

AQW2020 アフターコロナとDX --- イベント編

コロナ禍が加速した技術革新とシームレス・エクスペリエンス

2020.11.11.
執行役員CMO/DX戦略室長
金澤 一央



AsiaQuest

金澤 一央

執行役員CMO/DX戦略室長



「デジタル・イノベーションと実業の壁に挑み続けた、実現請負人」

量販店、システムインテグレータを経由してインターネット・ベンチャーに参画した異色の経歴。インターネット黎明期から、一貫して新規事業やR&Dプロジェクトに関わり続け、創業からIPOまでを経験。新技術を活用する事業コンセプト開発、マーケティング戦略立案などに強みを持ち、コンサルタントとして幅広い課題解決を担当。データ分析専門事業責任者としてGoogle、Adobe、Oracle各社と戦略パートナーシップ締結を主導。広告から制作開発、データ分析、実証実験などあらゆる方向での豊富なプロジェクト経験を持ち、幅広いパイプラインをもつ。データ分析国際カンファレンスのI-COMの審査員としても活躍。

【職歴】

- ・大手GMS勤務。長野地区を担当
- ・富士ゼロックス株式会社に移籍。関連子会社（FXSS）に出向。戸籍電算化システム、北関東地区担当セールス担当。同エリアマーケティングを兼任。
- ・ネットイヤーグループ株式会社参画。戦略プランナーを経てプロデューサー。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）を指揮。事業部長としてデータ分析事業を牽引。2016年より同社DXフェロー。2019年より同社執行役員CMOに就任。

【学歴】

- ・ニューヨーク大学 School of Professional M.S. Integrated Marketing
- ・東京工業大学 イノベーションマネジメント学部 MOT（1年無単位コース）
- ・高崎経済大学 経済学部

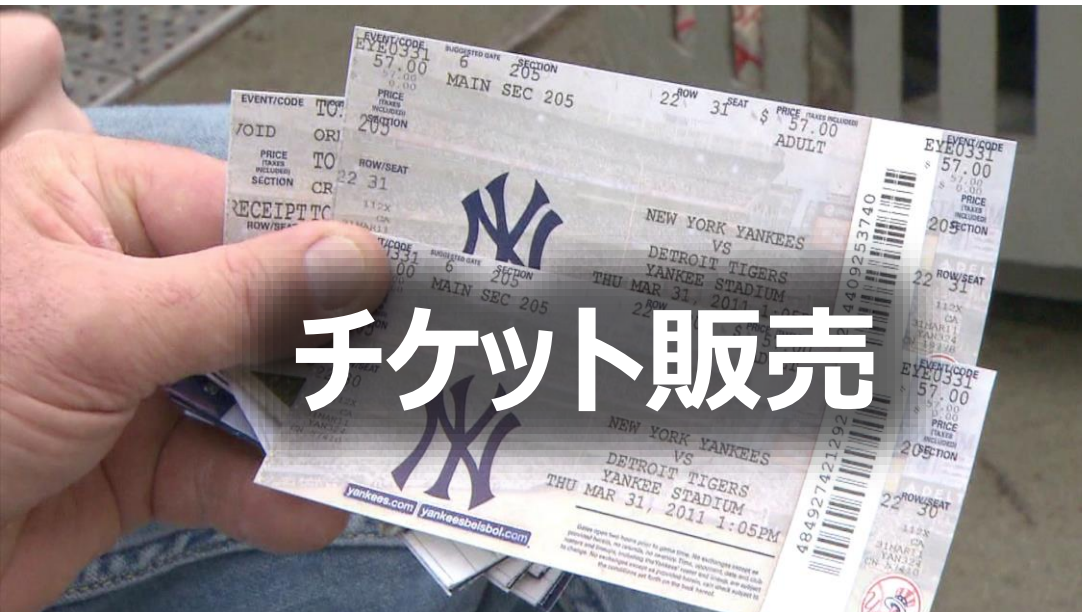
非接触



非移動



- 開催の中止・延期
- 観客流入の制限
- イベント参加=ネガティブという社会意識



チケット販売



広告
(スポンサード)



放映権

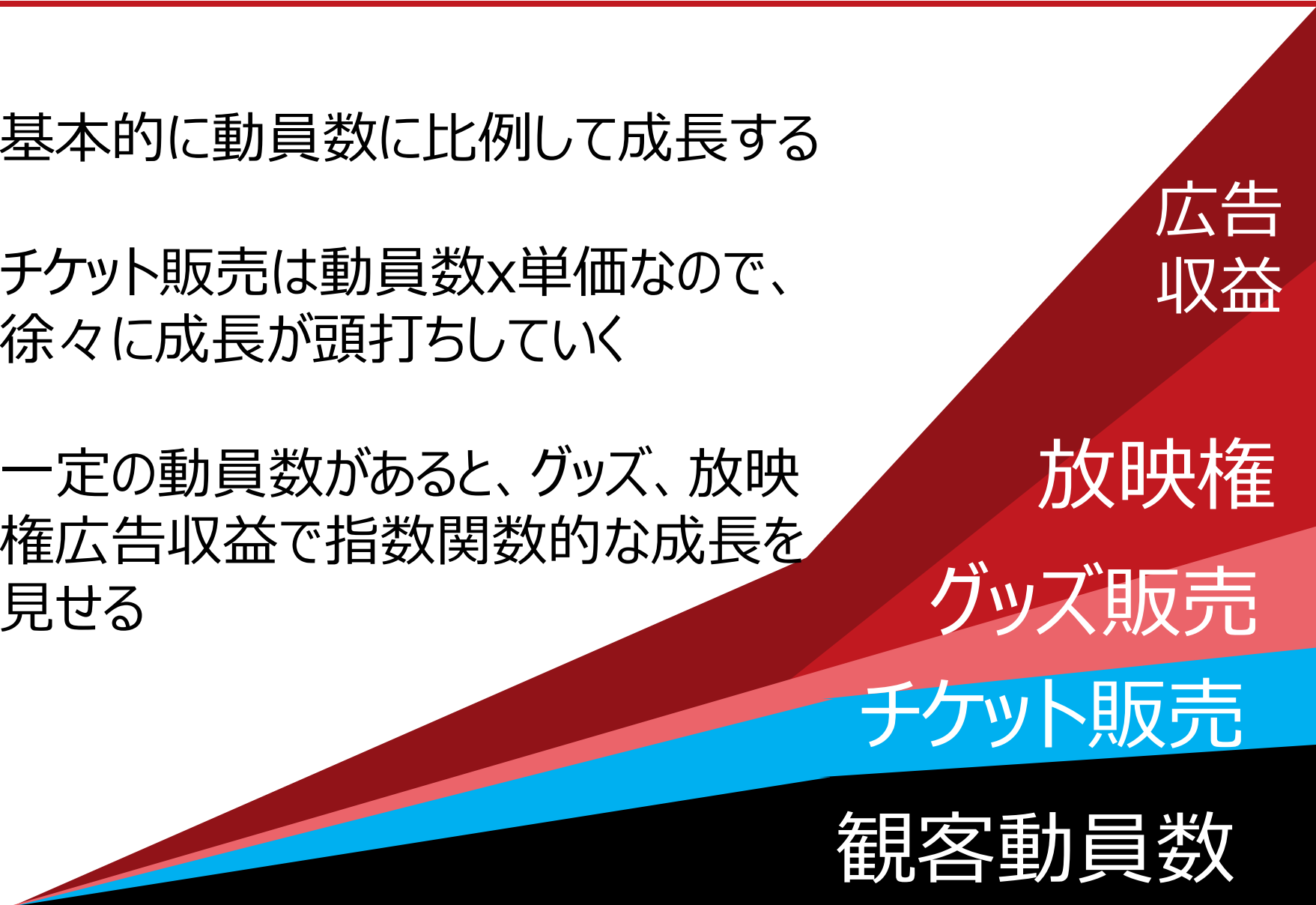


グッズ

2017 MLB.TV
APPLE TV (4TH GEN)



- 基本的に動員数に比例して成長する
- チケット販売は動員数 $\times$ 単価なので、徐々に成長が頭打ちしていく
- 一定の動員数があると、グッズ、放映権広告収益で指数関数的な成長を見せる



- 基本的に、動員数以上の収益成長は難しい
- 人を集める力があってナンボのビジネス

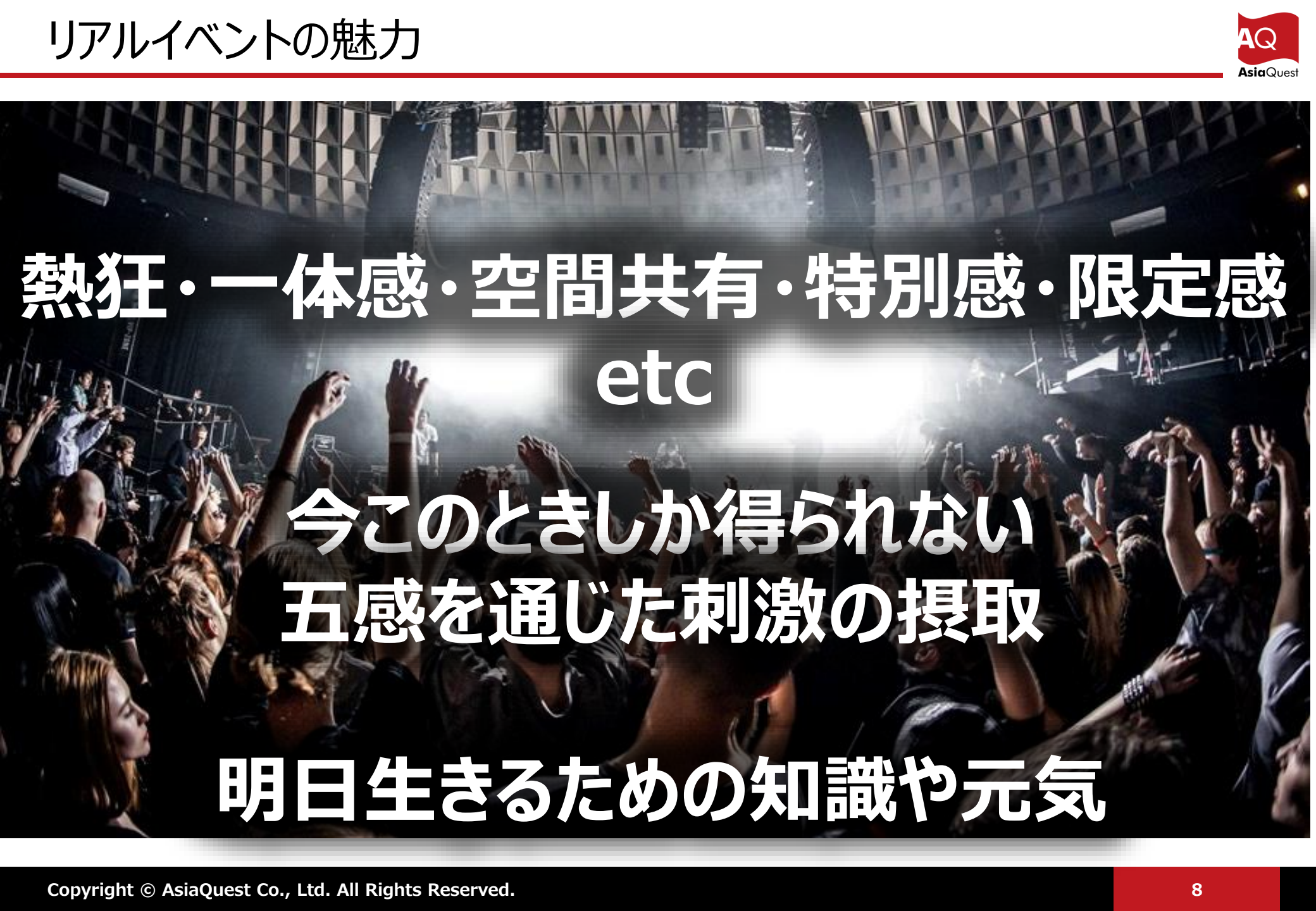
実利
(有益情報)



