

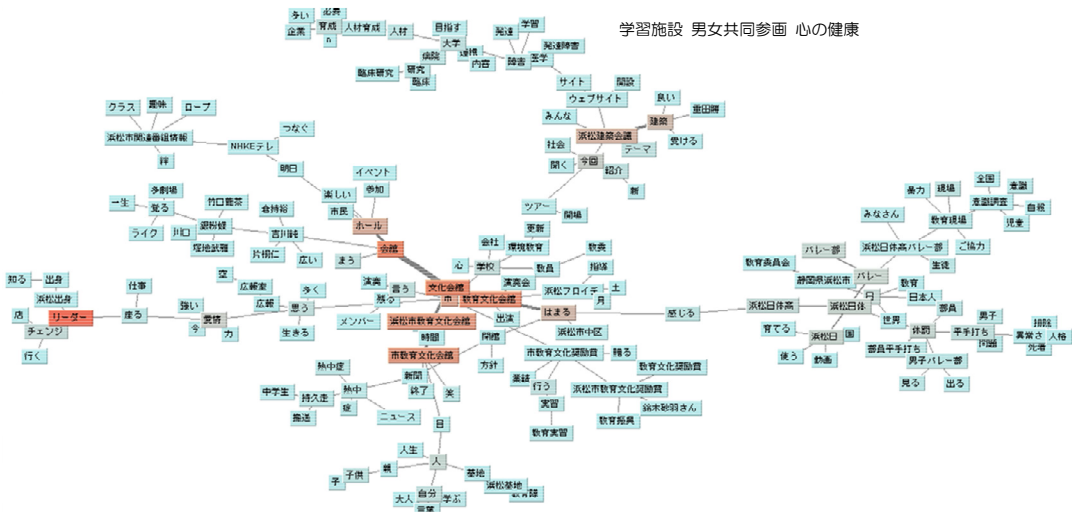
図表 2-35 「ひとつづくり」調査のビッグデータ分析結果

# 【ひとつづくり】

## 1 概略マップ（インタビュー）

主な抽出条件キーワード

ひとつづくり 生涯学習 職人 伝統 スポーツ 伝承(継承) 敬う(尊敬) NPO

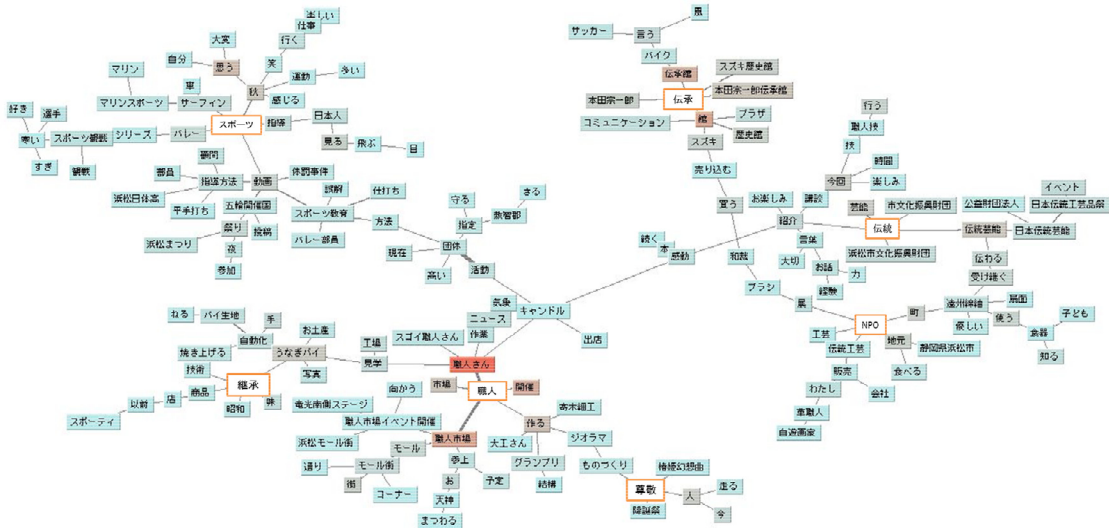


## 2 概略マップ（SNS）

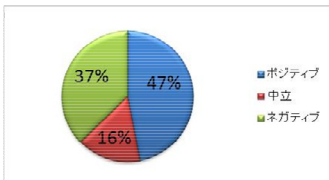
キーワードの重要度・テキスト数によってグラデーション表示します。

重要度:高 テキスト数:多 (Red)

