

FLOWER PENCILS HANA
SNOW PENCILS YUKI
FLOWER PENCILS HANA CHRISTMAS EDITION
PLANT'S JEWEL
WATER SCENERY MINAMO
TUGI TUGI
TUGI TUGI JEWEL
PLANETARIO
CHEEZEST
TIMES
WORLD SOUP SNACK
CHO-JIZOKU-NODO-AME
KATAMAKU SERIES

技術に、*DESIGN*を。
世界に、*WOW*を。

TRINUS, Inc.
trinus
asobiza
watote

trinus.jp

15,000 USER
*2019/11/1

【新技術の商品化】

廃棄古紙が主原料の 成形素材MAPKA(マップカ)


<特徴>

環境にやさしい新素材

紙特有の優しい肌触りとパステルカラー

花色鉛筆





日本の代表的な花の「色」と「かたち」
削りかすが花びらのようになり、
削る手間を楽しい時間に。



桜 ・ 梅 ・ 蒲公英 ・ 常盤 ・ 桔梗





MoMA
DESIGN STORE



新宿伊勢丹



la kagu



蔦屋書店

15カ国300店舗を超える販路を開拓し、海外小売店へも展開

自社ブランドとして **20万本**以上販売

技術をもとにコラボレーション

麴2倍の純米原酒



常温流通可能な生酒



沢の鶴様の2つの技術に着目し、商品開発を遂行

技術を活かした商品の実現



たまには酔いたい夜もある

100人の唎酒師

9月からついに**全国販売開始**

現在予定数を大幅に超えており、
製造現場は悲鳴を上げている（沢の鶴）



