

報道関係者各位

ad:tech tokyo

News Release

2018年2月28日

コムエキスポジアム・ジャパン株式会社

アジア最大級デジタルマーケティングカンファレンス ad:tech Tokyo10周年

公式スピーカー募集開始

マーケティングの国際カンファレンスを多数企画運営するコムエキスポジアム・ジャパン株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：武富正人）は、2018年10月4日（木）、5日（金）の2日間、東京国際フォーラムにて、今年10回目を迎えるアジア最大級のマーケティングの国際カンファレンス「ad:tech Tokyo2018」を開催します。



今年は、「考える ad:tech」。デジタルマーケティング、ブランドマーケティング、データ・AI、コマース、コンテンツ、クリエイティブ、メディアなどのテーマとともに、デジタルがマーケティングの一部となり、生活者へ与えるインパクトについて議論します。マーケターとしての原点の大切さ、経営へ浸透するデジタル、デジタル世代への人材育成などのテーマも含まれます。カンファレンスは、キーノート、セッション、展示会で構成され、6カテゴリー52セッションのテーマが決定しました。それに伴い、公式スピーカーの募集開始を発表します。

【本件に関するお問い合わせ】

コムエキスポジアム・ジャパン株式会社 担当 堀 Email: adtech@comexposium-jp.com

Tel: (03) 5414 5430 Fax: (03) 5414 5431 <http://comexposium-jp.com/>

別紙資料

■ad:tech について

アドテックは世界の主要都市(ニューヨーク、ロンドン、シンガポール、上海、シドニー、ニューデリーなど)で開催される国際マーケティングカンファレンスです。広告主、エージェンシー、ソリューションプロバイダー、メディアなど、各ジャンルのマーケターが集ります。アドテクノロジーを含めマーケティングマネジメントにかかわるあらゆるテクノロジーの最先端の情報を届けています。

■ad:tech Tokyo 2018 イベント概要

開催時期: 2018年10月4日(木)、5日(金)

開催場所: 東京国際フォーラム 東京都千代田区丸の内3丁目5-1

公式サイト:<http://www.adtech-tokyo.com/ja/>

■セッション一覧

●Track A: Digital Marketing

- A-1 経営からサプライチェーンまで拡大し、重要性高まるデジタルマーケティング
- A-2 データドリブン体質になるための戦略と組織
- A-3 スマートスピーカー、音声マーケティング “Connected Era”の今、実現したいアイデア
- A-4 “マーケティング”が終わる?—もはやマーケティングされたくない生活者へのアプローチ
- A-5 ビジネスモデルを把握し、進化せよマーケター—成長企業がやっていること
- A-6 感性に訴える顧客体験・顧客接点の設計
- 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
- A-8 動画活用のシナリオ—認知から購買まで
- A-9 人の心とtechnology

●Track B: Brand Marketers

- B-1 2018年の自己採点-やりたいことの何パーセントが達成できた?実現できなかった理由は?
- B-2 コストセンターからrevenue creatorに変わるための戦略
- B-3 ブランドイメージの転換と顧客拡大
- B-4 デジタル起点のトータルコミュニケーション
- B-5 エージェンシーのチーム編成 - 人と人が機能するために
- B-6 TOKYO2020へアドバタイザーの戦略
- B-7 デジタルマーケティング人材をどう育成・獲得するか?
- B-8 ブランドリフトの本当の効果
- B-9インフルエンサーと広告主最適マッチングのために考えるべきこと

●Track C: Data/AI/Commerce

- C-1 AIとマーケターの棲み分け方
- C-2 Society 5.0データマーケティングで可能となる事業創造

- C-3 オンオフのシームレスな施策必要なデータと指標
- C-4 デジタル時代のマーケティングのためのデータ戦略
- 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
- C-6 デジタル時代リテールとECの関係再構築 - 腹を割って話そう
- C-7 「会話型マーケティング」を実現するためにやるべきこと
- C-8 リテールとメディアの融合結果を呼ぶストーリーテリング
- 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

●Track D: Contents/Creative/Media

- D-1 広告を回避する消費者対策会議
- D-2 オトナ女性の購買心理、2019年のトレンドを探る
- D-3 「コミック」「ゲーム」に学ぶグロース戦略
- D-4 デジタルクリエイティブは「面白い」だけではダメ？
- D-5 デジタル広告のUXを高めるための変革
- D-6 SNSアカウント担当集結！2019年に重視すべき鉄則
- D-7 ミレニアル世代の欲するモノ デジタル⇄リアル
- D-8 コミュニティ・マネージメント効果的手法とKPI設定
- D-9 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

●Track E: Basic

- E-1 2018年のベストオウンドメディアピッチコンテスト
- E-2 広告業界の人事集合！働き方改革 何が問題か
- E-3 日本の広告業界はダイバーシティに堪えるのか
- E-4 ブランドマーケターが身に付けるべき統計分析
- E-5 2018年のベストアプリピッチコンテスト
- E-6 本当は世の中で何が新しい思考なのか
- E-7 モバイル時代愛される広告、嫌われる広告
- E-8 動画ディレクション失敗と成功の分かれ目

●Track F: Challenges

- F-1 プラットフォーマー担当者禁断の対談！
- F-2 徹底検証！キュレーションメディアを再び信じることができるか
- F-3 デジタル広告の透明性と検証どこまで徹底する？
- F-4 放送局はどう変わる？視聴率測定、同時放送
- F-5 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？
- F-6 ネイティブアド広告が不要となる時代の定義と境界線を考える
- F-7 プログラマティック広告の最新状況 - あなたは積極派か保守派か
- F-8 10年後、広告会社はどうなる？コンサルティングファーム vs 広告会社

■公式スピーカーの応募方法について

公式スピーカーとして登壇を希望する場合、ad:tech Tokyo のサイトのエントリーフォームにより応募します。3 月末に締め切ります。(http://www.adtech-tokyo.com/ja/speakers_corner.html)

■公式スピーカー選定について

アドバイザリーボードメンバーの声を参考に、「現役のマーケターが今まさに知るべき・学ぶべき」と思われるそれぞれのテーマについての最先端の知識と情報、課題などについてディスカッションできるスピーカーを公募し、厳正な審査の上で登壇決定が行われます。公式スピーカーには、広告主、メディア、エージェンシー、ソリューション・パートナー・エンターテインメントなどさまざまなジャンルから国内外のマーケターが参加します。昨年の公式スピーカーは200名を超え、「ad:tech」は世界で展開しているカンファレンスのため、「ad:tech Tokyo」への登壇は、グローバルでの実績にもなり、国内外の最前線のマーケターからの応募を受け付けています。