重要度:低 テキスト数:少 (Blue)



### 話題の傾向（肯定・否定）グラフ



ポジネガ分類	表現例
ポジティブ 係り受け例	リーダー-続ける 幸せ-思う 未来-考える
ネガティブ 係り受け例	自分-悪い 愛情-ない 学校-荒れる

### 話題の分類表

話題の分類	発言の比率	主要キーワード
中山間地域の伝統 芸能	13.1%	伝統工芸 地元芸術家
ものづくり産業の発展 の歴史	4.8%	スズキ歴史館 本田宗一郎 伝承館
職人氣質のものづくり の伝統	2.0%	職人市場 寄木細工
伝統工芸など技の伝 承	1.4%	遠州綿袖 受け継ぐ

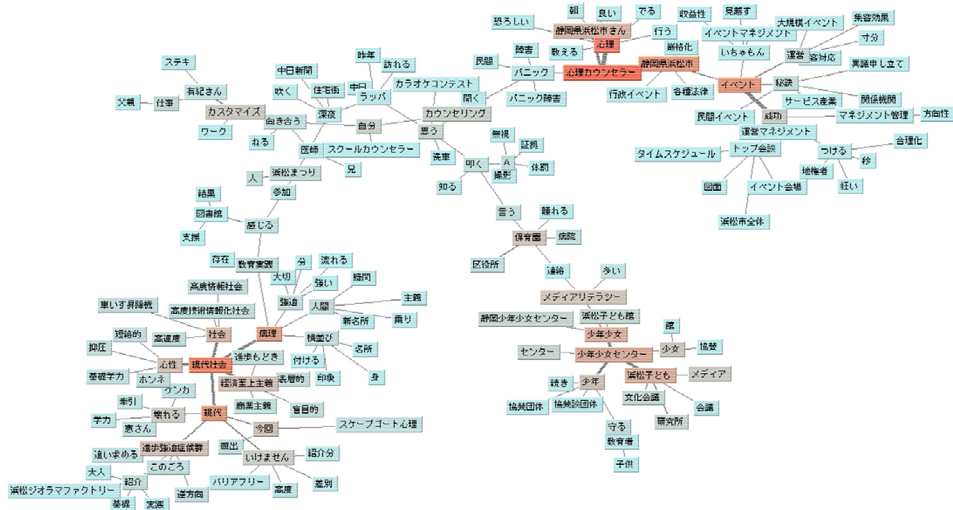
図表 2-36 「情報社会」調査のビッグデータ分析結果

# 【情報社会】

主な抽出条件キーワード

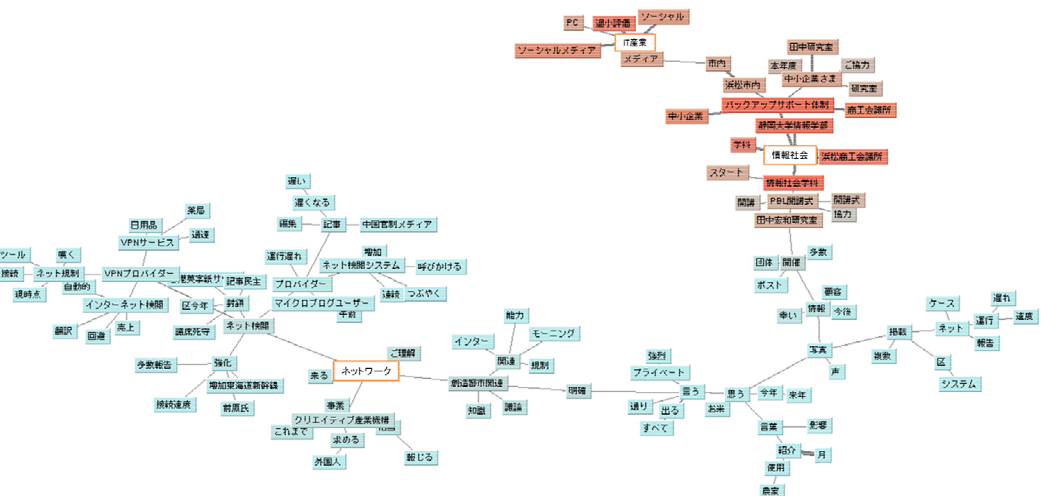
## 1 概略マップ（インタビュー）

情報社会 インターネット 個人情報、プライバシー 知る ネットワーク IT産業

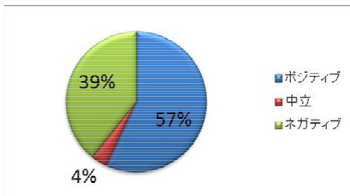


## 2 概略マップ（SNS）

キーワードの重要度、テキスト数によってグラデーション表示します。  
 重要度:高 テキスト数:多 (Red/Orange)  
 重要度:低 テキスト数:少 (Light Blue/Cyan)



話題の傾向（肯定・否定）グラフ



ボジネガ分類	表現例
ボジティブ 係り受け例	簡単 - 申し込める インターネット - 普及する 情報 - 発信する
ネガティブ 係り受け例	素人 - 難しい 犯罪 - 行う 個人情報 - 盗む

話題の分類表

話題の分類	発言の比率	主要キーワード
個人情報の発信	19.9%	プライベート 掲載 写真
ネットの検閲と規制	8.9%	ネット検閲 インターネット検閲 ネット規制
IT産業の産官連携	1.8%	バックアップサポート体制 静岡 岡大 浜松商工会議所

