

申込書

流通 小売 EC業界 向け アナリティクス フォーラム

他社と差別化するデータ・ドリブン・マーケティング

～迫るAI時代における『データ活用』と『マーケティング戦略』とは～

2017年2月10日(金) 9:30～17:00 / ステーションコンファレンス東京 〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-7-12 サビアタワー5階

▼ 下記個人情報の取り扱いに同意のもと、申込欄に名刺を貼付していただくか、必要事項を記入し、FAXでお申込ください。

申込日	年	月	日
-----	---	---	---

お申込み方法

- ・申込欄にお名刺を添付していただくか、必要事項をご記入の上、FAXにてお申込みください。
- ・複数名でお申込みの場合、申込書をコピーの上、お一人様ずつお申込みください。
- ・お申込みされた方には、後日受講証を送付いたします。当日は受講証とお名刺をご提示の上、ご入場ください。
- ・定員になり次第、お申込みを終了いたします。予めご了承ください。

お支払い

ご登録後、順次、請求書と受講証をお送りいたします。参加料のお支払いは、請求書到着後、銀行振込で指定の事務局専用口座宛にご入金願います。

キャンセルについて

キャンセル期日は開催7日前までとなります。キャンセル希望の場合は、期日迄にEメールまたはFAXにてお知らせください。お電話でのキャンセルはお受けできません。受信後、弊社からキャンセル受領の確認をEメールまたはFAXにて返信します。以上をもって、キャンセル手続きの完了となります。開催日6日前からのキャンセルはお受けできませんので、代理の方の出席にてご対応ください。

参加料 (お一人様/税込)

¥ 28,000

氏名	フリガナ (※必ずご記入ください)		
名刺貼付枠			
会社名	業種		
部署	役職		
住所 〒			
TEL	FAX		
E-mail	※お申込みの登録確認、開催のご案内を差し上げますので、出来る限りご記入ください。		
記入者氏名 (ご参加者と同じ場合は不要)	支払い担当者		

お申込みFAX番号

03-3518-6534

右記ウェブサイトからもお申込みいただけます

<http://www.b-forum.net/analytics2017>

お問い合わせ 株式会社ビジネス・フォーラム事務局 〒101-0052 東京都千代田区神田小川町2-2 センタークレストビル9F TEL:03-3518-6531 受付時間 9:30～18:00 (土・日・祝日を除きます)

個人情報の取り扱いについて

- * 本申込書でご提供いただく個人情報は、イベント参加申し込みを適切に受け付けて管理するため、及び弊社が提供するサービスに関する情報を電子メール等でご提供するために利用します。
- * 個人情報の第三者提供について：当個人情報は、以下の通り第三者に提供いたします。
[第三者に提供する目的] 本イベント主催企業、後援企業、協賛企業などに情報提供するため。
[提供する個人情報の項目] 御社名、部署名、住所、TEL、FAX、お名前、メールアドレス、他本申込書でご提供いただいた項目。
[提供の手段又は方法] 直接書面、または電子データにて提供いたします。
[当該情報の提供を受ける者又は提供を受ける者の組織の種類、及び属性] 当該情報の提供を受ける者は、本イベント主催企業、後援企業、協賛企業など。
[個人情報の取扱いに関する契約がある場合はその旨] 弊社と本イベント主催企業、後援企業、協賛企業などとの間に個人情報の取扱いに関する契約はございません。
- * 当個人情報の取扱いを委託することがあります。委託にあたっては、委託先における個人情報の安全管理が図られるよう、委託先に対する必要かつ適切な監督を行います。
- * 当個人情報の利用目的の通知、開示、内容の訂正・追加または削除、利用の停止・消去および第三者への提供の停止(「開示等」といいます。)を受け付けております。開示等の求めは、以下の「個人情報苦情及び相談窓口」で受け付けます。
- * 任意項目の情報のご提供がない場合、最適なご回答ができない場合があります。
- <個人情報苦情及び相談窓口> (株) ビジネス・フォーラム事務局 取締役 個人情報保護管理者 松田 / TEL: 03-3518-6531 (受付時間 9:30～18:00 土日祝日除く)

流通 小売 EC業界 向け アナリティクス フォーラム

他社と差別化するデータ・ドリブン・マーケティング

～迫るAI時代における『データ活用』と『マーケティング戦略』とは～

開催日時 2017年2月10日(金) 9:30～17:00 (受付 9:00～)

会場 ステーションコンファレンス東京 503ABCD

〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-7-12 サビアタワー5階

アクセス JR東京駅日本橋口直結、新幹線日本橋口改札徒歩1分、八重洲北口改札徒歩2分

東京メトロ東西線大手町駅B7出口直結

[<http://www.tstc.jp/tokyo/access.html>]

