

## 日本放送協会

# Twitterのつぶやきを、 質の高い報道につなげる ——NHKが取り組む“ソーシャルリスニング”

2013年10月、NHK報道局の一角にデスク（内勤の記者部門の責任者）とアルバイトのスタッフから構成されたユニークなプロジェクトがスタートしました。ソーシャル・メディア情報の分析チーム「Social Listening Team」で、その頭文字を取って「SoLT（ソルト）」と呼ばれています。警察や役所からの報道発表を受け身で待つのではなく、自分たちが積極的にソーシャルに入り込み、事件や事故の発生をつかみ、ニュースや番組につなげていくことを使命としています。

この一連の取り組みを主導してきた、NHK報道局遊軍プロジェクト副部長の足立義則氏にお話を伺いました。



日本放送協会 (NHK)

東京都渋谷区神南2-2-1  
<http://www.nhk.or.jp/>

放送法に基づいて昭和25年6月1日設立。東京・渋谷のほか、全国に計54局、海外に計30の取材拠点を持つ。2020年の東京オリンピック／パラリンピック開催を見据え「信頼をより確かに、未来へつなぐ創造の力」というビジョンを掲げ、国際発信やインターネットによる情報発信の強化、スーパーハイビジョンの推進などに注力している。

### Twitterのタイムラインを分析し 事件や事故の端緒をつかむ

放送局をはじめとする報道機関は、「電車が脱線した」「殺人事件が起きた」「火山が噴火した」「海外で自爆テロが発生した」など、世の中で起こった事件や事故、災害などのニュースを次々に伝えています。では、各メディアはこうした情報をどうやって集めているのでしょうか。簡単にいうと、公的機関などから「連絡してもらおう」体制を整えています。

例えば、都道府県警の警察や地方自治体などには、常に各メディアの記者が詰めている「記者クラブ」という組織があり、何か事件や事故が起きると関係部署から情報が提供されます。消防からも

連絡が入ってきます。また、大手メディアは海外の主要都市に支局を持っており、そこにも現地のさまざまな情報が集まってきます。これは各メディアが数十年の歳月をかけて築き上げてきた報道の仕組みであり、今後も基本であることに変わりはないでしょう。ただ、これだけでは、だれかが発表してくれるのを待ち続けるだけの「受け身」になってしまいます。

そこに変革を起こす試みの一つとして始まったのがSoLT(Social Listening Team)です。プロジェクトを先導してきたNHK報道局遊軍プロジェクト副部長の足立義則氏は、その活動を次のように紹介します。

「Twitterのタイムラインを観察する中から事件や事故の発生、あるいはネット独自のトレンドをつかみ、報道につなげることがSoLTのミッションです。わたしたちデスクをはじめとするNHKの職員や、アルバイトを合わせて総勢約100名を超える大きなチームになりました。24時間年中無休、毎日3交代のシフトを組んで仕事にあたっています」

このようにSoLTでは、毎日数件から数十件ほどの事件や事故をTwitterから察知しており、そのうちの1割弱を実際のニュースにつなげていきます(図1)。

### 迅速な情報収集を、 質の高い報道につなげる

SoLTによる活動の目的として、足立氏は「情報のキャッチアップの迅速化」を挙げます。例えば火事を発見した人は、まず119番に通報します。しかし、消防署から報道機関に連絡が入るのは、それからタイムラグがあります。消防署としてもその通報が本当かどうかを確認する必要があるからです。

これに対してTwitterのツイートの場合は、ほとんどタイムラグがありません。特に爆発など大規模な事故になると、異常事態に気付いた周辺の人たちが、119番通報とほぼ同時にツイートを始めます。

ところで、いち早く情報をキャッチすることには、どんな意味があるのでしょうか。端的に言えば、情報が早ければ早いほど、“より深く対象に迫った、ていねいな取材”が可能になります。すなわち、より良い報道につなげることができるのです。

「報道には締め切りがあり、テレビには放送時間があります。初動が遅れると時間が足りず焦ってしまいがちです。事件や事故を多面的に伝えるためにも、情報のキャッチは1分でも1秒でも早ければ早い方がよいのです」と足立氏は話します。

