

申込書

CMO Forum 2019

マーケティングが導く、企業変革！

～顧客といかに“つながる”か？CMOが描く戦略と未来像～

2019年6月6日(木) 10:00～17:10／東京コンベンションホール 東京都中央区京橋三丁目1-1 東京スクエアガーデン5F

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

申込日
2019年 月 日

氏名	フリガナ（※必ず記入ください）
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

参加料（お一人様／税込）

¥31,000

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/cmo2019>

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)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

[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できます。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」で受け付けています。

*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 熟 TEL:03-3518-6531 (受付時間 9:30～18:00 ※土日祝日を除く)

CMO Forum 2019

マーケティングが導く、企業変革！

～顧客といかに“つながる”か？CMOが描く戦略と未来像～

開催日時 2019年6月6日(木) 10:00～17:10 (受付 9:30～)

会場 東京コンベンションホール

東京都中央区京橋三丁目1-1 東京スクエアガーデン5F
(アクセス) 東京メトロ銀座線「京橋駅」3番出口直結

参加定員 150名 (事前登録制)

参加対象 企業の役員、CMO、マーケティング、経営企画、広報、
ブランド、デジタル部門等の管理職の方々

開催趣旨

今、企業経営におけるマーケティングはさらに存在感を増しています。世界の有力企業は経営の中核にマーケティングを置いており、「顧客中心主義」を製品やプロモーションのみならず、ビジネスモデルや顧客とのコミュニケーションにも落とし込み、提供価値を最大化しています。製品を中心に価値創出をする時代はパラダイムシフトを迎え、今は顧客の変化や多様化するニーズを起点に、ビジネスを考えていくことが求められています。**企業といかに、マーケティングを経営事業としてとらえられるか。その変革を牽引することが、CMOに求められる重要な使命であると言えるでしょう。**

さらに、マーケティングを取り巻く環境変化も、加速度を増しています。テクノロジーの発展に伴い、顧客の購買行動範囲がデジタルへ拡張された上、SNSの普及がさらに企業と顧客との接点を増大させ、顧客の購買前の行動や嗜好、特性など、これまで企業が知りえなかった情報を入手できるようになりました。マーケティングにおける前提が変化したことでの、マスク向けのマーケティングや従来の成功体験をもとにした顧客との関係づくりは、もはや通用しなくなりつつあります。**顧客との距離感もアプローチも多様化した時代**だからこそ、大きな塊としてではなく一人ひとりの顧客像を捉え、その顧客行動を起点にしたマーケティング戦略を設計することが求められます。モノも情報も溢れる時代、他社との比較ではなく、真っ先に顧客に選んでもらえるような関係をつくるために、自社の価値をどう顧客に伝えていくか。**マーケティングにはこれまで以上に「顧客との“つながり方”」に焦点を当てた戦略が重要となります。**

当フォーラムでは、マーケティングが企業変革を導くために、「顧客とのつながり方」をいかにデザインするか、CMOが戦略を描く際に重要な視点とは何かについて、先進企業の事例やパネルディスカッションを通して、考察してまいります。

主催：株式会社ビジネス・フォーラム事務局
ゴールド協賛：Tealium Japan株式会社
シルバー協賛：ネットイヤーグループ株式会社
ブロンズ協賛：株式会社サイカ



PROGRAM

10:00-10:30

オープニング基調講演

企業変革とマーケティング～顧客との“つながり方”が多様化する時代に、戦略を描くための視点（仮）

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、アリール、ファブリーズ、アント、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目指す。帰国後、ダントンジャパン、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。2018年より現職。著書に「なぜ『戦略』で差がつくのか?」(宣伝会議)、「マーケティングプロフェッショナルの視点」(日経BP社)

10:30-11:20

特別講演Ⅰ【つながりを創る、マーケティング】

新日本プロレスの顧客とつながるマーケティング戦略～SNS×プロレス適合と広報のポテンシャル～

- 新日本プロレスのマーケティング戦略～取り組み事例からの考察～
- “モノ”から“コト”へ、変わるマーケティングの視点～商品→ブランド→企業へと進化するマーケティング～
- マーケティングを企業変革に繋げる必要性



