

# 日経 **X**TREND **FORUM** 2019

～デジタル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	・・・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

## 開催概要

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rend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rend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trendを体感いただき、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rend 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rend
------	------------

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rend 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rend 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。



ゴールドウィン 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。



ピービット 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しますとともに、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」の取組みと、その導入効果を紹介し、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ー生存戦略2020ー

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ンアウトした、新進気鋭のマーケティングブティック、Penguin Tokyo。JTB、東京メトロをはじめ、メーカー 1000人以上を支援してきた視点で、メーカー、マネジメントが今すぐはじめるべきことを事例とともにご紹介いたします。



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ワーを集めることがKPIとなります。フォロワ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が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します。

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の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いたします。



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最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

## 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、ここまでの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仕かきも起こしていく自己変革が必要で。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。食を起点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話します。



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  
マネージャー  
加形 拓也氏

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」という課題も多く聞かれます。国内最大規模の消費者行動ログを保有するヴァリュースが、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。



ヴァリュース  
執行役員  
子安 亜紀子氏



ヴァリュース  
データマーケティング局  
兼 事業企画局  
アシスタントマネージャー  
岩村 大輝氏

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（ヤプリー）」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  
エバンジェリスト  
金子 洋平氏

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体になっ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しますとともに、スマホ決済とフリマアプリが繋がる世界について目指すイメージをお話します。



メルペイ 執行役員CBO  
山本 真人氏

## 会場3

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をご紹介します。



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」

顧客接点を持っていない、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ご紹介します。



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-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いたします。



アクワイアジャパン  
リージョナルパートナー  
マネージャー  
小坂 慎吾氏

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-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

## 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のか。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（マーケティングの鉄人「富永朋信氏（マーケティングの鉄人）」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!



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

14:00  
～  
15:30



7月24日（水）講演

基調講演で、渡辺貴生氏<ゴールドウイン>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ジメント事例をご紹介いただきました。



ゴールドウイン  
取締役副社長執行役員  
渡辺 貴生氏

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狙っているのか。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/エバンジェント  
宮坂 祐氏

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。



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

7月24日（水）講演

河嶋宏氏＜トヨタ自動車＞にマルチモーダルモ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＜マーケットキャリア協会＞、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”お二人にマーケットの「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の取り組み

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。

S-145

## マーケティングの鉄人 「マーケットの人生とお金理想と現実」

マーケット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（マーケットキャリア協会理事）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、マーケット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

マーケットキャリア協会  
(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

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。日経レンディの2019年ヒット予測のNo.1に選ばれました。



ワークマン 専務取締役開発本部担当  
土屋 哲雄氏

10:00  
~  
10:40

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」の実現に向けた取り組みを国内外の事例を交えながらご紹介いたします。



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

10:40  
~  
11:20

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。



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

11:20  
~  
12:00

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

「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

13:00  
~  
13:40

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

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上で国内はすでに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。その変化をファクトベースで理解すると、実は日本の産業は大きな脅威に晒されていることがわかります。GAFAをはじめとした外資系プラットフォーム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ことがあります。5GやIoTが今後の重要なテクノロジーになると言われていますが、あくまでも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、ファクトベースでそのヒントを提示します。



App Annie 日本代表ディレクター  
向井 俊介氏

14:00  
~  
14:40

C-251

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

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いたします。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

15:00  
~  
15:40

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

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ない。施策を行っていても成果につながらないと感じている方もいるのではないのでしょうか？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

16:00  
~  
16:40

S-271

## 「麒麟ホームタップ」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「麒麟ホームタップ」。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麒麟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。



麒麟ビール 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

17:00  
~  
17:40



## 会場2

S-232

### Jクラブと共に推進する リーグデジタル マーケティング戦略

「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、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、そして推進にあり感じているキモをご紹介します。



リーグデジタル  
代表取締役社長  
出井 宏明氏

C-242

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

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、そして有効な示唆を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。



グーグル クリエイティブ  
デベロップメントリード  
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

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の真実に迫ります。



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All>Aboutとの共同取り組みについてご紹介します。購入前後のフェールを繋ぐメディアプラットフォームとして、[AirLetter From Eolia]を開発。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活用が始まり約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、その変遷と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



