

ツイートに基づくエゴサーチサービス 「ツイート気になるくん」の構築

岩井 憲一†

滋賀大学教育学部†

1. はじめに

人や企業が自己に関する社会的評価を知るためにインターネット上で自己に関して自身が行う検索であるエゴサーチは、芸能人のような人気商売を生業とする方々や新商品の開発には必須のものであるといえるが、その方々にとっては今まに行われている取り組み（テレビ放送や新商品発売）に対するコメントが SNS 上で次々と生じるために、これを集約して総括的な評価を得るにはある程度の時間を必要とし、その場で俯瞰して読み取ることが難しい。

本稿では、この状況を改善すべく構築した Web サービスについて述べる。

2. 本研究の背景

エゴサーチを検索結果の観点で見ると、(1)検索エンジンでの検索結果を利用するものと(2)SNS 上の関連発言を利用するものの2種類に大別することができる。このエゴサーチを行うことで自己への評価、言い換えると自分の人気を知ることができ、人気商売の代表である芸能人にとってのさらなる飛躍や新商品の開発にも大変有効となる。特に芸能界で活躍する人々の中でも、「デジタルネイティブ」である 10 代前後の青少年をファンにもつタレントや歌手・アイドルといわれる芸能人にとっては欠かせない自己評価手法の一つである。

具体的には、彼ら彼女らは出演番組の放送が終了するとすぐに SNS 等のコメントに目を通してその評価に一喜一憂するとのことであるが、放送終了直後はまさにコメントが続々と生じている状況であるのと、それを集約・保存する機能がそもそも SNS のネイティブアプリにはない場合が多いことから、どうしても一つ一つのコメントに目を通さざるを得ない状況になる。

そのためコメント全体を俯瞰して扱うことが

できずに各コメントの内容をそのまま受け止めてしまい、その精神的疲労は相当なものようであり、所属会社から常に心配されている。

筆者はこのような事態の打開策を検討すべく、以前より世の中の様々な意見分布を少しでも汲み取れればと考えていた。そこで筆者は Twitter を対象として、「エゴサーチ分布の可視化」について研究を推し進めてきた。このような一連の流れは様々な分野や個人にも起こり得ると考え、Twitter において容易にエゴサーチの集約および可視化を可能とする Web サービス「ツイート気になるくん」[1]を構築した。本稿では、その概要について述べる。

3. システム

本サービスを構成する「ツイートに基づくエゴサーチツール TEST (Tweet-based Ego-Search Tool)」の構成を図 1 に示す。TEST は、(1)入出力インタフェース（以下、「入出力 IF」）、(2)ユーザ ID 認証モジュール、(3)ツイート収集モジュール、(4)情報可視化モジュールからなる。



図 1 TEST の構成

システムの大まかな流れは次のとおりである。まず入出力 IF で後述の所定の情報を入力すると、ユーザ ID 認証モジュールがその情報の中から利用者のユーザ ID が有効であるかを Twitter に問い合わせる。そのユーザ ID が有効である場合に限り、残りの情報を基にツイート収集モジュールが Twitter に検索を依頼して情報を収集する。収集された情報を基に情報可視化モジュールが情報の可視化を行う。次にシステムの具体的な動作について述べる。入出力 IF を図 2 に示す。

Development of An Ego-Search Service “Tweet Kininaru-kun” based on Tweets

†Kenichi IWAI, Faculty of Education, Shiga University

ツイート気になるくん
裏(うら)モードへ

Your_Twitter_ID (*Required)

あなたのTwitter ID

Your_Name (*Required)

情報太郎

Keywords (*Required)

かっこいい おもしろい 元気

Number_of_Tweets

100

送信

-RT

図2 入出力 IF の例

入出力 IF では、上から順に「Your_Twitter_ID (ユーザの Twitter ID)」、「Your_Name (対象者名)」、「Keywords」を入力する。本システムでのエゴサーチとは「調査対象者は {どのように思われているか/今後どの方向を目指すべきか} 」という調査であると定義している。例えば図2のように「情報太郎」の今後の方向性が「かっこいい」なのか「おもしろい」なのか「元気」なのかを各形容語を半角スペースで挟みながら入力して送信ボタンを押すと検索結果を得ることができる。なお、「-RT」のチェックボックスは、これを選択すると、検索結果からリツイートを含まない内容のみを返す。なお図3の「賛同数」はリツイート数のことを指す。

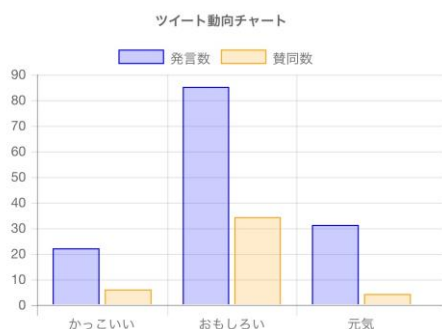


図3 入出力 IFでの情報の可視化 (グラフ化)

システムはこれらの入力データから、まず「情報太郎 かっこいい」と「情報太郎 おもしろい」および「情報太郎 元気」の OR 検索を行う。Twitter の仕様の関係で、検索数の最大値は 100 件であり、100 件当たりのそれぞれのツイートを検索結果として入出力 IF に返している。その検索結果は情報可視化モジュールによって集約され、ツイートはアコーディオンスタイルのユーザインタフェースによって表示の簡略化と計数

が行われ、図3のように検索結果が棒グラフの形で可視化される。

また、本システムでは「裏モード」を用意している。これは、所定の形容語に相応しい対象者は誰かを検索するモードである。図2の「裏(うら)モードへ」のリンクをたどると、図4のような裏モードになる。使い方としては、例えば「サラダの美味しいコンビニエンスストアはどこか」を調べたければ「Keywords」には「サラダ 美味しい」を、「Your_Names」には「A社 B社 C社」と入力して送信ボタンを押せばよい。

ツイート気になるくん(裏)

表(おもて)モードへ

Your_Twitter_ID (*Required)

あなたのTwitter ID

Keywords (*Required)

サラダ 美味しい

Your_Names (*Required)

A社 B社 C社

Number_of_Tweets

100

送信

-RT

図4 入出力 IF (裏モード)

4. 考察

本サービスのようなツイートを分析するサービスについては、Twitter 社も含めたいくつかの企業においてすでに本格的なものが取り組まれている。しかし、有料であるものや、結果までにいくらかの手続きや時間を必要とするもの、用語がマーケティング特有のもので習得に時間を要するもの等が多く、一般ユーザが本サービスのようにその時点での意見分布を容易に扱うことのできるサービスはあまり見当たらない。

5. おわりに

本稿では、エゴサーチの集約および可視化を可能とする Web サービス「ツイート気になるくん」の概要について述べた。

本システムは PHP7.1+MySQL5.7+Javascript で構築されている。今後はマーケティングに向けて、情報の取り扱い方のさらなる検討や利便性の向上を目指して研究を進めていく予定である。

参考文献

[1] 岩井憲一：“ツイート気になるくん”，2017，(<https://es.tweetcollector.net>) .