



**宣伝会議 実践講座 第一回**

**モバイルが、マーケティングに  
もたらすインパクト**

**株式会社ディーツーコミュニケーションズ  
代表取締役社長 藤田 明久**



**621億円**

**59.2%増**

電通「2007年の日本の広告費」 <http://www.dentsu.co.jp>



「2008年度、広告費配分を増やす媒体は、・・・」

PCインターネット広告	35%
<b>モバイル広告</b>	<b>17%?</b>
新聞広告	13%
テレビ広告	12%
雑誌広告	12%

■モバイル広告を2007年度出稿した企業では、・・・

**モバイル広告** 「増やす」53% 「変えない」28%

日経広告研究所、日経メディアラボ、D2Cの共同調査（2008年2月～3月実施）



# モバイル広告への**不満**

表現力に乏しい 48%

文字数・情報量に制約が多い 45%

伝えられる情報が少ない 43%

**何**と比較してる？



# PCネットが 先にある悲劇

Akihisa Fujita D2C



# モバイル広告の評価

「広告効果が、・・・」

モバイル広告  
未経験企業

不明確

33%

モバイル広告  
経験済み企業

すぐ把握できる

58%



# モバイル広告の評価

「商品の購買に、・・・」

モバイル広告  
未経験企業

結びつきにくい 22%

モバイル広告  
経験済み企業

購入喚起に効果的 30%

重要キーワード①

「逆クロスメディア」





この大規模開発マンションについて、

**7人**に1人は、モバイルで最初に知った

---

- **7人**に1人は、折込チラシで最初に知った
- **3人**に1人は、テレビCMで最初に知った

→ **第一認知**媒体となるモバイル



モバイル広告に接触した後の行動は、・・・

■ 大規模開発マンションのケース

**2.5人**に1人が、折込チラシを見た

---

■ 家電量販店のケース

**2.3人**に1人が、折込チラシを見た

→ 「詳細は、大画面で」という行動を喚起



# 重要キーワード②



## 「顧客の梯子」



強いブランドを創るコミュニケーションは、

メディア上で語る「自己**表現型**」から、

生活者も巻き込んだ「自己**実現型**」へ

Akihisa Fujita D2C

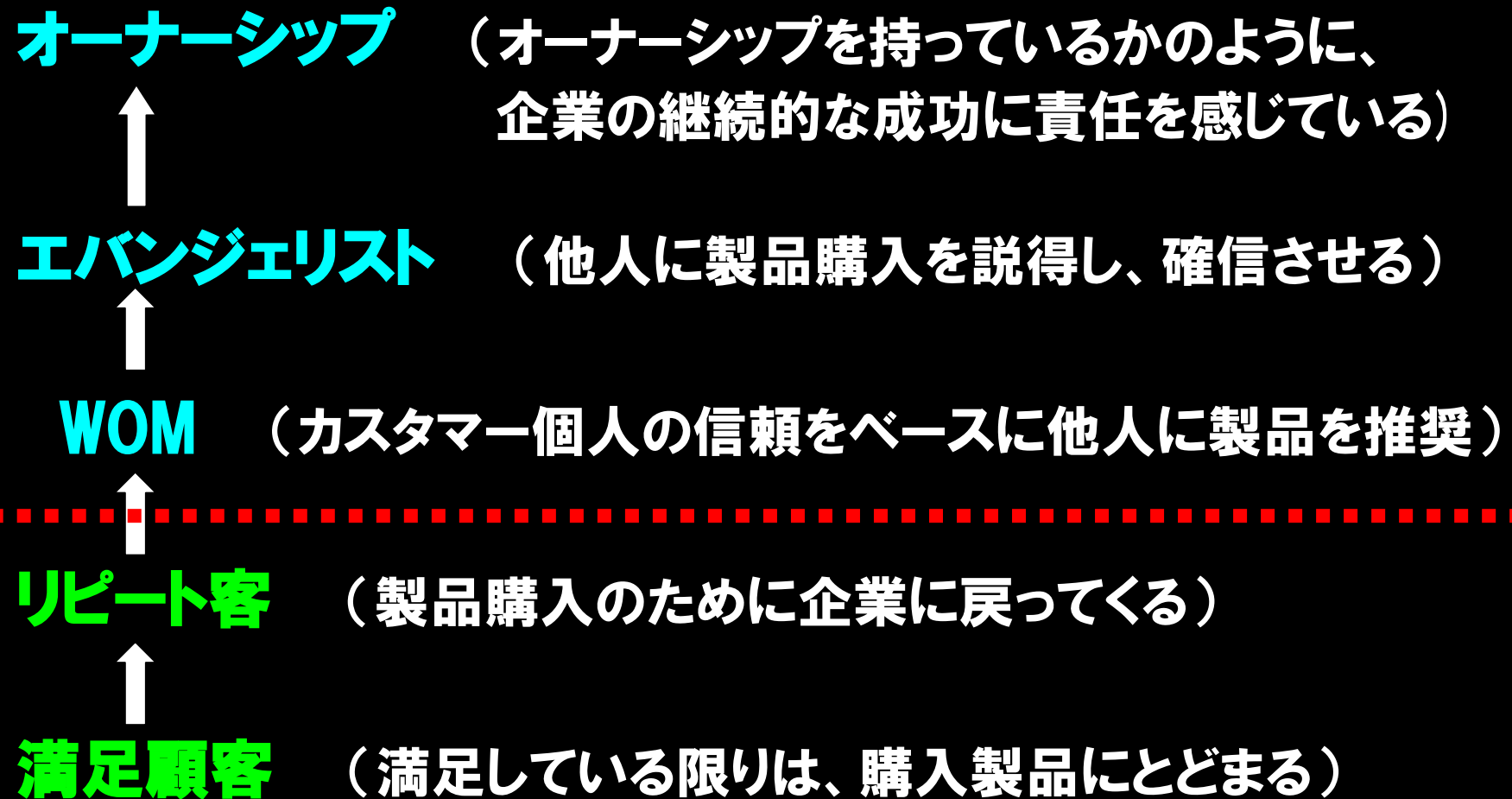
1億人の**24時間30cm以内**に存在し、  
**喜怒哀楽**をともにする**モバイル**の活用が鍵



