

2022年4月8日

書籍『新世代のビジネスはスマホの中から生まれる
ショートムービー時代のSNSマーケティング』を刊行
—SNS領域で最注目テーマ「短尺動画（ショートムービー）」を徹底解説—

株式会社電通（本社：東京都港区、社長：樽谷 典洋）においてメディア社会の研究を行う専門組織「電通メディアイノベーションラボ」に所属する天野彬の著書『新世代のビジネスはスマホの中から生まれる ショートムービー時代のSNSマーケティング』（世界文化社）が本日発売されました。



世界文化社、386ページ、2200円（税込）

ISBN：978-4418206032

著者：天野彬

数秒～数十秒の「短尺動画（ショートムービー）」は、今、ソーシャルメディア領域の中でも、最も注目度の高いトピックスの1つです。TikTokを中心に、YouTubeやInstagramなど、さまざまなプラットフォームがショートムービーを提供し、生活者や社会からの存在感を高めています。このような時流の中で、広告コミュニケーションの場としてもショートムービーは欠かせないものになりつつあります。

本書では、自身の著作やメディアを通じて「SNSマーケティング」に関連するナレッジを継続的に発信している天野彬が、「なぜ若者を中心にTikTokが大流行するのか?」「TikTokは企業のマーケティングやエンターテインメントビジネスにどんなインパクトをもたらすのか?」「いま注目を集める『TikTok売れ』とはなにか、そしてその発生メカニズムとはどんなものか?」といったテーマについて、オリジナル調査の結果や有識者インタビューとともに、最新動向を解説しています。

企業のマーケティング活動にすぐに取り入れられるヒントはもちろん、メディア論や消費者行動論の観点からも「SNSリテラシー」を中長期的に身につけることにも役立つ内容です。

以上

【本インフォメーションに関する問い合わせ先】

株式会社電通 広報オフィス 広報部

松島、陳、王

TEL : 03-6216-8041

Email : koho@dentsu.co.jp