ピースオブケイ  
noteプロデューサー/プログラマー  
アジャイルメディア・ネットワーク  
アンバサダー/プログラマー  
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。従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、その最前線に関わる識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  
地球社会共生学部 教授  
マップコンセルジュ  
代表取締役  
古橋 大地氏



アクセルスペース  
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ています。本講演では、その活用事例を中心にをご紹介します。



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

C-263

### ソニーが創造する 『心地よいブランド体験』とは

クー・マーケティング・カンパニー代表取締役 音部大輔氏による、データ活用で次世代のマーケティングに挑戦する企業の共通項を探る対談シリーズ「Treasure Dataユーザー・インタビュー・ジャーニー」。第一弾はソニーマーケティング(株)橋本氏に伺います。[継続的に選ばれるブランドに]一歩前進を掲げカスタマーマーケティングに取り組むソニーマーケティング。実践の鍵は膨大な消費者データを活用した「One to Oneの心地よい対話」にあります。データ活用が必要だった背景、データ活用により直接消費者とつながり始めたソニーの施策について音部氏ならではの視点を深堀りします。



ソニーマーケティング  
コミュニケーションデザイン部  
マーケティングマネージャー  
橋本 好真氏



クー・マーケティング・  
カンパニー 代表取締役  
音部 大輔氏

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の有望市場の概観を洞察し、ウェルネスマネジメント市場を例にとり、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

## 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」で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。



ワークマン  
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

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

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、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



**サムソン電子ジャパン**  
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

**コーセー**  
宣伝部 宣伝企画・PR課 課長  
小林 祐樹 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

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＞にお話いただきました。また、人気の家庭用ビールサーバー「麒麟ホームタップ」の今後の展望について山口洋平氏＜麒麟ビール＞にお話いただきました。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Zuora Japanの桑野順一郎社長に学ぶ。

S-271

## 「麒麟ホームタップ」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「麒麟ホームタップ」。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麒麟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。



麒麟ビール  
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



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室長代理  
東京大学医学部付属病院  
22世紀医療センター研究員  
平井 孝幸氏

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。

# 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рендと日経トレンディが、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・ラブソディ

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  
日経トレンディ 編集長
- ・吾妻 拓  
日経クロストренд 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、エスター、オムロン、グーグル、熊本バスケットボール、グラフ、CChannel、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

