報道関係者各位
PRESS INFORMATION

2011 年 10 月 26 日　　株式会社ホットリンク

世界最大規模のマーケティングリサーチ団体『ESOMAR』での講演のお知らせ

―ソーシャルメディアを活用した、東日本大震災に伴う生活者の価値観変化について発表―

【サマリー】

株式会社ホットリンク（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：内山幸樹）はキリンホールディングス株式会社 キリン食生活文化研究所（所長：太田恵理子）と共同で、同社の技術を活用し、ソーシャルメディア上の口コミ分析から東日本大震災が日本国民に与えた価値観変化に関する調査研究を行いました。本研究は、米国マイアミで開催される世界最大級のマーケティングリサーチ団体 ESOMAR のカンファレンス『3D Digital Dimensions 2011 （Online + Social Media + Mobile) Research』での発表テーマとして選出されました。10 月 28 日（金）同カンファレンスにて発表することをお知らせします。

【詳細】

3 月 11 日に起きた東日本大震災は、津波や原発問題をも引き起こし、今まで当たり前だと考えられていた生活を崩してしまいました。この大震災は、消費者の欲求や価値観をも変化させたと考えられており、従来型のアンケート調査では、大震災前の価値観との変化を読み取るのは難しい側面がありました。そこで、ホットリンクはキリンホールディングス株式会社 キリン食生活文化研究所と共同で、ホットリンク社が提供するソーシャルメディアのモニタリング・分析ツール「クチコミ@係長」を活用し、東日本大震災が日本国民に与えた価値観変化を探る調査研究を行いました。本研究では、価値観変化の兆しと合わせて、ソーシャルメディアリサーチの可能性と限界についても言及しています。

本研究内容は、世界最大級のマーケティングリサーチ団体 ESOMAR にて今年新設された研究分野ソーシャルメディアリサーチ分野の最先端研究として、10 月 26 日 27 日 28 日に米国マイアミで開催される同団体のカンファレンス『3D Digital Dimensions 2011 （Online + Social Media + Mobile) Research』にて採択され、発表することになりました。

調査研究タイトル：

The 3-11 Earthquake & Tsunami

The possibilities and limits of Social Media Research evidenced from

the survey on changes in the Japanese people's values after the 3-11 Earthquake & Tsunami

【ESOMAR とは】

120 ヵ国以上、4800 人以上の会員からなる、世界最大級のマーケティングリサーチ団体です。市場調査や世論調査の実質的な価値の理解促進を目的に活動しています。（詳しくは：http://www.esomar.org/）

【ソーシャルメディア分析ツール「クチコミ@係長」とは】

国内のブログ・掲示板などから投稿される 1 日 400 万件にも及ぶ、膨大な口コミ情報(66 億 5052 万 8684 記事＋Twitter、Facebook データ ※2011 年 10 月 20 日現在)をリアルタイムに収集・分析することができるソーシャルメディア分析ツールです。ブログ、Twitter、掲示板等の分析及び、テレビやネットニュースの露出回数との相関をみるクロスメディア分析が可能です。

現在、ホットリンクが構築した国内 Twitter ユーザ数およびブログユーザ数を公開中です。

http://www.hottolink.co.jp/kakaricho/data/index.html

【株式会社ホットリンクについて】

ホットリンク(http://www.hottolink.co.jp/)は、ブログや Twitter をはじめとするソーシャルメディアのモニタリング及びデータ分析を得意とするエージェントテクノロジー企業です。クライアントのインターネットマーケティング活動を先端技術で支援いたします。

主力製品は、国内のブログ・掲示板・Twitter などから投稿される口コミ情報をリアルタイムに収集・分析することができる「クチコミ@係長」シリーズです。

＜本件に関するお問い合わせ先＞

株式会社ホットリンク 広報担当：武藤(ムトウ)、出(イデ) TEL ：03-5745-3900