

先進的IoTプロジェクト支援事業

日用品の買い忘れを防止する
次世代マット:スマートマット

2017年9月29日

株式会社スマートショッピング

目次

1. 背景・目的
2. プロジェクト概要
3. 実施内容
4. プロジェクト成果
5. 事業化に向けた課題・展望

背景: スマートショッピングとは

日用品・食品通販で
今後10兆円以上の市場が創出

日用品・食品に最適化された
ベストなサービスが存在しない

IoTデバイス＋人工知能が
コンシェルジュとして
購入プロセスをラクにするトレンド

 Smart Shopping



「いつもの買い物を便利にする究極のコンシェルジュ」
をビジョンに創業

背景: なぜスマートマット+自動購入か

今回開発する新サービス

日用品・食品通販の基本ニーズ

日用品・食品の
ネット通販ユーザ



安く

買いたいものは決まっている。送料もある中で安く買いたい

必要な時に

買い忘れるとショック。覚えていたはずがよくやっってしまう

かんたんに

とはいえ、あまり手間暇かけたくない。毎度検索するのも面倒

 Smart Shopping

1. 送料込みの価格比較、単位あたり価格、アラート
2. 独自ロジックで残量予想、**スマートマットで残量計測**
3. お気に入りからリピート購入、**買い物代行サービス**

プロジェクト概要

4つの実施内容

1. スマートマット のハードウェア試作

- ・ 技術的な実現性を検証する機能性試作(第1回試作)
- ・ ユーザーが使えるレベルに仕上げるテストマーケティング用試作(第2回試作)

2. 自動購入サービスの ソフトウェア実装

- ・ 計測・通信ファームウェア
- ・ 登録・初期設定ページ
- ・ 注文生成・買い物代行
- ・ 運用業務システム

3. テストマーケティング

- ・ テストユーザーの募集
- ・ 設定・トラブルサポート
- ・ 3ヶ月のサービス利用
- ・ フィードバック・データ分析
- ・ 利用後アンケート・インタビュー

4. 事業性評価・ ビジネスモデル

- ・ ユーザーあたりLTVの算定
- ・ 事業リスクの評価
- ・ ビジネスモデルの策定
- ・ PR・展示会の計画策定
- ・ 協業パートナー探しの開始
- ・ 量産に向けた事業計画(売上、採用、資金調達)

実施内容1: スマートマットの製作

スマートマットの外観

機能試作物(第1回)



