

Twitter からの消費者ニーズの抽出手法に関する研究

Consumer Needs Extraction Method from Twitter

学生番号：201621606

氏名：川島 崇秀

Takahide KAWASHIMA

近年、著しく普及してきたソーシャルメディア上には、製品やサービスに関する口コミが日々大量に投稿されている。これらの口コミ情報は、企業のマーケティング活動等に有益であり、膨大な書き込みの中から企業にとって価値のある口コミを抽出する技術が求められている。ソーシャルメディアの中でも **Twitter** は近年顕著な普及を見せており、リアルタイム性の高さ・ユーザの多様性・投稿量の多さといった視点から分析対象として大きな注目を集めている。

Twitter を対象とした口コミ分析に関する代表的な研究としてセンチメント分析が知られている。センチメント分析とは、**Twitter** 上のレビューを肯定と否定の 2 つのカテゴリに分類することである。しかし、この分類では、投稿を感情と いう視点で肯定的か否定的かの 2 値に区分する為、消費者の顕在的なニーズを表す要望を含む投稿を、直接的に抽出することはできない。また、**Twitter** を対象とした従来の要望抽出手法では、**Twitter** 上に投稿される多様な文章表現への対応が難しく、十分な分類性能を達成することができなかった。そこで本研究では、要望を含むツイートの抽出に多層ニューラルネットワークの一つである畳み込みニューラルネットワークを適用することで、従来手法と比較して、より高い精度での抽出を試みる。また、学習データの収集に半教師あり学習の一つである「Distant Supervision」の考えを適用することで、より低コストな要望表現の抽出方法を提案する。

ソーシャルゲームに関するクチコミ情報を対象として、適合率・再現率・F 値を用いて従来手法との比較を行った結果、提案手法の有効性が確認されたので報告する。

研究指導教員：手塚 太郎

副研究指導教員：若林 啓