

Marketing **AGENDA**

2023 AFTER SHOW REPORT


nanovation

2023 5.24[WED] - 27[SAT]

Royal Hotel OKINAWA ZANPAMISAKI



百戦錬磨のトップマーケターとのネットワーキングで
イマジネーションを生み出す

アイデアの発見

How it lead to growth?



日本最高峰のマーケティングカンファレンス「マーケティングアジェンダ沖縄2023」が、
2023年5月24日から27日にかけて、沖縄県・読谷村 (Royal Hotel沖縄残波岬) で開催されました。
ブランド158名、パートナー195名、クリエイター16名 総勢370名のトップマーケターが集結し、
「アイデアの発見～How it lead to growth?～」をテーマに掲げ、視座を高めました。

名称 : マーケティングアジェンダ沖縄2023
日時 : 2023年5月24日～27日 <3泊4日>
会場 : ロイヤルホテル沖縄残波岬
主催 : ナノバージョン
特別協力: アジェンダノート



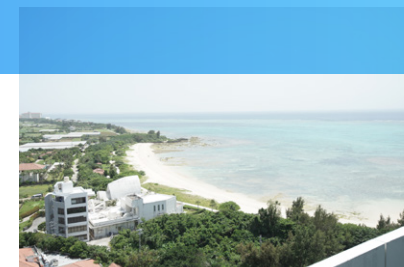
SUPPORTERS





CHECK! 業界を超えたネットワーキング

業界内外から多様な視点でのアイデアや洞察を得ることができた。セッション以外にもレクリエーションを実施し、参加者同士がリラックスした雰囲気でのネットワーキングを行い、アイデアや経験を共有しました。さらに、3度目の開催となる「ヤング・クリエイティブ・アジェンダ」では、若手クリエイターが斬新なアイデアを発表し、テーマ商品の魅力を伝えた。カンファレンスの軸となる4つのキーノートは、クリエイティブなアイデアと成功の秘訣に焦点を当てた、インスピレーションに満ちたセッションとなりました。



KEYNOTE #1

顧客を動かすアイデア発見を考える

マーケティングアジェンダ2023は、「アイデアの発見」をテーマに開催した。そのテーマに沿って前半では、三者三様のアイデアを発見するために重視していることをSpeakerからプレゼン。後半では、参加者同士でアイデアを発見した背景やエピソードを共有。セッションとネットワーキングを通じて、マーケターの頭の中にあるアイデアを成長させたり、新しいアイデアを生み出していく思考法を身につけました。

あなたと、コンビニ、
FamilyMart

小林製薬

no+e



KEYNOTE #3

スシロー躍進を支える戦略はどうつくられたのか？

日本を代表する回転寿司チェーン、スシロー。企業理念「うまいすしを、腹一杯。うまいすしで、心も一杯。」を大切に、海外展開でも日本の味を提供している。スシローのブランド戦略とグローバル展開の軌跡を深掘りした。アイデア発見の興奮とともに、ビジネスの挑戦と成功を探る貴重な機会となりました。

FOOD & LIFE
COMPANIES

あなたと、コンビニ、
FamilyMart



KEYNOTE #2

毎日の生活をアップデートするアイデア創生の技術
～常識の盲点に着目し、幾多の困難を乗り越えた3年間～

マーケターは日常生活で新しいアイデアと思考を基にし、顧客や社会にコミュニケーションを取りながら価値を提供しています。生活の一部から着想を得て、「すべての人にロボットを。」というビジョンに基づいて開発されたスマートファニチャー「カチャカ」。商品化に至るまでのどの過程でアイデアが生まれたのか。どのような課題や困難を乗り越えて開発され、最終的に発売されたのか。未来の生活を変える可能性を秘めたスマートファニチャー「カチャカ」を実際に壇上で実演し、未来の可能性について体験することができました。