コラボレーション実績



LION

RICOH



その他、まだ公開できない企業も多数

大手企業もTRINUSに続々参画



佐藤 真矢 / Shinya Sato

技術者の父、芸術家の母のもとに生まれ育つ

早稲田大学商学部卒業後、下記のキャリアを経て、2014年に株式会社TRINUSを設立





多くの企業は
有する技術やIPの可能性を
活かしきれていない

企業の自前プロセスにおける課題

商品コンセプト

固定観念があり
自由な発想が
できない

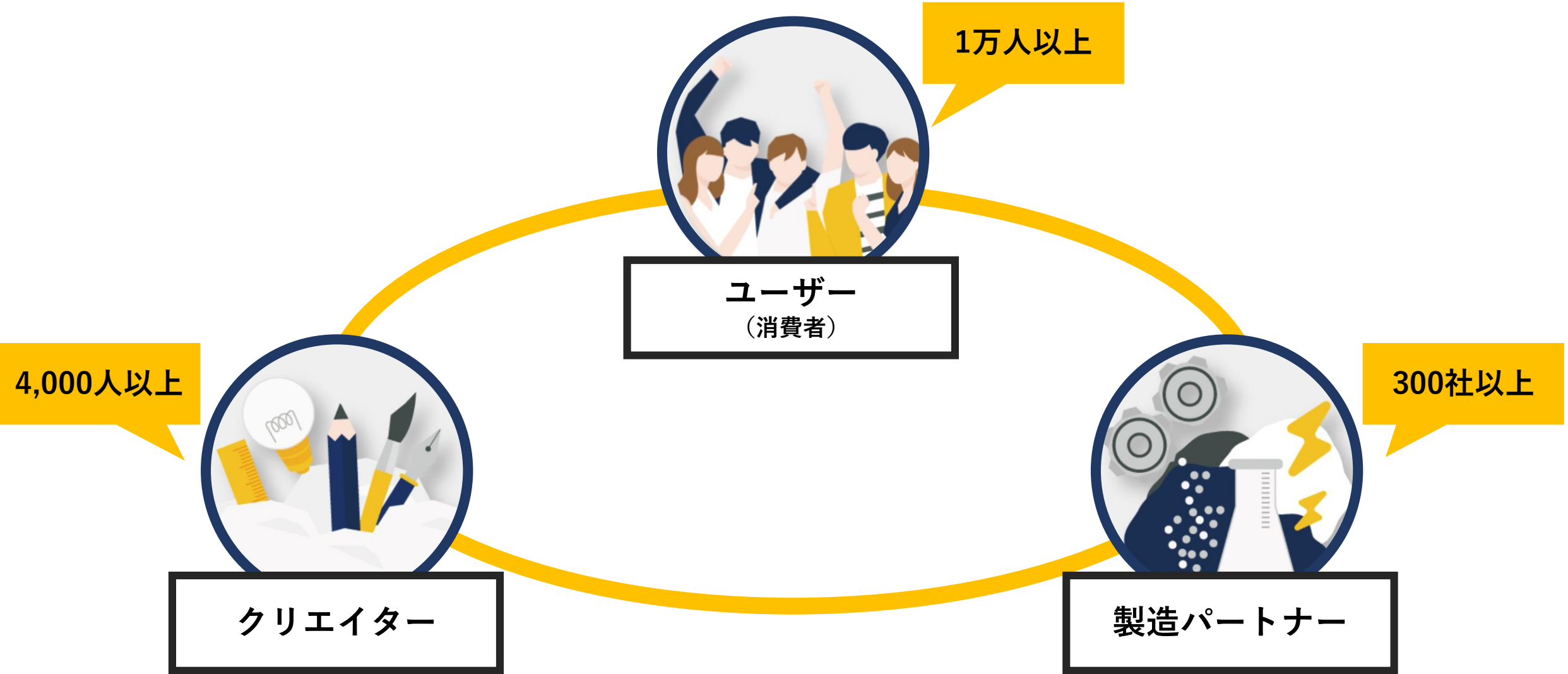
商品開発

ユーザーの声を
うまく取り入れ
られない

販売

商品の魅力が
伝えられない
・広がらない

TRINUSモデル



TRINUSモデル

1万人以上

デザイナー・ユーザー・メーカーの
3者による

プロダクト共創プラットフォーム

4,0

クリエイター

製造ハードナー

商品コンセプトの課題に対する解決策

固定観念があり
自由な発想ができない



花色鉛筆

文具・デスク

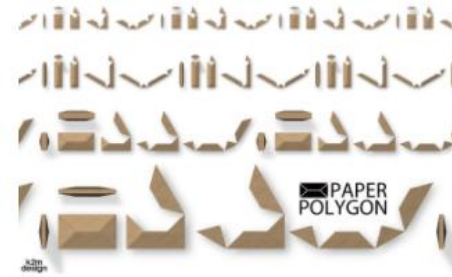


大友敏弘

👁️ 12721 ❤️ 305 💬 16

販売中

♡ Want it ♡ Skip it



PAPER POLYGON

ファッション雑貨

k2m design k2m design I...

👁️ 4879 ❤️ 72 💬 3

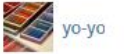
アーカイブ

♡ Want it ♡ Skip it



ORIGAMI (オリガミ)

