

Direct AGENDA

2019 After Show Report

JUN29th-31st,2019 BEPPUWAN

UNDERSERVED CONSUMER



2019 01.29(TUE)-31(THU)
Hotel&Resorts BEPPUWAN

Direct AGENDA

TABLE OF CONTENTS

Event Summary

Sponsors

Attendees List

Data Analysis Attendee's voice

Session

Other Highlights

P.2

P.3

P.4-5

P.6-7

P.8-10

P.11

Summary Report

第3回目を迎えた「ダイレクトアジェンダ 2019」は、大分県・別府を舞台に、ダイレクトマーケティングに携わるブランド 88 社 124 人、パートナー 56 社 110 人の合計 144 社 234 人が集結し、「UNDERSERVED CONSUMER ~VENTURE INTO THE UNKNOWN / 満たされない顧客を、未知の世界へ」をテーマに開催した。未来のダイレクトマーケティングについて考えたキーノートや、売上やブランド向上につながるツールやソリューションを紹介したプレゼンテーションなど、2 日間で 36 セッションを展開。さらに、参加者同士のネットワーキングも活発に行われ、盛況のうちに幕を閉じた。

EVENT SUMMARY

開催概要

名 称	ダイレクトアジェンダ 2019
日 時	2019 年 1 月 29 -31 日 2 泊 3 日
会 場	ホテル&リゾート 別府湾
参加者	ブランド枠 124 名、パートナー枠 110 名
主 催	ダイレクトアジェンダ実行委員会

SPONSORS

CyberAgent.

macbee planet

Adobe

A-WORKS

DENTSU DIGITAL

MIERUCA.

opt

KARTE

ALPHA ARCHITECT

日本郵便

Agile Media Network

Allied Architects

se@rch

GMO 後払い

H-STARTUP

LOGLY

Net Protections

OPEN 8

SEPTENI

So-net Media Networks

ThinQlo

yappli

ecBeing

Sprocket

SUPPORTER

予防医学のアンファー

おいしいと健康 Glico

ネスレ Nestlé Good Food, Good Life

おひさまと健康 Glico

Oisix ra daichi

SD

ヘルプ コス・スタンダード

KFC

KYOWA

キューサイ

SUNSTAR

JDMA

大分合同新聞社

BULK HOMME

crocs

TSUBAKI

ATTENDEES LIST

参加者リスト

BRAND ATTENDEES		
ブランド枠 参加者 88 社 124 名		
株式会社アルベン	株式会社コメ兵	
株式会社 AmidA	株式会社コーセー	
アンファー株式会社	株式会社協和	
アスクル株式会社	株式会社ランドアンドヒューマン	
アクサダイレクト生命保険株式会社	株式会社 Libeiro	
株式会社琉球銀行	ライフネット生命保険株式会社	
ベアエッセンシャル株式会社	株式会社 LIFULL	
株式会社ベイクルーズ	株式会社ルミネ	
株式会社ビームス	株式会社メディアプラス	
株式会社バルクオム	株式会社メタボリック	
株式会社シティーヒル	株式会社ミクシィ	
株式会社クレディセゾン	株式会社 MonotaRO	
クロックス・ジャパン合同会社	株式会社ムービング（丸井グループ）	
CROOZ SHOPLIST 株式会社	株式会社 N&O Life	
株式会社 DECENCIA	株式会社中川政七商店	
デル株式会社	ネスレ日本株式会社	
合同会社 DMM.com	株式会社ヌーヴ・エイ	
株式会社ドゥクラッセ	株式会社ニューバランスジャパン	
ドコモ・ヘルスケア株式会社	株式会社ニッセン	
エディー・パウアー・ジャパン株式会社	株式会社ニトリ	
エーザイ株式会社	株式会社ニトリホールディングス	
えそらフォレスト株式会社	株式会社 NTT ドコモ	
株式会社エトヴォス	オーマイグラス株式会社	
江崎グリコ株式会社	オイシックス・ラ・大地株式会社	
株式会社フェリシモ	株式会社オンワード樫山	
株式会社フィッツコーポレーション	オルビス株式会社	
株式会社 FROM JAPAN	株式会社ピーチ・ジョン	
富士フイルム株式会社	日本ビザハット株式会社	
株式会社ゴールドウイン	キューサイ株式会社	
株式会社ゴルフダイジェスト・オンライン	株式会社 QVC ジャパン	
株式会社発酵生活	株式会社リアルネット	
株式会社はぐくみプラス	株式会社サンリオ	
株式会社 IDOM	株式会社スクロール 3 6 0	
日本郵便株式会社	シャボン玉石けん株式会社	
株式会社 JIMOS	資生堂ジャパン株式会社	
日本ケンタッキー・フライド・チキン株式会社	シックスセンスラボ株式会社	
小林製薬株式会社	損害保険ジャパン日本興亜株式会社	