PREFERRED
Preferred Robotics

Preferred
Networks



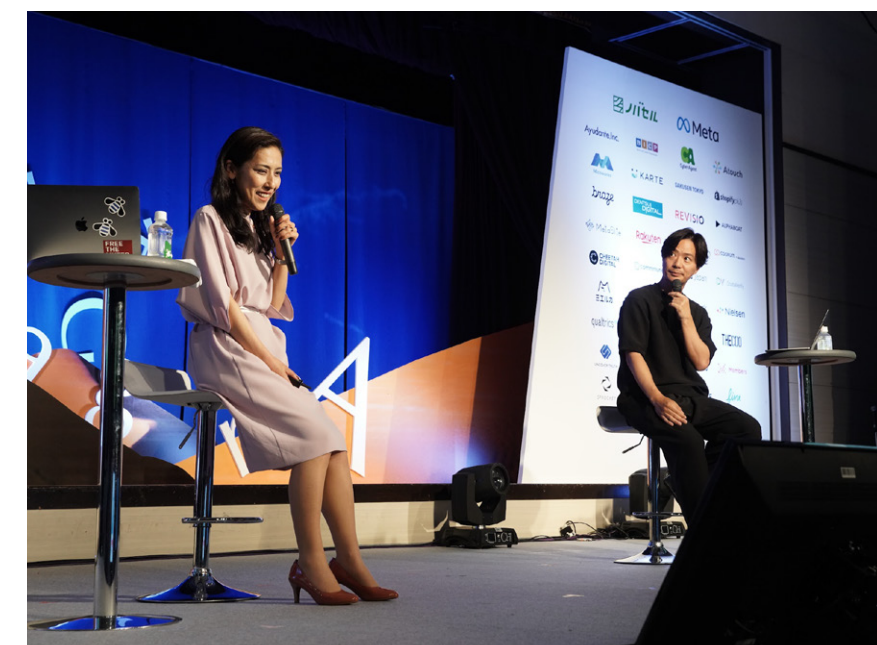
KEYNOTE #4

YOLUの大ヒットを生み出した「I-ne流アイデアの育て方」とは？
～BOTANISTのヒットをまぐれで終わらせない、仕組みと文化づくりに迫る～

わずか1年で70億円の売上を達成した「YOLU」。成功例の裏で、組織の崩壊や経営危機を乗り越えていました。波乱万丈の経営エピソードや、I-ne流アイデアの育て方を深掘りし、YOLUの成功の真っ向にある戦略とアイデアの育成プロセスについて迫りました。

