

BRAND SUMMIT
ONE to **ONE**
— S P R I N G —



AFTER SHOW REPORT

13rd-15th March

@ANA INTERCONTINENTAL MANZA BEACH RESORT

作成日 : 2019年3月22日

■ Contents

1. BRAND SUMMIT One to One in SPRING 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、スポンサーの主な声
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 One to One SPRING 概要



名称：BRAND SUMMIT One to One SPRING

日時：2019年3月13日（水）～15日（金）

会場：ANA INTERCONTINENTAL MANZA BEACH RESORT

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集中的にディスカッションします。多くのマーケターとネットワーキングでき、ここ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。

■企業・組織、そして自身の「Breakthrough」のためのコンテンツ

大幅リニューアルしたOne to One Meetingも好評

初めての年2回開催となった今回のブランドサミットには、ブランドサイド、パートナー企業のトップマーケター約250名が集まり、テーマである「Breakthrough」について積極的に意見を交わしました。

今回は、コンテンツも大きなBreakthroughにチャレンジ。**スポンサープレゼンテーションの大幅削減、「One to One Meeting」のシステム化・宿泊部屋での実施**など、サミットというリアルな場を通じた「新価値創造」に直結する内容としました。

2-1. 今回の主なセッション

今回のサミットでは、従来の「キーノート」ではなく、日本の業界やマーケターを熟知したプロフェッショナル2人による「コーチング」としてセッションを実施。フェノックス・ベンチャーキャピタルのアニス・ウツザマン氏からは、数々のユニコーン企業はどんな視座でビジネスを行っているのかについて。ジェン・ウィリー氏からは、Breakthroughを生み出すためのリーダーの在り方について、参加者に問いかける形でセッションを行いました。



アニス・ウツザマン
フェノックス・
ベンチャー・キャピタル
共同代表パートナー &
CEO

Coaching #1

日本から世界へ！次世代ユニコーン企業の ファウンダーは何を壊し、何を創造しているのか？

人口減少など、今後多くの分野で縮小を余儀なくされる日本市場ではなく、最初から世界を視野に入れてビジネスを行う日本発の企業が次々と登場しています。世界的なスタートアップピッチイベントである「スタートアップ・ワールドカップ」を主催する、フェノックス・ベンチャーキャピタルのアニス・ウツザマン氏が成功の要件を紹介します。グローバルな視野でブランドマーケティングを行わねばならないブランド担当者にとっても、学びの大きなセッションです。



ジェン ウィリー
Wet Cement
創業者&CEO

Coaching #2

イノベーションとブレークスルーを起こす企業の グローバルトレンド

アイデア、イノベーションの競争はすでに始まっている。変化は急速であり、才能あるリーダーを確保するのは、日々大変になっています。企業が新たな世界経済に立ち向かうためには、ブレークスルーとイノベーションを理解し、それを起こせる環境にいないといけない。グローバルリーダーシップを育てるジェニファー・ウィリー氏が世界のトップ企業へ伝えている5の柱について講演します。一歩先行くために、ウィリー氏が目的達成のためのリーダーシップやインセンティブ、チームのマネジメントとキャリア育成についてのリサーチと事例を紹介します。

