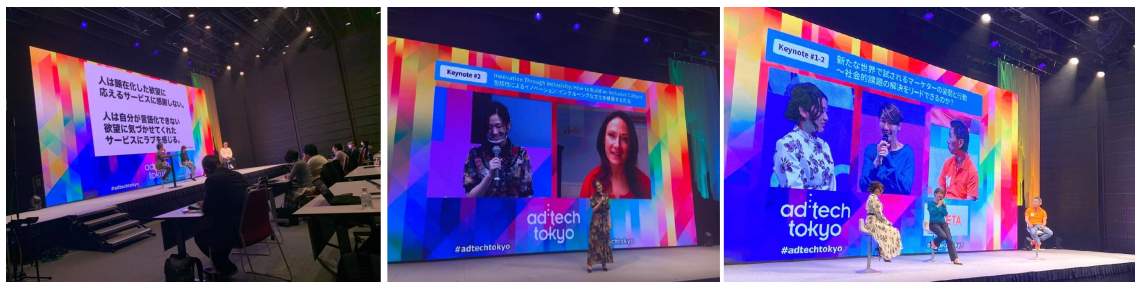


「ad:tech tokyo 2020」リアル会場での実施は終了。2日合計で5,931人が参加し、11月6日まで全セッションのアーカイブ配信を実施

来場者・視聴者アンケートによる、11月1日時点の「人気セッションランキング」も発表。今後はリアルとオンラインで実施したことで得られた知見をイベント業界のさらなる発展のために今後シェアする予定です。

マーケティングの国際カンファレンスを多数企画・実施するComexposium Japan株式会社（本社 東京都港区、代表取締役社長：古市優子）は、2020年10月29日（木）30日（金）の2日間、東京国際フォーラムとオンライン配信にて、12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 tokyo 2020（以後、アドテック東京）」を開催。2日合計で5,931人（来場者とオンライン参加者）したことを発表します。これから先11月6日（金）まで、オンライン上で全63プログラムをアーカイブ配信。視聴は有料パスが必要となりますが、11月6日17:00まで購入することができます。

ad:tech tokyo



12回目を迎えたアドテック東京は、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17:00まで全プログラムのアーカイブ配信も導入しています。これにより、同時開催で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など、アドテック東京を活用する幅が大きく広がりました。

11月1日時点で実施した、参加者・視聴者アンケートによる「人気セッションランキング」は以下の通りです。こちらのセッションを含む、全プログラムを11月6日17:00までアーカイブ配信します。視聴に必要な有料パスは、下記で入手できます。

→ad:tech tokyo パス購入サイト

https://register.adtech-tokyo.com/?act=Form&event_id=27&_lang=ja&_g

- 人気セッションランキング（11月1日時点のアンケートに基づく集計）



1位【TB1】 価値創造型マーケティングへの転換～販売偏重からの脱却

https://adtech-tokyo.com/ja/session/session.html?num=TB1_year2020

2位【TB6】 日本を元気にするブランドの在り方

https://adtech-tokyo.com/ja/session/session.html?num=TB6_year2020

3位【CK9】 これからはクリエイティブにこそ投資すべき

https://adtech-tokyo.com/ja/session/session.html?num=CK9_year2020

4位【CK7】 デジタルを活用したら、マスメディアは人をどこまで喜ばせられるのか？

https://adtech-tokyo.com/ja/session/session.html?num=CK7_year2020

5位【PD4】 (育成②) Next CMOを作る - 次世代CMOに必要なこと -

https://adtech-tokyo.com/ja/session/session.html?num=PD4_year2020

* ad:tech tokyo プログラム : <https://adtech-tokyo.com/ja/program/>

- 2日に渡って行われたキーノート、公式プログラムについて

キーノートには全米広告主協会 (ANA)のボブ・リオディス氏、アーティストのズツニ子！氏、などが登壇。コロナ禍によって生じた様々な変化や、新たに生まれている社会的課題に対して、マーケターはどう向き合うべきかについて語られました。また、Wet Cementのジェン・ウィリー氏は、事前に日本のマーケターにアンケートを実施。それに基づいて「イノベーションと組織」について語りました。もう一つのキーノートでは、「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 浩一郎氏が雑誌というメディアが得意とするインサイトの発見とコンテンツへの落とし込みを、マーケターはどのように活かすことができるのかについて意見を交わしました。

公式セッションにおいても、ほぼすべてでコロナ禍における影響と変化に触れられるなど、避けて通ることができないトピックとなりましたが、そこにどう対応すれば人々の支持を集め、さらなる成長につなげることができるのかという前向きな議論が交わされました。会場となった東京国際フォーラムでは十分な感染症対策を実施。会場来場者からは、こうした状況下であってもほかの参加者や登壇者とコミュニケーションを取りたいという姿勢を感じました。初めての実施となったリアルタイムのオンライン配信にも多くが参加。この先は、11月6日 (金) 17:00までアーカイブ配信を実施し、その後最終的な参加・視聴者数やアンケート結果を発表する予定です。

<会場の様子>



● ad:tech tokyo 2020 報告(10月30日時点)

■参加者

5,931人 (2日合計)

*会場来場者と、10月30日19:00時点のオンライン参加者

*11月6日(金)17:00 までアーカイブ配信

■業種別参加比率

広告主 (一般企業、学校・教育) : 34.7%

広告会社・広告関連会社 : 32.2%

リサーチ・コンサルティング会社 : 5.3%

PR会社 : 1.1%

メディア (4マス、デジタル) : 9.3%

ツールベンダー : 3.2%

制作会社 : 3.1%

協会・団体 : 0.8%

その他 : 10.3%

会期 : 2020年10月29日(木)-11月6日(金)

会場 : 東京国際フォーラム(10月29日、30日) およびオンライン (10月29日~11月6日)

カンファレンスプログラム : 4 キーノート、59カンファレンスセッション

カンファレンス登壇者 : 211名

主催 : Comexposium Japan株式会社

公式サイト : <http://adtech-tokyo.com>

● ad:tech tokyo について

ad:techは世界の主要都市で開催される国際マーケティングカンファレンス。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まる。日本では2009年に初開催し、2020年で12回目を迎える。アドテクノロジーにとどまらず、あらゆるテクノロジーが企業のマーケティングマネジメントにかかわるようになる中で、常に最先端の情報を届けている。

公式サイト：<http://adtech-tokyo.com/ja/>

- Comexposiumについて

Comexposiumは、世界で170を超えるB2C/B2Bイベントをプロデュースしています。食品、農業、ファッション、建設、ハイテクなど様々な分野をカバーしており、世界30か国で300万人以上の来場者を記録しています。Comexposium Japanは、2009年に「ad:tech」を日本初上陸させ、「ad:tech tokyo」として11年の実績。そのほか、日本における宿泊型マーケティングカンファレンスの草分けである「Brand Summit」も実施。日本のマーケターが世界で戦ううえで必要となる知識・情報・ネットワークが得られる場を設けています。

ウェブサイト：<https://www.comexposium.com/>

当プレスリリースURL

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000098.000013647.html>

コムエキスポジウム・ジャパン株式会社のプレスリリース一覧

https://prtimes.jp/main/html/searchrlp/company_id/13647

【お問合せ先】

ad:tech tokyo事務局

Comexposium Japan株式会社

担当：林、中澤 adtech@comexposium-jp.com

〒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