

アフターコロナのクラブファン戦略

～変わりゆくクラブファン 市場、
これからの戦い方とは～

2023/09/05開催

本セミナーの相性が良い方

- ✓ 最近のクラファンに変化を感じている方
- ✓ クラファンの広告について悩んでいる方
- ✓ クラファンの最新情報が知りたい方
- ✓ なるべく失敗なくクラファンに挑戦したい人
- ✓ クラファンから自社販売まで繋げていきたい方

本セミナーで得られる事

- ✓ なぜ以前のように売上が取れなくなったのかが分かる
- ✓ **アフターコロナにおいて、
クラファン市場で何が変化しているのかわかる**
- ✓ クラファンのプラットフォームの特徴が分かる
- ✓ クラウドファンディングを、
今後どのように活用していけばいいのかが分かる

クラウドファンディング 専門コンサルタント 高知利香 経歴

LyRic合同会社 代表
現役通販キャスト

メディアのDXへの興味からWeb業界へ
物販業界のDX D2C ライブコマースにトライ中
元 武蔵野学院大学客員准教授・元アパレルメーカーSV



クラファン広告マーケティング実績

2019年12月からクラファン マーケットに参入
70件以上のプロジェクトに携わる。



世界を圧倒する
別格の存在感。

ドイツ製本格派トゥールビヨン
WALDHOFF
ヴァルドホフ

▶再生

¥ 応援購入総額 **44,142,408円** Success!
目標金額 1,000,000円

4414%

サポーター 305人

残り 終了

終了しました

【時間を忘れるほどの美しさ】手の届く最高峰の腕時計。ドイツの本格派トゥールビヨン

フライパン探すの、
やめませんか？

Surutto

▶再生

¥ 応援購入総額 **15,894,900円** Success!
目標金額 100,000円

15894%

サポーター 970人

残り 終了

終了しました

買ったてのスルツと感が長続きするフライパン

居眠り防止アラーム
iPeeler
Anti-Sleep-Alarm

あなたを
絶対
眠らせない。

▶再生

¥ 応援購入総額 **7,098,240円** Success!
目標金額 200,000円

3549%

サポーター 446人

残り 終了

商品化したリターンを見る

【自動車事故で全てを失う前に】居眠り運転の救世主！あなたの運転を見守るパートナー

【時間を忘れるほどの美しさ】手の届く最高峰の腕時計~ドイツの本格派トゥールビヨン

tridialnc プロダクト

世界を圧倒する
別格の存在感。

ドイツ製本格派トゥールビヨン
WALDHOFF
ヴァルドホフ

▶再生

¥ 現在の支援総額 **¥30,201,840**
目標金額は1,000,000円

支援者数 **180人**

募集終了まで残り **終了**

「薄い、小さい」のその先へ
第3世代 オールインワンウォレット

One

¥ 現在の支援総額 **¥13,423,405**
目標金額は300,000円

支援者数 **1297人**

募集終了まで残り **終了**

お気に入り 516

おめでとうございます

このプロジェクトは、2020-08-03に募集を開始し、1,297人の支援により13,423,405円の資金を集め、2020-10-03に募集を終了しました

完成まで17か月掛かったAge渾身の二つ折り財布「One」。独創的な「タンCap構造」で小銭の出し入れが圧倒的に楽になり、2000円以上の小銭でもわずか2cmの厚さを保ちます。3年後も持っていたくなるような愛着がわくカラーと経年変化、サスティナブルな社会に貢献する第3世代の財布をご提案します。

99.91%
除菌

ウイルス 細菌 ダニ

AI搭載多機能自走ロボット
ROCKUBOT

¥ 現在の支援総額 **6,144,330円**
目標金額は150,000円

4096%

支援者数 **310人**

募集終了まで残り **終了**

長引くウイルス対策に!!持ち運びも便利なコンパクト除菌ロボット!「ロックボット」ボタン一つで簡単除菌。お部屋・布団・スマホまでどこでもなんでも楽々除菌。化学薬品を使わずに99.91%の細菌・ウイルスをやっつける。布団の奥底に潜むダニも徹底退治。Bluetoothスピーカー機能やスマホQi充電機能もあり

最小の広告費で売上を最大化させる クラブファン広告の極意

を独自に編み出すことに成功しました！



TachiMiyabi合同会社様

クラファン2回目、**広告費を100万円も減らしたのに、 売上は360万円増加**

「薄い、小さい」のその先へ
第3世代 オールインワンウォレット
再生 One

応援購入総額 **11,889,460円**
目標金額 400,000円
2972%

サポーター 1,156人
残り 終了

終了しました

「薄い、小さい」のその先へ！第3世代オールインワン、インド産レザー財布【One】

「薄い、小さい」のその先へ
第3世代 オールインワンウォレット
再生 One

現在の支援総額 **¥13,423,405**
目標金額は300,000円
支援者数 1297人

延長決定！「薄い、小さい」のその先へ！第3世代インドレザー財布【One】

「延長しまし」
第3世代 オールインワンウォレット
再生 One

現在の支援総額 **¥2,142,234**
目標金額 400,000円
支援者数 181人
残り 終了

支援総額 **15,565,639円**



およそ**100万円**も予算が少ないにも関わらず、売上は**360万円**多く達成

LyRicでサポートさせて頂いた「初挑戦」のお客様



株式会社ふじいろ

クラファン初挑戦で1,500万円達成！
Makuakeジャンル内歴代1位獲得！

第二弾では初回よりも
サポーター数が300名増加！

フライパン探すの、
やめませんか？



▶ 再生

Success!

¥ 応援購入総額
15,894,900円
目標金額 100,000円

15894%

サポーター 970人

残り 終了

商品化したリターンを見る

Surutto

フライパン探すの、
やめませんか？



▶ 再生

Success!