ブランドサミットの歩き方 「思い出イノベーション」



井上 大輔
ヤフージャパン株式会社
メディアカンパニーマーケティンググループ
シニア統括本部 エンバジェリスト



藤田 誠
INCLUSIVE株式会社
代表取締役社長



菅 恭一
株式会社ベストインクラスプロデュー
サーズ
代表取締役社長



武富 正人
Comexposium Japan 株式会社
代表取締役社長



Learning Session #1 「働き方改革」 広告主&パートナーが協力して、 成果を伴う「働き方改革」を実現する

Speaker



高橋 信太郎

Indeed Japan株式会社
代表取締役

Speaker



ジェン ウィリー

Wet Cement
創業者& CEO

Speaker



小林 祐樹

株式会社コーサー
宣伝部企画PR課/課長

Moderator



倉橋 美佳

株式会社ベンシル
代表取締役社長COO

Learning Session #2 「スタートアップ」 スタートアップ企業を知り・学ぶことで マーケティングに イノベーションを起こす

Speaker



アニス・ウツザマン

フェノックス・ベンチャー・キャピタル
共同代表パートナー & CEO

Speaker



海本 桂多

Japan Taxi株式会社
執行役員

Speaker



西井 敏恭

オイシックス・ラ・大地株式会社
CMT

Moderator



西村 康朗

株式会社博報堂DYホールディングス
Senior Director

Learning Session #3 「ブレイクスルー事例」 サミット限定公開「ブレイクスルーケーススタディ」

Speaker



高橋 宏祐

株式会社 Mizkan Holdings
執行役員 CDSO

Speaker



村田 雅行

株式会社メルカリ
執行役員CMO

Speaker



藤平 大輔

ソフトバンク株式会社
コミュニケーション本部 デジタルメディア統括部/統
括部長

Moderator



中澤 圭介

Comexposium Japan 株式会社
Audience and Event Manager

3. スケジュール

DAY 1 / 2019.3.13 wed.

TIME	PROGRAM	SPEAKER	PLACE
12:00	受付開始		ホテル本館
14:20	ブランドサミットの歩き方 思い出イノベーション	井上 大輔 / ヤフージャパン株式会社 藤田 誠 / INCLUSIVE株式会社 代表取締役社長 菅 基一 / 株式会社ベストインクラスプロデューサーズ 代表取締役社長 武富 正人 / Comexposium Japan 株式会社 代表取締役社長	
14:50	Coaching #1 日本から世界へ! 次世代ユニコーン企業のファウンダーは何を壊し、何を創造しているのか?	アニス・ウッツマン / フェノックス・ベンチャー・キャピタル 共同代表パートナー & CEO	
15:30	Premium Presentation 楽天が提供するマーケティングソリューション最前線 ～データに基づくブランドマーケティングとは～ 楽天は、国内最大級のインターネット・ショッピングモール「楽天市場」をはじめとする70以上のサービスを展開しています。これらの膨大な消費行動分析データと1億以上の会員IDが楽天最大の強み。オフラインにおいても様々なパートナー様とデータ連携を開始し、オムニコマースを活用した展開を強化しています。10月にMNOとしてのサービス開始も控え、更に拡大中の楽天エコシステム。そんな楽天のデータを最大限に活用したマーケティングソリューションを、最新事例を交えてご紹介いたします。	紺野 俊介 / 楽天株式会社 執行役員 グローバルアドディビジョン アドプランニング統括部 ディレクター Rakuten Marketing Platform	
16:00	休憩		
16:10	Experts Presentation #1 動画3.0 Amazonビジネス書ランキング1位、発売前の重版決定など、昨年大きく話題になった「動画2.0」の著者、明石ガクトがブランドサミットに再び登場。前回、ブランドサミットベストプレゼンターの栄光に輝いた内容を封印し、サミットのテーマでもある「ONE to ONE」を軸にした完全新作を初公開。テレビを見ないミレニアル世代にとって、これからマスメディアの役割を果たしていくのは何なのか? メディア化する個人と、コミュニティ化するブランド、双方をつなぐハブになる動画コンテンツとは? 2019年の動画コミュニケーションを考えるフレームワークをお届けする。	明石 ガクト / ワンメディア株式会社 代表取締役 ONE.MEDIA	ROOM A+B
16:30	Experts Presentation #2 マーケティングは国境を超える! 人口縮小時代に備える海外向けマーケティングのすすめ これからの日本は急速な人口縮小時代を迎えようとしています。果たして国内だけでマーケティング活動をしていてよいのでしょうか? 人口縮小と共に内需が減退する日本の広告市場は、どんどんグローバルへと振り向けられる時代がすぐそこまで来ています。そんな時代に備え、海外を視野に入れたマーケティング活動に必要な概念や、具体的な事例を通じて、日本のマーケティング市場のグローバル化の一助になればと思います。	酒野 智成 / 株式会社トレンドExpress 代表取締役社長 TE トレンドEXPRESS	
16:50	Experts Presentation #3 3秒で心動かす 次世代のビジュアル言語 "GIF" 1989年に生まれ、近年のモバイルデバイスの普及、動画広告表現との高い親和性から再び脚光を浴びている"GIF"。様々な手法、アイデアを駆使したGIFクリエイターも多く登場しており、今や単なるファイルフォーマットではなく、わずか数秒でも人々に感動を与える事ができる "アート" "エンターテインメント" として認知され始めています。国内外で様々な企業・サービスのプロモーションに活用され初めているGIFの現状とこれからの可能性について「日本—GIFを愛する」GIFMAGAZINE代表 大野謙介が解説いたします。	大野 謙介 / 株式会社GIFMAGAZINE 代表取締役社長 GIFMAGAZINE	
17:10	休憩		

