在宅勤務でも、つながる、ひろがる、マグネットマガジン［D-tsuushin］

D2C

vol.185
2021
WINTER

2021年
新年号

Interview D2C R

北中星航建

データがD2C Rをおもしろくする

D2C Rの広告関連ツール・サイトを一挙公開！
［あした何食べる？］東銀座周辺を食べ尽くす！／『地方創生SDGs官民連携プラットフォーム』へ参画
［#PORTFOLIO］D2C 小野かつみ／馬らくの「しばしお付き合いください」
D2C dot、2020 60th ACC TOKYO CREATIVITYAWARDSにて「特別賞」を受賞！／D2C GROUP TOPICS

昨年春、グループ内のエージェンシー機能の統一を目指し、D2C RとD2C旧デジタルマーケティング事業本部が統合され、D2C Rは現在197名（2020年10月時点）が在籍、「営業」「プランニング・クリエイティブ」「ソリューション」の3つの柱の元、4本部・9事業部の専門性の高いチームで構成されデジタルマーケティングのプロフェッショナル集団として「デジタル総合代理店」を標榜し事業を推進しています。今回表紙を飾って頂いたのは、メディアソリューション本部ソリューション部の星航さんと北中建さん。なかなか表舞台に立つ機会は少ないものの、D2C Rの根幹を支える重要な役割を担うソリューション部。今回はそんな縁の下のお二人に、インタビューしました!

”データがD2C Rをおもしろくする。“

D2CR
メディアソリューション本部　ソリューション部
北中 建さん
星 航さん

Interview

縦にも横にも強い専門組織

編集部（以下、編） D2C Rのソリューション部でお二人はどのようなお仕事をされていますか?

北中（以下、北） 僕はソリューション部内の「データマーケティングチーム」のマネージャーをしています。チーム内はドコモデータを主に扱うPTと、広告効果計測ツールなどの1stパーティデータ～3rdパーティデータを扱うPTの計2つで構成されています。

業務としては、商材のプロモーションを成功させるためにデータ基軸のターゲットを作成する「カスタムセグメント作成業務」と、プロモーション後に傾向を把握し次回のプロモーションを成功に導くための「分析業務」の2つがメインです。これらを実施するために必要なツール設定や業務アシストもやっています。データマーケティングチームは、ソリューション部の中でもよりビジネスサイドに近い部署で、営業や運用とともに、担当する案件の成功を目指して奔走しています。

星（以下、星） 僕は、北中のいる「データマーケティングチーム」の他、営業をはじめとする各部署のサポート業務を行う「オペレーションチーム」、全社的なシステムの開発／運用を行う「エンジニアチーム」で構成されるソリューション部の全体を統括し担当しています。ソリューション部は、チームごとにマネージャーがおり、それぞれの責任領域がはっきりしながらも、縦割りではなく、横のつながりに対しても率直に意見が言い合える組織だと自負しています。

僕は昨年春にD2Cから本部ごと出向してきたタイミングでRメンバーをマネジメントさせて頂く立場となりましたが、各チームマネージャーを起点とした縦にも横にも強い組織基盤に支えられて、おかげ様でとても仕事がしやすい環境ですね。

全方位に絡み合い、ビジネスを加速する

編 D2C Rでは、プランニングやクリエイティブが全面にでる事例は良く目にしますが、ソリューションはどのようなプロ集団なのでしょうか?

北 システムやテクノロジーに明るいプロフェッショナル集団!と自負しています。会社全体から案件単位まで幅広い領域で存在する課題について、3チームそれぞれがソリューションを提供している図になっているのですが、みなさん「状況理解⇒課題分解⇒解決スキーム構築」のスピードと精度がかなり高いです。

D2C Rが競合代理店と比べてUSPを発揮していくには、洗練された専門部隊が必要不可欠だと考えているので、ソリューション部から積極的に全部署と関わりながら、ビジネスを加速できたらと思っています。

