



日経クロストrendフォーラム 2022

主催 日経 **X**TREND

主催：日経クロストrend

会期：2022年7月20日（水）、21日（木）

会場：オンライン配信

受講料：全セッション無料（要事前登録）

「リベンジ消費」を待たず、変化をチャンスに

アフターコロナの戦略を磨く2日間

コロナ禍が収束に向かい、社会生活が日常に近づくにつれ、働き方やライフスタイルがもはやコロナ禍前に戻ることはない、多くの人が実感しているのではないのでしょうか。「リベンジ消費」などと、以前の日常の回復に期待している場合ではありません。

この不可逆な変化をいかにチャンスに変えるか。顧客ニーズに敏感な企業はすでに戦略を抜本的に練り直し、新たな展開を始めています。顧客の心理や行動にどのような変化が起きているか。デジタルをいかに自社の戦略に落とし込むか。講演はすべて無料で、オンライン配信いたします。多彩な講演を、ぜひお楽しみください。

デジタルがもたらすインパクトを、
多面的に議論するイベント。

MARKETING



CONSUMPTION
(消費)

INTERNET
TECHNOLOGY

KEYWORDS



ヒット商品、音声マーケティング、サブスク、D2C、チャットボット、パーソナライゼーション、コンテンツマーケティング、カスタマーサクセス、SDGs

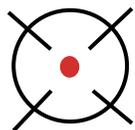
DX、5G、AI、AR/VR/MR、IoT、キャッシュレス、MaaS、自動運転、ロボティクス、人間拡張、フードテック、無人店舗、データ活用、エドテック

ジェンダーフリー、プロセス・エコノミー、サーキュラーエコノミー、ソーシャルコマース、シェアリング、ショールーミング、アクティブシニア、セレンディピティ、Z世代、ワーケーション、巣ごもり消費

マーケティングに関わる全ての方々にとって
「必要不可欠なBtoBイベント」となるべく、
顧客満足度を最優先に考えたシステムを構築

TIME TABLE

主催社講演：キーノート
サファイア協賛
主催社講演
プラチナ協賛
主催社講演
プラチナ協賛
主催社講演
ゴールド協賛



日経クロストrendが、
ご協賛いただく企業の講演
内容に合わせて、最適な登
壇者を招致いたします。



主催者講演においても、
情報提供に関する許諾を取
り、協賛企業様へ視聴者リ
ストとして提供いたします。

SYSTEM

潜在顧客へのアプローチ

KEYNOTE

MARKETING × CONSUMPTION
「ヒット商品の生み出し方」



顕在顧客へのアプローチ

SOLUTION

INTERNET TECHNOLOGY
「ヒット商品を売るためのUX革命を起こすDX施策」

貴社のご講演



日経 **XTREND**

レビュー記事でのコンテンツ化



講演動画のコンテンツ化

コロナ後の消費拡大を見据えたテーマ多数。
新しさよりも「実用性」が優先。
ファクトベースの議論がスタンダードに。

“

1協賛企業様あたり約**300**名の視聴予約
(許諾を得て事前に視聴予約をする人数)
1人あたり平均約**2**セッションを視聴
→ **基調講演+協賛講演**での視聴が成立！

