

## 第4回

# YOU MAKE SHIBUYA クラウドファンディング実行委員会

2021年3月23日（火） 16：00～  
区役所9階 庁議室

## ～次第～

- 1 実行委員会規約の変更について
- 2 Y M Sクラウドファンディング収支状況について
- 3 Y M Sクラウドファンディング資金使途について
- 4 まとめ

# 1 実行委員会規約の変更について

## 【主な変更点】

### ①「会計年度」の変更（第10条第2項）

（現行）

本会の設立した日から当該年度の3月31日まで

（変更案）

本会の設立した日から令和3年6月30日までとする。

### ②「解散」の規定追加

（解散）

第12条

本会は、第1条の目的が達成されたときに解散する。

# 「YOU MAKE SHIBUYA クラウドファンディング実行委員会」規約(案)新旧対照表

新	旧
<p>省略 (会計年度) 第10条 本会の会計年度は、毎年4月1日に始まり、翌年3月31日までとする。 2 本会の初年度の会計年度は、前項の規定にかかわらず、本会の設立した日から<b>令和3年6月30日</b>までとする。</p> <p>省略 <u>(解散)</u> <b>第12条 本会は、第1条の目的が達成されたときに解散する。</b></p> <p>(委任) 第13条 この規約に定めるもののほか、本会の事務の運営上必要な細則は会長が別に定める。</p>	<p>省略 (会計年度) 第10条 本会の会計年度は、毎年4月1日に始まり、翌年3月31日までとする。 2 本会の初年度の会計年度は、前項の規定にかかわらず、本会の設立した日から当該年度の3月31日までとする。</p> <p>省略 (新設)</p> <p>(委任) 第12条 この規約に定めるもののほか、本会の事務の運営上必要な細則は会長が別に定める。</p>

## 2 YMSクラウドファンディング収支状況について

# YMSクラウドファンディング予算 1億4,500万円 (Updated Mar 23<sup>rd</sup>, 2021)

## 収入

## 支出

区 補助金

1億

ファンド資金

4,500万

資金使途  
1億600万円

リターン費  
1,850万円

CF事務局委託/広報/広告費  
1,432万円

CF手数料 642万円

- 安心安全ネットワーク整備: 2,263万
- 渋谷区合同ECサイトの開発: 2,713万
- アーティスト支援: 2,312万
- 次世代ライブ配信環境の整備: 1,500万
- オンラインファッションショーの開催: 777万
- ビジネスプログラム: 500万
- 広報: 528万

\*次世代ライブ、ビジネスプログラムは最終請求待ち

- 各アイテム、名前掲載、ライブ他
- CF事務局委託費: 226万
- 広報、広告、クリエイティブ: 1,205万

# YMSクラウドファンディング資金使途 1億600万円 (Updated Mar 23<sup>rd</sup>, 2021)

安心安全のための事業者・  
店舗支援

(6,977万)

- 安心安全ネットワーク整備 2,263万
- 渋谷区合同ECサイトの開発 2,713万
- 次世代ライブ配信環境の整備 1,500万
- ビジネスプログラム 500万

ファッション産業支援

(777万)

- ファッションショーの開催 777万
- 渋谷区合同ECサイトの開発\* 2,713万

エンタメ産業支援

(2,312万)

- アーティスト支援 2,312万
- 次世代ライブ配信環境の整備\* 1,500万

広報  
(528万)

\*他支援を含む



### 3 YMSクラウドファンディング資金使途について

クラファン資金使途：安心安全のための事業者・店舗支援（感染症対策グッズ）

渋谷区内の理容室・美容室を対象に感染症対策グッズを無償で配布

## 4つの感染症対策アイテム



CO2濃度測定器1台



アルコール消毒液  
詰め替え用消毒液 1ℓ x10本セット



アルコール用  
プッシュボトル650ml  
クリアアンバー/クリアブラック  
いずれか同色2個  
※色のご指定はできません。



白雲石トレイ  
アルコール  
プッシュボトル用

申込受付期間

令和3年3月17日（水）～ 3月29日（月）

予算

8,000,000円（370店舗分）

## クラファン資金使途：安心安全のための事業者・店舗支援

たすけあいマスクエチケット運動は、一財）チームニッポン社会振興財団（理事長 荒井広幸）が呼びかけ、障がい者・自治体・団体・企業がみなさんと一緒になっておこなう **抗菌マスクケース** と **抗菌シール** を使用した感染予防活動です。

<見本イメージ>

【表面】



【裏面】



飲食店等の事業者を  
対象に配布予定

予算

1,200,000円（5000枚）

# YOU MAKE SHIBUYA クラウドファンディング資金使途 <ファッション業界支援> 10月17日 (土) SHIBUYA HARAJUKU FASHION FESTIVAL キックオフ会見



三宅正彦氏（一般社団法人日本ファッション・ウィーク推進機構理事長）、  
八木原保氏（原宿神宮前商店会会長）  
飯嶋薫様（一般社団法人日本ショッピングセンター協会理事）  
長谷部健 渋谷区長、松井智則氏（株式会社ワンオー代表取締役）、  
りゅうちえる氏、大西賢治氏(渋谷区商店会連合会会長)



長谷部健 渋谷区長とりゅうちえる氏

来場メディア：TV3番組、紙8媒体、WEB 10媒体

# YOU MAKE SHIBUYA クラウドファンディング資金使途 <ファッション業界支援>

## 10月17日（土）SHIBUYA HARAJUKU FASHION FESTIVAL

りゅうちえる氏プロデュースによるショーを皮切りに、1日5本のショー、インスタレーションを連続的に開催。ファッションを渋谷から世界に発信する1日となります。またYOU MAKE SHIBUYA Youtubeチャンネルはじめ、様々なメディアでオンライン配信を実施しました。