17:20	Coaching #2 イノベーションとブレークスルーを起こす 企業のグローバルトレンド	ジェン ウィリー / Wet Cement 創業者&CEO	ROOM A+B
18:00	ディナーパーティ ●より充実したラーニング&ネットワーキングのための 「翌日プログラム予習」 ●参加パートナー企業が語る「わが社のソリューション」	Sponsored by 	
20:00	終了		

DAY 2 / 2019.3.14 thu.

TIME	PROGRAM	SPEAKER	PLACE
7:45	開場		
8:00	Power Breakfast Workshop *Brands Only レコメンドウィジェットで実現させる、 真のコミュニケーションとは コンテンツへ話なうことが目的のレコメンドウィジェット市場は毎年伸び続けているにも関わらず、アドブラウドやブランドセーフティへの取り組みをしているところが少ないようです。先んじて対応しているpopInの事例をご紹介します。Momentum株式会社の高頭社長より、現在の市場全体の状況をご紹介します。朝食の時間なので、コーヒー飲みながら皆さんでざくばらんに語り合しましょう。	金谷 徹 / popIn 株式会社 執行役員 高頭 博志 / Momentum 株式会社 代表取締役社長	ROOM B
	Power Breakfast Workshop *Partners Only 5G ,XR , IoT コミュニケーションが アップデートされる時代の SXSW 最速レポート	尾原 和啓 / IT 批評家 作家	ROOM A
9:10	Experts Presentation #4 3割がクリック詐欺?Googleでも防ぎ切れないリスティング 広告不正に対抗してCPAを改善する3つの方法 インターネット広告の媒体費は年々増加傾向にあり、そこに比例してアドブラウド(不正広告)比率も増加傾向にあります。中でもリスティング広告は大きくその割合を占めており、リスティング広告におけるアドブラウドの割合は約3割と推定されます。本プレゼンでは、過去に検証したアドブラウドによる不正クリックの具体的な手口を分析し、防止するための最適な施策の流れをご説明します。リスティング運用においては、獲得単価(CPA)や獲得率(CVR)の改善にばかり目が行きがちですが、最適な運用のために知っておくべき、アドブラウドの実態をご紹介します。	竹岡 淳一 / レイサス株式会社 WEBソリューション開発運用部・マネージャー	ROOM A ROOM B 9:10~ 9:40~
	Experts Presentation #5 アプリメディアを活用したヘルスケア&ビューティ領域の プロモーションについて 「人生100時代」大切なのは「健康とお金」と言われて久しいですが、長い人生、ライフスタイルにおける健康と美容は欠かせないものに。当社ではAI搭載の生活改善アプリ「FiNC」を2017年にローンチし現在約500万DLのアプリメディアに成長しております。この1年、日々の健康管理や健康美容について学びたい、主にF1/F2が集う「場」を活用し、様々なプロモーションやアプリならではの機能や生活ログを活用したデジタルマーケティングのご支援をさせていただいております。今回は、その「場」の活用についてご紹介させていただきます。もちろん、食品・飲料・薬品・化粧品・保険など健康との親和性が高いブランドはもちろんのこと、一見遠い?カテゴリーのブランドの皆様とも、健康・美容のプロモーションストーリーをご一緒させていただきたいと思っております。	吉田 大介 / 株式会社FiNC インタラクティブコミュニケーション事業部 事業部長	ROOM C 9:10~ 9:40~
	Experts Presentation #6 元外資系保険会社マーケティング担当が語る! AIを活用した事例とWEB広告で事業拡大する ポイントについて 一部上場の顧客企業はじめ、多くの取引先へのAIツールの豊富な導入実績を元に、真にコストパフォーマンスのよいAIツール、AI導入後の事業計画やメディアプランの考え方、押さえるべきポイントをお伝えします。また、事業主としてマサ・オウンド、WEB広告にたずさわってきた経験をもとに、長年事業主だったからこそわかる、担当者のミッション別代理店の見極め方・自社運営との切り分けなどを本音で話します。	高橋 悠人 / 株式会社アドフレックス・コミュニケーションズ マーケティングAI事業部 セネラルマネージャー	ROOM B ROOM A 9:10~ 9:40~

