

かかりやすいキーワードを、サイト上に散りばめるということがよくある。

たとえば、自社商品を好評価しているブログから、ブログマイニングによって、有効なキーワードを抽出し、それらのキーワードを多用したコンテンツを自動的に生成してしまうのである。

その生成されたコンテンツを自社サイトにアップしておくことで、より充実した情報発信が可能になるのである。

3. ブログマイニングの未来

◆ブログマイニングが GROK を実現する

ブログマイニングが進化していけば、ブログに書かれた内容を解析していくことによって、その書き手であるブロガーについてのパーソナリティや思考性などを把握することもできるようになる。

そうなると、単にテキストで表現された情報だけで何かを判断するのではなく、その書かれた言葉（テキスト）の奥にある心情のようなものまで洞察できてしまうだろう。

“GROK（グロック）分析”とでもいうべきものが実現できてしまうのである。GROK とは、ロバート・アンスン・ハインラインという SF 小説家の『異星の客』（Stranger in the Strange Land）という作品に出てくる造語が原典で、「表面的でない内面からの深い理解」という意味で使われる。

つまり、ブログに書かれた表面的な文字情報よりも深い、個人の理解につながっていくということである。

◆相性のいい出合いを演出する

そうした GROK 分析が可能になれば、プログラマー同士の相性を判断して、相性のいいプログラマー同士の出合いをコーディネートするようなビジネスが誕生するかもしれない。

たとえば、あるテーマについて A さんと B さんは共感をもって情報交換ができるとか、A さん C さんは、あるテーマについて高次の議論を戦わせるのにふさわしい、とかいうものだ。

◆ Web2.0 時代だからこそそのマーケティング

いずれにしろ、ブログ自体をメディアとして活用するのも、情報源として活用するのも、ブログそのものが爆発的な広がりを見せたことが背景にはある。

SNS なども含めての話ではあるが、今後も CGM が増え続けることは想像に難くないし、そうなれば、CGM というものをもっと有効に活用したいと考える企業や、その活用を効率化するための仕組みを提供する企業なども増えてくることだろう。

02

ブログマイニングで
飛躍する企業

ブログマイニングで飛躍する企業

Company

1

株式会社

ブログウォッチャー

株式会社 ブログウォッチャー

クチコミの影響력에着目して、
世の中の「本音」を集約。
高品質のクチコミデータベースを活用し、
消費者の声を賢く活用できる情報社会の
実現を目指す

I. 世の中の消費者の声を賢く活用できる 情報社会の実現へ向けて

クチコミが消費者の購買行動に与える影響력에着目

購買行動に与える影響をクチコミという切り口で見ると、クチコミがなくても購買行動を行う新しいもの好きの「革新派」、他の消費者のクチコミがあれば購買行動を行う「クチコミ行動派」、普及するまで買わない「保守派」の3つに分かれる。

商品購入時にクチコミを参考にする消費者は、全体の67.1%にのほり（2006年10月、ヤフーバリューインサイト調査より）、クチコミによって商品購入を行った経験がある消費者は全体の7割近くを占めていることがわかる。

クチコミで消費者は動く。購買行動に与えるクチコミの影響力は大い。株式会社ブログウォッチャーでは、ネット上のクチコミを収集した国内最大級のクチコミデータベースを保有し、このデータを活用して、「クチコミ行動派」の消費者にアプローチしよ

うとしている。

ネット上に散らばるクチコミを集めて分析、活用

ブログウォッチャーでは、独自のクロール技術を用い、さまざまな種類のブログはもちろんのこと、レビューサイト、Q & A サイト、掲示板、ガイドサイト、個人サイトなど、消費者が発信している情報を横断的に収集することで、ネット上のクチコミ・体験談を集約した、国内最大級のクチコミデータベースを保有している。

独自の解析技術で機械的に解析すると同時に、クチコミ専門の編集チームをもち、人間的な編集ノウハウを取り入れることで、データベース内のクチコミの質を高めている。厳しく選別された高品質のクチコミデータベースを活用することで、どうすれば「クチコミ行動派」の消費者を動かすことができるかを示唆する調査レポートの提出や、高品質のクチコミを販売促進用のコンテンツとしてクライアントに ASP 提供するサービスを提供している。クチコミの状況調査から、それを活かした販売促進までを総合的に支援できるクチコミソリューション事業を展開している。

