

マーケティングDX実現のヒントが見つかる2日間

日経 **X**TREND
FORUM 2021

開催結果報告書

開催概要

日経クロストrendフォーラム2021 3

CHATBOT SUMMIT TOKYO 2021 4

開催結果 5

オーディエンスデータ 6～9

スポンサー 10

タイムスケジュール

日経クロストrendフォーラム2021 11～

CHATBOT SUMMIT TOKYO 2021 27～

マーケティングDX実現のヒントが見つかる！



イベント名：日経クロストrendフォーラム 2021
会 期：2021年7月13日（火）～ 14日（水）
主 催：日経クロストrend
開催形式：オンライン配信
受講費用：全セッション無料（要事前登録）



Ready for New Normal？ニューノーマルを勝ち抜く準備はできているか？ マーケ×IT×消費「勝利の方程式」を学ぶ2日間

コロナ禍による自粛生活が1年以上に及び、私たちはテレワークやネットショッピングの日常化などの大きな変化を迫られ、ニューノーマルな働き方やライフスタイルが求められる時代になりました。子供からシニアまであらゆる世代がデジタルを自然に使いこなすようになり、デジタルが当たり前の環境となりました。企業は今、どのようにビジネスを展開していけばよいのか。“何を变えるべきで、何を变えてはいけないのか”ニューノーマルな時代を生き抜くヒントを紹介しました。

世界で注目のチャットボット・ボイスボットイベント



イベント名：CHATBOT SUMMIT TOKYO 2021

会 期：2021年7月13日（火）～14日（水）

主 催：日経クロストrend、Chatbot Summit事務局

後 援：日本ディープラーニング協会（JDLA）

開催形式：事前収録配信 @六本木スタジオ

当日LIVE配信 @赤坂インターシティコンファレンス AICC

受講費用：全セッション無料（要事前登録）



#1 Conversational A.I. Conference Chatbot Summit & Voice Summit

大きな変革の年を迎えた2020年に生まれたCHATBOT SUMMIT TOKYOは、これまでに1000名以上の視聴を頂き、コロナ禍での新しいオンラインセミナーの開催を致しました。音声AIをはじめとするコミュニケーションAIは大きな注目を集め、CHATBOTは今やコミュニケーションの一つになろうとしています。

日本でも多くの企業がCHATBOTのコミュニケーションデザイン取り組みを始める一方、海外では早くも市場が活性化。2021年CHATBOTSUMMIT TOKYOは、日経クロストrendフォーラムと連携し更に拡大し7月に開催。国内外の最新事例と共に、コミュニケーションコマースの未来を体現するような講演をお届けしました。

