広報効果測定におけるTwitter活用の可能性について

1142009　安藤勇樹

　Twitterの「つぶやき」を収集し，「つぶやき」に含まれるユーザの行動（「ツイート行動」）に着目して分析することによって広報効果測定として使うというアプローチを提案している．

　Twitterでの情報共有方法として「リツイート」や「メンション」，「URL掲載」，「ハッシュタグ」などがある．このようなTwitter特有の機能から引き起こされる行動，すなわち「ツイート行動」を計測することで広報活動に対する反響を「成果」レベルで評価できるのではないかとしている．

　「ツイート行動」の分析事例として，「レモン牛乳」と「アサヒ・レッドアイ」を挙げている．

　分析方法として，Twitter公開APIを利用している．公開された「つぶやき」に含まれる「ツイート行動」に注目して調査を行っている．

　分析結果から，Twitterは「成果」分析が他の手段と比べて簡便に行え，ほぼリアルタイムで調査できることがわかった．また，事例ごとの比較もたやすく，広報効果測定にとって大きな価値を持っているだろう．

参考文献

小川剛司，小山晋一，吉野ヒロ子．“広報効果測定におけるTwitter活用の可能性について：『ツイート行動』を中心に”．学会誌『広報研究』第17号．日本広報学会，2013-03, p. 101-107, （広報研究，17）．