< 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



■ 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

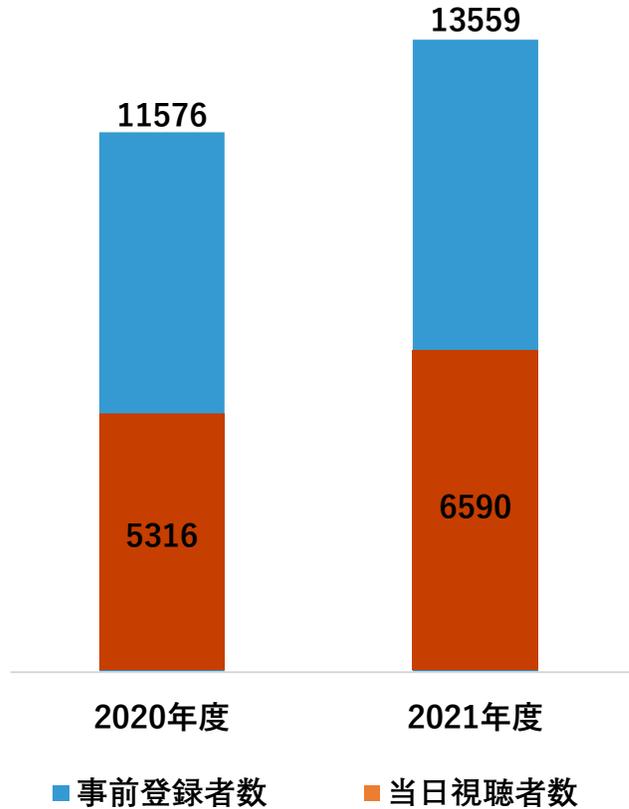
視聴率：47.5 %

総セッション数：14 SS

1講演あたりの平均視聴者数：88 UD

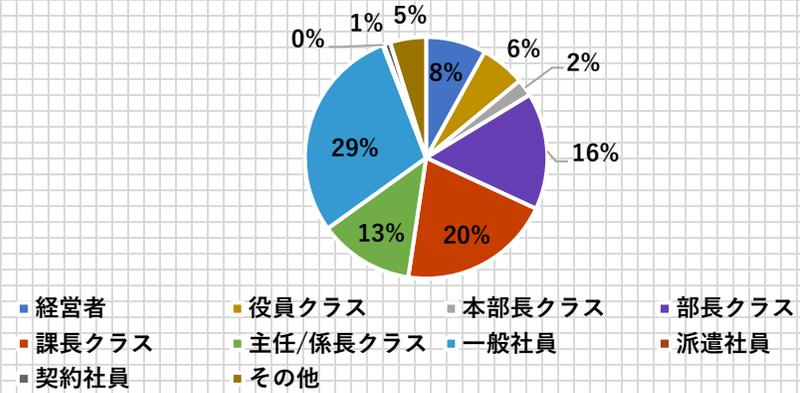
前々回比全体視聴者データ

