

講師プロフィール

橋本大也

- データセクション(株) 取締役会長
- (株)早稲田情報技術研究所 取締役
- (株)メタキャスト 取締役
- (株)日本技芸 取締役
- デジタルハリウッド大学 准教授 橋本研究室室長
 - 授業「リサーチ&プランニング」
- 多摩大学 大学院 経営情報学科 客員教授
 - 授業「知識イノベーション論」「Webマーケティングイノベーション」
 - 知識リーダーシップ総合研究所
- NPO法人 オーバルリンクI/O 理事
- 情報考学 Passion For The Future ブログ
 - 書籍:「情報力」
 - 書籍:「Web時代の羅針盤 213冊」主婦と生活社
 - 書籍:「新データベースメディア戦略」インプレス社
 - 書籍:「アクセスを増やすホームページ革命術」ほか

ブログについて

• 情報考学

Passion For The Future

– <http://www.ringolab.com/note/daiya/>

– 2003年9月に開始

– 書評、ソフトウェア評、IT業界論など2000本。

– 書評は1500冊超、ソフト評500本超、IT業界のイベント紹介他

– サイトメモリ昨日実装！ 



情報考学 Passion For The Future
書評、ソフトウェア評、日々雑感 橋本大也

「ソーシャルメディアが社会を覆い尽くしたいま、「バイラル・ループ」抜きではビジネスは語れない」
佐々木俊尚 ITジャーナリスト

日本型プロフェッショナルの条件—アメリカ的論理思考では問題は解決できない

2010年9月29日 23:59 daiya | 個別ページ | トラックバック(0)

・日本型プロフェッショナルの条件—アメリカ的論理思考では問題は解決できない

クリック なか見! 検索

アメリカ的論理思考では問題は解決できない

日本型プロフェッショナルの条件
安永雄彦

ヘッドハンティング会社社長で、経営大学院の教授で、僧侶というプロフィールの著者が語った日本型プロフェッショナル人材論。何をしているかと問われたとき、日本人サラリーマンは「私は〇〇会社の△△です」と答えてしまう。この本はそうではなくて「私の専門は〇〇です。現在は〇〇会社に所属していますが、答えは〇〇です。」

AMNブログ

10月19日開催:JA新ラウンジ及びターミナル施設内覧会のご案内

「わかる映画」※特権してDVDを当てよう! Fans:Fansアイテ

太橋 樹夫さんの電子書籍「マンガでわかる! スピード仕事術」が発表されま...

Agile Media Network

DIMExコロのトートバッグをら

「23日前

グランドデザインに備える「もしも」

「5ヶ月前

mixi「マツタケさん」がブログに導入して、通商した結果は?

「2日前

検索

タグクラウド

月別アーカイブ

2010年9月 (29)

2010年8月 (31)

2010年7月 (31)

2010年6月 (30)

2010年5月 (31)

2010年4月 (30)

2010年3月 (31)

2010年2月 (28)

2010年1月 (31)

2009年12月 (31)

2009年11月 (31)

2009年10月 (31)

2009年9月 (30)

2009年8月 (31)

2009年7月 (31)

2009年6月 (30)

2009年5月 (31)

2009年4月 (30)

2009年3月 (31)

2009年2月 (29)

2009年1月 (31)

2008年12月 (31)



二西本詩撮影

読んで書いてより深く

プロガー・橋本大也さんに聞く

大学在学中の90年代半ばにITビジネスを始め、日本のインターネット業界の草創期から活躍している橋本さん。コンサルティング会社「デー・タセクション」会長として多忙な毎日を送る一方、03年9月からプロガー「情報者」でも書くのも大好き。「本なら

はしもと・たいや 1977年生まれ。プロガー。デー・タセクション会長。早稲田大在学中にインターネットの可能性を自覚し、IT系ベンチャー企業を創業。主な著書に「情報力」「情報者」WJED時代の確証213冊など。デジタルハリウッド大准教授、多摩大大学院客員教授も務めている。

モーツァルトや、ベートーベンの音楽とも全く無縁、おおよそ文化的というには程遠い子ども時代を送ってきました。建築の道を進もうと考えたのは10代の終わりのころで、まずはどのようなことを勉強すべきかと、関西近郊の大学をのぞきに行ったのですが、講義内容が全然わからない。文化的知識量が全く足りてい

ない。彼らは本当に豊かな子ども時代を送ったのだなとつくづく羨ましく思いました。私といえば、世が文化的知識を吸収していた幼少期に、魚を釣ったりトンボをとったり、ソフトボールをしたり紙



など、生きていく上で最も大切なことを学ぶことはできましたが、いわゆる文化的素養を育む機会はありませんでした。中学2年のころ、生まれ育った長屋の2階を増築した時に、一心不乱に働く大工さんを見て、建築という職業に強い興味を覚えました。こま

るに似た大工さんの姿が忘れられず、独学でも建築の道を進もうと決心し、周りの人たちに少しでも追いつこうと、そこから必死で本を読み始めます。将来に何の保証もなく、不安で一杯のスタートでした。しかしそんな私の決意を固めるきっかけとなったのが、このこ

いくらでも買ってもらえたので、書店によく通った。プロガーを始めさらに読書熱が高まり、年間約500冊を手に入れ、約300冊を読破。200冊程度を評している。通勤に片道約1時間20分かかると、電車内と帰宅前とで1日ほぼ1冊読めるという。多忙な中、書評の執筆時間

を確保するのは大変なのは？「全く勉強書かないと損をした気分になると話す。「読書の楽しみの一つは自分の内面が整理されていく感じがすること。ただ言葉にしないまま終わると、感じているんだけど理解できないところで終わる気がするんです」

だと気付かされましから、子どもが書へことは大切だと感じる。「当時は『やらされる』感じで、何を書ぶのか分かりませんでした。なら、他人にその本を読んでもらえるようにこの本の何がいいのかを明らかにする前提で読むと、橋本さんが本の魅

たきっかけは、小学のころに出会った『エンデラー』と『モモ』の向けの本とは違っ、内容に夢中になっ自身も読書歴をたても、人生に影響を及ぼす本は「100冊

だ」といふ。そのバランスが大切な

個人がブログなどに載せた書評を、多くの人が本を選ぶ参考に使っている。本の売れ行きに影響を与えることもあるという「ネット書評家」。出版社も注目する彼らの実力を探ってみた。

本の売れ行き左右する人も

主なネット書評	
ブログ・メルマガ名	ジャンル
404 Blog Not Found (http://blog.livedoor.jp/dankogai/)	人文、科学、社会など
俺と100冊の成功本 (http://blog.zikokeihatu.com/)	自己啓発書
浅沼ヒロシの書評ブログ 晴読雨読日記 (http://d.hatena.ne.jp/pyon3/200708)	社会、経済、文芸など
ビジネス・ブック・マラソン (メルマガ)	ビジネス

ネット書評家の実力

だ。メルマガに書くのはビジネス書や自己啓発書の書評が中心。三十、四十代のビジネスマンら一万三千人強の読者がついていて、「人に薦めたい本だけを取り上げ、内容の批判はしない」のがポリシー。「オススメ度」を星の数で表し、どういった人が読むとためになるかを示すなど、徹底して読者の視点に立って本を紹介する。

本を送っているタイヤモンド社書籍編集局第三編集部の土江英明編集長は「人気のお

これまでに紹介した本は経済書から文芸書、科学の本まで八百冊超。ITベンチャーを経営する橋本大也氏(36)が自身のブログ「情報考亭」(<http://www.rimgoia.com/ote/daiya/>)に書評を書き始めたのは二〇〇三年九月のこと。徐々に読者が増え、一日当たりの閲覧件数は現在約一万。書いた文章が他のブログなどで引用されることも多く、ネット社会

