

提示項目の差異がユーザの書籍選択行動に与える影響

The Effect of Presentation Style on Book Selection Behavior

学籍番号 201121742

氏名 山口恭平

Kyohei YAMAGUCHI

インターネットを始めとして、世の中には大量の情報が溢れている。人々は大量の情報の中から望む情報へとアクセスする為に、常日頃から情報の取捨選択を行っている。

情報の取捨選択は大まかに 2 つに分けることができる。情報を吟味する範囲を絞り込む行為と、その情報が望む物なのか吟味する行為である。この内の後者、情報が望むものなのか吟味する行為では、手がかりとして提示される情報が重要な意味を持つ。例えば、提示される情報が不相当だと判断した場合、情報そのものが好みに適合するものだったとしてもアクセスされないいわゆる「食わず嫌い」という問題が発生する。このように、手がかりとして提示される情報に左右され、好みに適合する情報を取りこぼすのは大きな損失となる。

手がかりとして提示される情報に左右される原因の 1 つに、提示される情報の量が多いことが挙げられる。なぜならば多量に提示される情報の中に好みではない情報が混じっていた場合、その影響で情報そのものへのアクセスを選択肢から外す可能性が高くなるからである。

そこで本研究では、「食わず嫌い」を防止する為に、提示する情報の量を最小限にする提示方法について検討する。その際に、ユーザが好みに適合する情報を探し出すための手がかりとして、情報そのものの一部であるフレーズを用いる。

フレーズを提示項目として用いることが適当であるか検証する為に、19 人の協力者を集めて書籍を対象とした実験を行った。実験方法は、フレーズとタイトルを無作為に並べて提示し、気になったものを選択して貰う。その後、選択した物の詳細情報を閲覧させ興味の変化などを測った。

実験の結果、フレーズとタイトルの選択数や興味深さの度合いに違いは見られなかった。しかし、フレーズを提示した場合、ユーザは無意識に好みの著者の書籍を選ぶ可能性が高いことが判明した。これはフレーズから文体や雰囲気などを嗅ぎとっているからだと考えられる。このことから、フレーズの提示はユーザが好みに適合する情報を探し出すことに繋がる可能性があると言える。

研究指導教員：佐藤 哲司

副研究指導教員：松村 敦