

2020 年 10 月 26 日

報道関係各位

CCC MARKETING HOLDINGS 株式会社

CCC マーケティンググループ、ビジネスカンファレンス「UNIQUE DATA CONFERENCE 2020」を
11 月 17 日・18 日にオンラインで開催
～「量×質×ID」のデータマーケティングを知る 2 日間～

CCC マーケティンググループの CCC MARKETING HOLDINGS 株式会社、CCC マーケティング株式会社、株式会社 T ポイント・ジャパンおよび株式会社 T マネーは、2020 年 11 月 17 日（火）～18 日（水）の 2 日間にわたり、「UNIQUE DATA CONFERENCE 2020」と題したオンラインのビジネスカンファレンスを開催いたします。

カンファレンス特設サイト：<https://www.cccmkhd.co.jp/udc20/>



「トランスフォーメーション」。それは「変化」。この瞬間、全世界の、あらゆる人々が、とてつもない大きなうねりの中で「トランスフォーメーション」を模索するなか、CCC マーケティンググループは、血の通った生きている膨大なデータの力で「変化」を確実に捉え、社会の課題や困難を解決し、未来をつくっています。

『カルチャー・インフラを、つくっていくカンパニー』CCC の一員である私たちは、約 40 年前からライフスタイルに変革を起こす仕組みをつくり、生活を新しくするプラットフォームのもとで、さまざまなパートナー企業のみなさまと日本全国の生活者とともに、共創しながら唯一無二の「ユニークデータ」を育んできました。

この共創されたデータこそが、世界でも類を見ない「ユニークデータ」です。変動性、不確実性、複雑性、そして曖昧性を見せる社会と向き合いながら、「ユニークデータ」をテクノロジーとアイデアで新たな価値に転換し、ひとりひとりの生活をマーケティングしながら未来につなげていく。

このカンファレンスを通じて、私たちが考える使命を多くのみなさまと共有しながら、「トランスフォーメーション」をしていくこれからの日本、これからの社会価値と一緒に考えていきたいと思っています。

『UNIQUE DATA CONFERENCE 2020』開催概要

■開催日時：2020 年 11 月 17 日（火） 13:00～16:45

2020 年 11 月 18 日（水） 13:00～16:45

■テーマ：「量×質×ID」のデータマーケティングを知る 2 日間

■募集人数：無制限（無料・事前申し込み制）

■開催方法：オンライン開催

■参加方法：カンファレンス特設サイト (<https://www.cccmkhd.co.jp/udc20/>) から、お申し込みください。

※スケジュールは予定です。都合により、予告なく変更になる場合もあります。敬称略。

タイトル：【KEYNOTE SESSION】「リーダーこそ、顧客を見よ。経営に求められるマーケティング戦略」

■日時：2020 年 11 月 17 日（火） 13:05～14:00

■登壇者：

高岡 浩三（ケイアンドカンパニー 代表取締役／元ネスレ日本 代表取締役社長兼 CEO）

北村 和彦（CCC MARKETING HOLDINGS 代表取締役社長）

モデレーター：佐々木 紀彦（NewsPicks Studios CEO／NewsPicks NewSchool 校長）

■内容：消費スタイルは目まぐるしく変わり、消費者の行動や嗜好も細分化される現代。「顧客を見る」ことは、もはやマーケターだけの仕事ではなくなっています。経営者に求められるマーケティング視点とは何か。意思決定におけるデータ活用の重要性とは。これからのリーダーのあり方を読み解きます。

タイトル：「大変革するモビリティのパラダイムシフトにデータで挑む 10 年」

■日時：2020 年 11 月 17 日（火） 14:05～14:50

■登壇者：

堀井 勇吾（オートバックスセブン 取締役 専務執行役員／ABT マーケティング 代表取締役社長）

木村 にな（ネコ・パブリッシング カーライフ事業部 ル・ボラン編集部）

二瀬 慎（T ポイント・ジャパン モビリティ・コンサル Division General Manager）

モデレーター：杉浦 敬太（T ポイント・ジャパン 取締役）

■内容：「100 年に一度」と言われるほどの大きな変革期を迎えているモビリティ業界。内燃機関から EV への変化から、クルマを所有せず、シェアすることを選ぶ人も増えているなど、自動車メーカーやカーディーラーは、激しい変化への適応とパラダイムシフトが求められています。そんな 10 年間をオートバックスセブンは、マーケティングパートナーとしての T ポイント・ジャパンと共に歩み続けてきました。今回のセッション

ヨンは、日本のクルマ文化を創成期から見続けているクルマ専門雑誌「ル・ボラン」と、オートバックス、Tポイントの三社が、データベースとマーケティング力、編集力を活用し、これからのモビリティ社会に提供する、未来に向けたチャレンジをご紹介します。

タイトル：「感性とテクノロジーが融和する次世代マーケティングとは？」

■日時：2020 年 11 月 17 日（火） 15:00～14:45

■登壇者：

毛谷村 剛太郎（CCC マーケティング データベースマーケティング研究所 所長）

データベースマーケティング研究所 ソリューション開発メンバー

データベースマーケティング研究所 技術開発メンバー

■内容：容易に推し量ることの難しい人間の感性。例えば、他店で自社商品を買っている人を特定したい、自店未利用者に対する商品のアソート方法を知りたい、個人の感性価値にフィットするデザインの商品をオススメしたい……。ありそうでなかったヒトの感性をマーケティングする次世代ソリューションを、最新のテクノロジーを介して実現する「ユニークデータ」の質と量の優位性について解説いたします。

