

報道関係各位

2012年10月25日
株式会社博報堂DYホールディングス

博報堂DYグループ、ソーシャルメディア分析ツール「Topic Finder」を 広告主企業向けにASPサービスで提供開始

商品・ブランド分析に強い専用ツール
検索キーワードの事前設定もサポート

博報堂DYグループの横断組織「博報堂DYグループ・ソーシャルメディア・マーケティングセンター」は、グループ内で活用しているソーシャルメディア分析ツール「Topic Finder（トピックファインダー）」を、広告主企業向けのASPサービス「Topic Finder For Advertiser（トピックファインダー・フォー・アドバイザー）」として、提供することと致しました。

「Topic Finder」とは、グループ企業である株式会社博報堂が2007年にデータセクション株式会社の協力により実用化した、ソーシャルメディア分析（ソーシャルリスニング）ツールです。商品・ブランドに関する分析が強みで、ブログやTwitterなど様々なソーシャルメディア上の生活者の発言を収集し、発言の件数や内容を高速で集計・分析することが可能です。収集するデータ量・範囲は日本でも最大規模です。

これまで「Topic Finder」は、博報堂DYグループ各社の社内のみで運用しており、広告主企業の目的や課題に応じて、担当者が「Topic Finder」を用いた分析を実施し、その結果レポートを提出するという形で広告主へのサービスをご提供してまいりました。

このたび提供を開始する「Topic Finder For Advertiser」は、「Topic Finder」のツールそのものを、事前キーワード設定を行った上で、広告主企業向けにASPサービスとして提供するものです。

単にツールを提供するだけでなく、広告主企業のブランドや競合ブランド等のキーワード設定を支援する「事前キーワード設定サービス」は、同様のASPサービスと比較した際の「Topic Finder For Advertiser」の特長のひとつです。ソーシャルメディア上の発言を漏れなく効果的に分析するためには、検索キーワードのきめ細かな設定が非常に重要です。過去5年間の運用から得られた知見をもとに、博報堂DYグループ各社の担当者が企業ごとの検索キーワードを事前に設定して、サービスをご提供いたします。（※企業側での自由なキーワード設定も可能です。）

当サービスは、プロモーションの効果測定、自社・他社商品や業界のクチコミ調査、風評調査・モニタリングなど、宣伝・マーケティング部門や総務部門などの幅広い目的にご活用頂けます。分析機能も多彩で、時系列分析やポジネガ分析、共起語（よく一緒に使われる単語）分析、プロフィール分析（ブログのみ対象）、など、最新のソーシャルリスニングツールとしての各種機能を搭載しています。

博報堂DYグループでは今後も、ソーシャルメディア情報の特徴と最新の解析技術を活かした多様なソリューションの開発に取り組み、広告主企業の皆様にご提供してまいります。

(以下、詳細)

「Topic Finder For Advertiser」サービスの概要

◆「Topic Finder For Advertiser」とは

ソーシャルメディア上に書き込まれているクチコミを分析できる、ソーシャルリスニングツールのASPサービス。商品・ブランドに関する分析を強みとしています。

グループ企業である博報堂が2007年にデータセクションの協力により開発し、博報堂DYグループ社内で運用している「Topic Finder」を、新たに広告主企業向けのASPサービスとして開発、商品化しました。

◆サービスの特長

・ 博報堂DYグループの担当者による「事前キーワード設定」

ソーシャルメディア分析において、一番重要なのは検索キーワードの設定です。除外条件など、きめこまかな設定を行うことで、ソーシャルメディア上の発言を漏れなく効果的に分析することができます。本サービスでは博報堂DYグループ各社の専任担当者が、ご利用企業が分析を希望されるブランド（最大5つ）について、あらかじめ適切なキーワード設定を行い、サービスをご提供いたします。

・ 自由なキーワード設定も可能

キーワード設定は、ご利用企業側で自由に行っていただくことも可能です。定期的に分析できる最大5つのキーワードのほか、不定期や緊急で分析を行う際にさらに3つのキーワード設定が可能です。

・ 日本最大級のソーシャルメディア収集量・収集範囲

本サービスで分析できるソーシャルメディアデータの収集量・収集範囲は国内最大級です。ブログ、Twitter、ニュースなど、複数の媒体に横断して分析可能です。

・ 多種多様な分析機能を搭載

単純に発言数を把握するだけでなく、ブランドの評判(ポジネガ分析)、関連性のあるブランド抽出(共起語分析)、ブログのプロフィール情報を用いたデモグラフィック分析など、最新のソーシャルリスニングツールとしての多種多様な分析機能を搭載しています。

