

BRAND SUMMIT **2018**

Marketing Fostering Love



AFTER SHOW REPORT

23rd-26th July

@SHIROYAMA HOTEL kagoshima

作成日：2018年7月30日

■ Contents

1. BRAND SUMMIT 2018 イベント概要
2. 今回の主なセッション
3. スケジュール
4. セッションの様子
5. 参加ブランド企業の主な声
6. 参加企業一覧
7. スポンサー企業
8. ブランド参加企業の詳細情報



1. BRAND SUMMIT 2018 イベント概要



会場：城山ホテル鹿児島

主催：コムエクスポジウム・ジャパン株式会社

■ ブランドサミットとは

2011年よりスタートした、国内外のブランド企業のマーケターが集って行う、完全招待制の合同合宿研修型カンファレンス。各業界で最先端のブランドマネジメントを行っている企業の取り組みや直面している課題などを、3泊4日で集中的にディスカッションします。業界の今後の方向性が見え、自社のブランドが今後何に取り組むべきかの指針が発見できる場です。同時に、多くのマーケターとネットワーキングでき、サミットをきっかけにブランド同士のコラボレーション企画や、パートナーとのビジネスが多数生まれています。「カンファレンス」と「ネットワーキング」が高いレベルで両立していることが、大きな魅力です。

■ 経営・マネジメント、ジェンダー問題など多彩なキーノート

アウトプット型分科会の充実など新たな取り組みを実施

今年で8回目を迎えた **iMedia Brand Summit 2018** には、ブランド、パートナーのトップレベルのマーケター約**360名**が集まりました。明治維新という、日本の「イノベーション」の中心人物を多く排出した鹿児島の地で初開催。トップ企業のマーケターが集い、課題や目標に向けて積極的に意見を交わしました。今回、参加者のアウトプットを促す**12**の分科会を実施。興味関心のある分野を選択できるため、質問や意見の取り交わしが盛んに行われました。また、昨年が続いて行われた「**One to One ミーティング**」は、参加者が事前に入力した情報に基づいてセッティング。ビジネスに直結する充実した時間となりました。

2-1. 今回の主なセッション

キーノートには、経営の最前線にいる松本氏からは、マネジメント層の進化・変化のために必要なこと、米国P&GでVPを努めた和田氏からはブランドの本質について、そして米国から参加のジェン・ウィリー氏からは、ジェンダーイクオリティがなぜ必要なのかについて語ってもらいました。

23rd, 17:20 - 18:10

Opening Keynote

Think Big – Innovate to create organization that thinks and profits.

「Think Big—考え、儲かる組織へのイノベーション」



松本 晃

カルビー株式会社
シニアチーフマン

Akira Matsumoto

Calbee Inc.
Senior Chairman

- What you need to change in order to create an organization that thinks and profits.
- Regardless of the AI era, creativity is desired – we need people who think and are creative.
- How to survive in the global market – what kind of human resources are vital for Calbee to proceed in the global market and increase its brand value.
- Need of innovation and how to achieve the goals for future projects.

- 考える、儲かる組織になるためになにを変えなければならないか
- AI時代と関係なく求められる創造性 — 考える人、創造性のある人こそが求められるという話
- 海外でどう戦うか — 海外展開を推進するカルビーにおいて、ブランドを高めるためにどのような人材が何をしているのか？
- 今後を見据えたプロダクトでのイノベーションの必要性、どう実現するか

24th, 09:15 - 10:05

Keynote #2

Marketing Needs Fostering Love



和田 浩子

Office WaDa
代表

Hiroko Wada

Representative, Office WaDa
Consultant

Former vice president of Proctor and Gamble, President of Dyson Japan, President and COO of Japan Toys R Us, Hiroko Wada speaks at our Brand Summit. Who owns the brand? Now that digital communication became the standard, we need to think of the real component of marketing. In this keynote, vast amount of time will be allocated to interactive communication with the participants.

米プロクター・アンド・ギャンブル社のヴァイス・プレジデント、ダイソン日本支社の代表取締役社長、日本トイズラズ代表取締役社長兼最高業務執行責任者(COO)を歴任した和田浩子氏がBrand Summitで登壇！ブランドとは、一体誰のものなのか — デジタルコミュニケーションが当たり前ものとなった今、考えなければいけないブランディングの本質的な構造について、お話します。インタラクティブなコミュニケーションにも、多くの時間を割く予定です。参加者も共に思索する、濃密な時間を作っていきます。

24th, 13:55 - 14:40

Keynote #3

Gender Equity – Having women leaders beat the market

真の「働き方改革」に向けて～女性リーダーがいる社会の強み



ジェン・ウィリー

Wet Cement
創業者 & CEO

Jenn Willey

Wet Cement
Founder & CEO,
Wet Cement; Founder,
Advance Woman

iMedia's first Keynote on Gender Equity will help male and female leaders understand how to improve communication, decision-making and the bottom line by addressing and solving for internal and external barriers for women in business. The presentation will share research on how companies with women comprising one-third or more of business leaders beat the market, and what steps attendees can take to help make this vision a reality.

