

松山大学オープンキャンパス
経営学部 模擬授業

ソーシャルメディアの情報伝播

檀 裕也

(経営学部 准教授)

dan@cc.matsuyama-u.ac.jp

2012年 6月17日

模擬授業の概要

■ ソーシャルメディアの情報伝播

- ソーシャルメディア
ブログ、SNS (Facebook/Google+/mixi) 、Twitter など
- 「6次の隔たり」とスモールワールド現象
- ソーシャル メディア マーケティング

さて、問題です！

■ 世界の人口ランキング

	ところ	人口
1位	中国	13.5億人
2位	インド	12.1億人
3位	Facebook	9億人 超
4位	アメリカ	3.1億人
5位	インドネシア	2.4億人
6位	ブラジル	1.9億人

World Population Prospects (United Nations, 2010) etc.

Facebook

■ 世界最大のSNS

- マーク・ザッカーバーグ氏による開発・創業 (2004年～)
- 2012年5月18日 米NASDAQ市場 新規株式公開 (IPO)
- ジャスミン革命 (チュニジア) ～アラブの春

現在の情報環境

- インターネットの爆発的な普及
 - インターネット普及率9割超
- 身近なユビキタス環境の実現
 - 携帯電話・スマートフォンの利用
- 情報コストの低価格化・無料化
 - 通信料金の低下や無料サービスの提供

時間や場所に制約されることなく利用できる
ブログ、SNS、Twitterなどのソーシャルメディアは
若年層ほど利用率が高い

ソーシャルネットワーク

■ ソーシャルネットワークとは？

**実空間または仮想空間の友人関係によって形成された
オンラインのネットワーク**で、ユーザー同士でメッセージを
交換したり写真を共有したりとサイト上で交流すること
ができる

- **N対Nの情報メディア＝ソーシャルメディア**
cf. マスメディア (1対N)

サービスの事例

■ サービスの事例

- Facebook (米ナスダック上場)

<http://facebook.com/>

- Google+ (AKB48)

<http://plus.google.com/>

- mixi (国産SNS)

<http://mixi.jp/>

- Twitter (短文投稿型)

