。経済分析、国際会議業務を担当。 2017年10月株式会社CAMPFIRE入社。カスタマーサクセス部 にてクラウドファンディングの企画サポートや審査業務に従 事。その他地域に特化したCAMPFIRE LOCAL事業(当時)や 社会貢献に特化したGoodMorning事業(同左)を兼任。 日本ファンドレイジング協会 准認定ファンドレイザー。

- 1. CAMPFIREとは
- 2. クラウドファンディングとは
- 3. 活用事例と成功のポイント
- 4. おわりに

## CAMPFIREとは





# 資金集めを民主化し、世界中の誰しもが 声をあげられる世の中をつくる。

インターネットが普及したからこそ出来るようになったこと、を私たちはよく考えます。 それは、誰しもが、例え小さくても、声をあげられるようになった、ということではないでしょうか。 今まで一部の人たちや組織が独占していたりして手が届かなかったものが、 インターネットによって一般の私たちにも気軽に使えたり参入できるようになりました。 クラウドファンディングは資金集めを民主化した仕組みだと私たちは考えます。 「小さな火を灯しつづける」を合言葉に、私たちは誰でも声をあげられる世界を創っていきます。

# 国内最大の

購入型クラウドファンディング サービス

※国内クラウドファンディング年間支援成立件数(自社調べ)



## 国内最大級の 会員基盤



これまでの累計支援者数は410万人、 会員数は160万人を突破しました。

累計支援者数

会員数

410万人

160万人

### 誰でも簡単に すぐに始められる



申請から掲載までに1ヶ月程度かかる プラットフォームが一般的ですが、 CAMPFIREでは審査は必要最低限に。 ページの作成も文字と画像を組み合 わせるだけで、誰でも簡単に作成可 能です。

## ジャンル、規模を問わず 多くの夢が実現



私たちは「誰しもが声を上げられる 世の中」を作るために、ジャンル・ 規模は問いません。オールジャンル で幅広い世代の方にご利用頂いてい ます。

**&**CAMPFIRE

経済圏

#### 4種類のサービスを持つのはCAMPFIREのみ Eネ+ F \*+ Gネ⁺ Aネ+ B≵t C \*+ D # CAMPFIRE 購入型 0 0 0 寄付型 0 0 融資型 0 0 0 0 0 株式型 0 0



製品開発、 マーケティング、顧客 づくりなど

## 株式型

創業時、増資などの 財務基盤強化

## 寄付型

認定NPO法人、自治体 学校法人などの 非営利活動

## 融資型

大型の製品開発や 運転資金の調達

#### POINT1

運転資金・製品開発・マーケティング・災害支援・ 寄付など、幅広い目的に対応。

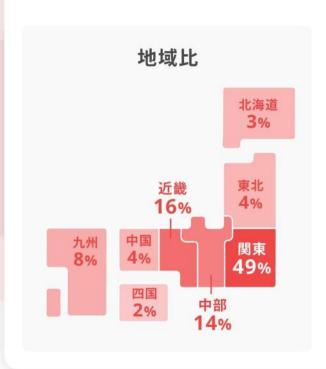
#### POINT2

創業間も無いスタートアップ・ベンチャーから上場企業 まで、様々なフェーズの方が利用しています。

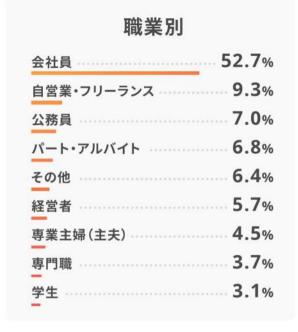
#### POINT3

個人、中小企業、NPOやソーシャルセクターなど、 業種・規模を問いません。

### CAMPFIREユーザー属性







## CAMPFIREユーザー特性







新しいものに興味が湧く

人のためになる仕事がしたい

社会課題に敏感。 社会のために何かをしたい 自分が良いと思ったものに お金を払う (節約意識がそこまで強くない)

SNSの利用頻度が高く、 情報発信を積極的にしている

# クラウドファンディングとは

クラウドファンディングとは、群衆(crowd)と資金調達(funding)を組み合わせた造語です。 やりたいことを実現したい人が、インターネットを通して 不特定多数の人から資金を募るために利用されることが多いサービスです。



方式の違い

All-or-Nothing

All-in

目標金額を達成した場合のみ、支援金を受け取れる方式

目標金額を達成せずに終了した場合でも、集まった分だけ支援金を受け取れる方式

資金を集める



活動のために資金が必要となった時 に、多数の人から、インターネットを 通して少しずつお金をいただき、活動 を支えていただくことができます。 活動の規模や法人格、活動のフェー ズや形態は問いません。

