

iPROSPECT

Brands Accelerated

2022年10月11日

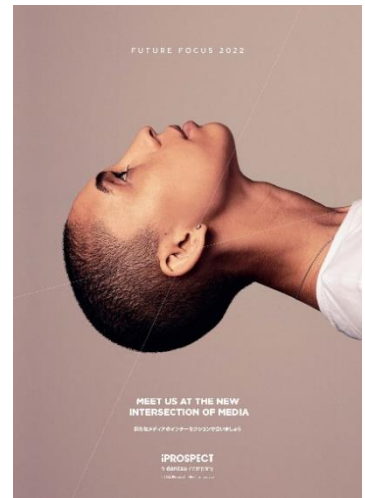
プレスリリース
報道関係者各位

大きく変化していく生活者の価値観にマーケターはどう対応すべきか

アイプロスペクト、激動の時代にブランドが存在価値を発揮するために注目すべき メディアと社会の新しい交錯点について解説したホワイトペーパー「Future Focus 2022」を発表

iProspect Japan (アイプロスペクト・ジャパン株式会社、CEO：金井 耕一、所在地：東京都港区) はこの度、グローバルネットワークの優位性を活かし、マーケティングビジネスとそのトレンドを分析した年次レポートの最新版「Future Focus 2022 – 新たなメディアのインターセクションで会いましょう」を発表いたしました。

コロナ禍は世界を一変させ、消費者の価値観と行動は急激に変化し、暮らし、働き方、買い物、人と人との交流の仕方は大きく変貌しました。絶え間ない変化への適応力が求められるなか、メディアは新たな形で社会と交わり始めています。「Future Focus 2022」では、**メディア**はカルチャー、コンテンツ、データ、テクノロジーが交差する「インターセクション」であると述べています。このような多要素が重なり合う新しいメディアのインターセクションでは新たなビジネス機会、イノベーション、変革が生まれています。本レポートでは現状を紐解き、今後のマーケティングを予測するとともに、ブランドにとって最も重要な可能性を秘めた3つのインターセクションについて考察しています。



【企業の社会的責任やブランドの倫理的姿勢をコミュニケーションに反映させる重要性】

今回特筆すべきは、ここ数年で一変した消費者の行動、意識や価値観に伴い企業のマーケティングのあり方も社会志向にシフトしている点です。マーケターは時流を捉え、公正かつサステナブルな社会を目指す価値観を反映した公共心のあるアプローチをコミュニケーションに取り入れる必要があるでしょう。企業はさまざまな要素が共存するインターセクションから、メディアの先に存在する生活者を見つめ、その価値観に配慮したサステナブルな生活を支援することが求められます。ブランドの成長を加速させ、その存在価値を示すには、感情と理性を同時に機能させるインターセクションが非常に大切な鍵となります。企業はビジネスの合理性を確保しつつ、社会的責任への取り組みや社会に対して人間らしいポジティブなインパクトを達成しながらもビジネスを継続するために収益を上げることが必要です。本レポートは、マーケターが自社ブランドの成長を加速させるために迅速かつ効果的に活用できるように、現状認識とインサイト、アドバイス、実践的な事例を紹介しています。



【「Future Focus 2022 – 新たなメディアのインターセクションで会いましょう」の主な内容】

1. ネクストとノーマルのインターセクション

消費者や企業の新しい生活様式へ適応するための実験的取り組みやイノベーションを紹介しています。コマースの変化、オムニチャネルエクスペリエンス戦略の加速、メタバースなどのバーチャル世界の活用など新たなマーケティングアプローチについて事例を交えて考察しています。

2. 共感と責任のインターセクション

コロナ禍と、公正な社会を目指す倫理的・道徳的意識の高まりが重なり、昨今現れてきたブランドのあり方の変化に焦点を当てています。サプライチェーンや働き方など、自社の取り組みを見直し具体的な行動に移す企業が増え、またマーケティングにもサステナビリティやインクルージョン等の考え方が反映され始めています。ここでは、グローバルシチズンシップの観点から世間に存在意義を示す取り組みの例を紹介しています。

3. パーソナルとプライベートのインターセクション

企業と顧客間の価値交換の明確化が進むなか、個人情報の取り扱いが企業の信頼性を左右する重要な要素です。個人情報保護に関する規制強化やサードパーティ Cookie 廃止はマーケティングに大きな影響を及ぼします。この環境下でのマーケティングのあり方やデータ戦略、代替ソリューションについて考察しています。

より詳細な「Future Focus 2022 – 新たなメディアのインターセクションで会いましょう」本編（日本語版）は下記特設サイトにてダウンロードが可能です。 <https://www.iprospect.com/ja/jp/news-and-insights/insights/future-focus-2022/>

iProspect (アイプロスペクト)について

iProspect は、dentsu グループに属し、グローバルに展開するデジタルファースト・エンドツーエンドメディアエージェンシーです。メディア戦略とストーリーテリング、デジタルの専門性およびオーディエンスに対する知見を組み合わせ、パフォーマンス主導のブランド構築という新領域を定義します。iProspect は、人を中心としたソリューション (human-centric solutions) の提供により、Sonos、Cox、LG、Hilton、Levi's、Budweiser、Microsoft、Procter & Gamble など、世界を代表するブランドの成長を加速させています。世界 93 の市場にわたる 8,000 人を超えるメディアとパフォーマンスのエキスパートで構成された iProspect チームがグローバルネットワークで活躍しています。 (<https://www.iprospect.com/ja/jp/>)

■ iProspect Japan (アイプロスペクト・ジャパン) の概要

会社名 : iProspect Japan (アイプロスペクト・ジャパン株式会社)
代表者 : CEO 金井 耕一
所在地 : 東京都港区東新橋 1-8-1
設立 : 2003 年 12 月
URL : <https://www.iprospect.com/ja/jp/>