記者配布資料

2020年7月27日

「D2C ビジネス Academia」の詳細決定について

【問合せ】大阪商工会議所 国際部(笹本・長尾) TEL:06-6944-6411

- 大阪商工会議所と一般財団法人関西情報センターは、<u>全3回の研究会「D2C ビジネス Academia」を8月31日より開始</u>し、中堅・中小企業のD2C (Direct to Consumer) ビジネス実装を支援する。
- COVID-19 パンデミックにより、メーカーや小売りといった業界を超えて、多くの企業がオンラインチャネルを拡張し、生活者と直接的な接点を構築しはじめる中、プロダクト/サービスが纏う世界観や生活者とのコミュニケーションは、従来にも増して重要になりつつある。
- そこで本研究会では、それぞれの回において、<u>最前線で活躍する D2C ブランドの経営者をゲスト</u> 講師に招き、セミナー形式で取り組み事例をご紹介いただき、先行事例を研究する。
- さらに、複数の D2C ブランドの成長を支援する株式会社フラクタ ブランド・ストラテジック・ プランナー局局長の狩野雄氏をファシリテーターに迎え、自社が展開するプロダクト/サービス を仮想して、世界観の設計・立ち上げから、UX (User Experience)への落とし込み、生活者との コミュニケーションの設計への理解を深め、自社ビジネスに「D2C」を実装するためのワークショップを行う。
- 全3回を通して、D2C の事業化に向けた基礎知識や、世界観を構築するための基本的な考え方、 顧客との新たなつながり方等を習得し、自社ビジネスを加速させる力を身に付けることを目指す。

研究会の概要

ユニークなブランドはこうして立ち上げる

第1回

【セミナー】ペットフードの D2C スタートアップ オネストフード株式会社から代表取締役の佐藤享氏を講師に迎えて、世界観の構築、プロダクト開発、ビジネスモデルの設計、マインドセットを聞く。

【座学・ワークショップ】自社アセットを生かしつつ、生活者課題や社会課題に向き合った世界観・ブラン

 $8/31 \, (Mon)$

ドコンセプトの作り方、他社との差別化の方法を学ぶ。

プロダクト/サービスに「世界観」を実装せよ

第2回

【セミナー】BeautyTech カンパニー 株式会社 Sparty 代表取締役の深山陽介氏と、コーヒーブランド POST COFFEE 株式会社 Founder/CEO の下村領氏を講師に、ブランドが醸す「世界観」をプロダクト/サービスに実装する方法や、コミュニケーション、データを活用した最適な UX の提供方法を聞く

10/6 (Tue)

【座学・ワークショップ】OMO(Online Merges with Offline)を前提とした体験疑怙の方法や、ブランドの進化や発展を見据えた取り組みを学ぶとともに、第1、2回の検討内容をブラッシュアップする。

D2Cの拡張性とオフラインの使い方

第3回

【セミナー】生活者とのリッチな接点を持つことのできるオフラインストアの価値や、成長するブランドの運営方法を株式会社 FABRIC TOKYO 代表取締役の森雄一郎氏から聞く。

【座学・ワークショップ】オフラインの生活者接点が持つ価値と、クリエイティブを意識したチャネル構築や

11月(調整中) 運用を学ぶとともに、第1、2回の検討内容をブラッシュアップする。

最終目標

第1~3回を通して、具体的なプロダクト/サービスを立案していただきます

エントリー

https://secure.kiis.or.jp/trn/d2cbusinessacademia/

開催趣旨

コロナショックにより、消費行動が大きくオンラインにシフトする中、多くの企業が新たにECチャネルの 開拓を模索し始め、同時に小売りとメーカーの垣根も徐々に融解し、オンラインへの出店はこれまで以上に 加速しています。一方、プロダクト/サービスに対する生活者の評価軸は、「機能的価値」から「情緒的価値」へと移りつつあり、より魅力的で共感を呼ぶブランドが評価を集めています。

こうした変化の中、単なる「直接販売」を超えて、ブランドとしての深い「世界観」を語り、「テクノロジー」を使って、ユーザーに良質な体験を提供するとともに、生活者の反応からプロダクト/サービス開発へのフィードバックを得る「D2C」に関心が集まっています。

そこで、大阪商工会議所と一般財団法人関西情報センターでは、自社ビジネスへのD2Cの実装を支援するため「D2C ビジネス Academia」を開催します。

参加条件

- 1. 下記を満たす法人
- D2C 化やブランド・デザインを活用した事業化を目指す意欲があること
- 2. 下記いずれかを満たす、または取り組みたい
- デジタル戦略やプラットフォーマーを志向している
- 顧客とのダイレクトコミュニケーションを持っている/持ちたい
- メディア機能(情報発信、編集機能)を持つ/持ちたい
- データを用いたマーケティング機能がある/実装したい
- 商品開発機能がある(製造ができなくてもよい)
- 世界観やブランド体験を重視している
- エントリー(フォームから下記をご入力ください)
- D2C 展開したいプロダクトの「機能」と「サービス」のイメージ ※ワークショップにおいて、ご参加者様自身が考えやすいものをイメージして記載してください。必ずしも自社の商材/サービスである必要はなく、また実際に提供できるかどうかを考慮する必要もありません。
- 研究会に期待すること (D2C に取り組みたい理由)