インテリア

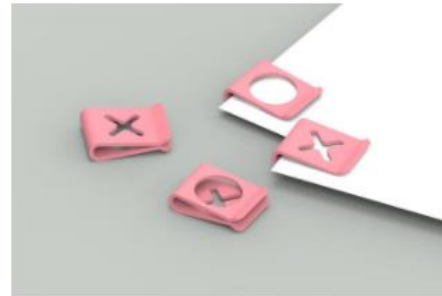


yo-yo

👁️ 2335 ❤️ 45 💬 2

アーカイブ

♡ Want it ♡ Skip it



oxクリップ

文具・デスク

tictactoe

👁️ 2871 ❤️ 44 💬 1

アーカイブ



まゆたんぼ

その他

00g oog

👁️ 2770 ❤️ 24 💬 1

アーカイブ



ゴトク ナベシキ・ナベフタオキ

キッチン

00g oog

👁️ 2517 ❤️ 26 💬 1

アーカイブ

4,000名以上の登録クリエイターから
型破りなデザインが集まります（平均約150以上！）。

大企業に勤務するデザイナーや 実力あるフリーランスが多数登録

Aさん



上智大学物理学科を卒業後、多摩美術大学に再入学し、情報デザインを学ぶ。

電通ヤング・アンド・ルビカムを経て、2017年からヤフーに在籍。

2019年から個人事業主としても活動を開始。



クリエイティブチーム B

武蔵野美術大学 空間演出デザイン学科のファッションデザインコースを卒業し、同級生4名でデザイン会社を立ち上げる。

領域を定めず、柔軟な発想でストーリーを持ったものづくりを行い、企画から制作、プロモーションまでトータルに提案。

オンラインベースでプロジェクトを進行

プラットフォーム
フォーム



Web Mtg



オンラインベースでプロジェクトを進行

効率的な
プロジェクト運営
ができる

都心の一流企業で働く
クリエイターが副業で
地域のプロジェクトに
参画することも可能

商品開発の課題に対する解決策

ユーザーの声を
うまく取り入れ
られない

ユーザー参加型商品開発

STEP 1



商品を
動画配信によって
発表

STEP 2



ユーザーによる
商品アイデアへの
投票/コメント

STEP 3



受注販売（クラファン形式）によって
最終ニーズを確認し商品化
マス展開に移る

ユーザーのニーズを動画配信・投票を活用し顕在化させ
ニーズを反映した商品開発を行い、受注販売によってテスト販売

動画配信イメージ

YouTube JP 検索

クリエイター

企画担当者

※イメージ図

ストレッチパートナー
硬杉伸作

長座前屈

開脚前屈

50% OFF TV

バラノケニコ 5 か月前
綺麗...
音が心地よくて気づいたら眠く...
👍 47 🗨️ 返信
▼ 新進工房 さんの返信を表示

み パンパンウーマンみんな大好き 4 か月前
家庭の授業が初めて使えると思った(ミシンで)
👍 22 🗨️ 返信
▼ 新進工房 さんなどの返信 2 件を表示

みずきち 3 か月前
5:24折り返し抜い思い出したわ
👍 7 🗨️ 返信

圭介 高木圭介 5 か月前
お！買いたいって思ったのに。サイト誘導してくれたら・・・もったいない🌟
👍 26 🗨️ 返信
▼ 新進工房 さんなどの返信 2 件を表示

