

報道関係各位

2017年11月29日  
マーケットワン・ジャパン  
株式会社東京商工リサーチ

## マーケットワン・ジャパン、東京商工リサーチとサービス連携 国内最大級の企業データベースと連携した「ABM サービスパック」を提供し 「攻めのマーケティング」への変革を強かにサポート

マーケティングオートメーション導入・運用のコンサルティングを提供するマーケットワン・ジャパン（本社：東京都中央区、代表者：山田 理英子 以下、「マーケットワン」）は、国内最大級の企業データベースを有する株式会社東京商工リサーチ（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：河原 光雄 以下、「TSR」）と、BtoB マーケティング分野において包括的なサービス連携を開始したことを発表します。

### ■TSR とのサービス連携の背景

現在、企業のマーケティング活動においては、売り上げにつながる案件の創出（デマンド・ジェネレーション）が強く求められています。そのため多くの企業では、既存の「お得意様」企業からの引き合いを待つ「守りのマーケティング」ではなく、新規の顧客開拓を積極的に進める「攻めのマーケティング」への転換に取り組んでいます。

新規顧客を開拓し、売り上げへとつなげる効果的なマーケティング戦略として、特定の重点見込み企業からの売り上げを最大化する「ABM（アカウント・ベースド・マーケティング）」が注目されています。しかし ABM の初動段階、つまり「重点見込み企業の選定（ターゲティング）」につまづく企業が多いのが実情です。

### ■TSR とのサービス連携による「ABM サービスパック」とは

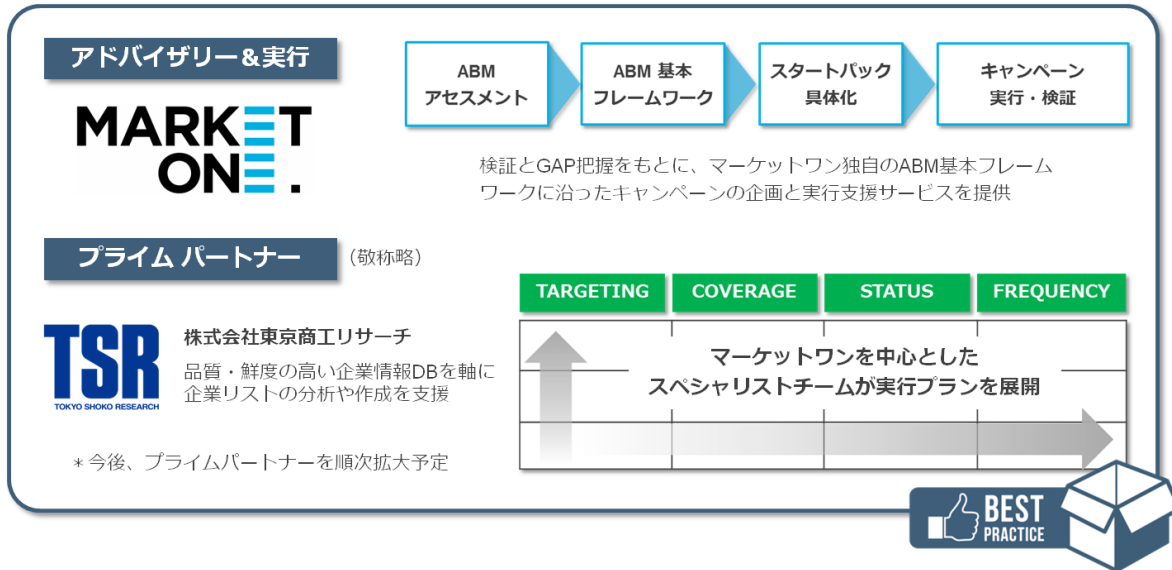
上記の背景を受け、マーケットワンはサービス連携の第一弾として、マーケットワンがこれまで提供してきた ABM 実践のベストプラクティス「ABM サービスパック」に、TSR の企業データベースを活用した機能を追加します。

2017年11月29日より、「ABM サービスパック」に、TSR が第1社目のサービス提供プライムパートナーとして参画することで、ABM サービスパックをご利用の企業様は、TSR の持つ精度の高い企業情報と分析サービスをもとにした「根拠のあるターゲット選定」が可能になります。過去の商談実績に基づき、「勝ちパターンと同種の傾向を持つ企業群」を抽出することが可能になり、「重点見込み企業」を容易に選定できるようになります。