プロフィール 1987年1月にハイネケン・ジャパン株式会社(現ハイネケン・キリン株式会社)入社、アシスタント・ジェネラル・マネージャーを務める。1990年4月に日本リーバル株式会社(現ユニリーバ・ジャパン株式会社)入社、アシスタント・ブランド・マネージャーを務め、2000年4月にサンスター株式会社に入社。オーラルケア事業執行役員に就任。2006年9月に日本コカ・コーラ株式会社へ入社し、副社長兼マーケティング本部長へ就任。2008年11月に同社 副社長兼チーフ・カスタマー・オフィサーに就任し、2014年3月に株式会社タカラトミーへ入社。経営顧問を経て、2015年6月に同社代表取締役社長、CEOに就任。2018年6月に新日本プロレスリング株式会社 代表取締役社長兼CEOに就任し、現在に至る。

講演内容のポイント ↑ ここ5年で売上高3倍増加という急成長を遂げている新日本プロレスリング。年間約150試合ほど開催される大会では地方も含めて満員御礼が相次ぐほど、人気を博しています。この成長の勢いに拍車をかけているのが昨年、日本コカ・コーラ副社長やタカラトミー社長の他、名だたる企業でマーケティングと経営の要職を歴任されたハロルド・G・メイ氏です。同社の社長兼CEOとして、既成概念に囚われず、マーケティング方法を柔軟に変えながら、「顧客とのつながり方」を時代に合わせて変化させ、新時代のプロレスにおけるマーケティングを推進しています。当講演では、同社のマーケティング戦略を含め、ご自身が体現している「攻めの広報」のお取組み等をご紹介頂き、経営者が自らマーケティングによって変革を導いていく必要性と、これからマーケティングにおいて持つべき視点を紐解いてまいります。

11:20-11:30
ブレイク

11:30-12:30

ゴールド協賛講演

顧客中心主義のCXを実現する、“顧客データのリアルタイム統合”

- マルチデバイス化が進む今日の消費者
- ツールや部門のサイロ化による分断された顧客プロファイル
- 顧客中心主義のCXを実現する、顧客データのリアルタイム統合とは



プロフィール NTTコミュニケーションズにて基幹システム統合、ビジネスプロセス改革、キャンペーンマネジメントシステム(CMS)構築、事業部間データベース統合、クラウド移行、コンサルティングサービス等を歴任した後、日本ヒューレット・パッカードにてアプリケーションのクラウド移行、セキュリティ保護、データアナリティクス、ワープロセス変革に関するソリューションの提供を中心に、同社の新規ビジネス領域の日本市場開拓における要職を務めた。2016年10月、Tealium Japan株式会社(ティーリアムジャパン)のカントリーマネージャーに就任。

講演内容のポイント ↑ 昨今、消費者のデジタル化やマルチデバイス化により、顧客中心主義のマーケティングが求められるようになり、効率的に効果的なマーケティングを行うために、企業のマーケティングテクノロジー/ツール導入が急速に進みました。そうした中、各ツールや部門で顧客データがサイロ化して散在し、それぞれで異なる顧客プロファイルが生まれ、カスタマーエクスペリエンス(CX)の低下につながっています。顧客データ統合を実践している場合でも、パッチ処理などで数日から1ヶ月ものタイムラグが生じ、投資効果が十分に得られないケースも少なくありません。当講演では、カスタマーデータプラットフォーム(CDP)の世界的パイオニアであるTealium(ティーリアム)が、顧客データのリアルタイム統合の重要性やその効果について、国内外の事例とともに解説します。

12:30-13:20
ランチ・ブレイク

13:20-14:10

特別対談セッション【つながりを深化させる、既存顧客戦略】

企業を強くする、ファンづくり戦略～顧客に長く愛され、強い関係を構築するためのポイント（仮）

- 今、再考すべきファンとの関わり方
- ファンの思いをブランドのチカラに!～先進企業の取り組みからの考察
- 長くファンでいてもらうために、持つべき視点とは?