もう一つの効果は、先に述べたような各機関からの発表に過度に依存した「受け身」の情報収集からの脱却です。警察にしても役所にしても意図的に情報を隠すのはレアケースではありますが、発表が数十分、数時間遅れることは決して珍しいことではありません。今日起こった重大事件を、翌日の午後になって発表するといったこともありました。受け身でいるかぎり、発表時間も依存してしまうのです。

「しかし、今はそういう時代ではありません。多くの人がスマートフォンを持ち歩き、日常的にソーシャルを使ってコミュニケーションを行っています。要するに、だれもが記者であり、カメラマンなのです。そうした変化に目を向け、わたしたち報道機関も変わっていく必要があると思っています」(足立氏)

|    |                  |
|----|------------------|
| 事故 | 小田急線脱線事故         |
| 事故 | 名古屋の新日鉄住金で大規模火災  |
| 事件 | 市川市の繁華街でストーカー殺人  |
| 事件 | 岡山県の病院に拳銃男が立てこもり |
| 事故 | 韓国の住宅街にヘリ墜落      |
| 災害 | 松本市で高速バスが雪崩巻き込まれ |
| 事故 | 糸満市で「大津波警報」騒ぎ    |
| 事故 | 北海道で玉突き事故 雪の中立往生 |

毎日数十件をキャッチ、一割弱をニュースに

図1. SoLTが事件・事故・災害などの速報につなげた例



日本放送協会  
報道局  
遊軍プロジェクト 副部長  
**足立 義則** 氏

報道局 遊軍プロジェクトは、報道局の政治部、経済部、社会部、国際部などの部署の記者とデスクが集まった組織横断的なチーム。お互いの得意な領域をディスカッションしながら、これまでにはない視点からの報道を目指している。その中で足立氏は「Net Data factory」というチームを率い、「SoLT」をはじめとしたインターネット時代の新しい報道の在り方に挑戦している。

## 東日本大震災をきっかけに ソーシャルの重要性を認識

SoLTを立ち上げるきっかけは、2011年の東日本大震災でした。

震災当日、当時NHK報道局の科学文化部でTwitter(@nhk\_kabun)と「かぶんブログ」というブログの運用担当を務めていた足立氏は、交通機関を中心とした被害状況の取りまとめにあたるほか、数人の記者と共に膨大なツイートの中から、内容が重要で信ぴょう性が高いものを選別し、放送原稿にする役目を担っていました。

しかし、PCの画面を次から次に流れる「助けてください」「物資が足りない」「公民館に取り残されています」という膨大なツイートに、数人では対処しきれませんでした。

「膨大な情報を取捨選択し、判断するノウハウもなく、ましてや自動的にスクリーニングするシステムもありません。できることはやったつもりですが、十分に報道に生かすことはできませんでした。このときの悔しい気持ちと反省が、ソーシャルのつばやきを報道に生かす専任チームが必要だという思いにつながっています」(足立氏)

特に大災害の初期には、こうしたTwitterなど

のソーシャルが有力な情報源の一つとなり、それは今後も変わらないと思われます。そうした中で報道機関がそれらのデータを収集して分析し、放送につなげていく体制に多くの課題があることが明らかになりました。

足立氏は、NHK放送文化研究所の研究誌「放送メディア研究 11号」(2014年3月15日発行)の「震災ビッグデータからソーシャルリスニングへ」と題する記事の中で、次のように記しています。

まず情報を集める人員。大災害発生時に通常の災害取材とは別に、ネット画面に向き合い、そこから情報をつかむためのデスク+数人のスタッフからなるチームが必要だ。デスクとスタッフには膨大な量のツイート=『ソーシャルビッグデータ』の中から、状況の変化に応じてそのとき最も必要な情報だけを素早く選び、信憑性を確認し、必要な著作権の課題をクリアするといった、知識と技量が求められる。そうして選び、原稿化した情報を、放送につなげるための制作班との連携体制も必要だ。これらの情報収集・分析・発信という一連の業務フローは、災害が起きてから用意したのではもちろん間に合わず、日常的に行っていく必要がある。