参加定員 150名 (事前登録制)

参加対象 小売・流通・EC・消費財関連企業における経営層、および経営企画・マーケティング・IT・新規事業(ビジネス)開発・市場創造や顧客満足度向上への施策に従事されている管理職の方々



開催趣旨 現在、注目を集めている先進テクノロジーのひとつが、AI(人工知能)です。その変遷を紐解いてみると、まずは、迷路の脱出やチェスで勝つなどの問題をAIが解決することが「推論・探索」によって目指された第一次的ブームともいえる1950年代。次にクイズ王と対戦するなど「知識の取り込み」を行い、エキスパートなシステムとしてAIが実力を発揮し、より実用化へと近づいた時代。そして、まさに今、デジタル化が進むビジネス環境と相まって、膨大なデータを利用した統計的アプローチである「機械学習」、膨大なデータ収集から複数層に渡る情報を組み合わせることで特徴を自動抽出することができる「ディープラーニング」をきっかけとして様々な可能性が示唆され、今後のビジネスにおける新たな価値創造・提供へのドライバーになるとも言うべき、強力なツール・武器として脚光を浴びています。

また、今後デジタル化はより早く、深く進んでいくと予想され、企業活動における様々なシーンから生み出され、収集される膨大なデータは、もはや企業戦略を考えるうえで切っても切り離せない、必要不可欠な資源になったといっても過言ではありません。とりわけ、他業種と比較しても一般消費者(生活者)の嗜好やライフスタイルに合わせビジネスを展開する、流通・小売・EC業界の企業にとって、日々蓄積されるデータの代表格であるPOS(Point of sale)やFSP(Frequent Shoppers Program)、そしてモバイルの普及によって変化した顧客接点・購買行動履歴から得られるデータ、SNSなどで拡散していく顧客主導のデータは、顧客を深く・早く知り、これから新たな価値提供を実現するうえで、最も重要な差別化のファクターになります。

このような背景から、**データ活用に軸をおいた戦略構築やマネジメントスタイルへ刷新すべきタイミングに差し掛かっているのは明白であるもの、日々生み出される膨大なデータの量と統一されていないバラバラなデータを目の前に二の足を踏み、積極的なデータ活用へと踏み込んでいないのが、現実ではないでしょうか。しかし、手をこまねいてばかりはいられません。時代は確実かつスピーディーにデジタル化へとパラダイムシフトが進んでおり、マネジメントに携わる皆様は顧客データ分析に紐付いた新しいサービスや新たな価値提供、またデータ分析を活用した迅速かつ効率的な意思決定を戦略的に取り込むことで、差別化と勝ち残りを図っていく、そんなタイミングに差し掛かっているといえます。**

本フォーラムでは、先進テクノロジーを本格的に活用する時代の到来を見据え、流通・小売・EC業界において、データ活用を積極的かつ先進的に取り入れている企業事例の考察から、データドリブンをキーワードに「マーケティング」、「新たな顧客関係構築」、「顧客体験価値創造」といった新時代の顧客マネジメントのあり方を、マネジメント層が抑えておくべきポイントやヒントとともに考察・検証いたします。変化・改革へ挑まれるビジネスリーダーの皆様のご参加を、お待ちしております。

主催：株式会社ビジネス・フォーラム事務局
特別協賛：日本アイ・ビー・エム株式会社 協賛：株式会社アクティブコア



9:00 ● 受付

9:30-10:30 ● Top Executive Guest Speech 今後のマーケティング戦略におけるトップマネジメントの考え方

ソニーのマーケティング戦略 ～ソニーファン創造にむけたデジタルマーケティング～

- ソニーのチャレンジ
- ソニーのマーケティング戦略
 - コミュニケーション戦略の進化 ～プロダクトマーケティングとカスタマーマーケティングへ～
 - リアルとネットの融合 ～デジタルマーケティング事例～
- ソニーファン創造にむけて

ソニーマーケティング株式会社 代表取締役社長 河野 弘 氏

プロフィール 1962年6月11日生まれ。1985年4月ソニー(株)入社。米国欧州など海外の家電市場のセールスマーケティングに携わる。米国でのeコマースビジネスの責任者、(株)ソニー・コンピュータエンタテインメントジャパンアジアのプレジデントなどを歴任。現在、ソニーマーケティング(株)代表取締役社長に就任しグローバルのデジタルマーケティング戦略、並びに国内のセールスマーケティングを担当する。



