

新生デジタルパレットが誕生

デジタルクロスメディアマーケティングが投資効果の継続的向上を実現させる

対談者

株式会社デジタルパレット

渡辺竜介氏 代表取締役社長

山本一彦氏 取締役副社長

(前・株式会社アール・ツー・イノベーション代表取締役社長)



「今回の合併により、新生デジタルパレットは次フェーズへ向かう」とその展望を語る、代表取締役社長・渡辺竜介氏



「『デジタルクロスメディアマーケティング』を、世界中に発信していきたい」と意欲を見せる、取締役副社長・山本一彦氏

デジタルコンテンツのプロデュース会社として着実に実績を重ねてきたデジタルパレットと、大規模なデータベース・マーケティングのシステム開発を得意とし、多くのデジタルキャンペーンを手掛けてきたアール・ツー・イノベーションが4月1日付けで合併し、新生デジタルパレットが誕生した。同社では、統合データベースを活用し、一貫したブランドイメージの下で消費者一人ひとりに適切な情報サービスを提供する「デジタルクロスメディアマーケティング」の実現を目指すという。そこで、社長、副社長に就任する両氏に、合併の目的や今後の展望を聞いた。

互いの強みが合わさりROI視点のサービスが提供できる

渡辺 まず始めに、デジタルパレットは電通グループのデジタル専門会社として、2001年4月に設立しました。ウェブサイトや携帯サイト向けコンテンツの企画制作、デジタル印刷の制作、そして情報セキュリティに関するコンサルティングビジネスの3事業を手掛けてきました。

山本 一方、アール・ツー・イノベーション

ン(以下、R2i)は、マーケティングのデジタル化を目指して2000年3月に創業しました。主要事業はデータベース・マーケティングのコンサルティングやデジタルプロモーションのシステム開発と運用で、4期目まではセールスプロモーションのデジタル化への対応を中心に展開。5期目の昨年とは異なるステージへの飛躍の時期として、それまで培ってきたノウハウやソフトウェアを統合データベース・マーケティングのレベルに引き上げるため、経営資源の大半を開発に集中投資しました。その成果が、昨年末にリリースした最新の汎用システム「Data Science[®] 3.1 for Marketing」です。

渡辺 2次元コードやICチップ等、最新技術を活用したメディアのデジタル化が進んでいます。特に、インターネットやモバイルといったデジタルメディアの台頭が消費行動に大きな影響を与えており、企業

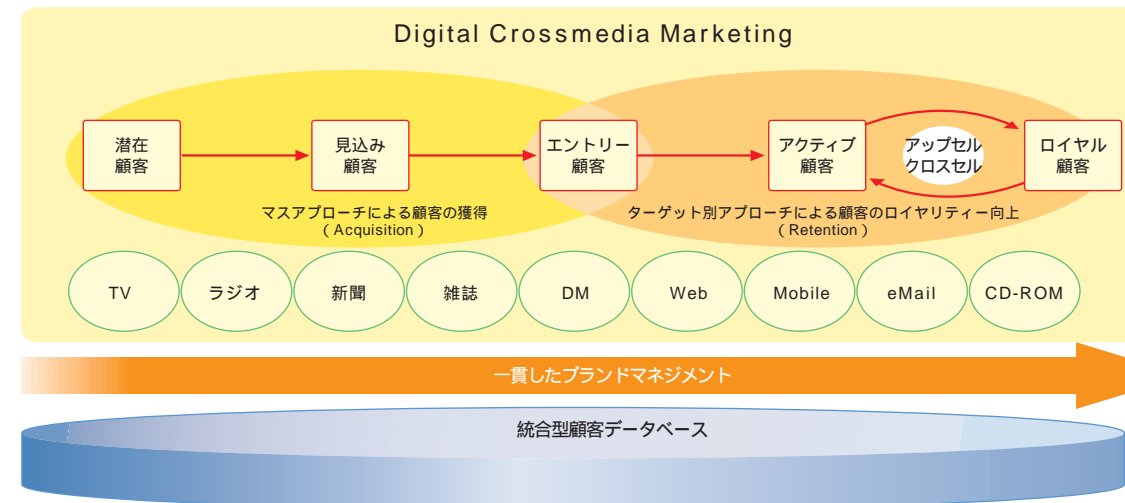
のマーケティング活動において、デジタルメディアの重要性はますます高まっています。

