



BRAND SUMMIT

POST EVENT REPORT 2022

 2022年 9月14日—16日

 函館国際ホテル

作成日 2022年9月26日

COMEXPOSIIUM
JAPAN



開催概要

名称：Brand Summit 2022
日時：2022年9月14日（水）－ 16日（金）
会場：函館国際ホテル
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」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 2022



“Technology and Creativity Drive Progress”

2022年のブランドサミットは、北海道・函館の地で開催いたしました。参加者は300名を越え、半数以上が初参加となるなど、新鮮な出会いに満ちていました。

本年のイベントテーマは「Technology and Creativity Drive Progress」とし、2021年に議論の中心に据えた「Growth -成長-」から、今年は成長に向けて、どう進んでいるのかについて、創造性とテクノロジーの両側面から議論。普段の業務からは少し離れたテーマなども幅広く扱いました。

宇宙とビジネスのこれから、Z世代のリアルなど、サミットで出会う参加者同士だからこそ柔軟に議論できるトピックも豊富で、参加者にも大きな刺激となりました。データを細かく取ることができるようになり、日々の進捗を細かく追いかけることが重要である一方、新しいビジネスのきっかけとなる発想の転換や、創造性を持つことも重要です。

今回のサミットは学びだけでなく、思いがけない出会いや発見など、“セレンディピティ”溢れるサミットとなりました。

Pick Up from Official Session

1

マーケティング分野における宇宙の可能性

★ Speaker: 堀江 貴文氏

1日目のキーノートセッションには堀江貴文氏を迎え、自身が手がける宇宙・ロケットビジネスについて語りました。普段、我々が向き合っているビジネスの分野においては一見離れたトピックスに思える「宇宙ビジネス」が、5年後、10年後にはいかに当たり前になるのか、また実際にどのような企業コラボレーションを実施してきたのか、具体例を交えながら解説しました。向き合う対象が今ある一般的な商品やマーケットではなく、宇宙に変わったとしても、自社やブランドが持つ価値をどのように活かして新しいビジネスや新しい市場に進出していくか、自社ブランドと宇宙を掛け合わせるならどのようなコラボレーションが感ぜられるか、改めて新鮮な気づきを得ることができました。



2

出光興産「スマートよろずや構想」にみる企業のビジネス変革を担うマーケターとは？

★ Speaker: 三枝 幸夫氏

2日目のスペシャルセッションでは、出光興産が取り組む新しいビジネスの展開について語りました。長く石油・石炭ビジネスにおいて歴史を積み重ねてきた出光興産が、今あらたに取り組む「スマートよろずや」構想が拡張するに至った経緯や着眼点を解説しました。三枝氏は、長く歴史を積み重ねてきたブランドが新事業に取り組もうとすると、社内から反発が起きることもあると述べ、その時は既存事業の根幹である「創業者の言葉に立ち返りつつ、顧客の言葉を使って説得する」という言葉がとても印象に残りました。多くの企業で新しい挑戦や新規事業の立ち上げを求められる中、自社のケースに当てはめるとどのようなアクションが取れるのか、想像を巡らすことができるセッションとなりました。



3

DX (digital transformation) よりGX (generation transformation)

★ Speaker: 菅本 裕子 (ゆうこす) 氏 / 三浦 崇宏氏

2日目のもう一つのスペシャルセッションには、日本一モテる経営者、モテクリエイターこと菅本 裕子 (ゆうこす) 氏と、GO三浦 崇宏氏を迎えてZ世代の「当たり前」は我々の「当たり前」からどのように変わってきているのか、トークセッションを行いました。「Z世代マーケティング」がここ1-2年で急速に浸透してきた中、Z世代のリアルについて具体例を交えながら解説しました。セッション中にはゆうこす氏本人による2分間限定のインスタライブ配信を実施し、どのような速度で、どのくらいの人数の視聴者がたった2分間の間に集まるのか、人や物を動かすライバーの力を直に体感できる貴重なセッションとなりました。



DAY 1 Highlight

今年のブランドサミットには300名を超える参加者が集い、規模が昨年度よりもさらに拡大しました。冒頭は「ブランドサミット参加の心得」として音部大輔氏、石黒不二代氏からより学びの多い機会にするための振る舞い、考え方として、初日にゴール設定をすることの重要性について話しました。

