iMEDIA SUMMIT JAPAN

「ブランドサミット 2018」
参加・協賛ご案内

July23rd-26th, 2018
@ Hotel Shiroyama Kagoshima

2018年4月2日現在

What's Brand Summit？

完全招待制＆合宿形式の国際カンファレンス
広告主企業の意思決定者・エキスパートが一堂に会し
ブランド向上、マーケティングイノベーションについて議論

企業の広告、マーケティングのマネージャークラスと広告会社、メディア、デジタルソリューションパートナーのエキスパートが一堂に会する、完全招待制かつ合宿形式の勉強会・国際会議。オフサイトにて業界のエキスパートたちが宿泊しながら、次のトレンドやイノベーション、最新事例、課題や解決策についてディスカッションします。ビジネスを急加速し、激化する国内外の競争に勝ち抜くために有用なフィードバックとネットワークが得られます。

また、事前に行われる「iMedia Brand Summit in USA」(2018/2/12~14)や 「iMedia Brand Summit in New Zealand」(2018/6/20~22)、などの最新トピックも反映させ、世界のブランドマネジメントの潮流と日本の現状をとらえた独自のカンファレンスプログラムを組み立てます。同時に世界に向けて、日本の状況についても情報発信していきます。
「カンファレンス」と「ネットワーキング」の双方を重視した、今後のビジネスを進化させる場として機能しています。

【概要】
時期：2018年7月23日(月)～26日(木) 3泊4日
場所：城山観光ホテル（鹿児島県）
参加：300名限定　＊審査あり
主催：コムエクスポジアム・ジャパン

世界主要都市で主催するカンファレンスの最新情報とネットワークを瞬時に反映

Comexposium（本社：フランス）は、ニューヨーク、サンフランシスコ、ロンドン、パリ、シンガポール、オーストラリアなど、世界の主要都市でさまざまなテーマのカンファレンスを主催しています。iMedia Brand Summitだけでなく、コマース分野ではモナコで行われる**「eCommerce One to One」**に欧州の高級ブランド企業など主要リテール企業から1000人以上が参加。他にも**「iMedia Online Retail Summit」**も展開しています。

世界各地で展開するカンファレンスの、生**の情報をグローバルで共有するので、メディアに踊らされず、地に足の着いた業界のトレンド・課題をプログラムに瞬時に反映**できます。また、ネットワークを活かして**海外から注目のスピーカーも招待**できます。

E-COMMERCE ONE TO ONE　imedia　MMS　ad:tech

Purpose of Summit

デジタルトランスフォーメーションにおける
ブランドと顧客の新たな関係を考える

生活者側があらゆる面で「デジタルトランスフォーメーション化」を加速する中、企業側のマネジメント層、マーケティング担当者がその流れに追いつききれず、人材を育てられていないという課題があります。そして、従来のコミュニケーションに対して反応しないだけでなく、場合によっては嫌われる可能性も高くなり、どのような手を打てばいいのかがわからない、いわゆる“これまでの定石”が存在しない状況も、課題を大きくしています。

一方で、デジタルテクノロジーによって一気に変化した状況に日々最前線で向き合い、答えのない中で戦っているのが、ブランドマーケターの人たちです。本当の意味で顧客を中心に据えたコミュニケーションを構築し、価値を提供することでいかに「ブランドの推奨者」としてのロイヤリティを形成していくのか。ブランド、エージェンシー、メディア、ソリューション企業が、新たなコミュニケーションのあり方、価値の伝え方を考え・議論し、日本のマーケティングのイノベーションを推進する場とします。

ブランド企業の参加目的

①次の時代を動かすキーワードをいち早くキャッチ

→ブランド企業によるセッション、パートナーのプレゼンを多数以上実施。それらを通じて業界トレンドの把握、課題の共有、最新事例のインプットができます。クローズドな場だからこそ話せる内容も多く、ほかでは得られない情報・知見を得ることができます。**世界中でカンファレンスを行っているからこそ、業界最先端を反映させたプログラムから情報をキャッチできます**。

