

株式会社ネットマーケティングが運営する恋愛マッチングサービス「Omiai」 東京工芸大学との産学連携プロジェクト完了！ ～ビジネスでの実践的なデザイン体験・学生から「新鮮」「視野広がった」との声も～

株式会社ネットマーケティング(所在地:東京都渋谷区 代表取締役社長:宮本邦久 以下:ネットマーケティング)が運営する「Omiai」は、2017年10月に開始した東京工芸大学との産学連携プロジェクトを、2018年1月の最終講義をもって完了しました。本プロジェクトは、実践的なWEB広告クリエイティブの制作・配信を含む講義を同大学と協同で実施し、学生のWebコミュニケーションに対する理解を深めることを目的としたものです。



Omiai ×

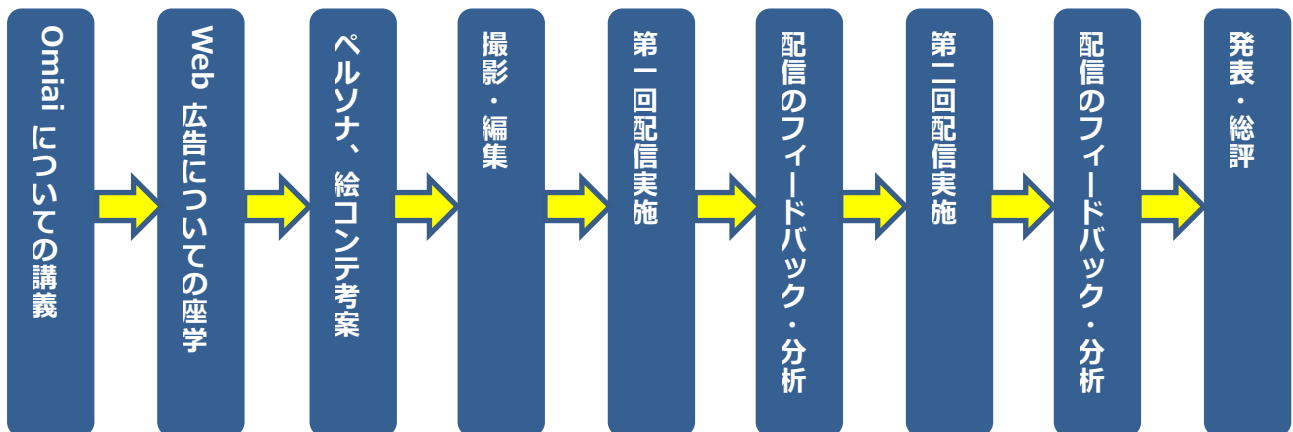


■産学連携プロジェクト講義内容

本プロジェクトは、全13回の講義から構成され、OmiaiやWeb広告についての理解を深めるための座学講義の後、学生自らが考えた配信ターゲットや構成に沿って撮影・編集を実施、完成した広告動画は実際のOmiaiのWeb広告として配信が行われました。配信された動画の評価はインプレッション数やCTRなど(※1)、数値として学生にフィードバックされ、学生はそれをもとに分析を行い動画の修正に取り組みました。最終的に完成した動画もまた、配信と結果のフィードバックが行われ、一度作成して終わりとするのではなく、分析や修正を繰り返すビジネスとしてのデザイン制作を一貫して経験できる内容となりました。

(※1) インプレッション数は広告表示回数、CTRはクリック率を示します。

CTRは【クリック数÷インプレッション数】で算出され、広告クリエイティブに対するユーザーの興味を図る指標として使われます。



■学生が制作した広告作品



どちらでもない
一步踏み出せ

モデルの表情と字幕が印象的な作品。1回目の配信ではCTRが伸びなかったものの、既存広告の配信分析を行い、モデルの引き映像よりも寄りの映像を多くしたところ、2回目の配信ではCTRの改善が見られました。



URL: <https://youtu.be/WI65zDiMD3k>
<https://youtu.be/C6UeODoNGG0>

次々と変わる文字で構成された動画広告。斬新な切り口でしたが、CTRが高く想定外の結果となりました。2回目の配信でも、文字のみとしながら形を正方形に変更したことで、主にInstagramでのインプレッション数が向上しました。

■学生のコメント

実際に講義に参加した学生からは、「実際の制作と同じような流れで取り組むことができ、勉強になった。」「自分の作品がSNS上に配信され、その結果が数値として表れる経験は初めてでとても新鮮だった。」と、産学連携ならではの学びや体験に面白みを感じたという感想が聞かれたほか、「『何を作りたいか』と同じくらい『どうしたら見てもらえるか』を考えるようになった。」「映像は見られることを前提に制作を行うが、Web広告のデザインはスキップをしようとする人たちにどのように興味を持たせるかを思考しなければならず、そのズレを調和させていく過程がとても面白かった。」と普段の制作活動とは異なる広告ならではの制作視点に気付かされたという声も多く聞かれました。

