

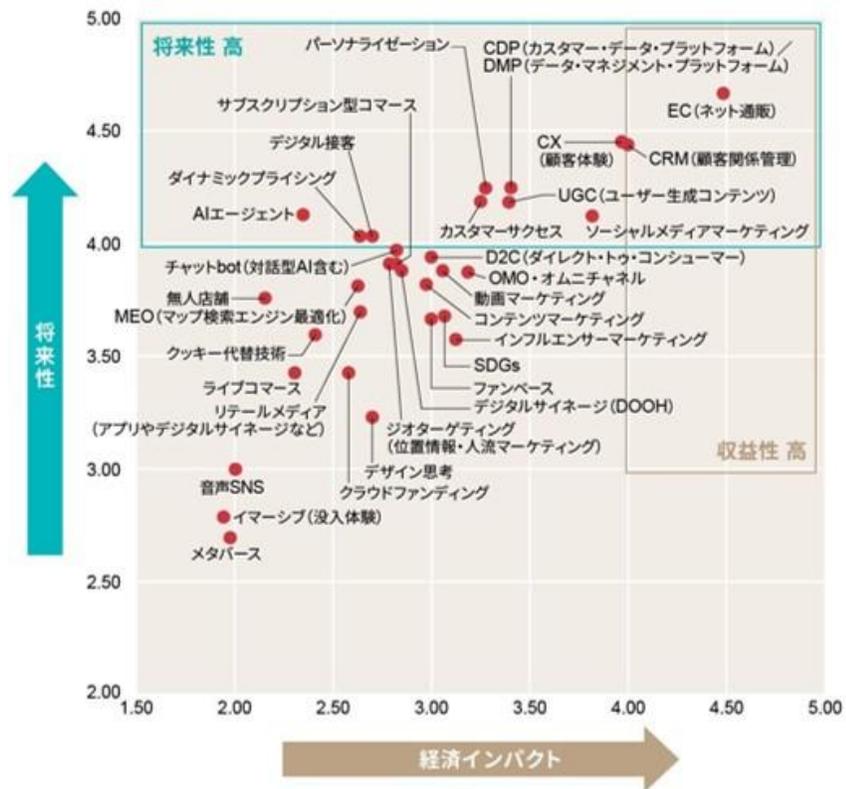
失敗最強の武器！ 成功に導くプロデュース術



企業の成長を加速させる アイリッジのビジネスプロデュース領域とは？

01

日経クロストrend「今後伸びるビジネス」2024年下半期この調査結果を通じて、
さまざまなビジネスの成長機会が明らかになった。



①AIを活用したマーケティング戦略の構築が重要

AIの活用により企業は顧客とのインタラクションを強化し、よりパーソナライズされた体験を提供することで、顧客満足度やブランド忠誠度の向上が期待できる。

②ユーザー生成コンテンツ (UGC) の取り入れ

企業が消費者との直接的な接点を作るための重要な手法でありUGCを活用することで、マーケティング活動をより効果的に展開し、消費者による口コミ効果を引き出すことが可能に。現代のマーケティング戦略に不可欠な要素となっている。