# YOU MAKE SHIBUYA クラウドファンディング資金使途 〈渋谷区公認ECサイト〉

## SHIBUYA FAMILY SALE 10月18日ローンチ

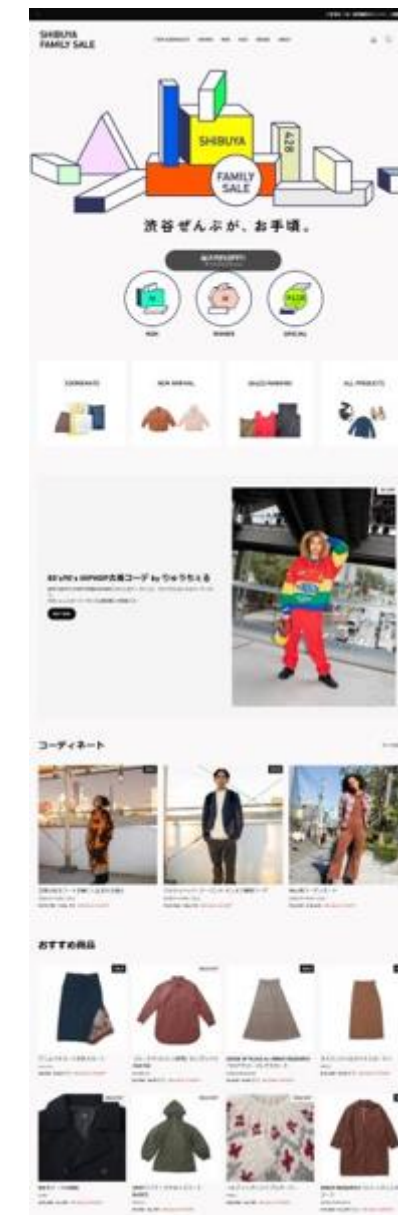
<https://shibuyafamilysale.com>

目的：渋谷区公認ECサイトを構築し、出店障壁を下げたサービスを行い、過剰在庫をかかえる小規模ショップから大手アパレルまでが出店することで、リアルとデジタルを相互活用した新しい消費体験の提供と、街と人、需要と供給の持続可能な関係をつくりあげる。

対象：渋谷区に店舗があるショップ、渋谷区のショップで取り扱いがある、またはショー発表している国内デザイナーやブランド

取扱対象商品：オフプライス商品

コロナ影響下で過剰になった在庫をサスティナブル、「渋谷区は捨てない」というコンセプトでアップサイクル。



# YOU MAKE SHIBUYA クラウドファンディング資金使途 〈ファッション業界支援〉売上関連情報

	売上(税込)	客数	客単価	訪問者数(UU)	リピーター	PV	購入率	出店者数	広告費	広告対効果
2020.10月	785,709	138	5,694	23,447	7.46%	132,639	0.47%	10	316,393	248.33%
2020.11月	4,616,463	726	6,359	120,169	5.72%	922,888	0.44%	12	3,450,756	133.78%
2020.12月	1,656,528	212	7,814	38,158	9.00%	373,289	0.39%	20	933,853	177.39%
2021.1月	535,003	73	7,329	15,870	13.70%	147,170	0.33%	22	277,382	192.88%
2021.2月	458,059	54	8,483	14,033	7.41%	112,699	0.27%	26	273,632	167.40%
合計	8,051,762	1,203	6,693	211,677		1,688,685	0.57%		5,252,017	153.31%

全体を通して広告費をかければ訪問者が増えて売り上げが作れるという状況は変わらず。少しずつサイト自体の登録者数やリピーターも増えてきているが、まだ自走するには時間がかかる。  
コストをかけずに広げる施策を順次展開予定。(スクランブル交差点でのショー映像配信、リアルスペースでのマーケットイベント、Youtuberやタレント事務所との連動など)

# YOU MAKE SHIBUYA クラウドファンディング資金使途 <ファッション業界支援> ユーザー属性 (年齢)



25-34歳が37%、35-44歳が27%となっており、平均年齢層は30歳前後と見られる。10代は17%に留まっている。

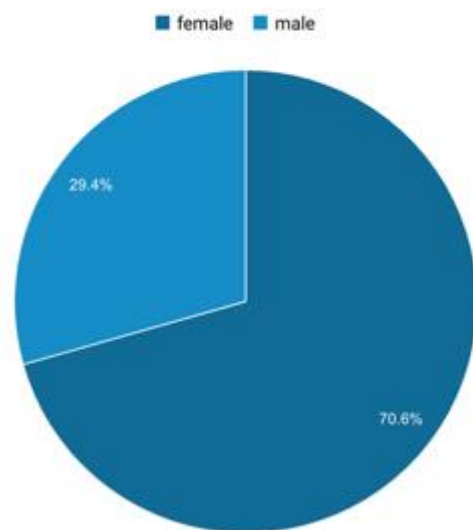
年齢	集客			行動			コンバージョン <input type="button" value="eコマース"/>		
	ユーザー	新規ユーザー	セッション	直帰率	ページセッション	平均セッション時間	トランザクション数	収益	eコマースのコンバージョン率
	29,338 全体に対する割合: 13.75% (213,332)	28,320 全体に対する割合: 13.33% (212,457)	42,673 全体に対する割合: 15.60% (273,500)	33.96% ビューの平均: 6.21 (15.33%) ビューの平均: 36.18% (4.13%)	7.16 ビューの平均: 6.21 (15.33%)	00:02:58 ビューの平均: 00:02:27 (13.74%)	199 全体に対する割合: 19.90% (1,000)	¥946,512 全体に対する割合: 23.20% (¥4,097,212)	0.47% ビューの平均: 0.37% (27.96%)
1. 25-34	11,456 (37.46%)	10,904 (38.50%)	16,000 (37.49%)	32.89%	7.18	00:03:02	67 (33.67%)	¥296,797 (31.36%)	0.42%
2. 35-44	8,275 (27.20%)	7,660 (27.05%)	11,672 (27.35%)	33.98%	7.04	00:02:53	51 (25.63%)	¥216,661 (22.89%)	0.44%
3. 18-24	5,231 (17.20%)	4,826 (17.04%)	7,051 (16.52%)	30.79%	7.56	00:03:03	39 (19.60%)	¥136,514 (14.42%)	0.55%
4. 45-54	3,631 (11.94%)	3,295 (11.63%)	5,158 (12.09%)	36.16%	7.29	00:03:07	35 (17.59%)	¥233,102 (24.63%)	0.68%
5. 55-64	1,299 (4.27%)	1,169 (4.13%)	1,967 (4.61%)	40.87%	6.73	00:02:44	5 (2.51%)	¥38,392 (4.06%)	0.25%
6. 65+	529 (1.74%)	466 (1.65%)	825 (1.93%)	51.52%	5.15	00:02:01	2 (1.01%)	¥25,046 (2.65%)	0.24%



# YOU MAKE SHIBUYA クラウドファンディング資金使途 <ファッション業界支援> ユーザー属性 (年齢)

性別

ユーザー全体の 14.60%



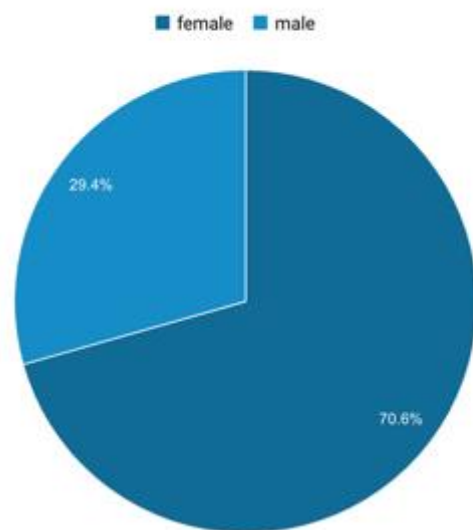
女性70%、男性30%。ほぼ想定通り。  
 一方で男性の方が購入率が20%程高い。

