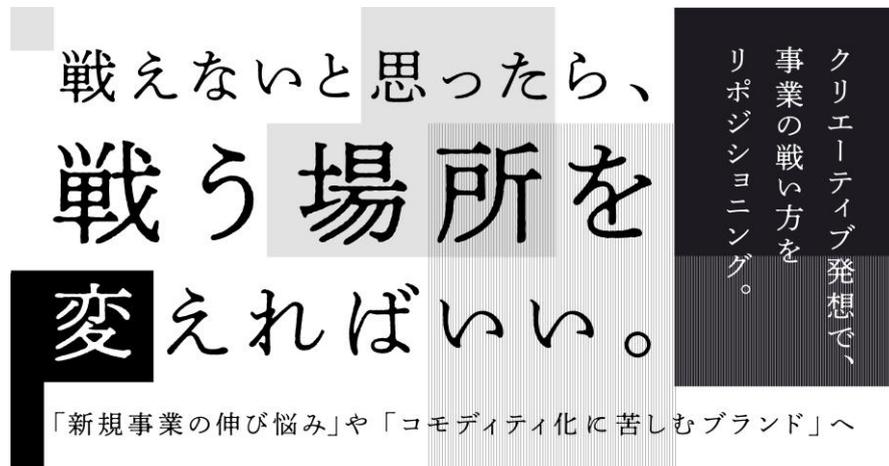


2021年12月20日
株式会社電通デジタル

電通デジタル、クリエイティブ発想による 事業リポジショニングの専門チームを発足 — 事業の伸び悩みを、スピーディな仮説構築・施策検証で解決 —

株式会社電通デジタル（本社：東京都港区 代表取締役社長執行役員：川上 宗一 以下、電通デジタル）は、事業の戦い方をクリエイティブ発想でリポジショニングする専門チームを発足し、事業の伸び悩みを仮説構築と施策検証で解決するソリューションを、本日より提供開始します。



昨今、企業の新規事業開発において、主に2つの課題を抱えるケースが目立っています。1つ目は、現状の事業推進と共に今後の持続的成長を見据えた課題検証を実施するという両軸でのプロジェクト推進が困難であること、2つ目は市場の成熟化が原因による「ブランドのコモディティ化」です。この2つの課題解決に向けて、マーケティング戦略を既存の方法にとらわれず新たに再考する必要性が生じています。

このような背景を受け、電通デジタルでは、データやソーシャルリスニングを元にしたインサイト視点に基づいて、製品・サービスの本質的価値は保ったまま、クリエイティブ発想で事業の戦い方をリポジショニングする専門チームを発足しました。本チームは、事業立ち上げ時に構想したマーケティング戦略にとらわれず、市場における製品・サービスのリポジショニングや新価値の創造を支援し、企業の事業成長に貢献します。

なお、本チームでは、電通デジタルが持つBX（ビジネストラansフォーメーション）、CX（顧客体験）トランスフォーメーション、広告運用など、様々なデジタルマーケティングの専門組織と連携することで、事業リポジショニングの提案にとどまらず、ブランドストーリーに紐付いたAI活用、デジタル広告運用の見直し、そして販促など一貫して支援することが可能になります。

■ 事業の戦い方をリポジショニングした事例

1. リポジショニングから売上の絶対数を拡大

プロジェクト名：「ニオイから、健康習慣をデザインする。」生活習慣臭 啓発プロジェクト

クライアント：コミカミノルタ株式会社

プロジェクト概要：あたま・耳のうしろ・わき・あし・くちのニオイを測定でき、3 大体臭である

加齢臭・ミドル脂臭・汗臭の見える化を実現した製品、ニオイ見える化チェッカー「Kunkun body (クンクン ボディ)」のリポジショニング。

本製品をエチケット文脈で売り出していたが、企業側では事業の継続・拡大において課題を認識。当社専門チームが「製品の選考性の拡張」という課題に着目し、ニオイから、健康習慣をデザインするヘルスケア製品としてリポジショニング。前月比 190%の売り上げ増、計 200 以上のメディア露出を達成。

受賞歴：2020 年度グッドデザイン賞 個人・公共向けの意識改善カテゴリ受賞
Tangrams Strategy & Effectiveness Awards 2021 SHORTLIST



