

参考資料③

博報堂クチコミ分析ツール: TopicFinderの分析・報告

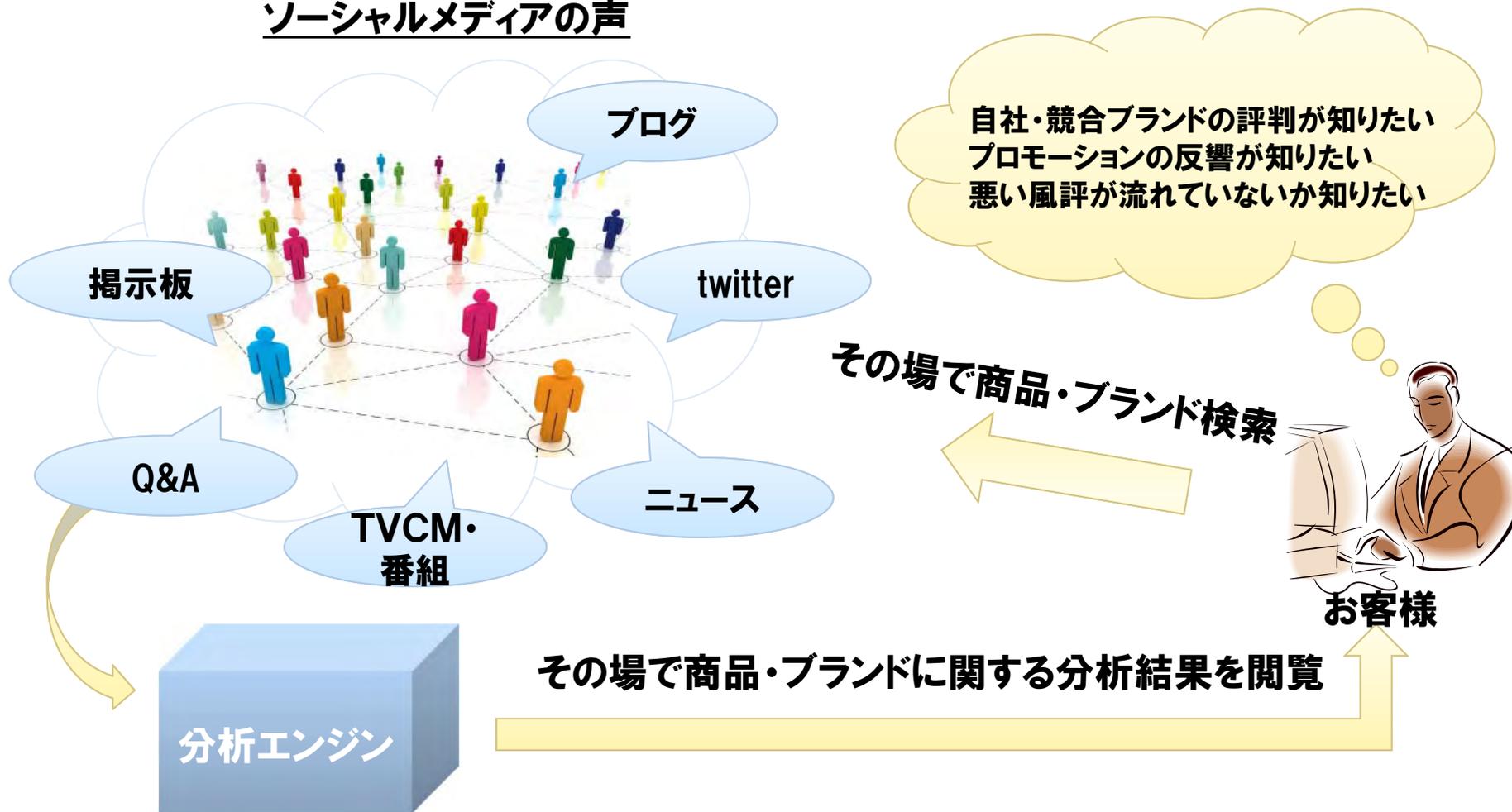
TopicFinderによる分析

- ・TopicFinderとは
- ・「オーガニック」についての共起語分析
- ・「有機」についての共起語分析

Topic Finder とは

ソーシャルメディア上に書き込まれているクチコミをその場で分析できる商品・ブランドに特化したASPサービスです。

ソーシャルメディアの声



*Topic Finder は、データセクション株式会社と博報堂の協業によって開発した広告主企業様向けASPサービスとなります。

Topic Finder で扱うデータソース

国内主要ブログ事業者50サイト

ブログ事業者およびαブロガーを対象に記事データを収集(一日約100万記事)