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

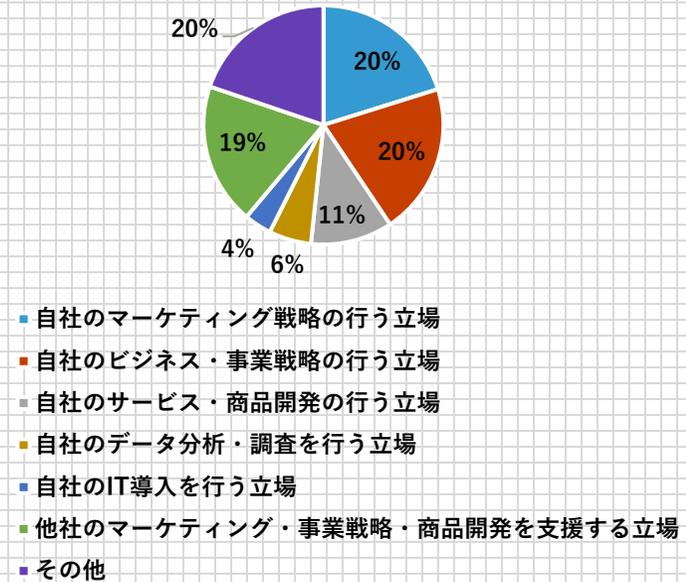


役職

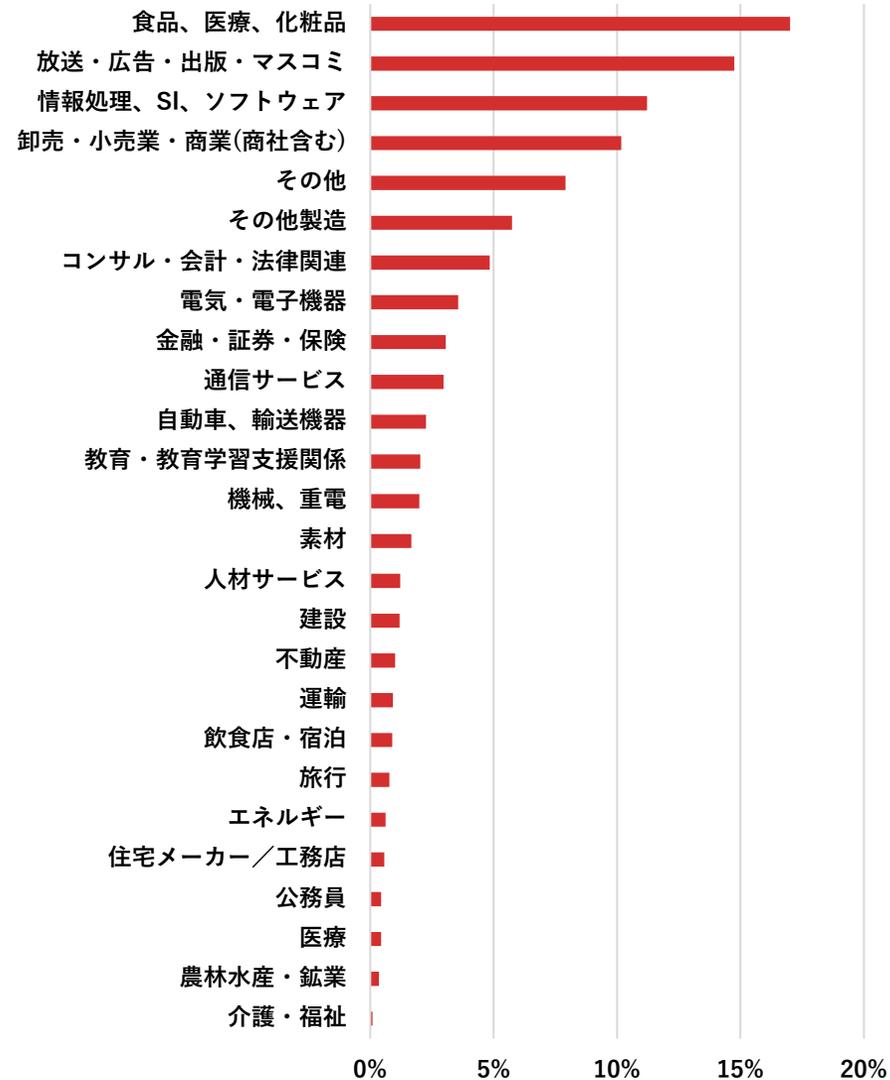
半数以上が役職者または決裁権のある役職



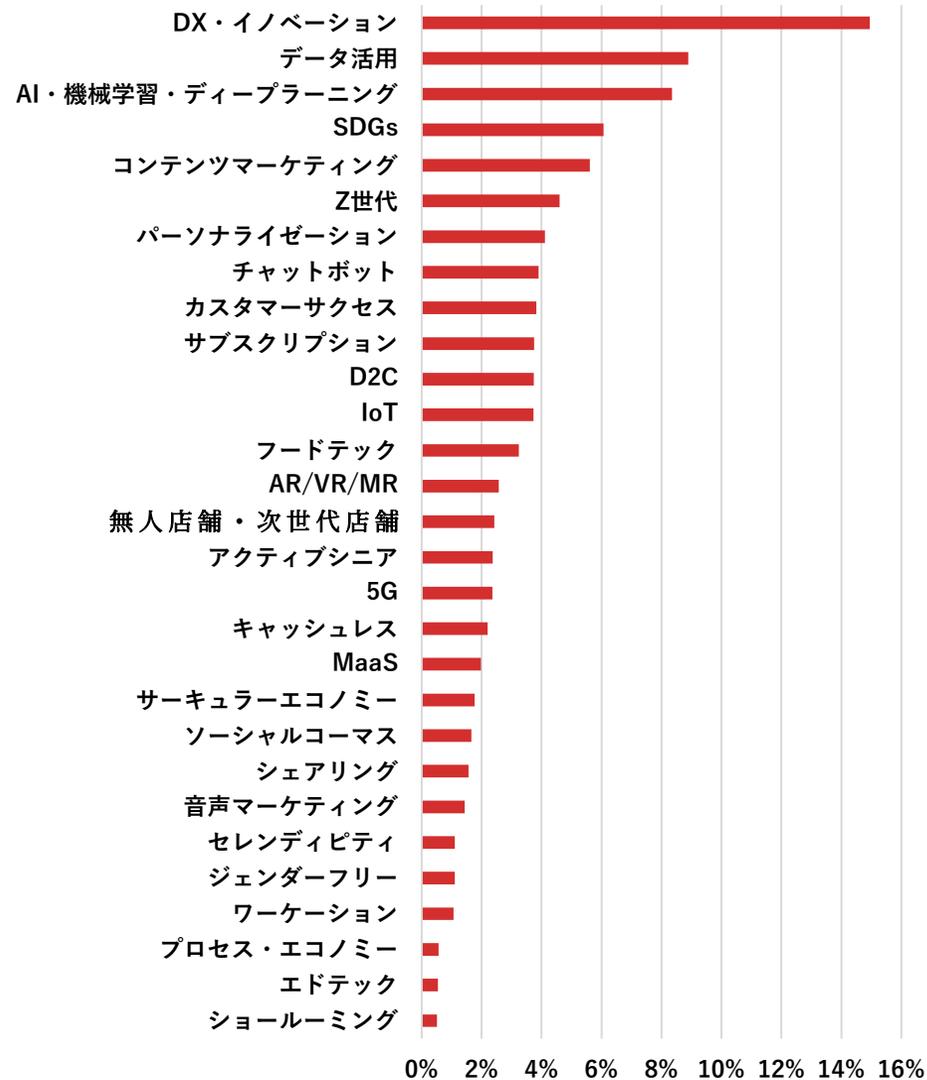
仕事上の立場



視聴者の業種

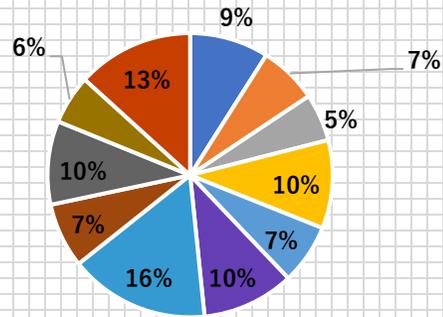


