

お客様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、
お客様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や口コミ情報などのソーシャルメディア、
新聞やテレビなどのマスメディア、
アンケートやコールセンターの会話記録などの業務情報。
さまざまな媒体のテキストデータから、
企業や商品に対するお客様の声や感情を
高精度に分析して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。

お客様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

業務データにお客様の声を反映して
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、英語やタイ語、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、気づきを得やすい画面をご提供します。



トータルサポート

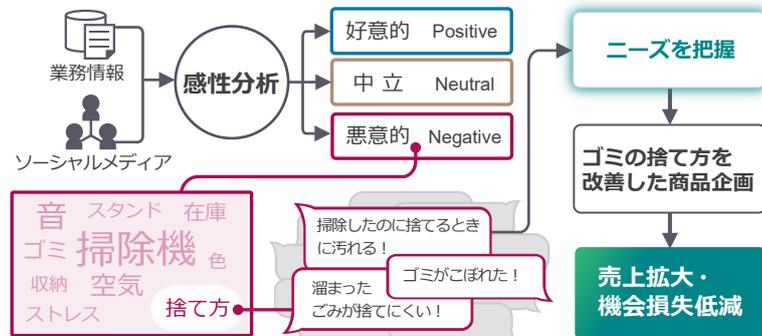
ビジネスにメディア情報を生かすためのコンサルティングから、ソーシャルメディアのリアルタイムデータの収集、マスメディアの外部データ連携、分析や可視化、運用保守までをトータルでサポートします。

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。

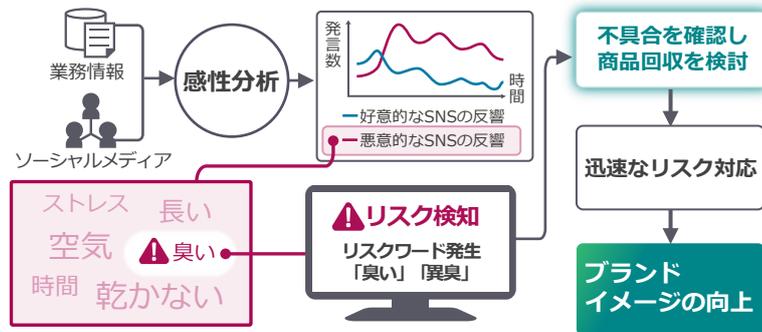
▼例 掃除機の商品企画に関する分析



■ 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。

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/appsdiv/>

