

2007年7月18日

株式会社 アサツー ディ・ケイ

アサツー ディ・ケイ バズクリエイティブ・ユニット「バズーカ (Buzzooka)」を発足 — 新たに8月2日を「バズの日」に制定 —

株式会社アサツー ディ・ケイ(本社:東京 社長:長沼孝一郎、以下 ADK)は、このたび、バズクリエイティブ・ユニット「バズーカ(Buzzooka)」を発足、それを記念し、8月2日を「バズの日」に制定いたしました。“バズの日”は当社が、“広告宣伝手法の一つとして急速に広まりつつあるバズ(buzz=うわさ)を思考する日”として、日本記念日協会(本部:長野 代表:加瀬清志)に申請し、認定^注されたものです。

ADKは、世界的にバズ、バイラル手法による革新的な広告旋風が起こる中で、日本における新たな広告モデルを模索するために、広告業界としては初めて、バズクリエイティブ・ユニット「バズーカ」を始動させます。

同ユニットは、起爆力、持続力、深度の3つの力学によるユニークな独自の広告視点「フレーミング(=燃えあがる)の法則」と、型破りなアイデアを生み出す発想技法「エクスカージョン」によって、新しいキャンペーンアプローチを提供してまいります。

また、広告の量的発想よりも、広告の質的発想でバズを爆発させるクリエイティブアイデアでブランドニーズに対応します。

「バズーカ」はメディアの壁、組織の壁、広告づくりのセオリーを破壊して、誰かにしゃべりたくなる価値を最優先に発想する新しいクリエイティブ・ユニットです。

注: 日本記念日協会については、同協会公式サイト <http://www.kinenbi.gr.jp/index2.html> を御参照ください。

<「バズーカ(Buzzooka)」名称の由来>

「バズーカ(Buzzooka)」とは、「バズ(うわさ)=buzz」と「バズーカ砲=bazooka」による造語で、ぶっ放す勢いと願いが込められたネーミングです。

<メンバー>

木田広大 バイラルディレクター

1969年1月生まれ。フリーWebプランナーを経て00年ADK入社。日本初のバイラルディレクター。アドフェスト2007バイラル部門金賞、ニューヨークフェスティバル2007入賞、W3アワード銀賞、消費者のためになった広告コンクール Web部門グランプリ。「世の中のムーブメントは、すべて人が仕掛けている。」代表作=PEPSI NEX ほか

佐川史彦 バズプランナー

1974年12月生まれ。フリーコピーライターを経て07年ADK入社。日本初のバズプランナー。カンヌ国際広告賞サイバー部門、NY ADC、アドフェスト、One Show Interactive、東京インタラクティブアドアワード入賞。代表作=ユニリーバ AXE、フジロックほか

以上

本件に関する問い合わせ先は下記までお願いします
社長室 広報グループ 矢島・轟
TEL: 03-3547-2003