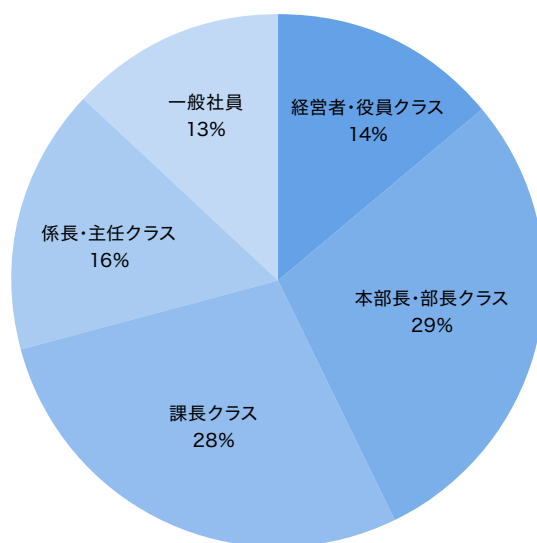
I-ne
INNOVATION NEVER ENDS

IBM

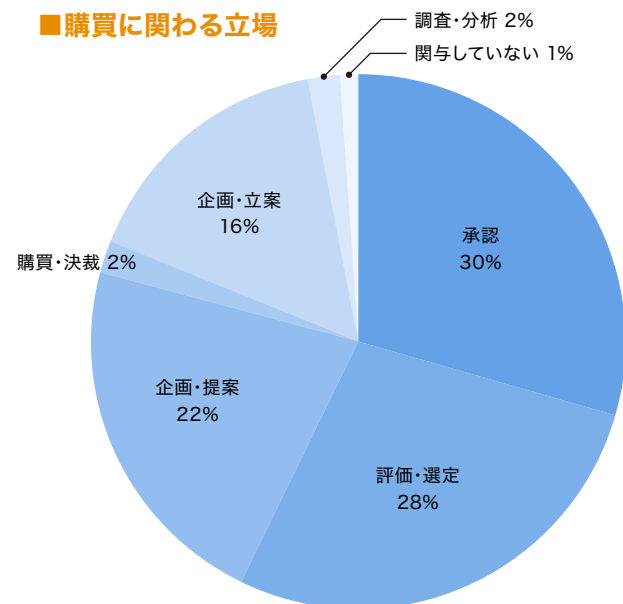


参加者属性

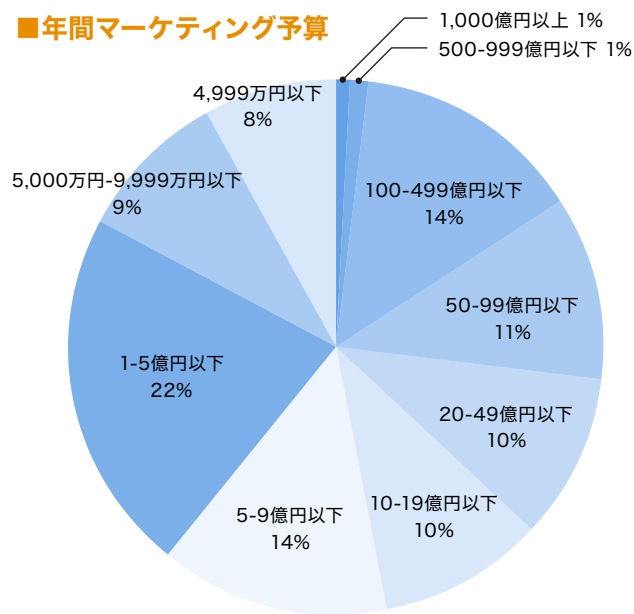
■役職クラス



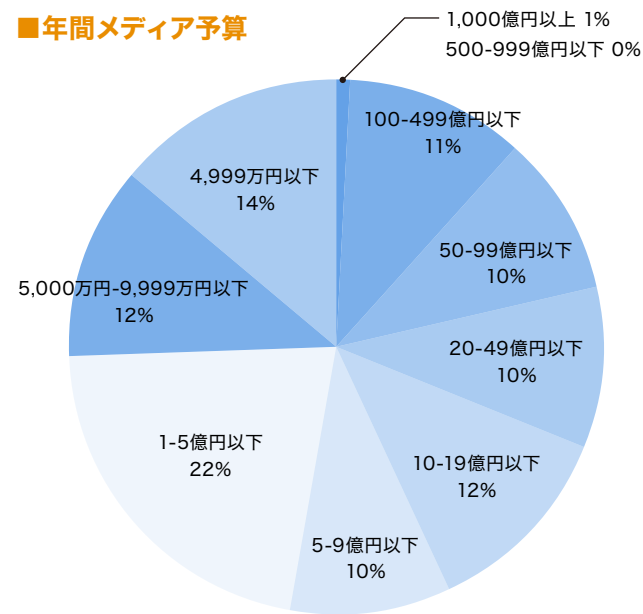
■購買に関わる立場



■年間マーケティング予算



■年間メディア予算



ATTENDEESS VOICE

参加者の声

■マーケティングアジェンダ2023の参加について、良かった点・改善点

- ◎初参加の方々も多く予想以上に気軽に会話できました。同じ業種の方々もおられ、課題感共有からパートナー提案のソリューションも共に聞き意見交流でき有意義でした。
- ◎気づきと学び、ネットワーキング全て満足の3日間でした。業界の繋がりが一定あり、初参加の私も不安でしたが、温かく迎え入れていただきました。
- ◎ネットワーキングを本気で考えている方々ばかりだから。
- ◎ブランド側の意思決定層を増やして欲しい 大企業の新規参加企業の比率を上げて欲しい。
- ◎回を重ねるごとにオペレーションが洗練されて、素晴らしい。
- ◎パートナーさんだけでなく、ブランド参加者の方からも、現状の課題感ややり方など話す機会があり、刺激を受けました。
- ◎夜のオフの時間なのですが、非常にじっくりお話しが出来るので、ありがたいです。
- ◎改めて視座も視野も広がるなど。今回若いメンバー多かった印象ですが、普段あまり会話することがない層との会話も含めて、充実していました。
- ◎色々な領域の方とブランド、パートナー問わず交流できて、刺激的だった。
- ◎皆様熱量が高く、お話しして勉強させていただきました。パートナー様のウェイトがかなりデジタルツールに寄っていて、もう少しHRM関係とかもあっていいのかなと思いました。

