

## 国際カンファレンス『ad:tech tokyo 2010』盛況のうち閉幕 総来場者数 10,559 名を記録！

10月28日(木)、29日(金)にザ・プリンスパークタワー東京で開催された『ad:tech tokyo 2010』(以下ad:tech)は、2日間で10,559人(実人数6,321人)の来場者数を記録し、目標来場者数を上回る結果となりました。2日間で、合計5つの基調講演と36のセッションが行われ、展示会場も含めたいずれのスペースでも最後まで活発な議論や趣向をこらしたワークショップ等が展開されました。国内での開催2回目となる今回は、公式スピーカー数175名(昨年比150%)出展・協賛社数82社(昨年比200%)と規模を拡大し、国内外のトップランナーによる業界を越えたマーケティング最新情報が発信されました。同時に、twitterやfacebookでもリアルタイムでの投稿が頻繁に行われ、会場でもオンライン上でも盛況のうちに閉幕しました。

ad:tech tokyo 来場者数

来場者数	2010年
初日	4,976人
2日目	5,580人
<b>合計</b>	<b>10,559人</b>
<b>実人数</b>	<b>6,321人(前年比199%)</b>

来年も、10月末に開催を予定しております。日々成長を続けるマーケットと対峙し、市場や消費者の動向に対応したマーケティングの在り方の最先端の知見を集約したカンファレンスとなりますので、ぜひ来年のad:tech tokyoにもご期待ください。

下記に、10月29日(金)に行われました基調講演とセッション内容の一部をご紹介します。(ad:tech日本事務局編集)

### <KEYNOTE PRESENTATION 概要>

**タイトル: アドバイジング・レボリューション: 消費者動向の変革が広告業界の未来を創る**

スピーカー: Carolyn Everson (Microsoft Corporation グローバル アドバイジング セールス / トレード マーケティング 担当 コーポレートバイスプレジデント)

サブスピーカー: Anna Kirah (イノベーション/デザイン人類学者)

パネリスト: 江端 浩人 (日本コカ・コーラ株式会社 インターラクティブマーケティング 統括部長)

三澤 久男 (ユニリーバ・ジャパン・カスタマーマーケティング株式会社 Vice President Marketing - NEA)

ad:tech tokyo 2 日目の午前中の基調講演では、特に消費者にターゲットをあてたプレゼンテーションが行われました。

Microsoft の Everson 氏は、日々進化を続ける消費者に対して、従来のフレームを超越したキャンペーンを展開してきた自動車業界の事例を紹介しながら、今の時代を振り子に例えて『クリエイティブとソリューションの中間にある、データがスマートに提供される時代』と表現しました。このように各企業が年々デジタルに広告予算を投下するようになった背景には、「クリエイティビティが成長できる環境の進歩」と、「マルチスクリーンでブランドイメージを発信できるようになったこと」の2点の理由を挙げました。



その上で、現代のように“テクノロジーを指先で選ぶ”時代におけるトレンドを、下記の3点であると総括しました。

- リアルタイムウェブの活用: 消費者の情報収集におけるトレンドと、熱狂的なファンを含む利用者からの反響の把握
- コンテンツのポータビリティ: 1つのインターフェースにとどまらないシームレスな体験の提供と、デバイスの特性にあわせたコンテンツのカスタマイズ
- ナチュラルなインターフェース: Microsoftの新製品(日本では年末に発売予定)のKINECTのように、コントローラーなしで使用可能なものなど、消費者のニーズに対応できるテクノロジーの開発・提供

この発表を受け、Kilah氏は「トレンドを理解する際には、日本固有のものではなくグローバルな現象を把握することが不可欠」としました。

また、その後のパネルディスカッションでは、「自動車などの高額商品と、飲料などの日常的な商品における戦略の違いは？」との問いに対して、江端氏は「消費者とのコンタクト頻度が重要」とし、三澤氏はヒット商品AXEの事例を挙げながら、コンタクトしたい消費者とのインターフェースの設け方の重要性を示唆し、「デバイスに関係なく同じブランド体験ができること」が訴求につながると語りました。



### タイトル:革新的デジタルメディア 戦略 消費者が求めるデジタルメディアとは？

パネリスト: Kenneth “KC” Estenson (Senior Vice President and General Manager, CNN.com)

メディアが多様化・細分化を続け、様々なデバイスの登場により「メディアが手の平に収まる時代」を迎え、CNNとしての「報道」を、ソーシャルメディアやWEBを活用しながら拡大している取り組みが Estenson 氏によって発表されました。