II. 属性の絞り込みで商品・サービスの評判や宣伝効果を“見える化”する「SHOOTI BUZZ レポート」

時系列×評判×性別×年齢できる

「SHOOTI BUZZ レポート」は、ネット上の消費者のクチコミの状況を分析、把握するためのレポートサービスである。全体状況を把握することはもちろん、さまざまな絞り込み、分析が可能な

ところが特徴だ。サービス名の「SHOOTI (シューティ)」には、多くの消費者の声(衆知)を、集め(集知)、広く活用できる形へ精錬させる(周知)という意味を込めている。

ブログウォッチャーのレポートサービスは、ネット上のクチコミのひとつ1つに、独自技術の著者推定機能を用いて性別や年齢を分類しているため、詳細なデモグラフィック属性の絞り込み、つまり性別・年齢・評判でのクロス絞り込みが可能となる。

たとえば、「20代女性のクチコミ」や「30代男性の不満の声」というような絞り込みが可能となり、この機能を活用することで、自社商品・サービスの顧客の中で20代女性の評判がどのように変化しているか、などの話題の推移を分析することが可能となっている。

他の絞り込み機能として、特定のサイトのみでの絞り込み分析や、特定のキーワードの除去、同音異義語の判定など多彩な絞り込みが可能である。

クチコミの状況を時系列で分析することで、消費者のクチコミの変化を発見し、その変化のきっかけとなった出来事を分析することもできるため、自社の販売促進キャンペーンやイベント施策の効果測定や、予期せぬ話題の変化をチェックしたりすることも可能だ。デモグラフィック属性や話題構成などからクチコミを抽出できることにより、従来の調査手法であるアンケートやグループインタビューなどと親和性が高く、クライアントにとって、商品の評判や宣伝の効果を総合的に判断できる材料のひとつとなるのである。

ネット上のクチコミを分析することで、実際の消費者の態度変

容を捉えることができる。消費者が、自社商品を買った理由やきっかけなどの、自社商品に対する態度変容を具体的に捉えたり、あるいはターゲットを絞って態度変容を促したりするための販売促進施策の立案にも活用できるのだ。

活用の仕方はさまざま。商品の評価から販売戦略、 広告戦略の立案まで

この「SHOOTI BUZZ レポート」の活用法はさまざまである。まず、自社の広告出稿やイベント開催などのプロモーションがネット上に散らばる消費者の意見・クチコミにどのような影響を与えたのか、プロモーションの波及効果を定量的に測定できる。

また、商品に対しての消費者の声・クチコミを見ることにより、自社の商品がどの世代に受け入れられているか、どのような意見やニーズがあるのかを分析すれば、商品企画に活かすことも可能だ。充実した SHOOTI BUZZ レポートの絞り込み機能を使えば、競合企業との比較やターゲットユーザーを把握し販売戦略や広告戦略に活かすこともできるのだ。

その他にも、予期せぬ風評被害を防ぐために、自社ブランドのネット上のクチコミ状況をモニタリングする風評マネジメントにも活用できる。

膨大なネット上の自社ブランドや商品に対する評判が気になる販促担当者や広告・宣伝担当者にとっては力強い味方となりそうだ。

Ⅲ. 高品質のクチコミをサイトへ安全・簡単に 取り込める「SHOOTI BUZZ ASP」

安全かつ簡単、サイトにクチコミコンテンツを導入可能

自社のサイトを作ってみただけで、商品情報しかなくてサイトが味気ない、いまひとつ来訪者のアクションが伸びない……。そんな悩みを抱えている企業はわりと多いのではないだろうか。実際に商品を使ってくれた人の声やクチコミ情報があれば良いコンテンツになるかもしれないけれど、クチコミを一から集めるのは大変だし、リスクや管理も心配。そんなときに、便利なのがプログウォッチャーの「SHOOTI BUZZ ASP」だ。