DAY 2 / 2019.3.14 thu.

TIME	PROGRAM	SPEAKER	PLACE
10:15	休憩		
10:30	Learning Session #3「ブレイクスルー事例」 サミット限定公開「ブレイクスルーケーススタディ」	高橋 宏祐 / 株式会社 Mizkan Holdings 執行役員 CDSO 村田 雅行 / 株式会社メルカリ 執行役員CMO 藤平 大輔 / ソフトバンク株式会社 コミュニケーション本部 デジタルメディア統括部/統括部長 中澤 圭介 / Comexposium Japan 株式会社 Audience and Event Manager	ROOM A
	Learning Session #1「働き方改革」 広告主&パートナーが協力して、 成果を伴う「働き方改革」を実現する	宮橋 美佳 / 株式会社ベンシル 代表取締役社長COO 高橋 信太郎 / Indeed Japan株式会社 代表取締役 ジェン ウィリー / Wet Cement 創業者&CEO 小林 祐樹 / 株式会社コーサー 宣伝部企画PR課/課長	ROOM B
	Learning Session #2「スタートアップ」 スタートアップ企業を知り・学ぶことで マーケティングにイノベーションを起こす	アニス・ワッツマン / フェノックス・ベンチャー・キャピタル 共同代表パートナー & CEO 海本 桂多 / Japan Taxi株式会社 執行役員 西井 敏恭 / オイシックス・ラ・大地株式会社 CMT 西村 康朗 / 株式会社博報堂DYホールディングス Senior Director	ROOM C
11:10	休憩		
11:20	Experts Presentation #7 マーケターの働き方改革 - ストレスのないツール選びの重要ポイント解説! 顧客とのコミュニケーション設計で重要なコンテンツ。しかし多様化するチャネルに、 様々なオーディエンス毎にパーソナライズされたコンテンツを流通させるには、 その分、多大な労力を必要とする。それらの業務を円滑に回すためのポイントを、 マーケターあるあるの課題を解決する。「これ欲しかった!」機能の製品デモを 通じて解説。 【ブランドサミット広告主様特典】弊社より3名参加しています。各メンバーとネット ワークいただけます。リクエストいただければ各メンバーより50G増量させて いただけます。(最大150GB可能)ぜひお声かけください!	上原 正太郎 / Dropbox Japan 株式会社 ジャパンマーケティングリード 	ROOM A ROOM B 11:20~ 11:50~
	Experts Presentation #8 自走するデータチーム構築まで繋げていく、 共創型データ戦略の作り方 データを活用したマーケティングプロジェクトには組織の壁、データのサイロ化、 新しい技術のキャッチアップ、柔軟な基礎の設計、マーケティング効果の可視化・ 検証など多くのハードルが待ち受けています。プロジェクトを有機的に進め、価値 を創造していくためには多くのパートナーや技術基盤、ノウハウを組み合わせ ていく必要があり、思い通りに進んでいかないケースも少なくありません。本セッ ションではデータマーケティングの最新潮流とともに、これまでの実績から自走し たデータ活用の組織をいかに構築していくべきかについてお話しします。	加藤 英也 / 株式会社Legoliss 執行役員 	ROOM B ROOM A 11:20~ 11:50~
	Experts Presentation #9 広告主はいかにしてネット広告の闇に捕まらないか 目覚ましい成長を遂げているデジタル広告市場。その一方で、アドベリファイ ケーションやブランドセーフティ、フェイク広告といった問題が顕在化し、テレビ やニュースメディアによる報道など、世論からは厳しい目が注がれています。広告 主が気付かないうちに不正の被害にあっているケースも見受けられる広告価値 毀損の問題。「知らない」では済まされない、これらの問題に関する最新動向や ブランドに与える影響やリスク、根本的な市場課題および解決策についてディス カッションを繰り返ししていきます。	野原 健太 / 株式会社AJA 代表取締役社長 菅原 健一 / Moonshot Inc. CEO 	ROOM C 11:20~ 11:50~
12:20	Lunchtime Workshop *Brands Only オンラインでの接客体験の作り方について オンラインでの接客体験には、ユーザーの様々な思考を想定して対応する必要 があります。本セッションでは、オンラインでの接客体験の考え方をお伝えするこ ととともに、実際のオンラインショップを例に、具体的な施策について、皆さまと一緒 に考え、ディスカッションすることで、さまざまなユーザーの思考をイメージし ただけるような有意義なセッションにしたいと考えています。	深田 浩嗣 / 株式会社Sprocket 代表取締役 	ROOM B
13:30	One to One Meetings	PLACE One to One Meeting Room (P02 参照)	
18:00	ディナーパーティ	PLACE ビーチガーデン Beach Garden Banquet ※雨天時は、RoomA+B (シェル)	
20:00	終了 プログラム終了後、各自解散となります。15日(金)発		

