



i media

BRAND SUMMIT
SPRING

POST EVENT REPORT
2024

 2024年 3月13日(水) – 15日(金)

 ANAインターコンチネンタル万座ビーチリゾート

作成日 2024年4月1日

COMEXPOSIUM
JAPAN



開催概要

名称：Brand Summit Spring 2024

日時：2024年3月13日（水）－ 15日（金）

会場：ANAインターコンチネンタル万座ビーチリゾート

主催：Comexposium Japan株式会社

About 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。

◆ オフサイトで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。

◆ エキスパート同士の「カンファレンス」と「ネットワーキング・商談」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。

Highlight from Brand Summit Spring 2024



“Focus on Market Creation and Growth”

2024年春のブランドサミットは、沖縄・万座ビーチで3年ぶりに開催し、約270名が参加しました。今回も本イベントへの初参加が半数となるなど、サミットの輪がさらに拡大していると感じました。

今年のイベントテーマは「Focus on Market Creation and Growth」。既存マーケットの多くが縮小している日本においては、シェアではなく、いかにマーケットを拡大・創造し、社会と共生していくかが大きな関心ごとです。今回のサミットにおいても、新たな顧客体験の創造、価値創造について、AIの活用など様々な事例やアプローチが語られました。また、DEIに関するセッションやワークショップも行われるなど、業界として取り組むべき社会課題についても参加者同士でディスカッションしました。

また、ネットワーキングも盛んで、サミットをきっかけとしたCase Studyも多数シェアされたことで、このイベントがビジネス創出の場であることが実感できるサミットとなりました。

DAY
1

Keynote

市場創造、顧客体験価値の最大化につなげるための人材育成

★ 小巻 亜矢／鹿毛 康司

最初のKeynoteには、サンリオエンターテインメントの代表取締役社長である小巻 亜矢氏が登壇し、かげこうじ事務所代表の鹿毛 康司氏がインタビューを行いました。セッションでは、主にサンリオピューロランドが顧客や従業員とどう向き合って新しい体験価値を生み出してきたのかについて語られました。コロナ期間中、閉園せざるを得なかった状況において、待っているファンに寄り添う動画を作成したことや、オンラインで毎日のように情報発信したことなどについて触れつつ、近年話題になってきている「推し活」が、新しい市場になっていると述べました。本当の意味での「顧客目線」とは何か、トップが自身のブランドに対してどれだけの愛情・情熱を注げるのかを実感できるインタビューセッションとなりました。



DAY
1

Keynote

徹底した顧客体験・体感の追求×デジタルによる新価値創造～サントリーウエルネスが挑むビジネスモデルの変革～

★ 山村 大

初日の最後に登壇したのが、サントリーウエルネス 常務執行役員の子山村 大氏。2021年の着任からこれまでの約3年で行ってきた、サプリーメーカーからDXを起点としたヘルスケア総合カンパニーへといかに変革してきたのかについて語りました。大手企業の多くがDXを成功させられない要因などを交えつつ、サントリーウエルネスにおいてはどのように実践してきたのかを詳しく話しました。メーカーとしての強みに加え、シニア層のインサイトを徹底的に把握したうえで、デジタルによっていかに顧客の不便を解消していくのか、短期と中長期の取り組みを同時に進めながらどう結果に結びつけるのかなど、企業経営における「ビジネス変革」の道順を示すセッションとなりました。参加者からも「メーカーのDX起点の課題含め、うなずくところが多く、それをいかに克服するかについてヒントをいただきました」といった声が聞かれました。