「SHOOTI BUZZ ASP」は、商品のクチコミをネット上から集め、自動更新するコンテンツ提供サービスをASPとして提供している。高品質のクチコミデータベースを活かしているので、企業は、更新性の高い優良コンテンツをそのままサイトに低コストで導入できる。

もちろん、ニーズに応じて、細かなコンテンツのマネジメントも可能だ。ネガティブ情報の除去や定常監視、表出情報の細かなコントロールも「管理システム」を用いて、担当者がリアルタイムでチェックすることが可能となっており、安心して、ネット上のクチコミを活用できる。

本サービスの導入により、サイト来訪者の滞在時間増加にもつながり、消費行動を喚起することができ、アクション率向上も望める。また、更新性のあるコンテンツをサイト内に入れ込むため、SEO（検索エンジン最適化）効果も期待することができる。

安全に、簡単に、しかも低コストでコンテンツを運用できる

「SHOOTI BUZZ ASP」。サイト来訪者のアクションを後押ししてくれる有望なサービスといえる。

IV. クチコミサブサイトの企画・構築・サーバ運用まで 総合提供する「SHOOTI BUZZ サイト」

クチコミ専用サブサイトの構築を総合提供

たとえば、ターゲットユーザーが集まるクチコミサイトを新しく作りたいとする。しかし、クチコミサイトを一から構築するには、会員機能や投稿チェックなどの運用に大きなコストと手間がかかる。

しかし、「SHOOTI BUZZ サイト」を活用すれば、そんな大変そうなクチコミサイトを簡単に構築、オープンすることができる。本サービスは、クチコミサブサイトの企画・設計から面倒な運用まで、すべて一括して提供してくれるからだ。

構築までは最短で1.5ヵ月程度。自分たちで一から構築するよりも、短期間、しかも低価格で実現できる。運用、管理は簡単で、もちろんキーワードで自動収集したクチコミを更新していくのでコンテンツは充実する。

クチコミを活かした手離れのよいサブサイトの開発・運用を実現させることができるのだ。

V. 世の中の消費者の声を集約することで、より良い体験ができる情報社会の実現を

新しい商品・サービスとの出会いの創出

ブログの日本上陸とともに、個人が発信する情報が爆発的に増えてきた。しかし、個人の発信する情報は玉石混交、散在状態に

ある。商品やサービスのクチコミ・体験談・意見などの情報を知ろうとしても、全体の把握が難しい。その中で、世の中の「消費者の声」を集約することで、消費者と新しい商品・サービスとの出会いの創出を目指し、ブログウォッチャーは設立された。

「少しだけ背伸びした目標を実現する。その過程で自分も成長できる」

ブログウォッチャーは、自由でアットホームな社風だという。この会社のミッションステートメントは、「みんなの本音を聞いてから」。ひとつ1つの小さな声を集め、今まで踏み出せなかった一歩を踏み出せる力にすることを会社の目標にしているようだ。

世の中の消費者の声を集約し、それをユーザーに提供するという事業領域を示すと同時に、社内では、社員やメンバーが本音を出し合い、意識を共有して進めることを推奨している。職場環境の向上や会社の運営方針など、社員やメンバーが全員でアイデア・意見を出し合って改善を続けていく。また、ランチの会やバーベキュー大会など社内イベントも定期的に設けるという話からは、社内の雰囲気よさが感じられる。

「少しだけ背伸びした目標を実現する。その過程で自分も成長できる」という考えから、仕事を通して、いろいろな経験・成長ができるように工夫しているという。目標を少しだけ背伸びさせ、成長していこうとする意気を感じられる。

増え続けていく情報の中で

代表取締役社長である羽野氏は、ネット上の情報の検索技術や解析技術は発展を続けているが、表示技術はまだまだ発展途上だと考えている。近い将来に、訪れるであろう非PC端末やTVや屋外モニターなどに、ネット上の情報が表出していく時代には、情報の表示技術がカギを握るはずだという。

