

報道関係者各位

2013年11月18日(月)

デジタルハリウッド大学大学院／株式会社ヒットコンテンツ研究所／
 株式会社ホットリンクコンサルティング 主催

ビッグデータからディープインサイトを導く 消費データの積極的活用 ～ ソーシャルメディア時代におけるデータ活用・ 分析における幅と深さの探求～

日時:2013年12月5日(木) 19:00～20:30

会場:デジタルハリウッド大学大学院(御茶ノ水)

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/本社:東京都千代田区、代表取締役社長兼 CEO:鳥越憲一、学長:杉山知之)では、このたび、『ビッグデータからディープインサイトを導く消費データの積極的活用～ ソーシャルメディア時代におけるデータ活用・分析における幅と深さの探求～』と題し、株式会社ヒットコンテンツ研究所および株式会社ホットリンクコンサルティングとともに、12月5日(木)にセミナーを開催いたします。

Twitter や Facebook が世の中を席卷し、インターネット・マーケティングにおいても検索エンジンからソーシャルメディアの時代へ完全に切り変わってきており、IT 環境の発展からビッグデータ利活用が活発な時代となりました。

現在、そのビッグデータに占めるソーシャルデータの割合は最も大きいと言われています。ソーシャルデータ分析ツールを導入し積極活用されているものの、昨今、ツール使用だけでは解決できないマーケティング課題に取り組む方が多くなってきています。

本セミナーではホットリンクコンサルティングからソーシャルデータの活用の「幅」を、そしてヒットコンテンツ研究所からその「深さ」を、ともに分析事例を踏まえてご紹介します。

これからソーシャルデータ分析に取り組まれる方や既に分析に取り組んでいる方の新たな発見(更なる活用価値)をご提供させていただく機会となります。

●第一部 ソーシャルデータ活用価値の最大化(基礎から予兆を探る分析まで)

■株式会社ホットリンクコンサルティング

ホットリンクコンサルティングでは、ソーシャルデータの活用価値の最大化と他データとの複合分析により、お客様のビジネスやマーケティング課題の解決策を導くコンサルティングを手掛けております。

ソーシャルデータの分析領域で単なるポジ・ネガ抽出に終わっていませんか。競合分析においてブランド/製品やターゲットを軸としたマーケティングにすぐ活用できる分析から、ソーシャルメディア上で多くの方が言及する「食」カテゴリでのヒットの予兆発見や家電製品の需要予測をソーシャルデータのみ

Press Release

Digital Hollywood 2013 | <http://www.dhw.co.jp>



から導きだす試みを実践しています。

第一部ではソーシャルデータ活用の「幅広さ」を、バラエティに富んだ事例を中心に説明させていただきます。

●第二部 SMRP(Social Media Research Panel)により「民の声」を導く

■株式会社ヒットコンテンツ研究所

ヒットコンテンツ研究所においては、SMRP(Social Media Research Panel)(スマーブ)と命名した同一の属性(主婦、学生、独身女性、等)で構成するリサーチグループを複数カテゴリで運用したクチコミ分析を行っています。パネラーは消費者の声を読み込み、システムでは判別不可能な複雑な製品の情緒的価値や課題を抽出します。

パネラーから抽出した課題を分析しパネル間の定性的な差異を検証することにより、消費者クチコミの心理面の分析が可能となります。

この手法によるクチコミ分析は、「何が語られているか」「何が行われているか」だけではなく、「なぜ語るのか」「なぜそうするのか」という消費者の心理的な側面まで踏み込んで、課題抽出やマーケティング施策への利用等、実際のマーケティング戦略に活用可能です。

第二部では、ソーシャルデータ活用の「深さ」を、事例を交えてご紹介させていただきます。

<登壇者プロフィール>

横江 淳次

株式会社ホットリンクコンサルティング 取締役 マネージングディレクター

1990年半ばからデータ分析から戦略を導くマーケティングやコンサルティングに携わって約20年、デジタル系コンサルティング会社や外資系マーケティングエージェンシー、通販向けデータベース会社の経営などを経て、ホットリンクコンサルティングの立ち上げメンバーの一人として参画。

データサイエンスから物語が実現する場面を多く経験し、ビックデータ活用を一つの手段として、クライアント企業の様々な課題解決を推進している。



吉田 就彦

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 / 一般社団法人木暮人倶楽部理事長 /

一般社団法人 BCI 戦略研究所代表理事 / コンテンツ学会理事 /

社団法人日本マーケティング協会機関紙「MARKETING horison」編集委員

1979年ポニーキャニオン入社。音楽、映像、ゲーム、マルチメディア等の制作、宣伝業務に20年間従事する。

同社での最後の仕事は、国民的な大ヒットとなった「だんご3兄弟」。

退職後、ネットベンチャーのデジタルガレージ取締役副社長に就任。

現在は、デジタル・コンテンツ関連事業やデジタル・マーケティングを中心とした事業戦略コンサルティングを行なっている傍ら、デジタルハリウッド大学大学院吉田就彦研究室を中心に、デジタル・ビジネス関連の研究・人材教育にも携わっている。



Press Release

Digital Hollywood 2013 | <http://www.dhw.co.jp>



【ビッグデータからディープインサイトを導く消費データの積極的活用
～ ソーシャルメディア時代におけるデータ活用・分析における幅と深さの探求～ 開催概要】

<http://gs.dhw.ac.jp/event/131205/>

日時：2013年12月5日(木) 18:30 開場 19時開始～20:30

定員：100名

参加費：無料

会場：デジタルハリウッド大学大学院 駿河台キャンパス

講師：株式会社ヒットコンテンツ研究所、株式会社 ホットリンク コンサルティング

参加費：無料(要事前予約)

主催：デジタルハリウッド大学院/株式会社ヒットコンテンツ研究所/株式会社ホットリンクコンサルティング

後援：公益社団法人日本マーケティング協会

つきましては、『ビッグデータからディープインサイトを導く消費データの積極的活用～ ソーシャルメディア時代におけるデータ活用・分析における幅と深さの探求～』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。取材ご希望の方は下記よりお申し込みください。

<取材お申し込み方法>

取材ご希望の皆様は下記フォームにご記入の上、12月4日(水)までにお申し込みください。

■取材に関する留意事項

- ・取材の方は開始 10 分前までに会場へお越しください。
- ・入場の際は受付にて名刺をご提出願います。プレスパスを発行しますので入場時は必ず受付までお越しください。

<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
- 申し込み先：press@dhw.co.jp (件名:12月4日大学院イベント 取材希望)

【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:03-5289-9241

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.facebook.com/SugiyamaStyle>

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