

報道関係者各位

2010年9月30日(木)

【書籍出版・セミナーのお知らせ】

吉田就彦氏((株)ヒットコンテンツ研究所 代表取締役社長/デジタルハリウッド大学大学院専任教授)

新垣久史氏(DCM 修士/デジタルハリウッド大学大学院ヒットコンテンツ研究室客員研究員)

「大ヒットの方程式 ソーシャルメディアのクチコミ効果を数式化する」

情報サイト「大ヒットの方程式 annex」も開設

著者による出版記念セミナー開催

「映画ブログ分析に見るクチコミ・マーケティングの可能性」

～AVATAR とアリス・イン・ワンダーランドの事例比較等により～

2010年10月27日(水)19:30～21:00

デジタルハリウッド大学大学院 秋葉原メインキャンパス

Ustream による生中継も実施

日本初の株式会社による専門職大学院、デジタルハリウッド大学大学院(本校:東京都千代田区 学長 杉山知之 以下本大学院)では、(株)ヒットコンテンツ研究所 代表取締役社長であり、本大学院のヒットコンテンツ研究室(以下、本研究室)代表の吉田就彦教授と、本研究室の研究員、新垣久史氏(DCM 修士)が、鳥取大学石井晃教授と共著した著作、「大ヒットの方程式 ソーシャルメディアのクチコミ効果を数式化する」の刊行を記念して、著者3名による特別セミナー「映画ブログ分析に見るクチコミ・マーケティングの可能性～AVATAR とアリス・イン・ワンダーランドの事例比較等により～」を開催いたします。

また、当日はUstream(ユーストリーム)を活用した本セミナーの生中継も実施いたします。

本著作は吉田就彦教授が代表を務める本研究室と、鳥取大学石井晃教授の5年間にわたる研究成果をまとめたもので、映画興業とブログを分析することで、ソーシャルメディアがヒットに与える影響力を分析しています。

本著作では、CGM(コンシューマー・ジェネレイテッド・メディア)マーケティングを初めて数式化した上で、「ダヴィンチ・コード」「桃屋のラー油」「水木しげるロード」などのさまざまなヒット現象の経緯を分析し、ヒットを創り出す手法を提示しています。

定量分析である「ヒットの数理モデル分析」と定性分析である「ヒットの話題共鳴分析」のふたつの分析手法により、映画のみならず、様々なマーケティング領域に利用可能なソーシャルメディアの活用法を提案しています。

今回の出版記念セミナーでは、本著作で紹介できなかったデータを含めて3名の著者が集って盛んにソーシャルメディアのマーケティング利用の可能性を議論していきます。

また、本著作では紹介できなかったデータや新たな知見などを著者が追加していく情報サイト「大ヒットの方程式 annex」<http://hit.dhmsl.jp> も開設いたしました。

つきましては、10月27日(水)に開催いたします当セミナーに、万障お繰り合わせの上、ご参加並びにご取材いただけますようお願い申し上げます。

取材ご希望の方はEメールにてお申し込みください。

(デジタルハリウッド広報宛 press@dhw.co.jp)

【本のご紹介】

- タイトル:「大ヒットの方程式 ソーシャルメディアのクチコミ効果を数式化する」
- 発売日:2010年9月15日(水)
- 価格:2,100円
- 体裁:単行本(ソフトカバー):208ページ
- 著者:吉田 就彦、石井 晃、新垣 久史
- 出版社:ディスカヴァー・トゥエンティワン



「アバター」のヒットは封切り3日後にわかっていた!

CGMマーケティングを初めて数式化、「アバターのヒット」(封切り後)の発生は封切り3日後にわかっていた。ヒットの隠れた要因を、ヒットの隠れた要因を数式化した。新人未踏の1冊!

