

報道関係者各位
プレスリリース



2018年4月4日
株式会社いつも.

[日本初]
メーカー直販専門
EC 公式店、楽天市場、Amazon、Yahoo!ショッピングに対応
「DtcC ビジネスセンター」を新設

株式会社いつも. は、メーカーの EC 公式店・楽天市場・Amazon・Yahoo!ショッピング等の EC チャンネルを通して、消費者に直接販売を可能にする「複数チャンネル対応：End to End EC 事業代行サービス」を専門に対応する「DtcC ビジネスセンター」※を新設しました。

記

国内 EC 支援実績最多クラス 8500 社超の株式会社いつも. (本社：東京都港区、代表取締役社長：坂本 守、以下「いつも.」) は、2018 年 4 月 4 日に、メーカー・ブランド保有企業が、メーカー EC 公式店、楽天市場、Amazon、Yahoo!ショッピング等の主要 EC チャンネルを通して、消費者に直接販売および、販売拡大を可能するための [EC 事業計画の策定、販売戦略立案、代理販売、メーカー EC サイト運営、顧客対応・物流などのフルフィルメント対応] まで、すべての業務を当社が持つ機能とリソースで対応し、メーカー直販「EC 複数チャンネル対応：End to End EC 事業代行サービス」を専門に対応する「DtcC ビジネスセンター」※を本社オフィス内に新設しました。このような主要 EC チャンネルすべてに対応した運営ノウハウと EC 運営を自社内の機能と人材にて対応可能な「DtcC ビジネスセンター」設置は日本初となります。

※「DtcC」=Direct to Consumer (D2C) EC チャンネルを使い消費者に直接販売するモデル



この「DtoC ビジネスセンター」を中心に、既に 2016 年 6 月より開始している「いつも、メーカー直販 EC (DtoC) (D2C) ワンストップ支援サービス」をより安定した体制と専門性の高いノウハウを持って、メーカーの EC 公式店、楽天市場、Amazon、Yahoo!ショッピング等の成長が見込める EC チャンネルにおいて直販拡大のサポート体制を強化していきます。



【DtoC ビジネスセンターの特徴・対応概要】 (End to End EC 事業代行サービス)

- ① メーカーEC 公式サイト、楽天市場、Amazon、Yahoo!ショッピング等のチャンネルに対応
- ② メーカーの企業の販売ポリシーを守りながら、EC 事業参入を支援
- ③ ブランドのイメージ・正規価格を維持しながら販売拡を実現するノウハウ提供
- ④ メーカー企業の「EC 公式代理店」となり EC 公式店を運営
- ⑤ EC 販売戦略、サイト運営、フルフィルメントまで当社が End to End 対応

▼いつも、メーカー専門「End to End」EC 事業代行サービス紹介ページ

<http://itsumo365.co.jp/service/unnei/uneidaikou.html>

【DtoC ビジネスセンター新設の背景】

EC 先進国アメリカや世界最大の EC 市場規模を誇る中国では、成長が続く EC チャンネルにおいてメーカーとして保有するブランドや商品を直接消費者に販売する「DtoC」=Direct to Consumer (D2C) モデルがすでに主流となっています。各社が DtoC(D2C) モデルを構築する理由としては、メーカーとしてブランドイメージや価格を維持しながら、EC を利用する

消費者とダイレクトに接点を持つことによって、ブランドロイヤリティの向上や新しいマーケティング手法の検証データ・消費者動向を把握することにあります。また、ECを通してダイレクトに取得できた消費者データを商品開発などに活用することの重要性が高まっていることも「DtoC(D2C)モデル」に注目が集まっている理由となります。

日本市場では、日本独自の商習慣からメーカーがECで直接販売をするという動きは中心にはなっていませんが、年間小売販売総額が140兆円前後でここ15年以上横ばい続く中で、今後も若年層や団塊Jr.を中心にECチャネルでの消費が確実に増えることを見越して、化粧品、消費財、食品系商材を持ちながらグローバル展開している企業および世界的に有名なブランドを持つ企業が、メーカー・ブランドEC公式サイト、楽天市場、Amazon、Yahoo!ショッピング等の販売チャネルを活用してDtoCモデル構築する動きが活発になってきております。

