

日経 XTREND FORUM 2019

～デジタルレイノベーションの最新トレンドとビジネス課題解決のヒントがここに！～

開催結果報告書



主催：日経BP

会場：赤坂インターシティコンファレンス

会期：2019年7月24日～7月25日

/ CONTENTS /

/ 開催概要 /

開催概要	・・・ 2
会場マップ	・・・ 3
公演プログラム	・・・ 4
マーケター・オブ・ザ・イヤー2019	・・・ 12
創立1周年記念パーティー	・・・ 13
エグゼクティブランチ	・・・ 14
来場者調査結果	・・・ 15
来場者の企業名一覧	・・・ 19
協賛社一覧	・・・ 20

デジタル技術が急速に進化し、消費行動は一変、企業戦略も見直しが迫られています。トレンドが目まぐるしく変化する今だからこそ、業種や職種などの垣根を越えて、「変化」を捉え続けることがとても重要です。そのような時代の中、未来を予測し、マーケティング／デジタル戦略の深堀り記事を日々お届けしている日経クロストレンドが主催する当イベントは、デジタルイノベーションの最新トレンドを感じいただき、ビジネスの最前線における課題解決のヒントを提供する場を創出します。

名称 日経クロストレンド FORUM 2019

会期 2019年7月24日（水）～25日（木）

会場 赤坂インターシティコンファレンス
(東京・溜池山王)

主催 日経BP

協力媒体 日経クロストレンド

セッション数 38

受講金額 全セッション無料

来場者数

	日経クロストレンド FORUM 2019
7月24日（水）	2851人
7月25日（木）	2562人
合計	5413人

※日経クロストレンド FORUM 2018は3753人（3日間開催）

会場図

会場は、赤坂インターシティコンファレンス。

昨年は4Fで開催しましたが、今年は4F、及び3Fで開催いたしました。



展示ブース



7.24(水) 講演プログラム

会場1+2

K-101

「ザ・ノース・フェイスの挑戦」

日本で独自に進化した「ザ・ノース・フェイス」はどのように生み出され、なぜアウトドアのプロからストリートの若者まで熱烈に支持されているのか。さらに注目企業・スパイバーと共同開発した構造たんぱく質素材で何を目指しているのか。日経クロストレンドの特集「ザ・ノース・フェイス 強さの秘密」にも登場した“ジャパン ノース・フェイスを作った男”がその裏側を明かします。



ゴールドウイン 取締役副社長執行役員
渡辺 貴生氏

10:00
～
10:40

C-101

『アフターデジタル』～ OMO・UX戦略と日本型DX の在り方

デジタルが生活に浸透する現代、オンラインとオフラインを分けずに一体として捉えオンラインの競争原理で戦略を組み立てる「OMO(Online Merges with Offline)」という考え方方が重要になります。本セミナーではOMOの要諦を紹介するとともに、日本におけるDXの進め方を解説します。



ビービット 執行役員／エバンジェリスト
宮坂 祐氏

10:40
～
11:20

C-111

デジタルエクスペリエンスで 革新する顧客エンゲージメント

近年、市場の成熟化や新たなプレイヤーの参入により、従来型のマーケティング手法が通用しなくなり、ロイヤリティプログラムやデジタルチャネルを活用した顧客体験での差別化競争が進展しています。本講演では、ロイヤリティ・マーケティングのリーディングカンパニーであるブライアリー・アンド・パートナーズ社(米国)の日本拠点を統括する川津が、国内外の先進的な実践事例をご紹介するとともに、日本におけるデジタルCRM／ロイヤリティマーケティングのあり方をお話します。



ブライアリー・アンド・パートナーズ・ジャパン
代表取締役社長
川津 のり氏

11:20
～
12:00

会場1

S-131

マルチモーダルモビリティ サービスmy routeの取組み

福岡市にてトヨタと西鉄が実証実験中のマルチモーダルモビリティサービス「my route」の取り組みと、その導入効果を紹介します。各地域でMaaSアプリの検討は進んでいるものの、国内で実際に運用を進めている事例は少ない状況です。理論だけでなく、実務経験に基づいた視点から導入の背景や意図を説明します。



トヨタ自動車 未来プロジェクト室主任
間嶋 宏氏

13:00
～
13:40

C-143

5Gが激化させる マーケティングサバイバル ～生存戦略2020～

迫り来る5Gの大波。チャンスにするか、リスクにするかはあなた次第です。アクセンチュアからスピーカーとして、新進気鋭のマーケティングディック、Penguin Tokyo。JTB、東京メトロをはじめ、マーケター 1000人以上を支援してきた視点で、マーケター、マネジメントが今すぐはじめるべきことを実例とともにご紹介します。



Penguin Tokyo
共同創業者+
代表取締役
関根 佑輔氏



Penguin Tokyo
共同創業者+
取締役副社長
勅使川原 晃司氏

14:00
～
14:40

C-151

売上アップにつながる ソーシャルメディアマーケティング

一般的にソーシャルメディア運用をする場合、自社のアカウントを運用してフォローを集めることがKPIとなります。フォローを集めてみたものの、結果として、売上につながらないと感じている方もいるのではないでしょうか？今回は売上アップにつなげるソーシャルメディアマーケティングについて事例も交えお話しします。



ホットリンク 執行役員CMO
飯高 悠太氏

15:00
～
15:40

C-161

CX（顧客体験）に向き合う経営を。 事例と実践方法をご紹介。

ウェブとアプリや店舗など、お客さまとの様々なタッチポイントのデータを「人軸で」捉えユーザー行動を正しく理解し、CX（顧客体験）を高めることは容易なことではありません。様々なCXへの取り組み事例からこれから経営へのヒントを探るとともに、CXプラットフォーム「KARTE」を活用した実践例も交えてご紹介します。



ブレイド Business Accelerator
金田 拓也氏

16:00
～
16:40

S-171

乗り合い交通から電動スクーター、空飛ぶ クルマまで世界の新モビリティ最前線 ～日本導入の課題と展望～

MaaSの要として期待されるオンデマンド型乗り合い交通サービスや、ラストワンマイルをつなぐ軽自動車シェア、電動スクーターなどのマイクロモビリティ、そして「空飛ぶクルマ」まで、世界でビジネス化、および検討が進むこれら新モビリティは、社会や生活者にどのような価値を生み出しているのか。また、マネタイズのポイントはどこにあるのか。日本に導入するに当たっての課題と、その突破口は？——。元Uber Japan政府渉外・事業戦略のトップで、現在は乗り合い交通で世界をリードする米Via（ヴィア）などのアドバイザーを務めるROOTS Mobility Japan代表の安永修章氏が、徹底解説。世界のモビリティ革命の夢と現実、そして日本でのビジネス展開の道筋が明らかに。



ROOTS Mobility Japan 代表
安永 修章氏

17:00
～
17:40

■ 基調講演

■ 主催者講演

■ 協賛講演

14:00
～
15:30

会場5

S-145

マーケティングの鉄人「マーケターの人生とお金理想と現実」

マーケターはどのようなキャリアパスを歩めばよいか。成功すれば年収はどのくらいもらえるのか。「マーケティングの鉄人」富永朋信氏(マーケティングキャリア協会理事)が「マーケティングの仕事と年収のリアル」著者の山口義宏氏を迎え、マーケターの仕事と収入の現状を明らかにします。「ぶつちやけ質問タイム」も予定!



