

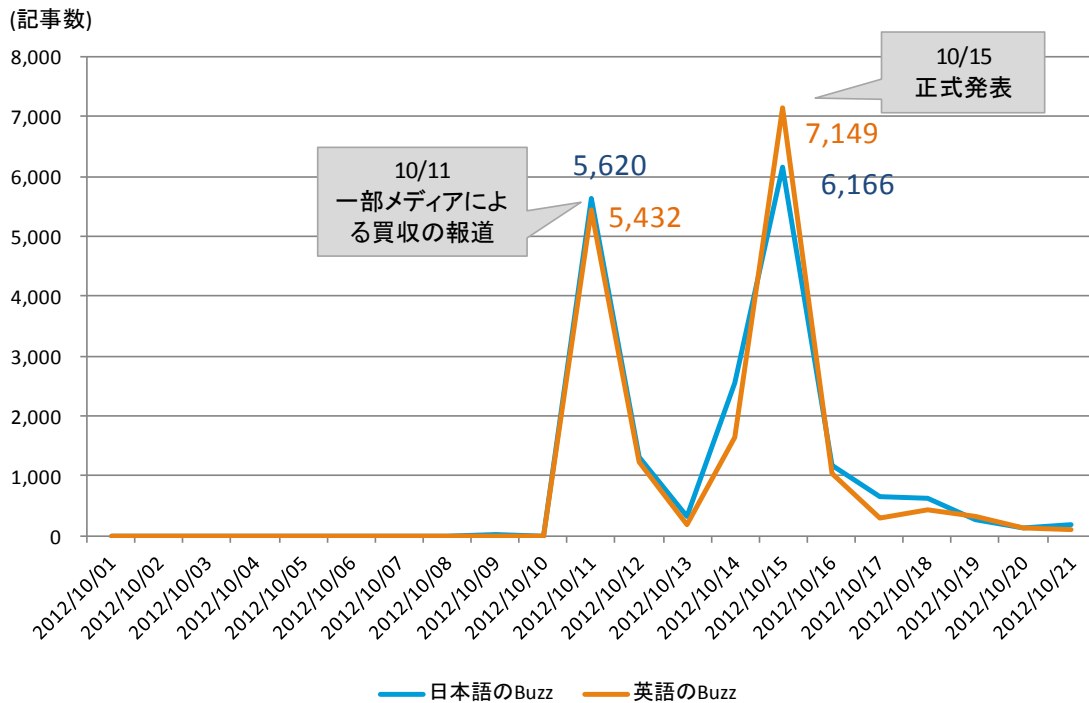
ニールセン
「SoftBankによる米スプリント買収」についてソーシャルメディア上の声を分析
 ～ 買収には賛否両論だが、孫正義社長に対してはポジティブな反応 ～

メディア視聴行動分析サービスを提供するニールセン株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役会長兼 CEO: 福徳 俊弘)は、ソーシャルリスニングサービス Nielsen BuzzMetrics を使用し「ソフトバンク株式会社による米スプリント買収」を題材に日本語と英語の2言語にてソーシャルメディア(Buzz)分析を実施し消費者の声をまとめました。

■ 日本語、英語ともに、同程度の書き込み数、Twitter の書き込みが約 85%

Buzz の盛り上がりを日別のトレンドで見ると、日本語、英語共に 10 月 11 日の一部メディアによる買収の報道と、同月 15 日の正式発表時の両日で大きな盛り上がりを示しており両言語が同程度の書き込み数となりました。(図表 1)

図表 1:【SoftBank と米スプリントが共に書かれた記事数の Volume Trend】(日別)

