

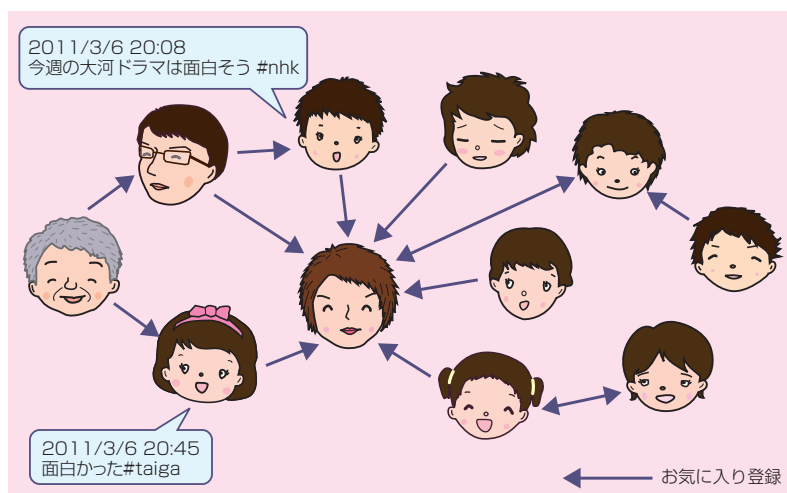
ソーシャルネットワークサービスを利用した番組推薦手法

近年、インターネット上でコミュニケーションの場を提供するソーシャルネットワークサービス（SNS）が広く利用されるようになり、多くのユーザーが日常のさまざまな出来事をSNSに書き込んでいる。その中で、テレビを視聴しながら番組の感想を書き込み、SNS上の他のユーザーと共有・共感し合う人々が増えてきている。当所では、放送予定の番組から友人・知人が視聴しそうな番組やSNS上で人気のあるユーザーが視聴しそうな番組を推薦することで、「〇〇さんが見るのなら」と番組を視聴してもらうきっかけを増やすことを目的として、番組に関する書き込みとSNSにおけるユーザー同士の関係を利用した番組推薦手法を提案している。

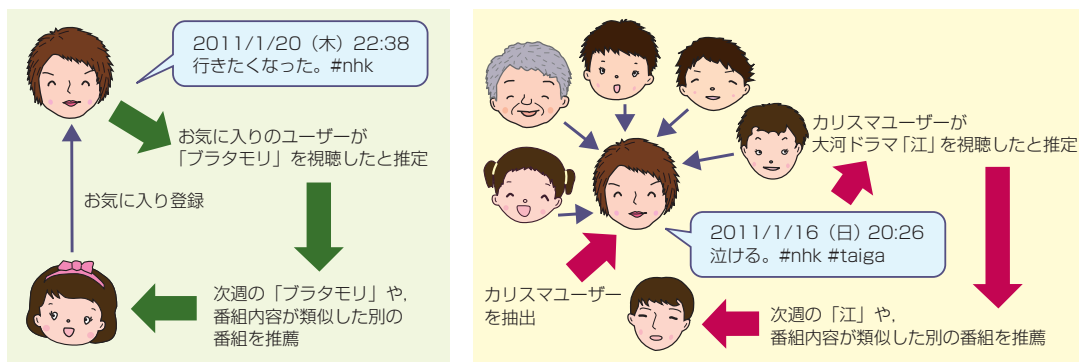
一般のSNSでは、例えば、Twitterにおけるフォロー*のように、お気に入りのユーザーを登録することでユーザー同士の関係を形成することができる（1図）。お気に入りの登録機能を利用しているユーザーに対しては、お気に入りの登録されたユーザーの書き込みを解析して、お気に入りの登録されたユーザーが視聴した番組を推定し、その番組とそれに類似した別の番組を推薦する（2図（a））。SNSを閲覧するだけで、お気に入り登録などの機能を積極的に利用していないユーザーに対しては、まず、多くのユーザーからお気に入り登録されており、番組に関する書き込みを頻繁に行っているユーザー（カリスマユーザーと呼ぶ）を抽出し、そのカリスマユーザーがよく視聴している番組とそれに類似した別の番組を推薦する（2図（b））。

このように、友人・知人と番組を共有・共感できるさまざまな番組をユーザーに推薦することで、ユーザーは自分の好みに合った番組だけでなく、普段見ていなかった番組や新しいジャンルの番組にも出会うようになると期待できる。今後、本手法を利用したサービスの実施の可能性について放送現場と議論を進めていく。

* 他のユーザーの発言を自分のホームページに表示させる機能。



1図 SNSのイメージ



(a) お気に入り登録をしているユーザーの場合

(b) お気に入り登録をしていないユーザーの場合

2図 番組推薦の仕組み