

1日目 10月4日(木)

- デジタルパス
- ワンデイパス
- フルカンファレンスパス
- VIPパス

8:45 Registration Open

9:00 - 9:45 Door Open

9:00 - 9:45 M-1 チームクリエイティビティ2018

マーケターがビジネスを成功に導くために重要なことはなんですか？その一つが、様々な能力を持ったメンバーが集い、ケミストリーを起こすこと。そのために求められるエッセンスを、現場レベルまでアブレイクダウンしながらお話しします。(text by ad:tech 事務局)



須藤 志司 Moderator
株式会社Kaizen Platform
Co-founder & CEO



齋部 大輔
株式会社クー・マーケティング・カンパニー
代表取締役



木村 健太郎
情報会社ケトル / 情報室
共同CEO、クリエイティブリーダー

10:00 Opening Remarks



Nichols Wes MC
Upfront Ventures
Board Partner
Globally recognized thought leader in the area of predictive analytics, AI and data-driven decision-making for marketers around the world...



古市 優子
Comexposium Japan KK
ad:tech tokyo 非兼任役員

10:00 Exhibition Floor Open

10:15 - 11:15 Keynote 1 インビテショナルマーケティング！～未来のマーケティングがここにある

voice, bots, IOT, smart robots, WeChat, Lineなど様々な技術を使って、ユーザーはブランドにたくさん価値をしてくれています。スイス・ネスレ本社のデジタルイノベーション部門のヘッドであり、P&G、Kroger社を支援している米国Cintrifuse社のCEOでもあるピート・ブラックショウ氏が、新たなマーケティングコンセプト「インビテショナルマーケティング」を紹介します。これから先のマーケットをリードするために必要なサービスやスタートアップとのパートナーシップの必要性に関する話も必見です。また、ドイツケルンで本社を置く欧米最大のデジタルイベントDmexco創設者でもあり、コンサル会社WUNDERGUARDのエグゼクティブパートナーであるクリスティアン・ムッヒュー氏も登場。最初に、マーケティング、メディア、消費者のコミュニケーションについての市場動向を紹介します。最後には二人のQ&Aセッションで締めくくります。



Pete Blackshaw
Vice President of Digital Innovation
Service Models, Nestlé, S.A.
スイスにあるネスレ本社のデジタルイノベーション・サービス部門の副社長。Nescafe, Kit Kat, urinaを含めた数多くのネスレブランドの...



Christian Muche
Executive Partner KDM& WUNDERGUARD
Co/Founding Partner of DMEXCO
コンサルティング会社KDM&WUNDERGUARDエグゼクティブパートナー。Frank Schneider氏との共同創設者。企業のブランド立ち上げ及びデザインだけではなく、世界中の...

11:20 - 12:00 Keynote 2 デジタル広告が描く、インターネットの未来

アドテックはどんな未来に向かっていっているのでしょうか？
広告主の目標は、今、何を達成しておきたいのでしょうか？
ブランドやリテイラーの目標が存在感を増すには、どうすればいいのでしょうか？
今回のキートン講演では、Criteoの創業者兼CEOを務めるJB・リュデルが、広告やインターネットを取り巻く状況の変化について解説。さらに、ブランドやリテイラーの目標がデータにより効果的かつ効果的に活用する方法を例示することによって、AIやパーソナライゼーションといった課題を解決するためのヒントを提案します。日本の広告市場に関するCriteo独自の調査結果も知ることが出来る貴重な機会です。どうぞ、お聴き逃しなく！



JB リュデル
CRITEO株式会社
Criteo創業者 最高経営責任者 兼 会長
JBリュデルはCriteoの創業者であり、現在はCEO(最高経営責任者) 兼会長を務める。JBは創業当時より会長を務めながら...

12:00 - 12:05 真の「働き方改革」に向けて～女性リーダーがいる社会の強み

Gender Equalityの専門家・Jennifer Willey (Wet Cement社CEO) が、日本企業の成長に欠かせない、ジェンダー問題について提言します。女性が真にビジネスで活躍するために、組織、またそれぞれ個人が考えるべき、必要なことは何か。
Jennifer氏は、元ニュースキャスターで、CBS,ABCでニュースキャスター・レポーター後、デジタルメディアのYahoo, AOL, Sharecareなどでの経験を活かし、ジェンダーの平等に取り組みしました。ジェンダーのテーマとして、男女間のコミュニケーション及び意思決定プロセスの違いを指摘しながら女性が真にビジネスで活躍するために必要なことについて語ります。ここ数年、日本でもあらゆる業界で「働き方改革」が言われ、女性の働き方についても注目されています。中でも、女性の働き方の多様性の一として、女性管理職比率を高めようという流れも強くなっています。実はそうした課題は世界でも同様起きており、男女お互いのビジネススタイルや働き方に戸惑いや難しさを感じているのです。女性の働き方の理解を深め、企業体制のさらなる強化につながる提言です。



ジェン ウィリー
Wet Cement
創業者兼 CEO
セールスおよびマーケティング戦略の開発から、結果を達成するためのトレーニングおよびコーチングチーム、ジェンダー平等の育成に至るまで、様々な専門知識と...

