

審査の結果の要旨

論文提出者氏名 庄司 裕子

本論文は、「コンセプトの精緻化過程として特徴づけられる購買行動を支援するためのインタラクション」と題し、7章からなる。

現代の社会において、人々の生活と情報技術の関係は、多様なものになろうとしている。しかしながら、情報技術が普通の人々の日常の行動を十分に分析した上で開発されてきたかという点、必ずしもそうではなかった。本論文は、購買行動という人間の日常的な活動に焦点をあて、その詳細な分析の結果を生かして、新しい情報技術を提供し、その有用性を実証しようとするものである。

本論文は大きく言って二つの点において貢献している。第一点めは、購買行動という日常的な行動において、創造的認知過程が働いていることを、発見したことである。人々は、物を購入しようとする時、買いたいものが最初から明確に定まっているとは限らない。店員とのやりとりの中から、買いたいもののコンセプトを分節していくことも多い。その過程を、認知科学の研究手法を用いた購買行動データの分析結果から、コンセプト精緻化過程として説明し、そこには創造的認知過程が含まれていることを明らかにした。第二点めは、従来のシステムでは対応していなかったそのような創造的認知過程を含む購買行動を支援するシステムを構築し、その有用性を実験により実証したことである。商品データの空間的表現と商品の背景情報のことばでの説明の間をユーザが往復できるシステムを提案し、その効果を認知科学的に詳細に調べる実験を行なった。

第1章は序論であり、本研究の背景、位置付け、および目的を述べている。

第2章では、関連研究を紹介し、本研究の位置付けを明らかにしている。関連する研究領域として、創造性に関する研究とマーケティングに関する研究のふたつの異なる研究領

域を取り上げて説明し、従来は存在しなかったそれらのふたつの領域を結ぶ新しい研究領域を本論文が開拓しようとしていることを主張している。

第3章では、実購買行動の分析結果について述べている。実際の購買における客と店員との会話を分析することにより、優秀な店員と普通の店員との違いを明らかにしている。その結果、優秀な店員と客との間の会話においては、創造性に関わる認知科学的研究で報告されてきたのと同型の、思考空間の不連続な変化が観察されることを、示している。

第4章では、コンセプト精緻化過程を支援することのできるインタラクションシステムを提案している。3章で分析した優秀な店員の機能を、そのままコンピュータ上にコピーするのではなく、コンピュータからの情報提示方法を変えることにより、優秀な店員との会話と同等の効果を実現できることを、主張している。

第5章と第6章では、システムを用いた実験の結果を述べている。第5章においては、商品間の関係を空間的に表示するシステムが、買いたい商品のコンセプトについて気付かせるという効果をもたらすことを、実証している。第6章においては、商品の背景知識を説明する機能が、商品のコンセプトについての理解と納得を促進するという効果を、実証している。

第7章は、結論であり、本研究の成果をまとめ今後の課題を示している。

以上を要するに、本論文は、購買行動という人々の日常行動における認知過程を分析し、その結果を生かしたインタラクションシステムを構築し、実験によりその有効性を確認したものであり、工学上寄与するところが大きい。

よって本論文は博士（工学）の学位請求論文として合格と認められる。