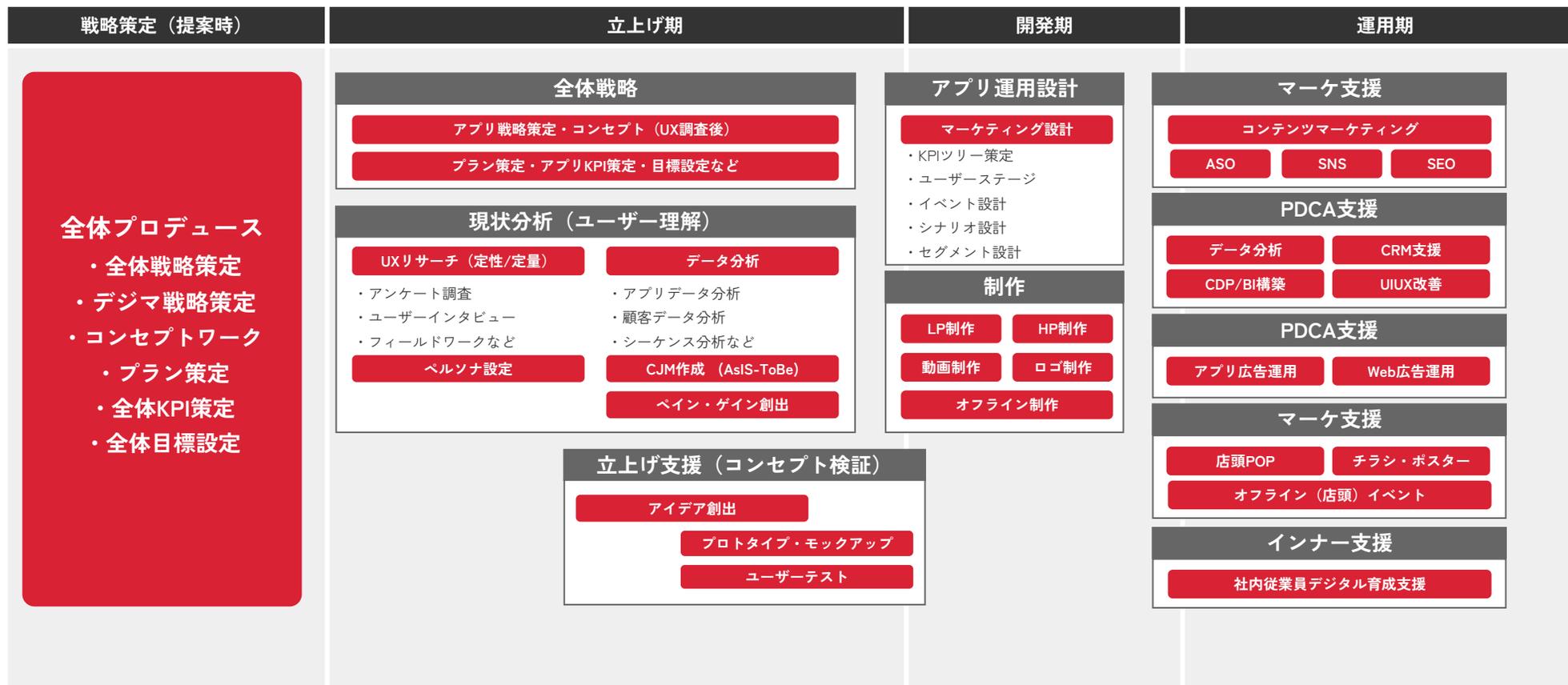
企業はこれらのトレンドに即応し、

迅速な意思決定と実行力で競争優位を築くことが必要

クライアントの戦略から課題解決までトータルで支援するプロデューススキーム

顧客が求める期待値は複雑になり、多様性を増している中で、

課題抽出からKPI設計や解決手段までビジネスの上流で必要とされる部分をトータルで支援可能です。



アイリッジは他社と比べて、以下の4つの点で優位性や差別性があると考えています。

OMO領域でのビジネス実績

企業の消費者向けスマートフォンアプリ開発にて、
アプリのアクティブユーザは月間9,300万MAUを超えた実績をもち、
単なる受託開発に留まらず、
顧客企業の戦略策定や課題解決を総合的に支援する
ビジネス創出力を発揮。

あらゆる課題に対する組織体制

アプリに関する体制はもちろんのこと、
プロモーションに関する、プロデューサー、プランナー、
ディレクター、コピーライター、デザイナー、等、
多様なプロフェッショナルを、揃えております。
各課題にあわせたチームビルディングをし、
プロジェクト成功へと導きます。

「戦略」×「実務」×「その後のPDCA」を一気通貫

アイリッジグループでは、
子会社の株式会社Qoilとチームを組んで、
企業や商品、サービスなどのマーケティングに
関するコミュニケーションデザイン全般を
、ボトルネックの分析から、オンライン・オフライン
を活用した戦略立案・プランニング、実行、改善まで
をトータルでおこないます。

セールスプロセス・マーケティング手法の 現状課題を整理し、優先度をつけて改善を実施

豊富な実績から導き出された成功パターンを
抽出したマーケティング手法のご提案が可能です。
一方で、マーケティング活動自体は、
製品・サービスの魅力がないと、
認知施策・CV施策を実施しても成果につながりません。
そのため、弊社では、まずは製品・サービスの魅力
の整理と各手法へのご支援まで可能です。

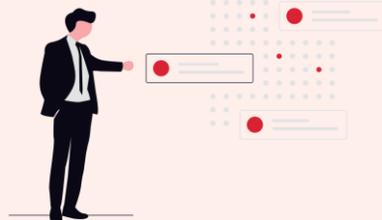
企業が抱える課題とその解決策

02

提供サービスについて
顧客コミュニケーションを
どう実施していけばよいか不明瞭



営業資料やパンフレットの説明が複雑で
お客様に理解してもらえず、
商談しても次になかなか進まない



従来の事業モデルでの収益が減少
新たな収益を生み出したい



サイトを来訪者が欲しい情報に
たどり着きにくく、離脱している



地方創生ビジネスをしたいが
どう進めたらよいかわからない



企業や商品、サービスなどのマーケティングに関するコミュニケーションデザイン全般を、ボトルネックの分析から、オンライン・オフラインを活用した戦略立案・プランニング、実行、改善までをトータルでおこないます。

提供サービスについて
顧客コミュニケーションを
どう実施していけばよいか不明瞭



営業資料やパンフレットの説明が複雑で
お客様に理解してもらえず、
商談しても次になかなか進まない



サイトを来訪者が欲しい情報に
たどり着きにくく、離脱している



従来の事業モデルでの収益が減少
新たな収益を生み出したい



地方創生ビジネスをしたいが
どう進めたらよいかわからない



TASK1

現状分析

TASK2

調査

TASK3

戦略設計

TASK4

施策実施

TASK5

運用

- 顧客課題整理
- 提供価値整理
- 受容性調査方向性整理
- ビジネス設計
- マイルストーン作成
- コンセプト設計
- 競合サービス市場環境分析
- 内部調査
- 外部調査
- 調査結果整理
- コミュニケーション骨子策定
- ペルソナ策定
- カスタマージャーニーマップ策定
- コミュニケーションKPI策定
- 事業計画
- 事業に対するPOC
- 前段の方針に合わせた開発
- 前段の方針に合わせた制作
- 定量分析 (KPI)
- 定性分析 (インタビューなど)
- 改善プランの提案