講演内容のポイント

継続的な顧客価値創造に向け、デジタルの活用と強化、リアル店舗の戦略的な位置づけや狙いは、その特性をどのように活かしていくべきでしょうか。米国欧州などのセールスマーケティングやeコマースビジネスでのマネジメントのご経験を有し、現在、グローバルのデジタルマーケティング戦略、そして国内のセールスマーケティングを統括する役割を担っていらっしゃる河野様より、マーケティング戦略全体を考えるうえで、「マネジメント層が押さえておくべきポイント」などに触れていただきながら、自社のお取り組みとともにお話しいただきます。

10:30-11:20 ● Main Sponsor Speech AI × マーケティングの最前線! × 国内外の先進事例

IBM Watsonが加速するデータ・ドリブン・マーケティング

本講演では、IBM Watson Marketingの国内外の事例と共に、コグニティブ・マーケティングの実現に向けて企業が準備すべきポイントについて解説します。

- デジタルマーケティングとWatsonマーケティングの違いとは?
- IBM Watsonを活用したマーケティングの事例を紹介
- Watsonをマーケティングに活用するために今から準備すべき事とは?

日本アイ・ビー・エム株式会社 コグニティブ・マーケティング & コマース事業部 事業部長 樋口 正也 氏

プロフィール 新潟県出身。京都大学工学部卒。日本IBM1993年入社。大和研究所、本社等にてソフトウェア関連事業、クラウド・コンピューティング事業の立ち上げを行い、2009～2010年に米国本社に赴任。2011年の震災直後より東北の復興支援、スマートシティ事業などに関わり、2012年より東北支社長、2013年北海道・東北支社長、パートナー・アライアンス事業部ソリューション事業部長、Watson事業部 EcoSystem担当 事業部長、コグニティブ・ソリューション事業 常務補佐を経て、現職。



講演内容のポイント

デジタルマーケティングの企業での浸透とともに、今、AI(人工知能)技術のマーケティング分野での活用が急速に進んでいます。その背景には、デジタル時代の戦略としてデータ活用で差別化を図り、顧客に対し新たな価値を届けることが急務になっているからではないでしょうか。本講演では、AIの代名詞ともいえるべきIBM Watsonが企業のマーケティング施策において担う役割、可能性をご紹介いただくとともに、IBM Watson Marketingの国内外の先進的事例と共に、皆様がこれからAI活用に向けて準備を整えておくべき、3つのポイントについて解説いただきます。

11:20-11:25 ● Rest Time

11:25-12:25 ● Special Guest Speech データ分析の考え方と実行へ移すプロセスを整理する

小売・流通・EC業界のためのデータを価値に変える方法

従来、データ分析は一部の専門家だけのものでしたが、近年全てのビジネスマンにとって必須スキルと言っても過言ではないものになっています。しかしながら、「どう分析するか」についての専門書は数多存在していても「何を分析するか」「分析結果をどう活かすか」という点についての知識はまだ日本に普及していません。本講演では小売・流通・EC向けにデータ分析を利益に繋げるために何をすべきかをお伝えしたいと思います。

統計家 西内 啓 氏

プロフィール 東京大学大学院医学系研究科医療コミュニケーション学分野助教、大病院医療情報ネットワーク研究センター副センター長、ダナファーマー／ハーバードがん研究センター客員研究員を経て、2014年11月より株式会社データバークルを創業。自身のノウハウを活かしたデータ分析支援ツール「Data Diver」などの開発・販売と、官民のデータ活用プロジェクト支援に従事。著書に『統計学が最強の学問である』、『統計学が最強の学問である[ビジネス編]』(ダイヤモンド社)、『統計学が日本を救う』(中央公論新社)などがある。



講演内容のポイント

35万部突破のベストセラー『統計学が最強の学問である』の著者であり、流通・サービス業のデータ分析に明るい西内啓氏。今回、データ分析を利益に繋げるため、ビジネスの現場での実際の手順や活用に当たっての実践的ヒントをお話しさせていただきます。皆様が直面するビジネスの現場で行うべきデータ解析方法や理解促進への一助となれば幸いです。

12:25-13:05 ● Lunch Time ※会場内にてお弁当をお配り致します。

13:05-13:45 ● Sponsor Speech Web・ECにおけるデータアナリティクス最前線!