で強い影響力を持つ書評家として知られる。新刊から古典まで最低でも一日一冊は読破

し、ブログは毎日更新する。書評を読んだ人がネット書店で本を購入すると手数料が入る契約をしており、年間の収入は約百二十万円にもものほ

る。書評家は読者の信頼もあつく、取り上げられると購買に結びつきやすいと語る。出版社もその影響力を販促に生かせると考えているのだ。

口コミの力増幅

実際、ネット書評家がキャンペーンのかたちで特定の本を紹介した結果、ヒットにつながった例も出ている。五月刊行の浜口隆則著『戦わない経営』(かんき出版)は、見本本を読んだ複数のネット書評家が発刊前に内容を紹介しますとネット書店に予約が集中的に入り、発売後二週間で増刷、三万部を売り上げた。

ネット書店最大のアマゾンでは、本を読んだ人が感想



起業家の橋本大也氏は帰宅後や週末に書評を執筆している

竹内薫著『闘う物理学者!』(日本実業出版社)など新刊書があるかと思えば、九鬼周造著『「いき」の構造』(岩波文庫)といった古典も取り上げる。本の概要と読みどころを丁寧に紹介。「自分の読書記録であるとともに、ブログの読者を意識した内容になっている」のが特徴だ。

会社役員の松山真之助氏(53)のもとには、複数の出版社から週五、六冊の本が送られてくる。もちろん無償。松山氏の書評メールマガジン(メルマガ)「Webbook of the Day」に取り上げてもらうための献本

などを書き込む「カスタマーレビュー」欄がある。閲覧者による投票でレビュー(評者)はランク付けされており、優良なレビューによる書き込みは本の売れ行きも左右す

林家木久蔵さん 息子に名前譲り、木久扇に

夕刊文化

る。「レビューの実している本は書が高い」(同社)消費者行動論者 康介・首都大学手「ネット時代に」の力が増幅し、社会に対して「持ちうる」と指評論家ではない文章なので



セルヴィス・ランペール
「早稲 近津屋橋山本」
©photo: P. Schmidt.

CULTURE

アート

時代を開くブロガー ② 橋本大也さん

（データセクション代表取締役）37

「時代を開く」は、たゞ内容が薄くても、その時々に関心がある本を、一気読みする姿勢をもっと表現する。1冊1冊の0巻以上は本を読む。驚異的な読書量に支えられ、書評やソフトウェア評を掲載するブログ「情報考学」は、今年目に突入している。

「本々として適切な本をテーマに書く」といふ最初の設計がよかった。日記形式が多いブログの中、タイトル通り考えることには変わった点が秀出している。

小学生の時からパソコンに

どっさり読み、当時すでにブログラミングを習得していた。今では「ペンチャーター」の経営者、そんなデジタル人間だけに、本を読むのはもはやネット書店かと思いきや、大型書店でじっくりと本

を讀むのが好きだという。「ネットではいくら検索しても数百冊という情報は得られない。リアルな書店では、何冊かという情報にアクセスできる」とアナログ的な行動のよさで、きわめて合理的な

読書に基づいている。無数なところへ、本を眺め、面白くないと思ったらすくっと見切るその感覚、新しい本が読めると発想する、移動にも如実に表れている。高校を中退、大橋に通っ

年200冊「即読」驚異の書評



て入学した早稲田大学で8年間フルタイムで働いた。高校中退は、学校では好奇心が顕著なため、卒業しなくても大橋があるから、「大学に預けたい」のは「やはり始めたインターネットへのアクセス環境が整っていたから」。戻りに左右されず、自分の「理」に身を委ねる。「理」についていたら必ずしもその「理」といふものを振り回す。ブログを書くのは読書の二つ

だ。どこでも、考えなどを書き出すように、ノートに書き留める。デジタルツールの活用は当然。ポッドキャストに録音したり、自分で自分にメールを打ったり。それらを参照して、短時間で読書にブログを刷新するのを意識している。

ブログは、読者の読書習慣としての役割も果たしている。過去のブログを検索して、それをコメントに企画書を書き上げたこともある。「取り上げた本の数が1000冊を超えたあたりから、知識のデータベースになってきた」と誇らしげだ。

初めてブログで書評した本は父の思い出せない。「橋本すれば分かるけれど……」。橋本手ながら、「橋」を検索してみたところ、2003年の日記には「橋本」が検索された。日記は「橋本」で検索された。日記は「橋本」で検索された。

POINT 4

7:30

リポートアッパ Today's Close Up 現代



影響力を増す
超人気ブログ



“カリスマ”登場!
超人気ブログ



アルファブローガー

橋本 大也さん(36)

情報考学

橋本大也

Passion
For
The
Future

WEB時代の羅針盤

213

冊

<http://www.access.or.jp>

アクセス向上委員会
橋本大也

アクセスを
増やす
ホームペー
ジ
革命術

MYCOM

クリックなか見! 検索

Alpha Bloggers

アルファブロガー

11人の人気ブロガーが語る
成功するウェブログの秘訣と
インターネットのこれから

FPN 橋本大也 著 藤田 望夫 監修 小飼 弾 著



SE NTX4

Best Eleven!

クリックなか見! 検索

Database Media

オープンIDとユーザーの関わりが鍵のメディアを育てる
新・データベースメディア戦略。

橋本 大也 (Passion) 著
宇佐 龍彦 (Research) 著
瀧 梨沙 (Research) 著
監修 藤田 望夫 (FPN) 著
山田 重太郎 (Research) 著

価値あるデータが
成功の秘訣

Web 2.0の ツカいかた

また、Googleだけですかな? ツール

情報収集/活用の道具は、
ここまで進化した!

ソーシャルブックマーク
画像共有
ブログ検索
RSSリーダー
ソーシャルネットワーク
スケジュール管理
動画共有

梅田 望夫 小飼 弾 著

世界一よくわかるWeb 2.0の授業 橋本大也

素になるあの人のWeb 2.0ツールの使い方

情報



力

膨大な情報や
頭の中もやや
スッキリさせる!

これまでなかった
情報を、知識に
する技術

「膨大な情報や頭の中もややスッキリさせる!」
これこそが、現代社会で生き残るための鍵。本書は、膨大な情報を、知識に変換するための技術を紹介する。最新の検索エンジンや、ソーシャルメディアの活用方法、クラウドサービスの活用方法など、最新の技術を紹介する。また、本書は、最新の検索エンジンや、ソーシャルメディアの活用方法、クラウドサービスの活用方法など、最新の技術を紹介する。また、本書は、最新の検索エンジンや、ソーシャルメディアの活用方法、クラウドサービスの活用方法など、最新の技術を紹介する。

SE

2010年7月に共著2冊出版



iPadやKindleだけが「本の未来」ではない。

この先にある 「本」のかたち

をめぐる俊英たちからの提案集

岡本 真・津田大介・橋本大也・長尾 真
仲俣暁生 | 編著 野口祐子・渡辺智暁・金正勲 | 著
実業之日本社

デジタル/ネットワーク化するメディア 電子書籍と出版

2010年代の「出版」を考える

高島利行 TAKASHIMA Toshiyuki
富研取締役営業部長/版元ドットコム組合員

仲俣暁生 NAKAMATA Akio
フリー編集者・文筆家/「マガジンズ」編集人

橋本大也 HASHIMOTO Daichi
データクォン取締役会長/ブログ「情報考学」運営

沢辺均 SAWABE Kei
ポット出版代表取締役/版元ドットコム組合員

電子出版時代の編集者

山路達也 YAMAJI Tatsuya
フリーライター・編集者

20年後の出版をどう定義するか

植村八潮 UEMURA Yashio
東京電機大学出版局長/日本出版学会副会長

出版業界の現状をどう見るか

星野渉 HOSHINO Wataru
「文化通信」編集長

編集者とデザイナーのためのXML勉強会

深沢英次 FUKASAWA Eiji
メディアシステム・ディレクター/グラフィックデザイナー



『情報力』を書いたのは Evernoteがきっかけ

翔泳社 980円

「膨大な情報や頭のもやもやをスッキリさせる」

これまでになかった「情報」を「知恵」にする技術

アタマとデジタルツールをフル活用して“ハイパー個人”



Evernoteと私



A screenshot of the Evernote desktop application showing a detailed view of a note. The window title is 'すべてのノート - 747 - daiya - Evernote'. The menu bar includes 'ファイル(F)', '編集(E)', 'ビュー(V)', 'フォーマット(F)', 'ツール(T)', and 'ヘルプ(H)'. The toolbar contains icons for '同期', 'Trunk', '新規ノート', 'インク ノート', '全ノート', '削除', 'Email', and '印刷'. The main content area is divided into two panes. The left pane shows a list of notebooks and tags, with 'すべてのノート' (747) selected. The right pane shows a table of notes with columns for '作成日' (Created), '題名' (Title), '更新日' (Updated), '作成者' (Author), 'ノートブック' (Notebook), 'サイズ' (Size), and 'ソースURL' (Source URL). The selected note is '11_8月号橋本大也 (三校) .pdf'. Below the table, there are fields for '作成日(C):', '更新日(U):', and '作成者'. The bottom of the window shows a rich text editor with a grid of text and a navigation bar with icons for 'PDF', '1/2', and 'ネ'.

