

2021年11月15日

電通と電通デジタル、CX領域に500人規模のクリエイター集団 『CX Creative Studio』を設立 ー DX成功のカギとなる顧客体験の向上を目指しクリエイティブ体制を強化 ー

株式会社電通（本社：東京都港区 代表取締役社長執行役員：五十嵐 博、以下「電通」）と株式会社電通デジタル（本社：東京都港区 代表取締役社長執行役員：川上 宗一、以下「電通デジタル」）は、クリエイティブの力を広告表現から拡張させ、新規獲得からCRMまでデュアルファネル[®]*1全体で高次元なCX（顧客体験）*2を実現する、500人規模からなるバーチャル組織「CX Creative Studio」を11月15日付で設立しました。トップであるオーナーには電通のチーフ・クリエイティブ・オフィサー（CCO）である佐々木康晴が就任します。

また、本組織は電通グループの中期ビジョンである、企業と社会の持続的成長にコミットする「Integrated Growth Partner（インテグレートッド・グロース・パートナー）」の実現への寄与も目的としています。



〈設立の背景と特徴〉

企業のマーケティング活動のDXが進む中、DXをただ仕組みとして取り入れるだけでは、結果として顧客への価値がますますコモディティ化していくことが懸念されます。また、企業内ではCRMやSNSなどを担当するCX部署の統合・再設計が加速しており、新規獲得からCRMまでCXを統括的に対応するパートナーが求められています。

電通と電通デジタルはこれらの企業課題に応えるためには、DXの先にある「その企業ならではの・ブランドならではのCX」をいかに向上させるかが重要だと捉え、「CX Creative Studio」を設立しました。「Creativity draws a human CX.（クリエイティビティが描き出す。人間らしさに満ちたCXを。）」をテーマに、電通・電通デジタル（旧電通アイソバー[®]*3を含む）のそれぞれの特色を持ったクリエイターが500人規模で集結。その強みが合わさることで、顧客（Customer）を深く知り、データ・AI・XRを駆使し、マーケティングにおけるコンタクトポイントのすべてがひとつのストーリーとなる、高次元なCXを連続的に生み出すことを目指します。

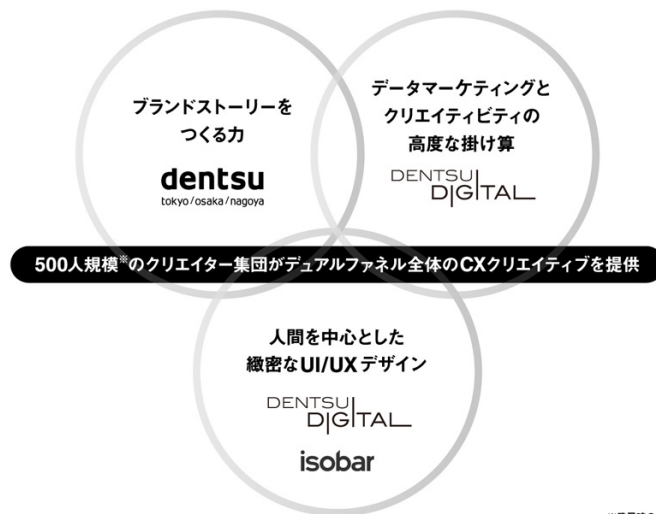
また、大規模な組織体制によって、プロジェクトの規模や質によって多様にチームを編成し、安定したチーム体制で成功へ導くことが可能になります。

〈CX Creative Studioが発揮する3つの力〉

「ブランディングとマス起点のクリエイティブ」に強みのある電通、「データ起点のクリエイティブ知見」が豊富な電通デジタル、「グローバルケイパビリティとUI/UX」において評価されてきた旧電通アイソバーのクリエイターが合わさることにより、3つの力が発揮されます。

- 1：唯一無二のブランドストーリーを生み出す力（ブランディング力、ビジュアルライズ力、クラフト力）
- 2：愛される手触り・振る舞いをデザインする力（人を中心とした緻密なUI/UXデザイン）
- 3：ひとりひとりに適応するもてなしを設計する力（データマーケティングとクリエイティブ性の高度な掛け算）

CX Creative Studioが発揮する3つの力



※発足時の人数

〈CX Creative Studioのビジョン〉

Creativity draws a human CX.

クリエイティブ性が描き出す。人間らしさに満ちたCXを。

カスタマーエクスペリエンスの進化の鍵は？

それは、クリエイティブだと私たちは考えます。

テクノロジーの進化により、CXにおいて様々なことが可能になった今日でも

私たちが発揮するクリエイティブ性は、

「人にとって、どんな意義があるか」という視点を決して置き去りにしません。

ここで創られるのは、

ひとりの人にとって、ある時は心地よく、ある時は無意識に選ばれ、

時として感動があり、愛着が生まれるようなコミュニケーションです。

企業やブランドの想いが伝わってくる、

そして毎日を豊かにしてくれる体験です。

テクノロジーに、人の肌触りをどこまで込められるか。

私たちのチャレンジが始まります。

〈CX Creative Studioの体制〉

・オーナー：電通 佐々木康晴 執行役員／チーフ・クリエイティブ・オフィサー（CCO）

・ボードメンバー：

電通 CXクリエイティブ・センター 並河進（代表）

電通デジタル 田中信哉 執行役員（代表）

電通デジタル 小林大介 副社長執行役員

電通デジタル 籠島俊亮 執行役員

・電通のCXクリエイティブ・センター、電通デジタルのアドバンスクリエイティブセンター／エクスペリエンス部門／コマース部門／CXトランスフォーメーション部門 CXクリエイティブ事業部／CXストラテジー本部／UX本部／エクスペリエンスデザイン本部より組成。

本組織は今後、DXの先にある「その企業ならではの・ブランドならではのCX」を企業に提供するだけでなく、ウェビナーなどの情報発信やソリューションの研究開発など、CXの持続的な高度化に取り組んでまいります。

〈CX Creative Studioのnote〉

CX Creative Studioの考えるCX、メンバーによる事例、メソッドや先端事例などの情報発信を本日よりスタートしています。詳しくはこちら <https://note.com/cxcreativestudio/>

※1 デュアルファネル®ソリューションは、企業が抱える「新規顧客の獲得」「既存顧客の育成」という2つの課題への対応を一本化し、連携してマーケティングROIの向上を実現するソリューション。

※2 CXの“X”は、Experience（体験）の意味のみでなく、デュアルファネルで顧客体験の構築・改善を行い、事業そのものの成長を推進するエンジンにするTransformation（変革）のダブルミーニング。

※3 旧電通アイソバー株式会社は、電通グループの海外事業を担う電通インターナショナルにおけるグローバルデジタルエージェンシーブランドである「Isobar」の日本拠点およびグローバルケイパビリティの活用と展開を担っていました。2021年7月に電通デジタルと合併。現在は電通デジタルがそうした役割を担っています。

「電通デジタル、電通アイソバーと合併し国内最大規模のデジタルマーケティング会社へ」（2021年7月1日付）

<https://www.dentsudigital.co.jp/release/2021/0701-000921/>

以上

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通 広報局 事業広報部

薩摩、王

Email : koho@dentsu.co.jp

【本事業に関する問い合わせ先】

CX Creative Studio 並河、田中

Email : cxcreativestudio@dentsu.co.jp