<全体>

総当日視聴者数：6,590 UD（延べ数）



総事前登録者数：13,559 UD



視聴率：48.6%

総UU数：3474 UU

総セッション数：46 SS

1講演あたりの平均視聴者数：143 UD

1協賛あたりの平均事前登録者数：300件



■ 日経クロストレンド FORUM 2021 >

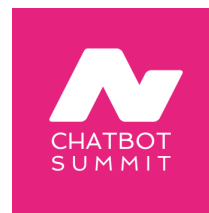
当日視聴者数：5,357 UD（延べ数）

事前登録者数：10,964 UD

視聴率：48.9%

総セッション数：32 SS

1講演あたりの平均視聴者数：167 UD



■ CHATBOT SUMMIT 2021

当日視聴者数：1,233 UD（延べ数）

事前登録者数：2,595 UD

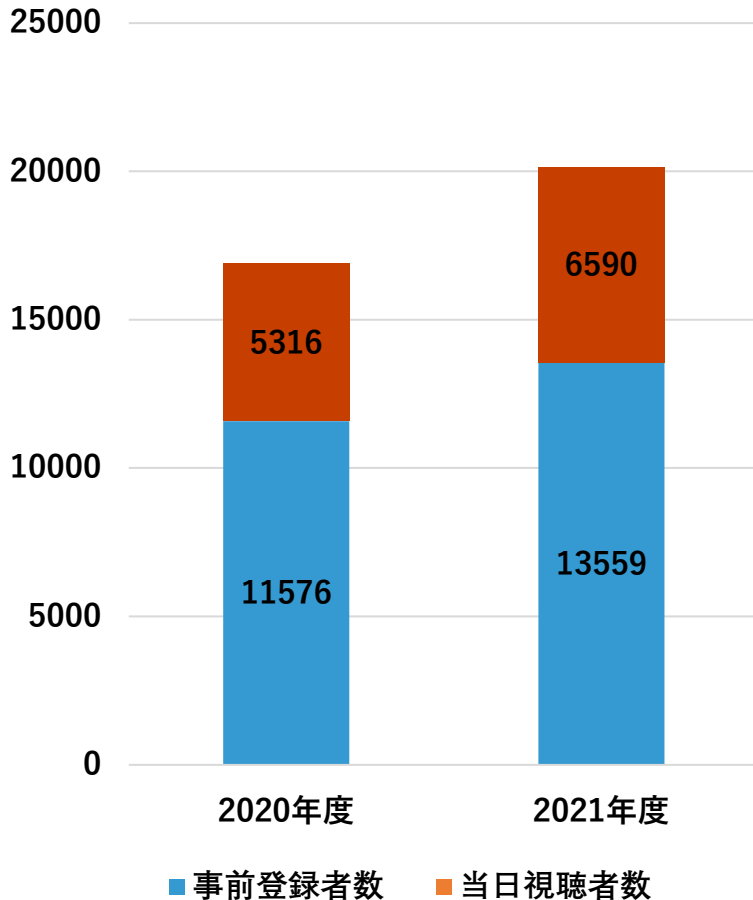
視聴率：47.5%

総セッション数：14 SS

1講演あたりの平均視聴者数：88 UD

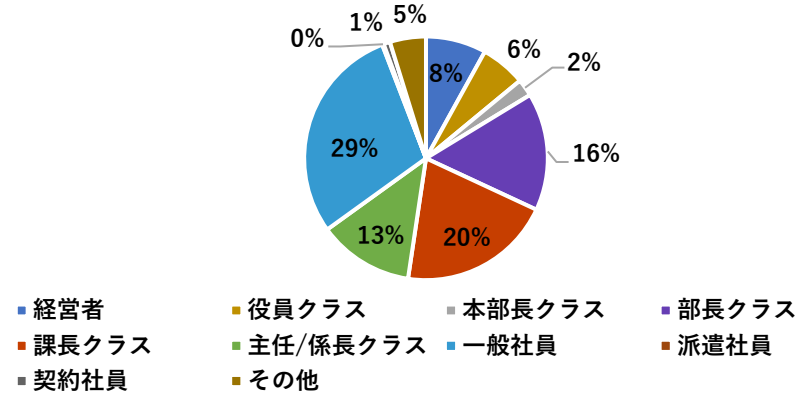
前年比全体視聴者データ

全体の視聴率は **2.7 pt. 改善**
 2020年45.9% → 2021年48.6%

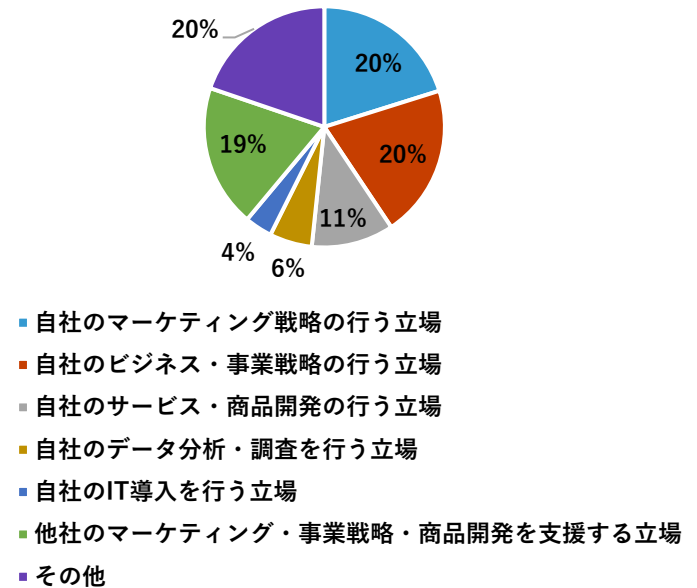


役職

半数以上が役職者または決裁権のある役職

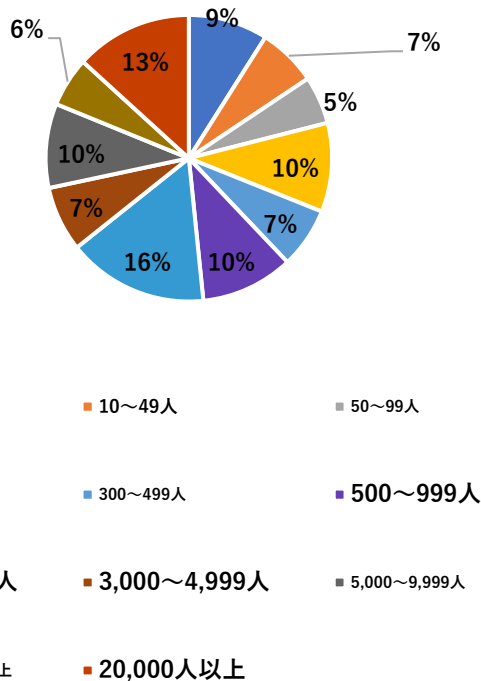


仕事上の立場

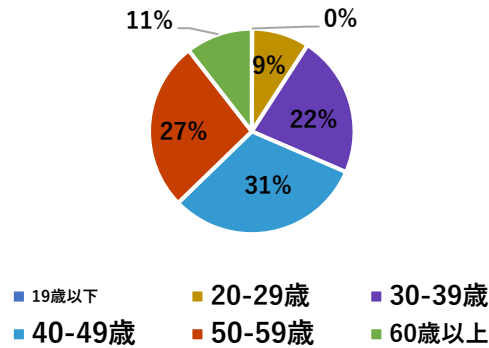


50%超が1000名以上の大手企業。一方で約20%が100名以下のベンチャー企業、
中堅大手だけじゃないアーリーアダプターの視聴者多数！

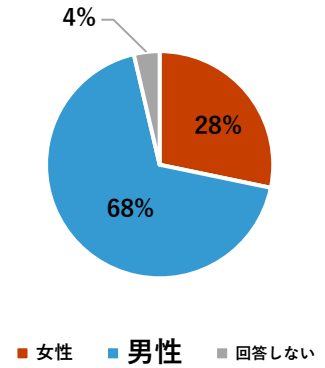
お勤め先の従業員規模



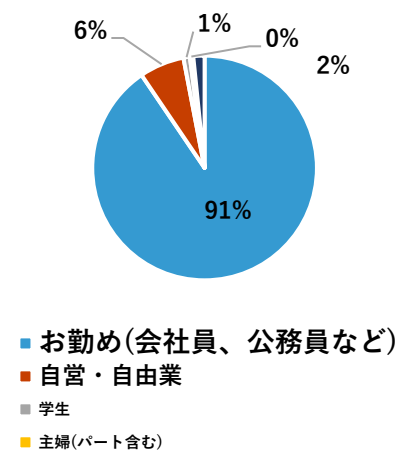
年齢



性別

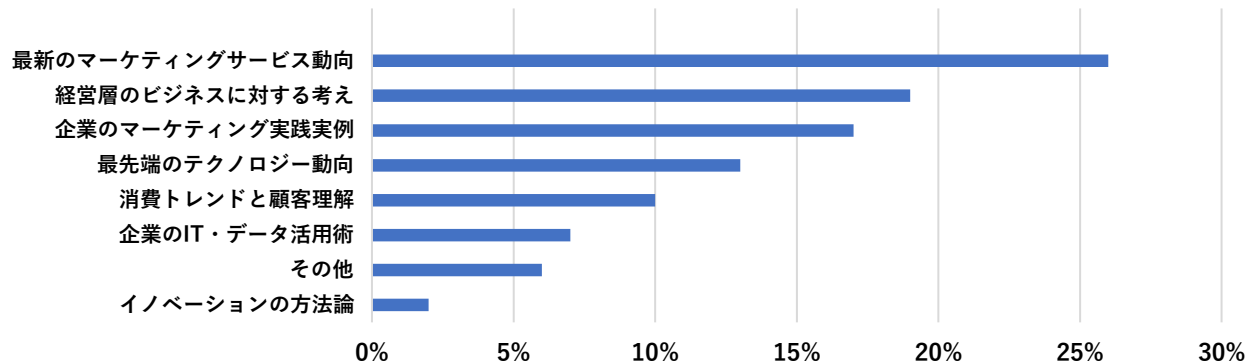


職業

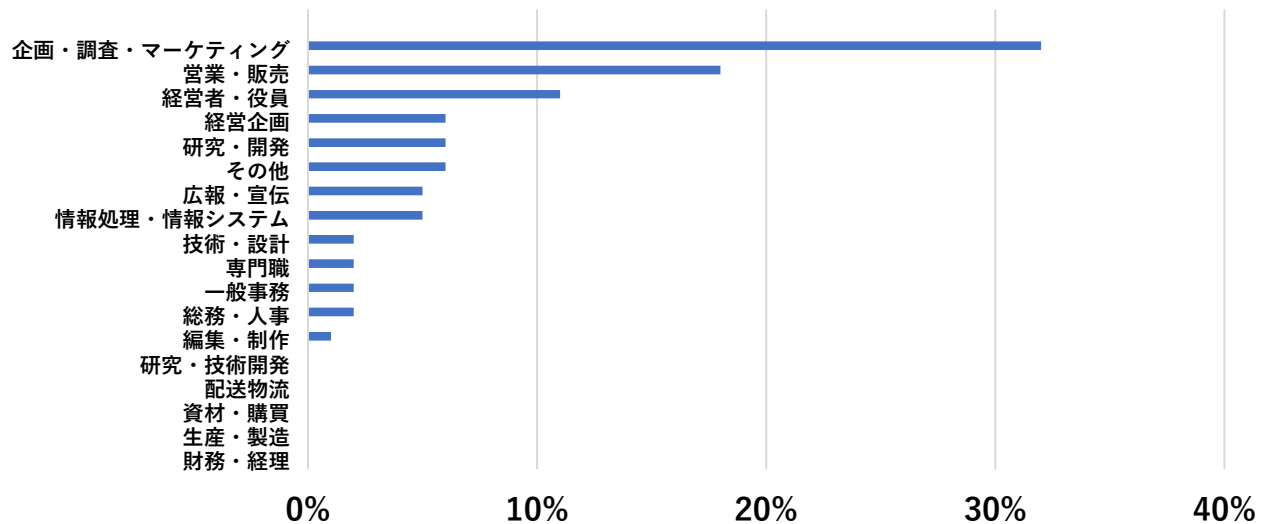


経営とテクノロジーの両面から、「実践的なマーケティング戦略と戦術」への興味関心が高い！
具体的な課題を持った視聴者が多い。

視聴目的



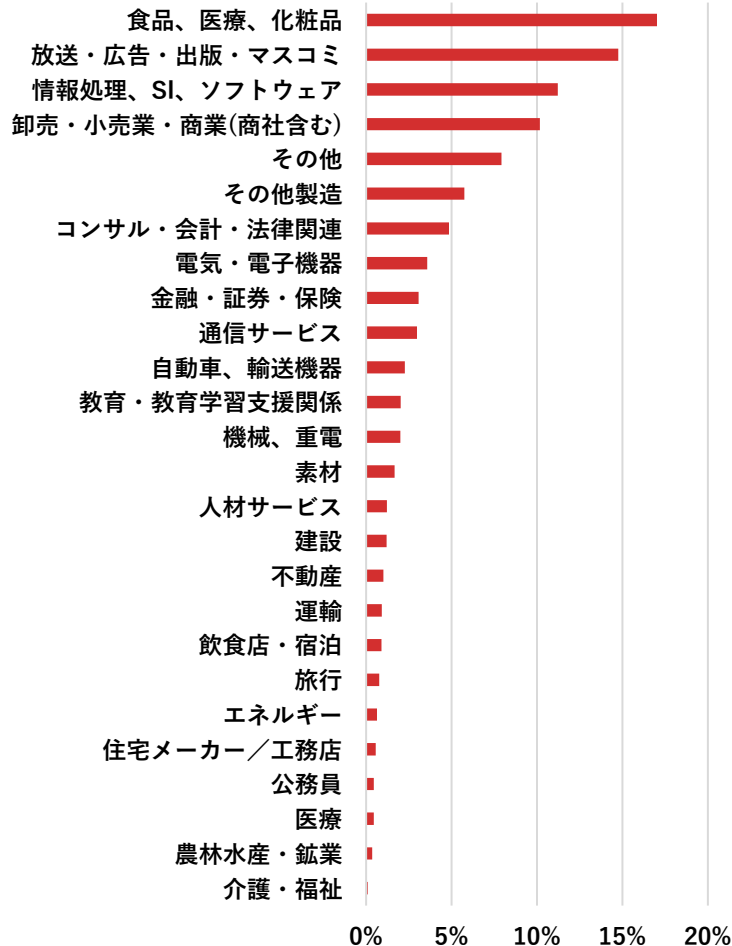
職種



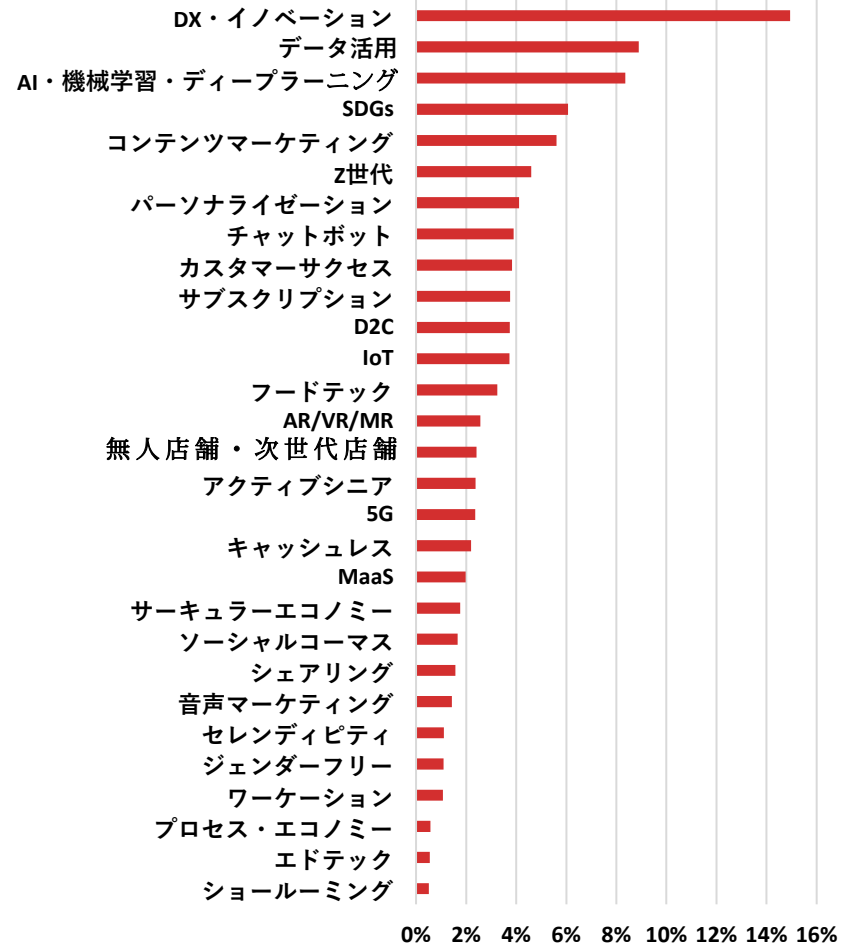
ユーザーとサプライヤー双方からの視聴を獲得！

経営管理、消費、商品開発 など
売上利益に直結する分野への興味関心が高い

視聴者の業種



視聴者の興味分野





全16社

サファイア協賛



CHEETAH DIGITAL



Hakuhodo DY
media partners

プラチナ協賛



ON24 NEXCHAIN



similarweb
OFFICIAL MEASURE OF THE DIGITAL WORLD



slack

サキダチ、ヤウダツ。
tête marche



NEO
MARKETING



4 COLORS
AVATAR SOLUTION

ゴールド協賛



ADWAYS



VALUES
Consulting & Creation Group



ADVA
AD VALUATE, ADD VALUE



DataVehicle



全5社

プラチナ協賛



AI SHIFT



MOBILUS

ゴールド協賛



User Local



BEDORE

11:00~11:40	FK-111	基調講演	安藤 徳隆 氏	日清食品 代表取締役社長
	FK-112	基調講演	及川 美紀 氏	ポーラ 代表取締役
11:45~12:15	FC-111	協賛講演	小林 大介 氏	電通デジタル 副社長 執行役員
	FC-112	協賛講演	田口 恭平 氏	アドビ プロフェッショナルサービスセールス本部 本部長
13:00~13:40	FS-131	主催者講演	中川 政七 氏 山口 周 氏	中川政七商店 代表取締役会長十三代 ライプニッツ 代表
	FS-132	主催者講演	大山 晃弘 氏	アイリスオーヤマ 代表取締役社長
13:45~14:15	FC-131	協賛講演	齊藤 紳一郎 氏 田原 陽一 氏 上杉 剛弘 氏	企業間情報連携推進コンソーシアム(NEXCHAIN) 業務執行理事 (常務理事) 積水ハウス 経営企画部 新規事業戦略室 課長 電通事業共創局 ビジネス開発シニア・ディレクター
	FC-132	協賛講演	溝口 宗太郎 氏	Slack Japan ビジネス開発シニア・ディレクター
14:20~15:00	FS-141	主催者講演	市嶋 洋平 氏	日経BP シリコンバレー支局長
	FS-142	主催者講演	阿久 津智紀 氏 狩野 智宏 氏	TOUCH TO GO 代表取締役社長 ファミリーマート 執行役員 ライン・法人室長
15:05~15:35	FC-141	協賛講演	古渡 奈々子 氏	SimilarWeb Japan セールスマネージャー
	FC-142	協賛講演	市川 史祥 氏	技研商事インターナショナル 執行役員 マーケティング部部长 シニアコンサルタント
15:40~16:20	FS-151	主催者講演	今井 一成 氏 吾妻 拓 氏	ポニーキャニオン マーケティングクリエイティブ本部 執行役員本部長 <モデレーター> 日経BP トrendメディアユニット
	FK-152	基調講演	奥山 真司 氏	グーグル日本法人 代表
16:25~16:55	FC-151	協賛講演	子安 亜紀子 氏	ヴァリュース 執行役員
	FC-152	協賛講演	平尾 喜昭 氏	サイカ 代表取締役CEO

11:00~11:40	FK-111	基調講演	山形 光晴 氏	キリンビール 常務執行役員 マーケティング本部 マーケティング部 部長 兼 事業創造部 部長