性別	集客			行動			コンバージョン <small>★コマース</small>		
	ユーザー	新規ユーザー	セッション	直帰率	ページ/セッション	平均セッション時間	トランザクション数	収益	★コマースのコンバージョン率
	30,447 <small>全体に対する割合: 14.27% (213,332)</small>	29,336 <small>全体に対する割合: 13.81% (212,487)</small>	44,299 <small>全体に対する割合: 16.20% (273,530)</small>	34.08% <small>ビューの平均: 36.18% (5.82%)</small>	7.16 <small>ビューの平均: 6.21 (15.43%)</small>	00:02:59 <small>ビューの平均: 00:02:37 (13.90%)</small>	208 <small>全体に対する割合: 20.80% (1,000)</small>	¥992,756 <small>全体に対する割合: 21.98% (¥4,507,212)</small>	0.47% <small>ビューの平均: 0.37% (28.43%)</small>
1. female	21,990 (70.61%)	20,844 (71.05%)	30,866 (69.68%)	33.12%	7.22	00:02:59	134 (64.42%)	¥648,624 (65.34%)	0.43%
2. male	9,152 (29.39%)	8,492 (28.95%)	13,433 (30.32%)	36.28%	7.04	00:02:58	74 (35.58%)	¥344,133 (34.66%)	0.55%

# YOU MAKE SHIBUYA クラウドファンディング資金使途 ＜ファッション業界支援＞ユーザー属性（性別）

性別

ユーザー全体の 14.60%



女性70%、男性30%。ほぼ想定通り。  
一方で男性の方が購入率が20%程高い。

性別	集客			行動			コンバージョン <input type="button" value="eコマース"/>		
	ユーザー	新規ユーザー	セッション	直帰率	ページ/セッション	平均セッション時間	トランザクション数	収益	eコマースのコンバージョン率
	30,447 <small>全体に対する割合: 14.27% (213,332)</small>	29,336 <small>全体に対する割合: 13.81% (212,487)</small>	44,299 <small>全体に対する割合: 16.20% (273,532)</small>	34.08% <small>ビューの平均: 36.18% (5.82%)</small>	7.16 <small>ビューの平均: 6.21 (15.43%)</small>	00:02:59 <small>ビューの平均: 00:02:37 (13.90%)</small>	208 <small>全体に対する割合: 20.80% (1,000)</small>	¥992,756 <small>全体に対する割合: 21.98% (¥4,507,212)</small>	0.47% <small>ビューの平均: 0.37% (28.43%)</small>
1. female	21,990 (70.61%)	20,844 (71.05%)	30,866 (69.68%)	33.12%	7.22	00:02:59	134 (64.42%)	¥648,624 (65.34%)	0.43%
2. male	9,152 (29.39%)	8,492 (28.95%)	13,433 (30.32%)	36.28%	7.04	00:02:58	74 (35.58%)	¥344,133 (34.66%)	0.55%

# YOU MAKE SHIBUYA クラウドファンディング資金使途 ＜ファッション業界支援＞ユーザー属性（性別）

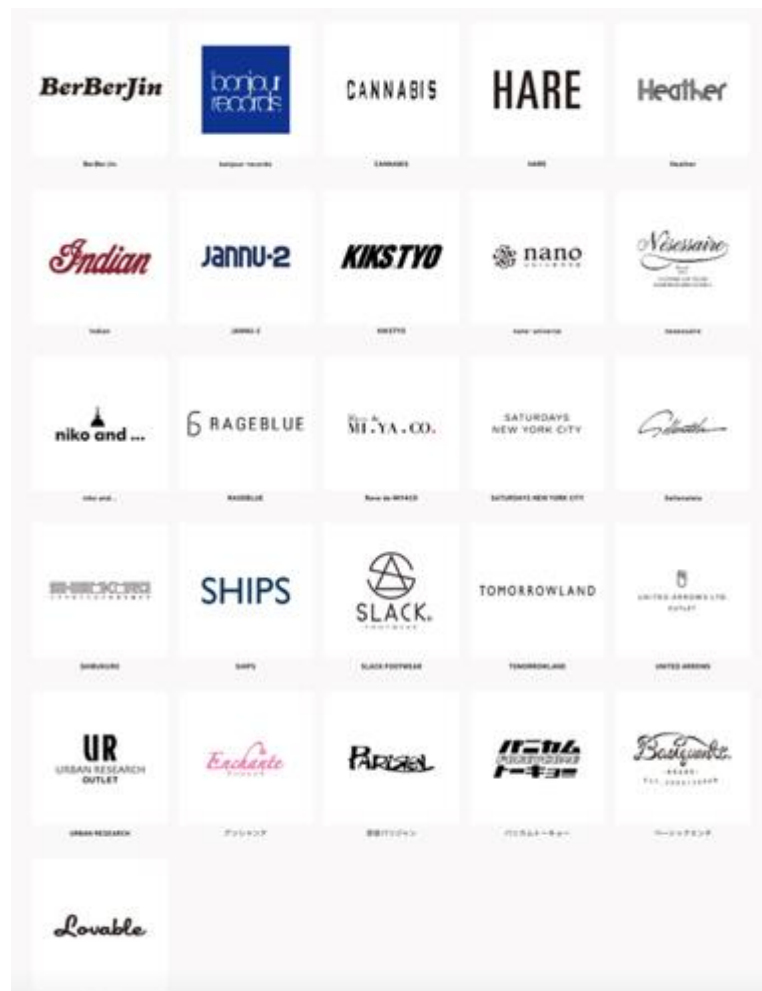
地域	集客			行動		
	ユーザー	新規ユーザー	セッション	直帰率	ページ/セッション	平均セッション時間
	211,202 全体に対する割合: 99.00% (213,332)	210,732 全体に対する割合: 99.19% (212,457)	271,340 全体に対する割合: 99.20% (273,530)	35.88% ビューの平均: 36.18% (-0.82%)	6.15 ビューの平均: 6.21 (-0.83%)	00:02:37 ビューの平均: 00:02:37 (0.36%)
1. Tokyo	64,405 (29.11%)	61,457 (29.16%)	81,157 (29.91%)	33.91%	6.56	00:02:58
2. Kanagawa	38,650 (17.47%)	36,384 (17.27%)	47,387 (17.46%)	35.53%	6.34	00:02:43
3. Osaka	31,568 (14.27%)	29,710 (14.10%)	38,342 (14.13%)	38.57%	5.73	00:02:23
4. Aichi	11,658 (5.27%)	10,933 (5.19%)	13,791 (5.08%)	38.11%	5.75	00:02:22
5. Saitama	10,178 (4.60%)	9,701 (4.60%)	12,359 (4.55%)	36.05%	6.32	00:02:36
6. Chiba	7,819 (3.53%)	7,476 (3.55%)	10,068 (3.71%)	35.70%	6.25	00:02:48
7. Hyogo	6,959 (3.15%)	6,771 (3.21%)	8,456 (3.12%)	38.54%	5.85	00:02:23
8. Fukuoka	6,452 (2.92%)	6,192 (2.94%)	7,612 (2.81%)	35.79%	5.89	00:02:22
9. Hokkaido	5,102 (2.31%)	4,860 (2.31%)	6,135 (2.26%)	36.17%	5.94	00:02:25
10. Kyoto	3,650 (1.65%)	3,501 (1.66%)	4,434 (1.63%)	38.68%	5.87	00:02:21