CNNでは人々のメディア接触時間の増大などの現状を受け、従来のテキスト型のWEBサイトが見直され、CNNとしての高品質な報道力を活用し、ユーザーの世代や関心に即した独自のテーマを多数設けた動画型のWEBサイトを構築している実績が紹介されました。そのほか、オバマ大統領就任会見時のfacebookにおけるカスタム統合を例に挙げ、ソーシャルメディアとの連携による相乗効果を語りました。このような実績から、「初めての分野に挑戦する勇気を持つと、予想を越える結果が得られる」と語り、業界を越えた取り組みの重要性を改めて提言しました。



他にも、2006年から開始された市民ジャーナリストの投稿によるiReportが、報道管制が敷かれたイラクの紛争時に現地情発信に貢献した事例を挙げ、これによりCNNの取材活動が飛躍的に向上したと語りました。さらに、事件・災害時には一般市民から現地の人々の安否情報を集約したデータベースを構築するなど、インタラクティブな取り組みにも発展させていると伝え、「CNNの報道により、事実を伝えるとともに、世界中で起きている事件・事故の被害者の力になりたい」と企業としての意識を語りました。



### <SESSION 概要>

#### タイトル:戦略面から見直すリードジェネレーションとカスタマーロイヤリティ(TrackA-7)

パネリスト: 朝火英樹(日本電気株式会社 CRM本部 宣伝部IMC推進グループマネージャー)  
 加藤雅章(株式会社 ロボット 執行役員 コミュニケーション・プロデュース部 部長)  
 大藪範子(株式会社ワコール 総合企画室 広報宣伝部 Web・CRM企画課課長)  
 Adrian Roche (Digital Lead, OgilvyOne Japan)

モデレーター: 石黒不二代(ネットイヤーグループ株式会社 代表取締役社長兼CEO)



デジタルメディアを活用し、購入前の顧客をロイヤル顧客まで引き上げるためのCRM戦略、またその戦略に基づく事例および成果が各パネリストによって発表されました。

成功の秘訣は、顧客データの蓄積、購入前～購入に至るまでを俯瞰して見ること、情報の可視化、可視化された情報の活用法、そして段階的な顧客アプローチであると総括されました。段階的な顧客アプローチとは、加藤氏による「海猿」キャンペーンの話に代表されるように、「ファンを作り」、「ファンが参加できる場所を提供し」、「常に最新の情報を届け」、「ファンと共に作り上げる」というマーケティングプラン設計のことを指します。また、朝火氏は、このプラン設計について、営業連携という視点で語り、企業サイトおよび顧客管理システム上で、購入(営業)につなげるためのコミュニケーション、顧客の育成が重要であると述べました。



人口が減少し続け、ビジネス経路は変わらない日本の市場環境の中、メディア・チャネルの急増に対応するため、よりクリエイティブであることが求められ、デジタル、ソーシャルへの対応が必須であるとRoche氏がまとめる一方、大藪氏は、「CRM」と「ブランド」を車の両輪と位置づけ、顧客の共感を生み、育成し、作り手も共に成長できるような、「リボンブラ」、「スタイルサイエンス」などのWeb施策を通じて、新規顧客獲得へと至った事例を紹介しました。



#### ■『ad:tech Tokyo 2010』開催概要

日程: 2010年10月28日(木)、29日(金)

場所: ザ・プリンスパークタワー東京 (芝公園)

主催: dmg ::events K.K.Japan

ウェブサイト<<http://www.adtech-tokyo.com/ja/index.html>>

にて『ad:tech Tokyo 2010』に関する情報をご覧いただけます。

#### ■ad:techについて

ad:tech は、世界のインタラクティブ・マーケティングの業界に向けてカンファレンスや展示会を開催している大手オーガナイザーです。ニューヨーク、サンフランシスコ、ロンドン、パリ、上海、シンガポール、シドニー、東京で開催される世界最大規模のインタラクティブ・マーケティング・イベントをプロデュースしています。ad:techは、米国カリフォルニア州に本社を置いています。出展企業、講演者、イベント、予定されているカンファレンスについては、[www.ad-tech.com](http://www.ad-tech.com)をご覧ください。

#### ■【本リリースに関するお問い合わせ先】

dmg:events Japan

〒107-0052 東京都港区赤坂7-3-37 プラス・カナダ1F

Tel:03-6894-7430

Email: [info2010@adtech.co-site.jp](mailto:info2010@adtech.co-site.jp)

ベクトル グループ(株式会社プラチナム)

担当: 與芝 (よしば)、渡部 (わたべ)、久野 (くの)

〒107-0052 東京都港区赤坂4-15-1 赤坂ガーデンシティ18F

Tel: 03-5572-6073 Fax: 03-5572-6075

Email: [adtech\\_tokyo@vectorinc.co.jp](mailto:adtech_tokyo@vectorinc.co.jp)