12:00 - 12:55 Networking Lunch

12:50 - 13:40 Digital Marketing

A-1 テクノロジーが全てを変えていく時代に我々はどう備えるか

Uberとタクシー。AirBnBとホテル。Google/Facebookとメディアショナルメディア。D2CブランドとFMCGブランド。イースターとラストマイル。カスタマーサービスにAI。中絶と三本。三人自衛軍。これらは未来...

Nichols W. Moderator Upfront Ventures Board Partner

三神 正樹 株式会社 博報堂 DYメディアパートナーズ 常務執行役員

友松 重之 アメリカン・エキスプレス・インターナショナル, Inc. 個人事業部門 デジタルマーケティング 副社長

Brand Marketers

B-1 ブランドイメージの転換と顧客拡大

マーケティングが顧客中心の時代から、消費者中心の時代へと変わっていき、老舗ブランドはイメージが壊れてしまっている。そのブランドイメージをどう立て直すか、そのブランドイメージをどう立て直すか、そのブランドイメージをどう立て直すか...

西井 敏恭 Moderator オイシックス・ラボ 大地株式会社 執行役員CMT

本山 峰之 サントリースピリッツ株式会社 ウィスキー部 部長

西村 淳 ヤマハ株式会社 マーケティング 戦略部 部長

横塚 知子 デル株式会社 コンシューマー&ビジネスマーケティング 統括本部 部長

Data/AI

C-1 AIとマーケティングの棲み分け方

AIはマーケティングにどのように貢献するのかわからない。その目的は、全体的な視点なのか、業種なのか、特定のブランドなのか、特定のマーケティング環境なのか、そのブランドイメージをどう立て直すか、そのブランドイメージをどう立て直すか...

谷本 秀吉 Moderator ソネット・メディア・ネットワークス株式会社 アドテクノロジー 事業 執行役員

松崎 亮 Appier Japan 株式会社 Director, Enterprise Sales

山岡 隆志 名古屋商科大学 大学院 教授

藤原 義昭 株式会社コム共マーケティング 統括部 執行役員 部長

Contents/Creative

D-1 広告を回避する消費者対策会議

「世界的に広がっているアドブロック。消費者が「面倒」「うざい」と感じる広告が増えている。その結果、消費者の広告回避の傾向と向き合い、新しい「消費者体験」を生み出すための「広告」のあり方...

石森 博光 Moderator アドイノベーション株式会社 代表取締役社長

今井 裕香里 株式会社電通デジタル グループマネージャー

三好 健二 サントリー食品インターナショナル株式会社 ジャパン事業本部 コミュニケーションデザイン 部長

小野寺 洋 株式会社協和社 社長 事業シナジー開発責任者 兼 広告スペシャリスト

Basic

E-1 いかにも潜在顧客へリーチし、アクティブ化させるか

「潜在顧客のアクティブ化」とは、まずはリーチを届け、その顧客を振り起こし、顧客になること、さらには、エンゲージメントを高め、アクティブ化させることと定義される。それは、いかにして実現するのか？...

井上 一郎 Moderator 江戸川大学 メディアコミュニケーション学 部 教授

栗田 宏美 株式会社クレイゼン デジタルマーケティング部

杉本 涉 株式会社「リーグ」デジタルコミュニケーション戦略部 グループマネージャー

寺岡 良浩 RIZAP株式会社 プロダクト事業本部 ダイレクトマーケティング 事業部 部長 / IT戦略推進部 部長

11:25 - 12:55 Challenges ※90min

F-1 自分が欲しいものが分かっていない消費者を、どう導くべきか?

情報が溢れ、メディアも多様化し、フェイクニュース、誤報もある。消費者も多様化し、言いたい放題、言いたい放題、言いたい放題。クラウドファンディング、クラウドファンディング、クラウドファンディング。どの未来も消費者が好きな未来で、消費者は一体なにが欲しいのか自分でもわからない...

菅原 健一 Moderator Moonshot Inc. CEO

明石 ガクト ワンメディア株式会社 代表取締役

井手 直行 株式会社ヤッホーフルーイング 代表取締役社長

箕輪 厚介 株式会社知冬舎 編集者

光本 勇介 株式会社バンク 代表取締役兼CEO

11:00-11:40 Presentation Stage

G-1 KPI Solutions

PARCOの自撮り「Serendity Center」実現に向けたデータ活用

H-1 amazon pay

Amazon Payで「ふるさと納税」はどう変わる〜ふるさとチョイスの課題とマーケティング戦略〜

I-1 meitu

Bringing authenticity to brands - Leverage first party data and AR technology to create original advertising experience and UGC

12:00-12:40 Presentation Stage

G-2 KPI Solutions

タイアップ広告効果を高めるためのデータ収集と活用 - 記事・動画・インフルエンサーデータについて -

H-2 theTradeDesk

データをもっと Programmatic Buyingに活用するには - the Trade Desk Next Wave -

I-2 ORACLE

データドリブンな顧客マーケティング

13:00-13:40 Presentation Stage

G-3 KPI Solutions

Ad Quality Report for Publishers

H-3 Shufoo!