本年のプログラムは、全米広告主協会(ANA)が取り組むプロジェクト、SEEHER代表のJeannine Shao Collins氏とのライブセッションで幕を開けました。DE&Iとしてダイバーシティやジェンダーに注目が集まる中、広告クリエイティブやメディア、エンターテインメントにおいて、女性が正しく描かれるようになることを目指してSEEHERが独自に取り組んできた内容を紹介し、また、描かれ方を定量的に計測する「GEM Score」の指標を用いて日本のTVCMを評価しました。全編英語でのセッション実施でしたが、プレゼン後のQ&Aも、英語で積極的に質問する様子が見られ、トピックスそのものへの関心の高さと、海外の知見も取り入れようというモチベーションの高さを感じられました。

その後は、本年のプレミアムスポンサーをつとめたノバセルより楠氏を迎え、運用型TVCMの実態についてイーデザイン損保友澤氏と対談セッションを行いました。その後のプレゼンテーションにおいても、1日目は「プランニング」や「戦略」に関する内容が目立ちました。

1日目最後のプログラムは、オフィシャルセッションとして堀江氏を壇上に迎え、宇宙ビジネスの今とこれからについて語りました。

初日の夜はパーティースポンサーを務めるJTによる乾杯でスタート。同社の主力商品であるploom Xのが希望者にギフトとして贈られました。参加者同士、活発なネットワーキングを行いました。



DAY 2 Highlight

2日目はSprocket深田氏によるモーニングプレゼンテーションに始まり、午前のオフィシャルセッションとして出光興産の三枝氏によるセッションを行いました。その後の午前のプログラムでは、ファンマーケティングを軸としたプレゼンが続き、ここ数年の「エンゲージメント強化」「ロイヤルカスタマー」「コミュニティ化」といったテーマを扱うプレゼンが目立ちました。

ラウンドテーブルディスカッションは、インフォバーンがファシリテーションをとる形で実施され「企業のメディア化」をテーマに各テーブルでディスカッションを行いました。各テーブルとも、ブランド、スポンサー双方が立場を超えて、各社の文化やスタンス、会社としてのキャラクターをどのように世の中に伝えていくべきか、その思考プロセスをワークシート上で明示化し、参加者全体に共有を行いました。

ランチの時間には、ブランド限定ランチとしてトークセッションが行われました。Coke ONをテーマとした事例紹介が行われ、対面の環境に依存せずともどのように顧客ロイヤリティを向上するか、カスタマータッチポイントを多く設定するか、そのメリットは何かについて語りました。

ランチ後はケーススタディとプライベートセミナーのプログラムを3か所に分かれて実施。各自関心の高いテーマを選んで参加するだけに、密度の濃いセッションが数多く行われました。その後、後は再び同会場に参加者全員が集合し、2日目午後のオフィシャルセッションを実施しました。モテクリエイターことゆうこす氏をゲストスピーカーに迎え、GO三浦氏のファシリテーションのもと「Z世代」に切り込むセッションを実施。ゆうこす氏本人による2分間限定インスタライブ配信を行うなど、Z世代へのマーケティングを考える上でも「考えるより実践」を誰もが感じた瞬間となりました。

2日目の夜はROBOTをパーティスポンサーとして迎え、函館の老舗レストラン五島軒に会場を移して行いました。パーティゲストとして五条院 凌氏が来場し、圧巻のピアノ演奏とROBOTがもつXR技術のコラボレーションを披露しました。



DAY 3 Highlight

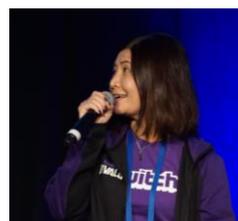
3日目の朝もモーニングプレゼンテーションから始まり、頭のウォームアップがしっかりと行われた状態でプログラムが開始しました。3日目は、「クリエイティブ」と「データ」の両軸から語られるセッションが多くありました。AbemaTVのプレゼンテーションでは別所哲也氏をゲストスピーカーとして迎え、コンテンツへの向き合い方をさまざまな視点から検討するきっかけとなりました。