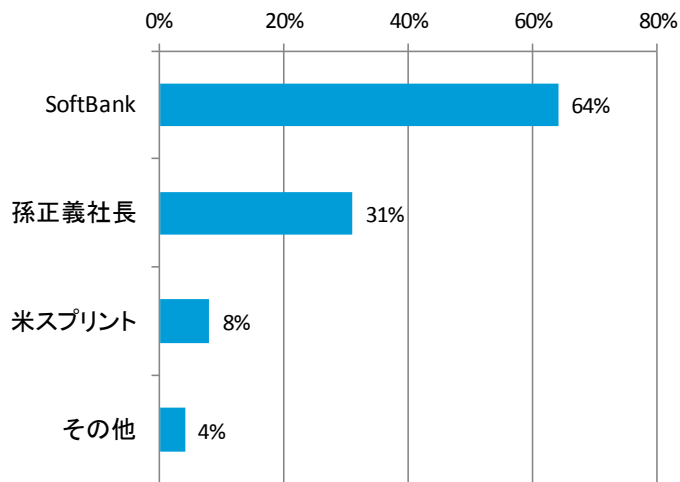


* 対象ソーシャルメディア: Twitter, ブログ, 掲示板

■買収には賛否両論、だが孫正義社長に対してはポジティブな反応

次に、日本語の書き込みに注目し、消費者が何に対して Buzz を書いていたのかをまとめました。話題の対象は大きく4つに分類することができ、SoftBank に対して 64%、孫正義社長が 31%、米スプリント 8%、その他 4%となりました。(図表 2)

図表 2:【SoftBankの米スプリント買収に関する話題の対象 内訳】



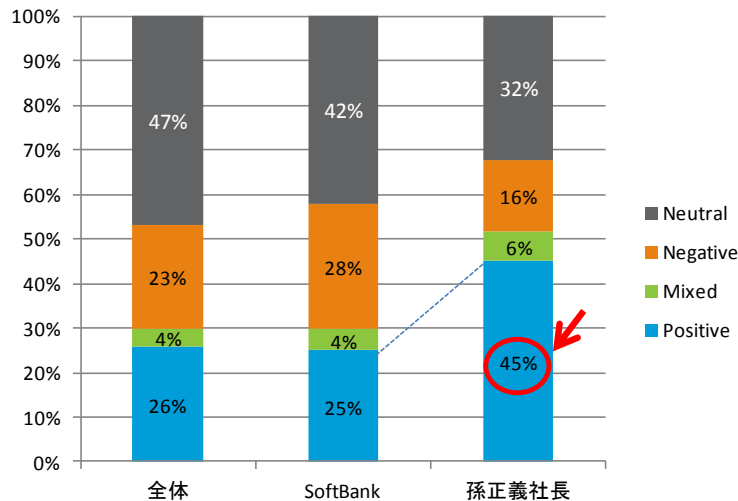
* ランダムにサンプリングし目視にて分類、一つの記事に複数の話題がある場合は重複してカウント
*対象期間 2012 年 10 月 1 日～2012 年 10 月 21 日

では、これらの話題がどういった印象で書かれているのか、ポジティブな意見とネガティブな意見に分類した結果、SoftBank に対しての意見はポジティブ・ネガティブがほぼ同率なのに対し、孫正義社長に対してはポジティブがネガティブを 29 ポイント上回っていることがわかりました。(図表 3)

SoftBank に対する意見の内訳を見ると、ポジティブな意見では具体的な理由は見られず、単に”すごい”といったような抽象的な意見が半数程度みられたのに対し、ネガティブな意見では買収による財務的な不安や、現在のインフラを改善して欲しいといった具体的な書き込みが見られました。また、孫正義社長に対する意見をみると、感心や応援、人柄を褒める記事がポジティブな評価の 75%を占めました。一方、ネガティブな意見としては経営手法や、理由は無いけどとにかく嫌いという書き込みが見られました。

一方、英語の記事では、事実のみを述べたニュートラルな意見が大半でしたが、ポジティブな記事がネガティブな記事を上回っていました。日本語と異なり孫正義社長の話題は少なく、SoftBank の契約純増数が多いことや過去赤字の会社を買収し V 字回復させたこと、Sprint のサービスの改善を期待するといった書き込みがみられました。

