

～藤枝エコノミックガーデニング～ 第28回 藤枝メジャーデビュー・ラボ ～

- 概要:自由に語り合える場をつくり、地元企業の販売促進や起業のヒント等を見つける
- 主催:藤枝市 協力:NPO くらしまち継承機構
- 目標:参加者の商品やサービスの販売促進を目指そう!
起業のためのビジネスプランを皆で磨き上げよう!
参加者(の会社)のことを知り、幸運の偶然の出会いの確率を高めていこう!
- 日時:2015年2月13日(金)18:30～21:00
- 場所:藤枝市生涯学習センター第三学習室
- ファシリテーター:ことのは塾 山梨栄司氏
- 参加者:地域の事業者および起業志望のみなさん 14名

■第1部 ビジネスセミナー 『クラウドファンディングでメジャーデビュー』

講師:O'KEEFFE FURNITURE 平盛太基氏、青野恵氏

『O'KEEFFE FURNITURE』とは

- ・岡部町でおしゃれな手づくり家具を展示販売
- ・古い家屋を改修して店舗にし、この冬オープンした
- ・ドライフラワーづくり、加工品販売
- ・クラウドファンディングを活用して開店資金集め
- ・クラウドファンディング成功者として取材多数



○クラウドファンディングって何?

- ・大衆からの資金調達
- ・2011年頃から日本でも普及してきた
 - 寄付型、投資型、購入型(←平盛さんはこのタイプを利用)など
- ・規模は10万円から数百万円程度
- ・静岡では地域を盛り上げるためのクラウドファンディング『FAAVO 静岡』がある
- ・メリットとして、ファンがつく、メディアに取り上げられやすくなる
- ・デメリットとしてアイデアを盗用されるリスクがある
- ・うまくいくためのコツ
 - 知名度のあるプラットフォームを利用する(キャンプファイヤーが最も有名)
 - 魅力的な報酬を用意する
 - 定期的な情報更新でプロジェクトの稼働状況をみせる

○実際使ってみた人はどう感じている?

- 【平盛さんの場合】CAMPFIRE(キャンプファイヤー)
 - 岡部町の旧東海道沿いの旧家の改装費を集めるために利用
 - ・銀行融資が少なかったなので、補てんする意味で利用
 - ・107人から支援
 - ・写真で魅せる、文章も読みやすくという工夫をした
 - ・キャンプファイヤーでは500円という枠を必ず設定

- ・1000円でコースターかキーホルダー
- ・寄付と勘違いしている人が多い
- ・オンラインショップで売るより、こちらの方がいいと思ってやってみた
- ・キャンプファイヤーのサイトが一番見やすく、規模も大きかったので選んだ
- ・メリットは宣伝効果がとても大きかったこと
- ・OZ magazine (オズマガジン) 2015年2月号に掲載された(売り込んでいないのにオファーがきた)
- ・新聞をよく見る層と、ネットをよく見る層が違うようで、新聞に掲載されたことは直接支援者増にはつながらなかった



【天野さんの場合】 Makuake(マクアケ)

宝石をモチーフにしたアクリル製のオブジェを世の中に認知してもらうために利用

- ・もともとクラウドファンディングに興味があり、展示会に出展した際にマクアケの担当者から声をかけられた
- ・担当者と親しくなり、システムのことについていろいろ学んだ
- ・失敗した際の違約金がなく、PRもマクアケ側がやってくれるのでリスクが少ないところが魅力的だった
- ・デメリットは、あまり集まっていないとダメな会社と思われてしまいそうなところ

○どんな人が支援してくれましたか？

- ・知り合い、または知り合いの知り合い
- ・「古民家を改装」という内容に共感してくれた人
- ・どうして支援してくれたのか、メッセージでやりとりできた
- ・話題になっているプロジェクトがあると、サイトを見ながらそこから流れてくる支援者もいる

○これからファンの獲得はどうしていくつもりですか？

- ・facebook や Instagram を利用していきたい
- ・展示会に来た人が実物を見て、ファンになってくれる

○クラウドファンディングをやって楽しかったことは？

- ・キャンプファイヤー利用者同士で交流ができたこと
- ・メールで支援者があったことが知られるので、目に見えて増えることが楽しい
- ・活動報告(古民家の改修の進捗状況)をするとサイトのトップページに載ること
- ・支援者からの応援メッセージ