午前中にはデジタルマーケティング研究機構によるラウンドテーブルディスカッションも行われ、デジタルスキルマップを用いたワークが行われました。デジタル人材や、デジタルスキルということがこの数年でも繰り返し言われる中、改めてワークシート上に落とした上で他者と議論することで、参加者にとって、自分自身の強みや補強すべき点が明確になるきっかけとなりました。

ランチタイムにはZENBよりZENBヌードル提供のもと、函館国際シェフのオリジナルパスタソースとともにオリジナルランチを振る舞いました。

その後はブランドとスポンサーによるOne to Oneミーティングが行われました。ブランドサミットでは毎回熱量高く実施されていましたが、今年も同様に各所で活発な商談が行われており、ポジティブな雰囲気になった形でプログラム終了となりました。

最後のWrap-Upセッションでは、“まとめる”ということではなく、ブランドサミットから帰路についた後、ここで得た経験をどのように自分自身の糧にしていくか、その思考のヒントを広げていくための場となりました。それぞれの所属する企業という環境から飛び出て、普段なかなか接しない業界、企業の人たちの考えや価値観、着眼点、思考プロセスに触れることがブランドサミットの大きな価値の一つです。ここでの学び、気づき、ネットワークを今後活かすための大きな機会になったのではないのでしょうか。



Attending Company - BRANDS

企業名（50音順）

アース製薬
アステラス製薬
アメリカン・エクスプレス・インターナショナル
アンカー・ジャパン
イーデザイン損害保険
イオン銀行/Aeonbank
出光興産
インターホールディングス
エキップ 花王グループ
SNS media&consulting
エステー
SBCメディカルグループ
NTTドコモ
エバラ食品工業
M&K
EA, Inc.
エン・ジャパン
オールハーツ・カンパニー
オムロン
花王
かげこうじ事務所代表
鹿島アントラーズFC
カネボウ化粧品
カルチュア・コンビニエンス・クラブ
カルビー
キッコーマン
キャノンマーケティングジャパン
クー・マーケティング・カンパニー
KDDI
コーセー
コメ兵
Cygames
参天製薬
サンリオ
資生堂インタラクティブビューティー
湘南美容クリニックグループ
ジョンソン・エンド・ジョンソン
ジョンソン・エンド・ジョンソンビジョンケアカンパニー
SUBARU
セゾン自動車火災保険
セブン銀行
全日本空輸
ZENB JAPAN
ソニーマーケティング
ソフトバンク
損害保険ジャパン
第一三共ヘルスケア
大幸薬品
ダイドーグループホールディングス
DeNA Co., Ltd.
DMM.com
ディップ
東京海上日動火災保険
トヨタ・コニック・アルファ
トヨタファイナンス
トリドールホールディングス
ニトリ
日本アドバタイザーズ協会
日本航空
日本コカ・コーラ
日本たばこ産業
日本マイクロソフト
日本旅行
ネスレ日本
ネットイヤーグループ
野村アセットマネジメント
ハーゲンダッツ ジャパン
バカルディジャパン
パンフォーユー
BK Japan Holdings（バーガーキング）
Peach Aviation
ビームス
ビズリーチ
日比谷花壇
FABRIC TOKYO
ファミリーマート
FOOD & LIFE COMPANIES
ブックオフコーポレーション
Black Card I
プロントコーポレーション
平和酒造
ベネッセホールディングス
ベルーナ
マネーフォワード
丸亀製麺
丸山製麺
mederi
モスフードサービス
森永乳業
ヤマハ
ヤマハ発動機
ユーグレナ
ライフネット生命保険
良品計画
レノボ・ジャパン
WOWOW