SNSとの相互連携

共創プラットフォーム



(例) アソビ共創プラットフォーム「asobiza (アソビザ)」
バンダイナムコ研究所・TRINUS共同運営

各種SNS



情報拡散

情報集約

ファン

各種SNSを積極活用し拡散させた情報は、
専用プラットフォームにプロジェクト単位でストーリー（記事）として集約していきます

様々なカテゴリの商品開発を支援可能



金属系



通電系



樹脂系



布系

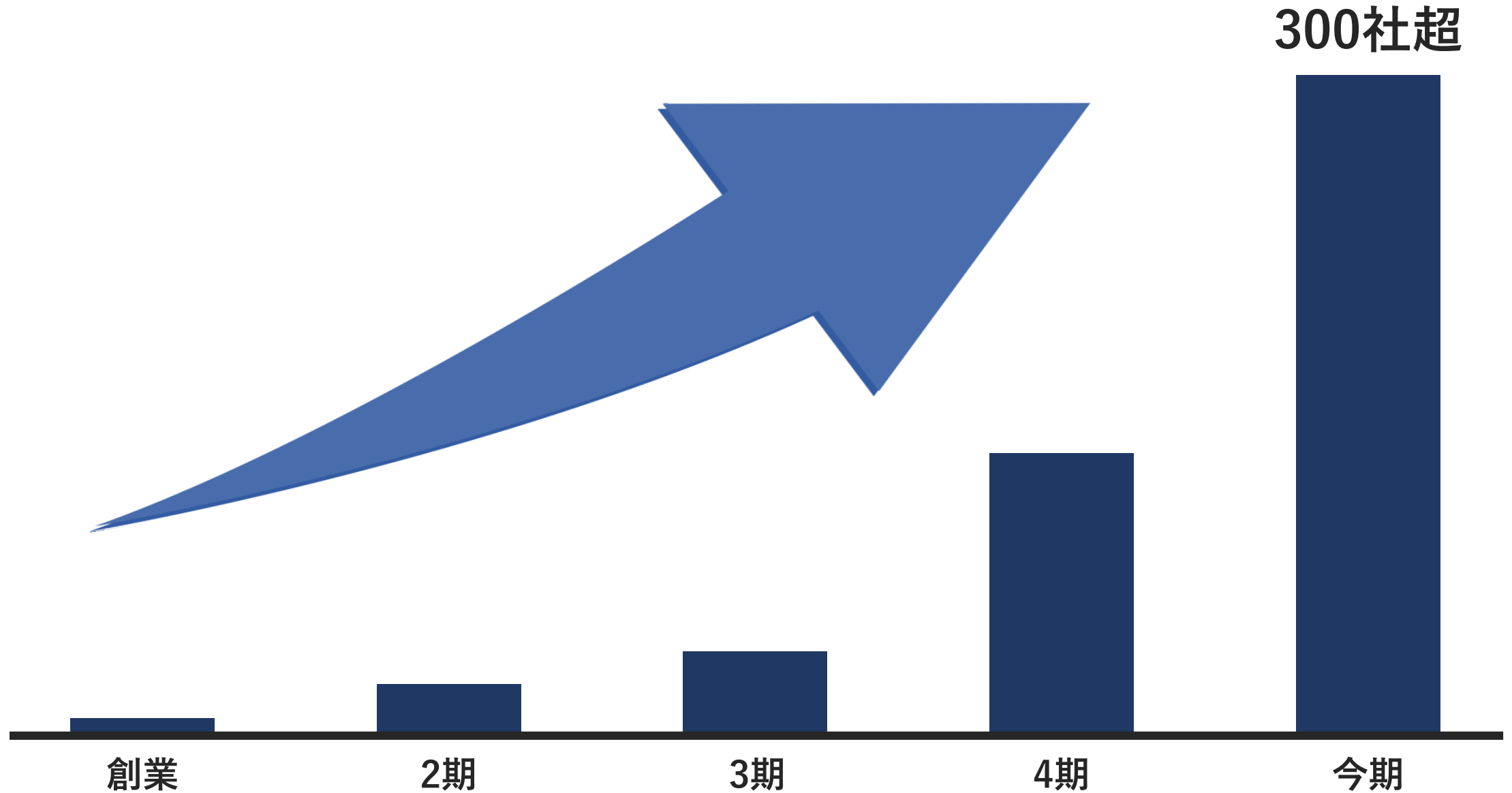


食品・飲料系



酒類

技術パートナー急拡大中



販売の課題に対する解決策

商品の魅力が
伝えられない・広がらない



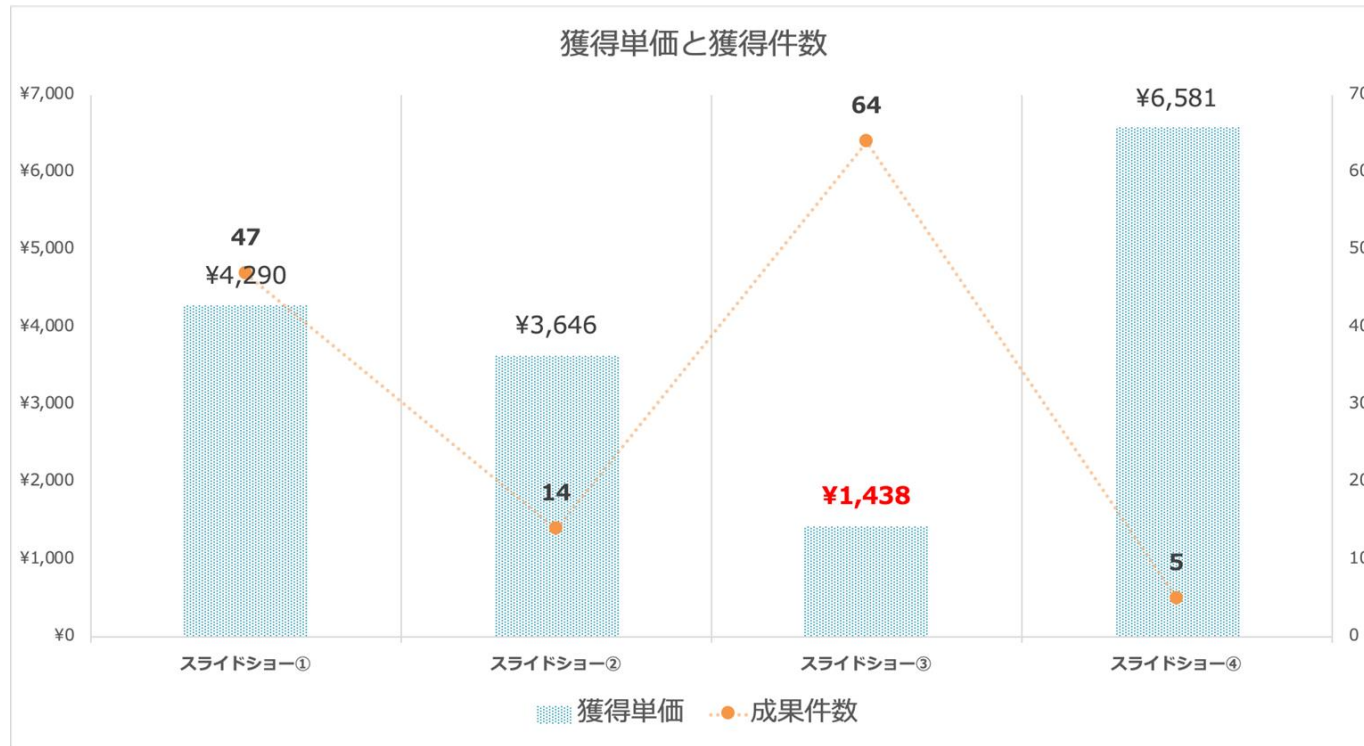