- ◎役職等は現場担当が多いものの意識が高いので良かった。長く出席されているヒトにとっては色々思うところはあると思うが久しぶりに参加した私としては質が高まっていることにたいして素晴らしいと思った。
- ◎いろんな業種や役職、年齢の方が参加されていたので良かったです。
- ◎キーノートもとても興味がわきましたし、マーケティング担当者、かつ部長クラスの決裁者が沢山参加されているのがとても良かったです。
- ◎皆さんモチベーション高く、活力にあふれていて、とても良い刺激になりました。自分で日本のマーケティングを切り開いていく意志の強い方が多く、中々出会えない方ばかりで貴重な機会でした。
- ◎同業者と意見交換できたことは貴重でした。
- ◎良かった点：トップマーケターの貴重なお話を伺えたこと・他の会社のマーケターと交流することができたこと 要望：キーノートが非常に勉強になったため、増やしてもらえると嬉しいです！・各社プレゼンしていた資料が自由にダウンロードできたりするとあとで振り返れて良いなと思いました。
- ◎スポンサーの提供ツールをマッピングしてもらいたい。例えば広告分析、ECサイト構築など 休憩時間はもう少し必要。

■仕事への役立ち度、ネクストステップが見えたかどうかについてお聞かせください。

- ◎マーケを管理する上での組織課題を解決する提案ができそうです。
- ◎一緒に仕事をしたいと思える企業と出会えた。
- ◎アイデアをアイデアのまま終わらせず、実行するのを組織的にしていきたいと思えます。まずは、傾聴と対話を続けていくことに尽きると感じております。
- ◎マーケティング活動における、自社の課題の明文化、解決策が見出された。
- ◎顧客データの整理と統合し、ナレッジ化する。
- ◎世の中にこれだけ分析ツールや手法があることに驚いた。
- ◎自己のマインドセットにいいきっかけになったことや会社全体及び部署の課題感が見つかったため、対処していきたい。
- ◎キーノートで感じたgridの重要性から、自分だけでなく、自組織やチームメンバーにいかにかコミットメントを持って仕事をしてもらうかについて考えてトライしていこうと思いました。
- ◎OMO、データ活用における最前線と自社のギャップ、自社課題の他社における同じ状況であることの自社立ち位置の確認ができました。ギャップが見えたので次のステップが明瞭になっています。
- ◎サービスがどうマーケターたちを助けられるかの新しい切り口が見えてきた。
- ◎課題推進の具体策の解像度が上がりました。今後多くの方にもご相談をさせて頂くことになるかと思えます。
- ◎自分に必要なパートナーからの提案がもらえそう。自分と同じ業務の方からの今後、情報共有することが出来る関係を構築できた。
- ◎コミュニケーション施策の様々なアプローチを感じられた。そういったものを自社の問題に落とし込んだ際にどのように活かせるか考えていくうえで参考になる情報を得られた。
- ◎自社、自部署のデジタル対応の遅れ、顧客データの活用と、いろいろな問題点が見えてきました。
- ◎いろいろなサービスを俯瞰して知られたこと。また、同じマーケターの仲間が多数できたこと。
- ◎いくつかの企業との具体的なコラボレーションの可能性を議論できた。
- ◎担当CRMでのリニューアル企画や新規事業アイデアのネタが発見できた。・PRで困っている悩みが解決できるサービスが見つけたので今後詳細をお伺いして導入検討したいと思えます。
- ◎部長、執行役員クラスの人とコミュニケーションができたので、目標が設定できる。