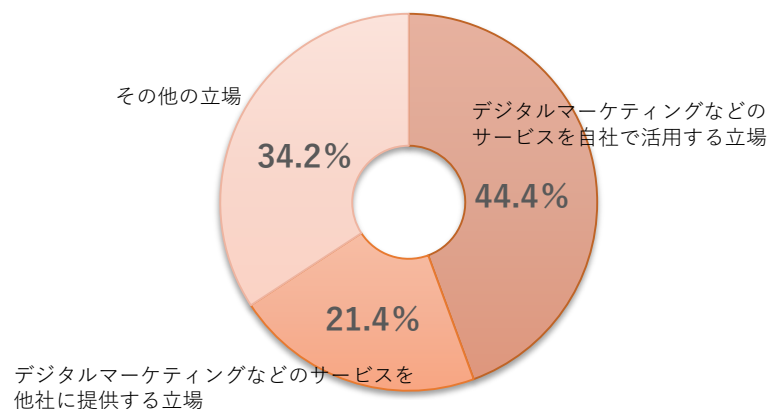




## 来場者の属性

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

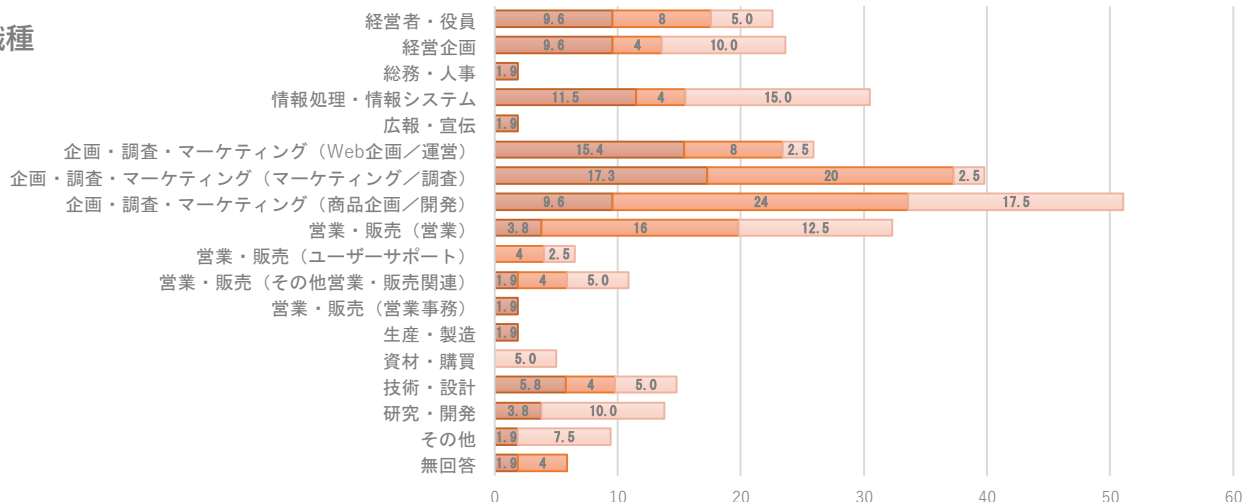
#### 調査期間

2019年7月23日(火) ~ 9月1日(日)迄

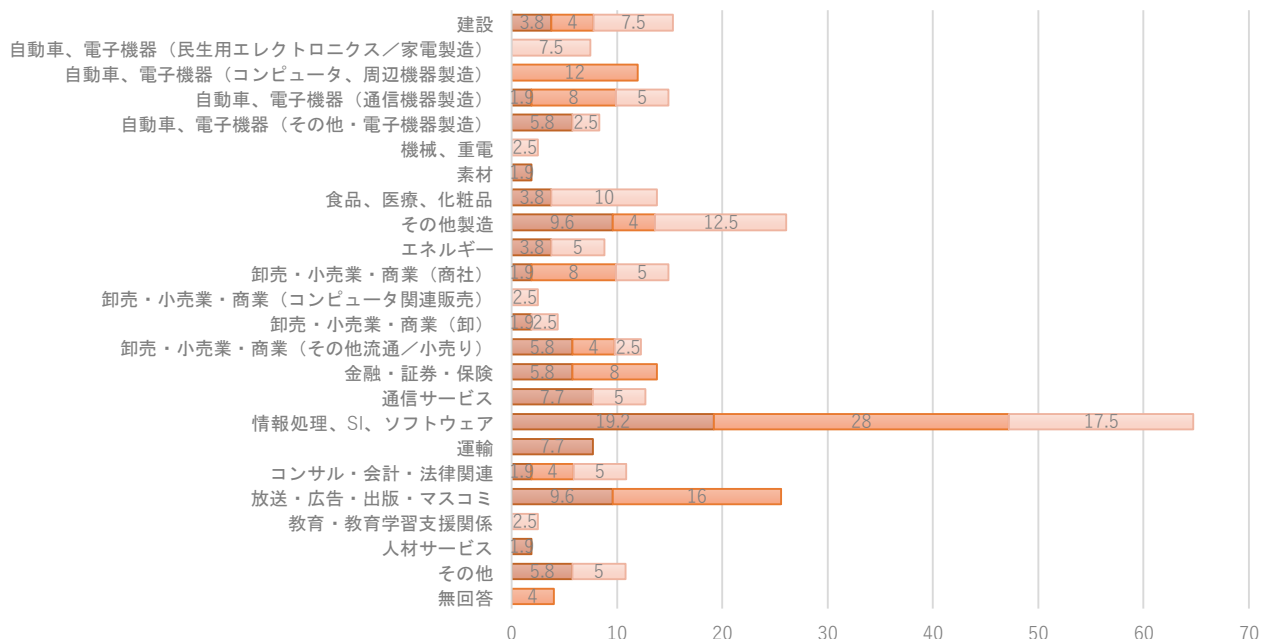