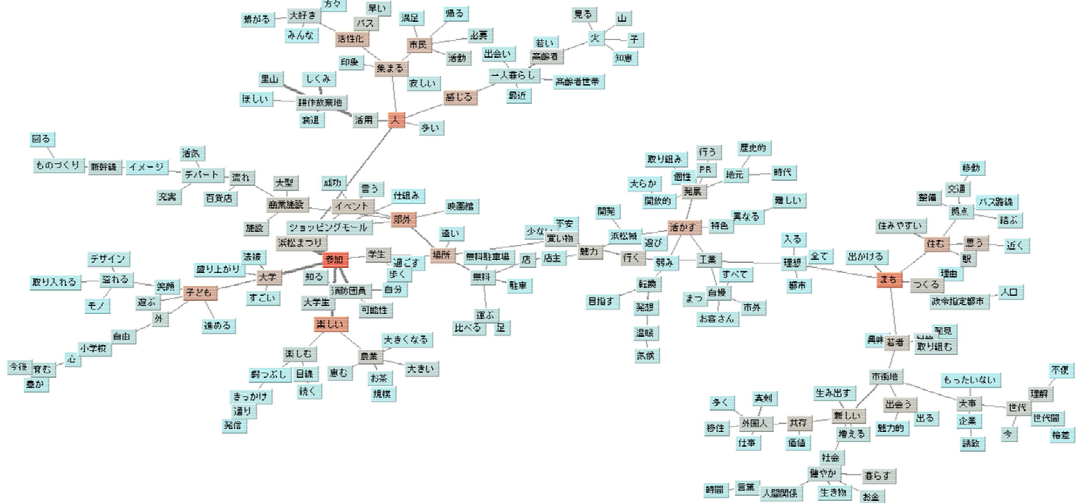
図表 2-37 「商業」調査のビッグデータ分析結果

# 【商業】

主な抽出条件キーワード

## 1 概略マップ（インタビュー）

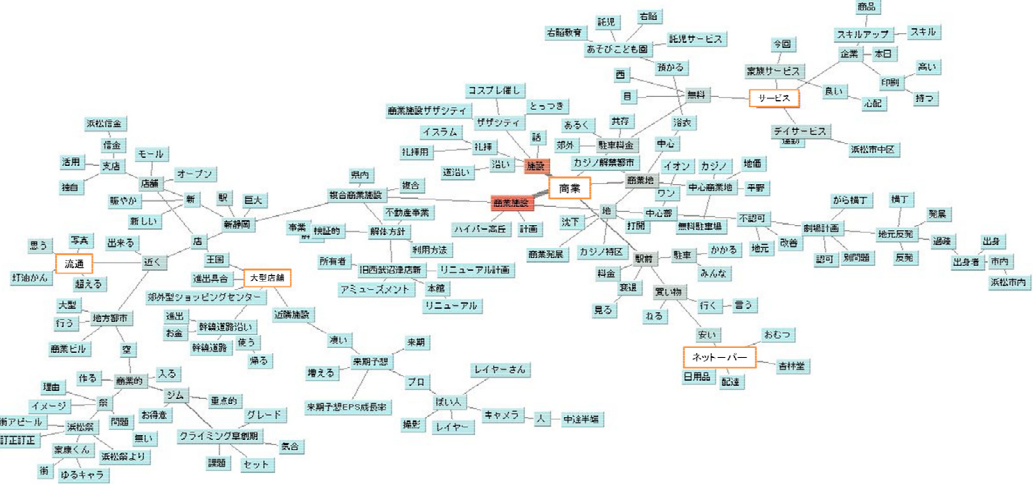
消費 ネットスーパー サービス 流通 大型店舗



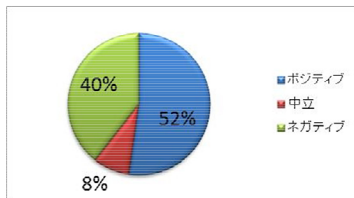
## 2 概略マップ（SNS）

キーワードの重要度・テキスト数によってグラデーション表示します。

重要度:高 テキスト数:多 (Red) / 重要度:低 テキスト数:少 (Blue)



### 話題の傾向（肯定・否定）グラフ



ポジネガ分類	表現例
ポジティブ 係り受け例	お金ー投下する 想いー支える 出会いー始まる
ネガティブ 係り受け例	建物ー古い 興味ーわかない 願いそのものー破滅させる

### 話題の分類表

話題の分類	発言の比率	主要キーワード
閉塞感を打破するための大胆な規制改革への期待	12.6%	カジノ解禁都市 中心商業地 打開
郊外の大型ショッピングセンター	11.1%	大型商業ビル 大型商業施設
比較対象となる県内他都市の動向	4.5%	県内外 旧西武沿津店
関心度の高い中心市街活性化	4.4%	ザザシティ モール街
地域経済を支える地元金融機関	0.4%	浜松信金 新型店舗