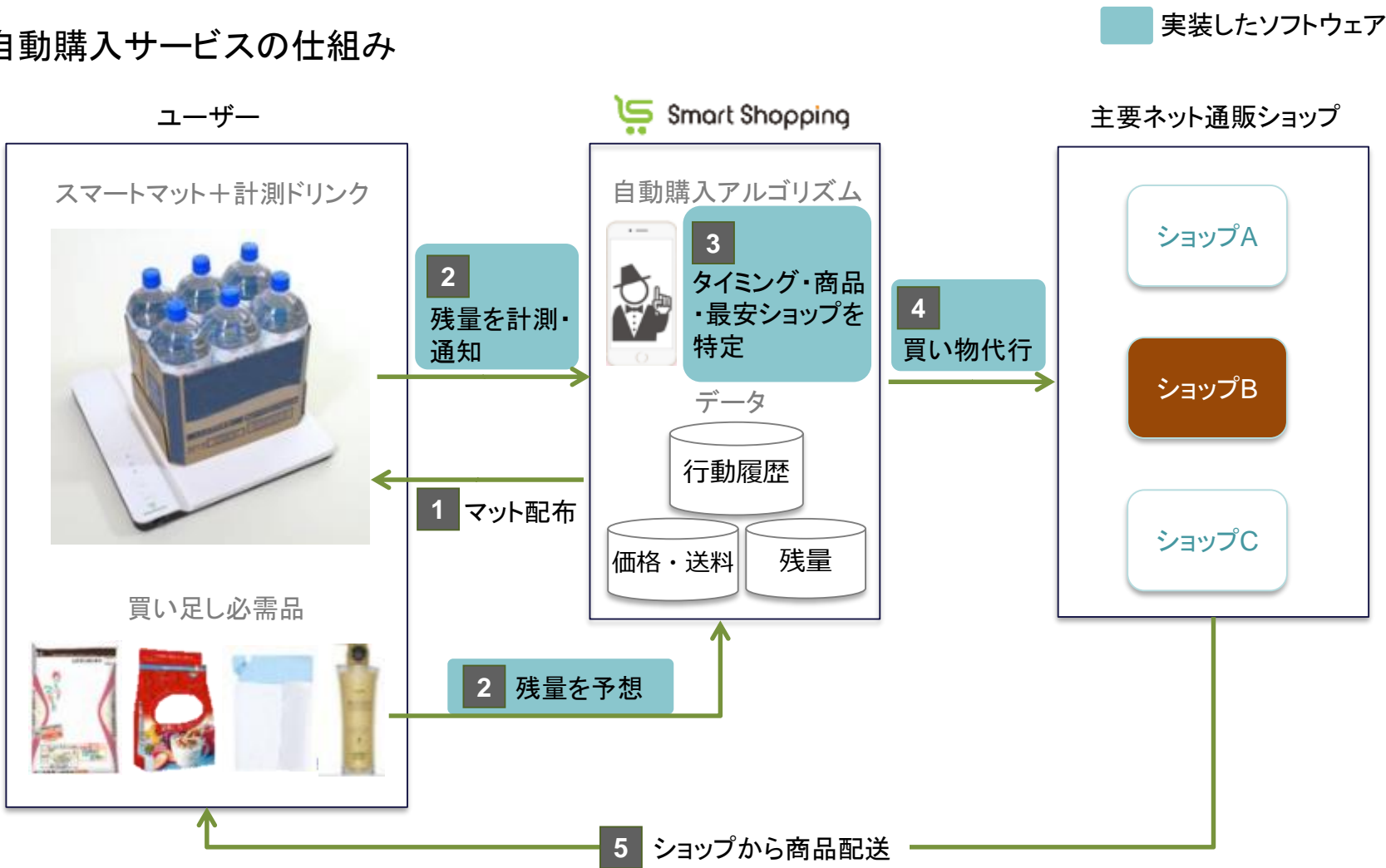
テストマーケティング用試作物(第2回)



