



ad:tech tokyo

POST EVENT REPORT 2022

-  2022年 10月21日 - 22日
-  東京ミッドタウン&
ザ・リッツ・カールトン東京

作成日 2022年10月27日

COMEXPOSIUM
JAPAN

目次 Table of Contents

ad:tech tokyo 2022 イベント概要 ad:tech tokyo 2022 Event Overview	3
スポンサー & パートナー Sponsors & Partners	4
イベントラップアップ Event Summary	5
キーノートについて Keynote	6
公式セッション Official Conference	8
展示会場 Exhibition Hall	9
ネットワーキング Networking	9
参加者情報 業界別 Attendees by industry	10

ad:tech tokyo 2022 イベント概要 Event Overview

名称 : ad:tech tokyo 2022

日時 : 2022年10月20日 (木) – 21日 (金)

会場 : 東京ミッドタウン &
ザ・リッツ・カールトン東京

総参加者数 : 16,520人

- リアル参加 8,301人
- アーカイブ配信 8,219人

スピーカー : 232人

Event: ad:tech tokyo 2022

Date: October 20th (Th) – 21st (Fri), 2022

Venue: Tokyo Midtown &
The Ritz-Carlton, Tokyo

Attendees : 16,520 people

- In-person: 8,301 people
- Archive viewing: 8,219 people

Speakers: 232 people



スポンサー&パートナー Sponsors & Partners

Diamond Sponsor



Platinum Sponsor



Gold Sponsors



Silver Sponsors



Bronze Sponsors



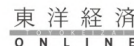
Sponsors



Premium Media Partner



Media Partners



Partners



イベントラップアップ[®] Event Summary

今年、14回目を迎えたad:tech tokyoは、東京ミッドタウン&ザ・リッツ・カールトン東京に会場を移しての開催となりました。コロナ禍を経て、生活にもビジネスにも様々な変化を受け入れてきた中で、ad:tech tokyoとしてもさらに新しく、意味のあるイベント体験やアイデア、価値を提供したい思いで今年の会場変更に至りました。

また、サステナブル（＝持続可能な）イベント運営方法をさらに強化し、廃棄物を最小限にすることや、海外スピーカー登壇時には最新のAI同時通訳ソリューションを採用して技術を体感・実感していただく、といった取り組みを行いました。

加えて、3年ぶりに海外からのゲストスピーカーを会場に迎えることができました。Criteo CEOであるメーガン・クラークン氏、カンヌライオンズ国際クリエイティビティ・フェスティバル CEO サイモン・クック氏、ANA(全米広告主協会)が取り組むプロジェクト、SeeHer EVPのクリスティン・ギルフォイル氏がキーノートステージに登壇し、自身のプロフェッショナル領域における、世界の動向を語りました。

展示会場には約50社が出展。各社ともブースセミナーの開催や、相談会の実施、デモンストレーション・体験重視のブース設計を行うなど工夫をこらした出展となり、展示会のあり方というものが出展社にとっても参加者にとっても新たなものにアップデートされる形となりました。

今年はダイヤモンドスポンサーであるAmazon Adsによるラウンジも展開され、ネットワーキングの場として活用されるなど、インプットの場としてだけでなく、リアルだからこそそのセレンディピティが生まれる、進化したad:tech tokyoとなりました。

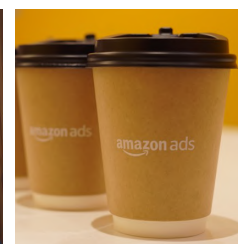
This year, ad:tech tokyo commenced at the Tokyo Midtown & The Ritz-Carlton, Tokyo for the first time in its fourteen-year history. Embracing various changes in both life and business after the spread of COVID-19, we decided to relocate our venue in order to provide attendees with even newer and more meaningful event experiences, ideas, and values.

As the event host, we further strengthened our sustainable event management methods, minimizing waste and adopting the latest AI simultaneous interpretation technology for international speakers.

In addition, for the first time in three years, we were able to welcome guest speakers from overseas including Megan Clarken (CEO of Criteo), Simon Cook (CEO of Cannes Lions International Festival of Creativity), and Christine Guilfoyle (EVP of Membership at SeeHer, a project of the Association of National Advertisers (ANA)). The guest speakers each delivered keynote addresses discussing global trends in their respective professional fields.