明日を生きる活力



娯楽
(共感・熱狂)



**熱狂・一体感・空間共有・特別感・限定感
etc**

**今このときしか得られない
五感を通じた刺激の摂取**

明日生きるための知識や元気

人類の有史上、脈々と続いたニーズでありビジネス

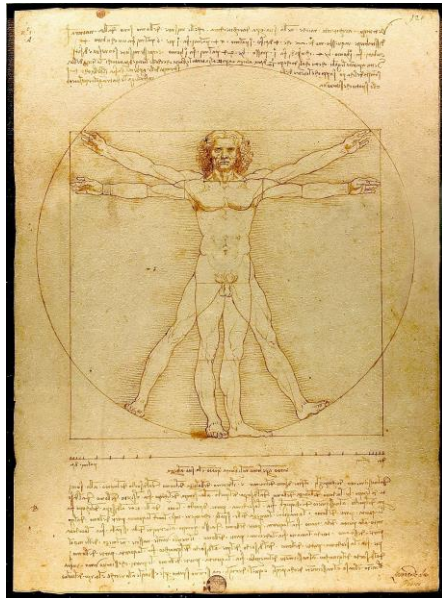
コロナ禍で中断されても、人はイベントを欲している

ただし、コロナ後にイベント価値の提供プロセスは変質する



吟遊詩人（ミンネジンガー）

愛の歌を歌い、諸国を転々とする、いわばフリーの歌手。
古代から存在していたが、ペスト流行後に歌劇場の多くが閉鎖され、路上で吟じる歌が娯楽として再燃し始める。
彼らがギルド化して職人の称号を与えられたのが「マイスタージンガー」
ビジネスモデルは当初投げ銭→組合主催の歌学校会費→**移動型興行収入**へ発展（吟遊詩人が発端なので、固定劇場を持たない）
後のオペラ（1600年代初演）や大衆演劇（1590年代）につながっていく



ルネッサンス

かねてよりカトリックの腐敗と教皇勢力の肥大化への不満があり、ペストで無力だった彼らへの不満から発生した「復興」の様々なアクション。
芸術だけでなく、科学技術や経済変化も広義には含まれる。
神話的迷信の支配から科学的思考に進展。異文化融合からの「閉じた欧州」からの脱却が基本背景。活版印刷、羅針盤、火薬。
特に**活版印刷によってメディアが生まれ、コンテンツがイベントと独立した収益を上げる**ようになる。同時に、ペストの影響から、食品衛生や環境衛生、風俗監視などの基本的な概念も生まれる

- 群衆マネジメント (Crowd Management)
- ハイブリッド・イベント
 - Venue + Virtual (開催地+仮想空間)
- シームレス・エクスペリエンス (Seamless Experience)

With コロナの対処的リカバリーよりも

Beforeコロナのチャレンジがコロナ禍で急速に受け入れられ、

Afterコロナで未来のレガシーになる可能性が高い

文字通り、群衆を管理するためのテクノロジー活用

もともとは、「小売業の**レジ待ち短縮**」や「イベント・ナビゲーション」で**混雑を緩和**し、売上を伸ばすための技術活用に使われていた

ポイントは、**如何に群衆を把握し、適切に誘導・管理**できるか

要素技術は**認証センサー、ビーコン・GPSなどの測位、ビッグデータ解析とエッジ処理**など

基本的にスマホ・ドリブンですすみ、**2015年くらいから小売業を中心に浸透**していたが、プライバシーの侵害やハッキング被害への懸念で市場浸透が頭を打ち始めていた。

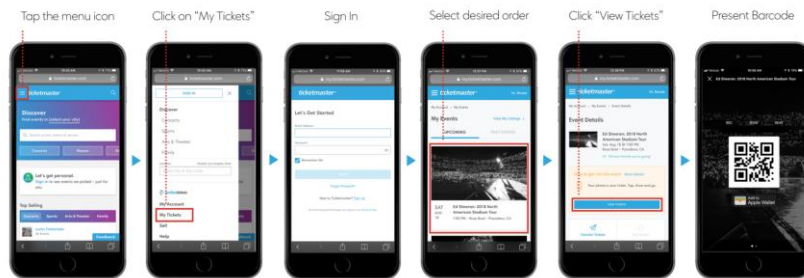
コロナ禍社会の「やむなし承認」もあって、2020年、急速に適用や投資が進み始めている

e.g.

- TicketmasterのMobile Ticket
- スターバックスのStarbucks To Go
- Disney WorldのMagic band

ticketmaster

ticketmaster®
Mobile Tickets: Mobile Web



早くから電子チケットのスマホ化を実現。2016年ころには、**ほぼ全てのメジャースタジアムでのスマホQRによるイベント入場を実現**している
2018年に、ブロックチェーン技術を応用したチケットング・スタートアップのUpgradedを買収
同技術を採用して、同年、次世代型チケットングシステム、Ticketmaster Presenceを導入。**スマホをかざすだけで本人確認と入場認証**ができ、かつ、**偽造できない**仕組みをつくりあげた。同年のBest in Sports Technologyを受賞。
同システムはシステムのコンセプト名で、主要サービス名としては**Safe Tix**で知られている。
また、2019年には**リアルタイム顔認証**のスタートアップであるBlink Identityへの出資を発表し、この技術は近い将来、**Ticketmaster Presenceに組み込まれる**ことが予想されている

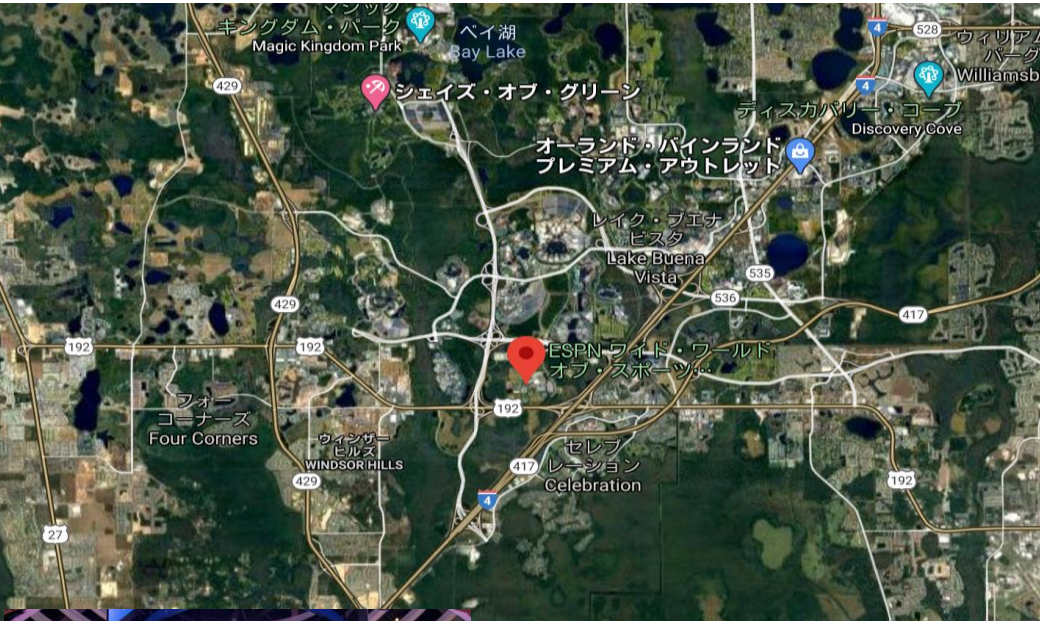
Disney --- Magic Band



2008年から同移入されたウェアラブル・デバイスによる入場管理、アトラクション管理を中心としたプログラム
Disney World内のホテル宿泊者は無料でMagic Bandを提供される（\$15で購買可能）
チケット認証、Disney World内の各種混雑状況を把握し、ワールド内での決済もこれに集約できるキャッシュレス機能を持つ。ワールド内で購買したお土産は、宿泊施設もしくは自宅に配送してもらえる。
Fast Passと連動することで、任意のアトラクションを3つまで事前予約し、並ばずにエントリーが可能。

2021年に運用を終了し、スマホ連動型のDisney Genie に完全移行の予定

Disney --- Magic Band in NBA



Shaun Powell



2019-20シーズンのNBAは、完全隔離された1箇所での無観客開催によって再開され、シーズンを終えた。

その開催場所はフロリダ州オーランドのディズニーワールド内にあるESPN ワイド・ワールド・オブ・スポーツ コンプレックス。

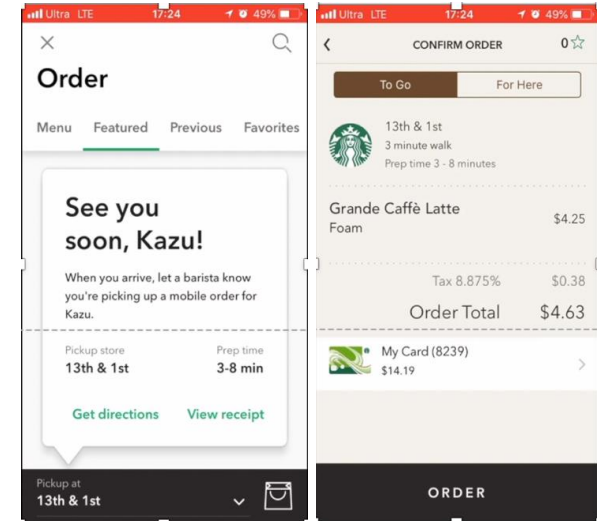
奇しくも、COVID-19によって閉園となったディズニーワールドのMagic Bandシステムが、COVID-19 対策のための「バブル」と呼ばれる隔離環境構築のためにその機能を存分に発揮。

コンタクトレスの決済やドアキーの開閉から、ソーシャルディスタンスの距離測定、混雑回避など、感染症対策にも存分な力を発揮できることが証明され、ディズニーワールドの安全性を訴える大きなサクセス ケースになろうとしている。

Starbucks To Go

STARBUCKS®
TO GO

MOBILE ORDER
& PAY



アプリで事前オーダーして、並ばずにコーヒーを受け取る
2016年にテスト開始。2019年に日本上陸。

スターバックス最大のボトルネックはレジ待ち行列
店舗Wifi, キャッシュレスなどの工夫を続け、満を持して事前
オーダー（Order Ahead）にシフト

Starbucks ---Delivery & Drive Thru



デリバリー

2016年、To Goサービスとほぼ同時にテスト開始
当時フードデリバリー業界四番手のPostmatesと組んで話題に
2018年、Uber Eatsとテストパイロット開始。
2019年、全米+世界展開。日本にも東京、大阪、名古屋、福岡などに進出中

ドライブスルー

アメリカでは既に1994年からドライブスルー店舗を展開している
米国内スターバックス店舗は約15,000（世界31,000）。そのうち60%がドライブスルー対応。
To Goサービスによってスマホ事前決済+ピックアップが浸透中
ちなみに日本のスタバドライブスルー1号店は2003年で茨城県守谷市にオープン。以後、郊外型スタバはドライブする一併設型が基本になっている。現在日本では1600店舗展開し、ドライブスルー店舗は324件（約20%）





Evolv --- 超高速ボディスキャナー

空港にある360度スキャンと同じ精度でのボディチェックを数秒で完了するスキャナーゲート。混雑緩和とプライバシー侵害抑制の両面で期待されている
2020年までに8380万ドルを調達。

