

<イベントレポート>

報道関係各位

2022年9月26日

BORDERLESS MARKETING COMMUNITY 事務局

<BMC が第4回のコミュニティイベントを開催>
世界有数のクリエイターとマーケターが
最良のクリエイティブを“共創”するノウハウを解説

マーケティング業界に存在する専門領域ごとの分断を解消し、真に全体最適化されたマーケティングの実現を目指すコミュニティ「BORDERLESS MARKETING COMMUNITY（ボーダレスマーケティングコミュニティ、以下、BMC）」は、「クリエイターと広告主が“共創”する最良のクリエイティブの作り方」と題したコミュニティイベントを2022年9月15日（木）に開催いたしました。

※ プレスリリースはBMCのWebサイトでも公開しています。

<https://borderless-mc.jp/news20220926/>



BMCは、広告主、広告会社、メディアから、クリエイター、アナリスト、研究者など、マーケティングに関わるさまざまな専門性を持つプロフェッショナルが集まり、領域横断的な知見の交流を行うコミュニティです。会員の知見の交流を通じて、真に最適化されたマーケティングを実現するため、定期的にコミュニティイベントを開催しております。

今回は、世界最大級のオンライン学習プラットフォーム「Udemy」のグローバルブランディングキャンペーンを成功に導いた、世界有数のクリエイティブディレクターであるWhatever 川村 真司氏と、「Udemy」のマーケティング担当者である株式会社ベネッセコ

一ポレーションの兵藤 ゆう子 氏が登壇し、広告クリエイティブの企画・制作・出稿・効果測定のプロセスで問題が生じやすい「目的のすり合わせ」「委託先とのコミュニケーション」「広告クリエイティブの効果測定」などの具体的なテーマを取り上げながら、クリエイターと広告主が最良のクリエイティブを共創するための実践的な手法についてディスカッションしました。

クリエイティブの企画段階における「広告主・クリエイターの目的のすり合わせ」について、兵藤氏は「広告主側もオリエンテーション時点で目的やブランドのPOD (Point of Difference)¹を明確にしきれていないこともあり、クリエイターによっては、キャンペーンの目的よりもアイデアが先行した提案になってしまっているケースがある」と課題を語りながら、キャンペーンの目的を達成するクリエイティブを企画するために、ブランドのPODを広告主だけが検討するのではなく、クリエイターと共に定義することの重要性を指摘しました。これに対し川村氏は、認識の齟齬を生じさせない方法として、「プロジェクト初期でフラットなコミュニケーションがとれる状態を築くこと」「広告主からキャンペーンの目的と合わせて課題設定も提示することでクリエイターのアイデアの範囲に柵を設定すること」が重要であるとの見解を述べました。

また、クリエイティブの制作・出稿段階における「委託先とのコミュニケーション」について、兵藤氏は、役割ごとに委託先が分割される広告キャンペーンの構造を挙げながら、各主体の業務内容を見通す難しさと、横断的なコミュニケーションをとることに対する慣習的な遠慮を課題として指摘。これに対し川村氏は、「コミュニケーションのステップが少ない方が、アイデアの良いところをそのままプロダクションに落とし込める」とクリエイターとしての見解を述べながら、クリエイティブを起点としたチーム組成の手法について解説しました。

最後に「広告クリエイティブの効果測定」について話が及ぶと、兵藤氏は、「数値的な検証とともに、クリエイティブのこういったところがお客様に評価されたのか？どこを改善すればより良くなるのか？など、クリエイティブの内容についても検証すべき」と見解を述べ、これに対し、セミナーのモデレーターを務めた株式会社サイカの平尾喜昭氏からは、「国内では、クリエイティブの内容に踏み込んだ定量的な分析や検証がそもそもできないと思っている企業も多い。実際には分析や検証を行う手法はあるため、こうした認識の齟齬も問題である」との意見が挙がりました。

¹ POD (Point of Difference) : ここでは、他社のブランドとは差別化された自社ブランド固有の価値のことを指します

こうした議論に対し、参加者からは「クリエイティブの不可欠性を経営層に理解してもらうにはどうすべきか」、「訴求すべき点を押さえながら、ただのサービス紹介に終わらないクリエイティブを制作するにはどうすれば良いか」など、さまざまな質問が寄せられました。

