



AFTER SHOW REPORT

iMedia BRAND SUMMIT
23rd-26th May 2016
@沖縄残波岬ロイヤルホテル
作成日：2016年5月30日

■ Contents

1. BRAND SUMMIT 2016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. Keynote & Session 振り返りレポート
5. セッションの様子
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
10. お問い合わせ先



1. BRAND SUMMIT 2016イベント概要



名称：BRAND SUMMIT 2016

日時：2016年5月23日（月）～26日（木）

会場：沖縄残波岬ロイヤルホテル(沖縄)

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約300名が集って行う、完全招待制の合宿形式カンファレンス。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。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。

■ブランドサミット2016開催にあたって

今年で第6回目を迎えた iMedia Brand Summit 2016 には、国内外からブランド、パートナーのトップレベルのマーケター約350名が集まりました。海外ゲストによるキーノートセッションや各社のセッション、テーブルディスカッションなどを、3日間にわたり行いました。

沖縄残波岬という日本有数の景勝地は通常の仕事とは離れた非日常空間。こうした場所の持つ力が刺激となり、セミナー、ディスカッション、ネットワーキングを通じて新しい企画・アイデアが創発されました。また、レクリエーションプログラムの中にも、沖縄という土地に根ざした、ビジネスにつながる歴史観・地理的感覚を養う意図が盛り込まれています。

2. 今回のテーマと主なセッション

DISCOVERY OF A NEW JOURNEY

～ New eyes for smart branding in this connected era ～

テクノロジーの進化はめざましく、生活者は情報接触・購買・情報発信がより自由に行えるようになりました。そうした中、企業には「より顧客の視点に立つ」ことと現状踏まえ、今後の変化を見据えた新たな視点からのマーケティングが求められています。特に、確固たるブランドコンセプトに沿いつつ、時代の空気をいち早くとらえ、顧客に新たな視点からブランドの魅力を提案・発信することの重要性は一層高まっています。テクノロジーであらゆることがつながる時代における、ブランド価値向上の新たな視座を提供します。

■Keynote Session



FOSSIL
GROUP

Keynote 1

Marketing Potential on Wearable

ウェアラブルが切り拓くマーケティングの可能性

Preon Moxcey

FOSSIL Group Inc.

VP & GM for Wearable Technology



R/GA

Keynote2

Designing an Agency for the Connected Age

すべてが“つながる”時代のエージェンシーのあり方

Jay Zasa

R/GA

SVP, Executive Creative Director, Campaigns



Keynote Fireside Chat

Marketing Innovation Led by Integration of Digital Technologies

デジタル化がもたらしたマーケティングのイノベーションとは

劉 西喬

ジョンソン・エンド・ジョンソン株式会社

コンシューマー カンパニー マーケティング本部 本部長



小和田 みどり

ライオン株式会社 宣伝部 部長



藤村 功

ヤマサ醤油株式会社 マーケティング部 部長

3. スケジュール

Monday, 23rd May

Time	Place	Contents
05:30 PM	<i>Precious Hall</i>	Opening Remarks
05:40 PM	<i>Precious Hall</i>	Opening Keynote
06:30 PM	<i>Precious Hall</i>	INSIGHT Presentation
07:00 PM	<i>Terrace</i>	Welcome Reception
08:00 PM	<i>2F Royal Hall</i>	Networking Dinner & Party

Tuesday, 24th May

Time	Place	Contents
08:00 AM	<i>Precious Hall</i>	Networking Breakfast (Doors open at 07:30 AM)
08:15 AM	<i>Precious Hall</i>	Breakfast Presentation
09:00 AM	<i>Precious Hall</i>	Keynote
09:50 AM	<i>Precious Hall</i>	Meishi Networking Break
10:10 AM	<i>Precious Hall</i>	INSIGHT Presentation
10:40 AM	<i>Precious Hall</i>	10 mins Presentation
11:10 AM	<i>Precious Hall</i>	Meishi Networking Break
11:30 AM	<i>Precious Hall</i>	INSIGHT Presentation
12:00 PM	<i>Precious Hall</i>	Networking Lunch
01:00 PM		Networking Recreation
06:30 PM	<i>Umikaze</i>	Brands only Meet Ups
07:30 PM	<i>Poolside Garden</i>	Cocktail Hour
08:00 PM	<i>Poolside Garden</i>	Networking Dinner & Party