星 自身のやること、やれることを定めずに組織オールに対して貢献をめざしている集団です。僕がD2C Rに来て印象的だったのは、裏方と言われるようなバックオフィスのメンバーがかなりアグレッシブなこと。例えば裏方の印象が強いオペレーションチームもかなりアグレッシブで、普通はある程度、定型化された業務に対して仕組化をめざすものだと思っていたのですが、中期戦略でも「ビジネスサイドの仕事を巻き取るにはどうしたらいいか」をベースに話していたり、「定型化されていない業務も一部巻き取るには?」という声も出たりするなど、始動の部分ですら領域を定めずにパフォーマンスを最大化するようなマインドをもっているので、そういう姿勢にプロフェッショナリティを感じます。

編 マネジメントで大切にしている、心掛けていることはありますか?特に北中さんは最年少マネージャーとのことですが。

北 僕は「ファシリテーション」を特に意識しています。大義や目的の下で、様々な専門家をアサインしながら1つのアウトプットにまとめる必要があるので「目的の共有」「合意形成」「対話／相互理解」は重要だと考えています。持論全開ですが、番組の司会進行役に通じるところがあるな、と思っていて、場の明るさを維持しつつ建設的に議論できるよう心がけています。

最年少チームマネージャーについては全く意識していません。強いて言えば経験の絶対量が少ないので、他の人が考える思考性をトレースすることを意識しています。あの人だったらこう考えそう、から着眼点を広げて、個人としての意見を考える。視野がせまくならないように心がけています。

星 芯を持つことでしょうか。あまり意識したことない質問なのでアレですが…。マネジメントの中でも取分けプロジェクトマネージャーという立場でお話させて頂くと、バランサー的な要素をもちつつ、リーダー的な立ち振る舞いを求められますが、基本的にステークホルダーの意見を集約したり、進捗の調整をしたり、間に挟まれブレやすくもなるポジションなので、プロジェクトの目的や本質などブレない芯を大事にしています。

組織のマネジメントも同じで、朝令暮改で手段を変えることも時にはおきますが、物事の本質だったり、信念は変えないようにしています。

あとは特に僕は誤解されやすいキャラなので、コミュニケーション量を増やすようにはしています。人見知りのコミュ障なのであんまり得意ではないですが、がんばって取り組むようにしています。コロナ禍で気軽にコミュニケーションをとる機会が減ったので1on1を増やしたり、試行錯誤しながらやっている最中です。

クライアントファーストこそ、「三方よし」の大前提

編 今後データ周りがより中核になっていくと思いますが、この先挑戦してみたいことは?

北 「データとマーケティングの連動」の観点で、D2C Rに相談が来る、指名受注できる図を描いて、業務スキームの構築と事例実績の創出に勤しみたいと思っています。ドコモデータを中心に先進的な取り組みができる環境があるので、チャレンジと応用を繰り返しながら、より多くのクライアントへデータソリューションを届けられるようにしていきたいです。この形に、ストプラやクリプラなど他領域のプロフェッショナルが合わさって1つの部隊を作れるようになれば、D2C Rがめざす「デジタル総合代理店」を謳える姿になると考えます。

星 今までは業界的にメディアが良くも悪くも中心でしたが、データ活用が進むことで急速にクライアントのマーケティングが進化しました。その一方で、データは効果測定やクリエイティブと同じく手段のひとつでしかないので、データに振り回されることなくうまく活用することができれば、クライアントファーストで、且つ、メディアもエージェンシーもそれぞれの役割と存在価値を高められる「三方よし」の活動が実現できると考えています。「D2C Rはデータを触らせるとおもしろいことをする」という評価を得られたら嬉しいですし、それがD2C Rの提供サービスのユニークポイントとしてめざしたいステージですね。

撮影｜松木康平

D2C Rの広告関連ツール・サイトを一挙公開!

アート系の名称が多いこと、ご存知でしたか?

ロゴデザインは全てR制作!

ART DMP

スマートフォン向け広告効果測定データ基盤。ARTは、アプリレスポンストラッキング（App Response Tracking）の略ですが、広告会社としてアート・デザインにこだわりたいという想いから名づけられました。

ATELIER

社内で制作したクリエイティブを広告主様にチェックしてもらう、社内外で活用するツール。過去制作したクリエイティブも事例として一覧で見ることができます。

Palette

D2C Rにおける案件の受発注が管理されている社内用システム。受発注のステータスや、予算情報はこのツールでしっかり管理されています。

CANVAS

デジタルマーケティングの今がわかるオウンドメディア。

世の中に、新しい情報や価値をアウトプットしていく（描いていく）という意味が込められています。このネーミングは社内公募の後、菊谷亮さんのアイディアが採用されました。マーケターが"今"求めている情報を幅広く発信しているので、グループの皆さんもぜひご覧ください!