5000円（税抜）以上ご購入で、送料無料



花色鉛筆



Web Marketing

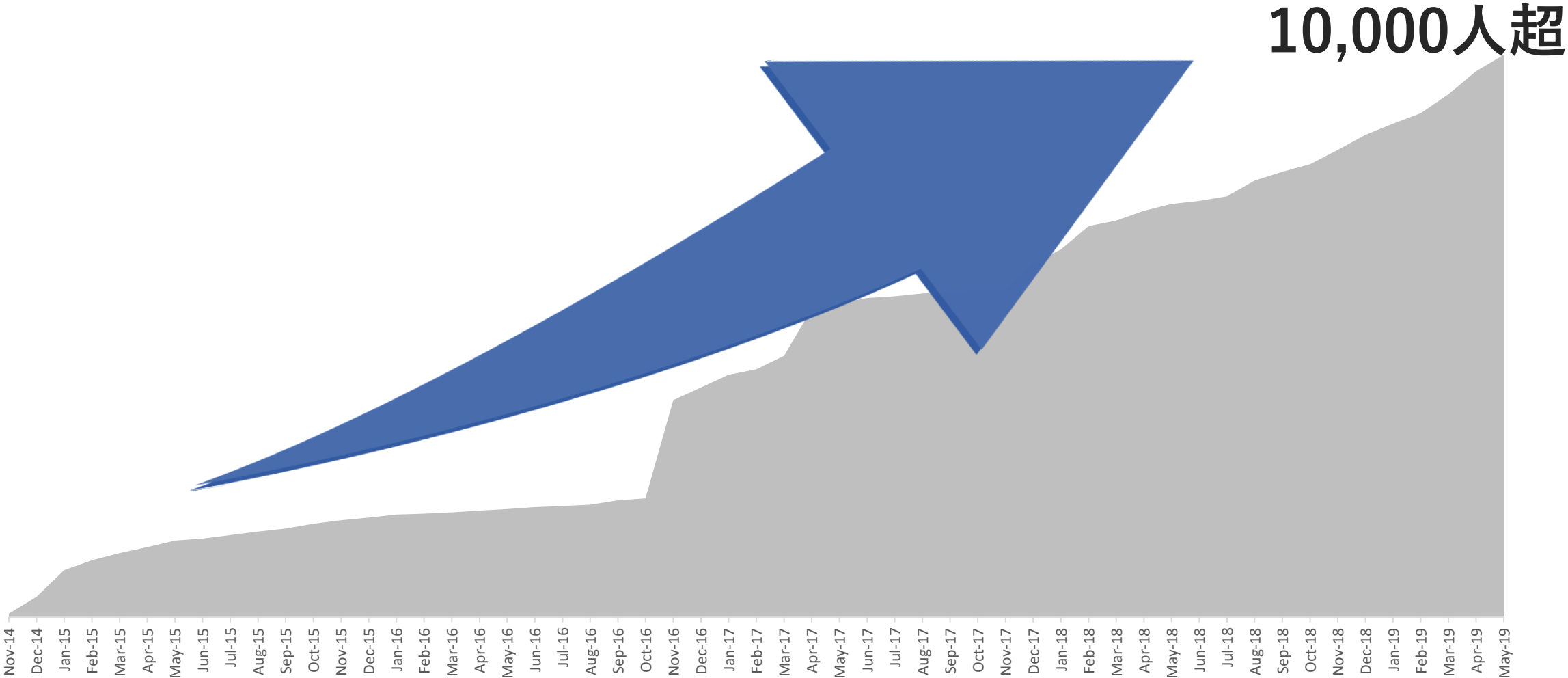


スライドショー③



PDCAを繰り返し広告効果を最大化

登録ユーザー、急拡大中



動画配信

キャラクターやアニメーションを用いた動画制作実績も多数あり、
これらの制作が可能なクリエイター（動画編集者、カメラマンなど）とのつながりも多数ございます。



バンダイナムコ様／イロトカタチ

<https://www.youtube.com/watch?v=3fH6GqFA9vY&t=1s>



バンダイナムコ様／VIVIRY

<https://www.youtube.com/watch?v=e975LJbOYSs>



森永製菓様／長持続のど飴

<https://www.youtube.com/watch?v=MAoGOvL9Lzo>

メディア掲載



VOGUE



ESSE

ytv

designboom®

vikka

JDN

mono®

ソトコ ソーシャル&エコ・マガジン

J-WAVE 81-3FM

pen ONLINE

TV/新聞/雑誌など200以上のメディア掲載実績

展示会出展実績



Maison et Objet (仏)



NY NOW (米)



Interior Lifestyle Tokyo (日)

国内外の展示会を効果的に活用することで、
商品の認知拡大と販路開拓を実現

販路実績



Mercy (仏)



MoMA store (米/日)