〜買いたいメディア × 地図 × データ × 環境データ〜 リアル行動を基としたオーディエンスデータ活用

I-3 Sonet Media Networks

AIでユーザー心理を正確に捉える〜マーケティングコミュニケーションを最適化する手法〜

13:55 - 14:45 Brand Marketers

A-2 「データドリブンマーケティング」が広がる15年次までのブランド成長とは

データドリブンマーケティングはまだデジタルの中で売れているものが多い。本セッションでは、データドリブンマーケティングにクリエイティブの強みを加味する事で、ブランドの成長を加速し、その強みを競い、その強みを競い、その強みを競い...

茂呂 謙治 Moderator 株式会社 博報堂 局長

平野 真太郎 KIRIN キリンビバレッジ株式会社 マーケティング 部商品担当 担当 部長

沖野 和雄 LEXUS INTERNATIONAL 専員

岡 慎太郎 docomo 株式会社 N.T.T ドコモ 広報部 広報担当 部長

Digital Marketing

B-2 「顧客接点」が変わるリスニングスピーカー/音声UIがもたらすデジタル社会の進化

スクリーン付きのEcho Spotの登場でさらなる利用が予測されるスマートスピーカー市場。音声UI(VUI: Voice User Interface)技術の発展、顧客利用の意思、企業側の取り組み等の観点からデジタル社会に...

野口 竜司 Moderator eAgency 株式会社イー・エージェンシー 取締役

平岩 二郎 株式会社 オプト CTO, テクノロジー開発部 部長

栗田 慎太郎 ワーナーミュージックジャパン株式会社 邦楽デジタルマーケティンググループ マネージャー/ディレクター

泰良 文彦 電通デジタル ビジネス&UXデザイン事業部 クリエイティブディレクター/UXデザイナー

Data/AI

C-2 オンラインオンライン融合コミュニケーション設計に必要なこと

デジタルトランスフォーメーションが叫ばれる中、データドリブンマーケティングは企業側の課題です。ただ、企業側の課題だけでなく、マーケティング設計は...

鈴木 謙夫 Moderator イーリスコミュニケーションズ株式会社 共同創業者/ エグゼクティブアドバイザー

亀井川 篤 TOPPAN 凸版印刷株式会社 (株) 株式会社 マビオン メディア事業部 兼 副本部長 (兼) マビオン 取締役

芹澤 新 三井物産株式会社 デジタルマーケティング事業部 チームリーダー

田中 順一 株式会社 アスタリア イノベーション・ラボ 部長

田淵 有策 マツダ株式会社 国内営業本部ブランド推進部アシスタントマネージャー

Contents/Creative

D-2 オトナ女性の購買心理、2019年のトレンドを探る

ライフスタイルの多様化が進み、「オトナ女性」が消費に与えるインパクトは益々強まることがある。「シェア」「自己投資」「ご褒美」「自己投資」など、ヒットしている商品が、サービスには必ず、彼女たち...

中林 由恵 Moderator YouAppi Inc. ジャパンクライアント マネージャー

天沼 聡 株式会社 エアークロゼット 代表取締役社長 兼 CEO

伊藤 昂介 株式会社 Wondershake 取締役 COO

児玉 昇司 LUXUS 日本マイクソフ社 株式会社 業務執行役員 マイクソフテクノロジーセンター 長

Basic

E-2 マーケティング・広告業界の働き方改革 本質は何か

働き方改革という言葉を耳にする機会が増えてきた。しかし、それが自分自身にどう影響するのかわからない。また、働き方改革をどう進めるのか、また、働き方改革をどう進めるのか、また、働き方改革をどう進めるのか...

村上 臣 Moderator リンクトイン・ジャパン株式会社 日本代表

岩瀬 昌美 M+W Marketing & Consulting Group, Inc. President / CEO

大内 智重子 dentsu 株式会社電通 執行役員

澤 円 日本マイクソフ社 株式会社 業務執行役員 マイクソフテクノロジーセンター 長

13:05 - 14:45 Challenges ※90min

F-2 アドフラウド15%!? 広告の透明性と検証を各ステークホルダーがどう課題解決するか?

2018年にはついに、世界の広告費の半分以上がデジタル広告費に占められる。初めにアドフラウドという。一方、デジタル広告は効果測定が難しく、検証が難しい。また、アドフラウド... 2018年にはついに、世界の広告費の半分以上がデジタル広告費に占められる。初めにアドフラウドという。一方、デジタル広告は効果測定が難しく、検証が難しい。また、アドフラウド...

