

2021年度

顧客コミュニケーション 研究部会

良質な顧客体験を生み出すための
コミュニケーション

～CSを向上させ

顧客から選ばれるために～

Chubu Marketing Association



- | | |
|------|--|
| 第1例会 | 4月 (株)野村総合研究所 / (株)電通テック |
| 第2例会 | 6月 (株)パルコ / (株)ファンベースカンパニー |
| 第3例会 | 9月 トヨタホーム(株) |
| 第4例会 | 10月 (株)ヤッホーブルーイング / 森永乳業(株) |
| 第5例会 | 12月 (株)ディー・エル・イー / グーグル・クラウド・ジャパン(同) |
| 第6例会 | 2022年1月 ラクサス・テクノロジーズ(株)[予定] / 日本たばこ産業(株) |

2021年度

顧客コミュニケーション研究部会

総合テーマ

良質な顧客体験を生み出すためのコミュニケーション ～CSを向上させ顧客から選ばれるために～

生活者のライフスタイルが変化し、多様な価値観、嗜好が生まれる中、企業が成長していくためには顧客体験を設計し、企業と顧客の接点をどのようにデザインするかが重要な時代となりました。その上で一貫通貫したサービスを提供することが顧客の総合的な満足度を向上させるために必要ですが、各接点においては良質なコミュニケーションが求められております。当研究部会では、「顧客満足につながるコミュニケーションの最適手法」を探りつつ企業価値を向上させることをテーマに、これからの企業としてのコミュニケーション戦略に求められる要素や顧客体験価値の創造、顧客満足度を創出する仕組みについて学びます。

中部マーケティング協会 会長 小笠原 剛
(株三菱UFJ銀行 顧問)

幹事(順不同) 当研究会の企画・運営における中心的な役割をお願い申し上げます。

ブラザーリビングサービス(株)	環境衛生 & 施設保全部部長	松口 学氏
三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)	コンサルティング事業本部 名古屋ビジネスユニット経営戦略部長	弘中 隆司氏
名古屋トヨペット(株)	取締役	加藤 展茂氏
アイシン精機(株)	L & E 営業部営業統括グループ販売促進主査	武田 雄滋氏

▶第1回幹事会
2021年9月3日(金)
▶第2回幹事会
2022年1月25日(火)

第1例会 | と き：2021年4月27日(火) 14:30～17:00 と ころ：中部生産性本部 セミナールーム & オンライン

テーマ **データから見るアフターコロナのコミュニケーション変化**
～生活者の価値観変化に対応するマーケティングとは～

(株)野村総合研究所 コンサルティング事業本部マーケティングサイエンスコンサルティング部主任コンサルタント **森田 光一氏**

視 点 新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、生活者の価値観、行動様式、ライフスタイル、働き方などが大きく変容し、それに合わせてコミュニケーションの実態も変化しています。企業はこの変化に対してマーケティング戦略を再構築する必要がありますが、これまでにない状況であるがゆえに確かな事実(ファクト)を持って考えることが重要です。生活者の消費行動に関わるデータを収集されている野村総合研究所より、コミュニケーションの実際の変化と今後の予想についてご紹介いただきます。

テーマ **この時代に企業がとるべきマーケティング**
～アフターコロナ時代の若者マインドから読み解くトレンド～

(株)電通テック T E C 若者消費行動研究チーム **五十嵐 響介氏**
石垣 光氏

視 点 「ミレニアル世代」、「Z世代」といった次世代を生きる若者は、これからの消費を担っていく中心の世代として注目されており、だからこそ若者に向けてマーケティングを行い、価値を届けることが企業にとって重要となりますが、これらの世代の本質は何なのか、実際には良く分かっていない側面があります。電通テックのミレニアル/Z世代で構成されたT E C 若者消費行動研究チームより、若者のトレンドやアフターコロナ時代の行動・意識傾向についてご紹介いただきます。

