

# 西日本インカレ（合同研究会）2017 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

大学名（フリガナ）	学部名（フリガナ）	所属ゼミナール名（フリガナ）
フリガナ) オオサカケイザイダイガク]	フリガナ) ケイザイガクブ	フリガナ) ハツリケイスケ
大阪経済大学	経済学部	服部圭介ゼミナール

※大会申込書時に記入したチーム名から変更することはできません。

※パワーポイント内に動画を使用している場合は「有・無」を記入してください。

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数 （代表者含む）	パワーポイント内の 動画使用（有・無）
フリガナ) チームノビシロ	フリガナ) ヤノ ウキョウ	6	有
チーム伸びしろ	矢野 右京		

※プレゼンツールを使用する場合は記入してください。記入がないプレゼンツールは大会当日使用できません。

使用するプレゼンツール（具体的に使用するツールを明記してください）

## 研究テーマ（発表タイトル）

最初 or 最後 最善の選択 ～順序の違いが評価に及ぼす影響～

※必ず<企画シート作成上の注意>を確認してから、ご記入をお願いいたします。

### 1. 研究概要（目的・狙いなど）

本研究は、何か複数の対象物を観察し評価する際に、初めに観察した対象物と後に観察した対象物とで、それに対する評価がどのように異なるのかを、ランダム化比較試験を用いて明らかにします。対象となるのは、写真や食べ物、人物、不快な経験、自己 PR 動画など様々な対象物に対して、観察順序が評価にどのような影響を及ぼすのかを検証します。また、単に対象物の観察順序の違いだけでなく、評価方法の違いによる影響力についても調査します。

### 2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

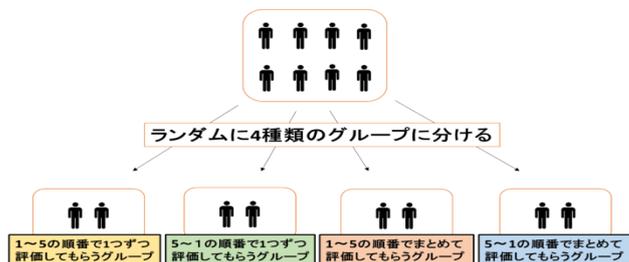
ポーランドの心理学者 Asch (1946)は同じ情報を頭の中にインプットする順序によって情報の印象が変わる（行動ファイナンス理論では「順序効果」として知られる）ことを指摘し、特に最初に示された情報が意識の中で大きな印象となり、情報全体を支配してしまうことを「初頭効果」と呼びました。この理論からは、順番に複数の対象を評価する際には、「最初が肝心」であることが導き出せます。しかし反対に、アメリカの心理学者である Anderson (1976) は、最後に観察した、つまり最新の情報の方が、その前に出てきたものよりも新鮮であるために記憶に残りやすいことを「親近効果」と名付け、最後に示された情報の重要性を指摘しました。この理論からは、順番に複数の対象を評価する際には、「最後が肝心」であることが導き出せます。

### 3. 研究テーマの課題

私たちは、複数の対象物を評価する際に、初めに観察した対象物と後に観察した対象物の評価を比較するため、つまり評価の際には「初頭効果」と「親近効果」のどちらが働くのか、を分析するために、評価対象の提示順序が異なる 2 つのグループ、および評価方法も異なる 2 つのグループの、合計 4 グループに被験者を分けたランダム化比較試験を設計しました。

#### 4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

具体的なランダム化比較試験の方法は、写真や食べ物、人物、不快な経験、自己 PR 動画など様々な対象物に対して、それぞれ 5 つの評価対象物を用意します。そして被験者をランダムに 4 つのグループ、(1) 対象物を A~E の順に観察させ、それぞれ一つを観察した後に評価を繰り返させる（そのつど評価）グループ、(2) 対象物を E~A の順に観察させ、そのつど評価させるグループ、(3) 対象物を A~E の順に観察させ、後で一気に入評価させる（まとめて評価）グループ、(4) 対象物を E~A の順に観察させ、まとめて評価させるグループ、に分けます。この方法により、観察順序の違いや、評価方法の違いが、対象物への評価にどのような影響を及ぼすかが観察できるという仕組みです。



