

Q&A サイトにおける質問文を用いたソーシャルリスニングの可能性

-Yahoo!知恵袋における iPhone と Android の比較から-

○吉見 憲二 (Kenji YOSHIMI)、谷本 和也、田中 康裕、岩井 憲一、上田 祥二、針尾 大嗣

Keywords : Q&A コミュニティ、ソーシャルリスニング、テキストマイニング、iPhone、Android

1 目的

ソーシャルメディアの普及に伴い、五藤 (2012) のようにソーシャルメディアを通じた顧客の声を収集、分析し、マーケティングに活用にするソーシャルリスニングの可能性が提唱されている。しかしながら、X (旧 Twitter) や Facebook、Instagram といったサービスでは、分析に際してさまざまなノイズが含まれることが課題となる。

本研究では、日本最大の Q&A サイトである Yahoo!知恵袋を対象に、スマートフォンカテゴリにおける iPhone と Android の質問文の分析からソーシャルリスニングの可能性について検討し、その優位点について検証することを目的とする。

2 方法

本研究の分析データとして、国立情報学研究所の IDR データセット提供サービスによって提供されている「Yahoo! 知恵袋データ (第 3 版)」の 2019 年度から 2023 年度提供版データより、2014 年度から 2020 年度の 7 年間の投稿データを使用する。スマートフォンカテゴリの下位にある iPhone と Android カテゴリに投稿された質問を対象とし、計量テキスト分析の手法を用いてその差異について検討する。

具体的な分析手法として、頻出上位語の抽出、共起ネットワーク分析による質問文の可視化、カイ二乗検定による差異の検討を行う。こうした複合的な分析アプローチから、それぞれの消費者が抱える「悩み」について蓋然性の高い把握を試みる。

3 結果

本研究の分析結果より、iPhone ユーザと Android ユーザの抱えるそれぞれの「悩み」の一端が示唆されている。一例として、分析対象初期の投稿データでは、iPhone カテゴリにおいて「iTunes」が、Android カテゴリにおいて「カード」「画像」「データ」が特徴的な単語として得られた。これはデータ移行やバックアップにおいてそれぞれのユーザが抱える困難が質問文に反映された結果だと考えられる。さらに、サービスの変化によって、こうした「悩み」の経年的な変化も示された。

4 結論

以上により、より明確な問題意識の下に質問が投稿されている Q&A サイトの質問文を用いてソーシャルリスニングを行う有用性を示すことができた。

【主要参考文献】

五藤寿樹 (2012) 「社会情報とビジネス : ソーシャルメディアとデータ集約型科学」『社会情報学』1 巻、2 号、pp.27-35