

BONDIC マーケティングレポート Vol.9

「GINZA SIX」の話題を牽引する人の投稿の傾向

～ネガティブな投稿も話題性には欠かせない！？～



BONDIC
MARKETING SERVICE

2017年6月16日

はじめに

2017年4月20日にオープンしたGINZA SIX。ファッションやグルメのお店はもちろん、オフィスや文化施設としての機能も兼ね備えた複合商業施設です。

オープン前から有名アーティストを起用した音楽やCMを流したり、日本を代表する芸術家による新作インсталレーションを実施するなど、大きな話題を振りきました。

GINZA SIXはオープン以降も様々なジャンルの話題を提供していますが、SNS上で実際に話題となっているのはどんな事なのでしょうか？また、オープン前後で投稿者の興味の対象に変化はあるのでしょうか？GINZA SIXに関して、どのような投稿者がどのような話題にどのように投稿しているのかを分析しました。

データ内容

- ・ 対象期間：2017年4月13日～2017年5月3日
 - OPEN前：4月13日（木）～4月19日（水）
 - OPEN後①：4月20日（木）～4月26日（水）
 - OPEN後②：4月27日（木）～5月3日（水）
- ・ SNS投稿数：SNS投稿分析ツール（※1）を利用し、「GINZA SIX」について投稿されたデータを抽出（広告、バナーなど宣伝目的の投稿は除く）。データは投稿内容によって、「肯定的な投稿」「否定的な投稿」「中立的な投稿」の3つの感性に分類。このうち、分析には「肯定的な投稿」「否定的な投稿」を利用。
- ・ 投稿された話題について、
 - 「グルメ」・・・ フード、カフェ、レストランなど
 - 「ショッピング」・・・ コスメ、ファッショニ、雑貨など
 - 「アート」・・・ アート、能楽堂、蔦屋書店など
 - 「GINZA SIX」・・・ GINZA SIX全体、屋上庭園、立地など
 - 「オープン関連」・・・ オープン、CMなど
 - 「その他」・・・ 上記以外

