

モバイルマーケティングソリューション協議会 会員社の皆様

ネットとモバイルで“売れる仕組み”を構築する  
ユーザー企業のためのネットマーケティング支援専門カンファレンス

**NETMarketing**  
**FORUM** Jul.13.2010

  
Mobile Marketing Conference  
2010

ーマーケティング大転換！～主役は企業から個人へ～



# Index

## Overview

- 開催趣旨..... 4
- 好評いただいた前回のセッション ..... 5
- 来場ターゲットと「日経ネットマーケティング」のクロスメディア展開..... 6~7
- プロモーションの基本的な考え方とイベントのポジショニング ..... 8~9

## NETMarketing Forum 2010/Mobile Marketing Conference 2010

- 開催概要 ..... 11
- プログラム構成..... 12
- フロアプラン..... 13
- 全体テーマと主催社セッションの概要..... 14~15
- 日経ネットマーケティング イノベーション・アワード..... 16

## Sponsorship

- 協賛プラン（一覧）..... 18
- 協賛プラン（解説）..... 19
- 協賛プラン（個別オプション）..... 20
- 展示会場パッケージブースイメージ..... 21
- 顧客情報を提供する際の取り扱いルールについて..... 22
- スケジュール・お問い合わせ..... 23





**about NETMarketing FORUM  
Mobile Marketing Conference**



日経BP社・日経ネットマーケティングは、2010年7月13日(火)に、品川プリンスホテル(東京都港区)において、デジタルマーケティングの専門カンファレンス「NETMarketing Forum 2010」(NMF2010)を開催いたします。

7回目を迎える本イベントは、企業のマーケッターや経営者を対象としており、デジタルマーケティングの専門イベントとしては日本最大級のものとなります。今回も昨年に引き続き、モバイルマーケティングソリューション協議会との共催により、「Mobile Marketing Conference 2010」を同時開催いたします。

今回のプログラムでは、統一テーマ「マーケティング大転換 ～主役は、企業から個人へ～(仮)」のもと、創刊3年目となる「日経ネットマーケティング」が総力をあげて、国内外の先端企業のインターネットマーケティングの活用事例を取り上げます。

つきましては、皆様の企業／製品・サービスブランディング、新製品発表、見込み客リード獲得の絶好の機会として、本フォーラムへのご協賛をご検討くださいますようお願い申し上げます。

◆ NETMarketing Forum/Mobile Marketing Conferenceのすぐれた特長

1. 成功事例をもって、ユーザー企業を啓発するイベントであること。広告会社やコンサルタントも参加するが、主たる情報の受け手は、事業会社でネットマーケティングを実践される方々であること。
2. イベント単体ではなく、月刊誌(日経ネットマーケティング)やオンライン媒体(NETMarketing Online)と連動した年間を通じて情報発信をしていること。
3. 主催社である日経BPは、ネットマーケティング分野だけではなく、日経ビジネスをはじめ、日経コンピュータ、日経ものづくり、日経レストランなどありとあらゆる産業界に対してのネットワーク(読者=集客可能データベース、取材ソース)をもっており、その総合力を背景にイベントを運営していること。



# 好評いただいた前回のセッション

## NETMarketing Forum/MMC 2009 「Change!-マーケティング・イノベーション」

### <基調講演>

#### 「楽天グループの成長と戦略」

楽天 代表取締役会長 兼 社長 三木谷浩史 氏  
「こういふときだからこそ、一人ひとりに合った  
ネットマーケティングを展開していくことが重要だ」



### <基調パネル>

#### 「米国、日本で進むデジタルマーケティング・イノベーション」

米マーケティング・エボリューション CEO 兼 創設者 レックス・ブリッグス 氏  
日本コカ・コーラ VPマーケティングオペレーションズ 鈴木祥子氏  
「企業の広告経費の37%が無駄に。効果を予測し、測定できることがカギ」



### <パネルディスカッション>

#### 「ROIを向上させるクロスマーケティング・シナリオ」

「ケータイ決済などによって、リアルとネットを包括したROI測定の可能性がある」  
「カタログやチラシも効果を測れる時代になってきた」  
「テレビCMとネットの両方に接触した人の購入意向は年平均で25%高まる」...



#### 「広告ではなく体験を提供して、消費者の自己表現をサポートする」

(ナイキジャパン+ビーコン)

「“少年の心”に訴えかけるブログ・パーツで、大胆さを呼び覚ます。少年のように大胆になると、NIKEiDは楽しい。これを伝えたかった」、「広告を伝えることはやめる。そうではなく、体験を作る」、「CGMによるダイレクトなフィードバックが、消費者とプロモーションとの生々しい良好な関係を作る」



### <企業講演>

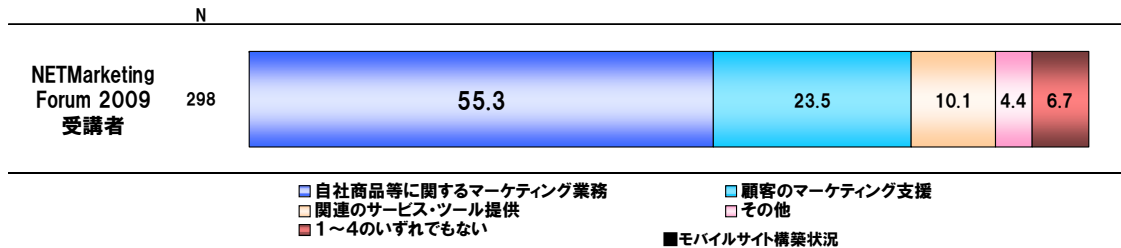
スターバックスコーヒージャパン、ユーキャン、インテル...



# 来場ターゲットと前回来場者データ

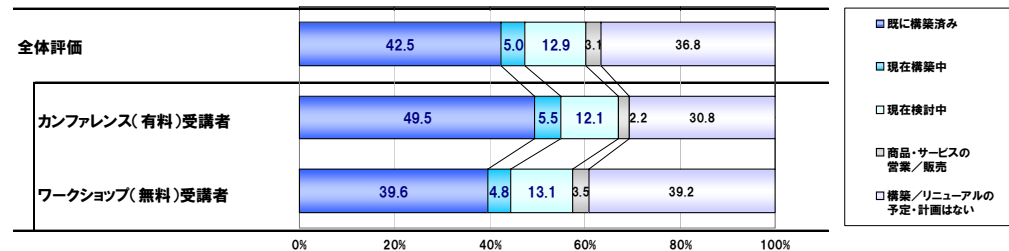
- ◆ ユーザー企業(オンラインマーケティングを実践する企業)の販促やマーケティングに関連する方々＝業界(広告代理店やWebコンサルティング会社)が顧客とするような一般企業のキーパーソン  
→「業界の業界による業界のためのイベント」が多い中で、  
NMFは「成功事例をもって、ユーザー企業を啓発するイベント」であること。
- ◆ マーケティング、Web企画部門、経営・事業企画部門の意思決定層をターゲットにした集客。  
→ イベント単体ではなく、月刊誌「日経ネットマーケティング」、NETMarketing Online、twitter公式アカウントを核にした年間を通じての情報発信と、日経ビジネスonlineから、日経ものづくりNEWS、日経レストランONLINEまで、あらゆる業界を網羅した日経BP社のすべてのリソースをフルに活用して集客。

■インターネットやモバイルを活用したマーケティングに関する立場



業界のためのイベントが多い中で、受講者の**55.3%**がエンドユーザーです。

事前登録者へのアンケート調査によれば、**47.5%**がモバイルサイトを既に構築済みか現在構築中、**12.9%**が構築を検討中です。



# 「日経ネットマーケティング」 のクロスメディア展開

イベント単体ではなく、月刊誌(日経ネットマーケティング)やオンライン媒体(NETMarketing Online)と連動した年間を通じて情報発信をしています。

## 専門/実践セミナー

日経ネットマーケティング エグゼクティブセミナー 12月22日(火)開催!

