

共同企画プロジェクトで リード獲得 7 倍に DX 戦略の実行を 推進できるパートナー

役割分担

三菱総研

戦略立案、データ分析、コンテンツ制作

ウィット

戦略アドバイス、競合分析、実行プラン作成、
ウェブ制作、運用業務



左から 杉江祐一郎さま 中島聡さま 美馬由芽さま

お客様情報

株式会社三菱総合研究所

株式会社三菱総合研究所は 1970 年に三菱創業 100 周年記念事業として設立。総合シンクタンク機能・企業経営戦略などのコンサルティング機能に加え、ICT ソリューション・DX 推進を提供する三菱総研 DCS と一体的に三菱総研グループとしてサービスを提供し、社会とお客さまの課題を総合的に解決する。

MRI 三菱総合研究所

取材日：2022 年 6 月。所属・役職は取材当時のものになります。

自社のマーケティングを自社のコンサルタントが実践する取り組みがスタート

杉江：2020 年より推進している中期経営計画における 3 本柱のひとつが「連結経営」です。社会課題解決や戦略策定に強みを持つ三菱総研と、IT 実装に強みを持つ三菱総研 DCS などのグループ会社が連携を強化し、お客様の DX プロジェクト推進を一貫して支援する「グループ DX 事業」を拡大しています。

成長戦略の 1 つとして、三菱総研のコンサルタントのノウハウと提供できるサービスをつなげる「事業のソリューション化」を進めています。これまでの当社の強みである、お客様各社の課題に合わせカスタマイズされたコンサルティングという側面だけではなく、共有知をサービス化する取り組みです。これまで以上にさまざまな企業のご支援ニーズにお応えすることが可能になります。

戦略実行の上では、三菱総研グループの DX 事業の市場認知を広げていく必要を感じています。これにはマーケティング活動が非常に重要であり、そのために新たなアプローチでマーケティング戦略強化のプロジェクトを社内でも始めました。

杉江：営業戦略やマーケティング戦略をお客様に立案してきた現役のコンサルタントと共に「自社のコンサル」を行い、リアルショーケースとします。そして、戦略策定だけでなく、実行の足元まで細かな「中身」まで回してみることで、実装力の強化に繋がると考えました。自社の改善経験から得た知見をもとにお客様の様々なご要望へ柔軟に伴走していきたいと考えています。

美馬：ウェブマーケティングの実行にあたっては、リアルショーケースとしてさまざまな戦術を試行したいという思惑もあったため、



デジタル・トランスフォーメーション部門
統括室 営業企画グループ
デジタルマーケティングチームリーダー
杉江 祐一郎 様

立案した戦略をしっかりと具現化できる有力なパートナーが必要でした。

そんなとき、三菱総研 DCS のご支援実績があるウィットさんの紹介を受け、「BtoB ウェブマーケティングの新しい教科書」書籍を拝読して、一緒にやるのであれば相性がよいのではないかと考えお声がけしました。

戦略の理解力と実行するスピード感がよかった

美馬： 私たちの部門はマーケティング・営業のテーマについて幅広く扱っています。マーケティング・営業の分野でも DX の推進が喫緊の課題であり、その課題解決には多岐に渡るステイクホルダーを巻き込んだアクションが必要です。そのため、さまざまな課題を整理し、経営層を説得した上で、さらに現場をどう巻き込んで動かすかという実行力が問われます。

コンサルタントは戦略だけを立てているイメージもあるかもしれませんが、私たちは超上流だけではなく、実際の計画、推進の作戦まで求められることのほうが多いのが実情です。そういう意味でも、戦略を具体的な計画に落とし込み、高いレベルで遂行できる体制が必要でした。

今回ウィットさんに相談してよかったことは、戦略理解のレベルが高く、かつ限られた期間で成果を上げなければならないという状況の中で、スピード感を持って遂行してくれたことです。私たちのグループの事業内容の理解が深く、初回提案時から細部の提案に納得感がありました。

杉江： 実際にウェブマーケティングプロジェクトを推進していく際も、私たちの意見をしっかりと取り入れながらも、独自のノウハウを提供していただき、戦略実行に近づくためのよりよいアドバイスをもらうことができました。

実行段階で多彩な提案があり、企画がどんどんよくなっていくという感覚をもったのは、大変新鮮でした。実際に、結果としてすごくよいものができたと思います。



デジタル・トランスフォーメーション部門
DX 技術本部 デジタルコンサルティンググループ
主任研究員
美馬 由芽 様



複層的な軸で提案があり、体系化されたノウハウを感じる

中島： ウィットさんがお持ちのウェブマーケティングを取り巻く機能軸の豊富な知見には、大変助けられました。特に実行観点で、ウィットさんの過去の支援実績から推測し、細かな言葉遣いや配置構成にいたるまで、多角的かつ詳細に成果が出る可能性が高い案を作るアドバイスをいただきました。