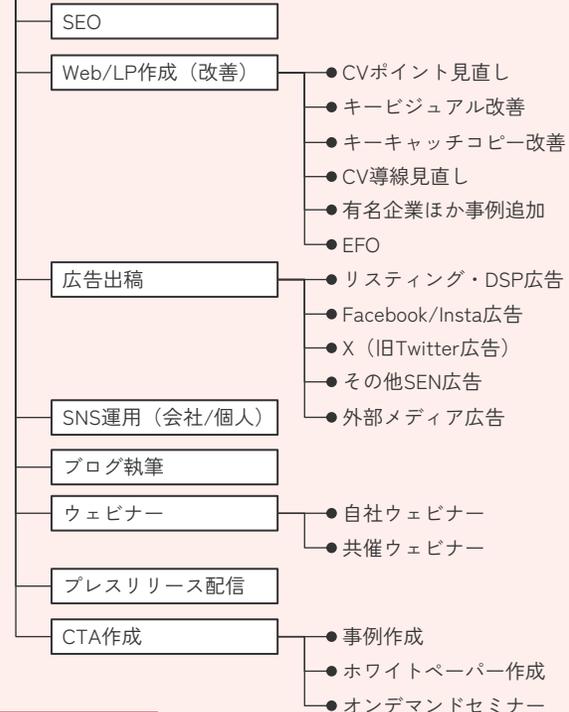
支援のパターン別プランの一例は下記になります。

No	項目	内容	ライトPlan	スタンダードPlan	プレミアムPlan
1	現状全体戦略分析	事業・サービス戦略の現状課題整理	○	○	○
2	現状プロモーション戦略分析	ポイントやキャンペーン、コンテンツの現状課題整理	○	○	○
3	ヒューリスティック分析	サイトのUIUX面のヒューリスティックによる現状課題整理	○	○	○
4	アクセス分析	GAなどでのサイトアクセス解析による現状課題整理	△	○	○
5	CRM戦略分析	メルマガなどのCRM戦略の現状課題整理	—	○	○
6	ターゲット分析	現状ペルソナ・カスタマージャーニーマップの現状課題整理	—	○	○
7	ワークショップ分析	貴社関係者で半日かけてのワークショップによる課題整理	—	○	○
8	顧客インタビュー調査	既存会員に対して利用インタビュー調査	別途費用		
9	潜在顧客インタビュー調査	契約者のうちサービス未利用ユーザーのインタビュー調査	別途費用		
10	ペルソナ策定	現状課題をもとにあるべきターゲットの次期ペルソナ策定	—	—	○
11	カスタマージャーニーマップ策定	No.10をふまえ次期カスタマージャーニーマップ策定	—	—	○
12	次期全体戦略策定	上記1~11をふまえ今後の全体戦略像を策定	—	—	○
13	次期プロモーション施策策定	上記1~11をふまえ来期コミュニケーション施策を策定	—	—	○
14	契約形態	支援にあたっての契約形態	準委任（最低3か月～）		