加えて足立氏には、「情報のミスマッチを解消したい」という思いもありました。例えば、先述した「かぶんブログ」は、NHKの原発報道の窓口の一つとなりましたが、当時の報道に対して視聴者からは「知りたい情報を伝えていない」といった意見もありました。情報を発信する側の立場からすれば、優先度の高いニュースから取材を行うため、ある程度のミスマッチが生じることは仕方ないことでもあります。問題は、原発事故のような人々の関心の高いニュースになると、そこに付け込もうとする動きが生じることです。

「NHKの報道内容を歪曲し、特定の思想に利用したり、不安をあおったりするケースもあるのです。間違った情報が拡散されてしまうことは、防がなくてはなりません。そのためにも、わたしたちの報道がどのように受け止められているのか、ソーシャルか

らも把握する体制が必要だと考えました」(足立氏)

### 「選挙ビッグデータプロジェクト」の 経験が生かされた

SoLTの活動に直接的につながる大きな取り組みとなったのが、選挙報道への対応でした。インターネット選挙運動が初めて解禁された2013年7月の参議院選挙において、選挙期間中に交わされる大量のツイートなどを分析することで、ネットの世論の動きをいち早くつかんでこれまでにない選挙報道につなげていこうと、報道局に「選挙ビッグデータプロジェクト」が立ち上がりました。

「わたしたちチームの一行は、米国の大統領選挙ではすでに当たり前となっていたネット選挙報道を参考にしようと、2013年5月に渡米してABCやCNN、ニューヨーク・タイムズなどの取り組みを視察してきました。そこで強く印象に残ったのが、各社のニュースフロアにTwitterのタイムラインを常時分析し、ソーシャル・データを分析する専属チームがあったことです。帰国してさっそくデスクと記者、アルバイトのチームを作り、IBMの支援も受けながら、自分たちなりに選挙関連のソーシャル・データを収集・分析してみました。そうした中から、例えばある少数政党の無名候補へのネットの関心が急上昇していることや、別のある候補に対してネットで誹謗中傷が起きているといった情報をいち早くつかみ、取材や番組に生かすことができました」(足立氏)

ちなみにSoLTでは、毎日の活動を始める前に、デスクとスタッフがミーティングを開いて分析方針を話し合い、特定のワードで検索したツイートをリスト化し、考察を加えて「日報」をまとめています。こうした細かな取り組みも、選挙ビッグデータプロジェクトでの経験が生かされたものです。

### 最も重要な課題は 信ぴょう性をいかに確認するか

こうして2013年10月にSoLTが活動をスタート

させました。最も重要な課題の一つが、信ぴょう性の確認でした。Twitterのようなソーシャル・メディアにおいては、何とかして人をだまそうとする、いわゆる“釣り”も数多く含まれているからです。

具体的にSoLTでは、どのような方法で信ぴょう性を確認しているのでしょうか。例えば、実際に以下のようなツイートをキャッチしたことがありました。

「Aの店内にいたら車が突っ込んできて、お店がぐちゃぐちゃになった。警察と救急車がいっぱい来た。けがした人が心配」

Aとは全国にチェーンを展開している衣料量販店で、事実であれば大変な事故です。ただし、この段階では本当かどうかを判断することはできません。そこでこのツイートを見つけたスタッフは、「A」をキーワードに他のツイートを検索します。その結果、異なるアカウントの複数のユーザーが、同じ時間帯に同様に「Aに車が突っ込んだ」といった内容をツイートしていたとしたら、「ほぼ本当らしい」と判断することができます。しかし、まだAのどの店舗なのかといった詳細は分かりません。Aの本部もまだ報告を受けていない可能性が高く、電話で確認をとるのも尚早です。そこで、アカウントごとにさらに深掘りした調査を行っていきます。



SoLTには、報道局のフロアにある事件・事故を扱うチームだけでなく、「トレンド」をサーチするチームもある。「品切れ」「売り切れ」「行列」などのワードで検索することで人気の兆しがあり、取材の端緒をつかむことも頻繁にある。「ニュース シブ5時」という番組内にはSoLTコーナーがあり、キャッチした面白いネタが毎日生放送されている。

