

【アパレル製造業向け】web通販新規参入&強化セミナー

製造アパレル業界向け

2025年 **5月12日(月)**、**13日(火)**、**14日(水)**、**15日(木)**
10:00~12:00 13:00~15:00 10:00~12:00 13:00~15:00

開催日時

ログイン開始 開始時間30分前~

開催場所 オンライン開催

お申込み
期日

・銀行振込み…… 開催日6日前まで
・クレジットカード…開催日4日前まで
※祝日や連休により変動する場合もございます。

受講料
(1名様)

一般価格 **税抜 10,000円(税込11,000円)** 会員価格 **税抜 8,000円(税込8,800円) /1名様**

会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン
(旧:FUNAIメンバーズPlus)へご入会中のお客様のお申込みに適用となります。

お申込み方法



【QRコードからのお申込み】

右記QRコードからお申込みください。



最新経営ノウハウや
成功事例コラムを

メルマガ配信!



メルマガ登録はこちらから

【PCからのお申込み】

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/127474>
船井総研ホームページ (<https://www.funaisoken.co.jp>) の
右上検索窓に「127474」をご入力し検索ください。

船井総研
セミナー事務局

E-mail seminar271@funaisoken.co.jp

TEL 0120-964-000 (平日9:30~17:30)

※よくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索しご確認ください。※お電話・メールでのセミナーお申込みは承っておりません。

お申込みはこちらから

セミナー内容

第1講座

事例公開!アパレルECで月商500万円を超えるために実践する ヒット事例を10選大公開!

- ・アパレルECで月商500万円を突破するためにはプチヒット商品をまずは見つける。
- ・売れる商品特徴のを見つけ方はとことんニッチを狙う!
- ・売れ筋商材を作りこむためのキーワード選定およびページの作りこみとは。
- ・現状分析から発見する。相乗積分析と消化率対策

第2講座

BtoC商材開発からEC年商直販で年商1億円突破を目指す

- ・今からでも始めることができるtoCニーズをつかみ商品開発ができるノウハウとは?
- ・ECビジネスは何から始める?目標にあわせた事業展開のマイルストーン
- ・既存取引先にバッティングせずに進める直販WEB通販ECモデル
- ・まずはAmazon参入そして自社サイトでブランドを立ち上げて早期に年商1億円を目指す

第3講座

D2C・直販で苦戦する企業の90%以上は認識不足が一番の理由。 サイト立ち上げ後、初速を出すために知っていただきたい クリエイティブ活用・広告戦略・AI実践活用特集

- ・自社のブランドがどれくらい認知されているかご存じでしょうか?ブランド認知×アイテム認知のハイブリットマーケティング。
- ・広告配信クリエイティブにもこだわる!クリエイティブ生成AI活用×WEB広告のノウハウとは?

第4講座

まずはニッチニーズでトップを目指す! 明日から始める自社でできる商品開発+D2C立ち上げ4STEP

- ・後発でも一番を目指す!ニッチニーズの絞り込み方は需給比の算出で決まる。
- ・商品開発にセンスは不要?顧客ニーズを最大限反映しブランドを立ち上げるプロセスとは?

講師紹介



株式会社船井総合研究所
DX支援本部 マーケティングイノベーション支援部
ECソリューションユニット マネージャー

日坂 大起



株式会社船井総合研究所 DX支援本部
マーケティングイノベーション支援部
ECソリューションチーム リーダー

脇坂 修也

ファッション業界に起こる新しい風を知る。

Web 通販新規参入 強化セミナー

円安や人件費高騰に負けない、高収益企業の作り方

☐ 時流のあおりで卸先や販売店の
売上が苦戦している…

☐ 出店戦略がこのままでは頭打ちに
なってしまう…

☐ 在庫滞留が怖くて
新商品開発ができておらず
このままでは限界を感じる…

POINT
ポイント

5年間で月商100万円前後の自社EC

500万円突破!

ニッチファッションアイテム

通算1,000個販売達成!

売れ筋在庫のみに切り替えて

月商300万円台から 月商3,000万円に!



主催



サステナブルグロースカンパニーをもっと。

Funai Soken

株式会社船井総合研究所 〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル

【アパレル製造業向け】web通販新規参入&強化セミナー

お問い合わせNo. **S127474**

当社ホームページからお申込みいただけます。(船井総研ホームページ[www.funaisoken.co.jp]右上検索窓にお問い合わせ「No.」を入力ください。)

127474

なぜ？いまさらEC??

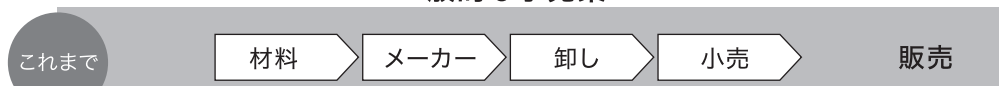
ファッションアパレル分野は日本国内でも比較的早いタイミングでEC(Web通販)を展開されており、すでに成功を納めている企業も多数存在しております。今更遅いのではないかと？そういったお声も今回のセミナーを開催させていただくにあたり、多数いただいております。

今回の開催のポイントはファッション=ECではなく製造直販モデル(D2C)が一番の肝となっております。これまでのファッションアパレルの業界商流では製造元から始まるサプライチェーンが存在し、顧客はある程度ブランド認知のある商品を手にとることが多かったのですが、2020年以降サプライチェーンは崩壊しつつあり、また顧客はSNSやWeb情報をベースに自分のニーズにあった商材を手にとることが増えてまいりました。これらの要素からファッション流通が新しい時流に切り替わったと判断しセミナーを開催させていただくこととなりました。お忙しい折とは存じますが、何卒ご参加いただけますと幸いです。