「女性の働き方改革」を専門として活躍する元ニュースキャスターで米国 WetCement社CEOのJen Willey氏が登壇。CBS,ABCでニュースキャスター・レポーター後、デジタルメディアのYahoo, AOL, Sharecareなどでの経験を活かし、ジェンダーの平等に取り組む。ジェンダーのテーマとして、男女間のコミュニケーション及び意思決定プロセスの違いを指摘しながら女性が真にビジネスで活躍するために必要なことについて語ります。ここ数年、日本でもあらゆる業界で「働き方改革」が言われ、女性の働き方についても注目されています。中でも、女性の働き方の多様性の一つとして、女性管理職比率を高めようという流れも強くなっています。実はそうした課題は世界でも同様に起きており、男女お互いのビジネススタイルや働き方に戸惑いや難しさを感じているのです。キーノートの中では、社員の三分の一を女性リーダーにすることで、市場を理解しリードできるという調査結果なども紹介します。女性の働き方の理解を深め、企業体制のさらなる強化につながる必聴の講演です。

*今年2月に米・フロリダで行われた「ブランドサミット」では、参加者を男性に限定した同様のセミナーを実施。多くの男性マネージャーが、自社および自身のチームをさらに活性化、女性に対する適切なマネジメントを学び、非常に高評価でした。

24th, 18:25 - 19:10

Closing Panel

BACK to the BASIC



佐野 真一

ビービーメディア株式会社
代表取締役

Shinichi Sano

BBmedia inc
CEO



久保田 和昌

サントリーホールディングス
株式会社/株式会社サン・アド
顧問/取締役会長

Kazumasa Kubota

Suntory Holdings Limited Advisor
SUN-AD Company Limited
Chairman of the Board

Dialogue to wrap-up the first two days of the Brand Summit. Please look forward for this discussion about brands, advertisement, and communications. Maybe we can hear the secrets of the independence of Premium Malts or the rehabilitation of whiskey from expansion of high balls. Join us with a drink!

ブランドサミット2日間を包括する対談。ブランドをどう作るか、広告・コミュニケーションについて、お話しいただく予定です(まとめセッションになりますので詳細テーマは当日のお楽しみ)。プレミアムモルツの独り立ち、ハイボールの展開によるウイスキー復権など、秘話も聞けるかも。ドリンクを片手に、皆さまも気軽にセッションに参加&発言してみたいかがでしょう。

25th, 09:00 - 09:40

Workshop A-1 【5F】

Challenge to the Unknown Mars – Latest Brand Development and the Ideal Relationship with Agencies

未知なる火星への挑戦 ～最先端のブランド構築、そして理想的なエージェンシーとの関係づくり



堀 宏史
博報堂
第1クリエイティブ局 部長
Hiroshi Hori
HAKUHODO
Creative Division 1,
Executive Manager



井上 歩乃花
株式会社ITコミュニケーションズ
ビジネスソリューション部
Honoka Inoue
IT Communications Ink,
Business Solution Div.



甲斐 博一
株式会社 日本HP
パーソナルシステムズ・
マーケティング部 部長
Hirokazu Kai
HP Japan
Personal Systems Marketing,
Director

25th, 09:00 - 09:40

Workshop A-2 【4F】

To Those Worried about Gender Management Do Companies Really Profit from Women Empowerment?

女性マネジメントに悩む皆さんへ 女性活躍で本当に企業は儲かるのか？



倉橋 美佳
株式会社ペンシル
代表取締役社長COO
Mika Kurahashi
Pencil Co.Ltd
COO



米田 恵美子
株式会社はなまる
マーケティング部長
Emiko Yoneda
Hanamaru, Inc.
Marketing Director



吉柳 さおり
ベクトルグループ
取締役副社長
Saori Kiryu
VECTOR GROUPE
Vice president

25th, 09:00 - 09:40

Workshop A-3 【3F】

How Do You Survive in a Limited Business Area? Top Regional Company Talk About Regional Revitalization

限られた商圏でどう戦うか？地域トップ企業が語る、地方創生。



中尾 清一郎
牧野新聞社
代表取締役社長
Seiichiro Nakao
SAGASHIMBUN
PRESIDENT



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開発本部
本部長
Masaaki Kato
Executive Officer
ROBOT COMMUNICATIONS INC.