### 有力企業のトップが語る 2010年のネット新潮流

- 世界最大の検索サイト「Google」、動画投稿共有サイト「YouTube」はどう進化する?
- 国内最大手のSNS「mixi」を活用した最新のマーケティング施策とは?
- 国内最大のブロガー数誇る「Ameba」が目指すクチコミマーケティングの今後の展望とは?

費用対効果を高めるために、大きな期待がかかるネットマーケティング。ネットは進化を続けるメディアで、次々と新しい技術、サービスが登場し、一つひとつを追いかけていく必要があります。マーケティングは大きな変化を繰り返す必要があります。そこで日経ネットマーケティングでは、有力企業のトップが集結し、2010年の見通しを語るセミナーを開催しました。御社の今後のネット戦略や方針を決める絶好の機会です。ぜひ、お申し込み下さい。

ネットマーケティング市場をリードする企業が集結!

Google mixi CyberAgent

NETMarketing FORUM



ネットとケータイで“売れる”仕組みを作る

# 日経ネットマーケティング

NIKKEI NETMarketing <http://netmarketing.nikkeibp.co.jp/>

特集1 メルマガを超える集客ツールになるか?  
注目度急上昇! **Twitter**の可能性

特集2 企画書の読得力を増す  
**マーケティングデータ集34選**

2009 11

2周年

## Offline (雑誌媒体)

深く・じっくり(動向把握)

## Offline (リアルイベント)

聞く・感じる

## Online

広く・素早く

twitter

## 読者限定サイト&メール

NETMarketing Premium

NETMarketing Premium

2009年11月号

Twitterの可能性

【注目度急上昇!】メルマガを超える集客ツールになるか?

【特集2】企画書の読得力を増すマーケティングデータ集34選

NETMarketing ONLINE

NETMarketing ONLINE

個人投資力をアップさせる  
「個人投資キーマンのリレー」も掲載中!

