

# Insight Intelligence for Risk

(風評リスクモニタリング)

ソーシャルメディア上の“クチコミ”を監視  
風評リスク管理業務コストを大幅に削減

～Force.com活用により、企業外部情報との連携実現～



Insight Intelligence  
for Risk



**特長①**  
絞込みによる  
的確な分析の切り口

**特長②**  
チューニングによる  
データ精度向上

**特長③**  
情報検知の  
リアルタイム性

## ■ソーシャルメディア・モニタリングサービス概要 (ASP提供)

・ネット上に溢れるソーシャルメディアのデータを日々簡単に監視することを目的に、本サービスは開発されました。風評リスクの発端になりかねないブログを始めとするクチコミサイトを始め、クチコミへの影響力の大きいニュースサイトの動向も一括してモニタリングすることができます。

## ■こんな時には、この機能！

➢急に書込みが増えているのはなぜ？⇒①メニューキーワード別グラフ

まずは、会社名やブランド名、商品名などの分析の基本となるキーワードへの言及数の推移を折れ線グラフで一括俯瞰

➢炎上の火元をはどこ？飛び火の有無も確認したい！⇒②媒体別グラフ

気になるキーワードがブログ、ツイッター、掲示板等、どの媒体で盛り上がったのかや、メディア間の影響をクロスメディア分析

➢消費者の頭の中をバブルで覗く！⇒③クラスター分析

記事データをクラスタリング技術を使う事により、話題のトピックワードごとにクラスター化。その中から思いがけないリスクワードを簡単に発見

➢昨日の話題のNo.1は何でしょう？⇒④クラスター別ランキング

クラスター化されたトピックキーワードの書込み数をもとにランキング表示。どんな話題が最も語られているかを素早くチェック

➢気になるキーワードを自分で設定したい！⇒⑤監視ワード設定・監視ワードグラフ

推移グラフや、クラスター分析で気になった新たなるキーワードを、お客様が自分で設定し、その書込み数推移を即確認

## 膨大なクチコミデータを簡単にモニタリング！

### ソーシャルメディア監視は、いまや必須業務

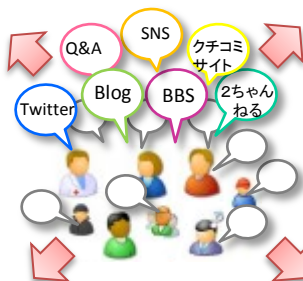
・爆発的な利用者の増加と共に、市場に与える影響も大きくなりつつある“ソーシャルメディア”。

その特徴としては、消費者のダイレクトな声が、瞬間に伝播することが挙げられ、評判や風評の最大の発信源となっています。

これまで、多くの企業がその管理に失敗し、時には商品の不買運動へと発展したケースもあります。

また、その即効性と伝播性は日々進化しており、最近では『ツイッター』が利用者数を急激に伸ばしており、新たなリスク要因として、早急な監視体制の強化が必要となっています。

### 進化しながら、爆発的に広がり続ける ソーシャルメディア



▼ツイッター国内利用者数

約1,000万人(2010年7月)

※デジタルガレージ調べ

▼ブログ登録者数(国内事業者)

約2,695万人(2009年1月)

月間閲覧数205億(2009年1月)