■ 東京、神奈川で約50%、大阪、愛知埼玉で25%。都市圏での認知が高い。

デバイス カテゴリ	集客			行動		
	ユーザー	新規ユーザー	セッション	直帰率	ページ/セッション	平均セッション時間
	213,332 全体に対する割合: 100.00% (213,332)	212,643 全体に対する割合: 100.09% (212,457)	273,530 全体に対する割合: 100.00% (273,530)	36.18% ビューの平均: 36.18% (0.00%)	6.21 ビューの平均: 6.21 (0.00%)	00:02:37 ビューの平均: 00:02:37 (0.00%)
<input type="checkbox"/> 1. mobile	197,225 (91.96%)	195,407 (91.89%)	250,248 (91.49%)	35.57%	6.23	00:02:36
<input type="checkbox"/> 2. desktop	13,827 (6.45%)	13,827 (6.50%)	18,741 (6.85%)	41.27%	6.34	00:03:03
<input type="checkbox"/> 3. tablet	3,408 (1.59%)	3,409 (1.60%)	4,541 (1.66%)	49.15%	4.48	00:01:50

■ 92%がスマートフォンでの閲覧。

# YOU MAKE SHIBUYA クラウドファンディング資金使途 <ファッション業界支援> 参加ショップ・ブランド情報



<掲載ブランド数(累計)>

2020.10月実績：10店舗

2020.11月実績：12店舗

2020.12月実績：20店舗

2021.1月実績：22店舗

2021.2月実績：24店舗

2021.3/8時点：26店舗

契約書締結/確認中済：5ブランド

- ・ランチキ(セレクトショップ)
- ・PR01.
- ・カンパール
- ・山野デザインスタジオ
- ・バロックジャパン

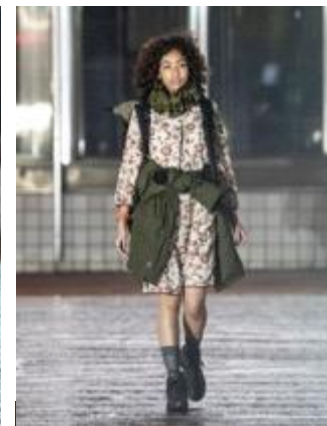




# YOU MAKE SHIBUYA クラウドファンディング資金使途 〈ファッション業界支援〉 PR/販促施策

## ■スクランブル交差点撮影

サイト内の商品でスタイリングしたコーディネートでスクランブル交差点での撮影を実施。(東急主催のSHIBUYA FASHION WEEKと連動)  
本映像を3/15の23:00予定で公開。プロモーションに活用する。



# YOU MAKE SHIBUYA クラウドファンディング資金使途 〈ファッション業界支援〉 PR/販促施策

## ■POP UPイベントへの出店

ファッションウィーク期間中に3/20.21で2つのマーケットイベントに同時出店。  
実際にシブヤファミリーセール内で扱うものをスタイリングで展開予定。



## ▼「渋谷デザイナーズマーケット」概要

出店予定者： 網の店おおやま / EPICHOLIDAE / kubomi / sakumotto / She is / **SHIBUYA FAMILY SALE by SHIBUYA HARAJUKU FASHION FESTIVAL** / norahi / per. / BOOK TRUCK / FLOWER RIBBON SHOP / hokuri / little my daughter ほか

日時：2021年3月20日（土）

ガーデン 12:00～18:30 / スペース 10:30～18:30

2021年3月21日（日）

ガーデン 12:00～18:00 / スペース 10:30～18:00

場所：渋谷キャスト

## ▼「SHIBUYA SLOW STREAM」概要

出店予定者：【アパレル】Aloye / THE CHARLIE TOKYO & LIVRER YOKOHAMA / **SHIBUYA FAMILY SALE by SHIBUYA HARAJUKU FASHION FESTIVAL** / 中嶋大介 / netuii / yee / ハレル × もろはし たくみ【ジュエリー】blue bloom vintage / Hiyou. + Motoki Ueno + ヨシムラ サトシ / maitoparta【コスメ】LISARCH【ファッション雑貨】Anemoui / OLD-FASHIONED STORE / SIWA | 紙和 / +10・テンモア / Nukeme / NoL / MIN BAGGAGE【革小物・革靴】CALDO...TOKYO JAPAN / NAOT JAPAN / niuhans werkstatt / nejicommu【生活雑貨】KISS, TOKYO / Sophie et Chocolat / TALKY / PEOPLEAP / 榎田商店 ほか

