

10:10-11:20 特別ゲスト講演 I ブランドの全体最適と組織力強化

「走る喜び」マツダのブランド価値経営 ~すべての顧客接点を通じたブランド体験価値の強化を目指して

- マツダのグローバルマーケティング戦略
- インターナルブランディングの取り組み ~顧客のより良い体験を生み出す集団へ~
- ブランド体験価値の強化に向けた最適な組織体制の構築 ~課題と展望~

マツダ株式会社

常務執行役員 営業領域総括、ブランド推進・グローバルマーケティング・カスタマーサービス担当 **青山 裕大 氏**

プロフィール 1988年マツダ入社後、商品技術戦略企画、MPVの開発主査などの開発畑を歩んできた。海外駐在を経て、2011年10月から全く畑の異なる営業へと転じ、開発や商品企画と営業間の密接なコミュニケーションを心がけてきた。また、グローバル営業担当として、文化や考え方の異なる様々な国に赴いて現場の声に傾け、マツダのブランドを共に達成していくことが楽しみ。2014年4月執行役員、2017年4月常務執行役員就任。



「走る喜び」を感じる車と「優れた環境・安全性能」を軸に、「選ばれ続ける」ブランドづくりを実践するマツダ。生涯にわたってマツダのある生活をしていただけるように、現在はすべての顧客接点を通じたブランド体験価値の強化や顧客エンゲージメントの向上に重点を置いた戦略を加速させています。お客様との直接の接点となる販売店を含めた現場の隅々にまでこうした考え方や戦略を如何にして浸透させ、高めているのか。また、顧客へ魅力的なブランド体験を届けるためにどのような組織体制を敷いているのか。同社のマーケティングを主導する青山氏をお招きし、近年におけるマーケティング改革の歩みとブランド戦略についてご紹介いただきます。

講演内容のポイント

11:20-12:05 基調講演 顧客体験価値を最大化する組織戦略

顧客体験で勝ち抜くための組織とメカニズム

- 顧客体験がもたらす財務価値の本当の有効活用
- 海外で成功している顧客体験価値の向上事例とその先へ
- 最高な社内外の顧客体験を生み出す、組織の創り方 ~デジタル変革のポイント

アバナード株式会社 代表取締役 **安間 裕 氏**

プロフィール アクセンチュア執行役員アウトソーシング本部長、執行役員ビジネスプロセス・アウトソーシング統括本部長を歴任。その後フューチャーアーキテクトにおいては、副社長として経営に携わる。2014年5月にアバナード株式会社の代表取締役に就任。マイクロソフトならびにアクセンチュアと緊密に連携をとりながら、アバナード全体における最重要拠点の一つである日本市場において、ビジネスを開拓し収益を拡大する責任を担っている。



マイクロソフトとアクセンチュアがグローバルで共同出資し、戦略的に設立されたアバナード。両社の強みを兼ね備えた企業として、テクノロジーとビジネス、各業界の知識を強みに、プロジェクト提供の実績は世界で4000社以上を誇ります。同社では、企業のお客様だけでなく、その企業に属する従業員も「顧客」と捉えています。そして、企業がそのすべての「顧客」に真に優れた体験価値を提供する組織へと変革するための、戦略策定からテクノロジー導入の技術的支援までを一貫して手掛けています。本講演では、グローバル規模の調査結果や先進企業の事例を交えながら、優れた顧客体験を提供する組織の創り方についてご紹介いただきます。

講演内容のポイント

12:05-12:45 ランチ休憩 ※ホワイエにてお弁当をお配りいたします。

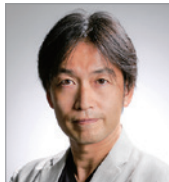
12:45-13:45 特別ゲスト講演 II コト(体験)を創出する組織づくり

新しいユーザー体験を生み出すソニーのモノづくりと組織

- 新たな視点から生まれた新コンセプト「Life Space UX(ライフスペースユーエックス)」
- 新しいモノや体験を生み出す組織づくり ~これまでの実践と今後の展望~
- オープンな社内外の連携構築 ~新体験の創出を加速させるコラボレーション~

