

▼ 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、必要事項を記入し、FAXでお申込ください。

申込日
2018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	
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お申込みいただけます http://www.b-forum.net/cmo2018

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、及び株式会社ビジネス・フォーラム事務局(以下弊社)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]・本イベントを適切に運営するため
・本イベントの協力企業(主催・共催、後援、協賛など)からの製品・サービスのご紹介、展示会・セミナー等のご案内などに利用するため
[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、本イベントの協力企業(主催・共催、後援、協賛など)
[個人情報の取扱いに関する契約がある場合はその旨] 弊社と本イベントの協力企業(主催・共催、後援、協賛など)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、最適なお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＞ 株式会社ビジネス・フォーラム事務局 個人情報保護管理者 取締役 松田 勲 TEL:03-3518-6531(受付時間 9:30～18:00 ※土日祝日を除く)

CMO Forum 2018
マーケティングを“再構築”する
～“顧客”を捉え直し、新たな関係を築くためのマネジメントと組織づくり～



開催趣旨

デジタルテクノロジーの普及により顧客同士がつながる現代。SNSや口コミなど、企業がコントロールできる領域を超えた場所で飛び交う情報が、顧客の購買行動に大きな影響を与えています。また一方で、AI・IoTやデジタルテクノロジーが企業と顧客一人一人をつなぎ、企業は顧客の行動情報を直接入手し、それぞれに異なるアプローチを仕掛けることが可能となりました。企業と顧客の関係がパラダイムシフトを迎えたことで、マーケティング手法にも変化が求められています。従来の一方的なプロモーション中心ではなく、顧客一人ひとりのニーズや、行動データから得られる潜在ニーズと向き合っていかなければ、現代の顧客の心を掴むことが難しくなりつつあるのです。

このような状況の中で、改めて**自社のマーケティングを“再構築”**することが重要となります。マーケティングが顧客の購買行動に直接働きかけられる今だからこそ、**マーケティング戦略と経営戦略を融合させ、これまでの固定概念にとらわれずに改めて“顧客”と向き合い、市場や顧客のニーズを企業活動へすぐに反映できる組織体制を構築していく**など、様々な切り口から企業のマーケティングのあり方を問い直す必要性が高まっています。そしてそれに伴い、これらの変革を主導するCMOやマーケティングリーダーのあり方についても、再定義することが求められています。**CMOがリーダーシップを執って、経営におけるマーケティングの位置づけを昇華させていく**ことが、激化する企業競争を勝ち抜いていく重要なキーフアクターとなります。

今回で5回目となるCMO Forum 2018では、企業と顧客との関係が変化していく時代において、マーケティングを再構築し、企業と顧客との新しい関係を構築していくためのマネジメントや組織づくりについて、考察を深めてまいります。そして、今改めてCMOに求められる役割とは何かについて、ご参加頂く皆様とともに、検証してまいります。

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：サイトコア株式会社

発送元／お問合せ先: 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) FAX: 03-3518-6534



CMO Forum 2018

マーケティングを“再構築”する～“顧客”を捉え直し、新たな関係を築くためのマネジメントと組織づくり～

PROGRAM 2018年6月5日(火)／東京コンベンションホール

10:00
- 11:10

特別講演 I

マツダの“ブランド価値経営”と企業変革 ～顧客の“走る歓び”を進化させるために

■ マツダにおける“再構築” ～存在価値の本質を問い直す

■ ビジョンの共通化が導く変革 ～インナーブランディングの取り組み

■ 全社で担うマーケティングと組織づくり

講演内容のポイント

■ マツダにおける“再構築” ～存在価値の本質を問い直す

■ ビジョンの共通化が導く変革 ～インナーブランディングの取り組み

■ 全社で担うマーケティングと組織づくり

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耳を傾け、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。

講演内容のポイント

2013年に新型CX-5をはじめとした新世代商品を導入して以降、グローバル販売台数が右肩上がりに伸びているマツダ。その背景には、“ブランド価値経営”を中心に据え、同社の存在価値やビジョンの再構築につながった、価値観の改革があります。同社のそれまでの経営哲学を刷新して“顧客にとっての存在価値”を価値基準とし、各部門が実践することで、企業変革を実現されました。そして、同社の“走る歓び”に溢れた車を、価値とともに顧客へ届けるために、全社がマーケティングの役割を担う組織へと変貌しています。本セッションでは、同社のマーケティングを主導する青山氏をお招きし、マーケティング改革の歩みとブランド価値経営について、お話頂きます。

