

2020年におけるソーシャルメディア・マーケティング

近年、インターネットの発展に伴い、SNS(Social Networking Service)やBlogなどのソーシャルメディアの利用が拡大した。特にFacebookやTwitterなどのソーシャルメディアは世界中で利用され、社会全体に影響を与えている。ソーシャルメディア上のユーザの多くは、ソーシャルメディアによって情報を収集・発信を行っている。とりわけデジタルネイティブの間では、ソーシャルメディアは既にテレビや新聞に代わる新たな情報源になりつつある。2020年にはソーシャルメディアは情報源としてより活用されている事は明らかであろう。

このソーシャルメディアを用いたマーケティング(ソーシャルメディアマーケティング：SMM)が現在盛んにおこなわれている。この動きは、オンライン通販やダウンロードコンテンツ等と連動する事で、大きな市場を形成している。このようなオンラインコンテンツは、今後拡大していくことが予想される。デジタルネイティブが消費の中心となるであろう2020年には、インターネットがテレビや新聞に代わり宣伝広告の中心となる事が予想される。

ここで重要となるのが、ソーシャルメディア上での情報拡散である。情報の拡散割合はその情報が拡散されるネットワーク(情報拡散ネットワーク)の構造の影響を強く受ける。したがって、情報拡散ネットワークの構造を意図的に変化させることができれば、より多くのユーザに情報を届ける事が可能となる。2020年のデジタルマーケティングでは、この手法が確立され、ソーシャルメディアが一大市場を築くと考えられる。また、この手法の応用によって、情報の伝達過程の予測も可能になるであろう。さらに、2020年には、事前にどの程度の売り上げが期待できるのかをある程度予測できるであろう。

本論文では、まず分析によってより多くのユーザに情報を届ける事が可能なネットワーク構造について言及し、最も情報が拡散しやすい構造を示した。ソーシャルメディアは、仕掛学やテンポラルネットワークの研究の進展によって、情報が拡散されやすい状態へと導かれている事が期待される。この技術によって、ソーシャルメディアはさらに情報共有の場となり、テレビや新聞にかわる新たな情報源となるであろう。また、ユーザ情報の推定技術の進展によって、ユーザの興味、職業、居住地等の推定がかなり正確に行う事ができる。それらの情報を利用した情報拡散シミュレーションによって、広告がどのように拡散され、だれに届くかを予測する事ができるようになる。さらに、ユーザ情報と情報拡散の予測を利用したマーケットシミュレーションによって売上までもが予測可能となると考えられる。これらの技術は、ソーシャルメディアでのマーケティングを容易なものにし、ソーシャルメディアとマーケティングを強く結びつけると予想される。このようなソーシャルメディアを利用したマーケティングは、消費者と企業の新たな関係を築き、新たな価値の創造につながる事を期待する。