

ad:tech tokyo

Still there?

ad:tech tokyo 2016  
TOKYO INTERNATIONAL FORUM 9.20-21



# AFTER SHOW REPORT

ad:tech tokyo 2016  
20<sup>th</sup>-21<sup>st</sup> Sep 2016  
@東京国際フォーラム  
作成日：2016年9月23日

COMEXPOSIUM  
JAPAN

## ■ Contents

1. ad:tech tokyo 2016 イベント概要
2. スポンサー&パートナー
3. キーノートについて
4. 公式セッションについて
5. 展示会場について
6. 参加者の情報
7. 海外からの参加について

Still there?

A close-up, low-angle shot of a dragon's head, focusing on its large, glowing blue eye. The dragon's scales are dark and textured, with some highlights. The background is a deep blue gradient. The text "Still there?" is overlaid in a small, white, sans-serif font on the left side of the image.

# 1. ad:tech tokyo 2016 イベント概要



名称：ad:tech tokyo2016

日時：2016年9月20日（火）～21日（水）

会場：東京国際フォーラム

総来場者数：1万445人（1日目4,104人 2日目6,341人）

協賛・出展企業数：100社 パートナー：20

公式スピーカー：201名

今年で第8回目を迎えた ad:tech tokyo2016 は、7つのキーノート、45の公式セッションを201のスピーカーで実施。展示会には国内外の広告・マーケティング・メディア・ソリューション企業が出展しました。2日間の総来場者数は1万445人。展示会場への来場を初めて“招待制”としたことや開催がシルバーウィークの合間であったこと、初日は台風が近づく悪天候だったことが影響しました。一方、そうした中でも来場したのは、最新の知識・情報を得て、ネットワークを広げたい意欲のある人たちばかりとなりました。

公式セッションに参加した企業からは「AIなどの最新技術がマーケティングに与える影響」「海外に進出するうえでのソーシャルメディア・オウンドメディアの活用」「登壇するブランド企業の具体的な取り組みの背景にある考え方」などを聞いたことが、今後の参考になったという声がありました。

ネットワーキングの時間も積極的に活用し、他社との社外ネットワークを広げようとする広告主企業が増えています。

さらに「Basic Track」が設けられていることで、数年単位で部署異動のある広告主企業を中心に、最新情報に触れつつ基礎も学べる場となっていたことも、広告主の増加の一因となりました。

「START UP WORLD CUP」の日本地区大会の決勝がアドテックの会場で行われるなど、昨今の世界のビジネスイベント潮流を取り入れたものともなりました。

## 2. スポンサー&パートナー

**Diamond Sponsor**



**Platinum Sponsor**



**Gold Sponsors**

Hakuhodo DY holdings 

DAIKO YOMIKO 

GMO INTERNET GROUP Google Tencent 腾讯

**Silver Sponsors**

facebook salesforce

**Bronze Sponsors**

A-WORKS CyberAgent. irep SAP Hybris (v)

**Sponsors**

APPROVIN CLICKTECH digital element IBM INFOSBAHN 

theTradeDesk  ubitus YAHOO! JAPAN 

**Premium Media Partner**



**Media Partners**

アド論 campaign cnet Japan DIGIDAY [GOM] EVENT MARKETING MarkeZine

東洋経済 ONLINE WD 

**Partners**

ANA  BUSINESS TRAVEL  JAAA  J-DM  

 new balance  123RF

### 3. キーノートセッション

#### グローバル視点で最先端のマーケティング情報が得られるキーノート

今回のキーノートは、広告主、メディア、テクノロジーなど各分野から多彩なトピックがそろいました。デジタル、ソーシャル、音楽、ゲーム、スポーツなどのコンテンツとブランドとの関わりの、最前線の取り組みについては、元・北米コカ・コーラのエマニエル・セウジ氏が語りました。世界が注目する中国市場の代表的なソーシャルメディアサービス「WeChat」を持つ、テンセントのスティーブン・チャン氏は、同社の「WeChat」「QQ」といった個別プラットフォームが連携することによる「エコシステム」の確立によって、膨大なデータを獲得できると説明した。さらに、サン・マイクロシステムズの創業者であるスコット・マクネリ氏はソーシャルデータのリアルタイム活用についての今後の可能性などについて語り、「IoTが進み、集められるデータの量が膨大になる中、それを処理する能力の向上と、そこからベネフィットをどれだけ生み出せるかが重要」と指摘するなど、グローバルにおけるマーケティングの流れが、一層「データドリブン」となっていることを感じ扱せました。