Wednesday, 25th May

Time	Place	Contents
08:00 AM	<i>Precious Hall</i>	Networking Breakfast (Doors open at 07:30 AM)
08:15 AM	<i>Precious Hall</i>	Breakfast Presentation
09:00 AM	<i>Precious Hall</i>	Keynote Fireside chat
09:50 AM	<i>Precious Hall</i>	Short Break
10:00 AM	<i>Precious Hall</i>	10 mins Presentation
10:30 AM	<i>Precious Hall</i>	Short Break
10:50 AM		Master Track part 1 <i>Royal Hall Track A</i> <i>Treasure Data, Inc.</i> <i>Royal Hall Track B</i> <i>Twitter Japan K.K.</i> <i>Royal Hall Track C</i> <i>Brightcove K.K.</i>
11:20 AM		Short Break
11:30 AM		Master Track part 2 <i>Royal Hall Track A</i> <i>Treasure Data, Inc.</i> <i>Royal Hall Track B</i> <i>Twitter Japan K.K.</i> <i>Royal Hall Track C</i> <i>Brightcove K.K.</i>
12:00 PM	<i>Precious Hall</i>	Networking Lunch
12:10 PM	<i>Precious Hall</i>	Lunch Presentation
01:00 PM	<i>Precious Hall</i>	Round Table Discussion
02:00 PM	<i>Precious Hall</i>	Short Break
02:10 PM	<i>Precious Hall</i>	INSIGHT Presentation
02:40 PM	<i>Precious Hall</i>	Meishi Networking Break
03:00 PM		Master Track part 3 <i>Royal Hall Track D</i> <i>SmartNews, Inc.</i> <i>Royal Hall Track E</i> <i>Wondershake, Inc.</i> <i>Royal Hall Track F</i> <i>Nielsen Co., Ltd.</i>
03:30 PM		Short Break
03:40 PM		Master Track part 4 <i>Royal Hall Track D</i> <i>SmartNews, Inc.</i> <i>Royal Hall Track E</i> <i>Wondershake, Inc.</i> <i>Royal Hall Track F</i> <i>Nielsen Co., Ltd.</i>
04:10 PM	<i>Precious Hall</i>	Meishi Networking Break
04:30 PM	<i>Precious Hall</i>	INSIGHT Presentation
05:00 PM	<i>Precious Hall</i>	Short Break
05:10 PM	<i>Precious Hall</i>	INSIGHT Presentation
05:40 PM	<i>Precious Hall</i>	Meishi Networking Break
06:00 PM	<i>Precious Hall</i>	Brand Summit 2016 Wrap Up Discussion
06:40 PM	<i>Zanpa Beach</i>	Cocktail Hour
07:30 PM	<i>Zanpa Beach</i>	Networking Dinner & Party

4. Keynote & Session 振り返りレポート①

2年ぶりに沖縄残波岬ロイヤルでの開催となったBrand Summit2016。2011年の初回から全てに参加している人がいる一方、初参加となる企業や、過去参加企業であってもメンバーが入れ替わるなど、大変フレッシュな顔ぶれで行われた。

”デジタルがマーケティングの中心”を改めて印象づけたKeynote Session

海外ゲストによるKeynoteでは、FOSSILグループのPreston Moxcey氏がウェアラブル端末メーカーのMisfitを昨年買収したことを基に、ウェアラブルとファッションを掛け合わせたマーケティングの考え方について語った。また実際にこれから日本で発売するウェアラブル端末を参加者に配り、期間中に利用を促すことで、語った内容をそれぞれ追体験してもらおうという実感を伴う内容であった。ニューヨークのデジタルエージェンシー R/GAのJay Zasa氏は、同社がなぜ新しい取り組みができるのかについて、これまでのエージェンシーのモデルと比較しながら解説した。同社のビジネス「Communications（従来のエージェンシーの役割）」、「Products/Services（新商品・新サービスの開発）」そして「Business Transformation（コンサルティングによる事業の変革）」の3つであり、クライアントのビジネスのより深い部分に関わるようになってきていると語った。こうしたモデルを成功させるには、右脳と左脳のように、ストーリーをつくり、物事をシンプルにまとめる力と、システムを理解しあらゆる可能性を試そうとする力の両方が求められる。ただ、この2つは相反する力であるため、個人に2つの能力を求めるのではなく、チームとしてそれぞれの能力のある人物を配ってバランスを取ることが大切であるとした。また、同社では、トップダウンによる「Big Idea」とボトムアップによる「Digital Tactic」の両方を取り入れた「whole idea」を重視してクライアントの課題に向き合っていると述べた。