あ・し・た・何・食・べ・る・？

東銀座周辺を食べ尽くす！

D2C本社移転まで残り数か月…

あし食べ

築地

本日のパスタ

トラットリア 築地 パラディーゾ

食の台所、築地場外市場が目と鼻の先にある東銀座オフィスですが、ここは新鮮な旬の魚貝類を贅沢に使った逸品が並ぶ築地で人気のイタリアン。早朝に届く食材を吟味したランチ（この日は、シラスと万願寺とうがらし、チェリートマトのスパゲッティ）が日替わりで提供されます。メイン以外にも、ボリュームのあるサラダや自家製天然酵母のパンもついてきます。このお店のスペシャリテ「本日の貝類とチェリートマトのリングイネ」（+500円）は季節ごとに食材が変わり、それを目当てに遠くから訪れるファンも多いほど。築地ながら、イタリア南部の海沿いにある小さな町のレストランにいるかのような雰囲気も素敵な一軒です。

東京都中央区築地6-27-3　ランチ：11:00～15:00　ディナー：17:30～21:30
土・日・祝日のみ17:00から　定休日：月曜

東銀座

ロースかつ膳 にし邑（むら）

東銀座駅から徒歩5分の裏路地にある「岩塩で食べるとんかつ」が人気の名店。オススメは、こだわりの低温熟成と短時間で揚げ、余熱で芯まで火を入れることにより厚切り肉の柔らかさを堪能できるロースかつ膳！絶妙に火入れされたお肉は、うまみを引き立てるシチリア産の岩塩で食すのも良し、からし醤油でさっぱり食べてもGOOD！付け合わせの豚汁も知る人ぞ知る人気メニューで、具材がたっぷり入った酒粕のまろやさとコクがやみつきになる味わいです。開店前から列ができる人気店ながら、電話予約でテイクアウトができる裏ワザも！もちろん、豚汁もついていますよ～！東銀座土産としてお土産で持って帰るのも喜ばれるかもしれません。

東京都中央区銀座3-12-6　月～金 11時～14時30分、17時30分～21時　土・日・祝定休　03-5565-2941

銀座

麻婆麺 SHIBIRE-NOODLES 蝋燭屋

D2Cの初代オフィスがあった銀座アップルストアの裏側に位置するこちらの麻婆麺を紹介します！店名にあるように、くせになる「痺れ」を求めて、連日お客さんが絶えず訪れる、辛さ・痺れマニアには言わずと知れたこのお店。人気が相まってカップ麺も販売されているほどの実力店です。この麻婆麺の魅力は四川の花椒がたっぷり効いた麻婆はもちろん、その汁と絡み合うモチモチした太麺、そしてつるりと滑らかな絹豆腐など、どこをとっても大満足！辛さは3段階（薄・普・倍）で選べ、ランチタイムはご飯がサービスされます。ここで外せないのはぶどう山椒オイル。単に痺れるだけでなく、香りが豊かなこと！あと掛けで味の変化も楽しんでください！

本店：東京都中央区銀座3-5-16 第一島田ビル 1F
11:00～19:00（L.O）　無休

新型コロナウイルス感染拡大により、営業時間・定休日が記載と異なる場合がございます。ご来店時は事前に店舗にご確認ください。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

世界を変えるための17の目標

D2Cは、SDGs（持続可能な開発目標）への取り組みを推進するために、内閣府が開設する『地方創生SDGs官民連携プラットフォーム』へ参画致しました。そこで今回は、SDGsとは何か、具体的に何をするのかご紹介します。

SDGsとは？

SDGsとは「Sustainable Development Goals／持続可能な開発目標」の略称です。国連加盟193か国が**2030年までに達成するために掲げた目標**で、**17の目標**と、それらを達成するための**169のターゲット**で構成されています。その目標に対し、国や企業、そして一人ひとりが意識して行動することによって、2030年に生きる私たちの暮らしを改善しようというものです。