<http://twitter.com/>

活用方法

■ 友人同士の情報交換

- 日記、ダイレクトメッセージ、ソーシャルゲーム、…

■ 災害時における連絡手段

- 阪神淡路大震災・東日本大震災

■ ビジネスにおける広告媒体

- ソーシャル メディア マーケティング

プロモーションの事例

おいしいと健康
Glico

グリコアイス
アイスの実

AKB48 江口愛実



with アイスの実



SHARE   

SOUND ON OFF

江崎グリコ アイスの実 <http://www.icenomi.com/>

広告展開のしかけ

■ 江崎グリコ「アイスの実」

➤ AKB48メンバーの合成CGによる架空人物

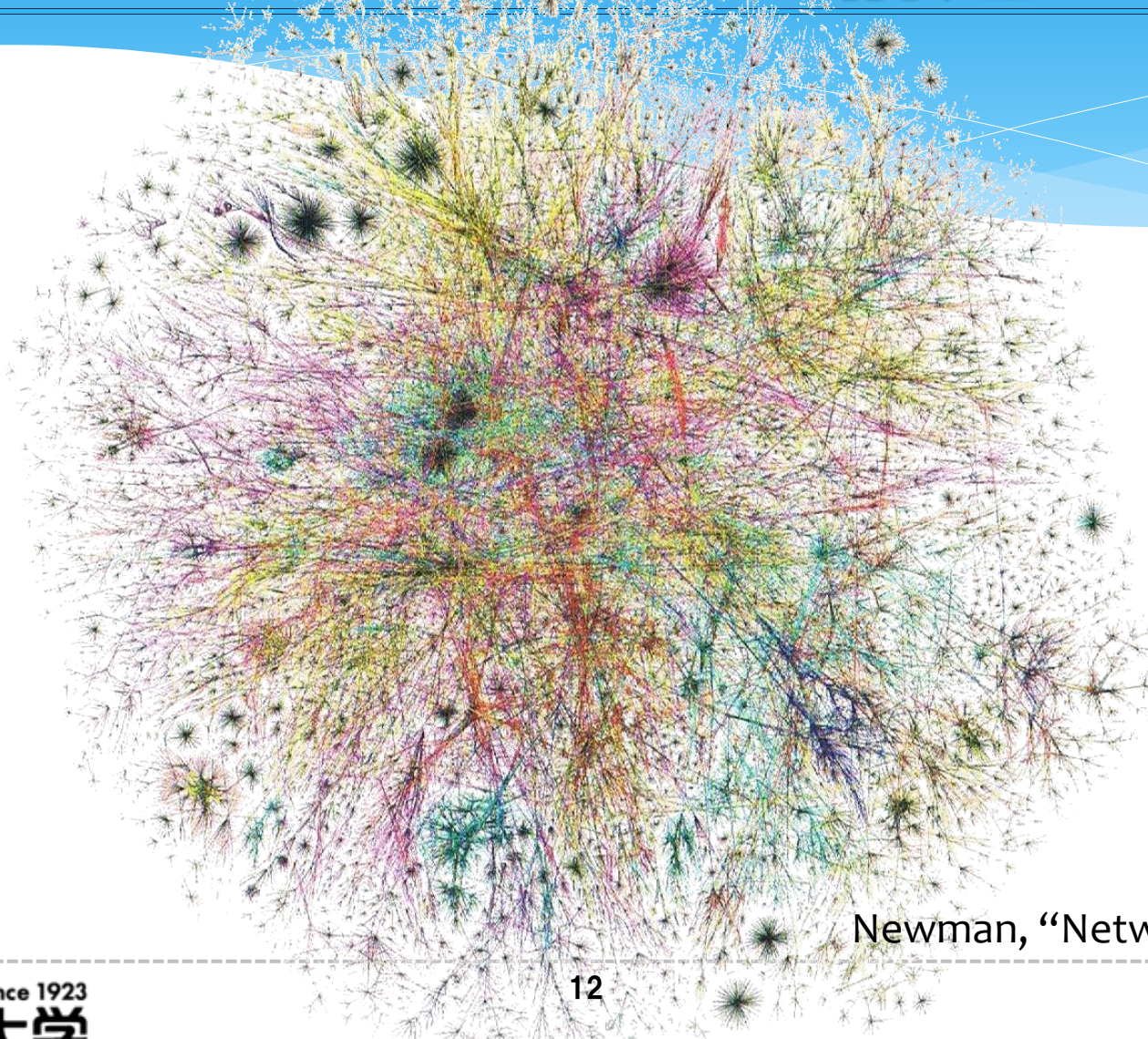
2011年6月13日	2011年6月20日
AKB48 新メンバー センター位置で歌とダンス！	既存メンバーによる合成CG
名前 「江口愛実」	「江」:江崎グリコ 「口」:アイスのくちづけ 「愛」「実」:アイスの実
キャッチフレーズ 「私はあなたを愛すのみ」	商品名 「アイスの実」
誕生日 = 2月11日	江崎グリコの創立記念日