②思考の整理と新たな視座の獲得

→日常業務にとらわれず、与えられた時間をフルに使い、今そこにある課題を向き合います。また、非日常的な空間の中では、これまでに考えたこともない斬新なアイデアが醸造されます。参加者同士で特定のテーマについて議論する「ラウンドテーブルディスカッション」など、意見をアウトプットする機会も設けています。業種・業態が異なる人達との深いディスカッションを通じて自らの思考が整理され、新たな視座の獲得につながります。

③企業・業界を超えた　ネットワークの構築

→国内外のトップエグゼクティブが、オフサイトという特殊な環境で3泊4日過ごすことで、知りたいことを聞ける、相談できる人的ネットワークを作ることができます。宿泊を伴うことを活かし、ディナーパーティーやランチ、パートナー企業とのOne to One Meeting などのネットワーキングの場を多数設けています。毎年、多くのビジネス（受発注、提携など）がサミットにて生まれています。

サミット協賛のメリット

1.　ビジネスを成長・加速させる人脈づくり

参加するブランド企業は、成果をあげたい、課題解決したい、さらなる効率化・利益向上を図りたいという意欲ある決定権者ばかりです。3泊4日を有効に使い、彼らの課題や今後の目標に寄り添うことで、強固な人的ネットワークを作ることができます。そのつながりは、サミットを終えてからのビジネスにも直結していきます。また、自社の商品・サービスを多くのブランド企業に知ってもらい、アドバイスを貰うなどして改善につなげられます。

2. 次の展望、ビジネス拡大の機会を発見

ブランド企業だけではなく、ほかのパートナー企業参加者とのつながりもできます。彼らの考え方やソリューションのメリット、活用事例などを知ることで、提携・協業パートナーの発見につながり、さらなるビジネス拡大につながります。
また、海外のネットワークを通じた、スピーカー、パートナーの参加も見込まれますので、海外展開を加速させたい、またはこれから行おうと考える企業にとっても役立つ場となります。

3. マネジメント層のさらなるスキルアップ

サミットは、様々な業種のブランド企業、パートナーのトップエグゼクティブたちと、オフサイトで3泊4日過ごし、最新動向やビジネスの課題に向き合って議論する機会でもあります。彼らとの深いディスカッションを通じて、人脈づくりはもちろん、企画・アイデア、論理的思考など、マネジメント層に必要なビジネススキルを高めることにもつながります。

4. グローバルも視野に入れたブランド向上

iMedia Summitは20年以上続く、世界7カ国11都市で開催されるエグゼクティブプログラムとして、海外に向けても情報発信しています。日本においても、日本のマーケターが世界で戦うために必要な知識・情報を得てスキルを磨く場として認識されています。国際カンファレンスを協賛することで、世界に向けた日本の成長をサポートする業界のリーディングカンパニーとしてのブランド構築をグローバルを視野に入れて高めることができます。
＊世界で行われるカンファレンスの参加・協賛についての相談も可能です

参加ブランド企業の主な声

ファッション・アパレル

これだけ集中的にマーケティングについての情報をインプットしつつ、考える機会はなかなかない。今後に向けて、会社・そ個人として何をすべきかを考えるきっかけとなった。

化粧品・トイレタリー

普段は忙しくて、各パートナー個別にお話しを聞くことが難しい。今回、様々な企業のサービス、取り組みをまとまってみることができ、比較・検討がしやすかった。

食品・飲料

デジタル、データ活用のテクニカルな部分と、それを顧客体験やブランド価値向上に活かす部分にまで触れていたので、思っていた以上にマーケティング全体に関わるプログラムだった。

金融・保険

ソリューション企業が多く参加していたので、エージェンシーを通じて聞くのとはまた違った視点から、自社の取り組みについての相談ができたり、アドバイスがもらえたのが良かった。

