Marketing AGENDA

2018 After Show Report

MAY 9th-12th, 2018 OKINAWA

Marketing AGENDA

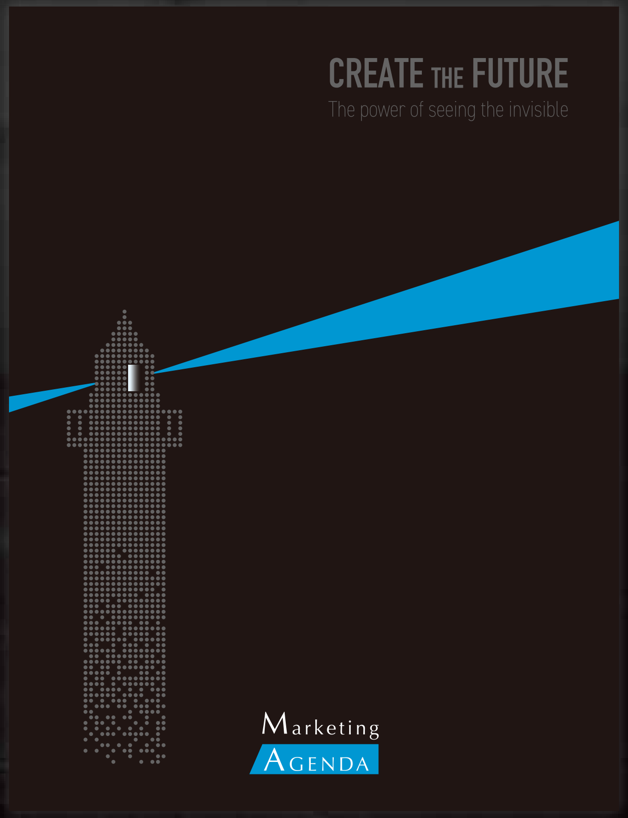


TABLE OF CONTENTS

Event Summary P.2
Sponsors P.3
Attendees List P.4-5
Data Analysis Attendee's voice P.6-7
Session P.8-9
Other Highlights P.10-11

Summary Report

第 2 回開催となるマーケティングアジェンダ 2018 は、国内トップ企業マーケータ、パートナーあわせて約 380 名が参加。「Create The Future ~ The Power of seeing the invisible ~ 」未来創造：見えないものを見る力 というテーマのもと、全 121 社 178 名を超えるブランド企業と 99 社 199 名のパートナー企業が参加し、3 日間で 30 以上のセッションが展開された。セッションは、基調講演となるキーノート、パートナー企業からのプレゼンテーション、課題に対して全参加者が様々な立場・角度から議論を深めるラウンドテーブルディスカッションまで、業種を超えて「カンファレンス」と「ネットワーキング」を両立させた。

EVENT SUMMARY

開催概要

名　称　：　マーケティングアジェンダ 2018
日　時　：　2018 年 5 月 9-12 日　3 泊 4 日
会　場　：　沖縄残波岬ロイヤルホテル
参加者　：　ブランド枠 178 名、パートナー枠 199 名
主　催　：　マーケティングアジェンダ実行委員会

SPONSORS

Baidu 百度 JAPAN, Twitter

b→dash, intage, KAIZEN PLATFORM, KPI Solutions, Omnibus

Viibar, CyberBull, datorama, MIERUCA, PR TIMES

Agile Media Network, beBit, BICP, CHOCOLATE, GANMA!

Find Model, indeed, 日本郵便, nielsen, KARTE

prismatix, THECOO, yappli, ALPHA ARCHITECT, ASAKO

Movable Ink, s1o, Sprocket, ROBOT, Daiwa House Group

SUPPORTER

協力

ac-Fit, 琉球銀行, FUJIFILM Value from Innovation, GDO, 残波

123RF, JAPAN AIRLINES, KIRIN, logicool, むら咲むら

new balance, OKINAWA Japan Where inspiration meets, SUNTORY, UCC Good Coffee Smile

