

人的資本経営版
日経ビジネスLIVE 2026 Fall

AIエージェント時代のシン・アジャイル組織
～ 人的資本経営、次のフェーズへ ～

2026年11月11日（水）～ 11月13日（金）開催

企画趣旨

日経BPでは「Human Capital Project」の一環として、「日経ビジネス」と「Human Capital Online」及び先進企業のCHO・CHRO・CPO・CWOのみなさまを中核とした会員組織「Human Capital Committee」が中心となり、2022年の6月から人的資本経営を実現する際の課題を議論する「人的資本経営版：日経ビジネスLIVE」を実施してきました。組織と人に関する課題を、経営・マネジメントの観点から多面的に議論して好評をいただいております、今回のご案内はその第10回目にあたります。

今回も6月開催につづいて同一テーマにて、AI時代の組織・人事戦略における経営・事業・人事部門それぞれの役割変化と優れた組織の体制づくりと運用のための課題を議論します。既存の枠組みに固執せず、事業戦略と人材戦略を生成AI・AIエージェントというコラボレーターを前提にどう連動させていくか、を多面的に検討していきます。

日経ビジネスLIVEでは、組織課題を自分事として受け止め企業価値を高める課題解決を模索し続ける経営層と事業リーダー、人事部門の真摯な思いと現場の声に焦点を当てて、将来あるべき人材戦略、組織開発・キャリア自律など重要課題の将来像を交し合います。

開催概要

日時：2026年11月11日（水）～ 11月13日（金）

主催：日経ビジネス、日経人財グロース & コンサルティング

協力：Human Capital Online、Human Capital Committee

開催形式：オンライン（V-cubeによる生ライブ配信）

開催規模：800名（3日間／予定）

受講対象：経営層、人事部門、経営企画部門、DX推進部門・ダイバーシティ推進部など

受講料：無料（事前登録制）

協賛申込締切：2026年9月23日（水）

プログラム・イメージ

	DAY1	DAY2	DAY3
11:00-12:00		基調講演	基調講演
12:05-12:35	基調講演	協賛講演 ①	協賛講演 ①
12:40-13:10	協賛講演 ②	協賛講演 ②	協賛講演 ②
13:15-14:15	主催パネル	主催パネル	主催パネル
14:20-14:50	協賛講演 ③	協賛講演 ③	協賛講演 ③
14:55-15:25	協賛講演 ④	協賛講演 ④	協賛講演 ④
15:30-16:30	専門セッション①	専門セッション①	専門セッション①
16:35-17:05	協賛講演 ⑤	協賛講演 ⑤	協賛講演 ⑤
17:05-17:45	専門セッション②	専門セッション②	専門セッション②

協賛プラン



	プラチナ	ゴールド	シルバー
	800万円	500万円	300万円
セッション内容	特定テーマと人選による 人事担当役員様及び有識者とのパネル対談	講演（30分）×1枠	講演（30分）×1枠
リード提供	なし （リード提供希望の場合、自社講演を追加、講演日の登録者全数提供 合計で300件見込、追加費用200万円）	自社講演日の視聴登録者と関心あるジャンルでマッチした登録者の合計で500件保証	自社及び自社講演日の事前登録者全数提供 合計で350件以上想定
リレーション	・事前相談でテーマを決定、Human Capital Committee 幹事会員のCHRO及び有識者と協賛様1名の3名で議論 ・パネルストとの事前打合せ＆事後の懇親会を開催	×	×
採録記事	・日経ビジネス電子版での記事掲載 2ページ相当 （Human Capital Online編集記事としてレビュー掲載）	日経ビジネス電子版Special×4週間掲載	×
CM映像	ご要望によりプロモーション映像（最大60秒程度/素材はご提供）を開演前、幕間の時間などに会期中に放映		