■内山雄介 准教授コメント

「本プロジェクトに参加したことは、大学にとっても学生にとっても非常に有意義な結果となりました。特に学生にとっては、PDCAを回して制作に取り組んだこと、評価者が教授ではなくマーケットであったことは、普段の制作活動ではなかなか得ることのできない貴重な経験になったと考えています。学生の作品を尊重しつつ、企業の広告としてのクオリティを担保できるようにするという点に関しては、悩んだ部分でもありました。こうした取り組みを継続して行うことによって、より有意義な機会を学生に提供するためのノウハウを蓄積していきたいと思います。」

■ネットマーケティング担当者総評

「講義では学生のビジネスにおけるデザイン制作への理解が深まるよう意識し、Facebook広告の仕組みやKPI (Key Performance Indicator) についての説明を視覚的且つ具体的に行うことを心がけました。ビジネスのデザイン制作では、ただ作りたいものをつくって終わりということはありません。数値を読み、分析し、次に活かすというような一連の工程がとても重要です。こうした経験を、是非今後の就職活動や仕事の上で生かしてもらえればと思います。」

一方私たちにとっても本プロジェクトは、通して学生ならではの新鮮な視点を発見すると同時に、いかに自分たちの考えが凝り固まってしまっているかを実感する大変貴重な機会となりました。今回の経験やノウハウを生かし、今後とも新しい視点での新たな取り組みや協業を目指してまいります。」

『Omiai』×東京工芸大学 産学連携プロジェクト」概要

■実施期間

2017年10月～2018年1月

■実施の背景

「Omiai」は、スマートフォン黎明期からFacebook広告を中心としたWeb広告の自社運用を行い、現在に至るまでの確実なノウハウを蓄積、ソーシャル広告や動画広告など、新たな手法への挑戦も続けています。今後も拡大が見込まれるWeb広告市場において、「Omiai」はこれまでのノウハウを生かし、今後の市場成長を牽引する人材育成に尽力したいと考えていました。一方、新たなメディアの表現と技術を創造する人材の育成を指標とする東京工芸大学は、学術的観点だけでなく、商用的観点におけるデザインについての教育、また実践の機会を学生に提供したいと願っていました。こうした双方のニーズが合致し、今回の連携が実現しました。

■内容

東京工芸大学芸術学部デザイン学科(内山ゼミ)及び映像学科(名手・百束ゼミ)の学生に対し、現場のデザイン業務を案内するとともに、制作物のフォローアップを行います。また、本取組での制作物を実際に「Omiai」のWEB広告配信に使用しフィードバックすることで参加学生のビジネス観点の理解を深めます。

■規模人数

約15名

■東京工芸大学について

大正12年、日本初の写真学校として創設された小西写真専門学校が源流。昭和25年に東京写真短大、昭和41年に東京写真大学工学部を設置。昭和52年、東京工芸大学に名称変更。平成6年に芸術学部を増設した。創設当時の写真教育は現在の工学部と芸術学部へと継承され、新たなメディアの表現と技術を創造する人材を育成している。

■株式会社ネットマーケティングとは

広告主と消費者をマッチングするアフィリエイトエージェントとして事業を開始。

メディア事業として、2012年より男女にマッチングの場を提供するサービスとして

開始された「Omiai」は、出会いを求める男女に支持され、2017年11月には

累計会員数260万を突破いたしました。2014年からは、政府主催の「婚活・街コン

推進サミット」に参画するなど少子化、晩婚化などの社会問題解決への貢献も社会的意義として掲げています。当社は、2017年3月31日に東京証券取引所JASDAQ市場へ上場いたしました。今後も、「The New Value Provider ∞ Internet」の経営ビジョンの基、新しい事業の創出に注力してまいります。

The logo for Net Marketing features the words "Net Marketing" in a sans-serif font. The word "Net" is in blue, "Marketing" is in red, and there is a red curved line underneath the text.

【会社概要】

会社名：株式会社ネットマーケティング(英文表記:Net Marketing Co.Ltd.)

代表者：代表取締役社長 宮本 邦久

設立：2004年7月

上場市場：東京証券取引所JASDAQ市場(証券コード:6175)

所在地：東京都渋谷区恵比寿一丁目20番18号

事業：メディア事業、広告事業 <http://www.net-marketing.co.jp/>