クチコミ分析の会社を経営しています



DATASECTION

toppage トップページ	service 事業内容	products 製品内容	company 会社情報	news release ニュースリリース	contact お問い合わせ
-------------------	-----------------	------------------	-----------------	--------------------------	-------------------



トピック

- 2010年07月21日 : 大量のWeb情報を自動判定し、更新後速やかに検知・通知することができる『[インサイトチェッカー](#)』を提供開始
- 2010年03月04日 : 『Twitter上の「つぶやき」や「プロフィール」からオピニオンリーダーを検知する『[Twitterオピニオンリーダー](#)』を開発
- 2010年01月25日 : Force.comにて日本初SaaS型「OGMダッシュボード」サービス『[Insight Intelligence for Marketing](#)』を提供開始
- 2009年11月26日 : [データセクション株式会社](#)では、インターネットの新時代を築いていく仲間を募集しています。

危機管理事業



「インターネット上の風評を監視し、企業・消費者に安心安全な環境を提供」

<ポイント1>

東京海上日動リスクコンサルティング(略:TRC)が培ってきたリスク分野の知見とノウハウをシステムへ組み込みを実現。過去の知見に基づくリスク別に重み付けされたキーワードを2万語セットで、企業毎にリスクの重み付けを設定し、重要度に応じたリスクを検知する事が可能。

<ポイント2>

データセクション独自のリスク検知技術をサービスパッケージへ組み込みを実現。「危険度が高い(インフルエンサー)を押さえ、サイト毎にリスク度合いを判定」「情報の拡がりを押さえることによりリスク度合いを判定」

※出願番号:2008-183244(特許出願中)出願番号:2008-282457(特許査定)

流行創出事業



「インターネット上の口コミを拾い上げ、企業のマーケティング戦略を立案」

インターネット上の口コミ情報を収集、分析することにより消費者・ユーザーの深層心理を拾い上げる事が可能。

<ポイント1>

独自のアルゴリズムにより情報伝播力の高いインフルエンサーを押さえ、特定のターゲット消費者に絞り込んだ影響度の高い声を拾い上げる事で分析対象データの精度を上げる事が可能。

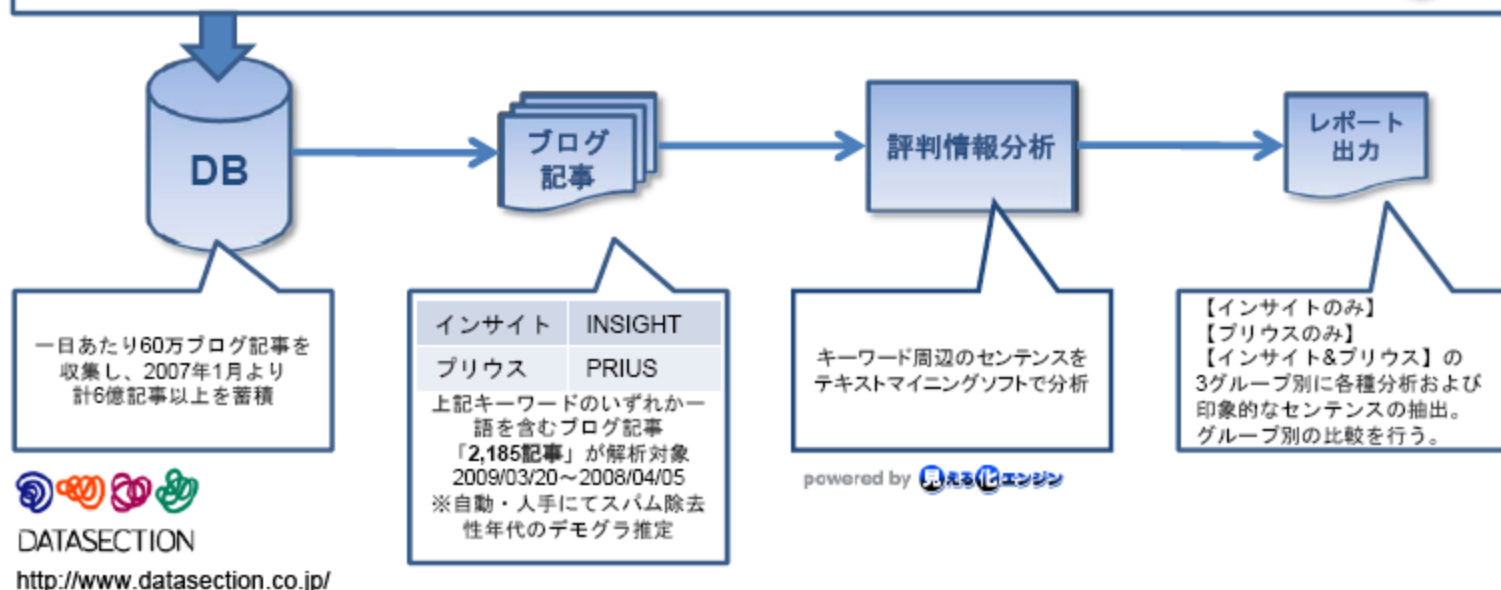
<ポイント2>

分析の切り口となる仮説を消費者目線にて設定することで、消費者・ユーザーの深層心理を拾い上げる事が可能。「発言件数」といった切り口のみならず、「プロフィール」「情報伝播力」等様々な切り口をご提供する事で精度の高い分析が可能。