#### 調査実施

日経BPコンサルティング

### 職種



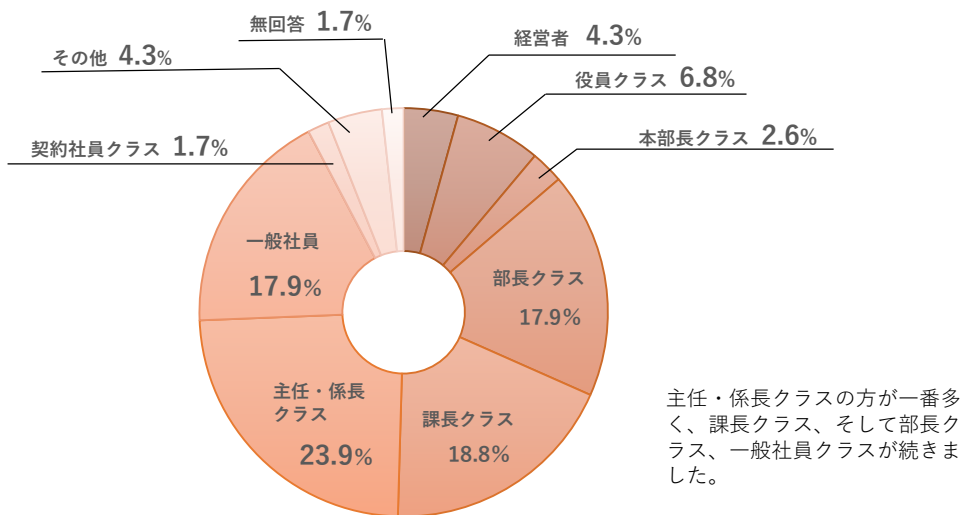
### 業種



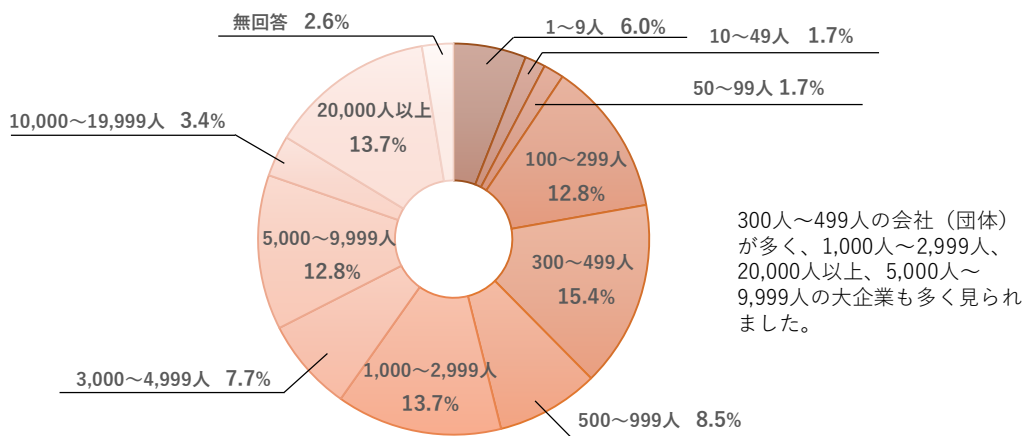
## 来場者の属性

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。

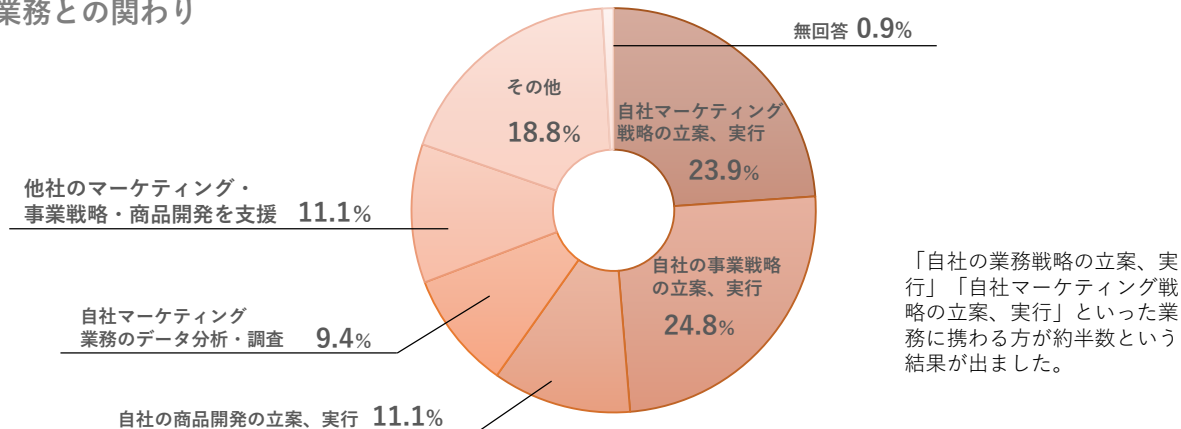
