

川端 基幹 様のインタビュー

川端 基幹 様

(株式会社 超撥水 RELORE Function & Design Lab)

日本製にこだわり手間をかけた
品質最優先の「究極のTシャツ」



資金調達額

4,372,880円
(目標額:100,000円)

支援者数

217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

—— 一番着る機会の多いTシャツだから徹底的にこだわる

現在、日本では年間約35億着(約140万トン)の衣類廃棄が行われています(衣服の1枚の平均重量400g換算)。日本人1人当たり毎年30着以上の服を廃棄している計算になります。

地球にとって最もサステナブルなことは、モノをつくらないことだと思います。たとえ環境負荷の少ない原料を使ったとしても、大量生産・大量廃棄をやめない限り、将来的に資源は枯渇し、サステナブルは実現しません。

しかし新しいモノが生まれえない世界は、経済が停滞し、快適な生活を送ることができなくなります。

このプロジェクトでは、一番着る機会の多いTシャツを、『心からずっと着たい』と思えることがTシャツにおける『完璧』であると定義して、着心地、快適性、シルエット、機能性、そして日本製で耐久性が高く、長袖としても着用できる『春・夏・秋・冬』オールシーズンで着られる品質最優先の『究極のTシャツ』を作り展開することにしました。

一般的なTシャツは単純な構造のため、コストを優先し海外工場のパターン(型紙)で生産することが多いですが、『最高』を追求したいので日本のパターン専門のプロに依頼し、国内最高峰の「匠の力」を集結し、通常のTシャツより数倍のコストと手間をかけました。

また、表地、裏地、襟&袖口のリブ、YKKファスナー、ブランドネームもすべて日本製です。

機能としても、撥水による快適性(汚れにくい、汗ジミにならない)、吸水速乾の裏地、さらにポケットを5つ搭載することでTシャツなのに手ぶらを可能にし、半袖と長袖の2WAY仕様のため1年中着用することができます。

「究極のTシャツ」として徹底的にこだわった長年愛用できるものに仕上がりました。

—— 長年愛用できる本当に価値ある商品を作りたい

日本製の生地や資材を使い、なおかつ日本縫製の衣類はアパレル全体の1%にも満たないと言われています。



「究極のTシャツ」は、縫製も富山県の会社にご協力いただき、表地、裏地、ネーム、縫製すべてMADE IN JAPANにこだわった完全日本製の高機能なTシャツです。

RE:LORE™(リロア)は、創業当初からサステナブルな社会に貢献することをブランド理念として掲げてきました。お客様から求められる本当に価値のある商品を適正な数量で生産し、長年愛用でき、お値段以上と感じていただける高品質なアイテムのみを厳選、絶対に妥協しないモノ創りに本気で取り組むことで、真のサステナブルが実現できると信じています。

ファストファッションを中心とした短期間で消費されるだけの一過性のファッションではなく、程よくトレンドを取り入れつつも、時代に流されず長年ご愛用いただける品質の高さと、シンプルかつ洗練されたデザインにもこだわっています。

お客様に『長年ご愛用いただける・本当に価値のある商品』を適正な数量生産することで、環境への影響を最小限にし、サステナブルな社会の実現に近づくという志をもって取り組んでいます。

クラウドファンディングを利用した目的



— テストマーケティングと適量生産

在庫リスクを持って作るのはリスクが高く、テストマーケティングをかねてクラウドファンディングだと資金調達ができるのが最大の魅力でした。実際に売れるかがわからないので、試せることが一番大きいです。

また、クラウドファンディングを利用した受注生産を行うことで適量生産を行い、廃棄問題の改善に貢献できると考えています。必要とされる商品を必要な分だけ品質にこだわって丁寧に創ることが可能となり、会社の理念とも一致します。

支援を行った取扱CF事業者に対する感想



— 新規性を重視している

クラウドファンディング事業者の方は新規性を重視されているため、サイトを見ると非常に面白い商品が並んでいます。そのような商品が好きな感度の高いお客様と接点を持てるクラウドファンディングサイトを利用できて良かったと思います。

また、登録しているユーザー数が多かったため、多くの方にアプローチできたのも良かったです。

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

- お客様の動向がすぐに反映されるのでテストマーケティングができる。
- もともとプラットフォームにユーザーさんが登録しているので、自分で宣伝するより何倍も何十倍も告知力がある。
- メディアにも注目され、お声がかかる場合がある。

— 苦労した点

- お客様にとっては信頼性が高まるので良いことだとは思いますが、コンプライアンス遵守のために提出するものが多くて大変に感じることがありました。

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

— 物販をするなら「購買型クラウドファンディング」を検討しよう！

物販をされる方ならやらない理由はないと思います。

資金面で余裕がない時に、売れるか売れないかわからない在庫リスクを抱えるより、クラウドファンディングで資金調達をして受注生産するやり方も、事業の進め方の方法だと思っています。

