

2022年「ad:tech tokyo」のリアル会場開催が終了、2日間で8,301人が来場。10月28日から11月4日までアーカイブ配信を実施

「ACTION! IT'S ALL CONNECTED」をテーマに東京ミッドタウン&ザ・リッツ・カールトン東京で実施。3年ぶりに海外ゲストの来日・登壇や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2022年10月20日(木)、21日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8,301人。10月28日(金)13:00から11月4日(金)23:59まで、オンライン上でアーカイブ配信します（配信協力：ALPHABOAT）。

ad:tech tokyo



14回目を迎えたアドテック東京は、ここ数年行ってきた東京国際フォーラムから、東京ミッドタウン&ザ・リッツ・カールトン東京に会場を移しての開催となりました。2日間の来場者は8,301人となり、キーノート、公式セッション、展示会場、そして今回行ったWPPセッション、すべてが盛況となりました。

今後、10月28日(金)13:00から11月4日(金)23:59まで、オンラインでのアーカイブ配信を行います。イベントにおけるダイバーシティについても、3年連続で女性登壇者比率30%超となり、Keynote(基調講演)や公式セッションのテーマとしても取り入れました。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、有料パス購入者にはランチボックスの代わりに東京ミッドタウンの飲食店で使用可能なフードチケットを渡し、食品廃棄を減らすといった取り組みを実施。また、海外スピーカー登壇時には最新のAI同時通訳ソリューションを採用するなど、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、ダイバーシティ&インクルージョンを推進し、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。2023年のad:tech tokyoは、10月19日(木)~20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
- ・ 有料公式セッション
- ・ メインステージ
- ・ エグジビジョンステージ

• 2日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

20日に行われた6つのキーノートは、どれも満席。会場に直接行ってリアルに聞きたい、体験したいという参加者の熱気が感じられました。今回、3年ぶりに海外からゲストスピーカーが登壇。世界最大級のクリエイティブフェスティバル、カンヌライオンズ国際クリエイティビティ・フェスティバル CEO サイモン・クック氏が登壇。今年を受賞作を紹介しながらいま人々の心を動かしているクリエイティブについて語りました。ANA(全米広告主協会)が取り組むプロジェクト SeeHerからは、EVPのクリスティン・ギルフォイル氏が登壇。広告・マーケティングにおいてジェンダー・バイアスを排除することがビジネス成長につながることにについて語りました。グローバルテクノロジー企業であるCriteo CEOのミーガン・クラーク氏は、デジタル広告の未来について語りました。

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 カントリーマネージャーの石井 哲氏と日本コカ・コーラ EC事業部 ディレクターの太田 貴史氏が登壇。また、世界最大のマーケティング・コミュニケーションズグループであり、イベントのプラチナスポンサーを務めたWPPより、WPP Japan CEOの松下 恭子氏が、IBA カンパニー代表取締役 射場 瞬氏とともに登壇。さらに、人事院 人事官 伊藤 かつら氏とみずほフィナンシャルグループ グループ執行役員 CPOの秋田 夏実氏は、人事とマーケティング領域の関連性について語りました。

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&Contents」「Data&Technology」「Creative」や、ビジネスの成長において考えることが必要不可欠な組織・人事を取り扱う「People」に加え、Web3やカーボンニュートラルなど、マーケターが今知っておくべき新しい分野として「Next」を新たなトラックとして設置。多くのセッションで満席・立ち見が出て、公式スピーカーに質問するなど、リアルならではのインタラクティブ性ある場となりました。

また、プラチナスポンサーであるWPP Japanでは、「Creative Transformation by WPP」としてプレゼンテーションルームを設置し、会期の2日間に渡って特別なコンテンツを提供しました。ジオメトリー・オグルヴィ、グレイ、グループエム、ワンダーマン トンプソンなど、グループ各社のスタッフと、イオン、資生堂、ユニリーバ、IKEAなど、広告主企業のエグゼクティブメンバーによるセッションが開催され、ほぼすべてのセッションが満席となるなど、国内外のトレンドを積極的に取り入れようとする参加者が集いました。

展示会場

今年は展示会場は昨年よりも拡大し、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ネットワーキングを開催したりと、ただ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。

また、展示会場が設置された東京ミッドタウン ホール&カンファレンスには、ダイヤモンドスポンサーであるAmazon Adsが提供するスピーカーラウンジ、ネットワーキングラウンジが設置され、参加者やスピーカーに向けたコーヒーマーケットをはじめ、ノベルティアイテムの配布、好きな文字を自身のデバイスや持ち物に入れてくれるカリグラフィサービスが提供されるなど、ad:tech tokyoでのイベント体験がよりプレミアムなものとなりました。

• ad:tech tokyo 2022 開催概要

会期：2022年10月20日(木)-21日(金)

アーカイブ配信：2022年10月28日(金)13:00~11月4日(金)23:59 (配信協力：ALPHABOAT)

会場：東京ミッドタウン&ザ・リッツ・カールトン東京
〒107-0052 東京都港区赤坂9-7-1
カンファレンスプログラム：6キーノート、66セッション
カンファレンス登壇者：232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、2022年で14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。

公式サイト：<https://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14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」や小売・流通、通販事業者に向けた「Commerce 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

【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