

[ニュースリリース]

(報道発表資料)

2014年4月24日

NTTコム オンライン・マーケティング・ソリューション株式会社

慶應義塾大学 SFC 研究所データビジネス創造・ラボ

## NTTコム オンラインとデータビジネス創造・ラボ、 「第1回データビジネス創造コンテスト」受賞者決定

最優秀賞は高校生、テーマは「花粉症患者のつばやきを社会の意思決定に活かしたい」

NTTコム オンライン・マーケティング・ソリューション株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役社長：塚本良江、以下 NTTコム オンライン）と慶應義塾大学 SFC 研究所データビジネス創造・ラボ（所在地：神奈川県藤沢市、代表：森川富昭、古谷知之）が共同で主催する「第1回データビジネス創造コンテスト ～ソーシャルデータ分析 supported by NTTコム オンライン～」の受賞者が決定しました。

高校生5組、大学生・大学院生7組の計12組が2014年4月19日の最終プレゼンテーションに臨み、審査の結果、最優秀賞「花粉症患者のつばやきを社会の意思決定に活かしたい」を含む6組が受賞者として選定され、2014年4月23日に表彰式が行われました。

詳細はコンテスト公式ページ（<http://dmc-lab.sfc.keio.ac.jp/prize/>）にてご覧ください。

### ■第1回データビジネス創造コンテスト

「ソーシャルデータ分析 supported by NTTコム オンライン」受賞テーマ：

【最優秀賞】 長野県 屋代高等学校

「花粉症患者のつばやきを社会の意志決定に活かしたい」

【優秀賞】 慶應義塾大学大学院 健康マネジメント研究科

「我が子との幸せな時間のためにーソーシャルメディアを使用した育児の実態の把握と対応に関する分析ー」

【審査員特別賞】 慶應義塾大学大学院 経営管理研究科

「ソーシャルメディア解析による地域ブランド構築と地域活性化のためのマネジメント・サービスの実現」

【未来創造賞】 九州工業大学 廣瀬研究室

「twitter で潜伏期間を早期推定」

【高校生部門賞】 熊本県立 玉名高等学校

「交通の一体化（^ - ^）★」

【NTT コム オンライン賞】 東京大学大学院情報理工学系研究科数理情報学専攻

「投稿数時系列データの「ベキ減衰モデル」を用いた消費税増税の消費者への影響の評価」

各受賞テーマの詳細については、コンテスト公式ページよりご覧いただけます。

(<http://dmc-lab.sfc.keio.ac.jp/prize/>)



4月19日 最終プレゼンテーションの様様



4月23日 表彰式の様様（長野県 屋代高等学校）

## ■ 講評

【最優秀賞】 長野県 屋代高等学校

「花粉症患者のつづやきを社会の意志決定に活かしたい」

### ○ 審査員コメント

最初に結論を堂々と提示したところがあっぱれ！花粉症という時宜を得たテーマ選択に加え、男女の違いを解析する着眼点や、新しい事実（くしゃみの次の日は鼻づまり）が出ているのが面白い。質疑応答に対する回答も明確で、内容もプレゼンも非常に質の高い研究でした。大学生を抑えて堂々の最優秀賞です。

【優秀賞】 慶應義塾大学大学院 健康マネジメント研究科

「我が子との幸せな時間のためにーソーシャルメディアを使用した育児の実態の把握と対応に関する分析ー」

### ○ 審査員コメント

データ抽出加工期間が短い中でのユニークユーザの集約処理などに限界があったものの、類似語コーディングによるクレンジングや、潜在クラス分析を適用しつつ、統計的にモデルの妥当性を検証した上で、打ち手となるサービス提案まで実際に落としている完成度の高さが実践的で説得力があり素晴らしかったと思います。

**【審査員特別賞】 慶應義塾大学大学院 経営管理研究科**

「ソーシャルメディア解析による地域ブランド構築と地域活性化のためのマネジメント・サービスの実現」

○審査員コメント

ツイート情報の新たな活用を具体的な観光ビジネスの場と結び付けて提案されており、今後の有益性が期待できる内容になっています。

**【未来創造賞】 九州工業大学 廣瀬研究室**

「twitter で潜伏期間を早期推定」

○審査員コメント

SIR モデルを用いて twitter データからインフルエンザの潜伏期間を推定しようとする意欲的なテーマであり、疫学的な観点からも有用だと思いました。潜伏期間が未知である他の感染症などへの応用も期待される研究内容といえます。