開催方法

Zoom、Slack 等のオンラインコミュニケーションツールを利用したオンライン開催

開催時間

各回14:00~17:00 (第2回のみ17:30終了)

「ゲスト講師トーク(1h30min)] 事例紹介+トークセッション+QA

「ワークショップ(1h30min)~ インプットセミナー+ワーク

- ※時間は内容によって前後する場合がございます
- ※各回終了後に、課題とその課題に対するモデレーターからのフィードバックあり

参加費

1社80,000円(税込み)※1社3名まで

定員

10 社 30 名 ※応募多数の場合は、エントリーシートの内容により判断させていただき、結果は第1回開催日の1週間前までにご連絡いたします。 ※最少催行社数の5社を下回る場合は、中止させていただきます。

ファシリテーター

狩野 雄氏 (株式会社フラクタ ブランド・ストラテジック・プランナー局 局長)

グラフィックデザイナーからキャリアをスタートし、FRACTA では自社サービスのディレクターから自社新規事業開発まで幅広く手掛けポジション越境したプランナー。現在は局長として、ブランディングは企業・事業の生命活動そのものという観点で、ブランドの本質的な魅力を引き出し自走するための共創的ブランディングを展開。web ディレクション、事業コンサルティング、UX デザインと幅広く領域で様々なブランドを支援。



ゲスト講師

【第1回:8/31(Mon)】

佐藤 淳氏(オネストフード株式会社 代表取締役)

学生時代に雑貨&アパレルの EC 企業にてインターンを経て、2009 年から EC コンサルティング会社を設立し、4 年間に亘って食品、雑貨、アパレル、サプリメント等の分野を支援。2013 年に事業を売却し、食品 EC のオイシックス株式会社(現オイシックス・ラ・大地株式会社)に入社。その後、オンラインデパチカ事業「Oi チカ」の立ち上げ責任者、EC 事業本部の販売推進室責任者を歴任し、販促企画、商品開発、会員制度の設計、PC/スマートフォンの UI 設計等に従事。2016 年からは、社内ベンチャーファンド「フードテックファンド」を立ち上げ、食関連ベンチャー企業への投資やアライアンスを実行。2018 年 7 月にオイシックスを退職し、ペットフード『レガリエ』の企画・製造・販売を手掛ける D2Cスタートアップ「オネストフード株式会社」を起業。



【第2回:10/6(Tue)】

深山 陽介 氏 (株式会社 Sparty 代表取締役)

1988 年千葉県生まれ。慶應義塾大学理工学部卒業後、株式会社博報堂に新卒入社。2017 年 5 月に退職し、株式会社 Sparty を創業。第一弾として、日本初のパーソナライズシャンプー『MEDULLA』を2018 年 5 月より提供開始。9 つの質問に答えるだけで、約 3 万通りの処方パターンからあなただけのシャンプーを製造する仕組みは、発売当初より多くの反響を獲得。また第二弾として、2020 年 5 月にはパーソナライズスキンケア『HOTARU PERSONALIZED』を提供し、更なるパーソナライズブランドの拡充を目指す。海外展開も見据え、大量生産時代から誰もがブランドを創れる時代へ、化粧品/消費財メーカーのあり方を大きく変革する BeautyTech カンパニーへ成長していく。



下村 領氏 (POST COFFEE 株式会社 Founder/CEO)

2005 年 5 月 デジタルデザインファーム 株式会社へレティックを創業。デザイナー兼エンジニアとして Web サイト、システム開発を主軸に様々なデジタルクリエイティブ手掛ける。2012 年 5 月 ライブスタイルズ株式会社 CTO にも就任。モバイルチケッティングサービスを立ち上げ、技術等で特許を取得。モバイルサービスのリーン開発、サービスグロースなどを経験し、2015 年 10 月に売却。2013 年 7 月 サイドプロジェクトで渋谷区富ヶ谷にコーヒースタンド MAKERS COFFEE をオープン。サードウェーブコーヒーの先駆けとして注目を集める。それまでの事業開発、バリスタの経験を活かし、日本のコーヒーをもっと美味しくすべく 2018 年 POST COFFEE 株式会社を創業。



【第3回:11月(調整中)】

森 雄一郎 氏 (株式会社 FABRIC TOKYO 代表取締役 CEO)

1986 年生まれ岡山県出身。大学卒業後、ファッションイベントプロデュース会社「ドラムカン」にてファッションショー、イベント企画・プロデュースに従事。その後、ベンチャー業界へ転向し、不動産ベンチャー「ソーシャルアパートメント」創業期に参画した他、フリマアプリ「メルカリ」の立ち上げを経て、2014 年 2 月、カスタムオーダーのビジネスウェアブランド「FABRIC TOKYO(旧・LaFabric)」をリリース。"Fit Your Life"をコンセプトに、顧客一人一人の体型に合う 1 着だけではなく、一人一人のライフスタイルに合う 1 着の提供に挑戦中。個人メディアとして、note、stand.fmを展開。



主催

大阪商工会議所、一般財団法人関西情報センター

協力

大阪府産業デザインセンター、クリエイティブネットワークセンター大阪 メビック