

～Advertising Week Asia 2017 開催まで約1ヶ月～  
**1DAY アンバサダーとして橋本環奈さんが登壇**  
**10代ならではの視点から、SNSやエンターテイメントなど、**  
**Advertising Week Asia の見どころを語る**



左から：笠松良彦、橋本環奈さん、マット・シェクナー



橋本環奈さん

六本木・東京ミッドタウンにて5月29日（月）から6月1日（木）の4日間開催される世界最大級のビジネスとクリエイティビティの祭典である [Advertising Week Asia 2017](#)（アドバタイジング・ウィーク・アジア 2017）は4月18日（火）に Advertising Week Asia 2017 事業戦略発表会を開催し、女優 橋本環奈さんが1DAY アンバサダーとして本イベントの魅力を語るトークイベントを実施したほか、注目が期待されるプログラムの発表や、マーケティングのスペシャリストから構成されるアドバイザー・カウンシルメンバーを迎えたパネルディスカッションをおこないました。

1DAY アンバサダーとして Advertising Week Asia のチケットを模したスペシャルパネルをプレゼントされた橋本さんは、今回の Advertising Week Asia の注目プログラムについて聞かれ、『**毎日利用している SNS に関するプログラム等に興味があります**』と答えました。普段から Twitter や LINE を使うと話した他、「皆で SNOW(顔認識カメラアプリ)でたくさん写真を撮ったりします。カメラロールが爆発するんじゃないかというくらい写真を撮る。1日遊ぶだけで何百枚も撮る」とカメラ好きであることも告白し、「**位置情報とかオンにしないようにしています**」と人気者ならではの気配りを明かしました。また、トークセッションでは、ビジネスとクリエイティビティの祭典である Advertising Week Asia にちなみ、橋本さんが今注目しているクリエイターさんについて聞かれ、「**ピースの又吉さん**」を例に挙げ、「芸人さんとしても活躍され、作家活動もされていてとても多才だと思います。」と答えました。また、「**熱狂を創りだす**」という Advertising Week Asia のテーマとの共通点について聞かれた橋本さんは、「**熱狂を創りだす**」の1つは「ファンとの共有」と述べ、SNSなどで常に双方向でのファンとのコミュニケーションを積極的に取っていると述べました。



Advertising Week 最高経営責任者 マット・シェクナー



Advertising Week Asia 事務局長 笠松良彦

この度ニューヨークから来日した Advertising Week 最高経営責任者 マット・シェクナーは次のように述べました。「ニューヨーク、ロンドン、東京で開催されている Advertising Week は、2017 年冬にはメキシコで、2018 年にはシドニーでの開催を控え、拡大の一途を辿っています。14 年前にニューヨークで始まった Advertising Week ですが、当時は東京で開催できるなんて夢にも思っておりませんでした。そんな東京での 2 度目の開催が叶い、期待で胸がいっぱいです。目覚ましい成長を遂げ、グローバルの中心になりつつあるアジアで、世界中のリーダーを集めることができるこのエキサイティングな機会をとても楽しみにしております」とコメントいたしました。また、Advertising Week Asia 事務局長 笠松良彦は、追加で発表されたキーノート・スピーカーおよび Advertising Week Asia 2017 注目のプログラムを発表し、「日本人にも馴染みの深い SUBARU, P&G, マクドナルドなどの名だたる企業のリーダーの話が一度に聞ける貴重な機会は他になかなかありません。また、AI の活用、フェイクニュース、女性のエンパワーメントなどは、世界でも注目されるトピックであり、ここ日本で今開催するにふさわしい内容であると確信しています。」と述べました。



左から：笠松良彦、田端信太郎氏、本田哲也氏、児玉 太郎氏

また、本事業戦略発表会では、本イベントのアドバイザー・カウンスルメンバーである LINE 株式会社 上級執行役員 田端信太郎氏、ブルーカレント・ジャパン株式会社 代表取締役社長 本田哲也氏、アンカースター株式会社 代表取締役 児玉 太郎氏によるパネルディスカッションも行われました。「**デジタルネイティブのその先へ：変わりゆくコミュニケーションの未来**」というテーマで実施されたパネルディスカッションでは、「言葉の障壁が無くなる社会になる（児玉氏）」、「コミュニケーションの相手が細分化され、さらに特定のターゲットにコミュニケーションが必要（本田氏）」などコミュニケーションを取り巻く環境変化についての意見が出たほか、「コンテンツのシェアの方法が URL から画面キャプチャへ変わっていているなど、今後の成果の出し方が難しくなるのでは（田端氏）」など、コミュニケーション業界ならではの話題がありました。



開催を約1ヶ月後に迎える [Advertising Week Asia 2017](#) (アドバタイジング・ウィーク・アジア 2017) への皆様のご参加をお待ちしております。

\* 本イベントはチケット制となっております。事前チケットの購入やプログラムの詳細についてはウェブサイト ([asia.advertisingweek.com](http://asia.advertisingweek.com)) をご確認ください。

### **Advertising Week Asia (アドバタイジング・ウィーク・アジア) について**

2004年に創設された Advertising Week (アドバタイジング・ウィーク) は、アドテク、ブランド&クライアント、クリエイティブ、マーケティング、そしてメディア・エコシステムを繋ぐ世界最大の B to B プラットフォームへと発展いたしました。今年も14回目となるニューヨークの Advertising Week (9月25日～9月29日)、東京で開催される2度目の Advertising Week Asia (5月29日～6月1日)、そして今年初開催となるメキシコの Advertising Week LATAM (11月13日～11月16日) を含め、4つのグローバルデスティネーションにて開催されます。

詳細は以下のページをご参照ください。

[asia.advertisingweek.com](http://asia.advertisingweek.com)