こうした海外の最新情報に加え「日本が世界に出ていく」ために必要なことについて、中田英寿氏とインターネット業界を黎明期から支えてきたGMOグループの熊谷正寿氏が対談。世界で戦うために行うべきこととして「日本の価値を高めるためにも、まず世界に向けて英語サイトをつくるのが大切」といったメッセージを送りました。キーノートを聞くだけで、国内外の業界・最新テーマを全方位的に捉えることができる内容となりました。



## 4. 公式セッション

### 最新テクノロジーから世相を反映させたものまで幅広く網羅

公式セッションは、新たなテクノロジーの潮流や世の中の潮流を踏まえつつ、業界のさらなる発展に必要なことについて積極的にディスカッションが行われます。AI、IoTが今後のマーケティングに与える影響・可能性、データサイエンティストによる「ビッグデータ活用の意味」など、新しいテクノロジーの活用に関するセッションも多くありました。可能性だけにとどまらず、日本マクドナルドの「ポケモンGO」とタイアップしたキャンペーンがいかんにして実施されたのかといった事例も披露されました。

一方で、デジタルでできることが増えているからこそ「顧客インサイトに寄り添う」ことの重要性や、昨今課題となっている「アドブロック」がなされる時代に支持されるコミュニケーションの本質といった「人の心に寄り添う、気持ちを動かす」ことについても数多く言及されていました。

また、インターネット広告業界が抱えている課題に関するセッションも実施。『広告がブロックされる時代にどう生活者とコミュニケーションするか』をテーマとして広告主企業がディスカッションしたり、LINE、ヤフー、DACといった業界を代表する企業のキーパーソンが集結し、インターネット広告の健全な発展に必要なことをディスカッションしたりしました。

デジタル、ネットだけではなく、行政・企業の対応が進み、市場としても注目されるLGBTや、爆買い後の外国人観光客向け施策や越境EC、2020年の東京オリンピック・パラリンピックに向けたスポーツ業界の取り組みなど、世の中の流れに沿ったセッションも多数設けるなど、幅広い構成となりました。



## 5. 展示会場

### オリジナルセミナー・プレゼンも盛んに行われた展示会場

展示会場には、今年も多数の企業が出展しました。アドテックを訪れる広告主から「展示会場では、いま解決したい課題に関するヒント・企業が見つかる」という声もあったように、各社が自社のソリューションがいかにか企業の課題解決につながるのかをさまざまな形でアピールしていました。

目を引いたのがキュレーションメディア「MERY」の出展規模。受付ブース横のチャージステーション、展示会場内のバルーン、バナーなど  
今年は、メディア・プラットフォーム企業によるセミナー・プレゼンが目を引きました。LINEは会場内の「プレゼンテーションステージ」の一つを2日間使い、Facebookももう一つのステージを1日使用。出展企業では、10～20代女性にキュレーションメディア『MERY』が初出展。モデルを招いてのメディア紹介を行うなど、会場内を大いに盛り上げました。昨年引き続きGoogleのブースでも絶え間なくセミナーが行われるなど、来場者に対して詳細情報を確実に届けたいという意向が強く感じられました。また、海外からは、キーノートにも登壇したテンセントをはじめ、日本市場をチャンスと捉えて拡大したい意識のある企業が揃いました。



