

データを情報に、情報を知識に、知識を知恵に

成長可能性に関する説明資料

データセクション株式会社

<東証マザーズ 3905>

2014.12

DATASECTION





データセクション株式会社（創業2000年7月）

役員構成

代表取締役社長	CEO	澤 博史
取締役会長		橋本 大也
取締役	CTO	池上 俊介
取締役	COO	林 健人
取締役	CFO	望月 俊男
取締役（非常勤）		中嶋 淳
監査役（常勤）		清水 卓爾
監査役（非常勤）		芝野 芳彰
		石崎 俊

事業内容 ソーシャル・ビッグデータに関する分析ツール、コンサルティング及びセミオーダー型システム開発を提供するソーシャル・ビッグデータ事業

主要取引先 博報堂
TBS 等



データセクションとは

ソーシャルメディア情報を収集し、それを活用したSaaSサービスを提供し、業務に精通した部隊がコンサルティングを行い、それを早く形にする開発を行い、安定した運用を行う組織集団

新規ビッグデータビジネスの創出

5

業務運用（顧客と連携した運用体制）

大手Sier出身者に基づく安定的な業務運用支援

セミオーダー開発（データセクションベトナム）

早く・安価にプロトタイプ開発が可能、且つ他データ連携の実績

4

3

分析コンサルティング部隊（ソリッドインテリジェンス）

ソーシャルメディア分析専門のコンサルティング・リサーチ集団

SaaSツール（Insight Intelligence）

ソーシャルリスニングツールの提供・実績

2

1

データ収集（ソーシャルメディア / ネット情報）

日本最大規模・2003年から収集するノウハウの蓄積



データセクションの特長

＜ビッグデータ市場の抱える課題＞

まだ完全に確立していない**新たなビッグデータ活用方法を作り出す**必要がある



＜必要な要素＞

データを集め（ソーシャル・ビッグデータ）

データを捌き（データマイニング技術＋市場での実績）

顧客業務を理解し（CRMに精通したソリッドインテリジェンス）

早く・安価に実装（海外開発部隊データセクションベトナム）

要素を全て兼ね備えているのが
『**データセクションの強み**』



ソーシャル・ビッグデータの方向性

ソーシャルメディアを活用した事業は今後様々な領域に拡大していくと当社は考えており、そうした社会の中のデータプラットフォームを構築し、社会のインフラになることが当社の目標であります

現在

未来

リスニング

ソーシャルメディアを傾聴し、マーケティングやリスク検知に活用

マーケティング分析

リアルタイム検知

**展開済
事業領域**

CRM

クリックデータや購買データ等との組み合わせによりライフスタイルからのCRMに活用

メールレコメンデーション/CTR向上

人材育成

ソーシャルメディアから人材を抽出、ソーシャルメディアから学習

人材育成サービス

リアル + インターネット

ソーシャルメディア情報からリアル現場につながる連携

現場への誘致サービス（販売代理ビジネス）

TVCM 効果測定

TVCMの効果定性的な情報から定量的な情報に

新たなCM価値分析

**今後展開される
新たな事業領域**



Twitterから見る『幸せ』を感じるランキング

『幸せ』とともに語られている名詞をTwitterからランキング

- | | |
|--------|-------|
| 1 イケメン | 11 愛 |
| 2 子供 | 12 友達 |
| 3 彼氏 | 13 言葉 |
| 4 笑顔 | 14 元気 |
| 5 夢 | 15 仕事 |
| 6 人生 | 16 結婚 |
| 7 お金 | 17 味方 |
| 8 自信 | 18 家庭 |
| 9 顔 | 19 一人 |
| 10 口 | 20 余裕 |