NEW オプション提案

前スライドのいずれかの協賛プランお申込みいただくことで、特別レートにて以下の2つのオプションメニューを特別レートにてご活用いただけます。

● Human Capital Committee定例会参加（5社限定・1名参加）

大手企業の人事担当役員にあたるCHROの皆様を幹事会員として開催している定例会の懇親会に1名様をご招待します。参加いただく日時は、11月18日（水）です。定例会の詳細（過去事例・幹事会員リスト・参加形態等）は別途資料にもとづき個別に詳しくご説明させていただきます。

● 人的資本経営パートナー・簡易ブランド調査（2社以上の参加で実施、3社まで）

経営層や事業リーダー、IT部門など人事部以外の組織改革の意思決定者・関係者を多く含む日経ビジネスLIVEの視聴者に協業比較のできるブランド調査を実施できます。貴社が属している市場内における貴社の立ち位置を把握でき、継続的に実施いただくことでブランドの健康診断ができます。調査項目例) 市場での存在感 主要ベンダーのシェア 製品力の比較 現場の使いやすさ評価 ITインフラとしての評価 費用対効果 ベンダーの伴走力と安全性 自由意見

追加料金:1,000,000円(税別/1メニュー)

貴社の独自設問を設置可能

認知設問の選択肢に貴社名、およびご希望の競合名を反映することが可能です。
また、ご希望の計測したい想起シーンを1つ、ブランドイメージの設問を1つ設置いただけます。

ブランドの「認知」に関する設問

- 以下の〇〇（カテゴリ名）のサービス/ブランドの中で、あなたをご存知のものをすべてお選びください。

Point

1

ターゲット市場における貴社の認知度を競合他社も含めて把握可能です

ブランドの「想起」に関する設問

- 〇〇（カテゴリ名）と聞いて、どのサービス/ブランドを思い浮かべますか？
- 〇〇（貴社名/サービス名）のイメージについて、以下の要素でもっともあなたの意見に合うものを選択してください。（マトリクス形式）

Point

2

競合他社と比較したときの貴社の強みや貴社のブランドイメージの伝播を測定できます

調査の進め方

ヒアリング



- 貴社のご状況をお伺いし、調査の目的と仮説設定を実施
- ヒアリングには、担当営業とアナリストが同席
- 弊社ブランドコンサルタントより、各設問の目的や分析方法、最新の調査手法を共有

調査票の作成



- ヒアリング内容を踏まえて、日経BPから貴社の認知・想起の測定に向けた設問案をご提案
- 設問案を踏まえてご意見をいただき、合議の上で設問および選択肢を設計

対象者の選定



- 日経ID登録情報およびログデータから、調査対象者を選定
- たとえば、貴社サービスが属するカテゴリに興味関心を持つ日経ID会員を調査対象者にすることが可能

調査票送付



- 抽出した対象者に対して、アンケートフォームを添えた回答依頼メールを配信
- 回答期間は1週間を予定。回答状況によって、期間が変動する可能性があります
- カスタム設問は最大1問まで追加できます
- 設問案は弊社から提示し、合議の上で設定

分析・ご報告



- 調査回答データを集計 / 分析し、分析結果レポートを日経BPが作成、納品
- 作成したレポートをもとに貴社にご報告
- 分析結果のご報告は、1回1時間程度を想定

報告資料イメージ（※抜粋）

分析結果 | 想起（CEPs）

Sample

「△△△」のシーンにおいて、貴社との結びつき（純粋想起）がとても強い結果となった。
これは、市場認知度がもっとも高いD社よりも強い想起率であり、CEPsとして伸ばすかを検討したい。

CEPs : ○○○

A社は市場認知が低いものの、
認知者からの○○○の結びつきはとても強い

会社名	認知者数	回答者数	想起率
A社	35	30	86%
B社	130	94	72%
C社	87	35	40%
D社	223	178	80%
E社	61	15	25%
F社	99	27	27%

CEPs : △△△

市場認知トップのD社を含めて、
△△△で貴社の想起がもっとも強い

会社名	認知者数	回答者数	想起率
A社	35	8	23%
B社	130	112	86%
C社	87	33	38%
D社	223	166	74%
E社	61	21	34%
F社	99	39	39%