マーケターキャリア協会(MCA)理事
富永 朋信氏
インサイトフォース代表取締役
山口 義宏氏

会場2

S-132

ファミリーマートのデジタル戦略とDXリーダーシップ

7月にローンチした、「ファミリーマートのデジタル戦略の要となる「ファミペイ」」。ファミペイを軸に、ファミリーマートのDX(デジタルトランスフォーメーション)を強烈に押し進めて来た、ここまで道のりと今後の展望、そしてDXにこそ求められるリーダーシップについて、お伝えします。



ファミリーマート 経営企画本部デジタル戦略部長

植野 大輔氏

C-142

大企業が挑む、同時多発イノベーションの「進め方」

既存事業を抱える大企業だからこそ、ドラスティックな事業をしきもどすと起こしていく自己変革が必要です。同時多発でイノベーションの種を植え付け、育てていくにはどうするか。食を起點にしたデータ領域にまで事業を拡げようとしているニチレイの取組を構想をサポートした電通デジタルとともにお話をします。



ニチレイ 経営企画部
事業開発グループ
マネージャー

関屋 英理子氏



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
サービスデザイングループ
グループマネージャー

加形 拓也氏

S-133

5G時代のビジネス協創に向けた取組み ～さまざまなパートナーさまと創る未来～

次世代の通信基盤である5Gのサービスが登場目前になり、大きな社会変革を迎えます。5Gの概要、5Gがもたらす産業への影響について、さらには5Gを活用したNTTドコモが目指す地方創生をはじめとする社会課題の解決への貢献についてユースケースとともにご紹介します。



NTTドコモ 5G・IoTソリューション推進室
担当部長

有田 浩之氏

C-141

顧客と直接繋がる為の戦略とIT

「顧客とどう繋がり、事業成長するか」顧客接点を持つていない接点はあるが機能していない等、様々な企業がこのテーマを掲げています。しかし、その目的で、行われる様々な施策がなかなか成功に繋がらないという声も多く聞かれます。成功の為のキーワードは「マーケティングの機動力」。その具体的な内容を紹介します。



博報堂 マーケティングシステムコンサルティング局
プロセスコンサルティング部 部長

ストラテジックプランニングディレクター

荒井 友久氏

C-152

事例で解説! カスタマーデータ徹底活用によるデータマーケティングの最前線

データドリブンマーケティングの潮流が大きくなる中、現場では「何か始めればよい?」「社内に様々なデータはあるが、データ分析人材が不足している」という課題が多く聞かれます。国内最大規模の消費者行動ログを保有するヴァリューズが、顧客企業との最新データ活用事例を通じて、解決策のヒントをご紹介します。



ヴァリューズ
執行役員

子安 亜紀子氏



ヴァリューズ
データマーケティング局
兼 事業企画局
アシスタンスマネジャー

岩村 大輝氏

C-153

デジタル時代に新たな顧客体験を創出するオープンソースCMS

顧客体験の重要性が高まる中で、企業は本当に顧客の要求を満たしているでしょうか。当社が行った調査によると、コンシューマーの半数は企業のブランド体験に不満を持った経験があると回答しており、Webサイトやアプリ、デジタルサイネージなどあらゆる接点で共通したリッチなデジタル体験を提供できるプラットフォームが必要になっています。本セッションでは、世界有数の企業で採用されている、オープンソースCMSが実現するデジタル体験の統合と新潮流についてご紹介します。



アイティジャパン
リージョナルパートナー
マネージャー

小坂 慎吾氏

C-162

OMO時代にアプリで進化する新たな顧客体験

急速なモバイルシフトにより、顧客の消費行動は劇的に変化しています。マーケティングはスマートフォンが中心となり、デジタルテクノロジー先進企業は積極的にアプリを活用し、売上を伸ばし、CRMに活かしています。また実店舗やイベントなどリアルな顧客接点でもアプリは重要なハブとなり、顧客に新たな購買体験を提供できます。本セッションでは、国内300社以上に導入されているアプリプラットフォーム「Yappli(ヤプリ)」が自社アプリの効果、今後の可能性をお伝えします。



Yappli
執行役員 CCO 兼
エンバジャリスト

金子 洋平氏

S-163

5G/IoT時代に起こる ビジネス革新

～データ活用による新たな収益モデルについて～

KDDIの5G・IoTソリューションの全体像についてご説明した後、5Gの実証実験やIoT導入事例を通じたお客さまビジネスへのインパクト、これらのデータを活用した新たな収益モデルについて、ご紹介いたします。



KDDI ビジネスIoT企画部長

原田 圭悟氏

S-172

メルカリ×メルペイで進めるキャッシュレス～スマホ決済での挑戦とその先の未来とは～

メルカリとメルペイで進めるスマホ決済サービス「メルペイ」は、メルカリというサービスと一緒にしていることが大きな強みだと考えています。日本最大のフリマアプリであるメルカリをどう活かして「メルペイ」を広げていくのかをご紹介とともに、スマホ決済とフリマアプリが繋がる世界について自指すイメージをお話します。



メルペイ 執行役員CEO

山本 真人氏

S-173

来る5G社会に向けた ソフトバンクの取組みと今後の戦略

ソフトバンクが考える、5Gが実現する社会とそれに向けた取り組みを紹介いたします。4Gから5Gへ世代交代が進む向こう10年間、日本は高齢化、労働力不足などの社会問題が顕在化します。その解決を担うインフラとしての5Gをどのように展開するか、ネットワーク戦略、サービス戦略、マイルストーンを語ります。



ソフトバンク
モバイルネットワーク本部
本部長

野田 真氏

7月24日（水）講演

基調講演で、渡辺貴生氏<ゴールドワイン>にザ・ノース・フェイスの強さをお話しいただいたほか、宮坂祐氏<ビービット>にOMO(Online Merges with Offline)について、川津のり氏<ブライアリー・アンド・パートナーズ・ジャパン>には先進的な顧客マネージメント事例をご紹介いただきました。



K101

「ザ・ノース・フェイスの挑戦」

日本で独自に進化した「ザ・ノース・フェイス」はどのように生まれ、なぜアウトドアのプロからストリートの若者まで熱烈に支持されているのか。さらに注目企業・スパイバーと共同開発した構造たんぱく質素材で何を目指しているのか。日経クロストレンドの特集「ザ・ノース・フェイス 強さの秘密」にも登場した「ジャパン ノース・フェイスを作った男」がその裏側を明かします。

C-101

『アフターデジタル』～ OMO-UX戦略と日本型DXの在り方

デジタルが生活に浸透する現代、オンラインとオフラインを分けずに一体として捉えオンラインの競争原理で戦略を組み立てる

「OMO (Online Merges with Offline)」という考え方方が重要になります。本セミナーではOMOの要諦を紹介するとともに、日本におけるDXの進め方を解説します。



C-111

デジタルエクスペリエンスで革新する 顧客エンゲージメント

近年、市場の成熟化や新たなプレーヤーの参入により、従来型のマーケティング手法が通用しなくなり、ロイヤリティプログラムやデジタルチャネルを活用した顧客体験での差別化競争が進展しています。

本講演では、ロイヤリティ・マーケティングのリーディングカンパニーであるブライアリー・アンド・パートナーズ社（米国）の日本拠点を統括する川津が、国内外の先進的な実践事例をご紹介するとともに、日本におけるデジタルCRM／ロイヤリティマーケティングのあり方をお話します。



7月24日（水）講演

河嶋宏氏<トヨタ自動車>にマルチモータビリティサービスの実証実験への取り組みについて、安永修章氏<ROOTS Mobility Japan>に新時代モビリティビジネスのポイントをそれぞれご紹介いただきました。また、富永朋信氏<マーケターキャリア協会>、山口義宏氏<インサイトフォース>の“マーケティングの鉄人”お二人にマーケターの「リアル」をお話いただきました。



S-131

マルチモーダルモビリティサービス my routeの取組み

福岡市にてトヨタと西鉄が実証実験中のマルチモーダルモビリティサービス「myroute」の取り組みと、その導入効果を紹介します。各地域でMaaSアプリの検討は進んでいるものの、国内で実際に運用を進めている事例は少ない状況です。理論だけでなく、実務経験に基づいた視点から導入の背景や意図を説明します。



S-171

乗り合い交通から電動スクーター、空飛ぶクルマまで世界の新モビリティ最前線～日本導入の課題と展望～

MaaSの要として期待されるオンデマンド型乗り合い交通サービスや、ラストワンマイルをつなぐ自転車シェア、電動スクーターなどのマイクロモビリティ、そして「空飛ぶクルマ」まで。世界でビジネス化、および検討が進むこれら新モビリティは、社会や生活者にどのような価値を生み出しているのか。また、マネタイズのポイントはどこにあるのか。日本に導入するに当たっての課題と、その突破口は？
元Uber Japan政府渉外・事業戦略のトップで、現在は乗り合い交通で世界をリードする米Via（ヴィア）などのアドバイザーを務めるROOTS Mobility Japan代表の安永修章が、徹底解説。世界のモビリティ革命の夢と現実、そして日本でのビジネス展開の道筋が明らかに。