4. カンファレンスの様子 1



Coaching #1 セッションに登壇した、フェノックス・ベンチャー・キャピタルのアニス・ウヅマン氏。世界のユニコーン企業のうち、半分がアメリカ・シリコンバレー、25%が中国、イギリス6%、インド4%と続いている。日本はメルカリが該当するだけ。ユニコーン企業のほとんどが「身近な課題を解決」を事業ドメインとしている。誰にとってもあてはまる、ため成長余地が大きい。まずはそうした課題を見つけることが大切と話した。

Coaching #2 セッションには、先日コムエクスポジウム・ジャパンのアドバイザーに就任したジェン・ウィリー氏が来日し登壇。Breakthroughを生み出すため、組織のリーダーは何を行うべきかについて、成長している企業の傾向を説明。また、参加者自身に何をすべきかを問いかけ・書きとめてもらう形式でセッションを進行した。



チュートリアルとして冒頭に行った「ブランドサミットの歩き方」セッション。「Breakthrough、Innovationを生み出すため、積極的に参加者同士話すことが大切」「リアル場でのディスカッション、セレンディピティが新しい価値を創造する」「ブランド側はソリューションを見つけることより、それぞれにとっての根本課題とは何かを考える場に、パートナー側は広告主にとってのイノベーションとは何かを企業・肩書にこだわらず考えるようにしてほしい」といったメッセージを参加者に伝えた。

4. カンファレンスの様子 2



今回のサミットは、スポンサーセッションの数を制限。また、プレゼンテーションの内容についても、単なるサービス紹介・事例紹介ではなく、世の中の流れ、業界の流れを反映させ、新たな学び・気づきが得られるようにした。