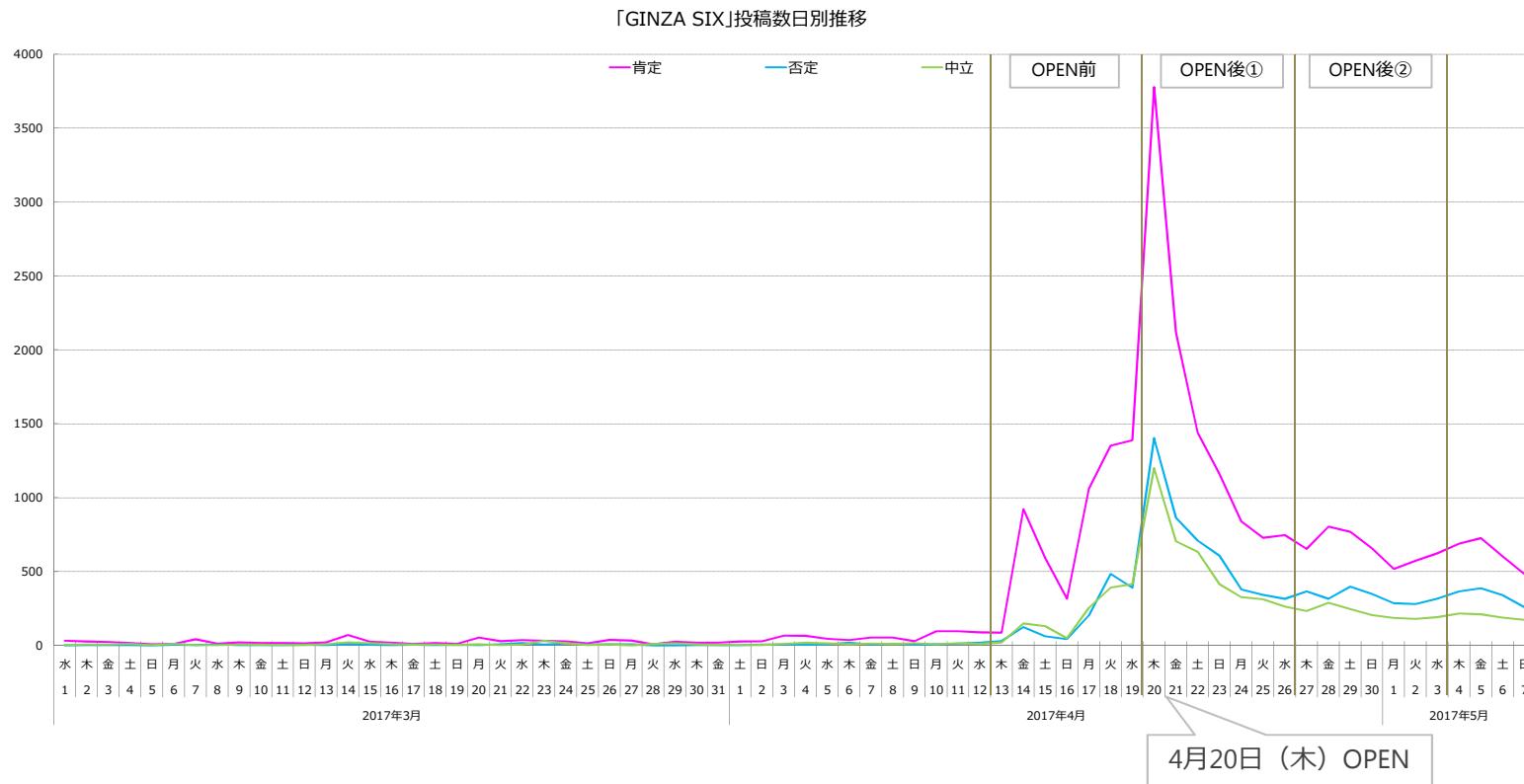
に分類の上、分析を実施。

※1 ソーシャルメディア解析ツールコミュニケーションエクスプローラー」を利用 (<https://cocomimi.jp/>)

分析①：投稿の推移

投稿数はオープン1週間前から急上昇！

■ 投稿数の推移



SNS投稿の推移をみると、OPENの1週間前から投稿数が伸びていることがわかります。それ以前の投稿数は少ないため、OPEN前1週間とOPEN後2週間の計3週間の投稿を分析の対象とします。

分析②：投稿回数グループ別の特徴

「1回」「2回」、「3回」「4回以上」のグループは似ている！

投稿回数の分布

	投稿者数	
	1-サー-数	構成比
1回	20,214	72.2%
2回	4,713	16.8%
3回	1,624	5.8%
4回以上	1,456	5.2%
計	28,007	100.0%

投稿回数別の話題投稿率とポジネガ比率

【1回】

	投稿率	投稿者数
GINZA SIX	7.7%	1,549
オープン関連	5.3%	1,076
グルメ	4.0%	811
アート	2.5%	505
ショッピング	2.2%	438
計	100.0%	20,214

投稿内容ポジネガ比率	
ポジティブ	ネガティブ
69.9%	30.1%
84.2%	15.8%
76.4%	23.6%
74.9%	25.1%
73.5%	26.5%
75.9%	24.1%

【2回】

	投稿率	投稿者数
GINZA SIX	11.8%	558
オープン関連	7.3%	346
グルメ	6.8%	322
アート	4.0%	190
ショッピング	3.4%	158
計	100.0%	4,713

投稿内容ポジネガ比率	
ポジティブ	ネガティブ
72.1%	27.9%
85.4%	14.6%
79.3%	20.7%
83.3%	16.7%
70.2%	29.8%
77.7%	22.3%

【3回】

	投稿率	投稿者数
GINZA SIX	14.6%	237
オープン関連	7.1%	115
グルメ	9.2%	150
アート	5.6%	91
ショッピング	4.9%	79
計	100.0%	1,624

投稿内容ポジネガ比率	
ポジティブ	ネガティブ
81.1%	18.9%
77.9%	22.1%
79.6%	20.4%
78.4%	21.6%
74.2%	25.8%
79.1%	20.9%