S-145

マーケティングの鉄人 「マーケターの人生とお金理想と現実」

マーケターはどのようなキャリアパスを歩めばよいか。成功すれば年収はどのくらいもらえるのか。“マーケティングの鉄人”富永朋信氏（マーケターキャリア協会理事）が「マーケティングの仕事と年収のリアル」著者の山口義宏氏を迎え、マーケターの仕事と収入の現状を明らかにします。「ぶっちゃけ質問タイム」も予定！



インサイトフォース
代表取締役
山口 義宏氏

マーケターキャリア協会
(MCA) 理事
富永 朋信氏

7.25(木) 講演プログラム

会場1+2

K-201

ワークマンがデータ活用で描く新業態戦略

10:00 ~ 10:40
ワークマン 専務取締役開発本部担当
土屋 哲雄氏

ワークマンは個人向け作業服市場で圧倒的なシェアを持っていますが、市場は飽和気味で新業態への進出が急務でした。新業態では勘と経験が通じないため「データ」で経営できる体制を作りました。社運をかけて低価格アウトドアウェア市場に参入しましたが大好評です。日経トレンディの2019年ヒット予測のNo.1に選ばれました。

C-201

顧客体験起点のデジタルトランスフォーメーション

10:40 ~ 11:20
電通デジタル デジタルトランスフォーメーション部門 部門長補佐
ビジネス/UXデザイン事業部長
小浪 宏信氏

デジタルトランスフォーメーション(DX)の取り組みが本格化する中、組織、業務、システム基盤等様々な障壁を前に、誤ったゴールやプロセスでプロジェクトを立ち上げても、本質的な変革は実現できません。本講演では電通デジタルが考える「顧客体験起点のDX」の実現に向けた取り組みを国内外の事例を交えながらご紹介します。

C-211

伝えたい人に届く、効く。 YouTube。

11:20 ~ 12:00
生活者に確実にリーチして高い広告効果を獲得するためには、最適なメディアプランとともに、生活者に適したメッセージを届けることが重要です。今回は、YouTubeでターゲットへのリーチを最大化し、店頭来店効果までを可視化して成果をあげたブランドの事例から、いま必要とされている広告プランニングを考察します。



コーセー 宣伝部
宣伝企画・PR課
課長

小林 祐樹氏



サムスン電子ジャパン
モバイルコミュニケーション
マーケティンググループ
シニアプロフェッショナル/課長

荻原 泰邦氏



グーグル YouTube
プロダクトマーケティング
マネージャー

中村 全信氏

会場1

S-231

単なる「月額制」で終わらせない 本当のサブスク事業の作り方

13:00 ~ 13:40
「所有」から「使用」へと移り変わる新たな消費トレンドに対応しようと、「サブスクリプション」をうたうサービスが増えている。アパレル、飲食、自動車、昨今では住居のサブスクもが現れた。ところが、単なる月額制の採用にとどまるサービスも少なくない。サブスク成功の秘訣は徹底した「顧客主義」。プロダクトアウトの発想の月額制では、成功は望めない。本当のサブスク事業の作り方について、favyの高梨巧社長とZuora Japanの桑野順一郎社長に学ぶ。



Zuora Japan
代表取締役社長

桑野 順一郎氏



favy
代表取締役社長

高梨 巧氏

C-241

5GとIoT時代の先へ。企業が今こそ手に入れるべきモバイルの力

14:00 ~ 14:40
日本だけではなく世界中で普及しているスマートフォン。そのスマートフォンで国内はすでに1兆円以上のマーケットに成長しています。シェアとして大きいのはゲーム産業ですが、ここ数年で構造に変化が出てきました。その変化をアクメースで理解すると、実は日本の産業は大きな脅威に晒されていることがあります。GAFAをはじめとした外資系プラットフォーマーが生活者のライフスタイルに深く入り込み、様々なサービスを提供していることが、間接的に日本の国力を低下させることに繋がる可能性があります。5GやIoTが今後の重要なテクノロジーになると想われていますが、あくまでテクノロジーにすぎません。これらのテクノロジーを使い、モバイルの領域で何をすべきなのか、世界最大のモバイルデータを提供するApp Annieが、アクメースでそのヒントを提示します。



App Annie 日本代表デジタルクリエイティブ
向井 俊介氏

C-251

企業におけるGoogle Marketing Platformの導入・活用事例

15:00 ~ 15:40
本講演では、特にオンライン・オフラインの両チャネルを有する企業のDXに役立つGoogle Marketing Platformのエンタープライズ向け活用のポイントやトレンドを事例を交えてご紹介します。さらに、Google社が考えるGoogle Marketing Platformの導入メリットについてもご説明します。



NRIネットコム
デジタルマーケティング事業部主任

山川 俊哉氏

C-261

迫る東京五輪! 訪日外国人消費を逃さないためのインバウンドマーケティングとは

16:00 ~ 16:40
東京五輪開催も迫り、訪日外国人は年々増加しています。伴って訪日外国人消費も過去最大を記録し、インバウンド対策の必要性も高まっています。しかし、どのような対策を行えばいいのかわからぬ。施策を行っていても成果にならがないと感じている方もいるのではないでしょうか? 今回はインバウンドの現状から、今後求められる対策についてメーカー・小売店の事例を交えてお話しします。



Payke
代表取締役CEO

古田 奎輔氏

S-271

「キリンホームタップ」が目指す、新しいビール体験

17:00 ~ 17:40
工場直送のビールを家庭用サーバーで楽しめる新サービスとして、2017年より展開している「キリンホームタップ」。1年ほど募集を停止していたが、2019年4月からサービスを再開し、沢山のご応募をいただいている。これまでにない新しい事業にキリンビールが取り組む理由、サービスのこだわり、未来に向けて目指す姿についてお話しします。



キリンビール マーケティング部
新規事業創造担当 HomeTapチームリーダー

山口 洋平氏

会場2

S-232

Jクラブと共に推進する Jリーグデジタル マーケティング戦略



Jリーグデジタル
代表取締役社長
出井 宏明氏

「スポーツ×IoT」「スポーツビジネスにおけるデジタルテクノロジーの活用」について、Jリーグでは2016年から顧客データベース基盤、デジタルアセット基盤などへの投資を強化し、活用推進を図っています。今回は、一連の取り組みの現在・未来、そして推進にあたり感じているキモをご紹介いたします。

C-242

共感を探るクリエイティブ - Inspiring YouTube Video Ads Creative



グーグル クリエイティブ
デベロッパメント リード
深海 孝二郎氏



電通 第4CRプランニング局
グループ・クリエイティブ・
ディレクター
笠間 健太郎氏

視聴動向や行動データから導いたターゲットインサイトを理解することで、動画広告クリエイティブへのアプローチは、さらに多くの機会と正確性、また有効な示唆が得ることができます。今回は、視聴対象者ごとのインサイトに沿ったクリエイティブの最適化を実施したLEXUS様の最新事例より、クリエイティブ制作に必要なポイントと効果をご紹介します。

C-252

ビッグデータ×AI×グローバルアプリ 動画広告プラットフォーム イスラエル企業YouAppiの実力

世界で比類なき強さを誇る、最先端のイスラエル技術。ビッグデータ、AIを駆使したデジタルマーケティングのグローバル企業、YouAppiの実力に迫ります。



Atlas Associates
代表取締役
YouAppi Adviser
宮野 貴行氏



YouAppi
ジャパンカントリー
マネージャー
中林 由恵氏

C-262

Eoliaが考える生活者との エンゲージメントづくり

パナソニックが取り組むエンゲージメントづくりの考え方と、パートナーであるAllAboutとの共同取り組みについてご紹介します。購入前後のフェニルを繋ぐメディアプラットフォームとして、「AirLetter FromEolia」を開設。生活者にとって価値ある情報の構築と、新しい情報の広げ方について、お話しします。



パナソニック
コミュニケーション部
清水 孝志氏



オールアバウト
プラットフォーム
開発部
マネージャー
大和田 誠氏

S-272

「日本企業とソーシャルメディア」の 過去・現在・未来

日本企業でのソーシャルメディアの本格運用が始まり約10年。ソーシャルメディアは企業と顧客の関係性をどのように変えて何をもたらしたのか。企業ソーシャルメディア運用担当の第一人者である風間公太氏と、Webを使った企業の顧客コミュニケーションに長年携わっている徳力基彦氏が、その変遷や価値について語り合います。



