

ad:tech tokyo 2026 基調講演に、マーケター・オブ・ザ・イヤー2026の受賞者と審査員が登壇

2026年を代表するマーケターから探る、「新しい価値」の生み出し方

ad:tech tokyo

KEYNOTE
2026.10.23 (金) 10:00-10:40

マーケター・オブ・ザ・イヤー2026
審査員と語る「新しい価値は
どう生み出されるのか」

小林 達郎
花王株式会社
ヘルスビューティケア事業部門
スキンケア事業部
ブランドダイレクター

鈴木 愛佳
花王株式会社
作成センター
第2ブランドクリエイティブ部
クリエイティブディレクター

入山 章栄
早稲田大学大学院
早稲田大学ビジネススクール
教授

音部 大輔
株式会社クー・マーケティング・カンパニー
代表取締役

鹿毛 康司
株式会社かげこうじ事務所
代表

富永 朋信
合同会社OFFICEしもふり代表
株式会社Preferred Networks
エグゼクティブアドバイザー

北原 規稚子
MICHI inc.
代表取締役CEO

中村 勇介
株式会社日経BP
日経クロストrend 編集長

古市 優子
Comexposium Japan株式会社
代表取締役社長

「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、マーケター・オブ・ザ・イヤー2026大賞受賞の花王株式会社ヘルスビューティケア事業部門 スキンケア事業部 ブランドダイレクター / 小林 達郎氏、花王株式会社作成センター第2ブランドクリエイティブ部 クリエイティブディレクター / 鈴木 愛佳氏に加え、審査員を務めた早稲田大学大学院 早稲田大学ビジネススクール 教授 / 入山 章栄氏、株式会社クー・マーケティング・カンパニー 代表取締役 / 音部 大輔氏、株式会社かげこうじ事務所 代表 / 鹿毛 康司氏、合同会社OFFICEしもふり 代表 / 株式会社Preferred Networks エグゼクティブアドバイザー / 富永 朋信氏、MICHI inc. 代表取締役CEO / 北原 規稚子氏、株式会社日経BP 日経クロストrend 編集長 / 中村 勇介氏、Comexposium Japan株式会社 代表取締役社長の登壇が決定したことを発表します。

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

◆基調講演の概要

10月23日(金) 10:00～10:40

マーケター・オブ・ザ・イヤー2026 審査員と語る「新しい価値はどう生み出されるのか」

今年で9回目を迎える、日経クロストrendが発表する「マーケター・オブ・ザ・イヤー」。新市場を創造した人や、画期的なビジネスモデルを構築した人など、その年を代表するマーケターを表彰します。本セッションでは、10月16日に発表となった2026年の受賞者と審査員が登壇。受賞につながった取り組みをひも解きながら、生活者や市場の変化をどのように捉え、アイデアを具体的な施策へと落とし込み、周囲を巻き込みながら成果へつなげていったのかを議論します。

セッションの詳細：https://adtech-tokyo.com/ja/program/session.html?num=Keynote-5_year2026

スピーカー



KaO

小林 達郎

花王株式会社

ヘルスビューティケア事業部門 スキンケア事業部 ブランドダイレクター

2005年花王入社。

セールス部門や、スキンケアブランドのキュレルとビオレ、ヘアケアカテゴリーのマーケティング担当を経験したのち、2023年にビオレのブランドマネジャーに就任。

製品イノベーションを通じた社会課題解決型のマーケティング活動を推進。

2026年より現職。



KaO

鈴木 愛佳

花王株式会社

作成センター 第2ブランドクリエイティブ部 クリエイティブディレクター

2009年 花王株式会社入社。

スキンケア、ヘアケア、化粧品、サニタリー、オーラルケアなどの商品デザイン開発を担当。

現在はスキンケア事業の商品デザイン開発において、クリエイティブディレクターを務める。



入山 章栄

早稲田大学大学院 早稲田大学ビジネススクール
教授

慶應義塾大学卒業、同大学院経済学研究科修士課程修了。三菱総合研究所でコンサルティング業務に従事後、2008年 米ピッツバーグ大学経営大学院より Ph.D.（博士号）取得。米ニューヨーク州立大学バッファロー校ビジネススクール助教授を経て2013年より早稲田大学大学院 早稲田大学ビジネススクール准教授。2019年より教授。専門は経営学。国際的な主要経営学術誌に論文を多数発表。



音部 大輔

株式会社クー・マーケティング・カンパニー
代表取締役

17年間の日米P&Gを経て、ダノンやユニリーバ、資生堂などでマーケティング担当副社長やCMOなどを歴任し、ブランド成長やマーケティング組織構築を主導。2018年より現職。家電、食品、日用品、広告会社など国内外の多様な企業にマーケティング組織強化やブランド戦略立案の支援を提供。博士（経営学 神戸大学）。著書に『なぜ「戦略」で差がつくのか。』（宣伝会議）、『The Art of Marketing - マーケティングの技法』（宣伝会議、日本マーケティング学会「日本マーケティング本大賞」で2022年の大賞受賞）、『ガンダムでわかる現代ビジネス』（SBクリエイティブ）、『マーケティングの扉』（日経BP）、『君は戦略を立てることができるか』（宣伝会議、日本マーケティング学会「日本マーケティング本大賞」で2025年の準大賞受賞）などがある。



