

2014年4月17日

株式会社ブックウォーカー

これが広告!?

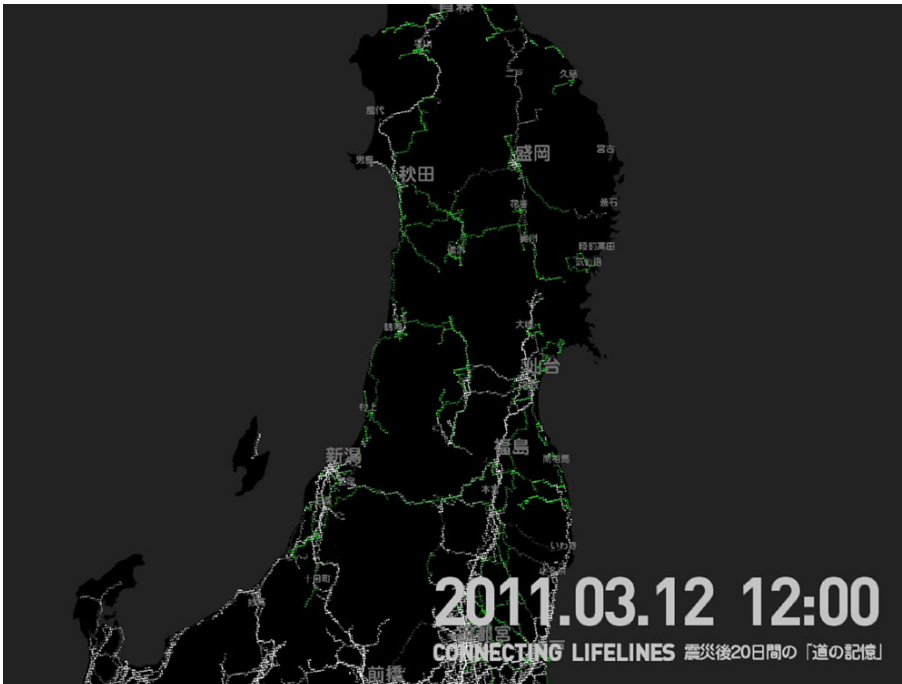
クリエイティブ・テクノロジストが広告の概念を拡張する

株式会社ブックウォーカー（本社：東京都千代田区 代表取締役社長：安本洋一）が展開するコンパクトな電子書籍専用レーベル【カドカワ・ミニッツブック】は、今もっとも注目される広告クリエイターの一人、クリエイティブ・テクノロジスト 菅野薫氏の初の著書『クリエイティブ・テクノロジスト』の配信を開始しました。

■ デジタルテクノロジーが広告に新たな領域を提示する

東日本大震災直後、現地の道路情報をネットで公開し、支援車両の通行をサポートした様子を一つの作品として発表した「インターナビ CONNECTING LIFELINES」（2011）。1989年のアイルトン・セナの走りを現実のサーキット上に音と光で再現した「Sound of Honda / Ayrton Senna 1989」（2013）。高速で動くフェンシング競技をデジタルで可視化したオリンピック招致用映像（2013）など、テクノロジーの手法を取り入れた新しい広告表現を生み出し続け、数々の広告賞を受賞しているクリエイティブ・テクノロジストの菅野薫氏。

本書では、菅野氏が手がけたプロジェクトを振り返りながら、テクノロジーが広告にもたらす変化と、それによるブランドとユーザーとのコミュニケーションの新たな可能性を描いていきます。



