

移動エントロピーによる動的ネットワーク化を用いた SNSと商品購買の相互関係の分析

天神 雄貴

要旨

Twitter や Facebook に代表されるソーシャルメディアは、多くの人々に日常的に利用されており、今や必要不可欠な情報インフラの一つとなっている。ソーシャルメディアは、Twitter におけるリツイートに代表されるように、情報の拡散機能が豊富であり、テレビなどの放送メディアと比較して速報性や拡散性が高いという特徴を持つ。このことから、最新の情報をソーシャルメディアから獲得する利用者も少なくない。

これらの情報獲得行動を背景に、企業などでは、広告活動を行う際に、テレビコマercialや新聞だけでなく、ソーシャルメディアを利用する場合が増加している。また、ソーシャルメディア上の影響力の高い情報を分析することで、企業の販売戦略に役立てようとする動きも活発化している。

これらのことを踏まえ、本研究では、企業の効果的な販売戦略策定の助けになるような傾向を調査することを目的に、ソーシャルメディアでの投稿行動と商品購買行動の相互関係を分析する。具体的には、Twitter での投稿と楽天市場に現れる商品を対象に、移動エントロピーを用いたネットワークを構築することで、影響力の大きな要因へその変化を分析する。