- ◎大人数の前でプレゼンや爆速の企画提案、資料作成など、今後の自信に繋がりました。
- ◎コミュニティ運営、LINE活用、人材育成など。
- ◎中期経営計画策定にあたり、どこまで先を想像しながらも、短期的にチャレンジ的な戦略実行から「価値ある失敗」と「(僅かな)成功」を、意図して積み重ねていけるのか？ それを実現可能な環境・風土の構築を、改めて見直したいと考えました。
- ◎エンドユーザーやプロモーションに関しても参加してる事がわかって、普段の業務に繋げようと思った。
- ◎リードが多く取れた。去年の3倍はホットリードが取れた。
- ◎名刺交換した方々からいくつか連絡をいただいたので、早々にMTG実施しております！
- ◎自社サービスの見つけなおしや業界の再理解、セールス時の動き方など。
- ◎まずはマーケティング的な思考 その他お話をスタートさせるファーストステップを踏みました
- ◎BtoCマーケティングはとても領域が広いので、自社が提供しているサービスの全体像を含め考え直す必要があると感じました。
- ◎・対競合対策・ブランディング・市場拡大に向けたアイデア。
- ◎これまで、ブランディング、広報、宣伝、CSR的な側面のことをやってきたので、データドリブンマーケティングって重要なあと改めて感じました。頭の悪いコメントとなり申し訳ないです…。また自社に足りていない部分も、データの部分なので、諸々整備していければと強く思いました。
- ◎アイデアの創出。
- ◎他のブランド企業さまとこんなコラボが出来るかもしれないという会話や、パートナー企業さまの提供サービスの社内プロジェクトへの活用など、ネットワークを通じて様々なアイデアがうまれました。
- ◎具体的に商談したい会社様があり、ビジネスに活用できるカンファレンスだった。
- ◎今回学んだことや入手した新しい事例をジブンゴトとしてどう実践していくのかを考え始めています。



BRAND

158名 117社

株式会社アッシュ
 株式会社エイブルホールディングス
 株式会社ACRO
 株式会社 赤ちゃん本舗
 akippa株式会社
 アメリカン・エクスプレス・インターナショナル・インコーポレイテッド
 青山商事株式会社
 株式会社アルテ サロン ホールディングス
 アスミック・エース株式会社
 アソビュー株式会社
 アステラス製薬株式会社
 ベースフード株式会社
 株式会社ビームス
 株式会社ビューティ・ミッション
 株式会社ベネッセコーポレーション
 株式会社ビズリーチ
 Black Card I株式会社
 ブックオフコーポレーション株式会社
 株式会社ブレインスリープ
 株式会社CHINTAI
 株式会社クレディセゾン
 ダイキン工業株式会社
 株式会社ディー・エヌ・エー
 株式会社DeNA SOMPO Carlife
 ディップ株式会社
 イーデザイン損害保険株式会社
 アース製薬株式会社
 株式会社エフ琉球
 株式会社FABRIC TOKYO
 株式会社ファミリーマート

株式会社フィッツコーポレーション
 株式会社FOOD & LIFE COMPANIES
 フォーモストブルーシール株式会社
 一般社団法人渋谷未来デザイン
 株式会社学研ホールディングス
 株式会社ゴルフダイジェスト・オンライン
 株式会社八代目儀兵衛
 株式会社I-ne
 日本アイ・ピー・エム株式会社
 株式会社伊藤園
 日本航空株式会社
 日本たばこ産業株式会社
 JR西日本SC開発株式会社
 株式会社KADOKAWA
 一般財団法人関西電気保安協会
 KDDI株式会社
 キッコーマン株式会社
 木村グローバルマーケティング合同会社、アルダ株式会社
 小林製薬株式会社
 株式会社コメ兵
 株式会社甲羅
 株式会社コーセー
 株式会社ローソン銀行
 レノボ・ジャパン合同会社
 ライフネット生命保険株式会社
 株式会社LIFULL
 ライオン株式会社
 株式会社エムアンドケイ
 マドラス株式会社
 株式会社舞浜リゾートライン

