

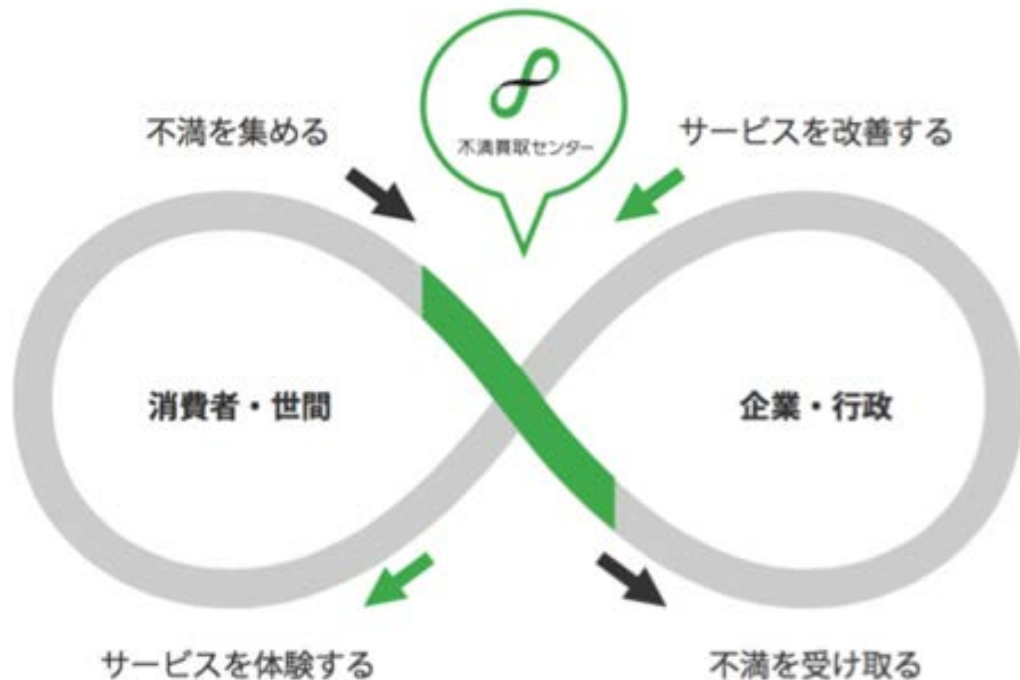
不満をバネに社会を改善するデータ ~株式会社不満買取センター~



2016/11/30 NII IDRユーザーフォーラム

不満買取センターとは？

ネガティブ意見収集と分析で世の中の改善をしている企業です



不満買取センターとは？

ネガティブ意見収集と分析で世の中の改善をしている企業です



1. 一般消費者から意見を集める



不満買取センターとは？

ネガティブ意見収集と分析で世の中の改善をしている企業です



1. 一般消費者から意見を集める
2. 分析して改善示唆を出す



不満買取センターとは？

ネガティブ意見収集と分析で世の中の改善をしている企業です



1. 一般消費者から意見を集める
2. 分析して改善示唆を出す
3. 改善示唆を届ける



なぜ不満が大切か？

サイレントマジョリティへのアプローチ

●これまで接触できなかった顧客とつながる可能性がある

コールセンター／店頭



対応は1対1

顧客



電話やメール、チャットサポートなどに能動的にお問い合わせをしてくるユーザー

サポートサイト



対応は1対複数

顧客



情報を自身で能動的に得ようとするユーザー

ソーシャルメディア



対応は1対1または複数

サイレントマジョリティ



積極的にアプローチしてこないが、製品やサービスに潜在的な不満や意見を持っているユーザー

ノイズマイノリティ

■特徴

- すぐに把握のできる不満
- 特定の個人の強い不満

これまで

一部の顧客の声は聞こえるが、サービスを使用しなかった層や、サービスを使用後に、離れた顧客の声は届かないことがほとんど。

表面化されない不特定多数の不満に、重要な課題が潜んでいる

サイレントマジョリティ

■特徴

- 表面化されない潜在的な不満
- 多数の顧客が感じている不満

不満買取センターのデータ優位性

SNSデータの課題

- 意見以外の投稿が大量に含まれる。意見だけの抽出が必要。
- 意見発信者の情報が不明なことが多い。

不満買取センターの有意性

- 基本的に**不満の意見**だけが存在する。
- 豊富なユーザー情報
 - 性別
 - 年齢
 - 居住都道府県
 - 職業
 - 年収帯 etc.