Twitterから見る『食べたい』ランキング

『食べたい』とともに語られている名詞をTwitterからランキング

1 ラーメン

2 肉

3 アイス

4 ケーキ

5 カレー

6 お菓子

7 うどん

8 チョコ

9 お好み焼き

10 ピザ

11 中華

13 パン

13 オムライス

14 たこやき

15 寿司

16 パスタ

17 鍋

18 マック

19 唐揚げ

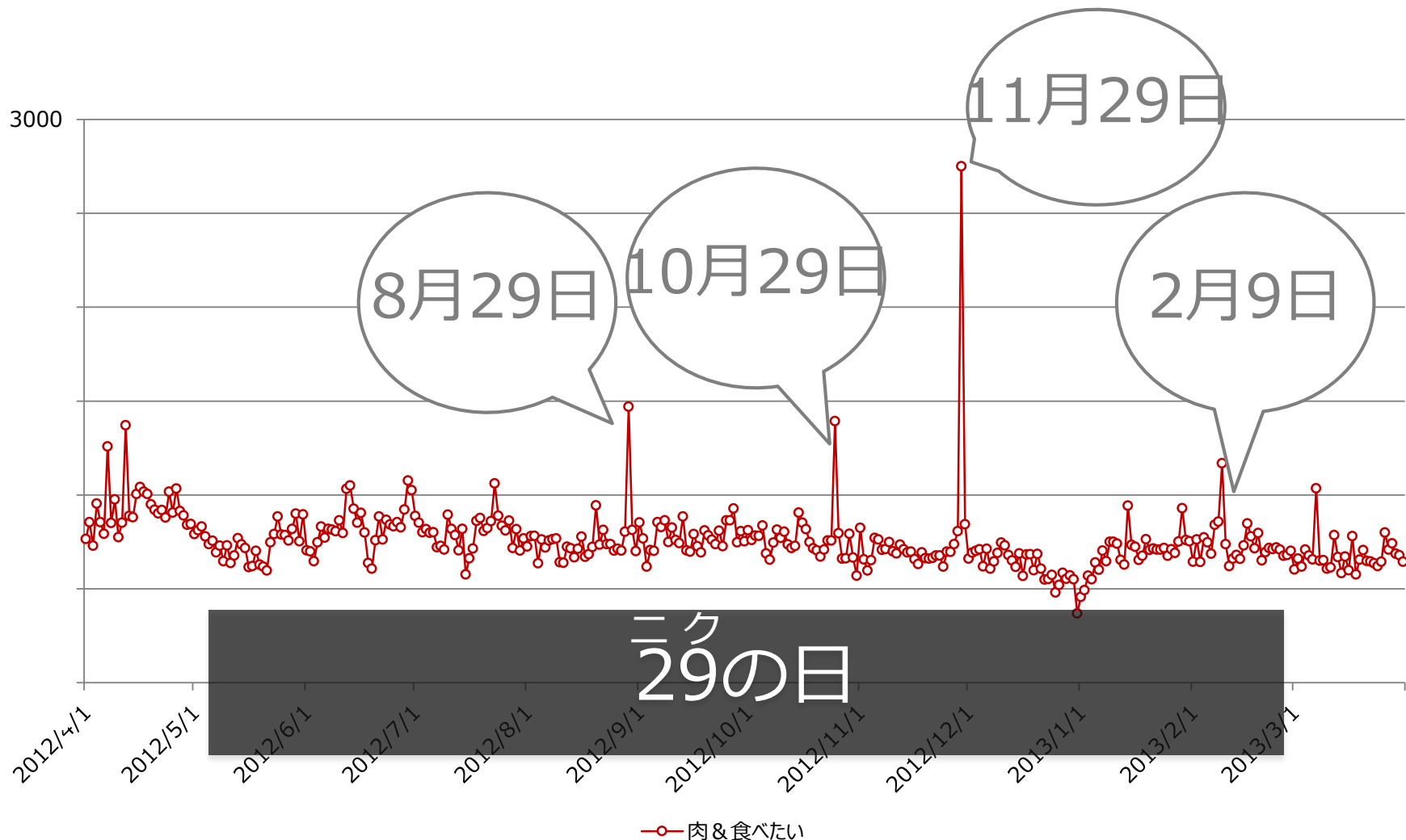
20 ハンバーグ

出展：2013年4月 当社調べ



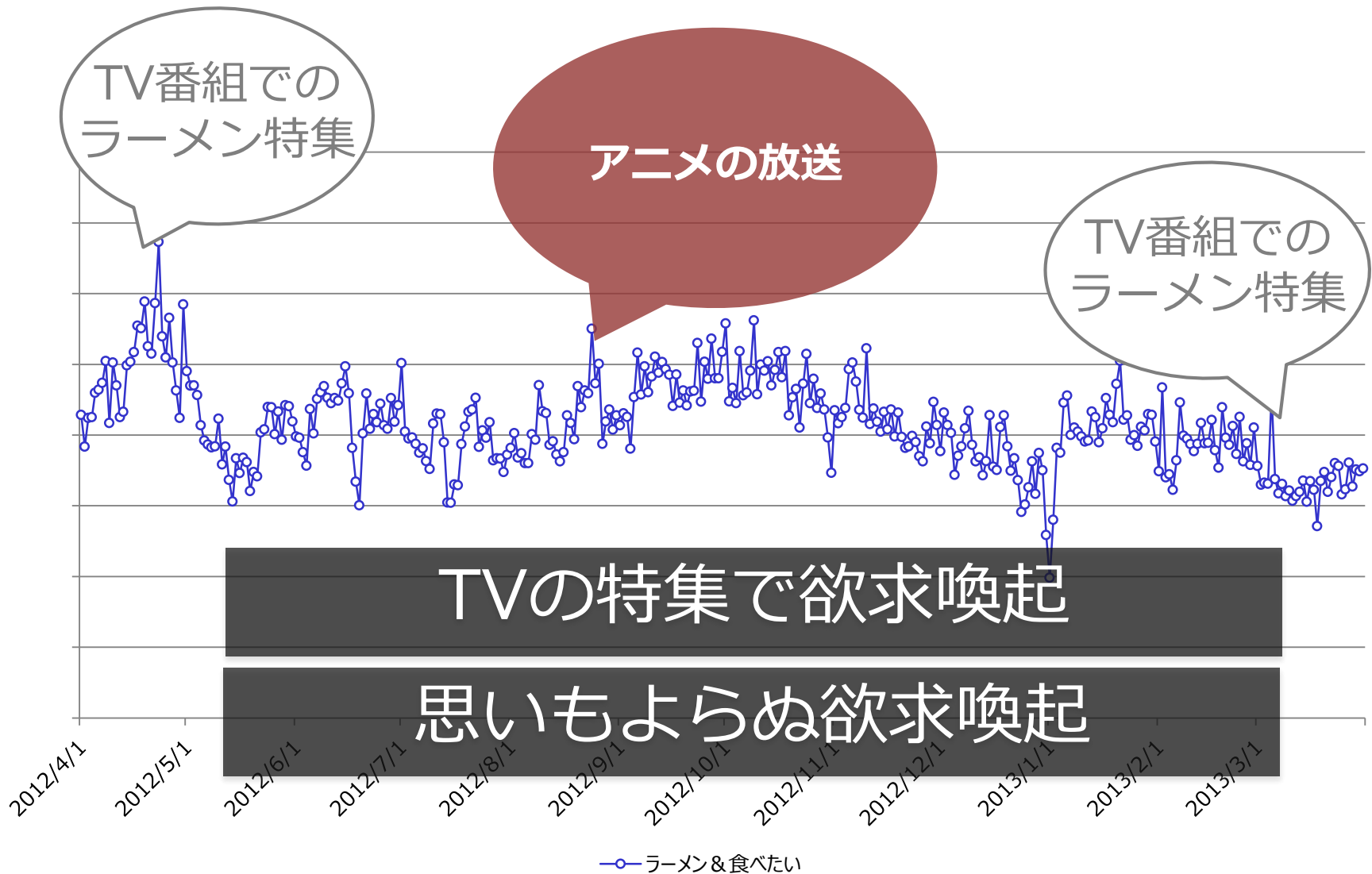
Twitterから見る『肉 食べたい』時系列グラフ

29（ニク）の日には、Twitterに『肉 食べたい』というツイートが増加する



出展：2013年4月 当社調べ

Twitterから見る『ラーメン 食べたい』時系列グラフ





ソーシャルビッグデータを活用した現状の分析事例

【事例①】 人気タレントのクチコミ比較分析 ～話題量～



芸能人別のソーシャルメディア上での露出度が把握可能

		I.S	A.Y	K.K	H.M	N.M
年間 総ツイート数		208,289件	189,240件	133,715件	132,773件	95,174件
月次平均 ツイート		17,357件	15,770件	11,142件	11,064件	7,931件
1Q 4-6月	件数	21,532件	43,265件	12,709件	24,316件	16,181件
2Q 7-9月	件数	23,878件	29,990件	34,627件	28,734件	22,391件
	前Q 比率	10% ↑	31% ↓	172% ↑	18% ↑	38% ↑
3Q 10-12月	件数	27,271件	60,781件	31,636件	36,821件	27,411件
	前Q 比率	14% ↑	102% ↑	9% ↓	28% ↑	22% ↑
4Q 1-3月	件数	13,5608件	55,204件	54,743件	42,907件	29,191件
	前Q 比率	397% ↑	10% ↓	73% ↑	16% ↑	6% ↑

