

JAAA Spikes Asia 2018

Reported by TEAM_A

Masafumi Ishii

Hiroki Akitomo

Kyoka Shimada

Ichiro Tsukazaki

Toshiyuki Hidari

Yuta Nakajima



2018.09.24mon-30sun

9月24日 タイ／バンコクへ

9月25日 バンコクにて会社訪問

> 博報堂生活総合研究所アセアン

> ENSEMBLE THAILAND

> Rabbit Digital Group

9月25日 シンガポールへ

9月26日・27日 スパイクスアジア2018 参加



スパイクスアジアは1987年から始まった
カンヌのアジアパシフィック版CRアワード

運営元もカンヌと一緒に、来場者数1,500+（23カ国）作品応募数4,300+





9月25日 AM10:08 HAKUHODO Institute of Life and Living ASEAN



タイにおける博報堂の体制及びコンセプト

22名の出向者と 1000名規模のローカル社員

日本人（よそ者目線）×ローカル目線



BIRDS EYE BUGS EYE

鳥の目と虫の目



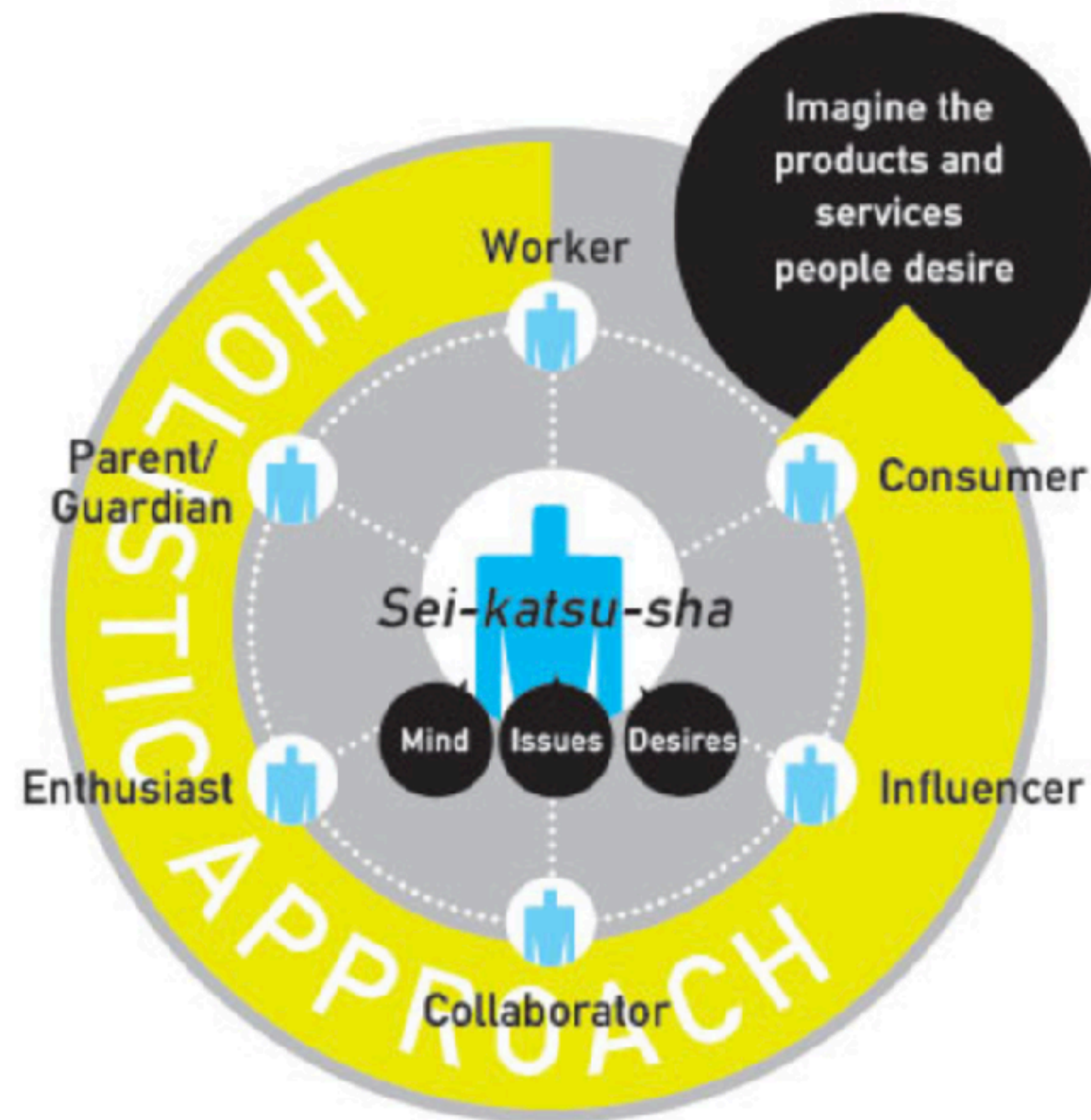
アセアンの現在には、
日本の未来のヒントも眠っている。
アセアン生活者から、
リバーズイノベーションを起こす。