顧客時間
チーフプランナー・
広報統括
風間 公太氏



ピースブレイク
noteプロデューサー/プロガーバンシャイルメディア・ネットワーカ・
アバゲー/ブロガー
徳力 基彦氏

会場3

S-233

準リアルタイムマップが変える 地図ビジネス最前線

地図は完成した瞬間に古くなる。從来より指摘されてきたこの哲学的課題を人工衛星や各種センサーを用いた高頻度更新技術と新しいビジネスが解決しようとしています。地図データの更新頻度を高めることで、ビジネスにおける地図利用をどのように変えていくのか、その最前線に関する読者が未来の地図を語ります。



Maxar Technologies
Senior Sales Manager,
Commercial Sales, Japan, APAC
竹田 宏之氏



青山学院大学
地域社会共生学部 教授
マップコンシェルジュ
代表取締役
古橋 大地氏



Aksel Space
代表取締役社長CEO
中村 友哉氏

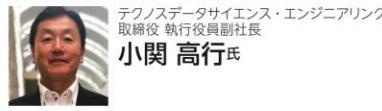


RESTEC
ソリューション事業第一部
事業戦略室 参事
奥村 俊夫氏

C-243

サービスと顧客を繋ぐ! 対話型 AIプラットフォーム最新事例

2020年には約80%の企業が導入すると言われているチャットボット。業務システムと顧客との対話データをどのように繋ぐか、活用するかが、顧客体験の向上には重要なポイントとなります。様々なチャネルと繋がり、複数のボットを構築・一元管理できる対話型AIプラットフォームについて最新事例とデモを交えてご紹介します。



テクノスデータサイエンス・エンジニアリング
取締役 執行役員副社長
小関 高行氏

C-253

企業のDXを加速する鍵は? 顧客との会話情報は宝の山

デジタル技術を活用したビジネス改革(DX)を行うためには、データの活用がポイントです。AI技術の進歩により、これまで殆んど捨てられていました顧客との会話情報の活用が可能となったことで、様々な業態において、企業のビジネス活動が大きく変わってきます。本講演では、その活用事例を中心にご紹介します。



NTTコミュニケーションズ
ICTコンサルティング本部
担当課長/シニアコンサルタント
杉井 達朗氏

会場5

S-255

「マーケター・ オブ・ザ・イヤー 2019」受賞者 5組の講演

新市場を創造し、新たなビジネスモデルを構築したイノベーターやヒットメーカーを表彰する「日経トレンド」に連動したアワードの第2回目。受賞者たちが講演を行い、「革新への軌跡」を打ち明ける。



ワーフマン
専務取締役
開発本部担当
土屋 哲雄氏



20世紀フォックス映画
マーケティング本部
本部長
星野 有香氏



20世紀フォックス映画
マーケティング本部
シニアマネージャー
柳島 尚美氏



PayPay
マーケティング本部
本部長
藤井 博文氏



ライオン
ブランドマネージャー
宮川 孝一氏



セブン-イレブン・
ジャパン
マーチャンダイザー
子出藤 優氏



【審査員代表】
クー・マーケティング・
カンパニー
代表取締役
音部 大輔氏

15:00
～
16:40

17:00
～
18:30

S-273

「未来を創る」とは ～ウェルネスマネジメント市場を例に～ 「消費トレンド総覧 2030」発刊記念～

企業戦略において激変が予想される2030年に向けたテクノロジーや価値観、ライフスタイル変化による様々な市場の変化をどのように捉えていくべきか?そして2030年に向けた14の有望市場の概観を洞察し、ウェルネスマネジメント市場を例にとらえ、専門家を交えた議論を行います。



D4DR
代表取締役社長
藤元 健太郎氏



DeNA
CHO室室長代理
東京大学医学部附属病院
22世紀医療センター
研究員
平井 孝幸氏



経済産業省
ヘルスケア産業課長
西川 和見氏

7月25日（木）講演

基調講演では、躍進するワークマンの次なる戦略を土屋哲雄氏＜ワークマン＞にお話しいただきました。小浪宏信氏＜電通デジタル＞には、顧客体験を起点とするDXへの取り組みを実例を交えて紹介いただき、またYouTubeの効果的な広告プランニングについて、小林祐樹氏＜コーセー＞、荻原泰邦氏＜サムソン電子ジャパン＞、中村全信氏＜グーグル YouTube＞各氏に講演いただきました。



ワークマン
専務取締役開発本部担当
土屋 哲雄 氏

K-201

ワークマンがデータ活用で描く新業態戦略

ワークマンは個人向け作業服市場で圧倒的なシェアを持っていますが、市場は飽和気味で新業態への進出が急務でした。新業態では勘と経験が通用しないため「データ」で経営できる体制作りをしました。社運をかけて低価格アウトドアウェア市場に参入しましたが大好評です。日経トレンドの2019年ヒット予測のNo.1に選ばれました。

C-201

顧客体験起点のデジタルトランスフォーメーション

デジタルトランスフォーメーション（DX）の取り組みが本格化する中、組織、業務、システム基盤等様々な障壁を前に、誤ったゴールやプロセスでプロジェクトを立ち上げても、本質的な変革は実現できません。本講演では電通デジタルが考える「顧客体験起点のDX」の実現に向け取り組みを国内外の事例を交えながらご紹介します。

電通デジタル
デジタルトランスフォーメーション部門 部門長補佐
ビジネス／UXデザイン事業部長

小浪 宏信 氏



C-211

伝えたい人に届く、効く。 YouTube。

生活者に確実にリーチして高い広告効果を獲得するためには、最適なメディアプランとともに、生活者に適したメッセージを届けることが重要です。今回は、YouTubeでターゲットへのリーチを最大化し、店頭来店効果までを可視化して成果をあげたブランドの事例から、いま必要とされている広告プランニングを考察します。

7月25日（木）講演

徹底した顧客主義でサブスクリプションを成功に導く秘訣を、桑野純一郎氏<Zuore Japan>、高梨巧氏<Favy>にお話しいただきました。また、人気の家庭用ビールサーバー「キリンホームタップ」の今後の展望について山口洋平氏<キリンビール>にお話しいただきました。さらに激変が予想される2030年の様々な市場について藤元健太郎氏<D4DR>、平井孝幸氏<DeNA>、西川和見氏<経済産業省>の3氏に議論いただきました。



Zuore Japan
代表取締役社長
桑野 純一郎氏



Favy
代表取締役社長
高梨 巧氏

S-231

単なる「月額制」で終わらせない 本当のサブスク事業の作り方

「所有」から「使用」へと移り変わる新たな消費トレンドに対応しようと、「サブスクリプション」をうたうサービスが増えている。アパレル、飲食、自動車、昨今では住居のサブスクまでもが現れた。ところが、単なる月額制の採用にとどまるサービスも少なくない。サブスク成功の秘訣は徹底した「顧客主義」。プロダクトアウト的発想の月額制では、成功は望めない。本当のサブスク事業の作り方について、favyの高梨巧社長とZuore Japanの桑野順一郎社長に学ぶ。

S-271

「キリンホームタップ」が 目指す、新しいビール体験

工場直送のビールを家庭用サーバーで楽しめる新サービスとして、2017年より展開している「キリンホームタップ」。1年ほど募集を停止していたが、2019年4月からサービスを再開し、沢山のご応募をいただいている。これまでにない新しい事業にキリンビールが取り組む理由、サービスのこだわり、未来に向けて目指す姿についてお話をします。

キリンビール
マーケティング部
新規事業創造担当
HomeTapチームリーダー
山口 洋平氏



S-273

「未来を創る」とは～ウェルネスマネジメント市場を例に～ -「消費トレンド総覧 2030」発刊記念-

企業戦略において激変が予想される2030年に向けたテクノロジーや価値観、ライフスタイル変化による様々な市場の変化をどのように捉えていくべきか？そして2030年に向けた14の有望市場の概念観を洞察し、ウェルネスマネジメント市場を例にとらえ、専門家を交えた議論を行います。



