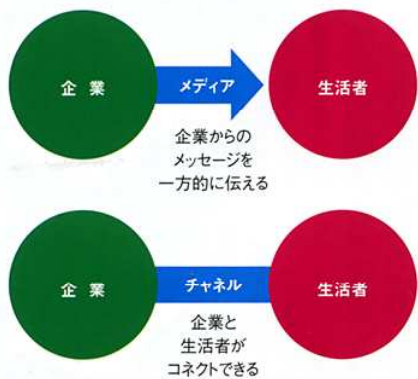


メディアからチャンネル発想への変化



ロンドンの広告人たちの口からは、「チャンネル」と「コネク特」という言葉が多く出てきた。その根底には、企業からのメッセージを一方的に伝えるのはメディアで、生活者と「つながる」ためにあるのが、チャンネルという考えがあるようだ。

メディアという言葉もほとんど使われず、基本的にチャンネルという言葉が使用されていた。AKQAのようなインタラクティブ・エージェンシーもインスタアのプロモーションを手掛けるし、カンヌでの受賞により注目を集めているファロンもテレビCMだけでなく、ソニーUKのイベントや展示会の仕事も手掛ける。デジタル、リアルを問わず、生活者とコネク特できるチャンネルを最大限に活用し、効率的に関係性を維持できるブランニングを行うことが求められている。

ワイデン+ケネディ・ロンドンのマネーシング・ディレクターであるフビ・CHISHOLMも、「われわれのクリエイ

ティブは広告の枠にはとどめたくない。ブランドと生活者とのあらゆる接点で、自分たちのクリエイティブティを發揮していく」と語っている。

3. 広告のコネクティブ化で生活者の日常に入り込む

ブランド・エンゲージメントが重視されるなかで、いかにブランドが自然に生活者の日常に入り込み、親しんでもらえるかが重要な課題になっている。

その方法のひとつとして、広告のコネクティブ化が進んでいる。とにかく、現代の生活者は情報とメディアに囲まれ、時間がない。そのなかで、ブランドと触れ合う時間をとってもらうには、最大限のサービス精神を持って対応すべきであり、その姿勢がブランドと生活者のよい関係につながると考えられている。

今年のカンヌのフィルム部門でグランプリをとったファロン制作(ストラテジーはネイキッド・コミュニケーションズ)が担当)キャドバリーの「デイリーミルク」のショートフィルムも、そうした考えのもとに制作されたものだ。「デイリーミルク」は約100年の



ヨーロッパの広告人が集結
9月24日と25日の2日間は、ad:techロンドンに参加。エージェンシーや広告主など多彩なパネリストが参加し、会場は質問が飛び交い熱気に満ちていた。

1. 広告という概念がもう古い？
大切なのは「コネク特」

今回、ad:techロンドンに参加したほか、6つのエージェンシーを訪問し、各企業の仕事内容やその哲学、スタイルについてプレゼンテーションを受けたが驚いたのは、ほとんどのエージェンシーで「広告」「メディア」という言葉が出てこないことだ。その代わりにブランド・エンゲージメント、あるいは生活者と「コネク特」という言

葉が頻繁に登場した。企業が自分たちのメッセージをいかに「伝えるか」を考えるのは、従来の広告であり、いま必要とされているのはブランドと生活者の関係をいかに深め、継続していきけるか。その戦略を考えるのがエージェンシーの仕事であるという主張だ。すでにBBHには、エンゲージメント・ブランニングという職種も確立されている。

2. メディア・ニューtralからチャンネル・ニューtralへ

今年のカンヌのフィルム部門でグランプリをとったファロン制作(ストラテジーはネイキッド・コミュニケーションズ)が担当)キャドバリーの「デイリーミルク」のショートフィルムも、そうした考えのもとに制作されたものだ。「デイリーミルク」は約100年の

英国 LONDON Report

“広告会社”からの脱却を目指す
英国エージェンシーの新ビジネスモデル

2009年に、インターネット広告費がテレビ広告費を超え、広告費全体の30.8%にまで達すると予測されるイギリス広告界。今回の視察は「メディア×テクノロジー×クリエイティブの最新潮流を視る・感じる・学ぶ」がテーマであり、インタラクティブ広告の新しい潮流を学ぶことに大きな目的があった。時代の変化とともに、自らも変わり続けるイギリスのエージェンシーの意識とビジネスをレポートする。

宣伝会議 ロンドン視察ツアーの活動スケジュール

22 Tuesday (09) September
23 Wednesday (09) September
24 Thursday (09) September
25 Thursday (09) September

ad:tech LONDON 参加
AKQA 訪問
D&AD 展示会を視察
ワイデン+ケネディ 訪問
プロキシシティ 訪問
ロンドン最新OOH事情視察
BBH 訪問
ネイキッド・コミュニケーションズ 訪問
ファロン 訪問

日本からの参加者を歓迎
AKQAからは、参加者にオリジナルのマグカップと鉛筆のアレンジが、各エージェンシーともに、日本の広告界からの訪問を歓迎してくれた。

D&ADの展示会を視察
「D&AD」とは、「プリティッシュ・デザイン・アート・ディレクション」の略で、英国の非営利団体。英国をはじめ世界のクリエイティブ産業の底上げを目的としている。

オリジナルTシャツのプレゼント
ワイデン+ケネディで参加前にプレゼントされたオリジナルTシャツ、ワイデン+ケネディの遊び心あふれるオフィスには、参加者も感嘆していた。

会社案内もクリエイティブ!
訪問した各エージェンシーでもらった会社案内の数々。これまでの仕事の実績やそれぞれの会社独自の仕事の手法論などが記されている。

ホスピタリティ溢れるおもてなし
写真は、BBHを訪問時に参加者のために準備されたドリンク類。ミネラルウォーターの類には、BBHのマークが、ちょっとした心遣いだが、クリエイティブなエージェンシーならではのこだわりが感じられる。