

2012年8月1日

(報道発表資料)

NTT コミュニケーションズ株式会社
NTT ナビスペース株式会社
NTT レゾナント株式会社
株式会社デジタルフォレスト

「NTT コム オンライン・マーケティング・ソリューション株式会社」の設立について ～ビッグデータ時代におけるオンラインマーケティングソリューション事業の強化～

NTT コミュニケーションズ(略称:NTT Com)グループでは、企業のマーケティング活動を支援するオンラインマーケティングソリューション事業をさらに強化し、ビッグデータ時代における市場の変化や企業のグローバル展開に対応するために、NTT Com、NTT ナビスペース、NTT レゾナントおよびデジタルフォレストの関連事業を統合し、新会社「NTT コム オンライン・マーケティング・ソリューション株式会社」を設立し、2012年10月1日より営業開始します。

1.背景・目的

近年におけるスマートフォンやソーシャルメディアの急速な普及、またクラウドの進展により、企業のオンラインマーケティングの在り方に大きな変革がおきています。顧客接点の多様化やグローバル化はますます進展し、ネットと実店舗をシームレスにつなぐことでより大きな集客と優良顧客化を図る「O2O(Online to Offline)」や、リアルタイムで流れるソーシャルメディア上の顧客の声を聴き、ソーシャルコミュニケーションを図ることにより、より深い中長期的関係の構築を図る「ソーシャル CRM(Customer Relationship Management)」への期待が高まっています。

さらに、多様な顧客接点からは、従来より企業が経営戦略に活用してきた購買履歴データに加え、行動履歴である Web アクセスログ、リアルタイムな顧客の声であるソーシャル Buzz(クチコミ)、スマートフォンからの位置情報データなど、顧客に関する膨大かつ多様な情報の取得が可能になり、これらのビッグデータをいかに経営やマーケティングに活用できるかが事業戦略上の重要課題になっています。

NTT Com グループでは、これまでもインターネットの進展に合わせ、顧客企業のオンラインマーケティングを支援する各種 ICT ソリューションを展開してきました。NTTナビスペースではデータベースマーケティング事業、デジタルフォレストではアクセス解析による顧客行動の見える化とマーケティング施策の最適化、NTTレゾナントでは goo リサーチによるオンラインリサーチ事業、NTT Com では、ソーシャル CRM や O2O を推進してきました。今回、上記のような急速な市場の広がりや進化のスピードに対応し、ビッグデータ・グローバル時代に向けた更なる事業強化を図るため、グループ 4 社が培ってきた技術や知見を統合した新会社を設立することとしました。

2.事業統合の概要

NTT Com の 100%子会社でデータベースマーケティング事業を担う NTT ナビスペースが、2012 年 10 月 1 日に NTT Com のオンラインマーケティングソリューション事業および NTT レゾナントのオンラインリサーチ事業 (goo リサーチ) を承継し、2013 年 1 月 1 日にデジタルフォレストの全事業 (Web アクセス解析事業など) を承継します。また、NTT ナビスペースは、2012 年 10 月 1 日に、商号を「NTT コム オンライン・マーケティング・ソリューション株式会社」に変更します。

3.NTTコム オンライン・マーケティング・ソリューション株式会社の概要

商号:NTTコム オンライン・マーケティング・ソリューション株式会社

(2012 年 10 月 1 日に NTT ナビスペース株式会社から商号変更)

本社所在地:東京都品川区

資本金等:14.4 億円

営業開始:2012 年 10 月 1 日

株主:NTT Com 100%

従業員数:約 150 名 (2013 年 3 月末日予定)

代表取締役社長:塚本 良江

事業内容:下記 3 領域を事業の柱と位置付け、企業のマーケティング活動を支援するプロダクトおよびプロフェッショナルサービス (ソリューション&コンサルティング) を提供します。

- ・グローバル・マルチチャネル顧客接点の構築
- ・ソーシャル CRM
- ・ビッグデータ解析

(サービス提供イメージ図)

