

2014年5月16日

早稲田大学広告研究会

株式会社NTTドコモ

早稲田大学広告研究会×NTTドコモ 共同プロジェクト スマートフォン擬人化診断「スマ診」の開始について

早稲田大学広告研究会(幹事長 関智一)と株式会社NTTドコモ(本社 東京、社長 加藤薫、以下、ドコモ)は2014年5月22日(木)より、スマートフォン擬人化診断「スマ診」を開始いたします。

「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ものです。Webサイト「スマ診」(suma-shin.jp)では、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。スマホは大学生にとって肌身離さず持っている、誰よりも近くにいる存在です。そのスマホと持ち主である大学生の関係性が表現された自分だけのキャラクターをつくっていただくことで、スマホをより身近に感じてもらい、愛着をもっていただくことを目指しています。

このプロジェクトにおいて、早稲田大学広告研究会とドコモは、企業視点ではなく、大学生視点で企画立案することを最も重視しました。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。これは、早稲田大学広告研究会、ドコモの双方にとって新しいチャレンジであり、その結果として現役大学生ならではの視点で考えられた企画となることによって、若年層により共感され、自分のスマホにより愛着を持っていただけるコンテンツとなっています。

本日より、ティザーサイトをオープンし、5月22日(木)より擬人化診断サービスを開始いたします。

なお、5月22日(木)、5月23日(金)には擬人化診断サービス開始を記念し、早稲田大学構内にて「スマ診」を実際に体験できるイベントを実施いたします。イベントでは医師を模した衣装を身にまとった早稲田大学広告研究会のメンバーが早稲田大学の学生のスマホを診断します。イベントに参加いただいた方には診断結果にアクセスできるQRコードが印刷された「スマ診カルテ」を進呈いたします。さらに「スマ診カルテ」をドコモショップ早稲田店にお持ちいただくと景品をプレゼントいたします。

この機会に、大学生ならではのアイデアがふんだんに盛り込まれた「スマ診」を是非お楽しみください。

＜本件に関するお問い合わせ先＞

株式会社NTTドコモ プロモーション部	担当:釘丸・安部	TEL: 03-5572-1561
早稲田大学広告研究会 広報担当	担当:山田佳寛	MAIL: was102nd@outlook.jp

スマートフォン擬人化診断「スマ診」の概要



スマートフォン擬人化診断「スマ診」

2014年5月16日 ティザーサイトオープン

2014年5月22日 サービス提供開始

2014年5月22日、5月23日 早稲田大学17号館前にて体験イベント実施

●「スマ診」サイト概要

■URL : suma-shin.jp

■サービス提供期間 : 2014年5月22日(木)～2014年6月30日(月)

■サイトイメージ



■診断結果イメージ



● イベント実施概要

日程: 2014年5月22日(木)、5月23日(金) 10時30分～17時

場所: 早稲田大学17号館前(生協前の広場)特設ブース

内容: 医師を模した衣装を着た早稲田大学広告研究会メンバーが、構内の学生に対して「スマ診」のプロモーションおよび「スマ診」による擬人化診断体験サービスを実施します。イベント参加者には診断結果にアクセスできるQRコードが印刷された「スマ診カルテ」が発行され、その「スマ診カルテ」を持ってドコモショップ早稲田店へ来店すると景品がプレゼントされます。

● 「スマ診」で生成されるスマートフォン擬人化キャラクターの一例

飛べ！リーゼント番長



アフロダンサー



色気むんむんツンデレタイプ



早稲田大学広告研究会について

■ 概要

今年度で102を迎える日本最古の広告研究会であり、総会員数は約300名を数える。

映像広告チーム、グラフィック広告チーム、広告戦略チーム、実践局の媒体ごとに分かれた4つの活動体が年間の目標を設定し、さまざまな企業をクライアントに招き活動している。

■ 公式ホームページ

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

■ 公式Twitterアカウント

早稲田大学広告研究会

[@was_102nd](https://twitter.com/was_102nd)