# Customer Loyalty Ladder

## カスタマーロイヤリティの梯子

Ben McConnell & Jackie Huba



重要キーワード③

**ゴミを出さない販促**





## 20世紀型マーケティングを継続することの問題点

以下の問題は、  
「マス広告」や「検索連動型広告」では、解決できない！

- **生活者**に、情報が届くスピードが遅い  
→ 流通の選別スピードに追いつかない
  
- **生活者**にとって、多くの商品は他人事  
→ ロングセラー商品の凋落
  
- **生活者**の、環境に対する意識が向上  
→ 今までのコミュニケーション法は危険



## 21世紀、モバイルで解決していく

- **生活者**に、情報が届くスピードが遅い  
→ スグに伝わり、スグに広がり、行動を喚起
  
- **生活者**にとって、多くの商品は他人事  
→ カスタマイズ心をくすぐって、自分事に
  
- **生活者**の、環境に対する意識が向上  
→ ゴミを出さない販売促進の実施



モバイルは**24時間30cm以内**に存在

だから企業は、

- いつでも生活者との接点を作り出せる
- 生活者の日常生活の特等席を占拠できる
- ターゲットがターゲットに無料で広告してくれる

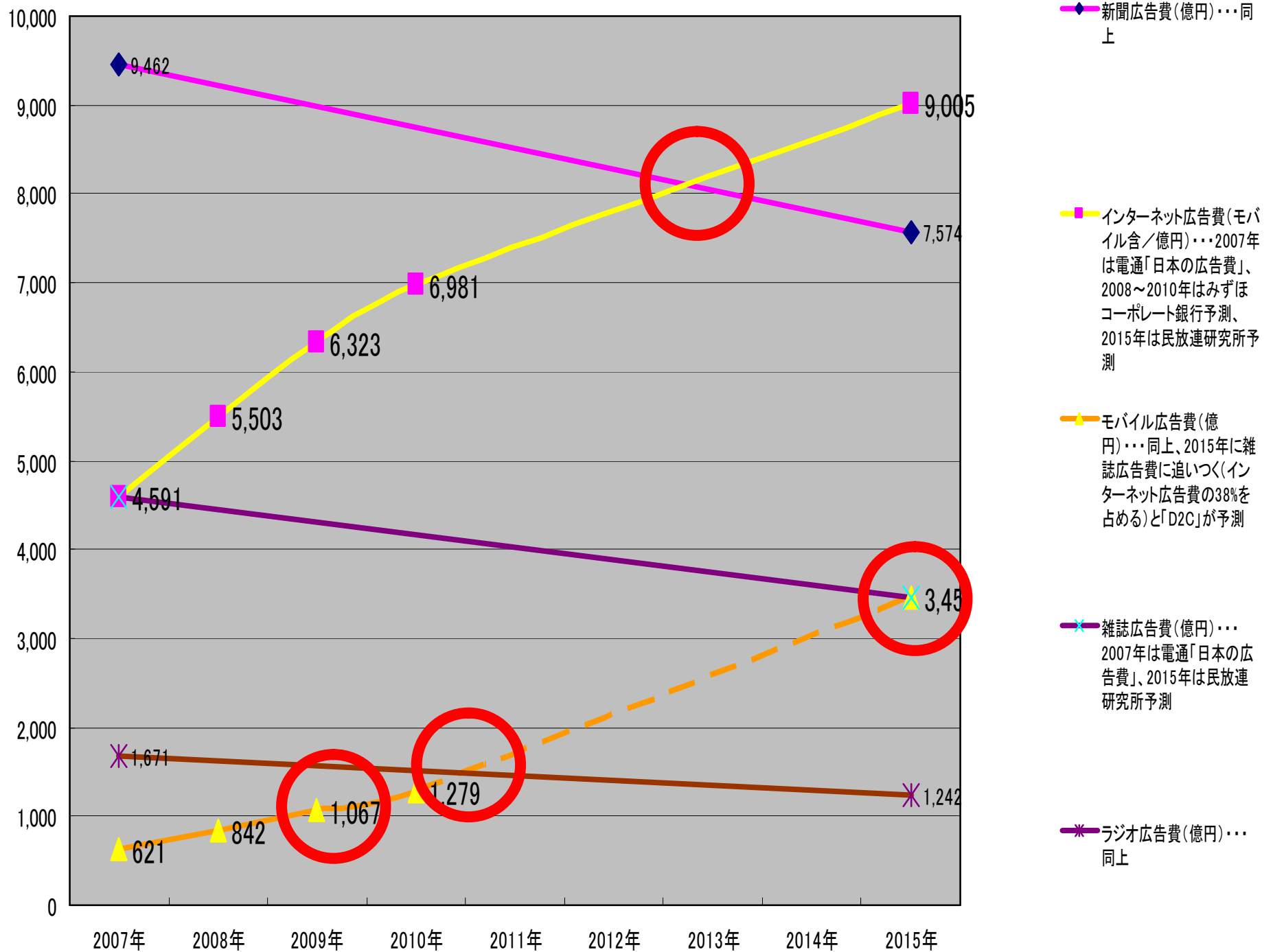
Akihisa Fujita D2C



# モバイルインターネットは、 PCインターネットとは、 全く別物と考える

*Mobility, Location, Personalization, Timeliness*

Akihisa Fujita D2C





# 21世紀のマーケティングの 教科書は、日本で生まれる

Akihisa Fujita D2C



**全ての案件に  
自らのアイデアを出し、  
その後もそれを追って見ていく**

**岡 康之氏**

**松下電器産業株式会社**  
ナショナルマーケティング本部



**点から線へ！**  
**線から面へ！**



**広告が  
インタラクティブ対応なら、  
組織と意識も  
インタラクティブ対応に！**

**「偶然は準備のある人間しか助けない」**

**(Louis Pasteur 仏の生化学者 1822-95)**

**ご清聴ありがとうございました**