ATTENDEES LIST

参加者リスト

ソニーマーケティング株式会社	株式会社トウ・キュービー
スターフェスティバル株式会社	合同会社ユー・エス・ジェイ
株式会社ストライプデパートメント	株式会社ヴァーチェ
三井住友カード株式会社	株式会社やすや
サンスター株式会社	株式会社ヤッホーブルーイング
サントリーウエルネス株式会社	YOOX 株式会社
全国農業協同組合連合会	チューリッヒ保険会社
PARTNER ATTENDEES	
パートナー枠 参加者 56 社 110 名	
a-works 株式会社	株式会社 Liaro
アドビ システムズ 株式会社	ログリー株式会社
アジャイルメディア・ネットワーク株式会社	株式会社 Macbee Planet
アライドアーキテクト株式会社	株式会社メディアジーン
アルファアーキテクト株式会社	株式会社ネットプロテクションズ
株式会社日本美心	株式会社ニューロープ
ビジネスサーチテクノロジー株式会社	株式会社ワンスター
株式会社サイバーエージェント	株式会社オープンエイト
株式会社電通デジタル	株式会社オプト
株式会社電通ダイレクトマーケティング	株式会社ベンシル
株式会社電通	株式会社ブレイド
株式会社 ecbeing	popIn 株式会社
株式会社エフコード 株式会社 f-code	クオン株式会社
株式会社 Faber Company	ルームクリップ株式会社
株式会社ファナティック	株式会社セールスフォース・ドットコム
株式会社 FID	Septeni Japan 株式会社
株式会社フロムスクラッチ	シルバーエッグ・テクノロジー株式会社
株式会社 Geeen（ゲン）	スマートニュース株式会社
GMO ベイメントゲートウェイ株式会社	ソネット・メディア・ネットワークス株式会社
GMO ベイメントサービス株式会社	ソウルアウト株式会社
株式会社グランドビジョン	株式会社 Sprocket
H-STARTUP（ハイスタ）/ 株式会社サインコサイン	株式会社 SYG
株式会社ハイスコア	株式会社シンクロ
株式会社アイモバイル	株式会社 UNCOVER TRUTH
株式会社アイレップ	株式会社 WACUL
イーリスコミュニケーションズ株式会社	株式会社サイカ
アイスタイルチャイナ	株式会社ヤブリ
株式会社カトリベ	ZETA 株式会社

