

COMMERCE SUMMIT JAPAN 2016

AFTER SHOW REPORT

20th-22nd Jun 2016

@鹿児島 城山観光ホテル

作成日：2016年6月27日

■ Contents

1. Commerce Summit2016イベント概要
2. 主なセッション
3. スケジュール
4. Keynote & Session 振り返りレポート
5. カンファレンスの様子
6. 参加ブランド企業の主な声
7. 参加企業一覧
8. スポンサー企業
9. ブランド参加企業の詳細情報



1. Commerce Summit 2016イベント概要



名称：Commerce Summit 2016

日時：2016年6月20日（月）～22日（水）

会場：城山観光ホテル (鹿児島)

主催：コムエキスポジアム・ジャパン株式会社

■コマースサミットとは

日本の通販・直販にかかわる企業のダイレクトマーケティング力を高め、今後の海外進出も視野に入れた施策を立てられるようにするため、国内外のダイレクトマーケターを招いて実施するのが「コマースサミット」です。通常、なかなか目にするのできないダイレクト分野の成功事例をシェアし、さらに業種を超えて取り組むべき課題についてディスカッションを行うなど、豊富なプログラムを用意。ダイレクトマーケティングに関する知識と実践ノウハウ、さらにネットワークを広げることができる場となります。

「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。

Board Member



Tetsuro Maeda

andus Inc.
CEO

前田 哲郎

アングス株式会社
代表取締役社長



Jin Inamasu

CyberAgent, Inc.
Division Chief,
eCRM Solution Division

稲益 仁

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
eCRMソリューション局 局長



Naoya Fujiwara

Guthy-Renker Japan Co.,Ltd.
Digital Marketing Division
Senior Manager

藤原 尚也

ガシー・レンカー・ジャパン株式会社
デジタルマーケティング部
シニアマネージャー



Kojiro Henmi

Kitamura Co.,Ltd
Omni-Channel Manager,
Corporate Planning Division,
Corporate Officer

逸見 光次郎

株式会社キタムラ
執行役員 経営企画室
オムニチャネル(人間力EC)推進担当



Kei Taoka

Nitori Holdings Co.,Ltd
Executive Officer

田岡 敬

株式会社ニトリホールディングス
執行役員



Toshiyasu Nishii

Oisix Inc.
CMO

西井 敏恭

オイシックス株式会社
CMO



Mika Kurahashi

Pencil Co., Ltd.
President / COO

倉橋 美佳

株式会社ペンシル
代表取締役社長 COO



Tomoaki Hamano

Rakuten, Inc. /
LinkShare Japan K.K.
Executive Officer /
Representative Director & President

濱野 斗百礼

楽天株式会社/
リンクシェア・ジャパン株式会社
執行役員/
代表取締役社長



Toshiaki Shimizu

START TODAY CO.,LTD.
Executive Director And
Head of Hospitality
Marketing Division

清水 俊明

株式会社スタートトゥデイ
取締役 兼
ホスピタリティ・マーケティング本部
本部長

2. 今回の主なセッション

■Keynote 1

今から3年間、何を実行すべきか？ EC先進企業が話すこれからのEコマース

ソーシャルメディア、SNS広告、LINE、DSP、DMP、マーケティングオートメーション、WEB接客ツール、コンテンツマーケティング、ABテストツール、アプリ、オムニチャネル、動画広告、IOT・様々なテクノロジーを使った手法が出てきたこの数年。ECのトップ企業がこれらにどう付き合い、そして今後どう使っていくのか。最近のトレンドだけでなく、これから3年間、各企業がどのような事に目をつけて事業に取り込み実施していくのか。各企業のEC責任者が有効だった打ち手や目をつけている新しい技術などについてディスカッションします。

【スピーカー】

清水俊明 株式会社スタートトゥデイ取締役兼ホスピタリティ・マーケティング本部本部長

田岡 敬 株式会社ニトリホールディングス 執行役員

藤原 尚也 ガシー・レンカー・ジャパン株式会社 デジタルマーケティング部 シニアマネージャー

逸見 光次郎 株式会社キタムラ 執行役員 経営企画室 オムニチャネル(人間力EC)推進担当

【モデレーター】

西井 敏恭 オイシックス株式会社 CMO



ZOZOTOWN



ニトリ
ニトリホールディングス



proactiv+



Happy with photos



oisix
おいしく

■Keynote 2

中国越境ECの現状と中国で売るための成功法則

今日、多くのマーケティングご担当者様は、“いかにして海外で自社商品を販売していくか?”、とりわけ、成長著しい中国及び中華圏市場に向けてどう仕掛け、成功につなげるか?に関心があるかと思います。