視聴者の興味分野



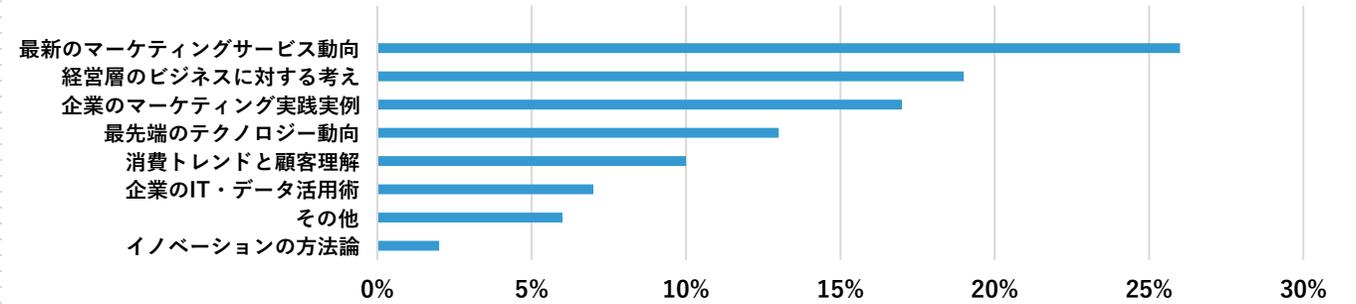
前回開催結果

お勤め先の従業員規模

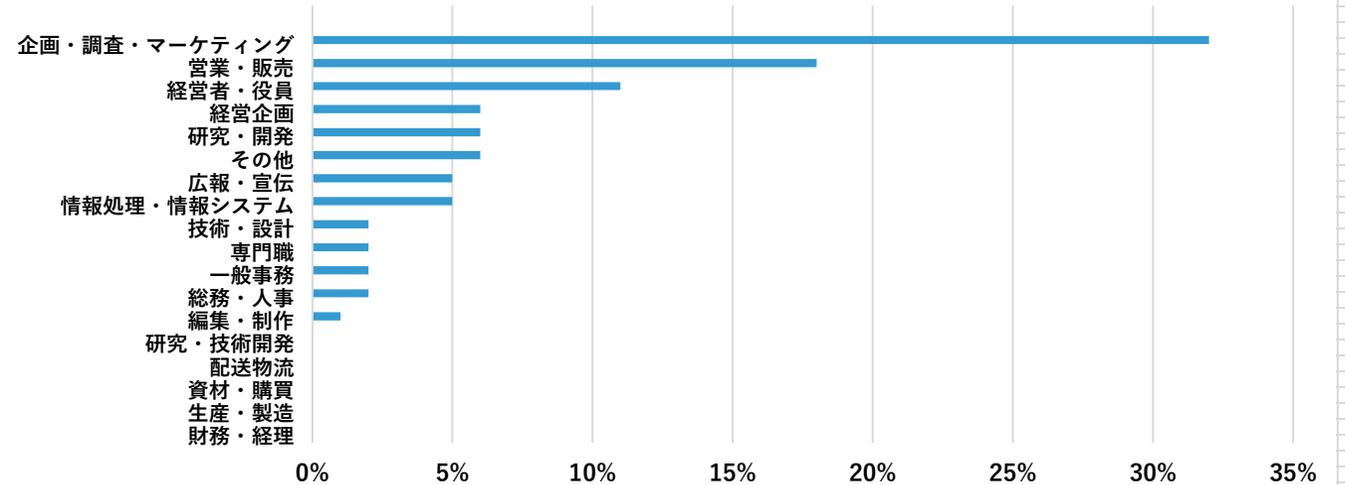


- 1~9人
- 10~49人
- 50~99人
- 100~299人
- 300~499人
- 500~999人
- 1,000~2,999人
- 3,000~4,999人
- 5,000~9,999人
- 10,000~19,999人以上
- 20,000人以上

