

多様なジャンルに複製投稿可能な感想共有システムの開発

Development of Impression Sharing System for Duplicate-Posting on Different Genres

品田 雅人[†] 伊藤 淳子[†] 宗森 純[†]
 Masato Shinada Junko Itou Jun Munemori

1. はじめに

近年はソーシャルメディアの一般的普及により、様々な対象物（ゲーム、映画、音楽など）における他者の意見や感想を目にする機会が格段に増加している。こうしたオンライン上における感想共有は昔から広く行われているが、実際に口コミサイトに投稿した経験のあるユーザーは利用者中の 32.4% [1] と少ない。また、感想の対象物は多様であるため、既存のサービスでは対象物の属するジャンルに応じてコミュニティを分断している場合が多い。これによって利用者は更に限定的な層に絞られるだけでなく、他のジャンルへ触れる機会に乏しくなるため、サービス自体の広がりが停滞してしまう可能性がある。これらの問題を解決するためには、多様なジャンルへの投稿が可能な枠組みと、ジャンルの混在を活かした感想共有を促進する機能が必要だと考えた。そこで、ジャンルを問わない対象物への投稿を可能にした感想共有システム「Suzume」を開発した。本システムには、口コミをリンク先に複製することで投稿内容を交えた明確な関連性を示す「複製投稿」機能を設けた。これにより、多様なジャンルに属した対象物へのリンクを形成し、自身の興味分野のみに留まらない感想共有の広がりを目指す。本研究ではジャンルを限定しない感想共有を行うことによる影響や、「複製投稿」がある場合とない場合の効果について比較実験を行い検証を行う。

2. Suzume について

「Suzume」はスマートフォン端末からの利用を想定した感想共有システムである。本システムは各種ブラウザから利用可能な Web アプリケーションとして構成されている。図 1 にシステムのインタフェースを示す。システムのトップページには「スペース」と呼ばれる、感想共有の対象物に応じた投稿場所が一覧表示される (図 1(1))。スペースは対象物やそのジャンルに関わらず自由に作成することができ、タップすることでそれぞれ専用の詳細ページに遷移する (図 1(2))。詳細ページからはそのスペース内に投稿された「ポスト（感想・記事）」の確認や、新たなポストの投稿を行うことができるため、それぞれのスペースに対応した感想の共有が行える。



図 1: システムのインタフェース

スペースはその対象物が属するジャンルごとに色分けが行われるため、トップページには様々なジャンルに関するスペースが並んでいることが視覚的に分かるとともに、多様なジャンルにおける感想共有を可能としている。また、こうした様々なスペース同士に関連付けを行う機能として「複製投稿」機能を実装している。これはあるスペースに投稿されたポストを、本来の投稿元であるスペースと何らかの共通項や関係を持つ別のスペースに複製することで、互いのスペース間に関連性（リンク）を形成する仕組みである。この機能を用いてスペース群を関連付け合うことで様々なスペース（対象物）へ触れる契機を生み、ジャンルを問わない新たな発見を得る機会を向上させる狙いを持つ。

3. 評価実験

本システムを用いたジャンルの混在した感想共有を行うことによる効果の検証を行うため、評価実験を行った。また同時に、ポストの複製やそれに伴うリンクによる影響を検証するため、協力者を 2 つのグループに分け、「複製投稿」機能があるグループとないグループによる比較実験を行った。

3.1 実験概要

実験協力者は既存の感想共有サービスや SNS の利用経験がある 20 代の男女 24 名である。これらの協力者を半数の 12 名ごとに 2 グループ A, B に分け、グループ A は「複製投稿」機能のないシステム、グループ B は

[†] 和歌山大学, Wakayama University

表 1: 主なアンケートの結果 (5 段階評価)

	質問項目		評価分布					中央値	最頻値	平均値
			1	2	3	4	5			
(1)	本システムを用いて「好きなジャンル」に関する新たな発見や知見を得た	A*	0	2	3	3	4	4	5	3.8
		B*	0	1	0	8	3	4	4	4.1
(2)	本システムを用いて「興味の薄いジャンル」に関する新たな発見や知見を得た	A	2	3	2	4	1	3	4	2.9
		B	0	2	4	5	1	4	4	3.4
(3)	「ジャンル」の異なるスペースが混在していて良かった	A	0	2	0	8	2	4	4	3.8
		B	0	1	0	9	2	4	4	4.0
(4)	「ジャンル」が自由であることはスペース作成のしやすさに影響を与えた	A	0	0	4	4	4	4	4	4.0
		B	0	1	4	4	3	4	4	3.8
(5)	複製投稿の「設定」方法は分かりやすかった	A	-	-	-	-	-	-	-	-
		B	0	3	4	3	2	3	3	3.3
(6)	複製投稿によって別のスペースのポストが表示されていて良かった	A	-	-	-	-	-	-	-	-
		B	0	0	1	9	2	4	4	4.1

