

報道関係各位

2026年6月30日

アライドアーキテクト株式会社

オルビス・大阪ガス・三井住友カード・八代目儀兵衛・ポッカサッポロ・キューサイ登壇 特別カンファレンスをアライドアーキテクトが開催

「顧客理解」を起点に、データとクリエイティブによる事業成長の加速を体感する一日

【Data × Creative Summit】

データとクリエイティブの力でマーケティングコミュニケーションを設計し、企業のマーケティング AX を支援するアライドアーキテクト株式会社（本社：東京都渋谷区、取締役社長：村岡弥真人、証券コード：6081、以下「当社」）は、6月12日（金）にオルビス株式会社・大阪ガス株式会社（FitDish）・三井住友カード株式会社（Vトリップ）・株式会社八代目儀兵衛・ポッカサッポロフード&ビバレッジ株式会社・キューサイ株式会社の皆さまをお迎えし、データとクリエイティブを融合させたマーケティング戦略をテーマとした特別カンファレンス【Data × Creative Summit】を開催いたしました。

EVENT REPORT



オルビス・大阪ガス・三井住友カード・八代目儀兵衛・ポッカサッポロ・キューサイ登壇

特別カンファレンスを アライドアーキテクトが開催

■「Data × Creative Summit」とは

「Data × Creative Summit」は、データとクリエイティブを掛け合わせたマーケティング戦略をテーマに、実践企業の経営者・マーケティング担当者様をお招きし、具体的な取り組みや知見をお話しいただくイベントです。当日は、全4セッションにわたり、顧客理解を起点としたブランド成長やコミュニケーション設計の最新事例が語られました。

■セッションダイジェスト

<Session 1 | オルビス株式会社・大阪ガス株式会社 (FitDish) 登壇>

顧客を理解するための正しいアプローチと事業変革の裏側

オルビス株式会社 ディレクトブランディング部 部長 前田創一朗氏、大阪ガス株式会社 エナジーソリューション事業部 エナジープラスプロジェクト 鈴木菜々氏、モデレーターに当社顧問でもある株式会社シンクロ代表取締役 西井敏恭氏を迎え、両社が直面したマーケティングの「再定義」の必要性とその実践プロセスが語られました。

オルビス様は CPA 高騰を背景に「安さ・お得感」偏重の訴求から脱却するため、N1 インタビューやヒートマップ分析を通じて顧客インサイトを深掘りした経緯が紹介されました。「価格ではなく長く使いたいかが LTV を決める」という発見をもとに知覚品質を高めるクリエイティブへ刷新を進めたこと、そして、初回接点での広告コミュニケーションをブランド投資として捉え直した組織変革の実態が共有されました。



大阪ガス様の FitDish からは CEPs リスニング[®](※1)とアスキング調査・三角検証の 3 ステップで顧客の本音を掘り起こし、「手間削減・便利」訴求から「冷蔵庫に常備する食卓の保険」へと新しいブランドメッセージの発見過程が紹介され、「データが意思決定の根拠となることでチームの一枚岩化につなげていく」という両社共通の示唆が参加者の共感を呼びました。



**<Session 2 | 三井住友カード株式会社(Vトリップ)登壇>
認知も獲得も攻略。CEPs 起点のクリエイティブ新・方程式**

ゲストに三井住友カード株式会社 マーケティングユニット ビジネス企画プロダクトオーナー 福田保範氏、モデレーターに当社ブランドグロース統括部 コミュニケーションデザイン部 部長 田中亮を迎えたセッションでは、CEPs 起点のクリエイティブ設計による認知・獲得の一体的な攻略手法が紹介されました。

顧客が「どんな瞬間にブランドを思い浮かべるか」を起点にメッセージを設計することで、認知施策と獲得施策を分断することなく一貫したコミュニケーションが実現できるという考え方が具体的な事例とともに示されました。単なる媒体最適化にとどまらず顧客インサイトに根ざしたメッセージ設計こそが ROI 向上につながるという実践知は、参加者から多くの反響を集めました。



<Session 3 | 株式会社八代目儀兵衛・ポッカサッポロフード&ビバレッジ株式会社登壇>

『お客様の声』を、勝ち筋に変える —八代目儀兵衛×ポッカサッポロが語る、CEPs 起点のコミュニケーション戦略—

株式会社八代目儀兵衛 マーケティングマネージャー 田村優也氏、ポッカサッポロフード&ビバレッジ株式会社 ブランドマネジメント部 宣伝・販促グループ グループリーダー 肥後亮氏、モデレーターに当社アカウントプランニング統括部 副部長 今崎裕二を迎え、VOC(※2)の収集からCEPs 設計・クリエイティブ制作への接続プロセスが具体的な成果数値とともに語られました。

八代目儀兵衛様からは、数千件のレビュー分析からCEPsを抽出してTikTok動画に展開した結果、「カジュアルギフト」という新たな市場文脈の開拓につながった事例が紹介されました。



ポッカサッポロ様からは SNS 自然発話の分析を起点に CEPs を設計してクリエイティブに反映することで「ポッカレモン 100」の過去最高出荷量を達成した取り組みが共有され、従来のお客様相談室の声という「声の大きい一部」から SNS 自然発話で市場全体の実態を把握する手法への進化が「今までにない分析の仕方」として参加者の注目を集めました。



