統計分析が明らかにする炎上の実態/対策とネットメディア活用方法

2017.9

国際大学グローバル・コミュニケーション・センター
講師　山口真一
syamaguchi@glocom.ac.jp

© 2017 Yamaguchi. All rights reserved.

自己紹介

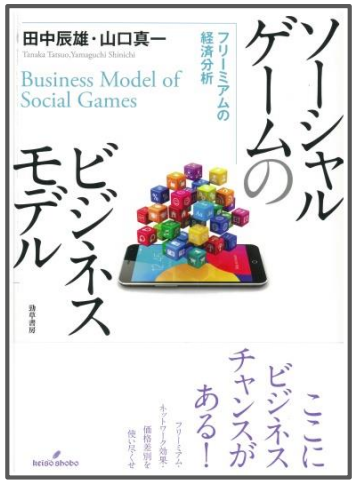
国際大学グローバル・コミュニケーション・センター　講師／研究員
東洋英和女学院大学　非常勤講師（ネットメディア論）

Recent Key Interest:　ソーシャルメディア / 炎上 / フリーミアムモデル / コンテンツ産業

2010年慶應義塾大学経済学部卒、2015年同大学経済学研究科で博士号（経済学）を取得し、国際大学グローバル・コミュニケーション・センター助教を経て、2016年より現職。専門は計量経済学。研究分野は、ネットメディア論、フリー・ビジネス、プラットフォーム戦略等。情報社会において新しく生まれた社会現象やビジネスについて、統計的検証を行って定量的な考察をすることを主としている。「おはよう日本」「あさイチ」（NHK）をはじめとして、テレビ・ラジオ番組にも多数出演。組織学会高宮賞受賞（2017年）、情報通信学会論文賞受賞（2017年）。主な著作に『ネット炎上の研究』（勁草書房）、『ソーシャルゲームのビジネスモデル』（勁草書房）などがある。

【計量経済学】
理論に基づいて数学的モデルを構築し、統計学的手法によって定量的な実証分析を行う学問。GDP算出などに利用されている。

特徴：
① 何が影響を与えているのか、要因が特定できる
② 効果を定量的に把握できる
③ 将来予測をもとに最適な戦略を導出できる



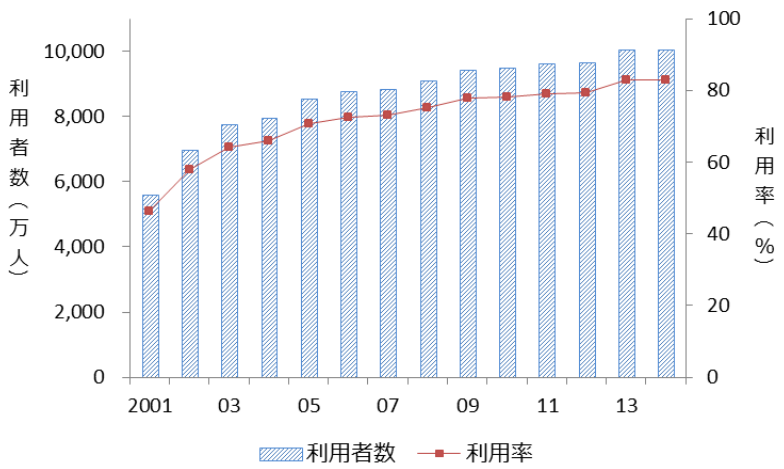
インターネットがもたらしたもの

インターネットがもたらしたもの

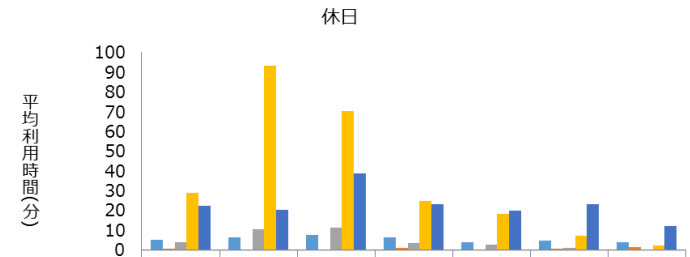
◆ インターネットの普及とそれがもたらしたもの

- 1960年代にインターネットが生まれ、90年代～00年代にかけて日本においても急速に普及。現在では不可欠なインフラへと成長。
- 非対面・対多数のコミュニケーションを可能とし、誰もが世界に発信可能に。
- 情報やサービスの受信者であった消費者が、発信者に。一億総発信時代。

人々の情報シェアが、消費・社会・政治等さまざまな分野を変えつつある



インターネット利用動向（「平成26年度通信利用動向調査」より）



	全年代	10代	20代	30代	40代	50代	60代
携帯通話	5.3	6.3	7.7	6.4	3.9	4.7	4.1
固定通話	0.7	0.2	0.2	1	0.5	0.6	1.5
ネット通話	4.1	10.7	11.3	3.8	2.8	1	0.2
ソーシャルメディア	29	93.3	70.5	24.9	18.2	7.4	2.3
メール	22.4	20.3	38.8	23.1	20.2	23.2	12.4

休日における利用時間

http://www.soumu.go.jp/iicp/chousakenkyu/data/research/survey/telecom/2016/02_160825mediariyou_houkokusho.pdf

