

2024年の「ad:tech tokyo（アドテック東京）」が閉幕、アーカイブ配信合わせて1万4,991人が参加

16回目を迎えた本イベントを東京ミッドタウン&ザ・リッツ・カールトン東京で開催。海外ゲストの来日登壇やワークショップなどを実施しました。パーティーでは人気セッションランキングの発表・表彰を行いました。



マーケティングの国際カンファレンスを企画・実施しているComexposium Japan(コムエクスポジウム・ジャパン)株式会社(本社：東京都港区、代表取締役社長：古市優子)は、2024年10月16日(水)～18日(金)に東京ミッドタウン&ザ・リッツ・カールトン東京、10月23日(水)～11月4日(月)にアーカイブ配信された、広告・マーケティング業界を俯瞰できる、伝統ある国際カンファレンス「ad:tech tokyo (アドテック東京)」が閉幕したことを発表します。最終的な参加人数は1万4,991人（リアル来場：9,915人、アーカイブ配信：5,076人）となりました。

16回目を迎え、「Marketing For Growth テクノロジーの進化と社会的責任」を掲げて行った本イベント。キーノート（基調講演）、公式セッション、展示会場、エグジビションステージ、ワークショップ、ネットワーキングパーティーなど、すべてが盛況となりました。

また、サステナブルな（＝持続可能な）イベント運営方法を今年も継続。ビニール製パスケースを削減し、カンファレンスパス参加者には、東京ミッドタウンの飲食店などで使用可能なサービスチケットを渡し、食品廃棄を減らす取り組みを実施しました。さらに、DE&Iを意識したイベント運営を引き続き行い、女性登壇者比率は今回も30%以上となりました。

今後も、サステナビリティを意識したイベント運営を推進し、業界に先駆けた新たな取り組みにチャレンジしてまいります。2025年のad:tech tokyoは、10月22日(水)~24日(金) 東京ミッドタウン&ザ・リッツ・カールトン東京にて行われます。

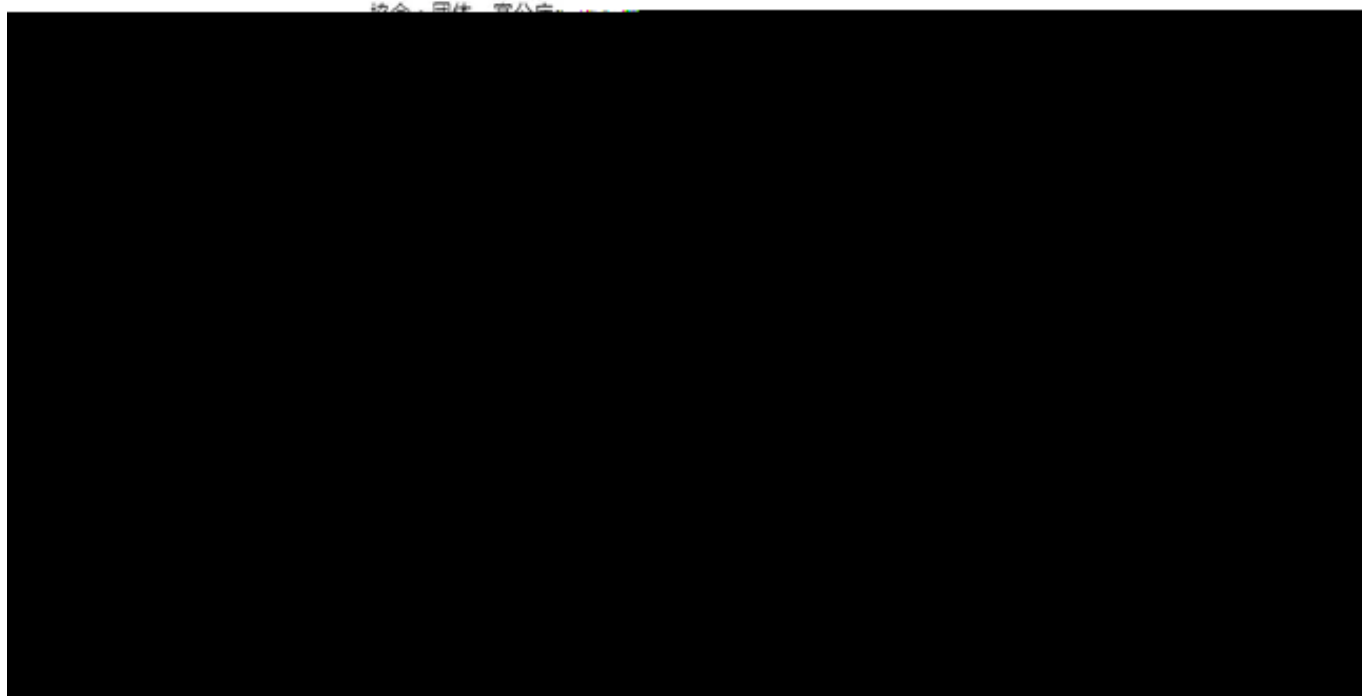
■ad:tech tokyo 2024 報告

・総参加者

1万4,991人

*10月16日~18日の会場来場者 9,915人、アーカイブ配信 5,076人

・業種別参加比率／役職別参加比率



*イベントレポートをご希望の方は、下記よりお問い合わせください

<https://comexposium-jp.com/ja/contact/>

・ 3日間に渡って行われた基調講演、公式セッション、ワークショップ、展示会場などについて

基調講演（キーノート）

国内外から多彩なスピーカーが集まり、マーケティング戦略、顧客創造、コマースメディア、広告・メディア表現におけるジェンダーなどをテーマにした基調講演が行われました。