なかなか整理しきれない様々な課題をアイリッジグループが支援することで新たな視点での課題整理が行えます。

市況からプロダクトまで今置かれている状況と目指すべき将来像を見据え多面的に状況を分析
課題解決に最適なマーケティング手法を選定・ご提案して実施

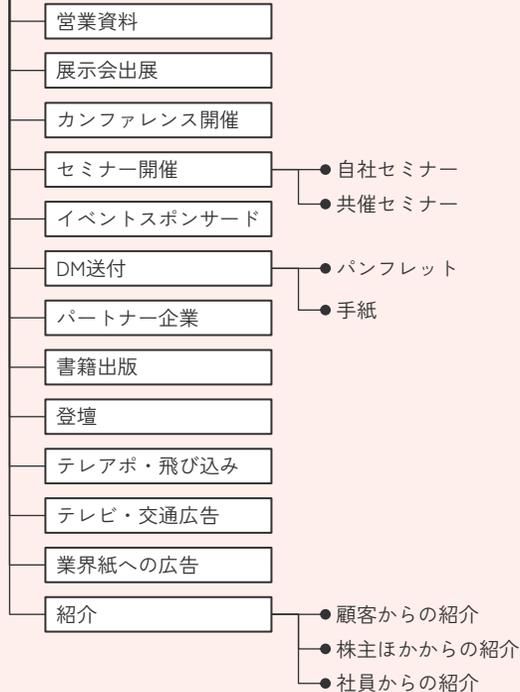
リード獲得（オンライン）



リード育成



リード獲得（オフライン）



商談獲得例

- インサイドセールス部隊を立ち上げる
- リードに5分以内に架電する
- 6回以上、フォローコールをする
- 失注顧客に定期的にフォローする
- SFA導入

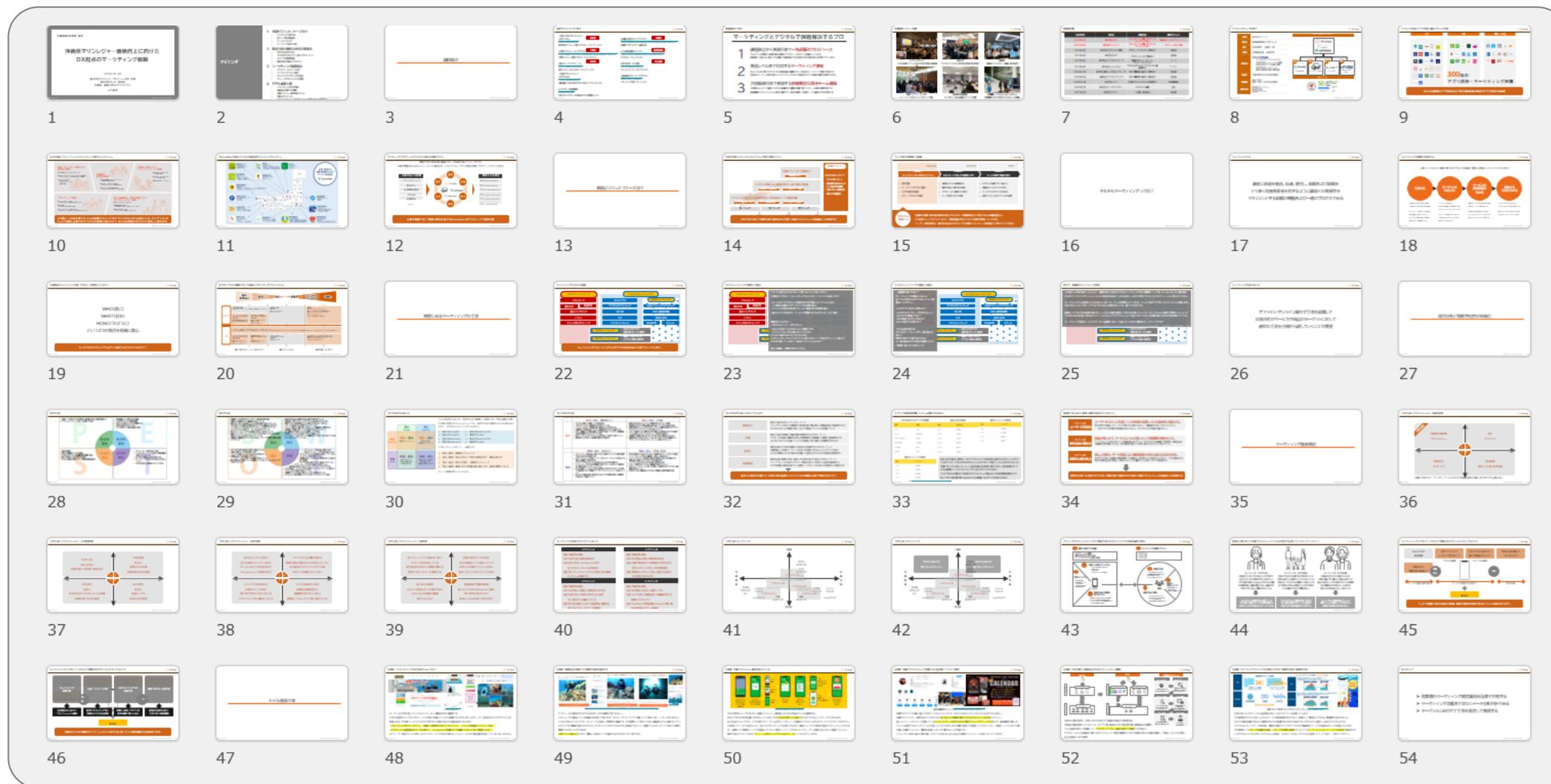
商談数最大化例

- アポ時間を30分で設定・片道1時間以上かかるアポに行かない
- オンライン商談を活用する
- コアタイムに社内会議を入れない
- フィールドセールスとインサイドセールスを分ける
- 事前に電話やメールで先方の課題をヒアリングする
- 提案資料のフォーマット化を進める

受注率最大化例

- 競合との比較表を作成する
- 提案・見積書提出の期間を短縮する
- 納品物・ツールのデモ画面を用意する
- 受注企業の傾向/失注原因を分析する
- 営業ロープレを定期開催する

コンサルティングとは違いマーケティング戦略から実務施策案までも策定し実行することが可能です



The grid displays 54 numbered thumbnails, each representing a different output from the marketing strategy to implementation process. The thumbnails include:

- 1: Title slide for a presentation on digital marketing strategy.
- 2: Table of contents or agenda.
- 3: Simple line graph.
- 4: Comparison table of metrics.
- 5: List of 3 key points for digital marketing implementation.
- 6: Grid of photos showing people in a meeting.
- 7: Table with data and text.
- 8: Organizational chart or process flow diagram.
- 9: Dashboard with various charts and a '300%' indicator.
- 10: Detailed dashboard with multiple charts.
- 11: Network diagram with nodes and connections.
- 12: Circular process diagram with 5 steps.
- 13: Simple line graph.
- 14: Text-based slide with a call to action.
- 15: Slide with a large orange circle and text.
- 16: Slide with a large white circle and text.
- 17: Slide with text and a small diagram.
- 18: Circular diagram with 3 main components.
- 19: Slide with text and a small diagram.
- 20: Slide with a table and text.
- 21: Simple line graph.
- 22: Slide with a table and text.
- 23: Slide with a table and text.
- 24: Slide with a table and text.
- 25: Slide with a table and text.
- 26: Slide with text and a small diagram.
- 27: Simple line graph.
- 28: Pie chart with 4 segments labeled P, E, S, T.
- 29: Pie chart with 4 segments labeled U, O, S, T.
- 30: Table with data and text.
- 31: Table with data and text.
- 32: Table with data and text.
- 33: Table with data and text.
- 34: Slide with a table and text.
- 35: Simple line graph.
- 36: Diagram with a central circle and four arrows pointing outwards.
- 37: Diagram with a central circle and four arrows pointing outwards.
- 38: Diagram with a central circle and four arrows pointing outwards.
- 39: Diagram with a central circle and four arrows pointing outwards.
- 40: Table with data and text.
- 41: Diagram with a central circle and four arrows pointing outwards.
- 42: Diagram with a central circle and four arrows pointing outwards.
- 43: Diagram with a central circle and four arrows pointing outwards.
- 44: Diagram with a central circle and four arrows pointing outwards.
- 45: Diagram with a central circle and four arrows pointing outwards.
- 46: Slide with a table and text.
- 47: Simple line graph.
- 48: Slide with a table and text.
- 49: Slide with a table and text.
- 50: Slide with a table and text.
- 51: Slide with a table and text.
- 52: Slide with a table and text.
- 53: Slide with a table and text.
- 54: Slide with text and a small diagram.

