



BRAND SUMMIT 2017

Building Stronger Brand in Digital

AFTER SHOW REPORT

25th-28th September

@ザ・ウィンザーホテル洞爺 リゾート&スパ

作成日：2017年10月3日

■ Contents

1. BRAND SUMMIT 2017イベント概要
2. 今回のテーマと主なセッション
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 2017イベント概要



名称：BRAND SUMMIT 2017

日時：2017年9月25日（月）～28日（木）

会場：ザ・ウィンザーホテル洞爺 リゾート&スパ (北海道)

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。それぞれの業界において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クでき、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。

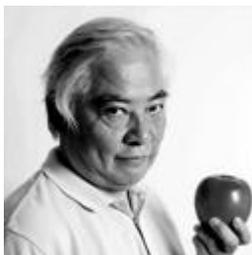
■2017年はグローバルで高評価コンテンツを追加、新たなステージへ
今年で第7回目を迎えた iMedia Brand Summit 2017 には、ブランド、パートナーのトップレベルのマーケター約270名が集まりました。今回は北海道で初開催。会場となったザ・ウィンザーホテル洞爺は、2008年に第34回G8サミットが行われた場所です。世界の首脳が集い、国際課題について意見を交した場所だからこそ、トップ企業のマーケターが集い、課題に向き合いさらなる発展に向けて意見を述べ合う場所としてふさわしいと考えました。

さらに、今回2つのコンテンツを初実施。一つが、ブランド企業とパートナー企業が1対1で商談を行う「One to One ミーティング」です。お互いよりビジネスに直結するネットワークの時間となりました。もう一つが、ブランドサミットに参加する広告主の最新事例を身近に聞ける「Brand Case Study Workshop」です。外部発信NGだからこそ、内容の詰まったプレゼン&質疑応答が行われました。

2-1. 今回のテーマと主なセッション

Building Stronger Brand in Digital

デジタルテクノロジーの著しい進化によって、製品、サービスはもちろん、生活者自身の情報接触、購買行動、情報発信が大きく変化しています。企業は膨大なデータを得られるようになったと同時に、それらを活用して、ブランド価値を向上できるかが大きな課題となっています。デジタルがもたらすさまざまなことでユーザー体験を向上させ、ブランド価値向上へとつなげていくための新たな視座を提供します。



■Opening Keynote (9/25)

How to Get Along with Overflowing Technology あふれ出る最新テクノロジーとの付き合い方

古川 亨

元・日本法人マイクロソフト 株式会社社長 /
慶應義塾大学 大学院メディアデザイン 研究科教授

■Brand Panel (9/26)

デジタル化で自動車業界のマスメディア活用はどう変化したのか？



新井 一慶

BMWジャパン株式会社
BMWブランド・コミュニケーション
デジタル・マーケティング・マネジャー



津止 久雄

メルセデス・ベンツ日本株式会社
マーケティング・コミュニケーション部
メディアコミュニケーション課 マネージャー



安室 敦史

株式会社SUBARU
営業支援部 ITグループ 主事

■Brand Interview (9/27)

デジタルがブランド価値向上に果たす役割



友松 重之

アメリカン・エクスプレス・インターナショナル, Inc
個人事業部門 デジタルマーケティング 副社長



石黒 不二代

ネットイヤーグループ株式会社
代表取締役社長 兼 CEO

2-2. 今回のテーマと主なセッション

■Brand Case Study Workshop (9/27)

これからの顧客との関係構築に求められる「プレコミュニケーション」



寺田 文明
森永乳業株式会社
マーケティングコミュニケーション部 部長

「東池袋52」はいかに広がっていったか？



相河 利尚
クレディセゾン
営業企画部 部長

多様化するソーシャルメディアの活用と評価



山名 敏雄
日本航空
コーポレートブランド推進部
Webコミュニケーショングループ長

マーケターのキャリア形成 & これからのCRMのキーファクター



遠藤 克之輔
フェラーリ・ジャパン株式会社
マーケティングディレクター

デジタル化によって変化するパートナーシップ



磯部 美季
森下仁丹株式会社
ヘルスケア事業本部副本部長

注目を集め伝播する動画の一手法 ～バファリンの事例～



平澤 慶
ライオン株式会社
宣伝部

3. スケジュール

Day.1 25th, Sep, 2017

Time	Contents
15:00	Registration Opens
18:00	【Opening Remark】 ブランドサミット2017を刺激&実りあるものにするには？
18:10	【Opening Keynote】 あふれ出る最新テクノロジーとの付き合い方
19:00	【Premium Presentation】 科学的にファンを育てるソリューション「消費者コミュニティ」
19:30	【Branding Strategy Presentation #1】 「AbemaTV」を活用したマーケティングについて
20:00	Networking Dinner
21:30	The end of DAY 1