※総務省調べ

▼2ちゃんねる月間コメント数

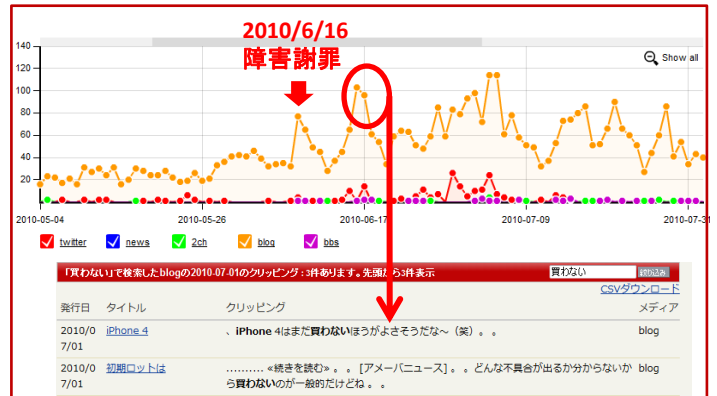
約7,500万コメント

※当社調べ

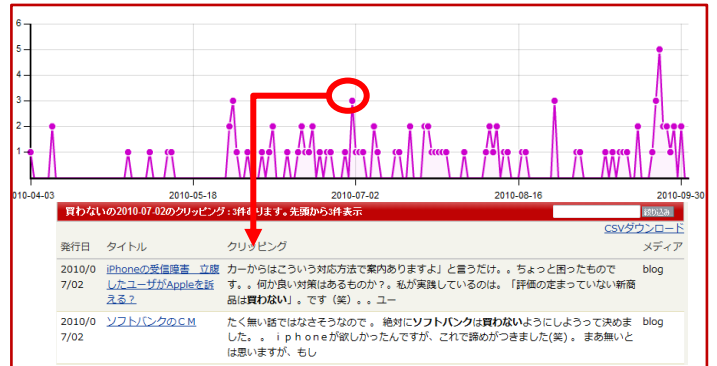
# 製品不具合発生が、購買意欲にまで影響

某デジタル機器商品の不具合情報発表前後、ソーシャルメディアの書込みから消費者の購買意欲・行動にどのような影響があったのかを分析。

・【媒体別推移グラフ】 **右図参照⇒**  
媒体別の書込み数推移を確認。一部ニュースでの発表されたのを皮切りに、個人ブログでの引用記事、ツイッターでのリンクなどで各媒体で、急激に書込み数が増えていることがわかります。



・【監視ワード推移グラフ】 **右図参照⇒**  
クラスター画面や、気になるワードを監視ワードとして絞込んで、その推移グラフを表示。「買わない」「良くない」といったネガティブワードや、「電波」や「競合他社名」といったポイントとなるワードを設定し、その推移、記事内容から消費者心理や購買に影響が出ている事がわかります。



## 【分析総括】

今回の分析では、商品の不具合についてソーシャルメディア上に大きな反響があった事がわかりました。このケースでは、ニュース発表前にクチコミで話題になる事はありませんでしたが、発表後には各媒体でニュース記事を引用、リンクした書込みが多く見受けられました。記事の中には、「購買意欲の減退」や、「ブランドへ不信感」について語っているものも多く、今回の商品不具合がもたらした消費者への影響が顕在化していると言えます。

## 【提供価格】

- ・ASPモニタリングサービス **スタンダード版**
- 初期費用：20万円 月額6万円／メニュー
- メニュー追加：設定費5万円／メニュー、月額4万／メニュー
- ID月額費用：2,000円／ID
- ※ 表示価格は全て消費税別となります

## ■本サービスに関するお問合せ先

(社名) データセクション株式会社 (電話) 03-5765-2411  
(メール) [info@datasection.co.jp](mailto:info@datasection.co.jp) (担当) 林、西島

# Insight Intelligence for Marketing

(プロモーション効果測定)

ソーシャルメディアを通して約5千万人の消費者  
サポーターがキャンペーンの効果を生フィードバック

～ Force.com活用により、企業外部情報との連携実現～

Insight Intelligence  
for Marketing



特長①

絞込みによる  
的確な分析の切り口

特長②

チューニングによる  
データ精度向上

特長③

情報検知の  
リアルタイム性

## ■ソーシャルメディア・モニタリングサービス概要 (ASP提供)

・ネット上に溢れるソーシャルメディアのデータを日々簡単に監視することを目的に、本サービスは開発されました。風評リスクの発端になりかねないブログを始めとするクチコミサイトを始め、クチコミへの影響力の大きいニュースサイトの動向も一括してモニタリングすることができます。