現地生活者を最もよく知る エージェンシーというブランディング

Our philosophy

Sei-katsu-sha Insight



博報堂が唱えている生活者発想

消費活動以外の行動の欲求もちゃんと見る。

生活者を、人として見るところからアイデアは始まる。

生活者の本当の欲求や本当の課題を探す。

「何を言うか」より、「何をしたか」が大事。

グルインで意見を聞くより、家庭訪問で人を見る。

数多くの興味深い生活者行動から、

クリエイティブの源泉になるインサイトを発掘。

クライアントにとって広告会社は

業者でしかないケースも多い。

消費に関するデータは

下手すればクライアントさんの方が

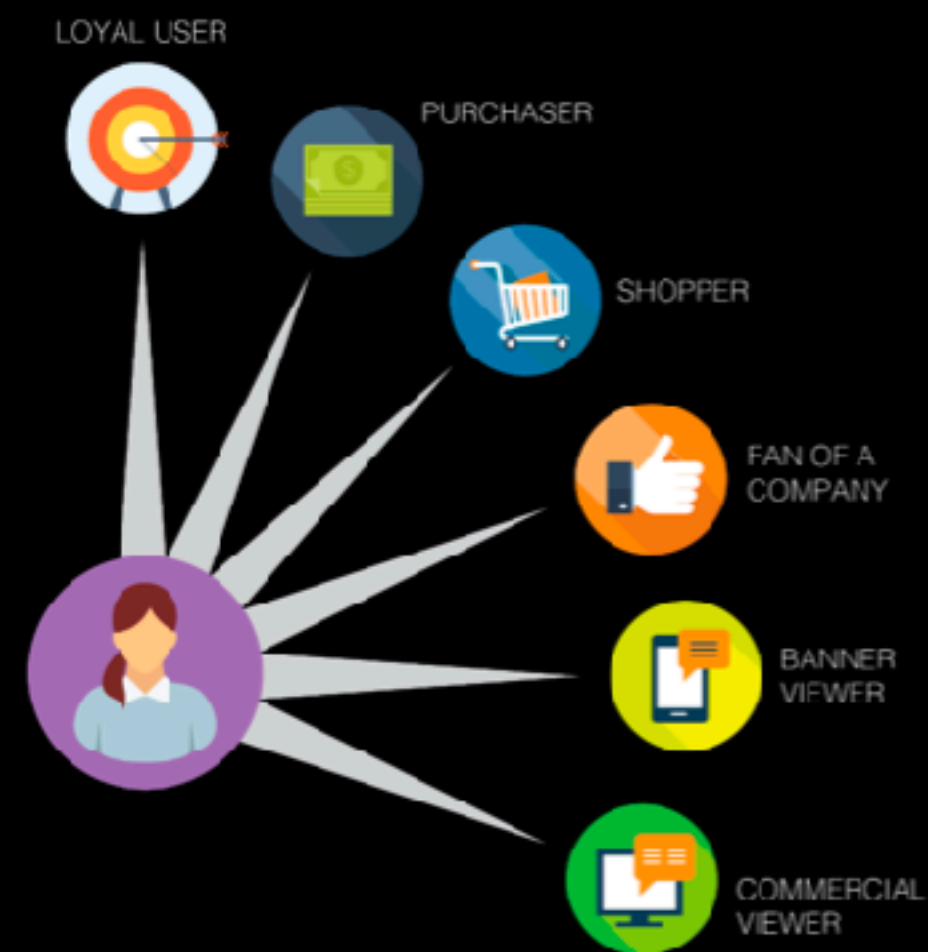
たくさん持っていたりする。

クライアントさんが持っていない

「生活者発想」を武器にして、

業者ではなくパートナーになる。

consumer



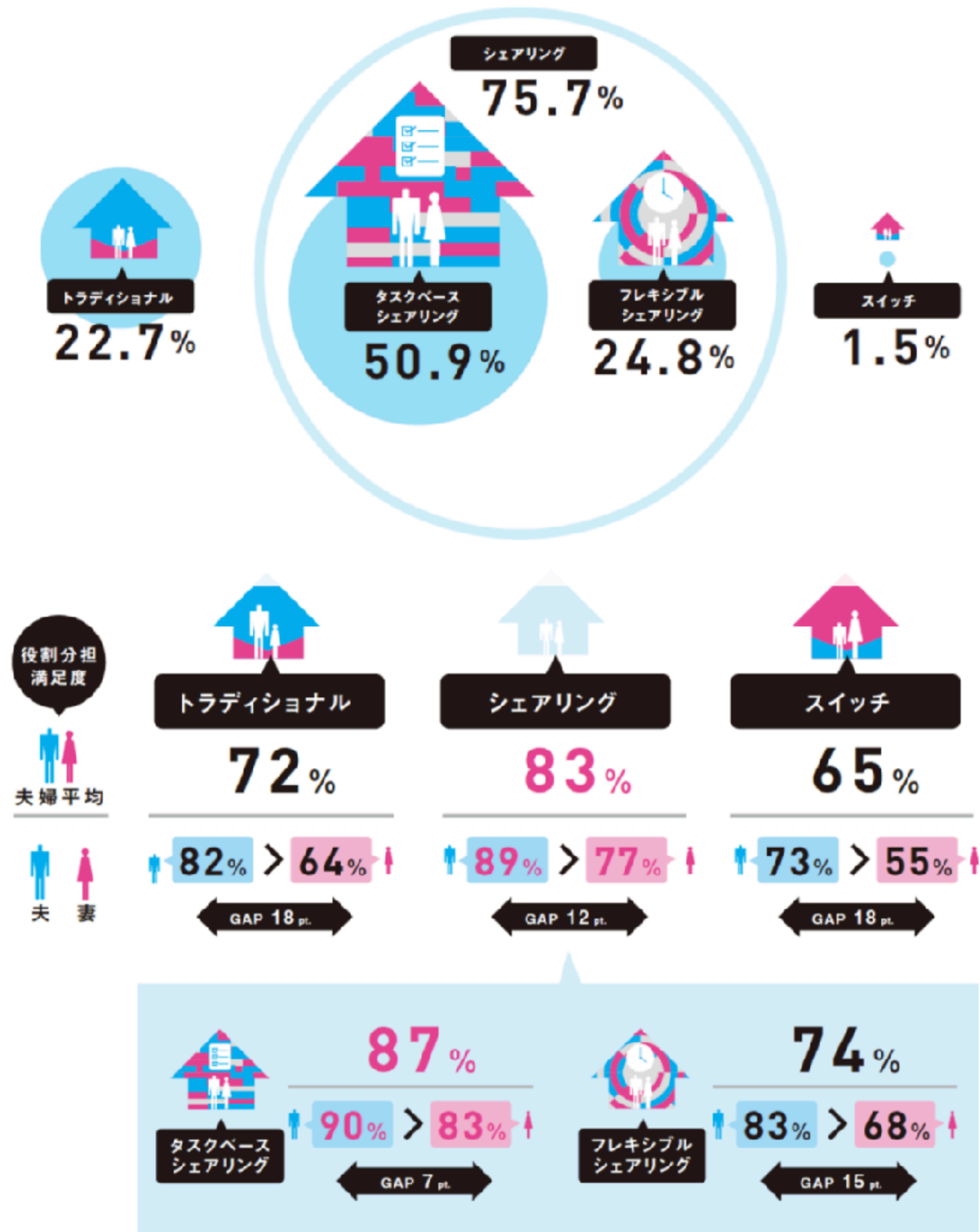
個々の人々を「コンシューマー」としてみると、消費に関わる行動しか見えてこない。しかし、人は「コンシューマー」である以前に、消費行動以外の要素をたくさん持った「生活者」である。

前項の消費活動以外の行動の欲求もちゃんと見る。生活者を、人として見るとは生活者を消費者としてだけ捉えるのではなく人が何かを買う消費者行動の裏にある夫や親としてあるいは労働者として、こうありたいというその人自身の欲求まで全てを見ること。

sei-katsu-sha



人々を生活者としてとらえると、消費とは一見関係なさそうな要素も消費行動の意思決定に影響を与えていることが多いと気付く。博報堂では生活者を構成するこの要素を明らかにすることで生活者のコアの欲求に近づけるのではないかと考えている。



アセアン諸国の家庭の家事の分担についてインタビューを元に調査。