これにより、マーケティングからセールス、その後のアフターフォローまでを含めた PDCA を、より戦略的に実践することが可能になるだけでなく、持続的な ABM 実践に必要な「デマンドセンター」基盤の柔軟性と拡張性をさらに高めることができます。

今後、マーケットワンでは、製造関連企業、IT 関連企業、セキュリティ関連企業などを中心に「ABM サービスパック」を展開し、2018年を目途に25件の新規受注を目指します。

### 【サービス提供体制仕組み図】



#### 【参考】

##### — ABM とは —

特定の重点見込み企業からの売り上げを最大化することを目的としたマーケティング戦略のこと。セールス部門とマーケティング部門が連動して、ターゲット企業群に対してアプローチを仕掛けることで、「興味を持ってくれる」相手を主体とした「待ち」のマーケティングから、明確に定義した「興味を持ってほしい企業」に対して積極的にマーケティング活動を集中させる「攻め」のマーケティングへの変革を可能とする。

##### — 「ABM サービスパック」とは —

売り上げを創出する、効果的・持続的な ABM を実践するために必要なステップ案を構築・実践するマーケットワンのサービス。全世界で 20 年以上、日本では 2003 年から「特定の企業群からの売り上げをつくる」ためのマーケティングサービスを展開してきたマーケットワンの実績とノウハウを踏まえたサービスで、「TARGETING (ターゲット企業群の特定)」、「COVERAGE (キーマン・部門の網羅)」、「STATUS (企業の状況把握)」、「FREQUENCY (確実な接触)」の 4 カテゴリーで構成される。このフレームワークを活用することで、セールス・マーケティング・経営部門を対象としたアセスメントによる「現状把握」、「向こう 6 か月で実施すべき優先事項の整理」、「具体的なキャンペーン策の構築と実行」などの各種サービスを提供する。

##### — 「デマンドセンター」とは —

BtoB マーケティング活動の中でも、営業案件の創出を目的とした機能のことで、見込み客リストの収集・ニーズ喚起を経て、商機の発掘と営業による対面活動につなげるための、一連のプロセスを担う仕組み。マーケティング領域のなかでも、実際の「成果」をだしセールス部門につなぐための最終工程です。商談化までのリードタイムが長い BtoB 企業においては、マーケティング ROI の向上にとどまらず、対面営業活動の効率化にも寄与します。

### ■株式会社東京商工リサーチ (TSR) について

TSR は日本最古の信用調査会社として、国内最大級約 479 万件の企業データベースと全国 80 カ所に広がるネットワークによる信用調査業務を核に、125 年以上にわたり日本の経済活動を支えております。

また、世界最大の企業情報プロバイダーである D&B(Dun&Bradstreet)の日本における唯一のパートナー企業として、全世界 200 カ国超 2 億 8,000 万件超の企業情報を提供しております。

|       |                                                                     |
|-------|---------------------------------------------------------------------|
| -会社名  | : 株式会社東京商工リサーチ                                                      |
| -所在地  | : 東京都千代田区大手町 1-3-1 JA ビル                                            |
| -代表者  | : 代表取締役社長 河原 光雄                                                     |
| -設立   | : 1933 年 5 月                                                        |
| -URL  | : <a href="http://www.tsr-net.co.jp/">http://www.tsr-net.co.jp/</a> |
| -事業内容 | : 国内・海外企業信用調査、企業データベース、出版物の提供                                       |

### ■マーケットワンについて

米国ボストンに本社を置き、世界 9 か国にオフィスを展開、グローバル 30 か国以上を対象にサービスを提供しております。BtoB マーケティング領域のなかで、とくに「デマンドセンター」と言われる、売り上げを創る機能の設計と実行支援を軸にし、製造・テクノロジー系の大手企業を中心に、サービスを展開しています。グローバル・国内での実績をもとに、BtoB 企業におけるマーケティング変革を、アドバイザーと実行の両面からサポートしています。

|       |                                                                               |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------|
| -会社名  | : マーケットワン・ジャパン                                                                |
| -所在地  | : 東京都中央区日本橋本町 2-7-1 NOF 日本橋本町ビル 8F                                            |
| -代表者  | : 代表者 山田 理英子                                                                  |
| -設立   | : 2006 年 10 月                                                                 |
| -URL  | : <a href="http://www.marketone.com/japan">http://www.marketone.com/japan</a> |
| -事業内容 | : BtoB ビジネスを展開する企業向け営業・マーケティング支援、リサーチ、コンサルティングサービスの提供                         |