¥ 応援購入総額
12,949,769円
目標金額 100,000円

12949%

サポーター 1,279人

残り 終了

終了しました

新サイズ
深型

Surutto

← RE 返信元



森下あゆみさん

“ “  森下あゆみ 2022年5月19日 16:58

1000万円達成おめでとうございます 🤩 ✨

ありがとうございます！

森下さんのサポートのおかげです！

今回は広告費も50万ほどしか使っていないので、本当に費用対効果が良くなりました！

まさにおかげさまで 🙏

クラファン広告に悩んでいる方が多いことを知り

クラファン広告の無料セミナー動画を
広告で拡散し、多くの反響を頂きました。

クラファンを成功に導く！

広告戦略 2つの極意

最小の広告費で売上を最大化

1000万円超えを達成した広告テクニックを
今だけ！限定公開

メールアドレス 必須

 無料動画講座を今すぐ視聴する

講座1回目
クラウドファンディングは
画期的なビジネスモデル？！



最小の広告費で売上を最大化させる
クラファン広告の極意



しかし・・・

アフターコロナになり、
また、クラファンの動向が変わり

クラファン広告への向き合い方も変えなければならなくなりました。

動画講座をご覧頂いた方に
クラファン広告への考え方をアップデートしなければ！



動画を見ていない方のために

少しだけ復習

クラファン は黎明期から成長期に移行している

応援購入総額（GMV）の四半期推移

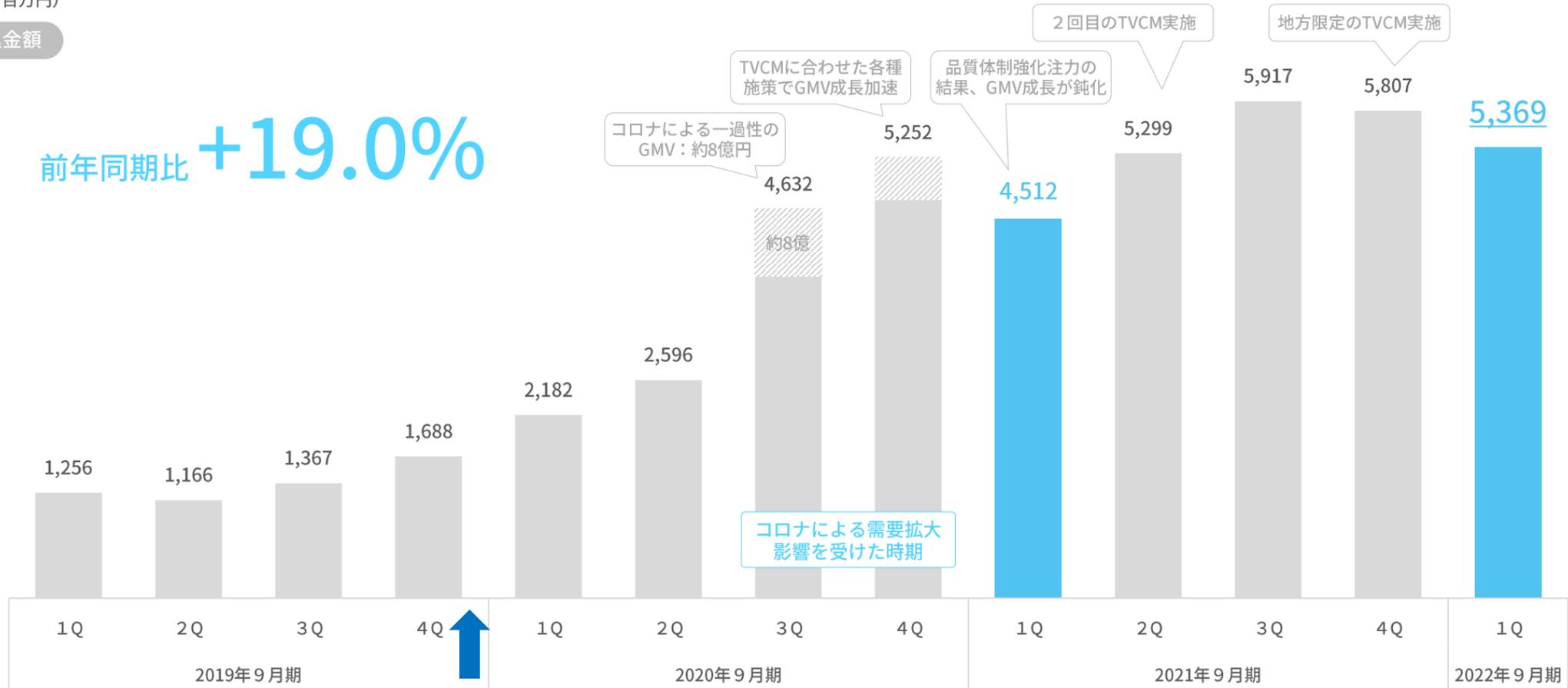
購入型最大手Makuakeの売上推移

- 掲載開始数及びアクセスUUの増加により前年同期比19.0%増加しましたが、当四半期がCVRの改善施策の開始期間であったことからCVRの改善は図れず、前四半期比7.5%減少しました。

(単位：百万円)

税込金額

前年同期比 **+19.0%**



LyRic 参入時期

New!



中村月子「名曲喫茶ナイト珈琲ミュージック」カバーアルバム制作



極上和紙で着心地と着映えの両立が叶う《美濃和紙×UNISEXセツトアップ》



書いて整理派のあなたに気に入ってもらえるYOSHINA折り返せシステム手帳



ボールペン芯が本来持っている筆記性能を限りなく引き上げてくれるマルチペン



【独自技術】ワイシャツの縫製でジャケット襟を守る、ビジネスパーソンのTシャツ



家庭菜園デビューに! 特許技術でグングン成長! 30日で収穫【室内用水耕栽培キット】



【移動が趣味になる】軽量コンパクトでスマートな走り。折りたたみ電動アシスト自転車



「香る」プリザーブドフラワー・和と洋が織りなすルームフレグランス



1本でソトメシを格上げ! 3万瓶売れた肉味噌をアウトドア専用にかえた「豚味噌」

プロジェクト数が増えた分、1プロジェクトあたりの流入数は分散しがち

ヤンキーヒーローパンプス

30日 25,245円 25%

得る?! 「魅せるを叶えるまゆげ用美容液」

26日 61,710円 20%

画素の高精度、超軽量多機能ポータブルスキャナー

59日 386,100円 128%

トレーニングマシンで本格エクササイズ!PTコア

45日 218,300円 155%

のこを本気で考えた歯磨きセット「BowDent」

30日 190,720円 190%

した電動吸入歯ブラシ bluereo G100(J)

45日 26,400円 13%

「アゴ肉」の炭火焼! 味付けは手作り希少塩「にしきの塩」

69日 387,920円 258%

落なプレミアム二重密封ステレス生ゴミ箱

15日 151,800円 151%

だ一休みをデザインする、取うCBD [SOON]

26日 584,830円 116%

Danae's Bow ジュエリー! ダナエの美しさを天然ダイヤモンドで輝かす!

27日 0円 0%

創業45年の町工場トピアで大活躍! ナクリップ

45日 669,980円 669%

第二弾 classicシリーズ AVIATOR ULTIMATE SLIM WEAR

69日 35,912円 11%

足裏から身体を安定させる。量の心地よさも味わえる新感覚草履「IXAZ」

75日 99,000円 49%

【革のカシミア・鹿革】しなやかにフィットする極上の柔らかい履き心地サンダル!

30日 273,240円 273%

備後 福山発! 「スーパージンパエデニム ストレートパンツ」ブラック&ホワイト

45日 49,600円 9%

世界遺産「富岡シルクブランド」希少なシルクで作った枕カバー&贅沢ホテル仕様枕

15日 533,800円 667%

パワーUPして新登場! 自宅でも使える静音設計&冷蔵と冷凍使い分け! 車載冷凍冷蔵庫

60日 1,195,840円 597%

「アクティブキャリア」 スズキ スーパーキャリアDA16T専用 多目的キャリア

27日 182,563円 182%

自然流入が減っている

いつでも清潔、強力消臭! 自動UV除菌&空気洗浄機能付き猫トイレ「キャットール」

33日 39,550円 19%

【じめじめ&蒸し暑さにサヨナラ】サラッと快適! 麻100%バイルタオルケット

30日 195,830円 97%

第二弾! ミニマリストの心を掴む「AVIATORウォレット」クラシックシリーズ

44日 13,200円 13%

足裏から身体を安定させる。量の心地よさも味わえる新感覚草履「IXAZ」

44日 167,310円 167%

【革のカシミア・鹿革】しなやかにフィットする極上の柔らかい履き心地サンダル!