豊島美術館

全世界**15**カ国以上
300以上の店舗と取引実績あり

商品開発の3要素をプラットフォーム化



オープンデザイン

ユニークな企画
デザインを生む



共創型開発

ユーザーの声を
集約して開発

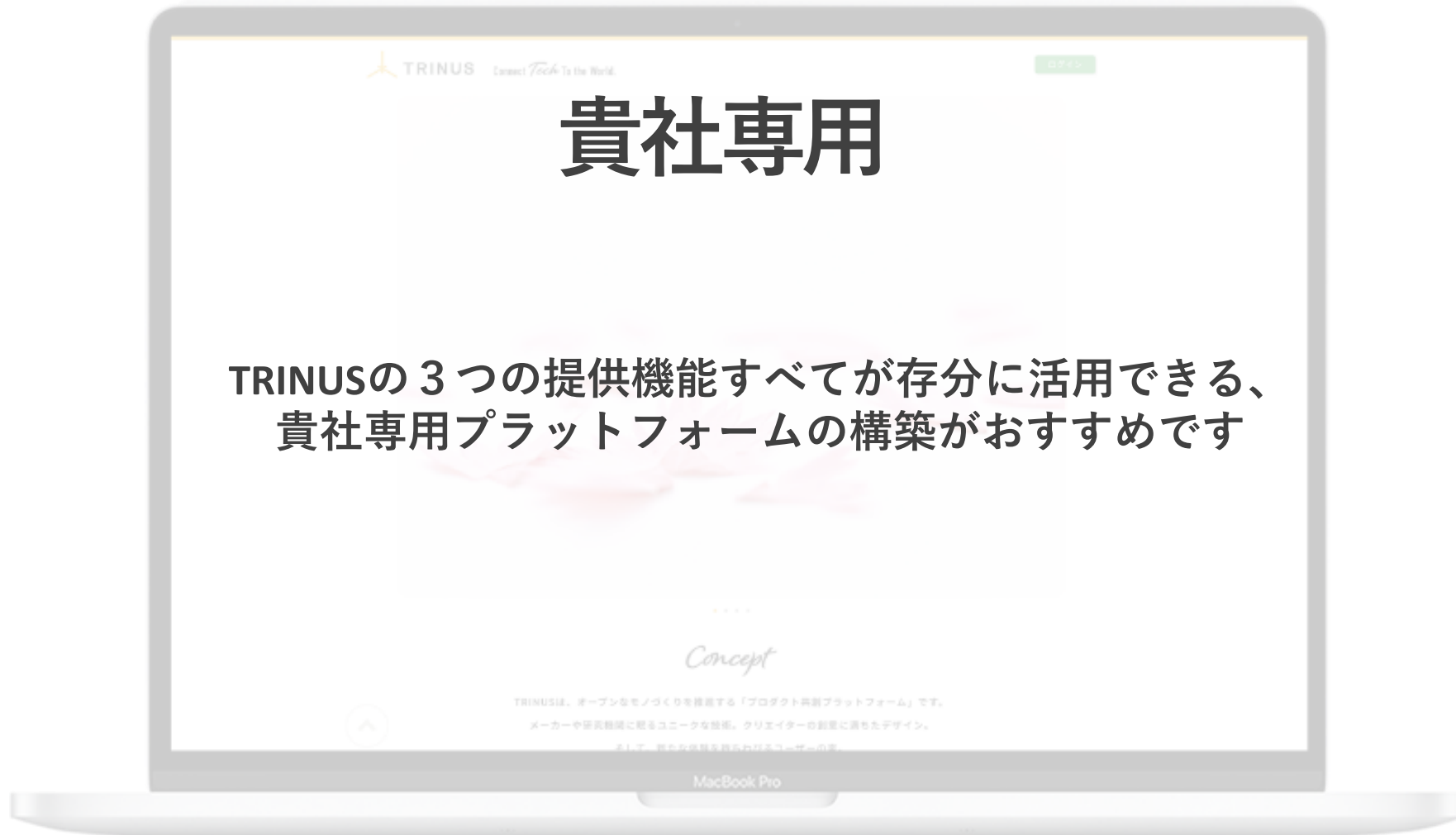


D2C

直接お客様に
商品を届ける

技術に、DESIGNを。
世界に、WOWを。
Connect *Tech*
To the World.