【事例①】人気タレントのクチコミ比較分析 ～属性・TV番組露出量～



機械学習のノウハウにより、ソーシャルメディア上の男女・年代推定が可能

	I.S	A.Y	K.K	H.M	N.M
ツイート 男女比					
ツイート 年代比					
TV番組 出演時間	92,625 秒/年 	93,437 秒/年 	129,249 秒/年 	138,101 秒/年 	106,174 秒/年
ツイート/ TV出演秒	2.24件/1s	2.02件/1s	1.03件/1s	0.96件/1s	0.89件/1s

出展：2014年5月 当社調べ



【事例①】人気タレントのクチコミ比較分析 ～クチコミ内容比較～

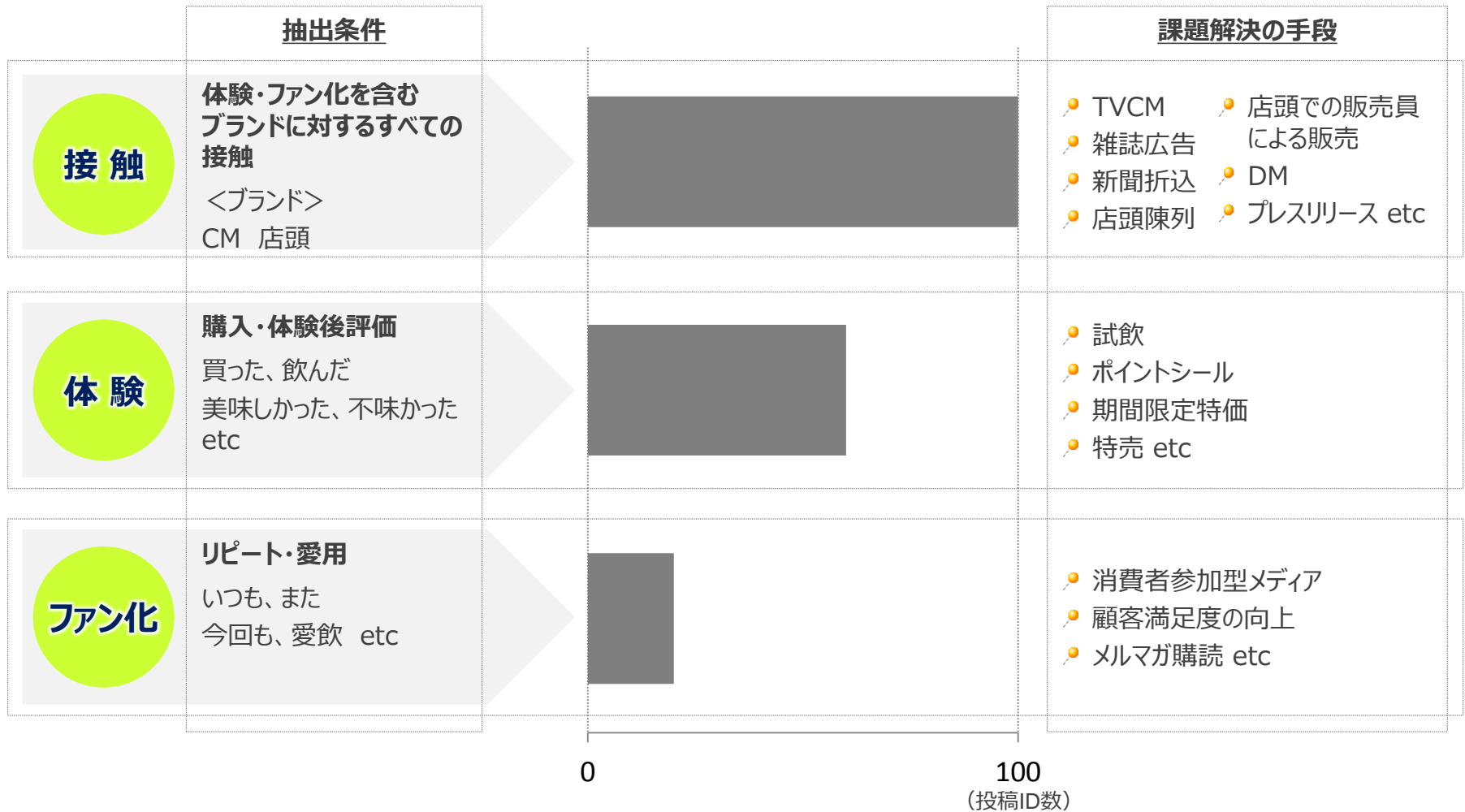
各芸能人ごとに共起される「**名詞**」や「**形容詞**」を明らかにすることで、特徴をつかむ

