

慶応の大学院生である木下優子さんは、ネットショップ運営などの株式会社アゲハ(本社東京)の経営者としての顔も持つ。大学の研究テーマなかで、ネットを使った消費者参加型の商品企画事業を考案、それを実行するため大学院進学時に起業した。消費者と共に企画する自社ブランド「オリヒメ」の商品はECや百貨店などで販売している。木下社長は、商品開発の段階からメーカーとユーザーをつなぎ、ユーザー主導で継続的にヒット商品を生み出すための架け橋になりたいと考えているのだという。木下社長に学生起業の経緯や今後のビジネスについてインタビューした。

教授の声で起業の道へ

—経歴を教えてください。

高校3年生の時に、大学受験を目的とした詰め込み型教育に疑問を感じ、



▼69▲

自主退学したんです。アパレル店員などをやりながら自分が進む道を探すなかで友人から慶応大学の湘南藤沢キャンパスのことを聞きました。そこでは既存の知識の蓄積を自分の問題意識に沿って統合して、社会問題を解決していくという理念やカリキュラムが行われているというのでした。ここから学びたいと思い、必死に受験勉強をして、慶応大学に入学しました。現在は大学院の2年生です。

—起業に至るきっかけを教えてください。

研究をどのように現実の世界に活かしていくかを考えていた大学3年生のころ、突然、いまのビジネスを考えつきました。所属していたゼミでビジネスアイデアを発表した後、半年間をかけてビジネスプランを練りました。最後のプレゼンの時、担当の教授から「これいけるよ。誰かやらないの?」といわれたんです。起業を考え始めたのはこの時でした。

—なぜ、大学院に進んだのですか。もともと大学院に行きたかったんです。ビジネスで得られた実践データを研究にフィードバックし、さらに研究成果をビジネスにフィードバックするという相互作用を通じて新しい価値あるモデルを社会に提供したいと考えていました。研究者としてアドバイザー的な活動でビジネスに携わっていくことを考えたこともありましたが、結局、自分でやらないと何も始まらないことに気付き、起業することに決めました。08年4月に「アゲハ」を設立しました。

“おいしい”を“ほしい”に

—バッグの自社ブランド「オリヒメ」を立ち上げ、ECサイトや百貨店で販売していますが、ブランドの開発経緯は。

消費者へのインタビュー調査で分かったのが、バッグは手に取ってみて、全体的にはいいんだけど、ここが少し違うなど、“ほしい”という部分が多い商品ということでした。ほんの少しの差で購入に至らないことが多い商品ならば、それを改善すればいい。“ほしい”の部分カスタマイズできるとして、“ほしい”に変えればいいと考えました。キーワードは、“おいしい”を、“ほしい”にです。“おいしい”の情報の収集・分析してメーカーに提供するプラットフォーム構想実現のための第一弾として、バッグに目をつけました。そうして最初につくったのがパソコンバッグです。

消費者の声を商品化する架け橋に

—ビジネスモデルについて聞かせてください。

インターネットを活用し、ユーザー主導で製品を開発するビジネスです。バッグやアパレルなど身に着けるモノをユーザーとメーカーが一緒に企画する「仕組み」をつくり上げるものです。日本の消費者の感性とメーカーの技術力を活かしたモノづくりの基盤を確立することが目標です。これが現在の当社のビジネスモデルの基礎となっています。実際にそのビジネスが展開できるようになったのは昨年11月ごろからです。

—ユーザーと一緒に商品をつくるという考えにはどんな狙いがあるのですか。

つくり手と使い手の間に距離があることによる非効率な部分や無駄を排除し、両者に価値を提供したいと思っています。ユーザーに対しては、ショッピングを「妥協点を探る」プロセスではなく、もっと積極的に自分らしさを創っていく「自己表現・自己実現」の楽しさを提供したいと思っています。メーカーに対しては、お客さまの声を活かした商品開発により、在庫ロス、機会ロス削減し、収益性を高めるお手伝いができればいいなという考えが根底にあります。

—ECサイト「オリヒメ」も運営しています。これにはどんな役割があるのですか。

ユーザーから集まった声をもとにつくった商品や売れる役割と、バッグの“おいしい”と思う部分のカスタマイズ提案や投票を受け付ける役目があります。カスタマイズサービスとは、ウェブ

—今後の目標、ビジネス展開について聞かせてください。

投票やカスタマイズの結果を分析して、ニーズの傾向をメーカーに提案していくビジネスをやりたいです。当社のECサイト「オリヒメ」の裏側では、お客さまの属性情報を得ることができるので、投票・提案というサイクルが繰り返されるうちに、具体的にどのデザインが、いつどこで誰になぜ、いくらで、どのくらい人気かという情報を蓄積することができそうです。それをメーカーなどに提供して商品開発を中心としたマーケティング全般を支援したいと考えています。また、お



アゲハ社長 木下優子

きのした・ゆうこ氏

1984年8月生まれ、東京出身。高校中退後、大学検定試験を経て慶應義塾大学に入学。卒業後、同大学政策・メディア研究科修士課程に進学。08年、大学院進学時に株式会社アゲハを設立。みんなで創る参加型オンラインショップ「オリヒメ」を運営。現在、大学院2年生。