

コミュニティQAにおける質問記事の重要度判定に関する研究

野澤 優佳

インターネットの普及やスマートデバイス利用者の増加に伴い、製品やサービスに対する質問や苦情を、電話での対応以外にチャット形式やメールなど、質問記事として受け付ける企業が増えてきている。これらの形式で質問や苦情を受け入れるメリットの一つに、顧客が時間を気にすることなく気軽に投稿できることが挙げられる。顧客は自分のタイミングで質問や苦情を企業に送ることができて、質問や苦情を送る際に待ち時間発生が発生することもない。一方で、タイミングが合えばすぐに一対一の対応が行える電話に対し、チャット形式やメールだと同時に複数の質問記事が登録される可能性が生じる。これらの質問記事は、早急な回答を必要とするものから、比較的回答を遅らせても問題が生じにくいものまで内容が様々である。登録された質問記事に対応できる人は有限であり、沢山ある質問記事に順番をつけて回答するために、記事の重要度を知る必要がある。

本研究では、質問記事を読んで感じる困り、怒り、切迫感の程度から質問記事の重要度を判定できるかを調査する。同じ質問記事を複数の人が見て印象を評価した際、その評価はどれくらい一致するのかを調査し、人によってどれくらい違いがあるのか、統一した尺度が存在するのかを考察する。また、専門家が順位付けを行っている質問記事も用意し、専門家と一般の人では、評価に違いがあるのかも考察する。早急な回答を必要とする質問記事に特徴があるのか、統一した尺度があるのかを明らかにすることが本研究の目的である。

調査する質問記事は、Apple社が運営しているコミュニティQA、「Appleサポートコミュニティ」から抽出したものを使用する。「Appleサポートコミュニティ」から抽出した質問記事を、企業に寄せられた質問記事であると仮定し、小規模な予備調査を行い、評価方法を洗練した後に、代表的なクラウドソーシングプラットフォームの一つであるランサーズのワーカーに提示し、重要度の回答を依頼した。

94人から225件の回答が得られた。回答の一致度を見ると90問のうち、回答が5:0になったものは困りが40問、怒りが26問、切迫が38問だった。4:0になったものは困りが28問、怒りが33問、切迫が27問だった。3:2になったものは困りが22問、怒りが31問、切迫が25問だった。相関係数の値を見ると、困りと優先は0.92、怒りと優先は0.44、切迫と優先は0.95といずれも相関関係があり、困り、怒り、切迫の3つの指標は質問記事の重要度を定める際の指標として有効であると判断した。怒りは、他の2つの指標と比べて、相関係数の値や回答の一致度が低かったため、聞き方を変えるか他により良い指標がないか再考すると、より一致度の高い回答が得られ、有益な回答結果になるかもしれない。

(指導教員 佐藤 哲司)