

## SNS におけるコミュニティ推薦機能の提案

大谷紀子研究室

0732017 井原 翔

### 1. 研究の背景・目的

現在、ネットワークシステム技術の発展により、ソーシャル・ネットワーキング・サービス(以下 SNS)が世の中に普及している。SNS は人と人とのつながりを促進、もしくは支援するコミュニティ型の会員制サービスと定義される[1]。SNS の主目的は、多種多様なユーザ同士のコミュニケーションを促進し、他者とのつながりを通じて新たな人間関係を構築する場を提供することである。

SNS の登場により、誰でも気軽にネットワーク上でのコミュニティで、他者との交流や意見交換ができるようになった。一方で、ユーザの交流はコミュニティ内部に限られており、外部コミュニティとのつながりが疎かになっているため、SNS の主目的が完全には達成できていない点が問題点として挙げられる[2][3]。

本研究では、SNS におけるユーザ同士の交流支援を目的とする。現在の SNS に追加すべき機能を提案し、よりよい人間関係の構築を可能にすることを目指す。本研究で提案するコミュニティ推薦機能の出力した結果を提示し、アンケートによる評価実験で提案手法の有用性を示す。

### 2. コミュニティ推薦機能

本研究で提案するコミュニティ推薦機能では、ユーザのコミュニティ情報を基に、ユーザの関心が得られるようなコミュニティを推薦する。ユーザがわかりやすいように推薦コミュニティを一括表示する。本機能で推薦するコミュニティの条件を以下に示す。

(ア)ユーザが所属しているコミュニティの多くのメンバーが所属している

(イ)ユーザが管理人であるコミュニティのメンバーと、ユーザのフレンドの両者が所属している

(ウ)ユーザが最近加入したコミュニティのメンバーが、最近加入し、ユーザが所属していない

上記の条件を満たしたコミュニティから以下の手順で『おすすめコミュニティ』を選定する。

① (ア)を満たすコミュニティのうち、人数の多い上位2つのコミュニティを選出する。

② (イ)を満たすコミュニティのうち、人数の多い上位2つのコミュニティを選出する。

③ (ウ)を満たすコミュニティから、ランダムに3つ選出する。

④ 選出されたコミュニティにユーザが所属するコミュニティが含まれていた場合、当該コミュニティを除外して①に戻る。

⑤ 選出された7つのコミュニティから、ランダムに5つ選出する。

おすすめコミュニティをランダム抽出することで、ユーザに対して今までにない新鮮味を出させる。コミュニティ推薦機能が実行されるたびにおすすめコミュニティは更新されるため、推薦されたコミュニティに加入した場合や、所属しているコミュニティから脱退した場合には該当コミュニティは除外される。

### 3. 評価実験

#### 3. 1 評価方法

コミュニティ推薦機能の有用性を明確化するために、日頃から SNS の代表格であるミクシィを用いるユーザ 16 名を被験者として、評価実験を実施した。被験者のコミュニティ情報と、(ア)～(ウ)の条件を満たすコミュニティの情報から、推薦機能によりおすすめコミュニティを抽出する。作成したおすすめコミュニティを提示し、アンケートにより、提示されたコミュニティの印象を調査する。次に、推薦されたコミュニティの中で、被験者を興味を持てたコミュニティへ実際に加入させ、推薦コミュニティに対する感想を聞く。

#### 3. 2 評価結果

コミュニティ推薦機能の評価について、以下の感想が得られた。

##### 【おすすめコミュニティ加入前】

- ・通販サイトを彷彿させるようなものであり、便利である。

##### 【おすすめコミュニティ加入後】

- ・名前には惹かれたが、望ましいコミュニティでない場合がある。
- ・入れば入るほど新しいコミュニティが選出されるというのは、SNS としては目新しい。

##### 【共通】

- ・目新しいコミュニティが提示されて、興味が湧く。
- ・検索する必要がなくなり、新たなコミュニティを探す手間が省ける。
- ・コミュニティを推薦する際に、コミュニティの詳細なども軽く添えるとなおわかりやすい。

### 4. 考察

本機能による提案手法では、新たなコミュニティを探す手間の簡略化が可能のため、ユーザが新規コミュニティ検索をする際に役立つ。また、目新しいコミュニティを推薦されることで関心が得られた、という評価を得た。以上の評価から、SNS におけるいろいろな人とのコミュニケーションの輪を広げる支援という目標を十分に達成でき、本機能の有用性が示されたといえる。しかし、本機能では、類似のコミュニティを平等に扱うために、所属コミュニティと同類のコミュニティが推薦され、推薦機能として賛否両論が分かれた。また、被験者によっては、判断材料である所属コミュニティの数が少なく、推薦されたコミュニティが被験者の理想とは違っており、所属コミュニティによる判断だけでは不十分という意見もあった。さらに、本機能で提示される推薦コミュニティは、ユーザの所属コミュニティ情報のみを利用して選定したため、コミュニティの特色によって推薦コミュニティの傾向が偏り、印象の良し悪しが著しく分かれた。したがって、類似コミュニティを除外する条件、コミュニティの発展具合とユーザが好むコミュニティの傾向を新たな条件として加えることで、堅実でよりよいコミュニティを推薦できると考えられる。その上で、実際に本機能を SNS に組み込むと、さらなる交流支援の促進が期待できる。

#### 参考文献

- [1] 寺崎 美保子, “SNS を深一く知って長一く楽しむための本。”, ケイネスプロダクション, 2006.
- [2] 広瀬 香美, 勝間 和代, “つながる力”, ディスカヴァー・トゥエンティワン, 2009.
- [3] 山崎 秀夫, “ミクシィ [mixi] で何ができるのか?”, 青春出版社, 2007.