

## 評価グリッド法を用いた潜在的欲求の抽出と商品推奨への応用

著者	瓦 恭兵, 澤井 政宏, 長島 知正
雑誌名	サテライト・ベンチャー・ビジネス・ラボラトリー年報
巻	8
ページ	97-98
発行年	2009-03
URL	<a href="http://hdl.handle.net/10258/513">http://hdl.handle.net/10258/513</a>

# 評価グリッド法を用いた潜在的欲求の抽出と商品推奨への応用

瓦 恭兵<sup>1)</sup>, 澤井政宏<sup>2)</sup>, 長島知正<sup>1)</sup>

1) 室蘭工業大学情報工学科, 2) 室蘭工業大学SVBL

## 1. はじめに

ある商品によって自らの欲求が満たされるか否かは、消費者がその商品に価値を感じ、購買行動に移る上で重要な判断基準である。たとえば、消費者が「部屋」を探している場合、消費者は「広い部屋が欲しい」といった欲求を持っており、これが満たされたときはじめて購買行動に移るものと考えられる。よって、このような欲求を満たすことのできる商品を提示することができれば、消費者の（欲求という）感性に基づいた販売・広告戦略の立案や、商品検索等が可能になる。

ここで「広い部屋が欲しい」という欲求を掘り下げて考えてみると、「広い部屋でリラックスしたい」といった潜在的欲求が見えてくる。そのため、「リラックスしたい」という欲求を満たす「落ち着いた配色の部屋」を提示しても消費者は満足する可能性がある。

そこで我々は「ある商品がユーザの潜在的な欲求を満たし、好まれる時、同様の欲求を満たす他の商品でもユーザは満足する」という仮説を立てた。この仮説が真実ならば、「部屋の床面積」を増やせないときは「天井」を高くするといった属性・商品の代用や、「絵画」ではなく「彫刻」を推奨するといった商品のカテゴリを超えた商品提示が可能となる。

本研究では、評価グリッド法を用いて人の潜在的な欲求とそれを満たす商品（または属性）の関係を分析し、本仮説の検証と、商品の推奨への応用について議論する。

## 2. 方法

### 2.1. 評価グリッド法について

本実験で用いる評価グリッド法[1]とは、消費者が持つ評価構造を明らかにし、視覚的に表現することを可能にする面接調査手法である。被験者に質問を繰り返していくことで、下図のような評価構造を取得できる。

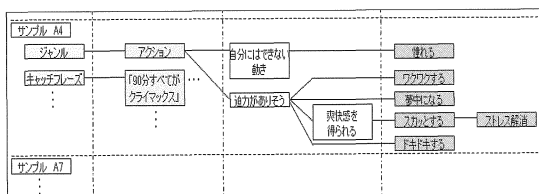


図1：評価構造図の例

本実験は評価構造図の右端に現れた欲求を「潜在的欲求」と意味づけた。また、複数の被験者間で抽出された同じ言葉の潜在的欲求は等価であるとした。つまり、Aの「ドキドキする」と、Bの「ドキドキする」という潜在的欲求には差がないとした。また、潜在的欲求は全て同じ重みとして扱い、例えば、アイテムAから「ドキドキする」と「ワクワクする」が求められた時、それらは被験者にとって、同じ重要度の潜在的欲求であるとした。

以上のようにして得られた潜在的欲求を満たすアイテムを推奨しその精度を求めることで、本仮説を検証する。

### 2.2. 推奨実験手順

本実験ではまず、商品の推奨を視野に入れた推奨アイテムとして、20種類の洋画DVDのパッケージを収集し、それらをジャンルの偏りがないように、また数が等分されるように2グループ（パッケージ群A,B）に分けた。

次に被験者も人数のバランスが取れるようにABどちらかのグループに振り分け、Aグループの被験者にはパッケージ群Aを、Bグループの被験者にはパッケージ群Bを評価させた。被験者には十分な時間を与えて評価対象のパッケージの情報（題名、デザイン、あらすじなど）を吟味させ、観たいと思った順に並べさせ、上位何位まで観たいと思うかを尋ねた。その後、観たいと思う上位3アイテムについて評価グリッド法により、各アイテムに対する評価構造（図1）を導き出した。

上記の手順により、被験者1人につき3アイテムについて得られた評価構造図のうち、2つ以上に出現する潜在的欲求を「より重要度の高い潜在的欲求」とし、その潜在的欲求が現れているアイテムを相手のグループから探し出し、アイテムの推奨を行う。

### 2.3. 推奨実験の評価

本仮説を検証するために、本実験では、以下の二つの点を示される必要がある。

- (1) 推奨したアイテムが、ユーザの求める潜在的欲求を満たしていること
- (2) 満たしている場合、その推奨アイテムがユーザに好まれていること

アイテムを推奨したら、(1)を示すため、推奨アイテムの評価を行い、潜在的欲求を満たしているかを7段階評価（良く満たす、満たす、どちらかと言うと満たす、どちらでもない、どちらかと言うと満たさない、満たさない、全く満たさない）で評価してもらった。