◆主な活用シーン

・ プロモーションの効果測定

プロモーションを実施した時の評判を分析するとともに、クチコミ拡散度の把握、またプロモーション前と後でのクチコミ総量の変化を分析

・ 自社/他社商品のクチコミ調査

自社もしくは他社の商品(ブランドや企業名なども含む)がソーシャルメディア上でどう評価されているのかを分析

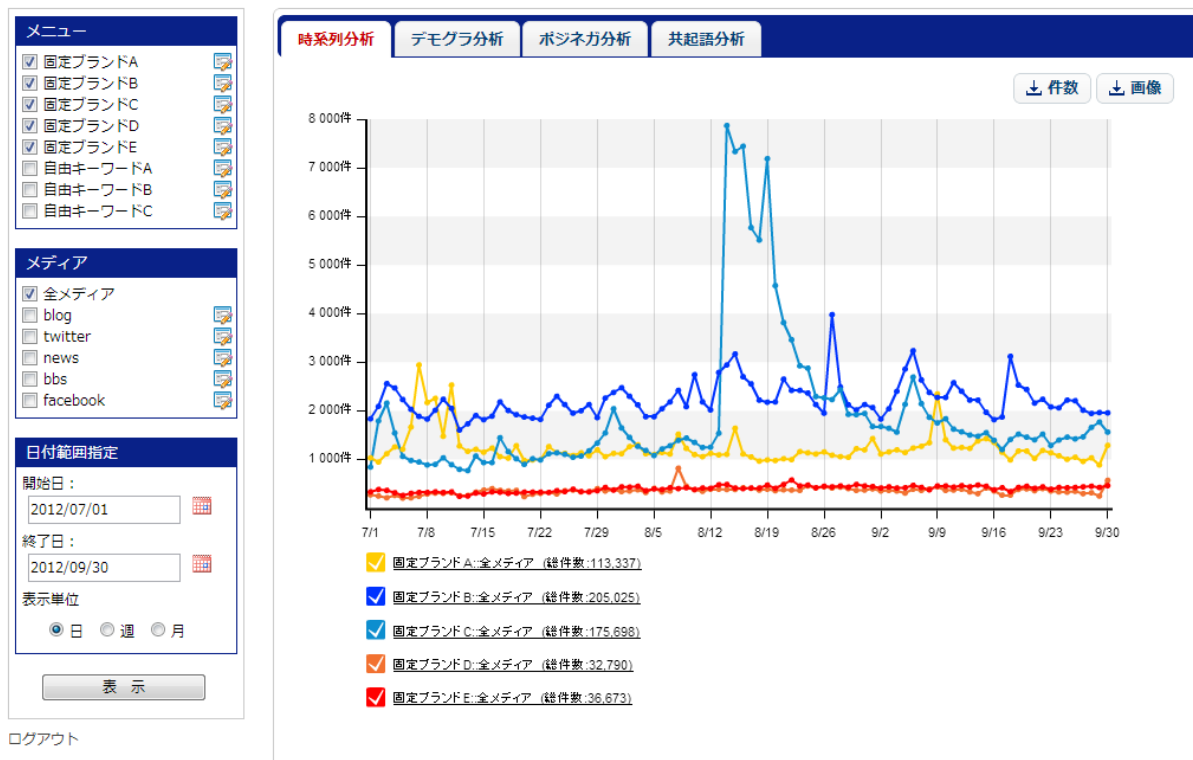
・ 業界のクチコミ市場調査

業界でのクチコミ総量(業界全体)の成長曲線と自社ブランドのクチコミ量が比例して伸びているのか、下がっている要因はなんであるかを分析

・ 風評調査・モニタリング

ソーシャルメディア上に日々投稿される書き込みを監視することで、早期にネガティブ要因を検知、共有

メニュー設定・分析画面イメージ



ログアウト

Topic Finder

◆お問い合わせ先

<サービス導入について>

大広 デジタルソリューション局 黒澤・田中（東京）／小田（大阪）

TEL：03-6364-8418 tfa-daiko.info@daiko.co.jp

<報道関係者様からのお問合せ>

博報堂DYホールディングス グループ広報・IR室 山野・大野・西原

TEL:03-6441-9062

「博報堂DYグループ・ソーシャルメディア・マーケティングセンター」について

ソーシャルメディアを活用したクライアントへのソリューション提供の取り組みや新サービスの開発を行う博報堂DYグループ横断の組織です。中核事業会社4社（博報堂、大広、読売広告社、博報堂DYメディアパートナーズ）だけでなく、デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム、博報堂アイ・スタジオを始めとしたグループ各社それぞれの動きや情報を一括集約し、ソーシャルメディアに関連するビジネス/サービス開発をグループ一体で推進しています。