



# ad:tech tokyo

## AFTER SHOW REPORT 2020

October 29-November 6

Tokyo International Forum / Online

作成 2020年11月10日  
Created 2020/11/10

## 項目

## CONTENTS

- |   |                              |   |                                       |
|---|------------------------------|---|---------------------------------------|
| 1 | ad:tech tokyo 2020<br>イベント概要 | 1 | ad:tech tokyo 2020<br>Event Overview  |
| 2 | スポンサー & パートナー                | 2 | Sponsors & Partners                   |
| 3 | キーノートについて                    | 3 | Keynote                               |
| 4 | 公式セッションについて                  | 4 | Official Sessions                     |
| 5 | オンライン配信 & 感染症対策              | 5 | Online Streaming & Infection Control  |
| 6 | 参加者の情報                       | 6 | Attendee Analysis                     |
| 7 | 参加・視聴環境について                  | 7 | Participation and Viewing Environment |



# 1 ad:tech tokyo 2020 イベント概要

名称 : ad:tech tokyo 2020

日時 : 2020年10月29日 (木)~11月6日 (金)

会場 : 東京国際フォーラム/オンライン配信

総参加者数 : 6,397人

> 会場 : 1,061人

> オンライン参加 : 5,336人

公式スピーカー : 211名

\* 女性登壇比率32%

今年、12回目を迎えた **ad:tech tokyo** は、4つのキーノート、59の公式セッションを211人のスピーカーで実施。女性登壇者比率30%超となるなどイベントにおけるダイバーシティを達成しました。さらに今回、リアル会場に加えて初めてオンラインでの配信を実施。11月6日まで全プログラムのアーカイブ配信も導入しました。同時間帯に行われている別セッションの視聴が可能となったり、10講義に増加した「ad:tech UNIVERSITY」にて、基本的な知識を得たうえで、関連する公式セッションを事後にオンラインで視聴するケースもありました。コロナ禍の影響で展示会場でのブースは見送られましたが、オンラインでの開催が加わることで活用の幅が大きく広がりました。

今回はZETAがダイヤモンドスポンサーを務め、Keynoteにも参加者にとって学びとなるコンテンツを提供しました。リアルとオンラインの両方を実施したことで、New Normalにおけるビジネスイベントの在り方を考えるきっかけとなりました。

# 1 ad:tech tokyo 2020 Event Overview

Event Name : ad:tech tokyo 2020

Date : October 29<sup>th</sup> (Thu) – November 6<sup>th</sup> (Fri), 2020

Venue : Tokyo International Forum/ Online

Total number of participants : 6,397

> In-person : 1,061

> Online : 5,336

Official Speakers : 211

\* Percentage of female speakers : 32%

**ad:tech tokyo**, in its 12th edition this year, held 4 Keynotes and 59 official sessions with 211 speakers. Diversity in the event was achieved, with more than 30% of speakers being female. In addition to the real event, the event was streamed online for the first time, with all programs archived until November 6th. With this archive, attendees were able to watch sessions taking place at the same time, and in other cases, they were able to acquire the marketing basics through "ad:tech UNIVERSITY" which was increased to 10 lectures this year, and then see the related official sessions online afterwards. Due to the Corona disaster, we were unable to have the exhibition hall, but the new online approach greatly expanded the scope of use of the event.

ZETA has joined as diamond sponsor for this year's event and provided Keynote content which became a great learning experience for attendees. The event was held both in-person and online, which gave us a chance to think about how a business event should be in the New Normal.



