



夢をみんなに  
応援してもらうしくみ

# クラウドファンディング にチャレンジ！



# はじめに 川崎市のコミュニティ施策の考え方

本市では、少子高齢化や人口減少など、今後予想される社会環境の変化を見据え、市民一人ひとりが多様なつながりをつくり、自分らしく幸せに暮らせる地域社会の実現を目指して、2019(平成31)年3月に「これからのコミュニティ施策の基本的考え方」を策定しました。

「基本的考え方」では、誰もが気軽に集え、多様なつながりを育む地域の居場所や活動のことを「まちのひろば」と呼んでおり、地域に様々な「まちのひろば」のあるまちを目指して取り組むとともに、区ごとに「まちのひろば」の支援等を行う「ソーシャルデザインセンター」の創出に取り組んでいます。そして、こうした取組は行政だけで行うのではなく、**地域の自治の力を育むことにより課題解決できるしくみが重要**だと考えています。

地域活動が持続可能なものとなるためには様々な資源が必要となりますが、まずは資金に関してクラウドファンディング講習会を実施し、エッセンスをまとめましたので、皆さんの今後の活動の一助になれば幸いです。



夢をみんなに  
応援してもらしくみ

# クラウドファンディングにチャレンジ！

## 目次

### クラウドファンディングってなに？

4

クラウドファンディングとは -----	4
クラウドファンディングの類型	
クラウドファンディングの流れ	

### 準備が8割！プラットフォームに登録しプロジェクトページを作成しよう

4

クラウドファンディング実施の一連の流れ -----	4
プロジェクトページのイメージ -----	5
「All or Nothing」と「All In」の違い	
目標金額の考え方	
プラットフォームの特徴と手数料 -----	6
プロジェクト期間はどのくらいが妥当？	
プロジェクトのタイトルは訴求力のあるものを！ -----	7
トップにくる画像とタイトルが「超」重要	
本文を書く -----	8
リターンの設計	

### プロジェクトを公開して支援を集めよう！

9

支援集めの鉄則 -----	9
支援が集まるメカニズム	
スタートダッシュが命運を握る	
広報計画～さまざまなリストの作成 -----	10
広報媒体～オンラインとオフラインをバランスよく活用	
シェア祭りで支援者の輪を広げよう	
目標達成に向けて頑張ろう！	



### 市民活動（まちのひろば）を応援する

#### 川崎市内でのさまざまな取組

11

川崎市コミュニティチャンネル（YouTube）-----	11
かわファン	
かわさき市民活動センター	
つなぐど KAWASAKI	

# クラウドファンディングってなに？

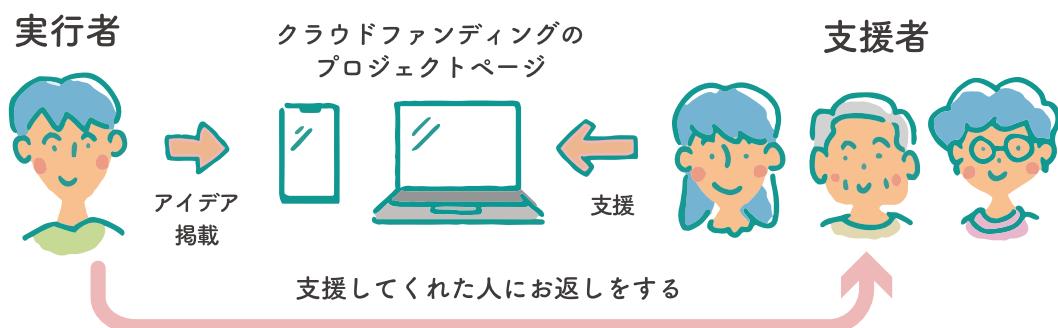
## ▶ クラウドファンディングとは

不特定多数の人（Crowd）から お金を集める（Funding）ことです。

資金を調達するには、クラウドファンディングの他にも、助成金の活用、法人寄付や寄贈などの方法がありますが、なかでもクラウドファンディングは時期を選ばずに始められるなどのメリットがあります。また、クラウドファンディングを行うことは、プロジェクトの広報効果もあり、これがきっかけで別の仕事につながることもあります。

## ▶ クラウドファンディングの流れ

実行者がアイデアをクラウドファンディングのプロジェクトページに掲載し、支援者が支援を行います。その後、実行者は支援者にリターン（お返し）をするというのが全体の流れになります。



## 準備が8割！

プラットフォームに登録し  
プロジェクトページを作成しよう

## ▶ クラウドファンディング実施の一連の流れ

クラウドファンディングはプロジェクトページを公開するまでにやることがたくさんあり、準備が「8割」とも言えます。実施に向けた一連の流れをご紹介します。



## ▶ プロジェクトページのイメージ

プロジェクトページは、例えば右図のように、タイトル、画像、目標金額の設定、実行者の情報、リターンの情報などが載っています。それぞれの掲載のポイントをご紹介していきます。



