

10 YEARS anniversary ad:tech tokyo

October 4-5, Tokyo International Forum

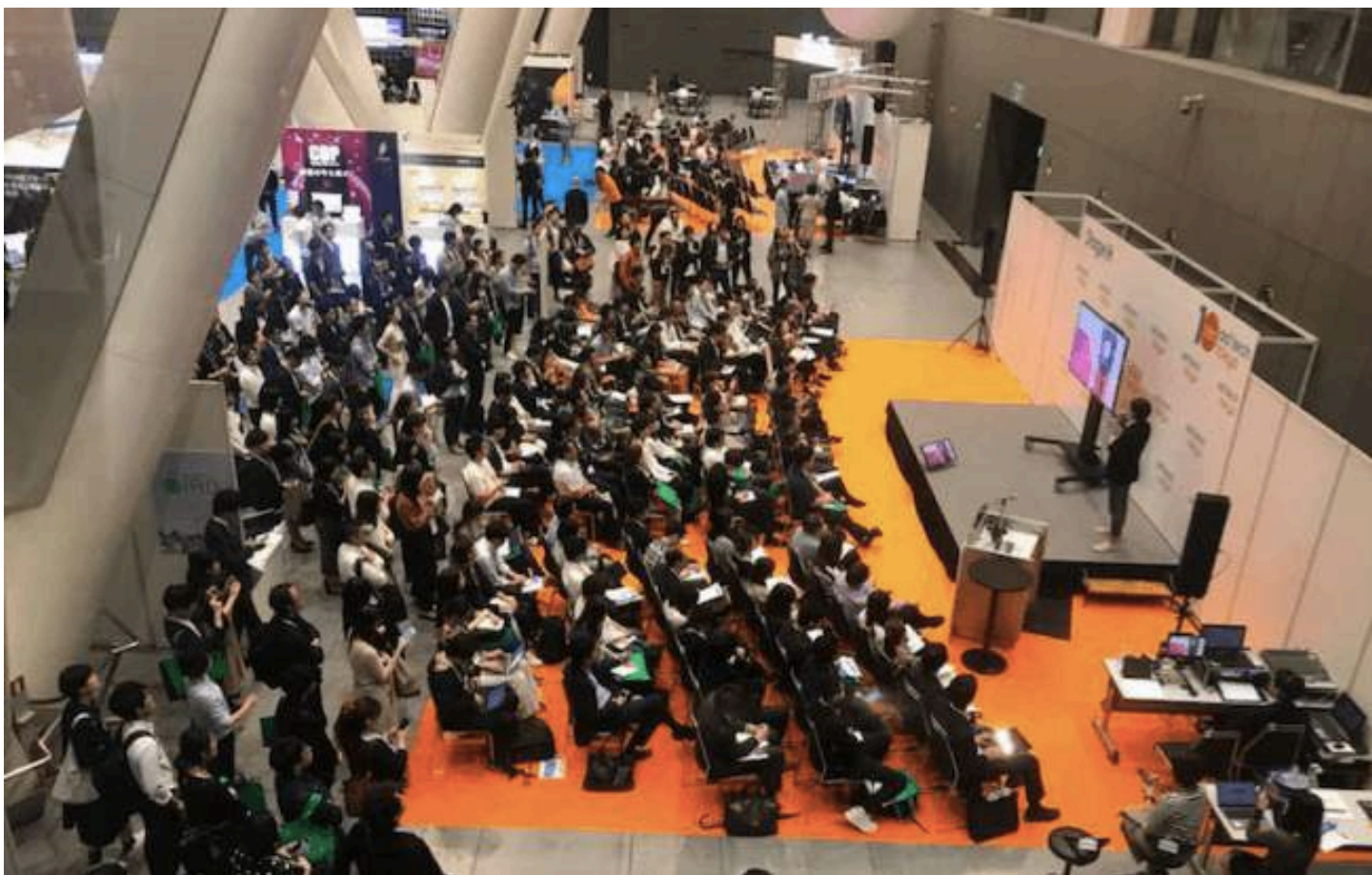


AFTER SHOW REPORT

COMEXPOSIUM
JAPAN

■ Contents

1. ad:tech tokyo 2018 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 2018 イベント概要