どんな目標があるの？

貧困や**気候変動**など地球規模の問題から、**ジェンダー平等**や**働きがい**、**経済成長**などの身近な問題まで、あらゆる国や地域に生きるすべての人に影響する問題が目標として掲げられています。

その行動、SDGsですよ！

SDGsという言葉は聞きなれなくても、**少なくとも一つ以上は何らかの目標に向けて取り組んでいる人が6割**という調査結果もあります（※1）。**節電**や**ごみの分別**のような生活習慣から、**性別に関わりなく家事や育児・介護に参加**すること、**多様性のある働き方を認め合う**ことなどもSDGsで実現したい目標の一つとなっているのです。　※1 電通「第2回SDGsに関する生活者調査」より

事業として　デジタル技術／データ活用／地方創生／インバウンド

企業制度として　子育てと仕事の両立／男性の家事・育児／ワークライフバランス／地方での雇用創出／パラアスリート

個人としてできること　リサイクル・リユース／節電や節水／公共交通機関の利用／お年寄りへの声掛け… など

すべての人にとってよりよく生きるための指針が詰まったSDGs。組織として、個人としてどんなことができそうか、これを機に考えてみましょう！

#PORTFOLIO vol.8 Ono Katsumi

あの人にそんな顔があったとは!?　D2Cグループメンバーの知られざる活動にスポットライトを当て、新たな発見、つながりを生むこのコーナー。
今回は、内閣府「世界青年の船」事業国際連盟にボランティアとして携わり、日本政府代表として国際会議にも参加するD2C 小野かつみさんにフォーカス！

1　ロシアで開催された国際会議に日本政府代表として登壇する小野さん（写真右）　2「世界青年の船」では1ヶ月のプログラムを通じてリーダーシップ、多様性、異文化理解などを深めます。　3　一般社団法人「KOREWOKINI」の主催メンバーと！

早朝や深夜ミーティングは当たり前!?　周囲の理解とサポートを後押しに世界へ！

――まずは、青年国際交流事業に携わり始めたきっかけを教えてください。

大学2年生の時、同じサークルの先輩が事業に参加していたことがきっかけです。経済的理由から留学することが難しかったのですが、それでも英語が喋れるようになりたい、いろんな国の人と出会って学びたいという気持ちがあり、さらに「グローバルリーダー育成」という言葉に惹かれて事業への応募を決めました。現在携わっている内閣府「世界青年の船」事業国際連盟では主にSNSを使った広報活動を担当しています。

――活動を続けるためにどのように時間を確保していますか?

一緒に活動しているメンバーも全員社会人のため、ミーティングは朝7時台や夜22時以降にオンラインで実施しています。また、昨年度は有給休暇を取得して、ロシアで開催された国際会議に日本政府代表として参加し、ロシア政府の方々の前でスピーチやプレゼンをする経験もさせてもらいました。私の場合は全てボランティアで活動しているので、本業とのバランスや周囲の方の理解が欠かせません。国際会議への参加に背中を押してくれたパートナーアライアンス部の皆さんに感謝です！

――活動を続けてよかったこと、原動力は何でしょうか?

普通では経験できないようなグローバルな舞台でのスピーチや外交経験ができたことや、様々なバックグラウンドの人の生き方に出会うことで知りえた「発見」や「愛」が、自分自身の考え方や価値観にも息づいていることです。また、「自分の生きる世界を変えたこの事業を絶やさず広げたい」という思いがあるので、プログラムに参加した青年から「自分の人生が変わった」という声が届くと、運営側として活動を続ける原動力にもなっています。

――現在の目標や今後チャレンジしたいことを教えてください！

2020年から上記の活動の他に一般社団法人「KOREWOKINI」という団体を立ち上げて、一人一人の『これを機に』を生み出すための様々なイベントを企画運営しています。いつかD2Cの皆さんにもイベントに参加していただきたいです！

株式会社D2C
ドコモ広告事業本部パートナーアライアンス部
小野かつみ さん

津田塾大学国際関係学科を卒業後、SGホールディングスに入社。越境ECにかかわる国際ロジスティクスの提案や貿易実務を経験後、2018年にD2Cに入社。パートナーアライアンス部では広告主営業を担当。現在は本業の傍らボランティアで内閣府「世界青年の船」事業国際連盟のPR Directorや、一般社団法人「KOREWOKINI」の立ち上げに従事。

2020 60th ACC TOKYO CREATIVITY AWARDS

「特別賞」受賞!

