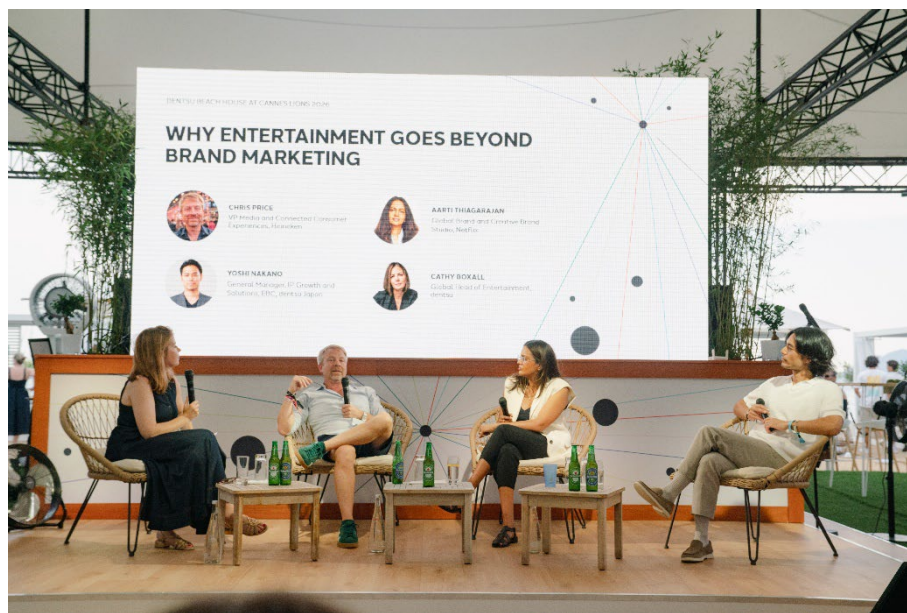


2026年7月3日
株式会社 電通グループ

電通グループ、カンヌライオンズにおいて
Heineken 社、**Netflix** 社とともに
「ブランドマーケティングの枠を超えたエンターテインメント」
をテーマにセッションを開催

電通グループ（ブランド「dentsu」、本社：株式会社電通グループ、拠点：東京都港区、代表者：代表執行役 社長 グローバルCEO 佐野 傑、以下「dentsu」）は、世界最大のクリエイティビティの祭典である「Cannes Lions International Festival of Creativity 2026（カンヌライオンズ2026）」開催期間中のカンヌ（フランス）において、「Why entertainment goes beyond brand marketing（ブランドマーケティングの枠を超えたエンターテインメント）」と題するセッションを開催しました。

dentsuは、新成長領域であるスポーツ&エンターテインメント事業のグローバル展開を進めると同時に、エンターテインメント事業の中核に、ブランドとファンの永続的な関係を築くという目標を掲げています。こうした背景のもと、ブランドとエンターテインメントIPの関係性を進化させ、ファンとの持続的な価値創造につなげていく方法について議論するため、本セッションを企画しました。



パネルディスカッションの様子

左から

モデレーター：

Cathy Boxall（dentsu Global Head of Entertainment）

スピーカー：

Chris Price（Heineken VP Media and Connected Consumer Experiences）

Aarti Thiagarajan（Netflix Global Brand and Creative Brand Studio）

中野義将（dentsu Japan エンターテインメントビジネス・センター

IPグローース&ソリューション ゼネラル・マネージャー）

エンターテインメントIPは、人々の流行や価値観にますます影響を与える存在となっています。企業やブランドは、それらのIPを一方向的に活用するのではなく、ともに価値を生み出すパートナーとして捉えることにより、従来の広告やブランドマーケティングの枠を超えたファンダム※とのつながりを生み出すことが可能となります。

本ディスカッションでは、エンターテインメントIPとの戦略的な協働を通じて、企業やブランドがその価値を引き出す方法、データ活用による生活者の理解、グローバル市場特有の違いに対する対応方法、そして真の価値を提供し「一生のファン」を生み出すパートナーシップを実行する方法について議論が交わされました。



dentsuは今後も、多様なパートナーとの共創を通じて、新たなエンターテインメントビジネスの創出とグローバルな成長に貢献していきます。

※ 特定のコンテンツ、ブランド、アーティストを熱心に応援するファン集団

以上

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通グループ グループコーポレートコミュニケーションオフィス 小嶋、島津、原田

Email : group-cc@dentsu.com