アイリッジグループでしたら単なるコンサルティング会社とは違い、戦略設定から実装までご支援可能です。
アプリUI設計制作、アプリ開発、プロモーションなど最適なチームを都度組成可能です。



主なプロデュース領域における実績

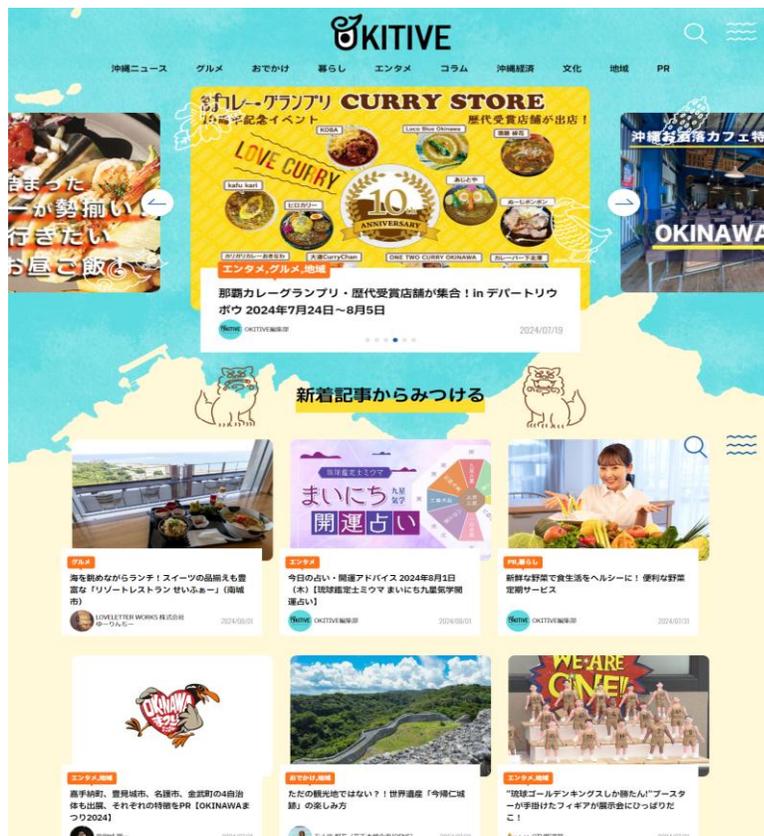
03



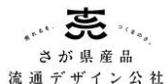
OKITVE～沖縄地域活性化実績

沖縄テレビ放送株式会社

沖縄テレビ放送社が提供する沖縄に関するヒト・モノ・コトを軸に、あらゆる切り口で情報をお届けする沖縄エリア特化型メディア「OKITIVE」の立ち上げから運用をプロデュース。魅力的なコンテンツ発信に加え、デジタル広告やキャンペーン企画などのサイト集客施策も活用し、成長してきました。また、外部メディアへのコンテンツ販売や企業とのメディアの共同運営等のアライアンス戦略も含めサイト集客施策、広告営業に関わる支援、オリジナルコンテンツの企画設計・制作、スタッフマネジメントなどのご支援しています。



itive/
e
@otv-okinawa
m/okitve.official/



LINKFUN～さが推しポイント

さが県産品流通デザイン公社

佐賀県産品の継続的な購入課題に対して、LINKFUNを活用したポイントプログラムで解決。店舗への来店や購入などのアクションに対してポイントを付与。貯まったポイント数に応じて佐賀のイイモノと交換できるプログラムの実現により、継続的な商品購入やユーザーの横断的な行動を喚起。ポイントの付与および、それを貯めて佐賀のイイモノと交換することで、推してくれたことに対する感謝の還元を実現している。クリエイティブ全般、ロゴ・LP・リーフレット制作、LINEミニアプリ企画運営。



“佐賀する”たびに、どんどん貯まる、佐賀好きのためのマイルージ

＜ポイント付与期間＞
2024. 5.19(日)～2025. 1.31(金)

＜景品受け取り期限＞
2024. 5.19(日)～2025. 2.28(金)




“佐賀する”たびに、どんどん貯まる、佐賀好きのためのマイルージ

ポイント付与期間
2024. 5.19(日)～2025. 1.31(金)

景品受け取り期限
2024. 5.19(日)～2025. 2.28(金)



貯まったら、佐賀のいろんなイイモノと交換できちゃいます!!

さが推しポイント 2024

佐賀を食べたり、観たり、楽しむと貯まるマイルージ!

交換できる佐賀の“イイモノ”

5ポイント貯めると交換できる



推しに感謝!

