

1. 担当PM

越塚 登 PM

(東京大学大学院 情報学環 教授)

YRP ユビキタス・ネットワーキング研究所 副所長)

2. 採択者氏名

チーフクリエイター: 谷地 良太

(日本精機株式会社 社員)

コクリエイター: 金子 文哉

(フリーランス)

3. 委託金支払額

1,760,000 円

4. テーマ名

つぶやき評価システムを利用した Twitter 広告システムの開発

5. 関連Webサイト

なし

6. テーマ概要

英語では単語と単語の間が空白で区切られるので単語を抜き出すことが容易であるが、日本語の場合には空白がないので、単語を抜き出すことは英語の場合ほど容

易ではない。しかしながら、近年 MeCab 等のフリーの形態素解析エンジンが公開されているなど、日本語の解析の精度が向上している。それでも長文になると解析がうまくいかないことも少なくない。

昨今 SNS や各種掲示板等の利用者が増加し、単に個人が情報交換を行うのに利用するだけでなく、様々な目的に利用されている。こういった形態のものでは短文が書き込まれることが一般的であるが、それらは比較的日本語の解析がしやすいという特徴がある。

本提案では、さまざまな書き込みを総合して、個々人の関心を把握し、マーケティングに応用する。

7. 採択理由

本テーマを採択した理由は以下の通りである。

本提案は、twitter におけるつぶやきのテキストを中心として、他のいくつかの情報も参考にしながら、利用者の置かれている状況(コンテキスト)をある程度インテリジェントに自動解析し、その利用者が必要な情報を推定し、的確なメッセージ(広告)を提示するサービスを開発することである。

提案内容から、現状のネット系のサービスやシステムに関して、提案者らが時流に応じた的確な理解をしており、提案するサービスの内容は、十分に事業展開の可能性が期待できる内容であった。更に、提案書には、サービスを実現する仕組みが詳細に記載されており、応募者らによって既に詳細な検討が加えられており、高い実現可能性があると考えられた。

8. 開発目標

クーポンを適切なタイミングで配信するためには、Twitter に書かれた書き込みを解析し、その内容を理解する必要がある。このためには、日本語を単語単位に分解し、それらの関連性を解釈する必要がある。

本プロジェクトでは、Twitter に対するさまざまな書き込みを総合して、個々人の関心を把握し、適切なクーポン配信を行なうシステムを開発した。例えば、中華料理を食べに行きたいと考えていると、合理的に推測される書き込みを行なっているユーザに対して、昼食の時間帯に、その日のお勧めの中華料理のメニューやその割引クーポンが自動的に配信される。

ただし、東京にユーザがいる場合に、北海道の店舗からクーポンが配信されても意味が無い。そこで、Twitter の位置情報を利用して、ユーザが現在いる位置の近くの店舗のクーポンが配信される機能を目指す。

不特定の利用者に対して配信することも技術的には可能であるが、突然、一方的にクーポンが送られてくれば、受け取った側は戸惑うであろうし、迷惑な SPAM と思われるかねない。そこで、Twitter の仕組みを利用し、クーポン配信用のアカウントをフォローしているユーザのみを対象として、クーポンの配信を行なうようにした。さらに、クーポンを受け取る側は、受け取るクーポンの種類を制限できるようにした。

クーポン配信側に関しては、比較的小規模な店舗運用をターゲットとしているため、クーポンや店舗情報を簡単に設定できる必要がある。このため、必要な設定を Web 上で容易に実現できる機能を目指す。

9. 進捗概要

本プロジェクトで作成したクーポン配信プログラムは、以下の機能を有している。①利用者の書き込みを取得、②書き込みの内容を解析、③関連性の高いクーポンを探す、④クーポンを配信。クーポン内容等の各種設定は専用の Web サイトで行なうことができる。これは、個人商店などでも用意に使えるように配慮されている。その Web サイトで登録する情報は以下の通りである。①クーポン内容、②配信開始日時、終了日時、③書き込み速度、④鮮度、⑤キーワード。当初考えていたシステムの基本的なエンジン部分の開発はできたが、実システムにしようと思うと、利用者に向けた pretty なユーザインタフェースや、かゆいところに手が届くような使いやすいオーサリングシステムが必要とされるが、そこまで開発はできなかった。

10. プロジェクト評価

本プロジェクトが良く評価されたのは、すぐに現実的にサービスインできそうなものであった点にある。最終的にできたシステムは、クーポン配信のコアとなるシステムの開発はできたが、実際にサービスインするために必要な各種周辺システム（例えば、オーサリングシステム）まで手を伸ばして開発することができなかったため、十分に実用的なシステムとしては仕上がらなかった。

11. 今後の課題

今後の課題としては、以下の2点を挙げたい。まず第一に、広告配信やクーポン配信のビジネスモデル、サービスモデルをよく検討し、それにうまく合致するシステムサービスを提供しようとするのが課題である。第二は、サービスインする時に、使いや

すいように、オーサリングなどの周辺システムを凝った作りになっていることが望まれる。