

## 実際のサイズを反映した書影が絵本選択に与える影響

梅田悠香

絵本にはサイズごとに特有の魅力があり、絵本のサイズによって満足感や独特な雰囲気 of 体験を得ることができる。しかし、書店の減少に伴い、インターネット上での購入が増加している現状では、絵本のサイズを数値でしか把握できず、購入後に「思ったより大きい」や「予想より小さい」といった違和感を抱える問題が生じている。

オンラインショッピングにおける購買行動の研究では、サイズ感や実物感が重要な要素となる商品において、消費者が実際に手に取って確認できないことが障害となり、オンライン購入の満足度を下げる要因となっていることが明らかになった。このような現状を踏まえてか、現在では、ユーザーが自身の身長や体重を入力したり、既に所有する衣服のサイズと比較することでサイズ選びの難しさを解消するサービスが提供されているが、絵本の販売サービスにおいては見受けられない。そこで本研究では、実際のサイズを反映した書影が絵本選択に与える影響を明らかにすることを目的とし、実験を行った。

実験には10人の大学生を対象に、既存のWeb本棚と本研究のWeb本棚を用いた。既存のWeb本棚は書影の幅が一律に表示されており、本研究の本棚は実際のサイズが反映されている。その2種類の本棚に並べられた絵本の中から、設定した「幼稚園児が電車で移動中に読む場合」「幼稚園児の寝かしつけのために読む場合」「家に泥棒に入られた護身用に使う場合」「今ここで読む場合」などの8つのシチュエーションに合わせてそれぞれ絵本を選んでもらった。その後、実物の絵本を提示し、画面上と実物を比べた時の違和感を問うアンケートを行った。

その結果、「サイズ」を基準として絵本を選んだとの回答が、既存のWeb本棚では全80回答中16回答、本研究のWeb本棚では32回答であった。また、実物を見た際の違和感は、既存のWeb本棚は34回答、本研究のWeb本棚では27回答と軽減された。さらに、今回の実験では全体でサイズを考慮して選んだ割合が30%にとどまった。シチュエーションごとの違和感の差は特になかったが、既存のWeb本棚では違和感のうち60%がサイズに関するものであったが、本研究のWeb本棚を提示したときには30~50%程度で軽減された。一方で、違和感を覚えたとする回答は、どのシチュエーションでも本研究の本棚の方が多かった。以上の結果から、本研究の本棚は、絵本のサイズを決め手に選択する上で効果的であることが示された。また、画面上と実物との印象の差を縮め、違和感を大幅に軽減する効果があることも確認された。

このように、本研究の本棚は、絵本の「サイズ」を決め手に選択する上で効果的であることが示された。しかし、シチュエーションによってサイズの重要性が変化することも分かった。サイズを反映するとともに他の要素が実物とかけ離れた印象となってしまうたり、実際のサイズ差よりも視覚的に小さく見えていることも分かった。今後の課題は、調査対象の属性をさらに多様化することで、サイズが選択基準に与える影響をより詳しく検討することが挙げられる。また、画面上と実物を比べた時に感じた違和感の理由として「サイズ」と同じくらい多かった「厚み」やリアルなサイズ差なども反映できるようなシステムの構築を行うことで、更なる違和感の軽減が期待できる。

(指導教員 松村敦)