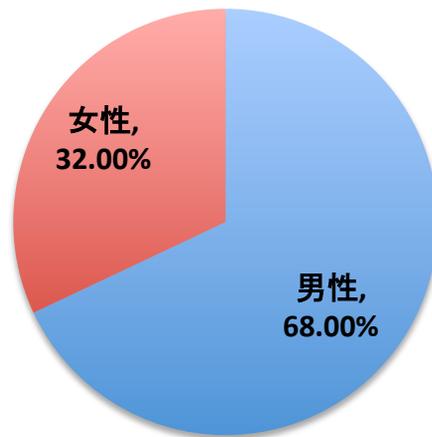
## 6. 参加者の情報 ①

### 総来場者

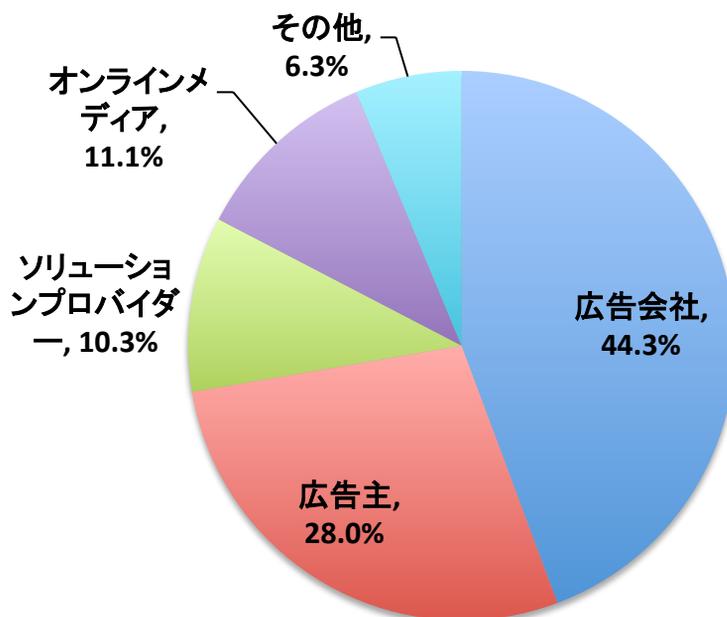
1万445人（1日目4,104人 2日目6,341人）

\*展示会場へのビジター参加も招待制としたことや、シルバーウィークの中日であったこと、初日に台風が近づいたことなどが影響し昨年より減少。  
ただ、ビジターの来場率は65%と例年(約50%)を上回った。

### 来場者男女比



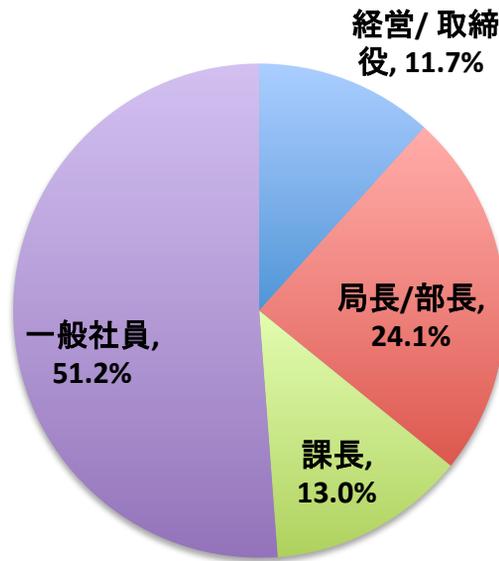
### 公式セッション業種別参加者：Attendee Industry Breakdown



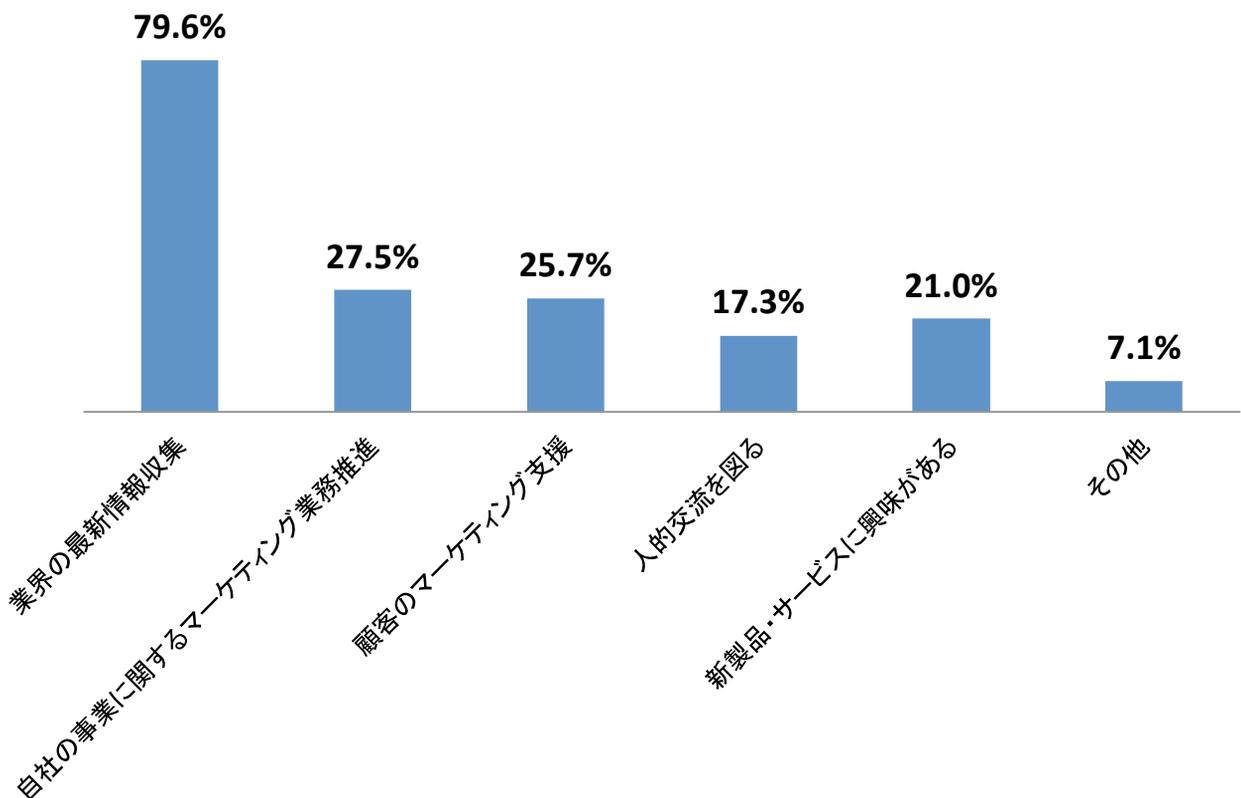
\*公式カンファレンスの参加者は1,659人。その中で広告主の来場者は465人と昨年より増加。来場者比率も28.0%(前年比+5%)で、過去最高を記録。

