

D2C

外からみた 清野 傑と中から見た 大植 光起 / WE PRODUCE AWARD 2024 開催! / [Manager Cross Talk] 市村 駿太 x 市村 卓也

D2C R
第2営業本部 営業1部
大植 光起

D2C R
第2営業本部 営業3部
清野 傑

D2C ID IMG SRC STUDIOも最先端技術で協力 EXPO 2025 大阪・関西万博が開催 / Z世代と言われましても / D2C GROUP TOPICS

NEW ERA SALES FORCE

新時代の営業力!
信頼の多角化と強みへの回帰

新時代の営業力! 信頼の多角化と強みへの回帰

「足で稼ぐ」「御用聞き」などといった顧客との直接的な接点を通じて信頼関係を築くこれまでの営業スタイルから、現代ではテクノロジーの進化や顧客ニーズの多様性など、より洗練されたスキルや戦略が求められる営業職。今回ご紹介するのは、D2C R 第2営業本部で活躍される大植 光起さん(営業1部)と、清野 傑さん(営業3部)のお二人。顧客との関係だけでなく、社内外のコミュニケーションやプロセス、提供価値、自己成長など、ビジネスに関わる全ての側面において信頼を築き成果を出すお二人に、今の時代に求められる営業力をテーマにお話を伺いました。



D2C R
第2営業本部 営業1部
大植 光起

TRUST

ABILITY

360 DEGREES

「冒頭から「新」という言葉にはそぐわないかもしれませんが、私にとって営業の、そして社会人としての根幹にあるのは、いつの時代も変わらず「信頼」という二文字です。それは、クライアントや上司といった対外的な関係性だけではなく、チームメンバー、そして先輩など、関わるすべての人からの360度の信頼を得ていくことこそが、私自身の終わりのないテーマだと捉えています。当たり前前のことではありますが、例えば「常に即レスを心がける」「いかなる時も忙しさを言い訳にしない」「期日は必ず守る」。これらは、社内外問わず徹底しています。また、案件をより良くするために、遠慮なく意見を発することも

360度の信頼とマルチスキルで応える

今回「新時代の営業力」がテーマとなっておりますが、お二人が普段の業務で大切にしていることは?

大植 私がいる営業1部は、これまでもD2C Rが得意な領域としていたアプリやゲーム商材を筆頭に、多様な業種の既存クライアントと伴走し、課題解決はもちろん事業のグロースを目指す部署です。メンバーもアプリマーケティングにおける経験と知見が多いメンバーが集まっていますね。
清野 僕は3部に所属しています。この部では新規クライアントの開拓をメインミッションとしており、業種を問わず各種コンペやホームページからの問い合わせなど、様々な新規案件に向き合っています。



技術革新が進むほど浮き彫りになる「人」が選ばれる理由

重要だと考えています。もちろん、伝え方には細心の注意を払いますが、表面上だけの賛同ではなく、本質的な改善に繋がる率直な意見を発信し、言葉だけでなく行動で示す。そうした丁寧なコミュニケーションを常に意識しています。
清野 そうですね。僕の場合は「自分やD2C Rに相談してくれたクライアントに真摯に向き合いたい」という思いが常に根底にあります。これは、先ほど大植さんがおっしゃっていた「信頼」という言葉と深く共鳴する部分だと感じています。それに加えて、自分自身が多様なスキルを身につけ、対応できる領域を着実に広げていることを常に心がけています。例えば、最近では広告のラフ案やコンテを制作したり、広告運用にも携わったり、簡単なプログラミングやSQLも概要が分かるようになりました。このように、自分自身のスキルを高めることが、最終的には個人のキャリアアップだけでなく、所属する組織全体の成長にも繋がる確実な道だと信じています。

