慶應義塾大学学術情報リポジトリ
Keio Associated Repository of Academic resouces

Title	コミュニティ拡大による新しい世界的音楽展開モデルの検証と提案 : 世界中のファンを結びつける"場"のデザイン : make a our psychommunity
Sub Title	Inspection and suggestion of a model to spread out new worldwide music throughout the community design a place to connect music fans all over the world : make a our psychommunity
Author	水野, 将伍(Mizuno, Shogo) 中村, 伊知哉(Nakamura, Ichiya)
Publisher	慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科
Publication year	2013
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2013年度メディアデザイン学 第331号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40001001-00002013-0331

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

修士論文 2013年度（平成25年度）

コミュニティ拡大による新しい世界的音楽展開モデルの検証と提案
世界中のファンを結びつける“ 場 ”のデザイン
～Make a our PSYCHOMMUNITY～

慶應義塾大学大学院
メディアデザイン研究科

水野　将伍

本論文は慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科に
修士 (メディアデザイン学) 授与の要件として提出した修士論文である。

水野　将伍

審査委員：

中村 伊知哉 教授　（主査）
古川 享 教授　（副査）
杉浦 一徳 准教授　（副査）

修士論文 2013年度（平成25年度）

コミュニティ拡大による新しい世界的音楽展開モデルの検証と提案
世界中のファンを結びつける“ 場 ”のデザイン
～Make a our PSYCHOMMUNITY～

カテゴリー：社会科学

論文要旨

本論文は、アーティストのファンによって形成されるコミュニティ ”ファンコミュニティ ”の拡大を通した、アーティストへのロイヤリティの向上、ファンの拡大と定着、及びその有用性をブランド・コミュニティ研究を指標にして述べる。そして、これらを実現するための一つの事例としてインターネットとリアルの場を合わせたファンが交流をする場の設計を取り上げる。この理由として、近日のSNSを中心としたインターネットでの交流の増加や、現実の関係性の構築にSNSが大きな影響を与えていることが挙げられる。これに対して、本論文ではSNS上でのコミュニケーション、現実でのコミュニケーションを組み合わせ、それらを循環させる ”場 ”の提供によるファンコミュニティの拡大を図る新たなモデルを構想した。このような場を構成するものとして、ファンカルチャーの発信を軸としたFacebookページのリリース、日本のヴィジュアル系アーティスト ”SuG ”のライブビューイング、オフ会の台湾での実施、及び上記2要素を組み合わせたモデルをデザインした。本論文では、上記モデルの設計、及びブランドコミュニティというマーケティング手法を踏まえ、上記モデルの有用性について述べる。

キーワード：

ブランド・コミュニティ, 音楽, 世界, SNS, コミュニティ

慶應義塾大学大学院 メディアデザイン研究科

水野　将伍

Abstract of Master's Thesis of Academic Year 2013

Inspection and Suggestion of a Model to spread out New Worldwide Music throughout the Community Design a Place to connect Music Fans all over the World -Make a our PSYCHOMMUNITY-

Category: Social Science

Summary

This paper describes the effectiveness of establishing and expanding a " fan community " in terms of the improvement of the artist 's royalty, the increase in number of fans as well as the increase in the loyalty of fans. In order to bring this into reality, we aim to design a " place " that combines the Internet and the real world, where fans can gather together to communicate with each other. The reason for this is that communication through the Internet has been expanding rapidly and SNS has a huge impact on the network of real relationships. Through this, I envisioned a new model to expand the fan community by creating a" place " which connects the communication through SNS and the real world. To create this " place ", I have designed a model to combine two main points; a Facebook page to expand the fan culture of the world and Live Vieing as well as the official offline events of the Japanese Visual-kei rock band " SuG ". Therefore, this paper elaborates on the design of the combination model and the effectiveness of the model based on a marketing method known as " Brand Community ".

Keywords:

Bland Community, Music, Worldwide, SNS, Community

Graduate School of Media Design, Keio University

Shogo Mizuno