ATTENDEES LIST
参加者リスト

Brand Attendees
ブランド枠 参加者 121 社 178 名

イオンドットコム株式会社
akippa 株式会社
全日本空輸株式会社
株式会社 AmidA
アットホーム株式会社
アウディジャパン株式会社
アクサダイレクト生命保険株式会社
株式会社琉球銀行
株式会社ビームス
株式会社ベアーズ
株式会社ビズリーチ
株式会社カインズ
株式会社 CHINTAI
クックビズ株式会社
株式会社クレディセゾン
クロックス・ジャパン合同会社
株式会社第一興商
ダイキン工業株式会社
株式会社大丸松坂屋百貨店
大和ハウス工業株式会社
大和リゾート株式会社
株式会社 DMM.com Labo
株式会社ドゥクラッセ
株式会社ドミノ・ピザ ジャパン
株式会社ドン・キホーテ
エバラ食品工業株式会社
株式会社フェリシモ
株式会社 Francfranc
freee 株式会社
富士フイルム株式会社
富士通株式会社
株式会社ゴルフダイジェスト・オンライン
エイチ・アンド・エムヘネス・アンド・マウリッツ・ジャパン株式会社
株式会社はなまる
ハウス食品グループ本社株式会社
Indeed Japan 株式会社
株式会社三越伊勢丹
株式会社伊藤園
日本航空株式会社
日本郵便株式会社
株式会社ジュピターテレコム
KDDI 株式会社
日本ケンタッキー・フライド・チキン株式会社
近畿日本鉄道株式会社
キリン株式会社
小林製薬株式会社
株式会社コメ兵
株式会社コーセー
株式会社久原本家
株式会社協和
ローソンバンク設立準備株式会社
株式会社ローソン
ル・クルーゼ ジャポン株式会社
株式会社リーディングマーク
株式会社リブ
株式会社 LIFULL
ライオン株式会社
株式会社丸井
日本マクドナルド株式会社
株式会社メディプラス
株式会社メルペイ
株式会社メタボリック
株式会社ミス・パリ
森永乳業株式会社
株式会社モスフードサービス
株式会社ネイチャーズウェイ
ネスレ日本株式会社
株式会社ヌーヴ・エイ
株式会社ニューバランスジャパン
日本ハム株式会社
日本ロレアル株式会社
日産自動車株式会社
株式会社ニトリホールディングス
株式会社 NTT ドコモ
株式会社 NTT ぷらら
オイシックスドット大地株式会社
オムロンヘルスケア株式会社
株式会社オリエンタルランド
大阪市立科学館
株式会社 pacrel
パナソニック株式会社
株式会社ピーチ・ジョン
日本ピザハット株式会社
プロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン株式会社
株式会社プロティア・ジャパン
株式会社プロトコーポレーション
株式会社リクルートコミュニケーションズ
株式会社リクルートライフスタイル
株式会社リコー
株式会社りらく
RIZAP 株式会社
株式会社リウボウインダストリー
株式会社サダマツ
株式会社 再春館製薬所
株式会社サマンサタバサジャパンリミテッド
株式会社サンリオ
サツドラホールディングス株式会社
資生堂ジャパン株式会社
株式会社すかいらーくレストランツ
ソフトバンク株式会社
損害保険ジャパン日本興亜株式会社
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
エステー株式会社
三井住友カード株式会社
サントリーコミュニケーションズ株式会社
武田薬品工業株式会社
天王寺 SC 開発株式会社
株式会社ロフト
株式会社東急ハンズ
株式会社ユーキャン
UCC 上島珈琲株式会社
株式会社ユー・エス・ジェイ
株式会社ワコール
ワタベウェディング株式会社
株式会社ヴェレダ・ジャパン
WILLER 株式会社
株式会社 WOWOW
ヤフー株式会社
弥生株式会社
株式会社吉野家