DAY
2

Keynote

日本マクドナルドが実践するDEIとは？ ～ブランド価値創造と伝達に向けて

★ ズナイデン 房子／佐伯 杏菜／屋宜 さと子／吉富 知里

2日目のKeynoteは、日本マクドナルド 取締役 上席執行役員 CMO ズナイデン 房子氏をはじめ4名が登壇。同社が支援している病気の子どもやその家族が過ごす施設「ドナルド・マクドナルド・ハウス」の活動に対して、支援を呼びかける「青いマックの日」を題材に、DEIについて学ぶセッションとなりました。取り組みに対してマーケティング部門のみならずフランチャイズオーナーなど現場も交えた視点から語られ、さらに各部門がどう連携してきたのかについて言及することで、組織としてのDEIの在り方が分かるセッションとなりました。参加者からは「企画を実施するうえでの組織・チームの在り方がよくわかるとともに、現場まで同じ方向を向いて取り組める強さを感じた」といった声もありました。



DAY
3

Special Session

新たな体験価値の創造に必要なことは？

★ 田中 安人／大村 寛子／中馬 和彦

3日目に行われたSpecial Sessionには吉野家、ヤマハ、KDDIが登壇し、異なる業種において「新しい体験価値の創造」にどう向き合っているのか、事例とともに、組織についても語ってもらいました。ヤマハの大村氏からはAI技術の活用・応用で楽器を演奏する楽しさをより多くの人と分かち合い、どれだけ人の心を動かせるのか、KDDI 中馬氏からはメタバース、WEB3領域での体験創出と、それらを生み出す会社の支援について、吉野家の田中氏からは、店舗を起点とした来店客が喜ぶ、話題になる取り組みについて言及しました。新しい取り組みに対するそれぞれのスタンスや、企業で実施するうえでの属人性と組織のバランスなど、多くの気づきが得られるセッションとなりました。



DAY 1 Highlight

今回のブランドサミットには約270名が沖縄に集いました。Opening Keynoteには、サンリオエンターテインメントの小巻亜矢氏が登壇し、鹿毛康司氏がインタビューを行いました。サンリオピューロランドの徹底的に顧客に寄り添う姿勢、コロナ禍におけるファンに向けた取り組みなどについて伝えるとともに「推し活」という新たなムーブメントが日本だけでなく世界で広がっており、新たな市場として注目していることについて語りました。

その後は、今回のプレミアムスポンサーをつとめたノバセルより田部正樹氏が登壇。ゲストとして、鹿毛氏がKeynoteに続いて登壇し、本サミットがきっかけとなってスタートしたという「バーガーキング」のCMを例に、消費者の心を突き動かすクリエイティブのポイントを話しつつ、それを可視化することが重要と語りました。そのほか、コミュニティによるインターナルマーケティング、テクノロジーに負けないマーケター、クリエイターになるための思考法、ファン育成などについてのプレゼンも行われました。初日の最後に行われたKeynoteには、サントリーウエルネスの山村大氏が登壇し、この3年で取り組んできた同社の顧客起点のDX、企業変革について知見を共有しました。ディナーパーティーでは、参加者同士、初日の振り返りをしつつ活発なネットワーキングを行っていました。

DAY 2 Highlight

2日目の最初は、Keynoteとして日本マクドナルドのズナイデン房子氏をはじめ4名が登壇。同社が行うチャリティーを呼びかけるイベント「青いマックの日」にチームとしてどう取り組んでいったのかについて語りました。DEIに対して組織として自然体実践していることが伝わるセッションとなりました。その後はサミットに参加しているBrand企業全員が、自身の担当領域について述べる時間を設けました。近年のサミットを象徴するかのよう、担当領域が多岐にわたっており、マーケターの役割が広がっていることを実感できました。ランチ後は、アウトプットの機会として、全米広告主協会のSEEHERと連携したRound Table Discussionが行われました。広告やメディアで女性を正しく描くことを調査してスコアリングする「GEMスコア」の理解を深めるべく、海外のCMと日本で初めてGEMを取り入れたエン・ジャパンのCMを見比べながら、各テーブルで意見を交わしました。参加者からは「ジェンダーバイアス、アンコンシャスバイアスについて学ぶきっかけになり、よいディスカッションとなった」といった声がありました。その後スポンサーによるプレゼンを経て、