11:10
- 12:00

特別協賛講演

顧客体験と顧客理解へのAIの活用とデジタルマーケティング ～顧客に感動を与えるカスタマー・エンゲージメントの実現に向けて～

■ 日本アイ・ビー・エム株式会社

Watsonカスタマー・エンゲージメント事業部 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年～2010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

モノやサービスの提供よりも顧客体験を重視する経営層が増えていきます。しかし、チャネルを超えて顧客の行動やニーズを理解し、パーソナライズされた顧客体験を提供していくことは容易ではありません。本セッションでは、AIを活用した最新のデジタルマーケティング、ECの動向や事例に関して海外、国内を含めてグローバルの視点でご紹介します。特に「カスタマー・エンゲージメント」という視点で多様な「顧客接点」でお客様に感動を生むような「顧客体験」の最適化について様々な事例を交えてご紹介します。また、多業種のお客様との数多くの取り組みの中から、業種毎にどのようなデジタルマーケティングのユースケースの違いや特性があるのか、マーケティングの責任者であるCMOが業界毎にどのような課題を持たれているのか、200名以上のCMOの皆様との対話に基づいて考察した内容についても触れます。

12:00-12:50

ランチタイム

12:50
- 13:50

特別対談JAMセッション

デジタル時代におけるCMOの役割

株式会社ドミノ・ピザ ジャパン

執行役員 チーフマーケティングオフィサー 富永 朋信 氏

プロフィール

日本コカ・コーラ、ウォルマート/西友などでマーケティング関連の職務を歴任。CMOは現在で3社目。日本コカ・コーラではiModeでコカ・コーラが買える自販機システム「Cmode」の立ち上げを担当。西友では同社のイメージを一変させるキャンペーンを連発した。座右の銘はたくさんあるが、今の お気に入り「過ぎたハンサム休むに似り」「渾身のアイデアは全てを解決する」。

セッションのポイント

デジタル時代の到来により、マーケティングは大きな変革期を迎えています。新たなデジタルテクノロジーやマーケティングツールが現れるにつれて、マーケティングの手法や組織は複雑化を極めていき、それらを統括するCMOにはこれまで以上に多くの役割が求められています。本セッションでは、これまで複数の企業でマーケティングに携わり、CMOを歴任してこられた、まさに“プロCMO”である富永様と木村様より、デジタル時代のCMOに求められる資質や持つべき視点について、紐解いてまいります。本セッションは参加者皆様からお寄せ頂く質問や課題をもとに、議論を展開していく予定です。積極的なご参加、お待ちしております。

株式会社サンリオ

CMO マーケティング本部長 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て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・広告制作等を多数にわたり経験後、2009年西友に入社。KY(カカクヤスク)・バスプラ・PBみなさまのお墨付き・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着任。2018年1月に株式会社サンリオに入社し、現在に至る。

13:50
- 14:20

協賛講演

受注プロセスの効率化をマーケティングが推進する時代 ～あらゆるデジタルタッチポイントで顧客と繋がり、ビジネスを創出するためのマーケティング～

サイトコア株式会社 マーケティング グループ アジア地域担当本部長 安部 知雄 氏

プロフィール

国内大手鉄鋼メーカーで世界各国への機械販売に従事。世界市場におけるマーケティング力やコミュニケーション力の重要性を再認識し、マーケティングコミュニケーションエージェンシーへと転職。外資系企業の日本参入を多数支援し、クリックテック・ジャパン立ち上げにも携わる。デル株式会社 アジア地域統括 広報担当シニア・マネージャー、クリックテック・ジャパン株式会社マーケティング部長を経て2016年5月より現職。

講演内容のポイント

営業活動において、実際に顧客と本質的な商談に至るまでには、長い時間と労力を要します。従来のマスマーケティング(広告やイベント)から得たリードに、営業がやみくもにフォローすれば、本質的な商談に至るまでに、要望のヒアリング、提案書の作成、フィードバックを受けての修正だけで多くの時間を費やすこととなります。しかし、昨今デジタルの世界においては、顧客は自社や自身について、事前にいろいろと教えてくれているのが実情です。全てのタッチポイントにおけるデジタルフットプリント(足跡)を辿っていけば、個客のコンテキストを把握・理解することができます。コンテキストを理解した上で、パーソナライズされたマーケティングを展開できれば、個客との関係性(エンゲージメント)を深めることができ、後工程である営業活動の効率化に繋がります。本セッションでは、営業活動やマーケティング活動を効率化するためのデジタル活用やその仕組みを、事例をひもときながらご紹介し