どのように不満を集めているか？

提供アプリケーションでスマホとPCから簡単投稿
3ステップですぐに意見を投稿できます



The image shows a smartphone screen displaying a complaint submission form. The form is titled "不満を売る" (Submit Complaint) and includes the following fields and options:

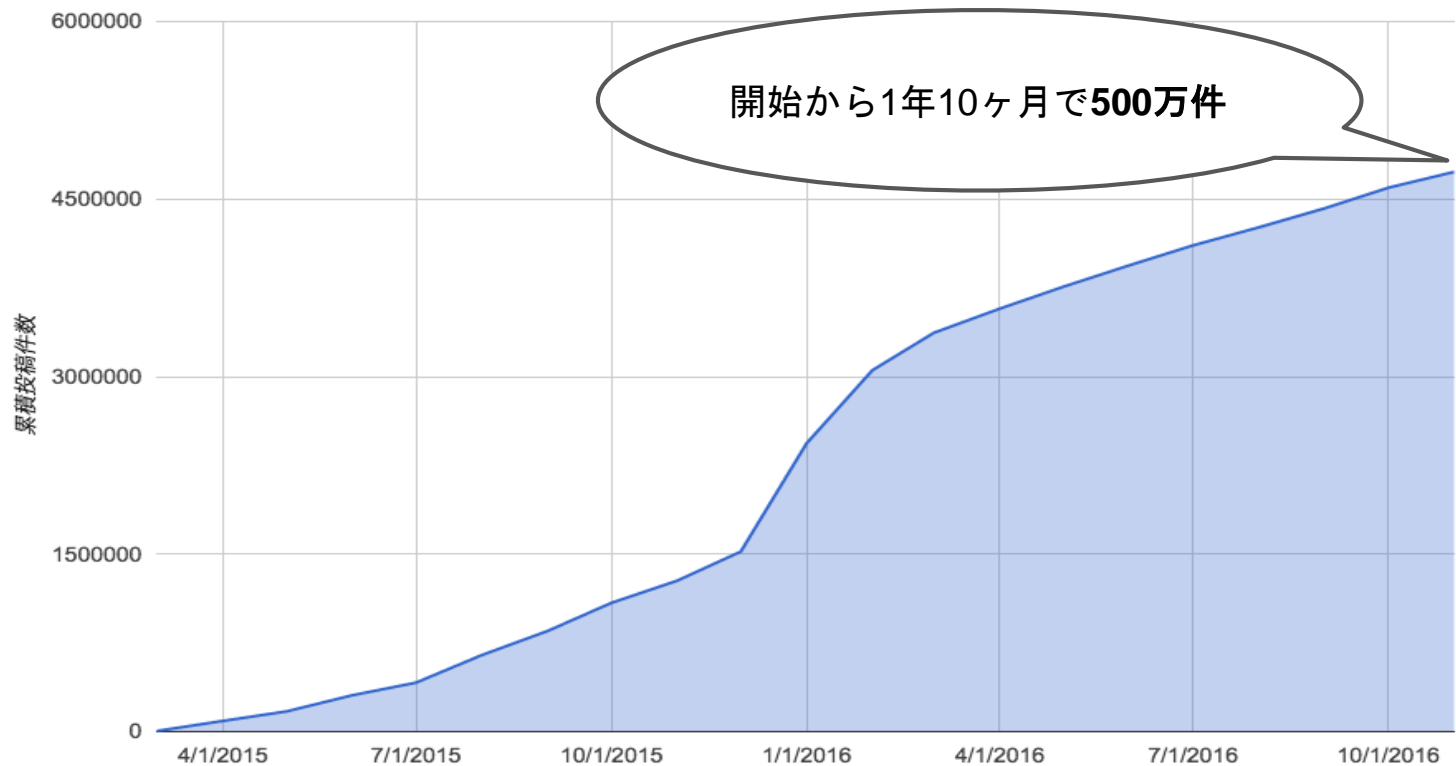
- Category: Fashion (ファッション)
- Sub-category: Men's (メンズ)
- Company/Brand: (会社・団体)
- Complaint target: (任意) Product name, service, etc. (任意:商品名、サービスなど不満の対象を入力)
- Complaint point: (不満な点) Select one (選択してください)
- Complaint content: (不満の内容) (Required) Enter your complaint (150 characters or more). (必須: あなたの不満を教えてください！最低150文字から投稿できます。)

A green "投稿する" (Submit) button is at the bottom. A small disclaimer at the bottom of the screen states: "不満情報の提供および掲載に関するお問い合わせ、詳細は「よくある質問」の「不満の投稿・閲覧」よりご確認ください。また、「不満」に限定して検索インポートに設定された上で検索履歴を確認が可能です。不満の数はリアルタイムで更新され、よろしくご確認ください。お問い合わせ先は「お問い合わせ」よりお問い合わせください。また、不満も掲載させていただきます。投稿後、承認された場合は公開ページでのご覧いただけます。"