【4回以上】

	投稿率	投稿者数
GINZA SIX	19.2%	279
オープン関連	13.6%	198
グルメ	15.3%	223
アート	8.2%	120
ショッピング	9.8%	142
計	100.0%	1,456

投稿内容ポジネガ比率	
ポジティブ	ネガティブ
69.3%	30.7%
76.3%	23.8%
73.3%	26.7%
73.0%	27.0%
70.3%	29.7%
72.2%	27.8%

まず、対象期間中の投稿回数をみると、「1回」のユーザーが7割以上を占め、「2回」が17%、「3回」が6%、「4回以上」が5%という構成になっています。

そして、投稿回数別の話題投稿率をみると、「1回」「2回」のグループと、「3回」「4回以上」のグループで、それぞれ投稿率のバランスが似ていることがわかります。また、ポジネガ比率をみると、「1回」「2回」のグループの「オープン関連」のポジティブ比率が特に高いことがわかります。

そこで、以降、「1回」「2回」のグループと、「3回」「4回以上」のグループをまとめて分析していきます。

分析③-1：投稿回数グループ別の特徴

「3回以上」のグループは、オープン前の投稿率が高い！

■ 投稿回数の分布と投稿者数

	投稿者数		1投稿者当たり 投稿回数	OPEN前			OPEN後①			OPEN後②		
	ユニーク数	構成比										
2回以下	24,927	89.0%	1.19	0.26	0.66	0.27						
3回以上	3,080	11.0%	4.47	1.43	2.26	0.78						
計	28,007	100.0%	1.55	0.39	0.84	0.32						

	投稿者数	期間別投稿率		
		OPEN前	OPEN後①	OPEN後②
2回以下	24,927	23.2%	58.9%	24.6%
3回以上	3,080	58.1%	82.2%	40.6%
計	28,007	27.0%	61.5%	26.4%

「2回以下」「3回以上」のグループでみると、「2回以下」のグループでは、「OPEN前」と「OPEN後②」の1投稿者当たり投稿回数、投稿率ともにほぼ変わりませんが、「3回以上」のグループでは「OPEN前」の1投稿者当たり投稿回数は「OPEN後②」と比べて約2倍、投稿率も1.4倍ほど高くなっていることがわかります。

分析③-2：投稿回数グループ別の特徴

「2回以下」のグループは「オープン関連」、
 「3回以上」のグループは「グルメ」の投稿率が高い！

■ 投稿回数別の話題投稿率とポジネガ比率

【2回以下】

	投稿率	投稿者数
GINZA SIX	8.5%	2,107
オープン関連	5.7%	1,422
グルメ	4.5%	1,133
アート	2.8%	695
ショッピング	2.4%	596
計	100.0%	24,927

【3回以上】

	投稿率	投稿者数
GINZA SIX	16.8%	516
オープン関連	10.2%	313
グルメ	12.1%	373
アート	6.9%	211
ショッピング	7.2%	221
計	100.0%	3,080

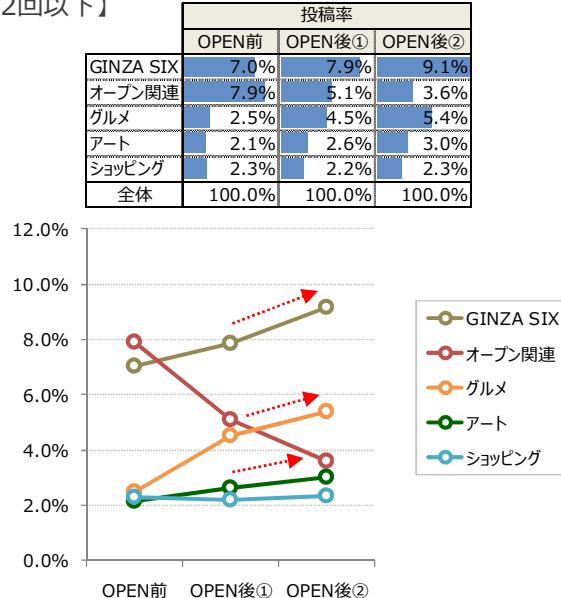
投稿回数別の話題投稿率をみると、最も投稿率の高い話題は両グループとも「GINZA SIX」です。一方、2番目に投稿率の高い話題は、「2回以下」のグループでは「オープン関連」ですが、「3回以上」のグループでは「グルメ」という違いがみられました。また、両グループとも話題全体のポジネガ比率はほとんど変わりませんが、「オープン関連」の話題については、「2回以下」のグループは「3回以上」のグループと比べてポジティブ比率が特に高いことがわかります。

