



AFTER SHOW REPORT

■ Contents

1. ad:tech tokyo 2017 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



1. ad:tech tokyo 2017 イベント概要



名称：ad:tech tokyo 2017

日時：2017年10月17日（火）～18日（水）

会場：東京国際フォーラム

総来場者数：1万4,095人（1日目5,758人、2日目8,337人）

協賛・出展企業数：104社 パートナー：22

公式スピーカー：216名

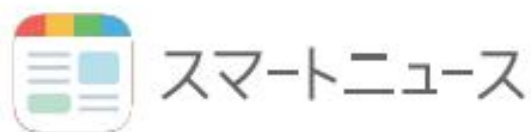
今年で第9回目を迎えた ad:tech tokyo 2017 は、6つのキーノート、51の公式セッションを216人のスピーカーで実施。展示会には国内外の広告・マーケティング・メディア・ソリューション企業が出展しました。2日間の総来場者数は1万4,095人。Kキーノート、公式セッションへの事前の注目度も高かったこともあり、昨年の参加人数を大きく上回る（35%増）結果となり、最新の知識・情報を得て、ネットワークを広げたい意欲のある人が集まりました。

また、公式セッションの一部（D、E）を展示会場で実施、マーケターのキャリアに関するカンファレンス「アドキャリ」の実施、「TechWave Summit」の併催なども、カンファレンスの新たな魅力創出に貢献しました。特に、公式カンファレンスについては、参加者が過去最高を記録しました。

昨年に続いてアドテック東京後に同じ会場で行われた「START UP WORLD CUP」の日本地区大会の決勝は、前回の世界大会の優勝企業が日本から出たこともあって注目が集まり、終了後にそのままSTART UP WORLD CUPに足を運ぶ参加者も多数いました。

2. スポンサー&パートナー

Diamond Sponsors



Platinum Sponsors



Gold Sponsors



Silver Sponsors



Bronze Sponsors



Sponsors



Premium Media Sponsors



Media Partners



Partners



3. キーノートセッション

デジタル化が進むからこそ「クリエイティブ」「人」の重要性を訴えたキーノート

今回のキーノートは、マーケティング、ブランディング、メディア、データ活用など各分野から多彩なトピックがそろった。米国元・大統領であるオバマ氏の政権時に、デジタル施策をリードしたトム・コックラン氏は、デジタル活用における今後のキーワードとしてCredibility, Risk, Technologyを挙げた。Oro Analytica CEO トーリン・ステーブンス氏はスターバックスのLTVが平均160万円であるといった分かりやすい例を挙げつつ、顧客を中心に据えたデジタルマーケティングについて講演。日本の「改善（カイゼン）」という言葉こそ、データマーケティングに欠かせないと指摘した。ほぼ日の糸井重里氏とJR九州 唐池恒二会長の「楽しいがすべてを超える」をテーマとした対談では、デジタル化によってなんでも効率化すればいいという風潮に対して「手間をかけることの熱量が人を感動させる」といったことが語られた。

2日目は、元・P&Gバイスプレジデントの和田浩子氏がブランドマネジメント、人材育成、そして成功を持続する仕組み作りについて語った。そのうえで、顧客よりも上司を向きがちな日本の風土について「顧客をよく知っているのは誰か？」こそが重要と話した。ウォールストリート・ジャーナル・オンライン版を立ち上げたスマートニュースのリッチ・ジャロスロフスキー氏は昨今のフェイクニュース、アドフラウドといった課題について、ネットにおける大手プラットフォーム企業が真剣に取り組まなければ、メディアへの信頼が大きく損なわれると話しました。

Twitter Japanの笹本 裕氏は、日本におけるTwitterは、米国以上に「検索エンジン」として機能していることなどを挙げながら、昨今は「ライブ動画」の需要が大きくなっていることなどを伝えた。キーノートが、昨今のデジタルマーケティングにおけるトピックに関する最新の知識と情報を得られる場となった。



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

公式セッションでは、ここ数年のトピックである、ネット動画、AIについて、より具体的な事例に基づく考察が得られる内容が目立った。一方で、昨年のアドテック東京(2016年9月)以降、業界において話題の中心となっている「メディアの信頼性」「広告の信頼性」についても、多くの公式スピーカーが言及していた。またデジタル社会に適応した広告について語るセッションでは、広告ブロックをしている人であっても自身にとって便利なことについては広告に対してアクティブをだったりするという指摘があるなど、広告そのもののあり方を考えさせられるものが多かった。テレビや新聞などのトラディショナルメディアの今後の姿に関する様々な意見も交わされる中で、デジタル、アナログといった切り分けをせず、顧客の体験価値をいかに向上させるかを考えるべきという指摘も多く、そのことについて早稲田大学の恩蔵直人教授が学術的なアプローチから読み解いていくセッションなどもあった。