石戸 亮 Moderator Datorama Japan 株式会社 セールズディレクター/ビジネスオペレーション

片山 義文 株式会社 電通 デジタル

岩瀬 昌美 M+W Marketing & Consulting Group, Inc. President / CEO

大内 智重子 dentsu 株式会社電通 執行役員

澤 円 日本マイクソフ社 株式会社 業務執行役員 マイクソフテクノロジーセンター 長

岩瀬 昌美 M+W Marketing & Consulting Group, Inc. President / CEO

岩瀬 昌美 M+W Marketing & Consulting Group, Inc. President / CEO

岩瀬 昌美 M+W Marketing & Consulting Group, Inc. President / CEO

岩瀬 昌美 M+W Marketing & Consulting Group, Inc. President / CEO

岩瀬 昌美 M+W Marketing & Consulting Group, Inc. President / CEO

17:10 -
17:50

Keynote 3 データドリブンの本質とマーケティングのこれから +

データは「21世紀の原油」である。ビッグデータへの期待が高まり、あらゆる産業・分野でその利活用が進められている現在。2018年、ヤフーも「データの会社」になることを宣言し、執行体制を刷新した。100以上のサービスから生まれるマルチビッグデータの利活用に挑戦するヤフーが考える「データドリブンの本質」とは何か。具体的な取り組みを通じて、データ時代におけるマーケティングの展望についてお話しします。



川邊 健太郎

ヤフー株式会社
代表取締役社長 CEO

青山学院大学法学部卒。1995年の大学在学中に有限会社電脳隊を設立、99年代表取締役社長に就任。1999年にピー・アイ・エム株式会社を設...

18:00 -

Exhibition Floor Close

18:05 -
18:20

Break

18:20 -
19:35

Networking Party

Sponsored by



甲斐 真樹
株式会社イー・エージェンシー
代表取締役

※時間、枠については変更になる可能性があります。

ビジターパス
 ワンデイパス
 フルカンファレンスパス
 VIPパス

8:45 Registration Open

9:00 - 9:45 Door Open

9:00 - 9:40 M-2 今、マーケターが考えるべきこと

1年後、3年後、5年後、10年後。マーケターを囲む環境はどのように変化しているだろうか？テクノロジーにより大きく変化する生活に対し、擦れ続けるデータに対し、高まるインバウンド比に対し、マスメディアの変化に対し、今後打つべき手筋は何だろうか？現在を代表する女性CMOが、それぞれに今最も重視しているマーケティング施策、今後重要と考えるマーケティング施策について、お話しします。(text by ad:tech 事務局)



吉柳 さおり Moderator
ベクトルグループ
取締役副社長



小和田 みどり
ライオン株式会社
コミュニケーションデザイン部長



リュウ シーチャウ
フォリオ
CMO



木村 美代子
アスクル株式会社
取締役CMO

9:45 - 10:00 Opening Remarks



Nichols Wes MC
Upfront Ventures
Board Partner
Globally recognized thought leader in the area of predictive analytics, AI and data-driven decision-making for marketers around the world...



吉市 優子
Comexposium Japan KK
aditech tokyo 専任責任者

10:00 - 10:40 Exhibition Floor Open

10:00 - 10:40 Keynote 4 eコマースマーケティング効果

このセッションでは急速に進んでいるeコマースマーケティングについて、そして利用しているブランドの戦略などについて話します。お茶、商標、映画、音楽、家電製品などはすべての商品において、昨今の消費者の購買行動は長期的に大きく変化しています。その変化はグローバルで起きていて、世界中の経済に影響を及ぼしています。デジタルデバイスやインターネットを使ったチャネルだけでなく、AIのような技術の効果もあり、購買活動をする消費者をエンゲージするためのマーケティング手法も刷新する必要性があることを訴求させていただきます。



amazonadvertising

デレイヤ セス

アマゾン
アマゾンアドバイジング グローバルアドバイジング
セールス&マーケティング バイスプレジデント
アマゾンアドバイジングのバイスプレジデントとして
セス・デレイヤは全世界のAmazon サイト、Kindle
などのデバイス、そのほかの...

10:40 - 11:20 Keynote 5 広告はスポンサーファーストからコンテンツファーストへ

トランスコスモスが俳優の山田孝之氏と共に設立したミーアンドスターズ。スターと共に作られたコンテンツはどのような可能性を秘めているのか。このセッションでは従来のスポンサーファーストの広告モデルから、バズを巻き出すコンテンツにスポンサーが集まるコンテンツファーストについて、山田孝之氏のバズ判定準則と実際の体験を含めたセッションを進行していきます。



trans cosmos

佐藤 俊介

トランスコスモス株式会社
取締役 上席常務執行役員兼CMO

001年、日本大学理工学部建築学卒業。複数のベンチャー企業経営を経て2006年に株式会社エスワンオーを創業。2010年よりファッションブランド satisfaction guaranteed設立のためシンガポールに...