日経ネットマーケティングからのお知らせ

2周年

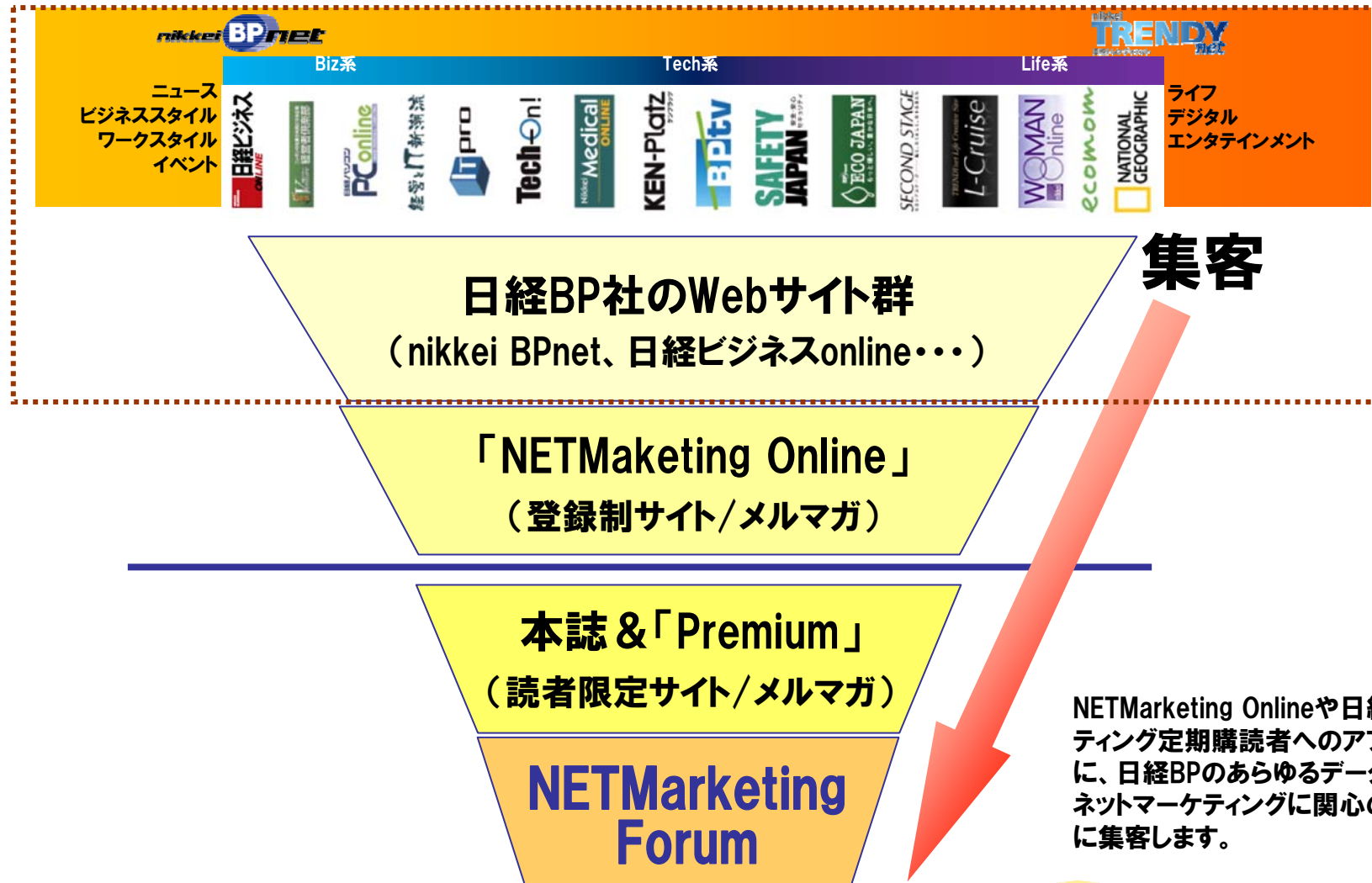
Twitter

個人投資キーマンのリレー

個人投資キーマンのリレー

<http://netmarketing.nikkeibp.co.jp/>

# NMF/MMCプロモーションの基本的な考え方

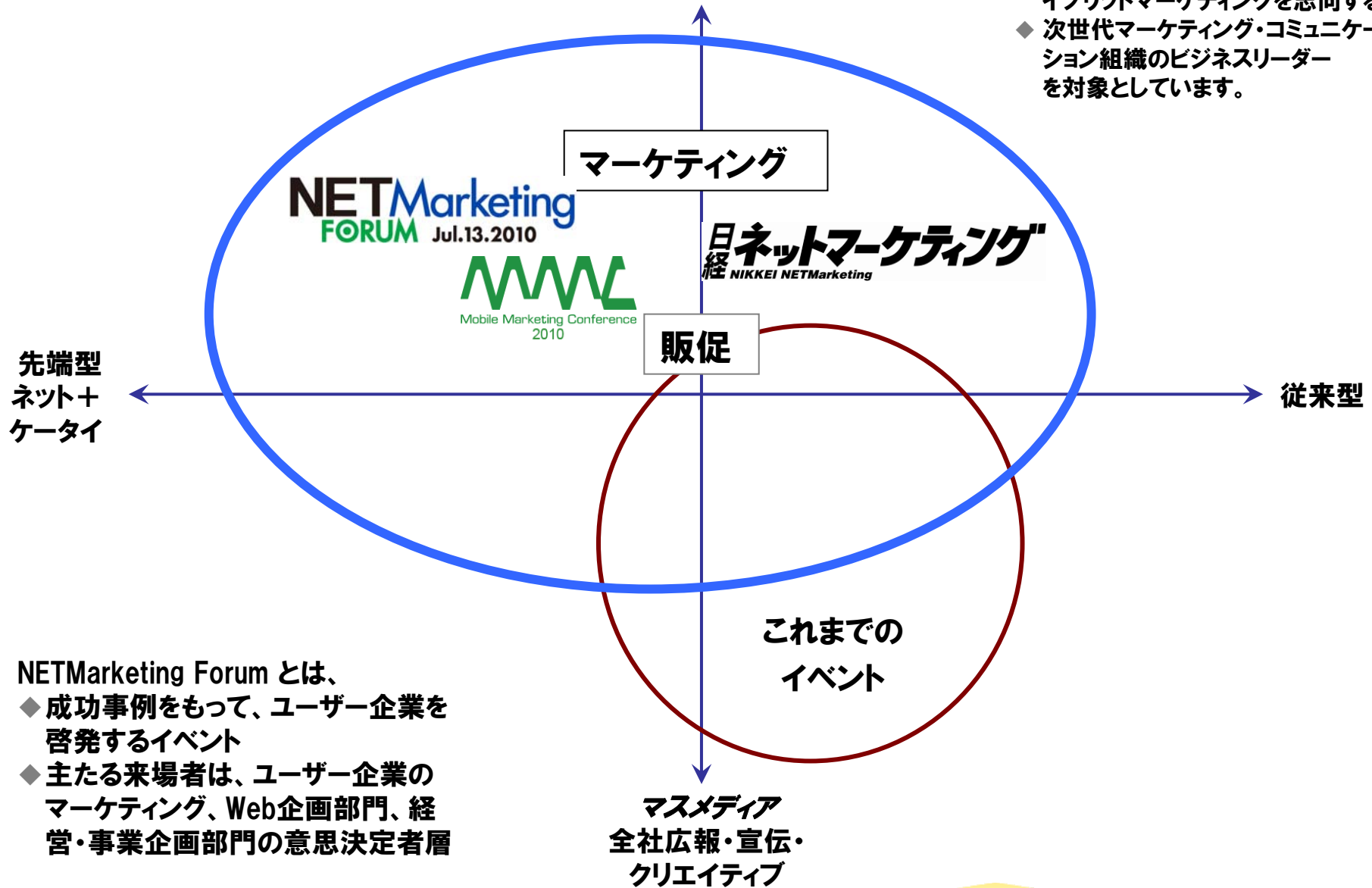


# ポジショニング

クロスメディア・ターゲティングメディア  
経営企画、営業企画、製品広報、ブランド、  
事業開発、顧客接点部門

NETMarketing Forumは、

- ◆ 経営視点から
- ◆ オンライン戦略を軸とした統合型/ハイブリッドマーケティングを志向する
- ◆ 次世代マーケティング・コミュニケーション組織のビジネスリーダーを対象としています。



NETMarketing Forum とは、

- ◆ 成功事例をもって、ユーザー企業を啓発するイベント
- ◆ 主たる来場者は、ユーザー企業のマーケティング、Web企画部門、経営・事業企画部門の意思決定者層





# NETMarketing FORUM 2010 Mobile Marketing Conference 2010 Program



# 開催概要

- ◆ 名称: NETMarketing Forum 2010
- ◆ 主催: 日経BP社
- ◆ 後援(予定): 社団法人 日本マーケティング協会 (前回実績)  
社団法人 日本通信販売協会 (前回実績)  
日本アフィリエイト・サービス協会 (前回実績)  
モバイル マーケティング ソリューション協議会 (前回実績)  
日本電子商取引事業振興財団 (前回実績)  
インターネット広告推進協議会 (前回実績)
- ◆ 名称: Mobile Marketing Conference 2010
- ◆ 共催: 日経BP社/モバイル マーケティング ソリューション協議会
- ◆ 会期: 2010年7月13日(火)
- ◆ 開催時間: 9:30~18:30 (受付開始 9:00~)
- ◆ 展示コーナー: 10:00~18:00
- ◆ 会場: 品川プリンスホテル プリンズホール
- ◆ 受講者数: 1,500名以上 (2イベントの合計:予定 前回実績:1,908名)

