

特別講演

『働き方変革とワークプレイス』

社会の多様化、デジタル変革の進展、経済状況の変化、さらには、人々の働くことに関する認識の変化などを受けて、多くの企業や組織が新しい時代に適した働き方を模索しています。当然ながら、それらの働き方に適した新しいワークプレイスが必要になりますが、その解は、百社百様で一般解が存在するわけではありません。各社の試みと我々の研究結果を紹介しながら、みなさまの企業に適した独自の方向を考えるヒントを提供します。

京都工芸繊維大学大学院 工芸科学研究科 デザイン・建築学 教授
 新世代クリエイティブシティ研究センター センター長
 仲 隆介 氏

東京理科大学大学院修了、東京理科大学工学部助手、マサチューセッツ工科大学建築学部客員研究員(フルブライター)、宮城大学助教授等を経て、現職。日経ニューオフィス賞審査委員などを務める。情報社会における建築・都市をテーマに様々な活動と研究を行う。最近には特に情報時代のワークプレイスに力を注いでおり、企業や協会と共同で次世代のワークプレイスを模索する活動を展開している。著書(共著)に『オフィスの夢』(彰国社)、『変化するオフィス』(丸善)、『着るオフィス』(中央公論新社)、『Post Office』(TOTO出版)、『知識創造のワークスタイル』(東洋経済新報社)などがある。専門分野は、建築設計、建築計画。研究課題は情報化時代のワークプレイス、情報空間デザイン。



13:10
|
14:20

14:20-14:30 移動・休憩

働き方変革

業務変革

セッション1

セッション1

『IoT時代の画像処理マーケティング実証事例』

コニカミノルタジャパン株式会社
 ジャパンMA統括部 ICTソリューション開発G 部長
 高橋 誠



『働き方を変革する自社実践事例のポイント解説
 ~場所に縛られない先進的なワークスタイルの実現に向けて~』

コニカミノルタジャパン株式会社
 ソリューション&サービス本部 ネットビジネス推進部 部長
 今井 隆広



14:30
|
15:10

15:10-15:40 移動・休憩

基調講演

『サービス・マネジメント:「価値づくり」の未来』

本セッションでは、まず、現在、地球規模かつ数十年単位で進む変化を3つのキーワード「SHIFT」(世界経済のサービス化の進展)、「MELT」(産業の垣根がますますあいまいに)、「TILT」(世界経済の重心が北半球から南半球に)を通してご紹介します。そして、そうした世界規模の変化が急速に進む環境において、新たな「価値づくり」の論理を構築するための視点として、近年世界規模で議論が進む「サービス・ドミナント・ロジック(SDL)」をご紹介します。SDLとは、「価値づくり」に関する新しい一つの世界観で、その特徴は、総ての経済活動をサービスとして捉え、「交換価値」でなく「使用価値」を重視し、顧客を「消費者」ではなく、「価値共創者」として捉えるところにあります。SDLの観点から自社の未来をとらえた場合、どのような機会や課題がみえてくるのでしょうか。

一橋大学大学院
 国際企業戦略研究科 准教授
 藤川 佳則 氏

一橋大学経済学部卒業。同大学院商学研究科修士。ハーバード・ビジネススクールMBA(経営学修士)、ペンシルバニア州立大学Ph.D.(経営学博士)。ハーバード・ビジネススクール研究助手、ペンシルバニア州立大学講師、オルソン・ザルトマン・アソシエイツ(コンサルティング)、一橋大学大学院国際企業戦略研究科 専任講師を経て現職。専門はサービス・マネジメント、マーケティング、消費者行動論。Harvard Business Review(Harvard Business Press)、『一橋ビジネスレビュー』(東洋経済新報社)、『マーケティング革新の時代』(有斐閣)、『マーケティング・ジャーナル』(日本マーケティング協会)などに執筆。訳書に『心脳マーケティング』(ダイヤモンド社、2005)がある。経済産業省「産業構造審議会 サービス合同小委員会」委員、「サービス・グローバル研究会」委員、サービス産業生産性協議会「ハイ・サービス 300選」委員、「日本版顧客満足度指数」開発グループ、文部科学省「サービス・イノベーション人材育成推進プログラム」委員、など。



15:40
|
16:40

16:40-16:50 移動・休憩

デジタルマーケティング変革

営業変革

16:50-17:30

セッション1

『組織のデジタル弾力性強靱化計画
 ~ディスラプターの足音はすぐそばかもしれない~』

コニカミノルタジャパン株式会社
 デジタルマーケティング統括部 コンサルタント
 松川 和正



16:50-17:20

セッション1

『営業責任者が語る「営業力強化」自社実践事例
 ~新規案件創出に向けての多接点営業の必要性とそのノウハウ~』

コニカミノルタ株式会社
 One Konica Minolta 推進室長
 コニカミノルタジャパン株式会社
 執行役員 情報機器ソリューション事業本部 エリア直販統括部 統括部長
 別府 幹雄



17:30-18:10

セッション2

『海外事例に学ぶ、高速化と省力化を実現し、
 成果を上げる「マーケティングのデジタル化」とは?』

日常生活やビジネスのいたるところにデジタルが入り込んだ今、情報収集活動や購買活動も大きく変化しています。それに伴い、メーカーが“やらなければいけないこと”も合わせて急増しました。そういった変化に常に対応し、質の高い顧客体験を提供し続けるために、企業は何をすべきでしょう? 本セミナーでは、海外の最新事例を紐解きながら、日本企業が目指すべきデジタルシフトと顧客体験の方向性について解説します。

アドビ システムズ株式会社
 マーケットディベロップメントエンジニア
 熊村 剛輔 氏



プロモーションを経たのち、数々の企業でオンライン媒体編集長、企業サイト運営、Eコマースサイト立ち上げ、ソーシャルメディアマーケティング戦略の推進を手掛ける等、幅広い経験と実績を持つ。2013年4月アドビシステムズ入社。業界業種を問わず幅広く、先進的なデジタルマーケティングの営業活動を行う。

17:20-18:00

セッション2

『名刺管理から営業力を強化し
 売上を最大化する方法』

営業力強化は企業にとって永遠の課題です。それは売上を作る直接の部隊だからです。しかし、多くの企業が未だに個人の経験、センスに頼った営業をしています。個人に依存した営業体制では安定的な売上を確保し続けることは難しいです。これからは組織全体の営業力を強化する時代です。名刺管理を通して、組織の営業力を強化することで属人的な営業活動から脱却して成果を出している事例をお話します。

Sansan株式会社
 営業部 エバンジェリスト
 沢邊 崇 氏



証券会社勤務を経て2011年にSansan株式会社入社。営業として2,000社の新規営業に携わる。名刺管理を通して企業の課題解決に全力を注ぎ、Sansanの導入企業社数を10倍にすることに大きく貢献。現在はエバンジェリストとして全国を駆けまわる。