技術シーズからのクライアントニーズの掘り起こし、さらに、クライアントニーズから技術シーズを開発する。この2つの作業を繰り返しながら、世の中にないサービスを作り上げていく。将来については、ネットサービスだけではなく、情報端末への組み込みなど、デバイスやハードにも思いを馳せているようだ。

●Company Profile

会社名	株式会社ブログウォッチャー
代表者	代表取締役社長 羽野仁彦
所在地	東京都中央区銀座 8-4-17 リクルート銀座 8 丁目ビル 2F
URL	http://www.blogwatcher.co.jp/
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> • CGM 上の消費者の声を調査分析するレポートニング事業 • CGM 上の高品質クチコミを提供する ASP 事業 • クチコミサブサイト構築を総合支援するサイト構築事業 • CGM を活かしたプロモーション活動を総合支援するトータルソリューション事業 • ブログなどの UGC を活かしたメディア事業

ブログマイニングで飛躍する企業

Company

2

ジェットラン

Jetrun

テクノロジー株式会社

jetrun™

Jetrunテクノロジー株式会社

テキストマイニングを応用して情報を 分解・整理。 フィルタリングやメディアと広告の紐付けを ビジネス化

I. シラバス検索エンジンから言語解析エンジンへ

大学のシラバスを検索する技術が出発点

もともと大学のシラバスを検索する検索エンジンの開発を手がけていた Jetrun テクノロジー株式会社（以下、「ジェットラン」）は、多くの大学生にとっては、比較的馴染みがある会社であったが、広く一般に知られていたわけではない。

創業者である野武浩氏が、2001年にジェットランの前身であるノーテイクドットコムを設立し、大学向けサーチエンジンの開発やインスタントメッセージの基礎開発などを行っていた。当時は、まだ「Web2.0」などという言葉すら、日本にはなかった。

その後、ブログやミクシィなどが隆盛を極めるようになり、インターネットの世界では、「Web2.0」が話題の中心となり、ネットの使われ方も、ユーザー参加型のメディアとして、静から動へと一気に変化していった。

ネット情報の玉石混交が、ビジネスチャンスになる

ユーザーが自由に参加できる仕組みが構築されたことで、むしろネット上の情報は玉石混交となった。有益な情報が増えると同時に、人を傷つけたり、騙したりする情報も無数にネットを飛び交うようになった。

そうした雑多な情報を言語検索エンジンのテキストマイニング技術を活用することで、適切に分解・整理し、必要な情報だけを取り出すことができれば、メディアと広告の有効な紐付けをビジネスにできる。また情報を取捨選択する技術やノウハウを応用することで、不要で有害な情報を掲載するサイトをフィルタリングするサービスや商品の開発・提供も可能になる。

その発想によって開発されたのが、ジェットランの言語解析エンジン「TrueText」であり、フィルタリングブラウザ「JScape for Filter」である。

Ⅱ. ネット上の玉石混交情報を、的確に分析・整理する 「態度分析」により肯定か否定かをも分析する

TrueText がすごいのは、単に単語ベースでのテキスト解析をするだけではなく、自然言語で書かれた文章に、文章の構造を理解する文法的な知識と文節間の係り受けを判断する知識をも加えて、文章のもつ意味を理解できる技術、「態度解析」にある。

態度解析では、ブログなどにアップされた文章から、ユーザーの思考や意図、さらには行動につながる箇所を抽出し、7つの行動基本パターンに分類する。

7つの行動基本パターンとは、「基本・完了・希望・未定・提案・

疑問・否定」である。ある文章が“何”について書かれているのか、というメインのテーマを分析したうえで、さらに、そのメインテーマに対して、上記7つの行動パターンのうち、どのパターンに当てはまるのかということも分析してしまうのである。

つまり、Aというブログをアップしているブロガーが、「新商品X」について取り上げているとして、その新商品Xに対する態度が肯定的なのか、否定的なのか、という思考・意図にまで踏み込むのである。

それによって、Aというブログが新商品Xに対してポジティブな態度をとっているのか、ネガティブな態度をとっているのかわかる。それがわかれば、新商品Xの広告を掲載するブログとして適切かどうか判断できるので、メディアと広告のマッチングは、より精度を高め、効果を高めることが期待されるのである。