ここでは、中国・中華圏市場の中でも‘中国×越境EC’にフォーカスし、

1) 市場特性と、頻繁に変化する政府政策との付き合い方(解釈の仕方)

2) 実際にどんな商品が売れているか、背景にどんな仕掛けがなされているか

3) 日系企業、日本製商品が今後生き残っていくためにすべき事、持つべきマインド

について話します。弊社istyle Chinaも道半ばであり、多くのトライ&エラーを繰り返しながら、七転び八起きの精神で今日に至ります。現地にて起きている事をかいつまみ、お届けできればと思っています。



istyle China
— 奇想美装飾(上海)有限公司 —



【スピーカー】

吉田 直史

アイスタイルチャイナ / アイスタイルホンコン

董事長 兼 総経理

賀 詞 TUTUネットワークテクノロジー CEO

3. スケジュール

DAY 1 (6/20)

02:00pm Hotel Check-IN

05:00pm	Opening Keynote
05:50pm	Break
06:00pm	Insight Presentation#1
06:30pm	Welcome Reception
07:30pm	Networking Dinner
09:00pm	After Party



DAY 2 (6/21)

08:00am	Networking Breakfast OPEN
08:15am	Breakfast Presentation
08:25am	Breakfast Presentation
09:00am	Keynote Session
09:50am	Break
10:00am	10 mins presentation
10:10am	10 mins presentation
10:20am	10 mins presentation
10:30am	Insight Presentation#2
10:50am	Meishi Networking Break
11:10am	Breakout Session A,B,C
11:40am	Break
11:50am	Breakout Session A,B,C
12:20pm	Networking Lunch
12:40pm	Lunch Presentation A
12:50pm	Lunch Presentation B
01:20pm	Round Table Discussion
02:40pm	Meishi Networking Break
02:55pm	Insight Presentation#3
03:25pm	10 mins presentation
03:35pm	10 mins presentation
03:45pm	Meishi Networking Break
04:05pm	Insight Presentation#4
04:35pm	Premium Presentation
05:05pm	Meishi Networking Break
05:25pm	Wrap Up Discussion
06:15pm	Brand Only Reception
07:00pm	Networking Cocktail Hour
07:30pm	Networking Dinner
09:00pm	After Party

4. Keynote & Session 振り返りレポート①

今回のコマースサミットには、通販事業者、パートナー合わせて約220名が参加。7割ほどが初めての参加となり、ブランド企業も多くの企業が新たな参加。業態も単品通販、総合通販、メーカー通販、プラットフォーマーなど多岐にわたり、2日間で約20のセッションが展開された。

事業社が施策を選ぶ基準と目的とは？

初日のキーノートセッションは「今から3年間、何を実行すべきか？ EC先進企業が話すこれからのEコマース」をテーマに、スタートトゥデイの清水俊明氏、キタムラの逸見光次郎氏、ニトリホールディングスの田岡 敬氏、ガシー・レンカー・ジャパンの藤原尚也氏がパネリストとして登壇。モデレーターをオイシックスの西井 敏恭氏が務めた。ここでは、各社をEC事業別にマトリクス図にプロットしながら、広告・サイト・オフラインの各施策における展開状況と実施するうえでの考え方・指標の設け方などを聞いていった。ほとんどすべての広告施策を実施する企業もあれば、特定の施策を集中して行う企業など様々であったが、各社とも明確な目的と意図で施策を選択していることが伺えた。中でも、広告施策としての「動画活用」については「低コストで制作・運用できるようになったことで、コスト効率が以前と比べて格段に良くなり、成果につながっている」という藤原氏の指摘に対して、登壇者・参加者ともに高い関心を示していた。

今後取り組みたいこと、注目すべきことについては、「オムニチャネルの推進における機械化・自動化」「IoTやウェアラブル、VRなどがもたらす顧客体験」「店舗における対人接客におけるA.I.の活用」「若年層の検索行動の変化への対応」といったことが挙げられた。