D4DR
代表取締役社長
藤元 健太郎氏

経済産業省
ヘルスケア産業課長
西川 和見氏

DeNA
CHO室室長代理
東京大学医学部附属病院
22世紀医療センター研究員
平井 孝幸氏

マーケター・オブ・ザ・イヤー 2019

イノベーションを起こし、ヒット商品を生み出すのは企業ではない。人である——。日経クロストレンドと日経トレンドが、新市場を創造した人や画期的なマーケティング戦略を指揮した人を発表する「マーケター・オブ・ザ・イヤー」。2019年は、5つの商品・サービスを生んだ計6人を選出しました。

審査基準は、①新規性、②市場創出力、③影響力、④売れ行きの4つ。この4つのポイントから6人の審査員が評価、選出しました。

<マーケター・オブ・ザ・イヤー 2019>受賞者

【大賞】 ワークマンプラス

ワークマン 常務 土屋 哲雄 氏

【準大賞】 ボヘミアン・ラプソディ

20世紀フォックス映画 マーケティング本部長 星野 有香 氏

20世紀フォックス映画 マーケティング本部 シニアマネージャー 柳島 尚美 氏

【優秀賞】 PayPay（ペイペイ）

PayPay コーポレート統括本部 マーケティング本部長 藤井 博文 氏

ルックプラス バスタブクレンジング

ライオン リビングケア事業部 ブランドマネージャー 宮川 孝一 氏

カップごはん シリーズ

セブン-イレブン・ジャパン FF・惣菜部 FF・冷凍食品 マーチャンダイザー 子出藤 優 氏

Marketer
of the Year
2019



大賞

ワークマン
土屋 哲雄 氏

準 大 賞

20世紀フォックス映画
星野 有香 氏 柳島 尚美 氏



優秀賞

PayPay
藤井 博文 氏



優秀賞

ライオン
宮川 孝一 氏



優秀賞

セブン-イレブン・ジャパン
子出藤 優 氏



【審査員】

・音部 大輔 氏

クーマーケティングカンパニー 代表取締役

・入山 章栄 氏

早稲田大学ビジネススクール 教授

・鹿毛 康司 氏

エステー執行役・

エグゼクティブ・クリエイティブディレクター

・富永 朋信 氏

イトーヨーカ堂 執行役員

営業本部副部長兼販売推進室長

・佐藤 央明 氏

日経トレンドイ 编集長

・吾妻 拓 氏

日経クロストレンド 総編集長

創刊1周年記念パーティー

7月25日（木）18時から、日経クロストレンドの創刊1周年を記念したクローズドパーティーを実施しました。同誌の取材先や執筆陣、日経クロストレンド EXPOの講演者なども含め、約100人の関係者が集い親睦を深めました。立食形式のパーティーが和やかに進む中、業界の垣根を越えた交流が盛んに行われ、出席者は今後のビジネス展望、スタートアップのアイデアなどを語らう実りある時間を提供しました。



エグゼクティブ・ランチ

7月24日（水）12時より、国内外大手企業でマーケティングを統括されるCMO（最高マーケティング責任者）、データ分析やデジタル事業開発を統括されるCDO（最高データ／デジタル責任者）、またそれらに準ずる役割を果たされる役員の方々をご招待して、「エグゼクティブ・ランチ」を開催しました。

冒頭に、日経BPシリコンバレー支局長の市嶋洋平より、米国企業のマーケティングなどに関する最新報告があったほか、各テーブルでマーケティングやデータの利活用、ビジネスデザインに対する取り組みや課題などの意見交換を行い、参加者同士の交流の場として活用いただきました。

■参加企業（50音順）

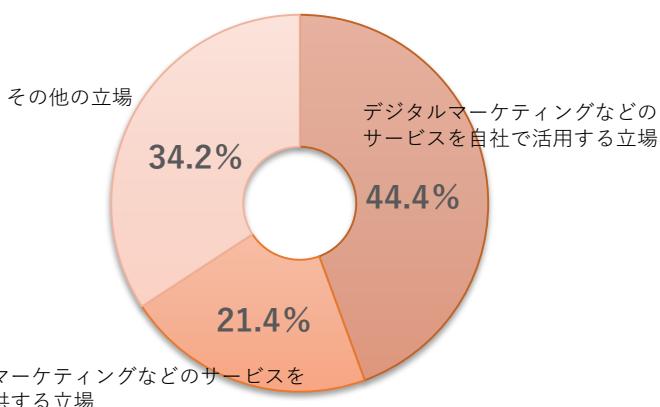
i.school、Activ8、一休、ウォンツアンドバリュー、エステー、オムロン、グーグル、熊本バスケットボール、グラフ、C Channel、JVCケンウッド・ビクターエンタテインメント、高橋修平法律事務所、Doen、ナビタイムジャパン、日本航空、日本コカ・コーラ、ネスレ日本、博報堂、パナソニック コネクテッドソリューションズ社、Peach Aviation、ファンベースカンパニー、ブライアリー・アンド・パートナーズ、PREGIO、Penguin Tokyo、ポーラ、Mizkan Holdings、メルカリ、ユカイ工学、UDS、Retail AI、ローソン、ワークマン、ONE・GLOCAL