## 役職



## 所属している会社・団体の従業員数



## 業務との関わり

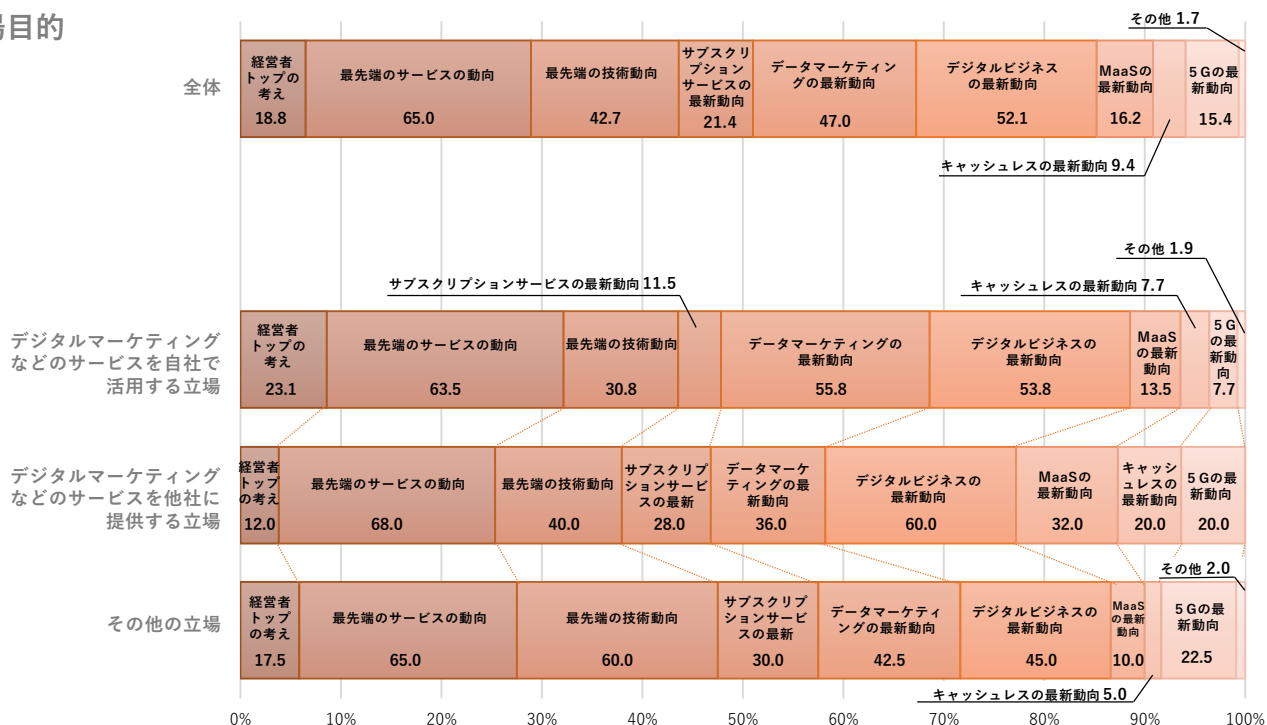




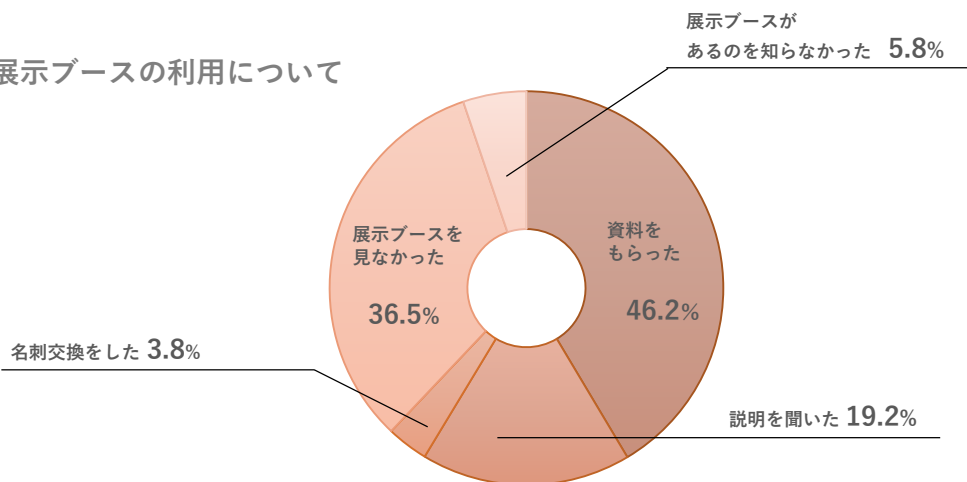
## 来場者の属性

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rend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。

