

移動時における情報接触と目的外行動の関係

—大学生の通学とレジャーを比較して—

○青柳 美里 (Misato Aoyagi)、藤代 裕之 (Hiroyuki Fujishiro)

Keywords : 移動、情報行動、目的外行動、非計画来店、ソーシャルメディア

1 目的

本研究の目的は、移動における情報接触と目的外行動の関係について明らかにすることである。移動中はスマートフォンや駅広告・OOH など様々なメディアに断片的に触れることから、そこでの情報提供を行うことで目的外行動である「非計画来店」を促すサービスが注目されてきた。一方で、新型コロナウイルスの影響により、以前よりも計画的に外出や買い物をする傾向が強まっている。このような状況下で、移動における情報接触と目的外行動の関係は十分に検討されていない。

2 方法

法政大学社会学部の学生 10 人（男性 6 人、女性 4 人）を対象に、通学時とレジャー時に日記式調査を行った。移動中にどのような情報に接触して行動しているのかを明らかにするため、移動中に見た情報を可能な限りメールで送信してもらった。また、移動前に接触した移動に関する情報についても送信してもらった。調査後はヒアリングを行い、移動の目的と接触した情報について確認した。

3 結果

移動中の情報がきっかけとなり、当初の予定にはなかった店舗に行くなどの目的外行動を起こした人は、通学で 4 人、レジャーで 5 人だった。いずれもマスメディアや駅広告・OOH などのメディアによる情報接触がきっかけではなく、またソーシャルメディアからの情報も直接的なきっかけにはなっていなかった。特に通学では、友人や家族からの情報がきっかけとなり目的外行動をしている人が多く見られた。さらに、移動中に接触した情報により、「欲しい」「したい」ことを思い出すことが目的外行動につながっていることが確認できた。

4 結論

移動中に情報提供を行うだけでは目的外行動に直接繋がらない可能性があり、多様なメディアにより「欲しい」「したい」につながる情報を移動前から提供する必要があると考えられる。

【主要参考文献】

高橋伸治・佐々木康成, 2020, 「移動者インサイトー移動中の生活者, その行動と心理に関する研究ー」, 『日本マーケティング学会 マーケティングレビュー』 Vol.1 No.1

加藤肇・中里栄悠・松本阿礼, 2012, 『移動者マーケティング』, 日経 BP コンサルティング

根本藍・藤代裕之・野々山正章, 2021, 「電車移動における情報行動のデザイン」, 『日本デザイン学会研究発表大会概要集』 68 (0), 66-