## 2 スポンサー＆パートナー

## 2 Sponsors & Partners

：Diamond Sponsor

ZETA株式会社  
Commerce Machine Learning UI / UX

：Platinum Sponsor

株式会社サイバーエージェント

：Gold Sponsor

株式会社博報堂D Yホールディングス

：Silver Sponsors

株式会社ADKマーケティング・ソリューションズ

株式会社 電通

：Bronze Sponsors

アマゾンジャパン合同会社

株式会社電通デジタル

株式会社 博報堂

株式会社 大広

株式会社読売広告社

株式会社 博報堂D Yメディアパートナーズ

：Sponsors

 Aarki, Inc. Advertising Creative Machine Learning	 アクセンチュア株式会社	 株式会社アイトリガー Advertising Marketing	 株式会社AJA Ad Technology Brand Video	 株式会社デジタルガレージ Advertising CRM Marketing	 株式会社NTTドコモ Marketing Media Mobile / Apps	 DoubleVerify Japan株式会社 Ad Technology Analytics Data	 エフシーノス株式会社
 イクス株式会社 Ad Technology Advertising Marketing	 フラー株式会社 Data Development Mobile / Apps	 株式会社 日本HP	 株式会社アイ・エム・ジェイ	 日本たばこ産業株式会社	 株式会社キズキ Brand Content Lifestyle & Entertainment	 Kochava Inc. Ad Technology Advertising Analytics	 株式会社KPIソリューションズ Ad Technology AI Marketing
 Momentum株式会社 Ad Technology Advertising Brand	 株式会社MUGENUP Creative SaaS	 株式会社Nint Data Marketing SaaS	 Personaly Ad Technology Machine Learning Mobile / Apps	 popIn株式会社	 ラクセル株式会社 Advertising Marketing SaaS	 有限会社セプテット	 株式会社サムシングファン Marketing PR Video
 東京カメラ部株式会社	 株式会社ヴァリューズ Analytics Data Marketing	 Wovn Technologies株式会社 SaaS	 株式会社ヤプリ Marketing Mobile / Apps SaaS	 株式会社Yext Cloud Others			

：Premium Media Partner

：Media Partners

 株式会社日本経済新聞社	 DIGIDAY	 MarkeZine	 TechWave	 株式会社東洋経済新報社	 Web担当者Forum
-----------------	-------------	---------------	--------------	-----------------	-----------------

：Partners

 社団法人 日本アドバタイザーズ協会	 Imagine123RF株式会社	 一般社団法人 ACC	 アドバンテック株式会社 AI Hardware IoT	 社団法人 日本広告業協会	 公社団法人 日本通信販売協会	 公社団法人 日本広告業連盟	 一般社団法人 日本インタラクティブ広告協会
 公社団法人 日本マーケティング協会	 オデッセイグループ株式会社 Lifestyle & Entertainment Retail Sustainability	 株式会社PR TIMES	 WOMマーケティング協議会	 公社団法人 全日本広告連盟			

### 3 キーノートセッション

文字通り世界が変わった2020年  
社会的な課題に対して真摯に向き合い  
多様性を確保しなければならない

キーノートには、全米広告主協会 (ANA = Association of National Advertisers)のCEOである、ボブ・リオディス (Bob Liodice) 氏が登壇。ANAの代表的なイベントである「Master of Marketing」で語られた「Force for Good and a Force for Growth」についてシェアしました。世界のトップ企業のCMOたちは、いま何を考えてマーケティング活動にあたっているかを学びました。アーティストで、TEDフェローなども務めるスプツニ子！氏とZETA 代表取締役の山崎 徳之の「新たな世界で試されるマーケターの姿勢と行動 ~社会的課題の解決をリードできるのか?」や、Wet Cementのジェン・ウィリー氏においても、組織の多様性・包括性、社会課題への向き合い方について語られるなど、企業が消費者に対して、社会に対して何ができるのか? 姿勢が問われていることを強く感じました。さらに、「BRUTUS」編集長の西田 善太氏、「VERY」編集長の今尾 朝子氏、そして博報堂の嶋 浩一郎氏によるセッションでは、消費者と向き合ううえでの「インサイトの発見」について、雑誌というメディアが果たしている役割とその取り組みををマーケターはどう活かせるのかについて意見を交わしました。



### 3 Keynote

The world has literally changed in 2020.  
We need to take the social challenges  
seriously and ensure diversity.

We invited Bob Liodice, CEO of the ANA (Association of National Advertisers) for the opening Keynote. He shared with us "Force for Good and a Force for Growth" spoken at ANA's flagship Master of Marketing event. We learned what the CMOs of the world's top companies are thinking about in their marketing efforts today.