しかし、メーカーが直販でECに新規参入する上で、日本のEC市場は先行して販売拡大する企業間の競争が激しさを増し、売上拡大するために必須となる商材別・販売チャネル毎の高度なノウハウの内製化や、成熟したECチャネルの消費者評価を高めるフルフィルメント体制を構築することの難易度が高まっている状況があり、メーカー企業が持つEC販売ノウハウや人員だけでは対応しきれないという状況が顕著になってきています。

このような背景を受けて、当社の持つ国内EC支援実績最多クラス8500社超のノウハウとEC支援に特化した約280名のスタッフの中から、メーカー直販ECビジネス支援に実績を持つメンバーを選抜し「DtoCビジネスセンター」を新設しました。このビジネスセンターの新設によって、より安定した体制と専門性の高いノウハウを持って、メーカー・ブランド保有企業のDtoCモデル構築と販売拡大サポートを強化していきます。

(DtoC対応が可能なEC販売チャネル)

- 自社公式ECサイト
- 楽天市場
- Yahoo!ショッピング
- Amazonバンダー／Amazonマーケットプレイス
- Wowma!

【DtoCビジネスセンターの対応内容】(End to End EC事業代行サービス)

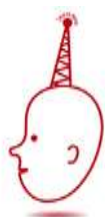
- アメリカ・中国のDtoC(D2C)先進事例の共有(現地収集情報、現地視察情報)
- 事業計画策定サポート(チャネル選定、収支計画)
- 主要モールとの交渉、出店手続きサポート
- 商材別・販売チャネル別の販売ノウハウ提供

- 新規 EC サイト企画・ページ制作
- 代理販売モデル提案 (EC agency モデル)
- フルフィルメント構築 (コールセンター、顧客対応、業務効率化)
- 公式サイトの運営代行 (イベント対応、更新、商品登録、メルマガ)
- プロモーション企画・実施
- ソーシャル運用代行
- 分析、レポート作成、売上改善提案
- EC 専用物流対応 (倉庫内管理、梱包、出荷業務)

【会社プロフィール】

E コマースビジネスに特化し、国内最多クラスの 8500 社超の支援実績を持つ EC コンサルティング&実務支援企業。国内 EC およびアメリカ・中国・ASEAN 等の海外 EC に対して、クライアント各社の「販売チャネル選定」や「チャネル別の売上改善サービス」を提供し、売上拡大をサポートしている。主な業務として、販売チャネル選定、売上計画策定、サイト構築、デザイン、プロモーション、サイト運用、フルフィルメント (物流・バックヤード業務)、人材育成まで EC に関わるすべてのサービスを **End to End** で提供することにより、クライアント企業の事業拡大スピード UP を実現している。世界最大の EC カンファレンス「IRCE」日本代表パートナー及び中国巨大 EC モール「JD. COM」日本市場の運営支援パートナーとして、アメリカや中国へ訪問を繰り返しながら EC 最新モデルの研究・サービス開発も行っている。

【会社概要】



社名：株式会社いつも。

代表者：坂本 守

所在地：東京都港区六本木 7-15-7 新六本木ビル 6 階

設立：2007 年 2 月 14 日

従業員数：グループ全体 280 名 (2018 年 3 月現在)

事業内容：EC 事業・サイト運営関わるすべてのソリューション提供

HP：<http://itsumo365.co.jp/>

【本件に関するお問合せ先】

株式会社いつも.

DtoC チーム：石川・中野（電話：03-4580-1365（平日 10：00～18：00））

【リリースに関するお問合せ先】

株式会社いつも.

事業推進部：立川、鈴木（電話：03-4580-1365（平日 10：00～18：00））