One to One Meetingをパートナーの宿泊部屋で初めて実施。各部屋とも、装飾・BGMなどおもてなしの工夫を行いつつ、オーシャンビューの景色をのぞみながら商談を行った。事前の商談セッティングも初めてシステム上で実施。情報収集・興味関心の有無が把握しやすいため、これまで以上に充実したミーティングとなった。



「Breakthrough事例」「働き方」「スタートアップ」などをテーマに公式セッションを実施。企業・組織はもちろん、個人として、いかに成長していくのかについて、様々な角度から議論が交わされた。



期間中は、ブレイクファスト、ランチ、ディナーなど、ネットワーキングの時間を多数設けた。2日目の夜は、万座毛のサンセットを眺めつつパーティーを行った。

5. 参加ブランド・パートナーの主な声

- ・新たな事業を担当しているので、いつも「外に出て刺激・情報を得る」ことを心がけていました。サミットはまさに最適な場で、これだけ多くのマーケターとたくさんの方とのネットワーキングができ、持ち帰り切れないほどの刺激を得られました。
- ・冒頭のセッションで「なぜBreakthroughが必要なのか」「会社ではなく個人単位のBreakthroughとInnovationが必要」というメッセージがあったことで、そのあとの内容をそれらと結び付けて考えられました。自身の意識改革にもなり、ぜひまた参加したいと思います。
- ・スポンサープレゼンをコンパクト、かつ内容のあるものに、という方向転換がとてもよかったです。テクノロジーベンダー、ソリューションベンダーの方と話していても、我々の課題や目的を本当に意識してくださり、的確なアドバイスをもらえるなどとても有益でした。
- ・One to Oneミーティングは、事前にこちらがどんな情報を開示しておくのかで充実度が変わると実感した。なぜ参加するのか・何を得たいのかを書くことで、今後仕事を一緒にしたいにパートナーが見つかった。
- ・パートナー側がオファーを出しブランド側が承認するというOne to Oneミーティングの仕組みがとてもよかったです。それによって興味が明らかなブランドとだけミーティングを行え、相手も積極的にこちらの話を聞いてくれた。
- ・参加者がみなレベルが高いので、テーブルでのちょっとした会話がビジネスの大きなヒントにつながる。次回は、会社の上位役職に参加を呼び掛けたい。



6. 参加企業一覧 ①

ブランド広告主参加者 85 名

アディダス ジャパン株式会社
株式会社イオン銀行
アンファー株式会社
旭化成ホームプロダクツ株式会社
アスクール株式会社
アットホーム株式会社
バカルディジャパン株式会社
ブックオフコーポレーション株式会社
株式会社brista
ブリティッシュ・アメリカン・タバコ・ジャパン
カルビー株式会社
キャノンマーケティングジャパン株式会社
株式会社CHINTAI
チュラコス 株式会社
合同会社DMM.com
株式会社エウレカ
GlobaKids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
ヘンケルジャパン
Indeed Japan株式会社
株式会社I-ne
日本航空株式会社
ジャパンフリトレー株式会社
日本インタラクティブマーケティング株式会社
Japan Taxi株式会社
日本たばこ産業株式会社
株式会社カネボウ化粧品
花王株式会社
キリン株式会社
株式会社コメ兵
株式会社コーセー

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
マツダ株式会社
株式会社メルカリ
メルセデス・ベンツ日本株式会社
株式会社ミスパリ
株式会社 Mizkan Holdings
モンテ物産株式会社
株式会社 日本旅行
株式会社ニトリ
株式会社NTTドコモ
オイシックス・ラ・大地株式会社
株式会社オープンハウス
パーソルキャリア株式会社
パーソルホールディングス株式会社
株式会社ポーラ
株式会社リクルート住まいカンパニー
株式会社セブン&アイホールディングス
資生堂ジャパン株式会社
S M B C 日興証券
ソフトバンク株式会社
損害保険ジャパン日本興亜
住友生命保険相互会社
三井住友カード
サントリーコミュニケーションズ
株式会社 東京個別指導学院
株式会社ユーキャン
合同会社ユー・エス・ジェイ
株式会社WOWOW
株式会社ヤマハミュージックジャパン
株式会社 Mizkan Holdings



