



【 ソーシャルメディア上のデータを用いた社会情報分析 】

【 研究キーワード：ソーシャルメディア、データマイニング、社会情報分析、ディープラーニング、非構造化データ】

情報科学研究科 知能工学専攻

教授 田村 慶一 TAMURA, Keiichii

研究シーズの概要

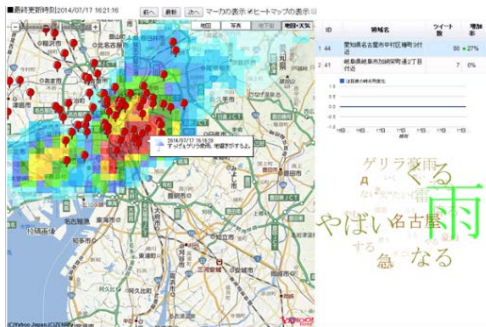
ソーシャルメディアでは、現実世界において人々が、日々、目撃したことや耳にしたこと、また、関心のある話題やイベントを含む内容が投稿されています。そこで、Twitter に投稿されるツイートを使用して、社会現象、地域の課題、防災や観光に役立つ情報を取り出す研究を行っています。ソーシャルメディア上のデータを用いた社会情報分析は、社会的な話題分析のみならず、マーケティングや社会的な政策を決定する上での重要な情報源となります。

研究シーズの詳細

◆研究例その1◆

【実世界のリアルタイムな話題分析に関する研究】

Twitterに投稿されているツイートの中から実世界において注目を集めている話題を分析する研究を行っています。社会的な話題の動向をリアルタイムに把握するには、話題を含むツイートが投稿されている地域や時間帯を特定することが重要となります。そこで、時空間クラスタリング手法を用いて人々から注目を集めている話題の時空間的な変化を分析する研究を行っています。ツイートをリアルタイムに分析することで、例えば、災害情報をリアルタイムに分析することに応用することができます。

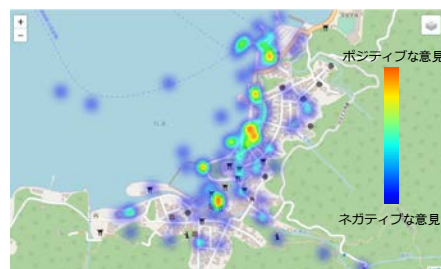


大雨に関するツイートをリアルタイムに分析

◆研究例その2◆

【観光ツイートの分析に関する研究】

ソーシャルメディア上において観光に関する情報発信が盛んに行われています。特にTwitterにおける情報発信は観光地の新しい魅力や不満などタイムリーなトピックを含み、観光地振興を考える自治体や運営者にとって重要な情報源となっています。Twitter において観光地に関するツイートを分析する場合、事実だけを伝えるだけのツイートではなく、意見を含むツイートを分析することが重要となります。そこで、意見を含むツイートを、ディープラーニングを用いて抽出する方法と、抽出したツイートを、テキストマイニングと時空間解析を用いて分析を行う研究を行っています。



ポジティブな意見とネガティブな意見がよく現れる場所の可視化

想定される用途・応用例

- ◆ 観光地の新たな魅力発見と効果的でタイムリーな情報発信
- ◆ 地域における新たな魅力発見、動向調査とその情報を用いたマーケティング
- ◆ ソーシャルビッグデータを用いた商品や会社のブランディング

セールスポイント

ソーシャルメディア上において、現実世界において人々が、日々、目撃したことや耳にしたこと、また、関心のある話題やイベントを含む内容が投稿されており、投稿内容は世の中のリアルな動向を調べる重要な情報源となっています。ツイートを調べることで、地域の動向や人々の関心が分かり、マーケティングや効果的な観光振興に役立てることができます。

問い合わせ先：広島市立大学 社会連携センター

TEL:082-830-1764 FAX:082-830-1555

E-mail:office-shakai@m.hiroshima-cu.ac.jp

〒731-3194

広島市安佐南区大塚東三丁目4番1号

(情報科学部棟別館1F)