CEPs : ×××

市場認知度と比例した結果がでており、
×××の想起で突出して強い会社はない

会社名	認知者数	回答者数	想起率
A社	35	9	26%
B社	130	84	65%
C社	87	35	40%
D社	223	155	70%
E社	61	20	33%
F社	99	45	45%

※「認知者数」は、市場認知度の設問における回答者数を引用しています。
※「想起率」は、「回答者数」÷「認知者数」で算出しており、どのようなシーン（CEPs）で想起されているブランドであるかを把握します。

q. ○○（カテゴリ名）と聞いて、どのサービス/ブランドを思い浮かべますか？

分析目的

- ・ 貴社名/サービス名が挙がるカテゴリエントリーポイント（CEPs）の把握

分析内容

- ・ 設問に設定したシーンごとに想起される会社名/サービス名の回答者数集計
- ・ 回答者数を分子、認知者数を分母として純粋想起率を算出

スケジュール

- 協賛申込締切：9月24日（木）
 - 主催講演決定：10月初旬
 - 告知サイトオープン：10月下旬
 - 日経ビジネスLIVE 開催：11月11日（水）～13日（金）
 - 事前登録者リスト（リード）納品：各開催日の6営業日後
 - 講演採録（PR）記事掲載：2026年12月～
-

リード提供について

日経BPの電子キャビネット bizingqから、貴社リードご担当者様より各自ダウンロードしていただきます。

※ダウンロードの権限は、協賛社内部の個人情報担当者様、原則1名に限ります。（協賛社以外の社外の方を登録することは出来ません）

◆リード情報に記載予定の内容◆

①メールアドレス、氏名、勤務先名、部署名、勤務先住所、勤務先電話番号

勤務先FAX番号※任意回答、業種、お勤め先従業員規模、所属部門、年齢区分、役職

②申込時のアンケート情報（聴講予定セッション、興味分野）

③視聴の有無（日ごと）

④協賛社アンケート

※やむを得ない事情により、情報提供日が変更になる場合がございます。その際は事前に予定日をご報告いたします。

※聴講予定は登録時の予定であり、出席者の当該セッションの視聴を保証するものではありません。

個人情報を提供する際の取り扱いルール

1. 顧客情報の範囲

提供する顧客情報は、「氏名」「勤務先会社名」「勤務先部署名・役職名」「勤務先郵便番号」「勤務先（または自宅）住所」「勤務先（または自宅）電話番号」「勤務先（または自宅）FAX番号」「電子メールアドレス」「業種など」の登録された情報のなかで貴社が希望する項目とします。「業種など」はイベント単位で異なる場合がありますので、事前に担当者までお問い合わせください。

2. 顧客情報の提供方法

顧客情報は「日経BP リードジェン支援システム」を使用してご提供いたします。データの取得方法などは貴社ご担当者様宛に弊社からメールでご案内いたします。問い合わせ先：日経BP リード・サポートセンター（E-mail：lgsc02@nikkeibp.co.jp）

3. 顧客情報の利用目的

提供した顧客情報は、その元となった貴社主催または協賛セミナーの内容に関連した、貴社製品／サービスのご案内に限定してご利用ください。

4. 顧客情報の利用方法

提供した顧客情報を元に、最初に顧客に連絡を取る際には、「提供した顧客情報の元となった貴社主催または協賛のイベント名」「貴社名」「貴社の連絡先」「顧客情報の変更・削除および情報提供停止の方法」を必ず明示してください。

5. 提供した顧客情報の管理責任について

提供した顧客情報は「個人情報の保護に関する法律」などに基づいて貴社の責任において管理・運用願います。万が一、事故などで顧客または貴社に損害が生じた場合、弊社では一切の責任を負いかねます。

お問い合わせ

日経BP Human Capital Project 事務局
hco-ad@nikkeibp.co.jp
