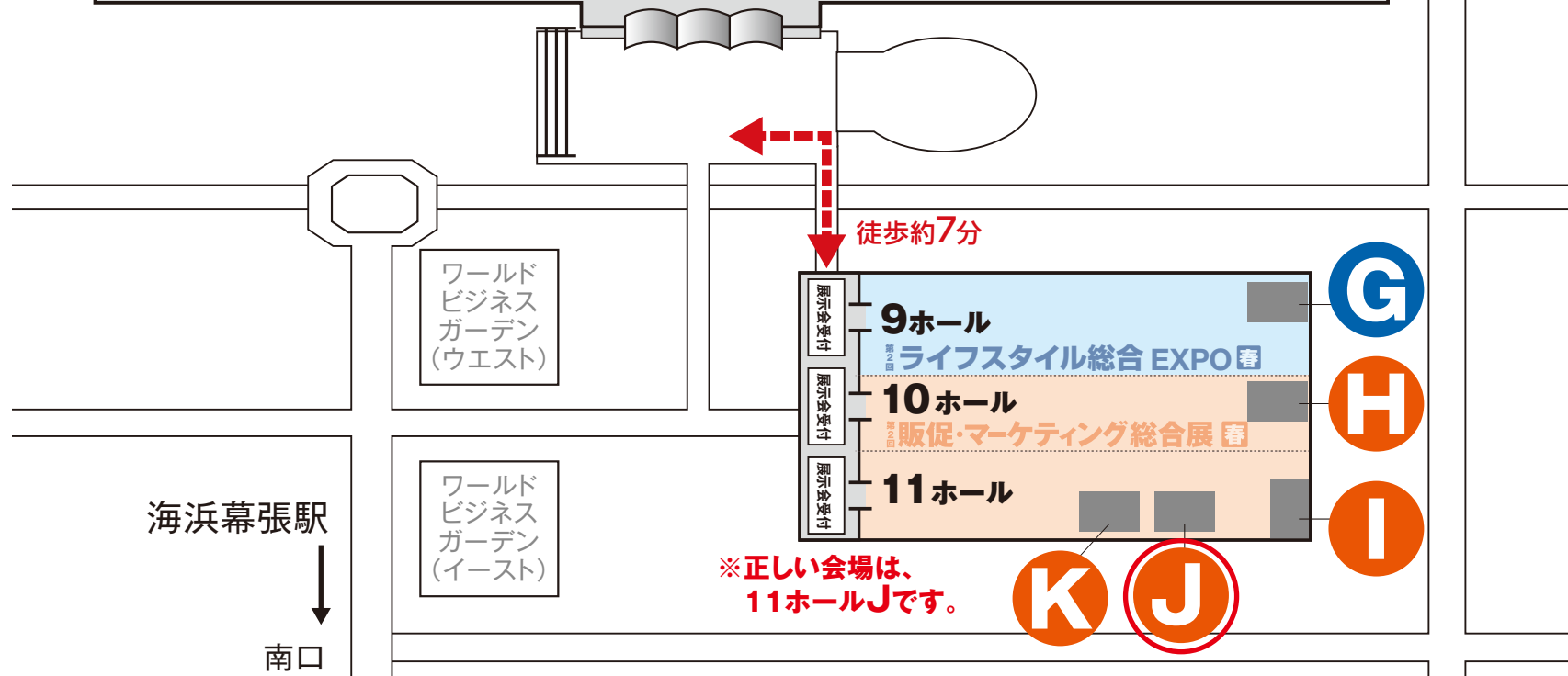
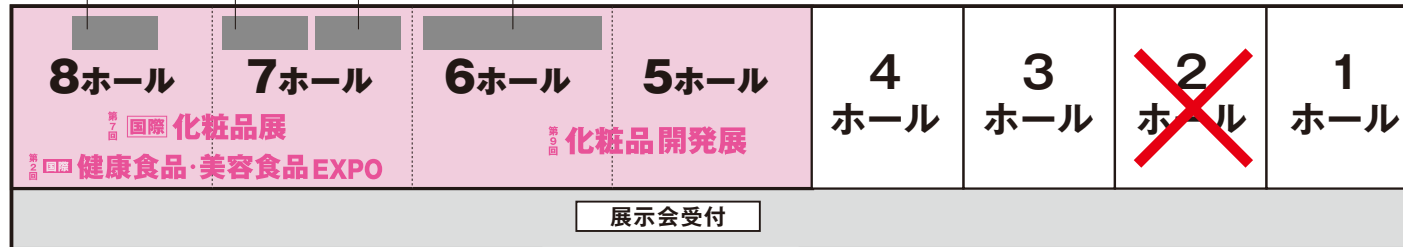