59日 368,500円 368%

備後 福山発! 「スーパージンパエデニム ストレートパンツ」ブラック&ホワイト

13日 155,320円 155%

世界遺産「富岡シルクブランド」希少なシルクで作った枕カバー&贅沢ホテル仕様枕

15日 171,600円 1716%

パワーUPして新登場! 自宅でも使える静音設計&冷蔵と冷凍使い分け! 車載冷凍冷蔵庫

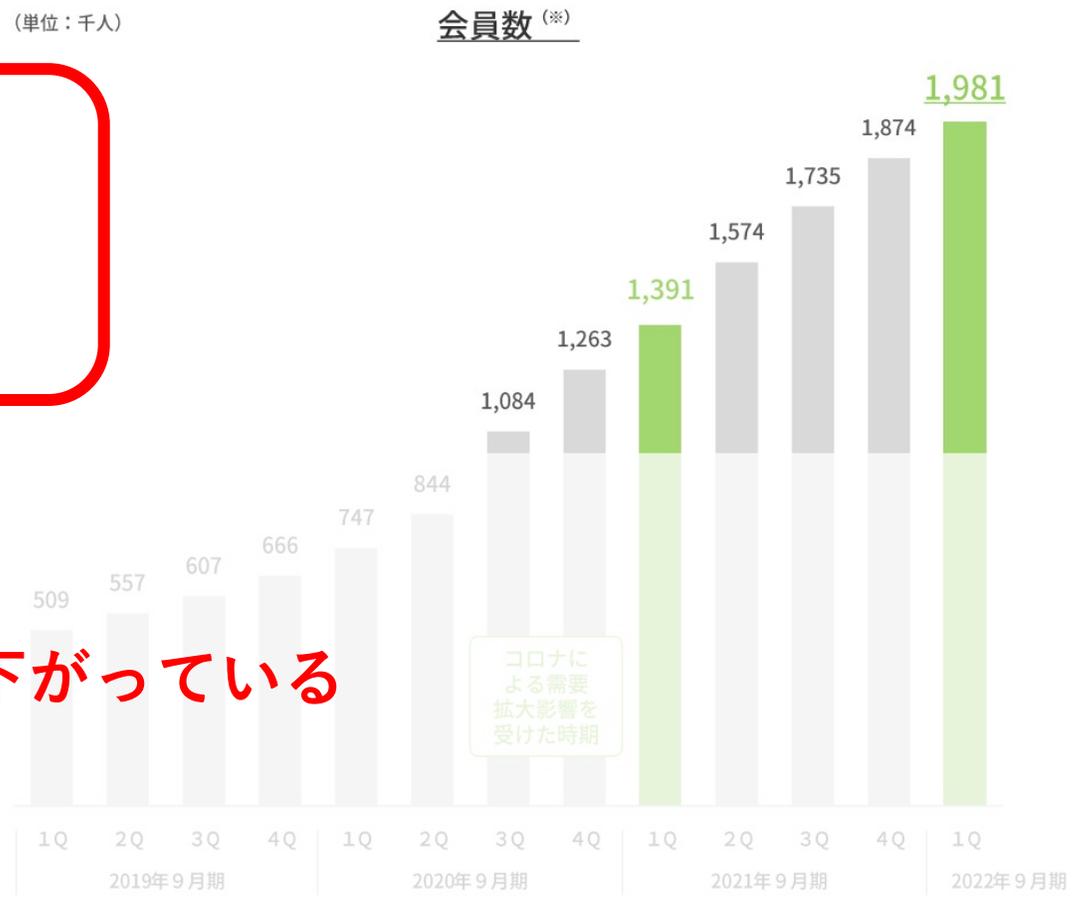
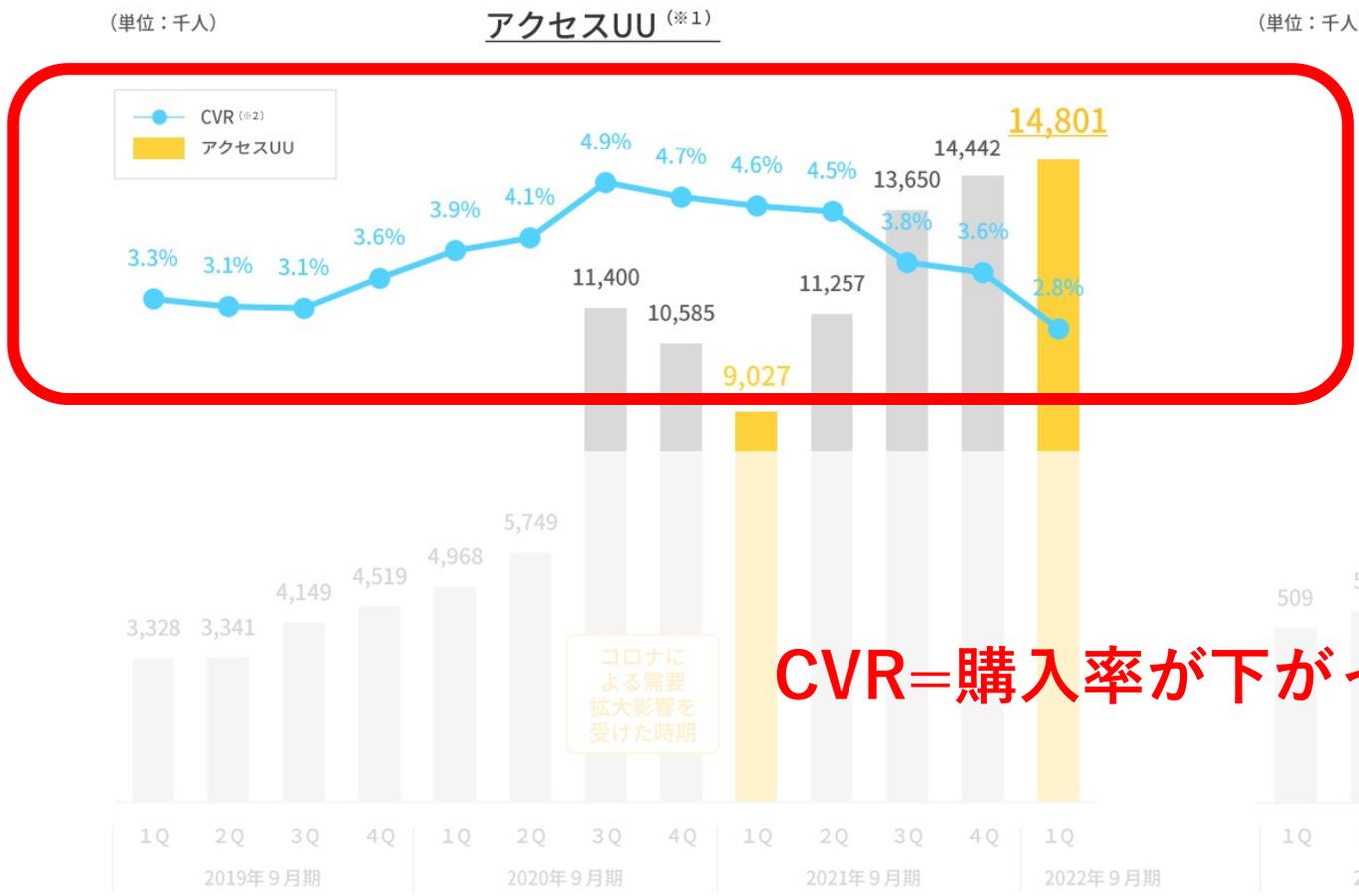
76日 6,374,496円 2124%

「アクティブキャリア」 スズキ スーパーキャリアDA16T専用 多目的キャリア

82日 0円 0%

重要指標の推移 (2)

・掲載開始数の増加により新商品発見の場としてMakuakeの認知が広がり、アクセスユニークユーザーが増加しました。一方、**CVRは改善施策の開始期間であったことから下期の改善に向けて各種取り組みを続けています。**



CVR=購入率が下がっている

(※1) 期間中にMakuakeを訪れた人数
 (※2) CVR: コンバージョン率。MakuakeにおけるアクセスUUの応援購入率
 応援購入件数÷アクセスUU。応援購入件数はAppendixをご確認ください。

(※) 会員登録した人の累計÷1度でも応援購入したことのある人

売上の方程式

$$\text{売上} = \text{流入数} \times \text{購入率} \times \text{商品単価}$$

✓流入数 = ページに訪れた人

✓購入率 = ページに訪れた人が買ってくれた割合

参入者が乱立する中で
ページへの自然流入の数が減っている。

だから

広告を上手に活用し

流入を促していかないと売れない。

最小限の広告費で
売り上げを最大化させるためには

2つの重要なポイントがあります。

- ① プラットフォームの力を最大化させる広告設計をすること
- ② 自分の商品を買ってくれそうな人だけに
ピンポイントで広告を表示させる
(クラファンが好きな人に広告を表示させるなど)

Makuakeにおける広告の戦略

スタートダッシュをつけるための広告



初速の山を大きく

終盤の山を大きく

購入意欲を高まえてもらうための「教育施策」

事前集客

初期

中間

最終

認知拡大
リスト&データ取得

初速を上げる!

データを貯める!

刈り取り!

今、クラファン市場で

何が起きているのか？

どんな変化があるのか？

私たちの体感

2023年に入ってから、
これまでと同じ手法で広告運用をやっても
手応えが変わってきた案件にたくさん出会ってきました

マクアケのIR資料でも、売り上げの減少が分かります。

応援購入総額（GMV）の四半期推移 **GMV（流通取引総額）**

- GW中は旅行需要によるGMV下げ圧力があったものの、実行者及びサポーターの定着構造作りやリピート化施策に注力した結果、実行者及びサポーターのリピート利用が増加し、GMVが前四半期比11.2%増加しました。

(単位：百万円)