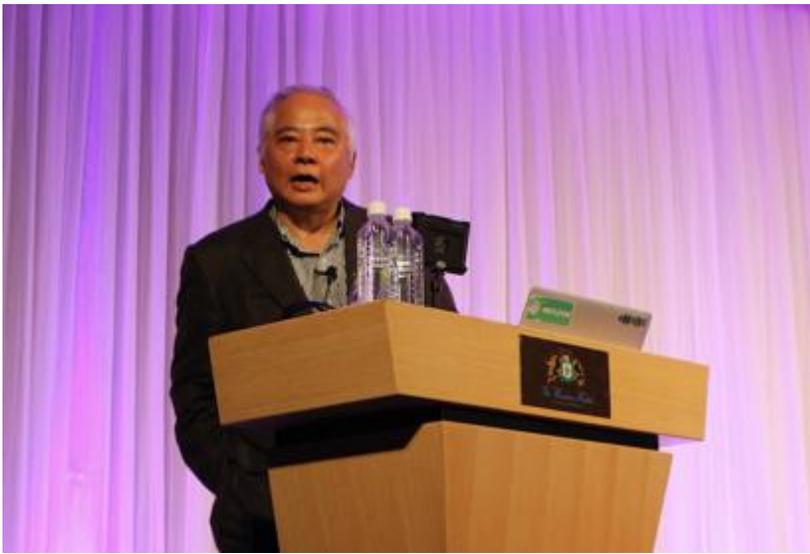
Day.2 26th, Sep, 2017

Time	Contents
08:00	Networking Breakfast: Yesterday Review
08:00	Power Breakfast
09:00	Break
09:10	【Brand Panel Session】 デジタル化で自動車業界のマスメディア活用はどう変化したのか？
10:00	【Branding Strategy Presentation #2】 KPIソリューションズが提唱するマーケティング課題を解決するためのデータ活用
10:30	【Branding Strategy Presentation #3】 目的に合わせたデジタル動画戦略 ～ファネルで見る動画活用事例～
11:00	Networking Break
11:20	【Digital Branding Tactics #1】 顧客ファースト時代における自社アプリの可能性
11:30	【Digital Branding Tactics #2】 これからのインフルエンサーとの関わり方
11:40	【Digital Branding Tactics #3】 「インフルエンサー動画」「触れる広告」の活用について
11:50	Networking Lunch
12:00	【Lunch Presentation】 CMO・部門長向け「ダッシュボード」のご紹介
12:50	Brand Case Study Workshop #1 — 事前選択者のみ —
14:20	Networking Break
14:50	【Branding Strategy Presentation #4】 「ロングセラーブランドのクリニカが動画コンテンツにチャレンジする理由～VISMで見たデジタルの「リアルな反応」～」
15:20	【Branding Strategy Presentation #5】 最先端のリアルタイム解析&ウェブ接客が実現する次世代の個客コミュニケーション
15:50	Break
16:05	Master Track
17:10	Networking Break
17:20	Master Track
18:25	Networking Break
18:45	【Digital Branding Tactics #4】 スマートフォン時代の インフルエンサーマーケティング
18:55	【Digital Branding Tactics #5】 インフォパーンの提供する「Brand Experience Design」とは
19:05	【Digital Branding Tactics #6】 ブランドメッセージをコミカライズ ～ミレニアル世代が支持するオリジナルマンガを用いた広告手法～
19:15	Cocktail Reception
19:45	Networking Dinner
21:45	The end of DAY 2