M&S

北島 康介

ミーアンドスターズ株式会社
常務取締役

2004年アテネオリンピック100m・200m泳ぎで金メダルを獲得。2008年北京オリンピックでも同種目で金メダルを獲得し、競泳での日本人唯一の2連覇を達成。2016年4月に現役を引退。現役中の2009年に...

11:20 - 12:00 Keynote 6 常識的な視点の捨て方



堀江 貴文
SNS media&consulting 株式会社
フアンダー

1972年、福岡県生まれ。SNS media & consulting 株式会社フアンダー。現在は宇宙プロジェクト開発や、スマホアプリ「TERIYAKI」[75]「マンガ新聞」のプロデュース、また子供医療普及委員会としても活動するなど...



ビスポ

高島 史典 Interviewer
株式会社Bespo
代表取締役

1991年京都大学経済学部卒。日本郵政銀行にて出陣曲品開発に従事するもお札も数えられないうちにドロッアップアウト、捨てられたP&Gでマーケティングの世界にハマる。SK-II、ヴィダラサスーン、マックスファクターなど...

ワンデイパス(10/5)

フルカンファレンスパス

VIPパス

12:00 - 12:50

Digital Marketing

A-L Lunch Time Networking

メディア、テクノロジーの進化、ライフスタイルを... 江端 浩人 Moderator

Brand Marketers

B-L Lunch Time Networking

スマホやソーシャルメディアの普及により、いわゆるデジタルマーケティングの時代... 徳力 基彦 Moderator

Data/AI

C-L Lunch Time Networking

データマネジメントプラットフォームの進化、CRMでの失敗を繰り返さないために... 羽片 一人 Moderator

Brand Marketers

D-L 動画活用でのシナリオ認知から購買まで

スマートフォンの普及、SNSのブームによる動画活用の浸透... 有賀 翔平 Moderator

Data/AI

E-L デジタル基盤の統合を本当に成功させるための要素

戦略を実行する際、分析しないままにつくるために1st, 3rd party dataをどのように連携... 石野 正規 Moderator

12:00 - 13:30

Challenges ※90min

F-8 コンテンツとアドが溶ける時代の境界線と本質とは、を本気で議論する90分

「オーディエンス・ファースト」「インサイト・ファースト」『コミュニティ・ファースト』... 西谷 大蔵 Moderator

ビジター

11:00-11:40 Presentation Stage

G-7 KPI Solutions 現場から見たビジネスやユーザーの心を動かす データ活用と付き合い方

12:00-12:40 Presentation Stage

G-8 KPI Solutions Modern Marketing to Today's Woman 竹下 隆一郎

12:55 - 13:45

Digital Marketing

A-5 ビジネスモデルを把握し、進化せよ。マーケティング成長企業がやっていること

メディア、テクノロジーの進化、ライフスタイルを... 江端 浩人 Moderator

Brand Marketers

B-5 エージェンシーのチーム編成一人と人が機能するために

スマホやソーシャルメディアの普及により、いわゆるデジタルマーケティングの時代... 徳力 基彦 Moderator

Data/AI

C-5 カスタマーデータプラットフォームへの進化 -CRMでの失敗を繰り返さないために

データマネジメントプラットフォームの進化、CRMでの失敗を繰り返さないために... 羽片 一人 Moderator

Contents/Creative

D-5 デジタルコンテンツマーケティングによるスポーツメディアビジネスの拡張

オフライン・オンラインでの連携 (広告在庫)の取り扱いは存在... 菅 裕紀 Moderator

Basic

E-5 データドリブン体質になるための戦略と組織

マーケティングのデジタル化が進み行動履歴を蓄積できる... 宮坂 祐 Moderator

13:40 - 15:10

Challenges ※90min

F-6 プログラムティック広告の最新状況 -あなたは積極派か保守派か

プログラムティック広告という言葉が当たり前の境に変わってきた... 橋本 和也 Moderator

13:00-13:40 Presentation Stage

G-9 KPI Solutions 広告データ活用におけるBIの未来

13:00-13:40 Presentation Stage

H-9 Felica Networks レシートソリューションとライオン(株)様による活用事例

14:00-14:40 Presentation Stage

G-10 mawari クリエイティブ・テクノロジーでデジタル広告の未来を形成

13:55 - 14:45

Digital Marketing

A-6 感情に訴える顧客体験・顧客接点の設計

顧客体験の重要性は問われて久しいが、今のデジタル時代には一体どのような設計とされるべきなのか。...

佐藤 俊介 Moderator トランスコスモス株式会社 取締役 上席常務執行役員兼 CMO

久保 裕文 株式会社クラス代表取締役

長瀬 次英 株式会社LDH JAPAN 執行役員 CDO/デジタルマーケティング本部長

瀬出井 亮 株式会社シーオーメディアカル 代表取締役社長

Brand Marketers

B-6 TOKYO2020へアドバタイザーの戦略

ジャック・マーの平昌五輪を活用したマーケティングに代表されるように、スポーツマーケティングは周到に用意したビジネス戦略の注目を浴びている。...

