

報道関係各位

2020年4月30日

アライドアーキテツ株式会社

## 「企業のD2C事業への取り組みに関する実態調査」を実施

7割弱が従来のブランドと最も異なる点を「生活者の心を動かすストーリーや世界観の表現」と回答

ソーシャルテクノロジーによる生活者マーケティングの実現を支援するアライドアーキテツ株式会社(東京都渋谷区、代表取締役CEO 中村壮秀、証券コード:6081)は、このたびD2C(Direct to Consumer)に対する企業の理解や意識を調査するためにアンケートを実施し、オンライン形式で実施したセミナーイベント「D2C最前線」に参加したマーケター110名が回答しました。

今回の調査では、多くの企業はD2Cのビジネスモデルにおいて「生活者の心を動かすストーリーや世界観を表現」することを重要な要素にしていることがわかりました。この調査結果をもとに、ブランドのストーリーや世界観を通して生活者の心を動かすことに成功し、ブランドの成長を実現したD2C企業の各社の皆様をゲストに迎え、5月20日(水)に「成長D2C企業が語るD2C的ブランド立ち上げとは？」をテーマにしたセミナーイベントを実施いたします。



### ■□■□■□■企業のD2C事業への取り組みに関する調査結果■□■□■□■

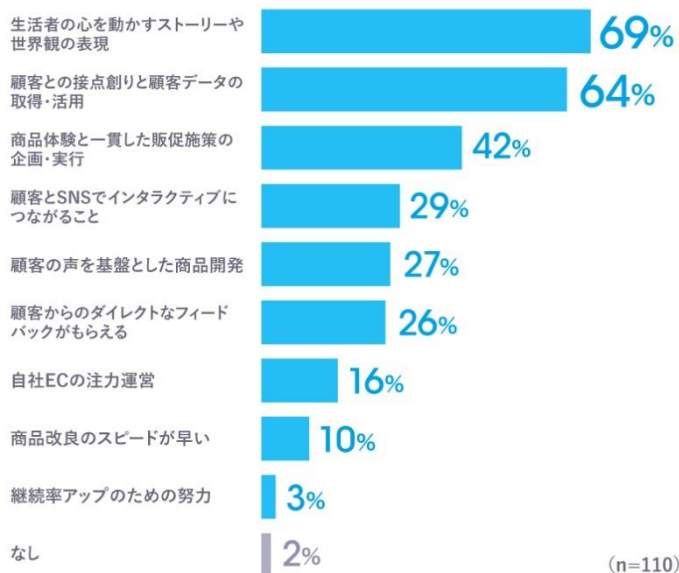
昨今盛り上がりを見せているD2C(Direct to Consumer)は、生活者に対して製品を直接販売するビジネスモデルを指し、顧客から得た声をすぐに商品や販促の施策に反映して改善していけることが特徴です。2000年代後半から米国のスタートアップ企業を中心に展開されてきたこのビジネスモデルに、日本の大手企業やスタートアップ企業が参入する理由や、従来のビジネスモデルと比べたときにどの点を特徴と捉え、魅力に感じているかは様々です。この度、企業は今、D2Cというビジネスモデルにどのような期待を寄せているのかを把握するために「企業のD2C事業への取り組みに関する実態調査」を実施しました。

### ■D2Cが従来のブランドと最も異なる点は、「生活者の心を動かすストーリーや世界観の表現」

セミナーイベントに参加したマーケターへ「D2Cがこれまでのブランドと異なるポイント TOP3」を聞いたところ69%が「生活者の心を動かすストーリーや世界観の表現」と回答しました。このことから、D2Cブランドが発信す

るブランドのストーリーや世界観には、生活者の共感や心を動かすものが求められており、企業はそのためのストーリーの設計や、表現方法の工夫、施策の展開が重要となることがわかります。

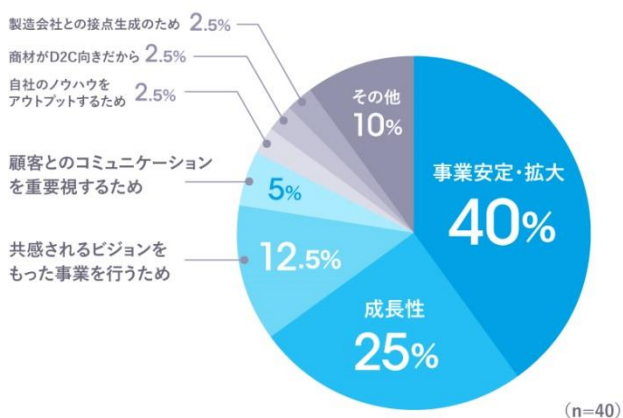
D2Cの”特に”どのようなところが  
今までのブランドと違うポイントだと捉えているか教えてください。(複数回答)