ネットワークのリンク構造

■ 複雑ネットワーク理論

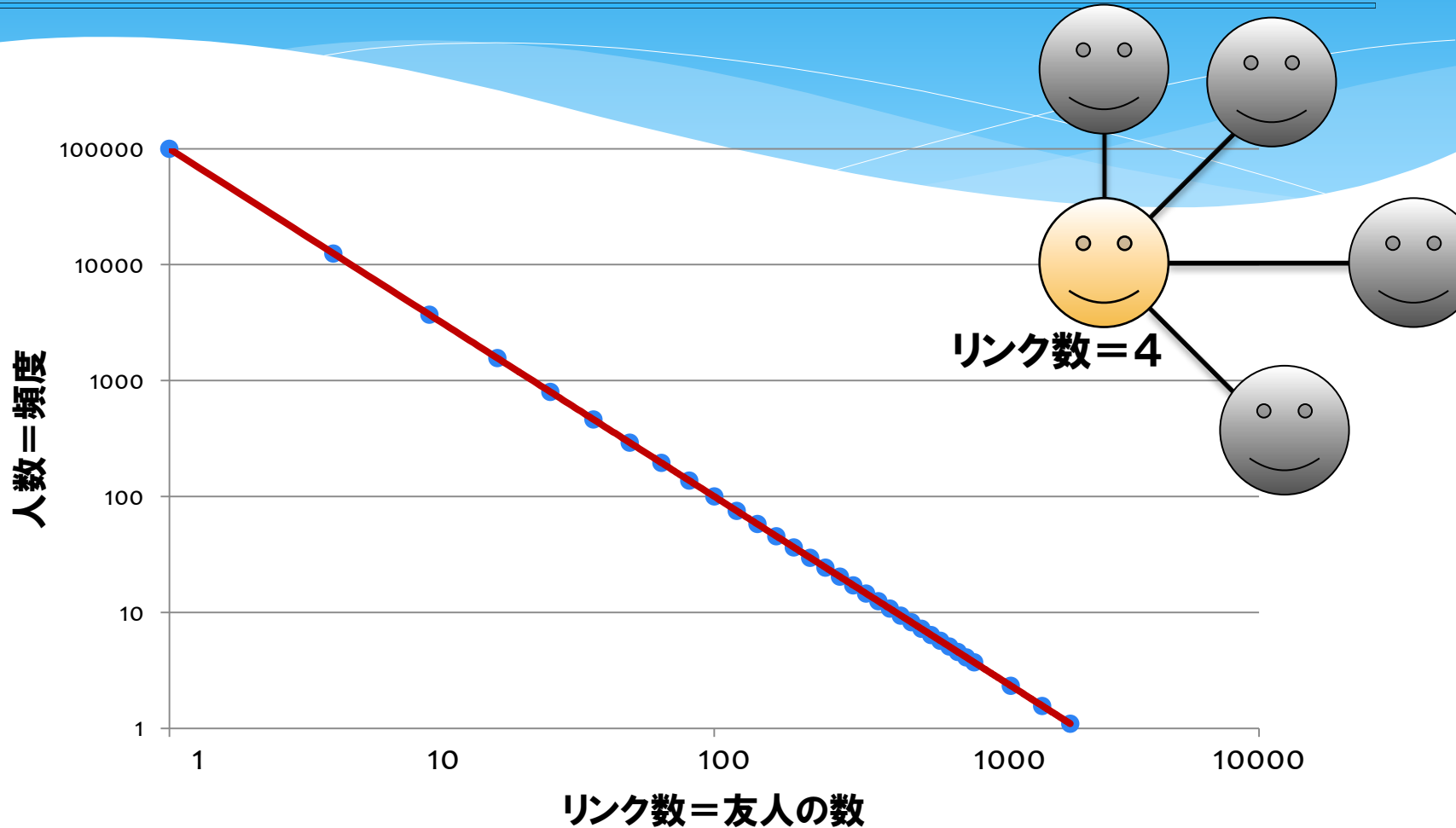
- スケール不変性
= 拡大しても同じ形 (フラクタル)
- クラスター性
= 友達の友達は、また友達である
- ハブの存在
= 顔の広いひとが情報を仲介する

インターネットの構造



Newman, "Networks" (2010)

