

報道関係者各位

2010年3月9日(火)

## デジタルハリウッド大学大学院 大阪キャンパス

### 『クチコミで芸人は売れるのか?』

#### インターネットマーケティング研究室と松竹芸能が実証実験開始

日本初の株式会社による専門職大学院、デジタルハリウッド大学大学院大阪キャンパス(大阪市北区西天満 学長 杉山知之 以下本学)では、本学客員教授である塩見政春氏が代表を務めるインターネットマーケティング研究室と松竹芸能株式会社(大阪市浪速区湊町 代表取締役社長 安倍彰)との産学連携によるプロジェクトを開始いたしました。

以前より若手芸人の認知向上の一環として、テレビやラジオ、雑誌などのマスメディアへの露出を増やすことによって知名度をあげていくのが一般的であり、それは今日においても変わりはありません。

しかし、インターネットが普及した現代において、ソーシャルメディアによるクチコミを活用した芸人の売り出し方はないのか?という疑問に答えるべく、本学インターネットマーケティング研究室と松竹芸能による実証実験を開始するに至りました。

現在実証実験への参加を表明している松竹芸能の若手芸人は、こけらおとし、モンロー、ワイルドピッチの3組で、彼らは当面「肉食芸人」として活動いたします。

ミッションとして、例えば大阪の街を練り歩き、豹柄ファッションの女性と2ショットの写真を撮影した後、Twitter上にあげると共に、これらと連動したネタをYouTubeなどにアップロードしてもらいます。

彼らに関するクチコミが成功して、YouTubeのアクセス数が1000PVを超えれば、リアルイベントを開催するといった流れを想定しています。

果たして、ソーシャルメディアによるクチコミを活用したスターが生まれるのでしょうか。乞うご期待ください。

また、今回の実証実験を行うにあたり、テレビのみでなく、ネットも活用した具体的なプロモーション戦略の案件に依っていかうという背景もあります。

その鍵を握るのが新しいコミュニティ手法であり、ネット上でのメディアミックスであると考えられている状況下、本研究室では当面の研究テーマを「ソーシャルメディア」とし、中でも「クチコミを科学する」をキーワードに、クチコミが起こる条件や状況を徹底的に調査・研究、さらに実験をしていくことを主目的に活動しており、今回松竹芸能と組むことにより、上記の実証実験を行うこととなりました。

芸人のTwitterのアカウントは、以下の通りです。

こけらおとし

阪本 勝紀(さかもと かつのり) @sakamoto0919

坂元 義晶(さかもと よしあき) @kokerayoshiaki

モンロー

松本 健一(まつもと けんいち) @matsumonroe

永田 諭史(ながた さとし) @monlonagata



ワイルドピッチ

田中 康之(たなか やすゆき) @wildtanaka

中川 裕也(なかがわ ゆうや) @wildnakagawa

#### 【研究室 概要】

インターネットが持つ創造的な技術や概念と、それに対応した人間の心理・行動を研究対象とし、時代時代に即したインターネット上での広告・宣伝・販売を中心とした企業・行政などの事例を研究すると共に、常に企業・行政などに研究結果をフィードバックできる要素をプランニングしていく実践的な研究組織として活動していく。

室長:塩見 政春

(デジタルハリウッド大学大学院 デジタルコンテンツ研究科 デジタルコンテンツ専攻 客員教授)

発足日:2009年11月2日

活動目的:ソーシャルメディアに関わる研究全般

- ・Twitterなどのコミュニティ型メディアのビジネス活用研究
- ・iPhone、Googleアンドロイドなど、次世代携帯アプリケーション研究
- ・HTML5など、次世代HTMLの対応研究
- ・その他、研究員が興味関心を示し、インターネットマーケティング研究室が相応しいと判断した研究テーマ

#### 【当プレスリリースに関するお問い合わせ】

デジタルハリウッド株式会社 広報室:川村

mail:press@dhw.co.jp

TEL:03-5281-9248

-----  
デジタルハリウッド公式サイト :<http://www.dhw.co.jp/>

学長ブログ「スギヤマスタイル」:<http://www.sugiyama-style.tv/>

過去のプレスリリース:<http://www.dhw.co.jp/grand/pressroom/release/2009/>  
-----