第2例会 | と き：2021年6月15日(火) 14:30～17:00 と ころ：中部生産性本部 セミナールーム & オンライン

テーマ **パルコの顧客体験価値創造**
～デジタルを用いた新しい顧客体験を～

(株)パルコ 執行役員 CRM推進部兼デジタル推進部担当 **林 直孝氏**

視 点 パルコ創業50年目の2019年に3年間の建て替え期間を経て、世界へ発信する唯一無二の次世代型商業施設というコンセプトを掲げグランドオープンした渋谷パルコ。そしてコロナ禍中の2020年11月に開業した心齋橋パルコ。それぞれ、消費者ニーズの創造をもって新しい顧客体験を提供しています。デジタル時代に合わせて新しいコミュニケーションを実践し、リアル店舗を軸とした様々な施策を展開、新たな買い物体験を通して満足度向上を図っています。お客様とのコミュニケーションを、デジタルを活用しどのように実践していくのか、ブランド体験をどのように提供するのか、パルコでデジタルを活用した改革を推進する林氏よりご紹介いただきます。

テーマ **ファンベースという考え方**
～ファンを知り、ファンを大切にすることで企業価値向上へ～

(株)ファンベースカンパニー 代表取締役社長 / CEO **津田 匡保氏**

視 点 企業やブランドが大切にしている価値を支持してくれる生活者を「ファン」と位置付け、ファンをベースに中長期的な売り上げや企業価値の向上に繋げていくという考え方であるファンベースが注目されています。この商品・サービスが「好き」だから使うといった情緒的価値を認めてくれるファンを増やすことがこの時代を生きる企業、マーケッターにとって必要です。ファンベースカンパニー 津田氏よりその考え方、取り組み事例をご紹介いただきます。

【日程延期いたしました（開催日程 11月16日（火））】

第3例会

と き：2021年9月3日(金) 14:30～17:00
と ころ：トヨタホーム 春日井事業所（春日井市）

テーマ

トヨタホームのコミュニケーション活動 ～お客様に品質と価値を伝えるために～

トヨタホーム(株)

〈人選中〉

視点

トヨタホームではお客様に商品を実際に体感、体験してもらうためのコミュニケーション活動の一環として工場見学会を実施しています。お客様に自社が提供する高品質な住まいづくりという価値を丁寧に伝え、また、ものづくりへの想いやこだわりを伝えるための手段である見学会の実際についてご紹介いただきます。

第4例会

と き：2021年10月14日(木) 14:30～17:00
と ころ：中部生産性本部 セミナールーム & オンライン

テーマ

ヤッホーブルーイングが取り組むコミュニケーション ～よなよなエール流 ファン絆づくり～

(株)ヤッホーブルーイング

よなよなピースラボ (CRM/CXデザイン) ユニットディレクター

佐藤 潤氏

視点

「よなよなエール」「インドの青鬼」などのクラフトビールを製造・販売するヤッホーブルーイングは、オフライン、オンラインを問わないファンとのコミュニケーションに注力しています。様々なファンイベントやオンライン交流会などを企画・運営し、より一層のファン化に取り組んでいます。顧客体験をどのように提供してファンになってもらい、企業の成長を持続させていくのか、そのCRM戦略やマーケティングについてご紹介いただきます。

テーマ

コミュニケーション変更で新たな需要喚起 ～森永乳業トリプルヨーグルト大ヒットの秘訣～

森永乳業(株)

マーケティング統括部マーケティング開発部DYマーケティンググループ マネージャー

益田 多美氏

視点

機能性ヨーグルト市場は二桁成長を続けていましたが、最近になって市場に陰りが見え始めており、お客様に新たな価値を提案できる新商品が期待されていました。森永乳業では、生活習慣課題を解決する新たな提案として、2018年春に「塩糖脂/トリプルアタックヨーグルト」というコミュニケーションメッセージで商品を発売しましたが、大きく目標未達となりました。しかし、同じ課題解決に対し、2019年春に「血圧血糖値中性脂肪/トリプルヨーグルト」とコミュニケーションを変更したことで劇的に売上伸長したヒット事例の要因についてご紹介いただきます。

