

ワールド・マーケティング・サミット・ジャパン 2015 記者発表会

WORLD
MARKETING
SUMMIT
JAPAN 2015

Better world through marketing



WORLD
MARKETING
SUMMIT
JAPAN 2015

Better world through marketing



高岡 浩三

ワールド・マーケティング・サミット・ジャパン・カウンスル代表
(ネスレ日本株式会社 代表取締役社長兼CEO)

日本における マーケティングの課題

人的課題

- マーケティングの重要性に対する認識がない
- マーケティング人材の育成が必要

組織的課題

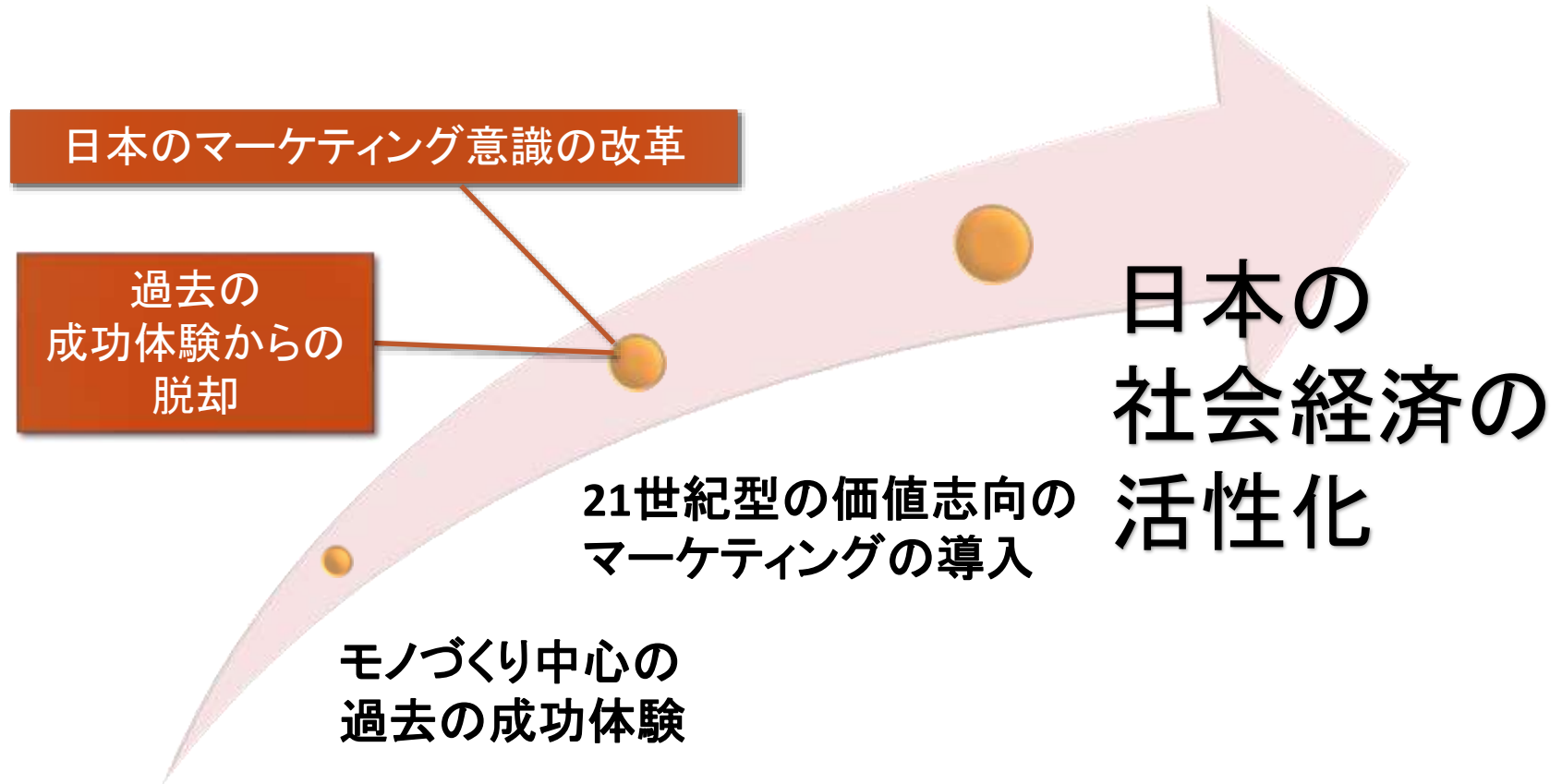
- 営業や販促ツールとしてしか認識がない
- マーケティングを経営の中心にすえる据える必要性

