

表題：第 77 回 DSC 勉強会

日時：

2013/12/10（火）10:30～12:00

場所：

慶應義塾大学三田キャンパス 北館大会議室

## 1. 議題

### 1) 部会報告

#### ①システム部会

次回の部会 12 月 18 日 16 時～

場所：シスコシステムズ

#### ②指標部会

11 月の部会はなし

12 月は実施予定。

引き続きオウンドメディアについて検証

#### ③国際標準戦略部会

・ 11 月部会開催なし

・ ITU (SG16) 会合 (10/28～)

※部会報告 ppt 参照

次回の部会開催は 1 月予定

#### ③ユーザーズ部会

・ 11 月 22 日第 8 回目部会開催

—消防庁、内閣府、総務省より主に災害対応関係の状況報告

デジタルサイネージの位置づけ・役割について現状の報告も。

—4k モニターへの期待、課題について意見交換

→総務省からアンケート依頼、集約

—6 月までに災害対応ガイドライン第 2 弾をまとめるよう各省庁から依頼

来年の DSJ にむけて動き出す予定

次回：11 月 22 日に部会開催予定

#### ① マーケティング・ラボ部会

・ 11 月 26 日第 5 回定例研究会

大広メディアアックス弓削社長、東急エージェンシー菊井氏見学参加

—サイネージの事例研究

—成功事例調査

—撤退事例調査

- 先月の大阪グランフロントインタビューとロケハンの報告と反省、意見交換
- 研究レポートの執筆

次回定例研究会は12月16日予定

## 2) ゲストプレゼンテーション

「カンヌライオンズ2013」および「スパイクスアジア13」報告  
博報堂DYメディアパートナーズ

統合コミュニケーションデザインセンター クリエイティブ部  
コンテンツクリエイティブプロデューサー 柳 貴男 氏

2013年の「カンヌ国際クリエイティビティ・フェスティバル」  
そしてアジアのカンヌともいわれる「スパイクスアジア」について  
グランプリ受賞作品を中心に統合型コミュニケーションやアウトドア、  
デジタルサイネージの事例を紹介します。

- ・カンヌ  
今年で60周年  
クリオ one show と並んで3大広告賞  
来場者、作品数が多く世界 no.1  
3万6千人もの来場者  
セミナーのクオリティ高い
- ・SpikesAsia13  
今年で5回目  
カンヌライオンズのアジア版 運営団体は一緒  
昔からあるアドフェスト（今年で16回目）と来場者数・作品数でぬいた  
4千9百人もの来場者  
カンヌのままのクオリティのセミナーが受けられる
- ・アドフェスト  
手作り感がある、アジアの若者が集まる  
活気があり、若い年代の人の学びの場に向いている
- ・カンヌの歴史  
—1954年広告映画祭  
幕間に流す劇場CMのコンテスト ～1991年までテレビCMとシネアドのみ

- 1992年プレス&アウトドアというグラフィックの分野が新たに増えた
- 1998年表現
- 1999年コミュニケーション・・・いわゆるキャンペーンの評価
- 2002年ダイレクト部門
- 2005年ラジオ部門 チタニウム部門
- 2006年プロモ部門 アウトドア部門分離
- 2007年チタニウム部門
- 2008年デザイン部門
- 2009年PR部門
- 2010年フィルムクラブ部門

まさに広告祭と呼ばれるにふさわしいさまざまな分野の評価が揃ってきた

- 2011年クリエイティブ・イフェクティブネス部門

名称変更：カンヌ広告祭 → カンヌライオンズ国際クリエイティビティフェスティバル  
広告が取れた。それまでの広告とは、枠をどう埋めるかだったが、  
現状では、これは広告といえるのか？というもので色々広がってきたための  
名称変更。

- 2012年2部門追加

- 2013年イノベーション部門

60周年を彩る世界のトップクリエイターの審査員が集った

- ・セミナーが多い

メディア、クリエイター、代理店が世界中から集まる

連日長蛇の列ができる

クリエイターのみならずマーケティングの人たちも参加するようになった

- ・博報堂もセミナーを開催

- ・電通のセミナー

Perfume が登場。日本のプロジェクションマッピングに注目。

- ・google のセミナー

『Moonshot』・・・月面着陸くらいの大きなインパクトを起こす偉業、大冒険。

世界を変えてしまうくらいの大きなエポックメイキングな開発。

大きな問題を解決するには  
ストーリー と テクノロジー（重要）の両方が必要  
クリエイティビティだけではなく、今はテクノロジーが伴わないと  
moonshot のようなことは実現できない。