JavaとSQLエンジニア募集中

1-2 ブログ収集方法および作業設計

国内主要ブログ事業者30社 約600万ブログを定期的にクロール

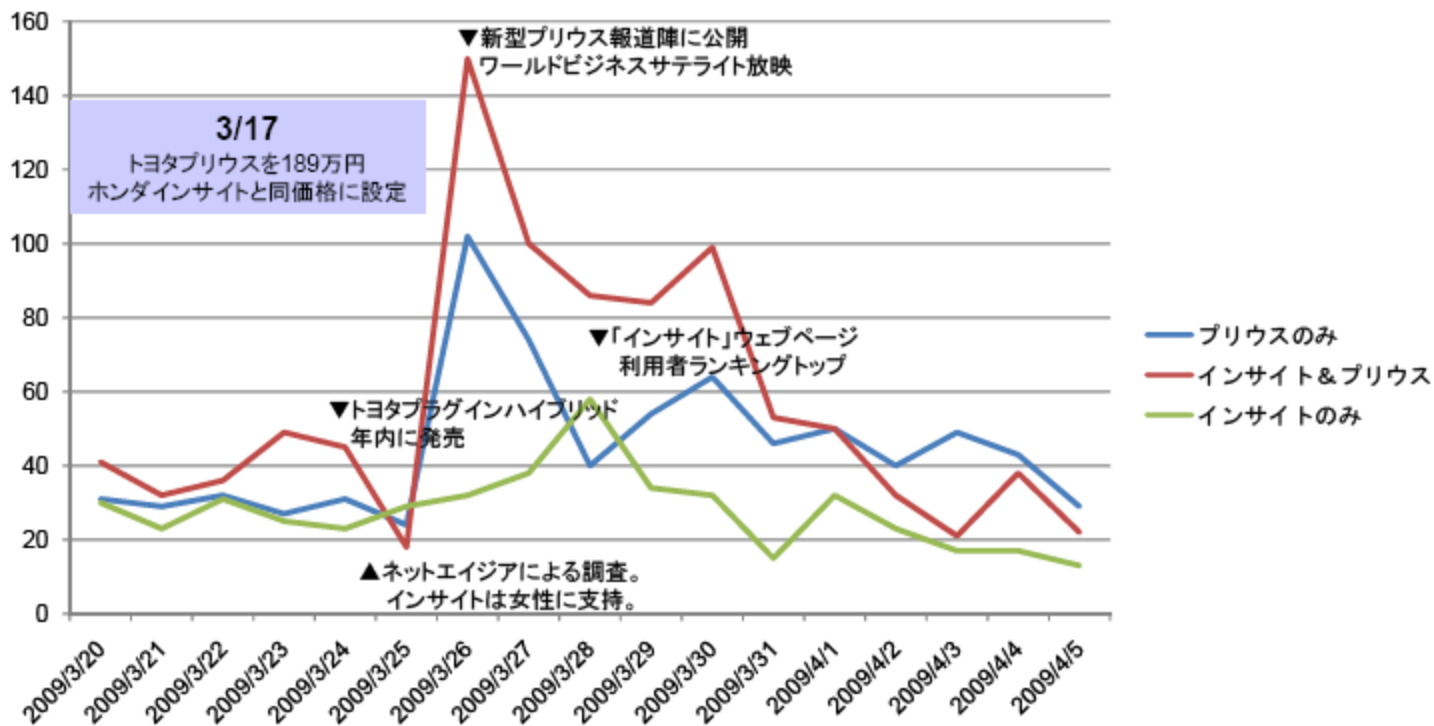


※本サンプルレポートはデータソースとしてブログを使用しました。各種掲示板など他ソースもクロール対象にすることが可能です。

1-3 カテゴリ別発言数

3/17にトヨタがプリウスの価格値下げを発表以降、インサイトとプリウスの比較される記事が増加傾向にある。

更に時系列で傾向を見ると3/25にワールドビジネスサテライト(テレビ東京)にてインサイトとプリウスの両車種が取り扱われる事により一層比較される傾向にある。



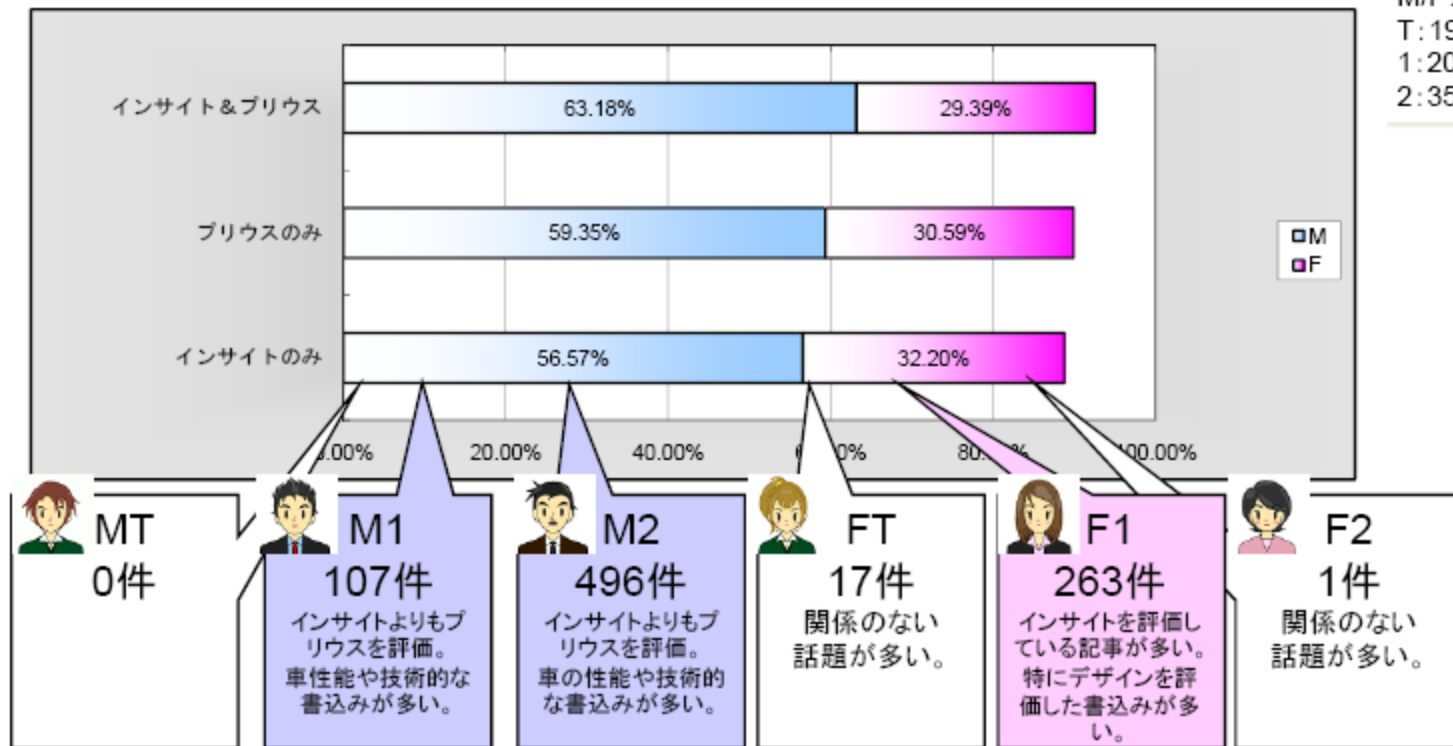
1-4 性年代別ユーザー意見のサマリー

インサイトとプリウスを性別毎に分析すると以下の傾向を読み取ることができる

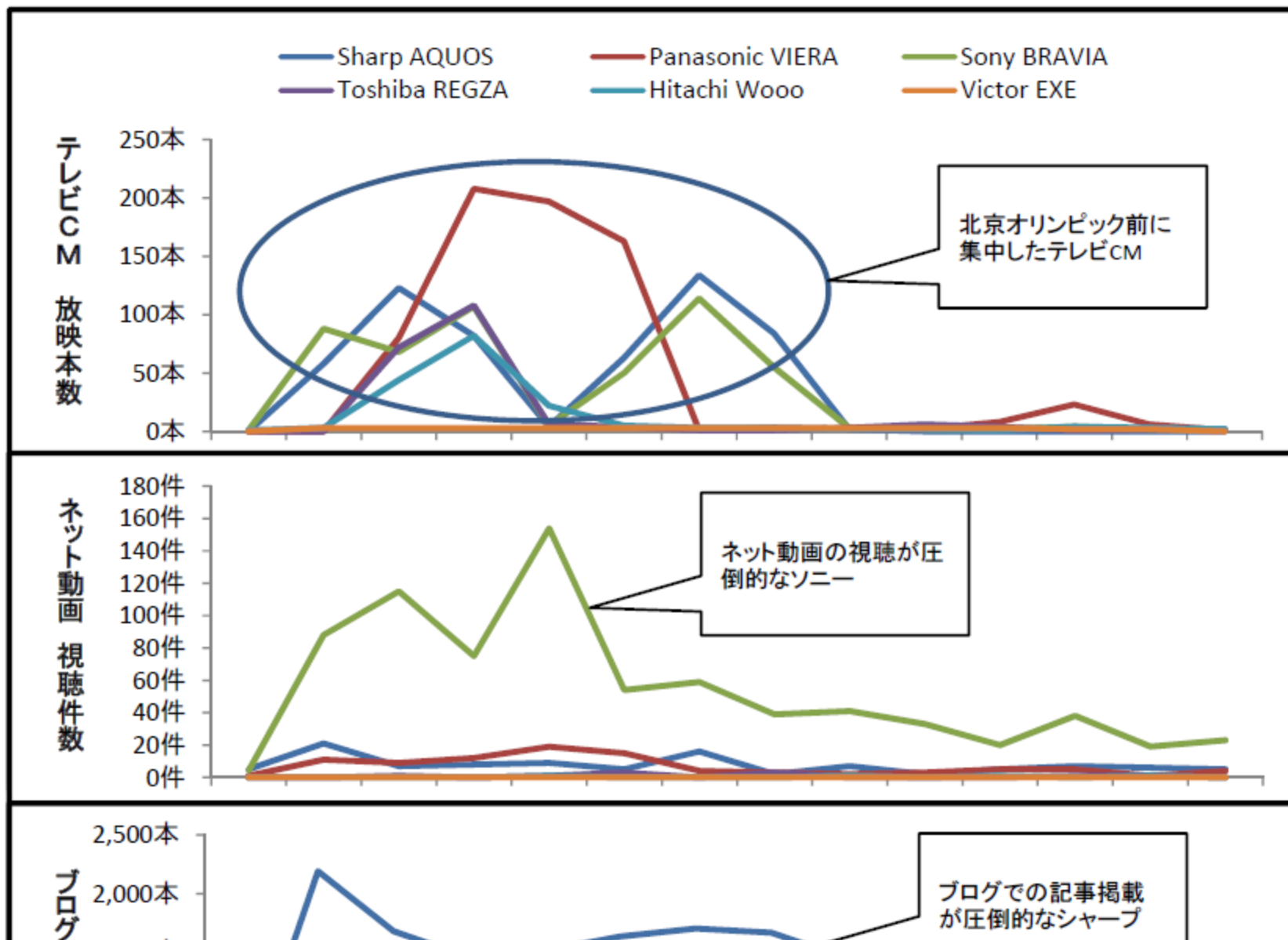
- ①男性は性能面技術面での比較技術が多く、プリウスを推す事が多い。
- ②女性はインサイト・プリウスのどちらが良いか抽象的に表現する記事が多い。
但し、デザイン面においてインサイトがプリウスより勝る意見が散見される。