【出版記念セミナー 概要】

「映画ブログ分析に見るクチコミ・マーケティングの可能性
～AVATARとアリス・イン・ワンダーランドの事例比較等により～」

■日 時:2010年10月27日(水) 19:30～21:00(開場 19:15)

■場 所:デジタルハリウッド大学大学院 秋葉原メインキャンパス

101-0021 東京都千代田区外神田 1-18-13 秋葉原ダイビル7階

(アクセス)JR「秋葉原駅」電気街口徒歩1分

日比谷線「秋葉原駅」徒歩5分

銀座線「末広町駅」徒歩5分

つくばエクスプレス「秋葉原駅」徒歩3分

■定 員:50名

■費 用:無料

※「大ヒットの方程式 ソーシャルメディアのクチコミ効果を数式化する」をご持参いただくと、セミナー内容をよりご理解いただけます。会場での販売もごさいます。

■主 催:デジタルハリウッド大学大学院

■Ustreamによる生中継

【デジタルハリウッド大学院 Ustream チャンネル】

>> <http://www.ustream.tv/channel/dhgs-tv>

【Ustream.tvのオフィシャルサイト】

>> <http://ustream.tv/>

■本セミナー内容【予定】

第一部 ヒットの数理モデルによるブログ定量分析

- デジタルハリウッド大学大学院教授 吉田就彦
- 鳥取大学大学院教授 石井晃

これまでのデジタルハリウッド大学と鳥取大学との共同研究成果から、映画の興行収入推移はブログの書き込み数の推移ときわめて相関が高いことが分かっている。これはクチコミが映画の成功にはきわめて重要な事を示している。「崖の上のポニョ」「AVATAR」「アリス・イン・ワンダーランド」等の 2009～2010 年度公開の最新作品の分析結果を公開。

第二部 ヒットの話題共鳴分析によるブログ定性分析

- デジタルハリウッド大学大学院教授 吉田就彦
- デジタルハリウッド大学大学院ヒットコンテンツ研究室 新垣久史 研究員

最近の話題の映画「AVATAR」と「アリス・イン・ワンダーランド」の話題共鳴分析結果により、3D 映画の可能性を含めた 2 作品のヒットを比較し定性分析を行った。作品性以外に 2 作品が 3D 映画であったことから、今後の 3D 映画マーケットの可能性やその際の必須ヒット要因なども指摘。

第三部 ヒトネタ・マーケティングがこれからのマーケティングを変える

- デジタルハリウッド大学大学院教授 吉田就彦

上記定量・定性分析から見えることは、クチコミを起こす有効なインフルエンサー「ヒット」の特定と拡がっていく有効な話題「ネタ」の特定である。それを特定することで有効なクチコミ・マーケティングが可能となる。それは映画マーケティングだけに限らずさまざまな領域で応用が可能である。世界的に起こっているソーシャルメディア台頭時代のマーケティング手法のひとつとして、その方向性を示す。

■著者プロフィール

○吉田 就彦(よしだ・なりひこ)

デジタルハリウッド大学大学院 専任教授 / (株)ヒットコンテンツ研究所 代表取締役社長

1957 年生まれ。早稲田大学理工学部機械工学科卒。キャニオンレコード(現ポニーキャニオン)入社、制作ディレクターや宣伝プロデューサーとして「チェッカーズ」や「おニャン子クラブ」等数々のヒットを手がける。映画プロデューサーとしても、ビートたけし原作・準主演の『教祖誕生』等の制作を行う。ポニーキャニオンでの最後の仕事は、国民的な大ヒットとなった『だんご 3 兄弟』。1999 年デジタルガレージに取締役副社長として入社。現在(株)ヒットコンテンツ研究所代表取締役社長、(株)テイツー取締役、デジタルハリウッド大学大学院教授、ヒットコンテンツ研究室代表、コンテンツ学会理事、日本マーケティング・サイエンス学会正会員、人材育成学会正会員。著書に『ヒット学~コンテンツ・ビジネスに学ぶ 6 つのヒット法則』(ダイヤモンド社)、『アイデアをカタチにする仕事術~ビジネス・プロデューサーの 7 つの能力』(東洋経済新報社)がある。