自動車

普段はこれだけ長い時間同業界のマーケターと話す機会はないので、それぞれが、業界全体を盛り上げるために何を考えているのかを聞ける貴重な機会となった。

■2017 参加 広告主

スリーエムジャパン
ダストリア
アディダス ジャパン
イオン銀行
アンファー
旭化成ホームプロダクツ
ビームス
ビー・エム・ダブリュー
CHINTAI
クレディセゾン
ダッドウェイ
第一三共ヘルスケア
大丸松坂屋百貨店
エバラ食品工業
日本イーライリリー
フェラーリ・ジャパン
ハーゲンダッツ ジャパン
ハウス食品グループ本社
ハウス食品
日本HP
日本航空
ジョンソン・エンド・ジョンソン
日本たばこ産業
カバヤ食品
カネボウ化粧品
花王
KDDI
日本ケロッグ
日本ケンタッキー・フライド・チキン
キリン
コーセー
九州旅客鉄道
ライフネット
ライオン
LVMH
メルセデス・ベンツ
三菱電機
森永乳業
森下仁丹
モスフードサービス
ニューバランスジャパン
日本ロレアル
日清食品ホールディングス
NTTドコモ
オープンハウス
オリエンタルランド
大阪市立科学館
フィリップスエレクトロニクスジャパン
プロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン
R.O.U
リクルート住まいカンパニー
サンリオエンターテイメント
サッポロビール
西友
積水ハウス
千趣会
セブン銀行
資生堂ジャパン
ソニーネットワークコミュニケーションズ
エステー
SUBARU
サプラス
大幸薬品
辰馬本家酒造
トヨタマーケティングジャパン
トヨタ自動車
TSIホールディングス
ユニリーバ・ジャパン
ユー・エス・ジェイ
WOWOW

プログラム予定

DAY 1	
17:00	Opening Remark
17:10	Opening Keynote
18:00	Premium Presentation
18:30	Insight Presentation1
19:00	Welcome Reception
19:45	Networking Dinner
21:15	The end of DAY 1

*プログラムは変更する場合がございます

DAY 2	
8:00	Networking Breakfast
8:15	Breakfast Presentation 1
8:30	Breakfast Presentation 2
9:10	Keynote #2
10:00	Insight Presentation #2
10:30	Insight Presentation #3
11:00	Meishi Networking Break
11:20	Round Table Discussion #1
12:20	Networking Lunch (Presentetion1～4)
14:00	10 mins Spotlight presentation #1～3
14:30	Meishi Networking Break
14:40	10 mins Spotlight presentation #4～6
15:10	Round Table Discussion #2
16:10	Meishi Networking Break
16:30	Keynote#3
17:20	Cocktail Hour
18:05	Networking Dinner & Party
19:35	The end of DAY 2

DAY 3	
8:00 – 9:00	Networking Breakfast
8:15	Breakfast Sponsor 1～4
9:00	Brand Cace Study #1～4
9:30	Break
9:50	Breakout Part1-1
10:20	Meishi Networking Break
10:30	Breakout Part1-2
11:00	Meishi Networking Break
11:20	Brand Cace Study #5～8
11:50	Networking Lunch
12:10	Lunch Sponsor #1～4
13:10	Breakout Part2-1
13:40	Meishi Networking Break
13:50	Breakout Part2-2
14:20	Meishi Networking Break
14:50	One to One Meeting 1～4
15:20	Break
17:20	Break
18:00	Networking Dinner
20:00	The end of DAY 3

モナコの「eCommerce One to One」でも行われている、Sellerとパートナーが1対1で商談するミーティングも、単なる「対話」にならないよう海外のノウハウを導入して効果的に運営します。

パートナー企業の参加・協賛について

■参加（パートナー枠190）

パス種別	金額	内容
Economy Pass	¥350,000	２名１室の相部屋。one to one を1枠提供します。
Regular Pass	¥450,000	1人部屋。one to one を最大で２枠ご提供します。
Business Pass	¥650,000	1人部屋スイートルーム。one to one を最大で２枠ご提供します。