Attending Company - SPONSORS

企業名（50音順）

IRIS
AJA
アジャイルメディア・ネットワーク
adjust
Asobica
アドウェイズ
AbemaTV
アマナ
Yext
インテージ
Integral Ad Science Japan
インフォバーン
Wovn Technologies
ADKクリエイティブ・ワン
NDPマーケティング
NTTアド
NTTデータ
エビリー
M-Force
エンバーポイント
カタリベ
キッズスター
CAM
GO
コミュニケーション
サイカ
サイバーエージェント
サイバーエージェント（Ameba）
GMO NIKKO
GMOプレイアド
GMOユナイテッド
C Channel
Jストリーム
Shopify Japan
Sprocket
スマートシェア
スマートメディア
大日本印刷
DoubleVerify Japan
チーターデジタル
チョコレイト
TVer
テテマーチ
dely
テレシー
Twitch（アマゾンジャパン）
東洋経済新報社
DOTZ
TORIHADA
The Trade Desk
Near
ニールセン デジタル
ニールセン・メディア・ジャパン
NEXERA
NODE
ノバセル
野村総合研究所
バイドゥ
Habitat/クロス・アンブレラ/NDPマーケティング
Bl.Garage
ビーアイシーピー・データ
ビジネスサーチテクノロジー
visumo
BitStar
フリークアウト
プレイド
ベストインクラスプロデューサーズ
Macbee Planet
Micoworks
ヤプリ
ゆめみ
ライスカレー
楽天グループ
リクルート
リチカ
Repro
Loop Now Technologies
Legoliss
REVISIO（旧TVISION INSIGHTS）
ロボット
ワンメディア

Program DAY 1

15:00	受付開始		
15:45	Opening Remarks		
16:00	Opening Keynote		Jeannine Shao Collins SEEHER
16:40	Premium Presentation		
	テレビCMも視える化から直せるへ 運用型テレビCM最前線	楠 勇真 ノバセル株式会社	友澤 大輔 イーデザイン損害保険
17:10	Break		
17:25	20mins Presentation		
	9segsに基づくマーケティング戦略を成果に変える "誠実プランニング"	坂井 嘉祐 CyberAgent, Inc.	長 祐 M-Force株式会社
	自社のカスタマージャーニー（顧客体験）は最新版ですか？『はじめて のカスタマージャーニーマップ』著者が語る、現代版顧客ロイヤルティ		加藤 希尊 チーターデジタル株式会社
18:05	10mins Presentation		
	『10分でブランディングについての誤解を解く！！』	岩本 州司 The Breakthrough Company GO	
	TikTokがヤバすぎて動画の会社やめた話	明石 ガクト ワンメディア株式会社	
18:25	Special Session		
	マーケティング分野における宇宙の可能性	堀江 貴文 SNS media&consulting株式会社	
19:05	Cocktail Party		
19:30	Welcome Party		日本たばこ産業株式会社
21:00	End of DAY 1		

Program DAY 2 Morning

8:00	受付開始		
8:15	Breakfast		
	「使い勝手のいいサイト」はもう古い。5万回のA/Bテストで見えた、周回遅れを取り戻す「先回りするECサイト」とは？	深田 浩嗣 株式会社Sprocket	
9:00	Special Session		
	出光興産「スマートよろずや構想」にみる企業のビジネス変革を担うマーケターとは？	三枝 幸夫 出光興産株式会社	
9:30	10mins Presentation		
	どうしたら「ファン」になってもらい、「選ばれる」ブランドとして認識されるのか～「おうち時間」を活用したファミリー向けコミュニケーション攻略法～	大野 哲 株式会社キッズスター	
	YouTube施策の新評価軸「コメント分析」から考えるファンマーケティング	空閑 将志 株式会社エビリー	
	ファンが持つ力。あなたのブランドにも絶対にファンがいる。	杉山 信弘 コミュニケーション株式会社	
10:00	Break		
10:15	Round Table Discussion		
	『企業のメディア化』を推進しなければならぬとき、あなたならどう動く？	田中 準也 株式会社インフォバーン	羽村 悠己 株式会社インフォバーン
11:15	Break		
11:30	20mins Presentation		
	アプリを活用したCRMにおけるニーズの変化	西本 慎太郎 エンバーポイント株式会社	
	顧客理解を通じた意思決定でLTV向上に繋げる～KARTEのメジャーアップデートのご紹介～	阪 茉紘 株式会社プレイド	
12:10	10mins Presentation		
	テレビCM、オフライン広告最前線	土井 健 株式会社テレシー	
12:20	Frozen Economy Summit Introduction		
12:25	Brand Only Lunch / Sponsor Only Lunch		
	Coke ONアプリの事業戦略とグロース戦術	佐々 直紀 adjust株式会社	宇川 有人 日本コカ・コーラ株式会社