図表 3:【SoftBank の米スプリント買収に関する話題の印象】



* 図表 2 で分類した記事の印象をそれぞれ目視にて分類し、100%割合で表示
 *対象期間 2012 年 10 月 1 日～2012 年 10 月 21 日

弊社シニアアナリストの今田智仁は「過去におこなった企業買収に関する分析では、買収した側、された側の会社のメリットやデメリット、過去の施策や今後の方向性などが書き込みの大半を占めることが多かったのに対し、今回の分析では孫正義社長に対しての意見が 31%見られ、個人への注目が高いことが特徴的です。しかし、消費者の感情を見ると、孫正義社長の人気に対し、経営手法や、現在のサービスの話などはネガティブに書かれています。現在 SoftBank では Twitter などを活用し電波の改善要望を聞くなどの施策をおこなっていますが、今後も、サービス面での改善に力を入れ、消費者のネガティブな印象を払拭する方向を目指していくべきでしょう。

ソーシャルメディアの興隆とともに、書かれた記事をまとめることで世の中のトレンドや世論の傾向値を定量的に把握できるようになりました。企業はこういったデータも参考にして消費者の企業に対するイメージの把握や今後の施策のヒントを探っていく必要があるといえるでしょう。」と述べています。

###

【ニールセン株式会社 会社概要】 *弊社は 2012 年 7 月 1 日、ニールセン株式会社に社名変更いたしました

会社名: ニールセン株式会社(旧ネットレイティングス株式会社) 英文社名: Nielsen Co., Ltd.

本社所在地: 〒150-0002 東京都渋谷区渋谷 3-25-18 渋谷ガーデンフロント

資本金: 1 億円

設立: 1999 年 5 月

代表者: 代表取締役会長兼 CEO 福德 俊弘

代表取締役社長兼 COO 武智 清訓

主要株主 :ニールセン、トランスコスモス株式会社 など



ニールセン株式会社(旧ネットレイティングス株式会社)はニールセン、トランスコスモス株式会社などの出資による合弁会社です。ニールセンの消費者視聴行動分析部門の日本法人として、視聴者分析、広告分析、ソーシャルメディア分析の3つのソリューションを通じて、お客様のビジネスにおける重要な意思決定を支援するデータ、分析、インサイトを提供しています。製品やサービス、及び分析結果のインサイトについては、広告主企業、メディア運営企業、Eコマース企業、広告会社より高い信頼性の評価をいただいております。ニールセン株式会社のサービス概要、及び会社概要は、<http://www.netratings.co.jp/> でご覧いただけます。

ニールセンの消費者購買行動分析部門は、**ニールセン・カンパニー合同会社**です。

消費者調査、ショッパー調査、メディカルリサーチ、販売予測、マーケティング ROI 分析、コンシューマーニューロサイエンス分析、海外市場情報提供などを行っています。ニールセン・カンパニー合同会社のサービス概要、及び会社概要は、<http://jp.nielsen.com/site/index.shtml> でご覧いただけます。

ニールセンについて

ニールセン・ホールディングス N.V. (NYSE:NLSN)は世界的な情報・調査会社で、マーケティング及び消費者情報、テレビ等のメディア情報、オンライン情報、モバイル情報、トレードショーやそれに関連した分野でリーダーの地位を確立しています。アメリカ・ニューヨークとオランダ・ディーンに本社を持ち、世界 100 カ国以上でビジネスを展開しています。詳細は、ホームページ(www.nielsen.com)をご覧ください。

ニールセン株式会社(旧ネットレイティングス株式会社)が提供しているソリューションと主な製品サービス

視聴者分析ソリューション

インターネット視聴率データ Nielsen NetView、
スマートフォン・メディア利用実態調査レポート
インターネット基礎調査レポート Nielsen BasicReport など

広告分析ソリューション

オンライン広告統計データ Nielsen AdRelevance、Nielsen AdRelevance EXpenditure
広告効果分析サービス Ad Effectiveness など

ソーシャルメディア分析ソリューション

ソーシャルメディア分析サービス Nielsen BuzzMetrics
ソーシャルメディア分析ツール Nielsen My BuzzMetrics など

###

本件に関するお問い合わせ先:

ニールセン株式会社 広報担当 西村 総一郎

電話:(03)4363-4200

e-mail: jpw_press@nielsen.com