音部 大輔氏による「いいブランドの見極め方」とチームビルディングにおける多様性を学べる「EMOTION CHALLENGE（エモチャレ）」を体感する自由参加のワークショップを実施。積極的に参加しコミュニケーションしようという姿勢がうかがえました。

2日目のディナーパーティーでは、沖縄地元のエイサーのパフォーマンスが行われ、参加者同士うちとけたこともあり初日以上の盛り上がりとなりました。

DAY 3 Highlight

3日目は、ヨガやフィットネスといったモーニングアクティビティを実施。最初のSpecial Sessionは「体験価値の創造」をテーマに吉野家の田中 安人氏、ヤマハの大村 寛子氏、KDDIの中馬 和彦氏が登壇。それぞれの視点からどのように新しい体験価値を生み出そうとしているのか、事例を交えて組織のあり方などについても言及しました。

その後ブランド企業5社(日本コカ・コーラ、SBCマーケティング、カインズ、マースジャパンリミテッド、タイミー)が自社の最近の取り組みについて語りました。5000万ダウンロードのアプリ活用、浸透していない市場における成長・市場拡大の取り組み、パーパスの浸透など、各社が行ってきた具体的な事例を聞けるとあって、プレゼン後には質問者の列が目立ちました。

その後、スポンサー企業6社のPrivate Seminarも展開。不正クリック対策、ソーシャルメディアキャンペーン、ワークショップ成功のノウハウなど、多様なテーマでプレゼンテーションが行われました。ラップアップセッションでは3日間の学びがどこにあったのか、登壇者がよく口にしていたワードなどを振り返りつつ「ここでの学びや気づきを元に、次また会いたいと思える人物になろう」と締めくくりました。

ランチ後はブランドとスポンサーによるOne to One Meetingが行われました。ブランド、スポンサーともに、限られた商談時間を有効に活用しよう、という熱気が感じられました。

市場創造、新価値創造をテーマに行われた今回のサミットには、様々な企業・立場の人が集いました。そうした人が集まるからこそ「多様性」「公平性」に関する学びが深くなり、ブランドとパートナー、お互いが理解を深めて新しいことに取り組もうという意欲が高まるイベントとなりました。



Attending Company – BRANDS / SPEAKER / ADVISORY BOARD

企業名（50音順）

アース製薬	タイミー
旭化成ホームプロダクツ	タカラトミー
アサヒグループ食品	ディー・エヌ・エー
アサヒビール	DeNA SOMPO Mobility
アットホーム	ディップ
アディダス ジャパン	ニコン
インテル	日鉄興和不動産
AGC	ニトリ
SRSホールディングス	ニベア花王
SBCマーケティング（湘南美容グループ）	日本空港ビルデング
M'sエージェンシー	日本航空
エン・ジャパン	日本コカ・コーラ
大阪ガスマーケティング	日本たばこ産業
オープンハウスグループ	日本マクドナルドホールディングス
オッズ・パーク	日本マクドナルド
カインズ	ネスレ日本
花王	パーソルホールディングス
カゴメ	パーソルキャリア
カンロ	ハウス食品グループ本社
クレディセゾン	バカルディ ジャパン
KDDI	パナソニックコネクト
コアラスリープジャパン	ビー・エム・ダブリュー
小岩井乳業	日比谷花壇
コーセー	FOOD & LIFE COMPANIES
小林製薬	ブックオフコーポレーション
コメ兵	ベネッセコーポレーション
ゴルフダイジェスト・オンライン	ポーラ
サエキ/マクドナルド	ほけんの窓口グループ
サッポロビール	マース ジャパン
サントリー	Money Forward
サントリーウエルネス	マルコメ
サントリーホールディングス	三井住友カード
サントリーマーケティング&コマース	三井住友海上火災保険
サンリオエンターテイメント	森永乳業
JTB	ヤマハ
資生堂インタラクティブビューティー	ユー・エス・ジェイ
ジョンソン・エンド・ジョンソン ビジョンケアカンパニー	吉野家
すかいらーくホールディングス	ライオン
セブン&アイ・ホールディングス	LIFULL
ソフトバンク	リクルート
損害保険ジャパン	Lenovo Japan
第一三共ヘルスケア	クー・マーケティング・カンパニー
大幸薬品	ネットイヤーグループ
ダイドードリンコ	かげこうじ事務所
日本アドバタイザーズ協会	デジタル広告品質認証機構