日時：2021年3月20日（土） 21日（日） 12:00～19:00

場所：渋谷ストリーム前 稲荷橋広場、金王橋広場、渋谷リバー 스트リート



## クラファン資金使途：エンタメ支援＜目的と目標＞

### 支援の目的

- ・アーティストの活躍の場
- ・渋谷のライブスペースの有効活用
- ・渋谷の音楽カルチャーを止めない

### コンテンツ制作

ライブハウスなどで収録したアーティストパフォーマンスを最新の配信技術と機材でコンテンツをプロデュース



### 内容

**100**アーティストのライブ配信と  
継続的に活用できるプラットフォームの構築

## クラファン資金使途：エンタメ支援〈配信プラットフォーム〉

### 渋谷区公認「バーチャル渋谷」

渋谷5Gエンターテインメントプロジェクト協力の元、最新VR空間「バーチャル渋谷」内にライブハウスを構築



渋谷区公認「バーチャル渋谷」

## クラファン資金使途：エンタメ支援〈配信イメージ〉

バーチャル渋谷au 5G ハロウィーンフェス(2020年10月)より



- ・視聴者はアバターとなって会場に入場
- ・アバターは拍手/口笛/ハートなどのアクションを起こすことができ、コメントも入れることが可能

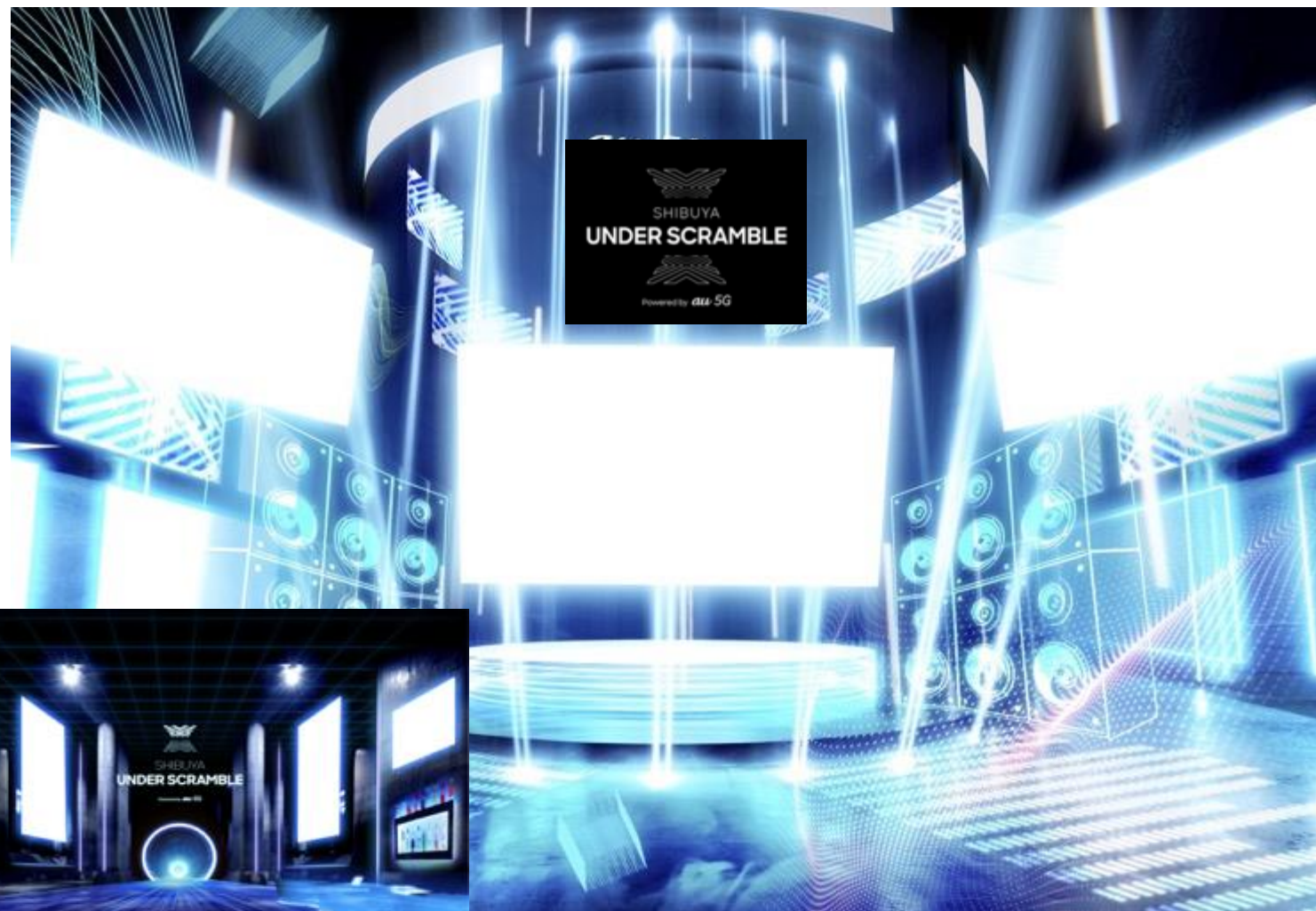


## クラファン資金使途：エンタメ支援＜ライブ会場イメージ＞

「バーチャル渋谷」  
スクランブル交差点の真下  
に現れるライブ会場

- ・ライブ会場は円形上にくり抜かれた果てしない吹き抜け
- ・発光するスクリーンやスピーカーなどがライブ時に出現する

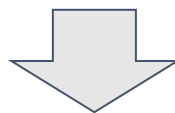
- ・会場前室には、告知ポスター、スケジュールが張り出されたスペース



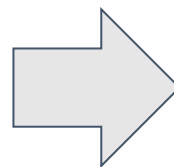
会場前室イメージ

地下ライブ会場イメージ

# クラファン資金使途：エンタメ支援<ライブ会場イメージ>



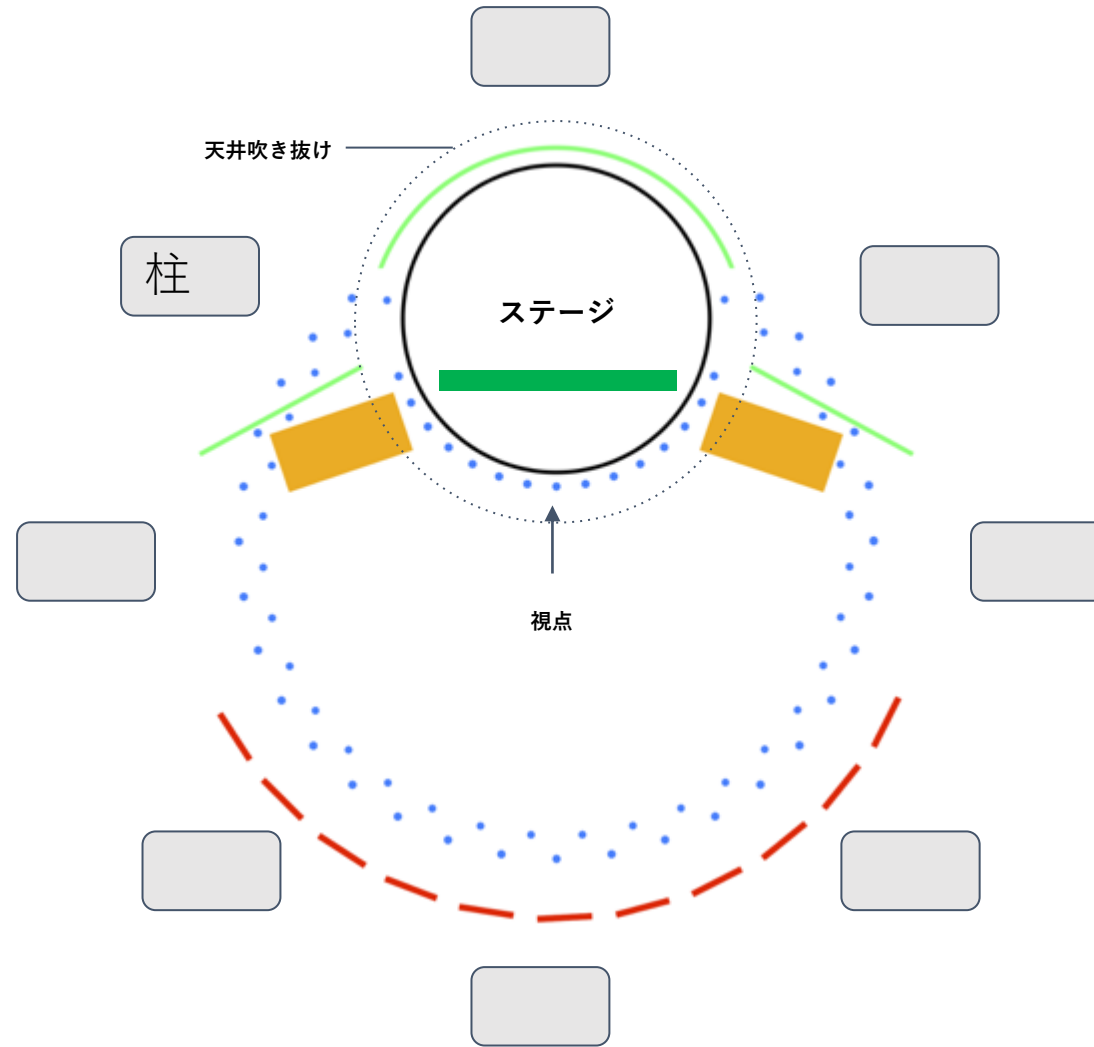