	FK-112	基調講演	澤田 宏太郎 氏 吾妻 拓 氏	ZOZO 代表取締役 兼 CEO <モデレーター>日経BP トレンドメディアユニット
11:45~12:15	FC-111	協賛講演	安藤 元博 氏 片岡 美緒 氏 渡辺 謙太 氏 砂流 勇志 氏	博報堂DYホールディングス 博報堂博報堂DYメディアパートナーズ (第1部) 常務執行役員 日本経済新聞社 (第2部 デジタル編成ユニット プロダクトマネージャー Gunosy (第2部) 新規事業開発室 <第2部モデレーター>博報堂DYメディアパートナーズ マーケットプレイス開発部 ビジネスディベロップメントプランナー
	FC-112	協賛講演	坂居 広行 氏	チーターデジタル Field Marketing Manager
13:00~13:40	FS131	主催者講演	森井 久恵 氏	スターバックスコーヒージャパン CMO(チーフマーケティングオフィサー)
	FS-132	主催者講演	本條 聡 氏	KINTO 副社長執行役員CSO 総合企画部部长
13:45~14:15	FC-131	協賛講演	加山 禄郎 氏	4COLORS 代表取締役社長
	FC-132	協賛講演	三島 悠太 氏	テテマーチ 執行役員
14:20~15:00	FS-141	主催者講演	近藤 広幸 氏 川島 蓉子 氏	マッシュホールディングス 代表取締役社長 ジャーナリスト
	FS-142	主催者講演	鈴木 哲也 氏	日本経済新聞社 日経MJ編集長
15:05~15:35	FC-141	協賛講演	福德 俊弘 氏 松田 和也 氏	ネオマーケティング 顧問 カスタマードリブンディビジョン マネージャー
	FC-142	協賛講演	上田 善行 氏	ON24 カントリーマネージャー
15:40~16:20	FS-151	主催者講演	石川 森生 氏 太田 裕一 氏 加山 禄郎 氏	DINOS CORPORATION CECO(最高EC責任者) DataSign 代表取締役社長 アタラ CEO
	FS-152	基調講演	斉藤 徹 氏 富田 侑季 氏	<モデレーター>ループス・コミュニケーションズ CEO dot 代表
16:50~16:55	FC-151	協賛講演	西内 啓 氏	データビークル 代表取締役CPO
	FC-152	協賛講演	野田 順義 氏	アドウェイズ 取締役 グローバル事業担当

【FK-111】 基調講演 「フードテックで日本を未病対策先進国へ～日清食品が描く未来の食～」



2021年3月期決算で売上げが過去最高を記録するなど、業績好調な日清食品グループ。この5月には、今後10年を見据えた「中長期成長戦略」のテーマとして、見た目やおいしさはそのままに、カロリーや塩分、糖質、脂質などがコントロールされ、必要な栄養素をすべて満たす「日清のおいしい完全食」に注力することを発表しました。その戦略を日清食品社長の安藤徳隆氏が明かします。

安藤 徳隆 氏

日清食品
代表取締役社長

1977年生まれ。2007年に日清食品に入社し、マーケティング本部や経営戦略本部を経て、2015年4月から現職。

【FK-112】 基調講演 「コロナ禍での挑戦 高級化粧品の新たな可能性」



2020年、ポーラ初の女性社長となった及川美紀氏。就任直後のコロナ禍でもピンチをチャンスに変え、オンライン戦略など、社内外のつながりを増やす取り組みを実践してきました。そこにはこれまで大切にしてきた志や、経営者としての意識と行動の実践があります。誰もが自分の可能性を信じられる社会を目指す今の想いを語ります。

及川 美紀 氏

ポーラ
代表取締役社長

宮城県石巻市出身。1991年、ポーラ化粧品本舗（現株式会社ポーラ）入社。ショップ経営をサポートする埼玉エリアマネージャーを経て、2009年より商品企画部長に。2012年に執行役員（商品企画・宣伝担当）、2014年に取締役就任（商品企画・宣伝・美容研究・デザイン研究担当）。2020年1月より株式会社ポーラ代表取締役社長。

【FC-111】 協賛講演 「『UX変革としてのDX』の方法論」



DXの本質は、顧客や従業員など広義のユーザーの体験変革にある。テクノロジーはあくまでも手段として、UX変革という本懐を遂げるためには何が必要か？5月に「UXインテリジェンス協会」設立に参画、7月に電通アイソバーと合併しUX/CX領域を強化する電通デジタルが、これからも磨き続ける方法論の現状版をシェアします。

小林 大介 氏

電通デジタル
副社長 執行役員

電通国際情報サービス、電通イーマーケティングワンを経て、2016年電通デジタル設立時に執行役員に就任。2021年より副社長としてデジタルトランスフォーメーション、データ/テクノロジー、クリエイティブ領域を管掌。2021年5月に設立された一般社団法人「UXインテリジェンス協会」の副理事長を務める。

【FC-112】 協賛講演 「優れた顧客体験とクリエイティブの重要性」



Back to Normalの後も、優れた顧客体験を提供するために、顧客接点は引き続き重要であると考えています。次のステップとして、何が必要なのか？アドビでは、データだけでなく「クリエイティブ」が重要であると考えます。より良い顧客体験を提供するためのクリエイティブの重要性をお伝えします。

田口 恭平 氏

アドビ

プロフェッショナルサービスセールス本部 本部長

インターネット系広告代理店にて、運用型広告の営業・コンサルティング業務に従事。2011年にAdobe入社。2014年からはDMP事業の日本での立ち上げ、導入支援、運用体制の構築や施策を支援し、顧客体験管理の実現に向けた支援に従事。2019年12月よりコンサルティングサービスセールスの本部長に就任。

【FS-131】 主催者講演 「DX時代のブランディング」



企業競争力を高めるうえで、「DX（デジタルトランスフォーメーション）」は時代の要請です。重要性が増している「ブランディング」の実践においても、DXに対応した新しい視点が欠かせなくなっています。DX時代のブランディングとはどうあるべきか、について考えていきます。