最近、コンサルティング会社がエージェンシーを買収するなど、広告・マーケティング領域での存在感が高まっている。エージェンシーは、Jay氏が語ったようにクリエイティブとデジタルを武器にして、クライアントの事業変革にまで踏み込まなければ、これからの競争を勝ち抜けないと実感させられた。またブランド側にとっても、ブランド価値を高めるため、どのような企業にパートナーとなってもらおうか、何をどこまで行ってもらおうのかを判断するのに役立つKeynoteだった。

動画コンテンツ活用は次のステージへ

各社のセッションにおいては、「動画コンテンツ」に関する内容が非常に目立った。2015年に一気に企業の活用が進み、様々な事例ができたことから、それらを基に蓄積した知見を事業者各社が披露。「生活者が接する場面によって有効な動画は何か」「役割ごとのクリエイティブの違い」「オーディエンスターゲットからプレミアムなメディアの枠の重要性が高まっている」「完全視聴率を高める仕組み」「視聴後の反応・効果が高まる要素を見極めて制作を仕組み化することによる低コスト・大量制作」「使用する音楽など必要な法的処理を一括で行う」なが語られ、動画活用がブランド企業により浸透し、そこから見えてきた課題を解決してさらに発展させていくステージに入っていることが強く印象付けられた。

また、同様に多かった取得したビッグデータの分析など各種ソリューションについてのセッションについては、「分析したデータをどのように成果につなげるのか」という最終目的を明確に意識することの重要性がプレゼンや紹介事例から強く感じられた。



Keynoteを行ったR/GAのJay Zasa氏（左）は、同社が掲げる新しいエージェンシーのあり方についてプレゼン。もう一つのKeynoteはFOSSIL GORUPのPreston Moxcey氏（右）が行った。



6つあったINSIGHT Presentationのうち、3つが「動画」に関する内容。そのほかにも動画に関するセッションが多数あった。（左から、Viibar 深田氏、OPEN8 高松氏、CMerTV 五十嵐氏。

4. Keynote & Session 振り返りレポート②

全体戦略におけるデジタル施策の役割を明確に

Fireside ChatやWrap up Discussionでは、主にブランドサイドから今後に向けてコンテンツをより充実させるためのヒントとなる指摘があった。特に、経営の全体戦略の中で、デジタル施策がどの役割を担うのかという「ブランド企業による経営層視点のセッション」への要望が多く聞かれた。現在は各セッションを聞くことでデジタル施策の最適化や、最新の事例やソリューションの仕組みがよく分かる。しかし、例えば小売・流通を介して商品を販売するメーカーにとっては、下がってきたとはいえ効率的にリーチできるテレビCMは小売・流通のバイヤーとの交渉材料として不可欠。「店頭販売施策との連動においてもテレビCMが果たす役割は大きいことを忘れないでほしい」という指摘があった。

同様に「自社サイトへのアクセスに関するヒートマップを見ることで検索経路でのテレビCMの効果が類推できるようになるなど、各種ソリューションにてCMと店頭販売との連動性について分かるようになってきた」といったソリューションの進化を評価。「だからこそブランドサミットは、全体戦略に関するセッションを設け、それぞれのデジタル施策が全体でどの役割を担うのかを明確化してほしい」という声があった。また、VR、IoT、AIといったこれから活用が期待される新しいテクノロジの可能性を考察するセッションへの希望もあった。