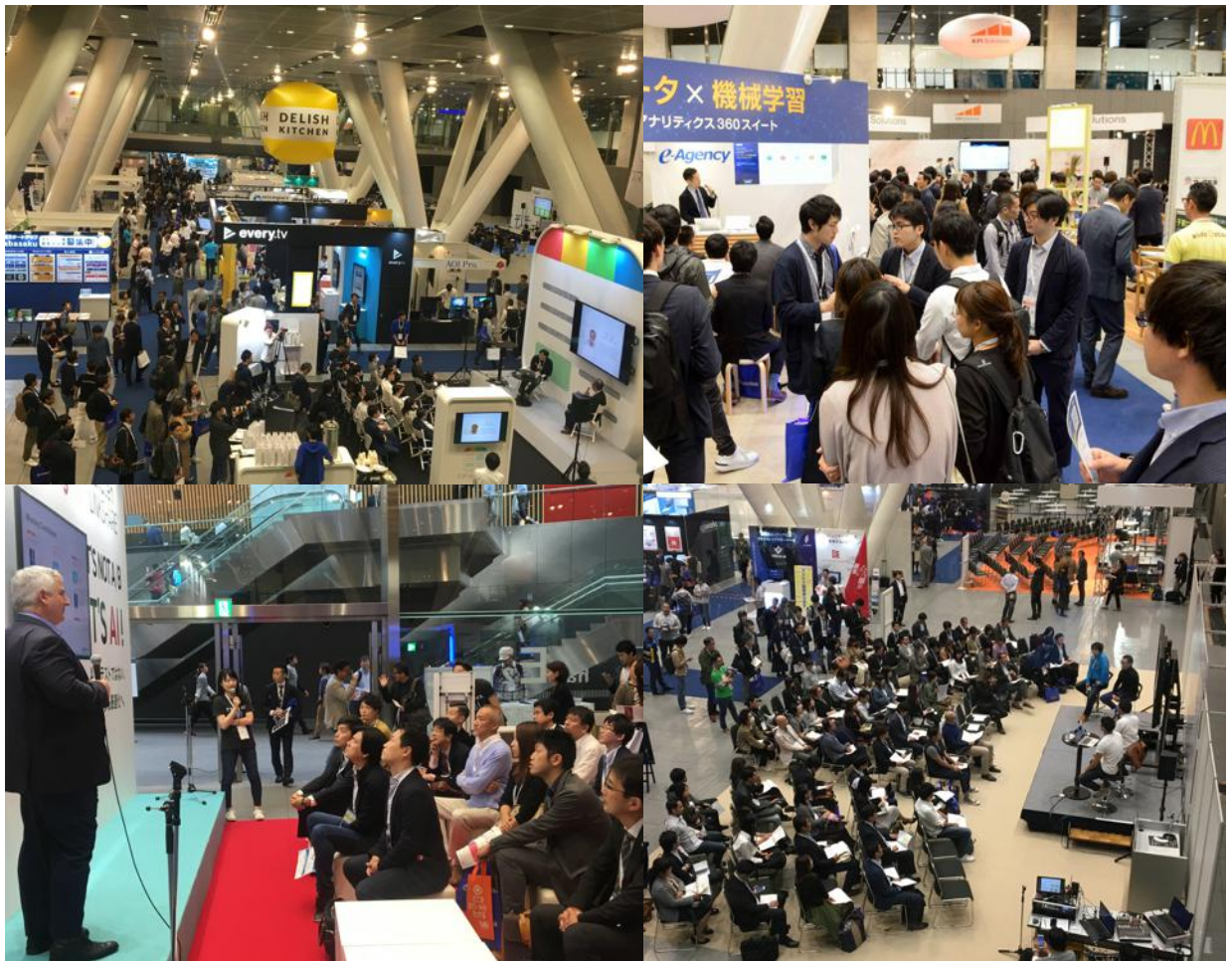
5. 展示会場

一層盛んとなった各ブースやステージでのセミナー、プレゼン

展示会場には、今年も多数の企業が出展。各社のブースを訪れることで、いまでのようなソリューションが注目されているのかがわかり、抱えている課題を解決するためのヒントや企業が見つかる場となった。今年は、AIのマーケティング活用、動画メディア・動画制作、インフルエンサーによるソーシャルメディア上での拡散やファンづくりといったテーマのブースがが目立っていた。