戦略上の正解がわかっていたとしても、それを高いレベルで実行へ落とし込むことは決して容易ではありません。ウィットさんには当社との議論の中で練り上げた施策について、小さな工夫を積み上げながら高いレベルで実行していただいたと思います。

また、今回のご依頼のきっかけとなった「BtoB のウェブマーケティング教科書」について、具体的な事例も豊富に含みながら、企業・業種問わず、考え方が体系的にまとめられていたことで、検討に際し非常に参考になりました。

当社も、コンサルティング業務を通じて、常に体系化や標準化を求められる立場であり、今回のプロジェクトを通じて要所所で「共通言語」として活用することができました。

DXテーマで7倍のリード獲得、戦略・実行が成果になって現れる

中島： 今回のプロジェクトでは、当社ウェブサイトのアクセスログ分析を含む、過去のウェブマーケティングの取組みを一通り分析・整理し、課題を網羅的に抽出しました。これまでの当社のノウハウに加え、ウィットさんの豊富な知見が加わることで、集客、コンテンツ、コンバージョンの3つの軸で、課題の洗い出しに加えて、解決策の検討と実行計画、KPIを詳細に整理できました。

実際の計画実行フェーズでは、それぞれのKPIで改善がみられました。大型の広告展開などは実施していないものの、リード獲得の観点では取組前の約7倍の成果を達成することができ、確かな成果を得ることができました。

また、リードナーチャリングに向けた「取得情報の質」の観点でも、工夫を入れ込めたことが成果につながっていると考えます。資料ダウンロードの内容や、ダウンロード者の属性に応じて、アプローチ時に工夫が図れることで業務効率化につながったことに加え、アプローチ結果をデータに基づいてクイックに検証できる情報が揃いました。これらの取組の結果として、ニーズを捉えた上でファーストアプローチが行える営業に有益なウェブマーケティングのPDCAが実現できました。



デジタル・トランスフォーメーション部門
DX技術本部 デジタルコンサルティンググループ
研究員

中島 聡 様

顧客分析から新しいセミナーテーマを選定し、セミナー集客も4倍に

中島： 特設サイトオープン後にも、改めてアクセスログ等のデータ分析を実施しましたが、サイトの閲覧状況や獲得したリードの興味関心について有意な傾向が確認でき、弊社サイトのご訪問者が知りたいと思われる具体トピックスを複数発見することができました。実際に、データに基づく傾向からセミナーテーマを選定し、ヒットするセミナーを計画するよう努めました。そういったプロセスを経て、セミナーの集客が通常の4倍になったケースもありました。

当社が総合シンクタンクとして、さまざまな社会課題のテーマを扱っている中で、お客様が必要としているテーマをいち早く把握して提供する。当社のウェブサイトの理想的な活用法も見えてみました。

可視化が説得力となり、さらなる成果へ

中島： おかげさまでDXのウェブマーケティングのひとつおとり土台ができました。分析を継続しながら、さらにその成果を伸ばしていきたいと思います。戦略立案から実行、課題解決までの道筋が作れることを実証できたことは大きな成果だと思います。

杉江： 現状に対する課題、課題に対する計画、その計画の実行経過を数値で可視化することで、社内でもいろいろな人の協力を得られやすくなりました。マーケティング戦術のサイクルが高度化され、新たな課題も明確になります。社内のインサイドセールスも同時に動かすことで、案件化の芽も出てきました。単純にPVが増えるのではなく、案件レベルでの創出が確認できることは、マーケティングとセールスの工程間を接続させることに繋がります。このような自社での改善経験を通じ、同じようなお悩みをお持ちのお客様へ当社の営業・マーケティングDXソリューションを自信をもってお勧めできると感じました。

美馬： 自社のウェブサイト改善を通じてお客様のご期待や懸念点を実体験できましたし、成果を出せたことで、デジタルマーケティングの分野においてもより自信をもってお客様の支援につなげることができます。ウィットにも引き続きお力添えいただければと思います。



株式会社ウィット

東京都渋谷区神南一丁目13-4 IDOビル3F

TEL : 03-6416-4463

FAX : 03-6416-4469

URL : <http://www.wit-inc.jp/>

E-mail : info@wit-inc.jp