

## ホットリンク、ソーシャルメディアへの書き込みデータを元にした ソーシャルプロファイリングデータ提供サービスを開始

### 【概要】

株式会社ホットリンク(代表取締役社長 CEO:内山 幸樹、本社:東京都千代田区、証券コード:3680)は、生活者のソーシャルメディアへの書き込みデータを元にして、生活者一人ひとりの生活全般に渡る興味関心・嗜好性を導き出すソーシャルプロファイリングデータ提供サービスを、本日8/5(火)より開始いたしました。

これにより、広告配信業者がユーザの興味関心に基づくターゲティング広告の配信精度をより高めたり、企業がCRM活動において、まだ購買履歴がない消費者へのレコメンデーションを行ったりする事が可能になります。

今回のサービスは、ホットリンクの3つの成長戦略のうちの1つである、「ソーシャル・ビッグデータ活用のマーケティング分野での浸透」の施策の一環です。

### 【背景】

デジタルマーケティングの普及、及びビッグデータ活用ニーズの高まりに伴い、企業は顧客の購買履歴、実店舗への来訪及びサイト閲覧行動等の様々なデータを収集・統合・分析してきました。それらの分析データを元に One to One の情報提供を行うことで、広告・宣伝・販促・CRM 活動の効果を増加させようとする動きが活発化してきています。

そのような中で、生活者のソーシャルメディアへの書き込み内容やソーシャルメディア上のユーザ同士の結びつきは、ユーザの購買に至る前の潜在欲求や、他社の商品・サービスに対する購買動向、または商品・サービスとは直接関係のない生活全般の興味関心やライフスタイルを理解するためのデータとして、活用に期待が寄せられています。しかし、実際に活用しようとする、データ収集技術・自然言語解析技術・統計解析技術・マーケティングノウハウ等の総合的な技術が必要になることから、それらの情報を実際の広告やCRMのアクションに繋げるための情報に変換することが困難でした。

ホットリンクは、従来のソーシャルアカウントで実施していた「『特定のキーワード』を含む投稿内容の集合」を分析する領域で培った技術を、「『特定のアカウント』が発信した内容の集合(※)」に適応し、更に、ソーシャルマイニング研究における日本の第一人者、東京大学工学系研究科 特任研究員 榊剛史博士との共同開発による各アカウントの嗜好性分析技術を合わせ、ソーシャルへの投稿データに基づくユーザの興味関心や特定ブランドへのロイヤリティーレベルを数値化して提供することを可能にしました。

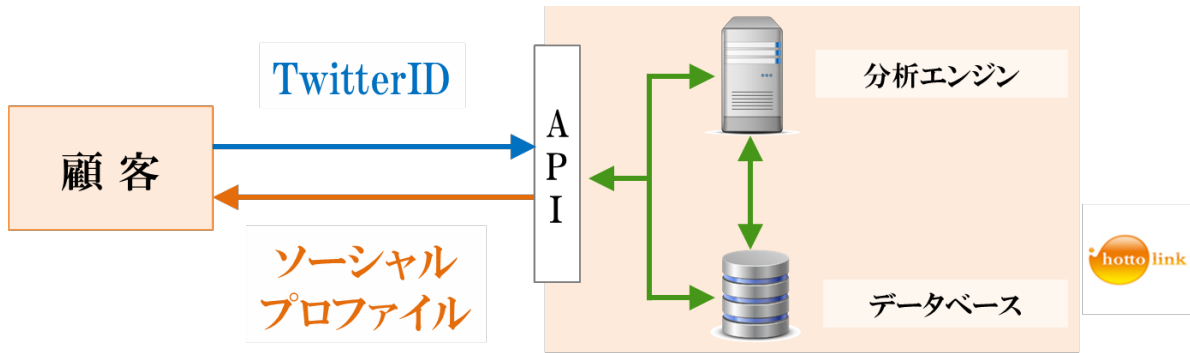
(※)データは、一般公開されている情報のみを利用しています

### 【サービス内容】

#### ■提供方法

##### 1. API による提供

企業や広告配信業者等が所有する自社顧客のTwitterIDをホットリンクのAPIに送ると、自社顧客のソーシャルプロフィールを返します



[図1 システムイメージ]

2. 手動のデータ送受信による提供

企業や広告配信業者等が所有する Twitter ユーザ名のリストをホットリンクに提出すると、それらのアカウントのソーシャルプロフィールをデータとして納品します

1. 2. 共に、ユーザの興味関心ジャンルの分類軸を、事前要望に応じて変更可能です。

The screenshot shows a detailed user profile analysis for a user named Taro Chiyo (@taro\_chiyo). The interface is divided into several sections:

- 基本情報 (Basic Information):** Includes gender (male), age (40s), registration date (2007/6), and region (Kanto). It also lists the user's name, handle, and a link to their profile.
- よく語るキーワード (Keywords):** Lists terms like 'うまい' (delicious), '頑張れ' (keep it up), '教訓' (lesson), '筋トレ' (fitness), '仕事' (work), 'あまちゃん' (anime), '後輩' (junior), 'ディズニー' (Disney), 'ikuji' (anime), '子ども' (children), and 'BMW'.
- よく話すジャンル (Genres):** A radar chart showing interests in categories like 'ファッション' (fashion), '映画/ゲーム/...' (movies/games), '音楽' (music), 'スポーツ' (sports), '旅行/観光' (travel/tourism), '芸術/文化/...' (arts/culture), '家電/デバイス' (electronics/devices), '不動産' (real estate), '料理/食事' (cooking/food), '理/美容' (beauty), 'ファッション' (fashion), and '旅通/商業' (travel/business).
- ブランドロイヤリティ (Brand Loyalty):** Shows loyalty to brands in three categories: 'コンビニ' (convenience stores) with 7-Eleven and FamilyMart; 'ファッション' (fashion) with UNIQLO, H&M, and ZARA; and '生活雑貨' (household goods) with 3COINS and a store with a bear logo.

[図2 データ利用例]

■対象顧客

DSP 業者、CRM ツールベンダー、DMP サービスベンダー、広告主企業

■サービス開始日

2014年 8月 5日(火)

■株式会社ホットリンクについて (<http://www.hottolink.co.jp/>)



ホットリンクは、ソーシャル・ビッグデータを分析・加工し、ビジネスへの有効活用を支援するクラウドプラットフォームベンダーです。大量のソーシャル・ビッグデータから風評をモニタリングする「e-mining」、及びリアルタイムに検索・分析が可能な「クチコミ@係長」を、現在まで累計 1600 社以上に提供してまいりました。また同様に、ソーシャル・ビッグデータおよび、感情/属性分析エンジンを、API を通じてサードパーティ向けに提供しています。また、2013 年 6 月より金融分野では、日本企業初の Bloomberg 利用者向け金融ビッグデータ分析ツールを提供しています。

ホットリンクの成長戦略は、ソーシャル・ビッグデータ活用の、

1. マーケティング分野での浸透
2. 多様な産業への展開
3. 海外展開

の 3 つです。

設立日:2000 年 06 月 26 日

資本金:557 百万円(2014 年 3 月 31 日現在)

代表者:代表取締役社長 CEO 内山 幸樹

■お問い合わせ

株式会社ホットリンク ソリューション事業部

東京都千代田区四番町6番東急番町ビル TEL:03-5745-3900