2度の試作を通じて、テストマーケティングできるレベルのハードウェアを製作
メンターとの協業で、計測精度、デザイン、ランプ類など大幅レベルアップ

実施内容2: 自動購入ソフトウェア実装

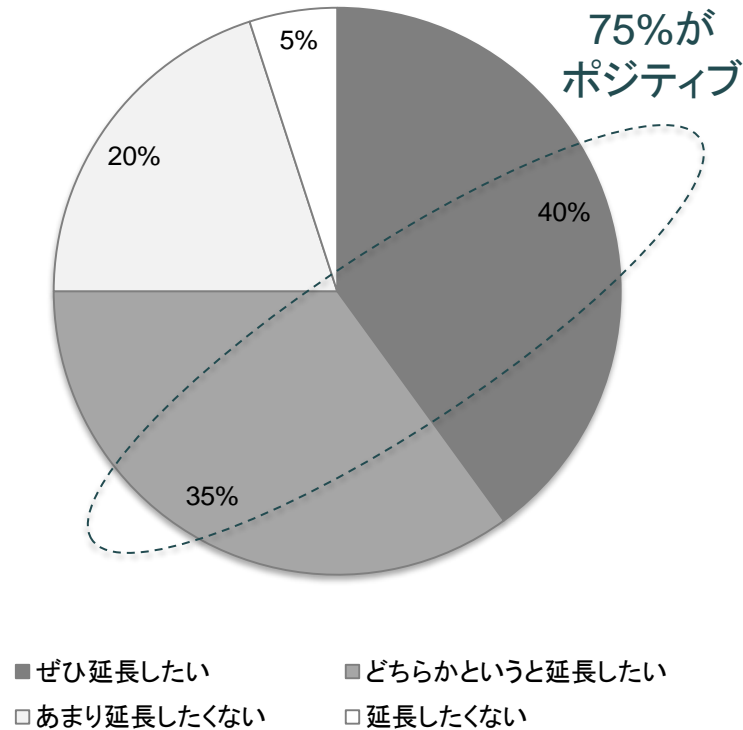
自動購入サービスの仕組み



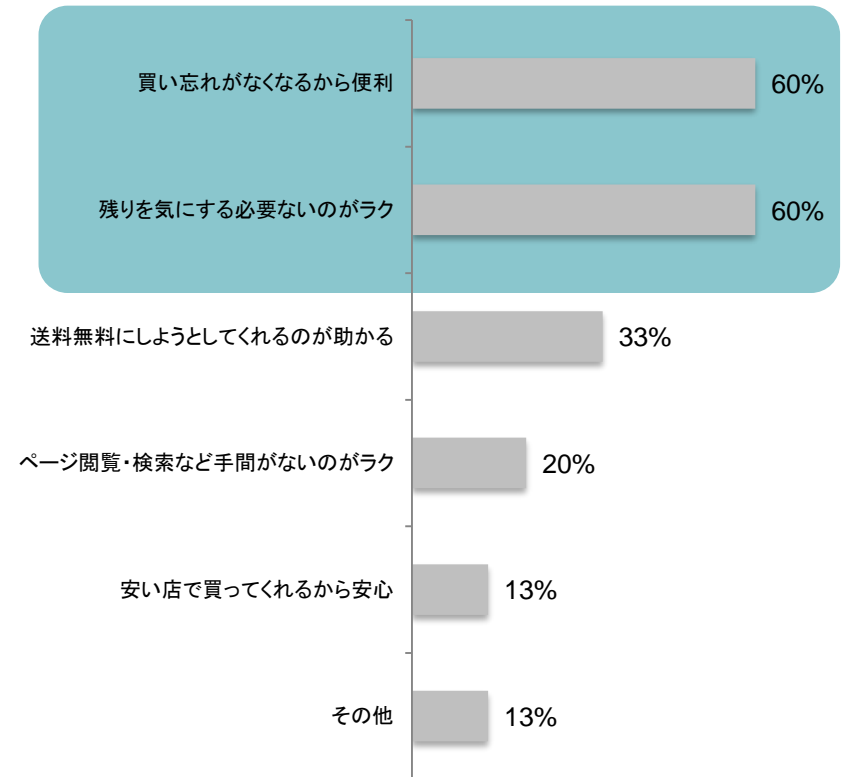
実施内容3: テストマーケティング (3ヶ月, 20名)

テストマーケティング後のアンケート結果

Q. モニター利用を延長したいですか？ (N=20)



Q. モニターを延長したい理由は？ (N=15, 複数回答)



実施内容3: テストマーケティング (3ヶ月, 20名)

サービス利用後のインタビュー結果 (電話、15~30分)