6. 参加企業一覧 ②

パートナー企業 160名

株式会社360Channel
株式会社AbemaTV
アドアジアジャパン株式会社
株式会社アドフレックス・コミュニケーションズ
株式会社AJA
株式会社バベル
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
株式会社BitStar
株式会社プログウォッチャー
ByteDance K.K.
CHEQ japan
株式会社CMerTV
カクテルメイク株式会社
コミックスマート株式会社
クックパッド株式会社
CRITEO株式会社
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
合同会社DMM.com
Dropbox Japan 株式会社
株式会社EXIDEA
株式会社FID
株式会社FiNC Technologies
株式会社GIFMAGAZINE
GROVE株式会社
GumGum Japan株式会社
株式会社 Gunosy
株式会社IRIS
株式会社カタリ
株式会社キッズスター
株式会社Legoliss
株式会社Macbee Planet

株式会社メディカルノート
Meltwater Japan株式会社
Momentum株式会社
株式会社NewsTV
ニールセン デジタル株式会社
ワンメディア株式会社
株式会社オープンエイト
オリコム
株式会社ペンシル
株式会社ブレイド
プレイライフ株式会社
popIn株式会社
株式会社ブルークス
クオン株式会社
株式会社Quark tokyo
楽天株式会社
レイサス株式会社
ルームクリップ株式会社
株式会社セールスフォース・ドットコム
SCデジタルメディア株式会社
ソネット・メディア・ネットワークス株式会社
株式会社スパイスボックス
スポティファイジャパン株式会社
株式会社Sprocket
株式会社スイッチ・メディア・ラボ
株式会社TABI LABO
株式会社トレンドExpress
TVISION INSIGHTS株式会社
株式会社UNCOVER TRUTH
ユニークビジョン株式会社
株式会社サイカ
クロストレックス株式会社
YouAppi Inc
ZETA株式会社