About 50 companies presented booths in the exhibition hall. Each exhibitor demonstrated a renewed appreciation for real-life booth design, holding booth seminars, in-person consultation sessions, and other solutions with an emphasis on demonstration and hands-on experiences.

The lounge space provided by our Diamond Sponsor Amazon Ads boosted the collaborative spirit of this year's ad:tech tokyo, which evolved as a place for input as well as a place of serendipitous encounters, because it all happened in person.



キーノートについて Keynote

キーノートステージの幕開けをつとめたのは、今年の ad:tech tokyo ダイヤモンドスポンサーでもある Amazon Ads カントリーマネージャー石井 哲氏、ゲストに日本コカ・コーラ太田 貴史氏を迎えて、リテールとブランディングをつなぐAmazon Adsの取り組み、そして日本コカ・コーラの事例を解説しました。Amazonの活用法が「目的購入」だけでなく、比較検討のメディアとして、また偶発的な購入の場として機能するなど多岐に渡ることで、EXプラットフォームのなかでどのようにブランディングを実現するか、その戦略や考え方を示しました。

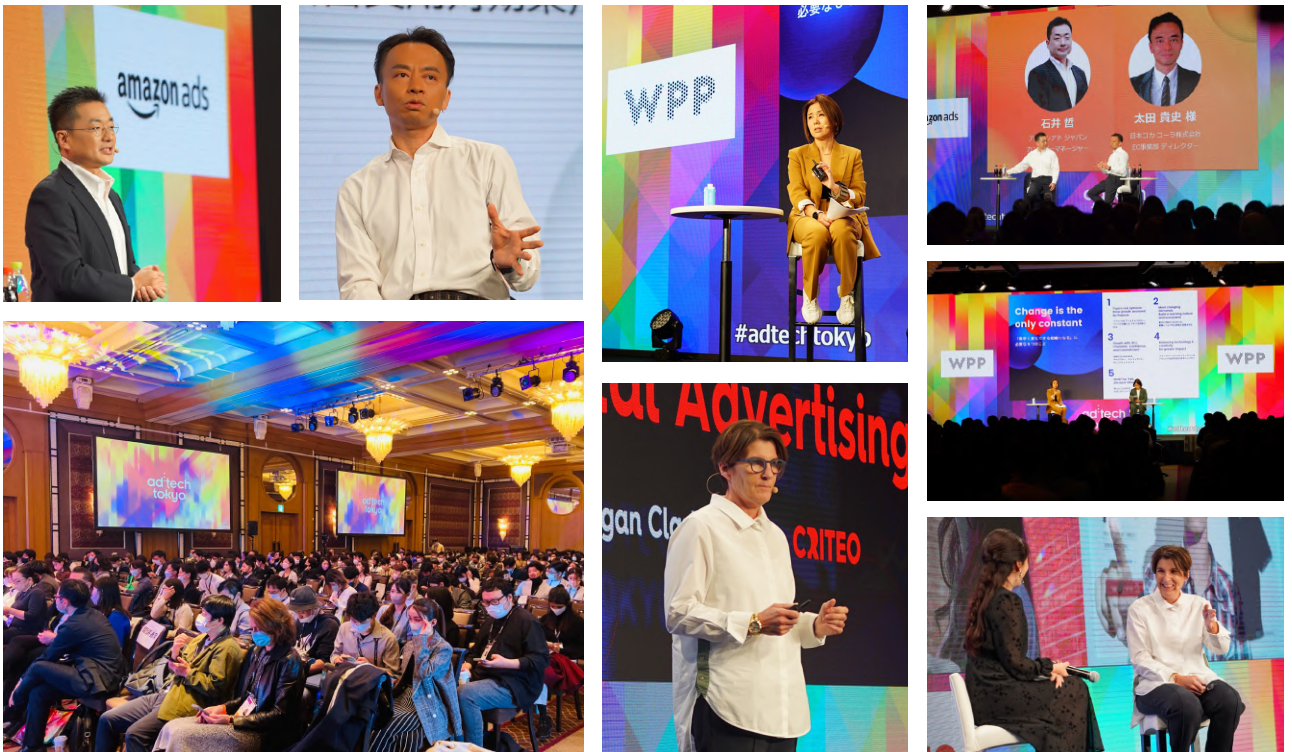
プラチナスポンサーをつとめたWPP ジャパンからはCEO松下 恭子氏がキーノートセッションに登壇。ここでは、同社が掲げる「WPP is the creative transformation company.」となぞらえ、変化に対して柔軟に対応し、クリエイティビティを発揮する組織とはどうあるべきか、自身の経験から見えてきたことを参加者と共有しました。