石井 宏司 Moderator 株式会社スポーツマーケティング グラボラトリー 執行役員

馬場 浩史 株式会社NTTドコモ スポーツ&ライヴ ビジネス推進室長

渡邊 和史 日本コカ・コーラ株式会社 統括部長

保田 益男 富士通株式会社 スポーツ・文化 イベントビジネス推進本部 V P

Data/Commerce

C-6 販促領域のデジタル化がもたらす新しいマーケティングエコシステムの実現

顧客の顔が見えなくなったメーカーの販促活動は、デジタルマーケティングは、テクノロジーおよびプラットフォーム媒体の活用により、企業が顧客と「つながる」時代へと移行してきている。...

窪田 充 Moderator 株式会社博報堂 DYメディアパートナーズ 統合メディアプランニング局 デイレクター

江田 達哉 LINE株式会社 インストアセールスプロモーション室 / 室長

島袋 孝一 キリン株式会社 デジタルマーケティング部

竹田 珠恵 合同会社西友 / 楽天商友ネットスーパー株式会社 執行役員 / 代表取締役社長

植野 大輔 株式会社ファミリーマート シニアオフィサー マーケティング本部長

Contents/Media

D-6 位置情報データの付加価値を徹しく精査しよう

「実店舗における販促活動」に「ユーザーが取り込むオンラインコンテンツ」において、今後どのようなデジタル販促活動が取り込まれていくのか。...

高橋 篤 Moderator 株式会社サイバーエージェント ニュメディア戦略局 局長

福吉 敬 サッポロビール株式会社 シニアメディアプランニングマネージャー

西尾 巧 Alpe Group 株式会社アルペン デジタルコンテンツ部 部長

安岡 武人 AEON イオン株式会社 リーダー

Basic

E-6 顧客創造と顧客基盤マーケティング

インフラ/モビリティ事業でありながら、意外と購入/利用が低価格(あるいは日々利用している)でプールのような厚利を築く事業者が、どのような顧客基盤を築いていくのか。...

露木 章史 Moderator 株式会社博報堂 ブランド・イノベーションデザイン局 ストラテジックプランニングディレクター

北本 毅 石川トヨタ自動車株式会社 経営企画部 部長

森 亨弘 九州旅客鉄道株式会社 上席執行役員 総合企画本部副本部長 兼 経営企画部部長

山名 敏雄 日本航空株式会社 コーポレートブランド推進部 Webコミュニケーショングループ 長

Head or Uem and

村山 亮太 株式会社電通 デジタルプラットフォームマネージャー

小原 聡 株式会社リクルート ネットマーケティング推進室

山口 周 Moderator コーフェリーパートナー

吉川 裕也 株式会社電通 エグゼクティブ・クリエイティブ・ディレクター

橋田 和明 株式会社博報堂ケトル

三浦 崇宏 株式会社GO 代表取締役 P R・クリエイティブディレクター

中村 洋基 PARTY 取締役・クリエイティブディレクター

金子 雅也 Moderator 株式会社サイバーエージェント AbemaTV/タレントイノベーション局 局長

平山 彩子 株式会社デューク エグゼクティブ編集長

眞鍋 海里 BBDO J WEST コンテンツプランナー

杉浦 健太 株式会社NewsTV 代表取締役

小助川 雅人 資生堂 クリエイティブ本部 チーフクリエイティブディレクター

アリキヴィ ラウル 一般社団法人日本・エストニアEUデジタルソサエティ推進協議会 理事

有岡 雄一 Moderator 株式会社電通 デジタル営業エグゼクティブコンサルタント

有岡 雄一 Moderator 株式会社電通 デジタル営業エグゼクティブコンサルタント

KPI SOLUTIONS

Supership x KPIソリューションズ トークセッション「データドリブン〇〇を進めるために必要なこと」

TikTok TikTokが切り開く、新しいショートムービーマーケティング

CyberAgent. テクノロジーでブランディングとセールスプロモーションはもう変わったか〜最新事例で読み解くこれからの広告・販促体験〜

USJが挑戦する、Data×顧客の新しい試み

Yellowfin データ分析市場で始まったディスプレイ広告〜拡張アナリティクスがもたらす変化とデータ活用への向き合い方〜

Sonet Media Networks AIでユーザー心理を正確に捉える〜マーケティングコミュニケーションを最適化する手法〜

facebook ラップアップセッション

JAAA We Are Young Admen 2018〜若者の若者による若者のためのトークセッション〜

15:00 - 15:50

Digital Marketing

A-7 ロイヤルカスタマーを創出するオムニチャネルのあり方

小売業界においてアマゾン・アリババの躍進に対抗すべく、リテール業界では数年前からオムニチャネル戦略に取り組むリアル企業が増えつつある。しかし、大きくは飛躍できていないのが現状であり、マーケティングに...