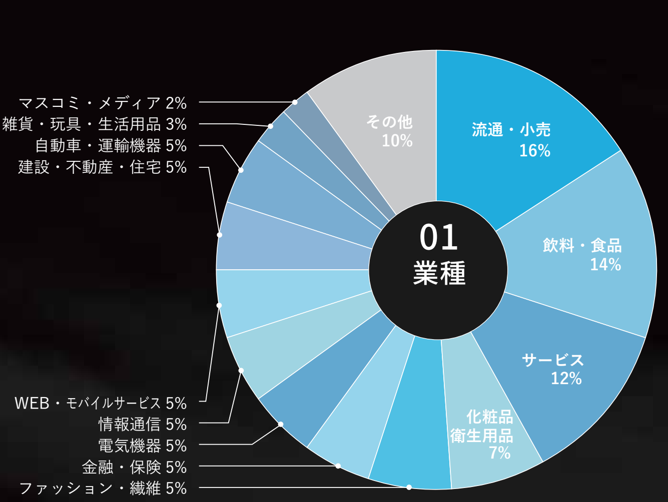
ATTENDEES LIST
参加者リスト

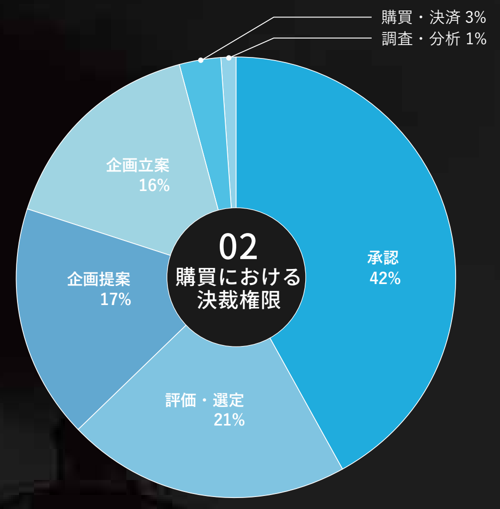
Partner Attendees
パートナー枠 参加者 99 社 199 名

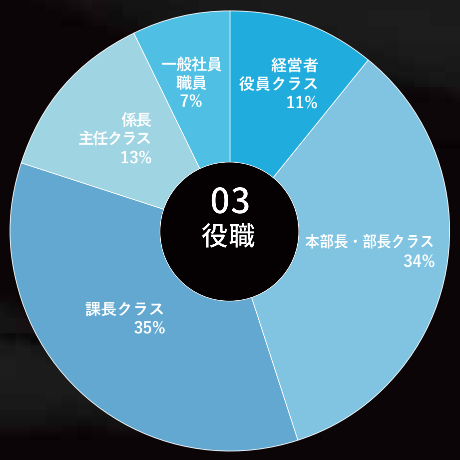
90Seconds Japan 株式会社
株式会社 AbemaTV
アジャイルメディア・ネットワーク株式会社
株式会社エイド・ディーシーシー
アルファアーキテクト株式会社
アモビージャパン合同会社
株式会社朝日広告社
バイドゥ株式会社
株式会社ビービット
株式会社ベストインクラスプロデューサーズ
BOLSTER 株式会社
ブライトコーブ株式会社
ビジネスサーチテクノロジ株式会社
株式会社チョコレイト
シナラシステムズジャパン株式会社
クラスメソッド株式会社
株式会社 CMerTV
コミックスマート株式会社
株式会社 Core
株式会社クー・マーケティング・カンパニー
株式会社サイバー・バズ
株式会社サイバーエージェント
株式会社 CyberBull
デートラマジャパン株式会社
株式会社電通デジタル
株式会社電通
株式会社デジタルガレージ
株式会社デジタルシフトウェーブ
株式会社ディレクタス
株式会社エブリー
エキサイト株式会社
株式会社エフ・コード
株式会社 Faber Company
株式会社 Find Model
フライシュマンヒラード株式会社
株式会社フリークアウト・ホールディングス
株式会社フロムスクラッチ
一般社団法人渋谷未来デザイン
株式会社 GeeeN (ゲン)
事業構想大学院大学
株式会社 Gunosy
株式会社博報堂
株式会社ホールハート
株式会社アイ・エム・ジェイ
株式会社インフォバーン
株式会社インテージホールディングス
株式会社インテージ
インタセクト・コミュニケーションズ株式会社
株式会社 IRIS
株式会社 Kaizen Platform
株式会社キッズスター
株式会社 KOQONTOZAI
株式会社 KPI ソリューションズ
京セラコミュニケーションシステム株式会社
株式会社ライトパブリシティ
株式会社 Macbee Planet
Meltwater Japan 株式会社
Movable Ink
株式会社ニューズピックス
ニールセン デジタル株式会社
OFFICE MASA
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 Phybbit
株式会社プレイド
プレイライフ株式会社
株式会社 PR TIMES
プリズマティクス株式会社
クオン株式会社
株式会社ロボット
株式会社 ROBOT PAYMENT
株式会社エスワンオーインタラクティブ
株式会社 SAKUSEN TOKYO
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
株式会社伸和エージェンシー
株式会社 SnSnap
サムライト株式会社
株式会社 Sprocket
スタディプラス株式会社
Supership 株式会社
株式会社スイッチ・メディア・ラボ
株式会社 TABI LABO
THECOO 株式会社
トランスコスモス株式会社
トレジャーデータ株式会社
トレンダーズ株式会社
株式会社テレビ朝日
株式会社テレビ東京コミュニケーションズ
Twitter Japan 株式会社
株式会社 UNCOVER TRUTH
株式会社 Viibar
株式会社サイカ
株式会社ヤプリ
ワイズアンドパートナーズ・ジャパン株式会社
株式会社ゆめみ
ZETA 株式会社