25th, 09:00 - 09:40

Workshop A-4 【2F】

Rethink Brand Safety Now

今、改めて考えるブランドセーフティー



吉田 大樹
株式会社サイバー
コミュニケーションズ
マネージャー
Hiroki Yoshida
CYBER COMMUNICATIONS INC.
Manager



菅原 健一
Moonshot Inc.
CEO
Kenichi Sugawara
Moonshot Inc.
CEO



小出 誠
資生堂ジャパン株式会社
メディア統括部長
Makoto Koide
Shiseido Japan CO.,Ltd
Department Director

25th, 13:50 - 14:30

Workshop B-1 [5F]

What TV Media Expert Toyota Expects for the Future of Digital Branding

テレビを知り尽くしているトヨタが期待するデジタルブランディングの未来



足立 朋弘
株式会社CMerTV
執行役員 営業局長

Tomohiro Adachi
CMerTV, Inc.
Operating officer



土橋 代幸
株式会社デルフィス
顧問

Shiroyuki Dobashi
Delphys, Inc.
Advisor

25th, 13:50 - 14:30

Workshop B-2 [4F]

Visualize Brand Advertising Effectiveness - Motivation Match, Brand Lift Cost, Neuroscience Research, etc. Transition from Quantitative Reach to Qualitative Reach

【ブランド広告効果の可視化】モチベーションマッチ、ブランドリフト単価、脳科学調査など、従来の量的リーチから質的リーチへの取り組み



羽永 太郎
株式会社CMerTV
執行役員 CSO

Taro Hanaga
CMerTV, Inc.
Marketing Director



小川 英助
トヨタ自動車株式会社
レグザスブランドマネジメント部
マーケティング室 主幹

Eisuke Ogawa
TOYOTA
manager



渡辺 圭祐
日本ピザハット株式会社
マーケティング部
デジタルマーケティング課 課長

Keisuke Watanabe
JAPAN PIZZAHUT LTD.
Marketing Department
Digital Marketing Division Manager

25th, 13:50 - 14:30

Workshop B-3 [3F]

Arrival of 5G- Special Showdown with Video Streaming Companies

次世代通信5Gに向けた動画配信事業会社の特別対談



森 英次郎
株式会社CMerTV
取締役

Eijiro Mori
CMerTV Inc.
COO



西谷 大蔵
AlphaBoat株式会社
社長

Daizo Nishitani
AlphaBoat, LLC
CEO



山田 陸
株式会社AbemaTV
広告本部 本部長

Riku Yamada
AbemaTV, Inc.
Head of Advertising Department

25th, 13:50 - 14:30

Workshop B-4 [2F]

Hear the Truth from Foreign Firm's Marketers! Challenges of Localizing Global Strategies

外資系マーケターの本音!グローバル戦略のローカライズ



横島 愛弥
コーチ・ジャパン
ブランド&デジタルマーケティング
シニアマネジャー

Emi Yokoshima
Coach Japan
Senior Manager, Brand &
Digital Marketing



ニコルス ショーン
Tastemade Japan 株式会社
代表取締役社長

Sean Nichols
Tastemade Japan
Managing Director, Japan



中澤 圭介
adtech九州責任者

Keisuke Nakazawa

25th, 14:45 - 15:25

Workshop C-1 [5F]

Learn from the Food Industry! Fostering Love to Brands

フード業界から学ぶ!ブランドへの愛情の育み方



徳力 基彦

アジャイルメディア・
ネットワーク株式会社
取締役CEO

Motohiko Tokuriki

Agila Media Network, Inc.
CMO



塩谷 旬

日本ケンタッキー・
フライド・チキン株式会社
マーケティング部 CRM推進課

Jun Shioya

KENTUCKY FRIED CHICKEN JAPAN LTD.
Marketing department,
DIGITAL/CRM Manager



藤村 功

ヤマサ醤油株式会社
マーケティング部 課長
(専任用AC推進委員長)

Isao Fujimura

YAMASA CORPORATION

25th, 14:45 - 15:25

Workshop C-2 [4F]

It's Not Unnecessary Yet! How to Take Advantages of Digital Agencies

不要と決めつけるにはまだ早い!これがデジタルエージェンシーを活かす道



青木 啓祐

Septari Japan株式会社
ブランド広告本部 営業部

Keisuke Aoki

Septari Japan CO.,LTD
Brand Promotion Group
Sales Department



坂井 嘉裕

株式会社サイバーエージェント
インターネット広告事業本部 商品
部 次世代ブランド戦略推進課 課長

Yoshihiro Sakai

CyberAgent, Inc.
General Manager of Internal Advertising
Department/Head of Future



中野 宜幸

株式会社オプト
デジタルブランディング
領域営業 執行役員

Nobuyuki Nakano

OPT, Inc.
Digital Branding Operation Officer,
Executive Officer



藤本 宏樹

住友生命保険相互会社
部長

Hiroki Fujimoto

Sumitomo Life Insurance Company
General Manager

25th, 14:45 - 15:25

Workshop C-3 [3F]

How to Confront with Data to Acquire Lead Generation?