中川 政七 氏

中川政七商店

代表取締役会長 十三代

1974年生まれ。2002年に中川政七商店に入社し、08年に十三代社長に就任、18年より会長を務める。業界初のSPA業態を構築し、09年より「日本の工芸を元気にする！」というビジョンのもと、業界特化型の経営コンサルティング事業を開始。現在は奈良県のGDPを上げるプロジェクト「N.PARK PROJECT」を提唱し、数多くの魅力あるコンテンツ創出を目指す。

山口 周 氏

ライブニッツ

代表

1970年東京都生まれ。独立研究者、作家、パブリックスピーカー。電通、BCGなどで戦略策定、文化政策、組織開発等に従事。著書に『ニュータイプの時代』『世界のエリートはなぜ「美意識」を鍛えるのか?』『武器になる哲学』など。慶應義塾大学文学部哲学科、同大学院文学研究科修士課程修了。中川政七商店社外取締役、モバイルファクトリー社外取締役。



【FS-132】 主催者講演 「コロナ禍におけるアイリスオーヤマの強さの理由と今後の展望」



コロナ禍にもかかわらず、グループ全体の2020年12月期は売上高が前期比38%増の6900億円、経常利益は2.2倍の621億円と、共に過去最高を達成したアイリスオーヤマ。手ごろな価格とスピード開発を武器に年間1000点以上の新商品を発売しています。18年に社長に就任した大山晃弘社長が強さの理由と今後の展望を語ります。

大山 晃弘 氏

アイリスオーヤマ
代表取締役社長

1978年宮城県生まれ。97年東北学院高校卒業。03年IRIS USA入社、チェアマンに就任。10年アイリスオーヤマ入社、グローバル開発部長を兼任。11年IRIS EUROPEチェアマン、13年愛麗思（中国）グループ董事長を兼任。15年アイリスオーヤマ取締役に就任。18年より現職。

【FC-131】 協賛講演 「企業や業種の垣根を超えた連携で、新たなビジネスを実現！」



あなたの企業は生活者視点での価値提供や社会課題の解決ができていますか。その実現には業種・業界の垣根を越えた共創が必要です。NEXCHAINは共創の場を提供するコンソーシアムです。今なぜ、企業間の共創なのか、ニューノーマルを見据えた企業間連携のポイントを、社会実装された事例と共に解説します。

齊藤 紳一郎 氏

企業間情報連携推進コンソーシアム(NEXCHAIN)
業務執行理事（常務理事）

メーカー系通信商社を経て、2007年に株式会社日立製作所に入社。エンタープライズのITセールスを担当。2017年よりエンタープライズのBlockchain活用の検討に参画。2020年より「NEXCHAIN」設立に参画。常務理事に就任。新規ビジネス創出支援の施策立案、実行を先導。



田原 陽一 氏

積水ハウス
経営企画部／新規事業戦略室 課長
情報システム部配属。

2016年～ブロックチェーン活用のための研究・企画・開発。その中で企業間情報連携による事業・サービス創出に関する取組を開始。2020年～経営企画部転属。積水ハウスのNEXCHAIN参画を機に、NEXCHAINを通じた、新規事業や様々な社会課題・業界課題に関する取組に従事。



上杉 剛弘 氏

電通
事業共創局
ビジネス開発シニア・ディレクター
獣医師／東京都販売士登録講師（日本商工会認定）

1998年電通入社後メディア部門、営業を経て大手流通へ出向しデジタル販促などを経験。2019年1月より新規事業開発に従事。2020年7月よりNEXCHAINに参画。オンラインサロンを中心に活動。

【FC-132】協賛講演

「デジタル・ワークプレイスならリモートワーク移行も簡単！1年以上に渡る在宅勤務の舞台裏」



多くの企業でリモートワークに移行したものの、離れ離れになって生産性が落ちた、人の繋がりが希薄になったとの声を聞きます。本セッションでは、以前は原則オフィス出社だった Slack 自身が、「デジタル・ワークプレイス」の Slack を活用して、どのように在宅勤務を乗り切ったのか、デモや事例を交えてご紹介します。

溝口 宗太郎 氏

Slack Japan

エグゼクティブプログラムチームリーダー

日本マイクロソフトで8年8ヵ月Windowsのマーケティングに携わった後、FinTechスタートアップ、SAPジャパンを経て、2018年3月にSlack Japanに参加。エグゼクティブ・プログラム担当。企業の経営者・経営層に対して、Slackの思想や製品のビジョンをわかりやすく紹介し、一緒に組織の課題を解決をする役割を担う。

【FS-141】主催者講演

「アフターワクチン時代の覇者は誰か、米国リテール事情」



米国では新型コロナウイルスのワクチンの効果で2021年6月から経済が再開した。リテール事業者はアフターワクチンの新常态に向けてどのような戦略を描いているのか。GAFAやShopifyなどテクノロジー大手の動向も踏まえ、シリコンバレー支局の現地取材を基にお伝えする。

市嶋 洋平 氏

日経BP

シリコンバレー支局長

1996年日経BP入社、コンピュータ誌「日経バイト」、「日経コミュニケーション」、「日経コンピュータ」で、IT企業やオープンソース、通信行政、リスクマネジメントなどを取材。2009年から3年間、日本経済新聞社で電機業界を担当。14年3月に日経ビッグデータを創刊し、ビジネス部門や経営のケーススタディやデータ市場を中心に取材。17年10月に編集長。18年4月にシリコンバレー支局編集委員、19年4月より現職。早稲田大学理工学研究科（工業経営）修了。新潟県出身。

【FS-142】主催者講演

「TOUCH TO GO+ファミリーマートが拓く無人コンビニの未来」



複数のカメラが来店客を捉え、システムで手に取った商品を検出——。無人コンビニの事業を国内でどこよりも早く立ち上げたTOUCH TO GO。withコロナで生活が大きく変化の中、無人店舗の未来をどう拓くのか。TTGと共同で21年3月末に1号店をオープンしたファミリーマートの無人決済店舗で見た成果も語っていただきます。

阿久津 智紀 氏

TOUCH TO GO

代表取締役社長

1982年、栃木県生まれ。2004年専修大学法学部卒業後、JR東日本へ入社。ナカコンビニ「NEWDAYS」の店長や、青森でのシードル工房事業、ポイント統合事業の担当などを経て、ベンチャー企業との連携など、新規事業の開発に携わる。19年7月より現職。



狩野 智宏 氏

ファミリーマート

執行役員 ライン・法人室長

1996年ファミリーマート入社。主に店舗開発に従事し、コンビニ新市場の開拓、新業態店舗の開発を担当。2004年オフィスワーカー向けコンビニ「ファミマ!!」ブランドを設立し、店舗展開を開始する。現在、鉄道事業者様並びに大手法人企業様のファミリーマート店舗開発、マイクロマーケット省人化店舗の開発などを担当。

【FC-141】 協賛講演

「 デジタルインテリジェンスで読み解く世界の構造変化と日本の未来 」



Similarwebの「デジタルインテリジェンス」は、世界190カ国からの日々のオンラインデータで「いつ、どこで、何を」見ているのかを集計レベルで把握でき、楽天やヤマハ、丸紅、P&Gなど世界の有力企業3000社以上が業界動向や競合比較等に活用しています。講演ではデジタル上の世界情勢から今後の動きを読み解きます。

古渡 奈々子 氏

SimilarWeb Japan
セールス・マネージャー

Google Japanビジネス職第一期生として入社し広告営業、マーケティングに従事。その後、外資系フィットネスベンチャーでオフライン含めたマーケティング全般を指揮。直近ではAIのスタートアップで新規営業、PR、ビジネス部門の採用責任者など幅広い業務を経験。2020年よりSimilarWeb Japanに入社、日本の中堅・中小市場開拓チームの立ち上げに参画。

【FC-142】 協賛講演

「 位置情報と地図を用いて生活者を理解する商圈分析手法と事例 」



位置情報がマーケティング領域のデータ分析でも活用されています。本講演では、小売・飲食チェーン企業の「競合店舗分析」や「店舗来訪者のペルソナ分析」をテーマに、GPSや人口統計データを用いた商圈分析についてわかりやすく解説します。30年/2,000社以上の商圈分析を支援してきた当社ならではの知見をご紹介します。

市川 史祥 氏

技研商事インターナショナル
執行役員
マーケティング部 部長 シニアコンサルタント

1972年東京生まれ。早稲田大学卒。不動産業、出版社を経て2002年より技研商事インターナショナルに所属。小売・飲食・メーカー等のクライアントへGIS（地図情報システム）の運用支援・エリアマーケティング支援を行っている。年間講演実績90回以上。医療経営士/介護福祉経営士 流通経済大学客員講師/共栄大学客員講師。

【FS-151】 主催者講演

「 データが変えた音楽マーケ サブスクが生むヒット、見えた兆候 」



世界で8000万回再生された、松原みき「真夜中のドア/stay with me」。リリースから40年を経てサブスクで世界に広がりました。リスナーの98%が海外という異例の兆候はデータから見えていて、新たなヒットの作り方をデータを基に紹介。デジタルマーケットに対応し大きな組織改編を実行したポニーキャニオン、そのキーマンに話を伺います。

今井 一成 氏

ポニーキャニオン
マーケティングクリエイティブ本部
執行役員 本部長

ビクターエンタテインメントのスピードスターレコーズで、サザンオールスターズのチーフプロモーターとしてプロモーションを担当。2010年からデジタルビジネス部長として、スマホ時代の音楽配信マーケットを担当。17年6月にビクターエンタテインメント取締役。20年4月から現職。

【FK-152】 基調講演

「日本のDX化に貢献するために」



2021年2月、グーグル日本法人代表に就任した奥山真司氏。P&Gジャパン社長、江崎グリコマーケティング本部長を歴任するなど、マーケティングのプロフェッショナルとしてのキャリアを30年以上にわたり積み上げてきた同氏は、今年20周年を迎えるグーグル日本法人の舵取りをどのように行っていくのでしょうか。対談で語っていただきます。