名称：ad:tech tokyo 2018

日時：2018年10月4日（木）～5日（金）

会場：東京国際フォーラム

総来場者数：1万4,160人（1日目5,069人、2日目9,091人）

協賛・出展企業数：101社 パートナー：18

公式スピーカー：237名

今年、10周年を迎えた ad:tech tokyo 2018 は、6つのキーノート、56の公式セッションを237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1万4,160人と、昨年を上回りました。今年も、通常よりも長い90分の公式セッションを実施。また、今回はトランスコスモスがダイヤモンドスポンサーを務め、出展ブースで多数セッションを行ったり、オウンドメディアで事前・事後に関連ニュースを多数アップするなど、イベントを大いに盛り上げました。

プログラム終了後は、3年連続でフェノックスベンチャーキャピタルが主催する「START UP WORLD CUP」の日本地区大会の決勝を実施。終了後にそのまま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 Sponsor



Platinum Sponsors



dentsu

DENTSU DIGITAL

Hakuhodo DY holdings



DAIKO

YOMIKO



Hakuhodo DY media partners



YAHOO! JAPAN

Gold Sponsors

criteo



Silver Sponsor



Bronze Sponsors

Delphys

Digital Garage

e-Agency



News Suite

ONE. MEDIA

Sonet Media Networks

Sponsors

amazon pay



Bimocre

facebook

FeliCo Networks

irep



meitu

ORACLE

theTradeDesk

TikTok

Shufool

VALUES

Yellowfin

yext

Premium Media Partner

NIKKEI

Media Partners

MarkeZine



TECHWAVE

五洋株式会社

WD

Premium Partner

ANA

Partners

I23RF



JAAA



J-SMA



JARO

PR TIMES



WOMJ

3. キーノートセッション

次世代の資源「データ」をいかに活用するか？ 顧客との新たな関係構築の提案も

キーノートにはAmazon, Nestle, Criteoといったグローバル企業のCEOやバイス・プレジデントが登壇。Nescafe, KitKatブランドのデジタル変革を先導したNestleのピート・ブラックショウ氏は今回、「インビテーション・マーケティング」を提唱。米国Amazonからは、先日広告関連のサービスの名称を統一した「Amazon Advertising」のグローバル責任者であるセス・デレイヤ氏が来日。Amazonという巨大なEコマースプラットフォームを活用した企業の新たなマーケティングの可能性について語りました。アドテクノロジーをリードする、フランス Criteoの創業者 JB リュデル氏はAI、パーソナライズを可能にするさらなるデータの活用について、ヤフー 代表取締役社長 CEO 川邊 健太郎は、データドリブンマーケティングの本質について語りました。また、フランスコスモスの佐藤俊介氏とともに、オリンピック金メダリストの北島康介氏が登壇したり、ロケット打ち上げや和牛を世界に広げるプロジェクトに取り組む堀江貴文氏が登壇するなど、様々な視座が得られる内容となりました。



4. 公式セッション

顧客体験、AIとクリエイティブ、動画活用、ダイレクトなど幅広く網羅

公式セッションでは、ネット動画のディレクション、AIとクリエイティブの関係性といったテーマについて、これまでよりも踏み込んが議論が展開されました。それを後押ししたのが、90分公式セッションの新設。テーマについてのディスカッションが深まることはもちろん、会場からの質問を積極的に受け付けるなど、インタラクティブなセッションとなりました。