## 6. 参加者の情報 ②

公式セッション役職別参加者：Attendee Classified by Post



参加目的：The Purpose of Attending



## 7. 海外からの参加について

### 海外参加者地域分布：Geographical Distribution



#### <アジア>

北京 (Beijing) 中国  
ソウル (Seoul) 韓国  
シンガポール (Singapore)  
香港 (Hong Kong)  
上海 (Shanghai) 中国  
プノンペン (Phnom Penh) カンボジア  
クアラルンプール (Kuala Lumpur) マレーシア  
スラバヤ (Surabaya) インドネシア  
台北 (Taipei) 台湾  
鞍山 (Anshan) 中国  
バンコク (Bangkok) タイ  
マニラ (Metro Manila) フィリピン  
リビス (Libis) フィリピン

#### <中東>

テルアビブ (Tel Aviv) イスラエル  
デリー (Delhi) インド  
グルガオン (Gurgaon) インド  
ニューデリー (New Delhi) インド

#### <北米>

ニューヨーク (New York) 米国  
シアトル (Seattle) 米国  
ロサンゼルス (Los Angeles) 米国  
サンフランシスコ (San Francisco) 米国  
タラハシー (Tallahassee) 米国  
サンマテオ (San Mateo) 米国

サンドポイント (Sandpoint) 米国  
ブルックリン (Brooklyn) 米国  
サンジョゼ (San Jose) 米国  
ボストン (Boston) 米国  
トロント (Toronto) カナダ  
メキシコシティ (mexicocity) メキシコ

#### <アフリカ>

ビクトリアアイランド (VICTORIA ISLAND)  
ナイジェリア

#### <ヨーロッパ>

ロンドン (London) 英国  
パリ (PARIS) フランス  
フランクフルト (Frankfurt) ドイツ  
バイエルン (Bavaria) ドイツ  
ユヴァスキュラ (Jyvaskyla) フィンランド  
コペンハーゲン (Copenhagen) デンマーク  
ストックホルム (Stockholm) スウェーデン  
ブタペスト (Budapest) ハンガリー  
リスボン (Lisboa) ポルトガル  
モスクワ (Moscow) ロシア  
セントペテルスブルグ (Saint-Petersburg) ロシア

#### <オセアニア>

ビクトリア (Victoria) オーストラリア  
オルモー (Ormeau) オーストラリア



アドテック東京事務局  
コムエクスポジウム・ジャパン株式会社  
〒106-0032  
東京都港区六本木6-15-1  
E-mail [adtech@comexposium-jp.com](mailto:adtech@comexposium-jp.com)  
Tel 03-5414-5430  
Fax 03-5414-5431