

## レンタルショップ利用者の音楽情報探索行動

岩木 亨平

現在、音楽情報の検索システムは CD 販売店、図書館あるいはオンライン上のショップなど様々な場所で使用されている。本研究ではレンタルショップの検索システムに注目し、システムの構築・改善のための基礎研究として、レンタルショップ利用者の音楽情報探索行動を明らかにすることを目的とした。

レンタルショップのひとつである TSUTAYA を対象とし、質問紙による利用者の音楽情報探索行動調査と、利用者からの問い合わせの調査の 2 つの方法を用いた。質問紙調査では、2011 年 8 月～10 月の期間に質問紙を音楽 CD のレンタル利用者 176 名に配布し、76 名から回答を得た（回収率 40.9%）。質問紙は、A：利用者の来店前と来店時の音楽情報探索行動、B：TSUTAYA の検索システムの使用、C：オンライン上の検索システムの使用、D：利用者からの自由意見、の 4 つの大項目とフェイスシートから構成されている。利用者からの問い合わせの調査では、2011 年 8 月～10 月の期間に利用者から音楽情報に関する問い合わせを受けた店員に、その内容と対応をノートに記入してもらった。問い合わせ件数は 478 件であった。

質問紙調査の結果、TV、インターネットをきっかけとして情報要求が始まると回答した利用者が多かった（TV が 34.2%、インターネットが 36.8%）。ほとんどの利用者（97.4%）は来店したら自分で棚を探し、見つからない場合は店員に尋ねる利用者（34.6%）と検索機を使用する利用者（42.6%）に分かれていた。検索機での使用検索項目ではアーティスト名が最も多かった（81.8%）。検索機を使用した経験のない利用者に理由を問うと、そもそも検索機の存在を知らないという回答が多かった（55.0%）。そして検索機を使用しても見つからない場合も多い（46.8%）との結果であった。

利用者からの問い合わせの調査では、問い合わせ内容は大きく 3 つに分けられた。商品の場所を尋ねる問い合わせ（266 件）、もっとも多く寄せられた問い合わせであった。中でもアーティスト名を問い合わせの手掛かりとして用いる利用者が多かった。また、検索機を使用した上での問い合わせの件数も 82 件にのぼった。商品の有無を尋ねる問い合わせ（155 件）。ここでは求める商品の使われた CM や番組名、映画のタイトルなどを探索行動の手掛かりとする利用者が多くみられた（32 件）。その他（57 件）、以上の 2 つに該当しない問い合わせ（結婚式で使うような曲はありますか？など）をその他とした。

以上の調査によって、店内での探索方法、検索機の使用状況といったレンタルショップ利用者の音楽情報探索行動の一端が明らかになった。これらはこれからのレンタルショップの検索システムの構築・改善において一助となるだろう。

（指導教員 緑川信之）