

クラブファンサイトを活用した

物販なら利益は一度に

1000〜10000万円

初心者が

1商品で2686万円

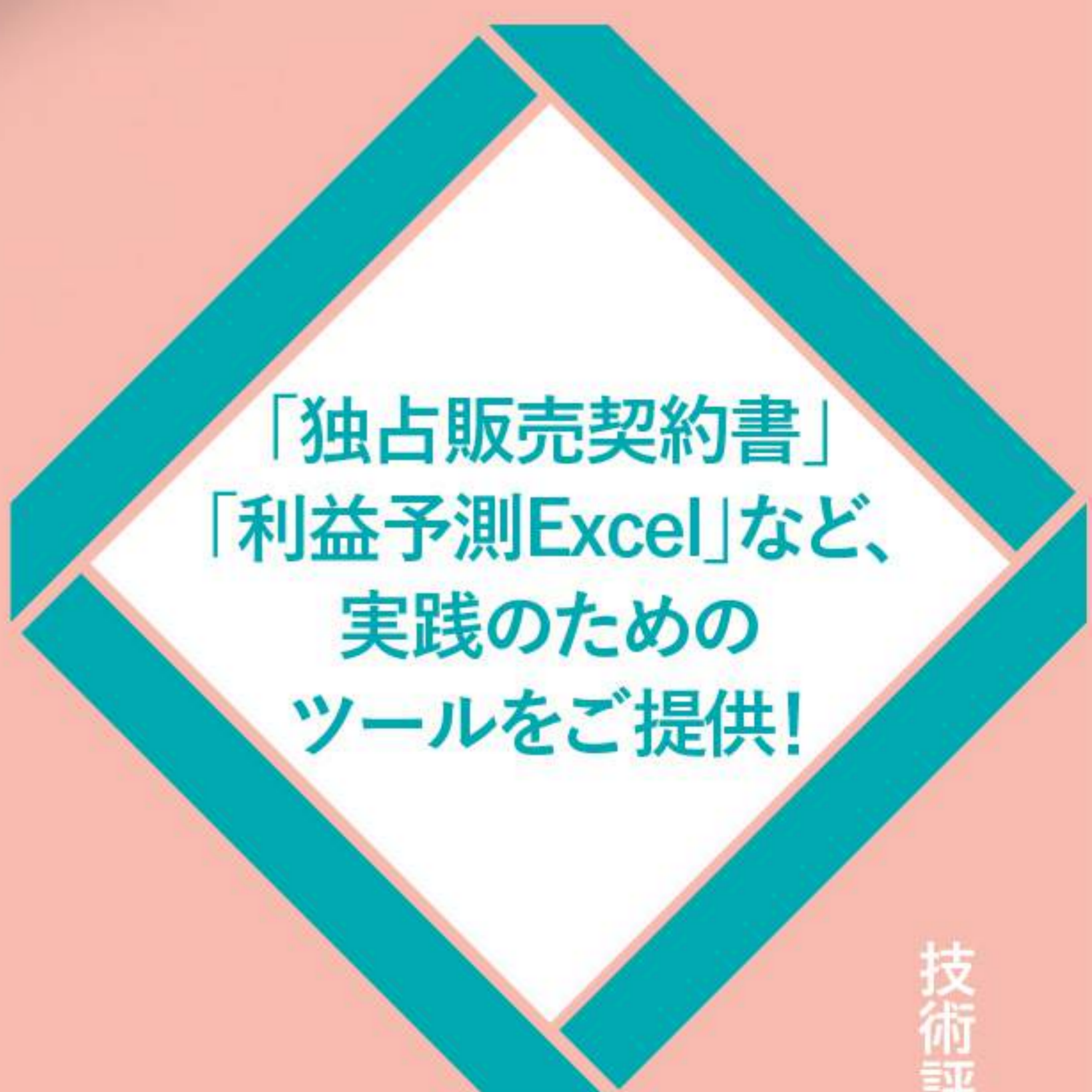
売り上げた！

600人以上の

実例から生まれた

リアルな成功法！

成田光



「独占販売契約書」
「利益予測Excel」など、
実践のための
ツールをご提供!

技術評論社

けた違いに儲かる先端技法が1冊でわかる

実践大全

物販

MERCHANDISE
SELLER X
GROWDFUNDING

X

クラウド

ファンディング

副業会社員が1商品2,686万円を売り上げた、 資金不要・独占販売・無在庫の 物販技術を公開します

まえがき

本書を手にとっていただきありがとうございます。物販クラウドファンディング専門家の成田光と申します。

- 「価格競争やアカウント閉鎖リスクに悩まされる転売ビジネスから卒業したい」
- 「後ろめたさがなく、正々堂々と家族や友人に話せるビジネスがしたい」
- 「今はサラリーマンだけれど、いずれ会社を辞めて独立したい」

これは、毎日のように私のところに持ち込まれる相談のほんの一例です。物販初心者から月利100万円を超える凄腕の物販経験者まで、物販クラウドファンディングに興味を持つ人が増えています。

理由は明確です。資金不要、独占契約、価格競争なし、無在庫販売で、利益は一度に数十～数百万円。その後のビジネス展開でさらに利益拡大。しかも副業から取り組めてどう転んでも損しない。さらに社会的信用が高く、家族や友人に誇れるビジネス。それが本書でお伝えする成田式・物販クラウドファンディングです。

「そんなおいしい話あるか！」と思われた方もいるでしょう。たしかに、物販クラウドファンディングは誰でも楽に稼げるビジネスとはいえません。ほかの物販と比べてもタスクが多く、思考する作業も多いので、向き不向きがあります。ただ、物販初心者から経験者に至るまで誰でも取り組むことができ、十分な利益が得られることも事実です。会社員で副業から始めて、1商品で2,686万円を売り上げた方もいます。物販クラウドファンディングは利益率が約30%なので、800万円前後の利益が得られた計算です。これはかなりヒットした例ですが、1商品で300万円程度の支援（利益約100万円）であれば無理なく実現できます。

私も物販クラウドファンディングに行き着くまでは、さまざまな物販を経験しました。きっかけは朝5時に家を出て夜9時に帰る会社員生活に不安を覚えたことと、もっと家族との時間を確保したいと思ったことです。お金のことを気にせずに趣味のスノーボードに没頭したいという夢もありました。

最初は輸入転売、次に海外メーカー仕入れと取り組んできましたが、ライバルとの過当競争に悩まされます。輸入転売をしていたころは後ろめたさも感じていました。試行錯誤を経て、ようやくたどり着いたのが物販クラウドファンディングです。新商品を日本市場でテスト販売したい海外メーカーのニーズと合致し、独占契約を次々と獲得できました。現在までに独占契約を結んでいる海外メーカーは20社を超え、立ち上げたクラウドファンディングは100件以上、合計で2億円以上の支援が得られています。

物販クラウドファンディングを始めてよかったことは、まだ市場にない魅力的な新商品をPRして広めていくことの面白さに気づけたことです。もちろん、家族との時間、趣味の時間も確保できていますし、家族に堂々とビジネスのことを話しています。また、**物販クラウドファンディングを通じて「モノを売る力」というあらゆるビジネスに通じるスキルが身についたことで、一生自分の力で生きていく確信が持てました。**

私は現在、物販クラウドファンディングに取り組むクライアントや、素晴らしい技術力で魅力的な商品を開発する法人様のサポートをしています。物販クラウドファンディングを多くの人に知ってほしいと思い、蓄積した技術を体系的にまとめ、即実践できるレベルまで落とし込んだのが本書です。本書の技術を身につけたクライアントは以下のようにプロジェクトを成功させています。

- ▶ ゴルフの常識を覆したゴルフパターで3,432万円の支援
- ▶ バイク型の電動アシスト自転車で2,099万円の支援
- ▶ シューズまで作れる3Dプリンターで1,801万円の支援
- ▶ 取っ手がとれて収納に困らない铸铁フライパンで826万円の支援
- ▶ 完全丸洗いできるペットベッドで799万円の支援

そのほか、スニーカー、ダーツゲーム、時計、ポータブルジム、リュック、クーラーボックス、座椅子、ロケットストーブ、ランタン……。紙面の都合上すべては紹介できませんが、得られた実績は私の会社のサイトに掲載しています（S&Cパートナーズ合同会社 / <https://crowd-funding.co.jp/performance/>）。

クラウドファンディングのプロジェクト終了後は誰もが知る有名店舗への卸販売、自社ECサイト販売、Amazon、楽天などでの販売など、一般販売で利益拡大できます。そのため、1回爆発的に売れて終わりではなく、継続収入を得ながら事業を拡大していくことが可能です。**ここまでいけばビジネスオーナーとして、自分の足で自分の人生を歩くことができるようになります。**