ここ数年、プレゼンステージやブース内でセミナーを実施する企業が増加傾向。今年はダイヤモンドスポンサーでもあるスマートニュースが、資生堂など大手広告主を含む注目度の高いセミナーを2日間絶え間なく実施したことで、セミナー中は多くの人が集まった。またKPIソリューションズも会場内の「プレゼンテーションステージ」の一つを2日間使って多くのセミナーを実施した。プレゼンテーションステージ、ブースとも、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一層強く感じられた。

また今回、マーケターのキャリアを考える「アドキャリ」を初開催。自身の成長のためにどのようにキャリアを積んでいくべきかについて、登壇者が自らの経験に基づいたアドバイスを聴講者に送った。



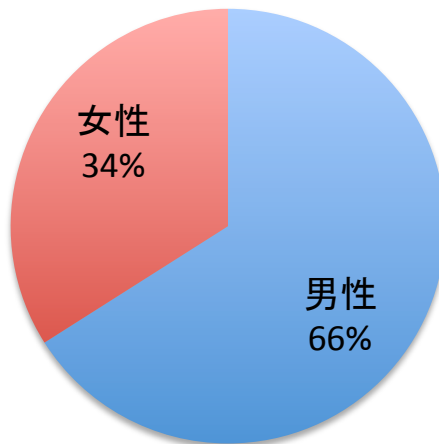
6. 参加者の情報 ①

総来場者

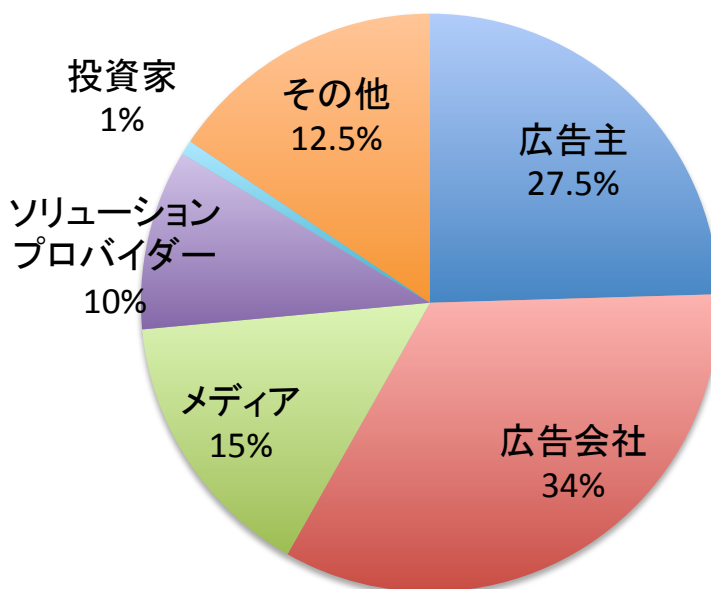
1万4,095人（1日目5,758人 2日目8,337人）

*来場者は昨年比 35% 増加。

来場者男女比



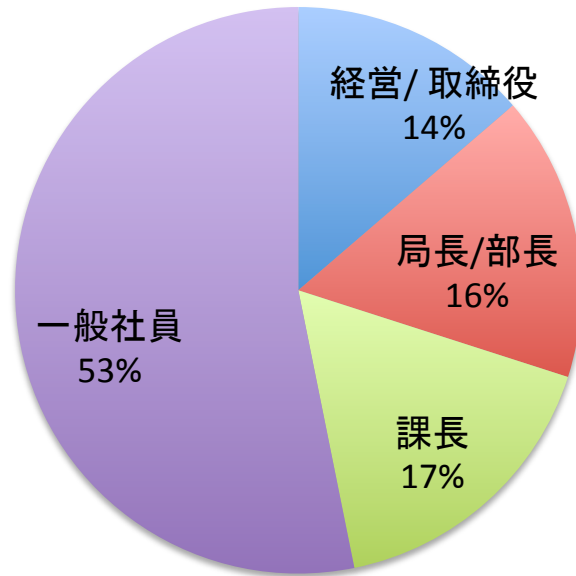
業種別参加者：Attendee Industry Breakdown



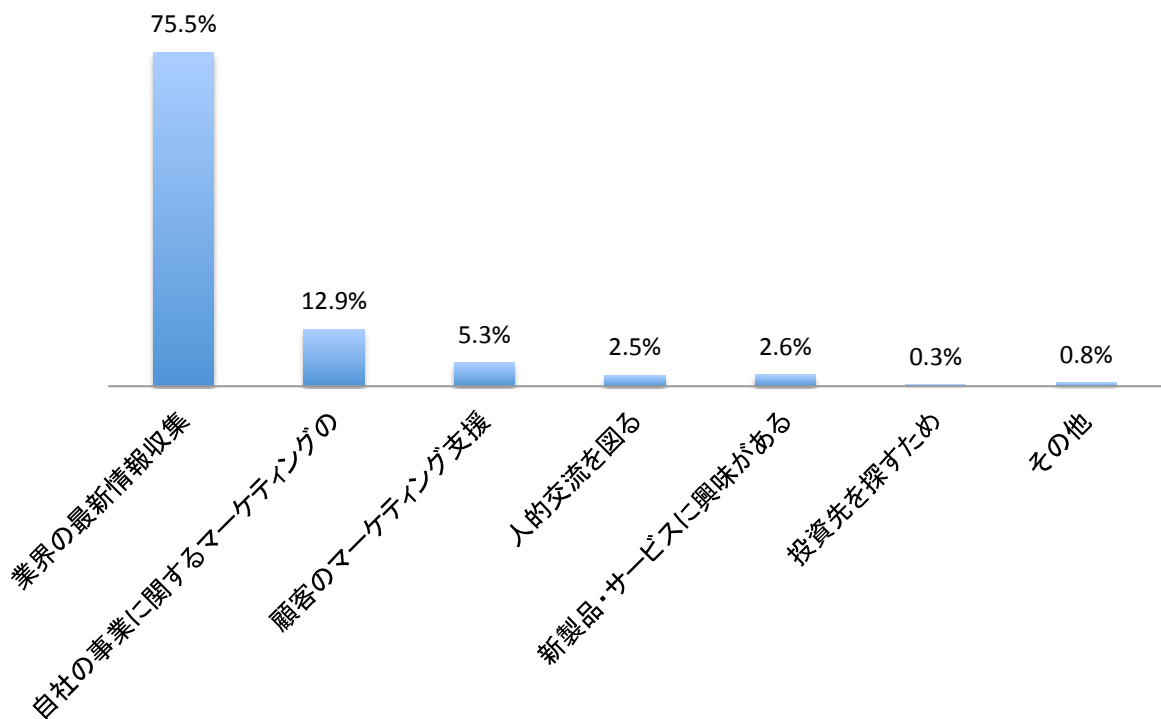
*公式カンファレンスの参加者は過去最高を記録。

6. 参加者の情報 ②

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

ドバイ dubai アラブ首長国連邦
グルガオン Mehrauli-Gurgaon Road
Gurgaon, インド
ジャカルタ Jakarta インドネシア
スリジャヤワルダナプラコッテ Sri
Jayawardenapura Kotte スリランカ
バンコク Sathorn タイ
ハイデラバード Hyderabad パキスタン
マカティ MAKATI CITY フィリピン
ホーチミン Binh Thanh ベトナム
プタリンジャヤ Bandar Utama マレーシア
コタキナバル Kota Kinabalu マレーシア
