

平成 23 年 3 月 29 日

**ソーシャルメディアを積極活用した次世代型統合ソリューションを提供する  
「電通モダン・コミュニケーション・ラボ」が発足**

株式会社電通は、ソーシャル・メディアの普及等によるメディア環境や生活者の変化に対応した高度な次世代型統合ソリューションをクライアント企業に提供していくため、2010年3月に発足した社内横断のヴァーチャル組織「サトナオ・オープン・ラボ」を発展・進化させた「電通モダン・コミュニケーション・ラボ」を、4月1日に発足する。

本ラボは、本年1月に「サトナオ・オープン・ラボ」が発表したソーシャル・メディア時代の生活者消費行動モデル概念である「SIPS」(\*1)を含め、次世代ソリューションの中でも広告プラットフォームとして重要な役割を担うソーシャル・メディアやその周辺のメディアやツールを活用したコミュニケーションを研究するとともに、社内各プランニング・セクションとの連携を強め、その知見をクライアント企業へ提供していく。

<「電通モダン・コミュニケーション・ラボ」の概要>

■ラボ主宰

佐藤尚之（現 電通コミュニケーション・デザイン・センター シニア・クリエイティブ・ディレクター）(\*2)

■ミッション

- ・ SIPS を含め次世代コミュニケーションの新たな知見を獲得
- ・ 次世代ソリューション・プランナーの育成
- ・ クライアント企業への次世代型統合ソリューションの提供

■ラボのメンバー

電通コミュニケーション・デザイン・センターや社内各プランニングセクションのスタッフで構成。

(\*1) SIPS

消費行動を『共感する : Sympathize → 確認する : Identify → 参加する : Participate → 共有・拡散する : Share&Spread』とシンプルに整理し、その考え方を略して「SIPS」< 詳細・解説は <http://www.dentsu.co.jp/sips/>>と名付けた。

(\*2) 佐藤尚之 SCD

佐藤 SCD は本年3月末日で電通を退社するが、コミュニケーション研究開発について引き続き電通と共同で活動していく。

以上