巨大な中国EC市場の現状とチャンス

もう一つのキーノートは、昨今注目を集める「越境EC」がテーマ。最初に、中国の若年層、インフルエンサーを多く抱えるメディアを展開しているTUTUネットワークテクノロジー CEOの 賀 詞氏が登壇。現在、中国のEC市場でどのような人が購買していて、どのような情報に響いているのかを数字・事例を基に説明した。中国では、沿岸部の先端都市と内陸部の都市とでは、消費者の成熟度が異なる。内陸部においては、まだ企業からの直接的なメッセージが消費の後押しになるが、先端都市においては、SNSなどによる第三者からの情報が消費のきっかけになっている。ただ、内陸部もいずれ先端都市に追いついていくのは間違いないので、ソーシャルメディアを活用した 施策が欠かせないと話した。

アイスタイルチャイナ / アイスタイルホンコン吉田 直史氏は、越境ECにもいくつかの種類があることに触れたうえで、自社の経験を基に、中国のECで成功するために必要なことについて述べた。吉田氏によると、中国の場合、国の政策の変化に関する情報をいち早くキャッチすることが大切であると同時に、それらに対応することが大変でもあるとのこと。一方で、中国のモバイル人口は6億人以上、EC化率も36%以上と、市場がどんどん拡大しているだけに、チャンスはまだまだ大きいということだった。



初日のKeynoteでは「今から3年間、何を実行すべきか？ EC先進企業が話すこれからのEコマース」をテーマにディスカッション。



2日目のKeynoteは、「越境EC」をテーマに、中国のEC市場に関するセッションが行われた。

4. Keynote & Session 振り返りレポート②

原点回帰とブランド価値の向上とのバランス

各社のセッションにおいては、ECの事業者にとって大切な「売上をいかに上げるか」に関する最新事例、ソリューションについて語られた。それらの中で目立ったのが、「サイトリニューアル」「サイト内検索」「UX、UIの改善」といった、基本事項を見直すことの重要性を説いたもの。技術・ツールが充実することによって「新しく何ができるのか」ばかりに目を向けるのではなく、「それらを活用して、ECの根本部分をさらに改善・充実」することが、成果につながりやすいと言えそうだ。

また、取り組むことで今すぐ成果につながる、という内容に加え「商品・企業のファンをいかに増やすか」「コンテンツを充実させることで潜在顧客を増やし・顕在化させる」といった、ブランド価値の向上と大きくかかわるセッションもあった。参加している事業者からも「日々の顧客獲得だけでなく、ブランドマネジメント側と連携し、潜在顧客をいかに増やすかという活動にもっと取り組む必要がある」といった、今後のサミットのテーマにつながるような声が挙がった。

さらに、ブランド参加側であるパナソニックが、自社の持つソリューションを外部企業と連携しながら積極的に活用していくため、パートナー側として参加したのも今回注目すべき出来事。ほかのブランド企業でも、自社の持つネットワークやソリューションを他社と一緒に活性化・拡大したいと述べる参加者がいるなど、コマースサミットの扱う領域が今後さらに拡大していくことが予想される内容となった。



2日目のRound Table Discussionでは「既存客の販売施策における効果指標」「ECのための組織づくり」をテーマに、テーブルごとにディスカッション&発表を行った。進行は、サンスター 仮屋光広氏（左）、ハンズラボ 長谷川秀樹氏（右）が行った。



企業のセッションでは、サイト内検索（左 ビジネスサーチテクノロジー 川邊雄司氏）、サイトリニューアルといった基礎事項を見直すことの重要性を伝えるもの、ファン育成（左から2番目 アジャイルメディア・ネットワーク 上田怜史氏）、コンテンツマーケティング（右から2番目 インフォバーン 田中準也氏）といった、中・長期的な施策に関するものもあった。また、ブランド側の企業がセッションに登壇するという新しい動きもあった（右端 パナソニック 中村慎一氏）。

5. カンファレンスの様子



EC事業者側と一緒に登壇し、具体的な事例や各種施策に取り組む上での考え方、課題などを語ってもらう形式のセッションも目立った。左のペンシルのセッションにはコーセー、JIMOS、やずやが、右のa-worksのセッションにはえそらフォレストが登壇した。



会期中はDinner, After Party, Breakfastなど、ネットワーキングの時間を多数設け、参加者同士の積極的なコミュニケーションを促した。



Wrap Up Discussionでは、今回のコマースサミットで行われたセッションを振り返りつつ、全体を通しての感想や、今後の業界の展望・課題などが語られた。右から、ジョンソン・エンド・ジョンソン リュウ・シーチャウ氏、コメ兵 藤原義昭氏、楽天/リンクシェア・ジャパン 濱野斗百礼氏。

