

デジタルイノベーションを加速する Twitterのビジネス活用



日立はこのたび、米国Twitter社、株式会社エヌ・ティ・ティ・データ（以下、NTTデータ）とのパートナーシップにより、お客さまビジネスの要件や特性に合わせ、Twitterデータの取得から分析、活用までのトータルサービスを提供できる体制を整えました。そして2019年9月11日、Twitter Japan株式会社のオフィスにおいて「Twitter活用の先進事例とテクノロジー」と題したセミナーを開催。ここでは3社のキーパーソンによって行われた講演の概要と、ビジネス活用に向けたお客さまへのメッセージをご紹介します。

Twitterでビジネスに新たな地平を

100名近くのお客さまにご来場いただいたセミナーでは、最初に米国Twitter社のフレッド・ファンケ氏が登壇しました。はじめに、日本が米国に次ぐ第2位のTwitter市場に成長し、月間アクティブユーザー数が4,500万人にも達していることを報告。スマートフォンとの親和性が高いTwitterの使い方として、自然災害および交通機関のトラブル発生時のリアルタイムな情報収集など、公式メディアに配信される前のニュースをいち早くキャッチできることに大きな強みを発揮していることを説明しました。

続けてTwitter Japan株式会社の後藤 和枝氏は、Twitterデータの4つの特長である「パブリック性」「リアルタイム性」「会話性」「完全性」について解説しました。Twitterで発信された情報は、100以上の項目をキーに分析できるため、さまざまなビジネス用途で大きな価値を生み

出すと強調。日本企業のデジタルイノベーションに貢献できると語りました。

次に登壇したのは、日本におけるTwitterオフィシャルパートナーとして、TwitterデータをAPI経由で顧客に提供するインフラを構築しているNTTデータの伊東 大輔氏です。SNS情報を国内のデジタルマーケティング、観光、防災・リスクモニタリング、SDGsの取り組みなどで活用した顧客事例を報告しながら、その有用性と高い効果を説明。日立と連携したTwitterデータソリューションの全体像を語りました。

最後に日立から、Twitterデータを活用した「感性分析サービス」や、国内でのアナリティクス事例を紹介した後、来場者の方々との歓談・質疑応答に入り、Twitterのビジネス活用に期待を寄せるお客さまとの活発な意見交換が行われました。

登壇者からのメッセージ



フレッド・ファンケ 氏
米国Twitter社 Sr. Director, Data Sales (データセールス統括責任者)

米国では既に多くの企業が、Twitterデータをビジネスに活用しています。ブランド価値の向上、リアルな顧客ニーズの把握、製品開発や経営革新の領域まで、多様な意思決定プロセスの高度化に貢献しています。世界トップクラスのアクセス数と信頼性を持つエンタープライズAPIを提供していることも当社の強みです。米国ではツールとカスタムソリューションがそれぞれ50%ほどですが、日本では90%近くのお客さまがカスタムソリューションを期待されています。そこで日本においては、NTTデータを通じた「Twitter Slerパートナーシップ制度」を導入し、高度なITやアナリティクスの知見を持つ日立をはじめとするSlerを通じて、お客さまにTwitterデータソリューションを提供できるようにしました。日本企業のデジタルイノベーションにTwitterがお役に立てることを心より願っています。

日本のTwitter活用では、異業種間マーケティングにおけるソーシャルリスニングとアナリティクスが代表的な事例となるでしょう。特に日本で有望な分野は観光です。2017年だけで、外国人観光客は約400億米ドルを日本で使いました。2019年ラグビーワールドカップに続き、2020年にはオリンピックやパラリンピック、2025年には大阪万博など、世界的なイベントが次々と開催されます。これらのイベントはTwitterユーザーを魅了するコンテンツであり、観光業界向けのTwitterデータソリューションが今後も広く採用され、ビジネスに貢献していくのは間違いありません。日本経済の重要課題とされるデジタル化の推進において、日立は業界をリードする存在のひとつです。日立のお客さまに新しいTwitterデータソリューションを提供できることをうれしく思います。



後藤 和枝 氏
Twitter Japan株式会社
Head of Japan Data Alliance
(国内データアライアンス責任者)



伊東 大輔 氏
株式会社エヌ・ティ・ティ・データ IT サービス・ペイメント事業本部 SDDX 事業部マーケティングデザイン統括部 デジタルマーケティング担当 課長代理

当社は米国Twitter社からリアルタイムに受領したTwitterデータをAPI経由でお客さまへ提供するインフラを構築しています。このデータから、過去の分析を基にした現在および近未来を捉えることができます。例えば商品の発売時と、過去に売れた商品・売れなかった商品のツイートの分析から、それぞれの特徴をモデル化することができます。新たに発売される商品へのリアルタイムツイートの計測結果と比較することで、その商品の需給予測や販売計画の策定に活用できます。当社が提供するデータとさまざまな活用事例、そして日立が得意とする先端技術やアイデアの組み合わせで、お客さまに新たな価値を提供し、Twitter市場のさらなる拡大をめざします。そのスタートを切る今回のイベントは大きな意味があると考えています。

近年、Twitterをはじめとするソーシャルメディア分析・活用の需要は拡大を続けています。日立は、2018年10月よりSNSなどのメディア情報やブログ・口コミ情報などから、企業や商品に対して抱かれている感情を高精度に分析する「感性分析サービス」を提供開始しました。このたび、米国Twitter社の日本国内におけるオフィシャルパートナーであるNTTデータとの間で、「Twitter Slerパートナーシップ契約」を締結することで、お客さまに対し、Twitterデータと日立の言語解析技術や画像認識技術を組み合わせた高付加価値なサービスの提供が可能となり、データの取得から分析、活用までをトータルでサポートしてまいります。



西脇 康人
株式会社日立製作所 アプリケーションサービス事業部 サービスソリューション本部 デジタルソリューション推進部 部長

お問い合わせ先・情報提供サイト (感性分析サービス)

(株)日立製作所 アプリケーションサービス事業部
<http://www.hitachi.co.jp/sentiment-analysis/>

