

平成 24 年 8 月 10 日

Twitter 上の話題の拡散度合いを測る指標を開発

— Twitter Japan 社の協力により、コミュニケーション施策の高度化を図る —

株式会社電通（本社：東京都港区、社長：石井 直）は、Twitter Japan株式会社（本社：東京都港区、日本法人代表：近藤正晃ジェームス）の協力を得て、このたび、Twitter上での話題の拡散力を測る指標を開発いたしました。

今回、電通が開発した指標によって、つぶやかれた書き込み（ツイート）が、フォロワーを通してTwitter上でどれだけ拡散した可能性があるか、リーチ（到達）とフリークエンシー（接触回数）により把握できます。

また、この指標を元にソーシャルグラフ（Twitter上のユーザ間のフォロー・フォロワー関係）を可視化することで、どこからどのような形で話題が拡散したか、さらに、一般的なソーシャルリスニング・レポートとして作成されてきた時系列ごとのツイート推移や内容のセンチメント分析などに加え、話題拡散のポテンシャルやその拡散構造も把握できるようになります。

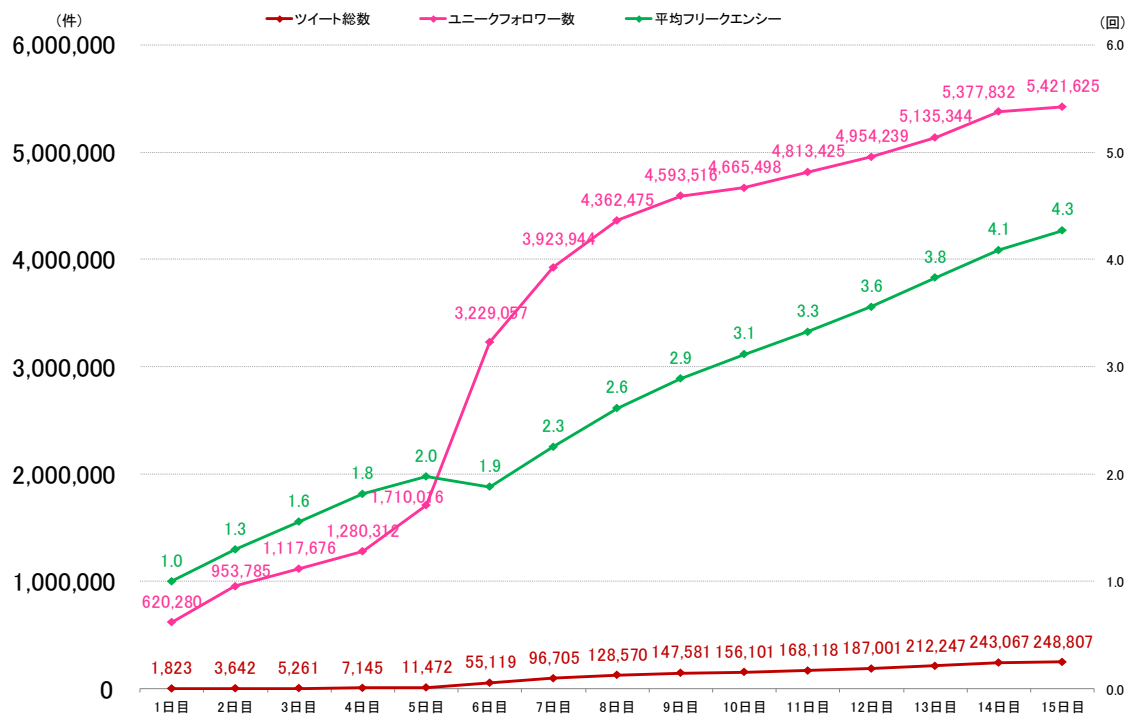
これらの指標を企業が行うキャンペーンや広報活動などに活用することで、次のことが可能になります。

- 1) Twitter 上で話題がどれだけ拡散したかを定量的に把握
- 2) インフルエンサーに加え、インフルエンサーに影響を与えているユーザーアカウントの把握
- 3) ユーザーアカウントを核とした話題の拡散構造の可視化
- 4) キャンペーンや広報活動の精緻な効果検証
- 5) Twitter を活用したコミュニケーション施策の高度化

