

マルチエージェント説得におけるエージェント数の評価

藤原 規行、小林 一樹、北村 泰彦

Web 上の e ショッピングサイトにおいて、説得効果を高める手段のひとつとして擬人化エージェントが期待されている。本研究ではエージェント数に応じた説得効果を調べる。評価には砂漠遭難問題を用い、エージェントはアイテムをユーザに推薦する。推薦する際には、理由も述べてユーザへの説得を行う。エージェントの説得を行う前にユーザにアイテムをあらかじめ選択させた場合、エージェント数が増えるにつれて説得成功回数が減少し、ユーザはエージェントの説得に応じにくくなることが分かった。ユーザに事前にアイテムを選択させない場合では、エージェント数の違いによる説得効果には差が見られなかった。

キーワード カプトロジ、擬人化エージェント、マルチエージェント説得、砂漠遭難問題

Evaluation of the Number of Agents on Multiagent Persuasion

Noriyuki FUJIWARA, Kazuki KOBAYASHI, and Yasuhiko KITAMURA

Life-like agents have the potential to make e-shopping sites more persuasive and attractive. We discuss here the influence of the number of persuasive agents. We use the “desert survival problem” to measure the performance of persuasion. Agents recommend an item for surviving in a desert and a user selects an item. Two experiments show that the persuasiveness of multiple agents depends on the relationship between the agents and the user. When the relationship is negative, persuasiveness degrades as the number of agents increases.

Key words captology, life-like agents, multi-agent persuasion, desert survival problem