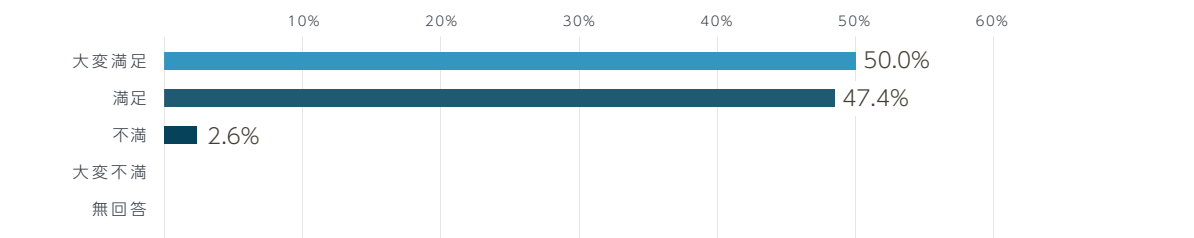
SESSION DATA ANALYSIS

公式セッションについて

Keynote #1 moderator: オイシックス・ラ・大地株式会社 西井 敏恭さん

ダイレクトマーケティングの現在と未来。今後 3 年間で起こるイノベーションは何か？

総合通販や単品通販、メーカー直販、仕入れ販売など、一口にダイレクトと言っても多様な形態があります。本セッションでは、LOHACO で日用品の EC 購入を促進させたアスクル、D2C ブランドとして急成長するバルクオム、店舗と連携して売上増加に貢献する EC を実現したピームスの 3 社の事業責任者が登壇して、ダイレクトマーケティングの現在と未来についてディスカッションを行います。モデレーターは、ダイレクトアジェンダの本キーノートを 3 年連続で担当しているオイシックス・ラ・大地 執行役員 CMT の西井敏恭氏。最前線で活躍する企業の施策を公開いただき、共通点や相違点を導き出しながら、「いま取り組むべきこと」「3 年後を見据えて、これから取り組むべきこと」を考えます。

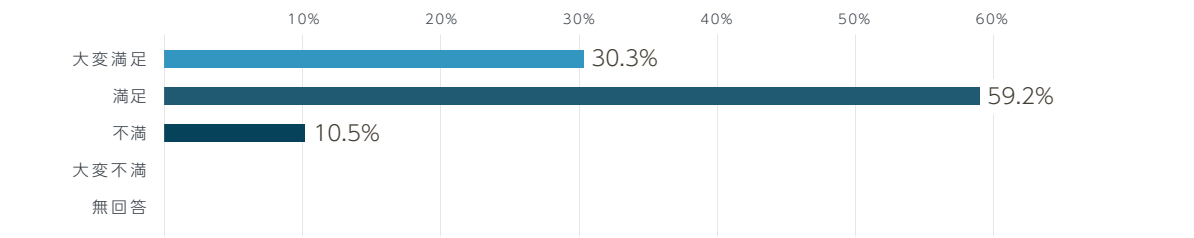


Keynote #2 moderator: 株式会社エトヴォス 田岡 敬さん

人気ゲーム「モンスターストライク」のマーケティング戦略

ー バイラルとユーザーサプライズファーストの体現

世界累計利用者数 4500 万人を突破し、昨年 5 周年を迎えた人気スマホアプリ「モンスターストライク」。そのマーケティングを率いるミクシィの根本悠子氏に近年のマーケティング施策を聞きながら、長年人気ゲームであり続ける秘訣と、ユーザー増加に繋げた施策のポイントについて聞きます。

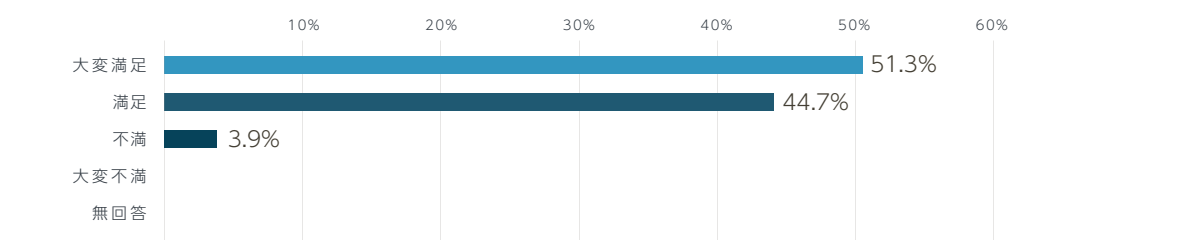


START-UP PITCH AGENDA

データや AI に関する新たなテクノロジーが次々と生まれ、通販ビジネスや EC サイトに導入されています。自社に効果的なテクノロジーを見つけ活用することで差別化ができ、競合にも勝つ可能性が高まるのです。そこで、ダイレクトマーケティング領域のテクノロジーを持つスタートアップ企業とブランド企業の出会いの場をつくる「STARTUP PITCH AGENDA（スタートアップ ピッチ アジェンダ）」を企画しました。