そのユーザーの過去のツイートを見て、その内容やプロフィール欄などから場所を探っていきます。「〇〇駅」や「〇〇中学」といった名称が書かれていた場合には大きな手掛かりになりますし、さらにそのユーザーのフォロワーがどの地域に集中しているのかといった情報からも、ある程度の推測が可能です。一方でA社のWebサイトからもチェーン店舗の一覧を調べて突き合わせを行います。こうした調査を複合的に重ねていくことで、事故が起こったのがどの店舗なのか特定されていきます。そして、この報告を受けたデスクが「重大な事件・事故であり、なおかつ信ぴょう性が高い」と最終的に判断すれば、当該地域の支局と連絡を取り、記者やカメラマンが現地に向かうという流れとなります(図2)。

改善と発展を進めていくと足立氏は言います。

例えば膨大なツイートのタイムラインの中から報道につながる事件や事故を効率的に見出すためには、どのようなキーワードのセットを検索に用いるのかが重要な鍵を握っていますが、その作り方は試行錯誤で行われているのが実情です。また、先にも紹介したように、キャッチしたツイートの信ぴょう性や詳細を確認することにも、人手による煩雑な作業が伴います。本当の意味でSoLTを定着させていくためには、こうした課題を一つひとつ解決していかなければなりません。

「次のステップとしては、人手に依存している部分をもう少し減らして、コストダウンや自動化を進めていきたいと考えています。これまで蓄積してきた経験則を生かし、キーワードセットを最適化しつつ、ユーザー・インターフェースについてももっと使いやすいものにブラッシュアップしていかなければなりません。アルバイトは進級や卒業によってどんどん入れ替わっていくという事情もあり、新人でも同等の精度でツイートの監視にあたり、同じような効果を出せる標準化の仕組みが

