

ソーシャルブックマーキングサービスのデータ分析によるウェブマーケティング

プロジェクトマネジメントコース 矢吹研究室 1342029 遠藤一輝

1. 序論

私たちの周りには様々な情報やニュースがあふれている。情報の入手や発信を行う際、利用する主なものとしてインターネットがあげられる。インターネットでは手軽に情報の入手及び発信が行えるが、インターネット上にある情報は膨大なため、情報の取捨選択が求められる。そのため多くの人に自身の発信する情報を効果的に伝えることが重要となる。そこで多くの人に閲覧してもらえるための効果的なウェブマーケティングの分析を行う。本研究ではウェブマーケティングの例としてソーシャルブックマーキングサービスを用いる。

ソーシャルブックマーキングサービスを用いるのは、利用者が様々なジャンルのサイトを登録するため幅広いジャンルのデータが収集でき、ブックマーク数という共通の数値が得られるため比較が容易となるからである。

2. 目的

ソーシャルブックマーキングサービスにおけるサイトのブックマーク数の推移を調査し分析することで、ブックマーク数の増加傾向や伸びやすい時間帯の考察を行う。それをもとにウェブマーケティングにおける指標を作成することを目的とする。

3. 手法

3.1 データの収集方法

ソーシャルブックマーキングサービスの一つであるはてなブックマークを対象に、はてなブックマークが公開しているの API[1] を使用し、人気記事の情報を取得する。API で取得した情報からブックマーク数、記事のジャンル、掲載日時等の要素を抜き出し、時間推移に伴うブックマーク数の増加について可視化を行う。

3.2 分析

1 日のブックマークの増加数を 1 時間ごとに分け、ブックマークされやすい時間帯を調べる。可視化したブックマーク数の増加の推移の傾向を分類し、各傾向に対し分析を行う。

4. 結果

分析の結果、ブックマーク数の伸びやすい時間帯は 8 時から 12 時までであることが分かった。特に 12 時が最もブックマーク数の伸びやすい時間帯であった。逆にブックマーク数の伸びにくい時間帯は 2 時から 6 時までであり、特に 4 時が最もブックマーク数が伸びにくいという結果となった。

時間推移によるブックマークの増加の傾向を分析した結果、以下の 3 つのパターンに分類した。

1. 平均型…安定して伸び続け、ほぼ直線のグラフを描く。
2. 急上昇型…初期はあまり数値が伸びないものの、ある一点から数値が伸び始める。
3. 不規則型…上昇と停滞を繰り返し波のような曲線を描く。

5. 考察

深夜時はブックマーク数が伸びづらいためグラフの曲線が停滞しやすいと考えられる。そのため短期でブックマーク数が伸びきった場合は平均型となり、短期でブックマーク数が伸びたが深夜を挟むか深夜にブックマークが伸び始めた場合は急上昇型となりやすい。長期にわたってブックマーク数が増えている場合は、停滞しやすい深夜を数回挟むためグラフの曲線が不安定になりやすく、結果として不規則型となりやすい。

6. 結論

本研究では時間とブックマーク数の推移に着目し分析を行った。この要素のみの分析ではまだ確実なウェブマーケティングの予測は難しいが、取得できる他の要素についても分析を行うことでより確実なウェブマーケティングの予測が可能となる。

参考文献

- [1] はてなブックマーク. Hatena developer center, 7 2016. <http://developer.hatena.ne.jp/> (2016.7.15 閲覧)。