**【高校生部門賞】 熊本県立 玉名高等学校**

「交通の一体化（^ - ^）★」

○審査員コメント

統計知識や分析経験、IT リテラシーがほとんどなかったとのことでしたが、短い期間の中で、twitter の特性やツールの特徴を活かした内容になっていたと思います。

導入で熊本弁のスキットのつかみもあり、プレゼンも楽しく聞かせてもらいました。

**【NTT コム オンライン賞】 東京大学大学院情報理工学系研究科数理情報学専攻**

「投稿数時系列データの「ベキ減衰モデル」を用いた消費税増税の消費者への影響の評価」

○審査員コメント

ソーシャルデータ=人々の本音、期待値という特徴をうまく捉えた解析で大変興味深い内容でした。

その余韻の大きさや広がり、減衰速度などの把握は様々な実ビジネスへの活用が可能だと思います。

予測モデルまでできると更に大きなビジネスインパクトが見込まれ、今後の更なる発展を期待します。

- 審査委員
- |        |   |         |
|--------|---|---------|
| 村井 純   | 慶應義塾大学 環境情報学部長・教授                       | (審査委員長) |
| 丸山 宏   | 統計数理研究所 副所長                             |         |
| 塚本 良江  | NTT コム オンライン・マーケティング・ソリューション株式会社代表取締役社長 |         |
| 國領 二郎  | 慶應義塾大学 総合政策学部教授/慶應義塾常任理事                |         |
| 渡辺 美智子 | 慶應義塾大学院 健康マネジメント研究科教授                   |         |
| 森川 富昭  | 慶應義塾大学大学院 政策・メディア研究科准教授                 |         |
| 古谷 知之  | 慶應義塾大学 総合政策学部准教授                        |         |
| 植原 啓介  | 慶應義塾大学 環境情報学部准教授                        |         |
| ほか     |   |         |

## ■ 関連情報

- ・ 第 1 回データビジネス創造コンテスト：  
「ソーシャルデータ分析 supported by NTT コム オンライン」  
<http://dmc-lab.sfc.keio.ac.jp/event>
- ・ リアルタイム ソーシャルリスニングツール「BuzzFinder」  
<http://www.nttcoms.com/service/buzzfinder.html>

## ■ NTT コム オンラインについて

NTT コミュニケーションズ株式会社の 100%出資グループ会社として 2012 年 10 月 1 日営業開始。「マルチチャネル顧客接点構築」「ソーシャル CRM」「ビッグデータ解析」を事業の柱として、ビッグデータ時代の企業のオンラインマーケティングを支援しています。

会社名 : NTT コム オンライン・マーケティング・ソリューション株式会社  
所在地 : 〒141-0032 東京都品川区大崎 1 丁目 5 番 1 号 大崎センタービル  
代表取締役社長 : 塚本 良江  
株主 : NTT コミュニケーションズ株式会社 100%  
URL : <http://www.nttcoms.com/>

## ■ 慶應義塾大学 SFC 研究所データビジネス創造・ラボについて

慶應義塾大学大学院政策・メディア研究科、大学院健康マネジメント研究科、総合政策学部、環境情報学部、看護医療学部の附属研究所である SFC 研究所は、21 世紀の先端研究をリードする研究拠点として、SFC における教育・研究活動と、産官学および国内外のあらゆる関連活動との双方向の協調関係を育みながら諸科学協調の立場から先端的研究を行い、社会の発展に寄与することを目的としています。

【コンテストに関するお問い合わせ先】

慶應義塾大学 SFC 研究所データビジネス創造・ラボ事務局

担当：長谷川

E-mail: [dmc-info@sfc.keio.ac.jp](mailto:dmc-info@sfc.keio.ac.jp)

【報道関係者の方からのお問い合わせ先】

NTT コム オンライン・マーケティング・ソリューション株式会社

経営企画本部 広報担当

E-mail: [pr-om@nttcoms.com](mailto:pr-om@nttcoms.com)