



Social Listening Report

-クチコミ分析&レポートニングサービスのご案内-

Social Listening Drives Your Marketing



ソーシャルメディア上の声を分析するソーシャルリスニングは
ブランド、製品、キャンペーンなどに対する消費者の生の声を知り
現状把握と次回アクションの仮説立てに役立てることができます

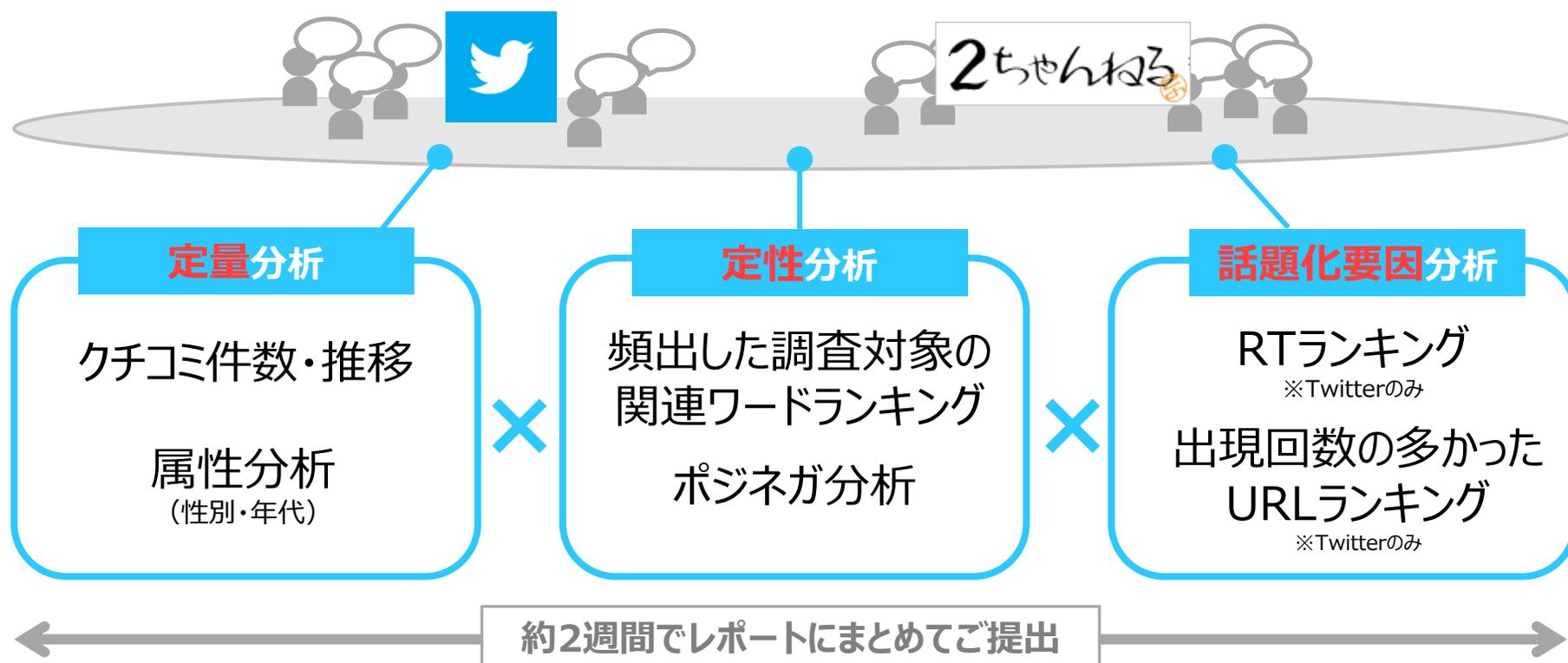
「こんなお悩みございませんか？」

- Twitterやブログなどのソーシャルメディア上の声を分析するリソースがない
- 製品やキャンペーンに対する消費者の反応が分析できていない
- 今回の施策が過去と比べて良くなっているか把握したい
- 現状把握や次回アクションの仮説立てに困っている
- 競合他社のクチコミ分析を行ってみたい