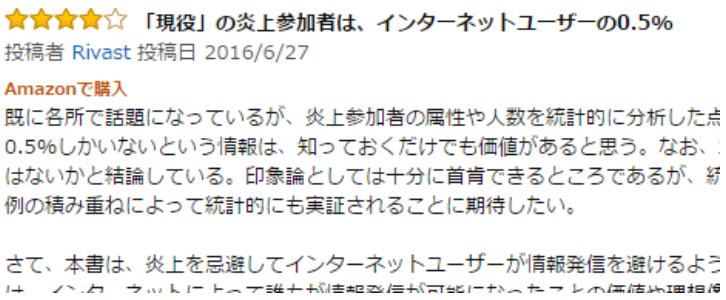
インターネットがもたらしたもの

◆ 情報シェアが変える消費

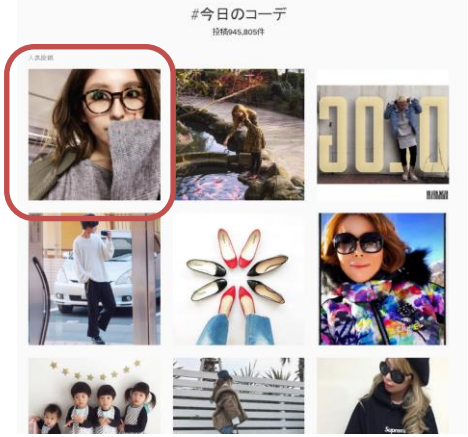
- 消費者は、口コミサイト、レビュー、SNS情報共有等、多種多様な情報源から「人々の生の情報」を取得。
- 情報の取得だけでなく、発信も楽しむ。

●多くのECサイトにはレビュー機能がある。
●消費者は、企業からの情報だけでなく、消費者の生の情報を得ることが出来る。

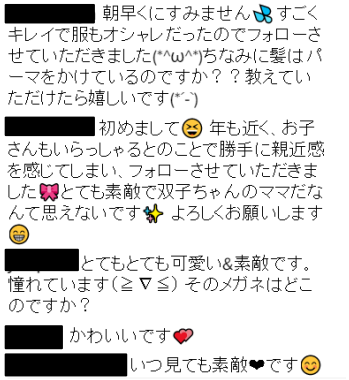
●Instagram：写真や動画の共有を行うSNS。
●企業や芸能人、モデル等の発信もあり、交流。
●＃今日のコーデ等で消費者が消費者のコーデを参考に。



Amazonのレビュー　https://goo.gl/LVooQk



消費者の情報発信の例
http://ur2.link/Bh0s

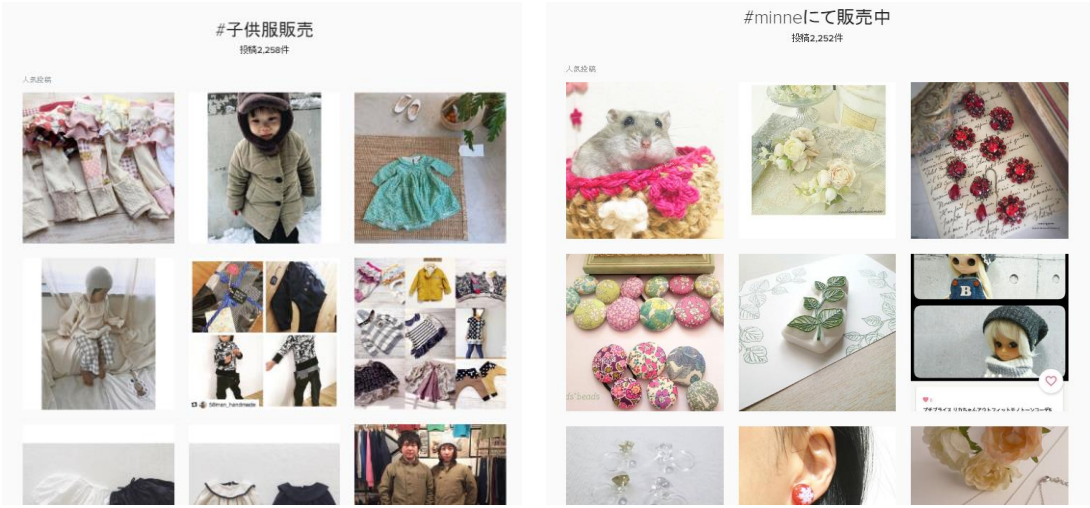


コメントの抜粋（左図赤枠で囲われた投稿）

インターネットがもたらしたもの

- 「発信するための消費」もあり得る
  - シェアを前提として「可愛いものを食べる」「話題の店に行く」等の行動も。
- 消費者が生産者に
  - 自らが作成し、販売している衣服を宣伝。いわゆる「プロシューマー」化。
  - コメント欄でコミュニケーション。アドバイスや要望を聞いている。

https://twitter.com/25maritenon25/status/826061474359447556



消費者が個人で販売している商品の例（Instagram）

インターネットがもたらしたもの

◆ ネットを活用した企業と消費者のコミュニケーション①

- 消費者とコミュニケーションをとることで、安価でサービス改善が可能。さらに、ブランディングにも貢献。
- 「IDEA PARK」は、消費者からの要望を受け付け、企業からの回答を行うコミュニティサイト。「人をダメにするソファ」等、実際に商品化して話題になったものも。

https://goo.gl/FTGu0w

実際に寄せられた要望例

消費者の声から商品化したソファ

https://www.muji.net/store/cmdty/section/S10305