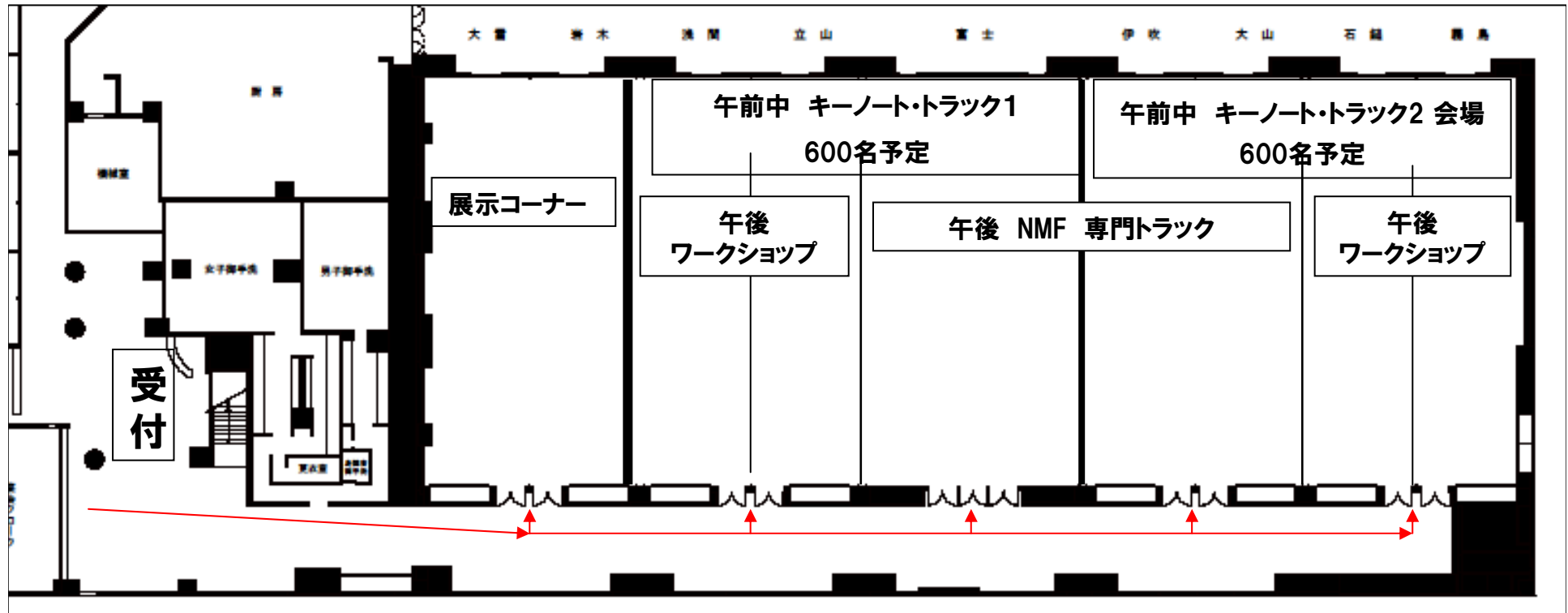


# プログラム構成(案)

	キーノートトラックA (600名予定)		キーノートトラックB (400名予定)			展示コーナー
9:30	基調講演 「リセットマーケティング: 有力企業CMOが語る新世代マーケティング戦略」 トヨタマーケティングジャパン×資生堂 (×パナソニック: 調整中)		“売れる仕組み” 基調講演「新世代EC戦略」 アマゾンジャパン 代表取締役社長 ジャスパー チャン 氏 ・レコメンドエンジンの次にくるもの ・不況時の次の一手 ・大手企業の次世代EC戦略			オープンシアター B2Bトークセッション セッション1 セッション2 セッション3 セッション4 ※展示コーナーの一角に、B2Bコミュニケーションに関するオープンシアターによるトークセッションの設置を予定しています。
10:00						
10:30	プラチナスポンサー [PA1]		プラチナスポンサー [PB1]			
11:00	プラチナスポンサー [PA2]		プラチナスポンサー [PB2]			
11:30						
12:00						
12:30						
13:00	専門トラックA (200名予定) -新世代マーケティング-	専門トラックB (200名予定) -パートナーシップ・マーケティング-	ワークショップA (100名予定)	ワークショップB (100名予定)	ワークショップC (100名予定)	
13:30	主催社企画	ゴールドスポンサー [GB1]	シルバーズポンサー (SA1)	シルバーズポンサー (SB1)	シルバーズポンサー (SC1)	
14:00						
14:30	ゴールドスポンサー [GA1]	主催社企画	シルバーズポンサー (SA2)	シルバーズポンサー (SB2)	シルバーズポンサー (SC2)	
15:00						
15:30	ゴールドスポンサー [GA2]	主催社企画	シルバーズポンサー (SA3)	シルバーズポンサー (SB3)	シルバーズポンサー (SC3)	
16:00	ゴールドスポンサー [GA3]	ゴールドスポンサー [GB2]	シルバーズポンサー (SA4)	シルバーズポンサー (SB4)	シルバーズポンサー (SC4)	
16:30			シルバーズポンサー (SA5)			
17:00	主催社企画	ゴールドスポンサー [GB3]	シルバーズポンサー (SA6)			
17:30						
18:00	「日経ネットマーケティング イノベーション・アワード」 表彰式 & ネットワーキングレセプション					
18:30						
19:00						
19:30						



# フロアプラン (案)



会場：品川プリンスホテル プリンズホール



# 今年のテーマは、 マーケティング大転換！～主役は企業から個人へ～

- ◆ **いま企業マーケッターの情報ニーズは非常に高い**
  - ◆ 組織論を含め、今後どのような戦略、取り組みが必要なのか
  - ◆ ダイレクトレスポンス、ブランディングなど目的に応じ、どのようなメディア/デバイスをどう組み合わせ、どう活用すればよいのか
  - ◆ ROI測定、アクセス解析、SEM、ソーシャルメディア、リッチメディアなどの具体的活用策とは・・・
  - ◆ 「自社メディア」、「既存メディア」に加えて「ソーシャルメディア」をどのように取り込めばいいのか？(トリプルメディア)
  - ◆ パソコン、ケータイ、そして今後普及が進む大型テレビの、それぞれの特性を生かして、情報の受け手に対してどのようにアプローチするか？(トリプルスクリーン)
- ◆ **そして、NETMarketing Forum 2010では**
  - ◆ 「マーケティング大転換！～主役は企業から個人へ～」(仮)と題し、企業マーケッターに対して、先進企業のキーパーソンを招聘した講演、パネルディスカッションを通じて最新情報を提供
  - ◆ マーケティングは「予算」ではなく「投資」であるというコンセプト



# ユーザーの成功事例を満載にした主催社セッション（予定）

## ◆ 基調講演

### ① 「リセットマーケティング:有力企業CMOが語る新世代マーケティング戦略」

- トヨタマーケティングジャパン 代表取締役社長 高田坦史氏（最終調整中）
- 株式会社資生堂 執行役員 経営企画部長 末川久幸氏（決定）
- CMOワールドワイド株式会社 代表取締役 加茂純氏（決定）  
※パナソニック株式会社 コーポレートコミュニケーション本部担当（調整中）  
従来のマーケティング手法は通じなくなった。これまでの延長ではない、まったく新しいマーケティングのあり方は何か？  
日本を代表する企業のトップによる、グローバルな視点での新世代マーケティングの提言を行う。

### ② 「新世代EC戦略:レコメンドエンジンの次にくるもの」

- アマゾンジャパン株式会社 代表取締役社長 ジャスパー チャン 氏（決定）
- レコメンドエンジンの次にくるもの（新たな売り方と施策）
- 不況時の次の一手（ポイント制度や会員制クーポン、配送料サービス等の施策と評価）
- 大手企業の次世代EC戦略

## ◆ 専門セッションテーマ案

### ① 新世代マーケティング ≒ Reset Marketing (ROIを意識したMarketing Science系)

→ (ROI、KPI、組織改革、SEM、アクセス解析)

### ② パートナーシップ・マーケティング ≒ B2Cのコミュニケーションデザイン系 (CGMを意識したBranding系)

→ (CGM対応、モバイル、ブランディング、PR...)

の2系統で調整中。



# 「日経ネットマーケティング イノベーション・アワード」

- ◆ 日経BP社40周年記念事業NMF2009の開催に併せて創設
  - ◆ 企業の優れたネットマーケティング活動を表彰  
=ビジネス・イノベーションに着目した新たな表彰制度
- ◆ 第1回は09年2月20日～4月20日にエントリー募集
  - ◆ 専門家5名で構成する「審査委員会」にて、厳正に審査  
2009年6月30日の「NMF 2009」で発表、贈賞式開催  
本誌、Webサイトほか、日経BP社関係媒体で結果発表
- ◆ 第2回の募集期間は3月中旬～5月中旬の2ヶ月想定
  - ◆ NMF2010の会場にて結果発表
  - ◆ EC関連の賞を新設

## <審査基準>

「仕組み」(クロスマーケティング手法) と  
「シカケ」(デジタルマーケティング手法)  
について、新規性、普遍性、発展性、戦略性、を基準に、「他企業  
の模範となる先行事例」という観点で判断

