

大企業で広がるクラウドファンディングの活用

◆資金力のある大手メーカーが注目するクラウドファンディングの活用

インターネット上で不特定多数から資金を募ることができるクラウドファンディング（以下CF）、最近では、ベンチャー企業だけでなく、資金力のある大手メーカーが、マーケティングのためにCFを利用するケースが増えている。

コニカミノルタは、2018年1月末、体臭の種類と強さを測定する「クンクンボディ」を発売した。耳などに約20秒かざすと、スマホのアプリに測定結果を示す。事務機が主力の同社には、異色の商品なだけにテストマーケティングの位置付けでCFを活用することにした。17年7月から、CFサイトの「Makuake」で先行販売したところ、目標金額の225万円に対して、集まった金額は約4,800万円だった。CFでは、30代以上の男性から多くの支持があったこともわかり、一般販売の価格設定や販路の検討材料にもなった。

テストマーケティング以外にも、市場調査、新製品のPR、需要予測、新しい販路開拓などの目的で、大手メーカーのCF活用が広がっている。

◆ソニーはCFの利用価値に早くから注目し自社独自のCFサイトを構築

大手メーカーで、早い時期からCFの活用に成果を示したのがソニーだ。14年に立ち上げた社長直轄の新規事業創出プログラムにCF（Makuake）を利用し、資金集めではなく、「新製品にお金を払うつもり消費者から直接意見が聴ける」といった市場調査の目的で利用した。同社はその後、製品の作り込みの過程でも支持者から意見を聴きたいなどの理由から、自社独自のCFサイト「First Flight」を立ち上げた。「First Flight」を通じて生まれた新規事業はすでに6つある。

その他、下記の大手メーカーなどが、新製品の開発過程でCFを活用している。

シャープの冬単衣	マイナス2度を維持する保冷バックと日本酒をセットにした。市場規模等の理由から事業化の承認が出ず。CFで販売したところ多くのユーザーの支持が得られた。
JVCケンウッドの Multi Live Monitor	ユーザーの周囲の音をマイクで拾い音楽と同時に聞けるようにしたワイヤレスイヤホン。斬新な製品のためニーズが読めずCFをテストマーケティングとして活用。
デンソーの「くるくるど」	ベンチャーと共同で自動車のハンドルに取り付けてスマホを遠隔操作できるリモコンを開発。CFを活用したのは、ユーザーの声が欲しかったことが理由。

CFは、短期間で市場の反応がわかりリスクも少ないため、大手メーカーによる新製品開発の促進にも寄与し、今後も利用企業が増えていきそうだ。【秋元真理子】