見込み顧客獲得の為にデータだけでは超えられない壁に立ち向かうには?



丸山 拓

株式会社オープンサイト
取締役兼 COO

Taku Maruyama

OPENS Inc.
COO



堀井 篤史

日本HP
パーソナルシステムズ事業本部
マーケティングプログラムマネージャー

Atsushi Horii

HP Japan Inc.
Marketing program manager,
Personal Systems Marketing



水島 剛

インディードジャパン
マーケティングディレクター

Go Mizushima

Indeed Japan
Director of Marketing

25th, 14:45 - 15:25

Workshop C-4 [2F]

Global Perspective and Global Strategies Needed for Brands

ブランドに求められるグローバル志向と海外戦略



濱野 智成

株式会社トレンドExpress
代表取締役社長

Tomonari Hamano

Trend Express Inc.
CEO



山崎 茂樹

株式会社ストライプインターナショナル
常務執行役員 マーケティング本部長

Shigeki Yamazaki

STRIPE INTERNATIONAL INC.
Managing Executive Officer



高橋 寛臣

花王株式会社
洗米スキンケア・ヘアケア事業部
マネージャ

Hiroomi Takahashi

Kao Corporation
Manager, AEMEA skincare / haircare

3. スケジュール

Day.1 23rd, July, 2018

Time	Place	Contents
14:30 - 15:30	Lobby	Registration Opens
15:30 - 16:00	Emerald Hall	Brand Only Meeting / Partner Only Meeting
16:00 - 16:10		[Opening Remark] ブランドサミット2018を刺激&実りあるものにするには？
16:10 - 16:30		[Premium] AbemaTVの広告事例からみる最新の動画広告マーケティング
16:30 - 17:00		[Insight #1] ヴィジュアル化する世界
17:20 - 18:10		[Opening Keynote] 「Think Big—考え、儲かる組織へのイノベーション」
18:25 - 18:55		[Data] ブランドサイドからみたデータドリブンマーケティングの課題と解決
18:55 - 19:00		Closing Remarks
19:15 - 20:45		Networking Dinner
20:45		The end of DAY 1

Day.2 24th, July, 2018

Time	Place	Contents
08:00 - 08:15	Emerald Hall	Networking Breakfast:1stday Review/Presentation
08:15 - 08:30		[Breakfast 1] Web接客の成功と失敗: CVRからファンづくりまで事例紹介
08:30 - 08:45		[Breakfast 2] レシートを活用したモバイルマーケティングプラットフォームについて
08:45 - 09:00		[Breakfast 3] “顧客とつながる”自社アプリ活用方法
09:15 - 10:05		[Keynote #2] Marketing Needs Fostering Love
10:25 - 10:55		[Insight #2] デジタルシフトからグローバルシフトへ ~日本の広告市場がグローバルに向かう時代~
10:55 - 11:05		[10 mins Spotlight #1] 自社サイトで提供すべき最適なゴールとは何か? ~サイト内検索の裏側から~
11:05 - 11:15		[10 mins Spotlight #2] 巨大マーケティングプラットフォームと化したAmazonの今
11:15 - 11:25		[10 mins Spotlight #3] 情報氾濫時代の中でも、ユーザーに好まれる動画マーケティングとは?
11:45 - 12:45		[Round Table Discussion #1] オリエンから理想のプリーフィングへ、パートナーに何を伝えるか!
12:45 - 13:25		Networking Lunch
13:25 - 13:40		[Lunch #1] 「消費者が求める情報」を届ける方法について~最新のSEO・コンテンツマーケティング施策~
13:40 - 13:55		[Lunch #2] 日本旅行が自力で取り組むWebマーケティング
13:55 - 14:40		[Keynote #3] 真の「働き方改革」に向けて~女性リーダーがいる社会の強み
14:50 - 15:10		[Premium] 3つの「ない」から紐解く、現代のR25世代の情報収集と意思決定の実態
15:10 - 15:35		[Special Talk]
15:45 - 16:45		[Round Table Discussion #2] 人に伝えたい広告とはどのような広告か。
17:05 - 17:15		[10 mins Spotlight #4] インフルエンサーとファンの“共感”によりそうマーケティングとは
17:15 - 17:25		[10 mins Spotlight #5] アジアの広告における日本との違い、重要なポイントとは?
17:25 - 17:35		[10 mins Spotlight #6] 【悲報】広告の時代終了のお知らせ ~コンテンツ戦国時代の生き抜き方~
17:35 - 18:05		[Insight #3] データ界のティラノサウルスamazon!我々は「共進化」出来るのか?
18:25 - 19:10		[Closing Panel] BACK to the BASIC
19:20 - 21:20	Royal Garden	Networking Dinner & Party