For the 2<sup>nd</sup> Keynote, Sputniko!, Artist and TED Fellow and CEO of ZETA, Noriyuki Yamazaki discussed about "Attitudes and behaviors that will be tested in the new world of marketers: Can they lead in solving social issues?"

For the 3<sup>rd</sup> Keynote, Wet Cement's Jennifer Willey also talked about the diversity and inclusiveness of organizations and how they face social issues and asked what companies can do for consumers and society.

In the 4<sup>th</sup> Keynote, Zenta Nishida, Editor-in-Chief of BRUTUS, Asako Imao, Editor-in-Chief of VERY, and Koichiro Shima of HakuHodo discussed the role of the magazine as media in "discovering insights" in dealing with consumers, and how marketers can make the most of their efforts.



## 4 公式セッションについて

コロナによる変化や、Cookie規制、SDG'sなど、幅広いテーマで実施 ad:tech UNIVERSITYの講義も倍に

公式セッションでは、7つのテーマに沿って59のセッションを実施。そのほとんどがコロナ禍による影響をベースにしつつ、これからのマーケティングの在り方、ブランドパーパスの重要性について議論を行いました。また、Cookie規制など、データの扱い方に関するテーマも注目を集めました。昨年より実施の、マーケティングを体系的に学ぶための講義を業界のエキスパートたちが行う「ad:tech UNIVERSITY」は講義数を昨年の5から10へと倍増。なかなか研修が実施できない中で、スタッフのスキルアップとして活用する企業も見られました。そして今年も、女性登壇者の比率が初めて30%を超えるなど、登壇者の多様性についても、ビジネスイベントとして日本で先駆けて達成することとなりました。

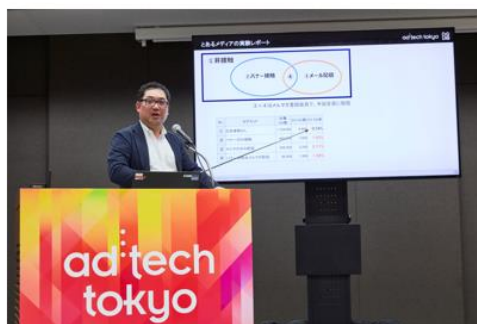
## 4 Official Sessions

A wide range of topics, including changes due to Covid-19, cookie regulation, SDG's, and more. Double the number of lectures at ad:tech UNIVERSITY.

59 sessions were held under seven different themes in the official session. Most of the discussion was based on the impact of the Covid-19 disaster, they discussed the future of marketing and the importance of brand purpose. The theme of how to work with data such as cookie regulations also received a lot of attention.

ad:tech UNIVERSITY, which began last year, doubled the number from five lectures to ten. The lectures given by industry experts to systematically learn marketing. While it is difficult to work on human resource development in this situation, some companies are using these lectures to improve their employee skills.

This year, for the first time, the percentage of female speakers exceeded 30%, making it the first business event in Japan to achieve this level of diversity.