Twitter 上での潜在的なリーチ×フリークエンシーの計測

特定のキーワードを含むツイートを対象として、そのツイート総数、到達した可能性があるユーザー数（リーチ）、一人当たり平均で何回到達したか（平均フリークエンシー）を把握することが可能になりました。

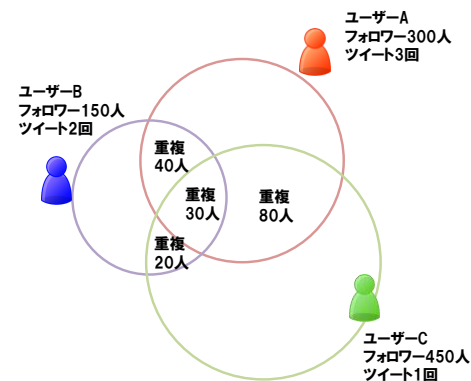
[国際的なスポーツイベントに関するツイートの拡散の分析図] (図1)



あるスポーツイベントでは、24万件のツイートが確認されましたが、その到達で見ると、最大で542万ユーザーに情報が到達していた可能性があったこと、フリークエンシーは一人当たり平均で4.3回あったことが分かりました。

<リーチ×フリークエンシー集計のロジック>

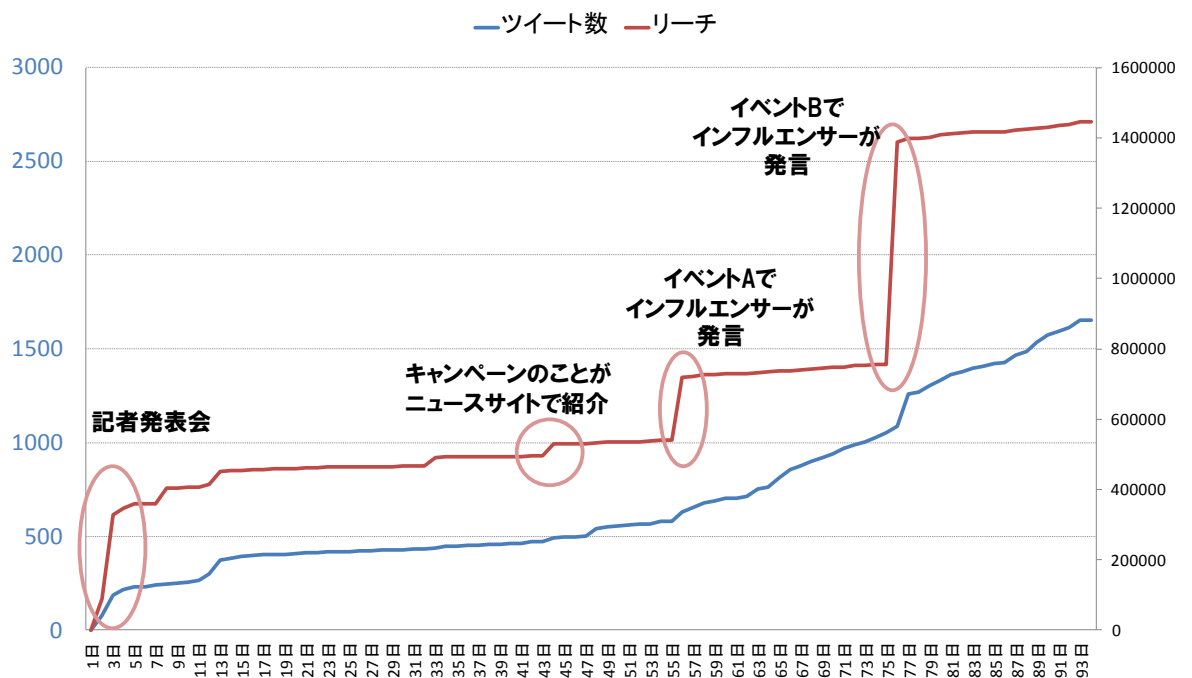
[ある特定のキーワードをつぶやいたユーザーA、B、Cの関係図] (図2)