5ポイントを貯める

さが県産品流通デザイン公社

HITACHI
Inspire the Next

地域金融機関向け BtoBtoCマーケティング支援

株式会社 日立製作所

日立製作所のDBX2024出展に向け、3つの金融ソリューションのコミュニケーション戦略を立案し、ツールを作成しました。マーケティング支援では、「未来の銀行」というビジョンを策定し、各ソリューションが地域金融機関にもたらすベネフィットを可視化。担当者の態度変容を促すための最適なコミュニケーション手法を提案しました。その結果、未来の銀行像を描いたイメージ動画、各ソリューションのプレゼン資料、オンラインセミナー用プレゼン動画を制作しました。





PREMIER ANTI-AGING

DUO MENブランドコンセプト開発

プレミアアンチエイジング株式会社

DUOシリーズからメンズVer.が発売するにあたりコンセプトからキーコピー、キービジュアル、WEBサイトまでを制作。ターゲットインサイトの深掘りによりコピーやステートメントを開発。また、ビジュアル・トーン面では数多いDUOシリーズの中からメンズ用の商品ということが直感的に理解でき、登場感まで意識したデザインとしています。



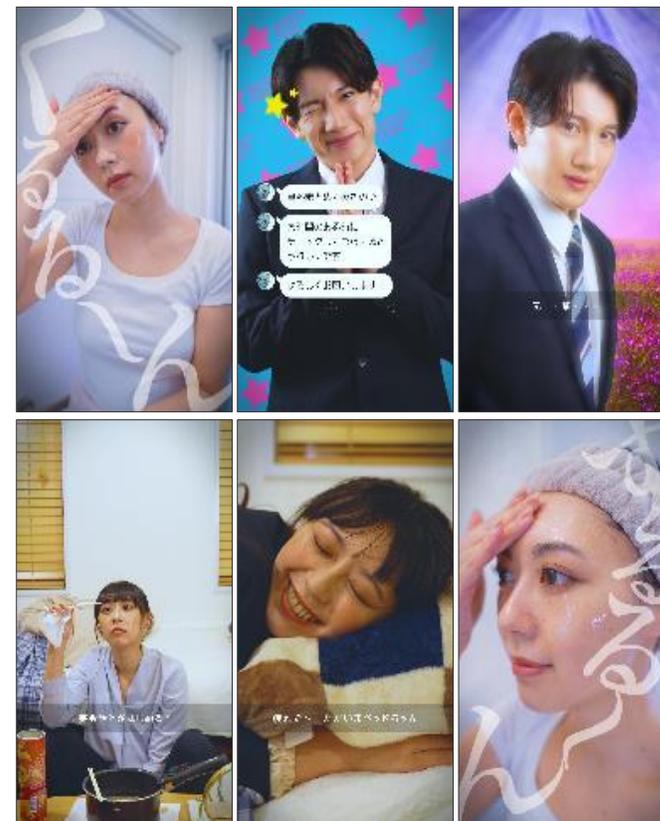


「ビオデルマ」SNSショートドラマ

NAOS JAPAN株式会社

新商品『ミセラーオイルクレンジング』の日本初上陸プロモーションとして、WEBショートドラマを企画・制作。特に若年層の認知獲得・親和性の構築をめざし、TikTokを軸としたグランドデザインを設計。

「クレンジングは煩わしい」ターゲットの本音と生活に寄り添った打ち出しにより、TikTok単独で260万以上の再生数を獲得。グローバルを通して、ブランドWEB施策最大級の露出となりました。





バレンタインプロモーション SNS運用

ゴディバ ジャパン株式会社

ゴディバジャパンのTwitter/Instagram/Facebook投稿運用を実施。

GODIVAの年間最大商戦期となるバレンタインプロモーション期間でのSNS運用を実施。

専属のディレクター・デザイナーをアサインし、月50本以上にも及ぶ投稿をコントロール。

各種SNSの特性を生かした運用を実施。

▼Twitterアカウント

ゴディバの公式アカウントです。商品やキャンペーンなどの最新情報をお伝えしていきます。基本的にリプライ。ダイレクトメッセージへのご返信・フォロー返しはしておりませんので、予めご了承ください。

2016年6月からTwitterを利用しています

150 フォロー中 20万 フォロワー

ツイート ツイートと返信 メディア いいね

確定されたツイート

ゴディバ @Godiva_JPN · 7月15日

#ゴディバ | #ミニオン
カップアイス「チョコレイトバナナ(バナナピューレ入り)」
一緒に食べたい友達にシェア！ペアで当たる
「ゴディバギフト券1,000円分」を抽選で50組100名さまにプレゼント

応募方法
①ペア2名さまで @Godiva_JPN をフォロー
②互いにメンション&当投稿を引用RT

▼Instagramアカウント

godiva_japan

投稿1361件 フォロワー17万人 フォロー中65人

GODIVA
小売・販売
1926年創業、ベルギーの高級チョコレートブランド「GODIVA」の日本公式Instagramアカウントです。
www.godiva.co.jp

Happiness NEW スマホで使... ゴディバご... ショコリキ... アイスギフ...