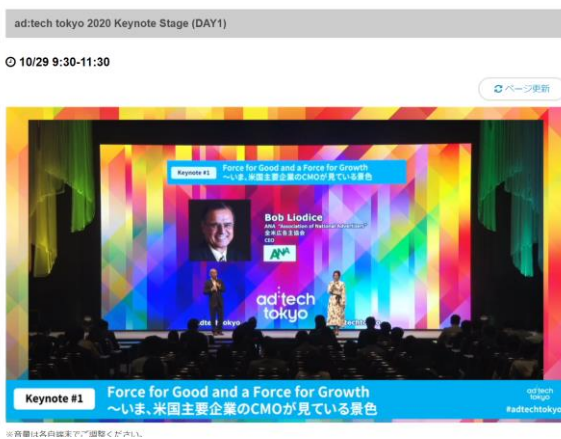
## 5 オンライン配信 & 感染症対策

オンライン参加者の91%はリアルタイムでも参加。会場にはサーモスキャンをはじめ安全対策を徹底

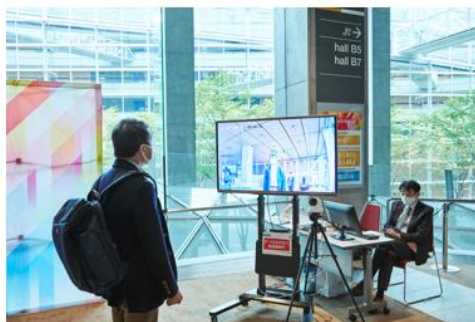
今回初めて、会場での開催に加え全セッションのオンライン配信を実施。会場での実施後は、1週間アーカイブ配信も行いました。オンライン参加者のうち91%はリアルタイムでも参加しており、見逃し配信はリピーターが中心となりました。大規模イベントへの参加に対してまだ規制がある企業もあることから、オンラインでの参加が目立ちました。オープニングで「学んだことをアウトプットしよう」と促したことで、ソーシャルメディア上での情報発信も増えました。

会場での感染症対策は、入場前のサーモグラフィ検査、受付時やセッション入場時になるべくスタッフとの接触を避けるための取り組み、登壇者のマウスガード着用などを行いました。

■オンライン配信ではリアルタイムのほか、11月6日までアーカイブ配信も実施しました。



■会場における感染症対策は、来場者・登壇者・スタッフをはじめとした関係者の安全を第一に実施しました。



## 5 Online & Infection control

91% of online participants also participated live. Thorough infection control at the venue.

For the first time, all sessions were streamed online in addition to being held at the venue. The sessions were also archived and distributed for a week.

91% of online attendees also attended in real time, the attendees who have watched the archive were mainly repeaters who joined the session live. Online participation was notable, as some companies still have restrictions on participation in large events. Suggesting the attendees to "output what we've learned" at the opening has led to an increase of posts on social media.

Infection control at the venue included thermographic scan before entering the venue, efforts to avoid contact with staff as much as possible during registration, speakers wearing mouth guards and more.

## 6 オンラインチャンネル ad:chan

新たにテーマ型オンラインセミナー「ad:chan」にて注目のマーケティングテーマをフォロー

例年、展示会場では新しいマーケティングソリューションが発表されたり、出展社による各種セミナーが行われています。今年は、展示会場での実施に代わり、関心の高いテーマについて、オンラインチャンネル「ad:chan」を立ち上げ、複数のセミナーを実施しました。その結果、合計5,766人の視聴者を集めました。

## 5 Official Online Channel ad:chan

New theme-based online seminar "ad:chan" to follow hot marketing topics

Every year, new marketing solutions are announced at the exhibition and various seminars are held by exhibitors. This year, instead of holding seminars in the exhibition hall, we launched the online channel "ad:chan" and held several seminars on topics of high interest. As a result, the channel attracted a total of 5,766 viewers.





