

参加・協賛のご案内

DtoC 2020 SUMMIT

近年注目のDirect to Consumer モデルを学び、
海外市場を視野に入れた商品企画・開発を実現する

2020年2月20日(木)・21日(金)
JR九州ホール(福岡・博多駅直結)

サミットにかける想い：地域から日本全国、そして世界へとチャレンジしましょう



にっぽんDtoC応援委員会
委員長・プロデューサー

関 洋祐

YOSUKE SEKI
株式会社ペンシル
R&D事業部 マネージャー
海外事業部 ゼネラルマネージャー

通販王国といわれて久しい、ここ九州エリアには、日本を代表するような誰しも知っている歴史の長い企業がたくさんいらっしゃいます。それだけ長く顧客の支持を得られ続けているのは、本質を保ちながらも、時代や顧客のニーズに合わせて商品・サービスをアップデートし続けていらっしゃるからだ、自身の仕事を通じて感じています。

さらに、私が住んでいる福岡市は、スタートアップ特区に指定されたことで、近年次々と新しい産業が生まれています。そうしたチャレンジをしている皆さんは「福岡から日本全国へ、アジアへ、そして世界へ！」という大きなビジョンをお持ちの方ばかり。中には東京から福岡に居を移した方もいます。

「地方創生」「働き方改革」など、どうしても言葉ばかりが先行している感が否めない中、歴史的にも新しい価値の創造に積極的なこの場所で行うこのイベントこそが、本当の意味でそれらを実現していくことにつながると確信しています。

「顧客がもっと満足してくれる、新しい商品・サービスは何だろう？」を常に考えている商品企画・開発、モノづくりを担当なさっている皆様、ぜひご参加ください。

そして、通販ビジネス、DtoCビジネスに関連する事業者のマーケターの皆様。ここに集まる、意欲ある商品企画・開発者のビジネスをドライブするソリューションをぜひここで提示ください。

この九州・福岡の地から、「世界に通用するDtoCビジネスを実現する」という夢に向けて一緒にチャレンジしましょう！！

開催概要

開催日程

2020年2月20日（木）・21日（金）

※20日は18:00よりオープニングパーティーを実施

開催場所

JR九州ホール

参加者

260名予定

企業（通販含む）の商品企画・開発担当
広告会社、ソリューション提供会社のマーケティング
ロジスティック、ペイメント事業者

主催

にっぽんDtoC応援委員会

共催

ペンシル

特別協力

ad:tech tokyo（アドテック東京）

アドバイザー ボード

佐々木大介（株式会社再春館製薬所）、田口一成（株式会社ボーダレス・ジャパン）、加藤公一（株式会社売れるネット広告社）、岩瀬 昌美（MIW Marketing & Consulting Group, Inc.）、太宰潮（福岡大学商学部）、春山慶彦（株式会社ヤマップ）、関洋祐（株式会社ペンシル）



開催の背景：Direct to Consumer モデルの本質的な理解と実践



企業の想いがこもった商品やサービスを核に、他にはない体験を直接お客さまに届ける。世界で注目を集め、ユニコーン企業も数多く出てきている注目のDtoCモデルの本質を学び、実践のための第1歩を踏み出しましょう。

そのためには、既存商品だけでなく、世界の市場を視野に入れた新商品の開発も欠かせません。

本サミットには、それを国内外で広げられるマーケター、ソリューションを持つ企業も集まります。

商品企画・開発者×マーケターによるDtoCの実践が、企業のこれから先の成長を促します。

かつて「Made in Japan」は世界を席巻しました。

令和の時代、日本流のDtoCの実践により、

「Direct from Japan」で再び世界を驚かせましょう。

このサミットで伝えること&学ぶこと

1 DtoCモデルの本質は？ 単なる通販との違いは？

DtoCとは、Direct to Consumerの略で、自社開発・製造した商品を直接消費者へ届けること。それにより卸売業者や小売店舗の中間マーゲンをカットでき、さらにスピーディーに商品を届けられるというものです。

ただ、それだけであれば、これまでの「通販」との違いがありません。これまでも同様のビジネスモデルを行っている企業が多数あります。

今世界で成功しているDtoCモデルの本質は、お客さまの「体験」全体をデザインすることで、支持され・共感され・シェアされるサービスを実現しているということです。

そしてソーシャルメディアなどを活用し、自社のファンとのつながりを強固なものとしています。それによって集めた顧客のデータを、さらに顧客目線のモノづくりやコミュニケーションに活かすというサイクルを実現しています。

サミットでは、国内外の事例をもとに、このビジネスの本質と実践の方法を学びます。



このサミットで伝えること&学ぶこと

2 今後の成長のために欠かせない、 海外市場への進出に必要なことは？

日本国内での成長が今後見込みにくい以上、これからの企業成長に必要なものは、海外市場への進出です。

そして、日本のモノづくり、食品・飲料、文化などは世界で支持され、東京オリンピック・パラリンピックという、世界で注目される舞台が2020年にひかえています。しかしながら、世界をマーケットと捉えてビジネスをデザインできている企業はまだまだ少なく、本来のポテンシャルを十分に発揮できていないのが現状です。

このサミットを通じて、海外市場におけるMade in Japan の持つポテンシャルを伝え、日本型DtoCモデルを成功させるために必要なことについても言及していきます。