ベイルート Beirut レバノン
ソンナム Seongnam 韓国
ソウル SEOUL 韓国
ブサン BUSAN 韓国
クワンジュ kwangju 韓国
香港 Hong Kong 香港
台北 taipei 台湾
新竹 Hsinchu 台湾
深セン SHENZHEN 中国
北京 Beijing 中国

■アフリカ

ラゴス LAGOS ナイジェリア
ワガドゥグー OUAGADOUGOU ブルキナファソ

■オセアニア

ボンディジャンクション Bondi Junction オーストラリア

■ヨーロッパ

ロンドン London イギリス
テルアビブ Tel aviv イスラエル
ブネイブラク Bnei Brak イスラエル
ザポリージャ Zaporozhye ウクライナ
パース Perth オーストラリア
チューリッヒ Zurich スイス
ストックホルム Stockholm スウェーデン
シウダ ロゴリーグ Ciudad rodrigo スペイン
マドリッド Madrid スペイン
オーフス Aarhus デンマーク
アーヘン Aachen ドイツ
ミュンヘン Munich ドイツ
ベルリン Berlin ドイツ
パリ paris フランス
ピュトー La D?fense Cedex フランス
トシェメシュノ Trzemeszno ポーランド
モスクワ Moscow ロシア

■北米

フレモント Fremont アメリカ
パロアルト Palo Alto アメリカ
パサデナ Pasadena アメリカ
ロス・アンゼルス Los Angeles アメリカ
エメリービル Emeryville アメリカ
メンローパーク Menlo Park アメリカ
サン・フランシスコ San Francisco アメリカ
シカゴ chicago アメリカ
ニューヨーク New York アメリカ
ロングアイランド Long Island City アメリカ
リチャードソン Richardson アメリカ
メキシコシティ Mexico City メキシコ



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
Tel 03-5414-5430
Fax 03-5414-5431