## 7 参加者の情報

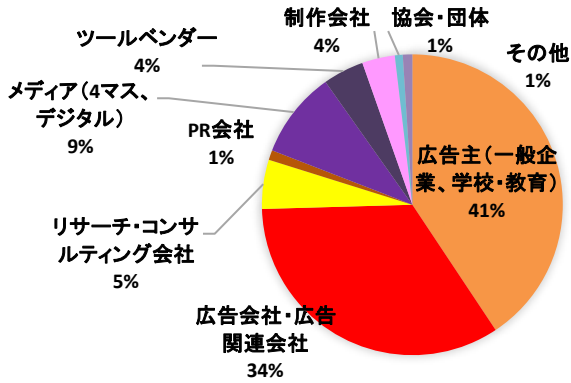
### 参加者

6,397人

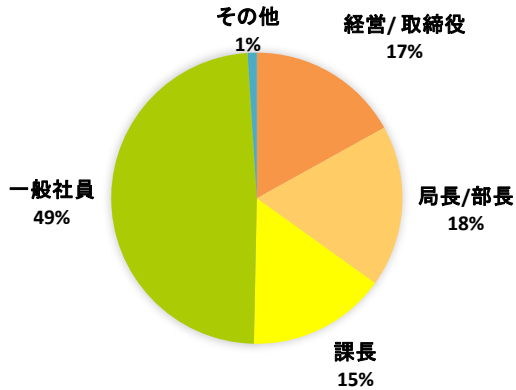
会場：1,061人

オンライン：5,336人

### 業種別参加者



### 役職別参加者



## 6 Attendee Analysis

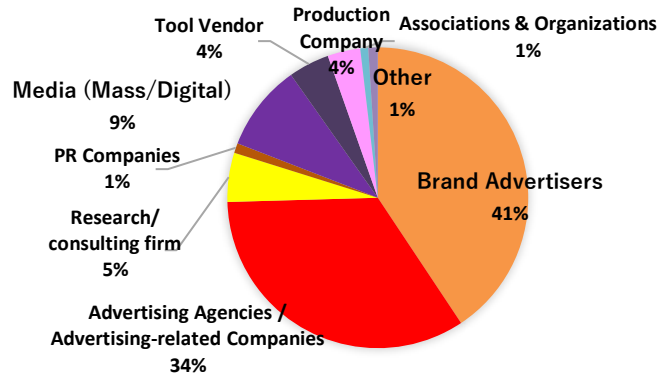
### Total Participants

6,397

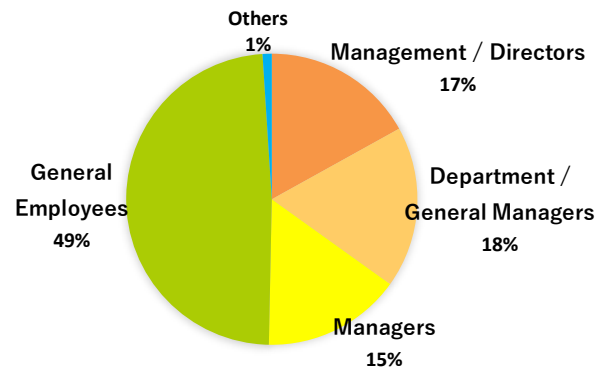
In-person 1,061

Online 5,336

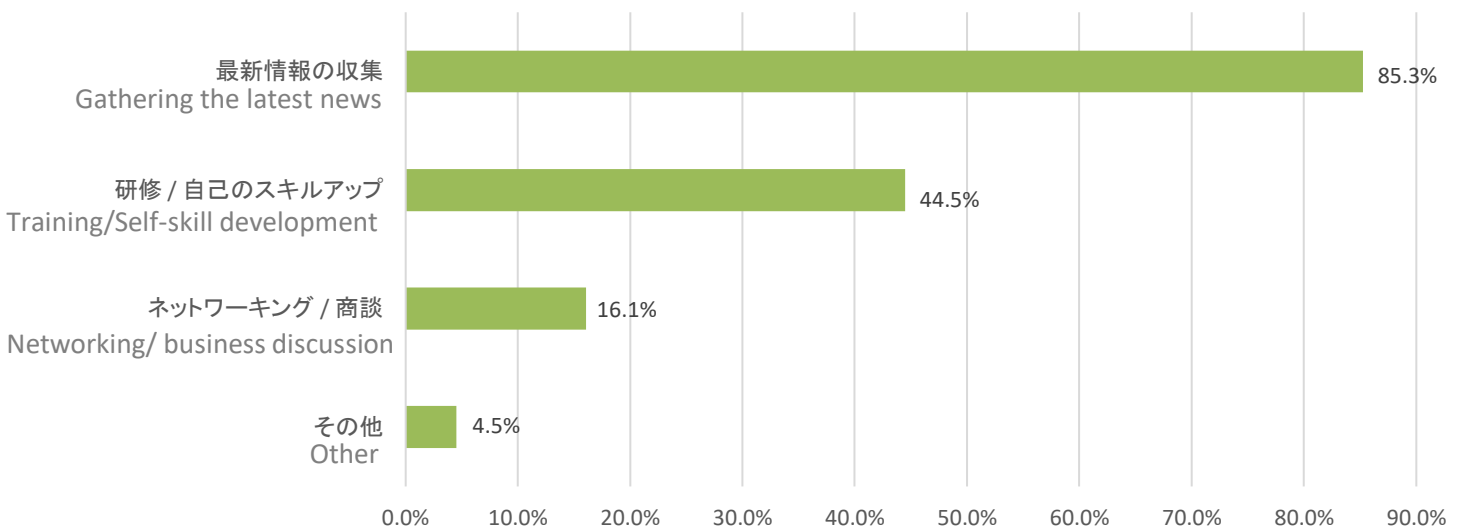