次に、(2)を示すため、推奨したアイテムの満足度を評価する。満足度は、推奨アイテムが「観たい」「普通(薦められれば観ても良い)」「観たくない」のどこに属するかを質問することで行う。また、予め評価した10サンプルにこのサンプルを入れるとしたら上位何位かを尋ねる。

### 3. 実験結果

本実験は、被験者18人に対して行われ、得られた評価構造図は53、実際に行われたメイン推奨の回数は108回、個人差を考慮した推奨の回数はそのうち38回となった。

推奨アイテムの評価では、平均評価値が4.55(どちらともいえない〜どちらかと言えば満たす)と言う結果となった。

また、満足度の評価では、図2に示すように、108のアイテム中46%が「観たい」、36%が「普通(薦められれば観てもいい)」となり、合計82%において妥当な推奨が出来ていることが分かった。

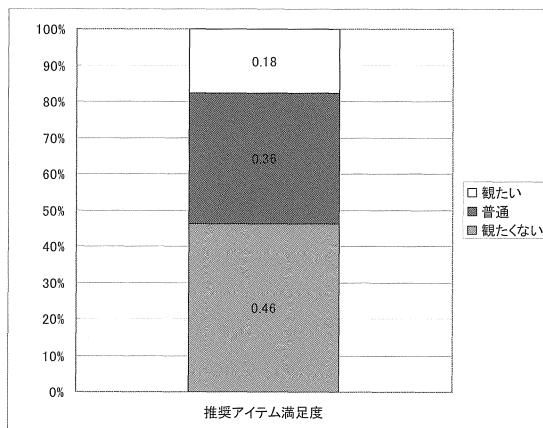


図2：推奨アイテムの満足度

### 4. 分析と考察

推奨アイテムの評価では、半数以上が潜在的欲求に基づいた推奨が行えていることから、(1)「推奨したアイテムが、ユーザの求める潜在的欲求を満たしていること」が示された。

また、満足度の評価では82%のアイテムに対して妥当な推奨ができたと言うことができ、(2)「満たしている場合、その推奨アイテムがユーザに好まれていること」が示された。以上の二点が結果により示されたため、潜在的欲求を満たすとして推奨したアイテムで被験者が満足したと言うことができ、いくつかの問題点があるにせよ、仮説の妥当性が示唆される結果となった。

問題点の1つとして、推奨アイテムの評価値4.55は、およそ54%のアイテムに対して潜在的欲求を満たした推奨が出来ているが、残りの46%は潜在的欲求を満たした推奨が出来なかったという点である。原因として、被験者Aが「迫力がある」という欲求から「ワクワクする」と感じた場合でも、被験者Bが「迫力がある」という欲求から「ワクワクする」とはかぎらない、といったケー

スが考えられる。この考察を裏付けるため、「迫力がある」といった潜在的欲求を導く具体的欲求まで一致した場合のみの推奨結果を見てみると、妥当な推奨の精度が95%まで向上し、考察が正しいことが示されている。

また、本実験では複数のアイテムわたって出現した潜在的欲求を取り扱ったが、被験者にとって満たしたい欲求を完全に分析出来ているとは限らない問題がある。例えば観たい順位1位のアイテムでは「ドキドキする」という潜在的欲求があり、2位と3位のアイテムには「ワクワクする」が出現した時、本当に満たしたい欲求は、「ワクワクする」ではなく、「ドキドキする」の可能性はある。これは、本実験で潜在的欲求をすべて同じ重みであるとして扱った点に問題があると考えられる。今後、推奨システムへの応用を視野に入れる上で、潜在的欲求の重み付けという要素を無視することはできない。質問項目を加えるなど、重み付けを考慮に入れた、実験方法の再検討が必要と考えられる。

本実験で得られた評価構造図からは、個人の好みや個人差が顕著に出現する。このため個人の評価構造を分析し潜在的欲求を得る段階までは優れていると言うことが出来る。今後推奨の精度を高めるには、上記に示したような問題点を解決する必要があると考えられる。

### 5. おわりに

本研究では「ある商品がユーザの潜在的な欲求を満たし、好まれる時、同様の欲求を満たす他の商品でもユーザは満足する」という仮説を立て、これの検証を行った。実験結果から、いくつかの問題点はあるものの、大筋では本仮説が正しいことが明らかになった。

本実験では推奨精度が高い値を示したが、面接実験に時間がかかるなど、商品推奨システムに応用するには多くの問題を抱えている。それらの問題点を解消し、本実験で重視した潜在的欲求が、消費者の欲求を理解したシステムを生み出す1つの要素として用いられることを期待している。

### 参考文献

- [1] 讚井, 乾: レポートリーグリッド発展手法による住環境評価構造の抽出-認知心理学に基づく住環境評価に関する研究(1)-, 日本建築学会論文報告集 No367, 1986.
- [2] 讚井 純一郎: 評価グリッド法による「魅力品質」「当たり前品質」抽出の試み, 日本建築学会大会学術講演梗概集, pp61-64, 2007
- [3] 大澤 光: 「印象の工学」とはなにか, 丸善プラネット, pp. 238-245, 2000.
- [4] 高橋 浩伸, 大井 尚行: 評価グリッド法におけるラダーリング改良手法の提案, 日本建築学会大会学術講演梗概集, pp. 57-60, 2007.