Day.3 25th, July, 2018

Time	Place	Contents
08:00 - 09:00		Networking Breakfast:2ndday Review/Presentation
08:15 - 09:00	5F Hiten	[Brand Only Breakfast #1] モバイル全盛時代の動画広告最新実例:ビズリーチ社ネット広告改善の実態
08:15 - 09:00	4F Tenpyo	[Brand Only Breakfast #2] ユーザー接触を起点にしたファンデータベースマーケティングの可能性
09:00 - 09:40	5F Hiten	[Workshop A-1] 未知なる火星への挑戦 ~最先端のブランド構築,そして理想的なエージェンシーとの関係づくり
09:00 - 09:40	4F Tenpyo	[Workshop A-2] 女性マネジメントに悩む皆さんへ 女性活躍で本当に企業は儲かるのか?
09:00 - 09:40	3F Asuka	[Workshop A-3] 限られた商圏でどう戦うか?地域トップ企業が奮る,地方創生。
09:00 - 09:40	2F Houoh	[Workshop A-4] 今、改めて考えるブランドセーフティー
10:00 - 11:05	5F Hiten	[Breakout #1] クリエイティブ視点で考えるデジタル活用
10:00 - 11:05	4F Tenpyo	[Breakout #2] デイリー検索数100億回!百度だからわかる,中国ユーザーのインサイト
10:00 - 11:05	2F Houoh	[Breakout #3] 「私だけの体験」で、顧客の笑顔を増やす方法。
11:20 - 12:25	5F Hiten	[Breakout #4] マーケティングゴールに到達するためのデータ活用戦略と実践
11:20 - 12:25	4F Tenpyo	[Breakout #5] スマホ世代に「伝わる」超短尺動画を活用したブランディング成功事例
11:20 - 12:25	2F Houoh	[Breakout #6] スマホネイティブ世代に刻まる「インサイト起点の動画」成功事例
12:35 - 13:50	3F Asuka	[Networking Lunch] サイエンスによりコンテンツ開発しはじめた最高クリエイティブ責任者たち
13:50 - 14:30	5F Hiten	[Workshop B-1] テレビを知り尽くしているトヨタが期待するデジタルブランディングの未来
13:50 - 14:30	4F Tenpyo	[Workshop B-2] 【ブランド広告効果の可視化】モチベーションマッチ,ブランドリフト単価,脳科学調査など,従来の量的リーチから質的リーチへの取り組み
13:50 - 14:30	3F Asuka	[Workshop B-3] 次世代通信5Gに向けた動画配信事業会社の特別対談
13:50 - 14:30	2F Houoh	[Workshop B-4] 外資系マーケターの本音!グローバル戦略のローカライズ
14:45 - 15:25	5F Hiten	[Workshop C-1] フード業界から学ぶ!ブランドへの愛情の育み方
14:45 - 15:25	4F Tenpyo	[Workshop C-2] 不要と決めつけるにはまだ早い!これがデジタルエージェンシーを活かす道
14:45 - 15:25	3F Asuka	[Workshop C-3] 見込み顧客獲得の為にデータだけでは超えられない壁に立ち向かうには?
14:45 - 15:25	2F Houoh	[Workshop C-4] ブランドに求められるグローバル志向と海外戦略
15:50 - 18:20	Royal Garden	One to One Meeting
18:20 - 19:00		Free time
19:00 - 21:00		Networking Dinner

4. カンファレンスの様子 1



初日のKeynoteには、6月にRIZAPグループのCOOに就任した、カルビー シニアチエアマンの松本晃氏が登壇。ジョンソン&ジョンソンやカルビーの経営者として大きな実績を挙げている松本氏が、いかにして企業経営を行ってきたのか。「結果主義だが結果を出すための環境は整える」「リーダーは逃げない」「誰もが認める結果を出す」など、いまなお第一線で活躍する同氏の言葉は、会場にいるマネジメント層にとって非常に響いていた。

2日目午前中のKeynoteに登壇した、元米国P&G バイスプレジデントの和田浩子氏は、今回のテーマでもある「愛情がブランドを育てる」ことの本質について語った。「ブランドになるには、消費者の行動を変える」「炎上というのは、顧客を見ていないから起きる」「愛されるブランドになるには、とにかくエンドユーザーに向き合うこと」など、これまでの経験に裏打ちされた言葉が並んだ。



米国で「ジェンダーイクオリティー」に関する運動やコンサルティングを行うジェン・ウィリー氏が来日。日本で見かける「女性蔑視」と取れるコンテンツ、プロモーションツールなどを例に挙げると同時に、女性リーダーのいる会社が消費者理解を得やすいといった調査データも示したうえで、「会場にいるみなさんがこれからすぐに取り組むことを1つ手元に書き記してください」と話すなど、参加者の行動を促す内容だった。



