

## フラクタ、DtoCブランドビジネスを紐とぎ2020年以降のブランディングを考える 「DtoC After 2020 日本ブランドの未来」を出版

株式会社フラクタ（東京都渋谷区、代表取締役社長：河野貴伸/以下、フラクタ）は、DtoCブランドから学ぶこれからのブランドビジネスにおけるブランディングの捉え方や実践ノウハウを解説し、2020年以降のブランディングに必要な要素を提唱する書籍「DtoC After 2020 日本ブランドの未来」を、2020年9月18日（金）に株式会社宣伝会議より出版することをお知らせします。

# DtoC AFTER 2020 日本ブランドの 未来

新たな世界で求められる、  
シンボリック・エクスペリエンス

株式会社フラクタ 著



### ■出版の背景

いま注目を集めているDtoCビジネスは、直販やサブスクリプション販売によって急成長して成功するビジネスモデルとして挙げられることが多いですが、その実情とはギャップがあります。DtoCビジネスの特徴である“直接届ける”というダイレクト性は、機能的価値の訴求に留まらずブランドの魅力を伝える役割もあります。また、消費者のニーズやフィードバックを直接拾うことができ、それらを活かした商品開発やサービス改善の精度向上にも繋がります。

2020年は本来、オリンピックの開催もあり日本市場が活性化すると思われていました。そこでフラクタでは、世界に向けた日本のブランドビジネスの発展において、DtoCに着目することでビジネスそのものをアップデートしていく必要があることを訴えたいと思い、本書の出版を決めました。

しかしながら、執筆の最中に新型コロナウイルス感染症が発生し、5年、10年先に想定していた未来が目前にきてしまいました。そこで本書をブランドビジネスに対する問題提起やディスカッションのきっかけとなるよう全体設計を調整しました。

2020年以降の未来で、2020年にはどのような議論がなされていたのかを知るための、そして日本のブランド進化の一つのきっかけとなるようにと出版いたしました。

## ■DtoCがもたらしたビジネスの新たな可能性

DtoCビジネスが実際にどのような思想をもち、顧客とどのようにコミュニケーションを行なっているのか？といったビジネスのポイントを紹介しています。また、フラクタの解説のみではなく、各分野で活躍する実務家の方々へのインタビューも多数掲載し、様々な視点からDtoCビジネスの側面を知ることができます。

DtoCビジネスをこれから始めたい方、すでに実施しているけど模索している方、そしてブランドビジネスに関わる全ての方に向けた、これからのブランドビジネスについて思考するためのヒントとなる内容を書いています。

### <書誌情報>

タイトル：『DtoC After 2020 日本ブランドの未来』

発売日：2020年9月18日（金）

定価：1,600円＋税

発行：株式会社宣伝会議

### <目次>

第1章：DtoCがもたらしたブランドビジネスの新たな可能性

第2章：なぜいまブランディングが必要なのか

第3章：OMOの実現にはブランディングが鍵となる

第4章：変わる消費行動の中でブランドが生き残るために

第5章： DtoC After 2020

### 【株式会社宣伝会議について】

会社名：株式会社宣伝会議

所在地：〒107-8550 東京都港区南青山3-11-13; 新青山東急ビル

代表取締役社長：東 彦弥

URL：<https://www.sendenkaigi.co.jp/>

### 【株式会社フラクタについて】

テクノロジーとデザインで日本のDtoCブランドを支援するブランディングエージェンシーです。数多くのEコマースとブランディングプロジェクトに寄り添ってきた経験から、ブランドに必要なことを設計から制作まで最適かつコンパクトに実現します。また、Shopify Plus Partner公式パートナーとして、ShopifyにおけるECサイトのコンサルティングサポートも実施しています。

### 【本プレスリリースに関するお問い合わせ先】

株式会社フラクタ 広報担当：花沢・小中

Tel：03-4530-3788

Mail：[pr\\_staff@fracta.co.jp](mailto:pr_staff@fracta.co.jp)