## ■こんな時には、この機能！

➢競争キャンペーンとの反響を比較！⇒①メニューキーワード別グラフ

まずは、会社名やブランド名、商品名などの分析の基本となるキーワードへの言及数の推移を折れ線グラフで一括俯瞰

➢どの媒体での効果が最も強かったの？⇒②媒体別グラフ

気になるキーワードがブログ、ツイッター、掲示板等、どの媒体で盛り上がったのかや、メディア間の影響をクロスメディア分析

➢キャンペーンのメッセージは消費者に届いたか！⇒③クラスター分析

記事データをクラスタリング技術を使う事により、話題のトピックワードごとにクラスター化。その中から思いがけないリスクワードを簡単に発見

➢プロモーションが話題をさらえたのか？⇒④クラスター別ランキング

クラスター化されたトピックキーワードの書込み数をもとにランキング表示。どんな話題が最も語られているかを素早くチェック

➢CMに起用したタレントの効果度は？⇒⑤監視ワード設定・監視ワードグラフ

推移グラフや、クラスター分析でちょっと気になったキーワードを、お客様が自分で設定し、その書込み数推移を即確認

## 見えなかったプロモーション効果を顕在化！

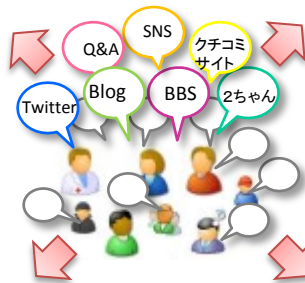
ソーシャルメディアでの広告効果を  
定性・定量の両面から測定

進化しながら、爆発的に広がり続ける  
ソーシャルメディア

・爆発的な利用者の増加と共に、市場に与える影響も大きくなりつつある“ソーシャルメディア”。その特徴としては、消費者のダイレクトな声が、瞬間に伝播することが挙げられ、評判や風評の最大の発信源となっています。

プロモーション効果の測定をする上でも、それらのデータは非常に貴重な情報として、モニタリングする必要があります。

しかし、インターネット上の膨大な量の情報を収集し、定性的、且つ定量的にその影響や効果を可視化する事は非常に困難とされてきました。



▼ツイッター国内利用者数

約1,000万人 (2010年7月)

※デジタルガレージ調べ

▼ブログ登録者数 (国内事業者)

約2,695万人 (2009年1月)

月間閲覧数205億 (2009年1月)

※総務省調べ

▼2ちゃんねる月間コメント数

約7,500万コメント

※当社調べ

# CMプロモーションの効果を反映

## 【概要】

某通信事業者のCMキャンペーンのソーシャルメディアでの広告効果を検証。  
 今回のキャンペーンは、2010年夏の参議院選挙のイメージに便乗した内容になっており、プロモーションのメインメッセージの伝わり具合も検証。

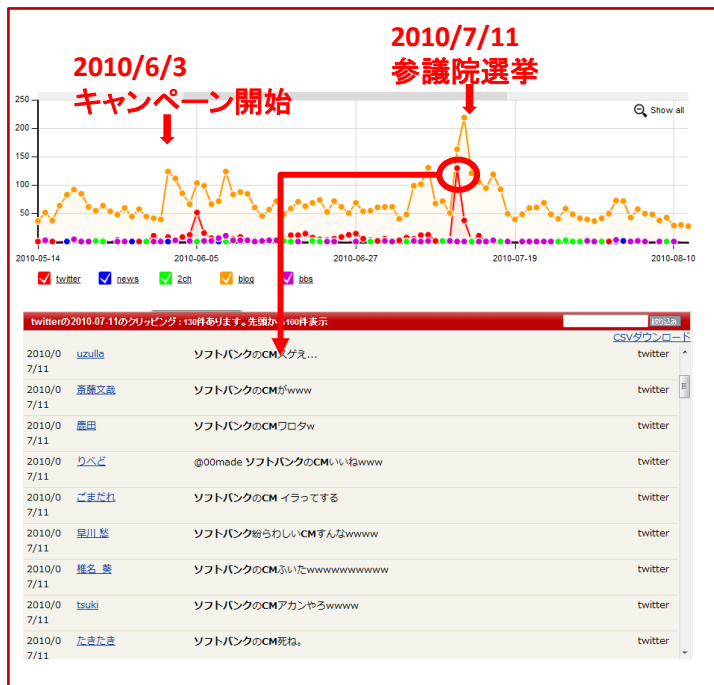
## 【CM放映スケジュール】

2010/6/3『出馬依頼』編、6/7『墓参り』編、  
 6/20『選挙カー』編、6/26『街頭演説』編、  
**7/11『選挙速報優勢』編、7/11『選挙速報  
 当確』**、7/11『当選インタビュー』編、  
 7/20『後日談』

