

岩井 一弘 様のインタビュー

岩井 一弘 様

(ソラリッチ株式会社)

毎日使いたくなる！
防災・節電・ポイ活をかなえる新時代の
ポータブル電源「ソラリッチ」



資金調達額

52,926,269円
(目標額:500,000円)

支援者数

582人

プロジェクトの概要

—— ポータブル電源って押入れにしまっておくものでしょ？ という常識を覆す

従来のポータブル電源は、「もしものために買って、押入れにしまっておく存在」でした。ユーザーの約8割は「月に1回も使っていない」と言われています。ポータブル電源の5台に1台しか使われていないのです。

大きくて重い、普段使わないからバッテリーが自然放電し、肝心な時に使えない等の問題がありました。地震、台風、大雪、大規模停電…いつ、何が起きてもおかしくないこの時代。せっかく備えていたはずのポータブル電源だったのに。

「久しぶりに出したらバッテリーが劣化していた」
「操作方法を忘れて使えなかった」
「使おうと思ったら、電池残量0%だった」

いざという時に使えない防災用品は、備えていないのと同じです。
毎日使うことこそ、本当の防災になる。その想いから生まれたのが、毎日使いたくなるポータブル電源、solarich(ソラリッチ)です。

従来のポータブル電源は見た目がゴツク重いものが多かったですが、ソラリッチはシンプルでスタイリッシュ。
リビングや寝室にも違和感なくなじみます。

また、軽量かつキャスター付きなので女性でも持ち運びが簡単です。7台同時給電で家族皆で使えます。
1日だけの防災から、3日間の避難、1週間以上の長期停電まで必要な安心を必要なだけ増やせる設計で家族の備えに対応できます。

中でも最大の特長は、専用のソーラーパネルにより使うだけで節電できる上に、使うだけでポイントがたまる点です。
たまったポイントは約6,000種類の電子マネー、ギフト券に交換可能。
毎日使いたくなる仕掛けが詰まっている、新時代のポータブル電源だと自負しています。

—— ポイ活で楽しく！日常の延長で本当に役立つ防災を

ソラリッチは、使うだけでポイントがたまるという世界初の機能を有しています。
ただいつも通りにスマホを充電し、家電を使うだけで特別な手間も、生活スタイルの変更も不要です。

電気を「つくる・ためる・使う」だけで節電と防災、ポイ活までできる。毎日楽しみながらいざという時の備えができ、防災意識が向上し、社会課題の解決にも貢献できると考えています。



防災というと、色々な準備をして必要になった時にしか使わないという意識の方も多いです。その結果無駄になったり存在を忘れたり、いざという時に使い方がわからないということが起こりますが、ソラリッチは普段の生活から自然と防災対応が身に付きます。

弊社は「地球と人に本当に役立つプロダクトをつくりたい」という想いで事業を行っています。私たちが掲げるビジョンは、「太陽の力で人々を豊かにする」です。社名、商品名も「Solar(太陽)+Rich(豊かさ)」から取っています。その第一歩として、クラウドファンディングからのスタートを選びました。毎日使える防災。楽しく取り組める節電。そして、使うたびにポイントがたまる新しい体験。「使い続けなくなる電源」を通じて、日々の暮らしを少しずつ変えていきたいです。

クラウドファンディングを利用した目的



主な目的はテストマーケティングでした。製品には自信を持っていましたが、需要や顧客の実際の反応は未知数です。クラウドファンディングなら、生の反応をリアルタイムで知ることができ、早期割引などで、価格と需要のバランスを見ることもできます。

また、支援者からのコメントは励みになるだけでなく、企画を客観的に見直す貴重なヒントにもなり、今後の製品開発、改良に大変役立ちます。

市場調査という意味では、クラウドファンディングは非常に有効な手段です。SNSでの発信やメッセージのやり取りを通じて、直接顔を合わせたことのない方々とも支援という名の信頼関係が生まれることに喜びとやりがいも感じました。

この経験は、今後どんな挑戦をするにしても大きな糧になると思います。結果だけでなく、過程そのものにも価値がある挑戦でした。

支援を行った取扱CF事業者に対する感想



手数料が安いことは大きな魅力でした。今回支援額が大きくなることを想定していたため、手数料も高額になってしまいます。業界内でも手数料が安いクラウドファンディング事業者を利用したので大変助かりました。

また、グループ会社の店舗に展示させていただいてPRをしたり、店舗によってはテレビ取材が多くあるため、そこで取り上げていただいたりと、宣伝の部分に強みを持っている点も良かったです。

担当者の方も親身になって相談に乗ってください、効果的に伴走いただいて大変感謝しています。

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

- 詳細なテストマーケティングができたこと
- 早期割引等で、一般販売前に安く商品を提供できたこと
- メッセージや質問を通して、カスタマーサービスのブラッシュアップができたこと

—— 苦労した点

- 事前集客に力を入れていたが、広告費との兼ね合いや目標設定に苦労したこと
- プロジェクトページの作成、写真撮影、選定など

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

—— クラウドファンディングに出すだけでは売れない。多角的な戦略を

今回初めてクラウドファンディングに挑戦しましたが、事前に勉強して周到に準備、計画を立てて臨みました。

何よりも事前集客が重要と考え、SNSやメディア、ブログ、PR記事などあらゆる手法を用いて周知を図り、事前登録者を増やした上でクラウドファンディングをスタート。

結果、開始3日で支援額3,000万円達成、最終的には5,000万円を超える支援をいただくことができました。

クラウドファンディングにただ出品しただけでは売れません。

便利で効果的な販売手法ですが、やれば何でも売れるという万能薬ではありません。

綿密な戦略を立て、事前準備に力を入れて、最大の効果を得られるように取り組むのがよいと思います。

