

地域ユーザに着目した口コミツイート収集手法の提案

長島 里奈

近年、消費者により、店舗などを対象とした「口コミツイート」が多数投稿されるようになった。手軽に発信されるため本音が出やすいという記述内容の特色や、データ量の優位性といった理由から、「口コミツイート」は企業や自治体からも注目を集めている。一方、店舗名が複数の意味で用いられる地域店舗についての口コミツイートを収集する場合、地域店舗に適合しないツイートが混ざってしまい、対象を絞った収集が難しい。そこで、本研究では、店舗、自治体、地域住民が消費者の口コミを活用することを支援するために、地域店舗を対象に絞った口コミツイートの収集手法を提案する。

提案手法では、先行研究で用いられた地域名、位置情報に加え、地域ユーザを手がかりとして用いる。地域ユーザの活用により、地域名や位置情報を含まないツイートの収集が可能となり、口コミツイートの数を増やすことができるようになると思われる。しかし、Twitterにおいて、ユーザを地域ごとに集約する公式のサービスは存在せず、非公式のサービスを用いても、居住地を記載するすべてのユーザを収集することはできない。そこで、本研究では、プロフィールに基づき収集した地域ユーザのフォロー関係を利用して地域ユーザのカバー率を向上させ、これを利用して地域店舗を対象に絞った口コミツイートの収集を行う手法を提案する。

地域ユーザの活用が、地域店舗を対象に絞った口コミツイートの収集において有効か検証するために、地域活性化を目的とするイベントに出店した店舗を対象に、口コミツイートの適合性について、ベースラインとの比較実験を行った。2015年8月1日から2015年9月30日までの期間、イベントに出店した12店舗それぞれの店舗名をクエリとして収集を行った132,316ツイートを実験対象とした。フォロー関係を利用してカバー率を向上させた地域ユーザを用いて、口コミツイートを収集した結果、F値の平均は0.677となり、ベースラインから93%の改善が見られた。特に、店舗名が多義性を持ち、かつ、店舗のある地域と結びつけることで店舗名が一意性を持つようになる店舗において、提案手法は有効であった。

今後の課題としては、提案手法で収集した、地域店舗を対象に絞ったツイートからの、店舗の特徴語の抽出とその活用が挙げられる。

(指導教員 関 洋平)