
PRESS RELEASE

CGM マーケティング、オノ・ヨーコさんが主催する
「Dream Power ジョン・レノン・スーパー・ライブ」の
Twitter によるプロモーションをスタート

— Twitter でみんなの夢をひとつに —

株式会社 CGM マーケティング(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:林 郁、以下:CGMM)は、ジョン・レノンさんとオノ・ヨーコさんのライセンス・コーディネーションや音楽イベント制作を手がける株式会社プロデュース・センター(本社:東京都世田谷区、代表取締役:浜田哲生)と共同で Twitter アカウント(http://twitter.com/dream_power/) を利用したプロモーションを本日スタートしました。本プロモーションはチャリティ・コンサート「Dream Power ジョン・レノン・スーパー・ライブ」のWEBサイトオープンに合わせ展開するもので、Twitterを通じてオノ・ヨーコさんのメッセージや、「Dream Power ジョン・レノン・スーパー・ライブ」の情報を配信してまいります。

オノ・ヨーコさんは、140 文字の短いメッセージを投稿することで、世界中のさまざまな人々とのコミュニケーションが可能になる Twitter に大きな可能性を見出しており、自身のアカウント(<http://twitter.com/yokoono>)でつぶやいています。今回プロモーションする Dream Power のアカウントでは自己紹介の欄で「ひとりで見る夢はただの夢、みんなで見る夢は現実になる。みなさんとライブでお会いできることを楽しみにしています！」というメッセージを発信されています。

「Dream Power ジョン・レノン・スーパー・ライブ」は今年も開催が予定されており、多数のミュージシャンが参加します。その売り上げの一部はオノ・ヨーコさんの理念に基づいて、アジア、アフリカの子どものための学校建設資金として寄付されます。開催概要の案内も Twitter アカウントを通して行う予定です。

尚、CGMM では、今後もコンテンツホルダーに対しユーザーとのより良いリレーションシップを構築するために、CGM (Consumer Generated Media)を活用したマーケティング活動を推進してまいります。

【「Twitter」について】

「Twitter」は「What are you doing?」(いまなにしている?)というシンプルな問いかけに140 文字以内で答えることによって、さまざまなユーザー同士がつながるコミュニケーション・ツールです。投稿したメッセージは、自分を「フォロー」しているユーザーにリアルタイムで届きます。日常的ななにげないやりとりから、企業によるプロモーションへの活用に至るまで、「Twitter」の使い方はさまざまです。メッセージのやりとりには、Web サイトだけでなく、パソコンで動く各種の専用のクライアント・ソフトウェアや、携帯電話を使えるなど、コミュニケーション・ツールとして自由度が高いという特徴があります。

◆株式会社 CGM マーケティング

株式会社デジタルガレージ、株式会社電通(東証一部:4324、本社:東京都港区、代表取締役社長:高嶋 達佳)、株式会社サイバー・コミュニケーションズ(東証マザーズ:4788、本社:東京都港区、代表執行役社長:長澤 秀行)、株式会社アサツーディ・ケイ(東証一部:9747、本社:東京都中央区、代表取締役社長:長沼 孝一郎)の4社による共同出資会社。