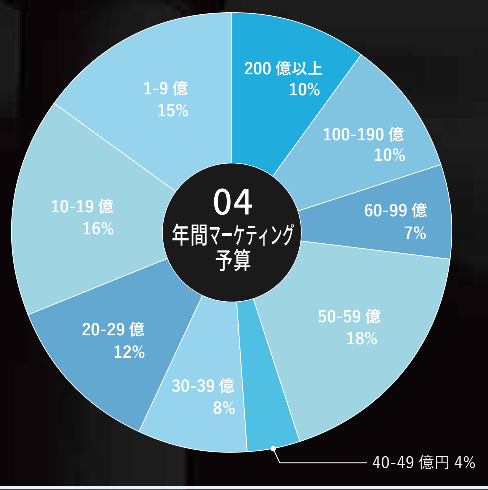
ATTENDEES ANALYSIS 参加者データ分析（事前アンケートより）

参加者属性



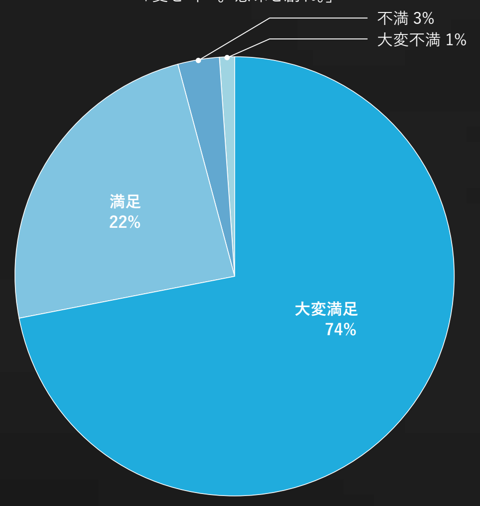




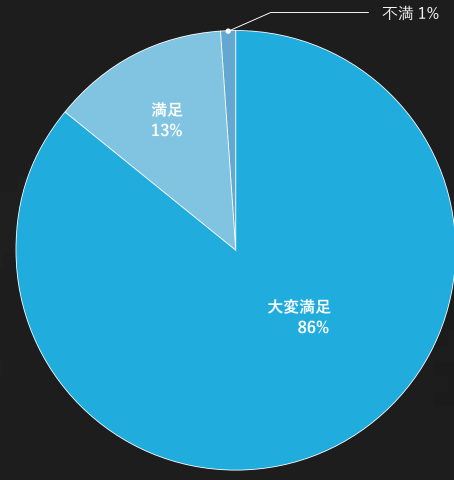


セッション満足度

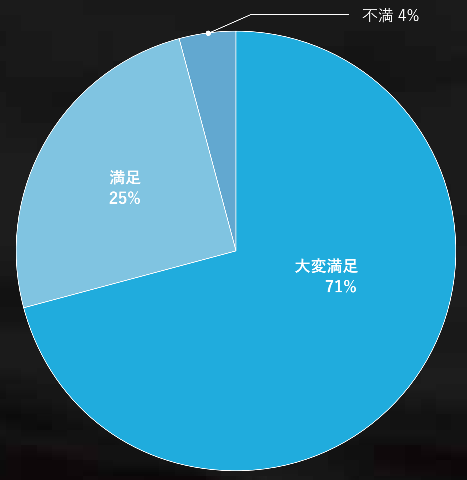
［キーノート Day1］
「愛を叫べ。意味を創れ。」



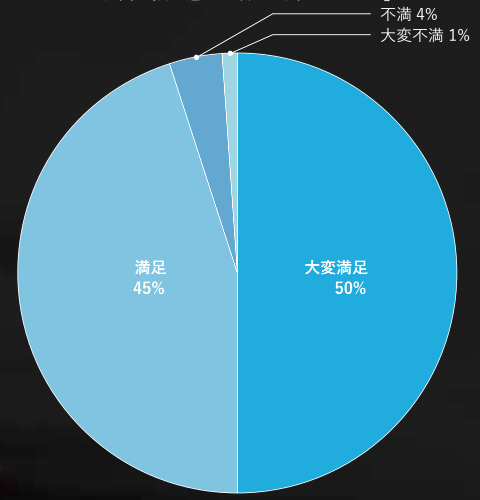
［キーノート Day2］
「オムニチャネルの真実と、巨大流通に勝つ戦略」



［キーノート Day3］
「What is innovation ？ Game changer team "Seem" .」



［ラップアップセッション］
「3 日間を振り返る～改めて気づいたこと」

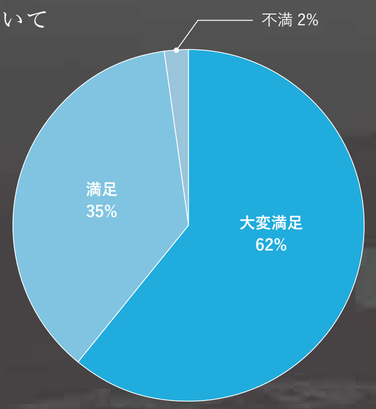


ATTENDEES VOICE

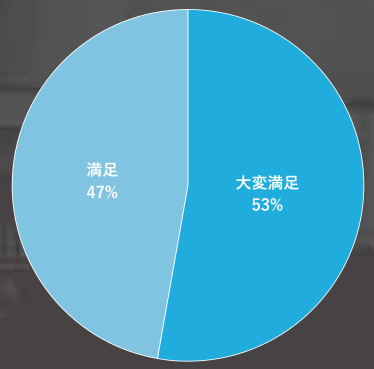
参加者の声

「大変満足」「満足」「不満」「大変不満」の 4 つから選択。

参加者について



仕事への役立ち度



BRAND

