

□2013年以降印刷業・広告業に求められるもの

今までと何が変わってきたのか？

- 曖昧だった効果が見えるようになってきた
- メディアミクスの理論からクロスメディアの理論が求められている
- より消費者の意見が効果に影響を及ぼしている
- 文章的理解から視覚的理解が強くなってきている
- リアルタイム、オンデマンドが鍵を握るようになっている
- 広告からビジネスモデルへと欲求が高まっている



2013年以降印刷業・広告業に求められるものは

機能性
デザインの
提案

科学的
根拠のある
広告手法

アートディ
レクション
能力

コンテンツ
資産形成
への支援

ビジネス
モデルの
提案



受注生産ビジネスから創注ビジネスへそして資産形成ビジネスへ
効果にコミットできる会社・マーケティング能力の高い会社が求められる



サイトデザインが大幅に変化 わかりやすい、短時間で理解できる、目的のものがすぐに目に入る

<http://cmmntr.com/m/48>



従来デザイン



2012年デザイン

<http://www.infobahn.co.jp/>

電子出版データ形式

電子出版のデータ形式はそれぞれの販売サイト、アプリケーションによって異なります。その主流としてはIMEが定めるepub形式かAmazonが採用しているAZWに分けられます。

メーカー	製品	拡張子	ビューワ	デバイス (端末)
モリサワ	MCBook	.mcb	MCBook Viewer	iPhone、iPad、Android
amazon	Kindle	.azw	Kindle、Kindle for iPhone	Kindle、iPhone
IDPF	ePub	.epub	Adobe Digital Editions等	iPad、PC、携帯電話
Adobe	Acrobat	.pdf	Adobe Reader	PC、携帯電話
ポイジャー	T-Time	.book	T-Time	PC、携帯電話
シャープ	XMDF	.zbf	ブンコビューア	PC、携帯電話

- ePUBが標準になるといわれているものの、現時点では電子書籍のフォーマットは各社各様で統一されていない。

HTML5の可能性

<http://coolcoding.com/2010/01/html5/>引用

HTML5はブラウザの互換性とは別に、新しい技術を使ったWebサイトを構築する上では欠かせない技術になります。もっとも導入しやすいのはスマートフォンの分野になるかも知れません。iPhoneやAndroid、Plam PreではWebKitベースのブラウザを搭載していますのでHTML5への対応も十分です。また、位置情報をはじめとするモバイルならではの機能も利用できます。

<http://design-develop.net/web-design/5-awesome-html5-demos.html>



AdobeCS6でできること



<http://tool-designers-garage.jp/docs/adobe/cs6/new/>

<http://tool-designers-garage.jp/docs/adobe/cs6/new/03-ld.html>



結局重要なものは「優良コンテンツ」
シズル感のある写真、インパクトのあるコピー、記憶に残りわかりやすいデザイン

<http://www.ar-ch.org/mt/archives/2011/12/13.html>

「みやざきなつはるか」のコンフィチュール

かわらじいの物の實いごとそのままで作ったコンフィチュールです。
こんな珍しいコンフィチュール見たことあります???

