

社会状況により、スケジュールや開催方法が変更になる場合がございます。ご了承ください。

日時	1/18(火) LIVE配信決定 14:00~15:30 + 放課後座談会	2/3(木) LIVE配信決定 14:00~16:00 + 放課後座談会	2/17(木) Online Talk Session 10:00~12:00 + 放課後座談会	3/2(水) LIVE配信決定 15:00~16:30 + 放課後座談会	3/16(水) LIVE配信決定 15:00~17:00 + 放課後座談会
講師	 株式会社ニッセイ基礎研究所 生活研究部 上席研究員 久我 尚子 氏	  NOSIGNER株式会社 代表 進化思想家/ デザインストラテジスト NOSIGNER株式会社 CMO シンカ株式会社 CMO 神奈川大学 非常勤講師 太刀川 英輔 氏 古川 純 氏	   近畿大学 教授 株式会社 B-Bridge 代表取締役社長 株式会社リクルート マネジメント ソリューションズ シニアコンサルタント 廣田 章光 氏 榎本 博之 氏 井上 功 氏	 株式会社TNC 代表取締役社長 / プロデューサー 小祝 誉士夫 氏	 TikTok For Business Japan Senior Brand Strategist, Global Business Marketing-Japan Harman Chan 氏
テーマ	ウィズコロナ・ポストコロナの消費者像	進化思考で考える企業の未来	企業におけるイノベーションの起こし方 ~人材育成とシステムなど多角的視点から~	世界15カ国の先進事例から学ぶアフターコロナのニュービジネス	TikTok 世代別インサイトレポート
おすすめ	若手・リーダー層の実務者から経営層まで 商品企画・開発部門 マーケティング部門 経営層 withコロナ時代の生活 消費者行動 価値観の変化 に興味のある方	 若手・リーダー層の実務者からマネジメント層・経営層まで 創造性を高める思考法 そこから見いだせる未来に興味のある方	経営者・マネジメント層・リーダー層 経営者 マーケティング部門 商品企画・開発部門 企業で起こすイノベーションの方法にご興味のある方	マネジメント層・リーダー層などの実務者 新規事業 商品企画・開発部門 マーケティング部門 世界の新興事業に興味のある方	 若手実務者~リーダー層の実務者 コミュニケーション部門 マーケティング部門 企画・開発部門 若者世代の意識や実態 SNS活用などにご興味のある方
内容	コロナ禍の外出自粛で、非接触志向が高まる中で、消費行動が大きく変容。旅行や外食などの外出型の消費行動が大幅に減る一方、食事のデリバリーや動画配信の利用といった巣ごもり消費行動が活発化。働き方ではテレワークが浸透し、家族や生活を重視する志向が一層、高まるなど価値観も変容した。ニッセイ基礎研究所の調査結果や政府統計などのデータから、ウィズコロナの暮らしの変化を読み解き、ポストコロナを考察する。	「進化思考で考える企業の未来」 ■誰もが発想できる方法 ■自然の進化と創造性の関係 ■集合知でモノを生み出すための方法 「進化思考」による「創造性教育」に力を入れている、2名の講師が知見を共有する。 ■太刀川 英輔 氏：「進化思考」の考え方、基本的な内容について紹介 ■古川 純 氏：進化思考の詳細、具体的な事例について紹介	企業経験と学術探求をベースに、デザイン思考によるイノベーションを推進しておられる廣田氏には、「学生(未来)、企業」の視点から。シリコンバレーで日本の自治体、企業、若者を世界に「つなぐ橋わたし」をされている榎本氏には、「世界の中の日本」の視点から。リクルートというイノベーションを生むことを仕組化している企業から、他企業に向けた仕組のインプラントを推進されている井上氏には、「企業、人材育成」の視点から。三者の視点を通じ、立体的な時空で「企業のイノベーションをどうやって起こすか」について対話していただく。 ◆10分プレゼンテーション ■井上 功 氏 組織の中から環境としてイノベーションをおこす~リーダー開発と事業開発の融合 ■榎本 博之 氏 シリコンバレーを活用したマインドセット構築と ■廣田 章光 氏 グローバル展開について ◆トークセッション (質問大歓迎！)	大好評の著書『アフターコロナのニュービジネス大全』。この書籍で紹介している「世界15カ国の先進事例」からの考察や、グローバルでのアフターコロナのライフスタイル、ニューノーマル時代を勝ち抜くためのヒントについてお話しします。 1. Beyond DISTANCE 距離を超える 2. Beyond SHOPPING 新しい購買体験 3. Beyond ENTERTAINMENT 新しい娯楽のあり方 4. Beyond LUXURY 贅沢の概念が変わる 5. Beyond DATA 時代を拓(く)データ活用 6. Beyond COMPANY 企業活動をアップグレード 7. Beyond LOCAL 地域はネクストステージへ ※上記より内容を抜粋し解説	TikTok For Businessでは、これまでも日本のTikTokユーザーの動向と実態を調査し、マーケティング・コミュニケーションの未来を紐解いた「TikTokユーザー白書」、1996年以降に生まれたZ世代と呼ばれるユーザーのリアルな声をまとめた「Z世代白書」など、さまざまなユーザー調査を実施してきました。 その中でTikTokは、若い世代だけでなく幅広い世代へとユーザー層が拡大、TikTokの利用実態も世代によって多様であることが見えてきました。「世代別ユーザー白書シリーズ」では、ミレニアル世代、X世代、Z世代の3つの世代について、それぞれのTikTokインサイトについて考察していきます。 ■ユーザー調査 ■ミレニアル世代 ■ユーザーインサイト ■X世代 ■世代別インサイト ■Z世代 ■マーケティングコミュニケーション
内容	■個人消費全体の状況 ■ウィズコロナの行動変容 (買い物、食、移動、娯楽、働き方など) ■ポストコロナの消費者像 ■中長期的な消費構造の変化				

本プログラムについて、日程、講師、テーマ、内容、場所 (都内中央区を予定) などに変更になる場合がございます。最終のご案内については、必ず当協会のホームページで募集要項をご確認ください。