本書が、自分の人生を最高に楽しむ力を身につけるきっかけとなれば幸いです。

「物販クラファンの成功を加速するファイル集」 ダウンロード方法

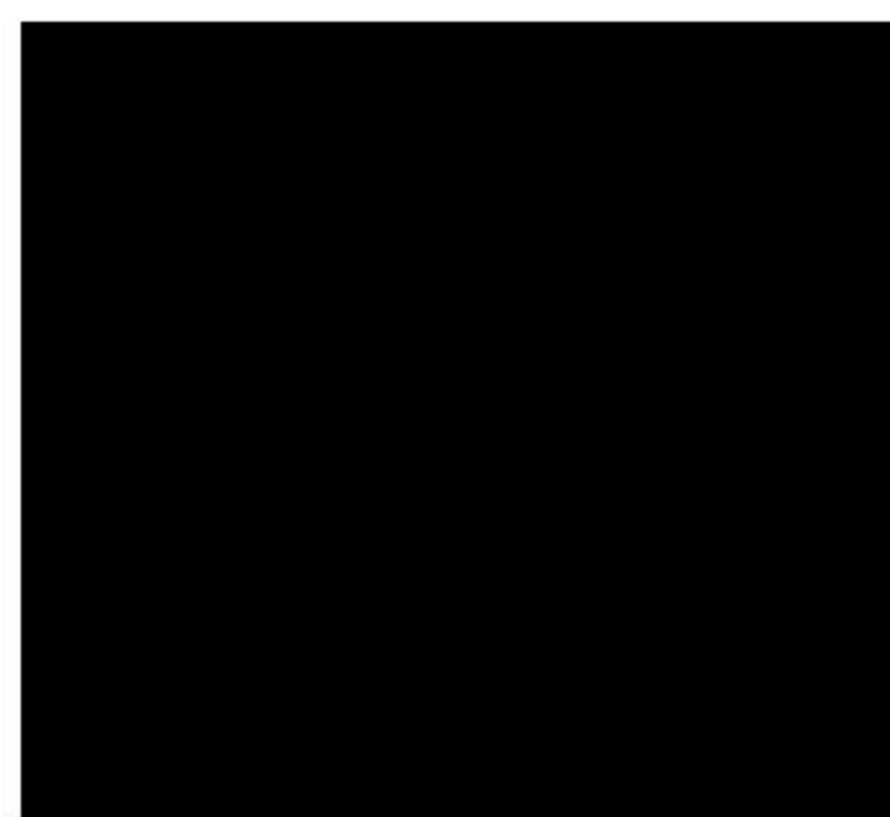
本書をご購入いただいた方の特典として、「物販クラファンの成功を加速するファイル集」のダウンロードサービスをご用意しました。

ご自分で最初から作らなくてもひな形として有効活用できる特典や、タスクを効率的に進めるチェックリストなど**8種類のファイル**をお渡しします。

特典を活用していただくことで、物販クラウドファンディングのタスクをスムーズに進められるようになるはずです。

▶特典は以下のQRコードまたはURLからダウンロードできます

「物販クラファンの成功を加速するファイル集」は、以下のQRコードまたはURLからダウンロードしてください。P.5に示す、すべてのファイルをダウンロードすることができます。



▶ダウンロードにはIDとパスワードの入力が必要

ダウンロードにはIDとパスワードの入力が必要です。以下を入力してください。

ID : 
パスワード : 

なお、本ダウンロードサービスは予告なく終了する場合があります。あらかじめご了承ください。

「物販クラフターの成功を加速するファイル集」一覧

ファイル名	ページ数
はじめての方も手続きがスムーズにできる 「食品衛生法突破マニュアル」	P.93
メーカーとトラブルなく独占契約できる 「独占販売契約書」(英語版・日本語訳)	P.131
メーカーとの交渉を効率的に進める 「メーカー打診管理シート」	P.138
しっかりとしたシミュレーションで利益を確保する 「利益予測&リターン計算表」	P.154
支援が得られるLP作成の参考に 「10個のLP成功事例」	P.202
支援が得られるLPになっているか最終確認できる 「LPチェックリスト」	P.202
LPデザインの外注で失敗しない 「LPデザイン指示書」	P.310
物販ビジネスをさらに飛躍させる 「融資が得られる重要ポイント」	P.315



欠点のない最強の物販!?

物販×クラファンの全体像とメリット・デメリット

なぜ物販クラファンが「メーカー単位の無在庫販売」「究極のいいトコどり物販」といわれるのか？ 物販クラファンの全体像やメリット・デメリットを、最近の傾向などをまじえてお伝えします。「クラウドファンディングという言葉は聞いたことがあるけど正直よくわからない」という方は本章からご覧ください。

1 1 せどりや 転売で感じた限界点

物販クラファンの話をする前に、まずはせどり、転売など従来の物販について簡単にお伝えします。私は、今でこそ物販クラファンに完全に舵を切っていますが、独立するまでは長く輸入転売を実践し、月利94万円とそれなりの成果を出していました。

しかし、その後徐々に稼げなくなったのです。この経験から感じたことは、結局、転売ビジネスは小さな市場のなかのスキマ産業で、誰かが参入すればすぐに稼げなくなる点です。

今でも「知る人ぞ知る」の市場を見つければ利益を出すことはできます。私自身、時間をかけてコツコツとやり続けていれば、現在も月利50万円程度は得られたでしょう。しかし、転売をずっと続けられたかという点、答えはNoです。そこで、経験談も含めて、私が輸入転売から足を洗った理由をお話しします。

❗ もはや根性論！ 延々と続くリサーチ地獄

せどり、転売は基本的に、何も考えずに淡々とリサーチ作業をこなすだけなので誰でもできます。私も何か独自のノウハウを開発して実践したわけではなく、とにかく数をこなしていました。

しかし、「誰でも稼げる」ビジネスはライバルがあつという間に増えて熾烈な戦いになり、価格競争によって稼ぐのが難しくなります。この点は、せど

り、転売が稼げない理由でよく言及される点です。

さらに、ライバルの増加とともに、メインの販売先であるAmazonでは、転売ヤーを狙い撃ちにした規制が日を迫うごとに増えていきました。規制により転売NG商品が大幅に増え、転売OKな商品に何十人も殺到するようになり、すぐに価格競争で値崩れして利益が出ない。**過剰在庫分を売り切るために、赤字になるまで値下げすることも珍しくありません。**

それでもなんとか利益を確保しようと、毎日毎日、必死に新規リサーチをして全力でペダルをこぎ続けました。リサーチ以外に打ち手がないからです。しかし、私は家族との時間を大切にしたいと思って物販を始めたので、これではなんのためなのかわからなくなってしまいました。

① Amazonアカウント停止、閉鎖のリスク

Amazonでは転売行為に対する規制が厳しくなっています。具体的には規約違反によるAmazonアカウントの停止、閉鎖のリスクです。

アカウント閉鎖になってしまうと、異議申し立てが認められない限りは二度と同じアカウントを使用してAmazon販売ができなくなります。しかもFBA倉庫（Fulfillment by Amazonの略。Amazon専用の倉庫のこと）に残っている在庫はすべて返送されてしまい、90日間の売上凍結、入金停止と、非常に厳しい措置が課されます。

また、Amazonでは明確な規約違反以外にもアカウントの健全性がチェックされます。具体的には注文不良率、出荷遅延率、出荷前キャンセル率です。せどり、転売の不良品の発生や出荷遅延のリスクは知られていますが、トラブルが起きるとアカウント閉鎖リスクはどんどん高くなるのです。

ただでさえリサーチに時間をとられていた私ですが、さらにアカウントの停止、閉鎖を避けるための、利益に直結しない作業まで増えてしまいました。このときに、「もう転売は無理かな……」と考えるようになっていきました。

① キャッシュフローの減少、収益悪化のリスク

物販でよく問題となるのが資金不足です。商品を仕入れるには、仕入代金が必要です。どんなに売れそうな商品でも、資金がなければ仕入れることができません。資金不足で泣く泣く仕入れを諦めるといったことも発生します。

