

つぶやく人数が多い政党ほど得票数も多い 参院選ツイッター分析で高い相関関係が判明

2013年10月23日
 株式会社日経リサーチ

株式会社日経リサーチ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:中村良)は初のネット選挙として注目を集めた参議院選挙(7月21日投開票)に関するツイッター上のつぶやきデータを分析しました。株式会社プラスアルファ・コンサルティング(本社:東京都港区、代表取締役:三室克哉)のソーシャルメディア分析ツール「見える化エンジン」を利用し、選挙期間中(7月4日~20日)に投稿された政党名を含む213万件のつぶやきから、比例区得票数との関係を分析したところ、次のような結果が得られました。

- ① つぶやきを個人のアカウント単位にまとめ、さらに各アカウント所有者の特定政党に対する関心度の高さを反映するような補正をアカウント数に施したところ、政党得票数と非常に高い相関がみられた
- ② 一方、つぶやきには政党に批判的な投稿も多く含まれ、その割合は政党ごとに大きく異なっており、①でみられた得票数との高い相関は、単純に支持者の意見がツイッター上に反映されたことに因るものではないことがわかった

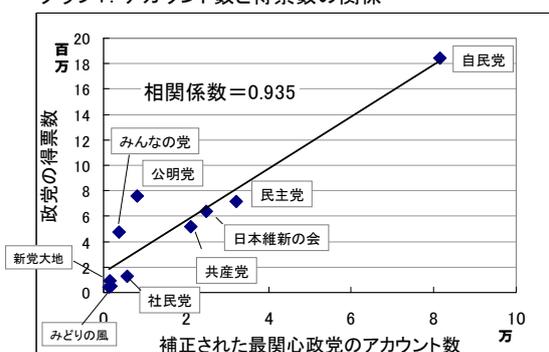
つぶやきデータの分析の概要は以下の通りです。

■ ツイッターのアカウント数と政党得票数に高い相関

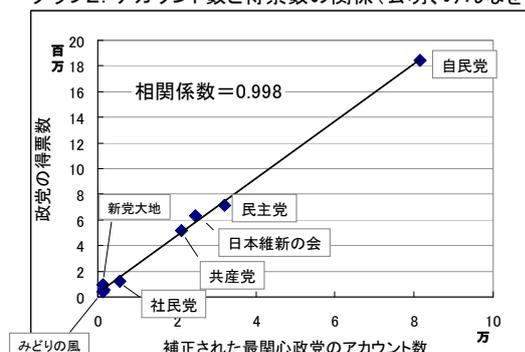
つぶやきデータはまず、個々のつぶやき単位のデータをアカウント単位にまとめ、アカウント所有者が最も多くつぶやいた政党をそのアカウント所有者の「最関心政党」と定義しました。次に、最関心政党ごとに、つぶやき全体に占めるその政党のつぶやき数の割合をアカウント数に掛けることで、つぶやきの割合の高さがその政党に対する関心の強さとして反映されるよう、アカウント数を補正しました。

その結果、政党ごとに補正されたアカウント数と得票数の相関係数は0.935となり、きわめて高い相関がみられました(グラフ1)。さらに、特殊要因(注)がある公明党とみんなの党を除くと相関係数は0.998となり、さらに高い相関が認められました(グラフ2)。

グラフ1. アカウント数と得票数の関係



グラフ2. アカウント数と得票数の関係(公明、みんなを除く)



(注)公明党とみんなの党が他政党の傾向と比べ、アカウント数に対する得票数が多かったのは、公明党については、他党と比べて固定支持者が多いため、実際の得票数がつぶやきの数から推測した数値を上回った可能性が、また、みんなの党については、一般名詞の「みんな」を検索ワードに含めなかったため、つぶやきを取り漏らし、アカウント数が実際より少なくなった可能性がそれぞれ推測されます。

■ つぶやきの内容は好意的・批判的な意見が混在

最関心中心政党ごとに 200 アカウントを無作為に抽出し、そのアカウントの最関心中心政党へのつぶやきの内容が好意的か批判的かを調べたところ(表1)、全体的に批判的な書き込みが多かったものの、政党によって比率が大きく異なりました。得票数1位の自民党が批判的つぶやきの比率が最も高いなど、ツイッター上のつぶやきを単純に各政党支持層のサンプルとして捉えることは難しいことが分かりました。つぶやき数と得票数には高い相関が見られましたが、つぶやきの内容まで含めて分析すると、両者は単純な関係ではないことが明らかになりました。

つぶやきデータの分析手法については、今回みられた相関の原因も含め、今後も選挙を通じて結果の安定性などを検証していく必要があると考えます。

表1. 最関心中心政党についての評価傾向

| 最関心中心政党 | 好意的 | 批判的 | それ以外 |
|---------|-----|-----|------|
| 自民党 | 11% | 63% | 27% |
| 民主党 | 8% | 43% | 50% |
| 公明党 | 23% | 54% | 24% |
| 日本維新の会 | 24% | 26% | 51% |
| 共産党 | 29% | 28% | 43% |
| みんなの党 | 45% | 32% | 24% |
| 社民党 | 14% | 56% | 30% |
| 生活の党 | 52% | 28% | 21% |
| みどりの風 | 31% | 34% | 35% |
| 新党大地 | 13% | 52% | 35% |

日経リサーチのホームページはこちら<<http://www.nikkei-r.co.jp/?1023a>>からご覧ください。

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社**日経リサーチ**

事業開発本部選挙プロジェクトチーム

担当：佐藤（邦）、深井

TEL：03-5296-5103（平日 9:00～18:00）

FAX：03-5296-5124