### ■企業がD2C事業に取り組む理由は53%が「事業の安定・拡大」のためと回答

今後事業として取り組み予定で、D2Cに関する情報収集していると回答した人へD2C事業に取り組む理由を聞いたところ53%が「事業の安定・拡大」と回答しました。このことから、このビジネスモデルへのシフトが今後の事業の成長の鍵と考える事業者が多いことがわかります。

貴社がD2C事業に取り組む理由を教えてください。



### ■調査概要

調査主体：アライドアーキテックス株式会社

調査時期：2020年2月27日～3月9日

調査方法：オンライン形式で実施したセミナーイベント「D2C最前線」でアンケート調査を実施

調査対象数：110名

※設問ごとの有効回答数を「n=」で記載しています。

※本調査の内容を転載・ご利用いただく場合は「【アライドアーキテクト】企業のD2C事業への取り組みに関する実態調査」とクレジットを記載してください。

★セミナーイベント参加者へ聞いた、企業が「注目しているD2Cブランド」について当社が運営するマーケティング情報サイト『SMMLab』にて公開しております。ぜひご覧ください。

<https://smmlab.jp/article/d2c-benchmark-brands/>

■□■□■□■D2C最前線#2の実施■□■□■□■

Webセミナー

# D2C 最前線

## #2 成長D2C企業が語る D2C的ブランド立ち上げとは?

5.20 WED 13:30-15:00

 MEDERI株式会社 坂梨 亜里咲 氏	 株式会社MiL 杉岡 侑也 氏	 株式会社Linc'well 氷熊 大輝 氏	 W ventures株式会社 東 明宏 氏
---	---	---	--

### ■実施背景

「企業のD2Cに関する意識調査」からもわかるように、D2Cブランドと従来のブランドの違いの1つに、「生活者の心を動かすストーリーや世界観の表現」が挙げられます。企業発信でストーリーや世界観を語るのではなく、あらゆる施策を展開しながら生活者の共感、拡散、時には共創に至るまで強固な関係性を築くことが大切になります。当セミナーイベントでは、生活者との関係性を築きながらブランドの成長を実現したD2C成長企業様に登壇いただき、ブランド立ち上げ時の施策や、ブランドの差別化の手法、現在の事業展開に関してお話をお伺いします。

### ■実施概要

日時 : 2020年5月20日(水)13時30分～15時00分 (13:20頃からログイン可)

場所 : オンラインでのライブ配信

主催 : アライドアーキテクト株式会社、株式会社SUPER STUDIO

参加費 : 無料

お申込み : [https://service.aainc.co.jp/product/seminar/202005\\_d2c-forefront-vol2](https://service.aainc.co.jp/product/seminar/202005_d2c-forefront-vol2)

### ■プログラム

・13:00～13:35 オープニング

・13:35～14:50 Session 「成長D2C企業が語るD2C的ブランド立ち上げとは？」

スピーカー:

坂梨 亜里咲 氏 (MEDERI株式会社 代表取締役CEO)

杉岡 侑也 氏 (株式会社MiL 代表取締役社長 CEO)

氷熊 大輝 氏 (株式会社Linc'well COO)

モデレーター:

東 明宏 氏 (W ventures株式会社 代表パートナー)

・14:50～14:55 クロージング

#### <アライドアーキテクト株式会社 会社概要>

- ・代表者 : 代表取締役CEO 中村壮秀
- ・所在地 : 東京都渋谷区恵比寿一丁目19-15 ウノサワ東急ビル4階
- ・URL : <http://www.aainc.co.jp>
- ・設立 : 2005年8月30日
- ・事業内容 : ソーシャルテクノロジーによるマーケティング支援事業

#### <アライドアーキテクトとは>

アライドアーキテクトは、ソーシャルテクノロジーによる生活者マーケティングの実現を支援します。2005年の創業時から一貫して生活者を社会の主役と位置づけ、企業とのつながりを生み出す多様なマーケティング支援サービスを開発・提供しています。累計4,000社以上への支援を経て得られた豊富な実績・知見を活用し、世界中の生活者と企業をつなぐを創出しています。2012年よりグローバル展開を開始し、現在はアジアや欧米など世界に向けてサービスを提供しています。

\* 本プレスリリースに記載している会社名および商品・サービス名は各社の商標または登録商標です。

#### 【リリースに関するお問い合わせ先】

アライドアーキテクト株式会社 広報室 担当:澤田  
TEL:03-6408-2791 MAIL:[press@aainc.co.jp](mailto:press@aainc.co.jp)