投稿 リール 動画 タグ付けされている人

#godiva #ゴディバ #androsy

▼Facebookアカウント

GODIVA Belgium 1926

50th ANNIVERSARY

Godiva Japan (ゴディバ ジャパン)

Godiva Japan (ゴディバ ジャパン)

ベルギーを代表する高級チョコレートブランド「ゴディバ」の日本公式Facebookページです。

ゴディバは、90年以上にわたるベルギーチョコレート製造の伝統に裏打ち、世界中で愛されている、高級チョコレートのリーディングブランドです。トリュフやトリュフチョコレートをはじめ、クッキー、アイスクリム、チョコレートドリンクの「ショコリキター」、ピスタチオ、焼き菓子、コーヒーなど、

沖縄テレビとアイリッジ、 デジタル戦略事業におけるビジネス拡大に向けて業務提携

リリース概要

株式会社アイリッジと沖縄テレビ放送株式会社は、デジタル戦略事業におけるアプリビジネスおよび会員プラットフォームなどのビジネス拡大を企図し、相互に協力して進めていくことを目的とした業務提携契約を締結したことを発表します。

業務提携の背景

インターネットやSNSの普及により、従来のメディアの「希少性」は失われ情報過多の時代となりました。その結果、視聴者は自ら価値ある情報を選ぶようになり、従来の広告モデルは限界を迎えています。こうした変化に対応するため、沖縄テレビの情報網と、アイリッジのアプリデータを活用した顧客コミュニケーションの知見を掛け合わせ、新たな視聴者体験を創出します。

取り組み概要

沖縄テレビとアイリッジが共同運営する沖縄特化型Webメディア「OKITIVE」は、両社のシナジーにより成長期を迎えています。沖縄テレビはこれに続く新たな会員制アプリメディアを2025年内に構築予定です。3つの媒体を活用し、視聴者との関係を強化し、長期的な信頼構築を目指します。



本リリース記事のURL：<https://iridge.jp/news/202412/37458/>

酒匂 紀史氏がエグゼクティブクリエイティブディレクターに就任 アイリッジ・Qoil組織変更のお知らせ

リリース概要

株式会社アイリッジと連結子会社でマーケティングに関するコミュニケーションデザイン事業を展開する株式会社Qoilは、2024年5月9日付で、酒匂 紀史（さこう のりひと）氏が新たにエグゼクティブクリエイティブディレクターとして就任したことをお知らせします。

ブランドプロデュースおよびクリエイティブディレクションで多数の実績を持つ酒匂 紀史氏をエグゼクティブクリエイティブディレクターとして迎えることで、今後は新体制のもと、ビジネスプロデュース支援をさらに加速させ、より一層高いレベルの課題解決と価値提供に取り組んでまいります。

酒匂 紀史氏 プロフィール

ブランドプロデューサー / クリエイティブディレクター
株式会社DOKAVEN代表取締役
名古屋大学卒。98年電通入社。2014年クリエイティブディレクターに就任。
代表作は、PayPay、UL・OS、ユーグレナ、UCCブラック無糖、味の素ピュアセレクトマヨネーズ、PRIUS、ラクスル等。
2021年より株式会社DOKAVEN代表取締役。
クリエイティブ業やプロデュース業に加え、共同事業開発などを手がける。



本リリース記事のURL：<https://iridge.jp/news/202405/36121/>

クリエイティブアワード『U35 Creative & Communication Award 2024』で Qoilのコミュニケーションプランナーが最優秀賞を受賞

リリース概要

Qoilのコミュニケーションプランナー馬場由峰が、

『U35 Creative & Communication Award』で最優秀賞を受賞しました。

このアワードは、35歳以下のビジネスパーソンを対象に、課題解決型のクリエイティブを競うものです。

Qoilの馬場は、株式会社マガジンハウスから課題提供された、

「漫画『恋とか夢とかてんてん』をベストセラーに育てる施策提案」にエントリーし最優秀賞を受賞しました。

- ・『U35 Creative & Communication Award 2024』結果発表

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000021.000032566.html>

- ・漫画『恋とか夢とかてんてん』：<https://shuro.world/manga/koiyumetententen/>

馬場 由峰 プロフィール

株式会社Qoil コミュニケーションプロデュース部 コミュニケーションデザイングループ

コミュニケーションプランナー

博報堂DYグループのデジタル領域を担うグループ会社で、SNSを軸にしたキャンペーン企画の立案やプロデュース、広告プロダクト拡販のための戦略立案、外資系プラットフォームと協業した新規ビジネスの立ち上げなどに従事。その後クリエイティブエージェンシーへ転職し、プロデューサー経験を積んだ後、2023年Qoil入社。コミュニケーションプランナーとして、オンライン/オフラインを横断したプロモーションの企画立案やコミュニケーション設計、および事業戦略の立案なども担当。



本リリース記事のURL：<https://www.qoil.co.jp/news/20241206/>

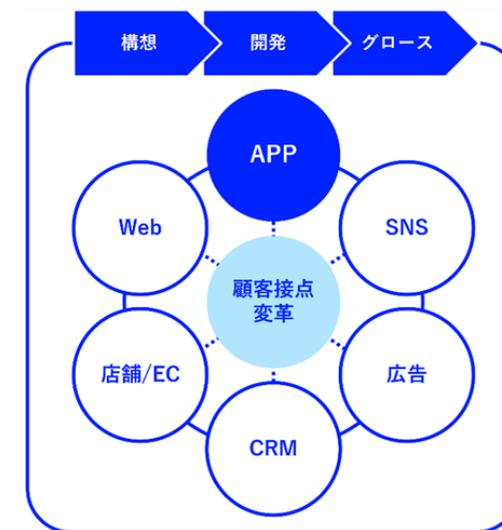
博報堂とアイリッジが資本業務提携 アプリ開発を軸に顧客接点の変革業務を行う合併会社の設立へ

