

マーケティング戦略

価値創造に向けた使命

社会課題の解決のために、お客さまが必要とする技術課題を解決する提案活動を通して新規ビジネスを創出し、当社の持続的成長に貢献します。また、課題解決型の価値提案活動をResonac型マーケティングプロセスとするべく全社への標準化を進めます。併せて、マーケティング関連業務の効率向上を実現するデジタルツールの構築・運用を全社に推進します。

方針と推進体制

マーケティング部門(CMO組織)はコーポレートマーケティング部、地域アカウント企画部、イノベーションセンターから構成され、全社の各事業部・営業部門・国内外拠点統括と連携しマーケティング活動を展開する取り組みを進めています。

コーポレートマーケティング部では、全社的マーケティング戦略企画のほか、市場・用途に注目した部門横断マーケティングプランの企画・実行に加え、全社共通のマーケティングプラットフォームの構築・運用に取り組んでいます。地域アカウント企画部では地域軸・お客さま軸での成長戦略推進体制の企画・構築を進めています。イノベーションセンターはステークホルダーとの新しい共創のきっかけや関係強化を図る場として、当社コア技術の体験型展示も用意し、お客さまや取引先など全てのステークホルダーとのイノベーション共創を目指しています。 [WEB](#)

長期ビジョン実現に向けた戦略

当社は課題解決型のお客さまへの価値提案活動をResonac型マーケティングプロセスと定義し、MGAP^{*1}や、VP^{*2}といったフレームワークを活用して新規ビジネスを検討しています。MGAPを用いてお客さまが直面している技術課題を抽出し、VPを自社製品の特長(Feature)、競合技術との差別化(Advantage)、お客さまが得る便益(Benefit)で整理し、製品コンセプトの検証を繰り返すアプローチでマーケティングを進めています。マーケティングの早期段階では研究開発・知的財産部門(CTO組織)と、お客さま評価が進んだ段階では営業販売部門と連携し、共通のフレームワークを用いながら全社へのマーケティング活動の標準化を推進中です。

*1 MGAP=Multi Generation Application Planning

*2 VP=Value Proposition (提供価値)の略。

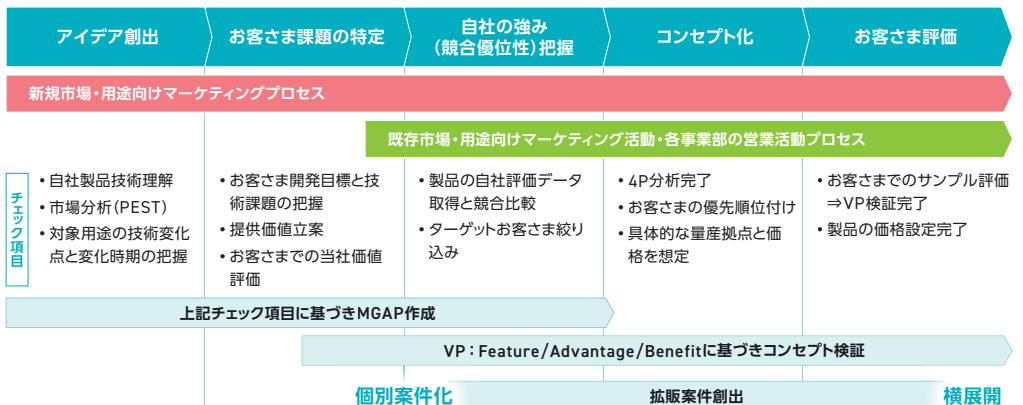
*3 CRM=Customer Relationship Management (顧客関係管理)の略

長期ビジョン実現へのロードマップ

2022年実績	2023年計画	ありたい姿(2030年)
<ul style="list-style-type: none"> ● Resonac型マーケティングプロセスを用いながら有望市場へのアプローチを進め、具体的新規案件の創出を開始 ● デジタルを活用したマーケティングプラットフォームの高度化を推進 	<ul style="list-style-type: none"> ● Resonac型マーケティングプロセスの全社定着、浸透を進め、特定市場(EV、パワーモジュール)の新規案件創出を加速する ● 海外でのデジタルマーケティング活動強化と、全社の新規案件の可視化を目的としたCRMシステム³活用を進める 	<ul style="list-style-type: none"> ● Resonac型マーケティングプロセスが全社で標準化され、浸透している。マーケティング部門(CMO組織)、事業部門、海外を含む営業販売部門が連携し、時代の市場ニーズに合致した新規案件を創出している ● 海外販社でのデジタルマーケティングが自動化されている。CRMシステムが営業・マーケティング活動可視化の標準インフラになっている

