記事のシェアを伸ばすためには、配信タイミングと記事の内容の工夫が必要です。具体的には、記事のリリースは週末にし、内容は最新のITサービスの情報を客観的に伝えるものにすると人気が出ると考えられます。まず、人気の記事をシェア数の分布の上位25%としたときに、配信タイミングによる記事の人気・不人気の比率は有意に週末配信の記事が上回っています。カテゴリがテクノロジー・SNSの記事についても同様の結果を得ています。それぞれ、人気率の比較では10%ほどの差が生じていますが、これにはサンプリングバイアスが含まれる可能性があります。そのため、SNS・テクノロジー・週末の二値変数をそれぞれ割り当てと考え、重回帰分析を行いそれぞれの回帰係数から割当の効果を検証しました。すると、それぞれ記事の人気率に対して3～5%の効果を有意に確認できました。また、記事全体の客観性も人気率に有意な正の相関があります。時系列的に、シェアの人気率がそれぞれの説明変数に影響を及ぼすことは考えられないので、SNS・テクノロジー・週末・記事客観性は記事の人気率向上に寄与していると考えられます。

記事のシェアを伸ばすためには、配信を週末にし、内容は最新のITサービスの情報を客観的に伝えるものにする必要があります。まず、人気の記事をシェア数の分布の上位25%としたときに、配信タイミングによる記事の人気・不人気の比率は有意に週末配信の記事が上回っています。カテゴリがテクノロジー・SNSの記事についても同様の結果を得ています。それぞれ、人気率の比較では10%ほどの差が生じていますが、これにはサンプリングバイアスが含まれる可能性があります。そのため、SNS・テクノロジー・週末の二値変数をそれぞれ割り当てと考え、重回帰分析を行いそれぞれの回帰係数から割当の効果を検証しました。すると、それぞれ記事の人気率に対して3～5%の効果を有意に確認できました。また、記事全体の客観性も人気率に有意な正の相関があります。時系列的に、シェアの人気率がそれぞれの説明変数に影響を及ぼすことは考えられないので、SNS・テクノロジー・週末・記事客観性は記事の人気率向上に寄与していると考えられます。

記事のシェアを伸ばすためには、配信を週末にし、内容は最新のITサービスの情報を客観的に伝えるものにする必要がある。まず、人気の記事をシェア数の分布の上位25%としたときに、配信日時による記事の人気率は有意に週末配信の記事が上回る。カテゴリがテクノロジー・SNSの記事についても同様の結果を得られた。それぞれ人気率の比較で10%ほどの差が生じているが、これにはサンプリングバイアスが含まれる可能性がある。そのため、SNS・テクノロジー・週末の二値変数を割当と考え、重回帰分析を行いそれぞれの回帰係数から割当の効果を検証した。すると、それぞれ記事の人気率に対して3～5%の効果を有意に確認できた。また、記事全体の客観性も人気率に有意な正の相関がある。時系列的に、シェアの人気率が説明変数に影響を及ぼすことは考えられないため、SNS・テクノロジー・週末・記事客観性は記事の人気率向上に寄与していると考えられる。

記事のシェアを伸ばすためには、配信を週末にし、内容は最新のITサービスの情報を客観的に伝えるものにする必要がある。まず、人気の記事をシェア数の分布の上位25%としたときに、配信日時による記事の人気率は有意に週末配信の記事が上回る。カテゴリがテクノロジー・SNSの記事についても同様の結果を得られた。それぞれ人気率の比較で10%ほどの差が生じているが、これにはサンプリングバイアスが含まれる可能性がある。そのため、SNS・テクノロジー・週末の二値変数をそれぞれ割当と考え、重回帰分析を行い回帰係数から割当の効果を検証した。すると、それぞれ記事の人気率に対して3～5%の効果を有意に確認できた。また、記事全体の客観性も人気率に有意な正の相関がある。時系列的に、シェアの人気率が説明変数に影響を及ぼすことは考えられないため、SNS・テクノロジー・週末・記事客観性は記事の人気率向上に寄与していると考えられる

飯島あゆみ