6. 参加ブランド企業の主な声

- ・さまざまなセッションやネットワーキングを通じて、自社が置かれている状況が何に取り組まねばならないか、今後の指針が見えた。（食品・飲料メーカー）
- ・越境ECについては、現地で行っている人だからこそ分かる具体的な取り組みが聞けてよかった。一方で、もっと取り組み事例を聞いたかった（アパレル）。
- ・いまずぐ取り組んで成果を上げることと、中・長期的な視野から考えて取り組むべきこと、短期と中長期、両方についてのセッションがあったのが良かった。（電気機器）
- ・ECに関わるキーマンがこれだけ集まり、かつしっかりネットワーキングできる機会はほかにはない。今後につながるようなつながりを持てたのが良かった。（小売・流通）
- ・「対Amazon」ということをいろいろな事業者から聞いたこともあり、セッションにAmazonが登壇しているとよかった（医薬）。
- ・ネットワーキング時にわかりやすいよう、登壇者には何か印をつけてもらえると探す手間がはぶけてありがたい。（化粧品・生活用品）



7. 参加企業一覧 ①

ブランド広告主参加者 95 名

スリーエム ジャパン株式会社
株式会社 アクタス
イオンペット株式会社
味の素株式会社
アンファー株式会社
アップリカ・チルドレンズプロダクツ合同会社
株式会社アーク・スリー・インターナショナル
株式会社ベネッセコーポレーション
株式会社bolome
ブックオフオンライン株式会社
カルビー株式会社
コーチ・ジャパン合同会社
クロックス・ジャパン合同会社
株式会社クラウンジュエル
株式会社クオカプランニング
株式会社ディーエイチシー
株式会社ディノス・セシール
株式会社 DoCLASSE
ドコモ・ヘルスケア株式会社
株式会社ドンキホーテ
えそらフォレスト株式会社
株式会社エトヴォス
江崎グリコ株式会社
株式会社ファミリーマート
株式会社フェリシモ
株式会社ゲオ
ガシー・レンカー・ジャパン株式会社
株式会社発酵生活
株式会社i-ne
日本たばこ産業株式会社
株式会社JIMOS
ジョンソン・エンド・ジョンソン株式会社
株式会社ニトリ
カゴメ株式会社
健康コーポレーション株式会社
株式会社健康家族
キリン株式会社
株式会社キタムラ
小林製薬株式会社
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
株式会社リベルタ
株式会社丸井
株式会社MIMC
森下仁丹株式会社
株式会社ニューバランスジャパン
株式会社ニッセン
株式会社ニトリホールディングス
株式会社NTTドコモ
オイシックス株式会社
オリックス生命保険株式会社
大塚製薬株式会社
パナソニック株式会社
株式会社パルコ・シティ
セールス・オンデマンド株式会社
参天製薬株式会社
シャボン玉石けん株式会社
株式会社スタートトゥデイ
サンスター株式会社
サントリーウエルネス株式会社
株式会社ワコール
WILLER TRAVEL株式会社
ヤーマン株式会社
株式会社やずや



7. 参加企業一覧 ②

パートナー企業 116 名

a-works株式会社	株式会社アイモバイル
株式会社アドフレックス・コミュニケーションズ	株式会社アイ・エム・ジェイ
アドビシステムズ株式会社	インクルーシブ株式会社
株式会社アドウェイズ	株式会社インフォバーン
アジャイルメディア・ネットワーク株式会社	株式会社インテージ
アングス株式会社	アイキューソフィア株式会社
株式会社アサツー ディ・ケイ	株式会社アイレップ
株式会社ブレインパッド	株式会社フロムスクラッチ
ビジネスサーチテクノロジー株式会社	Kaizen Platform, Inc.
株式会社クリエイターズマッチ	ランサーズ株式会社
株式会社サイバーエージェント	リンクシェア・ジャパン株式会社
株式会社 大広九州	株式会社ロックオン
電通アイソバー株式会社	株式会社mediba
株式会社デジタルアイデンティティ	株式会社ワンスター
株式会社イー・エージェンシー	アウトブレインジャパン株式会社
株式会社E-Grant	パシフィック・メディアパートナーズ
イー・ガーディアン株式会社	ピーシーフェーズ株式会社
株式会社ecbeing	株式会社ペンシル
イクス株式会社	株式会社セプテーニ
ファストメディア株式会社	ソネット・メディア・トレーディング株式会社
株式会社ファインドスター	株式会社Socket
株式会社fluct	ソフトバンク・テクノロジー株式会社
株式会社フリークアウト	株式会社Sprocket
株式会社フューチャーショップ	Supership株式会社
株式会社Geeen	トッパン・フォームズ株式会社
株式会社グラッドキューブ	株式会社東通メディア
株式会社博報堂プロダクツ	バリューコマース株式会社
ハンズラボ株式会社	株式会社VOYAGE GROUP
株式会社ハイスコア	株式会社ゆめみ
株式会社ヒトクセ	