MARKSTYLER株式会社
 マース ジャパン リミテッド
 株式会社マルハン
 株式会社メルペイ
 三井住友海上火災保険株式会社
 株式会社ミツウロコグループホールディングス
 株式会社Mizkan
 株式会社Mizkan Holdings
 MSD株式会社
 武蔵塗料ホールディングス株式会社
 Mysurance株式会社
 中野製薬株式会社
 株式会社Nature Innovation Group
 ネスレ日本株式会社
 株式会社ネクストビート
 日本ハム株式会社
 株式会社ナイキジャパン
 NINJAPAN株式会社
 株式会社ニトリ
 野村アセットマネジメント株式会社
 株式会社NSグループ
 株式会社NTTドコモ・ベンチャーズ
 オッズ・パーク株式会社
 株式会社沖縄ファミリーマート
 オムロン ヘルスケア株式会社
 パナソニック コネクト株式会社
 バイオニア株式会社
 株式会社Preferred Networks
 株式会社Preferred Robotics
 株式会社プロトコーポレーション

株式会社リクルート
 株式会社ライドオンエクスプレス
 株式会社リウボウインダストリー
 シャープ株式会社
 株式会社ソーシャルインテリア
 ソックコウベ株式会社
 損害保険ジャパン株式会社
 ソニー損害保険株式会社
 株式会社SUBARU
 三井住友カード株式会社
 株式会社サンドラッグ
 サントリーホールディングス株式会社
 サントリー株式会社
 東宝株式会社
 株式会社タカラトミー
 トヨタファイナンス株式会社
 株式会社トラストバンク
 合同会社ユー・エス・ジェイ
 バリュエンスジャパン株式会社
 株式会社ベクトル
 株式会社ヴァーチェ
 株式会社ワールドプラス
 株式会社WOWOW
 YKK AP株式会社
 横河電機株式会社
 株式会社YOUSTRUST
 株式会社ZOZO

PARTNER

211名 89社

アクセント株式会社
 株式会社アドウェイズ
 株式会社エイド・ディーシーシー
 Appier Group株式会社
 株式会社Asobica
 アユダテ株式会社
 株式会社ベストインクラスプロデューサーズ
 株式会社BitStar
 Braze株式会社
 株式会社CAM
 チーターデジタル株式会社
 株式会社クラウドイノベーション
 株式会社CMeTV
 コミューン株式会社
 コンテンツスクエア・ジャパン合同会社
 株式会社サイバーエージェント
 株式会社ディーアンドエム
 株式会社D2C ID
 株式会社D2C R
 株式会社データ・ワン
 data.ai(App Annie Japan株式会社)
 株式会社電通コンサルティング
 株式会社電通デジタル

株式会社 電通
 DoubleVerify Japan株式会社
 エンバーポイント株式会社
 株式会社ENJIN
 株式会社Faber Company
 株式会社フィードフォース
 株式会社FinT
 株式会社FOR YOU
 株式会社ジーニー
 株式会社ギブリー
 GMO NIKKO株式会社
 株式会社 博報堂
 株式会社井之上パブリックリレーションズ
 株式会社アイレップ
 IRISデータラボ株式会社
 株式会社IRIS
 株式会社JPメディアダイレクト
 株式会社カタリベ
 株式会社キッズスター
 株式会社ライトパブリシティ
 Loop Now Technologies株式会社
 株式会社manage4
 株式会社メンバーズ

株式会社メタサイト
 Micoworks株式会社
 Miraki株式会社
 株式会社mov
 ニールセンデジタル株式会社
 株式会社日宣
 ノバセル株式会社
 株式会社NTTドコモ
 ワンメディア株式会社
 株式会社オロ
 株式会社パソナ
 合同会社PETS
 株式会社ブレイド
 株式会社バズル
 クアルトリクス合同会社
 楽天グループ株式会社
 Repro株式会社
 REVISIO株式会社
 株式会社リチカ
 島袋
 株式会社SAKUSEN TOKYO
 SCデジタルメディア株式会社
 Septeni Japan株式会社

SHE株式会社
 Shopify Japan株式会社
 ソーウェルバー株式会社
 株式会社Sprocket
 Teads Japan 株式会社
 株式会社テレシー
 THECOO株式会社
 TieUps株式会社
 TOHOマーケティング株式会社
 株式会社 東北新社
 株式会社テレビ朝日
 株式会社UNCOVER TRUTH
 株式会社visumo
 株式会社wevna
 Wovn Technologies株式会社
 株式会社サイカ
 株式会社ヤプリ
 株式会社YOUSTRUST
 株式会社ゆめみ
 ゼロイチ株式会社