# セミナー会場のご案内

## Seminar Venue Map

**A** **B** **C** **D~F**

※2ホールは  
セミナー会場ではありません。



# セミナー タイムテーブル

各セミナーのセッションをクリックいただくと、講演内容などの詳細ページへ遷移いたします

1.30 [水]		1.31 [木]		2.1 [金]	
特別講演	専門セミナー	特別講演	専門セミナー	基調・特別講演	専門セミナー
幕張メッセ11ホール 会場 J	幕張メッセ11ホール 会場 I	幕張メッセ11ホール 会場 J	幕張メッセ11ホール 会場 I	幕張メッセ11ホール 会場 J	幕張メッセ11ホール 会場 I
10:30~12:00	10:30~12:00	10:30~12:00	10:30~12:00	10:30~12:00	10:30~12:00
<b>[AD-S] 広告戦略</b> <small>無料</small>	<b>[SP-1] デジタル時代のDM戦略</b>	<b>[SP-S1] ブランディング戦略</b> <small>無料</small>	<b>[TH-1] 売り場づくり</b>	<b>[SP-K] 経営戦略・ブランディング</b>	<b>[TH-2] 店舗のIT化</b>
<p>エステ (株) 執行役 鹿毛 康司 氏 お客様と絆をつくるブランドづくり</p> <p>(株) ミクシイ 執行役員 根本 悠子 氏 ミクシイの戦略 「ユーザーサプライズファースト」の体現</p>	<p>(株) ダイレクトマーケティングゼロ 代表取締役 田村 雅樹 氏 ダイレクトマーケティングゼロの売れるDM戦略とは</p> <p>オイシックス・ラ・大地 (株) 統合マーケティング本部 本部長 井上 政人 氏 休眠客の掘起こしに成功したオイシックスのDM戦略</p>	<p>日産自動車 (株) LCVグローバルマーケティング部 部長 森島 幸彦 氏 日産のブランドキャンペーンから見る、「ブランド」のつくり方</p> <p>(株) サンリオ CMO 木村 真琴 氏 マーケティング主導による価値創造</p>	<p>(株) 山口茂デザイン事務所 代表取締役 山口 茂 氏 売れるPOPの作り方 ～売上げに直結する「コトPOP」とは～</p> <p>カルネコ (株) 代表取締役社長 加藤 孝一 氏 消費者との共創が生む、個別プロモーションの最適化</p>	<p>マツダ (株) 常務執行役員 青山 裕大 氏 “マツダらしさ”で挑む、一気通貫のブランド価値経営</p> <p>オルビス (株) 代表取締役社長 小林 琢磨 氏 ドメインの転換と新たなブランド戦略</p>	<p>インテル (株) IoT アジア セールスマネージャー 幸村 裕子 氏 顧客とよりつながるためのサイネージ活用方法</p> <p>(株) EBILAB 代表取締役 CEO 小田島 春樹 氏 伊勢の老舗店「あびや」のIT改革とは</p>
13:00~14:30	13:00~14:30	13:00~14:30	13:00~14:30	13:00~14:30	12:45~14:15
<b>[SP-S2] プロモーション戦略</b> <small>無料</small>	<b>[TH-3] 集客戦略</b>	<b>[SE-S] 営業・働き方改革</b> <small>無料</small>	<b>[WS-2] 効果測定</b>	<b>[TH-S2] 店舗ブランディング</b> <small>無料</small>	<b>[WS-3] オンライン・動画広告</b>