税込金額

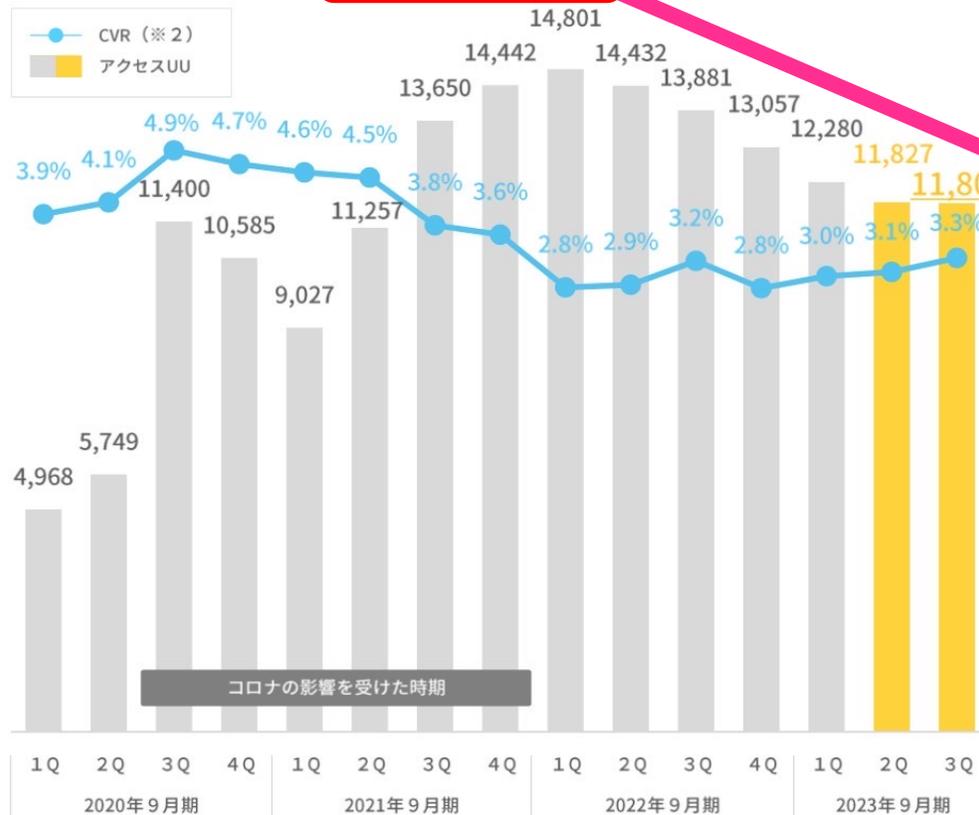


その他指標の推移

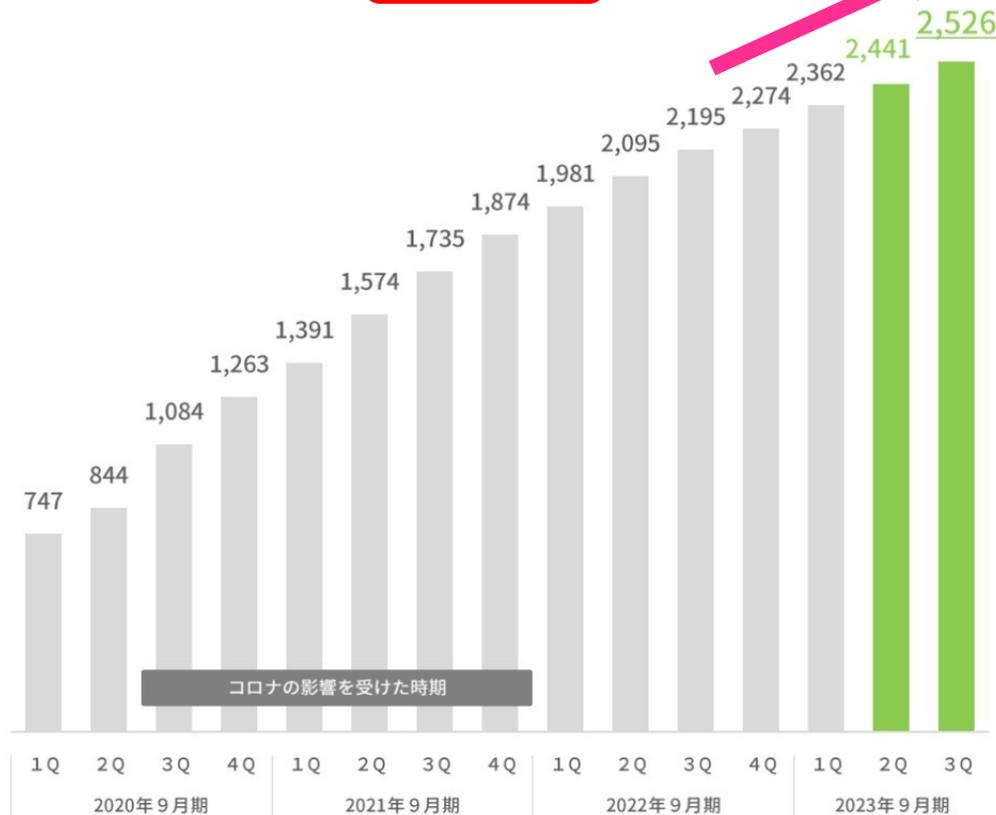
会員数は伸びているけれども、アクセス数は下がっている

- リ・オープニングによるオフラインへの消費意欲移行の影響が徐々に落ち着きを見せており、アクセスUUが前四半期比微減に留まりました。なお、魅力的なプロジェクトの増加や各種CRM施策でCVRが継続的に向上しています。

(単位：千人)



(単位：千人)



(※1) 期間中にMakuakeを訪れた人数。Googleアナリティクスの基準により集計されたアクセスUU

(※2) CVR：コンバージョン率。MakuakeにおけるアクセスUUの応援購入率
応援購入件数÷アクセスUU。応援購入件数はAppendixをご確認ください。

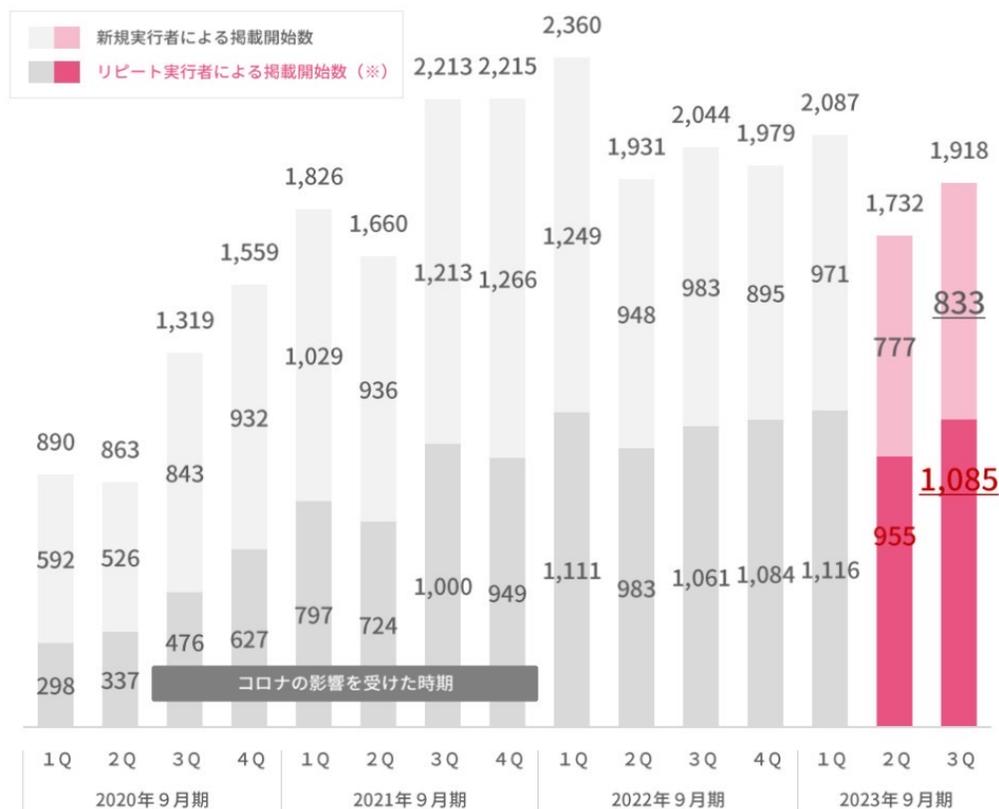
(※) 会員登録した人の累計≧1度でも応援購入したことのある人の累計

最重要指標：レポート実行者による掲載開始数及びレポートの応援購入金額の推移

- 実行者のレポート可能性に基づいたサポートプログラムを仕組化し展開したことでレポート実行者による掲載開始数が前四半期比13.6%増加しました。また、各種CRM施策でレポート応援購入金額が前四半期比8.9%増加しました。

(単位：件)

