

人工知能・クリエイティブ・インフルエンサーマーケティング分野における日本有数のフロントランナーを招聘

## プラップジャパンが「デジタル PR 研究所」を設立

複雑になった生活者の情報消費の実態を調査分析し、デジタル PR の新サービスを開発

広報・PR の支援・コンサルティングを手がける総合 PR 会社の株式会社プラップジャパン[本社:東京都 港区、代表取締役社長:鈴木勇夫]は、デジタル上の PR やコミュニケーションを調査分析し、新しい PR サービスの研究開発を行う「デジタル PR 研究所」を 2017 年 7 月 6 日(木)に設立します。

最新の統計※によれば、10 代・20 代・30 代・40 代の各年齢層においてスマートフォンの利用率は軒並み 80% を超えています。この、スマートフォンの普及を震源としたメディアテクノロジーの急速な進歩は、生活者の情報への接し方を一変しました。個人の情報消費と企業ブランドをつなぐ PR 会社が今後効果の高い PR 施策を立案し、実行するには、刻一刻と変化する生活者と情報の関係を先端で捉え、新しいサービスとして市場投入する力が求められます。

※出典元:平成 28 年 8 月総務省情報通信政策研究所「平成 27 年 情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」

そこで、プラップジャパンでは、今後 10 年を見据え、コミュニケーション技術のキーとなるデジタル諸分野のフロントランナーを外部フェローとして招聘し、新しい PR サービスの研究開発を行う専門の研究機関を設立します。設立時には、人工知能研究の第一人者である東京大学大学院 情報理工学系研究科准教授、山崎俊彦氏をはじめ、インフルエンサーマーケティングやクリエイティブ、自然言語解析の分野の最先端で活躍する専門家にフェローとして参画いただきます。

### 研究内容 今日のデジタル空間を捉え、企業のコミュニケーション課題を解決する

1. メディアハビット(Media Habit)研究——社会・個人とデジタルメディアの関わりを、グループインタビュー等を通じて調査分析します。
2. メカニズム(Mechanism)研究——デジタルメディア上で情報拡散が起こるメカニズムを独自技術で収集した大規模データを使い、統計手法を利用して分析します。
3. 効果測定(Measurement)研究——デジタル上の PR キャンペーンの効果を説得的に示す、客観性・妥当性・汎用性をもつ新たな指標を研究開発します。

当社ではこれらをもとに、顧客が抱える PR やコミュニケーション上の課題を解決する新しい PR サービス(データに基づいた口コミ発生率の高い企画パッケージ・デジタルメディアのデータベース・人工知能を利用した PR 関連のウェブアプリケーション等)の開発を進めるとともに、その研究成果のエッセンスを広く発信していきます。

〈本件に関するお問合せ先〉  
株式会社プラップジャパン デジタル PR 研究所  
TEL: 03-4580-9120  
E-MAIL: institute@digitalpr.jp

## デジタル PR 研究所 概要

機関名	デジタル PR 研究所 (The Institute of Digital Public Relations)
設立日	2017 年 7 月 6 日(木)
所長	渡辺 幸光 (株式会社プラップジャパン デジタル戦略グループ長)
外部フェロー	山崎 俊彦 (国立大学法人東京大学大学院 情報理工学系研究科准教授) 細川 潤 (株式会社 3 ミニッツ 取締役副社長 COO) 矢崎 剛史 (株式会社 ENJIN クリエイティブディレクター/コミュニケーションデザイナー) 渡辺 賢智 (株式会社白ヤギコーポレーション 代表取締役 CEO)
設立趣旨	デジタルメディアのたゆまない進化・発展が、企業や団体の広報・PR 活動に与える影響を調査分析し、企業が抱えるコミュニケーション課題の解決に役立てる
活動テーマ	1. <b>Media Habit</b> デジタルメディアおよび生活者のトレンドを分析、リアルな消費者像を把握する 2. <b>Mechanism</b> クチコミや炎上が起こるメカニズムを解析し、最新の活用方法を提案する 3. <b>Measurement</b> デジタル時代ならではの普遍的な「効果測定モデル」を構築する
活動内容	最新テクノロジーを活用した独自のデジタル広報ツールの開発 独自ツールやデータベースなどを活用した調査・研究の実施 セミナーやシンポジウムの開催 など

## プラップジャパンについて

プラップジャパンは広報・IR 活動の支援を手がける総合 PR 会社です。各業界、専門分野に精通した数多くの PR スペシャリストを有し、企業・団体の広報コンサルティングおよびマスメディアとの強力なネットワークによるメディアリレーションを中核に、業界トップクラスの実績をもつメディアトレーニング、戦略 PR、ソーシャルメディア対応、PR イベント、PR ポータル・サービスなど、総合的なコミュニケーションサービスを提供しています。

URL: <http://www.prap.co.jp/>

## <参考資料>

### 所長プロフィール



渡辺 幸光 / Yukimitsu Watanabe

株式会社プラップジャパン 戦略企画部 デジタル戦略グループ長

1971 年生まれ、米国イリノイ大学シカゴ校卒業。外資系 PR 代理店、広告代理店などを経て、2014 年プラップジャパン入社。20 年以上にわたりに貫してデジタルに携わっている。現在はプラップジャパンのデジタル部門リーダーとして、デジタルを活用した広報・PR 活動の戦略企画立案やサービス開発などを牽引している。

### 外部フェロープロフィール



山崎 俊彦 / Toshihiko Yamasaki

国立大学法人東京大学大学院 情報理工学系研究科准教授

「魅力工学」を始めとする大規模マルチメディアデータ処理、物体認識、機械学習、最適化、3次元映像処理などの分野で精力的な研究を行っている。2017年1月よりプラップジャパンと共同で、企業・団体が行う記者会見や新製品発表会、アナリスト向け IR 説明会などの会見の印象解析・数値化の研究を行っている。



細川 潤 / Jun Hosokawa

株式会社 3 ミニッツ 取締役副社長 COO

早稲田大学卒業後、ローム株式会社を経てサイバーエージェントへ。9 年間在籍したサイバーエージェントでは、広告代理部門局長、Ameba 事業本部ゲーム部門の SAP 事業責任者として従事。その後 3 ミニッツに転じ、現在はインスタグラマー活用やメディア運用などを通じ、様々な企業のプロモーションを支援している。



矢崎 剛史 / Takeshi Yazaki

株式会社 ENJIN クリエイティブディレクター/コミュニケーションデザイナー

1982 年生まれ。株式会社電通レイザーフィッシュ(現電通アイソバー)を経て現職。広告手法や職域の枠に囚われず、本能に回帰したコミュニケーションのプロデュースを本懐として日々精進中。受賞歴に SPIKES ASIA 2016 Digital Craft 部門 Grand Prix、PR アワードグランプリ BRONZE、第 55 回 JAA 広告賞メダリスト、The FWA Site of the Day、Mobile of the Day など。



渡辺 賢智 / Yoshitomo Watanabe

株式会社白ヤギコーポレーション 代表取締役 CEO

パナソニック勤務を経てニューヨークのコロンビア大学で MBA 取得。その後ボストン・コンサルティング・グループ においてプロジェクトリーダーとして従事。白ヤギコーポレーションでは自然言語処理や機械学習を用いたプロダクトを企画設計。