- コカコーラのセミナー  
アドバイザーオブザイヤーを受賞  
ハピネスを言うだけではなく、世の中を作り出していこう
  - リー・クロウ（アップルの元クリエイター）  
レジェンドとして評価  
今広告は定義しにくくなっている  
テクノロジーをどう使っていくかがキーになる（クリエイティビティを重要視）
  - 今年のセミナーについて  
去年「WHY」なぜそれをするの？ を伝えるセミナー  
→ 今年 「HOW」 どうやってそれをやるの？ に変化  
ビジネスオブクリエイティビティ
    - クリエイティブな力で解決する大きなソリューションのストーリー
- テクノロジーに大きな役割をおいている

#### 【カンヌ受賞作品】

第 60 回なので豪華な審査委員長

- 『DUMB WAYS to DIE 馬鹿な死に方』 カンヌで 5 個のグランプリを獲得  
(スパイクスでは 7 個)  
メルボルンの地下鉄の人身事故防止広告  
色んなおばかな死に方はあれど、1 番馬鹿なのは電車周りの死に方だよね、  
というものを駅の DS で流したり、ポスターを打ったり、  
アプリ展開などして多大なる共感を得る。
- 『パラリンピック』 FILM CRAFT GPX 受賞作品  
ロンドンの広告

- ・『RealBeautySketches』  
Dove の広告  
女性は本人が思うより美しいことを証明するプロジェクト
- ・『Why Wait Until It's too late』  
オランダの保険会社) DELA 社の広告  
感謝の気持ちを伝えよう
- ・『SMART PUBLIC AFFAIR』  
フィリピン SMART COMMUNICATION  
教材が重すぎて子どもたちの背骨が曲がってしまう！  
→デジタル化しよう、というもの。  
SIM カードが教科書で、入らなくなった携帯端末を再利用。半分以上軽くなった。  
  
子供たちが重い教科書を運ばないですむように、モバイルが教科書に
- ・『Z-MACHINES』  
日本。博報堂 DY の柳さんが授賞。  
ロボットが楽器を演奏する、の次元を超えてる超絶技巧演奏。  
ユーザーが曲を投稿し、それをロボットが演奏する。  
未来のパーティをやろう！がコンセプト。
- ・『Smart Citie's Projejt』  
IBM  
ポスター広告がベンチになる、雨宿りができる屋根になる  
階段のスロープになる
- ・『Bridge of Life』  
韓国。自殺多数の橋に DS を設置して自殺防止を目指した。実際に自殺も現象。
- ・『ハフィントンポスト』  
イギリスの新聞社  
ニュースになかなかアクセス出来ない事に不満を持った  
ロンドンの方々の悩みを解決。  
地下鉄の DS でニュースを配信、地下鉄が wi-fi とも協力。アプリもあり。

・『THE HIGEST GOAL』

アディダス。日本のプロジェクションマッピング  
大きなビルに投影

・『TOKYO CITY SYMPHONY』 シルバー

東京の街のジオラマにプロジェクションマッピング  
ユーザーが PC キーボードで制御した音に合わせてプロジェクションマッピングが連動。

・『Open Happiness』

タイのコカコーラのプロジェクト。  
ハピネスを具体的に実現しよう。タイを笑顔にするために

・『ハッピーをあけよう』

コカコーラ。インドとパキスタン双方にに置いたデジタルサイネージ。  
互いが移り、動作を共有しコカコーラを購入する。

・ 広告の考え方が変わり始めている

どんな表現を作るのか？

↓

どんな関係価値を作るのか？

どんな世の中を作るのか？

カンヌ、来年は 2014 年 6 月 15 日～21 日

### 3) 事務局より報告

日時：2014 年 1 月 12 日(火) 10:30-12:00 勉強会

会場：株式会社三菱総合研究所 4F 大会議室 AB

以上