



12:30 ～ 「世界標準の経営理論」に学ぶ。変革期における企業戦略・デジタルトランスフォーメーションを実現するために取り組むこと

早稲田大学大学院 早稲田大学ビジネススクール 教授

入山 章栄 氏

慶應義塾大学経済学部卒業、同大学院経済学研究科修士課程修了。三菱総合研究所で、主に自動車メーカー・国内外政府機関 への調査・コンサルティング業務に従事した後、2008 年 に米ピッツバーグ大学経営大学院より Ph.D.(博士号)を取得。同年より米ニューヨーク州立大学バッファロー校ビジネススクール助教授。2013 年より早稲田大学大学院 早稲田大学ビジネススクール准教授。2019 年より現職。専門は経営学。

「Strategic Management Journal」など国際的な主要経営学術誌に論文を多数発表。著書は「世界標準の経営理論」(ダイヤモンド社)、「世界の経営学者はいま何を考えているのか」(英治出版)「ビジネススクールでは学べない 世界最先端の経営学」(日経BP社) 他。 テレビ東京「ワールドビジネスサテライト」のレギュラーコメンテーターを務めるなど、メディアでも活発な情報発信を行っている。



14:30 ～ ブランドマーケティングにおけるデジタルと実店舗の活用について

資生堂ジャパン株式会社

イノベーションプロデュース部 部長

長野 種雅 氏



2000 年～ 2010 年3月 研究所 化粧品やシャンプー・コンディショナー開発・基礎研究に従事
2010 年 4 月～現 在 ヘアケア・男性用化粧品のマーケティング担当。現在はイノベーションプロデュース部に所属



15:20 ～ デジタル時代における「本質的マーケティング」とは？～顧客起点マーケティングモデル～

M-Force 株式会社 代表取締役

元 P&G マーケティング執行役員

長 祐 氏



2001 年東京大学大学院新領域創成科学研究科卒業後、P&G入社。アジア全域での新製品開発における製品・コンセプト調査をリード。ブランドマネージャーとして、ジレット、P&G Professionals、ジョイ、Maxfactor、SK-II、BRAUN、Oral-Bなど多岐に渡るカテゴリーのブランドマネジメントを担当。化粧品カテゴリーの日本事業責任者としてSK-IIのマーケティングモデルの転換をリードし、停滞していたビジネスを4年に渡り急成長させる。P&Gジャパン執行役員に就任後、BRAUNを中心とする家電事業の事業代表としてビジネスモデルの転換を推進。2019年よりM-Force株式会社代表取締役就任。



16:00 ～ 「BOTANIST」「SALONIA」から紐解く～小さく生んで大きく育てる、大手に負けないI-neのマーケティング戦略～

株式会社I-ne取締役 販売本部本部長代理

ブランドプロモーション部 部長

伊藤 翔哉 氏



2011年：株式会社I-ne入社

2013年：EC事業部責任者に就任し、主にデジタル関連の広告、マーケティングを兼任。

2017年：取締役 兼 販売本部本部長代理に就任(現任)