高度な技術革新が進むことにより広告運用においても差別化が難しくなるなかで、選ばれるために意識している強みとはなんですか?
大植 知見と実績が蓄積されていること、運用体制が整っていること、そこに加えて、静止画・動画問わずクリエイティブの高いクリエイティブを内製できることが強みになっています。ゲーム系の案件では、コンペの依頼が10社にわたるとするとそこから数社に絞って初期の運用を任せられ、その後のクリエイティブやレポートの質が決め手となって最後の1社に選ばれるということが少なくありません。最近では商材への理解・解像度の高さが認められ、広告クリエイティブ以外の公式動画の制作を指名で依頼いただくこともあります。広告出稿のご予算と比較すると、弊社の売上の中ではまだまだ割合としては大きくありませんが、専業代理店が長年課題としていた制作費の適正化においては大きなことだと思います。技術の進歩によってこの会社でも一定のクリエイティブを提供できる時代だからこそ、最後の決め手となる「違い」こそが私たちの武器であると考えています。
清野 僕の場合は「主要広告プラットフォームも扱っている割には小回りが利く」ところでしょうか。主要広告プラットフォームの運用はインハウスへ切り替えが進むクライアントも多いため、ニッチなメディアを細かくプランニングして運用するのはノウハウが集約しきれず内製が難しい側面もあります。かといって、大手広告代理店ではなかなか請けてくれない。そうなるので、僕らのような機動力が強みとなるんです。機動力に加えて、ドコモメディアを専門に扱ってきたキャリアレップとしての実績と信頼、他キャリア・その他ニッチな広告メニューも扱える代理店としての機能もある。実際に、2024年度はキャリアメニューを軸としたニッチなメディアの取り扱いがきっかけで案件を拡大することができました。手が出しにくいニッチな広告メニューを横断的に取り扱わせていただけるのも、キャリアレップとしてスタートしたD2Cグループが25年培ってきた信頼を土台に、新しい分野にも手を広げながらそれぞれ事業として確立してきた実績があるからこそなので、そこはどんなに機動力があっても新興企業には追いつ

今回インタビューに答えてくださった清野さんと大植さんについて、日ごろから業務上での接点が多い社内外の皆さんに、お二人の仕事ぶりや人柄が伝わる貴重なコメントをいただきましたのでここで紹介させていただきます。

外から見た「清野 傑」について

横浜マリノス株式会社 マーケティング本部
マーケティング&コミュニケーション部
川村 直紀様

清野さんとは前職からのお付き合いになるのですが、常にプロジェクトを丁寧に進んでいただいています。はじめてお会いした時の印象は、「静かで穏やかな方」だったと記憶しています。仕事を一緒にさせていただくと、多くは語らずで、物静かなのですが、細かなところまでアドバイスをいただけた「職人」のような印象を私をはじめ弊社のメンバーはもっています。質問をするのとお互いにおこたえいただき、我々のフワッとしたお願い(自覚はあるんです(笑) 毎度すみません!)もきちんと形にさせていただけています。今後も「清野 職人」とお話をしながらプロジェクトをご一緒させていただければ嬉しいです!

中から見た「大植 光起」について

D2C R
アカウントデザイン本部
アカウントデザイン2部
菅野 利佳子

「社内外へ行き届いた配慮」が個人的には大植さんを表す言葉だと思います。「何かあれば相談していい」というのが常に言動から伝わってくるので、一緒にお仕事させていただく上で、とても安心感があります。また、依頼を受ける側の状況を加味しつつ、最適なアウトプットの仕方を考えてくださり、クライアントの思いを汲み取った上で舵を取ってくださるような気の回し方も、社内外から信頼を得ている理由の1つだと思います。

D2C R
統合ブランニング本部
クリエイティブ部
井上 翼

さまざまなプロジェクトで常にその名を見かけ、通常の業務もハイレベルに難くこなす大植さん。その並外れた手腕に、まるで5人いるのでは?と錯覚するほどです(笑)。社内外問わず、問題解決への迅速な対応や、先回りした行動はまさにホスピタリティの化身。自身の専門領域外にも目を向け、積極的に知識を吸収し続ける探求心にも驚かされます...! 大植さんの温かい人柄と仕事への真摯な情熱こそが、多くの仲間を惹きつけているのだと思います!

外から見た清野 傑と中から見た大植 光起

できない部分だと自信を持っています。

普遍的な人間力と「言ってみる」一步

最後に、チームメンバー、延いてはグループメンバーに伝えたいメッセージをお聞かせください。
大植 「もっと自分の思うことを言ってみる」。実際にチームメンバーをはじめ、様々な部署のメンバーにはアラインングしてみると、「こうしたい」「ああすればいいの」と思っているけれども、モヤモヤしたまま溜め込んでしまったり人は意外と多いと気がつきました。単なる文句に終わらないよう建設的な伝え方にするのも大事ですが、まずは言葉にしてとにかく伝えてみるほうがいいです。

もしそれが見当違いだとしても、それこそ日々の「信頼」が土台があれば絶対受け止めてもらえるはずなので。

清野 あえてこの時代だからこそ「気合いと根性」を推したいです。大植さんも言うように、どんな失敗をしたとしても、真摯に受け止めてくれる環境はある。周りを見すぎないで自分のことに貪欲になってほしいと伝えたいですね。今回のテーマは「新・営業力」ですが、最新のテクノロジーや戦略が進化しても、最終的に「営業力」を支えるのは、一人ひとりの「人間力」に行きつくはずなんです。揺らぐことのない本質を見据えて活動することこそが、どんな時代の変化にあっても揺らがない価値を生み出せる強みになるのではないのでしょうか。

