

「デジタルテクノロジーによる 広告クリエイティブの変貌」

杉山 恒太郎（すぎやま・こうたろう）先生

株式会社ライトパブリシティ
代表取締役執行役員副社長

1948年、東京都生まれ。立教大学経済学部卒業後、
1974年電通入社。東京本社クリエイティブ局配属。
1999年よりデジタル領域のリーダーをつとめ、
2001年インタラクティブ・コミュニケーション局長に就任、
インタラクティブ広告の確立に寄与。トラディショナル広告と
インタラクティブ広告の両方を熟知した数少ない
エグゼクティブ クリエイティブディレクター。
その後2004年執行役員に就任、2008年常務取締役、
2011年顧問を経て、現在 ライトパブリシティ
代表取締役執行役員副社長。



〈講義概要〉

世界的広告クリエイターとして数々の有名な広告制作に携わり、広告産業を築いてきた杉山恒太郎氏（株式会社ライトパブリシティ代表取締役執行役員副社長）が、デジタルテクノロジーによる広告クリエイティブの変貌について講義を行った。

講義ではまず、デジタルテクノロジーの進化によって、生活者の消費行動プロセスや、情報の送り手と受け手の関係に大きな変化が生じていることを解説し、新たな広告表現が求められていることや、「新しい技術が新しい物語の語り方を生む」ことを分かりやすく示した。

続いて、広告の作り方、アイデアの基本について、「本や映画、演劇等から多くの人の人生を知り、人に対する理解を深める」ことが重要であり、「何をどのように伝えるか」情報を整理し、新しく魅力的な文脈を発見することが大切であると示した。

さらに、インターネットやソーシャルメディアの台頭による広告クリエイティブの変化についてインターネット上の国内外の数々の広告を上映しながら解説。「共有される広告、体験させる広告、役に立つ広告」がキーワードであり、近年は「つぶやきを魅力的な映像に可視化させる」ことも重要なポイントであると説明した。最後には、広告の概念が拡張される時代であることや、「テクノロジーと物語性を駆使する力」が求められる時代であると言及し、広告クリエイティブの今後のあり方と可能性について幅広い見識を示した。

《受講生の感想》

●今回の講義で広告における基本的な知識や心構え、広告業界の魅力について学ぶことができた。SNS の登場によって、文化と人々に相互作用（ボトムアップ）が生まれたのだと気づき、その存在がまた文化を作っていくのだと感じた。Visual language の重要性についても多く学ぶことがあった。言葉を使わないことが新しいデザインになり、印象を与え、その斬新なアイデア、CM 自体が視聴者に考えさせるアクションを起こさせ、メッセージにより強い印象を与えるのだと分かった。
立命館大学・産業社会学部・2 回生

●広告というものは時代と共に変化し、ニーズに合ったものになっていくことを理解しました。アイデアを出すためには他の人の人生をたくさん見て、感じ取る感性を養うことが大切であると仰ったことが非常に印象的でした。また、これから求められるものは SAY から DO のクリエイティブに変わったということも印象深かったです。
立命館大学・法学部・3 回生

●以前は AIDMA が主流だった広告業が、デジタル化が進む現在では AISAS、search と share という要素が加わり、広告の役割が変わってきていることを改めて知りました。また最近では、SNS の普及により、人に宣伝するやり方・宣伝対象の年齢層にターゲットを絞って伝えるという現代の社会状況に応じた広告の変化を感じました。
立命館大学・産業社会学部・2 回生

●インターネットの普及によって今まで一方通行だった様々な情報がインタラクティブになり、広告も与えるだけでないスタイルが求められているということが分かりました。伝えるスタイルが様々になり、色んなところから情報が目に入ってくる中で、コンテキスト、ストーリーを作ることがいかに大切かが分かりました。また、広告が企業の広告効果以上の価値を求められていることが感じられました。

立命館大学・映像学部・4 回生

●以前は「AIDMA」で送り手が受け手に一方的に情報を送っていたけど、今は、インターネットが発達して、「AISAS」誰もが情報の送り手になり、受け手にもなり、情報共有が容易になってきて、それに伴い広告クリエイティブも進化してきたことがよく分かりました。1つの商品を紹介するのにどうアプローチするか、発想の転換をうまく使って、面白く感じさせることが重要なのだと思いました。
立命館大学・法学部・3 回生

●「人に対して理解を得るためには、色んな人の人生を知る必要がある」ということが心に残っています。何を？どう伝えるかで見ると人の捉え方は異なってくるのだと思いました。言葉がなくてもビジュアルランゲージによって視聴者に訴えることができることは、世界中の人々に反響を呼ぶことができるのだと感動しました。
立命館大学・文学部・3 回生