Attending Company - SPONSORS

企業名（50音順）

IRIS
AJA
Azira (Near Intelligence, Inc.)
Asobica
アドウェイズ
AbemaTV
Algoage
インテージ
インテグラルアドサイエンス
inventus
Wovn Technologies
Appier Group
オプト
オリコム
GumGum Japan
キッズスター
CRITEO
gracemode
グロースX
GO
コミュニオン
サイバーエージェント
CyberZ
SAKUSEN TOKYO
The Trade Desk Japan
CMI
CINC
studio15
Spider Labs
Sprocket
スマートシェア
Septeni Japan
SENSY
大日本印刷
ダイヤモンド社
DAOBASE
DoubleVerify Japan
ディー・エヌ・エー
Teads Japan
TVer
テテマーチ
テレビ東京コミュニケーションズ
てんじく
電通デジタル
トランスパーフェクト・ジャパン
トレンダーズ
ノウンス
ノバセル
Bytedance
BuzzCloud
ピクルス
visumo
ピンタレスト・ジャパン
Fabercompany
Firework Japan
フジテレビジョン
BranPeak
Braze
プレイド
ベストインクラスプロデューサーズ
Micoworks
三井物産
メンバーズ
ヤプリ
ユニークビジョン
UNICORN
ゆめみ
リチカ
Repro
Loopme
ワンメディア

Program DAY 1 Afternoon

14:30	Registration Open			
15:00	Opening Remarks	わたえり/渡部 瑛理果 Producer/ Contents Planner	石黒 不二代 ネットイヤーグループ株式会社	
15:10	Keynote	市場創造、顧客体験価値の最大化につなげるための 人材育成	小巻 亜矢 株式会社サンリオエンターテイメント	鹿毛 康司 かげこうじ事務所
15:50	Premium Presentation	心を突き動かすクリエイティブの作り方	田部 正樹 ノバセル株式会社	鹿毛 康司 かげこうじ事務所
16:20	Break			
16:35	20mins Presentation	企業変革の根幹はEX向上 ～共創カルチャーを育てる サントリー流インターナルマーケティングとは～	高原 颯起 コミュニケーション株式会社	尾坂 篤人 サントリーホールディングス株式会社
16:55	10mins Presentation	動画「カンブリア紀」を生き残れ ～生成AIや個人クリエイターに負けない逆転の思考法～	明石 ガクト ワンメディア株式会社	
17:05	Break			
17:20	20mins Presentation	顧客データから導くロイヤル顧客育成の成功パターン ～すかいらーく「しゃぶ葉」がコミュニティで実現する 新たな価値の創造～	佐藤 頌太 株式会社Asobica	岡田 智子 株式会社すかいらーホールディングス
17:40	10mins Presentation	ブックオフに学ぶ、「ファン」になってもらい、 「選ばれる」ブランドになるための ブランディング戦略とは	金城 永典 株式会社キッズスター	三井 正貴 ブックオフコーポレーション株式会社
17:50	Keynote	徹底した顧客体験・体感の追求×デジタルによる新価値創造 ～サントリーウエルネスが挑むビジネスモデルの変革～	山村 大 サントリーウエルネス株式会社	
18:30	Break			
19:30	Networking Dinner			
21:00	End of DAY 1			

Program DAY 2 Morning

9:00

Registration Open

9:30

Keynote

日本マクドナルドが実践するDEIとは？
～ブランド価値創造と伝達に向けて

ズナイデン 房子
日本マクドナルドホールディングス株式会社
吉富 知里
日本マクドナルド株式会社
佐伯 杏菜
有限会社 サエキ
屋宜 さと子
日本マクドナルド株式会社

