

**【参加費無料】アフターコロナとDX2023
— B2B オムニチャネルの2023年のポイントを10/20(木)に開催します**

IoT、AIなどのデジタル技術を活用して企業のデジタルトランスフォーメーション（以下、DX）を支援するアジアクエスト株式会社（本社所在地：東京都千代田区飯田橋 代表取締役：桃井純 以下、アジアクエスト）は10/20(木)にウェビナー『アフターコロナとDX2023 — B2B オムニチャネルの2023年のポイント』を開催します。

申し込みフォーム ⇒ <https://www.asia-quest.jp/aqw/aqw20221020/>

**■日本のB2B企業は2023年に何をリリースすべきか**

2019年末より始まり、既に3年が経とうとしているCOVID-19インパクト。確実に世界は変化し、新しいスタンダードへ移行しています。消費者はデジタル消費とオムニチャネルに目覚め、その便利さをより高い次元で要求するようになりました。キャッシュレスは当然のこと、宅配や受け取り、予約サービスを提供できない企業は消費の選択肢から外されかねない時代に入りました。では、企業間取引、すなわちB2Bはどうでしょう？

McKinsey & Companyが2022年初頭に発表した「B2B グロースの新方程式」と呼ばれるレポートでは、セールスをリアル・リモート・デジタルセルフサービス（EC）に分割することはB2Bバイヤーにとってはや当たり前のことであり、コロナ禍中にこの「三分割法」に対応した企業の91%はコロナ禍以前と同じかそれ以上に効率的なセールスを展開できている実感がある、としています。

そして、先進12カ国中、B2Bセールの3分割対応が最も遅れている国の一つが日本であるとも述べています。

コロナ開けの光明が見え始めた2022年末、経済再起動と同時に円安が進み、日本のB2B企業は内需経済での苦戦が予測され、海外からの調達需要増加が新しいチャンスと見込まれるでしょう。その中で、オムニチャネル化に馴染み、不可逆となってしまった世界各国のバイヤー達は、日本企業をどうとらえるのでしょうか？

■ウェビナー概要

本ウェビナーでは、B2Bオムニチャネルが満たすべきポイントを分解し、日本のB2B企業は2023年に何をリリースすべきか、について考察します。

- ・名称：アフターコロナとDX2023 — B2B オムニチャネルの2023年のポイント
- ・日時：2022年10月20日（木）18:00 - 19:00
- ・お申込みURL：<https://www.asia-quest.jp/aqw/aqw20221020/>

■アジェンダ

- 用意すべきオムニチャネルの数とマッチする業界
- デジタル体験・ロイヤリティ・顧客離反の関係性
- 3つのエンゲージメント面で24時間365日対応する
- 描くべき体験・実装すべき機能・統合すべきデータ

■登壇者プロフィール

アジアクエスト株式会社
執行役員 CMO/DX 戦略室室長
金澤 一央

大手GMS、インテグレータを経て、ネットイヤーグループ株式会社に参画。同社戦略プランナー、プロデューサーを経てアナリティクス&オペティマイゼーション事業部長に就任。通算1,000件以上のデジタル・マーケティング・プロジェクト（コンサルティング、制作開発、データ分析など）。2016年留学渡米に伴い同社フェローに就任。2019年にアジアクエスト株式会社DXフェロー兼DX Navigator 編集長となり、その後、DX戦略室室長に就任。

■アジアクエスト株式会社について

アジアクエストは、企業のDXを支援する「デジタルインテグレーター」です。通常のシステムインテグレーションだけではなく、お客様のDXを共に考えるコンサルティングから、DXに必要なデジタルテクノロジーを駆使したシステムの設計、開発、運用までを一貫して請け負います。IoT、AI、Cloud、Mobile、Web、UI/UXの各デジタル分野の専門テクノロジーチームを有し、お客様のゴールに向けて最適なプロジェクトチームを編成します。DXに関する豊富な知見と幅広い技術力により、ビジネスモデルの有効性や技術的な課題を検証する為のPoCの実施やデジタルに対応した大規模なシステムの構築まで、スピーディーな対応が可能です。

【本件に関するお問い合わせ先】 アジアクエスト株式会社 宮崎（ミヤザキ）

TEL：(03) 6261-2701 e-mail：pressrelease@asia-quest.jp URL：<https://www.asia-quest.jp/>