## <スケジュール>

4月1日(木) 募集要項公開+エントリー受付開始  
5月17日(月) 募集締切り～審査





# Sponsorship MENU



# スポンサーシップメニュー（一覧）

通常協賛金額		プラチナ スポンサーA	プラチナ スポンサーB	ゴールド スポンサー	シルバー スポンサー	ブロンズ スポンサー
		750万円（税別）	500万円（税別）	230万円（税別）	130万円（税別）	40万円（税別）
		MMSA会員社様特別割引		10% off		
		MMSA会員社様協賛金額		207万円（税別）	117万円（税別）	36万円（税別）
メニュー						
プログラム	講演枠 <small>（シアター席）</small>	600名	400名	200名	100名	—
	事前登録者リストの提供 <small>（パーミッションOKのみ）</small>	●	●	●	●	—
	資料配布（1点） <small>カタログコーナーでの配布になります。</small>	●	●	●	●	—
オフライン	日経ネットマーケティング誌上レポート <small>（8/22発売号・4色2ページ記事広告）</small>	●	●	—	—	—
	日経ネットマーケティング製品紹介 <small>（8/22発売号・4色1ページ定型フォーマット記事広告） オプション価格：40万円</small>	—	—	オプション	オプション	オプション
	ガイドブックでの社名、ロゴ露出	●	●	●	●	社名テキスト掲載
オンライン	公式サイトでの社名、ロゴ掲出	●	●	●	●	社名テキスト掲載
	資料PDFダウンロードサービス（1ヶ月間） <small>オプション価格：10万円</small>	●	●	オプション	オプション	オプション
	NETMarketing Online+Bpnet講演レビューサイト <small>講演内容1,400文字程度/掲載期間：1ヶ月 オプション価格：150万円</small>	●	●	オプション	オプション	オプション
展示会場	パッケージブース <small>（2m×0.7m）</small>	●	●	●	●	●
	会場での社名、ロゴ掲出	●	●	●	●	社名テキスト掲載
	B2Bトークセッション <small>最大4社程度。日経ネットマーケティング編集部が審査をさせていただきます。</small>	▲	▲	▲	▲	▲
調査	企業認知度調査 <small>オプション価格：10万円</small>	●	●	●	●	オプション
招待	セッション特別招待枠	20枚	20枚	10枚	5枚	2枚



# スポンサーシップメニュー（解説）

最大枠数		プラチナ スポンサーA 2社 MMSA会員社様協賛金額	プラチナ スポンサーB 2社	ゴールド スポンサー 6社 207万円（税別）	シルバー スポンサー 14社 117万円（税別）	ブロンズ スポンサー 36万円（税別）
メニュー						
プログラム	講演枠 (シアター席) 事前登録者リストの提供 (パーミッションOKのみ) 資料配布(1点) カタログコーナーでの配布になります。	会場にて講演、もしくはパネルディスカッションのパネリストとしてプレゼンテーションいただく機会をご提供させていただきます。 (会場キャパシティ プラチナ：600~400名、ゴールド：200名、シルバー：100名) セッションへの事前登録者から、パーミッションをいただいた方のリストをご提供しますので、見込顧客リストとしてご活用いただけます。 終了後10日前後で納品。メールでのコンタクトを皮切りにご活用いただければと思います。				—
オンライン	日経ネットマーケティング誌上レポート (8/22発売号・4色2ページ記事広告) 日経ネットマーケティング製品紹介 (8/22発売号・4色1ページ定型フォーマット記事広告) オプション価格：40万円 ガイドブックでの社名、ロゴ露出	●	●	— オプション	— オプション	— オプション
オンライン	公式サイトでの社名、ロゴ掲出 資料PDFダウンロードサービス(1ヶ月間) オプション価格：10万円 NETMarketing Online+Bpnet講演レビューサイト 講演内容1,400文字程度/掲載期間：1ヶ月 オプション価格：150万円	●	●	● オプション	● オプション	● オプション
展示会場	パッケージブース (2m×0.7m) 会場での社名、ロゴ掲出 B2Bトークセッション 最大4社程度。日経ネットマーケティング編集部のご審査がございます。	▲	▲	▲	▲	▲
調査	企業認知度調査 オプション価格：10万円	企業認知度/サービス認知・関心度調査の結果を1ヶ月後に納品します。認知度、認知経路のみならず、貴社サービスへの興味・関心を持った割合なども把握できます。				オプション
招待	セッション特別招待枠	20枚	20枚	10枚	5枚	2枚



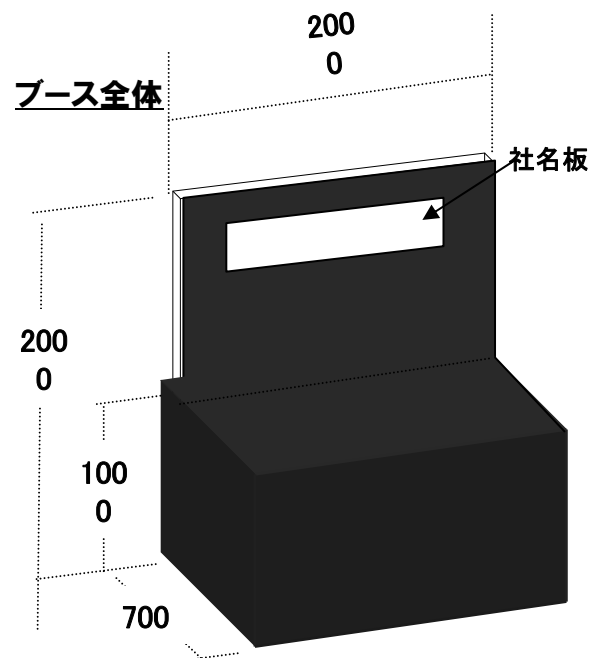
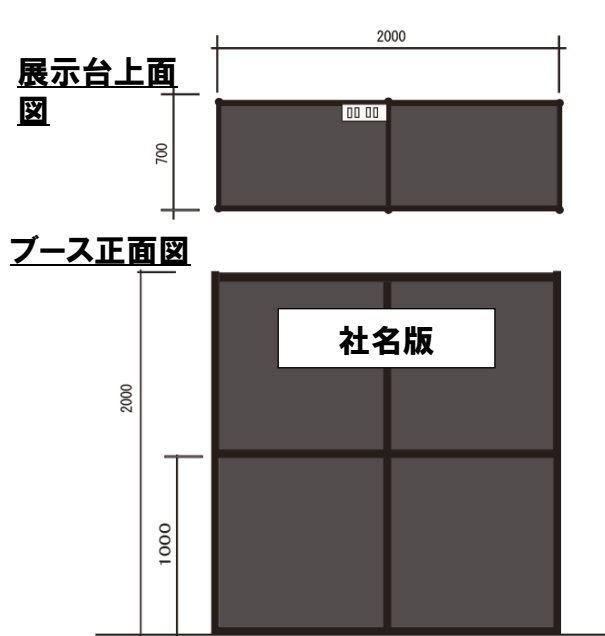
# スポンサーシップメニュー（個別オプション）

- ◆ **ドリンクスポンサー：** 会場内のドリンクスペースで提供するミネラルウォーターのボトルに、  
貴社ロゴとNMFロゴをダブルネームで掲載します。
  - ◆ 600,000円（税別）
- ◆ **バッチスポンサー：** 来場者バッチのストラップ部分に貴社ロゴをNMFのダブルネームで  
掲載します。
  - ◆ 700,000円（税別）
- ◆ **Paper Bagスポンサー：** 来場者全員に貴社ロゴとNMFのダブルネーム入り紙製手提げ袋を  
提供します。
  - ◆ 500,000円（税別）
- ◆ **コーヒブレイクスポンサー：** 会場内で提供されるコーヒサービスで使われる紙コップとナプキンに  
貴社ロゴとNMFのダブルネームで掲載します。
  - ◆ 1,200,000円（税別）
- ◆ **WiFiサービススポンサー：** 会場内にWiFiサービスコーナーを設置し、ログインページ、会場内サイン  
公式Webサイトやイベントガイドに貴社名・ロゴを掲出します。
  - ◆ 1,800,000円（税別）