第5例会

と き：2021年12月7日(火) 14:30～17:00
と ころ：中部生産性本部 セミナールーム & オンライン

テーマ

キャラクターを活用した企業コミュニケーション

～「秘密結社鷹の爪」が教えるコンテンツマーケティングのノウハウ～

(株)ディー・エル・イー

取締役COO

高倉 喜仁氏

取締役CCO 秘密結社 鷹の爪監督

FROGMAN 氏

視点

顧客との接点が従来に比べて多様化しているからこそ企業の想いが生活者に伝わりにくい時代となっている今、キャラクターを活用したマーケティングを展開して課題解決しようとする企業が増えています。イベント、SNS活用、ブランディング、新規顧客へのアプローチなど、様々な局面、接点でキャラクターを使ったコミュニケーションが行われています。「秘密結社 鷹の爪」やオリジナルのキャラクターコンテンツを有するディー・エル・イー 高倉氏、FROGMAN氏よりキャラクターマーケティングについてご紹介いただきます。

テーマ

インナーコミュニケーション活性化によるイノベーション ～グーグルの企業文化が新たな価値を生み出す～

グーグル・クラウド・ジャパン(同)

製造・インダストリアル事業本部西日本統括

中島 謙二氏

視点

多くの企業でイノベーションが求められ、その価値を伝えるコミュニケーションが必要とされる中、その根幹となるのが「インナーコミュニケーション」です。Googleでは自律的な働き方を実現するためのカルチャー、制度を持ち、インナーコミュニケーションにより高いマインドセット、生産性に繋がっています。グーグル・クラウド・ジャパン 中島氏より、同社が持つビジョン、プロセス、ツールについてご紹介いただきます。

第6例会

と き：2022年1月25日(火) 14:30～17:00
と ころ：中部生産性本部 セミナールーム & オンライン

テーマ

顧客に寄り添うサブスクリプション ～利用を“やめない”「成功体験」の作り方～

ラクサス・テクノロジーズ(株)

代表取締役社長

児玉 昇司氏【予定】

視点

ラクサス・テクノロジーズは高級ブランドバックが定額で使い放題になるシェアリングサービスを展開し、顧客との関係性を深めるサブスクリプションビジネスモデルを構築しています。コロナ禍で買い控えが起こる中、95%という高い継続率を誇りファンを増やし続けている同社 児玉社長より、ファンとの関係性強化の取り組みから、サブスクリプションサービスの真髄とは何かまでをお伺いします。

テーマ

JTのマーケティングコミュニケーション(仮)

～顧客ロイヤルティ最大化のための取り組み～

日本たばこ産業(株)

〈人選中〉

視点

国内企業で唯一たばこ製品の製造が認められている日本たばこ産業は、顧客とのコミュニケーションに多くの制約を抱えながら、独自のマーケティングを展開しています。蓄積された会員データの活用、経験と勘に頼らない効率的、効果的なアプローチ、更なる顧客理解、などを実践し、顧客ロイヤルティの最大化に取り組んでいます。制約がある中でのブランディング、マーケティングについてどのようなゴールを設定し、どのような手法を駆使して取り組んでいるのかご紹介いただきます。

開催要領

2021年4月27日(火)～2022年1月25日(火)

定例会6回

参加対象

CS推進部門、販促・マーケティング部門、お客様関連部門、経営企画関連部門責任者・担当者

運営方法

- ①新型コロナウイルスの感染拡大状況、講師の都合などの事情により、日程・時間・内容並びに開催形態の変更、参加の制限をさせていただきます場合がございます。
- ②各例会は登録法人によるメンバー制で運営をいたします。(1口2名登録。代理参加可)
- ③各例会、行程表／集合方法も含めて詳細案内を**開催40日程前**に事務局よりご連絡いたします。
(各例会出欠確認をとりますので必ずご返信ください)
- ④各例会とも指定いたしました集合場所へ**各自でご集合**ください。