鈴木 康弘 Moderator 株式会社デジタルソフトウェア 代表取締役社長

逸見 光次郎 オムニチャネルコンサルタント コンサルタント

前田 徹哉 タワレコード株式会社 営業戦略本部 本部長

山崎 徳之 ZETA株式会社 代表取締役社長

Brand Marketers

B-7 マスメディア 大変革への足音

月9ドラマ、あすなる三番、躍る大団三線、ヒーロー。超有名なテレビドラマや映画コンテンツをプロデューサーとして日本に引き出して来た島山千広(現フジBS社長)が、嵐多に人間性に出ない島山氏に聞きたいことはたくさん...

鹿毛 康司 Moderator エッセイ株式会社 執行役員 クリエイティブ・ディレクター

亀山 千広 株式会社ピーエスエフ 代表取締役社長

Data/Commerce

C-7 World Marketing Tide

デジタルシフトが当たり前になりつつある今、マーケティングがアグロセグメントの確信や意も遠慮にないほど増えた。データには蓄積的な消費者のインサイトをあぶり出し、マーケティング業務の効率化に貢献...

村上 公太 Moderator Essence Senior Client Services Director

Yvonne Jaunschka Shutterstock Director APAC

Salomon A Alexandra IAB Tech Lab Head of Global Business Development

Contents/Media

D-7 テレビ視聴率のリアルタイムデータから生まれる新施策

データ・ドリブンマーケティングが叫ばれる中、あらゆる施策の確信をつなぐ「最後のピース」であった、画面のテレビCM視聴率情報。それがいよいよリアルタイムでデータ化されるようになった今、テレビ、デジ...

本田 哲也 Moderator ブルーカレント・ジャパン株式会社 代表取締役社長

土橋 達幸 株式会社デルフィス 常務取締役

藤本 良信 株式会社博報堂 DYメディアパートナーズ データビジネス開発局 局長代理

山崎 佑介 スマートニュース マーケティングマネージャー

Basic

E-7 動画ディレクション失敗と成功の分かれ目

デジタル動画産出量の急増、その成功を決めるポイントには、広告主から制作サイドへのディレクションのあり方に大きく関係がある。本セッションでは、国内を代表するブランド・制作、ネット動画制作、広...

金子 雅也 Moderator 株式会社サイバーエージェント AbemaTV/タレントイノベーション局 局長

平山 彩子 株式会社デューク エグゼクティブ編集長

眞鍋 海里 BBDO J WEST コンテンツプランナー

杉浦 健太 株式会社NewsTV 代表取締役

小助川 雅人 資生堂 クリエイティブ本部 チーフクリエイティブディレクター

Challenges

F-8 ブロックチェーン/仮想通貨こそマーケティング課題である

ブロックチェーン技術(分散型台帳)によって中央銀行(中央集権的)管理)の必要ない仮想通貨が登場した。この仕組みは、peer-to-peerの多様性を生み出す。相互の情報交換の信頼性・信用性を担保す...

有岡 雄一 Moderator 株式会社電通 デジタル営業エグゼクティブコンサルタント

アリキヴィ ラウル 一般社団法人日本・エストニアEUデジタルソサエティ推進協議会 理事

有岡 雄一 Moderator 株式会社電通 デジタル営業エグゼクティブコンサルタント

有岡 雄一 Moderator 株式会社電通 デジタル営業エグゼクティブコンサルタント

有岡 雄一 Moderator 株式会社電通 デジタル営業エグゼクティブコンサルタント

18:05 - 18:55

Digital Marketing

A-8 人の心と technology

テクノロジーの進化により変化するコミュニケーションの心はどうか... テクノロジーの進化で、マーケティングはより深く顧客の行動心理を把握できるようになりました。本セッション...

- 川川 晴代 (Moderator) アンルーリー 代表取締役
並河 進 (Moderator) 電通デジタル 執行役員 エグゼクティブクリエイティブディレクター
鈴木 愛子 (Moderator) 花王株式会社 マーケティング 開発部門 デジタルマーケティング部長
鈴木 健 (Moderator) 株式会社ニューバランスジャパン DTC & マーケティングディレクター
谷本 尚道 (Moderator) ソニー株式会社 ブランド戦略&アクティベーションマネージャー

Brand Marketers

B-8 正面から eCommerceマーケティングを考える

メディアとしてブランドから見たときのAmazonを、どう活用していくかについて、その課題が何か、効果をどう見なかを、議論する。得意なしのフェイスブックにご招待ください！ (text by アドテック事務局)

- 井上 喬裕 (Moderator) 博覧空DYメディア パートナース 統合メディアブランドینگディレクター
池田 俊之 (Moderator) 養生堂ジャパン株式会社 EC事業推進部 グループマネージャー
成田 敬 (Moderator) アマゾンジャパン 合同会社 アマゾンパブリッシング 代理店事業本部 部長
野澤 英隆 (Moderator) ネスレ日本株式会社 統括部長

Data/Commerce

C-8 リテールと ECの関係再構築せよ

多くの百貨店企業が本格的にEC事業に取り込むようになって10年が、百貨店とECを融合したオムニチャネルが用語として定着して5年ほどが経ちました。しかし、まだにそれぞれのEC事業の多くは赤字運営と書かれていま...