ソニー株式会社 TS事業部門 副部門長 **斉藤 博 氏**

プロフィール ソニー入社後デジタルカメラ事業やゲーム事業等多岐に渡る商品を手掛け、特にミラーレス一眼NEXシリーズやPlayStation® 4など、新規性の高い商品を立ち上げる。2013年に社長直下プロジェクトとして発足したTS事業準備室に社内起業家(イントラプレナー)として参画し、現在は組織を新たにしたTS事業部門の副部門長を務める。



「ユーザーの皆様感動をもたらし、人々の好奇心を刺激する会社であり続ける。」をミッションに、革新的なものづくりを実践するソニー。同社では2013年に今までにない新しいモノや体験を生み出すことを目的として、平井社長直下に新たなチーム、TS事業準備室を新設(※)。その翌年には空間に溶け込む佇まいを大切にしながらテクノロジーによって空間そのものを変えていく新コンセプト「Life Space UX(ライフスペースユーエックス)」を発表し、現在までに4つの製品を商品化してきました。従来の発想から脱却し、新しいモノや体験を生み出す組織づくりに求められることは何か。これまでミラーレス一眼NEXシリーズやPlayStation® 4など、新規性の高い商品の立ち上げを多く担当し、立ち上げ時から本事業の推進役や統括を担う斉藤氏をお招きし、コト発想によるモノづくりの挑戦とイノベーションを生み出す組織づくりの実践策についてご紹介いただきます。(※)現在は事業体制や建付けを新たにし、TS事業部門として活動しています

講演内容のポイント

13:45-13:55 小休憩

13:55-14:55 特別ゲスト講演 III 顧客接点のマネジメントと組織連携

ANAが挑むカスタマー・エクスペリエンス(CX)向上と顧客起点の新たな価値創造

- ANAグループにおけるあらゆる顧客接点を活用した顧客マーケティングのカタチ
- 顧客視点のライフタイムバリュー(LTV)の最大化に向けた取り組み
- カスタマー・エクスペリエンス(CX)向上の鍵を握る組織連携の強化

ANA X 株式会社 代表取締役社長 **稲田 剛 氏**

プロフィール 1989年にANA(全日本空輸)入社。生産本部・販売計画室・宣伝部を経て2012年よりマーケティング室ロイヤリティマーケティング部長としてANAマイレージクラブ・ANAカード・AMCコマースサイトの企画・開発・運営、他の航空会社・会員組織・企業との提携を統括。2016年10月よりANA X株式会社代表取締役に就任。



「お客様満足と価値創造で世界のリーディングエアライングループ」を経営ビジョンに掲げるANAグループ。この経営ビジョンを推進するにあたって、マイレージプログラムを通じて顧客の流入と利用を促進するANA経済圏の確立を目指す新会社 ANA X 株式会社を2016年に設立しました。同社は社内外の組織との連携とANAグループにおけるあらゆるタッチポイントを武器に、顧客一人一人のニーズに合わせた価値づくりに取り組んでいます。拡がる顧客接点においてどのように個々の体験価値を高め、ライフタイムバリュー(LTV)の最大化へと繋げているのか。同社の成長を力強く牽引される稲田氏をお招きし、CX向上の鍵を握る顧客接点のマネジメントと有機的な組織連携についてご紹介いただきます。

講演内容のポイント

14:55-15:25 協賛講演 顧客接点の最適化とオペレーション変革

顧客の時代に求められるカスタマー・エクスペリエンスの改革とAIの活用

- 顧客を中心に見据えたカスタマー・エクスペリエンスと収益性の向上
- カスタマー・エクスペリエンスのためのAIとは
- 先進企業の最新カスタマー・エクスペリエンス実践事例

株式会社セールスフォース・ドットコム

マーケティング本部 プロダクトマーケティング シニアマネージャー **大森 浩生 氏**

プロフィール 日本大手Sler、外資系ITベンダーを経て2011年1月に株式会社セールスフォース・ドットコムに入社。パートナーエコシステム「AppExchange」の日本におけるアライアンス担当として約6年従事し、150社以上のアプリケーションベンダーとのパートナーシップを締結。2016年11月にプロダクトマーケティング部へ異動し、現在Service CloudとEinstein Analyticsを担当している。



