

<イベントレポート>

報道関係各位

2023年5月25日(木)

BORDERLESS MARKETING COMMUNITY事務局

<BMCが第6回のコミュニティイベントを開催>
**成果に繋がる提案を獲得するための
「オリエンテーション」についてディスカッション**

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、「期待を超える提案を獲得するための『最強のオリエン』とは」と題したコミュニティイベントを2023年5月17日（水）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/news20230525/>



BMCについて

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。

第6回コミュニティイベント開催の背景

第6回のコミュニティイベントとなる今回は、「期待を超える提案を獲得するための『最強のオリエン』とは」をテーマに、有識者を招いてのセッション、ならびにコミュニティ会員とのディスカッションを行いました。

広告主がマーケティングパートナーを選定する際、「コンペ（コンペティション）」を通じて複数の広告代理店から提案を受けるのが一般的ですが、広告主から提案の与件を伝える「オリエン（オリエンテーション）」が的確に行われないと、広告代理店からの提案が期待から外れたものになり、最適なパートナーを選定することが難しくなります。しかし、広告主が行うオリエンの情報が社外に出ることは無いため、的確なオリエンを実施するノウハウは獲得しづらいのが現状です。

そこで今回のコミュニティイベントでは、これまで100を超えるブランドの戦略立案に携わってきた株式会社STRATEGY X 代表取締役CEO・信州大学特任教授の松浦良高氏と、広告業界では異例のコンペ勝率約70%を誇るThe Breakthrough Company GOクリエイティブディレクター松田健氏を有識者として招き、マーケティングの成果を最大化する提案を獲得するためのオリエンのポイントやノウハウについてディスカッションしました。

ディスカッションされた内容の概要

イベント開催に先立ってコミュニティ会員を対象に行ったアンケートでは、オリエンに関する問題意識として「広告主と広告代理店で認識のズレが生じてしまう」「自社の課題観を的確に伝えることができていない」「どんな情報をどこまで伝えるべきかの加減が難しい」といった声が寄せられました。

認識のズレを防ぐポイントについて、松田氏は「認識のズレは起きるという前提を持つべき」と指摘。コミュニケーションをオリエンの場のみ限定せず、コンペまでに認識の摺り合わせをするコミュニケーションを重ねることの重要性を解説しました。一方の松浦氏は、

オリエンテーションの際に、短期的なキャンペーンの目標のみを伝えるに留めず、より上流の事業課題や事業目的などの背景情報を伝えることの重要性を挙げました。

その他にオリエンで広告主が伝えるべき情報として、松田氏は企業・ブランドの歴史、経営者のビジョンの2点を挙げました。また、「予算などの制約があるからこそアイデアは生まれるので、広告主は適切な制約を伝えてほしい」と補足しました。これを受けて松浦氏は、オリエン時に、企業・ブランドの歴史、経営者のビジョン等の情報を提示する広告主は1割程度であると指摘。「広告代理店にどこまで情報を伝えるべきか」というコミュニティ会員から寄せられた問題意識に触れながら、広告主は開示する情報を限定することは考えず、提供しうる限りの情報を開示する方が、広告代理店としてはより質の高い戦略やアイデアを提案しやすいと述べました。

最後に、広告主と広告代理店が築くべき理想的なパートナーシップについて話が及ぶと、松浦氏は「会社の枠を超え、ブランドのことを真剣に考える一つのチームになること」を挙げ、「成果を最大化するために、踏み込んだ批判も言い合うことができる関係性が重要」と述べました。また、松田氏からも「事業成長などのあるべき姿に向かうため、双方が情熱を持つこと」を挙げ、企業の上層部に承認されやすいアイデアを考えるのではなく、事業成長に貢献する本質的に良いアイデアを通す覚悟を持つことが重要であると見解を述べました。

こうした議論に対し、参加者からは「長年続いているブランドと新規のブランドにおいて、伝えてほしい情報の違いはあるか」、「パフォーマンスを最大化するために、広告主にやってほしくないことは何か」など、多数の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	2023年5月17日（水）19時00分～20時30分
開催形式	オンラインでの開催
参加費	無料
セミナープログラム	19:00-19:05 オープニング 19:05-20:00 【第1部】セミナー

	<p>期待を超える提案を獲得するための「最強のオリエン」とは</p> <p>20:00-20:25 【第2部】ラボ ※参加者からの質問に、登壇者が回答する質疑応答</p> <p>20:25-20:30 閉会</p>
--	--

■登壇者紹介

松浦 良高 氏

株式会社STRATEGY X 代表取締役CEO ・ ストラテジックプランニングディレクター／信州大学特任教授

博報堂、上海博報堂、TBWA\HAKUHODO、マッキンゼーエリクソンの戦略プランニング本部長・エグゼクティブプランニングディレクターを経て、2021年4月に起業。20年以上一貫して、大手広告会社のブランド・マーケティング戦略の職種に携わり、国内外の企業の業務に従事。特に、ブランド戦略や、グローバル関連の戦略構築を得意としている。これまでに合計約100以上のブランドの戦略立案に関わっている。



松田 健 氏

The Breakthrough Company GO クリエイティブディレクター

ADKを経て、2020年GOにジョイン。ファミリーマートやケロッグ、JINSなどの大企業を手がける一方、スタートアップも数多く担当。サブカルチャーからテクノロジーまで幅広い知識を武器に、経営層と会話しながらブランド構築することを得意とする。「事業成長に効くクリエイティブ」がモットーで、担当企業の株価・評価額アップが喜び。コンペ勝率は約70%を誇る。



■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 氏（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 氏（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 氏（カゼプロ株式会社 代表取締役）

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

星野 崇宏 氏（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 氏（株式会社サイカ 代表取締役社長CEO）

設立：2022年2月

会費：入会金・年会費とも無料

Web：<https://borderless-mc.jp/>

■本プレスリリースに関する問い合わせ先

BORDERLESS MARKETING COMMUNITY 運営事務局

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