

ビデオリサーチ Twitter 上の指標整備に着手

Twitter Japan 協力のもと、統一取得ルールによるテレビ番組指標を検討

2012年10月23日
株式会社ビデオリサーチ

株式会社ビデオリサーチ(本社:東京都千代田区、社長:秋山創一、以下ビデオリサーチ)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、以下 Twitter Japan)の協力を得て、Twitter 上でのテレビ番組への反応を測る指標の整備に取り組んでいきます。

ソーシャルネットワークの利用が広まる中で、テレビとソーシャルメディアの連携は広く実施され注目される取り組みであり、両者の関係性を示すニーズは高まっていると考えます。その要請に応えるために、データの整理、指標の整備を進めます。

■ 「1分あたりのツイート件数」を指標として研究

ソーシャルネットワーク上でのテレビ番組に対する評価を捉える取り組みとしては、発言数や発言人数による量的視点と、発言内容や発言者の定性的な分析をする質的視点の2つの方向性があると考えます。また量的視点にも、番組内でコーナーやシーン別に発言数の違いを捉える方向もあれば、番組全体として他番組との違いを捉える方向もあります。

最初の取り組みとして、「1分あたりのツイート件数」とその「前四週平均」を番組別に算出し、番組全体を量的に捉える指標として研究を開始します。

この指標により、日々放送されているテレビ番組が Twitter 上でどれだけ話題となったのかを網羅的に簡単に確認でき、過去の放送や他番組あるいは同ジャンルの番組と比較することが可能となります。

ツイートの取得には、この指標に最適なAPI^(注1)をTwitter Japanがビデオリサーチに提供します。

(注1) ハッシュタグを検索キーにしたツイート取得のための StreamingAPI

■ 「番組ハッシュタグ」の利用促進について

テレビ番組に関連するツイートは、テレビ局のハッシュタグ(#局)や番組の公式ハッシュタグ(#番組)を付加する利用のほか、ハッシュタグを付加しないツイートも数多くありますが、指標を作成し活用していくには、統一したルールに則っての取得が有用と考え、まずテレビ局のハッシュタグを基準に取得を開始します。

テレビ局のハッシュタグで取得できないツイートに対しては、番組間でツイート取得の公平性が保たれる観点から、番組ハッシュタグでの取得を加えることが有効であると考えます。現状、番組ハッシュタグの運用はルールが安定している状況ではありません。それを一般化することは、利用者目線では検索利便性が向上し、メディア側でも効率的な視聴者情報の収集が可能となります。

ビデオリサーチとTwitter Japanでは、番組ハッシュタグの利用促進に積極的に取り組み、皆さまの利便性向上の貢献に努めます。量的視点での指標研究は、「1分あたりのツイート件数」に加え、今後は波及効果に関する指標開発も検討します。

ビデオリサーチとTwitter Japanでは、データの価値化や解析に積極的に取り組んでまいります。