Webサイト行動履歴と企業データを統合して成果を出すためのアナリティクス ～プライベートDMPで統合されたデータから顧客分析・売上につなげた事例～

- Web行動履歴と顧客データをプライベートDMPへ統合
- 顧客行動履歴を機械学習して、顧客へ最適なアプローチ
- 統合したデータから顧客を可視化して、施策立案・成果を出した事例

株式会社アクティブコア 代表取締役社長 山田 賢治 氏

プロフィール パッケージベンダーにて顧客サポート・開発部門に従事。データベースカーネルの開発、海外勤務を経験後、データウェアハウス(DWH)事業の立ち上げ、BIシステムの導入・設計・開発に携わる。大手企業のDWH提案・設計・開発・構築を担当。インターネット系ベンチャーの技術部長を経て 2005年にアクティブコアを設立、代表取締役社長に就任。アクティブコアの経営全般および全製品のエンジン設計・開発を担当。特許技術保持者。



講演内容のポイント

『EC』という『デジタル時代を象徴する売り場』は、特にB to Cの商材を扱う企業にとって、もはや切っても切り離せない時代です。ここから顧客データを分析し、売上向上につなげる施策は今後の企業戦略にとって非常に重要なファクターと捉えられつつも、面倒で難しい作業であり、多くの企業が実践へ二の足を踏んでいます。本講演では、この課題解決へのアプローチをご紹介しますとともに、実例をヒントに解決の糸口を探ります。

13:45-14:45 ● CASE I 顧客との新たな接点づくり、顧客への新たな提供価値

コミュニケーションからサービスへ。 コカ・コーラ社が取り組む次世代デジタルマーケティング戦略とデータ活用事例

- 生活者との新たな接点づくり
 - ～デジタルマーケティングプラットフォームを活用したロイヤリティの向上
- 購買時の新たな体験を育むための、データ分析
- これまでの成果と今後の展望

日本コカ・コーラ株式会社 マーケティング本部 IMCiマーケティング 統括部長 豊浦 洋祐 氏

プロフィール 2001年にP&G Japanに入社。デジタルマーケティングを統括。2009年にNIKE Japan入社。デジタルマーケティングの責任者を経て、ランニングカテゴリーの広告クリエイティブ、メディア、デジタル全般の消費者コミュニケーション開発を担当。2013年に日本コカ・コーラ入社。iMarketing統括部長として、オウンドメディア、ソーシャルメディアを含むデジタルマーケティング全般を統括。



講演内容のポイント

2016年4月に、新たな購買体験を提供するデジタルマーケティングプラットフォームとしてサービスを開始した「Coke ON」。このサービス開始の背景には、メーカーとして生活者／消費者との接点づくりをマーケティングの最大の課題と捉え、認知拡大の一環としてのテレビCMを中心とした従来のマーケティング施策を行うと同時に、新たな独自接点づくりが、デジタル施策を通じて構築できるかを日々強く求められているという危機感があったそうです。本講演では、この施策をマーケティング面からマネジメントし統括されている豊浦様をお迎えし事例ご紹介をいただくとともに、「Coke ON」を媒介して新たな体験を育むためのデータ分析や、これまでの成果、そして今後の展望についてお話しさせていただきます。

14:45-15:00 ● Coffee Break

15:00-16:00 ● CASE II

※調整中
※最新の情報は、お手数ですが「右記URL」よりご確認ください。 ▶ <http://www.b-forum.net/analytics2017>



16:00-17:00 ● CASE III 最新テクノロジー活用で目指す、新たな価値提供の方法とは

パルコが挑む、次世代型の接客 ～最新テクノロジー活用で実現する新たな価値提供の取り組み～

- 「POCKET PARCO」を駆使した、新たな顧客分析とデジタル販促施策
- 新しいことに挑戦するうえで大切にしているポイント
- これまでの課題と今後の展望

株式会社パルコ 執行役員 WEB/マーケティング部、メディアコミュニケーション部担当 林 直孝 氏

プロフィール パルコ入社後、全国の店舗、本部及び、Web事業を行う関連会社(株)パルコシティを歴任。現在、店舗のICT活用やハウスカードとスマホアプリを連携した顧客マーケティングを推進する「WEB/マーケティング部」と、メディア戦略立案とセールスプロモーションを実行する「メディアコミュニケーション部」を担当。2015年 CNET Japan CMO Awardを受賞。



講演内容のポイント

AI(人工知能)を駆使したスマホアプリを活用など、パルコにおける、デジタル戦略や最新技術を使った新たなサービスを次々と繰り出し、挑戦を続けていらっしゃるのが、林様です。スマホアプリ「POCKET PARCO」で挑まれている、デジタルで顧客とつながる“新たな接客”へのお取り組み事例のご紹介とともに、過去のご経験に裏打ちされたマネジメントスタイルや、デジタル戦略を推進するうえでのリーダーの役割などについて、お話しさせていただきます。

17:00 ● 終了

流通 小売 EC業界 向け アナリティクス フォーラム

他社と差別化する データ・ドリブン・マーケティング

～迫るAI時代における 『データ活用』と『マーケティング戦略』とは～