今後も BMC は、コミュニティメンバーの領域横断的な知見の交流を生み出すとともに、活動を通じてボーダレスなマーケティングの実現に向けた知見を創出し、それを発信していくことで、マーケティング業界の発展に貢献してまいります。

■開催概要

・開催日時:2022年9月15日(木)18時00分~19時30分

・開催場所:オンライン開催

・参加費:無料

・セミナープログラム

18:00-18:10 オープニング

18:10-18:50【第1部】セミナー

「世界有数のクリエイターとマーケターに聞く最良のクリエイティブを”共創”するノウハウとは?」

18:50-19:25【第2部】ラボ

※質疑応答・意見交換を行いながら、テーマに関する実践的な知見を一緒に創造

19:25-19:30 閉会

■登壇者紹介

川村 真司 氏

Creative Director / Whatever CCO

Whatever のチーフクリエイティブオフィサー。180 Amsterdam、BBH New York、Wieden & Kennedy New York といった世界各国のクリエイティブエージェンシーでクリエイティブディレクターを歴任。2011年 PARTY を設立し、New York 及び Taipei の代表を務めた後、2018年新たに Whatever をスタート。数々のグローバルブランドのキャンペーン企画を始め、プロダクトデザイン、テレビ番組開発、ミュージックビデオの演出など活動は多岐に渡る。カンヌ広告祭をはじめとした世界で100以上の賞を受賞し、アメリカの雑誌 Creativity の「世界のクリエイター50人」、Fast Company「ビジネス界で最もクリエイティブな100人」、AERA「日本を突破する100人」に選出されている。



兵藤 ゆう子 氏

株式会社ベネッセコーポレーション 大学・社会人カンパニー

社会人教育事業部 マーケティング課 グループリーダー

新卒でベネッセコーポレーションに入社し、進研ゼミ小学講座のデジタルマーケティングの部署で4年間勤務。運用広告やアフィリエイト広告、YouTubeなどマス広告の上流施策の設計~検証など幅広く従事。

その後社内公募制度でUdemyのチームに異動。マーケティング全体戦略・メディアの設計や、CM制作・バイイングを担当。



■入会申請フォーム

※BORDERLESS MARKETING COMMUNITY は、会員限定のコミュニティです。

※今後ご参加をご希望の方は、下記より入会申請をお願いします。

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdYtqHEPuj5sm9yBynxAANRDjQegrMRrXZxAhDSUIA2Vrn_iA/viewform

■会員参加条件

(1)マーケティングに関わる業務に従事されているプロフェッショナルの方

※専門横断的な交流を図るコミュニティのため、広告主・広告会社・メディア・クリエイターなど、専門領域は問いません。

(2)BORDERLESS MARKETING の考え方に共感される方、実践したい方

■コミュニティ概要

名称: BORDERLESS MARKETING COMMUNITY (ボーターレス マーケティング コミュニティ)

理事: 黒崎太郎 (日本テレビ放送網株式会社 取締役 執行役員 営業担当データマネジメント室長)

佐々木丈也 (三井住友カード株式会社 常務執行役員 マーケティング本部長)

戸練直木 (カゼプロ株式会社 代表取締役)

手島領 (蛍光 TOKYO/DESIGN BOY クリエイティブディレクター)

星野崇宏 (慶應義塾大学 経済学部 教授 / 慶應義塾大学経済研究所 所長)

平尾喜昭 (株式会社サイカ 代表取締役 CEO)

設立 : 2022 年 2 月

会費 : 入会金・年会費とも無料

Web : <https://borderless-mc.jp/>

■本イベントレポートに関する問い合わせ先

《一般の方のお問い合わせ先》

BORDERLESS MARKETING COMMUNITY 運営事務局 (株式会社サイカ内)

担当: 江原晃子 (090-1612-4152) / E-MAIL: info@borderless-mc.jp

《報道関係者のお問い合わせ先》

「BORDERLESS MARKETING COMMUNITY」PR 事務局 (株式会社サニーサイドアップ内)

担当: 蟹江 (080-3438-6047)、矢野 (080-7934-3745) / E-MAIL: bmc_pr@ssu.co.jp