また、**売上金が入金されたら、その分仕入代金に使うので、なかなか手元にお金が残らない**といった問題も発生します。このようなキャッシュフローの問

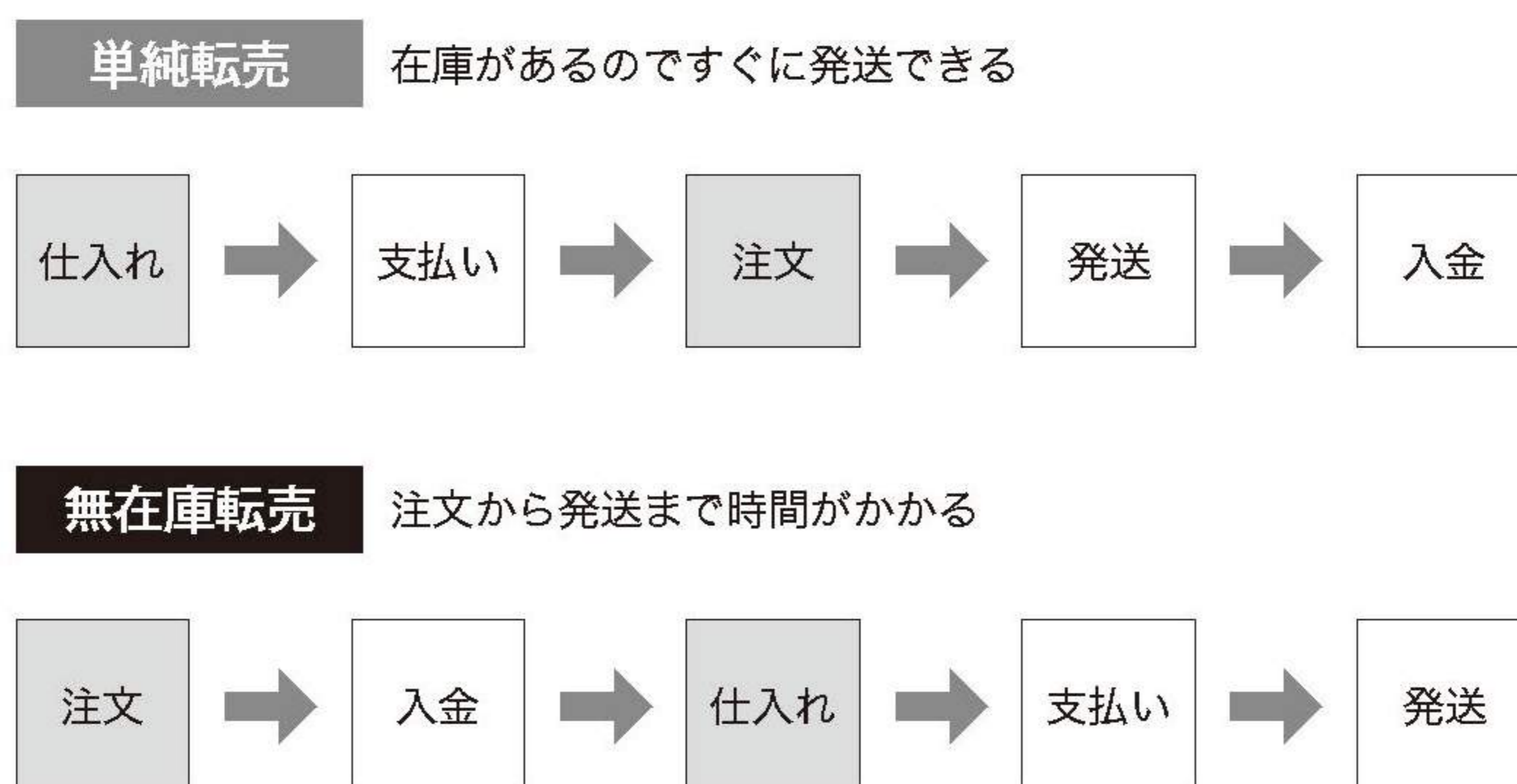
題は、従来の物販では常に課題とされてきました。

しかも、商品が売れなければ、その分在庫を残すことになり、最悪赤字で売り切ることになります。資金繰りが苦しく、在庫リスクを抱えていれば精神的にも落ち着かず、やっつけて楽しくありません。

❗ アカウント閉鎖リスクの高い 無在庫転売や予約転売

キャッシュフローの改善と在庫リスクをなくすため、**図1-1**のように注文を受けてから商品の仕入れをする無在庫転売が流行した時期もあります。無在庫転売の一種で、まだ発売されていない新商品を消費者が予約し、発売前に売り切って当日発送する、予約転売という手法もあります。物販経験者であれば一度は聞いたことがあるでしょう。

図 1-1 通常の転売（単純転売）と無在庫転売の違い



しかし、この無在庫転売はとても問題のある方法です。無在庫転売は注文があってから仕入れるので、発送までに時間がかかります。そのため、検品をする時間的余裕もなく、発送遅延や不良品発生リスクが高くなります。また、メーカーの生産が終わってしまい、仕入れが不可能になる可能性もあります。予約転売に関しては発売当日に届けるのが前提なので、発送遅延は大きなクレームのもととなります。

このようなことが起きれば、Amazonではアカウント閉鎖リスクが高くなります。また、メルカリ、ラクマ、ヤフオク!では明確に無在庫転売や予約転売を禁じています。

❶ 社会的信用が低く後ろめたい

これはせどり、転売の経験者の多くが口にするのですが、私も転売について後ろめたさを感じていました。ただ商品を右から左に流すだけのせどり、転売に対して周囲から後ろ指を指されているような気がしていたのです。

実際、せどら一、転売ヤーに関する世間の風当たりは強く、Amazonだけでなく楽天やメルカリも規制を強めています。また、メルカリやラクマといったフリマサイトでは、転売ヤーは非常に敬遠される傾向にあります。

一生懸命ビジネスをしても、利用するプラットフォームからは嫌われ、家族や友人にも堂々と話せないなんておかしいと思いませんか？ 価格競争やアカウント閉鎖リスクに脅え、人に隠れてこそこそと物販をしてもモチベーションを維持するのはかなり難しいものがありました。少なくとも、私は一生続けられるものではないと感じていました。

1 2 メーカー仕入れも 価格競争が起きている？

転売ビジネスに限界を感じた私は、次に「**メーカー仕入れ×Amazon販売**」に取り組むことにしました。ちなみに、メーカー仕入れのノウハウは、Chapter 4でお伝えするメーカー交渉にも活かせます。メーカー仕入れを経験してきた方は、物販クラファンにスムーズに入れると考えています（もちろん物販未経験の方でもまったく問題ありません）。

❶ メーカー仕入れとは？

一般的に商品流通の流れは「生産メーカー → 卸売業 → 小売店 → 消費者」となります。せどり、転売は卸や小売から商品を仕入れる方法ですが、転売から足を洗った私が次に実践したのが、卸や小売ではなく生産メーカーと直接交渉して商品を仕入れるメーカー仕入れでした。

仕組みはいたってシンプルで、今まで卸や小売から仕入れていた商品を、メーカーに直接「仕入れさせてください」とお願いするだけです。ただこれだけの違いなのですが、メーカーと交渉するという点が、せどり、転売との大きな違いになります。

メーカー仕入れは、物販界隈では一大ブームとして流行しています。メーカーから商品を直接、継続仕入れすることで収入が安定しやすく、商品の品質も担保されるのでアカウント閉鎖のリスクもほとんどないからです。適正価格を維持して販売すれば、メーカーからも消費者からも評価が得られる社会的信用の高い手法です。

❗ メーカー仕入れで月利200万円達成！

輸入転売ビジネス出身の私が取り組んだのは海外メーカー仕入れです。しかし、最初は外国との商習慣の違いや時差、交渉力の低さからなかなかメーカーからの仕入れができませんでした。

- ▶メーカーにメールしても返信があるのは10通に1通
- ▶返信があったメーカーと交渉して仕入れができるのは5社に1社

つまり、50社にアプローチして仕入れができるのは1社と、かなり低確率でした。しかし、メーカー仕入れは一度取引が決まれば、継続的な仕入れができるので安定した売上を出すことが可能です。私は何度もメーカーと交渉を重ね、仕入れができるメーカーを徐々に増やし、転売卒業で減った売上をカバーできるようになりました。このころは何千回と海外メーカーと交渉していました。

「〇〇と回答したら□□って返信がありそう」

「この質問はあとからにして今はメーカーの要望を確認しよう」

「〇〇ドルで仕入れたいから△△を妥協点に突破しよう」

など、1日中、交渉をどう進めるか頭から湯気が出るほど考えていました。大事な返信は1通で5時間かけて考えたこともあります。

この当時の「大量の交渉経験」が、今の物販クラファンでも非常に役に立っています。ちなみに、本書ではメール1通で5時間もかけなくても大丈夫なように説明しますのでご安心ください。私は試行錯誤しながらメーカー仕入れに取り組んで、1年ほどで月利200万円を達成できるようになりました。

❗ しかしすぐに価格競争が発生

私は「これでやっと安定した物販ビジネスが続けられる」と安堵しました。

しかし、感度の高い方はすでにお気づきかもしれませんが、ブームといえるほど流行ってしまったらビジネスのうま味は減ります。メーカー仕入れについても、今度はメーカー仕入れをしている人同士の競争になってしまい、また値下げ合戦が始まってしまいました。

よく考えれば道理です。Amazonでよく売れていて、私たちと取引してくれる規模のメーカーは、かなり限られています。その限られた数のメーカーに、メーカー仕入れをしている人が一斉に交渉メールを送るわけです。しかも販路はなぜかすべてAmazon。何十通もメールを送られたメーカー担当者はどう思うのでしょうか？ 私だったら確実にすべて断るでしょう。

基本的に、メーカー担当者はAmazon販売に抵抗がある人が多いです。なぜなら、Amazonはどこよりも安く買えるように設計しており、多くのセラーが相乗りでAmazon販売すると、ほぼ間違いなく販売価格が下がるためです。そうなれば商品価値が下がり、利益は薄くなり、商品寿命は短くなります。

せどり、転売で価格競争が起きる原理と結局は一緒なので、メーカー側としてはあまり多くのセラーにAmazonで販売してほしいありません。Amazonで販売するにしても、商品を扱えるセラーを限定するはずなので、新たに参入する人は徐々に厳しい状況になります。

❶ 唯一の解決策は独占契約を結ぶことだが……

ライバルが増えつつあるメーカー仕入れですが、価格競争を防ぐ唯一の方法があります。それが「**独占販売契約を結んで商品を独占する**」ことです。メーカーと独占契約を結ぶことができれば、「**日本で販売できるのは自分だけ**」「**商品を買いたいなら自分から仕入れないとイケない**」という状態を作ることができます。これなら販売価格が乱れることはありませんから、メーカーも私たちも利益をとり続けることができます。