		I.S	A.Y	K.K	H.M	N.M
共起キーワード	名詞	失恋ショコラティエ 芸能人 (M.J) 好き 動画 嵐 画像 エロ ドラマ	好き リーガルハイ 空 画像 広報室 CM Pon ドラマ	映画 独身貴族 芸能人 (S.S) キス ブザービート ももくる 関西弁 ルームメイト	芸能人 (M.A) イケバラ 東京メトロ まとめ パイロット 芸能人 (A.U) 新垣 海鮮丼	モテキ 都市伝説 好き 女 映画 芸能人 (T.E) 芸能人 (Y.I) ドラマ
	形容詞	かわいい やばい すごい 悪い 強い 怖い 面白い あざとい	かわいい すばらしい うらやましい 面白い 色っぽい 若い かっこいい おとなしい	かわいい 美しい 深い おもしろい 若い 明るい 優しい かっこいい	かわいい すごい 美しい 高い 若い 素晴らしい すごい やさしい	かわいい 潔くやわく 面白い すごい 美しい 黒い 熱い こわい
リーダーチャート						



【事例②】ファネル分析 ～データ抽出条件～

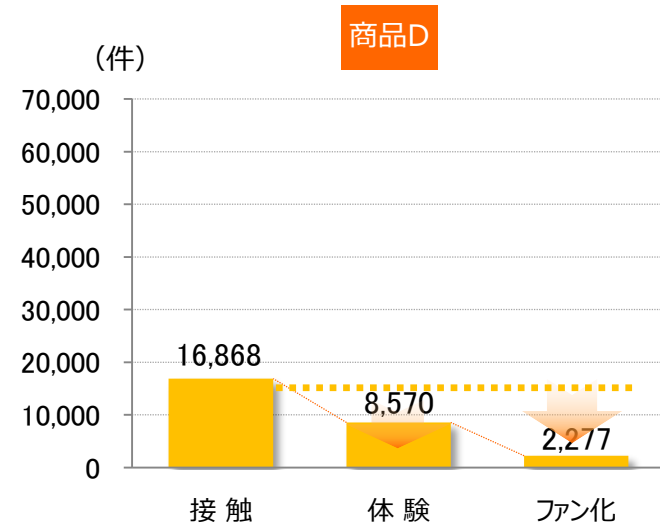
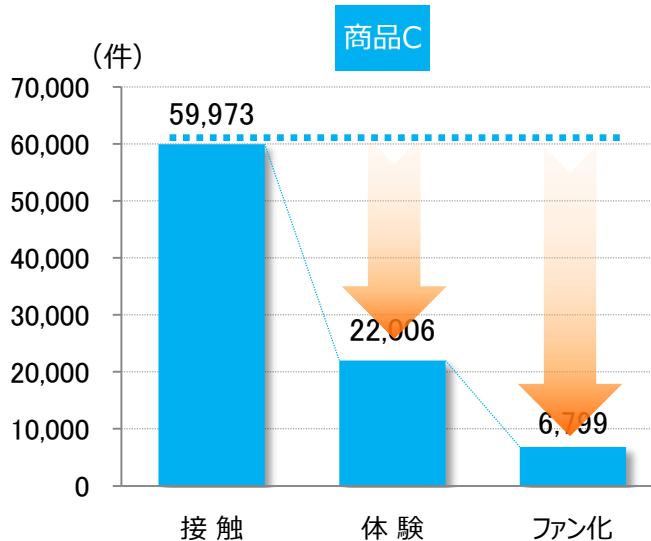
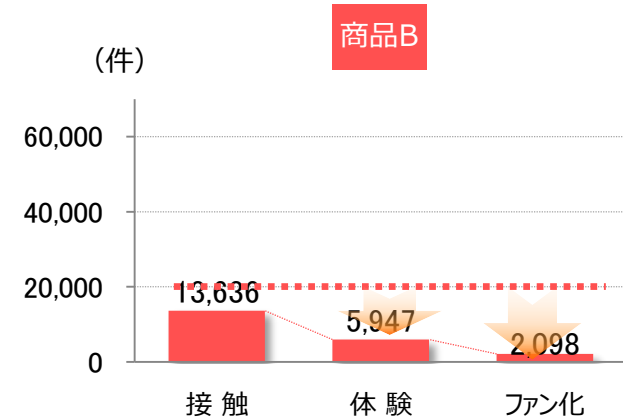
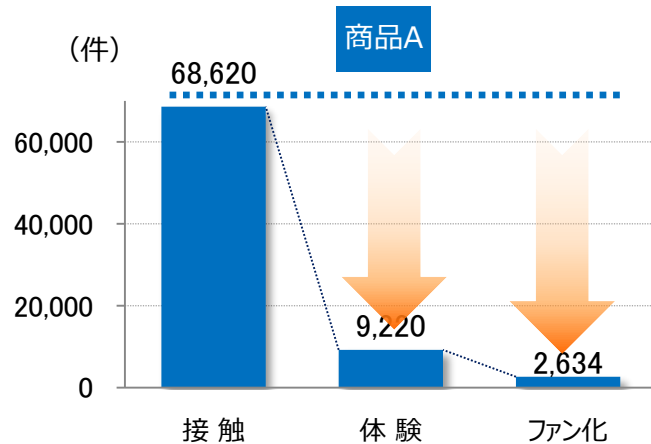
ブランドとの関係性において、どこに課題があるのかを分析