コミュニケーションディレクター
株式会社ツナグ 代表取締役
株式会社4th 代表取締役 佐藤 尚之 氏



株式会社ヤッホーブルーイング

よなよなエールFUN×FAN団
(ファンベースマーケティング部門) 団長 佐藤 潤 氏



プロフィール 1961年東京生まれ。1985年(株)電通入社。コピーライター、CMプランナー、ウェブ・ディレクターを経て、コミュニケーション・ディレクターとしてキャンペーン全体を構築する仕事に従事。2011年に独立し(株)ツナグ設立。「スマムダンクー億冊感謝キャンペーン」でのJIAAグランプリなど受賞多数。2015年にはコミュニケーション運営の会社(株)4thも立ち上げる。本名での著書に「明日の広告」(アスキー新書)、「明日のコミュニケーション」(アスキー新書)、「明日のブランディング」(講談社現代新書)がある。最新刊は「ファンベース」(ちくま新書)。

講演内容のポイント ↑ モノが売れない時代だからこそ、企業にとってファンの重要性がますます高まっています。インターネットやSNSの普及によりファンの熱狂は一層伝播しやすくなっていることで、ヨアなファンが新たなファンを増やしたり、企業や商品のブランド価値向上に貢献する等、今やファンは企業の成長に欠かせない存在であると言えるでしょう。当セッションでは、近著「ファンベース」において、ファンと企業の関係における新たな考え方を提唱する佐藤尚之氏と、クラフトビール業界最大手のヤッホーブルーイングにおいて、5,000人規模のファンイベント「超宴」をはじめ、様々なコミュニケーションマーケティングを推進する佐藤潤氏との対談が実現!顧客とのつながりを深化させ、長く顧客に愛されるためのヒントを検証します。

CMO Forum 2019 マーケティングが導く、企業変革!～顧客といかに“つながる”か? CMOが描く戦略と未来像～

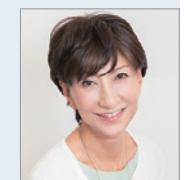
2019年6月6日(木)／東京コンベンションホール

14:10-14:40

シルバー協賛講演

データドリブンマーケティング～1を5にするグロースハックの重要性とカスタマーサクセス～

- マーケティングの変化：オムニチャネル時代での1to1マーケティングを、データドリブンで実現
- 進むMA/DMP導入、進まないPDCA：大企業のあるある問題
- PDCA促進を阻む“組織”と“思考”的壁と解決事例



ネットイヤーグループ株式会社 代表取締役社長 兼 CEO 石黒 不二代 氏

プロフィール 名古屋大学経済学部卒業。米スタンフォード大学MBA取得。フラー工業にて海外向けマーケティング、スワロフスキー・ジャパンにて新規事業担当のマネージャーを務めた後、シリコンバレーでコンサルティング会社を設立。YahooやNetscape, Sony, Panasonicなどを顧客とし日米間のアライアンスや技術移転等に従事。1999年にネットイヤーグループのMBOに参画し、2000年より現職。現在、内閣官房「高度情報通信ネットワーク社会推進戦略本部」本部員、経済産業省「産業構造審議会」の委員などを務める。その他、内閣府「選択する未来」委員会、外務省「日米経済研究会2016」など多数の公職を歴任。

14:40-14:55
コーヒーブレイク

14:55-15:45

特別講演Ⅱ【つながる方法を変える、デジタル戦略】

すかいらーくが挑む、一貫した顧客体験の追求

～1人ひとりに合わせた“新たな接客”を目指したデジタル戦略（仮）

- 一貫した顧客体験の追求を目指した取り組み
- “新たな接客”的実現に向けた戦略～顧客データ分析と活用のポイント
- 会社全体を動かすマーケティングに向けて、CMOに求められるもの