分析③-3：投稿回数グループ別の特徴

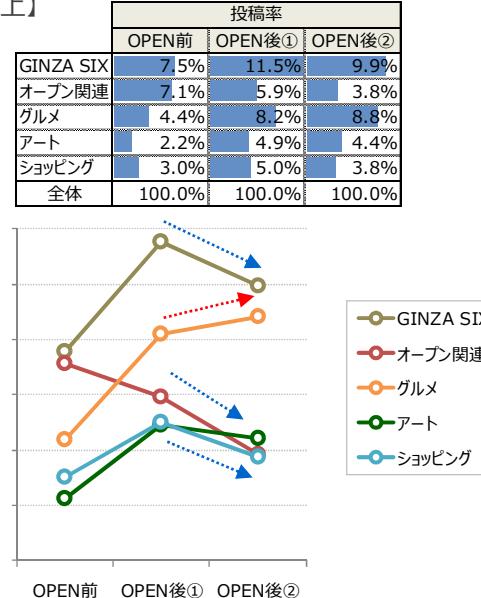
**「3回以上」のグループは、オープン直後が話題のピーク！
ただ、「グルメ」の話題性は衰えない！**

■ 投稿回数別の話題投稿率推移

【2回以下】



【3回以上】



投稿回数別に話題投稿率の推移をみると、「2回以下」のグループは「オープン関連」の話題以外は、OPEN前から上昇しています。一方、「3回以上」のグループは「OPEN後①」がピークでその後減少しています。ただ、「グルメ」の話題については減少することなく上昇していることがわかります。

分析③-4：投稿回数グループ別の特徴

オープン前「グルメ」の投稿者は、投稿回数の違いで、オープン後各話題投稿率の差異が大きい！

オープン前投稿話題別オープン後話題投稿率

【2回以下】

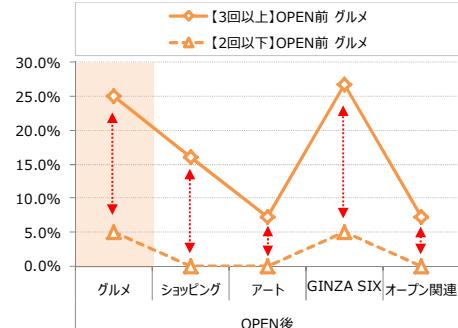
	投稿者数	OPEN後					
		グルメ	ショッピング	アート	GINZA SIX	オープン関連	
OPEN前	投稿者数	1,115	3.5%	2.1%	1.9%	6.0%	4.8%
	グルメ	20	5.0%	0.0%	0.0%	5.0%	0.0%
	ショッピング	15	13.3%	13.3%	6.7%	13.3%	6.7%
	アート	14	0.0%	0.0%	14.3%	7.1%	0.0%
	GINZA SIX	72	2.8%	0.0%	4.2%	9.7%	2.8%
OPEN後	オープン関連	44	2.3%	4.5%	2.3%	4.5%	4.5%