プログラム案

DtoC SUMMIT 2020 DAY.01

2月20日(木) 16:00~20:00
オープンセミナー・オープニングパーティー

DtoC SUMMIT 2020 DAY.02

2月21日(金) 09:15~19:15
セッション・プレゼン他

場所：JR九州ホール

※現在のプログラム案は右記参照

DAY 1			DAY 2		
時刻	分数	内容	時刻	分数	内容
16:00	1:00	オープンセミナー	8:45	0:30	受付
17:00	1:00	受付	9:15	0:30	モーニングセッション
18:00	2:00	オープニングパーティー	9:45	0:45	キーノートセッション
			10:30	0:30	プレミアムプレゼンテーション
			11:00	0:15	休憩
			11:15	0:30	公式セッション1
			11:45	0:30	公式セッション2
			12:15	0:20	20min スポンサー プレゼン1
			12:35	0:50	ランチ タイム
			13:25	0:30	公式セッション3
			13:55	0:30	公式セッション4
			14:25	0:10	休憩
			14:35	0:20	20mn スポンサープレゼン2
			14:55	0:20	20mn スポンサープレゼン3
			15:15	0:20	休憩
			15:35	0:30	公式セッション5
			16:05	0:30	公式セッション6
			16:35	0:30	10mn スポンサープレゼン1.2.3
			17:05	0:10	休憩
			17:15	0:30	10mn スポンサープレゼン4.5.6
			17:45	0:20	Wrap Up Session
			18:05	0:10	写真撮影等
			18:15	1:00	ネットワーキングパーティー

協賛メニュー&参加パス

●スポンサーメニュー

	金額	枠数	サミットパス	内容
サミット プレミアム スポンサー	¥3,000,000	1	6	30分プレゼンテーション、ロゴ一覧の上位への掲出 6プレミアムパス付き
20分プレゼン	¥1,500,000	3	2	20分プレゼンテーション 2プレミアムパス付き
10分プレゼン	¥850,000	6	1	10分プレゼンテーション 1プレミアムパス付き
ディナーパーティー	¥850,000	1	2	ディナーパーティーを主。冒頭に乾杯の挨拶を行う 2プレミアムパス付き

●サミットパス

	金額	枠数		内容
プレミアムパス	¥180,000	60	—	宿泊1人部屋 前日のパーティーを含むすべてのプログラムに参加 手土産付
サミットパス	¥100,000	120	—	宿泊なし、2日目のプログラムに参加いただけます。

参加が想定される企業

株式会社アクタス
株式会社イオンフォレスト
イオン九州株式会社
味の素株式会社
株式会社アルペン
アンファー株式会社
アズワン株式会社
アスクル株式会社
株式会社オートウェイ
株式会社バイクルーズ
株式会社ビームス
株式会社ベネッセコーポレーション
ブックオフコーポレーション株式会社
株式会社ブレンコスモス
株式会社バルクオム
株式会社クレディセゾン
ダイエー
株式会社大丸松坂屋百貨店
ガイドドリンコ株式会社
株式会社えがお
エーザイ株式会社
えそらフォレスト株式会社
株式会社エバーライフ
江崎グリコ株式会社
株式会社FABRIC TOKYO
株式会社フェース
株式会社ファミリーマート
株式会社ファンファレ
株式会社フェヴリナ
株式会社フェリシモ
株式会社Francfranc
株式会社フロムココロ
株式会社ゲオ
株式会社ゴルフダイジェスト・オンライン

株式会社ゴルフパートナー
嘉穂無線ホールディングス株式会社
株式会社ヘルスター
株式会社日比谷花壇
HTBエナジー株式会社
株式会社I-ne
有限会社一平(九州パンケーキ)
株式会社 三越伊勢丹
J.フロントリテイリング株式会社
日本たばこ産業
日本生活協同組合連合会
株式会社JIMOS
亀田製菓株式会社
花王グループカスタマーマーケティング
からだラボラトリー株式会社
株式会社 健康家族
株式会社健康の社
株式会社キビラ
キッコーマン株式会社
小林製菓株式会社
株式会社コメ兵
キューサイ
九州旅客鉄道株式会社
株式会社ライトアップショッピングクラブ
株式会社ルミネ
株式会社MAIAM
株式会社メディプラス
株式会社メルカリ
株式会社メタボリック
株式会社未来
ミスミグループ株式会社
ミツカンホールディングス
株式会社ムービング
株式会社N&O Life

中川政七商店
株式会社ニューバランスジャパン
日本第一製薬株式会社
株式会社 NTTドコモ
オークローンマーケティング
大塚食品株式会社
大塚製薬株式会社
株式会社バルコ
株式会社ピーチ・ジョン
株式会社ピエトロ
合同会社 PVH ジャパン
キューサイ株式会社
株式会社QVCジャパン
R.O.U株式会社
リクルートマーケティングパートナーズ
リテールAI研究会
ロート製薬会部株式会社
株式会社再春館製薬所
参天製薬株式会社
佐々木食品工業
株式会社千趣会
株式会社セブン-イレブン・ジャパン
株式会社SHIBUYA109エンタテイメント
株式会社そごう西武
そのもの株式会社
ソニーマーケティング株式会社
スターバックスコヒージャパン
株式会社ストライブインターナショナル
スタイリングライフ・ホールディングス ブラザースタイルカンパニー
株式会社サンリブ
サントリー酒類株式会社
サントリーウエルネス株式会社
タナコーポレーション株式会社
株式会社ロフト

トリゼンフーズ株式会社
株式会社トウ・キューピー
株式会社トライアルホールディングス
ビジョナリーホールディングス(メガネスーパー)
株式会社ビタブリッドジャパン
合同会社 西友
株式会社ウィゴー
ヤフー株式会社
株式会社 やずや

ほか