ゴールドスポンサーをつとめたCriteoからは、CEO メーガン・クラークン氏が来日、キーノートステージに登壇しました。人々がオンラインで過ごす時間が長くなったと同時に、全てのオンライン時間が購入に繋がる時間であると宣言し、確実かつ誠実な購買に結びつけるデジタル広告のあり方について語りました。

The keynote stage was opened by Tetsu Ishii, Country Manager of Amazon Ads (Diamond Sponsor of ad:tech tokyo 2022), with guest speaker Takashi Ota of Coca-Cola Japan, who explained Amazon Ads' efforts to connect retail and branding in the case of Coca-Cola Japan. He explained branding strategies within the EX platform that utilizes Amazon not only for "purpose-buying," but also as a medium for product comparison and impulse purchases.

Kyoko Matsushita, CEO of WPP Japan (Platinum Sponsor), led the second keynote address. She shared her thoughts and experiences on creating organizations that can unleash creativity and flexibly respond to change, in analogy to the "Creative Transformation" advocated by WPP.

Our first international speaker Megan Clarken, CEO of Criteo (Platinum Sponsor), declared in her keynote address that people are increasingly spending time online, and that every online moment is a buying moment. She explained how commerce media as a new wave of digital advertising can convert honest purchases.



キーノートについて Keynote

前ページより続く
continued from previous page

2人目の海外ゲストスピーカーとしてカンヌライオンズ国際クリエイティビティ・フェスティバルCEOサイモン・クック氏が登壇。2022年のカンヌ・ライオンズのダイジェストと共に、今世界のクリエイティブはどこに向かうのか、その方向性を示唆しました。また、カンヌ・ライオンズにてゴールドを受賞したチームへの表彰式も執り行われ、日本のクリエイティブのレベルの高さを改めて参加者に周知する機会となりました。

Our second international speaker Simon Cook, CEO of the Cannes Lions International Festival of Creativity, provided a digest of the 2022 Cannes Lions and insights into the future direction of creativity in our world. The event also featured an award ceremony for the Cannes Lions Gold Award winning team, serving as an opportunity to remind participants of Japan's high-quality creative work.

3人目の海外ゲストスピーカーは、ANA（全米広告主協会）が取り組むプロジェクトSeeHerよりEVP クリステン・ギルフォイル氏が登壇し、ジェンダーバイアスをなくすための取り組みや、その重要性と意義について解説しました。特に、広告やメディア、エンタテインメントにおけるジェンダーの描かれ方が適切かどうかを客観的に計測する「GEM（= Gender Equality Measurement）」についても言及し、日本での今後の展開予定についても語りました。

Our third international guest speaker was Christine Guilfoyle, EVP of SeeHer, a project of the Association of National Advertisers (ANA). Guilfoyle explained the significance of SeeHer's efforts to eliminate gender bias. In particular, she mentioned GEM (= Gender Equality Measurement), which objectively measures whether gender is appropriately portrayed in advertising, media, and entertainment, and discussed future plans for GEM's launch in Japan.

キーノートステージの最後を飾ったのは、元マイクロソフトチーフラーニングオフィサーで現在は人事院で活躍する伊藤 かつら氏と、みずほフィナンシャルグループ CPO（Chief People Officer）秋田 夏実氏の2名。両者に共通する「人事」という目線から、マーケターのスキルが求められる領域がますます拡大していること、またさらに活躍の場を広げるためにマーケター自身が自らのキャリアをどう捉えるべきかについてディスカッションしました。

The last keynote speakers were Katsura Ito, former Chief Learning Officer of Microsoft and currently working at the National Personnel Authority, and Natsumi Akita, Chief People Officer (CPO) of Mizuho Financial Group. Both experts on "human resources," the speakers discussed the ever-expanding areas in which marketers' skills are required, and how marketers themselves should view their own careers in order to broaden the scope of their activities.