Day.3 27th, Sep, 2017

Time	Contents
08:00	Networking Breakfast
08:15	[Breakfast Presentation 1] AIスピーカーは企業・ブランドのコミュニケーションのあり方をどう変えるのか
08:30	[Breakfast Presentation 2] エフ・コードが提供する、サイト改善の成果にコミットする伴走型オンライン接客
09:00	[Brand Interview] デジタルがブランド価値向上に果たす役割
09:50	Break
10:10	[Round Table Discussion] いちユーザー目線で、好きなフォーマット、嫌いなフォーマット(デジタル広告編)。
11:20	Networking Lunch
11:30	[Lunch Presentation] C CHANNELが目指す広告効果とは？
12:20	Break
12:40	One to One Meeting Part 1
13:10	Break
13:15	One to One Meeting Part 2
13:45	Break
14:05	One to One Meeting Part 3
14:35	Break
14:40	One to One Meeting Part 4
15:10	Break
15:40	Brand Case Study Workshop #2
16:50	Networking Break
17:20	[Brand Summit 2017 Wrap Up Discussion] ブランドサミット2017 まとめセッション
18:00	Cocktail Reception
18:30	Networking Dinner
20:30	The end of DAY 3

4. カンファレンスの様子 1



Opening Keynoteには、元・マイクロソフト日本法人社長のサム・古川氏が登壇。会場の大さを自動で計測するBluetooth スピーカーや、音声認識Alexaといった最新のデジタル機器のデモンストレーションを交え、日常生活の中に次々と最新テクノロジーが入り込んできていることの持つ意味や可能性について語った。また、新しいテクノロジーに対していかに向き合っていくかの心構えとともに、これからは「イントレプレナー（企業内起業）」がますます重要になると指摘した。

今回のBrand Summitには、自動車業界からの参加が多かった。Brand Panelとして、SUBARUの安室氏、BMWの新井氏、メルセデス・ベンツの津止氏が登壇。

ディーラーに足を運ぶ回数が以前よりも減少している中で、いかにデジタルとマス（特にテレビCM）を組み合わせるのかといったことや、パートナー側に求めること、顧客理解やブランディングに向けたデータ活用の現状と課題などについて各社が意見を交わした。



Brand Interviewでは、アメリカン・エキスプレスの友松副社長に、ネットイヤーグループのCEO石黒氏がインタビュー。日本のマーケターはデータに弱いという指摘とともに、データから読み取るのは「相関」ではなく「因果」であることや、分析においてはデータサイエンティストに任せるのではなく、マーケターが「ビジネスの視点・作法」を伝え、主導することが大切であると語った。

4. カンファレンスの様子 2



ラップアップセッションでは、広告主とパートナーとで「マーケティング」に対する捉え方がまだ異なっているので、方向性を揃える必要ありという指摘がなされた。



Brand Workshopとして、New Balanceのランニングアクティビティーを実施。プロの指導を受けた後に、洞爺湖の自然を楽しみながらランニング。参加者の交流を図った。



今回初めて実施した、One to Oneミーティング。30分じっくりと話せることもあり、課題や取り組みたいことの共有を行った上で、商談を行うことができた。



広告主6社によるケーススタディーワークショップを初開催。クローズドな場だからこそオープンにできる事例を披露したこともあり、質疑応答にも熱が入った。



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、テーマ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、多くの方とコミュニケーションできるようになった。

5. 参加企業の主な声

- ・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、会社として、そして個人として何をしなければいけないかを考えるよいきっかけとなった。（ファッション 男性）
- ・One to One ミーティングは、じっくりとビジネスについて話をするよい機会。広告主の取り組みを事前に調べたうえで、さらに課題などを深掘りしてヒアリング。会期後のアポイントをその場でセットできた。（ソリューション 女性）
- ・普段は忙しくて、各パートナー個別にお話を聞くことが難しい。今回、様々な企業のサービス、取り組みをまとめてみることができ、比較・検討がしやすかった。期間中に仕事を発注することにつながった。（生活用品 女性）
- ・デジタル、データ活用のテクニカルな部分だけでなく、それを顧客体験やブランド価値向上に活かすにはどうすればいいのか、といった部分にまで触れていたの、思っていた以上にマーケティング全体に関わる内容だった。（食品 女性）
- ・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。（金融・保険 男性）
- ・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。（自動車 男性）
- ・ケーススタディーセッションは、もう少し質疑応答の時間があると良かった。ただ、ネットワーキングの時間がたくさんあったので、その後にじっくり質問することができた（広告会社 男性）。
- ・キーノートやインタビューセッションでは、グローバルな視点から、日本のマーケターが何をしなければいけないかの方向性を示してくれていた。とても刺激になった。（サービス 女性）
- ・ラップアップセッションの、広告主、パートナーが同じ方向（顧客）を向いていくために、お互いが歩み寄っていかなければならない、というメッセージが心に残った。（メディア 男性）