対象は、設立 5 年以内のマーケティングテクノロジー企業。

事前の書類審査を通過した 3 社のプレゼンテーション行い、参加者の投票結果をもとに最優秀賞を 1 社選びます。



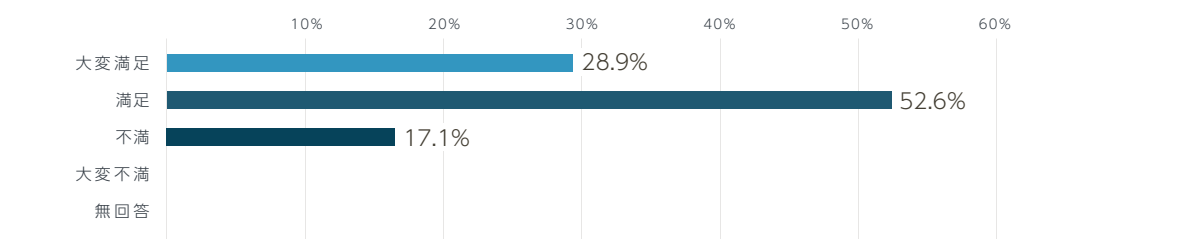
RoundTable Discussion moderator: クロックス・ジャパン合同会社 木村 真紀さん

実践！ラウンドテーブルディスカッション

「20～30 代前半女性の売上を 500% アップせよ！！」

今日は年明けの重要な会議。オフィス全体に緊張感が漂う。CEO が突如来日したのだ。そして指令が下った。

<20～30 代前半女性を取り込むクールなダイレクトマーケティング施策を、ジャパンから打ち出して欲しい。目標は現在の 5 倍増。予算は 3 億円だ。> さて、あなたなら、グローバル CEO を唸らせるような、どんな提案をするだろうか？ テーブルで同席したメンバーと力を合わせ、提案を作りあげてください。



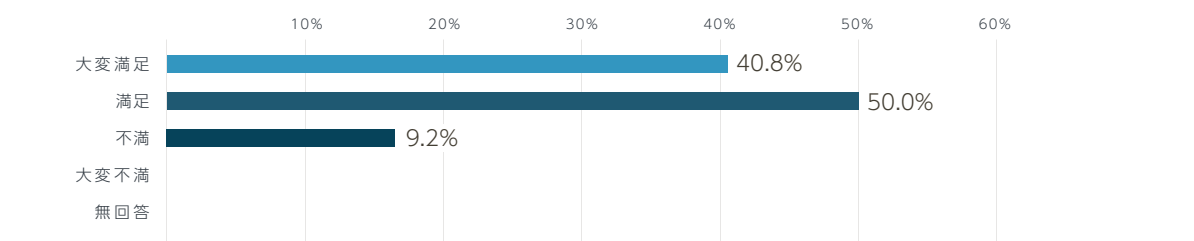
Wrap Up Discussion moderator: 株式会社エトヴォス 田岡 敬さん

2 日間を振り返る ～改めて気付いたこと～

この 2 日間で何が語られ、何が起こったのか。

参加者で共有し合い、ディスカッションを通じて、より理解を深めます。

そして、登壇者の話を聞きながら「明日からできること、1 年後の目標」を改めて考える時間になります。



ATTENDEES VOICE

BRAND

- ・明日からすぐ実践しようと思える事例、即取引開始したいと思うパートナーに出会えた。
- ・すでにお取引引きがある企業様、弊社には持っていなかったテクノロジー、同業者様との協調など、会社の中で悶々と考え煮詰まることがよくある中で、この会に参加させていただき、とてもとても良き出会い、良き情報交換ができるようになりました。
- ・ブランド企業同士の似た境遇の情報交換、協業の可能性を探るなど、非常に有意義でした。またパートナー様との課題解決の議論も前回よりも深くでき、東京に帰ってからのアホが楽しみです。
- ・どの企業もお客様と一方通行ではなく双方向のコミュニケーションを目指すために様々な手法に挑戦し、購入に至るために必要な情報は何かを見定め適切に提供を行っていかうとしているというのがよくわかった。
- ・多くのコネクションを作ることができた。特に EC 事業を構築中の当社には有意義なパートナー様と繋がることのできた
- ・ファンベース、テック、変わっていくマーケティングツールや方法の中で CX を重要視すべきであると改めて考えさせられました。