来場者の属性

来場者が属する業種や会社での職種、そして、デジタルマーケティングサービスをどのように活用する立場にいるかを調査しました。

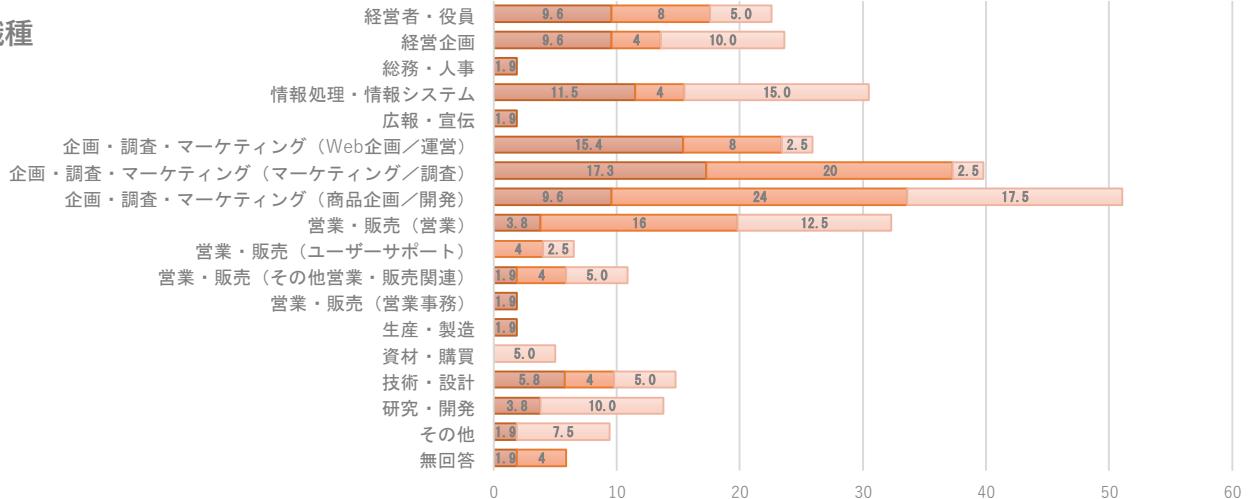
仕事上の立場



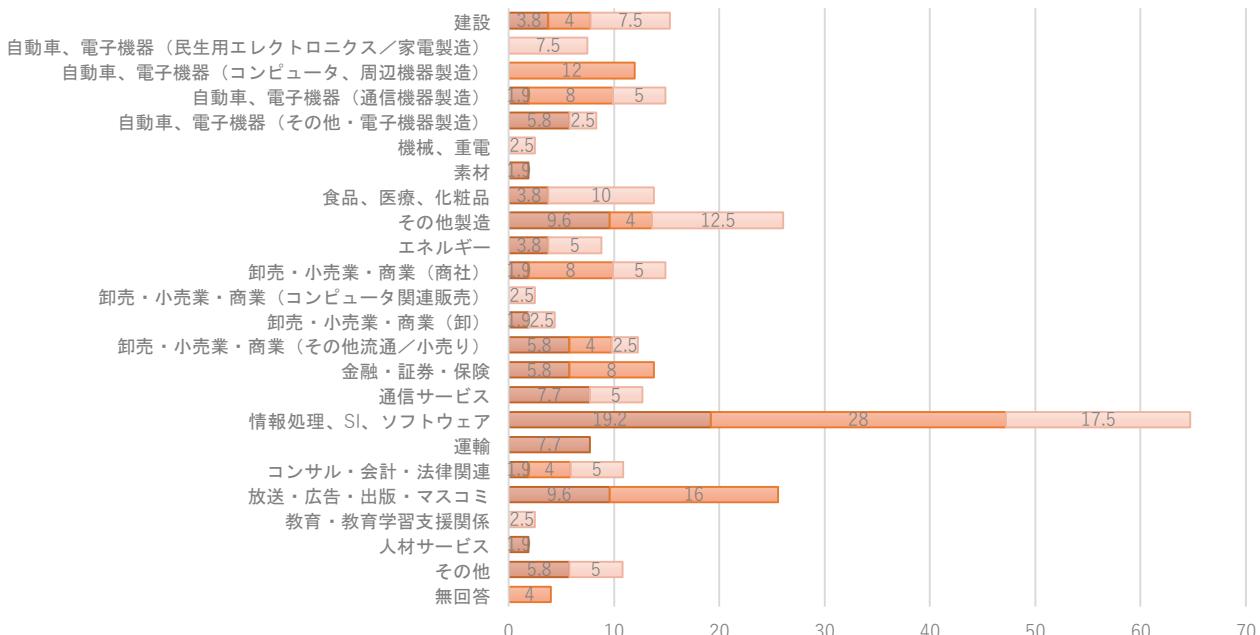
調査概要

調査方法	Web調査 調査対象者に調査依頼メールを送付し、インターネット上の回答受付システムAIDAで回答を収集
調査対象	「日経xTREND Forum 2019」への来場者
調査期間	2019年7月23日(火)～9月1日(日)迄
調査実査	日経B.P.コンサルティング