【3回以上】

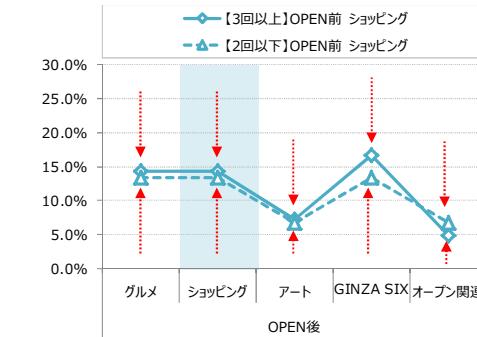
	投稿者数	OPEN後					
		グルメ	ショッピング	アート	GINZA SIX	オープン関連	
OPEN前	投稿者数	1,549	7.9%	5.7%	4.0%	10.5%	6.3%
	グルメ	56	25.0%	16.1%	7.1%	26.8%	7.1%
	ショッピング	42	14.3%	14.3%	7.1%	16.7%	4.8%
	アート	31	19.4%	0.0%	19.4%	19.4%	19.4%
	GINZA SIX	106	13.2%	9.4%	5.7%	18.9%	3.8%
OPEN後	オープン関連	96	7.3%	5.2%	7.3%	18.8%	9.4%

OPEN前「ショッピング」投稿者のオープン後の各話題投稿率は、「2回以下」と「3回以上」で差異がほとんどないことがわかります。また、「アート」「オープン関連」については、それぞれOPEN後の同じ話題の投稿率が「2回以下」と「3回以上」で差異が少ないと分かります。一方、「グルメ」については、OPEN後の同じ話題含め、差異が大きいことがわかります。

