

2018年4月10日
公益社団法人日本アドバイザーズ協会
Web 広告研究会

第32回 WAB フォーラムを開催 2018年 WAB 宣言

**「消費者一人一人が多様な趣味嗜好を持つ時代＝
『一人多色時代』に企業はしっかり向き合おう。」**

公益社団法人日本アドバイザーズ協会 Web 広告研究会（所在地：東京都中央区銀座 代表幹事：田中 滋子）は、2018年 WAB 宣言「消費者一人一人が多様な趣味嗜好を持つ時代＝『一人多色時代』に企業はしっかり向き合おう。」の発表を行いました。

また、この宣言に基づき、4月20日（金）13時30分より、ベルサール六本木グランドコンファレンスセンターにおいて「第32回 WAB フォーラム」を開催致します（事前登録で入場無料）。

【お申込】 https://www.wab.ne.jp/wab_sites/general-event/view/2771

「WAB 宣言」は、会員社で共有する意識を Web 広告研究会という「組織」のなかの閉じたものとして、同じような課題を抱える会員以外の企業・個人・研究者にもディスカッションを通じて広げていきたいという趣旨のもと、2002年より発表され、今回で19回目を数えています。

※WAB= Web Advertising Bureau、Web 広告研究会の略称です。

この件に関するお問合せ

公益社団法人 日本アドバイザーズ協会 Web 広告研究会 事務局
〒104-0061 東京都中央区銀座 3-10-7 ヒューリック銀座三丁目ビル 8階
TEL:03-3543-5855 FAX:03-3544-6581 e-mail info@wab.ne.jp

【2018年 WAB 宣言】

「消費者一人一人が多様な趣味嗜好を持つ時代＝

『一人多色時代』に企業はしっかり向き合おう。」

デジタルマーケティングの世界ではテクノロジーの進化により、人の行動が細かく分析できるようになりました。それに伴い、One to One マーケティング、顧客マーケティングといった言葉が使われ始めました。

また、データを多くの切り口で組み合わせることで、より正確に、個人を軸にデータを可視化できるようになり、DMP の活用で 100 人 100 色の精密マーケティングを行うことも可能になっています。

しかしながら、デジタルマーケティングの本質は「細かいターゲティングで消費者を追いかけ続ける」ことではなく、「より深くお客様を理解する」ことです。

消費者の課題に向き合い、「新しい価値の創造」「潜在的なニーズの発掘」「心理的価値による差別化」など、自社のブランド価値を高めるために、デジタルマーケティングを活用していきましょう。

**【資料 1】
これまでのWAB 宣言**

「WAB 宣言」とは、Web 広告研究会の会員が、インターネット広告、Web マーケティング、生活者との情報コミュニケーションに関わる全ての人に向けて、最も取り組むべき課題についての宣言です。

| | |
|------------|-------------------------------------------------------------------|
| 2002 年 9 月 | メディア構造改革宣言 |
| 2003 年 2 月 | デジタル開化宣言 |
| 2003 年 9 月 | マス5媒体時代 |
| 2004 年 2 月 | ネット・プロモーション新時代 |
| 2004 年 9 月 | ネット・ブランディング時代 |
| 2005 年 2 月 | Web マーケティング Second Stage |
| 2006 年 2 月 | 「マス・メディア」から「メガ・メディア」へ |
| 2007 年 2 月 | Core of Communications |
| 2008 年 2 月 | ネット活用多様化新時代 |
| 2009 年 2 月 | Web ならできる |
| 2010 年 2 月 | トリプルメディア、トリプルスクリーン戦略を考える時代 |
| 2011 年 2 月 | ポスト検索～変わる生活者、Digital コミュニケーションに向けて～ |
| 2012 年 2 月 | Cooking Big Data ～マーケティングの新しい時代へ～ |
| 2013 年 2 月 | デジタル・マーケティングでビジネスを成功させるのは宣伝部長です |
| 2014 年 3 月 | Big Data 2.0 ～オンラインデータがビジネスを変える～ |
| 2015 年 3 月 | 脱 媒体別戦略 ～媒体別戦略から、生活者別戦略へ～ |
| 2016 年 3 月 | 「デジタルの変化に対応できないマーケターは淘汰される —WAB は継続的に新しいデジタルマーケターの人材育成を目指します—」 |
| 2017 年 3 月 | 企業デジタルネイティブ時代 |

【資料 2】

Web広告研究会 について

Web広告研究会は、1999年4月、社団法人 日本広告主協会 デジタルメディア委員会内の研究会を母体として発足しました。（注：日本広告主協会は現在、日本アドバタイザーズ協会に名称変更）

「インターネット広告に関わる全ての関係者のための情報交流の場」として、インターネット上の広告展開における様々な課題について、広告主と関連企業・団体（広告会社、メディアレップ、媒体社、調査会社、システム提供会社など）が共通の場で研究活動を行うことにより、インターネット上の広告の健全な発展を促進することを目的としています。

定期的なフォーラム・セミナーの開催のほか、各種広告手法の効果実証実験、企業サイトのプロデュースの研究とその評価、個人情報保護問題への取り組み、ブロードバンド・モバイル環境の研究、生活者のメディア接触変化の研究などの幅広い活動を11委員会と4プロジェクトで行っております。

構成は以下のとおり

<委員会>

| | |
|-----------------|----------------------|
| ・コーポレートブランド委員会 | ・調査委員会 |
| ・モバイル委員会 | ・サイトマネジメント委員会 |
| ・メディア委員会 | ・West Web マーケティング委員会 |
| ・ネット・プロモーション委員会 | ・Big Data 研究委員会 |
| ・ソーシャルメディア委員会 | ・動画活用委員会 |
| ・イノベーション委員会 | |

<プロジェクト>

| | |
|------------------|---------------------|
| ・Web グランプリプロジェクト | ・東日本大震災・被災地支援プロジェクト |
| ・Web 人材育成プロジェクト | ・PR プロジェクト |

- 会員社（2018年3月31日現在）393社
- 代表幹事： 田中 滋子（日本電気株式会社）
- 事務所 〒104-0061 東京都中央区銀座 3-10-7 ヒューリック銀座三丁目ビル 8階
- Web Site <http://www.wab.ne.jp/>