D2C dot が制作に携わったすみだ水族館「緊急開催!チンアナゴ顔見せ祭り!」が、日本最大級の広告賞「2020 60th ACC TOKYO CREATIVITY AWARDS」のブランデット・コミュニケーション部門にて特別賞を受賞しました。今回ACCで受賞した作品の内、3つの案件を担当したプロデューサー菅原さんのコメントと共に、dotの受賞事例をご紹介します!

すみだ水族館「緊急開催! チンアナゴ顔見せ祭り!」

すみだ水族館は新型コロナウイルスの感染拡大を防ぐためしばらく休館しており、人間のいない水族館に慣れたチンアナゴは、飼育スタッフの姿を見ると驚いて砂に隠れてしまうように…。そこでチンアナゴたちが人間の存在を思い出してくれるように、ご自宅にいながらすみだ水族館のチンアナゴたちに会うことができる「チンアナゴ顔見せ祭り!」を2020年5月3日~5日の3日間、緊急開催しました。公式からのツイートは瞬時に拡散。Yahoo!リアルタイム検索で1週間に2度も「チンアナゴ」が1位に。また海外メディアでも多く報じられ、実施当日は20カ国以上から100万件を超える着信が殺到しました。

D2C dot
プロデューサー
菅原太郎 さん

緊急開催!チンアナゴ顔見せ祭り! は、実現できるか、できないか、不安ではありましたが、なんとか実現できました。新型 コロナウイルス感染症の感染拡大により、緊急事態宣言が発令されたため、不要不急の外出は控えるほかありませんでした。しかしフィジビリティスタディは現地調査が最も重要です。現地で調査することができないため、すべて遠隔で調査するしかありませんでした。ここに書けないようなこともたくさんありましたが、無事実施できて、世界中から電話がかかってきてつながった人たちは喜んでくれて良かったです。皆様ありがとうございました。

ユーグレナ「Chief Future Officer」

ユーグレナは、未来を変えていくためには、未来を生きる当事者である子どもたちが事業に関する議論にもっと参加していくべきであると考え、18歳以下の「CFO（Chief Future Officer：最高未来責任者）」を1名募集しました。またCFO募集に合わせて2030年に向けたSDGsに関するアクションおよび達成目標の策定に携わるサミットメンバーを募集しました。

ナショナル ジオグラフィック「ホスタイル・プラネット 非情の惑星」

「ホスタイル・プラネット非情の惑星」は地球上の最も過酷な環境と、そこに生きる野生動物の姿に迫るドキュメンタリー番組です。近年の急激な環境の変化に耐え、熾烈な生存競争を勝ち抜くために、生き物たちは適応し続けなければならないことを知ってもらえるよう、2019年8月24日（土）~25日（日）の2日間限定でカバが出現する番組プロモーションを渋谷川・稲荷橋にて実施しました。

DX × 健康経営EXPO 2020に協賛・技術協力

D2Cが協賛するDXと健康経営で人・組織の課題解決をめざすオンライン展示会「DX×健康経営EXPO 2020」が開催されました。会期中は、フリーアナウンサー笠井信輔氏が登壇する特別講演を始め、経営層や人事部門に向けたセミナーが完全オンラインで配信。本オンライン展示会ではイメージソースのインタラクティブライブ配信サービスが採用され、D2Cグループを挙げて協力させて頂きました。

700人の集合知が社内ポータル「D-GATE」に登場

D2Cグループの社内ポータルサイト「D-GATE」の個人プロフィールが、「SKILL BANK」として刷新されました。D2Cグループで働く700人以上の経歴や実績、スキルや得意分野を可視化・共有する取り組みです。また、グループ横断でのプロデュース、クリエイティブスキル共有の場として新コンテンツ「ポートフォリオ」が始動。グループ連携による提案・アウトプットにぜひご活用下さい。

