

対談セッション

ウェルビーイングを実現する企業変革とは

13:30
-14:20

デジタル技術がいよいよ生活のあらゆるアクションに浸透しようとしている中、デジタイゼーションを目的としてとらず、生活者がよりよく生きるための「ウェルビーイング」のためにどう変わり、どう知恵をしぼるかが、今あらためて各企業に問われています。ウェルビーイングのありかた、未来のテクノロジー進化に関する深い考察で日本の論壇をリードするドミニク・チェン氏と、数多くの企業との協働を通じて、デジタル技術の社会実装を推進する電通デジタル執行役員八木が、構想にとどまらず、真の企業変革を実現するための視点や実践事例についてお話しします。

早稲田大学文学学術院・表象メディア論系准教授 **ドミニク・チェン** 氏

profile 1981年生まれ。フランス国籍。博士(学際情報学)。2017年4月より早稲田大学文学学術院 准教授。NPOコムスフィア(クリエイティブ・コモンズ・ジャパン)理事。株式会社ディヴィデュアル共同創業者。2008年IPA未踏IT人材育成プログラム・スーパークリエイター認定。2016年、2017年度グッドデザイン賞・審査員兼フォーカス・イシュー・ディレクター。主な著書に『電脳のリキオ:ビッグデータ社会で心をつくる』(NTT出版)等。訳書に『ウェルビーイングの設計論:人がよりよく生きるための情報技術』(BNN新社、渡邊淳司との共同監訳、ラファエル・A・カルヴォ、ドリアン・ピーターズ著)、『シンギュラリティ:人工知能から超知能へ』(NTT出版、マレー・シャナハン著)等がある。

株式会社電通デジタル 執行役員/デジタルトランスフォーメーション部門 部門長 **八木 克全**

profile 1998年電通入社。2012年、デジタルマーケティング関連局立ち上げに参画。2016年より電通デジタル所属。デジタルトランスフォーメーション(デジタルを活用した事業・マーケティング変革領域)で、マーケティング課題を統合的に解決するソリューションを提供。主な実績としては、自動車/銀行/保険/電気機器/不動産/社会インフラ/流通等、幅広いクライアントに対して、戦略立案、施策開発、運用領域で、デジタルトランスフォーメーションを支援。アドビ、日経BP等、セミナーでの講演多数。マーケティング・ディレクター。建築学修士。



モデレーター **株式会社電通デジタル サービスデザイングループ・コンサルティングディレクター**
東京大学 x 電通デジタル 共創イノベーションラボ 主任研究員 **加形 拓也**



主催講演①

-ビジョンを顧客体験に落とし込む-

今、企業が考えるべきUXデザインとは

14:20
-14:50

生活者を取り巻く環境が大きく変化する中で、求められる体験が大きく変容しています。徹底した顧客視点でのUXデザインを実行するためのハードルは高く、険しいですが、お客様に選ばれるサービスにするためには避けて通ることはできません。本講演では顧客視点と企業側のビジョンのクロスポイントを顧客体験として実現する方法を、事例を交えながらご紹介いたします。

- 今、企業が考えるべき顧客体験
- 押さえておくべき生活者インサイト
- 最新のUXデザイン手法と事例

株式会社電通デジタル デジタルトランスフォーメーション部門 ビジネス UX デザイン事業部 事業部長 **小浪 宏信**



主催講演②

-顧客の気持ちを業務プロセスに落とし込む-

デジタル時代のマーケティング業務革新を成功させるヒント

14:50
-15:20

各社がDMPを構築しMAツールを駆使したコミュニケーションに試行錯誤しています。一方で大きな成果につなげられているケースは多くはありません。サービスデザイン的なアプローチとデジタルマーケティング基盤の相互連携に課題が見え隠れします。本講演では成功に導くための視点を知見・事例を通じてご紹介いたします。

- DMP/MAに対する期待と課題
- 「属性」から「状況」対応のマーケティングへ
- デジタルマーケティング基盤とサービスデザインの融合

株式会社電通デジタル デジタルトランスフォーメーション部門 サービスプロセスデザイン事業部 事業部長 **魚住 高志**



15:20-15:40 コーヒーブレイク

主催講演③

-アジャイルに対応する-

テクノロジーでマーケティングをどう変える?

~デジタルトランスフォーメーションを支えるPeople Driven x Tech Driven~

15:40
-16:10

デジタルトランスフォーメーションの実現にはテクノロジーの戦略的活用が不可欠ですが、その導入には従来のプロジェクトとは異なる固有の課題が付きまといま。本講演では、この課題がなにかを解きほぐしながら、生活者起点とともにテクノロジーを起点にすることの重要性を踏まえ、推進の方法論を事例とともにご紹介いたします。

- デジタルトランスフォーメーションをはばむ課題は何か
- 壁を乗り越える3つのアプローチ
- マーケティングとテクノロジーの融合に向けて

株式会社電通デジタル デジタルトランスフォーメーション部門 デジタルコンサルティング事業部 事業部長 **高田 晴彦**



主催講演④

-ビジネスを回すために、持っている資産を最大限活用する-

これからの顧客戦略とその活用による事業成長

16:10
-16:40

プラットフォームや新興企業によるデジタル・ディスラプション(創造的破壊)が脅威となり、企業にとっては従来の事業領域やサービス価値の捉えなおしが迫られる時代でもあります。本講演では、「顧客資産」をどう定義・活用しなおすかと、マーケティングや事業成長の関係について事例を交えながらご紹介いたします。

- 4Pから5Pへ、マーケティングの高度化
- 顧客を戦略的に基盤化するための方法論
- 事業を成長させる、デジタイゼーションによる顧客活用の3つのステップ

株式会社電通デジタル デジタルトランスフォーメーション部門 サービスマーケティング事業部 事業部長 **安田 裕美子**



16:40-16:50 クロージング