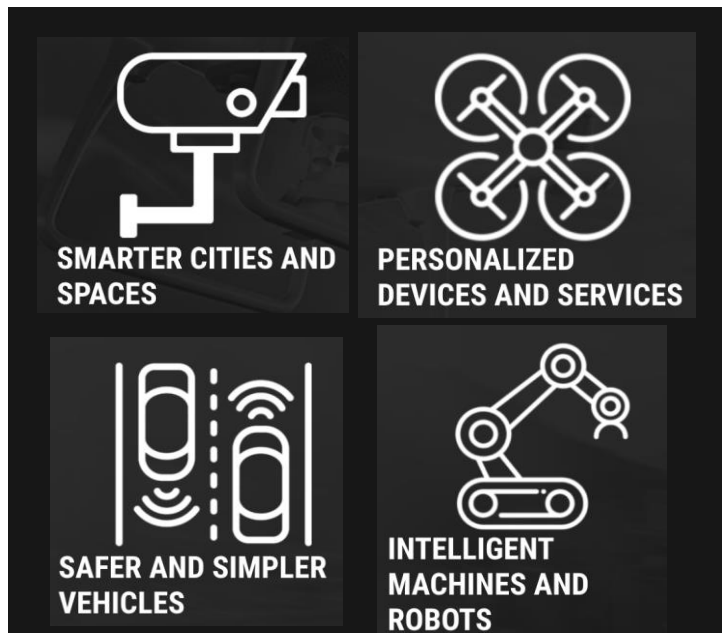
BLINK IDENTITY

Blink Identity --- 超高速顔認証

モニターに表示させることなく高速顔認証を完了させる。
電子チケット保持者が事前にチェックインすれば、あるきながらゲート通過可能。事前認証でテロ防止ができ、もぎりの必要もなくなる。

世界の主要レーベルによるVCのTechStarや日本のエイベックスから出資を受けている。2019年、TicketMasterの統合母体であるLive Nationと戦略パートナーシップを締結



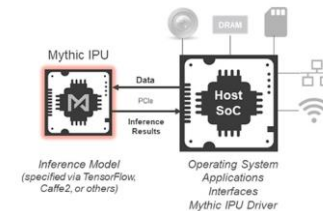


Mythic (旧社名 Isocline)

もともとは高性能GPUのスタートアップだったが、現在はチップ販売からこれを実装したAIロボットの企業に業態転換。スタジアムやスマートシティのAIカメラ、自動運転、ロボット・ドローン制御を主力とするサービスへ。自社開発の高性能GPUでエッジ処理を高速化し、AIを実装した各種サービスデバイスの実用化を支援している

現在、各種メジャースタジアムの監視カメラや自律型ロボットサービス開発に用いられている

Mythic is a PCIe Accelerator



Zwipe

ノルウェーの指紋認証センサーのスタートアップ。2018年、Master Cardと組んで、バッテリーレス自己認証機能付きクレジットカードを開発
カード自体に指紋認証センサーチップを内蔵し、決済端末から電力供給するバッテリーレスを実現する。仮にスマホのバッテリーが切れても、チケットとIDをが紐ついたカードとして使えば、入館チケットや決済カードとして使え、現状のスタンダードであるICチップ認証によるスキャン詐欺防止にも役立つ。
なにより、認証デバイスの処理を軽減し小型化出来るので、様々な運用が期待されている。日本では日立ハイテクが代理店。



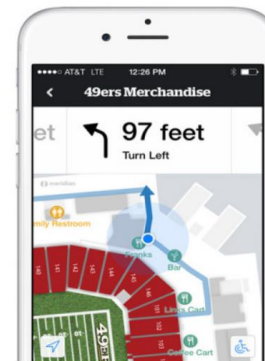


To Stadium --- GPSやジオフェンス

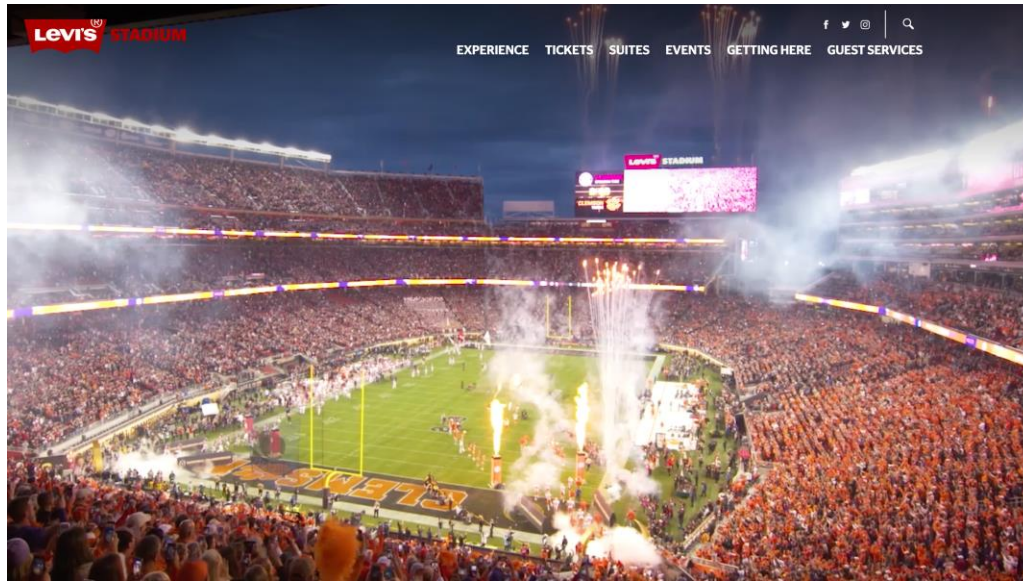
In Stadium --- プロキシミティ・ビーコン

道路渋滞、パーキング状況などはスマホで測位

トイレや売店の混雑、経路案内、座席位置案内はビーコン



aruba
a Hewlett Packard
Enterprise company



Levi's Stadium

NFL サンフランシスコ・49ersの本拠地にして、シリコンバレーの威信をかけたITスタジアム。SAPが中心となってテックベンチャーを統合

サンノゼ・アースクエイクス (MLS), サンノゼ・シャークス (NHL) も、セカンダリ・ホームとして試合を行う。

デジタル技術を駆使し、あらゆるイベント体験の実証実験を行い続けている

- チケットスキャン→スタジアムの人員配置最適化
- 駐車場入場データから、ゲーム終了後の交通量を予測し、退路ナビゲーションを行う
- VIP顧客に法人営業は挨拶できる
- 専用アプリによるフードオーダー・デリバリー、トイレ混雑状況、開催プログラム配信など→現在はディスクローズ

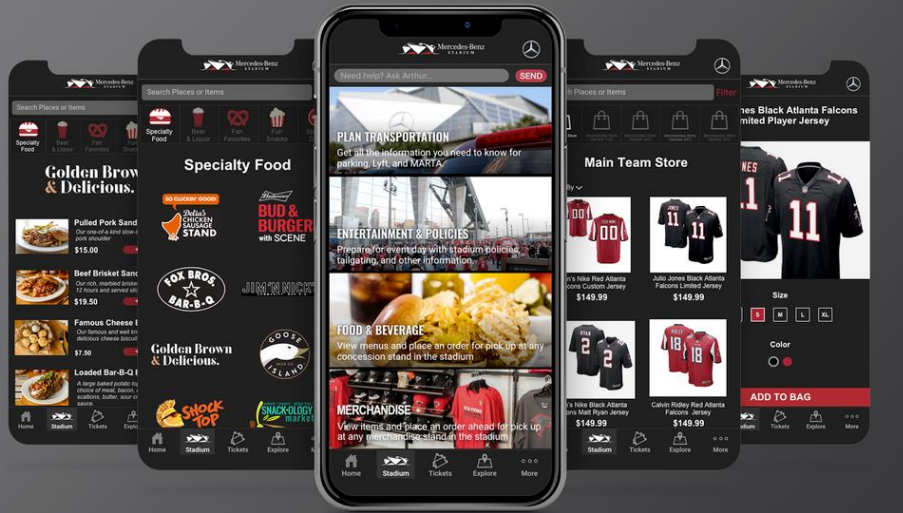
Mercedes Stadium

NFL アトランタ・ファルコンズおよびMLSアトランタ・ユナイテッドの本拠地。2015年に竣工した最新鋭で最初からスマート・スタジアムのコンセプトで建築された。IBM iXがテクノロジーと体験設計をオーガナイズしている。2019年のスーパー・ボウルの開催地。

スタジアムアプリおよびファルコンズ等フランチャイズチームの専用アプリと連動し、チケットングから入場認証、フードオーダー、館内誘導、周辺駐車スペースの事前予約などが可能。Lyftとも提携し、シェアライドの予約も可能になっている



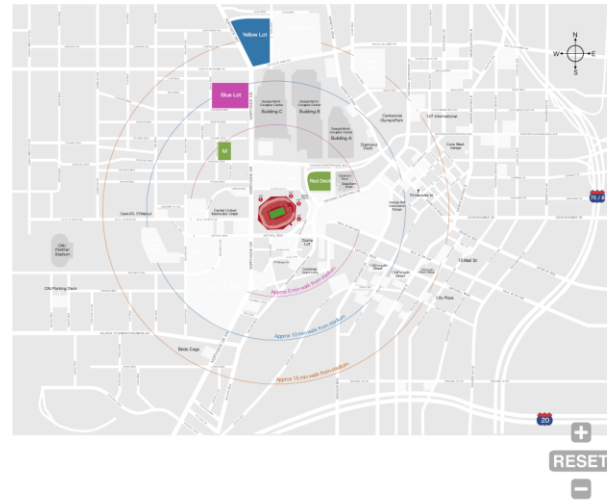
Smart Stadium --- Mercedes Stadiumのアプリ



スタジアム専用アプリ。NFL定期戦に加え、テイラー・スウィフトなどの大物アーティストのコンサートなどで毎週のように稼働する。

- ・フード：
スタジアム内のレストラン予約や観客席までのフードデリバリーが可能。
- ・グッズ：
スタジアム内で販売中のグッズ取り置き、EC配送が可能
- ・誘導：
自分の席の場所および退路のナビゲート。トイレの混雑状況がわかる

< Events | FALCONS VS BRONCOS



SELECT LOT

Parking Access Code

If you've been given an access code to find parking, please enter it here.

Sort by:

Price	Near Stadium	Easy Exit
-------	--------------	-----------

Available Lots

Blue Lot	\$29.25 >
0.4 mi	🚗 🚶 🚲
Yellow Lot	\$29.25 >
0.6 mi	🚗 🚶 🚲
Lot M	\$52.55 >
0.2 mi	🚗
Red Deck	\$62.10 >
0.1 mi	🚗 🚶 🚲