【事例②】ファネル分析 ～競合商品との比較～

ソーシャルの定性的データを接触、体験、ファン化した層に定量的に分類することが可能



【事例③】 ソーシャルハザードサイネージ ～画像データ活用～



ソーシャルメディアの「リアルタイム性」という特徴を活かし、
即時に情報収集する仕組みをダッシュボードにて実現

災害検知のためのソーシャルメディアの重要性

首都高の火事、東急東横線の脱線事故などの情報が警察への通報よりも早く、
画像によりいち早く情報を掴めるサービスを、報道、自治体、官公庁防災等に展開

【事例④】 海外ソーシャルメディア分析事例 ～ベトナム 即席麺関連～



ベトナムに進出している乾麺メーカーのA社に関するソーシャルメディアのクチコミを分析
⇒多言語・多分化のアジアを中心に市場の声を汲み取ることが可能

ソーシャルメディアデータにより掘みにくい現地の生の声を把握する

A社を選ぶ理由ランキング

	Keyword	Review
1	Ngon(おいしい)	160
2	Chua cay (辛酸)	138
3	Rẻ (安い)	39
4	Dễ (簡単)	10
5	Thơm (風味がいい)	9
6	Đậm đà(程良い濃さ)	7
7	Sống ngon(未調理がおいしい)	6

実際のクチコミ

- Vozforum内の投稿
 - 麺が固くて美味しいで**そのまま食べてもお湯に入れてもいためても美味しい**。調味料はいい感じで酸っぱくて結構ヤバかったです
 - Quote**お湯を入れないのが美味しくしょうがない。お湯を入れて食べると2、3週で飽きちゃう**