- 郡司 昇 (Moderator) 店舗のICT活用 研究所 代表
知地 俊弥 (Moderator) クリテオ株式会社 シニアセールスマネージャー
橋原 正明 (Moderator) 株式会社Monotaro 常務執行役
則末 修男 (Moderator) 株式会社 オートボックスセブン ネット事業推進部 部長
中根 志功 (Moderator) 株式会社カネボウ化粧品 マーケティング 戦略企画グループ

Contents/Media

D-8 動画ブランドリフトの本当の効果〜ケーススタディ

デジタル広告市場は2017年に1.5兆円を突破し、2020年にTV広告市場を超えると言われていた。TVが追いついていないブランド領域にもデジタルリフトが起きている。どのようリフトを捉え、コミュニケーション...

- 金子 彭洋 (Moderator) 株式会社サイバークリエイティブ エージェント 次世代ブランド 戦略 マーケティングサイエンス 部長 兼 ブランディングディレクター
人見 靖 (Moderator) 株式会社モスフードサービス ダイレクトマーケティンググループリーダー
中澤 社吉 (Moderator) 株式会社 博覧空DYメディア パートナース 部長

Basic

E-8 モバイル時代愛される広告、嫌われる広告

テレビや新聞、ポスターや雑誌、愛される・嫌われるという判断基準は昔から存在した。特に広告クリエイティブという観点においては、その違いを研究し、最適な広告ではクリエイティブ以外にも...

- 亀井 昭宏 (Moderator) トランスコスモス株式会社 部長
大橋 勲一 (Moderator) 株式会社MTG 部長
富満 康之 (Moderator) ANA X 株式会社 部長
池端 由基 (Moderator) LINE 株式会社 エンタープライズ事業部 事業部長 /LINE Ads Platformセールス・コンサルティング 部長 / 大阪 オフィス 代表

平尾 憲映 (Planetway Corporation 代表取締役 CEO/ファウンダー)
坪井 大輔 (株式会社INDETAILE 代表取締役)

17:10 - 18:00

Digital Marketing

A-9 Close

ビジネスKPIの達成から逆算したときに、どういったKPIがデジタル(動画)で設定されるべきでしょうか。デジタルなら広告の費用対効果が測れるだけでなく、購買意欲など肝心の顧客の意思を可視化はデータが分析する...

- 中田 大樹 (Moderator) 株式会社Cyber Bull 代表取締役社長
堀 宏行 (Moderator) 株式会社セブン&アイHLDS. デジタルマーケティング シニアオフィサー
宮地 成太郎 (Moderator) 株式会社電通 クリエイティブ・テクノロジー スト
上田 芳治 (Moderator) キリン株式会社 デジタルマーケティング部

Brand Marketers

B-9 店頭商品とデジタル広告・動画との関係可視化する

店頭商品とデジタル広告・動画との関係可視化する。店頭商品とデジタル広告・動画との関係可視化する。店頭商品とデジタル広告・動画との関係可視化する。

- 橋田 恭平 (Moderator) 電通デジタル エグゼクティブ ブランディングディレクター
川添 陸 (Moderator) 株式会社ビジョナリーホールディングス 執行役員 デジタルエクスペリエンス事業本部 部長
越智 将平 (Moderator) 株式会社ナノユニバース 経営企画本部 WEB戦略部 部長
奥谷 孝司 (Moderator) オイシックス・ラ・大地株式会社 執行役員

Data/Commerce

C-9 巨大コマースプラットフォームでのコミュニケーション戦略を考える

連年、Amazon、ZOZOTOWNを筆頭とした、EC市場の拡大を牽引する巨大コマースプラットフォーム。マーケティングは、市場であり、購買データホルダーでもある彼らの価値をいかに取捨選択し、いかに活かすか...

- 橋田 恭平 (Moderator) 電通デジタル エグゼクティブ ブランディングディレクター
川添 陸 (Moderator) 株式会社ビジョナリーホールディングス 執行役員 デジタルエクスペリエンス事業本部 部長
越智 将平 (Moderator) 株式会社ナノユニバース 経営企画本部 WEB戦略部 部長
奥谷 孝司 (Moderator) オイシックス・ラ・大地株式会社 執行役員

Contents/Media

D-9 Close

- 中澤 社吉 (Moderator) 株式会社 博覧空DYメディア パートナース 部長

Basic

E-9 Close

- 池端 由基 (Moderator) LINE 株式会社 エンタープライズ事業部 事業部長 /LINE Ads Platformセールス・コンサルティング 部長 / 大阪 オフィス 代表

17:00 - Exhibition Floor Close

17:45 - 20:30 Startup Worldcup

※時間、枠については変更になる可能性があります。