・新しい知識を得られたこと、リアルとデジタルの融合、動画など 多くの方との出会いにより、新しい取り組みの可能性が見えた。自分のアップデートが図れた
・ブランド企業同士での、共同トライアルができるのではないかと考えております。今後話しを進めていく予定です。データ整備関連については、実現していきたい案件があるのでパートナー様に順次ご相談して参ります。
・自分の現在地点が確認・把握できたことが何より収穫でした。他社の皆様がどのようなことを考え、どういったことを実践しているのかを知ることができ、自分達が現在抱えている問題を解決するヒントを得たり、自社の新たな課題発見と次に取り組むべきことがはっきりしました。
・キーノートやラップアップでは、今後のマーケティング活動のヒントを多く得られたことで、現在検討している広告・Ｗｅｂ施策の実現にすぐ当てはめられるためです。また、セッションやネットワーキングでは、協業が見込めるブランドは４社、新たなパートナーは８社、それぞれお会いする約束ができビジネスの広がりを期待しています。
・参加前に「アトリビューション分析」や「新しい顧客セグメントへのアポローチ方法」について課題感を持っていたのだが、同様な課題をもつブランドセッションをきっかけに、早速、それらを実現したパートナーとマーケティングアジェンダ終了後にやり取りをし、実装に向けて推進できているのでとても良かったと考えています。