7. スポンサー企業

Sponsors

Premium Sponsor

Rakuten
Marketing Platform

楽天株式会社

Gold Sponsors

adflex
COMMUNICATIONS

株式会社アドフレックス・コミュニケーションズ

AJA

株式会社 AJA

Dropbox Business

Dropbox Japan 株式会社

FINC
Technologies

株式会社 FINC Technologies

GIFMAGAZINE

株式会社 GIFMAGAZINE

Legoliss

株式会社 Legoliss

ONE.MEDIA

ワンメディア株式会社

popIn

popIn 株式会社

RAYSUS

レイサス株式会社

Sprocket

株式会社 Sprocket

TE

トレンドEXPRESS

株式会社トレンド Express

Sponsor

JAL
JAPAN AIRLINES

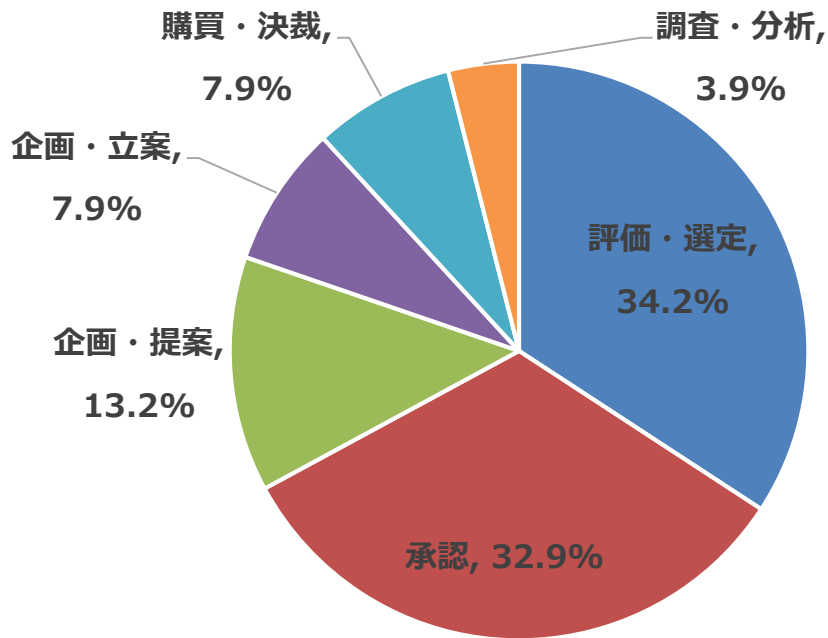
日本航空株式会社

JT

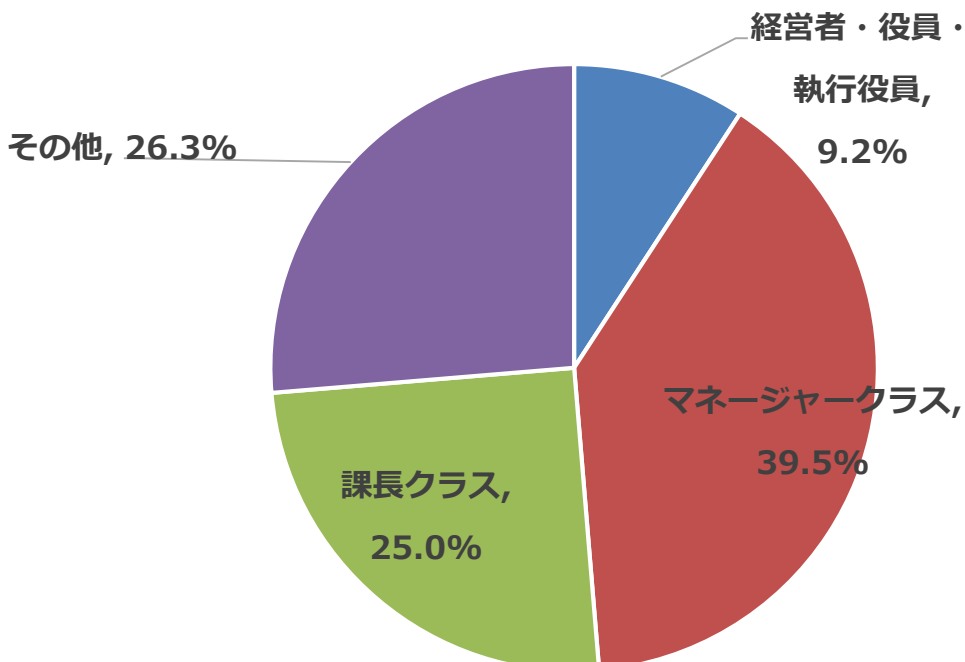
日本たばこ産業株式会社

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	14
化粧品・衛生用品	10
雑貨・玩具・生活用品	5
自動車・運輸機器	3
サービス	8
ファッション・繊維	4
流通・小売	6
建設・不動産・住宅	2
情報通信	2
人材・キャリアサービス	4
金融・保険	7
WEB・モバイルサービス・メディア	4
電気機器	1
学校・教育事業	4
マスコミ・メディア	2
公共機関・各種団体	1
精密・事務機器	2
その他	6

BRAND SUMMIT
ONE to ONE
— SPRING —



BRAND SUMMIT運営事務局

コムエキスポジアム・ジャパン株式会社
〒106-0032
東京都港区六本木6-15-1
E-mail team@comexposium-jp.com
Tel 03-5414-5430
Fax 03-5414-5431