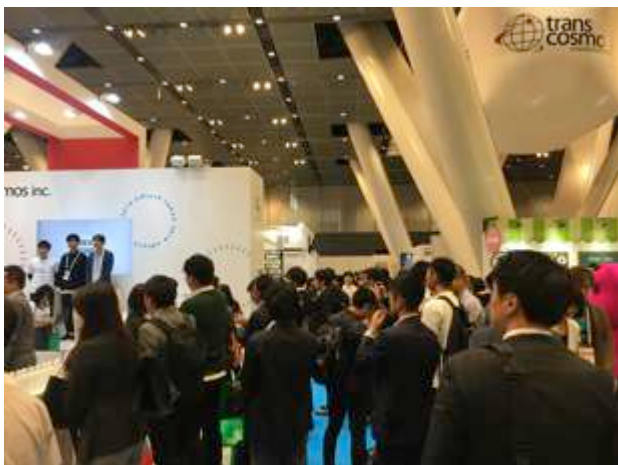
そのほか、顧客体験の最適化や、オムニチャネルのあり方、メディア・広告の信頼性・透明性、2019年のインターネット同時放送を控えているテレビメディアの可能性、など、現役マーケターがいままさに知りたい・聞きたい、多彩なテーマがそろいました。



5. 展示会場

ブースやステージでのプレゼンが盛況、業界の縮図がここに

展示会場では各社のブースや3つ設けられたステージで多数のセミナー、プレゼンテーションが行われました。中でも、ダイヤモンドスポンサーのトランスコスモスのブースでは、2日合計17ものセミナーが行われるなど、ブースにおけるコンテンツの充実が、展示会場への滞在時間が長くなる一因となりました。来場者からは「会場を一周りするだけで、勢いのある会社や注目されてるソリューションなど、業界の動向を知るのに役立つ」という声が多数ありました。