ビールが切れなくなった！
素晴らしいサービス

残量を気にしないといけない
のは意外とストレス。それが
なくなったので快適！

大量にドリンクを消費するオ
フィス・塾・保育園などで使う
と便利と思う

定期購入と違い、買い足し必
需品を自由に組み合わせら
れるのが便利

買い足し必需品は、
多少タイミングはズれてもどうせ
使うものだから問題ないし、
アラートしてくれるだけでも便利

初期設定は苦戦したが、
いざ使い始めたら購入自体
は至ってスムーズ

定期購入よりもフレキシブルな周期で
買ってくれるだけでも便利



実施内容4: 事業性評価＋ビジネスモデル

一般消費者向け広告モデル

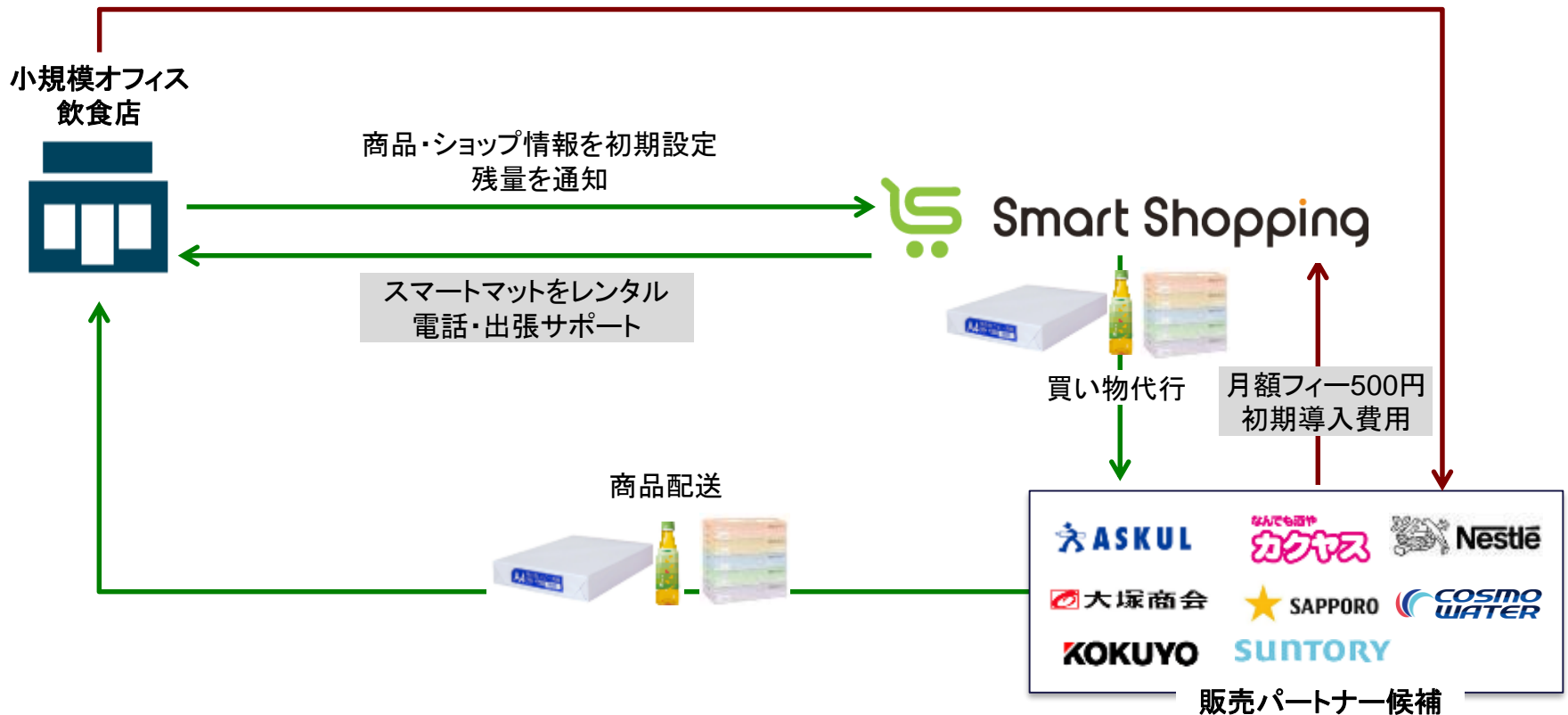
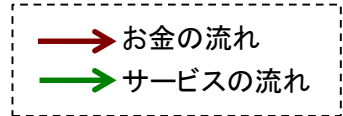


元々想定していた、一般ユーザーにマットをレンタルして広告で儲けるモデル

実施内容4: 事業性評価＋ビジネスモデル

小規模オフィス・飲食店向け月額フィーモデル

月額サービス料



テストマーケティングの結果、ビジネス顧客の方がチャンスが大きいと判明
販売パートナーと組んで月額フィーを稼ぐモデルにまずは注力

プロジェクト成果

成果目標

テストマーケティングで
顧客あたり購入額
5,000円/月

スマートマットの製造・
配布コスト
1,500円/顧客

結果

- 平均購入額は5,079円/月とぎりぎり達成。更なる改善余地も判明
 - ビジネス/アルコールユーザーの売上単価が高い
 - 買い足し必需品を追加するUIを改良
 - ビジネスモデルを調整、課金でも追加収入
- 製造+配布コストが1,350円/顧客と達成
 - ユーザーは平均1年間継続利用すると仮定
 - 推定製造コストは3,000円/マット。5年償却で年間600円/マット (=顧客あたりコスト)
 - 配布コストは750円 (返送時はユーザー負担)

事業化に向けた課題・展望

PRを通じた 信用度向上

- 既に103のメディアをターゲットにPR活動を展開。メディアお披露目会を実施済(9/13)
- WBSトレンドたまご、日経新聞など20以上の媒体への掲載に成功。大手企業からの引き合い、提携交渉へのプラス効果が出ている

展示会と パートナーの探索

- CEATEC、通販ソリューション展、ILS、関西機械要素技術展に10月～11月に出展予定
- ターゲットはオフィス向け通販、飲食店向け卸、直販メーカー、大手通販プレイヤー。アスクル、カクヤスとは既に話を進めている

量産化設計・量産

- 資金調達に目処がついたタイミングで、最後の設計変更を実施。その上で、初期ロットの量産に入る予定
- マイコン化、3Gモジュール化、アプリ化、ケーブルレス化、防水などが主要な変更