SINCERITY

MULTI SKILLS

HUMAN POWER

D2C R
第2営業本部 営業3部
清野 傑



D2C ID IMG SRC STUDIOも最先端技術で協力 EXPO 2025 大阪・関西万博が開幕

世界中から多くの国や企業が参加し、最先端技術や文化を体験できる「EXPO 2025 大阪・関西万博」が2025年4月に開幕。D2C ID IMG SRC STUDIOでは、クリエイティブとテクノロジーを駆使し、未来の音楽ライブ演出や待ち時間を拡張するウェルカムXR 体験など、さまざまな形で大阪・関西万博の体験創造に携わりました。

大阪・関西万博 主催者催事
Physical Twin Symphony
 調和する人とテクノロジーの未来



#サウンド生成AIシステム構築
#楽器開発を担当

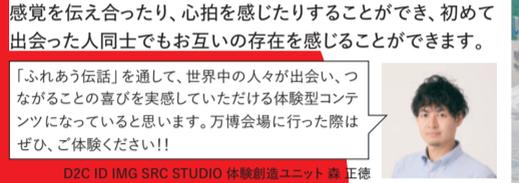
D2C ID IMG SRC STUDIO 体験創造ユニット 加藤 雄也

万博の幕開けを飾るオープニングプログラム「Physical Twin Symphony」は、「フィジカルツイン」を通じて、これまでさまざまな理由で諦めざるを得なかった挑戦が可能になる未来を体現。「挑戦する気持ちさえあれば、誰もが才能を發揮し、参加することができる」ライブパフォーマンスの未来を、観客と出演者が共に体感できる音楽ライブエンターテインメントです。

音楽の才能やスキルがなくても詩から音楽を生み出し、楽器をつかって演奏に参加できる。そんな誰もがクリエイターになれる可能性を示してくれるステージは、感動と夢に満ちた万博ならではの素晴らしい催事になったと思います。

次世代情報通信インフラIOWNで接続することで遅延のない身体コミュニケーションを実現。映像と音声に加えて、振動を送り合うことができる「ふれあう伝話」は、それぞれの触れる感覚を伝え合ったり、心拍を感じたりすることができ、初めて出会った人同士でもお互いの存在を感じることができます。

「ふれあう伝話」を通して、世界中の人々が出会い、つながることの喜びを実感していただける体験型コンテンツになっていると思います。万博会場に行った際はぜひ、ご体験ください!!



D2C ID IMG SRC STUDIO 体験創造ユニット 森 正徳

NTTパビリオン
「ふれあう伝話」



#テクニカルディレクションを担当

© NTT

日本ガス協会パビリオン
「おぼけワンダーランド ウェルカムXR」



#ARコンテンツ制作を担当

D2C ID IMG SRC STUDIO 体験創造ユニット 松田 直也

パビリオンの待機列に並んでいる時から周辺の空中にARでキャラクターが登場させる「おぼけワンダーランド ウェルカムXR」は、パビリオン内の体験がより楽しみになるようなプロログコンテンツとなっています。高精度なVPS技術によって、ARキャラクターが建物や周囲の風景とぴったり一致する位置に登場。まるで実際にそこにいるかのような、没入感のある新しいXR体験を楽しめます。

8体のキャラクターの性格を反映したアニメーションを一から制作し、一連のXR体験として設計しました。ご体験の際は、8体それぞれの個性的な動きとVPSならではの空間演出を体験してください。

Z世代と言われましても

上世代の昔話編

「ゼットモ (Z世代と言われましても)」は、ネットに存在する定量情報だけじゃない、Z世代のホンネや実態を自分たちなりに調査して世に発信する、D2C Rの研究プロジェクトです。D2C心では、上世代社員とZ世代社員のコミュニケーションにおけるギャップをテーマに、Z世代のホンネを紹介していきます。

「上世代の昔話ってZ世代に嫌がられる?」Z世代社員のホンネとは

上世代の不安

Z世代には昔の話はしづらい方がないかな…?

Z世代のホンネ

先輩もそんな失敗あったんだ…

D2Cグループ内「上世代」に聞いた!

あなたは過去の経験談を話す際にためらいを感じますか?

感じる	37.5%
感じない	62.5%

若手社員はあなたの過去の経験談に対してどの程度関心を持っていると思いますか?

関心を持っていると思う	28.7%
関心を持っていないと思う	71.3%

特にZ世代はこんな過去の経験談が聞きたい!