例 「キーワード：TrueText」

抽出したい行動・思考パターン：購入（購入した、買った、買った）

例文：「JetrunにTrueTextの見積もりを依頼してすぐに購入した」

態度解析：文章の係り受けを判断

データ抽出：TrueText 購入した

現在ジェットランでは、医療関連の態度分析に関しては、7つの行動基本パターンをもとに、約70の行動・思考パターンがあり、病名・薬剤・病院名・医療用語などの抽出を行っている。今後は医療関連以外の分野についても、順次拡大していく予定であるという。

700万語の独自辞書を沖縄で日々構築している

ジェットランのTrueTextを支えるのが独自の辞書である。現在、700万語を超えるカテゴリ化された辞書、類語（シソーラス）、専門辞書（医療、著作権、学校名、地名など）を保有し、より具体的で質の高いキーワード抽出を可能にしている。

そして、この独自辞書の構築・メンテナンスを担当しているのが、沖縄にあるジェットランのJetrun Labsである。2006年にジェットランの那覇支店として開設され、以来、辞書構築に関する業務はここで行われ、日々進化を遂げているのである。

Ⅲ. カスタムブラウザ「JScape」で新境地を開く

言語解析機能に、ネット監視機能がドッキング

いまネットの世界では、特定の個人や企業などを誹謗中傷するサイトが横行している。学校などの「裏サイト」といわれるものはその代表であり、多くの教育関係者が頭を痛めている。

また、企業に対するそうしたネガティブ情報を発信しているサイトなども多く、こうした有害なサイトが林立するのは、ある意味でネットの利便性が向上したことのあだ花といえるかもしれない。

しかし、だからといって、こうしたサイトを野放しにしているわけにもいかない。多くの場合、そうしたサイトの発見は、検索サイトで検索したり、情報の集合サイトの中から検索したりと、人的な労力によって行われているが、雨後のタケノコのように、後から後からアップされるこうしたサイトを人的労力だけで発見していくのは、あまりにも非効率である。

ジェットランが開発した「JScape（ジェイスケイプ）」を活用す

ることによって、こうした作業を大幅に効率化できるのである。

JScope は、すでに説明した言語解析エンジン「TrueText」の機能に、ネット監視機能を搭載させたカスタムブラウザである。

このブラウザソフトをパソコンにインストールするだけで、指定されたサイト上から、実名での誹謗中傷や悪質な書き込みなどを自動でパトロールし、検出することが可能になる。このJScopeがすごいのは、こうしたパトロールによって発見された箇所をマーキングし、画像として保存することである。日々変化するサイトにあつて、発見と同時に画像として保存することにより、動かぬ証拠として活用することができるのである。

さらに、このカスタムブラウザとして、社内・学内・家庭内から不適切な文言などがネット上に書き込まれることを制限する機能も備えており、教育現場やブログサイトなどでも、活用されはじめている。

■ジェットラン・サイト画面



IV. 見えはじめた世界戦略

日本の主要なサイトをパートナーに

2005年3月に、いまのJetrun テクノロジ株式会社に社名変更し

てから、わずかに4年足らずでありながら、ジェットランの言語解析エンジンを導入し活用している大手IT企業が多く存在し、枚挙に暇がない。大人気のプログポータルサイト「にほんプログ村」では、ほぼすべてのサイト開発を手がけている。

少子高齢化の日本より、世界へ

ジェットランは、いま急ピッチで世界進出を進めている。少子高齢化が進展する日本では、マーケットの規模は逡減する傾向にあるが、ひとたび世界に目を転じれば、無尽蔵ともいべき大きなマーケットが広がっている。