会場前至



# クラファン資金使途：エンタメ支援<ライブ会場俯瞰図>

## 空間俯瞰図

- メインスクリーン
- サブスクリーン
- ライト
- スピーカー
- 告知バナースペース



地下ライブ会場俯瞰イメージ

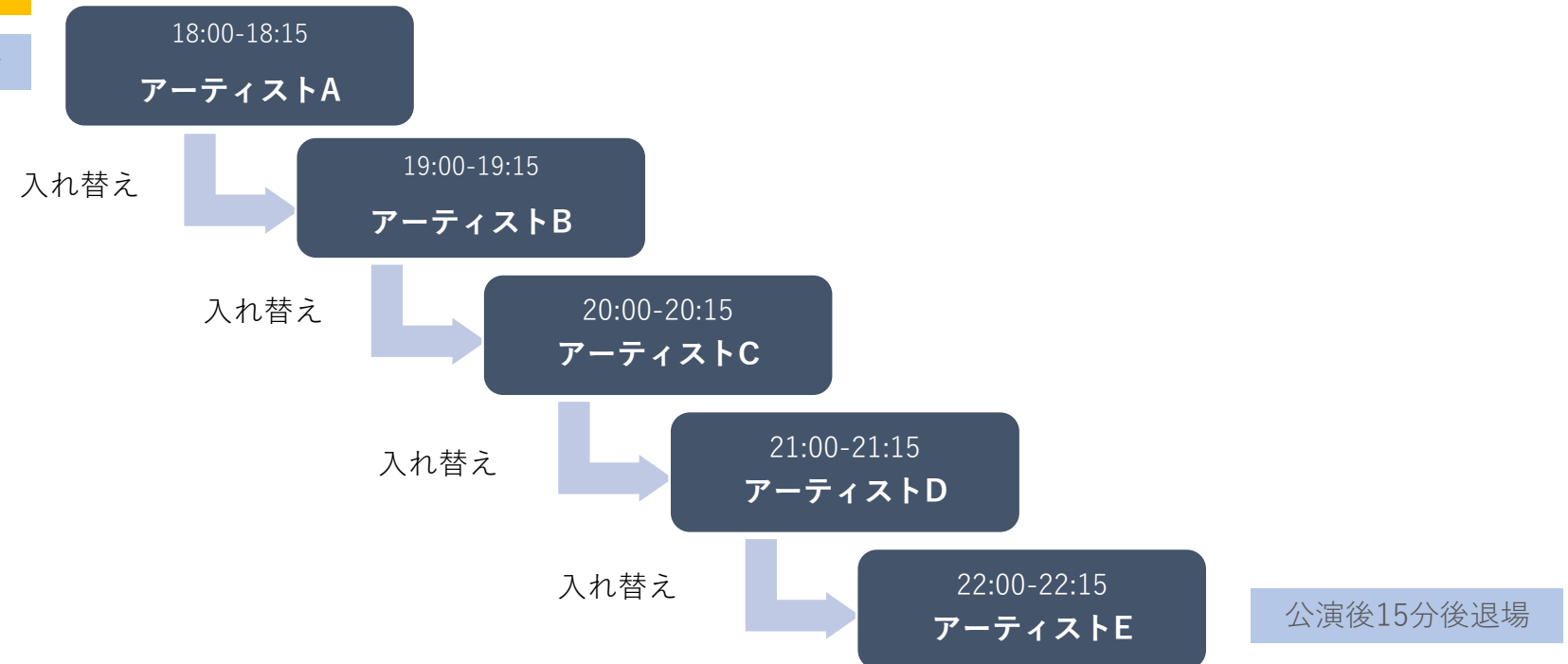
## クラファン資金使途：エンタメ支援＜公演実施イメージ(予定)＞

3/31より、1日3～6アーティスト各1回公演

イベント実施期間：約20日（原則/金・土・日） 総動員：35,000人目標（500p×100公演×70%）

1日5アーティストの場合

公演15分前入場



1アーティスト = 15分以内（1～3曲+MC）  
1公演につき**最大500人まで**会場にて視聴可能

公演実施イメージ

クラファン資金使途：エンタメ支援<キャスティング>

## キャスティング

公募

30組

ライブハウス推薦

70組

協カライブハウス



WWW  
WWW X



Stage House  
**La.mama**  
SHIBUYA.TOKYO

eggman

など

**TOKIO TOKYO**



合計100組ライブ配信





## 目的

### ① 区内事業者との連絡網（区商連等の組織に属さない事業主との連絡システムの確保）

- 緊急事態発生時の連絡
- 補助金や、区の施策、制度、公募情報の周知・情報提供（事業種別によるセグメント配信）
- 区内の活動情報周知・協力要請（Ex: 商店街同士の連携やイベント・セミナーの告知）

### ② 事業者間連携や、中小企業支援のための情報収集基盤

- 業種別に事業者の種別をすることで、企業間連携のきっかけを作る
- 区や、区の関連団体との連携実績等の集約
- 区内スタートアップの実証実験の推進（協力企業募集・実績把握）
- 将来的には、中小企業の福利厚生システムとの連携、保健所の事業者登録との連携し、ワンストップで中小企業支援を行えるようにしたい。