【性別毎割合】

M/F: 男性/女性
T: 19歳以下
1: 20歳～34歳
2: 35歳～49歳



④ 調査項目別 本数・件数（週別・折れ線）

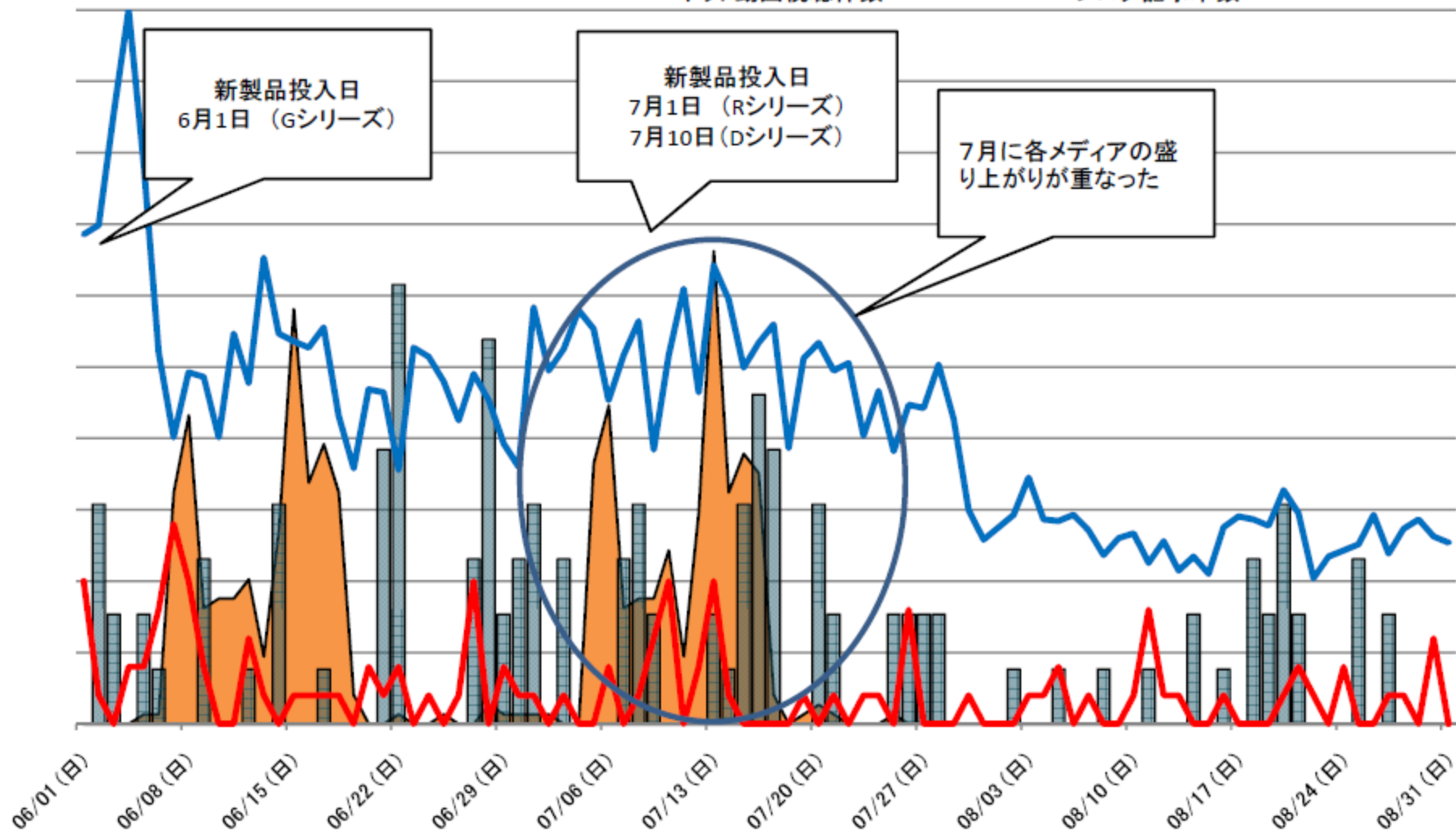


① 調査項目別の動向（全期間・日別・度数）

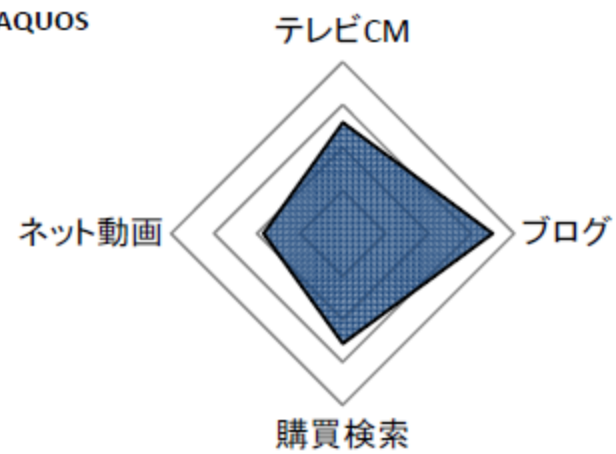
Sharp AQUOS

テレビCM放映本数
ネット動画視聴件数

購買検案件数
ブログ記事本数

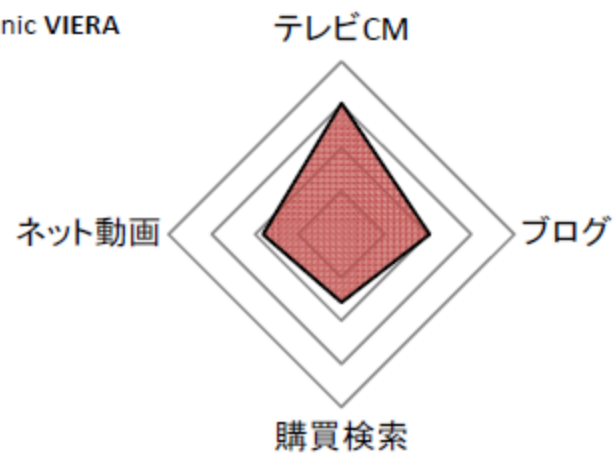


