

ad:tech tokyo 2026 基調講演にグーグルのマーケティングリーダー2名が登壇

効率化の先へ。Googleが「Customer Zero」として挑む、AIによるマーケティング変革のリアル



「ad:tech tokyo 2026」（10月21日～23日、東京ミッドタウン&ザ・リッツ・カールトン）は、基調講演（キーノート）に、グーグル合同会社 Global Marketing Director, AI Center of Acceleration / 村上 ケビン氏、グーグル合同会社 プラットフォーム&デバイスマーケティング, シニアディレクター / 森島 知恵氏の登壇が決定したことを発表します。

AIの活用が急速に広がる中、マーケティングにおいても、個々の業務を効率化するだけでなく、事業成長や組織の変革へどうつなげていくかが問われています。本セッションでは、Google自身の実践を通じて、AI時代のマーケティングの現在地とこれからを紐解きます。

また、グーグル合同会社は、展示会場にブース（A-48）を出展するほか、来場者が着用するネクストラップでのブランディングも実施します。基調講演に加え、会場内のさまざまな接点を通じて、来場者へ取り組みを発信します。

基調講演への参加には「ビジターパス」が必要です。ビジターパスでは基調講演、エグジビションステージへの参加、展示会場への入場が可能です。

▼ビジターパス・カンファレンスパスの申込

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

◆基調講演の概要

10月22日（木）10:50~11:30

効率化の先へ—— Google が挑む AI によるマーケティング変革

AI の進化に伴い、マーケティング業務における AI 活用は「各々の作業の効率化」から「業務プロセス全体の再定義」へと急速にシフトしています。

しかし、「単なる効率化を超えて、事業成長にどう繋げるか」「個々人の活用から組織の変革へどう広げるか」に悩む企業は少なくありません。

広告主としての Google 自身もまた、マーケティング領域におけるその答えを手探りで模索している最中です。

本セッションでは、Google が自ら AI ソリューションの最初の顧客「Customer Zero」となり、試行錯誤を重ねてきたリアルな実践事例をお話します。

グローバルで指針としている戦略的なフレームワークをはじめ、国内における Google Pixel の AI 駆動型のキャンペーン開発プロセスや、AI エージェント同士が協調して進行するコンテンツ制作、さらにこれらを支える組織体制の設計までを詳解。

マーケター視点での実践に基づいた知見と Google の現在位置、そして、向かおうとしている先に焦点をあてます。

▼セッションの詳細

https://adtech-tokyo.com/ja/program/session.html?num=Keynote-3_year2026

スピーカー



村上 ケビン

グーグル合同会社

Global Marketing Director, AI Center of Acceleration

AI Center of Acceleration チームにてグローバルマーケティングディレクターを務める。全社の指針となる AI の先行事例の開発と実行をリードし、Google のgo-to-market領域における AI 活用を推進。Google に在籍する 13年間で、B2B および B2C 事業のパフォーマンスマーケティングにおける「ハブ＆スポーク」型モデルのグローバル展開を主導。自身が率いるチームは、Google 広告においてAI主導型ソリューションを10年以上前に先駆けて導入した実績を持つ。Google 入社以前は、ソニーやバンク・オブ・アメリカにてリーダーシップ職を歴任し、アジア、ヨーロッパ、アメリカをまたぐグローバルマーケティングの Center of Excellence の構築と拡大を指揮した。

スタンフォード大学卒業、同志社大学にて修士号を取得。東京、ロンドン、ニューヨーク、ロサンゼルスを拠点に 30 年にわたりキャリアを築いており、多文化での経験に裏打ちされたグローバルマーケティングの独自の視点を持つ。



森島 知恵

グーグル合同会社

プラットフォーム&デバイスマーケティング, シニアディレクター

グーグル合同会社プラットフォーム&デバイスマーケティングシニアディレクター。2013年にGoogle シンガポール支社に入社。アジア太平洋地域及び日本において、大企業・中小企業・広告会社向けに Google 広告プロダクトおよびデジタルマーケティング全般の普及を推進するマーケティング活動に従事。2020年よりデバイスマーケティングに従事し、2026年5月より現職。入社前は、外資系コンサルティング会社でヘルスケアや化学メーカーなど、様々な業種のコンサルティング業務に携わる。東京大学大学院修士課程修了。ペンシルベニア大学経営学修士取得。

ad:tech tokyo

日 程：2026年10月21日(水)～23日(金)

※21日(水)はWorkshopのみの開催。展示会場、各種セッションは22日(木)から

会 場：東京ミッドタウン&ザ・リッツ・カールトン および後日アーカイブ配信

来場者：約1万6000人（リアル、アーカイブ配信含む）

公式サイト：<http://adtech-tokyo.com/ja/>

参加パスの申込：https://adtech-tokyo.com/ja/for_visitors/

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17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ために必要となる知識・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

【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

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