## 【媒体別書込み推移グラフ】 右図参照⇒

参院選当日(2010年7月11日)の書込みが明らかに急増。CMの内容も選挙速報に合わせたものになっており、大変な反響があったと言えます。また、7月20日キャンペーンの最終編の放映時には一連のCMストーリーへの消費者の感想が多く語られました。

それらの書込みの内容に、メインメッセージであるキーワードへの書き込みが216記事中26記事存在することが判明。この結果から一定の効果があったのではないかと考えられます。



## 【分析総括】

今回の分析では、参議院選挙という外的な要素に便乗した形でのCMキャンペーンが、ソーシャルメディアに大きな反響があり、伝えたいメッセージも消費者に伝わっているというデータが導きだされました。このようにソーシャルメディアの動向を把握するという、いわゆるプロモーション効果の測定という観点からも、本サービスが活用可能です。

## 【提供価格】

- ・ASPモニタリングサービス **スタンダード版**
- 初期費用：20万円 月額6万円／メニュー
- メニュー追加：設定費5万円／メニュー、月額4万／メニュー
- ID月額費用：2,000円／ID
- ※ 表示価格は全て消費税別となります

## ■本サービスに関するお問合せ先

(社名) データセクション株式会社 (電話) 03-5765-2411  
 (メール) [info@datasection.co.jp](mailto:info@datasection.co.jp) (担当) 林、西島

# Insight Intelligence for Marketing

(企画立案支援)

ソーシャルメディアを通して約5千万人の消費者サポーターが  
プロモーション、商品企画の立案を支援

～ Force.com活用により、企業外部情報との連携実現～



**特長①**  
絞込みによる  
的確な分析の切り口

**特長②**  
チューニングによる  
データ精度向上

**特長③**  
情報検知の  
リアルタイム性

## ■ソーシャルメディア・モニタリングサービス概要（ASP提供）

・ネット上に溢れるソーシャルメディアのデータを日々簡単に監視することを目的に、本サービスは開発されました。風評リスクの発端になりかねないブログを始めとするクチコミサイトを始め、クチコミへの影響力の大きいニュースサイトの動向も一括してモニタリングすることができます。

## ■こんな時には、この機能！

### ➢競合商品との比較⇒①メニューキーワード別グラフ

まずは、会社名やブランド名、商品名などの分析の基本となるキーワードへの言及数の推移を折れ線グラフで一括俯瞰

### ➢企画の立案に煮詰まってしまった・・・⇒③クラスター分析

記事データをクラスタリング技術を使う事により、話題のトピックワードごとにクラスター化。その中から思いがけないリスクワードを簡単に発見

### ➢ちょっと気になるキーワードを即チェック⇒⑤監視ワード設定・監視ワードグラフ

推移グラフや、クラスター分析で気になった新たなキーワードを、お客様が自分で設定し、その書込み数推移を即確認

## ソーシャルメディアのデータから顧客心理を顕在化！

ソーシャルメディアの情報を  
マーケティング施策に活かす

進化しながら、爆発的に広がり続ける  
ソーシャルメディア

・爆発的な利用者の増加と共に、市場に与える影響も大きくなりつつある“ソーシャルメディア”。  
その特徴としては、消費者のダイレクトな声が、瞬間に伝播することが挙げられ、評判や風評の最大の発信源となっています。  
そんなソーシャルメディアのデータをマーケティング施策に活用するのは今や常識。  
施策に対する反応を見るだけにとどまらず、消費者の潜在意識を探る糸口としても、効率良く膨大なデータを効率良く継続的に把握し続ける事が重要。



▼ツイッター国内利用者数  
**約1,000万人**(2010年7月)  
※デジタルガレージ調べ  
▼ブログ登録者数(国内事業者)  
**約2,695万人**(2009年1月)  
月間閲覧数205億(2009年1月)  
※総務省調べ  
▼2ちゃんねる月間コメント数  
**約7,500万コメント**  
※当社調べ