セミナー参加における注意事項 下記に記載の注意事項をご確認、同意の上お申込みをお願いいたします。

- ①講演の録画、録音、配布資料記載事項の無断転載、オンライン参加の場合は画面撮影、画面キャプチャー、SNSなどへの掲載を**固くお断り**いたします。その様な行為が発覚した場合、事務局より削除を要請、または講師より請求される損害賠償を請求させていただきます。
- ②(オンラインの場合)当方に起因しないシステムトラブルにより画像・音声に乱れが生じた場合については、再送信や返金はいたしかねますのであらかじめご了承ください。
- ③登録者並びに代理参加以外のご参加は**ご遠慮**願います。(オンラインの場合、視聴URL等は参加されるご本人のみ有効です。第三者への転送は**ご遠慮**ください。)
- ④講師・見学先の都合により、**同業者の方々のご参加をお断りする場合があります**のでご了承ください。その際には他の例会に人数追加でご参加いただくなど配慮させていただきます。
- ⑤本注意事項については、年度登録者並びに代理参加となった場合は、代理参加者に自動的に適用されます。

年間登録費

中部マーケティング協会会員…………… 72,600円(消費税10%・資料代含む 2名分)
— 一般…………… 105,600円(//)

※見学先が遠隔地で公共交通機関の利用が難しい場合には専用バスなどを手配しますので、その料金の一部をご負担いただく場合があります。

- ①年間登録費のお支払いにつきましては、お申込み受付後請求書をご送付いたしますので、**請求書に記載の振込期日**までに指定銀行へお振り込み願います。なお、お支払いの際に発生します**銀行へ支払う振込手数料については、お客様側にてご負担願います。**
- ②お申込み後の**キャンセル**については、**4月20日(火)15:00**までにお願います。それ以降のキャンセルは年間登録費を返金いたしかねますのでご了承ください。

振込先

口座名義:中部マーケティング協会

振込先銀行・口座番号(順不同)

三菱UFJ銀行 鶴舞支店 普通No.1602925	名古屋銀行 上前津支店 当座No.3116159
愛知銀行 本店 当座No. 2660	りそな銀行 名古屋支店 当座No. 494083
中京銀行 本店 当座No. 112446	東海労働金庫 本店 普通No.7545714

申込締切

2021年4月20日(火)15:00(遅れる場合はあらかじめご連絡ください)

基本運営パターン

講演会		現場研修会	
14:30～15:40	テーマ講演①	14:30～15:30	テーマ講演
15:40～15:50	休憩	15:30～16:45	見学会
15:50～17:00	テーマ講演②	16:45～17:00	質疑応答

内容充実のためのオプションメニューを随時設定いたします。その際飲食及び宿泊等伴う場合の実費は参加者各自のご負担となります点予めご了承ください。なお、その内容は例会通知にて事前案内をいたします。

※個人情報の取扱いについて

- 1.参加申込みによりご提供いただいた個人情報は、当協会の個人情報保護方針に基づき、安全に管理し、保護の徹底に努めます。なお、当協会個人情報保護方針の内容については、当協会ホームページ(<https://www.cpc.or.jp>)をご参照願います。参加されるご本人、ご連絡担当者の皆様におかれましては、内容をご確認、ご理解の上、お申込みいただきますようお願いいたします。
- 2.お申込みをいただいた方へは各種セミナーのご案内をお送りする場合がございます。
- 3.個人情報の開示、訂正、削除については、以下の窓口までお問い合わせください。
- 4.本案内記載事項の無断転載をお断りします。 個人情報に関するお問い合わせ窓口 担当 齋藤・岩本 TEL(052)221-1261

お申込み・
お問い合わせ先

中部マーケティング協会 担当/古池政裕・夏秋光伸・羽広隆博・中川欣契
〒460-0003 名古屋市中区錦2-15-15 豊島ビル11階(中部生産性本部内)
TEL(052)221-1261 FAX(052)221-1265 <https://www.cpc.or.jp>

FAX (052)221-1265

中部マーケティング協会 行

〒460-0003 名古屋市中区錦2-15-15

豊島ビル11階 TEL:052-221-1261

マネジャークラブ

デジタルイノベーション研究部会

ビジネストレンド研究部会

経営戦略研究部会

顧客コミュニケーション研究部会

商品企画研究部会

営業戦略研究部会

中部マーケティング協会 ホームページからお申込みいただけます!