Sharp AQUOS



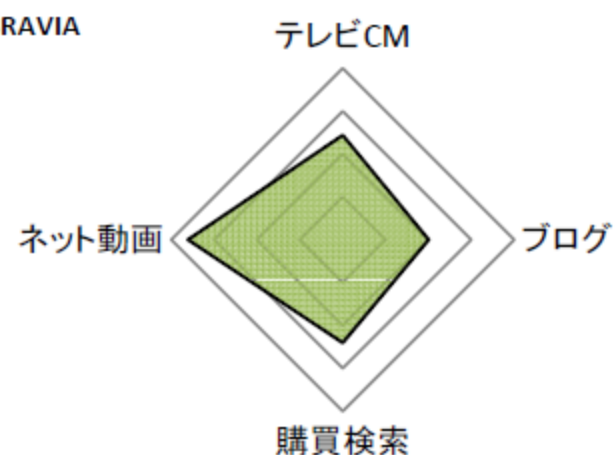
全般的に高ポイント。

Panasonic VIERA



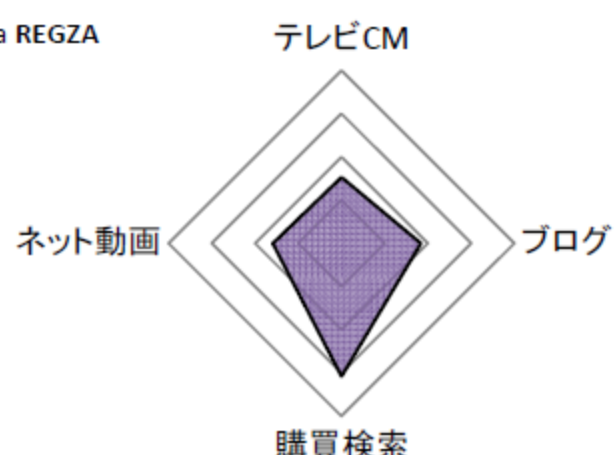
テレビCMが突出。

Sony BRAVIA



ネット動画の視聴ポイントがトップ。

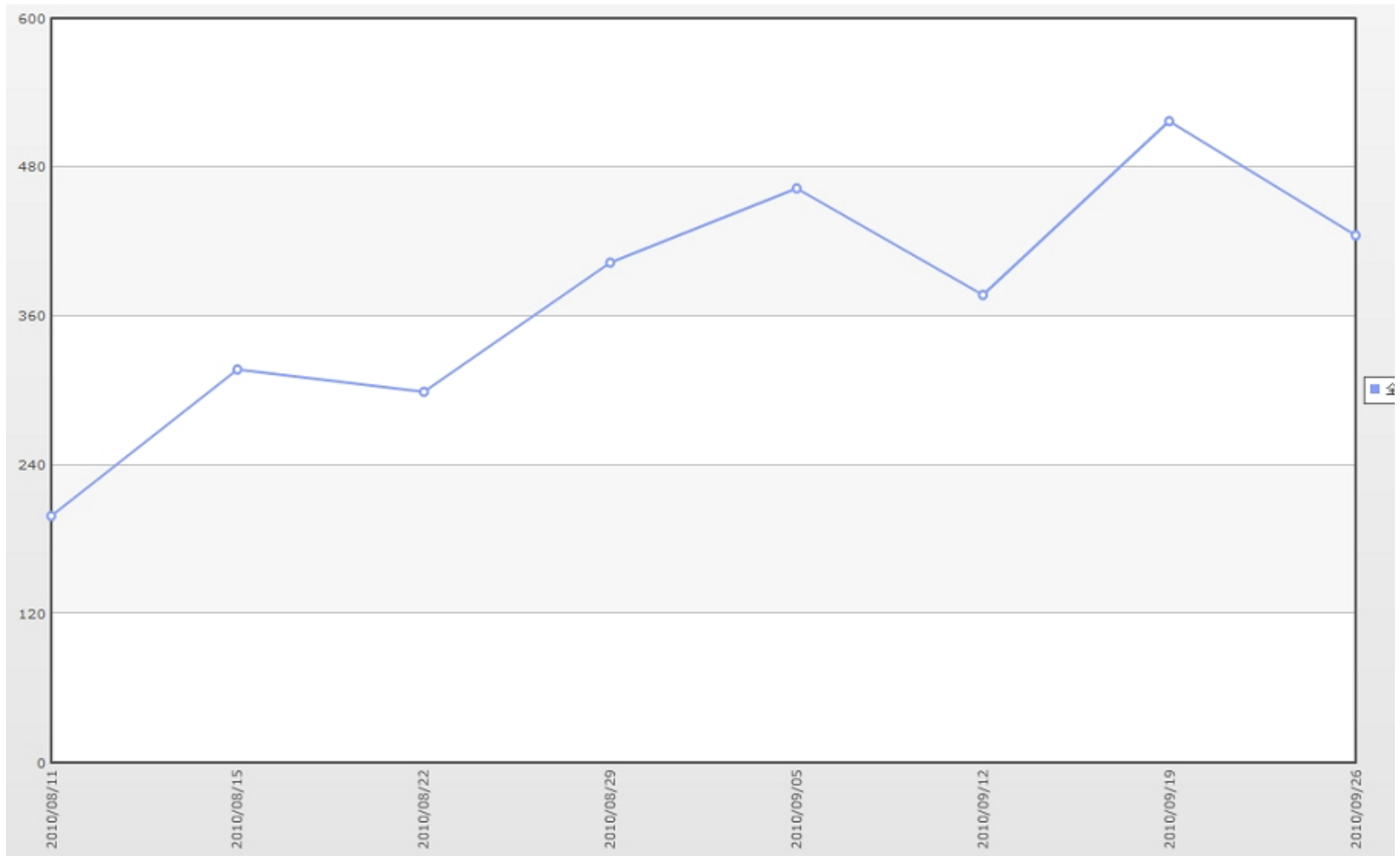
Toshiba REGZA



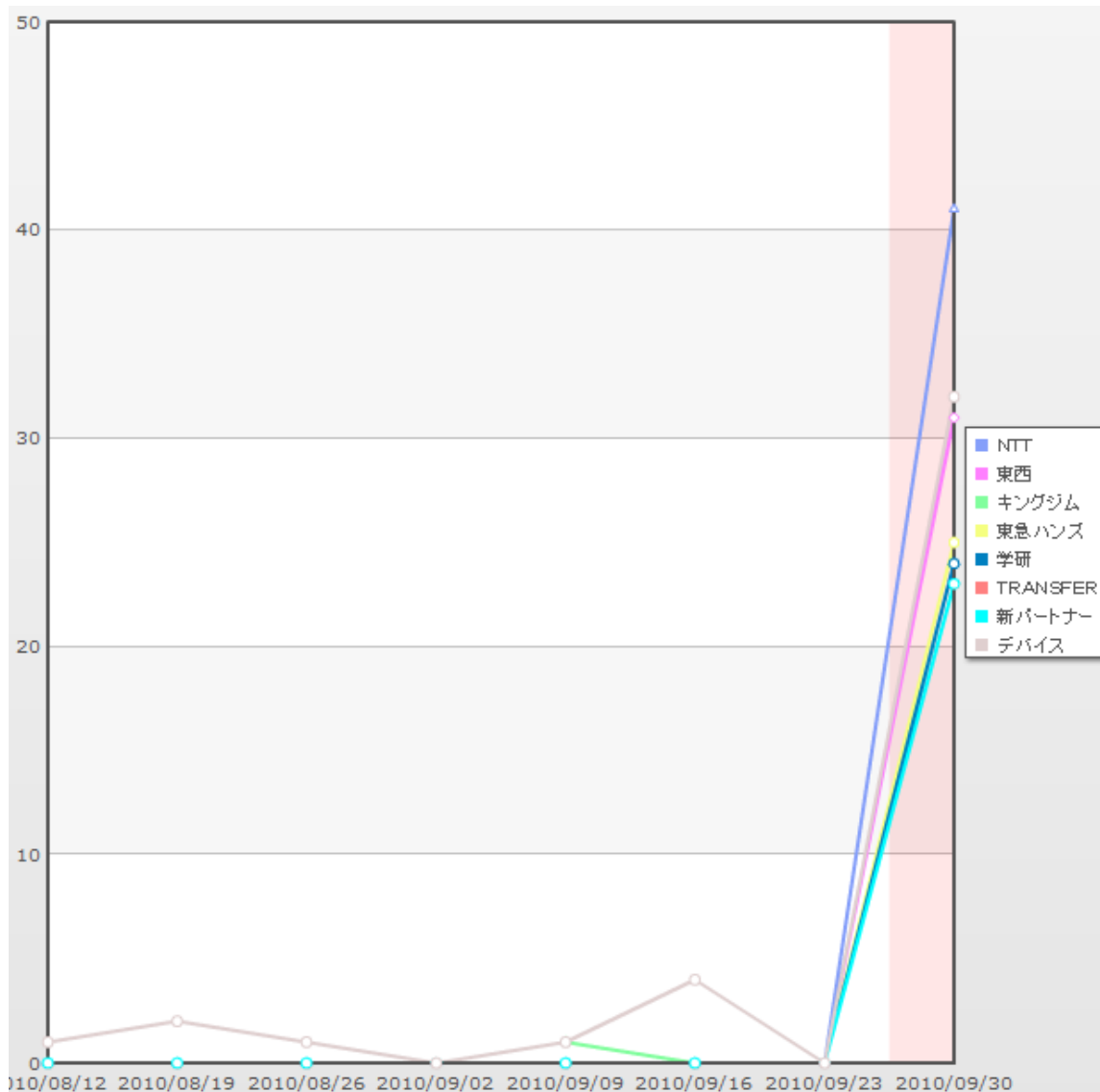
購買検索ポイントがトップ。