## ▶ 「All or Nothing」と「All In」の違い

プロジェクトページを公開するまでに、目標金額を達成しなければ入金されない「All or Nothing」にするか、集まった金額を受け取れる「All In」にするかを決めなければなりません。

下の表を参考に、目的に合わせて選択しましょう。

	メリット	デメリット
<b>All or Nothing</b> 目標金額が達成した時に成立。 99%で終了しても入金されない	タイムリミットや金額が可視化されてるので、みんなで応援して追い上げがおきる	達成目標金額に1円でも達成しなければ、「0円」となる
<b>All In</b> 目標金額に達成していなくても集まった分が入る	目標金額を達成しなくても、集まった分の金額が入ってくる	・集まった額では事業が執行できない可能性もある ・広報・PRに力が入らなくなる可能性もある

## ▶ 目標金額の考え方

プロジェクトページを公開するまでに、目標金額を設定する必要があります。プロジェクト実行のために必要な費用のほか、手数料やリターンにかかる費用も計算しておきましょう。

$$\text{目標金額} = \text{①プロジェクト実行のために必要な費用} + \text{②クラウドファンディング会社への手数料} + \text{③リターンにかかる費用}$$

## ▶ プラットフォームの特徴と手数料

クラウドファンディングのプラットフォームは100以上あります。自分のプロジェクトに近い強みを持ったものを選びましょう。



例えばこいな  
プラット  
フォームが

自分と似たプロジェクトや  
キーワードを検索して成功し  
ているかをチェック

手数料が安くなるキャンペー  
ンをしていることも  
あるので要チェック

	強いエリア	手数料
READYFOR	社会貢献・社会課題解決に 向けたプロジェクト	<ul style="list-style-type: none"><li>・ シンプルプラン 12% (手数料 7% + 決済手数料 5%)</li><li>・ フルサポートプラン 17% (手数料 12% + 決済手数料 5%)</li></ul>
CAMPFIRE	アート、テクノロジー、フード・ 飲食店、ファッショニ、ビジネス・ 起業、まちづくり・地域活性化	17% (手数料 12% + 決済手数料 5%)
GoodMorning	社会課題に取り組むプロジェ クト	9% (手数料 4% + 決済手数料 5%)
かわファン	川崎に特化したプラット フォーム	約 20% 運営経費 15% + 決済手数料 (<4.4% + 寄付件数 × 40 円) + 消費税)

※2022年3月現在

## ▶ プロジェクト期間はどのくらいが妥当?

プロジェクトページを公開するまでに、プロジェクト期間も設定する必要があります。いつクラウドファンディングをスタートさせるのかは、いつお金がいるのかから逆算して決めましょう。



期間が終わったら  
即入金ではない  
ので要注意!

	期間	決算額確定	支援金入金
READYFOR	10～59日 (※All inの場合 10～90日)	支援募集終了日 から7日後の翌 営業日の10時	支援募集終了日から翌々月10日
CAMPFIRE / GoodMorning	2～80日	支援募集終了日 の翌日	振込申請日当月末締めにて入金 手配し、翌月末日に振込
かわファン	～90日	終了日から10日 以内	終了日翌日の翌月末まで

※2022年3月現在

## ▶プロジェクトのタイトルは訴求力のあるものを！

プロジェクトのタイトルを決めましょう。クラウドファンディングのプラットフォームによって、タイトルの文字数は決まっていますが、下記の要素を入れると効果的です。全部入れることは難しいので、何パターンか作り、一番訴求力のあるものを選びましょう。

### 成功するタイトルの傾向

- ・対象者が分かる
- ・課題の深刻さが伝わる
- ・プロジェクトが行われる場所が分かる
- ・プロジェクトの内容が分かる
- ・プロジェクトを通じて目指す社会が分かる
- ・プロジェクトの規模が分かる数字が入っている

### プロジェクトに関連した数字を入れる

- ・受益者の数
- ・施設の数（学校、病院、サポートセンター、etc.）
- ・予算の規模
- ・稼働している日（365日、毎週、etc.）
- ・目標とする数（ゼロにする、10万人に届ける、etc.）

成功事例の  
タイトルを見てみよう！

寝たきりでも働ける「分身ロボットカフェ」実験店常設化プロジェクト！

ory\_laboratory ソーシャルグッド

達成金額 44,587,000円 (45%) 目標金額は10,000,000円

支援者数 2156人

募集中まで残り 終了

© CAMPFIRE, Inc.