ニオイから、健康習慣を
デザインする。

生活習慣臭

啓発プロジェクト

健康寿命を延ばし、人生 100 年時代を幸せに生きるために。
体調不良の兆候や悪習慣の発見、生活の見直しなど、
“生活習慣臭” から、健康習慣をデザインするプロジェクトです。

事例の詳細はこちら

■ CX UPDATES

<https://cxupdates.dentsudigital.co.jp/case/new-approach-to-d2c-restructuring-business-with-cx-driven-creativity>

■ Isobar Brand Portal

<https://di.dentsudigital.co.jp/cases/konicaminolta/>

2. AI を駆使した新価値創造からコモディティ化を脱却

プロジェクト名：キヨクノカヨリ Flower gift

クライアント：株式会社リベルテ / 株式会社大田花き

プロジェクト概要：日本花き市場全体の盛り上げと売上向上を目指し、「東京都中央卸売市場 花き部」と「フラワーショップ リベルテ」が共同で、新しいフラワーギフトの創造に挑戦。当社が独自に開発した人間の嗅覚を再現するセンサーとAIを活用し、思い出のアイテムと写真から“香りデータ”を採取し、記憶を蘇らせる香りを宿した花束を選定。フラワーギフトに思い出の香りを蘇らせる力を与えました。これまで目立った進化のなかったフラワーギフトを、CXデザインによって思い出を語り合うコミュニケーションツールとして生まれ変わらせ、売上は前年比 300%UP を記録し、メディア露出による広告換算費は近年のフラワーギフト業界史上最高となる 1 億 2 千万円を達成しました。



受賞歴：AD STARS 2018 Finalist
CODE AWARD 2018 Finalist

事例の詳細はこちら

■ 事例紹介映像

<https://www.youtube.com/watch?v=HeeFI9MZnl0>

■ Isobar Brand Portal

<https://di.dentsudigital.co.jp/cases/liberte/>

■ 本プロジェクトを遂行する中心メンバー

クリエイティブ発想で事業の戦い方をリポジショニングすることを得意とするクリエイターを中心に社内の複数部署と最適連携し、アジャイルプロジェクトを実行。

相原 孝文 Creative Director / Planner



デジタルマーケティングを基軸とした、ビジネス・サービスデザインからそれを具現化するブランディング、プロモーションまで一貫通貫したマーケティングデザインを行う。マーケティング 4P とデジタルマーケティングの融合を信条に、「新規事業の伸び悩み」や「コモディティ化に苦しむブランド」へ対し、クリエイティブ発想で事業の戦い方をリデザインする根っこ型ソリューションを手掛ける。

山梨 真麻 Creative Director / Art Director



日本の美術大学を卒業後、渡英。修士課程を修了後、ロンドンのクリエイティブエージェンシーにて、スポーツビジネスにおけるブランディングやデジタル・マス統合型のアートディレクションやデザインを担当。2019年に帰国し、電通アイソバー（現：電通デジタル）に参画。英国で培ったグローバルトレンドを意識した強いビジュアルデザイン開発とオフライン/オンライン横断によるCX視点のアートディレクションが持ち味。

川島 優香 Communication Designer



2018年に電通アイソバー（現：電通デジタル）に入社。約3年間大手外資企業のアカウントを勤め、デジタルプロモーションにおける戦略・企画立案、プロジェクトマネージャー、制作ディレクション、調査・分析、改善案の提示など、上流から下流までシームレスに遂行。現在はコミュニケーション領域を専門に、クリエイティブ発想でプランニングを行う。「自分と周りを創造力で幸せにする」をモットーに、アカウント/クリエイティブ視点を使い分ける、バランス型プランナー。

以上

<株式会社電通デジタルについて> <https://www.dentsudigital.co.jp/>

国内最大級のデジタルマーケティング会社として、データとテクノロジーを駆使した次世代マーケティングの戦略策定・実行、その基盤となる IT プラットフォームの設計・構築、クライアントの事業革新を支援する DX コンサルティングなどのサービスを提供。国内外のプラットフォーム各社との緊密なパートナーシップのもと、高度な専門性と統合力により、クライアントの事業成長に貢献しています。

【本リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通デジタル コーポレートコミュニケーション部

竜野・宮本 TEL : 03-6217-6036 Email : press@dentsudigital.co.jp

【本事業に関する問い合わせ先】

株式会社電通デジタル 事業リポジショニングチーム

相原・山梨・川島 Email : biz-repositioning@group.dentsu.co.jp