

2023年「ad:tech tokyo」のリアル開催が終了、2日間で1万258人が来場。10月25日から11月5日までアーカイブ配信を実施

「Facing Humanity, Showing the Way」をテーマに東京ミッドタウン&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、ネットワーキングパーティを実施。

マーケティングの国際カンファレンスを多数企画・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、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(以後 アドテック東京)」を2023年10月19日(木)、20日(金)に東京ミッドタウン&ザ・リッツ・カールトン東京にて開催したことを発表します。リアル来場者は1万258人(前年比123%)。本年よりビジターパスを有料化したにもかかわらず、前年を大きく上回る1万人以上が来場しました。

10月25日(水)10:00から11月5日(日)23:59まで、オンライン上でアーカイブ配信します。

ad:tech tokyo



15回目を迎えたアドテック東京には、2日間で1万258人が来場しました。これまで開催前日まで無料だったビジターパスを本年より有料化しましたが、前年比123%の1万人以上が来場する結果となりました。キーノート、公式セッション、展示会場、そして今回初めて実施したワークショップなど、すべてが盛況となりました。

今後、10月25日(水)10:00から11月5日(日)23:59まで、オンラインでのアーカイブ配信を行います。イベントにおける登壇者のダイバーシティについては、今年も女性比率30%超となりました。また、イベントにおけるサステナビリティを視野に、展示会場における廃棄物を最小限にする取り組みや、有料パス購入者に対してランチボックスを用意する代わりに、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、食品廃棄を減らすといった取り組みも実施しました。さらに、AI同時通訳ソリューションを採用したり、イベントの事前告知バナー制作に生成AIツールを用いたりするなど、参加者に新しい体験を届けました。

今後も、イベントにおけるサステナビリティを推進し、業界に先駆けて新たな取り組みにチャレンジし

つつ、その知見を共有してまいります。2024年のad:tech tokyoは、10月17日(木)～18日(金)に行われます。

*パスをお持ちでない方で、アーカイブ視聴ご希望の方は以下よりお申込みいただけます。

【ad:tech tokyo パスご案内サイト】

https://adtech-tokyo.com/ja/for_visitors/

【アーカイブ配信の視聴方法】

https://adtech-tokyo.com/ja/online_live/

【アーカイブ配信で視聴可能なコンテンツ】

- ・ キーノート
- ・ 公式セッション
- ・ エグジビションステージ

*一部ご覧いただけないコンテンツがございます。あらかじめご了承ください

• 2日間に渡って行われたキーノート、公式セッション、展示会場について

キーノート

19日、20日に行われたキーノートは、どれも満席で立ち見が出ました。参加者からは「リアルに登壇者の話を聞きたい、会場の雰囲気を経験したい」という声がありました。今回、海外からは3名のゲストスピーカーが来日。マッキンゼーが主催するグローバル企業のCMOに向けた研修にて長く講師を務めるトーマス・バルタ氏は、世界6万8000人以上のエグゼクティブを分析した「マーケターとしての成功」を元に、マーケターに求められるリーダーシップについて語りました。Spotifyの広告部門最高責任者である、リー・ブラウン氏は、コンテンツとイノベーションを通じたエンゲージメントの重要性について、フランスのジュエリーブランドGemmyoの創設者 ポーリーン・ライグナウ氏はデジタル技術の活用によりヨーロッパ市場を席捲している同社の取り組みについて話しました。

アドテック東京のダイヤモンドスポンサーであるAmazon Adsのキーノートには、アマゾンアドジャパンカンントリーマネージャーの石井 哲氏とアサヒ飲料 取締役 兼 常務執行役員マーケティング本部長の野村和彦氏が登壇。また、元・ネスレ日本CEO 高岡浩三氏、ノバセル 田部正樹氏、令和トラベル 大木 優紀氏は「テレビCMの透明性と企業ガバナンス」をテーマに、まさに話題になっているタレントの在り方などについて鋭く切り込んでいきました。ほかにもサッカー元日本代表の槇野 智章氏、AbemaTV ビジネスディベロップメント本部 本部長の山田 陸氏がスポーツとマーケティングをテーマに意見を交わしたり、日経クロストrendが主催する「マーケター・オブ・ザ・イヤー2023」の受賞企業と審査員による受賞記念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、従来の広告・マーケティングに関係の深い「Brand&Marketing」「Media&Content」「Data&Technology」「Creative」や、マーケターが関わる領域が広がったことでスキル、キャリアなどに注目が集まる「People」、ここ1年で一気にトレンドワードとなったリテールメディアに関するセッションを含む「Retail&Commerce」Web3やWell-Beingなど、マーケターが今知っておくべき新たな分野を扱う「Next」などを設けました。Generative AIなどどう向き合っていくのか、といったテクノロジー面や、非財務情報、人的資本経営といった、新たな領域への注目も高まりました。

また、今回初めて事前申し込み制の「ワークショッププログラム」を実施。参加者がファシリテーターとともに考え、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

今年の展示会場は出展スペースを昨年より大幅に拡大し、約80社が出展。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うべくブースの作りに工夫を行ったり、自社の顧客を招いたセミナープログラムを多数実施するなど、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ていました。会場内のエグジビションステージで展開されたコンテンツにも、多数の参加者が詰めかけました。

今回は、ネットワーキングを充実させ、参加者・公式スピーカーのコミュニケーションを促すため、両日ともネットワーキングパーティーを行いました（会場：ザ・リッツ・カールトン東京／ビルボードライブ東京）。2日間を通して、マーケティングの最先端を体験し学びあるイベントとなりました。

• ad:tech tokyo 2023 開催概要

開催日：2023年10月19日(木)、20日(金)

アーカイブ配信：10月25日(水)10:00～11月5日(日)23:59

場 所：東京ミッドタウン&ザ・リッツ・カールトン東京

カンファレンスプログラム：7キーノート、65セッション

登壇者：240名

公式サイト：<http://adtech-tokyo.com/ja>

• 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、2023年で15回目を迎えた。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。

• 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15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「i Media 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：福田、中澤

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

TEL:03-5414-5430