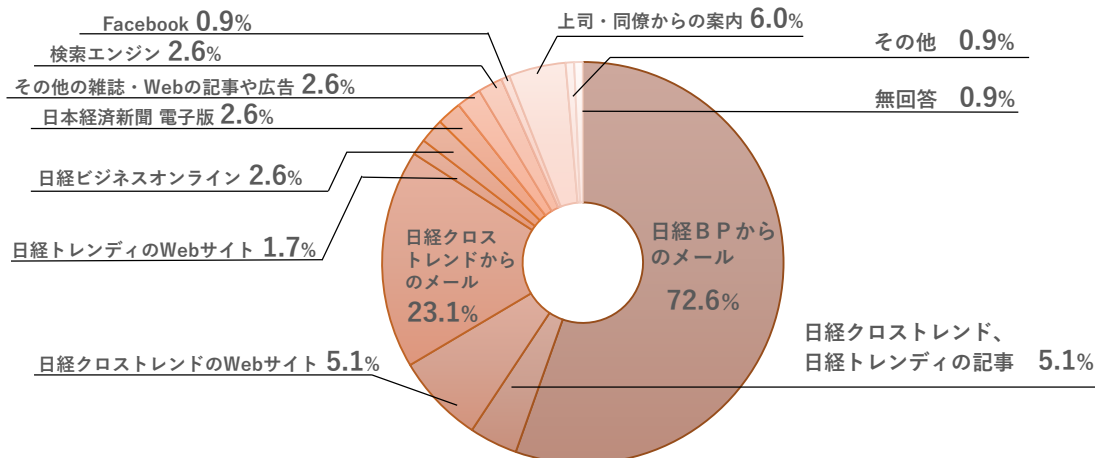
## 来場目的



## 会場内の展示ブースの利用について



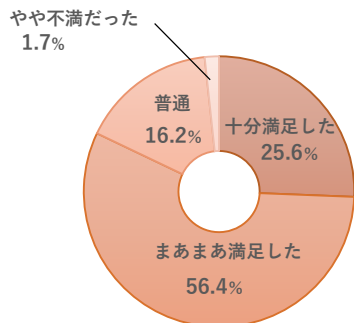
## 本イベントを知ったきっかけ



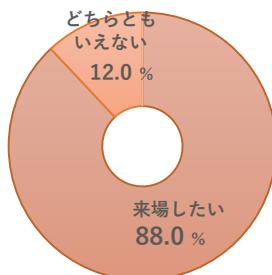
## 来場者の属性

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。

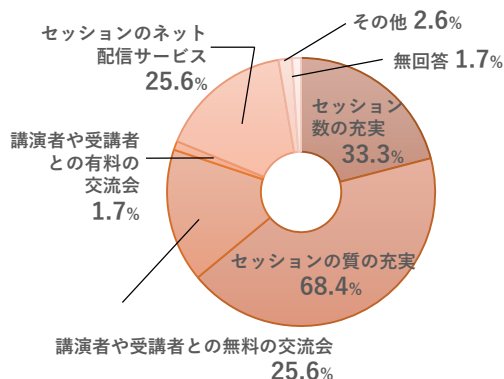
### 来場者の満足度



### 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事例やその効果や反響など、生の声を聴く事ができ大変参考になりました。

麒麟ホームタップに込めた生の想いを聞いた。

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てスムーズだった。

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、社内でもどのように進めると良いか等の参考になる内容を聞いたから。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たかった。

複数マーケターの話の短時間にポイントを絞って聞い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知りたいです。