牛で食べておいしい、夏いちご「みやざきなつはるか」をコンフィチュールにしました。

ジャムとしてトーストにせたり、ヨーグルトにかけたり、ヨコブでつけてごソーダにしたり・・・

何に使うか...・・・ワクワク止まらないコンフィチュールです。

ご自宅やご友人へのお土産や、ちょっとしたギフトにも大活躍しますね。



【高千穂秋元】苺ごごご



「みやざきなつはるか」のコンフィチュール



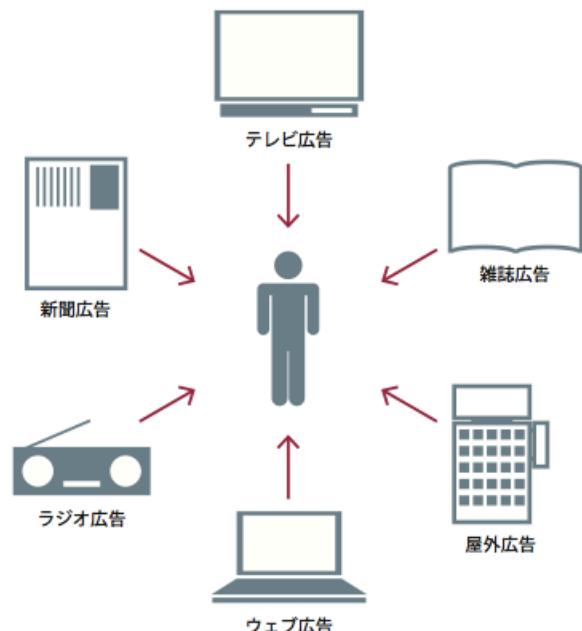
<http://www.aratanamura.com/>

<http://www.crowd.ne.jp/>



インターネットが劇的に成長する環境の中、従来の広告ではなかなかその集客効果を創出することが難しくなって きています。これからの販売促進の大きな鍵を握る手法がクロス・マーケティング戦略と言われ、マスメディア広告などからコアメディアであるウェブサイトへいかにダイレクトで集客を行うかが収益アップのポイントとなってき ています。