駐車場

- ・スタジアム周辺の駐車場を予約することが可能
- ・Lyftなどのシェアライドの呼び出し可能
- ・バイクや自転車などのパーキングロット空き状況確認可能

その他のSmart Stadium



Golden1 Center



AT&T Stadium



Barclays Center



U.S. Bank Stadium



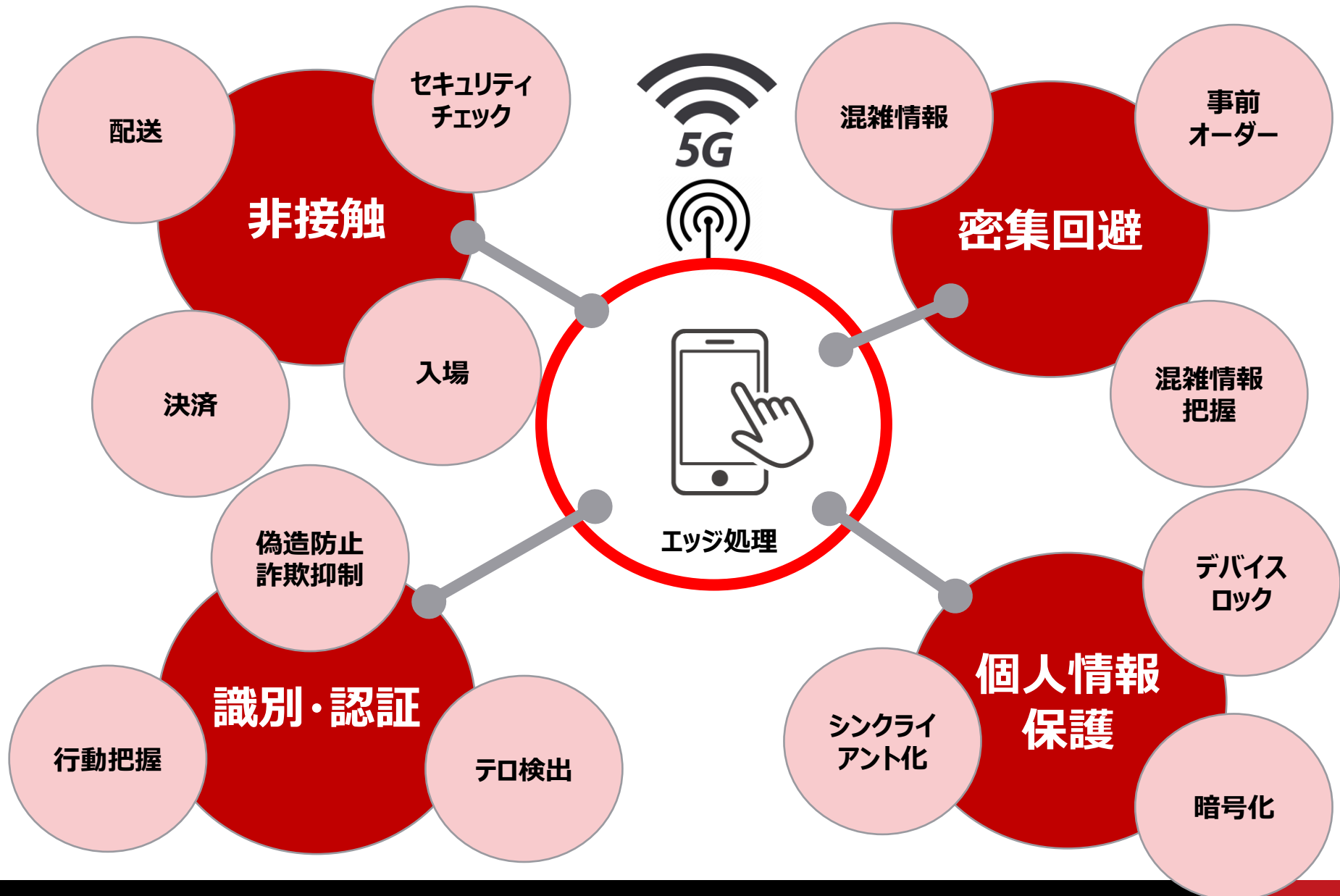
AQケース --- 大分トリニータ 混雑検知+分析+誘導



Jリーグの大分トリニータのスタジアムにてカメラ画像による混雑状況进行分析する仕組み。画像解析によりその瞬間に何人の人が映っているかを解析して混雑状況を把握。



建築中の現場を3Dモデルで可視化し、機材や人員の稼働状況をリアルタイム監視する
スタジアムやイベント会場に応用すれば、渋滞・混雑管理や誘導、データ分析による動線設計が可能
また、施設内のサイネージと連携して、適切な退路誘導が可能に



Stadium Technologyのカオスマップ (2019)

The Future Of Stadium Tech Market Map

Stadium Analytics

Connected Device Analytics

mnubo

FOGHORN

SWIM.AI

HXPERIENCE

Consumer Behavior Analytics

PlaceIQ

Gravy
ANALYTICS

unacast.

cuebiq

Crowd Sentiment Analysis

CROWDVISION

:) Affectiva

CrowdOptic

KAIROS

ADVERTIMA

sightcorp

Real-Time Player Insights

KOMODO

HEXOSKIN

signal

ATHOS

Live Event Holograms

LIGHT FIELD LAB

EYELLUSION

MIMESYS

8P

Concessions & Payments

[Sc]
STANDARD COGNITION

REDROCK
BIOMETRICS

CLEAR

zwipe

KEYO

Stadium Robots & Drones

STARSHIP

flytrex

MATTERNET

neurala

braincorp

MYTHIC

UNIFLY

Created by You. Powered by

CBINSIGHTS

Ticketing, Access, & Security

EVOPASS

eventchain.io

evolv
technology

Blink Identity

UPGRADED

zenus

Stadium Connectivity

STARRY

big switch
networks

sigfox

Innovium

cradlepoint

Esports Tournaments

OVERPOWERED
NETWORK

ESPORTS ARENA

Live Betting

STAKEHAUL

ZenSports

リアルとバーチャルを融合させたイベントの総称

最初の試みは、Web Tech系カンファレンス（正確にはアンカンアンレンス）のBarCamp2005が始まりではないか、とされる

もともとは、プレゼンテーションや演目と同時に、関連情報やチャット・フォーラムを平行開催し、プレゼンを聞きながらチャットし、資料の詳細をチェックしたりするやり方で、**オンライン・オフライン双方の人間がコミュニケーションしながら会議を盛り上げていくオープン・フォーラム形式のカンファレンス**から始まる。

エンタメの世界では、2008年の北京オリンピックを機に**プロジェクション・マッピングやAR活用などの会場演出**が注目され、世界中に浸透。

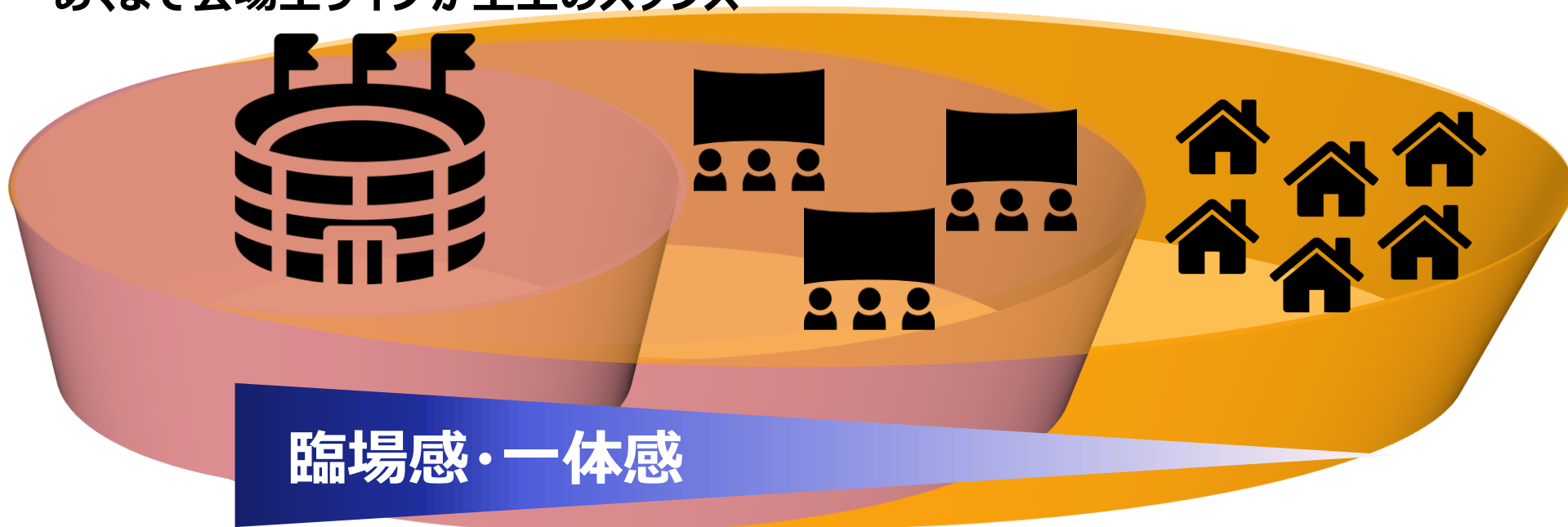
一方、観衆のバーチャル参加という点では、パブリック・ビューイングや**ライブ・ストリーミング**など、**テレビ中継の延長線上から脱却できていなかったが**、YoutubeやTikTokに牽引されたデジタル専門配信が浸透し、**バーチャル観戦を意識したライブ・コンテンツ**が作成され始める。

さらに、**コロナ禍の影響でVirtual Venue（バーチャル会場）の需要が急激に上昇**。リアル会場のバーチャル化が進み、**同じライブ・コンテンツをリアルとバーチャル双方で並行して楽しめるHybrid Eventsの本格化**が期待されている。



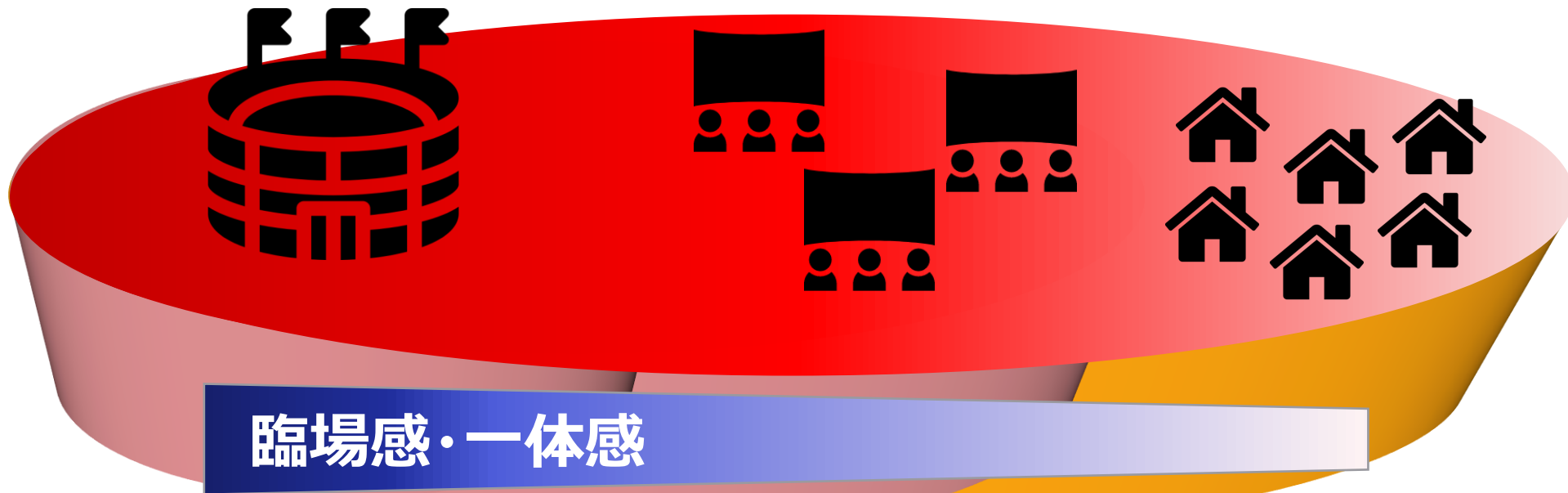
会場の映像を生中継するだけ。バーチャルか否かは**電波かネットかの違い**でしか無い

あくまで会場生ライブが至上のスタンス





ライブ映像と連動した様々なコンテンツを同時平行配信。
デジタルデバイスの役割に合わせて、内容や表現は最適化。
どの場所においても会場の臨場感とイベント参加の一体感が得られる。