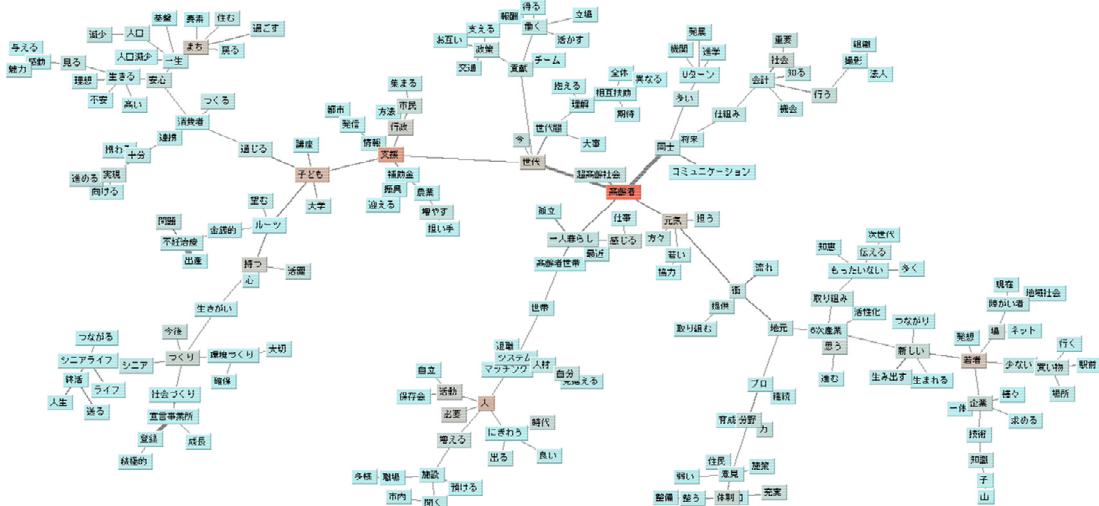
図表 2-38 「福祉」調査のビッグデータ分析結果

# 【福祉】

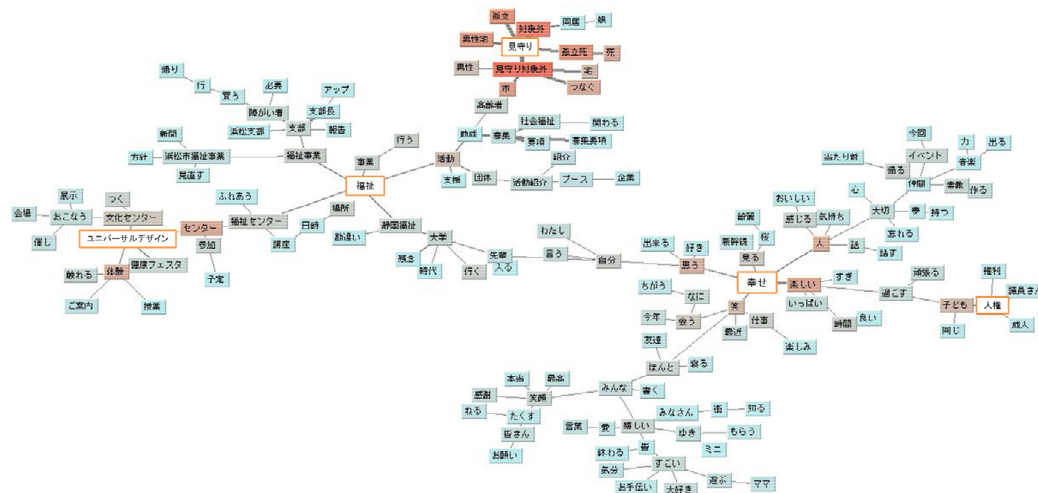
主な抽出条件キーワード

福祉 支える 障がい者 要援護者 生活保護 幸せ 民生委員 見守り ユニバーサルデザイン 人権

## 1 概略マップ（インタビュー）



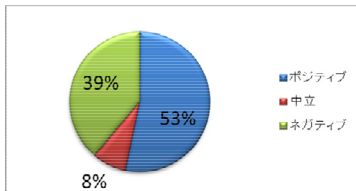
## 2 概略マップ（SNS）



キーワードの重要度：テキスト数によってグラデーション表示します。

重要度：高 テキスト数：多  
重要度：低 テキスト数：少

### 話題の傾向（肯定・否定）グラフ



ボジネガ分類	表現例
ポジティブ 係り受け例	浜松－懐かしい 発達支援学級－多い 前向き－頑張る
ネガティブ 係り受け例	疑い－だまし取る 患者－多い 取入－ない

### 話題の分類表

話題の分類	発言の比率	主要キーワード
障害のある人の就労	10.2%	福祉作業所 追加注文 募集
福祉サービスの充実	9.4%	福祉サービス 福祉車両 支援事業
福祉の体験学習	6.4%	体験授業 イベント 車いす
見守り支援の必要性	1.4%	見守り 対象外 孤立死

## 第3章 考察

---