4. カンファレンスの様子 2



3日目は女性の活躍、食品業界の施策、外資系企業のローカライズ施策など、テーマごとに12の分科会を実施。会場からの意見や質問を積極的に促すことで、聞くだけでなく「参加する」「アウトプットする」セッションとなった。



サミットの参加目的や最近の課題・目標などを事前に踏まえた上で行われたOne to Oneミーティング。一対一でじっくりと話せることもあり、その場でビジネスにつながる商談も多数生じた。



2日目に2度行われたラウンドテーブルディスカッションでは、広告主、パートナーがそれぞれの考えを述べつつ、「よりよいブリーフィングとは?」「生活者に嫌われない広告とは?」についてより深く考えるきっかけとなった。



期間中は、ブレックファスト、ランチ、ディナーなどを通じた、ネットワーキングの時間をたくさん設けました。3日目の夜には、世界文化遺産にも指定されている、仙巖園でパーティーが行われた。

5. 参加ブランド企業の主な声

- ・デジタルマーケティングだけでなく、経営目線からのマネジメントについても学ぶ機会があったのが良かった。全体を通して、非常に中身の濃い3日間だった。
- ・このレベルの人達が300人以上も集まって話せるというだけで、非常に素晴らしいイベント。それだけに、**One to One** ミーティングの精度を向上させる、ブランドだけで話せる時間をもっと設けるけるなど、さらに良くなっていく余地がたくさんある。ぜひまた参加したい。
- ・直接テクノロジーベンダー、ソリューションベンダーの経営に近い方と話すことで、「こんなことができないのか？」と疑問に思っていたことについての的確なアドバイスをもらえたり、業界の流れを教えてもらえ、有益だった。
- ・どうしても**BtoC**が中心なので、もっと**BtoB**ビジネスを対象にした内容が聞きたかった。しかし、業界が違うからこそ、様々な企業の方から取り組みや事例などを聞いたのは参考になった。
- ・テーブルディスカッションや質問しやすい雰囲気の分科会と、いろいろなプレゼンを聞いて考えたことや感想をアウトプットできる機会がたくさんあったのが良かった。
- ・たくさんのデジタルマーケティングツールを一度に知る機会としても有効。参加ブランドの中に、それらをすでに活用している企業があるので、その場で状況を知ることができ、検討に入りやすい。
- ・キーノートにジェンダーイクオリティやグローバル市場で成長するためのマネジメント視点などが盛り込まれていたのが良かった。どうしても目の前の仕事に追われてしまいがちになる中で、より高い視座で仕事をしなければという気持ちが高まり刺激になった。



6. 参加企業一覧 ①

ブランド広告主参加者 104名

スリーエム ジャパン株式会社
株式会社アダストリア
アディダス ジャパン株式会社
全日本空輸株式会社
アメリカン・エクスプレス・インターナショナル
アルヒ株式会社
旭化成ホームプロダクツ株式会社
アットホーム株式会社
アウディジャパン株式会社
バカルディ ジャパン 株式会社
株式会社ビズリーチ
カインズ株式会社
株式会社CmerTV
コーチ・ジャパン
株式会社クレディセゾン
第一三共ヘルスケア株式会社
デル株式会社
株式会社デルフィス
合同会社DMM.com
Elyland LLC
江崎グリコ株式会社
ハーゲンダッツ ジャパン株式会社
株式会社はなまる
株式会社日比谷花壇
ハウス食品グループ本社株式会社
株式会社 日本HP
Indeed Japan株式会社
株式会社伊藤園
日本航空株式会社
日本 피자ハット株式会社
日本たばこ産業株式会社
ジョンソン・エンド・ジョンソン株式会社
株式会社イオン銀行
株式会社カネボウ化粧品
花王株式会社
KDDI株式会社
日本ケロッグ合同会社
日本ケンタッキー・フライド・チキン株式会社
近畿日本鉄道株式会社
キリン株式会社
九州旅客鉄道株式会社