仲間を集める



クラウドファンディングの支援者は活 動への賛同者であり、これからも活 動に様々な形でかかわってくれる「参 加者」になります。

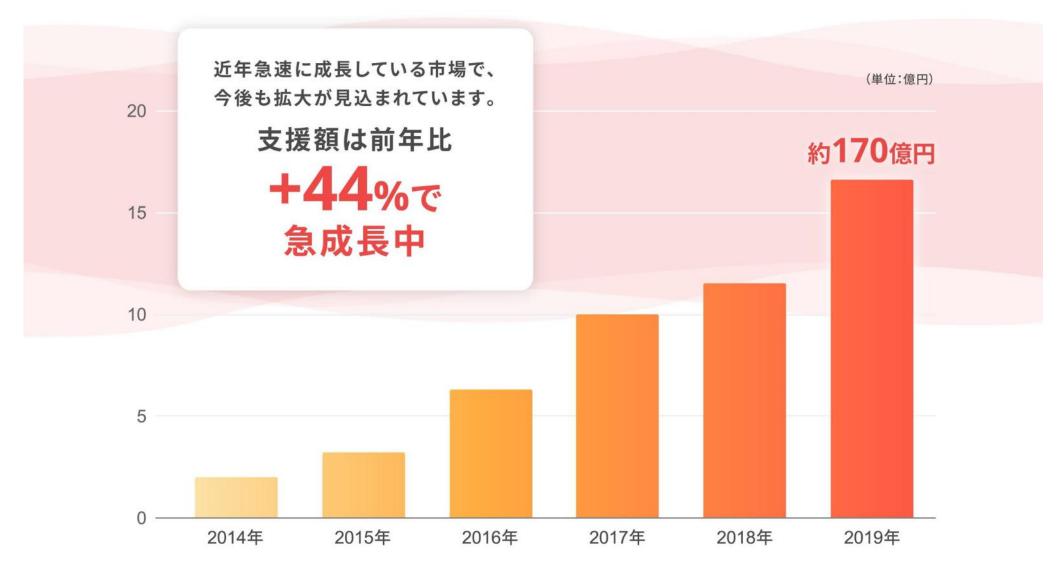
新商品のテストマーケティングとして お客さんの反応を知ることもでき、商 品やサービスを一緒に成長させてい く仲間ができます。





過去に掲載されたプロジェクトは、 雑誌・新聞・TV・WEBなど 様々なメ ディアに取り上げられています。 また、TwitterやFacebookであな たのプロジェクトが拡散されること で、多くの人々に知っていただくきっ かけとなります。

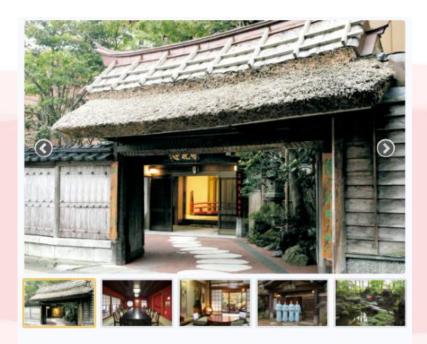




国内クラウドファンディングの新規プロジェクト支援額(市場規模)推移

## 事例 1 文化財の建物修繕 (新潟県上越市) ~理解と共感を得るストーリー<u>~</u>





国登録有形文化財「百年料亭 宇喜世」の小座敷を修繕し140年の建物を守りた W!

▲ 百年料亭 宇喜世 ● まちづくり・地域活性化



国登録有形文化財に登録され建物の維持・保存に努めてきましたが、コロナ禍 の影響で大宴会が減少し営業が悪化。そこで修繕が必要で使用できなくなって いた小座敷を改修工事し何とかコロナ渦を乗り切って、140年の歴史と建物を 次世代へ繋げたいと思っております。 是非、皆様のお力をお貸しください!

https://camp-fire.jp/projects/view/317448





過去 未来 現在

タイトル『国登録有形文化財「百年料亭宇喜世」の小座敷を修繕し140年の建物を守りたい!』

数値データ 年月/人数/広さ等

施設概要 住所/連絡先/営業時間/定休日/HP等

スケジュール

資金用途内訳





資料/会議のようす/ 関係者の所属や名前等

















目標 メッセージ

- 過去に行ってきたことや現在行っていること
- 自分たちには当然だが、一般のひとは知らないこと

事例2 エシカル・ツーリズムの普及啓発 (沖縄県竹富町) ~魅力的なリターン~





西表島の豊かな自然と文化を「明日」に継承 するドキュメンタリー映画を作りたい!

▲ Us4IRIOMOTE N ソーシャルグッド

¥ 現在の支援総額 目標金額 2.059,010円 3,000,000円 68% ▲支援者数 ① 募集終了まで残り 134人 終了

「Us 4 IRIOMOTE」は美しい西表島の自然と文化を「明 日」に継承するために「エシカル旅」を提唱、活動するプ ロジェクト。2年にわたり西表島での撮影を続けてきたド キュメンタリー映画を完成させ、また様々な活動を継続し ていくために。皆さまからのサポートを募り、クラウドフ ァンディングをスタートします。





(出典) Us 4 IRIOMOTE

## 起案者自身はどんなひと?

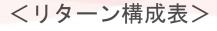


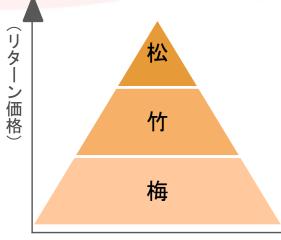
## 支援者はどんなひと?