Program DAY 2 Daytime

13:30

Brand Case Study #1-3

外部とのデータコネクで生まれるモビリティーン
リレーション開発 ～自社データの限界と無限の可能性。

松平 信人
トヨタ・コニック・アルファ株式会社

イーデザイン損保が取り組むDXと新サービス「&e（
アンディー）」によるCXの拡張

友澤 大輔
イーデザイン損害保険

テクノロジーと人が創造する新たな顧客体験～資生堂
「Beauty DNA Program」が実現する顧客1人ひとりに
寄り添う接客

吉川 拓伸
資生堂インタラクティブビューティー
株式会社

13:55

Break

14:05

Brand Case Study #4-6

インターナルコミュニケーション起点のブランド価値向上
～部門横断プロジェクトで実現した「おうち焼肉」の浸透

上岡 典彦
エバラ食品工業株式会社

アメリカン・エクスプレスが取り組む「インクルージョン&ダイ
バーシティ」～ローカル独自のガイドライン作成・クリエイティ
ブへ反映方法・進化の仕組み化まで

杉野 恵美
アメリカン・エクスプレス

9年で売上300億～
Anker Japanが実践してきたブランド向上と売上の両立とは

猿渡 歩
アンカー・ジャパン株式会社

14:30

Break

14:45

Private Seminar #1-3

ユーザーが急増するコネクテッドテレビでのマーケティング事例

野屋敷 健太
株式会社AJA

【第一部】【検索が Perfect Answers Brand を実現する】/
【第二部】次世代AI検索の各業界での活用状況～ブランド体験
強化に向けた世界最先端の取り組み事例～

河合 亮
株式会社Yext

窪田 浩爾
株式会社Yext

テレビとデジタルの効果的なプランニングのために把握すべき
指標と改善アクションとは？

中山 みこと
ニールセンデジタル株式会社

15:40

Break

15:55

Private Seminar #4-5

パーティカルメディアが生み出す経済圏とユーザーコミュニケーション

田中 基樹
dely株式会社

【第一部】顧客体験改善のシークレット新ソリュー
ション / 【第二部】ブックオフ様に聞く アプリを中心
とした成長戦略と成果

中澤 伸也
Repro株式会社

林 一真
Repro株式会社

三井 正貴
ブックオフコーポレーション株式会社

Program DAY 2 Afternoon

15:55	Private Seminar #6	ネスレ日本における実践事例：攻めと守りの両輪で顧客体験を向上するためにマーケターができること	渡邊 桂子 株式会社ビーアイシーピー・データ	森本 正樹 ネスレ日本株式会社
16:50	Break			
17:00	Special Session	DX (digital transformation) より GX (generation transformation)	菅本 裕子 (ゆうこす) モテクリエイター	三浦 崇宏 The Breakthrough Company GO
17:30	20mins Presentation	G目線が大バズリ！？アース製薬の SNSコミュニケーションについて	福間 昌大 テテマーチ株式会社	稲積 大輔 アース製薬株式会社
		マーケティングデータを収集するための SNS活用 ～SNSマーケティングの新時代～	吉岡 真宏 スマートシェア株式会社	金 卓史 スマートシェア株式会社
18:10	10mins Presentation			原田 真衣 株式会社リチカ
		広がる#トヨタグラム-ファンがファンを育てるUGC活用事例-		井上 純 株式会社visumo
18:30	Refreshment Break			
19:30	Networking Dinner			株式会社ロボット
21:30	End of DAY 2			

Program DAY 3 Morning

7:40 受付開始

8:00 Brand Only Breakfast / Sponsor Only Breakfast

Brand Only Breakfast: 若年層が集まるインタラクティブな場としてのライブストリーミング

水野 美衣麻
アマゾンジャパン合同会社

8:50 20mins Presentation

ブランデッドムービーの価値とこれから

山田 陸
株式会社AbemaTV / 株式会社サイバーエージェント

別所 哲也
株式会社 ビジュアルボイス

購買データはマーケティングにおいてどんな意味を持つか？

深田 淳
楽天グループ株式会社

均一化し続けるクリエイティブ、クリエイティブとテクノロジーの新しい関係

富岡 信之
GMO PlayAd Inc.