外部の力を借りながら変革を起こす

セッションで語られていたように、ブランド企業の中には、すでにトップダウンによってデジタル施策に一定の予算が振り分けられるなど、マネジメント層による具体的な支援が広がってきている。しかし、Wrap up Discussionでもあったように、経営戦略の中心にデジタルが位置づけられる動きをさらに加速するには、ブランド側の経営層の、デジタルに対する理解を一層高める必要がある。だからこそ、次々と新しい技術が登場してできることが増えていくこのスピードついていくためにも、社内の変革を促す推進剤として、外部の力をうまく活用したい。

他業界とのコラボレーションやパートナー企業が持つ豊富な知見や事例など、外部の力を借りることで、自社だけで取り組むよりも変化のスピードを圧倒的に速くすることができる。ブランドサミットを通じて見えた「いま必要なこと、これから取り組まなければならないこと」に突き進んで行くためには、ブランド、パートナーのトップマーケターとのネットワーキングによって構築した独自のネットワークをいかに活かせるかが、今後のカギを握ることになる。3日間にわたり、トップマーケターが集まって時間を共有するからこそ密度の高いネットワーキングができる、というブランドサミットの特長の重要性を再確認できた。

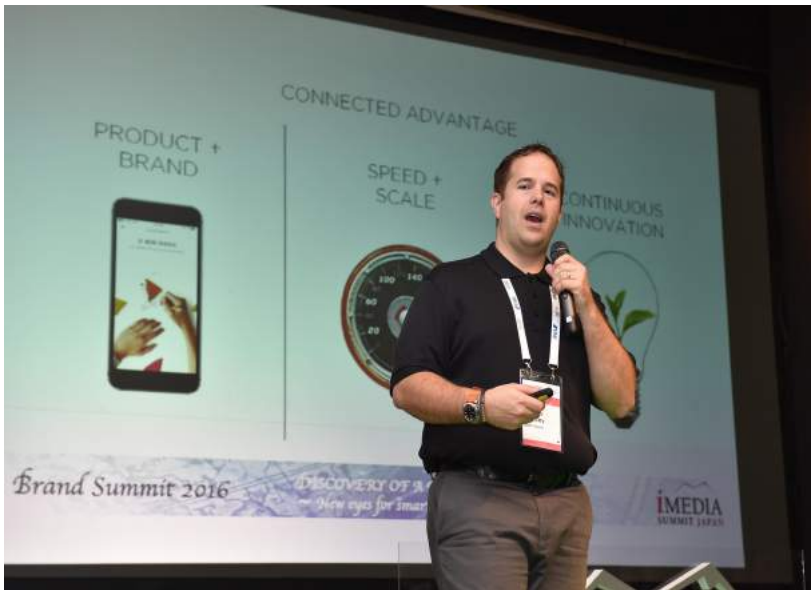


Fireside Chatでは、ブランド企業3社が登場。デジタルによってマーケティングがどのように変化しているか、今後注目している技術は何かなどについて語った。



Wrap Up Discussionには、R/GAのJay Zasa氏（左端）、ネットイヤーグループの石黒不二代氏（左から2番目）、日本マクドナルドの足立光氏（左から3番目）、ヤフーの友澤大輔氏（右端）が登場。

5. カンファレンスの様子



Keynoteを行ったFOSSIL GROUPのPreston Moxcey氏。ウェアラブル端末を配り、ファッション×ウェアラブルの世界を参加者に実体験してもらった。



ネットワーキングカクテルパーティー（上）とディナーパーティー（下）の様子。



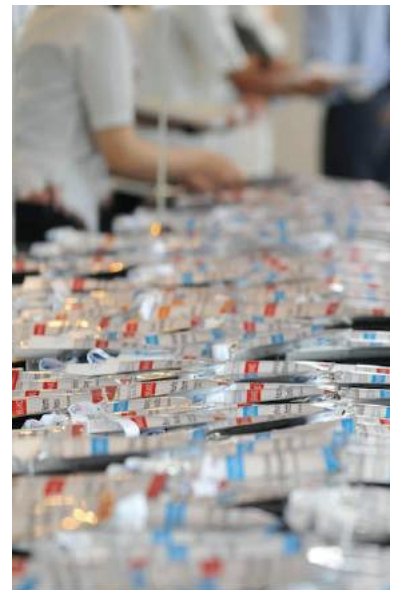
ラウンドテーブルディスカッションでは、商品・サービスをファンが自らSNSで発信したくなるアイデアについて考えた。