トライバルメディアハウスのノウハウでソーシャルメディア上におけるクチコミを
「定量・定性」の2軸でレポートニングします

特定のブランドや商品、キャンペーンやPR施策、ハロウィンなどの季節のイベントについて、日常的にソーシャルメディア上で生活者からのクチコミが発生しています。そのクチコミをTwitter・2ちゃんねるから収集した上で多角的に分析したレポートをご提出します



数多くの支援実績にもとづいた高度なノウハウと
国内ソーシャルメディア上の圧倒的なクチコミデータを用いて分析します

約400社以上のソーシャルリスニング支援実績

ASPツールの販売提供に併せて、多数のコンサル及びレポートングを実施
約7年に及ぶソーシャルリスニングツール「ブームリサーチ」の販売・サポートと多数のコンサルティング、レポートングを実施

国内最大規模のソーシャルデータを保有

1日7500万ツイート（Twitter）、1日300万件の書き込み（2ちゃんねる）の全量データ、
そして24時間365日の関東キー局とNHK総合の番組・CMのデータ、約250のWebニュース媒体のデータを保有
上記データを最大3年2ヶ月さかのぼって分析が可能

**【携帯電話会社／広報部】
TVCMの反響調査**

TVCM出稿とツイート件数の相関分析
(自社・競合他社)を毎週実施
⇒TVCM出稿前後でクチコミ内容を定量・定性
分析し生活者に影響を与えていたか把握

**【製薬会社／マーケティング部】
効果測定**

自社の商品、競合他社商品の
定量・定性分析を毎月実施
⇒新商品発表、広告、PR施策の傾向と反応を
把握し、生活者に与えた反響を把握

**【食品メーカー／広報部】
リスクモニタリング**

炎上の危険性があるクチコミがないかを目視確認、報告
⇒炎上の火種を即座にキャッチすることで初動を把握

**【化粧品メーカー／Web推進室】
ブランド評価**

Web施策に対する、ポジティブな
クチコミを定量/定性分析
⇒ブランドや商品ごとに異なるコミュニケーション施策を行い、
施策ごとの反応の結果と違いを把握

ソーシャルリスニングレポートのアウトプットイメージ例

■ クチコミ件数総量 & 日次件数推移

プレスリリース発行時、CM出稿時、キャンペーン期間前後でツイート件数にどのような変化があったかを見たい。反響があれば、ツイート件数に変化が現れその要因を加算します。

「ビュレグミ」の春のキャンペーンの新CMに関するプレスリリース発行時の3月27日に平均の約9.8倍の約7,200件のツイートが発生しており、大きな反響が起こっていたことが判明。

▼例：「ビュレグミ」の2013年春のキャンペーンに関するTwitter上のツイート件数推移(分析期間2013年3月15日～4月30日)

平均の約9.8倍の約7,200件のツイートが発生

3月27日: **「ビュレグミ」の新CMに関するプレスリリースが発行**

4月1日: **新CM放送が開始**

Twitter 日次件数 34,600

※お問い合わせ: 株式会社 Tribal Media House
〒104-0061 東京都中央区銀座1-15-2 東豊ビル2F202号 info@boom.co.jp Tel.03-6369-0800 担当: 片岡久美子・上野中村・塩野

■ クロスメディア分析

テレビ・Webニュースの露出に対して、クチコミ件数と検索件数が、どのように反応したのか、クロスメディアでの相関の有無や関係の強さを測定することができます。

11月10日に「サービスの一般公開」と「Spotify×PlayStation」のリリースがWebメディアに露出したと同時に、Twitter上で大きくアップトレンドした。一方で、Gigazineの記事については、2ch上でスレッドが立ったが炎上には繋がらなかった。

▼例：「Spotify」の2016年冬の7週間に対するクロスメディア分析(分析期間2016年11月10日～11月12日)

※お問い合わせ: 株式会社 Tribal Media House
〒104-0061 東京都中央区銀座1-15-2 東豊ビル2F202号 info@boom.co.jp Tel.03-6369-0800 担当: 片岡久美子・上野中村・塩野

■ 関連語キーワード分析(名詞/形容詞)

施策前後でツイート上に出現する頻出キーワードに変化がないかを調査します。生活者の中で商品・サービスに対し、新しい印象が生まれている可能性があります。

「ネットカゲ」受験生応援キャンペーンの中で13年は「センター試験生を応援」を訴求軸にした施策を実施。結果、「センター試験」というキーワードがツイートに多数出現し、キャンペーンメッセージが浸透していたことが判明。