PARTNER

・初参加でしたが、ブランドとパートナーが１：１に近かったため、バランスよくネットワーキングできました。また、トップマーケターとも直接コミュニケーションでき、普段なかなか聞けない話も聞くことができ大変満足しています。
・印象に残るプレゼンができたことで、社名を覚えてもらえ、ブランドさん側から声をかけてもらえ、仕事の具体的な相談をいただけている
・重鎮と呼ばれるようなトップマーケターの方とも気軽に話をしていただけたことや、他業界の方との会話で課題をお聞きしたりする中で自分にはない視点や気づきを得られたこと。
・既に内示案件を複数いただいていること。また、ブランド広告主が普段考えていらっしゃることが見えてきたこと。

KEYNOTE 1　愛を叫べ。意味を創れ。　Day1

Moderator

株式会社ドミノ・ピザ ジャパン
執行役員 チーフマーケティングオフィサー
富永 朋信

Tomonobu Tominaga
Exective Vice President, Chief Marketing Officer
Domono' s Pizza Japan Inc

Panelist

エステー株式会社
執行役 エグゼクティブ クリエイティブ ディレクター
鹿毛 康司

Koji Kage
Executive Creative Director
ST Corporation

元資生堂ジャパン CMO、
現クー・マーケティング・カンパニー代表
音部 大輔

Daisuke Otobe
President
Coup Marketing Company

OFFICE MASA
代表取締役
伊東 正明

Masaaki Ito
President
OFFICE MASA

Summary

・マーケティングは何の為？売上？そりゃそうだ。
・ブランド広告？エンゲージメント？くそくらえ！
・買われる理由？んなものあるのかよ？
・競合に負ける？競合って誰のことだよ？
・ビジネスの異種格闘技？
・マーケは恋愛の相似形？はぁ？ブランドに愛が芽生えるとでも？
・大体ブランドって何だよ？意味？理由？約束？物語？言葉のネットワーク？はぁ？

…これらの妄想が、最後には見事にセン（線？鮮？銭？専？戦？宣？）でつながる一時間。できるかな。。

KEYNOTE 2　オムニチャネルの真実と、巨大流通に勝つ戦略　Day2

Moderator

日本マクドナルド株式会社
上席執行役員 マーケティング本部長
足立 光

Hikaru Adachi
Senior Vice President, Chief Marketing Officer
McDonald's Company (Japan), Ltd.

Panelist

株式会社デジタルシフトウェーブ
代表取締役社長
鈴木 康弘

Yasuhiro Suzuki
President＆CEO
DigitalShiftWave Inc.

Summary

2015 年、リアル店舗とネット通販の融合を目指して、オムニチャネル戦略を打ち立てたセブン＆アイ・ホールディングス。しかし道半ばにして、計画は頓挫したかに見える。
日本を代表する巨大流通は、オムニチャネル戦略で何を目指したのか。そして、それは失敗だったのか、はたまた次に繋がるチャレンジだったのか。さらに Amazon はじめ巨大化する小売･流通に、メーカーはどう立ち向かっていけるのか。
当時、オムニチャネル推進のキーマンであった鈴木氏に登壇いただき、日本マクドナルド CMO の足立光氏が鋭く切り込みます。

KEYNOTE 3　What is innnovation? Game changer team “Seem”　Day3

Moderator

フライシュマン・ヒラード株式会社
SVP&Partner
馬渕 邦美

Kuniyoshi Mabuchi
SVP&Partner
Fleishman Hillard Inc.