ただし、この独占契約は非常に難しいのです。「自分以外に卸してはダメだよ」という契約なので、メーカーにとってはリスクの大きい契約です。そのため、「年間最低6,000万円は販売してくれ」「最低でも1,000万円分は仕入れてくれ」など厳しいノルマが課されます。メーカー仕入れで私が独占契約を結べたのは1社だけでした。

この独占契約をいとも簡単にとれる方法が、本書のテーマである物販クラウドファンディングです。クラウドファンディングをメーカーに提案すると、驚くほどあっさりと独占契約が成立するのです。現在までに私は100件以上のクラウドファンディングのプロジェクトを立ち上げ、総支援額は2億円以上に

達することができました。また、この経験をもとに物販クラファンに興味のある方のサポートを行っています。

1 3 無在庫販売、独占契約を実現するクラウドファンディングとは？

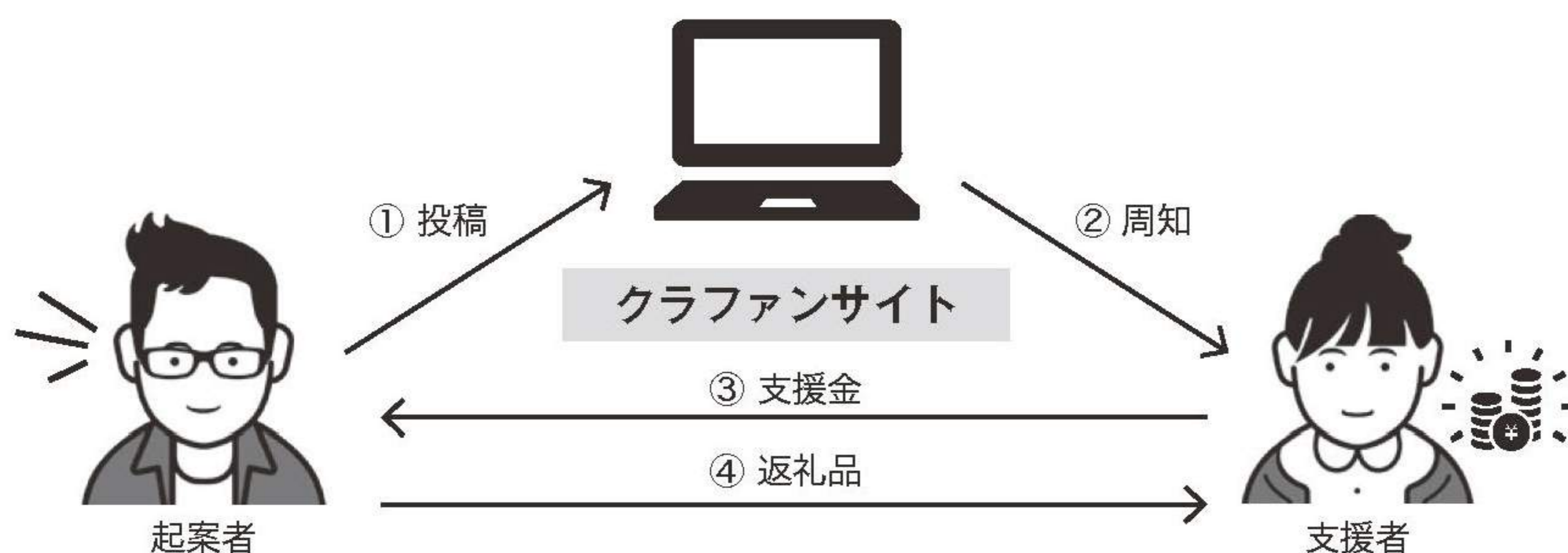
それでは、いよいよクラウドファンディングについて本格的にお伝えしていきます。「Makuake」や「CAMPFIRE」がテレビCMを行っていることもあり、ここ数年でクラウドファンディングという言葉が浸透してきました。また、本書でお伝えする物販クラファンも2017年ごろから徐々に盛り上がり始め、2019年末にMakuakeが上場して以降、一気に認知されるようになりました。

もっとも、クラウドファンディングがどのようなものか、何ができるのかまで知っている人は多くありません。そこで、まずはクラウドファンディングの概要についてお伝えします。

① クラウドファンディングは全部で3種類

クラウドファンディングは、「群衆（クラウド）」と「資金調達（ファンディング）」を組み合わせた造語です。融資や補助金以外の手段で不特定多数の人から資金調達させてもらうことを意味します。クラウドファンディングは図1-2のような仕組みで成り立ちます。

図 1-2 クラウドファンディングの基本的な仕組み



- ① 起案者（実行者ともいう）がMakuakeなどのクラファンサイトでプロジェクトの内容を投稿・公開する
- ② 支援者（サポーターともいう）がクラファンサイトでプロジェクトをチェックする
- ③ 支援者は、共感したプロジェクトの起案者に対して支援金を支払う
- ④ プロジェクト終了後、起案者はお礼としてリターン（返礼品）を支援者に送る

クラウドファンディングは主にリターンによって3つに分かれ、それぞれ特徴が大きく違います（図1-3）。物販クラファンは、そのなかでも商品・サービスをリターンとする「購入型クラウドファンディング」に該当します。

図 1-3 クラウドファンディングの種類

種類	リターン	プロジェクト例
購入型クラファン	まだ市場にない商品・サービス	物販、飲食店、映画、舞台、コンサート
寄付型クラファン	なし	NPO、自治体、学校などの社会貢献的活動
金融型クラファン	株式、利息、配当	事業出資、ファンド、株式投資

購入型クラファンでは商品・サービスをリターンとするので、物販に置き換えれば、**起案者は出品者、支援者は消費者と同じ意味**です。また、クラファン用語でよく出てくる「支援」「応援購入」という言葉は、購入型クラファンの場合は「商品を買う」という意味になります。

❗ クラウドファンディングとECサイトの3つの大きな違い

では、クラウドファンディングがAmazonや楽天のようなECサイトと何が違うかというと、大きな点は以下の3つです。

■ 独占契約が必須になる

購入型クラウドファンディングで起案できるプロジェクトは、まだ市場に流通していない新商品・サービスに限定されます。新商品とは、完全な新商品のほか、シリーズの新商品（iPhoneの次世代モデルなど）、海外では流通しているが国内未上陸の商品です。これは購入型クラウドファンディングが、まだ存在していない新商品を世のなかに送り出すために資金調達することが前提に

なっているからです。

つまり、すでに国内で流通している商品は出品できません。そのため、**物販クラファンを実施する場合は、ほかに流通がないように取引先のメーカーと独占契約を結んでおくことが必要となります。**私がクラファンを提案した途端に、**メーカーと独占契約を結べるようになったのはこのため**です。メーカーも、クラファンではまだ流通していない新商品しか出品できないことは把握しています。もし海外メーカーが誰かと組んで日本でもクラファンプロジェクトを起案したいと思ったら、独占契約を結ぶしか方法がないのです。

■ 完全無在庫の予約販売で在庫リスクがない

Amazonや楽天では、基本的に商品を仕入れたあとに消費者から注文があって発送しますが、資金調達を前提としているクラファンでは逆です。無在庫の状態に注文があり、支援金（売上金）が入金され、プロジェクト終了後に商品を仕入れて発送する仕組みになっています。**売れた分だけ仕入れて販売すればいいので在庫リスクがない**のです。そのため、**物販クラファンは「完全無在庫の予約販売」**といわれています。支援者も先行予約販売ということは承知しており、Amazonのように「明日にでも商品がほしい」という人はいません。

AmazonやメルカリなどのECサイトでは無在庫は厳しく規制されています。これに対してクラファンでは、リターン商品配送が数カ月後となることが前提になっています。せどり、転売のような自転車操業的なビジネスモデルは無縁になります。

■ 支援者都合の勝手なキャンセル、返金が認められていない

クラファンでは、基本的に支援者都合のリターン商品のキャンセル、返金が認められていません。これはプロジェクト終了後でも同様で、支援者都合の返品対応は原則禁止されています。物販経験者であればAmazonや楽天などで消費者のキャンセルに悩まされたことがあるかと思いますが、クラファンではこれがないのです。もちろん、発送遅延や不良品が発生した場合は返金対応しないといけないこともありますが、クラファン市場は商習慣がまったく違うのです。