▼例：「ネットカゲ」に関するツイートの中で出現する頻出キーワード(2012年1月と2013年1月で比較)

2012年1月	2013年1月
1 キーワード	1 キーワード
2 受験生	2 かゼン
3 テキ	3 毎日
4 勉強	4 今日
5 友達	5 センター試験
6 受験勉強	6 パンク
7 うまい	7 今年
8 面白い	8 加減
9 笑	9 先輩
10 ホウホ	10 足跡
11 面白	11 面白い
12 勉強	12 勉強
13 お菓子	13 勉強
14 テキ	14 毎日
15 合格	15 ネットカゲ

※お問い合わせ: 株式会社 Tribal Media House
〒104-0061 東京都中央区銀座1-15-2 東豊ビル2F202号 info@boom.co.jp Tel.03-6369-0800 担当: 片岡久美子・上野中村・塩野

■ クチコミのセンチメント分析

クチコミ件数だけを把握するのではなく、反響の質にも着目して分析します。ブランド独自によってボジネカの言葉が違いため、その都度チューニングいたします。

映画「マイインターン」に対し、CM出稿によって「観たい系」のクチコミが大きく増加した。また、公開後も各メディア露出により、ユーザーの話題喚起に影響を与えていた。

▼Twitterのクチコミのセンチメント分析(分析期間2013年6月14日～6月18日)

観たい系(ポジティブ)の増加

観たい系(ポジティブ)の増加

※お問い合わせ: 株式会社 Tribal Media House
〒104-0061 東京都中央区銀座1-15-2 東豊ビル2F202号 info@boom.co.jp Tel.03-6369-0800 担当: 片岡久美子・上野中村・塩野

■ 属性(男女比率・年代比率)の比較分析

Twitterまたはブログ上で発言したユーザーの「男女比率・年代比率」を調査します。狙ったターゲット層が反応したか把握することが可能です。

最も男性のクチコミを獲得したのはCM③で、男性の割合が75%も占めていた。また、10代～20代の若年層のクチコミを多く獲得したのは、CM①とCM③で、約90%の割合であった。

▼例：属性(男女比率・年代比率)の比較分析

※お問い合わせ: 株式会社 Tribal Media House
〒104-0061 東京都中央区銀座1-15-2 東豊ビル2F202号 info@boom.co.jp Tel.03-6369-0800 担当: 片岡久美子・上野中村・塩野

■ 拡散に寄与したWebメディア分析

ツイートに含まれていたURLの出現数を調べると、どのWebメディアの記事・コンテンツがTwitter上での情報拡散に影響を与えていたかを把握します。

映画「華麗なるギャツビー」のツイート内容を確認すると、映画情報サイトの「シネマトゥデイ」より、アパレル情報サイト「FashionSnap」の記事のほうで、Twitter上で拡散されていたことが判明。

▼例：映画「華麗なるギャツビー」に関するツイートの中で出現する頻出URL(2013年6月14日～6月18日)

順位	URL	出現回数	URL
1	http://www.fashion-snap.com/	893	FashionSnap.com 映画「華麗なるギャツビー」の衣装情報
2	http://www.cinematoody.jp/	752	Cinematoody.jp 映画「華麗なるギャツビー」の衣装情報
3	http://www.fashion-snap.com/	514	FashionSnap.com 映画「華麗なるギャツビー」の衣装情報
4	http://www.fashion-snap.com/	302	FashionSnap.com 映画「華麗なるギャツビー」の衣装情報
5	http://www.fashion-snap.com/	229	FashionSnap.com 映画「華麗なるギャツビー」の衣装情報
6	http://www.cinematoody.jp/	211	Cinematoody.jp 映画「華麗なるギャツビー」の衣装情報
7	http://www.fashion-snap.com/	188	FashionSnap.com 映画「華麗なるギャツビー」の衣装情報
8	http://www.fashion-snap.com/	89	FashionSnap.com 映画「華麗なるギャツビー」の衣装情報
9	http://www.fashion-snap.com/	61	FashionSnap.com 映画「華麗なるギャツビー」の衣装情報
10	http://www.fashion-snap.com/	54	FashionSnap.com 映画「華麗なるギャツビー」の衣装情報