### ③ 戦略立案や事業の設計、効果検証に役立てる。

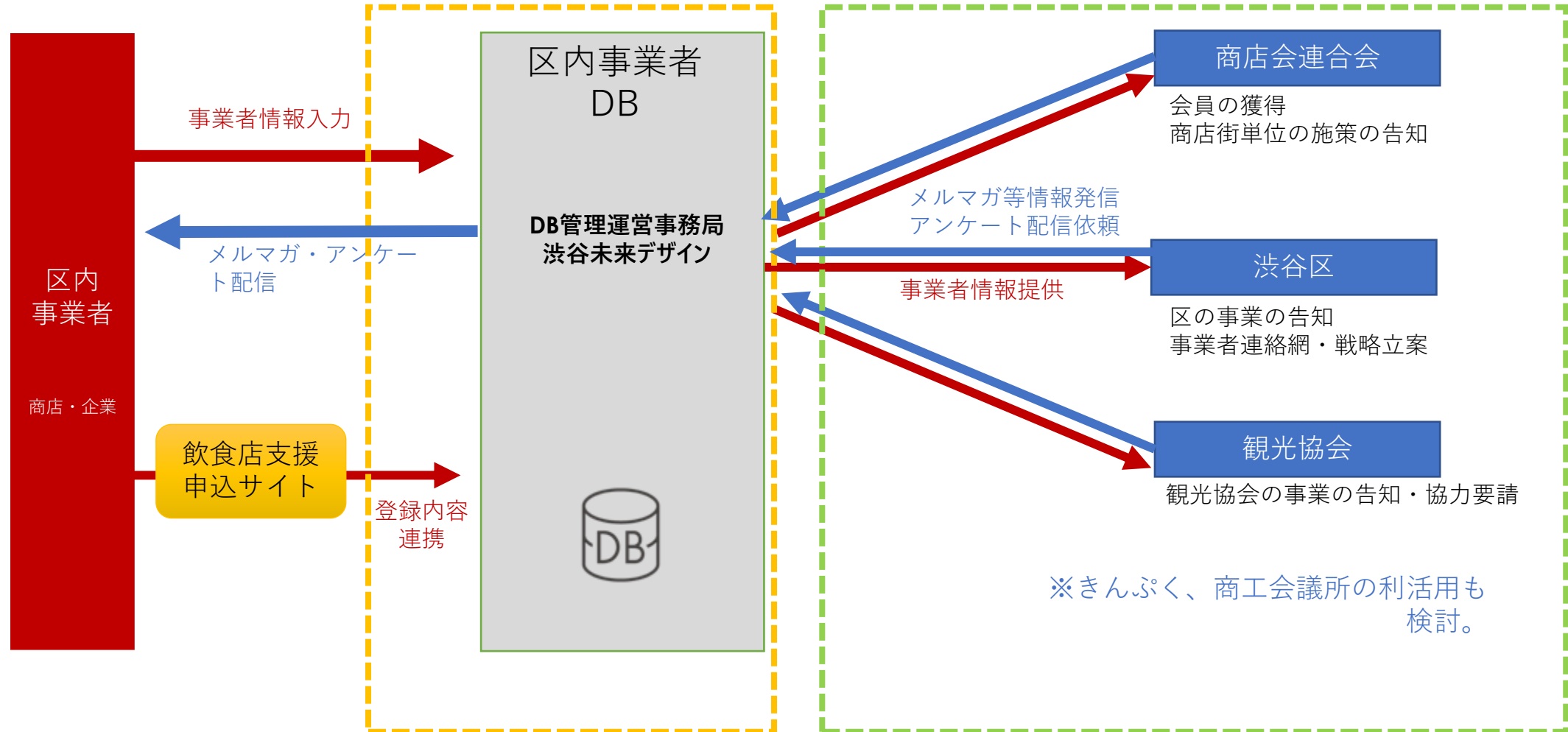
- アンケート等の実施（現状把握・パブリックコメント事業者版の募集・実施した事業の効果検証）
- 商圈を分析データ、エリアごとの産業の特徴の把握（EX: スタートアップの比率, クリエイティブ産業の比率など）

# クラファン資金使途：事業者データベース

・3月中に活用スタート（登録・データベース管理・メルマガ情報配信）

DB開発・構築

DB利活用



# クラファン資金使途：事業者データベース（登録フォーム<事業者情報>共通）

必須	業種 1	プルダウン（本当は複数選択が理想）	→							渋谷区版分類（経済センサス+α）	
任意	加入している団体・組織	チェックボックス	渋谷区商店会連合会	渋谷区勤労者福祉公社	渋谷区観光協会	東京商工会議所渋谷支部					農業、林業
任意	渋谷区商店会連合会加入の場合は商店会名	記入式									漁業
必須	会社名	記入式									鉱業、採石業、砂利採取業
必須	会社名（フリガナ）	記入式									建設業
必須	店舗名	記入式									製造業
必須	店舗名（フリガナ）	記入式									電気・ガス・熱供給・水道業
必須	郵便番号	記入式									情報通信業
必須	住所1	記入式									運輸業、郵便業
必須	住所2	記入式									繊維・衣服等卸売業
必須	担当者名	記入式									その他卸売業
必須	担当者名(フリガナ)	記入式									繊維・衣服・身の回り品小売業
任意	役職	チェックボックス	経営者	役員	部門責任者	社員	個人事業主	個人	その他		その他小売業
必須	メールアドレス	記入式									金融業、保険業
必須	メールアドレス（確認用）	記入式									不動産業、物品賃貸業
必須	電話番号	記入式									学術研究、専門・技術サービス業
任意	店舗・事業所の開設年	記入式									宿泊業
任意	正社員数	記入式									飲食店
任意	パート・アルバイト数	記入式									持ち帰り・配達飲食サービス業
任意	LINE id（紐づけできたら）	記入式									洗濯・理容・美容・浴場業
任意	SNSアカウント（紐づけできたら）	記入式									旅行業
											娯楽業
	各パーミッション										その他の生活関連サービス業
											教育、学習支援業
											医療、福祉
											複合サービス事業
											サービス業（他に分類されないもの）
											公務（他に分類されるものを除く）
											その他（ ）

## 概要

- タイトル : ビズスパ
- 実施内容 : コロナ禍においてさまざまな課題を抱えている事業者に向けた、withコロナの時代に「ビジネスをパワーアップさせるスパイス」。渋谷区の実業家の取り組みや、ビジネスのヒントを紹介するサポートプログラム。
- コンテンツ : 「Voice from Shibuya」  
「You Make Shibuya」クラウドファンディングWebサイト内にて、渋谷区の実業家がコロナ禍で行っている取り組みをインタビュー動画とテキスト記事で配信。
- 開始日時 : 2021年3月30日（火）予定
- その他展開 :
  - 渋谷未来デザインSNSでの拡散
  - コンテンツ開始リリース配信／Web掲載