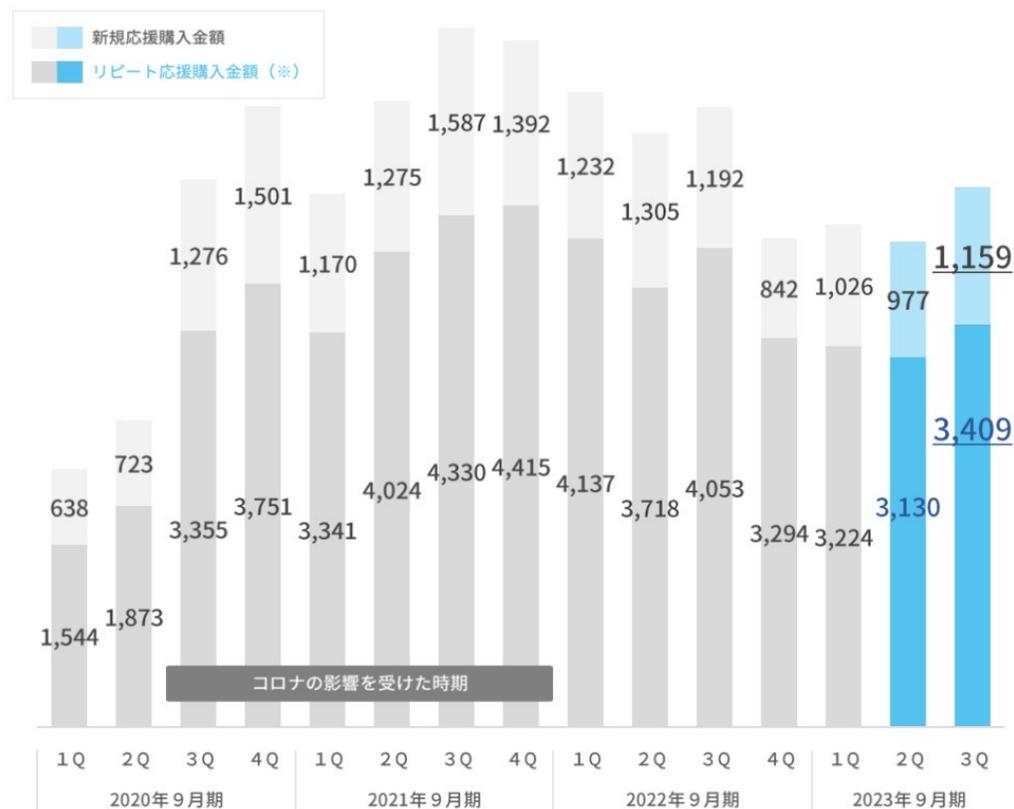
新規/レポートの掲載開始数



(※) 期間中の掲載開始数のうち、過去1年間において掲載実績があるプロジェクト実行者による掲載開始数

(単位：百万円)

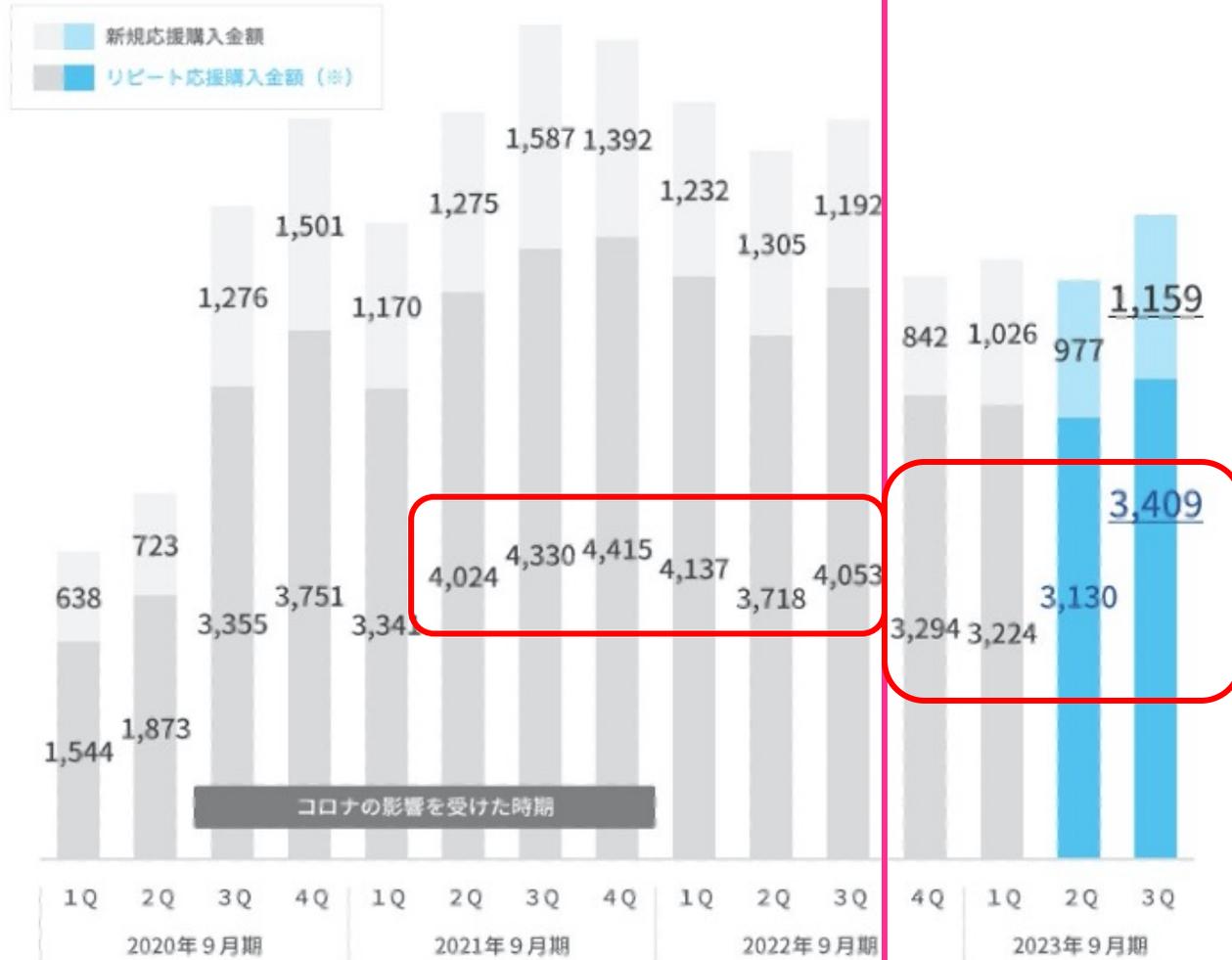
新規/レポートの応援購入金額



(※) Makuakeサービスにおける応援購入総額のうち、過去1年間において応援購入実績があるプロジェクトサポーターの応援購入金額

(単位：百万円)