1. ユーザー登録をする
2. ユーザープロフィールを入力する
3. 投稿する

不満買取センターのデータ

登録ユーザー30万人から累計投稿件数 **500万件** を突破



不満買取センターは分析をする会社です

収集した意見は分析して世の中に発信しています。

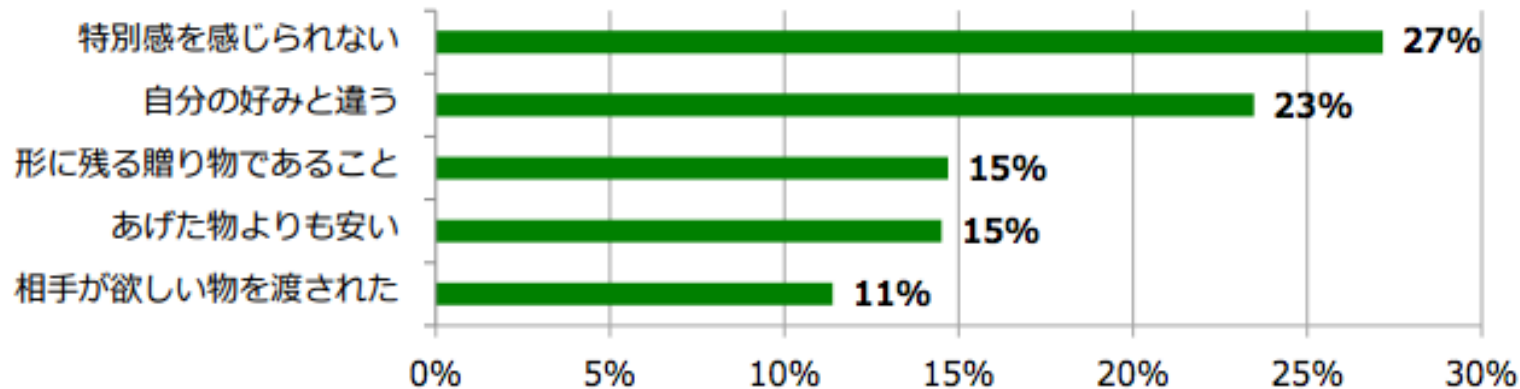
ホワイトデーへの不満調査レポート

不満買取センター ホワイトデー

検索

～選択は良くても特別感がないと喜ばれない!?～

贈り物の不満理由 トップ5



これまでのデータ提供 & これからのデータ提供



不満買取センターの課題とデータ提供

不満買取センターのデータ活用

- 不満の声は製品改善のみならず、社会の改善もできる

大量の声とデータ活用する人不足

- 不満投稿は月に20~30万の量が寄せられる
- 不満買取センターだけではすべての声を活用するのは難しい

学界への期待

- 不満買取センターが扱えていないデータを**活用**、**社会**の改善を学界に期待

これまでのデータ提供

2016年5月にデータ提供開始。6ヶ月間で27機関に提供



不満買取センターがデータ利用者に望むこと

不満買取センターが取り組めていないデータを活用「社会の改善」

特に期待する研究内容と分野

- 社会調査
 - 不満足見を元に社会問題を改善する研究
- マーケティング・ユーザーモデリング
 - 不満足見から見える消費者行動の調査
- 自然言語処理技術
 - 情報抽出技術

不満調査データセットの課題

自然言語処理研究以外には活用が難しい状態のデータ

研究項目	適合性	難点
社会調査研究	△	投稿に特徴的な、メタデータが必要
ユーザーモデリング研究	△	ユーザー情報の特徴となるようなメタデータが必要
自然言語処理研究	○	機械学習の訓練データとして使うために量が必要

```
{"normalized_company_name": null,  
"product_category": "外食",  
"user_number": 2,  
"fuman": "ファミレスで隣の団体客がうるさい。客にも腹が立つが、注意をしない店員も腹が立つ",  
"state": null,  
"product_name": "団体客",  
"birth_year": null,  
"status": "ANNOTATED",  
"company": "ファミレスAA",  
"job": null,  
"gender": null,  
"industry": "外食・店舗"}
```

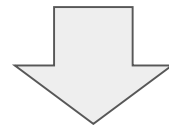
これからのデータ提供予定

期待する研究に扱いやすくするため、データアップデートを予定

改善予定項目

1. 固有表現にタグを付与
2. 意見表現タグと意見対象タグを付与
3. 構文解析の解析結果を配布
4. 配布データ量を増加

"ファミレスで隣の団体客がうるさい。客にも腹が立つが、注意をしない店員も腹が立つ"



固有表現	Wik記事リンク
ファミレス	ファミリーレストラン
客	客
店員	店

意見対象タグ	意見タグ
団体客が	うるさい
客に	腹が立つ
店員も	腹が立つ