特定のキーワードについてつぶやいたユーザーを対象に、そのユーザーのフォロワーを集計し、重複しているフォロワーを除くことによって、ツイートが最大でどれだけリーチしていた可能性があるかを把握します。また、各ユーザーのツイート数を測定することで、フォロワーに平均で何回ツイートが到達しているか、その頻度（フリークエンシー）も把握することができます。

■Twitter 施策の効果検証イメージ

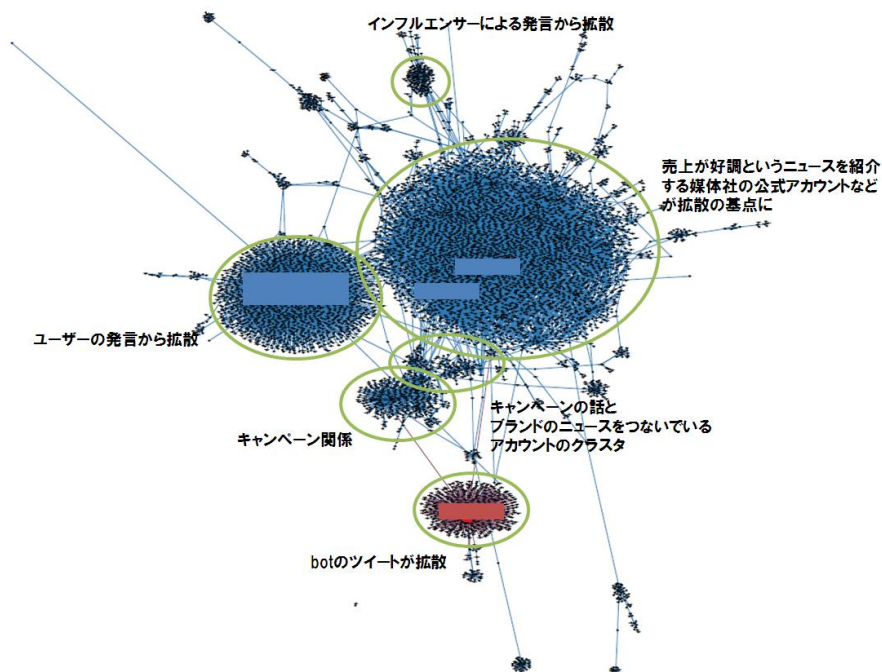
[あるキャンペーンでの Twitter 上の話題拡散（リーチ）推移図]（図3）



企業が Twitter を使ったキャンペーン中に行った施策において、Twitter 上でどれだけの情報がリーチしたか、時系列ごとのツイート数とその話題拡散（リーチ）をグラフ化。施策（記者発表会やイベントなど）を行ったタイミングで、ツイート数が伸びているのみならず、どれだけの情報が伝わったかも把握することができます。例えば、イベント B を行った際に、図のようにツイート数とリーチ数で数字の伸びに大きな差があり、フォロワー数の多いインフルエンサーがツイートしたことによって、大きくリーチが伸びていることが読み取れます。

■Twitter 上での話題の拡散構造の可視化

[Twitter 上で拡散する話題の関係性を可視化した図] (図 4)



Twitter 上で拡散する話題の関係性を可視化することで、拡散に影響を与えているアカウントを把握できます。ツイートのデータを元に、どのアカウントからどのアカウントへ情報を伝えたか、リツイート (RT) があつたかを可視化することで、影響力の大きかったアカウント (たくさんの RT を集めたり、引用されたアカウント) や、情報拡散の基点となったアカウントを把握し、プランニングに生かすことが可能になります。

(技術協力・解析ロジック提供 ONTROX 社 - Powered by ONTROX Insight Digger Technology)

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通 コーポレート・コミュニケーション局 広報 1 部 TEL:03-6216-8041

【内容に関する問い合わせ先】

株式会社電通 ビジネス・インテリジェンス・モジュール
プラットフォーム・ビジネス局 開発部
廣田・佐藤・千代 TEL : 03-6216-8092

※ビジネス・インテリジェンス・モジュール：高度化、複雑化するマーケティング領域に対応し、クライアント企業にベストなマーケティングソリューションを提供するため、電通社内横断組織として2012年4月に設置。データベース、デジタルテクノロジー、ソリューション、ツール、プラットフォームの開発・運用等を行う。