- Shopify 導入事例 -

Furbo

お留守番の愛犬のためのドッグカメラ

留守中のペットの様子を見守ることができると、愛犬家たちの間で絶大な支持を集めているドッグカメラ「Furbo」。Furboを使えば、飼い主は外出先から家にいる愛犬の様子を見たり、話しかけたり、写真を撮ったり、さらにはおやつをあげたりすることができます。

Furboは、飼い主の「お留守番中の不安」を解決する策がないことに気づいた台湾出身の実業家、ビクター・チャン氏が開発しました。2016年6月に米国のクラウドファンディングで51万ドルを調達すると、瞬く間に評判が広がり、同年9月には日本にも上陸。メイン市場としての展開が始まりました。

Furboを販売するTomofun株式会社の代表取締役・布施健さんは、日本がメイン市場に選ばれた理由を「日本人が愛犬をペットというよりも家族として扱うから」と言います。ペット人口が多い日本は、非常にポテンシャルがある市場でした。

ワンスタグラマー戦略で急成長

Furboは日本上陸に伴い、ECサイトのプラットフォームとしてShopifyを選択します。

「Shopifyは海外で使っているユーザーさんも多い。さらに商品の見せ方や、直感的に使用できるところが魅力的でした」

日本での展開が始まると、Furboは1年足らずで急成長を遂げました。大きな要因の1つがInstagramマーケティングです。Instagramでの犬のアカウント、いわゆるワンスタグラマーは世界中で大人気。人間のタレントと違い、犬の魅力は国や地域を問わず共有できるため、情報として拡散しやすいのです。また、2017年から毎年行っているブラックフライデーセールでの成功も、ブランド成長の一助となりました。

Furboではカスタマーサポートにも重点的に取り組んでおり、「サポートの基準は設けつつ、いかにユーザーを感動させることができるか」という姿勢を大切にしています。ユーザーと企業が直接会話できるFacebookコミュニティも用意しており、その中でユーザー同士の助け合いも生まれているそうです。

shopify

© 2020 Shopify Inc.

紹介マーケティングアプリを活用

そんなFurboが自社ECサイトで活用しているおすすめのShopifyアプリを紹介していただきました。

Letters：日本初のリファラル(紹介)マーケティングツール

リファラルマーケティングとは、EC事業者が抱えるカスタマーに身近な知人への紹介を促し、新たなカスタマーを効率的に獲得するアプローチです。

「Lettersは、エンジニアのリソースが不要で、月額利用料のみで簡単にリファラルプログラムを実装できるので助かります」

Furboでは、Shopifyで構築した自社ECサイトの購入者に、紹介特典としてAmazonギフト券をプレゼントするほか、ユーザー紹介経由の購入者が割引購入できるようにもしています。

今後はAIペットシッターの構想も

留守中の飼い主の不安を解決してくれるFurboですが、今後は、愛犬にとってもお留守番が退屈にならないようなサービスを提供したいと考えています。Bluetoothで接続したおもちゃの操作や、別の部屋に置いたレンズへのコネクトなど、Furboをプラットフォームとして他の機器を遠隔で動かすアクセサリの開発中です。

また将来的には、FurboをAIのペットシッターにする構想も描いています。

「お留守番の様子をビッグデータとして収集することで、愛犬に忍び寄るリスクを未然に通知できるフェーズまで持っていけたら、AIは人間のペットシッターを超えられると思います。そこまで持っていけるように、グローバルでもたくさんの人に使っていただきたいと考えています」

愛犬と飼い主の新しい関係性の橋渡し役を担うFurbo。拡大するペットテック市場を牽引する挑戦は、これからも続きます。

【会社概要】

会社名：Tomofun株式会社

代表責任者名：布施 健

設立：2016年7月

shopify

© 2020 Shopify Inc.