■協賛

スポンサーメニュー	金額	枠数	パス枚数	内容
Premium Sponsor SOLD OUT	¥6,000,000	1	4	冠スポンサー。メイン会場で参加者全員に向けたプレゼンテーション(30分間) *特定時間、
30 mins Presentation Sponsor SOLD OUT	¥3,100,000	4	3	30分間のプレゼンテーション。メイン会場で参加者全員に向けたプレゼンテーション。日程・時間指定不可。
10 mins Presentation Sponsor SOLD OUT	¥1,500,000	6	2	10分間のプレゼンテーション。メイン会場で参加者全員に向けたプレゼンテーション。日程・時間指定不可。
Round Table Sponsor SOLD OUT	¥2,400,000	2	2	60分間のラウンドテーブルディスカッション。内容は事前に事務局確認
Breakout Presentation Sponsor SOLD OUT	¥2,400,000	6	2	3つの部屋に分かれて、3社同時に30分プレゼンテーション。 1社2回同じ内容のプレゼンテーションを行う。2/3の聴衆に対して、プレゼンテーション可能。
Breakfast Sponsor SOLD OUT	¥1,500,000	2	2	朝食時にプレゼンテーション(15分間)。メイン会場で参加者全員に向けたプレゼンテーション。
Lunch Sponsor SOLD OUT	¥1,500,000	4	2	昼食時にプレゼンテーション(15分間)。メイン会場で参加者全員に向けたプレゼンテーション。
Dinner Sponsor SOLD OUT	¥1,500,000	2	2	ディナー時の挨拶(５分間)。ディナー会場で参加者全員が対象。
Lanyard Sponsor SOLD OUT	¥800,000	1	1	サミット参加者が会期中使用するネックストラップのスポンサー。 iMedia ロゴと貴社ロゴを印字
Mini Breakfast Sponsor SOLD OUT	¥600,000	4	1	3日目(25日）の朝食会場４つのうち、１つで10分のプレゼン。
Mini Lunch Sponsor SOLD OUT	¥600,000	4	1	3日目(25日）のランチ会場４つのうち、１つで10分のプレゼン。

昨年の参加者属性 & 今年のキーノート

カルビー
代表鳥島役会長 兼 CEO
松本 晃

1947年京都府生まれ。京都大学 農学部 修士課程 卒業後伊藤忠商事株式会社に入社。センチュリーメディカル株式会社 取締役営業本部長、ジョンソン・エンド・ジョンソン メディカル（株） エチコン エンドサージェリー事業本部 代表取締役事業本部長、ジョンソン・エンド・ジョンソン メディカル（株） 代表取締役社長、ジョンソン・エンド・ジョンソン（株）代表取締役社長、ジョンソン・エンド・ジョンソン（株）最高顧問などを経て2009年から現職。ダイバーシティ、働き方改革などを推進し、就任以来、最高益を記録している。

Office WaDa 代表 和田 浩子

P&Gで「ウイスパー」を日本市場でトップブランドに育て、新規事業のヘアケア新製品「パンテーン」「ヴィダルサスーン」の立ち上げや「パンパース」の立て直しなどを手がける。1995年、紙製品事業部担当のジェネラルマネジャーに昇格。1998年、日本人で初めて米プロクター・アンド・ギャンブル社のヴァイアス・プレジデントに。2000年、Global Leadership Councilに最初の日本人として入会。その後、ダイソン日本支社の代表取締役社長、日本トイザらス代表取締役社長兼最高業務執行責任者（COO）を経て、2004年10月には、米経済誌「フォーチュン」のアメリカを除く世界で一番パワフルなビジネスウーマン50傑に選ばれる。現在は、マーケティングやマネジメント分野のコンサルタントとして活動。また、島津製作所社外取締役、ウォーターデザイン顧問。

ブランド企業 役職別分布

ブランド企業 業種

【お問い合わせ】
Brand Summit運営事務局

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