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のセミナーは、内情までわかってとても参考になった。

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えました。

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
JT B
JVCケンウッド
JXTGエネルギー
Jフロンティアテリング
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
Sansan
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
アクサ生命保険
アクセンチュア
アサツーディ・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
アディダスジャパン
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
アルプスアルパイン
イオン
いすゞ自動車
イッツ・コミュニケーションズ
イトーキ
イトーヨーカ堂
エイブリック
エイベックス・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
オートナー ジャパン
ガイアプロモーション
カウネット
カカコム
カシオ計算機
カネカ
カネボウ化粧品
カブドットコム証券
カル・ツァイス
カルビー
キーエンス
キッコーマン
キヤノン
キューサイ
キュービー
キンリンビール
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лина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
コープデリ生活協同組合連合会
コープ北陸事業連合
ゴールドウイン
コーンズテクノロジー
コカ・コーラ ボトラーズジャパン
ゴゴジャン
コスモ・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
コレリ
コロブラ
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
サムスン日本研究所
サンスター
サントリー酒類
サンリオ
サン電子
シーボン
ジェーシービー
シチズン時計
ジブラルタ生命保険
じふん銀行
スーパーホテル
スカイツアーズ
スカパーJ S A T
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
タカラトミーアーツ
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
ニチパン
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
パスコ
パナソニック
パルコ
パンダイ
ピクチャーエンタテインメント
ピジョン
ピックカメラ
ビデオリサーチ
ファーストリテイリング
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
ブラス
ブリヂストン
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
ポーラ
ポ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
マルイ
マルハニチロ
ミズノ
みずほ銀行
ミネア
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
ヤマハ発動機
ゆうちょ銀行
ユニ・チャーム
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
ライフネット生命保険
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
ロート製薬
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
荏原製作所
遠州鉄道
横浜貿易役所
横浜市役所
沖電気工業
花王
貝印
学習院大学
楽天
監査法人トーマツ
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
慶応大学
厚生労働省
江崎グリコ
航空自衛隊 市ヶ谷基地
講談社
国境なき医師団日本
佐川急便
阪急交通社
阪神電気鉄道
三愛石油
三井化学
三井住友フィナンシャルグループ
三井住友銀行
三井物産
三栄
三越伊勢丹
三菱UFJ銀行
三菱自動車工業
三菱重工業
三菱商事
三菱総合研究所
三菱地所
三菱電機
資生堂
住友商事
出光興産
商工組合中央金庫
小糸製作所
小田急エージェンシー
小田急電鉄
松屋フーズホールディングス
松竹
常陽銀行
情報システム総研
新生銀行
森ビル
森永製菓
森永乳業
森下仁丹
清水建設
西日本電信電話
西日本旅客鉄道
西武プロパティーズ
静岡県議会
横浜近海
川崎近海汽船
川崎重工業
全国労働金庫協会

全日空商事
双日
早稲田大学
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
大正製薬
大塚製薬
大東建託
大日本印刷
大分県東京事務所
大鶴薬品工業
大林組
第一三共
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
中小企業基盤整備機構
中村屋
朝日放送グループホールディングス
長谷工コーポレーション
長野市
帝国データバンク
帝人株式会社
電通
都市再生機構
品精機製作所
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
東京商工リサーチ
東京大学
東京地下鉄
東京風月堂
東京理科大学大学院
東芝
東日本電信電話
凸版印刷
日商エレクトロニクス
日清食品ホールディングス
日清製粉グループ本社
日中経済協会
日本アイ・ビー・エム
日本アドバタイザーズ協会
日本オラルク
日本コカ・コーラ
日本スーパーマーケット協会
日本スポーツ振興センター
日本タタ・コンサルタンシー・サービシス
日本たばこ産業
日本テレビ放送網
日本トイザらス
日本ビューレット・バックカード
日本マイクロソフト
日本ロレアル
日本銀行
日本航空
日本紙パルプ商事
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
豪友システムズ
富士スピードウェイ
富士ゼロックス
富士フイルム
富士生命
富士通
富士電機
武田薬品工業
米国大使館
宝島油
豊田通商
北日本コンピュータサービス
本田技研工業
味の素
明治安田生命保険
明電舎
野村総合研究所
野村不動産
野村證券
理経

# 日経XTREND 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



Penguin Tokyo



## ゴールド協賛



## ブース協賛



## 次回以降のご案内

日経XTREND  
EXPO 2019

2019.10.9wed ~ 10.11fri

東京ビッグサイト 西展示棟

日経XTREND  
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