AWS re:Invent 2020にて導入事例紹介

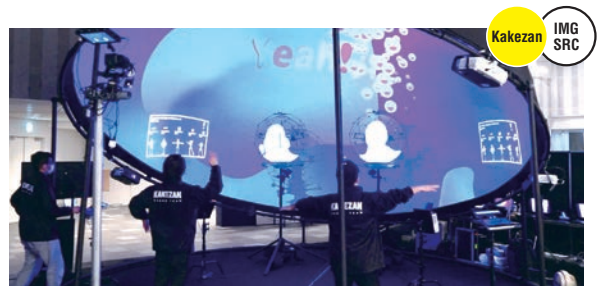
AWSが主催する「AWS re:Invent 2020」で、AWS Lake Formationの日本における活用事例としてD2C ドコモ広告事業本部 テクノロジーソリューション部の取り組みが紹介されました。D2Cではいち早くAWS Lake Formationを導入*することで、大規模データの分析や機械学習にも対応できる、広告事業の拡張性を見据えた開発を行っています。*NTTドコモのプライバシーポリシーに則り会員データの活用を受託しAWSを利用

「AZS!」についてのインタビュー掲載

社内コミュニケーション活性化の最新事例を発信する「CAPPY（キャッピー）」に、D2C R HR担当の佐藤と常世田のインタビューが掲載されました。社員同士で称賛しあう文化「AZS!」が生まれた経緯、なぜこの制度が導入されたのか、制度を盛り上げるための工夫についてお話しています。リモート下で自律自走しながらも、誰かのために、お互いのために動ける、そんな+αの文化づくりを目指しています。

『交通広告グランプリ』で優秀作品賞を受賞

D2C dotが担当した、Netflix「リラックマとカオルさん」山手線での交通広告「がんばること多すぎ電車ジャック」が、ジェイアール東日本企画主催『交通広告グランプリ』の企画・プロモーション部門にて優秀作品賞を受賞しました。世の中のがんばりすぎている人に向けて広告が出ている圧に気づいてもらう本施策はSNS上でも大きな話題を呼び、2019年ACC賞に続く広告賞受賞となりました。



BEYOND DISTANCE

デザイン&アートフェス「DESIGNART TOKYO 2020」の表参道ヒルズスペースオー会場にて、ドコモの「浮遊球体ドローンディスプレイ」を活用した「BEYOND DISTANCE」を実施しました。本施策は、コロナ禍における新しいコミュニケーション体験を創造する試みで、会場からも自宅からも参加することにより“距離を超えてつながる”新しい時代ならではの体験となりました。

オンラインイベントを支えるプロジェクトチーム発足

Webと実空間での「表現」を追求してきたイメージソースは、プロデューサー上林 新と加藤 雄也によるオンラインソリューションに特化したプロジェクトチームを発足しました。当社が培ってきた豊富な経験を下地にアイデアや技術力を集約し、ニューノーマル時代のオンラインイベントおよび企業プロモーションをサポートしてまいります。社内コミュニケーションから製品発表会まで、ぜひご相談ください。

越境クラウドファンディング事業を開始

D2C Xは、ECサイト「BECOS」を運営するKAZAANAと協業し、欧米圏を中心とした越境クラウドファンディング事業を開始しました。BECOSでお取り扱いのある日本の伝統工芸品・日本製品を、D2C Xが運営するWebメディア「tsunagu Japan」を通じてご紹介し、クラウドファンディングサービス「Kickstarter」にて販売する取り組みです。

CODモバイル配信1周年記念 eスポーツ大会を開催

全世界で3億DL突破した人気ゲーム『Call of Duty: Mobile』のアプリ配信1周年記念として、eスポーツ大会を企画・開催しました。本大会は、アイドルと芸人による対戦や人気ゲーム解説者の実況で盛り上がり、「#CODモバイル1周年記念」がTwitterトレンド入り。COD公式チャンネルのライブコンテンツとして過去最高となる5万回再生、同時接続4000人を記録しました。

D2Cグループ社内報「D2心」Vol.185 発行日｜2021年1月4日 企画・制作｜「D2心」編集部(グループ広報宣伝室) デザイン｜LABORATORIES 編集協力｜グループ人材開発部/グループ各社広報担当 印刷｜株式会社アトミ発行｜株式会社D2C 〒104-0061 東京都中央区銀座6-18-2 野村不動産銀座ビル お問い合わせ｜info@d2c.co.jp
©D2C Inc. 禁・無断転載 2021.1.4
次号予告｜「D2心」Vol.186は2021年4月20日頃発行予定