※お問い合わせ: 株式会社 Tribal Media House
〒104-0061 東京都中央区銀座1-15-2 東豊ビル2F202号 info@boom.co.jp Tel.03-6369-0800 担当: 片岡久美子・上野中村・塩野

Social Listening Report 価格表

<h3>Twitterプラン</h3>	<p>■分析項目</p> <table border="0"> <tr> <td>1. クチコミ件数と推移</td> <td>4. 属性分析</td> </tr> <tr> <td>2. 関連語ランキング (名詞&形容詞)</td> <td>5. ポジネガ分析</td> </tr> <tr> <td>3. RTランキング</td> <td>6. クチコミ本文サマリ</td> </tr> </table>	1. クチコミ件数と推移	4. 属性分析	2. 関連語ランキング (名詞&形容詞)	5. ポジネガ分析	3. RTランキング	6. クチコミ本文サマリ	<p>¥350,000- (税別)</p>		
1. クチコミ件数と推移	4. 属性分析									
2. 関連語ランキング (名詞&形容詞)	5. ポジネガ分析									
3. RTランキング	6. クチコミ本文サマリ									
<h3>2ちゃんねるプラン</h3>	<p>■分析項目</p> <table border="0"> <tr> <td>1. クチコミ件数と推移</td> <td>4. クチコミ本文サマリ ※スレタイ含む</td> </tr> <tr> <td>2. 関連語ランキング (名詞&形容詞)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>3. ポジネガ分析</td> <td></td> </tr> </table>	1. クチコミ件数と推移	4. クチコミ本文サマリ ※スレタイ含む	2. 関連語ランキング (名詞&形容詞)		3. ポジネガ分析		<p>¥320,000- (税別)</p>		
1. クチコミ件数と推移	4. クチコミ本文サマリ ※スレタイ含む									
2. 関連語ランキング (名詞&形容詞)										
3. ポジネガ分析										
<h3>クロスメディアプラン</h3> <p>※Twitterもしくは2ちゃんねると、Webニュース&TVの 相関も調査するプランです。</p>	<p>■分析項目</p> <table border="0"> <tr> <td>1. クチコミ&TVとWebニュース 露出件数と推移分析</td> <td>4. RTランキング ※Twitterのみ</td> </tr> <tr> <td>2. 関連語ランキング (名詞&形容詞)</td> <td>5. ポジネガ分析</td> </tr> <tr> <td>3. RTランキング</td> <td>6. 引用URLランキング ※Twitterのみ</td> </tr> <tr> <td></td> <td>7. 本文サマリ</td> </tr> </table>	1. クチコミ&TVとWebニュース 露出件数と推移分析	4. RTランキング ※Twitterのみ	2. 関連語ランキング (名詞&形容詞)	5. ポジネガ分析	3. RTランキング	6. 引用URLランキング ※Twitterのみ		7. 本文サマリ	<p>¥450,000- (税別)</p>
1. クチコミ&TVとWebニュース 露出件数と推移分析	4. RTランキング ※Twitterのみ									
2. 関連語ランキング (名詞&形容詞)	5. ポジネガ分析									
3. RTランキング	6. 引用URLランキング ※Twitterのみ									
	7. 本文サマリ									