中部マーケティング協会

検索

2021年度 顧客コミュニケーション研究部会 登録申込書

下記の通り申込みをいたします。(昨年度ご登録済みの場合は申込書の送付は不要です。)

なおメールアドレスは必ずご記入ください。

2021年 月 日

フリガナ			
組織名			
第1登録者	氏名	フリガナ	所属部署 役職名
	会社住所	〒	TEL () - FAX () -
	E-mail		
	氏名	フリガナ	所属部署 役職名
第2登録者	会社住所	〒	TEL () - FAX () -
	E-mail		
	<input type="checkbox"/> 請求書不要 [(振込予定日) 月 日 ()] <input type="checkbox"/> 受取り請求書にて振込 ※上記いずれかに✓をおつけください		
請求書は第1登録者本人宛に送付いたします。			

<備考>

72,600円・105,600円× □= 円 (消費税10%込)

事務局記入 | 請求 /

No.302021

2021

Chubu Marketing Association ●●●●●●●●
中部マーケティング協会 研究部会メニュー紹介

マネジャークラブ

次代を担うマネジャー

～熱意・情報・能力・ネットワーク～

各業界で活躍されるビジネスリーダーをお招きし、次代を担うマネジャーの能力の向上を目的に、新たなビジネス創出の足掛かりと相互研鑽の場として開催（最新情報、マネジメントスキル、発想力、異業種交流の実現）

顧客コミュニケーション

研究部会

良質な顧客体験を生み出すためのコミュニケーション ～CSを向上させ顧客から選ばれるために～

顧客満足度を向上させる第一歩である顧客とのコミュニケーションのあり方や、顧客感動を創出する仕組み、新たな顧客体験価値の創造への取り組みを中心に情報提供する。（コミュニケーション戦略、CS・ES、顧客体験）

デジタルイノベーション

研究部会

イノベーションに必要なデジタル活用

～DX時代のマーケティングはどうあるべきか～

情報化社会の更なる発展の中で、最先端デジタル技術を活用したソリューション、マーケティングについて探求。（DX、AI・IoT活用、D2C）

商品企画

研究部会

生活者のココロを動かす商品企画

～価値創造とイノベーションの着眼点～

ヒット商品、ロングセラー商品の企画・開発プロセス、マーケティング戦略を価値創造の視点から探求。全例会視察会形式にて運営。（着眼点、コンセプトメイク、マーケティング戦略）

ビジネストレンド

研究部会

現代のなかに未来を観る

～市場は変わる・顧客と共に～

現代を象徴する様々なビジネストレンドをマクロ・ミクロの両面から探求しつつ、新サービス、新産業、新技術、新ビジネスの現状を現地現物主義で考察する。（時代背景、トレンド発生の裏側、業界の潮流）

営業戦略

研究部会

強い営業組織となるために

～Withコロナ時代における営業力強化～

自社の営業パーソン育成・強い営業部隊作りに向け、各企業の取り組みを情報提供するとともに営業マインドの醸成を図る。（営業戦略構築、営業力強化、営業マインド醸成）

経営戦略

研究部会

新たな企業価値創造への実践

～ニューノーマル時代を生き抜く企業経営のあり方～

次代を創造する経営戦略を事業創造の視点から、経営マインドの醸成とともにそのプロセス、背景について企業経営者より伺う。（理念、戦略、戦術）

中部マーケティング協会

〒460-0003 名古屋市中区錦 2-15-15 豊島ビル 11 階

T E L : 052-221-1261

F A X : 052-221-1265

U R L : <https://www.cpc.or.jp/mg/>

E-mail : mg_info@cpc.or.jp



 中部マーケティング協会 公式アカウント
[@chubumarketingassociation](https://www.facebook.com/chubumarketingassociation)