

パナソニック株式会社 様

2018 年家電 2 兆円実現を支えるデジタルマーケティング戦略

～ EC の展望を中心とした検討～

ビジネス課題の概要

パナソニック社 DMIG（デジタルマーケティングイノベーショングループ）は、グローバルの Web 統合、My Panasonic、自社 EC の取り組みを推進する組織で、自社 Web を中心とする機能強化によって、これまで自社 EC サイトやリアル店舗への送客と売上拡大に寄与してきた。

ところが、EC 専門企業の急速な台頭やデジタル化による消費者行動の劇的な変化により、マーケティングの費用対効果の向上とさらなる販売拡大には、自社のデジタルマーケティング（DM）・EC 戦略を再構築する必要性に迫られていた。

自社 Web の集中化によるコストダウン、デザイン・コンテンツ改善、ユーザーとのコミュニケーションプラットフォーム作り等、グローバルでの基盤構築を推進するとともに、事業・地域マーケティング活動との連携強化の実現を目的として、検討が重ねられていた。

Deloitte Digital のアプローチとソリューション

Deloitte Digital は、デジタルマーケティングの活用によって、従来を大きく上回るカスタマータッチポイントを創出し、パナソニック商品の魅力を伝え、実購買に繋げるための施策アプローチを提案。認知から購買に至る経路で具体的に販売向上に寄与するオムニチャネルの発想を基軸にパナソニック社グローバルでの改革を行い、重点地域と商品の策定、ビジネスインパクトの試算、DMIG としての Vision と役割の明確化を果たす戦略プロジェクトの支援を行った。

約 3 ヶ月に渡り、消費者動向や競合動向を定量化するための 10 カ国対象の消費者調査分析、エキスパートインタビューやグローバル知見に基づいたワークショップでの合意形成などを通じて、全体戦略の策定までをサポートした。

結果と成果

分析の結果、

- ・ 東南アジアや BRICs 諸国においてもインターネット・スマートフォンの普及率は継続的に上昇し、消費者が家電メーカー情報・商品情報を得るチャネルとしてデジタルチャネルの重要性が更に上昇する。
 - ・ 欧米・中国では、オンラインショッピングサイトや口コミ・比較サイトでのデジタルマーケティングが主流となる。
 - ・ 東南アジアや南米では、引き続きメーカー Web サイトや Web 広告といったメーカー発信型のデジタルマーケティングが主流となる。
- ・・・といったインサイトの導出、EC という買い場だけではなく、リアルの買い場も含めたオムニチャネルでの誘導・送客手段としてのデジタルマーケティングの役割が大きくなるという事実に基づき、どの地域にパナソニックとして注力し、販売戦略上オムニチャネルをどのように推進するかを明確化することができた。

Panasonic

「デロイトの皆さんと共に 3 ヶ月間議論し、各国の実ユーザーのアンケートを基に現状把握と課題の抽出をしました。当社では持ち得ない知見、マーケットサーベイの手法と議論の場を経ながら短期間ではありましたが、我々の活動方向を浮き彫りにできました。

最終報告への「まとめ」は我々も積極的に議論に入り、的確な報告書作りができたと思います。コンサル進行は現場の意見を十分に聞き、一方通行にならないリードに感心しました。今後この報告書をもとにビジネスを設計することになりますが、さらに深堀をしてみたいと思います。」

パナソニック株式会社

デジタルマーケティングイノベーション G グループマネージャー

山本 雅通 (やまもと まさみち)

運用したオファリングとケイパビリティ

Digital Marketing / E-Commerce

デロイト トーマツ グループは日本におけるデロイト トウシュ トーマツ リミテッド（英国の法令に基づく保証有限責任会社）のメンバーファームおよびそのグループ法人（有限責任監査法人 トーマツ、デロイト トーマツ コンサルティング合同会社、デロイト トーマツ ファイナンシャルアドバイザー合同会社、税理士法人トーマツおよび DT 弁護士法人を含む）の総称です。デロイト トーマツ グループは日本で最大級のビジネスプロフェッショナルグループのひとつであり、各法人がそれぞれの適用法令に従い、監査、税務、法務、コンサルティング、ファイナンシャルアドバイザー等を提供しています。また、国内約40都市に約7,900名の専門家（公認会計士、税理士、弁護士、コンサルタントなど）を擁し、多国籍企業や主要な日本企業をクライアントとしています。詳細はデロイト トーマツ グループ Web サイト (www.deloitte.com/jp) をご覧ください。

Deloitte（デロイト）は、監査、コンサルティング、ファイナンシャルアドバイザーサービス、リスクマネジメント、税務およびこれらに関連するサービスを、さまざまな業種にわたる上場・非上場のクライアントに提供しています。全世界150を超える国・地域のメンバーファームのネットワークを通じ、デロイトは、高度に複合化されたビジネスに取り組むクライアントに向けて、深い洞察に基づき、世界最高水準の陣容をもって高品質なサービスを提供しています。デロイトの約210,000名を超える人材は、“standard of excellence” となることを目指しています。

Deloitte（デロイト）とは、英国の法令に基づく保証有限責任会社であるデロイト トウシュ トーマツ リミテッド（“DTTL”）ならびにそのネットワーク組織を構成するメンバーファームおよびその関係会社のひとつまたは複数指します。DTTL および各メンバーファームはそれぞれ法的に独立した別個の組織体です。DTTL（または“Deloitte Global”）はクライアントへのサービス提供を行いません。DTTL およびそのメンバーファームについての詳細は www.deloitte.com/jp/about をご覧ください。

本資料は、デロイト トウシュ トーマツ リミテッド、そのメンバーファームあるいはそれぞれの関連事業体（総称して“デロイトネットワーク”）の社員・職員のための、内部限の資料です。その趣旨に反して、本資料を利用して生じることのある損失等に対し、デロイトネットワークの社員・職員の責任に帰するものではありません。