

クラウドファンディング企画・準備・ページ作成チェックリスト

更新日：2017.12.06

作成者：坂内綾花@フォーチュンファクトリー株式会社

詳細：https://fortunefactory.co.jp/crowdfunding_checklist/

<プロジェクトについて>

- プロジェクトの名前は魅力的か？
- クラウドファンディングでやる意味はあるか？
- 今やる理由は充分か？
- 支援をお願いする前の自助努力は充分か？
- プロジェクトや商品の内容はわかりやすいか？
- プロジェクトや商品の価値は充分か？伝わりやすいか？
- 夢や志、チャレンジ精神があり、共感できたり応援したりしたくなるか？
- 実現可能性、堅実さは感じられるか、夢や志が大きすぎてあきらめモードになっていないか？
- プロジェクトに参加、支援することでだれかを応援できるか？
- プロジェクトに信頼性、実在イメージはあるか？
- お得さはあるか？お金を出すだけの価値はあるか？
- きっかけや動機は理解されるものになっているか？
- 自腹でやればと言われるような、単なる資金集めになっていないか？
- 支援することで一石二鳥的な要素はあるか？
- 友人やSNSなどで話題にしやすいか？
- 仲間内だけでも盛り上がっているだけではないか？新参者が入ってきやすいか？
- もっと他にいい方法があるのでは？と思うような人への説明はできているか？
- 次回や今後のプロジェクトのことも考慮しているか？
- 一晩寝て起きたあともそのプロジェクトを支援しなければいけない理由は充分と思えるか？
- お世辞を言わない第三者の視点でプロジェクトへの意見をもらったか？

<ページ作成について>

- タイトル、概要は内容がイメージできたり、自分に関係があると思えるものになっているか？
- 商品やプロジェクトの価値の根拠、裏付け、成り立ちを説明しているか？
- 応援したいと思ってもらえるほど自助努力をしていて、それが伝わっているか？

- 「～ではありませんか?」「～とは思いませんか?」「～していませんか?」などの問いかけ、語りかけているか?
- 支援者様が不安になりそうなことは、その不安を払拭（ふっしょく）するために補足やフォローを入れているか?
- よく似た商品との違いや優れている点があることを説明しているか?
- 今までなかった物は、なかった理由や実現できなかった理由を明確にしているか?
- 思いもつかない活用シーン、その商品を使っている自分を支援者様がイメージできるか?
- 機能や仕組みの説明が中心になっていてストーリーが不足していないか?
- プロジェクトオーナーの思い、何をしたいのか明示できているか?
- 支援者様への配慮を忘れて自己満足になっていないか?
- 同じことだと思っても繰り返し丁寧に伝えているか?
- どう思ってほしいか、どういう行動をしてほしいか明示しているか?
- たとえ支援してもらえなくてもプロジェクトページを読んでもくださった人に読んで損した、だまされたというような気持ちにならないように配慮しているか?
- 一緒に参加したくなるような勢いや元気は感じられるか?
- 第三者の評価、客観的な評価はあるか?
- メディアで紹介された影響力を過小評価もしくは過大評価していないか?
- 情報は正しいか?
- 誇大広告になっていないか?
- 誤字脱字などはないか?
- あやしいものはあやしいと誠実に伝えられているか?
- サイズ、重さ、原材料、耐久性、安全性、快適性などは充分説明できているか?
- こういう人には向かないというように買わない方がいい人を明示しているか?
- 単なる消費ではなく人の何かを変えるきっかけになることを説明しているか?
- 明るい雰囲気、親近感、笑いの要素はあるか?
- 必要以上に使い方や機能を説明して難しい印象を与えていないか?
- 入手後、使っている自分をイメージできるか?
- お問い合わせなどプロジェクトオーナーとのコミュニケーションの取りやすさをイメージできるか?
- ページ全体がスラスカな印象になっていないか?
- プロジェクトを知らない人の目でチェックしてもらって意見をもらったか?