CONNECTING LIFELINES

CONNECTING LIFELINES

<http://www.honda.co.jp/internavi/awards/>



Sound of Honda - Ayrton Senna 1989 -

Sound of Honda - Ayrton Senna 1989 -

<http://www.honda.co.jp/internavi-dots/dots-lab/senna1989/>

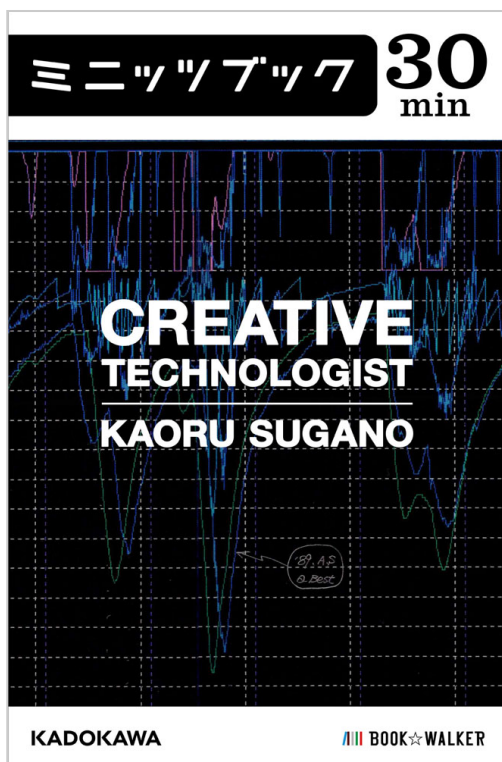
■ 適切な仕事をもらうために肩書きを付ける

本書の後半では、広告会社である電通の中に「クリエイティブ・テクノロジスト」という肩書きが作られた経緯について触れています。

デジタル化の波が広告業界にも押し寄せる中で、クライアントの漠然とした期待と、従来の広告手法とのギャップは大きく深いものがありました。それを埋めるために広告クリエイティブとデジタルテクノロジーの両方が分かる人材が必要となり、菅野氏に白羽の矢が立ちました。

“今、クライアントは見たことのないものを望んでいます。見たことがないから、前例がないから、誰に何を頼んで良いのか分からないんです。（中略）その肩書きが僕自身のすべてを正確に表現しているかどうかは重要ではなく、クライアントがイメージしている「こういう人がいたらいいのに」という要望と、自分の適性（スキル）を上手くつなげることができれば自分に合った仕事は来るはず”（本文より一部抜粋）

本書は、広告業界に限らず変化の速度が速いビジネスシーンにおいて、自分の役割・ポジションの取り方に悩んでいる多くの人にとって良いヒントになります。



『クリエイティブ・テクノロジスト』 菅野 薫 著
想定読了時間30分。希望小売価格300円。

公式サイト：<http://j.mp/1mBA2wK>

試し読みはこちら：<http://bit.ly/1mbDkHp>

■著者について

菅野 薫 (すがの かおる)

株式会社電通 コミュニケーション・デザイン・センター

クリエイティブ・ディレクター / クリエイティブ・テクノロジスト。

1977年東京都生まれ。東京大学卒。2002年電通入社。国内外のクライアントの広告キャンペーン企画、商品サービス開発、データ解析技術の研究開発などの業務に従事。

文化庁メディア芸術祭 大賞 / Cannes Lions チタニウムライオン、サイバー部門金賞 /

D&AD Yellow Pencil / One Show -Automobile Advertising of the Year- / Spikes Asia

デジタル部門グランプリ / Adfest グランプリ / 東京インタラクティブ・アド・アワード

グランプリ / Yahoo! JAPAN Internet Creative Award グランプリ 2013 / 2012年

JAAA クリエイター・オブ・ザ・イヤー 審査員特別賞など国内外の受賞多数。

SXSW、Cannes Lions、MIT media lab@Tokyo、Spikes Asia、ad:tech Tokyo、FITC、Social Media Weekなどで講演。D&AD Awards 2013 デジタルアドバタイジング部門審査員。

■スマホ時代のライフスタイルにベストマッチの電子書籍【カドカワ・ミニッツブック】

「カドカワ・ミニッツブック」は30分前後で読み切れる手頃な分量が特徴の電子書籍専用レーベルです。現在、KADOKAWAグループの多彩なジャンルから100タイトル以上を発売中です。

ミニッツブックというレーベル名には「分単位で読める本」という意味が込められ、表紙の右上には「〇〇min」と想定読了時間の目安が明記されています。通勤・通学の「スキマ時間」に手軽に読めて、満足感のある内容をお届けします。KADOKAWAの直営ストアBOOK☆WALKERをはじめとするスマートフォンや電子書籍端末に対応している各電子書籍ストアで絶賛発売中です。

カドカワ・ミニッツブック公式サイト：<http://minutesbook.jp>

カドカワ・ミニッツブックCM動画：<http://www.youtube.com/user/minutesbook>

【本件に関するお問い合わせ】

株式会社ブックウォーカー デジタル編集部担当：根岸 公式サイトURL：

<http://minutesbook.jp>

Tel: 03-3238-8474 **Fax:** 03-3238-9086 **Mail:** support@mail.bookwalker.jp