

日本プロモーション・マーケティング学会主催
産学交流研究会

2023年9月22日(金)15:30～17:30 オンライン配信

『リテール DX における顧客戦略の焦点とは？』

小売業が取り組むDXの実際と、それが目指す顧客戦略とはどのようなものか？
これによって、メーカーとの協働関係やメーカーの販促施策はどのように変化するか？
リテール DX が進展する環境下において、小売業とメーカーとの争点を深く理解し、
効果的なプロモーションを実現するための＜真の課題とチャンスは何か＞を探る。



< テーマ >

『リテール DX における顧客戦略の焦点とは？』

小売業が取り組むDXの実際と、それが目指す顧客戦略とはどのようなものか？
これによって、メーカーとの協働関係やメーカーの販促施策はどのように変化するか？
リテール DX が進展する環境下において、小売業とメーカーとの争点を深く理解し、
効果的なプロモーションを実現するための< 真の課題とチャンスは何か > を探る。

< 構成 >

I部 基調講演

15:30～16:20

講

師：山崎 泰弘氏

副学会長、(財)流通経済研究所 常務理事

『リテール DX における顧客戦略の焦点とは？』

II部 パネルディスカッション

16:20～17:30

パネリスト：清田 明信氏

ウエルシア薬局(株) 販促企画部長

『ウエルシアのID戦略』

望月 洋志氏

リテールメディアプランナー

『リテールメディアによるマーケティングの変化』

山崎 泰弘氏

副学会長 (財)流通経済研究所 常務理事

進

行：中村 博氏

学会長

中央大学大学院 教授

I部 基調講演

副学会長 山崎 泰弘氏



流通経済研究所 常務理事
CVSチェーン勤務を経て2005年に流通経済研究所。2013年に理事、2019年より現職。2012年より明治学院大学経済学部非常勤講師を兼任。主な著書は『「インスタ・マーチャンドアイジング（共著）」（日本経済新聞出版社）、『ショッパー・マーケティング（共著）」（日本経済新聞出版社）

II部 パネルディスカッション

ウエルシア薬局(株) 販促企画部長 清田 明信氏



大学病院薬剤師勤務を経て、2004年(株)グリーンクロス・コア（現ウエルシア薬局）入社。2011年までウエルシア薬局(株)商品部バイヤーとして各種カテゴリーを担当。2012年より中国国営企業との合弁会社「聯華毎日鈴有限公司」商品部長として上海・蘇州店舗立上げに従事。2015年より現職。アプリ・SNS・サイネージ等のデジタル媒体販促の運営を開始する。直近では自社IDの構築・運営を強化しており、ドラッグストアならではのOne to Oneマーケティングを模索中。

進行

学会長 中村 博氏



中央大学 大学院 戦略経営研究科 教授
1978年早稲田大学商学部卒業。1993年筑波大学大学院経営政策科学研究科経営システム科学専攻修了。1996年学習院大学経営学研究科博士後期課程単位取得満期退学。1999年経営学博士。流通経済大学流通情報学部教授、専修大学商学部教授を経て現在にいたる。主な著書に『新製品マーケティング』（中央経済社）、『マーケット・セグメンテーション（編著）』（白桃書房）など。

リテールメディアプランナー 望月 洋志氏



セブンネットショッピングでイトーヨーカドーの店舗在庫モデルのネットスーパーや倉庫在庫モデルのネット通販のマーケティング・立ち上げ支援の後、博報堂プロダクツに入社。大手流通グループのデジタルマーケティングや、スーパーマーケット向けのアプリ開発などを行い、食品卸・日本アクセスのIT子会社D&Sソリューションズで「情報卸」というリテールDX事業を担当。リテールメディアの推進をしている。

- <参加料>
- 日本プロモーション・マーケティング学会員 無料
(学会員A、B、C、学生 D協賛社は5名まで無料)
 - JPM会員社の方 お一人様 3,000円 (税別)、一般企業の方 お一人様6,000円 (税別)
(有料参加の方には、振込手数料は申込者負担でお願いします。)

<申込方法> 有料参加の方 (JPM会員社、一般企業の方) は、
「申込書」に参加者をご記入の上、事務局までご提出ください。
※申込書に記入していただいた人数で請求書を作成させていただきますので、
何卒ご了承ください。

<有料参加者への連絡>

提出された申込書に基づき、参加者個人宛に登録用のメールを送ります。
各自登録していただければ、当日参加のための確認メールがご本人宛に自動送付されます。

<申込締切> 9月20日(水)