メディアミックス



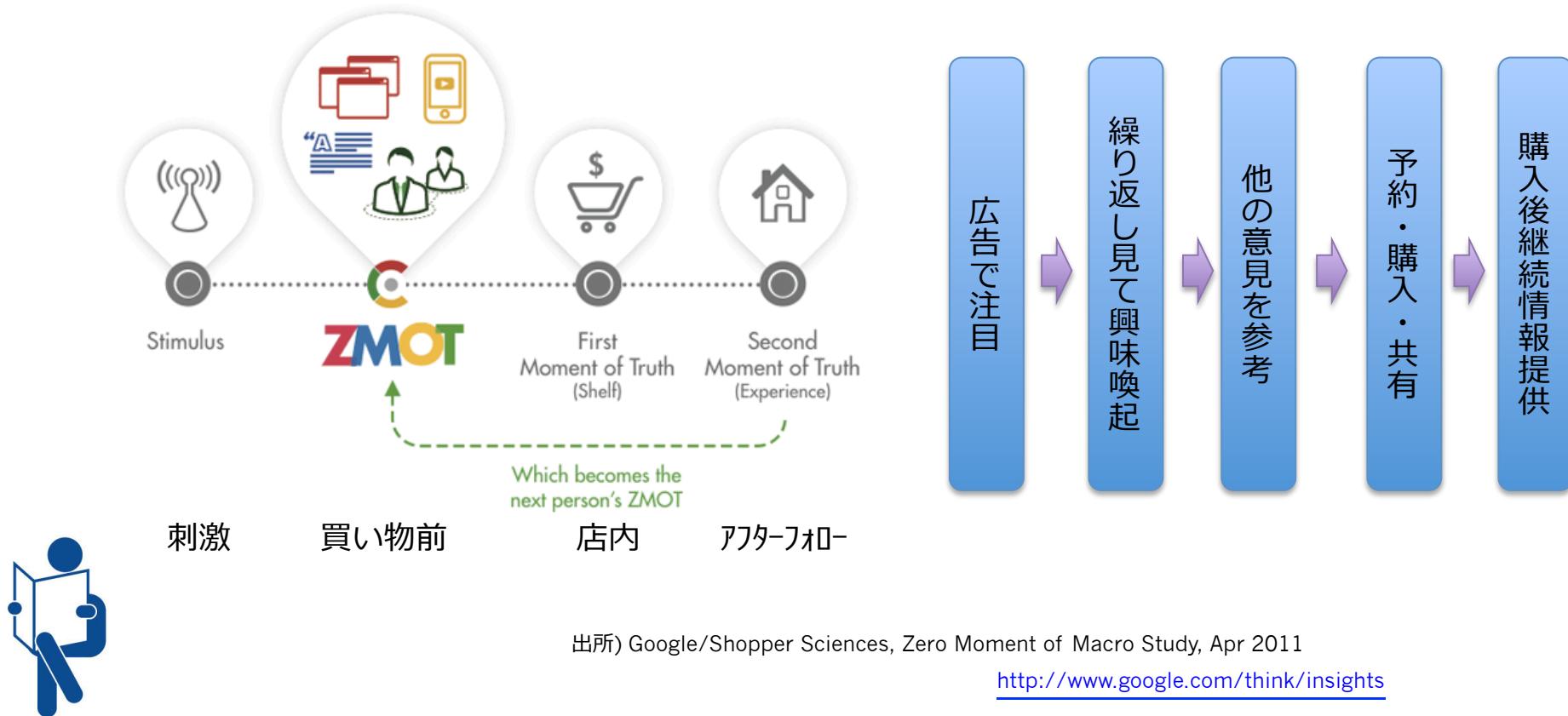
クロス・マーケティング



これまでの広告はいかに一人の人に同じ情報を連呼し記憶してもらうかに集客のポイントがおかれていきました。

これからの広告は何かに気づいたら（アテンション）すぐにスマートフォンなどで検索をし、店舗へ誘導したりそのままネット通販で商品を販売することが重要となっています。

オムニチャネル時代の小売業やサービス業は、モノやサービスを提供する際に一度きりしか顧客と接点を持たないのでなく、継続的に、かつエンドレスに顧客とつながり関わりを持つ。つまり、小売業の立場では「商品を買っていただく」、生活者の立場では「商品を購入して所有する」という行動のみならず、顧客が商品を購入してからの所有や使用に関するサポートやサービスが重要になってくるし、こうした売り手と買い手の関わりこそがオムニチャネル時代そのものなのである。



カタログ(雑誌等)で気になる商品を見つけた場合の、オムニチャネル行動ステージ例





オンラインとオフラインを繋げ、ユーザーの生活を豊かにする
O2O (Online to Offline) のサービスが注目を集めている。

<http://www.shoesofprey.jp/>

The Shoes of Prey website features a large image of a woman in a black dress and red shoes. Below the image is a section titled 'アザインの可能性は3兆通り >>' (The number of design possibilities is 30 trillion). At the bottom, there is a call to action: '世界でたった一つのシューズを自分でデザイン' (Design your own unique shoes in the world).

<http://www.ohmyglasses.jp/>

The Oh My Glasses website features a woman wearing glasses as the central image. It includes sections for 'メガネフレームを探す' (Search for glasses frames), 'サングラスを探す' (Search for sunglasses), and 'ブランドから探す' (Search by brand). Promotional sections include '最も著名人に愛される' (Most loved by famous people) and '"ヴィンテージ"メガネ' (Vintage glasses). The website also highlights 'OLIVER PEOPLES' and 'オリバーピープルズ'.

実際は9割以上がリアルで消費されているのです。このリアルでの消費のうち、オンライン上で提供できないサービス（飲食や医療など）も多く含まれるので、オンラインで情報提供してリアルに誘導するというのは、非常に効率的でリアルのサービスにとっては好ましい流れだと言えるではないでしょうか。





<http://www.visualthinking.jp/archives/12711>

NFCチップ

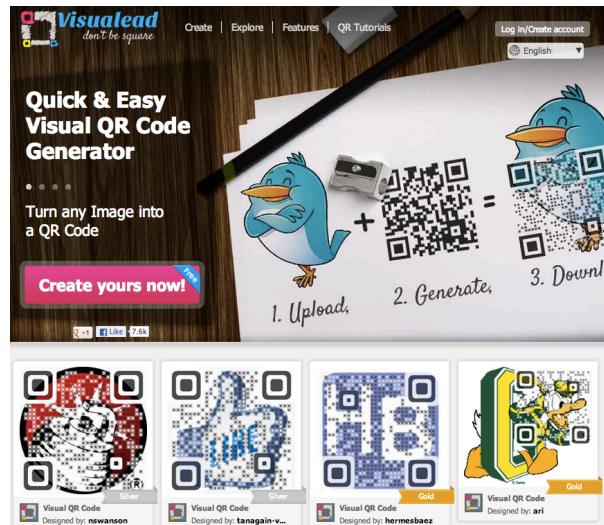


Miami Ad Schoolの学生たちが、利用者が減少傾向にあるNew York Public Library (NYPL／ニューヨーク公共図書館) に人を運ぶために考えたプロジェクト「Underground Library」を紹介します。

NYPLは、世界屈指の規模を誇る図書館で、3つの中央図書館と、ニューヨーク市内各所に80以上のブランチ・ライブラリー（地域分館）があるそうです。

カラーQR

<http://www.visualead.com/>



バーコード