世界で15万社以上が導入しているクラウドベースのCRMサービスを提供し、米Forbes誌が選ぶ「World's Most Innovative Company」(世界で最も革新的な企業)を7年連続で受賞しているセールスフォース・ドットコム。昨今ではAI(人工知能)のテクノロジーをサービスに組み込み、どの企業でも使えるAIテクノロジーとして展開しています。カスタマーサービス領域では、エージェントの生産性をAIによる自動化、予測、推奨や分析で高め、カスタマーエクスペリエンス(CX)の向上によるコンタクトセンターのプロフィット化を実現することが可能になります。本講演では、先進企業の最新カスタマー・エクスペリエンス実践事例を交えながら、カスタマー・エクスペリエンスの改革とAIの活用についてご紹介いただきます。

講演内容のポイント

15:25-15:40 コーヒーブレイク

15:40-17:00 パネルディスカッション 最高の顧客体験を提供する組織への変革

顧客体験価値の最大化を担う「マネジメントと組織」はどうあるべきか?

- 変化を続ける顧客への体験価値提供に向けたチャレンジ ~各社のお取り組み~
- 優れた顧客体験を創出する最適な組織体制/組織づくりとは?
- 顧客の進化にマネジメントと顧客接点を担う組織はどう立ち向かうべきか ~課題と展望~

パネリスト

アクサ生命保険株式会社

取締役 専務執行役 兼 チーフマーケティングオフィサー **松田 貴夫 氏**

プロフィール 名古屋大学工学部 卒業。1991年三井生命保険相互会社入社。数理部、商品開発部、マーケティング部門を経て、2001年アメリカンファミリー生命保険会社に入社。マーケティング戦略企画部長、商品開発部長、商品本部長などの要職を歴任。2008年9月、アクサ生命保険株式会社に入社。執行役員チーフマーケティングオフィサー、常務執行役員 チーフマーケティングオフィサーを経て、2010年6月より現職、日本アクチュアリー会正会員。



パネリスト

KDDI株式会社

コンシューマエクスペリエンス推進部長 **木村 奈津子 氏**

プロフィール West Virginia州立大学卒業後、ホテルコンシェルジュとしてCentury Hyatt Tokyo(現Hyatt Regency Tokyo)に勤務。派遣社員として携帯販売店舗巡回ラウンダーを経て、2000年 KDDI入社。auショップスタッフ教育、スキル向上施策を担当。2005年KDDI DESIGNING STUDIO(原宿)館長。2010年 直営auショップ1号店au NAGOYA店長。2013年カスタマーサービス企画部長を経て、2017年4月から現部門。



パネリスト

三井住友カード株式会社

統合マーケティング部 部長 **佐々木 丈也 氏**

プロフィール 1991年に三井住友カードに入社。法人営業、個人営業や商品企画等に携わり、2013年よりネットビジネス事業部長。2017年改組により統合マーケティング部長。



パネリスト

合同会社 西友

マーケティング本部 **木村 真琴 氏**

プロフィール P&G、ソニーマーケティング他にブランドマネジメント・メディアプランニング・イベント企画・広告制作等を多岐にわたる経験後、2009年西友に入社。KY(カカヤスク)・バスプラ・PBみなさまのお届けき・ど生鮮・プライスロック等を新たなブランド資産として確立。2016年2月、合同会社 西友 マーケティング本部バイスプレジデントに就任。



モデレーター

青山学院大学 経営学部 教授 **小野 譲司 氏**

プロフィール 専門はマーケティング、サービス・マネジメント。1998年、慶應義塾大学大学院経営管理研究科博士課程単位取得、2000年、博士(経営学)を取得。明治学院大学経済学部教授などを経て、2011年より現職。サービス産業生産性協議会が実施するJCSI(日本版顧客満足度指数)に開発主査として関わり、現在、JCSIアカデミックアドバイザーグループ主査。主な著書として「顧客満足<CS>の知識」(日経文庫)、「仕組み革新の時代」(共著、有斐閣)、「顧客資産のマネジメント:カスタマー・エクイティの構築」(監訳、ダイヤモンド社)、「バリュー・プロフィット・チェーン:顧客・従業員満足と「利益」と連鎖させる」(共訳、日本経済新聞出版社)などのほか、論文多数。



Executive CX Conference 2017

コト(体験)発想で挑むこれからの顧客戦略

~顧客体験価値を最大化するマネジメントと最適な組織体制

PROGRAM

2017年11月22日(水) / ザ スtringス 表参道 B1F ウェストスイート