

クラウドファンディング実行チェックリスト（D-90逆算式）

使い方

公開日をD-0として、90日前から逆算した実行順です。各フェーズは本文の章に対応しています。埋まっていない項目を残したまま次のフェーズに進まないでください。

とくに事前集客の後半で、集まったリストの人数が計画に届いていない場合、正しい対応は公開日を後ろにずらすことです。日付を守って人数を諦めると初日が作れず、そのあとに打てる手はありません。

日数は商材と体制で伸縮します。ここに書いた数字は目安であり、守るべきは順番のほうです。

このリストは、眺めて満足するためのものではなく、次のフェーズに進んでいいかを決める関門として使ってください。空欄が残っているなら、埋めるか、落とすと決めるかのどちらかをします。落とすと決めた項目は、落としたと書き残します。あとで結果を振り返るとき、何をやらなかったのかが分からないと、原因の切り分けができません。

D-90からD-61 企画を決める（第1章・第3章）

- ☐ この一回で取りに行く目的を決める。売上だけを目的にしない
- ☐ 商品のPOP・POD・POFを書き出し、勝負する差別化点を一つに絞る
- ☐ 出すプラットフォームを決める
- ☐ 原価・手数料・送料・広告費を含めた収支を計算する。数字が合わないければ企画を止める
- ☐ 撤退ラインを先に決める。検証で数字が出なかった場合に量産へ進まない基準を文書に残す

D-60からD-41 器を作り、広告をテストする（第3章・第4章）

- ☐ リターンの段階構成と価格を確定し、全段階で粗利を換算する
- ☐ ページ構成を決め、撮影と原稿を発注する
- ☐ ティザーLPと公式LINEを構築し、動線を通して確認する
- ☐ LINE登録の同意文に、一般販売・次商品の案内を含む利用目的を明記する
- ☐ 許容CPFを貢献源の積み上げから算出し、広告予算の上限を決める
- ☐ 初日の目標金額から、必要なリストの人数を逆算する
- ☐ Meta広告をテスト予算で配信し、リスト1件あたりの獲得単価の見込みを取る

D-40からD-6 集め切る（第4章）

- ☐ 獲得単価が上限内にあることを確認してから、予算を本格投下する
- ☐ 公開前のLINE配信シナリオを作り込む
- ☐ プレスリリースとインフルエンサーへの依頼を打診する
- ☐ リストの人数を週次で確認する。計画に届かない場合は公開日を再検討する

D-5からD-1 温めて、最終確認する（第4章・第5章）

- ☐ 公開前5日間のLINE配信を実行する。認知・興味・信頼・行動の順に壁を壊す
- ☐ ページの誤字、画像、リターン、FAQを最終確認する
- ☐ 公開日時を確定し、プラットフォーム側の設定を確認する
- ☐ 公開当日に流す配信文面をすべて用意する
- ☐ 当日の担当者と連絡経路を決める
- ☐ 使用する全ツールへのログインを確認する

D-0 公開日（第5章）

- ☐ 公開を確認し、ページとリターンが正しく動くことを確認する
- ☐ ティザーLPのリンクを本ページへ差し替える
- ☐ 一斉配信を複数回に分けて実施する
- ☐ 初日の実績を随時共有し、翌日の運用を決める

D+1から終了日 期間中（第5章）

- ☐ 日次で支援件数、金額、広告効率を確認する
- ☐ 中だるみの時期は、新しいクリエイティブと追加リターンで動かす
- ☐ 終盤は残り日数の告知と予算増額で締める
- ☐ 終了直後に支援者へ御礼を配信する

終了からD+30 終わってからの30日（第6章）

- ☐ 支援者データを整理し、生産と配送のスケジュールを確定する
- ☐ 遅延が見えた時点で、こちらから先に告知する
- ☐ 一般販売の開始日を、在庫が販売可能になったことを確認してから確定する
- ☐ 発売日の告知を段階的に流し、当日は複数回に分けて配信する
- ☐ 支援者と未支援者で配信内容を分ける
- ☐ 期間中に支援しなかった友だちへの配信を止めない
- ☐ 貢献源ごとの実測値を入れ、含めた項目と含めなかった項目を書き残す
- ☐ 7要素の判断基準表を埋め、継続か撤退かを決める

三つだけ残すなら

全部は回せない、という状況もあります。そのときに最後まで残す項目は三つです。収支計算で数字が合っているか。公開日までに集めたリストの人数が計画に届いているか。撤退ラインを先に決めてあるか。

この三つが埋まっていれば、ほかが多少荒くても致命傷にはなりません。逆にこの三つを空欄のまま公開日を迎えて、うまくいった案件を私は見たことがありません。数字が合わない企画は公開しても合わず、人数が足りないリストは初日を作れず、撤退ラインのない案件は損失が確定してからしか止まらないからです。この三つは、失敗を避けるための最低条件であって、成功を約束するものではありません。