

「Social Graphがもたらす 次世代ソーシャルメディア」

株式会社ゼロスタートコミュニケーションズ
代表取締役社長 山崎 徳之

Social Graphとは？

➤ 狭義のSocial Graph

- Social Mediaにおける人間関係の表現
- http://en.wikipedia.org/wiki/Social_graph
- 明示的(Visible)なリンクのみを対象とする

➤ 広義のSocial Graph

- ヒト(人間)に限定しない相関関係の表現
- 非明示的(Invisible)なリンクも対象とする

Social Mediaの成長

- **Social Mediaと呼べる媒体の増大**
 - Blog, SNS, Social Bookmark等だけではなく
 - ニュース, 地図, ECサイトなどもSocial Mediaへ
- **Social Mediaの定義とは？**
 - ユーザが自己のIdentityの元に活動できる
 - ユーザの活動の内容を共有できる
- **今後あらゆるサイトがSocial Mediaへ**
 - Social Network Infrastructure論

Social Media Interwork

- **Social Mediaはどんどん相互作用していく**
 - データの入出力のAPIを持つのは普通の事に
- **OpenID等によるユーザの同定**
 - ネット上で自己を表現するIDの保有
 - サービスを跨いでユーザを紐付けることが可能に
 - サービス間でのユーザの行動履歴が取得できる
 - 取得した行動履歴を解析して活用する
 - 真の「集合知」へ！

Social Media Interwork (cont'd)

- **フォーマットとプロトコルの標準化**
 - XMLやHTTPの活用
- **Social Graphによる収集したデータの解析**
- **ネット上のSocial Mediaは一つになっていく**
 - Blog, SNS, ECなど個々のサイトが相互に接続
 - ユーザの行動履歴、趣味嗜好を分析、共有
 - 十分なデータが溜まるとそこにはSocietyが発生

次世代Social Mediaとは

- **次世代の鍵は提供するサービス内容ではなく**
 - サービス内容がどうでも良いということではない
- **InterworkできるSocial Mediaかどうか**
 - Application LayerにおけるInteroperability
- **お互いを成長させることが出来るメディア**
- **そのために必要なものは？**
- **InteroperabilityとSocial Mediaの解析である**
 - そこで必要になるのが「Social Graph」

ここまでのまとめ

- **これからのSocial Mediaとは・・・**
- ✓ **IDがグローバルに定義されデータが交換できる**
 - **OpenID, XML, HTTPなどを活用**
- ✓ **交換したデータをSocial Graphとして解析できる**
 - **Visible, Invisible両方のタイプのリンクを扱う**
- ✓ **その結果そこにグローバルな社会が生まれる**
 - **個々のサービスは全体におけるシーンに過ぎなくなる**
- ✓ **ネットは「一つの社会」へと進化**

Social Graphの果たす役割

- データを交換、収集、表示するだけではない
- そこに隠された構造を解析し見つけ出す
- そのための様々な手法
 - リンク解析
 - 協調フィルタリング
 - ベイジアンネットワーク
 - 共起
 - コンテンツマッチ
- 重要なのは手法ではなくそれを活用するモデル

Social Media Marketing

■ 「真の」One-to-oneマーケティングの実現

- まるでネット上に「ミカワヤ」があるような社会
- ユーザにとってもメリットのあるマーケティング
 - もはや広告ではなく個告へ
 - Amazonによる宣伝はユーザが喜ぶ場合も多い

■ 行動ターゲティング広告の限界

- 行動履歴を一次元的にしか捉えない
- 単に「過去の行動」に合わせた広告というだけ
- 集合知を活用していない

Social Media Marketing (cont'd)

■ Social Media Marketingとは・・・

- ✓ ユーザ、ページ、広告の相関と時間に基づく
- ✓ ユーザとページで決まる「場」と広告のマッチング
 - 時間はバイアスとして作用する
- ✓ ユーザ属性は行動履歴によって決定
- ✓ ページ属性はメタデータによって決定
- ✓ 広告属性は被行動履歴とメタデータによって決定
- ✓ 直接的な属性だけでなく相関を用いることが重要
 - ユーザは「気づき」を求めている
- ✓ 重要なのは「ユーザにメリットのある」マーケティング

Social Matrix Project



<http://socialmatrix.jp/>