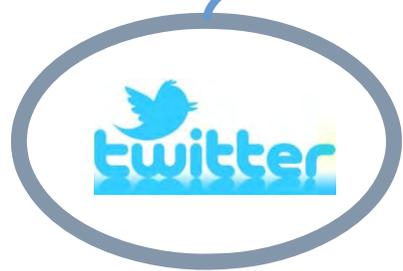
国内主要掲示板(8サイト)

国内主要掲示板から1~2万記事/日を収集



国内主要ニュースサイト87サイト

各ニュースサイトから6,000記事/日を収集



1000万/日つぶやき規模を収集

Twitter



CM時点視聴率(VR)とCM放送履歴(エムデータ)から出稿量を独自に算出

CM出稿量



エム・データ社の番組放送履歴

テレビ番組内の露出情報

共起語分析

ブランドと相関関係のある単語を視覚化し、なおかつ共起している単語をランキング形式で分析します。

「共起語を選択」

「表示」を選択

検索ワードを中心した連想ワードマップ

共起語一覧

名詞ランキング		動詞ランキング	
ワード	件数	ワード	件数
茶	1383	可愛い	279
CM	795	怠い	214
十六茶	666	良い	171
キャラ	449	欲しい	89
RT	360	嬉しい	68
CM	255	ゆるい	56
ガッキー	253	すごい	49
笑	252	丸い	42
アザヒ十六茶	222	楽しい	40
共演	198	まるい	40
投稿	186	新しい	38
		見る	373
		出る	356
		買う	321
		思う	261
		行く	173
		始まる	162
		付く	150
		出演する	135
		登場する	122
		出来る	117
		共演する	108

- ✓ ソーシャルメディアにおけるブランドイメージの把握
- ✓ ブランドとの思わぬ関係性を商品企画の参考材料として活用

今回はTopicFinderを用いて「オーガニック」および「有機」の2語における生活者の生の声を抽出する。

※生活者の純粋な意見のみを抽出するため、抽出メディアからNetNewsは除外した。

※Twitterは投稿数が多いので全投稿の10分の1をランダムに抽出

今回の調査からのファインディングス

- 今回のTopic Finder共起語分析によって得られた主なファインディングスは以下のとおり

オーガニックについて

- ✓オーガニックという単語は飲食物だけでなく化粧品やアパレルにおいても共起されている。
- ✓化粧品やアパレル関連のワードの方が飲食よりも多く共起されている。
- ✓オーガニックという言葉については多くがポジティブな想起のされ方をしており、ネガティブな言葉は少ない。

有機について

- ✓有機という単語はそのほとんどが食カテゴリーで共起されている。
- ✓「健康」と「見た目」に関連して「良い」というイメージが共起されているため、「健康に良い」というイメージはもちろん、見た目にもポジティブに捉えられていると考えられる。
- ✓多くの人が「こだわる」という動詞と共起しているため有機(野菜)のキーワードの一つとして挙げられる。

グラフの読み方

共起語分析のグラフの色データ

- 形に関して

名詞は○ 動詞は☆ 形容詞は□ となります。

- カラーに関して

名詞、動詞は 60 個以上の共起で最も濃淡の濃いもの 10～59 個で中間、1～9 個で最も薄いもの

形容詞は 20 個以上の共起で最も濃淡の濃いもの 7～19 個で中間、1～6 個で最も薄いものとなります。

名詞 ○



60～

#FF3815



10～59

#FF7800



1～9

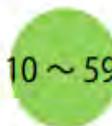
#FFCC5C

動詞 ☆



60～

#00BD47



10～59

#91D159



1～9

#C4EBAB

形容詞 □



20～

#2336FF



7～19

#38BAFF



1～6

#C4DBFF