奥山 真司 氏

グーグル日本法人
代表

福岡県出身。1989年 P&G入社。マーケティングキャリアを経て、2008年 PG Korea社長、2012年 P&Gジャパン代表取締役社長。2016年江崎グリコ入社、常務執行役員マーケティング本部長。2021年2月よりグーグル日本法人代表。

【FC-151】 協賛講演

「意識&行動の両面から明らかにする真のカスタマージャーニー」



コロナ禍で大幅に変化した消費者の意識と行動。そのどちらも捉えるために必要なのが、時系列ごとに顧客との接点や心理、行動を図式化した「カスタマージャーニー」です。消費者トレンドの変化をデータで解説するとともに、WEB行動ログとアンケート調査を掛け合わせたカスタマージャーニー作成手法をご紹介します。

子安 亜紀子 氏

ヴァリューズ
執行役員

慶應義塾大学 環境情報学部卒。システムエンジニア・Webコンサルタントを経て、(株)マクロミルに入社。マクロミルのベンチャー時代から、商品開発、事業企画、営業企画などを手掛ける。2011年からヴァリューズに参画。執行役員として、事業企画やマーケティング部門の統括、海外事業などを担当している。

【FC-152】 協賛講演

「Cookieレス時代のマーケティング 個別最適から全体最適化へ」



個人情報保護規制強化に伴い、Cookie等を用いた広告効果分析手法を取り巻く環境が大きく変化しています。そこで今回は、個人トラッキングに依存しない広告効果分析の最新トレンドと、Cookieレス時代において早くログ分析からMMMによる推計分析へ移行し、マーケティング全体最適を実現した成功事例をご紹介します。

平尾 喜昭 氏

サイカ
代表取締役CEO

慶應義塾大学卒業。父親の倒産体験から「世の中にあるどうしようもない悲しみを無くしたい」と強く思うようになる。大学在学中出会った統計分析から経営支援の可能性を見出し、2012年2月に株式会社サイカを創業。統計学と経済学をベースに、数多くの大手クライアントにてマーケティング精度向上のコンサルティングを行う。

【FK-211】 基調講演

「キリン復活の立役者が語る、お客様主語のマーケティング改革」



「一番搾り」が2年連続シェア続伸、「本麒麟」のメガヒット……。キリン完全復活の立役者である、マーケティング部部長の山形光晴氏。老舗メーカーを変えた「お客様主語」のマーケティングの要諦に加え、マーケティング人材や組織の強化法などをご紹介します。

山形 光晴 氏

キリンビール

常務執行役員 マーケティング本部 マーケティング部 部長 兼 事業創造部 部長

1976年、埼玉県出身。慶応大学経済学部卒。99年P&G入社。日本とシンガポールで主にヘアケア商品や化粧品のマーケティングを担当。2015年、キリン入社。キリンビバレッジを経て17年、キリンビール マーケティング部長に。20年春から現職。

【FK-212】 基調講演

「ZOZOのパーソナライズ戦略 “個客”データが秘める可能性」



ZOZOは「MORE FASHION×FASHION TECH」を経営戦略に掲げてきましたが、さらに今期、新たな3つの成長戦略を策定しました。今回お話しするのは、その中の、パーソナライズおよび計測技術についてです。ZOZOはこれまで「ZOSUIT (ゾゾスーツ) 2」「ZOMAT (ゾゾマット)」「ZOZGLASS (ゾゾグラス)」といった複数の計測技術を開発し、取得したデータを商品のレコメンドなどに活用してきました。さらに一部計測技術のライセンス販売への挑戦を発表しました。パーソナライズの持つ可能性や、計測技術ライセンスの販売でどのような未来を描いているのか、その戦略の一端をお話します。

澤田 宏太郎 氏

ZOZO

代表取締役社長 兼 CEO

早稲田大学工学部を卒業後、NTTデータ入社。その後、コンサルティング会社2社を経て、2008年5月、アパレルメーカー自社 EC サイト支援業務を手がけるスタートトゥデイコンサルティング (13年8月にスタートトゥデイ (現ZOZO) に吸収合併) を設立し、代表取締役に就任。13年6月、スタートトゥデイ (現ZOZO) 取締役に就任。19年9月、代表取締役社長兼CEOに就任。

【FC-211】 協賛講演

「 広告産業のDXを進めるモデル“AaaS”とその活用事例 」



DXによる産業の転換期において、博報堂DYグループは広告メディアビジネスを革新する次世代戦略として“AaaS (Advertising as a Service)”を掲げています。本講演では、1部では“AaaS”のビジョンや概要について、2部では日本経済新聞社のご担当者を招き具体的なサービスの活用事例についてセッション形式で説明します。

【第1部】

安藤 元博 氏

博報堂DYホールディングス／博報堂／博報堂DYメディアパートナーズ

常務執行役員

1988年博報堂入社。以来、主にマーケティングセレクションに在籍し、数多くの企業の事業／商品開発、統合コミュニケーション開発、グローバルブランディングに従事。現在、博報堂DYグループの広告メディアビジネスの次世代型モデルAaaS(Advertising as a Service)の推進責任者をつとめる。ACC(グランプリ)他受賞多数。



【第2部】

片岡 美緒 氏

日本経済新聞社

デジタル編成ユニット

プロダクトマネージャー

日本経済新聞社でエンジニアとして日経電子版の顧客管理システムを構築後、2015年からは日経電子版のマーケティング・プロモーションを担当。ユーザー調査や顧客データ分析によりマーケティング施策を立案・実行し、現在は顧客獲得からリテンションまで広くマーケティング戦略立案をリード。



【第2部】

渡辺 謙太 氏

Gunosy

新規事業開発室

2016/3 東京大学 工学部システム創成学科 卒業

2016/4 株式会社Gunosy 入社

入社後はウェブ事業部に所属してウェブメディアを開発

その後女性向けアプリ「ルクラ」の立ち上げに参画し、事業責任者としてグロースに従事。現在はテレビCM効果可視化サービス「Guhack」の開発責任者。



【第2部】 <モデレーター>

砂流 勇志 氏

博報堂DYメディアパートナー

マーケットプレイス開発部

ビジネスディベロップメントプランナー

2020/4 株式会社博報堂DYメディアパートナーズ入社。

入社後はテレビCM効果可視化サービス「Guhack」を担当。

2020年7月のリリース後からセールスやカスタマーサクセスなどサービス全般の業務に従事。

【FC-212】協賛講演 「ゼロパーティ データ活用事例7連発！ 脱クッキー装備を手に入れる」



個人情報保護規制が各国で強化される中、消費者の許諾に基づき嗜好情報・購買意向を収集するゼロパーティデータという考え方が登場しました。本セッションでは、脱クッキー時代の市場動向や消費者意識を調査レポートのデータとともに明らかにしながら、ゼロパーティデータを活用した顧客エンゲージメントの具体的な事例を小売/旅行/CPG業界から7つご紹介します。

坂居 広行 氏

チャーターデジタル
Field Marketing Manager

2016年、チャーターデジタルに入社。ブランド企業が保有する資源を基にし、ゼロパーティデータを活用したロイヤルティ マーケティングの有機的な実践を研究するマーケティングコミュニティ「0 to Loyal (ゼロトゥロイヤル)」を運営。各業界のマーケターとマーケティングコンセプトやフレームワークを協議し、そこで蓄積される知見ならびに有用な情報を定期発信しています。

【FS-231】主催者講演 「地域と人が輝きつながる、スターバックス流のマーケティング」



今年、日本上陸25周年を迎えたスターバックス。47都道府県すべてに1600店舗を超える規模になりました。その過程で変わらぬこだわりは、一杯のコーヒーを通じたお客さまとコミュニティとの<つながり>です。このこだわりを施策に反映し、人と地球に還元しながらビジネス成長することへのチャレンジについて語ります。

森井 久恵 氏

スターバックス コーヒー ジャパン
CMO (チーフ マーケティング オフィサー)

国際基督教大学(ICU)卒業。約20年間グローバル企業にてマーケティングに従事し、前職ユニリーバでは日本・中国・タイ市場のマーケティングヘッドを15年に渡り歴任。お客様に直接笑顔を届ける仕事がしたく、2018年8月より現職。マーケティング・商品・デジタル戦略部門の3本部を統括し、店内外での顧客体験の価値向上をリード。

【FS-232】主催者講演 「モビリティサービスの広がる世界～KINTOのチャレンジ～」



2019年の設立以来、“クルマとの気軽な付き合い方”サブスクにまい進してきたKINTO。しかし、私たちの目指す世界はこれにとどまりません。未来のモビリティの可能性を追求しながら、常識にとらわれず多様な新規事業に挑戦し、新たなモビリティサービスの広がる世界を創造しています。今回は、その取り組みをご紹介します。

本條 聡 氏

KINTO
副社長執行役員 CSO 総合企画部部長

1998年 東京大学工学部卒業後、住友商事に入社。住商アビーム自動車総合研究所の他、住友商事とパートナー企業の合併事業4社を立ち上げる。その後、住友商事の経営企画を経て2019年4月、KINTOの副社長執行役員に就任。中長期視点での事業開発やパートナー戦略を推進中。

【FC-231】協賛講演 「非対面営業で成約率1.8倍! 3D動画DXと6万本実績とは？」



撮影・録音不要、3Dアバターが話すインタラクティブ動画を最短5分で作成するPIP-Maker。ウイルスの影響により、営業部門はもちろん、販促機会損失による売上減が喫緊の課題となっている昨今、当社顧客においては、この1年半で、動画作成数が2.6万から6万本に上昇しています。実践的な動画DXを事例とデモでご紹介します。