新規/リピートの応援購入金額



(※) Makuakeサービスにおける応援購入総額のうち、過去1年間において応援購入実績があるプロジェクトサポーターの応援購入金額

ユーザーの「購入」に対するモチベーションが
以前と比べて下がっている

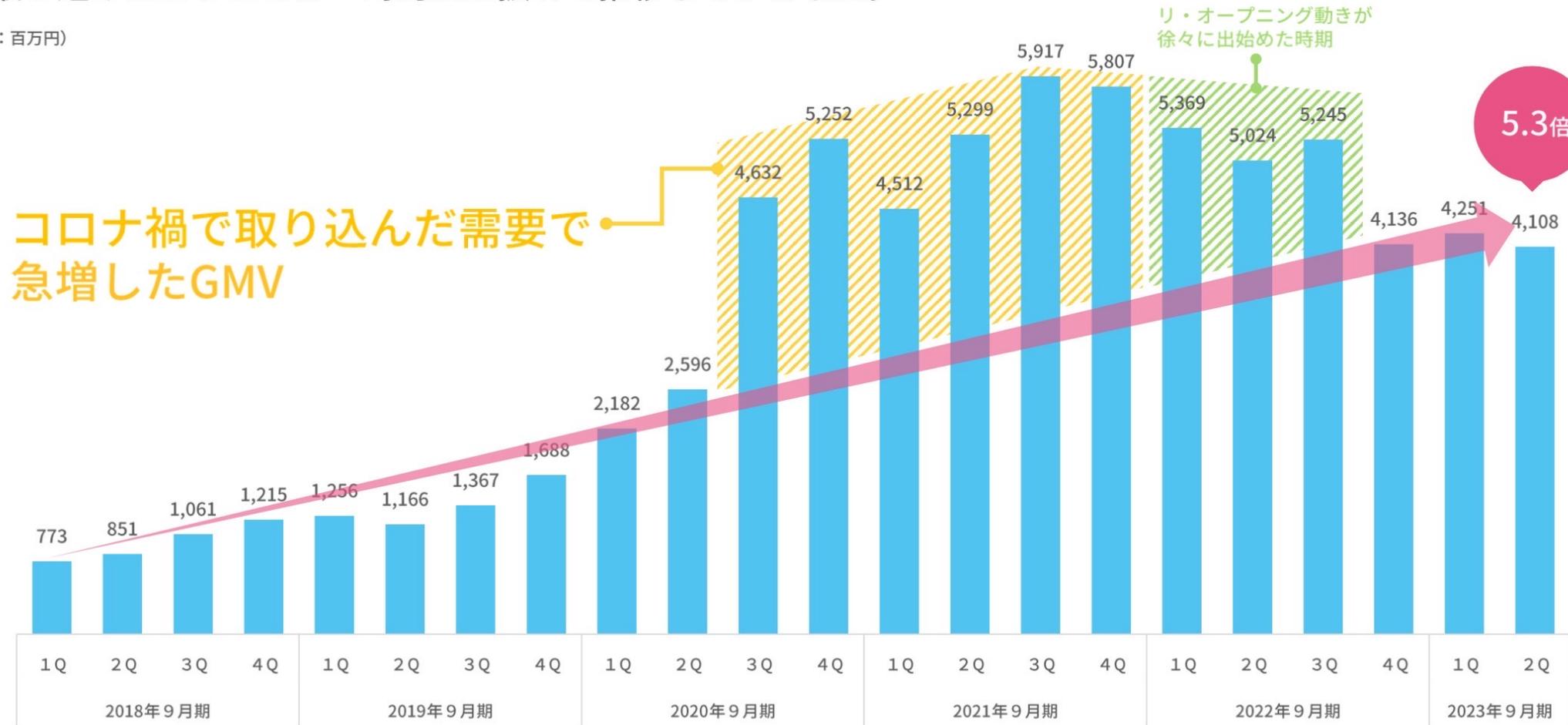


コロナ禍がボーナスタイム
だったと理解すべし！

2018年9月期からのGMV推移

- 2018年9月期の1Qから5年半ほどで四半期のGMVが5.3倍に成長しました。また、コロナ禍では、急増したEC需要の取り込みによりGMVが一時的に上振れて推移していました。

(単位：百万円)



アフターコロナにおける消費行動の変化

旅行・飲み会・イベント等
オフラインでの消費行動が戻ってきている

コロナ禍において、
時間もお金もオンラインの世界に向けられていたものが

アフターコロナでは
オフライン=外に向けられている前提がある。

競合は、**オンラインだけではなく**

オフライン=外にも存在するという見方が必要



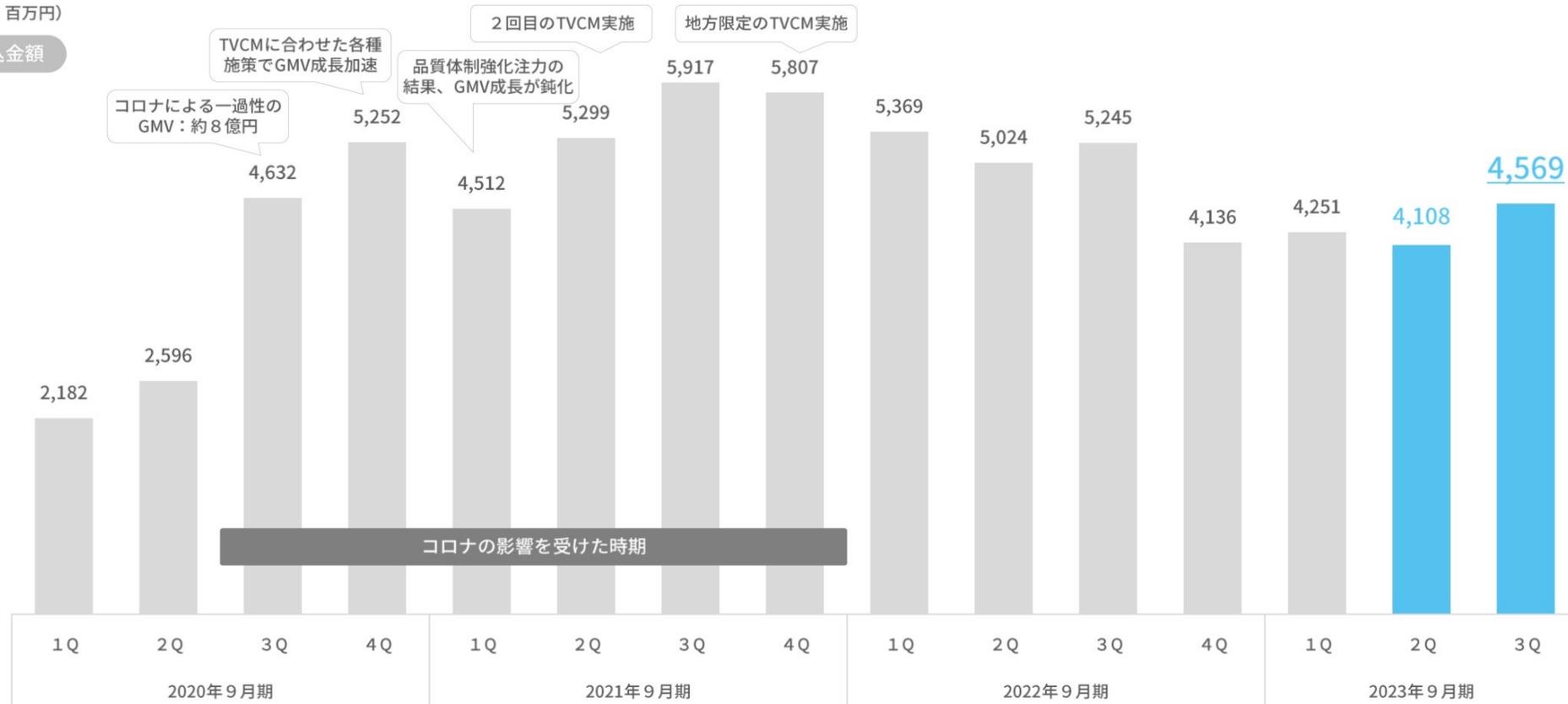
旅行ニーズが高まることによる流通額の低下

応援購入総額（GMV）の四半期推移 **GMV（流通取引総額）**

GW中は旅行需要によるGMV下げ圧力があったものの、実行者及びサポーターの定着構造作りやリピート化施策に注力した結果、実行者及びサポーターのリピート利用が増加し、GMVが前四半期比11.2%増加しました。

(単位：百万円)

税込金額



広告屋視点で言うと・・・

コロナ前は **当たり前** だった視点

クラファンのフェーズの変化を意識し、 【前提】が変化し続けることを想定して

成長期

成熟期

黎明期



スタート時期(曜日などの感覚)

投下する広告費の調整

期待値に対しての結果の見方

広告費の投下で気を付けるPoint！

いくつか、プロジェクトを見た中での仮説として

- 低単価商品 ▶ これまでと変わらない感覚でやっても危険が少ない
- 高単価商品 ▶ アフターコロナで変化が顕著に感じやすい商材
以前と変わる前提で広告費の投下を考えた方がいい

Makuakeにおける広告の戦略

気をつけた予算投下



初速の山を大きく

終盤の山を大きく

商品力を見定めて、資金投下するか検討

事前集客

初期

中間

最終

認知拡大

リスト&データ取得

初速を上げる!

データを貯める!

刈り取り!