#### 5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

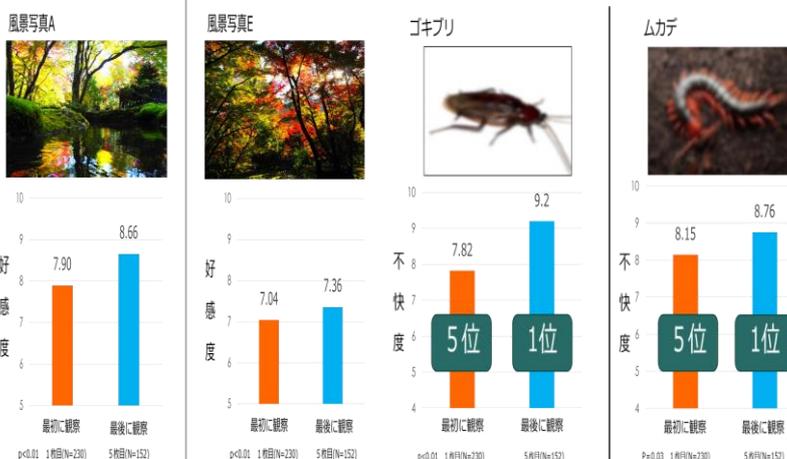
私たちは以下の 2 つの実験を行いました。1 つ目の実験は本学学生 762 名を対象に、各講義の時間をお借りして、アンケートサイトの QR コードが載っている用紙を配布し、QR コードからランダムに 4 種類のグループに振り分けられるようになっています。このような作業により「他の被験者が違う種類のアンケートを解いているかもしれない」という期待を抱かせず、かつ実験運営者である私たちも「どの学生がどちらのグループに属するか」を実験時にはわからない状態にすることにより、より客観的な実験データを得ることができます。もう 1 つの実験は、被験者を SNS 上などの不特定多数者に対して、研究メンバー 5 名の自己 PR 動画を評価してもらうというものです。実験方法は最初の実験と同様ですが、こちらは音声や動画を含む自己 PR 動画を評価してもらうという点で、実際の就職活動や様々な面接などにおいて、観察順序がどのような重要性を持つかを知る上で、重要なものだと考えます。



#### 6. 結果や今後の取り組み

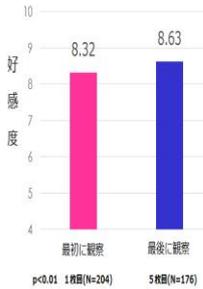
まず、そのつど評価の好感度を聞く項目の際の研究結果(右図)を見てみると、風景写真 A は比較的に平均値が高くこれは元の評価が高いといえ、**元の評価が高い時は最初に観察されるより最後に観察されるほうが評価が高い**ということがわかります。また風景写真 E は比較的平均値が低いので元の評価が低いといえ、**元の評価が低い時は評価にあまり差が出ない**ことがわかります。

次に、そのつど評価の不快感を聞く項目の際の研究結果(右図)を見てみると、ゴキブリとムカデの不快感を最初に聞かれた被験者の評価は最後に聞かれた被験者の評価より低くなりました。またここでは、それぞれ最初に観察された評価、最後に観察された評価の順位を見てみました。すると、ゴキブリとムカデも最初に観察された時が 1 位、最後に観察された時が 5 位でした。このことから、**不快感に関して最初より最後に観察されるほうが不快度が高くなる**ことがわかります。



すると、ゴキブリとムカデも最初に観察された時が 1 位、最後に観察された時が 5 位でした。このことから、**不快感に関して最初より最後に観察されるほうが不快度が高くなる**ことがわかります。

風景写真A



風景写真E



さらに私たちは評価方法の違いで、順番による評価の差に違いが表れるのかという実験を行いました。まとめて評価の際の研究結果(左図)をみると、風景写真 A・風景写真 E では最初に観察された評価と最後に観察された評価であまり差がみられないので、**まとめて評価では順番による評価の差があまり見られないことがわかります。**

自己 PR 動画の実験は現在(11 月 12 日)も進行中であり、実験結果が出次第、各グループの評価の差について統計的な検定を行い比較します。これらの結果は多くのコンテスト(就職面接の違いや西日本インカレの審査、政見放送の順序)において順序が評価にどのような影響をするかを考えるうえで非常に重要なものになると考えられます。

## 7. 参考文献

基礎から応用まで丸わかり 行動経済学入門 真壁昭夫 (2010) ダイヤモンド社

Behavioral Finance 行動ファイナンス ヨアムヒ・ゴールドベルグ/リュディガー・フォン・ニーチュ (2002) ダイヤモンド社

サービスの心理学：心に染みるエピソード集 松村清 (2003) 商業界

### <企画シート作成上の注意>

※本企画シートは審査の対象となり、予選会・本選の前に、審査を行っていただく大学教員・企業の方々に事前にお渡しいたします。

※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1 チーム・1 点提出してください。また、翌年 3 月に公開予定の「大会結果 Web ページ」に掲載されます。

※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1~7 以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。

※本企画シートは、作成上の注意を含め、4 ページ以内に収めてください。事務局から審査員に渡す際は、A4 サイズでプリントし、4 ページ目までをお渡しします。

※大会参加申込み時点から、チーム編成の変更（チームの人数・交代など）は、「不可」とさせていただきます。ただし、チームメンバーの留学等やむを得ない事情でチーム編成に変更が生じる場合は、西日本インカレ事務局にご連絡ください。事務局より手続きについてご連絡をさせていただきます。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。

※企画内容は、未発表の（過去に他誌・HP などに発表されていない）ものに限りません。ただし、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。

※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日経 BP 社・日経 BP マーケティング社は一切の責任を負いません。

※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先（使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など）を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Web サイト上の資料を利用した場合は、URL とアクセスした日付を明記してください。

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

※パワーポイント内で動画を使用する場合は、必ず「有」とご記入ください。動画を使用する際の注意事項は参加要項に記載しております。

※プレゼンツールを使用する場合は、必ず使用するツール名をご記入ください。企画シートにご記入が無い場合は、発表当日の使用はできません。あらかじめご了承ください。

↑ここまでを 4 ページ以内に収めて、提出してください↑