加山 緑郎 氏

4COLORS

代表取締役社長

ホテル勤務を経て、Webプロデューサーとして大手印刷会社に勤務。その経験から、Face to Faceのコミュニケーションをオンライン上で再現することの必要性に着目し、2006年、(株)4COLORSを設立。営業・研修・業務効率化を支援する国内初の企業向けアバター動画ソリューション「PIP-Maker」の開発・販売を開始し現在に至る。

【FC-232】協賛講演 「ニューノーマル時代の売上に繋がるソーシャルコマース戦略」



近年、SNSとコマースの関係性が注目されています。企業のSNS活用における投資が増加傾向にある一方で、売上への貢献が見えにくいという話もよく耳にします。今回の講演では、創業から約700社以上の企業様を支援してきたテテマーチが、ニューノーマル時代の「売上に繋がる」ソーシャルコマース戦略についてご紹介します。

三島 悠太 氏

テテマーチ

執行役員

プロデューサーとして約150社以上のInstagramを中心としたSNSマーケティングにおける戦略・企画設計を手掛ける。クライアントのニーズに合わせたプロダクト開発やプロジェクトの立ち上げなども行い、手法にとらわれない本質的なSNS活用を設計する。「Instagram Day Tokyo 2019」「House of Instagram 2020」登壇。

【FS-241】主催者講演 「アパレルに未来はある！」



コロナ禍でアパレル業界が苦境に立たされている中、その先端を走る企業はどのような決断をし、どのような戦略を持ってアフターコロナに臨もうとしているのでしょうか。「スナイデル」「ジェラートピケ」などの人気ブランドを展開するマッシュホールディングスの近藤広幸社長に、ジャーナリスト川島蓉子氏が迫ります。

近藤 広幸 氏

マッシュホールディングス

代表取締役社長

1999年にCGデザイン会社として株式会社マッシュスタイルラボを創業。2005年にファッション事業に参入し、その後ビューティーやフード、ライフスタイル、不動産などに事業を拡大。現在は国内9社、海外10社にまで成長したグループ全体を統括する。



川島 蓉子 氏

ジャーナリスト

1961年新潟市生まれ。早稲田大学商学部卒業、文化服装学院マーチャングデザイン科修了。著書に『TSUTAYAの謎』『社長、そのデザインでは売れません!』(日経BP社刊)、『ビームス戦略』(PHP研究所刊)、『伊勢丹な人々』(日本経済新聞社刊)などがある。1年365日、毎朝午前3時起床で原稿を書く暮らしを20年来続けている。

【FS-242】 主催者講演 「変わるヒットの兆候 日経MJ編集長が分析、上半期ヒット商品」



今年上半期の「日経MJヒット商品番付」から何が見えて来るか。日経MJの鈴木哲也編集長が大きく変わるヒットの新法則を解説する。年後半にヒットを生み出すカギとは。商品&サービスのマーケティングに関わるビジネスパーソンにお薦め。「消費テック」情報など新生MJの読みどころも紹介する。

鈴木 哲也 氏

日本経済新聞社

日経MJ編集長

日本経済新聞記者として小売業、アパレル、消費財メーカー、外食など消費に関連する企業を長く取材。ニューヨーク駐在や「日経ビジネス」副編集長も経験。2020年から日経MJ編集長として大転換期にある消費、ライフスタイル、マーケティングや企業経営の行方を探っています。

【FC-241】 協賛講演 「これからのブランド戦略～想起されるブランドになるために～」



消費者による「指名ブランド買い」の動きの中で、益々重要性を増しているブランディング。本講演では、ブランディング活動の効果測定についての課題を解決し、ブランド戦略の道筋を示すために、新しい効果測定指標「想起集合 (Evoked Set)」の活用方法と想起されるブランドになるための戦略をお伝えします。

福德 俊弘 氏

ネオマーケティング

顧問

東京大学卒業後、株式会社電通入社。メディアプランニング部長等を歴任。マイクロソフトでMSN事業部にて営業部門を統括。2011年にニールセン株式会社代表取締役会長兼CEOに就任。ウォートン・スクール (AMP) 修了。アジア・マーケティング連盟CPM。日本マーケティング協会マイスター。



松田 和也 氏

ネオマーケティング

カスタマードリブンディビジョン

マネージャー

ネオマーケティング入社以降、大手クライアントを担当し、商品企画段階から広告プロモーションに関する調査までを幅広く経験。消費者インサイトと購買プロセスに関する生活者心理に興味をもち、エポークトセットのサービス化に着手。現在はマーケティング支援に加え、エポークトセットの有用性広く浸透させる活動に従事。

【FC-242】 協賛講演

「世界2000社10万件のエクスペリエンスデータから探る優れたウェビナー戦略とは」



B2Bビジネスにおけるデジタルシフトが加速する中、「ウェビナー（オンラインセミナー）はマーケティングと営業サイクルの中で中心的な役割を果たしています。実際、ON24のグローバル調査でも、99%のマーケターがマーケティング計画の中心的な要素としてウェビナーを挙げ、4分の3がウェビナーはパイプライン創出と売上増加に直接的な影響をもたらすと回答しています。では、うまく行っているビジネスにインパクトを与えるウェビナーとはどんなものなのでしょうか？この講演では、データを元に、優れたウェビナー戦略のベストプラクティスをご紹介します。

上田 善行氏

ON24

カントリーマネージャー

ON24日本カントリーマネージャーとして、同社の国内事業を統括。エンタープライズITにおいて20年以上の経験があり、アクイアジャパン合同会社セールスディレクター、CI&T株式会社取締役ビジネスディレクターおよび同中国法人総経理、株式会社ロココ取締役営業本部長を歴任。一貫して、企業のデジタル体験向上に関するソリューション提供に従事。

【FS-251】 主催者講演

「迫る脱クッキー時代 広告主の影響と対策を徹底議論」



米Googleが、Webブラウザ「Chrome」でWebサイト閲覧者の行動をトラッキングできるサード・パーティー・クッキーの受け入れを停止するまで残り半年となりました。既に米アップルはWebブラウザ「Safari」で受け入れを停止しており、本格的に脱クッキー時代が訪れようとしています。クッキー規制がデジタルマーケティングに与える影響、広告主が準備すべき対策を徹底議論します。

石川 森生氏

DINOS CORPORATION

CECO（最高EC責任者）

新卒でSBIホールディングス入社。SBIナビ 現・ナビプラスの立ち上げに参画、営業統括の責務を担う。その後、ファッション通販サイトのマガシークにてマーケティング部門の責任者となり、サイトリニューアルやサイト改善、PDCAの確立、広告・CRMの最適化、海外の最先端ソリューション導入を推進。2014年1月、タイセイのWEB部門を分社化する形でTUKURUを創業。イントレプレナーとして常に企業の課題解決に従事。16年2月、ディノス・セシール（現DINOS CORPORATION）CECO（最高EC責任者）に就任。既存の枠組みを超える、サステナブルなECビジネスを構築するというミッションを実践している。



太田 祐一氏

DataSign

代表取締役社長

データ活用の透明性確保と、個人起点での公正なデータ流通を実現するため、株式会社DataSignを設立。内閣官房 デジタル市場競争本部 Trusted Web推進協議会委員。総務省 情報信託機能の認定スキームの在り方に関する検討会委員。総務省 プラットフォームサービスに係る利用者情報の取扱いに関するワーキンググループ 構成員。一般社団法人MyDataJapan 常務理事。



杉原 剛氏

アタラ

CEO

KDDI、インテルでコンサルティング営業、マーケティングに従事。2002年にオーバーチュアの立ち上げメンバーとして営業戦略全般を担う。07年にGoogleのAdWords、YouTube広告事業の戦略立案、オペレーション設計、APIエバンジェライズに携わった後、アタラ合同会社を創業し、CEOを務める。その傍ら、多くの起業、事業相談に対するアドバイスや支援を実施している。19年にスイスIMD（国際経営開発研究所）のLeading Digital Business Transformationコースを修了。

【FS-252】 主催者講演 「ニューノーマル時代の『Z世代』 時間とお金の使い方」



<モデレーター>

斉藤 徹 氏

ループス・コミュニケーションズ

CEO

30年にわたる起業経験を生かし、イノベーションと組織論を専門として2016年に学習院経済学部特別客員教授に就任。学生と共に「イノベーションチームdot」を立ち上げる。17年にはdotを設立して法人化し、アドバイザーとして参画。20年にはビジネス・ブレイクスルー大学教授に就任。『業界破壊企業』(光文社刊)など著書多数。



富田 侑希 氏

dot

代表

1996年生まれ。大学3年時に斉藤徹氏の授業をきっかけに、Z世代が集まる組織「チームdot」で活動を開始。2017年の法人化に際し、21歳で代表就任。dotは、Z世代と企業を結ぶ役割を持ち、商品コラボ開発「Z世代会議」や就活イベント「Z-1チャレンジ」、リアルタイムに会議を可視化「グラレコ」などのサービスを展開中。

【FC-251】 協賛講演 「ヒット商品を作るために結局データをどう活用すればいいのか」



企業方針としてDXやデータ活用の推進が挙げられているけれども、結局どのように進めていけばいいのかわからないという話は少なくありません。今回はデータ活用支援を行う企業の視点からマーケティング活動におけるDXとデータ活用の理想と実現方法について解説します。

西内 啓 氏

データビークル

代表取締役 CPO

製品責任者。1981年生まれ。東京大学助教、大学病院医療情報ネットワーク研究センター副センター長等を経て現在多くの企業のデータ分析および分析人材の育成に携わる。2017年第10回日本統計学会出版賞を受賞。

【FC-252】協賛講演

「ニューノーマル時代の広告配信で重要視すべきポイントとは」



サードパーティCookieの廃止やiOS14.5でデジタル広告は大きな転換期を迎えています。今後何が変わるのか、必要な対策などについてアドウェイズが「UNICORN」にて取り組んでいる内容や事例も踏まえてお話しします。また、クリエイティブの重要性も増すなか今後普及が期待されるAR広告の世界最新事例も交えてご紹介いたします。

