

プレスリリース
報道関係者各位

インサイト分析と戦略性に特化した、世界を代表するグローバル・メディア・エージェンシーCarat マーケター必見の10のビジネストレンドを分析したホワイトペーパー 「Carat Trends 2020 - エコシステムが全てをのみ込む年」を発表！

Carat Japan (カラ・ジャパン株式会社、CEO：金井 耕一、所在地：東京都中央区) は、独自のメディアエージェンシーネットワークから2020年のグローバルビジネストレンドを予測、分析したホワイトペーパー「Carat Trends 2020 - エコシステムが全てをのみ込む年 (Carat Trends 2020 - The Year of All-Conquering Ecosystems)」を発表いたしました。このレポートでは、昨今のGAFA (Google, Amazon, Facebook, Apple) に代表される巨大プラットフォームによる支配的状況が、消費者と企業のマーケティング活動にどのような影響を与えるかがテーマとされ、10のトレンドを「波紋」が広がる方向性に基づき3つのグループに分類しました。それぞれのトレンドが起きている理由、想定される勝者と敗者、ブランドや消費者への影響や意義を検証しています。



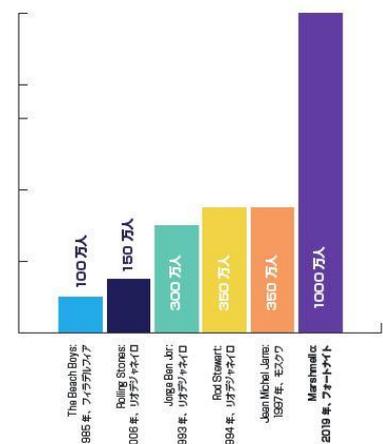
【衝突する巨大エコシステム：ブランドが取るべき方策とは？】

コマース領域のみを例に取っても、GAFAのような限られた数社による寡占状況下ではブランドは巨大プラットフォームとのパートナーシップの強化、もしくは消費者と直接的な関係性を築いていく為に独自のプラットフォームを構築するかを選択を迫られています。ブランドの視点で長期的に見たとき、独自のプラットフォームを持つことは消費者データを蓄え直接的な関係性を構築することができ、ブランド価値を確立することも可能なため、より有効であると考えられます。

【深化するゲーミフィケーション：プラットフォームもゲーム事業への参画を進める中、文化的な影響はどこまで広がり、新しいマスメディアとなり得るのか？】

ゲームがスポーツ、音楽、メディアなど他の領域に与える文化的な影響は見逃せません。世界のゲーマーは25億人、グローバルなゲーム市場の規模は1,500億USD(約16.2兆円*)とどの文化産業よりも大きくなっています。米国ではモバイルユーザーの72%がゲームをプレイし、英国のゲーム業界の大きさは、映画、音楽両産業を合わせた規模を上回るほどに成長しました。Amazon傘下のTwitchは、ユーザーがスポーツ実況にリアルタイムで参加できるコンテンツを配信し、インタラクティブなゲーム感覚の体験を提供することで今やライブストリーミング総視聴時間の約70%を独占しています。今後、2030年までに5Gを活用したバーチャルeスポーツの人気の従来を越える見込みという調査結果は、ブランド、マーケター、クリエイター、メディア関係者にとって注目すべき点と言えるでしょう。また、音楽との親和性が高く2019年2月にアーティストMarshmelloが人気ゲーム「Fortnite」内で開催したバーチャルコンサートには1,000万人が参加しました。これは、アーティスト単独公演最多動員数を更新した史上最大規模の「ライブ」となりました。

アーティストの単独公演最多動員数



*2020年2月末のレートを参照



画像: unsplash.com

【プライベート化の波により、マーケティングにおいて計測と分析が困難な時代へ - 「見えにくい」 オーディエンスとエンゲージメントを高める鍵はポスト・プロダクション広告】

2年後にはクッキーが使えない世界がやって来ます。同時にプライバシー関連の法的規制も強まっています。この潮流に備えるには、ブランドは自社のプラットフォーム上やモバイルアプリで顧客との信頼関係を築き、データを活用できる体制を構築することが長期的な正解になるでしょう。メディアやテクノロジー側の視点で考えると、AIを活用したコンテンツ・ターゲティング、ゲーミフィケーションを活用したよりインタラクティブな表現手法や既存のゲーム、映像作品に広告を自然な形で挿入するポスト・プロダクション広告がソリューションとして挙げられます。一方、ソーシャルメディアはよりダーク化と呼ばれるプライベート化が進んでいます。当社の独自データによると、英国、米国、オーストラリアでは50%以上の人が、ソーシャルメディアサイトやアプリに対し、最も強度の高いプライバシー設定を使用しています。消費者のプライバシーに対する意識がますます慎重になる中、ブランドが成功を収めるにはより熱狂的なファンと繋がるために非公開のプライベートグループを自ら作る、フォロワーとのエンゲージメントが高いインフルエンサーを採用しパーソナルで密な関係性を築くなど、ピンポイントで深いマーケティング戦略がさらに重要になっていきます。

より詳細な「Carat Trends 2020 - エコシステムが全てをのみ込む年」本編(日本語版・英語版)は下記特設サイトにてダウンロードが可能です。<https://carat-japan.jp/carat-trends-2020-report/>

Carat (カラ)について

Carat は、世界 135 以上の国と地域で展開し、10,000 名を超えるプロフェッショナルを通じて、新たな価値を創出するという企業理念のもとブランド・コミュニケーションとソリューションに多大な成果を上げているグローバル・メディア・エージェンシーです。ロンドンを本拠地とする電通イーグス・ネットワークのリーディングエージェンシーとして、世界的なメディア業界の調査機関である RECMA より、これまでに 10 度ナンバー1 グローバル・メディア・ネットワークに選ばれています。Carat の日本法人であるカラ・ジャパンは 2003 年に設立されました(<https://carat-japan.jp/>)。

■Carat Japan (カラ・ジャパン) の概要

会社名 : Carat Japan (カラ・ジャパン株式会社)
代表者 : CEO 金井 耕一
所在地 : 東京都中央区銀座 6-18-2 野村不動産銀座ビル 12F
設立 : 2003 年 12 月
URL : <https://carat-japan.jp>