# 展示会場パッケージブースのイメージ

- 簡易展示ブース W200×D700×H2000
- 展示台W200×D700×H1000
- 100V二口コンセント(500W)
- 社名版(共通フォント、ロゴ使用不可、株式会社等の表記はナシ)



NMF2009の様子



# 顧客情報を提供する際の 取り扱いルールについて

日経BP社では顧客情報の提供にあたり、以下の内容を遵守していただくことを前提といたします。  
是非、ご確認いただきますようお願い申し上げます。

## 1. 顧客情報の範囲

- ◆ 提供する顧客情報は「氏名」「勤務先会社名」「勤務先部署名・役職名」「勤務先郵便番号」「勤務先(または自宅)住所」「勤務先(または自宅)電話番号」「勤務先(または自宅)FAX番号」「電子メールアドレス」「業種など」のうち登録時登録されたものから、貴社が希望する項目とします。「業種など」はイベント単位で異なる場合がありますので、事前に担当者までお問い合わせください。

## 2. 顧客情報の提供方法

- ◆ 顧客情報はパスワード設定してCD-ROMに収め、郵送いたします。別途パスワードは事務局より貴社ご指定の電子メールアドレスに事務局よりお送りします。

## 3. 顧客情報の利用目的

- ◆ 提供した顧客情報は、そのもととなった貴社主催または協賛のセミナー内容に関連した貴社製品／サービスのご案内に限定してご利用ください。

## 4. 顧客情報の利用方法

- ◆ 提供した顧客情報をもとに最初に顧客に情報を送る際には必ず、「提供した顧客情報のもととなった貴社主催または協賛のイベント名」「貴社名」「貴社の連絡先」「顧客情報の変更、削除、情報提供の停止の方法」を明示してください。

## 5. 提供した顧客情報の管理責任について

- ◆ 提供した顧客情報は、「個人情報の保護に関する法律」などに基づいて、貴社の責任において管理・運用願います。万が一、事故などで顧客または貴社に損害が生じた場合も弊社では責任を負いかねます。



# スケジュール・お問い合わせ

## ◆ スケジュール

- ◆ 早期申込締切: 3月12日(金)
- ◆ 第一次申込締切: 3月26日(金)
- ◆ 第二次申込締切: 4月6日(火)
- ◆ 協賛社説明会: 4月27日(火)

※ 早期申込特典: 展示ブースの小間位置を優先的に選びいただけます。

展示ブースの位置は、4月27日開催の協賛社説明会にて抽選で決定します。

番号を振ったくじを引いていただき、「早期申込協賛社様」→「プラチナスポンサー」→「ゴールドスポンサー」→「シルバースポンサー」→「ブロンズスポンサー」の順で、各ジャンルの若い番号をお引きになられた協賛社様からお好きな位置をお選びいただけます。

## ◆ お問い合わせ

- ◆ デジタル事業局 開発部 プロデューサー  
鈴木 康太郎 ksuzuki@nikkeibp.co.jp
- ◆ デジタル事業局 企画営業部  
小口 雄太 yoguchi@nikkeibp.co.jp

〒108-8646 東京都港区白金1-17-3

日経BP社

03-6811-8029 nmf@nikkeibp.co.jp



# ■ プログラム (2)

## ■ ワークショップ

A	13:20 ~ 14:00	アクセスログでサイトを自動最適化+マーケティング新戦略 サイジニア 代表取締役CEO 吉井 伸一郎 氏
	14:10 ~ 14:50	モバイル・インターネット視聴データ、調査結果発表! ビデオリサーチインタラクティブ 代表取締役社長 荻野 欣之 氏
	15:00 ~ 15:40	アドネットワーク、その広告効果とは? ADJUST調査事例レポート クライアント・コミュニケーションズ 営業本部長 安藤 茂宏 氏
	15:50 ~ 16:40	プロモーションの現況と今後の潮流 電通テック デジタルプロモーション本部 eプロモーション推進事業部 事業部長 竹本 力哉 氏
	16:50 ~ 17:30	企業携帯サイトのリッチ化とマーケティング効果 Jストリーム デジタルプラットフォーム営業部 次長 猪又 雅人 氏
	17:40 ~ 18:30	企業メディアにおける効果的なコンテンツの作り方 日経BP企画 コンテンツ企画グループ プロデューサー 伊藤 一徳 氏 日経BPコンサルティング Webコンサルティング部 チーフコンサルタント 古賀 雅隆 氏
B	13:30 ~ 14:10	広告テクノロジーで変わるモバイルマーケティング マイクロアド 代表取締役社長 渡辺 健太郎 氏
	14:20 ~ 15:00	携帯電話の高機能化、家電のIT化の延長に、我々は何を見るのか? ブロードメディア CTO 山崎 里仁 氏
	15:10 ~ 15:50	Webマーケティングを成功に導く行動ターゲティングの進化形 ソフトバンク・テクノロジー Webマーケティング部 担当部長 藤井 泰之 氏 サンブリッジ KXEN事業部 テクニカルディレクター 東 一成 氏
	16:00 ~ 16:40	高感度ナビゲーションでサイト・イノベーションを ナレッジワークス 代表取締役 所司 里佳 氏
	16:50 ~ 17:30	PC/Mobileにおける、マーケティングツールとしてのウィジェット・ガジェット サムライワークス 取締役 企画制作本部担当兼COO 矢追 龍之介 氏
	17:40 ~ 18:30	米国におけるバーチャルイベントの最新動向、今後のビジネスの可能性 エイジェイアドバイザーズ ユニフェア事業部 ディレクター 阿部川 久広 氏 日経BPアド・パートナーズ プロデューサー/バーチャルイベント担当 八尋 一彦 氏 【UNISFAIR 提供】

## ■ Mobile Marketing Conference 専門トラック

13:30 ~ 13:40	今年のMobile Marketing Conference 2009 テーマ説明 「モバイルマーケティングで消費者を動かせ」 ～ブランディングから販促まで、秘訣は新サービスとの連携にあった～ モバイル マーケティングソリューション協議会 専務理事 岸良 征彦 氏
13:40 ~ 14:50	<b>Power Panel</b> モバイルコーポレートサイト構築最前線 ～SEO対策、リッチ化、アクセス解析からUIの向上まで～ 【パネリスト】 日本ロレアル コンシューマー プロダクツ事業本部 メイバリン ニューヨーク事業部 ダイレクト マーケティング マネージャー 宮腰 江里奈 氏 GABA マーケティング部門 オンライン課 シニア・マネージャー 山根 豪太 氏 IMJモバイル インテグレーション事業本部 事業本部長 高橋 剛 氏 IMJモバイル インテグレーション事業本部 企画営業部 プランニンググループ マネージャー 吉岡 英理子 氏 【モデレーター】 nikkeiBP mobile プロデューサー 真下 佳樹
15:10 ~ 15:50	NTTドコモのエージェントサービス「iコンシェル」を活用した顧客囲い込みと販促促進事例 NTTドコモ コンシューマサービス部 ネットサービス企画担当部長 前田 義晃 氏
15:50 ~ 16:30	GREEの現在と今後 —最新広告事例を中心に— GREE 代表取締役社長 田中 良和 氏
16:50 ~ 18:10	<b>Power Panel</b> モバイル大転換期・ケータイ視聴率はどうなるのか? 「ケータイ視聴率」、OMC(オープンモバイルコンソーシアム)の今後について 【パネリスト】 花王 Web作成部 ディレクター 本間 亮 氏 本田技研工業 営業開発部 マーケティング戦略ブロック 深山 寛泰 氏 ケイタイ広告 代表取締役社長 小野 達人 氏 モバイル マーケティングソリューション協議会 理事長 高藤 文也 氏 【モデレーター】 慶応義塾大学 大学院メディアデザイン研究科 准教授 菊池 尚人 氏
18:10 ~ 18:30	まとめ —テーマの背景資料、ガイドライン改定のお知らせなど— モバイル マーケティングソリューション協議会 専務理事 岸良 征彦 氏