10月17日に行われた、ダイヤモンドスポンサーである株式会社 電通による基調講演には、日本マクドナルドホールディングス 株式会社 取締役／日本マクドナルド株式会社 取締役 上席執行役員 CMOのズナイデン 房子氏や、株式会社 ファイターズ スポーツ&エンターテイメント Fビレッジ開発部 部長の小

川太郎氏らが登壇。データ活用や企業間のコラボレーションによって新たな顧客体験を創出し、マーケティングROIを最大化する方法について実例を交えながら解説しました。

海外からのゲストスピーカーとして、CRITEO リテールメディア部門プロダクト戦略担当 シニアバイスプレジデントのMichael Greene (マイケル・グリーン)氏が「コマースメディア」をテーマに登壇。消費者の購買プロセスの変化に対応した広告戦略の重要性について、具体的な企業事例を紹介しました。さらに、全米広告主協会 (ANA) のプロジェクト「SeeHer」のPresident、Christine Guilfoyle (クリスティン・ギルフォイル)氏が登壇し、メディアや広告におけるジェンダー平等を通じた社会的変革の可能性を強調し、ビジネス成長を牽引する新たな視点を提示しました。

続く18日には、株式会社ファミリーマート エグゼクティブ・ディレクター CMO (兼) マーケティング本部長 CCRO (兼) デジタル本部長の足立光氏、Wisdom Evolution Company 代表取締役/Strategy Partners 代表取締役の西口一希氏、ノバセル株式会社 代表取締役CEO/ラクスル株式会社 上級執行役員SVP ラクスルCMOの田部正樹氏が登壇し、マーケティングに潜む誤解や課題について議論しました。特に、誤った広告やコミュニケーションが企業の成長を阻害するリスクについて警鐘を鳴らし、それを回避するための具体的な対策が紹介されました。

また、公益財団法人日本アドタイザーズ協会 (JAA) と連携した、広告業界が直面する「詐欺広告」と「広告詐欺」の違いについての特別セッションも実施され、業界の透明性と信頼性を向上させるための取り組みや解決策が議論されました。さらに、日経クロストレンドが主催する「マーケター・オブ・ザ・イヤー2024」の大賞受賞企業であるカルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社 代表取締役社長兼 CEOの高橋誉則氏と、早稲田大学大学院 早稲田大学ビジネススクール 教授の入山章栄氏をはじめとする審査員との特別セッションも行われました。

公式セッション

公式セッションでは、7つのトラックテーマが設定され、英語でのセッションも行われました。従来の広告・マーケティングに関係の深い「Brand&Marketing」「Media&Content」「Data&Technology」や、コミュニケーションに関わる全ての人があるべき基本について再度学ぶ「Basic」、日本の市場や国際的に注目されている話題を取り上げる「Japan&International」、マーケターが関わる領域が広がったことで必要となるスキル、キャリアについて再考する「People」、昨今、注目を集めるリテールメディアに関するセッションを含む「Retail&Commerce」を設けました。

また、昨年的好评を受けて事前申し込み制・リアル限定の「ワークショップ」を展示会や公式セッションの前日に実施。参加者が講師とともに考え、ディスカッションし、ワークに取り組むことで、より一層知識や理解が深まるだけでなく、参加者同士のコミュニケーションも深まりました。

展示会場など

展示会場にはPlatinum SponsorであるMolocoをはじめ、100近くの企業が出展し、ビジネス成長につながるソリューションの展示が行われました。会場2か所に設けられたエグジビションステージでは30ものセミナーが行われ、多くの参加者が集まりました。また、DoubleVerify Japan株式会社は、広告主

を招いたイベント「DoubleVerify IMPACT JAPAN in ad:tech tokyo 2024」を開催し、AI時代における、メディア品質とパフォーマンスの両立による新たな価値創造をテーマにしたコンテンツを届けました。

さらに、公式スピーカーなどが参加するネットワーキングパーティーを10月17日（会場：ザ・リッツ・カールトン東京／Sponsored by スマートニュース）、18日（会場：ビルボードライブ東京／Sponsored by RTB House Japan)の両日行いました。18日のパーティーでは、公式セッションの人気セッションランキングを発表。3日間を通して、業界を俯瞰しつつ、様々な体験・学びのあるイベントとなりました。

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16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「iMedia 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/>

コムエクスポジウム・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

【本件に関する報道関係者からのお問合せ先】

Comexposium Japan株式会社

担当：中澤、金山

adtech@comexposium-jp.com

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