

# データドリブン・コミュニケーションセミナー2018

日時 2018年2月16日(金) 13:00~17:00 (受付12:30~)

会場 日本印刷会館2F会議室  
(東京都中央区新富1-16-8)

<最寄駅>  
東京メトロ有楽町線 新富町駅5番出口より徒歩2分  
東京メトロ日比谷線 築地駅4番出口より徒歩5分  
JR京葉線 八丁堀駅A3出口より徒歩7分

参加費用 一般:5,000円(税込5,400円)、DM協会会員:3,500円(税込3,780円)

申込締切 2018年2月9日(金) ※参加費は2月13日(火)までにお振込みください。

申込方法 お申込みフォームに必要事項を入力の上、送信してください。  
お申し込みが正しく受領されると、申込時のE-mailにお振込み等  
のご案内を送信いたしますので、期日までにお振込み下さい。  
参加費用のお振込みをもってお申込みが正式に完了となります。

お申し込みフォームは  
こちらのQRコードから  
アクセスできます。



お問合せ先 一般社団法人日本ダイレクトメール協会

TEL:03-5541-6311 Mail:seminar@jdma.or.jp

## 講演スケジュール (講師名は敬称略)

### 基調講演 「データ市場の実践 ~データ流通・利活用とイノベーションのプラットフォーム~」

13:10

▼  
14:10

実業界における多様なデータは、容易に内容を公開できません。  
それ故、データジャケット(人が書き、人が読むためのメタデータ)という技法によって内容は出さずに概要のみ提示し合い、データ取引を通じてデータの価値を表出化し実現してゆきます。このコミュニケーション・アプローチによってデータ駆動イノベーションを実現するプラットフォームとして「データ市場」を世界に先駆けて提案した2013年以來の、実験と実践の成果をご紹介します。



東京大学大学院工学系研究科  
システム創成学専攻 教授

大澤幸生

### 研究発表 「DMの進化過程~データベースマーケティング委員会報告~」

14:20

▼  
14:40

データベースマーケティング委員会では、大澤教授が開発したInnovators Marketplace on Data Jacket(IMDJ)というデータドリブンなイノベーションメソッドを用いて、DMの進化についてアイデア創出を進めてきました。今回はIMDJ実施プロセス及び得られたDM関連のニーズ仮説とソリューションアイデア、来年度へ向けた委員会の取組みをご報告します。



データベースマーケティング委員会  
委員長

宇井剛史

### 事例紹介① 「AIによる顧客嗜好性分析とDMのパーソナライズ事例」

14:50

▼  
15:50

協和ではDMのレスポンスの重要な要素である「レコメンドする商品」、「デザイン」、「コピー」をお客様の嗜好に合わせ、パーソナライズ化させて発送する取り組みを開始しています。そのためにお客様の属性、購買履歴、過去のデザインのデータベース、お客様が購買に至ったきっかけの調査結果といった情報を人工知能SENSYにインプットしてマッチングを行っています。本講演ではその取り組みについてご紹介します。



(株)協和  
情報戦略グループ  
IT化推進2チーム  
針金一平



SENSY(株)  
代表取締役  
渡辺裕樹

### 事例紹介② 「デジタル化時代におけるコミュニケーション最適化事例」

16:00

▼  
17:00

今やマーケティング施策の主戦場はデジタルへと移っています。その一方、デジタル「だけ」という弊害が生まれているのも事実です。デジタルで効かない層に対してアプローチするには、やはりアナログ施策は欠かせません。そんなアナログ施策の代表格といえるダイレクトメール(DM)は、実はデジタルネイティブの若い層にも有効だという調査結果もあります。デジタルとアナログの融合施策について、大手広告主の実証実験事例や調査結果をもとに明らかにします。



日本郵便(株)  
郵便・物流営業部 担当部長  
鈴木睦夫

※上記講演内容・講演順は一部変更になる場合がございます。予めご了承願います。