

須藤 篤伸 様のインタビュー

須藤 篤伸 様

(株式会社TORO TECH JAPAN)

「タンク型食器洗浄機」をもっと知ってもらいたい

資金調達額

1,118,010円
(目標額:300,000円)

支援者数

29人



- ➡ プロジェクトの概要
- ➡ クラウドファンディングを利用した目的
- ➡ 支援を行った取扱CF事業者に対する感想
- ➡ クラウドファンディングを利用して、良かった点・苦労した点
- ➡ 今後、クラウドファンディングを利用する方へのアドバイス

プロジェクトの概要

—— 水道工事一切不要のタンク型食器洗浄機の2号機

新規商品や日本に展開していく輸入商材を中心に、何回かクラウドファンディングを利用したことがありましたが、今回はメーカーからクラウドファンディングを実施できないかとの相談が発端となり、プロジェクトを実施する運びとなりました。

2019年に業界初のタンク型の食器洗浄機である「Jaime」を発売しましたが、今回はその最新モデルである「Jaime2」の紹介という位置づけのプロジェクトです。

食器洗浄は基本的に水道工事が必要となるビルトインタイプが主流ですが、この商品は据え置き・卓上型なので、水道工事一切不要でタンクに水を入れるだけで食器洗浄ができるという特徴があります。今回はその最新モデルを開発・販売するに先立って実施したプロジェクトです。

このモデルはタンク型で工事一切不要という性能や、静電容量式タッチパネル機能というデジタル技術はそのままですが、UVC除菌ライトを搭載して洗浄水をいつも清潔に保つ機能がつけました。また、温風乾燥機能も強化して除菌・消臭機能もプラスされています。

シンク横などのわずかなスペースに設置すればすぐに使えるため、一人暮らしや核家族化が進む現代において誰でも簡単に工事不要で使える商品です。



クラウドファンディングを利用した目的



—— 情報発信とテストマーケティングとして

クラウドファンディングは、世の中に無い新しい商品の情報発信の場だと考えています。一般的に食器洗浄機はビルトインタイプであると考えられていますが、「水道工事一切不要」というアイデアの食器洗浄機をもっと色々な方に知ってもらいたいと思ったのが、クラウドファンディングを利用した目的です。またそれだけでなく、電気代やガス代、水道代などの光熱費の値段が上がっている中で、意外にも食器洗浄機は節電・節水効果が高いということも知っていただきたかったです。

クラウドファンディングでは、どういった方が興味を持ってくれているのかといった情報も見ることができます。自社で広告を打つと費用が高くなりますが、実際に製品を発表すると同時にテストマーケティングができるということも、クラウドファンディングのメリットだと考えています。

販売価格の設定に関しても、自分たちが考えている価格が適正なのかどうか、支援者の数によって参考になる情報が得られるので、クラウドファンディングでの先行販売はよい考えだと思っています。

支援を行った取扱CF事業者に対する感想

水切りを置いていたスペースに設置



before

after

—— 親身になってサポートしていただきました

今回利用したクラウドファンディング事業者はユニークなプロジェクトを取り扱っていますし、ユーザーさんもそのような商品があるとわかっていて閲覧している方が多いプラットフォームだと思っています。そういった方々に向けたプロジェクトページの作り方のサポートや、ページレイアウトの相談などに親身になってサポートしていただきました。

山ほどプロジェクトのある大手のクラウドファンディング事業者に頼むと埋もれてしまいますが、この会社の場合、プロジェクトを開始すると会員様にメールマガジンを出してくれたり、プロジェクト周知の機会が多い点が良かったです。

また、プロジェクト実施にあたってのサポートや補助金の情報を提供してくれる点など、大変良心的な事業者さんだと思います。

クラウドファンディングを利用して、良かった点・苦労した点

—— 良かった点

- プロジェクトページの閲覧数や、閲覧者情報を見ることができるので、どのような層に情報発信できたかがリアルタイムで分かる点。
- 購入した方の感想、これからの課題などをヒアリングできる点。

—— 苦労した点

- 発売前の新製品のため、販売数量を予測してプロジェクトページに書いていたが、受注が一つだとしても生産しなければいけなかった。
- 製品の良さを伝えられるような動画コンテンツを作るのが大変だった点。
- 販売前の商品のため実際のユーザーの声を載せられないこともあり、伝え方に試行錯誤が必要だった点。

今後、クラウドファンディングを利用する方へのアドバイス

—— 新製品のチャレンジの場として最適

基本的にクラウドファンディングは、製品化していないもの、これから売り出していくものでも利用できるのですが、可能性を確認したいという方は利用した方がよいと思います。

自身で広告費をかけてSNS等で情報発信をする場合、大手メーカーさんや有名ブランドであればお客様に警戒心なく情報を確認してもらえますが、ブランドが浸透していない場合や知名度が低い製品の場合は、クラウドファンディングのプラットフォーム自体の信頼感で世の中に知ってもらうことが大事です。新規事業や新規製品で初めてチャレンジをする場所としては適切な場所だと思います。

いろいろなクラウドファンディングサイトがあると思いますが、各プラットフォームの事業者がどういう基準で商品載せているのか、どういうアイテムに強いのかを自分で調べてから始めることも重要です。