■ブランド広告主	95 名
■パートナー企業	116 名
合計	211 名

8. スポンサー企業

Premium Sponsor



Insight Presentation Sponsor



Breakout Session Sponsor



Sponsor

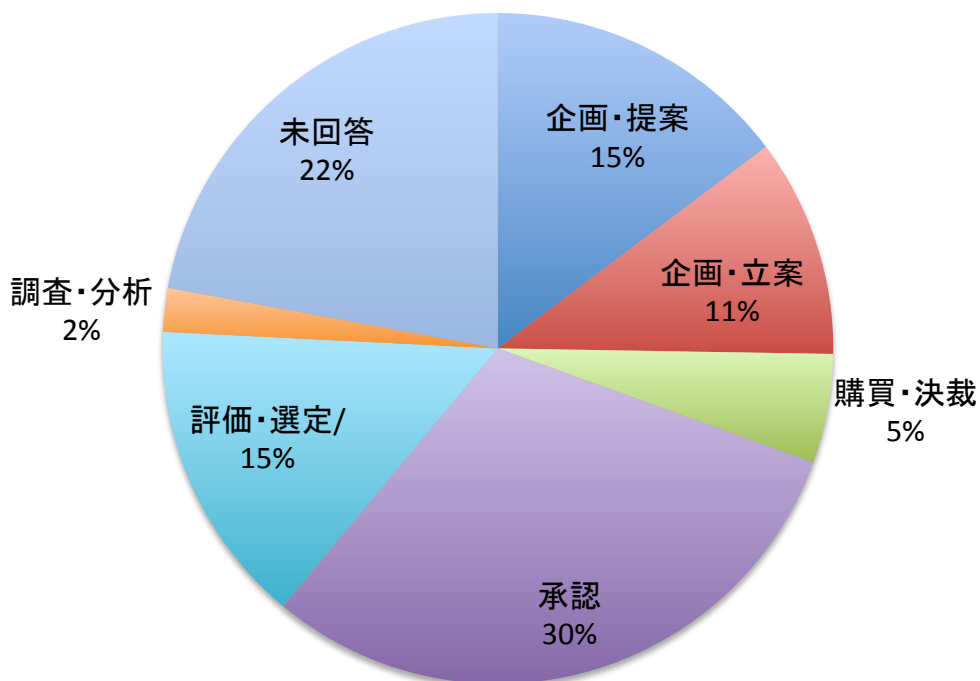


Association Partner

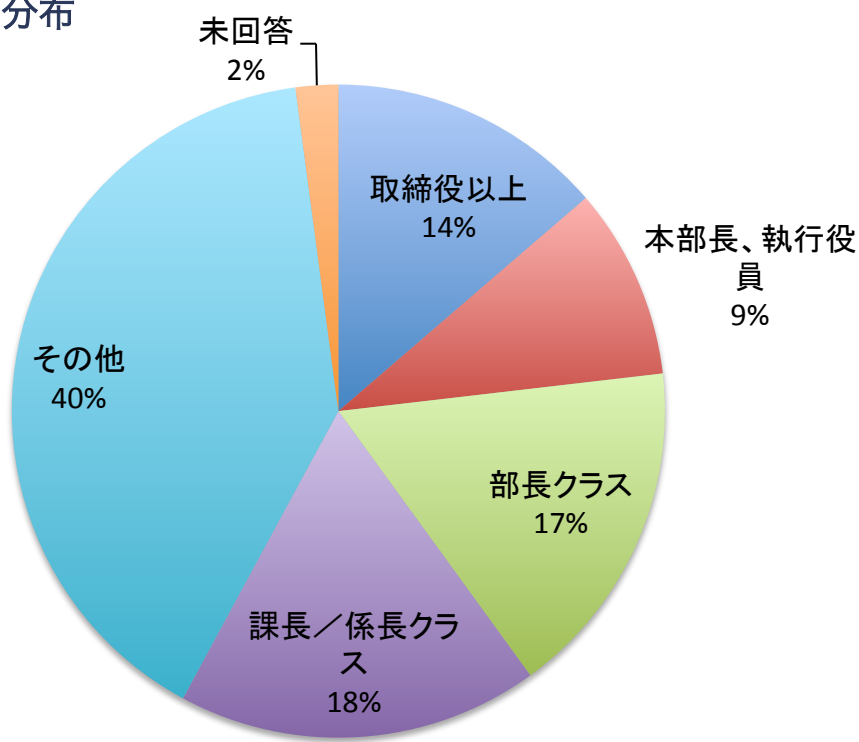


9. ブランド参加企業の詳細情報 ①

参加事業主購買における決済権限(事前アンケート参考)