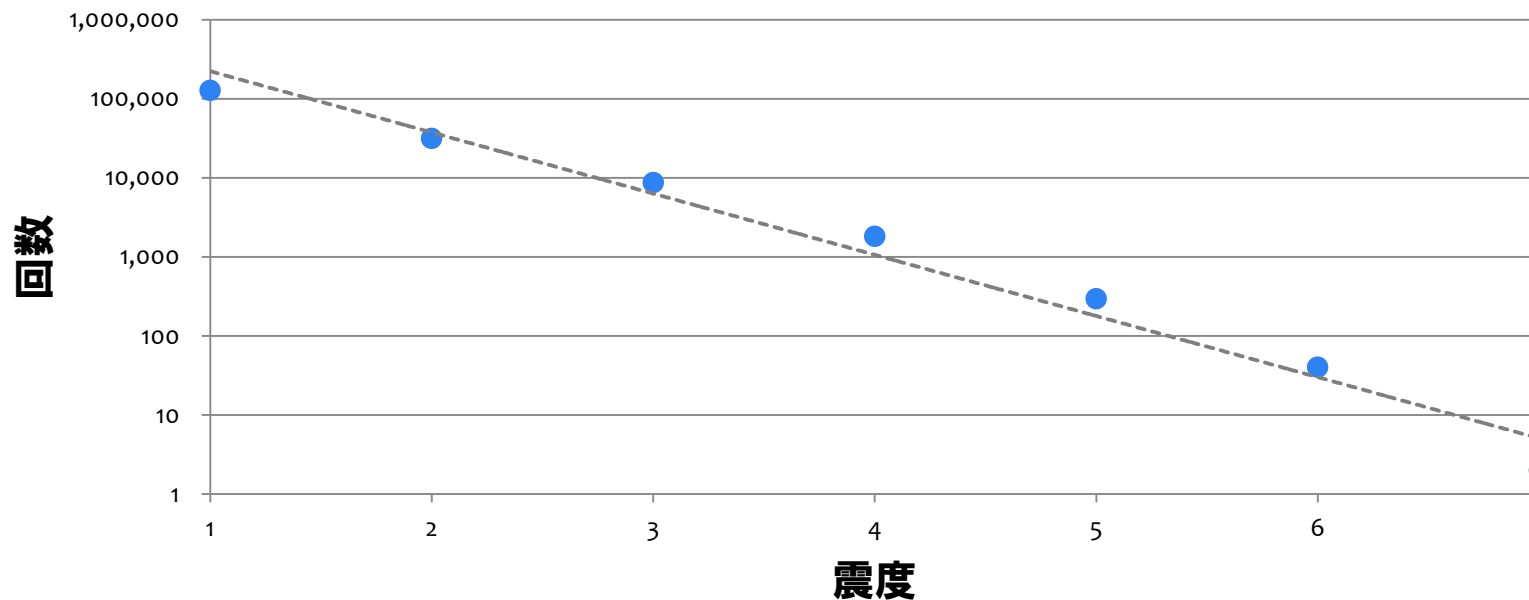
ネットワークのスケール不変性



グーテンベルグ・リヒターの法則

■ 地震の規模と発生頻度に関する法則

➤ 日本 (1926/01/01 - 2011/01/23)



Gutenberg & Richter, "Earthquake Magnitude, Intensity, Energy and Acceleration" (1942)

「6次の隔たり」

■ ミルグラムの実験 (1967)

- 何人の知り合いを仲介すれば、他人とつながるのだろうか
- カンザス州ウィチタに住む被験者60人に対して、マサチューセッツ州ケンブリッジのある人を目標に知り合いを通じて手紙を転送するよう依頼した。
- その結果、平均して6人で目的の人に届いた