6. 参加企業一覧 ①

ブランド広告主参加者 84 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
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
株式会社ビームス
ビー・エム・ダブリュー株式会社
株式会社CHINTAI
株式会社クレディセゾン
株式会社ダッドウェイ
第一三共ヘルスケア株式会社
株式会社大丸松坂屋百貨店
エバラ食品工業株式会社
イーライリリー
フェラーリ・ジャパン株式会社
ハーゲンダッツ ジャパン株式会社
ハウス食品グループ本社株式会社
ハウス食品株式会社
株式会社 日本HP
日本航空株式会社
ジョンソン・エンド・ジョンソン株式会社
日本たばこ産業株式会社
カバヤ食品株式会社
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
キリン株式会社
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
LVMH モエ ヘネシー・ルイ ヴィトン・ジャパン
メルセデス・ベンツ日本株式会社
三菱電機株式会社
森永乳業株式会社
森下仁丹株式会社
株式会社モスフードサービス
株式会社ニューバランスジャパン
日本ロレアル株式会社
日清食品ホールディングス株式会社
NTTドコモ
株式会社オープンハウス
株式会社オリエンタルランド
大阪市立科学館
株式会社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・ジャパン株式会社
R.O.U株式会社
株式会社リクルート住まいカンパニー
株式会社サンリオエンターテイメント
サッポロビール株式会社
合同会社 西友
積水ハウス株式会社
株式会社千趣会
セブン銀行
資生堂ジャパン株式会社
ソニーネットワークコミュニケーションズ株式会社
エステー株式会社
株式会社SUBARU
株式会社サプラス
大幸薬品株式会社
辰馬本家酒造株式会社
株式会社トヨタマーケティングジャパン
トヨタ自動車株式会社
株式会社TSIホールディングス
ユニリーバ・ジャパン・カスタマーマーケティング
株式会社ユー・エス・ジェイ
株式会社WOWOW

6. 参加企業一覧 ②

パートナー企業 177 名

90 Seconds Japan 株式会社	ケンシュー・ジャパン株式会社
株式会社AbemaTV	株式会社キッズスター
アドビ システムズ 株式会社	株式会社KPIソリューションズ
アジャイルメディア・ネットワーク株式会社	LINE株式会社
株式会社AJA	株式会社マルケト
株式会社オールアバウト	株式会社mediba
株式会社 朝日広告社	メルトウォータージャパン株式会社
株式会社アサツーディ・ケイ	株式会社MimiTV
株式会社アッション	株式会社Musubi consulting
アトラ合同会社	ネットイヤーグループ株式会社
ビルコム株式会社	株式会社NewsTV
株式会社Bizcast	株式会社オムニバス
ビジネスサーチテクノロジー株式会社	株式会社オプト
株式会社Candle	アウトブレイン・ジャパン株式会社
CarterJMRN株式会社	株式会社プレイド
CChannel株式会社	popIn株式会社
株式会社チョコレイト	株式会社ブルークス
シナラシステムズジャパン株式会社	クオン株式会社
株式会社CMerTV	クオント株式会社
コミックススマート株式会社	株式会社Quark tokyo
クックパッド株式会社	楽天データマーケティング株式会社
株式会社クレディセゾン	株式会社ラナデザインアソシエイツ
Crevo株式会社	ラナダブルオーセブン
CRITEO株式会社	シルバープッシュ
株式会社サイバー・コミュニケーションズ	スキルアップ・ビデオテクノロジー株式会社
株式会社サイバーエージェント	株式会社Speee
株式会社サイバー・バズ	株式会社スイッチ・メディア・ラボ
株式会社デルフィス	株式会社TABI LABO
株式会社デルフィス・インタラクティブ	THECOO株式会社
株式会社電通	株式会社T B Sテレビ
ドーモ株式会社	凸版印刷株式会社
株式会社Everforth	トレジャーデータ株式会社
株式会社エブリー	株式会社トレンドExpress
株式会社エフ・コード	株式会社テレビ朝日
株式会社FID	Twitter Japan 株式会社
株式会社フロムスクラッチ	株式会社UNCOVER TRUTH
株式会社博報堂DYデジタル	ユニークビジョン株式会社
株式会社はてな	株式会社Viibar
株式会社アイモバイル	株式会社VRize
INCLUSIVE株式会社	株式会社WHITE
株式会社インフォバーン	ホワイトメディア株式会社
株式会社メディアジーン	株式会社ヤプリ
株式会社インタースペース	讀賣テレビ放送株式会社
株式会社インティメート・マージャー	株式会社ゆめみ
株式会社アイレップ	株式会社ゼロスタート
株式会社Jストリーム	

