

印象と嗜好の関係性に基づくユーザ分類

User Classification based on the Relationship between the Impression and the Preference

キーワード：ユーザ分類，相関係数，クラスタ分析

KEYWORDS: User Classification, Correlation Coefficient, Cluster Analysis,

○浅野太貴（関西学院大学），橋本翔（関西学院大学），

片平建史（関西学院大学），長田典子（関西学院大学），

中村透（パナソニック株式会社），上垣百合子（パナソニック株式会社）

1. はじめに

プロダクトデザインにおいて、ユーザの嗜好に好意的な印象を与えるためには、デザインの与える印象とユーザの嗜好の関係に着目する必要がある。しかしその関係性にはユーザ間の多様性が存在するため、有用な知見を得るためにはユーザを適切に分類する必要がある。通常、ユーザは属性や選好の度合いを用いて分類される場合が多いが、それでは同じデザインを異なる理由で選好しているユーザを区別できない。そこで本研究では、印象評価実験を行いデザインの与える印象を測定したのちに、ユーザごとの印象と嗜好の関係性を明らかにし、それに基づいた分類を行う。

2. 実験

デザインの与える印象とユーザの嗜好の関係にユーザ間の多様性が存在している例として、生活空間におけるあかり画像を用い、印象評価実験を行った。600人の実験参加者に生活空間におけるあかり画像(図1)を9項目の印象評価語と1項目の嗜好の評価語(表1)でそれぞれ7段階の評価をしてもらった。

次に、得られた評価値を用い、個人ごとに嗜好と印象との相関係数を算出した。さらに、相関係数を用いてクラスタ分析を行うことで個人を相関の傾向が類似するクラスタに分類した。



図1. 生活空間におけるあかり画像

表1. 評価語

(a) 印象評価語

やわらかい	ほのかな
安心できる	くっきりした
活気のある	華やかな
さわやかな	ロマンチックな
奥行きのある	

(b) 嗜好の評価語

好きな

3. 結果と考察

クラスタ分析を行った結果、3クラスタに分類された。各クラスタの嗜好との相関係数を表2に示す。クラスタ1では、「く

っきりした」「活気のある」「華やかな」など活性を示す評価語との間に弱い相関が見られた。クラスタ2は「くっきりした」「活気のある」以外の緊張度に関わる評価語との高い相関が見られた。クラスタ3はすべての評価語との高い相関が見られた。

各クラスタの違いはThayerの気分2因子説[1]で解釈できる。Thayerは、気分は緊張度を示す緊張覚醒と活性の度合いを示すエネルギー覚醒からなるという理論を提唱した。本研究の結果に適合させると、クラスタ1は高いエネルギー覚醒が好ましさに関連するクラスタ、クラスタ2は低い緊張覚醒が好ましさに関連するクラスタ、クラスタ3はその両方が関わるクラスタであると解釈することが可能である。

表2. 各クラスタの嗜好との相関係数

評価語	クラスタ1	クラスタ2	クラスタ3	評価語	クラスタ1	クラスタ2	クラスタ3
やわらかい	0.05	0.62	0.73	さわやかな	0.29	0.61	0.78
ほのかな	0.05	0.65	0.72	ロマンチックな	0.45	0.70	0.83
安心できる	0.02	0.63	0.75	奥行きのある	0.19	0.54	0.77
くっきりした	0.38	0.13	0.70				
活気のある	0.30	-0.07	0.51				
華やかな	0.45	0.31	0.77				

4. まとめ

本研究では、対象の印象と嗜好の2つの要因の関係性に基づいたユーザ分類を行った。生活空間におけるあかり画像の印象評価実験の結果に基づいた分類を行った結果、それぞれThayerの気分2因子と嗜好との関連が異なるクラスタに分類された。

なお、この成果の一部は、国立研究開発法人 科学技術振興機構 COIプログラムの委託業務「感性とデジタル製造を直結し、生活者の創造性を拡張するファブ地球社会創造拠点」（平成27年度）の結果得られたものです。

参考文献

[1] Thayer, R. E: Factor analytic and reliability studies on the activation-deactivation adjective check list, Psychological Reports, 42, 747-756, 1978.