14:20-14:35

コーヒーブレイク

14:35
- 15:35

特別講演 II

Peachが挑む、顧客との新たな関係づくり ～顧客同士のコミュニケーションを生み出すマーケティング戦略

■ Peachのマーケティング取り組み事例

■ 価値を伝え、顧客同士のコミュニケーションを創造する

■ 顧客との新たな関係づくりを目指して

■ Peach Aviation株式会社 執行役員 データドリブン・マーケティング本部長 森井 理博 氏

プロフィール

1989年4月、大手広告代理店に入社。営業部門ならびにマーケティング部門において要職を歴任。2014年11月、業界最大手の飲食チェーンに転じ、取締役執行役員マーケティング本部長に就任。2016年8月、Peach Aviation株式会社に入社し、現職。

講演内容のポイント

競争が激化するLCC業界において、躍進を続けるPeach。日系LCCの中でいち早く黒字化を果たし、業界をリードする同社は、柔軟なマーケティングとユニークなサービスを武器に、日本の航空業界史上最速のスピードで事業を拡大しています。同社のマーケティングはデータと深く融合しており、自社で集めるデータだけでなく、顧客がSNS投稿等で自ら生み出すデータまで活用しながら、顧客に楽しんでもらえるサービスや話題づくりを仕掛け、顧客同士のコミュニケーションを促すC to Cマーケティングに取り組んでいます。当日は、従来の航空会社の概念を超えた航空会社を目指し、「アジアのかけ橋」という夢の実現に向けチャレンジを続ける同社にて、マーケティングを統括している森井様より、顧客との関係づくり戦略を中心に、ご講演頂きます。

15:35-15:45

ショートブレイク

15:45
- 17:00

パネルディスカッション

マーケティング“再構築”への挑戦 ～改革の鍵となる、顧客視点のマネジメントと組織づくり

パネリスト 愛知ドビー株式会社 代表取締役副社長 土方 智晴 氏

プロフィール

1977年、愛知県生まれ。大学卒業後、トヨタ自動車に入社。原価企画などに携わる。2006年、兄邦裕の要請に応えて愛知ドビーに入社。精密加工技術を習得し、パーミキュラ全製品のコンセプト策定から製品開発までを主導する。

パネリスト UCC上島珈琲株式会社 常務取締役 マーケティング本部 本部長 兼 イノベーションセンター担当 石谷 桂子 氏

プロフィール

1990年P&Gジャパン宣伝本部(現ブランド本部)に入社。ランドリー&ホームケア製品、ヘルスケア製品、ペットケア製品など幅広い製品群を担当。また、2006年から13年までアメリカシシナティ本社に赴任、2013年1月に帰国、15年まではP&Gジャパンのマーケティング本部長を務め、その後2016年8月末に退社するまではシンガポールに赴任し、アジアパシフィックのブランドオペレーションリーダーを務めた。2016年9月より現職。

パネリスト 株式会社ファミリーマート シニアオフィサー マーケティング本部長(兼)マーケティング戦略部長 植野 大輔 氏

プロフィール

新卒で、三菱商事株式会社(情報産業グループ)に入社。三菱商事在籍中、株式会社ローソンに4年間出向。その後、ポストンコンサルティンググループ(BCG)を経て、株式会社ファミリーマートに入社。改革推進室にて店舗オペレーションの削減、アルバイト人員不足への対応、インバウンド店舗の立ち上げに取り組む。2018年3月より現職。

パネリスト 日本アイ・ビー・エム株式会社 Watsonカスタマー・エンゲージメント事業部 事業部長 樋口 正也 氏

モデレーター 株式会社クー・マーケティング・カンパニー 代表取締役 音部 大輔 氏

プロフィール

新卒でP&G Far East Inc. マーケティング本部に入社。17年間の在籍中、アリエール、ファブリーズ、アテント、パンパースなどのブランドを担当し、市場創造やシェアの回復を主導後、US本社チームでイノベーションの知識開発に従事。帰国後、ダノンジャパン、ユニリーバ・ジャパン、日産自動車、資生堂などでブランドマネジメントや組織構築を指揮。

マツダ、サンリオ、ドミノ・ピザ、ピーチアビエーション、ファミリーマート等、先進企業に学ぶマーケティング改革 ◀ プログラム詳細はこちら ▶