リリース概要

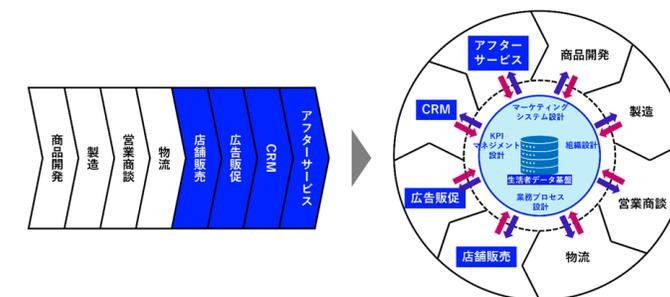
株式会社博報堂と株式会社アイリッジは、
デマンドチェーンおよび顧客接点変革の協業拡大を目的として資本業務提携契約を締結しました。この提携により、アプリ開発を中心とした顧客接点の変革業務を行う合併会社を2025年2月に設立予定です。新会社は、ビジネスデザイン、マーケティング、プロジェクトマネジメント、プランニング&コンサルティング、エクスペリエンスクリエイティブの各機能を実装し、顧客接点の全体構想から開発・運用・成長支援までを一貫して提供します。博報堂の生活者接点デザインのクリエイティビティと、アイリッジのアプリ開発力を組み合わせることで、企業のデマンドチェーン変革を加速させることを目指します。この提携に伴い、アイリッジは博報堂を割当予定先とする第三者割当増資を実施し、博報堂はアイリッジの普通株式142,100株を取得します。詳細はアイリッジのIRニュースをご参照ください。

新会社設立の背景

アプリ開発市場は成長を続け、AI活用などの技術進化とともに拡大が見込まれています。
また、アプリは生活者データの蓄積拠点となり、CRMやデータ活用などの周辺市場も魅力的です。
博報堂の開発支援プログラムにアイリッジのシステム実装力を加え、顧客接点の変革を一気通貫で支援します。



円形に繋がる統合型のデマンドチェーンに



本リリース記事のURL：<https://iridge.jp/news/202501/37683/>

顧客VOICE：社員のマインドまでも変えてしまった、 沖縄情報メディア『OKITIVE（オキティブ）』がもたらした効果とは

沖縄情報メディア『OKITIVE（オキティブ）』の立ち上げ



プロジェクト開始当初、沖縄テレビの社員は放送業務に情熱を持っていたため、新しいデジタル分野に挑戦する必要性を感じにくい状況でした。特に「誰が担当するのか」という問題があり、放送終了＝コンテンツ終了という意識も根強かったです。さらに、社内のホームページも拡張性が低く、課題は多いものの解決できる人がいない状態でした。そんな中、國吉さんの部署異動と、デジタルに強い山下さんの存在が重なり、取り組みが一気に進みました。結果として、デジタルメディアへの挑戦が本格化しました。

自信を持って言える「沖縄テレビには『OKITIVE』がある！」

ローカル局は長年同じ事業を続けてきましたが、通信技術の進歩やSNSの発展により、新たな情報発信の必要性が高まっています。しかし、新しい挑戦の機会が少なく、マネタイズの難しさからモチベーションを維持しづらい課題がありました。放送だけでなくWebでも情報を発信すべきですが、誰が担当し、どう収益化するかは明確ではありません。そこで、2～3年で100万PV、3～4年で1000万PVという目標を掲げ、インターネットや新規事業の立ち上げを行いました。その方向性を引っ張る知識がある社員が少なく、社外の専門家の意見として山下さんの参画を機に社内の意識も変化しました。テレビだけでなく、Webサイトを通じた情報発信がアクセスにつながっていることを示せるのは、若い社員たちにとっても大きなモチベーションになっています。また、リクルートの場合でも『OKITIVE』の話題が多く、会社のブランディングにも繋がっていると強く感じています。



本リリース記事のURL：<https://iridge.jp/blog/202411/37071/>

顧客VOICE：本当のゴールは「動画制作」の先にあった。 コミュニケーションのプロと一緒に作り上げたものとは



プロジェクトのはじまり

銀行の来店頻度減少と非対面コミュニケーションの加速に対応するため、デジタル領域の拡大が求められていました。金融機関の業務効率化やDX化を支援し、地域金融機関の競争力向上を目指すソリューションが提供を始めました。金融機関と外部システムの柔軟な連携により、高い安全性を維持しつつオープンイノベーションを推進。日立はサービスの伝え方が「堅い」という課題を抱え、従来の一対一の説明では効果的な訴求が難しいと感じていました。そこで、対外的なアピールの機会として「DBX2024」に合わせ、動画制作に取り組みました。

本当のゴールは「動画制作」の先にある

プロジェクトが始動する前は、こちらで要望をあらかじめ用意しておく必要があるのかなと思っていましたが、初回の打ち合わせで「何を訴えましょうか？相手はどなたですか？」という整理から入ってもらえたことは新鮮な気付きを感じました。関連性の低い3つのソリューションを、地域が抱える課題に対してそれぞれのソリューションで近い未来こんなことが実現できます、というまとめ方ができたことがすごいなと思いました。

とある銀行さんにご提案する機会があったのですが、法人ポータル自体に様々な最終目標が考えられるので、銀行として何をゴールにするかを悩みに対し、動画でイメージをお伝えできたことで、

「これを経営層に伝えれば、まさにこのままいけるんじゃないか」と言うほど納得していただけました。改めて、映像でイメージをお伝えできることが有用であると思えました。



本リリース記事のURL：<https://iridge.jp/blog/202405/36063/>

お問い合わせはこちら



<https://iridge.jp/>



dep-mk@iridge.jp



03-6441-2441

サービス紹介

https://iridge.jp/service/biz_produce/