

博報堂DYメディアパートナーズ「メディア環境研究所」を設立（4 / 1 付け）

1 「メディア環境研究所」設立の背景とねらい

デジタルテクノロジーの進展や、様々な社会環境の変化に伴い、メディア環境は新しい枠組を求めて大きな変化を迎えています。特にインターネットの浸透は、新旧メディアをクロスオーバーする形で、従来にはなかった全く新しいメディア価値を生み出そうとしています。

当研究所は、新しいビジネスモデルの創造に取り組むためには、「メディアとメディアの境界領域に新たなビジネス機会が生まれる」という認識に立ち、メディアとメディアの交流の場を提供し、メディアが提供する情報の形がどうなるのか、「メディア環境変化の発見（解釈）」と「メディアの新たな使い方の提案（創造）」を目指して、以下のような活動を行ってまいります。

「メディア起こし」プロジェクト

あらゆるメディアに関して、広告メディアとしての潜在的な可能性を掘り起こしていくことが狙いです。新聞、雑誌、テレビ、ラジオといった、既存のマスメディアにおける再発見や、これまで広告メディアとして認識されていなかった“ツール／機会”の発見にもトライしたいと考えます。

「コンテンツ起こし」プロジェクト

「メディア起こし」同様に、コンテンツの潜在的な可能性を掘り起こしていくことが狙いです。魅力的なコンテンツは、単独でも非常に重要な広告メディアですが、メディアと連携することで、さらに強力な広告メディアとなります。既存コンテンツの活用も含めてコンテンツの新たなメディア展開に挑戦したいと考えます。

「メディア定点」調査の実施

上記の活動の基盤となる調査活動も行います。日本人のメディアに対する意識や行動を様々な角度から調査・分析し、その変化をウォッチしていきます。

メディアとメディアを繋ぐ交流の場の提供

弊社は、広告ビジネスを通じてあらゆるメディアと接点を持っていますが、「メディア環境研究所」は、この信頼関係をさらに強め、メディア各社間の交流（ワークショップ、シンポジウム等）の場づくりにも積極的に取り組んでいきます。上記のような活動を通じ、メディア環境研究所は、博報堂、大広、読売広告社の3つの広告会社との連携を深めた上で、博報堂DYホールディングスと経営統合グループのエッジとして活動を進めてまいります。特に、博報堂の生活総合研究所、研究開発局、またインターネット広告ビジネスにおいて既に実績のあるデジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社（DAC）と連携していくことを考えております。

2 「メディア環境研究所」の組織概要

組織名： メディア環境研究所
 (英文表記：Institute of Media Environment)
組織の位置づけ： 博報堂DYメディアパートナーズの社長直轄の部門
所長： 中村 博 (メディアマーケティング局長兼務)
構成員： 当初は研究員8名程度(専任3名、兼任5名程度)
社外理事： 杉本 秀雄 (株式会社博報堂取締役執行役員)
 関沢 英彦 (株式会社博報堂生活総合研究所長)
 矢嶋 弘毅 (デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社社長)
所在地： 博報堂DYメディアパートナーズ内
設立： 2004年4月1日

以 上

2004年3月24日

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ

広報グループ 山下・長澤

03 - 6218 - 9179