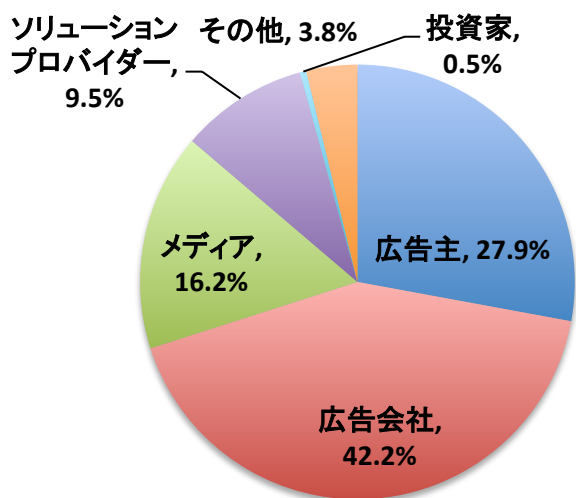


6. 参加者の情報

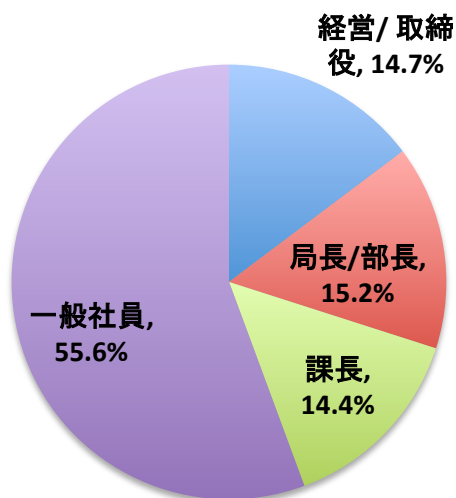
総来場者

1万4,160人（1日目5,069人 2日目9,091人）

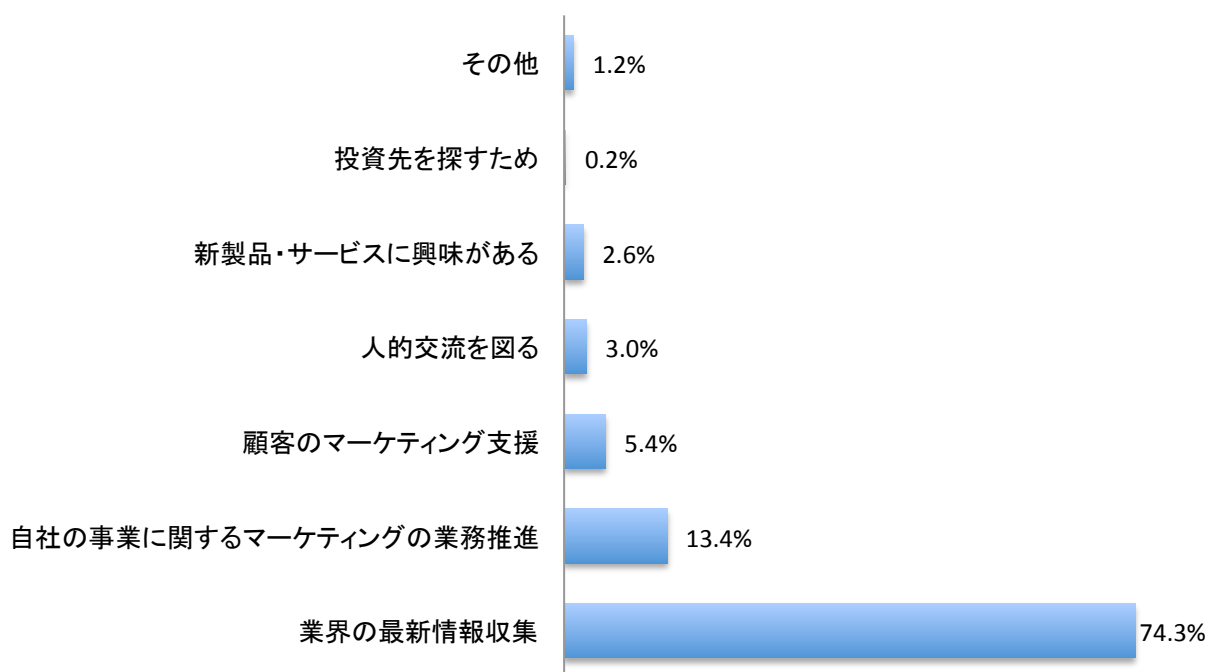
業種別参加者



役職別参加者



アドテック東京の参加目的



7. 海外からの参加について

海外参加者地域分布



■アジア

Maharashtra インド
Bali インドネシア
Jakarta インドネシア
Kiev ウクライナ
Odessa ウクライナ
Punjab パキスタン
Dhaka バングラデシュ
Ho Chi Minh ベトナム
sabah マレーシア
singapore シンガポール
western スリランカ
Bangkok タイ
Seoul 韓国
Seongnam 韓国
Hong Kong 香港
台北 台湾
Beijing 中国

■アフリカ

Centre カメルーン
KOFORIDUA ガーナ

■オセアニア

Auckland ニューージーランド
Sydney オーストラリア
NSW オーストラリア

■ヨーロッパ

London イギリス
Son en Breugel オランダ
Amstelveen オランダ
Amsterdam オランダ
Greece ギリシャ
Zagreb クロアチア
HaSharon イスラエル
copenhagen デンマーク
Berlin ドイツ
Stockholm スウェーデン
Oslo ノルウェー
Paris フランス
Novosibirsk ロシア
moscow ロシア

■北米

Oakland アメリカ合衆国
Mountain View アメリカ合衆国
San Francisco アメリカ合衆国
Chicago アメリカ合衆国
Mountain View アメリカ合衆国
New York アメリカ合衆国
Pomona アメリカ合衆国
Seattle アメリカ合衆国
Alabama アメリカ合衆国
Fremont アメリカ合衆国
Norcross アメリカ合衆国
Manhattan Beach アメリカ合衆国
Boston アメリカ合衆国
Toronto カナダ



アドテック東京事務局
コムエキスポジアム・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