社会経済的課題

- 先進国に見合ったマーケティングの導入
- 企業、政治、教育、NPO などあらゆる領域での必要性

日本の社会経済を、
“過去の成功体験からの脱却”により
活性化させる。

先進国としての ビジネスモデルの構築



日本社会の未来のために、
マーケティングができること。

グローバルの英知を結集し、
日本の課題解決をサポートします。

これまでの ワールド・マーケティング・サミット

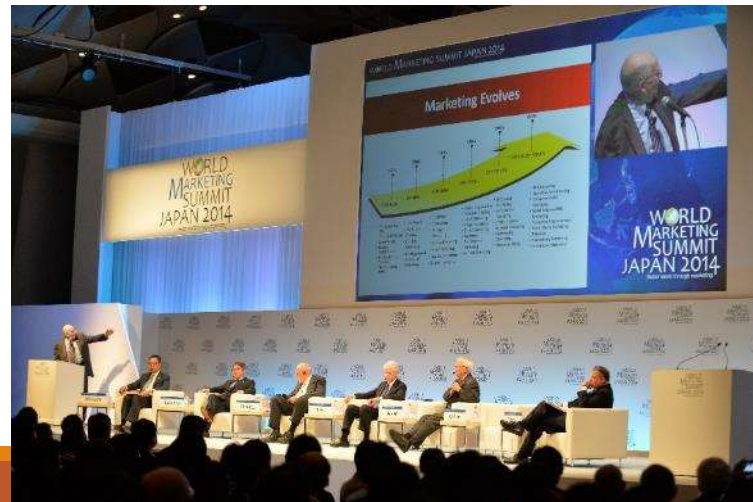
2010年 フィリップ・コトラー氏の提唱により創設

2012年 ダッカ(バングラディッシュ)において第1回目を開催

2013年 クアラルンプール(マレーシア)において第2回目を開催

2014年 第3回目を初めて東京において開催

- 国内外のマーケティング第一人者、約30名が集結
- 参加者約2500名



ワールド・マーケティング・サミット・ ジャパン2015

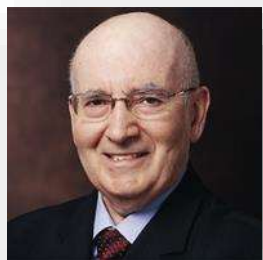
サミットテーマ：
デジタル時代において
グローバルで勝つためには

- 2015年10月13日(火)、14日(水)
- グランドプリンスホテル新高輪
国際館パミール



- 主催：ワールド・マーケティング・サミット・ジャパン・カウンスル
- 募集定員：1000人、登壇予定講師：約30名

世界中の英知が 東京に集結



WORLD
MARKETING
SUMMIT
JAPAN 2015
Better world through marketing



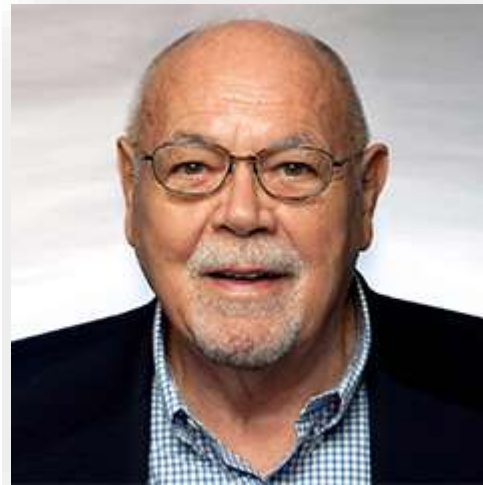
世界の英知に触れられる 8つのセッションテーマ

セッションテーマ:

1. イノベーションとアントレプレナーシップ
2. デジタルマーケティングへの挑戦
3. IoT 時代の新しい製品・サービスの導入
4. マーケティングとダイバーシティ
5. 新興市場での成長戦略
6. 社会的価値を創造するマーケティング
7. マーケティングマネジメント新時代
8. 2020年に向けて何をすべきか

新設された インタラクティブセッション

マーケティングの巨人、
フィリップ・コトラー教授やドン・シュルツ教授と
直接対話することができる
インタラクティブセッションも開催



WORLD
MARKETING
SUMMIT
JAPAN 2015

Better world through marketing

パネルディスカッション

- 入山 章栄

早稲田大学 ビジネススクール 准教授

- 石橋 正明

公益社団法人 日本マーケティング協会 専務理事

- 石橋 昌文

ワールド・マーケティング・サミット・ジャパン・カウンシル事務局長

(ネスレ日本株式会社 チーフ・マーケティング・オフィサー

常務執行役員 マーケティング & コミュニケーションズ本部長)

(敬称略)

ディスカッションテーマ

- 「マーケティング」と
「デジタルマーケティング」



ディスカッションテーマ

- 時代を先取りする
象徴的なマーケティングを
実践する企業は？



ディスカッションテーマ

- マーケティングの
解釈について



Q&A セッション



ワールド・マーケティング・サミット・ ジャパン2015



- 2015年10月13日(火)、14日(水)
- グランドプリンスホテル新高輪
国際館パミール

サミットテーマ：
デジタル時代において
グローバルで勝つためには



日本の社会経済を、
“過去の成功体験からの脱却”により
活性化させる。

WORLD
MARKETING
SUMMIT
JAPAN 2015

Better world through marketing