公式セッション Official Conference

公式セッションでは、7つのトラックテーマが設定され、従来の広告・マーケティングに関係の深い「Brand&Marketing」「Media&Contents」「Data&Technology」「Creative」や、ビジネスの成長において考えることが必要不可欠な組織・人事を取り扱う「People」に加え、Web3やカーボンニュートラルなど、マーケターが今知っておくべき新しい分野として「Next」を新たなトラックとして設置。常に最新のトレンドをマーケターに提供するカンファレンスとして、コンテンツの側面でもアップデートを行いました。

また、プラチナスponsorであるWPP ジャパンでは、「Creative Transformation by WPP」としてプレゼンテーションルームを設置し、会期の2日間に渡って特別なコンテンツを提供しました。WPP傘下のジオメトリ・オグルヴィ、グレイ、グループエム、ワンダーマン トンプソン、BCWなどグループ各社のスタッフと、イオン、資生堂、ユニリーバ、IKEAなど、広告主企業のエグゼクティブメンバーによるセッションが開催され、国内外のトレンドを積極的に取り入れようとする参加者が集い、盛況な会となりました。

The official conference featured seven track themes: "Brand & Marketing," "Media & Contents," "Data & Technology," and "Creative," all of which are closely related to advertising and marketing, as well as "People," which deals with organizational and human resources issues that are essential to business development. In addition, we added "Next" as a new track that explores state-of-the-art topics that are relevant to marketing leaders, such as Web3 and carbon neutral. As a conference that always provides marketers with the latest trends, ad:tech tokyo 2022 also updated the contents of these seven themes.

WPP Japan, our Platinum Sponsor, also set up a presentation room under the title "Creative Transformation by WPP" and provided special content for the duration of the conference. Sessions were held by Wunderman Thompson Tokyo, Geometry Ogilvy Japan, and GREY Worldwide, as well as by executive members of advertisers such as Aeon, Shiseido, Unilever, and IKEA. "Creative Transformation by WPP" was a great success, flooding with participants actively seeking to incorporate domestic and international trends.



展示会場 Exhibition Hall

本年は約50社が出展し、情報交換やネットワーキング、セミナーの実施などが活発に行われました。各出展社とも、参加者に有意義な時間を過ごしてもらおうとブースの作りに工夫を行ったり、自社の顧客を招いたネットワーキングを開催したりと、ただ自社の情報を伝えるだけでなく、どのように伝えたら魅力的に伝わるかを工夫した展開が見られました。

また、展示会場が設置された東京ミッドタウン ホール&カンファレンスには、ダイヤモンドスポンサーであるAmazon Adsが提供するスピーカーラウンジ、ネットワーキングラウンジが設置され、参加者やスピーカーに向けたコーヒーサービスをはじめ、ノベルティアイテムの配布、好きな文字を自身のデバイスや持ち物に入れてくれるカリグラフィサービスが提供され、ad:tech tokyoでのイベント体験がよりプレミアムなものとなりました。

Almost 50 companies exhibited in ad:tech tokyo 2022, resulting in active information exchange, networking, and seminar execution. Exhibitors designed their booth content carefully to ensure that the attendees' would find them meaningful and memorable, planning events such as networking sessions with their clients.

The Tokyo Midtown Hall & Conference, where the exhibition was held, also featured a Speaker Lounge and Networking Lounge provided by Diamond Sponsor Amazon Ads. The lounges offered coffee service, novelty items, and calligraphy service that inscribed words and phrases of the attendee's choice on their devices and personal belongings, making ad:tech tokyo into a deluxe experience.



