

dmg :: events

<報道関係各位>

inspire  
enthouse  
support

2011年10月27日  
dmg::events Japan  
ad:tech 日本事務局

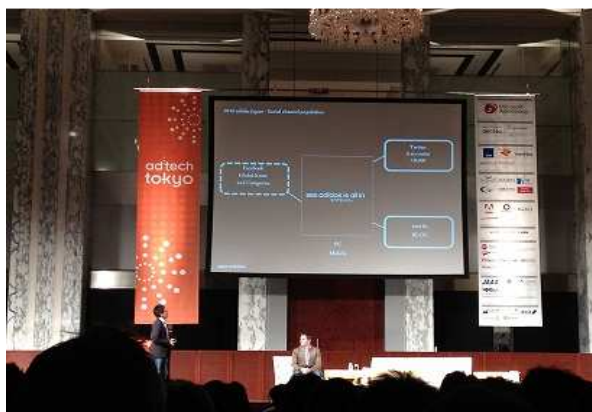
## 国際カンファレンス『ad:techtokyo 2011』開催速報 昨年の総入場者数を上回る 6,030 人を記録！

『ad:tech tokyo 2011』（以下 ad:tech）は本日 10 月 27（木）に、昨年の約 1.2 倍となる 6,030 名の来場者数を記録いたしました。

今年で開催 3 回目となる ad:tech では、昨年よりも数多くのワークショップをご用意したほか、新しい試みとしてスタートアップ／ベンチャー企業を支援するイノベーションゾーンを展開しております。カンファレンスセッションは、2 つの基調講演、24 のセッションが行われました。

また、全 8 社によるプレミアムセミナーや出展社によるワークショップ等、活発な意見が飛び交うセミナーが各エリアで行われ、本日の締めくりとなるネットワーキングパーティーも大盛況となりました。

下記に、本日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。



<OPENING KEYNOTE PRESENTATION>



<KEYNOTE PRESENTATION>



<SESSION: G-3>



<SESSION: H-3>

## <KEYNOTE PRESENTATION 概要>

- タイトル: One Brand in Two Countries ~ソーシャルメディアマーケティング革命~
- スピーカー: Chris Murphy (Head of Digital Marketing, Adidas US)  
津毛一仁(アディダスジャパン ブランドマーケティング シニアマネージャー)

開幕を飾る OPENING KEYNOTE PRESENTATION では、注目スピーカーの 1 人である adidas の Head of Digital Marketing である Chris Murphy 氏が登壇しました。ソーシャルメディアが、人々のコミュニケーションや企業との関わり方を変えてきた中で、近年、マーケターたちは新たなブランド育成のツールとしてソーシャルメディアを駆使しています。

Murphy 氏は、ソーシャルメディアでの初期の取り組みにおける成功と失敗事例、現在のマーケティング戦略に与えた影響、そして、この非常に複雑なソーシャルスペースにおけるマーケティング未来像について語りました。

また日本の adidas ブランドマーケティング シニアマネージャーである津毛氏には、米国と日本のマーケットの類似点、相違点についてお話いただき、adidas というグローバルブランドがどのように各地域のニーズに応えながらソーシャルメディアを活用しているのかをご紹介いただきました。

- タイトル: ~日本企業がグローバル化で勝ち抜くためには~
- スピーカー: 江端浩人(日本コカ・コーラマーケティング & ニュービジネス インターラクティブ・)  
藤田 晋(株式会社サイバーエージェント 代表取締役社長 CEO)  
笠原 健治(株式会社ミクシィ 代表取締役社長)  
田中良和(グリー株式会社 代表取締役社長)
- ゲスト スピーカー: Susan MacDermid (President, Digital Marketing Sector, dmg::events)

続いて行われた KEYNOTE PRESENTATION には、サイバーエージェントの藤田晋氏、ミクシィの笠原健治氏、そして、グリーの田中良和氏と注目される3社の代表取締役社長を中心に登壇いただきました。