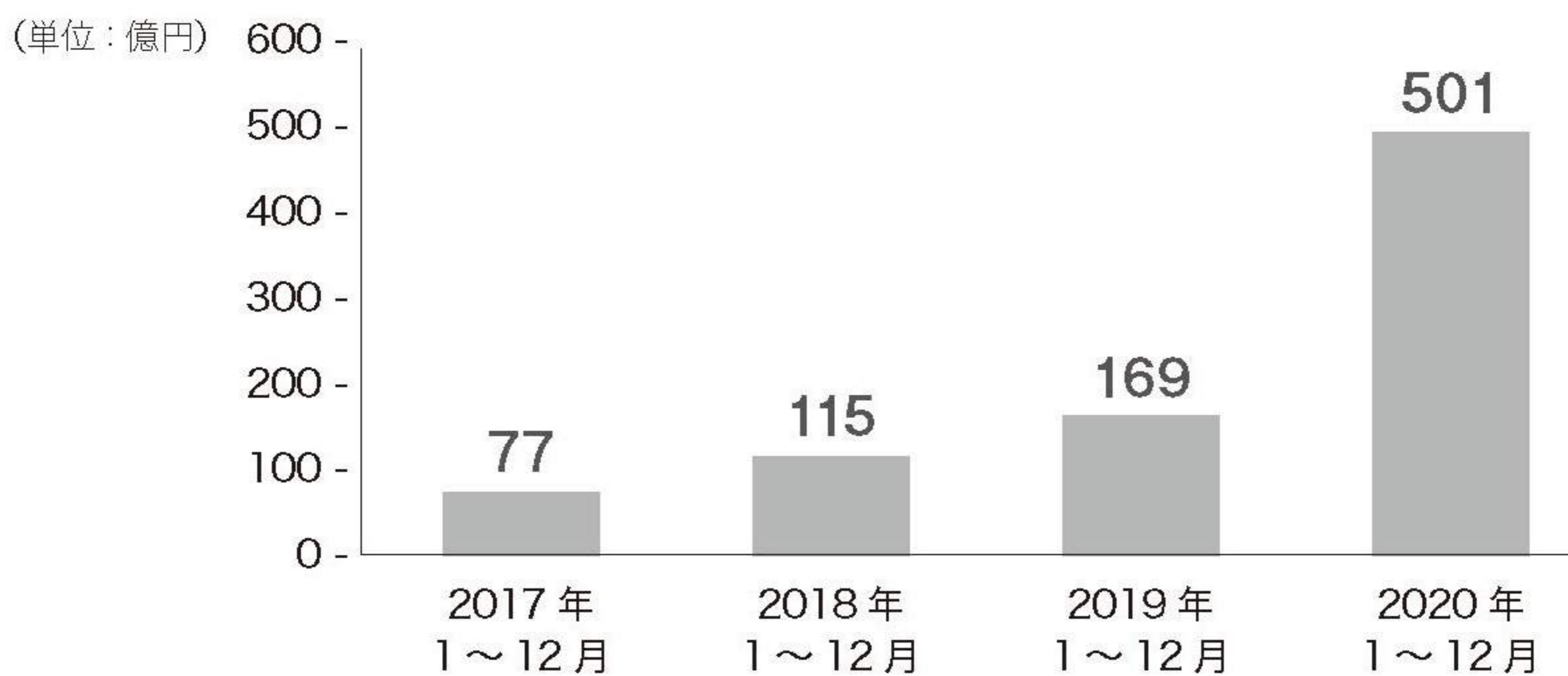
① 急速に伸び続ける 購入型クラウドファンディング市場

クラウドファンディングという、ここ数年で急速に普及してきた印象があ

るかもしれませんが、原型といえる似た仕組みはかなり昔からありました。たとえば数世紀前、1冊の書籍を出版することに多大なコストがかかっていた時代は、書籍がクラファンに似た方式で出版されていました。製本する前に出版社が書籍に関する広告を出稿し、黒字に達する程度に予約購入の申し込みがあれば出版を決定するというものです。これは書籍をリターンと考えれば一種の購入型クラファンに近い仕組みといえます。

もっとも、クラファンサービスの普及自体は歴史が浅く、世界最大手の「Kickstarter」ですらサービスの開始は2009年です。日本でも、2011年の東日本大震災の復興支援を目的とした寄付型クラファンをきっかけにクラウドファンディングが知られるようになります。その後、購入型クラファンでは最大手のMakuakeが2013年に創業すると、物販を含めて購入型クラファンが一般的に行われるようになっていきます。**図1-4**に示すように、**2020年の購入型クラファンの市場規模は前年比約3倍と急拡大しています**。物販に限らず購入型クラファン全体のデータではありますが、いかに購入型クラファン市場の需要が急拡大しているかを実感できるデータです。

図 1-4 購入型クラウドファンディングの市場規模の推移



出典：一般社団法人 日本クラウドファンディング協会 クラウドファンディング市場調査報告書
<http://safe-crowdfunding.jp/wp-content/uploads/2021/07/CrowdFunding-market-report-20210709.pdf>

MakuakeやCAMPFIREなどが積極的にテレビCMを打っていることや、コロナ禍で利用が活性化したのが大きいと見られています。そして、市場が伸びるにつれて、購入型クラファンは魅力的な新商品が適正価格で販売される場として認識されてきました。購入型クラファンの市場は今後も伸び続けるのではないかと考えられています。

1 4 在庫、多額資金、価格競争全部不要！ 物販×クラファン 13のメリット

物販クラファンのメリットを詳しくお伝えします。物販クラファンは既存の物販のいいところをしているとっていいほどメリットだらけであることがわかってもらえると思います。

① 在庫リスクがない

物販クラファンは、支援が得られた分だけ商品を販売する「完全無在庫・予約販売」が成立するので在庫リスクがありません。Amazonなどで無在庫転売、予約転売をすれば規制を受けますし、メルカリやラクマでは禁止されていますが、クラファン市場では大歓迎なのです。**アカウントが停止されるようなことはありません。**

① 多額の初期資金が必要ない

完全無在庫・予約販売なので資金繰りに悩むことがほとんどありません。支援金を原資としてメーカーから商品を仕入れることができるので、多額の初期資金が必要ありません。

初期資金がまったく必要ない場合もありますし、商品生産前に一部だけ仕入代金を前払いするケースもあります。これは、商品の在庫の有無やメーカーのスタンスによって変わってきます。せどり、転売のように仕入代金を全額前払いすることがないため、資金不足で泣く泣く仕入れを諦めるようなケースは少なくなります。**初期資金に不安がある方でも安心して始められる物販ビジネス**といえます。

① 独占契約だからライバル不在、価格競争なし

プロジェクト中にほかの販路で商品流通がないように、クラファンで新商品を販売するには独占契約を結ぶ必要があります。メーカーと独占契約を結ぶので、基本的に販売者は自分だけです。**自分で決めた価格で、自分だけが販売することができます。**これはクラファンプロジェクト終了後の一般販売についても同様です。たとえばAmazonや楽天で販売するにしても、独占販売なので

相乗り出品による価格競争に巻き込まれることはありません。Amazonや楽天を介さずに、自社ECサイトを作って直接消費者に商品を販売することも可能です（これは「D2C」といいます）。

もっとも、独占契約はずっと続くとは限らず、プロジェクトの結果やメーカーとの関係性で契約が切られる可能性もあります。ただ、途中で切られることはあっても、実践を重ねることで、トータルで独占契約できるメーカーは増えていきます。また、独占契約を切られる可能性があるということは、逆にいえば独占契約を奪える可能性もあるということです。独占契約が切られたとしても、めげずに次のメーカーにアプローチしていきましょう。

❶ 支援者都合のキャンセル、返金がない

先ほどもお伝えしたように、**クラファンサイトのルールでは支援者都合のキャンセル、返金は認められません**。ただし、起案者側の都合で発送遅延や不良品が発生した場合は返金対応も含めて対応しなければいけません。本書では、極力リターン商品配送時のトラブルを防止する秘訣や、トラブルが起きても対処できる方法をお伝えします。

❷ 利益率を高く設定できる(30～40%)

せどり、転売は仕入価格を交渉することはできませんし、販売価格も利用するプラットフォームの価格に合わせないといけません。特にライバルセラーが価格を下げた際は自分も下げないといけないのが苦しいところです。

しかし、メーカー仕入れとクラファンの組み合わせであれば、メーカーと仕入価格を交渉できますし、販売価格も自分で決められます。そのため、利益率を高く設定することができます。もちろん、**極端に販売価格を高く設定しても支援が得られませんが、30～40%くらいの利益率なら可能**です。Amazon販売では、せいぜい利益率は高くても15～20%程度です。しかもコピー品に近い簡易OEM商品ではなくて、高品質のメーカー商品で30～40%です。独占契約でないと、このような利益率を出すことはできません。

❸ クラファン終了後に一般販売で継続的な収入が得られる

クラファン終了後、クラファン以外の市場でも売れそうなら一般販売を行います。具体的にはAmazonや楽天などを活用することもあれば、「BASE」や

「Shopify」などで簡単にネットショップを開設し、自社で直接販売することもあります。

クラファン1回で何百万円単位の利益を得たあとに、一般販売で継続的な安定収入も得ることが望めます。**必ずしも一般販売でも売れるとは限りませんが、独占販売の権利を得た商品をさまざまな販路で展開できるのは物販クラファンならではの魅力**です。

❗ 大型のB2B案件(企業間取引)につながることもある

クラウドファンディングは、ネット上の展示会といわれています。そのため、プロジェクト中に大手百貨店への卸ビジネスに展開することも珍しくありません。また、私たちのほうから百貨店などの企業に営業して取引が成立することもあります(⇒P.267)。

B2Bの卸ビジネスにつながると、1回で売上1,000万円の取引は普通にあります(クラファンでもあり得ますが)。しかも商品を開発するのはメーカーなので、新たに商品をリサーチする必要はありません。また、卸ビジネスは消費者に直接販売するわけではないので作業量が非常に小さいです。**メルカリで1個商品売る場合と同じくらいの手間で、有名百貨店に1万個卸すことが可能**です。これもメーカーと独占契約していないと実現できない話です。クラファンで稼ぐだけでなく、その後の展開も視野に入れて取り組むことで夢が広がります。

