



センチメント分析 × ディープラーニングが拓く 次世代のマーケティングアシストツール

読み手に刺さる文章を“先読み”する

Text_Assist

SNSが重要なマーケティングツールと化した現代では、膨大な数のユーザーに向けて、いかに“刺さるメッセージ”届けられるかが成功のカギを握っています。京都テキストラボが開発したText_Assistは、文章の読み手の反応をあらかじめ細かく予測できるため、より効果的な情報発信を可能とします。

こうした、文章に内在する感情的な効果の調査は「センチメント分析」と呼ばれます。これまでもSNS上に投稿された文章の“書き手”の感情を分析することは行われてきました。Text_Assistは、発信する文章の“読み手”の感情を分析できる点が大きな特徴です。以下に、分析の要点を紹介します。

操作は簡単、コピーもOK

まずは、発信したい文章の入力からスタート。枠内に直接記入するだけの簡単設計のため、より良い判定が得られるまで文章を何度でも直すことが可能。コピーもできるため、すでにある文章の測定も簡単です。

7つの基準で文章を判定

「喜び」「恐怖」「驚き」「信頼」「曖昧」「意図」「経済」の7つのセンチメント基準で文章を判定します。それぞれ1~5の数値で評価し、5に近いほど読者はその感情を強く感じると予測します。

文章の特徴が一目で分かる

判定結果はレーダーチャートで表示されます。「他よりも強いセンチメント基準がある」「あまり強い感情は起きない」など、文章の特徴が一目で分かるので便利です。その形状から、効果の傾向を類推することも可能です。

これまではなかった 経済基準を採用

「経済」の基準（文章を読んだ読者が経済に興味をもてる感じる）は、これまでのセンチメント分析にはない、Text_Assist オリジナルの指標です。よりマーケティングを意識した、センチメント分析の新しいカタチといえます。



ディープラーニングが文脈をも判定

これまでのセンチメント分析では、主に文章中の感情に関する単語の出現頻度を分析していました。Text_Assistはディープラーニング（深層学習）を使い、文脈まで含めた感情の測定が可能です。一文単位での測定もできます。