Seth殿
日本のブログ界では
Evernote
このようになっております

過去2か月の日本語ブログ記事 で“Evernote”という単語の使われ方



9月29日で大フィーバー 話題も多彩に



EVERNOTE、新サービスと国内企業との連携に関する説明会

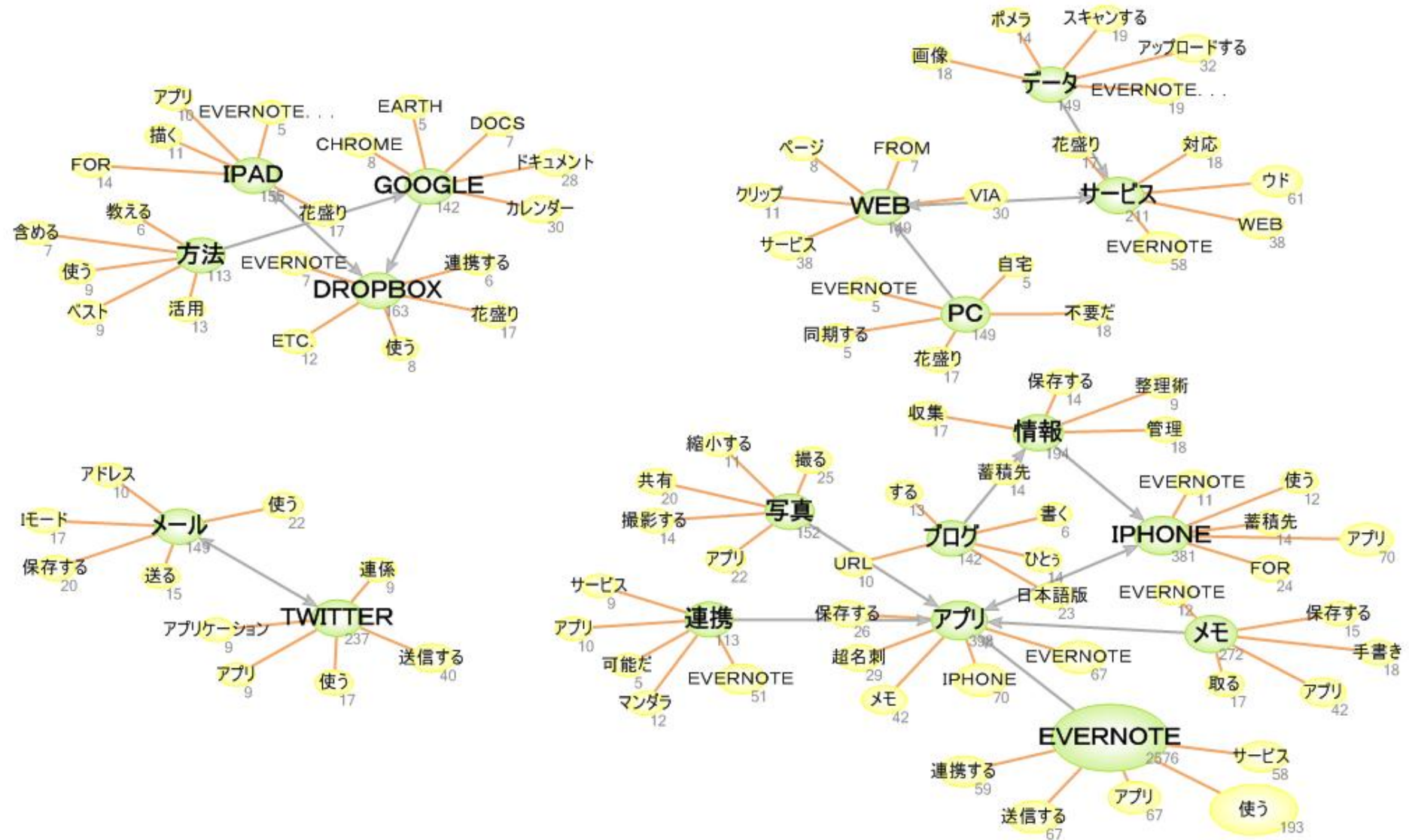
“Evernoteでは、このアフィリエイトプログラムの導入を検討する企業などを対象にパートナーセミナーを10月1日20時より、デジタルハリウッド大学大学院の秋葉原メインキャンパス(秋葉原ダイビル7階)で開催する。”