すでにジェットランの目線は世界へと向かっているのである。とりあえずの足がかりとして、中国・韓国などアジア地域への進出を予定している。

● Company Profile

www.jetrun.co.jp

会社名	Jetrun テクノロジ株式会社
代表者	代表取締役社長 野武 浩
所在地	本社 東京都渋谷区南平台町 15-10 MAC 渋谷ビル 9F TEL 03 (5459) 2187 那覇支店 沖縄県那覇市天久 762-14 AIWA ビル 3-A1 TEL 098 (863) 0012
事業内容	サービス・製品：言語解析エンジン TrueText [®] 、フィルタリングブラウザ JScape for Filter、ネット監視ブラウザ JScape、レコメンドエンジン、有害サイトフィルタリング、広告配信・検索エンジン、クチコミポータル構築 (登録商標) ・ jetrun ©: クラスター・サーチエンジン ・ FeedServe ©: RSS API SaaS WebService ・ TrueText [®] テキストマイニング API SaaS WebService ・ HealthALERT [®] メディアバインダー

ブログマイニングで飛躍する企業

Company

3

株式会社きざしカンパニー

変化の“兆し”をつかむ。 世の中に、生活により良い変化の兆しを 届ける

I. 世の中の変化の兆しを気づかせるような 技術・サービスを

世の中の変化の“兆し”をつかむ

株式会社きざしカンパニーは、「kizasi サーチエンジン」を事業のコアとし、「kizasi.jp」などのサイトをはじめ、さまざまなサービスを提供している。

ブログやSNS、クチコミ掲示板など、生活者・消費者が発信するコンテンツが普及し、関心が高まっている今日。これらはますます広がり、社会・文化・経済のダイナミックな発展の一翼を担う“メディア”へと成長を見せている。そんな中、そこで語られるコトバもそれ自体の持つ意味が変化しているようだ。

きざしカンパニーは、毎日25万エントリーのブログを収集し、2008年10月現在、2億を超えるデータベースを保有している。ブログに記されたひとつひとつのコトバを解析し、今どのような話題がどのような言葉と語られているかを目に見えるようにしている。

この瞬間も、刻々と変化している世の中の変化の“兆し”を、多くの人に届ける、あるいは気づかせる、そんな技術・サービス

の開発を進めているのである。

“兆し”を知ってもらうべきところに、知ってもらうべきタイミングで
きざしカンパニーは、株式会社シーエーシーの新規事業の一環として2005年9月にKIZASI事業推進室として活動を開始。言語処理技術、検索技術において研究開発を重ねてきた中で、今この瞬間に世間で関心のあること、それらがどのように語られているか、そういったことを検索できないだろうかと考えた。そして、kizasi サーチエンジン（時系列共起パターン解析エンジン）を開発したという。

変化の“兆し”を、知ってもらうべきところに、知ってもらうべきタイミングで届けることにより、何らかの変化が生じ、社会、文化、政治、経済、そして日々の生活がより良いものへと変わっていく、そんな世界を思い描いている。「個々のコトバをメディアの想いへと紡ぎ、紡いだ想いをより良い変化へつなげる、そんな存在でありたい」と考えている。

II. コアとなる解析エンジン

時系列共起パターン解析エンジン「kizasi サーチエンジン」

「kizasi サーチエンジン」は、ブログ、ニュース、掲示板、SNS など、時間情報を持ったテキストデータを収集し、コトバの出現状況・コトバとコトバのつながりを時系列で解析し、時とともに変化する話題を捉えることができる技術である。

時間とともに変化するキーワードを対象に周辺文脈を解析し、語の関連性を分析することが可能。特定のコトバを語としてでは

なく関連する言葉の集合（概念）として捉え、継続的に見ていくことでそのコトバが持つ意味合いの変化（概念の変化）を俯瞰することができるのだ。キーワードの出現頻度を解析し、今、この瞬間の話題を発見したりもできる。さらに、ある時間に話題になった言葉を抽出し、話題と関連性の高いニュースとマッチングさせることもできる。このようにテキストとテキストの関連性を測ることができるのも、「kizasi サーチエンジン」の特徴といえる。

言葉の時系列変化に注力したサーチ

「kizasi サーチエンジン」は、ブログのエントリー数やデータベースへの反映スピードを競うほかのブログサーチエンジンとは注力点が異なっている。

■ kizasiサーチエンジン概念図