❗ すべて自宅で完結する

以前は、クラウドファンディングで起案するために海外メーカーと独占契約するには海外展示会に参加してメーカーと直接交渉するのが主流でした。この方法では海外までのチケット代やホテル代、短くても3泊4日の拘束時間などデメリットが色濃くなります。少なくとも副業で取り組めるノウハウではありません。

しかし、現在はコロナ禍の影響もあり、オンラインで完結する方法が主流なので何も問題ありません。**メールでの交渉はもちろん、対面の場合もZoomなどオンライン通話を使います。**

以前は完全オンラインでクラファン交渉する人がいなかったもので、私も失敗が多くトライ&エラーを繰り返してきました。本書では、メーカー交渉の成功と失敗のデータを蓄積した再現性の高いノウハウをお伝えしていきます。

① 英語ができなくてもOK

本書では海外メーカー仕入れ&クラファンのノウハウをお伝えします。海外メーカーというと、必ず「英語ができないけど大丈夫？」という質問がありますが、まったく問題ありません。

自宅で完結でき、わざわざ渡航するわけではないので英語力は必要ありません。英語と接する機会がありますが、「Google翻訳」や「DeepL翻訳」などの翻訳サイトを使うか、もしくは翻訳や通訳を外注するだけです。しかも翻訳や通訳も、「ランサーズ」などクラウドソーシングを使えば安価に外注できます。本書では外注のコツも詳しくお伝えします。

① 起案者、メーカー、支援者が喜ぶ Win-Win-Winのビジネス

先行予約販売ができるクラウドファンディングの仕組みは、起案者のみならずメーカーにも大きなメリットがあります。なぜなら、在庫リスクなく需要を見極めることができるので、テストマーケティング手段としても最適だからです。しかも、生産する前に商品をPRできる点も大きいです。

また、「こんなのがほしかった」と、今まで日本になかった魅力的な新商品を手にできるので支援者にも喜んでもらえます。物販クラファンは起案者、メーカー、支援者も喜ぶWin-Win-Winのビジネスといえます。

① 好奇心を刺激する商品の販売に関われる

クラウドファンディングで扱う商品は、今まで日本市場になかった画期的な新しい商品です。「おもしろいアイデアだ!」「こんなのがあったら嬉しいな」「その手があったか!」と思わせるような商品です。流行に敏感で新しいモノ好きな人の好奇心をくすぐる商品をリサーチして、独占販売していきます。既製品を販売するこれまでの物販と違って、新商品を世に広めていくおもしろさを味わえます。

① 社会的信用が高い

物販クラファンは起案者、メーカー、支援者が喜ぶWin-Win-Winですから、非常に社会的信用の高いビジネスです。これまでの転売ビジネスのように「家

族や友人にも話せない」と後ろめたい気持ちになることはありません。むしろ、**堂々と家族や友人に自分のプロジェクトを自慢するくらい**です。

しかも、クラファンをきっかけに商品が注目され、新商品が大手実店舗に並ぶこともあります。自分が見つけた商品が世のなかに広まっていくのを目の当たりにするのは感慨深いものがあるでしょう。

❶ ビジネスで必須の交渉力と販売力が手に入る

ここまで読むと、物販クラウドファンディングは物販のよいところだけを拾い、悪いところをなくしたメリットだらけの手法であることがわかると思えます。**いくつもメリットがあるなかで一番大きいのは、今後自分の力で生きていくために必須のノウハウが手に入る点だと思っています。**

せどり、転売の場合は、誰でもできるリサーチをこなすだけです。これで永遠に稼げればいいのですが、ほかのビジネスに応用できるノウハウではないので稼げなくなれば終わりです。また別の儲かるビジネスを探さないといけません。

一方、本書でお伝えする物販クラファンは、メーカーとの交渉や商品ページの作成など転売ビジネスにはないノウハウが必要です。そのため少し大変と思われるかもしれませんが、物販クラファンを実践することでメーカーとの交渉力や商品の販売力が身につきます。この2つのノウハウが手に入るのはかなり大きいです。なぜなら、ほかのビジネスにも絶対に必要とされる一生モノのビジネススキルになり得るからです。

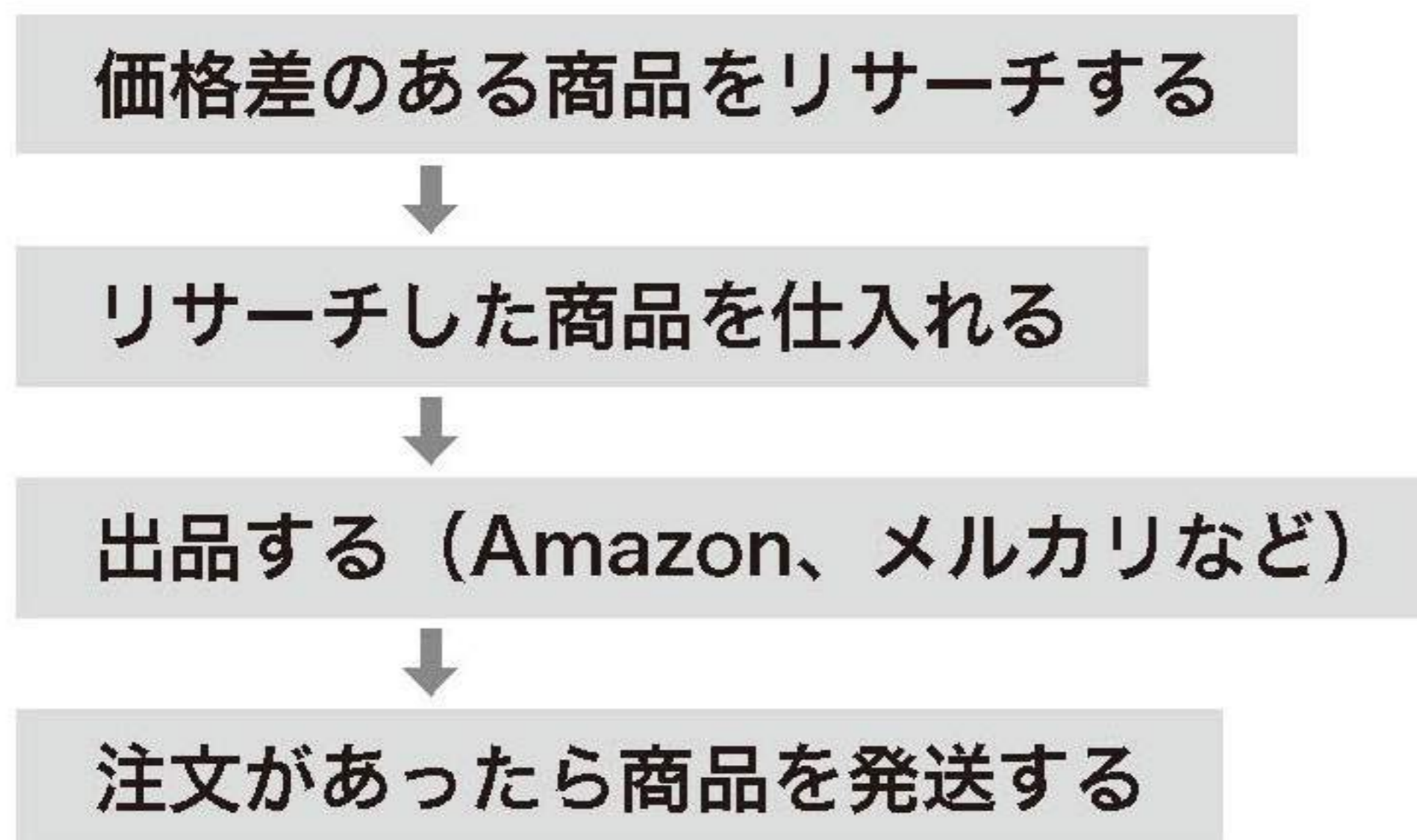
メーカーと一緒にビジネスをしたいと思う人を考えてみてください。お互いのメリットになるように最善の手段を考えてくれて、しかも自社商品の販売をサポートしてくれる人ではないでしょうか？ 交渉力と販売力を習得すればメーカーから求められる存在になれるので、仮にクラファンが衰退したとしても自分の力で食べていけるでしょう。