# 全く予想しなかった消費者インサイトが見えてくる

## 【概要】

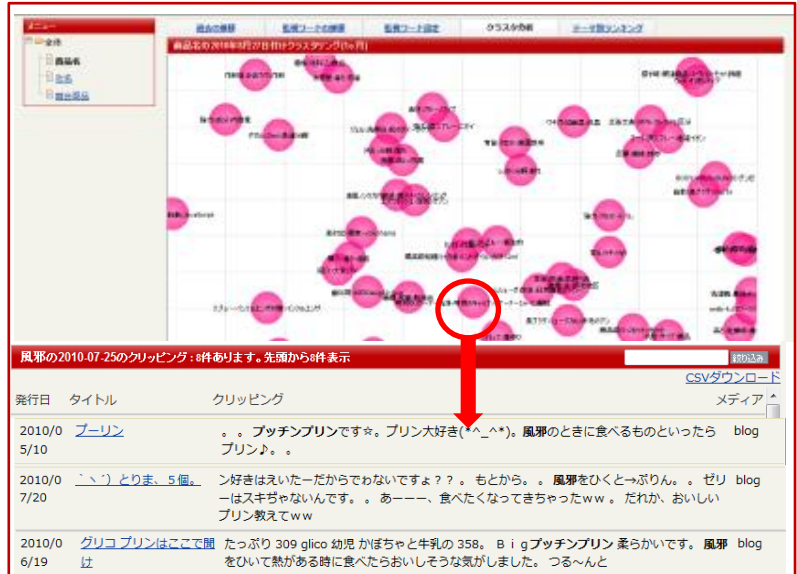
某社プリンに関するソーシャルメディア上で語られているデータをクラスター分析。膨大なデータの中から、自動的にトピックキーワードを抽出し、バブルグラフとして表示します。

## 【クラスター分析】

今回、某社プリンに関わる記事データのトピックの中に、「風邪」というキーワードが表示。

普通なかなか「プリン」と「風邪」というふたつのキーワードが、何らかの関連性を持っているとは考えづらいものです。

そのクラスターのもととなった記事を読む為に、クラスターをクリックして右図のように記事クリッピングを表示。内容としては、「風邪のときに食べるもの＝プリン」などの内容が記載。クラスターから得られた「風邪」というキーワードを今度は「監視ワード」に設定し、これまでのどのくらい言及されているのかを推移グラフで確認。すると、定期的に「プリン」と「風邪」が同じ記事内で言及されているという事が判明しました。



## 【総括】

今回の分析では、商品企画につながる消費者インサイトの発見をメインテーマに据えました。基本的に、これまで考え付かなかった様なまったく新しいアイデアを創出する為に、「クラスター分析」でヒントとなるキーワード抽出を試みる。今回は「風邪」というキーワードが発見され、直接的ではないが、新商品の企画やコンセプトといった新しい施策への活用が可能。

## 【提供価格】

- ・ASPモニタリングサービス **スタンダード版**
- 初期費用：20万円 月額6万円／メニュー
- メニュー追加：設定費5万円／メニュー、月額4万／メニュー
- ID月額費用：2,000円／ID
- ※ 表示価格は全て消費税別となります

## ■本サービスに関するお問合せ先

(社名) データセクション株式会社 (電話) 03-5765-2411  
 (メール) [info@datasection.co.jp](mailto:info@datasection.co.jp) (担当) 林、西島



