

西田理一郎



〔商品力〕

常識や固定観念を打破し 独自のロジックで新活路を創出

「Beyond Expectation」をスローガンに掲げ「科学的組織営業×未来商品価値づくり」をモットーに、新商品・サービス開発を後押しする同社。業界を改革し続ける西田社長のマーケティング術とは？



情報分析の軸となる「マネー・ボール理論」。西田社長はこの理論に関する書籍も執筆中だという

常識や固定観念を打破し 独自のロジックで新活路を創出

新しい情報を消費者に伝えればモノが売れた時代は過ぎ去り、情報化社会の今日では、情報をただ伝えるだけでなく、消費者が価値を感じる“理由”をつくり出すことが求められている。そんなモノ売りから“コト売り”へとシフトチェンジが進む時代において、従来のマーケティングとは異なる独自のデータマイニングを取り入れ、新しいムーブメントの創造を図っているのがディーブルーだ。

「私たちの役割は、結果を解析するだけではありません。クライアントが抱える膨大な情報資産を綿密に分析・解析し、消費者の新たな行動理由を生み出すこと。言い換えれば、データに基づいて“未来を予測する”というソリューションを提供しているのです」

情報分析の軸になっているのは「マネー・ボール理論」。映画化もされたこの理論は、従来、評価基準になりにくかった出塁率や長打率を重視するデータ主導型の選手起用方法で、日米の野球界に新しい価値観を持ち込んだ。西田社長はそのマネー・ボール理論を応用した業績貢献指標を軸に、効果的な施策の仮説・検証を繰り返して、勝利の方程式を導き出している。

「2014年の春に『3DLAB』という研究機関を立ち上げました。ここでは専門の“ウルトラデータサイエンティスト”が、クライアントが抱えている一般的なデータ資産に加えて、外的環境要因との相関や影響度も緻密に分析することで、新たなヒット商品やサービス開発を後押しする分析ツールの開発を進めています」

「従来の手法を初期化して成果を最重点に置き、差別化を図ることができないと生き残れない時代」と話す西田社長が今注目していることは、ここ数年、議論が活発になっている日本のカジノ解禁だ。

「日本の場合、韓国、マカオなどのように、もともとカジノがある土地にできるのではなく、“ゼロからイチへの変化”。未来予測とは、世の中のインフラが変化したり、存在しなかったものが市場に登場した時にこそポテンシャルを発揮できるものです。カジノ解禁や2020年の東京オリンピック・パラリンピックこそ、私たちの出番だと考えています」



西田理一郎



この人に聞きたい

5の質問

Q1 起業家・経営者になったきっかけを教えてください。

A 自らのやりたいこと、世にないものをつくるエネルギーを形にするためには、起業が必要だった。プロジェクト単位の“マーケティングプロデューサー”を育成し、その集合体が組織という考え方が根本にあります。



☒ 閉じる

Profile

西田理一郎 (にしだりいちろう)
株式会社ディーブルー
代表取締役社長

1968年、兵庫県生まれ。甲南大学経営学部卒業。マーケティングプロデューサーとして、企業戦略を軸にコンセプトメイキングやクリエイティブディレクションに携わった後、2011年に株式会社ディーブルーを設立。数値に表れない人間行動をコード化し、流行やトレンドを生み出す戦略的プラットフォームの商品化に取り組む。



この人に聞きたい

5の質問

Q2 貴社の強み、特徴を教えてください。

A 成果の最適化に向けて、クライアントの抱える情報資産を綿密に分析し、データサイエンティストが独自の視点から新たな価値創造や解決方法の気づきを想起させ、差別化を図る。“未来を創る”という視点で予見力を持ったソリューションの提供を行う体制が整っていることです。



☒ 閉じる

Profile

西田理一郎 (にしだりいちろう)
株式会社ディーブルー
代表取締役社長

1968年、兵庫県生まれ。甲南大学経営学部卒業。マーケティングプロデューサーとして、企業戦略を軸にコンセプトメイキングやクリエイティブディレクションに携わった後、2011年に株式会社ディーブルーを設立。数値に表れない人間行動をコード化し、流行やトレンドを生み出す戦略的プラットフォームの商品化に取り組む。



この人に聞きたい

5の質問

Q3 今後の展望、目標を教えてください。

A 「マネー・ボール理論」のような業績貢献指標を軸に持ち、数値に表れない「勢い」や「熱量」の見える視、可視化をテーマにアーキタイプ分析を駆使し、“感数マーケティング”の実践と完全成功報酬型のビジネスモデルの創出を目標としています。今までにない新業種を生み出し、市民権を得て、今後の社会に必要な業種として確立させることを目指します。



☒ 閉じる

Profile

西田理一郎 (にしだりいちろう)
株式会社ディーブルー
代表取締役社長

1968年、兵庫県生まれ。甲南大学経営学部卒業。マーケティングプロデューサーとして、企業戦略を軸にコンセプトメイキングやクリエイティブディレクションに携わった後、2011年に株式会社ディーブルーを設立。数値に表れない人間行動をコード化し、流行やトレンドを生み出す戦略的プラットフォームの商品化に取り組む。



この人に聞きたい

5の質問

Q4 貴社の人材育成について教えてください。

A 昨今は、これまでの「勤・根性・経験」から、「科学的・効率性」が問われるようになってきました。そこで、顧客に応じた最適化提案を積極的に行うために、「雑談力の強化」と「聴く営業姿勢」を身につけることを目的とした、本質的問題把握、課題設計、解決視点を磨く教育カリキュラムを導入しています。また、ベンチマーキング型のマーケティング研修を実施しています。

Q5 日常生活で大切にしていることを教えてください。

A 本番で最大エネルギーが発揮でき、常に全力投球できるように毎朝、ジムで身体を動かしています。その日の仕事の組み立てを行い、心と行動のバランスを整えて基礎体力向上に努めることをルーティンで行っているのです。また、“太い仕事”が決まった時は、シガーとワインのマリアージュでテンションを上げます。

☒ 閉じる

Profile

西田理一郎 (にしだりいちろう)
株式会社ディーブルー
代表取締役社長

1968年、兵庫県生まれ。甲南大学経営学部卒業。マーケティングプロデューサーとして、企業戦略を軸にコンセプトメイキングやクリエイティブディレクションに携わった後、2011年に株式会社ディーブルーを設立。数値に表れない人間行動をコード化し、流行やトレンドを生み出す戦略的プラットフォームの商品化に取り組む。



SUPER CEO
2015.4 Vol.13

GREE

SCENE TAKE ROLL