○石井 晃(いしい・あきら)

鳥取大学工学研究科機械宇宙工学専攻応用数理工学講座教授



1957 年生まれ。早稲田大学大学院理工学研究科物理学及应用物理学専攻博士後期課程修了。理学博士。鳥取大学工学研究科機械宇宙工学専攻応用数理工学講座教授。2008 年より科学技術振興機構戦略的創造研究推進事業 CREST 研究プロジェクト担当研究員、科学技術振興機構地域イノベーション創出総合支援事業育成研究プロジェクト分担研究員。東京大学物性研究所、理化学研究所、統計数理研究所の共同研究員。デジタルハリウッド大学ヒットコンテンツ研究室客員研究員。専門は計算物理学的手法を用いた表面科学。特にナノテクや炭素材料への青色発光デバイス作成、環境調和型触媒、グラフェンなどの理論的研究に取り組んでいる。

○新垣 久史(あらかき・ひさし)

1974 年生まれ。デジタルハリウッド大学大学院デジタルコンテンツ研究科デジタルコンテンツ専攻修士課程(第 1 期)修了、デジタルコンテンツマネジメント修士(専門職)。鳥取大学大学院工学研究科機械宇宙工学専攻博士後期課程在籍。デジタルハリウッド大学大学院ヒットコンテンツ研究室客員研究員、日本マーケティング・サイエンス学会正会員。2007 年、マーケティングとテクノロジーの融合を主眼に置いたシステム開発を行う、合同会社シナジーネットワーク設立。同社代表就任。株式会社ヒットコンテンツ研究所マーケティング・アナリスト。

セミナー詳細はこちら : <http://gs.dhw.ac.jp/event/20101027/>

■デジタルハリウッド大学大学院 ヒットコンテンツ研究室について

デジタルハリウッド大学大学院 吉田就彦専任教授が代表を務める「ヒット学」を科学的に検証、進化させるための研究を行う研究室。

「ヒットの数値モデル分析」「ヒットの話題共鳴分析」によるマーケティング分析や EQ 理論によるヒットを生み出すプロデューサーの能力分析等の研究を行っており、ヒットを生み出すメカニズムを明らかにし、その再現性(ヒットを生む事)を高めることを目的としている。

■「大ヒットの方程式 annex」について

本著作では紹介できなかったデータや新たな知見などを著者が追加していく情報サイトを公開中。「大ヒットの方程式 annex」の URL はこちら:<http://hit.dhmsl.jp>

【当プレスリリースに関するお問い合わせ】

デジタルハリウッド株式会社 広報室:川村

mail:press@dhw.co.jp

TEL:03-5281-9248

デジタルハリウッド公式サイト :<http://www.dhw.co.jp/>

学長ブログ「スギヤマスタイル」:<http://www.sugiyama-style.tv/>

過去のプレスリリース:<http://www.dhw.co.jp/grand/pressroom/release/2010/>



<出版記念セミナー「映画ブログ分析に見るクチコミ・マーケティングの可能性」取材お申し込み方法>
当セミナーの取材ご希望の皆様は下記フォームにご記入の上、10月26日(火)までにEメールにてお申込みください。

■取材に関する留意事項(※必ずご一読ください)

- ・取材の方は開始10分前(19:20)までに会場へお越しください。
- ・入場の際は受付にて身分の確認できるものをご提示願います。(名刺で結構です)
- ・駐車場の用意はございませんので、各社でご手配願います。

<<出版記念セミナー「映画ブログ分析に見るクチコミ・マーケティングの可能性」取材申し込みフォーム
>>

貴社名 :

貴社媒体名 :

お名前 :

電話番号 :

メールアドレス :

取材形式(該当を全て記載) : スチール / TVカメラ / ペン

→ 申し込みメールアドレス:press@dhw.co.jp (件名: 「10/27 出版記念セミナー」取材希望)