ハイブリッド・イベント：元祖的存在のApple WWDC



後で見る 共有



September Event 2019 — Apple

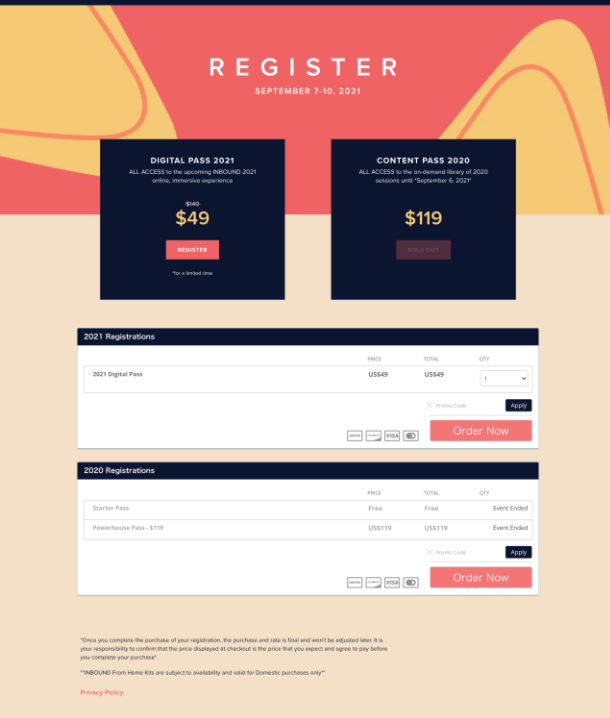
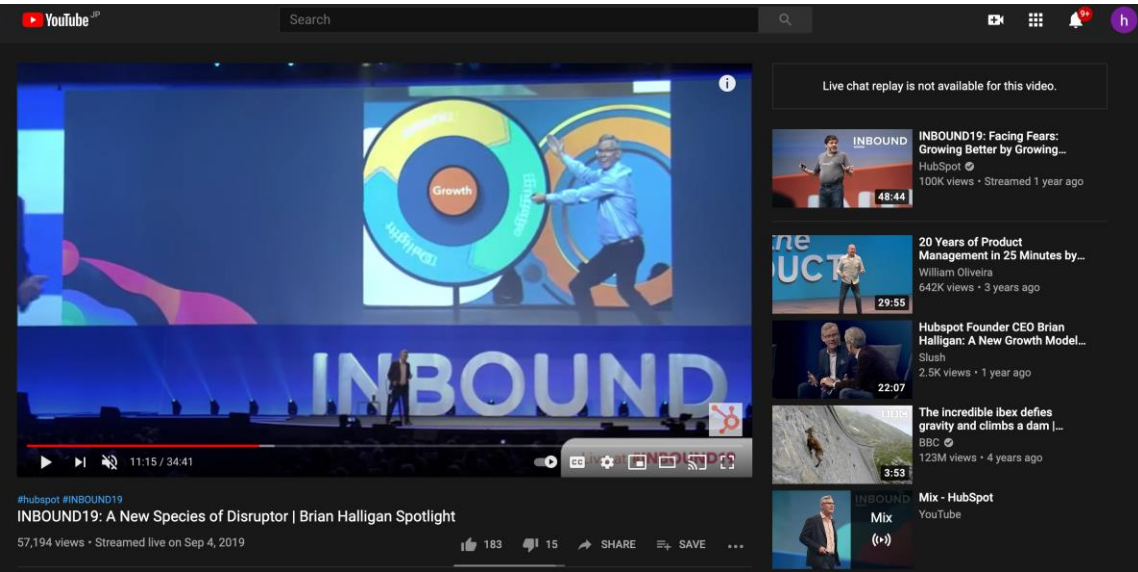
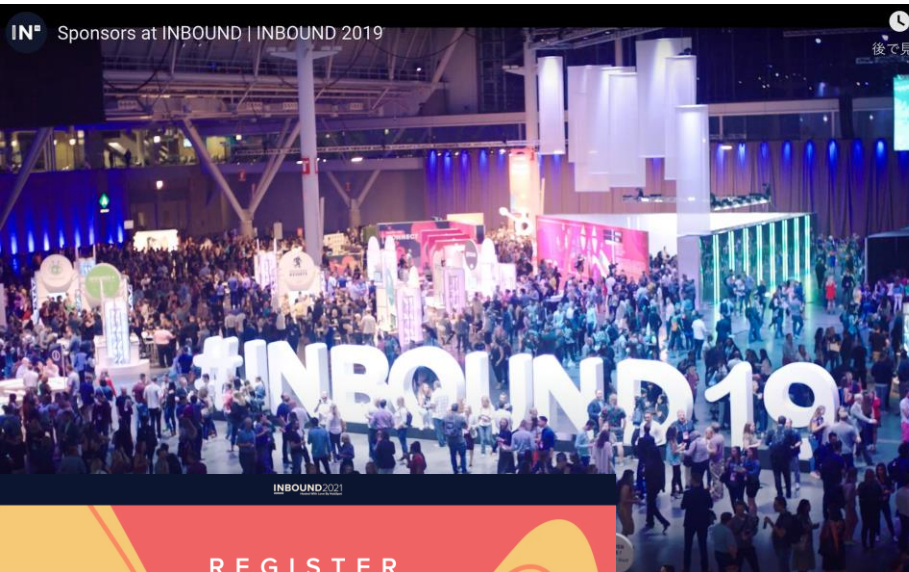


Apple Events

1995年からWWDCの開始に伴いQuickTime配信
2007年、初代iPhone発表に伴い、商品発表会であるApple Special Eventを季節ごとにオンライン開催するようになる。
現在、WWDCは開発パートナー、報道、Apple関係者によるリアルイベントとオンラインの同時開催+アーカイブによるオンデマンド開催で、ライブイベントのみ参加費は\$1599、オンラインは無料だが、Developerツールをインストールしている必要がある。
ハイブリッド・イベントの元祖的存在でもある。2020年のWWDCはオンラインのみで無料開催。

字幕 (c)

ハイブリッド・イベント：遠隔参加と臨場感



INBOUND by Hubspot

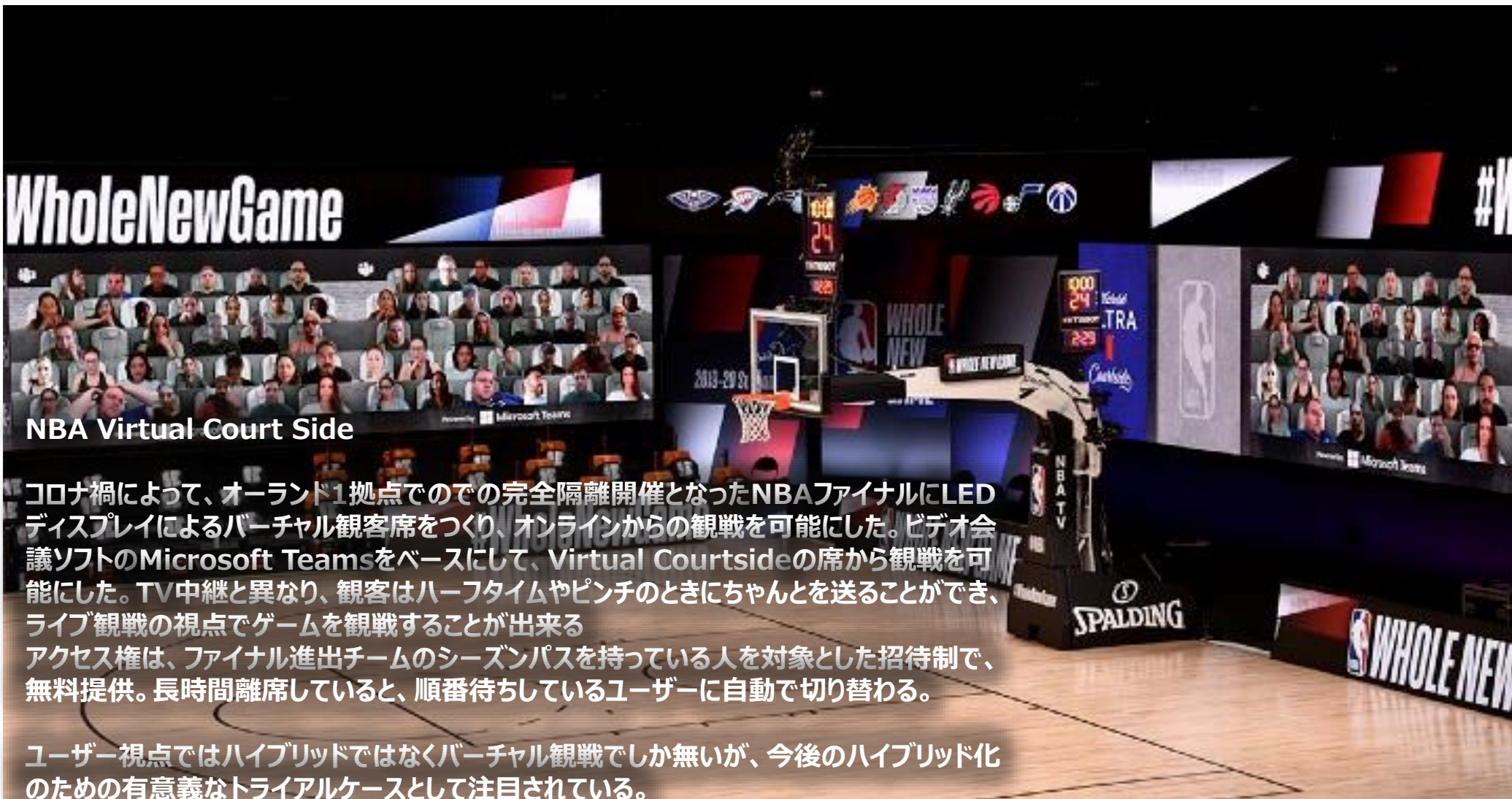
Hubspotが開催する年次自社イベント。2019年は述べ260万人参加
早くからオンライン併催を行っている（2020はオンラインのみ）

チケット価格帯は下記の通り。

- Community Pass \$299（全てのネットワーキング+特定コンテンツ）
- All Access Pass \$799（コンテンツ制約なし）
- VIP Pass \$1399（各種特別アクセス権あり）

※デジタルのみの2020年は会期中\$0Pass（Community Passに相当）が発行され、無制限アクセスは\$69となった。

いずれのPassでもライブストリーミングやデジタルコンテンツを閲覧でき、向こう1年間、スピーチアーカイブにアクセス可能。来年度用にDigital Passが\$49で売り出されている



NBA Virtual Court Side

コロナ禍によって、オーランド1拠点での完全隔離開催となったNBAファイナルにLEDディスプレイによるバーチャル観客席をつくり、オンラインからの観戦を可能にした。ビデオ会議ソフトのMicrosoft Teamsをベースにして、Virtual Courtsideの席から観戦を可能にした。TV中継と異なり、観客はハーフタイムやピンチのときにちゃんとを送ることができ、ライブ観戦の視点でゲームを観戦することが出来る
アクセス権は、ファイナル進出チームのシーズンパスを持っている人を対象とした招待制で、無料提供。長時間離席していると、順番待ちしているユーザーに自動で切り替わる。

ユーザー視点ではハイブリッドではなくバーチャル観戦でしか無いが、今後のハイブリッド化のための有意義なトライアルケースとして注目されている。

Source: <https://thesportsrush.com/nba-news-nba-virtual-fans-sign-up-cost-how-much-does-it-cost-to-be-on-nba-virtual-fan-screen/>
<https://www.microsoft.com/whatsinstore/2020/07/31/microsoft-teams-gives-nba-fans-a-virtual-seat-to-the-action/>