- 広めたい想い
- ・ 提供できるモノや体験
- 負担できるコスト

- ・ 共感できる想い
- ほしいモノや体験
- 負担できるコスト (置かれている環境)

## <松竹梅の法則>





リターン価格	支援人数	アプローチ人数 (支援人数×4)		支援総額	金額割合	リターン品案	ターゲット	支援の支障
1,000	50	200	24%	50,000	2%	お礼のメール	友人(学生)、SNSのフォロワー	高額は出せない
3,000	40	160	19%	120,000	6%	メール+ステッカー	友人(社会人)、〇〇に関心のある方	高額は出せない
5,000	30	120	14%	150,000	7%	商品A	oo出身の方 (OB会、県人会経由)	一人で支援する不安
8,000	25	100	12%	200,000	9%	商品B	○○好きの方、△△通信読者	支援するタイミングがない
10,000	20	80	9%	200,000	9%	クーポン11,000円分	友人(ファミリー層)、××地域住民	支援する時間がない
15,000	15	60	7%	225,000	10%	商品AorB+イベント配信閲覧権利	親戚、ロロの観光客	リターンがわからない
20,000	10	40	5%	200,000	9%	商品AandB+イベント参加権利	○○が趣味の方、●●のファン	支援するタイミングがない
30,000	15	60	7%	450,000	21%	クーポン35,000円分	××商店街利用者、観光リピーター	支援する時間がない
50,000	5	20	2%	250,000	12%	オーダーメイド品	△△会の仲間、○○コレクター	支援方法がわからない
100,000	1	4	0.5%	100,000	5%	ワークショップ	△△会長、○○系の専門学校	支援する時間がない
200,000	1	4	0.5%	200,000	9%	イベントで宣伝+公式HPに掲示	取引先企業	支援のための調整が煩雑

2,145,000

(人数)

合計











竹

梅





イラストレーター アーティスト / 長場雄 人物の特徴を捉えたシンプルな線画が持ち味。広告、書籍、アバレルブランドとのコラボレ ーションなど幅広く活動中。

支援者の次のアクションへ

2021@CAMPFIRE.inc 19

事例3 地域の交流の場作り (長野県佐久穂町) ~仲間の巻き込み~



0~100歳までのみんなの居場所、 「ようちえんが真ん中の村」 イメージ図



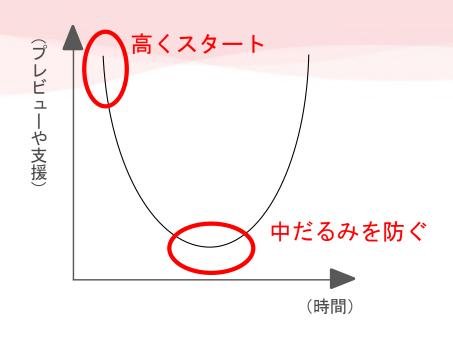
https://camp-fire.jp/projects/view/219269

### 事前告知

プロジェクト成功率は、初日に

- 1件でも支援が入れば約5割
- 目標金額の10%以上集まれば約8割
- 目標金額の20%集まれば約9割

く支援の集まり方>



## 周囲の方へ呼びかけ (1/3の法則)

目標金額に対して支援は

- 友だちからが1/3
- 友だちの友だちからが1/3
- 知らないひとからが1/3

<支援を募る優先順位>



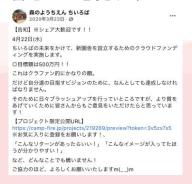


### 準備期間

### 掲載期間

### ページ作成協力依頼

動画の映像制作、楽曲制作、 下書きへの意見収集



### 「お気に入り」登録依頼



初日に30%達成

広報協力依頼

メディア取材の紹介

ようちえんで

村づくり!

ようちえん新園舎を建てるための資金を クラウドファンディングで集めています。

100%達成

135%達成

### 応援メッセージを紹介

移住者、習い事教室、林業家、農園主、漫画家





### 対談動画を紹介

町議会議員、任意団体、八百屋



### コラボレーションイベント



佐久穂町の魅力

移住交流について ・今後のちいろばに期待すること

液めて、この砂塊には緩がい人達がたくさんいることを異態等しました!

→地域紙、農業研究会広報誌 などに掲載

### 地域の方からリターン提供



おわりに

## 地域の**持続可能な発展**における クラウドファンディングの役割



▶ 多くの方から少額ずつ集めたお金が 起案者の責任を生む



- ▶ 地域の課題が支援者の自分事になる
- ▶ 地域の連携が増え、結束が強くなる



▶ 地域を客観的に見つめ直し、説明する



ご質問・掲載相談などお気軽にどうぞ!

▼『スタッフに相談』 https://camp-fire.jp/counsels

「高橋」の講演にご参加いただいた旨をご記載ください!

# ありがとうございました