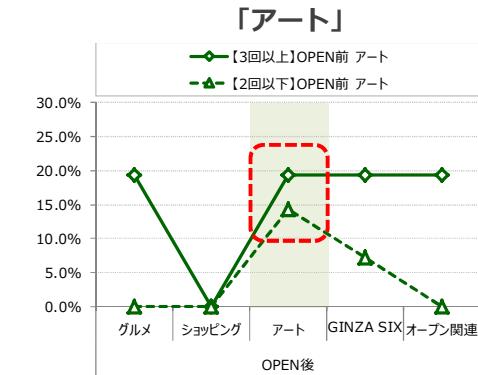
「グルメ」



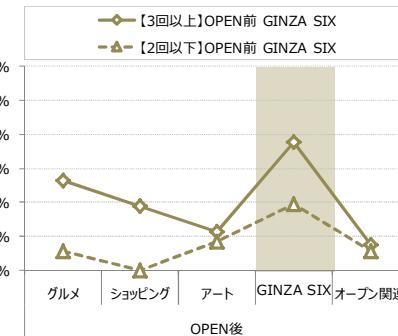
「ショッピング」



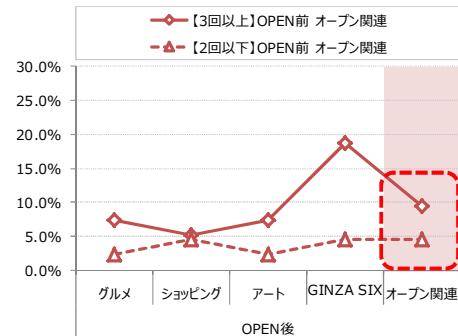
「アート」



「GINZA SIX」



「オープン関連」



分析④：オープン前後の投稿のポジネガ傾向によるグルーピング

投稿のポジネガ傾向で4つのグループに！

ポジネガ傾向によるグルーピング



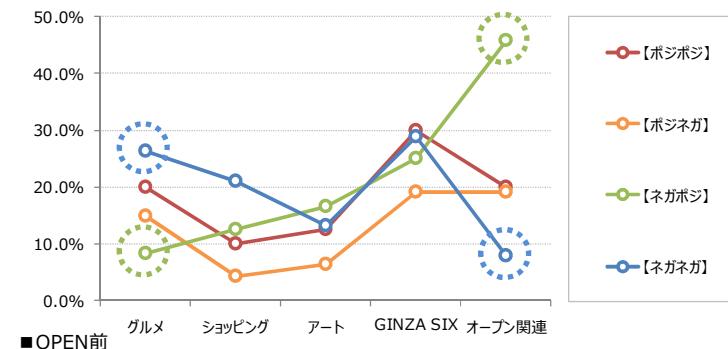
※投稿回数3回以上、かつ、オープン前と後の両方投稿者

次に、投稿回数3回以上のグループについて、OPEN前後の投稿内容のポジネガ傾向でグルーピングしたところ、4つのグループに分けることができました。

分析⑤-1：ポジネガ傾向グループ別の特徴（オープン前）

【ネガネガ】グループは、 オープン前「グルメ」の投稿率が高い！

■ ポジネガ傾向グループ別OPEN前話題投稿率



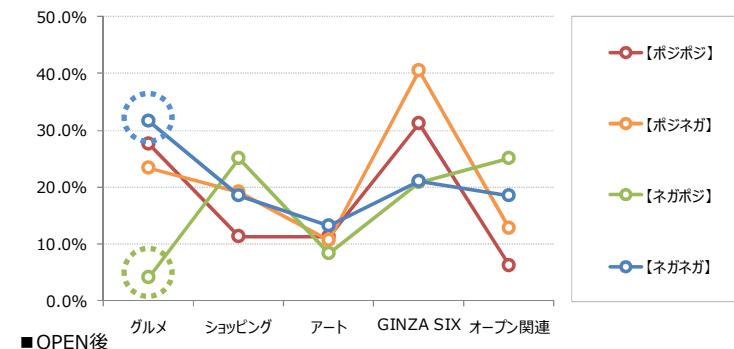
	OPEN前投稿率					
	全体	グルメ	ショッピング	アート	GINZA SIX	オープン関連
【ポジポジ】	100.0%	20.0%	10.0%	12.5%	30.0%	20.0%
【ポジネガ】	100.0%	14.9%	4.3%	6.4%	19.1%	19.1%
【ネガポジ】	100.0%	8.3%	12.5%	16.7%	25.0%	45.8%
【ネガネガ】	100.0%	26.3%	21.1%	13.2%	28.9%	7.9%

ポジネガ傾向グループ別にOPEN前の話題投稿率をみると、「OPEN前ネガあり」の【ネガポジ】 【ネガネガ】グループに大きな違いがみられました。【ネガネガ】グループは「グルメ」の投稿率が他グループと比べて最も高く、「オープン関連」の投稿率が最も低くなっています。一方、【ネガポジ】グループはその逆で「グルメ」は最も低く、「オープン関連」は最も高くなっています。

分析⑤-2：ポジネガ傾向グループ別の特徴（オープン後）

【ネガネガ】グループは、 オープン後「グルメ」の投稿率が高い！

■ ポジネガ傾向グループ別OPEN後話題投稿率



	OPEN後投稿率					
	全体	グルメ	ショッピング	アート	GINZA SIX	オープン関連
【ポジポジ】	100.0%	27.5%	11.3%	11.3%	31.3%	6.3%
【ポジネガ】	100.0%	23.4%	19.1%	10.6%	40.4%	12.8%
【ネガポジ】	100.0%	4.2%	25.0%	8.3%	20.8%	25.0%
【ネガネガ】	100.0%	31.6%	18.4%	13.2%	21.1%	18.4%