鹿毛 康司

株式会社かげこうじ事務所
代表



マーケティング戦略家・クリエイティブディレクター。人間理解とくに「人の心が動く瞬間」を紐解き、戦略立案からクリエイティブの着地までを一気通貫で手がける。東日本大震災直後に発表したエステー「消臭力」のCMは、多くの人の心に寄り添い社会現象となった。その後も、ほけんの窓口、森永乳業、にんべん、バーガーキング、ブラザー、筑紫女学園大学など、幅広い企業の「人間理解」に基づいたマーケティングやクリエイティブ支援を続けてきた。グロービス経営大学院教授、日経クロストrend アドバイザリーボードも務める。著書に『心が分かるとモノが売れる』（日経BP）、最新刊に『無双の仕事術』（クロスメディア・パブリッシング）など。



富永 朋信

合同会社OFFICEしもふり代表

株式会社Preferred Networksエグゼクティブアドバイザー

大学卒業後、コカ・コーラ等9社でマーケティング業務を歴任。うち西友等直近5社ではマーケティング部門責任者を拝命。

マーケティングの核＝人間理解という考え方にに基づき、社内にとどまらずブランド、コミュニケーションから人事・組織戦略等多岐に渡るアドバイザリー業務を行う。政府系機関の広報アドバイザー多数。マーケティング系団体・カンファレンスの理事、議長などを多数。OFFICEしもふり代表。著書に「幸せをつかむ戦略」(日経BP社)など。



MICHI

北原 規稚子

MICHI inc.

代表取締役CEO

ライオン、資生堂にてマーケティングキャリアを積む。

TSUBAKI、ELIXIR、MAQuillageなど主要ブランドのブランドマネジメントを経て、マーケティング本部長、新価値創造マーケティング本部長として、ブランド戦略と組織づくりの両面を管掌。

2025年に独立し、株式会社MICHI を設立。

現在は、複数の事業を自ら経営しながら、社外役員・外部顧問として企業と同じ目線に立ち、新価値創造に伴走している。

感性と科学、直感とロジック。

点在する経験や資源（DOT）をつなぎ、まだ言葉になっていない価値を、ブランドや事業として形にすることを一貫したテーマとする。

大企業からスタートアップ、地域事業まで、多様な現場で「DOTをつなぎ、未知なる道を創る」ことを実践している。

株式会社アールシーコア 社外取締役

フリュー株式会社 社外取締役

株式会社ひとまいる 社外取締役
MCA（旧 marketer キャリア 協会）理事
創造性人材循環事業 Great RIVER 顧問
マーケティングギルドコミュニティ（MGC）参画
その他、複数企業の外部顧問、大学等でのゲスト講師、講演等



日経 **XTREND**

中村 勇介

株式会社 日経BP
日経クロストrend 編集長

ウェブ関連雑誌の編集者、「日経ネットマーケティング」を経て、「日経デジタルマーケティング」編集に在籍。特集「日本交通はグーグルになれるか」「電通不祥事はパンドラの箱か」など、イノベーションの先端企業やネット広告業界の課題点を示す特集の執筆を手掛けた。「日経トレンドネット」編集を経て、18年2月から記者、25年4月から現職。野外音楽イベント「フジロックフェスティバル」を励みに、取材と執筆を重ねる日々



ad:tech tokyo

古市 優子

Comexposium Japan株式会社
代表取締役社長

慶應義塾大学法学部法律学科卒業後、サイバーエージェントを経て2013年よりdmg::events（現Comexposium）に入社、2019年に同社代表取締役社長に就任。欧州大手イベントオーガナイザーComexposium Groupにおける最年少Managing Directorとなる。日本国内では主に ad:tech tokyoをはじめとした、マーケティング・広告・コマース・デジタル領域のカンファレンスの企画運営を総指揮。2022年以降はビジネスイベントのプロフェッショナルとして従事する傍ら、企業の社外取締役や、全米広告主協会が取り組む「SEEHER」推進役も兼務。日本の組織や社会におけるDE&Iの推進に向けて、各種講演やアドバイザー業務など、精力的に活動中。趣味は旅行とワイン。

ad:tech tokyo 事務局代表

スターティアホールディングス株式会社[3393] 社外取締役
株式会社 ヤマシタ社外取締役
一般社団法人Toget-HER理事
SEEHER（by 全米広告主協会）メンバー
Advance Women At Work, Advisor
日本展示会協会 国際交流委員会委員
J.S.A.ワインエキスパート

• マーケター・オブ・ザ・イヤーとは



イノベーションを起こし、ヒット商品を生み出すのは企業ではない、人である——。新市場を創造した人や、エポックメイキングなビジネスモデルを構築した人を表彰する本アワードは、2018年の創設から今回で第9回を迎える。生成AIの活用が当たり前になり、物価高が長期化する26年。マーケターはAIが導くデータや兆しを手掛かりにしながらも、市場の変化を予測し、長く愛される商品・サービスの創出をリードした。マーケターはどのようなインサイトを見だし、新たな市場を創造したのか？ 有識者6人を審査員に迎え、全国展開しているサービスから地方の中小企業まで、優れたマーケターを選出した。受賞者は、26年10月16日発表予定。

ad:tech tokyo 2026 開催概要

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：<https://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

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