プレゼンテーションのステージでは、さまざまなテーマの30を超えるセッションが行われた。



Wrap Up Discussionでは、今回のブランドサミット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。



6. 参加ブランド企業の主な声

- ・他の企業のブランド担当者のセッションや、ネットワーキングでの会話を通じてブランディングについてどう考えて仕事に向かうべきなのかという、根本的な部分について改めて考えるきっかけとなるとともに、デジタル技術をどうブランディングに活かすのかに関する知識・情報を習得できた。（食品メーカー）
- ・ほかのブランド、パートナーとのネットワーキングでは、普段では出会えない人たちと出会う事ができ、今後につながる話をすることもできた。（外食）
- ・他のブランド企業の人たちと、普段聞くことができないデジタル部門の悩みなど、深い部分まで話して共有でき、非常に参考になった。（電気機器）
- ・クライアントとエージェンシーとの間で、考え方やニーズに関してギャップがどこにあるのかを実感できた。それらについて今後もっと話し合っていくことでともにメリットのある関係構築につなげたい。（医薬）
- ・自社および自身のマーケティング知識について何がどのくらい不足しているのか、現在地を知ることができた。同時に今後どうすればいいのかの方向性も見つけることができた。（電気機器）
- ・競合企業のマーケターとこれだけ長い時間話し合う機会はなかなかない。「業界のさらなる成長のためにマーケターはどうすればいいのか」について話せたことは、とても有意義だった。（外食）
- ・ブランド側が登壇するセッションがもっとあっても良かった。コンテンツ面で、パートナーセッションとのバランスをもっと取ってほしかった。（サービス）
- ・現状のキャッチアップだけでなく、これからのデジタルマーケティングに関する未来の内容も聞きたかった。（ファッション）
- ・R/GAのキーノートが、今後どのようなことをエージェンシーをはじめとしたパートナーと考え・共有すべきなのかがわかり、大変参考になった。一方で、Wrap Upで「日本には日本のやり方がある」とブランド側がしっかり意見を述べるなど、いろいろな視点からブランド価値向上について考えるきっかけとなり、よい自己研鑽の場となった。（飲料・食品）



7. 参加企業一覧 ①

ブランド広告主参加者 120 名

アドビ システムズ 株式会社
株式会社あきんどシロ
全日本空輸株式会社
ANAホールディングス株式会社
アサヒビール株式会社
アットホーム株式会社
バカルディ ジャパン株式会社
キャノンマーケティングジャパン株式会社
株式会社CHINTAI
シスコシステムズ合同会社
第一三共ヘルスケア株式会社
株式会社第一興商
ダイキン工業株式会社
大和ハウス工業株式会社
江崎グリコ株式会社
株式会社フォッシルジャパン
富士フイルム株式会社
富士通株式会社
ギャップジャパン株式会社
株式会社ゴルフダイジェスト・オンライン
ハーゲンダッツジャパン株式会社
ハウス食品株式会社
ハウス食品グループ本社株式会社
ハウスウェルネスフーズ株式会社
株式会社三越伊勢丹ホールディングス
日本航空株式会社
日本郵便株式会社
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
株式会社ケイ・オプティコム
株式会社デアゴスティーニ・ジャパン
カゴメ株式会社
花王株式会社
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
株式会社コメ兵
株式会社コーセー
レノボ・ジャパン株式会社
Lexus International (トヨタ自動車株式会社)
ライフネット生命保険株式会社
ライオン株式会社
株式会社マンダム
日本マクドナルド株式会社
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
NECマネジメントパートナー株式会社
株式会社ニューバランスジャパン
株式会社ネクスト
西日本電信電話株式会社
株式会社ニトリホールディングス
野村不動産株式会社
株式会社NTTドコモ
株式会社NTTぷらら
オイシックス株式会社
株式会社オリエンタルランド
パナソニック株式会社
株式会社パルコ
株式会社ピーチ・ジョン
リンナイ株式会社
佐賀県庁
セールス・オンデマンド株式会社
株式会社サンリオ
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
サッポロビール株式会社
合同会社 西友
資生堂ジャパン株式会社
ソニーマーケティング株式会社
ソニーモバイルコミュニケーションズ株式会社
株式会社スタッフサービス・ホールディングス
サントリーホールディングス株式会社
サントリー酒類株式会社
サントリーウエルネス株式会社
テーブルマーク株式会社
テンピュール・シーリー ジャパン有限会社
株式会社ユーキャン
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
株式会社ユー・エス・ジェイ
株式会社WOWOW
ヤフー株式会社
株式会社ヤマハミュージックジャパン
ヤマサ醤油株式会社

