

## 想像の翼にのって— vol.12 国境を超えてつながる人々

弊社が総合企画プロデュースを手掛けた、Namewee feat. 二宮芽生のミュージックビデオ「Tokyo Bon 2020」は11月末のリリース後、僅か一週間でYouTube、Weibo、Facebookなど、各プラットフォームにおいて合計3000万視聴数を超えて、今日も世界中で拡散され続けている。コメント欄には、中国、香港、台湾、フィリピン、ベトナム、アメリカ、イギリス、フランス、ロシア、ポリビアなど、世界各国から数万単位のメッセージが寄せられている。

本作品の企画は友人たちと「東京五輪音頭」を話題にしていたところから始まった。「バズマーケティングを駆使すれば、東京五輪音頭を超える話題性と視聴数は生み出せる。新しい盆踊りを創り、世界中を踊らせることもできると思う」。これまでの経験値から思いつきで可能性についての話をしたのだが、周囲は半信半疑ながらも面白さと怖いもの見たさで盛り上がり、この企画はすぐに実現の方向へと進んで行くことになった。

3カ月後、メジャーレーベルなどを通さず、2日間の強行日程で撮影され、海外ではまだ知られていない可憐な新人女優が出演したミュージックビデオはリリースされた。関係者が固唾を呑んで見守る中、幾つものバズの魔法が施された本作品は瞬く間に世界中に広がっていった。2日後には「東京五輪音頭」の視聴数を超えた。一週間後には世界でもっとも視聴数の多い盆踊りとなり、YouTube

## 『新しい時代の新しい戦い方』

文 赤峰俊治 text by Shunji Akamine

eやTik Tokには世界中の人たちが自ら踊る動画が4000本以上も投稿された。

この結果は偶然なのか？運が良かったのか？そうではない。本作品に施したバズの魔法には、明確な戦略と

いうタネがあった。本稿を書いている時点ではまだまだ仕掛けの途中ながら、新しい時代の新しい戦い方は、国境を軽々と超えて、世界中の人とダイレクトに繋がるソーシャルエンターテインメントの可能性を示すことに成功した。そして、一週間で合計3000万視聴数の成果を得るために使った広告費はゼロである。

世界がインターネットという縦横無尽に張り巡らされた道路で繋がった今、知らなければならぬのは新しい乗り物と新しい乗り方である。「バズマーケティング」とは「口コミマーケティング」を意味する。インターネットと口コミは広告において最高の相性を発揮する。時代は変わった。誰もが情報発信できて、誰もが情報発信したい時代、バズの魔法を使うことで、権力とかコネとか関係なく、誰もが無限の可能性の扉を開くことができる。



## Profile

Arigato Japan Inc. CEO &amp; Founder / Cool Japan TV Inc. CEO &amp; Founder

1971年、大分県出身。

國學院大学卒業後、政府系金融機関の信用保証協会に入社。融資審査業務に携わる中で、企業にとって既存の商圏を超えることのできるインターネットメディアに可能性を感じて起業。オンライン動画を活用した行政や企業の情報発信プロデュースにおいて数々の実績を残す。もっとも面白いチャンネルを投票で決める「USTREAM大賞」を2年連続受賞。現在、52カ国に約7,000人の会員を持つ、オンライン動画スクールを運営。アジア最大のYouTuberネットワークを活用した、インバウンドプロモーション及びマーケティングを手掛ける。

<http://arigato-jp.com>