単価が高めの商材の場合は、広告費の投下金額は慎重に！

スタート時（初日、初日から数日）の動き、
購入率、流入数などを注意深く見て

広告費の投下を続けることで、
売上が伸びる商材なのか
厳しそうな商材なのか

経営判断として見極めることが大切



広告費投下を減らさない判断をして
売上を伸ばしている案件

数字を見ることは大切！

ただし、
数字だけで判断しないことも大切。

数字は、その先の「お客様の心理」を表したものの

その視点で「お客様の心理」を想像し

事業主として経営判断をしていく力が求められている

仮説

ある程度の単価の商材にでは、**リストやブランドを育てている**ところが強い

ブランドを育てていく

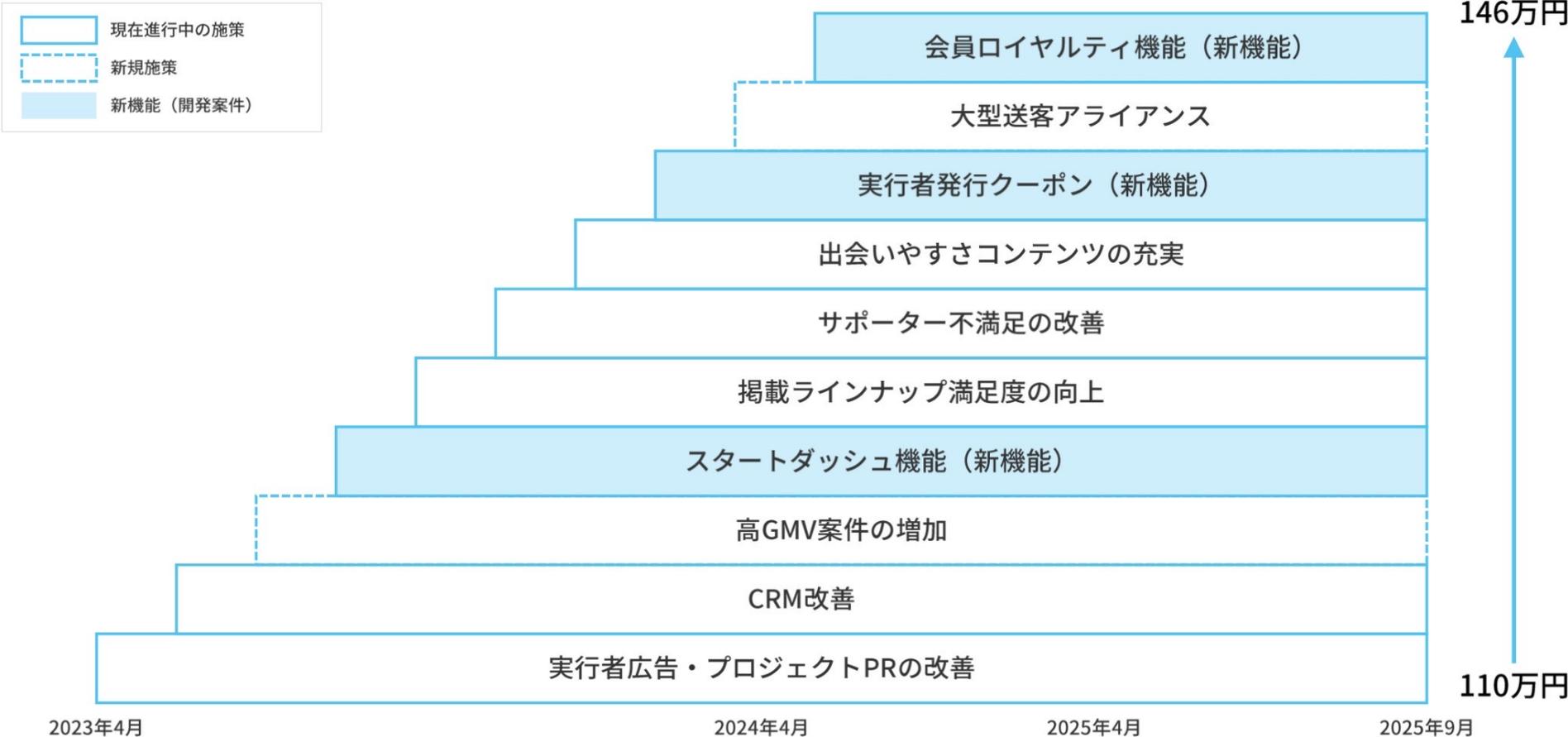
ファン化させていく

ロイヤルカスタマー化

リストマーケティングにも力をいれる

Makuakeの戦略的にも **ファン化** を強化する施策の発表

最重要KPI 月次プロジェクト単価の向上施策とインパクト時期

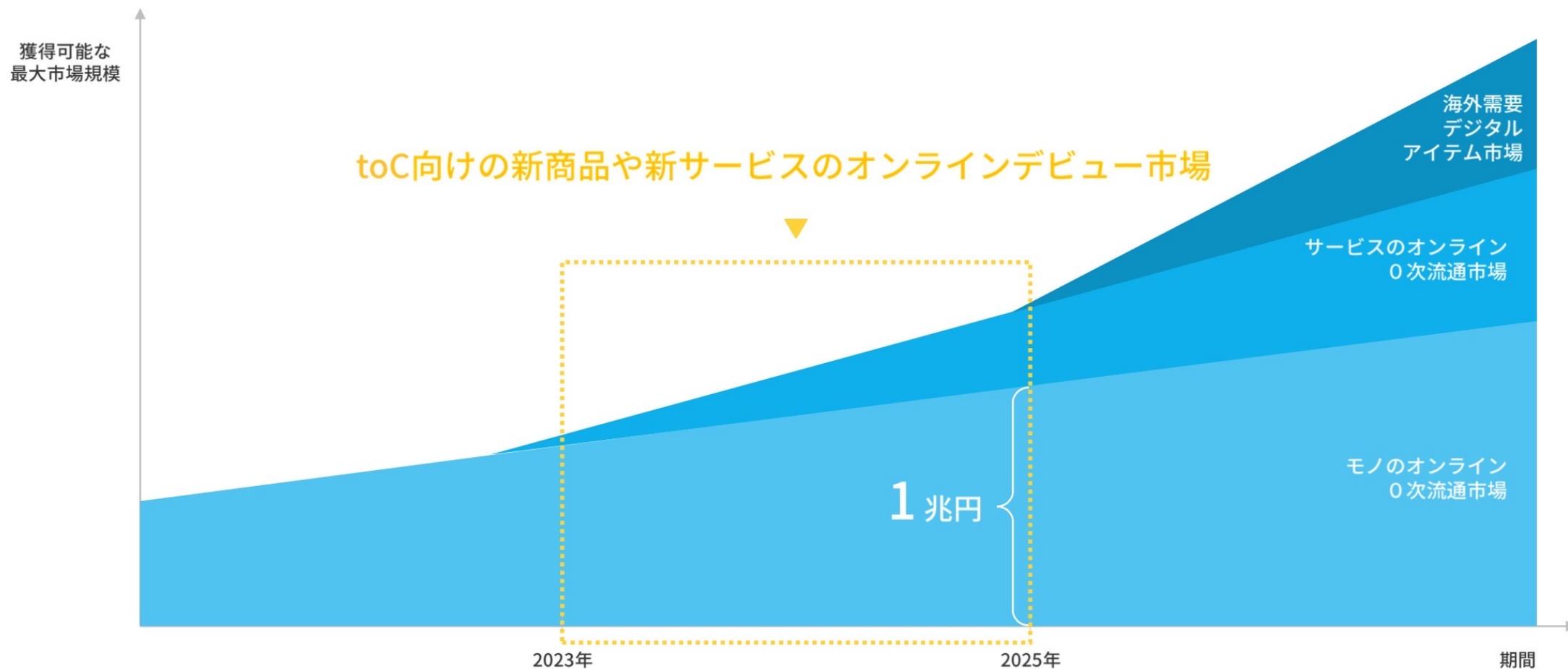


実行者フォロー機能を活用したファンベース化のイメージ



2025年9月期までのメインターゲット市場

- 2025年には1兆円まで成長すると見込んでいるモノのオンライン0次流通市場をターゲット市場のど真ん中に置きながら、サービスのオンライン0次流通市場の開拓も進めていきます。



「0次流通市場」に特化し、新たなECのプラットフォームを目指すMakuake

掲載日 2023/06/21
09:00

更新日 2023/06/22
14:48



著者：周藤瞳美

目次

1 資金集めではなくPRの場としてクラウドファンディングを活用する

2 「0次流通」を実現するMakuake

- Makuakeを通じてECの課題を解決した具体事例

国内大手クラウドファンディングサイトとして知られる「Makuake」。しかし、運営元のマクアケは、自社サービスをクラウドファンディングではなく、新商品・新サービスのマーケットデビュー市場である「0次流通市場」に特化した新しいECのプラットフォームとして捉えているという。

Makuakeは、規模を問わずさまざまな事業者が利用しており、10年間で3万件を超えるプロジェクトが実施されてきた。事業者にとってはテストマーケティングやPR、新規顧客獲得などといったさまざまなメリットがある。

