

欲求×感情×行動の相互作用の 定量化と活用方法の検討

株式会社日立製作所
株式会社クレスコ

鎌田 雄大
木内 一揮

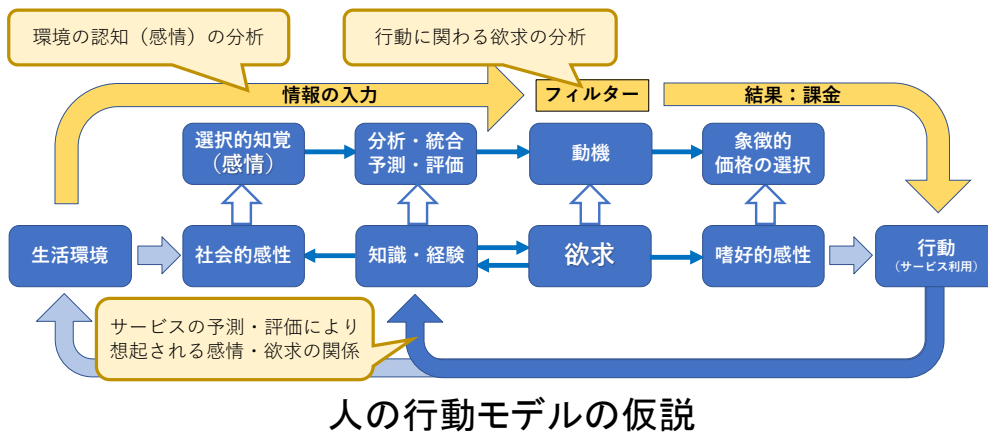
開発における問題点

ソーシャルメディアやプラットフォームビジネスの発達により、業界の垣根を越えたサービスが創出されるなか、消費者の精神性がビジネスの成否に与える影響が増している。一方、ヒトの感情や欲求といった内面的な側面を定量化することは困難であり、投資や開発のリスク要因を増大させている。

手法・ツールの適用による解決

欲求と感情がヒトの行動に与える影響をモデル化し、既存のアプリをベースに欲求・感情の影響を分析・定量化する手法を検討した。分析結果に基づいて影響を可視化・予測するツールとして利用することで、ビジネスの企画立案や成果予測を可能にすることを目指す。

仮説の立案と分析手法の検討



スマホアプリの主要機能の抽出

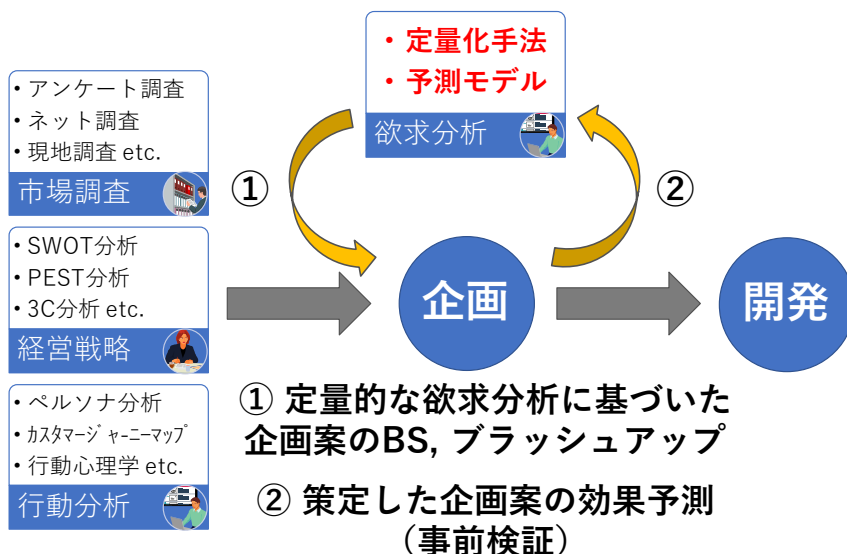
主要機能使用時の心理分析
(マレーの欲求リストとプルティックの感情の輪)

各アプリとビジネス指標の関係調査
(実態調査)

心理分析結果とビジネス指標の回帰分析
(欲求・感情の影響度の定量化)

適用範囲の検討

新企画の立案・調査、開発項目の精査時の活用を想定



分析結果

一例としてモバイルアプリの課金率を分析したところ、影響の大きい感情と欲求の組み合わせとして図中の組み合わせが抽出された。