7. 参加企業一覧 ②

パートナー企業 220 名

90 Seconds Japan 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
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
アカマイ・テクノロジーズ合同会社
株式会社オールアバウト
アライドアーキテクト株式会社
アマゾン ジャパン株式会社
アングス株式会社
App Annie Japan株式会社
株式会社App-CM
株式会社朝日広告社
株式会社アサツー ディ・ケイ
アトラ合同会社
ビービーメディア株式会社
株式会社ビービット
ブライトコープ株式会社
ビジネスサーチテクノロジー株式会社
株式会社CMerTV
株式会社カリーグズ
コムスコア・ジャパン株式会社
株式会社クリエイターズマッチ
Crevo株式会社
株式会社サイバーエージェント
株式会社サイバー・バズ
デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社
Datorama Japan株式会社
株式会社デルフィス・インタラクティブ
株式会社ディー・エヌ・エー
株式会社電通
株式会社デジタルアイデンティティ
株式会社Donuts
エプシロン インターナショナル
株式会社エウレカ
イベントレジスト株式会社
株式会社エブリー
エキサイト株式会社
ファイブ株式会社
株式会社フリークアウト
FULLER株式会社
株式会社ガイアックス
株式会社GeeeN
株式会社ジーニー
グーグル株式会社
株式会社Gunosy
ハカル株式会社 (Tweak Marketing)
株式会社 博報堂DYデジタル
株式会社博報堂
株式会社ホールハート
株式会社ヒトクセ
株式会社アイモバイル
株式会社 IKEMU JAPAN
株式会社アイ・エム・ジェイ
INCLUSIVE株式会社
株式会社インフォバーン
株式会社インテージ
Integral Ad Science Japan 株式会社
株式会社intelish
株式会社インタースペース
株式会社アイレップ
Kaizen Platform, Inc.
株式会社KPIソリューションズ
株式会社クラシコム
ランサーズ株式会社
株式会社Legoliss
ログリー株式会社
MediaMath株式会社
Meltwater Japan株式会社
株式会社マイクロアド
三菱商事株式会社
モートインク
モメンタム株式会社
ネットイヤグループ株式会社
株式会社ネクステッジ電通
ニールセン株式会社
株式会社オムニバス
株式会社オープンエイト
株式会社オプト
アウトブレインジャパン株式会社
株式会社パルウェーブ
株式会社プリンシプル
株式会社リクルートホールディングス
Retty株式会社
株式会社ロボット
株式会社エスワンオーインタラクティブ
SCSKサービスウェア株式会社
スマートニュース株式会社
株式会社SnSnap
スパークジャパン株式会社
スプリングラー・ジャパン株式会社
株式会社Sprocket
Supership株式会社

7. 参加企業一覧 ③

パートナー企業 220 名

株式会社TABI LABO
Teads Japan株式会社
THECOO株式会社
株式会社東洋経済新報社
トレジャーデータ株式会社
株式会社チューブモーグル
株式会社テレビ朝日

Twitter Japan株式会社
株式会社UNCOVER TRUTH
株式会社Viibar
株式会社Wondershake
エックスアド・ジャパン合同会社
ヤフー株式会社
株式会社ゆめみ
株式会社ゼロスタート