Cannon自由視点映像システムによるリプレイ

キャノンが開発した同システムによる3D再現映像が世界中で話題となった

多点ライブカメラによる映像を解析し3D上に描画し、フィールドプレイヤーでしか見られない映像を提供した。

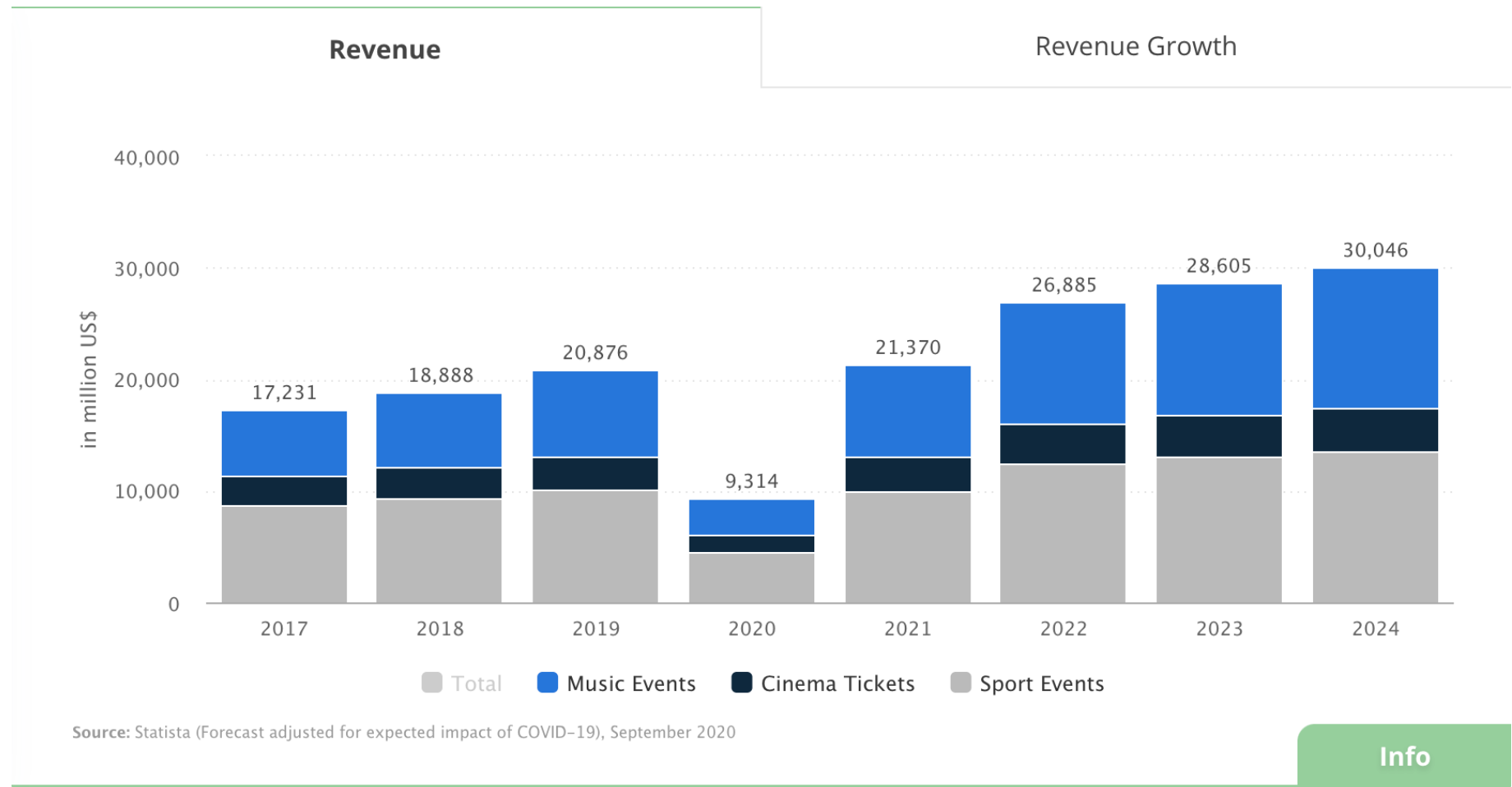
リアルタイムではないが、試合当日の深夜にはアップされるセミ・リアルタイムのダイジェスト。画像の調整技術が進めば、リアルタイムでのプレイバック再生を現地でスマホ確認するなど、ハイブリッド・イベントでの新しい可能性を秘めている

自主規制

日本の某ミュージシャンによるバーチャル開催

新国立競技場にて事前撮影したライブ・コンテンツに様々なCG編集を加え、リアルとバーチャルの区別がつかない演出を提供。一般開催のライブは約90分の映像配信のみだったが、同日開催のファンクラブ限定の生配信コンテンツも提供。一般開催ライブのチケット購入者は11月6-8までリピート配信を閲覧可能。ファンクラブ向け生配信のアーカイブは、ファンクラブ限定で11月中までの限定配信。

アメリカではチケットング・ビジネスが常に成長中
毎年のようにリセラーやディスカウンターが出現している
2020年はコロナ禍で凹んだが、200億ドル（2.2兆円）規模の市場



チケットングについて --- アメリカなど

基本的に公式も転売もeTicket+スマホで完了できる。場合によっては当日券もeチケット可能



- 2018年 チケット転売法
 - 詐欺防止等のためeチケットを推奨する
 - でもeチケットは原則転売できない（定価を超えてはダメ）
- eチケットの譲渡方法
 - 各チケット会社の公式リセールで定価販売を利用
 - ぴあ（Cloak）、イープラス（定価リセール）、ローチケHMV（公式アプリ機能）、LINE（公式リセール）など
 - 同、「分配可能公演」を「分配」
 - 各公式リセールサイト、アプリにある分配機能を利用
 - ただし分配可能公演のみ

2020東京オリンピックをにらみ、電子チケットが推奨されるも、公式リセールおよび譲渡機能実装がほぼ義務付け

転売防止には役立つものの、ユーザーの使い勝手が非常に悪い状況

チケットングについて --- 日本 例えばプロ野球

球団直販チケットのスマホチケット対応状況

LINE TICKET	MOALA	eTix	独自アプリ	ブラウザ	未対応
  	 ©SEIBU Lions			 	
				 	



球団直販チケットのスマホチケット対応状況

明治安田生命J1リーグ

Club J.LEAGUE



ベガルタ仙台



浦和レッズ



FC東京



川崎フロンターレ



横浜FC



湘南ベルマーレ



清水エスパルス



セレッソ大阪



サガン鳥栖

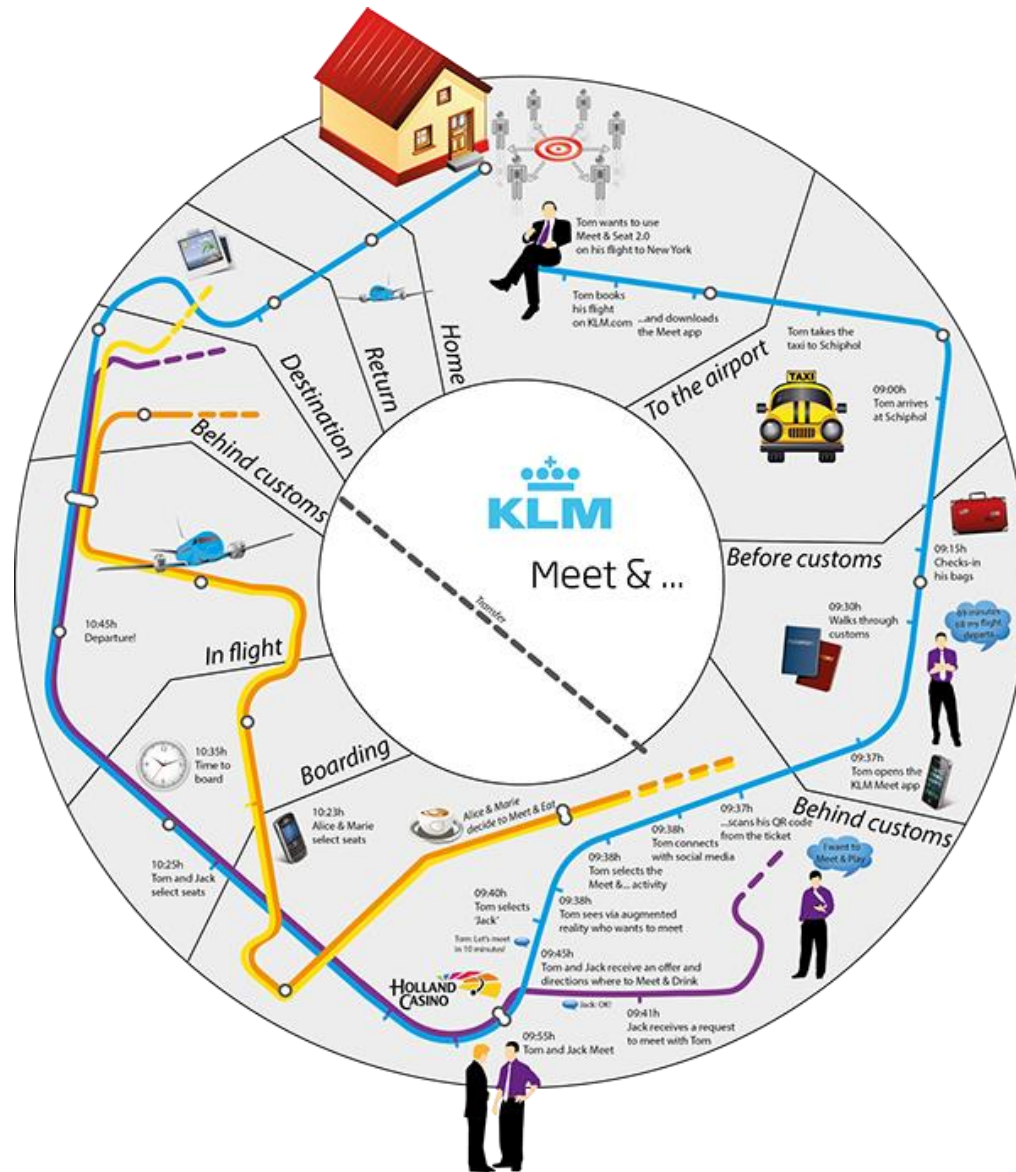


大分トリニータ

LINE
TICKET

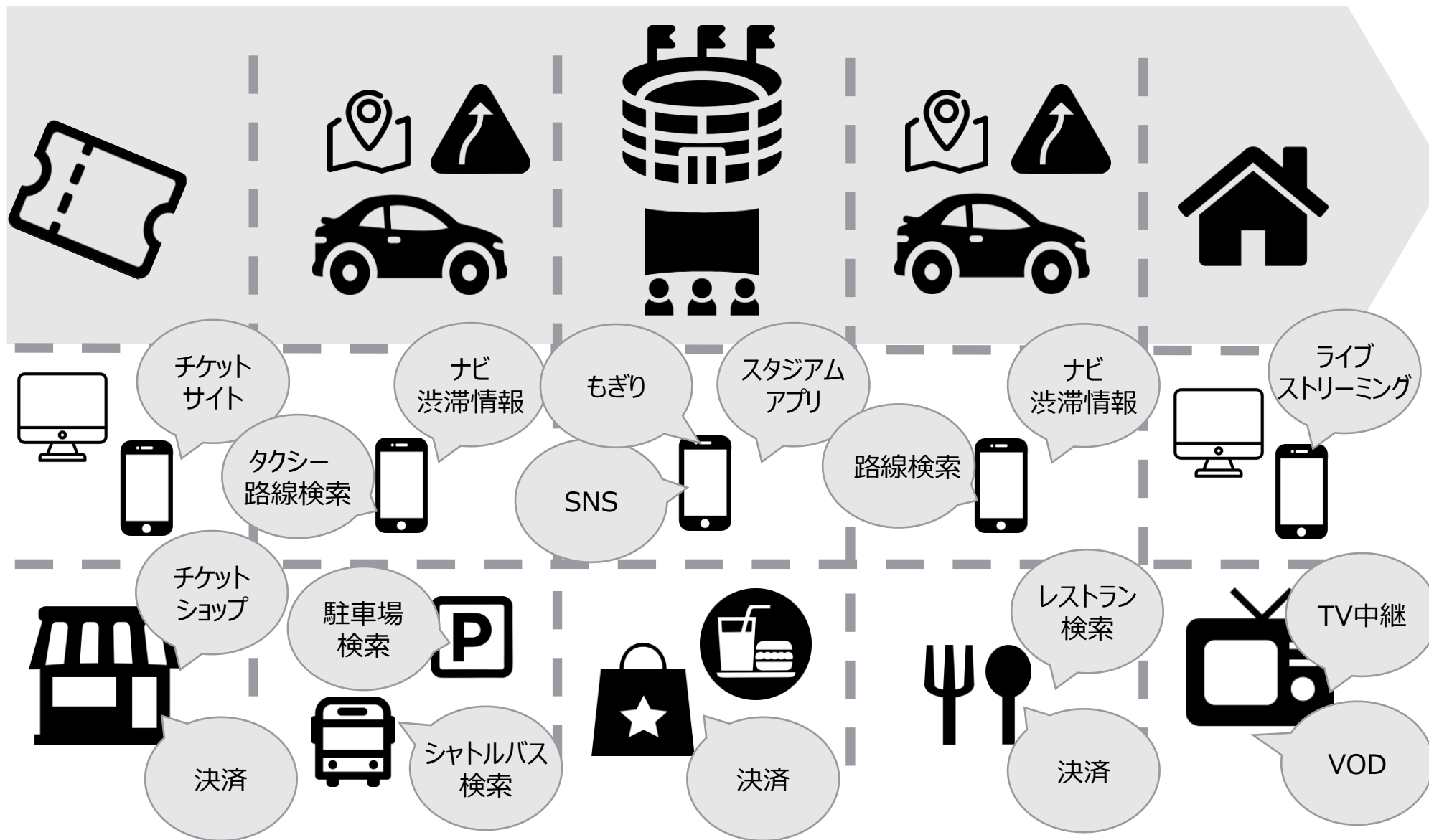
- 日本におけるチケットングの問題点
 - 転売抑止 x 公式セラーの競争対立によりUXが悪くなっている
 - チケット移譲・リセールがセラー機能に限定される
 - E.g. ローチケで買ったチケットはぴあ会員に移譲できない
 - E.g. 会場本人確認必要→病気などの直前移譲ができない
 - 結局紙チケットが融通が効く → 転売屋が売る市場は大きいまま
 - eチケット化がすすまない
 - イベントのスマート化がすすまない
 - ハイブリッドイベント化がすすまない