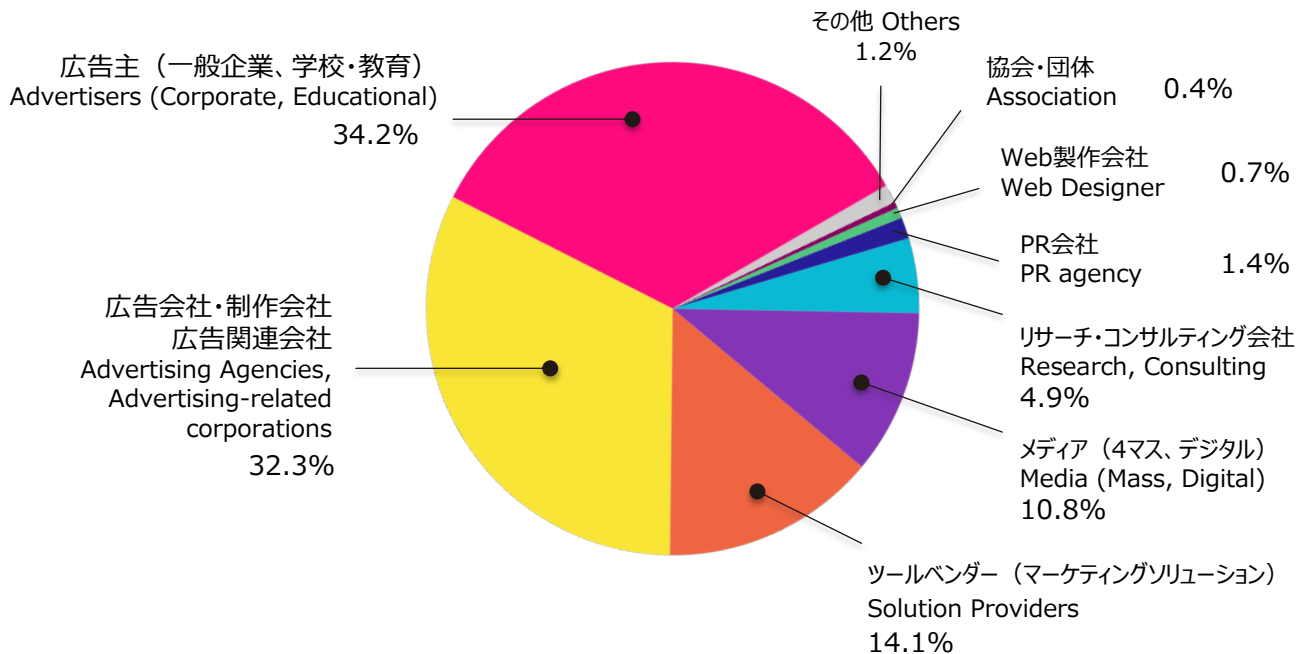
ネットワーキングについて Networking

1日目の夜には、ザ・リッツ・カールトン東京 グランドボールルームにて、ネットワーキングパーティが開催され、多くのゲストが参加しました。約3年ぶりの100%リアル開催でもあり、久しぶりに再会する参加者かつ海外からのゲストスピーカーの参加もあり、国際色のあるネットワーキングが各所で行われました。本年のパーティスポンサーをつとめたRICHKAのロゴカラーに準えたスペシャルカクテルの提供が行われたほか、フィンガーフードを楽しみながら初めての出会い、久しぶりの再会を楽しむ様子が見られました。

Many guests attended the networking party, held on the evening of the first day in the Grand Ballroom of The Ritz-Carlton, Tokyo. Since this was the first event in almost three years that was conducted in-person 100%, attendees and guest speakers from overseas savored this long-awaited opportunity for international interaction. The party served special cocktails in the logo color of RICHKA, our party sponsor this year. Attendees also enjoyed finger foods as they prepared for first encounters and reconnected with old acquaintances.



参加者情報 業界別 Attendees by industry



参加者の声 Feedback

各セッションで広告会社・広告主・メディア・ソリューション企業など、さまざまな立場の方が登壇していて「普段の業務ではなかなか味わえない、いかに視野を広げるかを学ぶ価値ある場所」と感じた。

トップマーケターの飾らない話をたくさん聞くことができました。他のセミナーでは事前に準備された既定路線の話しか聞けないことが多い中、生の声が聞けたのは貴重だった。

グローバル含め現在のマーケティングの潮流が分かるイベントであることを再認識しました。ネットワーキングパーティーが復活したことで、久しぶりにお会いする方含めいろいろ交流することができたのが良かった。

企業だけでなく、農林水産省、特許庁などの話が興味深く貴重と感じた。まさにマーケターの活躍領域が広がっていることをセッションを通じて実感することができた。

知識がまだ浅かった領域について、体系的に知識をインプットできた。それだけでなく、今後数年の流れを想像できるきっかけとなるようなセッションが多かった。

公式セッションはもちろん、展示会場で行われている各社のブースやコンテンツを通じて、業界全体の流れと最新トレンドの両方をつかむことができました。また、各会場人が多く、参加者の熱気を感じられたのもよかった。



アドテック東京事務局

Comexposium Japan株式会社
〒106-0032 東京都港区六本木6-15-1
六本木ヒルズけやき坂テラス6F
E-mail adtech@comexposium-jp.com
Tel 03-5414-5430
Fax 03-5414-5431

ad:tech tokyo Show Office

Comexposium Japan K.K.
Roppongi Hills KeyakizakaTerrace 6F
6-15-1 Roppongi, Minato-ku, Tokyo,
Japan 106-0032
E-mail: adtech@comexposium-jp.com
Tel: +81 3-5414-5430
Fax: +813-5414-5431