視聴目的



職種



【価格表】

サファイアスポンサー	600万円
プラチナスポンサー	300万円
ゴールドスポンサー	200万円

【各種プラン比較表】

	サファイア協賛	プラチナ協賛	ゴールド協賛
ご登壇枠 (30分)	午前	午後一	午後
リスト提供 (主催+協賛)	800件程度	300件程度	200件程度
レビュー記事	○	○	×
ロゴ掲載 (公式サイト)	○	○	○
動画提供	○	○	○

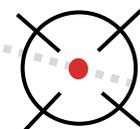


<https://expo.nikkeibp.co.jp/xtf/2022/sponsor/>

ターゲティングメールを中心としたオンライン集客
視聴予約は各講演に対し個別に登録していただきます
視聴者リストも各講演ごとに提供いたします



日経会員ID 1000万



講演ごとの集客により、
視聴意欲の高い人を集めます。

講演日時 2021/7/13 11:00 ~ 11:40 会場 オンライン会場

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月決算で売り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だに、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。

日清食品 代表取締役社長 安藤 徳隆 氏
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

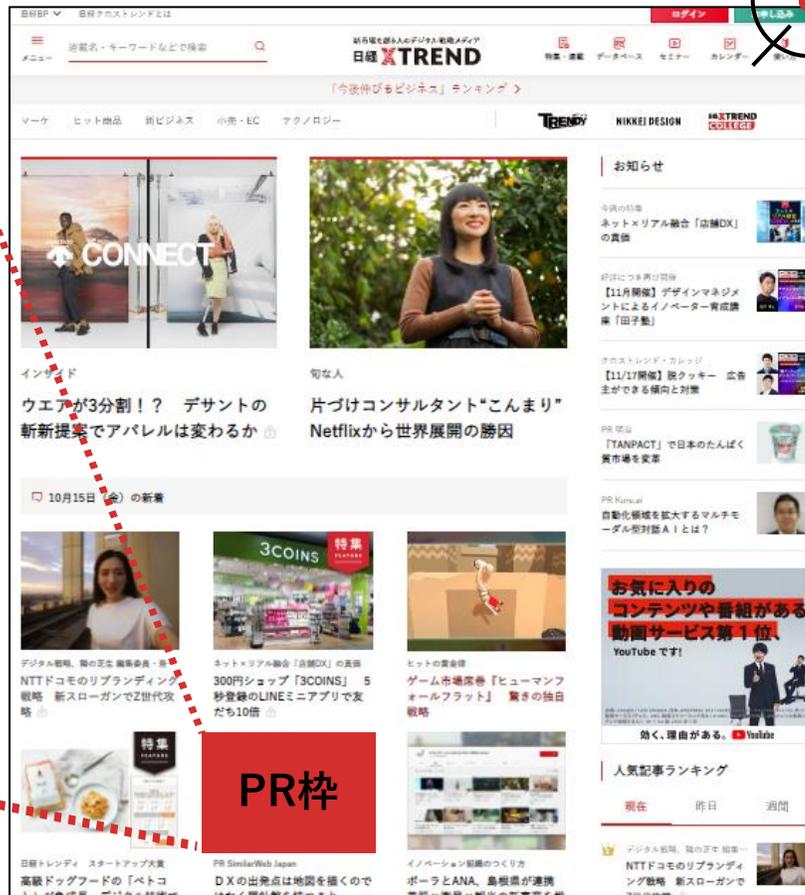
申し込み

レビュー記事は平均2000PV
リードを取れる形式に変換することも可能

日経 XTREND



媒体プロフィール



- 日経クロストrend ONLINE
- 月間PV数 約3,000,000
- 月間UB数 約1,500,000
- 登録会員数 約260,000

「新市場を創る人のデジタル戦略メディア」をコンセプトに、マーケティング戦略や商品開発、新事業創造などの最先端戦略を提供するデジタルメディアである、旧日経デジタルマーケティング/日経ビッグデータ、日経デザイン/日経トレンドなどの記事を集約。