

【J A A 理事会 配布資料④-2】

イベント実施報告書 WFA Global Marketer Conference

公益社団法人日本アドバイザーズ協会



- イベント名：WFAグローバルマーケターカンファレンス
- 主催：世界広告主連盟（WFA）、公益社団法人日本アドバタイザーズ協会
- 会期：2018年5月17日 9：30～16：00
- 会場：東京ミッドタウン ホールA、ホールB
- 参加者数：571名
- スポンサー企業（敬称略）：19社

ダイヤモンド

味の素

ゴールド

サイバーエージェント、電通、博報堂

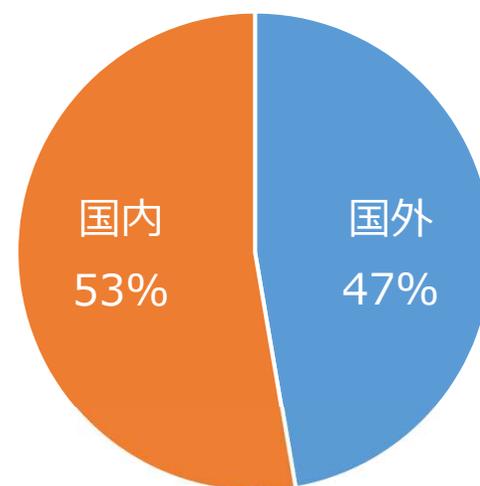
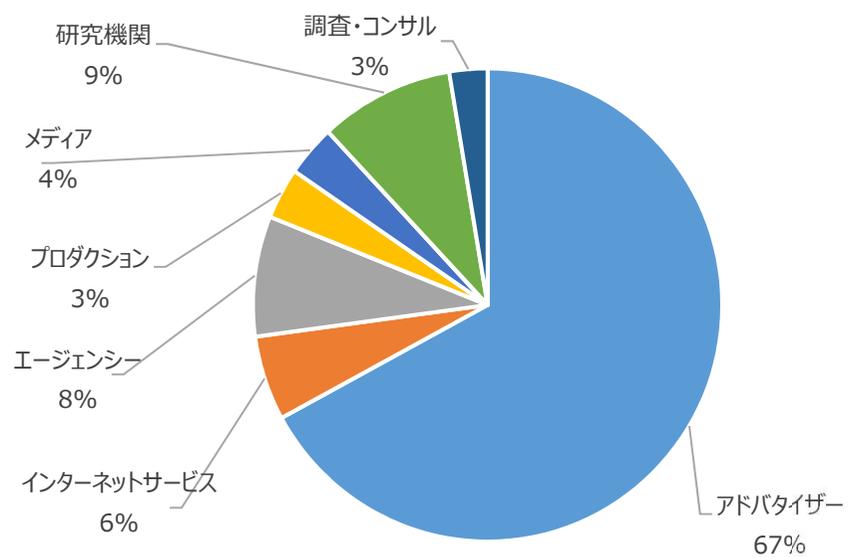
シルバー

サントリー、資生堂、第一三共ヘルスケア、TBSテレビ、
テレビ朝日、テレビ東京、トヨタ自動車、日本テレビ、
パナソニック、フジテレビ

ブロンズ

インテージ、インフォバーン、ビデオリサーチ、三井不動産、楽天





8:45

受付開始

9:30

オープニングメッセージ

9:50

エージェンシーユニオンの現状

10:25

クライアントよ、クリエイティブであれ!!

11:00

コーヒーブレイク

11:30

ディベート:
グローバルクリエイティブ VS
ローカルクリエイティブ

13:00

ランチ

14:00

クリエイティビティがもたらすもの

14:30

テックジャイアントが取り組む
真のカスタマーファースト

15:25

クロージングメッセージ

15:50

閉会



伊藤 雅俊
味の素株式会社 代表取締役会長
JAA理事長



デイビット・ウェルドン
WFA プレジデント
RBS CMO



ステファン・レールケ
WFA CEO



ロバート・ドレブロウ
WFA
マーケティングサービス グローバルヘッド



ルー ドゥ・フリース
日産自動車株式会社 常務執行役員
グローバルマーケティング/ブランド戦略担当



クリス・バレス・ブラウ
Upping Your Elvis



サム・アーメッド
スタンダードチャータード銀行
デジタル&リテールマーケティング
グローバルヘッド



山口 有希子
パナソニック株式会社
コネクテッドソリューションズ社 常務
エンタープライズマーケティング本部長



曽原 剛
Death of Bad
クリエイティブ ディレクター/パートナー



山本 尚美
株式会社 資生堂
CCO



ロバート・ウオン
Googleクリエイティブ・ラボ
バイスプレジデント



イ・ヨンヒ
サムスン電子
エグゼクティブ バイスプレジデント、チーフマー
ケティングオフィサー、グローバルマーケティ
グ・モバイルコミュニケーション事業ヘッド



マーク・マシュー
サムスン電子アメリカ
CMO













■ 取り組み

- ・メディア取材誘致
- ・事前リリース配信・フォローアップ、個別取材アプローチ
- ・事後リリース配信・フォローアップ

■ カンファレンス誘致結果

- ・当日出席：11媒体
- ・個別取材：1媒体

■ 記事露出件数（対象期間：5/17～6/12）

- ・露出記事：9記事（紙媒体4記事、web媒体5記事）
- ・転載を含む合計露出：108記事（紙媒体4記事、web媒体104サイト）
- ・広告換算額：19,932,613円（紙媒体：340,000円、WEB：19,592,613円）

■ リリース掲載

ポータル、業界関連、経済、一般新聞のウェブサイトのプレスリリース転載ページにて事後リリースが44件転載

■ 取材記事

業界誌においては、取材した記者によるカンファレンス全体、特に注目されたカンファレンスの内容のポイントをまとめたレポートが掲載。業界誌、ビジネス誌を中心にエンターテインメントビジネス誌の記事掲載にも結びつく。特に「コンフィデンス」は紙での掲載に留まらず、Yahoo! ニュースをはじめ、web51媒体に記事が転載され、大きな波及効果を生む。当初のプランであった広告・マーケティング業界にイシューを共有しアプローチを図ることで、どの記事にも主催者としてWFAまたはJAAの名称が明確に記載され、グローバルな取り組みとしてポジティブに掲載された。

