HITACHI

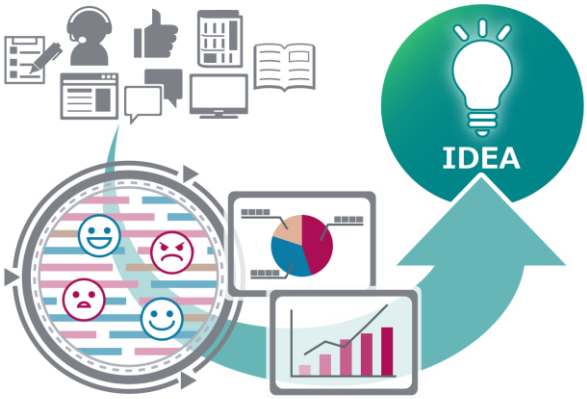
お客さまの声から未来を予測する

Sentiment Analysis Service

感性分析サービス

ソーシャルメディアなどから、お客さまの声や感情を高精度に可視化し、未来につながるプランニングを支援します。

SNSや口コミサイトなどソーシャルメディアの情報、
テレビや新聞などマスメディアの情報、
コールセンターの会話記録、音声、映像情報などから、
企業や商品に対するお客さまの「声」「感情」「価値観」
を高精度に可視化するサービスです。



各種業務データと組み合わせて分析し、
さまざまなアプローチでビジネスに貢献します。

お客さまの声からトレンドを予測	ニーズを深くとらえた商品企画 詳しくは裏面「感性分析サービスが実現すること」へ→
自社商品のリスクを事前に検知	炎上防止やリコールなど迅速なリスク対策 詳しくは裏面「感性分析サービスが実現すること」へ→
SNSの反響をリアルタイムに分析	効果的なプロモーション活動
業務データにお客さまの声を反映して需要を予測	生産計画の精度向上
アンケートから従業員の感情を分析	働き方改革を促進

サービスの特長

「感情」×「モラル」×「意外性」の分析結果の掛け合わせで、新たな気づき

■ 感情分析

日本語のテキストデータを約1,300種類の話題・感情・意図に分類できるAI技術を適用し、「好意的」「中立」「悪意的」の3大分類と、さらに細分化した全81種類の中から感情を特定できます。文意を考慮して高精度に感性を分析します。また、英語や中国語など各言語別に保有しているカスタマイズ可能な辞書で分析可能です。

■ モラル分析

学術的に裏付けられた道徳基盤辞書*を用いて、テキストデータを5つの道徳基盤「擁護」「公正」「内集団」「権威」「純潔」のいずれかに分類し、定量的に分析・可視化します。

*アメリカの社会心理学者であるジョナサンハイトの道徳基盤理論をもとに作成した辞書(Moral Foundations Dictionary)

■ 意外性分析

日立独自のアルゴリズムを活用し、大量データに埋もれて見逃していた反響の小さな変化や少数派の意見など、意外な情報を抽出します。

気づきを得やすい画面

感性に関する情報だけでなく、単語間の関係性を示す情報にもタグ付けをします。これにより単語一致ではなく話題一致で検索できます。また業務情報を組み合わせた分析やインタラクティブな操作性により、気付きを得やすい画面をご提供します。

表情・音声にも対応

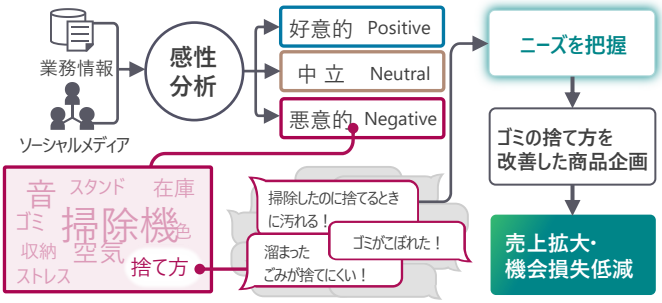
会話中の表情や音声から感情を読み取り、可視化できます。表情からは喜怒哀楽などの感性を、音声からは声色・声のトーンから感性を分析し、テキスト情報では捉えにくい感情の変化を把握可能です。これにより、インタビューやカウンセリングなどで対話の質や業務スキルの向上に活用できます。

感性分析サービスが実現すること　ユースケース

■ ニーズを深くとらえた商品企画

商品の機能や性能などの業務情報と、ソーシャルメディアの情報を組み合わせて感性分析することで、商品に対するお客さまの不満の声から改善すべき点が明確になりニーズを把握できます。これにより、ニーズを深くとらえた商品を企画でき、売上拡大と機会損失低減に貢献します。

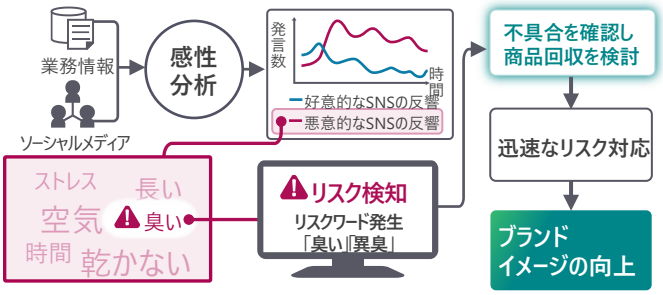
▼例　掃除機の商品企画に関する分析



■ 炎上防止やリコールなど迅速なリスク対策

商品の仕様やリリース時期などの業務情報と、ソーシャルメディアの情報を組み合わせて感性分析することで、商品に対するネガティブな感情の拡大やリスクワードの発生を事前に検知できます。これにより、商品の不具合が引き起こす事故の防止やリコール発表など、リスク対策を迅速に実施でき、ブランドイメージ向上に貢献します。

▼例　洗濯機に関するリスク対策



●サービスの仕様は、改良のため予告なく変更することがあります。

株式会社 日立製作所
アプリケーションサービス事業部

お問い合わせは下記へ
■日立エンタープライズ アプリケーションサービス情報サイト
https://www.hitachi.co.jp/appsvdiv/

2025.08