### Participants by Industry



### Participants by Position



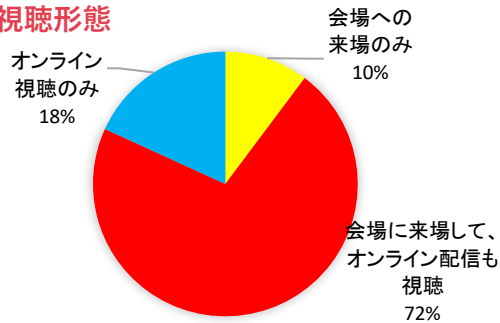
### アドテック東京の参加目的 ad:tech tokyo participation purpose



## 8 参加・視聴環境について

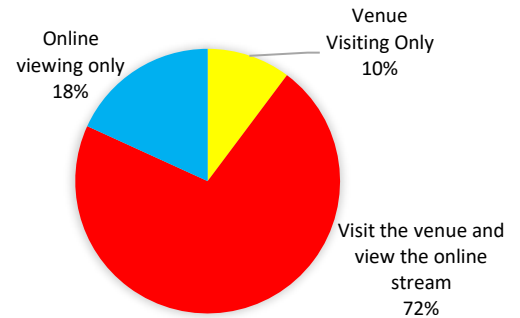
オンラインによる視聴や見逃し  
配信の活用に積極的

### 参加・視聴形態



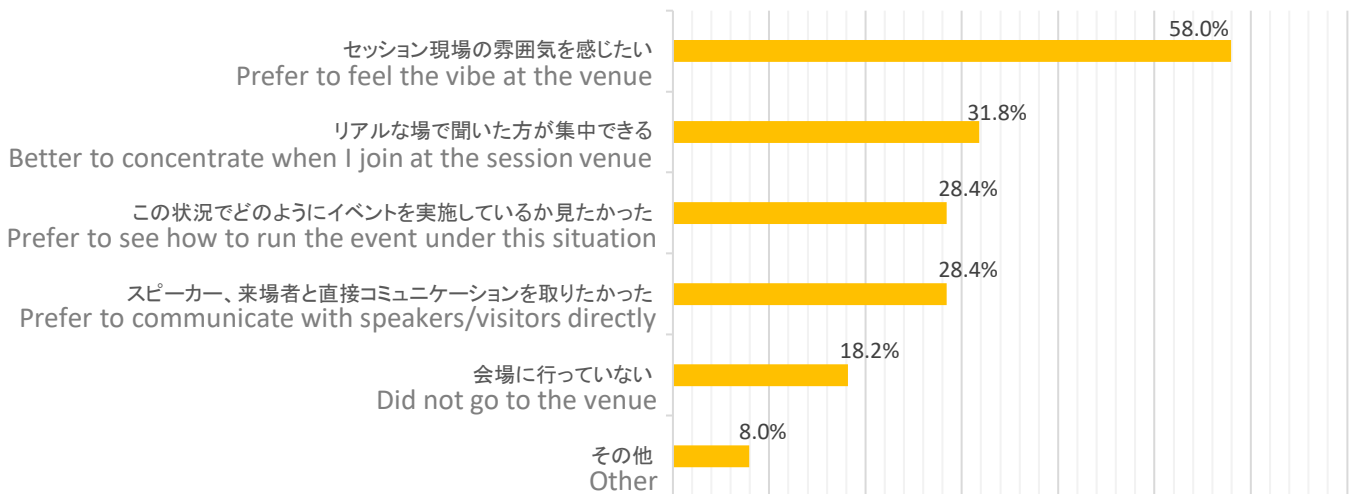
## 7 Participation and Viewing Environment