大賞 日本マクドナルド「かざすクーポン」  
優秀賞 サントリー酒類「ほろよい.com」  
Z会「Z会ブログ」  
日本コカ・コーラ「コカ・コーラ パーク」プロジェクト  
特別賞 ユニクロ

審査委員：慶応義塾大学大学院経営管理研究科教授 井上 哲浩 氏  
CMOワールドワイド代表取締役社長 加茂 純氏  
MUSBクリエイティブ戦略家 関橋 英作 氏  
スタイルビス代表取締役CEOコンサルタント 村山らむね氏  
Office WaDa代表マーケティングコンサルタント 和田浩子 氏  
日経ネットマーケティング編集長 渡辺 博則

協賛：エス・ピー・エス・エス、Jストリーム

■お問い合わせ先

**日経BP社** 〒108-8646 東京都港区白金1丁目17番3号 NBFプラチナタワー  
クロスメディア本部 開発部 TEL.03-6811-8187 E-mail: nmf@nikkeibp.co.jp

©日経BP社

# NETMarketing FORUM Jun.30.2009



Mobile Marketing Conference 2009

## 開催結果報告書

2009年6月30日(火)  
品川プリンスホテル

### 開催概要

#### NETMarketing Forum 2009

- テーマ：Change!-マーケティング・イノベーション
- 会場：品川プリンスホテル
- 主催：日経BP社
- 後援：インターネット広告推進協議会 (JIAA) / 社団法人 日本マーケティング協会  
社団法人 日本通信販売協会 / モバイル マーケティング ソリューション協議会  
日本アフィリエイト・サービス協会 / 一般財団法人 日本電子商取引事業振興財団

#### Mobile Marketing Conference 2009

- テーマ：モバイルマーケティングで消費者を動かせ ～ブランディングから販促まで、秘訣は新サービスとの連携にあった～
- 共催：日経BP社 / モバイル マーケティング ソリューション協議会

#### 調査目的

- 「NETMarketing Forum 2009 / Mobile Marketing Conference 2009」(以下本フォーラムと記述)協賛企業の認知、興味・関心度の把握
- 本フォーラムの全体評価の把握

#### 調査対象

本フォーラム参加申込者(事前登録者)

#### 調査方法

WEB調査  
本フォーラム参加申し込み時に取得したメールアドレス宛に調査告知メールを送信

#### 有効回収数

配信数：1,100 有効回答数：318 回収率：28.9%

## ■ 来場者数

	事前登録者	招待者	プレス関係者	当日登録者	特別セミナー	合計
来場者数	1,393名	225名	20名	163名	107名	1,908名

事前登録者数 2,361名

## ■ 協賛社・出展社一覧 (50社)

### NMFスポンサー

#### プラチナスポンサー

- ゴーグル

#### ゴールドスポンサー

- NECビッグロブ ● オムニチュア ● ソニー
- デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム
- マイクロウェーブ
- ライムライト・ネットワークス・ジャパン

#### シルバースポンサー

- アクシイズ ● サイジニア
- サイバー・コミュニケーションズ/クライアント・コミュニケーションズ
- サムライワークス ● Jストリーム
- ソフトバンク・テクノロジー/サンブリッジ
- ナレッジワークス ● 日経BP企画/日経BPコンサルティング
- プレインパッド ● UNISFAIR

#### ブロンズスポンサー

- アイオイクス ● ITコミュニケーションズ
- 伊藤忠エレクトロニクス ● イノベーション
- WIPジャパン ● WEBマーケティング総合研究所
- エス・ピー・エス・エス ● オウケイウェイヴ
- ケイビーエムジェイ ● コネクトテクノロジー
- GMOソリューションパートナー ● シヤノン
- 日本ブロードビジョン ● ニュース・ツー・ユー
- ネクスウェイ ● ネットイヤーグループ
- ユニメディア ● リクルート ● ワイズポケット
- ワイヤ・アンド・ワイヤレス

#### 特別出展

- 日本コカ・コーラ
- モバイル マーケティング ソリューション協議会

### MMCスポンサー

#### プラチナスポンサー

- ディーツーコミュニケーションズ

#### ゴールドスポンサー

- IMJモバイル
- NTTドコモ
- グリー

#### シルバースポンサー

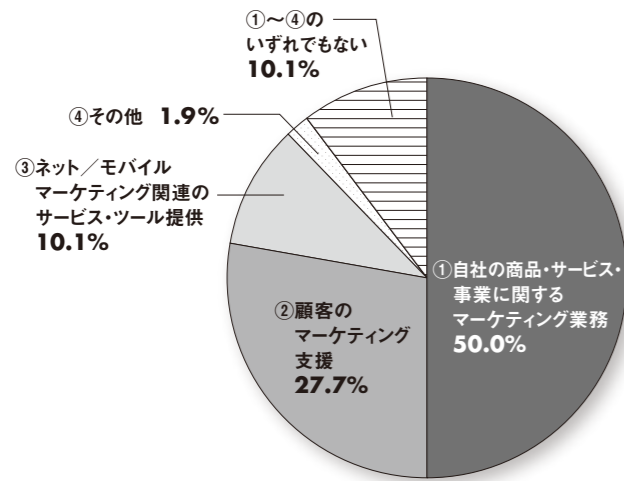
- 電通テック
- ビデオリサーチインタラクティブ
- ブロードメディア
- マイクロアド

# 事前登録者プロフィール

受講者は、様々な局面でネットマーケティングを強力に推進する現場のキーパーソンです。

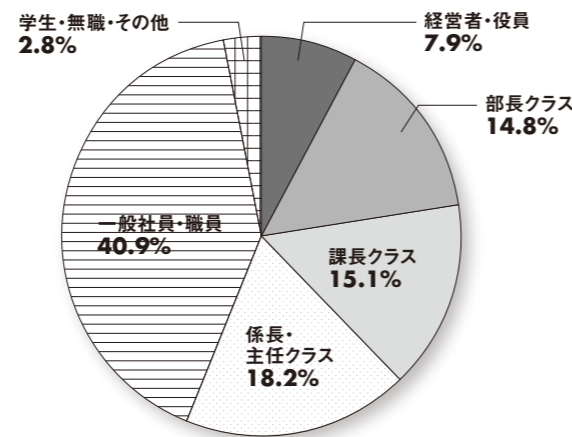
受講者の約5割がユーザー。  
約9割が企業のマーケティング活動を推進する立場

● ネットマーケティングに対する立場 (n=318)