- 失敗談やそこから得た教訓
- 具体的な仕事の進め方&ノウハウ

失敗談や具体的な進め方、ノウハウに関する話は、時代を問わず参考になるTipsとして関心が高いようです。

本田技研工業株式会社様とのworksを掲載

ゼットモでは、実際のZ世代を巻き込みながらリアルなZ世代の声を基に定量/定性調査を実施し、事業に活かせる分析を行う「ワークショップ」を実施しました。今回は、第一回の企業さまとのワークショップ実績として、本田技研工業株式会社様とのお取組みをD2C R worksへ掲載いたしました。



D2Cグループ3社が統合。10月より新体制に

D2Cグループ内のデジタルマーケティング領域を担うD2C/D2C R/D2C IDの3社は本年10月1日付けで統合することを発表しました。今回の統合により会社間の垣根を取り払い、意思決定の迅速化とリソース配分の柔軟性を向上し、最適な体制づくりをスムーズに進めてまいります。



全社員でAI活用! 生産性向上プロジェクト始動

D2Cグループでは今年度より主に業務効率化をテーマとしたAI活用を全社的に推進すべく、プロジェクトを発足。PJチームが中心となり関連ニュースの共有や、AIポータル開設、AI初心者向け講習などのスキル向上支援、社内情報検索や資料作成支援ツールなどの導入などを先導しています。今後は実践型ワークショップや中上級者向けの企画も実施予定です。



大矢選手、ジャパンパラ陸上100m優勝!

6月に仙台市で開催されたWPA公認「ジャパンパラ陸上競技大会」の男子100メートルで、D2C所属の大矢勇気選手が17秒83のタイムで見事優勝しました。本大会はパリ2024パラリンピック後の新たなスタートとなる、国内最高レベルのパラスポーツ競技大会の一つです。大矢選手コメント: 久しぶりにトップで完走出来た事が今後への励みになりました。これからも努力し続けていきたいです。



「カード発行予測ターゲティング」実績資料を公開

クレジットカード事業者様向け広告ソリューション「カード発行予測ターゲティング」とは、ドコモが保有するアプリログやアンケートデータ等を用いて、対象のクレジットカードと親和性が高く、発行率が高いと予測されるユーザーをAIで抽出するターゲティングです。発行実績約3倍、発行単価約30%削減などの実績がございますので、ご興味がある方はD2Cプロダクトマーケティング部までお問い合わせください。



「高所得者層ターゲティング」実績資料を公開

国内ホテル・旅館業界の企業様向けのソリューション「高所得者層ターゲティング」とは、約1億のドコモユーザーから経済力がある高所得層ユーザーを抽出して、経済的に旅行行動への障壁がない高所得層に、効率良くアプローチすることが可能なソリューションです。宿泊予約サイトでROAS500%の実績がございます。ご興味がある方はD2Cプロダクトマーケティング部までお問い合わせください。



大阪・関西万博 インバウンド向け空港広告

訪日外国人に向けて、万博への機運醸成と日本各地への誘客を狙った広告を企画・制作。「ALL OF JAPAN IS THE VENUE (日本中が、会場だ)」というメッセージとともに47都道府県の色とりどりのスポットや取り組みを紹介しています。半年間にわたる万博開催期間中、成田や羽田など6空港の計500面以上の広告面にサイネージ動画広告やシート広告を掲出中です。



「Red Dot Design Award 2025」受賞

世界三大デザイン賞の1つである「Red Dot Design Award 2025」にて、AlphaTheta株式会社さまのポータブルオールインワンDJシステム「OMNIS-DUO」がプロダクトデザイン部門の最高賞Best of the Bestを受賞しました。D2C IDでは「OMNIS-DUO」のタッチディスプレイで操作するGUIのデザインを支援いたしました。



「パッケージ連動ゲーム」サービスページオープン

D2C IDで提供している、話題化×販売支援ソリューション「パッケージ連動ゲーム」のページを公開しました。商品パッケージをスマホで読み込んでプレイできるマストバイゲーム。ノベルティをゲームコンテンツにするだけで「販売促進」と「話題化」を両立させる施策に様変わりします。これまで計14タイトルのパッケージ連動ゲームを公開しており、豊富な知見を元に企画から運用、開発までご支援します。



「DABO by Shanari Shirts」プロジェクトを実施

日本有数の反物産地、滋賀県長浜市で着物を活用したアップサイクルシャツを手掛ける「仕立て屋と職人」によって製造された「DABO by Shanari Shirts」を海外クラウドファンディングを活用して販売いたしました。「DABO by Shanari Shirts」は、高級反物と天然染料である柿渋を活用して鮮やかに染め上げ、現代風ファッションにアレンジしたオリジナルの商品です。

