

平成20年度 情報工学コース卒業研究報告要旨

間瀬 研究室	氏 名	神 間 唯
卒業研究題目	対話分析による服装コーディネートシステムが店員顧客間プロセスに与える影響の評価	
<p>背景と目的</p> <p>近年、ネットショッピングなどの普及を背景として、購買行動を支援する情報システムの研究開発が行われている。庄司らは、支援システムの評価を通じて、顧客がショッピングを楽しむためには、気にいった商品の購入という結果だけではなく、購入に至るまでのプロセスが重要であることを示唆した [1]。本研究に先立ち、西は、実店舗における購買支援を目的とした服飾コーディネートシステムを試作し、システムの関与が商品コーディネートに関わる店員と顧客間のコミュニケーションを円滑化していることを報告している [2]。本研究は、このようなシステムを用いる顧客にさらなる買い物のプロセスでの満足感を与えることを目的として機能性の向上を目指すものである。</p> <p>手法</p> <p>本研究ではシステムの機能向上としてどのような機能が必要であるかを知るために、システムを用いることが店員の販売戦略にどのような影響を与えるかを解析しようとした。まずは西が行ったシステムを利用する際の店員と客の行動と会話を観察する実験より得られた店員顧客間のコミュニケーションの質的な分析を行った。分析としては、ビデオ記録された発話、行為をテキストデータとしてコーディングし、それらに意味解釈を付与するタグ付けを行った。このことより、対話構造のパターンを解析した。</p> <p>システムが店員顧客間プロセスに与える影響</p> <p>今回の試みでは、店員の意図や行動に対するシステム影響の点に着目した。この観点より、以下のことが分かった。</p> <p>(1) 顧客に対する商品推薦幅の観点からは、店員は客の好みを探るため、または興味をひきつけるために、色や形に幅を持たせ発散的(オープン)に商品を推薦する「オープン推薦」と、色や形を具体的に示し収束的(クローズ)に商品を推薦する「クローズ推薦」を使い分けていることが考えられる。</p> <p>(2) オープン推薦におけるシステムのキープ機能利用の方略は、事例ごとにキープ数の多少はあるが、有効に使われていた。特に現行システムでは商品検索に時間がかかるためキープ機能を利用していると推測される状況が見られた。</p> <p>(3) オープン推薦には、商品棚で商品を一覧する戦術がよく見られた。逆にクローズ推薦にはシステムを利用した商品掲示戦術が多用されていた。これは、システムには検索機能がないので商品を表示するのに時間がかかるためだと推測した。これらのことより、システムの商品ブラウジング機能を高めることで商品棚より効果的にシステム上でオープン推薦できるのではないかと考えられる。</p> <p>参考文献</p> <p>[1] 庄司裕子, “感性指向製品の選択における意思決定過程およびその支援”, 情処インタラクシオン '97, pp127-134(1997)</p> <p>[2] Nishi, S., et al, “Design and Development of the Textile Fashion Coordination System”, CollabTech 2008, pp.151-156 (2008).</p>		