### 対象者+目指す社会 +プロジェクトの内容

<https://camp-fire.jp/projects/view/405051>

人は  
画像を2秒見て  
先を読むかを  
決める

### 対象地+課題の深刻さ +数字

<https://readyfor.jp/projects/rocinantes>

READYFOR キーワードで検索

#社会にいいこと #国際協力 #ReadyForVOYAGE

スダーナの無医村に診療所を建設し、7,000人の命を救いたい！

川原 勇行 (READYFOR法人登録ナンバースタッフ理事長)

達成金額 14,316,000円 目標金額 10,000,000円

支援者数 389人 基準終了日 2016年6月30日

Photo: Junji Naito

## ▶トップにくる画像とタイトルが「超」重要

プロジェクトの紹介のために、写真などの画像をたくさん用意しておくことが大切です。特にトップにおく画像が重要になります。人は2秒見て先を読むか決めるとも言われています。ぜひトップには説得力があり印象的な画像を使ってください。

## ▶本文を書く

プロジェクトの本文は、以下の4つの項目を盛り込むと人に伝わりやすくなります。それぞれの項目についてまずは箇条書きを作成し、その後文章を膨らませていきましょう。

また、プロジェクトページに書く内容は、各プラットフォームのサイトで紹介されているので調べてみましょう。

誰がやるのか

誰のためになるのか

なぜやるのか

なにを、どのようにやるのか

## 本文を掲載する時のテクニック

- ・本文の文字数は4,000字前後にまとめる
- ・改行を使ったり、大切な箇所には太字を使うなどしてメリハリをつける
- ・テンプレートの項目はそのまま使わずに、その文章にあったサブタイトルをつけよう（「プロジェクトの展望や、ビジョンを記入しましょう」ではなく「本を開くことは、未来を拓くこと」のように）
- ・写真の他に、グラフやインフォグラフィックなどの画像（右図）、動画も活用する
- ・スマートフォンで見る際に1スクロールごとに画像が置かれているようにする

100  
回以上

20  
万人以上



17  
年間



60% (例)

## ▶リターンの設計

リターンの設計には以下のようないろいろな考えがあります。

いろいろな  
リターンの  
例

- ・プロジェクトやその土地ならではのものにする
- ・ものをもらうよりも「体験」が好まれる
- ・リターンの選択肢が少なすぎても多すぎても、人は選べず離脱される
- ・だめもとで高額リターンも入れておく
- ・いざとなれば貸切などの特別感を

※リターンを返すのにもお金がかかることを認識しましょう。

地元に来てもらうきっかけをつくる

カヌー体験チケット（2枚）20,000円

現地集合が難しい場合はオンラインで

バーチャルツアー＆報告会 30,000円

だめもとの高額リターン

ブックカフェの命名権 2,000,000円

いざとなれば貸切などの特別感を

図書館1日貸切コース 100,000円

# プロジェクトを公開して支援を集めよう!

## ▶ 支援集めの鉄則

支援集めの鉄則は、まず人に伝え、お願いをすることです。お願いをしない限り、支援は入ってこないということを肝に銘じ、情報をとにかく広げていくことが大切になります。

支援をしない理由

お金がない

資金使途が不明

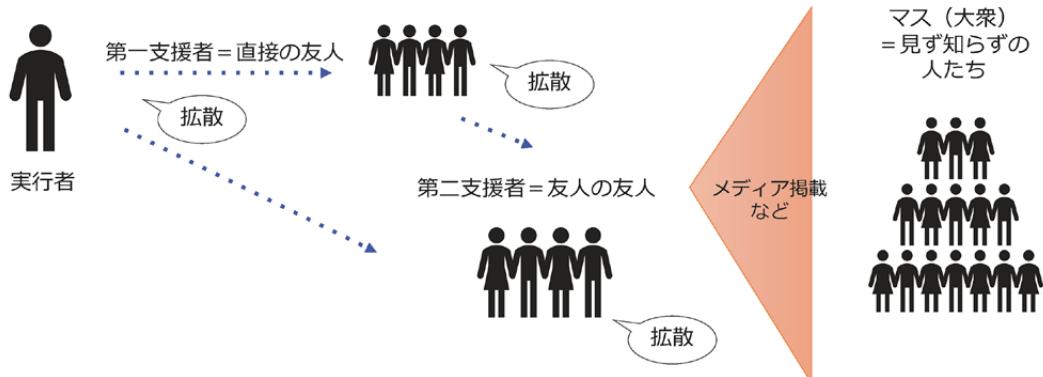
頼まれない

「NEVER ASK NEVER IN」

(お願いをしない限り、支援は入ってこない)

## ▶ 支援が集まるメカニズム

支援の輪は直接の知り合いから徐々に広げていきます。まずは知り合いに、夢があること、夢に投資をして欲しいということを伝えていくところから始めましょう。



## ▶ スタートダッシュが命運を握る

クラウドファンディングのページは「人が集まる場所」であり、「球場」や「公園」に似ているかもしれません。どれだけ良い内容でも、告知をしなければ、見に来もらえません。また、賑わっている場所には人は自然と集まります。