株式会社すかいらーくホールディングス

取締役常務執行役員 マーケティング本部マネージングディレクター 兼 IT本部マネージングディレクター 和田 千弘 氏

プロフィール マッキンゼー・アンド・カンパニーを経て、アルベン取締役企画本部長、アドバンテッジパートナーズのディレクター、インターブランドジャパン代表取締役社長CEO、グーグル日本法人事業戦略部門長兼分析統括責任者、などを務める。2016年にすかいらーく社外取締役に就任後、2018年7月よりすかいらーくホールディングス取締役常務執行役員CMO(最高マーケティング責任者)に就任。2018年12月からCTO(最高技術責任者)を兼務。

講演内容のポイント ↑ 「ガスト」「バーミヤン」「ジョナサン」など、全国に約3,200店舗を構えるファミリーレストラン最大手のすかいらーくホールディングスが今、デジタル活用を加速させています。デジタルテクノロジーを駆使した顧客体験向上に向けて、同社のマーケティングを統括しているのが、昨年CMOに就任した和田氏です。アプリによるレコメンドやプロモーションに留まらず、来店客それぞれに合わせたメニューを表示する「電子メニュー」の導入等、顧客の多様なニーズに応じるために新たな顧客接点を創り出しながら、一貫した顧客体験を追求されています。当講演では、すかいらーくが目指す“新たな接客”的実現に向けた挑戦から、顧客とのつながり方の変革のヒントを紐解いていきます。

15:45-15:55
ブレイク

15:55-17:10

パネルディスカッション【“つながり方”の統合的デザイン】

顧客との“つながり”をデザインする

～マーケティング戦略を描くために、CMOが持つべき視点と起点（仮）

- 顧客との“つながり方”多様化に向けた、各社の取り組み事例
- マーケティング戦略を描くために、持つべき視点 等

✓CHECK! 「日本カー・オブ・ザ・イヤー」で輸入車初の2年連続受賞を成し遂げた同社の躍進を支えるマーケティング戦略とは?

パネリスト ボルボ・カージャパン株式会社 マーケティング・ディレクター 関口 恵義 氏

プロフィール 1988年、(株)電通に入社。マーケティングの実務畑を歩み、大手自動車会社、大手電機メーカー、大手通信キャリア、外資系トイレターー会社などのマーケティング・コンサルティング、プランニング、新規事業戦略立案に関わる。2001年、海外研修員として米国へ、2003年5月、ノースカロライナ大学チャペルヒル校、キーナン・フラッグラー・ビジネス・スクール(MBA)修了。2014年11月1日よりボルボ・カーカ・ジャパン(株)に入社。現職。専門はマーケティング、プランニング、CSR/CSV。



✓CHECK! 自社ECサイト「STRIPE DEPARTMENT」をはじめ、テクノロジーを駆使して同社が取り組む購買体験と“つながり方”的変革のポイントを考察!

パネリスト 株式会社ストライプインターナショナル

執行役員 グローバルファッショングループEC本部長 佐藤 満 氏

プロフィール 1994年NEC入社。ソリューションエンジニアとしてEC等の提案・導入を担当。2004年ヤフー入社。ID、ヤフーショッピング、ヤフオク等のサービス、システム企画を担当。2012年アスクル社と提携しECサービス LOHACOを立ち上げ、システム企画・マーケティングラボ運営を担当。2017年ストライプインターナショナル GPEC本部兼務。



✓CHECK! 接点多様化時代の“デザイン”について、同社のマーケティングとデジタルの両方を統括する和田氏が紐解く!

パネリスト 株式会社すかいらーくホールディングス

取締役常務執行役員 マーケティング本部マネージングディレクター 兼 IT本部マネージングディレクター 和田 千弘 氏

✓CHECK! ダンス、ユニリーバ、日産自動車、資生堂等、数々の企業でマーケティングの要職を歴任してきた音部氏が、今CMOが持つべき“戦略を描くための視点”を解説!

モダレーター 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

※プログラム内容は予告なく変更となる可能性がございます。