野田 順義 氏

アドウェイズ

取締役 グローバル事業担当

2001年に富士フイルム株式会社に入社。写真関連製品の海外マーケティングに従事。

その後、2006年にアドウェイズに入社し、モバイル広告事業を担当。

株式会社電通レイザーフィッシュを経て、当社に復帰し、モバイル広告事業の責任者となる。

2011年に執行役員に就任後、2013年6月に取締役に就任。

FK-111	基調講演	Yoav Barel 氏 Leonid Mishkind 氏 Niandini Stocker 氏	Chatbot Summit Founder and CEO Bodafone Group Principal Manager AI Platforms Flipkart Senior Product Design Manager
FK-112	基調講演	Alon Mei-Raz 氏 Florian Nägele 氏	Bank Hapoalim VP,Data & Insights Helvetia Head Omnichannel & Touchpoint Management
FC-111	協賛講演	米山 結人 氏	AI Shift 代表取締役
FC-112	協賛講演	下川 麻衣子 氏	三菱UFJ銀行 デジタルサービス企画部 デジタルサービス企画部DX室 調査役
FS131	主催者講演	玉城 久頌 氏	Kore.ai Japan ソリューションエンジニアリング本部 ディレクター
FS-132	主催者講演	Moshe Wasserblat 氏 Dor Skuler 氏	Intel Corporation GoogleNLP and DL Research Manager, Senior PE Intuition Robotics CEO & Co Founder
FC-131	協賛講演	二上 浩一 氏 前田 貞嗣 氏	ユーザーローカル チャットボットチーム/カスタマーサクセス/リーダー パーソルテンプスタッフ 事業推進部

FS-141	主催者講演	Alex Dogariu 氏 Ivan Yamshchikov 氏	Daimler-Mercedes Benz Executive Manager AI and Data Driven Process Optimization Yandex Head of LEYA Lab for Natural Language Processing Researcher
FS-142	主催者講演	Yannick Combourieu 氏	e.Voyageurs SNCF Director of Product Management
FC-141	協賛講演	石井 智宏 氏	モビルス 代表取締役社長
FC-142	協賛講演	Sarah Schreiner 氏 Nikhil Gowda 氏	GoDaddy Senior Conversational Designer Renault-Nissan-Mitsubishi Innovation Project Manager and Senior Researcher
FS-151	主催者講演	湯浅 晃 氏	NTTデータ 技術開発本部 デジタル社会基盤技術センタ シニアエキスパート
FS-152	基調講演	下村 勇介 氏	PKSHA Technology アルゴリズムプロダクト本部 執行役員
FC-151	協賛講演	森 大祐 氏	BEDORE 執行役員 プロダクト開発責任者

【CK-113】 基調講演

- ① 2021年：BOTの未来 ～ディープラーニングが起こすチャットボットのブレークスルー “Conversational AI” の転換点に迫る～
- ② グローバルVodafoneTOBiが明かす、成功への道筋
- ③ インド有数のEコマース：Flipkart担当者が語る 会話型AIのポイントとは

**Yoav Barel 氏**

Chatbot Summit
Founder and CEO

CHATBOT SUMMITのCEO 兼 創設者として、世界をリードする新たな会話体験を実現するプロフェッショナルネットワークの構築に尽力しています。チャットボットサミットチームがトップスピーカーを引き付け、議題を深めることで、革新的なブランドと新興企業、および、グローバルテクノロジーリーダーとのパートナー関係を築き、コミュニティを活性化、結び付けるためのマーケティング支援をしています。

**Leonid Mishkind 氏**

Vodafone Group
Principal Manager AI Platforms

Vodafoneグループで働くチャットボット、ボイスアシスタントのテクニカルプロダクトのマネージャーです。Vodafoneでは、AmazonAlexaとGoogleAssistantでVodafoneサービスを立ち上げの責任者として、また、Googleとの素晴らしい成果とコラボレーションにより世界で最初の電気通信会社向けのGoogleアシスタントの統合にも寄与しました。AIテクノロジーを大好きです。AIは私たちの世界に多くの革命をもたらし、既に生活のあらゆる側面に大きな影響を及ぼし始めているのではないのでしょうか。

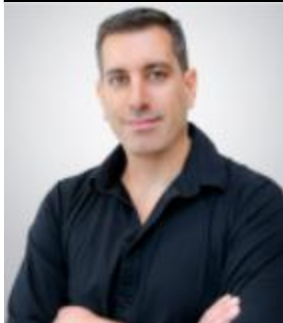
**Niandini Stocker 氏**

Flipkart
Senior Product Design Manager

私は60以上の言語で20年以上にわたって音声の体験領域を構築。デザイン思考でのアプローチを提供する、自然言語とソフトウェアエコシステムの専門家。デジタル戦略分野では、インタラクションデザインから、要件定義・開発、パフォーマンス分析、品質保証、プロセス管理など多岐にわたり携わってきた。ジャーナリズム、テクニカルライティング、データベースシステム設計、グラフィックデザイン、Web開発、音声科学など、アドボカシーとパートナーシップなどを超えて、音声ユーザーインターフェイス設計の分野も含め、25年の経験をもつ。

【CK-113】主催者講演

- ① イスラエル大手金融機関のデータ責任者が語る、チャットボットの精度を向上させるデータインサイトの活用
- ② スイスを代表する保険会社Helvetiaの担当者が語る対話体験を通じたデジタルトランスフォーメーションの進め方



Alon Mei-Raz 氏

Bank Hapoalim
VP, Data & Insights

グローバルな大企業と新興企業の双方で製品ライン、データ活用、投資部門を率いる等々、豊富な経験を持つテクニカルエグゼクティブ。リーダーシップとイノベーターであり、多くのアイデアの実現しています。計画、設計から実装とPRまで、製品・サービスのライフサイクル全体を把握すると共に。顧客体験の成功、人材育成に重点を置いてきました。StartIsraelにより、イスラエルでトップ10のAIリーダーに選ばれ、Chatbotsマガジンでは、世界中で見られるボットのトップ100にも選ばれています。ソートリーダーとして、多くの国際技術会議や大学での講演も行っています。



Florian Nägele 氏

Helvetia
Head Omnichannel & Touchpoint Management

スイスを代表する保険会社Helvetiaは、お客様に新しい体験を提供しています。チャットボットをはじめとする、最新テクノロジーをビジネスと組み合わせ、デジタルインタラクションを通じて顧客との関係を強化しています。彼は、Helvetiaのオムニチャネル戦略を推進する顧客接点のスペシャリストです。

【CC-133】協賛講演 「対話型AIによる未来のコールセンター」



対話型AIを用いた未来のコールセンターを想像したことはありますか？

AI Shiftではチャットボットとボイスボットを組み合わせた、カスタマーが選択したチャンネルに応じて対話型AIが対応をする未来のコールセンター実現を目指しています。

本セッションでは、そんな未来に向けたチャットボットとボイスボットの現状をお伝えします。

米山 結人 氏

AI Shift
代表取締役

2016年サイバーエージェントに新卒入社。2016年11月より株式会社AIメッセンジャーの取締役役に就任。その後、「AI Messenger」の事業責任者を経て、2019年8月より株式会社AI Shiftを設立、同社の代表取締役社長を務める。

【CS-143】 主催者講演 「三菱UFJ銀行が取り組むDX「AI編」～MAIのお仕事紹介～」



昨今、我々を取り巻く経営環境は刻々と変化しております。チャットボットのMAIをリリースし、2年半が経過しようとしていますが、伝統的な日本企業が抱える出来上がったオペレーションを皆で一緒に変えていく、私達のDXは、地道で地味です。それでも着実に進化しています。そんな日々の奮闘をご紹介しますと思います。

下川 麻衣子 氏

三菱UFJ銀行
デジタルサービス企画部 デジタルサービス企画部DX室
調査役

神奈川県横浜市出身。2003年ヤフー株式会社入社。会社の成長と共にデジタルの世界の伸長を体感する。一貫してデジタルマーケティング業務に従事し、2018年株式会社三菱UFJ銀行入行。デジタルサービス企画部にてAI関連業務に従事。既存業務の効率化、トップライン向上、新技術の取り込みに尽力中。私生活では2児の母。

【CC-143】 協賛講演 「対話型AIが実現する従業員体験・顧客体験の今と未来」



自然言語処理の精度の問題、開発・運用負荷、利用範囲の限定など、従来型チャットボットにおける課題を解消する次世代型の対話型AIプラットフォームがコロナ禍において急速に普及しています。講演では、先進事例を用いながら対話型AIに関する現状とマルチモーダルを含む未来像についてご紹介致します。

玉城 久頌 氏

Kore.ai Japan
ソリューションズエンジニアリング本部
ディレクター

日本ヒューレット・パッカード入社後、セキュリティ部門においてR&Dおよびプリセールスを担当。その後、北米に移住しIIJ Americaでクラウド、セキュリティ、テレフォニー事業を統括。日本に帰国後オートメーション・エニウェアを経てKore.ai Japanの日本法人の立ち上げに参画。日本・アジア太平洋地域のソリューションズエンジニアリング部門を統括。対話型AIによるコンタクトセンター改革、顧客体験、従業員体験の向上を推進。

【FC-111】 主催者講演 ① 限られたデータでチャットボットをトレーニングする方法
② 共感のためのデザイン～ElliQからの教訓～

Moshe Wasserblat 氏

Intel Corporation
GoogleNLP and DL Research Manager, Senior PE

Moshe Wasserblatは、現在、インテルの人工知能製品グループにおける、自然言語処理、および、深層学習研究グループマネージャーです。前職はNICE Systemsに17年以上在籍し、会話・言語のアナリティクス・リサーチチームを主導しました。音声処理と自然言語処理が専門で、EXCITEMENT FP7 ICT プログラムのコーディネーターであり、イスラエルにおける、多くのチーフサイエンティストプログラムにて、マネージャーを務めました。彼は言語技術の分野で60以上の特許を持ち、国際会議への参加や、技術誌への寄稿なども行っています。