※ご発注から納品まで約2週間となります。

※調査対象は1つ、調査対象期間は最長1ヶ月となります。

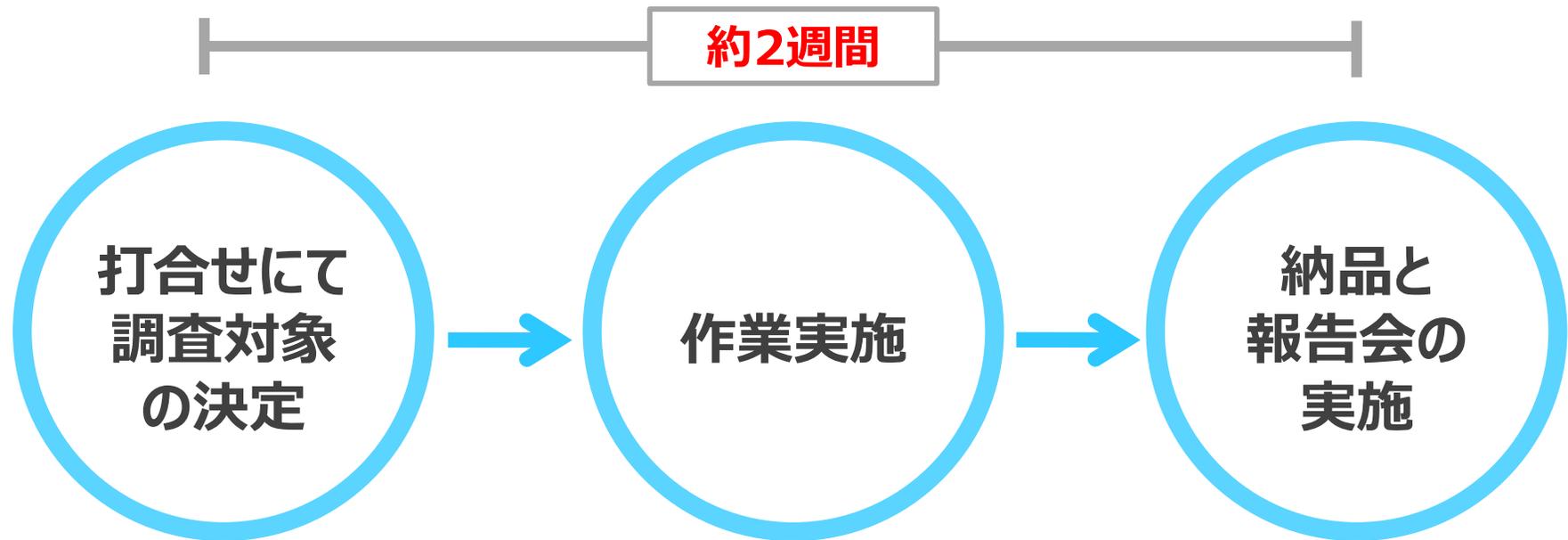
※別途レポート内容のカスタマイズも可能です。その場合、納品までのスケジュールは項目数や分析対象の数で変動します。

※クチコミデータは、ソーシャルリスニングツール「Boom Research」で取得いたします。

※過去にさかのぼって分析可能な期間は、直近の3年2ヶ月間となります。

※Twitterに関しては、過去データの場合10分の1サンプリングデータを使用します。

調査対象が決定した後、約2週間でご納品します



調査したい事項をお聞きした上で、
どんなキーワードに関するレポートを
作成するか決定します。

クチコミ分析ツールを用い、
調査対象に関するクチコミの
収集と分析を行います。
各項目に、考察文を掲載して
レポート形式にまとめます。

レポートはPDFでご納品し、
報告会を実施します。

会社名	株式会社トライバルメディアハウス/ Tribal Media House, Inc. URL : http://www.tribalmedia.co.jp	
本社所在地	〒104-0061 東京都中央区銀座二丁目15番2号 東急銀座二丁目ビル	
資本金	37,000,000円 (2016年4月1日現在)	
設立日	2007年3月22日	
執行体制	代表取締役社長：池田 紀行 取締役/ソリューション開発部長：佐藤 譲太郎 取締役/経営企画室長：八木 宣成 取締役：石黒 不二代 (ネットイヤーグループ株式会社 代表取締役社長兼CEO) 取締役：佐々木 裕彦 (ネットイヤーグループ株式会社 取締役兼SIPS事業部長) 監査役：塚原 美一	
事業内容	デジタルマーケティング事業	
子会社	Tribal Media House Technology Lab Co., Ltd. (ベトナム社会主義共和国 ハノイ市) URL : http://www.tmh-techlab.vn/?lang=jpn	

【著作紹介】



『次世代共創マーケティング』
池田紀行、山崎晴生
共著ソフトバンククリエイティブ
2014年1月出版



『ソーシャルメディアマーケター美咲』
池田紀行著
翔泳社
2011年3月出版



『音楽の明日を鳴らす』
高野修平著
エムオン・エンタテインメント
2012年9月出版



『Facebookマーケティング戦略』
トライバルメディアハウス著
翔泳社
2011年7月出版



『ソーシャルメディア白書2012』
トライバルメディアハウス+
クロス・マーケティング編著
翔泳社・2012年2月出版



『ソーシャルインフルエンス』
池田紀行著
アスキー新書
2012年6月出版