職種



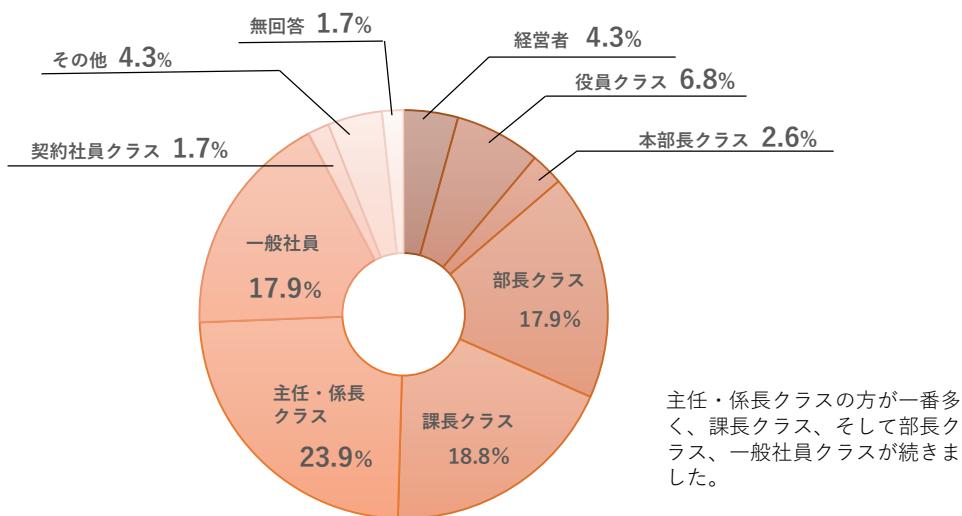
業種



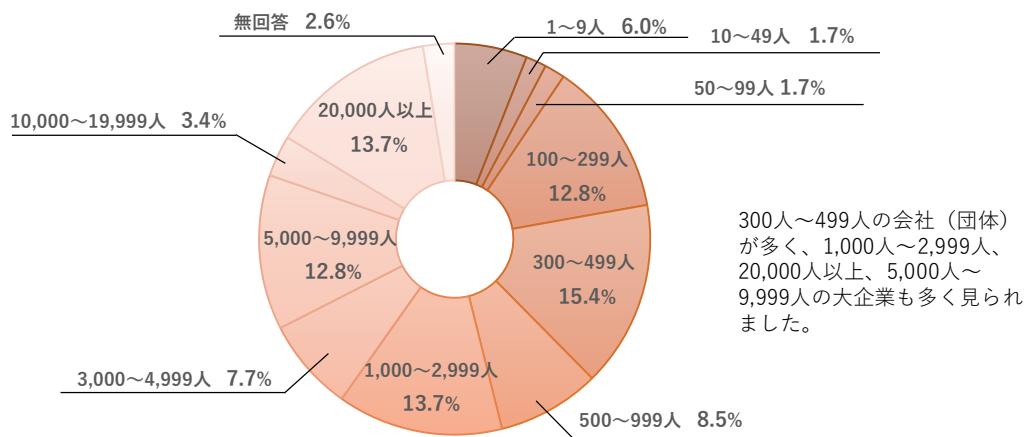
来場者の属性

来場者の会社での役職、所属会社・団体の従業員数、どのような業務に携わっているかを調査しました。

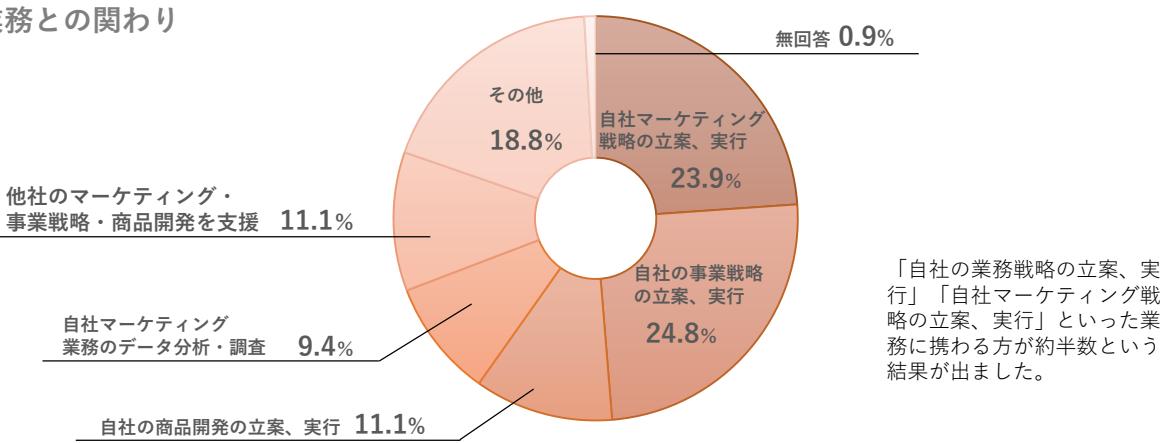
役職



所属している会社・団体の従業員数



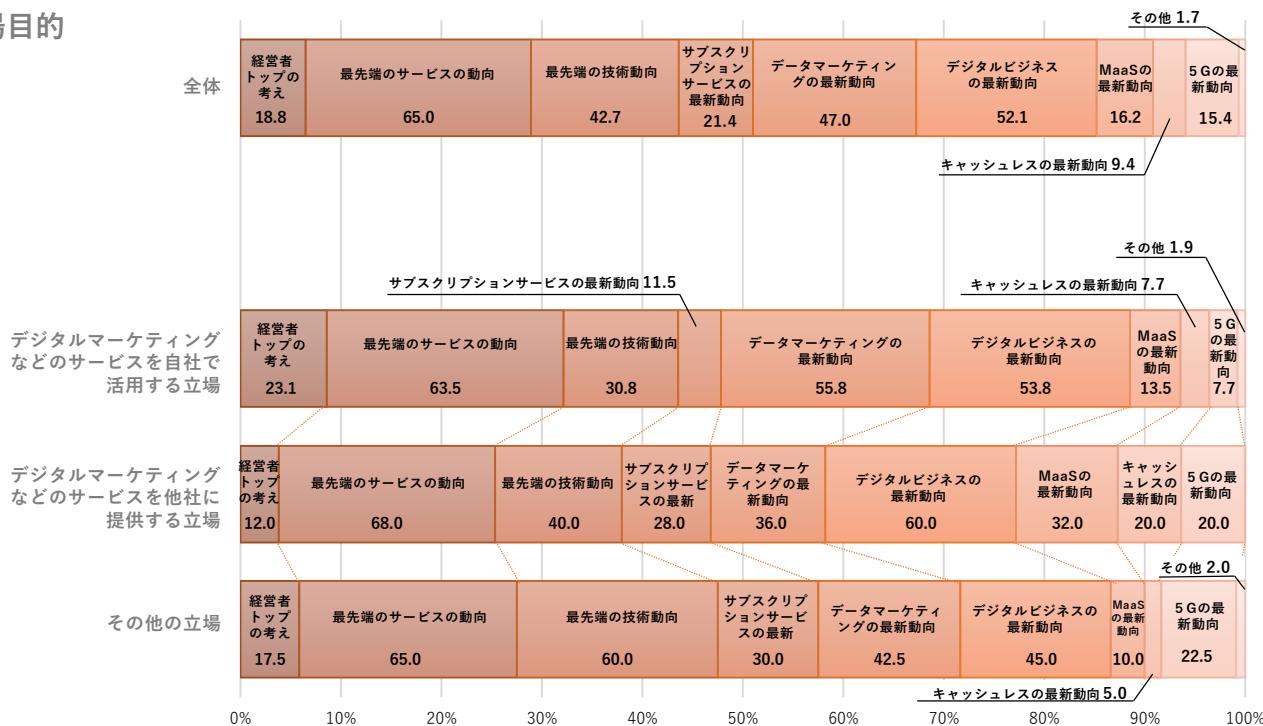
業務との関わり



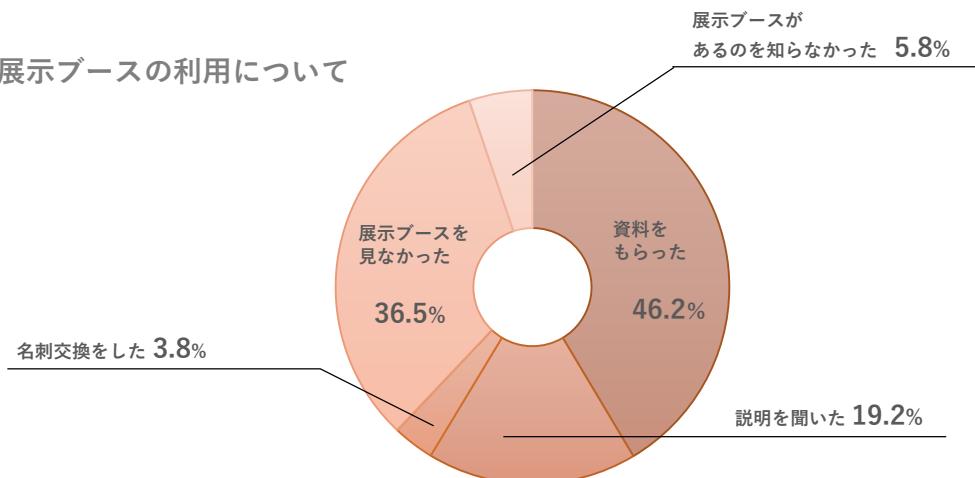
来場者の属性

来場目的の調査です。携わる業務によって違いがありますが、「最先端のサービスの動向」を知ることは、どの業務でも一番の来場目的となりました。また、本イベント告知については、日経BP、または日経クロストレンドからのメール(DM等)で知った方が多く、メール告知の重要性が改めて認識されました。

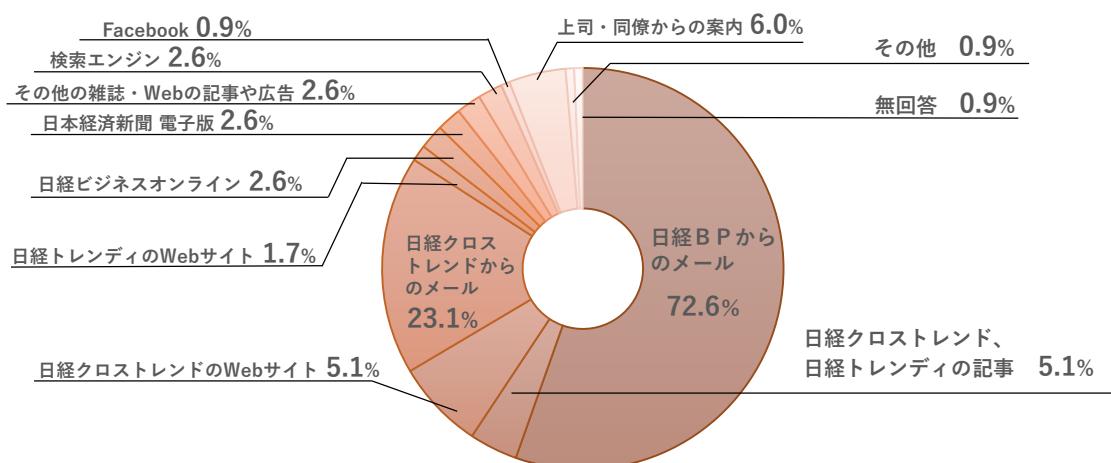
来場目的



会場内の展示ブースの利用について



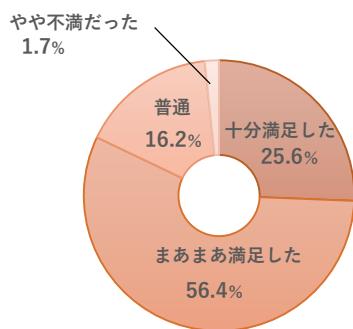
本イベントを知ったきっかけ



来場者の属性

来場者の満足度調査では、8割以上の方に満足していただき、9割近くの方に次回来場の意向を示していただきました。

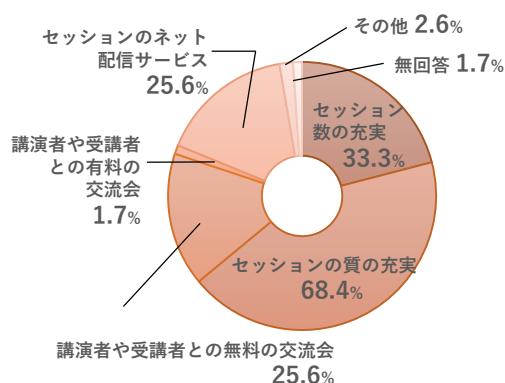
来場者の満足度



次回来場意向



今後の要望



自由意見欄

海外のデジタルマーケティング戦略について学べた。

聴講セミナーの内容が非常に有意義だった。

各企業様の取り組みの具体的な事例やその効果や反響など、生の声を聞く事ができ大変参考になりました。

キリンホームタップに込めた生の想いを聞けた。

マーケターのキャリアという他ではあまり聞けないセッション内容をかなりリアルな数字も交えて聞くことができた。

これだけの登壇者を集めたことに感謝。

株価を上げ、成功している（のっている）会社が将来の長期的成長についてどのように考えているのか、トップの方の考えがよく理解できた。

会場が広く、参加者数のわりにゆったりと聞けた。事前登録で、それほど入場待ちがなくスムーズだった。

様々な分野の情報収集が効率よくおこなえたこと。

最新のマーケティング、技術の状況を知ることができ、役立った。

企業の取り組みの実情を知ることができて知見を広げることができた。

マーケティングに関する講演内容が充実していたため。また複数のトレンドを踏まえた講演を、適度にコンパクトに用意いただいたので、1日で複数テーマを学ぶことができた。

中国を中心にデジタルビジネスの動向を知れたり、社内でどのように進めるか良いか等の参考になる内容を聞けたから。また、参加した講演のいずれもあとで資料を頂けたのが大変ありがとうございました。

複数マーケターの話を短時間にポイントを絞って聞けたのがとても良かった。特にライオンの宮川さんの講演がプロセスを具体的に話されていてわかりやすく、チームメンバーの共有にも役立った。