### 3-1 未来デザイン会議の意見

#### (1) 幅広い情報をとらえる

ソーシャルメディアの情報の幅広さによって、未来デザイン会議委員に対して、新たな気づきを与えることができた。また、ソーシャルメディアの活用によって、新・総合計画の策定に限らず他の分析に当たっても、幅広い情報を効率的に収集できるのではないかと、将来的な有効性も感じられていることがうかがえる。

#### 【主な意見】

- 分析結果を見ると非常に有用であった。インターネットの情報は、ネガティブなものが多いと思っていたが、かなりポジティブな意見、しかも現実即ち意見も多く、結果は期待していなかったが、素晴らしいデータが汲み取れて面白い。
- 今回のデータは3万件を超えると思ったが、実際に3万人にインタビューとなった場合、膨大なマンパワーが必要となり、市の職員だけでは到底集めることができない。ところが、こうやってビッグデータの分析によって、こういった情報が出てくるというのは、これからの調査にもますます利用されるのではないかと感じた。

#### (2) 現状をとらえる

ソーシャルメディアの中から、日常的に行き交う話題が多々浮かび上がることによって、未来デザイン会議委員が知らなかった地域の現状をとらえることができた。また、昨今、ソーシャルメディアを多用している点がうかがえ、市民の今を考える上で重要なデータになりうる。