Panelist

株式会社リクルートコミュニケーションズ
マーケティング局コミュニケーションデザイン部
部次長
萩原 幸也

Yukiya Hagihara
Marketing Division Communication Design
Department / Deputy Senior Manager
Recruit Communications CO.,Ltd.

株式会社リクルートライフスタイル
ビジネス開発グループ / 新規事業開発担当
入澤 諒

Ryo Irisawa
Business Deveipment Unit
Recruit Lifestyle CO.,Ltd.

Summary

世界最大級のクリエイティブの祭典「カンヌライオンズ」で、日本からは８回目となるグランプリを獲得した、リクルートが提供する精子のセルフチェックサービス「Seem（シーム）」。
日本では晩婚化が進み、不妊に悩むカップルが増えている。しかし、その原因の約半数は男性にあるとされながら、心理的ハードルなどから検査を受けたことのない男性が多い。
現代は､コトラーの提唱した「マーケティング 3.0」のように、企業活動を通じて、社会にどう貢献し、世界をより良いものにしていくかが問われている。
そこで本セッションでは、リクルートのチームが、グローバルで支持されるコンセプトをどのように発見し、ブランディングしたのか。そして今後、普及に向けてどのような取り組みをしていくのか。世界のクリエイティブの潮流に詳しい、フライシュマン・ヒラードの馬渕邦美氏が鋭く、切り込みます。

WRAP UP DISCUSSION　3 日間を振り返る～改めて気がついたこと　Day3

Moderator

株式会社ニトリホールディングス
執行役員
田岡 敬

Kei Taoka
Executive Officer
Nitori Holdings Co.,Ltd.

Summary

この 3 日間で何が語られ、何が起こったのか。登壇者の感想をもとに振り返っていきます。今回は ①3 日間を振り返って ②勝ち続けるマーケティングとは ③3 日間を今後にどう活かすか、についてディスカッションします。

Panelist

日本マクドナルド株式会社
上席執行役員 マーケティング本部長
足立 光

Hikaru Adachi
Senior Vice President, Chief Marketing Officer
McDonald's Company (Japan), Ltd.

株式会社吉野家
CMO
田中 安人

Yasuhito Tanaka
CMO
Yoshinoya,CO.LTD.

株式会社ドミノ・ピザ ジャパン
執行役員 チーフマーケティングオフィサー
富永 朋信

Tomonobu Tominaga
Exective Vice President, Chief Marketing Officer
Domono' s Pizza Japan Inc

OTHER EVENT HIGHLIGHTS

セッションその他のイベントハイライト

ブランド参加者のみを対象にしたレセプションが行われ、ブランド参加者同士の横の繋がりを広げる時間が設けられている。

カンファレンス期間中、トランプによる席替えが行われ、より多くの参加者とネットワーキングができる環境がつくられている。

プレゼンターは、ブランド企業のマーケティング戦略の新たなツールとなるサービスや機能紹介を 10～30 分という時間で熱くプレゼンする。

プレゼンテーションではクライアントが登壇し、具体的な事例について語るシーンも多くあった。

ラウンドテーブルディスカッションでは渋谷区未来デザイン長田氏が登壇し、渋谷区のプロモーションについてそれぞれの見解がディスカッションされた。

OTHER EVENT HIGHLIGHTS

セッションその他のイベントハイライト

2 日目の午後は 10 グループに分かれ、読谷村の観光資産を活用したレクリエーションも開催。漁船を使ったクルージング、岬を回るランニング、戦争講話、ゴルフ、

地元の銘酒比嘉酒造の利き酒大会、沖縄料理体験、琉球空手、ボディメイク、珊瑚の苗づくり体験、ビーチアクティビティなどを実施した。

ラップアップディスカッションではニトリの田岡氏がモデレートし、3 日間の振り返りが行われた。「この 3 日間をどう活かすか」などについて議論された。

初日の夜は残波ビーチ、2 日目はプールサイド、3 日目は世界遺産である座喜味城跡でネットワーキング＆ディナーパーティーを開催。

花火やイルミネーション、サッカー選手やミュージシャンなどサプライズゲストの演出もあり、盛り上がりを見せた。