スモールワールド現象

情報伝播の性質

■ 高速な情報伝達

- スモールワールド現象による情報伝達の加速効果

■ デマの拡散

- デマの否定はデマの拡散を抑止できるのか？

■ 炎上現象

- 不用意な発言による批判殺到 → アカウント閉鎖

ソーシャルメディアの活用

■ 友人関係の口コミ効果

- 友人のおすすめは、何よりも効果的？！

■ 商品やサービスの広報戦略

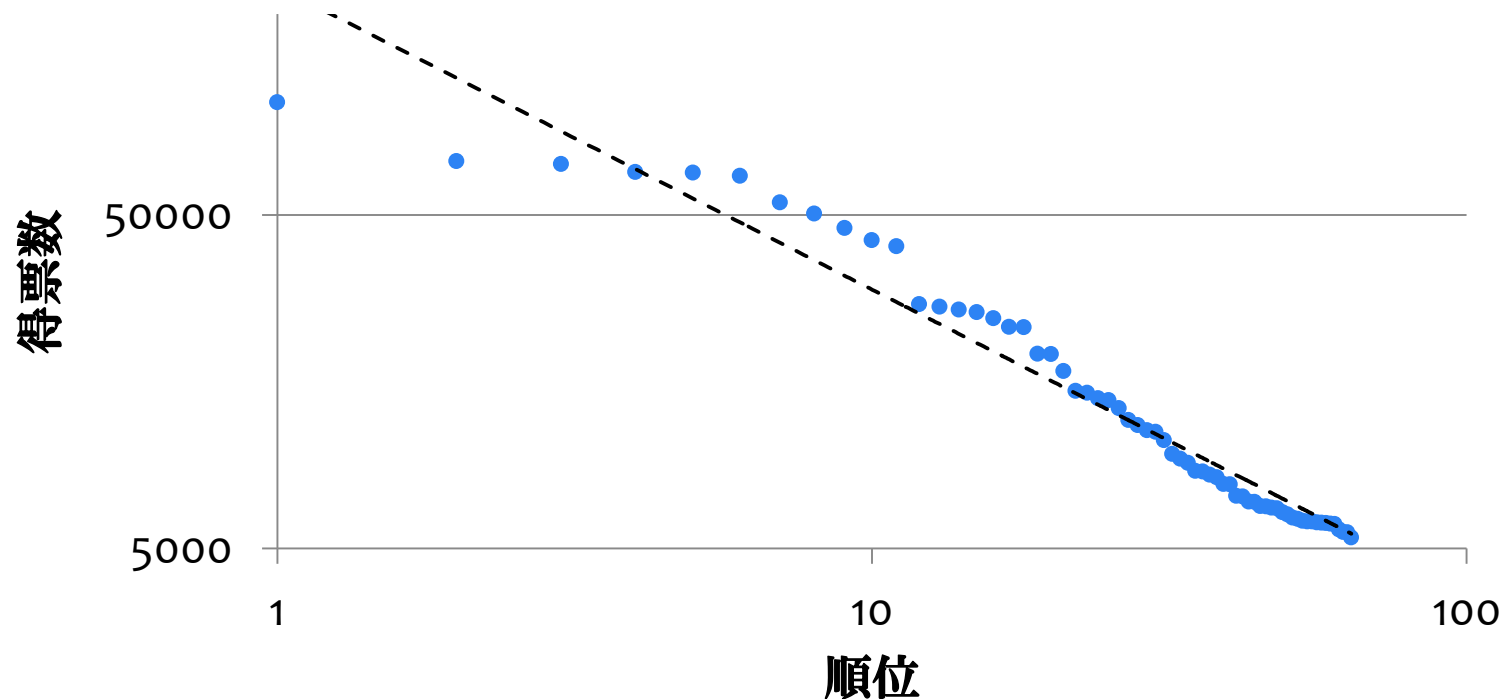
- 既存の広告だけでは伝わらない付加価値

■ ソーシャルメディア マーケティング

- ソーシャルメディアの情報伝播を活用したマーケティング
(ただし、ステルス マーケティングに注意)

スケール不変性？

AKB48選抜総選挙(2012年6月6日)



AKB48 選抜総選挙+1 <http://www.akb48plus.com/>

まとめ

- ソーシャルネットワークのリンク構造には、
 - スケール不変性
 - クラスター性
 - ハブの存在といった性質がある。
- そのため、またたく間に情報が広がるという特徴があり、ソーシャルメディアマーケティングに有効だと考えられる。
- 新しい情報メディアであるソーシャルネットワークは、若い感性と発想によって、ビジネスのさまざまな場面で有効に活用することが可能である。

さらに詳しく知るために

■ 参考文献

- ジェームズ・スロウィツキー著
「『みんなの意見』は案外正しい」
角川書店 (2006)

■ 関連講義

- 経営工学概論
 - 情報処理論 (応用)
 - Webデザイン論 ほか
- この模擬授業で使用したスライドはWebサイト
<http://www.cc.matsuyama-u.ac.jp/~dan/>で公開しています