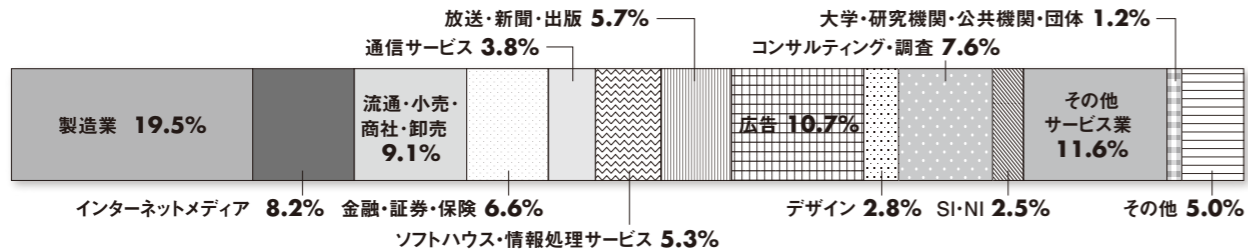
約6割が役職者

● 地位・役職 (n=318)



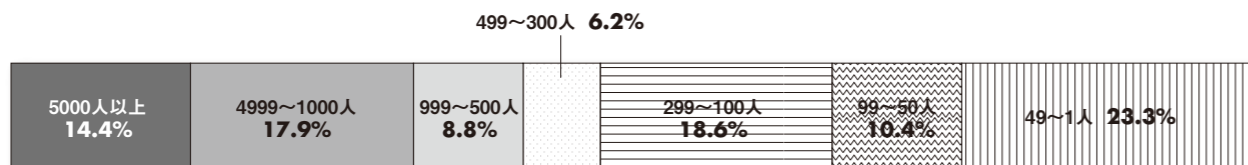
製造業、流通・小売、金融・証券など、  
ネットマーケティングの先進ユーザー業種を幅広くカバー

● 業種 (n=318)



大企業から、中堅・中小企業まで、幅広い規模

● 従業員数 (n=318)



# プログラム(1)

■ キーノートトラック

A	9:35~10:35	基調パネル 米国、日本で進むデジタルマーケティング・イノベーション — 迫られる変革 今、企業は何をすべきか 米マーケティング・エボリューション CEO (最高経営責任者) 兼創設者 レックス・ブリッグス氏 日本コカ・コーラ バイスプレジデント マーケティングオペレーションズ 鈴木 祥子氏 【モデレーター】 CMOワールドワイド 代表取締役社長 加茂 純氏
	10:40~11:20	MMC キーノート ケータイを加えたMPRで不況脱出! ティーザーコミュニケーションズ 代表取締役社長 藤田 明久氏
	11:25~12:30	NMF キーノート Googleと実現できる7つの成果 グーグル 執行役員マーケティング本部長 岩村 水樹氏
B	10:00~11:00	基調講演 楽天グループの成長と戦略 楽天 代表取締役会長兼社長 三木谷 浩史氏
	11:05~12:30	キーノートパネル 不況にもぶれない売れる仕組みを作る顧客起点マーケティング ゴルフダイジェスト・オンライン マーケティング部シニアマネージャー 中澤 伸也氏 HMVジャパン マーケティング本部CRM推進部長 清水 俊明氏 アクシズ 代表取締役 アクシズ 代表取締役 海野 雄史氏 ブレインパッド 代表取締役社長 草野 隆史氏 電通 インタラクティブ・メディア局 SEM推進部長 新野 聡氏 【モデレーター】 ネットイヤーグループ 代表取締役社長兼CEO 石黒 不二代氏

■ NETMarketing Forum 専門トラック

A	13:30~14:10	主催者企画講演 「興味」を「申し込み」に変える ユーキャンのアクセス解析活用戦略 ユーキャン 教育事業・営業本部ウェブマーケティング部次長 多田 庸一氏
	14:10~14:50	ウェブ解析のデータをマーケティングに活かす 〜リスティング広告、テスト、セグメンテーション、ターゲティングへの応用〜 オムニチュア マーケティング&チャネルプログラム ディレクター 水嶋 ティノ氏
	15:05~15:45	ブランド・戦略・テクノロジーを起点とした持続的競争優位の獲得 マイクロウェブ 取締役・COO 越智 洋平氏
	15:45~16:25	明星食品 ブログ分析 活用の現場 明星食品 マーケティング本部マーケティング部 主事 小倉 慎一氏 【NECビッグロブ提供】
	16:50~18:10	主催者企画 Power Panel ROIを向上させるクロスマーケティング・シナリオ 日本アドバタイザーズ協会 Web広告研究会 代表幹事 渡辺 春樹氏 ソフトバンクモバイル 執行役員 マーケティング・コミュニケーション本部 本部長 栗坂 達郎氏 ADKインタラクティブ 代表取締役社長 横山 隆治氏 【モデレーター】 ニューズ・ツー・ユー 代表取締役社長 神原 弥奈子氏
B	13:20~14:00	リッチコンテンツ配信新時代 【パネリスト】 テレビ東京 コンテンツ事業局 ライツ事業部 兼 経営戦略局 メディア戦略部 兼 テレビ東京ゴルフダイジェスト・オンラインLLC合同会社 主事 細谷 伸之氏 レーベルゲート 代表取締役 佐藤 亘宏氏 ライムライト・ネットワークス・ジャパン 代表取締役社長 塚本 信二氏 【モデレーター】 スタイル/ワイアードビジョン 代表取締役 竹田 茂氏
	14:00~14:40	主催者企画パネル 伝える広告ではなく、伝える体験 消費者の「主観」で体験させる、NIKE iDのブランディング戦略 ナイキジャパン マーケティング本部 デジタルプロデューサー 津毛 一仁氏 ビーコンコミュニケーションズ シニアプロデューサー/インテグレートドプランナー 柿並 俊介氏 【モデレーター】 日経ネットマーケティング 副編集長 杉本 昭彦氏
	15:00~15:40	主催者企画講演 Webサイトで実現するスターバックス体験 スターバックス コーヒー ジャパン マーケティング本部 WEB・CRMチーム チームマネージャー 長見 明氏
	15:45~16:25	ウィジェットマーケティングを成功に導く「10の法則」 ソニーネットワークプロダクツ&サービスグループ NPSG企画戦略部門 事業戦略2部 FLO:Qプロジェクト室 室長 竹下 直孝氏
	16:45~18:05	主催者企画 Power Panel Beyond the CTR 次世代ネット広告の可能性 デジタル・メディア・ストラテジーズ 代表 織田 浩一氏 ワコール 総合企画室宣伝部Web・CRM企画課 課長 大藪 範子氏 デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム (DAC) 取締役CTO兼e-ビジネス本部長 徳久 昭彦氏 【モデレーター】 スケダチ 高広伯彦事務所 コミュニケーションプランナー/広告ビジネスコンサルタント 高広 伯彦氏

■ 特別セミナー 日米クチコミマーケティング最前線 ~ 先進事例から見いだす成功のシナリオ

12:30~13:30	基調講演 ソーシャルメディアを駆使して成功したオバマキャンペーン ~ 米国WOM最新事情 JaM Japan Marketing 代表 マーケティング・コンサルタント 大柴 ひさみ氏
13:35~14:25	講演1 インテルのネットマーケティング戦略 インテル マーケティング本部 本部長 江田 麻季子氏
14:30~15:20	講演2 クチコミで“売れる” ドクターシーラボのCGM活用法 ドクターシーラボ ダイレクト推進部 eコマースグループ グループ長 西井 敏恭氏
15:30~16:10	講演3 消費者の“会話”からみえてくるもの ~ WOMマーケティングの為にブログデータ活用事例~ 日経リサーチ WEB調査企画グループ チームリーダー 佐藤 邦弘氏
16:10~16:50	講演4 WOMマーケティングの未来 WOMマーケティング協議会設立準備会 世話人(ピルコム代表取締役兼CEO) 太田 滋氏