ライフネット生命保険株式会社
ライオン株式会社
ラグジュアリーカード
LVMH モエヘネシー・ルイヴィトン・ジャパン
株式会社mediba
株式会社メディプラス
森下仁丹株式会社
株式会社モスフードサービス
Machine Zone Japan K.K.
日本ロレアル株式会社
株式会社日本旅行
株式会社ニトリホールディングス
株式会社NTTドコモ
オムロンヘルスケア株式会社
株式会社オリエンタルランド
P&G
パーソルキャリア株式会社
RIZAPグループ株式会社
株式会社サンリオエンターテイメント
参天製薬株式会社
資生堂ジャパン株式会社
SMBC日興証券株式会社
株式会社エス・エム・エス
損害保険ジャパン日本興亜株式会社
株式会社宙オリエンタル
株式会社ストライプインターナショナル
住友生命保険相互会社
三井住友カード株式会社
サントリーホールディングス株式会社
株式会社サン・アド
テーブルマーク株式会社
Tastemade Japan 株式会社
株式会社東京個別指導学院
東急リバブル株式会社
株式会社トリドールホールディングス
トヨタ自動車株式会社
株式会社TSI ECストラテジー
ワタベウェディング株式会社
株式会社WOWOW
ヤマサ醤油株式会社

6. 参加企業一覧 ②

パートナー企業 250名

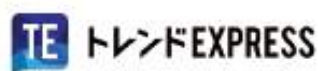
90 seconds 株式会社
株式会社AbemaTV
アドアジアジャパン株式会社
アドビ システムズ株式会社
アジャイルメディア・ネットワーク 株式会社
株式会社オールアウト
アライドアーキテクト株式会社
AlphaBoat合同会社
Appier Japan株式会社
朝日広告社
アタラ合同会社
バイドゥ株式会社
ビービーメディア株式会社
株式会社ベストインクラスプロデューサーズ
ビルコム株式会社
ビジネスサーチテクノロジー株式会社
C channel株式会社
株式会社チョコレート
株式会社CmerTV
コミックススマート株式会社
株式会社コムニコ
クックパッド株式会社
株式会社クー・マーケティング・カンパニー
株式会社クレディセゾン
Crevo株式会社
CRITEO株式会社
サイバー・コミュニケーションズ
株式会社サイバーエージェント
株式会社CyberBull
株式会社サイバー・バズ
株式会社デルフィス・インタラクティブ
株式会社デジタルガレージ
ドーモ株式会社
株式会社イーライフ
株式会社エプリー
会社社エフ・コード
株式会社Faber Company
フェリカネットワークス株式会社
株式会社FID
株式会社FiNC
イーリスコミュニケーションズ株式会社
株式会社フロムスクラッチ
ファネルワン
株式会社GIFMAGAZINE
グループエム・ジャパン株式会社
株式会社Gunosy
株式会社博報堂
ハートコア株式会社
株式会社イード
株式会社インタースペース
株式会社アイレップ
株式会社IRIS
株式会社ITコミュニケーションズ
株式会社JION
株式会社Kaizen Platform
株式会社カタリベ
Kenshoo
株式会社キッズスター
株式会社KPIソリューションズ
株式会社Legoliss
株式会社ライトパブリシティ
LINE株式会社
LITALICO
メルトウォータージャパン株式会社
株式会社エル・エム・ジー
ログリー株式会社
株式会社メンバーズ
株式会社MERY
MimiTV株式会社
三井物産
株式会社 Moonshot
株式会社NewsTV
株式会社オムニバス
ワンメディア株式会社
株式会社オープンエイト
株式会社オプト
株式会社オリコム
アウトブレインジャパン株式会社
株式会社PECO
株式会社ペンシル
株式会社ブレイド
ブレイライフ株式会社
株式会社プラスアルファ・コンサルティング
株式会社ポリリズム
popIn株式会社
株式会社ポップインサイト
株式会社ブルークス
楽天株式会社
株式会社ロボット
Rubicon Project Inc
株式会社エスワンオーインタラクティブ
SCデジタルメディア株式会社
スキーマ
Septeni Japan株式会社
株式会社シルバープッシュ
株式会社新R25
スマートニュース株式会社
ソネット・メディア・ネットワークス株式会社
ソネット・メディア・トレーディング株式会社
株式会社Speee
株式会社Sprocket
スタディプラス株式会社
Supership株式会社
株式会社スイッチ・メディア・ラボ
株式会社TABI LABO
佐賀新聞
佐賀新聞文化センター
THECOO株式会社
凸版印刷株式会社
株式会社マピオン
株式会社東洋経済新報社
トランスコスモス株式会社
株式会社トレンドExpress
トレンダーズ株式会社
TVISION INSIGHTS株式会社
株式会社UNCOVER TRUTH
ユニークビジョン株式会社
株式会社ベクトル
株式会社ウィルゲート
株式会社Wondershake
株式会社WOWOWコミュニケーションズ
株式会社サイカ
ヤフー株式会社
株式会社ヤプリ
YouAppi
ZETA株式会社
株式会社フロムスクラッチ

