

2023 年度 X(旧 Twitter)実績から見る拡散される要素について

○出川実樹
(横浜市立野毛山動物園)

野毛山動物園では 2012 年より、情報発信の強化を目的として、ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)の運用を開始した。導入当初は、X(旧 Twitter)、Facebook、YouTube の 3 つの媒体を通じて発信を行っていた。2019 年からは新たに Instagram を導入し、現在に至るまで計 4 つの媒体で発信を続けている。発信をしている 4 媒体のうち、最も拡散される力が大きいとされている X(旧 Twitter)に着目し、2023 年度における投稿から、多くのユーザーに拡散されている投稿の傾向について調査を実施した。

X(旧 Twitter)の機能である、「リポスト」の数値を調査し、どのような傾向がみられるかを調査した。

2023 年度の投稿から、X(旧 Twitter)上で拡散される要素として、「飼育員の目線で見られたいもの」、「わかりやすく、一目見た際のインパクトが大きいもの」、「話題性のあるもの」の 3 点が占めていると判断できた。それぞれについて「飼育員の目線で見られたいもの」については、普段は見ることのできない場面をユーザーがフォロワーに自慢したい、広めたいという感情が働いていると推測される。「わかりやすく、一目見た際のインパクトが大きいもの」について、X(旧 Twitter)では日々多くの投稿が流れており、その中でも人目を引くようなインパクトの大きいものがより拡散されていると推測される。「話題性のあるもの」については、野毛山動物園の 2023 年度実績においては、「ミナミコアリクイの赤ちゃん」についての話題がほとんどであった。

今回この調査を通して、今後、野毛山動物園が X(旧 Twitter)を効果的に運用するためには、X(旧 Twitter)の持つ特性や主なユーザー層を把握し、その層に向けた深いアピールができる投稿を心掛けることが重要である。また、どの投稿が来園のきっかけとなったかについて、把握することも必要となる。投稿にあたっては、X(旧 Twitter)上で拡散される要素と、動物園として伝えたい教育普及や広報をいかにして一体化させるかが重要になると考えた。