- 2015年頃からリテールのデジタル化コンセプトとして米を中心に広まった言葉
- **リアルとデジタルのつなぎ目を無くす**（シームレス）ことで、より便利でスムーズな購買体験を提供すること
- 日本で主流の言葉となった**オムニチャネル**や**O2O**は**ビジネス提供者視点**であり、リアル店舗のデジタル化やECの店舗連携が注目されてしまうが、シームレス・エクスペリエンスは、**デジタル⇔リアルをいつでも自由に行き来しながら、顧客の状況に合わせた様々な購買ストーリーを提供できるようにすること**を主眼としている
- **シームレス・エクスペリエンスの中心的存在はスマホやウェアラブル・デバイスなど、常に顧客が持ち歩くデバイスと、クラウド処理による精密なデータ分析と行動誘導にある。**
- イベント・ビジネスでもシームレス・エクスペリエンスが需要視されるようになり、チケット購買から移動、ライブ参加、アーカイブ閲覧まで、**全てのフェイズでデジタルとリアルを平行連携**させることで、**つなぎ目のない一連のエンターテインメント体験**を提供することが、**次世代イベント・ビジネスの軸**となっている

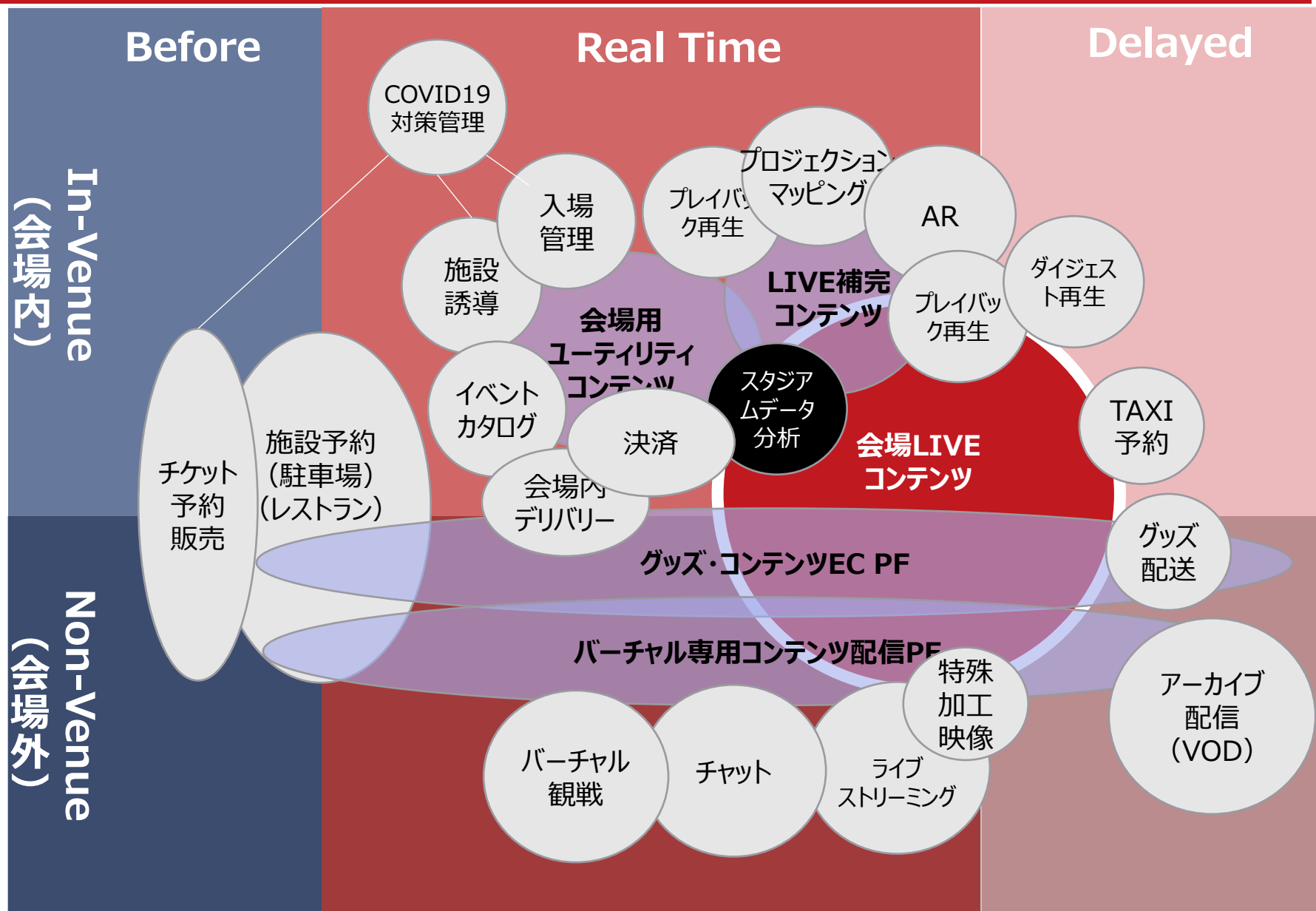


- ユーザーにとって、デジタルかリアルかはもはや関係ない
- むしろ、デジタルとリアルの「つなぎ目」という分断があれば、その体験はストレスになる
- 全体の体験の中で、如何にこの「つなぎ目」を無くすか、が今後最も重要