Resonac型マーケティングプロセス

Resonac型マーケティングとは、お客さま課題を特定し、自社の強みを価値に変え、提案する活動です



上記プロセスを用いて、CTO組織や各事業部と共にマーケティングを推進する

マーケティング戦略

マテリアリティの重要項目 (KPI) の目標と実績

P58 / マテリアリティと非財務KPI

KPIと2025年目標	2022年実績
顧客・市場起点の活動の活発化 ●顧客価値に資する製品パイプラインの充実	●MGAPやVPを軸にマーケティング実施
デジタル化の推進 ●デジタルマーケティングを活用した海外・地域情報発信強化 ●全社でのパイプライン管理一元化	●主要事業本部を中心にデジタルマーケティング活動実施 ●CRM全社展開に向けて事業課題抽出実施
顧客データベース充実化 ●顧客データベースを活用した事業の顧客戦略強化	●重要顧客を特定し、可視化システム構築に向けて課題把握

社会課題解決に向けた共創の取り組み

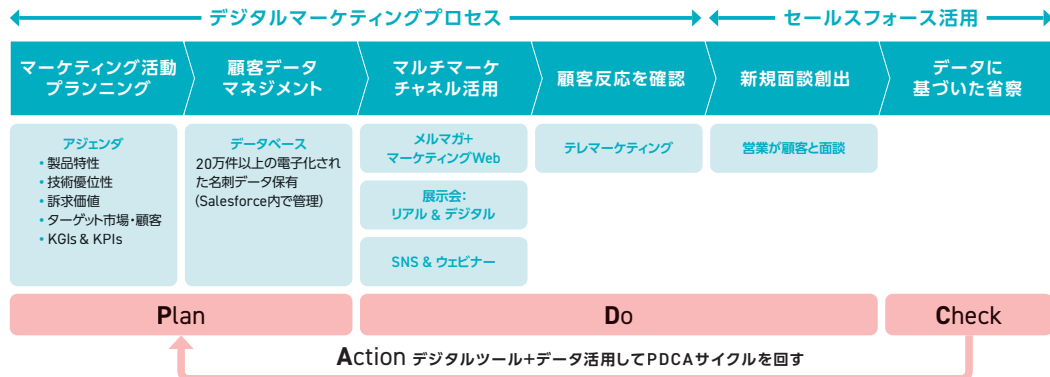
デジタルマーケティングの推進

DX

効率的且つ網羅的に市場へ価値提案を進めるには、デジタルプラットフォームの活用は欠かすことはできません。コーポレートマーケティング部ではCDO組織、各事業部関係者と連携しながら、Web、メールマガジン、ウェビナーなどを活用したデジタルマーケティングの推進と、マーケティング活動結果の可視化・共有化を目的としたCRMシステム活用浸透に取り組んでいます。

デジタルマーケティングチーム&CRMチーム活動概要

下記プロセスに基づき、全社のマーケティング活動を支援中



自動車関連市場へのマーケティング活動

Resonac型マーケティングプロセスの全社定着化を進めながら、研究開発・知的財産部門 (CTO組織) や事業部と連携し、今後持続的成長が見込まれる市場へのマーケティング活動を進めています。具体的には、今後自動車関連市場で急速な成長が見込めるEV向けバッテリーとモーター関連材料、エレクトロニクス市場向けではパワーモジュール関連材料の価値提案に注力しています。

パワーモジュールは、世界的なEV市場の拡大に伴い、EVに使用されるモーター駆動やバッテリーの充電に安定した電源を供給する役割を果たすものとして注目が集まっています。レゾナックではこの市場に対して全社横断型のプロジェクト組織、パワーモジュールクラスターを立ち上げ、単体製品提供でのビジネス創出ではなく、複合的な製品の組み合わせによる価値提供を実施しています。

P16 / パワーモジュール素材の評価において顧客との共創を始動

パワーモジュールクラスター構想の概要