Proactive in the use of online viewing and archives



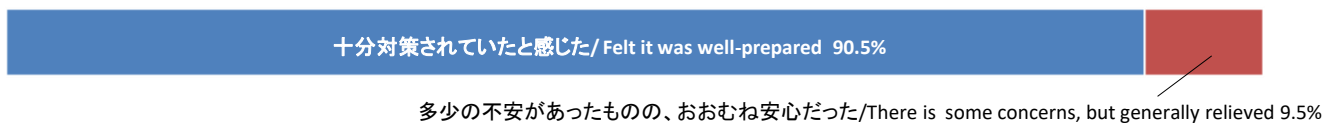
### 会場参加を選択した理由

### Reason for choosing the venue visiting



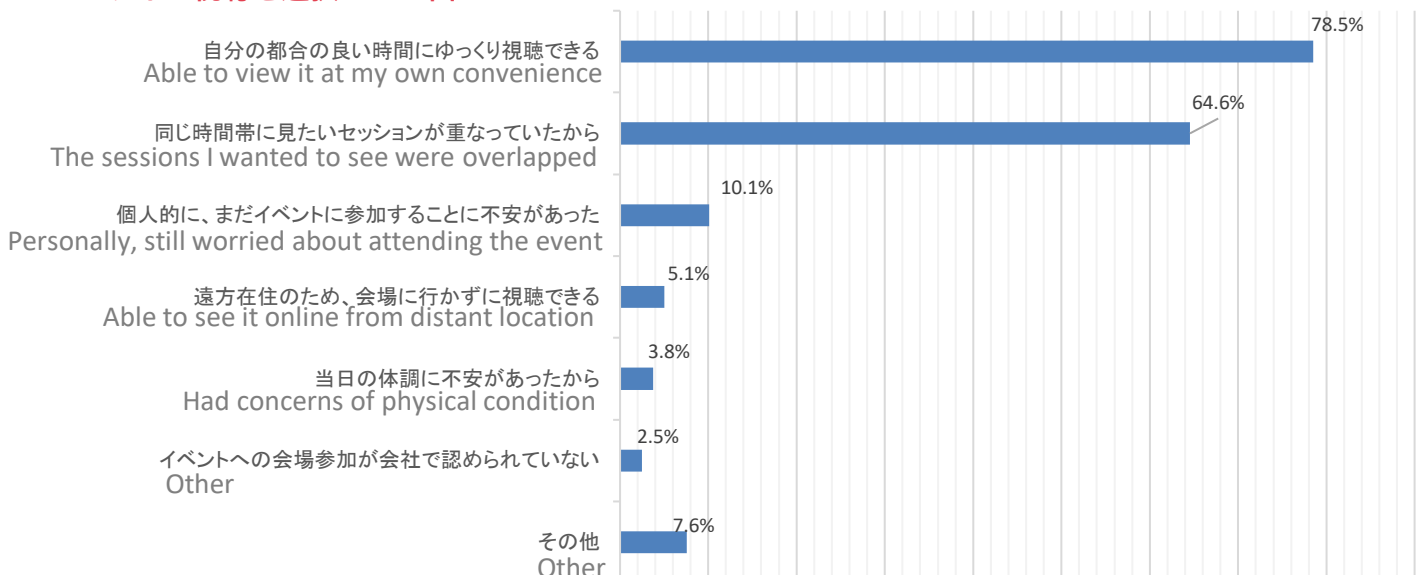
### 会場の感染症対策について

### About the Infection control at the venue



### オンライン視聴を選択した理由

### Reason for choosing the Online viewing





# ad:tech tokyo

## 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  
六本木ヒルズけやき坂テラス 6F  
E-mail [adtech@comexposium-jp.com](mailto:adtech@comexposium-jp.com)  
Tel 03-5414-5430  
Fax 03-5414-5431

## ad:tech tokyo Show Office Comexposium Japan K.K.

Roppongi Hills Keyakizaka Terrace 6F  
6-15-1 Roppongi, Minato-ku,  
Tokyo, Japan 106-0032  
E-mail: [adtech@comexposium-jp.com](mailto:adtech@comexposium-jp.com)  
Tel: +81 3-5414-5430  
Fax: +813-5414-5431