■ブランド広告主	84名
■パートナー企業	177名
合計	261名

7. スポンサー企業

Premium Sponsor



Gold Sponsors



Silver Sponsors



Sponsors

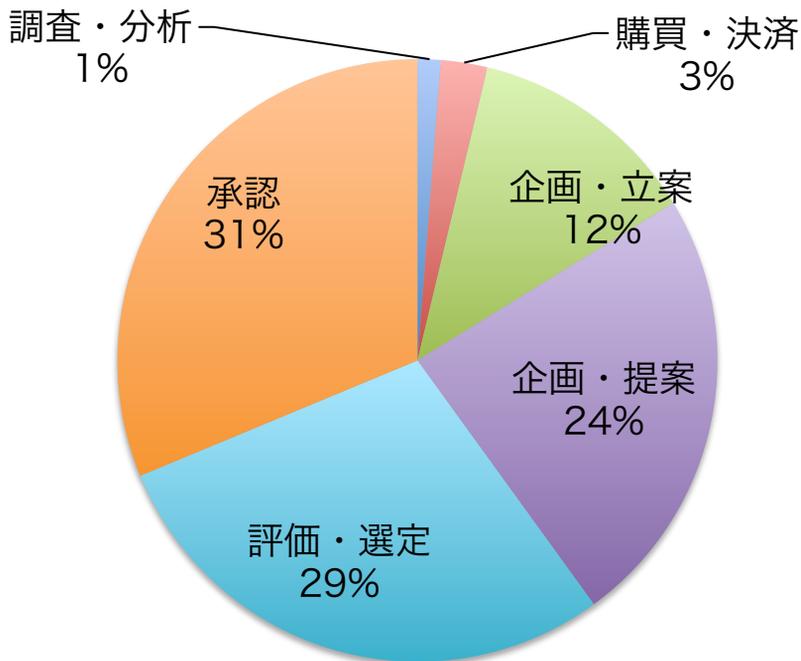


Partner

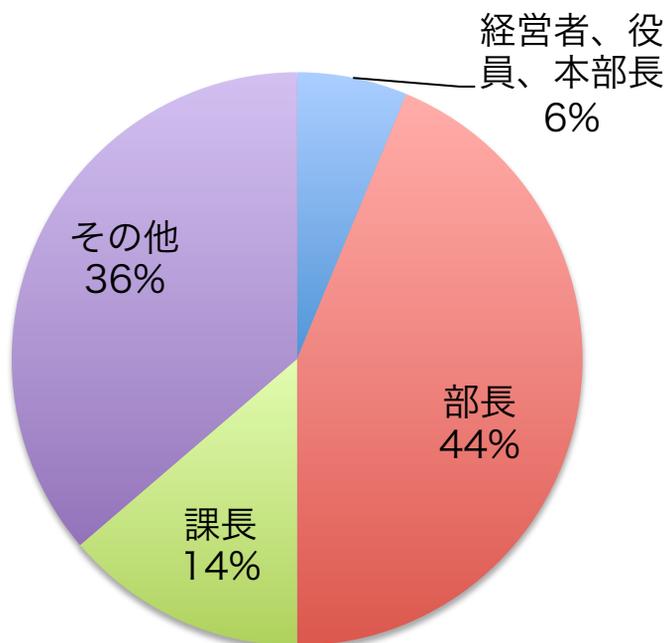


8. ブランド参加企業の詳細情報 ①

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	16
化粧品・衛生用品	11
雑貨・玩具・生活用品	10
自動車・運輸機器	6
サービス	5
ファッション・繊維	5
流通・小売	4
建設・不動産・住宅	3
情報通信	3
医薬	3
金融・保険	3
その他/Others	3
化学・鉄鋼・その他素材	2
WEB・モバイルメディア	2
電気機器	2
マスコミ・メディア	1
その他	5



iMedia 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 imedia@comexposium-jp.com

Tel 03-5414-5430

Fax 03-5414-5431