橋本 英知
株式会社ベネッセホールディングス

変化への適応が必要な今こそ、素早く柔軟な広告運用を実現するプログラマティック広告

藤井 哲尚
The Trade Desk Japan株式会社

大澤 暢也
ニールセンデジタル株式会社

10:10 Break

10:25 Round Table Discussion

[デジタルマーケティング研究機構] いま求められる、マーケターのデジタルスキル向上について考える

西田 健
キヤノンマーケティングジャパン株式会社
デジタルマーケティング研究機構

山名 敏雄
日本航空株式会社
デジタルマーケティング研究機構

篠原 佳名子
株式会社良品計画
デジタルマーケティング研究機構

11:25 Break

11:40 10mins Presentation

企業の安定した収益基盤をつくる ブランドコミュニティとは？

遠藤 卓
株式会社Asobica

ファンマーケティングにおける「好き」と「成果」のギャップ、その見つけ方

松宮 優紀子
アジャイルメディア・ネットワーク株式会社

マーケティング投資の全体最適化
～「ブランド価値」の定量的な把握で実現する～

中島 由二
株式会社サイカ

12:10 Break

Program DAY 3 Afternoon

12:15	10mins Presentation	
	ピボット翻訳 ～スピード10倍、コスト1/10～	上森 久之 Wovn Technologies株式会社
	TikTokを1000日連続で見続けたから見えたこと。	葉 悠莉 株式会社BitStar
	デジタル広告品質を追求するコンテンツメディアの取り組みと、 ポストクッキー時代の”コンテクスチュアルターゲティング”	丸山 幸太郎 株式会社BI.Garage
12:45	Lunch Break	
13:45	One to One Meetings #1-4	
15:15	Break	
15:35	One to One Meetings #5-8	
17:10	Wrap Up Session	
17:40	公式プログラム終了	
18:00	Departure	

Attendee's Voice

参加者の声

3日間を通じて多くの企業様とディスカッションができて、すぐにでも自社で活用したい考え方やプロダクトを発見することができました。ブランドサミット終了後にメモを読み返すと、自社で実行すべき大量の宿題が見つかり、今まで実施できていなかった点に危機感を持たせた点も良かったです。

多くの方とのネットワーキングや公式プログラムを通じて、関係部署に共有したり、自社の施策に活かしたい情報を得ることができ、3連休前なのにすでに週明けが楽しみです。たった3日間で自社の悩みや改善に活かそうな多くのソリューションや製品に出会うことができ、驚いていると同時に、やはり一社で解決できることには限界があり、他社とのコラボレーションによってしかこの激動の時代を生き残れないと痛感しました。

来る前に自分なりに考えていた会社の方向性をかなりリセットする必要があると感じました。非常に焦りを感じましたが、そのくらい世の中にいろんなサービスやブランドが進化していること、それに対して自分たちはどう進化していくべきか、悩ませてくれたサミットだったと思います。

One to One Meeting は1社15分間の短時間でしたが、2社に即決で発注できて有意義でした。スポンサーの方々による事前準備のおかげで、話がとてもスムーズでした。

これからの自社課題発見や現在の課題解決に繋がるキーノートやスポンサー様との出逢いがあり大変実りある時間でした。

ネットワーキングの場として100点。新しいお繋がりをたくさん作れました、ありがとうございます。

久しぶりに参加させて頂きましたが、参加者の年齢層が若くなっていて驚きました。商談を決められる立場でなくとも参加できるのであれば、自社のメンバーにトレンドのキャッチアップや関係構築のために参加して欲しいと思いました。

対面・リアルでコミュニケーションすることによって、熱量や思いの伝わり方が違うということ、改めて感じた3日間でした。

初参加でかなり不安だったのですが、事務局のあらゆるご配慮（名札の黄色いリボンなど）のおかげで参加者の方々と非常にスムーズにコミュニケーションできました。

今回は一人で初の参加となりましたが、非常によいコネクションを築くことができました。今後も参加していきたいと思っております。



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