(1)~(6) の評価項目 (1: 強く同意しない, 2: 同意しない, 3: どちらでもない, 4: 同意する, 5: 強く同意する)

*A:グループ A (複製投稿機能なし), B:グループ B (複製投稿機能あり)

「複製投稿」機能を実装したシステムを利用し、互いのグループが関わり合わない形で同時に実験を行った。実験期間は 2 週間とした。投稿のテーマは「自分の好きなもの・オススメしたいもの」とし、スペースやポストの作成を用いて感想共有を行った。また、意見を出しあうような発散的な議論に対しては完全な匿名性が効果的に作用する傾向があることから [2], 投稿者の名前は外部からは見えない条件で実験を行った。

3.2 実験結果と考察

2 週間の実験の結果、グループ A (複製投稿機能なし) のスペース作成数は 68 件 (平均 5.7 回)、ポスト投稿数は 142 件 (平均 11.8 回) となった。対してグループ B (複製投稿機能あり) のスペース作成数は 52 件 (平均 4.3 回)、ポスト投稿数は 82 件 (平均 6.8 回)、複製投稿 (リンク) 数は 16 件 (平均 1.2 回) となった。複製投稿を除いた互いのグループの各行動ログに対し Mann-Whitney の U 検定を用いた有意差検定を行ったところ、どれも有意水準 0.05 で有意差は見られなかった。表 1 に主なアンケート結果を示す。

表 1(1)(2) より、本システムを用いることで、「好きなジャンル」または「興味の薄いジャンル」のどちらに対しても一定の発見や知見が得られたことがわかる。特に表 1(2) に関しては A,B グループ間で中央値に差が見られた (有意差はなかった)。また、それぞれのグループの投稿傾向として、スペース名の「粒度」に差がみられた。複製投稿のない A グループでは「バンド」や「古いアニメ」などといった粒度の低いスペースが作成され、その内部で様々な対象物に関して共有し合う傾向がみられた。一方 B グループでは複製投稿によってスペース間のリンクを行うことができるため、粒度の低いスペースは作成されず、多様なジャンルにスペースが散らばる傾向がみられた。そのため、複製投稿機能は他のスペースへの興

味を惹く導線として役立つ可能性がある。表 1(3) より、多様なジャンルのスペースが混在することへの評価はどちらのグループにおいても高く、かつ表 1(4) よりジャンルが自由であることでスペース作成のしやすさが向上している可能性が得られた。スペース数やポスト数に比べて、グループ B における複製投稿 (リンク) 数は 16 件と、頻度や積極性については高くない結果となった。これは表 1(5) の結果やアンケートの自由記述に「使い方がいまいち分からなかった」「共通点があれば使える機能だが、つながりのない作品だと使用が難しかった」といった意見があり、コンテンツや共通点を媒介とする仕組みが直感的に理解しづらく、機能利用の妨げになったと考えられる。しかし、表 1(6) から、複製投稿による複製表示については高い評価が得られ、閲覧面においては有用である可能性がみられた。

4. おわりに

多様なジャンルに複製投稿可能な感想共有システム「Suzume」の開発を行った。評価実験を行った結果、以下の知見が得られた。

- (1) 複製投稿機能は他のスペースへの興味を惹く導線として役立つ可能性があることがわかった。
- (2) 複製投稿はコンテンツを媒介とする仕組みが直感的に理解しづらく、意欲的な利用には至らなかった。
- (3) 投稿ジャンルを自由にするすることで、口コミの投稿や感想共有を行いやすくなる可能性がある。

参考文献

- [1] <http://research.nttcoms.com/database/data/001906/> NTT コムリサーチ. “口コミサイトに関する調査” (2014) (最終閲覧日:2016-7-31).
- [2] 西村祐貴, 江木啓訓, 折田明子: グループレビューにおける匿名性の利用に関する研究. 情報処理学会第 40 回グループウェアとネットワークサービス研究会研究報告, GN-40-14, pp.77-82. (2001).