<p>モンテリーズ・ジャパン (株) 取締役 森 繁弘 氏 「クロレツ」の新たなマーケティング戦略</p> <p>アサヒ飲料 (株) 執行役員 マーケティング一部長 宮野 敦 氏 三ツ矢サイダー プロモーション戦略</p>	<p>Zebra Japan (株) マーケティング部 部長 柘野 英樹 氏 北欧雑貨 フライイング タイガー コペンハーゲンが提案するコミュニティマーケティング</p> <p>(株) ヤッホーブルーイング よなよなエールFUN×FAN団 団長 佐藤 潤 氏 よなよなエール流 ファンとの絆づくり</p>	<p>(株) セールスフォース・ドットコム 専務執行役員 千葉 弘崇 氏 すべての営業にAI革命を</p> <p>ソフトブレン (株) 取締役 長田 順三 氏 データ活用による営業現場の真の働き方改革とは？</p>	<p>ブルカレント・ジャパン 代表 戦略PRプランナー 本田 哲也 氏 広告とPRの効果をどうはかる？</p> <p>カゴメ (株) 販売企画グループ 主任 原 浩晃 氏 カゴメの顧客分析手法とメディアプランニングの構築プロセス</p>	<p>(株) スーパーストックキーヨー 取締役社長 松尾 真継 氏 Soup Stock Tokyoは、「ふつうのスーパーストック」ではありません。</p> <p>(株) すかいらーくホールディングス 取締役常務執行役員 CMO 和田 千弘 氏 すかいらーくが挑戦する 顧客エンゲージメントとは</p>	<p>(株) 博報堂 クリエイティブディレクター 河西 智彦 氏 結果を出すオンライン仕掛け型広告発想法</p> <p>旭化成ホームプロダクツ (株) コミュニケーション企画グループ 課長代理 児嶋 和生 氏 「サランラップ」「クックバー」の動画マーケティング</p>
15:30~17:00	15:30~17:00	15:30~17:00	15:30~17:00	15:30~17:00	15:00~16:30
<b>[TH-S1] 集客戦略</b> <small>無料</small>	<b>[WS-1] SNS活用</b>	<b>[WS-S] EC戦略</b> <small>無料</small>	<b>[SP-2] ヒット商品の販促企画</b>		<b>[SP-3] 消費者トレンド分析</b>
<p>(株) サンシャインエンタプライズ 取締役 丸山 克志 氏 過去最高の入場者数！サンシャイン水族館の集客戦略</p> <p>(株) 横浜DeNAベイスターズ 執行役員 事業本部 本部長 木村 洋太 氏 観客動員数を5年で80%アップに導いた、横浜DeNAベイスターズの経営戦略</p>	<p>日本航空 (株) ブランド推進部 Webコミュニケーショングループ長 山名 敏雄 氏 JALのSNS活用のポイントとは</p> <p>(株) 伊藤久右衛門 マーケティング課 マネージャー 平元 絵李子 氏 “伊藤久右衛門”のSNS活用術</p>	<p>(株) メルカリ シニアマーケティングディレクター 南坊 泰司 氏 消費者の「売る」「買う」のモチベーションを刺激する、マーケティング戦略</p> <p>(株) ナノ・ユニバース WEB戦略部長 越智 将平 氏 ナノ・ユニバースが語る、ECと店舗の融合戦略</p>	<p>(株) ロッテ ロッテノベーション本部 本原 正明 氏 ロッテの“チョコパイ”はなぜ売れ続けるのか？</p> <p>サントリースピリッツ (株) 事業企画部 課長 ウイスキーアンバサダー 奈良 匠 氏 ハイボール戦略から見える、販促企画術とは</p>		<p>キリン (株) キリン食生活文化研究所 シニア・フェロー 太田 恵理子 氏 「ミレニアルズ」と「ニューシニア」のインサイトの掘り方</p> <p>楽天 (株) トレンドハンター 清水 淳 氏 楽天のデータ解析からみる商品トレンドとその背景を学ぶ</p>