5月15日～26日に開催された「TECH+ Business

次の時代に必要な発想！

クラファンのその先まで見据えて活用する！

クラファンを資金調達としてだけ見るのではなく

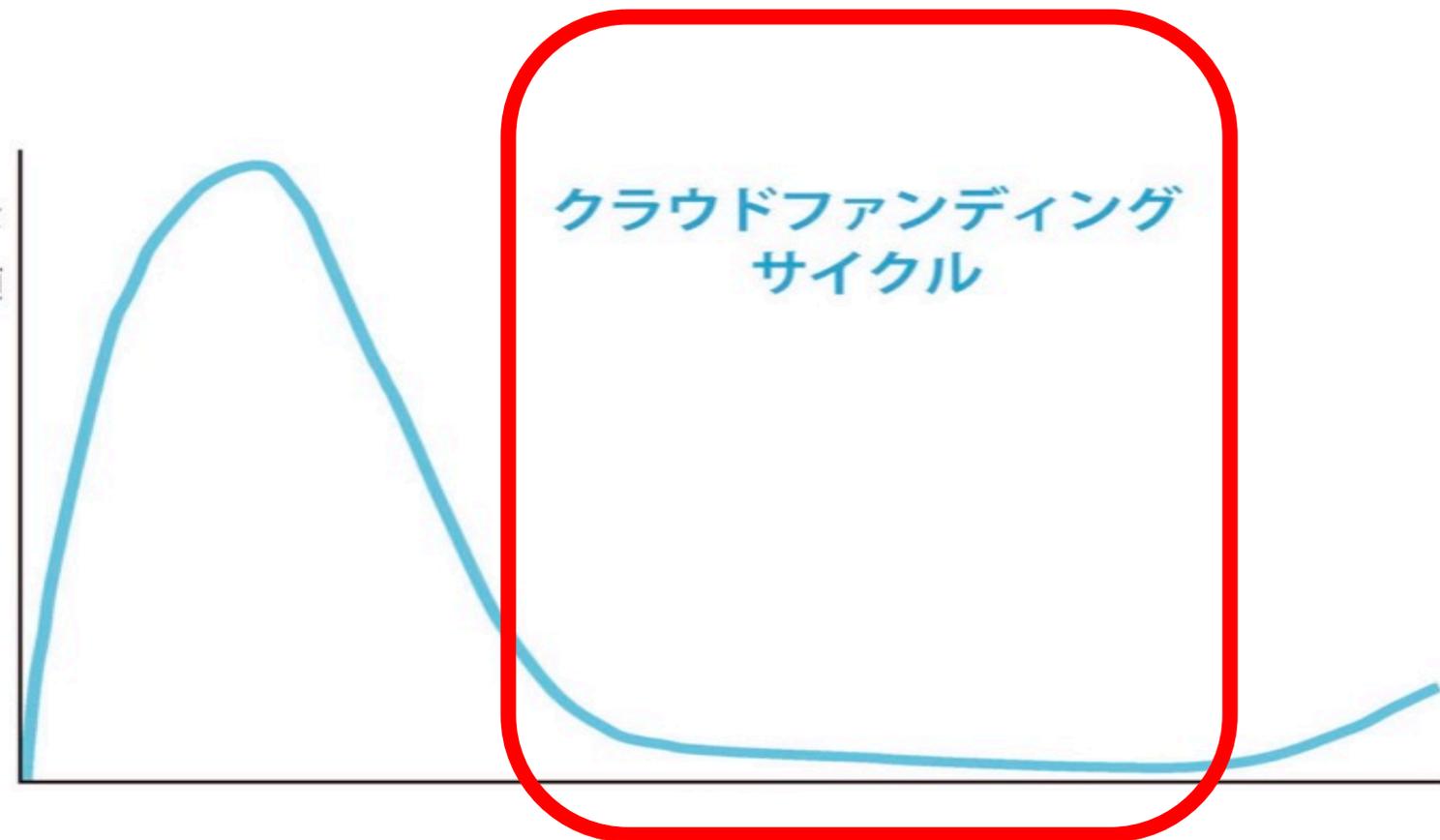
プレマーケティング・PR・顧客との出会い・顧客を育てる場
として捉えて事業全体を設計していく

一般販売を見据えた時に

「machi-ya」がおすすすめな理由

	Makuake	machi-ya
手数料	20%	25%
メディア掲載	×	○ ライフハッカー ギズモード
購入者のメールリスト	×	○

クラファン中盤は



広告効果を感じない「魔」の期間

中盤の目的

① ページへの流入を止めない

新規のお客様に「こんな良い商品があるよ！」呼び込み続ける

② お客様教育で、購買意欲を高める！

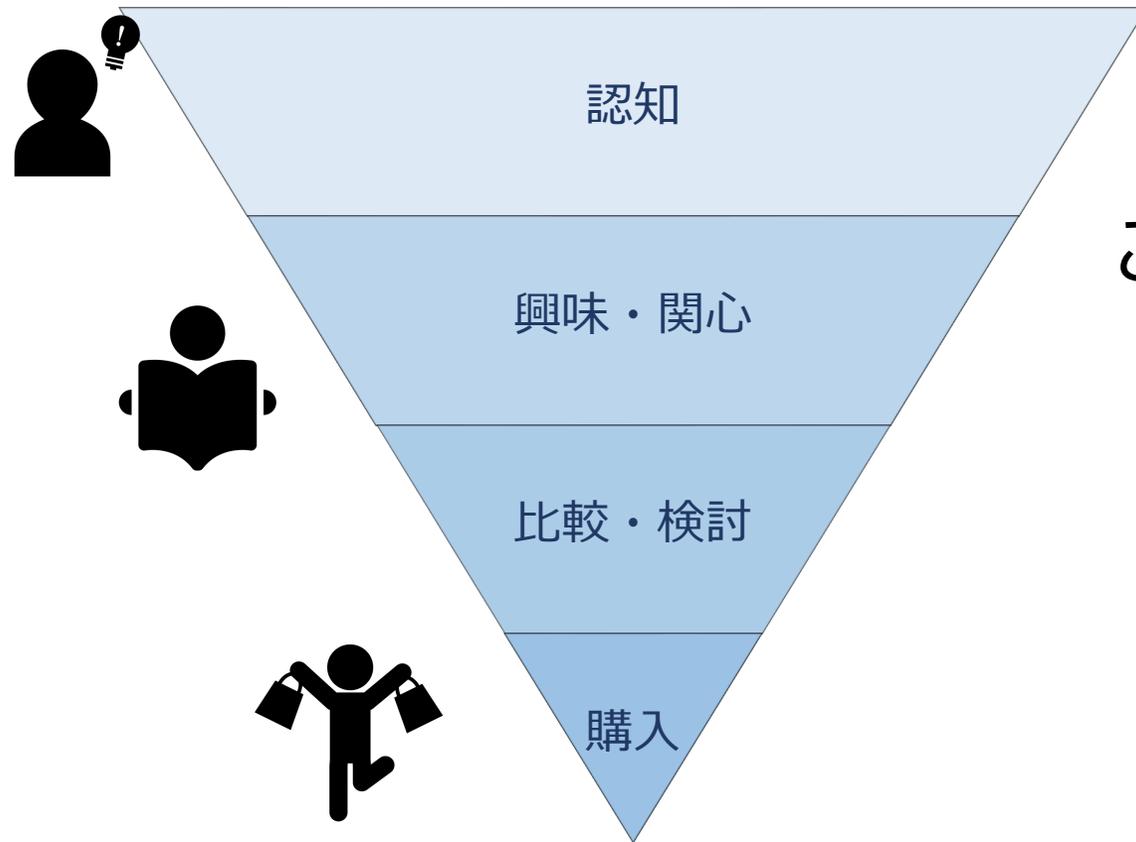
③ データを貯める

広告をしないと流入が落ちる時期

見てもらえないと
買ってもらえることは絶対ない！

「教育する」って、どういうこと？

セールスファネル



これを広告で再現するのが
LyRicの広告ノウハウ

一般の広告代理店と、こだわり運用の弊社の違い

クラファンでで負ける (一般代理店)

- **安易なABテスト**だけで、コンテンツの良し悪しを判断
- **安易なAI任せの運用**
- Makuakeはただ流入させるだけ？
機械的なリマーケティング
- コンテンツが**少ない**
- 他のECと同じ広告や、**成果には繋がりにくい**インフルエンサー戦略

クラファンで勝てる (LyRic)

- **売りながら**コンテンツの良し悪しを判断、改善し続ける
- **AIを超えた、クラファンマーケット独自の運用**
- Makuakeでも**独自のリマーケティング戦略**がある
- クラファン**4つのパート**に合わせた**コンテンツ戦略**
- プラットフォーム施策とかけ合わせた**売上最大化のための全体設計**

LyRicのサービス

クラファン広告運用代行

LyRic独自のノウハウで、クラファン広告を運用。

LyRic広告講座

クラファンのみならず物販における
Facebook・Instagram広告のノウハウを全てお伝えする講座。
広告代理店だからこそその豊富な知識とLyRic独自のノウハウ満載！
クラファン特化のLINE・SNS戦略も。

本日のセミナー受講者さま限定

LyRicクラファンコンサルを 無料でプレゼント

お申し込みページ



https://select-type.com/rsv/?id=D12gkF1-OI4&c_id=308392

共に学ぶ × 実践する

LyRic リリック
Digital Marketing Company