

博報堂DYグループ、3次元インターネット仮想社会に関する専門チーム 「3Dインターネットラボ」を本格稼働

博報堂DYグループ・i-ビジネスセンター(※1)は、3次元(3D)インターネット領域でのマーケティング・コミュニケーション手法の開発やビジネス開発を行なう専門チーム「3Dインターネットラボ」(以下略称:3Diラボ)を新設し、企業のマーケティング支援ビジネスを本格的に開始いたしましたのでお知らせします。

すでに米国を拠点として展開されているセカンドライフを代表とする3Dインターネット仮想社会は、これからの新しいコミュニケーションやビジネスの可能性を強く秘めているものです。

すでに日本企業でも、セカンドライフを舞台としていろいろな取り組みにチャレンジされていますが、今後は、それ以外の3Dインターネットの可能性も含め、これを、マーケティングやブランディング企画に取り入れていくことは、得意先のブランド支援を考えるにあたり不可欠となっています。

博報堂DYグループ・i-ビジネスセンターでは、すでにセカンドライフにおける企業のプロモーション業務など3Dインターネットにかかわる業務を提供してまいりましたが、このたび新設した専門チーム「3Diラボ」では、3Dインターネット仮想社会(※2)を単に新しいメディアの一つとして捉えるだけでなく、生活者との絆(エンゲージメント)を創る回路としてとらえ、マーケティング支援ビジネスを本格的に提供するものです。

すでにセカンドライフでのSIM(スペース)「WITH」の構築が終了していますが、この「WITH」は、企業側がメッセージを一方向的に発信する“To C(コンシューマー)”型のコミュニケーションではなく、生活者主導社会において生活者の期待を生活者と一緒に実現していく“with C”という博報堂DYグループが提唱する「エンゲージメント・リング™」(※3)発想をもとに、マーケティング・コミュニケーションの体験装置の一つとして開発されました。3Diラボでは、まずは、「WITH」を活用しながら、企業向けマーケティングサービスの提供をしてまいります。

具体的には、企業の依頼に対し、「WITH」をコミュニケーションの新しいプラットフォームとして、マーケティングやPR、広告といった視点での有用な展開方法の提案から、セカンドライフ内の実際の店舗の設計、デザイン、設営、運営、その後の効果測定までを一括で請負います。

また、既にセカンドライフへの参入を果たしている企業とのコンテンツコラボレーションを実施

したり、「WITH」の活動にご興味をお持ちの企業やコミュニティ等の一般ユーザーにも「WITH」の利用を開放する予定です。

3Diラボでは、これまでユーザー参加型の“with C”的なイベントを数回実施しており、今後も新たなイベントやコンテンツの実施を予定しております。この“with C”的な活動を通して、ユーザーとの新たなるタッチポイントの発見、またはそのコミュニケーション手法のノウハウを蓄積し、3Diラボのソリューションとして更なるサービス拡充も図ってまいります。

博報堂DYグループは、昨年より専門研究チームを設け、国内の有識者との共同研究や米国現地との交流、米国での研究会への参加などにより、3次元インターネット仮想社会でのマーケティングのありようについて研究してまいりましたが、今回の本格的なビジネス展開により、日本における3次元仮想社会サービスおよびこれを使ったマーケティング手法の開発など、次世代のマーケティング・ブランディング施策を企業に提供してまいります。

「博報堂DYグループ・iービジネスセンター 3Dインターネットラボ」機能の概要

- ・リーダー 勝野正博 (博報堂DYグループ iBCセンター長)
- ・人員 約20名
- ・業務概要
 - ・3Dインターネットの技術的研究
 - ・3Dインターネットコミュニケーションの実験・研究
 - ・ツールや手法の開発
 - ・コンサルテーションおよびソリューションサービスの提供
 - ・セミナー、講演等の開催および発表
 - ・企業またはコミュニティからのコンテンツコラボレーションの企画検討と実施
 - ・WITHの一般開放に関する問合せ

(※1):「博報堂DYグループ・iービジネスセンター」とは、博報堂DYグループの事業会社4社(博報堂DYメディアパートナーズ、博報堂、大広、読売広告社)が2006年2月に共同で設置した、デジタルメディア環境における次世代コミュニケーション開発をグループ横断で推進するための組織です。

(※2) 3次元(3D)インターネット仮想世界サービス:

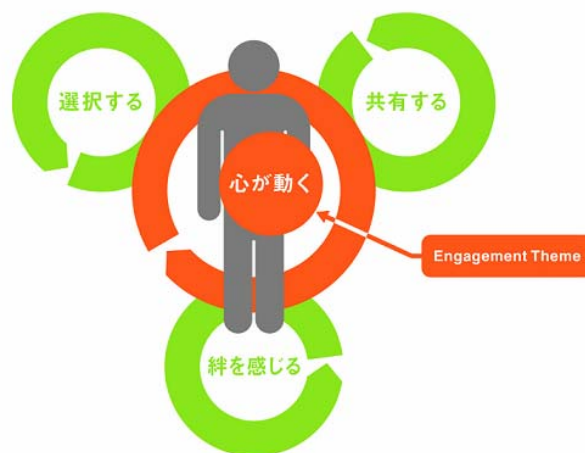
コンピュータ上で作られた、現実世界を模倣した3次元空間。あらかじめシナリオが決まっている多人数同時参加型のオンラインゲーム(MMORPG)とは異なり、仮想世界自体を楽しんだり、ユーザー同士でコミュニケーションをとるなど、ユーザーが自由に遊ぶことができる。最近では米国Linden Lab社が提供するSecond Lifeが、ユーザー自身が建物や道具など様々な物体(オブジェクト)を創造できるようなツールを提供したり、3次元空間上の土地やオブジェクトを売買できるような経済システムを提供しており、現実世界に近い空間を作り出している。

(※3) 「エンゲージメント・リング™」について

デジタル化の進展によるメディア環境の変化によって、生活者が主体的に情報を収集、選別、発信し、自らの情報体験のイニシアティブを握っていく「生活者主導社会™」が到来しつつあります。こうした環境の中、博報堂DYグループは「生活者主導社会™」に対応すべく、「生活者発想」を更に深化させ、新たなマーケティング・コミュニケーションモデル「エンゲージメント・リング™」を開発いたしました。

このモデルでは、生活者の多様化した情報体験を「心が動く」「選択する」「共有する」「絆を感じる」という4つで捉えています。

「エンゲージメント・リング™」をベースとして、生活者の心を動かすための「テーマ」開発と、情報体験の「全体設計図」作りをトータルに行なうことで、企業が生活者とともにブランドを作っていく、すなわちエンゲージメントの実現（ブランドと生活者の絆を結ぶこと）が可能となります。



以上

この件に関するお問い合わせ先

| | | | |
|---------------------|------------|--------|--------------|
| 株式会社博報堂DYメディアパートナーズ | 広報グループ | 加藤、神子 | 03-6218-9175 |
| 株式会社博報堂 | 広報室 | 西尾・宮川 | 03-5446-6161 |
| 株式会社大広 | 総務人事局広報部 | 遠藤・長谷川 | 03-3437-8601 |
| 株式会社読売広告社 | 総務局コーポレート部 | 林 | 03-3556-6966 |