10:10

Brand Introduction 100

10:40

Break

11:00

20mins Presentation

ブランド価値を顧客に届ける、POLAの体験づくりにおける転換点

阪 茉紘
株式会社ブレイド
中村 俊之
株式会社ポーラ

「ABEMA」のスポーツ×広告事例からひも解く”価値ある広告リーチ”とは？

大久保 晶平
株式会社AbemaTV

11:40

10mins Presentation

10兆円の外国人マーケットと多言語対応

北野 光平
Wovn Technologies株式会社

11:50

Break

12:10

20mins Presentation

Future of TV – コネクテッドTVが変える、
デジタル広告の未来

鈴木 哲郎
The Trade Desk Japan株式会社
仁賀田 充
株式会社リクルート

GDO店員さんAI – AIと進化するゴルフ体験 –

山本 覚
株式会社電通デジタル
志賀 智之
株式会社ゴルフダイジェスト・オンライン

12:50

Networking Lunch

14:20

Round Table Discussion

GEM®を実践！ 広告におけるジェンダーバイアスについて考えてみる

古市 優子
Summit 事務局
田中 奏真
エン・ジャパン株式会社

15:20

Break

15:35

10mins Presentation

市場創造のためのカテゴリメイク思考

中村 元海
株式会社 ベストインクラスプロデューサーズ

「デザイン思考」で実現する、体験価値の発見・施策化メソッド

高木 皓平
Septeni Japan株式会社

Program DAY 2 Evening

16:00

10mins Presentation

ブランド“再定義”のすすめ

砥川 直大
The Breakthrough Company GO

サービス、広告ともに成長し続ける
「TVer」その秘密知りたくないですか？

蒲地 潤一郎
株式会社TVer

廣橋 風
株式会社Tver

中塚 隆介
株式会社Tver

16:20

Break

16:30

特別ワークショップ

「Focus on Market Creation and Growth」～いいブランドの見極め方を体得する！

音部 大輔
クー・マーケティング・カンパニー

「EMOTION CHALLENGE」～チームビルディングにおける多様性を実感！

わたえり/渡部 瑛理果
Producer/ Contents Planner

18:30

Networking Dinner

20:00

End of DAY 2

Program DAY 3 Morning

8:30

Registration Open

9:00

Special Session

新たな体験価値の創造に必要なことは？

田中 安人
株式会社グリッド／株式会社吉野家／
公益財団法人 日本スポーツ協会
ブランド戦略委員会

大村 寛子
ヤマハ株式会社

中馬 和彦
KDDI株式会社

9:50

Brand Case Study #1-3

「Coke ON」アプリの取り組みから考える「顧客と直接つながる」の本質

宇川 有人
日本コカ・コーラ株式会社

『実施率5%の美容医療業界で成長率120%を実現』
～SBC湘南美容グループが挑む未経験層の開拓とLTV最大化

片寄 裕之
SBCマーケティング株式会社

事業に、ブランドもマーケティングも最初は不要。必要なのは「算数」

和田 悠
株式会社ZENB JAPAN

10:10

Break

10:20

Brand Case Study #4-6

カインズが取り組むアフターコロナにおけるEC・リアルのお客様体験

石橋 雅史
株式会社カインズ

Program DAY 3 Afternoon

10:20

Brand Case Study #4-6

マースの世界及び日本市場における使命（Purpose）の浸透、サステナビリティの取り組み～大から小まで

河合 英栄
マース ジャパン リミテッド

「ブランド連想（興味・関心）」から「ブランドロイヤルティ」への移行期に何をすべきか？～ミッションに基づくタイミーのBrand Experience

木村 真依
株式会社タイミー

10:40

Break

10:55

Private Seminar #1-3