○クラウドファンディングで苦労したところは？

- ・だれもが共感してくれるサイトづくりに苦心した
- ・イメージ写真や動画の質を高めるのが難しかった
- ・勝手に集まるものと思っていたが、自分たちがやるが多かった
- ・ネットで決済をすることに抵抗がある人が多く、支援を頼みにくかった

○支援者とのコミュニケーションを今後どうしていくつもりですか？

- ・オープンした時にDMにワンドリンク券を付けたので、来店へ導きやすかった
- ・来店した時に名乗ってくれる人が多かった

■第2部 講座の内容をふまえて、どんなふうファンを増やしていったらいいかアイデアを出していこう！

《参加者意見》

- ・展示イベントに出店する/見本市に出す

- ・交流会に参加/セミナーに参加して知り合いを増やす
- ・イベントに関する勉強会に参加する
- ・おんぱく、オーガニックマーケットに参加
- ・ファンミーティング(価値観が近い人の集まり)
- ・学生の職場体験を誘致し、生徒、学校、家庭と情報を浸透させる
- ・使ってみた人の口コミを集める
- ・キーマンに商品を使ってもらう
- ・紹介キャンペーンで、割引を実施する
- ・同席したお客さん同士に自己紹介させる
- ・講座やワークショップを開く
- ・特別なサービス(お出迎え、お見送り)/お礼状を出す
- ・facebook で交流する/blog で発信し、交流する
- ・広告ボードをつくる
- ・自分が作りたいものを作る(軸がぶれないこと)
- ・物語をつくる
- ・地元の特産品とコラボした作品をつくる
- ・プレゼントをする(ドリンク券など)
- ・発信、接触を継続していく
- ・フリーペーパーに載せる
- ・商品や製品ではなく、職人や技術を PR していく



【まとめ】

- * 一番多かった意見
SNS などネット上でファンを増やすこと
(今の時代これは絶対外せない)
- * 注目意見
ファンの人が交流する様々なイベントがあるの、そこへ出ていくこと
「まちゼミ」などファンを呼ぶイベント
モノだけでなくヒトの魅力を発信

■本日のふりかえり

- ・支援とかファンという言葉にアンテナが高くなっているので、みなさんのアイデアをたくさん吸収できた。
- ・O' KEEFFE FURNITURE の facebook に「いいね」しているのでぜひ店舗にも行ってみたい。
- ・クラウドファンディングの表面的なこと、その裏に隠れていることがよくわかった。自分が取り組むことになるかどうかは慎重に考えないといけないが、そうなれば今日の話ぜひ参考にしたい。
- ・今日の出会いはとてもラッキーだった。みなさんのアイデアは海みたいにすごい。来月から自分も事業を始めるので、こういうアイデアをいただきたい。将来的にはみなさんとビジネスで協力したい。
- ・クラウドファンディングと YAHOO や楽天がどう違うのかがよくわからなかった。また調べてみたい。
- ・難しそうで敬遠していたが、実際にやってみた人の話を聞いて興味を持った。今後挑戦してみようかなという気持ちになった。
- ・予備知識があまりなかったが、話を聞いて「支援」よりも「宣伝力」に魅力を感じた。広く伝える手段の一つとして期待できる。
- ・今日見せてもらった商品は、イベントにぴったりだと思った。イメージがどんどん湧いてきた。ぜひ出展してほしい。
- ・資金集めで企業や店舗を回った経験から、クラウドファンディングで簡単に集まればいいなと期待したが、やはりそんなに甘くはないと感じた。パソコンが苦手なので、私には無理だが面白く聞かせてもらった。
- ・クラウドファンディングについて、当時をいろいろ思い出すいいきっかけとなった。資金集めやお店のオープンのことなどに追われて、商品に対する思いやこだわりなどを忘れがちだったので、気づかせてもらってよかった。
- ・リスクは少ないので、みなさんどんどんやるべき。自分は「支援して欲しい」となかなか言えなかったが、今日のみなさんの話を聞いて、もっと単純にそう頼めばよかったと思った。また改めてチャレンジしたい。