Dor Skuler 氏

Intuition Robotics
CEO & Co Founder

IntuitionRoboticsのCEO / 共同創設者。人と機械の関係を構築するデジタルコンパニオン (ElliQ) を構築。ElliQはAIを活用したアクティブなエイジングコンパニオンであり、高齢者の自宅での自立支援をしている。高齢者の生活を改善し、より幸せな老後をサポートするソリューションを提供。自身はスタートアップの取締役や、諮問委員会のメンバーを務め、アルカテル・ルーセントのクラウドNFVビジネスユニット/CloudBandのSVP/GMおよび創設者などを兼務する。

【CC-153】 協賛講演

「 パーソルテンプスタッフにおける社内向けチャットボット活用事例 」



「社員からの質問対応で管理部門の仕事が中断してしまう。(間接部門の声)」
「マニュアルや聞きたい担当部署がなかなか見つからない。(営業部門の声)」
パーソルテンプスタッフ様から、上記課題の解決事例、チャットボットの導入・運用を成功させるためのポイントをご紹介します。

二上 浩一 氏

ユーザーローカル
チャットボットチーム
カスタマーサクセス
リーダー

新卒で株式会社ユーザーローカルに入社。マーケティングツール事業の法人営業を経てチャットボット事業の立ち上げに参加。現在は同事業カスタマーサクセスチームのリーダーとしてチャットボットを通じて顧客のDX推進を支援している。

**前田 貞嗣 氏**

パーソルテンプスタッフ
事業推進部

中央大学を卒業後、都市銀行に入行。その後、コールセンター運営会社を経て、テンプスタッフ（現パーソルテンプスタッフ）に入社。既存業務の見直し、新業務の企画・運用設計・社内導入・導入後検証といった社内業務のBPR中心に従事。日本心理学会認定心理士。

【CK-213】 基調講演

- ① メルセデスベンツのAI・データ活用責任者が語る オンラインマーケティング&セールスの為の会話型AIとは
- ② ロシアの検索大手、検索エンジンYandexのリサーチ担当が語る 「言葉と意味論、コンピュータによる創造性」

**Alex Dogariu 氏**

Daimler - Mercedes Benz

Executive Manager

AI and Data Driven Process Optimization

アレックス・ドガリウは、10年以上にわたりeコマースや自動車OEMの業界において、顧客管理分野・企業戦略・人工知能・RPA等のテクノロジー分野に精通してきました。アクセンチュアでキャリアをスタートさせ、CRM・販売戦略の改革を推進。その後、logicsale AGのマネージングディレクターに就任し、ダイナミックプライシングを仕掛けとして、eコマースに革命をもたらしました。2015年、メルセデスベンツコンサルティングに加わり、顧客管理の革新とAI部門を率いました。「WirtschaftsWoche」が主催するベストオブコンサルティングコンペティションにおいて、デジタル化と販売マーケティングのカテゴリで二度も一位を獲得しました。

**Ivan Yamshchikov 氏**

Yandex

Head of LEYA Lab for Natural Language Processing Researcher

YandexはロシアのGoogleと呼ばれており、タクシー配車や食事宅配などの事業も手掛けている。その検索エンジンYandexのリサーチ担当。自然言語処理のためのLEYAラボの責任者であり、応用されたデータを活用し、作業の効率化と親和性のあるAIと認知の研究者。CreatedLabsの共同創設者。

【CS-233】 主催者講演 「ヨーロッパ最大級フランス国鉄道のEC責任者が伝える独自の会話型AIプラットフォームの設計手法とは」

**Yannick Combourieu 氏**

e.Voyageurs SNCF

Director of Product Management

Yannick Combourieuは、フランス最大のEコマースの1つであるOUI.sncfの責任者です。旅行業界で10年以上にわたり、数百万もの人々がヨーロッパでの旅行を計画や列車予約するのに役立つ、デジタルサービスを構築しています。フランスにて、最初のトランザクションチャットボットを立ち上げ、現在では、1日あたり1万人以上の顧客がサービスを使用しています。ブランド企業が今後も価値を維持し続ける為には、絶えず変化する顧客の行動や、テクノロジーの動向に注目し続ける必要があります。中でも会話型インターフェースは、2007年のモバイルアプリと同じくらい破壊的であると考えています。

【CC-233】 協賛講演

「300社以上の導入実績から分析した、効果を生むチャットボット活用の最適解」



モビルスは、3年連続国内売上シェアNo.1*のチャットボットやボイスボットなどサポート領域のDXソリューションを提供しています。大手金融機関をはじめ300社を超える導入実績を元に、チャットボットやボイスボットの活用において、どのように構築・運用していくべきなのか？チャットボット単体で十分なのか？顧客・企業双方の負担軽減を実現するに考えるべきことは？など、顧客体験向上と業務効率化のヒントを解説していきます。 *出典：ITR「ITR Market View：ビジネスチャット市場2020」

石井 智宏 氏

モビルス

代表取締役社長

ソニー株式会社にて11年間ラテンアメリカにおけるセールスマーケティングに従事し5カ国のエスカレーションコールを受け取る電話セールスセンターの構築を担当。その後、国内投資ファンドでコールセンターシステムの導入・運営を担当。2014年モビルス株式会社に参画、代表取締役社長に就任。近年では Mobilus SupportTech Lab を立ち上げ、サポート領域の課題解決をテーマにセミナーの主催・登壇などを行っている。

【CS-243】 主催者講演

- ① コンバセーショナルAIで企業が勝ち抜くための戦略とは
- ② 自動車業界における音声UIの挑戦



Sarah Schreiner 氏

GoDaddy

Senior Conversational Designer

GoDaddyの会話デザイナー。Webコンテンツ戦略に関する10年の経験と、3年におよぶ、会話型ヘルプコンテンツの作成における経験を持つ。

製品・サービス・プラットフォームなどの開発に携わり、部門の枠を超えたチームのマネジメントやチャレンジを続けてきました。

PDCAを回しながら、あらゆるカスタマージャーニーをブランド化することで、顧客体験を直感的で楽しいものになるような設計を試みています。



Nikhil Gowda 氏

Renault-Nissan-Mitsubishi

Innovation Project Manager and Senior Researcher

機械エンジニアであり、オープンホイールのレースカーの製造から始まったキャリアは現在も含め、様々な自動車OEMで、8年以上働いています。AI主導のUI研究者、イノベーションエバンジェリストとして活躍、設計戦略のMBAを取得しており、現在はシリコンバレーのルノー・日産・三菱イノベーションラボでヒューマンセンタードAIの研究を行っています。L3/自動運転およびL2/ADASシステム、オンロードおよびシミュレーションにおいて、混合法によるヒューマンマシンインタラクションの研究などが主で、最近では自動運転車のHMI研究、人間中心設計の適用、車載音声エージェントの相互作用研究をカバーする内容を国際会議で講演を行ってきました。

【CC-243】 主催者講演 「最新の自然言語処理技術によるFAQ自動化とビジネス展望」



チャットボット導入の主要課題はFAQの初期整備とメンテナンスのコストです。この問題を解決するために私たちが掲げるFAQオートメーションの考え方とその基礎となるドメイン特化BERTをご紹介します。さらにNTT研究所の最先端の対話技術と、対話型AIが実現するビジネスの将来展望についてお話しします。

湯浅 晃 氏

NTTデータ

技術開発本部 デジタル社会基盤技術センタ シニアエキスパート

1982年群馬県生まれ。東京大学大学院修了後、2007年NTTデータへ入社。同社R&D部門にてFAQ検索、対話、文書検索等の自然言語処理技術の研究開発に従事。その他近年は海外スタートアップとの新規ビジネス開発に携わる。

【CS-253】 主催者講演 「デジタルエージェントは顧客コミュニケーションをどう変えるのか？」



直近の技術進化により、AIの言語理解力は飛躍的に拡大し、顧客コミュニケーションのあり方は、少しずつ、着実に変化していっています。今回は、少し先の未来に力点を置きながら、これからデジタルエージェントがビジネスにどのような変化をもたらすのかを一緒に考えていきたいと思います。

下村 勇介 氏

PKSHA Technology

アルゴリズムプロダクト本部 執行役員

アクセントチャ株式会でキャリアスタートし、主に金融機関向けのデータサイエンティスト業務に従事し、機械学習モデル構築/運用などを行う。その後、複数のAIスタートアップに関わったのち、2015年よりPKSHA Technologyに参画。自然言語処理部門の責任者として、対話エンジン「BEDORE」やNLPソリューション事業開発をリードする。

【CC-253】 協賛講演 「絶対導入してみたくなるConversational AIの活用事例」



コロナ禍以降、当社チャットボット、ボイスボットの活用が進み、大きな成果を上げられるクライアント様が増えてまいりました。それらの事例の中から、他企業でも展開がしやすく、対顧客、社内コミュニケーションDXの参考にさせていただきやすいものをお話しします。

森 大祐 氏

BEDORE

執行役員

プロダクト開発責任者

大学時代に純文学小説家を目指すも、ブロードバンド黎明期に学生生活を過ごし、テクノロジーの偉大さに触れ、エンジニアとしてキャリアをスタート。エンタープライズ向けシステムの事業・プロダクト立ち上げを連続的に経験し、2018年にアルゴリズム技術を汎用的に社会実装できる環境に魅力を感じBEDOREに参画。

日経 **X**TREND

FORUM 2021

お問い合わせ先

日経BP 経済メディア広告部

03-6811-8031

nb-ad@nikkeibp.co.jp