一歩踏み出せないユーザーの背中を押す！診断コンテンツで「会員登録率」を上げる活用事例

中村 祥子
株式会社ピクルス
木村 真依
株式会社タイミー

田中 奏真
エン・ジャパン株式会社

数字の裏にあるユーザーマインドを想像せよ！施策目的と合致したKPIかを徹底的に疑います！

村上 賢一朗
大日本印刷株式会社

高階 尚輝
大日本印刷株式会社

AI時代を生き抜く、ブランドのコミュニケーション戦略～成功・失敗パターンを徹底解説～

田島 一樹
Firework Japan 株式会社

11:15

Break

11:25

Private Seminar #4-6

自社ブランドの価値を守る！エン・ジャパンが年間1.5億円の被害を防いだ無効クリック対策

佐藤 裕樹
株式会社Spider Labs

田中 奏真
エン・ジャパン株式会社

SNSキャンペーンを活用したCRM構築戦略と最新事例

白土 良之
ユニークビジョン株式会社

マーケティング活動をドライブさせる”SAKUSEN式ワークショップ”

堀 昌之
株式会社SAKUSEN TOKYO

11:50

Wrap Up Session

音部 大輔
クー・マーケティング・カンパニー

今西 陽介
株式会社ディー・エヌ・エー

星野 千恵美
株式会社ニコン

12:10

Networking Lunch

13:05

One to One Meetings #1-5

14:40

Break

14:55

One to Meetings #6-10

16:30

Departure

Sponsors & Supporters

Premium Sponsor



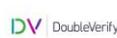
Gold Sponsors



Silver Sponsors



Sponsors



Partners



Supporters



Attendee's Voice

最新のマーケティングテクノロジーやマーケットトレンド、具体的だからこそのインサイトに富む企業導入事例。学びと気づきが一杯の3日間でした。

人とのつながり、ブランド側の考え方と課題、業界のトレンド、ジェンダーと経済性の関連性など多くの気づき、学びがありました。

初めての参加で戸惑う部分がありつつも、たくさんの方とお話することで、自分自身の頭の整理にもなりました。特にワークショップは、様々な意見交換ができて面白かったです。

情報収集の機会になったことはもちろん、今後につながるスポンサー企業と出会うきっかけになりました。

顧客と従業員に向き合い自社のマーケティングを進化させ事業の成長を実現しようという気持ちが強くなりました。戻ったらすぐに行動を起こそうと思います。

スポンサー視点での営業提案の場としてはもちろん、個人としても毎回インスピレーションや気づき、学びを得ています。

1年半ぶりの参加でしたが、参加者の入れ替えなどもあってバランスもとれており、参加者の皆さんの姿勢も協力的でした。

ブランド側の話が参考になるだけでなく、早速試してみたいことも出てきましたので、今後に向けて計画を作っています。また、スポンサー側も知らないソリューションがたくさんあり情報収集の極めて有益な場と感じました。

せっかく沖縄に来たのに、ずっとホテルで過ごすのはもったいないのでは、と思っていましたが、終わってみると充実感がなく、観光しなくてもこんなに満足できるのだと驚きました。その理由は、充実したプログラム内容と、非日常な場所で様々な取り組みを実践されている方々からのお話を直接聞ける体験なのだと思います。何かを学ぶには最高のシチュエーションでした。

今までで一番コンテンツのクオリティが高いと思いました。登壇者の方々の事前準備のたまものでしょうか。自身も参加者として、負けずに成長せねばならぬと刺激をもらいました。

ブランドサミットの参加は3回目になりますが、今回が一番多くの宿題を持ち帰れました。この先10年間で何をすべきかに気づけたことに感謝しています。ありがとうございました。

沖縄の開放的な雰囲気もあって広告主、パートナー関係なくフラットに会話できていてとてもよい雰囲気でした。ここでの「出会い」を大切に、ビジネスにも自分の人生にも生かしていきたいです。





Brand Summit事務局

Comexposium Japan株式会社

東京都港区六本木6-15-1六本木ヒルズけやき坂テラス6F

team@comexposium-jp.com