クラファン資金使途：事業者支援〈ビズスパ〉

## コンテンツ遷移図

You Make ShibuyaクラウドファンディングWebページ内にて、コンテンツをまとめたランディングページを作成。



ビズスパWeb TOP \*製作中  
(https://youmakeshibuya.com/以降にドメイン設定予定)

## クラファン資金使途：事業者支援〈ビズスパ〉

### 動画構成

渋谷区の事業者のPRになる部分を含みながら、事業者がチャレンジした取り組みを自分の言葉で語ってもらう構成。さらに、同業者や渋谷区への他の事業者部に向けたメッセージで締めることで、未来に向けての希望を表現。

オープニング	タイトルロゴ（「ビズスパ」～「Voice from Shibuya」）
会社／お店の紹介	会社／お店の映像を背景にテロップで紹介
インタビュー①	会社／お店のPR、渋谷との関わりについて
インタビュー②	2020年4月の緊急事態宣言発令時の対応など
インタビュー③	コロナ禍において新しくチャレンジした取り組みなど
インタビュー④	今後の展望について
インタビュー⑤	同業者、渋谷で頑張る事業者へのメッセージ
エンディング	タイトルロゴ（「ビズスパ」）



## クラファン資金使途：事業者支援〈ビズSPA〉

### 事業者一覧

15事業者のうち7事業者が取材済み、もしくは取材日確定。2021年3月中に取材完了を目指す。(一部変更あり)

	事業者	業種	状況
1	atmos	スニーカー小売	取材日確定
2	カンナビス	アパレル小売	取材済み
3	琉球チャイニーズTAMA	飲食（居酒屋）	取材済み
4	Sunshine Juice	コールドプレスジュース製造・販売	取材済み
5	Ignite Yoga	ヨガスタジオ	取材日確定
6	BAR日知屋	飲食（バー）	取材済み
7	ワイズコネクション	制作会社（音楽制作）	取材済み
8	百万年書房	出版社	取材済み
9	Hotel Drugs	飲食（カフェ）	取材日調整中
10	居酒屋だいぶつ	飲食（居酒屋）	取材日調整中
11	ローカス	制作会社（動画制作）	取材日調整中
12	ギャラリーターゲット	ギャラリー	取材日調整中
13	Lush / Home	ライブハウス	取材日調整中
14	アヤワスカ洋服店	アパレル小売	取材日確定
15	ジェイイノベーション	企業系	取材日確定

## 4 まとめ



# 資金使途

## 1. 渋谷区内の事業者・店舗支援

緊急時のための備えと  
有事の際のサポート

- 区内の理容室・美容室へ感染症対策グッズ配布
- 抗菌マスクケース



2021/3 -

区内事業者の所在情報を  
データベース化

区内事業者  
DB

DB管理運営事務局  
渋谷未来デザイン



2021/3 -

ビジネスサポート  
オンラインプログラム



2021/3/30-

# 資金使途

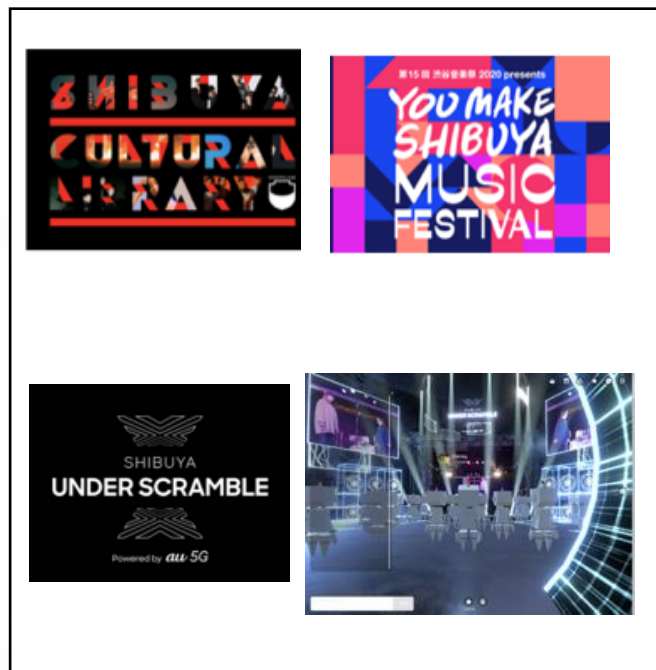
## 2. エンターテインメント産業支援

オンライン配信環境の整備  
(施設と協議・連携)



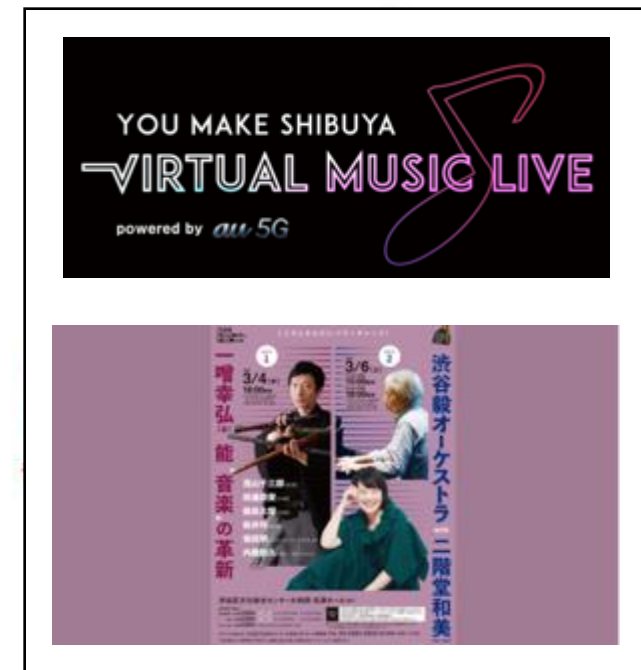
2020/9 -

配信プラットフォームの構築  
渋谷区公認ライブプラットフォーム(仮)

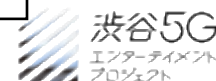


2020/9 - / 2021/3-

エンタメ発信の"場"の創出



2021/3 特別協力



## 資金使途

### 3. ファッション産業支援

小規模店舗を集積した  
渋谷区合同 EC サイトの開発・PR  
[YOU MAKE SHIBUYA SHOP(仮)]



2020/10 -

オンラインファッションショーの開催



2020/10 & 2021/3

ウィズコロナ、アフターコロナに向けて、渋谷の街の“抗力”を高めること、渋谷の文化を牽引してきた業界エンタメ・ファッション・飲食・理美容業界を支えることを目的としたYOU MAKE SHIBUYAクラウドファンディング。

2021年3月時点で、資金使途としてコミットした内容を全て網羅しました。継続的に展開可能なプラットフォーム（EC/ライブ配信/データベース/ビズスパ等）の構築もスタートしました。

今後も渋谷で活動する産業、事業者そしてアーティストなどの個人への応援を積極的に行なって参ります。