(写真・画像)

- メイン画像はメッセージが伝わったり、印象に残る画像を選んでいるか？
- 売り手のキャラクターを売る必要があるときは、その話し手をイメージしてもらえるように顔メインの写真が多めに掲載しているか？
- 知りたいところの拡大写真は掲載されているか？
- 大きさなどが伝わるような写真になっているか？
- 売り手の魅力が伝わる写真になっているか？
- 身内だけで盛り上がっているような写真になっていないか？
- 1写真1コンセプトになっているか？
- 写真や図だけを見ただけでおよその内容がわかったり、興味を持てたりするものになっているか？
- イラストは活用できないか？
- マンガは活用できないか？
- 動画は活用できないか？
- 動画は無駄なオープニング映像やイメージだけになっていないか？
- 動画の音声はしっかり聞こえるか？BGMが大きすぎたりしないか？

<リターン (リワード) について>

- 新規性、めずらしさ、限定感はあるか？
- 楽しさ、わくわく、デザイン性は充分か？
- 役立ち度、便益、問題解決力は充分か？解決する価値がある悩みを解決できるか？
- 知識欲、体験欲、自己成長欲、好奇心を満たしたりする要素はあるか？
- 割高感がなく支援しやすい価格になっているか？
- 豪華すぎるパッケージにしないようにするなど製造コスト配分は適正と思えるか？
- 利益率を確保できるか？
- ギフト要素、プレゼントしやすさはあるか？
- 原価が安くてもお金で買えない価値があるものは検討したか？
- 商品の品質を保証したり安心につながるものは検討したか？
- 魅力的でないグッズなど「こんなのにお金をかけるくらいなら本来の目的のために使ってほしい」と思われないか？
- もらって困るようなものではないか？
- 家族や知り合いに怒られたりばかにされたりするようなものではないか？

- 使うのに必要以上に時間を取られたりしないか？
- 賞味期限や使用期限は短すぎないか？
- 使うタイミングが限定されすぎていて買っても使えない、参加できないのではないかと不安に答えられているか？参加できなかった人へのフォローを検討したか？
- ブランドイメージや販売実績などは魅力的に伝わっているか？
- どういう人にぴったりか例示しているか？
- 使ってはいけない人を明示しているか？（未成年、アレルギーなど）
- アフターサービスへの不安、フォロー不足の不安はないか？
- ストレッチ目標のために追加在庫を確保しやすいか？
- すでに所有している、これ以上いらぬものではないか？
- ロー・ミドル・ハイ（松・竹・梅）価格にできないか？
- リターンをユニークにして話題性を狙えないか？
- 余りがちな在庫をおまけとして活用できないか？
- ブランドの世界観に反するリターンになっていないか？
- 関連性が薄いリターンのせいで世界観が壊れていたり支援者様が冷める原因になっていないか？
- どのリターンを選んだらいいかわからなくていいようになっているか？
- 大きすぎる、豪華すぎる、重すぎる、目立ちすぎるなど過剰スペックになっていないか？
- リターンのバリエーションを増やせないか？

<クラウドファンディングのリターン（リワード）の種類>

1. 商品（プロダクト）そのもの
2. 感謝状、メッセージ
3. オプション、付属品サービス
4. 未完成のもの、そろわないと使えないもの
5. 特別パッケージ、プレミアムバージョン、限定バージョン、記念品
6. オーダーメイド、カスタマイズ
7. ミニチュア、レプリカ
8. シェア、レンタル、共有
9. クーポン券、割引券、交換券
10. 診断サービス、占い、シミュレーションサービス
11. ノウハウ集、教材、セミナー受講権、秘密の情報
12. イベント参加権（パーティー、ライブ、講演会、展示会、見学ツアー）
13. ギフト用パッケージ
14. VIP会員権
15. お名前掲載（エンドクレジット、広告掲載）
16. 命名権
17. 時間提供（一日デート、1時間人生相談など）
18. チャリティー・慈善事業協賛（購入額の一部を寄付するなど）
19. 秘密の特典
20. セグメント別リターン（悩み別リターン、地域限定リターン、性格別リターンなど）
21. リターンなし（気持ち）

<目標金額・納品・広報などについて>

- 目標金額とその金額に決定した理由は十分に納得できるものか？
- プロジェクトを開始、終了する時期や期間は適切か？
- 納品体制は十分か？
- 組織、役割分担はできているか？
- 活動報告（新着情報）の更新頻度は確保できるか？
- プレスリリースのひな形をあらかじめ準備しているか？
- 広報PR体制は十分か？
- SNSを適切に活用できるか？
- 言葉だけ「応援します」と言った人やSNSの効果に期待しすぎていないか？
- クラウドファンディングサイトの担当者さんと密に連絡を取っているか？
- クラウドファンディングサイトの機能をフルに使っているか？