そのために、「開始前」と「開始直後」のスタートダッシュが重要になります。クラウドファンディングは「1週間以内に目標金額の30%を達成する」と、プロジェクト達成の成功率が上がると言われています。

支援の輪を知人から一般の人へと広げていくために、開始前に広報の計画をたてましょう。

一週間以内に  
目標金額の  
30%達成



### 個人ワーク

1週間以内に目標金額の30%を集めるためにやることを書き出そう！

## ▶広報計画～さまざまなリストの作成

プロジェクトの公開前に、支援のいただけそうな方のリストを作成するなど情報を整理し、計画的に進めていきましょう。



### アタックリスト

- 支援のいただけそうな方のリスト（いつお願いするかのスケジューリングも行う）
- 金銭的な支援は無理でも、自身のSNSでプロジェクトページを紹介していただけそうな方もリストアップする

### メディアリスト

- アプローチが可能なメディアのリスト

### 応援コメント依頼リスト

- 熱量をもって応援コメントをいただける人への声かけリスト

### SNS投稿リスト（スケジュール）

- SNSに投稿する記事の内容と発信のタイミングもリストアップする

## ▶広報媒体～オンラインとオフラインをバランスよく活用

広報媒体として、ソーシャルメディアといったオンラインの媒体と、ハガキ、チラシ、対面での呼びかけといったオフラインでの媒体をバランスよく活用しましょう。

	例	媒体の強み
オンライン	SNSなどのインターネット上の拡散	<ul style="list-style-type: none"><li>情報の即時性</li><li>双向性</li><li>ボーダレス</li></ul>
オフライン	ハガキやチラシなどの紙媒体 イベントの実施や対面での呼びかけ	<ul style="list-style-type: none"><li>情報の保存性</li><li>一対一のコミュニケーション</li><li>直接目にし、手にできる</li></ul>

## ▶シェア祭りで支援者の輪を広げよう

Facebookなどのイベントページを使って、みんなで一斉にプロジェクトページをシェアしてもらう「シェア祭り」。どこにいても参加でき、ページの閲覧数が増えるので効果的です。

### シェア祭りの流れ

- ステップ1：URLとハッシュタグをコピーする
- ステップ2：コピーしたURLとハッシュタグを、ご自身のタイムラインに貼りつけて投稿する。
- ステップ3：投稿完了したら、Facebookのイベントページのディスカッションに「シェアしました！」と報告する

## ▶目標達成に向けて頑張ろう！

プロジェクト期間は目標達成に向けて計画してきたことを日々実践していくましょう。あきらめなければ人の輪が広が

10 り大きな成果につながることでしょう！



# 市民活動（まちのひろば）を応援する 川崎市内のさまざまな取組

## 川崎市コミュニティチャンネル（YouTube）



『わかりやすさ！楽しさ！手作りの温かさ！』をコンセプトに、職員が自ら動画編集して、川崎市内にあるさまざまなつながり（まちのひろば）のご紹介や、コミュニティ施策の用語解説、イベントのアーカイブ等を発信しています。動画を通じて、地域の絆やつながりの大切さ、誰かとつながることの楽しさを感じていただければ嬉しいです。



## かわファン（かわさきのクラファン）



かわファンのイメージ

「公益財団法人かわさき市民しきん」の寄付プログラムをより一層利用しやすくするための地域限定クラウドファンディング型寄付プラットフォームです。川崎のことを思い、川崎を良くするための“事業やアイデア”と、それを実現するための市民の“共感と支援”を集めています。公益財団法人が集める寄付なので税制優遇があり、寄付をする方にもメリットがあります。



## かわさき市民活動センター



川崎市における市民活動の中間支援組織として、市民相互の連携を図りながら市民活動の活性化を促し、誰もが暮らしやすい社会の実現に向けてボランティア・市民活動を行っている人たちや、これから行おうとしている人たちを応援しています。「人材育成」「活動拠点」「資金」「情報」「ネットワーク」など、さまざまな側面から市民活動をサポートします。



## つなぐっど KAWASAKI



川崎市内の地域の多様な主体による協働・連携の取組について市民が気軽に知り、参加を応援するポータルサイトです。

地域で活動したい個人や団体向けの情報として「市民活動支援制度」「イベント・講座」「まちレポ」「つなぐ・プロボノ」「かわさきの今を知る」「活動・場」「全国の助成金」の7つの情報を主に発信しています。





Colors, Future!

いろいろって、未来。

川崎市

令和 4 (2022) 年 3月

問い合わせ

川崎市市民文化局コミュニティ推進部協働・連携推進課

TEL 044-200-1986 FAX 044-200-3800

E-mail 25kyodo@city.kawasaki.jp

監修：鎌倉 幸子（かまくらさちこ株式会社）

制作：株式会社 石塚計画デザイン事務所