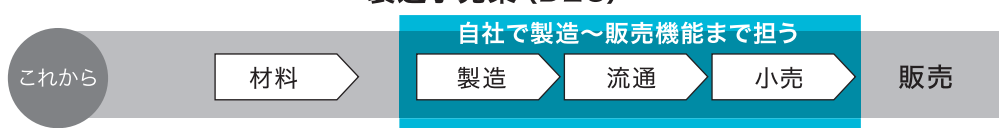


1 利益を出すならば直販が根本解決

一般的な小売業



製造小売業(D2C)



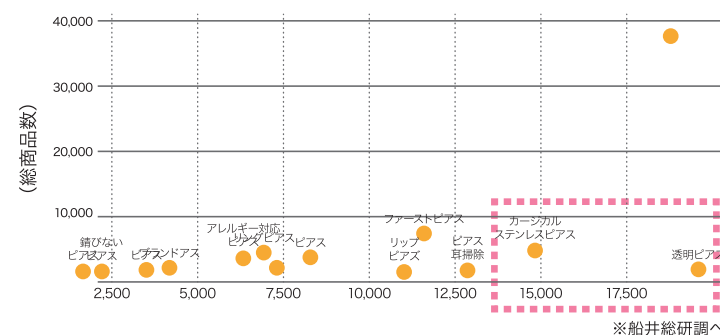
消費者

これまで発生していた中間マージンが発生することなく製造から販売まで自社でおこなうことで利益率確保が可能。

2 ニッチでも戦える市場を探す

例) ピアス×ニッチニーズ

ピアスならば透明ピアスないしはサージカルステンレスピアスがニッチニーズ(検索ボリュームが多いが商品数が少ない)



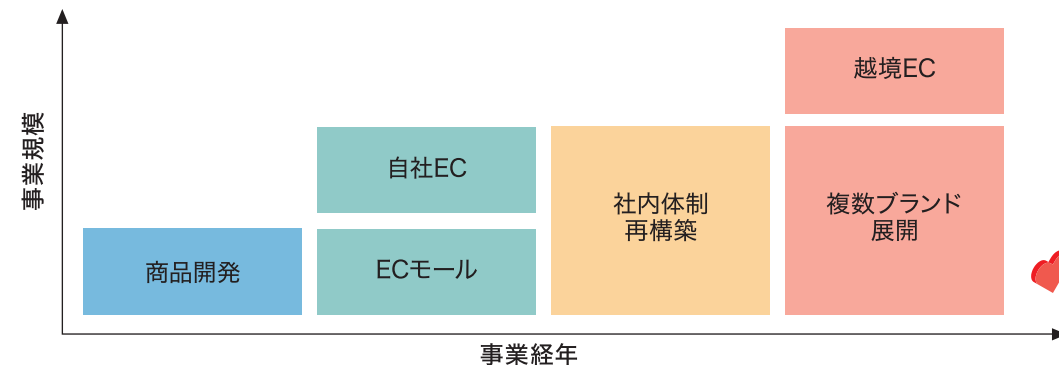
※船井総研調べ

3 D2C成功企業と苦戦企業の違い

	Bad (苦戦企業)	Good (好調企業)
商品 (在庫)	残り物でとりあえず	売れ筋商品で勝負
WEB投資	なるべく安いもので(利益が出てから考える)	目標売上に対して適正な投資額の範囲で一番に投資
人員	暇な時にとりあえずする	優先的に時間を確保



D2C成功に向けたマイルストーン



よくいただく2大質問を先に回答させていただきます！

Q. これまでECを始めようと思ったがハードルが高くできなかった。

中小企業の多くはECに参入しようとした際、大手ECモールへの参入や高額なインフルエンサーマーケティング等おおよその費用感をつかむことができずに費用的なハードルでの断念、または人員スキルの面から断念されるケースをよく聞きます。もちろん新規事業となれば投資は発生しますし、これまでとは違った知識やスキルも必要となってきますので、一筋縄ではいきません。ただこの数年でEC業界のサービスや価値観/費用感が大きく変化し、以前の大手メーカーしかできないような壮大な取り組みではなくなってきております。様々な事業会社がこのようなセミナーを開催しておりますが、弊社は創業期からアパレル系の業種の方々と一緒にしてきた背景をもち、他の新興マーケティング企業とは業種の理解度が異なります。業界課題を踏まえてお話できれば幸いです。

Q. これまでメーカーの依頼で商品を製造してきたこともあり今更自社で商品企画から開発までできるか不安です。

これまでのサプライチェーンの仕組み上、メーカー機能と製造機能の両方を有していた企業であっても、販売店を自社で運営していない限り、トレンドや顧客のニーズをつかむのが困難でした。しかし、ECという分野では左記ページにも記載しておりますピアスの例があるように、データが集約されており、検索ニーズ(顧客の欲しい物)×競合商品数(ライバルの数または供給数)を把握することで、いかに顧客のニーズがある中で非競合で戦えるかを明確につかむことができるため、市場を把握した上で御社の知見や長所を商品やブランドにこめていければと思います。商品開発のニーズ調査に関してはセミナーでもお話をさせていただきます。

下記に1つでも当てはまるのであればご参加ください！

- ☐ ECビジネスに興味がある
- ☐ 既存事業以外の新しい取り組みができていない
- ☐ 取引先または取引金額が減少傾向にある
- ☐ 社内がマンネリ化しており空気が重い
- ☐ 上司にECを任されており焦っている
- ☐ 商品開発をしてみたい
- ☐ とりあえず興味があり今このDMを見ている