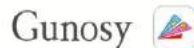


■ ブランド広告主	120 名
■ パートナー企業	220 名
合計	340 名

8. スポンサー企業

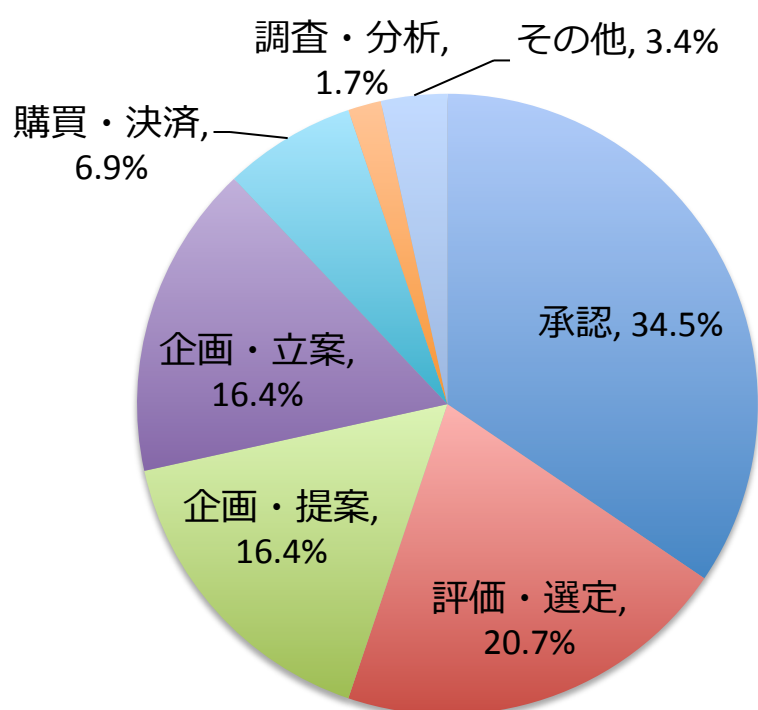


datorama

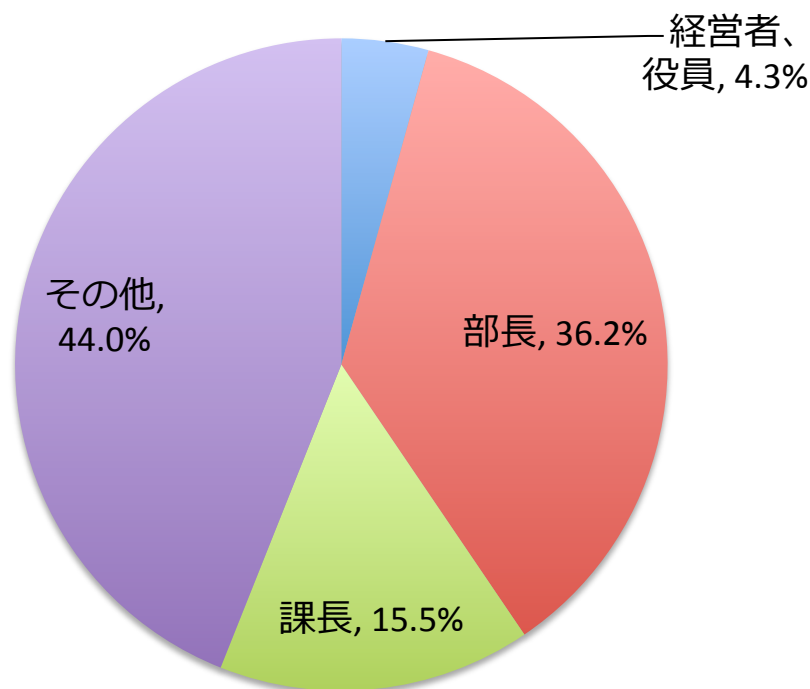


9. ブランド参加企業の詳細情報 ①

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

業種別参加事業主実数

業種	人数
飲料・食品	26
化粧品・衛生用品	10
電気機器	9
流通・小売	9
サービス	7
ファッション・繊維	5
建設・不動産・住宅	5
雑貨・玩具・生活用品	5
情報通信	5
WEB・モバイルメディア	4
マスコミ・メディア	4
自動車・運輸機器	4
化学・鉄鋼・その他素材	3
医薬	3
学校・教育	2
公共機関・各種団体	2
金融・保険	1
その他/Others	12

10. お問い合わせ先



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