

エビデンスに基づくマーケティング

これまでの常識を疑え

マーケティングサイエンティストである芹澤連氏の著書『戦略ごっこ マーケティング以前の問題』（2023年、日経BP社）が実務家のみならず、アカデミアでも注目されています。同書はすでに2万部以上を売り上げ、日本マーケティング学会の「日本マーケティング本 大賞2024」にもノミネートされました。著者は300以上の研究論文を参照して、マーケティング活動について有用なエビデンスを導き出し、ここからエビデンスに基づくマーケティング(EBM)の必要性を提唱しています。芹澤氏にEBMの考え方について講演いただき、CMO兼データサイエンティストの木田浩理氏よりEBM組織の構築の実践についてご報告いただきます。さらにアカデミアの立場から田中洋がコメントし、木村純子が全体をモデレートします。

プログラム

13:00-13:05	解題：シンポジウムの趣旨	木村純子 法政大学経営学部教授
13:05-13:30	エビデンスベースマーケティング(EBM)の意義	田中 洋 中央大学名誉教授
13:30-14:30	EBMとはどのような考え方なのか	芹澤 連 (株)コレクシア コンサルティング事業部 執行役員 (社)日本エビデンスベースマーケティング研究機構 研究統括
14:30-14:35	休憩	
14:35-15:05	日本企業におけるEBM組織の構築と実践	木田浩理 三井住友海上火災保険(株) CXマーケティング戦略部長 CMO (社)日本エビデンスベースマーケティング研究機構 代表理事 上智大学大学院応用データサイエンス学位プログラム非常勤講師
15:05-15:55	ラウンドテーブル 「マーケティング実務にEBMをどう活かすか」	芹澤 連、木田浩理、田中 洋 司会：木村純子
15:55-16:00	シンポジウム終了のご挨拶	

日時

2024年**12月14日** (土) 13:00~16:00 (開場12:30)

開催方法

対面 [法政大学市ヶ谷キャンパス 富士見ゲート5階 G502教室]
オンライン [YouTube Live]

申込方法

下記専用サイトよりお申し込みください。お申し込み時に、対面とオンラインの選択が可能です。受付完了メール（自動返信）からシンポジウムの配信リンク先をご連絡します。

<https://riim20241214.hosei-kyoiku.jp>

申込期限

2024年**12月11日** (水)
※オンライン参加は、12月14日 (土) まで申込可定員
(来場)

先着100名

参加費
無料

登壇者プロフィール

せりざわ れん

芹澤 連 株式会社コレクシア コンサルティング事業部 執行役員
一般社団法人日本エビデンスベースマーケティング研究機構 研究統括

マーケティングサイエンティスト。数学/統計学などの理系アプローチと、心理学/文化人類学などの文系アプローチに幅広く精通。非購買層やノンユーザー理解の第一人者として、消費財を中心に、化粧品、自動車、金融、メディア、エンターテインメント、インフラ、D2Cなどの戦略領域に従事。エビデンスベースのコンサルティングで事業会社の市場拡大を支援する傍ら、執筆や講演活動も行っており、企業研修などの講師を務める。著書に『顧客体験マーケティング』（インプレス）、『“未”顧客理解：なぜ「買ってくれる人＝顧客」しか見ないのか?』『戦略ごっこーマーケティング以前の問題 エビデンス思考で見極める「事業成長の分岐点」』（日経BP）。日本マーケティング学会員。日経クロストレンドアドバイザリーボード。海外論文を読むのが日課。猫好き。

きだ ひろまさ

木田 浩理 三井住友海上火災保険株式会社 CXマーケティング戦略部長 CMO
一般社団法人日本エビデンスベースマーケティング研究機構 代表理事
上智大学大学院応用データサイエンス学位プログラム非常勤講師

NTT東日本、日本IBM、百貨店、アマゾン等で営業やデータ分析、マーケティング実務を経験し、2018年三井住友海上にデータサイエンティストとして入社、データ分析組織の立ち上げや人材育成等に従事。2021年10月よりマーケティング専門組織を立ち上げ、初代CMOに就任。2023年4月より現職。一般社団法人金融データ活用推進協会理事。共著『データ分析人材になる。目指すは「ビジネストランスレーター」』『ビジネストランスレーター ～データ分析を成果につなげる最強のビジネス思考術』日経BP社。

きむら じゅんこ

木村 純子 法政大学経営学部教授、イノベーション・マネジメント研究センター所員

ニューヨーク州立大学修士課程修了(MA)、神戸大学博士後期課程修了、博士(商学)。2012年～2014年までヴェネツィア大学客員教授。専門は、テリトリーオ、地理的表示(GI)保護制度、地域活性化。近著は『南イタリアの食とテリトリーオ:農業が社会を変える』(2024年、白桃書房)、『イタリアのテリトリーオ戦略:甦る都市と農村の交流』(2022年、白桃書房)、『持続可能な酪農:SDGsへの貢献』(2022年、中央法規)。

たなか ひろし

田中 洋 中央大学名誉教授、イノベーション・マネジメント研究センター客員研究員

京都大学博士(経済学)。日本マーケティング学会会長、日本消費者行動研究学会会長を歴任。株式会社電通マーケティングディレクター、法政大学経営学部教授、コロンビア大学客員研究員、中央大学専門職大学院教授などを経て現職。井村屋グループ株式会社社外取締役、日経広告研究所副理事長、企業のマーケティング顧問などを務める。著書『ブランド戦略論』(2017年、有斐閣)など多数。日本マーケティング学会マーケティング本大賞/準大賞/ベストペーパー賞、日本広告学会賞、白川忍賞、中央大学学術研究奨励賞などを受賞。