PARTNER

- ・数件、早速、商談にも繋がりました！
- ・環境がとてもいいと感じました。すべての人がマッチング相手を探していて、学んで帰ろうという共通の意識がとても刺激になりました。
- ・EC 専業者、リアル+EC 従事者によって、課題感や視野がまったく違うんだな、と新たに感じました。
- ・最終日のナイトアジェンダは開放感や達成感もあり様々なブランド企業の色んな方と本音の話ができてとても楽しかった。
- ・初参加だったので、ネットワーキングしやすい空気が既にあったことに驚きました。また空気感だけではなく、何度か席替えが実施されたり、町に繰り出す等、多くの人と触れ合う機会自体が多かったのもありがたかったです。

SESSIONS

セッション内容

KEYNOTE#1

ダイレクトマーケティングの現在と未来。
今後3年間で起こるイノベーションは何か？

Day1

Moderator



西井 敏恭
オイシックス・ラ・大地株式会社
執行役員 CMT
(Chief Marketing Technologist)

Speaker



野口 卓也
株式会社Vレクオム
代表取締役 CEO



輿水 宏哲
アスクル株式会社
取締役執行役員
EC マーケティング本部長



矢嶋 正明
株式会社ビームス
EC 統括部 / 部長

Summary

総合通販や単品通販、メーカー直販、仕入れ販売など、一口にダイレクトと言っても多様な形態があります。本セッションでは、LOHACO で日用品の EC 購入を促進させたアスクル、D2C ブランドとして急成長するバルクオム、店舗と連携して売上増加に貢献する EC を実現したビームスの3社の事業責任者が登壇して、ダイレクトマーケティングの現在と未来についてディスカッションを行います。モデレーターは、ダイレクトアジェンダの本キーノートを3年連続で担当しているオイシックス・ラ・大地 執行役員 CMT の西井敏恭氏。最前線で活躍する企業の施策を公開いただき、共通点や相違点を導き出しながら、「いま取り組むべきこと」「3年後を見据えて、これから取り組むべきこと」を考えます。



SESSIONS

セッション内容

KEYNOTE#2

人気ゲーム「モンスターストライク」のマーケティング戦略
ーバイラルとユーザーサプライズファーストの体現

Day1

Moderator



田岡 敬
株式会社エトヴォス
取締役 COO (最高執行責任者)

Speaker



根本 悠子
株式会社ミクシィ
執行役員マーケティング本部長

Summary

世界累計利用者数 4500 万人を突破し、昨年 5 周年を迎えた人気スマホアプリ「モンスターストライク」。そのマーケティングを率いるミクシィの根本悠子氏に近年のマーケティング施策を聞きながら、長年人気ゲームであり続ける秘訣と、ユーザー増加に繋げた施策のポイントについて聞きます。



SESSIONS

セッション内容

Wrap Up Discussion

2 日間を振り返る
～改めて気付いたこと～

Day2

Moderator



田岡 敬
株式会社エトヴォス
取締役 COO（最高執行責任者）

Speaker



藤原 義昭
株式会社コメ兵
マーケティング統括部 執行役員



緒方 恵
株式会社中川政七商店
取締役 コミュニケーション本部 本部長



加藤 利典
株式会社ベイクルーズ
EC 統括 Product&Development Div / 執行役員

Summary

この2日間で何が語られ、何が起こったのか。
参加者で共有し合い、ディスカッションを通じて、より理解を
深めます。そして、登壇者の話を聞きながら「明日からできる
こと、1年後の目標」を改めて考える時間になります。



OTHER EVENT HIGHLIGHTS

セッションその他のイベントハイライト



温泉地・別府を感じてもらうために到着した参加者に「ウェルカムおんせんたまご」が配られたほか、ビームスと別府市とのコラボ商品の特別展示・販売も行われ、賑わいを見せた。



会場横に足湯が設置され、参加者はセッションの合間やパーティー中に楽しんだ。別府市のゆるキャラ「べっぴょん」もゲストとして登場。



パートナー企業から説得力のあるプレゼンテーション。ブランドの売上拡大に役立つ最新ツールやソリューションが提示された。



パートナー企業のプレゼンテーションに対して、ブランド企業が投票を実施。上位5社には、賞品が贈られた。



「別府大宴会」と称して2日目のパーティーは、別府市内の繁華街で開催。温泉街の居酒屋やレストランに分かれて、地元の食材や雰囲気を楽しんだ。