# 企業名を入れるだけで簡単一括表示！

## ～企業ソーシャルグラフの機能・画面解説～

画面上部から「検索企業名記入欄」、「ソーシャルグラフ表示欄」、下部に「最新ブログ記事」等のソーシャルメディアの記事トピック一覧という画面構成。

### ① 調べたい企業名を入力

検索欄に調べたい企業名を入力し、「検索」ボタンをクリック。

### ② 企業ソーシャルグラフを表示

ソーシャルグラフ表示欄に、検索した企業を中心にした関連性のある事業や企業名、人名の相関関係を表示。

表示された企業名をクリックすると、さらにその企業を中心にしたソーシャルグラフが表示される。

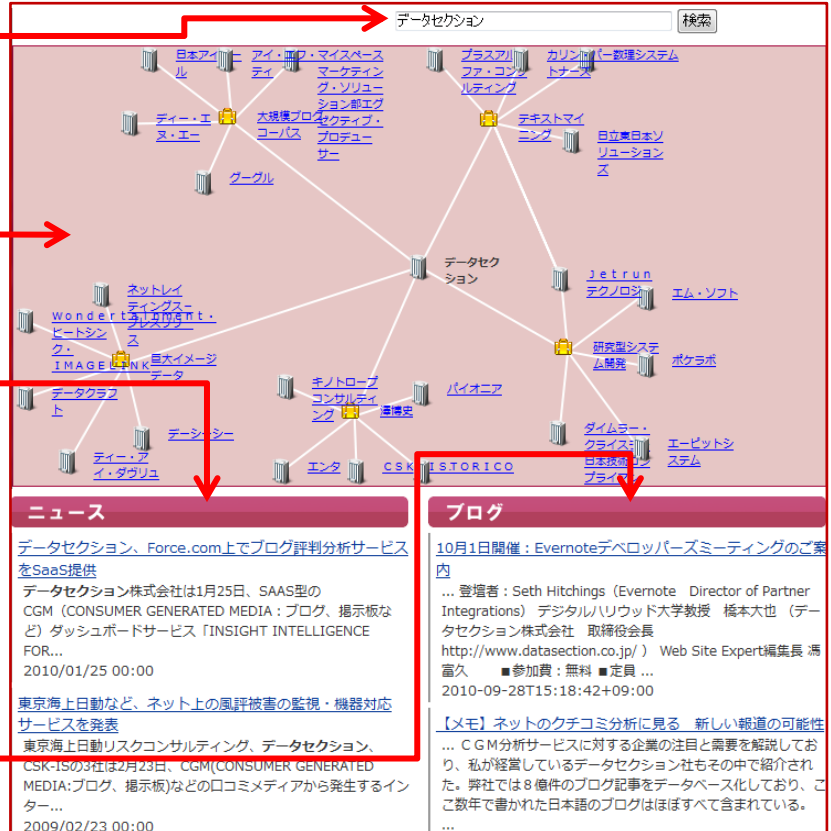
### ③ 最新ニューストップチェック

検索した企業に関わる最新のニューストップを検索と同時に表示。タイトルはページにリンク

### ④ クチコミ情報を把握

検索企業に言及したブログ記事を表示。

ニュースだけでは分からないクチコミ情報を即確認することができます。タイトルをクリックするとリンクされた実際の記事に遷移することが可能。



The screenshot shows the DataSection web application interface. At the top, there is a search bar with the text "データセクション" and a "検索" button. Below the search bar is a social graph with "データセクション" at the center, connected to various other companies and individuals like "日本アイエルエー", "アイ・ワイ・マイスペース", "プロスファ", "カリシ", "イー・シー・システム", "グーグル", "大規模プロジェクト", "デキストマイニング", "日立東日本ソリューションズ", "ネットレイ", "Wonderlic", "トートシックス", "IMAGE LINK", "日本イメージデータ", "データクラウド", "データセクション", "Jetrunテクノロジー", "エム・ソフト", "キノトロップコンサルティング", "バイオニア", "研究システム構築", "ポクロボ", "ダイムロー・クライスト", "エーピットシステム", "エンタ", "CSK", and "STORICO". Below the graph are two sections: "ニュース" (News) and "ブログ" (Blog). The "ニュース" section lists several news items with titles and dates. The "ブログ" section shows a blog post titled "10月1日開催：Evernoteデベロッパーズミーティングのご案内" with a date and time.

## 【提供価格】

月額：¥500/ID（税別）

※10IDからの年間契約となります

### ■本サービスに関するお問合せ先

(社名) データセクション株式会社 (電話) 03-5765-2411  
 (メール) [info@datasection.co.jp](mailto:info@datasection.co.jp) (担当) 林、西島