

卒論発表会概要

「君の名は。」がロングランヒットした理由

B5R11022 大澤悠季

私は、映画「君の名は。」が、2016年8月26日に公開が始まってから、翌年まで公開が続く、異例のロングランヒットをしたことに疑問を感じた。先行研究では、大ヒットした要因については、ストーリーが幅広い層に受け入れられたから、メジャーバンドであり人気の高いロックバンドの RADWIMPS が楽曲をすべて手がけたから、映像が美しいから、リピーターが多かったから、試写会からの口コミや評判がよかったからなどの理由があげられていた。そこで私は、仮説として、インターネットや SNS の口コミ、レビューに映画や監督の持つブランド力が相乗効果を与えることで、ロングランヒットにつながった、というものをたてた。しかし、ブランド力について考えている際に、ブランド力では口コミやレビューに相乗効果が生まれるようには思えなかった。そのため、新しい仮説として、インターネットや SNS の口コミ、レビューとリピーターとの間に相乗効果が生まれたから、というものをたてた。この仮説に対する仮説検証として、そもそもインターネットや SNS の口コミ、レビューに効果があるのか、レビューの数はどの程度なのか、リピーターとレビューなどの間に相乗効果が見られるのかを、実際にレビューの数を比べるなどをした。そして、私の仮説の証明とすることにした。