デジタルマーケティングに関する旬な情報、考え方を得られたので。

Payke社のセッション内容は、私にとって期待を上回る面白さだった。インバウンドビジネスの実際の状況も、ニュースで見聞きしていた以上に活況なこと、モノからコトへの流れも、売り上げで見ると実際はまだそれ程ドラスティックな変化になっていないこと、そのマーケットに対して、Payke社がどのような施策をとっているかなど大変興味深い話でした。次回以降も今回のPayke社のように、突っ込んだ・飛びぬけたビジネスを実践されている企業の話を聞いてみたいです。

最新のトレンドを入手できた点に満足。

カスタマーとのリレーション構築やデータ活用方法のヒントを得られた。

Workmanのセミナは、内情までわかつても参考になった。

実際に参加できたセッションは2つだけでしたが、多様なセッションがあり、一度にたくさんのことことが学べるのが非常に魅力的でした。次回はもっと早く予約して、多くのセッションを聞けるようにしたいです。

ワークマンの成功体験が知れたこと。今後の衛星ビジネスの方向が確認できたこと。

セミナー内容が参考になり、モチベーションアップにつながった。

ファミペイの講演を聞き、7payが失敗し、ファミペイがスムーズな立ち上げとなった理由の一端がわかった。

当初目的のMaaSに関する動向が把握できた事に加え、デジタルマーケティングの重要性も認識できた。

ニチレイのセッションにおける新規事業開発の進め方が非常に参考になった。

MaaSに関して期待以上の情報収集ができた。

様々な企業や業界の方の考え方や動向を伺いました。

同業他社の動向、仕事の進め方を知れて参考になった。

主な来場者企業一覧

AT&Tジャパン

De'Longhi Japan

DMM GAMES

DXアンテナ

HOYA

IHI

J-オイルミルズ

JTB

JVCケンウッド

JXTGエネルギー

Jフロントリテイリング

KADOKAWA

KDDI

KOTRA・東京貿易館

KPMGコンサルティング

LIFULL

LINE

LIXIL

mixi

NEC

NHK

NTTデータ

NTTドコモ

NTT東日本

P&G

PFU

PwCコンサルティング

Richemont Japan

RKB毎日放送

Samsan

SAPジャパン

SMBC信託銀行

SMBC日興証券

TDK

TIS

TOTO

Tポイント・ジャパン

WILLER

WOWOW

アイ・オー・データ機器

あいおいニッセイ同和損害保険

アイシン精機

アスクル生命保険

アクセンチュア

アサヒーディ・ケイ

アサヒビール

アシックス

アスク

アスクル

アステラス製薬

アデクシスジャパン

アテックス

アドビシステムズ

アビームコンサルティング

アマゾンジャパン

アルプスアルバイン

イオン

いすゞ自動車

イッカ・コミュニケーションズ

イトーキ

イトーヨーカ堂

エイブルック

エイムックス・エンタテインメント

エーザイ

エディー・パウアー・ジャパン

エノテカ

エレクトロラックス・ジャパン

オーストラリア大使館

オートバックスセブン

オービック

オールアバウト

オムロンヘルスケア

オリックス銀行

オリックス生命保険

オリンパス

ガーナー ジャパン

ガイアプロモーション

カウネット

カカクコム

カシム計算機

カネカ

カネカ化粧品

カブリットコム証券

カールツヴァイス

カルビー

キーコインズ

キッコマン

キヤノン

キューサイ

キユーピー

キリンビール

キンコーズ・ジャパン

グーグル

クオリカ

グラクソ・スミスクライン

クラシコ

クリップ株式会社

ぐるなび

クレディスイス

クレディセゾン

クレハ

ケー・アンド・エル

ゲオホールディングス

コヴィア

ヨーブデリ生活協同組合連合会

ヨーブ北陸事業連合

ゴーランドワイン

ヨーンズベローノゾジー

コカ・コーラ ボトラーズジャパン

ゴゴジャパン

コスマ・コミュニケーションズ

コニカミノルタ

コベルコシステム

コメリ

コロプラ

サイバーコミュニケーションズ

サクサ

サッポロライオン

サムソン日本研究所

サンスター

サン電子

シーポン

シェーシーピー

シチズン時計

ジブラルタ生命保険

じぶん銀行

スーパーホテル

スカイツアーズ

スカパーJ SAT

スズキ

スリーエム ジャパン

セイコーエプソン

セガ エンタテインメント

ゼネラル

ゼネラルモーターズジャパン

ゼブラ

セブン＆アイ・ホールディングス

ゼンリン

そごう西武

ソニー

ソフトバンク

ダイキン工業

ダイハツ工業

タカラトミー

タリーズコーヒー・ジャパン

デサント

デサントジャパン

テレビ東京ミニコミュニケーションズ

デロイトトーマツコンサルティング

デンソー

ドクターシーラボ

トッパンフォームズ

トヨタ自動車

ナビタイムジャパン

ニコン

ニチバン

ニチレイ

ニトリホールディングス

ニフティ

ノーリツ

パイオニア

ハウス食品

バスコ

バナソニック

バルコ

バンダイ

ピクターエンタテインメント

ビジョン

ピックカメラ

ピデオリサーチ

ファーストヨリティリング

ファイザー

ファミリーマート

フィリップ・モリス

フジタ

フジテレビジョン

プラス

プリヂストン

ブリティッシュ・アメリカン・タバコ・ジャパン

プリンスホテル

ブルデンシャル ジブラルタ ファイナンシャル生命保険

べんてる

ボーラ

ボストンコンサルティンググループ

マクセル

マックス

マツダ

マネックス証券

マル

マルハニチロ

ミズノ

みずほ銀行

ミネベア

ミネベアミツミ

メットライフ生命保険

モスフードサービス

ヤクルト

ヤフー

ヤマト

ヤマハ動機

ゆうちょ銀行

ユニクロ

ユニバーサル ミュージック

ヨネックス

ライオン

ライトオン

ライフルパート生命保険

ラグビーワールドカップ2019組織委員会

リコー

リシュモンジャパン(カルティエ)

リンナイ

ルイ・ヴィトン ジャパン

レオパレス21

ローソン

ローパー製薬

ローランド

ロッテ

ワークマン

旭化成エレクトロニクス

伊藤園

伊藤忠商事

伊豆急行

伊豆市議会

伊豆鉄道

横須賀市役所

横浜市役所

沖電気工業

花王

貝印

学習院大学

楽天

監査法入トマツ

関西電力

丸井

丸紅

丸辰

紀文食品

亀田製菓

京セラ

京王電鉄

京王百貨店

金沢大学

銀座山形屋

九州旅客鉄道

群馬県

慶應義塾大学

全日空商事

双日

早稻田大学

総務省

村田製作所

大王製紙

大丸松坂屋百貨店

大阪ガス

大成建設

大日本印刷

大分県東京事務所

大鹏油品工業

大林組

第三共

第一生命保険

池上通信機

竹中工務店

筑波銀行

中京テレビ放送

中国電力

長谷川工場

帝國データバンク

帝人株式会社

電通

都電再生機構

島精機製作所

東レ

東海旅客鉄道

東急電鉄

東京ガス

東京スター銀行

東京海上日動火災保険

東京空港交通

東京工業大学

東京電機大学

東京電工リサーチ

東京大学

東京地下鉄

東京風月堂

東京医科歯科大学

東芝

東日本電信電話

凸版印刷

日商エレクトロニクス

日本アライ・ピー・エム

日本アドバイザリーズ協会

日本オラクル

日本カカ・コラ

日本スマートマーケット協会

日本スマーク

日本ヒューレット・パッカード

日本マイクロソフト

日本銀行

日本航空

日本バルブ商事

日本電気

日本電産

日本電信電話

日本能率協会

日本郵便

日本旅行

日野自動車

日立製作所

任天堂

博報堂

菱美システムズ

富士スピードウェ

日経 **X**TREND FORUM 2019

協賛社(50音順)

サファイア協賛



YouTube プロダクトマーケティング



プラチナ協賛



ゴールド協賛



ブース協賛



次回以降のご案内

日経 **X**TREND
EXPO 2019

2019.10.9wed ~ 10.11fri

東京ビッグサイト 西展示棟

日経 **X**TREND
FORUM 2020

2020年7月開催予定

お問い合わせ

日経BP

生活メディア広告部

TEL : 03-6811-8218

sig-ad@nikkeibp.co.jp