Impres Internet Watch 2010/09/29 より

エバーノート:新たに7社と提携 NTT、キングジムなど

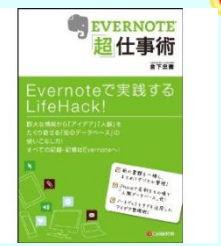
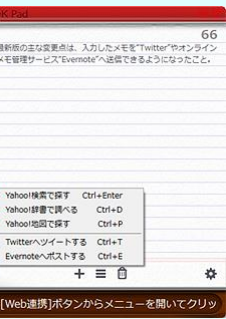
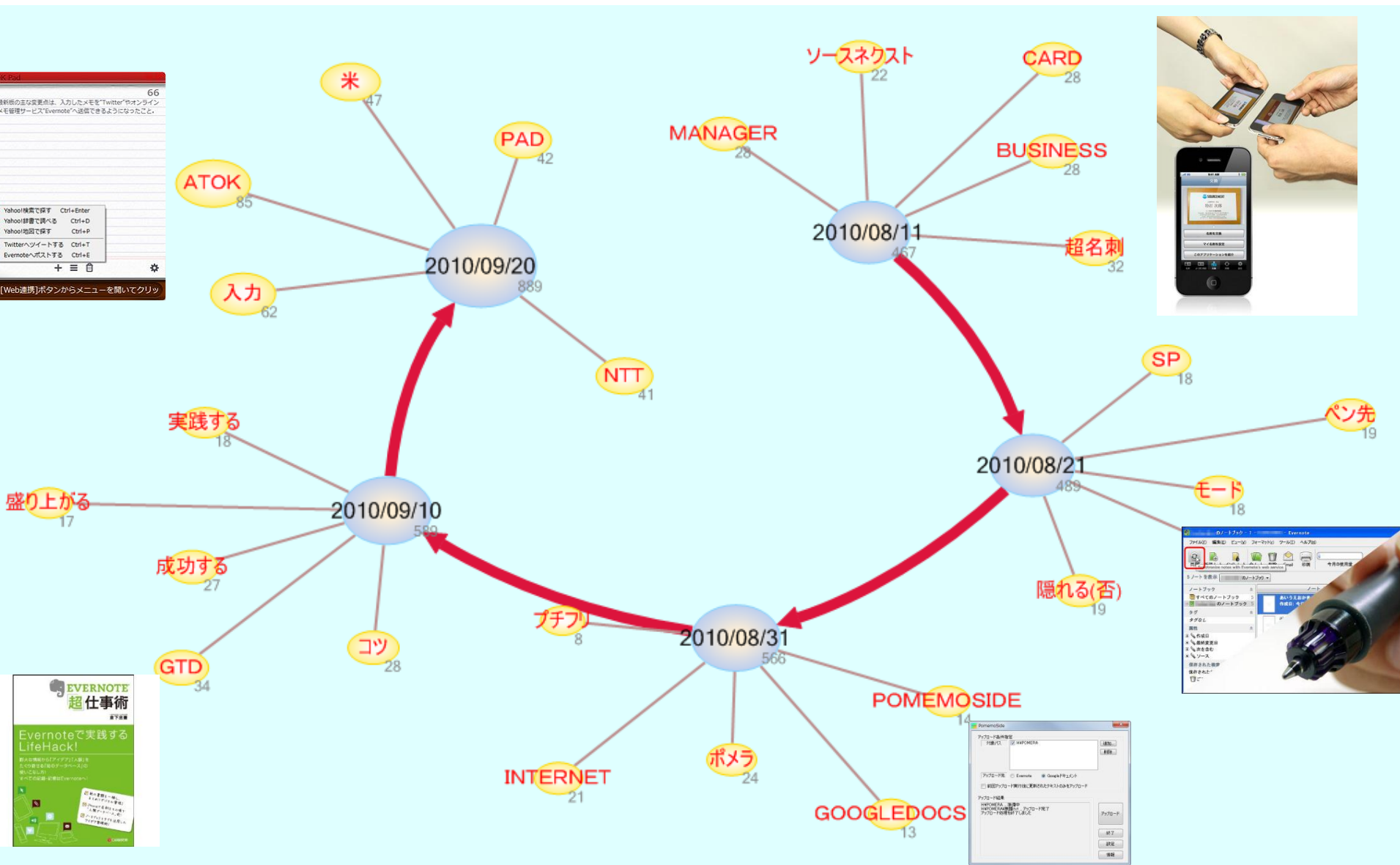
毎日jp 2010/09/29より

キーワードマップ



2010/08/11				2010/08/21				2010/08/31				2010/09/10				2010/09/20			
1	NEW	EVERNOTE	407	1	→	EVERNOTE	442	1	→	EVERNOTE	486	1	→	EVERNOTE	503	1	→	EVERNOTE	738
2	NEW	使う	87	2	→	使う	108	2	→	使う	105	2	→	使う	79	2	↑	アプリ	134
3	NEW	アプリ	62	3	→	アプリ	91	3	↑	IPHONE	78	3	→	IPHONE	75	3	→	IPHONE	113
4	NEW	EVERNOTE	52	4	↑	IPHONE	73	4	↓	アプリ	67	4	↑	EVERNOTE	66	4	→	EVERNOTE	106
5	NEW	データ	49	5	↑	TWITTER	71	5	↑	EVERNOTE	62	5	↑	メモ	50	5	↓	使う	106
6	NEW	IPHONE	42	6	↑	メール	57	6	↑	メモ	55	6	↑	GOOGLE	49	6	↑	TWITTER	95
7	NEW	サービス	37	7	↑	写真	57	7	↑	情報	44	7	↑	サービス	48	7	↓	メモ	92
8	NEW	管理	36	8	↓	EVERNOTE	54	8	↑	する	35	8	↑	ノート	48	8	↑	ATOK	85
9	NEW	情報	35	9	↑	ノート	52	9	↑	サービス	32	9	↑	DROPBOX	44	9	↓	サービス	80
10	NEW	DROPBOX	34	10	↑	送信する	46	10	↑	見る	31	10	↓	アプリ	44	10	↑	PC	65
11	NEW	ノート	34	11	↑	保存する	42	11	↑	良い	31	11	↓	情報	44	11	↑	入力	62
12	NEW	メモ	34	12	→	メモ	41	12	↑	WEB	29	12	→	WEB	41	12	↑	対応	50
13	NEW	名刺	34	13	↑	書く	38	13	↑	便利だ	29	13	↓	する	35	13	↑	米	47
14	NEW	超名刺	32	14	↑	見る	37	14	↑	GOOGLE	28	14	↑	ブログ	35	14	↓	DROPBOX	46
15	NEW	見る	29	15	↑	IPAD	33	15	↑	データ	28	15	↑	GTD	34	15	↑	使い方	46
16	NEW	BUSINESS	28	16	↑	便利だ	31	16	↓	IPAD	27	16	↓	良い	33	16	↑	転送する	46
17	NEW	CARD	28	17	↑	対応	29	17	↓	TWITTER	27	17	↑	記事	31	17	↓	情報	45
18	NEW	MANAGER	28	18	↑	良い	29	18	↓	保存する	27	18	↑	最近	31	18	↓	WEB	44
19	NEW	無料	28	19	↓	情報	26	19	↑	アップロードす	26	19	↓	IPAD	30	19	↓	ブログ	44
20	NEW	URL	27	20	↓	管理	24	20	↑	PC	25	20	↑	連携	30	20	↑	日本語	44

10日間隔での話題の変化



No.	単語	品詞	件数	割合
1	良い	形容詞	156	5.2%
2	便利だ	形容詞	128	4.3%
3	簡単だ	形容詞	64	2.1%
4	多い	形容詞	63	2.1%
5	必要だ	形容詞	44	1.5%
6	可能だ	形容詞	40	1.3%
7	欲しい	形容詞	31	1.0%
8	標準だ	形容詞	30	1.0%
9	快適だ	形容詞	29	1.0%
10	すごい	形容詞	28	0.9%
11	どんどん	形容詞	27	0.9%
12	同じ	形容詞	26	0.9%
13	不要だ	形容詞	25	0.8%
14	自動的だ	形容詞	24	0.8%
15	高い	形容詞	23	0.8%
16	素晴らしい	形容詞	20	0.7%
17	柔軟だ	形容詞	19	0.6%
18	使いやすい	形容詞	18	0.6%
19	基本的だ	形容詞	17	0.6%
20	大きい	形容詞	16	0.5%

頻出した形容詞

頻出した言葉の組み合わせ

1	EVERNOTEー使う	193	11	GTDー成功する	35
2	EVERNOTEー送信する	67	12	EVERNOTEー同期する	32
3	EVERNOTEー連携する	59	13	データーアップロードする	32
4	EVERNOTEー送る	48	14	ノートー送信する	32
5	EVERNOTEー転送する	47	15	ATOKー組み込む	26
6	EVERNOTEー保存する	44	16	EVERNOTEー活用する	26
7	EVERNOTEーアップロードする	41	17	EVERNOTEー入れる	26
8	TWITTERー送信する	40	18	アプリー保存する	26
9	EVERNOTEー成功する	36	19	ノートブーぶつかる	26
10	EVERNOTEー良い	35	20	写真ー撮る	25

What do you think
about Japanese blogger's talk?
Mr.Seth

質疑応答タイム

ググる、ツイートする、とかあるけど、
Evernoteの動詞化はエバるでいいの？