1 5 物販×クラファン 3つのデメリット

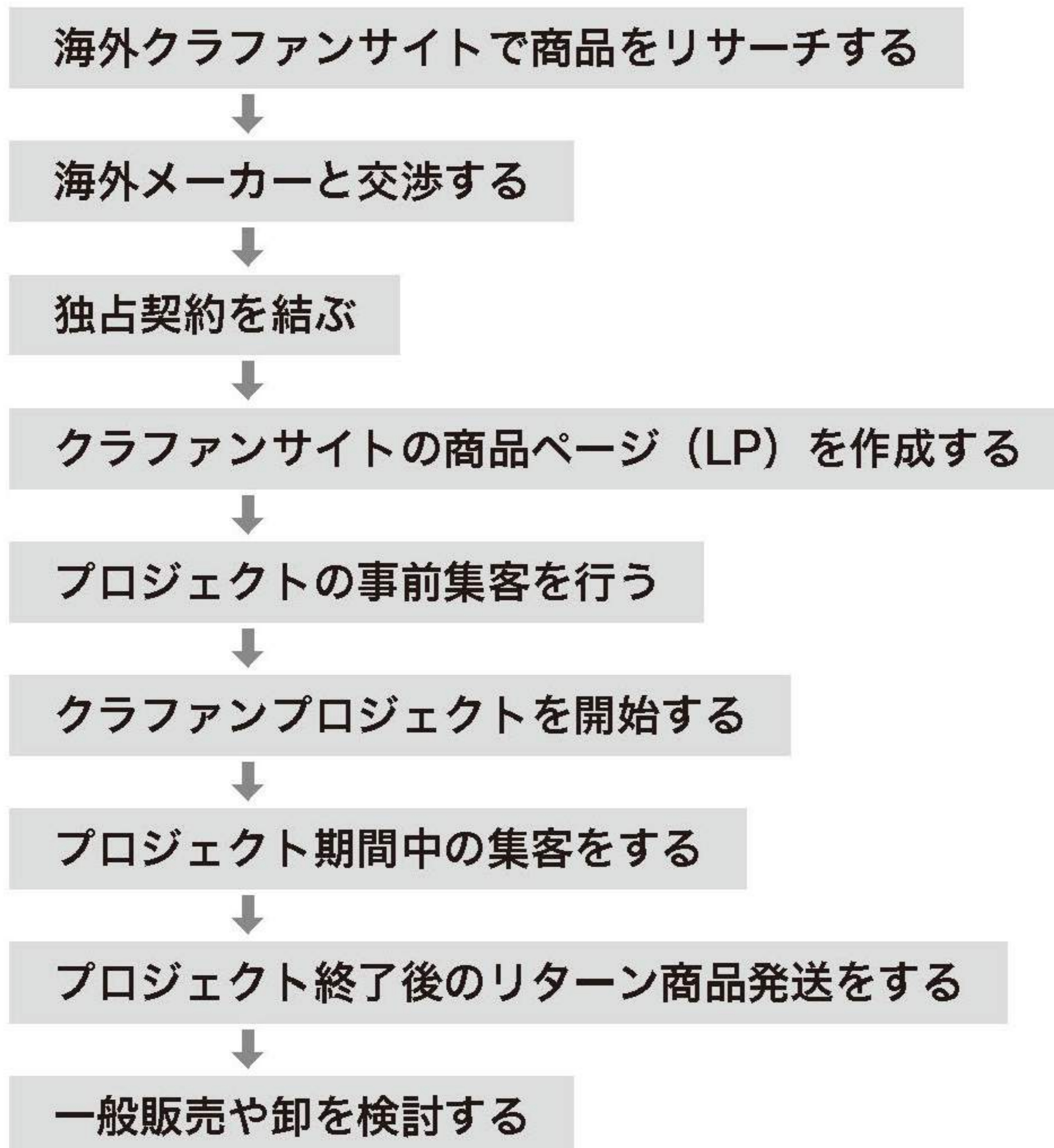
ここまで物販クラファンのメリットをお伝えしましたが、一方でまったくデメリットがないわけではありません。メリットだけでなくデメリットも把握することで冷静に取り組むことができます。

① 作業タスクが多い

物販クラファンのデメリットとして挙げられるのが、作業タスクが多いことです。転売ビジネスの場合は、「商品を安く仕入れて高く売る」という非常にシンプルな作業を繰り返すだけです。



一方で物販クラファンの作業タスクは以下のようにかなり多いです。



その分、成功すれば1回のプロジェクトの売上が数百万～数千万円程度と規模が大きくなります。反面、単純作業を繰り返すせどり、転売と比べるとやるべきことが多く、1つの商品を販売するまでに時間がかかります。

とはいえ、大変なのは1回目だけで、2回目以降は1回目と同じ流れを繰り返すことになり、作業効率が格段にアップしますのでご安心ください。また、作業効率がアップするだけでなく、プロジェクトが成功するコツもつかめてきます。最初は100～300万円くらいの支援額を目指していたのが1,000万円程度を狙っていくことも可能になります。

❗ 売上金(支援金)が入金されるまで時間がかかる

作業タスクの多い物販クラファンでは、その分売上金（支援金）が入金されるまで時間がかかります。転売ビジネスやメーカー仕入れは、かなり在庫の回転が早く、早い人であれば1カ月で数十万円の月利を達成する人もいます。物販クラファンでは、プロジェクト期間がだいたい1～2カ月、プロジェクトの準備期間も含めれば3～4カ月くらいは見ておく必要があります。

❗ 既存の物販ビジネスにはないノウハウが必要

先ほどの作業タスクを見てわかるように、物販クラファンは既存の物販ビジネスにないノウハウが必要となります。メーカー仕入れを経験したことがない方は、「今までと全然違う」と思うかもしれません。

物販クラファンは、海外メーカーと独占契約する交渉力、商品を支援者に広めて魅力を十分に伝える販売力が求められます。そのため、商品ページの作成など最初は難しいと覚えることがあるかもしれません。メーカーとの交渉もはじめのうちは断られることが多いでしょう。しかし、**メーカー交渉や商品ページ作成、事前集客などのプロモーション戦略にはいくつか型があります**。本書では、結果が出せる方法を体系だててお伝えしていきます。

また、見方を変えれば、ビジネスオーナーとして自立するためのノウハウを習得できる絶好の機会ともいえます。物販クラファンでお金を稼ぎながら長期的にビジネスを持続できるスキルを育てていきましょう。

1 6 最新の物販×クラファンの 注意点と打開策

ここ最近の物販クラファン事情について簡単にお伝えします。物販を含む購入型クラファンは急速に支援額を増やし、業界最大手のMakuakeも右肩上がりです。会員数が増やしています（⇒P.40）。

これはクラファンのプロジェクトの起案者が増えてきたことも意味します。また、トラブルを防ぐためにプラットフォーム側の審査も厳しくなっています。2019年ごろまでは「とりあえずプロジェクトを出せば売れる」状態でしたが、起案者の増加によりプロジェクトが埋もれやすくなり、現在は「とりあえずプロジェクトを出せば売れる」ようなことはなくなりつつあります。

① 機能や素材に新しさが認められれば審査は通る

まず、プラットフォーム側の審査が厳しくなっている点ですが、客観的に見て新しさが無い新商品は審査に通らなくなっています。特に業界最大手のMakuakeは、以下のように他社製造製品における不適切な流通を認めないことを明記しています。

- ▶ 海外商品において日本市場独占契約を締結せず、日本市場での流通を実施すること
- ▶ 商品を製造委託する場合において、実行者が創出をした「アタラシイ」が認められない商品でプロジェクトを実施すること

前者の独占契約については先にお伝えしたとおりですが、問題なのは後者のほうです。「『アタラシイ』が認められない商品」とは、ほかの類似商品と機能や素材、デザインの観点で違いが感じられない商品です。

具体例としては、現在流行している**中国輸入の簡易OEM商品**です。過去には、中国の「アリエクスプレス」「タオバオ」「アリババ」で安価に売られている商品とほとんど変わらない商品が出品されるケースもありました。また、検査などのエビデンスが怪しい商品が出品されることもありました。このような商品は炎上など問題事例となることがあり、クラファンサイトは規制を強化しています。また、新しいモノ好きのクラファンの支援者層に、ほかのECサイトで普通に売られていそうな商品が売れるとも考えられません。

逆に機能や素材面で新しさがあれば審査に通りますし、実際に売れます。本書では、他社にはないアイデアで作られた新商品で、かつ日本で売れそうな商品をリサーチする方法をお伝えします。

❗ 売れる戦略を考えているライバルは少ない

次に「ただ起案するだけでは売れなくなっている」ことですが、これはそこまで悲観しなくて大丈夫です。起案者も増えていますが会員数も増えているため、ターゲット層を想定して販売戦略を立てたプロジェクトは以前よりも売れている実態があります。

Makuakeのプロジェクトを見ても「初日から売れているプロジェクト」と「全然売れていないプロジェクト」にはっきりと分かれています。つまり、成功と失敗で二極化しているのですが、売れる戦略をおざなりにしている起案者が少なくないため、失敗しているプロジェクトが多いです。このような起案者はライバルとはいえません。「**会員数は増えているがライバルは弱い**」というのが今のクラウドファンディングです。本書でお伝えするノウハウを実践すれば大きな支援が得られますので、しっかりと取り組んでいきましょう。

17 物販×クラファンに向いている人とは？

物販クラファンの概要についてお伝えしてきました。ここまでの内容を踏まえて物販クラファンに向いている人について説明します。

❗ いずれ会社を辞めて独立したい人

物販クラファンは、せどり、転売と比べるとタスクが多く、利益が出るまでにタイムラグが発生します。そのため、今すぐ手元にお金がほしいとか、すぐに成果を出したい方にはあまり向いていません。その場合は、せどり、転売に取り組んだほうがいいのかもかもしれません。以前よりかなり難しくなりましたが、今でも月利5～20万円くらいなら可能です。ただ、今後も稼ぎ続けられるかどうかはわかりません。会社を辞めて独立するなら、自力で食べていける力を身につける必要があります。物販クラファンは、交渉力や販売力など一生食べていくための基礎となるノウハウを身につけることができます。