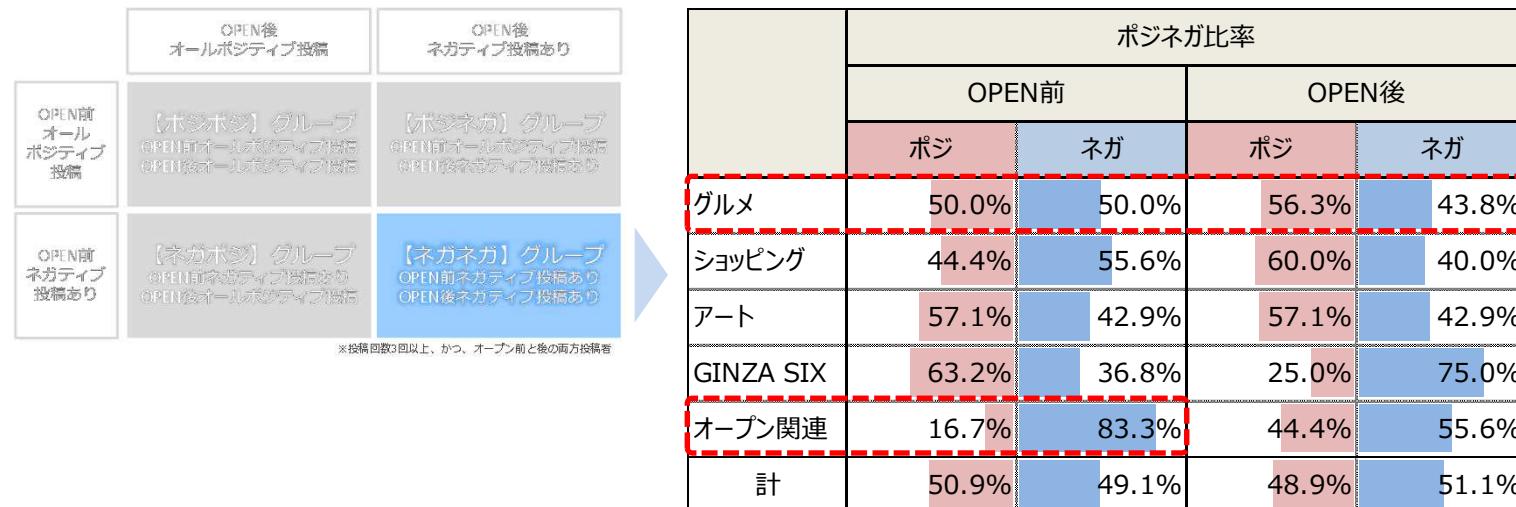
ポジネガ傾向グループ別にOPEN後の話題投稿率をみると、【ネガポジ】グループは、「グルメ」の投稿率が他グループと比べて最も低く、かつ、おおむね20%以上の差があることが分かります。一方、【ネガネガ】グループは、「グルメ」の投稿率が最も高くなっています。

なお、OPEN前後とも「グルメ」だけは、投稿率の順位が変わっていないのも特徴です。

分析⑥：【ネガネガ】グループのポジネガ傾向

【ネガネガ】グループの「グルメ」ネガ比率は決して高くない！

【ネガネガ】グループのOPEN前後話題別ポジネガ変化



OPEN前後とも「グルメ」の投稿率が高い【ネガネガ】グループですが、話題ごとのポジネガ傾向をみると、「グルメ」のポジネガ比率はおよそ半々で、決してネガ比率が高い訳ではないようです。一方、「オープン関連」のポジネガ比率をみると、OPEN前のネガティブ比率が8割以上と高くなっていることがわかります。

まとめ

「投稿者とその投稿内容」という視点で変化や特徴を分析した結果、顕著な違いがみられました。

まず、投稿回数別でみると、回数が3回以上になるとオープン前から投稿率が非常に高いということがわかりました。

また、投稿内容を比較すると、2回以下のグループは「オープン関連」という一過性の内容の投稿率が高いのが特徴です。一方で、3回以上のグループは「グルメ」という具体的な話題に言及した内容の投稿率が高いのが特徴で、かつ、その話題性に持続力があります。

そこでオープン前に「グルメ」を話題にした投稿者に着目してみると、3回以上のグループは、他の話題の投稿率も2回以下のグループに比べて非常に高く、関心の高さがうかがえます。

さらに、3回以上のグループについて、オープン前後のポジネガ傾向でさらにグルーピングをして深堀分析を実施した結果、オープン前後それぞれにネガティブ投稿があるグループは、前後それぞれ「グルメ」の投稿率が他グループよりも高いことがわかりました。

話題性が高まる要素として考えられる「グルメ」の投稿ですが、ポジティブな投稿だけでなく、ある程度ネガティブな投稿も必要なようです。

これらのことから「GINZA SIX」にとって話題を牽引してくれる投稿者とは、

- ・オープン後2週間までに3回以上の投稿があること
 - ・オープン前に「グルメ」についての投稿があること
 - ・オープン前後それぞれにポジティブな投稿とネガティブな投稿の両方の投稿があること
- もしくは
- ・投稿回数が2回以下でもオープン前に「ショッピング」についての投稿があること

このような投稿者が、話題性を高めるために重要だったようです。