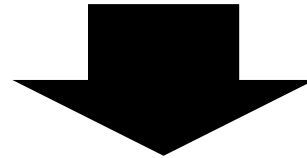
当社グループの新たな可能性について



データセクションの今後の可能性

＜既存サービスにおける取組＞

SaaS、リサーチコンサルティング、ソリューション開発（セミオーダー開発）の3つが現在における主力事業であり、これら既存サービスにおいても継続的な発展が期待



＜新領域における取組＞

昨今のビッグデータ活用機会の増大に伴い、
様々なビジネスモデルのイノベーションが期待

ソーシャルビッグデータ活用の新規拡大領域の具現化



a) マスメディアの新たな価値創出

ソーシャル・ビッグデータを分析することで、視聴者が、何に対する欲求、要望があるのかを定性的に把握

これらの一貫としてTBSイノベーション・パートナーズ合同会社と平成26年3月に、デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社と平成26年4月に業務資本提携を実施

b) レコメンデーション活用

既存のレコメンデーション技術にあわせ、ソーシャル・ビッグデータをもとに、利用者の要望、期待を理解し、適切なおもてなしをすることが可能なレコメンデーション技術が確立されつつある。これらのレコメンデーション技術が確立することで、今後、広告、メールマガジンをはじめとする様々なメディアでの活用が期待できる

c) 画像、動画等、リアルタイム性を活用した新サービス

事件・事故・災害などが発生した場合、ソーシャル・ビッグデータを活用することにより一早く情報をキャッチ

d) 人材育成ソリューション

ソーシャルビッグデータを人材の掘り起し、教材作成に活用

データエクステンジコンソーシアムの中核として業界を牽引



当社は日本でのビッグデータの活用促進のためにデータエクステンジコンソーシアムを設立し、業界の中核を担う

100社を超える参加企業（2014年10月末時点）

ビッグデータを活用する企業の担当者が集結！

[参加企業例]

味の素/オリックス/カルチュア・コンビニエンス・クラブ/キッコーマン/クロス・マーケティング/
ゴルフダイジェストオンライン/清水建設/大日本印刷/トランスコスモス/日産自動車/日本ゲームカード/
日本電気/ビデオリサーチ/よしもとクリエイティブ・エージェンシー等（一部抜粋・順不同・敬称略）



データ駆動型（ドリブン）イノベーション 創出戦略協議会（経産省）との連携

当協議会にてコアなメンバーである「準備会合メンバー」
として参画

他の活動との連携

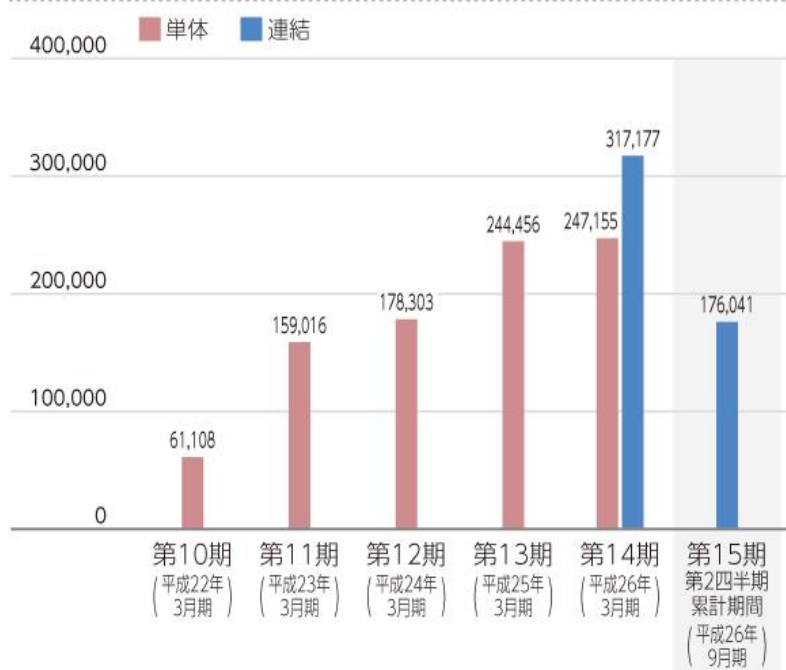
データサイエンティスト協会
東京大学工学系研究科・大澤幸生教授

業績の推移



● 売上高

(単位：千円)



● 当期(四半期)純利益又は当期純損失(△)

(単位：千円)





- 当資料に記載された内容は、一般的に認識されている経済・社会等の情勢および当社が合理的と判断した一定の前提に基づいて作成されておりますが、経営環境の変化等の事由により、予告なしに変更される可能性があります。
- 本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。
- それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。
- 今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正をおこなう義務を負うものではありません。