世界市場の構造変化により日本企業のグローバル化への対応が必須となっています。インターネットやモバイル業界のサービスやマーケティング施策に関して、日本企業が培って来たノウハウが世界市場でも注目されてきています。

既に、日本企業としてグローバル化を実践しているサイバーエージェント、ミクシィ、グリー、それぞれのマーケティングや広告事例と共に、今後の海外展開について各代表が語りました。

## <SESSION 概要>

- タイトル: ブランド・グローバル化戦略 ~ソーシャル・インサイトから 生まれるビジネス機会~ [G-3]
- プレゼンター: 夏坂 真澄(花王株式会社 執行役員 ビューティケア事業部ユニット長)
- モデレーター: 高松 雄康(株式会社アイスタイル 取締役兼 CMO)

「ブランドとエージェンシーの関係性」に関連する本セッションでは、花王の執行役員である夏坂氏が登壇し、日本企業のグローバル化におけるブランド・技術・人材の重要性について事例を交えながら語りました。

国境を越える力を持つブランドをいかにつくるかといったテーマの元、グローバル化へのスタンスや世界各国でのシェアを拡大するための戦略などをご紹介いただきました。また海外商品のローカライゼーションについてもお話いただき、グローバルに通用する商品展開の重要性と今後の課題が明確となる講演となりました。

- タイトル: グローバリゼーション VS ローカライゼーション ～「グローバル化」の本質とは何か～[H-3]
- パネリスト: ジャスパー・チャン(アマゾンジャパン株式会社 代表取締役社長)  
八田学(株式会社マンダム Eビジネス準備室 室長)  
西口 一希(ロート製薬株式会社 マーケティング本部 執行役員 本部長)  
谷井等(シナジーマーケティング株式会社 代表取締役社長 兼 CEO)
- モデレーター: 関口 憲義(株式会社電通 グローバル・ソリューション・センター  
プランニング・ディレクター)

同じくグローバリゼーションについて同時間帯に、パネルディスカッションも行われました。グローバル vs. ローカルという普遍的な課題を、「世界」を相手にしている企業は抱えています。登壇いただいたグローバルビジネスの最前線にいらっしゃる各企業のパネリストの方々に、事例を元にどのように「グローバリゼーション」課題に立ち向かっているかをお話いただきました。

21 世紀の IT 革命を経て、「グローバリゼーション」の課題自体が次のステージに来ています。マーケティングにおいて、「グローバル化」の本質を追究した上で戦略を立てることが重要だと認識できるセッションとなりました。

#### ■『ad:tech tokyo 2011』開催概要

- 【開催日時】 2011 年 10 月 26 日(水)～28 日(金)
- 【会場】 ザ・プリンス・パークタワー東京
- 【主催】 ディーエムジー・イベント・ジャパン

#### ■ad:tech について

ad:tech は、世界のマーケティング・コミュニケーション業界の従事者を対象にした会議イベント。ニューヨーク、サンフランシスコ、ロンドン、シンガポール、シドニー、メルボルン、ニューデリー、東京で開催されています。ad:tech は、米国カリフォルニア州に本社を置く dmgt::events によって運営されています。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。

#### ■dmgt:: events について

dmgt::events (<http://www.dmgevents.com/>) は、世界で 150 を超える業界大手のカンファレンスや展示会をプロデュースし、25 種類の関連雑誌、新聞、ディレクトリ、市場レポートを発行しています。世界各地に 30 を超えるオフィスを構え、750 人以上の従業員を擁しています。dmgt::events は、英国最大のメディア企業である Daily Mail and General Trust plc (DMGT) の 100% 子会社です。DMGT の詳細については、[www.dmgt.co.uk](http://www.dmgt.co.uk) をご覧ください。

#### ■本リリースに関するお問い合わせ

ディーエムジー・イベント・ジャパン

担当: 中村寛子

東京都港区赤坂 7-3-37 プラースカナダ 1 階

Tel: 03-6894-7430

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

ベクトル グループ(プラチナム)

担当: 馬島、與芝(よしば)

〒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)