① 魅力的な新商品を見つけて販売することが楽しい人

物販クラファンのタスクは、簡単にいえば日本市場にない海外の新商品を発掘して国内に広めていくことです。単純作業ではない思考力が問われることがあります。考えることを含めて楽しいと感じることができる方は物販クラファンに向いています。特に新商品のマーケティングや宣伝に興味のある方であれば物販クラファンはぴったりでしょう。

① インプットだけでなく積極的に実践する人

物販クラファンは作業タスクが多いので、「どんな手段でもいいから儲けたい」「楽に稼ぎたい」という人はあまり向いていません。メリットの多い手法ですが、物販クラファンは楽に稼げるわけではないのです。

時に脳みそに汗をかくくらい考えて実践できる人が成功します。物販クラファンは成功の型はありますが、メーカー交渉や商品ページの作成、事前集客は自分でやってみないとわからないところがあります。学んだことをそのままにせず、まずは実践してみてPDCAを回すことで実力がついていきます。クラウドファンディングは起案者のリスクを抑えた方法で、失敗しても失うものはありません。積極的に実践しましょう。

1 8 物販×クラファンで押さえておくべき 4つの主要クラファンサイト

Chapter 1の最後に、物販クラファンでよく利用するクラファンサイトについて紹介します。今では国内でも星の数ほどあるクラファンサイトですが、物販クラファンと相性抜群なのが「Makuake」と「GREEN FUNDING」です。あとは「クラファンおかわり」(同一商品のプロジェクトを2回起案すること。⇒P.262)をするのであれば「CAMPFIRE」と「machi-ya」も押さえておきたいところです。最初は、この4つを知っていれば問題ありません。

① Makuake

Makuakeは国内最大手のクラファンサービスで、2019年に東証マザーズ

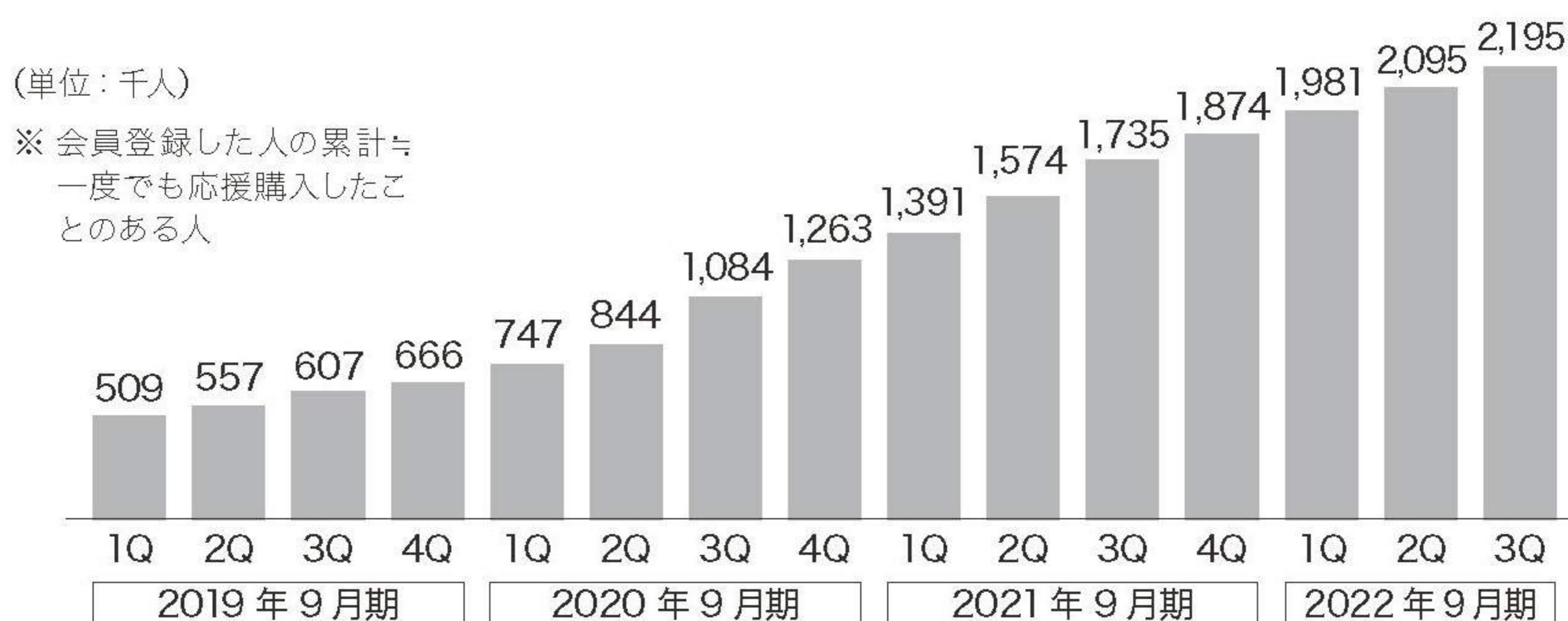
に上場しました（**図1-5**、**図1-7**）。キュレーターと呼ばれるプロジェクト専任担当が1名ついてプロジェクト全般をサポートしてくれるので、はじめてプロジェクトを実施する方も安心です。サイバーエージェントグループの会社のため、アメブロやABEMAなど各種メディアでプロジェクトを拡散してくれることがあります。

図1-5 Makuake



2022年7月時点で219万人と、非常に会員数の多いクラファンサイトで多くの支援が期待できます（**図1-6**）。

図1-6 Makuake 会員数の推移



出典：株式会社マクアケ 2022年9月期 第3四半期 決算説明資料
<https://ssl4.eir-parts.net/doc/4479/tdnet/2159950/00.pdf>

しかも物販系のプロジェクトに強く、キュレーターのサポートも手厚いので、特に物販クラファンがはじめての方はMakuakeをおすすめします。

ただし、国内最大手ということもあり、出品アカウントの申請や商品ページの審査が比較的厳しく時間がかかることがあります。この場合は後述するGREEN FUNDINGでのプロジェクト立ち上げを検討するといいでしょう。

図 1-7 Makuake の概要

運営会社	株式会社マクアケ
サービス開始	2013年
利用手数料	20%

① GREEN FUNDING

GREEN FUNDINGは、CCC (TSUTAYA) グループが運営するクラファンサイトです (図 1-8、図 1-9)。

図 1-8 GREEN FUNDING



蔦屋家電などの実店舗連携に強みを持っていて、プロジェクト成功率は80%を超えています。プロジェクトを起案すると多数の連携Webメディアに掲載されるため集客効果が高いです。クラファンプロジェクトでヒットした商品は蔦屋家電などの店頭にも並ぶこともあります。

Makuakeには劣るものの会員数は多いです (実数は公開されていません)。Makuake同様、物販系のプロジェクトが多く、比較的男性向けの商品が多い印象です。

2020年4月より、プロジェクトを起案できるのは法人のみで、個人事業主の方の起案はできなくなりました。個人的には、この機会に法人設立を検討してもいいのでは、と思います。法人設立は7万円くらいあれば簡単にできます。

図 1-9 GREEN FUNDING の概要

運営会社	株式会社ワンモア
サービス開始	2011年
利用手数料	20% (※)

※ リポートや紹介で手数料が割引になることがある

❗ CAMPFIRE

paperboy&co. (現GMOペパボ) を創業して、最年少でジャスダック上場を果たした家入一真さんが代表を務めるクラファンサービスです (図 1-10、図 1-11)。CAMPFIRE も Makuake 同様に知名度が高く、会員数は2022年時点で約330万人と国内最大規模です。しかし、どちらかというといイベント系に強く、物販系のプロジェクトは支援が集まりにくい傾向があります。

図 1-10 CAMPFIRE



物販クラファンでは、今のところクラファンおかわりで活用する方が大半です。とりあえず最初はMakuakeやGREEN FUNDINGを利用することで問題ないでしょう。

図 1-11 CAMPFIRE の概要

運営会社	株式会社 CAMPFIRE
サービス開始	2011年
利用手数料	17% (※)

※ キャンペーン等で手数料が割引になることがある

① machi-ya

株式会社CAMPFIREは、CAMPFIREだけではなく7つのクラファンサービスを運営しています。そのなかの1つがデジタル家電、小物などのガジェット関連を主に扱うmachi-yaです(図1-12、図1-13)。machi-yaもCAMPFIRE同様にクラファンおかわりとの相性がいいクラファンサイトです。

図 1-12 machi-ya



メリットは、「GIZMODO JAPAN」「lifehacker」「ROOMIE」「BUSINESS INSIDER JAPAN」「MYLOHAS」といった月間数百万PV規模の集客力の高いWebメディアに掲載されることです。

一方で、手数料が25%と本家のCAMPFIREよりも高めである点と、審査が厳しい傾向があります。とはいえ、メディア掲載で支援を伸ばせる点は大きいので、ガジェット関連のクラファンおかわりでは検討してもいいでしょう。

図 1-13 machi-ya の概要

運営会社	株式会社 CAMPFIRE
サービス開始	2016年 (CAMPFIREによる運営は2019年から)
利用手数料	25%