妻が主に家事を担当する伝統的型、夫婦で分担するシェアリング型、夫が家事を主に担当するスイッチ型の3つに分類。さらにシェアリング型を、タスクベースとフレキシブルに分けて調査。アセアン諸国で最も多かったのはシェアリング型のタスクベース。

このシェアリング型のタスクベースは夫婦の満足度が最も高く、さらに夫と妻の満足度の差も少ないものだった。

このようなアセアン諸国の夫婦は買い物においてどんな意思決定をしているのか？研究はさらに進む。



The state in which access to
rights or opportunities is unaffected by

Source: Oxford dictionary

オムツの購入に関して、
Facebook広告を見た夫が妻に
オススメして購入に至るという事例。

車の購入に関して、
公式HPを見た夫が妻にメールをし、
妻がYouTubeでその車を見て
イマイチだと言い、
夫婦で妥協点を探っていくような動き。

Gender Equality at Home Who rules the house?

1

Type of
Household

2

Satisfaction of
Role Division

3

Purchase
Decision
Making

指輪の購入に関して、昔は男が買って
渡していたが今は夫婦でお店に行って
選んでいる。

夫婦という単位を
ターゲットとして設定するという新視点

<http://hillasean.com/>



9月25日 PM13:14 ENSEMBLE THAILAND





9月25日 PM15 : 37 Rabbit Digital Group





9月27日・28日 AM10:02 Spikes Asia 2018





アジア版カンヌ 運営元も一緒 来場者数1,500+ (23カ国) 作品応募数4,300+