タイトル：「「これからの食」×「ユニークデータ」×「共創プロジェクト」」

■日時：2020 年 11 月 17 日（火） 16:00～16:45

■登壇者：

村中 隆（マルエツ 執行役員 マーケティング本部 販売促進部長）

藤井 永正（マルエツ 商品本部 フレッシュデリカ統括部 デリカテッセン チーフマーチャンダイザー）

木村 晶子（主婦の友社 執行役員 ライフスタイル編集部担当）

長島 弘明（T ポイント・ジャパン 代表取締役社長）

坂本 孝治（T ポイント・ジャパン デイリーコンサルティング Division General Manager）

深井 翔（T ポイント・ジャパン デイリーコンサルティング Division）

■内容：商品開発は小売企業の根幹。その分野の知識・専門性が問われるため、データとは相いれない領域と考えている人も多いのでは。ですが近年は、スマホでの情報収集やネットでの買い物など、デジタル接点が拡大。商品と消費者が広範に接触することが可能になりました、その結果、消費者の多様な嗜好が生まれ、顧客ニーズを把握するためのデータ収集の必要性が問われています。「ユニークデータ」×首都圏を代表する食品スーパー「マルエツ」×食の書籍を手がける出版社「主婦の友社」が手を組み、データを使った商品開発の事例を紹介します。

タイトル：【KEYNOTE SESSION】「宮田裕章と谷川じゅんじが語るソーシャルレゾナンス「共鳴する社会」」

■日時：2020 年 11 月 18 日（水） 13:05～14:05

■登壇者：

宮田 裕章（慶応義塾大学医学部 医療政策・管理学教授、東京大学大学院医学系研究科 医療品質評価学 特任教授）

谷川 じゅんじ（CCC MARKETING HOLDINGS Chief Creative Officer/JTQ 代表）

■内容：人と人、人と世界がデータを通じて共鳴することで生まれる新たな社会とは？データが世界にもたらす本質的な価値とは何か？データとソーシャルレゾナンスとその先にある未来についてを、「Data for Social Good」を提唱する慶應大学の宮田裕章教授と、「UNIQUE DATA, SMALL HAPPY.」を使命とする CCC

MARKETING HOLDINGS の Chief Creative Officer 谷川じゅんじが語ります。

タイトル：「データの可視化プロセスを生中継 ～ データから社会現象の“人となり”を明らかにします～」

■日時：2020 年 11 月 18 日（水） 14:05～14:50

■登壇者：

丸山 裕史（電通 データ・テクノロジーセンター 購買データ部長）

遠藤 公護（Tableau Software LLC エンタープライズ 第一営業本部 本部長）

島田 正明（CCC マーケティング マーケティングソリューション Division General Manager）

■内容：データはあるけど活かせてない。自社の顧客データだけでは、見えてこない部分がある。顧客のリアルな行動を把握したい。その課題はデータの量と質に問題があるのかもしれませんが、7,000 万人の大規模 & 多ジャンルの「ユニークデータ」をシングルソースで保有する CCC マーケティング。保有しているデータの種類とその中身を、最近の社会現象をテーマにしながら当日ライブで可視化いたします。日々データを扱うパネリストのみなさまをお迎えしながら、視聴者のみなさまのリクエストも生で受け付けます。

タイトル：「ニューノーマルが生む「新型消費」とビジネスチャンス」

■日時：2020 年 11 月 18 日（水） 15:00～15:45

■登壇者：

牛窪 恵（世代・トレンド評論家/マーケティングライター/立教大学大学院 ビジネスデザイン研究科 客員教授/インフィニティ 代表取締役）

新橋 実（CCC マーケティング CCC マーケティング総合研究所 所長）

■内容：「おひとりさま」「草食系男子」など、世相にあった新語を広めてきたマーケティングライターの牛窪恵さんと、ニューノーマルが生む消費キーワードとビジネスチャンスについて考えます。

タイトル：「まだデモグラで CM 打ってる？売ってる？～メディアデータの効率的な使い方～」

■日時：2020 年 11 月 18 日（水） 16:00～16:45

■登壇者：

橋本直久（CCC マーケティング TV データ企画 Unit Unit Leader）

江本友紀子（CCC マーケティング TV データ企画 Unit TV 局営業支援 Leader）

■内容：M1 や F2 で出稿されがちな TVCM。ですが、そのターゲット広過ぎませんか？日本最大規模の全国 40 万人の TV と購買がつながるデータを使って、新しい TV の活用をご紹介します。

その 1：「脱デモグラ」発想のメディアプランニング

その 2：「脱デモグラ」手法のメディア効率 UP 術

報道関係者からのお問い合わせ：

CCC MARKETING HOLDINGS株式会社 広報/TEL：03-6800-4464

カンファレンスに関するお問い合わせ：

CCCマーケティング株式会社 カンファレンス事務局/MAIL：CCCMK_conference@ccc.co.jp