TRINUSの3つの提供価値をプラットフォーム化



共同運営プラットフォーム例

専用プラットフォームでアクセルを踏む

バンダイナムコ研究所や東急ハンズなど、
各業界の先進企業はすでにこの仕組みを導入することで、
さまざまな商品を世に送り出しています



開発ストーリー配信

プロジェクトに紐づいた開発ストーリーを更新出来ます。



A screenshot of a development story page for 'VIVIRY'. The main image shows a yellow robot with blue eyes and the text 'ヒッピー 怖がりのロボット VIVIRY'. Below the image, the name 'VIVIRY' is displayed, followed by view, like, and comment counts: '1098 18 1'. A yellow button with a heart icon and the text '育てたい' (I want to raise it) is visible. To the right of the main content are two sections: 'ストーリー' (Story) and 'コメント' (Comments). The 'ストーリー' section contains two entries: 'VIVIRYの動画ができました!' (VIVIRY's video is ready!) dated 2020.05.29, and 'きっかけは「チンアナゴ」だった? VIVIRYの謎' (The reason was 'Chinogana'? The mystery of VIVIRY) dated 2020.05.10. The 'コメント' section contains one comment from a user named 'ロット' (Rotto) dated 2020.05.31, which says: '遊んで懐いて成長するペットロボットと異なる、新しいタイプのロボットですね。じっと待っている間は大変かと思われませんが、きっと愛嬌あるパートナーになってくれると思います!' (It's a different type of robot from the pet robot that grows up by playing and getting used to it. It's a new type of robot, right? It seems like it might be a bit of a hassle while waiting, but I think it will become a partner with charm!).

ユーザーとコメントを通してコミュニケーションを図れます

プロジェクト単位で登録を行い、様々な開発ストーリーを配信したり、ファンからの応援コメントを受け付ける機能があります

クラウドファンディング



The campaign details for 'Iro to Katachi' are displayed. At the top, there is a promotional image for the game with the text '作る、当てる、うれしい! 「色」と「形」と「動き」で伝えるカードゲーム' (Making, guessing, it's fun! Card game that conveys 'color', 'shape', and 'movement'). Below this, the campaign title 'イロトカタチ IRO TO KATACHI' is shown. To the right, there is a small icon and text: 'この企画は、アソビノハナです。皆さまからの応援で商品として実るかも!?' (This project is Asobinoha. It may become a product with your support!).

イロトカタチ
「何、作ってるの?」「くじら?」「おいしい!」
「なんか動いた?」「あっ、わかった!」

そんな会話で家族や友だちとも盛り上げられる
伝わってうれしい、笑顔が生まれるゲームです。

人数: 2~8人 時間: 15分 推奨年齢: 6歳~

購入した人数 **250人**

残り **終了しました**

集まっている金額 **701,500円**

233%

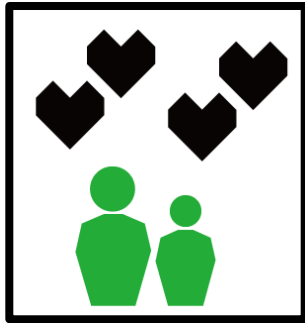
目標金額 ¥300,000

Below the campaign details, there are two images: one showing the game box and cards, and another showing the game being played on a green mat.

プロジェクトページ内（同一URL内）にて受注販売を行うことが可能なため、
事前の情報発信で集めたファン（応援者）をシームレスに受注販売につなげることができます

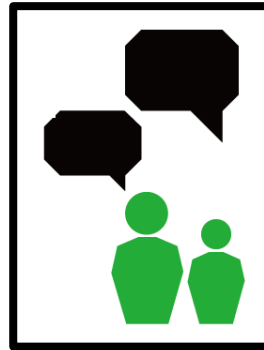
今回のご提案におけるポイント

販売前の情報発信による ファン形成



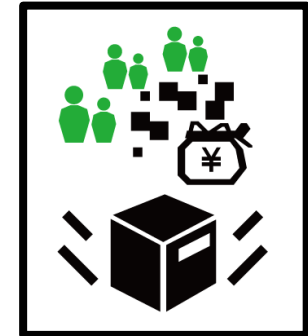
商品が生まれる過程を面白く配信することで、発売前からファンを獲得

投票やコメントによる ニーズ把握



ユーザー投票など参加要素を作ることで、単なる消費ではなく自分ごとにしていく

クラファン形式の 受注販売



集まった需要数量のみを生産するため在庫リスクはゼロ

ご支援の基本内容

月額運営費用

- ✓ウェブデザイン
- ✓システム開発



システム開発費用

月額運営費用

- ✓プラットフォームの保守・運営
- ✓製品化のご支援
- ✓販売ご支援
- ✓開発プロジェクトの記事化・情報発信
- ✓SNS運用



月額費用