

デジタルベリー、製造業販促支援

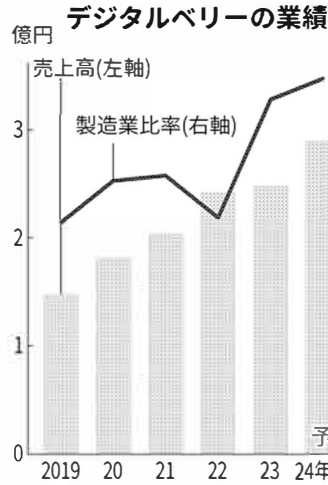
企画から発信 一気通貫

デジタルマーケティング支援のデジタルベリー（さいたま市）は製造業に特化したサービスを拡大する。企業の強みを伝えるホームページ制作を柱に、複数の製造業が出演する「バーチャル展示会」の運営も手掛ける。シンガポール社と提携して海外への売り込み支援も始めており、売りに上げる製造業の比率を7割強に高める計画だ。



デジタルベリーが手掛ける「製造業ドットコム」のサイト

サイト制作や仮想展示会 海外に売り込みも



製造業に特化したサービスは「製造業ドットコム」の名称で展開している。インターネットを通じて販売促進活動を企画した段階から情報発信まで一気通貫でサポートする。サービスの柱は大きく分けて二つ。一つ目がホームページやデジタルカタログの制作だ。ホームページの制作にあたっては担当者が企業を直接訪問し、工場見学などを通じてその企業の強みを把握する。企業とコンセプトを擦り合わせた上でキャッチフレーズを提案し、写真や動画を効果的にちりばめながら

製品の特性を効果的に伝えるデザインの手を制作する。

製造業が集積する埼玉県や北関東の入り口にあたる「さいたま新都心」に本社を置き、地理的な近さを生かして顧客への訪問頻度を高めるのが強みだ。顧客の大半がBtoB（企業向け）を主力とする製造業で、これまでに芝浦電子やリードなど上場企業を含めた350社のホームページやデジタルカタログを制作した。

もう一つの柱は2021年に始めたバーチャル展示会「製造業ドットコムEXPO」だ。サイトにバーチャルな企業ブースを設け、企業が売り込みたい製品などの情報を掲載する。期間を区切らず掲載が可能で、川崎重工業などが出展する。企業ブースでは製品の画像を並べ、訪問者が興味を持てばより詳しい機能の説明を確認することができる。ブース画面上にデジタルカタログを置いたり、動画を再生した

りすることも可能だ。実際の展示会に会場しているような使い勝手を心がけた。

製造業の海外展開を支援するサービスも拡大する。シンガポールのTAMSA Nと1月に業務提携し、英語や中国語によるサイトの作成をサポートする。将来は海外版のバーチャル展示会の開設も検討している。

デジタルベリーは赤羽根康男社長が04年に個人で創業した。主に製造業と埼玉県に拠点を置く企業や団体のデジタルマーケティング支援を手掛ける。

今後の成長エンジンに製造業を掲げており、赤羽根社長は「デジタル技術を使った販促のノウハウが乏しい製造業の販路拡大をサポートしたい」と話す。

24年3月期の売上高は約2億5000万円で、このうち製造業向けサービスの比率は66%。この比率は20年3月期の43%から大きく上昇した。製造業比率を25年3月期に70%以上に高める計画で、26年度に東京証券取引所のプロ投資家向け市場「TOKYO PRO Market」への上場を目指して準備を進めている。

（吉田渉）