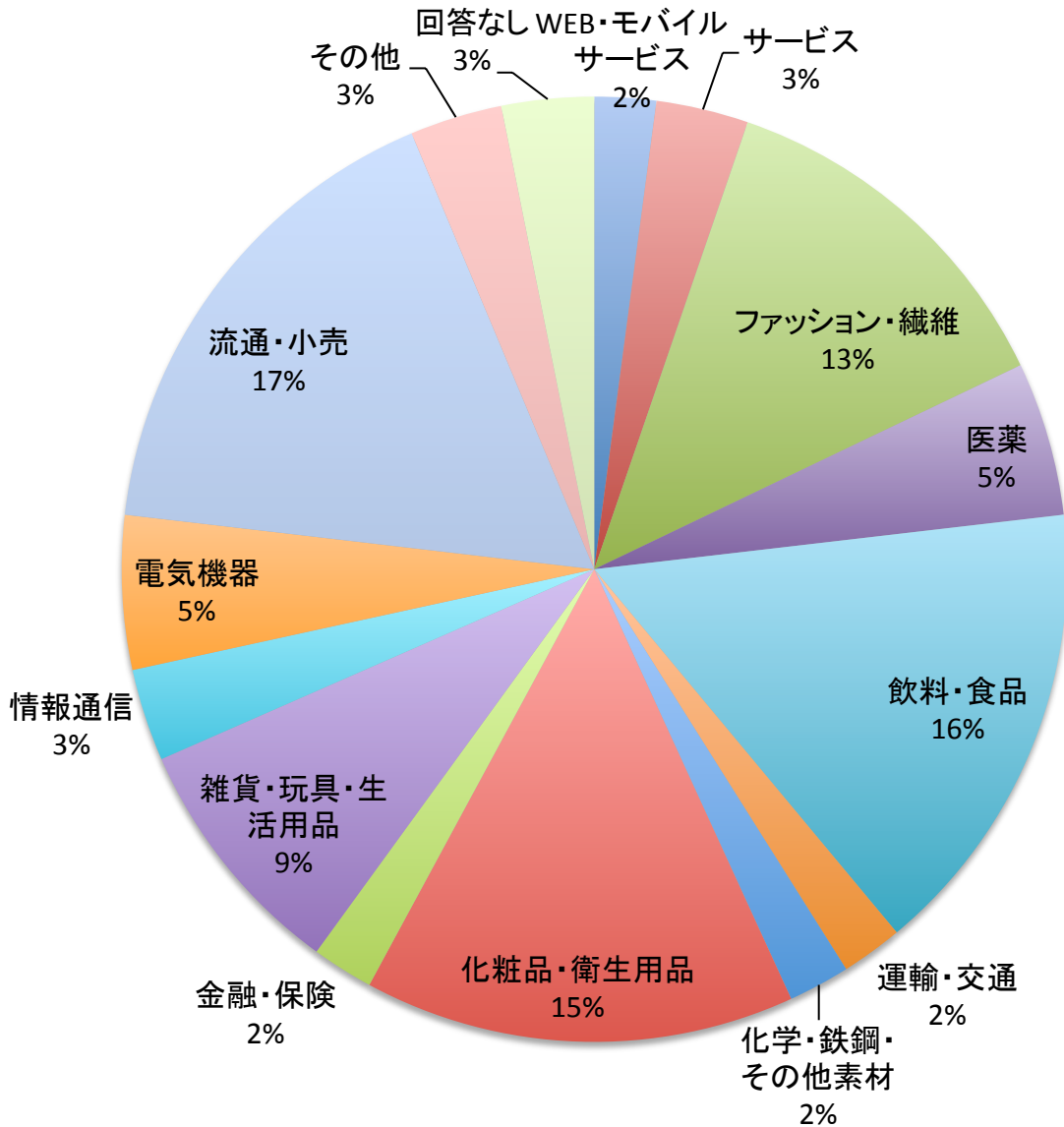


参加事業主役職別分布



9. ブランド参加企業の詳細情報 ②

業種別参加事業主





Commerce 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