

2014年6月20日

報道関係各位

株式会社ウェブスクウェア
代表取締役 小澤 智雄
株式会社キャンパスナビ
代表取締役 蟹江 廉士

 日本最大の大学生サークルコミュニティ・e-club と

 学生情報サイト『Campus Navi』の連携企画

「Campus Navi × e-club 大学生サークルニュース NEXT」がスタート！！ 第1回は早稲田大学広告研究会

パッケージソフト開発事業及びメディア開発・運営事業を営む、株式会社ウェブスクウェア（以下ウェブスクウェア／本社：大阪府門真市／代表：小澤 智雄）が運営する日本最大の大学生サークルコミュニティ・e-club (<http://e-club.jpn.com/>)は、学生向け情報サイト CampusNavi (<http://www.campusnavi.com/>)との連携により、日本全国にある大学生サークルの中から、旬な活動をしているサークルにスポットをあて、大学生の皆さんのサークル活動を応援していく企画「Campus Navi × e-club 大学生サークルニュース NEXT」を開始しました。

記念すべき第1回となる今回は、創立100年を超える老舗サークル、早稲田大学広告研究会に注目し、現在大ヒット中のNTTドコモとのコラボ企画「スマ診」(<http://suma-shin.jp/>)の取り組みから、“学生ならではの”のヒットの秘策について、早稲田大学広告研究会 広告戦略チーム所属の藤原宏成氏と小ノ澤衣織氏にお話をお伺いしました。また、「スマ診」企画の意図や背景について、NTTドコモ プロモーション部 戦略担当 安部早織氏にお話をお伺いしました。

「Campus Navi × e-club 大学生サークルニュース NEXT」では、大学生サークルにスポットをあてた情報掲載により、大学生サークルを応援していくとともに、全国規模での情報発信により、最先端の大学生サークル情報を発信して参ります。

<早稲田大学広告研究会インタビュー>

早稲田大学広告研究会の藤原氏と小ノ澤氏には、「スマホ擬人化」というテーマにいたった経緯や、「スマ診」キャラクター誕生裏話、そして、“学生”と“企業”の具体的な活動の違い、学生ならではの“成功ポイント”などを聞くことができました。



<NTT ドコモインタビュー>

NTT ドコモの安部氏には、今回なぜ大学生とコラボしたのか、苦勞した点や“こだわりポイント”、今後のコラボ企画の予定などを聞くことができました。

インタビューの詳細は、<http://campusnavi.com/special/circle/001/> をご覧ください。

<ご参考資料>

■「スマ診」とは



「スマ診」はドコモが課題企業を務めた、早稲田大学広告研究会広告戦略チームの 2013 年冬の企画コンペで最優秀賞を受賞したプロモーション企画をもとに、早稲田大学広告研究会とドコモが共同で、学生に対する新たなプロモーション手法の検討として企画立案を行ったスマートフォン擬人化診断サービスです。

企画のアイデアから、Web サイト制作、キャラクターデザイン、キャラクターおよびセリフの生成ロジック、告知展開、イベントの企画・運営まで、全てのプロセスにおいて早稲田大学広告研究会のアイデアを基にしたものとなっています。

SNS 利用頻度や充電の状況等、スマートフォン(以下、スマホ)を使った自分のライフスタイルを入力すると、いつも使っているスマホが擬人化された個性的なキャラクターとセリフが生成されます。

「飛べ！リーゼント番長」や「色気むんむんツンデレタイプ」などキャラクターの種類は全部で 24 種類。セリフ、背景とあわせると 1,000 以上のバリエーションがあります。

5/22(木)、23(金)には早稲田大学構内にてスマ診体験イベントが実施され、600 人以上が集まりました。また、6/9(月)現在、総診断数は 13 万を超えています。

「スマ診」は 2014 年 6 月 30 日までご利用いただけます。

<http://suma-shin.jp/>





■早稲田大学広告研究会について

私たち、広告研究会は昨年1月に100周年を迎え、次の100年に向けて新たな一歩を踏み出しました。そして新たな100年を迎えるにあたり会の目指すべきビジョンを「広告で日本を盛り上げる」とし、日夜活動に勤しんでいます。

かけがえのない学生の力と粋を広げ続ける広告の力をもってすれば、「日本を変える」とまではいかなくとも盛り上げるくらいはできるのではないのでしょうか。

普段の活動では、1・2年生で構成されるグラフィック・映像・広告戦略の3つの媒体に分かれたチーム活動、3年生を中心とした実践活動を行っています。

チームでは、様々な企業様から課題をいただき、それに対する広告案を1カ月弱で立案・提出し講評をいただくという活動を行っています。案に良い評価をして頂ければ実践されるケースもあり、「スマ診」もその一例です。

実践活動では、各種企業様・自治体などから来た依頼を扱ったり、自分たちで一から企画・立案をし社会と関わっていきます。例えば早稲田大学生協組合と協力して食堂の利用者を増やす案を考えたり、軍艦島により多くの観光者が訪れるようなPR活動を行ったりしています。

また11月の始めに行われる早稲田祭には、1つの大きなテーマのもといくつかのイベントを開催します。昨年度は「ワカモノ需要創出プロジェクト」のタイトルのもと、若者の読書・オシャレ・音楽・ラジオ離れを解決すべく武井壮様や乃木坂46様など著名な方をお招きして4つのイベントを行い、成功を収めました。

他にも多くの行事を行っており、限りある大学生活を最大限に楽しむことができます。

ここだけでは広研の活動の良さは語り尽くせませんが、少しでも当会について知っていただくことができましたでしょうか？興味を持っていただけた方や制作依頼を頂ける方は是非一度公式ホームページまでお越し下さい！

<http://www.waseda-ad.com/>



■今回の取材にご協力くださった早稲田大学広告研究会の方々



■学生向け情報サイト「e-club」とは

全国の大学生を対象とした、大学生サークル、クラブ、ゼミを応援するコミュニティサイト。2014年6月に、日本最大の大学生サークルコミュニティとしてオープン。サークル、クラブ、ゼミなどの学生団体専用全国サークル交流掲示板や、ブログ機能(バズシステム)無料ホームページ作成機能など、学生団体に特化したサービスを提供。大学や地域をこえた情報発信や、サークルゼミ同士の情報交換・交流が可能になっている。

- サイト名 : e-club <イークラブ> 
- 媒体 URL : <http://e-club.jpn.com/>
- 開始時期 : 2014年6月

■学生向け情報サイト「Campusnavi」とは

大学生活を有意義に、楽しく過ごすための情報を中心に、入学シーズンや学園祭時には、月間1,000万PV以上のアクセスがある国内最大級の大学生及び受験生・予備校生を対象とした総合情報/ブロードバンドサイト (<http://www.campusnavi.com>)。

ポジティブな大学生を応援するべく各方面で活躍するさまざまな大学生のブログやコンテンツを展開中。クラブ・サークル団体、学生クリエイター、学生イベント、アナウンサーを目指す学生によるニュースレポート、学園祭ミスキャンパス候補者などの他、大学生アイデアコンテストのような企業様とのタイアップ企画も実施するなど、大学生の情報源として広く認知されている。

- サイト名 : Campus Navi <キャンパスナビ>
- 媒体 URL : <http://www.campusnavi.com/>
- 開始時期 : 2003年6月
- 総ページビュー数 : 約480万/月平均



【このリリースに関するお問い合わせ先】

〒107-0052 東京都港区赤坂 1-1-17 細川ビル 5F
株式会社ウェブスクウェア
東京事務所内 e-club 事務局
TEL. 03-5549-2881 FAX. 03-5549-2882 以上