### 人手に依存している部分を減らし、コストダウンや自動化を進めたい

もっともSoLTの取り組みはまだまだ発展途上にあり、システムと運用体制の両面からさらなる

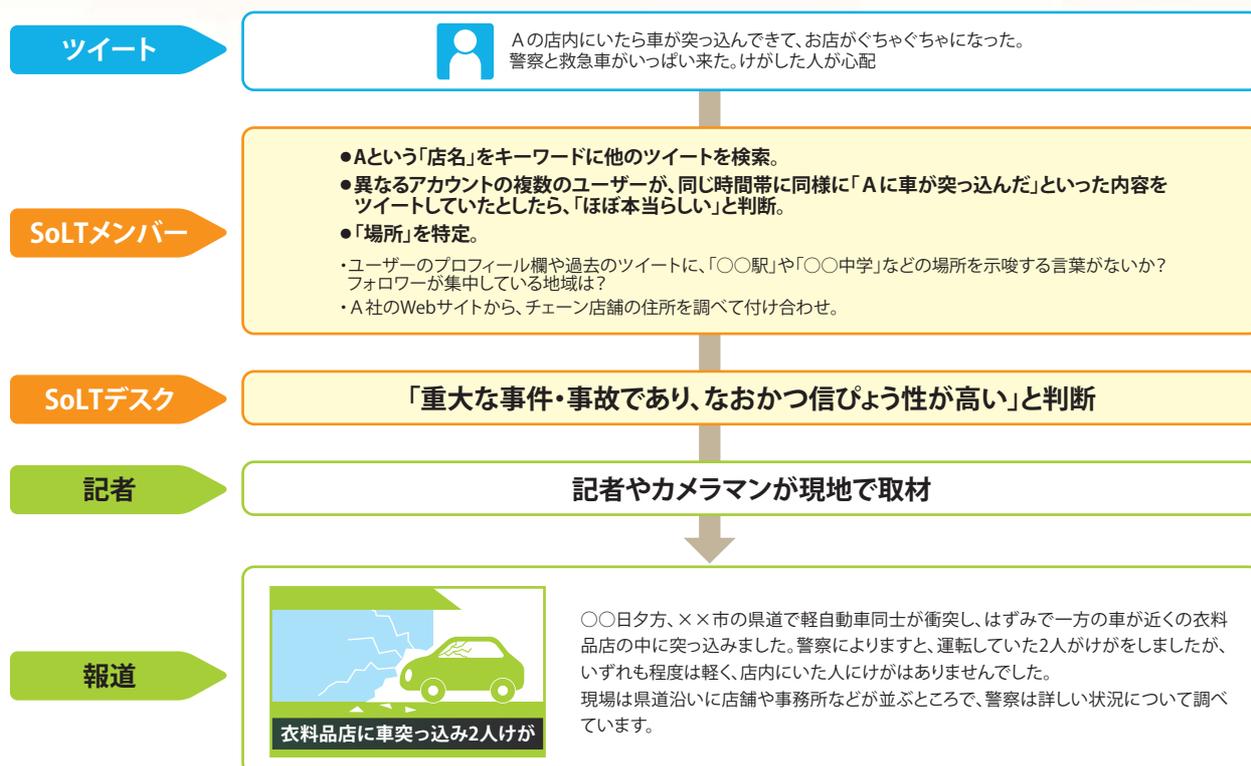


図2. ツイートの発見から、信ぴょう性を確認して報道するまでの流れ

必要なのです」(足立氏)

また、Twitterをはじめとするテキストベースのソーシャル以外にもリスニングの対象を広げていくことも重要なテーマです。例えば、中高生の間で人気が高まっている10秒動画コミュニティーである「ミクチャ(MixChannel)」にも関心を寄せています。

「今年7月の参議院議員選挙から18歳選挙権がスタートします。これにあわせてNHKとしても、政治のことをより分かりやすく伝えていかなければなりませんし、10代後半から20代前半といった若い世代に刺さる報道の仕方、ニュースの作り方を考えていかなければなりません。その意味でも彼らの独自の世界観や価値観が形成されている動画コミュニティーは、非常に参考になります」(足立氏)

一方、これまで人が気付いていなかったキーワードを機械学習によって発見する、コグニティブ・コンピューティングなどの技術にも足立氏は関心を寄せています。

「事件や事故をキャッチするキーワードのバリエーションはある程度固まっているのですが、そもそもわたしたちが事件や事故と認識していないようなキーワードに関する示唆を、システムが与えてくれると面白いですね。例えば、交通事故に着目すると、『ヒヤリハット』を感じさせるツイートが多発している場所では、いつか重大事故が起きる恐れがあるといったように、前兆まで踏み込んだキャッチアップを行い、警戒を呼び掛けるといったことも可能となるかもしれません」(足立氏)

### ソーシャル・メディアのつばやきをより価値の高い活動につなげる

今後の世の中は、ソーシャルによってさまざまな情報がますますシェアされていくようになるでしょう。

「テレビは基本的に一方通行であり、情報のシェアには非常に対応しづらいメディアです。だからこそ報道のあり方そのものを変えていくことを目指し、チャレンジしているのがわたしたちSoLTなのです。これまではソーシャルをリスニングして



アルバイトスタッフの面接も足立氏の重要な仕事だ。「大災害時はSoLTが情報収集の重要拠点になる。毎日の業務はその訓練の意味もある」という言葉が印象的だった。

報道に生かすことに全力を注いでいましたが、単にテレビに最適化するだけではなく、もっとシェアしやすい形にニュースの伝え方を変えていきたいと考えています。テレビから逆にソーシャルへという流れも成り立つと思います」(足立氏)

もっとも、報道のあり方そのものを変えていくという変革に対しては、「ソーシャルのような便利な道具に頼ると、記者の足腰や勘が鈍ってしまうのではないかと。対面取材をおろそかにして、ソーシャルや画面に向き合う記者ばかりになったらどうするのか」といった意見もあります。

「記者が自らの足で稼ぎ、人と対面して取材することこそ、より大きな意義があるのは歴然とした事実です。ソーシャルにキーワードを入力して情報をキャッチするだけなら、アルバイトができることがすでに実証されました。それ以上に深掘りした内容を関係者から直接つかみ取る、一般の人が行けないところにまで行って取材することに、ますます価値が高まっているのです」

SoLTの取り組みのように、SNSを通じて得られた幅広い情報を、より価値の高い活動につなげるからこそ、企業のソーシャル活用の本質だと言えそうです。