

“もっと自分らしく” “もっと簡単に” 自分らしい服を着る世界を目指す

会社名 クチュールデジタル株式会社
 所在地 大阪府大阪市中央区博労町1-8-2 三共堺筋本町ビル
 従業員 20名
 資本金 1億2,935万円
 売上高 7,000万円(2019年度)
 業種 コンピュータに関するソフトウェア及びハードウェアの開発、販売
 コンピュータグラフィックを含む服飾に関するデザイン及びそのコンサルティング



支援を受けるにあたって掲げた事業上の目標

Before

- ファッション・オンデマンド・プラットフォームを構築し、多様化するファッションニーズへの対応と新たな価値の創造。共感者の増加。
- 衣料業界のDX化、サンプル削減、在庫ゼロによる持続可能な生産・消費体制変革。
- 技術・ノウハウ等の保有知財を活用し、財務体質を強化したい。

支援を受けてできるようになったこと

After

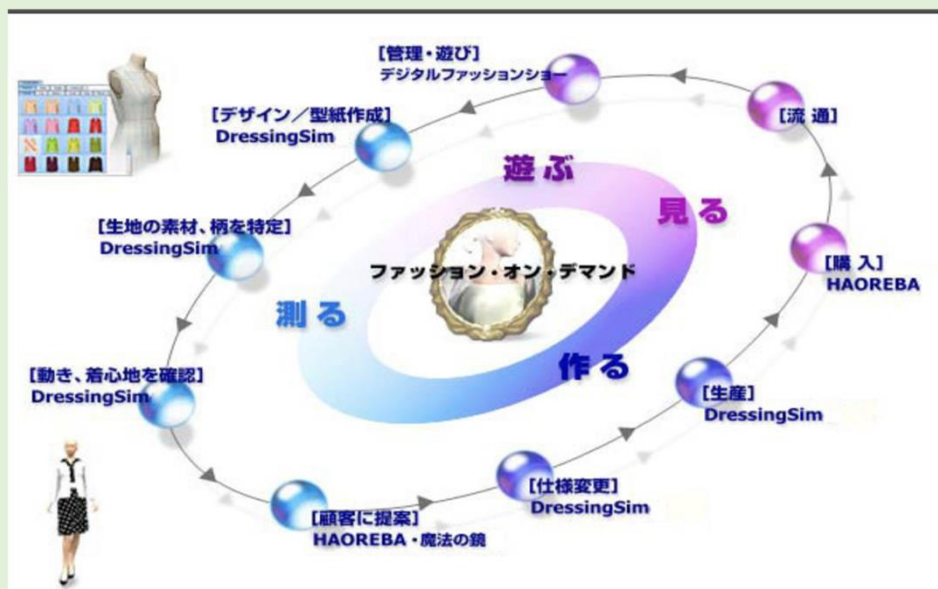
- マーケティング会社、プリント会社、縫製工場との連携により、「セミ Fashion on Demand」でのサンプル製作ができた。これにより、「Fashion on Demand」が目に見えた事業となり、具体的に動き出すことができた。
- ファッション・オン・デマンドに活用できる重要特許(NFTの活用)を取得できた。

今後の事業展開の展望

Future

- ファッション・オン・デマンドの道筋が見えた。これを実現することで個人のニーズに応じた商品提供ができるようになり、世界的な課題となっている衣類の大量廃棄を減少させ、SDGsに貢献できる。
- そのために、生産体制の構築、特許以外の知財ポートフォリオの形成、製造委託先へのライセンス契約などを進めていく。

加速的支援を受けた事業や商材



【ファッション・オン・デマンドの具現化】

ファッション・オン・デマンドのコンセプトをビジネスモデルに落とし込み、サンプル製造を実施。今後、本格的な生産体制を構築した。



加速的支援を実施するにあたって整理した課題

取り組んだ課題	課題に取り組んだ背景・理由
将来を見据えたビジネスモデルの策定	<ul style="list-style-type: none"> 世界で一つだけのオリジナルファッションアイテムが作れる斬新なアプリ(COUTURE)を保有し、これをベースとし、誰でも簡単に衣服のデザイン・発注ができるビジネスモデル(Fashion on Demand)を目標とするが、その目標に至る道程を明らかにする必要がある。 現在の事業形態を再整理し、資金を含む経営資源の配分、時間軸等を含めた中長期的な経営ビジョンを明確にして、技術開発方針や運転資金の確保方策等を検討策定する必要がある。
知的財産権戦略	<ul style="list-style-type: none"> 今後の事業計画を見据えた知財戦略の検討が十分に行われていないため、ビジネスモデルに沿った知財戦略の構築を検討する必要がある
販売・マーケティング戦略	<ul style="list-style-type: none"> 「COUTURE」を使った「FASHION ON DEMAND」の価値を、平易で馴染みやすい用語を使ったプロモーション活動として展開する必要がある。 B to B, B to Cに加え、B to B to Cも想定。 連携するサプライチェーン再構築のビジネス課題を整理する必要がある。 営業戦略や戦術、顧客コミュニケーションの強化、活用
内部体制の構築	<ul style="list-style-type: none"> ノウハウを管理する体制等、今後の事業展開に必要な体制が未整備であり、事業展開にあわせて体制を整備する必要がある。
契約・ライセンス戦略	<ul style="list-style-type: none"> 蓄積されている技術、ノウハウ、企業秘密に対する管理体制ができていない意識の啓発が必要。 契約、製造委託契約、代理店契約における知財条項の検討



加速的支援を通じて受けた支援と支援を通じてできるようになったこと

支援を受けた事項	支援を通じてできるようになったこと	活用専門家
将来を見据えたビジネスモデルの策定	<ul style="list-style-type: none"> 「Fashion on Demand」ビジネスモデルにおける受注から販売までの流れが見える化できた。 	中小企業診断士 弁理士 マーケティング専門家
知的財産権戦略	<ul style="list-style-type: none"> 「NFT(非代替性トークン技術を活用した創作者の特定システム)」に関するビジネスにとって重要な特許を取得できた。知財の重要性を認識した。 	中小企業診断士 弁理士
販売・マーケティング戦略	<ul style="list-style-type: none"> 専門家のアドバイスにより、顧客市場の細分化を行い、「Fashion on Demand」事業が狙うニッチ市場を明確にすることができた。 	中小企業診断士 繊維製品品質管理士 マーケティング専門家
内部体制の構築	<ul style="list-style-type: none"> 役員兼任のアライアンス会社と共同でサンプル製造を行った。今後、縫製会社との連携を深め、生産体制構築を進める方針。 	中小企業診断士 マーケティング専門家
契約・ライセンス戦略	<ul style="list-style-type: none"> 他社との契約について、専門家のアドバイスを受けたことで、契約に関しての意識が向上した。 	中小企業診断士 弁理士 マーケティング専門家

支援チーム紹介

主担当専門家:弁理士・中小企業診断士 後藤 昌彦

活用専門家:弁理士、中小企業診断士、マーケティング専門家、繊維製品品質管理士

知財総合支援窓口担当者:大阪府知財総合支援窓口 大野 健造

PO(プログラムオフィサー):田中 正男