「つなぎ目」の正体 --- デジタルとリアル・サービスとサービスの分断



「つなぎ目」の正体 --- 機能と機能の分断

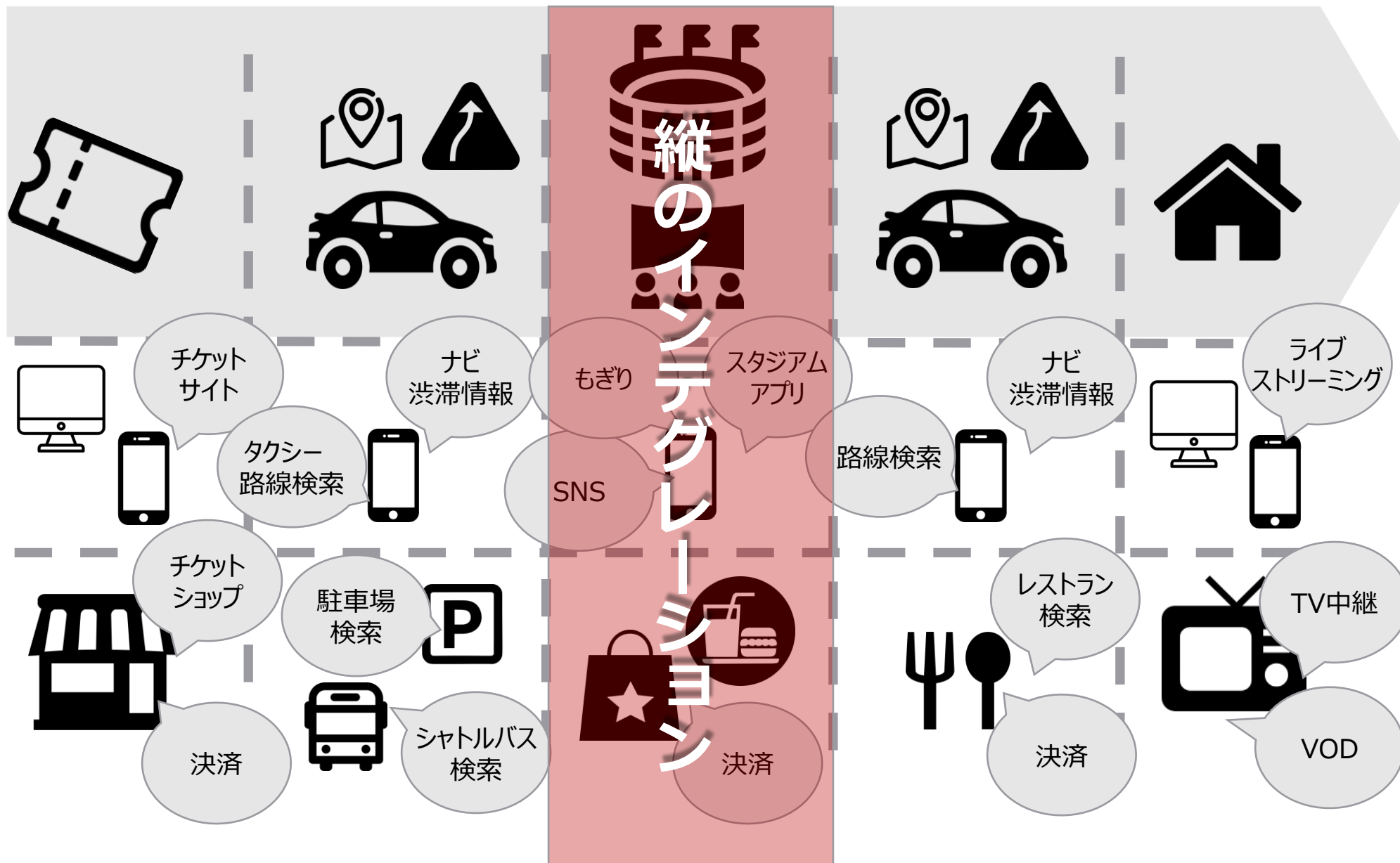


単機能をデジタル化しても、良い体験にはならない

デジタル化は対処手段の一つであって解決策ではない

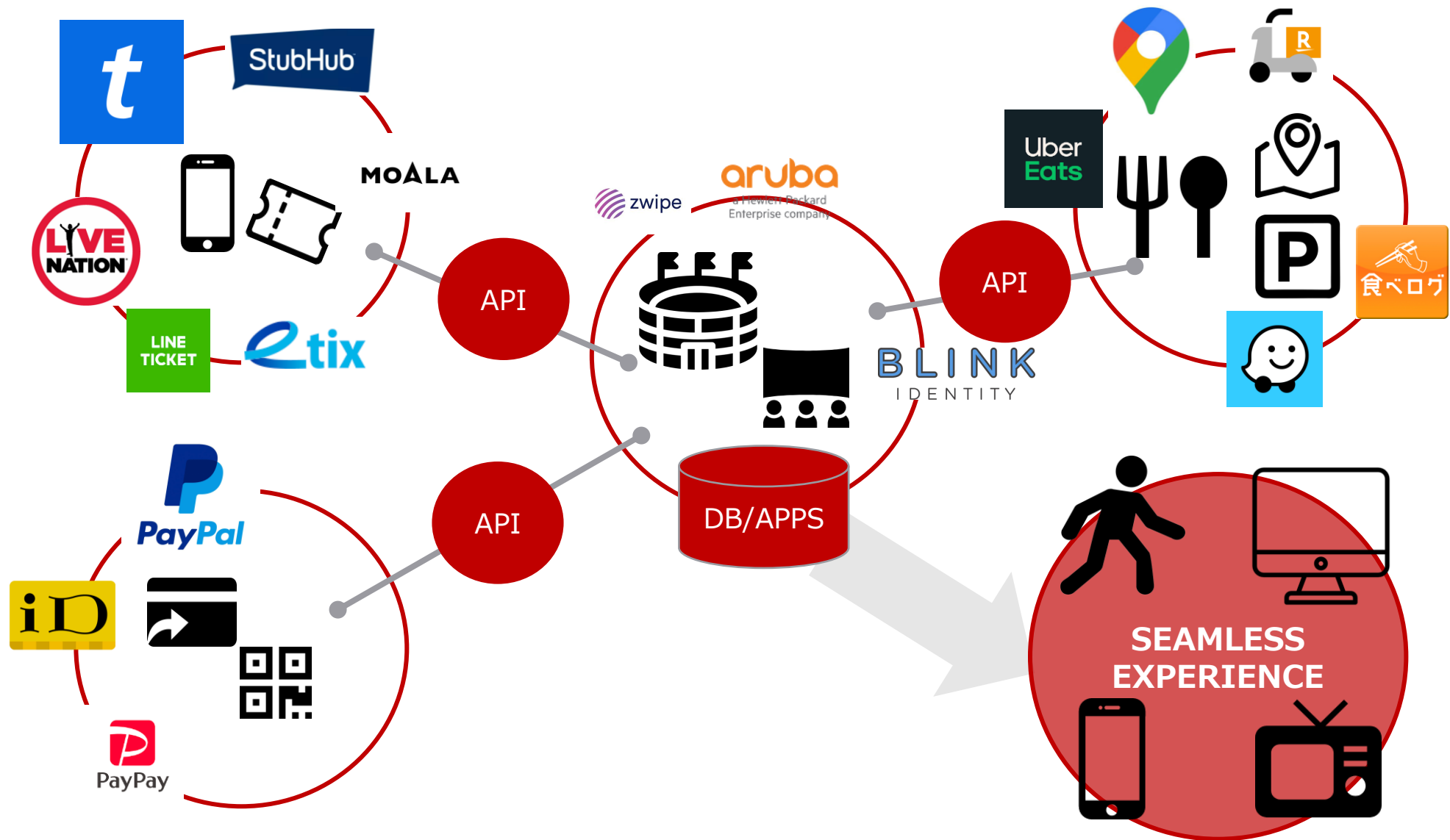
「つなぎ目」を如何に無くすかが最重要

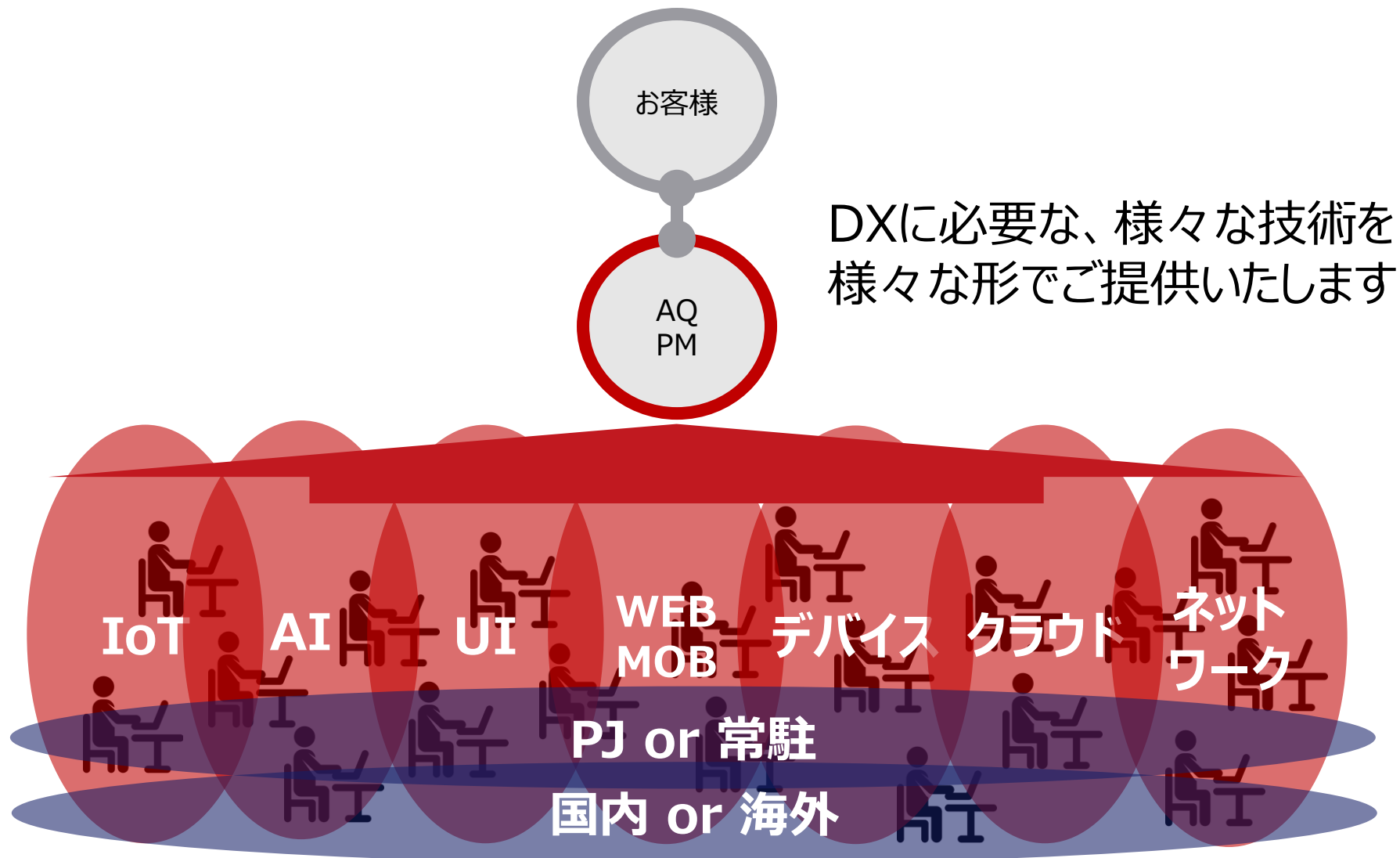
サービスのインテグレーションがキーワードになる



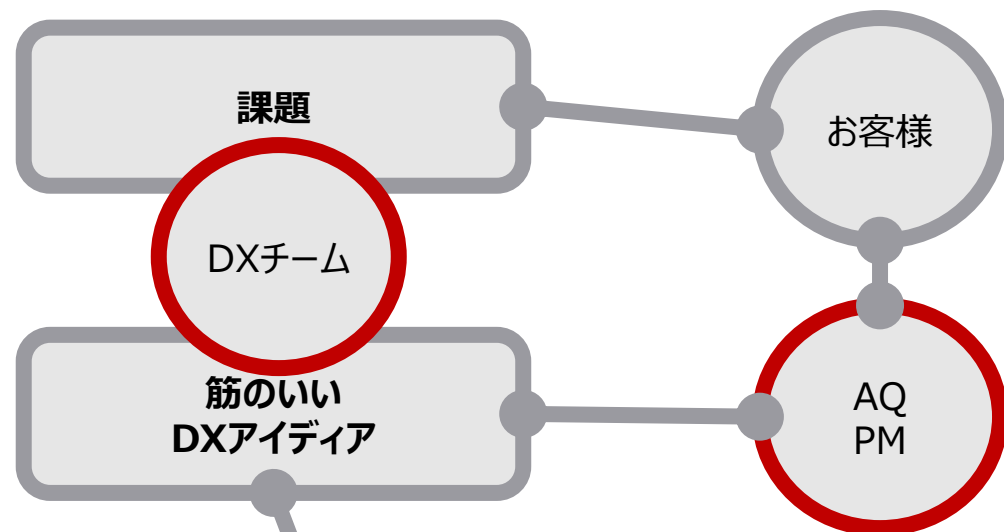


確実に大量発生する単機能を、どうやってシームレスに仕立てるか



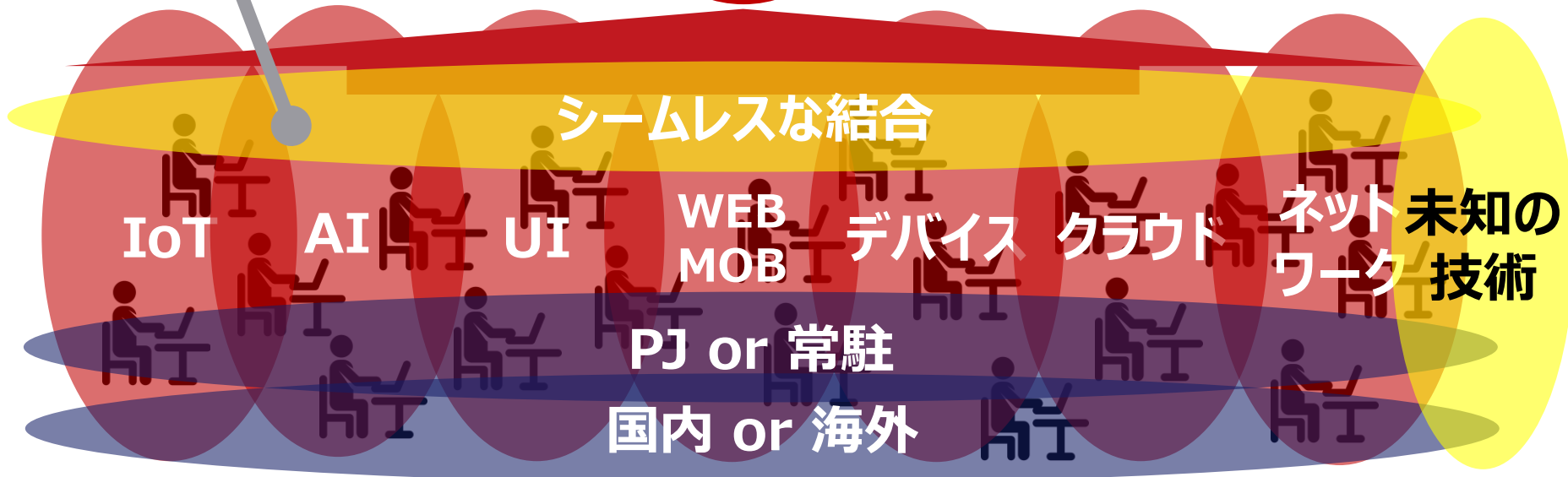


アジアクエストがご提供する技術のパズル+a



AQが誇る広範な技術ポートフォリオと先行
ケース・スタディから

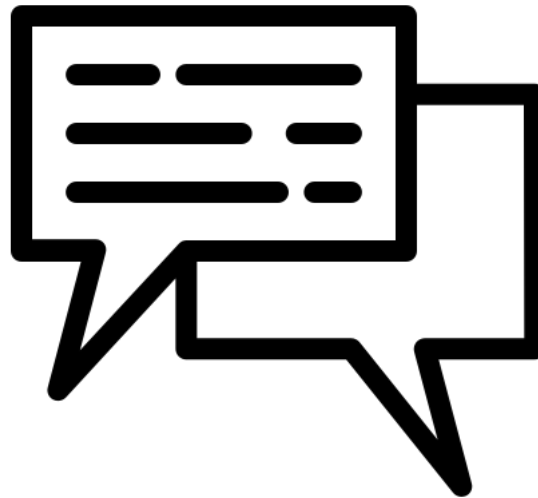
DX実現に必要な**技術パズル**その
ものをお手伝いし、筋のいいDXをお客様と
一緒に作り上げます





Digital **Integration**

- ご質問がありましたら、チャットにタイプしてください



- ・ アンケートにご協力をお願いします。

<https://www.asia-quest.jp/aqw/worksheet/aqw202004ee2umjybc2pia7v/>

本日視聴いただいた皆様に、Zoomチャット経由でアンケートのURLをお送りいたします。

ご回答いただいた皆様宛に、本セミナーで使用したのPDF資料をシェアさせていただきます。

ありがとうございました

お問い合わせはお気軽にこちらまで！
webinar@asia-quest.jp

A faint background image showing a city skyline with several prominent spires, likely a historical or cultural site, reflected in water.

AsiaQuest