

2022年4月22日

株式会社 Direct Tech

自社 D2C ブランドの顧客体験向上を OMO により強化 P2C コスメ初の自販機販売を新宿・渋谷にて展開

株式会社ベクトル（本社：東京都港区、代表取締役会長兼社長：西江肇司、東証プライム：6058、以下ベクトル）の子会社である株式会社 Direct Tech（本社：東京都港区、代表取締役：森勇氣、以下 Direct Tech）は、自社で展開する D2C ブランドの顧客体験向上を目的とした OMO 戦略を強化。具体的施策第一弾として、ミリオンセラーコスメ『RICA FROSH（リカフロッシュ）』の新色を含む各アイテムがブランド体験と共に購入できるコスメ自販機を、5月1日（日）より「ルミネ新宿」及び「RAYARD MIYASHITA PARK」にて期間限定で展開いたします。



Direct Tech では、2020年2月にコスメブランド「RICA FROSH」をローンチ。協働プロデュースするインフルエンサーと共に、ブランドが目指す世界観を高い再現性を持って形にし、PRを最大の武器としてブランドの垂直立ち上げから継続的課題化までを実現。シリーズ累計販売個数は100万個を突破し、更なる成長を続けています。他にも、コスメやアパレルなど複数の自社 D2C ブランドをプロデュース。オンラインを主軸に置いたブランド

グロースのノウハウを蓄積させてきました。一方で、コロナ禍において様々な分野におけるDXが進んだ影響もあり、顧客体験最大化という観点においてOMOの重要性がより一層増しています。Direct Techでは、D2Cブランドのプロデュースにおける実績を活かしながら、顧客体験をより一層向上させることを目指して、OMO戦略を今後強化するにあたり、今回のコスメ自販機における商品販売の実施に至りました。

今回活用するコスメ専用大型自動販売機「PRENO」では、大型のタッチパネルを通して商品の選択や購入を行うことで、複数商品の同時選択・購入が可能になり、ユーザーはECサイトで買い物をするような流れで商品を購入することができます。自販機の外側にはRICA FROSHの商品パッケージを彷彿とさせるデザインを施し、大モニターではブランドムービーを放映。ご購入時にランダムで商品やクーポンの特典が付いてくる仕組みなど、RICA FROSHが表現する世界観を楽しんでいただける仕掛けを施しました。各種キャッシュレス決済にも対応し、ブランドとしてこれまで接触がなかったユーザーにも、新たにブランドを知っていただくと共に、手軽に購入いただけるような場として展開いたします。

Direct Techでは、BRANDING PRODUCE COMPANYとして、自社D2Cブランドをより多く世の中に展開していくと共に、オンラインとオフラインの融合による顧客体験の最大化を様々な角度で検証し、そのノウハウを蓄積させることで、クライアント企業にもソリューションとして提供できるよう事業を拡大させていきます。



■設置期間：5月1日（日）～5月27日（金）

■設置場所：東京都内2箇所

ルミネ新宿 ルミネ2 2F



【株式会社 Direct Tech 会社概要】

会社名 : 株式会社 Direct Tech
代表取締役 : 森勇氣
住所 : 東京都港区赤坂 4-15-1 赤坂ガーデンシティ 17F
設立 : 2018 年 11 月
事業内容 : D2C 事業、D2C ブランドコンサルティング事業、
D2C エージェント事業
URL : <https://direct-tech.jp/>