

# 画像提示におけるユーザーインターフェースが 画像の印象に与える影響

山口 萌香\* 中桐 斉之\* 内平 隆之\*\*

兵庫県立大学環境人間学部\*

兵庫県立大学地域創造機構\*\*

## 1.はじめに

近年、スマートフォンの普及に伴ってSNSの利用が盛んになってきており、観光地へ行く際の事前情報の収集にもSNSを利用する人が増えてきている。InstagramやX(旧Twitter)等のSNSでは、投稿に写真をつけることができるとともに、「いいね」をつけることができる。Instagramでは写真と共に「いいね」をした人の名前が、X(旧Twitter)では投稿に対する「いいね」の数が表示される。

「SNSにおける大多数の他者の影響力の実証」で松井によると、大多数のユーザーが関心を寄せた、大多数の集積数が大きいものが、それを目にした情報受信者のユーザー行動に正の影響を及ぼすことを実証した。

これらの写真と共に表示される「いいね」の数は写真の印象に影響を与える可能性があると考えられる。

そこで、本研究では、観光における事前情報として画像を提示する際におけるユーザーインターフェースが、画像の印象にどのような影響を与えるか、とくに、画像とともに表示される「いいね数」に着目し、その影響を解析することとした。

## 2. 調査方法

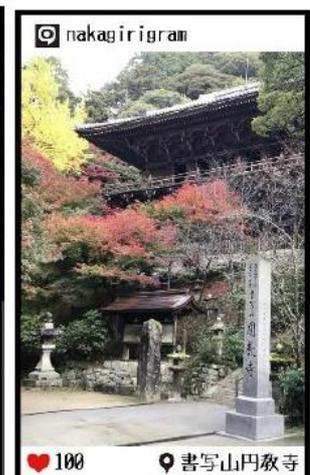
図1のように写真を表示しその下に、いいねのマークとその数を表示するシステムを構築した。その際、同じ写真でも下に表示される数字が異なると、写真の閲覧者の印象が異なるかどうかをアンケート調査により解析する。

その際、写真に付属するいいね数は、画像1を10、画像2は100、画像3は1000、画像4は10000とした。

被験者は大学生80名とし、実験群1～4の4群にランダムに振り分け、それぞれ、画像1～4のいずれかを提示し、被験者の属性と、それぞれの画像について提示された画像に魅力を感じるか、訪れてみたいと思うかについて5件法のアンケートを用いて調査した。



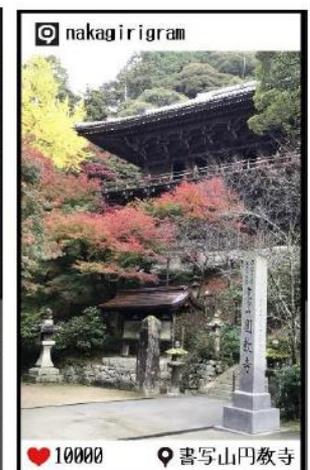
画像 1



画像 2



画像 3



画像 4

図1 被験者に提示する画像

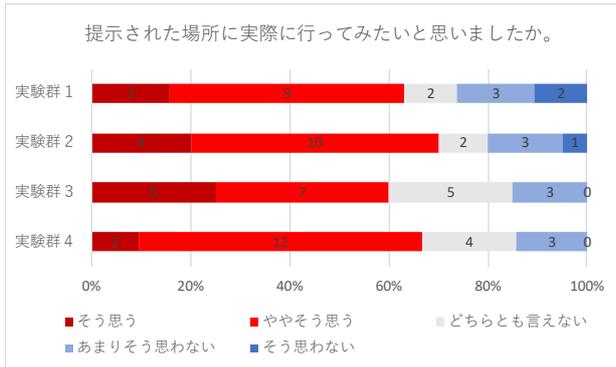
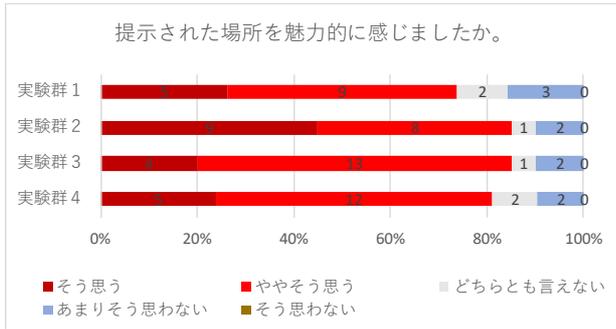
The Influence of the user interface in image presentation on image impressions

\*Moeka Yamaguchi, Nariyuki Nakagiri

\*\*Takayuki Uchihira

\*School of Human Science and Environment University of Hyogo

\*\*Institute for Creative Cities and Regions, University of Hyogo



### 3. 結果と考察

被験者は、10代～20代の80名(男性15名、女性65名)であった。うち、提示した画像の場所に行ったことがある人は25名、行ったことがない人は55名であった。

閲覧者の感じる魅力についての結果を図2に示す。図2より、そう思うとややそう思うというポジティブな回答が、画像1のいいね数2桁よりも画像2, 3, 4のいいね数3桁以上の方が多く、ややそう思わないというネガティブな回答が少ないことが分かった。

このことから写真の印象に対しては、いいね数3桁以上が効果的であるといえる。これは累積された「大多数の他者」[1]が影響していると考えられる。

閲覧者の来訪意欲への影響についての結果を図3に示す。図3より、ポジティブな回答については差が見られないこと、また、そう思わないとややそう思わないというネガティブな回答が、画像2, 1と桁数が減るごとに増えていることが分かった。

このことから来訪意向に関しては、写真への印象とは異なること、また、いいね数の桁数によってネガティブな回答が増える傾向がみられることがわかった。写真への印象が来訪意向と必ずしも結びつかないことは大佐田ら[2]も述べており、今回の結果は大佐田らの結果を支持すると考えられる。

### 4. まとめと今後の課題

本稿では写真に付属するいいね数の影響についていいね数の桁数に着目して閲覧者の印象に対する影響を解析した。その結果、写真への印象に影響がみられ、いいね数に影響することが示唆された。

### 参考文献

- [1] 松井彩子: SNSにおける大多数の他者の影響力の実証, マーケティングレビュー, 2巻, 1号, pp. 30-37 (2021)
- [2] 大佐田奈波, 中桐斉之, 内平隆之: 地域観光PRにおけるパノラマ VR と写真の有効性, 情報処理学会研究報告ヒューマンコンピュータインタラクション(HCI), 2021-HCI-194, pp. 1-4, (2021)