➢ MASを用いたSNSがテレビ視聴率に与える影響のモデル構築

八巻 澄奈（お茶の水女子大学　理学部）

近年、インターネットの普及による娯楽の多様化によって若者のテレビ離れが業界内で問題視されている。NHKが2015年に行った調査からもこのことは明らかになっている。一方で、スマートフォンやソーシャルメディアの普及によって番組についてSNSに投稿したりあるいはその投稿を閲覧しながらテレビを楽しむ人も増えてきている。そこで本研究では、テレビ局がこれからどのようにSNSを活用していけばより多くの視聴者を獲得できるのかを明らかにすることを目的としてシミュレーションを行った。

シミュレーションの結果、SNSを用いて視聴率を増加させるには、フォロワーの多いユーザ゛ーやSNSの利用頻度が高いユーザ゛ーを視聴者として獲得すること、フォロワーの少ない視聴者を多く獲得するよりも、フォロワーの多い視聴者を少数獲得すること、テレビを見る習慣がある程度あり、かつ、SNSでの拡散力も期待できる年齢層にターゲティングすることが有効であるという結論を得ることができた。