<Session 4 | キューサイ株式会社登壇>

広告で勝つ時代は終わった。AI 時代を生き抜く、“理解し続ける構造”経営の設計図 KAKUHEN/KAKUSHIN
—— キューサイが挑む、Growth OS の全貌

キューサイ株式会社 上席執行役員副社長 営業戦略本部長 山田淳史氏、執行役員 営業戦略本部副本部長 小森谷裕之氏、モデレーターに当社取締役社長 村岡弥真人を迎え、AI の普及によって購買プロセスが変化し「売る」だけでは選ばれ続けられない現実を起点とした大規模マーケティング変革の全貌が語られました。

VOC や購買データ・行動データなど数種類のデータを統合して AI による高速仮説検証ループを経営の仕組みに組み込む「Growth OS」の考え方が体系的に解説されるとともに、経験依存・属人的判断という従来型マーケティングの限界を越え、顧客理解を継続的に深める構造を持つことが企業の優位性につながるという示唆が示されました。業種・業態を問わず多くの参加者の関心を集める、本カンファレンスの締めくくりにあつたセッションとなりました。



■参加者の声

今回のカンファレンスでは、参加者の皆様から下記のようなお声を多数いただきました。

- ・事業会社側の生の声が営業色なく聞ける機会はあまりなく、大変参考になった。
- ・顧客理解にフォーカスされていたので非常にわかりやすく、一貫性があって理解が進みやすかった。
- ・他社様の施策の実例をお聞きできて活用のイメージが具体化した。

- ・顧客理解を事業構造に組み込むことが今後の企業優位性につながるという印象を持った。
- ・一般的なセミナーでは聞くことができないようなレベル感の、満足度の高い内容だった。
- ・自社の課題と重なる部分があり、具体的なアプローチや顧客解像度向上の手法はもっとやっていかなければならないと感じた。

幅広い業種のご参加者様より、「CEPs という概念は知っているが施策への落とし込み方がわからない」「VOC の収集はできているが意思決定や戦略策定への活用まで至っていない」「顧客インサイトの定性・定量の接続に課題がある」「データ起点のクリエイティブ設計を組織に浸透させたい」といった共通課題に対する解決のヒントが得られたとの声を多数いただきました。



■【Data x Creative Summit】を終えて

本カンファレンスでとくに印象的だったのは、「顧客の声をどう聞くか」という方法論にとどまらず、それをクリエイティブと組織変革にいかにつなげるかという実行フェーズまで、各社が具体的なプロセスと成果とともに語ってくださった点です。

感覚頼みの意思決定からデータ起点の構造的アプローチへの転換が、施策改善にとどまらず組織や事業の成長モデルそのものを変えているという現実が、4セッションを通じてリアルに伝わるカンファレンスとなりました。

当社は今後も顧客の声を起点としたマーケティング変革を推進し、業界全体の発展に貢献できるよう事業活動に邁進してまいります。

<Kaname.ax®について>

「Kaname.ax®」は、蓄積された顧客の声(VOC)データからコミュニケーションの「起点となるインサイト」を発見し、企業のマーケティングコミュニケーション設計を支援するデータプラットフォームです。SNS 投稿、レビュー、EC 購買者のアンケート、リサーチパネルの調査結果など、顧客の声を多角的にデータ収集・統合し、AI で一元的に解析することで、Who × What × How のマーケティングフレームワークや CEPs に適応する形でデータ分析結果を出力します。

サービスサイト : <https://service.aainc.co.jp/kaname-ax>

<アライドアーキテクト株式会社 会社概要>

- ・代表者 : 代表取締役会長 田中 裕志
取締役社長 村岡 弥真人
- ・所在地 : 東京都渋谷区恵比寿一丁目 19-15 ウノサワ東急ビル 4 階
- ・URL : <https://www.aainc.co.jp>
- ・設立 : 2005 年 8 月 30 日
- ・事業内容 : マーケティング AX 事業・資産 AX 事業

<アライドアーキテクト株式会社とは>

アライドアーキテクト株式会社は、従来の事業構造を AI 前提で再設計する AX (AI トランスフォーメーション) を推進し、企業の持続的な成長を実現する AX カンパニーです。

AI を活用したデータ × クリエイティブでマーケティングを変革する「マーケティング AX 事業」と、オンチェーン経済圏における AX を通じて資産価値の向上を目指す「資産 AX 事業」を展開しています。

2005 年の創業以来、6,000 社を超えるマーケティング支援実績と、UGC をはじめとする顧客の声データ資産、独自開発の SaaS・AI 技術を蓄積。戦略立案からクリエイティブ、運用、開発までを担うデジタル・AI 人材を結集し、自らを変革し続ける企画者・創造者の集団として、「世界中の人と企業の創造がめぐる社会」を目指して、挑み続けています。

※1「Kaname.ax」に取り込んだ SNS の UGC や EC のレビューなどから独自 AI 技術を活用して顧客の声を分析し、商品・ブランドを購入・利用する際のきっかけ(CEPs: カテゴリーエントリーポイント)を導き出すサービスです。

※2 Voice of Customer 顧客の声のこと。

* 本プレスリリースに記載している会社名および商品・サービス名は各社の商標または登録商標です。

【リリースに関するお問い合わせ先】

アライドアーキテクト株式会社 経営企画室 広報担当

TEL: 03-6408-2791 MAIL: press@aainc.co.jp