また、最近では顧客視点に立った統合的に効率的なマーケティング提案と同時に、その効果を明確に検証する仕組みが求められるなど、企業の広告販促活動に対するニーズは、予算消化から「投資」へという考えに変化してきています。

山本 企業ニーズにこたえるという意味では、R2iの業務はシステムの開発と運用、そして、それらを現実のマーケティングビジネスにつなげるための戦略を立案するところまで。コンテンツのプロデュースやクリエイティブ、実際のマーケティング活動に情報セキュリティ等を適応させるようなアプリケーションの提供は、できませんでした。しかし、これからの時代はこれらすべてワンストップ・ソリューションとして一企業の中に整っていることが、クライ

図 デジタルクロスメディアマーケティングの概念図

「デジタルクロスメディアマーケティング」は、統合された顧客データベースをもとに、様々なデジタルメディアを縦横に活用して、各々のユーザー層に対し、最適な情報を最適なタイミングで提供する。これにより、顧客ロイヤリティを高め、ROI(投資効果)を継続的に向上させる、顧客起点のマーケティング手法。



アントにとっては望ましいと考えました。戦略的パートナーを探した結果、今回の合併に至ったというわけです。

渡辺 マーケティングを取り巻く環境変化ということでは、先ほど述べたデジタルメディアの台頭に伴う消費行動の変化や企業のマーケティングニーズの変化に加えて、技術の開発・導入・運用コストの急速な低下が挙げられます。かつてはデータベースの構築・運用には多額の費用がかかりましたが、現在では逆にデジタル技術を効果的に活用することにより、コスト削減という観点からも、マーケティング活動の投資効果(ROI)を高めることができます。

広告販促活動は投資であるとする企業ニーズの変化は、マスメディアを中心とした認知の拡大や顧客獲得から、デジタルメディアを活用したOne to Oneアプローチによる顧客の維持・拡大に重点が移行しつつあることを意味しています。新しいROI視点によるマーケティングニーズが生まれ始めているといえるでしょう。

こうしたニーズに対応するためには、デジタルパレットの強みである企画制作力や情報セキュリティに関するノウハウと、R2iが持つデータベース開発能力との結合が必要だったのです。

統合データベース活用で実現する顧客起点のマーケティング

山本 合併によって、適切な情報セキュリティマネジメントシステムに基づくデータベースの構築・運用から、様々なマーケティング施策の提案、そして実際にそれらを効果的に展開するためのコンテンツの企画・制作といった細やかな業務まで、ワンストップで安心感の高い効率的なサービスが提供できます。

例えば、個人情報をご適切に取り扱うことにより、前回のキャンペーン時の顧客データを次のキャンペーンに利用するという継続性のあるデータベース・マーケティングも可能となります。

また、複数の製品ブランドを持つ大手企業へ向けたサービスとして、複数ブランドのプロモーションを単一システム上で実施し、統合データベースでデータを一元管理することもできます。これまで単発で行われてきたキャンペーンのデータを、時系列やブランドといった切り口で統合し、一元管理することが実現します。

渡辺 それは、統合された顧客データベースを基にして、マスメディアやデジタルメディアを含めた様々なメディアを、縦横

に活用することにつながるでしょう。一貫したブランドマネジメントを展開する中で、各々のユーザー層に対して最適な情報を、最適なタイミングで提供する。その結果、顧客ロイヤリティが高まり、更にROIを継続的に向上させる顧客起点のマーケティングが実現できるようになります。それが、新生デジタルパレットの目指す「デジタルクロスメディアマーケティング」です。

今後は長期的な顧客戦略に基づいたキャンペーン展開の必要性が増していくと思えます。

山本 日本はインターネット大国で、特にモバイル・インターネットに関しては現時点で世界唯一の大実験場だと思っています。このことはまた、日本が「デジタルクロスメディアマーケティング」の大実験場でもあることを示しています。日本で大きな成功事例を残し、それを背景にぜひ日本発のビジネスモデルとして「デジタルクロスメディアマーケティング」を世界中に発信していきたいですね。

株式会社デジタルパレット
〒104-0045 東京都中央区築地5-6-10
浜離宮パークサイドプレイス
TEL.03-5551-9885 FAX.03-5551-9978
URL.http://www.digitalpalette.co.jp