7. スポンサー企業

Premium Sponsors



Gold Sponsors



Silver Sponsors



Bronze Sponsors



Premium Partner

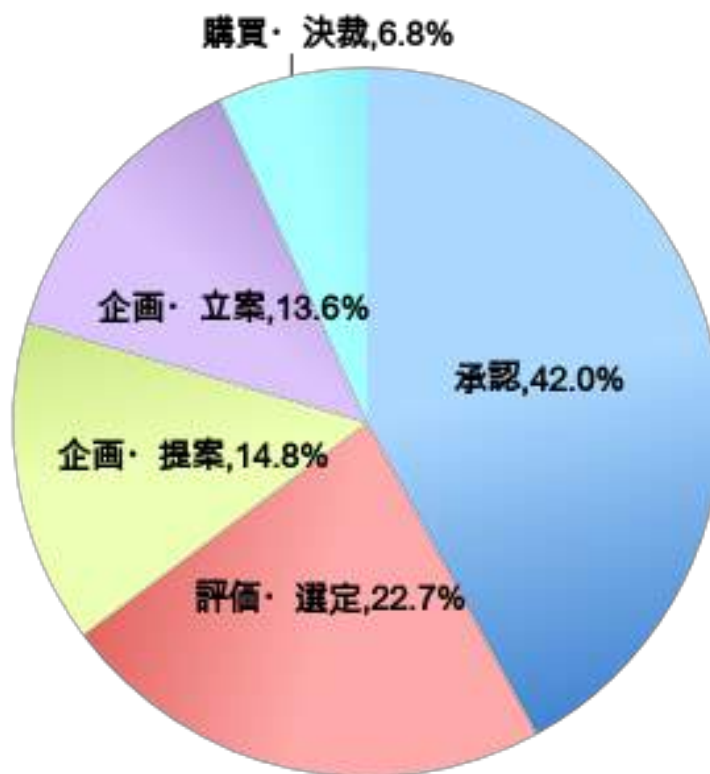


Partners

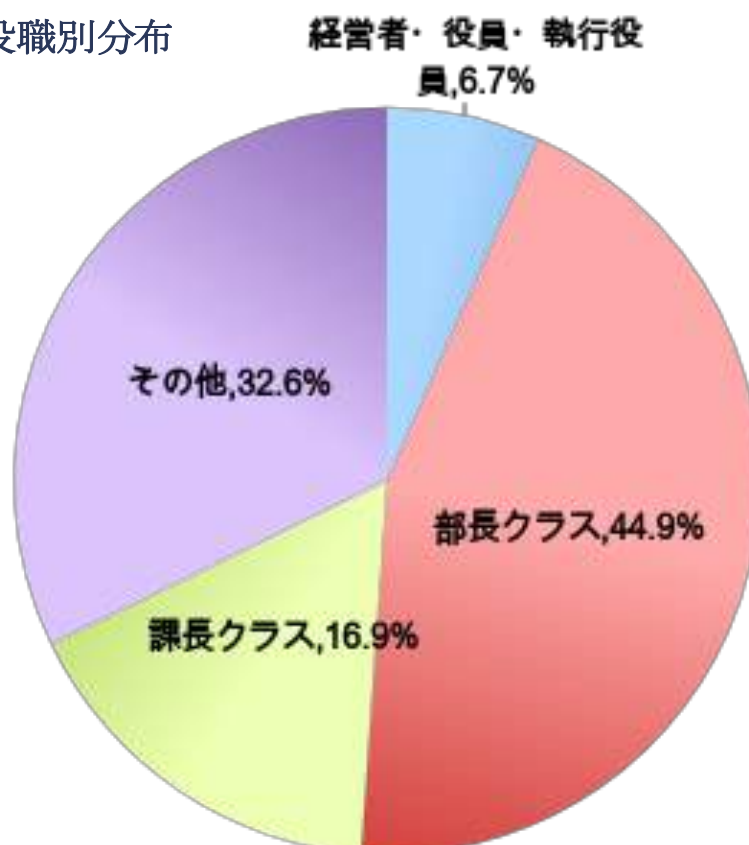


8. ブランド参加企業の詳細情報 ①

参加事業主購買における決済権限(事前アンケート参考)



参加事業主役職別分布



8. ブランド参加企業の詳細情報 ②

業種別参加事業主実数

業種	人数
飲料・食品	19
化粧品・衛生用品	13
雑貨・玩具・生活用品	5
自動車・運輸機器	4
サービス	11
ファッション・繊維	7
流通・小売	6
建設・不動産・住宅	3
情報通信	2
医薬・医療	3
金融・保険	12
化学・鉄鋼・その他素材	1
WEB・モバイルサービス・メディア	7
電気機器	4
マスコミ・メディア	1
精密・事務機器	1
その他	7



iMedia Brand Summit運営事務局

コムエクスポジウム・ジャパン株式会社

〒106-0032

東京都港区六本木6-15-1

E-mail imedia@comexposium-jp.com

Tel 03-5414-5430

Fax 03-5414-5431