#### 【主な意見】

- ビッグデータからレーザー核融合といったキーワードが浮かび出た。浜松は楽器とオートバイは有名だが、光電子技術といった非常に重要な基礎技術を持っている。科学者に言わせると核分裂というのはまだ途中段階。汚いものをつくって良いとは誰も思っていない。このプロセスを経て、究極は核融合に至るのだ、クリーンな水素エネルギーにたどり着くなどと専門家は語る。一步先を見て、優れた基礎技術と応用技術を持つ浜松市でこういう議論がされていると理解した。
- 働くということに関して、女性の立場の意見がワードとして出てきている。女性とか母親が情報を集めるのに SNS を多用しているというも挙げられる。子育て世代の目線で言うと、集団の場所や情報を集めるのに、近所だけでは情報収集にも限界があるので、ネット上に情報などを求めていて、同じく今働くことに女性が非常に興味を持っているということと、そういうものを引き合いにしたビジネスなり NPO なりが盛んに活動されていると感じて興味深かった。

### (3) ギャップをとらえる

本調査では、「柱」＋「補完ワード」を設定し、ソーシャルメディアの中から関連する幅広い情報を「可視化」した。

幅広い情報を、決まった視点から整理することによって、多様な考え方からの対比が可能となり、情報や考え方のギャップを見出し、新たな視点や発想が促された。

#### 【主な意見】

- 普段の話の中で出てくるエネルギーというと、太陽光発電であったり、省エネの技術をどうしていいかということであったりする。小中学校など公共施設への太陽光パネルの設置といった非常に現実的なものが記載されている中で、エネルギーに関しては、浜松市の技術力による新エネルギー、レーザー核融合、バイオマス、小水力とか、いわゆる先進的な技術というものがインターネットの世界では議論され、注目されているのは非常に面白い。
- 「ものづくり産業」と「働く」の関連性で、「ものづくり産業」はプラスの意見が出ているが、「働く」ではマイナスの意見が出ている。浜松市では、ものづくり産業に携わる人が多い割に、実体的には働くことに関してはマイナスな意識を持っているという発見があった。
- エネルギー・環境ということに関して、前向きなチャレンジをすることに関心を持っている結果が出ているが、「住まう」という実際に自らがエネルギーを使う行為に関しては、環境やエネルギーがあまり出てこない。一般論で聞かれると良いことを言うが、自分の行動がどうかというと、もっと目先の、(住宅の)外壁をどうするかのような話になっている。それも現実。そういう意味で、現実が浮き彫りになっているような結果という印象を受けた。
- 目の前のことで気になることは当然浮かび上がっている。一方で、未来志向の考えも浮かび上がっている。そこにはギャップがある。それをどう受け止めるかということ、未来を見ているが、未来だけ見ていてそれが良いのだとしても、一人よがりになる恐れがある。

## 3-2 調査における課題

ソーシャルメディアを活用した今回の調査は、全国的に見ても、実施した事例がなく、統一化された分析手法はない。ビッグデータの活用は、企業をはじめ可能性を探っているところであるが、未だ発展途上と言える。ビッグデータを分析すれば、すべて解決できるものではなく、これまでの統計分析と同様に、結果を導くまでの仮説の設定や分析手法の高度化など、活用しようとする側の思考が重要である。

今回、調査を進めた結果、複数の課題が挙げられた。以下に、その課題を整理する。

### (1) ソーシャルメディアの分析に関する認識の共有

- ・ 分析結果がどのように導かれたのか理解できなければ、改善方法を提案できないため、統計学やソーシャルメディアの分析技術の基礎知識が必要である。
- ・ 分析結果に不要なものが含まれていないか、関連付けが正しいかなどの判断が必要となるため、分析する担当は、分析対象に対するローカルな知識、今回の場合は浜松市に関する知識が必要である。
- ・ 綿密に協議を繰り返し、分析結果に関する認識を共有した上で、最終成果を導く取り組みが必要である。

### (2) 地域性の担保

- ・ ソーシャルメディアから属性情報を得ることは難しいため、どこの誰が発言したものかを明確に示すことができない。このため、市民の発言、在留外国人の発言、市外の発言等を分類してその傾向の違い等を見出すためには、地域特性などを活用した検索条件の設定が今後必要である。

### (3) データの性質を考慮した活用の必要性

- ・ ソーシャルメディアは、ブログや Facebook などメディアによってそれぞれ特性がある。
- ・ 調査目的に合わせ、分析手法やテキストデータの絞り込みなどを行う必要がある。